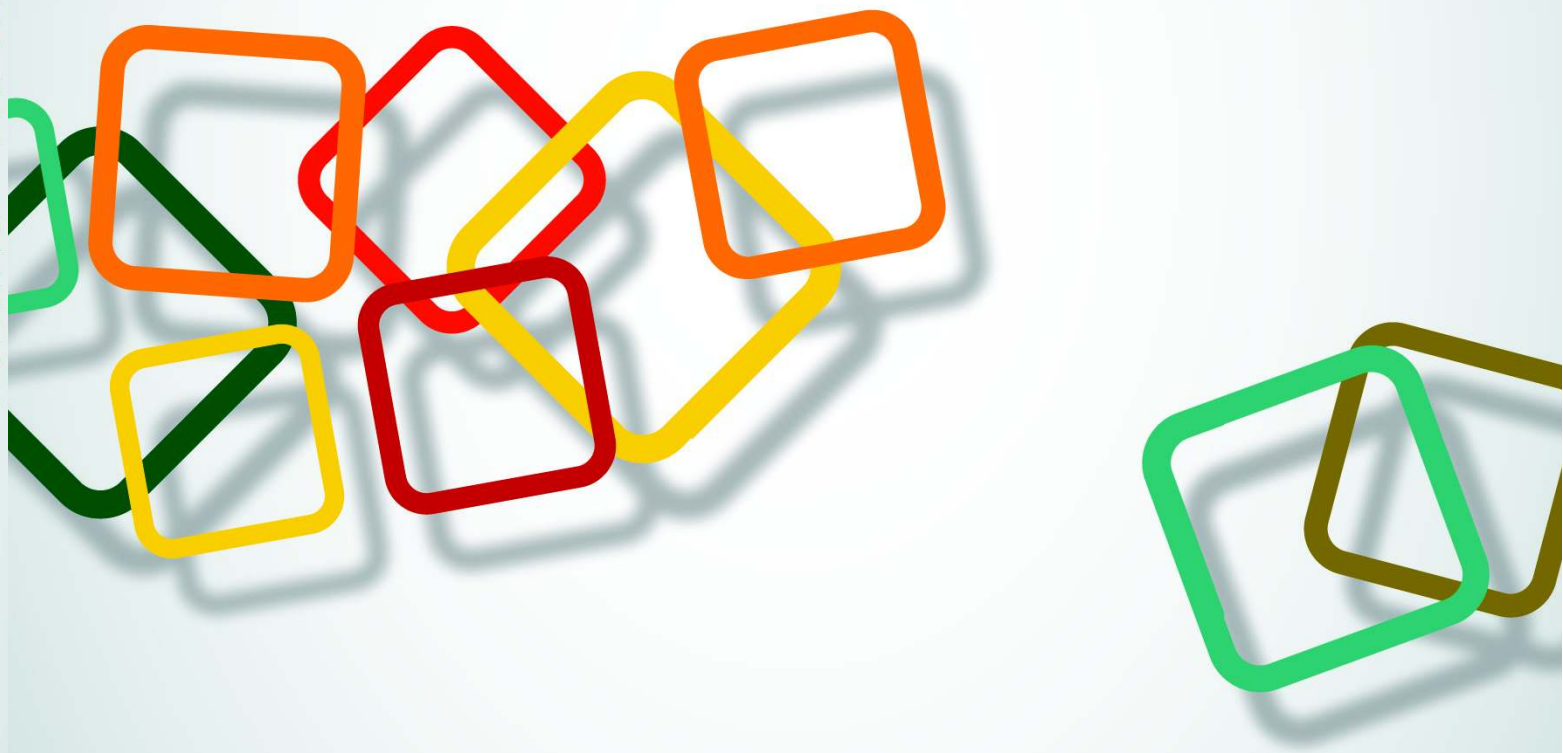




# 「分析網上輿論 掌握客戶喜好」 分析結果報告

「分析網上輿論 掌握客戶喜好」分析結果報告



[www.isia.org.hk/mi/](http://www.isia.org.hk/mi/)

主辦機構



協辦機構



執行機構



資助機構



# 目錄 Contents



主辦機構簡介.....	P1
協辦機構簡介.....	P2
序-名譽顧問.....	P3
序-主辦機構主席.....	P4
序-協辦機構主席.....	P5
序-協辦機構主席.....	P6
序-項目統籌委員會主席.....	P7
項目簡介.....	P8
項目指導委員會及項目統籌委員會成員名單.....	P9-10

## Chapter 1 項目背景

項目背景與導論.....	P11-18
--------------	--------

## Chapter 2 報告內容(網上輿論分析結果撮要及專家解讀)

耳機.....	P19-28
多媒體播放器(電視機頂盒的一種).....	P29-36
智能手機週邊配件.....	P37-46
家居電子美容產品.....	P47-57
數碼收音機.....	P58-62

在此刊物上/活動內(或項目小組成員)表達的任何意見、研究成果、結論或建議,並不代表香港特別行政區政府、工業貿易署或中小企業發展支援基金及發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金(機構支援計劃)評審委員會的觀點。

  
**Chapter 3 總結及詞彙**

總結及詞彙.....	P63-64
------------	--------

**Chapter 4 附錄**

附錄 - 分析圖表.....	P65-74
附錄 - 活動花絮.....	P75-76
附錄 - 讀者意見調查問卷.....	P77-78
鳴謝.....	P79-80

## 主辦機構簡介



### 有關資訊及軟件業商會

資訊及軟件業商會於一九九九年成立，目的是為提高本地資訊及軟件業的水準、增強其認受性及增加其盈利能力，同時在香港及鄰近地域促進高增值的資訊及軟件業的長遠發展。資訊及軟件業商會成立的宗旨是加強香港資訊及軟件業在本地及全球的競爭力、向公眾推廣資訊科技的認識及應用、為業界提供交流經驗的論壇，並協助加強業內合作，取得最佳的協同效益、在與政府及其他本地及國際機構溝通時，保障業界的利益並反映其觀點、促進香港與內地資訊及軟件業的合作。

資訊及軟件業商會成立十多年來，一直致力於向社會及業界推動資訊科技的應用，多年來不斷舉辦各類大型的業界或社會服務項目。包括協助本港軟件行業向香港四大工業推廣軟件應用的「ISIA軟件應用方案館 (ISIA Solutions Pavilion)」、協助本港軟件行業改善營商條件的「香港軟件業營商指南 (Business Guidebook for Hong Kong Software Developer)」、協助本港軟件行業向外出口軟件及應用的「軟件出口指南 (Software Export Readiness Study)」、協助本港醫學界推動電腦化的行業推廣活動的Sector Specific Programme for Medical Industry、2008亞洲及大洋洲電腦行業組織年會 (ASOCIO ICT Summit 2008) 之主辦機構、協助本港電子行業分析社交媒體輿論之「分析網上輿論 掌握客戶喜好分析項目 (Market Intelligence for Electronics Industry)」、香港資訊及通訊科技獎2013：最佳中小企資訊科技獎 (2013 Hong Kong ICT Awards: Best SME ICT Award) 之主辦機構等。

資訊及軟件業商會

電話: (852) 2622 2867

電郵: [info@isia.org.hk](mailto:info@isia.org.hk)

網址: [www.isia.org.hk](http://www.isia.org.hk)



## 協辦機構簡介



### 香港電腦商會簡介

香港電腦商會於一九九八年七月二十四日成立，為非牟利的電腦業界組織。商會最初由十位資深業界人士組成，發展至今，已有五百多名公司會員，分別從事電腦生產、代理、批發、零售、支援服務、軟硬體發展等多個不同範疇，會員公司包括跨國企業、中大型代理商至中小型企業。香港電腦商會的成立，旨在增加業內溝通交流的機會，凝聚電腦業界的力量，推廣電腦文化，為有關企業帶來更多的商機，使電腦業更見興旺。

---

### 香港電子科技商會簡介



香港電子科技商會的宗旨包括專注為會員提供準確和及時的商業、科技和製造信息，並為會員交流及創造商機的平台，同時團結會員致力為香港電子與科技之發展、宏揚創業精神、精益求精，以助業界提升競爭力及生產力。商會通過各種活動，積極帶領會員公司提高技術，開拓高增值市場。



## 序 - 名譽顧問



由資訊及軟件業商會主辦的「分析網上輿論 掌握客戶喜好」計劃，利用智能資訊科技分析工具，為中小型企業在互聯網上收集即時的市場情報，掌握消費者需求的趨勢和市場脈搏，方便中小企制定合時與合適的商業策略。

我衷心期望這個計劃能夠幫助中小企更新和改良產品服務，提升競爭力與經濟效益，而能進一步推動本港的整體經濟發展。

**楊偉雄先生**  
**香港理工大學行政副校長**



## 序 - 主辦機構主席



「分析網上輿論 掌握客戶喜好」這個創意項目本源於一次不經意之閒聊。而這點題的項目名稱，亦已充份反影了這項目的目的及成果。

一個成功的軟件或創意項目，往往能改變整個行業或整個社會的運作模式，例如 Facebook，WhatsApp，QQ，iPhone，WIFI，Internet等社交媒體及通訊工具已翻天覆地改變了我們的生活及溝通模式。我們希望「分析網上輿論 掌握客戶喜好」這個項目能令香港工業界充份認識及善用分析網上輿論這類嶄新的市場分析工具，以分析社交媒體對不同行業及產品的討論及市場趨勢。

在「分析網上輿論 掌握客戶喜好」這個項目的執行中，我們充份體現了各行業商會間的合作精神。在項目執行中資訊及軟件業商會主要負責IT技術的建議及執行，而香港電腦商會及香港電子科技商會之專家小組，包含香港之廠家、產品設計商及銷售商等，則負責提供業界的專業意見。所以我們能確保整個項目能以最新及最有效的科技去執行，並得到最貼近市場的專家意見作市場分析。

**王志強先生**  
**資訊及軟件業商會主席**



## 序 - 協辦機構主席



現今人們溝通、傳遞消息的舞台已轉移到網上平台，但面對各式各樣、優劣不一的資訊，如沒有一套有效的分析網上輿論方法，結果將是「入寶山，空手回」。資訊及軟件業商會和本會深明這新趨勢，故希望以本項目作為試點，深入分析各網上媒體與電子產品相關的輿論訊息，並撰寫分析報告，藉此與業界分享最新有關消費者的資訊及分析網上輿論的有效方法。

**余華強先生**  
**香港電腦商會主席**



## 序 - 協辦機構主席



隨著互聯網的爆炸式極速增長，企業可以從中收取大量訊息和數據。但如何對這些數據作出有系統和有效的分析？是一個新的難題！商業智能 (Business Intelligence – BI) 技術作為一個強力的市場分析工具，應該是一個主要的方案選項。

這個項目計劃，示範如何使用商業智能技術，協助企業，特別是中小型企業 (SME) 對市場各種的訊息和數據，作出一個有系統的分析，使業界能夠明白用一個比較低的成本，也可以有效和快捷取得市場的訊息、了解市場的需求、消息者的期望、顧客的喜惡和市場和產品趨勢等等。

透過這項目，本會的成員增加了對有關技術應用的了解。隨著有關技術的進一步廣泛使用，本會有充份信心，這個項目將可以協助業界對市場增加認識，加強業界的競爭力！本會很高興能夠參與此項計劃！

**吳國豪先生**  
**香港電子科技商會主席**

## 序 - 項目統籌委員會主席



「分析網上輿論 掌握客戶喜好」項目由資訊及軟件業商會主辦，並由香港特別行政區政府工業貿易署「中小企業發展支援基金」撥款資助。本項目是以資訊科技從香港及內地各大網上討論區，收集輿論進行針對性的分析，從而了解消費客戶喜好，中小企可以利用這些數據，啟發產品設計、分銷策略及售後服務的方向，加強企業競爭能力。

本項目得以順利完成，實有賴多位本地廠家、產品設計商及產品銷售商的積極參與，組成專家小組，提出多項見解及經驗分享，匯成專家意見，作為參考的指標。

在此，再次衷心感謝兩個協辦機構，香港電腦商會及香港電子科技商會的支持，還有，本項目指導委員會及統籌委員會成員的付出，實令本項目得以成功完成。而本項目只是一個開始，期望能收拋磚引玉之效，有待各界賢達和友好繼續推動相關研究，使內容變得更完整和豐滿。

**江志榮先生**  
資訊及軟件業商會秘書/副主席



## 項目簡介

「分析網上輿論 掌握客戶喜好」項目由資訊及軟件業商會主辦，香港電腦商會及香港電子科技商會協辦，並由香港生產力促進局執行之業界項目。本項目由香港特別行政區政府工業貿易署「中小企業發展支援基金」撥款資助，為期一年，旨在協助香港電子業界(製造商及零售商)和消費者分析網上輿論訊息，提供參考。

本項目集中研究五大類熱門電子產品包括耳機、多媒體播放器(電視機頂盒的一種)、智能手機週邊配件、家居電子美容產品和數碼收音機。項目小組成功分析於二零一二年七月一日至二零一三年二月二十八日期間，超過六百三十萬條於香港與內地最主要的二百四十五個網上媒體內相關的輿論訊息，參與相關討論的網民合共近超過三百八十萬名。

項目小組根據業界的的要求，制定出精確的搜尋條件，於上述的網上媒體搜尋相關輿論訊息。之後利用先進的商業智能 (Business Intelligence - BI) 資訊科技工具，就所得的輿論訊息進行多角度、深入的分析，從而為業界綜合出有關上述產品的消費群喜好(如對不同產品功能之喜好)。

### 「項目介紹短片」

為了令公眾人士更容易了解本項目之內容，我們特意制作了項目介紹短片，歡迎讀者下載，網址 [www.isia.org.hk/mi](http://www.isia.org.hk/mi)



## 項目指導委員會及統籌委員會成員名單

### 項目指導委員會

名譽顧問：	楊偉雄先生	香港理工大學行政副校長
主席：	王志強先生	資訊及軟件業商會主席
成員：	老少聰先生	香港生產力促進局資訊科技業發展部總經理
	余華強先生	香港電腦商會主席
	吳國豪先生	香港電子科技商會主席
	李煥明女士	英國電腦學會(香港分會)主席
	洪為民博士	互聯網專業協會會長

### 項目統籌委員會

主席：	江志榮先生	資訊及軟件業商會秘書/副主席
副主席：	李偉業先生	資訊及軟件業商會司庫
成員：	何沛德博士工程師	英國電腦學會(香港分會)前主席
	余震東先生	香港電子科技商會資訊科技委員會主席
	屈國良先生	資訊及軟件業商會副主席
	梁定球先生	香港電腦商會前主席
	曾憲佳先生	資訊及軟件業商會副主席
	葉昊軒先生	香港電子科技商會資訊科技委員會主席



## 項目專家小組成員名單

文振聲先生	萬誠電子科技有限公司
王福生先生	鵬勃電子科技公司
朱潔培女士	珠璣商業軟件有限公司
何沛德博士工程師	香港大學資訊科技服務
余華強先生	香港電腦商會 / 毅進易電腦有限公司
余震東先生	珠璣商業軟件有限公司
李少榮先生	Cell Technology Limited
李家俊先生	Videocom 腦博仕(香港)有限公司
林祖舜先生	活現媒體傳播有限公司
林新鴻先生	毅創來集團有限公司
洪樂琳女士	芯琳 / 萬保剛集團有限公司
韋以建先生	香港資訊科技聯會
張耀成先生	數碼主題有限公司
梁定球先生	策力科技有限公司
許健生先生	訊域科技有限公司
陳正文先生	商會會員培訓中心
陳志卓先生	ABC Engineering Limited
陳恆先生	香港資訊科技聯會
陳柏明先生	青研科技有限公司
陳偉航先生	香港電腦商會
楊卓洲先生	匯法科技有限公司
葉少康先生	恒源動力有限公司
葉昊軒先生	Cwlinux Limited
劉婉雯女士	流動科技有限公司
歐陽加晉先生	香港中小型企業聯合會
蔡劍誠先生	富創技術有限公司
鄭志揚先生	鷹泰公司
鄭杏霞女士	信成佳數碼科技有限公司
羅瑞真博士	雅高思先進科技有限公司
關文龍先生	集成-聯科科技有限公司

(排名按姓名筆劃順序)

# Chapter 1 項目背景與導論

## 1 背景

- 消費者於社交網絡及其他網上媒體進行討論的行為日益普遍。
  - 香港：每天約 350,000 條新討論訊息
  - 內地：每天約 800,000 條
- 網上輿論訊息蘊含大量資訊。
  - 議題廣泛：娛樂、時事、電子產品...
- 不少跨國企業以至外國政府(新加坡、南韓、英國...)已著手分析網上輿論，可見分析網上輿論的重要。

## 2 背景

- 即時性是分析網上輿論的重要優勢
  - 企業能就特定市場/產品議題，即時分析消費者於網上的正反輿論情緒。
- 分析網上輿論可應用於不同行業及產品上
  - 不論是正在開發、剛推出市面或舊有產品，網民均會討論。因此不論產品位於產品生命週期的任何一個階段，企業亦可獲得相關的消費者意見，不受產品生命週期影響。
- 進行傳統市場問卷調查的同時，企業亦可進行網上輿論分析以研究問卷調查未能觸及的範疇，從而更全面了解消費者需求。

# Chapter 1 項目背景與導論

## 3 背景

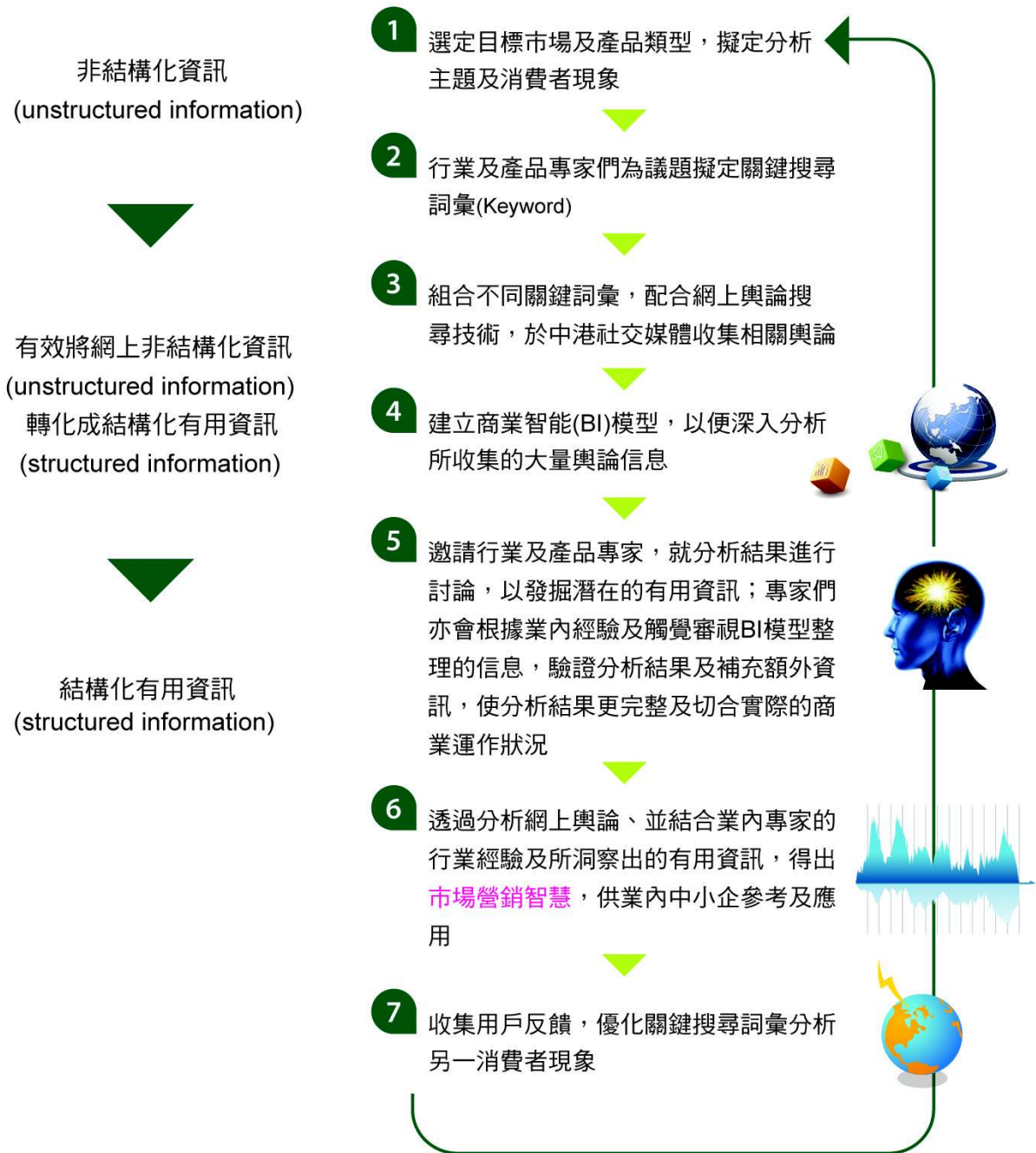
- 本報告集中研究電子產品。
  - 電子產品為網上熱門的討論議題\*
  - 很多香港中小企從事製造與銷售電子產品
- 電子產品日新月異，分析網上有關電子產品的輿論，**有助產品製造與銷售商快速掌握消費者喜好，制定相應商業策略**；分析結果亦有助消費者選購產品。
- 除提供參考資料外，資訊及軟件業商會(ISIA)亦希望透過本報告及是次政府資助項目，與業界分享分析網上輿論的有效方法。

