

用戶場景報告

1. 報告背景

隨著居住品質和健康意識的提升，越來越多家庭傾向於購買智能清潔設備，如吸拖一體機、洗地機或掃地機器人，以節省人力和時間。本報告綜合先前的市場溝通與痛點分析，從用戶特徵、使用情境、核心痛點及解決方案等角度，系統性呈現目標用戶的場景需求，為後續內容腳本製作及行銷策略制定提供參考。

2. 用戶特徵與分群

根據前期討論及一般清潔市場經驗，可將潛在用戶大致分為以下幾類（實際市場中仍可能存在交叉）：

1. 上班族 / 白領

- 年齡：25~40 歲，居住於中小戶型或租房
- 特徵：工作繁忙，追求高效率；希望下班後能夠輕鬆打掃
- 痛點：缺乏時間、體力；對價格敏感度中等，但需要「買得值」
- 動機：節省人力、提升生活品質、減少家務時間

2. 家庭主婦/主夫 & 二胎父母

- 年齡：30~45 歲，多為中大型戶型
- 特徵：家中成員較多，尤其有小孩；重視衛生安全（避免水漬滑倒、減少細菌）
- 痛點：家務量大、傳統清潔繁瑣；需要解決角落、地板、寵物（若有）的深度清潔
- 動機：改善家人生活環境，注重效率和安全，對功能性需求較高

3. 寵物家庭

- 年齡：20~40 歲都有可能；城市年輕人普遍飼養寵物
- 特徵：家裡常有大量毛髮、異味；清潔頻率高
- 痛點：掉毛、毛髮阻塞、傳統清潔易揚塵；擔心機器吸力或清洗能力不足
- 動機：渴望省力又乾淨的寵物友好清潔方式

4. 銀髮族 / 與父母同住家庭

- 年齡：長輩 50~70 歲 或 與長輩同住的中年子女
 - 特徵：長輩腰腿不便，不適合彎腰拖地；對操作簡單度有要求
 - 痛點：傳統拖地費腰力，擔心滑倒或體力負擔
 - 動機：替父母減輕勞動；希望產品「好用、好保養」，且維修售後方便
5. 精緻生活 / 科技愛好者
- 年齡：25~35 歲，收入中高水平
 - 特徵：對智能產品感興趣，注重生活品質，喜歡嘗鮮
 - 痛點：不滿意老舊機型或傳統方式；希望功能升級、體驗優化
 - 動機：追求科技感、個人品味，願意為優質產品買單
-

3. 使用情境與核心需求

1. 日常快速保潔
 - 需求：下班或週末稍作清理，維持地面整潔
 - 痛點：想省時省力，不願重複拿拖布、水桶等繁瑣步驟
 - 場景：下班/帶娃後的短時清潔；寵物進門時的腳印處理
 2. 週末深度清潔
 - 需求：全屋拖地、清潔角落、清除死角灰塵
 - 痛點：傳統大面積拖地費時費力；腰腿酸痛；有家具底部或縫隙
 - 場景：利用週末時間做「大掃除」；對續航力、滾刷/吸力要求高
 3. 突發汙漬 / 特殊狀況
 - 需求：飲料、湯水潑灑或寵物嘔吐、排泄物，需要快速處理
 - 痛點：既要吸乾殘液，也要去除異味；還不能二次汙染
 - 場景：廚房、客廳地板出現大量溼汙漬；需要即時吸拖功能
 4. 多材質地面清潔
 - 需求：家裡可能同時有木地板、瓷磚、地毯等不同材質
 - 痛點：換多種清潔工具繁瑣；容易不知道哪種模式/刷頭更適合
 - 場景：客廳瓷磚 + 臥室木地板 + 部分房間或走廊地毯
 5. 避免噪音干擾
 - 需求：有孩子、老人或有鄰居投訴風險，需安靜打掃
 - 痛點：傳統機器噪音大；掃地或吸塵時干擾家人休息
 - 場景：夜間或午休時段需要清潔；有小嬰兒在家必須噪音低
 6. 自主或遠端操控
 - 需求：在外工作時預先清掃；或想用手机監控打掃狀況
 - 痛點：無法時時親自看管；不想回家後面對凌亂空間
 - 場景：利用智能 APP 遠端控制；讓機器人自動規劃路徑
-

