

「創易設計思維」運用於藝術家具之創作— 以《朋程常桌》為例

Applying Yi Design Thinking to Artistic Furniture – Taking Actron
Normal Table as an Example

陳殿禮¹ 莊喻²

¹ 國立臺北科技大學 工業設計系 | 教授 | chentl@ntut.edu.tw

² 國立臺北科技大學 設計學院博士班 | 博士研究生 | kk881527@gmail.com

Tien-Li Chen¹ Chuang Yu²

¹ Professor, Department of Industrial Design, National Taipei University of Technology, chentl@ntut.edu.tw

² Ph.D. Student, Doctoral Program in Design, College of Design, National Taipei University of Technology, kk881527@gmail.com

引用本文：

陳殿禮、莊喻 (2023)。「創易設計思維」運用於藝術家具之創作-以《朋程常桌》為例。《感性學報》，11(2)，78-94。取自 <http://jokansei.twtik.org/>

創作歷程常被視為黑箱作業的過程，因此，能透過一套明晰可行的方法將創作黑箱明箱化，將有利於後續創作者之參考，本創作希冀以西方之設計思維與雙鑽石模型之概念，融合東方《易經》思維與華人文化提出一套屬於東方的「創易設計思維」並以此進行創作。「創易設計思維」包含「賣－定向」、「想－定性」、「做－定位」三個階段，整體結構以三個外圓內方之單體所構成，兼融東、西方思維之圓滿感性及鑽石理性合而為一呈現，亦具有發散與收斂特性，本研究以此模型進行創作，以《朋程常桌》為例，在創作中將東方文化情感注入藝術家具之創作以為驗證。

關鍵字：雙鑽石模型、設計思維、《易經》、藝術家具、創易設計思維

The creative process is often perceived as an opaque operation, and as such, it would be beneficial to elucidate the creative "black box" through a clear and feasible methodology. This transparency could prove to be an advantageous reference for future artists. In this creative endeavor, the aim is to incorporate Western design thinking and the Double Diamond model with ideas from the Book of Changes (I Ching) and Eastern culture. The aspiration is to propose an Eastern "Yi Design Thinking" and employ it as the foundation for the creative process. It consists of three stages: "selling", "thinking", and "executing". There exist three elements, each with an outer circle and an inner square. The concept blends Eastern and Western perspectives, presenting diverging and converging paths similar to the Double Diamond model. It has the characteristics of sensibility and rationality. Finally, taking the Actron Normal Table as an example, we use "Yi Design Thinking" to integrate Eastern culture into the creation of artistic furniture

Keyword: Double Diamond, Design Thinking, the Book of Changes (I Ching), Artistic furniture, Yi Design Thinking

一 緒論

創作歷程常被視為黑箱作業的過程，係屬創作者的個人思維運作，因此，是否能將創作黑箱明箱化，透過一套明晰可行的方法來解構，將有利於後續創作者之參考；而西方當代設計思維被 IDEO 公司及史丹佛設計學院廣為使用，爾後各大企業開始嘗試使用設計思維作為新的創新解決問題的方法（Brown, 2008），它能夠在創作過程中激發人們創造力與想像力（Denning, 2013）。此外，雙鑽石模型（the double diamond）亦常被設計領域所使用；然而，以東方哲思角度切入之設計思維尚待被提出，就華人而言，《易經》需與人們生活相互參照，是一個必須用在生活之中的經典（通契範，2016），其亦是群經之首，許多東方理論受其影響而引伸出各自的理論與模式（郭建勳、黃俊郎，2008），而設計與生活息息相關，其中工藝設計目的係為改善人類生活，必須隨著時代的變遷而創新與轉型（楊雅淳、卓聖格，2012），因此本創作希冀能夠結合西方設計思維及鑽石模型與東方《易經》之生活智慧提出「創易設計思維」，作為東方文化情感角度切入，運用此創易設計思維注入藝術家具之創作以作驗證。

二 文獻探討

2.1 《易經》相關文獻探討

《易經》在兩千多年前便已出現（林安梧，2002），《易經》從名稱來看可作「變化之書」，「易」有著變化的意思（張成秋，2001），並有著「簡易」、「變易」、「不易」三種解釋（蔡郁焄，2013）。《易經》所呈現的是人生變化的法則與應用，「由人事明天道，由明天道通人道」，運用陰陽、動靜、剛柔等對立的變化，將宇宙一切現象歸納與整理並運用至人類社會（蔡憲昌，2003），它所闡述的是不斷變動之下的宇宙觀，包含道理與應變之道，它所注重的是天理與天道，同時具備著孔、孟、儒家的哲理，意即「仁」與「義」，現今許多人利用《易經》進行卜卦，然而，《易經》身為群經之首，能夠被儒家視為一種「經」，其價值若僅侷限於算命等功能實為可惜與浪費（張成秋，2001）。

