

從高被引設計論文探討設計趨勢— 以 TCI-HSS 兩篇高被引期刊論文為例

林逸航* 許益富** 江怡瑩*** 孫怡康****

國立臺灣藝術大學創意產業設計研究所

* yh1206203323@163.com

** light617617@gmail.com

*** 國立清華大學藝術與設計學系

iychiang@mx.nthu.edu.tw

**** 通訊作者 南京林業大學藝術設計學院

sunyikang120110@hotmail.com

摘要

學術論文在知識傳播過程中發揮重要的作用，對「高被引」論文的整梳理與分析，不僅能了解這些論文作者研究思路的演變過程，也能從中發掘出某個領域的研究發展趨勢與熱點議題，這對其他研究者而言是非常有價值的。本文藉由文獻分析對《111 年臺灣學術資源影響力分析報告》中藝術學類別排名第 1 與第 10 的兩篇代表性高被引論文，探討其與設計發展相關的趨勢。這兩篇論文係同一位學者所完成，自有其意義。本文透過「知識地圖」、「關鍵詞」、「高被引時期」，對「設計領域」中引述過這兩篇文獻的 64 篇期刊論文展開系統性分析，探討 2011-2021 年間這些論文的研究主題、所屬領域、變化趨勢與引用論文等情況。研究發現：（1）兩篇高被引論文在學理層面與實務層面具備參考價值，都為臺灣設計的學術研究與產業發展有所呼應；（2）兩篇高被引論文研究的重點，符合臺灣設計發展的趨勢，從跨領域的角度為設計研究提出新的思路與方法；（3）這兩篇文獻在一定程度上提升了「設計學門」中文化創意產業的研究熱度。本文認為，對高被引論文的重視與引述，不僅僅要觀察其被引用的次數或頻率，而應該透過這些數據去了解文獻與所在地區相關學科發展趨勢的關係，以及引用這些文獻的文章，它們是否也聚焦相關學科或產業展開研究與分析。未來的研究，還可以針對「直接引述」與「間接引述」的文章進一步分析，以了解其脈絡，提供相關領域的研究者參考。

關鍵詞：設計趨勢研究、引用文獻分析、文化創意產業、多元化發展

論文引用：林逸航、許益富、江怡瑩、孫怡康（2024）。從高被引設計論文探討設計趨勢—以 TCI-HSS 兩篇高被引期刊論文為例。《設計學報》，29（2），1-24。

一、前言

1-1 研究背景

從知識創新的觀點來看，透過文獻回顧能夠為研究議題與其相關文獻資料間找到關聯性，從而奠定研究的基礎（朱宏源，1999）。學術文獻作為傳播學科知識的媒體，研究的學術部分是一個對於現階段研究成果的回顧整理之外，表現出該研究本身的發展過程，也提供學者未來的研究方向和主題重點，無論從博碩士論文或者是期刊論文中都可以去探討出一門學科之過去發展歷程。隨著科技進步、線上查詢資料更為便利等因素，為了使研究者自身所研究的論文在文獻探討或引用論文部分具有權威性和創新度，則會透過前往國家圖書館或在「博碩士論文知識加值系統」、「華藝線上圖書館」等資料庫網站收集文獻資料，大幅提升效率同時能隨時檢查引用文獻時的準確性。

趨勢分析是文獻回顧研究過程中經常進行互相搭配的探討方向，可以梳理發展的脈絡、未來的發展趨向來提供理論支撐。目前臺灣在學術的蓬勃發展有賴於科技進步以及學術資源的保存，從「博碩士論文知識加值系統」或者「臺灣人文及社會科學引文索引資料庫(TCI-HSS)」、「臺灣期刊論文索引系統」三大資料庫，當中都可以獲取相關的學術參考資源。作為前幾名被引用次數最多的期刊論文則是表示這篇論文或作者的研究成果受到越多的關注和認可，也意味著其影響力越大。因此，引用次數是評估論文和作者影響力的重要指標之一。透過分析期刊論文的內容與被引用數據，可以預測相關學科的發展過程、未來方向及其主題趨勢。

1-2 研究動機與目的

透過系統性的文獻回顧，能夠為當前臺灣設計類學術領域或實務領域的研究引發積極意義，藉由文獻分析、個案分析與書目計量等不同方法途徑來了解當前研究主題的趨勢發展狀態（Zitt & Bassecoulard, 1994）。基於對特定設計類期刊論文的內容部分、真實度、學術性與持續發展的了解，故以領域代表性的期刊為來源，選擇高被引的期刊論文進行歷史回顧與未來展望，在學術論文選擇部分由《111 年臺灣學術資源影響力分析報告》其中「藝術學門」裡書著作高被引前 10 名進行探尋。

學術論文被引用次數多代表了這篇論文的影響力大，作為一個評估學術研究成果的指標，其對學術界的重要性不言而喻。本研究藉由文獻探討之外，選擇在「設計領域」中重要學術論文為範疇，以 2022 年度高被引用的期刊論文：《融合文化與美學促成文化創意設計新興產業之探討》（以下簡稱甲文）、《文化產品設計程序》（以下簡稱乙文）的相關學術影響力進行知識建構與對比，以「臺灣人文及社會科學引文索引資料庫(TCI-HSS)」作為數據平台，透過數據收集與運算來進行學術引用的之間的關聯性分析。

因此，研究目的採取兩個觀察面向的分析討論：（1）針對兩篇論文（甲乙）引用的數據及引用的論文資訊列出，其中「論文引用情形」（被引用次數、共同引用次數）中透過關鍵詞與 2016 年引用高峰數據來對近十年來的研究主題與領域進行觀察；（2）透過平台所建構的「論文知識地圖」比對近兩年相關文化政策部分的设计趨勢與延伸進行分析；（3）兩篇論文關鍵詞與 TCI-HSS 知識建構對比呈現趨勢分析。

二、文獻探討

2-1 臺灣學術類期刊研究發展現況

期刊藉由資料新穎、內容專精和傳播迅速的優勢，而成為學術傳播的重要媒介。引用文獻一直被認為是學術性文章中極為重要的一部分，經由數十年的發展，引用文獻已經成為了一種廣為應用的重要研究方法與參考方式，可以進行分析的方式有很多種類。例如最早是 1927 年格羅斯兄弟利用正文後的參考書目進行計算與分析，並提出了引用次數作為評估期刊重要性的參考（Gross & Gross, 1927）；或者像是引用文獻與被引用文獻出現在引用文獻中的位置之研究，福斯與達蓋夫透過 1970 年出版的被引用次數最多的 30 篇文章當中選擇前兩篇與後兩篇來作為研究對象，利用「科學引用文獻索引」（Science Citation Index, SCI）檢索 1970 到 1973 年間的引用文獻並檢查被引用文獻出現在引用文獻當中的位置，從而得出交叉比對的結論（Voos & Dagaev, 1976）；類似的像是高夫曼透過引用文獻分析法，探討人文學文獻當中的使用特性，並且與科學領域文獻的使用特性進行交叉比對，得出了一些對於人文學者引用文獻的特定對象與研究範圍（Coffman, 1985）。