*\*資料來源：Nielsen 2012*



# Chapter 1 項目背景與導論

## 分析網上輿論以獲取市場營銷智慧之採用方法





# Chapter 1 項目背景與導論

## 整體收集所得數據狀況 1

- 是次報告集中研究五大類電子產品。
  - ✓ 耳機
  - ✓ 多媒體播放器（基於產品功能的演變，現時消費者多數將「電視機頂盒」稱為「多媒體播放器」）
  - ✓ 智能手機週邊配件
  - ✓ 家居電子美容產品
  - ✓ 數碼收音機
- 深入分析香港與內地最主要的 245 個網上媒體（如討論區及微博）內相關的輿論訊息
- 合共分析 6,384,725 條訊息（於2012年7月1日至2013年2月28日在上述媒體中出現之訊息）
- 共 3,809,234 人參與討論上述產品。

## 整體收集所得數據狀況 2 網上媒體

### 245 個網上媒體



香港 47 個



等媒體...



內地 198 個



等媒體...

(排名不分先後)

# Chapter 1 項目背景與導論

## 整體數據狀況 3 訊息

於本報告中，  
藍色對話方塊為

香港  
輿論訊息

內地  
輿論訊息

於本報告中，  
紅色對話方塊為

6,384,725 條訊息

有效訊息(非「槍手」撰寫) 5,568,464條 (87%)  
「槍手」撰寫訊息 816,261條 (13%)

香港  
101,927條

內地  
5,466,537條

## 整體數據狀況 4 訊息

5,568,464 條有效訊息

包含可供分析內容之訊息  
4,744,161條 (85%)

沒有可供分析內容之訊息  
(訊息例子：「推啊！」)  
824,303 條 (15%)

香港  
71,604 條

內地  
4,672,557 條

本報告將集中分析這些訊息！

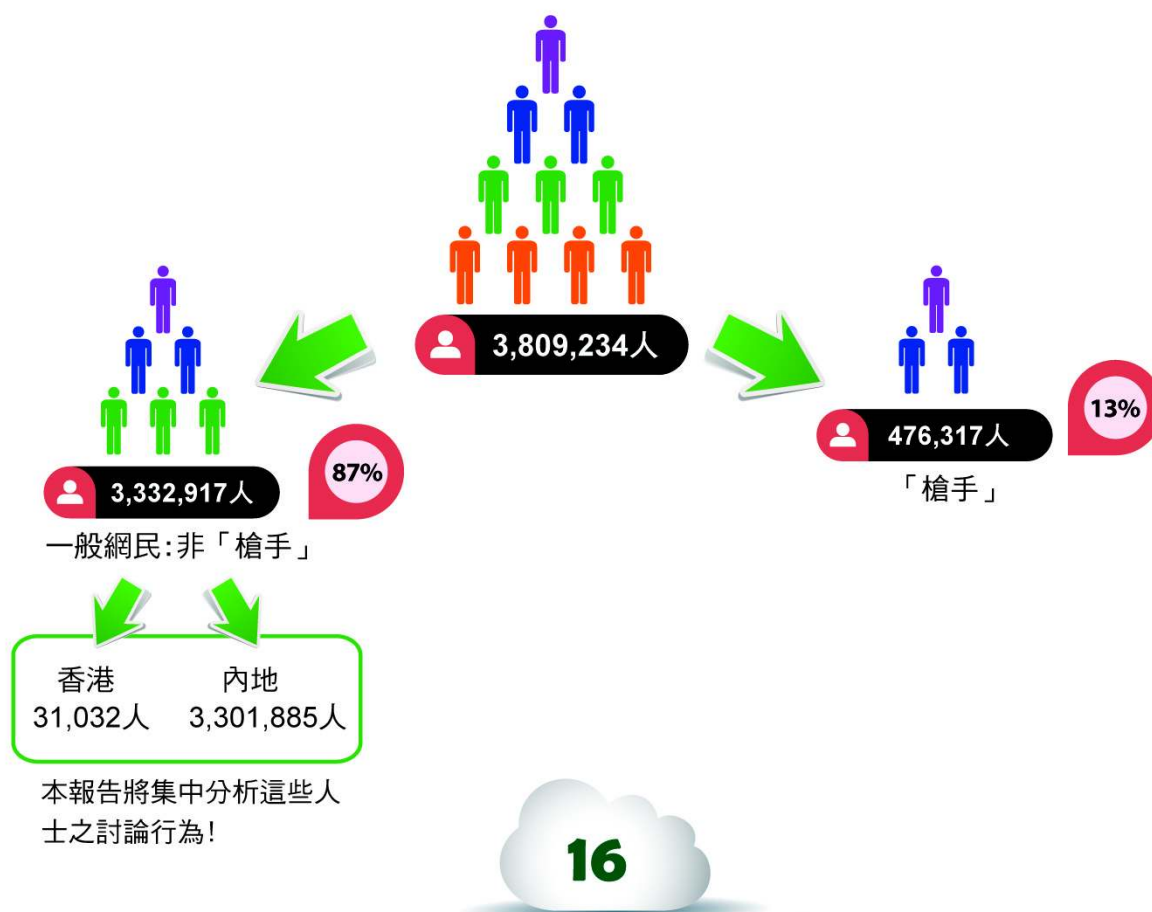
# Chapter 1 項目背景與導論

## 整體數據狀況 5 訊息分佈

產品	香港可供分析 訊息數量	內地可供分析 訊息數量	訊息總數*
耳機	23,679	1,656,892	1,680,571
多媒體播放器	9,178	347,718	356,896
智能手機週邊配件	27,644	2,340,769	2,368,413
家居電子美容產品	9,148	228,108	237,256
數碼收音機	1,955	99,070	101,025

\*由於同一條訊息內，有可能包括屬於一種或以上的電子產品之關鍵詞（如一條訊息同時提及電視機頂盒和數碼收音機），故「訊息總數」之總和有可能大過「包含可供分析內容之訊息」的實際數量

## 整體數據狀況 6 參與討論人數



# Chapter 1 項目背景與導論

## 整體數據狀況 7 討論人數分佈

產品	香港一般網民 討論人數	內地一般網民 討論人數	總討論人數
耳機	7,632	1,293,183	1,300,815
多媒體播放器	4,835	390,339	395,174
智能手機週邊配件	12,791	1,301,582	1,314,373
家居電子美容產品	4,697	229,809	234,506
數碼收音機	1,077	86,972	88,049

你可以從本報告及附錄中，獲得下列有關五大類產品的其他分析數據\*

### 宏觀方面

#### 主要發現

1. 最主要分析結果

#### 網上輿論情況 – 概覽

2. 總相關輿論數量

3. 總參與討論人數

### 微觀方面

#### 網上輿論行為

4. 高輿論數量網站

5. 輿論數量一天內之分佈

#### 輿論內容詳情

6. 各產品細類討論情況

7. 所關注的產品功能

8. 所關注的設計因素

9. 所關注的質量因素

10. 購買渠道

\*因應電子產品類別，數據種類或略有不同

# Chapter 1 項目背景與導論



## 各類電子產品最主要分析結果一覽表

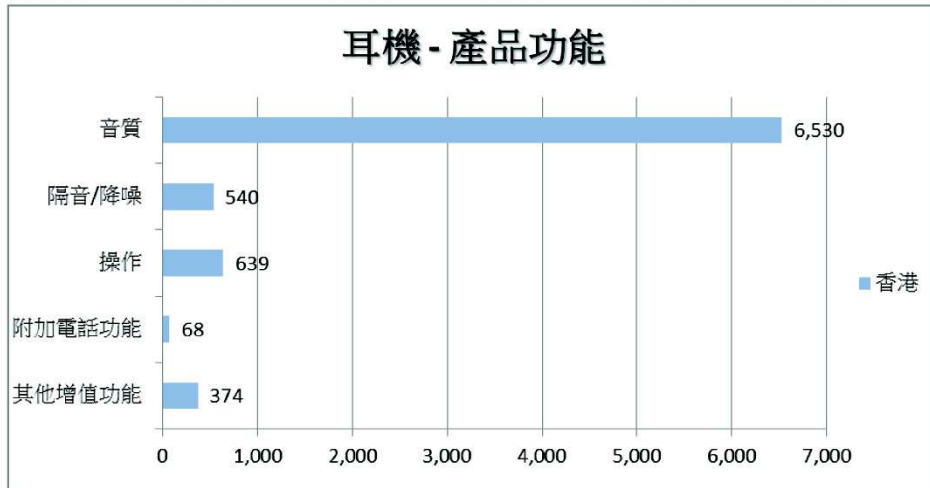
產品	地域效應 (香港與內地)	時間效應	產品定位效應
耳機	✓		✓
多媒體播放器	✓		
智能手機週邊配件	✓	✓	
家居電子美容產品	✓		
數碼收音機	✓		

# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



## 1 耳機 Headphone/ Earphone

### 功能 – 香港及內地討論數量



\*「操作」包括「音量」、「線控」、「音樂播放」等

\*「其他增值功能」包括「運動(時使用)」、「飛機(乘座飛機時使用)」、「防水」等



\*「操作」包括「音量」、「線控」、「暫停」等

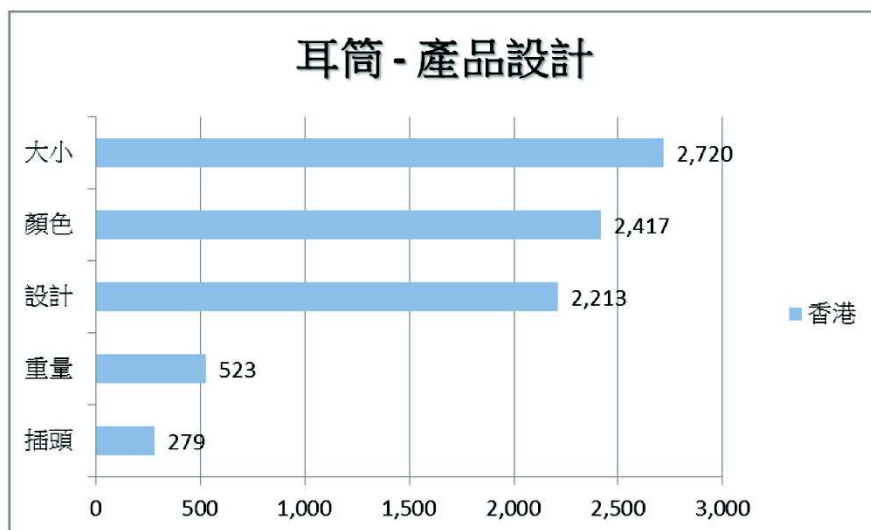
\*「其他增值功能」包括「運動(時使用)」、「飛機(乘座飛機時使用)」、「防水」等

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



### 1 耳機 Headphone/ Earphone

#### 設計 – 香港及內地討論數量



\* 網民最常提及的顏色依次序為黑、白、紅、藍、紫、橙、金等

\* 「設計」包括「外型是否配合潮流」及「是否容易襯衫」等



\* 網民最常提及的顏色依次序為黑、白、藍、綠、紫、黃、金等

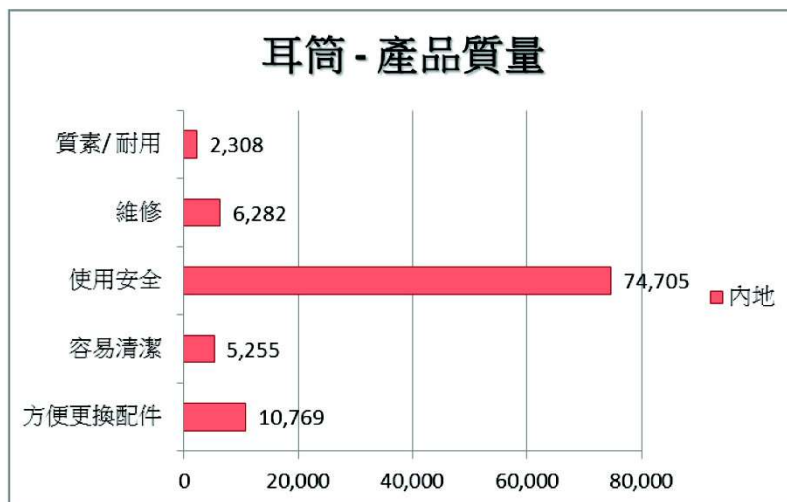
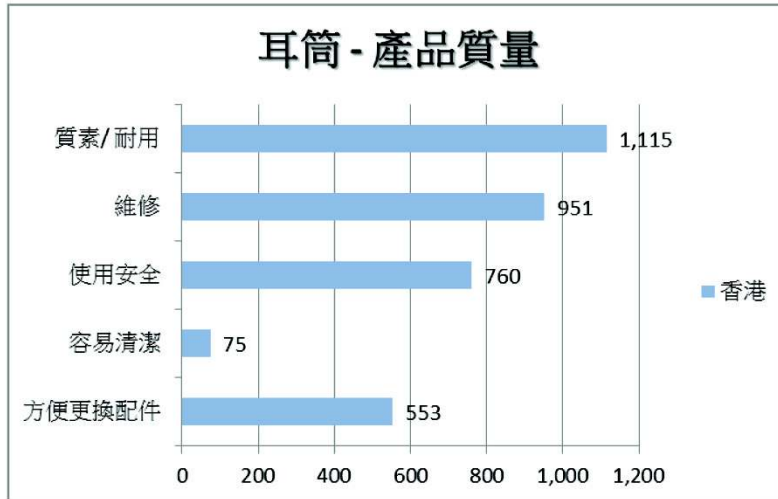
\* 「設計」包括「外型是否時尚」及「是否容易襯衫」等

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



### 1 耳機 Headphone/ Earphone

#### 質量 – 香港及內地討論數量



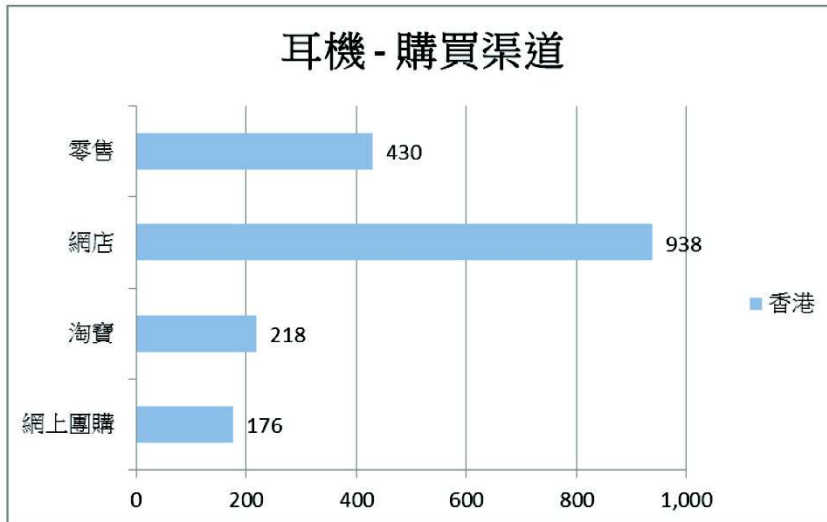


# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

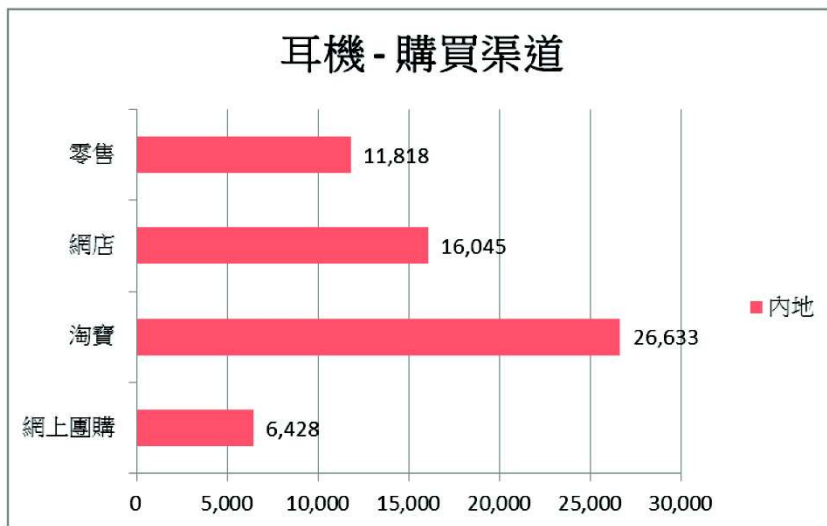


## 1 耳機 Headphone/ Earphone

### 購買渠道 – 香港及內地討論數量



\* 「網店」包括香港售賣耳機網站及外國網站「Amazon」



\* 「網店」包括內地售賣耳機網站及「Amazon」

# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

## 1 耳機 Headphone/ Earphone



利用商業智能(BI)資訊科技分析工具進行多角度、深入的數據分析



4 項最主要分析結果！

### 1 香港及內地網民較關注耳機品牌

香港討論情況

最多人討論	高階耳機	中階耳機	入門耳機
第一位	品牌	品牌	品牌
第二位	價格	價格	價格
第三位	物料與來源地	設計	物料與來源地
第四位	設計	物料與來源地	設計

內地討論情況

最多人討論	高階耳機	中階耳機	入門耳機
第一位	品牌	品牌	品牌
第二位	價格	物料與來源地/價格/設計	物料與來源地
第三位	物料與來源地	質量	質量
第四位	設計	舒適/配件/宣傳	價格

註：耳機分類(高階、中階、入門類別)之主要考慮因素為品牌，並參考行內專家的建議

# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



## 1 耳機 Headphone/ Earphone

### 2 導線、價格及低音為香港網民討論耳機時較常提及範疇

應該係你成日拉扯到條線，我都係咁，無心機卷線...要買d個耳筒位同條線接駁位有保護果d。仲有而家好多都出扁線，好好多，唔會打kick...

