

行政院國家科學委員會專題研究計劃成果報告

生活型態與飲食文化對廚具設計開發影響之研究

The influence of life style and dietary on kitchen unit design

計劃編號: NSC 87-2415-H-212-001

執行期限: 86年8月1日至87年7月31日

主持人: 胡祖武 大葉大學工業設計系

一 中文摘要

本文主要以探討台灣地區之生活文化與廚具使用間的互動關係，由生活形態與飲食文化改變的研究，促使廚具設計反應出符合使用者生活形態需求及使用情境。由於家庭形式與社會文化的改變，對於烹飪環境趨向精緻，合乎使用習慣，傳統的火爐漸因為各種廚電產品的部份取代，使得廚具應有的面貌，不只是擺放的功能，也更加重視生活環保與使用安全。由調查發現，不同族群的使用者的購買態度與使用觀點，有所不同。新型態的廚房正因為新的使用需求和更多個人的感性訴求而正在產生，未來的廚房應具有更多的面貌，成為更合乎人性生理與心理需求的空間。

關鍵詞；生活型態、文化、廚電取代、安全、新型態的廚房

Abstract

The purpose of this study is discussing interactive relation of the lifestyle and culture in Taiwan. By research on change of lifestyle and food and drink diet, impelling kitchen design reflect something to accord with user's lifestyle need and using scenario. Due to family style and

social culture have been different, so cooking environment trend to delicate, conform with using habits, traditional burner will be takeover by electronic cooking product with time. The face of kitchen is not only function, but green and safety. After our investigate, various group have different attitude of purchasing and viewpoint of usage. New needs and kanseii appeal bring out the new generation kitchen. Kitchen in future will have more and more faces, than kitchen will satisfied the mensch physical and psychopathic needs.

Keyword: lifestyle, culture, takeover by electronic cooking product with time, safty, new generation kitchen

二、計畫源由與目的

1. 計畫源由

工業時代以前，廚具的構成型態和整體建築在型態與材料上有絕對的相關性，關鍵的爐灶反映出整體的生活型態與生活品質，而工業時代生活水平提升，使得廚房的需求層面相對提升，外觀與功能同等重要。但反應生活型態的方式已非完全由靜態的經濟能力反應，而是動態的人與廚具間的差異來考量，本研究以探討整體生活

差異的廚具使用觀點與進行，以獲得不同生活型態的使用族群對廚具產品的偏好程度，以提供廚具設計者擬定設計規範，提供使用者完整世界的個別化廚房空間。

2. 研究的目的

研究的目的是在探討生活型態的改變與其他相關因素對廚具設計的影響，故對於生活型態的改變進行分析探討與目前廚具市場的產品進行分析與建議，包含以下幾點：

1. 瞭解家庭結構的演變：人口結構變化對廚具使用的影響：家庭結構趨向簡單，是否對於廚房的規模與使用情況影響
2. 進行目前生活型態的調查敘述：探討不同生活型態：目前廚具業的發展狀況分析
3. 調查廚具業發展的現況分析，並提出建議方案
4. 廚具的型態與對廚具設計過程的改善建議
5. 廚具設計時對於人因工程的考量建議
6. 結論與建議

三. 結果與討論

本調查對於廚具產品開發前的廚房使用情況、家庭生活型態、社會、經濟與廚房文化間的關係有詳盡的描述，希望足以提供廚具設計業者進一步瞭解使用環境的差異因素對於消費者有絕對的重要性，而非過去僅對於樣式、色彩、材質等靜態的視覺因素進行抉擇，更需關切其對作業環境的動態需求。經過對於業者訪談、問卷調查、實際觀察等對於作業環境的探討，我們發現目前的廚具所能提供的並未充分反應整體環境

的變化真實的台灣地區生活型態差異，經由本次計畫研究成果可以提供業者進行新產品開發時參考，改善目前廚具產品。將此生活型態資料架構利用在使用者經驗模式互動之產品設計發展系統中，將可在產品開發工作上，提供可信賴的相關數據與使用情境，提高定位準確度，增加設計產出的獨特性與親人性，同時也降低失敗之風險。

本研究以調查統計分析結果，確認出產品使用族群的面貌輪廓(User Profiles)，包含的廚具認知因素經主成分分析後可分為以下四個因素

他人認同因素；會藉購買特異的產品表現自己的品味，並刻意展現給他人，希望獲得他人的讚美，因此，產品的美觀遠較實際功能價值重要。

創新踏實因素；喜歡使用新的產品，會注意新的產品功能，計畫性的購買新的產品，可接受分期付款的購買方式。重視產品實際的使用功能的必要性。

實用價值因素；只要獲得實用功能的滿足，不堅持非常精緻，以低價和可以滿足使用功能為目的。

意見領袖因素；賦好奇心，會注意新的產品、流行趨勢，尋求生活上的刺激，有主見，對朋友有影響力

品牌堅持因素；對某種品牌有特別的偏好，只要自己喜歡的，不在意他人的看法，認為有了品牌等於有了品質

節儉惜物因素；會衡量實際的需求，不在乎流行什麼，喜歡購買自己知道功能的產品，購買新產品時會詢問親朋好友的意見。

各族群生活形態因素知差異分析以變異數分析探究各族群在哪些構面上具有顯著性差異，以提供族群的策略規劃。

領導品味族；重視品牌的知名度，對品牌有絕對的忠誠度，相信有品牌就是等於有品質，喜歡嘗試名牌的新產品，向人炫耀與推銷他認為的好產品，以表現自己走在時代的尖端，懂得流行的走向，以收藏名牌作為嗜好並會刻意的珍惜保養它。

