

東 海 大 學

工業設計學系碩士在職專班

碩士論文

產品設計的禪風造形特徵

與消費者情感探討

**Exploring The Characteristics of Zen Style and  
Consumers' Emotion in Product Design**

研究生：申晉一

指導教授：呂佳珍

中 華 民 國 一 百 零 六 年 六 月

# 碩士學位論文口試委員會審定書

工業設計研究所 申晉一 君所提供之論文

產品設計的禪風造形特徵與消費者情感探討

經本委員會審定通過，特此證明。

論文口試委員會

委員：

吳可棟

呂佳玲

陳明石

指導教授：

呂佳玲

中華民國 106 年 6 月 27 日

## 中文摘要

禪風是東方地區最具代表性的風格，對於東方設計文化影響相當深遠，由禪風所延伸的產品設計更是受到全世界的喜愛，產生經濟價值。禪風的設計形式相當符合當代的美學特質，但於工業設計領域中，卻極少將「禪風的表現形式」歸納為可參考的設計資料。因此本研究規劃二個階段的研究調查，以歸納並檢驗研究結果，提供後續相關學術研究參考。第一階段共蒐集 223 項禪風產品，針對 4 位禪風設計專家進行質性研究，共歸納出 6 項「禪風風格」，包含極簡形態、自然元素、體驗層次、沉穩形態、動感形態、空間感等，以及對應的 13 項「禪風造形情感」、22 項「禪風設計特徵」與 64 項代表性產品，並且將相互對應關係編列為圖表資料。第二階段以問卷調查消費者對禪風設計的看法，一共回收 32 份有效樣本，以統計分析方法進行交互檢查，結果證實禪風設計專家所歸納的 6 項禪風風格確實具有代表性，最後由本研究進一步推論出 7 項構成形式，包含留白與聚焦、東方文物的轉譯、圓與方的形態、萃取自然物質的形態、空間感的表現、極動與極靜、空虛與飽滿等，可提供工業設計師參考引用。由於本研究所探討的工業設計產品範圍較為廣泛，因此所推論的禪風是較廣義的區分，後續研究建議可深入探討特定的專業領域與消費族群，並針對消費者人口變項提出差異假設，擴大樣本蒐集的數量，進行更客觀且精確的探討。

**關鍵字：**禪風、設計風格、評價構造法、造形情感、設計特徵。



## **Abstract**

Zen style is a representative Oriental design style, exerting a profound influence on Oriental design culture. Product designs based on the Zen style have been popular worldwide and yielded considerable economic value. Although the design forms of Zen style comply greatly with contemporary aesthetic characteristics, few studies have incorporated the expressive forms of Zen style as referable design data in the field of industrial design. Therefore, a two-stage investigation was conducted in this study to summarize and examine research results, which could then serve as a reference for subsequent academic research. In Stage 1, 223 Zen-style products were collected. Four Zen design experts were invited to participate in qualitative research, after which six Zen styles were completed, namely minimalist patterns, elements of nature, experiential level, calm patterns, dynamic patterns, and sense of space. Moreover, 13 corresponding Zen-style product emotions, 22 Zen style characteristics, and 64 representative products were identified. The correspondence correlations of these factors were compiled into graphic data. Stage 2 was a questionnaire investigation on consumers' ideas of Zen designs. A total of 32 valid samples were returned, which were then cross-examined using statistical analysis methods. Results verified that the six Zen styles identified by the Zen design experts were indeed representative. Finally, seven composing patterns were inferred by this study to provide a reference for industrial designers, which were intentionally leaving blank areas to highlight the focus, translating the forms and contents of Oriental artifacts, round and square patterns, extracting patterns from natural materials, expressing a

sense of space, comparing extreme stasis and extreme dynamics, and emptiness and saturation. Because the industrial design products investigated in this study covered a wide range, the Zen style inferred in this study denotes a relatively wide category. Subsequent studies should conduct more in-depth investigations by focusing on specific professional areas and consumer populations, further proposing different hypotheses, enlarging sample sizes, and generating more objective and accurate discussions.

**Keywords:** Zen Style, Design Style, Evaluation Grid Method, Product Emotion, Characteristics.

## 致謝

時光匆匆飛逝，自從 102 學年度入學以來，已然度過四個寒暑，終於得已完成本篇文章，這都必須感謝佳珍老師在過程中不斷地督促與勉勵。在撰寫論文的過程中，遭遇到人生當中最為震撼的打擊，也因此不得不暫時放下工作而心誠一志的完成述寫，最後得以順利的通過審試，這也讓末學體悟過往的一切順利，都是因為有許多重要的人為我所做的付出：最先該感謝的是雙親榮基與秀麗，讓我得以修習學問，如今我所擁有的一切，都該歸功於他們；其次是丈父母順天與秀珠，寫作期間對我的關懷照顧；最為辛苦的是髮妻琬琪，必須照顧幼子家豪並打理生活家務；以及為我的婚禮忙碌籌畫的弟弟晏羽。這段時間若沒有家人的支持，我無法完成這篇著作。

在論文將要完成的階段中，必須感謝學學姐：國華、建偉、月枝、雅婷，你們所給予的意見是最為寶貴的。當然也必須感謝末學多年以來的同窗好友，在許多意外狀況時，盡最大限度幫忙的姿瑩；總是犧牲假日幫忙帶小孩，並且陪伴我舒緩緊繃壓力的駿騰、哲毅、佐藤夕黎；在迷失方向時，為我指引明路的汶駿；最後還有太多幫助我卻未被提及的朋友們。本篇著作確實已經超過末學所及的能力範圍之外，若不是你們的幫忙，論文述寫必然無法如此地近乎完整，在此僅將本篇論文獻於諸位。

申晉一 謹識

中華民國一百零六年六月二十九日



# 目錄

中文摘要.....	I
英文摘要.....	III
致謝.....	V
目錄.....	VII
表目錄.....	XI
圖目錄.....	XV
第一章 緒論.....	1
1-1 研究背景 .....	1
1-2 研究動機 .....	2
1-3 研究目的 .....	3
1-4 研究範圍 .....	4
第二章 文獻探討.....	5
2-1 禪與設計風格 .....	5
2-1-1 設計風格的定義 .....	6
2-1-2 禪風的設計風格 .....	7
2-1-3 極簡主義、禪風與中國風.....	9
2-2 禪與設計特徵 .....	11
2-2-1 設計特徵的構成 .....	11
2-2-2 禪風的設計特徵 .....	13
2-3 禪風的概念抽取 .....	16
2-3-1 評價構造法 .....	16
2-3-2 禪風的評價構造訪談架構.....	17
2-4 小結 .....	18
第三章 研究方法.....	19

3-1 研究流程 .....	19
3-2 禪風產品設計專家訪談 .....	21
3-2-1 專家篩選 .....	21
3-2-2 禪風產品圖卡蒐集 .....	23
3-2-3 專家訪談程序 .....	24
3-2-4 建立「禪風元素評價構造階層圖」 .....	26
3-2-5 彙整「禪風」構成元素及設計特徵 .....	27
3-3 消費者問卷調查 .....	28
3-3-1 問卷量表設計 .....	28
3-3-2 問卷訪談對象 .....	31
3-4 分析方法 .....	31
3-4-1 敘述統計 .....	31
3-4-2 集群分析 .....	31
3-4-3 單因子重複量測變異數分析 .....	32
第四章 專家訪談結果 .....	33
4-1 專家背景資料彙整 .....	33
4-2 禪風 EGM 訪談結果 .....	34
4-2-1 專家挑選圖卡分群與新命名 .....	34
4-2-2 專家圖卡分群共識 .....	38
4-2-3 禪風設計元素評價構造階層圖 .....	40
4-3 中位禪風風格與下位禪風設計特徵彙整 .....	41
4-4 禪風造形情感圖卡共識結果 .....	46
4-4-1 代表性圖卡 .....	46
4-4-2 上位禪風造形情感結果 .....	49
4-5 小結 .....	50
第五章 問卷調查結果 .....	51
5-1 人口樣本敘述分析 .....	51

5-2 消費者評量「中位禪風風格」集群結果 .....	54
5-2-1 「中位禪風風」格集群分析結果 .....	54
5-2-2 決定最佳集群個數：單因子重複量測變異數分析 .....	56
5-3 「極簡形態」上位禪風造形情感集群結果 .....	60
5-3-1 「極簡形態」的上位禪風造形情感集群分析結果 .....	60
5-3-2 決定「極簡形態」最佳集群個數 .....	63
5-3-3 「極簡形態」最佳分群結果 .....	64
5-4 「自然元素」上位禪風造形情感集群結果 .....	65
5-4-1 「自然元素」的上位禪風造形情感集群分析結果 .....	65
5-4-2 決定「自然元素」最佳集群個數 .....	67
5-4-3 「自然元素」最佳分群結果 .....	68
5-5 「體驗層次」上位禪風造形情感集群結果 .....	69
5-5-1 「體驗層次」的上位禪風造形情感集群分析結果 .....	69
5-5-2 決定「體驗層次」最佳集群個數 .....	71
5-5-3 「體驗層次」最佳分群結果 .....	72
5-6 「沉穩形態」上位禪風造形情感集群結果 .....	73
5-6-1 「沉穩形態」的上位禪風造形情感集群分析結果 .....	73
5-6-2 決定「沉穩形態」最佳集群個數 .....	75
5-6-3 「沉穩形態」最佳分群結果 .....	76
5-7 「動感形態」上位禪風造形情感集群結果 .....	77
5-7-1 「動感形態」的上位禪風造形情感集群分析結果 .....	77
5-7-2 決定「動感形態」最佳集群個數 .....	79
5-7-3 「動感形態」最佳分群結果 .....	80
5-8 「空間感」上位禪風造形情感集群結果 .....	81
5-8-1 「空間感」的上位禪風造形情感集群分析結果 .....	81
5-8-2 決定「空間感」最佳集群個數 .....	83
5-8-3 「空間感」最佳分群結果 .....	84
5-9 描述性比較人口變項對禪風風格的差異性 .....	85

5-10 總結 .....	88
第六章 結論.....	101
6-1 禪風設計的六大構面 .....	102
6-2 造形情感與設計特徵的應用 .....	105
6-3 研究限制 .....	110
6-4 研究建議.....	111
參考文獻.....	113
一、中文文獻.....	113
二、英文文獻.....	114
三、禪風產品圖卡出處.....	115
附錄一 禪風產品設計專家評量問卷.....	117
附錄二 專家訪談編碼.....	119
附錄 2-1 中位訪談提問(內容分析法) .....	119
附錄 2-2 上位及下位訪談提問抽取(內容分析法) .....	121
附錄 2-3 上位整理與提及次數 .....	149
附錄 2-4 下位整理與提及次數 .....	150
附錄三 禪風造形情感消費者評量問卷.....	151
附錄四 禪風設計專家 64 張共識圖卡.....	159

## 表目錄

表 2-1 風格的形式.....	6
表 2-2 極簡主義、日本禪風與中國禪風差異對照表.....	10
表 2-3 設計特徵構面.....	12
表 2-4 禪風的設計特徵.....	14
表 2-5 EGM 法用於質化研究階段應用說明.....	17
表 3-1 專家評量問卷問項設定.....	21
表 3-2 消費者問卷人口屬性問項設定.....	28
表 3-3 RPII 量表十題問項.....	30
表 3-4 消費者問卷涉入程度問項設定.....	30
表 4-1 專家背景資料彙整表.....	33
表 4-2 專家圖卡分群統整表.....	37
表 4-3 中位禪風風格定義說明.....	38
表 4-4 專家圖卡分群共識彙整.....	39
表 4-5 禪風設計特徵表.....	41
表 4-6 禪風「造形情感」問卷結構.....	49
表 5-1 人口樣本分佈.....	53
表 5-2 消費者「中位禪風風格」集群凝聚係數.....	55
表 5-3 消費者「禪風風格」分群對照表.....	55
表 5-4 「中位禪風風格」重複量測變異數分析.....	56
表 5-5 四群「中位禪風風格」成對比較平均數差異.....	58
表 5-6 六群「中位禪風風格」成對比較平均數差異.....	59

表 5-7 「極簡形態」的上位禪風造形情感集群凝聚係數.....	61
表 5-8 消費者「極簡形態」分群對照表.....	62
表 5-9 「極簡形態」的上位禪風造形情感重複量測變異數分析.....	63
表 5-10 影響「極簡形態」的造形情感分類結果.....	64
表 5-11 「自然元素」的上位禪風造形情感集群凝聚係數.....	65
表 5-12 消費者「自然元素」分群對照表.....	66
表 5-13 「自然元素」的上位禪風造形情感重複量測變異數分析.....	67
表 5-14 影響「自然元素」的造形情感分類結果.....	68
表 5-15 「體驗層次」的上位禪風造形情感集群凝聚係數.....	69
表 5-16 消費者「體驗層次」分群對照表.....	70
表 5-17 「體驗層次」的上位禪風造形情感重複量測變異數分析.....	71
表 5-18 影響「體驗層次」的造形情感分類結果.....	72
表 5-19 「沉穩形態」的上位禪風造形情感集群凝聚係數.....	73
表 5-20 消費者「沉穩形態」分群對照表.....	74
表 5-21 「沉穩形態」的上位禪風造形情感重複量測變異數分析.....	75
表 5-22 影響「沉穩形態」的造形情感分類結果.....	76
表 5-23 「動感形態」的上位禪風造形情感集群凝聚係數.....	77
表 5-24 消費者「動感形態」分群對照表.....	78
表 5-25 「動感形態」的上位禪風造形情感重複量測變異數分析.....	79
表 5-26 「動感形態」最佳分群項目表.....	80
表 5-27 「空間感」的上位禪風造形情感集群凝聚係數.....	81
表 5-28 消費者「空間感」分群對照表.....	82

表 5-29 「空間感」的上位禪風造形情感重複量測變異數分析.....	83
表 5-30 影響「空間感」的造形情感分類結果.....	84
表 5-31 人口變項平均數結果.....	87
表 5-32 極簡形態的情感相關程度順序表.....	90
表 5-33 自然元素的情感相關程度順序表.....	92
表 5-34 體驗層次的情感相關程度順序表.....	94
表 5-35 沉穩形態的情感相關程度順序表.....	96
表 5-36 動感形態的情感相關程度順序表.....	98
表 5-37 空間感的情感相關程度順序表.....	100



## 圖目錄

圖 2-1 造形三要素.....	11
圖 3-1 禪風設計特徵與消費者情感研究流程圖.....	20
圖 3-2 專家訪談圖卡範例.....	23
圖 3-3 EGM 訪談流程圖.....	25
圖 3-4 建立評價構造階層圖範例.....	26
圖 3-5 評價構造階層圖與禪風風格設計特徵表彙整範例.....	27
圖 4-1 禪風設計元素評價構造階層圖.....	40
圖 4-2 「極簡形態」代表性圖卡.....	46
圖 4-3 「自然元素」代表性圖卡.....	47
圖 4-4 「體驗層次」代表性圖卡.....	47
圖 4-5 「沉穩形態」代表性圖卡.....	47
圖 4-6 「動感形態」代表性圖卡.....	48
圖 4-7 「空間感」代表性圖卡.....	48
圖 5-1 消費者「中位禪風風格」集群關聯樹狀圖.....	55
圖 5-2 「四群」禪風風格合併結果.....	57
圖 5-3 「極簡形態」的上位禪風造形情感集群關聯樹狀圖.....	61
圖 5-4 「極簡形態」單因子重複量測變異數分析剖面圖.....	64
圖 5-5 「自然元素」的上位禪風造形情感集群關聯樹狀圖.....	66
圖 5-6 「自然元素」單因子重複量測變異數分析剖面圖.....	68
圖 5-7 「體驗層次」的上位禪風造形情感集群關聯樹狀圖.....	70
圖 5-8 「體驗層次」單因子重複量測變異數分析剖面圖.....	72

圖 5-9 「沉穩形態」的上位禪風造形情感集群關聯樹狀圖 .....	74
圖 5-10 「沉穩形態」單因子重複量測變異數分析剖面圖 .....	76
圖 5-11 「動感形態」的上位禪風造形情感集群關聯樹狀圖 .....	78
圖 5-12 「動感形態」單因子重複量測變異數分析剖面圖 .....	80
圖 5-13 「空間感」的上位禪風造形情感集群關聯樹狀圖 .....	82
圖 5-14 「空間感」單因子重複量測變異數分析剖面圖 .....	84

# 第一章 緒論

## 1-1 研究背景

「禪風」是東方國家最具代表性的風格，禪風是透過「禪學思維」與「東方生活文化」演繹而產生的一種美學表現形式。禪風被廣泛地運用在當今的許多設計領域之中，甚至在西方地區發展為「西方禪」，可見禪風相當具有文化「包容性」與「發展性」。

「禪風」對於東方國家的設計文化影響是相當深遠且重要的，國際設計大師 Claude Zellweger (2006)曾經提及日本的工業設計產品，相當注重細節，與日本文化有緊密相關，甚至反映出一種禪意。由此可知日本地區不僅將「禪」的概念融入生活文化之中，所發展出禪風的工業設計產品更是受到全世界的關注與喜愛。

「禪風」不僅是一種美學形式，它更融合了東方人文的意識與生活文化，是生活上不可或缺的重要文化元素。

「禪風」也影響近年來台灣地區的企業發展，例如：法蘭瓷、琉璃工房、琉園……等品牌都有推出禪風主題的產品，並且售價不菲，購買這些產品不僅滿足消費者個人的「審美品味」，同時也滿足「地位象徵」的需求。再舉例華碩電腦於2014年開始推出一系列以「禪」為主題的電腦、智慧型手機等普及化的商品，讓許多消費者都可以擁有「禪風」的生活用品，創造出亮眼的銷售成績。由上述案例可以得知，「禪風」對於台灣地區經濟的影響力，是非常備受關注的。

禪風為何受到如此眾多消費者的喜愛呢？於禪學的觀點上，「減」即為其中一個特質，根據學者廖淑芬(2007)的研究中指出，「禪風」與「極簡主義」擁有

相似的特質；禪風的「減」，符合當代消費者所接受的美學特質，而它們之間的差異在於：禪風擁有更多的比喻手法，對於「比喻法」的解讀，是潛藏於消費者的記憶之中，所引發的感受會因人而異，不侷限於自身的詮釋；然而「比喻」是禪風當中相當重要的特質，它賦予禪風設計產品象徵的意涵，使作品的呈現不僅止於外在的視覺特徵。而消費者對於解讀禪風的情感為何？如何設計符合消費者情感需求的禪風設計產品？是設計師所想要了解且非常值得被探討的議題。

## 1-2 研究動機

過去研究中指出「禪風」的形式相當符合當代的美學特質，呈如前述，近年來被運用於許多傑出的工業設計產品之中，設計領域的學者更是投入不少心力，但目前於工業設計領域，卻極少「禪風設計表現形式」的歸納研究，而了解禪風的設計表現形式，可以幫助設計師在進行禪風設計實務時，更快速、準確的擬定設計方針；這當中包含外觀造形的樣式與使用時的情感體驗，因此本研究認為，若能將禪風的「設計特徵」與「造形情感」彙整為學者與設計師所清晰、易懂的設計領域資料，將對未來的學術研究與工業設計實務有很大的幫助。

### 1-3 研究目的

本研究的目的是在於，探討工業設計產品中，「禪風」的表現形式，以及比喻手法中的情感狀態為何？透過研究規劃，將進行二個階段的研究調查：第一階段為禪風設計專家的深度質性訪談，透過本階段研究，欲了解「禪風風格」可以產生幾種分類？使用禪風產品會產生哪些情感？對於禪風的設計表現手法，又可以被分解為哪些設計特徵？第二階段將進行消費者問卷調查，透過量化的統計分析，可以了解消費者的對禪風工業設計產品的看法，用以探討或修正第一階段的研究結果，提出最佳的「禪風風格」、「禪風造形情感」與「禪風設計特徵」，預期研究成果如下 2 點所示：

- (1) 經由二階段研究，推論「禪風風格」共可以被歸納為幾類的類型。
- (2) 歸納每一項「禪風風格」所對應的「禪風造形情感」與「禪風設計特徵」。最後由本研究彙整為「禪風設計」的專用資料，提供未來禪風研究學者以及工業設計領域之設計師運用與參考。

## 1-4 研究範圍

- (1) 本研究以探討「禪風」於工業設計領域的「造形情感」與「設計特徵」為主，有關禪學之思想、定義、實踐或體悟方面，不在本研究設定範圍之中。
- (2) 本研究所探討之案例，以工業設計產品與空間為主，平面繪畫、動態媒體等其它類型創作不在此列。

## 第二章 文獻探討

本單元藉由文獻探討，針對研究方向蒐集相關文獻，以奠定本研究的理論基礎。由於禪風涵蓋範圍相當廣闊，本單元以禪風的美學研究探討為主，並針對設計特徵的擷取方法與消費者情感研究方法進行資料蒐集，做為後續研究的學理基礎與歸納工具。

### 2-1 禪與設計風格

「禪」(Chan) 是梵語「禪那」(Dhyana) 的音譯，譯文的「Zen」是日文譯音，他並不是一種宗教或儀式，而是古印度許多哲學或宗教的一種修習方法。「坐禪」與放空不同，而是以一種集中精神、有層次的冥想狀態，思慮真理的一種方法，又被稱為靜心思慮。

禪學於公元 6 世紀時傳入中國，中國的文藝發展就一直受其影響，與中國的學術文化交融，因此發展出禪的藝術風格。禪風是謂東方文化最重要的表現形式之一，將禪學展現的思想及特質利用藝術、美學的方式呈現，即為「禪意美學」，藝術品本身能表達出禪學的意涵、精神、禪的本質，可稱「禪藝」(吳汝鈞，1993)。

後來於唐宋時期，中日的多元交流後，東傳至日本，更衍生茶道、花道、劍道、射箭、戲劇、書畫、寫作、庭院等許多的藝術形態(吳文祺，2008)。近年日本地區所崛起的工業設計師更是將禪風融入產品設計之中，在國際間發光發熱，成為東方禪風最具代表性的支脈。

## 2-1-1 設計風格的定義

風格(Style)一詞源出於拉丁語，原指用以書寫或做圖的錐子，後漸轉譯為筆跡、文體、文風等，當群體中出現共同特徵時，具有相同特徵的群體便能產生「風格」(周楷皓，2014)。風格係指一個時代、一個民族、一個流派或一個人的文學、藝術作品所表達的主要思想特點以及藝術特點(馮永華、楊裕富，2006)。就設計層面而言，「風格」是用以描述設計特色的統稱，由一位或多位設計師使用習慣性的操作方式，形塑出可辨識、可認知的事物(李燕淑，2014)。

風格與一個民族的文化息息相關，在 16 世紀之後，「風格」逐漸被意識與認同，學者馮永華等 2 人(2006)曾提出「藝術、設計、風格」是謂一體的概念，更從「心理史學」與「心態史學」的觀點切入設計史風格的論述中，說明了設計風格的轉變，皆受到時代的文化、大眾心理、種族特徵或是傑出人才個體的影響。

風格一詞原先被運用於形容文學寫作，後來成為藝術史中的專有名詞；以設計領域而言，風格是設計師的語言，其中包含了造形、線條、色彩、質感和材料(Ferebee，1992)。風格用以區分不同的設計表現形式，可將風格歸類為下列四種作用：

表 2-1 風格的形式

項次	風格形式	說明
(1)	藝術形式	哥德式、巴洛克式、後現代式等。
(2)	造形特性	幾何風格、流線風格、極簡風格等。
(3)	地域設計	德國風格、義大利風格、日本風格等。
(4)	語意特徵	科技風格、古典風格、懷舊風格等。

資料來源：鄧成連，2003；本研究整理，2017。

## 2-1-2 禪風的設計風格

自唐宋時期，禪學思想傳入中國、朝鮮、日本等東方國家，當時的東方國家即產生「禪」的藝術風格；到了二十世紀初期，由禪哲學家鈴木大拙等傳進西方國家(廖金滿，2013)。因此發展成為了西方禪風，禪風的表現方式與近年來廣為流行的「極簡風格」有許多相似之處，同時帶動東方禪文化的發展。

禪風與東方文化有密切的關係，「禪」的概念早已經融入吾人的生活文化之中，於東方國家的藝術形式之中，都可以察覺到帶有些許禪意。在工業產品設計的領域之中，融入禪與東方文化特質的設計，即可稱為「禪風設計」。然而禪風是相當抽象的思維，本研究參考過往研究文獻，將應用在藝術領域的「禪風」所表現的特質整理為下列 4 點：

### (1) 減法特質：

於禪學的觀念為去除多餘的、紛亂的執念，使心靈達到平息，可解釋為去除執念，用直覺的方式去體驗事物的本質(葉明媚，1996)。以設計的觀點即是去除不必要的造形，以及雜亂的質感與色彩，以最直接的方式去看見設計的本質，所要呈現的是「直覺性」、無需過多的思考。

### (2) 空靈特質：

在禪學之中經常被提及的「空」，可謂之為禪的本質，心無雜念就是禪最基本的概念(廖金滿，2013)。留白可以呈現「靜默感」，靜默可以更接近純粹的本質(簡楷倩，2008)。以設計的觀點來說，「空無」即是一種簡約，與減法特質相似，以最少的特徵達到最多效果；「空無」當中會產生「有」，這是禪學對於宇宙的觀點所產生的概念，在精神層面達到心無旁騖，即會浮現出事物的

本質，留白可以讓使用的人產生想像空間。

### (3) 比喻特質：

或稱為禪的「意境」、「意象」，意境是指人的主觀體驗，經過歷練之後所表現出來的「心境」(廖金滿，2013)；意境是觀賞禪風的重要指標，如果一件禪風的設計或藝術品缺少了意境，那就不能稱這樣的設計或是藝術品附有禪意了。禪的意境即是讓觀察者在觀看設計品或藝術品之時，無須理性深思便能理解的心態，而物體本身是客觀的事物(簡楷倩，2008)。禪學家鈴木大拙(1971)提出要創作禪風，創作者必須將主觀意識帶入物體之內，進而表達出來的意境，更重要的是在物體物外的表達超越物體本身，即會形成意境。

### (4) 餘韻特質：

禪風的表現特質，除了前述的「直覺性」以外，更重要的是令人產生回味無窮的意境；設計創作以直覺的、直接的方式表現物體的本質，但又不可表現過度，即呈現「言不盡意」、「言有盡而意無窮」即符合禪學觀點中的「不及不離」，表現過度即失去禪意(曾議漢，2004)。

透過本單元的整理，雖然指出過去關於禪風美學的表現特質，但在形容語彙上仍然相當抽象，充滿矛盾性質，雖然禪風強調「直覺性」，但對於過去文獻所提供的禪學思維，無法轉換為具體的設計語言，提供給設計研究者或設計師參考，因此本研究所需要了解的是禪風外在的構成形式，與使用時激起消費者內心潛藏的內在隱喻形式。

### 2-1-3 極簡主義、禪風與中國風

禪風與極簡主義並不相同，但由於禪風的「減法特質」與極簡主義相似，因此確實影響禪風在設計領域的發展形式。學者廖淑芬(2007)曾將禪風與極簡主義做詳細的探討；極簡主義最早出現在 1960 年，從設計史來觀察是為現代主義的延伸，在設計形式上是用「極度的減」將之消滅到「低限」的程度，來表現物質的視覺張力，為了達成感官的刺激，甚至可以犧牲使用舒適性。

然而禪風是一種新觀念的頓悟，以一種存在人類之中的無意識共同感知賦予設計外觀；也就是採用深層記憶中，令人熟悉的刺激元素，元素的採用與文化息息相關。情感上是簡單、乾淨俐落、沉靜人心的感覺，雖然提倡簡化，但不像極簡主義的苛求與不盡人情；設計形態也不是以生產特性為主；材質運用方面並無特定的要求，唯一偏好使用原始素材，其中又以「竹子、竹材」最為經典；顏色則以鮮明單一的素色為主，也包含黑、白等無彩度色。

最早傳入禪學思想的東方國家是中國，並且經過長時間的文化交融，就廣義而言，中國風也是禪風，然而現今的「東方禪風」大多數都指向日本地區為最具代表性，實質而言，中國禪風與日本禪風表現的含意相同，但形式上確實有所差異。中國禪風運用了較多圓滑的造形特徵，色彩較為鮮明，接近自然界的色彩，並且使用「綠色植栽」，於中國藝術史上的明式家具即是「極簡」的應用。關於禪風在台灣地區的發展，由於台灣的多元文化民族發展，即融入了極簡主義、日本禪風與中國禪風的特性；本研究認為屬於台灣的禪風，在表現形式中並不明顯地偏向任何一方，並且經由台灣文化的交融，亦可呈現別樹一幟的嶄新風格。關於極簡主義、日本禪風與中國禪風的差異，經本研究彙整如下表 2-2 所示：

表 2-2 極簡主義、日本禪風與中國禪風差異對照表

	極簡主義	日本禪風	中國禪風
造形特徵	簡化至幾何的形態表現物體本質。	喚醒長期記憶的原型，不侷限設計本身的詮釋，使用者可以自行解讀。	
	低限的減化，達到視覺張力，為達此目的可以犧牲使用舒適性。	造形設計使用簡潔俐落的線條表現造形。	造形設計使用圓滑流暢的線條表現造形。
情感特徵	單純、冷漠的形體特質。	設計形態較具有人情溫暖。	
生產型式	依附生產需求的邏輯，賦予設計特徵。	不強調生產性特徵。	
視覺處理	色彩	黑、白與自然素材所呈現的色調，例如竹材、木材、石材等自然色調，以沉靜的灰色調為主。	使用溫暖的黃色調為主，較多使用沉穩的深色調與綠色植栽。
	材質	強調表現設計張力與觀賞者的感官刺激，較不強調自然取材。	偏好使用原始素材，例如木材、竹材、水泥、鐵器、石材、陶瓷與釉藥等。
建構型式	延續現代主義的模組化生產概念，賦予設計特徵。	將空間置於一定的秩序中，若達成此目的，則可以於規矩的延伸下進行模組化設計特徵。	

資料來源：廖淑芬，2007；黃瑋基，2005；袁士斌，2005；李佩華，2006；本研究整理，2017。

## 2-2 禪與設計特徵

設計特徵係指一形態的構成形式或特色，設計特徵可以用來辨識、建構產品設計的風格、造形或情感。設計特徵的多寡與風格、造形或情感的複雜程度相關；本研究用以解讀禪風的構成因素，「設計特徵」可以清楚的解釋禪風具體的構成形式，提供研究者與設計師做為有效的參考依據。

### 2-2-1 設計特徵的構成

朝倉直己(1985)曾經提出構成造形的三要素為：形狀、色彩、質感，其中形狀又可以區分為：點、線、面、體；色彩又可區分為：色相、彩度、明度；此三要素可以解釋大部份藝術或產品的設計特徵，如下圖 2-1 所示：

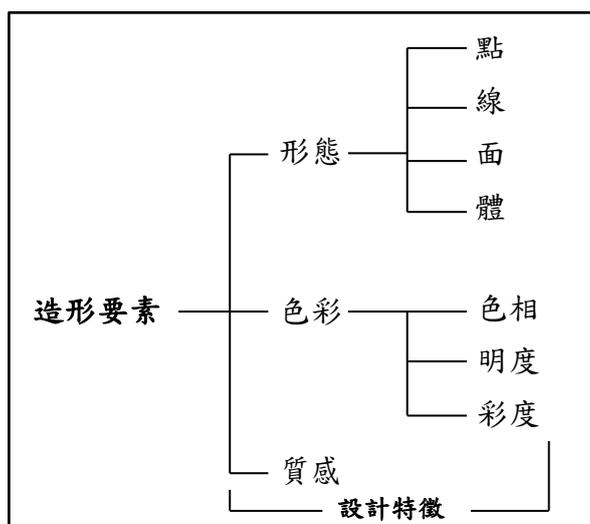


圖 2-1 造形三要素

資料來源：朝倉直己，1985；本研究整理，2017。

風格的形成，需要有特定的設計特徵與組合才能易於辨識，學者陳國祥(1997)針對各種風格的定位發展出六項用來描述「設計特徵」的構面，能夠更明確解讀工業設計產品的設計特徵，並可運用六項描述工具進行禪風設計特徵的抽取歸納，六項構面定義如下表 2-3 所示：

表 2-3 設計特徵構面

構面	說明
<p>(一) 建構元素 Form Elements</p>	<p>造形元素所使用的類型、個數、象徵等。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 同質的(Homogeneous)—異質的(Heterogeneous)</li> <li>(2) 調和的(Harmonious)—對比的(Contrasting)</li> <li>(3) 簡單的(Simple)—複雜的(Complex)</li> <li>(4) 平穩的(Balanced)—不穩的(Unstable)</li> <li>(5) 低涉入的(Low Cultural Reference)—高涉入的(High Cultural Reference)</li> <li>(6) 整體的(Monolithic)—瑣碎的(Fragmentary)</li> </ol>
<p>(二) 結合關係 Joining Rorlationships</p>	<p>多個造形元素於空間中相互結合的表現形式。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 整體的(Monolithic)—瑣碎的(Fragmentary)</li> <li>(2) 明顯的(Self-evident)—隱藏的(Hidden)</li> <li>(3) 靜態的(Static)—動態的(Dynamic)</li> </ol>
<p>(三) 細節處理 Detail Treatments</p>	<p>表面與稜邊處理的方式。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 一致性的(Uniform)—多樣式的(Multiform)</li> <li>(2) 尖銳的(Angular)—渾圓的(Rounded)</li> <li>(3) 功能的(Functional)—裝飾的(Decorative)</li> <li>(4) 細緻的(Subtle)—粗獷的(Bold)</li> </ol>
<p>(四) 材料運用 Materials</p>	<p>材料類型、運用方式及表面處理。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 調和的(Harmonious)—對比的(Contrasting)</li> <li>(2) 單一的(Single)—多重的(Multiple)</li> <li>(3) 硬的(Hard)—軟的(Soft)</li> <li>(4) 無光澤的(Mat)—有光澤的(Glossy)</li> </ol>
<p>(五) 色彩處理 Color Treatments</p>	<p>色彩與色調的類型、運用方式及情感印象。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 調和的(Harmonious)—對比的(Contrasting)</li> <li>(2) 單一的(Single)—多重的(Multiple)</li> <li>(3) 冷的(Cool)—暖的(Warm)</li> <li>(4) 硬的(Hard)—軟的(Soft)</li> </ol>
<p>(六) 質感肌理 Textures</p>	<p>質感的類型、運用方式、紋理特徵及觸感。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 調和的(Harmonious)—對比的(Contrasting)</li> <li>(2) 單一的(Single)—多重的(Multiple)</li> <li>(3) 細緻的(Subtle)—粗獷的(Bold)</li> <li>(4) 規律的(Regular)—不規律的(Irregular)</li> <li>(5) 觸覺的(Tactil-3D)—視覺的(Tactil-2D)</li> </ol>

資料來源：陳國祥，1997；本研究整理，2017

## 2-2-2 禪風的設計特徵

於禪風與藝術的觀點上，設計特徵被要求「整體、直覺」地體現「自然」，是謂個體的「直覺體驗」，而非經過思辯、推理的認識。因此禪風所使用的「比喻」都是直覺的體驗，而設計層面的審美，也是將設計師所描繪的意境，直覺地訴諸人的感官，以達到「述說現實，卻超越現實；述說感覺，卻超越感覺」的層次。

關於過往探討禪風的設計特徵的文獻之中，曾由學者廖淑芬(2007)提出「極簡主義」與禪的美學表現形式定義雖不相同，但呈現的結果有多處相似。Richard R. Powell.(2007)也曾說明，禪的美學特徵形式是：重視自然、微妙不顯、具獨特性、開放而沒有結論、有彈性、接受模糊與矛盾的、未精製、天然、手工、謙虛、樸素與真誠的「減法美學」。簡楷倩(2008)認為禪藝術設計中的簡約風格，可以概分為(1) 形象的簡約，以及(2) 構圖的簡約，也就是所謂「減法」的創作風格。吳文祺(2008)更將禪風的表現形式整理為(1) 空靈之美、(2) 直覺之美、(3) 圓成之美、(4) 動力說、(5) 無限與周圍空間等 5 項設計特徵。經由本研究彙整，如下表 2-4 所示：

表 2-4 禪風的設計特徵

設計特徵	比喻方式說明
(1) 運用「留白」造成「空無」的意趣	<p>即是「空靈之美」，在形態上呈現「空洞」的美感，或是運用空間的「留白」，展現給觀察者想像的空間。通常會將表現的主體簡化，並且運用周圍空間的留白，體現心靈的空，也表現視覺的空靈之美。空靈所呈現的不是空空洞洞，而是乾淨、純粹、沒有雜質，讓使用者體驗到輕鬆、純靜且空靈的內心世界，因此空靈之美是具正向、積極性的涵義。</p>
(2) 重視原始素材	<p>天然、未精製、樸實的質感，是禪風之中非常重要的要素。較不使用感官強烈的材質處理，盡可能的呈現素材原始的肌理，這也是符合禪風的「直覺性」，自然且不做作，利用材料的肌理質感或是形象直接表達設計師欲傳達的意境。所謂「未精製」在此並不是指不精緻的工法，而是強調素材「原來的樣貌」。</p>
(3) 直覺的體驗	<p>強調使用或觀察當下直覺、不猶豫的體驗，設計如同藝術一般會令人產生聯想的，即是「直覺之美」。直覺之美也可能是讓使用者聯想到具體的畫面或情境，而由內心產生美感的形式，結論是開放的，並沒有標準的解答，且不帶有神祕主義的體驗。</p>
(4) 飽滿與空無	<p>即為「圓成之美」，通常以「圓」的形態特徵表現圓成之美的圓滿自成、充滿和諧的意趣，對比「空靈之美」是「有」的概念；然而禪風的概念中是帶有模糊與矛盾的意義，正如空靈之美利用「空無」的形式讓使用者填滿想像空間，而圓成之美則利用「飽滿」來表現謙虛的態度。</p>