... 同埋條線三米長，出街聽歌都幾麻煩...

... 我有時鍾意自己配線原裝有好多例如分析力 低音唔夠好都可能關係線事...

網上輿論節錄 – 導線

新手\$600以下想買入耳式有冇好介紹?

有無巴打有中價耳機好介紹???

\$1500蚊有咩耳機推介??

網上輿論節錄 – 價格

小弟想買對入耳式耳機，但係唔熟呢方面，我只係希望bass稍微重少少...

藍色果隻特別版D bass聲o唔ok架?

... 因為聽歌的時候，同時間我會著重 bass 的部分...

網上輿論節錄 – 低音

# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

## 1 耳機 Headphone/ Earphone

### 3 價格、導線及清晰度為內地網民討論耳機時較常提及範疇

我想要100元以下的性价比比较高的耳机，最好款式比较好，毕竟不是专业的不用太高要求...求推荐

... 价格两千以内。求推荐!

有生以来第一次买价格三位数的耳机，其实也不过是140元的...

 網上輿論節錄 – 價格

... 线材是扁平锯齿形导线，不易缠绕

... 如果有耳挂和线夹，绕耳佩戴+线夹固定可以在很大程度上减轻听诊器效应...

不错的耳机延长线，做工精细，失真小，没有明显的音量衰减...

 網上輿論節錄 – 導線

觉得低音已经足够了，就是高中音反而好像不够清晰...

... 音质清晰就好了嘛，最讨厌耳机低音重重的了，好吵喔

... 优势在女声以及款式美，高音比较清亮...

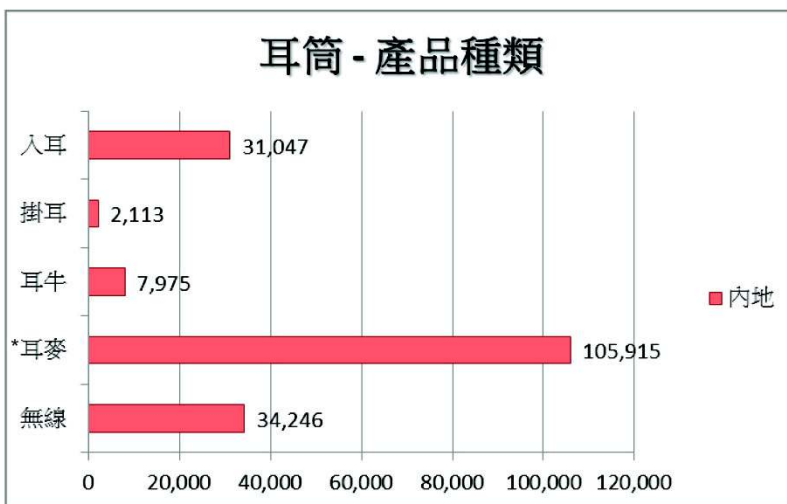
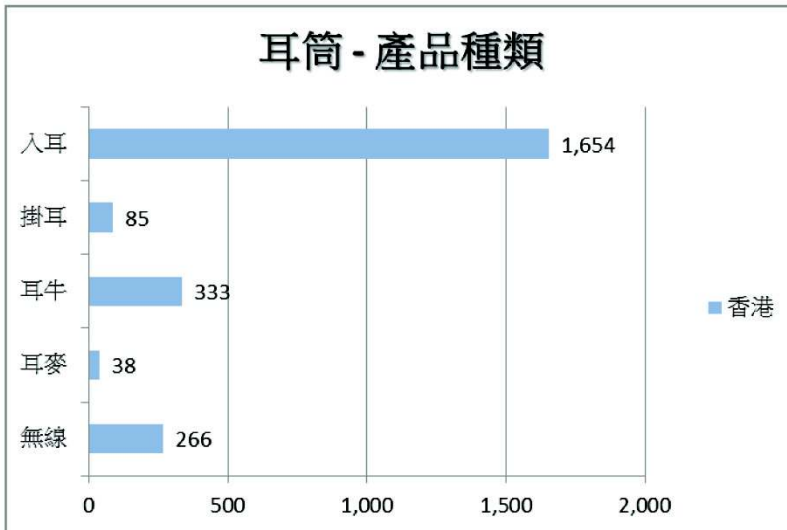
 網上輿論節錄 – 清晰度

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



### 1 耳機 Headphone/ Earphone

4 香港網民較常討論入耳式耳機，內地網民則較常討論耳麥



\* ...带着耳麦玩游戏...

\* ...玩游戏看电影听音乐带上它不会打扰到别人... 網上輿論節錄

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 1 耳機 Headphone/ Earphone

#### 首 4 項最主要分析結果 – 小結

- 香港及內地網民較關注耳機品牌。
- 導線、價格及低音為香港網民討論耳機時較常提及範疇。
- 價格、導線及清晰度為內地網民討論耳機時較常提及範疇。
- 香港網民較常討論入耳式耳機，內地網民則較常討論耳麥。



#### 專家見解及寄語 - 耳機 (1)

##### 市場整體概況見解

**潮流引發網上討論：**耳機產品屬較多網民討論的產品類別。其中一個主要原因是耳機屬潮流產品，而時下不少消費者均喜歡利用耳機與服飾作配搭，故引起消費者於網上進行討論及搜尋相關資訊的興趣。此外，由於部份耳機的正貨與冒牌貨之外觀頗相似，消費者或未能單從產品外觀作出分辨。故不少消費者購買耳機前，會先於社交網絡詢問朋輩及其他網民的意見，減低購買時之風險。

**開拓內地高價耳機市場或有可為：**整體而言，香港網民所提及的耳機價格相對較內地的為高。這某程度反映了香港消費者的價值觀：他們覺得耳機是值得花費的電子產品，願意「投資」在這方面。相對而言，內地網民暫時並未太熱衷於高價（高階）耳機的討論。這是因為他們情願花費於其他電子產品，還是代表著內地高階耳機市場尚未成熟，對港商而言是一個有待開發的商機？

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 專家見解及寄語 - 耳機 (2)

#### 產品建議

**留意內地無線耳機商機：**內地網民討論無線耳機，除因為該產品為消費者帶來方便，亦可能由於內地近年開始實施駕駛時不得直接使用手提電話的法例。這刺激內地消費者留意無線耳機(及相關產品如藍牙免提；將於本報告較後部份再作討論)，從而帶動於社交媒體的輿論。

**多顏色供消費者選擇：**網民亦關注耳機的顏色。縱使大部份消費者主要選擇黑色、白色及紅色的耳機，建議耳機製造商及銷售商仍需供應其他顏色的耳機，以提供完整的色系供消費者選擇以至作襯衫用途。

**大耳機成產品設計潮流：**網民關注耳機的大小，正好反映他們對產品設計的喜好。具體而言，市場上的耳機外型尺寸正在增大，以迎合現時消費者喜愛大耳機/大耳牛的口味。消費者喜愛大耳機的其中一個原因，是這些大耳機能為消費者營造「專業耳機用家」的形象。預料這個產品設計的趨勢將會延續。

### 專家見解及寄語 - 耳機 (3)

#### 產品建議

**縮小包裝以降運輸成本：**香港耳機製造商及銷售商可多留意產品的包裝設計。具體而言，如港商希望藉電子商貿平台將產品銷售至其他地方(如歐美)，便應盡量縮小包裝，以降低將貨物運送給顧客的成本。

#### 銷售渠道及推廣建議

**進駐電子商貿平台以引起注意：**不少網民提及於B2C電子商貿平台及網上團購渠道購買耳機。現時不少耳機製造商、銷售商以至耳機品牌均採用這些網上銷售渠道，不但方便消費者選購產品，亦有助向網民推廣產品/品牌，從而提升產品/品牌的知名度，最終提高產品於網上及實體店之銷售數量。

註：上述乃本項目專家小組成員根據商業智能(BI)數據分析結果所得出之個人見解及建議，僅供業界參考。本項目小組及其他參與本項目之團體不會就上述見解及建議之準確性負責。

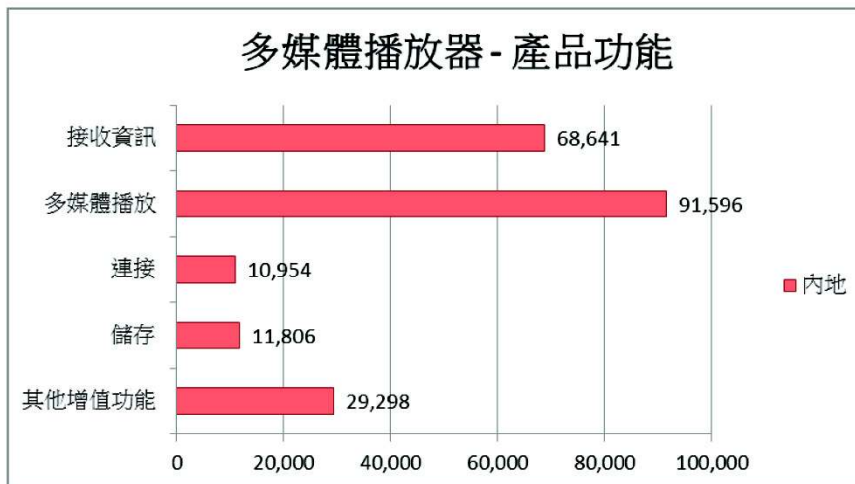
# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

## 2 多媒體播放器 Media Player

### 功能 – 香港及內地討論數量



\* 「其他增值功能」包括「(下載)App」、「收音機/ DAB」、「畫中畫」等



\* 「其他增值功能」包括「收音機/ DAB」、「(下載)App」、「畫中畫」等

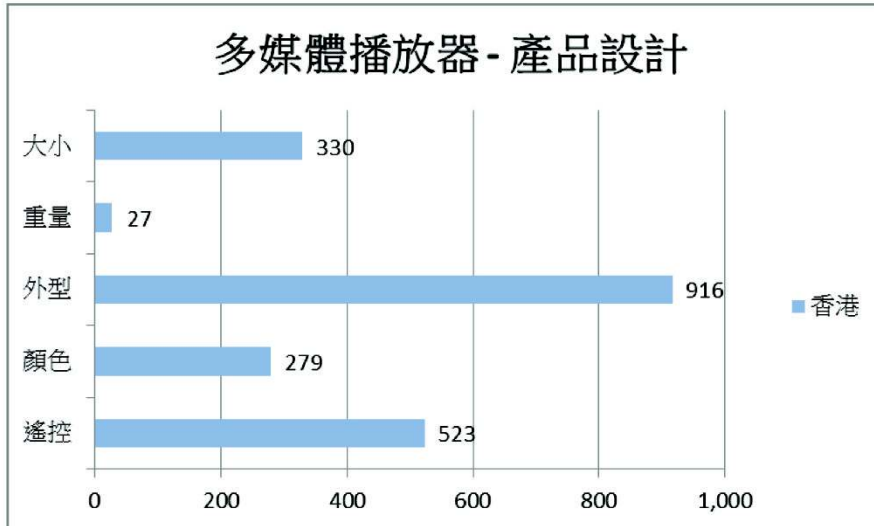


# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



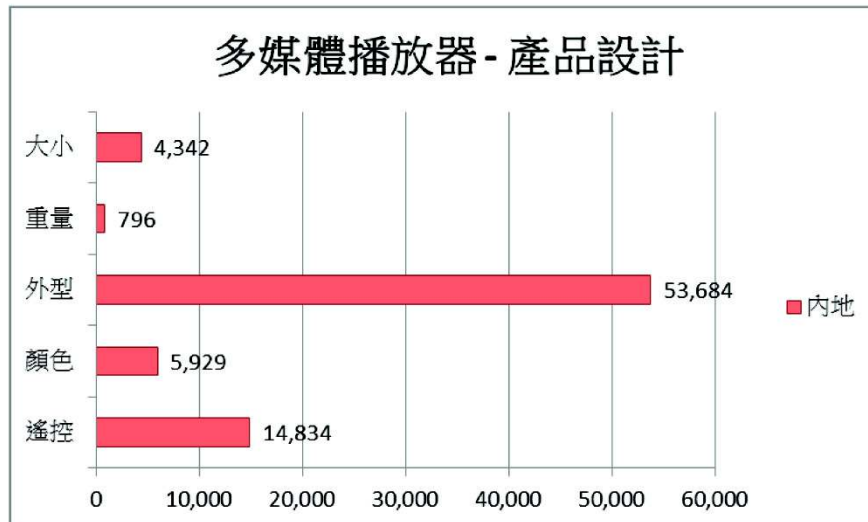
## 2 多媒體播放器 Media Player

### 設計 – 香港及內地討論數量



\* 提及有關「外型」的字眼包括「薄」、「有型(金屬外殼)」等

\* 「顏色」主要為「黑色」、「白色」及「銀色」



\* 提及有關「外型」的字眼包括「薄」、「酷」、「時尚」等

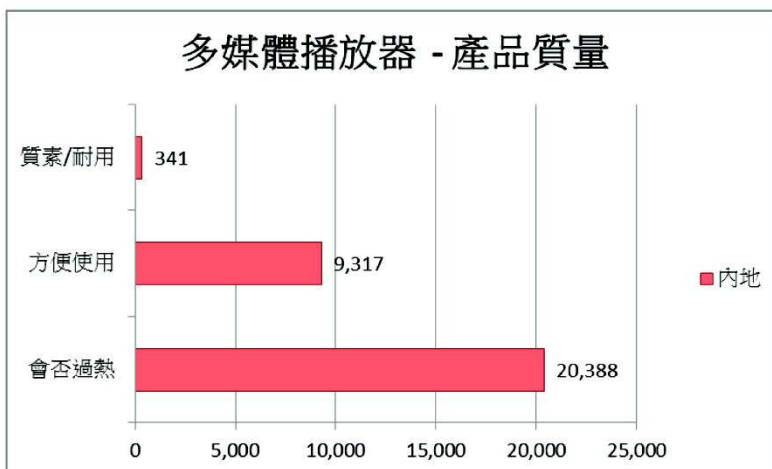
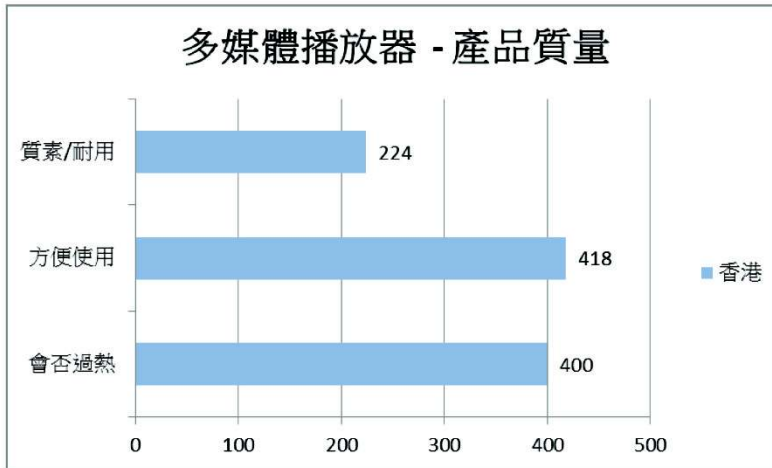
\* 「顏色」主要為「黑色」、「白色」及「銀色」

# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



## 2 多媒體播放器 Media Player

### 質量 – 香港及內地討論數量

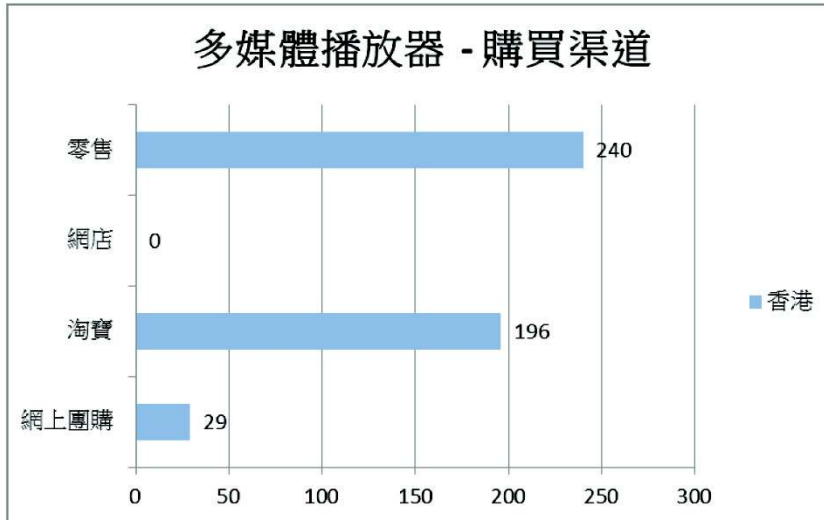


# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



## 2 多媒體播放器 Media Player

### 購買渠道 – 香港及內地討論數量



# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



## 2 多媒體播放器 Media Player



利用商業智能(BI)資訊科技分析工具進行多角度、深入的數據分析



4 項最主要分析結果！

### 1 部份香港與內地網民為父母選購多媒體播放器/電視機頂盒時，注重易用性



網上輿論節錄



其他相關網上輿論節錄

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 2 多媒體播放器 Media Player

#### 2 內地網民較香港網民關注多媒體播放器/電視機頂盒之耗電量

已经注意到呢个问题了//@阿伯微博  
爆搞搞事专区:【不关机顶盒 年耗百  
度电】各位街坊注意嘞!!!

每台机顶盒耗能15w计算  
，中国的一天浪费了多少  
度电???

电视机顶盒从来都是关电  
源，这样即省电又可防雷  
电天气弄坏电器

...电视机顶盒待机，一年要  
多花175.2度冤枉电。从今天起  
，看完电视要关机顶盒咯

網上輿論節錄

#### 3 觀看足球及直播節目為香港與內地網民 使用網絡播放器\*兩項主要用途

...睇波邊隻android box  
or 手指最順?想入貨1k  
樓下...

(求教)高清網絡播  
放器~睇波...

請問邊隻網絡播放器  
好用? 想睇波或-體育!

網上輿論節錄

知唔知有咩网络播放器可  
以直播(香港电视台)咧?"

(欧洲杯)试了多个网络  
播放器都无法播放...

网络播放器都没有湖南  
卫视的直播了呢?

