

電子購物之3d介面與2d介面的差異研究

陳慧昇、張隆池

E-mail: 8603988@mail.dyu.edu.tw

摘要

因為電子購物可以直接當做消費者和製造廠商的媒介,所以具有低成本、方便性及隱密性的優勢。它所隱藏的廣大商機,更是引起許多業者的注意。目前應用在全球資訊網上的電子購物,是利用HTML來建構的,而HTML所能提供的多媒體種類只有文字、聲音及影像而已,使用者可以獲得多媒體的資訊,但是卻缺乏三度空間的呈現效果,以至於無法觀看產品的全貌或展示產品的特色。而虛擬實境的技術正好可以彌補這一方面的缺陷。本研究即是利用虛擬實境的新技術來建構3D電子購物介面中的商品呈現方式,並與2D電子購物介面來比較,分析使用者對3D電子購物和2D電子購物介面的喜好度和原因。研究結果顯示,使用者比較喜歡3D電子購物介面,主要原因是3D電子購物介面比2D電子購物介面更具有真實感,其餘原因依次是新奇有趣,給人更深刻的象,可以對產品特性更加解及互動功能(旋轉及遊走功能)。

關鍵詞：人機介面；虛擬實境

目錄

0

參考文獻

0