

# 苹果产品的高级感从何而来

---

倪玮昊 2020211346 计算机学院 计算机学科与技术 2020211305(班级)

## 研究背景

网络上总是流传着一种苹果具有高级感的说法,但很难说出高级感从何而来,在这个研究中我将通过问卷和互联网上的看法来分析苹果的高级感从何而来,并与国产手机比较,来认识到国产手机的不足之处,为什么做不到苹果的高溢价.

## 研究内容与研究方法

- 1.Apple产品对字体的把控
- 2.Apple产品的色彩管理
- 3.在设备的细节支持的打磨
- 4.对于宣传片转场,色调和背景音乐的选择
- 5.系统使用时的人机交互体验
- 6.在设计方面的节制

## 研究设计与实施

- 1.下发调查问卷,对苹果用户和其他系统用户提问,分析回答的不同来去构建不同的用户画像,通过苹果用户的画像来反推苹果的优秀之处.
- 2.线下对苹果官网,设备,和宣传片进行使用和观看,依照研究方面对品牌宣传进行仔细分析.
- 3.在各大网站上搜索普通用户在使用苹果产品时候的看法来分析苹果在交互体验上的优秀之处

## 研究结果与讨论

### 1.设置问卷进行调查:

问卷分析:

#### 一、问卷题目设计思路

第一根据男女性别和年龄这个两问题获得用户信息,了解调查对象当中是男生更多还是女生更多,以便于今后根据用户的性别对应的性格和注意点和年龄来进行调查和分析.

第二根据用户使用手机类型,以此根据用户手机类型可以来判断不同厂家用户对于手机高级感的重视点.

第三通过用户回答选择该手机的原因,了解用户在购买手机时更重视哪些条件.

第四是通过用户回答高级感从何而来这个问题,了解用户手机高级感的体现部分在哪.

第五是根据用户对苹果的评价,来确定苹果手机在普罗大众眼中的优点和缺点.

第六通过调查用户是否愿意付出更多费用来换取更好的体验来看不同用户的人物画像和消费观的联系.

## 二、问卷发放/回收情况

由于疫情影响，问卷主要是采取线上调查的方式，由本人发放在微信朋友圈，QQ动态等线上平台，用户自由填写问卷.最后总共回收了64份调查问卷，有效问卷为64份.

## 三、调查结果统计分析

### (1) 用户性别与年龄分析

你的性别 [单选题]

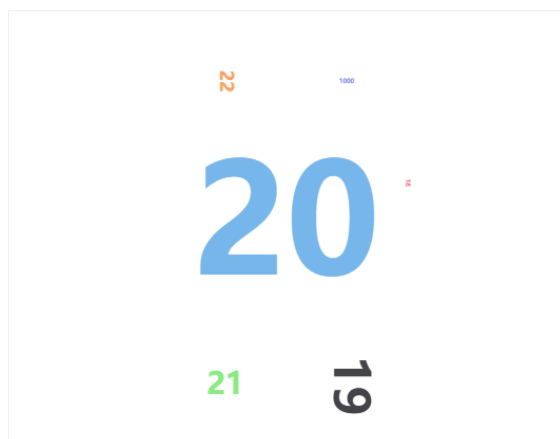
选项	小计	比例
男	29	45.31%
女	35	54.69%
本题有效填写人次	64	

你的年龄

☐ 全选



词云 柱状 饼状 条形



关键词排行

排行	关键词	频次
1	20	32
2	19	11
3	21	7
4	22	4
5	1000	1
6	18	1

(年龄与性别构成)

由上图可知，在被调查用户当中，女性比男性人数略多，考虑到我校的男女比，可能是女性更喜欢在社交媒体上发表自己对手机的看法.年龄都在18到22左右，可以代表消费主力大学生对手机的看法，男女比例也算平均，具有参考性.

### (2) 用户使用手机

由上图可知，被调查者中使用华为的人数最多占46.88%，使用苹果的第二多为28.13%，并有24，99%的人选择了其他产品，可以通过非苹果用户和苹果用户的比例来调查出苹果手机用户与华为用户的区别，抽调女生和男生的使用手机情况做对比，发现男生显著愿意尝试小米手机，而在苹果手机的选择里男生比例略高，可见男生更喜欢使用苹果手机.

