

國立交通大學

管理科學系

碩士論文

智慧型手機之消費者行為研究

以台北市上班族為例

Consumer Behavior of Functions in Commonn Uses of SmartPhones

For the Salarymen In Taipei City

研究生：盧天齊

指導教授：陳曙光 教授

中華民國九十六年六月

## 摘要

本研究是研究消費者行爲，並以台北市的上班族對於智慧型手機的選擇與購買為研究標的，探討對於消費者而言，什麼樣的功能互相结合可以有效吸引消費者購買，以及什麼樣的價格標準對於什麼樣的消費者是具有吸引力的。

鑑於近年世界的記憶體生產技術成長，帶動原先的 PDA 與現在的手機相結合而產生了各式各樣、琳瑯滿目的智慧型手機，有針對金字塔頂端的頂級影音多媒體娛樂功能機，也有針對高消費能力的商務人士專用機，也有針對普羅大眾的娛樂機，還有一般上班族的行程提醒助理消費型智慧手機等等，無一而足。本研究針對一些時下最新的流行功能探討出消費者對於智慧型手機的偏好，找出受歡迎的原因，並提出有待改進之處，作為現在一些市面上的手機廠商日後執行的借鏡。

本研究以台北市的上班族為抽樣目標探討消費者對於智慧型手機的熟悉與接受度，對於智慧型手機的功能偏好，對於智慧型手機的價格接受度，以及人口統計變數與生活型態變數。並以卡方獨立性檢定各個變數之間的關連性。

關鍵詞： 智慧型手機      Smart Phone  
PDA      Personal Digital Assistance  
消費者行爲研究      Consumer Behavior

# Consumer Behavior of Functions in Commonn Uses of SmartPhones

For the Salarymen In Taipei City

Student : Tien-Chi, Lu

Advisors : Dr. Shu Kuang Chen

Department of Management Science

National Chiao Tung University

## ABSTRACT

The study aimed to Consumer's Behavior, and I took examples the salarymen in Taipei city. I want to sure that what kinds of formulas bonded are concerned most by the consumers. And I want to know what price are commonly acceptable.

By the growth of producing of the memory in recently years, the PDAs are combined to the mobile phone. So there are several kinds of SmartPhone, especially for the commercial person.

This study aimed to some newest functions to find out the most pop functions and why it is popular. And find out what can be improved.

And I used Chi-Square Independence test to find out the relationship between the variables.

Key Word : SmartPhone      PDA      Consumer Behavior

誌

謝

首先，我最最要感謝的就是我的父母，他們總是在我身邊默默地支持著我。

再來就是我的老師，陳老師在這段過程中給了我很大的自由與創作上的時間、空間，一切都是因為有他，我才有這篇寫得不是很好的作品得以完成。陳老師，謝謝你。

亦感激本論文的口試委員--林教授君信、陳教授耀竹，連教授經宇。在你們嚴格而專業的審核與指導下，終使本研究更趨完善。

經過長時間的磨練與努力，本篇論文終於完成，感謝借我電腦的阿孟（雖然有一半是被我強搶），還要感謝不斷機車我、激勵我去完成的昉檉，還有不斷被我打電話詢問以及騷擾的阿菁，還有其他一切幫助我的朋友，你們都是我的天使，這段時間要是沒有你們，我不知道會有多痛苦。

再次感謝每個在我身邊的每一個人

189/6

盧天齊 謹誌

交大台北校區

07年6月

## 目 錄

### 頁次

中文摘要	-----	i
英文摘要	-----	ii
誌謝	-----	iii
目錄	-----	iv
第一章、緒論	-----	1
1.1 研究背景	-----	1
1.2 研究動機	-----	1
1.3 研究目的	-----	1
1.4 研究範圍	-----	1
1.5 研究程序	-----	2
第二章、理論與文獻探討	-----	3
2.1 智慧型手機的定義	-----	3
2.2 PDA 之概念及用途	-----	3
2.3 PDA 市場概況	-----	3
2.4 購買行爲理論	-----	4
2.5 消費者行爲理論	-----	4
2.6 消費者涉入	-----	5
2.7 新產品採用過程	-----	6
2.8 知覺風險	-----	7
2.9 品牌形象	-----	7
2.10 使用經驗	-----	8
第三章、研究方法	-----	10
3.1 研究架構	-----	10
3.2 研究變數	-----	11
3.3 研究假設	-----	12
3.4 資料分析方法	-----	12
3.5 問卷設計	-----	12
第四章、資料統計	-----	14
4.1 樣本資料特性分析	-----	15
4.2 樣本對於該類商品的熟悉與接受程度	-----	22
4.3 消費者對於智慧型手機的一般消費偏好	-----	25
4.4 消費者對於智慧型手機的價格接受程度	-----	36
4.5 資料分析方法	-----	37

第五章、 資料分析 -----	42
5.1 對於智慧型手機的熟悉程度之分析 -----	42
5.2 消費者看過介紹後對智慧型手機的購買意願之分析 -----	49
5.3 對於智慧型手機銀幕大小的偏好之分析 -----	56
5.4 對於手機作業系統的偏好之分析 -----	62
5.5 對於手機輸入方式的偏好之分析 -----	67
5.6 對於手機傳輸方式的偏好之分析 -----	73
5.7 對於智慧型手機銀幕解析度的偏好之分析 -----	79
5.8 對於智慧型手機的名片辨識功能的偏好之分析 -----	85
5.9 對於智慧型手機的二維條碼解讀功能的偏好之分析 -----	91
5.10 對於智慧型手機播放 MP3 音質的偏好之分析 -----	97
5.11 對於智慧型手機內建數位相機的畫素的偏好 -----	102
5.12 對於智慧型手機操作與待機時間的偏好之分析 -----	108
5.13 對於智慧型手機生產廠商的偏好之分析 -----	114
5.14 對於智慧型手機的市售行情接受程度之分析 -----	122
第六章、 資料分析 -----	128
6.1 對於智慧型手機的熟悉程度之相關分析 -----	128
6.2 對於智慧型手機銀幕大小的偏好之分析 -----	140
6.3 對於智慧型手機作業系統的偏好之分析 -----	151
6.4 對於智慧型手機輸入方式的偏好之分析 -----	161
6.5 對於智慧型手機資料傳輸方式的偏好之相關分析 -----	170
6.6 對於智慧型手機銀幕解析度的偏好之分析 -----	179
6.7 對於智慧型手機名片辨識功能的偏好之分析 -----	187
6.8 對於智慧型手機二維條碼解讀功能的偏好之分析 -----	194
6.9 對於智慧型手機播放 MP3 音質的偏好之分析 -----	199
6.10 對於智慧型手機內建數位相機畫素偏好之分析 -----	204
6.11 對於智慧型手機操作與待機時間偏好之分析 -----	207
6.12 對於智慧型手機平均市售行情接受程度之分析 -----	209
第七章、 結論 -----	222
7.1 總合研究結論 -----	222
7.2 行銷意涵與對業者的建議 -----	228
7.3 本文貢獻與後續研究 -----	231
參考文獻 -----	232
附錄一（問卷）-----	234
表目錄-----	235
圖目錄-----	242

### 1.1 研究背景

最近這幾年中，肇因於記憶體模組生產容量技術與成本上的突破，各家手機以及PDA（Personal Digital Assistance；簡稱PDA）廠商，無不針對商務族群與一般族群，都積極地推出智慧型手機以及SmartPhone這類型具有數位隨身助理功能的行動電話。

從數年前PDA市佔率第一的HP（惠普），到目前手機市場佔有率前三名的NOKIA、Motorola；還有臺灣本土研發、生產，在海外佔有廣大顧客群，而目前正積極開拓國內市場的多普達（Dopod）；國內一線代工的ASUS、BenQ；挾著臺灣消費市場對日製產品具有好感的SonyEricsson等眾大廠，無不積極搶攻市場。使得目前臺灣市面上的智慧型手機多不勝數，廠商在生產設計的時候，哪些功能是必須、哪些又是非必須，這是很有趣的一個問題。

### 1.2 研究動機

這類智慧型手機在使用上十分方便，但目前市場上的商品林林總總，筆者想要研究的，就是什麼樣的背景的消費者喜歡什麼樣的功能：對消費者而言，什麼樣的功能是不可或缺？哪些功能又是越多越好越強越好？哪些功能卻又是可有可無？對廠商而言，什麼樣的功能該賣給什麼樣的消費者？怎樣的功能搭配，對於哪些類型的消費者而言最具有吸引力？哪些功能是讓人根本不想要的？怎樣的價格是消費者嫌貴但還是願意掏腰包前往購買的？消費者的最大願付價格又是多少？瞭解這些，就能創造消費者與廠商雙贏的局面。

### 1.3 研究目的

作此研究旨在瞭解消費者喜歡的智慧型手機之功能。市面上的智慧型手機有各式各樣的附加功能，除了一般通訊以及行事曆功能之外，目前還發展出名片辨識功能、二維條碼解讀功能、MP3播放功能、文書處理功能、簡報軟體功能等等，琳瑯滿目。究竟哪一些功能對於消費者是必要的、哪些功能對於消費者是令人覺得不必要甚至多餘的？哪些又是屬於奢侈品範圍的？這些就是我們想要找出的結果，以供製造廠商於生產新產品時參考。其次，依照消費者的背景來探討該功能對於何種消費者是必須，對於何種消費者又不是必須，以利廠商在行銷時能夠訂出有效的價位與策略。

### 1.4 研究範圍

在了解本研究所欲達成的目的以及研究內容之後，筆者將針對本篇研究之研究範圍加以說明之。

在本次研究中，由於考量到筆者的人力、時間限制與實際執行時的可能問題，故將研究對象設定為臺北市區的上班族。在一般的認知中，最有可能購買該類智慧型手機的

族群就是上班族，所以本次研究對象並不像其他有些相關手機研究是以學生族群為主要對象，而是以臺北市的上班族為範圍。

本篇研究的問卷抽樣，花了筆者以大約一個多月的時間，每天靠近中午休息時間，筆者便前往南京東路、臺北火車站、忠孝東路頂好商圈一帶上班族較密集的地區請路人作答，在街頭以一對一的方式請受訪者回答。一方面容易控制問卷品質，二來也較可避免受測者誤會題目的意義等狀況發生。

### 1.5 研究程序

根據行銷學大師 Kotler 的行銷研究方式，我也如同前人的腳步一般設計了類似的研究步驟，如下圖所示。先經過市場概況的分析引發本文之研究動機，探究對於智慧型手機的消費者行為，按照已經確立的研究架構以及研究變數訂定之基礎，進行本研究之問卷的設計，其後針對問卷做資料整理、分析，以歸納出本研究的研究結果，並提出建議。



圖 1 研究程序圖

## 第二章理論與文獻探討

本研究主要的目的是在於探討不同消費者的特性、智慧型手機屬性以及生活形態變數對消費者在購買智慧型手機時的意願上的影響，同時探討其背景於生活形態變數以及選擇的功能上的差異性。因此本章先針對消費者的行爲理論、消費者特性，再針對智慧型手機的產品屬性、環境變數進行相關文獻探討，以作為本研究之架構及假設的基礎。

### 2.1 智慧型手機的定義

一般來說，市場上對於智慧型手機有另外兩種稱呼，一是智慧型手機，另外一者是SmartPhone。而由製造廠商來區分，原先該公司以生產PDA為主，使其生產之PDA加上手機通話功能的手機，稱為智慧型手機（如HP為PDA生產商，其目前推出的產品，主要為智慧型手機）。而如NOKIA，原本為手機製造商，現在推出具有類似PDA功能的手機，市場上稱為SmartPhone。這兩種手機基本上是非常相似的，所以並無十分明確的區別，統稱智慧型手機。

### 2.2 PDA之概念及用途

個人數位助理（Personal Digital Assistance；簡稱PDA），此一詞彙起源於蘋果電腦公司前總裁John Scully於1992年提出，一開始是用以提供簡單的行程表、行事曆，以及通訊錄等個人資料管理。不過後來因為定價策略以及整體技術不成熟，導致一臺PDA接近兩千美金的高價，最後無法被市場接受而黯然退場。直到1996年Palm Computing公司推出了輕巧的「PILOT」系列，深受市場歡迎，而形成了PDA產品主流，繼之而起的包括了相關的PDA專用軟體：如行事曆、聯絡簿、電子字典軟體、計算機等等，及至近年的記憶體技術突破以及成本不斷降低，逐漸整合了無線上網WiFi、藍芽傳輸、文書軟體、試算表、投影片播放功能、MP3播放功能、電影短片播放功能等等，不只提供個人助理的功能，也還提供了豐富的娛樂以及文書功能，甚至還有強大的通訊能力。

### 2.3 PDA市場概況

依據IDC（國際數據資訊，是一間科技產業情報分析與諮詢顧問公司）及工研院經資中心的資料，我們可以清楚的看到自1999年起，全球PDA的出貨量呈現大幅度的成長，成長比例達到37.4%，而2000年出貨量達到923萬臺，成長率則高達133.7%。2001年全球的PDA出貨量達到了1320萬臺，成長率達40.9%，而2002年全球PDA的出貨量達到217.5萬臺，成長率則上看45%。雖然2003年全球PDA的出貨量達到1058萬臺，成長率卻向下修正為-14%。2004年全球PDA的出貨量達到920萬臺，成長率則為24.6%。而在2005年左右，純PDA市場急速萎縮，僅剩439.7萬臺，2006年則預估為237萬臺，衰退了46%。不過PDA並沒有因此而沒落，隨著產品的蛻變，PDA已經在手機、無線上網與全球定位系統（GPS）等附加應用相繼出現之後，帶動市場成長的力道。根據統計，2006年臺灣PDA產業出貨量上看1,879萬臺，而在純PDA市場萎縮及GPS應用走出PDA介面之後，智慧型手機將成為最主要的成長動力。而臺灣每年的PDA出口量佔了全世界的90%以上，這是

相當具有份量的。

## 2.4 購買行為理論

根據經濟學所說，消費者會根據自己的「預算」來選擇能夠在預算裡使自己獲得「最大效用」的商品組合。

### 2.4.1 效用

經濟學上談到，消費者基於個人的理性判斷，而因慾望無限、經濟資源有限，所以在「耗用資源滿足慾望」的過程中，必須要有所取捨，而人的偏好（preferences）則是決定取捨的基礎。

以科學的量化基礎來描述消費組合與偏好時，我們假設可能被選購的商品、勞務為  $X$ ，而個人的滿足程度我們將其定義為  $U$ ，而衍生出以下的定義：

$$U = f(X_1, X_2, \dots, X_n) \quad (2.4.1)$$

其中  $U$  稱做效用函數。

### 2.4.2 預算限制

而當一個人有其收入（Income），我們將其設定為  $I$ ，而商品  $X_1$  的售價假設為  $P_1$ ， $X_2$  的售價假設為  $P_2$ ，以此類推，商品  $X_n$  的售價為  $P_n$ 。

則該消費者的預算限制可以寫為：

$$P_1 X_1 + P_2 X_2 + \dots + P_n X_n \leq I \quad (2.4.2)$$

表示其支出不可能超過其所得。

### 2.4.3 消費者的最適選擇

人們的需求行為是「在預算限制之下追求效用極大」所推導出來的，所以在於滿足式（2.4.2）的條件下所求得的式（2.4.1）的最大解。

### 2.4.4 其他一些相關

商品之間的價格比，所代表的意義是在自由市場中的客觀兌換比。而商品之間的替換比例，則是由於消費者自身的理性選擇與自我偏好。

## 2.5 消費者行為理論

就一般的研究而言，消費者行為(Consumer behaviors)在學界中的看法並不一致，有下列幾種學說。

2.5.1 消費者行為是一種使客人可以決定是否要購買產品、服務的決策程序（Walter, 1974）。

2.5.2 是一串複雜的活動與行為，可分成生理與心理層面探究（Markin, 1974）。

### 2.5.3 Schiffman & Kaunk 則提出消費者決策流程：

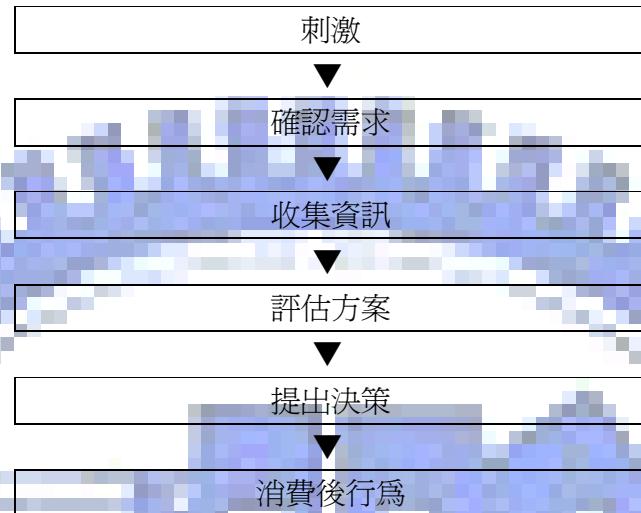


圖 2-1 Schiffman & Kaunk 提出的消費者決策流程（自行整理）

### 2.5.4 E.K.B.消費者行爲模式

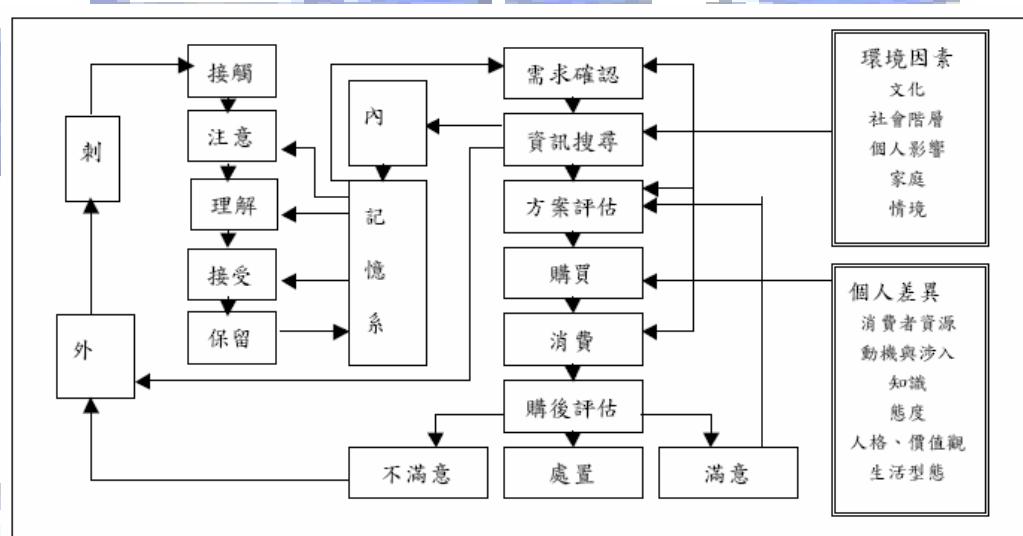


圖 2-2 E.K.B.消費者行爲模式圖

資料來源： Engel, Kollat and Blackwell, Consumer behavior, 8th , 1995

## 2.6 消費者涉入

### 2.6.1 涉入的定義

人在特定情境下受到刺激所引發，感覺到自己的重要性以及興趣（John Antil）。

### 2.6.2 涉入的分類

#### 1. 廣告涉入

又稱訊息涉入，指消費者對廣告訊息的認知反應程度(Greenwald & Leavittn,

1984)。

## 2. 產品涉入

指消費者對產品的重視程度或賦予產品的主觀意義(Bloch & Richins, 1983)。

## 3. 購買決策涉入

指消費者對購買決策或購買行為所認知的個人相關程度(Slama & Tashchian, 1985)。購買決策的涉入，與產品涉入有密切的關係。當產品涉入的程度高時，消費者的購買決策涉入程度也會提高，但購買決策具高度自我相關時，消費者會花相對比較多時間考慮、蒐集資訊，以做出合理的決定，此乃「高涉入購買決策」；反之，稱為低涉入購買決策 (Beatty & Smith, 1987)。

### 2.6.3 自信心愈高的消費者，對產品涉入程度也愈高。(林玉茹, 2003)

## 2.7 新產品採用過程

消費者可能經由各種管道獲得相關新產品的訊息，進而對新產品產生興趣以決定是否購買採用。一般俗稱「做功課」。

Rogers(1962)提出下列理論：

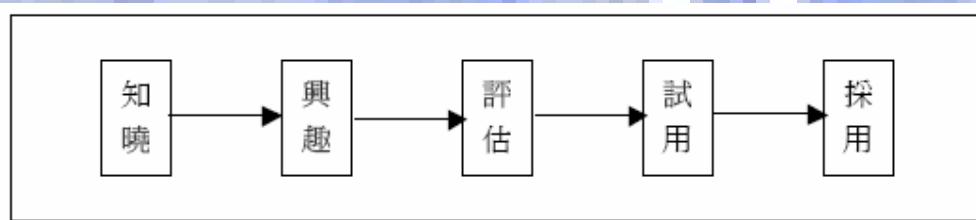


圖2-3 Rogers的新產品採用過程圖

1. 知曉(Awareness)：接觸到新產品的訊息，但尚無特別的興趣進一步去瞭解、搜尋相關的資訊。
2. 興趣(Interest)：受到刺激，產生興趣，進而去蒐集相關資訊。
3. 評估(Evaluation)：考慮是否要採用該新產品。
4. 試用(Trial)：有限度的試用或是小規模採買該新產品，並依據使用經驗判斷是否採用該新產品。
5. 採用(Adoption)：開始採用該項新產品(Rogers, 1962)。

## 2.8 知覺風險

2.8.1 消費者任何的購買行為都存有風險負擔的成分，購買活動的後果有些無法在購買行為發生的當下所能預期，而這些後果可能不是令人愉快的，或可能不如原先預期的（Bauer, 1960）。

2.8.2 當消費者覺得所買的產品可能達到預期的心理目標時，會覺得有危險，也就是產生所謂的知覺風險。而消費者的行為受到潛意識以及個人經驗影響，進而在不自覺中影響了他在心理層面對風險的接受程度（Cox, 1967）。

2.8.3 人在進行一項購買決策時會面臨到的五種風險（Jacoby & Kaplan, 1972）：

1. 功能層面：功能不如人所期待之可能。
2. 身體層面：有危害健康的可能。
3. 財務層面：該事物是否划算？價格是否合理？且是否經常要修理還要花錢？
4. 社會層面：危害消費者的社會形象。
5. 心理層面：無法和自我形象相稱，或對自尊和自我產生傷害。

2.8.4 高科技產品的生命週期較短，新舊產品間的更替快速，因此消費者為了降低購買高科技產品風險，必須花較多的時間來做功課（Moore, 1995）。

2.8.5 相關產品的不確定性，會延遲消費者的購買時機（Easingwood & Beard, 1989）。

2.8.6 高科技產品生命週期短、複雜性高，使得消費者所購買的新產品容易成為遭市場淘汰的舊產品。且需要讓消費者花更多的時間來學習使用新產品，無法充分享受該科技產品所能帶來的效用（張重昭, 1980）。

2.8.7 消費者特性、新產品屬性及環境變數對創新購買意願之影響（林俊宏, 2002）。

1. 績效風險：一般人較陌生，對其功能、效果存疑，對操作方式也不熟悉而無法發揮效用。
2. 淘汰風險：新產品附加的功能日益增多，既有產品易遭市場淘汰。
3. 財務風險：消費者可能因為行情，而花費較多的錢。

## 2.9 品牌形象

品牌形象代表了消費者心目中自我角色的投射。據了解，與自我認知越相近、越相符的商品，則較能獲得消費者的自我認同進而產生購買行為。代言人的效果也是如此。而品牌形象亦有一部份與來源國有關，而來源國代表的意義，分為三種：品牌來源國、製造來源國、文化來源國，而最有影響的則是第三個構面。

### 2.9.1 來源國形象 (王姿云, 2005)

1. 製造來源國與品牌來源國效果對消費者購買行為之影響程度並無顯著差異，然而，文化來源國效果之影響明顯優於前兩者。
2. 隨著消費者自身之價值觀不同、是否為創新者，來源國效果之影響程度也有所不同。其中，創新者較不受來源國效果所影響。
3. 對於重複購買之消費者(已擁有使用經驗)而言，較不受來源國效果之影響，而比較受產品印象、品牌知名度之影響。

### 2.9.2 品牌印象 (簡啓晏, 2005)

1. 泛指對人的行為並非全是由其知識與資訊來引導，個人所知覺到的「印象」，對其個體的行為判斷有重大的影響
2. 印象是一種事實與感情的混和體

### 2.9.3 品牌來源國 (任立平, 2005; 曹昌煌, 2005; 謝佳玲, 2005 )

是消費者辨識商品，認定品質的重要線索，有時甚至對消費者的認知、情感及態度上有其影響力。面對外國產品時，來源國(country-of-origin)的訊息在消費者作產品的評估及消費決策時是一個重要的外部線索。來源國訊息對消費者評估產品時的影響，可以分成三類：一是對一般產品整體性的認知，二是對特定種類產品的認知，三是對特定品牌的認知。

2.9.4 品牌形象與消費者真實、理想自我形象一致性越高，其購買意願也隨之增強。性別對於品牌形象與消費者真實或理想中的自我形象一致性程度並無顯著影響(林玉麟, 2003)。

2.9.5 不同所得水準下，品牌形象與消費者真實或理想自我概念一致性對購買意願的影響程度不同 (王偉臣, 2005)。

### 2.10 使用經驗：

使用經驗與製造品質亦是影響一個手機使用者很重要的變因，使用經驗愉快、製造品質紮實的品牌容易受到消費者的歡迎。而牽涉到使用經驗的一個重要關鍵，乃是行動電話的通訊品質、介面設計、觸感、圖形化介面、中文輸入法、鍵盤編排、按鍵的大小和好按與否，有密切的關係，直接關係到使用者的情緒經驗。

### 2.10.1 操作介面：

圖像意象共有3大因素並包含7個語彙。其中「語意傳達」因素包含：「有意義的」、「直覺的」、「易懂的」、「易記憶的」等四個語彙；「象徵意義」因素包含：「科技的」、「豐富的」等兩個語彙；「設計品質」因素則包含：「獨特的」語彙。「圖像主體」是圖像設計裡最重要的設計元素，尤其在「圖像風格」的類目中，以「寫實照片」所得到的正面評價為最多。「圖像主體角度-三度空間」也得到較多的正面評價，因為「三度空間」是現今行動電話所流行的表現手法，容易營造出科技的意象，頗受使用者青睞。「圖像線條-細的」也得到較多的正面評價，其主因是「寫實照片」的設計手法，通常會配合著較細的圖像邊緣線條（黃柏文, 2003）。

### 2.10.2 顏色與材質：

以白、紫、藍最受歡迎；而造型則與依消費者本身的價值與經驗還有經歷有相關，目前許多手機零售商宣稱，依舊是以折疊式的最受歡迎；材質部分，男性則偏好金屬質感，女性倒無此顯著差異。

### 2.10.3 圖形化介面：

「功能分頁圖像模式」的行動電話，使用者有較高的主觀滿意度，且在執行任務的操作上，所花的學習時間短、使用步數少。亦即整體而言，使用者對「功能分頁圖像模式」行動電話的態度與表現，比另外兩種呈現方式的行動電話為佳，這可能與「功能分頁圖像模式」，其有一固定導覽列位於銀幕呈現的上方有關。且使用者對有導覽列輔助其瞭解資訊架構的「功能分頁圖像模式」有最佳的表現（何宗翰, 2002）。

### 2.10.4 中文輸入法：

中文注音符號對應於按鍵的排列方式以及中文或注音字輸入方式，是使用者心中認為最具有影響力的因素（譚韻琪, 2003）。

### 2.10.5 人體工學、按鍵觸感：

高齡者在使用行動電話時最常感到困擾主要項目有：按鍵上的字太多太小、按鍵太小或同一按鍵功能太多、太多附加功能導致主要功能操作使用困難、顯示銀幕尺寸、字體太小、非中文顯示或中文輸入操作困難等問題。擁有大的顯示銀幕的行動電話設計方向，確實能有效改善高齡者使用目前市面上行動電話的問題與困擾，包括按鍵尺寸、銀幕尺寸、中文輸入等問題皆能得到有效的改善（褚俊宏, 2000）。

#### 3.1 研究架構

本研究的目的在找出何種消費者偏好何種功能選擇，因此架構乃著重於「人口統計與生活形態變數」與「智慧型手機的功能變數」，找出彼此之間的交互關係。粗略探討「什麼樣的消費者會願意與需要購買此類的手機」，並細部討論「什麼樣的消費者會需要何種功能」，並探討「對於該類型的手機的價位接受度」、「何種功能對消費者是必需的」。

本研究大綱以圖示如下：

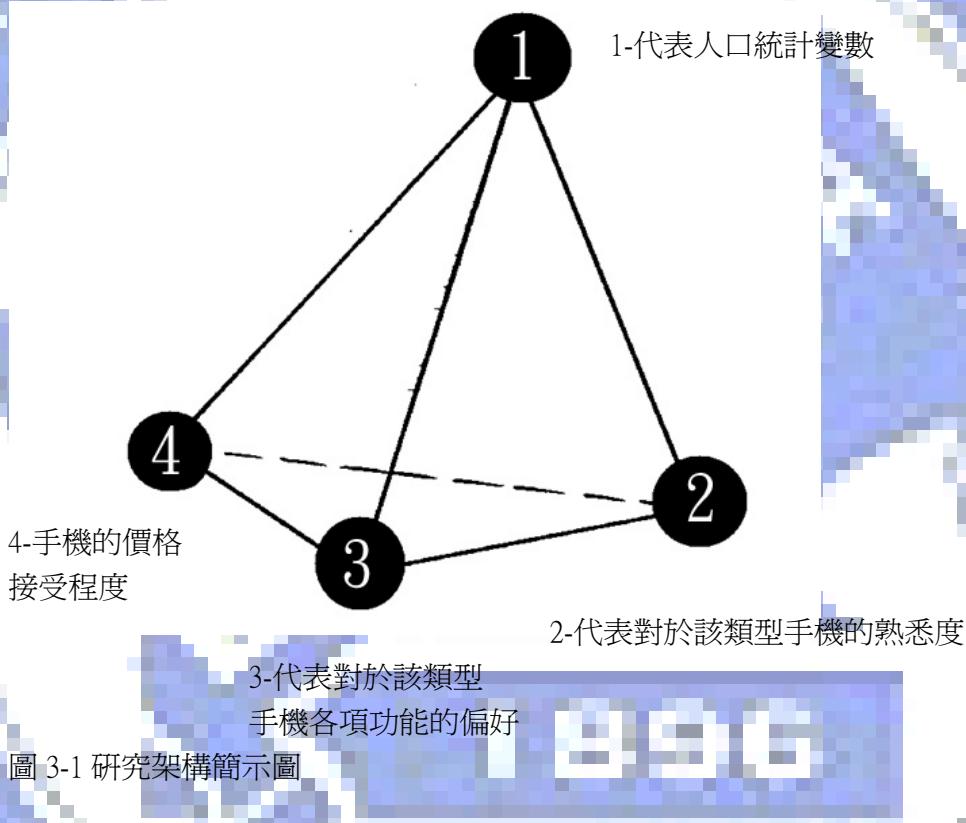


圖 3-1 研究架構簡示圖

由此圖中我們可以清楚的看到：

1→→2 間的關係表示人口統計變數如何影響熟悉程度？

1→→3 間的關係表示人口統計變數如何影響偏好？

1→→4 間的關係表示人口統計變數是否影響價格接受度？

2→→3 間的關係表示熟悉程度如何影響偏好。

2→→4 間的關係表示熟悉程度如何影響價格接受程度。

3←→4 間的關係表示價格接受程度與產品屬性偏好之間的關係。

另外，還有 3 內部之間各類偏好的關係為何？

這些都將於本研究中一一探索。

### 3.2 研究變數

本研究主要以智慧型手機的行銷為研究目標。而基於第二章文獻探討部分中所提及的理論與文獻資料，採用以下變數：

第一部份探討消費者對於智慧型手機該類商品的熟悉與接受程度，在問卷中，共有三個小題：

- (1) 對於智慧型手機該類商品的熟悉程度。
- (2) 看過介紹智慧型手機該類商品的相關文章後對於智慧型手機該類商品的購買意願。
- (3) 已持有者的品牌比例。

第二部份探討消費者對於智慧型手機該類商品的功能偏好，一共有十一題：

- (1) 對於手機銀幕大小的偏好。
- (2) 對於手機作業系統的偏好。
- (3) 對於手機輸入方式的偏好。
- (4) 對於手機傳輸方式的偏好。
- (5) 對於手機銀幕解析度的偏好。
- (6) 對於手機的名片辨識功能的偏好。
- (7) 對於手機的二維條碼解讀功能的偏好。
- (8) 對於手機播放 MP3 音質的偏好。
- (9) 對於手機內建數位相機的畫素的偏好。
- (10) 對於智慧型手機操作與待機時間的偏好。
- (11) 對於智慧型手機生產廠商的偏好。

第三部份探討消費者對於智慧型手機該類商品的價格接受程度。

第四部份探討本次研究受訪的消費者的人口統計變數與生活型態變數：

人口統計變數部份：

- (1) 消費者的每月平均收入。
- (2) 消費者的年齡。
- (3) 消費者的性別。
- (4) 消費者的學歷。

生活形態變數部份：

- (5) 消費者使用電腦的頻率。
- (6) 消費者的工作性質。
- (7) 消費者於職場中的職位。

### 3.3 研究假設

- H1a：不同人口統計變數之消費者在對於智慧型手機產品的熟悉度方面具有顯著差異
- H1b：不同人口統計變數之消費者對於智慧型手機產品的功能偏好上具有顯著差異
- H1c：不同人口統計變數之消費者對於智慧型手機產品的平均市場價格接受程度上具有顯著差異
- H2a：消費者的對於該類型產品的熟悉度對於產品功能的偏好方面具有顯著差異
- H2b：消費者的對於該類型產品的熟悉度對於產品平均市價的接受程度方面具有顯著差異
- H3：消費者對於產品功能與功能之間的偏好具有顯著差異
- H4：消費者的對於該類型產品的功能偏好與產品平均市價的接受程度方面具有顯著差異

### 3.4 資料分析方法

本研究進行時資料分析時使用敘述性統計分析來統計樣本各人口統計變數的分佈，藉以顯示樣本結構，並計算各變數或因素之平均數、變異數及百分比。所使用的統計軟體為SPSS。而使用到的統計方法包括：

1. 頻率分析(Frequency Analysis)：

觀察 Y 變數的分配情況。Y 為筆者設定的變數。

2. 獨立性卡方檢定：

若一母體的元素按照兩種不同的分類方式來分類時，獨立性卡方檢定可以驗證這兩種分類方式的相關性。本研究將以獨立性卡方檢定來驗證創新採用者類型與人口統計變數之間是否有關聯。檢驗Y=X的關係中，變數間是否有關聯性存在。

### 3.5 問卷設計

本研究之研究變數採名目尺度(nominal scale)。在整個的研究問卷設計個別問題時，乃是以明確性、獨立性和完整性為問題設計的原則，所以本研究問卷內容是以本研究之主題為主，盡力以求周密研究的可能。基於以下幾點原則：

1. 獨立性：同一問題之中的各選項為獨立無交集。
2. 周延性：同一問題中所有的選項包含了所有的可能性。
3. 簡潔性：語句言簡意賅，平易近人。

選項則反覆推敲琢磨以力求受測者皆能完整無誤的了解題目意涵。本研究問卷設計過程，先以問卷預試三次後再進行正式問卷，每次皆以大約 50 位親友同事試填作答，充份詢問受測者的意見與建議，再反覆與指導教授不斷推敲以求完善。

表 3-1 智慧型手機購買行爲問卷設計

變數名稱	衡量尺度	問卷內容
對該類手機的熟悉程度	名目尺度	1.沒聽過 2.有聽過但不清楚 3.約略知道 4.非常熟悉
已持有者的品牌	名目尺度	1.華碩 2.明基 3.Dopod 4.集嘉 5.HP 6.Motorola 7.Nokia 8.SonyEricsson 9.沒買
看過介紹後對該類商品的購買意願	名目尺度	1.不會 2.可能會 3.會 4.無意見/其他
對銀幕大小的偏好	名目尺度	1.越大越好 2.適中即可 3.無意見/其他
對作業系統的偏好	名目尺度	1.Win CE 2.Symbian 3.無意見/其他
對輸入方式的偏好	名目尺度	1.銀幕手寫 2.機身鍵盤 3.QWERTY 輸入法 4.無意見/其他
對傳輸方式的偏好	名目尺度	1.USB 2.IEEE1394 3.藍芽 4.紅外線 5.無意見/其他
對銀幕解析度的偏好	名目尺度	1.六萬五千色 2.二十六萬色 3.一千六百萬色 4.無意見/其他
對名片辨識功能的偏好	名目尺度	1.需要 2.不需要 3.無意見/其他
對二維條碼解讀功能的偏好	名目尺度	1.需要 2.不需要 3.無意見/其他
對播放 MP3 音質的偏好	名目尺度	1.很不在意 2.不在意 3.無意見/其他 4.在意 5.很在意
對內建數位相機畫素的偏好	名目尺度	1.一百萬以下 2.一到兩百萬 3.兩百萬以上 4.無意見/其他
對操作與待機時間的偏好	名目尺度	1.太短 2.略嫌不足 3.剛好 4.長
對生產廠商的偏好	名目尺度	1.華碩 2.明基 3.Dopod 4.集嘉 5.HP 6.Motorola 7.Nokia 8.SonyEricsson
對於該類商品的價格接受程度	名目尺度	1.太貴 2.有點貴 3.可以接受 4.無意見/其他

## 第四章 資料統計

本章主要分為五大部分：

- i. 對於智慧型手機該類商品的熟悉與接受程度的統計
- ii. 對於智慧型手機該類商品的偏好的統計
- iii. 對於智慧型手機該類商品的價格接受程度的統計
- iv. 對於已持有智慧型手機該類商品消費的統計
- v. 消費者的人口統計變數與生活形態變數之統計

第一部分是關於消費者的人口統計變數與生活形態變數之統計，共有七小題：

- (1) 消費者的每月平均收入。
- (2) 消費者使用電腦的頻率。
- (3) 消費者的工作性質。
- (4) 消費者於職場中的職位。
- (5) 消費者的年齡。
- (6) 消費者的性別。
- (7) 消費者的學歷。

第二部份探討消費者對於智慧型手機該類商品的熟悉與接受程度，在問卷中，共有三個小題：

- (1) 對於智慧型手機該類商品的熟悉程度。
- (2) 看過介紹智慧型手機該類商品的相關文章後對於智慧型手機該類商品的購買意願。
- (3) 已持有者的品牌比例。

第三部分消費者對於智慧型手機的一般消費行為，又分十一個小題，包括：

- (1) 對於手機銀幕大小的偏好。
- (2) 對於手機作業系統的偏好。
- (3) 對於手機輸入方式的偏好。
- (4) 對於手機傳輸方式的偏好。
- (5) 對於手機銀幕解析度的偏好。
- (6) 對於手機的名片辨識功能的偏好。
- (7) 對於手機的二維條碼解讀功能的偏好。
- (8) 對於手機播放 MP3 音質的偏好。
- (9) 對於手機內建數位相機的畫素的偏好。
- (10) 對於手機操作與待機時間的偏好。
- (11) 對於手機生產廠商的偏好。

第四部分則是關於消費者對於智慧型手機的價格接受程度。

以下是本次研究所統整得到的資料：

#### 4.1 樣本資料特性分析

本研究一共發放問卷 517 份，回收 507 份，回收率 98.7%，扣除作答不完整以及自相矛盾者 7 份，實際有效問卷共 500 份，有效回收率為 96.71%。

以下的表 4.1.1 至表 4.6 為回收有效問卷的消費者個人特徵在各項人口統計變數/生活形態變數及各項偏好的分佈狀況。

人口統計變數/生活形態變數，在本研究中共分七項：

- (1) 每月平均收入 (2) 使用電腦的頻率 (3) 工作性質 (4) 職位
- (5) 年齡 (6) 性別 (7) 學歷

##### 4.1.1 樣本每月平均收入分佈

表 4.1 樣本每月平均收入之分佈

每月平均收入	人數	百分比	累積百分比
5 萬以下	115	23%	23%
5-8 萬	106	21.20%	44.20%
8-10 萬	172	34.40%	78.60%
10 萬以上	107	21.40%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，受訪者有 115 人，相當於全體的 23%，其每月平均收入在五萬元新臺幣以下。而每月平均收入在五萬元到八萬元的約佔 21.2%，有 106 人。八萬元到十萬元之間的受訪者則有 172 人，佔全體的 34.4%。而收入十萬元以上的受訪者則有 107 人，佔總體 21.4%。

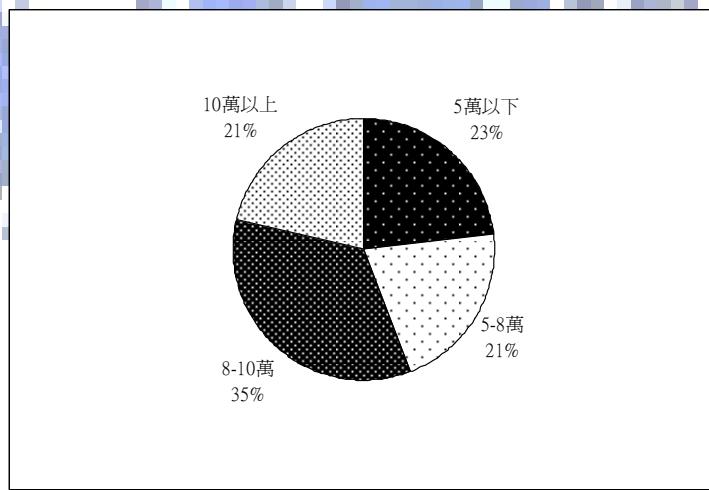


圖 4-1 樣本每月平均收入分佈

#### 4.1.2 樣本使用電腦的頻率之分佈

表 4-2 樣本使用電腦的頻率之分佈

使用電腦的頻率	人數	百分比	累積百分比
幾乎不用	130	26%	26%
不太常使用	120	24%	50%
普通	85	17%	67%
常常使用	87	17.40%	84.40%
幾乎離不開電腦	78	15.60%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，受訪者中有 130 人，相當於全體的 26%，其使用電腦的頻率為幾乎不用。不太常使用電腦的受訪者約佔 24%，共有 120 人。而使用電腦的頻率為普通的受訪者則有 85 人，佔全體的 17%。常常使用電腦的受訪者則有 87 人，佔總體 17.4%。而幾乎無法離開電腦的人有 78 人，佔總體 15.6%。

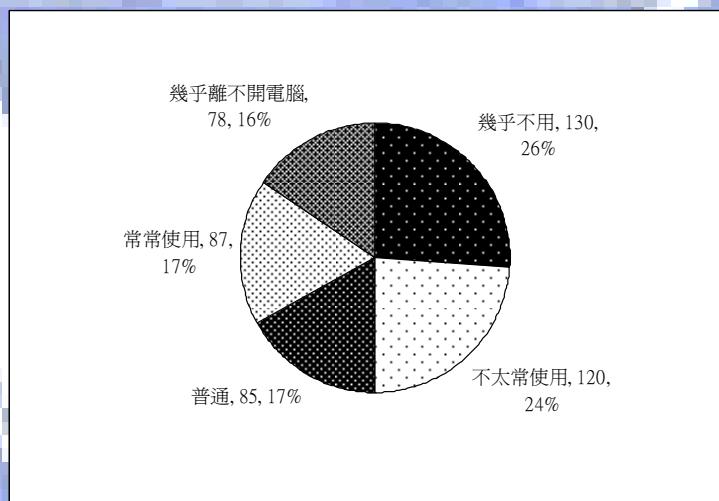


圖 4-2 樣本使用電腦的頻率之分佈

### 4.1.3 樣本工作性質分佈

表 4-3 樣本工作性質之分佈

工作性質	人數	百分比	累積百分比
軍、公、教	46	9.20%	9.20%
科技業	137	27.40%	36.60%
金融業	152	30.40%	67.00%
服務業	128	25.60%	92.60%
製造業	33	6.60%	99.20%
其他	4	0.80%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，受訪者有 46 人，即相當於全體的 9.2%，其工作性質為軍公教。而從事科技業的受訪者約佔 21.2%，共有 137 人。從事金融業的受訪者則有 152 人，佔全體的 30.4%。從事服務業的受訪者則有 128 人，佔總體的 25.6%。從事製造業的受訪者則有 33 人，佔總體的 6.6%。從事其他行業的受訪者則只有 4 人，佔總體的 0.8%。

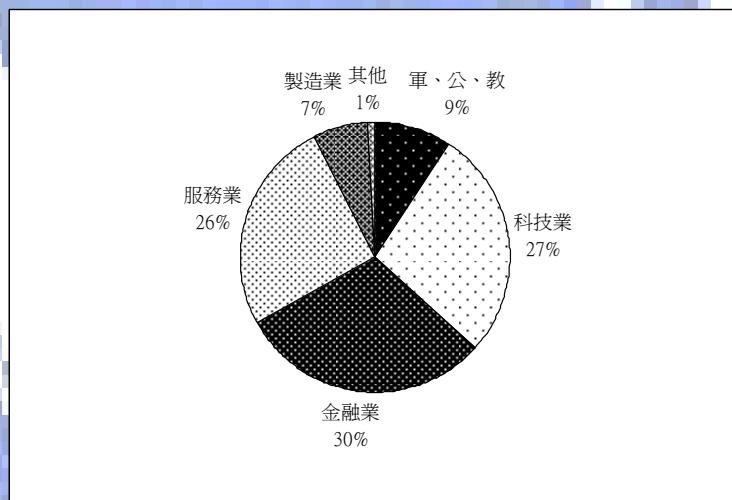


圖 4-3 樣本工作性質之分佈

#### 4.1.4 樣本職位分佈

表 4-4 樣本職位之分佈

職位	人數	百分比	累積百分比
基層員工	155	31%	31%
主管	182	36.40%	67.40%
秘書	93	18.60%	86%
老闆	37	7.40%	93.40%
顧問	19	3.80%	97.20%
其他	14	2.80%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，受訪者有 155 人，相當於全體的 31%，其自認為職位屬於基層員工。而自認為職位屬於主管的受訪者約佔 36.4%，共有 182 人。自認為職位屬於秘書的受訪者則有 93 人，佔全體的 18.6%。自認為職位屬於老闆的受訪者則有 37 人，佔 7.4%。自認為職位屬於顧問的受訪者共有 19 名，佔 3.8%。自認為職位屬於「其他」類別的，共有 14 名，佔 2.8%。

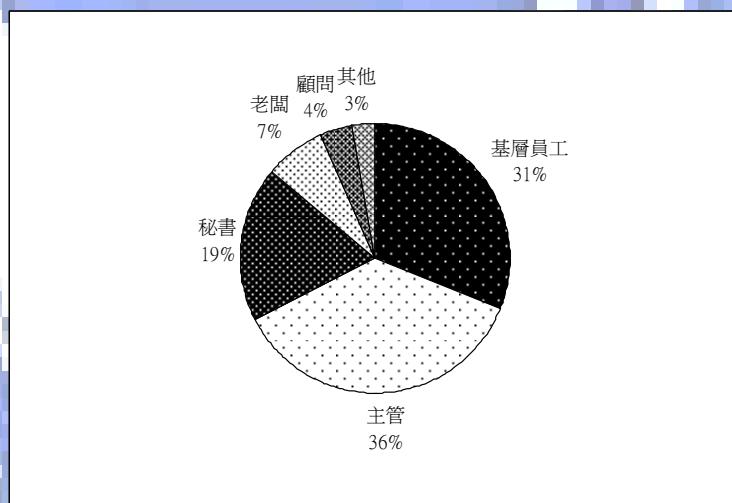


圖 4-4 樣本職位之分佈

#### 4.1.5 樣本年齡分佈

表 4-5 樣本年齡之分佈

年齡	人數	百分比	累積百分比
29 以下	163	32.60%	32.60%
30-40	173	34.60%	67.20%
41-55	126	25.20%	92.40%
55 以上	38	7.60%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，年齡在 29 歲以下的受訪者共有 163 人，佔總體的 32.6%。年齡在 30 至 40 歲的受訪者共有 173 人，佔總體的 34.6%。年齡在 41 至 55 歲的受訪者共有 126 人，佔總體的 25.2%。年齡在 55 歲以上的受訪者共有 38 人，佔總體的 7.6%。

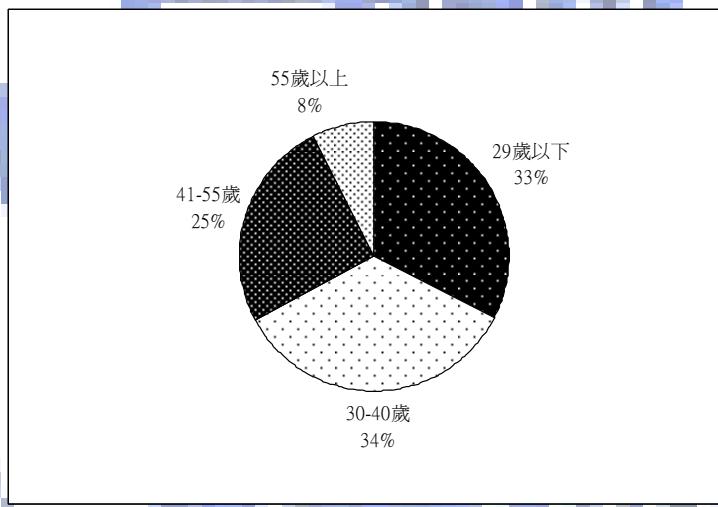


圖 4-5 樣本年齡之分佈

#### 4.1.6 樣本性別分佈

表 4-6 樣本性別之分佈

性別	人數	百分比	累積百分比
男	259	51.80%	51.80%
女	241	48.20%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，男性受訪者共有 259 人，佔總體的 51.8%。女性受訪者則有 241 人，佔總體的 48.2%

