

# 從感性觀點探討資訊產品意象的特質:以數位相機設計為例

趙志昌、杜瑞澤

E-mail: 8700927@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

好的產品必須能滿足消費者的需求，因此設計策略的擬定必須依據消費者的需求為出發點，為了瞭解消費者的需求，本研究以數位相機為例，進行數位相機在造形上之感性特質的探討。本研究的目的為：一、瞭解消費者對於數位相機的感性需求。二、探討分析消費者對於市場中數位相機造形上的產品意象的特質。三、歸納出數位相機感性特徵之設計方針，以做為產品設計開發的依據。四、探討性別的不同是否對數位相機的造形意象有所差異。在研究方法上，首先我們先取出適合數位相機的意象形容詞，並且詢問專家的意見之後，萃取出數位相機代表。接著進行受測者就每個意象形容詞，依其心裡的感覺對數位相機樣本進行語意差別法之感覺意象評估。由感覺衡量平均值，可以看出受測者對每一臺數位相機的感受。再經由因子分析的分法，來瞭解數位相機與意象之間的對應關係。最後在考慮性別的條件下，由因子分析方法來瞭解性別是否對造形意象有所差異。最後在不考慮性別的條件下，根據研究結果訂定設計方針，進行新設計的提案，製作產品原型，並進行驗證。結果顯示經由感性的手法，確實能更精準的掌握住消費者的意象。文末提出結論與建議。

關鍵詞：消費者的需求；產品意象；語意差別法；因子分析

## 目錄

0

參考文獻

0