在臺灣，有關人文相關的引用文獻分析中主要注重在引用文獻之資料類型分佈、引用格式、學科自我引用等等，針對於一個學科或特定的類型的文獻加以分析。研究的平台選擇主要是「臺灣博碩士論文知識加值系統」、「臺灣期刊論文索引系統」及「臺灣人文及社會科學引文索引資料庫」，得到這些學術論著的來源文獻及引用文獻的分析資訊，相比起上述的引用文獻研究有了平台與數據上的支持。研究過程中能夠了解學術著作之間的研究脈絡，使得本研究得以建立學術論著引用及被引用的書目分析。而「臺灣人文及社會科學引文索引資料庫」一方面作為人文及社會科學研究檢索之重點資料庫，另一方面則作為學術研究及相關機構瞭解各學門論著之參考依據，為人文社科的學術研究提供重要的影響力（王宏德、王豐璋、吳柏岳、梁鴻翔，2022）。

2-2 文獻內容分析與文獻回顧研究類型

達成文獻分析的過程中需要引用（citing）他人的著作，為的是衡量學科與多種學科間的品質、影響力、創意等等（Egghe & Rousseau, 1990）。引用文獻內容分析（Citation Content Analysis）為的是分析引用文獻的語意內涵和引用連結的解釋。被引用的文獻作為該篇論文的理論支撐，並讓多數研究者針對引用內容的主題知識加以分析（蔡明月，2003）。

在圖書館情報學領域中常常採用像是文獻分析、趨勢分析等文獻回顧來了解學術領域的發展趨勢。在選擇文獻回顧的來源中常分為 3 種方式來進行操作（王瑞良、許子凡，2019）：（1）從研究議題出發：基於研究的議題對既有的重要文獻資料進行回顧性的分析與評論，著重於研究議題所挑選的文獻進行評論與分析，進而提出研究趨勢的見解與未來展望；（2）從特定期刊論文出發：特定的期刊論文為文獻來源保證了權威性，相比起其他的文獻類型的資料，具有掌握動態研究與學術權威的優勢，成為文獻回顧研究中最適合首選資料的類型；（3）從文獻資料庫出發：因為科技進步以及學術資源的保存，讓臺灣在近十年間建立了多個文獻資料庫，像是本研究的 TCI-HSS 資料庫，還有像是華藝、碩博論文資料庫等，這些資料庫為相關文獻回顧研究提供了便利性與參考性。

2-3 引用文獻分析的應用與被引用次數說明

本研究在引用文獻 (citation) 分析過程中重點在於「文獻研究」的應用。主要在描述某些學科領域的引用文獻類型的研究，常以期刊論文作為引用文獻分析資料來源，其主要的特徵在於：資料類型、年代、最常被引用的作者與期刊、主題分佈等等 (Smith, 1981)。

而文獻被引用次數係指系統計算該篇文獻被資料庫所收錄的其它文獻引用的次數。在數量的基礎之上，其品質與不同年份的引用趨勢值得去探討。以 TCI-HSS 資料庫為例，其目前收錄臺灣及海外華人出版之人文及社會科學期刊、臺灣全國博士論文及專書，建立學術論著之來源文獻及引用文獻分析資訊，有助於瞭解學術著作之連結脈絡。這 2 篇高被引用的期刊論文提供了完整的數據和知識圖譜，供參考使用。通過利用這些引用資料，可以促進相關研究的進展，並進行趨勢分析。這樣的引用資料有助於實現書籤功能、知識傳承、研究影響追蹤以及自我引用的目標 (黃琬雅、嚴貞，2007)。

觀察高被引論文裡的「引用文獻」為的是透過引用與被引用的研究來獲知學科之間的關係與發展，截取近十年文獻傳播的過程來了解研究現況與未來趨勢 (蔡明月，2003)。有了其他研究者對相關研究的闡述與見解後，加上實驗的數據與建構出來的模式能夠為當前研究添磚加瓦，這是「引用文獻」所展現的作用。對被引用者而言得到了一個引用文獻，而對於引用者而言得到了一篇參考文獻。而引用文獻對於科技發展和學術研究有著重要性，通常相關科學論文作者有著獨到的見解以及數據支持，從而「引用文獻」可以評估學術論著及期刊的品質 (邱淑麗、王梅玲、李美慧，2000)。一篇期刊論文被引用的次數越多，則是代表了貢獻愈大，影響愈深。從文獻的被引用次數中可以預測未來的學術發展趨勢以及影響後來研究的情況。

2-4 設計類學術論文研究平台與現今研究趨勢

臺灣人文及社會科學引文索引資料庫 (Taiwan Citation Index–Humanities and Social Sciences, TCI-HSS) 是由國家圖書館、科技部人文司、國家實驗研究院科技政策研究與資訊中心等單位合作建置，整合「臺灣人文學引文索引」 (Taiwan Humanities Citation Index, THCI)、「臺灣社會科學引文索引」 (Taiwan Social Sciences Citation Index, TSSCI) 等資源而成。此資料庫收錄了有關藝術類的期刊資料，同時收錄了學術論著之來源文獻及引用文獻分析資訊。透過搜索「被引用數」可以得到標註的每篇文章被期刊文獻、博碩士論文引用的次數，點選數字就能串聯到引用文獻。以本研究樣本的設計類期刊「設計學報」在 2021 年作為第一級的核心期刊同時五年的影響係數為 0.141，被引用次數為 41 次則代表了其中的權威性，而「藝術學報」作為第三級的期刊其五年的影響係數同樣為 0.141、被引用次數為 29 次，證明兩本設計類期刊在「設計領域」的影響程度和認可度是有數據可言的 (國家圖書館，2023a, b)。對本研究而言，這兩篇論文係同一位學者所著，自有其意義。由於時間跨度，發表在藝術學報的論文 (甲文) 在 2009 年提出了大方向的理論依據，發表在設計學報的論文 (乙文) 則是在 2011 年所發表，也是引用甲文的第一篇期刊論文，證明了乙文論文對其相關進行引用與實踐，因而足見研究資料來源多元化與一脈相承的特點。

藉由台灣設計研究院在 2022 年的「台灣設計力報告」中提到或許在未來的趨勢更多的是聚焦在「跨領域」的部分。以元宇宙、ChatGPT 為例子的人工智慧正在帶動虛擬世界的成型，以及日常的生活、產業的結構之悄悄地改變。研究趨勢方面透過設計領域的學術論文研究發展進行探討，在藝術學期刊之中唯有《設計學報》作為設計類期刊在「5 年影響係數」與「長期被引用數」都排名在前五名之中，5 年影響係數為 0.261 和被引用次數高達 1565 次，足以證明其權威性。藉由對比《設計學報》2011 與 2021 年的研究題目來觀察研究趨勢則發現目前研究更加重視高科技創新方面，而其在體驗設計、互動設計的趨勢之中還是不斷的在發展，關於使用者互動的相關研究越來越多，跨域研究的種類也越來越多元化。

三、研究方法

本研究以《111 年臺灣學術資源影響力分析報告》進行檢視，其中發現在「藝術學門」當中書著作高被引前 10 名暨相關統計中「高被引論文」的進行後續歸納整理，針對與設計類期刊論文（共 3 篇）進行交叉比對；進一步選取高相似度（文化方面）與高關聯性（相同作者）的兩篇期刊論文，如表 1 所示，進行相關案例之研究分析，其中「權威著作」或「權威作者」的部分在理論或者實務中有值得借鑒的地方，引用文獻分析的重要理論在於權威作者，被引用的頻率、權威期刊。

