

摘要

本研究以感性工學為基礎，進而歸納出消費者對產品外觀的偏好、想法等心理因素，首先蒐集感性形容詞語彙並利用焦點團體法進行篩選，再與選定的圖片樣本作為感性問卷，並利用焦點團體法分析出電動機車外型設計要素，接著進行問卷的發放與回收並統計並使用因素分析將形容詞分群且重新命名，最後以數量化 I 類分析出感性形容詞語彙與電動機車外型設計要素之間的關聯性，提供消費者在選擇上以及設計師在設計上的依據。

關鍵字：感性工學、電動機車、數量化 I 類