《易經》的宇宙中由陰、陽構成，也就是「太極」，太極也有著「根源」之意（張成秋，2001），《周易》包含六十四卦之名稱、卦符、卦辭與爻辭，而《易傳》

則包含〈彖〉、〈象〉、〈繫辭〉、〈說卦〉、〈序卦〉、〈雜卦〉等，在衛德明《變易——易經八講》一書中提到，《易經》當中由陰陽兩爻組成的六十四卦能夠說明宇宙中符號與事物之間複雜的關係，這些現象皆是針對聖人對於世界的洞察而描述，陰陽兩爻相互搭配成四種組合，進而形成八卦，而八卦又能組成六十四卦，它能夠解釋家庭關係、自然變化等（蔡郁焄，2013），而《易經》也強調「三才」概念，闡述著天、地、人之間的關係（莊文模，2015）。

學者蔡憲昌（2003）表示《易經》的人生哲學可分為「生存進化」、「因時乘變」、「互助和諧」、「中正平和」、「自強力行」、「憂患經世」六個要點，學者林安梧（2002）則認為《易經》有別於西方理性思維，它所強調的是帶著問題把自身沉浸在情境裡的「情境邏輯」，從中發掘其道理與秩序邏輯。學者蔡郁焄（2013）根據衛德明的《變易——易經八講》一書中提出東方是「象」的思維，重視形象與悟性，並講求「天人合一」，而西方是邏輯的思維，重視分析與理性，講求「主客二分」。

2.2 《易經》思維與設計應用

《易經》能夠運用至天文、地理、曆數、醫學、兵學、術數等領域，從古代便能夠利用其智慧治國平天下與趨吉避凶（蔡憲昌，2003）。然而，僅將《易經》運用在占卜上侷限了其應用性，它是依照不斷變動的情境而找出可依循的變動，並且針對這個過程給予最適當的處理與管理建議（薄喬萍等，2012）。直至現今，學者林安梧（2002）認為我們能將《易經》的「陰陽而和、乾坤並建」原則放進兩性平權運動等情境當中，學者許鶴齡（2023）則認為《易經》概念能夠幫助人們學習如何面對、闡述並度過疫情時期。而《易經》亦影響了「管理」方面的認知，譬如新進員工與主管之間的關係經營可以利用「蒙卦」作為起頭開始討論，並且在進行相關懲處時要考慮「損卦」，在主管遇上教育新進員工成效不佳時則需要切記「剝卦」，並且牢記「蠱卦」與「師卦」而自律（薄喬萍等，2012）。另外，學者林燦螢（2003）在研究中闡述王師復教授曾運用後天八卦之次序與知識形成的順序作連結，分別為：震（動機）、巽（感覺）、離（求證）、坤（經驗）、兌（推理）、乾（理念）、坎（假定）、艮（臆斷），而施純協、孫劍秋（2000）亦將此架構應用至企業經營領域。

此外，學者莊文模（2015）在研究中闡述了《易經》的美學觀，譬如西方強調的「比率」能夠對應東方「增一分太肥，少一分太瘦」；「對稱」可對應「一陰一陽」，強調對稱而平衡的和諧之道；「統一」則強調全面性與完整性，是部分與整

體之間的關係，能夠對應東方「一生二」、「生生不息」的觀念，該研究中亦提到《易經》對於美的本質是「乾始能以美利天下，不言所利，大矣哉！」，強調自然便是美的觀念，而《易經》本身的「卦」也呈現出秩序、對稱與和諧之美。《易經》思維亦能夠運用至文創商品設計當中，學者黃培鈺（2015）提到利用卦的圖騰文化作為文創設計的基礎，可以從卦與爻啟發人們的文化創意。

陳殿禮（2022）於「森入生活－國產·材好·設計展」中利用《易經》思維至於策展模式之中，亦呈現於《森入生活》一書當中，將代表木、土、火、金、水的五行色彩進行論述，「木」係以「天行健」、「有孚」等概念闡述國產材與永續相關政策，並簡介國產材之樹種與優勢；而「土」則是以「渾然天成」、「光亨」等概念闡述部分國產材背後之故事與「福式風格」、「螺旋創新理論」、「三生需求理論」、「三七法則」等設計理論；接著是「火」即以「貞吉」等概念展現多項國產材設計與藝術家具；再者，「金」的部分是以「利涉大川」等概念介紹多個展覽資訊；最後「水」則是以「天行健，君子以自強不息」、「元、亨、利、貞」等概念，闡述自身對於未來設計的期許與看法。透過在空間中策展及藝術家具作為文化載體來進行創作者與觀者對話，即形而下謂之器的家具物件；再透過形而上謂之心的觀者心境；在整體形而上謂之道的環境中，來註釋空間與藝術家具之互動關係。

2.3 設計思考模式

2.3.1 設計思維 (Design thinking)

設計思維是「以人為本」作為基礎，可以運用至不同領域，需要依循著跨科學與團隊合作的形式而運作，主要可分為五個步驟：移情、定義、構思、原型、測試（Brown, 2009; Luka, 2014），包含靈感（Inspiration）、構思（Ideation）與實施（Implementation）三個系統，「靈感」是針對實際情況尋找問題與機會，而「構思」是產生解決方案並試圖深入發展與測試，「實施」則是最終進入市場階段，早期由 IDEO 公司及史丹佛設計學院開始嘗試在創新的過程中使用設計思維，藉此激發設計者的創造力與想像力，因此，越來越多企業開始效仿（Brown, 2008）。在台灣，也有許多研究將設計思維導入不同領域之設計當中，例如：學者吳如娟、黃智彥（2021）將設計思維導入課程與教學設計，而學者陳慧娟與何明泉（2012）則將設計思維運用到博物館策展過程。