表 1. 藝術學門「設計領域」近年兩篇「高被引論文」相關資訊摘要

代碼	甲	乙
論文名	融合文化與美學促成 文化創意設計新興產業之探討	文化產品設計程序
作者	林榮泰、林伯賢	徐啟賢、林榮泰
期刊（級別）	藝術學報（THCI 第三級）	設計學報（THCI 第一級）
年代	2009	2011
高被引年度排名	2022 年度報告：第 1 名（41*）	2022 年度報告：第 10 名（34**）
被引用總次數	41（*期刊論文 39，博士論文 2） （資料統計年代 2011-2023）	38（**期刊論文 38） （資料統計年代 2011-2023）
共同引用總次數	20	248

資料來源：國家圖書館（2023a, b），本研究歸整製表。

研究方法透過「個案分析法（case analysis method）」與「文獻分析法（citation analysis method）」來了解臺灣地區「設計領域」論文的研究發展領域、變化，以及引用文獻的情形。針對在分析報告裡面所提到的「設計領域」之重要學術論文中，2022 年度高被引用的兩篇期刊論文：《融合文化與美學促成文化創意設計新興產業之探討》與《文化產品設計程序》作為研究對象，就其被引用文獻之年代變化、論文的作者學校與科系、引用文獻特點等特性，探尋「設計領域」學術文獻之間的引用關係，其中以期刊論文所引用文獻的數量、引用文獻的資料類型、引用文獻的年代起伏等來探討臺灣地區「設計領域」期刊論文研究的意義，及其對學術與設計實務發展的可能趨勢，最後針對研究結果進行「設計領域」學科的綜合歸納，透過整合出來的圖 1 來進行研究分析的梳理，如下頁所示。

在 2 篇指標性論文中《融合文化與美學促成文化創意設計新興產業之探討》（以下簡稱甲文）與《文化產品設計程序》（以下簡稱乙文）在《111 年臺灣學術資源影響力分析報告》分別排名第 1 和第 10，並且在相關作者方面有高關聯性。其中甲文有著宏觀論述，又例舉了案例加以佐證，結論呈現出研究者（林榮泰、林伯賢，2009）從無數個案所總結出的「通則」；乙文建構了相對比較具體的方法，更容易被同行運用與推廣，乙文的研究者（徐啟賢、林榮泰，2011）則又用了具體的「個案」去反思「通則」。

其中在每年的被引用次數趨勢中，甲文與乙文在 2016 年共同達到了被引用次數的高峰，如圖 2 所示，整體趨勢呈現出高低波動的彈力變化情形。圖 2 以 10 年作為一個時間段，其中可以具體總結出進 10 年來的學術引用趨勢。

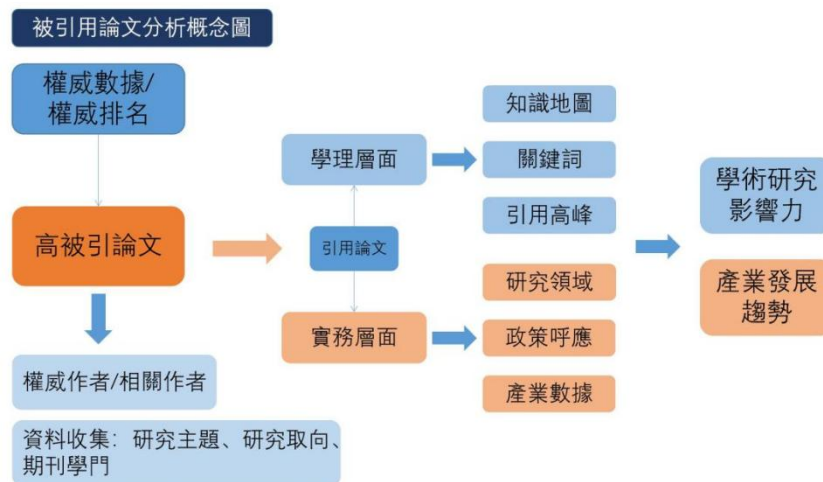


圖 1. 高被引論文的分析呈現探討

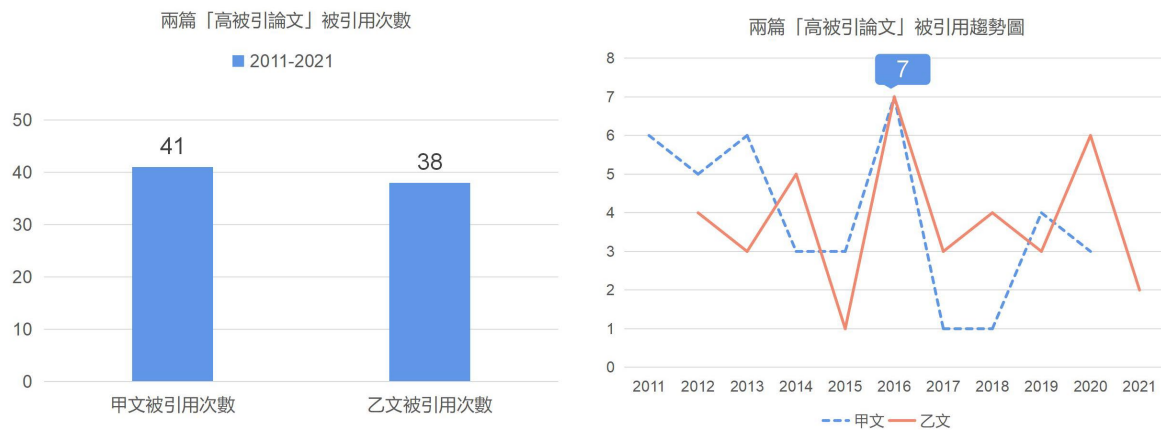


圖 2. 甲、乙文歷年被引用總數 (左)，甲、乙文歷年被引用數趨勢 (右)

第 1 階段將甲文和乙文在 TCI-HSS 平台所呈現的被引用次數數據進行收集歸納，其中含論文作者的背景、發表機構（期刊學門分類）、發表時間段（以論文發表並接受刊登時的年月為主）、引用文獻類目中的出版日期、引用文獻作者名、引用文獻時間、引用文獻關鍵詞、主題知識地圖等。

第 2 階段將對被引用次數的文獻進行相關分析，後續將「文化創意產業相關趨勢」運用到研究主題、研究取向、期刊學門等，由於學門研究可能涵蓋數個不同的領域，因此可以透過主題知識地圖的觀察了解這些次領域的頻率變化，根據兩篇論文被引用次數的高峰點進行分析，可分為論文名稱、發表機構、關鍵詞等，同時與本研究相關的期刊時間與書目具體則在附錄 1 與 2 所呈現。