4. 核心痛點總結

1. 體力負擔大：傳統拖地彎腰累、面積大打掃久
 2. 毛髮/灰塵困擾：寵物家庭或窗邊灰大；二次揚塵易過敏
 3. 殘留水漬/難乾：易造成滑倒風險，尤其家有小孩或老人
 4. 拖布汙染 / 清洗繁瑣：手洗費時費力，感覺髒且浪費水
 5. 角落/縫隙死角：家具底部積灰難清；傳統拖把不易深入
 6. 操作難度或保養複雜：拆卸、清潔、維修成本較高
 7. 續航不足 / 打掃效率低：大戶型或多層結構更需要長續航
 8. 噪音過大：家有嬰幼兒或老人，或擔心鄰居投訴
 9. 價格與投資回報：擔心產品貴但使用率不高、售後麻煩
 10. 智能化需求：希望能 APP 遠端操控、自動避障、自動規劃路線
-

5. 用戶對產品功能的期望

1. 多功能一體：吸、拖、清洗、烘乾一次完成
 2. 強力吸力 + 優質過濾：解決毛髮、灰塵、顆粒問題，不二次揚塵
 3. 自動清洗/衛生設計：避免手洗拖布，減少二次汙染
 4. 靈活滾刷 / 超薄機身：深入角落、縫隙，減少清潔死角
 5. 大容量電池 / 快充：一次打掃全屋，避免清掃中斷
 6. 降噪馬達 / 靜音模式：適用母嬰家庭，減少噪音干擾
 7. 智能操作 / APP 遠端：可實時監控，設定清掃計劃
 8. 簡易拆裝 / 易保養：維修售後有保障，不浪費時間
-

6. 實際應用建議

1. 短視頻/廣告腳本設計
 - 開頭抓痛點：「你家也有寵物毛髮滿天飛的困擾嗎？」或「地面總是拖不乾，一不小心就滑倒？」
 - 拍攝對比或真實使用案例：顯示傳統方式 vs. 產品優勢，並強調「這台機器幫你解放雙手」
 - 強調售後與保固：打消用戶維修麻煩的顧慮
2. 電商詳情頁佈局
 - 先呈現數據化痛點：如「70% 用戶表示拖地後仍有明顯水漬」
 - 關鍵場景海報：家庭主婦、養寵物的年輕人、科技達人等多種情境
 - 詳細功能介紹：滾刷、吸力、噪音、續航等技術亮點，以及售後條款
3. 用戶反饋 / 評論運用

- 收集高互動評論：「用了它之後再也不怕寵物掉毛」
 - 做好 UGC（用戶原創內容）二次傳播：短視頻評測、真實購買者分享
4. 品牌溝通與服務
- 強化安心保障：如延長保修、上門維修服務
 - 調整操作介面或產品體驗：讓銀髮族也能輕鬆上手
-

7. 結論與下一步

- 痛點聚焦，內容精準

本報告發現用戶對省力、高效、衛生和智能化的需求高漲，各種痛點實際對應到使用場景及動機。建議在推廣時，不只強調產品「多功能」，還要直戳用戶最常見的「腰酸背痛、寵物掉毛、濕滑地面、拖布髒臭」等核心痛點。

- 場景化講故事

無論是短視頻宣傳還是詳情頁布局，都要用「真實場景」加「問題解決」的方式去呈現，營造「打掃前後對比」或「人工 vs. 機器」的強烈反差。

- 後續數據驗證

建議根據實際後台銷量、用戶反饋、評論區討論，持續優化用戶畫像與場景；充分利用用戶語言去優化痛點句與開場白，使內容更貼近真實需求。

參考結構與延伸

- 你可以在每個場景再細分不同戶型（小戶型 vs. 大戶型）、不同家庭結構（單身 / 二胎 / 與父母同住）等；
 - 如果有更精準的後台數據（男女比例、地區分佈），可在報告中補充相對應的行為洞察；
 - 也可進一步結合其他品牌或國內外市場情況，做競品比較與差異化分析。
-