2.3.2 鑽石理論

(1) 雙鑽石模型

英國設計協會（Design Council）所闡述之雙鑽石模型（the double diamond）是一種設計與創新的過程中可以採取的步驟，大致可分為發現（discover）、定義（define）、發展（develop）、實行（deliver）四個階段（圖 1），第一個鑽石包含「發現（發散）」與「定義（收斂）」，此階段幫助人們深入地了解問題並彙整不同見解；第二個鑽石包含「發展（發散）」與「實行（收斂）」，此階段鼓勵人們對於上一階段得到之不同見解尋求不同之解決方案，並且針對解方進行測試及修正（Design Council, n.d.）。

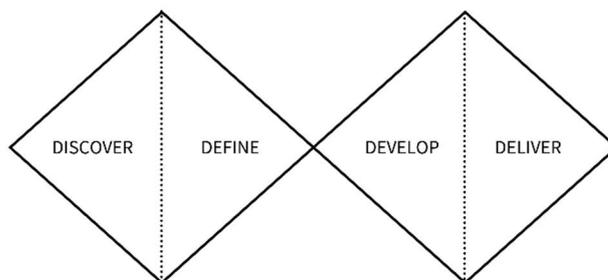


圖 1 | 雙鑽石模型

(2) 三鑽石模型

陳殿禮等（2022）透過文創商品設計程序經由宏觀發想、目標方向訂定、微觀洞察、設計應用聯想、構想發展及設計產出之解構，並參考雙鑽石模型二次之發散與收斂過程，提出包含定向、定性、定位三階段使用者導向之文創商品設計架構（圖 2），以三鑽石為基礎架構，其中第一個鑽石為定向階段包含「宏觀發想（發散）」與「目標方向訂定（收斂）」；其次，定性階段包含「微觀洞察（發散）」與「設計應用聯想（收斂）」；最後一個鑽石則為定位階段包含「構想發展」與「設計產出」，構想發展同時具備發散與收斂之特色，最終由構想發展之收斂結果得出設計產出。

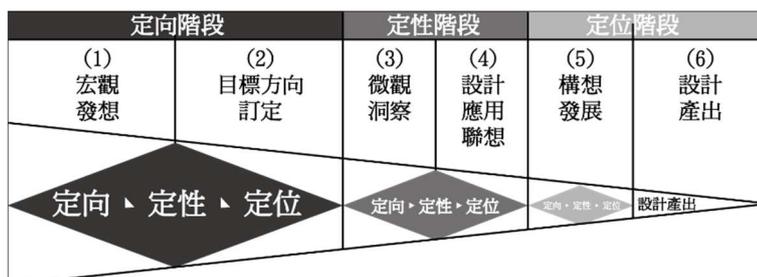


圖 2 | 文創商品設計架構（陳殿禮等，2022）

2.4 藝術家具

設計與藝術兩者之間界線係隨著消費者對產品之心理需求而定，因此，「設計藝術化」之現象因而產生，設計藝術化可分為五大構面，分別為：工藝實用性、造形美感性、藝術象徵性、情感需求性、文化社會性，說明產品在設計藝術化下除了基本實用功能外，需要融入藝術元素進行創作，並透過作品表達個人情感與魅力，通常這類的創作相較一般設計產品在製作過程中，更加重視其工藝性（莊喻、陳殿禮，2022）。如今，家具亦成為生活中富含文化的藝術，人們可透過符號轉化進行情感溝通（吳智慧，2009），家具的「功能藝術」與「創新性藝術」將功能與藝術結合，使用者能夠從中獲得精神上的視覺享受（王超、范姪蘭，2014）。由此可見，人們現階段追求的家具已成為一種具有文化內涵的時代象徵（張穎超，2009）。

㊦ 設計個案

3.1 主題內容

本創作希冀結合西方設計思維模式與東方《易經》思維作為藝術家具創作之思維基礎，並以陳殿禮（2022）提出之「文創商品設計架構」為藍本，融合東、西方思維後建構出「創易設計思維」，創作架構如圖3所示，並經實務之創作進行驗證。

