

---

東海大學創意設計暨藝術學院

工業設計學系

碩士論文

肩背包之皮革魅力研究

A Study on Attractive Factor of Shoulder Bag Made From Leather.



研究生 呂貞儀

指導教授 郭炳宏

中華民國一零四年一月

# 碩士學位論文口試委員會審定書

工業設計研究所 呂貞儀 君所提供之論文

肩背包之皮革魅力研究

經本委員會審定通過，特此證明。

論文口試委員會

委員：

蔣世文      洪建斌  
羅際銘      郭明長

指導教授：

郭明長

中華民國 104 年 1 月 23 日

## 摘要

皮革具有其吸引力，致使大量的運用於服飾、家具、生活用品等面向，在不同產品使用皮革時，要因應不同使用狀況及使用者，去使用不同特性的皮革。而皮革包更是能象徵品位的重要服飾配件之一。因此本研究希望以工業設計的角度切入，針對皮革肩背包使用者展開調查，本研究主要目的在於：探討肩背包之皮革魅力之要素以及這些魅力要素在產品設計之影響權重。

研究流程上主要採用「評價構造法」及「數量化一類統計分析」兩階段進行。首先在執行評價構造法之前，大量搜集皮革照片及圖片，主要目的為廣泛且全面的獲得皮革樣本。初步調查所得的皮革圖片經由研究者與共同研究團隊協助，篩選出代表性皮革樣本者，進而透過文獻獲得之肩背包採以市場分析的方式界定並進行 3D 合成，作為第一階段評價構造法訪談時之研究樣本。以評價構造法提供專家多項皮革意象或特徵的圖片，讓專家於樣本圖片中作篩選與分類，並針對上位的形容詞作描述，另外對下位的具體內容提出想法，最後將訪談者之訪談內容作歸納整理，訪談結論將提供後續問卷部分內容作更有效且更全面的依據來源。

根據研究結果顯示，受訪者對皮革肩背包的意象評價內容可分為六大類，分別是：1) 經典耐用好搭配、2) 隨性自然仿舊的、3) 時髦流行有賣點的、4) 特殊奢華有價值的、5) 多層次有個性的、6) 穩重低調且大器的。而六項類目相關陳述內容主要影響項目有 1) 顏色、2) 紋路、3) 視覺觸感、4) 特殊皮種、5) 加工細節、6) 皮與包款搭配。皮革肩背包設計者可參考各類目所示具體因子對皮革肩背包的影響程度與重要性，評估皮革肩背包所欲呈現的氛圍與感受，再運用適當的元素進行設計應用。

關鍵詞：皮革、袋包、魅力工學、評價構造法、數量化一類

## Abstract

Leather has its own attractiveness, resulting in a large number of using on clothing, furniture, and daily necessities. And leather bag is a significant accessory, which can symbolize a person's quality. This study results in industrial design perspective, with regard to the user investigating leather shoulder bag. The main purposes of this study: 1. What are the elements of attractiveness of the leather shoulder bag? 2. Know the weighing factors of attractive elements in the impact of the product.

The research methods included Evaluation Grid Method(EGM), and Quantitative Theory Type I. Data. Before implement EGM, the researcher collects samples and analyzes content by collecting or shooting pictures. The main purpose was to widely and completely control presentation forms and techniques to demonstrate regional characteristics of research leather. From pictures in primary investigation, the research team screened the ones, which showed the difference of leather as samples of EGM at the first stage. According to the literature, define shoulder bag and using market analysis as a target model, then 3D compositing with the leather sample to use on interview of EGM. By inquiry and comparison, this study recognized the subjects' (leather products users') abstract feelings toward samples, and explored the correlation with concrete presentation technique. According to interview result of EGM, the researcher designed questionnaires, and conducted quantitative statistical analysis. Based on the analytical result, suggestions to design of leather shoulder bags were proposed.

According to the results, the subjects' evaluation on leather image of Shoulder bag is classified below: (1) classic and durable (2) casual and natural (3) stylish (4) Special and luxury (5) multi-layered with personality (6) staid and poised. And the six categories related to the content of the main impacts of the project are classified below: (1) color (2) dermatoglyph (3) detail finish (4) special leather types (5) Visual tactility (6) leather and bag Integral collocation. Regarding the categories, they were the reference for future leather shoulder bag designing. The planners can review the effect and importance of leather factors on shoulder bag in different categories and evaluate qualities and feelings on the leather to design the shoulder bag by proper elements.

Key words: leather, bag, Miryoku Engineering, Evaluation Grid Method,

Quantitative Theory Type I

## 致謝

在研究所這不算短的過程中，經過無數次對研究的苦思與鑽研，研究方向不斷的調整與修正，而如今隨著論文的完成及過往曾付出的心力及時間，在收成的同時仍充滿感激也難以至信一切總是熬過了。經過三年多的時間，在思考邏輯跟處理事情的能力上都比起出進來時更加的成熟且謹慎。也一直謹記郭炳宏教授經常提醒的，要自己去尋找解答並從中發現有意義的貢獻。研究所的結束是人生的另一端開始，會繼續秉持著研究所中所學到的研究精神以及做人處事的道理持續往前。

首先要先感謝我的指導教授郭炳宏教授這三年多來的指導。不管是在學術上的邏輯架構還是生活上的應對進退，郭教授總不吝分享。除此之外，郭教授更期許他的學生不會是只能紙上談兵抑或是設計出的產品華而不實，在研所期間頻繁地穿插產學合作讓我們更能實地的了解業界的設計流程與實際運作模式。私底下郭教授也總像是我們整個組的爸爸，經常關心組內的大家，有機會就帶著大家吃美食，我也幸運地吃過老師親手煮的麻油雞，真的是好美味啊。跟組內一起出遊的記憶也深深的記在腦海裡，整個郭組就好像一個枝繁葉茂的大家庭，好歡樂。真的很高興進入這個組，也非常感激郭炳宏教授，真的很榮幸能成為你的學生。而在論文口試期間也非常感謝蕭世文教授、張建成教授、羅際鴻教授，在百忙之中撥冗審閱，並給予本論文許多指導與寶貴建議，尤其在論文研究期間，羅際鴻教授的協助指導給予本論文很大的幫助，謹致謝忱。

在此也要感謝研究所期間給予鼓勵與協助的哲源、長章及建閔三位學長，在學期間無論是哪方面的疑難問題，三位也都會盡力協助，讓小學妹我感恩在心。郭組的學弟妹也都會一同打氣努力，有你們一起一切都變得有趣許多。美嘉、鴻諺、子倫還有凱薇一起在研究所裡頭，研究、討論、吃喝玩樂，這些事讓我的研究生生活一點也不枯燥乏味，有困難我們一起解決，有福我們一起享，這會是我一輩子牢牢記著的美好回憶。還有校外的摯友右澤，在研究期間協助我找到了許多國內外文獻，在尚未開始寫論文時便已經寫好論文格式小撇步好讓我以備不時之需，這還真是幫了我不少。

最後要感謝爸爸、媽媽、弟弟還有子弘，我是個很幸運且備受眷顧的人，大學畢業後的茫然到決心要念工業設計直到三年多後的研究生涯。家人都二話不說地給予支持，遇到瓶頸的時候，回到家大哭一場，爸爸總稀鬆平常的說著關關難過關關過，媽媽則會在吃飯時說多吃點補一補，就連弟弟看我熬夜時都會偷偷地買好雞精跟蠻牛然後傳個訊息給我打氣要我加油，很感謝爸媽的栽培。子弘也總在設計上給予協助，也一直給我支持與鼓勵，忙到一個段落總帶我吃喝玩樂放鬆一下。要謝的事太多，無法用這樣一頁篇幅訴說完全！於此，謹以本文獻與我摯愛的家人與好友

學生 呂貞儀 於東海大學工業設計研究所·DDM 設計整合與管理研究室

2015 年 1 月

# 目次

摘要 .....	I
ABSTRACT .....	II
致謝 .....	III
目次 .....	IV
圖目錄 .....	VI
表目錄 .....	VIII
<b>第一章 緒論 .....</b>	<b>1</b>
第一節 研究背景與動機 .....	1
第二節 研究目的 .....	5
第三節 研究架構 .....	6
第四節 研究範圍 .....	8
<b>第二章 文獻探討 .....</b>	<b>10</b>
第一節 皮革沿革與發展 .....	10
2-1-1 皮革由來 .....	10
2-1-2 皮革種類與製程 .....	10
第二節 皮革製品市場現況 .....	17
2-2-1 皮革與設計 .....	19
第三節 袋包定義及發展史 .....	20
2-3-1 袋包定義 .....	20
2-3-2 袋包發展史 .....	21
第四節 袋包組成結構 .....	23
第五節 魅力工學 .....	26
2-5-1 評價構造法 .....	27
2-5-2 魅力工學與評價構造法之相關研究 .....	29
第六節 文獻小結 .....	30
<b>第三章 研究方法 .....</b>	<b>31</b>
第一節 樣本收集 .....	32
3-1-1 肩背包研究樣本之界定 .....	32
3-1-2 皮革樣本篩選與製作 .....	34
3-1-3 受訪者篩選方式 .....	39

第二節 魅力工學評價構造法.....	39
第三節 訪談對象與操作.....	41
3-3-1 訪談對象基本資料及結果概述.....	41
3-3-2 評價構造法實施結果.....	51
第四節 問卷設計與發放.....	54
3-4-1 李克特五點尺度.....	55
3-4-2 數量化一類.....	55
3-4-3 問卷設計.....	57
<b>第四章 影響肩背包之皮革魅力要素分析.....</b>	<b>59</b>
第一節 「經典耐用好搭配」的因子分析.....	60
第二節 「隨性自然仿舊」的因子分析.....	64
第三節 「時髦流行有賣點」的因子分析.....	69
第四節 「特殊奢華有價值」的因子分析.....	73
第五節 「多層次有個性」的因子分析.....	77
第六節 「穩重低調且大器」的因子分析.....	81
<b>第五章 結論與建議.....</b>	<b>85</b>
第一節 結論.....	86
第二節 研究建議.....	90
<b>參考文獻.....</b>	<b>91</b>
<b>附錄.....</b>	<b>94</b>