網上輿論節錄

\*有關電視機頂盒、多媒體播放器及網絡播放器之定義，請參考本報告之詞彙部份

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 2 多媒體播放器 Media Player

#### 4 「高清」為香港與內地網民討論 網絡播放器\*中最常提及字眼



#### 網上輿論節錄

其他較常提及字眼/ 功能：香港-(1)錄，(2)HDMI，(3)USB  
內地-(1)录，(2)Wifi，(3)多媒体

\*有關電視機頂盒、多媒體播放器及網絡播放器之定義，請參考本報告之詞彙部份

### 2 多媒體播放器 Media Player

#### 首 4 項最主要分析結果 – 小結

- 部份香港與內地網民為父母選購多媒體播放器/ 電視機頂盒時，注重易用性。
- 內地網民較香港網民關注多媒體播放器/ 電視機頂盒之耗電量。
- 觀看足球及直播節目為香港與內地網民使用網絡播放器兩項主要用途。
- 「高清」為香港與內地網民討論網絡播放器中最常提及字眼。



## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 專家見解及寄語 - 多媒體播放器 (1)

#### 市場整體概況見解

**產品需小巧且功能齊備：**網上輿論情況反映消費者頗關注多媒體播放器/機頂盒的大小與外型，特別是當他們討論「TV手指」的時候。這與現時消費者大多喜愛小巧電子產品的情況脛合。除了產品設計，消費者亦著重產品的規格如CPU速度。產品製造商需繼續花心思以研發出外型更小巧、功能更齊備的多媒體播放器。

#### 產品建議

**附設增值程式提升產品獨特性：**網民於討論中有提及利用手機程式(App)去控制多媒體播放器。根據銷售經驗，消費者喜愛這種能為他們帶來方便及新意的程式。對製造商而言，這種程式可加強產品的獨特性。其他受歡迎的增值程式及功能包括將多媒體播放器內的檔案或其他內容傳送到手機，或攝取(Screen capture)電視畫面並分享到手機上。

### 專家見解及寄語 - 多媒體播放器 (2)

#### 產品建議

**留意“4K”及“4核”技術：**消費者不斷追求高畫質及串流速度。而相關技術方面亦有突破。現時電視的分辨率(Resolution)已達致4K水平。同時市場上已開始出現具備4核心處理器的多媒體播放器以加強播放表現。建議香港製造商及零售商注意這兩個技術方向的發展，以作好多媒體播放器生產及入貨準備。

#### 銷售渠道建議

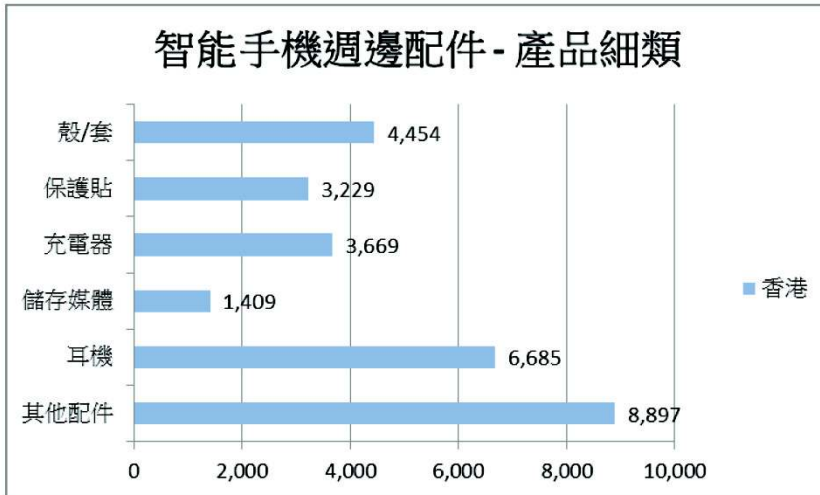
**香港網民較倚重零售店：**香港網民討論實體銷售渠道的比例較內地為高。事實上，香港消費者普遍喜歡往門市觀看示範及試用產品。而門市的示範對銷售多媒體播放器這類影音電子產品是很重要的，因為影音電子產品的功能往往需要消費者親身體驗才能理解。

註：上述乃本項目專家小組成員根據商業智能(BI)數據分析結果所得出之個人見解及建議，僅供業界參考。本項目小組及其他參與本項目之團體不會就上述見解及建議之準確性負責。

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

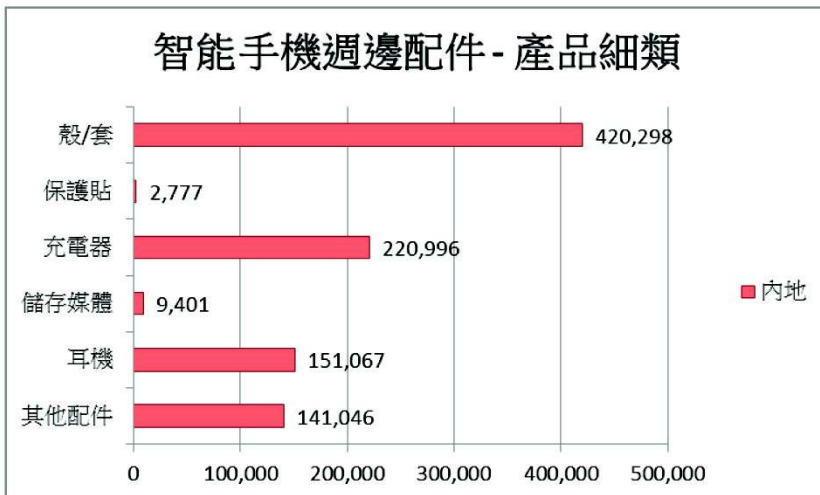
### 3 智能手機週邊配件 Smartphone Accessories

#### 產品細類 – 香港及內地討論數量



\* 「耳機」包括「藍牙(耳機)」等

\* 「其他配件」包括「喇叭」、「筆」等



\* 「耳機」包括「藍牙」等

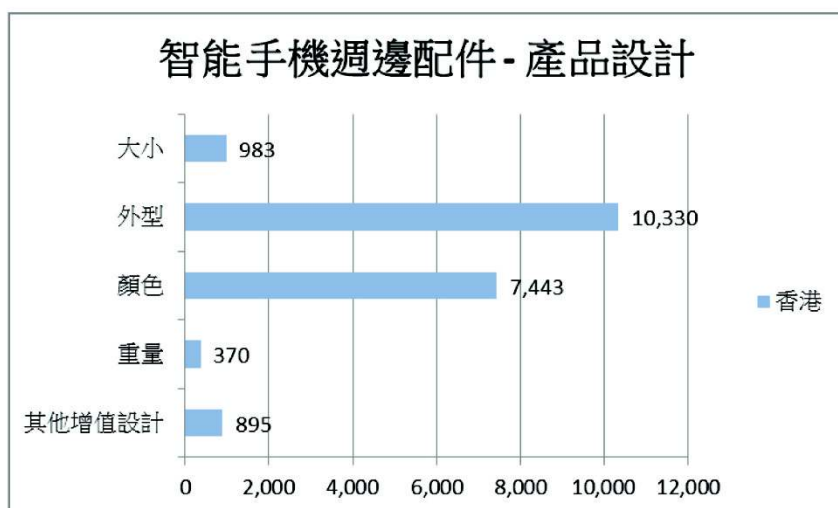
\* 「其他配件」包括「喇叭」、「筆」等



## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 3 智能手機週邊配件 Smartphone Accessories

#### 設計 – 香港及內地討論數量



\* 網民最常提及的顏色依次序為白、黑、紅、藍、紫、啡、橙等

\* 「其他增值設計」包括「防水」、「防塵」、「防滑」等



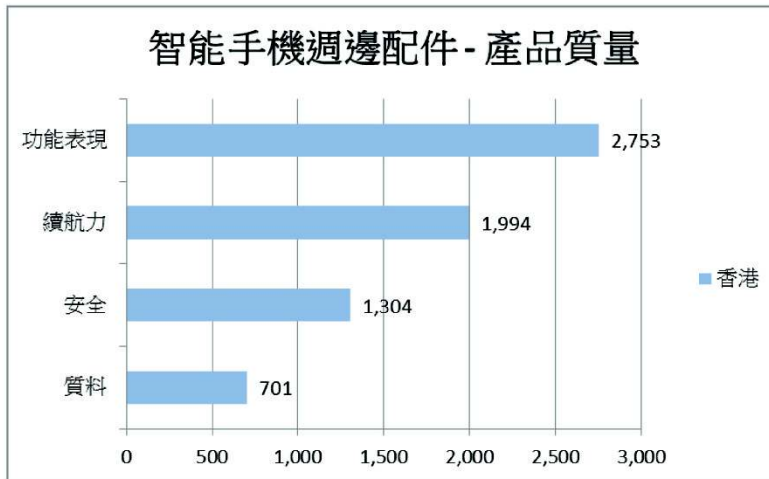
\* 網民最常提及的顏色依次序為白、黑、紫、粉紅、金、橙、紅等

\* 「其他增值设计」包括「防水」、「防滑」、「防尘」等

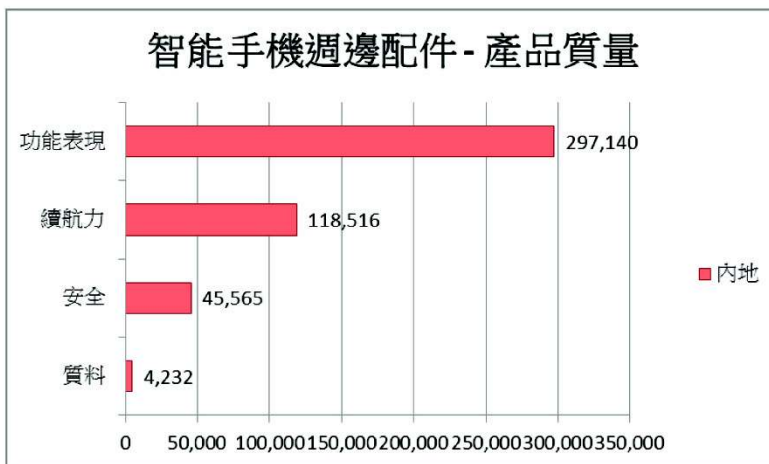
## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 3 智能手機週邊配件 Smartphone Accessories

#### 質量 – 香港及內地討論數量



\* 「安全」包括「爆炸」及「保險」(賠償產品於差電時引致的意外如火災之損失)等

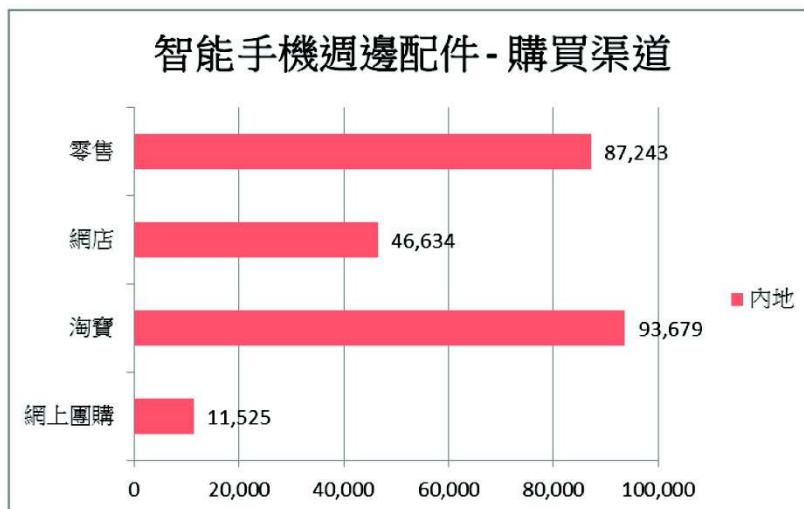
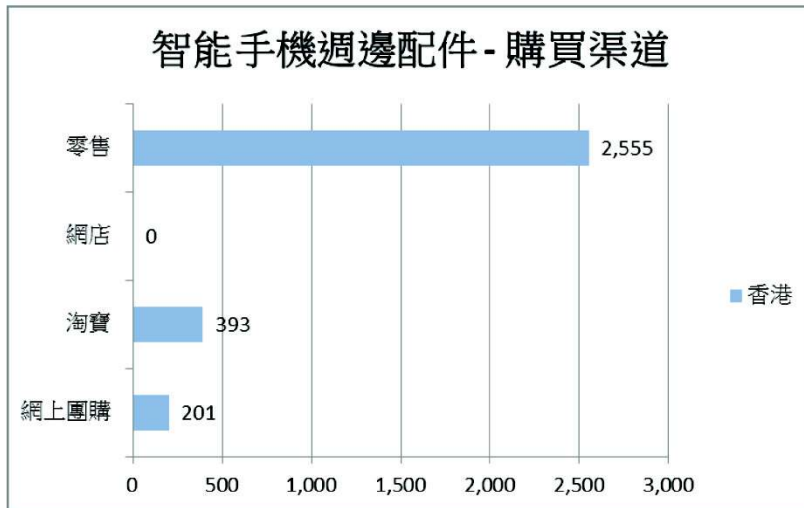


\* 「安全」包括「爆炸」及「保險」等

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 3 智能手機週邊配件 Smartphone Accessories

#### 購買渠道 – 香港及內地討論數量



## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 3 智能手機週邊配件 Smartphone Accessories

產品細類 設計  
質量 購買渠道

利用商業智能(BI)資訊科技分析工具進行多角度、深入的數據分析



4 項最主要分析結果！

與其他產品相比，分析週邊配件時，更需考慮相關上游產品及品牌

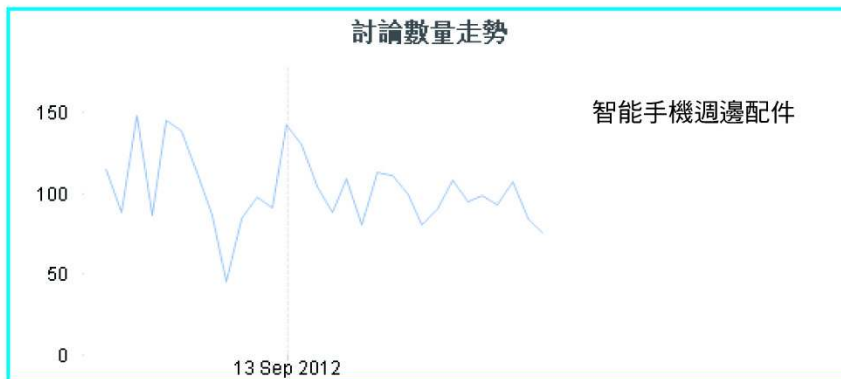


## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 3 智能手機週邊配件 Smartphone Accessories

#### 1.1 時間效應 – 新手機發佈影響香港討論數量

##### 智能手機週邊配件 – 香港網上輿論走勢(2012年9月)



\* 圖中垂直線為智能手機品牌1發佈會日子

\* 發佈會(9月13日)前一星期，香港網民討論數量減少，直至發佈會開始前兩天，討論數量急劇增加

#### 1.2 時間效應 – 新手機發佈影響內地討論數量

##### 智能手機週邊配件 – 內地網上輿論走勢 (2012年7-9月)



\* 圖中垂直線為智能手機品牌1發佈會日子

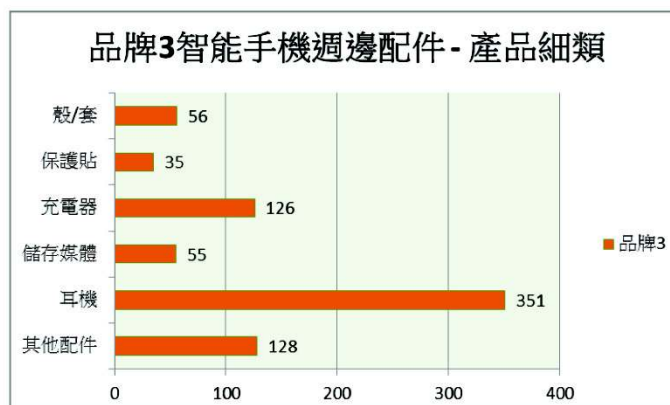
\* 發佈會(9月13日)的前後3天，內地網民討論數量急劇增加。此為3個月內的最高峰日子

# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



## 3 智能手機週邊配件 Smartphone Accessories

### 2 討論智能手機品牌1的香港與內地網民最關注機殼



## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 3 智能手機週邊配件 Smartphone Accessories

3 香港網民多討論流動電源的價格，  
內地則多討論容量 (毫安/mAH)

外置充電器太平會唔會  
整壞部機?? 因為我見到  
個價錢差別都幾大.....  
40-4xx都有...

如果我想充滿部galaxy nexus  
2-3次既話買邊款好? ...  
我想三四百搞掂...

... 計過佢平均每個mAh  
都唔洗1蚊,係比其他平...

 網上輿論節錄

这种移动电源有人用过吗?  
7500 mah, 5000 mah的锂电。  
容量有没有虚标?!

毫安输出量不  
一样, 减寿的!

9成在虚标, 我手中好几个  
牌子连一个iPhone都充不满!

 網上輿論節錄

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 3 智能手機週邊配件 Smartphone Accessories

#### 4 香港與內地網民多討論介乎 3,000 - 6,000 mAH 的流動電源



 網上輿論節錄

### 3 智能手機週邊配件 Smartphone Accessories

#### 首 4 項最主要分析結果 – 小結

- 時間效應 – 新手機發佈影響香港及內地討論數量。
- 討論智能手機品牌1的香港與內地網民最關注機殼。
- 香港網民多討論流動電源的價格，內地則多討論容量(毫安/ mAh)。
- 香港與內地網民多討論介乎 3,000 - 6,000mAh 的流動電源。





## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 專家見解及寄語 – 智能手機週邊配件 (1)

#### 市場整體概況見解

**市場成熟度影響輿論數量：**網上仍然有比較多消費者討論智能手機保護殼/套，惟相關輿論數量有下降趨勢。主要是因為該產品市場已經成熟，消費者對該類產品的興趣已經非常穩定。在市場沒有特別的新產品之情況下，網民的討論數量有所下降乃屬正常。

#### 產品建議

**網民多關注流動電源容量：**部份內地流動電源銷售商開始以產品售價已包含保險保障(賠償產品於差電時引致的意外如火災之損失)作為賣點之一。惟根據現時內地網民的討論情況，他們並未太多討論保險這方面。他們比較關注流動電源的容量(mAH)。

### 專家見解及寄語 - 智能手機週邊配件 (2)

#### 產品建議

**留意內地藍牙免提裝置商機：**藍牙免提裝置於內地並非新產品。惟內地近年開始實施駕駛時不得直接使用手提電話的法例。故內地消費者更留意有關產品，並於社交媒體進行產品討論及資料搜集，從而帶動相關輿論數量。

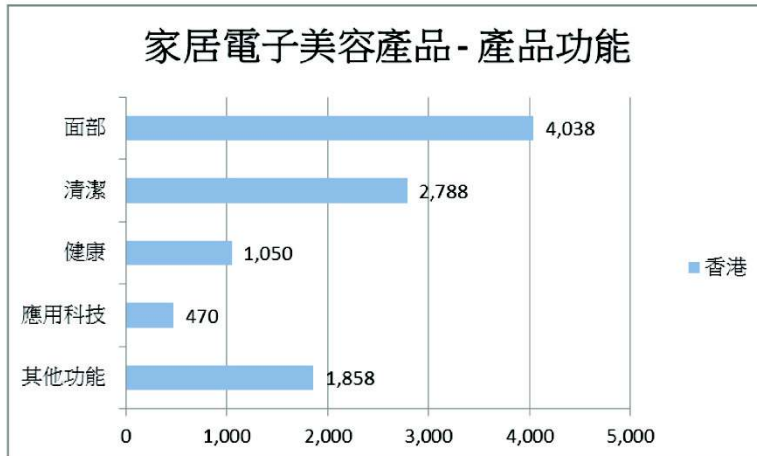
**大尺寸屏幕手機套將成主流：**網上輿論反映出消費者對大尺寸手機屏幕專用的手機套/保護殼有需求。隨著手機廠商不斷研發更大尺寸之手機屏幕，預期市場對大尺寸屏幕的手機套之需求將於未來不斷增加。手機套製造商及銷售商可多留意相關趨勢之發展。

註：上述乃本項目專家小組成員根據商業智能(BI)數據分析結果所得出之個人見解及建議，僅供業界參考。本項目小組及其他參與本項目之團體不會就上述見解及建議之準確性負責。