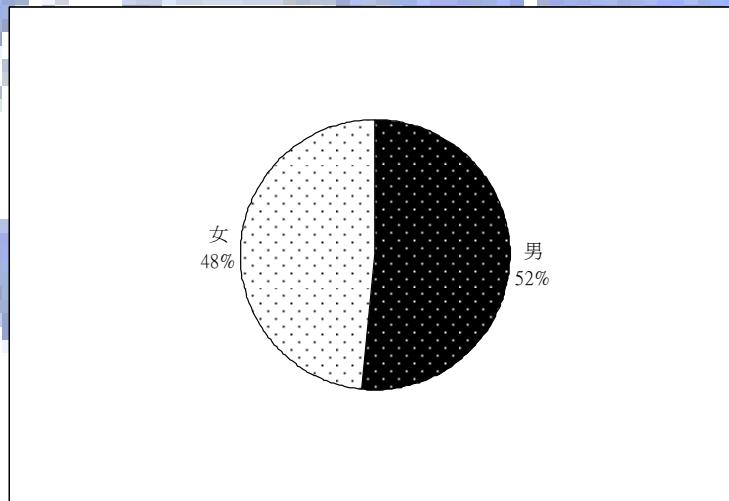


圖 4-6 樣本性別之分佈

189/6

#### 4.1.7 樣本學歷分佈

表 4-7 樣本學歷之分佈

學歷	人數	百分比	累積百分比
高中職以下	73	14.60%	14.60%
大學、專科	213	42.60%	57.20%
碩、博士	214	38.80%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，學歷屬於高中職以下的受訪者共有 73 人，佔全體的 14.6%。而學歷屬於大學、專科的受訪者共有 213 人，佔全體的 42.6%。而學歷屬於碩、博士的受訪者共有 214 人，佔全體的 38.8%。

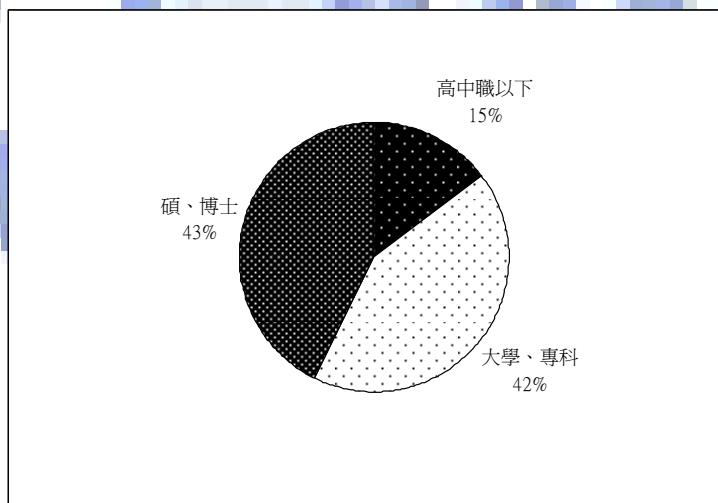


圖 4-7 樣本學歷之分佈

## 4.2 樣本對於該類商品的熟悉與接受程度

### 4.2.1 樣本對該類商品的熟悉程度

表 4-8 樣本對於智慧型手機的熟悉程度之分佈

對於智慧型手機的熟悉程度	人數	百分比	累計百分比
沒聽過	22	4.40%	4.4%
有聽過但不清楚	84	16.80%	21.2%
約略知道	253	50.60%	71.8%
非常熟悉	141	28.20%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，自認為從沒聽過智慧型手機該類商品的受訪者共有 22 人，佔總體的 4.4%。自認為有聽過但不清楚智慧型手機該類商品的受訪者共有 84 人，佔總體的 16.8%。自認為約略知道智慧型手機該類商品的受訪者共有 253 人，佔總體的 50.6%。自認為非常熟悉智慧型手機該類商品的受訪者共有 141 人，佔總體的 28.2%。

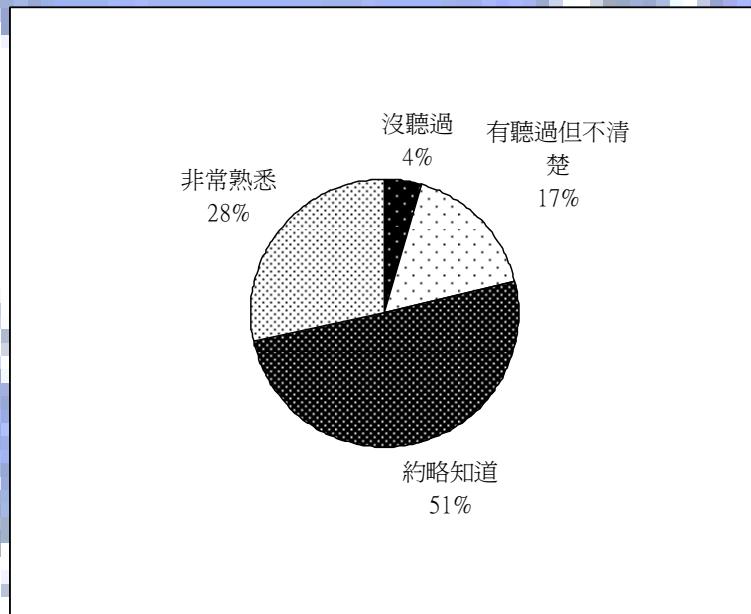


圖 4-8 樣本對於智慧型手機的熟悉程度之分佈

#### 4.2.2 樣本看過該類商品簡介後的接受程度

表 4-9 樣本在看過智慧型手機的簡介後的接受度之分佈

看過文章介紹後對於智慧型手機的購買意願	人數	百分比	累計百分比
不會	177	35.40%	35.4%
可能會	89	17.80%	53.2%
會	37	7.40%	60.6%
無意見/其他	197	39.40%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，樣本在看過對於智慧型手機該類商品的相關簡介之後，自認為不會購買智慧型手機該類商品的受訪者共有 177 人，佔總體的 35.4%。自認為可能會購買智慧型手機該類商品的受訪者共有 89 人，佔總體的 17.8%。自認為會購買智慧型手機該類商品的受訪者共有 37 人，佔總體的 7.4%。而無意見或有其他想法的受訪者共有 197 人，佔 39.4%。

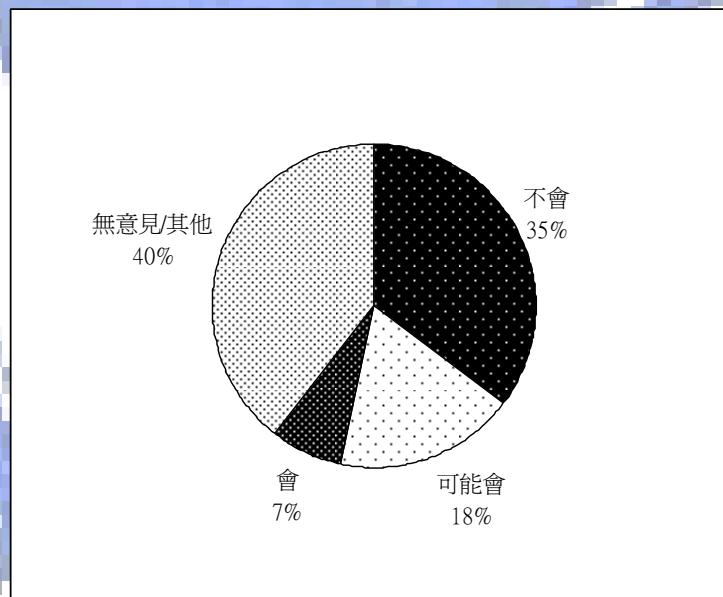


圖 4-9 樣本在看過智慧型手機的簡介後的接受度之分佈

### 4.2.3 樣本已持有手機之品牌比例

表 4-10 樣本已持有智慧型手機之品牌比例

對於智慧型手 機生產廠商的 偏好	人數	總比例	持有中的百分比
沒買	357	71.4%	N
華碩	17	3.4%	11.89%
明基	16	3.2%	11.19%
Dopod	29	5.8%	20.28%
集嘉	7	1.4%	4.90%
HP	14	2.8%	9.80%
Motorola	37	7.4%	25.87%
Nokia	6	1.2%	4.20%
SonyEricsson	17	3.4%	11.89%
總計	500	28.6%	100%

由資料顯示，研究樣本中，有 143 人已經持有該類型手機。28.6%已持有，而持有的比例中，目前比例最多的是 Motorola，約佔了 26%，其次是多普達，佔了 20%。

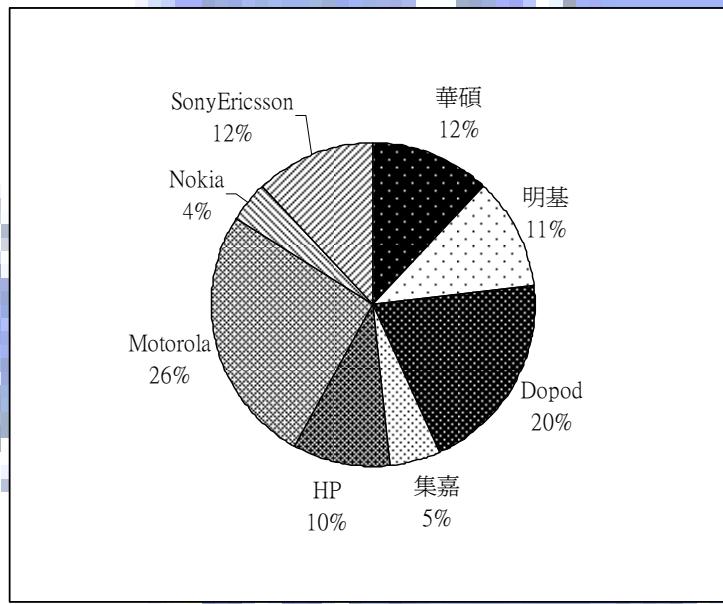


圖 4-10 樣本已持有智慧型手機之品牌比例

## 4.3 消費者對於智慧型手機的一般消費偏好

### 4.3.1 樣本對於手機銀幕大小的偏好

表 4-11 樣本對於智慧型手機銀幕大小偏好之分佈

對於手機銀幕大小的偏好	人數	百分比	累計百分比
越大越好	337	67.40%	67.4%
適中即可	144	28.80%	96.2%
無意見/其他	19	3.80%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，研究樣本對於手機銀幕大小的尺寸，有 337 人偏好越大越好，佔總體的 67.4%。有 144 人偏好適中，佔總體的 28.8%。有 19 表示無意見或其他，佔 3.8%。

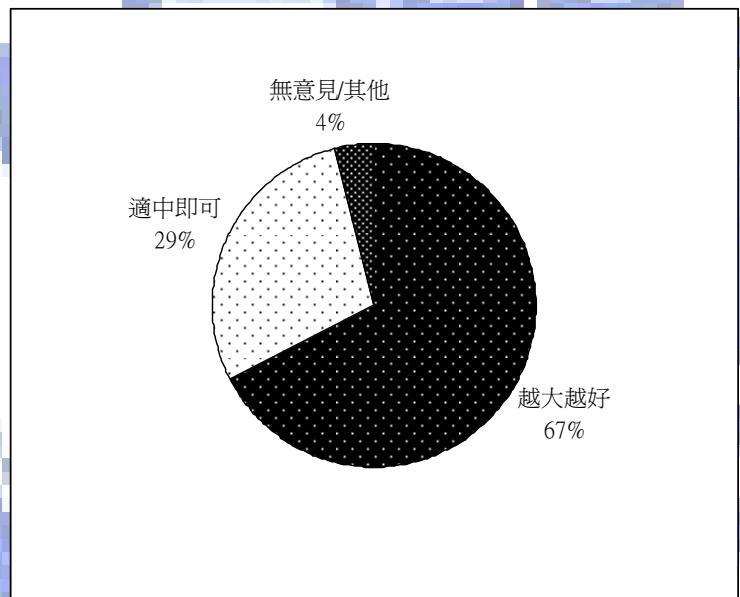


圖 4-11 樣本對於智慧型手機銀幕大小偏好之分佈

### 4.3.2 樣本對於手機作業系統的偏好

表 4-12 樣本對於智慧型手機作業系統的偏好之分佈

對於手機作業系統的偏好	人數	百分比	累計百分比
Win CE	69	13.80%	13.8%
Symbian	57	11.40%	25.2%
無意見/其他	374	74.80%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，研究樣本對於手機的作業系統，有 69 人偏好 Win CE 作業系統，佔總體的 13.8%。有 57 人偏好 Symbian 系列的作業系統，佔總體的 11.4%。有 374 人表示無意見或其他，佔 74.8%。

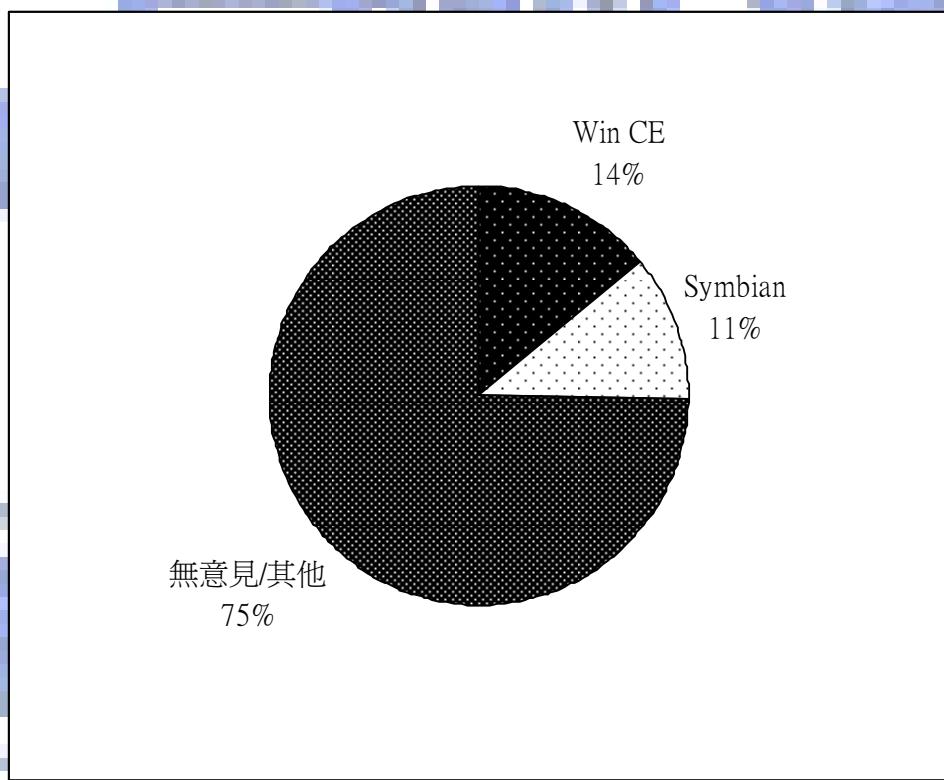


圖 4-12 樣本對於智慧型手機作業系統的偏好之分佈

### 4.3.3 樣本對於手機輸入文字方式的偏好

表 4-13 樣本對於智慧型手機輸入文字方式的偏好之分佈

對於手機輸入方式的偏好	人數	百分比	累計百分比
銀幕手寫	266	53.20%	53.2%
機身鍵盤	211	42.20%	95.4%
QWERTY 輸入法	17	3.40%	98.8%
無意見/其他	6	1.20%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，研究樣本對於手機的文字輸入方式，有 266 人偏好銀幕手寫輸入法，佔總體的 53.2%。有 211 人偏好手機內建機身鍵盤，佔總體的 42.2%。有 17 人偏好 QWERTY 輸入法，佔全體的 3.4%。另外有 6 人表示無意見或其他，佔 1.2%。

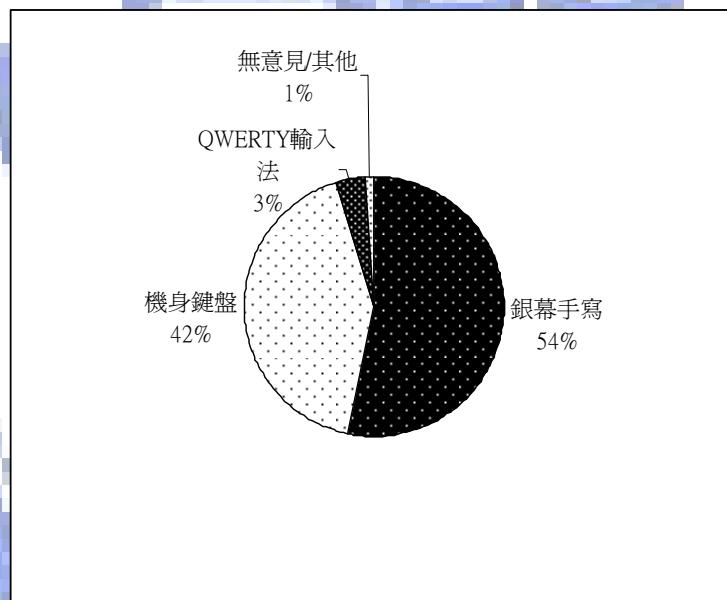


圖 4-13 樣本對於智慧型手機輸入文字方式的偏好之分佈

#### 4.3.4 樣本對於手機資料傳輸方式的偏好

表 4-14 樣本對於智慧型手機資料傳輸方式的偏好之分佈

對於手機傳輸方式的偏好	人數	百分比	累計百分比
USB	196	39.20%	39.2%
IEEE1394	131	26.20%	65.4%
藍芽	120	24.00%	89.4%
紅外線	21	4.20%	93.6%
無意見/其他	32	6.40%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，研究樣本對於手機資料傳輸方式，有 196 人偏好以 USB 介面傳輸，佔總體的 39.2%。有 131 人偏好 IEEE1394，佔總體的 26.2%。有 120 人偏好藍芽，佔 24%。有 21 人偏好紅外線傳輸，佔 4.2%。表示無意見或其他則有 32 人，佔 6.4%。

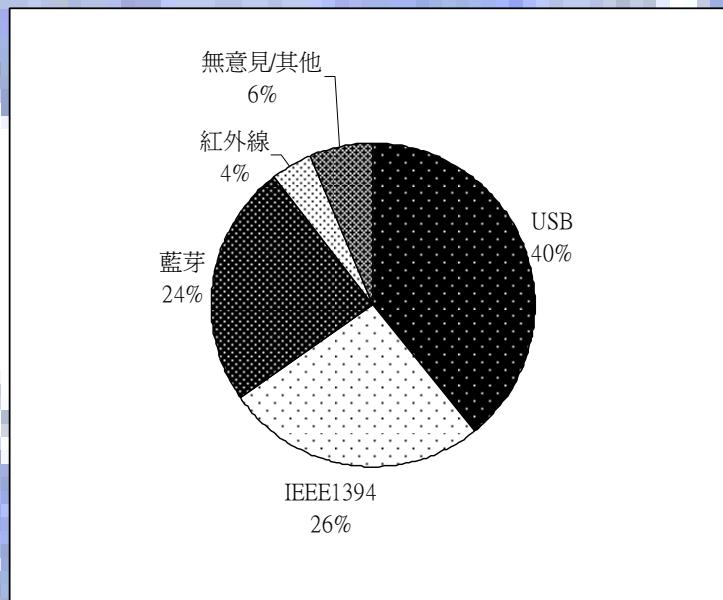


圖 4-14 樣本對於智慧型手機資料傳輸方式的偏好之分佈

### 4.3.5 樣本對於手機銀幕解析度的偏好

表 4-15 樣本對於智慧型手機銀幕解析度的偏好之分佈

對於手機銀幕解析度的偏好	人數	百分比	累計百分比
六萬五千色	56	11.20%	11.2%
二十六萬色	26	5.20%	16.4%
一千六百萬色	381	76.20%	92.6%
無意見/其他	37	7.40%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，研究樣本對於手機的銀幕解析度，有 56 人偏好六萬五千色，佔總體的 11.2%。有 26 人偏好二十六萬色，佔總體的 5.2%。有 381 人偏好一千六百萬色以上的銀幕，佔 76.2%。表示無意見或其他的則有 37 人，佔 7.4%。

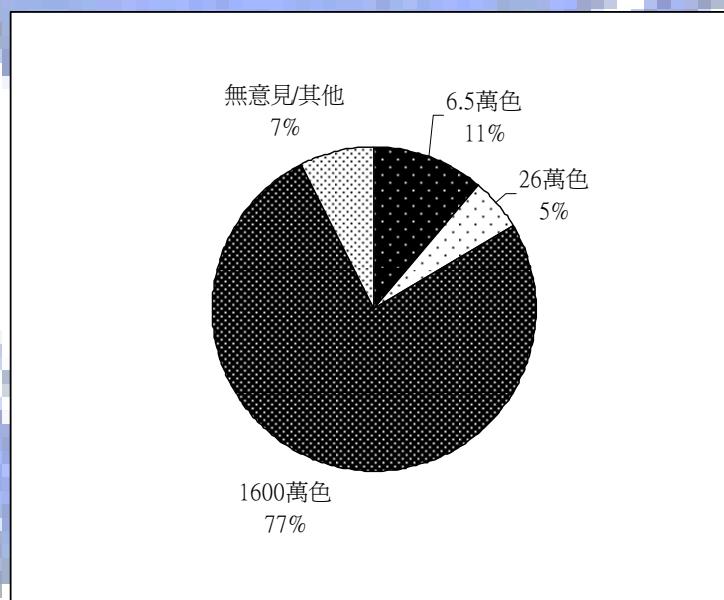


圖 4-15 樣本對於智慧型手機銀幕解析度的偏好之分佈

#### 4.3.6 樣本對於手機名片辨識功能的需要偏好

表 4-16 樣本對於智慧型手機名片辨識功能需要與否之分佈

對於手機的 名片辨識功 能的偏好	人數	百分比	累計百分比
需要	339	67.80%	67.8%
不需要	82	16.40%	84.2%
無意見/其他	79	15.80%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，研究樣本對於手機名片辨識功能的需要與否，有 339 人表示需要，佔總體的 67.8%。有 82 人表示不需要，佔總體的 16.4%。有 79 人表示無意見或其他，佔 15.8%。

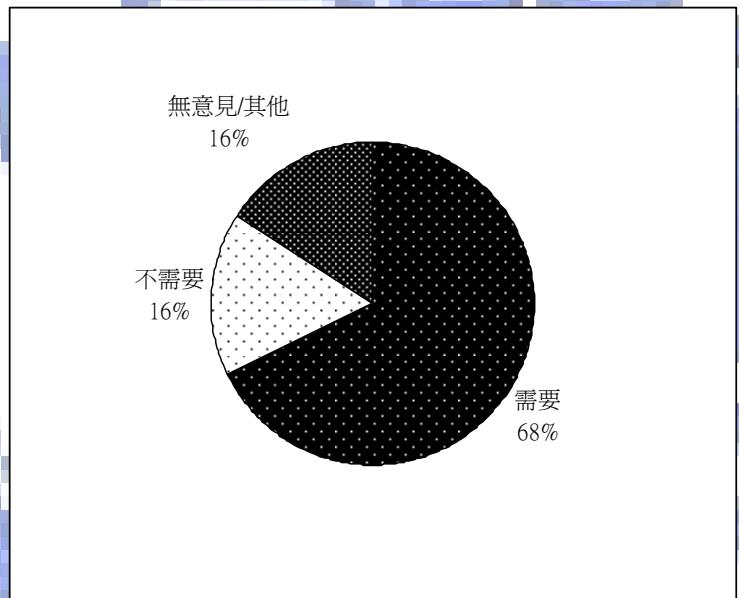


圖 4-16 樣本對於智慧型手機名片辨識功能需要與否之分佈

#### 4.3.7 樣本對於手機二維條碼解讀功能的需要偏好

表 4-17 樣本對於智慧型手機二維條碼解讀功能的需要之分佈

對於手機的二維 條碼解讀功能的 偏好	人數	百分比	累計百分比
需要	94	18.80%	18.8%
不需要	128	25.60%	44.4%
無意見/其他	278	55.60%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，研究樣本對於手機的二維條碼解讀功能，有 94 人偏好需要，佔總體的 18.8%。有 128 人偏好不需要，佔總體的 25.6%。有 278 人表示無意見或其他，佔 55.6%。

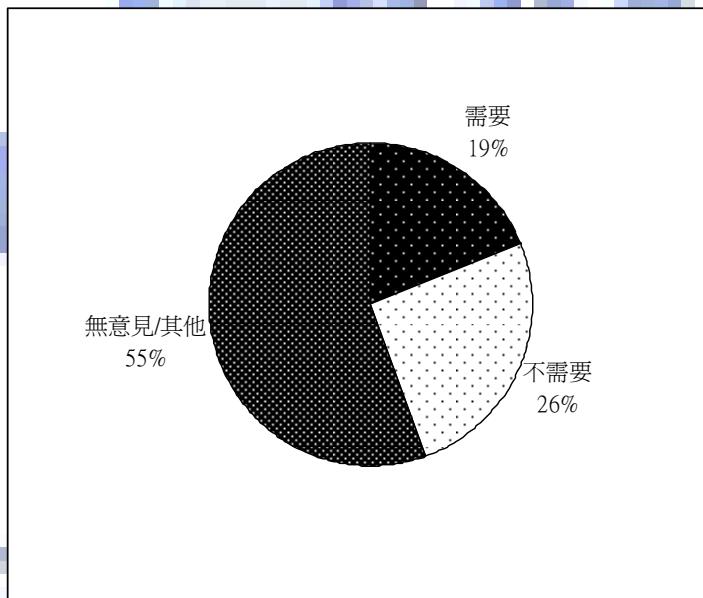


圖 4-17 樣本對於智慧型手機二維條碼解讀功能的需要之分佈

#### 4.3.8 樣本對於手機播放 MP3 之音質的偏好

表 4-18 樣本對於智慧型手機播放 MP3 之音質的偏好之分佈

對於手機播放 MP3 音質的偏好	人數	百分比	累計百分比
很不在意	68	13.60%	13.6%
不在意	61	12.20%	25.8%
無意見/其他	89	17.80%	43.6%
在意	164	32.80%	76.4%
很在意	118	23.60%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，研究樣本對於手機播放 MP3 之音質，有 129 人（68+61）偏好不在意，佔總體的 25.8%。有 282 人（164+118）偏好在意，佔總體的 56.4%。有 89 人表示無意見或其他，佔 17.8%。

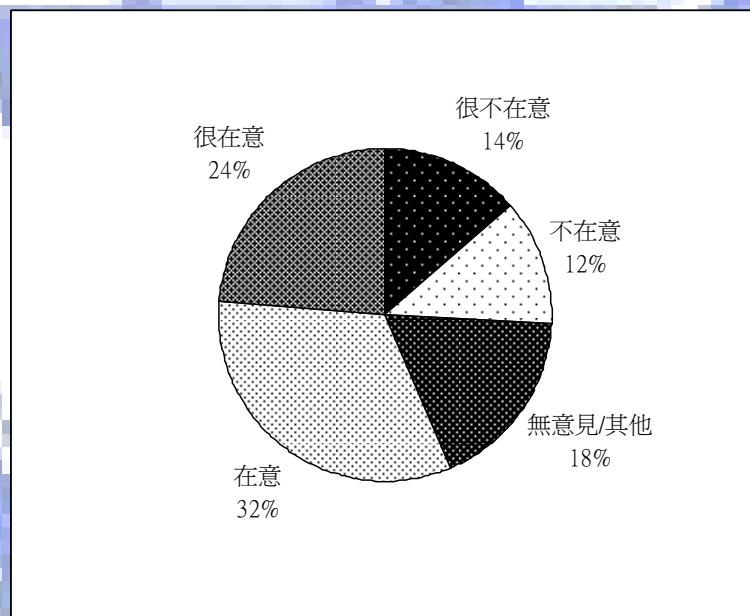


圖 4-18 樣本對於智慧型手機播放 MP3 之音質的偏好之分佈

### 4.3.9 樣本對於手機內建數位相機之畫素大小的偏好

表 4-19 樣本對於智慧型手機內建數位相機之畫素大小的偏好之分佈

對於手機內建數位相機的畫素的偏好	人數	百分比	累計百分比
一百萬以下	63	12.60%	12.6%
一至兩百萬	70	14.00%	26.6%
兩百萬以上	233	46.60%	73.2%
無意見/其他	134	26.80%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，研究樣本對於手機的內建數位相機之畫素大小，有 63 人偏好一百萬以下，佔總體的 12.6%。有 70 人偏好一至兩百萬，佔總體的 14%。有 233 人偏好兩百萬以上，佔總體的 46.6%。有 134 人表示無意見或其他，佔 26.8%。

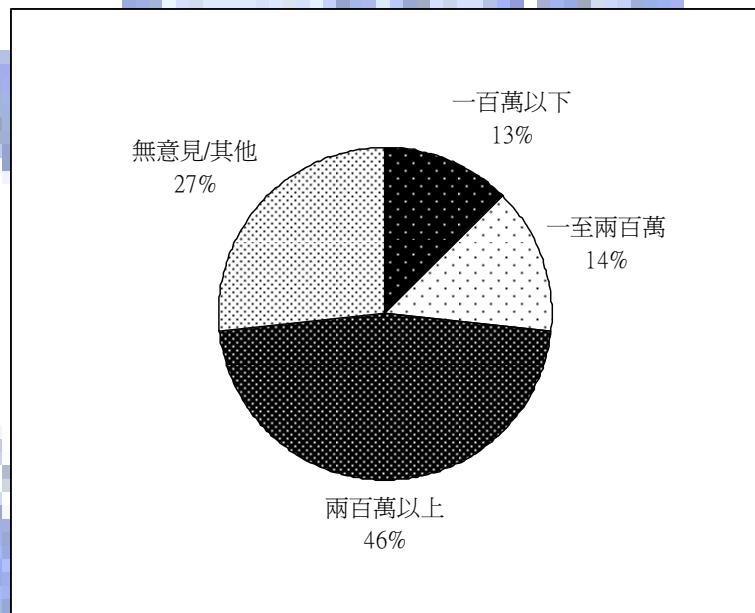


圖 4-19 樣本對於智慧型手機內建數位相機之畫素大小的偏好之分佈

#### 4.3.10 樣本對於手機操作與待機時間的偏好

表 4-20 樣本對於智慧型手機操作與待機時間偏好之分佈

對於智慧型手 機操作與待機 時間的偏好	人數	百分比	累計百分 比
太短	384	76.80%	76.8%
略嫌不足	73	14.60%	91.4%
剛好	35	7.00%	98.4%
長	8	1.60%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，研究樣本對於智慧型手機操作與待機時間，有 457 人（384+73）覺得不足，佔總體的 91.4%。有 43 人覺得夠用（35+8），佔總體的 8.6%。

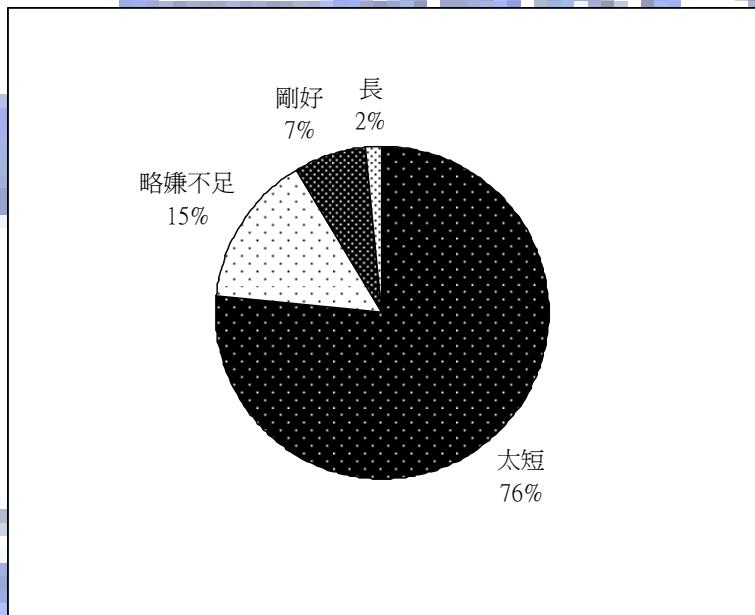


圖 4-20 樣本對於智慧型手機操作與待機時間偏好之分佈

#### 4.3.11 樣本對於手機的生產廠商之偏好

表 4-21 樣本對於智慧型手機的生產廠商的偏好之分佈

對於智慧型手 機生產廠商的 偏好	人數	百分比	累計百分比
無意見/其他	9	1.80%	1.8%
華碩	29	5.80%	7.6%
明基	37	7.40%	15%
Dopod	97	19.40%	34.4%
集嘉	23	4.60%	39%
HP	37	7.40%	46.4%
Motorola	102	20.40%	66.8%
Nokia	107	21.40%	88.2%
SonyEricsson	59	11.80%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，研究樣本對於智慧型手機的生產廠商，有 107 人偏好 Nokia，佔總體的 21.4%。有 102 人偏好 Motorola，佔總體的 20.4%。有 97 人偏好 Dopod，佔 19.4%。

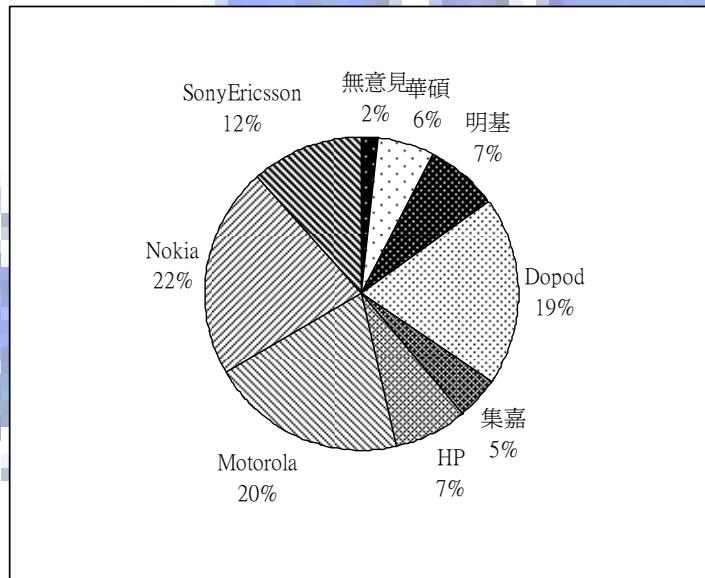


圖 4-21 樣本對於智慧型手機的生產廠商的偏好之分佈

#### 4.4 消費者對於智慧型手機的價格接受程度

表 4-22 樣本對於智慧型手機的價格接受程度

對於智慧型手機的市售行情的接受程度	人數	百分比	累積百分比
太貴	165	33.00%	33%
有點貴	149	29.80%	62.80%
可以接受	108	21.60%	84.40%
無意見/其他	78	15.60%	100%
總計	500	100.00%	

由資料顯示，研究樣本對於手機的價格接受程度，有 165 人覺得市售價格太貴，佔總體的 33%。有 149 人覺得有點貴，佔總體的 29.8%。有 108 人表示可接受，佔 21.6%。有 78 人無意見或是有其他的看法，佔總體的 15.6%。

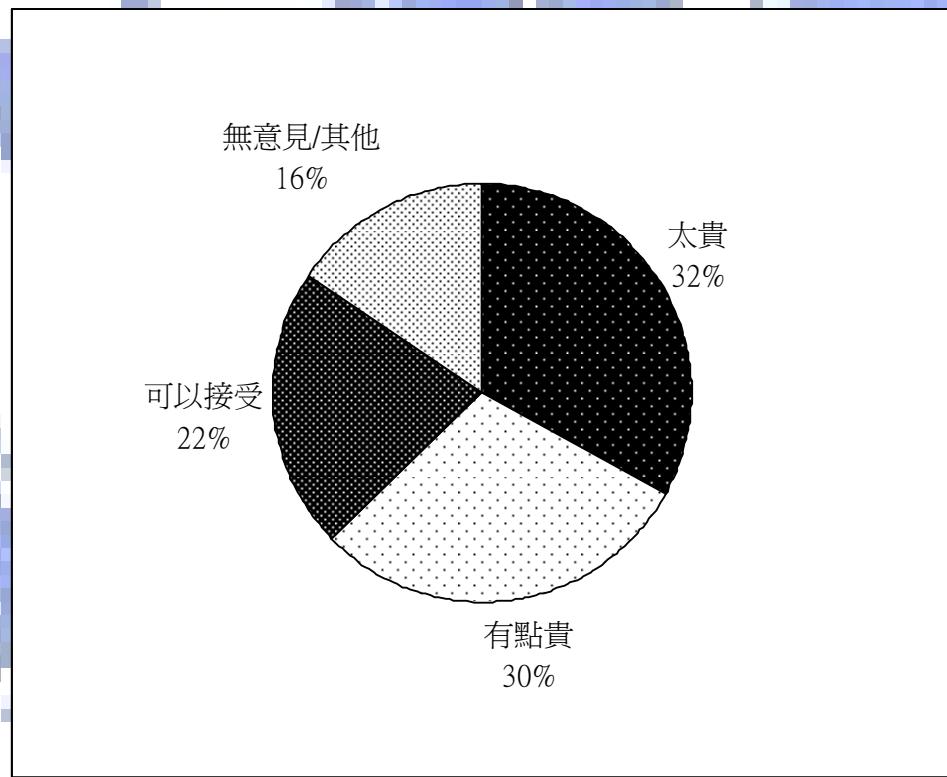


圖 4-22 樣本對於智慧型手機的價格接受程度

## 4.5 資料分析方法

本研究資料的分析，乃在於將所收集到的問卷資料，先去除掉作答不完全的問卷，編碼輸入電腦，依據不同的研究目的，配合不同的研究方法，使用電腦統計分析軟體 SPSS10.0 版，分析所收集而得的數據資料與資訊。

在此先對 X 以及 Y 變數作定義：

- X：本研究定義分析中的區隔變數為變數 X
- Y：本研究定義筆者感興趣且在本文中研究的變數

本研究中所使用到的統計方法，主要是頻率分析與單變數變異數分析以及卡方檢定：

1. 頻率分析：主要用以觀看筆者感興趣的變數（Y 變數）的分配狀況。
2. 單變數的變異數分析：也就是使用卡方檢定來確認不同變數之間是否有相關連。

而上述所及的 Y 變數為應變數，而區隔變數（變數 X）為自變數，分別對研究目的上的差異說明如下：

（1）對於智慧型手機該類商品的熟悉程度分析：

根據樣本對於智慧型手機的熟悉程度將其分為四種等級，分別是「沒聽過」、「有聽過但不清楚」、「約略知道」與「非常熟悉」。

頻率分析：研究樣本族群對於智慧型手機的熟悉程度的分佈狀況。

卡方檢定：分析這四類族群，在人口統計變數以及偏好選擇上有何種特徵。因此這裡的 Y 變數為「對於智慧型手機的熟悉程度」，而 X 變數人口統計變數、生活形態變數。

（2）對於智慧型手機銀幕大小的偏好分析：

根據智慧型手機銀幕的大小尺寸，將樣本的偏好分類為三種，分別是「喜歡越大越好」、「適中即可」與「無意見或其他的想法」。

頻率分析：研究樣本族群對於智慧型手機的銀幕大小的偏好的分佈狀況。

卡方檢定：分析這三類族群，在人口統計變數以及偏好選擇上有何種特徵。因此這裡的 Y 變數為「對於智慧型手機的銀幕大小的偏好」，而 X 變數人口統計變數、生活形態變數。

（3）對於智慧型手機作業系統的偏好分析：

根據智慧型手機的作業系統的不同，將樣本對其的偏好分類成為三種，分別是「Windows CE 系列」、「Symbian 系列」與「無意見或其他的系列」。

頻率分析：研究樣本族群對於智慧型手機的作業系統之偏好的分佈狀況。

卡方檢定：分析這三類族群，在人口統計變數以及偏好選擇上有何種特徵。因此這裡的 Y 變數為「對於智慧型手機的作業系統之偏好」，而 X 變數人口統計變數、生活形態變數。

(4) 對於智慧型手機輸入文字方式的偏好分析：

根據智慧型手機的輸入文字方式，將樣本對輸入方式的偏好分類成爲四種，分別是「銀幕手寫」、「機身鍵盤」、「QWERTY 輸入法」與「無意見或其他的輸入方式」。

頻率分析：研究樣本族群對於智慧型手機的輸入方式之偏好的分佈狀況。

卡方檢定：分析這四類族群，在人口統計變數以及偏好選擇上有何種特徵。因此這裡的 Y 變數為「對於智慧型手機輸入文字方式的偏好」，而 X 變數人口統計變數、生活形態變數。

(5) 對於智慧型手機資料傳輸方式的偏好分析：

根據智慧型手機的資料傳輸方式，將樣本的偏好分類成爲五種，分別是「USB 傳輸」、「IEEE1394 傳輸」、「藍芽傳輸」、「紅外線傳輸」與「無意見或其他的傳輸方式」。

頻率分析：研究樣本族群對於智慧型手機資料傳輸方式的偏好的分佈狀況。

卡方檢定：分析這五類族群，在人口統計變數以及偏好選擇上有何種特徵。因此這裡的 Y 變數為「對於智慧型手機資料傳輸方式的偏好」，而 X 變數人口統計變數、生活形態變數。

(6) 對於智慧型手機銀幕解析度的偏好分析：

根據智慧型手機的銀幕解析度，將樣本的偏好分類成爲四種，分別是「六萬五千色」、「二十六萬色」、「一千六百萬色」與「無意見或其他意見」。

頻率分析：研究樣本族群對於智慧型手機的銀幕解析度的偏好的分佈狀況。

卡方檢定：分析這四類族群，在人口統計變數以及偏好選擇上有何種特徵。因此這裡的 Y 變數為「對於智慧型手機銀幕解析度的偏好」，而 X 變數人口統計變數、生活形態變數。

(7) 對於智慧型手機名片辨識功能的需求偏好分析：

根據智慧型手機的名片辨識功能，將樣本的需求偏好分類成爲三類，分別是「需要」、「不需要」與「無意見或其他意見」。

頻率分析：研究樣本族群對於智慧型手機的名片辨識功能的需求偏好的分佈狀況。

卡方檢定：分析這三類族群，在人口統計變數以及偏好選擇上有何種特徵。因此這裡的 Y 變數為「對於智慧型手機名片辨識功能的需求偏好」，而 X 變數人口統計變數、生活形態變數。

(8) 對於智慧型手機的二維條碼解讀功能的需求偏好分析：

根據智慧型手機的二維條碼解讀功能，將樣本的需求偏好分類成爲三類，分別是「需要」、「不需要」與「無意見或其他意見」。

頻率分析：研究樣本族群對於智慧型手機的二維條碼解讀功能的需求偏好的分佈狀況。

卡方檢定：分析這三類族群，在人口統計變數以及偏好選擇上有何種特徵。因此這裡的 Y 變數爲「對於智慧型手機二維條碼解讀功能的需求偏好」，而 X 變數人口統計變數、生活形態變數。

(9) 對於智慧型手機播放 MP3 音質的偏好程度分析：

根據智慧型手機 MP3 之音質的好壞，將樣本的偏好分類成爲五種等級，分別是「很不在意」、「不在意」、「無意見或其他意見」、「在意」與「很在意」。

頻率分析：研究樣本族群對於智慧型手機的播放 MP3 音質的偏好程度的分佈狀況。

卡方檢定：分析這五類族群，在人口統計變數以及偏好選擇上有何種特徵。因此這裡的 Y 變數爲「對於智慧型手機播放 MP3 音質的偏好程度」，而 X 變數人口統計變數、生活形態變數。

(10) 對於智慧型手機內建數位相機的畫素的偏好分析：

對於智慧型手機的內見數位相機的畫素，將樣本的偏好分類成爲四種等級，分別是「一百萬畫素以內」、「一百萬到兩百萬畫素之內」、「兩百萬以上」與「無意見或其他」。

頻率分析：研究樣本族群對於智慧型手機的內建數位相機的畫素的偏好的分佈狀況。

卡方檢定：分析這四類族群，在人口統計變數以及偏好選擇上有何種特徵。因此這裡的 Y 變數爲「對於智慧型手機內建數位相機的畫素的偏好」，而 X 變數人口統計變數、生活形態變數。

(11) 對於智慧型手機平均操作與待機時間的接受程度分析：

對於一般市售的智慧型手機的平均操作與待機時間，將樣本的接受程度分類成爲四種等級，分別是「覺得太短」、「略嫌不足」、「剛好」與「長」。

頻率分析：研究樣本族群對於智慧型手機的平均操作與待機時間的接受程度的分佈狀況。

卡方檢定：分析這四類族群，在人口統計變數以及偏好選擇上有何種特徵。因此這裡的 Y 變數爲「對於智慧型手機平均操作與待機時間的接受程度」，而 X 變數人口統計變數、生活形態變數。

(12) 對於智慧型手機生產廠商的偏好分析：

對於智慧型手機的生產廠商，將樣本的偏好分類成爲九種，分別是「無意見或其他」、「華碩」、「明基電通」、「多普達」、「集嘉」、「HP」、「Motorola」、「Nokia」與「Sony Ericsson」。

頻率分析：研究樣本族群對於智慧型手機的生產廠商的偏好的分佈狀況。

卡方檢定：分析這九類族群，在人口統計變數以及偏好選擇上有何種特徵。因此這裡的 Y 變數爲「對於智慧型手機生產廠商的偏好」，而 X 變數爲人口統計變數、生活形態變數。

### （13）對於智慧型手機的平均價格接受程度分析：

根據一般市售的智慧型手機的平均價格，將樣本對其的接受程度分類成爲四種等級，分別是「覺得太貴」、「覺得有點貴」、「可以接受」與「無意見或其他」。

頻率分析：研究樣本族群對於智慧型手機的平均價格接受程度的分佈狀況。

卡方檢定：分析這四類族群，在人口統計變數以及偏好選擇上有何種特徵。因此這裡的 Y 變數爲「對於智慧型手機的平均價格接受程度分析」，而 X 變數爲人口統計變數、生活形態變數。

綜合以上所述，茲將整個研究中統計分析的與 Y 變數整理成下表所示。

表 4-23 統計分析 X 與 Y 變數整理

	X	Y
對於智慧型手機 該類商品的熟悉程度	人口統計變數 生活形態變數	對於智慧型手機 的熟悉程度
對於智慧型手機 銀幕大小的偏好	人口統計變數 生活形態變數	對於智慧型手機 的銀幕大小的偏好
對於智慧型手機 作業系統的偏好	人口統計變數 生活形態變數	對於智慧型手機 的作業系統之偏好
對於智慧型手機 輸入文字方式的偏好	人口統計變數 生活形態變數	對於智慧型手機 輸入文字方式的偏好
對於智慧型手機 資料傳輸方式的偏好	人口統計變數 生活形態變數	對於智慧型手機 資料傳輸方式的偏好
對於智慧型手機 銀幕解析度的偏好	人口統計變數 生活形態變數	對於智慧型手機 銀幕解析度的偏好
對於智慧型手機 名片辨識功能的需求偏好	人口統計變數 生活形態變數	對於智慧型手機 名片辨識功能的需求偏好
對於智慧型手機 的二維條碼解讀功能的需求偏好	人口統計變數 生活形態變數	對於智慧型手機 二維條碼解讀功能的需求偏好
對於智慧型手機 播放 MP3 音質的偏好程度	人口統計變數 生活形態變數	對於智慧型手機 播放 MP3 音質的偏好程度
對於智慧型手機 內建數位相機的畫素的偏好	人口統計變數 生活形態變數	對於智慧型手機 內建數位相機的畫素的偏好
對於智慧型手機 平均操作與待機時間的接受程度	人口統計變數 生活形態變數	對於智慧型手機 平均操作與待機時間的接受程度
對於智慧型手機 生產廠商的偏好	人口統計變數 生活形態變數	對於智慧型手機 生產廠商的偏好
對於智慧型手機 的平均價格接受程度	人口統計變數 生活形態變數	對於智慧型手機 的平均價格接受程度

## 第五章資料分析

研究分析使用卡方檢定來分析樣本對於智慧型手機的熟悉程度。另外，當 P 值小於 0.05 時，為顯著的狀況，在底下的表格中，會在 P 值的右上角標註星號『\*』。

### 5.1 對於智慧型手機的熟悉程度之分析

表 5-1 「對智慧型手機的熟悉程度」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平均收入	電腦使用頻率	工作性質	職位	年齡	性別	學歷
對於 PDA 手機的熟 悉程度	P = 0.000*	P = 0.000*	P = 0.215	P = 0.000*	P = 0.000*	P = 0.000*	P = 0.000*

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5-1 可知道「對於智慧型手機的熟悉程度」在「每月平均收入」、「電腦使用頻率」、「職位」、「年齡」、「性別」、「學歷」方面，皆有相關的影響。