## 圖目錄

圖 1-1 全球品牌奢華皮製市場規模 .....	2
圖 1-2 製革廠產製之皮料所供應至各項皮革製品比重分配 .....	3
圖 1-3 台灣袋包箱產業受 ECFA 衝擊分析示意圖(營業規模與內銷比) .....	4
圖 1-4 研究架構圖 .....	7
圖 2-1 生皮製程圖 (方宏在， 2002；本研究繪製).....	11
圖 2-2 植鞣黃牛皮 .....	14
圖 2-3 水牛皮 .....	14
圖 2-4 牛皮 .....	14
圖 2-5 小牛皮 .....	14
圖 2-6 犛牛皮 .....	14
圖 2-7 羊皮 .....	15
圖 2-8 山羊皮 .....	15
圖 2-9 豬皮 .....	15
圖 2-10 駝鳥皮 .....	16
圖 2-11 鱷魚皮 .....	16
圖 2-12 蛇皮 .....	16
圖 2-13 蜥蜴皮 .....	16
圖 2-14 蟾蜍皮 .....	16
圖 2-15 珍珠魚(魴魚)皮 .....	16
圖 2-16 再生皮 .....	17
圖 2-17 一般袋包的基本結構與名稱 .....	24
圖 2-18 書包與公事包基本組成結構與名稱 .....	25
圖 2-19 EGM 訪談架構 .....	28
圖 2-20 EGM 運用流程 .....	28
圖 3-1 市場定位詞彙萃取 .....	33
圖 3-2 肩背包款市場調查二維意象尺度分析 .....	33
圖 3-3 肩背包 3D 建模圖示 .....	35
圖 3-4 圖卡範例 .....	36
圖 3-5 EGM 訪談步驟說明範例圖 .....	40
圖 3-6 上位詞彙收斂 .....	51
圖 3-7 中位詞彙收斂 .....	52



圖 3-8 下位詞彙收斂表 ..... 53

圖 3-9 EGM 評價構造圖 ..... 54

圖 3-10 問卷範例一 ..... 57

圖 3-11 問卷範例二 ..... 58

圖 4-1 經典耐用好搭配各族群獨立變數項目數值直條圖 ..... 62

圖 4-2 隨性自然仿舊的各族群獨立變數項目數值直條圖 ..... 66

圖 4-3 時髦流行有賣點的各族群獨立變數項目數值直條圖 ..... 70

圖 4-4 特殊奢華有價值的各族群獨立變數項目數值直條圖 ..... 74

圖 4-5 多層次有個性的各族群獨立變數項目數值直條圖 ..... 78

圖 4-6 穩重低調且大器的各族群獨立變數項目數值直條圖 ..... 82

圖 5-1 皮革應用關聯圖 ..... 88



# 表目錄

表 1-1 皮料與相關製品生產指數(103 年 Q1) .....	2
表 2-1 皮革種類分類表 .....	11
表 2-2 鞣製方式與特性 .....	12
表 2-3 真皮表皮加工處理 .....	13
表 2-4 皮革產業發展 .....	18
表 2-5 袋包箱產品特性 .....	20
表 2-6 歷年袋包發展 .....	21
表 2-7 書包款式 .....	25
表 2-8 魅力工學相關研究 .....	29
表 3-1 樣本篩選專家背景 .....	34
表 3-2 皮革收集四類分群 .....	35
表 3-3 皮革樣本搜集 .....	37
表 3-4 篩選後最終樣本圖卡 .....	38
表 3-5 專家訪談背景資料表 .....	41
表 3-6 訪談者 A 詞彙整理表 .....	42
表 3-7 訪談者 B 詞彙整理表 .....	43
表 3-8 訪談者 C 詞彙整理表 .....	44
表 3-9 訪談者 D 詞彙整理表 .....	45
表 3-10 訪談者 E 詞彙整理表 .....	46
表 3-11 訪談者 F 詞彙整理表 .....	48
表 3-12 訪談者 G 詞彙整理表 .....	49
表 3-13 訪談者 H 詞彙整理表 .....	50
表 3-14 下位詞彙對中位詞彙保留項目 .....	53
表 3-15 經典耐用好搭配各族群獨立變數項目數值 .....	61
表 3-16 經典耐用好搭配具正向影響效果類目及其排序(全部樣本) .....	62
表 3-17 經典耐用好搭配具正向影響效果類目及其排序(男性樣本) .....	63
表 3-18 經典耐用好搭配具正向影響效果類目及其排序(女性樣本) .....	63
表 3-19 隨性自然仿舊各族群獨立變數項目數值 .....	65
表 3-20 隨性自然仿舊具正向影響效果類目及其排序 .....	66
表 3-21 隨性自然仿舊具正向影響效果類目及其排序(男性樣本) .....	67
表 3-22 隨性自然仿舊具正向影響效果類目及其排序(女性樣本) .....	68

表 3-23 時髦流行有賣點各族群獨立變數項目數值 .....	70
表 3-24 時髦流行有賣點具正向影響效果類目及其排序(全部樣本).....	71
表 3-25 時髦流行有賣點具正向影響效果類目及其排序(男性樣本).....	72
表 3-26 時髦流行有賣點具正向影響效果類目及其排序(女性樣本).....	72
表 3-27 特殊奢華有價值各族群獨立變數項目數值 .....	74
表 3-28 特殊奢華有價值具正向影響效果類目及其排序(全樣本).....	75
表 3-29 時髦流行有賣點具正向影響效果類目及其排序(男性樣本).....	75
表 3-30 時髦流行有賣點具正向影響效果類目及其排序(女性樣本).....	76
表 3-31 多層次有個性各族群獨立變數項目數值 .....	78
表 3-32 多層次有個性具正向影響效果類目及其排序(全部樣本).....	79
表 3-33 多層次有個性具正向影響效果類目及其排序(男性樣本).....	80
表 3-34 多層次有個性具正向影響效果類目及其排序(女性樣本).....	80
表 3-35 穩重低調且大器各族群獨立變數項目數值 .....	82
表 3-36 穩重低調且大器正向影響效果類目及其排序(全部樣本).....	83
表 3-37 穩重低調且大器正向影響效果類目及其排序(男性樣本).....	83
表 3-38 穩重低調且大器正向影響效果類目及其排序(女性樣本).....	84
表 4-1 經典耐用好搭配各族群獨立變數項目數值 .....	61
表 4-2 經典耐用好搭配具正向影響效果類目及其排序 .....	62
表 4-3 隨性自然仿舊各族群獨立變數項目數值 .....	65
表 4-4 隨性自然仿舊具正向影響效果類目及其排序 .....	66
表 4-5 時髦流行有賣點各族群獨立變數項目數值 .....	70
表 4-6 時髦流行有賣點具正向影響效果類目及其排序 .....	71
表 4-7 特殊奢華有價值各族群獨立變數項目數值.....	74
表 4-8 特殊奢華有價值具正向影響效果類目及其排序 .....	75
表 4-9 多層次有個性各族群獨立變數項目數值 .....	78
表 4-10 多層次有個性具正向影響效果類目及其排序 .....	79
表 4-11 穩重低調且大器各族群獨立變數項目數值 .....	82
表 4-12 穩重低調且大器正向影響效果類目及其排序 .....	83
表 5-1 影響因子次數統計表 .....	88
表 5-2 真皮肩背包影響因子與要素歸納表.....	89

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

近年來流行服飾相關配件中，皮革一直保有一席之地，其款式和特殊的質地處理不像布料花紋會隨時間退流行，這令愛好者更忠於使用。皮革也從鞋子漸漸運用於服飾、飾品配件，如今業者將之廣泛使用在各個不同領域的產品中提升擁護者的消費意願。而現今絕大多數用於評斷一人生活品味及地位象徵的服飾配件除了鞋外，袋包的品味便是要角之一。皮革雖仍舊具有些許缺點，例如不易取得大面積、價格比人造皮來的高、保養不易等，但因上述的各項優勢與特點仍舊備受喜愛也無從取代，也是本研究針對天然皮革的主要研究動機。

皮革產業一直是台灣重要的傳統產業之一，通常衡量一國皮革產業發展的程度可由該國進口生牛皮的原料數量來加以判斷（方宏在，2002）。根據台經院產經資料庫分析指出 103 年第一季皮革、毛皮及其製品製造業生產指數為 81.23，較上年同期減少 2.11%，已連續五季出現負成長。而各項細產業於最近二個月（1 至 2 月）的生產指數表現方面，較上年同期表現，僅產業上游的皮革、毛皮整製業呈現正成長（13.35%），其餘下游的鞋類製造業、行李箱及手提袋製造業、其他皮革、毛皮製品製造業皆呈現衰退，衰退幅度分別衰退 14.10%、1.98%、20.65%(如表 1-1)；顯示產業上游受惠於國際皮料價格上漲，以及我國最大出口市場-東協(尤以越南、印尼為主)對皮革產品需求成長而使生產增加，但產業下游則因產業外移及受到進口品競爭影響而呈現持續萎縮。

但在進一步展望國際性市場(圖 1-1)，資料顯示截至 2012 年止國際性市場對於奢華皮製品的需求仍持續顯著的成長。透過台灣經濟研究院於 2012 年所做的調查製革廠產製之皮料所供應至各項皮革製品比重分配(圖 1-2)中，皮料除大量

用在鞋類以外，緊接在後的製品便是皮革商品及配件。

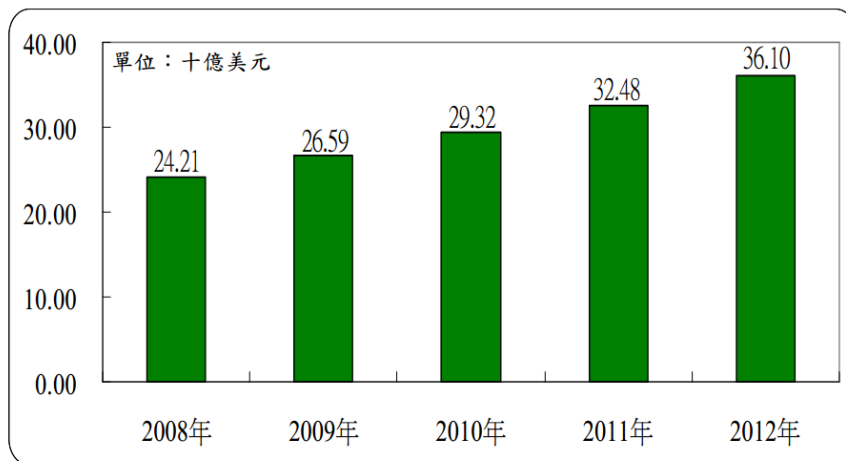
表 1-1 皮料與相關製品生產指數(103 年 Q1)

類項	漲跌指數
皮革、毛皮及其製品製造業生產指數	-2.11%
產業上游的皮革、毛皮整製業	+13.35%
鞋類製造業	-14.10%
行李箱及手提袋製造業	-1.98%
其他皮革、毛皮製品製造業	20.65%

