

# A Study on Styling Design of Kansei Trait for Minivan's&S.U.V.'s Dashboard Design

符文鈞、林東龍

E-mail: 9701493@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

This research is about that toward the styling design of Transportation .It uses adjustments for feeling image which are collected to discuss the dashboard design of Minivan & S.U.V. cars. This research uses the words that may analysis and choose the property ones to fit the car ' s image. In the same time, it will add the opinions that gave advise who are experts or designers asked this kind of questions. Through the image adjustments analyzing, we get the result of the styling image of Minivan & S.U.V. cars, further we may make difference from sedan and business van. Therefore, we may establish the specialist of styling character for Minivan & S.U.V. cars. And this research will offer the R&D department of transportation design for reference.

Keywords : Image adjustment ; Styling image ; Styling design ; Dashboard design

## Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書	?	iii 中文摘要	
?	v 英文摘要	?	vi 誌謝
	vii 目錄		viii 圖目錄
	?	x 表目錄	?
			xi
第一章 緒論 第一節研究背景與動機		1 第二節研究目的	
2 第三節研究重要性		3 第四節研究問題與假設	
3 第五節研究範圍與限制		4 第六節重要名詞解釋	
5 第七節研究架構流程		5 第二章文獻探討 第一節感性需求的探討以及相關研究	
7 第二節感性工學	?	10 第三節感性時代的消費變化	?
13 第四節產品意象	?	15 第五節產品造型設計相關研究	?
19 第六節認知心理學	?	23 第七節生活型態以及消費趨勢	?
25 第三章研究方法 第一節研究理論架構		?	27 第二節研究對象
?	29 第三節研究工具	?	29 第四節研究步驟與程序
?	33 第五節資料分析方法與分析架構	?	41 第四章 研究結果與分析 第一節樣本的基本
特性	?	43 第二節因子分析	?
	?	60 第五章實務設計與檢驗 第一節設計理念與方針	?
64		65 第三節設計特色	?
66		70 第六章結論與建議 第一節研究結論	66
72 第二節研究心得與建議		?	74 參考文獻
?	75 附錄一論文研究問卷(一) 意象形容詞對篩選 附錄二論文研究問卷(二) 造型感性意象 附錄三論文研究問卷(三) 造型喜好及視覺比重排序 附錄四因子分析之總變異量及成份矩陣		

## REFERENCES

- 【1】孫情 譯 增山英太郎.1992.感性的訴求.新雨出版社。【2】 Mitsuo Nagamicni, 1997.Kansei Engineering and Comfor, International Journal of Industrial Ergonomics 19.p.p.79-80。【3】 British Food Journal, 1995, Customizing the Design Process, British Food Journal Vol 97.No.3.P.P.26-27 【4】 Mitsuo Nagamicni, 1995, Kansei Engineering-A New ergonomic consumer-oriented technology for product development. International Journal of Industrial EROGONOMICS15,p.p.3-11 【5】 Yukihiro Matzubara, Mitsuo Nagamichi, 1997, Hybrid Kansei Engineering System and design support, International Journal of Industrial Erogonomics 19, PP.81-92 【6】 Yamamoto, K, 1986, Kansei Engineering-The Art of Automotive Development at Mazda.Special Lecture at The University of Michigan. 【7】 施韋名, 1996, 眼鏡造型以及感覺意象對應關係之研究, 交大應藝所碩士論文【8】 林煌斌, 1997, 以消費者觀點探討資訊產品的感性特質—以個人電腦為例【9】 依日光譯, 1991, 新設計工學概論, 復漢出版社, PP.36-39【10】 楊國樞、文崇一、吳聰賢、李亦園編, 1995, 社會及行為科學研究法下冊, 東華書局, PP.552-557【11】 長町三生, 1993, 感性工學, 海文堂出版株式會社, 日本【12】 李秀敏 譯, 藤敬 著, 感覺行銷, 聯經出版社, PP.75【13】 何銘泉, 蔡子璋, 1995, 產品意象語言研究-以本土意向為例, 成大學報第三十卷科技、醫學篇

, PP.99-115 【14】莊明振, 民國八十三年十月, 中西座椅設計風格認知之研究, 工業設計87, PP.228-240 【15】林榮泰, 民國七十四年一月, 產品觀念與印象, 工業設計48期, PP.28-34 【16】陳文印, 1987, 產品造型象徵性質之探討, 工業設計56期, PP.36-40 【17】鄭麗玉, 1994, 認知心裡學—理論與應用, 五南圖書 【18】John. B. Best 原著, 黃秀瑄、鄭瑞欽編譯, 1991, 認知心裡學, 師大書院 【19】鄭麗玉, 1994, 認知心裡學—理論與應用, 五南圖書 【20】Carl Gardner, 1993, Who kill Snow White ?, Design, pp.17-19 【21】蔡子瑋, 1994, 產品意象語言研究, 國立成功大學碩士論文 【22】何明泉、陳潔瑩, 1997, 設計師與使用者對產品意象關係之研究, 設計學會學術委員編著, pp.17-19 【23】王鍊登, 1975, P.79 【24】林崇宏, 1996 【25】易瑩, 1996, 11月號, 新電子科技雜誌, PP.225-228 【26】Yamamoto, K, 1986, Kansei Engineering—The Art of Automotive Development at Mazda. Special Leecture at The University of Michigan. 【27】Yukihiro Matzubara, Mitsuo Nagamichi, 1997, Hybird Kansei Engineering System and design support, International Journal of Industrial Ergonomics 19,PP.95-105 【28】Mitsuo Nagamichi, 1995, Kansei Engineering—A New ergonomic consumer—oriented technology for product development. International Journal of Industrial EROGONOMICS15, p.p.55-59 【29】陳坤宏, 1995, 消費文化理論, 揚智文化, PP.46-51 【30】黃俊英, 1992, 行銷研究, 華泰書局 【31】楊國樞、文崇一、吳聰賢、李亦園編, 1995, 社會及行為科學研究法下冊, 東華書局, PP.552-557 【32】施韋名, 1996, 眼鏡造型以及感覺意象對應關係之研究, 交大應藝所碩士論文