接下表

設計特徵	比喻方式說明
(5) 極動與極靜	<p>「動力說」的概念中，動進的心靈是禪的本質，因此禪本身是無所謂的靜態；而禪風的「動感」如何表現並沒有一定的局限，類似書法的飛白，或是律動感都是表現「極動」的方式。就以禪的宇宙觀來說，極動之後必有極靜，然而「極靜」對於設計特徵來說是矛盾概念，因為「極動」與「極靜」不可能同時出現在一個靜態設計產品之中；一般會用沉靜、沉穩的形態特徵表現禪風的「極靜」。</p>
(6) 無限的空間概念	<p>禪風所謂的空間感是為一潛意識的清澈空靈狀態，也因此禪風的「空間」是一種打破時間、打破空間而產生的一種「無限感」。設計特徵呈現的方式與「空靈之美」相似，但意義不同；對於空間的表現有別於幾何學的透視方法，沒有幾何學中明確的消失點，而是指事物本身延展出去的空間，產生景外有景、象外有象的意境呈現。</p>
(7) 極簡形態	<p>禪風的極簡與極簡主義的呈現方式相似，但簡化的目的在於謙虛且真誠的呈現物體的本質；它所重視的是去除雜訊之後，呈現物體純粹的美，較為貼近人情。禪風的極簡通常利用俐落的線條、方與圓的特徵表現單純的造形之美，使用原始素材表現樸實的質感之美。</p>

資料來源：吳文祺，2008；廖淑芬，2007；Powell，2007；簡楷倩，2008；葉世強，2007；吳汝鈞，1993；Westgeet，2007；葛兆光，1988；本研究整理，2017。

## 2-3 禪風的概念抽取

透過設計特徵的研究，可以將禪風的外在形式歸類，而禪風的內在形式是禪風的「比喻」手法，設計師以比喻手法，將禪風的情感傳達給消費者；兩者的關係互為表裡，若是缺少一者，那麼禪風的產品設計就會顯得沒有重點，因此比喻手法會產生何種情感？也是本研究必須探討的課題之一。

Zaltman(2004)曾經提出，人類所了解的事物，大部分都隱藏於潛意識之中，並且涉及許多潛藏的智慧。日常生活中片段感官的感受，會被儲存在記憶感覺經驗中，透過刺激物，就會在腦海中再生，喚醒記憶(李貴連,2012)。Gwendolyn(2002)認為人類的溝通方式，有 80%是非文字的語言，包含觸摸、語調、手勢、眼神接觸及身體姿勢等。禪風比喻手法的抽取，可以透過「圖像」做為刺激物，發掘受訪者潛意識中的信念與想像，在於大腦的資料處理過程中，圖像是一內在呈現方式(Kosslyn, 1994)。由於圖片能呈現基本概念，除了訪談者個體，可藉由圖片訴說自身視覺比喻之外，亦可了解消費者想法、感覺和行為(蕭如伶, 2010)。

### 2-3-1 評價構造法

日本學者 Kelly 於 1955 年提出經由捕捉個人認知「概念」並列表整理的方法「評價構造法(Evaluation Grid Method, E.G.M.)」，EGM 法是「魅力工學」領域中，相當有效的研究方法之一；它可以在質化的訪談中萃取「中位」的原始概念，並且引導受測者將原始概念再轉化為「上位」的抽象概念，以及「下位」的具象概念；是一種萃取個人認知概念的研究方法，蒐集多名個案對於同一件事物所產生的「共鳴」，即可解釋為「集體共識」。

## 2-3-2 禪風的評價構造訪談架構

EGM 法可採用「圖像」做為刺激物，其建構概念是透過專家訪談，以獲得專家自身經驗，以中位、上位、下位建構「評價構造階層圖」。本研究的應用方式如「表 2-5 EGM 法用於質化研究階段應用說明」所示：「中位(原始概念)」於訪談階段運用為「抽取禪風風格」詞彙。「上位(抽象概念)」是用於抽取情感要素，通常都是抽象詞彙，例如簡單的、溫暖的等，於訪談階段運用為「抽取禪風造形情感」詞彙。「下位(具體概念)」是用於「抽取具體、明確的設計特徵」詞彙，經由研究整理後，可供工業設計師於往後執行「禪風設計」工作時，作為有效的參考。

表 2-5 EGM 法用於質化研究階段應用說明

建構項目	訪談階段運用	應用說明
1. 中位(原始概念)	禪風風格	「禪風風格」所抽取的詞彙是用來命名一群符合相同範疇的禪風設計元素之概念，可以概括地對「禪風」進行分類，因此本步驟所抽取的詞彙必須是專家們的「集體共識」。
2. 上位(抽象概念)	禪風造形情感	由禪風風格的範疇中延伸，形而上的抽象詞彙，本研究中用於消費者問卷的測量問項，研究結果可以呈現消費者實際的情感狀況。
3. 下位(具體概念)	禪風設計特徵	由禪風風格的範疇中延伸，形而下的具體詞彙，於本研究中彙整為「禪風設計特徵」以提供設計師參考與應用。

## 2-4 小結

經由上列的文獻中，可以發現「禪風」的詮釋，是由禪所表達的意境，透過比喻的手法轉譯為造形特徵。因此可以將禪風設計概分為「外在」與「內在」兩個維度討論，外在形式即為「設計特徵」，可以用來描述具體的形狀、色彩、質感，可以讓設計師更容易地應用。

而內在形式是一種極為抽象的維度，包含「禪」所蘊含的寓意，其中也與一個地域所融合的文化發展有關，或者是比喻法的運用，最後可透過消費者的使用或觀賞來體驗設計師所傳達的意念，這種體驗會讓使用者產生情感；然而相較於其它的風格，禪風更重視使用當下的體驗，因此「造形情感」在禪風之中扮演著非常重要的角色，並且非常值得深入探討。

本研究透過 EGM 訪談法，可以獲得具象的「下位禪風設計特徵」以及抽象的「上位禪風造形情感」，以 EGM 法所抽取的「造形情感」進行消費者問卷調查，其目的在於更客觀地去了解消費者的體驗，避免設計師過度的以自身經驗進行設計，而忽略了消費者立即、直覺的實際感受。

## 第三章 研究方法

依照本研究之目的，可將研究流程區分為二階段探討，第一階段為質性研究階段，透過禪風設計專家訪談，以蒐集禪風產品的「造形情感」與「設計特徵」；本階段所邀請的專家，須具有禪風以及設計領域的資深經驗，能夠在訪談中更準確的蒐集造形情感與設計特徵。

本研究的第二階段為「消費者問卷調查」，本階段將以第一階段所彙整的禪風產品「造形情感」作為測量問項，進行消費者端的量化研究；本階段的目的是在於檢測消費者對於「禪風產品」的感覺評分為何？並且與專家所提出的概念比對，探討其中的異同為何。

### 3-1 研究流程

本研究採用 EGM 法的概念，以建構二階段的研究流程，由「中位禪風風格」與「下位禪風設計特徵」可以建構第一階段研究與結論。而「中位禪風風格」與「上位禪風造形情感」則為進行第二階段的測量工具，研究步驟如「圖 3-1 禪風設計特徵與消費者情感研究流程圖」所示。

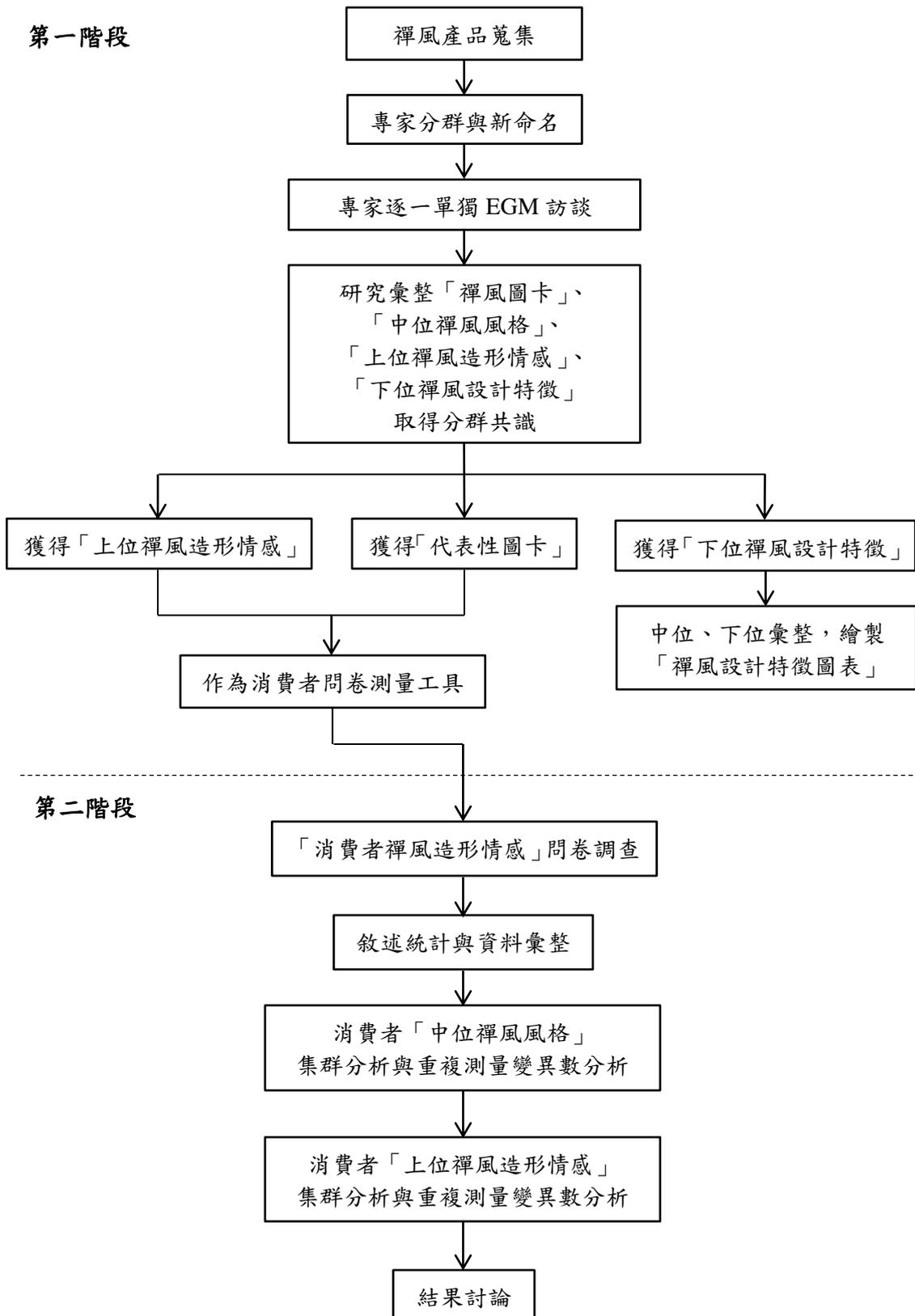


圖 3-1 禪風設計特徵與消費者情感研究流程圖

## 3-2 禪風產品設計專家訪談

### 3-2-1 專家篩選

本研究的第一階段透過專家質化訪談抽取禪風風格的構成概念，為確保質化訪談的準確性，首先必須針對訪談對象執行「專家篩選」，篩選方式由本研究發放「專家評量問卷」回收後進行評量，並邀請符合篩選標準的專家參與訪談；專家評量的測量構面可區分為基本職業資料、設計專業檢定、禪風認知評量等三個部份，如「表 3-1 專家評量問卷問項設定」所示，問卷內容請參考「附件一 禪風產品設計專家評量問卷」。

表 3-1 專家評量問卷問項設定

構面	問題題項	說明
基本職業資料	1. 您正任職於哪個單位？在該單位擔任任何種職務？ 2. 從事上述工作的資歷為何？	基本職業資料的 2 個題項可以針對專家的服務行業判定是否與「禪風」或「產品設計」相關；年資用以判定於該行業的資歷與專業程度。
設計專業檢定	3. 在上述的工作領域，您有以下何種代表性之榮譽獎勵？	本題項為檢測專家於設計領域的專業程度，共有 5 題可複選的選填項目，分別為： 1. 是否曾獲得國際級設計競賽獎勵？ 2. 於產業界完成之設計作品件數？ 3. 於產業界完成之專利設計件數？ 4. 曾參與的知名品牌設計案例？ 5. 曾參與的禪風設計案例？
禪風認知評量	4. 請嘗試用一句精簡語句，說明「禪風之定義」。	本題項為檢測專家對於「禪風」的認知或體驗程度。

「專家評量問卷」選擇發放的對象皆為設計相關學系背景，並在產業界有一定年資經歷的設計師，於各個設計領域皆有一定的規模與成就，針對「禪風」的設計風格也能有更深入的解讀。透過專業的專家訪談，可以更精確列舉說明禪風的「造形情感」與「設計特徵」。然而符合本研究「禪風」議題的專家，必須符合以下條件：

- (1) 具設計實務經歷，至少 5 年以上。
- (2) 必須符合「設計領域經驗」與「禪風設計經驗」。

### 3-2-2 禪風產品圖卡蒐集

執行「專家質性訪談」之前，由本研究蒐集符合禪風範疇的立體作品，由於這些設計作品相當多元，欲取得實體樣品皆有困難度，因此本研究將蒐集的設計作品製作成 8 平方公分的彩色圖卡以進行訪談；為了避免影響專家視覺判斷，故在每一張圖卡的背後空白處標示編號，以利訪談後續資料彙整，圖卡製作範例如「圖 3-2 專家訪談圖卡範例」所示。

本階段所蒐集之禪風設計產品樣本，一共製成 223 張圖卡，其中產品類型分類如下：

- |                  |                  |
|------------------|------------------|
| (1) 文具、飾品類 17 張。 | (8) 植栽類 13 張。    |
| (2) 空間擺設類 13 張。  | (9) 寢具類 10 張。    |
| (3) 時計類 12 張。    | (10) 廚具類 6 張。    |
| (4) 書掛架類 10 張。   | (11) 數位產品類 13 張。 |
| (5) 桌類 7 張。      | (12) 衛浴類 5 張。    |
| (6) 椅類 46 張。     | (13) 燈具類 19 張。   |
| (7) 櫃類 16 張。     | (14) 盛器類 36 張。   |

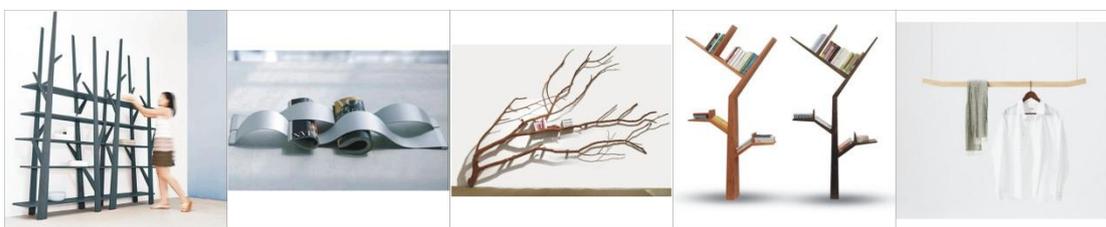


圖 3-2 專家訪談圖卡範例

### 3-2-3 專家訪談程序

本階段一共邀請到 4 位專家參與訪談，由於考慮到專家們可以接受訪談的時間限制，若採取集體訪談有所困難，因此本階段採取逐一單獨訪談的方式進行，於結束後統一彙整專家的共識圖卡與概念。專家訪談可分為下列 5 個步驟，搭配 EGM 法的概念抽取過程如「圖 3-3 EGM 訪談流程圖」所示。

#### (1) 挑選符合「禪風風格」的設計圖卡

請專家將本研究蒐集之 223 張「禪風產品圖卡」中挑選出符合的圖卡，不符合的圖卡則予以剔除。

#### (2) 挑選圖卡分群與新命名

請專家將挑選出來的圖卡，依照自己挑選的原則分類，將相似的圖卡歸類為一群，並給與新的命名。例如此一群族皆是由自然材質元素構成，則可將之命名為「自然的」。

#### (3) 抽取「中位禪風風格」

向專家提問每一群圖卡的挑選與分群的理由，將它抽取為 EGM 訪談法的「中位」架構，即為禪風構成的「中位禪風風格」。例如詢問受訪專家「請問為何挑選這些圖卡？以及分群的原則是什麼呢？」，受訪專家回答「簡單就是美，禪本身是簡單的美。」那麼即可將「極簡形態」萃取為禪風構成的「中位禪風風格」架構。

#### (4) 抽取「上位禪風造形情感」

針對分群的每一張圖卡，向上詢問抽象的抽象概念為何？即抽取為「上位禪風造形情感」。例如詢問受訪專家「請問這張圖卡給你的感覺為何？」，受訪專家回答「我的感受是清淨的，跟形態有關，造形上面是比較簡單一點。」那麼即可將「極簡單的」萃取為抽象的「上位禪風造形情感」架構。

(5) 抽取「下位禪風設計特徵」

繼上述步驟，向下追問具體的概念為何？即可抽取為「下位禪風設計特徵」。例如追問受訪專家「請問極簡單的構成原因是由那些特徵形成的？」，受訪專家回答「一定是單一材質，很複雜的就不要了。」那麼即可將「單一色彩與材質」萃取為具體的「下位禪風設計特徵」架構。

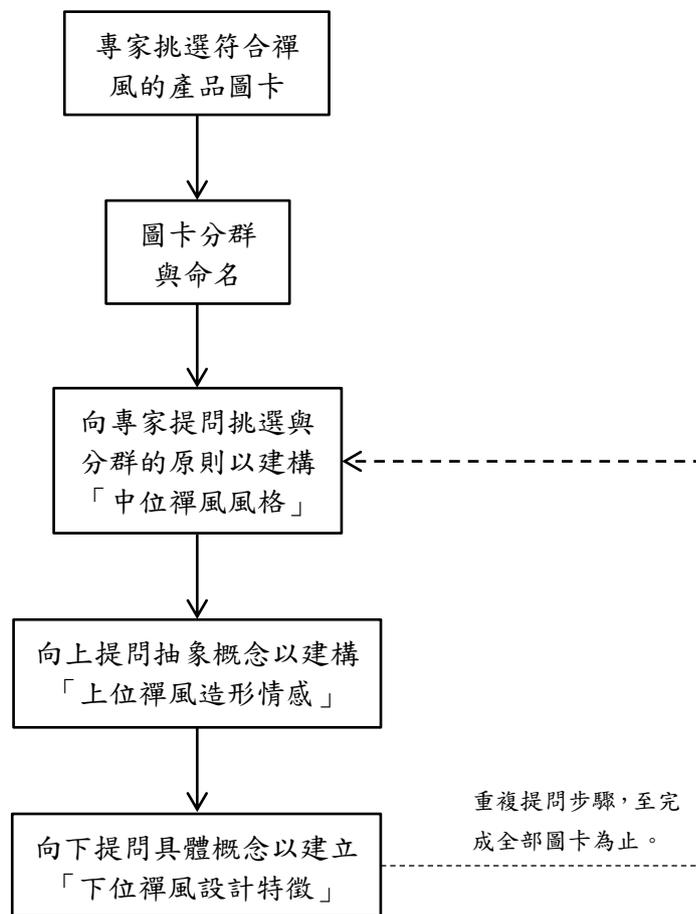


圖 3-3 EGM 訪談流程圖

### 3-2-4 建立「禪風元素評價構造階層圖」

經過專家訪談，即可抽取出符合本研究使用之「中位禪風風格」、「上位禪風造形情感」及「下位禪風設計特徵」，之後依照「評價構造階層圖」的模式，建立關聯性階層圖表。建構的方式請參考「圖 3-4 建立評價構造階層圖範例」，將「中位禪風風格」置中放置，左邊為「上位禪風造形情感」，右邊為「下位禪風設計特徵」。

如圖 3-4 範例說明：於中位禪風風格架構中，「風格詞彙 1」左側的括號數字 2，是代表「風格詞彙 1」與上位禪風造形情感架構有 2 個項目關聯；右側的括號數字 3，是代表「風格詞彙 1」與下位禪風設計特徵架構有 3 個項目關聯。

上位禪風造形情感架構的「情感詞彙 1」括號數字 10，以及下位禪風設計特徵架構的「特徵詞彙 1」括號數字 16，是指專家訪談中被提及的次數，以此類推。

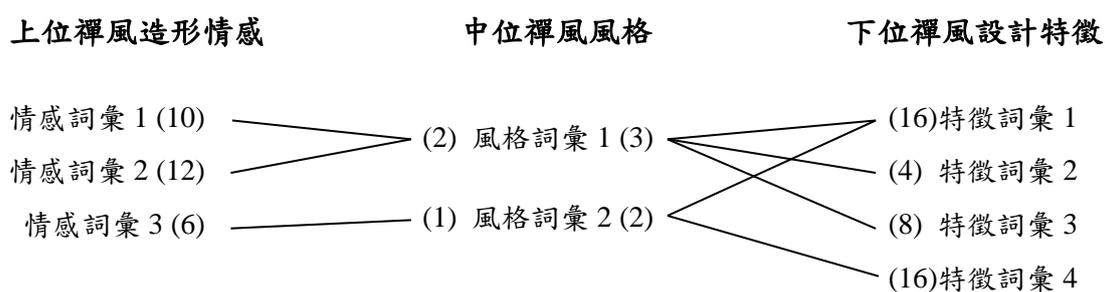


圖 3-4 建立評價構造階層圖範例

### 3-2-5 彙整「禪風」構成元素及設計特徵

經由上述 3-2-4 實驗步驟所建立的「禪風元素評價構造階層圖」，可彙整為提供工業設計師參考的「禪風設計特徵表」，作為本研究的第一項成果，範例參考圖 3-5 所示。

「評價構造階層圖」與「禪風風格設計特徵表」的彙整方式，即為將「風格詞彙」與「特徵詞彙」項目的關聯展開，例如「風格詞彙 1」與 3 個項目連結，「風格詞彙 2」與 2 個項目連結，因此於「禪風風格設計特徵表」中「風格詞彙 1」對應了 3 項設計特徵，「風格詞彙 2」則對應 2 項設計特徵。

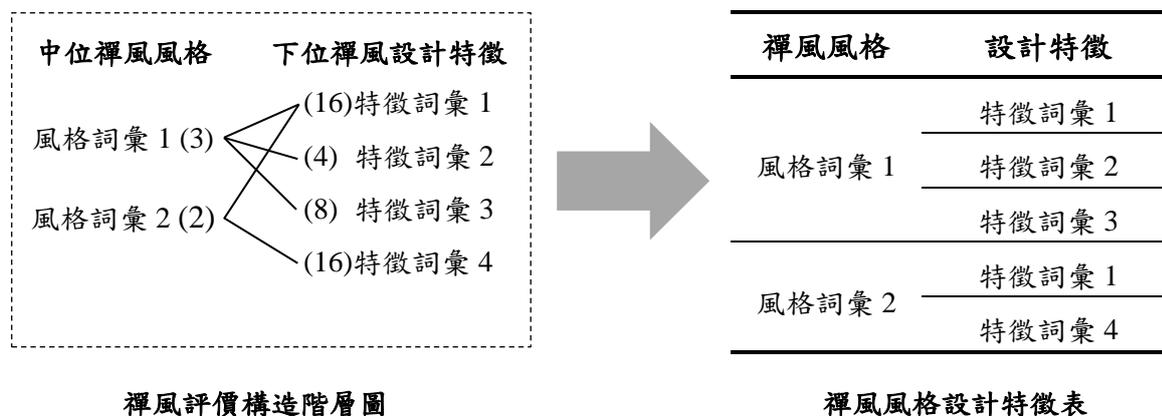


圖 3-5 評價構造階層圖與禪風風格設計特徵表彙整範例

### 3-3 消費者問卷調查

#### 3-3-1 問卷量表設計

第二階段的消費者問卷，一共區分為 3 個部份：第一部份為區分受測者基本資料的「人口屬性調查」；第二部份為受測者對於禪風涉入狀況的「涉入程度調查」；第三部份為消費者二次檢驗的「禪風造形情感評量」，由於第三部份的問卷需要搭配專家訪談抽取「上位禪風造形情感」以及禪風產品「代表性圖卡」因此在問卷研擬階段配合第一階段結果。

問卷量表設計的第一部份為「人口屬性問項」，其中包含性別、年齡、平均月收入、信仰狀況、教育程度等問項。消費者問卷人口屬性問項設定如表 3-2 所示。

表 3-2 消費者問卷人口屬性問項設定

構面	變項	對應題項	測量尺度
人口屬性問項	1. 性別	1. 男性 2. 女性	2 點名目尺度
	2. 年齡	1. 24 歲以下 2. 25~44 歲 3. 45~64 歲 4. 65~74 歲 5. 75~84 歲 6. 85 歲以上	6 點順序尺度

接下表

構面	變項	對應題項	測量尺度
人口屬性問項	3. 平均月收入	1. 3 萬以下 2. 3~4 萬 3. 4~5 萬 4. 5~6 萬 5. 6~7 萬 6. 7 萬以上	6 點順序尺度
	4. 信仰狀況	1. 無宗教信仰 2. 台灣地區一般民間信仰 3. 佛教 4. 道教 5. 密宗 6. 一貫道 7. 天主教 8. 基督教 9. 摩門教 10. 伊斯蘭教 11. 其他	11 點名目尺度
	5. 教育程度	1. 國小 2. 國中 3. 高中 4. 專科 5. 大學(含四技二技) 6. 碩士 7. 博士	7 點順序尺度

問卷量表設計第二部份的涉入程度測量階段，本研究採用 Zaichkowsky (1985) 所提出的 Revised Personal Involvement Inventory ; RPII 「個人涉入量表」作為評量工具，RPII 共有 10 項測量問項，如「表 3-3 RPII 量表十題問項」所示。

「涉入程度問項」的測量尺度為 7 點評分；因此單一位受測者最低分為 10 分，滿分為 70 分，消費者問卷涉入程度問項設定如表 3-4 所示；完整問卷內容請參考「附件三\_禪風造形情感消費者評量問卷」。

表 3-3 RPII 量表十題問項

1 有趣的	6 重要的
2 興奮的	7 相關的
3 吸引人的	8 有意義的
4 極好的	9 值得的
5 涉入的	10 需要的

資料來源：Zaichkowsky，1985；黃鈺雯，2014；本研究整理，2017。

表 3-4 消費者問卷涉入程度問項設定

構面	變項	對應題項	測量尺度
涉入程度問項	1. 禪風產品會引起我的興趣		7 點評量尺度
	2. 禪風的產品會令我感到興奮		
	3. 使用禪風的產品是吸引我的	1. 非常認同	
	4. 使用禪風的產品很令我著迷	2. 很認同	
	5. 禪風的產品會引起我的高度關切	3. 認同	
	6. 使用禪風的產品是重要的	4. 沒意見	
	7. 禪風的產品是和我有關的	5. 不認同	
	8. 使用禪風產品對我具有重大的意義	6. 很不認同	
	9. 使用禪風的產品是非常有價值的	7. 非常不認同	
	10. 禪風產品是我生活中的一部分		

### 3-3-2 問卷訪談對象

本階段的「消費者禪風風格情感問卷」於台灣中部地區隨機發放；但礙於時空限制，本研究之問卷階段研究結論無法推論至其它地區。

### 3-4 分析方法

本研究於第二階段「消費者禪風風格情感問卷」的資料分析工具採用統計套裝軟體 SPSS 12.0 版進行分析，其分析流程與統計方法說明如下：

#### 3-4-1 敘述統計

經由第二階段問卷回收後，區分出「有效」及「無效」樣本，針對有效樣本之人口屬性變項：性別、年齡、平均月收入、信仰狀況、教育程度、涉入程度歸納分組，並以敘述統計次數分配作為描述工具，具體描述本次樣本的屬性與狀況。

#### 3-4-2 集群分析

集群分析(Cluster Analysis)為一種區分資料「相似性」與「相異性」的邏輯程序，可以客觀地將相似資料歸納在同一集群之中。於本研究之中用以歸納消費者對「禪風風格情感」的評分，檢測「中位禪風風格」與「上位禪風造形情感」中是否有相似性的集群。本研究使用「最近鄰法」做為本階段建立集群的方法，可藉由「凝聚係數」做為判定標準，若凝聚係數的「遞增量」突然增高，則可能判定為最佳分群，建立集群的目的有下列 2 項：

- (1) 檢驗「中位禪風風格」是否有同質性的集群，以合併縮減分群的數量。
- (2) 檢驗「上位禪風造形情感」是否有同質性的集群，以區分並保留高關聯的項目，定義為影響禪風的造形情感；捨棄的項目則定義為與禪風為低關聯。

### 3-4-3 單因子重複量測變異數分析

由於「集群分析」的方法中，並無完全判定最佳分群的方法，單以凝聚係數判定僅可獲得一參考值，由於集群分析接受質性解釋，因此最佳分群可依物體個別狀況調整最佳分群，若單以凝聚係數的遞增量判定恐不夠客觀，故本研究再以「單因子重複量測變異數分析(Repeated measured Analysis of Variance, ANOVA)」進行交互比對，以定義最佳分群。

「同質性」檢驗是多個樣本在同一個變項的分佈狀況的檢驗，本研究以一群受測者，對多個禪風概念進行評分，最後透過統計分析以歸納相同質性的概念。單因子重複量測變異數分析，主要透過「Mauchly 球形檢定」檢測若干分群中是否符合球形假設，若「Mauchly 球形檢定」顯著性  $p > 0.05$  形成球形假設，則表示群組間存在同質性，可定義該群集為最佳分群。若球形假設不成立，則輔以「LSD(Least Significance Difference Test)」檢視模型群組狀態，以選擇最佳顯著性的模型為最佳分群。

## 第四章 專家訪談結果

### 4-1 專家背景資料彙整

本研究於第一階段的「禪風產品的造形情感與設計特徵」研究，首先進行專家評價構造法(Evaluation Grid Method, E.G.M.)的質性訪談。本次的訪談中，一共邀請到 2 名男性與 2 名女性專家，這 4 位專家在設計相關領域的設計工作年資至少 8 年以上的專業經驗，並且皆具有「禪風」之相關經驗。

經由「專家評量」問卷的調查後，4 名專家的專業年資與經驗，相當地符合本研究所設定的「專家」資格，在訪談的過程中可以明確的表達情感語彙。經由本研究彙整，將 4 名專家以編號 A、B、C、D 代表，背景資料彙整請參考「表 4-1 專家背景資料彙整表」。

表 4-1 專家背景資料彙整表

代號	專家服務單位	年資	性別	禪風經驗	設計作品與經驗
A	室內設計公司負責人	30 年	男性	禪風家具設計	30 年設計作品
B	設計相關學系講師	8 年	男性	禪修經歷 4 年	5 年教學經驗
C	工業設計快接案件	8 年	女性	禪風愛好者	曾參與百靈(Braun)、飛利浦(Philips)設計
D	花藝設計公司負責人	15 年	女性	禪風花藝設計	曾參與台北花博、國美館展覽

## 4-2 禪風 EGM 訪談結果

針對「禪風的設計造形特徵」的第一階段，本研究使用評價構造法(Evaluation Grid Method, E.G.M.)進行研究。首先由研究者準備共 223 張符合禪風設計的圖卡，分別請四位專家挑選出符合的圖卡，不符合「禪風」標準的圖卡予以剔除，再將符合的圖卡，依照專家挑選法則給予分群，並在分群後給予每個群族的圖卡標示一個新的命名或形容詞。

由於受邀的專家因個別的時間相異，故無法將 4 位專家同時聚集到同一時間、地點訪談，因此本研究採用逐一單獨訪談，訪談後再將 4 位專家的訪談內容予以彙整。

### 4-2-1 專家挑選圖卡分群與新命名

專家 A 係台中市某室內裝修工程有限公司負責人，並於室內設計、建築設計、景觀設計領域，以及國內十數所大學任教，已有 30 年以上的專業經驗，在國內外完成的作品累積千餘計，其中也涵蓋禪風的室內規劃與家具設計；以上豐富的設計資歷，相當符合本研究所設定的「專家」資格。參訪同時，向專家 A 提問「請嘗試用一句精簡語句說明禪風之定義？」而專家 A 回答：「簡單到極致，就是禪。」。

針對專家 A 進行第一階段的訪談時，專家 A 一共挑選出 34 張圖卡，並將圖卡歸類為 4 群，分別是：(1)東方的、(2)極簡的、(3)自然的、(4)體驗的。專家 A 強調禪風之中有相當多的東方文化元素，淬煉到最極簡而呈現的作品就是「禪風」，它就像是抽象畫，讓使用者充滿想像，並且去體驗不同的生活層次。

專家 B 現於醫療相關產業服務，且於國內兩所大學院校設計相關學系擔任兼任教師，從事設計教學；從事上述行業，共有 8 年以上的工作經驗。在工作之餘，本身亦是對修習「禪行」有一定程度的體悟與經歷，對於「禪風」設計風格的體驗更是難得的訪談對象，以上的條件相當符合本研究所設定的「專家」資格。參訪同時，向專家 B 提問「請嘗試用一句精簡語句說明禪風之定義？」而專家 B 回答：「禪即是生活，生活即是禪。」表示「禪」不僅是要「修」，更是要「行」才能有所體悟。

針對專家 B 進行第一階段的訪談時，專家 B 一共挑選出 78 張圖卡，並將圖卡歸類為 5 群，分別是：(1)安定的、(2)清淨的、(3)智慧的、(4)慈悲的、(5)真愛的。專家 B 認為「安定」跟「清淨」是禪風必須給人的感受，材質與色彩都必須單一化，避免繁雜的視覺感受，更重要的是讓使用者去體驗。而「智慧、慈悲與真愛」則是使用者行為層次的設計，例如極簡而不強調人體工學杯子，讓使用者在盛水時，感受到大自然賜予飲用可貴的水，而不是讓產品服侍使用者。在「禪行」方面則是應該去「分享」與「施行」，因此禪風的極簡，也可以是一種對行為的約束，產品的魅力並不是在產品本身，而是更強調與人分享的快樂。

專家 C 目前任職於國內某大專院校工業設計學系的兼任教師，以及快接設計案件，共 5 年以上的專業經驗；在此之前更曾擔任國內知名電器公司的工業設計師，在產業界工業設計相關職務共有 8 年以上的經驗。目前共累計 10 餘件的作品，其中更包含參與國際電器品牌百靈(Braun)、飛利浦(Philips)的產品設計。專家 C 同時是禪風設計的愛好者，居家佈置都是選用禪風產品、用餐地點的選擇偏好禪風的環境。專家 C 的偏好以及工業設計資歷，相當符合本研究所設定的「專

家」資格。參訪同時，向專家 C 提問「請嘗試用一句精簡語句說明禪風之定義？」而專家 C 認為：「禪是流動的空靈哲學。」表示禪風設計最重要是以「空靈」的意境表現產品的形態。

針對專家 C 進行第一階段的訪談時，專家 C 一共挑選出 72 張圖卡，並將圖卡歸類為 3 群，分別是：(1)基本的、(2)中度的、(3)強烈的。專家 C 認為「空靈」是禪風的特性，即是「留白」與「律動」的設計特徵，但是要達到強烈的禪風必須要有「溫度」，也就是暖色調、溫暖的材質與肌理。

專家 D 擔任台中市某花藝公司負責人，有 15 年以上的專業經驗，在產業界完成的花藝創作累積數百件，於經濟部智慧財產局持有 1 件專利，更曾經參與「臺北花卉國際博覽會」與「國立台灣美術館」的展覽。平時參與各種類型的花藝設計，其中也包含「禪風」的花藝設計，以上豐富的設計資歷，相當符合本研究所設定的「專家」資格。參訪同時，向專家 D 提問「請嘗試用一句精簡語句說明禪風之定義？」而專家 D 回答：「師法自然。」以大自然為師的學習與設計即為禪風的設計。

針對專家 D 進行第一階段的訪談時，專家 D 一共挑選出 38 張圖卡，並將圖卡歸類為 3 群，分別是：(1)器物的、(2)空間的、(3)寫意的。專家 D 強調禪風的「簡」就是一種自然、不做作的顏色與材質，造形必須是不斷地洗鍊而成的細緻感，因此柔美的曲線以及圓形都是構成禪風造形很重要的特徵。「空靈感」在禪風之中最特別的意趣不僅只是「留白」，更是一種「聚焦」的效應，例如在植花與植枝時運用周圍的留白，可以令主體產生聚焦，更去強調主體的純粹與美。

經過「專家挑選圖卡分群與新命名」步驟後，經本研究彙整，將分群結果列出為「表 4-2 專家圖卡分群統整表」。表格中將專家分群名稱列出，括弧內的數字為每個分群的圖卡數量，「圖卡總數」為單獨一位專家所挑選的總數。

由於 4 名專家所挑選的圖卡有重疊挑選，因此本步驟須將重疊挑選的圖卡合併，並在圖卡編號標註有幾位專家同時挑選，例如共有 2 名專家挑選編號 006 的圖卡，擇在標註為「006(2)」。

