

A Study of Luxury Innovation Design with Recycled Material ~ Paper Product as Example

白佳潔、杜瑞澤

E-mail: 9511391@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The integral principle in product design, which builds upon a sense of mission to protect the earth, is to produce recycled and regenerated merchandise that complies with green product life cycles. The consumption rate for luxury in Taiwan has increased enormously in recent years, so that numerous western boutiques have been opening up branch stores in Taiwan, trying to use design as marketing strategy and to get a bite of the Asian market. These boutiques incorporate western art with product innovation. Consumers are amazed and attracted by the esthetic sense of products, and try hard to get their hands on the novel merchandise. A few things need to be studied and accomplished to encourage positive feedback from consumers towards green products, such as developing esthetic appreciation, utilizing recyclable materials, obtaining huge business benefits from innovative designs / manufacturing techniques / marketing tactics, incorporating environmental-friendly concepts into the design of brand images, and introducing recycled and regenerated products into the world of boutiques. The scope of luxury are defined in this study. The research objective is to package recycled and regenerated products as luxury, using modern design techniques, so that people won't hold stereotyped impression of recycled and regenerated goods not being able to hold their actual value. Such transformation allows green products to enter the life of the general public, encourages people to purchase them, and eventually markets them as part of the fashion trends that people are crazy about.

Keywords : recycled and regenerated ; luxury ; innovative design ; paper

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書	iii 中文摘要	iv 英文摘要	v 誌謝	vi 目錄	
vii 圖目錄	x 表目錄	xi 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
4 1.4 研究範圍	5 1.5 名詞解釋	6 1.6 研究流程	7 第二章 文獻回顧與探討	9 2.1 精品相關資料	9 2.1.1 精品的發展起源
19 2.2 回收再生設計	23 2.2.1 產品回收再生設計	24 2.2.2 產品回收再生設計原則	13 2.1.3 品牌與精品	17 2.1.4 近代精品發展趨勢	27 2.2.3 二次料及再生產品市場概況分析
30 2.2.4 回收再生產品分析	34 2.3 再生紙業現況	38 2.3.1 紙的回收	38 2.3.2 再生紙的製作	39 2.3.3 使用再生紙的好處	41 2.4 創新設計
47 2.5 小結	51 第三章 研究方法	53 3.1 研究方法與架構	42 2.4.1 創新的定義	42 2.4.2 創新類型	45 2.4.3 產品創新設計
55 3.2.1 第一階段:文獻探討階段	55 3.2.2 第二階段:專家訪談階段	58 3.3 內容分析法	53 3.2 研究設計	61 3.3.1 內容分析法的起源及定義	61 3.3.2 內容分析法的特性
62 3.3.3 內容分析法的研究步驟	63 第四章 研究分析	66 4.1 精品的感性分析	66 4.1.1 精品的感性分析步驟	66 4.1.2 精品感性語彙的建構分析	68 4.2 紙類產品製造商專家訪談
71 4.2.2 訪談資料整理	72 4.3 產品設計師專家訪談	88 4.3.1 受訪者設計公司資料	71 4.2.1 受訪者基本資料	88 4.3.2 訪談資料整理	89 4.4 訪談內容綜合分析
107 第五章 結論與建議	110 5.1 研究結論	110 5.2 後續研究與建議	112 參考文獻	113	

REFERENCES

1. 王文科(1998), 教育研究法, 五南圖書。
2. 王志銘(2004), 知識型服務業創業精神與行動歷程之探討 以工業設計公司為例, 國立雲林科技大學企業管理系碩士班碩士論文。
3. 王玉民(1994), 社會科學研究方法原理, 洪葉文化出版。
4. 王文科(2001), 教育研究法--教育研究的理論與實務, 五南出版。
5. 王石番(1989), 傳播內容分析法---理論與實証, 幼獅出版。
6. 白斯特(Best, J. W.) (1987), 教育研究法, 復文圖書出版社。
7. 江亮演(1997), 社會科學概論, 商鼎文化出版。
8. 杜瑞澤(2002), 產品永續設計 - 綠色設計理論與實務, 亞太圖書出版社。
9. 杜瑞澤、陳振甫(1998), 綠色生命週期設計中產品回收再生特性之永續性評估模式研究, 中華民國設計學報。
10. 李坤陸(2001), 我國與世界主要國家資源回收制度之比較研究, 國立台北科技大學環境規劃與管理研究所碩士論文。
11. 李孟展(2002), 內容分析法, 世新大學資管所碩士班研究方法資料收集方法與分析報告。
12. Babbie Earl 著, 李美華等譯(1998), 社會科學研究方法(頁483-501), 時英出版社。
13. 何麗華(2003), 全面品質管理在企業組織運作之探討--以系統科學理論為觀點, 中原大學企業管理研究所碩士論文。
14. 周偉傑(2003), 簡易生命週期評估方法之研究, 國立成功大學機械工程學系碩士論文。
15. 周君瑞(2001), 複合感性意象之塑造--以造型特徵為基礎, 成功大學工業設計研究所碩士論文。
16. 吳明清(2006), 教育研究 - 基本觀念與方法分析, 五南文化事業出

