

## 沙發造形視覺意象之研究 -- 以 IKEA 為例 Exploring the Sofa Shape-Formation Image of Visual Sense

陳殿禮\*  
Tien-Li Chen

徐向蓉\*\*  
Hsiang-Jung Hsu

\*國立台北科技大學創新設計研究所 助理教授  
\*\*國立台北科技大學創新設計研究所 研究生

### 摘要

本研究旨在探討沙發造形對於使用者之視覺意象感受，其研究流程以 IKEA 沙發作為研究樣本，利用焦點團體訪談法及卡片分群方式，進行沙發樣本分類，並分析沙發造形構成之要素。以語意差異法問卷進行受測，最後探討不同沙發造形組成對於使用者在視覺意象上的影響及感受。研究結果為，IKEA 沙發整體造形意象偏向現代、保守、樸實、舒適的。其中，一字型排列之沙發，整體意象偏向現代、保守、樸實的感受。一字型中之「分件形」最具保守的及樸實的感受，另「下罩形」最具舒適的感受，而「凹字形」最具現代的感受。其次，在意象感受上，最具有「保守的」意象為一字型「邊框形」，最具有「樸實的」感受為一字型「分件形」，具有「庸俗的」感受為一字「邊框形」。

L 型排列之沙發，整體具有現代的及舒適的感受。其中「凹字形」最具有現代的感受，而「下罩形」最具有舒適的感受。其次，在意象感受上，最具有「現代的」感受為 L 型「塊體形」。具有「前衛的」感受，唯獨 L 型「凹字形」。具有「奢華的」感受唯獨 L 型「下罩形」。最具有高雅的感受有 L 型「凹字形」。最後，最具有「舒適的」感受為 L 型「凹字形」。

**關鍵詞：**沙發、造形構成、視覺意象

### 一、前言

沙發為客廳裡相當重要的一件元素，它提供了客廳最主要的功能，除了實用性考量之外，消費者漸漸的更希望沙發造形可以符合心中的意象與感受，能配合個人的風格喜好，營造空間氛圍。IKEA 宜家家居目前是最大的家居用品廠商，長年以來深受消費者愛戴，其家具兼具設計感、節省成本及壓低售價的銷售策略(遠見雜誌，2008)，使各年齡層及族群皆能接受其家具，進而順利擴大市場的廣度，故本研究採用 IKEA 沙發作為樣本，想藉此了解一般消費者對於沙發造形視覺之感受。

目前國內在沙發設計的過程中，往往確立了風格後，對於造形構成上卻缺乏深入的剖析及研究，導致在沙發的造形上變化性並不大。本研究之目的，首先將分析沙發造形構成之要素，並有系統的彙整出沙發的組成方式及種類，最後探討不同沙發造形組成對於使用者在視覺意象上的影響，期待本研究可幫助設計師更了解消費者對於沙發造形視覺之意象，作為沙發設計過程中之參考。

### 二、文獻探討

文獻探討部份將分別敘述「沙發」、「意象」與「造形特徵」之相關性進行文獻探討。

#### 2.1 沙發

「沙發」是英文 Sofa 的譯音，源自於西方國家。西方人所稱的「沙發」，一般是指三人座椅，也就是所謂的長沙發。當前廣泛的是指一種專為容納兩個或多人坐，或一個人橫臥，附有靠背及扶手的有墊子的椅子。韋氏字典定義“ottoman”為「沒有靠背的填充坐位」，而現代裝上墊子或套子的方式，是從適合法國人使用的東方式墊子(cushion)演變而來的。沙發的狹義定義是指一種裝有彈簧軟墊的低座靠椅；廣義定義是指裝有軟墊或柔軟接觸表面的座、臥用具；亦可由其附加機能分類，如沙發凳、沙發椅、沙發床等。本研究亦針對兩人座以上之扶手沙發進行研究。

