

投稿類別：商業類

篇名：

高中生購買電腦品牌之 4P 研究
-以樹德家商為例

作者：

李心瑩。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。三年十五班
王傑丞。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。三年十五班
呂昱緯。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。三年十五班

指導老師：

黃珮華 老師

壹●前言

一、研究動機

現代商品泛濫的社會中，很多東西都需要靠行銷的力量，才會讓消費者心動去購買，而行銷裡面的每個要素都是非常重要的。電腦在現今生活中是必需品，品牌競爭十分激烈，因此我們想要研究電腦品牌跟行銷間的關係，並了解行銷 4P 應用在電腦方面，對高中生族群的影響。

二、研究目的

由電腦品牌去引申 4P 的特性，並藉問卷研究出高中生對對於電腦品牌的選擇和信賴程度，並了解電腦的 4P 行銷方式，對高中生選購電腦時，會產生什麼樣的影響。

三、研究方法

擬定研究主題，利用各種途徑尋找相關的資料，由電腦品牌去引申 4P 的特性，利用問卷調查探討樹德家商學生對電腦品牌的選擇和信賴程度，並了解電腦的 4P 行銷方式，對高中生選購電腦時，會產生什麼樣的影響。

貳●正文

一、文獻探討

(一)何謂品牌

品牌是品質的象徵，有品牌之後，即可標榜此產品與他產品不同之處，有品質保證之意味，讓消費者購買時有選擇之依據。一個成功品牌的行銷有四個階段，在消費者心中建立「知名度」、「偏好度」、「理解度」，最後才「產生購買力」。<引註 1>

品牌就是產品的靈魂。品牌幫助消費者做選擇，因為它代表了可靠的品質、形象與售價。<引註 2>對許多消費者導向的產業而言，品牌都是區隔特色、建立競爭優勢的重要方法；即使當消費者缺乏資料去選擇產品時，或當某樣產品所有的競爭品牌的區隔都模糊到看不見時，品牌的影響力還是最大。

(二)何謂 4P

行銷策略中有所謂行銷組合，其中包括了麥肯錫(McCarthy)所提的 4P，即「產品」、「價格」、「通路」、「行銷」四種吸引顧客消費的模式。<引註 3>

(三) 高中生常見的電腦品牌

(1)宏碁電腦：

宏碁成立於 1976 年，是台灣資訊業界自創品牌與國際化的先驅，培養了許多業界的人才，更曾經寫下企業變革與轉型的成功典範。宏碁是世界第三大個人電腦品牌，同時也是全球第二大筆記型電腦品牌。〈引註 4〉

(2)明碁電腦：

明碁電通（BenQ）於 1984 年 4 月設立並登記為明碁電腦，自 2002 年明碁以自己的品牌 BenQ 作為全球行銷的標記，在中國大陸則沿用既有的「明碁」中文標記，以 BenQ 為輔，繼續朝數位商品與資訊周邊領域衝刺，以自有品牌行銷世界各地。〈引註 5〉

(3)華碩電腦:

華碩電腦成立於 1988 年，目前全世界所售出的桌上型電腦當中，每四台就有一台是使用華碩的主機板。更被世界規模最大的硬體評鑑網站 Tom's Hardware Guide 選為「最佳主機板和顯示卡製造商」。〈引註 6〉

電腦公司	宏碁	華碩	明碁
成立時間	1976 年	1988 年	1984 年
主頁	電腦	電腦	電腦
特色	宏碁電腦採用了 INTEL 所生產的 PENTIUM 系列中央處理器，位居 CPU 界的龍頭。	目前全世界所售出的桌上型電腦當中，每四台就有一台是使用華碩的主機板。	以自己的品牌 BenQ 作為全球行銷的標記，繼續朝數位商品與資訊周邊領域衝刺。