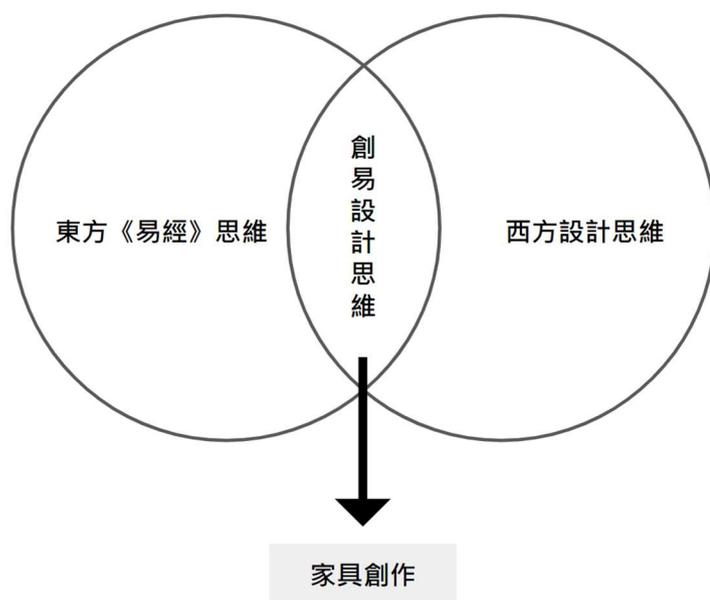


圖3 | 創作架構

3.2 設計方法

以陳殿禮（2022）提出之「文創商品設計架構」為藍本，利用三次發散與收斂之三鑽石結構作為基礎，結合西方設計思維與鑽石理論與東方思維，以「賣」、「想」、「做」作為三大階段，每個階段即代表一個鑽石之發散與收斂，整體不斷環繞在「定向」、「定性」、「定位」的過程當中，定向階段係以宏觀的方式來了解目標族群之特性與需求，即是以「賣」為出發點，並得出第一個產品機會缺口（product opportunity gaps, POG）；而定性階段，則是利用前一階段得出之結果，以微觀的方式來「想」思考並針對創作手法來進行定調，並融入《易經》思維得出第二個階段的機會缺口；最後，定位階段，即利用前兩階段之結果進行創作與實施，透過「做」來驗證；然而，上述的每一階段在發展過程中亦會經歷定向、定性與定位的思維過程，每一階段整體呈現「外圓內方」的結構，「方」即代表發散、收斂的鑽石之表徵，而「圓」代表華人文化思維過程追求圓通完整，「方」亦代表著理性，「圓」則代表感性，三個外圓內方也代表《易經》八卦三個爻，每個階段銜接的過程亦能夠視為陰與陽的概念，最終構成「創易設計思維」之整體架構，如下圖 4 所示。

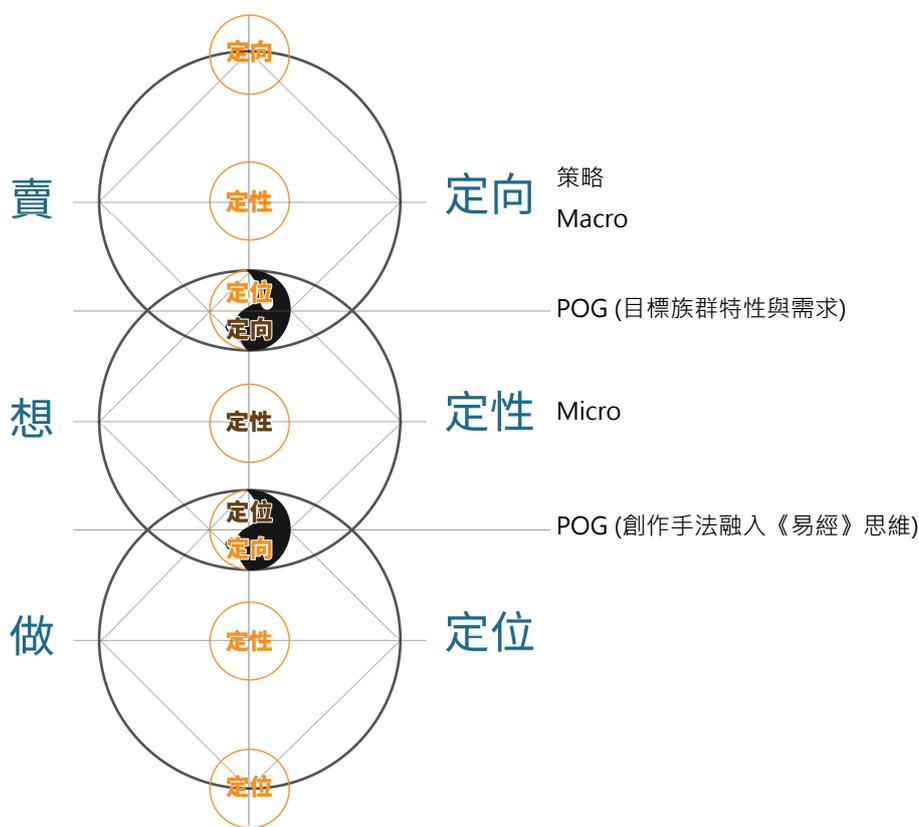


圖 4 | 創易設計思維架構

3.3 設計成果

本創作名為《朋程常桌》（圖 5），係利用「創易設計思維」架構進行創作歷程之作品，在創作過程中融入《易經》思維，以東方文化情感切入，在技術展現方面，係透過長、中、青「世代共創」，以傳統木工藝與現代機械製造技術來呈現其文化傳承之美；其次，在藝術設計方面，則是應用全世界唯一以臺灣為名的材料，及其材料多元色彩象徵臺灣多元文化之臺灣國產材－臺灣杉來表徵在地文化之多樣性，而形式上，則是保留了部份材料本身的自然邊，呈現天人共創的造形語意，強調其獨特的藝術性；最後，透過有形的藝術家具與無形的文化內涵之論述，結合使用者之需求與空間所欲表徵之情感，經由有系統與知識化的方式來呈現其學術性，即本成果係由技術、藝術設計與學術三術整合而成，使家具成為一種藝術品，可視為空間中的雕塑藝術，以下針對《朋程常桌》之「創易設計思維」各階段進行闡述。