选项	小计	比例
华为	19	<div><div></div></div> 54.29%
苹果	9	<div><div></div></div> 25.71%
小米	1	<div><div></div></div> 2.86%
三星	0	<div><div></div></div> 0%
oppo	1	<div><div></div></div> 2.86%
vivo	5	<div><div></div></div> 14.29%
其他	0	<div><div></div></div> 0%
本题有效填写人次	35	

表格

饼状

圆环

柱状

条形

(图为女生使用手机情况)

你使用的手机是什么 [单选题]

选项	小计	比例
华为	11	<div><div></div></div> 37.93%
苹果	9	<div><div></div></div> 31.03%
小米	5	<div><div></div></div> 17.24%
三星	1	<div><div></div></div> 3.45%
oppo	1	<div><div></div></div> 3.45%
vivo	2	<div><div></div></div> 6.9%
其他	0	<div><div></div></div> 0%
本题有效填写人次	29	

表格

饼状

圆环

柱状

条形

(图为男生使用手机情况)

3) 用户选择手机的原因



(图为全体用户选择手机原因)

由上图可知，使用者更关注手机是否国产，拍照能力，是否好用，是否方便和性价比是否高。

单独对苹果手机的用户的原因进行分析，可见苹果手机用户更注重拍照好看和流畅，但众所周知的原因，iphone的刷新率只有60hz，与安卓动不动120hz的刷新率相比很难谈得上流畅，而4g的运存更无法和安卓8g相比，那是什么原因导致了几乎大部分看重流畅的用户都选择了苹果手机呢？

从技术原理来说：

- 1.因为IOS系统独有的优化能力，iPhone手机在碎片处理方面更为彻底.假如你打开了一个新的app，那么之前的app就会停止运行，不会占用后台，数据碎片不会挤压内部空间，手机的流畅度自然会提高.
- 2.由于IOS的封闭性，iPhone手机的各个软件井水不犯河水，app之间的联系几乎没有.打个比方，假如你开启地图导航，安卓手机会在不知不觉间和其他app产生联系，这个联系会占据手机的空间，影响手机的流畅度.
- 3.IOS系统打造了一个闭环，在这个闭环中有一个应用商店，那就是Appstore.这个应用商店的生态链非常完善，能够最好的契合iPhone手机.反观安卓手机的应用商店良莠不齐，下载的app和手机的契合度不高，使用起来流畅度就会锐减.