表 1 常見電腦品牌比較

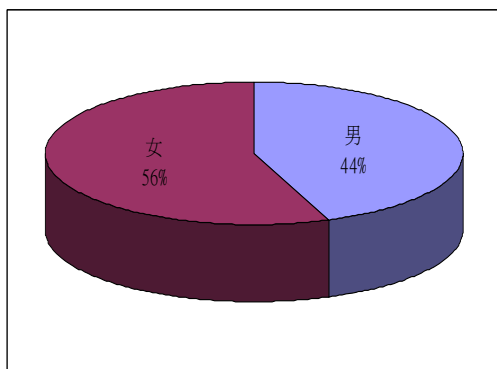
二、問卷結果與統計分析

本問卷，共發出問卷 300 張，有效問卷 237 張。

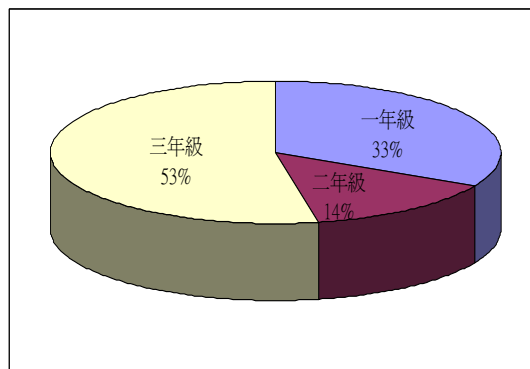
受訪學生性別：男 105 人，女 132 人

受訪學生年級：一年級 78 人，二年級 33 人，三年級 126 人

(一)基本資料

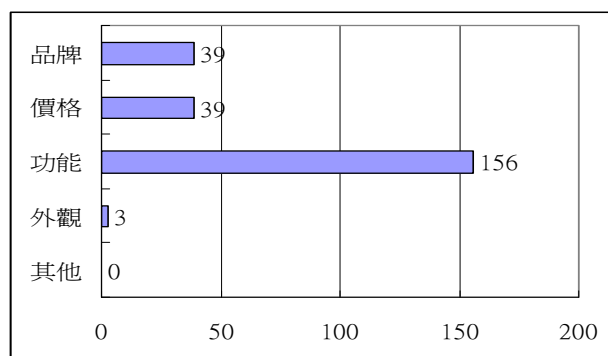


圖二：性別



圖三：年級

(二)買電腦之前會最先考慮到什麼問題

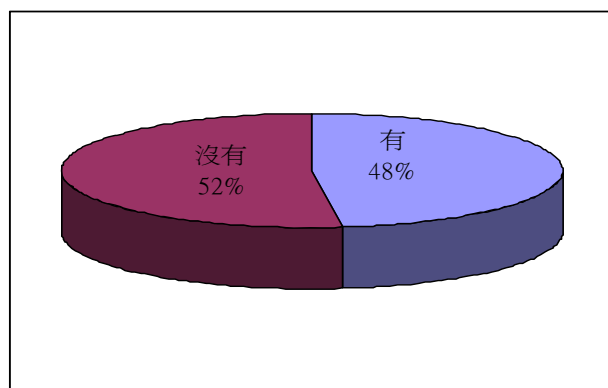


圖四

分析：

由圖四功能佔了159人，大多數的人會先選擇電腦的功能，品牌和價格則是其次考量的。

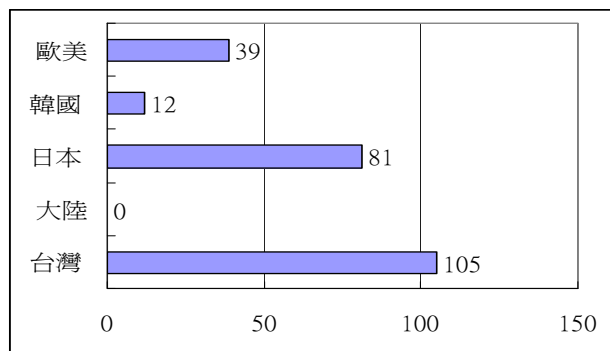
(三)你目前有特定的愛用台灣電腦品牌嗎(例如：華碩、宏碁、倫飛、明碁等)



分析：

根據圖五，有接近一半的同學，有特定愛用的台灣品牌，這有可能是因為地緣關係，比較常接觸，亦代表台灣的電腦品牌有一定的品質，故為國人所肯定。

(四)你會挑選哪個地區的電腦生產地

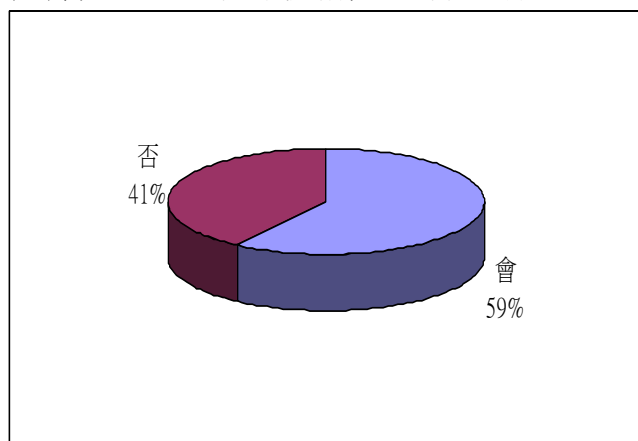


圖六

分析：

由圖六可知，購買台灣電腦的人就佔了 105 人，而大陸的比較少，是因為現在市場的物品，對大陸的品質風聲不是很好，消費者也不會安心的購買，而購買台灣的電腦也比進口的電腦便宜很多。

