



致理科技大學

資訊管理系專題報告

掌上懸機

Handheld Devices

專題生：60402284 張瑋庭
60408130 許芸茜
60410122 李詩涵
60310149 謝昀芳
60310136 鄭惠心
60410114 吳俊禕
60410148 吳孟熹

指導教授：王嫻惠 老師

中華民國 107 年 05 月

致理科技大學

專題報告審核書

本校 資訊管理系(所) 張瑋庭(60402284)、

許芸茜(60408130)、李詩涵(60410122)、

謝昀芳(60310149)、鄭惠心(60310136)、

吳俊禕(60410114)、吳孟熹(60410148)。

等君所提論文 掌上懸機

經本委員會審定通過，特此證明。

口試委員會

委員：_____

指導教授：_____

系主任：_____

中華民國 107 年 05 月

致理科技大學

授權書

本授權書所授權之專題報告在致理科技大學

學年度第 106 學期所撰寫。

專題名稱：掌上懸機

本人具有著作財產權之論文或專題提要，授予致理科技大學，得重製成電子資料檔後收錄於該單位之網路，並與台灣學術網路及科技網路連線，得不限地域時間與次數以光碟或紙本重製發行。

本人具有著作財產權之論文或專題全文資料，授予教育部指定送繳之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方法重製，或為上述目的再授權他人以各種方法重製，不限時間與地域，惟每人以一份為限。並可為該圖書館館藏之一。

本論文或專題因涉及專利等智慧財產權之申請，請將本論文或專題全文延至民國 107 年 05 月 31 日後再公開。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。

(上述同意與不同意之欄位若未勾選,本人同意視同授權)

同意 不同意

學生簽名：

(親筆正楷簽名)

指導老師姓名：

(親筆正楷簽名)

中華民國 107 年 05 月 31 日

摘要

專題報告名稱：掌上懸機

頁數：62

校系別：致理科技大學資訊管理系

完成時間：106 學年度第 2 學期

專題生：60402284 張瑋庭 60408130 許芸茜 60410122 李詩涵 60310149 謝昀芳

60310136 鄭惠心 60410114 吳俊禕 60410148 吳孟熹

指導教授：王嫻惠 老師

關鍵詞：智慧型手機、通訊、手機品牌、網路行銷

由於現代科技的日新月異，我們的生活逐漸變得輕鬆與便利。以通訊方面來說，手機對於現代人的重要性大，一隻手機完成生活大小事，漸漸成為我們生活中不可或缺的必需品。

根據以往文獻來探討，瞭解到大多是以研究手機品牌忠誠度、購買通路與功能為主題。而本小組研究目的是以消費者需求為出發點，探討如何利用網路行銷策略，在同業間提升競爭力，鞏固老顧客的關係，還能吸引新顧客的青睞。同時研究如何以低價賣出高銷售量，並透過網路問卷方式來了解目前消費者的喜好，以利於探討出標新立異的行銷方式。

ABSTRACT

Thesis Title : Handheld Devices

Pages : 62

University : Chihlee University of Technology

Graduate School : Department of Information Management

Date : May, 2018

Degree : Bachelor

Researcher : 60402284 張瑋庭 60408130 許芸茜 60410122 李詩涵

60310149 謝昀芳 60310136 鄭惠心 60410114 吳俊禕 60410148 吳孟熹

Advisor : 王熾惠

Keywords : **Smartphone, Communication, Cell phone brands, Internet marketing**

Due to the rapid change in modern technology, our lives have gradually become easier and more convenient. In terms of communication, the importance of mobile phones to modern people is so great that cell phones have become a necessity in our lives.

According to the previous literature, most of the studies are based on the research of brand loyalty of mobile phones, purchase channels and functions. The purpose of this study is to use consumer demand as a starting point to discuss how to use online marketing strategies to increase competitiveness among competitors, consolidate relationships with old customers, and attract new customers. At the same time, we also study how to attain high sales at low prices, and use online questionnaires to understand current consumer preferences in order to develop new and innovative marketing methods.

誌謝

本次專題可以順利完成，除了感謝我們辛苦的組員們付出努力之外，還要感謝師長的幫助，在此，以最誠摯的心，向您們說聲謝謝。首先，我們先感謝我們的曹祥雲老師一直以來指導我們如何製作專題，並教導我們如何改善錯誤，當我們面對風險時，不厭其煩的幫助我們，並給予適當意見和引導如何降低風險，在此跟您說聲謝謝。

再來，特別感謝我們指導老師王嫻惠副教授。剛開始的我們對於專題方向感到迷茫，不知道從何下手時，老師指引了我們專題方向，建議我們可以如何去做，還提供我們做專題的知識，當我們遇到問題時，老師也適時的幫助與提醒我們，謝謝老師在每次的小組會議中，提供了許多珍貴的意見，您讓我們從中學習到研究的精神和方法，非常感謝您。

在此次的專題研究中，我們的小組成員充分的發揮了研究能力、組織能力、解決能力和合作精神，現在的成員們已能夠適當的運用現有的知識、技能與經驗，發揮所能去解決問題，願我們能將此次專題所學的經驗，應用在未來課業與職場上，相信這一定能幫助成員們更能快速適應未來環境的變化。

張瑋庭、許芸茜、李詩涵、謝昀芳、鄭惠心、吳俊禕、吳孟熹 謹致
致理科技大學 資訊管理 學士班
中華民國 107 年 5 月

目錄

摘要	1
ABSTRACT	II
誌謝	III
目錄	1
圖目錄	3
第壹章 緒論	4
第一節 研究背景及動機	4
第二節 研究目的	4
第三節 研究問題	4
第四節 解決方法	5
第五節 研究限制	5
一、受訪對象	6
二、性別因素	6
三、年齡問題	6
四、月收入問題	6
五、個人隱私問題	6
六、網路平台受限	6
七、瞭解客戶需求	6
第貳章 文獻回顧與探討	7
第一節 手機歷史	7
一、世界通訊發展歷史	7
二、台灣通訊技術演進	7
第二節 手機使用	7
一、如何避免手機故障	7
二、正確的使用手機及保養	7
第三節 手機選購	8
一、汰換手機的時機	8
二、挑選適合的手機	8
第參章 研究方法與步驟	10
第一節 研究流程	10
第二節 SWOT 分析	10
第三節 研究調查法	11
一、文獻研究法	11
二、問卷調查法	11
第肆章 資料結果分析	13

第一節 問卷分析	13
一、研究範圍及問卷發放	13
二、樣本結構分析	13
第五章 結論與建議	23
第一節 消費者基本資料	23
一、消費者基本資料	23
二、消費者偏好	24
第二節 研究建議	24
參考文獻	25
【附錄】	26
【附錄一 專題執行計畫表】	27
【附錄二 專題工作分配表】	29
【附錄三 GANTT 圖】	30
【附錄四 開發工具清單】	31
【附錄五 需求訪談計畫表】	32
【附錄六 需求訪談紀錄表】	33
【附錄七 使用個案圖】	34
【附錄八 藍圖】	35
【附錄九 資料詞彙】	38
【附錄十 活動圖】	39
【附錄十一 類別圖】	40
【附錄十二 使用者操作手冊】	41
【附錄十三 測試相關計畫】	42
【附錄十四 專案結案報告】	46
【附錄十五 會議記錄】	47
【附錄十六 問卷】	53

圖目錄

3-1 研究流程圖	10
3-2 SOWT 分析	11
3-3 Google 問卷建立	12
4-1 性別	13
4-2 年齡	13
4-3 學歷	14
4-4 職業	14
4-5 月收入	14
4-6 目前使用手機廠牌	15
4-7 您購買智慧型手機時，您會透過何種管道購買？	15
4-8 請問您平均多久換一次手機？	15
4-9 您偏好使用哪一個智慧型手機系統	16
4-10 目前使用手機每天平均上網的時間大約幾小時？	16
4-11 平常智慧型手機使用之用途	16
4-12 我在購買手機之前會先了解市場行情和相關資訊	17
4-13 我在購買智慧型手機之前會先蒐集相關資訊	17
4-14 我在購買手機之前會先詢問他人意見	17
4-15 我認為目前使用的手機符合我的需求、便利我的生活	18
4-16 我在購買手機之前會到門市試用產品	18
4-17 我認為「價格」是我購買手機的主要考慮因素	18
4-18 我認為「功能」是我購買手機的主要考慮因素	19
4-19 我認為「品質」是我購買手機的主要考慮因素	19
4-20 我認為「售後服務」是我購買手機的主要考慮因素	19
4-21 我認為「產品週邊商品多寡」是我購買手機的主要考慮因素	20
4-22 手機「效能」的滿意程度	20
4-23 手機「品質」的滿意程度	20
4-24 手機「品牌」的滿意程度	21
4-25 手機「售後服務」的滿意程度	21
4-26 手機「作業系統」的滿意程度	21
4-27 蝦皮商城的銷售紀錄及合作廠商出貨紀錄	22

第壹章 緒論

隨著時代的變遷與科技不斷的進步，使人們的社會文化向前邁進一大步，而科技進步的產物之一，其中一項就是手機，它引領我們通往更便利的生活。現今社會上不分男女老少，人手一支手機已是十分普遍的現象。而手機的作用已不單單只是用來通話，現代的手機除了人與人之間的聯繫外，更添加許多功能，例如：網際網路連線、音樂播放、拍照錄影、媒體廣告、即時視訊通話、GPS定位、地點導航等，手機已成為我們生活中的一部分，而本研究將針對消費者於手機品牌、功能喜好、使用滿意度等方面進行調查，以利於探討出標新立異的行銷方式。

第一節 研究背景及動機

隨著時代的進步與科技的發達及經濟的繁榮，無論走在街上、公車上，甚至校園內，皆人手一隻手機，使用手機的年齡層不斷的降低，我們幾乎每天都不離手的手機，也從過去的按鍵式手機進階成現在的觸控式智慧型手機。按鍵式手機早已讓人與人之間的聯繫變得更方便，而現今的智慧型手機更多了許多功能，不僅聯絡更方便外，還可以上網，甚至能遠距離視訊通話，讓每個人都愛不釋手。

最初的智慧型手機功能並不多，而且還有鍵盤，透過功能多樣化的裝置設計，現在手機功能多了音樂媒體播放器、相機、手電筒...等，最值得一提是還有 GPS 導航定位和天氣預報。智慧型機體實現次世代高速資料存取，雲端存取等用途，智慧型手機徹底成為了電子市場主流硬體。自從具備連網能力後，短短幾年內大幅提升了手機的實用性，轉變成以網路行動端點為核心的通訊工具。

近幾年來，智慧型手機的銷量已經超過了市場上的其他手機。2012 年的一項調查，德國、法國、義大利、西班牙和英國五個國家的行動網際網路使用者總數達到了 2.41 億，其中有 57% 的使用者使用智慧型手機，消費者轉向智慧型手機的趨勢已非常明顯，在 2012 年底上述五國消費者所購買的手機中，智慧型手機均占 75%。在中國，智慧型手機的銷量於 2012 年第二季度超過半數。臺灣使用智慧型手機的人口於 2016 年時已佔 73.4%，居全世界前段（維基百科）。

第二節 研究目的

本研究的研究目的如下：

1. 研究消費者購買手機的意願
2. 研究消費者對使用手機的了解
3. 研究消費者對使用手機的感受

第三節 研究問題

現今網路平台相當多元化，我們預計使用"跨平台資訊"來販賣手機，要如何在同業競爭中脫穎而出呢？

現在網路詐騙手法非常多，利用網路行銷販售 3C 產品，不僅買家擔心受騙，就連賣家也擔心顧客跑單，有哪些問題需要我們解決與預防呢？

以下是研究消費者購物時，所顧慮的問題：

1. 賣方信用問題
2. 產品品質問題
3. 售後服務問題

4. 物流問題
5. 比較價格與優惠
6. 參考評價

以下是研究我方販賣時，所碰到的問題：

1. 課稅問題
2. 會員管理
3. 合作物流
4. 申請退換貨
5. 帳戶管理
6. 如何以低價成本賣出高售價
7. 新廠商如何增加曝光率
8. 如何增加顧客瀏覽次數
9. 如何防範消費者跑單

第四節 解決方法

我們將針對問題描述，探討解決方法。

以下是研究以消費者購物時，賣家的解決方法：

1. 賣方信用問題：管理評價與系統，並聲明法律效力
2. 產品品質問題：會請品管人員再三檢測外觀、系統無誤
3. 售後服務問題：保固卡、維修借機、上門收機)
4. 物流問題：與大牌物流固定合作，讓消費者能方便取貨
5. 比較價格與優惠：查看市場售價擬定價格與優惠
6. 參考評價：將品質與服務做到讓老顧客滿意

以下是研究我方販賣時的解決之道：

1. 課稅問題：透過 FB 私密社團經營，仍有稅務問題，此部分會和店家同步配合。因目前二手盤商仍有些爭議需考量，如：二手機單價不同、損壞程度、機況等我們無從而知，容易造成消費糾紛，所以不考慮二手販賣，主要以新品為主。
2. 會員管理：將會設計一套顧客管理系統程式
3. 合作物流：與黑貓宅急便、郵局、超商等合作
4. 申請退換貨：將使用顧客管理系統做退換貨紀錄
5. 帳戶管理：讓消費者設定私人銀行/郵局帳號並同步更新
6. 以低價成本賣出高售價：查看市場售價擬定價格
7. 新廠商增加曝光率：加成員、FB 廣告、載貼圖傳活動、業配文
8. 增加顧客瀏覽次數：定期辦活動、與顧客互動、關鍵字
9. 防範消費者跑單：提供超商貨到付款、郵局匯款，簡訊驗證、信用卡公司確認、建立黑名單

第五節 研究限制

本研究限制如下：

一、受訪對象

汰舊換新之換購時間影響因素既多且廣，不同消費族群影響汰舊換新的速度。本研究的主要調查範圍有性別、年齡、學歷、職業、月收入。

二、性別因素

本專題總共收回 455 份網路問卷，男性填答者共占了 47.1%，女性則占了 52.9%，由於填寫問卷者女性之比例比男性高出 5.8%，因此女性的分析結果為主要參考依據。

