

生活型態中流行品味對產品外觀視覺設計之影響:以台灣輕型機車為例

吳素娟、杜瑞澤

E-mail: 8700954@mail.dyu.edu.tw

摘要

在地窄人稠的台灣，速克達現今被國人大量使用於通學、通勤、購物、郊遊與商業謀生等方面，是日常生活中極為重要的交通工具之一。在機車市場上，功能、品質、服務、價格上都已經同質化，邁入商品成熟期，當今機車開發需以消費者的真正需求為導向方能吸引消費者。消費者的各種需求隨著時代潮流與生活型態而變化，設計師需能從消費者的生活型態中，發掘其潛在的需求，並提出能符合該需求的商品。本研究的目的是從流行品味的因素構面進行消費者分群，選出具有高度流行領導特質的族群為「目標族群」，其意見將影響未來的流行趨勢；第二階段是調查目標族群對新輕型速克達外觀之喜好的優先順序。最後再求其對最喜好的圖案與色彩進行意象差異分析，萃取出符合該族群喜好的因素，其因素將可以做為設計條件，以精準的預測消費者未來的喜好趨勢。本研究的方法是藉由個人生活特質及具『流行品味』特性的生活型態量表進行問卷調查，用「集群分析」來觀察不同族群的生活特質與其流行品味之不同態度，並定出具有高度流行領導特質之族群為「目標族群」；其族群對於上市速克達外觀的喜好順序，選出最受喜好的色彩與圖案做為調查工具，以語意差異法，分別萃取出意象形容詞對。其研究結果可直接用於未來新產品設計風格之設定，以符合創新族群的品味。分析結果顯示，不同生活背景的消費者對流行品味態度具有差異，依受測者共可分為四大族群：1.創新者...領導創新型。2.早期採用者...追求流行型。3.晚期的大眾...內向保守型。4.落伍者...實用理性型。其中第一族群...領導創新型，其特質正符合流行意見領袖的特性，包括喜歡嘗試新事物、喜歡與人相處並傳播新資訊，因此設定此族群為「目標族群」。對於速克達的喜好順序也會因不同族群而有所差異。全體與「目標族群」對各外觀視覺喜好順序結果如下：在圖案貼紙方面，「目標族群」以喜歡C車恰恰50的喜歡人數最多，其他樣本則以喜歡A車-JOG fun 50最多，而在色彩方面，「目標族群」喜歡的依次是鮮紫藍色、白色、亮黃色。其他樣本平均為鮮紫藍色、白色、深藍色。針對特殊族群所做的視覺意象差異調查，發現符合未來速克達的流行色彩是「年輕、都會」為主要喜好意象因素，流行圖案是以「年輕、柔和、可愛、新鮮」為主要喜好意象因素。未來從事機車設計或其他產品設計，可依此研究架構與流程，調查流行市場的消費者對商品外觀的喜好意象因素，以設定正確的設計風格，將可符合消費者的喜好品味。關鍵詞：生活型態、速克達設計、流行品味、視覺意象

關鍵詞：生活型態；視覺意象；流行品味；速克達設計

目錄

0

參考文獻

0