### 5.1.1 「對手機熟悉程度」與「每月平均收入」之分析

表 5-2 「對智慧型手機的熟悉程度」與「每月平均收入」列聯表

每月平均收入	對手機熟悉程度	有聽過但不清楚	約略知道	非常熟悉	總計
5 萬以下	個數	17	62	32	111
	列百分比	15.5	55.9	28.8	100%
5-8 萬	個數	4	63	37	104
	列百分比	3.8	60.6	35.6	100%
8-10 萬	個數	28	71	67	166
	列百分比	16.9	42.8	40.4	100%
10 萬以上	個數	35	57	5	97
	列百分比	36.1	58.8	5.2	100%
總計	個數	84	253	141	478
	列百分比	17.6%	52.9%	29.5%	100%

P = 0.000\* (X-每月平均收入；Y-對手機熟悉程度)

由表 5-2 可知道：

- 1.月平均收入在五萬元新臺幣以下的族群中，將近 28% 的比例是非常熟悉。
- 2.月平均收入在五萬到八萬元新臺幣的族群中，將近 35% 的比例是非常熟悉的。
- 3.月平均收入在八萬到十萬元新臺幣的族群中，將近 39% 的比例是非常熟悉的。
- 4.月平均收入在十萬元新臺幣以上的族群中，將近 5% 的比例是非常熟悉的。

由以上四點可以看出：

**最熟悉的族群，是月收入八萬到十萬元新臺幣的族群。**

收入五萬元以下的族群與五到八萬的族群相似，熟悉程度中等。

而十萬元以上的樣本則使用經驗最少。

結論：「熟悉程度」與「每月平均收入」有顯著差異。

### 5.1.2 「對手機熟悉程度」與「使用電腦的頻率」之分析

表 5-3 「對智慧型手機的熟悉程度」與「使用電腦的頻率」列聯表

電腦使 用頻率	對手機熟 悉程度	有聽過但 不清楚	約略知道	非常熟悉	總計
幾乎不用	個數	21	93	6	120
	列百分比	17.5	77.5	5	100%
不太常使用	個數	33	65	17	115
	列百分比	28.7	56.5	14.5	100%
普通	個數	13	35	35	83
	列百分比	15.7	42.2	42.2	100%
常常使用	個數	11	31	43	85
	列百分比	12.9	36.5	50.6	100%
幾乎離 不開電腦	個數	6	29	40	75
	列百分比	8	38.7	53.3	100%
總計	個數	84	253	141	478
	列百分比	17.6%	52.9%	29.5%	100%

P = 0.000\* (X-使用電腦的頻率；Y-對手機熟悉程度)

由表格 5-3 中的數據可以看到：

1. 在電腦使用頻率上選擇「幾乎不用」的族群中，約有 72%的比例約略知道智慧型手機這類產品，又有約 5%的人非常熟悉智慧型手機這類產品。
2. 在電腦使用頻率上選擇「不太常使用」的族群中，約有 54%的比例約略知道智慧型手機這類產品，又有約 14%的人非常熟悉智慧型手機這類產品。
3. 在電腦使用頻率上選擇「普通」的族群中，約有 42%的比例約略知道智慧型手機這類產品，又有相同比例的人非常熟悉智慧型手機這類產品。
4. 在電腦使用頻率上選擇「常常使用」的族群中，約有 36%的比例約略知道智慧型手機這類產品，又有約 49%的人非常熟悉智慧型手機這類產品。
5. 在電腦使用頻率上選擇「幾乎離不開電腦」的族群中，約有 37%的比例約略知道智慧型手機這類產品，又有約 51%的人非常熟悉智慧型手機這類產品。

結論：對電腦使用程度、依賴程度越高的族群，對於智慧型手機這類產品，熟悉度越高。

### 5.1.3 「對手機熟悉程度」與「工作性質」之分析

表 5-4 「對智慧型手機的熟悉程度」與「工作性質」列聯表

工作性質	對手機熟悉程度	有聽過但不清楚	約略知道	非常熟悉	總計
軍、公、教	個數	13	18	9	40
	列百分比	32.5	45	22.5	100%
科技業	個數	23	66	45	134
	列百分比	17.2	49.3	33.6	100%
金融業	個數	20	87	43	150
	列百分比	13.3	58	28.7%	100%
服務業	個數	20	65	37	122
	列百分比	16.4	53.3%	30.3	100%
製造業	個數	7	15	7	29
	列百分比	24.1	51.7	24.1	100%
總計	個數	84	253	141	478
	列百分比	17.6%	52.9%	29.5%	100%

$P = 0.215$  (X-工作性質；Y-對手機熟悉程度)

無顯著差異存在。

結論：「對手機熟悉程度」與「工作性質」沒有顯著差異。

#### 5.1.4 「對手機熟悉程度」與「職位」之分析

表 5-5 「對智慧型手機的熟悉程度」與「職位」列聯表

職位	對手機熟悉程度	有聽過但不清楚	約略知道	非常熟悉	總計
基層員工	個數	22	93	31	144
	列百分比	15.3	64.6	21.5	100%
主管	個數	36	96	47	179
	列百分比	20.1	53.6	26.3	100%
秘書	個數	9	25	52	86
	列百分比	10.5	29.1	60.5	100%
老闆	個數	10	17	8	35
	列百分比	28.6	48.6	22.9	100%
總計	個數	84	253	141	478
	列百分比	17.6%	52.9%	29.5%	100%

P = 0.000\* (X-職位；Y-對手機熟悉程度)

由表 5-5 可以看到：

1. 「職位」屬於「基層員工」的，大約有 22% 是非常熟悉的。
  2. 「職位」屬於「主管」的，大約有 26% 是非常熟悉的。
  3. 「職位」屬於「秘書」的，大約有 61% 是非常熟悉的。
  4. 「職位」屬於「老闆」的，大約有 23% 是非常熟悉的。
- 非常熟悉的是秘書族群最多，其餘族群大約只有他的三分之一。

結論：「對手機熟悉程度」與「工作性質」有顯著差異。

### 5.1.5 「對手機熟悉程度」與「年齡」之分析

表 5-6 「對智慧型手機的熟悉程度」與「年齡」列聯表

年齡	對手機熟悉程度	有聽過但不清楚	約略知道	非常熟悉	總計
29 以下	個數	20	111	31	162
	列百分比	12.3	68.5	19.1	100%
30-40	個數	25	79	66	170
	列百分比	14.7	46.5	38.8	100%
41-55	個數	27	52	39	118
	列百分比	22.9	44.1	33.1	100%
55 以上	個數	12	11	5	28
	列百分比	42.9	39.3	17.9	100%
總計	個數	84	253	141	478
	列百分比	17.6%	52.9%	29.5%	100%

P = 0.000\* (X-年齡；Y-對手機熟悉程度)

由表 5-6 可看到：

1. 年齡層位於 29 歲以下的族群，大約有 19% 是非常熟悉的。
2. 年齡層位於 30 歲至 40 歲的族群，大約有 38% 是非常熟悉的。
3. 年齡層位於 41 歲至 55 的族群，大約有 31% 是非常熟悉的。
4. 年齡層位於 55 歲以上的族群，大約有 13% 是非常熟悉的。

由 1. 到 4. 可以看出，年齡層 30 歲到 55 歲的族群最有使用經驗。

結論：「對手機熟悉程度」與「年齡」有顯著差異。

### 5.1.6 「對手機熟悉程度」與「性別」之分析

表 5-7 「對智慧型手機的熟悉程度」與「性別」列聯表

性別	對手機熟悉程度	有聽過但不清楚	約略知道	非常熟悉	總計
男	個數	27	130	93	250
	列百分比	10.8	52	37.2	100%
女	個數	57	123	48	228
	列百分比	25	53.9	21.1	100%
總計	個數	84	253	141	478
	列百分比	17.6%	52.9%	29.5%	100%

粗體字的部分  $P = 0.000^*$  (X-性別；Y-對手機熟悉程度)

由表 5-7 可以看到：

男性選擇非常熟悉者有 37%，女性則有 21%，所以可以看出，在對於智慧型手機的使用經驗上男性較女性比例上多。

結論：「對手機熟悉程度」與「性別」有顯著差異。

### 5.1.7 「對手機熟悉程度」與「學歷」之分析

表 5-8 「對智慧型手機的熟悉程度」與「學歷」列聯表

學歷	對手機熟悉程度	有聽過但不清楚	約略知道	非常熟悉	總計
高中職以下	個數	21	29	10	60
	列百分比	35	48.3	16.7	100%
大學、專科	個數	53	97	57	207
	列百分比	25.6	46.9	25.6	100%
碩、博士	個數	10	127	74	211
	列百分比	4.7	60.2	35.1	100%
總計	個數	84	253	141	478
	列百分比	17.6%	52.9%	29.5%	100%

粗體字的部分  $P = 0.000^*$  (X-學歷；Y-對手機熟悉程度)

由表 5-8 可以看出：

1. 高中職以下的族群中，有 14% 的比例對智慧型手機非常熟悉。
2. 大學、專科的族群中，有 27% 的比例對智慧型手機非常熟悉。
3. 碩、博士的族群中，有 35% 的比例對智慧型手機非常熟悉。

所以由以上三點可以歸結出：學歷為碩博士的族群非常熟悉最高。非常熟悉比例可能與學歷有相關，可能學歷越高使用過的比例越高熟悉度也就越高。

結論：「對手機熟悉程度」與「學歷」有顯著差異。

### 5.2 消費者看過介紹後對智慧型手機的購買意願之分析

表 5-9 「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平均收入	電腦使用頻率	工作性質	職位	年齡	性別	學歷
看過文章 介紹後對 於智慧型 手機的購 買意願	$P = 0.000^*$	$P = 0.000^*$	$P = 0.000^*$	$P = 0.000^*$	$P = 0.878$	$P = 0.000^*$	$P = 0.534$

(註：凡小於 0.05 的  $P$  值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5-9 可知道「看過文章介紹後對於智慧型手機的購買意願」在「每月平均收入」、「電腦使用頻率」、「工作性質」、「職位」、「性別」方面，皆有顯著影響。

### 5.2.1 「看過介紹後對手機購買意願」與「每月平均收入」之分析

表 5-10 「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「每月平均收入」列聯表

每月平均收入	經簡介後對智慧型手機的購買意願	不會	可能會	會	總計
		個數	6	3	
5 萬以下	個數	47	6	3	56
	列百分比	83.9	10.7	5.4	100%
5-8 萬	個數	33	29	7	69
	列百分比	47.8	42.0	10.1	100%
8-10 萬	個數	58	25	18	101
	列百分比	57.4	24.8	17.8	100%
10 萬以上	個數	39	29	9	77
	列百分比	50.6	37.7	11.7	100%
總計	個數	177	89	37	303
	列百分比	58.4%	29.4%	12.2%	100%

$P = 0.000^*$  (X-每月平均收入；Y-經簡介後對智慧型手機的購買意願)

而由表 5-10 可知道：

1. 月平均收入在五萬元新臺幣以下的族群中，看過簡單的介紹之後可能會購買的比例約為 10.7%，而會購買的比例約為 5.4%，兩者相加為 16%。
2. 月平均收入在五萬到八萬元新臺幣的族群中，看過簡單的介紹之後可能會購買的比例約為 42%，而會購買的比例約為 10%，兩者相加為 52%。
3. 月平均收入在八萬到十萬元新臺幣的族群中，看過簡單的介紹之後可能會購買的比例約為 25%，而會購買的比例約為 18%，兩者相加為 43%。
4. 月平均收入在十萬元新臺幣以上的族群中，看過簡單的介紹之後可能會購買的比例約為 38%，而會購買的比例約為 12%，兩者相加為 50%。

結論：「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「每月平均收入」有顯著差異。

## 5.2.2 「看過介紹後對手機購買意願」與「使用電腦頻率」之分析

表 5-11 「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「使用電腦的頻率」列聯表

使用電腦的頻率	經簡介後對智慧型手機的購買意願	不會	可能會	會	總計
幾乎不用	個數	61	7	1	69
	列百分比	88.4	10.1	1.4	100%
不太常使用	個數	43	12	3	58
	列百分比	74.1	20.7	5.2	100%
普通	個數	33	14	5	52
	列百分比	63.5	26.9	9.6	100%
常常使用	個數	18	30	11	59
	列百分比	30.5	50.8	18.6	100%
幾乎離不開電腦	個數	22	26	17	65
	列百分比	33.8	40	26.2	100%
總計	個數	177	89	37	303
	列百分比	58.4%	29.4%	12.2%	100%

P = 0.000\* (X-使用電腦的頻率；Y-經簡介後對智慧型手機的購買意願)

由表格 5-11 中的數據可以看到：

1. 在電腦使用頻率上選擇「幾乎不用」的族群中，在看過文章介紹後對於智慧型手機的購買意願僅有約 11.5%的比例是可能會買。
2. 在電腦使用頻率上選擇「不太常使用」的族群中，在看過文章介紹後對於智慧型手機的購買意願約有 25.9%的比例是可能會買。
3. 在電腦使用頻率上選擇「普通」的族群中，在看過文章介紹後對於智慧型手機的購買意願約有約 36.5%的比例是可能會買。
4. 在電腦使用頻率上選擇「常常使用」的族群中，在看過文章介紹後對於智慧型手機的購買意願約有 69.4%的比例是可能會買。
5. 在電腦使用頻率上選擇「幾乎離不開電腦」的族群中，在看過文章介紹後對於智慧型手機的購買意願約有 66.2%的比例是可能會買。

本研究將可能會的比例與會的比例相加，都列入可能會購買。而綜觀整體而論，在使用電腦頻率越高的族群，越有可能購買。

結論：「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「使用電腦的頻率」有顯著差異。

### 5.2.3 「看過介紹後對手機購買意願」與「工作性質」之分析

表 5-12 「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「工作性質」列聯表

工作性質	經簡介後 對智慧型 手機的購 買意願	不會	可能會	會	總計
軍、公、 教	個數	24	2	3	29
	列百分比	82.8	6.9	10.3	100%
科技業	個數	41	30	14	85
	列百分比	48.2	35.3	11.8	100%
金融業	個數	54	23	11	88
	列百分比	61.4	26.1	12.5	100%
服務業	個數	35	32	8	75
	列百分比	46.7	42.7	10.7	100%
製造業	個數	21	1	1	23
	列百分比	91.3	4.3	4.3	100%
總計	個數	177	89	37	303
	列百分比	58.4%	29.4%	12.2%	100%

P = 0.000\* (X-工作性質；Y-經簡介後對智慧型手機的購買意願)

由表 5-12 可以看出：

本研究將「可能會」的比例與「會」的比例相加，都列入可能會購買。

1. 工作性質屬於「軍、公、教」類別的樣本，可能會購買的比例有 17.2%。
2. 工作性質屬於「科技業」類別的樣本，可能會購買的比例有 47.1%。
3. 工作性質屬於「金融業」類別的樣本，可能會購買的比例有 38.6%。
4. 工作性質屬於「服務業」類別的樣本，可能會購買的比例有 53.4%。
5. 工作性質屬於「製造業」類別的樣本，可能會購買的比例有 8.7%。

由 1. 到 5. 可以推論，從事科技業與服務業的族群在看過文章後對這類型產品的優缺點的介紹之後購買潛力最大，最有可能購買。

結論：「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「工作性質」有顯著差異。

#### 5.2.4 「看過介紹後對手機購買意願」與「職位」之分析

表 5-13 「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「職位」列聯表

職位	經簡介後 對智慧型 手機的購 買意願	不會	可能會	會	總計
基層員工	個數	70	16	6	92
	列百分比	76.1	17.4	6.5	100%
主管	個數	71	40	7	118
	列百分比	60.2	33.9	5.9	100%
秘書	個數	21	17	12	50
	列百分比	42.0	34.0	24.0	100%
老闆	個數	5	8	7	20
	列百分比	25.0	40.0	35.0	100%
總計	個數	177	89	37	303
	列百分比	58.4%	29.4%	12.2%	100%

P = 0.000\* ( X-職位 ; Y-經簡介後對智慧型手機的購買意願 )

本研究將「可能會」的比例與「會」的比例相加，都列入可能會購買。

由表 5-13 可以看到：

- 「職位」屬於「基層員工」的，在看過對於該類相關簡介之後可能會考慮購買的比例有 23.9%。
- 「職位」屬於「主管」的，在看過對於該類相關簡介之後可能會考慮購買的比例有 39.8%。
- 「職位」屬於「秘書」的，在看過對於該類相關簡介之後可能會考慮購買的比例有 58%。
- 「職位」屬於「老闆」的，在看過對於該類相關簡介之後可能會考慮購買的比例有 75%。

由 1. 到 4. 可以看出，最高的老闆，其次是秘書。這些職位的受訪者在看過文章後對這類型產品的優缺點的介紹之後購買潛力最大，最有可能購買。

結論：「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「職位」有顯著差異。

### 5.2.5 「看過介紹後對手機購買意願」與「年齡」之分析

表 5-14 「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「年齡」列聯表

年齡	經簡介後 對智慧型 手機的購 買意願	不會	可能會	會	總計
29 以下	個數	58	33	16	107
	列百分比	54.2	30.8	15.0	100%
30-40	個數	54	29	10	93
	列百分比	58.1	31.2	10.8	100%
41-55	個數	44	19	7	70
	列百分比	62.9	27.1	10.0	100%
55 以上	個數	21	8	4	33
	列百分比	63.6	24.2	12.1	100%
總計	個數	177	89	37	303
	列百分比	58.4%	29.4%	12.2%	100%

$P = 0.878$  ( X-年齡 ; Y-經簡介後對智慧型手機的購買意願 )

無顯著差異存在。

結論：「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「年齡」沒有顯著差異。

### 5.2.6 「看過介紹後對手機購買意願」與「性別」之分析

表 5-15 「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「性別」列聯表

性別	經簡介後對智慧型手機的購買意願	不會	可能會	會	總計
男	個數	80	59	27	166
	列百分比	48.2	35.5	16.3	100%
女	個數	97	30	10	137
	列百分比	70.8	21.9	7.3	100%
總計	個數	177	89	37	303
	列百分比	58.4%	29.4%	12.2%	100%

$P = 0.000^*$  (X-性別；Y-經簡介後對智慧型手機的購買意願)

本研究將可能會的比例與會的比例相加，都列入可能會購買。  
由表 5-15 可以看到：

男性可能購買比例有 51.8%，女性則有 29.2%，所以可以看出，在性別上有很大的差異。

結論：「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「性別」有顯著差異。

### 5.2.7 「看過介紹後對手機購買意願」與「學歷」之分析

表 5-16 「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「學歷」列聯表

學歷	經簡介後對智慧型手機的購買意願	不會	可能會	會	總計
高中職以下	個數	27	16	2	45
	列百分比	60.0	35.6	4.4	100%
大學、專科	個數	74	33	16	123
	列百分比	60.2	26.8	13.0	100%
碩、博士	個數	76	40	19	135
	列百分比	56.3	29.6	14.1	100%
總計	個數	177	89	37	303
	列百分比	58.4%	29.4%	12.2%	100%

$P = 0.534$  (X-學歷；Y-經簡介後對智慧型手機的購買意願)

無顯著差異存在。

結論：「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「性別」沒有顯著差異。

### 5.3 對於智慧型手機銀幕大小的偏好之分析

表 5-17 「對於手機銀幕大小的偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平均收入	電腦使用頻率	工作性質	職位	年齡	性別	學歷
對於手機銀幕大小的偏好	P = 0.000*	P = 0.979	P = 0.019*	P = 0.128	P = 0.327	P = 0.000*	P = 0.000*

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5.3 可知道「對於手機銀幕大小的偏好」在「每月平均收入」、「工作性質」、「性別」、「學歷」方面，皆有顯著性的差異。

#### 5.3.1 「對手機銀幕大小偏好」與「每月平均收入」之分析

表 5-18 「對於手機銀幕大小的偏好」與「每月平均收入」列聯表

每月平均收入	對於手機銀幕大小的偏好	越大越好	適中即可	總計
5 萬以下	個數	87	19	106
	列百分比	82.1	17.9	100%
5-8 萬	個數	58	47	105
	列百分比	55.2	44.8	100%
8-10 萬	個數	91	77	168
	列百分比	54.2	45.8	100%
10 萬以上	個數	101	1	102
	列百分比	99.0	1.0	100%
總計	個數	337	144	481
	列百分比	70.1%	29.9%	100%

P = 0.000\* (X-每月平均收入；Y-對手機銀幕大小偏好)

由表 5-18 可知

- 五萬元新臺幣以下的族群中，喜歡銀幕越大越好的的比例約為 82%。
- 五萬到八萬元新臺幣的族群中，喜歡銀幕越大越好的的比例約為 55%。
- 八萬到十萬元新臺幣的族群中，喜歡銀幕越大越好的的比例約為 54%。
- 十萬元新臺幣以上的族群中，喜歡銀幕越大越好的的比例約為 99%。

每個收入層都有超過五成的比例偏好越大越好的銀幕，且月收入十萬元新臺幣以上的族群高達 99%。

結論：「對於手機銀幕大小的偏好」與「每月平均收入」有顯著差異。

### 5.3.2 「對手機銀幕大小偏好」與「使用電腦的頻率」之分析

表 5-19 「對於手機銀幕大小的偏好」與「使用電腦的頻率」列聯表

使用電腦的 頻率	對於手機銀幕 大小的偏好	越大越好	適中即可	無意見/其他	總計
幾乎不用	個數	89	37	4	130
	列百分比	68.46%	28.46%	3.08%	100%
不太常使用	個數	82	32	6	120
	列百分比	68.33%	26.67%	5.00%	100%
普通	個數	56	25	4	85
	列百分比	65.88%	29.41%	4.71%	100%
常常使用	個數	57	27	3	87
	列百分比	65.52%	31.03%	3.45%	100%
幾乎離不開 電腦	個數	53	23	2	78
	列百分比	67.95%	29.49%	2.56%	100%
總計	個數	337	144	19	500
	列百分比	67.4%	28.8%	3.8%	100%

$P = 0.979$  (X-使用電腦的頻率；Y-對手機銀幕大小偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機銀幕大小的偏好」與「使用電腦的頻率」沒有顯著差異。

### 5.3.3 「對手機銀幕大小偏好」與「工作性質」之分析

表 5-20 「對於手機銀幕大小的偏好」與「工作性質」 列聯表

工作性質	對於手機銀幕 大小的偏好	越大越好	適中即可	總計
軍、公、教	個數	27	17	44
	列百分比	61.4	38.6	100%
科技業	個數	81	51	132
	列百分比	61.4	38.6	100%
金融業	個數	106	43	149
	列百分比	74.1	25.9	100%
服務業	個數	97	27	124
	列百分比	78.2	21.8	100%
製造業	個數	24	6	30
	列百分比	80	20	100%
總計	個數	337	144	481
	列百分比	70.1%	29.9%	100%

$P = 0.019^*$  (X-工作性質；Y-對手機銀幕大小偏好)

由表 5-20 可以看出：

- 「軍、公、教」類別的樣本，喜歡銀幕越大越好的的比例約為 61.4%。
- 「科技業」類別的樣本，喜歡銀幕越大越好的的比例約為 61.4%。
- 「金融業」類別的樣本，喜歡銀幕越大越好的的比例約為 74.1%。
- 「服務業」類別的樣本，喜歡銀幕越大越好的的比例約為 78.2%。
- 「製造業」類別的樣本，喜歡銀幕越大越好的的比例約為 80%。

各職業都有超過五成的比例偏好大銀幕，尤以製造業為最，高達八成。

結論：「對於手機銀幕大小的偏好」與「工作性質」有顯著差異。

### 5.3.4 「對於手機銀幕大小的偏好」對「職位」之分析

表 5-21 「對於手機銀幕大小的偏好」與「職位」列聯表

職位	對於手機銀幕 大小的偏好	越大越好	適中即可	無意見/其他	總計
基層員工	個數	114	38	3	155
	列百分比	73.55%	24.52%	1.94%	100%
主管	個數	122	55	5	182
	列百分比	67.03%	30.22%	2.75%	100%
秘書	個數	57	34	2	93
	列百分比	61.29%	36.56%	2.15%	100%
老闆	個數	27	7	3	37
	列百分比	72.97%	18.92%	8.11%	100%
顧問	個數	11	5	3	19
	列百分比	57.89%	26.32%	15.79%	100%
其他	個數	6	5	3	14
	列百分比	42.86%	35.71%	21.43%	100%
總計	個數	337	144	19	500
	列百分比	67.4%	28.8%	3.8%	100%

$P = 0.128$  (X-職位；Y-對手機銀幕大小偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機銀幕大小的偏好」與「職位」沒有顯著差異。

### 5.3.5 「對手機銀幕大小偏好」與「年齡」之分析

表 5-22 「對於手機銀幕大小的偏好」與「年齡」列聯表

年齡	對於手機銀幕 大小的偏好	越大越好	適中即可	無意見/其他	總計
29 以下	個數	107	52	4	163
	列百分比	65.64%	31.90%	2.45%	100%
30-40	個數	114	53	6	173
	列百分比	65.90%	30.64%	3.47%	100%
41-55	個數	95	29	2	126
	列百分比	75.40%	23.02%	1.59%	100%
55 以上	個數	21	10	7	38
	列百分比	55.26%	26.32%	18.42%	100%
總計	個數	337	144	19	500
	列百分比	67.4%	28.8%	3.8%	100%

$P = 0.327$  (X-年齡；Y-對手機銀幕大小偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機銀幕大小的偏好」與「年齡」沒有顯著差異。

### 5.3.6 「對手機銀幕大小偏好」與「性別」之分析

表 5-23 「對於手機銀幕大小的偏好」與「性別」列聯表

性別	對於手機銀幕 大小的偏好	越大越好	適中即可	總計
男	個數	193	57	250
	列百分比	77.2	22.8	100%
女	個數	144	87	231
	列百分比	62.3	37.7	100%
總計	個數	337	144	481
	列百分比	70.1%	29.9%	100%

P = 0.000\* (X-性別；Y-對手機銀幕大小偏好)

由表 5-23 可以看到：

男性選擇越大越好的有 77.2%，女性則有 62.3%。

不論性別都有六成以上偏好大銀幕。

結論：「對於手機銀幕大小的偏好」與「性別」有顯著差異。

### 5.3.7 「對手機銀幕大小偏好」與「學歷」之分析

表 5-24 「對於手機銀幕大小的偏好」與「學歷」列聯表

學歷	對於手機銀幕 大小的偏好	越大越好	適中即可	總計
高中職以下	個數	26	47	73
	列百分比	35.6	67.4	100%
大學、專科	個數	134	66	200
	列百分比	67	33	100%
碩、博士	個數	177	31	208
	列百分比	85.1	14.9	100%
總計	個數	337	144	481
	列百分比	70.1%	29.9%	100%

P = 0.000\* (X-學歷；Y-對手機銀幕大小偏好)

由表 5-24 可以看出依照「學歷」分類的偏好分佈如下：

1. 高中職以下的族群中，有 36% 的比例喜歡銀幕越大越好。
2. 大學、專科的族群中，有 67% 的比例喜歡銀幕越大越好。
3. 碩、博士的族群中，有 85% 的比例喜歡銀幕越大越好。

各學歷層級偏好銀幕越大越好的比例似乎與學位成正比。

結論：「對於手機銀幕大小的偏好」與「學歷」有顯著差異。

## 5.4 對於手機作業系統的偏好之分析

表 5-25 「對於手機作業系統的偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平均收入	電腦使用頻率	工作性質	職位	年齡	性別	學歷
對於手機作業系統的偏好	P = 0.528	P = 0.893	P = 0.026*	P = 0.103	P = 0.000*	P = 0.235	P = 0.088

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5-25 可知道「對於手機銀幕大小的偏好」在「每月平均收入」、「工作性質」、「職位」、「年齡」方面，皆有顯著性的差異。

### 5.4.1 「對手機作業系統偏好」與「每月平均收入」之分析

表 5-26 「對於手機作業系統的偏好」與「每月平均收入」之列聯表

每月平均收入	對於手機作業系統的偏好	Win CE	Symbian	無意見/其他	總計
5 萬以下	個數	18	10	87	115
	列百分比)	15.65%	8.70%	75.65%	100%
5-8 萬	個數	15	17	74	106
	列百分比	14.15%	16.04%	69.81%	100%
8-10 萬	個數	32	28	112	172
	列百分比	18.60%	16.28%	65.12%	100%
10 萬以上	個數	4	2	101	107
	列百分比	3.74%	1.87%	94.39%	100%
總計	個數	69	57	374	500
	列百分比	13.8%	11.4%	74.8%	100%

粗體字部分 P = 0.528 (X-每月平均收入；Y-對於手機作業系統的偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機作業系統的偏好」與「每月平均收入」沒有顯著差異。

#### 5.4.2 「對手機作業系統偏好」與「使用電腦的頻率」之分析

表 5-27 「對於手機作業系統的偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表

使用電腦的 頻率	對於手機作業 系統的偏好	Win CE	Symbian	無意見/其他	總計
幾乎不用	個數	11	11	108	130
	列百分比	8.46%	8.46%	83.08%	100%
不太常使用	個數	13	14	93	120
	列百分比	10.83%	11.67%	77.5%	100%
普通	個數	11	8	66	85
	列百分比	12.94%	9.41%	77.65%	100%
常常使用	個數	18	13	56	87
	列百分比	20.69%	14.94%	64.37%	100%
幾乎離不開 電腦	個數	16	11	51	78
	列百分比	20.51%	14.10%	65.38%	100%
總計	個數	69	57	374	500
	列百分比	13.8%	11.4%	74.8%	100%

$P = 0.893$  (X-使用電腦的頻率；Y-對於手機作業系統的偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機作業系統的偏好」與「使用電腦的頻率」沒有顯著差異。

189/6

### 5.4.3 「對手機作業系統偏好」與「工作性質」之分析

表 5-28 「對於手機作業系統的偏好」與「工作性質」之列聯表

工作性質	對於手機作業系統的偏好	Win CE	Symbian	總計
軍、公、教	個數	4	11	15
	列百分比	26.7	73.3	100%
科技業	個數	28	12	40
	列百分比	70	30	100%
金融業	個數	22	17	39
	列百分比	56.4	43.6	100%
服務業	個數	11	10	21
	列百分比	52.4	47.6	100%
製造業	個數	3	7	10
	列百分比	30	70	100%
總計	個數	68	57	125
	列百分比	54.4	45.6	100%

P = 0.026\* (X-工作性質；Y-對於手機作業系統的偏好)

由表 5-28 可以看出：

在這個表格中粗體的部分可以很清楚看到，根據不同職業的受訪者，對於作業系統的偏好也不同。

結論：「對於手機作業系統的偏好」與「工作性質」有顯著差異。

189/6

#### 5.4.4 「對手機作業系統偏好」與「職位」之分析

表 5-29 「對於手機作業系統的偏好」與「職位」之列聯表

職位	對於手機作業系統的偏好	Win CE	Symbian	無意見/其他	總計
基層員工	個數	17	6	132	155
	列百分比	10.97%	3.87%	85.16%	100%
主管	個數	19	11	152	182
	列百分比	10.44%	6.04%	83.52%	100%
秘書	個數	14	16	63	93
	列百分比	15.05%	17.20%	67.74%	100%
老闆	個數	11	14	12	37
	列百分比	29.73%	37.84%	32.43%	100%
總計	個數	61	47	359	467
	列百分比	13.8%	11.4%	74.8%	100%

$P = 0.103$  (X-職位；Y-對於手機作業系統的偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機作業系統的偏好」與「職位」沒有顯著差異。

#### 5.4.5 「對手機作業系統偏好」與「年齡」之分析

表 5-30 「對於手機作業系統的偏好」與「年齡」之列聯表

年齡	對於手機作業系統的偏好	Win CE	Symbian	總計
29 以下	個數	13	37	50
	列百分比	26	74	100%
30-40	個數	26	13	39
	列百分比	66.7	33.3	100%
41-55	個數	23	5	38
	列百分比	39.5	60.5	100%
55 以上	個數	7	2	9
	列百分比	77.8	22.2	100%
總計	個數	69	57	136
	列百分比	58.1%	41.9%	100%

粗體字部分  $P = 0.000^*$  (X-年齡；Y-對於手機作業系統的偏好)

在這個表格中粗體的部分可以很清楚看到，根據不同年齡的受訪者，對於作業系統的偏好也不同。29 歲以下的受訪者較偏好 Symbian 作業系統，30 歲以上的都較為偏好 Win CE。

結論：「對於手機作業系統的偏好」與「年齡」有顯著差異。

#### 5.4.6 「對手機作業系統偏好」與「性別」之分析

表 5-31 「對於手機作業系統的偏好」與「性別」之列聯表

性別	對於手機作業系統的偏好	Win CE	Symbian	無意見/其他	總計
男	個數	40	27	192	259
	列百分比	15.44%	10.42%	74.13%	100%
女	個數	29	30	182	241
	列百分比	12.03%	12.45%	75.52%	100%
總計	個數	69	57	374	500
	列百分比	13.8%	11.4%	74.8%	100%

$P = 0.235$  (X-性別；Y-對於手機作業系統的偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機作業系統的偏好」與「性別」沒有顯著差異。

#### 5.4.7 「對手機作業系統偏好」與「學歷」之分析

表 5-32 「對於手機作業系統的偏好」與「學歷」之列聯表

學歷	對於手機作業系統的偏好	Win CE	Symbian	無意見/其他	總計
高中職以下	個數	9	12	52	73
	列百分比	12.33%	16.44%	71.23%	100%
大學、專科	個數	35	18	160	213
	列百分比	16.43%	8.45%	75.12%	100%
碩、博士	個數	25	27	162	214
	列百分比	11.68%	12.62%	75.70%	100%
總計	個數	69	57	374	500
	列百分比	13.8%	11.4%	74.8%	100%

$P = 0.088$  (X-學歷；Y-對於手機作業系統的偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機作業系統的偏好」與「學歷」沒有顯著差異。

#### 5.5 對於手機輸入方式的偏好之分析

表 5-33 「對於手機輸入方式的偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平均收入	電腦使用頻率	工作性質	職位	年齡	性別	學歷
對於手機輸入方式的偏好	$P = 0.000^*$	$P = 0.797$	$P = 0.000^*$	$P = 0.729$	$P = 0.000^*$	$P = 0.131$	$P = 0.109$

(註：凡小於 0.05 的  $P$  值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5-33 可知道「對於手機輸入方式的偏好」在「每月平均收入」、「工作性質」與「年齡」方面，皆有顯著性的差異。

### 5.5.1 「對手機輸入方式偏好」與「每月平均收入」之分析

表 5-34 「對於手機輸入方式的偏好」與「每月平均收入」之列聯表

每月平均收入	對於手機輸入方式的偏好	銀幕手寫	機身鍵盤	總計
5 萬以下	個數	65	48	113
	列百分比	57.5	42.5	100%
5-8 萬	個數	32	68	100
	列百分比	32	68	100%
8-10 萬	個數	87	75	162
	列百分比	53.7	46.3	100%
10 萬以上	個數	82	20	102
	列百分比	80.4	19.6	100%
總計	個數	266	211	477
	列百分比	55.8%	44.2%	100%

P = 0.000\* (X-每月平均收入；Y-對於手機輸入方式的偏好)

由表 5-34 可看到依照每月平均收入分類的分佈：

1. 五萬元新臺幣以下的族群中，約有 57.5% 偏好銀幕手寫輸入法，有 42.5% 偏好機身鍵盤。
2. 在五萬到八萬元新臺幣的族群中，約有 32% 偏好銀幕手寫輸入法，有 68% 偏好機身鍵盤。
3. 八萬到十萬元新臺幣的族群中，約有 53.7% 偏好銀幕手寫輸入法，有 46.3% 偏好機身鍵盤。
4. 十萬元新臺幣以上的族群中，約有 80.4% 偏好銀幕手寫輸入法，有 19.6% 偏好機身鍵盤。

由以上四點可以看出，根據不同平均收入的受訪者，對於手機輸入方式的偏好也不同。僅 5-8 萬者較偏好機身鍵盤輸入方式，其他類別的較偏好銀幕手寫。

結論：「對於手機輸入方式的偏好」與「每月平均收入」有顯著差異。

### 5.5.2 「對手機輸入方式偏好」與「使用電腦的頻率」之分析

表 5-35 「對於手機輸入方式的偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表

使用電腦的頻率	對於手機輸入方式的偏好	銀幕手寫	機身鍵盤	總計
	個數	69	56	
幾乎不用	列百分比	53.08%	43.08%	100%
	個數	61	57	118
不太常使用	列百分比	50.83%	47.5%	100%
	個數	48	34	82
普通	列百分比	56.47%	40%	100%
	個數	44	35	79
常常使用	列百分比	50.57%	40.23%	100%
	個數	44	29	73
幾乎離不開電腦	列百分比	56.41%	37.18%	100%
	個數	266	211	477
總計	列百分比	55.8%	44.2%	100%
	個數			

$P = 0.797$  (X-使用電腦的頻率；Y-對於手機輸入方式的偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機輸入方式的偏好」與「使用電腦的頻率」沒有顯著差異。

### 5.5.3 「對手機輸入方式偏好」與「工作性質」之分析

表 5-36 「對於手機輸入方式的偏好」與「工作性質」之列聯表

工作性質	對於手機輸入方式的偏好	銀幕手寫	機身鍵盤	總計
軍、公、教	個數	39	7	46
	列百分比	84.78%	15.22%	100%
科技業	個數	78	49	127
	列百分比	61.4%	38.6%	100%
金融業	個數	85	57	142
	列百分比	59.9%	40.1%	100%
服務業	個數	44	84	128
	列百分比	34.4%	65.6%	100%
製造業	個數	19	12	31
	列百分比	61.3%	38.7%	100%
總計	個數	265	209	474
	列百分比	55.8%	44.2%	100%

P = 0.000\* (X-工作性質；Y-對於手機輸入方式的偏好)

由表 5-36 可以看出：

1. 軍公教偏好比例約 85 : 15
2. 科技業、金融業、製造業皆約 60 : 40
3. 服務業約為 34 : 66

由以上三點可以看出，不同工作性質的受訪者，對於手機輸入方式的偏好也不同。僅服務業從業者較偏好機身鍵盤輸入方式，其他類別的較偏好銀幕手寫。

結論：「對於手機輸入方式的偏好」與「工作性質」有顯著差異。

#### 5.5.4 「對手機輸入方式偏好」與「職位」之分析

表 5-37 「對於手機輸入方式的偏好」與「職位」之列聯表

職位	對於手機輸入方式的偏好	銀幕手寫	機身鍵盤	QWERTY 輸入法	無意見/其他	總計
基層員工	個數	81	70	3	1	155
	列百分比	52.26%	45.16%	1.94%	0.65%	100%
主管	個數	96	83	3	0	182
	列百分比)	52.75%	45.60%	1.65%	0%	100%
秘書	個數	49	38	5	1	93
	列百分比	52.69%	40.86%	5.38%	1.08%	100%
老闆	個數	21	12	2	2	37
	列百分比	56.75%	32.43%	5.41%	5.41%	100%
顧問	個數	9	7	2	1	19
	列百分比	47.37%	36.84%	10.53%	5.26%	100%
其他	個數	7	4	2	1	14
	列百分比	50%	28.57%	14.29%	7.14%	100%
總計	個數	263	214	17	6	500
	列百分比	52.6%	42.8%	3.4%	1.2%	100%

粗體字部分的數值計算出  $P = 0.729$  (X-職位；Y-對於手機輸入方式的偏好)  
無顯著差異存在。

結論：「對於手機輸入方式的偏好」與「職位」沒有顯著差異。

### 5.5.5 「對手機輸入方式偏好」與「年齡」之分析

表 5-38 「對於手機輸入方式的偏好」與「年齡」之列聯表

年齡	對於手機輸入方式的偏好	銀幕手寫	機身鍵盤	總計
29 以下	個數	78	74	152
	列百分比	51.3	48.7	100%
30-40	個數	72	95	167
	列百分比	43.1	56.9	100%
41-55	個數	92	31	123
	列百分比	74.8	25.2	100%
55 以上	個數	24	11	35
	列百分比	68.6	31.4	100%
總計	個數	266	211	477
	列百分比	55.8%	44.2%	100%

$P = 0.000^*$  (X-年齡；Y-對於手機輸入方式的偏好)

由表 5-38 可看到：

不同年齡的受訪者，對於手機輸入方式的偏好也不同。僅 30-40 歲者較偏愛機身鍵盤，其餘者較偏好銀幕手寫輸入法。

結論：「對於手機輸入方式的偏好」與「年齡」有顯著差異。

### 5.5.6 「對手機輸入方式偏好」與「性別」之分析

表 5-39 「對於手機輸入方式的偏好」與「性別」之列聯表

性別	對於手機輸入方式的偏好	銀幕手寫	機身鍵盤	QWERTY 輸入法	無意見/其他	總計
男	個數	129	117	11	2	259
	列百分比	49.81%	45.17%	4.25%	0.77%	100%
女	個數	137	94	6	4	241
	列百分比	56.85%	39.00%	2.49%	1.66%	100%
總計	個數	266	211	17	6	500
	列百分比	53.2%	42.2%	3.4%	1.2%	100%

粗體字部分計算得知  $P = 0.236$  (X-性別；Y-對於手機輸入方式的偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機輸入方式的偏好」與「性別」沒有顯著差異。

### 5.5.7 「對手機輸入方式偏好」與「學歷」之分析

表 5-40 「對於手機輸入方式的偏好」與「學歷」之列聯表

學歷	對於手機輸入方式的偏好	銀幕手寫	機身鍵盤	QWERTY 輸入法	無意見/其他	總計
高中職以下	個數	39	32	1	1	73
	列百分比	53.42%	43.84%	1.37%	1.37%	100%
大學、專科	個數	124	79	8	2	213
	列百分比	58.22%	37.09%	3.76%	0.94%	100%
碩、博士	個數	103	100	8	3	214
	列百分比	48.13%	46.73%	3.74%	1.40%	100%
總計	個數	266	211	17	6	500
	列百分比	53.2%	42.2%	3.4%	1.2%	100%

粗體字部分計算得知  $P = 0.458$  (X-學歷；Y-對於手機輸入方式的偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機輸入方式的偏好」與「學歷」沒有顯著差異。

### 5.6 對於手機傳輸方式的偏好之分析

表 5-41 「對於手機傳輸方式的偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平均收入	電腦使用頻率	工作性質	職位	年齡	性別	學歷
對於手機傳輸方式的偏好	$P = 0.077$	$P = 0.004^*$	$P = 0.098$	$P = 0.145$	$P = 0.360$	$P = 0.170$	$P = 0.239$

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5-41 可知道「對於手機傳輸方式的偏好」只有在「電腦使用頻率」上有顯著性的差異。

### 5.6.1 「對手機傳輸方式偏好」與「每月平均收入」之分析

表 5-42 「對於手機傳輸方式的偏好」與「每月平均收入」之列聯表

每月平均收入	對於手機傳輸方式的偏好	USB	IEEE1394	藍芽	紅外線	無意見/其他	總計
5 萬以下	個數	49	24	29	5	8	115
	列百分比	42.61%	20.87%	25.22%	4.35%	6.96%	100%
5-8 萬	個數	38	26	28	4	10	106
	列百分比	35.85%	24.53%	26.42%	3.77%	9.43%	100%
8-10 萬	個數	66	43	48	9	6	172
	列百分比	38.37%	25%	27.91%	5.23%	3.49%	100%
10 萬以上	個數	43	38	15	3	8	107
	列百分比	40.19%	35.51%	14.02%	2.80%	7.48%	100%
總計	個數	196	131	120	21	32	500
	列百分比	39.2%	26.2%	24%	4.2%	6.4%	100%

粗體字部分  $P = 0.077$  (X-每月平均收入；Y-對手機傳輸方式偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機傳輸方式的偏好」與「每月平均收入」沒有顯著差異。

## 5.6.2 「對手機傳輸方式偏好」與「使用電腦的頻率」之分析

表 5-43 「對於手機傳輸方式的偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表

使用電腦的頻率	對於手機傳輸方式的偏好	USB	IEEE1394	藍芽	總計
幾乎不用	個數	48	34	42	124
	列百分比	38.7	27.4	33.9	100%
不太常使用	個數	42	26	40	108
	列百分比	38.9	24.1	37.0	100%
普通	個數	33	26	18	77
	列百分比	42.9	33.8	23.4	100%
常常使用	個數	35	27	11	73
	列百分比	47.9	37.0	15.1	100%
幾乎離不開電腦	個數	38	18	9	65
	列百分比	58.5	27.7	13.8	100%
總計	個數	196	131	120	447
	列百分比	43.8%	29.3%	26.8%	100%

$P = 0.004^*$  (X-使用電腦的頻率；Y-對手機傳輸方式偏好)

由表格中的數據可以看到：

1. 在電腦使用頻率上選擇「幾乎不用」的族群中，有 39%的比例偏好 USB 傳輸，為最高比例；有 34%的比例偏好藍芽傳輸，為次高選項。
2. 在電腦使用頻率上選擇「不太常使用」的族群中，有 39%的比例偏好 USB 傳輸，為最高比例；有 37%的比例偏好藍芽傳輸，為次高選項。
3. 在電腦使用頻率上選擇「普通」的族群中，有 43%的比例偏好 USB 傳輸，為最高比例；有 34%的比例偏好 IEEE1394 傳輸，為次高選項。
4. 在電腦使用頻率上選擇「常常使用」的族群中，有 48%的比例偏好 USB 傳輸，為最高比例；有 37%的比例偏好 IEEE1394 傳輸，為次高選項。
5. 在電腦使用頻率上選擇「幾乎離不開電腦」的族群中，有 59%的比例偏好 USB 傳輸，為最高比例；有 28%的比例偏好 IEEE1394 傳輸，為次高選項。

綜觀整體而論，使用電腦的頻率不同的受訪者，對於手機傳輸方式的偏好也不同。目前看起來還是 USB 傳輸方式最普遍受歡迎。

結論：「對於手機傳輸方式的偏好」與「使用電腦的頻率」有顯著差異。

### 5.6.3 「對手機傳輸方式偏好」與「工作性質」之分析

表 5-44 「對於手機傳輸方式的偏好」與「工作性質」之列聯表

工作性質	對於手機傳輸方式的偏好	USB	IEEE1394	藍芽	紅外線	無意見/其他	總計
軍、公、教	個數	22	12	9	0	3	46
	列百分比	47.83%	26.09%	19.57%	0%	6.52%	100%
科技業	個數	51	25	43	13	5	137
	列百分比	37.23%	18.25%	31.39%	9.49%	3.65%	100%
金融業	個數	54	43	38	8	9	152
	列百分比	35.53%	28.29%	25%	5.26%	5.92%	100%
服務業	個數	53	42	22	0	11	128
	列百分比	41.41%	32.81%	17.19%	0%	8.59%	100%
製造業	個數	14	8	7	0	4	33
	列百分比	42.42%	24.24%	21.21%	0%	12.12%	100%
其他	個數	2	1	1	0	0	4
	列百分比	50%	25%	25%	0%	0%	100%
總計	個數	196	131	120	21	32	500
	列百分比	39.2%	26.2%	24%	4.2%	6.4%	100%

粗體字部分  $P = 0.098$  (X-工作性質；Y-對於手機傳輸方式偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機傳輸方式的偏好」與「工作性質」沒有顯著差異。

#### 5.6.4 「對手機傳輸方式偏好」與「職位」之分析

表 5-45 「對於手機傳輸方式的偏好」與「職位」之列聯表

職位	對於手機傳輸方式的偏好	USB	IEEE1394	藍芽	紅外線	無意見/其他	總計
基層員工	個數	59	35	39	10	12	155
	列百分比	38.06%	22.58%	25.16%	6.45%	7.74%	100%
主管	個數	60	49	52	4	17	182
	列百分比	32.97%	26.92%	28.57%	2.20%	9.34%	100%
秘書	個數	41	27	20	3	2	93
	列百分比	44.09%	29.03%	21.51%	3.23%	2.15%	100%
老闆	個數	22	9	5	1	0	37
	列百分比	59.46%	24.32%	13.51%	2.70%	0%	100%
顧問	個數	7	6	4	2	0	19
	列百分比	36.84%	31.58%	21.05%	10.53%	0%	100%
其他	個數	7	5	0	1	1	14
	列百分比	50%	35.71%	0%	7.14%	7.14%	100%
總計	個數	196	131	120	21	32	500
	列百分比	39.2%	26.2%	24%	4.2%	6.4%	100%

粗體字部分  $P = 0.145$  (X-職位；Y-對手機傳輸方式偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機傳輸方式的偏好」與「職位」沒有顯著差異。

### 5.6.5 「對手機傳輸方式偏好」對「年齡」之分析

表 5-46 「對於手機傳輸方式的偏好」與「年齡」之列聯表

年齡	對於手機傳輸方式的偏好	USB	IEEE1394	藍芽	紅外線	無意見/其他	總計
29 以下	個數	61	36	45	10	10	162
	列百分比	37.65%	22.22%	27.78%	6.17%	6.17%	100%
30-40	個數	71	55	41	8	8	183
	列百分比	38.80%	30.05%	22.40%	4.37%	4.37%	100%
41-55	個數	42	32	26	3	14	117
	列百分比	35.90%	27.35%	22.22%	2.56%	11.97%	100%
55 以上	個數	22	8	8	0	0	38
	列百分比	57.89%	21.05%	21.05%	0%	0%	100%
總計	個數	196	131	120	21	32	500
	列百分比	39.2%	26.2%	24%	4.2%	6.4%	100%

