

A Study on Attributes and Image of Rush Weaving Crafts

黃逸華、賴瓊琦

E-mail: 9805439@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Rush weaving is a cultural, artistic, and traditional craft. Its local, artistic, story-embedded, and individualized features just meet the needs of the post-modern consumption pattern. In this study, quantitative questionnaire survey and qualitative interview were adopted. The questionnaire survey was intended to understand consumers' evaluation of importance of each product attribute. 10 different rush weaving products and 12 adjectives for product images were selected. Semantic differential (SD) was applied to explore consumers' perceptions of the image of rush weaving crafts and preferences. Based on convenience sampling, the questionnaire was administered to consumers in five cities/counties of central Taiwan. A total of 358 effective questionnaires were returned. The qualitative interview was conducted to understand the current business situations of rush weavers in Yuanli and their suggestions on revitalization of the industry. The main findings include: 1. Among the attributes of rush weaving crafts, the consumers considered the design factor as the most important attribute, followed by the local culture factor and the practical function factor. 2. Consumers have more positive image on fashionable and creative weaving crafts than on other types of products. 3. Younger respondents preferred creative weaving crafts, while older ones preferred traditional and practical weaving crafts. Fashionable weaving crafts were welcome among all age groups. 4. Cultural and artistic type of consumers tended to perceive a positive image of products. 5. Analysis result showed that this industry could be transformed to become an industry of experience economy and integrate leisure tourism.

Keywords : rush weaving crafts ; traditional craft ; product attributes ; product image

Table of Contents

目錄	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	xii	表目錄	xvi	第一章 緒論	第一節 研究動機與目的	1	第二節 研究背景	3	第三節 研究範圍與限制	7	第四節 研究流程	8	第二章 文獻探討	第一節 藺草編織產業	9	一、藺草編織產業的起源	9	二、藺草編織的原料	12	三、臺灣藺草編織產業的發展	14	四、苑裡藺草編織產業現況	19	五、藺草編織產業相關文獻	33	第二節 工藝與造形設計	35	一、產品設計	35	二、產品造形	40	三、工藝與產品設計	42	第三節 文化產品屬性	48	一、產品屬性的意涵	48	二、產品屬性的分類	49	三、文化產品屬性	52	第四節 認知與產品意象	57	一、認知與視覺訊息辨識	57	二、產品意象	60	三、感性工學	64	第三章 研究方法	第一節 研究架構與假設	66	一、研究架構	66	二、研究假設	67	第二節 樣本蒐集與篩選	67	一、樣本蒐集方法	67	二、樣本篩選	71	第三節 意象形容詞萃取	75	一、形容詞收集	75	二、產品意象形容詞的萃取	76	第四節 問卷變項與設計	78	一、消費者屬性	78	二、產品屬性評估	80	三、藺草編織產品意象	80	第五節 預試與問卷修改	81	一、預試	81	二、問卷修改	81	第六節 研究抽樣方法	85	一、抽樣對象	85	二、抽樣方法	85	第七節 資料分析與處理	85	一、信度分析	85	二、描述性統計	85	三、因素分析	85	四、獨立樣本T檢定	86	五、集群分析	86	六、單因子變異數分析	86	七、卡方檢定	86	第八節 質性訪談設計與大綱	87	一、訪談對象	87	二、訪談題目大綱	87	第四章 研究結果與分析	第一節 消費者屬性分析	88	一、受訪者之個人背景分析	88	二、使用經驗及消費意願敘述性統計分析	90	三、人口統計變數對使用經驗及消費意願分析	95	第二節 產品屬性分析	102	一、因素分析與信度檢定	102	二、消費者屬性對產品屬性構面差異分析	105	三、消費者產品屬性評估集群分析	108	四、交叉列表與卡方檢定	110	五、小結	121	第三節 產品意象分析	114	一、信度分析	114	二、編織產品樣本意象分析	115	三、消費者屬性對產品意象差異分析	130	四、編織產品樣本集群分析	166	五、小結	169	第四節 消費者集群對產品意象差異分析	173	一、不同消費者集群對傳統編織產品意象分析	173	二、不同消費者集群對實用編織產品意象分析	174	三、不同消費者集群對時尚編織產品意象分析	176	四、不同消費者集群對創意編織產品意象分析	178	五、小結	180	第五節 研究假設驗證	181	第六節 訪談資料分析	183	一、訪談摘要	183	二、訪談分析	187	第七節 總結	188	一、消費者屬性的發現	188	二、消費者對藺草編織產品屬性重視程度	188	三、消費者對編織樣本的意象及偏好	189	四、消費者屬性對編織樣本意象及偏好的差異	189	五、消費者集群對產品意象的差異	190	六、藺草編織產業的困境及振興建議	190	第五章 結論與建議	第一節 結論	192	一、採行少量多樣，產品差異化策略	192	二、融入感性設計，建構藺草編織新風貌	192	三、體驗行銷，整合地方文化觀光	193	第三節 未來研究建議	193	參考文獻	195	附錄一 藺草編織產品樣本造形分析表	203	附錄二 Osgood的50組 adjective pairs 形容詞配對	204	附錄三 意象形容詞選取問卷	206	附錄四 預試問卷	207	附錄五 正式問卷	211
----	----	----	-----	-----	-----	------	----	------	---	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	--------	-------------	---	----------	---	-------------	---	----------	---	----------	------------	---	-------------	---	-----------	----	---------------	----	--------------	----	--------------	----	-------------	----	--------	----	--------	----	-----------	----	------------	----	-----------	----	-----------	----	----------	----	-------------	----	-------------	----	--------	----	--------	----	----------	-------------	----	--------	----	--------	----	-------------	----	----------	----	--------	----	-------------	----	---------	----	--------------	----	-------------	----	---------	----	----------	----	------------	----	-------------	----	------	----	--------	----	------------	----	--------	----	--------	----	-------------	----	--------	----	---------	----	--------	----	-----------	----	--------	----	------------	----	--------	----	---------------	----	--------	----	----------	----	-------------	-------------	----	--------------	----	--------------------	----	----------------------	----	------------	-----	-------------	-----	--------------------	-----	-----------------	-----	-------------	-----	------	-----	------------	-----	--------	-----	--------------	-----	------------------	-----	--------------	-----	------	-----	--------------------	-----	----------------------	-----	----------------------	-----	----------------------	-----	----------------------	-----	------	-----	------------	-----	------------	-----	--------	-----	--------	-----	--------	-----	------------	-----	--------------------	-----	------------------	-----	----------------------	-----	-----------------	-----	------------------	-----	-----------	--------	-----	------------------	-----	--------------------	-----	-----------------	-----	------------	-----	------	-----	-------------------	-----	--------------------------------------	-----	---------------	-----	----------	-----	----------	-----