## 2.2 意象與造形特徵之相關研究

意象探討之議題涵蓋：感覺、感知、風格…等範疇。目前，意象研究者大多針對產品造形的各種因素來引發人們的溝通語言，例如：結構、材質、顏色等因素間的配合與構成及受外界環境及文化所附予的意義。例如：產品造形議題有張文智與林旻樺(2004)運用意象分析產品，若要產生流線、精緻等造形意象可參考其歸納之造形特徵。原田昭(1998)以感性工學作為分析使用者情感反應的研究基礎，提出表出法及印象法，其中印象法是使用語意差異法(SD)法，讓受測者接受不同程度的外來刺激，以問卷方式陳述感受。莊明振與陳俊智(2004)在產品形態特徵與構成研究中，以產品特徵為導向的造形分析模式，透過感性工學及線性回歸分析，結合人類圖樣識別之認知特質，提出整合形態特徵與構成關係之造形分析模式。陳殿禮和洪珮芬(2009)於工藝家具參觀者生活型態與造形意象偏好之研究中，針對家具展參觀後的民眾進行與意差異法問卷調查，以了解參觀者對家具之喜好度。陳殿禮、沈葦聖和洪珮芬(2006)於家具榫接結構外觀造形意象分析之研究中，利用語意差異法進行問卷調查，並運用 SPSS 統計軟體予以分析，藉以了解不同榫接結構造形之感受。

綜觀以上之探討得知，產品意象即是由『物』本身所呈現外觀造型因子，使接受訊息的『使用者』產生感官系統的感知反應後，即產生對於產品造形的「意象」。意象研究之研究方法為語意差異法、或藉用李克特量表於問卷調查，再進行問卷分析。受測者能透過產品本身的造形因子，如線條、色彩質感、結構等因素，進一步瞭解產品的意圖與內涵。最終目的為瞭解受測者對造形之內心感受。

### 三、研究方法

一般消費者對於家具的第一印象即為正面視角，固本研究採用沙發正視圖。為了避免受測間，受測者受到造形構成要素以外之誘因干擾，固排除沙發材質、顏色、質地及附加機能，單純以整體形式搭配做為意象感知的刺激物件。並將樣本作成卡片並編號，利用焦點團體訪談法，以卡片分群方式，進行沙發樣本分類。最後以語意差異法問卷形式受測，以了解消費者對沙發造形之視覺感受。

#### 3.1 研究樣本

本研究以 IKEA 的沙發作為受測樣本，共計 33 件。本研究利用構成方法，將沙發構成之內

部結構與組織，解構成以下幾項元素：A. 椅背 B. 坐墊 C. 扶手 D. 底座 E. 椅腳。

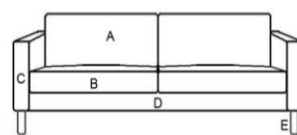


圖 1 沙發構成圖 (本研究繪製)

依據沙發排列方式可分為一字型及 L 型二類，而根據沙發部件組成方式，則可分為：分件形、下罩形、凹字形、邊框形、塊體形等五種造形形式，茲分述如下：

1. 分件形: A、B、C、D、E 均為明顯分件之沙發，如 (圖 2-a)所示。
2. 下罩形: CDE(扶手、底座、椅腳)部件合而為一，其他部件則為個別單一部件之沙發，底座直接落地，外觀上看不見椅腳，如 (圖 2-b)所示。
3. 凹字形: CD(扶手和底座)部件合而為一，其他為單一部件之沙發，如(圖 2-c)所示。
4. 邊框形: CE(扶手和椅腳)部件合而為一，其他為單一部件之沙發，如(圖 2-d)所示。
5. 塊體形: BD(軟墊和底座) 部件合而為一且各件中間無塊體分割，如(圖 2-e)所示。

本研究以焦點團體訪談方式，選出各種形式的代表性樣本，再以 CAD 軟體轉為線稿。研究中並未收集到 L 型排列邊框形沙發，故共計九種受測沙發樣本。(圖 2 和圖 3)

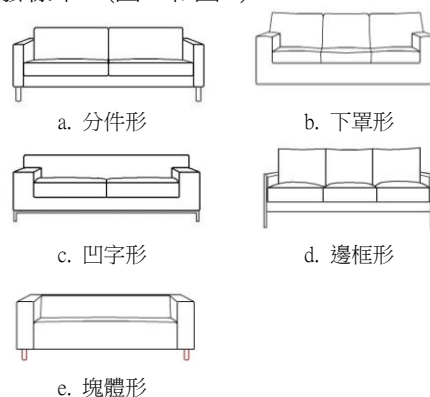


圖 2 一字型排列沙發示意圖 (本研究繪製)