粗體字部分  $P = 0.360$  (X-年齡；Y-對手機傳輸方式偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機傳輸方式的偏好」與「年齡」沒有顯著差異。

### 5.6.6 「對手機傳輸方式偏好」與「性別」之分析

表 5-47 「對於手機傳輸方式的偏好」與「性別」之列聯表

性別	對於手機傳輸方式的偏好	USB	IEEE1394	藍芽	紅外線	無意見/其他	總計
男	個數	97	78	68	12	4	259
	列百分比	37.45%	30.12%	26.25%	4.63%	1.54%	100%
女	個數	99	53	52	9	28	241
	列百分比	41.08%	21.99%	21.58%	3.73%	11.62%	100%
總計	個數	196	131	120	21	32	500
	列百分比	39.2%	26.2%	24%	4.2%	6.4%	100%

粗體字部分  $P = 0.170$  (X-性別；Y-對手機傳輸方式偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機傳輸方式的偏好」與「性別」沒有顯著差異。

### 5.6.7 「對手機傳輸方式偏好」與「學歷」之分析

表 5-48 「對於手機傳輸方式的偏好」與「學歷」之列聯表

學歷	對於手機傳輸方式的偏好	USB	IEEE1394	藍芽	紅外線	無意見/其他	總計
高中職以下	個數	25	17	26	1	4	73
	列百分比	34.25%	23.29%	35.62%	1.37%	5.48%	100%
大學、專科	個數	83	57	44	8	21	213
	列百分比	38.97%	26.76%	20.66%	3.76%	9.86%	100%
碩、博士	個數	88	57	50	12	7	214
	列百分比	41.12%	26.64%	23.36%	5.61%	3.27%	100%
總計	個數	196	131	120	21	32	500
	列百分比	39.2%	26.2%	24%	4.2%	6.4%	100%

粗體字部分  $P = 0.239$  (X-學歷；Y-對手機傳輸方式偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機傳輸方式的偏好」與「學歷」沒有顯著差異。

### 5.7 對於智慧型手機銀幕解析度的偏好之分析

表 5-49 「對手機銀幕解析度的偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平均收入	電腦使用頻率	工作性質	職位	年齡	性別	學歷
對於手機銀幕解析度的偏好	$P = 0.000^*$	$P = 0.051$	$P = 0.000^*$	$P = 0.000^*$	$P = 0.000^*$	$P = 0.128$	$P = 0.000^*$

(註：凡小於 0.05 的  $P$  值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5-49 可知道「對於手機銀幕解析度的偏好」在「每月平均收入」、「工作性質」、「職位」、「年齡」與「學歷」方面，皆有顯著性的差異。

### 5.7.1 「對手機銀幕解析度偏好」與「每月平均收入」之分析

表 5-50 「對於手機銀幕解析度的偏好」與「每月平均收入」之列聯表

每月平均收入	對於手機銀幕 解析度的偏好	六萬五千色	一千六百萬色	總計
		個數	列百分比	
5 萬以下	個數	10	93	103
		9.7	90.3	100%
5-8 萬	個數	13	76	89
		14.6	85.4	100%
8-10 萬	個數	32	116	148
		21.6	78.4	100%
10 萬以上	個數	1	96	97
		1.0	99.0	100%
總計	個數	56	381	437
	列百分比	12.8%	87.2%	100%

P = 0.000\* (X-每月平均收入；Y-對手機銀幕解析度偏好)

由表格中偏好六萬五千色的比例可看出：

1. 五萬元新臺幣以下的族群中，約有 9.7% 偏好之。
2. 五萬到八萬元新臺幣的族群中，約有 14.6% 偏好之。
3. 八萬到十萬元新臺幣的族群中，約有 21.6% 偏好之。
4. 十萬元新臺幣以上的族群中，卻僅有 1% 偏好之。

由上可知，月平均收入不同的受訪者，對手機銀幕解析度偏好也不同。目前一千六百萬色一面倒的受歡迎。月收拾萬以下的消費者呈現等差級數遞增，似乎與收入成正比。

結論：「對手機銀幕解析度偏好」與「每月平均收入」有顯著差異。

### 5.7.2 「對手機銀幕解析度偏好」與「使用電腦的頻率」之分析

表 5-51 「對於手機銀幕解析度的偏好」與「使用電腦的頻率」列聯表

使用電腦的 頻率	對於手機銀幕 解析度的偏好	六萬五千 色	二十六萬 色	一千六百 萬色	無意見/其 他	總計
幾乎不用	個數	15	8	100	7	130
	列百分比	11.54%	6.15%	76.92%	5.38%	100%
不太常使用	個數	15	7	90	8	120
	列百分比	12.5%	5.83%	75%	6.67%	100%
普通	個數	16	4	60	5	85
	列百分比	18.82%	4.71%	70.59%	5.88%	100%
常常使用	個數	4	3	72	8	87
	列百分比	4.60%	3.45%	82.76%	9.20%	100%
幾乎離不開 電腦	個數	6	4	59	9	78
	列百分比	7.69%	5.13%	75.64%	11.54%	100%
總計	個數	56	26	381	37	500
	列百分比	11.2%	5.2%	76.2%	7.4%	100%

粗體字部分  $P = 0.051$  (X-使用電腦的頻率；Y-對手機銀幕解析度偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機銀幕解析度的偏好」與「學歷」沒有顯著差異。

### 5.7.3 「對手機銀幕解析度偏好」與「工作性質」之分析

表 5-52 「對於手機銀幕解析度的偏好」與「工作性質」列聯表

工作性質	對於手機銀幕 解析度的偏好	六萬五千色	一千六百萬色	總計
		個數	列百分比	
軍、公、教	個數	15	22	37
	列百分比	40.5	59.5	100%
科技業	個數	10	110	120
	列百分比	8.3	91.7	100%
金融業	個數	14	121	135
	列百分比	10.4	89.6	100%
服務業	個數	7	109	116
	列百分比	6.0	94.0	100%
製造業	個數	8	18	26
	列百分比	7.7	92.3	100%
總計	個數	54	380	434
	列百分比	12.4%	87.6%	100%

$P = 0.000^*$  (X-工作性質；Y-對手機銀幕解析度偏好)

由表 5-52 可以看出：工作性質屬於「軍、公、教」類別的受訪者，其偏好與其他類型的工作者最不一樣。除了軍公教從業者較不偏好一千六百萬色銀幕。

結論：「對於手機銀幕解析度的偏好」與「工作性質」有顯著差異。

#### 5.7.4 「對手機銀幕解析度偏好」與「職位」之分析

表 5-53 「對於手機銀幕解析度的偏好」與「職位」之列聯表

職位	對於手機銀幕解析度的偏好	六萬五千色	一千六百萬色	總計
基層員工	個數	12	130	142
	列百分比	8.5	91.5	100%
主管	個數	12	155	167
	列百分比	7.2	92.2	100%
秘書	個數	20	52	72
	列百分比	27.8	72.2	100%
老闆	個數	5	26	31
	列百分比	16.1	83.9	100%
總計	個數	49	363	412
	列百分比	11.9%	88.1%	100%

$P = 0.000^*$  (X-職位；Y-對手機銀幕解析度偏好)

由表 5-53 可以看到「職位」屬於「基層員工」與「主管」的，偏好的趨勢相似。而「職位」屬於「秘書」與「老闆」的，偏好的趨勢較相似。秘書與老闆於程度上較無基層員工與主管偏好一千六百萬色來得強烈。

結論：「對於手機銀幕解析度的偏好」與「職位」有顯著差異。

### 5.7.5 「對手機銀幕解析度偏好」與「年齡」之分析

表 5-54 「對於手機銀幕解析度的偏好」與「年齡」之列聯表

年齡	對於手機銀幕解析度的偏好	六萬五千色	一千六百萬色	總計
29 以下	個數	15	132	147
	列百分比	10.2	89.8	100%
30-40	個數	10	151	161
	列百分比	6.2	93.8	100%
41-55	個數	21	78	99
	列百分比	21.2	78.8	100%
55 以上	個數	10	20	30
	列百分比	33.3	66.7	100%
總計	個數	56	381	437
	列百分比	12.8%	87.2%	100%

$P = 0.000^*$  (X-年齡；Y-對於手機銀幕解析度偏好)

由表 5-5，可看到年齡不同，偏好的趨勢不同。除了 30-40 歲的受訪者酷愛一千六百萬色以外，似乎年紀越輕偏好一千六百萬色的傾向越強烈。

結論：「對於手機銀幕解析度的偏好」與「年齡」有顯著差異。

### 5.7.6 「對手機銀幕解析度偏好」與「性別」之分析

表 5-55 「對於手機銀幕解析度的偏好」與「性別」之列聯表

性別	對於手機銀幕解析度的偏好	六萬五千色	二十六萬色	一千六百萬色	無意見/其他	總計
男	個數	27	14	192	26	259
	列百分比	10.42%	5.41%	74.13%	10.04%	100%
女	個數	29	12	189	11	241
	列百分比	12.03%	4.98%	78.42%	4.56%	100%
總計	個數	56	26	381	37	500
	列百分比	11.2%	5.2%	76.2%	7.4%	100%

粗體字部分  $P = 0.128$  (X-性別；Y-對於手機銀幕解析度偏好)

無顯著差異存在。

結論：「對於手機銀幕解析度的偏好」與「性別」沒有顯著差異。

### 5.7.7 「對於手機銀幕解析度的偏好」對「學歷」之分析

表 5-56 「對於手機銀幕解析度的偏好」與「學歷」之列聯表

學歷	對於手機銀幕 解析度的偏好	六萬五千色	一千六百萬色	總計
高中職以下	個數	13	47	60
	列百分比	21.7	78.3	100%
大學、專科	個數	32	143	175
	列百分比	22.4	77.6	100%
碩、博士	個數	11	191	202
	列百分比	5.4	94.6	100%
總計	個數	56	381	437
	列百分比	12.8%	87.2%	100%

$P = 0.000^*$  (X-學歷；Y-對手機銀幕解析度偏好)

由表 5-56 可以看出：

1. 高中職以下的族群中，有 78% 的比例偏好一千六百萬色的銀幕。
2. 大學、專科的族群中，有 77.6% 的比例偏好一千六百萬色的銀幕。
3. 碩、博士的族群中，有 94.6% 的比例偏好一千六百萬色的銀幕。

由此可見，學歷不同，偏好的趨勢不同。學歷屬於碩博士的受訪者跟另外兩類的受訪者明顯偏好程度更明顯。

結論：「對於手機傳輸方式的偏好」與「學歷」有顯著差異。

### 5.8 對於智慧型手機的名片辨識功能的偏好之分析

表 5-57 「手機的名片辨識功能偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平 均收入	電腦使 用頻率	工作 性質	職位	年齡	性別	學歷
對於手機 的名片辨 識功能的 偏好	$P = 0.000^*$	$P = 0.015^*$	$P = 0.000^*$	$P = 0.000^*$	$P = 0.058$	$P = 0.013^*$	$P = 0.216$

(註：凡小於 0.05 的  $P$  值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5.8 可知道「對於手機的名片辨識功能的偏好」在「每月平均收入」、「電腦使用頻率」、「工作性質」、「職位」與「性別」方面，皆有顯著性的差異。

### 5.8.1 「對手機名片辨識功能偏好」與「每月平均收入」之分析

表 5-58 「手機的名片辨識功能偏好」與「每月平均收入」之列聯表

每月平均收入	對於手機的 名片辨識功 能的偏好	需要	不需要	總計
5 萬以下	個數	68	31	99
	列百分比	68.7	31.3	100%
5-8 萬	個數	70	5	75
	列百分比	93.3	6.7	100%
8-10 萬	個數	133	11	144
	列百分比	92.4	7.6	100%
10 萬以上	個數	68	35	103
	列百分比	66	34	100%
總計	個數	339	82	421
	列百分比	80.5%	19.5%	100%

P = 0.000\* (X-每月平均收入；Y-手機的名片辨識功能偏好)

由表格中的數據可看到：

月平均收入在五萬元新臺幣以下的族群與十萬元新臺幣以上的族群，以及月平均收入在五萬到十萬元新臺幣的族群呈現兩種不同的偏好傾向。

由上可知，每月平均收入不同，偏好的趨勢不同。五到十萬收入的兩個族群明顯較另外兩族群傾向需要。

結論：「手機的名片辨識功能偏好」與「每月平均收入」有顯著差異。

189/16

### 5.8.2 「對手機名片辨識功能偏好」與「使用電腦的頻率」之分析

表 5-59 「手機的名片辨識功能偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表

使用電腦的頻率	對於手機的 名片辨識功 能的偏好	需要	不需要	總計
幾乎不用	個數	66	25	91
	列百分比	72.5	27.5	100%
不太常使用	個數	62	23	85
	列百分比	72.9	27.1	100%
普通	個數	72	9	81
	列百分比	88.9	11.1	100%
常常使用	個數	73	13	86
	列百分比	84.9	15.1	100%
幾乎離不開電腦	個數	66	12	78
	列百分比	84.6	15.4	100%
總計	個數	339	82	500
	列百分比	67.8%	16.4%	100

$P = 0.015^*$  (X-使用電腦的頻率；Y-手機的名片辨識功能偏好)

由表格 5-59 中的數據可以看到：

在電腦使用頻率上選擇「幾乎不用」與「不太常使用」的族群，以及「普通」、「常常使用」和「幾乎離不開電腦」的族群呈現兩種不同的偏好傾向。

由上可知，使用電腦的頻率不同，偏好的趨勢不同。

結論：「手機的名片辨識功能偏好」與「使用電腦的頻率」有顯著差異。

### 5.8.3 「對手機名片辨識功能偏好」與「工作性質」之分析

表 5-60 「手機的名片辨識功能偏好」與「工作性質」之列聯表

工作性質	對於手機的名 片辨識功能的 偏好	需要	不需要	總計
		個數	列百分比	
軍、公、教	個數	12	28	40
	列百分比	30	70	100%
科技業	個數	104	12	116
	列百分比	89.7	10.3	100%
金融業	個數	111	18	129
	列百分比	86	14	100%
服務業	個數	97	14	111
	列百分比	87.4	12.6	100%
製造業	個數	12	9	21
	列百分比	57.1	42.9	100%
總計	個數	336	81	417
	列百分比	80.6%	19.4%	100%

P = 0.000\* (X-工作性質；Y-手機的名片辨識功能偏好)

由表 5-60 可以看到：

工作性質屬於「科技業」、「金融業」、「服務業」類別的受訪者，與其他兩類受訪者的偏好有明顯不同。

由上可知，工作性質不同，偏好的趨勢不同。

結論：「手機的名片辨識功能偏好」與「工作性質」有顯著差異。

#### 5.8.4 「對手機名片辨識功能偏好」與「職位」之分析

表 5-61 「手機的名片辨識功能偏好」與「職位」列聯表

職位	對於手機的名 片辨識功能的 偏好	需要	不需要	總計
基層員工	個數	91	35	126
	列百分比	72.2	27.8	100%
主管	個數	143	12	155
	列百分比	92.3	7.7	100%
秘書	個數	72	13	85
	列百分比(%)	84.7	15.3	100%
老闆	個數	13	14	27
	列百分比(%)	48.1	51.9	100%
總計	個數	319	74	393
	列百分比(%)	81.2%	18.8%	100%

$P = 0.000^*$  (X-職位；Y-手機的名片辨識功能偏好)

由表 5-61 可以看到職位不同，受訪者的偏好有明顯不同。

結論：「手機的名片辨識功能偏好」與「職位」有顯著差異。

### 5.8.5 「對手機名片辨識功能偏好」與「年齡」之分析

表 5-62 「手機的名片辨識功能偏好」與「年齡」之列聯表

年齡	對於手機的名 片辨識功能的 偏好	需要	不需要	無意見/其 他	總計
29 以下	個數	114	23	25	162
	列百分比(%)	70.37%	14.20%	15.43%	100%
30-40	個數	131	26	26	183
	列百分比(%)	71.58%	14.21%	14.21%	100%
41-55	個數	72	21	24	117
	列百分比(%)	61.54%	17.95%	20.51%	100%
55 以上	個數	22	12	4	38
	列百分比(%)	57.89%	31.58%	10.53%	100%
總計	個數	339	82	79	500
	列百分比(%)	67.8%	16.4%	15.8%	100%

粗體字部分  $P = 0.091$  (X-年齡；Y-手機的名片辨識功能偏好)

無顯著差異存在。

結論：「手機的名片辨識功能偏好」與「年齡」沒有顯著差異。

### 5.8.6 「對手機名片辨識功能偏好」與「性別」之分析

表 5-63 「手機的名片辨識功能偏好」與「性別」之列聯表

性別	對於手機的名 片辨識功能的 偏好	需要	不需要	總計
男	個數	180	31	211
	列百分比(%)	85.3%	14.7%	100%
女	個數	159	51	210
	列百分比(%)	75.7%	24.3%	100%
總計	個數	339	82	421
	列百分比(%)	80.5%	19.5%	100%

$P = 0.013^*$  (X-性別；Y-手機的名片辨識功能偏好)

由表 5-63 可以看到性別影響偏好。男性需要的比例較高。

結論：「手機的名片辨識功能偏好」與「性別」有顯著差異。

### 5.8.7 「對手機名片辨識功能偏好」與「學歷」之分析

表 5-64 「手機的名片辨識功能偏好」與「學歷」之列聯表

學歷	對於手機的 名片辨識功 能的偏好	需要	不需要	無意見/其他	總計
高中職以下	個數	48	17	8	73
	列百分比	65.75%	23.29%	10.96%	100%
大學專科	個數	142	36	35	213
	列百分比	66.67%	16.90%	16.43%	100%
碩、博士	個數	149	29	36	214
	列百分比	69.63%	13.55%	16.82%	100%
總計	個數	339	82	79	500
	列百分比	67.8%	16.4%	15.8%	100%

粗體字部分  $P = 0.216$  (X-學歷；Y-手機的名片辨識功能偏好)

無顯著差異存在。

結論：「手機的名片辨識功能偏好」與「學歷」沒有顯著差異。

### 5.9 對於智慧型手機的二維條碼解讀功能的偏好之分析

表 5-65 「二維條碼解讀功能偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平 均收入	電腦使 用頻率	工作 性質	職位	年齡	性別	學歷
對於手機 的二維條 碼解讀功 能的偏好	$P = 0.000^*$	$P = 0.458$	$P = 0.036^*$	$P = 0.000^*$	$P = 0.517$	$P = 0.000^*$	$P = 0.049^*$

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5-65 可知道「對於手機的二維條碼解讀功能的偏好」在「每月平均收入」、「工作性質」、「職位」、「性別」與「學歷」方面，皆有顯著性的差異。

### 5.9.1 「對手機二維條碼解讀功能偏好」與「每月平均收入」之分析

表 5-66 「二維條碼解讀功能偏好」與「每月平均收入」之列聯表

每月平均收入	對於手機的二維條碼解讀功能的偏好	需要	不需要	總計
		個數	列百分比	
5 萬以下	個數	29	19	48
	列百分比	60.4	39.6	100%
5-8 萬	個數	34	21	55
	列百分比	61.8	38.2	100%
8-10 萬	個數	13	77	90
	列百分比	14.4	85.6	100%
10 萬以上	個數	18	11	29
	列百分比	62.1	37.9	100%
總計	個數	94	128	222
	列百分比	42.3%	57.6%	100%

P = 0.000\* ( X-每月平均收入 ; Y-二維條碼解讀功能偏好 )

由表格中的數據可看到月平均收入在八萬到十萬元新臺幣的族群之偏好明顯不同。

結論：「手機的二維條碼解讀功能偏好」與「每月平均收入」有顯著差異。

### 5.9.2 「對手機二維條碼解讀功能偏好」與「使用電腦的頻率」之分析

表 5-67 「二維條碼解讀功能偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表

使用電腦的 頻率	對於手機的二 維條碼解讀功 能的偏好	需要	不需要	總計
幾乎不用	個數	13	29	130
	列百分比	10%	22.31%	100%
不太常使用	個數	15	24	120
	列百分比	12.5%	20%	100%
普通	個數	18	21	85
	列百分比	21.18%	24.71%	100%
常常使用	個數	23	26	87
	列百分比	26.44%	29.89%	100%
幾乎離不開 電腦	個數	25	28	78
	列百分比	32.05%	35.90%	100%
總計	個數	94	128	500
	列百分比	18.8%	25.6%	100%

$P = 0.458$  (X-使用電腦的頻率；Y-二維條碼解讀功能偏好)

無顯著差異存在。

結論：「手機的二維條碼解讀功能偏好」與「使用電腦的頻率」沒有顯著差異。

### 5.9.3 「對手機二維條碼解讀功能偏好」與「工作性質」之分析

表 5-68 「二維條碼解讀功能偏好」與「工作性質」之列聯表

工作性質	對於手機的二維條碼 解讀功能的偏好	需要	不需要	總計
		個數	列百分比	
軍、公、教	個數	9	21	30
	列百分比	30	70	100%
科技業	個數	22	40	62
	列百分比	35.5	64.5	100%
金融業	個數	38	31	69
	列百分比	55.1	44.9	100%
服務業	個數	15	27	42
	列百分比	55.6	44.4	100%
製造業	個數	10	7	17
	列百分比	58.8	41.2	100%
總計	個數	94	126	220
	列百分比	42.7%	57.3%	100%

$P = 0.036^*$  (X-工作性質；Y-二維條碼解讀功能偏好)

由表格中的數據可看到工作性質不同的族群，偏好明顯不同。

結論：「手機的二維條碼解讀功能偏好」與「工作性質」有顯著差異。

#### 5.9.4 「對手機二維條碼解讀功能偏好」與「職位」之分析

表 5-69 「二維條碼解讀功能偏好」與「職位」之列聯表

職位	對於手機的二維條碼解讀功能的偏好	需要	不需要	總計
基層員工	個數	23	29	52
	列百分比	44.2%	55.8%	100%
主管	個數	13	53	66
	列百分比	19.7%	80.3%	100%
秘書	個數	33	28	61
	列百分比	54.1%	45.9%	100%
老闆	個數	19	6	25
	列百分比	76%	24%	100%
總計	個數	88	116	204
	列百分比	43.1%	56.9%	100%

P = 0.000\* (X-職位；Y-二維條碼解讀功能偏好)

由表格中的數據可看到職位不同的族群，偏好明顯不同。

結論：「手機的二維條碼解讀功能偏好」與「職位」有顯著差異。

#### 5.9.5 「對手機二維條碼解讀功能偏好」與「年齡」之分析

表 5-70 「二維條碼解讀功能偏好」與「年齡」之列聯表

年齡	對於手機的二維條碼解讀功能的偏好	需要	不需要	總計
29 以下	個數	31	43	162
	列百分比	19.14%	26.54%	100%
30-40	個數	27	47	183
	列百分比	14.75%	25.68%	100%
41-55	個數	24	26	117
	列百分比	20.51%	22.22%	100%
55 以上	個數	12	12	38
	列百分比	31.58%	31.58%	100%
總計	個數	94	128	500
	列百分比	18.8%	25.6%	100%

P = 0.517 (X-年齡；Y-二維條碼解讀功能偏好)

無顯著差異存在。

結論：「手機的二維條碼解讀功能偏好」與「年齡」有顯著差異。

### 5.9.6 「對手機二維條碼解讀功能偏好」與「性別」之分析

表 5-71 「二維條碼解讀功能偏好」與「性別」之列聯表

性別	對於手機的二維條碼 解讀功能的偏好	需要	不需要	總計
男	個數	36	90	126
	列百分比	28.6%	71.4%	100%
女	個數	58	38	96
	列百分比	60.4%	39.6%	100%
總計	個數	94	128	222
	列百分比	42.3%	57.7%	100%

P = 0.000\* (X-性別；Y-二維條碼解讀功能偏好)

由表 5-71 可以看到對於手機的二維條碼解讀功能的需求偏好與性別有很大的差異。

結論：「手機的二維條碼解讀功能偏好」與「性別」有顯著差異。

### 5.9.7 「對手機二維條碼解讀功能偏好」與「學歷」之分析

表 5-72 「二維條碼解讀功能偏好」與「學歷」之列聯表

學歷	對於手機的二 維條碼解讀功 能的偏好	需要	不需要	總計
高中職以下	個數	17	18	35
	列百分比	48.6	51.4	100%
大學、專科	個數	49.0	51.0	100
	列百分比	49	51	100%
碩、博士	個數	28	59	87
	列百分比	32.2	67.8	100%
總計	個數	94	128	222
	列百分比	42.3%	57.7%	100%

P = 0.049\* (X-學歷；Y-二維條碼解讀功能偏好)

由表 5-72 可以看到對於手機的二維條碼解讀功能的需求偏好與性別有很大的差異。

結論：「手機的二維條碼解讀功能偏好」與「學歷」有顯著差異。

## 5.10 對於智慧型手機播放 MP3 音質的偏好之分析

表 5-73 「播放 MP3 音質的偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平均收入	電腦使用頻率	工作性質	職位	年齡	性別	學歷
對於手機播放 MP3 音質的偏好	P = 0.000*	P = 0.899	P = 0.018*	P = 0.010*	P = 0.000*	P = 0.614	P = 0.034*

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5-73 可知道「對於手機播放 MP3 音質的偏好」在「每月平均收入」、「職位」、「工作性質」、「年齡」與「學歷」方面，皆有顯著性的差異。

### 5.10.1 「對手機播放 MP3 音質偏好」與「每月平均收入」之分析

表 5-74 「播放 MP3 音質的偏好」與「每月平均收入」之列聯表

每月平均收入	對於手機播放 MP3 音質的偏好	很不在意	不在意	在意	很在意	總計
		個數	列百分比	列百分比	列百分比	
5 萬以下	個數	3	3.1	5.1	54.1	98
	列百分比				37.7	100%
5-8 萬	個數	18	22.2	9	11.1	81
	列百分比				45.7	100%
8-10 萬	個數	21	14.9	24	17.0	141
	列百分比				21.0	100%
10 萬以上	個數	26	28.6	23	25.3	91
	列百分比				14.1	100%
總計	個數	68	16.5%	61	14.8%	164
	列百分比				39.9%	118
					28.7%	411
						100%

P = 0.000\* (X-每月平均收入；Y-播放 MP3 音質的偏好)

由表 5-74 可以看到消費者對於手機播放 MP3 音質的偏好與每月平均收入方面有很大的差異，收入越高在意的人反而越少。

結論：「播放 MP3 音質的偏好」與「每月平均收入」有顯著差異。

### 5.10.2 「對手機播放 MP3 音質偏好」與「使用電腦的頻率」之分析

表 5-75 「播放 MP3 音質的偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表

使用電腦的 頻率	對於手機播 放 MP3 音 質的偏好	很不在意	不在意	無意見/ 其他	在意	很在意	總計
幾乎不用	個數	13	10	42	36	29	130
	列百分比	10%	7.69%	32.31%	27.69%	22.31%	100%
不太常使用	個數	14	13	32	33	28	120
	列百分比	11.67%	10.83%	26.67%	27.5%	23.33%	100%
普通	個數	13	13	8	30	21	85
	列百分比	15.29%	15.29%	9.412%	35.29%	24.71%	100%
常常使用	個數	11	15	6	32	23	87
	列百分比	12.6%	17.24%	6.90%	36.78%	26.44%	100%
幾乎離不開 電腦	個數	17	10	1	33	17	78
	列百分比	21.79%	12.82%	1.28%	42.31%	21.79%	100%
總計	個數	68	61	89	164	118	500
	列百分比	13.6%	12.2%	17.8%	32.8%	23.6%	100%

粗體字部分  $P = 0.899$  (X-使用電腦的頻率；Y-播放 MP3 音質的偏好)

無顯著差異存在。

結論：「播放 MP3 音質的偏好」與「使用電腦的頻率」沒有顯著差異。

189/6

### 5.10.3 「對手機播放 MP3 音質偏好」與「工作性質」之分析

表 5-76 「播放 MP3 音質的偏好」與「工作性質」之列聯表

工作性質	對於手機播放 MP3 音質的偏好	很不在意	不在意	在意	很在意	總計
軍、公、教	個數	7	8	15	6	36
	列百分比	19.4	22.2	21.7	16.7	100%
科技業	個數	21	17	44	26	108
	列百分比	19.4	15.7	40.7	24.1	100%
金融業	個數	19	15	56	37	127
	列百分比	15.0	11.8	44.1	29.1	100%
服務業	個數	10	15	41	43	109
	列百分比	9.2	13.8	37.6	39.4	100%
製造業	個數	10	6	7	5	28
	列百分比	35.7	21.4	25	17.9	100%
總計	個數	67	61	163	117	408
	列百分比	16.4%	15.0%	40.0%	28.7%	100%

P = 0.018\* (X-工作性質；Y-播放 MP3 音質的偏好)

由表 5-76 可以看到消費者對於手機播放 MP3 音質的偏好與工作性質方面有影響造成差異。工作性質屬於「科技業」、「金融業」、「服務業」的從業者，與其他兩類受訪者的偏好有明顯不同。

結論：「播放 MP3 音質的偏好」與「工作性質」有顯著差異。

#### 5.10.4 「對手機播放 MP3 音質偏好」與「職位」之分析

表 5-77 「播放 MP3 音質的偏好」與「職位」之列聯表

職位	對於手機播放 MP3 音質的偏好	很不在意	不在意	在意	很在意	總計
基層員工	個數	13	22	53	36	124
	列百分比	10.5	17.7	42.7	29.0	100%
主管	個數	23	25	61	46	155
	列百分比	14.8	16.1	39.4	29.7	100%
秘書	個數	11	7	32	18	68
	列百分比	16.2	10.	47.1	26.5	100%
老闆	個數	12	3	5	14	34
	列百分比	35.3	8.8	14.7	41.2	100%
總計	個數	59	57	151	114	381
	列百分比	15.5%	15.0%	39.6	29.9	100%

$P = 0.010^*$  (X-職位；Y-播放 MP3 音質的偏好)

由表 5-77 可以看到對於手機播放 MP3 音質的偏好與職位有顯著差異。職位不同偏好也有差異性。

結論：「播放 MP3 音質的偏好」與「職位」有顯著差異。

### 5.10.5 「對手機播放 MP3 音質偏好」與「年齡」之分析

表 5-78 「播放 MP3 音質的偏好」與「年齡」之列聯表

年齡	對於手機播放 MP3 音質的偏好	很不在意	不在意	在意	很在意	總計
29 以下	個數	16	10	60	53	139
	列百分比	11.5	7.2	43.2	38.1	100%
30-40	個數	18	14	78	51	161
	列百分比	11.2	8.7	48.4	31.7	100%
41-55	個數	21	30	20	9	180
	列百分比	26.3	37.5	25	11.3	100%
55 以上	個數	13	7	6	5	31
	列百分比	41.9	22.6	19.4	16.1	100%
總計	個數	68	61	164	118	411
	列百分比	16.5	14.8	39.9	28.7	100%

$P = 0.000^*$  (X-年齡；Y-播放 MP3 音質的偏好)

由表 5-78 可看到對於手機播放 MP3 音質的偏好與年齡有顯著差異。年齡不同偏好也有差異性。年紀輕者較在意。

結論：「播放 MP3 音質的偏好」與「年齡」有顯著差異。

### 5.10.6 「對手機播放 MP3 音質偏好」與「性別」之分析

表 5-79 「播放 MP3 音質的偏好」與「性別」之列聯表

性別	對於手機播放 MP3 音質的偏好	很不在意	不在意	無意見/其他	在意	很在意	總計
男	個數	41	35	35	88	60	259
	列百分比	15.8%	13.51	13.51%	33.98%	23.17%	100%
女	個數	27	26	54	76	58	241
	列百分比	11.20%	10.79%	22.41%	31.54%	24.07%	100%
總計	個數	68	61	89	164	118	500
	列百分比	13.6%	12.2%	17.8%	32.8%	23.6%	100%

粗體字部分  $P = 0.614$  (X-性別；Y-播放 MP3 音質的偏好)

無顯著差異存在。

結論：「播放 MP3 音質的偏好」與「性別」沒有顯著差異。

### 5.10.7 「對手機播放 MP3 音質偏好」與「學歷」之分析

表 5-80 「播放 MP3 音質的偏好」與「學歷」之列聯表

學歷	對於手機播放 MP3 音質的偏好	很不在意	不在意	在意	很在意	總計
高中職 以下	個數	11	17	17	16	61
	列百分比	18.0	27.9	27.9	26.2	100%
大學、專科	個數	30	28	72	53	183
	列百分比	16.4	15.3	39.3	29.0	100%
碩、博士	個數	27	16	75	49	167
	列百分比	16.2	9.6	44.9	29.3	100%
總計	個數	68	61	164	118	411
	列百分比	16.5%	14.8%	39.9%	28.7%	100%

P = 0.034\*

由表 5-80 可以看出對於手機播放 MP3 音質的偏好與學歷有顯著差異。學歷不同偏好也有差異性。學歷越高越在意。

結論：「播放 MP3 音質的偏好」與「學歷」有顯著差異。

### 5.11 對於智慧型手機內建數位相機的畫素的偏好

表 5-81 「內建數位相機畫素偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平均收入	電腦使用頻率	工作性質	職位	年齡	性別	學歷
對於手機內建數位相機的畫素的偏好	P = 0.149	P = 0.333	P = 0.157	P = 0.000*	P = 0.000*	P = 0.221	P = 0.000*

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5-81 可知道「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」在「每月平均收入」、「電腦使用頻率」、「職位」、「年齡」與「學歷」方面，皆有顯著性的差異。

### 5.11.1 「對手機內建數位相機畫素偏好」與「每月平均收入」之分析

表 5-82 「內建數位相機畫素偏好」與「每月平均收入」之列聯表

每月平均收入	對於手機內建數位相機的畫素的偏好	一百萬以下	一至兩百萬	二百萬以上	無意見/其他	總計
5 萬以下	個數	15	18	48	34	115
	列百分比	13.04%	15.65%	41.74%	29.57%	100%
5-8 萬	個數	21	16	43	26	106
	列百分比	19.81%	15.09%	40.57%	24.53%	100%
8-10 萬	個數	16	19	73	64	172
	列百分比	9.30%	11.05%	42.44%	37.21%	100%
10 萬以上	個數	11	17	69	10	107
	列百分比	10.28%	15.89%	64.49%	9.35%	100%
總計	個數	63	70	233	134	500
	列百分比	12.6%	14%	46.6%	26.8%	100%

粗體字部分  $P = 0.149$  (X-每月平均收入；Y-內建數位相機畫素偏好)

無顯著差異存在。

結論：「內建數位相機畫素偏好」與「每月平均收入」沒有顯著差異。

### 5.11.2 「對手機內建數位相機畫素偏好」與「使用電腦的頻率」之分析

表 5-83 「內建數位相機畫素偏好」與「使用電腦的頻率」列聯表

使用電腦的頻率	對於手機內建數位相機的畫素的偏好	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	無意見/其他	總計
幾乎不用	個數	13	18	57	42	130
	列百分比	10%	13.85%	43.85%	32.31%	100%
不太常使用	個數	11	12	51	46	120
	列百分比	9.17%	10%	42.5%	38.33%	100%
普通	個數	13	14	41	17	85
	列百分比	15.29%	16.47%	48.24%	20%	100%
常常使用	個數	18	16	36	17	87
	列百分比	20.69%	18.39%	41.38%	19.54%	100%
幾乎離不開電腦	個數	8	10	48	12	78
	列百分比	10.26%	12.82%	61.54%	15.38%	100%
總計	個數	63	70	233	134	500
	列百分比	12.6%	14%	46.6%	26.8%	100%

粗體字部分  $P = 0.333$  (X-使用電腦的頻率；Y-內建數位相機畫素偏好)

無顯著差異存在。

結論：「內建數位相機畫素偏好」與「使用電腦的頻率」沒有顯著差異。

### 5.11.3 「對手機內建數位相機畫素偏好」與「工作性質」之分析

表 5-84 「內建數位相機畫素偏好」與「工作性質」之列聯表

工作性質	對於手機內建數位相機的畫素的偏好	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	無意見/其他	總計
軍、公、教	個數	7	9	11	19	46
	列百分比	15.22%	19.57%	23.91%	41.30%	100%
科技業	個數	19	20	68	30	137
	列百分比	13.87%	14.60%	49.64%	21.90%	100%
金融業	個數	23	24	74	31	152
	列百分比	15.13%	15.79%	48.68%	20.39%	100%
服務業	個數	9	12	63	44	128
	列百分比	7.03%	9.38%	49.22%	34.38%	100%
製造業	個數	3	4	16	10	33
	列百分比	9.09%	12.12%	48.48%	30.30%	100%
其他	個數	2	1	1	0	4
	列百分比	50%	25%	25%	0%	100%
總計	個數	63	70	233	134	500
	列百分比	12.6%	14%	46.6%	26.8%	100%

粗體字部分  $P = 0.157$  (X-工作性質；Y-內建數位相機畫素偏好)

無顯著差異存在。

結論：「內建數位相機畫素偏好」與「工作性質」沒有顯著差異。

#### 5.11.4 「對手機內建數位相機畫素偏好」與「職位」之分析

表 5-85 「內建數位相機畫素偏好」與「職位」之列聯表

職位	對於手機內建數位相機的畫素的偏好	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	總計
基層員工	個數	25	24	49	98
	列百分比	25.5	24.5	50	100%
主管	個數	17	17	92	126
	列百分比	13.5	13.5	73	100%
秘書	個數	9	21	48	78
	列百分比	11.5	26.9	61.5	100%
老闆	個數	2	1	32	35
	列百分比	5.7	2.9	91.4	100%
總計	個數	53	63	221	337
	列百分比	15.7%	18.7%	65.6%	100%

$P = 0.000^*$  (X-職位；Y-內建數位相機畫素偏好)

由表 5-85 可以看出對於內建數位相機畫素偏好與職位有顯著差異。職位不同偏好也有差異性。

結論：「內建數位相機畫素偏好」與「職位」有顯著差異。

### 5.11.5 「對手機內建數位相機畫素偏好」與「年齡」之分析

表 5-86 「內建數位相機畫素偏好」與「年齡」之列聯表

年齡	對於手機內建數位相機的畫素的偏好	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	總計
29 以下	個數	13	26	72	113
	列百分比	11.5	23	65.5	100%
30-40	個數	12	17	82	109
	列百分比	11	15.6	73.4	100%
41-55	個數	23	25	63	112
	列百分比	20.5	22.3	57.1	100%
55 以上	個數	15	2	16	32
	列百分比	46.9	6.3	46.8	100%
總計	個數	63	70	233	366
	列百分比	17.2%	19.1%	63.7%	100%

$P = 0.000^*$  (X-年齡；Y-內建數位相機畫素偏好)

由表 5-86 可以看出對於內建數位相機畫素偏好與年齡有顯著差異。年齡不同偏好也有差異性。

結論：「內建數位相機畫素偏好」與「年齡」有顯著差異。

### 5.11.6 「對手機內建數位相機畫素偏好」與「性別」之分析

表 5-87 「內建數位相機畫素偏好」與「性別」之列聯表

性別	對於手機內建數位相機的畫素的偏好	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	無意見/其他	總計
男	個數	40	36	120	63	259
	列百分比	15.44%	13.90%	46.33%	24.32%	100%
女	個數	23	34	113	71	241
	列百分比	9.54%	14.11%	46.89%	29.46%	100%
總計	個數	63	70	233	134	500
	列百分比	12.6%	14%	46.6%	26.8%	100%

粗體字部分  $P = 0.221$  (X-性別；Y-內建數位相機畫素偏好)

無顯著差異存在。

結論：「內建數位相機畫素偏好」與「性別」沒有顯著差異。

### 5.11.7 「對手機內建數位相機畫素偏好」與「學歷」之分析

表 5-88 「內建數位相機畫素偏好」與「學歷」之列聯表

學歷	對於手機內建數位相機的畫素的偏好	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	總計
高中職以下	個數	19	16	23	58
	列百分比	32.8	27.6	39.7	100%
大學專科	個數	27	27	101	155
	列百分比	17.4	17.4	65.2	100%
碩、博士	個數	17	27	109	153
	列百分比	11.1	17.6	71.3	100%
總計	個數	63	70	233	366
	列百分比	17.2%	19.1%	63.7%	100%

P = 0.000\* (X-學歷；Y-內建數位相機畫素偏好)

由表 5-88 可以看出對於內建數位相機畫素偏好與學歷有顯著差異。學歷不同偏好也有差異性。似乎是學歷越高偏好高畫素的傾向也較強烈。

結論：「內建數位相機畫素偏好」與「學歷」有顯著差異。

### 5.12 對於智慧型手機操作與待機時間的偏好 之分析

表 5-89 「操作與待機時間偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平均收入	電腦使用頻率	工作性質	職位	年齡	性別	學歷
對於智慧型手機操作與待機時間的偏好	P = 0.168	P = 0.061	P = 0.010*	P = 0.002*	P = 0.000*	P = 0.004*	P = 0.706

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5-89 可知道「對於智慧型手機操作與待機時間的偏好」在「工作性質」、「職位」、「年齡」與「性別」方面，有顯著性的差異。

### 5.12.1 「對手機操作與待機時間偏好」與「每月平均收入」之分析

表 5-90 「操作與待機時間偏好」與「每月平均收入」之列聯表

每月平均收入	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好	太短	略嫌不足	剛好	長	總計
5 萬以下	個數	85	23	7	0	115
	列百分比	73.91%	20%	6.09%	0%	100%
5-8 萬	個數	79	17	6	4	106
	列百分比	74.53%	16.04%	5.66%	3.77%	100%
8-10 萬	個數	131	26	12	3	172
	列百分比	76.16%	15.12%	6.98%	1.74%	100%
10 萬以上	個數	89	7	10	1	107
	列百分比	83.18%	6.54%	9.35%	0.93%	100%
總計	個數	384	73	35	8	500
	列百分比	76.8%	14.6%	7%	1.6%	100%

粗體字部分  $P = 0.168$  (X-每月平均收入；Y-操作與待機時間偏好)

無顯著差異存在。

結論：「操作與待機時間偏好」與「每月平均收入」沒有顯著差異。

### 5.12.2 「對手機操作與待機時間偏好」與「使用電腦的頻率」之分析

表 5-91 「操作與待機時間偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表

使用電腦的 頻率	對於智慧型手 機操作與待機 時間的偏好	太短	略嫌不足	剛好	長	總計
幾乎不用	個數	101	19	7	3	130
	列百分比(%)	77.69%	14.62%	5.38%	2.31%	100%
不太常使用	個數	99	16	3	2	120
	列百分比(%)	82.5%	13.33%	2.5%	1.67%	100%
普通	個數	67	13	5	0	85
	列百分比(%)	78.82%	15.29%	5.88%	0%	100%
常常使用	個數	66	12	8	1	87
	列百分比(%)	75.86%	13.79%	9.20%	1.15%	100%
幾乎離不 開電腦	個數	51	13	12	2	78
	列百分比(%)	65.38%	16.67%	15.38%	2.56%	100%
總計	個數	384	73	35	8	500
	列百分比(%)	76.8%	14.6%	7%	1.6%	100%

粗體字部分  $P = 0.061$  (X-使用電腦的頻率；Y-操作與待機時間偏好)

無顯著差異存在。

結論：「操作與待機時間偏好」與「每月平均收入」沒有顯著差異。

### 5.12.3 「對於智慧型手機操作與待機時間的偏好」對「工作性質」之分析

表 5-92 「操作與待機時間偏好」與「工作性質」之列聯表

工作性質	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好	太短	略嫌不足	剛好	總計
軍、公、教	個數	35	5	5	45
	列百分比	77.8	11.1	11.1	100%
科技業	個數	106	21	6	133
	列百分比	79.7	15.8	4.5	100%
金融業	個數	122	21	7	150
	列百分比	81.3	14	4.7	100%
服務業	個數	98	21	9	128
	列百分比	98	16.4	7.0	100%
製造業	個數	21	3	8	32
	列百分比	65.6	9.4	25	100%
總計	個數	382	71	35	488
	列百分比	78.3	14.5	7.2	100%

P = 0.010\* (X-工作性質；Y-操作與待機時間偏好)

由表 5-92 可以看出對於操作與待機時間整體滿意程度與工作性質有顯著差異。工作性質不同滿意程度也有差異性。

結論：「操作與待機時間偏好」與「工作性質」有顯著差異。

#### 5.12.4 「對手機操作與待機時間偏好」與「職位」之分析

表 5-93 「操作與待機時間偏好」與「職位」之列聯表

職位	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好	太短	略嫌不足	剛好	總計
基層員工	個數	137	9	6	152
	列百分比	90.2	5.9	3.9	100%
主管	個數	143	24	13	180
	列百分比	79.4	13.3	7.2	100%
秘書	個數	67	17	7	91
	列百分比	73.6	18.7	7.7	100%
老闆	個數	23	9	5	37
	列百分比	62.2	24.3	13.5	100%
總計	個數	370	59	31	460
	列百分比	80.4%	12.8%	6.8%	100%

$P = 0.002^*$  (X-職位；Y-操作與待機時間偏好)

由表 5-92 可以看出對於操作與待機時間整體滿意程度與職位有顯著差異。職位不同對於操作與待機時間滿意程度也有差異性。

結論：「操作與待機時間偏好」與「職位」有顯著差異。

### 5.12.5 「對手機操作與待機時間偏好」與「年齡」之分析

表 5-94 「操作與待機時間偏好」與「年齡」之列聯表

年齡	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好	太短	略嫌不足	剛好	總計
29 以下	個數	133	11	15	159
	列百分比	83.6	6.9	9.5	100%
30-40	個數	141	15	15	171
	列百分比	82.4	8.8	8.8	100%
41-55	個數	89	33	4	126
	列百分比	70.6	26.2	3.2	100%
55 以上	個數	21	14	1	36
	列百分比	58.3	38.9	2.8	100%
總計	個數	384	73	35	492
	列百分比	78%	14.8%	7.2%	100%

P = 0.000\* (X-年齡；Y-操作與待機時間偏好)

由表 5-94 可以看出對於操作與待機時間整體滿意程度與年齡有顯著差異。年齡不同對於操作與待機時間滿意程度也有差異性。似乎年紀越輕越嫌不足。

結論：「操作與待機時間偏好」與「年齡」有顯著差異。

### 5.12.6 「對手機操作與待機時間偏好」與「性別」之分析

表 5-95 「操作與待機時間偏好」與「性別」之列聯表

性別	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好	太短	略嫌不足	剛好	總計
男	個數	187	51	19	257
	列百分比	72.8	19.8	7.4	100%
女	個數	197	22	16	235
	列百分比	83.8	9.4	6.8	100%
總計	個數	384	73	35	492
	列百分比	78%	14.8%	7.2%	100%

P = 0.004\* (X-年齡；Y-操作與待機時間偏好)

由表 5-95 可以看出對於操作與待機時間整體滿意程度與性別有顯著差異。性別不同對於操作與待機時間滿意程度也有差異性，但較不明顯。

結論：「操作與待機時間偏好」與「性別」有顯著差異。

### 5.12.7 「對手機操作與待機時間偏好」與「學歷」之分析

表 5-96 「操作與待機時間偏好」與「學歷」之列聯表

學歷	對於智慧型 手機操作與 待機時間的 偏好	太短	略嫌不足	剛好	長	總計
高中職以下	個數	58	11	4	0	73
	列百分比	79.45%	15.07%	5.48%	0%	100%
大學、專科	個數	167	26	15	5	213
	列百分比	78.40%	12.21%	7.04%	2.35%	100%
碩、博士	個數	159	36	16	3	214
	列百分比	74.30%	16.82%	7.48%	1.40%	100%
總計	個數	384	73	35	8	500
	列百分比	76.8%	14.6%	7%	1.6%	100%

粗體字部分  $P = 0.706$  (X-學歷；Y-操作與待機時間偏好)

無顯著差異存在。

結論：「操作與待機時間偏好」與「學歷」沒有顯著差異。

### 5.13 對於智慧型手機生產廠商的偏好之分析

表 5-97 「生產廠商偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平 均收入	電腦使 用頻率	工作 性質	職位	年齡	性別	學歷
生產廠商 的偏好	$P = 0.121$	$P = 0.157$	$P = 0.022^*$	$P = 0.781$	$P = 0.474$	$P = 0.454$	$P = 0.030^*$

(註：凡小於 0.05 的  $P$  值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5-97 可知道「生產廠商偏好」只有在「工作性質」與「年齡」方面，有顯著性的差異。

### 5.13.1 「對手機生產廠商偏好」與「每月平均收入」之分析

表 5-98 「生產廠商偏好」與「每月平均收入」之列聯

每月平均收入	對生產廠商偏好	無意見/其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
5 萬以下	個數	2	3	5	20	7
	列百分比(%)	1.74%	2.61%	4.35%	17.39%	6.09%
5-8 萬	個數	3	8	8	19	5
	列百分比(%)	2.83%	7.55%	7.55%	17.92%	4.72%
8-10 萬	個數	2	11	16	37	6
	列百分比(%)	1.16%	6.40%	9.30%	21.51%	3.49%
10 萬以上	個數	2	7	8	21	5
	列百分比(%)	1.85%	6.48%	7.41%	19.44%	4.63%
總計	個數	9	29	37	97	23
	列百分比(%)	1.80%	5.79%	7.39%	19.36%	4.59%
每月平均收入	對於智慧型手機生產廠商的偏好	HP	Motorola	Nokia	SonyEricsson	總計
5 萬以下	個數	6	18	34	20	115
	列百分比(%)	5.22%	15.65%	29.57%	17.39%	100%
5-8 萬	個數	7	20	24	12	106
	列百分比(%)	6.60%	18.87%	22.64%	11.32%	100%
8-10 萬	個數	16	33	30	21	172
	列百分比(%)	9.30%	19.19%	17.44%	12.21%	100%
10 萬以上	個數	8	31	20	6	108
	列百分比(%)	7.41%	28.71%	18.52%	5.56%	100%
總計	個數	37	102	108	59	501
	列百分比(%)	7.39%	20.36%	21.56%	11.78%	100%