从视觉原理来说：

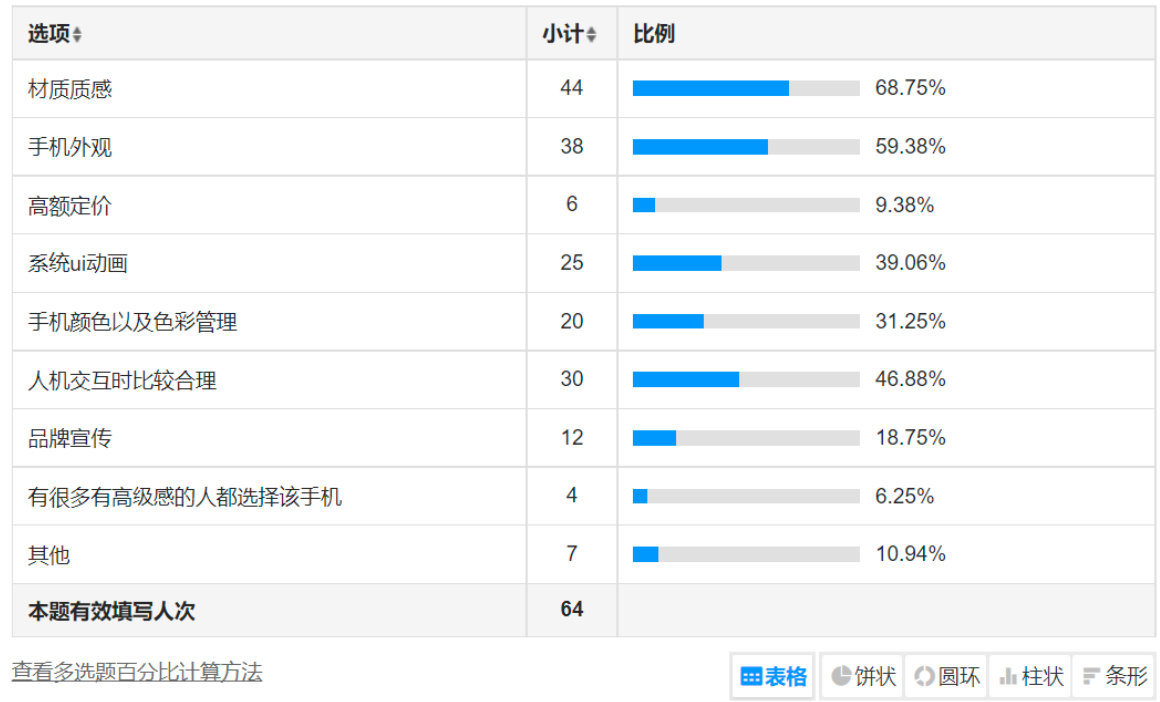
iOS的过渡动画总给人十分自然的感觉.比如当退出应用时，应用会从小变大再返回到它桌面所在位置上；当解锁手机时，应用会从小飞进屏幕内等等.这些小细节的积累就让用户觉得，iOS特别的流畅.而安卓则在这些细节上并不重视，更加遵循速度至上的原则，只要速度够快就可以了.而速度快其实并不会让我们觉得很流畅，流畅其实是一种像水流一样不断进行的过程.这一点上苹果设计师有自己独到的理解.”



(图为苹果用户选择手机原因)

(4) 用户认为高级感从何而来

你觉得手机的高级感从何而来 [多选题]



(图为用户认为有高级感的原因)

由上图可知，手机材质和外观，ui动画，色彩管理，人机交换方式和品牌宣传是手机高级感的主要来源。而对苹果用户认为高级感的来源进行分析，可知苹果手机用户在系统ui动画上有着明显高出一筹的偏爱。可见苹果手机的高级感在自家用户眼中，ui动画是一个特殊的选项，也可能是别的厂家忽视的地方。



(全体用户看法)

你愿意为手机较好的体验付出更多的花费吗,还是够用就行? [单选题]



(苹果用户看法)

由上图可知，苹果用户明显更愿意为价格付出更多金钱去购买，可以反推出苹果使用者一般经济宽裕程度更高，所以我认为高价作为筛选门槛，也暗中吸引了一批用户。

四、苹果的优势和高级感的来源分析

经过问卷分析，我认为苹果与众不同的高级感来源于ui动画和系统的流畅，以及高价格对高收入用户身份认同的满足。

2.苹果的品牌宣传

1.苹果的发布会宣传具有非常明显的特色.