REFERENCES

- 一、中文部分 1. 方世榮 (1996)。行銷學。臺北:三民。2. 王春風編著 (2003)。蓬山蘭編展風情專輯。苗栗:苗栗縣蓬山文教基金會。3. 王振勳 (2003)。有關大甲蘭及其製品生產變動的歷史考察。朝陽人文社會學刊第2期,頁1-30。台中:朝陽科技大學。4. 王桂拓、陳千貴 (2005)。大甲蘭草編織產業調查與輔導策略建議之研究,朝陽科技大學設計學報第7期,頁47-64。台中:朝陽科技大學。5. 王景怡 (2007)。日治時期大甲地區帽蓆產業的產銷特色。高雄師範大學地理學系碩士論文。6. 王甦、汪安聖 (2004)。認知心理學。臺北:五南。7. 江韶瑩 (2004)。論新民藝 - 從三位「民藝運動」者的歷史回顧,展望台灣民藝的未來。威廉 莫里斯與工藝美術特刊。頁36-51。臺北:中國時報時藝多媒體。8. 何雍慶、周逸衡譯 (1986)。Philip Kotler著。行銷管理。臺北:華泰。9. 吳玲玲譯 (1998)。Solso著。認知心理學。臺北:華泰。10. 呂清夫 (1998)。造形原理。臺北:雄獅。11. 呂清夫譯 (1985), 朝倉直巳著。藝術的平面構成。臺北:北星。12. 周文賢 (1999) 行銷管理—市場分析與策略規畫。臺北:智勝文化。13. 官政能 (1995)。產品物徑:設計創意之生成、發展與應用。臺北:藝術家。14. 林秋芳 (2004)。為工藝產業再造春天。工藝新境。臺北:典藏。15. 林崇宏 (1995)。造形基礎。臺北:藝風堂。16. 林崇宏 (1999)。造形、設計、藝術。臺北:田園城市。17. 林崇宏 (2006)。設計概論。臺北:全華。二版四刷 18. 林逸珮 (2004)。金工產品的感性探討--以表達愛情的飾品為例。交通大學應用藝術研究所碩士論文 19. 林榮泰 (2005)。文化創意、設計加值。藝術欣賞第1卷第7期,頁26-34。臺北:國立臺灣藝術大學。20. 邱皓政2005。量化研究與統計分析。臺北:五南。21. 姜定宇、虞邦祥、陳至芸譯 (2004), Foxall, Goldsmith, Brown著。消費心理學。臺北:桂冠。22. 施金柱主編 (1998)。中日編織工藝交流展。臺灣館。臺中:中縣文化 23. 洪慶峰 (2004)。迎接感性行銷時代。台灣工藝第18期。南投:國立工藝研究所。24. 苑裡鎮山腳社區發展協會 (2006)。第一屆愛蘭工藝獎成果專輯。苗栗:苗栗縣文化局。25. 苑裡鎮山腳社區發展協會 (2007)。第二屆愛蘭工藝獎成果專輯。苗栗:苑裡鎮山腳社區發展協會。26. 苑裡鎮志編纂委員會 (2003)。苑裡鎮志上、下。苗栗縣:苑裡鎮公所。27. 宮崎清 (1998)。生活文化經。歷史緯, 編織內蘊華光, 中日編織工藝交流展學術研討會論文集。臺中:中縣文化。28. 翁英惠 (1995)。造形原理。臺北:正文。29. 翁徐得 (1995)。地方產業與地域振興。台灣手工藝第44期。頁10-15。南投:手工藝研究所。30. 翁徐得 (2007)。工藝產業發展概況。臺灣文化創意產業發展年報, 頁52-59。臺北:經濟部工業局。31. 財團法人國家文化藝術基金會 (2005)。文化創意產業實務全書。臺北:商周。32. 國立工藝研究所 (2007)。傳統工藝技術。臺灣製造:文化創意向前走。臺北:允晨。33. 張仲堅編著 (2002)。臺灣帽蓆。臺中:張仲堅。34. 張建成譯 (1995), Roozenburg, N.F.M., Ekels, J.著。產品設計:設計基礎和方法論。臺北:六和。35. 張建成譯 (1998), Mike Baxter著。產品設計與開發。臺北:六和。36. 張春興 (1991)。現代心理學。臺北:東華。37. 張逸民譯 (1999), Kotler, Armstrong著。行銷學。臺北:華泰。38. 教育部 (2008)。產學成果手冊。台北:教育部 39. 陳文印 (1997)。設計解讀。臺北:亞太。40. 陳怡方 (2000)。描繪苑裡草編--一個傳統工藝產業生態與脈絡的研究。國立藝術學院傳統藝術研究所碩士論文。41. 陳附聖 (2004)。台灣蘭草發展時空變遷與經營調適。高雄師範大學地理學系碩士論文。42. 陳?敬 (2007)。蘭味包裝 - 蘭眼相看品牌形象建立與包裝設計之應用。朝陽科技大學設計研究所碩士論文。43. 彭聃齡、張必隱 (2000)。認知心理學。臺北:東華。44. 黃世輝 (1999)。竹山地區竹開發三百年史 竹藝竹情在竹山。南投:竹山鎮公所出版 45. 黃台生譯 (1999), John R. Lindbeck著。產品設計與製造。臺北:六和。46. 黃金財 (1998-2)。臺灣懷舊之旅。台北:時報文化。47. 楊敏芝 (2006)。文化產業理論思潮初探與發展省思, 文化生活圈與文化產業, 頁195-209。臺北:詹氏。48. 楊裕富 (2000)。創意活力:產品設計方法論。臺北:田園城市。49. 楊裕富 (2002)。設計的文化基礎。臺北:亞太。50. 葉文輝 (2008)。老幹新枝蘭編跨世代接力, 工藝心鄉土情, 頁42-51。南投:國立工藝研究所。51. 詹若涵 (2003)。