粗體字部分  $P = 0.121$  (X-月平均收入；Y-生產廠商偏好)

無顯著差異存在。

結論：「生產廠商偏好」與「每月平均收入」沒有顯著差異。

### 5.13.2 「對手機生產廠商偏好」與「使用電腦的頻率」之分析

表 5-99 「生產廠商偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表

使用電腦的頻率	對於智慧型手機生產廠商的偏好	無意見/其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
幾乎不用	個數	2	6	9	19	6
	列百分比(%)	1.54%	4.62%	6.92%	14.62%	4.62%
不太常使用	個數	2	9	13	21	6
	列百分比(%)	1.67%	7.5%	10.83%	17.5%	5%
普通	個數	3	4	7	21	4
	列百分比(%)	3.53%	4.71%	8.24%	24.71%	4.71%
常常使用	個數	1	6	4	21	4
	列百分比(%)	1.15%	6.90%	4.60%	24.14%	4.60%
幾乎離不開電腦	個數	1	4	4	15	3
	列百分比(%)	1.28%	5.13%	5.13%	19.23%	3.85%
總計	個數	9	29	37	97	23
	列百分比(%)	1.8%	5.8%	7.4%	19.4%	4.6%

使用電腦的頻率	對於智慧型手機生產廠商的偏好	HP	Motorola	Nokia	SonyEricsson	總計
幾乎不用	個數	6	30	31	21	130
	列百分比(%)	4.62%	23.08%	23.85%	16.16%	100%
不太常使用	個數	4	25	25	15	120
	列百分比(%)	3.33%	20.83%	20.83%	12.5%	100%
普通	個數	5	16	15	10	85
	列百分比(%)	5.88%	18.82%	17.65%	11.76%	100%
常常使用	個數	11	17	17	6	87
	列百分比(%)	12.64%	19.54%	19.54%	6.90%	100%
幾乎離不開電腦	個數	11	14	19	7	78
	列百分比(%)	14.10%	17.95%	24.36%	8.97%	100%
總計	個數	37	102	107	59	500
	列百分比(%)	7.4%	20.4%	21.4%	11.8%	100%

粗體字部分  $P = 0.157$  (X-使用電腦的頻率；Y-生產廠商偏好)

無顯著差異存在。

結論：「生產廠商偏好」與「使用電腦的頻率」沒有顯著差異。

### 5.13.3 「對手機生產廠商偏好」與「工作性質」之分析

表 5-100 「生產廠商偏好」與「工作性質」之列聯表

工作性質	明基	Dopod	HP	Motorola	Nokia	Sony Ericsson	總計
軍、公、教	3 (7.7%)	5 (12.8%)	4 (10.3%)	11 (28.2%)	13 (33.3%)	3 (7.7%)	39
科技業	11 (9.2%)	34 (28.6%)	13 (10.9%)	27 (22.7%)	23 (19.3%)	11 (9.2%)	119
金融業	14 (10.4%)	30 (22.4%)	11 (8.2%)	33 (24.6%)	33 (24.6%)	13 (9.7%)	134
服務業	6 (5.2%)	18 (15.7%)	5 (4.3%)	28 (24.3%)	35 (30.4%)	23 (20%)	115
製造業	3 (10.7%)	9 (32.1%)	4 (14.3%)	2 (7.1%)	3 (10.7%)	7 (25%)	28
總計	41	96	37	101	107	57	439

粗體字部分  $P = 0.022^*$  (X-工作性質；Y-生產廠商偏好)

由表 5-100 可以看出對於生產廠商偏好與工作性質有顯著差異但不明顯。

結論：「操作與待機時間偏好」與「工作性質」有顯著差異。

### 5.13.4 「對手機生產廠商偏好」與「職位」之分析

表 5-101 「生產廠商偏好」與「職位」之列聯表

職位	對於智慧型手機 生產廠商的偏好	無意見/ 其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
基層員工	個數	3	9	11	21	12
	列百分比(%)	1.94%	5.81%	7.10%	13.55%	7.74%
主管	個數	3	11	12	39	6
	列百分比(%)	1.65%	6.04%	6.59%	21.43%	3.30%
秘書	個數	1	5	6	22	3
	列百分比(%)	1.08%	5.38%	6.45%	23.66%	3.23%
老闆	個數	2	2	5	7	1
	列百分比(%)	5.41%	5.41%	13.51%	18.92%	2.70%
顧問	個數	0	1	2	5	0
	列百分比(%)	0%	5.26%	10.53%	26.32%	0%
其他	個數	0	1	1	3	1
	列百分比(%)	0%	7.14%	7.143%	21.43%	7.14%
總計	個數	9	29	37	97	23
	列百分比(%)	1.8%	5.8%	7.4%	19.4%	4.6%
職位	對於智慧型手機 生產廠商的偏好	HP	Motorola	Nokia	SonyEricsson	總計
基層員工	個數	9	35	36	19	155
	列百分比(%)	5.81%	22.58%	23.23%	12.26%	100%
主管	個數	16	35	40	20	182
	列百分比(%)	8.79%	19.23%	21.98%	10.99%	100%
秘書	個數	4	19	21	12	93
	列百分比(%)	4.30%	20.43%	22.58%	12.90%	100%
老闆	個數	4	6	6	4	37
	列百分比(%)	10.81%	16.22%	16.22%	10.81%	100%
顧問	個數	2	4	2	3	19
	列百分比(%)	10.53%	21.05%	10.53%	15.79%	100%
其他	個數	2	3	2	1	14
	列百分比(%)	14.29%	21.43%	14.29%	7.14%	100%
總計	個數	37	102	107	59	500
	列百分比(%)	7.4%	20.4%	21.4%	11.8%	100%

粗體字部分  $P = 0.781$  (X-使用電腦的頻率；Y-生產廠商偏好)

無顯著差異存在。

結論：「生產廠商偏好」與「職位」沒有顯著差異。

### 5.13.5 「對手機生產廠商偏好」與「年齡」之分析

表 5-102 「生產廠商偏好」與「年齡」之列聯表

年齡	對於智慧型手機生產廠商的偏好	無意見/其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
29 以下	個數	1	7	7	35	14
	列百分比(%)	0.61%	4.29%	<b>4.29%</b>	<b>21.47%</b>	8.59%
30-40	個數	2	10	17	33	7
	列百分比(%)	1.16%	5.78%	<b>9.83%</b>	<b>19.08%</b>	4.05%
41-55	個數	3	8	10	23	2
	列百分比(%)	2.38%	6.35%	<b>7.94%</b>	<b>18.26%</b>	1.59%
55 以上	個數	3	4	3	6	0
	列百分比(%)	7.89%	10.53%	<b>7.89%</b>	<b>15.79%</b>	0%
總計	個數	9	29	37	97	23
	列百分比(%)	1.8%	5.8%	7.4%	19.4%	4.6%
年齡	對於智慧型手機生產廠商的偏好	HP	Motorola	Nokia	SonyEricsson	總計
29 以下	個數	7	39	38	15	163
	列百分比(%)	<b>4.29%</b>	<b>23.93%</b>	<b>23.31%</b>	<b>9.20%</b>	100%
30-40	個數	12	31	35	26	173
	列百分比(%)	<b>6.94%</b>	<b>17.92%</b>	<b>20.23%</b>	<b>15.03%</b>	100%
41-55	個數	13	25	28	14	126
	列百分比(%)	<b>10.32%</b>	<b>19.84%</b>	<b>22.22%</b>	<b>11.11%</b>	100%
55 以上	個數	5	7	6	4	38
	列百分比(%)	<b>13.16%</b>	<b>18.42%</b>	<b>15.79%</b>	<b>10.53%</b>	100%
總計	個數	37	102	107	59	500
	列百分比(%)	7.4%	20.4%	21.4%	11.8%	100%

粗體字部分  $P = 0.474$  (X-年齡；Y-生產廠商偏好)

無顯著差異存在。

結論：「生產廠商偏好」與「年齡」沒有顯著差異。

### 5.13.6 「對手機生產廠商偏好」與「性別」之分析

表 5-103 「生產廠商偏好」與「性別」之列聯表

性別	對於智慧型 手機生產廠 商的偏好	無意見/其 他	華碩	明基	Dopod	集嘉
男	個數	3	18	15	53	13
	列百分比	1.16%	6.95%	5.79%	20.46%	5.02%
女	個數	6	11	22	44	10
	列百分比	2.49%	4.56%	9.13%	18.26%	4.15%
總計	個數	9	29	37	97	23
	列百分比	1.8%	5.8%	7.4%	19.4%	4.6%

性別	對於智慧型 手機生產廠 商的偏好	HP	Motorola	Nokia	SonyEricsson	總計
男	個數	22	56	52	27	259
	列百分比	8.49%	21.62%	20.08%	10.42%	100%
女	個數	15	46	55	32	241
	列百分比	6.22%	19.09%	22.82%	13.28%	100%
總計	個數	37	102	107	59	500
	列百分比	7.4%	20.4%	21.4%	11.8%	100%

粗體字部分  $P = 0.454$  (X-性別；Y-生產廠商偏好)

無顯著差異存在。

結論：「生產廠商偏好」與「性別」沒有顯著差異。

### 5.13.7 「對手機生產廠商偏好」與「學歷」之分析

表 5-104 「生產廠商偏好」與「學歷」之列聯表

學歷	明基	Dopod	HP	Motorola	Nokia	Sony Ericsson	總計
高中職以下	6 (9.5%)	11 (17.5%)	3 (4.8%)	15 (23.8%)	21 (33.3%)	7 (11.1%)	63
大學專科	15 (8.1%)	47 (25.2%)	13 (7.0%)	42 (22.6%)	33 (17.7%)	36 (19.4%)	186
碩博士以上	16 (8.4%)	39 (20.5%)	21 (11.1%)	45 (23.7%)	53 (27.9%)	16 (8.4%)	190
總計	37	97	37	102	107	59	439

粗體字部分  $P = 0.030^*$  (X-學歷；Y-生產廠商偏好)

由表 5-104 可以看出對於生產廠商偏好與學歷有顯著差異但不明顯。

結論：「生產廠商偏好」與「學歷」有顯著差異。

## 5.14 對於智慧型手機的市售行情接受程度之分析

表 5-105 「市售行情接受度」與「人口統計變數」的卡方檢定表

	每月平均收入	電腦使用頻率	工作性質	職位	年齡	性別	學歷
對於智慧型手機的市售行情的接受程度	P = 0.000*	P = 0.993	P = 0.859	P = 0.000*	P = 0.000*	P = 0.227	P = 0.000*

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 5-105 可知道「對於智慧型手機的市售行情的接受程度」在「每月平均收入」、「電腦使用頻率」、「職位」、「年齡」與「學歷」方面，皆有顯著性的差異。

### 5.14.1 「手機市售行情的接受程度」與「每月平均收入」之分析

表 5-106 「市售行情接受度」與「每月平均收入」之列聯表

每月平均收入	對於智慧型手機的市售行情的接受程度	太貴	有點貴	可以接受	總計
		個數	列百分比	列百分比	
5 萬以下	個數	47	44	9	100
	列百分比	47	44	9	100%
5-8 萬	個數	53	39	6	102
	列百分比	52.0	38.2	5.9	100%
8-10 萬	個數	42	35	48	125
	列百分比	33.6	28	38.4	100%
10 萬以上	個數	23	21	45	89
	列百分比	25.8	23.6	50.6	100%
總計	個數	165	139	108	412
	列百分比	33%	27.8%	21.6%	100%

P = 0.000\* (X-每月平均收入；Y-市售行情接受度)

由表 5-106 可以看出對於市售行情接受度與學歷有顯著差異。收入月高者接受度越高。

結論：「市售行情接受度」與「每月平均收入」有顯著差異。

### 5.14.2 「手機的市售行情接受程度」與「使用電腦的頻率」之分析

表 5-107 「市售行情接受度」與「使用電腦的頻率」之列聯表

使用電腦的頻率	對於智慧型手機的市售行情的接受程度	太貴	有點貴	可以接受	無意見 / 其他	總計
幾乎不用	個數	37	32	24	37	130
	列百分比	28.46%	24.62%	18.46%	28.46%	100%
不太常使用	個數	34	28	25	33	120
	列百分比	28.33%	23.33%	20.83%	27.5%	100%
普通	個數	31	26	17	11	85
	列百分比	36.47%	30.59%	20%	12.94%	100%
常常使用	個數	33	27	25	2	87
	列百分比	37.93%	31.03%	28.74%	2.30%	100%
幾乎離不開電腦	個數	30	26	17	5	78
	列百分比	38.46%	33.33%	21.79%	6.41%	100%
總計	個數	165	139	108	88	500
	列百分比	33%	27.8%	21.6%	17.6%	100%

粗體字部分  $P = 0.993$  (X-使用電腦的頻率；Y-市售行情接受度)

無顯著差異存在。

結論：「市售行情接受度」與「使用電腦的頻率」沒有顯著差異。

189/6

### 5.14.3 「手機的市售行情接受程度」與「工作性質」之分析

表 5-108 「市售行情接受度」與「工作性質」之列聯表

工作性質	對於智慧型手機的市售行情的接受程度	太貴	有點貴	可以接受	無意見 / 其他	總計
軍、公、教	個數	22	15	8	1	46
	列百分比	47.83%	32.61%	17.39%	2.17%	100%
科技業	個數	46	39	30	22	137
	列百分比	33.58%	28.47%	21.90%	16.06%	100%
金融業	個數	44	39	34	35	152
	列百分比	28.95%	25.66%	22.37%	23.03%	100%
服務業	個數	41	42	29	16	128
	列百分比	32.03%	32.81%	22.66%	12.5%	100%
製造業	個數	11	12	6	4	33
	列百分比	33.33%	36.36%	18.18%	12.12%	100%
其他	個數	1	2	1	0	4
	列百分比	25%	50%	25%	0%	100%
總計	個數	165	149	108	78	500
	列百分比	33%	29.8%	21.6%	15.6%	100%

粗體字部分  $P = 0.859$  (X-工作性質；Y-市售行情接受度)

無顯著差異存在。

結論：「市售行情接受度」與「工作性質」沒有顯著差異。

#### 5.14.4 「手機的市售行情接受程度」與「職位」之分析

表 5-109 「市售行情接受度」與「職位」之列聯表

職位	對於智慧型 手機的市售 行情的接受 程度	太貴	有點貴	可以接受	總計
基層員工	個數	67	49	21	137
	列百分比	48.9	35.8	15.3	100%
主管	個數	69	54	24	147
	列百分比	46.9	36.7	16.4	100%
秘書	個數	21	31	25	77
	列百分比	27.3	40.3	32.5	100%
老闆	個數	4	7	20	31
	列百分比	12.9	22.6	64.5	100%
總計	個數	161	141	90	392
	列百分比	41.1%	36%	23%	100%

P = 0.000\* (X-職位；Y-市售行情接受度)

由表 5-109 可以看出對於市售行情接受度與職位有顯著差異。職位越高者接受度較高。

結論：「市售行情接受度」與「職位」有顯著差異。

### 5.14.5 「手機的市售行情接受程度」與「年齡」之分析

表 5-110 「市售行情接受度」與「年齡」之列聯表

年齡	對於智慧型手機的市售行情的接受程度	太貴	有點貴	可以接受	總計
29 以下	個數	78	37	30	145
	列百分比	53.8	25.5	20.7	100%
30-40	個數	40	55	46	141
	列百分比	28.4	39	32.6	100%
41-55	個數	37	44	24	105
	列百分比	35.2	41.9	22.9	100%
55 以上	個數	10	13	8	31
	列百分比	32.3	41.9	25.8	100%
總計	個數	165	149	108	422
	列百分比	39.1%	35.3%	25.6%	100%

P = 0.000\* (X-年齡；Y-市售行情接受度)

由表 5-109 可以看出對於市售行情接受度與年齡有顯著差異。30-40 歲的受訪者接受度最高。

結論：「市售行情接受度」與「年齡」有顯著差異。

### 5.14.6 「手機的市售行情接受程度」與「性別」之分析

表 5-111 「市售行情接受度」與「性別」之列聯表

性別	對於智慧型手機的市售行情的接受程度	太貴	有點貴	可以接受	無意見 / 其他	總計
男	個數	76	72	61	50	259
	列百分比	29.34%	27.80%	23.55%	19.31%	100%
女	個數	89	77	47	28	241
	列百分比	36.93%	31.95%	19.50%	11.62%	100%
總計	個數	165	149	108	78	500
	列百分比	33%	29.8%	21.6%	15.6%	100%

粗體字部分 P = 0.227 (X-性別；Y-市售行情接受度)

由表 5-111 可以看出對於市售行情接受度與性別沒有顯著差異。

結論：「市售行情接受度」與「性別」沒有顯著差異。

#### 5.14.7 「手機的市售行情接受程度」與「學歷」之分析

表 5-112 「市售行情接受度」與「學歷」之列聯表

學歷	對於智慧型手機的市售行情的接受程度	太貴	有點貴	可以接受	總計
高中職以下	個數	35	33	3	71
	列百分比	49.3	93	4.2	100%
大學、專科	個數	71	68	44	183
	列百分比	38.8	37.2	24	100%
碩、博士	個數	59	48	61	168
	列百分比	35.1	25.6	36.3	100%
總計	個數	165	149	108	422
	列百分比	39.1%	35.3%	25.6%	100%

P = 0.000\* (X-學歷；Y-市售行情接受度)

由表 5-112 可以看出對於市售行情接受度與學歷有顯著差異。學歷高者接受度高。

結論：「市售行情接受度」與「性別」有顯著差異。

## 第六章資料分析

本章將詳述以下內容：

- 6.1 「對於智慧型手機的熟悉程度」之相關分析
- 6.2 「手機銀幕大小的偏好關係」與各項偏好的交互影響之分析
- 6.3 「手機作業系統的偏好關係」與各項偏好的交互影響之分析
- 6.4 「手機輸入方式的偏好關係」與各項偏好的交互影響之分析
- 6.5 「手機傳輸方式的偏好關係」與各項偏好的交互影響之分析
- 6.6 「手機銀幕解析度的偏好關係」與各項偏好的交互影響之分析
- 6.7 「手機名片辨識功能的偏好關係」與各項偏好的交互影響之分析
- 6.8 「手機二維條碼解讀功能的偏好關係」與各項偏好的交互影響之分析
- 6.9 「手機播放 MP3 音質的偏好關係」與各項偏好的交互影響之分析
- 6.10 「手機內建數位相機的畫素的偏好關係」與各項偏好的交互影響之分析
- 6.11 「手機操作與待機時間的偏好關係」與各項偏好的交互影響之分析
- 6.12 「手機市售行情的接受程度」與各項偏好的交互影響之分析

### 6.1 對於智慧型手機的熟悉程度之相關分析

表 6.1 「熟悉程度」與各項偏好變數的卡方檢定表

	對於手機銀幕大小的偏好	對於手機作業系統的偏好	對於手機輸入方式的偏好	對於手機傳輸方式的偏好	對於手機銀幕解析度的偏好	對於手機名片辨識功能的偏好
對於智慧型手機的熟悉程度	P = 0.313	P = 0.427	P = 0.001*	P = 0.106	P = 0.000*	P = 0.186
討論章節	6.1.1	6.1.2	6.1.3	6.1.4	6.1.5	6.1.6

	對二維條碼解讀功能的偏好	對手機播放 MP3 音質的偏好	對手機內建數位相機畫素的偏好	對於手機操作與待機時間的偏好	對於手機生產廠商的偏好
對於智慧型手機的熟悉程度	P = 0.000*	P = 0.773	P = 0.003*	P = 0.001*	P = 0.138
討論章節	6.1.7	6.1.8	6.1.9	6.1.10	6.1.11

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 6-1 可以看到，在本節討論與「對於智慧型手機的熟悉程度」相關的變數共有五項，分別是：「對於手機輸入方式的偏好」、「對於手機銀幕解析度的偏好」、「對於手機二維條碼解讀功能的偏好」、「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」、「對於手機操作與待機時間的偏好」，這五項變數具有顯著差異。將於下列文章中詳述。

### 6.1.1 「對手機熟悉程度」與「銀幕大小偏好」之分析

表 6-2 「熟悉程度」與「銀幕大小偏好」之列聯表

對手機的熟悉程度(A1)	對於手機銀幕大小的偏好(B1)	越大越好	適中即可	無意見/其他	總計
沒聽過	個數	13	7	2	22
	A1 內的比例	59.09%	31.82%	9.09%	100%
有聽過但不清楚	個數	57	19	8	84
	A1 內的比例	67.86%	22.62%	9.52%	100%
約略知道	個數	167	81	5	253
	A1 內的比例	66.01%	32.02%	1.98%	100%
非常熟悉	個數	100	37	4	141
	A1 內的比例	70.92%	26.24%	2.84%	100%
總和	個數	337	144	19	500
	A1 內的比例	67.4%	28.8%	3.8%	100%

粗體字部分  $P=0.313$  (X-對手機熟悉程度；Y-銀幕大小偏好)

無顯著差異存在。

結論：「銀幕大小偏好」與「對手機熟悉程度」沒有顯著差異。

### 6.1.2 「對手機熟悉程度」與「作業系統偏好」之分析

表 6-3 「熟悉程度」與「作業系統偏好」之列聯表

對手機的 熟悉程度 (A1)	對於手機作 業系統的偏 好(B2)	Win CE	Symbian	無意見/其 他	總計
沒聽過	個數	8	3	11	22
	A1 內 的比例	36.36%	13.64%	50%	100%
有聽過但 不清楚	個數	11	14	59	84
	A1 內 的比例	13.1%	16.67%	70.24%	100%
約略知道	個數	27	25	201	253
	A1 內 的比例	10.67%	9.88%	79.45%	100%
非常熟悉	個數	23	15	103	141
	A1 內 的比例	16.3%	10.64%	73.05%	100%
總和	個數	69	57	374	500
	A1 內 的比例	13.8%	11.4%	74.8%	100%

粗體字部分  $P=0.427$  (X-對手機熟悉程度；Y-作業系統偏好)

無顯著差異存在。

結論：「作業系統偏好」與「對手機熟悉程度」沒有顯著差異。

### 6.1.3 「對手機熟悉程度」與「輸入方式偏好」之分析

表 6-4 「熟悉程度」與「輸入方法的偏好」之列聯表

對手機的 熟悉程度 (A1)	對於手機輸 入方式的偏 好(B3)	銀幕手寫	機身鍵盤	總計
有聽過但 不清楚	個數	59	21	80
	A1 內 的比例	73.8	26.2	100%
約略知道	個數	127	120	247
	A1 內 的比例	51.4	48.6	100%
非常熟悉	個數	68	65	133
	A1 內 的比例	51.1	48.9	100%
總和	個數	254	206	460
	A1 內 的比例	55.2	44.8	100%

$P=0.001^*$  (X-對手機熟悉程度；Y-輸入方法的偏好)

由表 6-4 我們可以看到，對於輸入方式的選擇會因為熟悉程度不同而有所差異。

結論：「輸入方法的偏好」與「對手機熟悉程度」有顯著差異。

#### 6.1.4 「對手機熟悉程度」與「傳輸方式偏好」之分析

表 6-5 「熟悉程度」與「傳輸方式偏好」之列聯表

對手機的 熟悉程度 (A1)	對於手機傳 輸方式的偏 好(B4)	USB	IEEE1394	藍芽	紅外線	無意見/其 他	總計
沒聽過	個數	11	5	2	0	4	22
	A1 內 的比例	50%	22.73%	9.09%	0%	18.18%	100%
有聽過但 不清楚	個數	26	21	29	1	7	84
	A1 內 的比例	30.95%	25%	34.52%	1.19%	8.33%	100%
約略知道	個數	97	64	62	9	21	253
	A1 內 的比例	38.34%	25.30%	24.51%	3.56%	8.30%	100%
非常熟悉	個數	62	41	27	11	0	141
	A1 內 的比例	43.97%	29.08%	19.15%	7.80%	0%	100%
總和	個數	196	131	120	21	32	500
	A1 內 的比例	39.2%	26.2%	24%	4.2%	6.4%	100%

粗體字部分  $P=0.106$  (X-對手機熟悉程度；Y-作業系統偏好)

無顯著差異存在。

結論：「傳輸方式偏好」與「對手機熟悉程度」沒有顯著差異。

### 6.1.5 「對手機熟悉程度」與「銀幕解析度偏好」之分析

表 6-6 「熟悉程度」與「銀幕解析度偏好」之列聯表

對手機的熟悉程度(A1)	對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	六萬五千色	一千六百萬色	總計
有聽過但不清楚	個數	19	45	64
	A1 內的比例	29.7	70.3	100%
約略知道	個數	21	211	232
	A1 內的比例	9.1	90.9	100%
非常熟悉	個數	11	118	129
	A1 內的比例	8.5	91.5	100%
總和	個數	51	374	425
	A1 內的比例	12%	88%	100%

P = 0.000\* ( X-對手機熟悉程度；Y-銀幕解析度偏好 )

由表 6-6 可以看到，對於銀幕解析度偏好的選擇會因為熟悉程度不同而有所差異。

結論：「傳輸方式偏好」與「對手機熟悉程度」有顯著差異。

### 6.1.6 「對手機熟悉程度」與「名片辨識功能偏好」之分析

表 6-7 「熟悉程度」與「名片辨識功能偏好」之列聯表

對手機的熟悉程度 (A1)	對於手機的 名片辨識功 能的偏好 (B6)	需要	不需要	無意見/其 他	總計
沒聽過	個數	11	7	4	22
	A1 內 的比例	50%	31.82%	18.18%	100%
有聽過但 不清楚	個數	61	21	2	84
	A1 內 的比例	72.6%	25%	2.38%	100%
約略知道	個數	167	33	53	253
	A1 內 的比例	66.00%	13.04%	20.95%	100%
非常熟悉	個數	100	21	20	141
	A1 內 的比例	70.92%	14.89%	14.18%	100%
總和	個數	339	82	79	500
	A1 內 的比例	67.8%	16.4%	15.8%	100%

粗體字部分  $P=0.186$  (X-對手機熟悉程度；Y-名片辨識功能偏好)

無顯著差異存在。

結論：「名片辨識功能偏好」與「對手機熟悉程度」沒有顯著差異。

### 6.1.7 「對手機熟悉程度」與「二維條碼解讀功能偏好」之分析

表 6-8 「熟悉程度」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表

對智慧型手機的熟悉程度(A1)	對於手機的二維條碼解讀功能的偏好(B7)	需要	不需要	總計
有聽過但不清楚	個數	24	23	47
	A1 內的比例	51.1	48.9	100%
約略知道	個數	45	39	84
	A1 內的比例	53.6	46.4	100%
非常熟悉	個數	20	64	84
	A1 內的比例	76.2	23.8	100%
總和	個數	89	126	215
	A1 內的比例	41.4%	58.6%	100%

$P = 0.000^*$  (X-對手機熟悉程度；Y-二維條碼解讀功能偏好)

由表 6-8 可以看到，對於二維條碼解讀功能偏好的選擇會因為熟悉程度不同而有所差異。

結論：「二維條碼解讀功能偏好」與「對手機熟悉程度」有顯著差異。

### 6.1.8 「對手機熟悉程度」與「播放 MP3 音質偏好」之分析

表 6-9 「熟悉程度」與「MP3 音質偏好」之列聯表

對智慧型 手機的熟 悉程度 (A1)	對於手機播 放 MP3 音 質的偏好 (B8)	很不在意	不在意	無意見/其 他	在意	很在意	總計
沒聽過	個數	2	3	1	11	5	22
	A1 內的比 例	9.09%	13.64%	4.55%	50%	22.73%	100%
有聽過但 不清楚	個數	9	11	15	32	17	84
	A1 內的比 例	10.71%	13.1%	17.86%	38.1%	20.24%	100%
約略知道	個數	39	32	41	81	60	253
	A1 內的比 例	15.42%	12.65%	16.21%	32.02%	23.72%	100%
非常熟悉	個數	18	15	32	40	36	141
	A1 內的比 例	12.77%	10.64%	22.7%	28.37%	25.53%	100%
總和	個數	68	61	89	164	118	500
	A1 內的比 例	13.6%	12.2%	17.8%	32.8%	23.6%	100%

粗體字部分  $P=0.773$  (X-對手機熟悉程度；Y- MP3 音質偏好)

無顯著差異存在。

結論：「MP3 音質偏好」與「對手機熟悉程度」沒有顯著差異。

### 6.1.9 「對手機熟悉程度」與「內建數位相機畫素偏好」之分析

表 6-10 「熟悉程度」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表

對智慧型 手機的熟 悉程度 (A1)	對於手機內 建數位相機 的畫素的偏 好(B9)	一百萬以 下	一至兩百 萬	兩百萬以 上	總計
有聽過但 不清楚	個數	17	14	28	59
	A1 內的比例	28.8	23.7	47.5	100%
約略知道	個數	34	30	151	215
	A1 內的比例	15.8	14.0	70.2	100%
非常熟悉	個數	10	20	43	73
	A1 內的比例	13.7	27.4	58.9	100%
總和	個數	61	64	222	347
	A1 內的比例	17.6%	18.4%	64.0%	100%

P = 0.003\* (X-對手機熟悉程度；Y-內建數位相機畫素偏好)

由表 6-10 可以看到，對於二維條碼解讀功能偏好的選擇會因為熟悉程度不同而有所差異。

結論：「內建數位相機畫素偏好」與「對手機熟悉程度」有顯著差異。

### 6.1.10 「對手機熟悉程度」與「操作與待機時間偏好」之分析

表 6-11 「熟悉程度」與「操作與待機時間偏好」之列聯表

對智慧型 手機的熟 悉程度 (A1)	對於智慧型 手機操作與 待機時間的 偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	總計
有聽過但 不清楚	個數	57	21	5	83
	A1 內的比 例	68.7	25.3	6.0	100%
約略知道	個數	211	28	12	251
	A1 內的比 例	84.1	11.2	4.8	100%
非常熟悉	個數	100	19	17	136
	A1 內的比 例	73.5	15	12.5	100%
總和	個數	368	68	34	470
	A1 內的比 例	78.3%	14.5%	7.2%	100%

$P = 0.001^*$  (X-對手機熟悉程度；Y-操作與待機時間偏好)

由表 6-11 可以看到，對於二維條碼解讀功能偏好的選擇會因為熟悉程度不同而有所差異。

結論：「操作與待機時間偏好」與「對手機熟悉程度」有顯著差異。

### 6.1.11 「對手機熟悉程度」與「生產廠商偏好」之分析

表 6-12 「熟悉程度」與「生產廠商偏好」之列聯表

對智慧型手機的熟悉程度 (A1)	對於智慧型手機生產廠商的偏好 (B11)	無意見/其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
沒聽過	個數	1	2	3	1	0
	A1 內的比例	4.55%	9.09%	13.64%	4.55%	0%
有聽過但不清楚	個數	2	5	6	16	3
	A1 內的比例	2.38%	5.95%	7.14%	19.05%	3.57%
約略知道	個數	4	15	18	56	14
	A1 內的比例	1.58%	5.93%	7.11%	22.13%	5.43%
非常熟悉	個數	1	7	10	24	6
	A1 內的比例	0.71%	4.96%	7.10%	17.02%	4.26%
總和	個數	8	29	37	97	23
	A1 內的比例	1.61%	5.82%	7.43%	19.48%	4.62%
對智慧型手機的熟悉程度 (A1)	對於智慧型手機生產廠商的偏好 (B11)	HP	Motorola	Nokia	SonyEricsson	總計
沒聽過	個數	2	4	5	4	22
	A1 內的比例	9.09%	18.18%	22.73%	18.18%	100%
有聽過但不清楚	個數	5	19	13	15	84
	A1 內的比例	5.95%	22.62%	15.48%	17.86%	100%
約略知道	個數	12	51	58	25	253
	A1 內的比例	4.74%	20.16%	22.92%	9.88%	100%
非常熟悉	個數	18	28	32	15	141
	A1 內的比例	12.76%	19.86%	22.70%	10.64%	100%
總和	個數	37	102	106	59	500
	A1 內的比例	7.43%	20.48%	21.29%	11.85%	100%

粗體字部分  $P=0.183$  (X-對手機熟悉程度；Y-生產廠商偏好)

無顯著差異存在。

結論：「生產廠商偏好」與「對手機熟悉程度」沒有顯著差異。

## 6.2 對於智慧型手機銀幕大小的偏好之分析

表 6-13 「銀幕大小偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表

P	對於手機作業系統的偏好	對於手機輸入方式的偏好	對於手機傳輸方式的偏好	對於手機銀幕解析度的偏好	對於手機名片辨識功能的偏好	對於手機二維條碼解讀功能的偏好	對於手機播放 MP3 音質的偏好	對於手機內建數位相機的畫素的偏好	對於手機操作與待機時間的偏好	對於手機生產廠商的偏好
對於手機銀幕大小的偏好	P = 0.111	P = 0.000*	P = 0.004*	P = 0.000*	P = 0.000*	P = 0.105	P = 0.000*	P = 0.000*	P = 0.000*	P = 0.017*
討論章節	6.2.1	6.2.2	6.2.3	6.2.4	6.2.5	6.2.6	6.2.7	6.2.8	6.2.9	6.2.10

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 6-13 可以看到，在本節討論與「對於智慧型手機的銀幕大小之偏好」相關的變數共有八項，分別是：「對於手機輸入方式的偏好」、「對於手機傳輸方式的偏好」、「對於手機銀幕解析度的偏好」、「對於手機名片辨識功能的偏好」、「對於手機播放 MP3 音質的偏好」、「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」、「對於手機操作與待機時間的偏好」、「對於手機生產廠商的偏好」。將詳述下。

而在以下諸節中，作者將兩項變數互為依變數與自變數來檢視彼此的關係。

### 6.2.1 「銀幕大小偏好」與「手機作業系統偏好」之分析

表 6-14 「銀幕大小偏好」與「作業系統偏好」之列聯表

對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機作業系統的偏好(B2)	Win CE	Symbian	無意見/其他	總計
越大越好	個數	26	15	296	337
	在 B1 內的比例	7.72%	4.45%	87.83%	100%
適中即可	個數	38	41	65	144
	在 B1 內的比例	26.39%	28.47%	45.14%	100%
無意見/其他	個數	5	1	13	19
	在 B1 內的比例	26.32%	5.26%	68.42%	100%
總計	個數	69	57	374	500
	在 B1 內的比例	13.80%	11.40%	74.80%	100%
對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機作業系統的偏好(B2)	Win CE	Symbian	無意見/其他	總計
越大越好	個數	26	15	296	337
	在 B2 內的比例	37.68%	26.32%	79.14%	67.40%
適中即可	個數	38	41	65	144
	在 B2 內的比例	55.07%	71.93%	17.38%	28.80%
無意見/其他	個數	5	1	13	19
	在 B2 內的比例	7.25%	1.75%	3.48%	3.80%
總計	個數	69	57	374	500
	在 B2 內的比例	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P=0.111$

無顯著差異存在。

結論：「銀幕大小偏好」與「作業系統偏好」沒有顯著差異。

## 6.2.2 「銀幕大小偏好」與「手機輸入方式偏好」之分析

表 6-15 「銀幕大小偏好」與「輸入方式偏好」之列聯表

對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機輸入方式的偏好(B3)	銀幕手寫	機身鍵盤	總計
越大越好	個數	211	113	324
	在 B1 內的比例	65.1	34.9	100%
適中即可	個數	46	90	136
	在 B1 內的比例	33.8	66.2	100%
總計	個數	257	203	460
	在 B1 內的比例	55.9	44.1	100%
對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機輸入方式的偏好(B3)	銀幕手寫	機身鍵盤	總計
越大越好	個數	211	113	337
	在 B3 內的比例	82.1	55.7	73.6%
適中即可	個數	46	90	144
	在 B3 內的比例	17.9	44.3	26.4%
總計	個數	257	203	460
	在 B3 內的比例	100%	100%	100%

P = 0.000\*

這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機銀幕大小的偏好與文字輸入方式的偏好之間的關係。

在表格的上半部中，：喜歡「越大越好」的消費層與喜歡「大小適中」的消費層對於輸入方式是相反的，一層將近是 2：1，一層將近是 1：2。

在表格的下半部中，偏好銀幕手寫的族群中，偏好「越大越好」的比例有近八成之強，差異相當明顯，但是偏好機身鍵盤的消費群偏好越大越好與銀幕適中的比例則佔了近 56% 與 44%，相差不多。

結論：「銀幕大小偏好」與「輸入方式偏好」有顯著差異。

### 6.2.3 「銀幕大小偏好」與「傳輸方式偏好」之分析

表 6-16 「銀幕大小偏好」與「傳輸方式偏好」之列聯表

對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機傳輸方式的偏好(B4)	USB	IEEE1394	藍芽	總計
越大越好	個數	150	80	81	311
	在 B1 內的比例	48.2	25.7	26.0	100%
適中即可	個數	39	48	34	121
	在 B1 內的比例	32.2	39.7	28.0	100%
總計	個數	189	128	115	432
	在 B1 內的比例	43.8	29.6	26.6	100%
對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機傳輸方式的偏好(B4)	USB	IEEE1394	藍芽	總計
越大越好	個數	150	80	81	311
	在 B4 內的比例	79.4	62.5	70.4	72.0%
適中即可	個數	39	48	34	121
	在 B4 內的比例	20.6	37.5	29.6	28%
總計	個數	189	128	115	432
	在 B4 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.004\*

在這個表格裡，我們可以很清楚對銀幕大小的偏好與傳輸方式互為變數時，呈現了顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈的確呈現不同分佈趨勢。

結論：「銀幕大小偏好」與「傳輸方式偏好」有顯著差異。

#### 6.2.4 「銀幕大小偏好」與「銀幕解析度偏好」之分析

表 6-17 「銀幕大小偏好」與「銀幕解析度偏好」之列聯表

對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	六萬五千色	一千六百萬色	總計
越大越好	個數	10	292	302
	在 B1 內的比例	3.3	96.7	100%
適中即可	個數	42	80	122
	在 B1 內的比例	34.4	65.6	100%
總計	個數	52	372	424
	在 B1 內的比例	12.3%	87.7%	100%
對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	六萬五千色	一千六百萬色	總計
越大越好	個數	10	292	337
	在 B5 內的比例	19.2	78.0	79.5%
適中即可	個數	42	80	144
	在 B5 內的比例	80.8	22.0	20.5%
總計	個數	52	372	424
	在 B5 內的比例	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格裡，我們可以很清楚對銀幕大小的偏好與銀幕解析度偏好互為變數時，呈現了顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈的確呈現不同分佈趨勢。

結論：「銀幕大小偏好」與「銀幕解析度偏好」有顯著差異。

## 6.2.5 「銀幕大小偏好」與「名片辨識功能偏好」之分析

表 6-18 「銀幕大小偏好」與「名片辨識功能偏好」之列聯表

對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機的名片辨識功能的偏好(B6)	需要	不需要	總計
		個數	在 B1 內的比例	
越大越好	個數	259	31	290
適中即可		71	48	119
總計	個數	330	79	409
	在 B1 內的比例	80.7%	19.3%	100%
對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機的名片辨識功能的偏好(B6)	需要	不需要	總計
越大越好	個數	259	31	290
適中即可		71	48	119
總計	個數	330	79	409
	在 B6 內的比例	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格裡，我們可以很清楚對銀幕大小的偏好與名片辨識功能偏好互為變數時，呈現了顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈的確呈現不同分佈趨勢。

結論：「銀幕大小偏好」與「名片辨識功能偏好」有顯著差異。

189/16

## 6.2.6 「銀幕大小偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之分析

表 6-19 「銀幕大小偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表

對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機的二維條碼解讀功能的偏好(B7)	需要	不需要	無意見/其他	總計
越大越好	個數	44	49	244	337
	在 B1 內的比例	13.06%	14.54%	72.40%	100%
適中即可	個數	42	74	28	144
	在 B1 內的比例	29.17%	51.39%	19.44%	100%
無意見/其他	個數	8	5	6	19
	在 B1 內的比例	42.11%	26.32%	31.58%	100%
總計	個數	94	128	278	500
	在 B1 內的比例	18.80%	25.60%	55.60%	100%
對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機的二維條碼解讀功能的偏好(B7)	需要	不需要	無意見/其他	總計
越大越好	個數	44	49	244	337
	在 B7 內的比例	46.81%	38.28%	87.77%	67.40%
適中即可	個數	42	74	28	144
	在 B7 內的比例	44.68%	57.81%	10.07%	28.80%
無意見/其他	個數	8	5	6	19
	在 B7 內的比例	8.51%	3.91%	2.16%	3.80%
總計	個數	94	128	278	500
	在 B7 內的比例	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.105$

無顯著差異存在。

結論：「銀幕大小偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」沒有顯著差異。

### 6.2.7 「銀幕大小偏好」與「播放 MP3 音質偏好」之分析

表 6-20 「銀幕大小偏好」與「MP3 音質偏好」列聯表

對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機播放 MP3 音質的偏好(B8)	很不在意	不在意	在意	很在意	總計
越大越好	個數	37	46	118	84	285
	在 B1 內的比例	13.0	16.1	41.4	29.5	100%
適中即可	個數	22	15	44	28	109
	在 B1 內的比例	20.2	13.8	40.4	25.7	100%
總計	個數	59	61	162	112	394
	在 B1 內的比例	15.0%	15.5%	41.1%	28.4%	100%
對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機播放 MP3 音質的偏好(B8)	很不在意	不在意	在意	很在意	總計
越大越好	個數	37	46	118	84	285
	B8 內的比例	62.7	75.4	82.8	75	72.3%
適中即可	個數	22	15	44	28	109
	B8 內的比例	37.3	24.6	27.2	25	27.7%
總計	個數	59	61	162	112	394
	B8 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格的粗體字部分裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機銀幕大小的偏好與播放 MP3 音質互為變數時，呈現了顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈的確呈現不同分佈趨勢。

結論：「銀幕大小偏好」與「播放 MP3 音質偏好」有顯著差異。

## 6.2.8 「銀幕大小偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之分析

表 6-21 「銀幕大小偏好」與「內建數位相機畫素偏好」列聯表

對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機內建數位相機的畫素的偏好(B9)	一百萬以下	一至兩百萬	二百萬以上	總計
越大越好	個數	31	47	198	276
	在 B1 內的比例	11.2	17.0	71.7	100%
適中即可	個數	23	21	28	72
	在 B1 內的比例	31.9	29.2	38.9	100%
總計	個數	54	68	226	348
	在 B1 內的比例	15.5	19.5	64.9	100%
對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於手機內建數位相機的畫素的偏好(B9)	一百萬以下	一至兩百萬	二百萬以上	總計
越大越好	個數	31	47	198	276
	在 B9 內的比例	63.0	69.1	87.6	79.3%
適中即可	個數	23	21	28	72
	在 B9 內的比例	37.0	30.9	12.4	20.7%
總計	個數	54	68	226	348
	在 B9 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格的粗體字部分裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機銀幕大小的偏好與內建數位相機畫素偏好互為變數時，呈現了顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈的確呈現不同分佈趨勢。

結論：「銀幕大小偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

### 6.2.9 「銀幕大小偏好」與「操作與待機時間偏好」之分析

表 6-22 「銀幕大小偏好」與「操作與待機時間偏好」列聯表

對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	總計
越大越好	個數	295	27	12	334
	在 B1 內的比例	88.3	8.1	3.6	100%
適中即可	個數	87	35	19	141
	在 B1 內的比例	61.7	22.0	13.5	100%
總計	個數	382	62	31	475
	在 B1 內的比例	80.4%	13.1%	6.5%	100%
對於手機銀幕大小的偏好(B1)	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	總計
越大越好	個數	295	27	12	334
	在 B10 內的比例	77.2	56.5	38.7	70.3%
適中即可	個數	87	35	19	141
	在 B10 內的比例	22.8	43.5	61.3	29.7%
總計	個數	382	62	31	475
	在 B10 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格的粗體字部分裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機銀幕大小的偏好與操作與待機時間偏好互為變數時，呈現了顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈的確呈現不同分佈趨勢。

結論：「銀幕大小偏好」與「操作與待機時間偏好」有顯著差異。

### 6.2.10 「銀幕大小偏好」與「生產廠商偏好」之分析

表 6-23 「銀幕大小偏好」與「生產廠商偏好」列聯表

B11 B1	明基	Dopod	HP	Motorola	Nokia	SE	總計
P	22	67	16	75	77	38	298
Q	14	27	19	23	28	17	128
S	36	94	35	98	105	55	426

B1：對於手機銀幕大小的偏好（個數）

P(越大越好)；Q(適中即可)；S(總計)

B11：對於智慧型手機生產廠商的偏好（個數）

B11 B1	明基	Dopod	HP	Motorola	Nokia	SE	總計
P	7.4	22.5	5.4	25.2	25.8	12.8	100
Q	10.9	21.1	14.8	18.0	21.9	13.3	100
S	8.5	22.1	8.2	23.0	24.6	12.9	100

B1：對於手機銀幕大小的偏好（列比例）

P(越大越好)；Q(適中即可)；S(總計)

B11：對於智慧型手機生產廠商的偏好（列比例）

B11 B1	明基	Dopod	HP	Motorola	Nokia	SE	總計
P	61.1	71.3	45.7	76.5	73.3	69.1	70.0
Q	38.9	28.7	54.3	23.5	26.7	30.9	30.0
S	100	100	100	100	100	100	100

B1：對於手機銀幕大小的偏好（行比例）

P(越大越好)；Q(適中即可)；S(總計)

B11：對於智慧型手機生產廠商的偏好（行比例）

$P = 0.017^*$

結論：「銀幕大小偏好」與「生產廠商偏好」有顯著差異。

### 6.3 對於智慧型手機作業系統的偏好之分析

表 6-24 「作業系統偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表

P	對於手機輸入方式的偏好	對於手機傳輸方式的偏好	對於手機銀幕解析度的偏好	對於手機名片辨識功能的偏好	對於手機二維條碼解讀功能的偏好	對於手機MP3音質的偏好	對於手機內建數位相機的畫素的偏好	對於手機操作與待機時間的偏好	對於手機生產廠商的偏好
對於手機作業系統的偏好	P = 0.000*	P = 0.953	P = 0.784	P = 0.241	P = 0.776	P = 0.925	P = 0.005*	P = 0.738	P = 0.988
討論章節	6.3.1	6.3.2	6.3.3	6.3.4	6.3.5	6.3.6	6.3.7	6.3.8	6.3.9

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 6-24 可以看到，在本節討論與「對於手機作業系統的偏好」相關的變數只有兩項，分別是：「對於手機輸入方式的偏好」與「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」。詳述如下。

### 6.3.1 「作業系統偏好」與「輸入方式偏好」之分析

表 6-25 「作業系統偏好」與「輸入方式偏好」之列聯表

對於手機作業系統的偏好(B2)	對於手機輸入方式的偏好(B3)	銀幕手寫	機身鍵盤	總計
Win CE	個數	54	6	60
	B2 內的%	90	10	100%
Symbian	個數	27	25	52
	B2 內的%	51.9	48.1	100%
總計	個數	81	31	112
	B2 內的%	72.3	27.7	100%
對於手機作業系統的偏好(B2)	對於手機輸入方式的偏好(B3)	銀幕手寫	機身鍵盤	總計
Win CE	個數	54	6	60
	B3 內的%	66.7	19.4	53.6%
Symbian	個數	27	25	52
	B3 內的%	33.3	80.6	46.4%
總計	個數	81	31	112
	B3 內的%	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格的粗體字部分裡，我們可以很清楚的看到消費者對於作業系統偏好與操作與輸入方式偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈的確呈現不同分佈趨勢。

結論：「作業系統偏好」與「輸入方式偏好」有顯著差異。

### 6.3.2 「作業系統偏好」與「傳輸方式偏好」之分析

表 6-26 「作業系統偏好」與「傳輸方式偏好」列聯表

對於手機作業系統的偏好(B2)	對於手機傳輸方式的偏好(B4)	USB	IEEE 1394	藍芽	紅外線	無意見/其他	總計
Win CE	個數	22	15	17	6	9	69
	B2 內的比例	31.88%	21.74%	24.64%	8.70%	13.04%	100%
Symbian	個數	19	15	16	6	1	57
	B2 內的比例	33.33%	26.32%	28.07%	10.53%	1.75%	100%
無意見/其他	個數	155	101	87	9	22	374
	B2 內的比例	41.44%	27.01%	23.26%	2.41%	5.88%	100%
總計	個數	196	131	120	21	32	500
	B2 內的比例	39.20%	26.20%	24%	4.20%	6.40%	100%
對於手機作業系統的偏好(B2)	對於手機傳輸方式的偏好(B4)	USB	IEEE 1394	藍芽	紅外線	無意見/其他	總計
Win CE	個數	22	15	17	6	9	69
	B4 內的比例	11.22%	11.45%	14.17%	28.57%	28.13%	13.80%
Symbian	個數	19	15	16	6	1	57
	B4 內的比例	9.69%	11.45%	13.33%	28.57%	3.13%	11.40%
無意見/其他	個數	155	101	87	9	22	374
	B4 內的比例	79.08%	77.10%	72.50%	42.86%	68.75%	74.80%
總計	個數	196	131	120	21	32	500
	B4 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.953$