(五)會因為電腦促銷價格便宜時特意購買電腦嗎

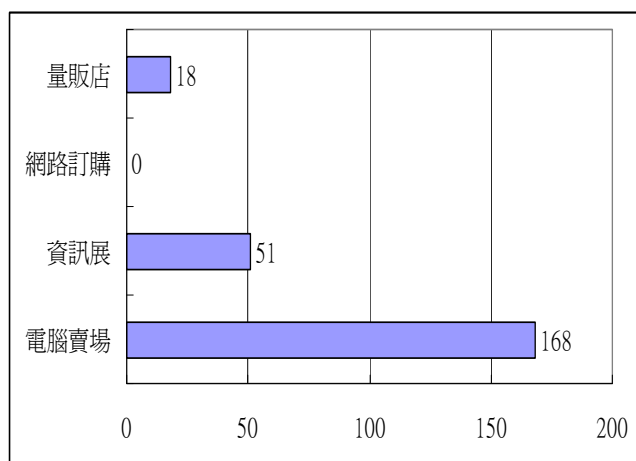


圖七

分析：

由圖七可知，會的，佔了 59%，因為電腦促銷價格會比較便宜，現在正是經濟不景氣的時候，對於有促銷商品時大部分的人就會依價格來選取電腦。

(六)你是怎麼購買電腦的

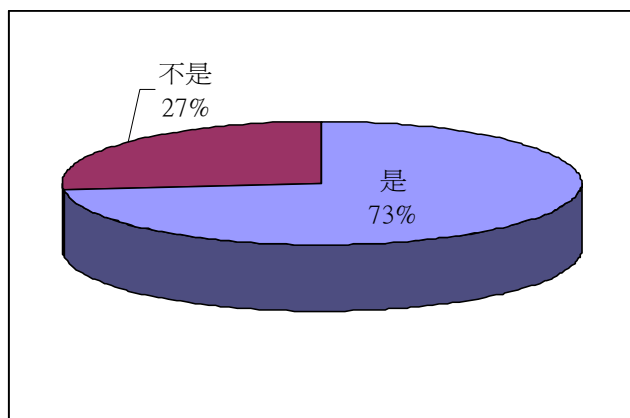


圖八

分析：

由圖八可知，大家選擇的購買電腦的地點，電腦賣場佔了 168 人，是因為電腦賣場的電腦品牌比較多，銷售人員也比較專業，可以有較多的選擇。

(七) 你是否認為知名品牌電腦比一般電腦更有保障呢

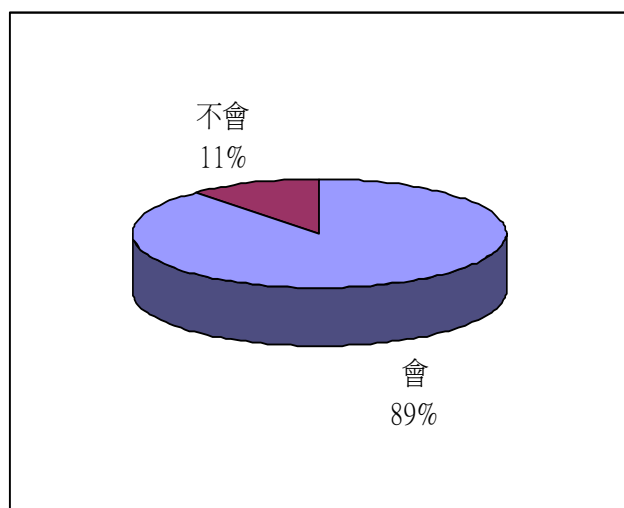


圖九

分析：

根據圖九，是的佔了 73%，品牌在消費者眼中，佔了很重要的一個位置。

(八) 你會在意購買電腦後的售後服務嗎?(例如：保固，維修等)