圖 5 | 《朋程常桌》於實際場域之樣貌

(1) 定向「賣」的階段

本作品係擺設在為上市公司「朋程科技」之會客場域而創作，因此，在此階段對係以滿足該公司對內、對外展現其組織文化價值之空間，該公司以科技研發著稱，其經營理念分別為：誠信正直（Integrity）、創新為先（Innovation）、承諾負責（Commitment）、成就客戶（Customer Satisfaction）（Actron, n.d.）等四項。逕需瞭解其對於「創新」的重視，而科技來自於人性，因此，科技也需要了解使用對象「人」，在 AI 人工智慧的時代更需要有 HI 人類智慧為基礎，考量會客空間普遍須方便使用者交談、討論，因此，從使用者宏觀角度來思維，整體空間為了表現其上市公司會客空間之氣勢及提供接待之需求，經由業主訪談得出其需求須具備大尺度

之桌面，以滿足目標族群對於會客空間需要具備更加輕鬆、自在氛圍的要求，呈現其空間氛圍，其次，在選材、機能、形式與整體風格等方面，則考量會客空間之風格與業主品味，希望呈現多樣的在地文化，整體會客空間則宜有雅致之氛圍，以配合現有之裝潢多使用木材為主要材料，因此，配合空間整體氛圍將此桌子定向為木質桌，並且希冀能夠融入臺灣土地風情與在地文化用以呼應 AI 與 HI 相互融合之趨勢。總和目標族群 - 朋程科技公司會客空間之特性與需求，在此階段能夠得出四項創作機會缺口，分別為：具備大面積之桌子、避免拘謹之形式，材料以木材為主、融入臺灣土地風情與華人文化思維、兼具傳統與創新。

(2) 定性「想」的階段

呼應前一階段得出之機會缺口，並透過微觀角度，從材料、尺寸、造形、內涵及結構等五個面向來思考，在材料選擇部份則使用全世界唯一以臺灣命名的「臺灣杉」，此一材料在魯凱族間被稱之為「撞到月亮的樹」，它同時具有「七彩臺灣杉」之別稱，在色彩上能夠意指台灣多元文化的樣貌，其次，木材之節點係在成長過程中之分枝處所產生之，即表徵成長過程非順暢無阻，而是多劫形成多節，此一多節點的特性也象徵著臺灣這塊土地歷史過程中是多劫難的過程，以此展現對於臺灣的在地情感。另外，在尺寸、造形與內涵之創作手法部分，亦利用「傳統創新」之概念進行考量，尺寸部分遵循「魯班尺」之古法，讓數字成為文化內涵的一環，並在製造過程中結合傳統木工工法與現代機械化製造，遵循設計思維之「人本思維」，考量所有利害關係人之需求，將作品設計成易於組裝與運送之結構以利搬運，並將家具視為藝術品，適當保留三成上天創造的自然成份如自然邊及節點…等，其它七成之造形則是透過設計師依家具之機能進行設計，此家具賦予「三分天成七分人，天人共創自然成」的藝術性，即形成「三七法則」與「天人共創」之創作概念及強調其藝術性，並融入《易經》思維進行創作，運用六十四卦中的「坎」與「復」為主軸理念，「坎」之卦文為「習坎，有孚，維心亨，行有尚」，上下卦皆為坎，對應製作品之材料應用上，係將木材的腐朽、坑洞、開裂與節點等以往視為不良之處轉譯，面對原本材料多坎的本質待之以誠，創作時秉持著「習於坎則有福」的觀念，以平常心面對以往不被看好的部分；而「復」之卦文為「亨。出入无疾，朋來无咎。反復其道，七日來復，利有攸往」，地雷復，雷在下象徵事物剛復甦，世道之人事物總是循環往復，「木藝復興」正是如此，雖有坎但「反復其道，七日來復，則利有攸往矣」。在此階段能夠得出「以臺灣杉之特性進行創作」、「尺寸部分運用魯班尺之古法進行考量」、「探討傳統木工與現代機械製造技術之結合方式」、「在細節中融入《易經》思維、三七法則、天人共創等理念」、「整體型態與使用方式符合設計思維」五項創作機會缺口。

(3) 定位「做」的階段

綜合前兩階段之機會缺口進行製作，尺寸部分為符合「具備大面積之桌子、避免較為拘謹之形式」、「運用魯班尺之古法進行考量」，選擇以吧檯桌的形式呈現，吧檯桌高度通常為 85 公分至 115 公分，寬度則可依據實際使用場域與用途而定（Monica, 2021），而一般成人肩寬平均為 50 公分至 60 公分（戴翊軒, 2017），因此將《朋程常桌》桌長設定在 361 公分，而 361 在魯班尺中為「義」，屬「吉」，代表符合正義與道德規範，會以行善行為增加財資利祿，亦能夠配合人體平均肩寬，使桌子一邊在感覺舒適、不用擠的情況下，大約能夠容納 4-5 人；桌寬為 96 公分及 81 公分，平均 88.5 公分，取其「發發吾」之音意吉氣，在魯班尺中為「財（六合）」，屬「吉」，代表具備錢財與才能，六合也代表合和美滿，也取其六和為天地四方之意；桌高 100 公分，象徵「百分百」，也代表企業「百年永續」，整體尺寸搭配業主之使用需求以及現有之高腳椅做考量（圖 6）。

