

# 目 錄

第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景.....	1
壹、創新產品開發議題.....	1
貳、開發創新產品的資源取用特質.....	2
第二節 研究動機.....	3
壹、資源基礎觀點的發展.....	3
貳、資源基礎觀點的補強.....	6
第三節 研究觀點的選擇.....	9
壹、「新資源基礎觀點」的提出.....	9
貳、以拼湊概念探討組合的元素與結構.....	10
第四節 研究目的與問題.....	11
第五節 研究範圍.....	11
第六節 研究策略的選擇.....	12
壹、研究方法的取向.....	12
貳、研究方法.....	13
第七節 研究流程與論文架構.....	14
第二章 文獻探討.....	16
第一節 拼湊概念的相關研究.....	16
壹、拼湊概念的起源與定義.....	16
貳、拼湊概念的特性.....	18
第二節 資源拼湊的相關研究.....	20
壹、資源回溯性.....	20
貳、原型拼湊效果.....	24
參、資源可得性.....	27
肆、互補資產可得性.....	29
伍、價值創造.....	29
第三節 相關研究的整合.....	32
壹、研究命題的推演.....	32
貳、研究構念的證明.....	37
參、分析架構.....	38
第三章 研究方法.....	39
第一節 多元方法的研究設計.....	39
第二節 敘事研究法.....	40
第三節 先導個案.....	41

壹、案例選取與資料蒐集.....	41
貳、背景說明.....	42
參、發展歷程與命題分析.....	45
肆、研究命題的驗證.....	57
第四節 研究架構.....	63
第四章 驗證式個案分析.....	65
第一節 個案的選取與說明.....	65
壹、選取個案的初步說明.....	65
貳、個案的敘事形式.....	66
第二節 實驗性家具(FlexibleLove™).....	67
壹、案例選取與資料蒐集.....	67
貳、背景說明.....	67
參、發展歷程分析.....	70
肆、驗證研究假說.....	78
伍、個案小結.....	82
第三節 鐵匙！奔.....	83
壹、案例選取與資料蒐集.....	83
貳、背景說明.....	84
參、發展歷程分析.....	85
肆、驗證研究假說.....	93
伍、個案小結.....	97
第四節 22designstudio.....	99
壹、案例選取與資料蒐集.....	99
貳、背景說明.....	99
參、發展歷程分析.....	101
肆、驗證研究假說.....	112
伍、個案小結.....	117
第五節 跨個案比較.....	118
第六節 研究構念之初步操作化.....	123
第五章 量化研究.....	127
第一節 研究設計.....	127
壹、變數操作化及衡量過程.....	127
貳、研究對象.....	131
參、施測過程.....	132
肆、資料分析方法.....	138
第二節 實證分析.....	138

壹、工具有效性的評估.....	138
貳、樣本說明.....	140
參、相關分析.....	141
肆、假說檢驗.....	143
伍、研究結果彙整.....	157
第六章 綜合討論.....	160
第一節 個案及量化研究結果說明.....	160
壹、「選擇創作素材」與「決定設計方向」的關係.....	160
貳、「材料尋找」對「選擇創作素材」與「決定設計方向」的影響.....	161
參、「學習製作原型」與「決定販售產品」的關係.....	161
肆、「材料尋找」對「學習製作原型」與「決定販售產品」的影響.....	162
伍、「推出設計產品」與「銷售狀況」的關係.....	162
陸、「互補資產可得性」對「推出設計產品」與「銷售狀況」的影響.....	163
第二節 相關理論及觀點的對話.....	164
壹、資源基礎觀點與新產品開發.....	164
貳、拼湊概念與演化觀點.....	166
第七章 結論與建議.....	168
第一節 研究結論.....	168
壹、「資源」在創新商品的開發活動中扮演關鍵角色.....	168
貳、資源初始狀態將影響重組效果.....	168
參、拼湊能力是創造資源多重應用的基礎.....	169
肆、互補資產應逐漸專屬化.....	169
第二節 研究貢獻.....	169
壹、理論貢獻.....	169
貳、實務意涵.....	171
第三節 研究限制.....	172
壹、研究工具的限制.....	172
貳、選擇施測對象的限制.....	173
參、資料蒐集的限制.....	173
第四節 後續研究建議.....	174
壹、資料分析方式.....	174
貳、個案資料的蒐集與深化.....	175
參、價值保護議題.....	175
肆、其他價值影響因素.....	176
伍、不同資源類型的案例分析.....	176
陸、更多大型企業的新產品開發分析.....	177

柒、沿用原創概念的後續追蹤.....	177
參考文獻.....	178
壹、中文部分.....	178
貳、英文部分.....	180
參、網路部分.....	190
附錄一 專家評審問卷.....	192
附錄二 消費者價值感受問卷.....	196