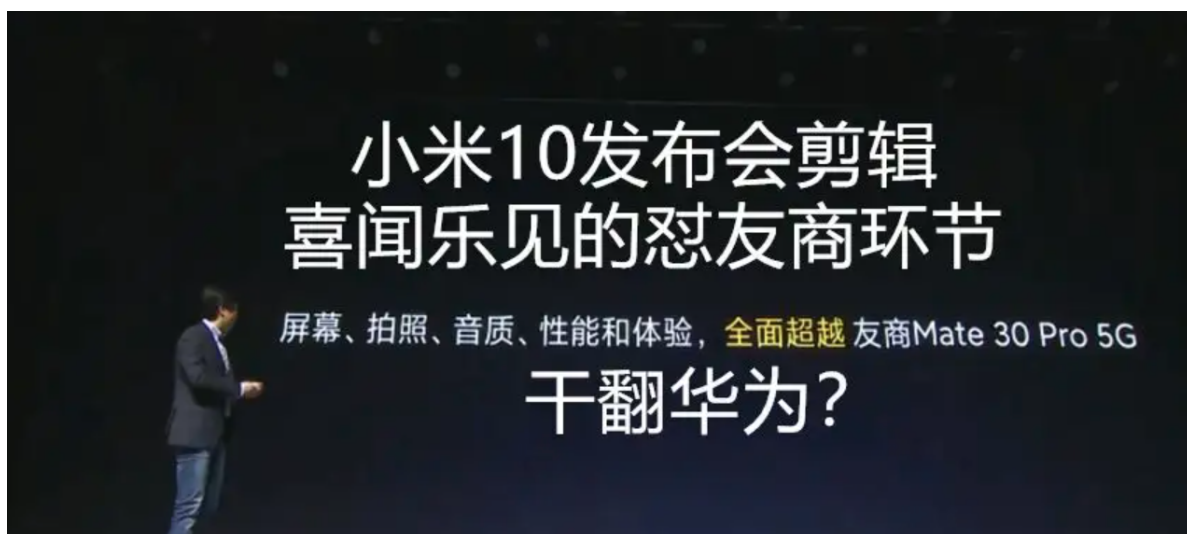
在非苹果手机发布会上，产品经理会反复我的各种参数很厉害，我的某种技术吊打友商，我的产品性价比很高，我的后盖颜色非常绚丽，我们的产品相机，电池堆料很足.这种类似电视购物的营销效果当然好，但总让人有一种路边吆喝的买菜大妈的感觉

而苹果手机发布会上，会强调我的手机改进了人们使用手机的体验，我们的产品改善了人们的生活和工作，我们的产品给一些残障人士提供了便利，我们的产品通过一些功能挽救了很多人的生命.两个一对比，

国产手机发布会就是个大型的营销活动.而苹果更重视阐释苹果公司的理念，即站在科技和人文的十字路口，更人一种高级感.



(苹果发布会致敬乔布斯)



(某品牌发布会吊打友商)

## 2.图标上的细节:

苹果向来喜欢做一些看起来不赚钱的事情，对于钱这种东西表现得比较佛系，于是大作无用之功.对于这种看起来吃力不讨好的事情，国产手机厂商们嗤之以鼻.

对于图标的细微改进就能体现这一点.