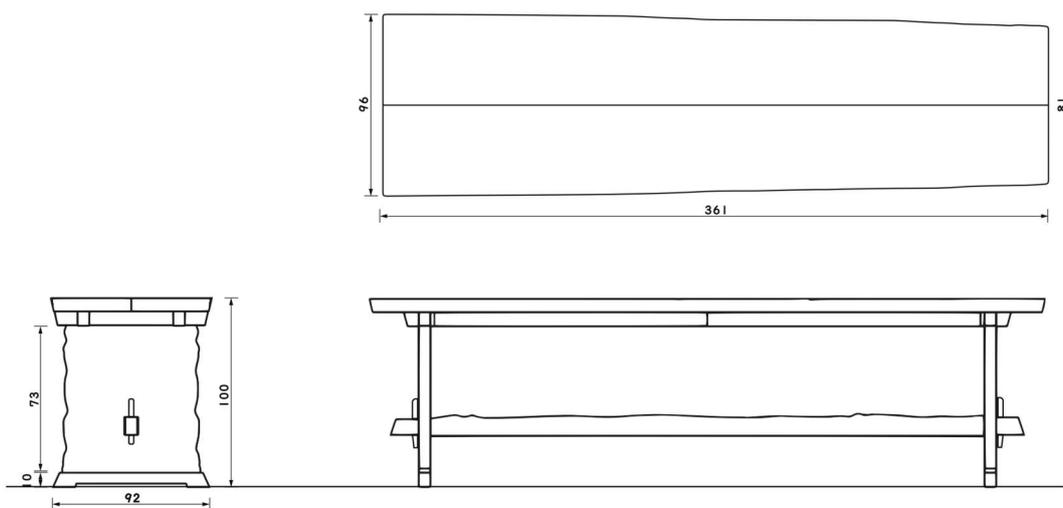


圖 6 | 《朋程常桌》三視尺寸圖

結合前兩階段之機會缺口，整體「融入臺灣土地風情與華文化思維」並且符合「整體型態與使用方式符合西方設計思維」並且「兼具傳統與創新」，外觀造形部分對應機會缺口「材料以木材為主」、「以臺灣杉之特性進行創作」、「在細節中融入《易經》思維、三七法則、天人共創等理念」，將臺灣杉之節點與開裂保留，以環氧樹脂進行填補修復（圖 7），為了方便業主組裝與運送，將整體設計為可拆卸之結構（圖 8），接合部分使用十字搭接、走馬銷、隱添榫（圖 9），在製作步驟上的工序為：備料、放樣、加工、組裝、表面處理，運用到的工法包含：尺、刨、鋸、鑿、鑽，整個過程是傳統工藝與現代機械製造的結合（圖 10、圖 11），亦符合機會缺口「探討傳統木工與現代機械製造技術之結合方式」，整體而言，在藝術、設計、

製造之表現手法則運用「三七法則」來表現出「天人共創」之理念，即在藝術創新上採用三成上天自然形成之材料特性、七成則以人為方式生成，即為「三分天成，七分人意」；而設計語彙上則應用三成在地形式及七成則以國際流形之極簡設計語



圖 7 | 環氧樹脂填補細節

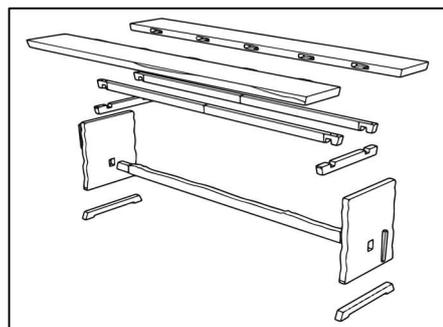


圖 8 | 《朋程常桌》爆炸圖



圖 9 | 由左至右分別為十字搭接、走馬銷、隱添榫



圖 10 | 機械製造側拍圖

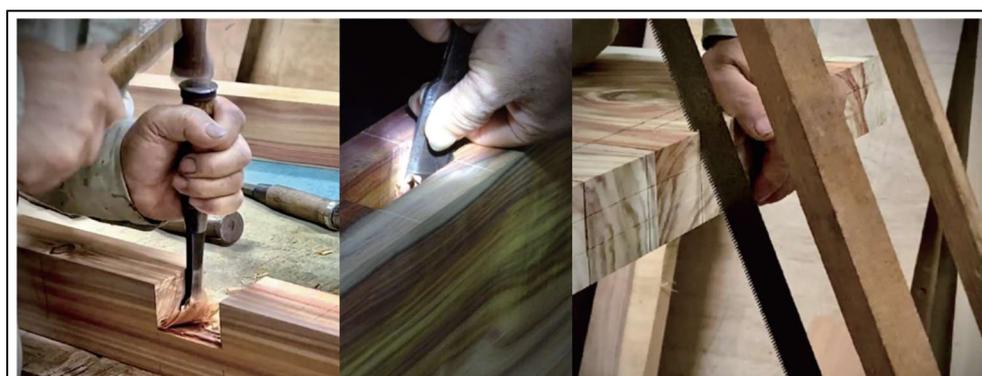


圖 11 | 傳統手工藝製造側拍圖

彙來成形，表現出「三分在地，七分國際」之形式；再者，在製造方式上則採用保留三成透過手工作製作，其他則以機械製程來完成本作品，即為「三分手作，七分機械」之工法，因此，創作方式保有留自然之成份，形成天人共創的家具藝術載體，來表現「天人合一」的創作。