彙整結果顯示專家一共於原始 223 張圖卡中，挑選出 174 張的圖卡。

表 4-2 專家圖卡分群統整表

代號	第 1 群	第 2 群	第 3 群	第 4 群	第 5 群	圖卡總數
A	東方的(12)	極簡的(9)	自然的(4)	體驗的(9)	-	34 張
B	安定的(13)	清淨的(16)	智慧的(23)	慈悲的(14)	真愛的(12)	78 張
C	基本的(26)	中度的(7)	強烈的(39)	-	-	72 張
D	器物的(14)	空間的(14)	寫意的(10)	-	-	38 張

專家挑選總圖卡數：174 張

## 4-2-2 專家圖卡分群共識

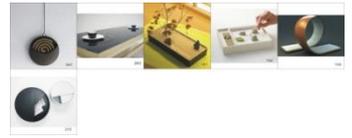
呈如表 4-2 所示，因每一位專家分類的邏輯不同，因而產生許多不同的群族分類方式，因此為求研究的共同指標，必須重新萃取 4 位專家的分群共識。本研究利用 EGM 的「中位」架構作為分群共識的「禪風風格」指標，擷取方式由本研究根據 4 位專家於訪談中所共識的內容整合而成，經整合後共產生 6 個中位禪風風格(詳細擷取過程請參考「附件二 專家訪談編碼」)，6 個風格的命名與定義如下「表 4-3 中位禪風風格定義說明」所示。

表 4-3 中位禪風風格定義說明

風格	定義
(一)極簡形態	禪風中的「極簡」，即是將產品的形態簡化到最極致、洗鍊到最純粹，保留該物件最原始的功能、材質或樣貌；禪風的呈現即是去蕪存菁、乾淨俐落、渾然天成。
(二)自然元素	即為「師法自然」，效法大自然的形態為概念，利用天然素材的特性，例如植栽、天然素材等元素，於「操作使用」或者「觀賞」產品的過程中，去體會「自然」的意趣。
(三)體驗層次	無論是形狀、色彩或質感的呈現，都是要讓使用者去感受、體驗不同的生活層次，這樣的形態通常不是要滿足使用者的需求，而是預留想像的空間給使用者自行去體會。
(四)沉穩形態	穩重、穩固且略為低矮的造形，情感上給人安靜、安全感；「沉穩形態」無論是產品本身的形態、色彩，或者是使用當下的情緒，都是沉靜且安穩的感受。
(五)動感形態	禪風的「動與靜」是一種對比的表現形式，相較於「靜」的形態，「動」的形態更可以呈現強烈的禪風意境；動感並不是物體本身的運動，而是形態上的律動感，意義上都是屬於「正向」的心理體驗。
(六)空間感	空間感是「實」與「虛」對比的表現形式；「實」的表現形態是「圓渾飽滿」的，「虛」的表現形態是「虛無空靈」的。兩者在空間中表現的形式是強烈的對比，但意義上都是為了表現「充滿」的心理體驗。圓渾飽滿」原本就象徵著「充滿」的感受，而「虛無空靈」通常是予人「充滿發揮空間」的意趣，因此兩者最終所欲表現的涵義是相同的。

4 位專家一共在 223 張禪風設計圖卡中挑選出 174 張圖卡，在整理的過程中以重複挑選次數較高的圖卡為主；因此僅被挑選 1 次，重複性較低的圖卡予以剔除，剔除後符合共識的圖卡共有 64 張，後依照專家提出概念將此 64 個樣本重新分配至 6 個中位概念。分類結果如「表 4-4 專家圖卡分群共識彙整共識」所示，圖卡編號後方括號中數字表示專家交集選取的次數。

表 4-4 專家圖卡分群共識彙整

項次	分類合併名稱	圖卡編號(選取次數)	代表性圖卡
(一)	極簡形態 (樣本數=19)	006 (2)、017 (2)、061 (2)、 062 (2)、068 (3)、072 (2)、 076 (3)、077 (2)、086 (3)、 089 (4)、090 (2)、091 (3)、 093 (2)、101 (2)、143 (3)、 165 (2)、192 (2)、195 (2)、 200 (2)	
(二)	自然元素 (樣本數=9)	005 (2)、025 (2)、051 (2)、 058 (2)、144 (2)、146 (2)、 149 (2)、150 (2)、186 (3)	
(三)	體驗層次 (樣本數=14)	018 (2)、027 (4)、030 (2)、 031 (2)、052 (2)、078 (3)、 092 (2)、094 (2)、096 (2)、 118 (3)、156 (3)、160 (2)、 161 (3)、184 (2)	
(四)	沉穩形態 (樣本數=8)	105 (3)、109 (2)、113 (3)、 126 (2)、137 (2)、210 (2)、 222 (3)、223 (3)	
(五)	動感形態 (樣本數=6)	047 (2)、083 (3)、151 (3)、 154 (2)、155 (4)、215 (2)	
(六)	空間感 (樣本數=8)	019 (2)、021 (3)、023 (2)、 026 (3)、138 (2)、147 (2)、 171 (3)、181 (2)	

註：圖卡編號括號中數字代表專家交集次數

### 4-2-3 禪風設計元素評價構造階層圖

依照 EGM 法的結構，繪製成「禪風設計元素評價構造圖」，專家訪談中共抽取 6 個「中位禪風風格」、13 項「上位禪風造形情感」及 22 項「下位禪風設計特徵」。上位、下位詞彙括號中的數字為專家提及次數；中位左右兩側括號內數字，則是中位連結上位、下位的關聯數目，如下圖 4-1 所示。

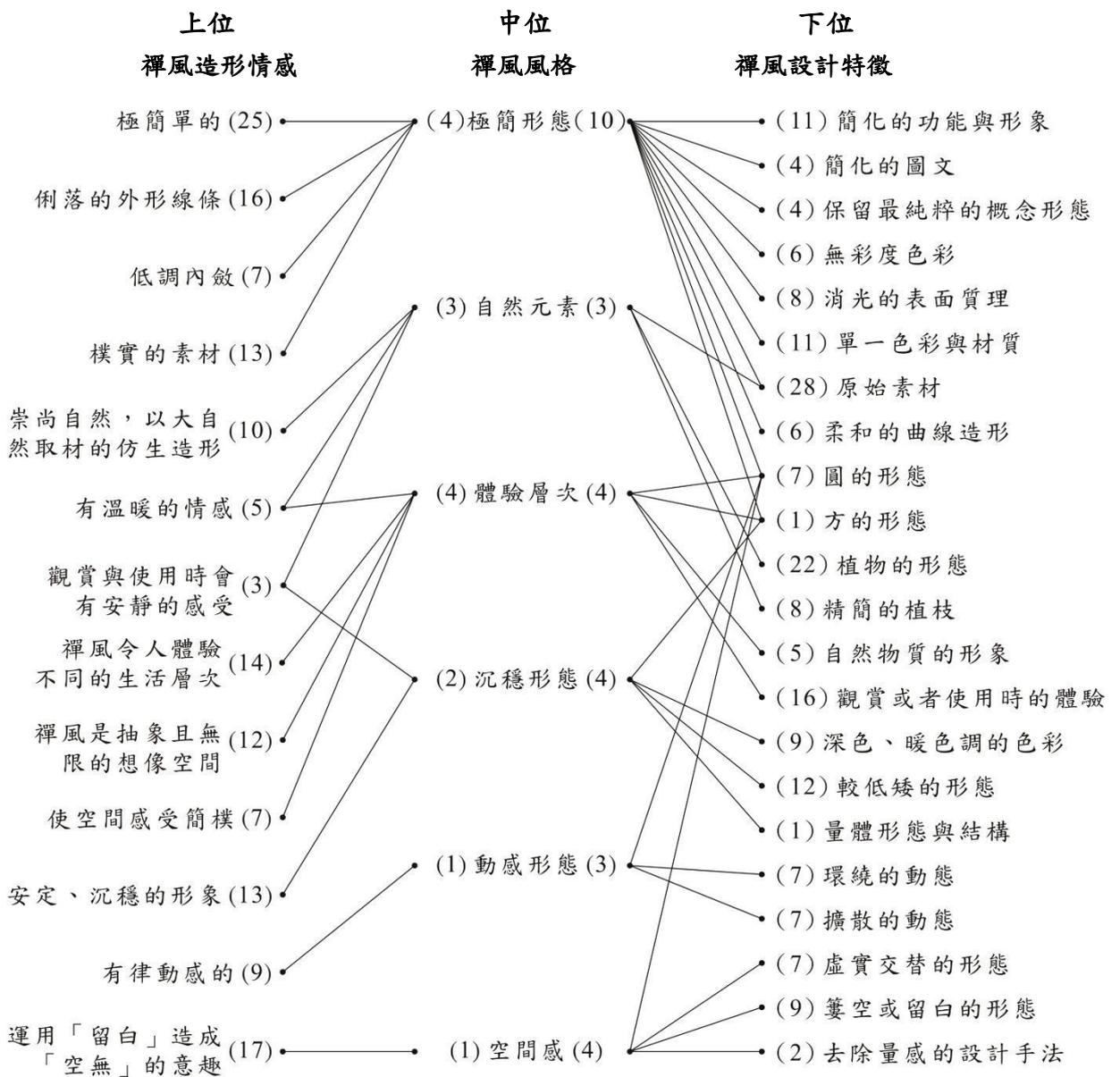


圖 4-1 禪風設計元素評價構造階層圖

### 4-3 中位禪風風格與下位禪風設計特徵彙整

由圖 4-1 的禪風設計元素評價構造圖中，擷取 6 個「中位禪風風格」與 22 個「下位禪風設計特徵」，可彙整為「禪風設計特徵表」。由表格中可以清楚的歸納每項禪風風格所可以表現的設計特徵形式，並針對每項設計特徵特性說明，後續可提供工業設計師在執行禪風產品設計之時，作為引用特徵的參考，如表 4-5 所示。

表 4-5 禪風設計特徵表

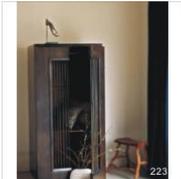
中位禪風風格	元素歸納	下位禪風設計特徵	說明圖片	設計特徵具體詳細說明
(一) 極簡 形態	形狀	1-1 簡化的功能與形象		將「功能」或「造形」簡化。例如經過簡化的杯把，在功能上被簡化，但詮釋後的形態令人回味無窮。
		1-2 簡化的圖文		將繁複的立體造形簡化為平面圖紋、或者乾脆去除。例如明式椅原先充滿東方文化的雕刻簡化為圖騰，或是乾脆去除，僅留下純粹明式椅優美的形態與線條，進而產生新的詮釋。
		1-3 保留最純粹的概念形態		精簡造形，強調或保留一處亮點。例如強調握把造形的茶壺，將大部分的特徵精簡但確保留突出的握把形態，連同與之搭配的茶杯都運用一樣的設計特徵。
		1-4 柔和的曲線造形		使用平滑的曲線作造形處理。例如圓潤且平滑曲線的器具總是比有稜有角的形態更有意趣。

接下表

中位 禪風 風格	元素 歸納	下位禪風設計特徵	說明圖片	設計特徵具體詳細說明
(一) 極簡 形態	形狀	1-5 圓的形態		以「圓形」作為大致的形態特徵，圓形是最純粹的幾何形之一。例如圓形的水壺產生「飽滿」的意趣，搭配簡化的圖文與消光的材質都是極簡形態的禪風。
		1-6 方的形態		以「方形」作為大致的形態特徵，方形是最純粹的幾何形之一。例如立燈的方形態，搭配純粹的材質產生意趣。
	色彩	1-7 無彩度色彩		黑色、白色與各種階層的灰色。例如燭台若非是自然材質，使用無彩度色彩也是色彩的簡化。
		1-8 單一色彩與材質		僅使用一種「材質式樣」或「色彩」。例如木材燈具僅使用單一素材，則整體均呈現相當純粹、極簡的格調。
	質感	1-9 消光的表面質理		使用降低反光的表面肌理。例如喫茶壺的表面質感選用消光的釉藥，更為貼近純粹的自然感受。
		1-10 原始素材		木材、竹材、水泥、鐵器、石材、陶瓷與釉藥等素材。例如鑄鐵水壺不使用電鍍作為表面處理，而讓它呈現鏽蝕的樣貌。

接下表

中位禪風風格	元素歸納	下位禪風設計特徵	說明圖片	設計特徵具體詳細說明
(二) 自然元素	形狀	2-1 植物的形態		竹的形態、枯枝的形態、花的形態、綠色植物植栽等。例如樹形態的書架即為效仿大自然的形態創作，樹即為「智慧」的形象。
		2-2 精簡的植枝		用極少或單一支植花、植葉或植枝。例如枯枝用來點綴空間中的協調性，產生活絡的意趣。
		2-3 原始素材		木材、竹材、水泥、鐵器、石材、陶瓷與紬藥等素材。例如石材製的花器與精簡的植枝，加上圓的形態，表現禪風「自然」的意趣。
(三) 體驗層次	形狀	3-1 圓的形態		在「體驗層次」中，圓的形態較少用來表現「飽滿」的意趣，而是「減少」尖銳的造形情感，更強調體驗不同的使用層次。
		3-2 方的形態		禪風的寢具以方的形態呈現簡化的特徵，並搭配植栽的擺設，並不呈現「舒適」的特性，而是更強調讓使用者親自感受「禪」的意趣。
		3-3 自然物質的形象		雲的抽象形態、樹的抽象形態、時間的抽象形態等。例如階梯形態的時鐘，以階梯的形式表現時間的到來或流逝。
		3-4 觀賞或者使用時的體驗		受到約束行為的、須用心體會的、使用者會有獨特的體驗。例如茶桌椅形態美麗，但不符合舒適的特徵，使用時需要正襟危坐並端莊的體驗。

中位 禪風 風格	元素 歸納	下位禪風設計特徵	說明圖片	設計特徵具體詳細說明
(四) 沉穩 形態	形狀	4-1 方的形態		以方形作為大致的形態特徵，方形是極為穩固的幾何形態，搭配溫暖的色系營造簡單、沉穩的形象，同時又保留「屏風」的特色。
		4-2 較低矮的形態		融合了東方生活文化的形態，產品樣式的重心較低，產生安穩的感覺。
		4-3 量體形態與結構		造形極簡化，並將「面」構成加厚，轉化為「體」構成，量體有「厚實」的穩重感。
	色彩	4-4 深色、暖色調的色彩		選用深色且溫暖的色調；例如木材的選用，可選用柚木、檀木、或上深色漆的木材。
(五) 動感 形態	形狀	5-1 圓的形態		以一圓心迴轉的動態，只有「圓形」可以產生的動態表現。例如放置茴香的香器，利用茴香的造形營造出迴轉的動態感。
		5-2 環繞的動態		在空間中環繞的動態。類似書法的飛白，在立體的空間中揮灑的形態，可能會形成空間感，但更強調「流動」的動態感。
		5-3 擴散的動態		即是「漣漪的形態」，漣漪是水的一種樣態，也是最自然的美，通常是一層一層的環形向外擴散，最容易讓使用者聯想到「水」的意趣。

中位 禪風 風格	元素 歸納	下位禪風設計特徵	說明圖片	設計特徵具體詳細說明
(六) 空間 感	形狀	6-1 圓的形態		圓形特徵經常被使用到禪風的氛圍當中，例如房間中的圓形窗戶是為簾空的方式，搭配植枝與無彩度色調，使畫面呈現協調性。
		6-2 虛實交替的形態		實體與虛體反覆交替的形態。例如柵格式の木牆，雖然明確的區隔空間，但卻保有視覺穿透性，使用者於空間中感受不被阻隔。
		6-3 簾空或留白的形態		不加任何物件或特徵的留白。例如透空且留白的花籃，搭配精簡的插花，讓觀賞者將注意力匯聚在中間的花朵上，主角與配角的關係分明且充滿意趣。
		6-4 去除量感的設計手法		將量感的轉為非量感的形態。例如將原先立體的鳥籠，轉化為線架構的平面造形，保留鳥籠的圖像而規劃了新的用途，但仍維持吊掛與擺放的功能。

#### 4-4 禪風造形情感圖卡共識結果

經由第一階段「專家質性訪談」中所抽取「上位禪風造形情感」後，即可進行第二階段的「消費者問卷調查」。因專家訪談所抽取的設計特徵語彙是極為專業領域用語，一般消費者閱讀時將會造成難以理解的狀況，導致提升問卷訪查的錯誤率與困難度；而 EGM 法可以在訪談的過程抽取「一般大眾容易理解」的「上位禪風造形情感」語彙，相當適合運用於本階段的問卷設計。

##### 4-4-1 代表性圖卡

第一階段的訪談中一共抽取了 6 項風格，本研究以每項風格當中，由專家所共同選取次數最高的前 5 張圖卡為代表性圖卡；若有相同選取次數的圖卡，則以本研究評估挑選適合的圖卡。

第一群「極簡形態」的代表性圖卡編號分別為 089(4)、143(3)、068(3)、086(3)、076(3)的圖卡，如下圖 4-2 所示。



圖 4-2 「極簡形態」代表性圖卡

第二群「自然元素」的代表性圖卡編號分別為 186(3)、051(2)、150(2)、005(2)、146(2)的圖卡，如下圖 4-3 所示。



圖 4-3 「自然元素」代表性圖卡

第三群「體驗層次」的代表性圖卡編號分別為 027(4)、078(3)、156(3)、161(3)、118(3)的圖卡，如下圖 4-4 所示。



圖 4-4 「體驗層次」代表性圖卡

第四群「沉穩形態」的代表性圖卡編號分別為 113(3)、105(3)、222(3)、223(3)、109(2)的圖卡，如下圖 4-5 所示。



圖 4-5 「沉穩形態」代表性圖卡

第五群「動感形態」的代表性圖卡編號分別為 115(4)、083(3)、151(3)、047(2)、154(2)的圖卡，如下圖 4-6 所示。



圖 4-6 「動感形態」代表性圖卡

第六群「空間感」的代表性圖卡編號分別為 171(3)、026(3)、021(3)、147(2)、019(2)的圖卡，如下圖 4-7 所示。



圖 4-7 「空間感」代表性圖卡

#### 4-4-2 上位禪風造形情感結果

經由第一階段訪談所抽取的「上位禪風造形情感」共有 13 項，搭配禪風的「代表性圖卡」可建構「消費者禪風造形情感問卷」。以本單元結果發展問卷調查之量表結構，如表 4-6 所示，中位共 6 項風格，每一項風格各對應 13 題的變項，共計 78 個「禪風造形情感」的問卷題項，完整問卷內容請參考「附件三 禪風造形情感消費者評量問卷」。

表 4-6 禪風「造形情感」問卷結構

構面	變項	對應題項	測量尺度
禪風造形情感評量	1. 極簡單的		
	2. 俐落的外形線條		
	3. 低調內斂		
	4. 樸實的材質		
	5. 崇尚自然，以大自然取材的仿生造形	1. 非常認同	
	6. 有溫暖的情感	2. 很認同	
	7. 觀賞或使用時會有安靜的感受	3. 認同	
	8. 禪風令人體驗不同的生活層次	4. 沒意見	7 點評量尺度
	9. 禪風是抽象且無限的想像空間	5. 不認同	
	10. 使空間感受簡樸	6. 很不認同	
	11. 安定、沉穩的形象	7. 非常不認同	
	12. 有律動感的		
	13. 運用「留白」造成「空無」的意趣		

## 4-5 小結

經由第一階段的質性訪談，從 4 名專家的訪談中抽取相當豐富的概念。其中專家 A 與專家 D 的設計實務經驗相當豐富，因此非常明確的指出具體的構成要素；專家 C 則提出豐富的使用情感；而專家 B 除了在設計實務同樣擁有豐富經驗外，更提出許多禪風中比喻的概念。但於彙整結果時共識的集合次數過少，因此剔除了許多較為深入的概念，最後共獲得 6 項「中位禪風風格」、13 項「上位禪風造形情感」及 22 項「下位禪風設計特徵」。

在訪談的過程中，4 位專家不約而同地認為禪風與使用時的體驗相關，與文獻探討所述結果相同。專家 A 於訪談中曾提出，禪風是「極簡」、「自然」加上「東方元素」，這段話所闡述的是與地域文化相關，原先是身邊常見的文物，經由轉化後呈現全新的樣貌，讓使用者見到同時喚醒記憶。專家 B 認為在禪風的設計當中，感受到「智慧」、「慈悲」與「真愛」，是因為東方人受到儒、道、佛影響深刻，例如看到樹木形狀的書架，會直接想到「菩提樹」，因此它是「智慧」的象徵。專家 D 認為，「動態」與「空靈」是一種寫意的美，例如水波紋的動態、留白所呈現的空靈感，可以讓畫面聚焦並且留給心靈祥和的空間。

除了前述所提及「極簡」、「東方文化」與「體驗層次」之外，「師法自然」也是同等重要的要素。專家 D 認為，如果缺乏「自然」要素，就不是禪風了；專家 C 認為自然素材給人親近且溫暖的感受，或將抽象物質轉化具體特徵，例如水、雲、太極、時間等，令人體驗心靈祥和，並且具有情感，相異於極簡主義的冰冷感。

## 第五章 問卷調查結果

本研究的第二階段實驗為「消費者問卷調查」，一共回收 42 份，回收統計的過程之中，有 9 份因重覆同一選項勾選的次數過高而予以剔除，1 份為受測者年齡高於 65 歲，屬於高齡者階層，不在本研究預設發放的樣本，因此予以剔除；一共剔除 10 份無效樣本，保留有效樣本共為 32 份。

### 5-1 人口樣本敘述分析

本階段共以有效樣本 32 份進行統計分析，使用 SPSS 統計軟體的「敘述統計」與「次數分配」作為統計工具。「人口樣本分佈」如表 5-1 所示，統計結果說明如下：

- (1) **性別**：有效樣本之「男性」為 16 人，「女性」為 16 人，百分比各為 50%。
- (2) **年齡**：有效樣本之「年齡」區分為 3 個群集，「24 歲以下」為 8 人、「25~44 歲」為 12 人、「45~64 歲」為 12 人。
- (3) **平均月收入**：有效樣本原先之「平均月收入」區分為 6 個群集，但由於回收的樣本中，月薪 3 萬至 5 萬、5 萬至 7 萬以及 7 萬以上的群族較為離散，因此本研究將之歸納縮減為 3 個群集：第一群為「3 萬以下」，共 14 人；第二群為「3~5 萬」，共 10 人；第三群為「5 萬以上」，共 8 人。
- (4) **信仰狀況**：有效樣本原先之「信仰狀況」區分為 12 個群集，但由於本次回收的樣本之中於信仰狀況並無明顯的區分，受測者在道教與佛教常出現複選的狀況，沒有一個很明顯的分界，在信仰狀況項目的調查上較為複雜，因此本研究

將信仰狀況重新區分為 2 群，以區分有、無信仰：「有信仰」共為 27 人，「無信仰」共為 5 人。

(5) **教育程度**：有效樣本原先之「教育程度」區分為 7 個群集，但由於回收的樣本中，「國小、國中、高中及專科」項目中的樣本較為離散，因此本研究將上述區間合併為一個群集。本次蒐集的樣本中並無「博士學位」的樣本，因此重新歸納的教育程度共為 3 個群集：第一群「專科以下」，共為 10 人；第二群「大學」，共為 14 人；第三群「碩士以上」，共為 8 人。

(6) **涉入程度**：問卷階段之涉入程度題項共為 10 題，每題為 7 點評量尺度，因此單一位受測樣本的加總分數區間為 10 至 70 分。回收問卷統計當中，最低加總為 23 分、最高加總為 61 分；本研究設定前 67% 為高涉入族群，後 33% 為低涉入族群進行分類：結果高涉入族群為加總分數 48.46 以上之樣本共為 11 人，低涉入族群為加總分數 35.54 以下之樣本共為 6 人。

表 5-1 人口樣本分佈

	項目	人數	百分比%
性別	男性	16	50%
	女性	16	50%
年齡	24 歲以下	8	25%
	25~44 歲	12	37.5%
	45~64 歲	12	37.5%
平均月收入	\$30,000 以下	14	43.8%
	\$30,000~\$50,000	10	31.3%
	\$50,000 以上	8	25%
信仰狀況	有信仰	27	84%
	無信仰	5	15.6%
教育程度	專科以下	10	31.2%
	大學	14	43.8%
	碩士以上	8	25%
涉入程度	高涉入	11	34.4%
	中涉入	15	46.9%
	低涉入	6	18.8%

## 5-2 消費者評量「中位禪風風格」集群結果

經由第一階段的「專家訪談」已得知 6 項禪風風格，經過第二階段的「消費者問卷調查」之後，由本階段執行群集分析，以觀察「消費者」對「6 項禪風風格」的評分進行分群，檢視「6 項禪風風格」是否有相似處，並期望可以重新歸納相似的群集。

本步驟將「6 項禪風風格」中單獨 1 項風格的 13 題造型情感評分之加總作為觀察值，採用的群集分析方法為「最近鄰法」，範圍最小設定為 2 群，最多為 5 群，集群步驟如下：

### 5-2-1 「中位禪風風格」格集群分析結果

集群分析的分群狀況可於下圖 5-1 的樹狀圖得知：由 Case 10 觀察可區分為 2 個集群；由 Case 5 觀察可區分為 3 個集群；由 Case 2 的位置可區分為 4 個集群。經本研究整理，共可將集群方式區分為二群、三群、四群與原始資料六群等 4 個分群，如表 5-3 所示。

最佳分群的決定，可由集群的凝聚過程判定，如果凝聚係數急速上升，即可獲得最佳集群個數，如表 5-2 所示。但由於過去研究中指出凝聚係數只可作為一參考依據，最佳分群還是可依照質性狀況調整，若單依凝聚係數的結果決定分群並不夠客觀，因此本研究進一步針對本階段所歸納 4 個分群歸納執行「單因子重複量測變異數分析」，檢視群組間是否具同質性，若符合同質性，可以解讀為風格之間感覺相似，因此可以合併風格以決定最佳的集群。

表 5-2 消費者「中位禪風風格」集群凝聚係數

階層	群數	凝聚係數	遞增量
1	5	652.000	
2	4	674.000	22.000
3	3	732.000	58.000
4	2	889.000	157.000
5	1	1390.000	501.000

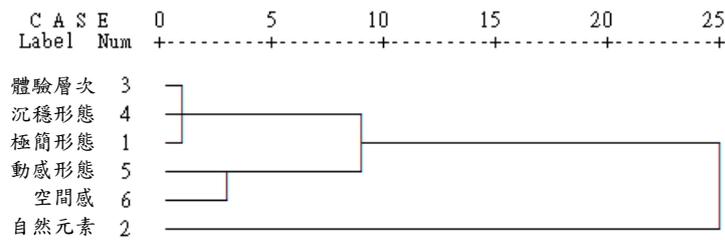


圖 5-1 消費者「中位禪風風格」集群關聯樹狀圖

表 5-3 消費者「禪風風格」分群對照表

「中位禪風風格」集群分析分群狀況			
二群	三群	四群	六群
1 (二) 自然元素	(一) 極簡形態	(一) 極簡形態	1 (一) 極簡形態
	1 (三) 體驗層次	1 (三) 體驗層次	2 (二) 自然元素
	(四) 沉穩形態	(四) 沉穩形態	3 (三) 體驗層次
2 (四) 沉穩形態	2 (二) 自然元素	2 (二) 自然元素	4 (四) 沉穩形態
	(五) 動感形態	3 (五) 動感形態	5 (五) 動感形態
	3 (六) 空間感	4 (六) 空間感	6 (六) 空間感

## 5-2-2 決定最佳集群個數：單因子重複量測變異數分析

透過集群分析可將消費者對「中位禪風風格」的評分區分為 4 個集群個數，本步驟將透過 SPSS 統計軟體的「一般線性模式」中「重複量數」，個別對 4 集群個數進行「單因子重複量測變異數分析」，以決定最佳集群個數，結果如「表 5-4 中位禪風風格重複量測變異數分析」所示。

由 Mauchly 球形檢定結果，發現「四群集群」顯示  $p=0.292$ ，符合球形假設，顯示四群的分群之間群組的同質性較好，但  $F(3,29)=2.231$   $P=0.90>0.05$ ，顯示為不顯著，需要進一步檢視模型。「六群集群」顯示  $p=0.000$ ，顯示分群之間群組的同質性較不顯著，但  $F(5,27)=2.496$   $P=0.033<0.05$ ，有顯著差異。

由於「四群集群」F 值為 2.231，接近顯著值，因此本研究將以「四群」與「六群」做進一步 LSD(Least Significance Difference Test)檢定，比較與了解群組間差異。

表 5-4 「中位禪風風格」重複量測變異數分析

	多變量檢定		Mauchly 球形 檢定顯著性	受試者內效應項-假設為球形	
	假設自由度	誤差自由度		F 檢定	顯著性
二群	1.000	31.000	-	0.967	0.333
三群	2.000	30.000	0.000**	0.354	0.703
四群	3.000	29.000	<b>0.292</b>	2.231	0.90
六群	5.000	27.000	<b>0.000**</b>	2.496	<b>0.033*</b>

\* $<0.05$ ；\*\* $<0.01$

經由「單因子重複量測變異數分析」初步的「Mauchly 球形檢定」可得知四群有可能是「最佳分群」，在進行「成對比較」之前須將詞彙合併。本研究將「極簡形態」、「體驗層次」與「沉穩形態」等三群合併，並給予新的命名為「簡約抽象形態」；與「自然元素」、「動感形態」、「空間感」並列為 4 個「中位禪風風格」，如下圖 5-2 所示。

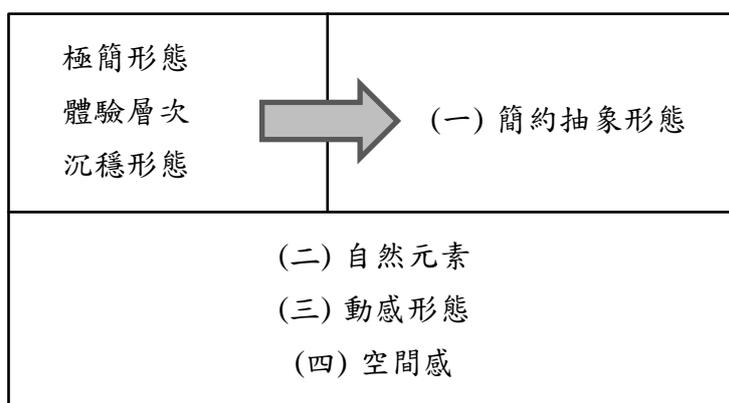


圖 5-2 「四群」禪風風格合併結果

經由表 5-5 所示「四群集群」中的「簡約抽象形態」、「動感形態」與「空間感」的平均數差異檢定中顯示為顯著，P 值皆為  $0.026 < 0.05$ ；但「動感形態」與「空間感」之間並無顯著性；「自然元素」與其它 3 組皆無顯著性。

表 5-6 所示「六群集群」中的「極簡形態」比對「自然元素」、「動感形態」與「空間感」等 3 群的平均數差異檢定中顯示為顯著，分別為  $P=0.017 < 0.05$ 、 $P=0.005 < 0.001$ 、 $P=0.009 < 0.001$ ；但「自然元素」、「動感形態」及「空間感」等 3 群之間並無顯著性；「體驗層次」、「沉穩形態」與其它 4 組皆無顯著性。

經由以上檢定結果，集群分析的凝聚係數顯示最高遞增量出現在「二群」，而單因子重複量測變異數分析之中，顯示「四群」之間群組的同質性較好，最後經由 LSD 檢定顯示「六群」之中的顯著性更優於「四群」。因此本研究選擇維持原先的「六群」作為最佳分群，代表由「禪風設計專家」所歸納的 6 項「中位禪風設計風格」確實具有代表性。

表 5-5 四群「中位禪風風格」成對比較平均數差異

因子(I)	因子(J)	平均數差異(I-J)	標準誤	顯著性
(一) 簡約抽象形態 (平均數:69.510)	(二) 自然元素	1.760	1.072	0.111
	(三) 動感形態	2.510	1.077	<b>0.026*</b>
	(四) 空間感	2.260	0.966	<b>0.026*</b>
(二) 自然元素 (平均數:67.750)	(一) 簡約抽象形態	-1.760	1.072	0.111
	(三) 動感形態	0.750	1.233	0.547
	(四) 空間感	0.500	1.180	0.675
(三) 動感形態 (平均數:67.000)	(一) 簡約抽象形態	-2.510	1.077	<b>0.026*</b>
	(二) 自然元素	-0.750	1.233	0.547
	(四) 空間感	-0.250	0.858	0.773
(四) 空間感 (平均數:67.250)	(一) 簡約抽象形態	-2.260	0.966	<b>0.026*</b>
	(二) 自然元素	-0.500	1.180	0.675
	(三) 動感形態	0.250	0.858	0.773

\*<0.05 ; \*\*<0.01

表 5-6 六群「中位禪風風格」成對比較平均數差異

因子(I)	因子(J)	平均數差異(I-J)	標準誤	顯著性
(一) 極簡形態 (平均數:70.594)	(二) 自然元素	2.844	1.123	<b>0.017*</b>
	(三) 體驗層次	1.750	0.951	0.075
	(四) 沉穩形態	-0.063	1.731	0.971
	(五) 動感形態	3.594	1.201	<b>0.005**</b>
	(六) 空間感	3.344	1.205	<b>0.009**</b>
(二) 自然元素 (平均數:67.570)	(一) 極簡形態	-2.844	1.123	<b>0.017*</b>
	(三) 體驗層次	-1.094	1.241	0.385
	(四) 沉穩形態	-2.906	2.093	0.175
	(五) 動感形態	0.750	1.233	0.547
	(六) 空間感	0.500	1.180	0.675
(三) 體驗層次 (平均數:68.884)	(一) 極簡形態	-1.750	0.951	0.075
	(二) 自然元素	1.094	1.241	0.385
	(四) 沉穩形態	1.813	2.020	0.376
	(五) 動感形態	1.844	1.306	0.168
	(六) 空間感	1.594	1.132	0.169
(四) 沉穩形態 (平均數:70.656)	(一) 極簡形態	0.063	1.731	0.971
	(二) 自然元素	2.906	2.093	0.175
	(三) 體驗層次	1.813	2.020	0.376
	(五) 動感形態	3.656	1.868	0.059
	(六) 空間感	3.406	1.962	0.092
(五) 動感形態 (平均數:67.000)	(一) 極簡形態	-3.594	1.201	<b>0.005**</b>
	(二) 自然元素	-0.750	1.233	0.547
	(三) 體驗層次	-1.844	1.306	0.168
	(四) 沉穩形態	-3.656	1.868	0.059
	(六) 空間感	-0.250	0.858	0.773
(六) 空間感 (平均數:67.250)	(一) 極簡形態	-3.344	1.205	<b>0.009**</b>
	(二) 自然元素	-0.500	1.180	0.675
	(三) 體驗層次	-1.594	1.132	0.169
	(四) 沉穩形態	-3.406	1.962	0.092
	(五) 動感形態	0.250	0.858	0.773

\*<0.05 ; \*\*<0.01

### 5-3 「極簡形態」上位禪風造形情感集群結果

由上述步驟獲得最佳分群後，本階段針對 6 項「中位禪風風格」實施消費者問卷「上位禪風造形情感」問項的集群分析。本階段的目的是透過集群分析與單因子重複量測變異數分析法，將 13 項較為同質性的「上位禪風造形情感」歸類，之後取平均分數較高的集群，定義為較高相關；並捨棄平均分數較低的集群，表示關聯性較低、較為不直接影響的要素。以上的結果，可提供工業設計師了解禪風設計中，有哪些項目影響禪風風格的情感因素，於進行禪風設計時作為有效的參考。

#### 5-3-1 「極簡形態」的上位禪風造形情感集群分析結果

集群分析的凝聚過程由下圖 5-3 的樹狀圖可得知：由 Case 2 觀察可區分為 12 個集群；由 Case 4 觀察可區分為 11 個集群；由 Case 6 的位置可區分為 9 個集群；由 Case 7 的位置可區分為 8 個集群；由 Case 8 的位置可區分為 5 個集群；由 Case 11 的位置可區分為 4 個集群；由 Case 16 的位置可區分為 3 個集群；由 Case 20 的位置可區分為 2 個集群。經本研究整理，共可將集群方式區分為 9 個分群，如表 5-8 所示。

本階段可獲得表 5-7 「極簡形態」的上位禪風造形情感集群凝聚係數，以及集群分析所歸類的分群，本研究將進一步進行「單因子重複量測變異數分析」以交互比對決定出最佳分群，分析結果如下所示：

表 5-7 「極簡形態」的上位禪風造形情感集群凝聚係數

階層	群數	凝聚係數	遞增量
1	12	19.000	
2	11	24.000	5.000
3	10	30.000	6.000
4	9	30.000	0.000
5	8	31.000	1.000
6	7	33.000	2.000
7	6	34.000	1.000
8	5	34.000	0.000
9	4	41.000	7.000
10	3	50.000	9.000
11	2	56.000	6.000
12	1	74.000	18.000

