

工業工程與管理系

實務專題報告書

年輕消費族群對手錶與其可能替代品手機之產品定位初探

摘要

本研究之目的是想要調查出手錶與可能替代品手機，在產品定位上的差異，同時研究對於消費者而言，手錶所重視的需求價值為何，以利廠商在販賣時能進行更有效果的產品訴求。

隨著科技的普及發展，包含計時功能的科技產品與日俱增，使部分消費族群對手錶看時間的需求有取代之趨勢，但手錶仍有其相關市場存在。因此本研究進行兩次問卷調查，使用 spss、excel 統計軟體來進行分析。問卷一為前測問卷，調查目前有無戴手錶的消費者比例與其因素、購買或擁有手錶的因素、攜帶手錶的因素，以及手錶與手機得知時間上的習慣程度差異等問題，並根據問卷一分析結果，發現手機是手錶主要的替代產品，而消費者會選擇購買手錶的因素，除了看時間外，主要是為了搭配服裝或場合，故設計問卷二做檢核確認手錶與其可能替代品手機之產品定位。

問卷二設計採用李克特量表，調查消費者對配戴手錶此行為，能否展現出個人的外在形象(如風格品味、專業度等)，手錶可搭配穿著之重要性，以及手錶除了攜帶外之其他價值，最後根據問卷二分析結果得出結論：配戴手錶對個人的外在形象能有所提升，且貴重手錶也能展現出個人的社會價值，而手錶可搭配場合與穿著是購買的重要因素，在考試場合只允許攜帶手錶也突顯出時間功能單一之價值。

關鍵詞：計時工具、產品定位、李克特量表、手錶