廚具對他而言需要能夠跟的上時代，以購買能夠代表身份地位的廚具為購買的條件，通常先看喜不喜歡再考慮是否有品牌，名牌的廚具讓他做菜的時候充滿自信，覺得招待客人的時候非常的有面子。會把自己的使用心得介紹給親朋好友，並推薦他們也使用。會經常整理廚房，保養他心愛的廚具。

自我實現族；對於生活的用品以重視是否提供新的功能與提升效率為衡量產品優劣的依據，相信高科技的產品會帶來生活上的便利，認為科技的主要目的在幫助人的生活便利。會有計畫的安排生活，不會輕易嘗試新的方法做事，生活努力工作為了使家庭能夠更好，會進行人生的規劃並努力的實踐它。

廚房是每天做菜的場所，購買廚具時會先理性的分析，不需要特別的名牌或高的品質，能夠滿足日常的使用為基本的訴求，會將廚房整理的很整齊，相信只要自己手藝好，有沒有名牌廚具無所謂。購買廚具時，會先衡量自己有多少預算，再選擇符合預算和可以接受的品質的廚具產品。

樸實守成族；生活上的用品只要可以滿足基本需求並會詳細了解產品所帶來的功能，只要滿足基本的水平，不一定要高品質或是名牌的產品，面對工作或家庭都淡然處之，不會刻意的想改變什麼，對人對事較為消極，信任自己所了解知道的，不會相信並購買高價格、高品質的產品。

廚房只要具備基本的功能就夠了，不

會要求很好，只要平常可以煮簡單的食物就夠了，這個族群的也通常不太會常常使用廚房，對烹飪較沒有興趣。

積極穩健族；生活以追求流行為目的，會特別注意是否有新的產品出現，有意見就會表達出來，生活充滿好奇心，有主見並會主動說服他人遵從自己的先知卓見。對於產品會自己先親身嘗試，再向他人推薦，努力的說服他人購買，對朋友很有影響力。

新的廚具產品為他帶來無與倫比的信心，會購買新的廚電用品來嘗試製作新的食物。會常常會招待自己和親朋好友來家裡吃飯，並推薦自己購買的廚具，以滿足自己的優越感。

積極穩健族；生活以追求流行為目的，會特別注意是否有新的產品出現，有意見就會表達出來，生活充滿好奇心，有主見並會主動說服他人遵從自己的先知卓見。對於產品會自己先親身嘗試，再向他人推薦，努力的說服他人購買，對朋友很有影響力。

新的廚具產品為他帶來無與倫比的信心，會購買新的廚電用品來嘗試製作新的食物。會常常會招待自己和親朋好友來家裡吃飯，並推薦自己購買的廚具，以滿足自己的優越感。

雅痞族；對於自己喜歡的會刻意的表現出來，只要自己喜歡的會刻意的表現給欣賞，即使對自己造成困擾，也不在乎！用自己喜歡的品牌來代表自己的品味。不喜歡追隨流行，不會跟隨大眾化的趨勢前進。不會選擇暢銷的產品，而以品質和格調做為訴求，格調不同就不會輕易的接受，一切以自我為中心，不容易被打動。

會把自己的廚房佈置的與眾不同，通

常會購買特別的國外品牌的產品，會蒐集特別的稀有或限量生產的產品來滿足自己，並會找機會炫耀他有這樣的產品，但不一定會實際使用，可以是純為了觀賞，因此，廚房有某種表演場所的意味。

四.計畫成果自評

經由調查分析之後，顯示目前不同年齡、居住地區、性別、住宅狀況、家庭形態的家庭成員在廚房使用上是否有明顯的差異。並根據研究目的之每一層面發展相關問題，每一問題即視為一個變數，探討關於飲食的生活狀況敘述、廚具產品的認知程度、理想廚房的敘述、購買廚具時的產品阻力與烹飪習慣等不同變項同意的程度與使用情形。

本研究案目的為藉由生活型態與飲食文化的研究提出廚具使用的個別差異情況與其相對使用需求回應，將廚具選購、廚房的使用、空間規劃的差異探討、廚具和其他相關產品的關係探討、使用流程等進行整體的探討與歸納，廚具設計業者進行設計工作之前，對於購買者的使用情況進行初步的調查之後，可參考本研究結果，擬定設計規範，以提高設計效率與使用者之滿意度與使用效率。

本研究案亦發現台灣地區的廚具設計並未確實落於於實際產品，僅止於組裝飾的系統構建方式，藉由本研究結果可改善目前的產品型態，使更滿足由於台灣地區之生活型態與飲食文化的差異所需的廚房環境。

五.參考文獻

1.楊靜、李建臻，1997，大學外宿生電器用品使用模式及生活型態之現況調查，亞

太圖書出版社，p278-p282

2.楊靜、麥兆昌，1997，電鍋使用模式及生活型態調查研究，亞太圖書出版社，p283-p28

3.黎世乾、林東龍，生活型態與使用情境研究應用于盥洗設備產品開發，亞太圖書出版社，p289-p294

4.沈松茂，廚房設計學，廚房作業分析，中國餐飲學會出版部，p50-p90

5.林文綺，探討生活六階段，塑造台灣生活樣式本島生活型態與用品設計趨勢研討會，工業技術研究院電子與通訊研究所，p7-1 – p7-40

6.Johnny Grey，1998，廚房的規劃，廚房空間設計，培根文化事業股份有限公司，p48-p70

7 劉文三，食具民藝，台灣早期民藝，p24-p66

8 1997，台灣廚具常使用之材料與其特性比較，台灣廚具，p68-p70

9.1997，廚房水電相關配置要點，台灣廚具，p68-p70

10.Charyn Jones，1993，Ergonomics，The kitchen Book，Conran Octopus Limited，p122-p135

11.郭振鶴，1991，個案分析-品牌延伸之策略行銷管理，華泰書局，p177-198