資料來源：台灣產經研究院資料庫(2013)、本研究繪製

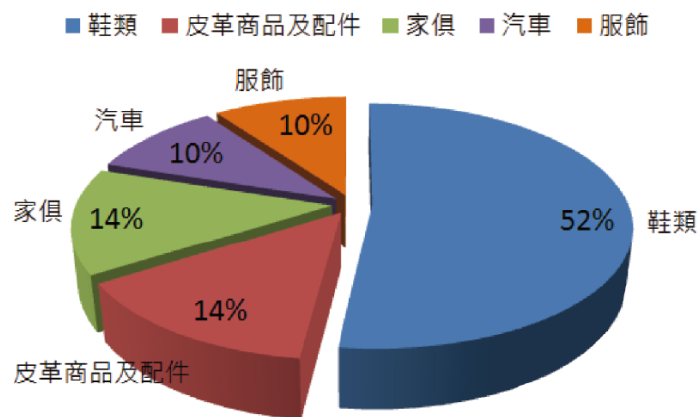


全球品牌奢華皮製品市場規模



資料來源：GIA、FRT 產資網 (FRTIS) 整理，台灣鞋訊 (2012.2)。

圖 1-1 全球品牌奢華皮製市場規模



資料來源：FAO；FRT產資網(FRTIS)整理，台灣鞋訊(2012.2)

圖 1-2 製革廠產製之皮料所供應至各項皮革製品比重分配

其中皮製的袋包箱在生活中也具獨特的意義與代表性，根據經濟部統計處製造業產品碼，袋包箱產業範疇包含的產品有衣箱、手提箱、化妝箱、公事箱、公事包、書包、眼鏡盒、望遠鏡盒、照相機盒、樂器盒、槍械盒、槍套及類似容器；旅行袋、食物或飲料用的保溫袋、化妝袋、背包、手提袋、購物袋、錢袋、地圖袋、煙盒、菸絲袋等等。而真皮製品更有著消費者的身分、地位與財富的象徵，此外也可顯示獨特的個人品味。因此，社會上的名流或達官顯要都會選用適合自己的皮革材質製品，甚至還會特意使用稀有性的皮革，例如蛇皮、鱷魚皮、駝鳥皮或蜥蜴皮等，張顯自己獨特的品味風格。惟皮革的種類有很多種，市面上最常看到的不外乎為牛皮、豬皮、羊皮、鹿皮與兔皮等，而依據每種皮革不同的特性，加上鞣製加工以及裁切方式，都是造成皮革外觀不同的元素。從影響產品因素的类型、色、質、材與功能的要因中，材質影響設計的感官效果亦是不可忽視的重要因素。

在台灣產業中仍有一定產值的袋包箱產業，在政策面上仍有外來產品的衝擊問題需要解決。就以簽訂 ECFA（海峽兩岸經濟合作架構協議，Cross-Straits Economic Cooperation Framework Agreement）而論，《台灣財經評論》2011年7月份出刊雜誌中，詹睿然分析師指出，具有自有品牌、有設計能量、於百貨公司

或高級皮件行有通路等業者，基本上不受 ECFA 簽署的影響，主要是自有品牌的知名度逐漸擴大，消費者對於這些產品的設計、品質給予中程與高度的支持，基本客源已經穩住，且會購買相對高價產品的消費者，對於價格競爭、品質不穩定的產品購買意願度相當較低，縱使中國大陸商品大量傾銷也不見得可以吸引這類族群的消費者青睞(圖 1-3)。

但若是絕大部分的業務在台灣市場，且以量販飯店、一般皮件行、地下街商店為主要通路的業者，面對中國大陸商品的傾銷、價格戰競爭，就要費心提高市場識別度與差異度（詹睿然，2011）。



圖 1-3 台灣袋包箱產業受 ECFA 衝擊分析示意圖(營業規模與內銷比)

資料來源：工研院 IEK，2010 年 5 月

透過上述資料可見，在台灣現今皮革產業，無論是原料或是其製品雖都呈現微幅衰退的趨勢，但仍有一定的需求量存在。而透過與皮革產業深度訪談，也進而了解到皮革產業還是面臨到許多的困境，如：國際化的競爭，皮革廠商大量外移、原料成本不穩定、政府政策的因素及人力成本提高的總總情況(楊翰傑，2011)。在人員工資或原料產量無法比擬中國大陸的情勢下，透過設計或製品質感打出台灣自有品牌等軟實力的提升才能突破現有僵局。

而在 2012.2013 秋冬袋包箱趨勢分析報告中更指出肩背包中的公事包款及學

生樣式的書包受為沒有性別區別的袋包款式，應用在袋包款式的設計上，性別設定上的融合一體為中心力量，故本研究也將運用無性別差異的肩背包作為研究目標。

## 第二節 研究目的

本研究藉由評價構造法的魅力因子調查，經由感性語彙深入了解皮革肩背包產品的感官意象經由訪談與問卷了解對於使用者皮革製品的獨特喜好，透過專家訪談以及歸納整理與魅力因子，分析皮革背袋至今能夠持續吸引人的原因，以利於改善新皮革袋的開發重點與設計要素。因此本研究後成果有助於設計師對於皮製肩背包的開發在設計階段中，在材質運用上應具有參考與應用的價值，甚至進一步開創出新式風格的皮革商品。本研究主要目的如下

1. 探討肩背包之皮革魅力之要素為何。
2. 釐清魅力要素在產品設計之影響權重。
3. 建立皮革肩背包設計之準則。

本研究之結果可幫助設計師在設計皮革肩背包，甚而其餘產品時，能夠套用此研究成果中的魅力要素，提升產品的感性訴求與其效果，設計出滿足消費者感性需求的產品。



## 第三節 研究架構

### 第一章：緒論

「確立研究方向與方法」，首先透過對於製皮業背景的探究，了解目前所面臨的問題和市場趨勢，已確立研究方向，陳述本研究的背景、動機與目的，說明研究架構、實驗概述與範圍限制

### 第二章：理論與文獻探討

彙整本論文相關於皮革製成、袋包流行趨勢、魅力工學應用之相關文獻探討。內容涵蓋相關理論基礎與應用的領域，其中包含相關研究如：皮革由來、皮革種類與製程、皮革製品與市場現況、皮革設計、袋包定義及發展史，分章節做探討。此章節並說明魅力工學與評價構造法。

### 第三章：研究樣本篩選與方法

說明研究樣本的篩選與定位。整合應用魅力工學方法論，進行皮革肩背包產品評價構造法分析，從使用者的訪談案例經由成對比較之產品各項特點，整理出精確可信的意見評量。此章節說明分析與研究操作時所參用之研究方法，包含李克特五點尺度量表、數量畫一類以及 KJ 法。

### 第四章：權重分析並說明研究成果

進行數量化一類統計分析並給予皮製肩背包產品魅力權重，同時就各步驟與目的做說明。

### 第五章：結論與建議

綜合本研究之結論，提出研究過程之問題與研究貢獻，並探討研究執行問題與障礙，進一步建議將來後就發展方向。

圖 1-4 是本研究之研究方法流程圖，說明各階段使用之分析方法與研究範圍。

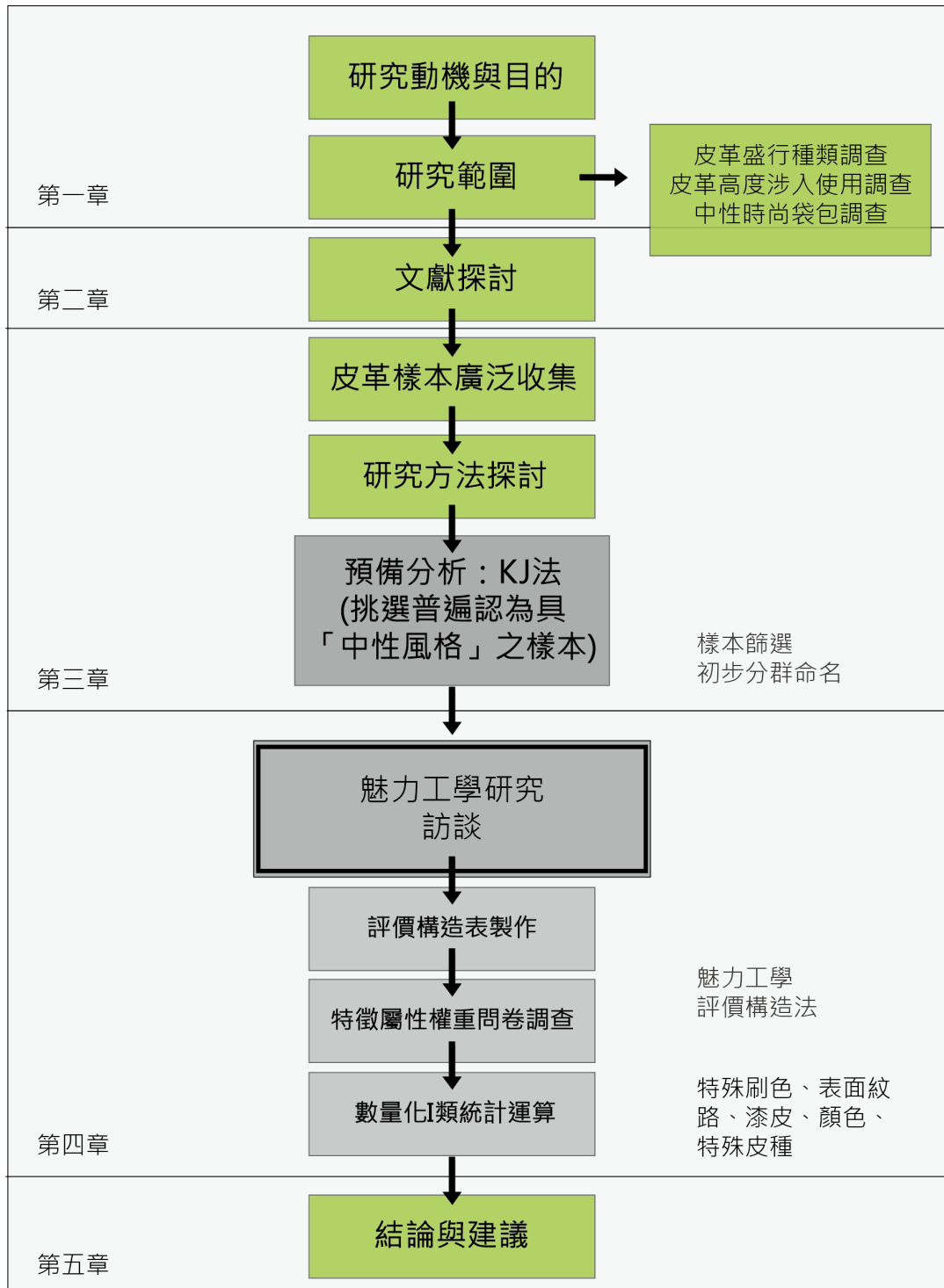


圖 1-4 研究架構圖

## 第四節 研究範圍

本研究探討「肩背包之皮革魅力研究」，由於本研究主要透過視覺來進行研究，以質感視覺化的觀點進行，因此運用樣本圖片的方式來進行視覺樣本的實驗原材質，其原則為以能展現出原材質的質感為準則。為了進行大量的樣本蒐集，首先廣泛的蒐集市面上，針對現有皮革透過網路、書籍、實地拍照，亦參考皮革廠及市面上皮革材料行常用於製包的皮種以獲得各式的皮革圖鑑。而因皮革種類廣泛，為了使研究避免因過多的變因而影響研究結果，本研究主要針對真皮做為研究範圍。