無顯著差異存在。

結論：「作業系統偏好」與「傳輸方式偏好」沒有顯著差異。

### 6.3.3 「作業系統偏好」與「銀幕解析度偏好」之分析

表 6-27 「作業系統偏好」與「銀幕解析度偏好」列聯表

對於手機作業系統的偏好(B2)	對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	六萬五千色	二十六萬色	一千六百萬色	無意見/其他	總計
Win CE	個數	13	6	47	3	69
	B2 內的比例	18.84%	8.70%	68.12%	4.35%	100%
Symbian	個數	11	7	35	4	57
	B2 內的比例	19.30%	12.28%	61.40%	7.02%	100%
無意見/其他	個數	32	13	299	30	374
	B2 內的比例	8.56%	3.48%	79.95%	8.02%	100%
總計	個數	56	26	381	37	500
	B2 內的比例	11.20%	5.20%	76.20%	7.40%	100%
對於手機作業系統的偏好(B2)	對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	六萬五千色	二十六萬色	一千六百萬色	無意見/其他	總計
Win CE	個數	13	6	47	3	69
	B5 內的比例	23.21%	23.08%	12.34%	8.11%	13.80%
Symbian	個數	11	7	35	4	57
	B5 內的比例	19.64%	26.92%	9.19%	10.81%	11.40%
無意見/其他	個數	32	13	299	30	374
	B5 內的比例	57.14%	50%	78.48%	81.08%	74.80%
總計	個數	56	26	381	37	500
	B5 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.784$

無顯著差異存在。

結論：「作業系統偏好」與「銀幕解析度偏好」沒有顯著差異。

### 6.3.4 「作業系統偏好」與「名片辨識功能偏好」之分析

表 6-28 「作業系統偏好」與「名片辨識功能偏好」列聯表

對於手機作業系統的偏好(B2)	對於手機的名片辨識功能的偏好(B6)	需要	不需要	無意見/其他	總計
Win CE	個數	31	13	25	69
	B2 內的比例	44.93%	18.84%	36.23%	100%
Symbian	個數	19	14	24	57
	B2 內的比例	33.33%	24.56%	42.11%	100%
無意見/其他	個數	289	55	30	374
	B2 內的比例	77.27%	14.71%	8.02%	100%
總計	個數	339	82	79	500
	B2 內的比例	67.80%	16.40%	15.80%	100%
對於手機作業系統的偏好(B2)	對於手機的名片辨識功能的偏好(B6)	需要	不需要	無意見/其他	總計
Win CE	個數	31	13	25	69
	B6 內的比例	9.14%	15.85%	31.65%	13.80%
Symbian	個數	19	14	24	57
	B6 內的比例	5.60%	17.07%	30.38%	11.40%
無意見/其他	個數	289	55	30	374
	B6 內的比例	85.25%	67.07%	37.97%	74.80%
總計	個數	339	82	79	500
	B6 內的比例	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.241$

無顯著差異存在。

結論：「作業系統偏好」與「名片辨識功能偏好」沒有顯著差異。

### 6.3.5 「作業系統偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之分析

表 6-29 「作業系統偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」列聯表

對於手機作業系統的偏好(B2)	對於手機的二維條碼解讀功能的偏好 (B7)	需要	不需要	無意見/其他	總計
Win CE	個數	31	20	18	69
	B2 內的比例	44.93%	28.99%	26.09%	100%
Symbian	個數	29	21	7	57
	B2 內的比例	50.88%	36.84%	12.28%	100%
無意見/其他	個數	34	87	253	374
	B2 內的比例	9.09%	23.26%	67.65%	100%
總計	個數	94	128	278	500
	B2 內的比例	18.80%	25.60%	55.60%	100%
對於手機作業系統的偏好(B2)	對於手機的二維條碼解讀功能的偏好 (B7)	需要	不需要	無意見/其他	總計
Win CE	個數	31	20	18	69
	B7 內的比例	32.98%	15.63%	6.47%	13.80%
Symbian	個數	29	21	7	57
	B7 內的比例	30.85%	16.41%	2.52%	11.40%
無意見/其他	個數	34	87	253	374
	B7 內的比例	36.17%	67.97%	91.01%	74.80%
總計	個數	94	128	278	500
	B7 內的比例	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.776$

無顯著差異存在。

結論：「作業系統偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」沒有顯著差異。

### 6.3.6 「作業系統偏好」與「播放 MP3 音質偏好」之分析

表 6-30 「作業系統偏好」與「MP3 音質偏好」列聯表

對於手機作業系統的偏好(B2)	對於手機播放 MP3 音質的偏好(B8)	很不在意	不在意	無意見/其他	在意	很在意	總計
Win CE	個數	7	9	17	22	14	69
	B2 內的比例	10.14%	13.04%	24.64%	31.88%	20.29%	100%
	B8 內的比例	10.29%	14.75%	19.10%	13.41%	11.86%	13.80%
Symbian	個數	5	7	11	19	15	57
	B2 內的比例	8.77%	12.28%	19.29%	33.33%	26.32%	100%
	B8 內的比例	7.35%	11.48%	12.36%	11.59%	12.71%	11.40%
無意見/其他	個數	56	45	61	123	89	374
	B2 內的比例	14.97%	12.03%	16.31%	32.89%	23.80%	100%
	B8 內的比例	82.35%	73.77%	68.54%	75%	75.42%	74.80%
總計	個數	68	61	89	164	118	500
	B2 內的比例	13.60%	12.20%	17.80%	32.80%	23.60%	100%
	B8 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.925$

無顯著差異存在。

結論：「作業系統偏好」與「MP3 音質偏好」沒有顯著差異。

### 6.3.7 「作業系統偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之分析

表 6-31 「作業系統偏好」與「內建數位相機畫素偏好」列聯表

對於手機作業系統的偏好(B2)	對於手機內建數位相機的畫素的偏好(B9)	一百萬以下	一至兩百萬	二百萬以上	總計
Win CE	個數	27	17	21	65
	B2 內的比例	41.5	26.2	32.3	100%
Symbian	個數	23	3	29	55
	B2 內的比例	41.8	5.5	52.7	100%
總計	個數	50	20	50	120
	B2 內的比例	41.7	16.6	41.7	100%
對於手機作業系統的偏好(B2)	對於手機內建數位相機的畫素的偏好(B9)	一百萬以下	一至兩百萬	二百萬以上	總計
Win CE	個數	27	17	21	65
	B9 內的比例	54	85	42	54.2
Symbian	個數	23	3	29	55
	B9 內的比例	46	15	58	45.8
總計	個數	50	20	50	120
	B9 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格的粗體字部分裡，我們可以很清楚的看到消費者對於作業系統偏好與內建數位相機畫素偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈的確呈現不同分佈趨勢。

結論：「作業系統偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

### 6.3.8 「作業系統偏好」與「操作與待機時間偏好」之分析

表 6-32 「作業系統偏好」與「操作與待機時間偏好」列聯表

對於手機作業系統的偏好(B2)	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	長	總計
Win CE	個數	39	14	14	2	69
	B2 內的比例	56.52%	20.29%	20.29%	2.90%	100%
Symbian	個數	33	14	9	1	57
	B2 內的比例	57.89%	24.56%	15.79%	1.75%	100%
無意見/其他	個數	312	45	12	5	374
	B2 內的比例	83.42%	12.03%	3.21%	1.34%	100%
總計	個數	384	73	35	8	500
	B2 內的比例	76.80%	14.60%	7%	1.60%	100%
對於手機作業系統的偏好(B2)	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	長	總計
Win CE	個數	39	14	14	2	69
	B10 內的比例	10.16%	19.18%	40%	25%	13.80%
Symbian	個數	33	14	9	1	57
	B10 內的比例	8.59%	19.18%	25.71%	12.50%	11.40%
無意見/其他	個數	312	45	12	5	374
	B10 內的比例	81.25%	61.64%	34.29%	62.50%	74.80%
總計	個數	384	73	35	8	500
	B10 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.738$

無顯著差異存在。

結論：「作業系統偏好」與「操作與待機時間偏好」沒有顯著差異。

### 6.3.9 「作業系統偏好」與「生產廠商偏好」之分析

表 6-33 「作業系統偏好」與「生產廠商偏好」列聯表

對於手機作業系統的偏好(B2)	對於智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	無意見/其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
Win CE	個數	4	4	4	11	3
	B2 內的比例	5.80%	5.80%	5.80%	15.94%	4.35%
	B11 內的比例	44.44%	13.79%	10.81%	11.34%	13.04%
Symbian	個數	2	5	3	9	3
	B2 內的比例	3.51%	8.77%	5.26%	15.79%	5.26%
	B11 內的比例	22.22%	17.24%	8.11%	9.28%	13.04%
無意見/其他	個數	3	20	30	77	17
	B2 內的比例	0.80%	5.35%	8.02%	20.59%	4.55%
	B11 內的比例	33.33%	68.97%	81.08%	79.38%	73.91%
總計	個數	9	29	37	97	23
	B2 內的比例	1.8%	5.8%	7.4%	19.4%	4.6%
	B11 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%
對於手機作業系統的偏好(B2)	對於智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	HP	Motorola	Nokia	SonyEricsson	總計
Win CE	個數	7	15	13	8	69
	B2 內的比例	10.14%	21.74%	18.84%	11.59%	100%
	B11 內的比例	18.92%	14.71%	12.15%	13.56%	13.8%
Symbian	個數	5	11	10	9	57
	B2 內的比例	8.77%	19.29824561	17.54%	15.79%	100%
	B11 內的比例	13.51%	10.78431373	9.35%	15.25%	11.4%
無意見/其他	個數	25	76	84	42	374
	B2 內的比例	6.68%	20.32%	22.46%	11.23%	100%
	B11 內的比例	67.57%	74.51%	78.50%	71.19%	74.8%
總計	個數	37	102	107	59	500
	B2 內的比例	7.4%	20.4%	21.4%	11.8%	100%
	B11 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.988$

無顯著差異存在。

結論：「作業系統偏好」與「操作與待機時間偏好」沒有顯著差異。

## 6.4 對於智慧型手機輸入方式的偏好之分析

表 6-34 「輸入方式偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表

P	對於手機傳輸方式的偏好	對於手機銀幕解析度的偏好	對於手機名片辨識功能的偏好	對於手機二維條碼解讀功能的偏好	對於手機播放 MP3 音質的偏好	對於手機內建數位相機的畫素的偏好	對手機操作與待機時間的偏好	對於手機生產廠商的偏好
對於手機輸入方式的偏好	P = 0.016*	P = 0.556	P = 0.171	P = 0.360	P = 0.763	P = 0.415	P = 0.711	P = 0.116
討論章節	6.4.1	6.4.2	6.4.3	6.4.4	6.4.5	6.4.6	6.4.7	6.4.8

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 6-34 可以看到，在本節討論與「對於手機輸入方式的偏好」相關的變數共有八項，分別是：「對於手機傳輸方式的偏好」、「對於手機銀幕解析度的偏好」、「對於手機名片辨識功能的偏好」、「對於手機二維條碼解讀功能的偏好」、「對於手機播放 MP3 音質的偏好」、「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」、「對於智慧型手機操作與待機時間的偏好」、「對於手機生產廠商的偏好」。

而其中僅與「對於手機傳輸方式的偏好」有顯著差異。詳述如下。

#### 6.4.1 「輸入方式偏好」與「傳輸方式偏好」之分析

表 6-35 「輸入方式偏好」與「傳輸方式偏好」之列聯表

對於手機輸入方式的偏好(B3)	對於手機傳輸方式的偏好(B4)	USB	IEEE1394	藍芽	總計
銀幕手寫	個數	120	62	61	243
	B3 內的比例	49.4	25.5	25.1	100%
機身鍵盤	個數	67	65	55	187
	B3 內的比例	35.8	34.8	29.4	100%
總計	個數	187	127	116	430
	B3 內的比例	43.5	29.5	27.0	100%
對於手機輸入方式的偏好(B3)	對於手機傳輸方式的偏好(B4)	USB	IEEE1394	藍芽	總計
銀幕手寫	個數	120	62	61	243
	B4 內的比例	64.2	48.8	52.6	56.5
機身鍵盤	個數	67	65	55	187
	B4 內的比例	35.8	51.2	47.4	43.5
總計	個數	187	127	116	430
	B4 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.016\*

在這個表格的粗體字部分裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機輸入方式的偏好與手機傳輸方式的偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈的確呈現不同分佈趨勢。

結論：「輸入方式偏好」與「傳輸方式偏好」有顯著差異。

#### 6.4.2 「輸入方式偏好」與「銀幕解析度偏好」之分析

表 6-36 「輸入方式偏好」與「銀幕解析度偏好」之列聯表

對於手機輸入方式的偏好(B3)	對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	六萬五千色	二十六萬色	一千六百萬色	無意見/其他	總計
銀幕手寫	個數	25	15	208	18	266
	B3 內的比例	9.40%	5.64%	78.20%	6.77%	100%
機身鍵盤	個數	24	7	167	13	211
	B3 內的比例	11.37%	3.32%	79.15%	6.16%	100%
QWERTY 輸入法	個數	6	3	3	5	17
	B3 內的比例	35.29%	17.65%	17.65%	29.41%	100%
無意見/其他	個數	1	1	3	1	6
	B3 內的比例	16.67%	16.67%	50.00%	16.67%	100%
總計	個數	56	26	381	37	500
	B3 內的比例	11.20%	5.20%	76.20%	7.40%	100%
對於手機輸入方式的偏好(B3)	對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	六萬五千色	二十六萬色	一千六百萬色	無意見/其他	總計
銀幕手寫	個數	25	15	208	18	266
	B5 內的比例	44.64%	57.69%	54.59%	48.65%	53.20%
機身鍵盤	個數	24	7	167	13	211
	B5 內的比例	42.86%	26.92%	43.83%	35.14%	42.20%
QWERTY 輸入法	個數	6	3	3	5	17
	B5 內的比例	10.71%	11.54%	0.79%	13.51%	3.40%
無意見/其他	個數	1	1	3	1	6
	B5 內的比例	1.79%	3.85%	0.79%	2.70%	1.20%
總計	個數	56	26	381	37	500
	B5 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.556$

無顯著差異存在。

結論：「輸入方式偏好」與「傳輸方式偏好」沒有顯著差異。

### 6.4.3 「輸入方式偏好」與「名片辨識功能偏好」之分析

表 6-37 「輸入方式偏好」與「名片辨識功能偏好」之列聯表

對於手機輸入方式的偏好(B3)	對於手機的名片辨識功能的偏好(B6)	需要	不需要	無意見/其他	總計
銀幕手寫	個數	192	37	37	266
	B3 內的比例	72.18%	13.91%	13.91%	100%
	B6 內的比例	56.64%	45.12%	46.84%	53.2%
機身鍵盤	個數	135	37	39	211
	B3 內的比例	63.98%	17.54%	18.48%	100%
	B6 內的比例	39.82%	45.12%	49.37%	42.2%
QWERTY 輸入法	個數	9	6	2	17
	B3 內的比例	52.94%	35.29%	11.76%	100%
	B6 內的比例	2.65%	7.32%	2.53%	3.4%
無意見/其他	個數	3	2	1	6
	B3 內的比例	50%	33.33%	16.67%	100%
	B6 內的比例	0.88%	2.44%	1.27%	1.2%
總計	個數	339	82	79	500
	B3 內的比例	67.8%	16.4%	15.8%	100%
	B6 內的比例	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.171$

無顯著差異存在。

結論：「輸入方式偏好」與「名片辨識功能偏好」沒有顯著差異。

189/6

#### 6.4.4 「輸入方式偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之分析

表 6-38 「輸入方式偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表

對於手機輸入方式的偏好(B3)	對於手機的二維條碼解讀功能的偏好(B7)	需要	不需要	無意見/其他	總計
銀幕手寫	個數	55	68	143	266
	B3 內的比例	20.68%	25.56%	53.76%	100%
	B7 內的比例	58.51%	53.13%	51.44%	53.2%
機身鍵盤	個數	35	56	120	211
	B3 內的比例	16.59%	26.54%	56.87%	100%
	B7 內的比例	37.23%	43.75%	43.17%	42.2%
QWERTY 輸入法	個數	2	3	12	17
	B3 內的比例	11.76%	17.65%	70.59%	100%
	B7 內的比例	2.13%	2.34%	4.31%	3.4%
無意見/其他	個數	2	1	3	6
	B3 內的比例	33.33%	16.67%	50%	100%
	B7 內的比例	2.13%	0.78%	1.08%	1.2%
總計	個數	94	128	278	500
	B3 內的比例	18.8%	25.6%	55.6%	100%
	B7 內的比例	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.360$

無顯著差異存在。

結論：「輸入方式偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」沒有顯著差異。

165

#### 6.4.5 「輸入方式偏好」與「播放 MP3 音質偏好」之分析

表 6-39 「輸入方式偏好」與「MP3 音質偏好」之列聯表

對於手機輸入方式的偏好(B3)	對於手機播放 MP3 音質的偏好 (B8)	很不在意	不在意	無意見/其他	在意	很在意	總計
銀幕手寫	個數	33	33	51	83	66	266
	B3 內的比例	12.41%	12.41%	19.17%	31.20%	24.81%	100%
	B8 內的比例	48.53%	54.20%	57.30%	50.61%	55.93%	53.2%
機身鍵盤	個數	33	24	35	70	49	211
	B3 內的比例	15.64%	11.37%	16.59%	33.18%	23.22%	100%
	B8 內的比例	48.53%	39.34%	39.33%	42.68%	41.53%	42.2%
QWERTY 輸入法	個數	1	3	2	9	2	17
	B3 內的比例	5.88%	17.65%	11.76%	52.94%	11.76%	100%
	B8 內的比例	1.47%	4.92%	2.25%	5.49%	1.69%	3.4%
無意見/其他	個數	1	1	1	2	1	6
	B3 內的比例	16.67%	16.67%	16.67%	33.33%	16.67%	100%
	B8 內的比例	1.47%	1.64%	1.12%	1.22%	0.85%	1.2%
總計	個數	68	61	89	164	118	500
	B3 內的比例	13.6%	12.2%	17.8%	32.8%	23.6%	100%
	B8 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.763$

無顯著差異存在。

結論：「輸入方式偏好」與「MP3 音質偏好」沒有顯著差異。

#### 6.4.6 「輸入方式偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之分析

表 6-40 「輸入方式偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表

對於手機輸入方式的偏好(B3)	對於手機內建數位相機的畫素的偏好(B9)	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	無意見/其他	總計
銀幕手寫	個數	32	33	132	69	266
	B3 內的比例	12.03%	12.41%	49.62%	25.94%	100%
	B9 內的比例	50.79%	47.14%	56.65%	51.49%	53.2%
機身鍵盤	個數	24	33	91	63	211
	B3 內的比例	11.37%	15.64%	43.13%	29.86%	100%
	B9 內的比例	38.10%	47.14%	39.06%	47.01%	42.2%
QWERTY 輸入法	個數	6	2	8	1	17
	B3 內的比例	35.29%	11.76%	47.06%	5.88%	100%
	B9 內的比例	9.52%	2.86%	3.43%	0.75%	3.4%
無意見/其他	個數	1	2	2	1	6
	B3 內的比例	16.67%	33.33%	33.33%	16.67%	100%
	B9 內的比例	1.59%	2.86%	0.86%	0.75%	1.2%
總計	個數	63	70	233	134	500
	B3 內的比例	12.6%	14%	46.6%	26.8%	100%
	B9 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.415$

無顯著差異存在。

結論：「輸入方式偏好」與「內建數位相機畫素偏好」沒有顯著差異。

#### 6.4.7 「輸入方式偏好」與「操作與待機時間偏好」之分析

表 6-41 「輸入方式偏好」與「操作與待機時間偏好」之列聯表

對於手機輸入方式的偏好(B3)	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	長	總計
銀幕手寫	個數	205	36	20	5	266
	B3 內的比例	77.07%	13.53%	7.52%	1.88%	100%
	B10 內的比例	53.39%	49.32%	57.14%	62.5%	53.2%
機身鍵盤	個數	167	30	12	2	211
	B3 內的比例	79.15%	14.22%	5.69%	0.95%	100%
	B10 內的比例	43.49%	41.10%	34.29%	25%	42.2%
QWERTY 輸入法	個數	10	4	2	1	17
	B3 內的比例	58.82%	23.53%	11.76%	5.88%	100%
	B10 內的比例	2.60%	5.48%	5.71%	12.5%	3.4%
無意見/其他	個數	2	3	1	0	6
	B3 內的比例	33.33%	50%	16.67%	0%	100%
	B10 內的比例	0.52%	4.11%	2.86%	0%	1.2%
總計	個數	384	73	35	8	500
	B3 內的比例	76.8%	14.6%	7%	1.6%	100%
	B10 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.711$

無顯著差異存在。

結論：「輸入方式偏好」與「操作與待機時間偏好」沒有顯著差異。

#### 6.4.8 「輸入方式偏好」與「生產廠商偏好」之分析

表 6-42 「輸入方式偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表

對於手機輸入方式的偏好(B3)	對智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	無意見/其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
銀幕手寫	個數	4	17	23	57	14
	B3 內的比例	1.50%	6.39%	8.65%	21.43%	5.26%
	B11 內的比例	44.44%	58.62%	62.16%	58.76%	60.87%
機身鍵盤	個數	3	12	14	34	9
	B3 內的比例	1.42%	5.69%	6.64%	16.11%	4.27%
	B11 內的比例	33.33%	41.38%	37.84%	35.05%	39.13%
QWERTY 輸入法	個數	1	0	0	4	0
	B3 內的比例	5.88%	0%	0%	23.53%	0%
	B11 內的比例	11.11%	0%	0%	4.12%	0%
無意見/其他	個數	1	0	0	2	0
	B3 內的比例	16.67%	0%	0%	33.33%	0%
	B11 內的比例	11.11%	0%	0%	2.06%	0%
總計	個數	9	29	37	97	23
	B3 內的比例	1.8%	5.8%	7.4%	19.4%	4.6%
對於手機輸入方式的偏好(B3)	對智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	HP	Motorola	Nokia	Sony Ericsson	總計
銀幕手寫	個數	17	53	47	34	266
	B3 內的比例	6.39%	19.92%	17.67%	12.78%	100%
	B11 內的比例	45.95%	51.96%	43.93%	57.63%	53.2%
機身鍵盤	個數	19	44	56	20	211
	B3 內的比例	9.00%	20.85%	26.54%	9.48%	100%
	B11 內的比例	51.35%	43.14%	52.34%	33.90%	42.2%
QWERTY 輸入法	個數	1	4	3	4	17
	B3 內的比例	5.88%	23.53%	17.65%	23.53%	100%
	B11 內的比例	2.70%	3.92%	2.80%	6.78%	3.4%
無意見/其他	個數	0	1	1	1	6
	B3 內的比例	0%	16.67%	16.67%	16.67%	100%
	B11 內的比例	0%	0.98%	0.93%	1.69%	1.2%
總計	個數	37	102	107	59	500
	B3 內的比例	7.4%	20.4%	21.4%	11.8%	100%

粗體字部分  $P = 0.116$

無顯著差異存在。

結論：「輸入方式偏好」與「MP3 音質偏好」沒有顯著差異。

## 6.5 對於智慧型手機資料傳輸方式的偏好之相關分析

表 6-43 「傳輸方式偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表

P	對於手機銀幕解析度的偏好	對手機名片辨識功能的偏好	對手機二維條碼解讀功能的偏好	對手機播放 MP3 音質的偏好	對於手機內建數位相機的畫素的偏好	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好	對於手機生產廠商的偏好
對於手機傳輸方式的偏好	P = 0.383	P = 0.300	P = 0.000*	P = 0.004*	P = 0.000*	P = 0.039*	P = 0.781
討論章節	6.5.1	6.5.2	6.5.3	6.5.4	6.5.5	6.5.6	6.5.7

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 6-43 可以看到，在本節討論與「對於手機傳輸方式的偏好」相關的變數共有七項，分別是：「對於手機銀幕解析度的偏好」、「對於手機名片辨識功能的偏好」、「對於手機二維條碼解讀功能的偏好」、「對於手機播放 MP3 音質的偏好」、「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」、「對於智慧型手機操作與待機時間的偏好」、「對於手機生產廠商的偏好」。

而其中「對於手機二維條碼解讀功能的偏好」、「對於手機播放 MP3 音質的偏好」、「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」、「對於智慧型手機操作與待機時間的偏好」均具有顯著差異。詳述如下。

### 6.5.1 「傳輸方式偏好」與「銀幕解析度偏好」之分析

表 6-44 「傳輸方式偏好」與「銀幕解析度偏好」之列聯表

對於手機傳輸方式的偏好(B4)	對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	六萬五千色	二十六萬色	一千六百萬色	無意見/其他	總計
USB	個數	23	6	151	16	196
	B4 內的比例	11.73%	3.06%	77.04%	8.16%	100%
IEEE1394	個數	10	11	101	9	131
	B4 內的比例	7.63%	8.40%	77.10%	6.87%	100%
藍芽	個數	17	4	97	2	120
	B4 內的比例	14.17%	3.33%	80.83%	1.67%	100%
紅外線	個數	4	4	12	1	21
	B4 內的比例	19.05%	19.05%	57.14%	4.76%	100%
無意見/其他	個數	2	1	20	9	32
	B4 內的比例	6.25%	3.13%	62.50%	28.13%	100%
總計	個數	56	26	381	37	500
	B4 內的比例	11.20%	5.20%	76.20%	7.40%	100%
對於手機傳輸方式的偏好(B4)	對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	六萬五千色	二十六萬色	一千六百萬色	無意見/其他	總計
USB	個數	23	6	151	16	196
	B5 內的比例	41.07%	23.08%	39.63%	43.24%	39.20%
IEEE1394	個數	10	11	101	9	131
	B5 內的比例	17.86%	42.31%	26.51%	24.32%	26.20%
藍芽	個數	17	4	97	2	120
	B5 內的比例	30.36%	15.38%	25.46%	5.41%	24%
紅外線	個數	4	4	12	1	21
	B5 內的比例	7.14%	15.38%	3.15%	2.70%	4.20%
無意見/其他	個數	2	1	20	9	32
	B5 內的比例	3.57%	3.85%	5.25%	24.32%	6.40%
總計	個數	56	26	381	37	500
	B5 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.383$

無顯著差異存在。

結論：「傳輸方式偏好」與「銀幕解析度偏好」沒有顯著差異。

## 6.5.2 「傳輸方式偏好」與「名片辨識功能偏好」之分析

表 6-45 「傳輸方式偏好」與「名片辨識功能偏好」之列聯表

對於手機傳輸方式的偏好(B4)	對於手機的名片辨識功能的偏好(B6)	需要	不需要	無意見/其他	總計
USB	個數	148	36	12	196
	B4 內的比例	75.51%	18.37%	6.12%	100%
IEEE1394	個數	92	20	19	131
	B4 內的比例	70.23%	15.27%	14.50%	100%
藍芽	個數	61	22	37	120
	B4 內的比例	50.83%	18.33%	30.83%	100%
紅外線	個數	16	1	4	21
	B4 內的比例	76.19%	4.76%	19.05%	100%
無意見/其他	個數	22	3	7	32
	B4 內的比例	68.75%	9.38%	21.88%	100%
總計	個數	339	82	79	500
	B4 內的比例	67.80%	16.40%	15.80%	100%
對於手機傳輸方式的偏好(B4)	對於手機的名片辨識功能的偏好(B6)	需要	不需要	無意見/其他	總計
USB	個數	148	36	12	196
	B6 內的比例	43.66%	43.90%	15.19%	39.20%
IEEE1394	個數	92	20	19	131
	B6 內的比例	27.14%	24.39%	24.05%	26.20%
藍芽	個數	61	22	37	120
	B6 內的比例	17.99%	26.83%	46.84%	24%
紅外線	個數	16	1	4	21
	B6 內的比例	4.72%	1.22%	5.06%	4.20%
無意見/其他	個數	22	3	7	32
	B6 內的比例	6.49%	3.66%	8.86%	6.40%
總計	個數	339	82	79	500
	B6 內的比例	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.300$

無顯著差異存在。

結論：「傳輸方式偏好」與「名片辨識功能偏好」沒有顯著差異。

### 6.5.3 「傳輸方式偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之分析

表 6-46 「傳輸方式偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表

對於手機傳輸方式的偏好(B4)	對於手機的二維條碼解讀功能的偏好(B7)	需要	不需要	總計
USB	個數	37	19	56
	B4 內的比例	66.1	33.9	100%
IEEE1394	個數	26	52	78
	B4 內的比例	33.3	66.7	100%
藍芽	個數	17	50	67
	B4 內的比例	25.4	74.6	100%
總計	個數	80	121	201
	B4 內的比例	39.8	60.2	100%
對於手機傳輸方式的偏好(B4)	對於手機的二維條碼解讀功能的偏好(B7)	需要	不需要	總計
USB	個數	37	19	56
	B7 內的比例	46.3	15.7	27.9
IEEE1394	個數	26	52	78
	B7 內的比例	32.5	43.0	38.8
藍芽	個數	17	50	67
	B7 內的比例	21.2	41.3	33.3
總計	個數	80	121	201
	B7 內的比例	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機傳輸方式偏好與手機二維條碼解讀功能偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「傳輸方式偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」有顯著差異。

#### 6.5.4 「傳輸方式偏好」與「播放 MP3 音質偏好」之分析

表 6-47 「傳輸方式偏好」與「MP3 音質偏好」之列聯表

對於手機傳輸方式的偏好(B4)	對於手機播放 MP3 音質的偏好(B8)	很不在意	不在意	在意	很在意	總計
USB	個數	19	17	73	67	176
	B4 內的比例	10.8	9.7	41.5	38.0	100%
IEEE1394	個數	20	19	41	21	101
	B4 內的比例	19.8	18.8	40.6	20.8	100%
藍芽	個數	20	15	36	20	91
	B4 內的比例	22.0	16.5	39.6	22.0	100%
總計	個數	59	51	150	108	368
	B4 內的比例	16%	13.9%	40.8%	29.3%	100%
對於手機傳輸方式的偏好(B4)	對於手機播放 MP3 音質的偏好(B8)	很不在意	不在意	在意	很在意	總計
USB	個數	19	17	73	67	176
	B8 內的比例	32.2	33.3	48.7	62.0	47.8%
IEEE1394	個數	20	19	41	21	101
	B8 內的比例	33.9	37.3	27.3	19.4	27.4%
藍芽	個數	20	15	36	20	91
	B8 內的比例	33.9	16.5	24	18.5	24.7%
總計	個數	59	51	150	108	368
	B8 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

P = 0.004\*

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機傳輸方式偏好與手機 MP3 音質偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「傳輸方式偏好」與「播放 MP3 音質偏好」有顯著差異。

### 6.5.5 「傳輸方式偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之分析

表 6-48 「傳輸方式偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表

對於手機傳輸方式的偏好(B4)	對於手機內建數位相機的畫素的偏好(B9)	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	總計
USB	個數	15	10	119	144
	B4 內的比例	10.4	6.9	82.6	100%
IEEE1394	個數	17	21	86	124
	B4 內的比例	13.7	16.9	69.4	100%
藍芽	個數	15	21	21	57
	B4 內的比例	26.3	36.8	36.8	100%
總計	個數	47	52	226	325
	B4 內的比例	14.5	16	69.5	100%
對於手機傳輸方式的偏好(B4)	對於手機內建數位相機的畫素的偏好(B9)	一百萬以下	一~兩百萬	兩百萬以上	總計
USB	個數	15	10	119	144
	B9 內的比例	31.9	19.2	52.7	44.3%
IEEE1394	個數	17	21	86	124
	B9 內的比例	36.2	40.4	38.1	38.2%
藍芽	個數	15	21	21	57
	B9 內的比例	31.9	40.4	9.3	17.5%
總計	個數	47	52	226	325
	B9 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機傳輸方式偏好與手機內建數位相機畫素偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「傳輸方式偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

### 6.5.6 「傳輸方式偏好」與「操作與待機時間偏好」之分析

表 6-49 「傳輸方式偏好」與「操作與待機時間偏好」之列聯表

對於手機傳輸方式的偏好(B4)	對於手機操作與待機時間的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	總計
USB	個數	154	33	6	193
	B4 內的比例	79.8	17.1	3.1	100%
IEEE1394	個數	106	12	12	130
	B4 內的比例	81.6	9.2	9.2	100%
藍芽	個數	97	12	9	118
	B4 內的比例	82.2	10.2	7.6	100%
總計	個數	357	57	27	441
	B4 內的比例	81%	12.9%	6.1%	100%
對於手機傳輸方式的偏好(B4)	對於手機操作與待機時間的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	總計
USB	個數	154	33	6	193
	B10 內的比例	43.1	57.9	22.3	43.8%
IEEE1394	個數	106	12	12	130
	B10 內的比例	29.7	21.1	44.4	29.5%
藍芽	個數	97	12	9	118
	B10 內的比例	27.2	21.1	33.3	26.8%
總計	個數	357	57	27	441
	B10 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.039\*

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機傳輸方式偏好與手機操作與待機時間偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「傳輸方式偏好」與「操作與待機時間偏好」有顯著差異。

### 6.5.7 「傳輸方式偏好」與「生產廠商偏好」之分析

表 6-50 「傳輸方式偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之一

對手機傳輸方式的偏好(B4)	對智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	無意見/其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
USB	個數	4	11	15	35	13
	B4 內的比例	2.04%	5.61%	7.65%	17.86%	6.63%
	B11 內的比例	44.44%	37.93%	40.54%	36.08%	56.52%
IEEE1394	個數	2	7	9	29	3
	B4 內的比例	1.53%	5.34%	6.87%	22.14%	2.29%
	B11 內的比例	22.22%	24.14%	24.32%	29.90%	13.04%
藍芽	個數	1	6	8	25	5
	B4 內的比例	0.83%	5%	6.67%	20.83%	4.17%
	B11 內的比例	11.11%	20.69%	21.62%	25.77%	21.74%
紅外線	個數	0	2	3	3	1
	B4 內的比例	0%	9.52%	14.29%	14.29%	4.76%
	B11 內的比例	0%	6.90%	8.11%	3.09%	4.35%
無意見/其他	個數	2	3	2	5	1
	B4 內的比例	6.25%	9.38%	6.25%	15.63%	3.13%
	B11 內的比例	22.22%	10.34%	5.41%	5.15%	4.35%
總計	個數	9	29	37	97	23
	B4 內的比例	1.8%	5.8%	7.4%	19.4%	4.6%
	B11 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

189/6

表 6-51 「傳輸方式偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之二

對手機傳輸方式的偏好(B4)	對智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	HP	Motorola	Nokia	Sony Ericsson	總計
USB	個數	19	36	38	25	196
	B4 內的比例	9.69%	18.37%	19.39%	12.76%	100%
	B11 內的比例	51.35%	35.29%	35.51%	42.37%	39.2%
IEEE1394	個數	6	31	32	12	131
	B4 內的比例	4.58%	23.66%	24.43%	9.16%	100%
	B11 內的比例	16.22%	30.39%	29.91%	20.34%	26.2%
藍芽	個數	9	25	28	13	120
	B4 內的比例	7.5%	20.83%	23.33%	10.83%	100%
	B11 內的比例	24.32%	24.51%	26.17%	22.03%	24%
紅外線	個數	1	4	3	4	21
	B4 內的比例	4.76%	19.05%	14.29%	19.05%	100%
	B11 內的比例	2.70%	3.92%	2.80%	6.78%	4.2%
無意見/其他	個數	2	6	6	5	32
	B4 內的比例	6.25%	18.75%	18.75%	15.63%	100%
	B11 內的比例	5.41%	5.88%	5.61%	8.47%	6.4%
總計	個數	37	102	107	59	500
	B4 內的比例	7.4%	20.4%	21.4%	11.8%	100%
	B11 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.781$

無顯著差異存在。

結論：「傳輸方式偏好」與「生產廠商偏好」沒有顯著差異。

## 6.6 對於智慧型手機銀幕解析度的偏好之分析

表 6-52 「銀幕解析度偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表

P	對於手機 名片辨識 功能的偏 好	對於手機 二維條碼 解讀功能 的偏好	對於手機 播放 MP3 音質的偏 好	對於手機 內建數位 相機的畫 素的偏好	對於手機 操作與待 機時間的 偏好	對於手機 生產廠商 的偏好
對於手機 銀幕解析 度的偏好	P = 0.000*	P = 0.778	P = 0.402	P = 0.000*	P = 0.000*	P = 0.087
討論章節	6.6.1	6.6.2	6.6.3	6.6.4	6.6.5	6.6.6

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 6-52 可以看到，在本節討論與「對於手機銀幕解析度的偏好」相關的變數共有六項，分別是：「對於手機名片辨識功能的偏好」、「對於手機二維條碼解讀功能的偏好」、「對於手機播放 MP3 音質的偏好」、「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」、「對於智慧型手機操作與待機時間的偏好」、「對於手機生產廠商的偏好」。

而其中「對於手機名片辨識功能的偏好」、「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」、與「對於手機操作與待機時間的偏好」均具有顯著差異。我們將詳述如下。

### 6.6.1 「銀幕解析度偏好」與「名片辨識功能偏好」之分析

表 6-53 「銀幕解析度偏好」與「名片辨識功能偏好」之列聯表

對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	對於手機的名片辨識功能的偏好(B6)	需要	不需要	總計
六萬五千色	個數	12	9	21
	B5 內的比例	57.1	42.9	100%
一千六百萬色	個數	301	49	350
	B5 內的比例	86	14	100%
總計	個數	313	58	371
	B5 內的比例	84.4	15.6	100%
對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	對於手機的名片辨識功能的偏好(B6)	需要	不需要	總計
六萬五千色	個數	12	9	21
	B6 內的比例	3.8	15.5	5.7
一千六百萬色	個數	301	49	350
	B6 內的比例	96.2	84.5	94.3
總計	個數	313	58	371
	B6 內的比例	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機銀幕解析度偏好與名片辨識功能偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「銀幕解析度偏好」與「名片辨識功能偏好」有顯著差異。

## 6.6.2 「銀幕解析度偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之分析

表 6-54 「銀幕解析度偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表

對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	對於手機的二維條碼解讀功能的偏好(B7)	需要	不需要	無意見/其他	總計
六萬五千色	個數	9	15	32	56
	B5 內的比例	16.07%	26.79%	57.14%	100%
二十六萬色	個數	13	7	6	26
	B5 內的比例	50%	26.92%	23.08%	100%
一千六百萬色	個數	60	88	233	381
	B5 內的比例	15.75%	23.10%	61.15%	100%
無意見/其他	個數	12	18	7	37
	B5 內的比例	32.43%	48.6%	18.92%	100%
總計	個數	94	128	278	500
	B5 內的比例	18.80%	25.60%	55.60%	100%
對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	對於手機的二維條碼解讀功能的偏好(B7)	需要	不需要	無意見/其他	總計
六萬五千色	個數	9	15	32	56
	B7 內的比例	9.57%	11.72%	11.51%	11.20%
二十六萬色	個數	13	7	6	26
	B7 內的比例	13.83%	5.47%	2.16%	5.20%
一千六百萬色	個數	60	88	233	381
	B7 內的比例	63.83%	68.75%	83.81%	76.20%
無意見/其他	個數	12	18	7	37
	B7 內的比例	12.77%	14.06%	2.52%	7.40%
總計	個數	94	128	278	500
	B7 內的比例	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.778$

無顯著差異存在。

結論：「銀幕解析度偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」沒有顯著差異。

### 6.6.3 「銀幕解析度偏好」與「播放 MP3 音質偏好」之分析

表 6-55 「銀幕解析度偏好」與「MP3 音質偏好」之列聯表

對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	對於手機播放 MP3 音質的偏好(B8)	很不在意	不在意	無意見/其他	在意	很在意	總計
六萬五千色	個數	7	7	10	23	9	56
	B5 內的比例	12.5%	12.5%	17.86%	41.07%	16.07%	100%
	B8 內的比例	10.29%	11.48%	11.24%	14.02%	7.63%	11.2%
二十六萬色	個數	3	3	5	11	4	26
	B5 內的比例	11.54%	11.54%	19.23%	42.31%	15.38%	100%
	B8 內的比例	4.41%	4.92%	5.62%	6.71%	3.39%	5.2%
一千六百萬色	個數	50	45	68	122	96	381
	B5 內的比例	13.12%	11.81%	17.85%	32.02%	25.20%	100%
	B8 內的比例	73.53%	73.77%	76.40%	74.39%	81.36%	76.2%
無意見/其他	個數	8	6	6	8	9	37
	B5 內的比例	21.62%	16.22%	16.22%	21.62%	24.32%	100%
	B8 內的比例	11.76%	9.84%	6.74%	4.88%	7.63%	7.4%
總計	個數	68	61	89	164	118	500
	B5 內的比例	13.6%	12.2%	17.8%	32.8%	23.6%	100%
	B8 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.402$

無顯著差異存在。

結論：「銀幕解析度偏好」與「MP3 音質偏好」沒有顯著差異。

#### 6.6.4 「銀幕解析度偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之分析

表 6-56 「銀幕解析度偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表

對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	對於手機內建數位相機的畫素的偏好(B9)	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	總計
六萬五千色	個數	22	10	5	37
	B5 內的比例	59.5	27.0	13.5	100%
一千六百萬色	個數	22	40	218	280
	B5 內的比例	7.9	14.3	77.9	100%
總計	個數	44	50	223	317
	B5 內的比例	13.9%	15.8%	70.3%	100%
對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	對於手機內建數位相機的畫素的偏好(B9)	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	總計
六萬五千色	個數	22	10	5	37
	B9 內的比例	50	20	2.2	11.7
一千六百萬色	個數	22	40	218	317
	B9 內的比例	50	80	97.8	88.3
總計	個數	44	50	223	317
	B9 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機銀幕解析度偏好與內建數位相機畫素偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「銀幕解析度偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

### 6.6.5 「銀幕解析度偏好」與「操作與待機時間偏好」之分析

表 6-57 「銀幕解析度偏好」與「操作與待機時間偏好」之列聯表

對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	總計
六萬五千色	個數	37	5	12	54
	B5 內的比例	6.9	9.3	22.2	100%
一千六百萬色	個數	318	45	15	378
	B5 內的比例	84.1	11.9	4.0	100%
總計	個數	355	50	27	432
	B5 內的比例	82.2%	11.6%	6.3%	100%
對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	總計
六萬五千色	個數	37	5	12	54
	B10 內的比例	10.4	10	44.4	12.5%
一千六百萬色	個數	318	45	15	378
	B10 內的比例	89.6	90	55.6	87.5%
總計	個數	355	50	27	432
	B10 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機銀幕解析度偏好與操作與待機時間偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「銀幕解析度偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

### 6.6.6 「銀幕解析度偏好」與「生產廠商偏好」之分析

表 6-58 「銀幕解析度偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之一

對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	對於智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	無意見/其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
六萬五千色	個數	3	7	4	9	4
	B5 內的比例	5.36%	12.5%	7.14%	16.07%	7.14%
二十六萬色	個數	1	2	2	5	1
	B5 內的比例	3.85%	7.69%	7.69%	19.23%	3.85%
一千六百萬色	個數	4	14	26	77	16
	B5 內的比例	1.05%	3.67%	6.82%	20.21%	4.20%
無意見/其他	個數	1	6	5	6	2
	B5 內的比例	2.70%	16.21%	13.51%	16.22%	5.41%
總計	個數	9	29	37	97	23
	B5 內的比例	1.8%	5.8%	7.4%	19.4%	4.6%
對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	對於智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	HP	Motorola	Nokia	Sony Ericsson	總計
六萬五千色	個數	8	8	6	7	56
	B5 內的比例	14.29%	14.29%	10.71%	12.5%	100%
二十六萬色	個數	1	5	4	5	26
	B5 內的比例	3.85%	19.23%	15.38%	19.23%	100%
一千六百萬色	個數	25	83	93	43	381
	B5 內的比例	6.56%	21.78%	24.41%	11.29%	100%
無意見/其他	個數	3	6	4	4	37
	B5 內的比例	8.11%	16.22%	10.81%	10.81%	100%
總計	個數	37	102	107	59	500
	B5 內的比例	7.4%	20.4%	21.4%	11.8%	100%

表 6-59 「銀幕解析度偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之二

對手機銀幕解析度的偏好(B5)	對智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	無意見/其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
六萬五千色	個數	3	7	4	9	4
	B11 內的比例	33.33%	24.14%	10.81%	9.28%	17.39%
二十六萬色	個數	1	2	2	5	1
	B11 內的比例	11.11%	6.90%	5.41%	5.15%	4.35%
一千六百萬色	個數	4	14	26	77	16
	B11 內的比例	44.44%	48.28%	70.27%	79.38%	69.57%
無意見/其他	個數	1	6	5	6	2
	B11 內的比例	11.11%	20.69%	13.51%	6.19%	8.70%
總計	個數	9	29	37	97	23
	B11 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%
對於手機銀幕解析度的偏好(B5)	對智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	HP	Motorola	Nokia	Sony Ericsson	總計
六萬五千色	個數	8	8	6	7	56
	B11 內的比例	21.62%	7.84%	5.61%	11.86%	11.2%
二十六萬色	個數	1	5	4	5	26
	B11 內的比例	2.70%	4.90%	3.74%	8.47%	5.2%
一千六百萬色	個數	25	83	93	43	381
	B11 內的比例	67.57%	81.37%	86.92%	72.88%	76.2%
無意見/其他	個數	3	6	4	4	37
	B11 內的比例	8.11%	5.88%	3.74%	6.78%	7.4%
總計	個數	37	102	107	59	500
	B11 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.087$

無顯著差異存在。

結論：「銀幕解析度偏好」與「生產廠商偏好」沒有顯著差異。

## 6.7 對於智慧型手機名片辨識功能的偏好之分析

表 6-60 「名片辨識功能偏好」與「各項偏好變數」卡方檢定表

P	對於手機二維條碼解讀功能的偏好	對於手機播放 MP3 音質的偏好	對手機內建數位相機的畫素的偏好	對手機操作與待機時間的偏好	對手機生產廠商的偏好
對於手機名片辨識功能的偏好	P = 0.337	P = 0.002*	P = 0.940	P = 0.245	P = 0.659
討論章節	6.7.1	6.7.2	6.7.3	6.7.4	6.7.5

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 6-60 可以看到，在本節討論與「對於手機名片辨識功能的偏好」相關的變數共有五項，分別是：「對於手機二維條碼解讀功能的偏好」、「對於手機播放 MP3 音質的偏好」、「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」、「對於智慧型手機操作與待機時間的偏好」、「對於手機生產廠商的偏好」。

其中五項僅「對於手機播放 MP3 音質的偏好」與「名片辨識功能偏好」具有顯著差異。詳述如下。

### 6.7.1 「名片辨識功能偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之分析

表 6-61 「名片辨識功能偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表

對手機的名片辨識 功能的偏好(B6)	對手機的二維條碼 解讀功能的偏好(B7)	需要	不需要	無意見/ 其他	總計
需要	個數	13	24	252	289
	B6 內的比例	4.50%	8.30%	87.20%	100%
不需要	個數	52	66	14	132
	B6 內的比例	39.39%	50%	10.61%	100%
無意見/其他	個數	29	38	12	79
	B6 內的比例	36.71%	48.10%	15.19%	100%
總計	個數	94	128	278	500
	B6 內的比例	18.8%	25.6%	55.6%	100%
對手機的名片辨識 功能的偏好(B6)	對手機的二維條碼 解讀功能的偏好(B7)	需要	不需要	無意見/ 其他	總計
需要	個數	13	24	252	289
	B7 內的比例	13.83%	18.75%	90.65%	57.8%
不需要	個數	52	66	14	132
	B7 內的比例	55.32%	51.56%	5.04%	26.4%
無意見/其他	個數	29	38	12	79
	B7 內的比例	30.85%	29.69%	4.32%	15.8%
總計	個數	94	128	278	500
	B7 內的比例	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.337$

無顯著差異存在。

結論：「名片辨識功能偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」沒有顯著差異。

## 6.7.2 「名片辨識功能偏好」與「播放 MP3 音質偏好」之分析

表 6-62 「名片辨識功能偏好」與「MP3 音質偏好」之列聯表

對於手機的 名片辨識功 能的偏好(B6)	對於手機播 放 MP3 音質 的偏好(B8)	很不在 意	不在意	在意	很在意	總計
需要	個數	28	31	103	65	227
	B6 內的比例	12.3	13.7	45.4	28.6	100%
不需要	個數	24	11	40	44	119
	B6 內的比例	20.2	9.2	33.6	37.0	100%
總計	個數	52	42	143	109	346
	B6 內的比例	15.0%	12.1%	41.3%	31.5%	100%
對於手機的 名片辨識功 能的偏好(B6)	對於手機播 放 MP3 音質 的偏好(B8)	很不在 意	不在意	在意	很在意	總計
需要	個數	28	31	103	65	227
	B8 內的比例	53.8	73.8	72	28.6	65.6%
不需要	個數	24	11	40	44	119
	B8 內的比例	46.2	26.2	28	71.4	34.4%
總計	個數	52	42	143	109	346
	B8 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機名片辨識功能偏好與播放 MP3 音質偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「名片辨識功能偏好」與「MP3 音質偏好」有顯著差異。