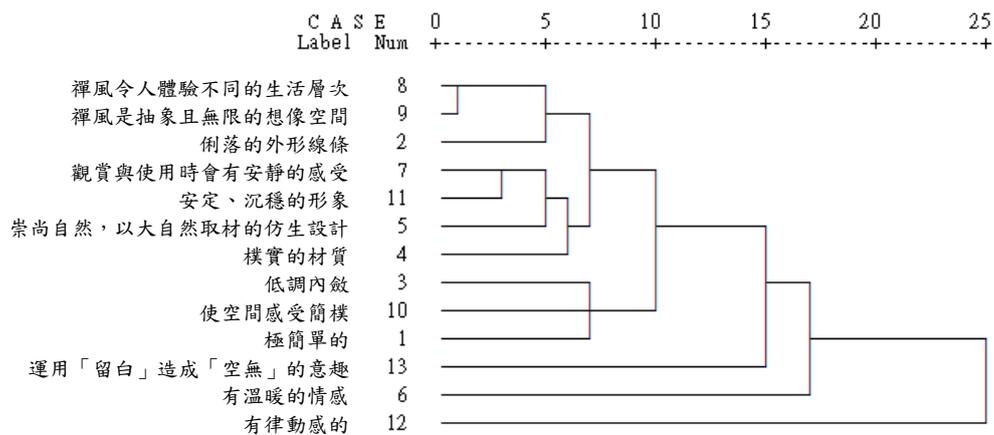


圖 5-3 「極簡形態」的上位禪風造形情感集群關聯樹狀圖

表 5-8 消費者「極簡形態」分群對照表

上位禪風造形情感代號														
2 群	<sup>(1)</sup> 8、9、2、7、11、5、4、3、10、1、13、6											<sup>(2)</sup> 12		
3 群	<sup>(1)</sup> 8、9、2、7、11、5、4、3、10、1、13											<sup>(2)</sup> 6	<sup>(3)</sup> 12	
4 群	<sup>(1)</sup> 8、9、2、7、11、5、4、3、10、1											<sup>(2)</sup> 13	<sup>(3)</sup> 6	<sup>(4)</sup> 12
5 群	<sup>(1)</sup> 8、9、2、7、11、5、4					<sup>(2)</sup> 3、10、1			<sup>(3)</sup> 13	<sup>(4)</sup> 6	<sup>(5)</sup> 12			
8 群	<sup>(1)</sup> 8、9、2	<sup>(2)</sup> 7、11、5、4				<sup>(3)</sup> 3	<sup>(4)</sup> 10	<sup>(5)</sup> 1	<sup>(6)</sup> 13	<sup>(7)</sup> 6	<sup>(8)</sup> 12			
9 群	<sup>(1)</sup> 8、9、2	<sup>(2)</sup> 7、11、5			<sup>(3)</sup> 4	<sup>(4)</sup> 3	<sup>(5)</sup> 10	<sup>(6)</sup> 1	<sup>(7)</sup> 13	<sup>(8)</sup> 6	<sup>(9)</sup> 12			
11 群	<sup>(1)</sup> 8、9	<sup>(2)</sup> 2	<sup>(3)</sup> 7、11	<sup>(4)</sup> 5	<sup>(5)</sup> 4	<sup>(6)</sup> 3	<sup>(7)</sup> 10	<sup>(8)</sup> 1	<sup>(9)</sup> 13	<sup>(10)</sup> 6	<sup>(11)</sup> 12			
12 群	<sup>(1)</sup> 8、9	<sup>(2)</sup> 2	<sup>(3)</sup> 7	<sup>(4)</sup> 11	<sup>(5)</sup> 5	<sup>(6)</sup> 4	<sup>(7)</sup> 3	<sup>(8)</sup> 10	<sup>(9)</sup> 1	<sup>(10)</sup> 13	<sup>(11)</sup> 6	<sup>(12)</sup> 12		
13 群	<sup>(1)</sup> 8	<sup>(2)</sup> 9	<sup>(3)</sup> 2	<sup>(4)</sup> 7	<sup>(5)</sup> 11	<sup>(6)</sup> 5	<sup>(7)</sup> 4	<sup>(8)</sup> 3	<sup>(9)</sup> 10	<sup>(10)</sup> 1	<sup>(11)</sup> 13	<sup>(12)</sup> 6	<sup>(13)</sup> 12	

註：()內容為分群編號。

**代表編號說明：**

- |                     |                     |
|---------------------|---------------------|
| 1.極簡單的。             | 7.觀賞與使用時會有安靜的感受。    |
| 2.俐落的外形線條。          | 8.禪風令人體驗不同的生活層次。    |
| 3.低調內斂。             | 9.禪風是抽象且無限的想像空間。    |
| 4.樸實的材質。            | 10.使空間感受簡樸。         |
| 5.崇尚自然，以大自然取材的仿生設計。 | 11.安定、沉穩的形象。        |
| 6.有溫暖的情感。           | 12.有律動感的。           |
|                     | 13.運用「留白」造成「空無」的意趣。 |

### 5-3-2 決定「極簡形態」最佳集群個數

經由集群分析可以將「極簡形態」分為 9 個分群，本階段接續進行「單因子重複量測變異數分析」以交互比對決定出最佳分群。由下表 5-9 可得知：「3 群」的 Mauchly 球形檢定結果顯示  $p=0.320>0.05$ ，符合球形假設， $F(2,30)=6.493$   $P=0.003<0.05$  有顯著差異。

經由「單因子重複量測變異數分析」階段檢定，以「3 群」為最佳，再由集群分析表 5-7 的凝聚係數顯示，最高遞增量「9.000」出現在「3 群」，因此本階段定義「3 群」為最佳分群。

表 5-9 「極簡形態」的上位禪風造形情感重複量測變異數分析

	多變量檢定		Mauchly 球形 檢定顯著性	受試者內效應項-假設為球形	
	假設自由度	誤差自由度		F 檢定	顯著性
2 群	1.000	31.000	-	11.104	0.002**
3 群	2.000	30.000	<b>0.320</b>	6.493	<b>0.003**</b>
4 群	3.000	29.000	0.001**	4.563	0.005**
5 群	4.000	28.000	0.001**	4.611	0.002**
8 群	7.000	25.000	0.000**	4.114	0.000**
9 群	8.000	24.000	0.000**	4.081	0.000**
11 群	10.000	22.000	0.000**	4.206	0.000**
12 群	11.000	21.000	0.000**	4.216	0.000**
13 群	12.000	20.000	0.000**	4.072	0.000**

\* $<0.05$ ；\*\* $<0.01$

### 5-3-3 「極簡形態」最佳分群結果

極簡形態結果以「3群」為最佳分群，依照下圖 5-4 的剖面圖可得知集群編號 (1) 的平均數 5.526 高於其它 2 個集群，因此本階段保留集群編號(1)，並定義為與極簡形態最為「高關聯」；捨棄集群編號(2)、(3)，並定義為與極簡形態「低關聯」。關聯程度依照平均數高低排列，如下表 5-10 所示。

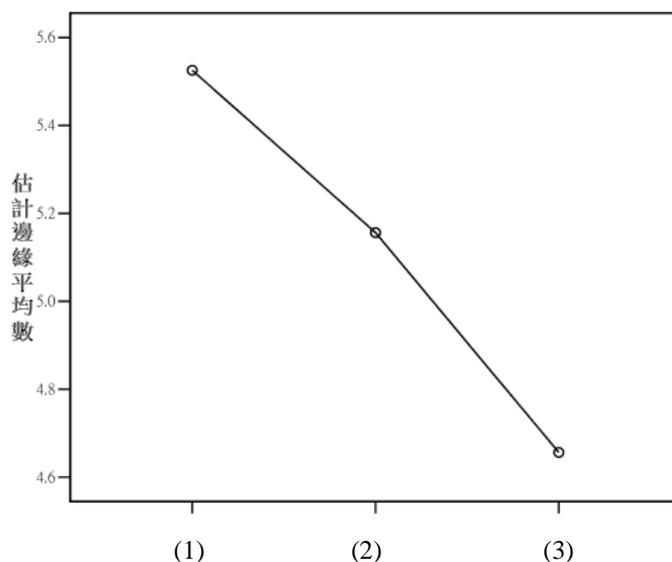


圖 5-4 「極簡形態」單因子重複量測變異數分析剖面圖

表 5-10 影響「極簡形態」的造形情感分類結果

定義	集群編號	上位禪風造形情感	平均數	總平均		
保留要素	(1)	2. 俐落的外形線條	5.844	5.526		
		7. 觀賞與使用時會有安靜的感受	5.781			
		9. 禪風是抽象且無限的想像空間	5.688			
		11. 安定、沉穩的形象	5.656			
		8. 禪風令人體驗不同的生活層次	5.594			
		5. 崇尚自然，以大自然取材的仿生設計	5.594			
		4. 樸實的材質	5.563			
		3. 低調內斂	5.531			
		1. 極簡單的	5.344			
		10. 使空間感受簡樸	5.188			
		13. 運用「留白」造成「空無」的意趣	5.000			
		捨棄要素	(2)		6. 有溫暖的情感	5.156
					(3)	12. 有律動感的

## 5-4 「自然元素」上位禪風造形情感集群結果

### 5-4-1 「自然元素」的上位禪風造形情感集群分析結果

集群分析的凝聚過程由下圖 5-5 的樹狀圖可得知：由 Case 2 觀察可區分為 12 個集群；由 Case 7 觀察可區分為 10 個集群；由 Case 9 的位置可區分為 8 個集群；由 Case 13 的位置可區分為 7 個集群；由 Case 14 的位置可區分為 6 個集群；由 Case 16 的位置可區分為 4 個集群；由 Case 20 的位置可區分為 3 個集群；由 Case 24 的位置可區分為 2 個集群。經本研究整理，共可將集群方式區分為 9 個分群，如下表 5-12 所示。

本階段可獲得表 5-11 「自然元素」的上位禪風造形情感集群凝聚係數，以及集群分析所歸類的分群，本研究將深入探討「單因子重複量測變異數分析」以交互比對決定出最佳分群，分析結果如下所示：

表 5-11 「自然元素」的上位禪風造形情感集群凝聚係數

階層	群數	凝聚係數	遞增量
1	12	15.000	
2	11	23.000	8.000
3	10	23.000	0.000
4	9	24.000	1.000
5	8	25.000	1.000
6	7	30.000	5.000
7	6	31.000	1.000
8	5	34.000	3.000
9	4	34.000	0.000
10	3	35.000	1.000
11	2	43.000	8.000
12	1	47.000	4.000

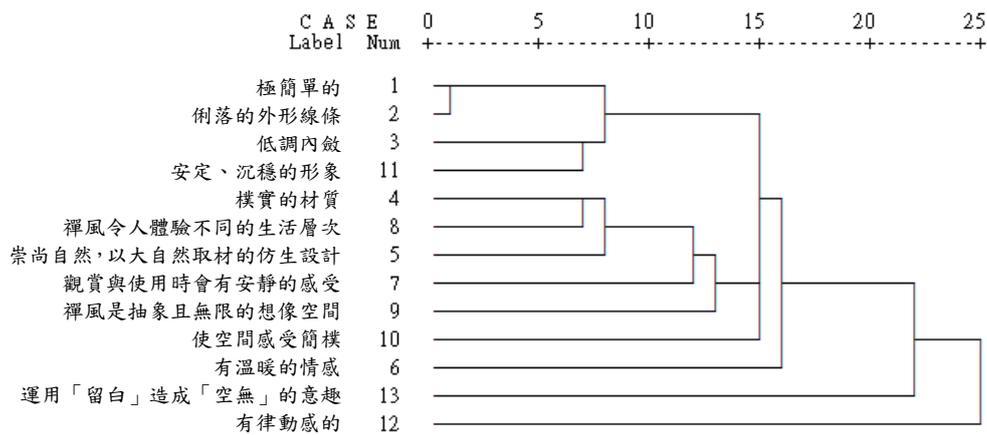


圖 5-5 「自然元素」的上位禪風造形情感集群關聯樹狀圖

表 5-12 消費者「自然元素」分群對照表

上位禪風造形情感代號																								
2 群	<sup>(1)</sup> 1、2、3、11、4、8、5、7、9、10、6、13										<sup>(2)</sup> 12													
3 群	<sup>(1)</sup> 1、2、3、11、4、8、5、7、9、10、6									<sup>(2)</sup> 13		<sup>(3)</sup> 12												
4 群	<sup>(1)</sup> 1、2、3、11、4、8、5、7、9、10								<sup>(2)</sup> 6		<sup>(3)</sup> 13		<sup>(4)</sup> 12											
6 群	<sup>(1)</sup> 1、2、3、11			<sup>(2)</sup> 4、8、5、7、9				<sup>(3)</sup> 10		<sup>(4)</sup> 6		<sup>(5)</sup> 13		<sup>(6)</sup> 12										
7 群	<sup>(1)</sup> 1、2、3、11			<sup>(2)</sup> 4、8、5、7			<sup>(3)</sup> 9		<sup>(4)</sup> 10		<sup>(5)</sup> 6		<sup>(6)</sup> 13		<sup>(7)</sup> 12									
8 群	<sup>(1)</sup> 1、2、3、11			<sup>(2)</sup> 4、8、5		<sup>(3)</sup> 7		<sup>(4)</sup> 9		<sup>(5)</sup> 10		<sup>(6)</sup> 6		<sup>(7)</sup> 13		<sup>(8)</sup> 12								
10 群	<sup>(1)</sup> 1、2		<sup>(2)</sup> 3、11		<sup>(3)</sup> 4、8		<sup>(4)</sup> 5		<sup>(5)</sup> 7		<sup>(6)</sup> 9		<sup>(7)</sup> 10		<sup>(8)</sup> 6		<sup>(9)</sup> 13		<sup>(10)</sup> 12					
12 群	<sup>(1)</sup> 1、2		<sup>(2)</sup> 3		<sup>(3)</sup> 11		<sup>(4)</sup> 4		<sup>(5)</sup> 8		<sup>(6)</sup> 5		<sup>(7)</sup> 7		<sup>(8)</sup> 9		<sup>(9)</sup> 10		<sup>(10)</sup> 6		<sup>(11)</sup> 13		<sup>(12)</sup> 12	
13 群	<sup>(1)</sup> 1	<sup>(2)</sup> 2	<sup>(3)</sup> 3	<sup>(4)</sup> 11	<sup>(5)</sup> 4	<sup>(6)</sup> 8	<sup>(7)</sup> 5	<sup>(8)</sup> 7	<sup>(9)</sup> 9	<sup>(10)</sup> 10	<sup>(11)</sup> 6	<sup>(12)</sup> 13	<sup>(13)</sup> 12											

註：( )內容為分群編號。

**代表編號說明：**

- 1.極簡單的。
- 2.俐落的外形線條。
- 3.低調內斂。
- 4.樸實的材質。
- 5.崇尚自然，以大自然取材的仿生設計。
- 6.有溫暖的情感。

- 7.觀賞與使用時會有安靜的感受。
- 8.禪風令人體驗不同的生活層次。
- 9.禪風是抽象且無限的想像空間。
- 10.使空間感受簡樸。
- 11.安定、沉穩的形象。
- 12.有律動感的。
- 13.運用「留白」造成「空無」的意趣。

### 5-4-2 決定「自然元素」最佳集群個數

經由集群分析可以將「自然元素」分為 9 個分群，本階段接續進行「單因子重複量測變異數分析」以交互比對決定出最佳分群。由下表 5-13 可得知：「3 群」的 Mauchly 球形檢定結果顯示  $p=0.792>0.05$ ，符合球形假設， $F(2,30)=7.115$   $P=0.002<0.05$  有顯著差異；「4 群」的 Mauchly 球形檢定結果顯示  $p=0.381>0.05$ ，符合球形假設， $F(3,29)=5.384$   $P=0.002<0.05$  有顯著差異。由於「3 群」與「4 群」皆有顯著差異，因此由表 5-11 凝聚係數檢定，「4 群」與「3 群」之中，於「3 群」出現最大遞增量「1.000」，因此本階段定義「3 群」為最佳分群。

表 5-13 「自然元素」的上位禪風造形情感重複量測變異數分析

	多變量檢定		Mauchly 球形	受試者內效應項-假設為球形	
	假設自由度	誤差自由度	檢定顯著性	F 檢定	顯著性
2 群	1.000	31.000	-	13.088	0.001**
3 群	2.000	30.000	<b>0.792</b>	7.115	<b>0.002**</b>
4 群	3.000	29.000	0.381	5.384	0.002**
6 群	5.000	27.000	0.044*	5.470	0.000**
7 群	6.000	26.000	0.018*	5.631	0.000**
8 群	7.000	25.000	0.012*	5.569	0.000**
10 群	9.000	23.000	0.000**	6.966	0.000**
12 群	11.000	21.000	0.000**	6.392	0.000**
13 群	12.000	20.000	0.000**	6.303	0.000**

\* $<0.05$ ；\*\* $<0.01$

### 5-4-3 「自然元素」最佳分群結果

自然元素結果以「3群」為最佳分群，依照下圖 5-6 的剖面圖可得知集群編號 (1) 的平均數 5.287 高於其它 2 個集群，因此本階段保留集群編號(1)，並定義為與自然元素最為「高關聯」；捨棄集群編號(2)、(3)，並定義為與自然元素「低關聯」。關聯程度依照平均數高低排列，如下表 5-14 所示。

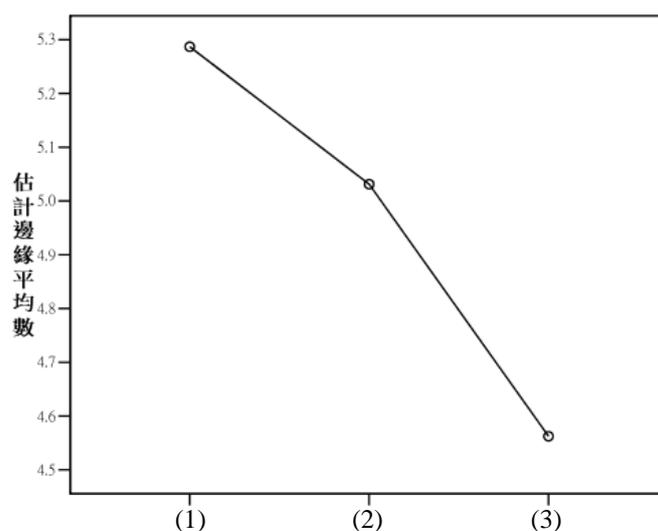


圖 5-6 「自然元素」單因子重複量測變異數分析剖面圖

表 5-14 影響「自然元素」的造形情感分類結果

定義	集群編號	上位禪風造形情感	平均數	總平均
保留要素	(1)	5. 崇尚自然，以大自然取材的仿生設計	5.969	5.287
		8. 禪風令人體驗不同的生活層次	5.625	
		4. 樸實的材質	5.531	
		9. 禪風是抽象且無限的想像空間	5.531	
		7. 觀賞與使用時會有安靜的感受	5.344	
		11. 安定、沉穩的形象	5.219	
		10. 使空間感受簡樸	5.219	
		6. 有溫暖的情感	5.188	
		3. 低調內斂	5.000	
		2. 俐落的外形線條	4.813	
		1. 極簡單的	4.719	
捨棄要素	(2)	13. 運用「留白」造成「空無」的意趣	5.031	
	(3)	12. 有律動感的	4.563	

## 5-5 「體驗層次」上位禪風造形情感集群結果

### 5-5-1 「體驗層次」的上位禪風造形情感集群分析結果

群集分析的凝聚過程由下圖 5-7 的樹狀圖可得知：由 Case 2 觀察可區分為 12 個集群；由 Case 4 觀察可區分為 10 個集群；由 Case 7 的位置可區分為 8 個集群；由 Case 8 的位置可區分為 7 個集群；由 Case 10 的位置可區分為 5 個集群；由 Case 12 的位置可區分為 4 個集群；由 Case 15 的位置可區分為 3 個集群；由 Case 21 的位置可區分為 2 個集群。經本研究整理，共可將集群方式區分為 9 個分群，如下表 5-16 所示。

本階段可獲得表 5-15 「體驗層次」的上位禪風造形情感集群凝聚係數，以及集群分析所歸類的分群，本研究進一步採用「單因子重複量測變異數分析」以交互比對決定出最佳分群，分析結果如下所示：

表 5-15 「體驗層次」的上位禪風造形情感集群凝聚係數

階層	群數	凝聚係數	遞增量
1	12	15.000	
2	11	20.000	5.000
3	10	21.000	1.000
4	9	28.000	7.000
5	8	28.000	0.000
6	7	31.000	3.000
7	6	32.000	1.000
8	5	32.000	0.000
9	4	40.000	8.000
10	3	41.000	1.000
11	2	63.000	22.000
12	1	73.000	10.000

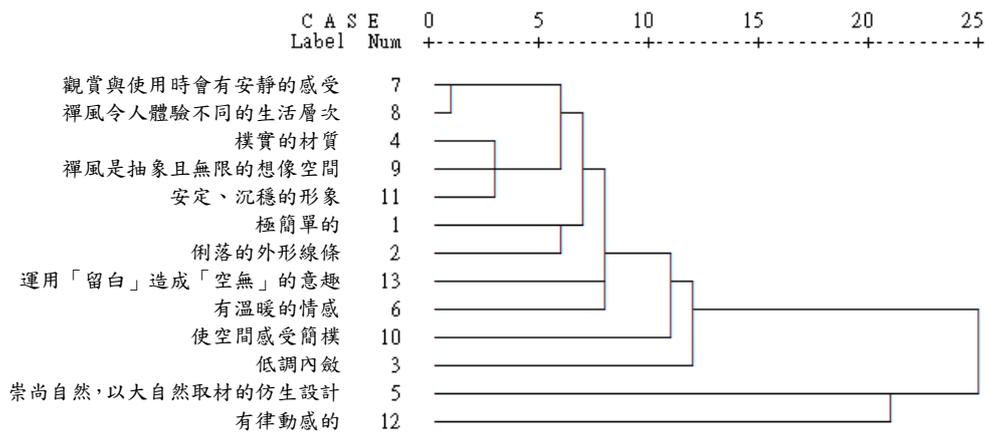


圖 5-7 「體驗層次」的上位禪風造形情感集群關聯樹狀圖

表 5-16 消費者「體驗層次」分群對照表

上位禪風造形情感代號	
2 群	( <sup>1</sup> )7、8、4、9、11、1、2、13、6、10、3 ( <sup>2</sup> )5、12
3 群	( <sup>1</sup> )7、8、4、9、11、1、2、13、6、10、3 ( <sup>2</sup> )5 ( <sup>3</sup> )12
4 群	( <sup>1</sup> )7、8、4、9、11、1、2、13、6、10 ( <sup>2</sup> )3 ( <sup>3</sup> )5 ( <sup>4</sup> )12
5 群	( <sup>1</sup> )7、8、4、9、11、1、2、13、6 ( <sup>2</sup> )10 ( <sup>3</sup> )3 ( <sup>4</sup> )5 ( <sup>5</sup> )12
7 群	( <sup>1</sup> )7、8、4、9、11、1、2 ( <sup>2</sup> )13 ( <sup>3</sup> )6 ( <sup>4</sup> )10 ( <sup>5</sup> )3 ( <sup>6</sup> )5 ( <sup>7</sup> )12
8 群	( <sup>1</sup> )7、8、4、9、11 ( <sup>2</sup> )1、2 ( <sup>3</sup> )13 ( <sup>4</sup> )6 ( <sup>5</sup> )10 ( <sup>6</sup> )3 ( <sup>7</sup> )5 ( <sup>8</sup> )12
10 群	( <sup>1</sup> )7、8 ( <sup>2</sup> )4、9、11 ( <sup>3</sup> )1 ( <sup>4</sup> )2 ( <sup>5</sup> )13 ( <sup>6</sup> )6 ( <sup>7</sup> )10 ( <sup>8</sup> )3 ( <sup>9</sup> )5 ( <sup>10</sup> )12
12 群	( <sup>1</sup> )7、8 ( <sup>2</sup> )4 ( <sup>3</sup> )9 ( <sup>4</sup> )11 ( <sup>5</sup> )1 ( <sup>6</sup> )2 ( <sup>7</sup> )13 ( <sup>8</sup> )6 ( <sup>9</sup> )10 ( <sup>10</sup> )3 ( <sup>11</sup> )5 ( <sup>12</sup> )12
13 群	( <sup>1</sup> )7 ( <sup>2</sup> )8 ( <sup>3</sup> )4 ( <sup>4</sup> )9 ( <sup>5</sup> )11 ( <sup>6</sup> )1 ( <sup>7</sup> )2 ( <sup>8</sup> )13 ( <sup>9</sup> )6 ( <sup>10</sup> )10 ( <sup>10</sup> )3 ( <sup>12</sup> )5 ( <sup>13</sup> )12

註：( )內容為分群編號。

**代表編號說明：**

1. 極簡單的。

2. 俐落的外形線條。

3. 低調內斂。

4. 樸實的材質。

5. 崇尚自然，以大自然取材的仿生設計。

6. 有溫暖的情感。

7. 觀賞與使用時會有安靜的感受。

8. 禪風令人體驗不同的生活層次。

9. 禪風是抽象且無限的想像空間。

10. 使空間感受簡樸。

11. 安定、沉穩的形象。

12. 有律動感的。

13. 運用「留白」造成「空無」的意趣。

### 5-5-2 決定「體驗層次」最佳集群個數

經由集群分析可以將「體驗層次」分為 9 個分群，本階段接續進行「單因子重複量測變異數分析」以交互比對決定出最佳分群。由下表 5-17 可得知：「3 群」的 Mauchly 球形檢定結果顯示  $p=0.331>0.05$ ，符合球形假設； $F(2,30)=18.449$   $P=0.000<0.01$  有顯著差異。

經由「單因子重複量測變異數分析」階段檢定，以「3 群」為最佳，但由集群分析表 5-15 的凝聚係數顯示，最高遞增量「8.000」出現在「4 群」。由於「3 群」與「4 群」在受試者內效應項的 P 值都是相當顯著，因此本階段決定以 Mauchly 球形檢定中顯著性較高的「3 群」定義為最佳分群。

表 5-17 「體驗層次」的上位禪風造形情感重複量測變異數分析

	多變量檢定		Mauchly 球形 檢定顯著性	受試者內效應項-假設為球形	
	假設自由度	誤差自由度		F 檢定	顯著性
2 群	1.000	31.000	-	18.967	0.000**
3 群	2.000	30.000	<b>0.331</b>	18.449	<b>0.000**</b>
4 群	3.000	29.000	0.001*	11.449	0.000**
5 群	4.000	28.000	0.000**	9.854	0.000**
7 群	6.000	26.000	0.000**	9.813	0.000**
8 群	7.000	25.000	0.000**	9.366	0.000**
10 群	9.000	23.000	0.000**	8.587	0.000**
12 群	11.000	21.000	0.000**	8.007	0.000**
13 群	12.000	20.000	0.000**	8.000	0.000**

\* $<0.05$ ；\*\* $<0.01$

### 5-5-3 「體驗層次」最佳分群結果

體驗層次結果以「3群」為最佳分群，依照下圖 5-8 的剖面圖可得知集群編號 (1) 的平均數 5.449 高於其它 2 個集群，因此本階段保留集群編號(1)，並定義為與自然元素最為「高關聯」；捨棄集群編號(2)、(3)，並定義為與自然元素「低關聯」。關聯程度依照平均數高低排列，如下表 5-18 所示。

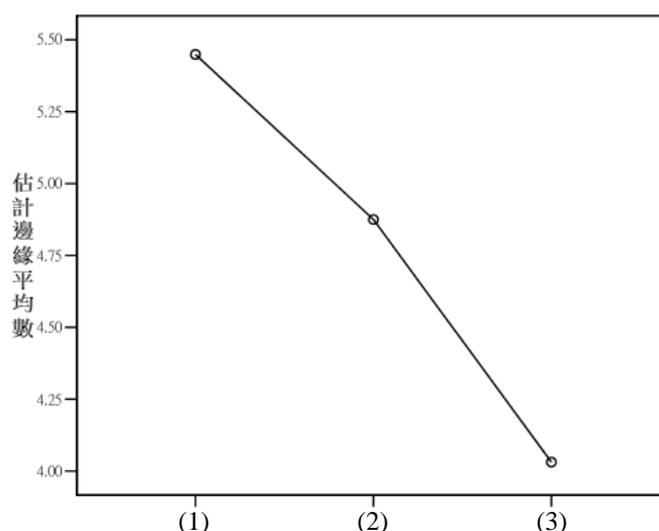


圖 5-8 「體驗層次」單因子重複量測變異數分析剖面圖

表 5-18 影響「體驗層次」的造形情感分類結果

定義	集群編號	上位禪風造形情感	平均數	總平均
保留要素	(1)	8. 禪風令人體驗不同的生活層次	5.750	5.449
		6. 有溫暖的情感	5.750	
		7. 觀賞與使用時會有安靜的感受	5.656	
		11. 安定、沉穩的形象	5.531	
		10. 使空間感受簡樸	5.531	
		4. 樸實的材質	5.500	
		9. 禪風是抽象且無限的想像空間	5.500	
		1. 極簡單的	5.343	
		2. 俐落的外形線條	5.219	
		3. 低調內斂	5.125	
		13. 運用「留白」造成「空無」的意趣	5.031	
捨棄要素	(2)	5. 崇尚自然，以大自然取材的仿生設計	4.875	
	(3)	12. 有律動感的	4.031	

## 5-6 「沉穩形態」上位禪風造形情感集群結果

### 5-6-1 「沉穩形態」的上位禪風造形情感集群分析結果

集群分析的凝聚過程由下圖 5-9 的樹狀圖可得知：由 Case 2 觀察可區分為 12 個集群；由 Case 3 觀察可區分為 11 個集群；由 Case 4 的位置可區分為 9 個集群；由 Case 5 的位置可區分為 7 個集群；由 Case 7 的位置可區分為 6 個集群；由 Case 10 的位置可區分為 5 個集群；由 Case 13 的位置可區分為 4 個集群；由 Case 15 的位置可區分為 3 個集群；由 Case 20 的位置可區分為 2 個集群。經本研究整理，共可將集群方式區分為 10 個分群，如下表 5-20 所示。

本階段可獲得表 5-19 「沉穩形態」的上位禪風造形情感集群凝聚係數，以及集群分析所歸類的分群，本研究將進一步採「單因子重複量測變異數分析」以交互比對決定出最佳分群，分析結果如下所示：

表 5-19 「沉穩形態」的上位禪風造形情感集群凝聚係數

階層	群數	凝聚係數	遞增量
1	12	20.000	
2	11	22.000	2.000
3	10	25.000	3.000
4	9	25.000	0.000
5	8	26.000	1.000
6	7	27.000	1.000
7	6	31.000	4.000
8	5	34.000	3.000
9	4	40.000	6.000
10	3	43.000	3.000
11	2	50.000	7.000
12	1	65.000	15.000

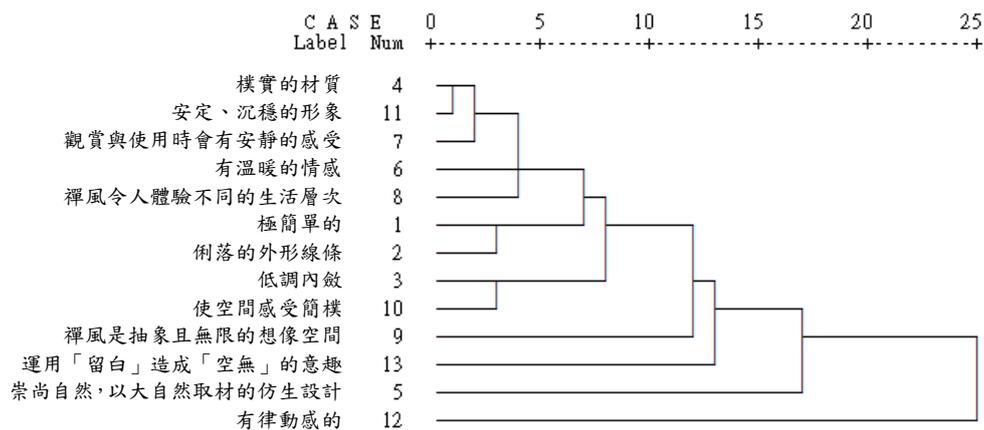


圖 5-9 「沉穩形態」的上位禪風造形情感集群關聯樹狀圖

表 5-20 消費者「沉穩形態」分群對照表

上位禪風造形情感代號	
2 群	(1)4、11、7、6、8、1、2、3、10、9、13、5 (2)12
3 群	4、11、7、6、8、1、2、3、10、9、13 (2)5 (3)12
4 群	(1)4、11、7、6、8、1、2、3、10、9 (2)13 (3)5 (4)12
5 群	(1)4、11、7、6、8、1、2、3、10 (2)9 (3)13 (4)5 (5)12
6 群	(1)4、11、7、6、8、1、2 (2)3、10 (3)9 (4)13 (5)5 (6)12
7 群	(1)4、11、7、6、8 (2)1、2 (3)3、10 (4)9 (5)13 (6)5 (7)12
9 群	(1)4、11、7 (2)6 (3)8 (4)1、2 (5)3、10 (6)9 (7)13 (8)5 (9)12
11 群	(1)4、11、7 (2)6 (3)8 (4)1 (5)2 (6)3 (7)10 (8)9 (9)13 (10)5 (11)12
12 群	(1)4、11 (2)7 (3)6 (4)8 (5)1 (6)2 (7)3 (8)10 (9)9 (10)13 (11)5 (12)12
13 群	(1)4 (2)11 (3)7 (4)6 (5)8 (6)1 (7)2 (8)3 (9)10 (10)9 (11)13 (12)5 (13)12

註：( )內容為分群編號。

**代表編號說明：**

- |                     |                     |
|---------------------|---------------------|
| 1.極簡單的。             | 7.觀賞與使用時會有安靜的感受。    |
| 2.俐落的外形線條。          | 8.禪風令人體驗不同的生活層次。    |
| 3.低調內斂。             | 9.禪風是抽象且無限的想像空間。    |
| 4.樸實的材質。            | 10.使空間感受簡樸。         |
| 5.崇尚自然，以大自然取材的仿生設計。 | 11.安定、沉穩的形象。        |
| 6.有溫暖的情感。           | 12.有律動感的。           |
|                     | 13.運用「留白」造成「空無」的意趣。 |

## 5-6-2 決定「沉穩形態」最佳集群個數

經由集群分析可以將「沉穩形態」分為 10 個分群，本階段接續進行「單因子重複量測變異數分析」以交互比對決定出最佳分群。由下表 5-21 的 Mauchly 球形檢定結果顯示可得知：3 群  $p=0.673>0.05$ 、4 群  $p=0.537>0.05$ 、5 群  $p=0.137>0.05$ ，皆符合球形假設，並且於內效應項的顯著性皆為  $0.000<0.01$  有顯著差異。

在由集群分析表 5-19 的凝聚係數顯示，最高遞增量「6.000」出現在「4 群」；「4 群」於本階段檢定  $F(3,29)=9.891$   $P=0.000<0.01$  有顯著差異。因此本階段定義「4 群」為最佳分群。

表 5-21 「沉穩形態」的上位禪風造形情感重複量測變異數分析

	多變量檢定		Mauchly 球形 檢定顯著性	受試者內效應項-假設為球形	
	假設自由度	誤差自由度		F 檢定	顯著性
2 群	1.000	31.000	-	21.258	0.000**
3 群	2.000	30.000	0.673	12.230	0.000**
4 群	3.000	29.000	<b>0.537</b>	9.891	<b>0.000**</b>
5 群	4.000	28.000	0.137	8.523	0.000**
6 群	5.000	27.000	0.000**	7346	0.000**
7 群	6.000	26.000	0.000**	7.572	0.000**
9 群	8.000	24.000	0.000**	7.809	0.000**
11 群	10.000	22.000	0.000**	6.188	0.000**
12 群	11.000	21.000	0.000**	6.419	0.000**
13 群	12.000	20.000	0.000**	7.031	0.000**

\* $<0.05$ ；\*\* $<0.01$

### 5-6-3 「沉穩形態」最佳分群結果

沉穩形態結果以「4群」為最佳分群，依照下圖 5-10 的剖面圖可得知集群編號(1)的平均數 5.506 高於其它 3 個集群，因此本階段保留集群編號(1)，並定義為與自然元素最為「高關聯」；捨棄集群編號(2)、(3)、(4)，並定義為與自然元素「低關聯」。關聯程度依照平均數高低排列，如下表 5-22 所示。

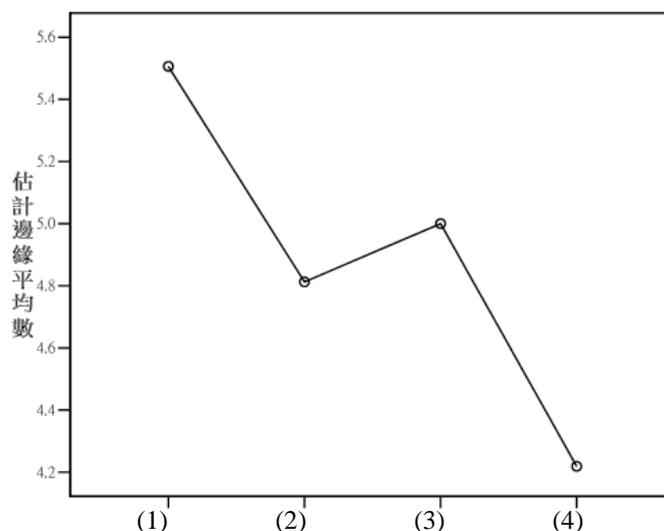


圖 5-10 「沉穩形態」單因子重複量測變異數分析剖面圖

表 5-22 影響「沉穩形態」的造形情感分類結果

定義	集群編號	上位禪風造形情感	平均數	總平均
保留 要素	(1)	4. 樸實的材質	5.938	5.506
		11. 安定、沉穩的形象	5.813	
		7. 觀賞與使用時會有安靜的感受	5.625	
		6. 有溫暖的情感	5.500	
		8. 禪風令人體驗不同的生活層次	5.469	
		1. 極簡單的	5.438	
		2. 俐落的外形線條	5.406	
		3. 低調內斂	5.344	
		10. 使空間感受簡樸	5.313	
		9. 禪風是抽象且無限的想像空間	5.219	
捨棄 要素	(2)	13. 運用「留白」造成「空無」的意趣	4.813	
	(3)	5. 崇尚自然，以大自然取材的仿生設計	5.000	
	(4)	12. 有律動感的	4.219	

