

# 電動汽車之外型感性設計

學生/學號： 施冠宏/B10821105

指導教授：柳永青 教授

張祐禎/B10821125

李芷瑋/B10821135

吳泳霆/B10821151

國立雲林科技大學工業工程與管理系

## 摘要

產品外觀為用戶接觸產品時的第一印象，外觀所呈現的視覺感受能影響消費者對於產品選擇的判斷，不同設計要素外型所呈現給人們的感受也不同，而「感性工學」正是能歸納出影響產品外觀的設計要素並把人們的感受融入於產品中的技術。

近年來電動汽車製造技術逐漸成熟，不同廠牌車款間的性能差異逐漸縮小若能在外型設計上打動人心方能引起消費者的喜愛並成為產品熱銷的關鍵，本研究以感性工學方法為基礎，首先透過蒐集感性形容詞彙與電動汽車樣本探討消費者對於電動汽車外型設計要素的喜好與感受，再利用焦點團體法篩選感性形容詞彙與電動汽車設計要素，接著設計問卷進行發放與回收並利用因素分析建立代表性感性詞彙之語意空間，最後以數量化理論 I 類分別對整體、男性與女性測定不同設計要素類目對代表性感性詞彙之影響強度，最終做出最符合感性意象的電動汽車外觀造型提供給設計者對於電動汽車外觀設計之研究參考。

關鍵字：電動汽車、感性工學、焦點團體法、因素分析、數量化理論 I 類