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 4 家居電子美容產品 e-Beauty Products

#### 功能 – 香港及內地討論數量



- \* 「面部」包括「保濕」、「(收)毛孔」等
- \* 「清潔」包括「導入」、「導出」等
- \* 「健康」包括「香薰」、「淋巴」等
- \* 「應用科技」包括「超聲波」、「射頻」等
- \* 「其他功能」包括「化妝」、「脫毛」等



- \* 「面部」包括「(去)紋」、「(收)毛孔」等
- \* 「清潔」包括「導入」、「黑頭」等
- \* 「健康」包括「香薰」、「淋巴」等
- \* 「應用科技」包括「超聲波」、「微電流」等
- \* 「其他功能」包括「化妝」、「脫毛」等

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 4 家居電子美容產品 e-Beauty Products

#### 設計 – 香港及內地討論數量



\* 「外觀」包括「設計」、「薄」、「顏色」等

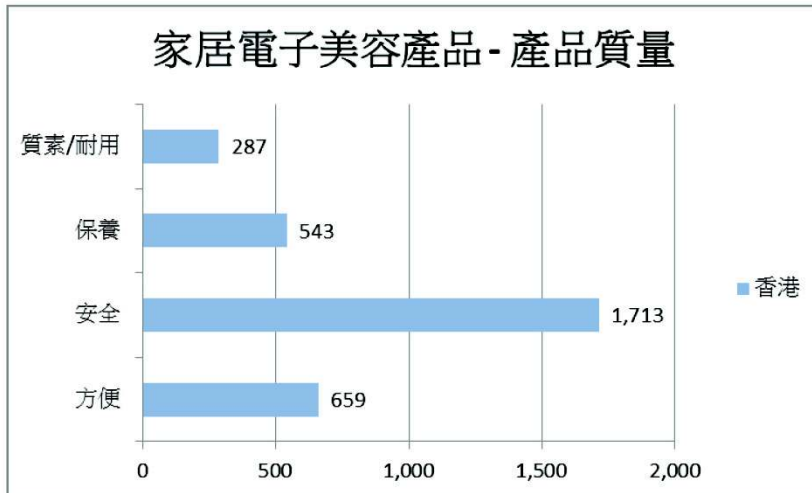


\* 「外觀」包括「設計」、「薄」、「顏色」等

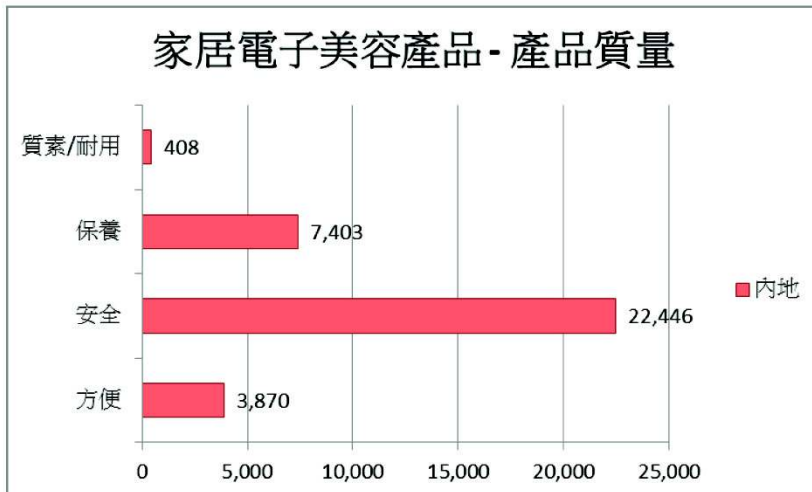
## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 4 家居電子美容產品 e-Beauty Products

#### 質量 – 香港及內地討論數量



\* 「安全」包括「敏感/過敏」、「傷」、「副作用」、「有害」等



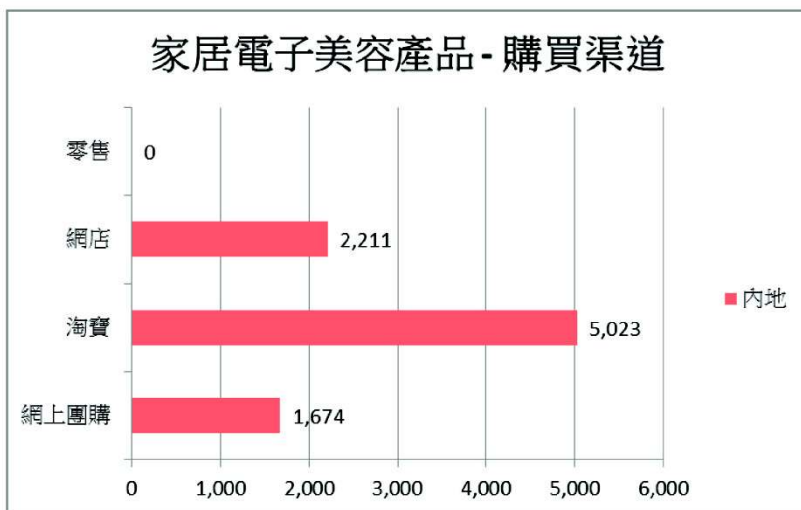
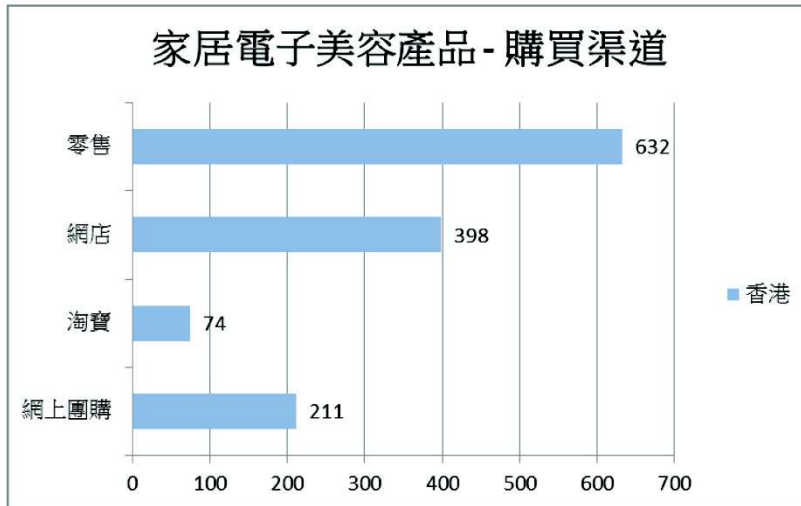
\* 「安全」包括「伤」、「敏感/过敏」、「副作用」、「认证」等

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



### 4 家居電子美容產品 e-Beauty Products

#### 購買渠道 – 香港及內地討論數量



## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



### 4 家居電子美容產品 e-Beauty Products



利用商業智能(BI)資訊科技分析工具進行多角度、深入的數據分析



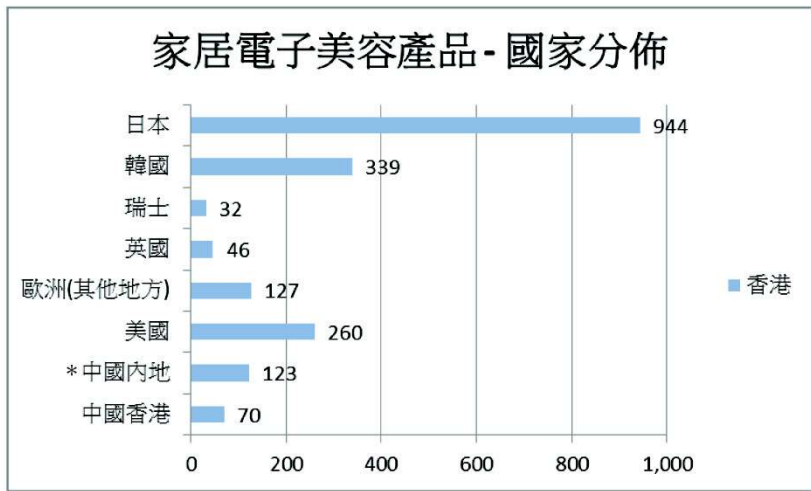
**4 項最主要分析結果！**

# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

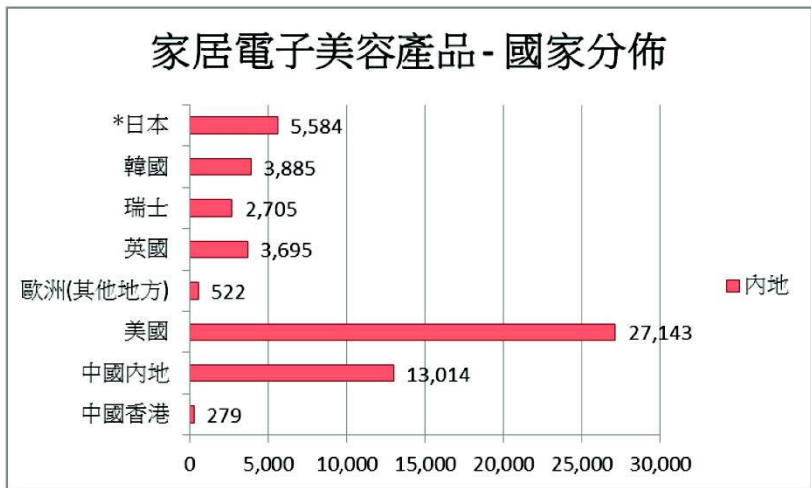


## 4 家居電子美容產品 e-Beauty Products

1 香港網民多討論來自日本的電子美容產品，內地則多討論美國的產品



\* 大陸導入導出機,覺得效果ok,不過部機既外表就...唔太靚lor...網上輿論節錄

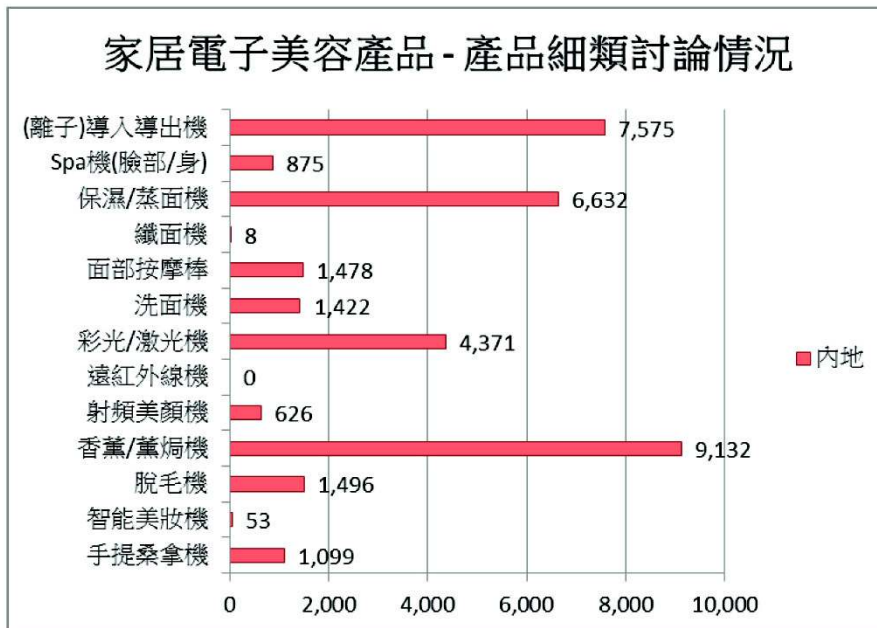
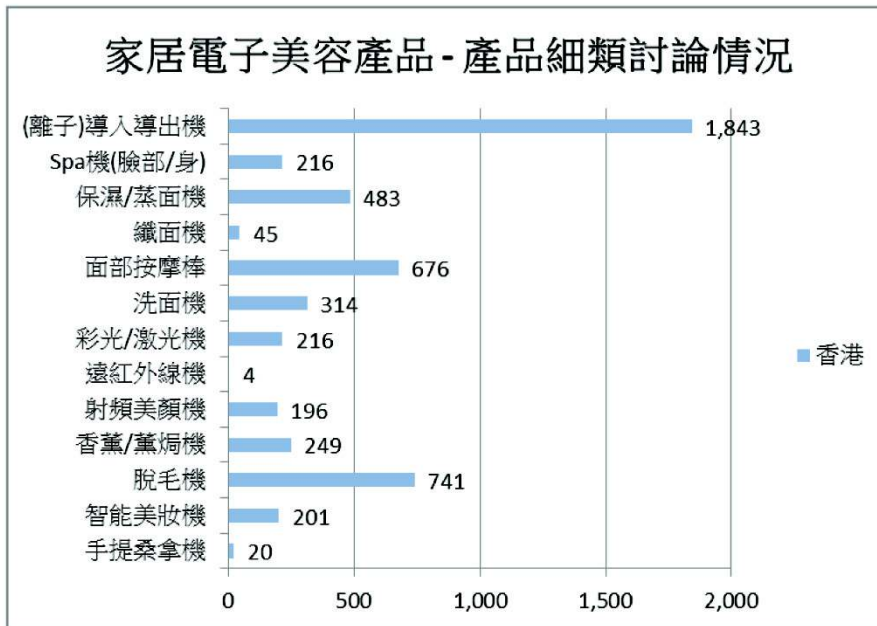


\* 釣魚島事件惡化之前,曾從日本(某品牌店)買了一件超聲波香薰機,很好玩。想到網上...的熾熱“愛國”情緒,每晚使用前,心中難免忐忑。...網上輿論節錄

# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

## 4 家居電子美容產品 e-Beauty Products

### 2 香港網民最多討論導入導出機 內地則多討論香薰機



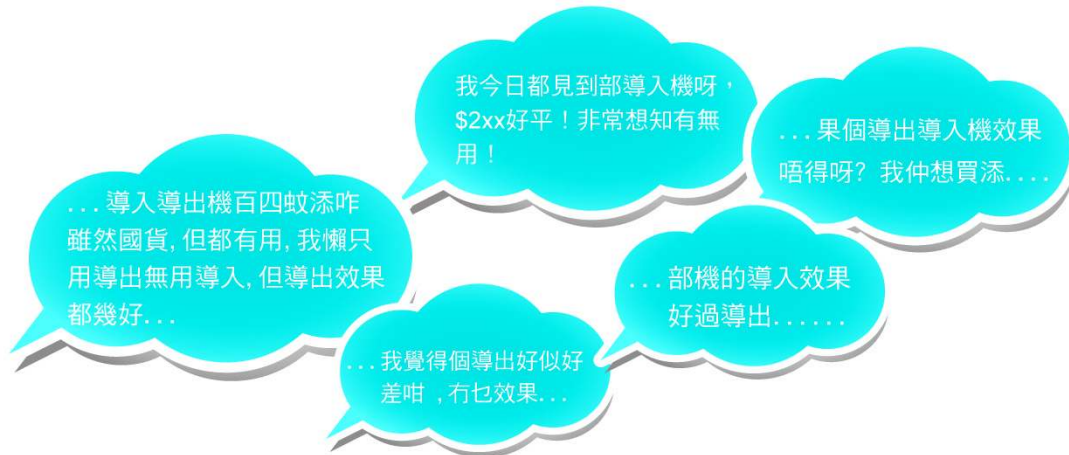



## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



### 4 家居電子美容產品 e-Beauty Products

#### 3 「效果」為香港網民討論導入導出機中常提及字眼

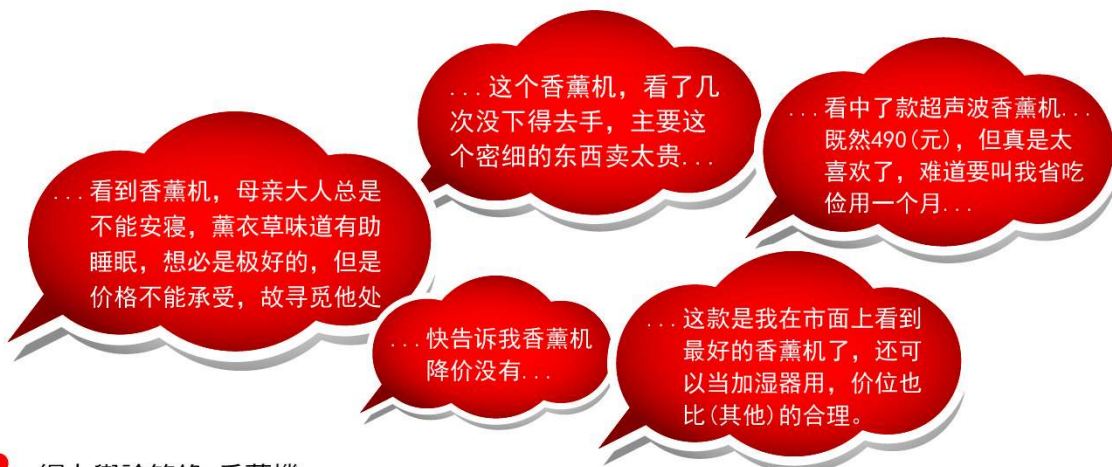



 網上輿論節錄-導入導出機



### 4 家居電子美容產品 e-Beauty Products

#### 4 價格為內地網民討論香薰機中常提及字眼



 網上輿論節錄-香薰機

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 4 家居電子美容產品 e-Beauty Products

#### 首 4 項最主要分析結果 – 小結

- 香港網民多討論來自日本的電子美容產品，內地則多討論美國的產品。
- 香港網民最多討論導入導出機，內地則多討論香薰機。
- 「效果」為香港網民討論導入導出機中常提及字眼。
- 價格為內地網民討論香薰機中常提及字眼。



#### 專家見解及寄語 - 家居電子美容產品 (1)

##### 市場整體概況見解

**透過社交媒體獲取價格資訊：**產品價格為網民熱門討論的話題。其中一個原因，是因為價格很少於產品廣告中提及。故消費者需要從主社交媒體等其他途徑，獲取有關資訊。另一個原因，是消費者可能對電子美容產品的功能不太認識，不懂得如何討論產品功能，故先從價格方面入手以增加認識。這個情況於內地很普遍，反映電子美容產品對內地消費者而言屬新興商品。港商可多留意有關方面，以捕捉商機。

**內地網民較少討論日本品牌：**相對於香港網民，內地網民比較少討論日本製造或日本品牌的電子美容產品。部份原因可能是近期的中日緊張關係。

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 專家見解及寄語 – 家居電子美容產品 (2)

#### 產品建議

**藉外觀元素加強消費者信心：**網上輿論情況反映出消費者注重產品的外觀。根據銷售經驗，現時消費者喜歡小巧的的電子美容產品，方便攜帶。而產品亦不可以看似玩具。此外，產品不能過於輕身，需要有一定重量。這些產品外觀及設計元素能為消費者帶來信心。

#### 銷售渠道及推廣建議

**香港網民較倚重零售店：**網上討論情況反映出香港消費者於產品選購過程中，較倚重實體零售店。相對內地消費者而言，香港消費者較易前往門市，以享受零售店所提供的服務如產品試用。另一方面，部份香港消費者較擔心於電子商貿平台所選購之產品並非正貨，故透過於門市選購以減低相關風險。

### 專家見解及寄語 – 家居電子美容產品 (3)

#### 銷售渠道及推廣建議

**利用門市協調網上推廣：**產品質感和物料對電子美容產品很重要。惟質感/物料比較難於網上憑空討論，需要到零售店親自接觸與嘗試，這解釋了很多網民於討論中提及實體零售店的原因：因為他們會於討論中分享在門市試用產品後的意見，或建議其他網民往實體店試用。銷售商可多注意如何利用門市協助於網上進行產品推廣及銷售。