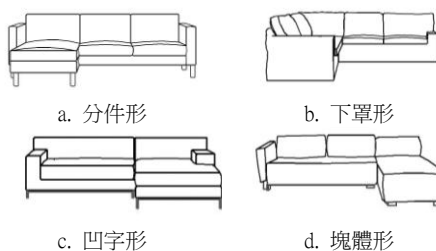


圖 3 L 型排列沙發示意圖 (本研究繪製)

### 3.2 問卷調查與實施

本研究主要經由形容詞問卷及語意差異法 (SD)問卷進行調查，藉以了解受測者對於沙發造形構成之視覺感受，以下將針對過程進行說明：

形容詞問卷之形成，是透過市面所出版之相關家具雜誌及文獻書籍，廣泛進行收集家具造形情感意象的形容詞語彙，本研究則以室內設計 interior 雜誌 188 期~197 期的內容與家具相關書籍，經過整理後得到總計 110 個形容詞，並透過八位專家(從事家具及室內設計相關領域十年資歷以上者)，以問卷方式，從中選出半數形容詞語彙作為初步篩選，取其統計平均值 4 以上之形容詞語彙，共計 32 個。藉由國文專家篩選剔除相似性之形容詞，最後共計 28 個。

隨後針對具有購買沙發能力的族群，年齡介於 21~55 歲之受測者，以語意差異問卷方式，針對消費者對於沙發視覺意象之形容詞使用適合度進行調查，之主要因素構面。共計 70 份問卷，其中又以 21~30 歲年齡層之人數最多。經由因素分析，將形容詞縮減分群，可信度 KMO 值為 0.718(表 2)，依據轉軸後矩陣分為因素構面共五組(表 3)，將五組組成因素命名為左列，並經由語言專家配對相對形容詞如下：

1. 古典的 ↔ 現代的
2. 前衛的 ↔ 保守的
3. 舒適的 ↔ 難受的
4. 高雅的 ↔ 庸俗的
5. 奢華的 ↔ 樸實的

五組相對性形容詞語對，分別配合圖 2 和圖 3 之沙發線稿樣本，以李克特五點量表 SD 問卷進行受測，共發放 70 份問卷，回收率 100%。

表 1 因素分析 KMO 值可信度表

KMO與Bartlett檢定		
Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。		<b>.718</b>
Bartlett 的球形檢定	近似卡方分配	269.949
	df	91
	顯著性	.000

表 2 因素分析形容詞矩陣表

	轉軸後的成份矩陣*				
	組成因素				
	1	2	3	4	5
古典的	.838				
傳統的	.722				
精緻的	.658				

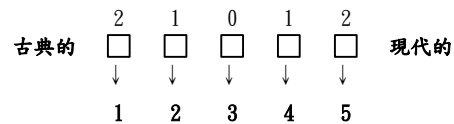
樸素的	.608				
前衛的		.843			
新穎的		.748			
獨特的		.638			
舒適的			.876		
人體工學的			.806		
品味的				.765	
藝術的				.701	
奢華的					.713
氣派的					.631
時尚的					.600

萃取方法: 主成分分析。 旋轉方法: 含 Kaiser 常態化的 Varimax 法。 a. 轉軸收斂於 8 個疊代。

### 3.3 統計方法

#### 3.3.1 平均數

本研究之平均數為判定意象感受之指標，首先考量統計之呈現，將數值進行轉換，由 2 1 0 1 2 轉換成 1~5 的形式，例如：



運算呈現之平均值將對應各轉換數值之感受程度。當平均數小於 3 時，其意象感受偏向左側，數值越小，感受程度越大；平均數大於 3 時，其意象感受偏向右側，數值越大，感受程度越大。例如：平均值 4.11(M>3)時，則表示較具現代感。