本研究雖主要探討「肩背包之皮革魅力研究」，但因肩背包種類繁多，又因視覺上可見的配件易成為研究上的影響變數，因此，為使研究受到干擾降至最低，先進行研究因子的篩選，本研究將透過市場調查以二維意象尺度分析進而定位出本研究的研究款式。而本研究也將透過擬真合成方式將包款採統一視角，而包款的界定也盡可能排除會影響研究結果的特殊設計，例如：五金件、口袋、吊飾、流蘇。本研究受限於時間、經濟與人力之因素限制，仍有許多研究不足之處尚需檢討改進，總合以下幾點說明：

1. 本研究部分內容受限於以圖卡的平面圖像方式進行研究，但真皮製品的實際觸感、縫製方式等，於樣本視覺感知中仍有差距或無法表達，若能以實際樣本進行研究時，當能更增加研究的準確度。
2. 受測樣本選擇上雖已盡可能涵蓋所有年齡層及範圍，但在樣本數上做分群分析仍有些不足。另外因地利之便採樣侷限在中部，無法全面性的收集大量受測樣本，可能會使研究結果有些微失真。

3. 雖本研究已針對男性、女性及不分性別三族群做分析與討論，但因訪談時搜集之語彙為囊括全面性故保留細項過多，而女性的喜好習慣又會因細微的因素而陷入選項的困難，過多的炫項又會加深女性受測者的困擾，因此在偏相關係數上有些呈現偏低的現象也可能造成研究上有所影響。



## 第二章 文獻探討

彙整本論文相關於皮革製成、袋包流行趨勢、魅力工學應用之相關文獻探討。內容涵蓋相關理論基礎與應用的領域，其中包含相關研究如：皮革由來、皮革種類與製程、皮革製品與市場現況、皮革設計、袋包定義及發展史等，分章節做探討。此章節並說明研究時參用之各類分析法論述，內容包括魅力工學評價構造法、KJ 法等。

### 第一節 皮革沿革與發展

#### 2-1-1 皮革由來

人類使用皮革的歷史極早，早期以帶毛的獸皮或樹葉遮蔽身體；依據聖經創世紀第三張 21 節發現第一個有關皮的參考文字「上帝作皮外衣給亞當和他的妻子，並為他們穿上」。歐洲皮革工藝的歷史得遠溯至古老而遙遠的史前時代，西元前 1450 年左右在埃及的浮雕像上發現了皮革加工的情形，現存最古老的皮革製品，皮帶鞋(涼鞋)是從古墳墓裏發現的。

直到目前為止，皮革絕非其他纖維織物或合成物等所能代替的，從穴居人使用皮衣來保暖到現代太空人穿著皮大衣來保持氣壓正常和核子時代科學家穿著常手套來保護他們的手以免於受到燒傷，皮革也都能應付了這些需要。

#### 2-1-2 皮革種類與製程

製革是將生皮 (Hide & Skin) 鞣製成可以永久保存的熟革 (Leather) 的作業。理論上，剝取任何動物的皮皆可以製成革，但由於能否大量取得及其表面形

狀與花紋是否美觀等因素，一般都採用牛、羊、豬、象、兔、馬、鱷魚、蛇、蛙、穿山甲、沙魚、四腳蛇、駝鳥等的皮作為製革原料。製成的革，因動物種類，鞣製方法、及用途的不同，在市場上的名稱很多，如表 2-1 所述（財政部高雄國稅局，2011）：

表 2-1 皮革種類分類表

依動物種類的分類	黃牛革、水牛革、豬革、山羊革、綿羊革、鱷魚革、蛇革等
依鞣製方法的分類	植物鞣革、礦物鞣革、混合鞣革、人造單寧鞣法、其他鞣法等
依用途不同的分類	皮鞋面革、衣服革、手套革、底革、裡革、帶革、箱革、工業用革等
依表面加工的分類	全粒面革、修面革、絨面革、二層革、壓紋革

資料來源：財政部高雄國稅局，2011；徐向蓉，2012，本研究整理繪製

林河洲在皮革鞣製工藝學一書中提到「皮革」分別是：未經鞣製者成為「皮」；經過鞣製者稱為「革」。將生皮(hides and skins)製成皮料(leather)基本上須經過三個階段，即是：預鞣(pre-tanning)、鞣製(tanning)及整飾(finishing)。生皮經過鞣製以後到製成皮料中的製程皆可視為整飾過程(finishing process)，其中包括：染色(dyeing)、輾壓(rolling)、加壓(pressing)、噴漆(spraying)、加蠟(waxing)、磨皮(buffing)、壓花(embossing)、防水處理(water proofing)...等等。亦有將鞣革製程分為濕場作業(wet operating)及乾場作業(dry operating)兩部份。(方宏在，2002)

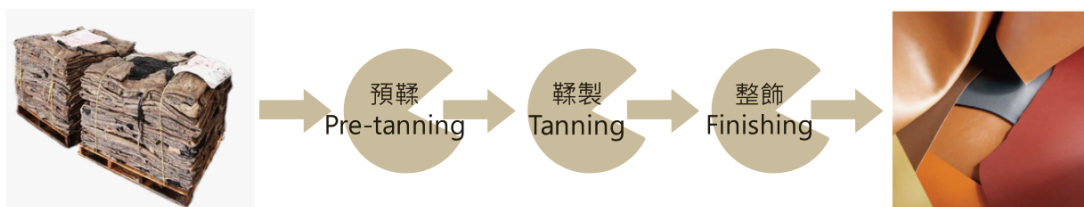


圖 2-1 生皮製程圖 (方宏在，2002；本研究繪製)

鞣製過程改變皮革的物理性與化學結構，使皮革的粒面、紋理和纖維組織發

生變化，是皮革工藝中重要的程序。目前鞣製可分為礦物鞣法、植鞣法和再鞣法三種，其中最常用的又以植鞣法與礦物鞣法中的鉻鞣法。不同的鞣製方式都會影響皮革表面及特性

表 2-2 鞣製方式與特性

鞣製方法	處理方式	特性	鞣製後顏色
植物鞣革	用水浸提自植物或樹木的皮、木、葉或果實	皮革經過鞣制加脂後的皮革柔軟成革纖維組織緊實，延伸性小、成型性好、板面豐滿富有彈性，無油膩感，革的粒面、絨面有光澤吸水易變軟，可塑性高	淺棕色；顏色從原色的淺肉粉色到淡褐色，陽光下顏色會變深
鉻鞣革	硫酸鉻或氯化鉻	生產快速簡單，防水性好觸感柔軟，顏色持久不變購買鉻鞣革比植鞣革便宜，耐熱性高	淺藍綠色，陽光下會稍微變色

資料來源：(林河州，2008；100 年度製革與皮革調查報告；本研究整理繪製)

表 2-3 真皮表皮加工處理

皮種	特性
摔紋皮	摔紋皮是天然牛皮.摔紋的意思就是自然紋路。沒有經過機械壓紋的。這種皮革比較柔軟，摸起來更加舒服細膩，看起來更加美觀，摔紋皮是摔紋後皮革的表面展現出勻稱的荔枝圖狀花紋，皮革的厚度越厚花紋越大，廣泛應用於箱包和服裝，是一種非常好的牛皮
漆皮	漆皮是用二層皮噴塗各色化工原料後壓光或消光加工而成的皮革。皺漆皮是目前廣泛使用的，它的優點是：手感好，皮身柔軟。皺漆皮在製革過程中，先把皮身鼓軟，然後淋漆，它的光亮不亞於鏡面漆皮。
壓花皮	一般選用修面皮或開邊珠皮來壓製各種花紋或圖案而成。比如，仿鱷魚紋、蜥蜴紋、駝鳥皮紋、蟒蛇皮紋、水波紋、美觀的樹皮紋、荔枝紋、仿鹿紋等，還有各種條紋、花格、立體圖案或反映各種品牌形象的創意圖案等
修面皮	修面皮是皮革表面有傷殘需要磨革，製作加工等級較底的皮革也稱半粒面皮
絨面革	又稱翻毛皮革，是將皮革從中間剖開而造成毛絨表面。因為厚度只有修正粒面皮革的 1/2 以下，起毛皮革質地更不結實。有些時候廠家把起毛皮革表面上膠，壓出皮紋來模仿全粒面皮革的外觀。
全粒面皮革	是指未經人工磨去瑕疵的皮革。這類皮革的品質最好。未經損傷的天然皮紋導致其耐久性、透氣性最好。

本研究整理

皮革主要可分為真皮及人造皮兩種，真皮依皮層可分為：頭層皮、二層皮及再生皮等三種。至於人造皮則是根據真皮的缺點加以改良，純粹由化工原料製成，主要分為 PVC 及 PU 兩種。本研究主要針對真皮做為研究範圍，茲以彙整如下：

### 1. 頭層皮

頭層皮為最表層之皮層，具有天然皮質的毛孔紋理及透氣性，為真皮中等級最高者。帶有粒面的牛、羊、豬皮等，皮面有自然的疤痕。全粒面皮可以從毛孔粗細和疏密度來區分屬於何種動物皮革。頭層皮是由各種動物的原皮直接加工而成，或對較厚皮層的牛、豬、馬等動物皮脫毛後橫切成上下兩層，纖維組織嚴密的上層部分則加工成各種頭層皮。頭層皮由又密又薄的纖維層及與其緊密連在一



起的稍疏鬆的過度層共同組成，具有良好的強度、彈性和加工容易等特點。

牛皮種類較多，如：黃牛皮、水牛皮、小牛皮、犛牛皮和犏牛皮等，而長見皮多為黃牛皮與水牛皮。黃牛皮是牛皮類中最好的，其較水牛皮的毛孔細且濃密，粒紋細小平整。水牛皮的毛孔較粗且疏些，是單一的，粒面凹凸感強。牛皮革面毛孔細小，纖維細密，呈圓形，分佈均勻而緊密，皮面光亮平滑，質地豐滿、細膩，外觀平坦柔潤，用手觸摸質地堅實而富有彈性。如用力擠壓皮面，有細小褶皺出現。牛皮較其它皮種耐磨、透氣、排汗、穿著輕軟舒適不生腳氣等功效，故廣泛用於生產各類高級真皮鞋類、零錢包、名片夾、皮帶以及手袋等等。小牛皮則有非常細小的毛孔和緊密的粒面，可用於製造非常細緻粒面皮革。當我們用手掌握合時，有棉被般柔軟細滑的感覺。牛犢的年齡越小，皮革粒面越細。而小牛皮加工也較牛皮難度大，比較難將肥紋打開，況且小牛皮生皮資源有限。小牛皮主要用於製作光亮、粒面細緻的高檔鞋面。



