

# 3C 產品色彩研究：以筆記型電腦為例

陳勇霖、賴瓊琦

E-mail: 9706971@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

中文摘要 筆記型電腦從1981年發明至今，機能與軟體已到達一定水準。但是，目前台灣所販售的筆記型電腦大多注重機能，對於外型與色彩都不在意。隨著消費者需求的提升，筆記型電腦的機能、外型、顏色也隨著增加。現在多樣化功能與豐富的外型色彩，都是影響現代消費者購買筆記型電腦的重要元素。因此，本研究針對消費者對於筆記型電腦色彩喜好，進行調查研究。將市面上已有的14台筆記型電腦加以改變色彩，以問卷方式進行調查，調查對象以學生族群與上班族為主，樣本共256人。目前消費者對於筆記型電腦產品意象，是建立在成熟穩重的感覺，例如黑色或藍色。而對年輕活潑的顏色接受度不高，除非是針對特定族群所設計。各族群對於筆記型電腦的色彩感受度也有所不同，相同色彩對於不同族群會有不同的心理感受，例如紫色對於男女性族群與學生上班族族群的心理感受皆有所不同。經由問卷調查與分析結果可以得知，現代的消費族群對於筆記型電腦色彩已經慢慢重視，色彩開始成為影響消費者購買的重要元素之一。

關鍵詞：台灣;筆記型電腦;色彩心理

## 目錄

目錄 封面內容 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 xii 第一章 緒論 第一節 研究背景與動機 1 第二節 研究目的 3 第三節 研究流程 4 第二章 文獻探討 第一節 色彩計劃 5 第二節 商用色彩學 13 第三章 研究方法 第一節 研究對象 6 第二節 問卷調查 6 第四章 統計分析 第一節 問卷結果 19 第二節 筆記型電腦個別分析 20 第三節 族群分析 48 第四節 綜合分析 66 第五章 結論 69 參考文獻 71 附錄一 問卷內容 72 附錄二 蘋果日報財經報導 81 附錄三 各品牌筆記型電腦發展史 83

## 參考文獻

參考文獻 1. 朱介英著，(1994)，色彩設計計畫，台北，邯鄲出版社。 2. 林文昌著，(1990)，色彩計畫，台北，藝術圖書公司。 3. 美工圖書社著，(1995)，色彩計劃手冊，台北，邯鄲出版社。 4. 葉美莉著，(2000)，商用色彩學，台中，果岩有限公司。 5. 鄧惠芬著，(1990)，色彩學，台北，正文書局有限公司。 6. 鄒悅富著，(1982)，色彩的研究，台北，華聯出版社。 7. 歐秀明、賴來洋著，(1993)，實用色彩學，台北，雄獅圖書股份有限公司。 8. 賴一輝著，(1993)，色彩計畫，台北，新形象出版事業。 9. 賴瓊琦著，(1997)，設計的色彩心理，台北，視傳文化事業有限公司。 10. 李新富著，(2004)，色彩學與色彩應用研究相關資料探討，台中，國立台中技術學院商業設計研究所。 11. 大智浩著，(1969)，設計的色彩計畫，陳曉同譯，台北，大陸書局。 12. 小林重順著，(1986)，色彩行銷戰略，揚萬里譯，台北，前程企業管理有限公司。