知乎 @韩烨

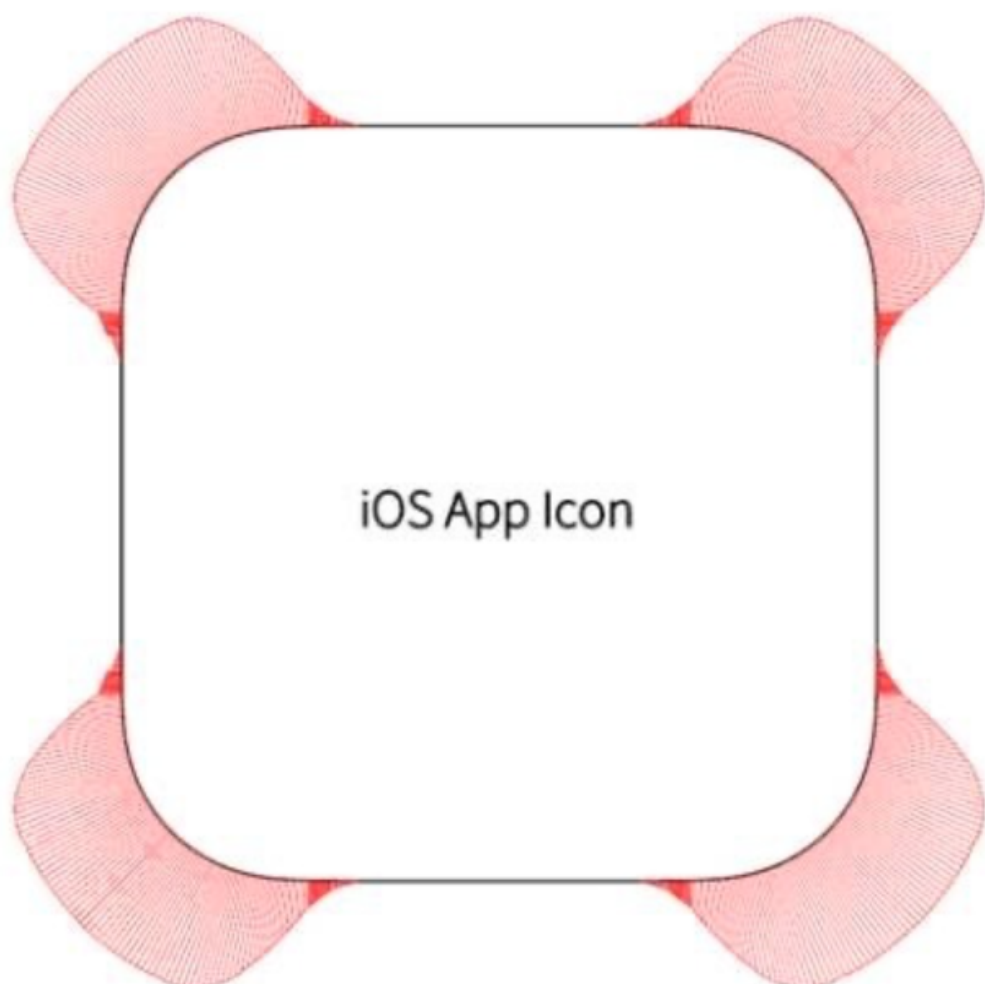
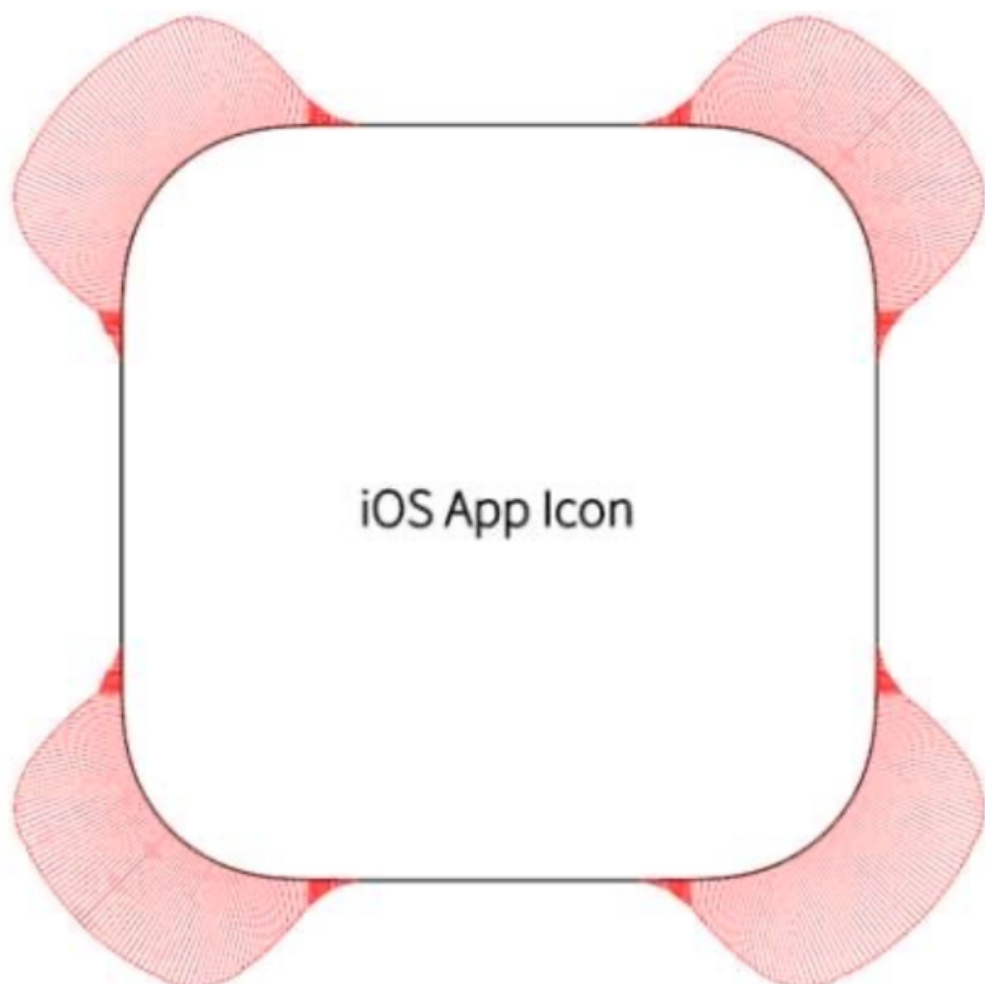