### 6.7.3 「名片辨識功能偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之分析

表 6-63 「名片辨識功能偏好」與「內建數位相機畫素的偏好」之列聯表

對手機的名片辨識功能的偏好(B6)	對內建數位相機的畫素的偏好(B9)	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	無意見/其他	總計
需要	個數	35	36	144	74	289
	B6 內的比例	12.11%	12.46%	49.83%	25.61%	100%
不需要	個數	16	19	70	27	132
	B6 內的比例	12.12%	14.39%	53.03%	20.45%	100%
無意見/其他	個數	12	15	19	33	79
	B6 內的比例	15.19%	18.99%	24.05%	41.77%	100%
總計	個數	63	70	233	134	500
	B6 內的比例	12.6%	14%	46.6%	26.8%	100%
對手機的名片辨識功能的偏好(B6)	對內建數位相機的畫素的偏好(B9)	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	無意見/其他	總計
需要	個數	35	36	144	74	289
	B9 內的比例	55.56%	51.43%	61.80%	55.22%	57.8%
不需要	個數	16	19	70	27	132
	B9 內的比例	25.40%	27.14%	30.04%	20.15%	26.4%
無意見/其他	個數	12	15	19	33	79
	B9 內的比例	19.05%	21.43%	8.15%	24.63%	15.8%
總計	個數	63	70	233	134	500
	B9 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.940$

無顯著差異存在。

結論：「名片辨識功能偏好」與「內建數位相機畫素的偏好」沒有顯著差異。

#### 6.7.4 「名片辨識功能偏好」與「操作與待機時間偏好」之分析

表 6-64 「名片辨識功能偏好」與「操作與待機時間偏好」之列聯表

對於手機的 名片辨識功 能的偏好(B6)	對手機操作與 待機時間的偏 好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	長	總計
需要	個數	243	21	22	3	289
	B6 內的比例	84.08%	7.27%	7.612%	1.04%	100%
不需要	個數	104	16	9	3	132
	B6 內的比例	78.79%	12.12%	6.82%	2.27%	100%
無意見/其他	個數	37	36	4	2	79
	B6 內的比例	46.84%	45.57%	5.06%	2.53%	100%
總計	個數	384	73	35	8	500
	B6 內的比例	76.8%	14.6%	7%	1.6%	100%
對於手機的 名片辨識功 能的偏好(B6)	對手機操作與 待機時間的偏 好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	長	總計
需要	個數	243	21	22	3	289
	B10 內的比例	63.28%	28.77%	62.86%	37.5%	57.8%
不需要	個數	104	16	9	3	132
	B10 內的比例	27.08%	21.92%	25.71%	37.5%	26.4%
無意見/其他	個數	37	36	4	2	79
	B10 內的比例	9.64%	49.32%	11.43%	25%	15.8%
總計	個數	384	73	35	8	500
	B10 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.245$

無顯著差異存在。

結論：「名片辨識功能偏好」與「操作與待機時間偏好」沒有顯著差異。

### 6.7.5 「名片辨識功能偏好」與「生產廠商偏好」之分析

表 6-65 「名片辨識功能偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之一

對手機的名片辨識功能偏好的偏好(B6)	對智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	無意見/其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
需要	個數	4	13	21	53	10
	B6 內的比例	1.38%	4.5%	7.27%	18.34%	3.46%
不需要	個數	2	10	7	19	6
	B6 內的比例	1.52%	7.58%	5.30%	14.39%	4.55%
無意見/其他	個數	3	6	9	25	7
	B6 內的比例	3.80%	7.59%	11.39%	31.65%	8.86%
總計	個數	9	29	37	97	23
	B6 內的比例	1.8%	5.8%	7.4%	19.4%	4.6%
對手機的名片辨識功能偏好的偏好(B6)	對於智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	HP	Motorola	Nokia	SonyEricsson	總計
需要	個數	22	60	68	38	289
	B6 內的比例	7.61%	20.76%	23.53%	13.15%	100%
不需要	個數	6	33	32	17	132
	B6 內的比例	4.55%	25%	24.24%	12.88%	100%
無意見/其他	個數	9	9	7	4	79
	B6 內的比例	11.39%	11.39%	8.86%	5.06%	100%
總計	個數	37	102	107	59	500
	B6 內的比例	7.4%	20.4%	21.4%	11.8%	100%

表 6-66 「名片辨識功能偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之二

對手機的名片辨識功能的偏好(B6)	對智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	無意見/其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
需要	個數	4	13	21	53	10
	B11 內的比例	44.44%	44.83%	56.76%	54.64%	43.48%
不需要	個數	2	10	7	19	6
	B11 內的比例	22.22%	34.48%	18.92%	19.59%	26.09%
無意見/其他	個數	3	6	9	25	7
	B11 內的比例	33.33%	20.69%	24.32%	25.77%	30.43%
總計	個數	9	29	37	97	23
	B11 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%
對手機的名片辨識功能的偏好(B6)	對智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	HP	Motorola	Nokia	SonyEricsson	總計
需要	個數	22	60	68	38	289
	B11 內的比例	59.46%	58.82%	63.55%	64.41%	57.8%
不需要	個數	6	33	32	17	132
	B11 內的比例	16.22%	32.35%	29.91%	28.81%	26.4%
無意見/其他	個數	9	9	7	4	79
	B11 內的比例	24.32%	8.82%	6.54%	6.78%	15.8%
總計	個數	37	102	107	59	500
	B11 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.659$

無顯著差異存在。

結論：「名片辨識功能偏好」與「生產廠商偏好」沒有顯著差異。

## 6.8 對於智慧型手機二維條碼解讀功能的偏好之分析

表 6-67 「二維條碼解讀功能偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表

P	對於手機播放 MP3 音質的偏好	對於手機內建數位相機的畫素的偏好	對於手機操作與待機時間的偏好	對於手機生產廠商的偏好
對於手機二維條碼解讀功能的偏好	P = 0.834	P = 0.000*	P = 0.000*	P = 0.148
討論章節	6.8.1	6.8.2	6.8.3	6.8.4

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 6-67 可以看到，在本節討論與「對於手機二維條碼解讀功能的偏好」相關的變數共有四項，分別是：「對於手機播放 MP3 音質的偏好」、「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」、「對於智慧型手機操作與待機時間的偏好」、「對於手機生產廠商的偏好」。

其中「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」以及「對於手機操作與待機時間的偏好」這兩項偏好與「二維條碼解讀功能偏好」有顯著差異存在。詳述如下。

### 6.8.1 「二維條碼解讀功能偏好」與「播放 MP3 音質偏好」之分析

表 6-68 「二維條碼解讀功能偏好」與「MP3 音質的偏好」之列聯表

對手機的二維 條碼解讀功能 的偏好(B7)	對手機播放 MP3 音質的 偏好(B8)	很不在 意	不在意	無意見/ 其他	在意	很在意	總計
需要	個數	7	11	10	41	25	94
	B7 內的比例	7.45%	11.70%	10.64%	43.6%	26.60%	100%
不需要	個數	11	18	15	48	36	128
	B7 內的比例	8.59%	14.06%	11.72%	37.5%	28.13%	100%
無意見/其他	個數	50	32	64	75	57	278
	B7 內的比例	17.99%	11.51%	23.02%	26.98%	20.50%	100%
總計	個數	68	61	89	164	118	500
	B7 內的比例	13.6%	12.2%	17.8%	32.8%	23.6%	100%
對手機的二維 條碼解讀功能 的偏好(B7)	對手機播放 MP3 音質的 偏好(B8)	很不在 意	不在意	無意見/ 其他	在意	很在意	總計
需要	個數	7	11	10	41	25	94
	B8 內的比例	10.29%	18.03%	11.24%	25%	21.19%	18.8%
不需要	個數	11	18	15	48	36	128
	B8 內的比例	16.18%	29.51%	16.85%	29.27%	30.51%	25.6%
無意見/其他	個數	50	32	64	75	57	278
	B8 內的比例	73.53%	52.46%	71.91%	45.73%	48.31%	55.6%
總計	個數	68	61	89	164	118	500
	B8 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.834$

無顯著差異存在。

結論：「二維條碼解讀功能偏好」與「MP3 音質的偏好」沒有顯著差異。

## 6.8.2 「二維條碼解讀功能偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之分析

表 6-69 「二維條碼解讀功能偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表

對手機的二維 條碼解讀功能 的偏好(B7)	對手機內建數 位相機的畫素 的偏好(B9)	一百萬 以下	一至兩 百萬	兩百萬 以上	總計
		個數	百分比	百分比	
需要	個數	16	27	39	82
	B7 內的比例	19.5	32.9	47.6	100%
不需要	個數	37	31	15	83
	B7 內的比例	44.6	37.3	18.1	100%
總計	個數	53	58	54	165
	B7 內的比例	32.1%	35.2%	32.7%	100%
對於手機的二 維條碼解讀功 能的偏好(B7)	對於手機內建 數位相機的畫 素的偏好(B9)	一百萬 以下	一至兩 百萬	兩百萬 以上	總計
需要	個數	16	27	39	82
	B9 內的比例	30.2	46.6	72.2	49.7%
不需要	個數	37	31	15	83
	B9 內的比例	69.8	53.4	27.8	50.3%
總計	個數	53	58	54	165
	B9 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機二維條碼解讀功能偏好與內建數位相機畫素偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「二維條碼解讀功能偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

### 6.8.3 「二維條碼解讀功能偏好」與「操作與待機時間偏好」之分析

表 6-70 「二維條碼解讀功能偏好」與「操作與待機時間偏好」之列聯表

對手機的二維條碼解讀功能的偏好(B7)	對手機操作與待機時間的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	總計
需要	個數	63	24	5	92
	B7 內的比例	68.5	26.1	5.4	100%
不需要	個數	67	38	21	126
	B7 內的比例	53.2	30.2	16.6	100%
總計	個數	130	62	26	218
	B7 內的比例	59.6%	28.4%	11.9%	100%
對手機的二維條碼解讀功能的偏好(B7)	對手機操作與待機時間的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	總計
需要	個數	63	24	5	94
	B10 內的比例	48.5	38.7	19.2	43.1%
不需要	個數	67	38	21	128
	B10 內的比例	51.5	48.5	80.8	56.9%
總計	個數	130	62	26	218
	B10 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於手機二維條碼解讀功能偏好與操作與待機時間偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「二維條碼解讀功能偏好」與「操作與待機時間偏好」有顯著差異。

#### 6.8.4 「二維條碼解讀功能偏好」與「生產廠商偏好」之分析

表 6-71 「二維條碼解讀功能偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表

對二維條碼 解讀功能的 偏好(B7)	對生產廠商的 偏好(B11)	無意見/ 其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
需要	個數	2	6	1	20	6
	B7 內的比例	2.13%	6.38%	1.06%	21.28%	6.38%
	B11 內的比例	22.22%	20.69%	2.70%	20.62%	26.09%
不需要	個數	2	7	9	28	8
	B7 內的比例	1.56%	5.47%	7.03%	21.88%	6.25%
	B11 內的比例	22.22%	24.14%	24.32%	28.87%	34.78%
無意見/其他	個數	5	16	27	49	9
	B7 內的比例	1.80%	5.76%	9.71%	17.63%	3.24%
	B11 內的比例	55.56%	55.17%	72.97%	50.52%	39.13%
總計	個數	9	29	37	97	23
	B7 內的比例	1.8%	5.8%	7.4%	19.4%	4.6%
	B11 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%
對二維條碼 解讀功能的 偏好(B7)	對生產廠商的 偏好(B11)	HP	Motorola	Nokia	Sony Ericsson	總計
需要	個數	8	21	18	12	94
	B7 內的比例	8.51%	22.34%	19.15%	12.77%	100%
	B11 內的比例	21.62%	20.59%	16.82%	20.34%	18.8%
不需要	個數	9	19	23	23	128
	B7 內的比例	7.03%	14.84%	17.97%	17.97%	100%
	B11 內的比例	24.32%	18.63%	21.501	38.98%	25.6%
無意見/其他	個數	20	62	66	24	278
	B7 內的比例	7.19%	22.30%	23.74%	8.63%	100%
	B11 內的比例	54.05%	60.78%	61.68%	40.68%	55.6%
總計	個數	37	102	107	59	500
	B7 內的比例	7.4%	20.4%	21.4%	11.8%	100%
	B11 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.148$

無顯著差異存在。

結論：「二維條碼解讀功能偏好」與「生產廠商偏好」沒有顯著差異。

## 6.9 對於智慧型手機播放 MP3 音質的偏好之分析

表 6-72 「MP3 音質的偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表

P	對於手機內建數位相機的畫素的偏好	對於手機操作與待機時間的偏好	對於手機生產廠商的偏好
對於手機播放 MP3 音質的偏好	P = 0.000*	P = 0.085	P = 0.074
討論章節	6.9.1	6.9.2	6.9.3

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 6-72 可以看到，在本節討論與「對於手機播放 MP3 音質的偏好」相關的變數共有三項，分別是：「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」、「對於智慧型手機操作與待機時間的偏好」、「對於手機生產廠商的偏好」。

其中僅「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」之外，其餘兩項變數均無顯著差異。詳述如下。

### 6.9.1 「播放 MP3 音質偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之分析

表 6-73 「MP3 音質的偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表之一

對於手機播放 MP3 音質的偏好(B8)	對於手機內建數位相機的畫素的偏好(B9)	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	總計
很不在意	個數	7	13	29	49
	B8 內的比例	14.3	26.5	59.2	100%
不在意	個數	18	13	21	52
	B8 內的比例	34.6	25	40.4	100%
在意	個數	15	15	95	125
	B8 內的比例	12	12	76	100%
很在意	個數	8	4	71	83
	B8 內的比例	9.6	4.8	85.5	100%
總計	個數	48	45	216	309
	B8 內的比例	15.5%	14.6%	69.9%	100%

表 6-74 「MP3 音質的偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表之二

對於手機播放 MP3 音質的偏好(B8)	對於手機內建數位相機的畫素的偏好(B9)	一百萬以下	一至兩百萬	兩百萬以上	總計
很不在意	個數	7	13	29	49
	B9 內的比例	14.6	28.9	13.4	15.8%
不在意	個數	18	13	21	52
	B9 內的比例	37.5	28.9	9.7	16.8%
在意	個數	15	15	95	125
	B9 內的比例	31.3	33.3	44.0	40.5%
很在意	個數	8	4	71	83
	B9 內的比例	16.7	8.9	32.9	26.9%
總計	個數	48	45	216	309
	B9 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.000\*

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於 MP3 音質的偏好與內建數位相機畫素偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「MP3 音質的偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

## 6.9.2 「播放 MP3 音質偏好」與「操作與待機時間偏好」之分析

表 6-75 「MP3 音質的偏好」與「操作與待機時間偏好」之列聯表

對手機播放 MP3 音質的 偏好(B8)	對手機操作 與待機時間 的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	長	總計
很不在意	個數	53	4	10	1	68
	B8 內的比例	77.94%	5.88%	14.71%	1.47%	100%
不在意	個數	45	11	4	1	61
	B8 內的比例	73.77%	18.03%	6.56%	1.64%	100%
無意見/其他	個數	59	24	4	2	89
	B8 內的比例	66.29%	26.97%	4.49%	2.25%	100%
在意	個數	135	17	9	3	164
	B8 內的比例	82.32%	10.37%	5.49%	1.83%	100%
很在意	個數	92	17	8	1	118
	B8 內的比例	77.97%	14.41%	6.78%	0.85%	100%
總計	個數	384	73	35	8	500
	B8 內的比例	76.8%	14.6%	7%	1.6%	100%
對手機播放 MP3 音質的 偏好(B8)	對手機操作 與待機時間 的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	長	總計
很不在意	個數	53	4	10	1	68
	B10 內的比例	13.80%	5.48%	28.57%	12.5%	13.6%
不在意	個數	45	11	4	1	61
	B10 內的比例	11.72%	15.07%	11.43%	12.5%	12.2%
無意見/其他	個數	59	24	4	2	89
	B10 內的比例	15.36%	32.88%	11.43%	25%	17.8%
在意	個數	135	17	9	3	164
	B10 內的比例	35.16%	23.29%	25.71%	37.5%	32.8%
很在意	個數	92	17	8	1	118
	B10 內的比例	23.96%	23.29%	22.86%	12.5%	23.6%
總計	個數	384	73	35	8	500
	B10 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.085$

無顯著差異存在。

結論：「MP3 音質的偏好」與「操作與待機時間偏好」沒有顯著差異。

### 6.9.3 「播放 MP3 音質偏好」與「生產廠商偏好」之分析

表 6-76 「MP3 音質的偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之一

對手機播放 MP3 音質的 偏好(B8)	對於智慧型 手機生產廠 商的偏好 (B11)	無意見/ 其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
很不在意	個數	2	3	3	21	3
	B8 內的比例	2.94%	4.41%	4.412%	30.88%	4.412%
	B11 內的比例	22.2%	10.34%	8.11%	21.65%	13.04%
不在意	個數	2	3	4	14	3
	B8 內的比例	3.28%	4.92%	6.56%	22.95%	4.92%
	B11 內的比例	22.22%	10.34%	10.81%	14.43%	13.04%
無意見/其他	個數	0	7	6	26	3
	B8 內的比例	0%	7.87%	6.74%	29.21%	3.37%
	B11 內的比例	0%	24.14%	16.22%	26.80%	13.04%
在意	個數	2	9	15	23	5
	B8 內的比例	1.22%	5.49%	9.15%	14.02%	3.05%
	B11 內的比例	22.22%	31.03%	40.54%	23.71%	21.74%
很在意	個數	3	7	9	13	9
	B8 內的比例	2.54%	5.93%	7.63%	11.02%	7.63%
	B11 內的比例	33.33%	24.14%	24.32%	13.40%	39.13%
總計	個數	9	29	37	97	23
	B8 內的比例	1.8%	5.8%	7.4%	19.4%	4.6%
	B11 內的比例	100	100	100	100	100

表 6-77 「MP3 音質的偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之二

對於手機播放 MP3 音質的偏好(B8)	對於智慧型手機生產廠商的偏好(B11)	HP	Motorola	Nokia	Sony Ericsson	總計
很不在意	個數	8	12	13	3	68
	B8 內的比例	11.76%	17.65%	19.12%	4.41%	100%
	B11 內的比例	21.62%	11.76%	12.15%	5.08%	13.6%
不在意	個數	4	12	13	6	61
	B8 內的比例	6.56%	19.67%	21.31%	9.84%	100%
	B11 內的比例	10.81%	11.76%	12.15%	10.17%	12.2%
無意見/其他	個數	9	19	14	5	89
	B8 內的比例	10.11%	21.35%	15.73%	5.62%	100%
	B11 內的比例	24.32%	18.63%	13.08%	8.47%	17.8%
在意	個數	9	36	39	26	164
	B8 內的比例	5.49%	21.95%	23.78%	15.85%	100%
	B11 內的比例	24.32%	35.29%	36.45%	44.07%	32.8%
很在意	個數	7	23	28	19	118
	B8 內的比例	5.93%	19.49%	23.73%	16.10%	100%
	B11 內的比例	18.92%	22.55%	26.17%	32.20%	23.6%
總計	個數	37	102	107	59	500
	B8 內的比例	7.4%	20.4%	21.4%	11.8%	100%
	B11 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.074$

無顯著差異存在。

結論：「MP3 音質的偏好」與「生產廠商偏好」沒有顯著差異。

## 6.10 對於智慧型手機內建數位相機畫素偏好之分析

表 6-78 「內建數位相機畫素偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表

P	對於手機操作與待機時間的偏好	對於手機生產廠商的偏好
對於手機內建數位相機的畫素的偏好	$P = 0.011^*$	$P = 0.002^*$
討論章節	6.10.1	6.10.2

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 6-78 可以看到，在本節討論與「對於手機內建數位相機的畫素的偏好」相關的變數共有兩項，分別是：「對於智慧型手機操作與待機時間的偏好」與「對於手機生產廠商的偏好」。

其中兩項變數均具有顯著差異。我們將這兩項變數的討論分別列於下列的文章中詳述。

### 6.10.1 「內建數位相機畫素偏好」與「操作與待機時間偏好」之分析

表 6-79 「內建數位相機畫素偏好」與「操作與待機時間的偏好」列聯表

對於手機內建數位相機的畫素的偏好(B9)	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	總計
一百萬以下	個數	42	11	8	61
	B9 內的比例	68.9	18	13.1	100%
一至兩百萬	個數	48	11	11	70
	B9 內的比例	68.6	15.7	15.7	100%
兩百萬以上	個數	192	23	13	228
	B9 內的比例	84.2	10.1	5.7	100%
總計	個數	282	45	32	359
	B9 內的比例	78.6%	12.5%	8.9%	100%
對於手機內建數位相機的畫素的偏好(B9)	對於智慧型手機操作與待機時間的偏好(B10)	太短	略嫌不足	剛好	總計
一百萬以下	個數	42	11	8	61
	B10 內的比例	14.9	24.4	25	16.0%
一至兩百萬	個數	48	11	11	70
	B10 內的比例	17	24.4	32.4	19.5%
兩百萬以上	個數	192	23	13	228
	B10 內的比例	68.1	51.1	40.6	63.5%
總計	個數	282	45	32	359
	B10 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.011\*

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於內建數位相機畫素偏好與操作與待機時間的偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「內建數位相機畫素偏好」與「操作與待機時間的偏好」有顯著差異。

### 6.10.2 「內建數位相機畫素偏好」與「生產廠商偏好」之分析

表 6-80 「內建數位相機畫素偏好」與「生產廠商的偏好」列聯表之一

B11 B9 \	明基	Dopod	HP	Motorola	Nokia	SE	總計
P	3	5	9	18	14	5	54
Q	4	9	6	11	22	7	59
R	19	41	8	43	47	47	205
S	26	55	23	72	83	59	318

B9 : 對於手機銀幕大小的偏好 (個數)

P(一百萬以下)；Q(一至兩百萬)；R(兩百萬以上)；S(總計)

B11 : 對於智慧型手機生產廠商的偏好 (個數)

B11 B9 \	明基	Dopod	HP	Motorola	Nokia	SE	總計
P	5.6	9.3	16.7	33.3	25.9	9.3	100%
Q	6.8	15.3	10.2	18.6	37.3	11.9	100%
R	9.3	20	3.9	21	22.9	22.9	100%
S	8.2%	17.3%	7.2%	22.6%	26.1%	18.6%	100%

B9 : 對於手機銀幕大小的偏好 (列比例)

P(一百萬以下)；Q(一至兩百萬)；R(兩百萬以上)；S(總計)

B11 : 對於智慧型手機生產廠商的偏好 (列比例)

表 6-81 「內建數位相機畫素偏好」與「生產廠商的偏好」列聯表之二

B11 B9 \	明基	Dopod	HP	Motorola	Nokia	SE	總計
P	11.5	9.1	39.1	25	16.9	8.5	54
Q	15.4	16.4	26.1	15.3	26.5	11.9	59
R	73.1	74.5	34.8	59.7	56.5	79.7	205
S	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

B9 : 對於手機銀幕大小的偏好 (行比例)

P(一百萬以下)；Q(一至兩百萬)；R(兩百萬以上)；S(總計)

B11 : 對於智慧型手機生產廠商的偏好 (行比例)

$P = 0.002^*$

在這兩個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於內建數位相機畫素偏好與生產廠商的偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「內建數位相機畫素偏好」與「生產廠商的偏好」有顯著差異。

## 6.11 對於智慧型手機操作與待機時間偏好之分析

表 6-82 「操作與待機時間偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表

P	對於智慧型手機生產廠商的偏好
對於智慧型手機操作與待機時間的偏好	P = 0.421
討論章節	6.11.1

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 6-82 可以看到，本節討論「對於智慧型手機操作與待機時間的偏好」與「對於手機生產廠商的偏好」的關係。由於兩項變數之間不具有顯著差異，故僅在此列出其研究數據。

### 6.11.1 「操作與待機時間偏好」與「生產廠商偏好」之分析

表 6-83 「操作與待機時間偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表

對操作與待機時間的偏好(B10)	對生產廠商的偏好(B11)	無意見/其他	華碩	明基	Dopod	集嘉
太短	個數	4	21	26	86	14
	B10 內的比例	1.04%	5.47%	6.77%	22.4%	3.65%
	B11 內的比例	44.44%	72.41%	70.27%	88.66%	60.87%
略嫌不足	個數	2	4	6	6	6
	B10 內的比例	2.74%	5.48%	8.22%	8.22%	8.22%
	B11 內的比例	22.22%	13.79%	16.22%	6.19%	26.09%
剛好	個數	2	3	4	4	2
	B10 內的比例	5.71%	8.57%	11.43%	11.43%	5.71%
	B11 內的比例	22.22%	10.34%	10.81%	4.12%	8.70%
長	個數	1	1	1	1	1
	B10 內的比例	12.5%	12.5%	12.5%	12.5%	12.5%
	B11 內的比例	11.11%	3.45%	2.7%	1.03%	4.35%
總計	個數	9	29	37	97	23
	B10 內的比例	1.8%	5.8%	7.4%	19.4%	4.6%
對操作與待機時間的偏好(B10)	對生產廠商的偏好(B11)	HP	Motorola	Nokia	Sony Ericsson	總計
太短	個數	26	82	81	44	384
	B10 內的比例	6.77%	21.35%	21.09%	11.46%	100%
	B11 內的比例	70.27%	80.39%	75.70%	74.58%	76.8%
略嫌不足	個數	6	13	19	11	73
	B10 內的比例	8.22%	17.81%	26.03%	15.07%	100%
	B11 內的比例	16.22%	12.75%	17.76%	18.64%	14.6%
剛好	個數	5	6	6	3	35
	B10 內的比例	14.29%	17.14%	17.14%	8.57%	100%
	B11 內的比例	13.51%	5.88%	5.61%	5.08%	7%
長	個數	0	1	1	1	8
	B10 內的比例	0%	12.5%	12.5%	12.5%	100%
	B11 內的比例	0%	0.98%	0.93%	1.69%	1.6%
總計	個數	37	102	107	59	500
	B10 內的比例	7.4%	20.4%	21.4%	11.8%	100%

粗體字部分  $P = 0.421$

無顯著差異存在。

結論：「生產廠商偏好」與「操作與待機時間偏好」沒有顯著差異。

## 6.12 對於智慧型手機平均市售行情接受程度之分析

表 6-84 「市售行情的接受度」與「各項偏好變數」的卡方檢定表

	對手機的熟悉程度	對手機銀幕大小的偏好	對手機作業系統的偏好	對手機輸入方式的偏好	對手機傳輸方式的偏好	對手機銀幕解析度的偏好
對於手機的市售行情的接受程度	P = 0.000*	P = 0.440	P = 0.005*	P = 0.445	P = 0.994	P = 0.671
討論章節	6.12.1	6.12.2	6.12.3	6.12.4	6.12.5	6.12.6

	對手機名片辨識功能的偏好	對手機二維條碼解讀功能的偏好	對手機播放 MP3 音質的偏好	對手機內建數位相機的畫素的偏好	對手機操作與待機時間的偏好	對手機生產廠商的偏好
對於手機的市售行情的接受程度	P = 0.419	P = 0.758	P = 0.581	P = 0.021*	P = 0.196	P = 0.026*
討論章節	6.12.7	6.12.8	6.12.9	6.12.10	6.12.11	6.12.12

(註：凡小於 0.05 的 P 值皆為顯著，以星號\*表註之)

由表 6-84，在本節討論與「對於智慧型手機的平均市售行情的接受程度」相關的變數共有 12 項，分別是：「對智慧型手機的熟悉程度」、「對於智慧型手機銀幕大小的偏好」、「對於智慧型手機作業系統的偏好」、「對於智慧型手機輸入方式的偏好」、「對於智慧型手機傳輸方式的偏好」、「對於智慧型手機銀幕解析度的偏好」、「對於智慧型手機名片辨識功能的偏好」、「對於智慧型手機二維條碼解讀功能的偏好」、「對於手機播放 MP3 音質的偏好」、「對於智慧型手機內建數位相機的畫素的偏好」、「對於智慧型手機操作與待機時間的偏好」與「對於手機生產廠商的偏好」，共 12 項變數。

而其中「對手機的熟悉程度」、「對手機作業系統的偏好」、「對手機內建數位相機的畫素的偏好」與「對於手機生產廠商的偏好」，這四項變數與「對於智慧型手機的市售行情的接受程度」在統計上顯示有顯著差異。詳述如下。

### 6.12.1 「平均行情接受程度」與「熟悉程度」之分析

表 6-85 「市售行情的接受度」與「熟悉程度」之列聯表

對智慧型手機 的熟悉程度 (A1)	對於智慧型手 機的市售行情 的接受程度(C)	太貴	有點貴	可以接受	總計
有聽過但不清 楚	個數	44	24	9	77
	A1 內的比例	57.1%	31.2%	11.7%	100%
約略知道	個數	78	82	52	212
	A1 內的比例	36.8%	38.7%	24.5%	100%
非常熟悉	個數	37	35	44	116
	A1 內的比例	31.9%	30.2%	37.9%	100%
總和	個數	165	149	108	422
	A1 內的比例	39.3%	34.8%	25.9%	100%

P = 0.000\* (X-對手機熟悉程度；Y-市售行情的接受度)

在這個表格裡，可以很清楚的看到消費者的熟悉程度越高，接受度也越高。消費者熟悉度不同，對行情接受度的分佈呈現出不同的趨勢。越熟悉者越能接受。

結論：「平均行情接受程度」與「熟悉程度」有顯著差異。

### 6.12.2 「平均行情接受程度」與「銀幕大小偏好」之分析

表 6-86 「市售行情的接受度」與「銀幕大小偏好」之列聯表

對於手機 銀幕大小 的偏好 (B1)	對於 PDA 手 機的市售行 情的接受程 度 (C)	太貴	有點貴	可以接受	無意見 / 其他	總計
越大越好	個數	104	98	78	57	337
	B1 內的比例	30.86%	29.08%	23.15%	16.91%	100%
	C 內的比例	63.0303	65.77181	72.22222	73.07692	67.4
適中即可	個數	51	49	28	16	144
	B1 內的比例	35.42%	34.03%	19.44%	11.11%	100%
	C 內的比例	30.91%	32.89%	25.93%	20.51%	28.8%
無意見/其 他	個數	10	2	2	5	19
	B1 內的比例	52.63%	10.53%	10.53%	26.32%	100%
	C 內的比例	6.06%	1.34%	1.85%	6.41%	3.8%
總計	個數	165	149	108	78	500
	B1 內的比例	33%	29.8%	21.6%	15.6%	100%
	C 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.440$

無顯著差異存在。

結論：「平均行情接受程度」與「銀幕大小偏好」沒有顯著差異。

### 6.12.3 「平均行情接受程度」與「作業系統偏好」之分析

表 6-87 「市售行情的接受度」與「作業系統偏好」之列聯表

對於手機作業系統的偏好 (B2)	對於 PDA 手機的市售行情的接受程度 (C)	太貴	有點貴	可以接受	總計
Win CE	個數	25	24	15	64
	B2 內的比例	39.1	37.5	23.4	100%
Symbian	個數	16	12	25	53
	B2 內的比例	30.2	22.6	47.2	100%
總計	個數	41	36	40	117
	B2 內的比例	35%	30.8%	34.2%	100%
對於手機作業系統的偏好 (B2)	對於 PDA 手機的市售行情的接受程度 (C)	太貴	有點貴	可以接受	總計
Win CE	個數	25	24	15	64
	B2 內的比例	61	66.7	37.5	45.3%
Symbian	個數	16	12	25	63
	B2 內的比例	39	33.3	62.5	54.7%
總計	個數	41	36	40	117
	B2 內的比例	100%	100%	100%	100%

$P = 0.005^*$

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於平均行情接受程度與作業系統偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「平均行情接受程度」與「作業系統偏好」有顯著差異。

#### 6.12.4 「平均行情接受程度」與「輸入方式偏好」之分析

表 6-88 「市售行情的接受度」與「輸入方式偏好」之列聯表

對輸入方式的偏好(B3)	對市售行情的接受程度(C)	太貴	有點貴	可以接受	無意見 / 其他	總計
銀幕手寫	個數	88	85	52	41	266
	B3 內的比例	33.08%	31.95%	19.55%	15.41%	100%
	C 內的比例	53.33%	57.05%	48.15%	52.56%	53.2%
機身鍵盤	個數	69	59	50	33	211
	B3 內的比例	32.70%	27.96%	23.70%	15.64%	100%
	C 內的比例	41.82%	39.60%	46.30%	42.31%	42.2%
QWERTY 輸入法	個數	6	4	5	2	17
	B3 內的比例	35.29%	23.53%	29.41%	11.76%	100%
	C 內的比例	3.64%	2.68%	4.63%	2.56%	3.4%
無意見/其他	個數	2	1	1	2	6
	B3 內的比例	33.33%	16.67%	16.67%	33.33%	100%
	C 內的比例	1.21%	0.67%	0.93%	2.56%	1.2%
總計	個數	165	149	108	78	500
	B3 內的比例	33%	29.8%	21.6%	15.6%	100%
	C 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.455$

無顯著差異存在。

結論：「平均行情接受程度」與「輸入方式偏好」沒有顯著差異。

### 6.12.5 「平均行情接受程度」與「傳輸方式偏好」之分析

表 6-89 「市售行情的接受度」與「傳輸方式偏好」之列聯表

對於手機傳輸方式的偏好(B4)	對於智慧型手機的市售行情的接受程度(C)	太貴	有點貴	可以接受	無意見 / 其他	總計
USB	個數	65	58	42	31	196
	B4 內的比例	33.16%	29.59%	21.43%	15.82%	100%
	C 內的比例	39.39%	38.93%	38.89%	39.74%	39.2%
IEEE1394	個數	42	39	31	19	131
	B4 內的比例	32.06%	29.77%	23.66%	14.50%	100%
	C 內的比例	25.45%	26.17%	28.70%	24.36%	26.2%
藍芽	個數	38	35	25	22	120
	B4 內的比例	31.67%	29.17%	20.83%	18.33%	100%
	C 內的比例	23.03%	23.49%	23.15%	28.21%	24%
紅外線	個數	4	9	7	1	21
	B4 內的比例	19.05%	42.86%	33.33%	4.76%	100%
	C 內的比例	2.42%	6.04%	6.48%	1.28%	4.2%
無意見/其他	個數	16	8	3	5	32
	B4 內的比例	50%	25%	9.375%	15.625%	100%
	C 內的比例	9.70%	5.37%	2.78%	6.41%	6.4%
總計	個數	165	149	108	78	500
	B4 內的比例	33%	29.8%	21.6%	15.6%	100%
	C 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.994$

無顯著差異存在。

結論：「平均行情接受程度」與「傳輸方式偏好」沒有顯著差異。

### 6.12.6 「平均行情接受程度」與「銀幕解析度偏好」之分析

表 6-90 「市售行情的接受度」與「銀幕解析度偏好」之列聯表

對銀幕解析度的偏好(B5)	對市售行情的接受程度(C)	太貴	有點貴	可以接受	無意見/其他	總計
六萬五千色	個數	15	13	13	15	56
	B5 內的比例	26.76%	23.21%	23.21%	26.79%	100%
二十六萬色	個數	5	4	8	9	26
	B5 內的比例	19.23%	15.38%	30.77%	34.62%	100%
一千六百萬色	個數	131	120	85	45	381
	B5 內的比例	34.38%	31.5%	22.31%	11.81%	100%
無意見/其他	個數	14	12	2	9	37
	B5 內的比例	37.84%	32.43%	5.41%	24.32%	100%
總計	個數	165	149	108	78	500
	B5 內的比例	33%	29.8%	21.6%	15.6%	100%
對銀幕解析度的偏好(B5)	對市售行情的接受程度(C)	太貴	有點貴	可以接受	無意見/其他	總計
六萬五千色	個數	15	13	13	15	56
	C 內的比例	9.09%	8.72%	12.04%	19.23%	11.2%
二十六萬色	個數	5	4	8	9	26
	C 內的比例	3.03%	2.68%	7.41%	11.54%	5.2%
一千六百萬色	個數	131	120	85	45	381
	C 內的比例	79.39%	80.54%	78.70%	57.69%	76.2%
無意見/其他	個數	14	12	2	9	37
	C 內的比例	8.48%	8.05%	1.85%	11.54%	7.4%
總計	個數	165	149	108	78	500
	C 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.671$

無顯著差異存在。

結論：「市售行情的接受度」與「銀幕解析度偏好」沒有顯著差異。

### 6.12.7 「平均行情接受程度」與「名片辨識功能偏好」之分析

表 6-91 「市售行情的接受度」與「名片辨識功能的偏好」之列聯表

對於手機的 名片辨識功 能的偏好(B6)	對於智慧型 手機的市售 行情的接受 程度(C)	太貴	有點貴	可以接 受	無意見 / 其他	總計
需要	個數	132	98	64	45	339
	B6 內的比例	38.94%	28.91%	18.88%	13.27%	100%
不需要	個數	25	26	18	13	82
	B6 內的比例	30.49%	31.71%	21.95%	15.85%	100%
無意見/其他	個數	8	25	26	20	79
	B6 內的比例	10.13%	31.65%	32.91%	25.32%	100%
總計	個數	165	149	108	78	500
	B6 內的比例	33%	29.8%	21.6%	15.6%	100%
對於手機的 名片辨識功 能的偏好(B6)	對於智慧型 手機的市售 行情的接受 程度(C)	太貴	有點貴	可以接 受	無意見 / 其他	總計
需要	個數	132	98	64	45	339
	C 內的比例	80%	65.77%	59.26%	57.69%	67.8%
不需要	個數	25	26	18	13	82
	C 內的比例	15.15%	17.45%	16.67%	16.67%	16.4%
無意見/其他	個數	8	25	26	20	79
	C 內的比例	4.85%	16.78%	24.07%	25.64%	15.8%
總計	個數	165	149	108	78	500
	C 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.419$

無顯著差異存在。

結論：「市售行情的接受度」與「名片辨識功能的偏好」沒有顯著差異。

### 6.12.8 「平均行情接受程度」與「二維條碼解讀功能偏好」之分析

表 6-92 「市售行情的接受度」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表

對於手機的 二維條碼解 讀功能的偏 好(B7)	對於智慧型 手機的市售 行情的接受 程度(C)	太貴	有點貴	可以接受	無意見 / 其他	總計
需要	個數	30	26	20	18	94
	B7 內的比例	31.91%	27.66%	21.28%	19.15%	100%
	C 內的比例	18.18%	17.45%	18.52%	23.08%	18.8%
不需要	個數	42	29	29	28	128
	B7 內的比例	32.81%	22.66%	22.66%	21.88%	100%
	C 內的比例	25.45%	19.46%	26.85%	35.90%	25.6%
無意見/其 他	個數	93	94	59	32	278
	B7 內的比例	33.45%	33.81%	21.22%	11.51%	100%
	C 內的比例	56.36%	63.09%	54.63%	41.03%	55.6%
總計	個數	165	149	108	78	500
	B7 內的比例	33%	29.8%	21.6%	15.6%	100%
	C 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.758$

無顯著差異存在。

結論：「市售行情的接受度」與「二維條碼解讀功能偏好」沒有顯著差異。

### 6.12.9 「平均行情接受程度」與「播放 MP3 音質偏好」之分析

表 6-93 「市售行情的接受度」與「MP3 音質偏好」之列聯表

對於手機播放 MP3 音質的偏好(B8)	對於智慧型手機的市售行情的接受程度(C)	太貴	有點貴	可以接受	無意見 / 其他	總計
很不在意	個數	23	20	15	10	68
	B8 內的比例	33.82%	29.41%	22.06%	14.71%	100%
不在意	個數	25	19	8	9	61
	B8 內的比例	40.98%	31.15%	13.11%	14.75%	100%
無意見/其他	個數	17	23	25	24	89
	B8 內的比例	19.10%	25.84%	28.09%	26.97%	100%
在意	個數	53	52	39	20	164
	B8 內的比例	32.32%	31.71%	23.78%	12.20%	100%
很在意	個數	47	35	21	15	118
	B8 內的比例	39.83%	29.66%	17.80%	12.71%	100%
總計	個數	165	149	108	78	500
	B8 內的比例	33%	29.8%	21.6%	15.6%	100%
對於手機播放 MP3 音質的偏好(B8)	對於智慧型手機的市售行情的接受程度(C)	太貴	有點貴	可以接受	無意見/其他	總計
很不在意	個數	23	20	15	10	68
	C 內的比例	13.94%	13.42%	13.89%	12.82%	13.6%
不在意	個數	25	19	8	9	61
	C 內的比例	15.15%	12.75%	7.41%	11.54%	12.2%
無意見/其他	個數	17	23	25	24	89
	C 內的比例	10.30%	15.44%	23.15%	30.77%	17.8%
在意	個數	53	52	39	20	164
	C 內的比例	32.12%	34.90%	36.11%	25.64%	32.8%
很在意	個數	47	35	21	15	118
	C 內的比例	28.48%	23.49%	19.44%	19.23%	23.6%
總計	個數	165	149	108	78	500
	C 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.581$

無顯著差異存在。

結論：「市售行情的接受度」與「MP3 音質偏好」沒有顯著差異。

### 6.12.10 「平均行情接受程度」與「內建數位相機的畫素偏好」之分析

表 6-94 「市售行情的接受度」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表

對內建數位相機的畫素的偏好(B9)	對市售行情的接受程度(C)	太貴	有點貴	可以接受	總計
一百萬以下	個數	15	11	22	48
	B9 內的比例	31.3	22.9	45.9	100%
一至兩百萬	個數	25	21	12	58
	B9 內的比例	43.1	36.2	20.7	100%
兩百萬以上	個數	56	80	71	207
	B9 內的比例	27.1	38.6	34.3	100%
總計	個數	96	112	105	313
	B9 內的比例	30.7%	35.8%	33.5%	100%
對內建數位相機畫素的偏好(B9)	對市售行情的接受程度(C)	太貴	有點貴	可以接受	總計
一百萬以下	個數	15	11	22	48
	C 內的比例	15.6	9.8	21	15.3%
一至兩百萬	個數	25	21	12	58
	C 內的比例	26	18.8	11.4	18.5%
兩百萬以上	個數	56	80	71	207
	C 內的比例	58.3	71.4	67.6	66.1%
總計	個數	96	112	105	313
	C 內的比例	100%	100%	100%	100%

P = 0.021\*

在這個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於內建數位相機畫素偏好與市售行情的接受度的偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「平均行情接受程度」與「內建數位相機的畫素偏好」有顯著差異。

### 6.12.11 「平均行情接受程度」與「操作與待機時間偏好」之分析

表 6-95 「市售行情的接受度」與「操作與待機時間偏好」之列聯表

對操作與待機時間的偏好(B10)	對市售行情的接受程度(C)	太貴	有點貴	可以接受	無意見/其他	總計
太短	個數	115	117	86	66	384
	B10 內的比例	29.95%	30.47%	22.40%	17.19%	100%
	C 內的比例	69.70%	78.52%	79.63%	84.62%	76.8%
略嫌不足	個數	33	20	12	8	73
	B10 內的比例	45.21%	27.40%	16.44%	10.96%	100%
	C 內的比例	20%	13.42%	11.11%	10.26%	14.6%
剛好	個數	15	9	8	3	35
	B10 內的比例	42.86%	25.71%	22.86%	8.57%	100%
	C 內的比例	9.09%	6.04%	7.41%	3.85%	7%
長	個數	2	3	2	1	8
	B10 內的比例	25%	37.5%	25%	12.5%	100%
	C 內的比例	1.21%	2.01%	1.85%	1.28%	1.6%
總計	個數	165	149	108	78	500
	B10 內的比例	33%	29.8%	21.6%	15.6%	100%
	C 內的比例	100%	100%	100%	100%	100%

粗體字部分  $P = 0.196$

無顯著差異存在。

結論：「市售行情的接受度」與「操作與待機時間偏好」沒有顯著差異。

### 6.12.12 「平均行情接受程度」與「生產廠商偏好」之分析

表 6-96 「市售行情的接受度」與「生產廠商偏好」之列聯表之一

B11 B9	明基	Dopod	HP	Motorola	Nokia	SE	總計
太貴	12	40	11	36	36	13	148
列比例	8.1	27	3	9.9	9.9	3.6	100%
有點貴	15	33	9	23	32	12	124
列比例	12.1	26.6	7.3	18.5	25.8	9.7	100%
可接受	10	16	13	20	12	19	90
列比例	11.1	17.8	14.4	22.2	13.3	21.1	100%
總計	37	89	33	79	80	45	362
列比例	10.2%	24.6%	9.1%	21.8%	22.1%	12.4%	100%

B11 生產廠商偏好 B9 市售行情的接受度

表 6-97 「市售行情的接受度」與「生產廠商偏好」之列聯表之二

B11 B9	明基	Dopod	HP	Motorola	Nokia	SE	總計
太貴	12	40	11	36	36	13	148
行比例	32.4	44.9	33.3	45.6	45	31.1	40.9%
有點貴	15	33	9	23	32	12	124
行比例	40.5	37.1	27.3	29.1	40	26.7	34.3%
可接受	10	16	13	20	12	19	90
行比例	27	18	39.4	25.3	15	42.2	24.9%
總計	37	89	33	79	80	45	362
行比例	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

B11 生產廠商偏好 B9 市售行情的接受度

$P = 0.026^*$

在這兩個表格裡，我們可以很清楚的看到消費者對於市售行情的接受度與生產廠商的偏好互為變數時，有顯著差異存在。消費者對於這兩樣偏好的分佈呈現不同分佈趨勢。

結論：「市售行情的接受度」與「生產廠商偏好」有顯著差異。

## 7.1 綜合研究結論

### 第一部份 各項變數與人口統計變數之間的關係

#### 1. 熟悉程度與人口統計變數之間的關係：

以人口統計變數為自變數，熟悉程度為依變數。

而統計出熟悉程度與下列變數有顯著差異：

5.1.1 結論：「對手機熟悉程度」與「每月平均收入」有顯著差異。

**月收入八萬到十萬元新臺幣的族群熟悉度最高。**

5.1.2 結論：「對手機熟悉程度」與「使用電腦程度」有顯著差異。

**電腦使用程度越高的族群熟悉度越高。**

5.1.4 結論：「對手機熟悉程度」與「工作性質」有顯著差異。

**「職位」屬於「秘書」的族群熟悉度較高**

5.1.5 結論：「對手機熟悉程度」與「年齡」有顯著差異。

**年齡層位於 30 歲至 40 歲的族群熟悉度較高**

5.1.6 結論：「對手機熟悉程度」與「性別」有顯著差異。

**男性較女性熟悉度高。**

5.1.7 結論：「對手機熟悉程度」與「學歷」有顯著差異。

**學歷越高熟悉度也就越高。**

#### 2. 各類偏好與人口統計變數之間的關係：

以人口統計變數為自變數，各類偏好為依變數。

##### ➤ B1 對於手機銀幕大小的偏好：大尺寸的豪華螢幕當紅。

5.3.1 結論：「對於手機銀幕大小的偏好」與「每月平均收入」有顯著差異。

**每個收入層都有超過五成的比例偏好越大越好的銀幕，且月收入十萬元新臺幣以上的族群高達 99%。**

5.3.3 結論：「對於手機銀幕大小的偏好」與「工作性質」有顯著差異。

**各職業都有超過五成的比例偏好大銀幕，尤以製造業為最，高達八成。**

5.3.6 結論：「對於手機銀幕大小的偏好」與「性別」有顯著差異。

**不論性別都有六成以上偏好大銀幕。**

5.3.7 結論：「對於手機銀幕大小的偏好」與「學歷」有顯著差異。

**各學歷層級偏好銀幕越大越好的比例似乎與學位成正比。**

##### ➤ B2 對於手機作業系統的偏好：作業系統目前觀望者仍佔大部分，WinCE、Symbian 並無明顯勝負。

5.4.3 結論：「對於手機作業系統的偏好」與「工作性質」有顯著差異。

因工作性質不同，對於作業系統上的偏好也有顯著差異性。

5.4.5 結論：「對於手機作業系統的偏好」與「年齡」有顯著差異。

29 歲以下的受訪者較偏好 Symbian 作業系統，30 歲以上的都較為偏好 Win CE。

➤ B3 對於手機輸入方式的偏好：銀幕手寫輸入法較受歡迎。

5.5.1 結論：「對於手機輸入方式的偏好」與「每月平均收入」有顯著差異。

僅 5-8 萬者較偏好機身鍵盤輸入方式，其他類別的較偏好銀幕手寫。

5.5.3 結論：「對於手機輸入方式的偏好」與「工作性質」有顯著差異。

僅服務業從業者較偏好機身鍵盤輸入方式，其他類別的較偏好銀幕手寫。

5.5.5 結論：「對於手機輸入方式的偏好」與「年齡」有顯著差異。

30-40 歲者較偏愛機身鍵盤，其餘者較偏好銀幕手寫輸入法。

➤ B4 對於手機傳輸方式的偏好：目前是 USB 傳輸方式最普遍受歡迎。

5.6.2 結論：「對於手機傳輸方式的偏好」與「使用電腦的頻率」有顯著差異。

➤ B5 對手機銀幕解析度偏好：目前一千六百萬色最受歡迎。

5.7.1 結論：「對手機銀幕解析度偏好」與「每月平均收入」有顯著差異。

月收入十萬以下的消費者呈現等差級數遞增，似乎與收入成正比。

5.7.3 結論：「對於手機銀幕解析度的偏好」與「工作性質」有顯著差異。

除了軍公教從業者較不偏好一千六百萬色銀幕。

5.7.4 結論：「對於手機銀幕解析度的偏好」與「職位」有顯著差異。

秘書與老闆於程度上較無基層員工與主管偏好一千六百萬色來得強烈。

5.7.5 結論：「對於手機銀幕解析度的偏好」與「年齡」有顯著差異。

除了 30-40 歲的受訪者酷愛一千六百萬色以外，似乎年紀越輕偏好一千六百萬色的傾向越強烈。

5.7.7 結論：「對於手機傳輸方式的偏好」與「學歷」有顯著差異。

學歷屬於碩博士的受訪者跟另外兩類的受訪者明顯偏好程度更明顯。

➤ B6 手機的名片辨識功能偏好：名片辨識為目前受歡迎的功能。

5.8.1 結論：「手機的名片辨識功能偏好」與「每月平均收入」有顯著差異。

五到十萬收入的兩個族群明顯較另外兩族群傾向需要。

5.8.2 結論：「手機的名片辨識功能偏好」與「使用電腦的頻率」有顯著差異。

在電腦使用頻率上選擇「幾乎不用」與「不太常使用」的族群，以及「普通」、「常常使用」和「幾乎離不開電腦」的族群呈現兩種不同的偏好傾向。

5.8.3 結論：「手機的名片辨識功能偏好」與「工作性質」有顯著差異。

工作性質屬於「科技業」、「金融業」、「服務業」的從業者，與其他兩類受訪者的偏好有明顯不同。

5.8.4 結論：「手機的名片辨識功能偏好」與「職位」有顯著差異。

職位不同，受訪者的對於名片辨識功能的需求偏好有明顯差異。

5.8.6 結論：「手機的名片辨識功能偏好」與「性別」有顯著差異。  
男性需要的比例較高。

➤ B7 手機的二維條碼解讀功能偏好：目前普遍不清楚那是什麼功能。

5.9.1 結論：「手機的二維條碼解讀功能偏好」與「每月平均收入」有顯著差異。  
月平均收入在八萬到十萬元新臺幣的族群之偏好明顯不同。

5.9.3 結論：「手機的二維條碼解讀功能偏好」與「工作性質」有顯著差異。  
工作性質不同的族群，對於二維條碼解讀功能需求的偏好有顯著的差異。

5.9.4 結論：「手機的二維條碼解讀功能偏好」與「職位」有顯著差異。  
職位不同的族群，對於二維條碼解讀功能需求的偏好有顯著的差異。

5.9.6 結論：「手機的二維條碼解讀功能偏好」與「年齡」有顯著差異。  
性別不同，對於二維條碼解讀功能需求的偏好有顯著的差異。

5.9.7 結論：「手機的二維條碼解讀功能偏好」與「性別」有顯著差異。  
學歷不同，對於二維條碼解讀功能需求的偏好有顯著的差異。

➤ B8 播放 MP3 音質的偏好：目前市面上最流行的多媒體娛樂功能。

5.10.1 結論：「播放 MP3 音質的偏好」與「每月平均收入」有顯著差異。  
收入越高在意的比例反而越低。

5.10.3 結論：「播放 MP3 音質的偏好」與「工作性質」有顯著差異。  
工作性質屬於「科技業」、「金融業」、「服務業」的從業者，與其他兩類受訪者的偏好有明顯不同。