## 5-7 「動感形態」上位禪風造形情感集群結果

### 5-7-1 「動感形態」的上位禪風造形情感集群分析結果

集群分析的凝聚過程如下表 5-23 所示，之後由下圖 5-11 的樹狀圖可得知：由 Case 2 觀察可區分為 12 個集群；由 Case 7 觀察可區分為 11 個集群；由 Case 12 的位置可區分為 10 個集群；由 Case 18 的位置可區分為 9 個集群；由 Case 19 的位置可區分為 8 個集群；由 Case 21 的位置可區分為 5 個集群；由 Case 22 的位置可區分為 4 個集群；由 Case 23 的位置可區分為 3 個集群；由 Case 24 的位置可區分為 2 個集群。經本研究整理，共可將集群方式區分為 10 個分群，如下表 5-24 所示。

表 5-23 「動感形態」的上位禪風造形情感集群凝聚係數

階層	群數	凝聚係數	遞增量
1	12	22.000	
2	11	30.000	8.000
3	10	36.000	6.000
4	9	45.000	9.000
5	8	46.000	1.000
6	7	49.000	3.000
7	6	49.000	0.000
8	5	49.000	0.000
9	4	50.000	1.000
10	3	51.000	1.000
11	2	53.000	2.000
12	1	56.000	3.000

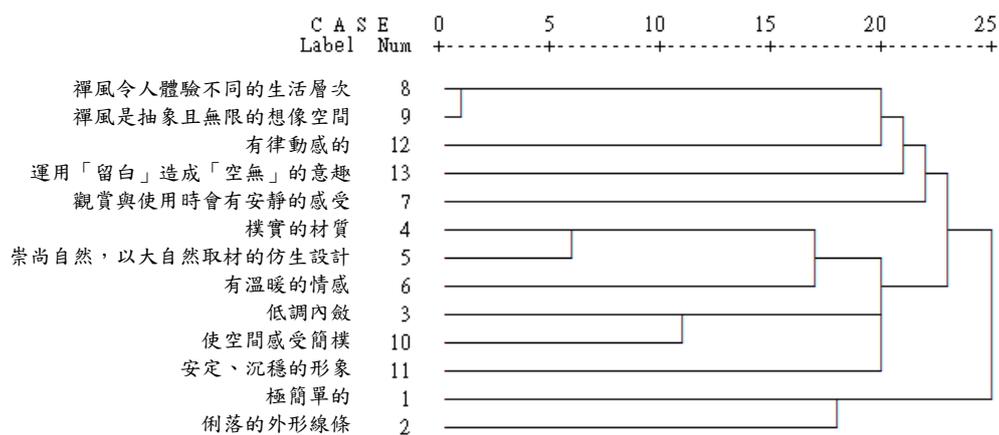


圖 5-11 「動感形態」的上位禪風造形情感集群關聯樹狀圖

表 5-24 消費者「動感形態」分群對照表

上位禪風造形情感代號																								
2 群	<sup>(1)</sup> 8、9、12、13、7、4、5、6、3、10、11										<sup>(2)</sup> 1、2													
3 群	<sup>(1)</sup> 8、9、12、13、7					<sup>(2)</sup> 4、5、6、3、10、11					<sup>(3)</sup> 1、2													
4 群	<sup>(1)</sup> 8、9、12、13			<sup>(2)</sup> 7		<sup>(3)</sup> 4、5、6、3、10、11					<sup>(4)</sup> 1、2													
5 群	<sup>(1)</sup> 8、9、12		<sup>(2)</sup> 13		<sup>(3)</sup> 7		<sup>(4)</sup> 4、5、6、3、10、11					<sup>(5)</sup> 1、2												
8 群	<sup>(1)</sup> 8、9		<sup>(2)</sup> 12		<sup>(3)</sup> 13		<sup>(4)</sup> 7		<sup>(5)</sup> 4、5、6		<sup>(6)</sup> 3、10		<sup>(7)</sup> 11		<sup>(8)</sup> 1、2									
9 群	<sup>(1)</sup> 8、9		<sup>(2)</sup> 12		<sup>(3)</sup> 13		<sup>(4)</sup> 7		<sup>(5)</sup> 4、5、6		<sup>(6)</sup> 3、10		<sup>(7)</sup> 11		<sup>(8)</sup> 1		<sup>(9)</sup> 2							
10 群	<sup>(1)</sup> 8、9		<sup>(2)</sup> 12		<sup>(3)</sup> 13		<sup>(4)</sup> 7		<sup>(5)</sup> 4、5		<sup>(6)</sup> 6		<sup>(7)</sup> 3、10		<sup>(8)</sup> 11		<sup>(9)</sup> 1		<sup>(10)</sup> 2					
11 群	<sup>(1)</sup> 8、9		<sup>(2)</sup> 12		<sup>(3)</sup> 13		<sup>(4)</sup> 7		<sup>(5)</sup> 4、5		<sup>(6)</sup> 6		<sup>(7)</sup> 3		<sup>(8)</sup> 10		<sup>(9)</sup> 11		<sup>(10)</sup> 1		<sup>(11)</sup> 2			
12 群	<sup>(1)</sup> 8、9		<sup>(2)</sup> 12		<sup>(3)</sup> 13		<sup>(4)</sup> 7		<sup>(5)</sup> 4		<sup>(6)</sup> 5		<sup>(7)</sup> 6		<sup>(8)</sup> 3		<sup>(9)</sup> 10		<sup>(10)</sup> 11		<sup>(11)</sup> 1		<sup>(12)</sup> 2	
13 群	<sup>(1)</sup> 8	<sup>(2)</sup> 9	<sup>(3)</sup> 12		<sup>(4)</sup> 13		<sup>(5)</sup> 7		<sup>(6)</sup> 4		<sup>(7)</sup> 5		<sup>(8)</sup> 6		<sup>(9)</sup> 3		<sup>(10)</sup> 10		<sup>(11)</sup> 11		<sup>(12)</sup> 1		<sup>(13)</sup> 2	

註：( )內容為分群編號。

**代表編號說明：**

1.極簡單的。

2.俐落的外形線條。

3.低調內斂。

4.樸實的材質。

5.崇尚自然，以大自然取材的仿生設計。

6.有溫暖的情感。

7.觀賞與使用時會有安靜的感受。

8.禪風令人體驗不同的生活層次。

9.禪風是抽象且無限的想像空間。

10.使空間感受簡樸。

11.安定、沉穩的形象。

12.有律動感的。

13.運用「留白」造成「空無」的意趣。

### 5-7-2 決定「動感形態」最佳集群個數

經由集群分析可以將「動感形態」分為 10 個分群，本階段接續進行「單因子重複量測變異數分析」以交互比對決定出最佳分群。由下表 5-25 可所示，10 個分群的 Mauchly 球形檢定結果皆顯示  $p=0.000$ ，不符合球形假設，但於內效應項檢定皆有達到顯著性。在表 5-23 的凝聚係數顯示，最高遞增量「9.000」出現在「9 群」，因此本階段定義「9 群」為最佳分群。

表 5-25 「動感形態」的上位禪風造形情感重複量測變異數分析

	多變量檢定		Mauchly 球形 檢定顯著性	受試者內效應項-假設為球形	
	假設自由度	誤差自由度		F 檢定	顯著性
2 群	1.000	31.000	-	200.257	0.000**
3 群	2.000	30.000	0.000**	175.648	0.000**
4 群	3.000	29.000	0.000**	143.252	0.000**
5 群	4.000	28.000	0.000**	123.135	0.000**
8 群	7.000	25.000	0.000**	79.434	0.000**
9 群	8.000	24.000	<b>0.000**</b>	3.517	<b>0.001**</b>
10 群	9.000	23.000	0.000**	3.325	0.001**
11 群	10.000	22.000	0.000**	3.302	0.000**
12 群	11.000	21.000	0.000**	3.045	0.000**
13 群	12.000	20.000	0.000**	3.172	0.000**

\* $<0.05$  ; \*\* $<0.01$

### 5-7-3 「動感形態」最佳分群結果

動感形態結果以「9群」為最佳分群，依照下圖 5-12 的剖面圖，本階段以平均數區間中間值 5.125 以上的群集定義為「高關聯」，分別為：集群編號(2)、(1)、(9)、(5)、(8)、(3)；捨棄集群編號(4)、(6)、(7)，並定義為「低關聯」。關聯程度依照平均數高低排列，如下表 5-26 所示。

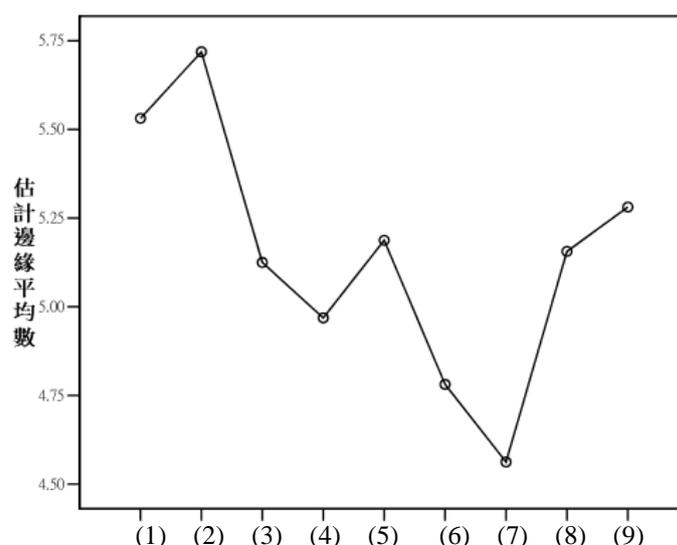


圖 5-12 「動感形態」單因子重複量測變異數分析剖面圖

表 5-26 「動感形態」最佳分群項目表

定義	集群編號	上位禪風造形情感	平均數	總平均
保留要素	(2)	12.有律動感的	5.719	5.531
	(1)	9. 禪風是抽象且無限的想像空間	5.563	
		8. 禪風令人體驗不同的生活層次	5.500	
	(9)	2. 俐落的外形線條	5.281	
	(5)	5. 崇尚自然，以大自然取材的仿生設計	5.344	
		4. 樸實的材質	5.281	
		6. 有溫暖的情感	4.938	
	(8)	1. 極簡單的	5.156	
	(3)	13.運用「留白」造成「空無」的意趣	5.125	
捨棄要素	(4)	7. 觀賞與使用時會有安靜的感受	4.969	
	(6)	3. 低調內斂	4.781	
		10.使空間感受簡樸	4.781	
	(7)	11.安定、沉穩的形象	4.562	

## 5-8 「空間感」上位禪風造形情感集群結果

### 5-8-1 「空間感」的上位禪風造形情感集群分析結果

集群分析的凝聚過程如下表 5-27 所示，之後由下圖 5-13 的樹狀圖可得知：由 Case 2 觀察可區分為 12 個集群；由 Case 4 觀察可區分為 9 個集群；由 Case 6 的位置可區分為 5 個集群；由 Case 11 的位置可區分為 4 個集群；由 Case 16 的位置可區分為 2 個集群；由 Case 20 的位置可區分為 2 個集群。經本研究整理，共可將集群方式區分為 7 個分群，如下表 5-28 所示。

表 5-27 「空間感」的上位禪風造形情感集群凝聚係數

階層	群數	凝聚係數	遞增量
1	12	26.000	
2	11	29.000	3.000
3	10	30.000	1.000
4	9	30.000	0.000
5	8	32.000	2.000
6	7	33.000	1.000
7	6	33.000	0.000
8	5	33.000	0.000
9	4	40.000	7.000
10	3	46.000	6.000
11	2	49.000	3.000
12	1	61.000	12.000

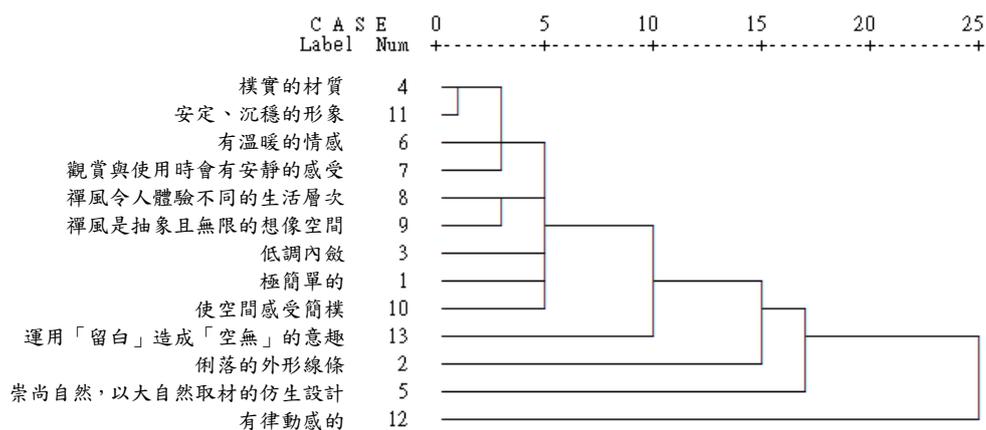


圖 5-13 「空間感」的上位禪風造形情感集群關聯樹狀圖

表 5-28 消費者「空間感」分群對照表

上位禪風造形情感代號	
2 群	<sup>(1)</sup> 4、11、6、7、8、9、3、1、10、13、2、5 <sup>(2)</sup> 12
3 群	<sup>(1)</sup> 4、11、6、7、8、9、3、1、10、13、2 <sup>(2)</sup> 5 <sup>(3)</sup> 12
4 群	<sup>(1)</sup> 4、11、6、7、8、9、3、1、10、13 <sup>(2)</sup> 2 <sup>(3)</sup> 5 <sup>(4)</sup> 12
5 群	<sup>(1)</sup> 4、11、6、7、8、9、3、1、10 <sup>(2)</sup> 13 <sup>(3)</sup> 2 <sup>(4)</sup> 5 <sup>(5)</sup> 12
9 群	<sup>(1)</sup> 4、11、6、7 <sup>(2)</sup> 8、9 <sup>(3)</sup> 3 <sup>(4)</sup> 1 <sup>(5)</sup> 10 <sup>(6)</sup> 13 <sup>(7)</sup> 2 <sup>(8)</sup> 5 <sup>(9)</sup> 12
12 群	<sup>(1)</sup> 4、11 <sup>(2)</sup> 6 <sup>(3)</sup> 7 <sup>(4)</sup> 8 <sup>(5)</sup> 9 <sup>(6)</sup> 3 <sup>(7)</sup> 1 <sup>(8)</sup> 10 <sup>(9)</sup> 13 <sup>(10)</sup> 2 <sup>(11)</sup> 5 <sup>(12)</sup> 12
13 群	<sup>(1)</sup> 4 <sup>(2)</sup> 11 <sup>(3)</sup> 6 <sup>(4)</sup> 7 <sup>(5)</sup> 8 <sup>(6)</sup> 9 <sup>(7)</sup> 3 <sup>(8)</sup> 1 <sup>(9)</sup> 10 <sup>(10)</sup> 13 <sup>(11)</sup> 2 <sup>(12)</sup> 5 <sup>(13)</sup> 12

註：( )內容為分群編號。

**代表編號說明：**

1.極簡單的。

2.俐落的外形線條。

3.低調內斂。

4.樸實的材質。

5.崇尚自然，以大自然取材的仿生設計。

6.有溫暖的情感。

7.觀賞與使用時會有安靜的感受。

8.禪風令人體驗不同的生活層次。

9.禪風是抽象且無限的想像空間。

10.使空間感受簡樸。

11.安定、沉穩的形象。

12.有律動感的。

13.運用「留白」造成「空無」的意趣。

## 5-8-2 決定「空間感」最佳集群個數

經由集群分析可以將「空間感」分為 7 個分群，本階段接續進行「單因子重複量測變異數分析」以交互比對決定出最佳分群。由下表 5-18 可得知：「3 群」的 Mauchly 球形檢定結果顯示  $p=0.788>0.05$ ，符合球形假設， $F(2,30)=4.951$   $P<0.05$  有顯著差異，但由集群分析表 5-27 的凝聚係數顯示，最高遞增量「7.000」出現在「4 群」。由於「3 群」與「4 群」在受試者內效應項的 P 值都達到顯著，因此本階段決定以 Mauchly 球形檢定中顯著性較高的「3 群」定義為最佳分群。

表 5-29 「空間感」的上位禪風造形情感重複量測變異數分析

	多變量檢定		Mauchly 球形	受試者內效應項-假設為球形	
	假設自由度	誤差自由度	檢定顯著性	F 檢定	顯著性
2 群	1.000	31.000	-	7.867	0.009**
3 群	2.000	30.000	<b>0.788</b>	4.951	<b>0.010*</b>
4 群	3.000	29.000	0.013*	3.053	0.032*
5 群	4.000	28.000	0.016*	2.358	0.057
9 群	8.000	24.000	0.000**	2.774	0.006**
12 群	11.000	21.000	0.001**	3.292	0.000**
13 群	12.000	20.000	0.002**	3.068	0.000**

\* $<0.05$ ；\*\* $<0.01$

### 5-8-3 「空間感」最佳分群結果

空間感結果以「3 群」為最佳分群，依照下圖 5-14 的剖面圖可得知集群編號(1)的平均數 5.224 高於其它 2 個集群，因此本階段保留集群編號(1)，並定義為與空間感最為「高關聯」；捨棄集群編號(2)、(3)，並定義為與空間感「低關聯」。關聯程度依照平均數高低排列，如下表 5-30 所示。

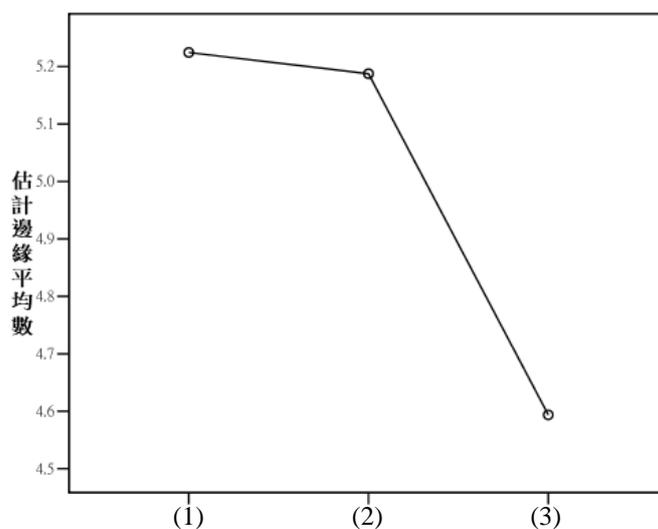


圖 5-14 「空間感」單因子重複量測變異數分析剖面圖

表 5-30 影響「空間感」的造形情感分類結果

定義	集群編號	上位禪風造形情感	平均數	總平均
保留要素	(1)	9. 禪風是抽象且無限的想像空間	5.688	5.224
		7. 觀賞與使用時會有安靜的感受	5.500	
		8. 禪風令人體驗不同的生活層次	5.500	
		4. 樸實的材質	5.250	
		10. 使空間感受簡樸	5.250	
		11. 安定、沉穩的形象	5.188	
		6. 有溫暖的情感	5.094	
		2. 俐落的外形線條	5.063	
		1. 極簡單的	5.031	
		13. 運用「留白」造成「空無」的意趣	5.000	
捨棄要素	(2)	3. 低調內斂	4.906	4.593
		5. 崇尚自然，以大自然取材的仿生設計	5.188	
		12. 有律動感的	4.593	

## 5-9 描述性比較人口變項對禪風風格的差異性

由於消費者問卷調查過程中，考慮到台灣地區中高齡層的消費者並沒有使用電腦與上網的習慣，如果使用網路問卷，將會錯失這些樣本。因此本研究認為必須使用實體問卷的方式才能更客觀的蒐集樣本，以至於問卷發放及回收相當費時，困難度亦增加，因此導致人口變項分析的樣本數不足，若進行統計方法並不能產生客觀的驗證數據。因而本階段探討不同人口變項的消費者，是否對於 6 項「禪風風格」有所差異，針對兩兩比較時，相差 $>5$ 的平均數進行討論。如下表 5-31 所示：

- (1) 男女性別對於 6 項禪風風格，平均數相差值皆 $<5$ ，可得知男女性別，對於 6 項禪風風格的評分皆無太大差異。
- (2) 年齡差異對於 6 項禪風風格，於「自然元素」中出現平均數相差值 6.000，顯示 45~64 歲的人口評分明顯高於 25~44 歲人口。於「體驗層次」中出現平均數相差值 6.330，顯示 24 歲以下人口評分明顯高於 25~44 歲人口。於「沉穩形態」中出現平均數相差值 6.750、9.250，顯示 25~44 歲的人口評分明顯低於其他兩組人口。於「動感形態」中出現平均數相差值 7.830，顯示 45~64 歲的人口評分明顯高於 25~44 歲人口。於「空間感」中出現平均數相差值 7.710、7.080，顯示 25~44 歲的人口評分明顯低於其他兩組人口。由此可推論年齡的差異會對禪風風格的評分產生差異性。
- (3) 平均月收入的差異對於 6 項禪風風格，於「自然元素」中出現平均數相差值 7.800、7.570，顯示月收入 5 萬以上人口評分明顯高於其他兩組人口。於「體驗層次」中出現平均數相差值 5.130，顯示月收入 5 萬以上人口評分明顯高於月收入 3 萬以下的人口。於「動感形態」中出現平均數相差值 8.200、9.000，顯示月收

入 5 萬以上人口評分明顯高於其他兩組人口。於「空間感」中出現平均數相差值 8.250、6.680，顯示月收入 5 萬以上人口評分明顯高於其他兩組人口。由此可推論平均月收入的差異會對禪風風格的評分產生差異性。

(4) 有無信仰人口對於 6 項禪風風格，平均數相差值皆 $<5$ ，可得知有無信仰的人口，對於 6 項禪風風格的評分皆無太大差異。

(5) 教育程度的差異對於 6 項禪風風格，於「自然元素」中出現平均數相差值 6.540、6.850，顯示碩士以上人口評分明顯高於其他兩組人口。於「體驗層次」中出現平均數相差值 5.900，顯示碩士以上人口評分明顯高於專科以下人口。於「動感形態」中出現平均數相差值 9.520、5.480，顯示碩士以上人口評分明顯高於其他兩組人口。於「空間感」中出現平均數相差值 8.170、8.180，顯示碩士以上人口評分明顯高於其他兩組人口。由此可推論教育程度的差異會對禪風風格的評分產生差異性。

(6) 涉入程度對於 6 項禪風風格，於「極簡形態」中出現平均數相差值 5.400，顯示高涉入人口評分明顯高於低涉入人口。於「沉穩形態」中出現平均數相差值 7.950，顯示高涉入人口評分明顯高於低涉入人口。於「動感形態」中出現平均數相差值 6.550，顯示高涉入人口評分明顯高於低涉入人口。由此可推論涉入程度的高低會對禪風風格的評分產生差異性。

由平均數結果可推測，年齡、教育程度、涉入程度等較高的人口，可能因知識及歷練程度不同而對禪風的體驗有別於較低的人口；而值得一提的是平均月收入較高的人口會因擁有消費能力而有別於較低的人口。

表 5-31 人口變項平均數結果

	項目	人數	極簡 形態	自然 元素	體驗 層次	沉穩 形態	動感 形態	空間 感
性別	a. 男性	16	70.560	67.880	69.370	70.310	67.750	68.690
	b. 女性	16	70.620	67.630	68.310	71.000	66.250	65.810
	兩兩比較差異	a-b	0.060	0.250	1.060	0.690	1.500	2.880
年齡	a. 24 歲以下	8	73.000	68.750	72.250	72.250	66.500	70.380
	b. 25~44 歲	12	68.670	64.420	65.920	65.500	63.250	62.670
	c. 45~64 歲	12	70.920	70.420	69.500	74.750	71.080	69.750
	兩兩比較差異	a-b	4.330	4.330	<b>6.330</b>	<b>6.750</b>	3.250	<b>7.710</b>
	兩兩比較差異	b-c	2.250	<b>6.000</b>	3.580	<b>9.250</b>	<b>7.830</b>	<b>7.080</b>
	兩兩比較差異	a-c	2.080	1.670	2.750	2.500	4.580	0.630
平均 月收入	a. \$3 萬以下	14	69.790	65.930	67.500	68.360	64.500	66.070
	b. \$3~5 萬	10	69.500	65.700	67.700	72.300	65.300	64.500
	c. \$5 萬以上	8	73.380	73.500	72.630	72.630	73.500	72.750
	兩兩比較差異	a-b	0.290	0.230	0.200	3.940	0.800	1.570
	兩兩比較差異	b-c	3.880	<b>7.800</b>	4.930	0.330	<b>8.200</b>	<b>8.250</b>
兩兩比較差異	a-c	3.590	<b>7.570</b>	<b>5.130</b>	4.270	<b>9.000</b>	<b>6.680</b>	
信仰 狀況	a. 有信仰	27	71.110	67.850	69.110	70.960	67.220	67.070
	b. 無信仰	5	67.800	67.200	67.400	69.000	65.800	68.200
	兩兩比較差異	a-b	3.310	0.650	1.710	1.960	1.420	1.130
教育 程度	a. 專科以下	10	68.100	65.900	66.100	72.400	67.400	65.200
	b. 大學	14	71.000	66.210	69.000	68.290	63.360	65.210
	c. 碩士以上	8	73.000	72.750	72.000	72.630	72.880	73.380
	兩兩比較差異	a-b	2.900	0.310	2.900	4.110	4.040	0.010
	兩兩比較差異	b-c	2.000	<b>6.540</b>	3.000	4.340	<b>9.520</b>	<b>8.170</b>
兩兩比較差異	a-c	4.900	<b>6.850</b>	<b>5.900</b>	0.230	<b>5.480</b>	<b>8.180</b>	
涉入 程度	a. 高涉入	11	72.730	66.820	70.360	74.450	69.550	67.000
	b. 中涉入	15	70.330	69.070	68.330	69.530	66.730	67.730
	c. 低涉入	6	67.330	66.170	67.330	66.500	63.000	66.500
	兩兩比較差異	a-b	2.400	2.250	2.030	4.920	2.820	0.730
	兩兩比較差異	b-c	3.000	2.900	1.000	3.030	3.730	1.230
兩兩比較差異	a-c	<b>5.400</b>	0.650	3.030	<b>7.950</b>	<b>6.550</b>	0.500	

註：紅色粗體數值為&gt;5 之平均數相差值。

## 5-10 總結

本研究以禪風設計專家訪談中所抽取的概念進行消費者問卷調查，以取得消費者對於禪風的關聯評分，可以更客觀地解釋消費者對於禪風設計的看法。統計結果可彙整為「禪風設計」的專用資料，於未來的設計實務應用中，可以明確定義情感指標與設計特徵，亦可提供未來禪風研究學者以及工業設計領域之設計師運用與參考。

統計分析階段，針對每一項禪風風格所對應的 13 項造形情感，找出同質性的項目，再度經由「集群分析」與「單因子重複量測變異數分析」雙重檢驗以列舉最具同質性的情感項目，並將較低相關的情感項目捨棄。於「極簡形態」保留 11 項、捨棄 2 項；「自然元素」保留 11 項、捨棄 2 項；「體驗層次」保留 11 項、捨棄 2 項；「沉穩形態」保留 10 項、捨棄 3 項；「動感形態」保留 9 項、捨棄 4 項；「空間感」保留 11 項、捨棄 2 項。

### (1) 極簡形態探討：

在消費者心目中，「極簡形態」的關聯順序，其統計分析結果如表 5-32 所示。第 1 點是「俐落的外形線條」，用來形容曲線的造形，曲線的形態是「柔和的曲線造形」，使用者可直覺感受物體流暢、俐落的美。第 2 點是「觀賞或使用時會有安靜的感受」，對應的特徵是植栽的應用或原始素材的質感；使用木材、竹材、水泥、石材或生鐵等都相當易於表現。

第 3 點是「禪風是抽象且無限的想像空間」，用來形容觀賞或者使用時會有所體驗的。第 4 點是「安定、沉穩的形象」，對應的特徵是方的、較低矮的、量體的

形態，重心較低且厚質的造形可呈現安定感，或描述深色、暖色調的色彩。第 5 點「禪風令人體驗不同的生活層次」與第 6 點「崇尚自然，以大自然取材的仿生造形」對應的特徵是自然物質的形象，例如：雲、霧、星辰、時間，或依植物的形態描繪的造形。

第 7 點「樸實的素材」與第 8 點「低調內斂」用來描述色彩與材質的表現，整體所呈現的感覺必須是「低調內斂」的。由色彩探討，黑、白、灰階等無彩度色彩是較常使用的，若不用原始素材，則盡可能地使用「消光的表面質理」，例如無光的陶瓷釉藥、咬花的表面處理以降低表面光澤；或使用單一色彩與材質，盡可能地不使用超過 3 種以上的顏色與材質呈現。

第 9 點「極簡單的」、第 10 點「使空間感受簡樸」與第 11 點「留白與空無」用來描述形狀的表現，對應的特徵有五項，其中「簡化的功能與形象」，將原先使用舒適的杯把功能，簡化為一突出造形，暗示使用者取用；「簡化的圖文」是將原先擁有繁複雕刻的特徵，轉化為簡單的圖文；「保留最純粹的概念形態」是在不影響使用功能的前提下，刪除繁複的特徵；「圓與方的形態」於幾何的定義上是最為單純的兩種形狀；「鏤空或留白的形態」與簡化的目的類似，更強調觀賞時的意趣。

經由消費者關聯程度排行，依照順序可將第 1 點為「曲線造形」；第 2 點至第 6 點歸納為「意趣體驗」；第 7 點至第 10 點歸納為「極簡特徵」；第 11 點為「空靈意趣」。可觀察到消費者認為極簡形態中「曲線造形」與「意趣體驗」最為重要，而「極簡特徵」與「空靈意趣」則較為其次，得知一味地簡化特徵並非重點，意趣體驗在極簡形態中尤為重要。

表 5-32 極簡形態的情感相關程度順序表

極簡形態的造形情感相關程度			
順序	造形情感	元素歸納	對應的設計特徵
1	2.俐落的外形線條	形狀	柔和的曲線造形。
2	7.觀賞或使用時會有安靜的感受	形狀	植物的形態、精簡的植枝。
		質感	原始素材。
3	9.禪風是抽象且無限的想像空間	形狀	觀賞或者使用時的體驗。
4	11.安定、沉穩的形象	形狀	方的形態、較低矮的形態、量體的形態與結構。
		色彩	深色、暖色調的色彩。
5	8.禪風令人體驗不同的生活層次	形狀	自然物質的形象、植物的形態。
6	5.崇尚自然，以大自然取材的仿生造形		
7	4.樸實的素材	色彩	無彩度色彩、消光的表面質理、單一色彩與材質。
8	3.低調內斂	材質	
9	1.極簡單的	形狀	簡化的功能與形象、簡化的圖文、保留最純粹的概念形態、圓的形態、鏤空或留白的形態。
10	10.使空間感受簡樸		
11	13.運用「留白」造成「空無」的意趣		

## (2) 自然元素探討：

在消費者心目中，有關「自然元素」的關聯順序，統計分析結果如表 5-33 所示。第 1 點「崇尚自然，以大自然取材的仿生造形」是自然元素中最重要造形情感，對應的特徵是植物的形態、精簡的植枝與原始素材，通常會寫實地引用枯木的形態。第 2 點是「禪風令人體驗不同的生活層次」，對應的特徵是取材自然的造形特徵，可以引起消費者對於回歸自然的渴望。第 3 點是「樸實的素材」對應的特徵是原始素材。

第 4 點是「禪風是抽象且無限的想像空間」，對應的特徵是觀賞或者使用時對於自然的體驗。第 5 點「觀賞或使用時會有安靜的感受」、第 6 點「安定、沉穩的形象」與第 7 點「使空間感受簡樸」是用來形容自然元素所表現的情感，植栽或枯木所呈現的形態是令人感到內心平靜的；色彩的呈現是深色、暖色調的色彩。第 8 點「有溫暖的情感」與第 9 點「低調內斂」所對應的特徵是無彩度色彩、消光的表面質理、單一色彩與材質。第 10 點「俐落的外形線條」與第 11 點「極簡單的」是造形的呈現方式，對應的特徵是柔和的曲線造形、簡化的功能與形象、簡化的圖文、保留最純粹的概念形態、圓的形態。

經由消費者關聯程度排行，依照順序可將第 1 點至第 3 點歸納為「自然取材」；第 4 點至第 8 點歸納為「意趣體驗」；第 9 點至第 11 點歸納為「極簡特徵」。可觀察到消費者認為自然元素中最重要的是「自然取材」，其次是達到平靜感受的「意趣體驗」，而「極簡特徵」較非主要重點，只要精簡化使用元素即可。

表 5-33 自然元素的情感相關程度順序表

自然元素的造形情感相關程度			
順序	造形情感	元素歸納	對應的設計特徵
1	5.崇尚自然，以大自然取材的仿生造形	形狀 質感	植物的形態、精簡的植枝。 原始素材。
2	8.禪風令人體驗不同的生活層次	形狀	自然物質的形象。
3	4.樸實的素材	質感	原始素材。
4	9.禪風是抽象且無限的想像空間	形狀	觀賞或者使用時的體驗。
5	7.觀賞或使用時會有安靜的感受	色彩	深色、暖色調的色彩。
6	11.安定、沉穩的形象	形狀	植物的形態、自然物質的形象。
7	10.使空間感受簡樸		
8	6.有溫暖的情感	色彩 質感	無彩度色彩、消光的表面質理、單一色彩與材質。
9	3.低調內斂		
10	2.俐落的外形線條	形狀	柔和的曲線造形。
11	1.極簡單的	形狀	簡化的功能與形象、簡化的圖文、保留最純粹的概念形態、圓的形態。

### (3) 體驗層次探討：

在消費者心目中，有關「體驗層次」的關聯順序，其統計分析結果如表 5-34 所示。第 1 點是「禪風令人體驗不同的生活層次」，可知當下的體驗是優先重要的，對應的特徵是圓的形態、方的形態、觀賞或者使用時的體驗。第 2 點「有溫暖的情感」與第 3 點「觀賞或使用時會有安靜的感受」所對應的形狀與質感特徵是原始素材、植物的形態、精簡的植枝、量體形態與結構。

第 4 點「安定、沉穩的形象」、第 5 點「使空間感受簡樸」與第 6 點「樸實的素材」對應的是色彩與質感特徵，對體驗層次的呈現方式有很大的影響，例如深色、暖色調的色彩、消光的表面質理、單一色彩與材質。第 7 點「禪風是抽象且無限的想像空間」在體驗層次中使用最多，對應的特徵是自然物質的形象。第 8 點「極簡單的」、第 9 點「俐落的外形線條」、第 10 點「低調內斂」與第 11 點運用「留白」造成「空無」的意趣，是形狀與色彩的描述，對應的特徵是無彩度色彩、簡化的功能與形象、保留最純粹的概念形態、簡化的圖文、柔和的曲線造形、簾空或留白的形態。

經由消費者關聯程度排行，依照順序可將第 1 點至第 3 點歸納為「意趣體驗」；第 4 點至第 7 點歸納為「沉穩體驗」；第 8 點至第 10 點歸納為「極簡特徵」；第 11 點為「空靈意趣」。可觀察到消費者認為體驗層次中「意趣體驗」所呈現的想象空間是最重要的；而「沉穩體驗」亦帶給消費者正向且安定的感受；「極簡特徵」與「空靈意趣」則非整體呈現的主要重點。

表 5-34 體驗層次的情感相關程度順序表

體驗層次的造形情感相關程度			
順序	造形情感	元素歸納	對應的設計特徵
1	8.禪風令人體驗不同的生活層次	形狀	圓的形態、方的形態、觀賞或者使用時的體驗。
2	6.有溫暖的情感	質感	原始素材。
3	7.觀賞或使用時會有安靜的感受	形狀	植物的形態、精簡的植枝、量體形態與結構。
4	11.安定、沉穩的形象	色彩 質感	深色、暖色調的色彩、消光的表面質理、單一色彩與材質。
5	10.使空間感受簡樸		
6	4.樸實的素材		
7	9.禪風是抽象且無限的想像空間	形狀	自然物質的形象。
8	1.極簡單的	色彩	無彩度色彩。
9	2.俐落的外形線條	形狀	簡化的功能與形象、保留最純粹的概念形態、簡化的圖文、柔和的曲線造形、鏤空或留白的形態。
10	3.低調內斂		
11	13.運用「留白」造成「空無」的意趣		