版。17. 吳政豫(2003), 探討新產品創新研發之產品企劃階段的關鍵成功因素—以我國的電源供應產業為例—, 天主教輔仁大學管理學研究所在職專班碩士論文。18. 吳紹群(2001), 內容分析法與圖書館學研究, 圖書與資訊學刊。19. 邱宗祺(2002), 台灣地區購物中心競爭策略個案研究, 國立中山大學企管系研究所。20. Singletary Michael 著, 施美玲譯(民86), 大眾傳播研究方法, 五南出版。21. 徐福麟(1999), 綠色設計策略中產品生命週期評估式之研究, 大葉大學設計研究所碩士論文。22. 許瑞弘(2004), 社區報紙的社區公共事務功能——以《今日美濃》與美濃菸農自救運動為實例的研究, 國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。23. 郭黎憶(2003), 精品業經營策略之探討, 國立中正大學企業管理研究所碩士論文。24. 陳俊伊(2002), 同步工程應用於新產品開發專案工作協調之研究, 台北科技大學產系統工程與管理研究所碩士論文。25. 陳致榮(2001), 圖書館資訊學課程報告--個案研究, 天主教輔仁大學圖書資訊學系碩士班。26. 陳俊東(2000), 臺灣當前之設計關懷初探, 國立成功大學工業設計研究所碩士論文。27. 陳源德(1992), 應用綠色環保觀念於產品開發之策略研究, 交通大學工業工程研究所碩士論文。28. 陳佳芬(1997), 解讀流行時尚—文化心 流行眼 說時尚, 遠流出版事業。29. 莊盈祺(2002), 複合式感性意象下產品造形的建構, 成功大學工業設計研究所碩士論文。30. 梅宜冬(2004), 以感性觀點探討數位產品造形意象特質—以數位攝影機為例, 大葉大學設計研究所碩士論文。31. 曾清旗(2003), 銀行企業品牌商標感性語彙意象認知與設計決策建構之研究, 成功大學工業設計研究所碩士論文。32. 黃光雄、簡茂發(1996), 教育研究法, 師大書苑。33. 黃光彩、吳懷真(2000), 產品開發的主要原則, 物流新世紀期刊。34. 黃維實(2002), 知識管理、創新策略與組織績效之關係研究—以台灣積體電路製造業為例, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。35. 張銘純(2002), 品牌策略、組織系統性變數、組織設計策略與品牌權益關係之研究, 私立中原大學企業管理研究所碩士論文。36. 楊長林(2002), 新產品開發:設計與定位、流程、績效評估之整合性管理研究, 臺灣科技大學工業管理系博士學位論文。37. 楊孝火榮(民78), 內容分析。刊於楊國樞、文崇一、吳聰賢與李亦園編, 社會及科學研究法, 東華出版。38. 楊孝火榮(民85)傳播研究方法總論, 三民出版社。39. 歐用生(民80), 內容分析法, 刊於黃光雄、簡茂發主編, 教育研究法, 師大書苑出版。40. 劉瑞慈(2004), 商業設計之設計人力資源管理探索, 銘傳大學設計管理研究所碩士論文。41. 蘇蘅(1986), 傳播研究調查法, 三民出版。42. 簡晟峰、陳秀涵(2004), 內容分析法Content Analysis, 。43. 魏鏞(1993), 社會科學的性質及發展趨勢, 台灣商務出版。44. 薛琦(2001), 新世紀產業發展趨勢與策略, 國家政策論壇第一卷第六期。45. 楊開煌(民國87年), 「中共研究中的內容分析法及其爭議與反省」, 東亞季刊。46. 瓊恩 布特曼 (John Butman)、尼爾 費斯科 (Neil Fiske)、麥可 席維斯坦 (Michael J.Silverstein), Trading Up: The New American Luxury(2003); 奢華, 正在流行, 譯者:陳正芬(2004.5), 出版社:商智文化。47. 中華經濟研究院(1997)。一般廢棄物清除、處理、與回收體系之市場制度建立。台北:行政院環境保護署。48. 中華經濟研究院(1998)。廢一般容器回收清除處理費率暨成本調查分析。台北:行政院環境保護署。49. 台灣經濟研究院(2000)。廢容器及乾電池資源回收成本模型與監控系統之建立。台北:行政院環境保護署。50. 元智大學(2000)。一般廢棄物資源回收量調查分析計畫。行政院環境保護署。51. 吳韻儀(2004.4), 一次掌握消費者的5大慾望, CHEERS雜誌。52. 孫秀惠(2005.7), 十年內亞洲攻占六成精品消費市場, 商業週刊919期。53. 王一芝、江逸之, (2005.3), 美學經濟 vs. 代工宿命, 遠見雜誌225期。54. 李文龍, (2005.8), 創造「品牌價值」迎接創業新時代, eBoss創富誌11期。55. 吳琬瑜, (2005.7), 美感經濟VS.物化的階級意識, Cheers第58期P14。56. 台灣創意設計中心網站(<http://www.tdc.org.tw/>) 57. 台灣精品網站(<http://taiwaninnovalue.com/chinese/index2.asp>) 58. 台灣行政院環境保護署網站(<http://www.epa.gov.tw/main/index.asp>) 59. 日本TERRAMAC網站(<http://www.unitika.co.jp/terramac/home.htm>) 60. 台灣行政院環境保護署 資源回收基金會網站(<http://recycle.epa.gov.tw/main.asp>) 61. 