④ 討論

將《朋程常桌》與陳殿禮（2022）提出之產品設計藝術化特性相比較，其中將家具功能融入傳統木工藝與機械製造，符合產品設計藝術化之「工藝實用性」，在顧及使用功能的前提下，符合「工藝價值」中的「重視工藝質感，選擇最適切之材料並融入創新技法」；在外觀上經過特殊手法保留臺灣杉之節點、開裂等特性，展現「天人共創」之意即可對應「造形美感性」與「藝術象徵性」，展現「造型獨特」與「視覺美感」之特色；在創作內涵部分融入《易經》思維與華人文化，展現作者欲透過作品傳遞自身對於東方經典之解讀，如此一來即可滿足「情感需求性」與「文化社會性」，能夠傳遞創作者對於東方經典之情感並體現文化內涵，符合「情感交流」與「文化地域」，由此可見《朋程常桌》可被視為設計藝術化下之作品，亦可視其為一藝術家具。《朋程常桌》配合朋程科技會客空間需求，利用藝術家具與室內空間相互交流以此彰顯空間特色，期許作品能夠成為掌握「易」的精神後，由「創易設計思維」而導出重視內涵甚於外表之「藝術家具」。

將「創易設計思維」與陳殿禮等（2022）提出之文創商品設計架構比較，文創商品設計架構著重在文化主題與符碼之篩選，而「創易設計思維」則著重在定性階段融入《易經》思維，將《易經》融入創作內涵當中，創作者可利用「創易設計思維」進行三次發散與收斂而產生具有東方思維之作品。

對應陳殿禮（2022）於《森入生活》一書中提到之「三生需求理論」（圖 12），此理論依循人生階段分為「生存」、「生活」、「生命」三個層次，亦可將不同家具種類進行分類，純粹以功能為導向之「一般家具」屬於「生存」階段；融入美學概念且具備形隨機能特性之「設計家具」屬於「生活」階段；開始透過材料進行對話，依據材質原來的特性呈現自然之美，融入創作者個人情感之「藝術家具」則屬於「生命」階段，《朋程常桌》即可視為「藝術家具」，透過保留材質自然樣貌達到「天人共創」之目標，呈現創作者對於自然與材料之「誠心」，並嘗試在創作當中融入東、西方思維傳遞「傳統創新」理念。

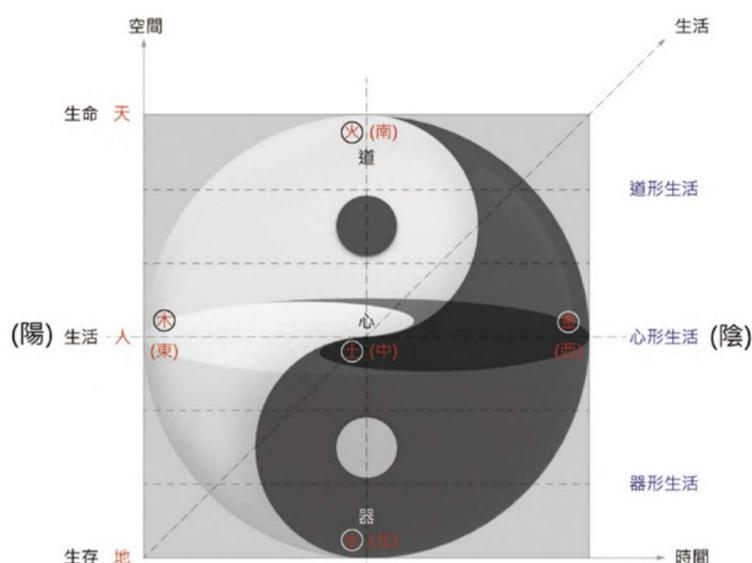


圖 12 | 三生需求理論 (陳殿禮, 2022)

⑤ 結論

5.1 建構「創易設計思維」架構

「創易設計思維」係為一融入《易經》概念之設計思維，以鑽石發散與收斂之結構作為基礎，如圖 4 所示，結合東、西方思維，整體呈現「外圓內方」的結構，「方」係指西方鑽石模型之理性分析，而「圓」代表華人文化圓融的感性思維，三個外圓內方亦代表八卦之三個爻，每個階段銜接的過程能夠視為陰與陽的概念，三個鑽石分別為「賣 - 定向」、「想 - 定性」、「做 - 定位」，在「賣 - 定向」階段創作者能夠以宏觀視野去了解目標族群之需求並得出第一個產品機會缺口；在「想 - 定性」階段創作者能夠利用目標族群之需求，以微觀視野針對風格與創作手法等方面融入《易經》思維得出第二個產品機會缺口；在「做 - 定位」階段可利用前兩階段之結果進行創作，對應西方設計思維之步驟與架構，「賣」包含「移情」與「定義」，也就是「靈感 (Inspiration)」階段；「想」包含「構思」與「原型」，也就是「構思 (Ideation)」階段；「做」則代表「測試」，也就是「實施 (Implementation)」階段。