產品意象與造形特徵之對應關係探討。銘傳大學設計管理研究所碩士論文。52. 蔡子璋譯 (2002), Robert H. Mckim著。視覺思考的經驗。臺北:六合。53. 蔡振豐 (清光緒二十三年修)。苑裡志。臺北:成文。54. 鄭宏貞 (2007)。大甲地區居民對草編文化保存認知與願付價格之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。55. 鄭洪 (2004)。台灣原住民文化應用於產品設計之研究。長庚大學工業設計研究所碩士論文。56. 鄭麗玉 (2006)。認知心理學理論與應用。臺北:五南。57. 鄧成連 (2001)。設計策略—產品設計之管理工具與競爭利器。臺北:亞太。58. 賴建都、祝鳳岡 (2004)。苑裡蘭草編織文化暨視覺形象設計之研究。廣告學研究第21集, 頁29-52。臺北:政治大學。59. 閻蕙群、陳俐雯譯 (2004)。Postrel著。風格美感經濟學。臺北:商智文化。60. 應大偉 (1995)。一百年前的臺灣寫真。臺北:圓神。61. 簡麗如 (2003)。產品之材料意象在感覺認知之研究—以桌燈為例。東海大學工業設計系碩士論文。62. 羅清俊2006。社會科學研究方法:如何做好量化研究。臺北:威仕曼文化。二、英文部分 1. Aaker A, David (1991)。Management Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name. United States of America, Free Press. 2. Aaker A, David (1996)。Building Strong Brands. New York: The Free Press. 3. Kotler, P. (1997)。Marketing Management: Analysis, planning, Implementation and Control, 9th Edition: Prentice-Hall. 4. Leong, D. and Clark, H. (2003)。Culture-based Knowledge towards new design thinking and practice-a dialogue, Design Issues 19(3), pp.45-58. 5. Osgood, C.E., Suci, C.J. and Tannenbaum, P.H. (1957)。The Measurement of Meaning, Urbana: University of Illinois Press 6. Paivio, A. (1975)。Perceptual comparisons through the mind's eye. Memory and Cognition, 3, pp.636-647. 7. Nagamachi, M. (1995)。Kansei Engineering: A new ergonomic consumer-oriented technology for product development, International Journal of Industrial Ergonomics, 15, pp. 3-11. 三、網站部分 1. 工藝研究所網站 (2005)。生活工藝運動。2008年4月13日, 取 http://www.ntcri.gov.tw/04_art/art_E_3.asp?technics_id=49 2. 文建會網站 (2008)。文創二期計畫-工藝產業發展計畫。2008年9月20日取自 http://cci.cca.gov.tw/page/p_02.php 3. 山腳社區網站。社區介紹。苗栗:苑裡山腳社區發展協會。2008年4月16日取自 <http://www.sjc.org.tw/> 4. 山腳社區發展協會 (2006)。九十五年度新故鄉社區營造計畫。苗栗:苑裡山腳社區發展協會。2008年4月16日取自 <http://sjc.myweb.hinet.net/industry.htm> 5. 日系藤編包。PChome相簿。2008年10月12日取自 <http://photo.pchome.com.tw/r366663/012/> 6. 流行時尚包款-藤編材質。奇摩拍賣。2008年10月12日取自 <http://tw.bid.yahoo.com/tw/2092103189-category-leaf.html?.r=1216489686> 7. 施純泰、王育姿、池婉珊、吳育文 (2007)。蘭草文化館編織人訪談。2008年4月22日取自 <http://163.17.142.202/treeman/index1.asp?inyear=2007&rid=54> 8. 苑裡鎮公所網站。苑裡老街苗栗:苑裡鎮公所。2008年7月10日取自 <http://www.yuanli.gov.tw/scenery/scenery5-1.aspx> 9. 苑裡鎮農會。農特產品。苗栗:苑裡鎮農會。2008年10月24

