

• 專題製作 | 使用者體驗調查

# 果粉為何難「系」引力

蘋果產品的生態系行銷分析及用戶體驗調查

文獻分析

SWOT

STP

4C

問卷調查

SEAMLESS EXPERIENCE

## RESEARCH FOCUS

當智慧裝置成為日常生活的一部分，品牌競爭已不只是單一產品的比較，而是整個生態系體驗的競爭。本研究以 Apple 產品生態系為核心，分析其行銷策略、使用者體驗與品牌忠誠度，探討「果粉」難以離開的關鍵原因。

## KEY FINDINGS

01

### 系引力核心

軟硬體高度垂直整合，讓裝置、系統與服務形成跨裝置的無縫使用體驗。

02

### 購買主因

iOS 系統流暢度，以及產品效能與設計質感，是吸引用戶選擇的主要原因。

03

### 高黏著使用

Apple 產品深度融入日常生活與工作情境，反映出高度使用黏著與品牌忠誠。

# 近9成

受訪者擁有 iPhone

問卷結果顯示，受訪者每日使用時間普遍超過三小時，代表 Apple 產品不只是科技工具，也成為生活流程、社交溝通與工作學習的一部分。



## STRATEGIC INSIGHTS

### 深化生態系功能價值

強化 iCloud、跨裝置配件與工作流程整合，讓「無縫體驗」升級為不可替代的生產力優勢。

### 降低生態系入門門檻

以入門裝置、訂閱制服務組合或學生方案，引導使用者逐步進入生態系，擴大年輕市場滲透率。