**與博客合作進行推廣：**電子美容產品的主要銷售對象並非一般普通消費者。加上現時電子美容產品普遍售價及銷售數量並未足以應付進行大量推廣宣傳所需之費用。建議製造商及銷售商可考慮透過與美容相關的博客(Blog)合作進行推廣，宣傳效果或來得更佳。相對明星代言人，博客主持對網民而言更具說服力，因為他們會於博客中親自闡述及試用產品，有助增加產品效用的真實性。

## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要



### 專家見解及寄語 - 家居電子美容產品 (4)

#### 售價建議

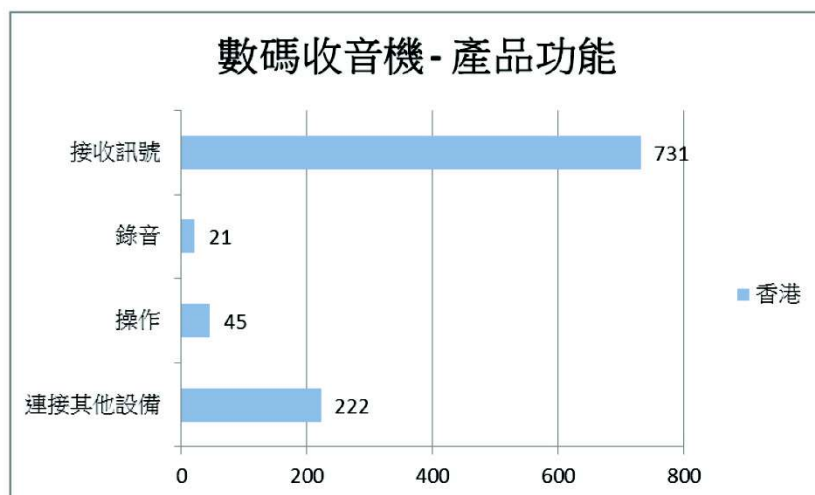
**為產品增值以支持定價：**不少網民於討論時會提及購買預算或產品價格。產品製造商及銷售商故然可參考並主打最常討論/提及的價位。惟這樣有機會進入競爭激烈的市場段位(因為其他行家亦主打這價位)。建議製造商及銷售商可先為產品/品牌確立合適的定位與價格，然後再從產品功能入手為產品增值，以支持所選擇之定位。

註：上述乃本項目專家小組成員根據商業智能(BI)數據分析結果所得出之個人見解及建議，僅供業界參考。本項目小組及其他參與本項目之團體不會就上述見解及建議之準確性負責。

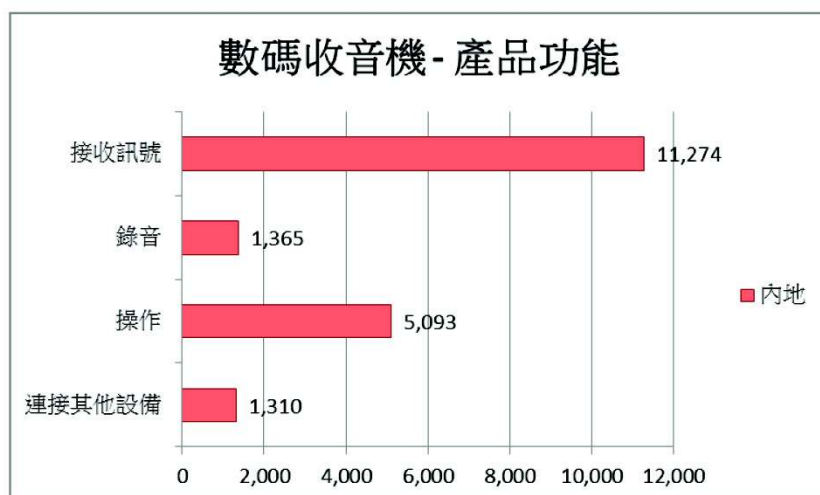
## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 5 數碼收音機 Digital Audio Broadcasting; DAB

#### 功能 — 香港及內地討論數量



\* 「連接其他設備」包括「amp(amplifier)」、「喇叭」等

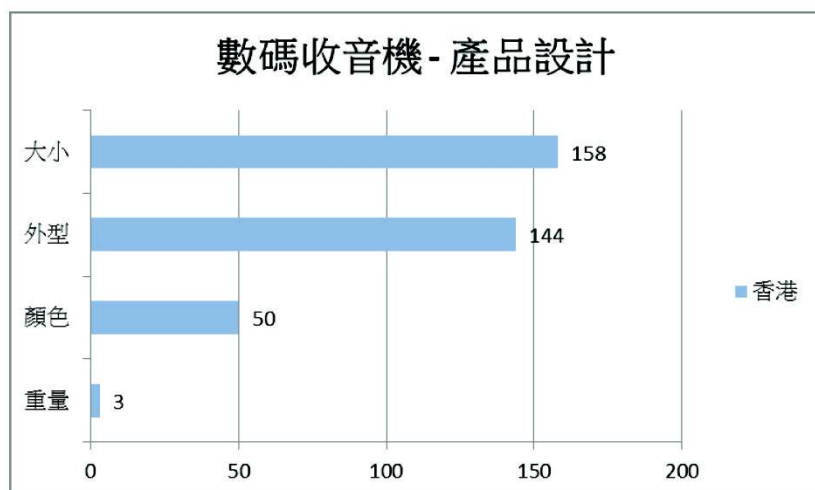


\* 「連接其他設備」包括「喇叭」、「擴音器」等

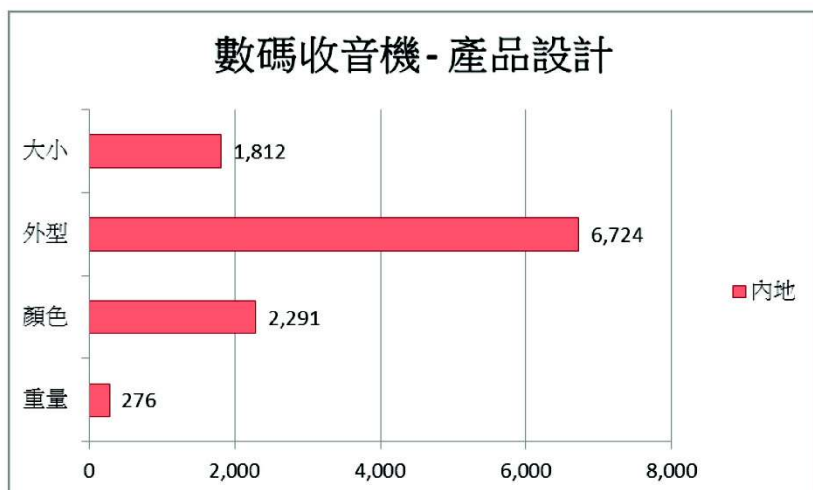
## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 5 數碼收音機 Digital Audio Broadcasting; DAB

#### 設計 – 香港及內地討論數量



\* 網民最常提及的顏色依次序為白、紅、黑、綠等



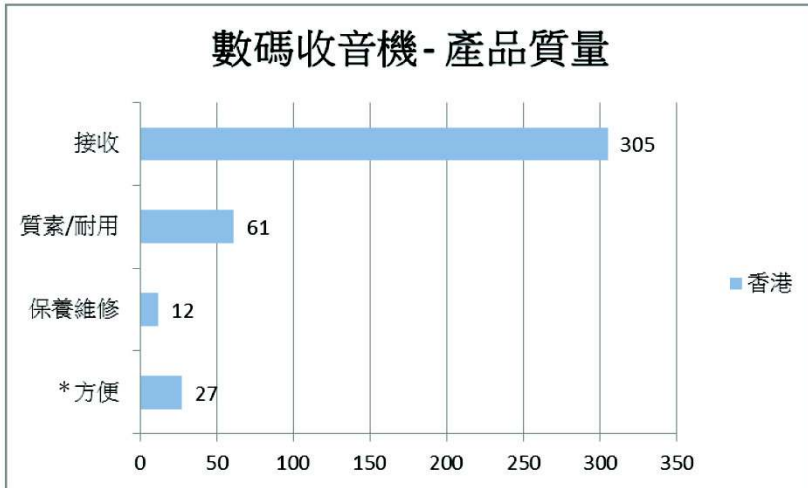
\* 網民最常提及的顏色依次序為綠、黑、紅、白等

# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

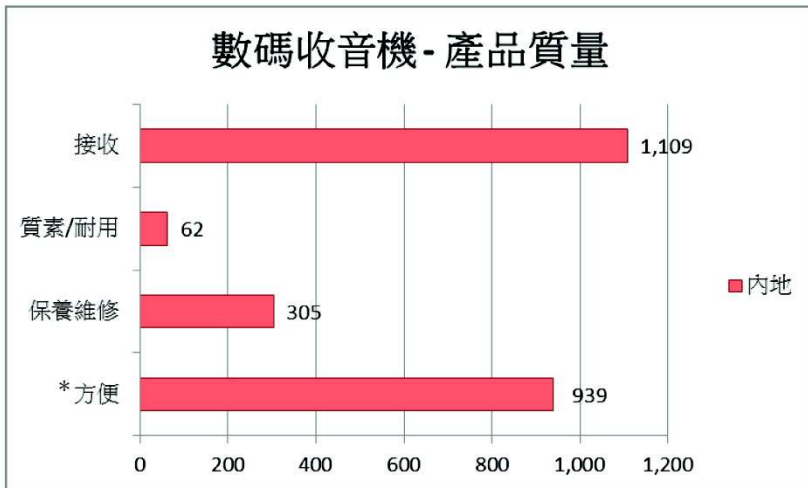


## 5 數碼收音機 Digital Audio Broadcasting; DAB

### 質量 – 香港及內地討論數量



\* 「...用AA電方便好多...」  
「...set 台(某品牌)方便D」..... 網上輿論節錄



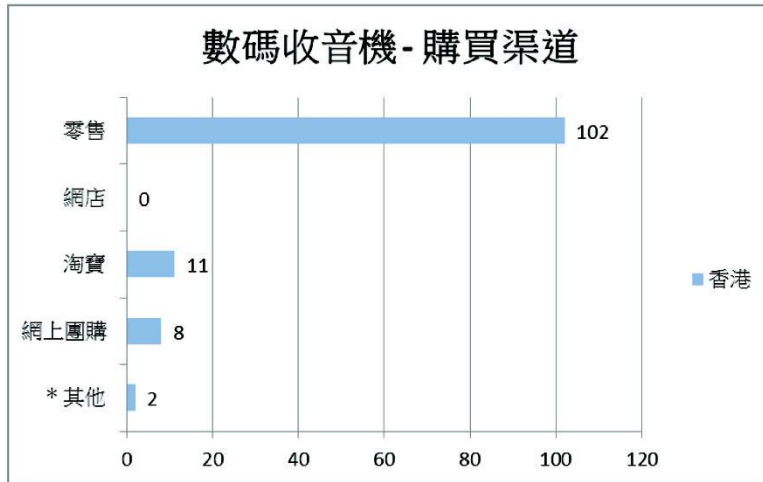
\* 「想买一部收音机，小巧方便，可以收到很多台那种，在哪里有卖？」..... 網上輿論節錄

# Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

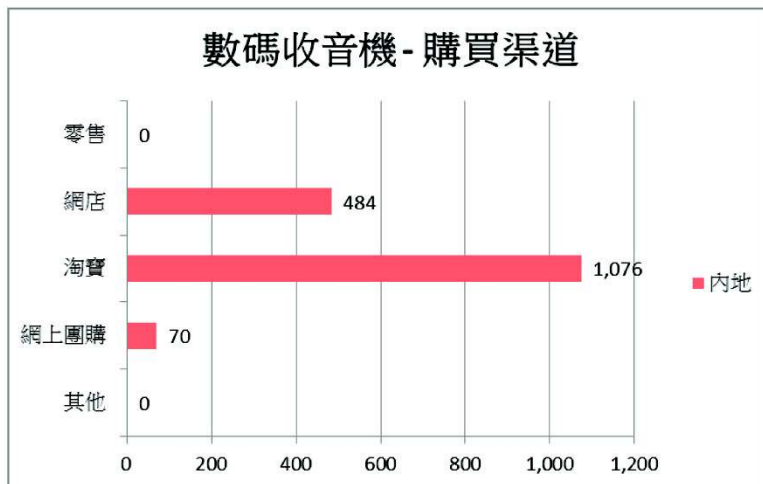


## 5 數碼收音機 Digital Audio Broadcasting; DAB

### 購買渠道 – 香港及內地討論數量



\* 指「工展會」會場





## Chapter 2 網上輿論分析結果撮要

### 5 數碼收音機 Digital Audio Broadcasting; DAB

產品細類 設計  
質量 購買渠道

利用商業智能(BI)資訊科技分析工具進行多角度、深入的數據分析

1 項最主要分析結果！

1 內地網民較慣常使用多媒體播放器/  
電視機頂盒收聽數碼電台廣播

还好机顶盒也可以听，以前看百姓关注，现在电视变收音机了！”

开电视发现竟然有jazz电台听 机顶盒真棒

电视机用的机顶盒也可以收听。

家里机顶盒都可以收听广播，它是什么原理啊，而且比收音机清晰多了。

 網上輿論節錄

#### 首項最主要分析結果– 小結

- 內地網民較慣常使用多媒體播放器/ 電視機頂盒收聽數碼電台廣播。

## Chapter 3 總結及詞彙

### 總結

- 本項目介紹分析網上輿論的方法，並分享相關分析結果，供業界與消費者參考。
- 現在你也可以像一眾跨國的消費電子產品製造及銷售商、電腦生產商、軟件開發商及其他企業，善用網上輿論所蘊含有關產品製造和銷售的資訊。
- 除傳統市場問卷調查外，分析網上輿論為企業提供另一嶄新手式去了解消費者需求。

### 詞彙 (1)

#### 概念

- 議題(Topic) – 消費者於網站就特定物件(如機頂盒)、概念(如價格、功能)或事情(如大減價)發表之留言訊息群。
- 槍手(Gunner) – 亦稱為「打手」，指在網絡中替其他人/ 組織發表具有傾向的輿論以影響大眾對該事/ 物件之觀感的人。

### 詞彙 (2)

#### 產品

- (大)耳牛 – 一般指頭戴式的耳機，用以集中收聽聲音。
- 耳麥 – 集合耳機 (Headphone) 及麥克風 (Microphone)功能，可以一邊以耳機收聽聲音、另一邊以麥克風收音。

## Chapter 3 總結及詞彙

### 詞彙 (3)

#### 產品

- 電視機頂盒(Set Top Box; STB)/ 多媒體播放器 (Media Player)/ 網絡播放器 (Network Player) – 根據產品功能之演變，可分為三大類相關產品：
  - > 電視機頂盒：屬較早期的產品；產品主要用作高清視頻解碼，讓用家於傳統電視機收看高清視頻。
  - > 多媒體播放器：除播放高清視頻，電視機頂盒已進化並具備播放(支援多種影音檔案格式)及儲存多媒體影音內容的功能。
  - > 網絡播放器：現時多媒體播放器更能將壓縮的數碼訊號轉換成電視內容，並在電視機上顯示；亦可以經串流方式將影像及聲音傳送到電視機上顯示。接收的內容除了一般電視可以提供的圖像、聲音之外，也能夠接收資料內容，包括電子節目指南、網頁等。

### 詞彙 (4)

#### 產品

- 4K (4K Resolution) – 4,000像素，橫向畫素超過 4,000像素的影片，屬於數碼視訊解像度的標準。
- 導入導出機 – 為一種電子美容產品，配合化妝水使用，藉其釋放的大量正負離子穿透皮膚屏障層，將皮膚上的污垢帶出來，並將營養導入皮膚。
- Spa機 – 為一種電子美容產品，利用微電流等原理，製造出緊緻的效果，從而達致瘦身功效。