#### 3.3.2 單一樣本 T 檢定

其虛無假設是指定某一母群平均數與某一指定常數之間沒有差異性存在(吳明隆，2005)。本研究即比較所有母群之平均數與某一指定常數間具顯著性差異。

## 四、結果與討論

本研究利用統計軟體 SPSS 單一樣本 T 檢定，將統計之結果進行分析，首先探討九種代表性沙發樣本之整體意象感受，其次分析各組意象之代表性沙發樣本種類的比較。

### 4-1 沙發造形排列之意象分析

本節針對一字型(圖 2)及 L 型(圖 3)排列之各類沙發造形進行分析，根據意象折線圖(圖 4 及圖

5)，可了解各組樣本感受之分佈。以下將針對兩種排列形式之沙發意象顯著性之結果進行分析：

IKEA 一字型排列沙發整體視覺意象偏向現代的、保守的、樸實的及舒適的感受，而高雅的-庸俗的語對間，卻沒有特別的顯著性。其中「下罩形」沙發最具有舒適的感受，「凹字形」沙發最具有現代的感受，其次則是「塊體形」。「分件形」則最具有保守的及樸實的感受。一字型排列形式中，「分件形」整體感受上於古典的-現代的、前衛的-保守的、奢華的-樸實的之語對皆具有顯著性，且較偏向現代的(M=3.53)、保守的(M=3.77)、樸實的(M=4.11)感受，其中保守的及樸實的感受皆為一字型沙發之冠。「下罩形」整體感受於古典的-現代的、前衛的-保守的、奢華的-樸實的、舒適的-難受的具有顯著性，惟現代的(M=3.29)及樸實的(M=3.51)感受較為薄弱，保守的(M=3.63)及舒適的(M=2.19)感受則相對較其他形式強烈。「凹字形」整體視覺雖然只偏向現代的 (M=4.11)及高雅的(M=2.60)感受，卻皆為一字型沙發之首，意象感受鮮明。「邊框形」較偏向保守的(M=3.54)、樸實的(M=3.79)、庸俗的(M=3.26)感受。一字型排列沙發中，「邊框形」是唯一出現具有「庸俗的」感受之沙發。「塊體形」整體視覺偏向現代的 (M=3.59)、樸實的(M=3.77)感受。

L 型排列之沙發，整體具有現代的及舒適的感受。L 型排列之沙發當中，「分件形」整體視覺感受在古典的-現代的、舒適的-難受的具有顯著性(P<.05)，且較偏向現代的 (M=3.80)和舒適的 (M=2.10)感受。「下罩形」整體視覺也較偏向現代的 (M=3.33)、奢華的(M=2.44)、高雅的(M=2.54)和舒適的(M=1.74)感受。「凹字形」整體視覺感受在古典的-現代的、前衛的-保守的、高雅的-庸俗的、舒適的-難受的皆具有顯著性(P<.05)，且較偏向現代的 (M=4.20)、前衛的 (M=2.53)、高雅的 (M=2.36)、舒適的 (M=2.20)感受。「塊體形」整體視覺感受在古典的-現代的、舒適的-難受的皆具有顯著性，且較偏向現代的 (M=3.86)，舒適的 (M=2.06)感受。

IKEA 沙發整體造形之視覺感受偏向現代的、保守的、樸實的、舒適的，其中 L 型排列沙發，相較於一字型沙發，在現代的、前衛的及舒適的皆具有明顯感官放大的效果，其中又以舒適的感受最具顯著性，從此現象發現，L 型所具備的躺臥功能，是舒適的關鍵性因子。惟「下罩形」沙發在一字型排列時整體感受偏向樸實的，但 L 型排列時卻具有奢華的感受，其原因係下罩形具有的墜地穩重性及包覆性排列帶來的空間尺度，是樸實的轉向奢華的主要因素。

