

投稿類別：商業類

篇名：
hTC-Hero To Change

作者：
郭家穎。樹德家商。高三 7 班
張芷澍。樹德家商。高三 7 班
陳燕琳。樹德家商。高三 7 班

指導老師：
劉昭束老師

壹●前言

近年來科技快速發展，推出的智慧型手機也迅速發展，顛覆了人們對於手機的傳統觀念，手機不再只是一支手機，不再是單純的語音通訊功能，除瞭體積小、重量輕、照相功能、無線上網，還有生活娛樂…等，更是人們生活中不可或缺的一環，更貼近了我們的生活。在這競爭激烈的手機市場中，hTC 如何在眾多對手的競爭中發展出屬於自己的行銷模式與自己的品牌價值而脫穎而出。因此，我們想藉由本專題去了解智慧型手機發展的過程，並以這家 hTC 台灣企業為主軸深入了解，hTC 是怎麼從代工型企業轉變成自有品牌，以及在這過程中經歷了多少的困難與挫折才有了現在的 hTC。

本專題將採用文獻蒐集及問卷分析法，來收集相關智慧型手機及 hTC 的資料並從中設計問卷問項，再以樹德家商商科學生為研究對象發放問卷，待問卷回收後將所有結果作統整和分析，得出結論與建議而完成本專題研究。

貳●正文

一、顧客滿意度

1969 年學者 Howard & Sheth 指出顧客滿意度是顧客對於其所購買產品的付出，與其所獲得的報酬是否有讓他感覺到足夠的心理狀態。因此，顧客滿意程度是顧客使用產品後，會對產品績效與購前信念二者之間的一致性加以評估，當二者間有相當的一致性時，顧客將會獲得滿足。顧客滿意程度越高，企業競爭力越強，市場占有率就越大，企業效益就越好，這是不言而喻的。

二、智慧型手機

智慧型手機現在已經是人人必備的必需品，在市場上充斥著各種品牌不同樣式和介面等，可提供消費者更多的選擇，但是如何選擇適合自己的手機呢，那就要看你對於手機功能的需求有多少了，而觸控螢幕也改變了使用方式，隨時隨地可以進入網際網路世界查詢最新訊息，改變人們的社交型態。此外還有許多新奇的行動軟體，提供娛樂，例如以前我們出門都要帶相機，遊戲機，MP3，現在一支手機就可以擁有所有的功能了。智慧型手機也可改變教學型態，如網路視訊，一對多教學，家裡就可以上學，還有可能取代傳統課本，作為電子課本。

三、hTC

(一) hTC 的發展

我們將 hTC 發展的歷程使用表格和呈現如下:

表一 hTC 發展的歷程

這是一個所有的開始。
1. 這個故事開始於 1997 年所發生的事情，決定了智能手機未來的發展。
2. 幾個內心充滿熱情與遠見的年輕人跨出了第一步
3. 1998 年 3 月，Kangaroo PalmPC 是 HTC 發展歷程中的第一座裏程碑，也是 HTC 獲得的無數“第一”中的第一個。
4. 2000 年 6 月 HTC 代工的高端掌上電腦 iPAQ 36XX 系列產品被吉尼斯世界紀錄列為當時最強的 PDA。這款劃時代的產品，幫助康柏公司在當時的全球掌上電腦市場確立了領導地位。
5. 微軟 2002 年公布了 Pocket PC Phone Edition 操作系統，這是當時第一個針對手機開發的操作系統。HTC 抓住了這次絕好的機會，寫下了歷史的第一筆。
6. 對於當時的全球而言康柏、惠普等主流掌上電腦廠商對於擁有手機通信功能的 PDA 並不感興趣但是歐洲的電信商十分看重這個商機。這款產品就是經久不衰的 XDA。
7. XDA 在歐洲市場獲得巨大成功之後，為了更好的整合 PDA 與手機通訊功能 HTC 向市場投放了全球第一臺搭載微軟 Smartphone 2002 平臺的智能手機。至此，HTC 已經寫下了智能手機從無到有的歷史。
8. 2005 年 5 月，HTC 向智能手機市場投下了又一枚重磅炸彈 D900，全球第一臺搭載 Windows Mobile 5.0 系統的 3G 智能手機真正達到了脫離辦公室的目標。
9. 2006 年 11 月，支持 GPS 並內置導航地圖的 P3300，也對高端智能手機進行了重新定義
10. 2007 年，隨著智能手機操作系統以及性能的大爆發，HTC 在這一年中推出了更多經典機型，同時也被更多的用戶所接納、熟識。
11. 2007 年 5 月，搭載著 HTC 自行研發 TouchFLO 接口的 HTC Touch 用戶願意去嘗試著使用手機。同時第一次讓全世界了解到，智能手機強大的性能與華麗的界面並不矛盾，讓手機的操作得到最大的簡單化。
12. HTC 於倫敦公布了 Touch Diamond，並賦予其“承襲了獨一無二的創新及對

