

國立臺北科技大學
100 學年度研究所碩士在職專班入學考試

創新設計研究所
設計概論試題

填准考證號碼

--	--	--	--	--	--	--	--

第一頁 共一頁

注意事項：

1. 本試題共大三題，配分共 100 分。
2. 請按順序標明題號作答，不必抄題。
3. 全部答案均須答在試卷答案欄內，否則不予計分。

1. 舉例申論（每子題 16 分，共 32 分）

色彩計畫為產品設計過程中不可或缺的一環。透過有效的色彩計畫讓產品獲得更高評價的實際案例不勝枚舉；反之，因色彩計畫效果不彰導致失敗的商品亦到處可見。請回想在日常生活裡隨處可見的產品當中，有什麼與色彩計畫息息相關的實際案例是讓您印象深刻的，試著從中舉出您主觀認為

- (1) 一個成功的案例，並論述您認為該案例成功之處，
- (2) 一個失敗的案例，並論述您認為該案例失敗之處。

2. 個案分析（每子題 16 分，共 32 分）

台灣於日據時代廣植漆樹，以製造漆原料和漆器銷往日本。民國60年起，日本工資高漲且實施林木保護政策，導致高級木胎漆器成本上漲。當時台灣工資較低，木材集散地的豐原市尚有不少日據時代培養的漆器人才，成為日本前來訂購以噴塗化學塗料為主的量產木胎漆器代工重鎮。這種勞力密集的手工業每年外銷總額可達新台幣六億元，工廠逾30家，就業人口超過2000人。業者多半是技術出身，販賣大都透過貿易商出口，整體產銷則由日方主導。然而傳統漆器技術費工耗時，無法完全自動化，加上當時代工訂單數量驚人，工廠依樣品生產賺錢，無暇研究塗裝技術或產品開發，也無法培養出高級漆器技師。民國78年台灣工資高漲，木材來源在環保意識抬頭下處處受限，漆器業者紛紛轉赴大陸或越南，徒留極少數用進口木材生產普通品或半成品銷日的業者。迄今台灣民間仍顯少使用漆器，也少有高級漆器設計、研發、製造與行銷人才，曾經繁榮的台灣漆器產業正迅速凋謝中。

面對上述的大環境變遷，某家曾從事漆器銷日的貿易商負責人要求員工們想考出一個創新提案，以便善用式微的台灣漆器產業鏈資源，幫助公司創造全新商機。沒想到員工們

紛紛反彈，理由為是每個人都忙於拜訪客戶、接攬訂單等繁重的例行業務，沒有人有空思考公司的未來發展，大家都說老闆應指派一位同仁專門負責公司的前瞻企劃工作。

試問：

- (1) 如果你是這位負責人，你將如何說服員工接受你的提議？
- (2) 如果你是其中一位員工，你將如何執行負責人的提議？

3. 英翻中與申論（每子題 9 分，共 36 分）

"One cardinal point which should be made unmistakably clear on both sides of the fence is that industrial designers are employed primarily for one simple reason: to increase the profits of the client company. That may sound unduly crass and materialistic-inartistic, if you wish- but it just happens to be true."

[Quoted from 1950 Harvard Business Review "The Industrial Designer and the Businessman" by Henry Dreyfuss (1904-1972), an American industrial designer who dramatically improved the look, feel, and usability of dozens of consumer products.]

"A car designer is really a sculptor," says Bangle. "Cars are the sculptures of our everyday lives. We at BMW do not build cars as consumer objects, just to drive from A to B. We build mobile works of art." He says he draws his influences from the world around him: "From everything. From airplanes, to boats, to cathedrals...but we try not to be too influenced by other cars."

[Quoted from 2006 Issue of Motor Trend "Interview: Chris Bangle, BMW's Design Chief" Christopher Bangle (born October 14, 1956) is commonly known as an American automobile designer, and has been as the Chief of Design for BMW Group from 1992 to 2009.]

- (1) 請翻譯上面第一則引述文字（即引號中的**粗黑斜體字**部分），不必翻譯資料出處（即括號[]中的正體字部分）。
- (2) 請翻譯上面第二則引述文字（即引號中的**粗黑斜體字**部分），不必翻譯資料出處（即括號[]中的正體字部分）。
- (3) 依據這兩位論者的背景，評論他們對設計師角色主張的異同。
- (4) 假如你是企業負責人或者設計部門主管，請闡述如何定位設計師的角色，以及如何發揮設計師的功能。