以表 2 為例，研究主題內容會因為時空情境的變遷，因而被引用次數的類目範疇與數量會有所變化，所以建構完整的類目非常重要。其中參考黃琬雅、嚴貞在 2004 年進行的研究。建構的研究類目主要為：（1）基本資料類目，包括：文章類別、關鍵詞、年份、作者、學術機構、研究屬性；（2）研究涉及領域之研究主題：經由 TCI-HSS 平台將相關期刊論文之摘要與關鍵詞進行分析，以建構研究主題類目；（3）研究方法：將兩篇高被引用的期刊論文中提及的研究方法進行蒐集；（4）未來研究取向：判斷被引用的論文未來面向為何，經由時間發展對設計趨勢進行預測。

表 2. 藝術專門「設計領域」近年兩篇「高被引論文」被引用次數整理

論文	甲文	年度	乙文	年度
被引用次數第一	7	2016	7	2016
被引用次數第二	6	2011/2013	6	2020
被引用次數第三	5	2012	5	2014

資料來源：國家圖書館（2023a, b），本研究歸整製表。

四、研究分析與探討

4-1 甲文與乙文被引用論文之研究主題涉及領域的分佈情形

本研究收集「設計領域」中兩篇在 2022 年度高被引用的期刊論文：《融合文化與美學促成文化創意設計新興產業之探討》與《文化產品設計程序》，引用甲文的期刊論文篇數共計 39 篇，博士論文 2 篇；針對研究主題與涉及領域分佈的部分，是透過 TCI-HSS 之統計資料與運算工具所建構出來的主題知識地圖得出 6 個面向（大趨勢）；而有關研究主題涉及領域的分布情形，在統計時將關鍵詞的屬性與面向，歸類於研究趨勢的分析，故一篇論文之關鍵詞（2-4 個）的多寡，也將影響其涉及領域之程度，因此研究的關鍵詞設定為 2-4 個，依次將其歸類為小趨勢。引用乙文的期刊論文篇數共計 38 篇；研究主題與涉及領域分佈的部分同樣透過 TCI-HSS 之統計資料與運算工具所建構出來的主題知識地圖，並得出 6 個面向（大趨勢），在小趨勢的部分則還是以關鍵詞的屬性與面向為主，同樣歸類於研究趨勢的分析。

4-1.1 甲文被引用論文之研究主題涉及領域的分佈情形

在大趨勢部分裡甲文《融合文化與美學促成文化創意設計新興產業之探討》的被引用論文關鍵詞所指引的知識地圖，甲文之關鍵字詞共有 4 組：美學經濟、產品設計、服務創新設計、文化創意。依據 TCI-HSS 之統計資料與運算工具，可以得知引用甲文相關論文（39 篇期刊論文）所延展共構的知識地圖，則聚焦於 6 個主題面向：文化產品、感質、文化創意、文化創意商品、文化創意產業、全面的客戶體驗（體驗設計）（圖 2-右）。從 2011 年到 2020 年相關設計領域進行了延伸，像是「文化創意、文化產品」作為近 10 年的基礎，發展出「文化創意商品、文化與創意產業」等符合政府發展規劃的研究主題，這也符合甲文所總結出的「通則」，另外擴展出「感質、體驗設計」此類有著具體研究項目與延伸到工業設計等其他類別的研究中。

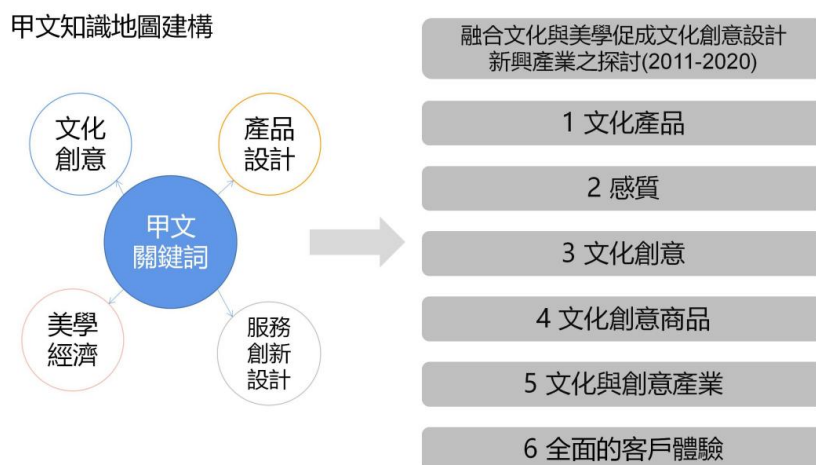


圖 3. 甲文論文關鍵詞（左），甲文延展共構的知識地圖（右）

小趨勢部分以甲文的關鍵詞所提到的「文化創意」部分在被引用論文中是提到次數最多的，比例達 10.1%。被引論文以論文總結出的「通則」來套入各自的研究案例中，其學門分類中涉及到關於設計學、教育學等類別，範圍跨度大。排名第 2 的「文化創意產業」重視以文化為根本，發展出具有文化價值的產業範疇，甲文所提到了「文化」和「產業」的關係日益密切，兩者是相互輔助的關係。文章在 2009 年就已經提出了文化創意產業納入國家發展重點計畫，顯示臺灣經濟發展面臨轉型的殷切，已經是臺灣的共識。其他的期刊論文所提到的關鍵詞中，「文化創意產業」部分也達到了 8.4%，重點的分類在文創商品類居多；而對於像是文化產品（cultural product）、設計模式、美學經濟等延伸出來的關鍵詞也逐漸讓甲文在結論中所提到的「美學經濟」與「設計產業」進行結合讓臺灣之創意設計產業領先全球的美好概念在不同領域的期刊論文中得以具體呈現。

表 3. 甲文「論文關鍵詞」前五名關鍵詞與學門分類情形

排序	主題關鍵詞	數量	學門分類	比例
1	文化創意	6	設計學研究(2)、臺北海洋技術學院學報、教育研究與發展期刊、教育研究月刊、國際數位媒體設計學刊	10.1%
論文名稱：(1) 從服務創新思維探討感質體驗設計；(2) 文化創意設計課程融入服務學習之探討與應用；(3) 文化創意世代中美感教育的課程圖像；(4) 空間文化創意研究－以高雄市老屋再利用之餐廳個案調查為例；(5) 從文創系所之目標分析未來文創人才之能力；(6) 運用「歷史」表述之策展設計－以「潮代」展為例。				
2	文化創意產業	5	感性學報、設計與環境學報、東海大學圖書館館刊、傳播管理學刊、設計學報	8.4%
論文名稱：(1) 文創商品之感質特性探討；(2) 文創商品之設計與行銷方式探討：以品家家品為例；(3) 文創產業營銷專業知能之人才培育－以工藝設計產業為例；(4) 以基模理論分析臺灣學生購買文創商品之因素-以工藝產業為例；(5) 文化創意商品智慧財產之保護與管理。				
3	cultural product	4	設計學報、教育資料與研究、設計學研究、傳播管理學刊	6.7%
論文名稱：(1) 文化產品設計程序；(2) 數位典藏應用於文化產品設計加值之分析；(3) 傳統剪紙文化產品設計之模式；(4) 以基模理論分析臺灣學生購買文創商品之因素：以工藝產業為例。				
4	設計模式	3	藝術論文集刊、設計學研究、藝術學報	5.0%
論文名稱：(1) 詩詞意象轉化感質商品的設計運用；(2) 傳統剪紙文化產品設計之模式；(3) 應用產品差異化設計策略於臺灣文化創意皮件設計之研究。				
5	美學經濟	3	設計與環境學報、客家公共事務學報、台灣經濟研究學報	5.0%
論文名稱：(1) 文創商品之設計與行銷方式探討：以品家家品為例；(2) 美學經濟之文化脈絡析探：以客家女性企業家為例；(3) 由美學與設計舞出產業新紀元。				