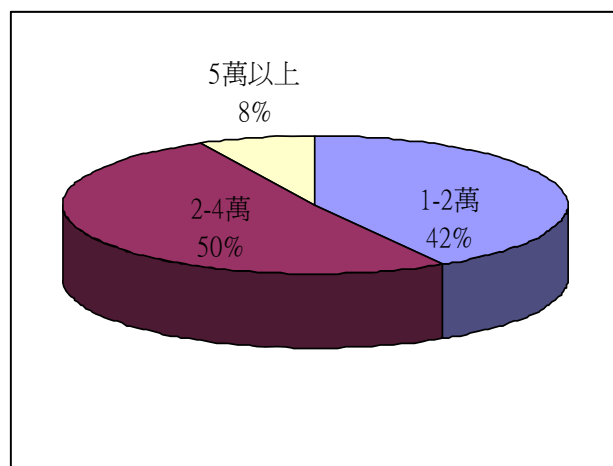


圖十

分析：

由圖十可知會的有 89%，是因為現在人很怕電腦如果壞了，要找誰修理?而且有保固的期限內可以免費的修理，這也是對購買者的一種安全感。

(九) 你購買桌上型電腦希望價位在多少？

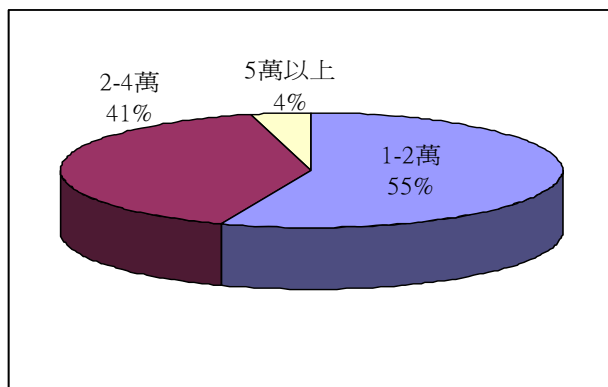


分析：

從圖十一中看來，大多數人都選擇 1~2 萬，2~4 萬的價格，5 萬以上的佔少數，大家都是追求比較合理的價格來購買桌上型電腦。

圖十一

(十) 你購買筆記型電腦希望價位在多少？



分析：
從這個圖十二中看來跟上一題的結果差不多，但 1~2 萬是比較多的，這是筆記型電腦中大多數人的理想價格。

圖十二

參●結論與建議

一、結論

從這份報告中我們可以了解到高中生對台灣品牌的肯定度，從我們的調查中可以發現大家購買電腦的生產地台灣跟日本佔居多，尤其是台灣，畢竟台灣也算是電腦的主要生產國，所以大家會先選擇自己國家的產品。

由這次問卷發現，在電腦 4P 行銷方面，對於「產品」部分，大家還是比較樂於使用知名的品牌，對台灣本土品牌的忠誠度，也十分高。對於「通路」部分，高中生購買電腦的通路大多都是選擇電腦賣場。在「價格」部分，大家並不會一昧的講求低價，合理範圍的價格是最為人接受的。但在「行銷」上，如果品牌電腦在價格促銷時，還是會吸引民眾的選購意願；此外近 90%的購買者，會選擇有「售後服務」的品牌。

二、建議：

(一)售後服務

售後服務是非常重要的，由問卷得知，90%的消費者，在購買前就會注意這個部分，如果服務周到的話，消費者就會更願意選擇這家品牌。

(二)功能

現在作業系統的更新快速，希望電腦品牌業者，能預先考量系統升級對硬體帶來的影響，以免造成硬、軟體功能無法搭配使用的狀況。

肆●引註資料

<引註 1>：引註日期：2009 年 12 月 27 日

http://tw.myblog.yahoo.com/jw!gGZ2lu2THh11B_cZxOmseyQ-/article?mid=130

<引註 2>：

艾伯特·羅斯契爾。品牌背後的故事：品牌經營策略與企業文化。2005 年 02 月 28 日。臺北市。久石文化

<引註 3>：引註日期：2009 年 12 月 27 日

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1406012006339>

<引註 4>：引註日期：2009 年 12 月 29 日

http://www.acer.com.tw/acer/about_us.do;jsessionid=FBE1525568E51F14DE63A9C7A4AC41E8.public_a_14a?LanguageISOCtxParam=zh&ctx2.c2att1=238&CountryISOCtxParam=TW&ctx1g.c2att92=917&ctx1.att21k=1&CRC=1094498991

<引註 5>：引註日期：2009 年 12 月 29 日

http://www.benq.com.tw/benqstyle/model_index.cfm

<引註 6>：引註日期：2009 年 12 月 29 日

http://tw.asus.com/ContentPage.aspx?Content_Type=AboutASUS&Content_Id=51

<引註 7>：引註日期：2009 年 12 月 29 日

<http://www.gcnc-group.com/index.aspx>