hTC-Hero To Change

於將精簡概念融合於設計的渴望，淬煉出十年來生產設計功力的結晶”
13. HTC 於紐約與 Google、運營 T-Mobile 同臺發布了世界第一款 Android 系統手機 T-Mobile G1(即 HTC Dream)。HTC 又一次成為了 Android 系統智能手機時代的開創者。
14. HTC 繼續推出全新的 Android 系統智能手機 HTC Hero。首次搭載全新 HTC Sense UI，多媒體、通訊與社交功能可在手機的首頁完成，並擁有獨人體工程學外形設計，奪得巴塞隆納移動通訊世界大會”的最佳移動手機獎。

(二)hTC 的經營核心價值

誠信 (Honest)：對產品的承諾說到做到。

簡單 (Simple)：提供客戶簡單而容易的使用經驗。

創新 (Innovative)：讓客戶驚訝於 HTC 的技術與產品創新。

謙卑 (Humble)：永不自滿，專注傾聽客戶的聲音。

靈活 (Dynamic)：永保成事在我的信念，盡力追求更快的方法做好每件業界首創紀錄。

(三)hTC 之 SWOT 分析

所謂 SWOT 分析，逐字拆開來各自所代表的意義如下所示其中優劫與劣勢乃指本身內部條件的運用，包括設備、人力、制度、儀器等；機會與威脅則是指企業面對的外部條件，包括經濟、消費者、法律文化、社會大眾等。

表二 hTC 之 SWOT 分析

S (Strength) 優勢	W 劣勢(Weaknesses)
1. 配合各族群推出適合之功能 2. 強調創新及重視消費者，建立高忠誠的顧客	1. 觸控式的智慧型手機價位較高，讓人望之卻步。 3. 品管較差者，較易有瑕疵品出現在市面上
O (Opportunity) 機會	T (Threat) 威脅
1. hTC 和全球電信業者之合作形成連鎖效應 2. 與電信業者合作，推出客製機以搭配手機門號作促銷 3. 智慧型手機應用越來越多，發展潛力無窮	1. 同業競爭高，替代商品多 2. 手機市場已接近飽和 3. 消費者選擇多，沒創新很快會被取代 4. 山寨機現今很氾濫，模仿的很逼真，容易讓人誤導

(四)hTC 之波特五力分析

麥可·波特在 1979 年提出的架構，其用途是定義出一個市場吸引力高低程度。波特認為影響市場吸引力的五種力量是個體經濟學面，而非一般認為的總體經濟學面。五種力量由密切影響公司服務客戶及獲利的構面組成，任何力量的改變都可能吸引公司退出或進入市場。

表三 hTC 之波特五力分析

同業競爭者	百家爭鳴，蘋果、易利信、三星、諾基亞等，現在都趨向觸控式螢幕、智慧型手機，來吸引消費者。
潛在進入者	二手手機、山寨機，價格較低，使得顧客有更多選擇的空間，導致顧客流失，造成威脅。
替代性商品	MP4、PDA、相機，品質都一樣，也應顧客需求不同，容易分散客源。
供應商議價能力	主要花費在觸控式面板、作業系統，大部分開銷都是固定的，所以議價空間不大，產品單價也居高不下。
消費者議價能力	消費者以商業人士為主，購買手機多搭配電信費率，或新機種上市會有特別促銷的活動，增加購買意願，但議價空間不大。