三、年齡問題

此問卷所佔最多年齡為 21 至 25 歲有 37.6%，第二多的是 20 歲含以下有 24.2%，則填寫表單的民眾基本上都是以年輕人為主。

四、月收入問題

月收入 22000 以下的消費者占了 43.4%，22001-35000 占了 27.8%，而 35001-50000 占了 13.1%，最後有 15.6% 的月收入在 50000 以上，從以上數據可得知，收入越多者使用複雜化且高品質的手機就會提高許多，甚至因工作需要，得購入兩隻手機，一隻國內使用、一隻國外使用等等。

五、個人隱私問題

隨著科技的發展與隱私權保護政策的興起，現代人對於個資保護更為注重，為了使消費者能安心選購商品，我們創立了 FB 私密社團經營客源，不會使討論的內容公開化，只有社團內的其他顧客可看到留言處之內容，此做法確實的保障了消費者個資和談話隱私，少數顧客則會直接私訊經營者以便更快得知所需之資訊。而目前我們和廠商合作的網站部分，是以會員機制進行管理，會員資料將會匯集到廠商手上，而不經由中間人，可讓顧客在消費時排除個人資料外洩的疑慮。

六、網路平台受限

「網路交易」(即電子商務)是一種新興的銷售(交易)型態，網路賣家每個月在網站銷售額超過 8 萬元(銷售勞務者為 4 萬元)，就必須立即向國稅局辦理稅籍登記並報繳稅款，以免因被檢舉或被查獲而受到懲罰，以上是依我國的「網路交易課徵營業稅及所得稅規範」本項原則所訂定。

本專題所使用的蝦皮賣場也有設限電信管制射頻器材，賣方刊登此類商品時應遵守《電信法》之規定，此類商品須通過無線射頻型式認證檢驗合格，且應在商品說明中提供商品的型式認證編號，或於商品圖片中揭露明確可資辨識之型式認證編號。

七、瞭解客戶需求

透過網路平台銷售商品，需先了解客戶需要什麼？什麼樣的銷售方式客戶會想要購買並優先選擇？現今有許多賣家都在網路上建立銷售平台，客戶也多了更多的選擇，在客戶貨比三家時，最先比較的當然是價格，越便宜越能增加客戶想要購買的意願，產品的保固及售後服務，為賣家給予顧客的信任度和即時度，以購買產品贈送保護貼、汰舊換新折價、在特定節日購買享優惠等活動，都能吸引客戶購買需求。

第貳章 文獻回顧與探討

本章共分成三節。第一節描述手機的歷史，第二節說明手機使用知識，第三節列舉手機選購的方法。

第一節 手機歷史

手機通訊的發展真的是日新月異，已經變成小型的移動電腦了。手機的款式、大小、牌子、功能也多了非常多的選擇，現代人根本無法想像沒有手機的生活。本研究針對世界通訊發展歷史，以及台灣通訊技術演進做文獻探討。

一、世界通訊發展歷史

美國於 40 年前，發明了全球第一隻手機「黑金剛」的人，叫做馬丁庫柏。由摩托羅拉生產出類比式行動電話，天線的長度約 10 公分，寬 1.2 公分，軟質橡膠材質，可拆。機身部分為長方形，含電池的重量大概是 1 公斤。

二、台灣通訊技術演進

為了滿足消費者需求和生活便利性，台灣通訊技術演進主要分為四個階段：從 60 年代的 B.B Call，70 年代的黑金剛，80 年代的海豚機，至 90 年代的智慧型手機。由最早的第一代 AMPS – 蜂巢式類比通訊手機(1G)，第二代 GSM – 數位無線蜂巢式網路(2G)，第二點五代 GPRS – 封包交換技術(2.5G)，第三代 WCDMA – 寬頻行動無線網路通訊技術(3G)。而隨著時代的創新求變，手機世代進步很快，系統隨時都在更新，通訊技術已成長到第四代行動電話(4G)。在科技轉換時，最明顯的差異是 2G 轉為 3G。2G 手機可傳送圖片、檔案和上網瀏覽等，3G 手機則主打影像即時通訊，也就是隨時可以看到對方和所在位置（蘇俊吉，2015）。

第二節 手機使用

一、如何避免手機故障

雖然科技進步迅速，有些機種也推出了防水功能，但大多數的手機都主打高規格、高效能等，卻沒有防水，因此碰到水時就容易出現問題。當手機進水時，要如何減輕手機毀損呢？若是正在充電的手機，一定要馬上阻斷通電；則電量不足的手機，請不要急著增加電量，因為機內有水，通電後造成的損壞無法估計，因此不建議做任何動作，請迅速去門市進行維修、送回原廠即可。而有些故障，是使用者不夠了解手機操作方式，例如：聽不到對方的聲音就以為手機壞了，實際上可能只是把聽筒的聲音關掉了等等。

二、正確的使用手機及保養

現代科技進步迅速，手機款式已從過去的按鍵式手機到現在的觸控型手機，續航力也從過去的更換電池到現在以充電式的方法增加電量。現今手機就像小型電腦一樣，可隨身攜帶且能處理複雜化的相關事宜。但當發現使用手機時有緩慢或當機現象，可如同電腦重開機一樣的重開手機，讓它的作業系統能夠更新且達到呼吸效果。此外，並不建議長時間過度充電或使用手機，會造成電池過充過放而縮短壽命。而為了防止手機摔傷或髒汙沉澱，可以使用手機殼做保護，減少外

殼的磨損，螢幕部分能使用酒精、透明膠、專門清潔 3C 螢幕等保養方式維護手機。

建議沒有熟悉使用密碼時，不隨便設置密碼，有些密碼連維修員或工程師都不一定解得開，這是一個很重要的觀念。此外，得加載防毒軟體保護手機，因智慧型手機若沒有受到保護，很容易遭網頁病毒進入程式碼擾亂，使手機速度變慢，最嚴重的可能會造成資料外洩，所以加載防毒軟體，能避免手機突然不能使用，或資料被有心人士給利用！

第三節 手機選購

因應手機系統、應用程式不斷更新進步，在挑選新手機時，要仔細閱讀手機規格，如有不懂之處可以從電信業者的解說進而瞭解自我需求，也可在購買前自行上網蒐集各品牌的相關功能和評價，再去抉擇適合自己的智慧型手機。

一、汰換手機的時機

一般民眾可能會遇到手機摔壞、螢幕破裂、過熱當機、進水、聽筒有雜音等問題，評估維修費後，最後會選擇汰舊換新比較划算，也有部分消費者的手機沒有毀損，只為了追求流行跟上新潮而換手機。不管是買手機或是買任何產品，人人都希望用便宜的價格買到最好的產品。因為 3C 產品汰舊換新速度快的特性，只要挑對購買的時機點，就可以用比較實惠的價格買到滿意的商品，而購買手機的良機如下：

1. 價格超甜優惠價

買手機最重要的因素仍是價格，除了 iPhone 之外，只要有新款機型上市，大多廠牌舊款手機將進入了價格下降的區間，就連電信業者資費方案，也會附贈品，想要入手智能旗艦手機的消費者，現在入手比先前要划算許多。旗艦手機不是在價格上做調整，要不然就是大打贈品戰！

2. 新機效能提高

許多人會在第一時間購買旗艦手機的緣故就是為了效能提升。只要新款手機在處理上提高效能，就能吸引到民眾喜愛跟進新潮的心，也不會有買到過季機種的疑慮！

3. 機型外觀及螢幕解析度

智慧型手機除了效能之外，包括螢幕、相機、儲存空間等週邊規格也是許多人看重的地方，而更高等級的螢幕解析度與大螢幕，基本上都可以滿足常玩遊戲、追劇、攝影夜拍等多樣化需求的顧客。

4. 相機部分期望的新規格

現今社會已很少見到攜帶相機的民眾，大多都以手機來拍照，不僅攜帶方便，各款手機的相機功能也不斷的提升，從一般鏡頭到雙鏡頭，還有廣角及自動調節的光圈等，只要相機功能進步再進步，就足以吸引到特定偏好的顧客。

5. 儲存容量已不是問題

目前智慧型手機面臨到的兩大瓶頸就是電池跟儲存空間不足。電池方面較難以掌控，因個人使用用途而異，而現在儲存容量已相當驚人，不但可以擴充記憶卡且達到 256GB 等級，基本上只要有足夠的預算，要提升手機儲存空間不是問題。

二、挑選適合的手機

現今社會智慧型手機百百款，要如何挑選適合自己的智慧型手機？隨著各種低、中、高階手機如雨後春筍般不斷推出，讓許多人難以挑選出符合自己需求的

品牌手機。以下列出簡單的篩選方式，以協助挑選適合自己的機款。

1. 抓預算：先抓預算範圍，把價格太高的產品剔除

雖然鎖定高階旗艦機種的用戶，通常不會有太強烈的預算限制。但時機不好時，能花小錢買到高品質產品，誰不願意多花時間做評估呢。一般來說，高階手機的新機售價通常介於 17,000 元到 23,000 元之間，但也不乏定價逼近 3 萬元的產品（例如高容量的規格），因此在挑選高階手機時，第一步還是得評估自己的預算有多少。

2. 挑功能：問自己需要什麼？並將較符合需求的產品列入考慮。

根據 Lin(2012)分析，當消費者被提供產品功利性和享樂功能的組合時，他們將感知到較高的知覺性能和較低的知覺可用性，並將較符合需求的產品列入考慮。挑選手機功能時，一般常見的重點功能包括：尺寸、相機、防水、使用方式、品牌、機身材質、支援 4G LTE，或其他特殊功能等。可以從中挑出兩、三個最看重的必備條件後，再看看於第一步挑選出的產品中，將「具備這些重要條件」的產品過濾出來。

3. 挑缺點：參考評價文章，挑選絕不能接受的缺點。

「挑缺點」和前一步「挑功能」相反，我們必須參考產品的評測文章，將不同產品的缺點列出，並依照重要度排出順序。沒有一樣產品是十全十美的，想要選擇出適合自己的手機，就得找出一些無法接受的缺點，才能從考慮的機種內，捨去不需要的，留下最符合的。若產品的缺點為「雖不滿意，但還可以接受」，則可以選擇保留。

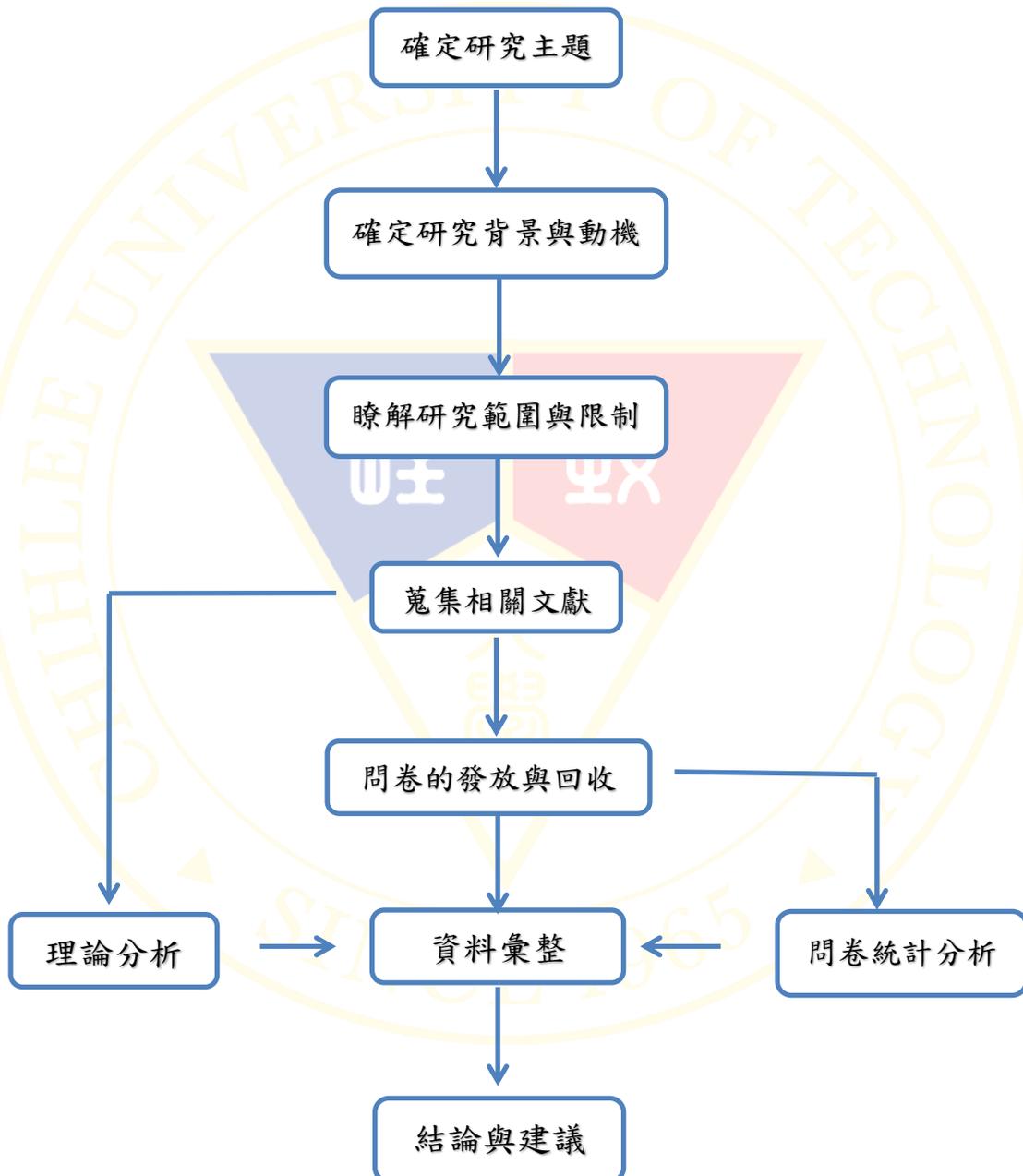
4. 挑外型：篩選到最後仍有好幾款覺得不錯，那只能從外型做挑選。

功能方面挑選完，若還是沒有定論，那外觀還可列入考量。挑選一眼望去能馬上抓住你目光的，當下不買，離開後又讓人念念不忘的，最後只能掃視過濾後的產品，購買外觀最吸引目光且久看不膩的那款，畢竟同期出產的手機，除了品牌和功能不相同外，規格都是差不多的。