圖 2-2 植鞣黃牛皮

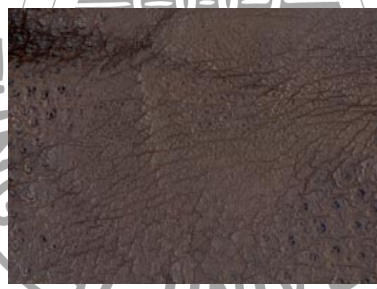


圖 2-3 水牛皮



圖 2-4 牛皮



圖 2-5 小牛皮



圖 2-6 犛牛皮

羊皮主要包括綿羊皮、山羊皮。羊皮的毛孔則更細更密，紋路特別像銅錢。相較於牛皮，羊皮的毛孔則更細更密且有點斜度。綿羊皮包括土種羊、雜交羊和

細毛羊。制革一般使用土種綿羊或雜交羊，俗稱之為綿羊皮。土種綿羊皮是製革的上等原料。而一般來說，綿羊的毛越細密，皮板構造越疏鬆，則其皮板的制革價值越低。羊皮革面毛孔扁圓，皮紋細而輕，毛孔清楚，幾根組成一組，排列成魚鱗狀。用羊皮加工製作的皮製品，皮質細膩、柔軟、表面光澤，但不像牛製品那樣明亮，用力擠壓皮面，有明顯的折皺產生。羊皮鞋穿著也很舒適。山羊皮革面在半圓的弧上排列二至四個毛孔，周圍有大量細絨毛孔，由幾個毛孔構成一個組排列，毛眼相距較遠，由於皮革表面較不平整，革面較顯粗糙、柔軟性較差，一般都經過修面後使用。



圖 2-7 羊皮



圖 2-8 山羊皮

豬皮因長毛的規則是三至五根為一小撮的呈“品”字形分布，故易區分，一般多用人工飼養的豬皮，而在野豬皮的部分，野豬皮具有較明顯的豬皮毛孔及粒面特徵，由於其特殊的膠原纖維組織結構，可加工成非常柔軟的服裝革或手套革，價值很高。

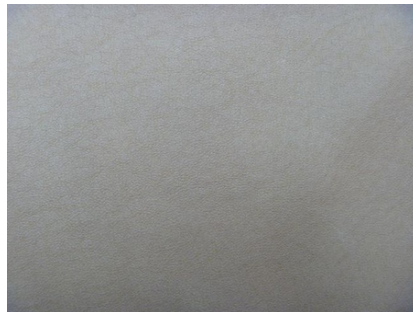


圖 2-9 豬皮

另外像駝鳥、鱷魚、短鼻鱷魚、蜥蜴、蛇、牛蛙、海水魚、淡水魚等也都是做皮的原材料。也有用作高檔服裝帶毛的皮，專業上稱之為裘皮或毛皮如：狐狸皮、狼皮、兔皮還有昂貴的水貂皮等各種珍稀動物皮等。上述特殊皮革取得較不易，亦或是無法大面積取得，使得價格高昂，故在市面上有許多特殊皮革才有的皮紋會利用牛皮進行特殊壓紋，進而獲得外觀上同樣效果但較低的價格，但這些統稱為稀有皮種的皮革所帶有的特殊觸感仍舊是無法全然複製而獲得的。

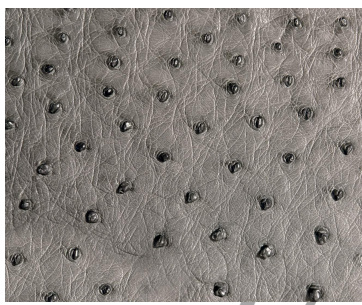


圖 2-10 駝鳥皮



圖 2-11 鱷魚皮



圖 2-12 蛇皮



圖 2-13 蜥蜴皮

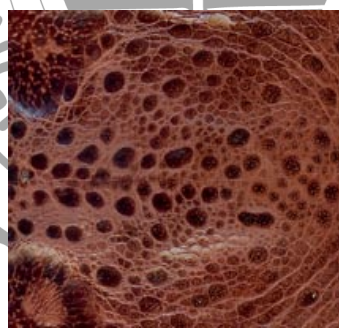


圖 2-14 蟾蜍皮



圖 2-15 珍珠魚(紅魚)皮

## 2. 二層皮

二層皮又稱二榔皮，主要構成是纖維組織（網狀層），經化學材料噴塗或覆上 PVC、PU 薄膜加工而成，因此，區分頭層皮和二層皮的有效方法，是觀察皮的縱切面纖維密度。頭層皮由又密又薄的真皮層及與其緊密連在一起的稍疏

鬆的網狀層共同組成，具有良好的強度、彈性和工藝可塑性等特點。二層皮則只有疏鬆的纖維組織層（網狀層），只有在噴塗化工原料或磨面后才能用來製作皮具制品，它保持着一定的自然彈性和工藝可塑性的特點，但強度稍差，其做法要求同頭層皮相似。不同的是它有絨毛效果，能生產一系列不同於頭層皮的效果。一般牛絨和豬絨應用較多，另有用於特殊工藝擦拭的鹿絨。還有用於現今流行製作的各種皮革，皮面加工工藝有些不同，但區分方法一樣。

### 3. 再生皮

再生皮是透過將各種動物的廢皮及真皮剩料攪碎後，調配化工原料加工製作而成。其表面加工方法同真皮的修面皮、壓花皮一樣，其特點是皮張邊緣較整齊、利用率高、價格便宜；但皮革厚度較一般厚，強度較差，適合用來製作較平價產品。其縱切面纖維組織均勻一致，可辨認出流質物混合纖維的凝固效果。再生皮以其質感、彈性、堅韌度、抗濕能力和加工適應性取代紙板；雖然價格比紙板貴，生產成本稍有上升但其產品品質好、附加價值提升，而且可以正名為真皮，利潤反而增大。再生皮雖然可算是真皮製成，但是已無真皮的優點及特性。(2012，徐向蓉)



圖 2- 16 再生皮

## 第二節 皮革製品市場現況

皮革業一直以來是台灣重要的傳統工業之一，數十年來為台灣創造了可觀的

外匯，然而由於土地以及勞工成本的因素，近年來皮革製品工廠大量外移，導致進出口總額由民國 80 年的 22 億美元逐年衰退至 89 年只剩下 6 億美元，但是皮革工業本身(生皮及皮革)卻不因其下游工業的外移而受到影響，就其進出口貿易總額觀之，80 年為 8 億 5 千萬美元，到了民國 89 年達到 14 億 5 千萬美元，可見下游的皮革製品工業雖然外移，但是所需的皮料主要還是仰賴台灣的製革廠來供應。(2002，方宏在)

透過汪萱蕙(2006)研究報告得知台灣皮革產業發展演進，整理如表 2-2 所示。

表 2-4 皮革產業發展

年代	概況
1970 年前 萌芽階段	日據時代，皮革屬於管制物資，除了日本人可設立皮革工廠外，民間一律不准設立皮革工廠。至台灣光復後，部份皮革工廠由中國大陸搬遷到台灣設廠，奠定台灣皮革、毛皮整製業發展的基礎。1951 年起，政府為鼓勵民間發展皮革工業，將熟皮列為進口管制物資，並要求軍用鞋靴使用之皮料需向國內廠商購買，創造國內皮革市場需求，使得台灣皮革廠數目逐漸增加。
1970~1990 年：成熟階段	本時期在業者的不斷努力下，台灣皮革產業發展已具備初步規模。政府為健全產業發展，1972 年取消熟皮進口管制並修正生皮進口檢疫消毒辦法，使業者得以大量進口生皮以擴大生產規模。至 1976 年止，台灣皮革、毛皮整製業之企業家數 32 家，場所單位數約 36 家。在 1986 年時，企業數目更增加至 156 家，場所單位數亦有 166 家，在產業規模不斷擴大、廠商家數持續增加下，皮革產業正式進入成熟階段。
1990 年~ 迄今： 衰退階段	1991 年之後全球經濟景氣表現不佳，美國鞋類訂單大幅減少，導致業者營運受到衝擊。至 1994 年全球景氣復甦，廠商營運逐漸好轉。然而，由於國內勞動成本的快速成長，使得生產成本大幅提升，導致下游廠商紛紛將工廠移往海外，使得本產業面臨產銷衰退的危機。

資料來源：台灣經濟研究院產經報告

台灣經濟研究院產經資料庫指出，2010 年皮革產業產銷規模受惠於景氣回溫，使得消費者皮革產品需求趨勢逐漸擴大，皮革產業產銷金額可望逐步回到 2009 金融海嘯前的市場供需狀況(汪萱蕙，2010)。此外皮革產業未來不僅面臨

薪資成本的上漲外，環保也是一個重要議題。也因此皮革未來將朝向技術提升及環保技術的提升，創造出皮革產業的永續發展願景。

### 2-2-1 皮革與設計

全球經濟的低迷，導致零售市場基本款盛行。色彩上多為基本色黑白色、中性色。在 2009 年流行的超現實主義裝飾主義中，其表現不需要太精細的裝飾，只借用珠子、貼花、修整、鑲嵌等工藝或者混合手法。讓外觀的風格可以表現得非常另類。

蟒蛇皮、珍珠魚皮、鱷魚皮等等皮革材質自身的肌理成為裝飾設計的主角。設計師們利用大自然中的紋理圖案創造出經典作品。皮革自身的肌理更加自然優雅，裝飾追求獨特藝術韻味和設計個性。(何麗思、周怡 2009)

相關研究中提及關於皮革設計原則有三要素—色彩、款式和材料，而根據流行趨勢，將其中的任一元素加以變化，都可以形成新的風格效果。人們在選擇皮革時，更注重皮革的舒適性和時尚性。著重點也由過去的過分強調皮革強度轉化為皮革的手感和顏色等項目。(劉治君，2006)

在現代生活中，不僅僅要求有實用性，同時也希望能有充滿情調的藝術感受。簡約主義往往是只重視實用性能，裝飾藝術只重視藝術感覺，功能和藝術兩者完美結合的產品才是大勢所趨。由上述所得的文獻也可以得到在皮革設計中，雖因產品、顏色、功能的差別帶給使用者的喜好有所差異，但在整體訴求下會使用皮革製品的使用者都著重在材質所帶來的感受。