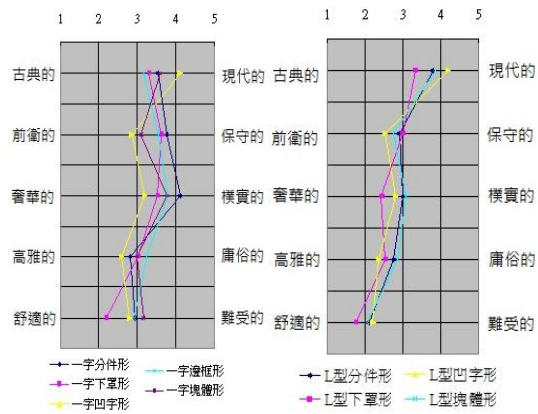


圖 4 一字型沙發意象折線圖

圖 5 L 型沙發意象折線圖

#### 4-2 意象感受與沙發造形構成之分析

由單一標本 T 檢定之顯著性(P<.05)結果(表 3)，在「古典的-現代的」中，除了一字型排列之「邊框形」無顯著性外，其餘沙發造形樣本皆具有現代的感受，且 L 型「塊體形」(M=4.20)最具有現代的感受。在「前衛的-保守的」語對中，一字型排列之沙發有「分件形」(M=3.77)、「下罩形」(M=3.63)、「邊框形」(M=3.54)具有保守的感受，唯獨 L 型排列的「凹字形」(M=2.53)具有明顯前衛的感受。在「奢華的-樸實的」中，一字型沙發除了「凹字形」以外，其他形式皆具有樸實的感受，而 L 型排列之「下罩形」(M=2.44)是唯獨具有顯著奢華的感受。

「高雅的-庸俗的」中，具有庸俗的感受唯獨一字型排列之「邊框形」(M=3.26)，而具有高雅的感受有 L 型排列之「下罩形」(M=2.54)及「凹字形」(M=2.36)兩種沙發形式，L 型排列相較於一字型排列更凸顯出高雅的感受。在「舒適的-難受的」語對中，具有舒適性的感受有一字型沙發之「分件形」(M=2.10)、「下罩形」(M=2.19)及 L 型「下罩形」(M=1.74)、「凹字形」(M=2.20)、「塊體形」(M=2.06)，其中「下罩形」(M=1.74)在一字型排列時更加具有顯著之舒適的感受。

表 3 意象對沙發造形構成單一標本 T 檢定彙整表

形容詞	沙發排列	造形分類	M	P	t
現代的	一字	分件形	3.53	.001**	3.480
		下罩形	3.29	.042*	2.067
		凹字形	4.11	.000***	8.937
		塊體形	3.17	.000***	4.011
	L型	分件形	3.59	.000***	6.589
		下罩形	3.80	.036*	2.144
		凹字形	3.33	.000***	11.655
		塊體形	4.20	.000***	7.413



保守的	一字	分件形	3.77	.000***	6.902
		下罩形	3.63	.000***	5.284
		邊框形	3.54	.000***	3.747
前衛的	L型	凹字形	2.53	.000***	-3.932
樸實的	一字	分件形	4.11	.000***	10.250
		下罩形	3.51	.000***	3.912
		邊框形	3.79	.000***	6.445
		塊體形	3.77	.000***	7.875
奢華的	L型	下罩形	2.44	.000***	-3.926
庸俗的	一字	邊框形	3.26	.000***	2.245
高雅的	一字	凹字形	2.60	.000***	-3.625
		下罩形	2.54	.000***	-3.814
	L型	凹字形	2.36	.000***	-6.076
舒適的	一字	下罩形	2.19	.000***	-7.660
		分件形	2.10	.000***	-8.649
	L型	下罩形	1.74	.000***	-12.434
		凹字形	2.20	.000***	-7.483
		塊體形	2.06	.000***	-8.621

註: \*P<.05, \*\*P<.01, \*\*\*P<.001

## 五、結論

本研究即探討沙發造形之視覺意象，藉由 IKEA 宜家家居的沙發作為本研究之樣本，利用因素分析彙整形容詞語對，製成語意差異量表，以問卷形式，透析一般消費者對於 IKEA 沙發造形之心理感受。其研究結果如下：

IKEA 沙發整體造形意象偏向現代、保守、樸實、舒適的。以沙發排列方式來看，一字型排列之沙發，整體意象偏向現代、保守、樸實的感受。其中「分件形」沙發，最具有保守的及樸實的感受。「下罩形」沙發最具有舒適的感受，「凹字形」沙發則最具現代的感受，其次則為「塊體形」。

L 型排列之沙發，整體具有現代及舒適的感受。相較於一字型沙發，L 型在現代的、前衛的及舒適的感受皆具有明顯感官放大的效果，其中又以舒適的感受最具顯著性，L 型排列之沙發所具備的躺臥功能，是舒適的關鍵性因子。一字型排列之「下罩形」整體感受偏向樸實的，但 L 型排列時卻具有奢華感，其原因係「下罩形」具有的墜地穩重性及包覆圍塑排列帶來的空間尺度，是樸實轉向奢華的主要因素。