第參章 研究方法與步驟

第一節 研究流程

3-1 研究流程圖



第二節 SWOT 分析

S-(Strengths)	W-(Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none">● 使用網路商店無需開店成本，風險較小。● 消費者一天 24 小時皆可隨時觀看網路商店之商品。● 不受天氣影響。	<ul style="list-style-type: none">● 不容易取得眾人的信賴與口碑。● 無法隨意替換貨，消費者容易產生不安全感。● 難以打響知名度。
O-(Opportunities)	T-(Threats)
<ul style="list-style-type: none">● 目前網路商店盛行，網站購物已成為消費者購物選項之一。● 沒有區域問題。● 潛在客戶多。	<ul style="list-style-type: none">● 開設網路商店競爭者多。● 網路商店之產品價格容易因競爭者的價格而產生浮動。

3-2 SOWT 分析

第三節 研究調查法

一、文獻研究法

文獻研究法主要指蒐集、鑑別、整理文獻，並通過對文獻的研究形成對事實的科學認識的方法。蒐集研究文獻的主要渠道有：圖書館、檔案館、博物館、社會、個人交往和計算機互聯網（Internet）。文獻調查是在前人和他人勞動成果基礎上進行的調查，是獲取知識的捷徑（華人百科）。

二、問卷調查法

問卷調查是以書面提出問題的方式搜集資料的一種研究方法。研究者將所要研究的問題編製成問題表格，以郵寄方式、當面作答或者網路發放方式填答，從而瞭解被視為某一現象問題之看法與意見（薛育青）。本研究透過 Google 表單設計問卷，網路發放與回收問卷，再根據回收的問卷結果進行統計與探討。

填寫問卷網址如下：

https://docs.google.com/forms/d/1J6r5CFILSm5Uc_oRqPNIDUanjtY3bcD3FihA-3RAFLw/viewform?edit_requested=true

畢業專題 手機喜好度問卷

親愛的受訪者您好：
我是政理科技大學管理與資訊系的學生，感謝您在百忙之中抽空填寫本問卷。這是一份有關「智慧型手機」的學術問卷，為了了解市面上使用智慧型手機偏好調查，探討社會大眾智慧型手機使用之偏好，目的希望取得使用者對於智慧型手機的想法。本問卷採匿名方式，所有資料僅作為學術性研究之用途，所有資料絕不對外公開，請您安心填寫。您的寶貴意見對本研究有極大幫助，感謝您的填寫。

性別

男

女

年齡

20歲(含以下)

21~25歲

25~30歲

3-3 Google 問卷建立

第肆章 資料結果分析

第一節 問卷分析

一、研究範圍及問卷發放

本研究以探討有關消費者對於手機使用的喜好度為主。使用前的喜好需求以及使用後的實際感受。故，問卷主要探討消費者的偏好行為。問卷發放時間為 2017 年 12 月 01 日至 2019 年 02 月 01 日止，由 Google 表單發放，共收回了 455 份有效問卷。

二、樣本結構分析

依圖 4-1 可知，在本問卷中，女性填答者比男性多，男性共有 214 位，女性共 240 位，女性共占全部樣本之 52.9%。由圖 4-2 可知年齡分布方面，21-25 歲間填答者共有 169 人為最多，而 50 歲以上只有 45 人為最少，由此可知樣本中以 21-25 歲占大多數，占全部百分比之 37.6%。依教育程度來區分，大學(專)佔百分比 63.5%，如圖 4-3 所示。由圖 4-4 顯示，本研究填答者以學生為最多。月收入分佈方面，由圖 4-5 可知，每月可支配所得 22000 元之填答者，佔百分比 43.4% 為最多。

性別

454 則回應

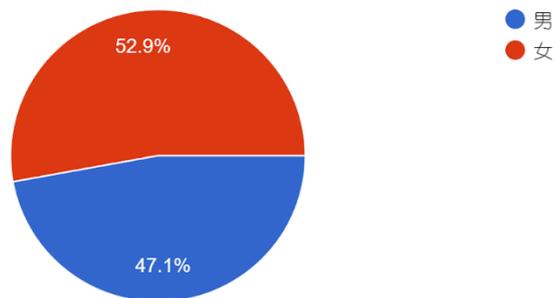


圖 4-1 性別

年齡

450 則回應

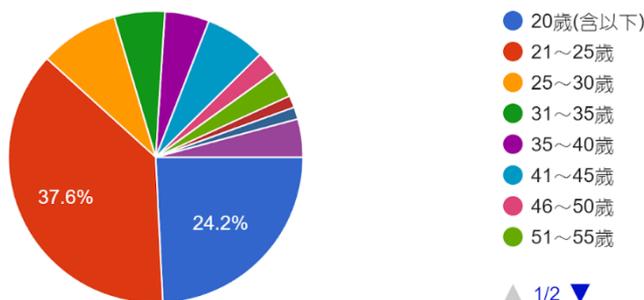


圖 4-2 年齡

學歷
446 則回應

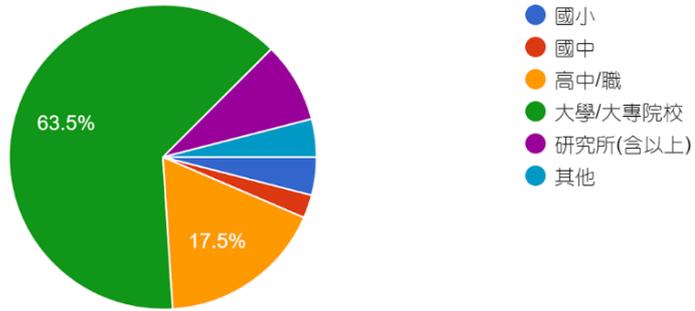


圖 4-3 學歷

職業
449 則回應

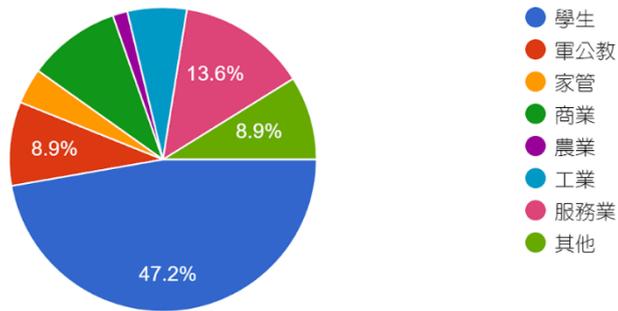


圖 4-4 職業

月收入
442 則回應

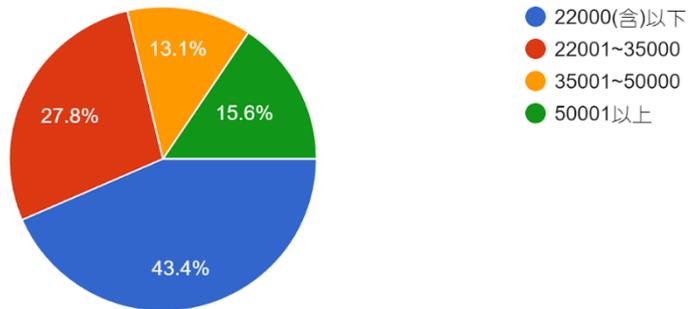


圖 4-5 月收入

問卷調查第二部分是要了解消費者之智慧型手機選用偏好、手機使用用途、購買手機前備工作、選購智慧型手機的主要考量因素、及對使用智慧型手機的滿意程度。依以下之圓餅圖可知，在問卷中，如消費者需更換手機時，都會依自己習慣使用的品牌以及該手機的價格、品質、性能，來當作第一優先。

目前使用手機廠牌

452 則回應

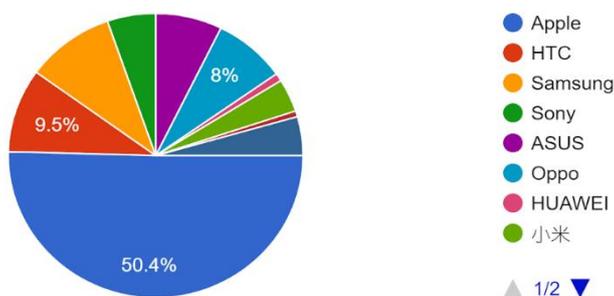


圖 4-6 目前使用的手機廠牌

您購買智慧型手機時，您會透過何種管道購買？

448 則回應

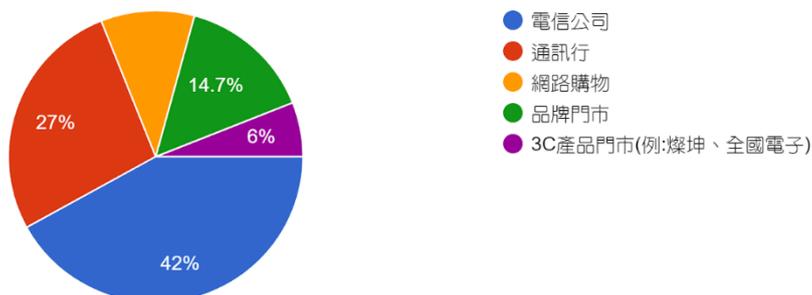


圖 4-7 您購買智慧型手機時，您會透過何種管道購買？

請問您平均多久換一次手機？

450 則回應

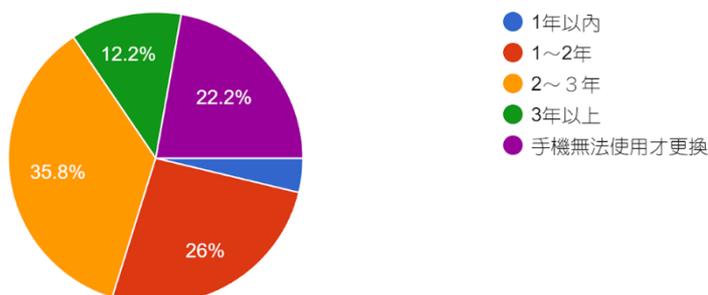


圖 4-8 請問您平均多久換一次手機？

6. 目前使用手機廠牌計數

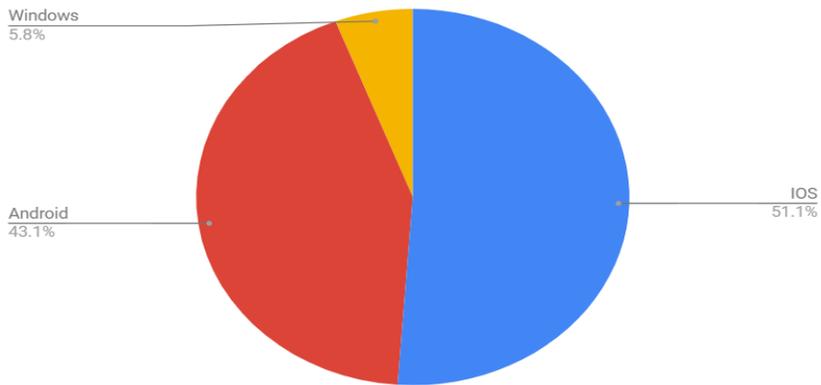


圖 4-9 您偏好使用哪一個智慧型手機系統？

目前使用手機每天平均上網的時間大約幾小時：

447 則回應

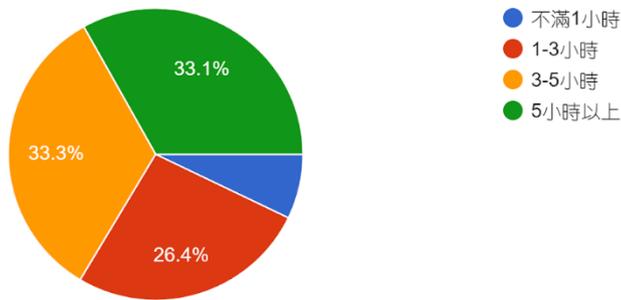


圖 4-10 目前使用手機每天平均上網的時間大約幾小時？

平常使用智慧型手機之用途 (可複選)