5.2 創作《朋程常桌》

《朋程常桌》經過「創易設計思維」之三階段分析與思考後得以產生（圖 13），最終使用「臺灣杉」作為主要材料，利用其色彩呈現臺灣多元文化之特色，以此展現對臺灣的在地文化情感。整體尺寸遵循「魯班尺」之古法，使數字成為文化內涵的一環，並在製造過程中結合傳統木藝與現代機械製造，表達對「世代共創」之期許，其亦遵循「人本思維」設計成能夠組裝與方便運送之結構。



圖 13 | 《朋程常桌》作品照

《朋程常桌》可視為一空間雕塑藝術品，其利用「三七法則」與「天人共創」之概念凸顯其藝術性，並融入《易經》之「坎」與「復」為主軸理念，將「坎」卦對應其材料之應用，使人們轉化木材的腐朽、開裂、節點等不良處之思維，對原本材料多坎的特質待之以誠，秉持著「習於坎則有福」的觀念，以平常心面對以往被視為不良之處，而地雷「復」亦象徵事物剛復甦，「木藝復興」與世道之人事物總是循環往復，雖有坎但「反復其道，七日來復，則利有攸往矣」。

希冀後續能夠利用更多創作的過程檢視，並精進「創易設計思維」之架構，以此架構協助創作者將《易經》思維導入作品當中，把東方思維帶入設計領域形成兼具東、西方特色之設計理論供未來設計師參考。

參考文獻

Actron (n.d.). *Company Profile*. Retrieved October 25, 2023, from

<https://www.actron.com.tw/en/about>

Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84-92.

- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. HarperBusiness.
- Denning, P. J. (2013). Design thinking. *Communications of the ACM*, 56(12), 29-31.
- Design Council (n.d.). *The Double Diamond : A universally accepted depiction of design process*. Retrieved September 23, 2023, from <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/>
- Luka, I. (2014). Design thinking in pedagogy. *Journal of Education, Culture, and Society*, 5(2), 63-74.
- Monica (2021)。吧檯尺寸如何確定？這四點要注意！。上網日期：2023年10月28日。網址：<https://www.100.com.tw/v2/article/3739>
- 王超、范婭蘭（2014）。淺析家具的藝術化設計。《大眾文藝》，17，96。
- 吳如娟、黃智彥（2021）。設計思考與 CDIO 融入的數位人文創新教學模式。《大學教學實務與研究學刊》，5（2），33-65。
- 吳智慧（2009）。家具的文化特性及其構成要素與設計表現。《藝術百家》，2，100-106。
- 林安梧（2002）。《易經》思想與二十一世紀文明之發展。《鵝湖月刊》，330，36-48。
- 林燦螢（2003）。從易經看知識管理。《華岡社科學報》，17，101-116。
- 施純協、孫劍秋（2000）。《易經與企業經營》。台北市：知行文化股份有限公司。
- 張成秋（2001）。《易經》與群經的會通。《語文學報》，8，1-28。
- 張穎超（2009）。淺談家具設計型態。《鄭州鐵路職業技術學院學報》，3，70-72。
- 莊文模（2015）。易經美學觀在學校領導之應用：以乾坤兩卦為例。《教育經營與管理研究集刊》，11，37-58。
- 莊喻、陳殿禮（2022）。《產品設計藝術化要素之分析》。2022 台灣感性學會暨台灣數位媒體設計學會國際研討會論文集，台東，台灣：國立台東大學。
- 許鶴齡（2023）。疫沖限定特調三合一的哲諮療癒咖啡。《哲學與文化》，50（2），133-151。
- 通契範（2016）。《易經原文與生活隨筆》。台北市：通契範文教創易股份有限公司。
- 郭建勳、黃俊郎（2008）。《新譯易經讀本》。台北市：三民。
- 陳殿禮（2022）。《森入生活：國產材好設計》。國立臺北科技大學木藝培育暨設計研發中心。
- 陳殿禮、侯君越、陳姿蓓、裘詠晴（2022）。以使用者導向之文創商品設計模式之研究。《設計學年刊》，10，1-26。

陳慧娟、何明泉（2012）。科學博物館策展模式的設計思考。*科技博物*，16（3），109-138。

黃培鈺（2015）。易經圖騰與文創品物設計之會通研究。*興國學報*，16，75-86。

楊雅淳、卓聖格（2012）。開創台灣傳統竹藝設計新價值—大禾竹藝工坊玄機盒系列設計研究。*商業設計學報*，16，237-251。

蔡郁君（2013）。衛德明《變易——易經八講》研究述評。*中國學術年刊*，35，57-80。

蔡憲昌（2003）。易經與人生。*嘉義大學通識教育集刊*，1，69-99。

戴翊軒（2017）。貨櫃屋應用於餐飲空間之研究〔碩士論文，中原大學〕。華藝線上圖書館。<https://doi.org/10.6840/cycu201700913>

薄喬萍、劉廷揚、楊秀燕（2012）。易經的管理實務應用模式。*人文與社會學報*，3（1），23-39。