# Chapter 4 附錄 – 分析圖表

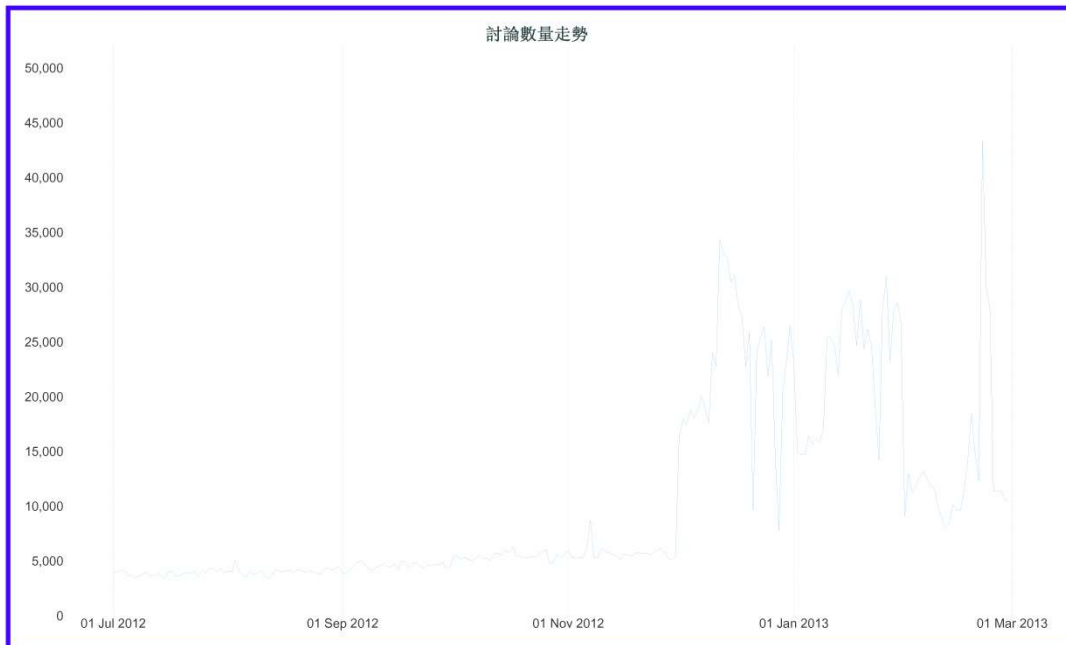
## 目錄

本附錄將就五大類電子產品(耳機、多媒體播放器、智能手機週邊配件、家居電子美容產品、數碼收音機)，提供下列相關數據，以供參考：

- 總相關輿論數量
- 總參與討論人數
- 高輿論數量網站
- 輿論數量一天內之分佈

### 1 耳機 Headphone/ Earphone

#### 總相關輿論數量

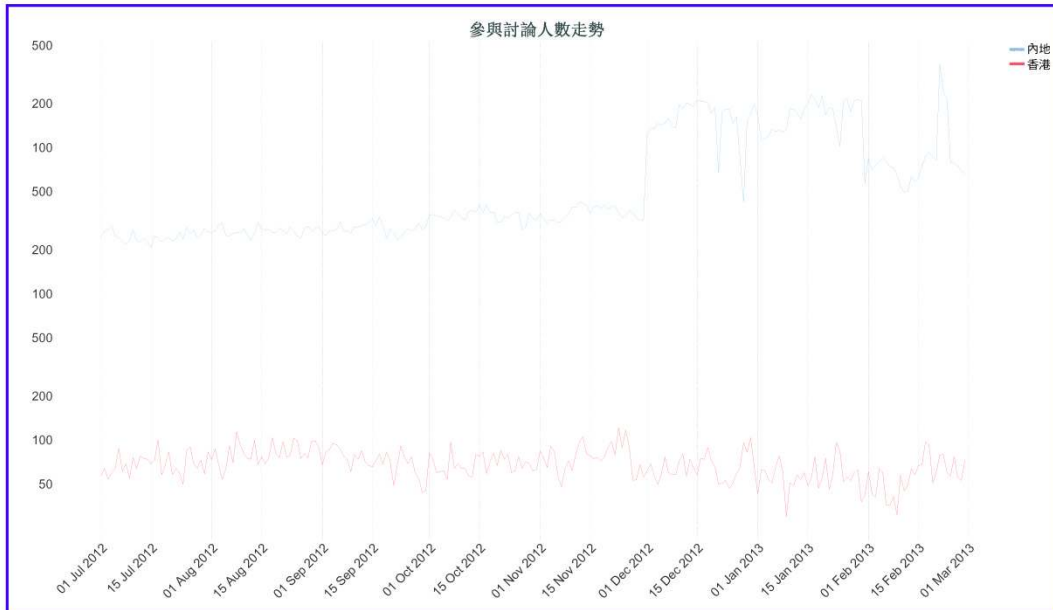


# Chapter 4 附錄 – 分析圖表

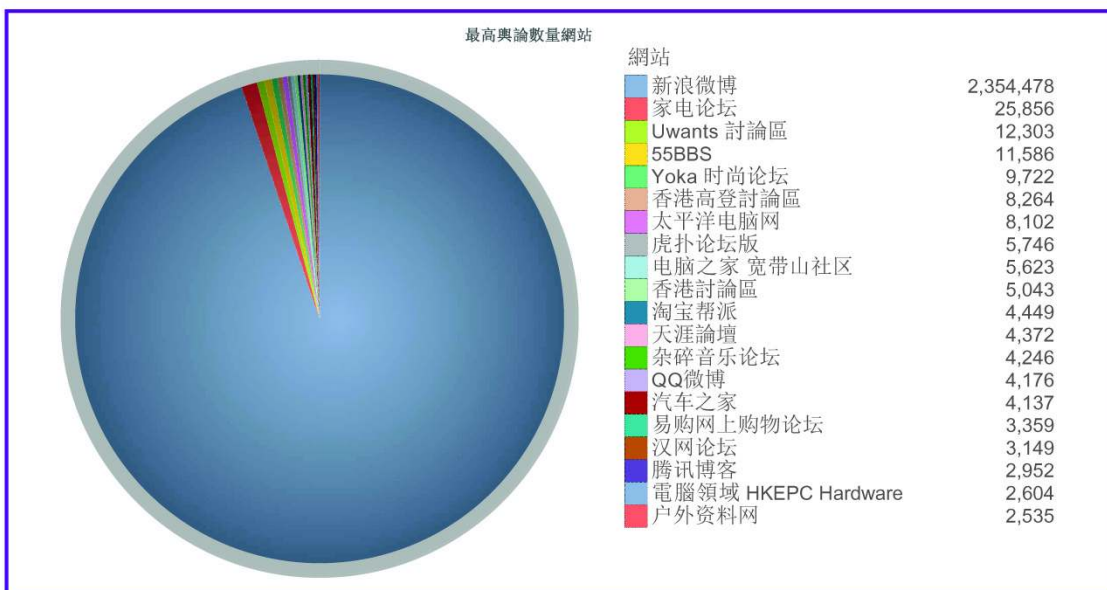


## 1 耳機 Headphone/ Earphone

### 總參與討論人數



### 高輿論數量網站

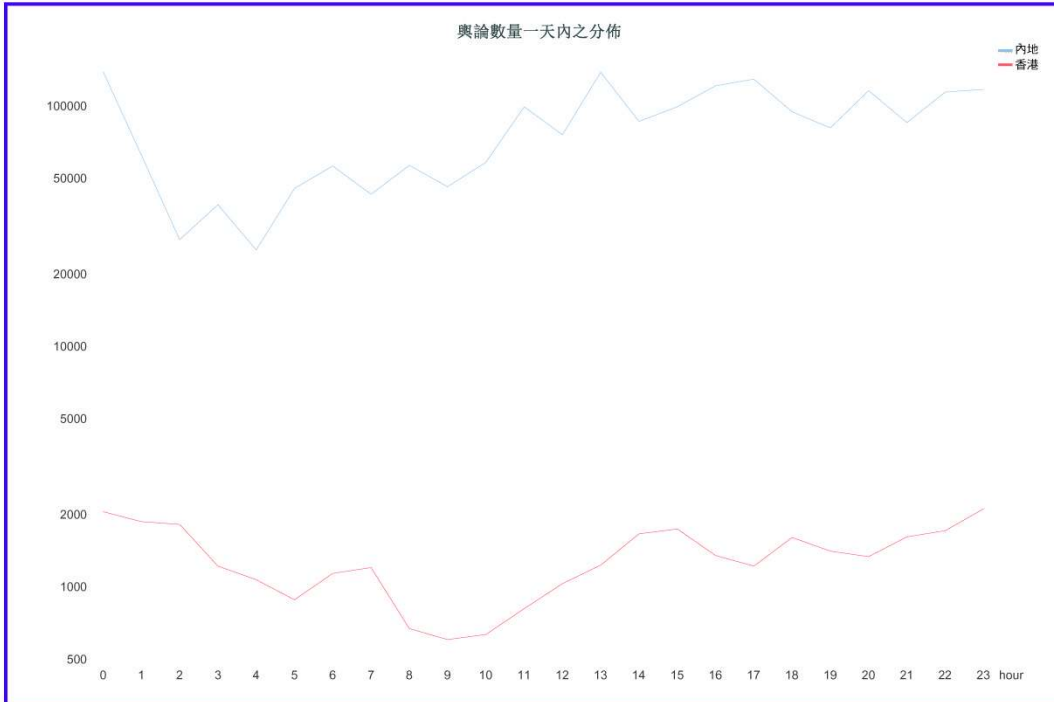


註：上述數據只反映是次研究中的情況，並非用於反映各網站之表現，敬請留意



## 1 耳機 Headphone/ Earphone

### 輿論數量一天內之分佈

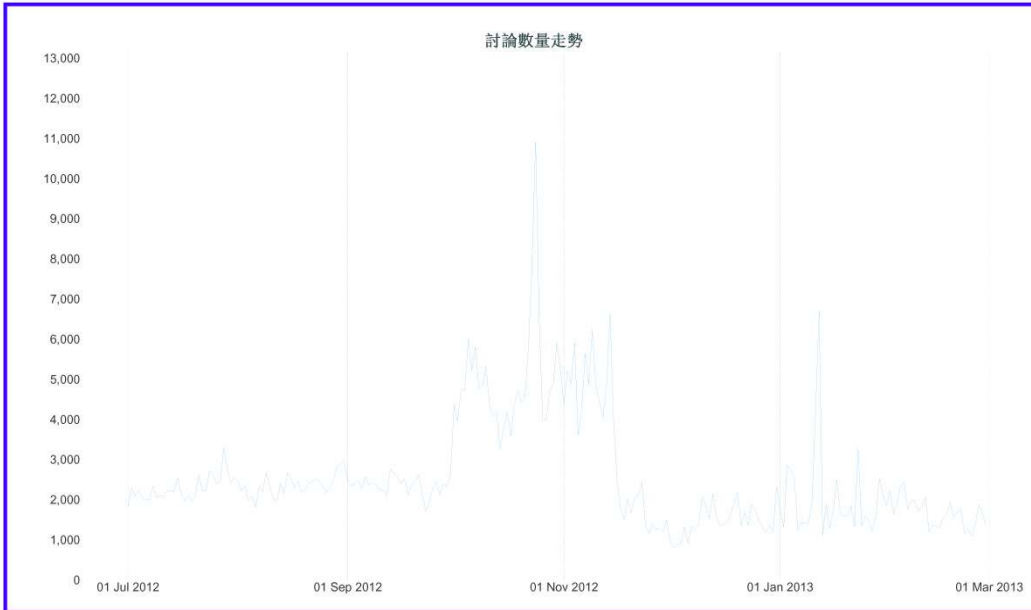


# Chapter 4 附錄 – 分析圖表

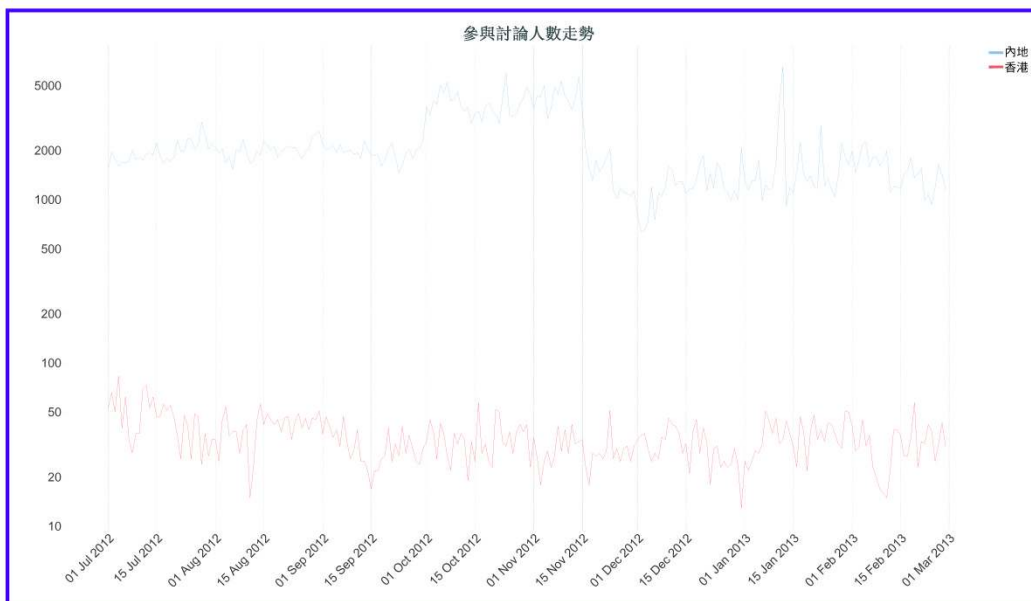


## 2 多媒體播放器 Media Player

### 總相關輿論數量



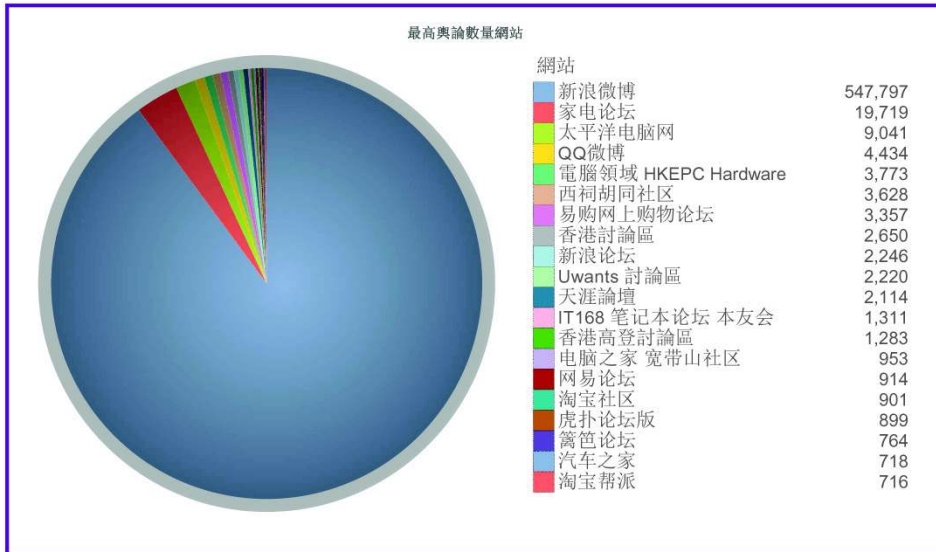
### 總參與討論人數





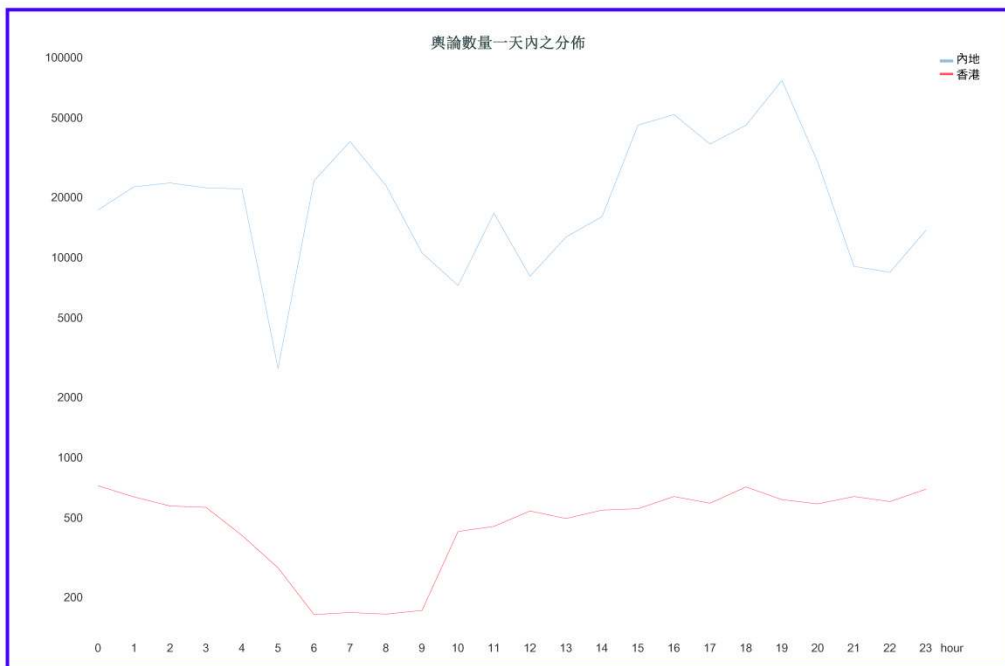
## 2 多媒體播放器 Media Player

### 高輿論數量網站



註：上述數據只反映是次研究中的情況，並非用於反映各網站之表現，敬請留意

### 輿論數量一天內之分佈



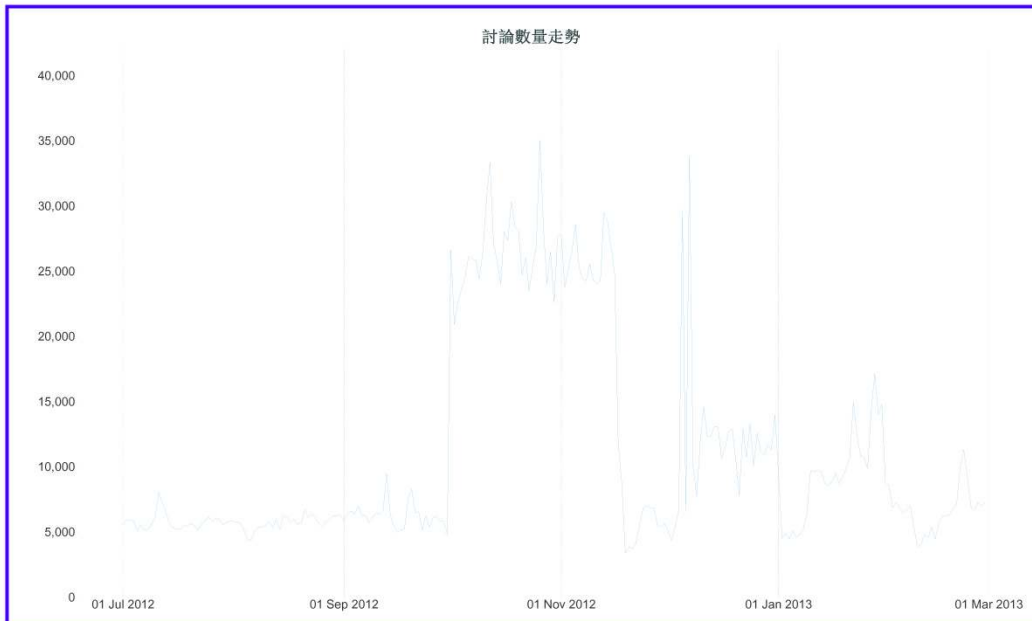


# Chapter 4 附錄 – 分析圖表



## 3 智能手機週邊配件 Smartphone Accessories

### 總相關輿論數量



### 總參與討論人數

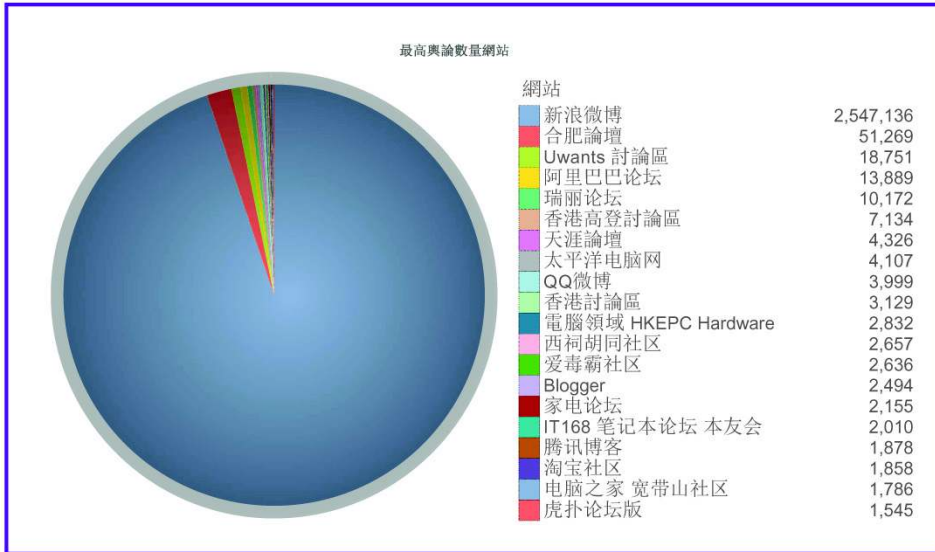


# Chapter 4 附錄 – 分析圖表



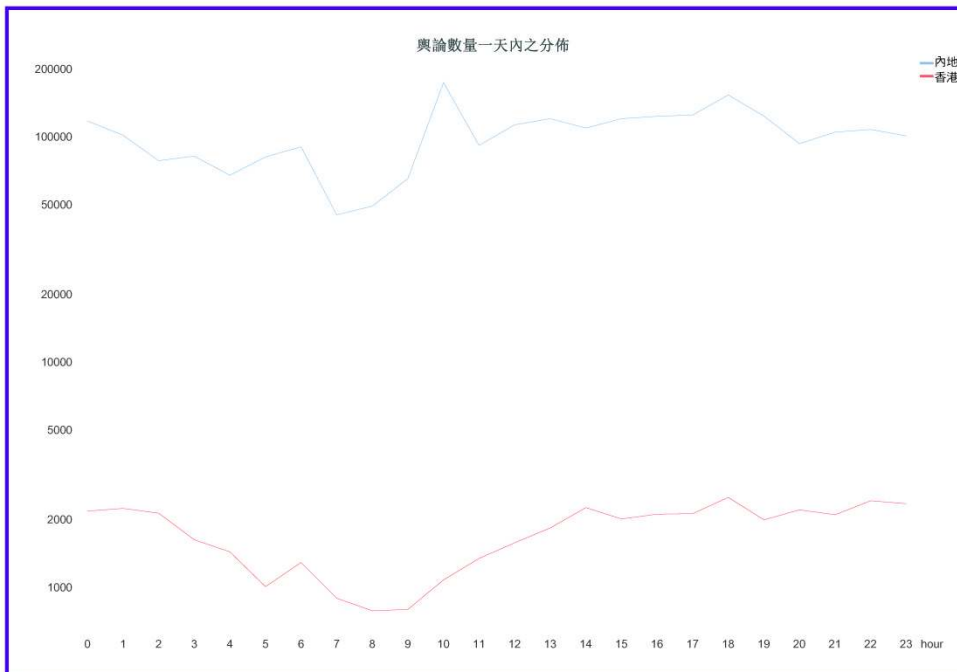
## 3 智能手機週邊配件 Smartphone Accessories

### 高輿論數量網站



註：上述數據只反映是次研究中的情況，並非用於反映各網站之表現，敬請留意

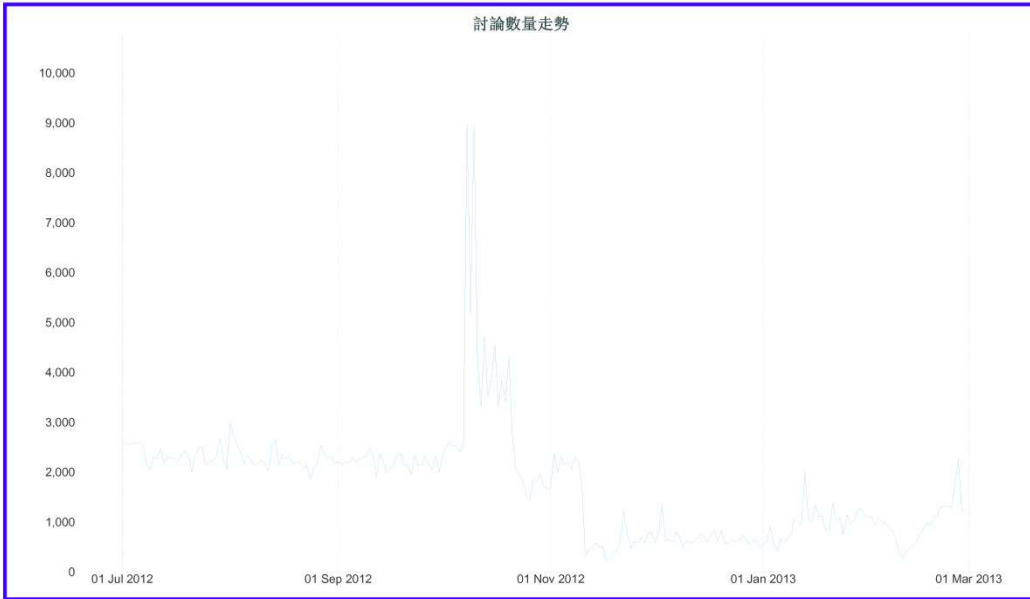
### 輿論數量一天內之分佈



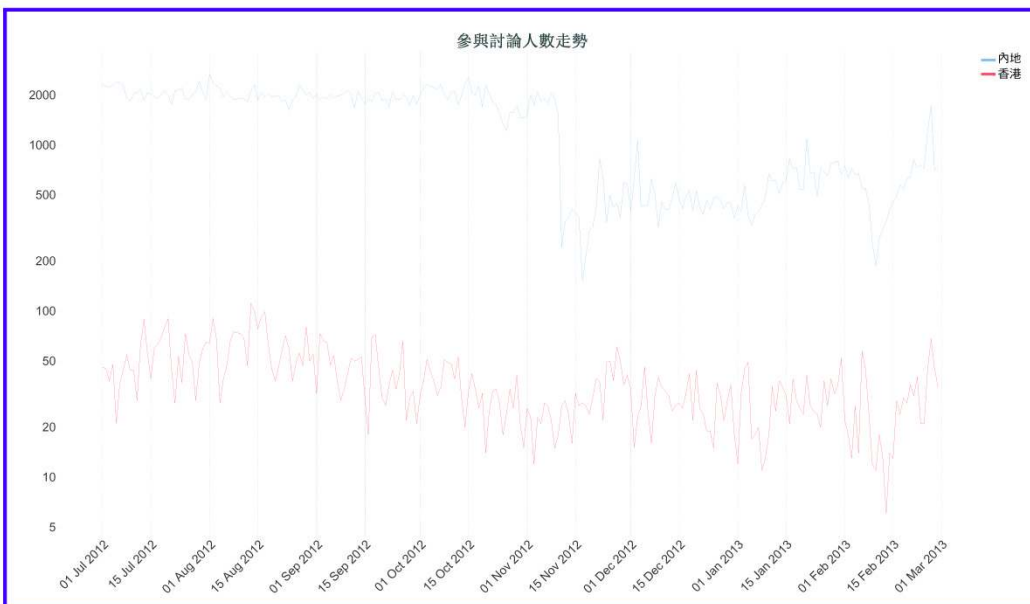


## 4 家居電子美容產品 e-Beauty Products

### 總相關輿論數量



### 總參與討論人數

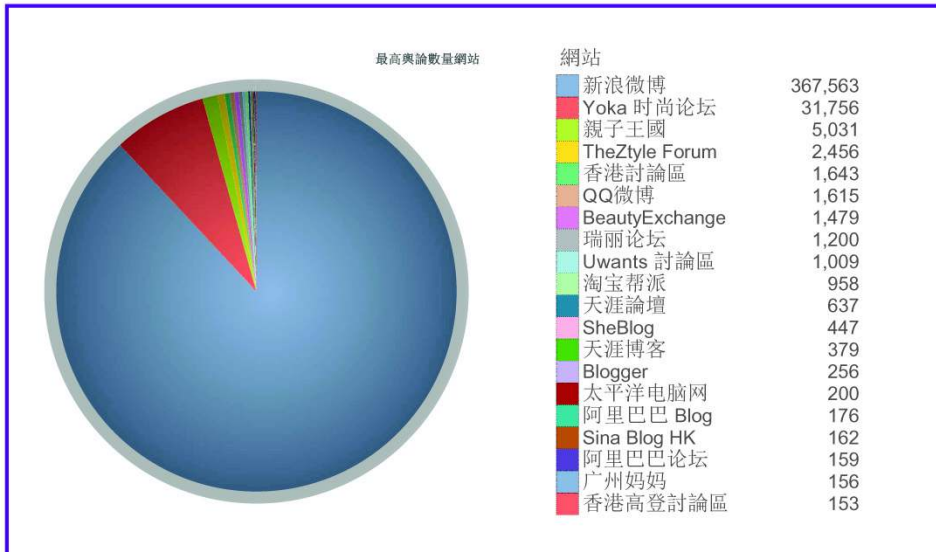


# Chapter 4 附錄 – 分析圖表



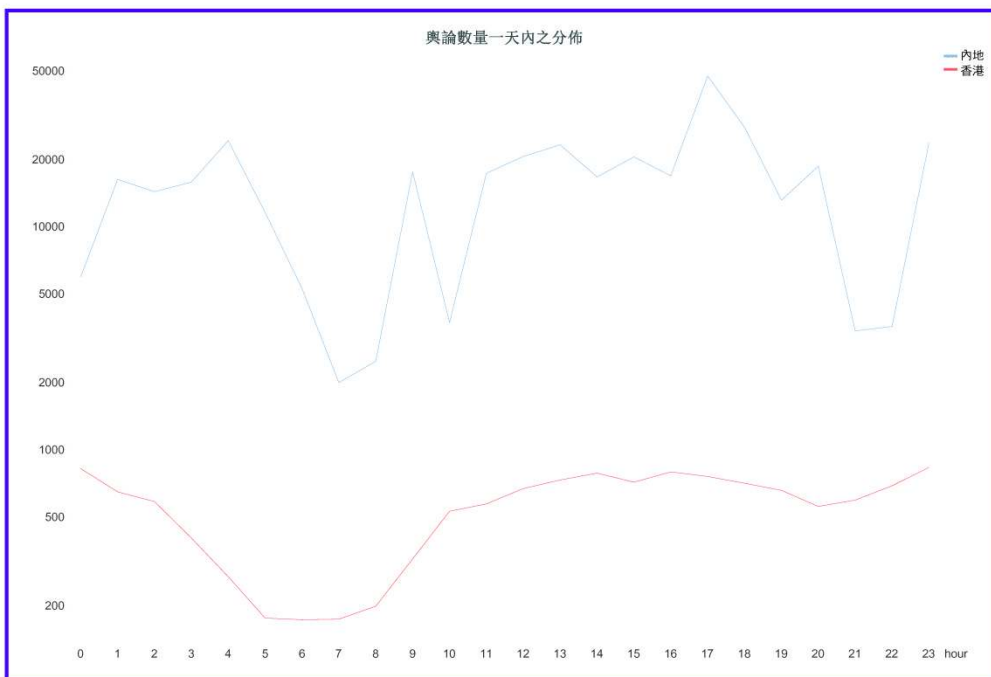
## 4 家居電子美容產品 e-Bauty Products

### 高輿論數量網站



註：上述數據只反映是次研究中的情況，並非用於反映各網站之表現，敬請留意

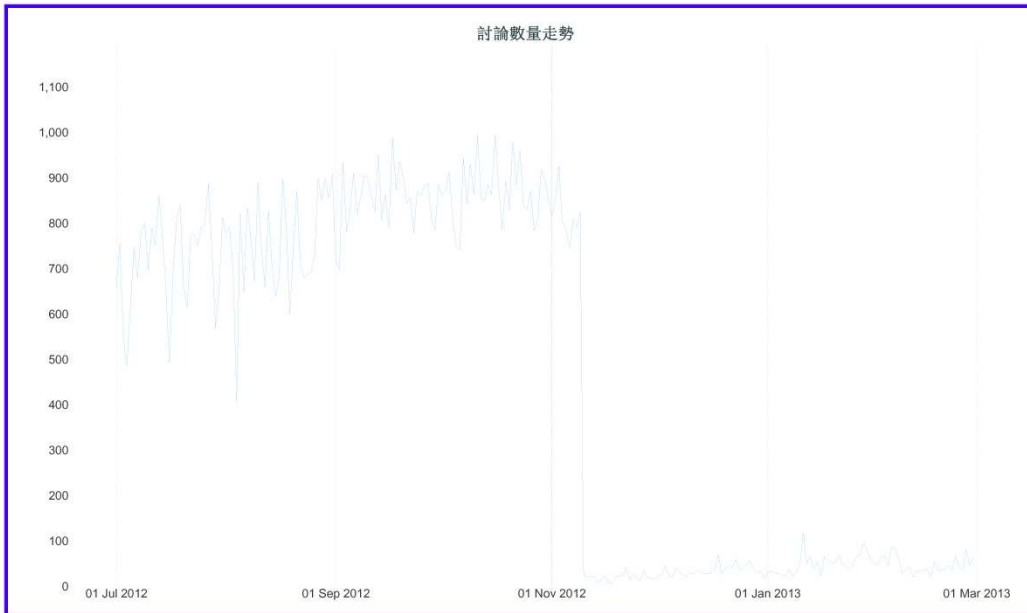
### 輿論數量一天內之分佈



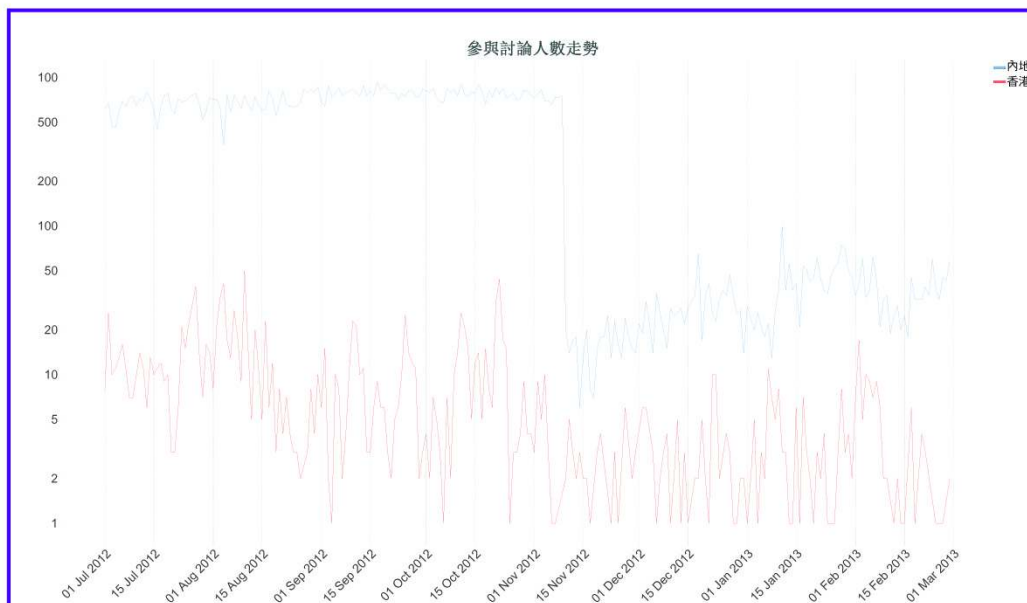


## 5 數碼收音機 Digital Audio Broadcasting; DAB

### 總相關輿論數量



### 總參與討論人數



## 活動花絮 (1)



「分析網上輿論 掌握客戶喜好」研討會暨項目啟動活動19/9/2012



■ 指導委員會於啟動儀式合照



■ 統籌委員會於啟動儀式合照

■ 百多人出席啟動儀式及講座



■ 支持機構代表於啟動儀式合照

## 活動花絮 (2)

### 「分析網上輿論 掌握客戶喜好」分析結果研討會31/1/2013



■ (左起) 籌委會副主席李偉業先生，籌委會主席江志榮先生，資訊及軟件業商會主席王志強先生



■ 主講嘉賓及支持機構代表合照



■ 主講嘉賓及專家小組合照



■ 百多人出席分析結果研討會



■ (左下角相片人名次序) 吳志榮 余華強 王志強 江志榮 吳國豪



■ 專家小組成員向大會提供意見



## 讀者意見調查問卷

歡迎閣下就本刊物提供意見。請填妥此問卷，並傳真回資訊及軟件業商會  
(傳真號碼：2591 9378)



項目名稱：透過應用商業智能資訊科技分析工具為電子業中小企業於環球商業  
資訊網收集市場情報 (「分析網上輿論 掌握客戶喜好」項目)  
主辦機構：資訊及軟件業商會 (ISIA)

[ 請於方格內填上✓號 ]

1) 你認為這本刊物的內容，對 貴公司有沒有幫助？

有，可選擇多於一項：

- 藉此吸收新知識
- 建立生意網絡
- 解決經營 / 運作問題
- 開拓本地 / 外地市場
- 幫助 貴公司未來發展
- 其他 ( 請說明 \_\_\_\_\_ )

沒有

2) 你認為這本刊物的內容是否能提供有用的資料？

能

不能，可選擇多於一項：

- 不夠深入
- 過於複雜
- 其他 ( 請說明 \_\_\_\_\_ )

3) 你認為這本刊物應包括哪些的內容？

\_\_\_\_\_

4) 長遠而言，你認為這本刊物，對增加 貴公司/行業的競爭力有沒有幫助？

非常有幫助

完全沒有幫助

- |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1                        | 2                        | 3                        | 4                        |

5) 你會否將這本刊物中所提供之建議應用於公司日常運作？

- 會 [ 請答第 7 題 ]
- 不會 [ 請答第 6 題 ]





6) 你為什麼不考慮將這些建議應用在日常運作中？

( 可選擇多於一個原因 )

- 建議不適合 貴公司。
- 建議過於複雜，未能應用。
- 資金 / 人力成本過高，未能應用。