知乎 @韩烨

( Apple Books图标)

以 Apple Books 图标为例，这是一个貌似再也普通不过的圆角矩形.但是如果你试图把它画出来，就会发现这个圆角矩形其实非常复杂，无法通过Ps，Ai等常见设计软件绘制出来.苹果在图标，甚至各种弹窗，手机外框等上面都采用了[三阶贝塞尔曲线](#).在图标的四条边上分别是四段直线，四角都是圆弧，苹果在这一设计上面的非凡之处在于，直线与圆弧之间的过渡阶段采用了渐变曲率的贝塞尔曲线.这种设计看起来非常复杂，但是跟四分之一圆角做对比又不容易观察出细节.

从观感上来讲，iOS 圆角更加圆润饱满，看起来更舒适，但是又让人说不出到底是怎么回事.这就是苹果在难以察觉的地方大作无用之功，留下用户一脸懵逼.

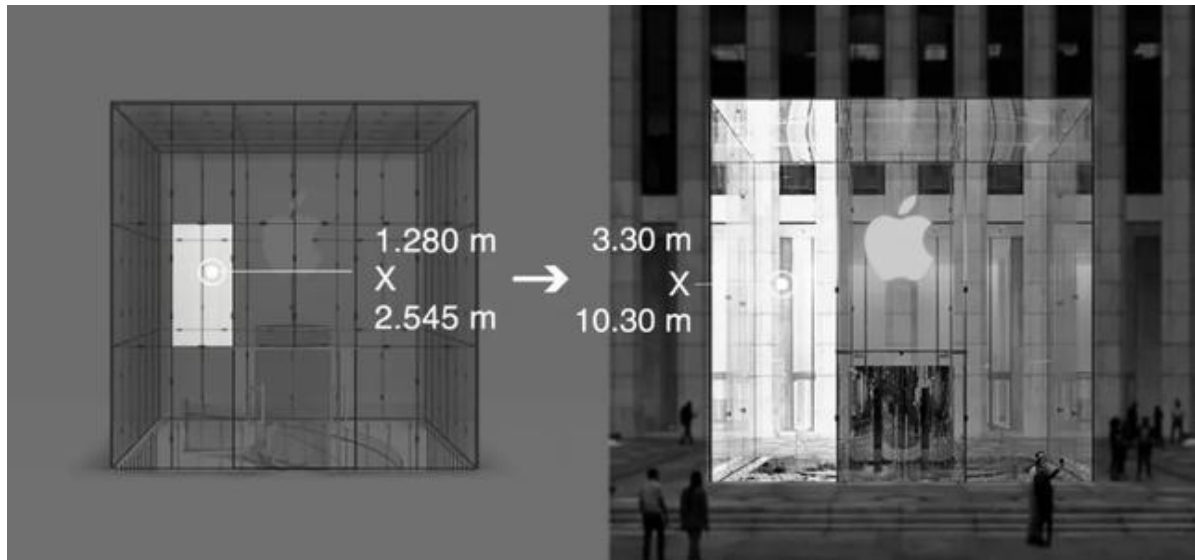


(ios app图标)

诸如此类，苹果通过改进一些用户难以察觉的细节提升舒适感，营造高级感。

### 3.线下店打造:

苹果店的建筑设计十分注重细节，从 建筑结构 到包边，从 家具选材 到打模，从 灯光调控 到安装，都很有讲究，尤其十分注重对玻璃的运用，苹果纽约第五大道旗舰店，在2006年横空出世的时候，惊艳了很多。苹果店是一个透明的玻璃盒子，大logo被悬挂在空中，而商店本身被藏在了地下。与纽约高耸的摩天大楼相比，苹果店将功能都隐于地下，造型极简，引人注目。玻璃取代了传统的钢结构，成为支撑整栋体块的柱梁。



