

學生族群在網路購物對產品色調及背景色調之膚電反應

指導教授：周金枚教授

學生：鍾雨辰、劉泳德、范姜群文

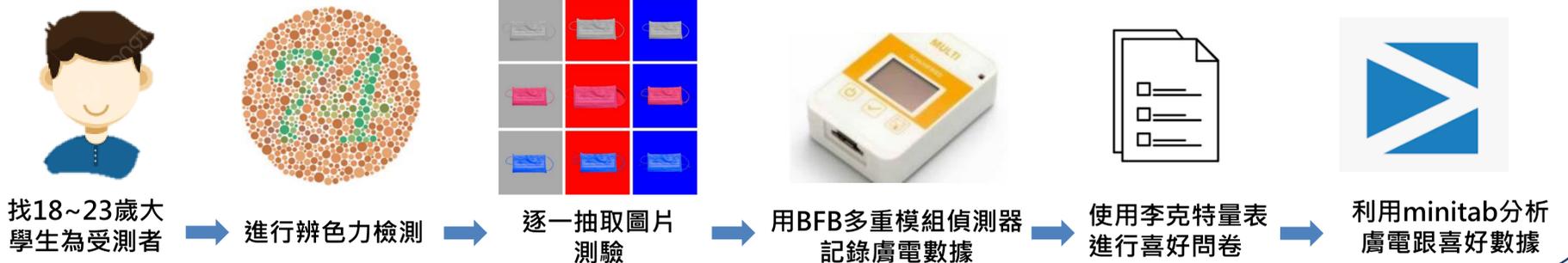
研究背景與動機

由於網際網路的高普及率，人們開始以使用網路來做購買的動作，但是在進行網購時商品圖片是少數能判斷商品型態跟樣貌的依據，因此我們好奇究竟圖片背景色調跟產品色調之互動能夠對消費者產生多少的變化。想透過本次實驗證實產品圖片是否能夠影響消費者對該產品的購買欲

研究目的

本次研究目的為依據產品自身色調，更動產品照片背景之色調，並透過觀察受測者的膚電反應，驗證不同色調的背景以及不同色調產品間的互動對於消費者的影響，找到適合不同色調產品的背景色調組合。

研究方法



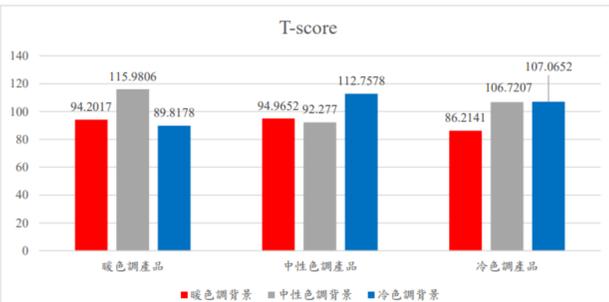
研究結果

男性受測者的分析結果

中性色調產品			
	SCL 標準分數	評分標準 分數	T-score
暖色調背景	0.9074	-1.4108	94.9652
中性色背景	-1.3931	0.6208	92.2770
冷色調背景	0.4857	0.7900	112.7578

暖色調產品			
	SCL 標準分數	評分標準 分數	T-score
暖色調背景	0.7930	-1.3728	94.2017
中性色背景	0.6176	0.9805	115.9806
冷色調背景	-1.4106	0.3924	89.8178

冷色調產品			
	SCL 標準分數	評分標準 分數	T-score
暖色調背景	-0.6715	-0.7071	86.2141
中性色背景	-0.7421	1.4142	106.7207
冷色調背景	1.4136	-0.7071	107.0652

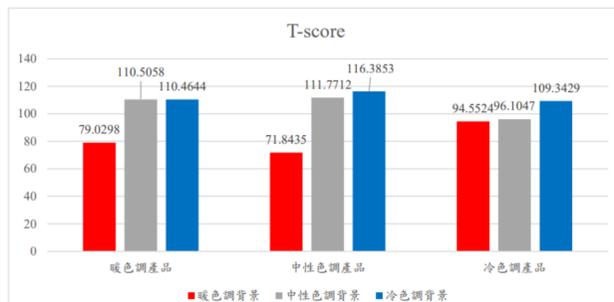


女性受測者的分析結果

中性色調產品			
	SCL 標準分數	評分標準 分數	T-score
暖色調背景	-1.4062	-1.4094	71.8435
中性色背景	0.5730	0.6041	111.7712
冷色調背景	0.8332	0.8053	116.3853

暖色調產品			
	SCL 標準分數	評分標準 分數	T-score
暖色調背景	-1.0496	-1.0474	79.0298
中性色背景	-0.2960	1.3466	110.5058
冷色調背景	1.3456	-0.2992	110.4644

冷色調產品			
	SCL 標準分數	評分標準 分數	T-score
暖色調背景	0.8140	-1.3588	94.5524
中性色背景	-1.4085	1.0190	96.1047
冷色調背景	0.5945	0.3398	109.3429

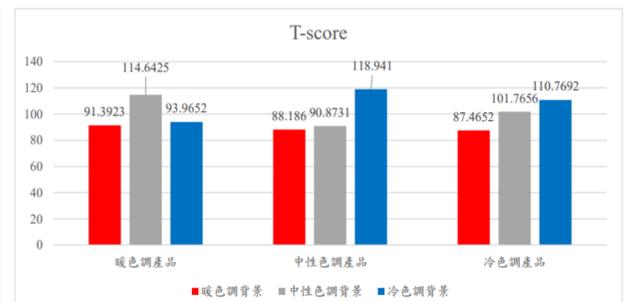


全部受測者的分析結果

中性色調產品			
	SCL 標準分數	評分標準 分數	T-score
暖色調背景	0.2286	-1.4100	88.1860
中性色背景	-1.3229	0.6102	92.8731
冷色調背景	1.0944	0.7997	118.9410

暖色調產品			
	SCL 標準分數	評分標準 分數	T-score
暖色調背景	0.5492	-1.4100	91.3923
中性色背景	0.8540	0.6102	114.6425
冷色調背景	-1.4032	0.7997	93.9652

冷色調產品			
	SCL 標準分數	評分標準 分數	T-score
暖色調背景	-0.1514	-1.1021	87.4652
中性色背景	-1.1420	1.3186	101.7656
冷色調背景	1.2934	-0.2165	110.7692



結論

目標客群：男性

- 當產品為暖色調時，最適合的背景色調為中性色調，以 21.7789 的差距勝出。
- 當產品為中性色調時，最適合的背景色調為冷色調，以 17.7926 的差距勝出。
- 當產品色調為冷色調時，最適合的背景色調為冷色調，以 0.3445 的差距勝出。

目標客群：女性

- 當產品為暖色調時，最適合的背景色調為中性色調，以 0.0414 的差距勝出。
- 當產品為中性色調時，最適合的背景色調為冷色調，以 4.6141 的差距勝出。
- 當產品色調為冷色調時，最適合的背景色調為冷色調，以 13.2382 的差距勝出。

目標客群：不特別設定性別

- 當產品為暖色調時，最適合的背景色調為中性色調，以 20.6773 的差距勝出。
- 當產品為中性色調時，最適合的背景色調為冷色調，以 28.0679 的差距勝出。
- 當產品色調為冷色調時，最適合的背景色調為冷色調，以 9.0036 的差距勝出。