450 則回應

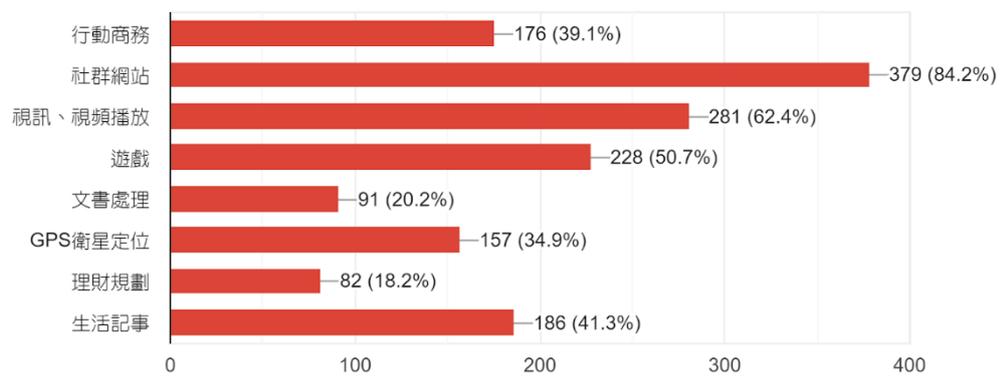


圖 4-11 平常智慧型手機使用之用途

我在購買智慧型手機之前會先了解市場行情

453 則回應

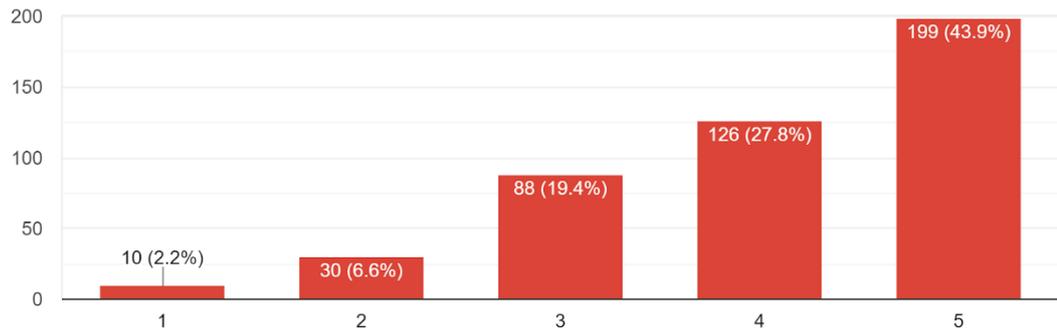


圖 4-12 我在購買手機之前會先了解市場行情和相關資訊

我在購買智慧型手機之前會先蒐集相關資訊

453 則回應

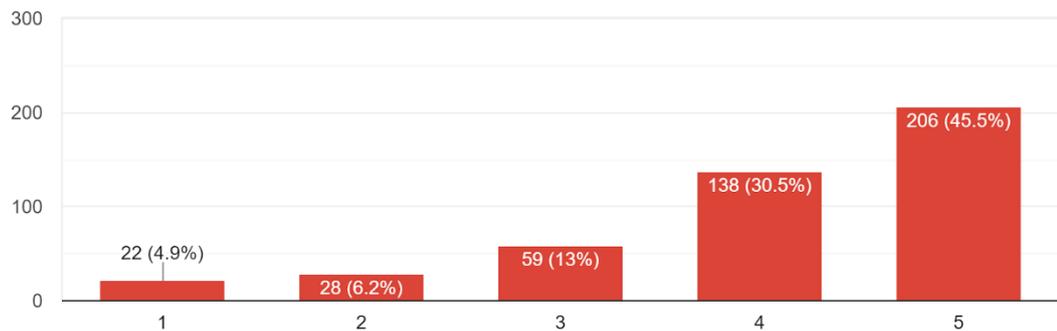


圖 4-13 我在購買智慧型手機之前會先蒐集相關資訊

我在購買智慧型手機之前會先詢問他人意見

451 則回應

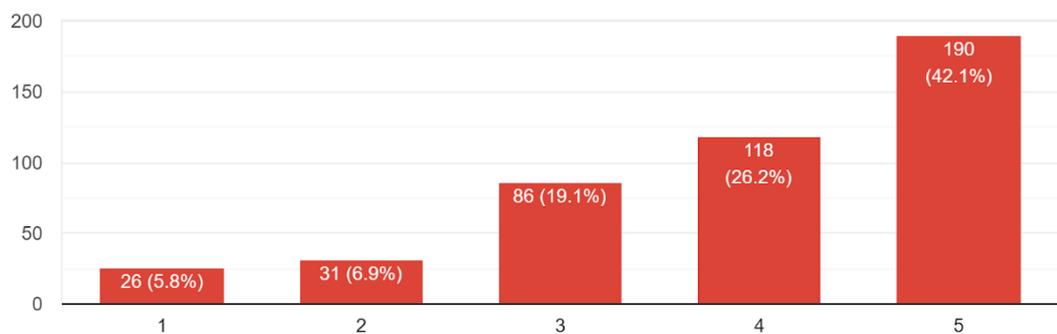


圖 4-14 我在購買手機之前會先詢問他人意見

我認為目前所使用的智慧型手機便利我的生活、符合我的需求

449 則回應

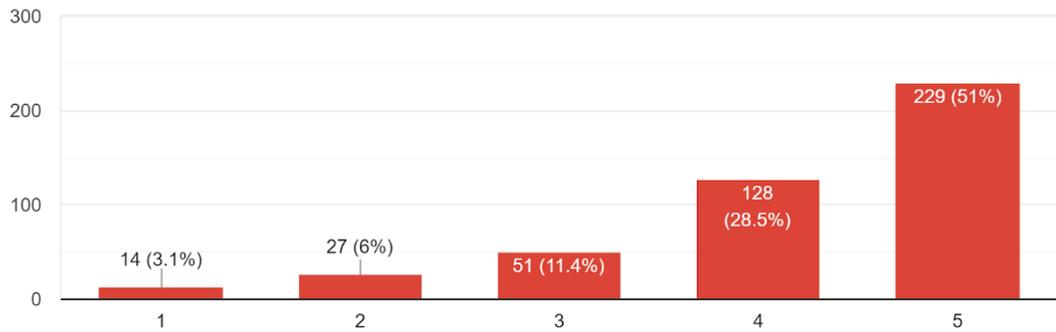


圖 4-15 我認為目前使用的手機符合我的需求、便利我的生活

我在購買智慧型手機之前會到門市試用產品

448 則回應

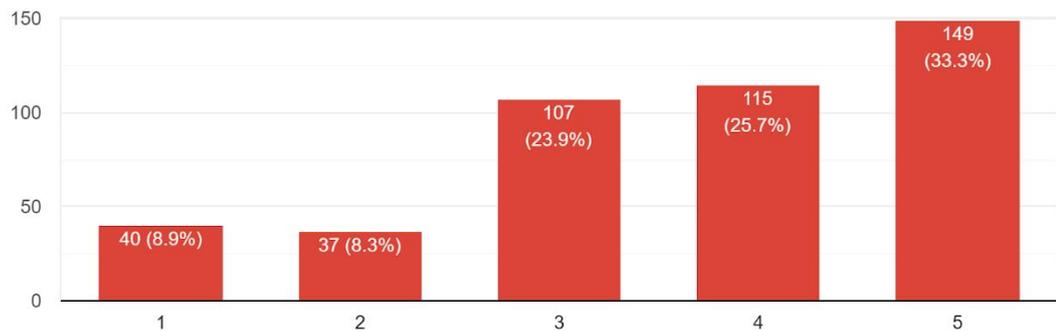


圖 4-16 我在購買手機之前會到門市試用產品

我認為[價格]是我購買手機的主要考慮因素

449 則回應

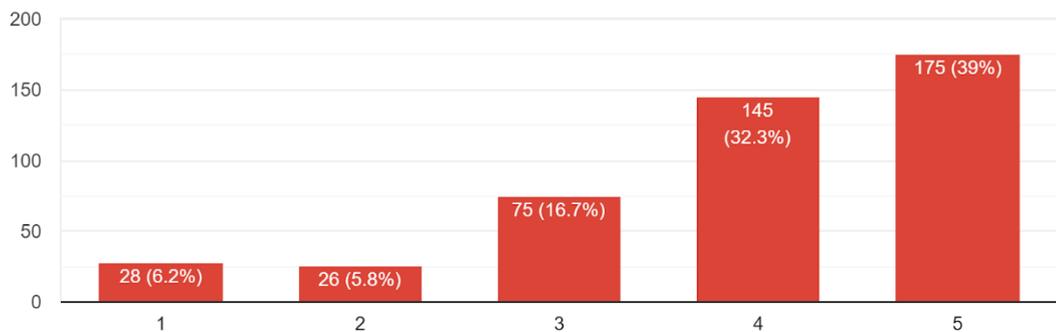


圖 4-17 我認為「價格」是我購買手機的主要考慮因素

我認為[功能]是我購買手機的考慮因素

449 則回應

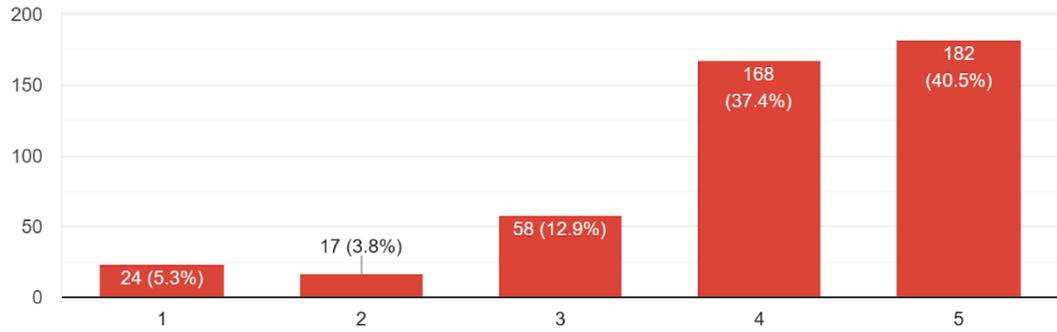


圖 4-18 我認為「功能」是我購買手機的主要考慮因素

我認為[品質]是我購買手機的考慮因素

450 則回應

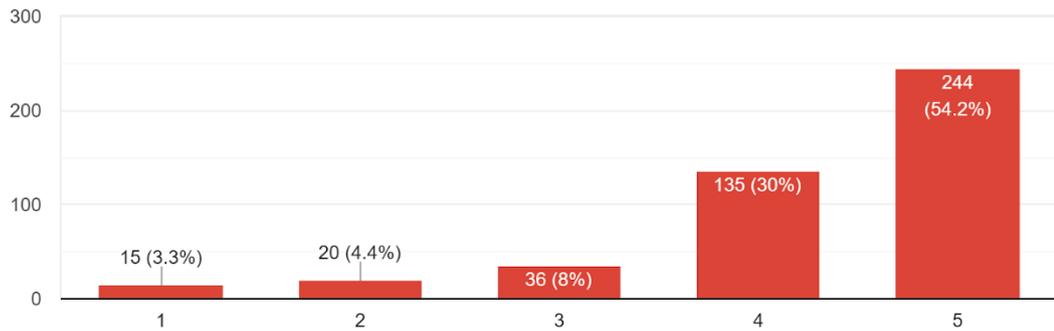


圖 4-19 我認為「品質」是我購買手機的主要考慮因素

我認為[售後服務]是我購買手機的考慮因素

447 則回應

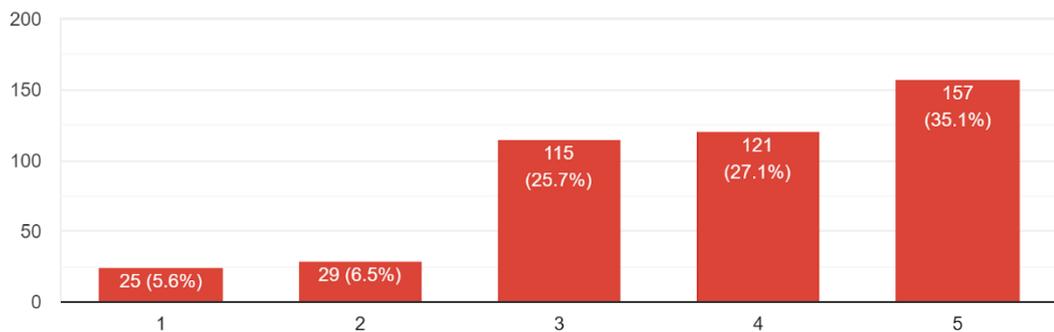


圖 4-20 我認為「售後服務」是我購買手機的主要考慮因素

我認為[產品周邊商品多寡]是我購買手機的考慮因素

447 則回應

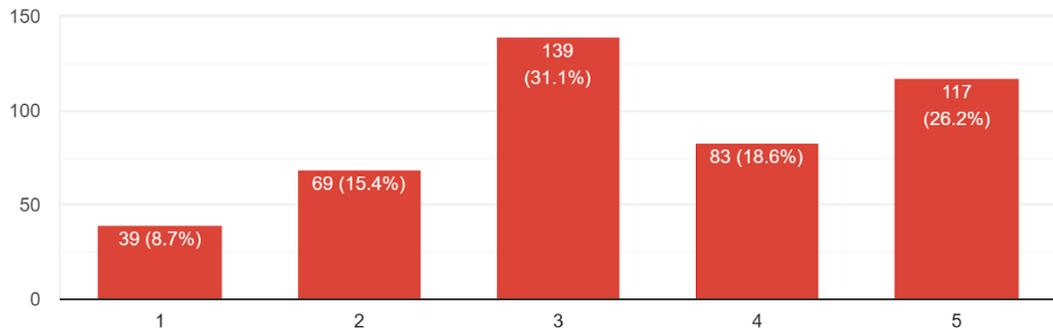


圖 4-21 我認為「產品週邊商品多寡」是我購買手機的主要考慮因素

手機"效能"的滿意程度

453 則回應

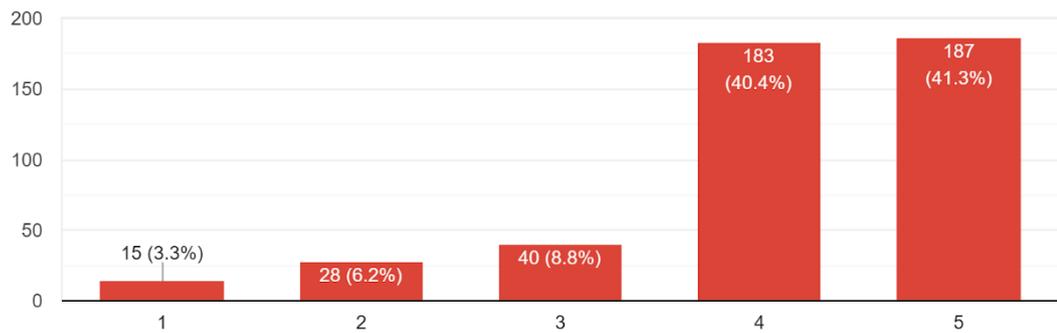


圖 4-22 手機「效能」的滿意程度

手機"品質"的滿意程度

451 則回應

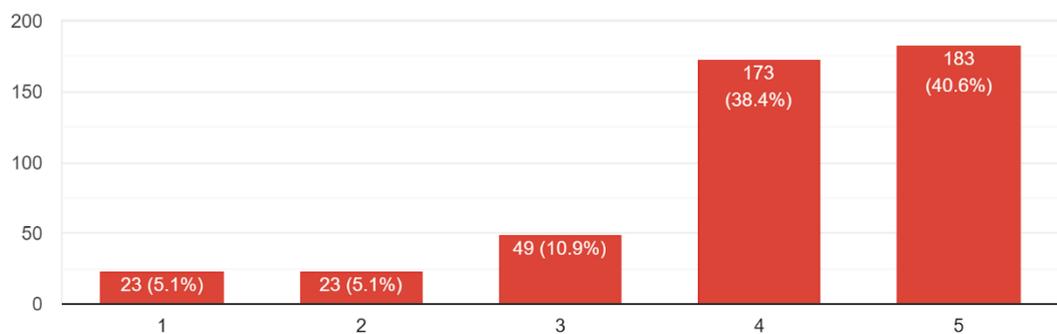


圖 4-23 手機「品質」的滿意程度

手機"品牌"的滿意程度

451 則回應

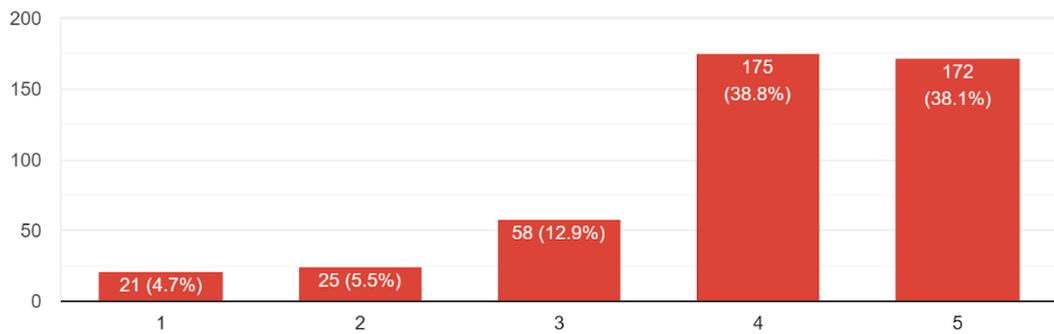


圖 4-24 手機「品牌」的滿意程度

手機"售後服務"的滿意程度

452 則回應

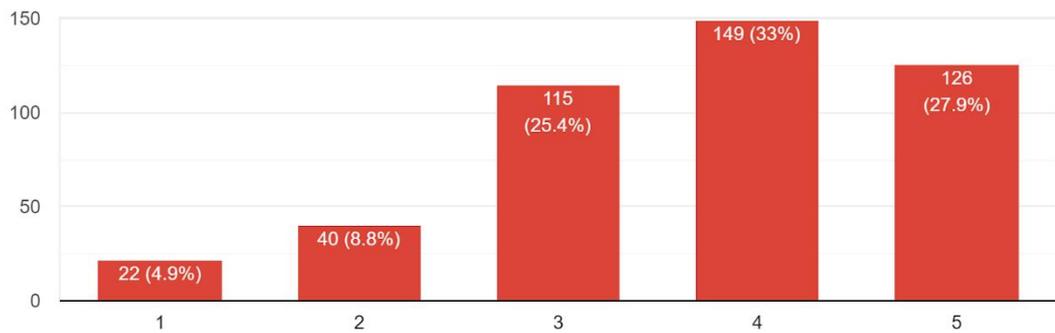


圖 4-25 手機「售後服務」的滿意程度

手機"作業系統"的滿意程度

451 則回應

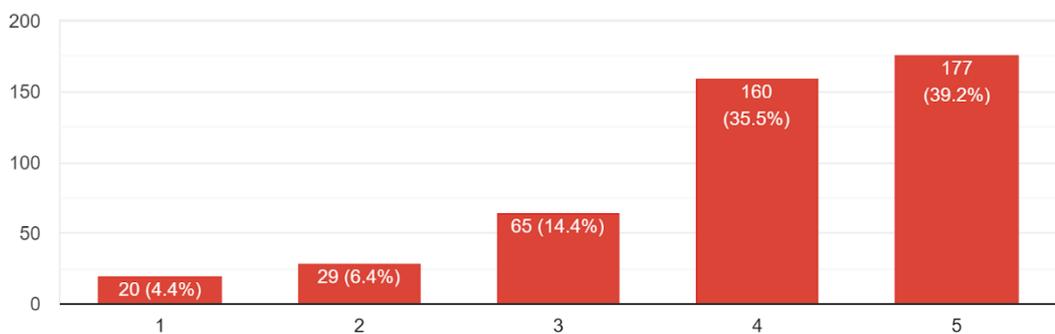


圖 4-26 手機「作業系統」的滿意程度

第二節 蝦皮商城交易紀錄

本專題主要是透過 Facebook 所建立的不公開社團，讓消費者得知我們所販賣的商品，且透過 Facebook 私訊聊天室的方式，了解消費者需要購買的手機品牌和型號，也能讓消費者更了解我們的產品。與消費者確認無誤後，依照各個需求，傳送蝦皮賣場的連結網址給買家做下單動作，由於是高單價的產品，必須以「先匯款再出貨」的方式進行買賣，透過蝦皮網路商城的平台，構成賣家及蝦皮商城之間的權利義務關係契約，以第三人的方式來保障買家及賣家的消費權益。

The image displays two screenshots from a mobile application, likely '蝦皮' (Pinduoduo), showing sales and shipping records. The top screenshot shows an order for an ASUS ZB501KL smartphone, with a total amount of \$2,650. The bottom screenshot shows an order for an iPhone 8+, with a total amount of \$25,750. Both screenshots include a '我的銷售' (My Sales) header and navigation tabs for '未付款' (Not Paid), '待出貨' (Pending Shipment), '運送中' (In Transit), '已完成' (Completed), and '取消' (Cancel). The shipping documents are printed on white paper with blue and red text, detailing the order information, including the store name, address, phone number, and the specific items and their prices.

Order 1: ASUS ZB501KL

商品編號	型號	單價	數量	總金額
ZB501KL 2+16 Blue	ASUS ZF LIVE 5+2+16 冰湖藍	2,650	1	2,650
AAAI2	贈品不更換 IPX 鋼化保護貼	0	1	0
			總數量: 2	總金額: 2,650.00

Order 2: iPhone 8+

商品編號	型號	單價	數量	總金額
IP8+64G-601d	APPLE 大8-64G(6.5)	25,800	1	25,800
			總數量: 1	總金額: 25,800.00

圖 4-27 蝦皮商城的銷售紀錄及合作廠商出貨紀錄

第五章 結論與建議

人一天中平均有6個小時以上在使用手機，所以手機本身的效能、品質、價格，可是會左右消費者更換手機的速度。由於現代科技的發達，手機已經與我們的日常生活息息相關，因此各大手機品牌一直在推出陳新，不論是拍照功能、電池續航力、手機的效能品質、當然售後服務與價格都是消費者列為參考的範圍之一。因此了解消費者對於手機的喜好，不僅可以大幅提高購買率，也能理解消費者的想法進而提出較佳的行銷手法。

本專題主要是透過問卷調查來研究消費者對於市面上各大手機品牌的喜好與較重視哪些手機功能，以及在網路上購買手機的意願程度高與否。由於在現代發達的科技社會，以達「網路無國界」的境界，所以網路購物方便且花費時間又少，已成為現代人很常見的購物方式。但並不是消費者都會願意到網路平台上購買每樣東西，畢竟網路購物也存在著風險，包括實際商品與網路上架的商品圖片不符、賣方信用問題、產品品質問題以及如何退換貨問題等風險。

藉由第肆章資料分析之結果，可整合歸納出多項結論，本章將逐一詳細說明。此外，本章亦根據研究結果，進一步解析消費者對於在網路上購買手機的意願以及手機功能偏好考量。最後，將指出本研究貢獻之所在，並給予後續研究者相關建議。

第一節 消費者基本資料

藉由第四章之問卷資料分析結果，可導出本研究之結論，並給予網路商店經營者相關建議，以下分為消費者基本資料及消費者喜好兩方面之說明。

一、消費者基本資料