( 第五大道直营店)

苹果对于室内装修，家具与灯光的把控堪称苛刻，苹果向美国专利商标局申请专利，直接将店面设计注册成了专利。相关文件中详细描述了关于门面的玻璃、店内屋顶延展性的灯、店内的长桌和长桌下的小椅子等等，对整体的布局、颜色都给出了说明。

同时苹果的直营店不仅是售卖产品，更是类似于体验馆，无论你怎么把玩昂贵的产品，都不会有店员阻止，同时电脑会经常开展活动关于如何使用苹果产品。无论是服务还是用户体验，苹果都称得上精致。

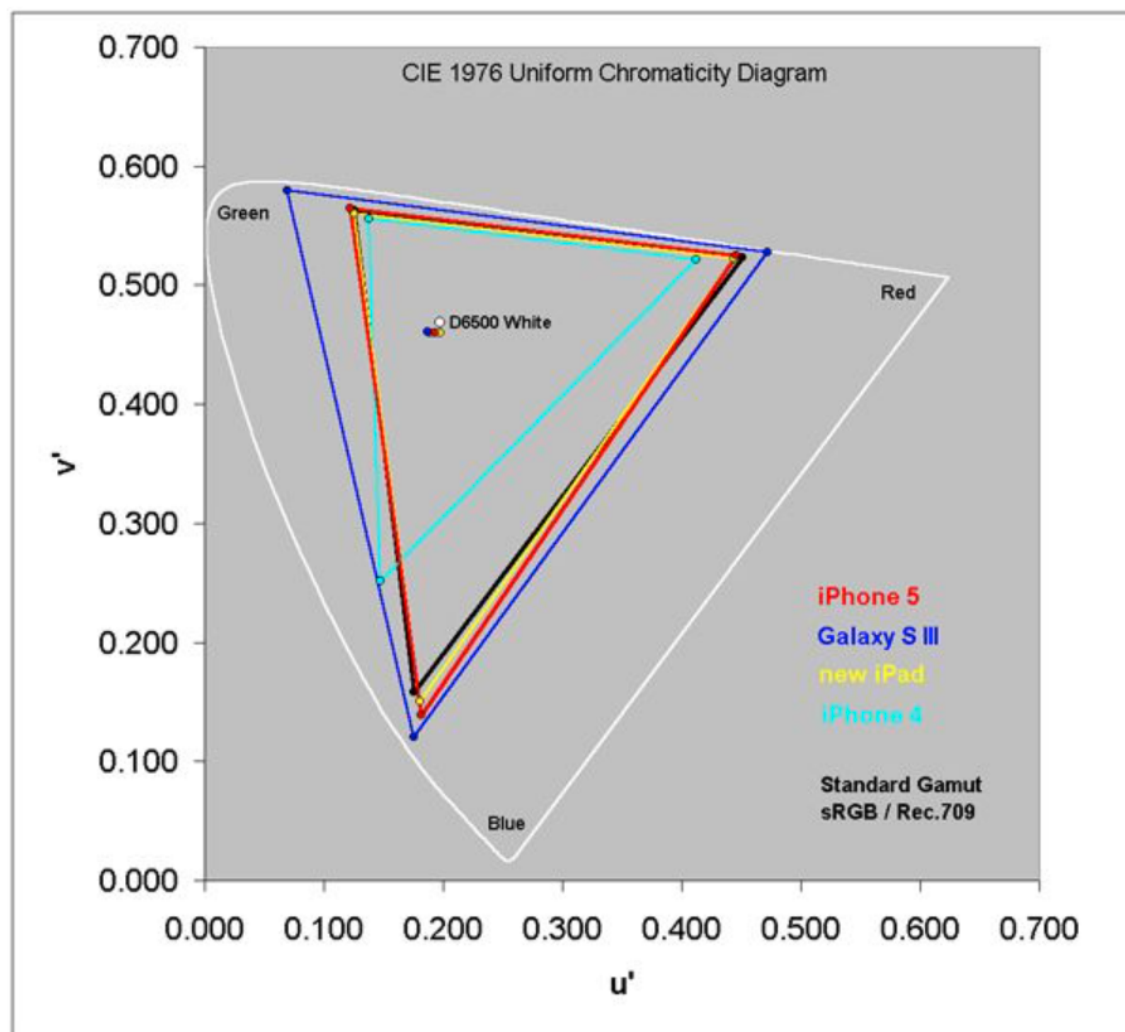
## 3.网络上用户体验的看法

### 1.ui管理

苹果在软体验---ui上极具用心。在一些容易被忽视的领域苹果下了很大功夫，这可能和乔布斯本人的审美情趣有关。例如：

1.Apple 是最早正确普及实现字体平滑技术和 HiDPI 的厂家。字体平滑技术有很多，包括次像素渲染、灰度抗锯齿还有就是 HiDPI 这种暴力提升分辨率的做法。正确的选择其中的一种做法，可以达到最佳的适用性、性能和显示效果。而 iPhone X 最早用了 Diamond Sub-Pixel 排列，这种排列虽然有效像素密度比不上 OLED 里面最为普及的 Pentile 排列，但是在文字渲染的优化方面是最好的。

2.Apple 是最早普及 sRGB，P3 色域以及正确实现 HDR 下色彩管理的厂家。



(苹果色域)

3.刷新率方面，iPad Pro 2015 最早实现了高刷新率输入和动态刷新率输出，在 iPhone X 上引入了前者达到了更顺滑的触摸输入；在 Apple Watch Series 上实现了后者从而实现了表盘常亮下的节能。iPad Pro 2017 实现了 120Hz 的 ProMotion 技术。同时值得一提的是，即便 Android 手机平台现如今开始普及高刷新率，但是续航均有明显降低。且 Android 的劣质动画和劣质触摸交互库严重影响了观感和操作。