5.10.4 結論：「播放 MP3 音質的偏好」與「職位」有顯著差異。  
職位不同的族群，對於 MP3 音質的在意程度有顯著的差異。

5.10.5 結論：「播放 MP3 音質的偏好」與「年齡」有顯著差異。  
年紀輕者較在意。

5.10.7 結論：「播放 MP3 音質的偏好」與「學歷」有顯著差異。  
學歷越高越在意。

➤ B9 內建數位相機畫素偏好：高畫素為主流。

5.11.4 結論：「內建數位相機畫素偏好」與「職位」有顯著差異。  
職位不同的族群，對於數位相機畫素的大小有顯著的差異。

5.11.5 結論：「內建數位相機畫素偏好」與「年齡」有顯著差異。  
年齡不同的族群，對於數位相機畫素的大小有顯著的差異。

5.11.7 結論：「內建數位相機畫素偏好」與「學歷」有顯著差異。  
似乎是學歷越高偏好高畫素的傾向也較強烈。

➤ B10 操作與待機時間偏好：普遍嫌不足。

5.12.3 結論：「操作與待機時間偏好」與「工作性質」有顯著差異。

依照工作性質不同對於平均操作與待機時間的滿意程度有顯著差異性。

5.12.4 結論：「操作與待機時間偏好」與「職位」有顯著差異。

依照職位不同對於平均操作與待機時間的滿意程度有顯著差異性。

5.12.5 結論：「操作與待機時間偏好」與「年齡」有顯著差異。

依照年齡不同對於平均操作與待機時間的滿意程度有顯著差異性。似乎年紀越輕越嫌不足。

5.12.6 結論：「操作與待機時間偏好」與「性別」有顯著差異。

性別不同對於平均操作與待機時間的滿意程度有顯著差異性。女性不滿意者較多。

➤ B11 生產廠商偏好：Motorola、Nokia、Dopod 三強鼎立。

5.13.3 結論：「生產廠商偏好」與「工作性質」有顯著差異。

工作性質對於生產廠商的偏好有顯著差異性。

5.13.7 結論：「生產廠商偏好」與「學歷」有顯著差異。

學歷對於生產廠商的偏好有顯著差異性。

3. 價格接受度與人口統計變數之間的關係：

以人口統計變數為自變數，價格接受度為依變數。

5.14.1 結論：「市售行情接受度」與「每月平均收入」有顯著差異。

不同學歷對於市售行情接受度有顯著差異。收入月高者接受度越高。

5.14.4 結論：「市售行情接受度」與「職位」有顯著差異。

不同職位對於市售行情接受度有顯著差異。職位越高者接受度較高。

5.14.5 結論：「市售行情接受度」與「年齡」有顯著差異。

不同年齡對於市售行情接受度有顯著差異。30-40 歲的受訪者接受度最高。

5.14.7 結論：「市售行情接受度」與「性別」有顯著差異。

不同年齡對於市售行情接受度有顯著差異。學歷高者接受度高。

第二部份 各項變數與熟悉程度之間的關係

1. 熟悉程度與各類偏好之間的關係：

以熟悉程度為自變數，各類偏好為依變數，會受到熟悉程度影響的偏好有：

6.1.3 結論：「輸入方法的偏好」與「對手機熟悉程度」有顯著差異。

6.1.5 結論：「傳輸方式偏好」與「對手機熟悉程度」有顯著差異。

6.1.7 結論：「二維條碼解讀功能偏好」與「對手機熟悉程度」有顯著差異。

6.1.9 結論：「內建數位相機畫素偏好」與「對手機熟悉程度」有顯著差異。

6.1.10 結論：「操作與待機時間偏好」與「對手機熟悉程度」有顯著差異。

2. 熟悉程度與價格接受度的關係：

以熟悉程度為自變數，價格接受度為依變數，

6.12.1 結論：「平均行情接受程度」與「熟悉程度」有顯著差異。

越熟悉者越能接受。

### 第三部分 各項偏好變數之間的關係

主要探討各項偏好之間是否有顯著差異，討論章節於 6.2 至 6.10

#### ➤ B1 銀幕大小偏好

6.2.2 結論：「銀幕大小偏好」與「輸入方式偏好」有顯著差異。

6.2.3 結論：「銀幕大小偏好」與「傳輸方式偏好」有顯著差異。

6.2.4 結論：「銀幕大小偏好」與「銀幕解析度偏好」有顯著差異。

6.2.5 結論：「銀幕大小偏好」與「名片辨識功能偏好」有顯著差異。

6.2.7 結論：「銀幕大小偏好」與「播放 MP3 音質偏好」有顯著差異。

6.2.8 結論：「銀幕大小偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

6.2.9 結論：「銀幕大小偏好」與「操作與待機時間偏好」有顯著差異。

6.2.10 結論：「銀幕大小偏好」與「生產廠商偏好」有顯著差異。

#### ➤ B2 作業系統偏好

6.3.1 結論：「作業系統偏好」與「輸入方式偏好」有顯著差異。

6.3.7 結論：「作業系統偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

#### ➤ B3 輸入方式偏好

6.2.2 結論：「輸入方式偏好」與「銀幕大小偏好」有顯著差異。

6.3.1 結論：「輸入方式偏好」與「作業系統偏好」有顯著差異。

6.4.1 結論：「輸入方式偏好」與「傳輸方式偏好」有顯著差異。

#### ➤ B4 傳輸方式偏好

6.2.3 結論：「傳輸方式偏好」與「銀幕大小偏好」有顯著差異。

6.4.1 結論：「傳輸方式偏好」與「輸入方式偏好」有顯著差異。

6.5.3 結論：「傳輸方式偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」有顯著差異。

6.5.5 結論：「傳輸方式偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

6.5.6 結論：「傳輸方式偏好」與「操作與待機時間偏好」有顯著差異。

#### ➤ B5 銀幕解析度偏好

6.2.4 結論：「銀幕解析度偏好」與「銀幕大小偏好」有顯著差異。

6.6.1 結論：「銀幕解析度偏好」與「名片辨識功能偏好」有顯著差異。

6.6.4 結論：「銀幕解析度偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

6.6.5 結論：「銀幕解析度偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

➤ **B6 名片辨識功能偏好**

6.2.5 結論：「名片辨識功能偏好」與「銀幕大小偏好」有顯著差異。

6.6.1 結論：「名片辨識功能偏好」與「銀幕解析度偏好」有顯著差異。

6.7.2 結論：「名片辨識功能偏好」與「MP3 音質偏好」有顯著差異。

➤ **B7 二維條碼解讀功能偏好**

6.5.3 結論：「二維條碼解讀功能偏好」與「傳輸方式偏好」有顯著差異。

6.8.2 結論：「二維條碼解讀功能偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

6.8.3 結論：「二維條碼解讀功能偏好」與「操作與待機時間偏好」有顯著差異。

➤ **B8 播放 MP3 音質偏好**

6.2.7 結論：「MP3 音質偏好」與「銀幕大小偏好」有顯著差異。

6.5.4 結論：「MP3 音質偏好」與「傳輸方式偏好」有顯著差異。

6.7.2 結論：「MP3 音質偏好」與「名片辨識功能偏好」有顯著差異。

6.9.1 結論：「MP3 音質的偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

➤ **B9 內建數位相機畫素偏好**

6.2.8 結論：「內建數位相機畫素偏好」與「銀幕大小偏好」有顯著差異。

6.3.7 結論：「內建數位相機畫素偏好」與「作業系統偏好」有顯著差異。

6.5.5 結論：「內建數位相機畫素偏好」與「傳輸方式偏好」有顯著差異。

6.6.4 結論：「內建數位相機畫素偏好」與「銀幕解析度偏好」有顯著差異。

6.8.2 結論：「內建數位相機畫素偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」有顯著差異。

6.9.1 結論：「內建數位相機畫素偏好」與「MP3 音質的偏好」有顯著差異。

6.10.1 結論：「內建數位相機畫素偏好」與「操作與待機時間的偏好」有顯著差異。

6.10.2 結論：「內建數位相機畫素偏好」與「生產廠商的偏好」有顯著差異。

➤ **B10 操作與待機時間偏好**

6.2.9 結論：「操作與待機時間偏好」與「銀幕大小偏好」有顯著差異。

6.5.6 結論：「操作與待機時間偏好」與「傳輸方式偏好」有顯著差異。

6.6.5 結論：「操作與待機時間偏好」與「銀幕解析度偏好」有顯著差異。

6.8.3 結論：「操作與待機時間偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」有顯著差異。

6.10.1 結論：「操作與待機時間的偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

➤ **B11 生產廠商偏好**

6.2.10 結論：「生產廠商偏好」與「銀幕大小偏好」有顯著差異。

6.10.2 結論：「生產廠商偏好」與「內建數位相機畫素偏好」有顯著差異。

## 第四部分 檢驗偏好變數以及價格接受度變數之間的關係。

6.12.1 結論：「平均行情接受程度」與「熟悉程度」有顯著差異。

6.12.3 結論：「平均行情接受程度」與「作業系統偏好」有顯著差異。

6.12.10 結論：「平均行情接受程度」與「內建數位相機的畫素偏好」有顯著差異。

6.12.12 結論：「平均市售行情的接受度」與「生產廠商偏好」有顯著差異。

## 7.2 行銷意涵與對業者的建議

由本研究之結果，對於相關的手機廠商做出以下幾點建議：

在前面的研究結果中，可以看出，對於智慧型手機非常熟悉或者是已經有使用經驗的消費族群比例依舊是相當的低，人們總是喜歡便宜又大碗的東西。基於此一觀點，可以將智慧型手機區分為以下幾種：

1. 金字塔頂端取向：不用多說，這種手機一定是賣給預算不是問題的客戶，除了外型美觀，富有設計感之外，人體工學的設計，高度的耐用以及穩定性，以及一切最新的最流行的功能，都可以附加於其中。
2. 商務型的功能取向：除了外觀精美，但不必像 1. 那樣的精雕細琢之外，富有設計感、現代感也是目前市場很受矚目的一項指標。功能取向以及長久的續航力是主要賣點，能夠使專業人士展現專業，文書、試算表、簡報軟體的功能是否齊全，操作是否流暢，系統是否穩定，這是這一取向的手機的主要訴求。
3. 經濟實惠的進階型使用者取向：外觀要求不必精美，只要不醜即可，組裝紮實，穩定耐用，基本功能、行事曆、基本的文書處理功能等，系統穩定但不必求快，功能基本但不具備花俏的娛樂功能，有很多初入門型的消費者，很喜歡這類型的設計取向。但這類型的價位最好是較低一些，就使得這些很想入門但也不想要太多花俏的娛樂功能的基本型使用者可以更容易的升級他的手機。
4. 玩家型取向設計：外觀精美、可愛，以娛樂功能為主，文書處理簡報功能為輔，這一取向有點與近年 SonyEricsson 推出的 WalkMan 系列相似，屬於高度娛樂性質的手機。目前市場的價位是屬相當高的。

而對於各項功能的想法如下：

- 銀幕大小與銀幕解析度偏好：

越大的螢幕也要搭配越高的解析度，對於使用者的眼睛可以更沒有負擔的享受資訊的流通與多媒體娛樂功能，但必須在不會大到整體體積大到難以攜帶或不變的前提下。

- 作業系統偏好：

目前偏好 WinCE 或 Symbian 這兩種作業系統的比例皆相當低，兩者相加僅有百分之二十五，其餘百分之七十五的消費者都是持保留態度，代表大家對於這兩大主流作業系統應該都還不是很滿意，這方面可以多加強研發。

一般市場上普遍認為，WinCE 的外掛軟體很多，但穩定性欠佳；Symbian 系列的

OS 較穩定，但外掛應用程式相對少很多。這是彼此的不足之處，一個穩定的 OS 絕對是一台好的智慧型手機的根本，而應用軟體、外掛程式等等也是能否為其加分的重要關鍵，這是一個老生常談的問題，存在已久，但一直未能改善。

- **輸入方式偏好：**

在經過多年的研究與不斷改良之後，現在的銀幕手寫輸入辨識已經相當的成熟，甚至還有模仿便條紙記事的功能，另外也有一批後起之秀是採用了機身鍵盤的設計。

一般來說，因為智慧型手機以及 PDA 的市場較筆記型電腦來得小上許多，所以大部分廠商都只設計英文鍵盤，並不支援中文鍵盤，而造成許多不便，甚至讓人覺得相當的半吊子，而且佔機身整體比例不少的部分，另許多消費者不願意去購買。從前也有許多設計給 PDA 使用的折疊式攜帶鍵盤，只是要價太高，一個鍵盤約將近五千元新台幣上下，相對一般鍵盤一副只要兩三百元的價位，對於許多消費者來講是一大負擔。與其設計機身鍵盤，我認為倒不如設計可以於不同的廠牌、機型上通用的折疊式攜帶用小鍵盤也許較為實際一些，一方面可以減低開模成本，又可以使消費者蒙受其利，豈非甚好？

- **傳輸方式偏好：**

一般來說，電腦傳輸介面最普及的就是 USB，速度夠快也方便使用，而且幾乎每台電腦都有。而現在大部分的電腦都可以藉由擴充來支援藍芽功能，這是相當方便使用的一種功能。反而 IEEE1394 在很多桌上型電腦並非主流，而筆記型電腦卻是每台都有，目前她的地位已經被 USB2.0 給取代掉了。

- **名片辨識功能偏好：**

這項功能其實相當不錯，尤其是針對商務人士，可以輕鬆做好名片管理。但唯一的問題點在於，這台手機必須具備鏡頭才能辨識，而且辨識的能力究竟是強或弱取決了消費者在使用時的主觀感覺。如果辨識不出，那絕對不是件好事。

- **二維條碼解讀功能偏好：**

這功能在台灣大部分的消費者不太清楚她的使用時機、方法以及目的，主要是針對一些簡單的資訊，比方說商品的保存期限、產地、製造者等等資訊。將這些資訊放在以手機就可以瀏覽的網頁上，當消費者人在商店裡要購買商品時，可以使用手機中的此項功能，將鏡頭對好二維條碼一按，手機便會連上網路下載那些訊息。在日本這是一個很常見到的功能，台灣目前很多手機都有，但是使用率卻非常的低。

- **播放 MP3 音質偏好**

手機跟傳統音響畢竟是兩回事，但是消費者的耳朵也是很挑剔的，如果聲音太差，絕對不會受到歡迎，但是在一支使用生命約一年多的消費性電子產品上投注大把的銀兩研發非常好的 MP3 手機對於廠商絕對是不上算的一件事，所以在上面的研究結果就發現到，收入越高的人越不在意手機播放 MP3 的音質。畢竟那只是讓你在等車通勤時消磨時間用的娛樂功能，總不會有人認為手機銀幕可以媲美大尺寸的電漿電視吧？所以「音質不錯」即可。不應該讓他成為手機昂貴的因素，畢竟手

機不是高檔隨身聽，經常一兩年就會一隻新的。

- 內建數位相機畫素偏好

通常第一次購買搭載有高畫素數位相機的手機之後的感想就是：高畫素完全不等於高品質的影像。畢竟一般社會大眾並不是每個人都對攝影有充分的瞭解，廠商在行銷其手機內建數位相機的特長時不應該一直去強調畫素有多高，而應該強調畫質是否完美，這個問題在很多數位相機的研究中也有出現，高畫素跟高畫質根本就不是一回事，這是兩種不相干的問題。以高畫素製造高畫質的假象，會讓很多追求高畫質的消費者有上當受騙的感覺，在第一次購買之後也許廠商的企業形象就會有很大的負面影響。所以，在行銷時要避免在廣告中一直暗示高畫素就等於高畫質。

- 操作與待機時間偏好

研究結果顯示消費者一面倒的都覺得電池的續行力還是有很大的進步空間。而目前環保議題日益嚴重，統一充電器與電池的規格的呼聲也越來越大，廠商在此可以展現企業對於社會以及環境的責任，以及永續經營永續發展的誠意，還可以正面提升企業形象。

- 生產廠商偏好：

目前受歡迎的主要是這四大廠牌：多普達、諾基亞、摩托羅拉、索愛。而多普達的功能強大但穩定性與完成度稍嫌不足；諾基亞的高階手機價格太貴且研發起步較其他幾牌較遲；摩托羅拉有自行的研發技術且耕耘已久；索愛也是有完整的PDA產品線的技術支援且有非常強大的廣告與品牌優勢。

有一句名言是：你做了一百件好事人家不一定會記得你，但你一旦做了件壞事，可能大家都不會忘記你。做生意也是如此，廠商研發商品，有瑕疵如何處理後續？一個消費者有不好的感覺也許看不出有什麼影響，但一批貨品有了瑕疵絕對不是只有一個消費者受害，如何防範未然？如何亡羊補牢？這就直接影響廠商的聲譽以及口碑，造就了一個品牌於消費者心中的地位。而智慧型手機淘汰得很快、複雜度又很高，如果沒有很高的完成度，經過反覆的測試確認沒有問題就貿然推出搶市場，可能再好的金字招牌也會黯淡。

而對於消費者的建議是：市面上目前智慧型手機琳瑯滿目，功能也大同小異。在以上這樣多的功能中，哪些是自己要的，哪些不是自己需要的？有的時候沒有親自使用操作過真的是不知道。除了多跟朋友打聽，上網收集使用者心得之外，想要避免買到自己不喜歡的手機，還可以去各廠商的展示中心，那邊都有實機可供消費者把玩、操作。有的時候消費者對於智慧型手機上的軟體常常與PC上的常用軟體造成聯想，舉個例來說好了，WORD這個大家都用過的軟體，他在智慧型手機或是PC的平臺上操作起來的感覺絕對是有很大的差異的。在筆者訪問、收集問卷的過程中，常常聽到有些消費者抱怨，一樣是WORD怎麼跟當初他自己所想像的使用方式差異那麼大！？很不習慣甚至就懶得去用了。所以，真的是要多方收集資料才能避免買錯愛機的情況發生。

### 7.3 本文貢獻與後續研究

筆者在此處所座的研究僅只有檢定出兩這變數間是否有關聯性，按照統計學上來說，只要是有顯著差異存在的變數應該要繼續去找出其中的關聯性，不過本篇論文尚無如此深入，所以可以留與後續研究者努力。而本文的貢獻乃在於目前台灣研究 PD 的論文很多，研究手機的論文也很多，但研究新型態的商務智慧型手機的文獻只有一篇，本文是第二篇。並且於做研究中還有發現如下：

本研究將已經持有智慧型手機的消費者與尚未持有的消費者混為一談、一概而論，筆者認為，應該可以在後續的研究中，將兩種不同族群分開統計，以徹底釐清這兩者之間的差異。

已經有了且經常使用的人應該最清楚自己需要什麼不需要什麼，而這一類型的人依照背景來區分，看何種背景的持有者對什麼樣的功能最滿意。這就是那 2/7 的紅海市場。

而那 5/7 尚未持有者的藍海市場，本文應該已經談的很深了。

再者，本研究是在臺北市比較多上班族的街頭抽樣，並未透過網路取樣，希望後人可以繼續將樣本擴大。

另外，智慧型手機從另外一個角度來看，也可以是玩樂型、享樂型的手機，如果今天要出一個可以提供多元娛樂的手機，是否也是不錯？NOKIA 早年前有推出一支「N-Gage」主推玩遊戲的手機。近年任天堂 NINTENDO 公司的 NDSL 以及 SONY 的 PSP 大賣，這兩臺新時代的遊樂器，都具備了麥克風、喇叭、藍芽以及選購配備的小型攝影機等等，如果能夠在其上出一個類似 GSM 模組的轉接器、或是出一個可以撥打行動電話的 NDSL、PSP？反觀手機大廠也許可以跟這些遊樂器公司合作開發出一臺全新的以娛樂功能為主的手機，這也許是未來的另一波手機戰的新高潮也說不定。

## 參考文獻

1. 數位時代 [www.digitimes.com.tw](http://www.digitimes.com.tw)
2. IDC, [www.idc.com.tw](http://www.idc.com.tw)
3. 比價王, [www.eprice.com.tw](http://www.eprice.com.tw)
4. 手機王, [www.sogi.com.tw](http://www.sogi.com.tw)
5. Mobile01, [www.mobile01.com.tw](http://www.mobile01.com.tw)
6. 方世榮編譯, Philip Kotler 編著, 「行銷管理學」, 第八版, 1996 年五月
7. 張春興, 「心理學」14 版, 東華書局, 1978
8. 陳宜伶, 智慧型手機與高階相機手機之消費者行為分析, 成功大學電信管理研究所碩士論文, 民國九十五年七月
9. 許永順, 家用 30 吋以上薄型電視消費行為研究, 交通大學經營管理研究所碩士論文, 民國九十二年六月
10. 馬光宇, 品牌代言與廣告效益, 交通大學管理科學研究所碩士論文, 民國九十四年六月
11. 陳正男, 消費者特性、新產品屬性及環境變數對創新購買意願之影響, 成功大學, 企業經營管理研究所碩士論文, 民國九十一年六月
12. 林玉茹, 消費者自信心與涉入理論之研究-以行動電話手機為例, 東吳大學, 國際貿易學系, 民國九十二年
13. 曹昌煌, 產品來源國、價格敏感度與消費者涉入程度之關係研究, 中國文化大學, 國際企業管理研究所, 民國九十五年
14. 任立平, 產品來源國、價格敏感度與消費者創新採用之關係研究, 中國文化大學, 國際企業管理研究所, 民國九十五年
15. 戴孟婷, 來源國形象、品牌形象與數位相機消費行為分析-以台北市國立大學生為例, 國立交通大學, 經營管理研究所, 民國九十四年
16. 王姿云, 全球品牌知覺、來源國效應與產品評估方法關聯性之研究, 國立交通大學, 管理科學系所, 民國九十四年
17. 沈佩鈴, 廣告訴求、品牌信任與購買意願因果關連性之研究 -以行動電話產業為例, 銘傳大學, 管理科學研究所, 民國九十二年
18. 品牌印象對購買意圖影響之研究-符號互動論觀點, 簡啓晏, 中原大學, 企業管理研究所, 民國九十四年
19. 產品來源國、價格敏感度與消費者涉入程度之關係研究, 曹昌煌, 中國文化大學, 國際企業管理研究所, 民國九十四年
20. 產品來源國、價格敏感度與消費者創新採用之關係研究, 任立平, 中國文化大學, 國際企業管理研究所, 民國九十四年/
21. 來源國效應對消費者決策過程之影響研究, 謝佳玲, 中國文化大學, 國際企業管理研究所, 民國九十四年

22. 品牌形象與消費者涉入對品牌購買行為影響之研究，秦孝華，國立台北大學，企業管理學系，民國九十四年
23. 品牌形象和消費者自我概念形象一致性對消費者購買意願影響的研究-以東吳大學城區學生持行動電話者為例，林玉麟，東吳大學，企業管理學系，民國九十一年
24. 品牌形象與消費者自我概念一致性之研究-以青少年使用手機行為為例，王偉臣，國立台北大學，企業管理學系，民國九十三年
25. 行動電話人機介面圖像意象及其偏好之研究，黃柏文，中原大學，商業設計研究所，民國九十二年
26. 圖形化呈現方式應用於行動電話人機介面之研究，何宗翰，中原大學，資訊管理研究所，民國九十一年
27. 型通訊產品之中文注音輸入模式研究-以行動電話為例，譚韻琪，華梵大學，設計研究所，民國九十一年
28. 高齡者行動電話之使用研究與設計，褚俊宏，大同大學，工業設計研究所，民國八十八年
- ，

189/6

您好：這是一份關於「PDA 手機」與「SmartPhone」的行銷研究問卷，僅供研究之用。

感謝您的協助填寫。

交大管研所

盧天齊

以下簡以『PDA 手機』代表 PDA 手機與 SmartPhone

PDA 手機、SmartPhone 與一般手機的差異在於前者多為手寫輸入且具 WORD 與 EXCEL 程式、可播放及瀏覽 Powerpoint 與 PDF 檔案，除此之外還具備行事曆、日程表等電腦同步的功能。另外，多媒體播放、數位攝錄影、衛星導航、無線網路、MSN、SKYPE 等等功能一應俱全。而作業系統與操作介面則較類似個人電腦。普遍價格約在 \$ 17500 以上。外觀方面則銀幕較大。

關於 PDA 手機  沒聽過  有聽過但不清楚  約略知道  非常熟悉

在看過前文的概述後，您  不會  可能會  會  無意見/其他 考慮購買 PDA 手機

對於手機的螢幕大小，您的偏好是  越大越好  適中即可  無意見/其他

對於手機的作業系統，您的偏好是  Win CE  Symbian  無意見/其他

對於手機的輸入方式，您的偏好是  銀幕手寫  機身鍵盤  QWERTY 輸入法  無意見/其他

對於手機的傳輸方式，您的偏好是  USB  IEEE1394  藍芽  紅外線  無意見/其他

對於手機的銀幕解析度，您偏好  6.5 萬色  26 萬色  1600 萬色  無意見/其他

對於手機的名片辨識的功能  需要  不需要  無意見/其他

對於手機的二維條碼解讀的功能  需要  不需要  無意見/其他

對於手機播放 MP3 的音質您  很不在意  不在意  無意見/其他  在意  很在意

對於手機內建數位相機的畫素您希望在  一百萬以下  一到兩百萬  兩百萬以上  無意見/其他

PDA 手機普遍行情在 \$ 17500，您覺得  太貴  有點貴  可以接受  無意見/其他

PDA 手機一般可連續操作 3~5 小時，您覺得這樣的操作時間  太短  略嫌不足  剛好  長

若您已經購買 PDA 手機，您目前使用的品牌是

沒買  華碩  明基  Dopod  集嘉  HP  Motorola  Nokia  SonyEricsson

若您近期內將購買 PDA 手機，您所偏好的品牌是

無意見/其他  華碩  明基  Dopod  集嘉  HP  Motorola  Nokia  SonyEricsson

請問您每月平均收入在  5 萬以下  5-8 萬  8-10 萬  10 萬以上 新台幣

請問您使用電腦的頻率是  幾乎不用  不太常使用  普通  常常使用  幾乎離不開電腦

請問您的工作性質是  軍、公、教  科技業  金融業  服務業  製造業  其他

請問您在職場中的職位是屬於  基層員工  主管  秘書  老闆  顧問  其他

請問您的年齡在  29 以下  30-40  41-55  55 以上

請問您的性別是  男  女

請問您的學歷是  高中職以下  大學、專科  碩、博士

## 表目錄

		頁次
表 3-1	智慧型手機購買行為問卷設計	13
表 4-1	樣本每月平均收入之分佈	15
表 4-2	樣本使用電腦的頻率之分佈	16
表 4-3	樣本工作性質之分佈	17
表 4-4	樣本職位之分佈	18
表 4-5	樣本年齡之分佈	19
表 4-6	樣本性別之分佈	20
表 4-7	樣本學歷之分佈	21
表 4-8	樣本對於智慧型手機的熟悉程度之分佈	22
表 4-9	樣本在看過智慧型手機的簡介後的接受度之分佈	23
表 4-10	樣本已持有智慧型手機之品牌比例	24
表 4-11	樣本對於智慧型手機銀幕大小偏好之分佈	25
表 4-12	樣本對於智慧型手機作業系統的偏好之分佈	26
表 4-13	樣本對於智慧型手機輸入文字方式的偏好之分佈	27
表 4-14	樣本對於智慧型手機資料傳輸方式的偏好之分佈	28
表 4-15	樣本對於智慧型手機銀幕解析度的偏好之分佈	29
表 4-16	樣本對於智慧型手機名片辨識功能需要與否之分佈	30
表 4-17	樣本對於智慧型手機二維條碼解讀功能的需要之分佈	31
表 4-18	樣本對於智慧型手機播放 MP3 之音質的偏好之分佈	32
表 4-19	樣本對於智慧型手機內建數位相機之畫素大小的偏好之分佈	33
表 4-20	樣本對於智慧型手機操作與待機時間偏好之分佈	34
表 4-21	樣本對於智慧型手機的生產廠商的偏好之分佈	35
表 4-22	樣本對於智慧型手機的價格接受程度	36
表 4-23	統計分析 X 與 Y 變數整理	41
表 5-1	「對智慧型手機的熟悉程度」與「人口統計變數」的卡方檢定表	42
表 5-2	「對智慧型手機的熟悉程度」與「每月平均收入」列聯表	43
表 5-3	「對智慧型手機的熟悉程度」與「使用電腦的頻率」列聯表	44
表 5-4	「對智慧型手機的熟悉程度」與「工作性質」列聯表	45
表 5-5	「對智慧型手機的熟悉程度」與「職位」列聯表	46
表 5-6	「對智慧型手機的熟悉程度」與「年齡」列聯表	47
表 5-7	「對智慧型手機的熟悉程度」與「性別」列聯表	48
表 5-8	「對智慧型手機的熟悉程度」與「學歷」列聯表	49
表 5-9	「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「人口統計變數」的卡方檢定表	49
表 5-10	「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「每月平均收入」列聯表	50

表 5-11	「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「使用電腦的頻率」列聯表	51
表 5-12	「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「工作性質」列聯表	52
表 5-13	「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「職位」列聯表	53
表 5-14	「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「年齡」列聯表	54
表 5-15	「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「性別」列聯表	55
表 5-16	「經簡介後對智慧型手機的購買意願」與「學歷」列聯表	55
表 5-17	「對於手機銀幕大小的偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表	56
表 5-18	「對於手機銀幕大小的偏好」與「每月平均收入」列聯表	56
表 5-19	「對於手機銀幕大小的偏好」與「使用電腦的頻率」列聯表	57
表 5-20	「對於手機銀幕大小的偏好」與「工作性質」列聯表	58
表 5-21	「對於手機銀幕大小的偏好」與「職位」列聯表	59
表 5-22	「對於手機銀幕大小的偏好」與「年齡」列聯表	60
表 5-23	「對於手機銀幕大小的偏好」與「性別」列聯表	61
表 5-24	「對於手機銀幕大小的偏好」與「學歷」列聯表	61
表 5-25	「對於手機作業系統的偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表	62
表 5-26	「對於手機作業系統的偏好」與「每月平均收入」之列聯表	62
表 5-27	「對於手機作業系統的偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表	63
表 5-28	「對於手機作業系統的偏好」與「工作性質」之列聯表	64
表 5-29	「對於手機作業系統的偏好」與「職位」之列聯表	65
表 5-30	「對於手機作業系統的偏好」與「年齡」之列聯表	66
表 5-31	「對於手機作業系統的偏好」與「性別」之列聯表	66
表 5-32	「對於手機作業系統的偏好」與「學歷」之列聯表	67
表 5-33	「對於手機輸入方式的偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表	67
表 5-34	「對於手機輸入方式的偏好」與「每月平均收入」之列聯表	68
表 5-35	「對於手機輸入方式的偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表	69
表 5-36	「對於手機輸入方式的偏好」與「工作性質」之列聯表	70
表 5-37	「對於手機輸入方式的偏好」與「職位」之列聯表	71
表 5-38	「對於手機輸入方式的偏好」與「年齡」之列聯表	72
表 5-39	「對於手機輸入方式的偏好」與「性別」之列聯表	72
表 5-40	「對於手機輸入方式的偏好」與「學歷」之列聯表	73
表 5-41	「對於手機傳輸方式的偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表	73
表 5-42	「對於手機傳輸方式的偏好」與「每月平均收入」之列聯表	74
表 5-43	「對於手機傳輸方式的偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表	75
表 5-44	「對於手機傳輸方式的偏好」與「工作性質」之列聯表	76
表 5-45	「對於手機傳輸方式的偏好」與「職位」之列聯表	77
表 5-46	「對於手機傳輸方式的偏好」與「年齡」之列聯表	78
表 5-47	「對於手機傳輸方式的偏好」與「性別」之列聯表	78

表 5-48	「對於手機傳輸方式的偏好」與「學歷」之列聯表	79
表 5-49	「對手機銀幕解析度的偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表	79
表 5-50	「對於手機銀幕解析度的偏好」與「每月平均收入」之列聯表	80
表 5-51	「對於手機銀幕解析度的偏好」與「使用電腦的頻率」列聯表	81
表 5-52	「對於手機銀幕解析度的偏好」與「工作性質」列聯表	82
表 5-53	「對於手機銀幕解析度的偏好」與「職位」之列聯表	83
表 5-54	「對於手機銀幕解析度的偏好」與「年齡」之列聯表	84
表 5-55	「對於手機銀幕解析度的偏好」與「性別」之列聯表	84
表 5-56	「對於手機銀幕解析度的偏好」與「學歷」之列聯表	85
表 5-57	「手機的名片辨識功能偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表	85
表 5-58	「手機的名片辨識功能偏好」與「每月平均收入」之列聯表	86
表 5-59	「手機的名片辨識功能偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表	87
表 5-60	「手機的名片辨識功能偏好」與「工作性質」之列聯表	88
表 5-61	「手機的名片辨識功能偏好」與「職位」列聯表	89
表 5-62	「手機的名片辨識功能偏好」與「年齡」之列聯表	90
表 5-63	「手機的名片辨識功能偏好」與「性別」之列聯表	90
表 5-64	「手機的名片辨識功能偏好」與「學歷」之列聯表	91
表 5-65	「二維條碼解讀功能偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表	91
表 5-66	「二維條碼解讀功能偏好」與「每月平均收入」之列聯表	92
表 5-67	「二維條碼解讀功能偏好」與「每月平均收入」之列聯表	93
表 5-68	「二維條碼解讀功能偏好」與「工作性質」之列聯表	94
表 5-69	「二維條碼解讀功能偏好」與「職位」之列聯表	95
表 5-70	「二維條碼解讀功能偏好」與「年齡」之列聯表	95
表 5-71	「二維條碼解讀功能偏好」與「性別」之列聯表	96
表 5-72	「二維條碼解讀功能偏好」與「學歷」之列聯表	96
表 5-73	「播放 MP3 音質的偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表	97
表 5-74	「播放 MP3 音質的偏好」與「每月平均收入」之列聯表	97
表 5-75	「播放 MP3 音質的偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表	98
表 5-76	「播放 MP3 音質的偏好」與「工作性質」之列聯表	99
表 5-77	「播放 MP3 音質的偏好」與「職位」之列聯表	100
表 5-78	「播放 MP3 音質的偏好」與「年齡」之列聯表	101
表 5-79	「播放 MP3 音質的偏好」與「性別」之列聯表	101
表 5-80	「播放 MP3 音質的偏好」與「學歷」之列聯表	102
表 5-81	「內建數位相機畫素偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表	102
表 5-82	「內建數位相機畫素偏好」與「每月平均收入」之列聯表	103
表 5-83	「內建數位相機畫素偏好」與「使用電腦的頻率」列聯表	104
表 5-84	「內建數位相機畫素偏好」與「工作性質」之列聯表	105
表 5-85	「內建數位相機畫素偏好」與「職位」之列聯表	106

表 5-86 「內建數位相機畫素偏好」與「年齡」之列聯表	107
表 5-87 「內建數位相機畫素偏好」與「性別」之列聯表	107
表 5-88 「內建數位相機畫素偏好」與「學歷」之列聯表	108
表 5-89 「操作與待機時間偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表	108
表 5-90 「操作與待機時間偏好」與「每月平均收入」之列聯表	109
表 5-91 「操作與待機時間偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表	110
表 5-92 「操作與待機時間偏好」與「工作性質」之列聯表	111
表 5-93 「操作與待機時間偏好」與「職位」之列聯表	112
表 5-94 「操作與待機時間偏好」與「年齡」之列聯表	113
表 5-95 「操作與待機時間偏好」與「性別」之列聯表	113
表 5-96 「操作與待機時間偏好」與「學歷」之列聯表	114
表 5-97 「生產廠商偏好」與「人口統計變數」的卡方檢定表	114
表 5-98 「生產廠商偏好」與「每月平均收入」之列聯表	115
表 5-99 「生產廠商偏好」與「使用電腦的頻率」之列聯表	116
表 5-100 「生產廠商偏好」與「工作性質」之列聯表	117
表 5-101 「生產廠商偏好」與「職位」之列聯表	118
表 5-102 「生產廠商偏好」與「年齡」之列聯表	119
表 5-103 「生產廠商偏好」與「性別」之列聯表	120
表 5-104 「生產廠商偏好」與「學歷」之列聯表	121
表 5-105 「市售行情接受度」與「人口統計變數」的卡方檢定表	122
表 5-106 「市售行情接受度」與「每月平均收入」之列聯表	122
表 5-107 「市售行情接受度」與「使用電腦的頻率」之列聯表	123
表 5-108 「市售行情接受度」與「工作性質」之列聯表	124
表 5-109 「市售行情接受度」與「職位」之列聯表	125
表 5-110 「市售行情接受度」與「年齡」之列聯表	126
表 5-111 「市售行情接受度」與「性別」之列聯表	126
表 5-112 「市售行情接受度」與「學歷」之列聯表	127
表 6-1 「熟悉程度」與各項偏好變數的卡方檢定表	128
表 6-2 「熟悉程度」與「銀幕大小偏好」之列聯表	129
表 6-3 「熟悉程度」與「作業系統偏好」之列聯表	130
表 6-4 「熟悉程度」與「輸入方法的偏好」之列聯表	131
表 6-5 「熟悉程度」與「傳輸方式偏好」之列聯表	132
表 6-6 「熟悉程度」與「銀幕解析度偏好」之列聯表	133
表 6-7 「熟悉程度」與「名片辨識功能偏好」之列聯表	134
表 6-8 「熟悉程度」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表	135
表 6-9 「熟悉程度」與「MP3 音質偏好」之列聯表	136
表 6-10 「熟悉程度」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表	137
表 6-11 「熟悉程度」與「操作與待機時間偏好」之列聯表	138

表 6-12	「熟悉程度」與「生產廠商偏好」之列聯表	139
表 6-13	「銀幕大小偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表	140
表 6-14	「銀幕大小偏好」與「作業系統偏好」之列聯表	141
表 6-15	「銀幕大小偏好」與「輸入方式偏好」之列聯表	142
表 6-16	「銀幕大小偏好」與「傳輸方式偏好」之列聯表	143
表 6-17	「銀幕大小偏好」與「銀幕解析度偏好」之列聯表	144
表 6-18	「銀幕大小偏好」與「名片辨識功能偏好」之列聯表	145
表 6-19	「銀幕大小偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表	146
表 6-20	「銀幕大小偏好」與「MP3 音質偏好」列聯表	147
表 6-21	「銀幕大小偏好」與「內建數位相機畫素偏好」列聯表	148
表 6-22	「銀幕大小偏好」與「操作與待機時間偏好」列聯表	149
表 6-23	「銀幕大小偏好」與「生產廠商偏好」列聯表	150
表 6-24	「作業系統偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表	151
表 6-25	「作業系統偏好」與「輸入方式偏好」之列聯表	152
表 6-26	「作業系統偏好」與「傳輸方式偏好」列聯表	153
表 6-27	「作業系統偏好」與「銀幕解析度偏好」列聯表	154
表 6-28	「作業系統偏好」與「名片辨識功能偏好」列聯表	155
表 6-29	「作業系統偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」列聯表	156
表 6-30	「作業系統偏好」與「MP3 音質偏好」列聯表	157
表 6-31	「作業系統偏好」與「內建數位相機畫素偏好」列聯表	158
表 6-32	「作業系統偏好」與「操作與待機時間偏好」列聯表	159
表 6-33	「作業系統偏好」與「生產廠商偏好」列聯表	160
表 6-34	「輸入方式偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表	161
表 6-35	「輸入方式偏好」與「傳輸方式偏好」之列聯表	162
表 6-36	「輸入方式偏好」與「銀幕解析度偏好」之列聯表	163
表 6-37	「輸入方式偏好」與「名片辨識功能偏好」之列聯表	164
表 6-38	「輸入方式偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表	165
表 6-39	「輸入方式偏好」與「MP3 音質偏好」之列聯表	166
表 6-40	「輸入方式偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表	167
表 6-41	「輸入方式偏好」與「操作與待機時間偏好」之列聯表	168
表 6-42	「輸入方式偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表	169
表 6-43	「傳輸方式偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表	170
表 6-44	「傳輸方式偏好」與「銀幕解析度偏好」之列聯表	171
表 6-45	「傳輸方式偏好」與「名片辨識功能偏好」之列聯表	172
表 6-46	「傳輸方式偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表	173
表 6-47	「傳輸方式偏好」與「MP3 音質偏好」之列聯表	174
表 6-48	「傳輸方式偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表	175
表 6-49	「傳輸方式偏好」與「操作與待機時間偏好」之列聯表	176

表 6-50	「傳輸方式偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之一	177
表 6-51	「傳輸方式偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之二	178
表 6-52	「銀幕解析度偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表	179
表 6-53	「銀幕解析度偏好」與「名片辨識功能偏好」之列聯表	180
表 6-54	「銀幕解析度偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表	181
表 6-55	「銀幕解析度偏好」與「MP3 音質偏好」之列聯表	182
表 6-56	「銀幕解析度偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表	183
表 6-57	「銀幕解析度偏好」與「操作與待機時間偏好」之列聯表	184
表 6-58	「銀幕解析度偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之一	185
表 6-59	「銀幕解析度偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之二	186
表 6-60	「名片辨識功能偏好」與「各項偏好變數」卡方檢定表	187
表 6-61	「名片辨識功能偏好」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表	188
表 6-62	「名片辨識功能偏好」與「MP3 音質偏好」之列聯表	189
表 6-63	「名片辨識功能偏好」與「內建數位相機畫素的偏好」之列聯表	190
表 6-64	「名片辨識功能偏好」與「操作與待機時間偏好」之列聯表	191
表 6-65	「名片辨識功能偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之一	192
表 6-66	「名片辨識功能偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之二	193
表 6-67	「二維條碼解讀功能偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表	194
表 6-68	「二維條碼解讀功能偏好」與「MP3 音質的偏好」之列聯表	195
表 6-69	「二維條碼解讀功能偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表	196
表 6-70	「二維條碼解讀功能偏好」與「操作與待機時間偏好」之列聯表	197
表 6-71	「二維條碼解讀功能偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表	198
表 6-72	「MP3 音質的偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表	199
表 6-73	「MP3 音質的偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表之一	199
表 6-74	「MP3 音質的偏好」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表之二	200
表 6-75	「MP3 音質的偏好」與「操作與待機時間偏好」之列聯表	201
表 6-76	「MP3 音質的偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之一	202
表 6-77	「MP3 音質的偏好」與「生產廠商偏好」之列聯表之二	203
表 6-78	「內建數位相機畫素偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表	204
表 6-79	「內建數位相機畫素偏好」與「操作與待機時間的偏好」列聯表	205
表 6-80	「內建數位相機畫素偏好」與「生產廠商的偏好」列聯表之一	206
表 6-81	「內建數位相機畫素偏好」與「生產廠商的偏好」列聯表之二	206
表 6-82	「操作與待機時間偏好」與「各項偏好變數」的卡方檢定表	207
表 6-83	「操作與待機時間偏好」與「生產廠商的偏好」之列聯表	208
表 6-84	「市售行情的接受度」與「各項偏好變數」的卡方檢定表	209
表 6-85	「市售行情的接受度」與「熟悉程度」之列聯表	210
表 6-86	「市售行情的接受度」與「銀幕大小偏好」之列聯表	211
表 6-87	「市售行情的接受度」與「作業系統偏好」之列聯表	212

表 6-88 「市售行情的接受度」與「輸入方式偏好」之列聯表	213
表 6-89 「市售行情的接受度」與「傳輸方式偏好」之列聯表	214
表 6-90 「市售行情的接受度」與「銀幕解析度偏好」之列聯表	215
表 6-91 「市售行情的接受度」與「名片辨識功能的偏好」之列聯表	216
表 6-92 「市售行情的接受度」與「二維條碼解讀功能偏好」之列聯表	217
表 6-93 「市售行情的接受度」與「MP3 音質偏好」之列聯表	218
表 6-94 「市售行情的接受度」與「內建數位相機畫素偏好」之列聯表	219
表 6-95 「市售行情的接受度」與「操作與待機時間偏好」之列聯表	220
表 6-96 「市售行情的接受度」與「生產廠商偏好」之列聯表之一	221
表 6-97 「市售行情的接受度」與「生產廠商偏好」之列聯表之二	221

ES

1896

## 圖目錄

	頁次
圖 1-1 研究程序圖-	2
圖 2-1 Schiffman & Kaunk 提出的消費者決策流程	5
圖 2-2 E. K. B. 消費者行爲模式圖	5
圖 2-3 Rogers 的新產品採用過程圖	6
圖 3-1 研究架構簡示圖	10
圖 4-1 樣本每月平均收入分佈	15
圖 4-2 樣本使用電腦的頻率之分佈	16
圖 4-3 樣本工作性質之分佈	17
圖 4-4 樣本職位之分佈	18
圖 4-5 樣本年齡之分佈	19
圖 4-6 樣本性別之分佈	20
圖 4-7 樣本學歷之分佈	21
圖 4-8 樣本對於智慧型手機的熟悉程度之分佈	22
圖 4-9 樣本在看過智慧型手機的簡介後的接受度之分佈	23
圖 4-10 樣本已持有智慧型手機之品牌比例	24
圖 4-11 樣本對於智慧型手機銀幕大小偏好之分佈	25
圖 4-12 樣本對於智慧型手機作業系統的偏好之分佈	26
圖 4-13 樣本對於智慧型手機輸入文字方式的偏好之分佈	27
圖 4-14 樣本對於智慧型手機資料傳輸方式的偏好之分佈	28
圖 4-15 樣本對於智慧型手機銀幕解析度的偏好之分佈	29
圖 4-16 樣本對於智慧型手機名片辨識功能需要與否之分佈	30
圖 4-17 樣本對於智慧型手機二維條碼解讀功能的需要之分佈	31
圖 4-18 樣本對於智慧型手機播放 MP3 之音質的偏好之分佈	32
圖 4-19 樣本對於智慧型手機內建數位相機之畫素大小的偏好之分佈	33
圖 4-20 樣本對於智慧型手機操作與待機時間偏好之分佈	34
圖 4-21 樣本對於智慧型手機的生產廠商的偏好之分佈	35
圖 4-22 樣本對於智慧型手機的價格接受程度	36