經由對消費者基本資料之描述，可以歸納出人口統計變數之結論與建議，茲分述如下。在人口統計變數方面，包含性別、年齡、教育程度及每月可支配所得等四點：

1. 性別

在本研究所回收之有效樣本中，女性填答者所佔比例為52.9%，比起男性47.1%多了一點。顯示出在網際網路如此發達的現代，女性在電子商務環境中消費總人口可能遠超過男性。因此，網路商店經營者必須在商品內容、網站介面、行銷活動等各環節中，多從女性角度出發，以迎合主要消費群，進而達到營收成長之目的。

2. 年齡

以年齡來看，21至25歲之消費者為最多數，佔37.6%，其次則是20歲以下，佔24.2%。顯示出大多會透過網路商店購買、更換手機之消費者，均為年紀較輕的族群。由此可見，網站經營者應將行銷活動之目標，設定在這些年齡層輕的消費群，以增加交易達成率。

3. 教育程度

在教育程度方面，以大學/大專院校程度之消費者居多，佔63.5%。顯示出網路商店消費者大多受過高等教育並擁有大學之教育程度。

4. 每月可支配所得

經問卷分析顯示，多數的消費者每月所支配的所得為22000含以下居多。

二、消費者偏好

經由對消費者喜好之描述，可以歸納出消費者較偏好使用何種方法購買手機、以及大多使用何種手機廠牌、作業系統等結論，茲分述如下。

1. 消費者偏好的購買方式

由第四章分析之問卷填答資料可知，消費者較多於電信公司購買手機，佔 42%，其次則是直接到通訊行購買，佔 27%。由此可見，許多人還是會直接到電信公司現場看實體，或是到較能談攏價格的通訊行購買手機。

2. 消費者偏好的手機廠牌

依問卷填答資料可知大多數的消費者對於手機的廠牌較偏好於「Apple」，佔 50.4%，次為「Samsung」佔 9.7%，和「HTC」佔 9.5%。

3. 消費者偏好的手機作業系統而言

大多數的消費者對於手機的作業系統較偏好「IOS」，佔 51%，次為「Android」，佔 43%。顯示大眾最愛用的作業系統較偏向「IOS」。

第二節 研究建議

在後續研究上，未來可依各方面繼續累積本領域之研究結果。茲分述如下。

1. 依不同購物平台個別進行研究與建議

由第四章之問卷調查結果可知，消費者所選擇的購物路徑大多數以「電信公司」為主要購物平台，佔 42%，「通訊行」為次要購物平台，佔 27%。顯示社群網站雖然在現代人的生活中已經是不可或缺一部分，但大多數的消費者，還是習慣到實體門市來進行消費，因此建議可在各大社群網站建立私密社團以及進行直播，來讓消費者了解網路買賣的透明化，吸引更多消費者，進而增加消費者的購買意願。

2. 依消費者更換手機的情況進行研究與建議

從問卷結果顯示，多數消費者大概「2至3年」就會更換手機，佔35.8%，次為「1至2年」，佔26%。故消費者平均使用2至3年就會更換手機。即使手機沒有功能性的損壞，但還是有部分消費者秉持著，手機受損到一定程度才做更換。但根據研究，手機如果使用到一定的程度，不論是電池容量或是手機面板，都會有所耗損。所以定期檢視自己手機的狀態，是相當重要的。

3. 消費者在網路上購買手機的意願進行研究及建議

由本問卷填答資料可知，大多數的消費者能接受在網路上購買手機者，只佔10.3%。到實體門市購買的消費者則是佔89.7%。比例差距較多，顯示出消費者對於在網路上購買手機的疑慮及不安全感比我們想像中高出許多，因此在網路上販賣手機的成功率較低，且要維持平均的收入也是相當困難的。

參考文獻

- 一、維基百科 (無日期), 智慧型手機。2018 年 8 月 1 日, 擷取自：
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%99%BA%E8%83%BD%E6%89%8B%E6%9C%BA>
- 二、蘇俊吉 (2015), 行動通信的演進歷程。科學發展, 513。2018 年 11 月 13 日, 擷取自：
<file:///C:/Users/User/Downloads/EJ0001-201509-000044.pdf>
- 三、Lin, Y. (2012). The effects of convergent products' functionalities on consumers' pre-purchase value assessment- an empirical study of smartphones. Unpublished master's thesis, National Cheng Kung University, Tainan, Taiwan.
- 四、華人百科(無日期), 文獻研究法民。2018 年 8 月 26 日, 擷取自：
https://www.itsfun.com.tw/%E6%96%87%E7%8D%BB%E7%A0%94%E7%A9%B6_%E6%B3%95/wiki-9335465-2247045
- 五、薛育青(無日期), 國小獨立研究常用的研究方法。2018 年 8 月 26 日, 擷取自：
<http://163.23.67.198/tjhswp/research/files/2013/08/%E5%95%8F%E5%8D%B7%E8%AA%BF%E6%9F%A5%E6%B3%95.pdf>





畢業專題 系統操作手冊

【放置附錄】

【附錄一 專題執行計畫表】

組名	第一組		
組員	班級	學號	姓名
	夜資三A	60402284	張瑋庭
	夜資三A	60408130	許芸茜
	夜資三A	60410122	李詩涵
	夜資三A	60310149	謝昀芳
	夜資三A	60310136	鄭惠心
	夜資三A	60410114	吳俊偉
	夜資三A	60410148	吳孟熹
選定合作單位	名稱	富亞士國際電訊有限公司	
	負責人	莊世瑋	聯絡人 莊世瑋
	電話	0989-181-663	電話 (02)2280-8000
	地址	新北市三重區自強路四段 48 號	
		富亞士手機批盤成立於 2011 年，從事商業販售多款品牌手機，大多販賣給電信門市店家。	
專題名稱	掌上懸機		
工作項目	開始時間	結束時間	
一、專題管理	106/10/01	107/05/30	
1.規劃			
專題時程規劃	106/10/01	106/10/22	
起始會議	106/10/09	106/10/31	
範疇、工作分配	106/10/16	106/11/06	
2.執行			
報告書、簡報製作	106/10/01	107/05/26	
問卷設計、分析	106/11/28	107/01/01	
定期進度報告	每兩週的禮拜二		
3.監控			
法律問題	106/10/16	106/11/19	
錯誤資料處理	106/12/01	107/05/31	
時程、預算控制	106/10/01	107/05/25	
4.結案			
檢視及模擬報告、簡報	107/05/18	107/05/30	
結案會議	107/05/30	107/05/30	

工作項目	開始時間	結束時間
二、商城管理		
議價管理	106/10/16	106/11/19
貨物運送	106/10/16	106/11/19
設定帳號	106/11/06	106/11/09
審核資料和上架	106/11/01	106/11/30
潛在課員探討	106/10/16	106/11/30
架設討論	106/11/06	106/12/20
網站編輯	106/11/06	107/03/31
網站維護	107/01/01	107/06/30
文案撰寫、排版	107/01/01	106/05/30
三、私密社團管理		
創立私密社團	106/12/25	107/12/25
活動前置作業	106/11/06	107/02/01
活動執行	106/11/06	107/05/01
檢討活動事項	106/11/06	107/05/01
社團成員管理	107/01/01	107/05/30
指導老師簽名	王嫻惠	日期 107年04月30日
備註		