## 2.苹果在细节方面的功能

1.Apple 是最早普及 Multi-Touch 的厂家，并且也曾经在 iPhone 尝试了基于更准确的线性马达的 Haptic Engine 和 3D Touch。直至今日 Haptic 的各项体验和兼容性依旧甩开 Android 阵营。Apple 的 Force Touch 触控板仍然是输入设备中的标杆，Windows Precision Touch 和 PC 的触控板完全无法与之媲美。

2.无论是 12" 的 MacBook，到 16" 的 MacBook Pro，都能单手开合。

3.iOS/macOS 有着极为完善的无障碍设计，对于听力/视力以及肢体有障碍的人士提供了非常多有用的设计帮助他们操作。

## 3.安全与隐私方面

1.明确提醒你打开 Find My iPhone 和双因素认证。

2.强制所有 App 的链接使用 HTTPS，默认 HSTS，并且未来将会为使用长期有效证书的网站发出警告，避免这些网站证书泄漏而导致的长期性安全威胁。

3.支持各项认证规范，如 802.1x，WPA3。现在 Safari (无论平台)也支持 Yubikey 等个人密码学设备了

4.iOS 存储默认全盘加密.macos T2芯片提供快设备全盘加密和默认的可信启动机制; APFS/HFS+ 文件系统支持加密; Time Machine 备份支持加密.iMessage 提供端对端加密.iCloud 上的存储提供加密

5.iCloud Photo 的图片识别归类都在本地完成.

## 4.总结

总的来说,苹果在高级感上的优势总结就是苹果在很多看不到的细节上发力,以上我调查的部分只是苹果无数细节中的一小部分,除此以外,包括iphone坚持的四边等宽,永不割舍的线性马达,等等,都是苹果能构建如此强大高级感的基础,我深刻的认为以安卓系统的主的国产系统还有很多路要走,包括各种对细节的打磨,对人文体验的重视,去学会打造品牌文化.之前小米的经理说小米的用户都是屌丝,要转型,结果引起很大争议,我觉得话糙理不糙,小米不应该骂用户屌丝,但也需要学会在一些细节上发力,本人的第一款手机就是小米10,感觉就是一味地堆数据,结果手机太重,然后很多ui都很卡,8g的内存感觉没有苹果4g流畅.总之,国产手机进步很大,但仍需进步,要打造属于自己的高级感,才能在国际市场取得自己的一席之地.