資料來源：國家圖書館 (2023a, b)，本研究歸整製表。

設計趨勢方面以 2016 年為例，因為被引用次數趨勢中甲文與乙文共同達到了被引用次數的高峰，都到達了 7 篇的高被引用率。其中文化創意產業的政策部分在 2016 年的《文化創意產業發展年報》有 2 個重點部分：(1) 政府於 2010 年制定出台了文化創意產業發展法，在 2015 的時候進行修正並在 2016 年實施，有了政策的支持可以極大地促進臺灣文化創意產業的發展、人才培養與政策扶持；(2) 文化部在成立後積極推動創意產業園區發展計劃，為文化和創意產業的發展提供平台。這些政策反映了臺灣致力促進其文化和創意產業的承諾，文化創意產業越顯重要則是透過期刊論文的關鍵詞、研究領域與目的得以體現，也使得甲文的重要性更加顯著。

而表 4 之中，引用的論文主要面向為文化創意產業，而分成子項則為文化產品、地方文化、創意模式、工藝設計等擴展出去的領域，但其中又有針對產業管理和文化政策的部分，說明了甲文被其他期刊論文引用的廣泛性。以關鍵詞作為研究趨勢的分析中，文化創意類別達到了 23% 的佔比，代表了其重心之所在，經由無數個案所總結出的「通則」也在不同領域當中進行驗證。

表 4. 甲文 2016 年「被引次數」高峰論文研究主題與關鍵詞之分佈情形

排序	論文名稱	研究領域與研究目的
1	應用產品差異化設計策略於臺灣文化創意皮件設計之研究	建構出「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」，並透過設計策略之應用並將其融入臺灣在地文化。
關鍵詞	文化創意商品；皮件設計；設計模式（文化創意產品）	
2	整合地方文化於設計美學教育之研究－以西螺小鎮為例	透過設計教育去推動文化議題，引導學生去反思、理解、認同地方文化。
關鍵詞	設計美學；地方文化；文化創意設計（文化創意產業）	
3	臺灣與韓國設計產業政策之研究	回顧與比對臺灣與韓國設計產業政策產業的發展歷史與設計產業發展系統。
關鍵詞	臺灣與韓國設計產業；設計產業政策；設計產業發展系統（產業與管理）	
4	創意經濟下的設計管理研究	以臺灣經營有成的浩漢設計團隊為案例分析其創意經營模式與創意經濟下的角色。
關鍵詞	創意經濟；創新；創意團體；設計管理；浩漢設計（文化創意產業）	
5	以基模理論分析臺灣學生購買文創商品之因素：以工藝產業為例	研究以縱貫性研究方式追蹤臺灣學生購買文創商品的認知發展與轉變歷程，探討購買文創商品之因素。
關鍵詞	文化創意產業；文創商品；縱貫性研究；紮根理論；基模理論（文化創意產業）	
6	文創產業營銷專業知能之人才培育－以工藝設計產業為例	透過工藝設計產業作為案例，以三大主軸來試圖建立一套合適的營銷專業知能培育模式。
關鍵詞	文化創意產業；工藝設計；藝術經紀；人才培育（文化創意產業）	
7	文化創意商品智慧財產之保護與管理	研究針對不同政策與法規的內容分析與訪談了解臺灣智慧財產權對文創商品的保護程度。
關鍵詞	文化創意產業；文化創意商品；智慧財產權（文化政策類別）	
論文研究學門比例：藝術學（5）圖書資訊學（1）管理學（1）		

資料來源：國家圖書館（2023a, b），本研究歸整製表。

4-1.2 乙文被引用論文之研究主題涉及領域的分佈情形

在 6 個面向的大趨勢部分裡乙文《文化產品設計程序》的被引用論文關鍵詞所指引的知識地圖，乙文之關鍵字詞共有 3 組：文化產品、設計程序、文化特色。依據 TCI-HSS 之統計資料與運算工具，可以得知引用乙文相關論文（38 篇期刊論文）所延展共構的知識地圖，則聚焦於 6 個主題面向：文化商品、文化創意產業、感質、參觀體驗、符號學、模式理論（圖 4-右）。從 2012 年到 2021 年相關設計領域進行了延伸，像是「文化產品」一直在進行擴展，基於甲文的理論而延續了「文化商品、文化創意產業」等符合政府發展規劃的研究主題，足以證明乙文用了具體的「個案」去反思「通則」。根據「個案」來擴展出了「感質、參觀體驗」此類的研究主題，也回溯了「符號學、模式理論」的理論探討與轉化應用。



圖 4. 乙文論文關鍵詞 (左)，乙文延展共構的知識地圖 (右)

小趨勢部分如表 5 所示，以乙文的關鍵詞所提到的「文化商品」部分在被引用論文中是提到次數最多的，加上相同英文含義的 Cultural product 在其中，共同加起來比例達 13.8%。乙文所提出建構一套文化產品的設計程序，並且有具體的「個案」來代入文化商品類模式建構的可行性之中，因此對於特色產品、文化商品、茶具、剪紙等等將理念轉化為實際產品的引用論文發揮了重要的作用。在學門分類中涉及的面相較為集中，關於商業設計、工業設計等類別。排名第 2 的「文化創意產業」與 cultural and creative industry 依舊重視以文化為根本，延續了甲文所提出的關於「文化價值」的探討。而乙文從「消費期望認知」、「文化層次分析」及「對應產品屬性」來對此進行設計探討，像是引用論文就包含了：感質方面的探討、設計創作實務的可行性與文創商品的不同應用等方面，正是乙文建構了相對比較具體的方法，從而讓相關領域研究者可以進行推廣與引用。

表 5. 乙文「論文關鍵詞」前五名關鍵詞與學門分類情形

排序	主題關鍵詞	數量	學門分類	比例
1	文化商品／ cultural product	7/6	商業設計學報(2)、工業設計、設計學年刊(2)、設計學研究、國際文化研究、華梵藝術與設計學報	13.8%
論文名稱：(1) 觀光工廠特色商品開發研究；(2) 比喻式設計探討客家文化商品研究；(3) 消費者對文化商品造形符碼之認知差異探討－以茶器為例；(4) 消費者對文化商品造形符碼之認知差異探討－以茶器為例；(5) 馬以兩岸茶文化為基之中式茶具創新設計；(6) 馬借意象與文創商品：轉化與應用；(7) 以Kano mode探討新莊廟街文化商品之魅力因子；(8) 傳統剪紙文化產品設計之模式。				
2	文化創意產業／ cultural and creative industry	7/5	感性學報、設計與環境學報、設計學年刊、明道學術論壇、International Journal of Digital Media Design、傳播管理學刊、國際文化研究	12.7%
論文名稱：(1) 文創商品之感質特性探討；(2) 文創商品之設計與行銷方式探討：以品家家品為例；(3) 文創選品商店感質體驗探討－以臺南藍晒圖趣活為例；(4) 傳統押花飾品創新設計研究；(5) 以質性研究觀點探討兩岸大學生購買工藝類文創商品之認知基模變化；(6) 以基模理論分析臺灣學生購買文創商品之因素：以工藝產業為例；(7) 馬借意象與文創商品：轉化與應用。				
3	文化創意商品	4	工業設計、科技學刊、人文社會類、設計學年刊、藝術學報	4.0%
論文名稱：(1) 情境故事法應用於臺灣原住民商品開發初探；(2) 文化創意商品設計開發於產業化模式之研究；(3) 文化創意商品之設計策略探討－以茶具商品為例；(4) 用產品差異化設計策略於臺灣文化創意皮件設計之研究。				