【附錄二 專題工作分配表】

組名	第一組	填寫人	李詩涵						
專題名稱	掌上懸機	填寫日期	107年5月24日						
	編號	工作項目	負責人						
			瑋庭	芸茜	詩涵	惠心	昀芳	俊禕	孟熹
專題管理	1	專案時程規劃	R						
	2	會議記錄		R	R	R	R	R	R
	3	報告書資料製作、分析		R	R	R	R		
	4	報告書製作、編排		S	R				
	5	簡報製作					R		
	6	校對				R			
	7	問卷設計與分析					R		
商城管理	1	設定帳號				S	R		
	2	審核資料及商品上架				R			
	3	經營互動			R	R	S		
	4	網站更新				R	S		
	5	商品售後服務				R			
	6	帳務管理	R			S	R		
私密社團	1	創立私密社團			R	R			
	2	文案撰寫		S	R	R	S		
	3	社團成員管理		R	R	R	R		

【附錄四 開發工具清單】

組名	第一組	填寫人	張瑋庭
專題名稱	掌上懸機	填寫日期	107年5月1日
#	開發工具	功能說明	
1	Microsoft Excel 2010	製作甘特圖與分析問卷	
2	Microsoft Word 2010	製作文件檔案、圖目錄、表目錄	
3	facebook	社交網路平台，建立、經營私密社團	
4	subline	建置網站	
5	蝦皮賣場	網路拍賣網站，選定為專案銷售平台	
6	Google 表單	問卷調查販售市場可能性	
7	剪取工具	截取銷售平台畫面，製作使用者操作說明的流程。	

【附錄五 需求訪談計畫表】

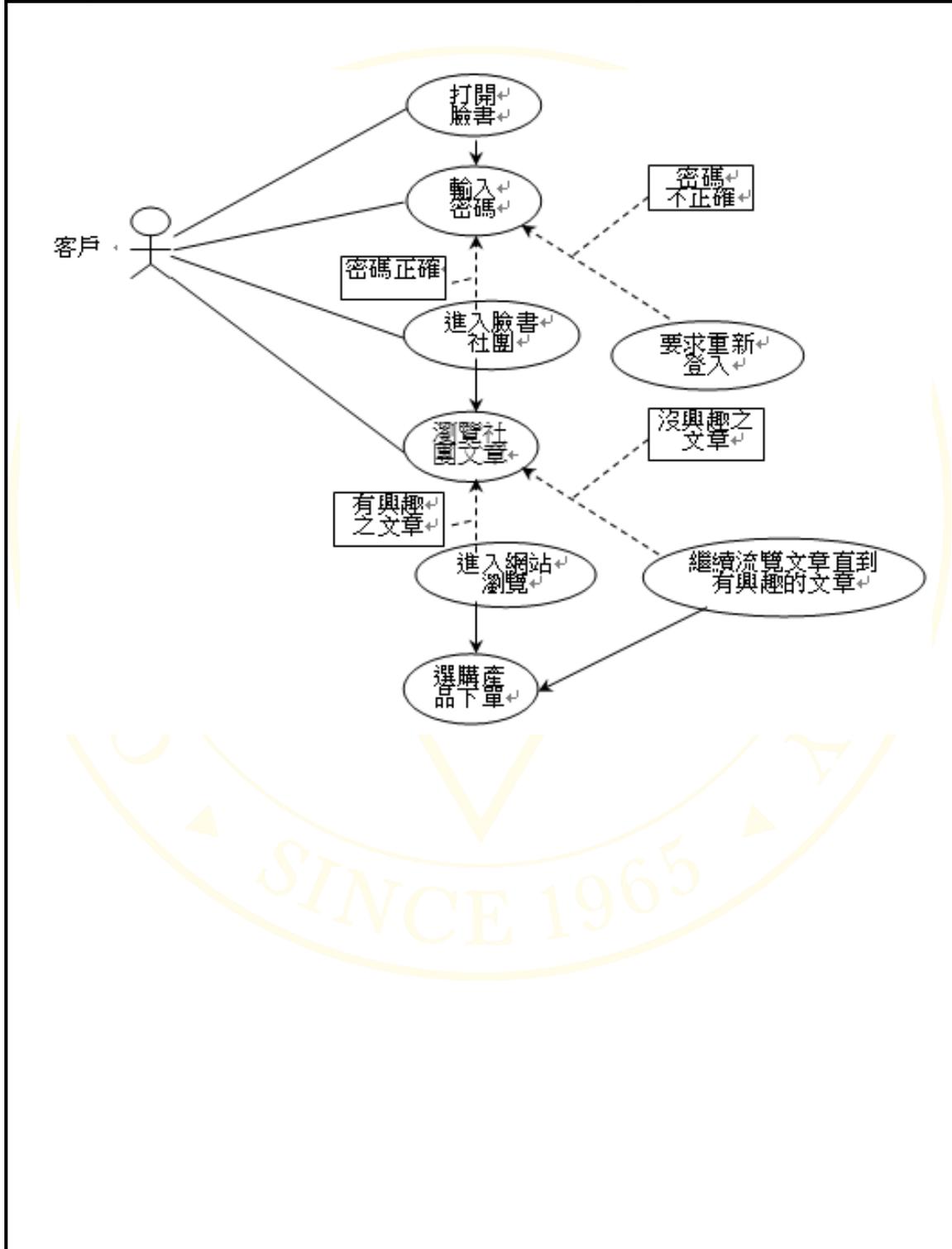
組名	第一組	填寫人	鄭惠心
專題名稱	掌上懸機	填寫日期	106年11月26日
<ol style="list-style-type: none">1. 了解使用者對現有的第三方支付的评价。2. 針對第三方支付的使用習慣調查3. 針對第三方支付的需求調查。4. 針對現有的第三方支付中付費與免費的使用程度調查。			

【附錄六 需求訪談紀錄表】

組名	第一組	填寫人	鄭惠心
專題名稱	掌上懸機	填寫日期	106年11月26日
<ol style="list-style-type: none"> 1. 成交每筆佣金可抽百分之十。 2. 有效推廣商家產品，增加網路知名度，不可毀謗商家名譽。 3. 合作期間不可小於三個月，過後可無條件取消合作。 4. 可讓學生自行發揮行銷空間，但不可降低的市場價格。 5. 廠商方可協助出貨，但需由學生方自行連繫買家，溝通好出貨事宜。 6. 若單張訂單大量訂購，佣金可多抽百分之三。 7. 報給買家價格若低於廠商提供的報價單，須由學生方負責。 8. 需先與廠商確認產品有無現貨才能下單。 9. 需每筆確實回報交易紀錄且回報營運狀況。 10. 如學生方有故意欺騙消費者之行為，後續責任由學生方自行負責。 			