#### (4) 沉穩形態探討：

在消費者心目中，「沉穩形態」的關聯順序，其統計分析結果如表 5-35 所示。第 1 點「樸實的素材」可以得知最重要的是原始素材，對沉穩形態的影響最大，對應的特徵是消光的表面質理、單一色彩與材質、原始素材。第 2 點「安定、沉穩的形象」所對應的是形狀特徵，可以展現穩重的特性，通常會運用在較大型的設計產品之上。對應的特徵包含三項，其中「方的形態」是一種規矩且平穩的造形；「較低矮的形態」可以將重心降低，達到沉穩的視覺感受；「量體形態與結構」通常是把面構成加厚，變成體構成的形態，以表現厚實、沉穩的感受，令人感到安全感。

第 3 點「觀賞或使用時會有安靜的感受」與第 4 點「有溫暖的情感」對應的色彩特徵是深色、暖色調的色彩，深色更有一種低調穩重的味道，給人的感覺較為溫暖；穩固的造形與暖色調的特徵要素，對於沉穩形態有相當重要的關聯。第 5 點「禪風令人體驗不同的生活層次」對應的特徵是圓的形態、觀賞或者使用時的體驗。

第 6 點「極簡單的」與第 7 點「俐落的線條外形」所對應的是形狀特徵，如前所述，沉穩形態較常被運用於家具設計，對應的特徵是簡化的功能與形象、簡化的圖文、保留最純粹的概念形態、柔和的曲線造形。第 8 點「低調內斂」對應的特徵是無彩度色彩。第 9 點「使空間感受簡樸」對應的特徵是消光的表面質理。第 10 點「禪風是抽象且無限的想像空間」對應的特徵是自然物質的形象。

經由消費者關聯程度排行，依照順序可將第 1 點至第 2 點歸納為「沉穩特徵」；第 3 點至第 5 點歸納為「安定體驗」；第 6 點至第 9 點歸納為「極簡特徵」；第 10 點為「意趣體驗」。可觀察到消費者認為沉穩形態中「沉穩特徵」與「安定體驗」

是最重要的；「極簡特徵」做為精簡化使用元素的作用；而「意趣體驗」在沉穩形態中則較為次要。

表 5-35 沉穩形態的情感相關程度順序表

沉穩形態的造形情感相關程度			
順序	造形情感	元素歸納	對應的設計特徵
1	4.樸實的素材	質感	消光的表面質理、單一色彩與材質、原始素材。
2	11.安定、沉穩的形象	形狀	方的形態、較低矮的形態、量體形態與結構。
3	7.觀賞或使用時會有安靜的感受	色彩	深色、暖色調的色彩。
4	6.有溫暖的情感		
5	8.禪風令人體驗不同的生活層次	形狀	圓的形態、觀賞或者使用時的體驗。
6	1.極簡單的	形狀	簡化的功能與形象、簡化的圖文、保留最純粹的概念形態、柔和的曲線造形。
7	2.俐落的外形線條		
8	3.低調內斂	色彩	無彩度色彩。
9	10.使空間感受簡樸	質感	消光的表面質理。
10	9.禪風是抽象且無限的想像空間	形狀	自然物質的形象。

### (5) 動感形態探討：

在消費者心目中，「動感形態」的關聯順序，統計分析結果如表 5-36 所示。第 1 點「有律動感的」，可知最重要是動態感。對應的特徵有三項，其中「圓的形態」是以一中心或軸心為基礎，呈現圓形無限運行的動態感；「環繞的形態」可有起始與終點，可以是不規則的律動環繞；「擴散的動態」是以一中心為基礎向外擴散的動態，例如水的漣漪。

第 2 點「禪風是抽象且無限的想像空間」、第 3 點「禪風令人體驗不同的生活層次」及第 4 點「俐落的外形線條」是動感形態所使用的比喻，可以是具體或抽象的物質，令人產生想像空間與體驗，對應的特徵是自然物質的形象、觀賞或者使用時的體驗、柔和的曲線造形。第 5 點「崇尚自然，以大自然取材的仿生造形」、第 6 點「樸實的素材」及第 7 點「有溫暖的情感」對應色彩與質感的特徵，包含原始素材、消光的表面質理、單一色彩與材質、無彩度色彩、深色、暖色調的色彩等。第 8 點「極簡單的」及第 9 點運用「留白」造成「空無」的意趣，對應的是形狀特徵，包含簡化的功能與形象、簡化的圖文、保留最純粹的概念形態、方的形態、鏤空或留白的形態。

經由消費者關聯程度排行，依照順序可將第 1 點至第 4 點歸納為「動態體驗」；第 5 點至第 7 點「自然取材」；第 8 點至第 9 點歸納為「極簡特徵」。可觀察到消費者認為動感形態之中「動態體驗」是最為重要的；其次是「自然取材」，例如原始素材、漣漪的意象等；「極簡特徵」較非動態感呈現的主要重點。

表 5-36 動感形態的情感相關程度順序表

動感形態的造形情感相關程度			
順序	造形情感	元素歸納	對應的設計特徵
1	12.有律動感的	形狀	圓的形態、環繞的動態、擴散的動態。
2	9.禪風是抽象且無限的想像空間	形狀	自然物質的形象、觀賞或者使用時的體驗、柔和的曲線造形。
3	8.禪風令人體驗不同的生活層次		
4	2.俐落的外形線條		
5	5.崇尚自然，以大自然取材的仿生造形	質感	原始素材、消光的表面質理、單一色彩與材質。
6	4.樸實的素材	色彩	無彩度色彩、深色、暖色調的色彩。
7	6.有溫暖的情感		
8	1.極簡單的	形狀	簡化的功能與形象、簡化的圖文、保留最純粹的概念形態、方的形態、鏤空或留白的形態。
9	13.運用「留白」造成「空無」的意趣		

## (6) 空間感探討：

在消費者心目中，有關「空間感」的關聯順序，統計分析結果如表 5-37 所示。第 1 點是「禪風是抽象且無限的想像空間」，可知空間感中最重要的是想像與體驗，對應的特徵是自然物質的形象。第 2 點「觀賞或使用時會有安靜的感受」，對應的是色彩特徵，深色、暖色調的色彩。第 3 點「禪風令人體驗不同的生活層次」，亦是強調物體或空間所呈現的抽象感受，可得知對於空間感而言，最重要的是至於空間中虛無的想像、沉靜感與體驗，對應的特徵是方的形態、觀賞或者使用時的體驗。第 4 點「樸實的素材」與第 5 點「使空間感受簡樸」，對應的是質感特徵，強調原始素材的重要性，對應的特徵是消光的表面質理、單一色彩與材質、原始素材。第 6 點「安定、沉穩的形象」，對應的是形狀特徵，包含方的形態、較低矮的形態、量體形態與結構。第 7 點「有溫暖的情感」，對應的特徵是原始素材，造形、色彩的呈現須有安定感與暖色系。第 8 點「俐落的外形線條」及第 9 點「極簡單的」，對應的特徵是柔和的曲線造形、簡化的功能與形象、簡化的圖文、保留最純粹的概念形態。

第 10 點是運用「留白」造成「空無」的意趣，於空間感中最為關聯的造形情感，對應的特徵有四項，其中「圓的形態」、「虛實交替的形態」是以實體與虛體同時存在空間中，產生似有若無、打破空間的體驗；「簞空或留白的形態」是運用「留白」來表現「空澈」、「無限」或是「延伸」的意境；「去除量感的設計手法」是將物體從量感轉為線架構。第 11 點是「低調內斂」的色彩與質感應用，對應的特徵是無彩度色彩。

經由消費者關聯程度排行，依照順序可將第 1 點至第 3 點歸納為「空靈意趣」；第 4 點至第 5 點歸納為「自然取材」；第 6 點至第 7 點歸納為「安定體驗」；第 8

點至第 9 點歸納為「極簡特徵」；第 10 點與第 11 點歸納為「留白特徵」。可觀察到消費者認為空間感中最重要的是延伸與虛無空間的「空靈意趣」，其次是「自然取材」與「安定體驗」的感受，最後「極簡特徵」與「留白特徵」是造形的處理手法。由此可知在空間感之中，空靈所產生的意趣與原始素材的表現，仍然凌駕於外在的造形特徵之上，讓消費者感受到其中意趣是更為重要的。

表 5-37 空間感的情感相關程度順序表

空間感的造形情感相關程度			
順序	造形情感	元素歸納	對應的設計特徵
1	9.禪風是抽象且無限的想像空間	形狀	自然物質的形象。
2	7.觀賞或使用時會有安靜的感受	色彩	深色、暖色調的色彩。
3	8.禪風令人體驗不同的生活層次	形狀	方的形態、觀賞或者使用時的體驗。
4	4.樸實的素材	質感	消光的表面質理、單一色彩與材質、原始素材。
5	10.使空間感受簡樸		
6	11.安定、沉穩的形象	形狀	方的形態、較低矮的形態、量體形態與結構。
7	6.有溫暖的情感	質感	原始素材。
8	2.俐落的外形線條	形狀	柔和的曲線造形、簡化的功能與形象、簡化的圖文、保留最純粹的概念形態。
9	1.極簡單的		
10	13.運用「留白」造成「空無」的意趣	形狀	圓的形態、虛實交替的形態、鏤空或留白的形態、去除量感的設計手法。
11	3.低調內斂	色彩	無彩度色彩。

## 第六章 結論

禪風對於生活的文化有很重要的影響，它所表達的是一種正向的精神能量，就如同禪風中有「謙虛」、有「圓滿」、有「動進」、有「沉寂」，而使用者可以從這些「物」之中體驗「正向」的生活態度，這是禪風中很重要的部分。禪風之所以吸引人，是因為它具備了變革性，它的美學表現形式並無一個固定的範疇，而且隨著時代、文化不斷地推演。針對當代的禪風設計產品進行研究與分解，乃是本研究一重大使命；透過二個階段研究結果，融合文獻資料可得知，單以分解外在的設計特徵並無法達到「禪意」，必須讓每一件產品融入比喻，才能令人有所體驗。

研究的第一階段透過禪風設計專家的深度質性訪談，訪談結果一共抽取 6 項禪風風格、13 項禪風造形情感與 22 項禪風設計特徵。6 項「禪風風格」分別是：極簡形態、自然元素、體驗層次、沉穩形態、動感形態與空間感。13 項「禪風造形情感」分別是：極簡單的、俐落的外形線條、低調內斂、樸實的素材、崇尚自然，以大自然取材的仿生造形、有溫暖的情感、觀賞或使用時會有安靜的感受、禪風令人體驗不同的生活層次、禪風是抽象且無限的想像空間、使空間感受簡樸、安定、沉穩的形象、有律動感的、運用「留白」造成「空無」的意趣。22 項「禪風設計特徵」分別是：簡化的功能與形象、簡化的圖文、保留最純粹的概念形態、無彩度色彩、消光的表面質理、單一色彩與材質、原始素材、柔和的曲線造形、圓的形態、方的形態、植物的形態、精簡的植枝、自然物質的形象、觀賞或者使用時的體驗、深色、暖色調的色彩、較低矮的形態、量體形態與結構、環繞的動態、擴散的動態、虛實交替的形態、簾空或留白的形態、去除量感的設計手法。

第二階段為消費者問卷調查，目的在於檢視消費者對於禪風設計產品的看法

為何？透過評分尺度給予每項風格的造形情感相關程度評分，例如感覺「俐落的外形線條」與極簡形態極為相關，則給予較高評分；而感覺「有律動感的」與極簡形態極不相關，則給予較低評分。本階段的另一項目的則是經由消費者端所得到的造形情感評分，以探討或修正「禪風設計專家訪談」的結果，依照每項風格的特性，將關聯程度由高至低排列，並且列出對應的設計特徵。上述二個階段的研究成果，融合文獻理論，由本研究推論結果如下列說明：

## 6-1 禪風設計的六大構面

第一階段研究的 EGM 架構中，「中位」是用以汲取禪風的一個基礎概念，由 4 位禪風設計專家的質性訪談中，集結 4 名專家的共識概念，共獲得了 6 項「禪風風格」構面，本單元分別探討與推論 6 項構面的特性：

### (1) 極簡形態：

極簡對於禪風的意義在於，以「減」的形式展現「直接、直覺」的特質，去除繁瑣的形態，以體現事物本質的美，因此它並不強調視覺的張力，而是以一種柔和的方式表達「極致的簡」。在形態上它也不強調人體工學，因此禪風的「減」也表現在使用功能上，讓使用者於「視覺」與「使用體驗」的層面去反思「減」的意涵；材質的使用，多是強調原始素材來表現質樸的感受，若非是原始素材，則使用充分洗鍊的質感代替原始素材，而這些表面肌理的呈現都需要上等的選材，並經由細緻且繁複的加工而成，因此禪風呈現的「簡單」之中是「極不簡單」的設計。

### (2) 自然元素：

自然元素應用中相當重要的概念便是「師法自然」，向大自然學習，取用大自

然的智慧，以喚醒潛藏人類心中對自然的渴望。自然元素所呈現的感受是溫暖、清淨，使人感覺平靜的正向感受，使用相當直覺的方式表現，經常使用大量的原始素材，例如使用大量石材營造空間氣氛、使用綠色植栽；若是小量的應用，會使用植枝、插花等方式呈現空靈的美感。

### (3) 體驗層次：

無論是形狀、色彩或質感的呈現，都是要讓使用者去感受、體驗不同的生活層次，這樣的形態通常不是要滿足使用者的需求，而是預留想像的空間給使用者自行去體會。體驗層次是將禪風或設計師想要傳達的事物，透過「比喻」的手法轉化成抽象的設計特徵，讓使用者體驗不同的生活層次，會因使用者當下的情緒有所不同。體驗的情緒都是正向的，會有溫暖的情感、無限的想像空間。作品的形態可大可小，可以簡單呈現，例如圓與方的形態；亦可以較為繁複，例如雲、霧、星辰、的自然物質形態；或是更為抽象的「時間」等。禪風的設計產品大多數都會使用「比喻」，只是多寡深淺程度有所不同，絕大部分以「形狀」來表現，「色彩」與「質感」則是輔助，但也是不脫離使用單純色彩與原始素材等範疇。

### (4) 沉穩形態：

沉穩形態在禪風之中是表現「極靜」的概念，在造形情感上讓使用者感到安穩、沉靜、安全感的心理狀態，穩定慌亂的思緒，進而呈現安定、沉穩的形象。無論是產品本身的形態，或者是使用當下的情緒，都是沉靜且安穩的感受。色彩在沉穩形態當中扮演相當重要的輔助角色，通常使用深色，或是搭配原始素材使用。

#### (5) 動感形態：

動感形態與沉穩形態是矛盾的特質，表現禪風中「極動」的概念。由於「動進的心」是禪風相當重要的概念，利用靜態的造形表現動感，是正向且強烈的情感，因此在形態的表現會有律動感、超越感、突破感的造形。直線造形的案例例如：朱銘的「太極」系列雕塑品，係用擬人的形態表現動感；曲線造形最常用「圓形」表現，例如水波紋、環繞的形態等；而色彩與質感的表現形式可運用原始素材，沒有特定的限制。

#### (6) 空間感：

禪風之中所表現的空間感有兩種意義：第一種是虛無意境的表現，由於禪風的空間感並非指幾何學上長、寬、高等維度的空間，而是意識中的空間與格局；第二種的空間感是「實」與「虛」對比的表現形式，「實」的表現形態是「圓渾飽滿」的，「虛」的表現形態是「虛無空靈」的。兩者在空間中表現的形式是強烈的對比，但意義上都是為了表現「充滿」的心理體驗；圓渾飽滿原本就像徵著「充滿」的感受，而「虛無空靈」通常是予人「充滿發揮空間」的意趣，留白的部份令使用的當下產生無限的想像，因此兩者最終所欲表現的涵義是相同的，通常將這種空無的意趣形容為「空靈之美」。

經由統計分析之後，本研究曾嘗試將專家所歸納的 6 個禪風風格之中，較為同質性的項目進行縮減與合併，經由統計方法「集群分析」凝聚相似概念，並以「單因子重複量測變異數分析」交互檢查。檢查結果發現於 6 個分群的狀態下，統計模型所呈現的顯著性更優於其它合併的結果，因此判斷六個風格的分群確實具有顯著性，不透過集群合併來縮減分群；同時證實 4 位禪風設計專家所歸納的 6 項「禪風風格」的確具有代表性。

## 6-2 造形情感與設計特徵的應用

經由研究與分析，本研究已彙整出禪風的具體設計特徵與抽象造形情感，本單元進一步推論至工業設計可應用的領域與應用方式，依照本研究所蒐集的產品樣本，可以概略區分為：家具、茶具、花具、燈具、3C 產品、設計小品等範圍。在前述的研究中，都指出禪風的基本要素是單一色彩、單一材質；然而 3C 產品或者構造較為繁複的燈具，較難呈現單一化的設計，因此盡量以減少的方式呈現，並未嚴格的規範色彩的使用數量；若選用紅色、黃色等鮮豔的色彩時，建議可加入一定程度的黑、白、灰等色調，使色調更為簡樸，或者直接使用黑、白、灰等無彩度色彩；在本研究當中指出，無彩度色彩確實可以讓產品的呈現更為精簡化。

原始素材是禪風非常強調的要素，並且接受樸質的肌理，例如經洗鍊的漂流木，可以保留去蕪存菁的素材，或是使用精緻雕磨的石材、竹材等，在家具、花器方面的使用非常普遍。但 3C 產品、燈具、茶具等範圍的產品設計，普遍須要用到便於量產的塑膠材料、鐵材或陶瓷釉藥，則可以使用消光或咬花的表面處理，以去除過度光亮的質感；並非是因為光亮的質感不符合禪風的範疇，而是光亮的質感會產生較強的工業感，必須依造形所呈現的姿態謹慎使用。

禪風的設計產品必須讓使用者產生體驗，禪風的比喻法運用與造形形態最為相關，色彩與材質的運用則是扮演輔助的角色。其中較為重點的造形表現形態包含：留白與聚焦、東方文物的轉譯、圓與方的形態、萃取自然物質的形態、空間感的表現、極動與極靜、空虛與飽滿等形式，禪風設計的創作可以具備其中一種，或兩種以上的形式特質。

### (1) 留白與聚焦：

在禪風花器、植栽的應用最為頻繁，會保留許多虛空間，輔以相當精簡的插花或植枝，可以讓觀賞者聚集精神於本體之上。留白的概念也可以應用在其它類型的產品設計，但會增加許多不具功能性的裝飾空間，例如設置畫框並刻意留白簍空的造形，讓觀賞者產生空間感的對比。

### (2) 東方文物的轉譯：

文獻探討與研究結果同時指出，禪風風格的演變與人類民族的文化、大眾心理以及種族特徵有關，因此可以說明台灣地區發展相關的文化、民族融合等，只要與「禪」產生交融的形式皆可以轉譯為禪風。由於台灣地區與中國、日本的歷史皆有一定程度的淵源，因此在本地發展的禪風形式不免出現相同的特徵，廣義來說可以被歸類於「東方禪風」。東方文物並不能直接使用，必須要經過設計師個人的轉譯，否則就只是單純的圖像呈現，並不能產生禪意，舉例說新式明式椅，融合現代的設計觀念，去除掉許多複雜的雕刻或圖紋，並且加入舒適的人體工學設計，即是一種舊文物新轉譯的表現形式。

### (3) 圓與方的形態：

東方的人文思想常有言道，為人處事要外圓內方；古時的東方人民認為天為圓，地為方；圓是規、方是矩，規矩用以端正自身。圓與方形是幾何學上最為單純的造形之一，從許多古老的東方文物之中不難發現，圓與方的造形應用於許多用品的設計之上，禪風的設計之中也經常利用「圓形」表現圓滿與空虛之意境，以「方形」呈現沉穩的情感；在進行禪風設計創作之時可以善用圓與方的形態，做為整體的形態概念。

#### (4) 萃取自然物質的形態：

自然的物質主要為喚醒使用者精神中嚮往回歸自然的層次，最常被使用的就是樹、竹子等有機形態，以及山、雲或者漣漪等無機形態。例如日式庭園的枯山水，以岩石為山、運用「點石」把制漣漪的形態來影射水的意象或雲霧的形態，同時也是一種靜態的動感，產生無水卻似有水、無雲卻似有雲的境界；水的形態會令人感到平靜祥和，也有傳播、擴散之意，會依照形態的呈現與使用者本身的經歷而產生不同的體驗。

#### (5) 空間感的表現：

空間感所要呈現的是一種無限的格局，重點不在產品的外觀大小，而是體驗時精神意念所感受到的格局。例如觀察到一物件，而令人聯想到無垠宇宙的浩瀚，則可以說該物件呈現了禪風的空間感，即物件呈現的意念超越物件本身。

造形呈現方式並無一定的規範，在工業設計的創作中常會有實體與虛體的樣式呈現，類似「留白」的畫框效果，但必須有「延展」的概念，同時也會產生心領神會卻觸摸不及的情感；最經典的案例即是虛實間隔的牆，可以讓空間中的使用者觀視到另一邊的空間，卻又不在同一個空間之中，不即不離的意境。

#### (6) 極動與極靜：

極動與極靜在立體作品的表現是相互矛盾的概念，因此通常不會同時存在於同一件作品之中。禪風之中的「極動」是非常強烈的，類似將書法的狂草或飛白立體化，造形曲線呈現俐落，能表現前進的動力之美，姿態的呈現有空間感。其設計具有一定的困難度，通常運用在雕塑品或是家具，極動的作品都是相當抽象且具有藝術價值的。

「極靜」的形態有兩種表現形式，其一即為本研究所提出的沉穩形態，相較極動更容易被廣泛地運用在禪風的設計之中，家具設計最常使用，造形厚實且沉穩，色澤肌理會使用深色、溫暖的色調。另外一種極靜是「靜默感」，表現的形式與沉穩的厚重感不同，可以用「平衡感」來形容，例如懸吊的燈具，可以靜立於空間中並取得平衡；或者是牆掛的產品、植栽的應用等都是「平衡感」的呈現方式；色彩的應用也扮演著重要的角色，通常使用沉靜的灰白色調、黑色或低鮮豔度色彩。

#### (7) 空虛與飽滿：

空虛與飽滿同樣是相互矛盾的語彙，但在禪風設計之中經常同時存在，一者為裡一者為外。空虛與飽滿的特性幾乎可以應用在所有的產品設計之中，例如世界知名的 Dyson 無扇葉電扇、本研究蒐集圖卡 047 號的吊掛式香器等。空虛的形態會呈現出空靈的美感，在建構「空虛」形態時，建議使用規則的造形，或是使用自然無機的不規則形，建造穿孔特徵；若刻意地使用人造的不規則造形，則容易陷入坑坑洞洞且雜亂無章的空洞感。建構「飽滿」通常運用圓形，或是類似鵝卵石的無機抽象形，避免使用有稜角的直線造形，以表現出圓渾飽滿的形態。

本研究基於工業設計師對禪風設計形式原理的需求，進而提出「內在比喻特徵情感」與「外在造形設計特徵」等兩個層面的假設進行研究，最後獲得禪風風格的「禪風造形情感」與「禪風設計特徵」，可以提供設計師參考引用。本研究的貢獻在於建立「禪風工業設計產品的基礎設計原理」，但對於禪文化與比喻法的體驗之研究有所不及，非常深入的造形形態構成方法也無法使用文筆盡述。

然而本文結論亦不能聲稱盡善盡美地符合設計師的需求，設計概念抽取研究最為人詬病之處，在於概念的抽取會因解讀的方式不同而有所偏頗，使得研究成果與設計師所期望得到的設計要素有所出入，以致於實務應用有所差距，這也是本研究極力避免的狀況，因此執行質性口語分析的抽取方式必須非常謹慎；至此期望後續學者可繼以投入研究，創造工業設計領域更高層度的文化知識。

### 6-3 研究限制

本研究結果所規劃的流程雖然達成預期的目的，但於過程中仍然有許多不完善之處，於本單元提出檢討，提供後續研究改善的建議，如下 3 點所示：

- (1) 第一階段的「禪風設計專家」訪談中，由於考慮專家的工作因素，故無法以集體會議的方式進行訪談，因此僅能透過本研究事後彙整資料。若能採用集體會議，於專家訪談時可以促使專家互相腦力激盪，便能更有效率的萃取概念。
- (2) 本研究所邀請的專家於性別、年齡、工作資歷與所屬設計領域，皆有明顯的差異，由此可以更廣泛的蒐集概念。由於不同背景的專家對於禪風的經驗與體驗有所不同，因此抽取較為深入的概念時，確實出現明顯差異；但因本研究所預定邀請的專家中，有多位因故無法參與訪談，因而無法邀請到更多資歷背景相似的專家；因此事後彙整時，本研究剔除了相當龐大「交集過少」的概念，可能在篩選的過程中，剔除了相當重要的因素。
- (3) 第二階段的消費者問卷調查階段，呈如前述，由於考量到中高年齡的消費者並無上網的習慣，因此本研究捨棄了可以較快蒐集樣本的網路問卷，而採用實體訪談問卷。經由篩選無效樣本之後，有效樣本並不足以進行人口樣本的統計分析，因此本研究無法更深入的探討是否因年齡、收入或涉入程度差異而對禪風風格的情感產生影響。

## 6-4 研究建議

本研究主要探討「禪風」的設計風格與特徵等層面，經研究後發現，關於禪風背後的文化意義、比喻的手法或是應用層面等，在研究的過程中並未探討，對於禪風的議題仍有許多發展性，因此對於後續的研究提出以下建議：

- (1) 由本研究第一階段訪談中所蒐集的工業設計產品類型相當廣泛，因此於本研究所推論的「禪風風格」、「禪風造形情感」、「禪風設計特徵」等結果，是針對較大範圍禪風作品做概括的區分。建議可以針對單一專業領域的禪風表現形式，以及特定的消費族群，做更精確與深入的探討。
- (2) 於消費者問卷階段，建議擴大樣本蒐集的數量，針對人口變項提出差異假設，探討禪風造形情感的影響與差異性，可以更精確地解讀消費者對禪風產品所產生的造形情感。



## 參考文獻

### 一、中文文獻

1. 王正宜 (主編) (2006)。台灣設計力。台北市：積木文化。
2. 吳汝鈞 (1993)。遊戲三昧：禪的實踐與終極關懷。台北市：台灣學生書局。
3. 葉明媚 (1996)。禪藝與禪趣。台北市：周知文化。
4. 鈴木大拙 (1971)。禪與生活 (劉大悲譯)。台北市：志文出版社。
5. Ferebee, A. (1992)。現代設計史：概觀維多利亞時期迄今的設計風格 (吳玉成、趙夢琳譯)。台北市：中威技術顧問股份有限公司。
6. Powell, R.R. (2007)。無為而活 (朱影譯)。台北市：人本自然文化。
7. Westgeet, H. (2007)。禪與現代美術 (曾長生、郭書瑄譯)。台北市：典藏數位家庭。
8. Zaltman, G. (2004)。為什麼顧客不掏錢？解讀消費者心智密碼 (余宜芳譯)。台北市：早安財經文化。
9. 朝倉直己 (1985)。藝術設計的平面構成 (呂清夫譯)。台北市：梵谷設計叢書。
10. 曾議漢 (2004)。禪宗美學。中國文化大學哲學研究所。
11. 馮永華、楊裕富 (2006)。「設計風格」形成因素之研究。設計學報，第 11 卷第 3 期，99-116。
12. 簡楷倩 (2008)。雪舟山水繪畫中禪意的表現。書畫藝術學刊，第四期，485-522。
13. 鄧成連 (2003)。市場形設計風格之塑造研究。行政院國家科學委員會補助專題研究計畫成果報告 (報告編號：NSC91-2411-H-130-005-SSS)，未出版。
14. 李貴連 (2012)。五感包裝設計之研究。國立雲林科技大學設計學研究所博士班。
15. 廖淑芬 (2007)。禪學思維下的生活產品設計。國立台灣科技大學設計研究所。
16. 吳文祺 (2008)。禪與數位影像設計之創作與研究。國立台灣師範大學設計學系研究所。

17. 周凱皓 (2014)。現代丹麥產品形態之研究。國立台灣師範大學設計學系研究所。
18. 李燕淑 (2014)。麥金塔風格式樣之研究—以酒器設計為例。國立台灣師範大學設計學系研究所。
19. 廖金滿 (2013)。抽象繪畫中的禪意表現。國立屏東教育大學視覺藝術學系。
20. 蕭如伶(2010)。消費者與廠商品牌知覺之比較—以歐都納股份有限公司為例。國立台北大學企業管理學系。
21. 黃鈺雯 (2014)。消費者涉入程度及主觀產品知識對產品感官品評影響之研究—以巧克力產品為例。國立高雄餐旅大學餐飲創新研發碩士學位學程。
22. 李佩華 (2006)。設計文化因素探討—以禪文化之於食器設計個案研究。華梵大學工業設計研究所。
23. 黃瑋基、袁士斌 (2005)。平靜清幽的書房家具—現代陶淵明。華梵大學工業設計系畢業專題設計報告。

## 二、英文文獻

1. Chen, K.S.(陳國祥) (1997). Style Recognition and Description. *Journal of Design*. 2, 123-143.
2. Gwendolyn, C.C. (2002). The ZMET Alternative. *Marketing Research*. 12, 6-12.  
Hair, Jr.J.F., Bush, R.P. & Ortinau, D.J. (2000). *Marketing research : a practical*.
3. Kosslyn, S.M. (1994). *Image and brain*. MA: MIT press Cambridge.
4. Kelly, G.A. (1955). *The Psychology of Personal Constructs*. Vol. 1 & 2,. W.W. Norton.
5. Zaichkowsky, J.L. (1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer Research*. 12, 341-352.

### 三、禪風產品圖卡出處

1. ALEXCIOUS (n. d.). *Cedar LED Lamp*.  
<http://www.alexciious.com/products/detail82.html> (2017, March 07).
2. The frog kisser. (2012). *Three beautiful wooden things*.  
<http://smallpondgraphics.com/2012/01/23/three-beautiful-wooden-things/> (2017, March 07).
3. 鉅享網 (2011)。日式古典簡約禪意風格家居。  
<http://mag.cnyes.com/Content/20110622/e1d89713ed3f4c4a94fbfe7e915b5417.shtml> (2017, March 07)。
4. 好生活 (2014)。Cache 收納台。<http://www.hihsh.com/37177.hshey> (2017, March 07)。
5. 乜𠵼、點子 MyDesy (2014)。把玩於手的都市鳥籠。  
<http://www.mydesy.com/urban-cage> (2017, March 07)。
6. LuxeHome (2014)。不可明說的禪意產品。  
<http://www.chinaluxehome.com/cn/shanghai/MCenter/NDetail.aspx?Id=2713> (2017, March 07)。
7. 源碼鋪子 (2015)。家具設計素材 自然禪意新中式家具 室內軟裝設計素材。  
<http://www.codespu.com/sc/jz/2015/0110/7609.html> (2017, March 07)。
8. 王俠軍 (2016)。八方新氣。<http://www.new-chi.com/> (2017, March 07).
9. 專利之家 (2010)。禪意日本石頭花瓶。  
<http://www.patent-cn.com/2010/02/23/31360.shtml> (2017, March 07)。
10. 大人物 (2011)。讓你的藏書向大樹一樣高的「樹木書架」。  
<https://www.damanwoo.com/node/43006> (2017, March 07)。
11. 王朝網路 (2009)。枯枝，草木，最簡單家中禪意打造推薦。  
[http://tc.wangchao.net.cn/nvxing/detail\\_12859.html](http://tc.wangchao.net.cn/nvxing/detail_12859.html) (2017, March 07)。
12. 樂屋網 (2011)。古樸禪風綻放空間迷情。<http://photo.rakuya.com.tw/album/421> (2017, March 07)。

13. 藝術中國 (2014)。富有禪意的日常生活用品設計。  
[http://big5.china.com.cn/gate/big5/art.china.cn/products/2014-04/21/content\\_6835598.htm](http://big5.china.com.cn/gate/big5/art.china.cn/products/2014-04/21/content_6835598.htm) (2017, March 07)。
14. 設計家 (2011)。日式禪風簡約家具大蒐羅 (上)。  
<http://www.searchome.net/article.aspx?id=15456> (2017, March 07)。
15. 設計家 (2011)。日式禪風簡約家具大蒐羅 (下)。  
<http://www.searchome.net/article.aspx?id=15513> (2017, March 07)。
16. 設計家 (2012)。新亞洲休閒風格家具採購地圖。  
<https://www.searchome.net/article.aspx?id=15335> (2017, March 07)。
17. 明日誌 (2013)。魔鬼藏在細節裡！Bottega Veneta 對居家配件的堅持。  
[http://www.mottimes.com/cht/article\\_detail.php?type=1&serial=550](http://www.mottimes.com/cht/article_detail.php?type=1&serial=550) (2017, March 07)。
18. Dyson (2013)。Dyson 風扇官方網站。<http://www.dyson.tw/> (2017, March 07)。
19. BQ STUDIO (2011)。URS 數位禪園初步擬定。  
[http://bqcobras.blogspot.tw/2011\\_07\\_01\\_archive.html](http://bqcobras.blogspot.tw/2011_07_01_archive.html) (2017, March 07)。
20. 膠東房產網 (2009)。禪藝家居營造無比舒適空間 (組圖)。  
<http://house.jiaodong.net/system/2009/12/03/010696101.shtml> (2017, March 07)。
21. 平陽新聞網 (2012)。東方禪意融入家居瓷器：茶壺茶杯體現知足常樂 (圖)。  
<http://py.66wz.com/system/2012/03/19/010972322.shtml> (2017, March 07)。

## 附錄一 禪風產品設計專家評量問卷

親愛的受訪者您好：

這是一份關於「產品設計的禪風造形特徵與消費者情感探討」的學術問卷，希望藉由您寶貴的個人經驗與意見，幫助我們進行學術研究。本問卷採不具名方式，問題無對錯之分，請依真實的經驗放心作答。全部資料僅做為學術統計，可自由選擇參加與否。若有您的參與，將贈送精美禮品，感謝您撥冗參與本研究，本調查僅用以作為學術研究，不會將您寶貴的資料外洩，敬請放心的作答，謝謝！

東海大學工業設計系

指導教授：呂佳珍 博士

研究生：申晉一 敬上

1.您正任職於哪個單位？在該單位擔任何種職務？(例如:00 股份有限公司,工業設計師。)

2.從事上述工作的資歷為何？(年資、或是特別的資歷。)

3.在上述的工作領域，您有以下何種代表性之榮譽獎勵？(可複選)

3-1.曾獲得 iF、Red dot、IDEA 或同階級之設計競賽獎項；目前共累計\_\_\_\_件的作品。

3-2.在產業界完成之設計作品；目前共累計\_\_\_\_件的作品。

3-3.在產業界曾申請「設計、發明、新式樣」等專利；目前共累計\_\_\_\_件的作品。

3-4.曾經參與知名品牌產品或建設設計，請列舉\_\_\_\_\_

3-5.曾參與「禪風」設計或建設之專案，請列舉\_\_\_\_\_

4. 請嘗試用一句精簡語句，說明「禪風之定義」。

<本研究的訪談，您已經全部做完，非常感謝您的回答。>



## 附錄二 專家訪談編碼

### 附錄 2-1 中位訪談提問(內容分析法)

Q：以什麼準則做出分群呢？	中位編碼
<p>A：它跟西方現代主義的「少即是多」一樣，<b>簡單</b><sup>1</sup>就是美，禪本身是<b>簡單</b>的美，但它<b>簡單</b>加上東方風格，東方的文明來講，以中國風為最大宗，中國是大族，所以禪，禪風幾乎可以抵定是以中國風為主的，禪風就是<b>減到極限</b><sup>1</sup>、加上東方然後加上<b>自然</b><sup>2</sup>這三個東西結合，把<b>自然元素</b><sup>2</sup>跟機能加上形式，把它<b>萃取到最純淨、淨化到最簡單</b><sup>1</sup>的地步，就是禪風。它是<b>放空</b><sup>3</sup>然後低限、極簡，低限跟<b>極簡</b><sup>1</sup>是很重要的觀點，然後它崇尚自然，我們所談論的禪是<b>師法自然</b><sup>2</sup>，但是是從材質與形體上去感受，用<b>隱喻的</b><sup>3</sup>手法而非是明喻；坐禪的人，進入空無的境界，在空無的境界中去<b>體驗另一種層次的修為</b><sup>3</sup>，禪的設計感也是這樣。</p>	<p>(1) 極簡形態。 (2) 自然元素。 (3) 體驗層次。</p>
<p>B：有五個分群，以我過去生命的經驗所看過的，跟我自己在禪行上面的了解，分為安定的、清靜的、智慧的、慈悲的、真愛的。第一群大部分都有「對稱」然後它的基座是<b>穩固的</b><sup>4</sup>，或者在造形上給人相當<b>穩重、沉穩的</b><sup>4</sup>感覺。顏色不能太多，我傾向於<b>單一純色的</b><sup>1</sup>，或是最原始的材料。第二群一定是<b>單一材質、單一色彩</b><sup>1</sup>，雖然它有很多複雜的線條，但其實是非常<b>律動的</b><sup>5</sup>，整齊的切割，所以在這種不封閉、<b>開放的空間</b><sup>6</sup>當中我感受到是很清淨的感覺。禪修真的是<b>體驗</b><sup>3</sup>，第三群是<b>正向、知見的</b><sup>3</sup>，這個也是我的語彙裡較抽象的；智慧的感覺，並<b>非人類偽造物主</b><sup>3</sup>的感覺，或創造一個物來服應我，而是我跟物之間對等互動的關係，<b>物的存在有它存在的價值、意義</b><sup>3</sup>，但是人在用它的時候，是會<b>有所體會、體悟的</b><sup>3</sup>。比如說真的可以應證到「美」，或者是安定、清淨的感受。第四群，美學為什麼會去談論到禪風、<b>禪境</b><sup>4</sup>，就是因為它也是非常靠近佛性的一部分。慈悲的意象比較趨近於<b>樂於分享的</b><sup>4</sup>、<b>對談的</b><sup>4</sup>。慈悲就是，真正的<b>行動</b><sup>4</sup>來展現人原本就有的慈悲，就是指<b>利人、利他、無我</b><sup>4</sup>。不是那種拿來服應人類的，然後一樣要具備安定、清淨的特質，所以<b>單一材質</b><sup>1</sup>、<b>造形</b></p>	<p>(4) 沉穩形態。 (5) 動感形態。 (6) 空間感。<sup>1</sup></p>