資料來源：國家圖書館 (2023a, b)，本研究歸整製表。

同樣在 2016 年，乙文也達到了被引用次數的高峰，達 7 篇的高被引用率。而這些引用論文其中的第 1、2、6 篇在甲文之中也有呈現，說明了這些引用論文同時加入了具體的「個案」與權威的「通則」來進行驗證。隨著研究領域的變化和科技的進步，也越來越呈現出「跨域研究」的趨勢，含跨領域整合及加值應用部分，體現在其他產業的轉型發展過程中，如同乙文中所舉案例納入了文化創意產業內容，則會提升產業轉型升級的附加價值。

文化部（2016）後續所提到的提升文化內涵、提振文化經濟、深耕文化內容、支持新銳新創、掌握科技趨勢、豐富文化產業內涵與應用的願景部分，可以與表 6 的引用論文主題大都「重視文化創意產業範疇變為設計實務」部分進行關聯。藉由 2016 年《文化創意產業發展年報》中「文化創意產業施政方向」可以驗證 7 篇期刊論文契合於將臺灣在地文化品牌推向國際的意圖。這 7 篇論文研究領域各有不同和呈現出多樣性的變化，7 篇論文的研究重點可分為兩個部分：一部分是重視在地文化發展提升其文化內涵，另一部分則是重視文化認知與轉換從而朝向深耕文化內容，支持新銳新創，掌握科技趨勢。其根本性目的是都為了推廣在地文化與提升文化內涵來提升文化經濟。政策上著重於盤點在地文化素材、建構文化資料庫以及扶持藝文創作等，對應了引用論文所歸納出的透過文化經濟的傳播，不僅能夠實現「愈在地、愈國際」的文化價值，還契合了文化部所提出的豐富臺灣文化產業內涵與應用，進而行銷臺灣文創品牌的施政方向。

表 6. 乙文 2016 年「被引次數」高峰論文研究主題與關鍵詞之分佈情形

排序	論文名稱	研究領域與研究目的
1	應用產品差異化設計策略於臺灣文化創意皮件設計之研究	建構出「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」，並透過設計策略之應用並將其融入臺灣在地文化。
關鍵詞	文化創意商品；皮件設計；設計模式（文化創意產品）	
2	整合地方文化於設計美學教育之研究－以西螺小鎮為例	透過設計教育去推動文化議題，引導學生去反思、理解、認同地方文化。
關鍵詞	設計美學；地方文化；文化創意設計（文化創意產業）	
3	台北申辦 WDC 競標書之設計策略探討	探究臺北申辦世界設計之都競標書之設計策略實際擬定與執行，找出文化工藝和地方產業轉化至創意設計與城市行銷時之設計策略參考模式。
關鍵詞	世界設計之都；台北城市；國際競標書；設計策略（城市行銷與策略）	
4	策展設計之個案研究－以「詩情畫意－仙雲之美油畫習作展」為例	進行了兩個相關實驗，透過理性的認知模式與感性的審美體驗，探討觀眾的喜好認知與審美感受。
關鍵詞	設計思維；策展模式；傳達效果；參觀體驗（策展設計）	
5	馬偕意象與文創商品：轉化與應用	在時代與大環境之變化下，透過文化創意商品的轉化與應用，藉此瞭解並推廣馬偕意象，使馬偕博士彌足珍貴的思想及文化內涵，得以永續流傳。
關鍵詞	馬偕；文化創意產業；文化商品；文化意象（文化創意產業）	
6	以基模理論分析臺灣學生購買文創商品之因素：以工藝產業為例	研究以縱貫性研究方式追蹤臺灣學生購買文創商品的認知發展與轉變歷程，探討購買文創商品之因素。
關鍵詞	文化創意產業；文創商品；縱貫性研究；紮根理論；基模理論（文化創意產業）	
7	中國詩詞《西江月》應用於服裝創作之研究	本研究期以服裝創作表達中華文化之美，並藉由傳統與創新，詮釋人文層次之時尚美感。
關鍵詞	服裝設計；習慣領域；設計過程；詩詞（習慣領域類別）	
論文研究學門比例 ：藝術學（4）管理學（2）人文學（1）		

資料來源：國家圖書館（2023a, b），本研究歸整製表。

4-2 高被引論文結論與文創產業發展趨勢論證

4-2.1 甲乙論文結論與 2021 年文化創意產業發展趨勢論證

甲文與乙文在結論與設計趨勢的部分有著獨到的見解與長遠的眼光，透過實際的兩部分：「文化創意產業現況與趨勢」和「產品設計產業發展現況與趨勢」來進行驗證。《2022 年臺灣文化創意產業發展年報》中以引用高峰 2016 年至 2021 年的數據為範疇，「產品設計產業」整體在甲文政策實施、乙文研究結論部分有相似性，因為需要創意形成到製作生產、傳播最後到展示行銷的過程，所以與甲文和乙文關鍵的「文化產品／商品」有關聯性。表 7 之中數據呈現了不少企業開始重視產品設計行業，成長率為正比與這兩年持平轉正。次產業中「工業設計」發展部分，在 2021 年的營業額止跌回升，因為生活方式與社交距離的改變，讓更多人在家中的時間變多，或許因此增加了消費慾望，而開啟了添置新產品及產品再設計的市場需求。例如：疫情後新旅行模式所帶動的登山、露營相關輕量產品銷量提升；歐洲市場對電動車、自行車、滑板車等領域的新產品開發需求；或與科技技術應用結合的生活用品持續受到關注，讓不少臺灣產品設計業者從中獲益，都體現了疫後生活方式的改變與永續發展的趨勢。隨著世界經濟的轉變與相關發展趨勢，政府為了鼓勵民間企業轉型，後續政策也隨之發生轉向，從「產、官、學、研」的角色中甲文和乙文在學術領域可以帶動其他領域的發展。

表 7. 2016-2021 產品設計產業 / 次產業「工業設計」之資料整理

總體	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
企業數量	1,449	1,427	1,403	1,389	1,391	1,408
成長率	-0.82%	-1.52%	-1.68%	-1.00%	0.14%	1.22%
次產業「工業設計」						
營業額	40,232,436	45,624,792	44,185,572	41,344,194	40,221,965	41,040,959
成長率	-7.31%	13.40%	-3.15%	-6.43%	-2.71%	2.04%