### 第三節 袋包定義及發展史

#### 2-3-1 袋包定義

袋包箱包含的產品範圍極廣，在各國的統計資料或商品分類裡，大都列入「皮革製品」(Leather Goods)中，事實上還包括了人造皮革、人造纖維、棉、麻等其他材質製成的東西。依用途可簡單分成行李箱、手提袋及其他雜項(包括錢夾、樂器盒、槍盒等)。早期石化業不發達，天然皮革及纖維是袋包箱的主要材料，直至今日我們仍習慣以「皮箱」、「皮包」來稱呼箱包。

表 2-5 袋包箱產品特性

型式	主要材質	設計重點/特性	購買因素
旅行袋	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 人造皮革</li> <li>• 人造纖維布</li> <li>• 真皮皮革製品</li> <li>• 天然植物製品</li> <li>• 金屬製品</li> </ul>	趨向複合式旅行箱袋。流行性、個性化商品。重色彩、造型。不同生活型態的使用族群是新開發市場。	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 方便性</li> <li>• 輕巧性</li> <li>• 安全性</li> <li>• 使用年限</li> <li>• 旅行時間長短</li> <li>• 搭乘交通工具</li> </ul>
休閒用 (後背包、側背包、手提袋、運動器具(袋))	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 石化原料製品</li> <li>• 真皮皮革製品</li> <li>• 天然植物製品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 多色彩</li> <li>• 個性化</li> <li>• 貼身、柔軟</li> <li>• 富現代感</li> <li>• 發展為個人用品裝置袋(直排輪、滑板、運動器具袋...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 流行性</li> <li>• 實用性</li> <li>• 舒適性</li> <li>• 耐用性</li> <li>• 防水性</li> </ul>
書包用	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 人造皮革</li> <li>• 人造纖維布</li> <li>• 真皮皮革製品</li> <li>• 天然植物製品</li> <li>• 金屬製品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 卡通品牌授權</li> <li>• 具性別性</li> <li>• 雙肩/後背式</li> <li>• 符合人體工學</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 輕巧、耐用</li> <li>• 安全</li> <li>• 防水</li> <li>• 不含有毒物質</li> <li>• 設計新穎</li> <li>• 具卡通品牌</li> </ul>
公事包 (電腦袋、電腦背包)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 石化原料製品</li> <li>• 真皮皮革製品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 中性式樣</li> <li>• 女性、青少年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 功能</li> <li>• 容量</li> </ul>

型式	主要材質	設計重點/特性	購買因素
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 天然植物製品</li> <li>• 金屬製品</li> </ul>	市場為新領域 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 多功用性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 個性化</li> <li>• 軟硬式皆有</li> </ul>
女用包 (媽媽包、 上班用、宴會用)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 人造皮革</li> <li>• 人造纖維布</li> <li>• 真皮皮革製品</li> <li>• 天然植物製品</li> <li>• 金屬製品</li> <li>• 絲織品</li> </ul>	媽媽包：符合使用者的需求及材質的堅固、耐用、防水等特性。 上班用：樣式變化多、符合個性及實用性。 宴會用：重視產品的設計及質感、色彩、與服飾的整體搭配。	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 空間設計</li> <li>• 堅固、耐用</li> <li>• 個性化商品</li> <li>• 實用性</li> <li>• 造型、材質</li> <li>• 色彩、流行性</li> </ul>

資料來源：手提包輸出同業工會，袋包箱的產業概況與分類

## 2-3-2 袋包發展史

從古埃及的象形文字到今日的高級定製包款，袋包已經長期被視為社會地位和美感的象徵，當然也包含其實用性。在技術的提升和社會的變遷，袋包仍持續影響著的不斷變化的世界。透過袋包時間表，進而發掘袋包在發展史上所扮演的角色。最早的袋包使用記載：埃及象形中利用文字描繪的男性在腰間繫上似錢包袋，聖經明確指出猶大為自己佩戴一個錢包，而在早期的農村社會農民則利用小袋子運送種子。

表 2-6 歷年袋包發展

年代	袋包重要紀事
14 世紀	束口袋，用於攜帶金錢，通過長繩固定腰帶上並繫於腰間。也是後來口袋發明的前身。女性經常帶著華麗的抽繩袋名為“hamondeys”或“tasques。”手袋成了識別一個人的社會地位的一種方式。一個人聲望的高低也依循她袋包上有多少華麗的裝飾。
15 世紀	中世紀手袋更與婚姻有不可切割的關係。一個常見的婚禮禮物便是新郎送給新娘一個手袋，上頭有著愛情故事的刺繡。



年代	袋包重要紀事
	密封文件袋在此時被創造出來，主要用於英國大臣間，或許是當代最著名的和重要的袋包。
16 世紀	在伊莉莎白時期當女性的裙襞澎到一個程度，以及男人的褲子越穿約華麗時，14 世紀的束口袋便演變成被仕女藏於她們寬闊的裙襞下，而男性則將其變成皮口袋穿在馬褲裡頭
17 世紀	直到這個世紀末，過去所使用的束口袋在形狀和材質上則越趨複雜。
18 世紀	法國大革命後，裙襞愈趨合身，沒有其它的空間可藏束口袋，而手袋的必要性便就此展開。
19 世紀	維多利亞時代技術的進步意味著手袋於設計及生產上，款式和面料會有更多的選擇可用於手袋設計和生產。在 1843 年因鐵路旅行的出現，造就了手提行李袋(hand-held luggage)的需求。現今所稱的”handbag 手提袋”就是由這樣衍生出來的。現代手袋仍引用早期的行李箱設計，自己的口袋，扣件，框架，鎖和鑰匙。
20 世紀初	時代更迭，人們開始使用 <b>肩背</b> 的真皮購物袋(leather shopping bags)及公事包(briefcases)
1920 年代	第一次世界大戰後，女性馬甲與過多的層次已不在是時尚主流。女性開始使用簡單如同信封袋般的包包，上頭配有幾何樣式的花紋。1926 年紡織機發明，精緻刺繡的皮包也相當普遍。
1930 年代	<b>肩背包(Shoulder bags)</b> 、 <b>書包(Satchel)</b> 、五金釦件包款(Clasp bag)和手拿包(Clutch)進入了主流時尚。這時袋包又因當時裝飾藝術的運動，強調抽象和運用新型工業材料。例如：塑膠和拉鍊。此時的仿皮毛製品變得受歡迎。但在高級服飾的配件上， <b>手工皮革包仍是主流</b>
1940 年代	隨著二戰，袋包的新美學出現了。裝飾藝術風的平滑流線型轉變為軍事，簡樸的風格。袋包變得更大，更棱角分明，也更實用。金屬框架，拉鍊和皮革因戰爭都供不應求，供應商興起用塑膠與木材製作成框架與合成布料(如人造纖維)。隨著越來越多美國女性進入職場，實用且舒適的箱型 <b>肩背包(Shoulder bags)</b> 便成為了主流。而 <b>特殊的動物皮革</b> 一向是戰爭前後時期的最愛，鱷魚皮、蜥蜴皮、甚至是海像皮等高級皮種。各式各樣的包款也在這時代大量產出。
1950 年代	設計公司應運而生，包括香奈兒，路易威登和愛馬仕。小包包成為女性魅力的象徵，而強調實用性的肩背包便不再是風潮。
1960 年代	年輕的包包款式成為流行，如又長又窄的手拿包和精緻講究配有長鍊或背帶的 <b>肩背包(Shoulder bags)</b> 。包包的設計出現了高級與休閒極端的兩種類型；賈桂琳崇拜的心理使得 <b>光澤的小牛皮及鱷魚皮</b> 成為高級風潮。另一極端的流行則是不講求品牌設計，簡單、世俗化及個人製作寶

年代	袋包重要紀事
	有手工痕跡的包款。
1970 年代	年輕人到印度旅行的結果使得大書包和布料肩背包形成風格。同一時期女權運動興起，女性為展現其權力，背起帶有許多扣環跟拉鍊的包款。
1980 年代	PRADA 設計了一個黑色尼龍背包，成為第一個知名的男女皆宜的袋子 (unisex bag)。
21 世紀	手提包開始於男性間成為流行，以及技術的進步，不同的材質、大小、用途都讓更多不同的包款產生。

資料來源：黃晨渝(2008)；本研究整理

透過上階段的袋包發展史文獻整理出，20 世紀初就已經發展出肩背的真皮購物袋(leather shopping bags)及公事包(briefcases)，1930 年代肩背包(Shoulder bags)、書包(Satchel)進入了主流時尚。1940 年代隨著越來越多美國女性進入職場，實用且舒適的箱型肩背包(Shoulder bags)便成為了主流。1960 年代年輕的包包款式成為流行，如又長又窄的手拿包和精緻講究配有長鍊或背帶的肩背包(Shoulder bags)。這些都顯示肩背包無論在何時期，演變形時如何，任何樣貌在袋包發展中都極具代表性，故選擇肩背包作為本研究目標產品。

而在台灣的袋包市場發展上，台灣的袋包產業是從 1970 以 OEM 代工為主，近年來，因台灣勞工工資逐年增加，使得業主為了降低成本紛紛將產業外移，除了中國投資設廠，其它亞洲國家如菲律賓、印尼、越南等地區；近年來台灣出口袋包數量與金額逐年下降，但實際上全球大部分的產品都是台灣製造再分散至各地；為因應此狀況，業主以提高品質與競爭力來發展，培養 ODM 創造自有品牌，塑造形象做為主要未來發展的方向。(台灣區手提包輸出同業公會，2004)。

#### 第四節 袋包組成結構

人和袋包之間的關係透過上述歷史發展階段可以發現是如此密不可分，而袋

包的組成結構會因袋包的使用模式、個人使用偏好、功能、特性甚至是袋包本身對使用者的意義都會有所不同（劉亭佑，2009）。而一般袋包的外部基本結構則分別由身片 Body（主要包含前片與後片）、側片 Guest、底片 Base/Bottom、手把 Handle、握片 Handle Wrap、肩帶 Shoulder Strap、肩墊 Shoulder Pad、袋蓋 Flap、接片 Plancl 以及前袋/後附袋 Front / Back posket 所組成（鞋技中心，2010）。