## 表 目 錄

表 1.1 資源基礎觀點與新資源基礎觀點的比較.....	9
表 2.1 相關研究對拼湊定義的說明.....	17
表 3.1 台灣翅帆創作團隊訪談說明.....	42
表 3.2 台灣翅帆團隊部分作品簡介.....	43
表 3.3 台灣翅帆團隊部分作品材料說明.....	47
表 3.4 變數歸納—意義區辨程度(台灣翅帆團隊).....	48
表 3.5 台灣翅帆團隊部分作品製作手續.....	49
表 3.6 變數歸納—資源可置換性(台灣翅帆團隊).....	50
表 3.7 素材名稱、取得管道、取得方式與成本簡述(台灣翅帆團隊).....	51
表 3.8 變數歸納—特徵再現程度(台灣翅帆團隊).....	53
表 3.9 變數歸納—互補資產可得性(台灣翅帆團隊).....	57
表 3.10 命題 1 的驗證_1(台灣翅帆團隊).....	58
表 3.11 命題 1 的驗證_2(台灣翅帆團隊).....	58
表 3.12 命題 1 的驗證_3(台灣翅帆團隊).....	59
表 3.13 命題 2 的驗證(台灣翅帆團隊).....	60
表 3.14 命題 3a 的驗證(台灣翅帆團隊).....	60
表 3.15 命題 3b 的驗證(台灣翅帆團隊).....	61
表 3.16 命題 4 的驗證(台灣翅帆團隊).....	62
表 3.17 命題 5 的驗證(台灣翅帆團隊).....	63
表 4.1 個案資料說明.....	65
表 4.2 實驗性家具團隊訪談說明.....	67
表 4.3 實驗性家具團隊作品簡介.....	69
表 4.4 實驗性家具團隊各區營業據點.....	69
表 4.5 變數歸納—意義區辨程度(實驗性家具團隊).....	71
表 4.6 變數歸納—資源可置換性(實驗性家具團隊).....	73

表 4.7	材料來源(實驗性家具團隊).....	73
表 4.8	變數歸納—特徵再現程度(實驗性家具團隊).....	75
表 4.9	變數歸納—互補資產可得性(實驗性家具團隊).....	77
表 4.10	假說 1 的驗證_1(實驗性家具團隊).....	78
表 4.11	假說 1 的驗證_2(實驗性家具團隊).....	79
表 4.12	假說 2 的驗證(實驗性家具團隊).....	79
表 4.13	假說 3a 的驗證(實驗性家具團隊).....	80
表 4.14	假說 3b 的驗證(實驗性家具團隊).....	80
表 4.15	假說 4 的驗證(實驗性家具團隊).....	81
表 4.16	假說 5 的驗證(實驗性家具團隊).....	82
表 4.17	假說驗證整理(實驗性家具團隊).....	82
表 4.18	鐵匙！奔團隊訪談說明.....	83
表 4.19	鐵匙！奔團隊部分作品簡介.....	84
表 4.20	變數歸納—意義區辨程度(鐵匙！奔團隊).....	87
表 4.21	變數歸納—資源可置換性(鐵匙！奔團隊).....	88
表 4.22	材料來源(鐵匙！奔團隊).....	89
表 4.23	變數歸納—特徵再現程度(鐵匙！奔團隊).....	90
表 4.24	變數歸納—互補資產可得性(鐵匙！奔團隊).....	93
表 4.25	變數歸納—假說 1 的驗證_1(鐵匙！奔團隊).....	94
表 4.26	變數歸納—假說 1 的驗證_2(鐵匙！奔團隊).....	94
表 4.27	變數歸納—假說 2 的驗證(鐵匙！奔團隊).....	94
表 4.28	假說 3a 的驗證(鐵匙！奔團隊).....	95
表 4.29	假說 3b 的驗證(鐵匙！奔團隊).....	96
表 4.30	假說 4 的驗證(鐵匙！奔團隊).....	96
表 4.31	假說 5 的驗證(鐵匙！奔團隊).....	97
表 4.32	假說驗證整理(鐵匙！奔團隊).....	97
表 4.33	22designstudio 團隊訪談說明.....	99
表 4.34	22designstudio 團隊部分作品簡介.....	100
表 4.35	22designstudio 團隊營業據點.....	101
表 4.36	變數歸納—意義區辨程度(22designstudio 團隊).....	103
表 4.37	變數歸納—資源可置換性(22designstudio 團隊).....	104
表 4.38	材料來源(22designstudio 團隊).....	105
表 4.39	變數歸納—特徵再現程度(22designstudio 團隊).....	108
表 4.40	22designstudio 團隊的媒體報導資訊.....	112
表 4.41	變數歸納—互補資產可得性(22designstudio 團隊).....	112
表 4.42	假說 1 的驗證_1(22designstudio 團隊).....	113
表 4.43	假說 1 的驗證_2(22designstudio 團隊).....	113
表 4.44	假說 2 的驗證(22designstudio 團隊).....	114