資料來源：文化部（2022），本研究歸整製表。

而「產品設計產業」在這兩年主要聚焦在創意形成端，以產業鏈上游的設計服務為主軸，近幾年愈發重視永續發展的設計能量與價值轉換，以及與生活美學結合，實際的需求也逐漸擴展到了產品服務系統、服務設計的部分，代表「跨域整合」成為市場競爭力的關鍵。此論點與乙文結論中「提供設計者可快速切入並掌握文化產品設計的依據，有助於文化產品在設計過程中，經由對文化特色的解析及產品呈現的探討，致力於傳遞文化訊息，藉此導引出具文化意涵的產品設計應用」是一種延伸與呼應。透過文化產品的設計應用，藉由產品的發展與創新，傳承文化資產與呈現具文化特色的美學形式，可於日常生活中使用，讓消費者重新認識傳統文化的特色。

文化創意產業的發展歷程（圖 5）中 2016 年成長率是-3.74%，說明雖然在學術研究領域是足夠重視的，其實並沒有實際在文創產業中表現出來，但在 2017 年之後文創產業的營業額和成長率都是處於一個上升的趨勢，說明政府愈加重視文創產業的本土發展與國際化。甲文在 2009 年呼應了設計趨勢並提出了「文化、科技、美學、經濟」四大遠程措施以提升台灣的設計影響力，更多元地展現出「融合文化、美學經濟促成美學設計新興產業」的議題成果，讓臺灣的文化創意產業在大方向有了前瞻性部署。

透過近幾年的營業額數據、成長率比例觀察與「2021 臺灣文化創意產業發展年報」中對於臺灣總體經濟變化論述得知，因為 2020 年民間消費呈現負增長，同時也影響國人於休閒及文化消費的支出，受到 COVID-19 疫情影響，在實施減少群聚、維持社交距離等政策宣導下，使國人消費支出結構呈現大幅變

動，但文化創意產業在臺灣目前越來越得到關注與數位化發展。研究者透過相關學術發表來進一步推動文化創意產業設計的發展趨勢或跨領域學術研究，表明了甲文和乙文後續學術研究被引用的方面在未來會持續受到重視（文化部，2021）。

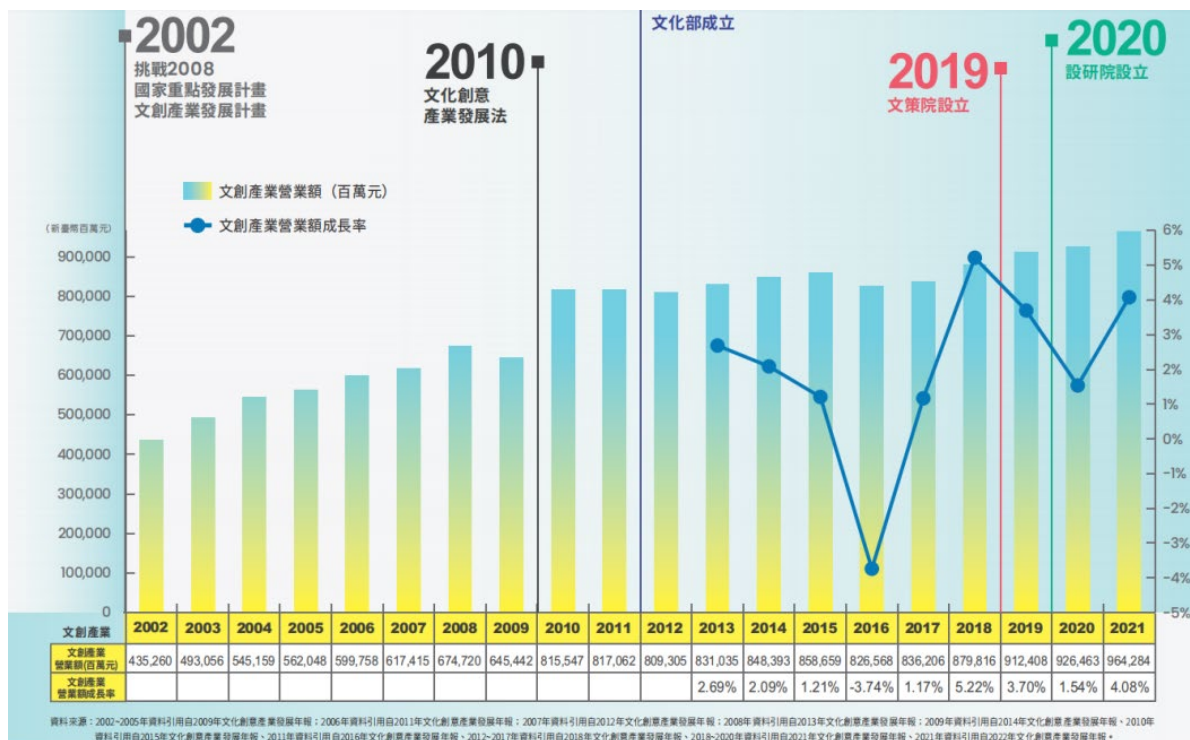


圖 5. 臺灣文化創意產業發展歷程

(資料來源：文化部，2022)

4-2.2 甲乙論文研究主題涉及領域與 2021 年金點設計獲獎案例關聯性分析

臺灣在 2008 年提出「文創產業發展計劃」的新規劃中重點在於拓展創意領域，結合人文與經濟發展文化產業。因此由文化加值為「設計創意」，成就「設計產業」從而形成「美學經濟」，不僅可以提升臺灣的文化競爭力，也可以為經濟做出貢獻。在實務領域則是甲、乙文作為代表高被引用論文主題，與創意領域進行著呼應。

甲文與乙文受關注的時間點開始於 2011 年，這期間的設計聚焦於「產品」之中，而判斷準則不外乎在美學、功能與經濟方面，這與甲乙文的研究範圍是相關聯的。縱觀近十年，「好的設計」內涵標準也一直在不斷更新，目前的趨勢為從美學與功能，到永續倫理的過程。隨著高科技進步與越來越重視文化發展的概念，好的實務設計的所追求的價值，也逐漸脫離純美學與工具性層面，而帶來永續發展目標（SDGs）架構內所提到的促進社會包容且永續的發展、促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式等，使現在的設計顯得更加具有多元價值。其中設計獎項作為一項企業對設計價值與績效衡量的重要指標，不僅是市場提供消費者優質設計的認證，對促進整體設計產業成長，更扮演舉足輕重的角色，因此選擇設計獎項作為案例參考（佘佳慧、宋同正，2021）。而為了鼓勵企業設計創新及提升設計能耐，臺灣政府自 1981 年起設置「金點設計獎」，這是臺灣最具規模和國際知名度的設計獎項，由經濟部工業局所舉辦的「金點設計獎」進行產學合作與設計加值，讓出口的產品能夠提升市場上的競爭力。而後「金點設計獎」在 2014 年開始轉型，定義為「全球華人市場最頂尖設計獎項」，期望褒揚傑出的創新設計產品與作品，提升全民對於設計價值與設計美學的認知。

本研究從最新的「2021 金點設計獎《觀點》專刊」當中能夠呼應社會意識並具有其代表性的兩組金點設計獎作品著手，金點設計的獲獎案例（表 8）中可以發現，越來越多的社會性議題透過設計來提供解決方法，這些作品有著屬於「文化商品」的特色，同時在「文化創意產業」的範疇中展現的更加多元且注重「人性」，並加入了永續發展（SDGs）的概念。學術層面目前的研究主題裡，對於「文化商品」與「文創產業」的跨域研究在作品案例中得到了呼應，在實務層面當中產業領域重視跨界與整合，不再是單一的局限於「美學」或「產品」，而是發展成為「文創商品」、「創意實務」等值得去學術研究或創作的主题。