【附錄七 使用個案圖】

組名	第一組	填寫人	張瑋庭、李詩涵
專題名稱	掌上懸機	填寫日期	107年1月8日



【附錄八 藍圖】

組名	第一組	填寫人	鄭惠心
專題名稱	掌上懸機	填寫日期	107年5月17日

Facebook 不公開社團 於 2017 年 11 月開始經營



網站

首頁↵

標題:掌上懸機↵

按鈕:會員登入↵

按鈕連結各網頁↵

回首頁↵

搜尋手機↵

廠商資料

聯絡我們↵

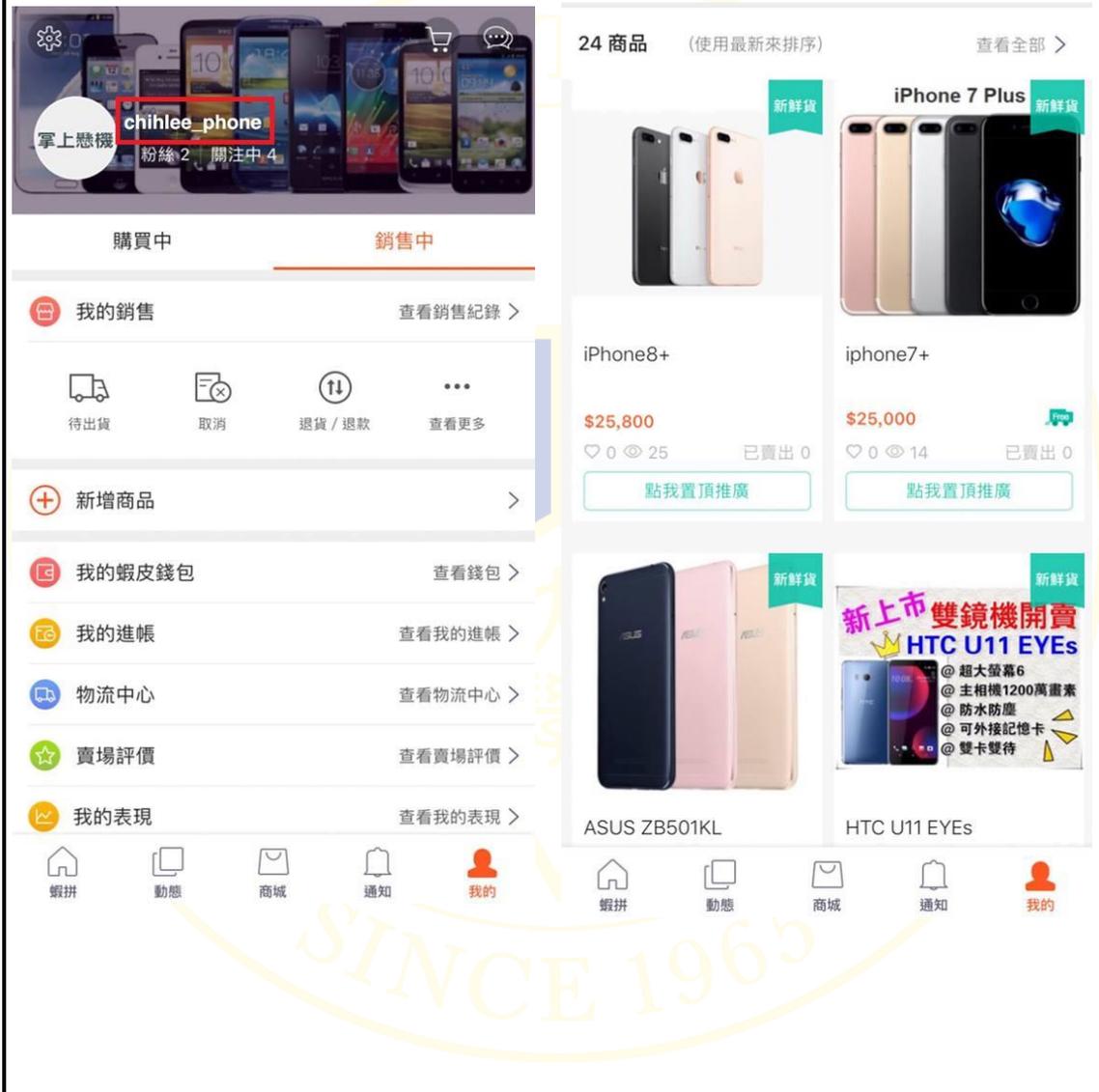
(輪播)跑馬燈↵





| https://shopee.tw/chihlee_phone

下圖為手機版賣場及商品圖



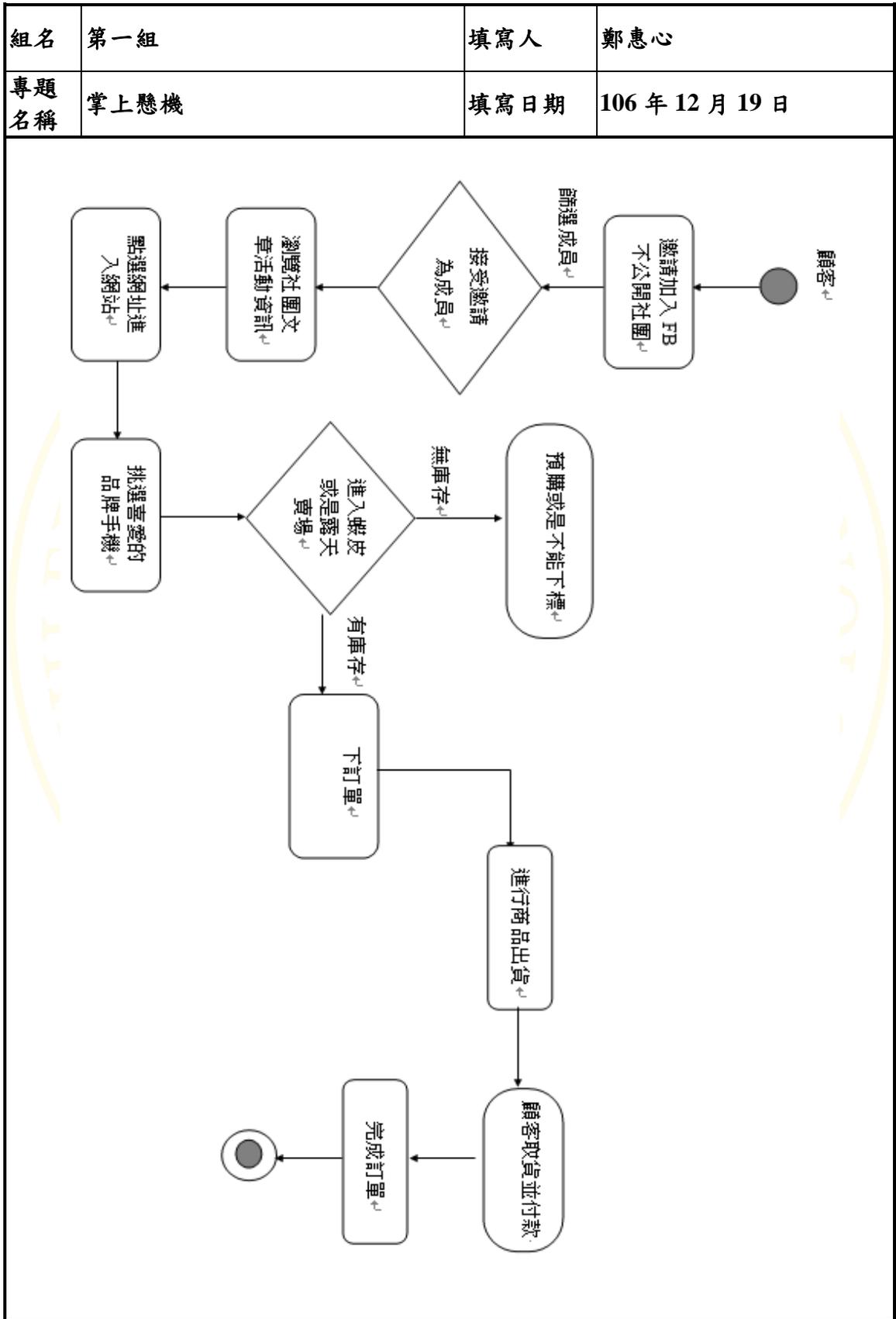
【附錄九 資料詞彙】

組名	第一組	填寫人	謝昀芳、李詩涵、許芸茜
專題名稱	掌上懸機	填寫日期	107年5月3日

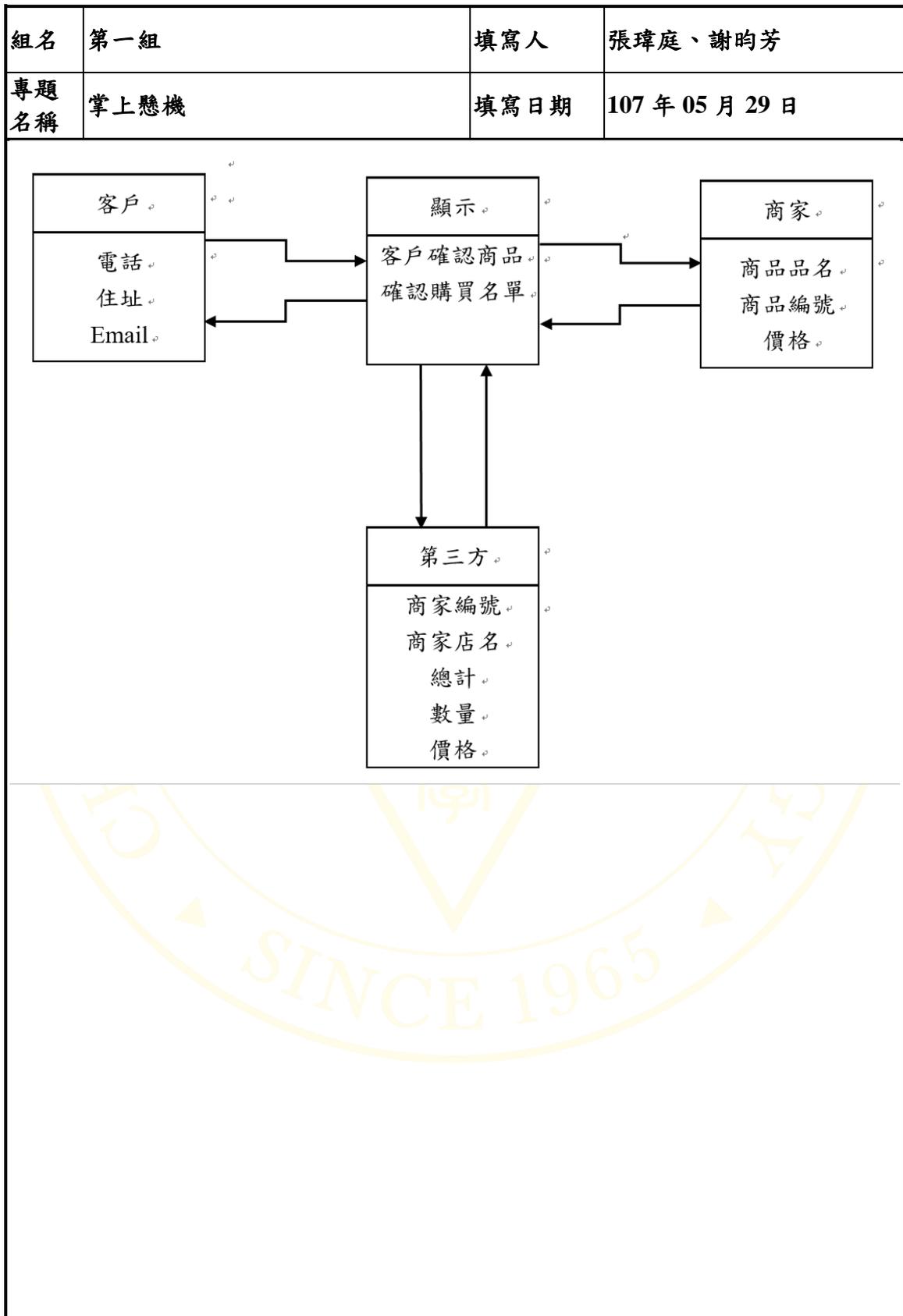
網路平台使用資料詞彙：手機喜好度、品牌忠誠度、販賣價格、蝦皮拍賣、Apple、HTC、Samsung、SONY、OPPO、ASUS、手機功能、手機使用需求、產品設計、電子商務、品牌體驗、手機行銷通路、品牌認同、購買意願、促銷活動、手機、蝦皮商城、掌上懸機、直接購買價、問與答、商品說明、現貨數量、全新、銀行或郵局轉帳、超商取貨、面交取貨、賣場評價、手機顏色、查看賣場、聯繫賣家、宅配、關於我、加入追蹤、檢舉、品牌、出貨地、預購數量、商品分類、出貨天數、蝦皮承諾、聯繫買家、智慧型手機、觸控式、運費、手機評價、瀏覽數。



【附錄十 活動圖】



【附錄十一 類別圖】

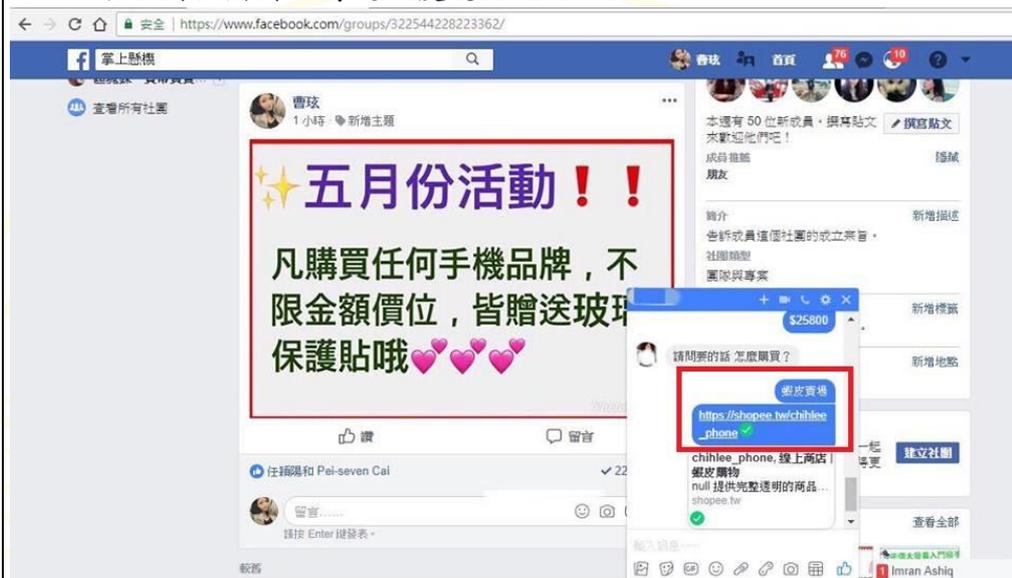


【附錄十二 使用者操作手冊】

組名	第一組	填寫人	鄭惠心
專題名稱	掌上懸機	填寫日期	107年5月18日

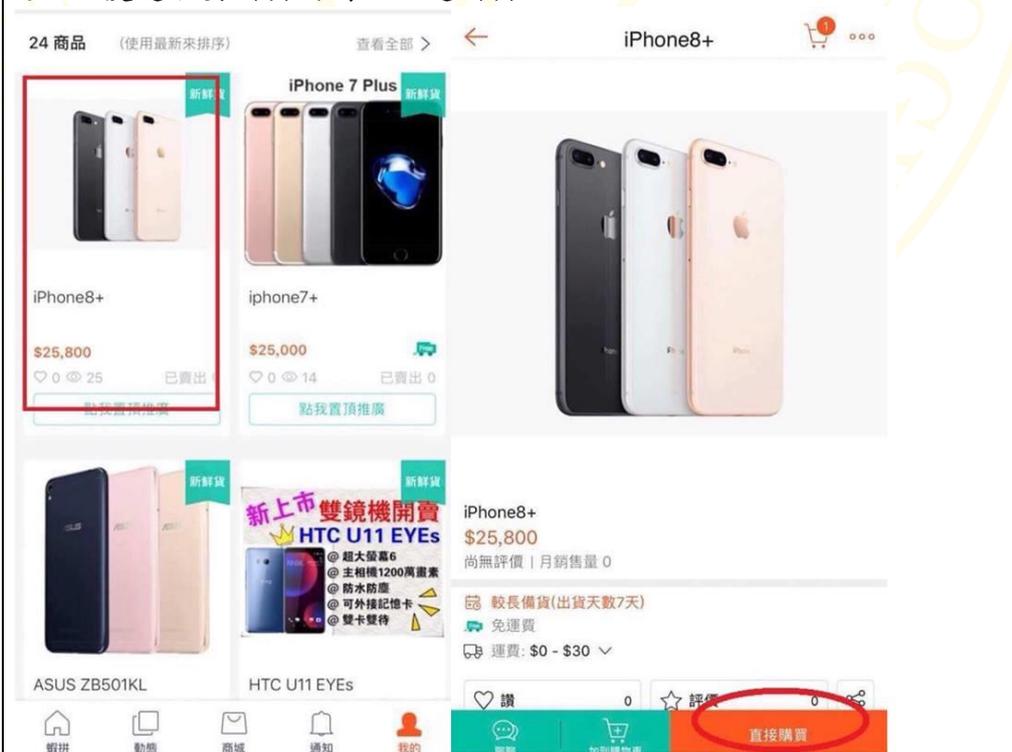
系統畫面

由 FB 不公開社團對話傳送蝦皮連結網站



操作說明

進入蝦皮選取要購買的商品點選購買



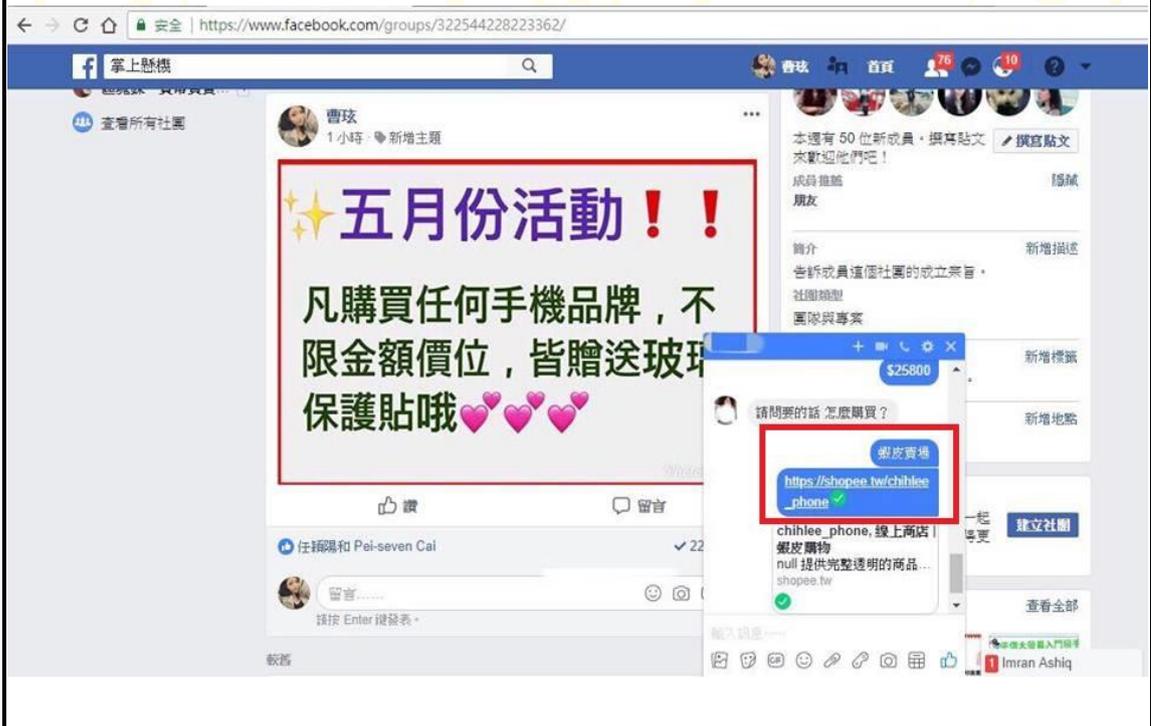
【附錄十三 測試相關計畫】

組名	第一組	填寫人	鄭惠心
專題名稱	掌上懸機	填寫日期	107年5月18日

我們利用 facebook 不公開社團的方式，預定有 100 人加入(不含管理員及小編)。由小編每日發文，提供產品網頁的連結(網頁內容是為廠商開發的網站且增設蝦皮賣場)



透過 FB 私訊聊天室傳送蝦皮賣場連結



網站

<http://haoyi.synology.me/gioia/index.html>

The screenshot shows a mobile website interface. At the top, there's a navigation bar with the brand name '掌上懸機' and menu items: '首頁', '產品', '關於', '聯絡'. Below this is a large promotional banner for the '小米 Max 2' (Xiaomi Max 2) with the text '現貨 熱賣中' (In stock, hot sale) and '6.44吋超大螢幕' (6.44-inch ultra-large screen). The banner also includes '超低價' (Super low price). Below the banner, there's a section titled '產品 / 這是我們相關的產品資訊' (Products / This is related product information). Underneath, there are four product cards:

- ASUS ZenFone 4 Max ZC554KL(3+32)**: 5.5吋大螢幕, 雙主相機1300萬畫素, 指紋辨識, 雙卡雙待. Status: 現貨到囉 (New stock), 熱賣中 (Hot sale).
- ASUS ZenFone 4 Max ZE554KL(4+64)**: 5.5吋大螢幕, 雙鏡頭120度超廣角1200萬畫素相機, 雙卡雙待. Status: 少量到貨中 (Small quantity in stock).
- HTC U11 EYES**: 超大螢幕6吋, 主相機1200萬畫素, 防水防塵, 可外接記憶卡, 雙卡雙待. Status: 新上市 (New arrival), 雙鏡機開賣 (Dual camera phone on sale).
- 小米 MAX 2**: 6.44吋超大螢幕, 主相機1200萬畫素, 超長待機/雙卡雙待, 指紋辨識功能. Status: 現貨 熱賣中 (In stock, hot sale), 超低價 (Super low price).