- 建議並無新意，類似的方法已在應用中。
- 其他 ( 請說明 \_\_\_\_\_ )

7) 你對這本刊物的整體滿意程度如何？

非常滿意

非常不滿意

- |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 1                        | 2                        | 3                        | 4                        |

原因： \_\_\_\_\_

8) 其他意見： \_\_\_\_\_

### [ 背景資料 ]

i ) 閣下的身份：

- 僱主
- 僱員

ii ) 貴公司所屬行業：

製造業：( 請選擇以下一項分類 )

- |   |                                  |                               |                                |
|---|----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 化學及生物科技        | <input type="checkbox"/> 電子及電器產品 | <input type="checkbox"/> 飲食製造 | <input type="checkbox"/> 工業機器  |
| <input type="checkbox"/> 珠寶首飾           | <input type="checkbox"/> 金屬製品    | <input type="checkbox"/> 塑膠   | <input type="checkbox"/> 印刷及出版 |
| <input type="checkbox"/> 紡織及製衣          | <input type="checkbox"/> 玩具      | <input type="checkbox"/> 鐘錶   |                                |
| <input type="checkbox"/> 其他(請註明 _____ ) |                                  |                               |                                |

非製造業：( 請選擇以下一項分類 )

- |   |                                 |                                |                                  |
|---|---------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 銀行、保險及其他金融服務     | <input type="checkbox"/> 建造     | <input type="checkbox"/> 環保    | <input type="checkbox"/> 電影及數碼娛樂 |
| <input type="checkbox"/> 進出口貿易            | <input type="checkbox"/> 資訊科技服務 | <input type="checkbox"/> 物流及運輸 | <input type="checkbox"/> 旅遊      |
| <input type="checkbox"/> 批發及零售            | <input type="checkbox"/> 飲食及酒店  | <input type="checkbox"/> 電訊    | <input type="checkbox"/> 地產      |
| <input type="checkbox"/> 專業服務(請註明 _____ ) |                                 |                                |                                  |
| <input type="checkbox"/> 其他(請註明 _____ )   |                                 |                                |                                  |

在此刊物上/活動內(或項目小組成員)表達的任何意見、研究成果、結論或建議，並不代表香港特別行政區政府、工業貿易署或中小企業發展支援基金及發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金(機構支援計劃)評審委員會的觀點。

本報告之數據僅供參考。本項目小組已盡力確保本報告內數據之準確性。資訊及軟件業商會(ISIA)及其他參與本項目之團體不會就任何因數據準確性而有可能引致之損失負責。

©2013 資訊及軟件業商會

— 謝謝 —

# 鳴謝



此項目由香港特別行政區政府工業貿易署  
「中小企業發展支援基金」撥款資助



工業貿易署  
Trade and Industry  
Department

「中小企業發展支援基金」撥款資助  
Funded by SME Development Fund

# 鳴謝



## 協辦機構

香港電腦商會

香港電子科技商會

## 支持機構

英國電腦學會(香港分會)

香港通訊業聯會

香港電腦教育學會

香港電腦學會

香港電器業協會

香港創新科技及製造業聯合總會

香港中小型企業總商會

香港資訊科技聯會

香港中小型企業聯合會

香港醫療資訊學會

香港軟件行業協會

香港I.T.人協會

國際信息系統審計協會(中國香港分會)

互聯網專業協會

項目管理專業學會 - 香港分會

中小企國際聯盟

## 媒體支持機構

經濟一週

二像創作有限公司

## 執行機構

香港生產力促進局:

吳志榮先生

潘德佑先生

溫啟業先生



### 支持機構：



### 媒體支持機構：



(排名按英文名稱順序)

### 查詢

資訊及軟件業商會

電話：(852) 2622 2867

電郵：info@isia.org.hk

商會網址：www.isia.org.hk

項目網址：www.isia.org.hk/mi



「方何網上興調 掌握客戶喜好」方何網來報告