

Investigations on Typical Consumer's Taste for the Color of Automobile

劉素津、賴瓊琦

E-mail: 9509870@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Cars are a product high in price and it is the durable goods. So, other than taking into account of the car's brand, price, car's color and utility, consumers will also think of the satisfaction and achievement. It will bring to them after they consumed. After consumers giving thorough consideration and coming up with a purchase decision, the car's color turns out to be the final decision for them to conclude the purchase. Car's color is very crucial either for the user or outsiders. It also plays a very important role for the car's vision sense and traffic safety. There are all kinds of colors available for a car. For a same color, some people may like it while others don't. It is the sentimental function stimulated from colors. Car consumption sounds filled with personality, but people's choice for colors seems to follow a certain type of patterns. This study hopes to investigate the issues accrued from the colors, consideration and content chosen by consumers. The results of this study shall be able to be used as the reference for media and dealers to plot their marketing strategy for launching a new product.

Keywords : automobile color ; automobile marketing ; color choosing

Table of Contents

| | | | |
|-----------------------------------|----------|------------------------------|---------|
| 封面內頁 簽名頁 授權書..... | iii | 中文摘要..... | |
|iv 英文摘要..... | | v 誌謝..... | |
|vi 目錄..... | | vii 圖目錄..... | |
|ix 表目錄..... | | xiii 第一章 緒論 第一節 研究動機與背景..... | |
|1 第二節 研究目的..... | | 5 第三節 研究內容與方法..... | |
|6 第四節 研究範圍與限制..... | | 7 第二章 文獻探討 第一節 汽車顏色與交通..... | |
|9 第二節 汽車顏色之意象..... | | 15 第三節 顏色與性格..... |19 |
| 第四節 汽車顏色與品牌之關係..... |21 | 第五節 汽車顏色的選擇與國家地域之關係..... |21 |
| 實施 第一節 研究問題..... |24 | 第二節 研究對象..... |24 |
| 設計..... |24 | 第四節 研究工具..... |27 |
|28 第四章 研究結果與分析 第一節 資料處理..... |30 | 第二節 資料統計結果..... | |
|30 第五章 結論 第一節 研究結論..... |160 | 第二節 研究建議..... | |
|162 參考文獻..... |164 | 附 錄..... | |
|166 附錄 (一) 問卷..... |166 | 附錄 (二) 色卡..... | |
|171 | | | |

REFERENCES

- 1.鄭柏左《色彩理論與數位影像》新文京開發出版股份有限公司，93年6月，台北
- 2.歐秀明、賴來洋《實用色彩學》雄獅圖書公司，72年6月，台北
- 3.賴瓊琦《設計的色彩心理》視傳文化事業有限公司，92年10月，台北
- 4.林崇宏《造形．設計．藝術》田園城市文化事業有限公司，88年6月，台北
- 5.謝文雀《消費者行為》華泰文化事業公司，90年6月，台北
- 6.Ranjit Kumar著，胡龍騰、黃瑋瑩、潘中道合譯《研究方法》，學富文化事業有限公司94年2月，台北
- 7.李薦宏《形．生活與設計》亞太圖書出版社，86年3月，台北
- 8.德瑞克．希利《色彩與生活》桂冠圖書股份有限公司，79年11月，台北
- 9.呂月玉、張榮森《色彩意象世界》漢藝色研文化事業有限公司，77年元月，台北
- 10.陳榮宗，碩士論文《影響策略、滿意度與績效關係之研究》，90年6月
- 11.2000年色彩應用與色彩科學研討會論文集，國立台灣藝術教育館，89年12月
- 12.2001年色彩應用與色彩科學研討會論文集，國立台灣藝術教育館，91年8月
- 13.楊世瑩《SPSS統計分析實務》旗標出版股份有限公司，95年3月