At the bottom of the page, there is a large yellow circular logo with the text 'SINCE 1965'.

24 商品 (使用最新來排序)
查看全部 >



iPhone8+

\$25,800

0 25 已賣出 0

點我置頂推廣



iPhone 7 Plus

\$25,000

0 14 已賣出 0

點我置頂推廣



ASUS ZB501KL



HTC U11 EYES

新上市 雙鏡機開賣

- @ 超大螢幕6
- @ 主相機1200萬畫素
- @ 防水防塵
- @ 可外接記憶卡
- @ 雙卡雙待

蝦拼
動態
商城
通知
我的

關於我們 / 廠商資訊及歷史沿革

關於掌上懸機

富亞士手機批發成立於2011年，從事商業販售多款品牌手機，大多販賣給電信門市店家。

聯絡資訊

地址: 新北市三重區自強路四段48號
 負責人/聯絡人: 莊世璋
 手機: 0989-181-663
 電話: (02)2280-8000
 地址: 新北市三重區自強路四段48號

關於我們

富亞士手機批發成立於2011年，從事商業販售多款品牌手機，大多販賣給電信門市店家。

[more...](#)

聯絡資訊

地址: 新北市三重區自強路四段48號
 手機: 0989-181-663
 電話: (02)2280-8000
 Email: test@gmail.com

©開發於 Azmind.

富亞士手機批發成立於2011年，從事商業販售多款品牌手機，大多販賣給電信門市店家。

姓名

E-mail

主題

訊息

送出

聯絡資訊



地址: 新北市三重區自強路四段48號
 手機: 0989-181-663
 電話: (02)2280-8000

蝦皮

點選小編所傳送的蝦皮賣場連結網址，進入賣場後選取要購買的商品，點選直接購買完成訂單。



【附錄十四 專案結案報告】

組名	第一組	填寫人	張瑋庭
專題名稱	掌上懸機	填寫日期	107年5月29日
<p>1. 專題名稱： 掌上懸機</p> <p>2. 專題目標及內容： 由於現代科技的日新月異，我們的生活逐漸變得輕鬆與便利。以通訊方面來說，手機對於現代人之重要性，為此想探討販賣手機的可能性。</p> <p>3. 專題日程： 「106年10月1日 - 107年5月29日」</p> <p>4. 專題重要歷程： 首先，專題(掌上懸機)是由七位同學所組成的團隊，我們進行了將近一年的努力，希望藉由此次的專題，了解開發團隊中的問題，並以實務操作為基準。 上述的手機販賣之問題，從一開始就遇到了難題，我們該如何拿到比他人更低的成本價格，且販售價格也必須比通訊門市更優惠，不僅能讓消費者買到甜甜價格，又能夠放心的向我們購買？ 還有上架和課稅問題，也讓我們措手不及，上架方面：在某些平台上我們無法順利販售高單價的產品，硬被要求下架、停用帳戶等。課稅方面：我們是透過 FB 私密社團販賣新品機種，卻仍有稅務和爭議。種種問題讓我們明白往後仍需在法律條款方面更加嚴謹，也因此瞭解遵守法規的重要性。 網路上販賣手機的潛在市場較低，若我們能以低價販售，創造出可能的收入，以我們所進行的實務操作之經驗，或許能使其他想加入此行業之業者有一份創業的勇氣和效仿的規範。</p>			

【附錄十五 會議記錄】

專題名稱	掌上懸機					
會議編號	01	召集人兼主席	張瑋庭	紀錄者	李詩涵	
討論主題	專題規劃方向 - 賣手機			會議時間	2017/09/26 PM	
				會議地點	致理 502 教室	
上次會議	決議事項			執行狀況		
	此為第一次開會			此為第一次開會		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	15%		組員研讀指導老師給的參考檔		全組人員	
本次會議內容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 專題類別：行動裝置 app + 網路行銷 行動裝置 app - 下載次數達 1000 人/次 網路行銷 - 累計銷售額達 1 萬元 2. 指導老師：王嫻惠 指導時間：9/30(六) 13.00 在 501 電腦教室 3. 報告內必有：銷售報表、SWOT 分析、加入網路行銷後的改變...等 4. 架設網站系統：CSS or LINUX ， 資料庫正規化一定要有 5. 架設網站後才開始販賣、了解專題製作過程、工作分配、製作的相關系統討論、廠商洽談、利用臉書製作封閉式社團、上網比價，將價格降低，考量成本及運費 					
決議事項 (與主席裁示)						
初步從摘要、研究動機與研究目的、聯絡廠商開始執行						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名
下次會議	召集人	張瑋庭	紀錄者	謝昀芳	時間	2017/12/02 PM
					地點	文化路星巴克
預定討論主題	專題架設網站及廠商合作洽談和工作分配					
指導老師意見	請各組員進行蒐集資料及排定工作期程					

【會議記錄】

專題名稱	掌上懸機						
會議編號	02	召集人兼主席	張瑋庭	紀錄者	謝昀芳		
討論主題	各個組員的分配工作			會議時間	2017/12/02 PM		
				會議地點	文化路星巴克		
上次會議	決議事項			執行狀況			
	初步從摘要、研究動機與研究目的、聯絡廠商開始執行			專題定向明確並開始分工			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員		
	35%		討論組員分配工作細項		全組人員		
本次會議內容	張瑋庭：做 PHP 等程式 李詩涵：FB 小編 許芸茜：FB 小編 鄭惠心：負責社團發文、FB 小編 謝昀芳：設計 google 問卷、會議記錄 吳孟熹：(利害關係人)需求訪談紀錄&計畫表 吳俊禕：(利害關係人)需求訪談紀錄&計畫表						
決議事項 (與主席裁示)							
完成初步此次會議工作分配之內容							
請簽名		請簽名		請簽名		請簽名	
下次會議	召集人	張瑋庭	紀錄者	鄭惠心	時間	2017/02/10 PM	
					地點	文化路肯德基	
預定討論主題	討論各組員工作分配進度及需改善的內容						
指導老師意見	專題題目命名得巧，且符合專題內容						

【會議記錄】

專題名稱	掌上懸機					
會議編號	03	召集人兼主席	張瑋庭	紀錄者	鄭惠心	
討論主題	討論各組員工作分配進度及需改善的項目			會議時間	2018/02/10 PM	
				會議地點	文化路肯德基	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	完成初步工作分配之內容		完成問卷及建立 FaceBook			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	45%		了解所要販售的手機品牌		全組人員	
本次會議內容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 增加 FB「掌上懸機」不公開社團的成員人數。 2. 聯絡廠商討論販售的手機品牌及價格。 3. 經營 FB 及上架廠商現有的手機型號廠牌。 4. 架設網誌系統。 5. 製作問卷結果分析圖表。 					
決議事項 (與主席裁示)						
主要經營 FB，了解不同型號手機的功能						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	張瑋庭	紀錄者	許芸茜	時間	2018/03/15 PM
					地點	502 教室
預定討論主題	網站建置及經營 FB 社團					
指導老師意見	進度穩定，組員態度積極					

【會議記錄】

專題 名稱	掌上懸機					
會議 編號	04	召集人 兼主席	張瑋庭	紀錄者	許芸茜	
討論 主題	討論網站建置與 FB 社團經營			會議 時間	2018/03/15 PM	
				會議 地點	502 教室	
上次 會議	決議事項		執行狀況			
	FB 社團成員與商品的增加與架設 網站、製作問卷分析圖表		FB 社團活動經營			
本次 會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	60%		FB 創辦活動與商城帳號創辦		全組人員	
本次 會議 內容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新創設各商城帳號以便推廣商品：露天、蝦皮。 2. FB 活動創辦：吸引顧客關注。 3. 網站建置所遇到之困難並解決。 4. 進度分析。 					
決議事項（與主席裁示）						
設立賣場帳號並開始經營與推廣						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	張瑋庭	紀錄者	吳俊禕	時間	2018/04/20 PM
					地點	502 教室
預 定 討論 主題	討論工作進度					
指導 老師 意見	網路行銷方式齊全，目的明確					

【會議記錄】

專題 名稱	掌上懸機					
會議 編號	05	召集人 兼主席	張瑋庭	紀錄者	吳俊禕	
討論 主題	討論工作進度			會議 時間	2018/04/20 PM	
				會議 地點	502 教室	
上 次 會 議	決議事項		執行狀況			
	FB 活動創辦： 吸引顧客關注進度分析		討論所欲執行之工作			
本 次 會 議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	80%		各組成員分工執行作業		全組人員	
本 次 會 議 內 容	工作分配。 1. 許芸茜：研究方法(全) 2. 吳孟熹：研究限制 3. 鄭惠心：換手機的時機 4. 李詩涵：手機的歷史 5. 吳俊禕：手機選購知識					
決議事項（與主席裁示）						
主要是工作分配之內容						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下 次 會 議	召集人	張瑋庭	紀錄者	吳孟熹	時間	2018/05/20 PM
					地點	602 教室
預 定 討 論 主 題	結論					
指 導 老 師 意 見	進度穩定，組員態度積極					

【會議記錄】

專題 名稱	掌上懸機				
會議 編號	06	召集人 兼主席	張瑋庭	紀錄者	吳孟熹
討論 主題	結論			會議 時間	2018/05/20 PM
				會議 地點	602 教室
上次 會議	決議事項		執行狀況		
	FB 活動創辦： 吸引顧客關注進度分析		商品銷售已達目標，做最後統整		
本次 會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	100%		各組成員分工執行作業		全組人員
本次 會議 內容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 資料詞彙：A11 組員 5/21 前想出來 2. 吳孟熹和吳俊禕：誌謝 3. 鄭惠心：第一章(網路平台受限)、附錄操作、測試、藍圖 4. 許芸茜：摘要(翻英)、附錄貼甘特圖、需求訪談表、需求紀錄表 5. 張瑋庭：執行、分配、開發、結案 6. 謝昀芳：開始做 PPT 				
決議事項 (與主席裁示) 完成最後收尾工作					
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名
下次會議	召集人		紀錄者	時間	
				地點	
預 定 討論主題					
指導老師 意見	請加緊進度完成專題報告書撰寫				

【附錄十六 問卷】

資訊管理系 畢業專題

親愛的受訪者您好：

我是致理科技大學管理與資訊系的學生，感謝您在百忙之中抽空填寫本問卷。這是一份有關「智慧型手機」的學術問卷，為了了解市面上使用智慧型手機偏好調查，探討社會大眾手機廠牌之偏好，目的希望取得使用者對於智慧型手機的想法。本問卷採匿名方式，所有資料僅作為學術性研究之用途，所有資料絕不對外公開，請您安心填答。您的寶貴意見對本研究有極大幫助，感謝您的填寫。

祝您

身體健康 萬事如意

致理科技大學資訊管理系

指導教授：王嫻惠

研究生：張瑋庭、許芸茜、李詩涵、謝昀芳、鄭惠心、吳俊禕、吳孟熹

第一部分

1.性別

- 男
- 女

2.年齡

- 20歲(含以下)
- 21~25歲
- 25~30歲
- 31~35歲
- 35~40歲
- 41~45歲
- 46~50歲
- 51~55歲
- 56~60歲
- 61~65歲
- 65歲(含以上)

3.學歷

- 國小
- 國中
- 高中/職
- 大學/大專院校
- 研究所(含以上)
- 其他

4.職業

- 學生
- 軍公教

- 家管
- 商業
- 農業
- 工業
- 服務業
- 其他

第二部分

5. 月收入

- 22000 元(含)以下
- 22001 元~35000 元
- 35001 元~50000 元
- 50001 元以上

6. 目前使用手機廠牌

- Apple
- HTC
- Samsung
- Sony
- ASUS
- Oppo
- HUAWEI
- 小米
- SUGAR
- 其他

7. 您購買智慧型手機時，您會透過何種管道購買？

- 電信公司
- 通訊行
- 網路購物
- 品牌門市
- 3C 產品門市(例：燦坤、全國電子)

8. 請問您平均多久換一次手機？

- 1 年以內
- 1~2 年
- 2~3 年
- 3 年以上
- 手機無法使用才更換

9. 偏好哪一個系統？

- Android
- IOS
- Windows

10. 目前使用手機每天平均上網的時間大約幾小時：

- 不滿 1 小時
- 1-3 小時

- 3-5 小時
- 5 小時以上

11. 平常使用智慧型手機之用途 (可複選)

- 行動商務
- 社群網站
- 視訊、視頻播放
- 遊戲
- 文書處理
- GPS 衛星定位
- 理財規劃
- 生活記事

第三部分

11. 消費者行為定義項目：1~5 分 非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意

- 我在購買智慧型手機之前會先了解市場行情
- 我在購買智慧型手機之前會先蒐集相關資訊
- 我在購買智慧型手機之前會排除特定類型手機
- 我在購買智慧型手機之前會先詢問他人意見
- 我在購買智慧型手機之前會到門市試用產品
- 我認為目前所使用的智慧型手機便利我的生活
- 我認為目前所使用的智慧型手機符合我的需求

12. 價值定義項目：

- 我認為[價格]是我購買智慧型手機的考慮因素
- 我認為[功能]是我購買智慧型手機的考慮因素
- 我認為[品質]是我購買智慧型手機的考慮因素
- 我認為[外觀]是我購買智慧型手機的考慮因素
- 我認為[售後服務]是我購買智慧型手機的考慮因素
- 我認為[產品周邊商品]是我購買智慧型手機的考慮因素
- 我認為[攜帶便利性]是我購買智慧型手機的考慮因素

13. 使用滿意度項目：

- 目前使用該智慧型手機"效能"的滿意程度
- 目前使用該智慧型手機"品質"的滿意程度
- 目前使用該智慧型手機"品牌"的滿意程度
- 目前使用該智慧型手機"外觀"的滿意程度
- 目前使用該智慧型手機"售後服務"的滿意程度
- 目前使用該智慧型手機"待機時間"的滿意程度
- 目前使用該智慧型手機"作業系統"的滿意程度

謝謝您的寶貴意見！

致理科技大學

資訊管理系

畢業專題



一〇七學年度