(五)hTC 之行銷 4P 分析

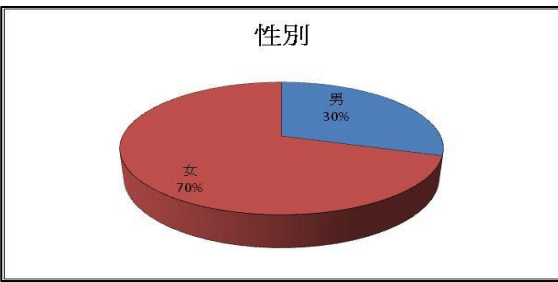
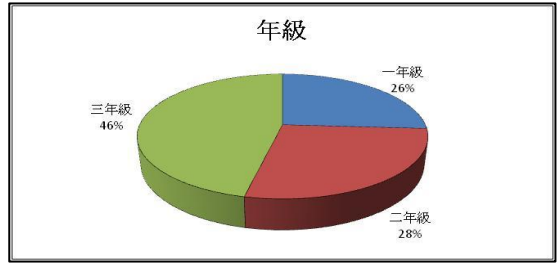
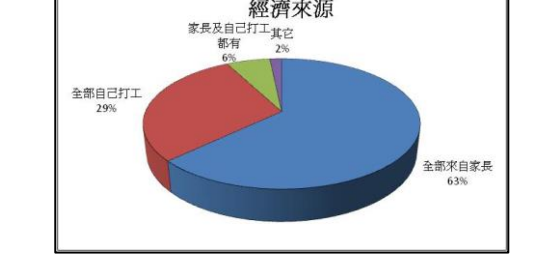
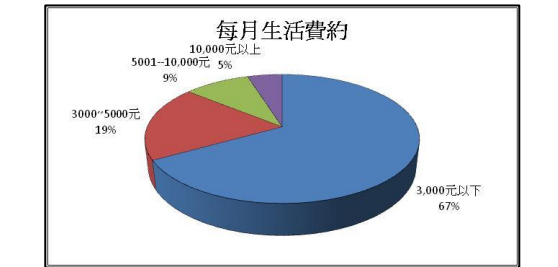
行銷人員在推動行銷活動時，就是行銷組合。行銷組合是指包括產品、價格、通路及促銷等四項，這四者要互相搭配，不可各自為政，才能提高行銷活動的效果。

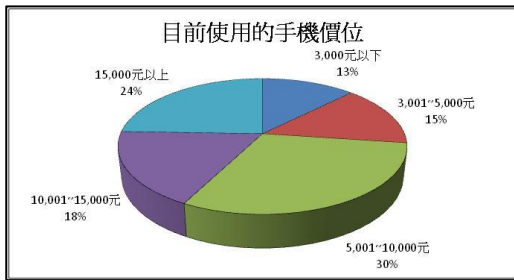
表四 hTC 之行銷 4P 分析

產品(Product)	價格(price)
1. 擁有軟體內涵，不再只是製造代工。 2. 高擴充性與個人化應用軟體	1. 主打商務人士與 3C 愛好者，走中高單價路線 2. 品質高導致價格也提升
通路(Place)	促銷(Promotion)
1. 透過電視媒體、報章雜誌各種廣告行銷，達到宣傳的效果 2. 與電信業者合作販賣，透過通路商至各銷售點鋪貨	1. 在 3C 資訊展上發表產品，並於現場舉辦促銷活動 2. 利用電信週年慶、特別節目推廣新上市的手機，搭配門號促銷價格，讓消費者更心動

四、問卷結果與分析

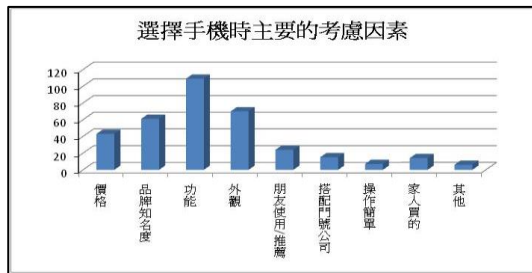
本專題以樹德家商商科學生為研究對象發放問卷，整理、彙總並分析如下：

<p style="text-align: center;">性別</p>  <p style="text-align: center;">圖一性別比例圖</p>	<p>由圖一得知，本問卷受訪對象，以女性佔 70%為最多，其次為男生佔 30%。</p>
<p style="text-align: center;">年級</p>  <p style="text-align: center;">圖二年級比例圖</p>	<p>由圖二得知，本問卷受訪對象，以三年級比例最多佔 46%，其次為二年級佔 28%。</p>
<p style="text-align: center;">經濟來源</p>  <p style="text-align: center;">圖三經濟來源比例圖</p>	<p>由圖三得知，本問卷受訪對象之經濟來源，以全數來自家長的比例最多佔 63%，其次為自己打工佔 29%，由以上可得知因為學生經濟能力有限，大部分為家長支付為居多。</p>
<p style="text-align: center;">每月生活費約</p>  <p style="text-align: center;">圖四每月生活費比例圖</p>	<p>由圖四得知，本問卷受訪對象，生活費為 3000 元以下佔 67%為最多，其次為 3000~5000 元佔 19%，由以上得知大多數人每月的生活費為 3000 元以下。</p>