其次，在意象感受上，具有「現代的」意象之沙發，最為顯著的即是 L 型排列之「塊體形」。另外，較具有「保守的」意象為一字型排列之「分件形」、「下罩形」、「邊框形」，較具有「前衛的」意象之沙發，唯獨 L 型排列之「凹字形」。最具有「樸實的」意象之沙發為一字型排列之「分件形」。具有「奢華」意象之沙發，唯獨 L 型排列之「下罩形」。較具有「庸俗的」感受為一字型排列之「邊框形」，而具有高雅的感受有 L 型排列之「下罩形」及「凹字形」的兩種沙發形式，其中 L 型排列較一字型排列更顯高雅。最後，較具有「舒適的」意象之沙發有一字型排列之「分件形」、「下

罩形」及 L 型排列之「下罩形」、「凹字形」及「塊體形」，其中「下罩形」在一字型排列時，舒適感更加顯著。

## 六、參考文獻

1. Crusen, M.E.H., 1998, Product Appearance and Consumer Choice, Ph.D. Thesis, Technische Universiteit Delft, The Netherlands
2. Desmet, P., Overbeek, K., 2001, "Designing products with added emotional value: Development and application of an approach for research through design", The Design Journal, Vol. 4, No. 1, pp32-46.
3. Gilles, W. (1991) Form Organization. Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd.
4. 吳明隆 (2005)。SPSS 統計應用實務。台北市: 松岡。
5. 林書堯(1998)。基本造型學。
6. 張文智與林旻樺(2004)。產品造形意象與造形特徵之相關性研究。設計學報, 9(3), 59-70。
7. 原田昭(1998)。感性工學的架構-感性工學的研究領域及對象。《中日設計教育研討會論文》，國立雲林科技大學，雲林，pp.2-16。
8. 莊明振、陳俊智(2004)。產品形態特徵與構成關係影響消費者感性評價之研究—以水壺的設計為例。設計學報，第9卷，第3期，pp.43-58.
9. 陳殿禮、洪珮芬(2009)。工藝家具參觀者生活型態與造形意象偏好之研究。設計學報第 14 卷第二期。
10. 陳殿禮、沈葦聖、洪珮芬(2006)。家具樺接結構外觀造型意象分析之研究。IFPA 台灣家具產業協會第二屆第一次學術研討會論文集。
11. 宜家家居關網 <http://www.ikea.com>
12. 室內設計 interior 雜誌 188 期~197 期 <http://www.interior-mj.com.tw/>

# Exploring the Sofa Shape-Formation Image of Visual Sense

Chen Tien-Li

Hsiang-Jung Hsu

\* Dept. of Industrial Design Graduate Institute of Innovation & Design NTUT, chentl@ntut.edu.tw

\*\* Dept. of Industrial Design Graduate Institute of Innovation & Design NTUT, ariel666h@yahoo.com.tw

## Abstract

The study is exploring the sofa shape-formation of visual sense. First, the research process to IKEA sofa as the research sample. Then, using focus group interviews, and card clustering method for classification of samples and analyze the composition of the elements of the sofa. Finally, To find out the users' visual sense and feelings of sofa shape-formation. The research results: The whole visual sense of IKEA sofas is modern, conservative, simple and comfortable. Among them, a shaped arrangement of the sofa, the overall image preference modern, conservative, simple. A font in the "sub-parts form" is the most conservative and simple, the other "under the hood-shaped," has the most comfortable feeling, while the "concave shape" has the most modern feeling. Second, the visual sense of experience is the most "conservative" image of a font "border form", the most "simple" feeling for the type "sub-parts-shaped", and "vulgar" feeling for the word "border shape."

The whole feeling of L-type arrangement of the sofa has modern and comfortable feeling. Then, The "concave shape" has the most modern feel, while "under the hood-shaped," has the most comfortable feel. Second, the visual sense of experience, the most "modern" feeling is L-type "block shape." with "avant-garde" feeling, L-type "concave shape." With the "luxury" feel alone L-type "under the hood-shaped." The most "elegant" feeling is L-type "concave shape." Finally, the most "comfortable" feeling for the L-type "concave shape."

**keywords** : *Sofa* 、 *Shape-Formation* 、 *Visual Sense*