日取自 <http://www.yuanli.org.tw/> 10. 翁徐得 (2003) 推展工藝產業。2008年3月15日取自
http://www.twcenter.org.tw/g03/g03_06_03_06_1.htm 11. 孫華翔 (2006)。社區產業發展與經營模式探討。社區營造學會電子報第八十八期。2008年10月12日，取自 <http://www.cesroc.org.tw/eNEWS/index88.htm> 13. 葉文輝 (2007)。95社區工藝扶植計畫 蘭草編就苑裡繁華夢。南投國立工藝研究所。2008年9月15日取自 <http://www.ntcri.gov.tw/index.asp> 14. 農情生活館。PC home商店街。2008年10月24日取 <http://store.pchome.com.tw/lulala/S029486.htm> 15. 愛蘭工藝坊部落格。蘭編產品。苗栗:愛蘭工藝坊。2008年9月25日，取
<http://tw.myblog.yahoo.com/sjc-yhs/> 16. 廖勁智、施純太 (2004)。蘭草文化館展示規劃2008年4月22日取自
<http://163.17.142.202/treeman/index1.asp?inyear=2004&rid=> 17. 蘭草文化館網站。文化館設立。苗栗:蘭草文化館。2008年4月16日，取
自 <http://61.218.188.100/treh/index.htm>