表 4.45	假說 3a 的驗證(22designstudio 團隊)	115
表 4.46	假說 3b 的驗證(22designstudio 團隊)	115
表 4.47	假說 4 的驗證(22designstudio 團隊)	116
表 4.48	假說 5 的驗證(22designstudio 團隊)	117
表 4.49	假說驗證整理(22designstudio 團隊)	117
表 4.50	跨個案比較-意義區辨程度	119
表 4.51	跨個案比較-資源可置換性	120
表 4.52	跨個案比較-特徵再現程度	121
表 4.53	跨個案比較-資源可得性對資源可置換性的影響	122
表 4.54	意義區辨程度的初步操作化	124
表 4.55	特徵再現程度的初步操作化	124
表 4.56	資源可得性的初步操作化	125
表 4.57	資源可置換性的初步操作化	125
表 4.58	資源可置換性的初步操作化	126
表 4.59	互補資產可得性的初步操作化	126
表 4.60	價值創造的初步操作化	126
表 5.1	衡量變數之題項說明	128
表 5.2	施測過程說明	133
表 5.3	專家背景介紹	133
表 5.4	「一卡皮箱 SHOW 自己」A、C、D 組名單	135
表 5.5	資料蒐集情況	137
表 5.6	各變項之信度分析表	138
表 5.7	組內相關係數分析表	139
表 5.8	評分者間信度分析表	139
表 5.9	樣本資料分佈情況	141
表 5.10	相關係數表(1)	141
表 5.11	相關係數表(2)	142
表 5.12	資源回溯性對原型拼湊效果的影響	144
表 5.13	意義區辨程度對資源可置換性的影響	144
表 5.14	特徵再現程度對資源配適程度的影響	145
表 5.15	原型拼湊效果對價值創造的影響	146
表 5.16	資源可置換性對使用價值的影響	146
表 5.17	資源可置換性對交換價值的影響	147
表 5.18	資源配適程度對使用價值的影響	148
表 5.19	資源配適程度對交換價值的影響	149
表 5.20	資源可得性對意義區辨程度及資源可置換性的階層迴歸分析架構	149
表 5.21	資源可得性對意義區辨程度及資源可置換性的干擾效果	150
表 5.22	資源可得性對特徵再現程度及資源配適程度的階層迴歸分析架構	151

表 5.23	資源可得性對特徵再現程度及資源配適程度的干擾效果.....	151
表 5.24	互補資產可得性對資源可置換性及交換價值的階層迴歸分析架構....	153
表 5.25	互補資產可得性對資源可置換性及交換價值的干擾效果.....	154
表 5.26	互補資產可得性對資源可置換性及使用價值的階層迴歸分析架構....	154
表 5.27	互補資產可得性對資源可置換性及使用價值的干擾效果.....	154
表 5.28	互補資產可得性對資源配適程度及交換價值的階層迴歸分析架構....	156
表 5.29	互補資產可得性對資源配適程度及交換價值的干擾效果.....	156
表 5.30	互補資產可得性對資源配適程度及使用價值的階層迴歸分析架構....	156
表 5.31	互補資產可得性對資源配適程度及使用價值的干擾效果.....	157
表 5.32	研究假說實證結果彙整表.....	158
表 6.1	「人造物」與「自然物」的比較.....	167
表 7.1	本研究資料分析方式.....	174
表 7.2	後續資料分析方式.....	174

## 圖 目 錄

圖 1.1	研究方法的說明.....	12
圖 1.2	研究流程與論文架構.....	15
圖 2.1	基因樹－原型演進圖表.....	25
圖 2.2	產品價值需求階層圖.....	31
圖 2.3	基因樹概念簡要說明(1).....	32
圖 2.4	基因樹概念簡要說明(2).....	33
圖 2.5	本研究之分析架構圖.....	38
圖 3.1	研究架構圖.....	64
圖 5.1	10月20日誠品創意市集攤位圖.....	134
圖 5.2	資料分析方式.....	138
圖 5.3	創新產品新穎程度分佈圖.....	140
圖 5.4	變數相關分析圖.....	142
圖 5.5	假說驗證圖.....	143
圖 5.6	資源可得性對意義區辨程度及資源可置換性的交互作用圖.....	151
圖 5.7	資源可得性對特徵再現程度及資源配適程度的交互作用圖.....	153
圖 5.8	互補資產可得性對資源可置換性及使用價值的交互作用圖.....	155
圖 7.1	產品價值分析圖.....	176