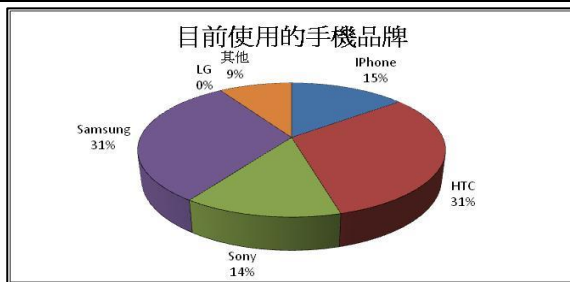
圖五目前使用的手機價位比例圖

由圖五得知，本問卷受訪對象，目前使用手機價位以 5001~10000 元佔 30%為最多，其次為 15000 元以上佔 18%，由以上得知大部分學生對於手機價位以 5001~10000 元較能接受。



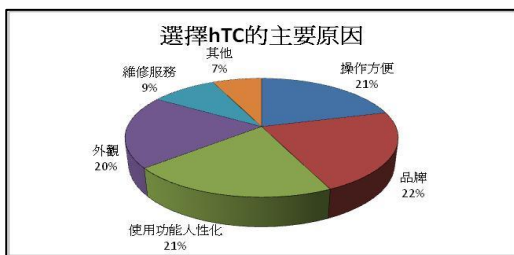
圖六選擇手機時主要的考慮因素比例圖

由圖六得知，本問卷受訪對象，選擇手機考慮因素以功能佔最多，其次為外觀。



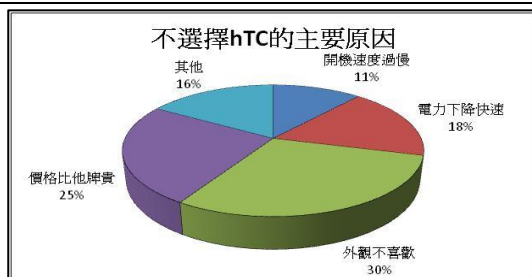
圖七目前使用的手機品牌

由圖七得知，本問卷受訪對象，目前使用的品牌以 hTC 和 Samsung 均佔 31%，平分秋色，其次為 iPhone 佔 15%。



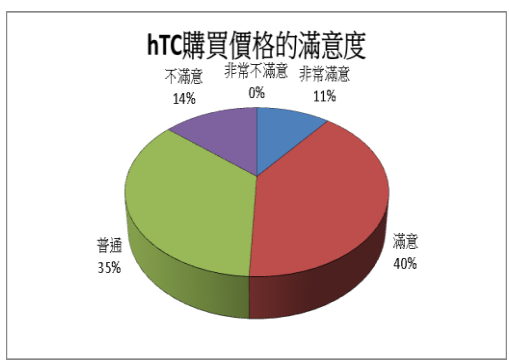
圖八選擇 hTC 的主要原因比例圖

由圖八得知，本問卷受訪對象，選擇 hTC 的主要原因為品牌佔 22%，其次為操作方便，和使用功能人性化均佔 21%，由以上可得知品牌對於消費者還是有一定的選擇因素存在。

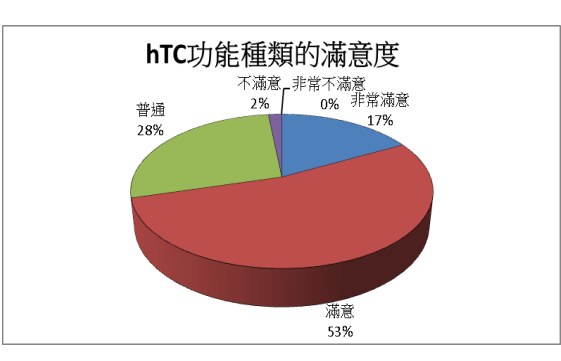


圖九不選擇 hTC 的主要原因比例圖

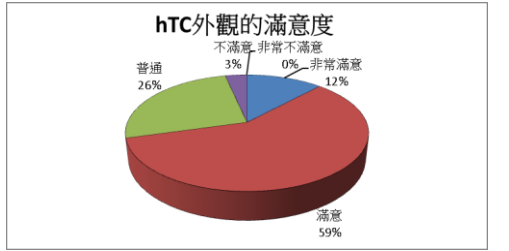
由圖九得知，本問卷受訪對象，不選擇 hTC 的原因，以外觀不喜歡佔 30%為最大因素，其次為價格比他牌貴佔 25%，由以上可得知消費者對於外觀非常重視。