<sup>1</sup> A、B、C、D 為專家編號。

---

的單一性<sup>1</sup>，也都存在這裡面，當然也有例外。第五群真愛的特質當中，最重要的就是最直接、簡單的行動<sup>4</sup>，有「禪」沒有「行」是不行的，沒有「行」不會開悟，但是家裡很豪華、設備很棒，會捨得離開家嗎？所以，禪行、禪風，就是應該有存在簡偕<sup>1</sup>的感受，所以都選非常簡偕<sup>1</sup>的空間環境。

---

C：禪風是中國極簡主義<sup>1</sup>的代表，後來它被日本發揚光大，那加上台灣被日本殖民過，所以以地域性來講，會覺得禪風其實是傾向日式的；第一群是自然的材質<sup>2</sup>，像是比較深色系的木頭，很有安靜的意味<sup>4</sup>，很沉穩的<sup>4</sup>，有一種淡淡的氣質。造形會比較簡潔<sup>1</sup>，即便它是曲線，也是非常乾淨俐落<sup>1</sup>，屬於簡單的幾何形<sup>1</sup>，就是比較方正一點的，太過複雜就沒有安靜的意境。禪風很容易聯想到宗教的意味，就像是打坐<sup>3</sup>，覺得這個產品是很空靈<sup>6</sup>，有一種境界，它是很抽象<sup>3</sup>、非常哲學的思考<sup>3</sup>。第二群是在空間<sup>6</sup>上有禪風的感覺，也都是所謂自然材質<sup>2</sup>，甚至有意境<sup>3</sup>在裡面。第三群我由自己生活中禪的經驗<sup>3</sup>挑選出這些圖片，像泡茶<sup>4</sup>就是很有禪意的活動<sup>4</sup>；時間是既抽象但是又具體的，這些時鐘的造形很有韻律感<sup>5</sup>，將抽象的時間具體化，讓我們可以感受它的變化；禪風是講就一種氣場、氣場的流動性<sup>5</sup>，就會覺得空靈<sup>6</sup>，會覺得它有空氣在流動<sup>5</sup>。

---

D：第一個，因為它的形狀非常簡約<sup>1</sup>、渾然天成<sup>2</sup>；第二個，顏色不複雜<sup>1</sup>，紅就是紅的很透、青就青的很透，所以像這就是自然的顏色<sup>2</sup>的感覺；禪風它是洗鍊的<sup>1</sup>，它的少、或者是簡約<sup>1</sup>，不是只是純粹簡而已，而是經過不斷地洗鍊、去蕪存菁，留下最好的東西，形態上是仿生物的<sup>2</sup>仿生設計；中國有禪宗這一塊，很多東西包含茶道、花道，日本人將它發展成「道」的時候，它就引領了一種風氣，因為禪風就是一種「直指人性」。第二群屬於寫意的部份，它呈現的一枝一葉，包含它的律動<sup>5</sup>，有一點師法自然<sup>2</sup>，然後就是很簡約的呈現<sup>1</sup>，禪風在形態上的表現，包含一些民族的哲學<sup>4</sup>，在哲學概念<sup>4</sup>、意境<sup>4</sup>上是更深遠的。第三群圖片中的東西雖然比較多，但它講究的是一個空間感<sup>5</sup>，基本上是禪風就都是沉靜的<sup>4</sup>，這整個範圍是一個禪風的氛圍用禪風的元素去營造一個禪風的感覺。

---

## 附錄 2-2 上位及下位訪談提問抽取<sup>2</sup>(內容分析法)

Q1：請解釋圖卡中何謂禪風的「極簡形態」？	上位編碼	下位編碼
<p>A：禪本身是「簡單的美」<sup>A</sup>，它是簡單加上東方風格，東方風格與東方的文明來講，以中國風為最大宗，禪風幾乎可以抵定是以中國風為主，這些因襲自明式家具的設計都是木工的榫接工法，這是東方傢俱相當具指標性的工法，如果是使用高密度合成的傢俱，則無法表現如此突出的設計。</p> <p>禪就是「去蕪存菁到最極致」<sup>A</sup>，它「把形萃取到最簡單」<sup>A</sup>，讓使用者感覺「非常特別的設計」<sup>A</sup> 形態。</p> <p>「明式家具」其實在中國家具裡面是「極簡風」<sup>A</sup>，像這些都是明式家具改裝版的。</p> <p>中國家具之中，「禪」的意境較符合的是「明式家具」，其他家具使用的刻花或是圖騰都太過繁複，「明式家具在裝飾方面較少」<sup>B</sup>，它將一些形體抽離，達到「乾淨俐落」<sup>A</sup>的程度，因此我們覺得本質上較符合禪風，但是到底來說，典型的明式家具是前人的作品，有較高的扶手，例如太師椅，並且沒有舒適的人體工學，必須正襟危坐，並且無法讓腰部舒適的靠到椅背上，它更像是要約束使用者，當然這與東方的文明與思想相關；今天我們將它融入現代感，所以我所選擇的這些圖片都有一些明式家具的影子，新型的明式傢俱最大的變革便是融入舒適的人體工學，座椅面設計微微向後傾斜，讓使用者可以向後靠，並且可以讓背部舒適的靠在椅背上，扶手更是設計為緩降的形態，讓手部可以舒適的放置在上面，並且使用者依然可以保持相當端莊的坐姿使用它，你看 126 號圖卡也是明式家具，可是它把「比較複雜的部份萃取掉」<sup>B</sup>，變成比較「簡單的框架」<sup>B</sup>。</p>	<p>(A) 極簡單的。</p> <p>(B) 俐落的線條。</p> <p>(C) 低調內斂。</p> <p>(D) 樸實的材料。</p>	<p>(1) 簡化的功能與形象。</p> <p>(2) 簡化的圖文。</p> <p>(3) 保留最純粹的概念形態。</p> <p>(4) 無彩度色彩。</p> <p>(5) 消光的表面質理。</p> <p>(6) 單一色彩與材質。</p> <p>(7) 原始素材。(木材、竹材、水泥、鐵器、石材、陶瓷與釉藥)</p>

<sup>2</sup>擷取過程上位以英文字母 A 至 Z 上標表示，下位以阿拉伯數字下標表示。

我選擇了 103 號比較沒有東方符號，但它是極簡<sup>A</sup>，只有線條跟編織<sup>B</sup>，那中間是透明的網狀，它是有設計的，只有幾何線條，但是因為禪風就是極簡<sup>A</sup>加上自然材料<sup>C</sup>；這些椅子有改良過，以前的扶手比較高是因為要正襟危坐，這種比較高的都是屬於明式家具，現代家具都放低了，這個沒有放低，可是它有斜度，表示它有改良，是有人體工學的，這個 101 號圖是餐椅，但它也是線條俐落<sup>B</sup>，跟上述是異曲同工；當然這都必須符合「簡單、自然、東方元素」等三個要素。

朱紅色在東方文化來說原本就有吉祥與高貴的意象，是象徵著中國皇室的權柄，這些圖片即有出現朱紅色的色彩象徵；而明式傢俱的特徵正是握把由座椅背部連接到扶手的形態，也是一個非常具代表性的東方圖像，它有親切感，從小就接觸的文物，你看這個形狀，你會有熟悉感，如果只是原形，它不會吸引你，你會覺得很像去寺廟的感覺，很像去奶奶家，或是像我們家裡的祖宗祀，但是有人將這些常見的東西「異化」之後，你就會眼睛一亮。

在日本、北歐、丹麥這些地區的設計非常的簡單<sup>A</sup>、俐落<sup>B</sup>，造形很低限<sup>C</sup>，就是好像快消失了，感覺很不錯、很現代感。圖 089 號的杯把極致簡單的設計<sup>D</sup>、076 號圖卡中瓷盤相當簡化的圖紋<sup>E</sup>設計，都融入一些設計者的特別巧思<sup>F</sup>在其中，在呈現出亮點<sup>G</sup>之後，其他的特徵都是極緻的簡化<sup>A</sup>；像這個很西式(181 號圖卡)，但是它現代感，讓你有很多想像空間。然後黑也是(180 號圖卡)，黑就是「無」，黑色最內斂<sup>C</sup>，黑、白、灰等無彩度色系<sup>H</sup>以及消光的表面<sup>I</sup>質理最能表現。

像 195 號圖就是用很特別的宣紙<sup>J</sup>去作，它回歸自然<sup>D</sup>，可以跟「禪」畫上一點點關係，它很簡單、使用自然材質<sup>K</sup>，好像它並不存在<sup>C</sup>，但它是極致的美。

B：我的感受是「清淨的」，跟形態有關，材質一定是單一材質<sup>L</sup>，很複雜的就不要了，太多材質在一起的都

(8) 柔和的曲線造形。

不要，造形上面也是比較簡單<sup>A</sup>一點，這裡面還有包含比較像是場景，像是空間的設計，或是傢俱，這圖片給我的感受也是。

被我去除掉的，是因為它的顏色太多了，我挑出來的這幾張，傾向於單一純色的<sup>B</sup>，或是最原始的材料<sup>P</sup>，這種我才讓它繼續留下來，就是，木材、水泥、鋼鐵、石材<sup>T</sup>等。

192、200 這兩個吊燈的話，是材質跟造形相關，它非常的質樸，扮演色彩計畫的一個角色，因為它是紙質<sup>T</sup>、極細的懸吊線，在空間中它不會那麼強烈嘛，好像飄浮在空中的樣子，這電線很細緻<sup>B</sup>，就是在扮演它的角色，處理得非常收斂<sup>B</sup>，細細的、乾乾淨淨的，不是暴力的線、鋼索那樣，所以這個我感覺就是很清淨。

選擇 143 號這張，是因為它這個尖尖的造形<sup>B</sup>，讓我覺得它就是跟這個空間的柔和的涉入<sup>S</sup>，跟這個空間裡面的空氣、你看不到的東西是有聯結的，看似有一個量體，但它跟空間是有關聯性<sup>B</sup>，不是很霸道的佔領某一個空間。

091 號的話，這應該是蒸籠，或是一個容器；因為是圓形<sup>S</sup>跟單一材質<sup>S</sup>。195 這個燈跟它本身的質感有關聯性，它樸素的材質<sup>T</sup>，質樸<sup>P</sup>。

200 號這個燈的造形是非常的簡偕<sup>A</sup>，燈座的材質<sup>T</sup>也有關聯，它是木質的<sup>T</sup>，也沒有看到多餘的線，也是感覺很清淨，非常質樸<sup>P</sup>的扮演它應該扮演的角色。

這個是(017) 文具，我對它的想望是收納，但是收納什麼我也沒有特別去定義。

像 068、088、108 這三個，在我自己禪行的經驗，展現「慈悲」的過程中，它會像一面鏡子照映自己的不足、缺陷，所以有一些刻意留下的缺陷在產品上，這種語彙我會去連結到「慈悲」。像是說杯子沒有杯把<sup>I</sup>(068)，或者是椅子(108)上一部分是樹皮沒剝落的感

(9) 圓的形態。

(10) 方的形態。

覺，像是在加工過程沒有處理好的瑕疵品，但是它又有美感。

088 呢，就是本來是個圓的壺，但是它沒有成為一個真正的「圓」，有些不圓滿的地方，不圓滿的地方，就像是一面鏡子一樣，告訴使用的人說：人都有不圓滿的地方，我們時時刻刻要記得謙卑，知道自己不圓滿的地方在哪裡。那這是燈具，像這個它是公共的空間啊，所以我把它跟「利他、利眾」會連結在一起。

C：如果是造形上呢，它比較偏向簡潔<sup>A</sup>，即便是一個曲線，也是非常乾淨俐落<sup>B</sup>，我挑選的這一區塊都是比較簡單的幾何形<sup>A</sup>，就是比較方正<sup>10</sup>一點的，因為太多的曲線，就比較沒有「禪」那種安靜、打坐的意境。

禪風的因素，在一個感覺就是擁有自然的材質<sup>D</sup>，例如說木材<sup>7</sup>，然後比較偏向自然的感覺<sup>D</sup>，它不會過度的人工<sup>D</sup>。200 號這個是木材<sup>7</sup>做的，也是因為有木材<sup>7</sup>的關係。

這些非白色茶器，是因為表面質感<sup>5</sup>的關係，但即便是質感的關係，它也不會跟花俏有任何的關聯性，它的質感所呈現出來是比較自然<sup>D</sup>一點的，自然系的，像是 062、068、072、086、093。

我大部分挑的茶具顏色<sup>4</sup>都會比較安靜一點<sup>D</sup>的，可是它在整體的造形裡會有一個亮點<sup>B</sup>，因為我想說禪啊，它到最後面是一隻腳站著的，所以至於形意上面，所以在選擇茶具上面的話，我會挑那種所謂的，像這個腳啊(090)、然後懸空，它(060)這個地方懸空，這個……(092、094)對，當我選出茶壺之後，但是我要怎麼在眾多茶壺之中挑選有禪風的茶壺的時候，我就會從這個字去作聯想。

然後材質是自然的感覺<sup>D</sup>，影響也很大，像這個是水泥(190)、紙的(192)<sup>7</sup>、這個(189)它的線非常細；就是這種感覺，就是這個產品看起來是很空靈的<sup>B</sup>，就像是為

了不讓我們把注意力集中在這個線上一樣。

這張 061 號的杯子，後來我將它留下來的原因是因為；它有很多的含義或者是意境在裡面，它顛覆了一般使用的模式<sup>1</sup>，就是說在市面上比較少見<sup>1</sup>，會覺得比較有內涵性，跟它所表達那種禪的感覺，仔細看它還蠻像木魚或鉢的形狀<sup>6</sup>，其實你會發現，它會讓你想到我們說的完型心理學，禪風會聯想到什麼，那受訪者聯想到的東西可能跟受訪者會挑的其實是會有關係的。

花器的話，花的因素影響了我，假如今天是一個沒有插花的花瓶的話，我選它的機率就不高，這個 143 的話是覺得它的韻律感<sup>8</sup>，它的沉穩的那種感覺，就很像一個人打坐的形象<sup>8</sup>；所以它沒有插花，卻很有禪風的意境。所以其它的是因為植物的關係影響居多，顏色加上植物的感覺，黑色<sup>4</sup>或水泥這個顏色。

D：第一個，因為它的形狀非常簡約<sup>1</sup>，就是很多東西都是渾然天成<sup>6</sup>，第二個，他的顏色也不複雜<sup>6</sup>；黑、白，紅就是紅的很透、青就青的也很透(062 號圖卡)，所以基本它的顏色上，像這個就是走自然的感覺<sup>6</sup>，062 這個是鐵器<sup>7</sup>還是釉藥<sup>7</sup>燒出來的質感為什麼是禪風，因為它很像是日本的櫻花<sup>2</sup>；那個壺裡頭(062)有一個是紅的，我覺得它也是很有禪風，包含他的線條<sup>9</sup>裡頭，甚至它的顏色<sup>6</sup>。

這張 143 除了形態上渾然天成<sup>6</sup>，我覺得它有一點點日本禪風的味道，第一個就覺得它做得很細緻<sup>5</sup>，它所有的線條都是很流暢<sup>8</sup>，第二個，它暖暖內含光<sup>5</sup>，所以它的質感，也是說因為禪風它是洗鍊的<sup>6</sup>，我認為它的少、或者是簡約，不是只是純粹簡而已，而是經過不斷地洗鍊、去蕪存菁，留下最好的東西<sup>1</sup>。所以呢我就覺得它這個有這樣的感覺，就是說雖然它是個不大的器物，可是它的質地<sup>5</sup>、線條<sup>8</sup>，雖然很簡單，但是可以看出它洗鍊<sup>6</sup>、內斂的<sup>5</sup>那個味道。

精緻<sup>5</sup>跟洗鍊<sup>6</sup>跟內斂<sup>7</sup>，所以包含它的色澤，雖然它是黑<sup>4</sup>，但是黑中有一種曖曖內含光<sup>5</sup>，有一種內蘊的味道，那禪風本身我覺得它就是跟巴洛克、洛可可非常不同的，就是很洗鍊的<sup>6</sup>、去蕪存菁的<sup>8</sup>，就像這個。

089 這個首先，就材質上它應該是積層材去熱塑塑形的，為什麼我會覺得它有禪風，我不會將它歸類為「設計款」，它的材質上可能是竹子的積層材<sup>7</sup>，第二個它的線條非常簡約<sup>1</sup>，然後它有兼顧到功能性<sup>1</sup>的東西，它的杯把手就是很簡單的線條<sup>1</sup>。

068、072、090、093 這些茶具圖片，我從幾個角度，第一個是造形<sup>1</sup>，裡頭包含線條<sup>1</sup>，第二個甚至是色彩<sup>2</sup>，你看它的色彩就是白色、黑色<sup>4</sup>，很乾淨的白<sup>2</sup>，它的質地<sup>7</sup>，都是比較像禪風的，你看這個就是禪風的味道 090，半圓的造形<sup>9</sup>，086 這個茶杯，很簡單的線條<sup>1</sup>，它沒有太多的紋飾；

它們都是木紋、木材的構成居多，基本上我剛才講說，禪風中有一個「師法自然」的概念，所以你看它包含它材質上的應用，它即使是鐵都是鍛鐵<sup>7</sup>，不是那種鍍得亮亮的鐵，就是質地上，我大概就是用造形、顏色跟質地去感受到禪風的味道，然後這個是走鍛品中燒紅的感覺(072)，造形上我就覺得渾然天成<sup>7</sup>嘛，但是又沒有很刻意的做作。

165 純粹是造形<sup>1</sup>、顏色<sup>4</sup>跟質地<sup>5</sup>，基本上禪風我剛才提過，它是一個洗鍊過的東西<sup>6</sup>，所以它應該就是去蕪存菁<sup>8</sup>，它應該就是一個比較精緻<sup>5</sup>或渾圓<sup>9</sup>，回歸到反璞歸真<sup>10</sup>的感覺。

假設木頭它就是一個非常好的流木，它已經將上面不好的材質去除掉，只留下最好的部份<sup>1</sup>，基本上禪風對品質上的要求是非常好的。

Q2：請解釋圖卡中何謂禪風的「自然元素」？	上位編碼	下位編碼
<p>A：禪風是減到極限，加上東方然後加上自然這三個東西結合，就是極簡加上「自然材料」，樹啊、<u>樹枝</u><sub>11</sub>、<u>草</u><sub>11</sub>、或是石頭，就是<u>自然之中去萃取一些元素</u><sub>11</sub>，把自然元素跟機能加上形式，<u>把它萃取到最純淨</u><sub>11</sub>、<u>淨化到最簡單</u><sub>11</sub>的地步；這有一點<u>師法自然</u><sub>11</sub>的概念，我們所談論的「禪」也是<u>自然</u><sub>11</sub>，但是是從<u>材質與形體</u><sub>11</sub>上去感受，用「隱喻」的手法而非是明喻。</p>	(E) 崇尚自然，以大自然取材的仿生造形。	(11) 植物的形態。 (竹的形態、枯枝的形態、花的形態、綠色植栽)
<p>B：005 這張的話是因為它用了<u>仿生的造形</u><sub>11</sub>，而且很<u>寫實</u><sub>11</sub>，<u>竹</u><sub>11</sub>本來就給我很清涼的感覺，051 <u>樹木的形態</u><sub>11</sub>有關，就連結到很清淨的感受。</p> <p>這個 150 號圖卡純粹是跟體積有關，這個的清靜感是我把人對於物的想望投射在一起，它是一個盆栽，上面有些<u>植物</u><sub>11</sub>，可是它卻很小，它是很清淨的，一種「小我」的感覺，把我人對物的想望縮小。</p>		
<p>C：而且我覺得禪風比極簡主義<u>多了份溫暖</u><sub>11</sub>，它沒有極簡主義那麼的冷、那麼的無情，我覺得<u>禪風多一點溫暖</u><sub>11</sub>，然後<u>多一點情份</u><sub>11</sub>在裡面。極簡主意還要再多一點點<u>溫度</u><sub>11</sub>才算是「禪風」。</p> <p>這個 186 的浴室，它會有禪風的原因當然有水，然後跟這個<u>木頭</u><sub>11</sub>，像這些場景。<u>跟樹有關</u><sub>11</sub>，然後<u>燈光</u><sub>11</sub>，如果是日光燈我就絕對不會選了。在室內來說，<u>植栽</u><sub>11</sub>是有關係的，然後植栽當然它會有種類的，如果說玫瑰花我就覺得一點都不禪風了，它可能是<u>竹子</u><sub>11</sub>或者是那種，<u>蘭花、蝴蝶蘭</u><sub>11</sub>，就是<u>比較安靜一點</u><sub>11</sub>的花朵這樣子，有一種<u>靜默感</u><sub>11</sub>，像這張 161 照片裡面有<u>蘭花</u><sub>11</sub>，然後有<u>枯木</u><sub>11</sub>。<u>楓葉</u><sub>11</sub>，然後<u>綠色的植物</u><sub>11</sub>。而且是比較<u>秉直一點的植物</u><sub>12</sub>，<u>不是比較發散的</u><sub>12</sub>。因為禪，你看禪如果以我們的字彙來作解讀，禪恰好是一個直秉秉的，那個一撇向下來，所以，想看看那個植</p>	(F) 有溫暖的情感。 (G) 觀賞或使用時會有安靜的感受。	(12) 精簡的植枝。

---

物就會覺得很有禪風。

藤也會，可是藤不要是像鬼屋的藤，藤類編織傢俱，不要太過分的話它也會有，因為太過份就會讓人家想到像曼谷啊、或者是東南亞那個地方的設計特點。

---

D：005 這個形狀像是竹子<sup>11</sup>，就是自然界的一種形狀<sup>E</sup>。這個坦白說有點仿生設計<sup>F</sup>，仿生物的仿生設計，但基本上，因為在「禪風」裡頭，竹子是用得非常多<sup>11</sup>的東西。

質感的應用不一定是枯木<sup>11</sup>，像這個(022)就是櫻花枝，以前我們這邊櫻花開的時候，也會剪一枝就這樣插，不一定是枯的，就是說一花一葉就呈現「一沙一世界」的概念，所以你看這樣(149)就是黑色<sup>6</sup>、就是白蝴蝶蘭<sup>11</sup>。楓葉<sup>11</sup>也是可以的，其實很多東西，包含像那種胎木<sup>11</sup>，這個都是很禪風的，你剛剛看我們櫃檯前面那一枝，其實我覺得哲學的概念更深，包含一些民族的一些哲學吧，應該是說，反而是意境上是更深遠的，所以它有它的哲理在呈現這樣的一部分。

如果你問玫瑰花適不適合？其實應該說跟花的呈現<sup>12</sup>有關係，搞不好是這樣我就會不會插成一矇的樣子<sup>12</sup>，不會插成像婚禮的樣子，像那個西洋花，西洋花講就的是重色彩，然後像禪風重的是意境、意趣。可以像剛剛那個(062)，非常的紅，紅到很 Pure(純淨)，我們也接受。包含這些跟植栽相關<sup>11</sup>的都是自然的<sup>F</sup>，因為禪裡頭，有一個師法自然<sup>F</sup>的概念，它不覺得人為的東西是禪風，它所有的呈現中會違背自然。這個(150)有一種日本工藝的味道，它就是帶點自然的素材<sup>7</sup>，你看阿，一枝竹子就這樣帶過去<sup>12</sup>，有沒有？這種感覺。

---

Q3：請解釋圖卡中何謂禪風的「體驗層次」？	上位編碼	下位編碼
<p>A：禪的定義就是一種精神層面的，為什麼叫做「坐禪」，因為禪透過「坐禪」它要放空，那周圍怎麼樣的干擾，也不會影響到他的思緒，而「低調」與「極簡」皆是呈現「靜」的味道，例如「坐禪」所表現的「靜」與「放空」，禪風所謂的「放空」是講求「意境」<sup>11</sup>的，就如同禪定的人，進入空無的境界之中，去「體驗另一種層次的修為」<sup>11</sup>。</p> <p>184 號圖卡的形態，是利用一種抽象的輪廓，讓使用者產生許多聯想，可能是山、雲或是樹的形象。</p> <p>它的元素就是「簡單、低調、極簡」，它不想要炫耀，能夠「放空」、去除到呈現「無」，簡單的東西可以看得更久，複雜的物件，感官太過強烈，容易流逝。像這個樹的形狀(052)就是「隱喻」<sup>11</sup>，設計有「明喻」與「隱喻」，「隱喻是很抽象的」<sup>11</sup>、「暗示、空間與形的轉換」<sup>11</sup>，從「樹枝變成書架」<sup>13</sup>，可是我「沒有很肉麻、曖昧的直接告訴你」<sup>11</sup>，但是仔細觀察就會有感覺。</p> <p>的作品都抽離了抽象，抽象是可以提供「無限的想像空間」<sup>11</sup>，抽象的作品就像是一幅抽象畫，它可以啟發你內心的世界，你看具象的畫作與你的對話是很直接的，它沒有令你創造一些附加價值，現代抽象的作品可以陪伴你「同與人哀哭、同與人歡笑」<sup>11</sup>「你生氣時，彷彿在安撫你，你開心的時候看它便覺得很開心，它有千變萬化的遐想空間」<sup>14</sup>，此時你的心情好，下一刻你的心情有所變化，你在看待它時，又會不一樣，所以抽象的東西是「形而上」的，非是「形而下」的。</p>	<p>(H) 禪風令人體驗不同的生活層次。</p> <p>(I) 禪風是抽象且無限的想像空間。</p>	<p>(13) 自然物質的形象。 (雲的抽象形態、樹的抽象形態、時間的抽象形態)</p> <p>(14) 觀賞或者使用時的體驗。 (受到約束行為的、須用心體會的、使用者會有獨特的體驗、心情變化有不同的體驗)</p>
<p>B：對我來講，禪修是「體驗」<sup>11</sup>。這群是「智慧的」，但智慧不是指智慧型手機那種智慧，更解釋為正向的、知見的。它超越了人的智慧，或者它是很正向的；也是從前面「安定」、「清淨」帶出來的智慧。有一種智慧是貪婪的，耍小聰明不相同的，真正的智慧應該說是</p>	<p>(J) 使空間感受簡樸。</p>	

一種趨近於大自在、大圓滿的智慧。這個也是我所有的語彙裡比較抽象的，像這個系列，這種智慧的感覺，並非人類偽造物主的感覺，就是創造一個物來服應我，而是我跟物之間對等互動的關係，物的存在有它存在的價值、意義，但是人在用它的時候，是會有所體會、體悟的<sup>11</sup>。比如說真的可以應證到「美」，或者是安定、清淨的感受。

035 這個是來自於它的造形還有符號的簡略，簡化到錶不會再是要注意時間，它告訴我時間很重要，但它不是急迫的象徵，是一種非常清靜的選擇。

像 046、052 跟樹木的形態有關，會比較容易連結到佛家、禪語：煩惱即菩提<sup>12</sup>，菩提就是菩提樹<sup>13</sup>；意思是，當你感到煩惱，就是將要開悟的時候，就是悟性要提升的時候，所以當我看到這個的時候，我所感受到就是「開悟」的感覺，開悟就是打開智慧了。剛好又是書跟樹<sup>14</sup>，所以這對我來講有強烈的隱喻。

這個 043 號圖，到頂端有一圈一圈的造形，就跟剛才講到的一樣，我在使用的過程，它的造形就是如此的簡單，我是人、它是物，我對它不是隨手一丟就掛起來了，而是端正地把衣服整理好，好好地掛上去，所以它會體現生活的一種大智慧，好好的掛一件衣服，它不是為了帶給我方便才去設計的產品、不是來服應我的。

那 096、119、132 這幾個，椅背都只有一根，並不能去躺靠或者是桌子上可以插花，作為禪裡所談的智慧，它不會一味地為了滿足機能<sup>14</sup>，而去做設計，它可能會讓你多想一下<sup>14</sup>，這根既然不能靠，那它做這根要幹嘛？或者它只能夠放一點小的植物點綴一下，那它為什麼要放？它會引人再去思考<sup>14</sup>，這個造形為什麼要這樣做？我們也不知道是為什麼，只有設計者知道，使用者會去體會設計者的用心<sup>14</sup>，而且每一個使用者跟設計師之間的對話本來就是獨特的<sup>14</sup>，體驗都是獨

特的<sup>14</sup>。剛剛講到獨特體驗，有一個類群就是獨特體驗的，也就是說沒有結論的，每個人都不一樣，像這個，這些都是獨特體驗，像 028、092、094 这三張好了，都存在有機的造形，像是雲<sup>13</sup>吧(028)，還是樹蔭之類的，就它有一些有機的東西<sup>11</sup>蠻具象的，也看得出來它有仿生的味道<sup>11</sup>在裡面，但是每個人對煙霧繚繞<sup>13</sup>或對雲霧<sup>13</sup>的觀點、觀感都不同，然後它應用在茶具(092、094)跟洗澡(028)的空間！我覺得這就是獨特的，屬於使用者跟設計師之間不可言喻的獨特經驗<sup>14</sup>，神秘的！像是 026 的空間、199 的燈、169 的水果盤。這種造形不能討論的，因為這個體驗是只有使用者跟設計師之間透過這個物來傳達訊息。

禪風的設計，會因為使用者的心情不同，而有不同的體驗。因為當時釋迦摩尼佛成就佛道的時候，他就說過：諸相非相如來，是每一分每一秒都不一樣的，那是一種境界了，真的是成就佛道了，他所看到的，他無法形容他見證到的如來是什麼樣子，所以是千變萬化的，諸相非相，他這樣形容。那我們也有，只是我們還沒有成就佛道，所以我們叫做實相無相，就是實際存在，但我們感覺不到，我們每個人心中都有如來，我們都是如來創造出來的，造物主創造很多東西，人、看不見的業力，這個都是造物主造出來的，所以我們有，但我們感覺不到，但是我們跟諸相非相如來的那個方向去相應的時候你就會感覺到，因為你是造物主造出來的。

這一群的「智慧」就比較有機能性，你看像它(204)是燈光，它是照明計畫，但是它是檯燈，我把它當作「智慧」是因為它的「清淨」感已經逐漸淡化了，因為它用了一些色彩計畫，可是它的色彩計畫依然用得非常保守，因為四種顏色裡，只用了一種是有彩色，其他都是木頭自然的顏色，然後非常簡潔，它的目的除了居家照明計畫之外，更不同的地方是，它是檯燈，也就是在閱讀的時候，閱讀跟智慧，我覺得是有關係的，

---

所以它被我歸類到閱讀用的燈。這個也是(008)為閱讀準備的東西，文具。

這個 012 的話 它有涉略到人類文明的東西，像這個是文字，它明明是一把樓梯，可是有時候人就是用自己的智慧，當作自己是造物主在創造這些東西的時候，跟造物主比起來，會有一點太過不自量力，但是你會發現人在這個過程之中，他又因為看見自己的不足在成長，所以我覺得會給我這種感受、這種境。

009 這個應該是焚香的香器，他做成像蓮藕的形狀，這個也是一樣，人用自己的思維，試著去造這些物，那為什麼將它歸納在「智慧」，這樣應該稱為「人類的愚蠢」吧！但是它又不是愚蠢，因為它又包含到，如來跟人之間原先就連結的智慧，也就是看見人類在努力著突破，你有看到美的部分，你有看到接近佛性的部分，但是又還沒完全到達。

這個 078 容器 這個跟這個也有點相似處，它也是人造物，但是人在造物的過程，我覺得有看到一些，不是為了真正服應人類而誕生的物品<sup>11</sup>，而是你使用它你會有一些屬於自己的體會<sup>11</sup>。像它的杯把並沒有設計的很明顯，但是它卻又提示我們去使用它當作杯把<sup>11</sup>。然後它又不是在訴說它設計的是全世界最舒適的杯把，它是告訴你，它設計了具有佛性智慧的、使用的時候你會有體會的。然後這個是包裝的東西嘛，應該也是竹製的<sup>7</sup>，也是給我這種感覺，就是它被人造出來的，這個東西擁有的是很質樸的<sup>10</sup>，但是卻很「真」的佛性智慧，使用它時是細細的、小心的包裝<sup>14</sup>，真正好好的去包裝，不會像是工業包裝，耐用耐操，隨便你剪隨便你包，這是木竹做的，所以要很小心，有就是說你要對裡面包裝的內容物更用心的<sup>14</sup>。但是我覺得最智慧的地方是，你又不覺得你是受限制的，又讓你真的願意靜下心來，去體會。

你看嘛，行、住、坐、臥的那種慢、定的感覺，生活

---

哲學啊！如果套一句人類自己的敘述就叫做「生活智慧」，但是當生活智慧越趨近於佛性智慧，你就會覺得高度根本不一樣，差很多。

我覺得美學，為什麼會去談論到禪風、禪境，就是因為它也是非常靠近佛性的一部分。我從「慈悲的」意象開始，我看一下怎樣去分類比較方便說明，有一些都有各自的關聯性，像這種比較趨近於「樂於分享的」、「對談的」。

大概是這樣子，慈悲啊，我從禪行中所了解到的慈悲就是：真正的行動來展現我們人原本就有的慈悲，如果我們沒有真正去追隨師父來禪行、修行的話，我們可能會用自己的價值觀來看待慈悲這件事，比如說養毛小孩啦、捐款去非洲啦，就是會用自己的方式，好像試著在印證心裡面的慈悲。

我覺得「慈悲」對我來講是指「利他的」，利人、利他、無我，往這個面向去，所以你會看到我都是挑選跟他人產生關連的這些產品，然後維持剛才的，我不會去挑那種好像拿來服應人類的<sup>14</sup>，然後一樣它要具備安定、清淨的特質，所以單一材質、造形的單一性<sup>7</sup>，也都存在這裡面，利他、利眾、無我，然後：安定、清淨、慈悲、智慧都存在！

這個 011 的話純粹是意象引起的，因為它是吸迴紋針的磁鐵，就是人跟人所謂真正起因、起自於慈悲的連結，然後把它投射到這個造形跟它的功能設定上。剛好它又是圓形的磁石。這個 129 其實跟缺陷有關，這感覺很像是廢布料弄出來的，但是佛性很重要的就是要「真」，神、口、意都要真，所以質樸的、有很多缺陷的都沒有關係，人要「真」，「真」才能面對自己真正的不足。用一種原來的素材<sup>7</sup>，是不經加工的感覺，質樸的、然後有很多缺點的都沒有關係<sup>10</sup>。

我會挑出來的都是人跟人之間會有聯結的，但是那個連結，我要談的是「利他的、利眾的、無我的」，然後

從這過程中會去體悟，內心自己的，慈悲的感受。

最後一個禪的特質就是「真愛」，幾個大重點：真愛的特質當中，最重要的就是最直接最簡單的愛，也是最大的愛，不用複雜的角度去看愛，你就不會覺得我好像愛不了別人，我好像能愛的人很少，所以真愛不是小情小愛，是你真的愛這個人、愛這一群人，所以真正的愛可以愛一個人，也可以同時愛一萬個人，所以我從這當中萃取出來的元素就是它的「簡偕」<sup>13</sup>；我大部分選到都是空間的，這幾張(030、045、105、118、121、156、161)就是很「簡偕」的，禪的意境裡頭，還有一個很重要的，要講「禪行」，有「禪」沒有「行」是不行的，沒有「行」你不會開悟，所以有「禪」一定要有「行」<sup>14</sup>。但是你家很豪華、設備很多、什麼東西都是最棒的，你不會捨得離開家！所以「禪行、禪風，就是應該有存在簡偕的感受」<sup>15</sup>，所以都選「非常簡偕的空間環境」<sup>16</sup>。

C：當我知道你的題目是「禪」的時候，我就一直拼命聯想我的生活經驗裡，曾經得到什麼「禪」的經驗，然後投射在你的圖片裡面去做挑選；我覺得泡茶這件事是很禪風的，所以我會挑了很多茶壺、「茶具」<sup>17</sup>，還有燈的一些意境，還有時間，其實這些東西，轉換起來，它在於動作上面的使用<sup>18</sup>，或者是功能上面的範疇<sup>14</sup>，都是屬於像禪風很「抽象的韻味」<sup>19</sup>在裡面。