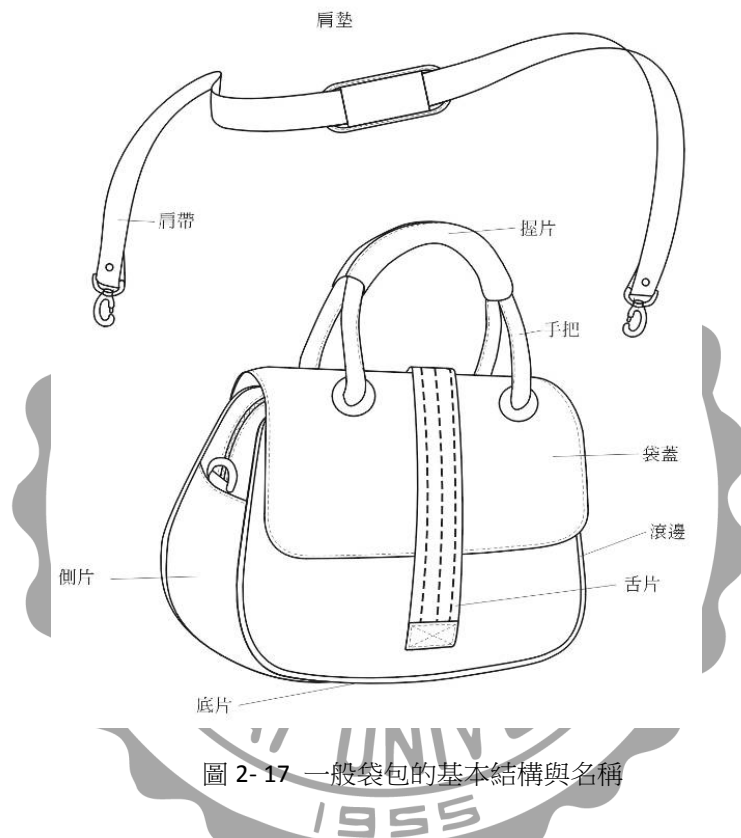


圖 2-17 一般袋包的基本結構與名稱

而在 2012.2013Fashion Express 秋冬袋包箱趨勢袋包箱趨勢分析報告中更指出肩背包中的公事包款 (Briefcase) 及學生樣式的書包(Satchel)受主題趨勢「中性風格」的影響，較不受限於性別的差異。Satchel 在中文翻譯普遍被翻譯做書包或挎包，而在英文釋義上則是 “A small bag,oftenhaving a shoulder strap, used for carrying books or clothing. “一個小型袋包通常附有一條肩背帶，主要被使用來裝書本或是衣物”。而肩背帶的長度通常可以調整，設計成能夠橫身斜背用，以這種方式背用使包包隨性落於臀部，而書包與公事包的組成主要是後片與袋蓋為一片式，能夠折疊主要作為覆蓋袋包頂部並固定於前片（如圖 2-18）。

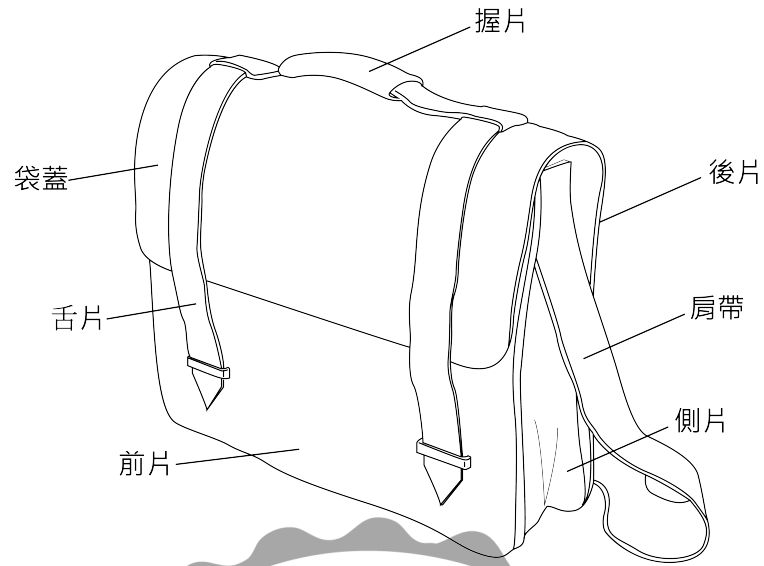


圖 2-18 書包與公事包基本組成結構與名稱

現行知名與常見的書包形式是由傳統牛津大學和劍橋大學的風格書包演化而來。這樣款式的袋包是一個簡單的設計，功能簡單，設計上通常前片會帶有另一隔層袋。而現代變化包括前面有兩個或一個前袋或是與公事包款融合而成的極簡款式，而頂部加上握把也是一種變化型(如表 2-7)。

表 2-7 書包款式

原型款 - 一前袋	變化款-兩前袋	極簡款

而這類袋包更因原始應用於學生與上班族，組成簡單也沒有明顯性別設定，作為受測樣本便能降低影響因子，故本研究將於後續研究中選用此款斜袋包作為目標樣式。

## 第五節 魅力工學

在今日，提供大眾資訊的平台與管道已發展迅速且種類不勝枚舉，科技的進步也使得人類對於自我需求不斷提升，多方感官的互動方式也讓消費者邁入訴求體驗的世代。隨著消費者意識的高漲，新產品的開發已漸從生產導向轉為市場導向做為主要目標，消費者對產品的要求不再只是基本的功能性或實用性，美觀、舒適及個別化的需求，都成為現今消費者選購產品時會納入考量的要因，因此了解消費者的需求成為產品開發的重要因素；由日本所發展的魅力工學（Miryoku Engineering）即是以此為前提的一種以消費者喜好為主的設計觀念（Preference-Based Design）。

魅力工學是感性工學中的一個支派，感性工學（Kansei Engineering），是由日本學者長町三生（Mitsuo Nagamachi）所提出，是一種以消費者為導向基礎的新產品開發技術，其中感性（Kansei）源自日語詞彙，原意為對於某一個產品所產生的心裡感覺與意象。當消費者購買產品時，在他們心中一定有一些感覺意象來選擇商品，如堅固的、豪華的與亮麗的等，感性工學技術便是將消費者需求的感覺意象轉化在新產品上的技術。長町三生將感性工學定義為：「將消費者對於產品所產生的感覺或意象予以轉化成設計要素之技術」（Mitsuo Nagamachi, 1995）。消費者的主觀喜好主要來自於其價值判斷系統，此判斷除了來自於消費者的感官接收、心理決策、社會學、藝術評價等範疇，許多有關魅力的問題會在創造新產品時產生（Ujigawa, 2000）。

感性工學是一種關於「心理感受」與「實體物件」關係的人因工程研究，簡單的說，就是以工學的手法，設法將人的各種感性定量化（感性量），再尋找出這個感性量與工學中所使用的各種物理量之間的高元函數關係，作為工程發展時的基礎，這個感性量，應包含生理上的「感覺量」和心理上的「感受量」。因此，

感性工學是一套質化量化法，它是一種量化的分析，包括把感性變成數字（感性量）或是將心理的感受透過高元函數的關係轉成感受量，但客觀而言仍是一種探討內在本質的研究，所以我們會將感性工學稱為一種質化研究。

魅力工學由日本學者讚井純一郎（Junichiro Sanui）以及乾正雄（Masao Inui）先生在 1985 年經由參考臨床心理學家 Kelly G.A 在（The Psychology of Personal Constructs）的概念而開發出來之研究，對於魅力工學的理论，在 1998 年感性工學會成立實被編入其中的一部會。主要是捕捉個人認知概念並列表整理的方法。

### 2-5-1 評價構造法

有許多質性的方法曾被用來做為顧客端和設計端的溝通媒介，但由於方法可能太過依賴訪談者的能力和人與人之間的溝通技巧，更甚至於是因為訪談者的主觀會影響結果而讓這些方法沒有受到支持，而評價構造法正好可以克服這些缺點讓訪談更具結構化與說服力。「評價構造法」是由日本學者 Sanui（Masato, 1997）學習 Kelly（1995）所提出之個體構造法（RGM Repertory Grid Method），主要是經由捕捉個人認知概念並列表整理的方法。評價構造法的運用方式如下：主要是透過個體訪談方法，經由成對物件進行比較，明確討論出物件的相似或差異關係後，在整理出目標物件的個別特質。爾後，此方法更進一步發展，首先，目標物件的評估中，受訪者需回答他對於物件的喜好或厭惡，第二步則是透過附加問題以澄清受訪者的答案意思或條件，統整其回答，具體解析出產品對於消費者喜好之魅力因素，與整理出其相關階梯架構圖（Sanui，1996）。

EGM 主要是透過高度涉入之族群進行訪談，從使用者的行為案例，整理出真實可信的評價與意見；即使是難以捕捉的抽象感受與具體條件的對應關係，都可透過此方法來進行彙整。透過數量化的過程便是將執行完評價構造法後所得成果進行問卷回饋出較具象的數值。而本研究將透過評價構造法所得之階梯架構圖