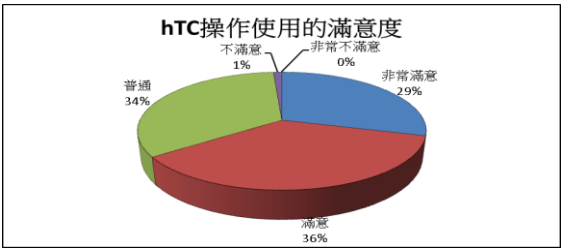
圖十 hTC 購買價格的滿意度比例圖



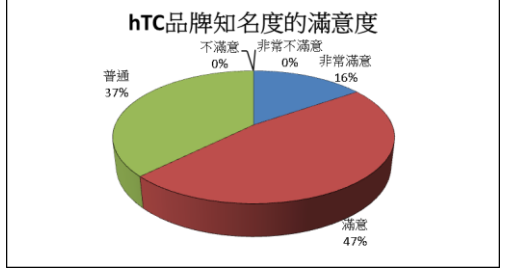
圖十一 hTC 功能種類的滿意度比例圖



圖十二 hTC 外觀的滿意度比例圖



圖十三 hTC 操作使用的滿意度比例圖



圖十四 hTC 品牌知名度的滿意度比例圖

由圖十~圖十四滿意度調查得知，本問卷受訪對象，由以上滿意均佔了四成，其次普通佔了三成，由以上得知得知 hTC 在每個滿意度調查當中對於使用者來說大部分都是相當滿意的。

參●結論

由問卷結果分析，得到以下結論與建議，列點說明如下:

1. 受訪對象中購買手機的金錢來源全數來自家長為 63%，其次為自己打工佔 29%，而受訪學生的生活費為 3000 元以下佔 67%，其次為 3000~5000 元，然而大部分使用的手機價格為 5001~10000 佔 30%為最多，顯示學生在買手機時有些人並不會因為生活費或經濟來源有限而選擇較便宜的手機。
2. 對於挑選智慧型手機以功能較為大家所注重的地方，外觀為其次，目前受訪對象使用的品牌以 hTC 和 Samsung 各佔 31%，選擇 hTC 的主要原因是因為品牌關

係其次為操作方便和功能人性，而不選擇 hTC 的外觀佔 30%其次是價格較貴，不喜歡外觀可能是因為 hTC 手機早期風格是採取歐美的商務路線，學生可能較不喜歡此風格的設計。

- 3.由我們問卷調查的結果調查得知，滿意度佔了四成，其次普通佔了三成，由以上得知得知 hTC 在每個滿意度調查當中對於使用者來說大部分都是相當滿意的。

肆●引註資料

- 1.許文蘭、呂雅菁(2013)行銷學。台北：啟芳出版社有限公司。
- 2.台灣時尚手機H T C的行銷與顧客滿意度。陳易新、柳宇晉、呂婉晴。網址：<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2012/11/2012111501520059.pdf>。搜尋日期：2013.03.14
- 3.HTC 品牌之路 展翅高飛、揮軍中國,來源，手機王，作者許鴻德。網址：<http://www.sogi.com.tw/mobile/articles/6133197-HTC%E5%93%81%E7%89%8C%E4%B9%8B%E8%B7%AF+%E5%B1%95%E7%BF%85%E9%AB%98%E9%A3%9B%E3%80%81%E6%8F%AE%E8%BB%8D%E4%B8%AD%E5%9C%8B> 搜尋日期：2013.03.14
- 4.揭秘 HTC 從“幕後”到臺前的那些事兒,來源華夏經緯網，責任編輯:李欣。網址：<http://big5.huaxia.com/tslj/qycf/2010/07/2006645.html>。搜尋日期：2013.03.14
- 5.雲端崛起，智慧空中飛—H T C，作者巫仲倫、黃筱涵、廖秀婷。網址：<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2012/11/2012110919402806.pdf>。搜尋日期：2013.03.14。
- 6.低調的閃耀 HTC 智能手機發展歷程全記錄，責任編輯：韓天宇。作者：竇輝來源：[手機中國](http://tech.hexun.com.tw/2010-07-22/124332905_3.html)。網址：http://tech.hexun.com.tw/2010-07-22/124332905_3.html。搜尋日期：2013.03.14。
- 7.HTC 觸碰你的世界，作者朱宜芳、陳妘佳、陳芷萱。網址：<http://moss2007.shinmin.tc.edu.tw/admunit/resource/library/DocLib3/981115/HTC%E8%A7%B8%E7%A2%B0%E4%BD%A0%E7%9A%84%E4%B8%96%E7%95%8C.pdf>。搜尋日期：2013.03.14。
8. 多功能智慧型手機之研究，作者 吳伯彥。網址：<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2005/10/2005102818534557.pdf>。搜尋日期：2013.03.14。