劉紹文, 淺談Hi-End的定義, 歐美音響公司(http://www.summit.net.tw/2003_show/hi_1.htm) 62. Jeffrey F. Rayport & Bernard J. Jaworski, Introduction to E-commerce, 1e。63. Mason, Mayor and Milkinson (1993), "Modern Retailing" Richard D Irwin。64. Michael E. Porter (1980)"Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors" New York: Free Press。65. William R. Davidson, Albert D. Bates, and Stephen J. Bass (1976) "The Retail Life Cycle", Harvard Business Review, November-December,(1976)。66. Comparini, E. and J. Cagan, "Reverse Engineering for Green Design of Products", 1998. <http://www.ce.cmu.edu/GreenDesign/>。67. Okuhara, K., E. Domoto, N. Ueno and H. Fujita, "Recycling Design using the Artificial Life Technology to Optimize Evaluation Function", 3rd International Symposium on Environmentally Conscious Design and Inverse Manufacturing, December 8-11, 2003。68. Catton, W. R. Jr. and Dunlap, R. E. "Environmental sociology: A new paradigm", American Sociologist, 13, (1978), pp.41-49。69. Cosenza, D., Business Research for Decision Making, (1988)。De, Y.R., "Recycling as appropriate behavior: A review of survey data from selected recycling education programs in Michigan", Resources, Conservation and Recycling", 3,(1990), pp.253-266。70. Dunlap, R. E., "The impact of political orientation on environmental attitudes and actions", Environment & Behavior, 7, (1975), pp.428-454。71. Dunlap, R. E., and Kent, D.V.L., "The new environmental paradigm: A proposed measuring instrument and preliminary results", The Journal of Environmental Education, 9, (1978), pp.10-19。72. Edwards, K. L., "Research Trends", Materials & Design, 23 (7), (2002), pp.651 – 656。73. Evbuomwan, N. F. O. and Anumba, C. J., "An integrated framework for concurrent life-cycle design and construction", Advance in Engineering software, 29, No.7-9, (1998), pp.587-597。74. Fullerton, D. and Wu, W., "Policies for Green Design", Journal of Environmental Economics and Management, 36, (1998), pp.131-148。75. Hinde, C. J. and Fletcher, G. P., "Problem-centered design in concurrent engineering", International Journal of Industrial Ergonomics, 16, (1995), pp.383-389。76. Kim, J. S., Kim, C. G., Hong, C. S. and Hahn, H. T., "Development of concurrent engineering system for design of composite structures", Computer Structures, 50, (2000), pp.397-309。77. Kobayashi, S., "The Aim and Method of Color Image Scale, COLOR research and application", 6, no.2, (1981), pp.93-107。