

A Study on Consumer Perceptions of How Difference in Automobile Colors and Style Images

張奇煥、翁徐得；曾賢熙

E-mail: 9900564@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Color is one of the important things to express image of product style. The consumer favorite to the color would be changed by time. Follow the time change and fashion trend, the consumer also concentrate on how difference of car color more and more. This paper focus on car products and to discuss the differences about color and style of consumers. To observe that the color can fit car image of consumer's mind or not, and offer designer a reference to make color project. Image is an individual feeling of consumer. In this study we separated two section which were color image and style image and to discuss the relationship between those two things by quantification. Finally we got the result that consumers will chose color by their personal indulgence in modern car, and the opposite of the luxury car. And also found consumer choice in color will be different between car and normal products.

Keywords : Color ; car color ; image

Table of Contents

目錄 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
景與動機 1 1.2 研究目的	4 1.3 研究範圍與限制	x 表目錄
2.1 意象的定義 8 2.2 意象與感性	8 2.3 色彩文獻探討	xiii 第一章 緒論 1.1 研究背景
色彩心理學的相關研究 15 2.3.3 色彩意象的相關研究	19 2.3.4 色彩嗜好與聯想的相關研究	5 第二章 文獻探討
探討 25 2.4.1 造形的定義 25 2.4.2 造形意象的相關研究 26 2.4.3 汽車造形意象的相關研究 28	第三章 研究方法 3.1 意象語彙探討分群 33 3.1.1 意象語彙定位 33 3.1.2 意象語彙收集 33 3.1.3 意象語彙篩選 35 3.1.4 意象語彙分類整理 35 3.2 色彩樣本探討分群 37 3.2.1 色彩樣本篩選 37 3.2.2 各色彩意象語彙定位 42 3.3 車型樣本探討分群 59 3.3.1 車型樣本篩選 59 3.3.2 車型意象語彙定位 62 3.3.3 第二次車型意象語彙定位 64 3.4 問卷設計 66	4.1 受測者基本資料分析 69 4.2 嗜好色彩分析 71 4.2.1 受測者嗜好色色彩分析 71 4.2.2 受測者嗜好色各族群分析 72 4.2.3 受測者嗜好色色彩意象分析 80 4.2.4 小結 83 4.3 車輛造形分析 84 4.3.1 受測者喜好車輛造形分析 84 4.3.2 受測者各族群喜好車輛造形分析 85 4.3.3 小結 89 4.4 色彩與車輛造形關係分析 90 4.4.1 受測者車輛造形與配色分析 90 4.4.2 受測者性別族群車輛造形與配色分析 92 4.5 嗜好色與喜好造形關係分析 94 4.6 車輛造形與配色關係分析 95 4.7 嗜好色與車輛配色關係分析 96 4.8 小結 98 4.9 專家訪談驗證之結果 99
5.1 結論 101 5.2 建議 103 參考文獻 104 附錄一 New Beetle、300C車款介紹與歷史 107 附錄二 形容語彙調查問卷 114 附錄三 消費者色彩意象調查問卷 116 附錄四 車輛樣本意象分類問卷 117 附錄五 消費者色彩與造形調查問卷 118 附錄六 樣本表 121	第四章 統計分析與結果	

REFERENCES

- 【1】丘永福 1990 《設計基礎》，藝風堂，台北。【2】呂清夫 1984 《造形原理》，雄獅出版社，台北。【3】林書堯 1993 《色彩學》，三民書局，台北。【4】林書堯（1995）《色彩論識論》，三民書局，台北。【5】林書堯 1980 《色彩學概論》，三民書局，台北，頁103。【6】林佳燕 2000 大學生個人特質因素對色彩嗜好關係之研究，國立交通大學應用藝術所碩士論文。【7】林榮泰 1984 汽車外形尺寸的比例，工業設計，46期。【8】林伯賢 1999 國人色彩偏好之調查分析，藝術學報，64期，1-10頁。【9】長町三生 1997 《感性工學和方法論、感性工學的構造》，感性工學委員會，日本。【10】施德忠 2008 汽車造型意象研究調查-以國內暢銷車種為例，大葉大學設計研究所碩士論文，頁3-4。【11】施懿芳 2005 汽車造形輪廓之意象認知與心智分類對應關係研究，國立台灣科技大學碩士論文。【12】陳思玫 2000 色彩與城市意象以台中車站週邊道路為例，國立成功大學碩士論文。【13】黃琬雅，嚴貞 1997 造形特徵之心理意象分析，第二屆設計學會學術研討會，pp.87-92，彰化。【14】黃宇軒 2009 女性消費者對汽車外形之偏好探究，銘傳大學碩士論文。【15】馬志朋 1995 不同國別汽車造形意象研究，國立成功大學碩士論文。【16】陳晉玄 2003 消費者對產品識別之視覺認知研究 以汽車造形為例，國立台北科技大學碩士論文，台北。【17】陳鴻源 2001 汽車輪廓形態意象與區分特徵關係之研究，國立成功大學碩士論文。【18】陳盈賓 2004 消費者色彩偏好與商品色彩意象關聯性之研究 - 以行動電話為例，中原大學碩士論文。【19】高淑玲 (2004) 色彩認知和配色感覺之研究 以改變配色形狀和面積比對色彩意象影響為例，雲林科技大學碩士論文。【20】高國斌、郭炳宏 (2002) 高齡化色彩意象與喜好度之調查研究，《中華民國工業衛生學術研討會》。【21】野村順一 (1985) 《商品色彩論》，千倉書房，東京。【22】彭齡齡與張必隱 2000 《認知心理學

》，台灣東華書局股份有限公司。【23】張信賢 2006 汽車特徵意象及其在視覺上的認知研究，國立成功大學碩士論文。【24】康獻章 2007 汽車造形局部置換對於感性意象認知之關係研究，國立台灣科技大學碩士論文。【25】詹若涵 2004 產品意象與造形特徵之對應關係探討，銘傳大學設計管理研究所碩士論文。【26】蔡淑娟 2003 類神經遺傳演算法應用於產品配色系統之建立研究，國立成功大學碩士論文。【27】蔡曉明 1999 形成產品族群意象認知之造形因素研究-以機車為例，國立成功大學碩士論文。【28】蔡詩怡 2003 汽車造形輪廓之型態特徵辨識與認知之研究，國立雲林科技大學碩士論文。【29】歐慧宜 (1999) 空間色彩意象在設計上的應用研究，國立成功大學碩士論文。【30】賴瓊琦 (1999) 《設計的色彩心理》，視傳文化有限公司。