

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

產品溫度對味覺評價的影響：包裝顏色的

干擾效果

學生：周思汝 林子綺

謝宛玲 莊易珊

江佳容

指導老師：林鴻銘博士

中華民國一百一十年六月

摘要

飲食是我們生活中不可或缺的一環，尤其現今社會越來越重視飲食的健康；在過去的研究指出，飲料使用淺色容器比使用深色容器來裝顯得更健康、熱的飲品會比冷的飲品來的更濃郁，而這是因為顏色及溫度會在不自覺的情況下影響味覺的感受，使淺色包裝的飲品較深色包裝的飲品喝起來感覺更健康、使熱的飲品較冷的飲品喝起來感覺更加濃郁。

本研究計畫的主要目的在於探討產品溫度及包裝顏色在味覺評價中的角色，並加入了濃郁程度、健康程度及購買意願性當作調節變數，了解其調節效果，並以綠茶茶包作為研究對象，並提出三個假說，分別為：(1)相較於淺的包裝顏色，深的包裝顏色有較高的知覺濃度與購買意願；(2) 相較於冷飲，熱飲會產生較高的知覺濃度；(3) 產品溫度會調節包裝顏色和味覺評價的關係。

本研究採用實驗法，規劃一個 2 (顏色：深 vs. 淺) x 2 (溫度：冷 vs. 熱) 之雙因子組間實驗設計，用以驗證所提出的三個假說，共有 100 名受測者參與。

研究結果發現，產品包裝顏色的深淺，對於產品的味覺評價(濃郁程度及喜好程度)是有影響的，當包裝顏色為深時，消費者對於產品的評價較高。產品溫度的冷熱對於產品的味覺評價(濃郁程度及喜好程度)也有影響，消費者對於熱飲會產生較高的味覺評價。而本研究也發現，溫度的冷熱對於包裝顏色的深淺，不會影響到消費者對味覺的評價。

【關鍵詞】 包裝顏色、產品溫度、味覺評價