進而套入數量化一類進行問卷量化分析。

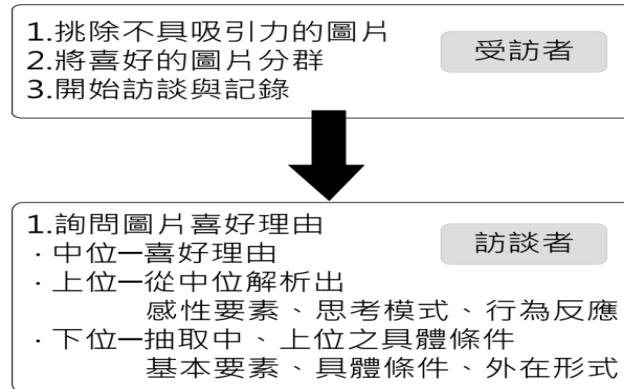


圖 2-19 EGM 訪談架構

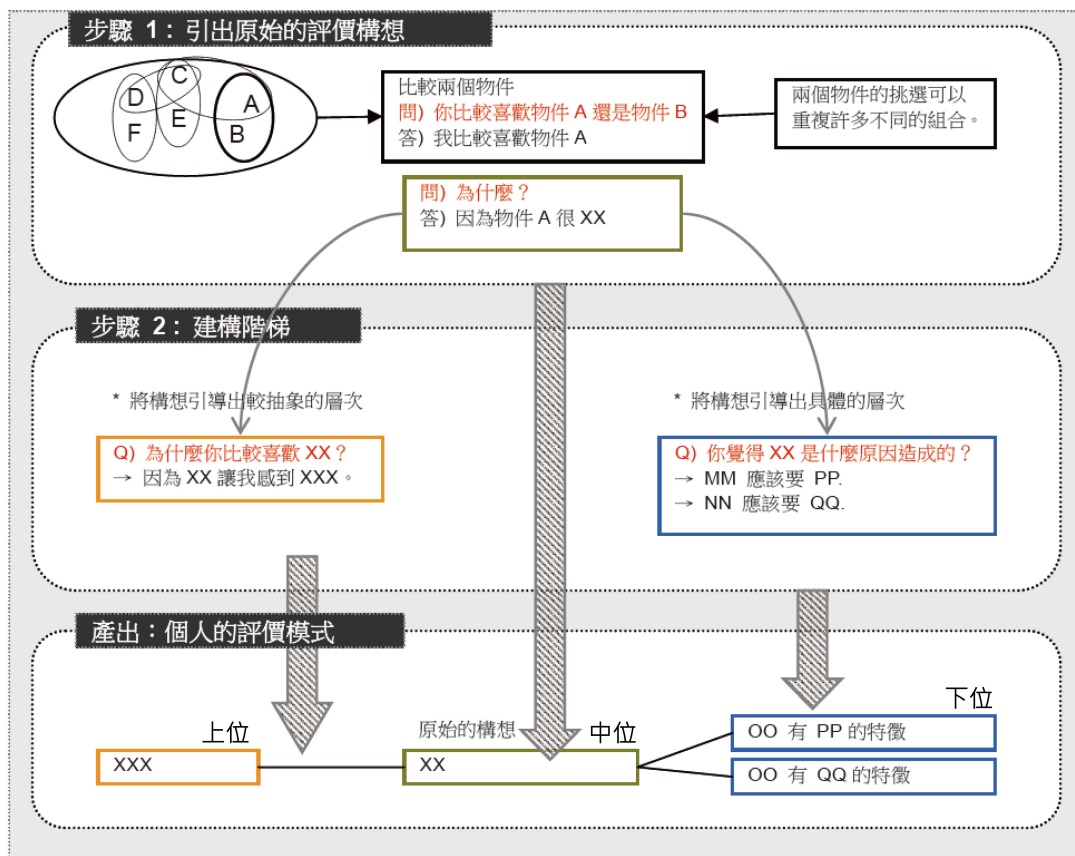


圖 2-20 EGM 運用流程

## 2-5-2 魅力工學與評價構造法之相關研究

在魅力工學的相關研究中，評價構造法提供了一個具有理論基礎的產品魅力因素解析方式。為了得知顧客端對於產品的魅力感受，以深度訪談方式，依照主題之下的範疇提供刺激，經由受測者喜好度的比較，使受測者有明顯的感受差異，因此得知受測者對主題的原始概念，進而引導受測者將其概念更明確的剖析，將概念再轉化成具體理由以及抽象感受兩個項目，進而整理出受測者真實的想法（馬敏元，2005）。相關於魅力工學的文獻中，透過評價構造法做為研究方法在不同研究領域的相關文獻也不在少數，除了用於針對產品外，場域環境、文化創意等也都有學者使用此方法。

表 2-8 魅力工學相關研究

年代	作者	研究主題	研究要點
2005	葉思岑	情緒舒緩玩偶產品魅力要素之研究	應用評價構造法探索玩偶之感知的魅力要素
2006	馬敏元	應用魅力工學探討中國書法名帖魅力之研究	應用評價構造法探討中國書法名帖
2007	陳育新	女性辦公空間中產品的娛樂特質	以評價構造法探討辦公空間產品
2010	陳文東	地方工藝產業魅力因子研究—以南投縣竹山鎮竹藝產業為例	透過評價構造法探討竹山鎮竹藝產業的魅力因子
2011	涂志峰	日本動漫畫之屬性研究	以評價構造法探討日本動漫畫魅力因子
2013	賴于仙	趣味性座椅魅力因子之研究	應用評價構造法探討趣味性座椅家俱之魅力因子
2014	翁子倫	城市文化意象在公共環境上的呈現方式與影響 —以台中市步道空間為例	以評價構造法探討公共環境文化意象

基於上表整理結論，魅力工學評價構造法可將模糊抽象的概念具體化，分析



皮革包產品高涉入者的意見與表達的抽象想法，針對產品整體性做出統合與分析的技術。本研究欲利用此項優點訪談皮革產品之高涉入者，希望引導相關受訪者表達出對產品的感受評量，藉以找出皮革肩背包的魅力因子

## 第六節 文獻小結

綜合上述文獻回顧的歸納與分析，皮革相關產業在台灣逐漸因工廠外流以及代工而面臨再不轉型極有可能成為沒落產業的窘境。但因近年來文創及自有品牌的提倡、消費結構的改變、科技技術的革新、MIT 台灣認同等議題使得皮革產業的價值又漸受到注目。本研究將皮革肩背包發展歸納如下述幾項，茲分別說明如下：

1. 皮革種類許多，不同動物皮、不同鞣製方式、後續表面加工的不同皆會影響皮革造成使用者有不同的感受與喜好，而依據皮革深受喜愛的原因也是因不同於其他產品的觸感。
2. 皮革產業未來不僅面臨薪資成本的上漲外，環保也是一個重要議題。也因此皮革未來將朝向技術提升及環保技術的提升，創造出皮革產業的永續發展願景，並且透過設計或製品質感打出台灣自有品牌等軟實力的提升才能突破現有僵局。
3. 人與袋包的關係就歷代發展而言是密不可分，而肩背包在袋包歷史中則具有極重要的地位，無論是在任何時期是否因裝飾有所改變大多是以肩背包(Shoulder bags)做為基礎模型。
4. 魅力工學評價構造法可將模糊抽象的概念具體化，分析皮革包產品高涉入者的意見與表達的抽象想法，針對產品整體性做出統合與分析的技術。本研究欲利用此項優點訪談皮革產品之高涉入者，希望引導相關受訪者表達出對產品的感受評量，藉以找出皮革肩背包的魅力因子

## 第三章 研究方法

本研究將針對皮製肩背包進行調查，其研究方法以評價構造法為主軸，經由個人訪談記錄個人認知概念並列表整理，經由對同種類或形式的物件進行比較，討論出物件的相似或差異關係，在整理出目標物件的個別特質。

本研究將分成三階段進行，實驗的第一個階段首先找出以調查所得之皮製肩背包為樣本。具魅力之肩背包，除了本研究已設定之造型特徵外，其他如表面紋路、顏色、漆皮、特殊皮革…等，皆是產品可能具有的魅力要素。

第二階段進行評價構造法訪談。本研究旨在探討肩背包皮革質魅力，為達到研究目的，首先以分析彙整文獻，以作為本研究深度訪談之大綱。歸納並建立出符合皮製肩背包魅力的設計原則與層級網路。

第三階段進行問卷研究調查。運用上階段所得的結果套用李克特五點尺度量表進行問卷分析，統計數據結果作為最終設計端參考顧客喜好的依據。

本研究欲利用魅力工學評價構造法之優點，以皮製肩背包魅力為主題，希望引導相關之受訪者表達出平時難以具體描述的感受評量，藉以找出肩背包的魅力因子。再利用問卷採以數量化一類驗證顧客端對於專家或設計者的結果得各因子權重及優先順序以便未來設計時提供皮革肩背包設計者做為參考依據。

## 第一節 樣本收集

本研究以皮革肩背包為探討主軸，需挑選出評價構造法所使用的代表樣本，本研究以圖進行視覺實驗。在產品收集過程中，包款會因其大小、款式、五金件、用途任一元素的改變都會使得包款帶給受訪者不同的感受，而影響本研究所求得的魅力要素。故在樣本篩選的部分將先界定研究包款。

### 3-1-1 肩背包研究樣本之界定

透過第二章的文獻探討，袋包的發展過程中雖有許多款式不斷的推陳出新，但眾多袋包的基本架構皆是透過肩背包(Shoulder bag)而發展出來，而研究上包款的選擇上若是有明顯的性別區隔則會影響後續研究結果，故透過 2012.2013 秋冬袋包箱趨勢分析報告中指出肩背包中的公事包款 (*Briefcase*) 及學生樣式的書包 (*Satchel*) 的基本結構並沒有性別之分。因此，本研究在樣本蒐集初期是以廣泛收集市面上各大小品牌公事包款及書包款，主要透過相關網站、雜誌、商場等，並將包款樣本做預備分析。

在蒐集樣本時已將包款做範圍設定，進一步便利用二維意象尺度分析法將蒐集所得之樣本做分群，袋包分析風格的詞彙來源主要透過訪談獲得，主要訪談內容透過文獻整理，以半封閉式的訪談紀錄，因受訪者顧及公司商業關係，故本研究透過重點紀錄的方式紀錄訪談過程（如圖 3-1）；橫軸分別為休閒與正式，縱軸則分別為男性與女性。包款也將選擇較少裝飾與五金扣件的簡單造型。

訪談內容	擷取結果
<p>A受測者 Q:袋包風格</p> <p>A:除了男女差異 主要來說就是分為<b>運動休閒及正式商用</b>兩大系列。</p>	<p>A <b>運動休閒&amp;商用正式</b> B <b>休閒&amp;正式公事包</b></p>

圖 3-1 市場定位詞彙萃取

透過二維意象尺度分析市場調查結果，本研究界定出研究目標，在製作圖卡過程盡可能降低其中五金扣件納入樣本模型中（如圖 3-2）。



圖 3-2 肩背包款市場調查二維意象尺度分析

### 3-1-2 皮革樣本篩選與製作

在初步界定樣本斜背包後，因無法蒐集到大量同款卻不同皮革的樣本，故本研究將透過後製方式取得樣本圖卡。這階段將大量蒐集用於袋包的皮革，因以質感視覺化的觀點進行，因此在搜尋樣本的實驗原材質的值，其原則為以能展現出原材質的質感為準則。在皮革樣本搜尋中，本研究共請三位，一位男性兩位女性對皮革製品有一定了解程度的受測者（如表 3-1），請他們利用 KJ 法進行產品圖片的初期篩選分群。實驗步驟說明如下：

1. 請受測者瀏覽收集到的 64 件皮革圖片。
2. 請受測者挑選出認為具有辨識度的皮革樣本。此階段皮革圖片經由篩選由 64 件減少到 46 件。
3. 請受測者將 46 件皮革樣本圖片依照感覺的不同以 KJ 法分為 4 群。
  - (1) 步驟一將皮革樣本代表圖片依內容或性質相近者予以集合起來，並賦予該集合一個名稱，經由此分群過程可獲得第一層分群圖片。
  - (2) 將步驟一求得的第二層分群圖片使用迴紋針捆成一束一束，並加上名條標籤命名，說明這個群體內容大要，不成群的零散圖片則不勉強整理。
  - (3) 依照川田喜二郎先生之分群法(1986)，成群的圖片各自為一個單位，和不成群的零散圖片一起進行第二次的群組編排，重複這個步驟，一直到分群的數量變成數個為止（亦或已無法再進行分群）。
  - (4) 請受測者對皮革樣本圖片的分群結果根據各分群差異予以命名。
  - (5) 紀錄上述之分群結果。受測者認為據辨識性且適合作為肩背包之皮革樣本分作四群，分群結果呈現如表 3-2，具有據辨識性且適合作為肩背包之皮革樣本不外乎以下四個分群：「顏色」、「紋路」、「特殊動物皮」以及「明顯後加工」。

表 3-1 樣本篩選專家背景