時鐘也選了很多，第一個是因為「時間本來就是一個很玄的東西」<sup>20</sup>，「它既抽象但是又具體」<sup>21</sup>，摸不到，可是你很確切知道，它現在一點一滴的在流逝當中，所以它的構成基本上就是個禪，或者是隨著時間這個東西就是一個因素在，再加上它(031、041)的一個形態的設計，因為它是用「一階一階一階的」<sup>14</sup>，「可能一種韻律感」<sup>22</sup>，讓你覺得它很適合，然後再加上這個(038)框框，幾何裡面的變化，把很抽象的時間具體化，然後我可以很感受到，就是真的在變化。

(15) 深色、暖色調的色彩。  
(柚木或檀木等深色漆的木材)

---

而 027、156 這種傢俱的形態它的感覺或是比例必須要抓得很妥當，在比例上面要抓到讓人家覺得有禪風的意境，在高度上面，它是偏低的，因為今天這個 161 是床架，床架不可能偏低嘛，但是如果是桌子啊、椅子來講，它整個上面是比較沉穩的，它是比較低一點的，讓人覺得它是「安靜的」<sup>G</sup>，那我後來發現「顏色上面也有很大的關係」<sub>15</sub>，因為它填的顏色會是「比較黑、卡其色、米黃色」<sub>15</sub>或者是像這種「咖啡色」<sub>15</sub>，這一類的，都會讓人家覺得它比較接近禪風。

這些傢俱「看上去很難坐」<sup>H</sup>，因為它要「讓你坐起來端正，不可能讓你整個癱在上面」<sub>14</sub>，那個就不叫禪風的傢俱了，那就可能是鄉村風之類的。

---

---

D：078 這個我不是很確定它是什麼，這個我覺得它很像是日本「包裝的方式」<sup>H</sup>，我的概念中，它就是日本，就是比較趨向於禪風，其實我樓上有一個杯子，就是竹子炭的寶清竹，它是竹子，竹子放了就會變黃，它的功能就是作成清酒杯，就是很簡單用一小竹節，然後它的造形也像。

倒不會覺得說禪風是方的，我覺得方跟圓倒沒有一定去區分它，就是很簡單外形、質地、顏色。

那麼「像這樣(018)的環境」<sup>J</sup>，「就心靈上它是靜默的感覺」<sup>14</sup>，因為少即是多，越留白、空間越多的話，「東西越少」<sup>14</sup>，「反而會留更大的空間給自己、給心靈」<sup>14</sup>，所以在沉澱上，禪風是沉靜的，包含它的彩度是低的，「包含它的簡約」<sup>J</sup>；包含它的牆壁其實不是很多裝飾的，倒不一定是跟這當中的水墨畫有關，搞不好會覺得是中國風，可是為什麼呢？它雖然是加了這幅畫，可是其它所有的桌子、椅子我都認為它有禪風的味道，它不是中國風。

那麼這個 156、160、161 是臥房的空間，就是「簡約」<sup>J</sup>，但是顏色上也是比較「沉穩的顏色」<sup>7</sup>、「低調，它並不是奢華」<sup>J</sup>；包含像這個凳子(156)，因為它就是「原木」<sup>6</sup>，所以家具貼皮的東西我們就不會覺得是禪風了。

---

Q4：請解釋圖卡中何謂禪風的「沉穩形態」？	上位編碼	下位編碼
<p>A：如果深入去探討中式家具，會發現唐朝的矮家案<sub>16</sub>，中國唐朝也有席地而坐的現象，日本風就是從唐朝過去的。</p> <p>像 101、103、104、106、210 號圖片，像是中國家具大部分都是深色的<sub>15</sub>，這個是柚木<sub>15</sub>還有檀木<sub>15</sub>，各種比較深色的木頭<sub>15</sub>去製作，所以它的線條就很清楚。可是它又更加「抽離」與「簡化」，所以它的線條都非常俐落<sup>A</sup>，框架都是極美；第二便是雕紋的簡化，明朝時期做工相當細緻的木雕、或是清朝時期的貝殼鑲嵌雕紋在此都簡化為簡單的符號<sub>2</sub>，或者乾脆捨棄不用<sub>2</sub>，僅保留明式傢俱的圖像符號；這也是說「少即是多」現代主義的精髓。圖卡 209、210 的櫃子就形態上是相當穩固的<sup>K</sup>，更重要的是東方的意象在裡面；圖卡 212、216、221 的矮櫃相當的簡約，並且隱約有東方的符號產生聯結，例如 212 號圖卡的形態是方的，但是握柄是圓的，是象徵著「天圓地方」的東方學說。</p>	(K)安定、沉穩的形象。	(16) 較低矮的形態。
<p>B：安定的，大部分都有「對稱」(113)，然後它的基座是穩固的<sup>K</sup>，或者在造形上給人相當穩重、沉穩的感覺<sub>16</sub>，再來是圓的，是這種幾何的圓(031、033、034)，像這個(170)整個落地了，它是一個墊子嘛！作為一個承載用的，所以我都給這些比較幾何的圓的，一種安定的感覺。</p> <p>那這個 137 是詩肯柚木這個我把它跟「適合閱讀的空間」連結在一起，就是跟閱讀相關聯的，也是它造形的單純<sub>1</sub>，跟材料使用的單純<sub>6</sub>。它就不是曲線，是很直線主要形態<sup>K</sup>、材質的單一<sub>6</sub>。它也是比較矮的家具，會有安定<sup>K</sup>跟清淨的延伸。這也跟一般沙發不大相同，沙發都會靠到頭，舒服的可以睡覺，但它就是只能到背部所以我覺得它跟這個味道很像，就是閱讀的輔具。</p> <p>183 號圖也是因為它的造形意象，因為它是圓柱體，雖</p>		

然它是有切了一個平面，讓它呈現一個傾斜，但是我還是覺得它給我一種安定感，因為或許它外面是海綿吧，這不可能是水泥吧，以機能上來講它可能只是一個切割非常工整的高密度海綿，但是這種感覺就給我一種安定感。跟是否是 3C 產品無關，都是從造形的形態上去看。

113 號圖的椅子<sub>16</sub>有對稱，另一個是說，我覺得坐在上面是感覺非常安全的<sup>K</sup>，可以讓我四平八穩坐在上面的<sub>16</sub>，對我來說就是一種安定的。114 號是跟有高度，因為它讓重心降低了<sub>16</sub>，如果圖片裡有蒲團，我可能會選蒲團，蒲團更強烈，可以讓我們坐得更穩。

C：而且我後來發現其實「禪風」跟所謂的「平衡」有一定的關係。我覺得最主要是說，它的產品讓人家看起來它是很安靜的<sup>K</sup>，安靜其實就是禪的一個重要的要素，如果講到禪風的話，第一個就會覺得它是一個很安靜產品<sup>K</sup>，那你必須要放置在它的空間一段時間，它的那種韻味或者是氣質會慢慢的出來。

比較深色系の木頭<sub>15</sub>，就會讓人覺得有安靜的意味，很沉穩的<sup>K</sup>，所以它會有一種淡淡的氣質在裡面；在搭配的一些雙材質，例如木頭搭配黑色<sub>4</sub>，會覺得比較有禪風的意境，所以大致上會在顏色上比較沉穩<sup>K</sup>一些。

比如說 137 這個詩肯柚木的家具，在結構上面<sub>17</sub>的話，給我一個安全感<sup>K</sup>，所以我選的都是比較沉穩一點的，比如說，即便 113 它這個是梯形倒過來的，可是它下面有一個很穩的木盤撐接著<sub>16</sub>，就是給人家感覺在視覺上是很沉穩的形態<sup>K</sup>，所以其實禪，一般來講在視覺、功能而言，絕大部分給人一個安全感，就像宗教在心靈上面的藉慰，就是一種安全感。

109 也是，都會是比較沉穩<sup>K</sup>一點的角度，像剛剛講的，比較低矮的<sub>16</sub>。

113 也是，這個造形給的感覺不是「動」的感覺，而是

(17) 量體形態與結構。

---

「靜」的感覺，在動態的造形上表現寂靜的感覺<sup>K</sup>。

---

D：這個桌椅也是像剛才所說比較低、比較矮的<sub>16</sub>，因為他們以前的生活空間，是在蓆子上、在木板上，所以說他們是席地而坐，所以他們器具上是比較低的<sub>16</sub>，所以剛剛去除的那張椅子，我就不覺得它是中國風，雖然中國也有板凳。

這個 109 我覺得它是禪風，第一個因為它不高<sub>16</sub>，其實包含日本的生活方式，他們甚至都不太用凳子的，他們的器物都是矮矮的小小的<sub>16</sub>，因為他們的空間是比較窄小的。在歐美的環境中這個凳子用不太到，他們的椅子會高一點，然後呢，它也不算是中國風，因為中國會走比較示意的。

其實我不應該把「禪風」跟「日本禪風」連結在一起啦！當然中國有禪宗這一塊，但是很多東西包含茶道、花道，很多東西日本人將它發展成「道」的時候，它就引領了一種風氣，因為禪風它本身就是一種「直指人性」，它不傳什麼「道」的，甚至連文字都不傳的，所以很東西在「具像」上就沒有像日本禪風那麼明確，我剛剛以上所有東西都是。

---

Q5：請解釋圖卡中何謂禪風的「動感形態」？	上位編碼	下位編碼
<p>A：這個 155 號圖來說的話，是「曲線構成」<sup>L</sup>，應該是椅子吧？雙人座椅、情人椅，這很有設計感，因為他用軟墊跟「曲木設計」<sup>18</sup>，是很「簡單俐落」<sup>B</sup>、「回歸自然」<sup>E</sup>，「盡量用木頭原來的紋理」<sup>7</sup>。</p>	(L) 有律動感的。	(18)環繞的動態。
<p>B：047 號圖卡，我覺得它是安全的讓它的內容物被包圍在一個可靠的空間之中，它又是一個圓，所以我覺得它很安定，如果放其它的內容物，我可能還是會覺得它很安定。</p> <p>014 的話跟它形態有關，它是在焚香的時候利用下旋氣流，空氣、煙會往下走，會很像山水畫，它的概念就是沉香用一種很柔美的方式，慢慢地進入到空氣中，慢慢地進入到我們居家環境裡面，所以我也覺得它是很清淨的意象。</p> <p>那這個 155 就是對談嘛，這應該是一張椅子，也符合我剛才所講的；「造形純粹」<sup>A</sup>、「材料純粹」<sup>6</sup>、「重心放低」<sup>16</sup>，它又「加上這種圓」<sup>18</sup>，很像對談的感覺。相對而坐，然後它又不是被製造出來服侍人類的，都是這個樣子，那這個(188)的話，是浴室，它這邊有一個衛浴的空間，展現出來是非常舒服的，感覺這空間就不是一個人，感覺這裡會坐著一個人(指著浴室側邊窗外的座椅)，有一種對談的感受，一個泡在熱水裡面，一個人坐在田野當中，那種對談的心境不一樣吧！那兩個人在這過程之中，在慈悲的角度可能不同。</p> <p>舉例說 083 這個茶具，上面有分享的感覺，並且利用數位化的方式讓桌面產生「水波紋」<sup>19</sup>，或者是這個 151，它是枯山水！那種「漣漪擴散」<sup>L</sup>，跟我剛剛講的利他、利眾，還有「把真正的慈悲傳送、散播出去」<sup>L</sup>，基督教也有傳福音，這都是他們展現慈悲的方式，我覺得有這種意象其實都算，而且越慈悲的人能夠愛越多的人。因為水是一個很好的比喻，觸動心弦的時候，心中會有</p>		(19)擴散的動態。

---

漣漪嘛！有的時候是透過我們兩人對談，各自在心中產生的漣漪<sup>19</sup>，但是這如人飲水，最正確的只有自己知道，所以我說水是很好的比喻，它又是造物主造出來最自然的東西，不是人造物，所以用它轉譯到產品身上，對我來說，語彙是很強烈的。

這個 199 是吊燈，但是它的形態，像是讓這個空間中旋轉，產生了律動感。這個跟「清淨的」那一種涉入空間的協調感也有關係，但是我將它歸類到「智慧的」，首先它的功能很清楚，就是照明，但是這樣的照明計畫，你又可以看到它跟空間產生其他關連，從旁觀者的角度還有坐在正圓心的感受又不一樣；或許我沒辦法了解它為什麼要這麼做，但是它會引起我對它有獨特感受，而這獨特感受是神祕的，是說不來的。

這個 121 呢，是很個人的，它又可以打開來，跟空間連結在一起，我覺得它好像在訴說：我們凡人眾生，我們想要藉由禪行之中去綻放出「如來、造物主」真正無私的愛，可是人有時候又需要獨處，需要整理自己，但是這都是在反覆的過程當中去突破。所以我覺得這個東西給我一種：反覆的闔起來，又打開，你不覺得很像是鴛鴦心態，闔起來很安全，但是這種狀態就是，人會沒有力氣再行出去了，沒有力氣再行慈悲、利他人，所以需要把自己關起來一下，可是真愛就是即便你是這樣的狀態，造物主都不會遺棄你，造物主都知道我們都還沒有真正地像釋迦摩尼佛那樣成就佛道之前，我們就是會有這種起起伏伏，而造物主很慈悲，像釋迦摩尼佛、像耶穌基督這樣的聖者，他們非常的慈悲，所以祂不是有講嗎？什麼時候、犯多大的罪都沒有關係，悔改信耶穌，對不對，就是你放下屠刀，立地都可以成佛，我看到這個的時候就是有這種境。

像這個 147 跟 085 這些都是很簡偕，但這個(085)可能就要花一點唇舌去說明，這(085)還是會連結到「慈悲」，人跟人之間的，但是它更純粹；這個(089)是「智

---

慧」跟剛剛那個竹包(078)是「智慧」，那為什麼我特別把它提出來，就是「真愛」，真愛需要有對象，所以是一對杯子，或者是調味瓶罐(085)，「無獨有偶」或是行、住、坐、臥之間也並不是我讓我的居家很簡偕，好像讓「禪行者」變成「獨居者」的感覺，「禪行者」不是獨居的，不會離群索居，禪行者一定是入室的，所以我就會把這種連結進來。

---

C：接下來是第二個分群，這七張是在空間上我會認為是有禪風的感覺，然後它的顏色就一樣是沉穩的<sup>15</sup>，也都是自然材質<sup>7</sup>，甚至有意境在裡面，比如說像這個151的話，是不是有水滴的感覺<sup>1</sup>？水波紋<sup>19</sup>。其實禪風就是一個抽象的意境，所以投射到產品或是圖片裡面，我就會自然而然去找出有那個意境的存在，比如說像水滴。水滴它感覺是一個在動的東西，怎麼會把它跟靜的東西聯想在一起？我覺得大自然的奇妙在這裡，它明明就是動就是覺得它安靜，大自然會有很奇妙的力量，就是說即便它是有聲音的，可是你會覺得聽那個聲音，心情會比較平靜，有撫慰人心的感覺，它那個波紋有那種療癒的感覺<sup>11</sup>，其實禪風，何嘗不是一種療癒系的設計呢？它是可能年紀比較大的人(笑)比較喜歡的嘛！

這個083有可能它只是一個動畫造成水波紋<sup>19</sup>的，就跟剛剛那個其實是一樣的，水的意境<sup>1</sup>。

這個079是一個紙器製成的小容器，這紋理也不是正面，是容器背部的圖像；我看到它的時候，第一眼看有那種「馬雅文化」的感覺，就是那種埃及的馬雅文化，可是再看一眼的時候就覺得，它上面那個波紋，有點像水的形狀，所以我就覺得有禪的意境，那它的顏色跟它的那個，形態上面讓我覺得它有那種禪風的意境在。

因為我覺得「禪」，這個東西一定形態上面安靜而且不簡單<sup>1</sup>。155這張感覺像是腿盤起來的那個意境<sup>18</sup>，在

---

---

曲線裡面屬於比較沉穩一點的曲線。

這個 047 它很像是迴香，看起來很像太極<sub>18</sub>，我覺得太極、太極拳也是一種富有禪風的行為，對所以它的形狀跟他的公母，讓我聯想到太極，覺得這個有它的意味，就把它留下來。

這個 154 好像是日本的庭園造景<sub>18</sub>，但是是縮小的，它有禪風的意味。

215 號這個是小茶几，裡面可以收納東西的，其實我覺得它的那個感覺，讓我覺得有一樣就是太極的意象，雖然它是用比較直線、幾何的切割方法，圓形加上這樣的切割<sub>18</sub>，有投射到太極的意味<sub>18</sub>，它是太極的簡化版<sub>2</sub>。

像 013 這個戒指也一樣，看起來有圓的跡象，會有太極或圓融的感覺，就是一種氣場；因為空靈，然後氣場流動性，會覺得它有空氣在流動。

---

---

D：以景觀來講它就是一個很典型的叫做：「枯山水」的景觀<sup>19</sup> (151、154)，比較屬於寫意的部份，它包含一枝一葉<sup>12</sup>，楓葉(151)也是，包含它的律動<sup>14</sup>，很簡約的，有一點師法自然<sup>15</sup>，然後就是很簡約的就呈現了

7°

那這個(083)是因為水波紋<sup>19</sup>，這張圖片就是只有兩個物件(桌上的茶具)，就是聚焦在這裡。基本上是禪風都是沉靜的。

155 號，像是躺椅的，其實它有一點現代設計，它不是屬於古典的禪風的味道，其實現代設計中我也覺得可以，因為剛剛講說；禪裡頭有一些屬於比較意境的部份<sup>14</sup>，那我覺得它在意境的表現蠻好的<sup>14</sup>，蠻有感覺它有一點禪意；它從正面看來也有一點像是圓形<sup>19</sup>喔！有空洞的感覺，大概是這樣的形。

---

Q6：請解釋圖卡中何謂禪風的「空間感」？	上位編碼	下位編碼
<p>A：圖卡 138 號是構造非常純粹的傢俱，它使用了「虛實交疊的形態」<sup>20</sup>。</p>		(20) 虛實交替的形態。
<p>B：像是 021、023 圖當中複雜的線條，但是非常律動的，就是整齊的切割，第一個是它的結構有一定程度的規律，又有強烈的「簾空」<sup>20</sup>，所以那個感覺是！我比較不會感覺它是一個「籠」，如果它是一個起居空間的話，我覺得它是「很清淨的」<sup>M</sup>，所以在這種空間當中我感受到是「很清淨的感覺」<sup>M</sup>。</p> <p>021 號圖這種「虛跟實的構成」<sup>20</sup>會聯想到，「清淨但不封閉」<sup>M</sup>，「它是開放的」<sup>M</sup>，雖然它是一個空間，但是流動感很強，但是流動感並不是指人來人往，是指跟天地萬物的連結不會斷掉，可以說是軟性的阻隔。像這個手機座(171)的這個架構，也是「空的」<sup>21</sup>，這個花瓶(153)也是一樣的元素，線構成也有關，因為本來就用了一種「對比」的做法，因為鳥籠跟這個(花瓶)本來是一個容器，應該是有裡外的，但是它把它整個解構掉，「只剩」下外輪廓，線構成<sup>22</sup>，它是整個變成開敞的一種視覺感受<sup>M</sup>，它會產生衝突美感。從造形上我會連結到：我以為它是封閉的，但實際上卻是非常開敞的。</p> <p>這個 026 是獨特使用經驗，這裡面都有律動，但都是在律動之中做一些變化，比如說這些「格柵」<sup>20</sup>做成圓形凸出來，或者凹進去，有機的東西，讓它涉入進去，這個就是神祕的獨特經驗。</p> <p>其實 143、181 這兩個給我的感覺就很像，就是跟空間當中看不見的東西，它是存在但不侵犯，因為「它的形態上就沒有扇葉」<sup>21</sup>，是跟空氣共存。</p> <p>這個 049 的書架是北歐設計的產品，當然它第一個是材質跟造形的單一化、單純；材料也是單一的，再來是它引導人們放置書本，因為它是雜誌架嘛，就是有一種隨性的置放的感覺，所以我就把它當作是比較清</p>	(M) 運用「留白」造成「空無」的意趣。	(21) 簾空或留白的形態。 (22) 去除量感的设计手法。

---

靜的，然後也跟禪風的簡偕、還有把書捲起來放也有一種圓形的形象，然後它書架本身也是虛實交疊的空間感，這個也是給我這樣的感受。

這個(147)設計給我的感覺就是，它的外表還有所使用的材質，把我真正「活」的、有「溫度、情感」的部分，透過這些物件、結構，讓它停留在作品的正中央<sup>21</sup>，我覺得能夠相映到的，就是我們自己的「自心本性」，我們人人都具有佛性，我會認為是「利用「虛」的感覺去營造中間「實」的物件<sup>M</sup>，然後再加上它沒有對稱，以完型來講，好像要接合，但它沒有接合，又把這個「虛」的部分又跟空間連結在一起<sup>M</sup>。

---

C：這個 026 呢，因為它看起來「一條一條的」<sup>20</sup>，讓我覺得有竹子的意境，然後加上它是「線構成」<sup>22</sup>，線構成裡面它有做一些變化、有律動，這個律動它是很優美的，如果它今天過於太直的話，我就不會挑它，因為它是變成極簡風，就我剛剛講的；沒有感情。

這個 171 好像是一個鳥籠造形<sup>21</sup>的音響還是什麼的，它有一種「禪的意境」<sup>M</sup>，就是在整體的形狀裡面它雖然簡潔，可是它有一些內涵的，它的內涵是一種「空靈」的美<sup>M</sup>，不覺得它是單調的；什麼是「空靈」，它其實是不簡單的，非常哲學性的思考，空靈化，就是禪，是很抽象的。

它的亮點是「不簡單」的感覺，所以我就會選這種(066)比如懸空的，禪就是空靈，就是個空，懸空是一大部分的連結、連貫的動作，我對於懸空的概念就會多加去投射它，燈具也會覺得是因為吊燈而比較有懸空的感覺。

這個(019、025)算是空間，因為「植物的關係」<sup>12</sup>，而且中間有文房四寶，有禪風的意境，會聯想到書法或是水墨畫，營造的氛圍就會覺得有「禪風的意境」<sup>M</sup>。它比較偏向無彩度，比較冷一點，偏冷的禪風。

---

這張 208 好了，剛剛我其實有提到空靈，它就是說從簡單裡面的不簡單裡面出來，看久了會有那種意境或者是內涵想要傳達出來。桌子至少要三隻腳，但它只有兩個腳，一邊是靠牆壁，它看起來好像不安定，但其實它又是穩固的。這樣的設計，其實我都覺得它就是「空靈」的代表，簡單或是空靈沒有那麼好詮釋，它就是突破以往的限制，可是它又製造一個祥和跟寧靜。就是你常理來看的話，你會覺得它是沒有安全感的，可是你看完它的這個整個結構的那個，它就是具有很極大的後盾，然後又覺得它沒有想像中的那麼可怕，彷彿覺得它是很安全的設計。

這個 177 隨身碟，它跟工業風一線之隔，我覺得是材質，然後再加上比例，它掌握得很好，特別是這個地方的框線(正視圖)，讓人家覺得它整體的感覺是很安靜的，然後也有「空靈」的代表。透明的壓克力，因為透明的，可是實際上又有形體，又虛又實的感覺，所以就覺得它有禪風的意境。

D：147 這張是花器，第一個我覺得它的材質上，很 natural(自然)的感覺<sup>7</sup>，第二個它就是很簡單的圓<sup>9</sup>，在一個空間裡，它讓花聚焦在裡頭<sup>21</sup>，它可能是一花，可能是一葉，它這個只用了兩種，一種是火龍果一種是栗石竹，基本上它只要一點點東西在這裡，它都是這個構造、這個花具設計的焦點<sup>12</sup>，所以我就覺得就視覺傳達來講他不複雜，第二個就是亮點。它這樣的設計就像是一個畫框<sup>M</sup>，然後就聚焦在之中；所以有時候，留白是另外一種聚焦<sup>21</sup>。

第三群東西雖然比較多，但是它講的就是一個空間感<sup>M</sup>，它即使是東西多，但是它的東西是一致性的，它並沒有圓的、方的全都混在一起，你看這(021、026)就是一個很簡單的線條<sup>20</sup>，讓它有點透光的味道<sup>M</sup>有沒有！它就是那種虛空間的概念<sup>M</sup>出來了，雖然有阻隔，但不是完全的阻隔<sup>M</sup>，一條一條的構成<sup>20</sup>，是日

---

本的帳子門的元素。

鳥籠這張(171)，我不是指鳥籠，是說這就是禪風的味道<sup>M</sup>。其實日本禪風，搞不好是唐朝僧侶來到中國取經，包含茶道、花道、禪風都是從那個時候帶過去的，只是說他們將取來的經，融入他們自己，再發展出來的東西，所以這個有很多是中國風的影子，所以包含它的線條，我都覺得是禪風的味道，真正的中國風，它會比較富貴，比較不會那麼簡約，鳥籠的形像也有「留白」的感覺<sup>21</sup>。就是整體空間還有包含它的、它的留白<sup>21</sup>。

為何挑選這張(019)呢，這個景，不是窗戶喔，右上的這個景<sup>M</sup>，下面這個當然是它的生活空間了，不管他桌上擺了多少東西，這個搞不好就是一個六尺的大平面，這是他的工作需要，但是這整個範圍是一個禪風的氛圍。圓嘛(窗戶)<sup>9</sup>、竹子<sup>11</sup>、虛空<sup>21</sup>，就是在這個空間裡頭，他是用禪風的元素去營造一個禪風的感覺。

---

### 附錄 2-3 上位整理與提及次數

上位語彙	提及次數	上位語彙	提及次數
(A) 極簡單的	25	(H) 禪風令人體驗不同的生活層次	14
(B) 俐落的外形線條	16	(I) 禪風是抽象且無限的想像空間	12
(C) 低調內斂	7	(J) 使空間感受簡樸	7
(D) 樸實的素材	13	(K) 安定、沉穩的形象	13
(E) 崇尚自然，以大自然取材的仿生造形	10	(L) 有律動感的	9
(F) 有溫暖的情感	5	(M) 運用「留白」造成「空無」的意趣	17
(G) 觀賞或使用時會有安靜的感受	3		

## 附錄 2-4 下位整理與提及次數

上位語彙	提及次數	上位語彙	提及次數
(1) 簡化的功能與形象。	11	(14) 觀賞或者使用時的體驗。 (受到約束行為的、須用心體會的、使用者會有獨特的體驗、心情變化有不同的體驗)	16
(2) 簡化的圖文。	4		
(3) 保留最純粹的概念形態。	4		
(4) 無彩度色彩。	6		
(5) 消光的表面質理。	8	(15) 深色、暖色調的色彩。 (柚木或檀木等深色漆的木材)	9
(6) 單一色彩與材質。	11		
(7) 原始素材。 (木材、竹材、水泥、鐵器、 石材、陶瓷與釉藥)	28	(16) 較低矮的形態。 (17) 量體形態與結構。	
(8) 柔和的曲線造形。	6	(18) 環繞的動態。	12
(9) 圓的形態。	7	(19) 擴散的動態。	1
(10) 方的形態。	1	(20) 虛實交替的形態。	7
(11) 植物的形態。 (竹的形態、枯枝的形態、 花的形態、綠色植栽)	22	(21) 簾空或留白的形態。	7
(12) 精簡的植枝。	5	(22) 去除量感的設計手法。	7
(13) 自然物質的形象。 (雲的抽象形態、樹的抽象 形態、時間的抽象形態)	8		9
			2

### 附錄三 禪風造形情感消費者評量問卷

親愛的受訪者您好：

這是一份關於「禪風設計風格與消費者情感探討」的學術問卷希望藉由您寶貴的個人經驗與意見，幫助我們進行學術研究。本問卷共分為：(一) 基本資料調查、(二) 涉入程度評量、(三) 禪風構念評量 等三大部分，共計 93 題勾選式題目。

本問卷採不具名方式，問題無對錯之分，請依真實的經驗放心作答。全部資料僅做為學術統計，可自由選擇參加與否。若有您的參與，將贈送精美禮品，感謝您撥冗參與本研究，本調查僅用以作為學術研究，不會將您寶貴的資料外洩，敬請放心的作答，謝謝！

東海大學工業設計系

指導教授：呂佳珍 博士

研究生：申晉一 敬上

#### 第一部分 受訪者基本資料調查

第一部分問答是基本資料調查，請在下列問題之框格內勾選適當的選項。(請單選)

(1) 受訪者性別：男 女

(2) 受訪者年齡：24 歲以下 25~44 歲 45~64 歲 65~74 歲 75~84 歲 85 歲以上

(3) 請問您的每月平均收入約是多少(新台幣)？

30,000 以下 30,000~40,000 40,000~50,000 50,000~60,000 60,000~70,000 70,000 以上

(4) 請問您的信仰狀況為何？(本題可複選)

無宗教信仰 台灣地區一般民間信仰 佛教 道教 密宗 一貫道 天主教 基督教 摩門教 伊斯蘭教 其他\_\_\_\_\_

(5) 請問最高教育程度為何？國小 國中 高中 專科 大學(含四技二技)

碩士 博士

您已完成第一部分「基本資料」調查，相當感謝您願意協助接受調查，請翻到第二頁，開始本調查第二部分的評量問卷，再次感激您的協助。

## 第二部分 涉入程度評量

當您在使用禪風設計的產品之時，對您來說是怎麼樣的情懷呢？我們需要請您提供寶貴的意見；請將您的狀況，在下列量表中勾選適當的分數。(請單選)

	非 常 同 意	很 同 意	同 意	沒 意 見	不 同 意	很 不 同 意	非 常 不 同 意
1. 禪風產品會引起我的興趣	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
2. 禪風的產品會令我感到興奮	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
3. 使用禪風的產品是吸引我的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
4. 使用禪風的產品很令我著迷	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
5. 禪風的產品會引起我的高度關切	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
6. 使用禪風的產品是重要的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
7. 禪風的產品是和我有關的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
8. 使用禪風產品對我具有重大的意義	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
9. 使用禪風的產品是非常有價值的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
10. 禪風產品是我生活中的一部分	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

您已完成第二部分「涉入程度」評量，相當感謝您願意協助接受調查，請翻到第三頁，開始本調查第三部分的正式問卷，再次感激您的協助。

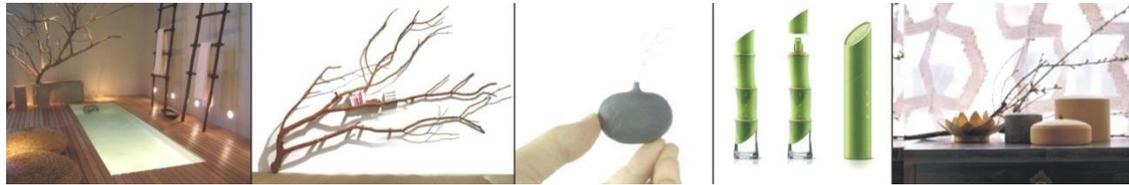
### 第三部分 禪風構念評量

第二部分共有 6 大主題，每一大題共 13 小題。我們分別在每一個主題中，挑選出最符合的「禪風設計產品」；本研究需要請您給予鑑賞及評分，請提供您的寶貴意見，在下列「構念影響程度」之框格內勾選適當的分數。(每一小題請單選)

<p>一、禪風的「極簡形態」</p>	<p>禪風中的「極簡」，即是將產品的形態簡化到最極致、洗鍊到最純粹，保留該物件最原始的功能、材質或樣貌；禪風的呈現即是去蕪存菁、乾淨俐落、渾然天成。</p>						
							
<p><b>構念</b></p> <p>(1) 極簡單的</p> <p>(2) 俐落的外形線條</p> <p>(3) 低調內斂</p> <p>(4) 樸實的材質</p> <p>(5) 崇尚自然，以大自然取材的仿生造形</p> <p>(6) 有溫暖的情感</p> <p>(7) 觀賞或使用時會有安靜的感受</p> <p>(8) 禪風令人體驗不同的生活層次</p> <p>(9) 禪風是抽象且無限的想像空間</p> <p>(10) 使空間感受簡樸</p> <p>(11) 安定、沉穩的形象</p> <p>(12) 有律動感的</p> <p>(13) 運用「留白」造成「空無」的意趣</p>	<p>非 常 同 意</p>	<p>很 同 意</p>	<p>同 意</p>	<p>沒 意 見</p>	<p>不 同 意</p>	<p>很 不 同 意</p>	<p>非 常 不 同 意</p>
	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

## 二、禪風的「自然元素」

即為「師法自然」，效法大自然的形態為概念，利用天然素材的特性；例如植栽、天然素材等元素，於「操作使用」或者「觀賞」產品的過程中，去體會「自然」的意趣。



構念	非常同意	很同意	同意	沒意見	不同意	很不同意	非常不同意
(1) 極簡單的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(2) 俐落的外形線條	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(3) 低調內斂	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(4) 樸實的材質	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(5) 崇尚自然，以大自然取材的仿生造形	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(6) 有溫暖的情感	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(7) 觀賞或使用時會有安靜的感受	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(8) 禪風令人體驗不同的生活層次	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(9) 禪風是抽象且無限的想像空間	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(10) 使空間感受簡樸	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(11) 安定、沉穩的形象	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(12) 有律動感的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(13) 運用「留白」造成「空無」的意趣	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

### 三、禪風的「體驗層次」

無論是形狀、色彩或質感的呈現，都是要讓使用者去感受、體驗不同的生活層次，這樣的形態通常不是要滿足使用者的需求，而是預留想像的空間給使用者自行去體會。



#### 構念

	非常同意	很同意	同意	沒意見	不同意	很不同意	非常不同意
(1) 極簡單的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(2) 俐落的外形線條	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(3) 低調內斂	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(4) 樸實的材質	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(5) 崇尚自然，以大自然取材的仿生造形	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(6) 有溫暖的情感	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(7) 觀賞或使用時會有安靜的感受	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(8) 禪風令人體驗不同的生活層次	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(9) 禪風是抽象且無限的想像空間	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(10) 使空間感受簡樸	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(11) 安定、沉穩的形象	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(12) 有律動感的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(13) 運用「留白」造成「空無」的意趣	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

四、禪風的「沉穩形態」

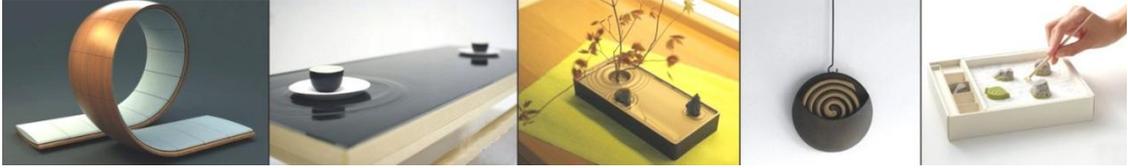
穩重、穩固且略為低矮的造形，情感上給人安靜、安全感；「沉穩形態」無論是產品本身的形態、色彩，或者是使用當下的情緒，都是沉靜且安穩的感受。



構念	非常同意	很同意	同意	沒意見	不同意	很不同意	非常不同意
(1) 極簡單的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(2) 俐落的外形線條	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(3) 低調內斂	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(4) 樸實的材質	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(5) 崇尚自然，以大自然取材的仿生造形	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(6) 有溫暖的情感	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(7) 觀賞或使用時會有安靜的感受	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(8) 禪風令人體驗不同的生活層次	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(9) 禪風是抽象且無限的想像空間	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(10) 使空間感受簡樸	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(11) 安定、沉穩的形象	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(12) 有律動感的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(13) 運用「留白」造成「空無」的意趣	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

## 五、禪風的「動感形態」

禪風的「動與靜」是一種對比的表現形式，相較於「靜」的形態，「動」的形態更可以呈現強烈的禪風意境；動感並不是物體本身的運動，而是形態上的律動感，意義上都是屬於「正向」的心理體驗。



### 構念

	非 常 同 意	很 同 意	同 意	沒 意 見	不 同 意	很 不 同 意	非 常 不 同 意
(1) 極簡單的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(2) 俐落的外形線條	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(3) 低調內斂	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(4) 樸實的材質	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(5) 崇尚自然，以大自然取材的仿生造形	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(6) 有溫暖的情感	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(7) 觀賞或使用時會有安靜的感受	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(8) 禪風令人體驗不同的生活層次	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(9) 禪風是抽象且無限的想像空間	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(10) 使空間感受簡樸	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(11) 安定、沉穩的形象	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(12) 有律動感的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(13) 運用「留白」造成「空無」的意趣	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

## 六、禪風的「空間感」

空間感是「實」與「虛」對比的表現形式；「實」的表現形態是「圓渾飽滿」的，「虛」的表現形態是「虛無空靈」的。兩者在空間中表現的形式是強烈的對比，但意義上都是為了表現「充滿」的心理體驗；圓渾飽滿」本身就象徵著「充滿」的感受，而「虛無空靈」通常是予人「充滿發揮空間」的意趣，因此兩者最終所欲表現的含意是相同的。



### 構念

	非 常 同 意	很 同 意	同 意	沒 意 見	不 同 意	很 不 同 意	非 常 不 同 意
(1) 極簡單的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(2) 俐落的外形線條	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(3) 低調內斂	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(4) 樸實的材質	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(5) 崇尚自然，以大自然取材的仿生造形	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(6) 有溫暖的情感	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(7) 觀賞或使用時會有安靜的感受	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(8) 禪風令人體驗不同的生活層次	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(9) 禪風是抽象且無限的想像空間	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(10) 使空間感受簡樸	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(11) 安定、沉穩的形象	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(12) 有律動感的	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
(13) 運用「留白」造成「空無」的意趣	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

您已完成本研究全部的問卷訪查，這份問卷將對我們的研究帶來莫大助益，再次感謝您的協助。

## 附錄四 禪風設計專家 64 張共識圖卡