表 8. 2019 年金點設計獲獎作品案例呈現

名稱	《海廢圖鑑》	《看見海洋微笑》
時間	2019年	2019年
圖片		
設計理念	獲得最佳設計獎的《海廢圖鑑》，將垃圾分門別類、進行創意設計。作為全台第1本海洋廢棄物百科全書，為臺灣的海洋保護議題做出了貢獻。	作為新秀獎的得獎作品，呼應了SDGs的第12項發展目標：負責任的消費與生產。設計師期許更多人重視海洋生態的重要性，做一個負責任的消費者，將永續美好的環境留給下一代。

資料來源：經濟部工業局（2021），本研究歸整製表。

4-3 綜合分析

兩篇高被引論文甲文《融合文化與美學促成文化創意設計新興產業之探討》與乙文《文化產品設計程序》在分析後具體歸納為學理層面與實務層面進行探討。在學理層面顯示了甲文作為被引用第 1 的期刊論文中所代表的「權威性」，對於未來臺灣在文化創意產業策略上的前瞻性部署，與如今讓多數期刊論文引用借鑒所帶來的學術發展有著積極意義，乙文是具體展現實際案例的高被引論文，說明其「參考性」不言而喻，依據其中的設計程序能夠為文化產品類相關論文提供設計模式從而帶來研究價值，並且適用於例如創意發想、工藝產品、裝置藝術製作等研究領域；實務層面具體表現在設計產業當中，甲文更多的期許臺灣未來在文化創意產業所能夠達成的目標，舉例透過舉辦 2011 年世界設計大會吸引更多遊客遊覽臺灣達到經濟效益，讓臺灣透過文化創意產業成為華人文化創意設計發展趨勢的領航者；乙文則希望透過臺灣豐富多元的族群文化特色，讓文化產品的設計展現出深度與廣度，成為發展文化創意產業的重要資產。兩篇高被引論文都有其代表性，但都是為了臺灣的設計研究與產業發展傳遞出積極信號，同時為臺灣設計研究與產業發展做出了貢獻。

聯合國在 2015 年 9 月所通過的永續發展目標（SDGs）架構內，首次在國際發展議程提到了文化，對於文化的重視程度或許可從 2016 年論文引用率提升可窺探一二。而在《2021 年臺灣文化創意產業發展年報》中提到，在 2020 年成立的「財團法人台灣設計研究院（Taiwan Design Research Institute, TDRI）」，其定位是跨域整合設計創價服務平台、國際級的設計創新研究智庫，其發展的重點以設計創新提升臺灣國際競爭力，引領產業和社會永續發展，提升國民生活價值為願景。其中相關施政計畫與甲文所提未來政策有些許的相似度，在設計研究過程中承前啟後，都以「設計」為核心，重視產業調查、人才研究與

前瞻趨勢研究等，像是推動公務人員美學教育訓練、推廣企業導入設計創新、導入「以人為本」的開發觀念等，都是符合甲文和乙文的結論與未來展望，為的是鼓勵臺灣的文化創意產業運用設計思考建立設計創新戰略來發展新藍圖。

政策方面在《2022 台灣設計力調查報告》結論與建議部分以「打造設計生活創新治理、培養全民的設計價值思維」和「投入前瞻設計研究領域，以因應明日市場的創造」對應了甲文結論中的第三點：運用設計結合國際展會，打造全民美學運動，提升臺灣整體設計及品牌形象；第四點：推廣創意生活事業特有生活主張，驅動產業創新優勢，也足以說明在 2009 年所發表的甲文提出的研究結論具有前瞻性，至 2022 年都能夠契合臺灣對於未來設計力趨勢的看法。而在乙文的結論部分重點在文化產品的設計開發，與設計轉換應用方面有著獨到的見解，是由「設計思考轉換」探討解析文化特色，亦可幫助思考各個層次型態的文化產品設計應用。這與報告結論的「強化跨領域協作機制和資源串聯，創造產業創新價值鏈」有著異曲同工之妙，因為都是對於設計過程的一個更加全面性的考量，設計產業積極考慮朝著未來經濟、社會與環境價值進行轉型的部分，正是乙文所提到的建議將文化產業納入發展重點策略，藉此協助產業轉型提升產業競爭力的建議。綜上所述，甲文與乙文比對起近兩年相關的文化政策的關聯性，更像是甲文與乙文在 2009 年與 2011 年的研究方向順應時代發展從而影響政策，而如今的政策則會影響近年來相關論文研究方向的過程。

五、結論與建議

5-1 研究結論

甲文《融合文化與美學促成文化創意設計新興產業之探討》與乙文《文化產品設計程序》有著許多相同的點。整合引用甲、乙之相關論文 64 篇期刊論文（扣除重複之 13 篇）所延展的知識地圖後，可以得知從 2011-2021 年的過往，研究領域不斷地以「文化產品、文化創意商品、文化創意、文化創意產業、感質」為首要的共同關切；而像是「體驗設計、參觀體驗」的研究主題是從不同的領域所擴展出來的；另外，許多研究也回溯了「符號學、基模理論」的理論探討與轉化應用。綜合分析，近 10 年的設計研究學者們，在文化創意產業的基礎之上重視以「人性」為本，在文化的範疇中，不僅嘗試拓展學理層面的跨學門交流，更強化實務層面的應用探討，以激勵創意產業發展所需的創新學理。

針對臺灣的設計研究近十年的發展趨勢中，因為科技的進步，帶動產業的多元化，而重視「人性」為前提，則是有關於「文化」的部分。從原先最開始對文化創意設計新興產業的具體措施和策略探討到朝著跨領域、跨學門的研究合作發展，除了臺灣越來越重視以設計來提升臺灣國際競爭力之外，也有文化創意產業發展特性日趨復合且多元的過程。近兩年的引用論文多以「文創商品」、「創意實務」、「產品模式」等等與跨文化有所關聯，比起最早 2011 年較為單一的以「美學」、「感質」、「文化產品」等進行研究也能夠體現出跨學門的研究與合作。而設計研究的趨勢部分也包括回歸重視傳統價值的創新發展，甲文和乙文都對於臺灣未來的文化創意產業提供了對應的「通則」與具體的「個案」，來推動藝術創新、文化創新到設計創新、社會創新的一整套模式與平台從而達到永續發展的設計策略，體現兩篇高被引論文對於文化部重點在政策「結合創生傳承與創新文化，深化社造與文化資產保存」實施上的前瞻性。

其次，臺灣設計研究的影響力部分以藝術類為例，近兩年的臺灣學術資源影響力中甲文與乙文一直都名列前茅，相較於其他前 10 名多數以博物館相關領域為主的情況下，更增加了設計學門中「文化創意產業」在其中的研究比例與範圍，甚至可以慢慢推動相關學門的獨立設置。以「文化創意」和「產品設計」等作為一個大的框架，將相關設計領域的研究集結在一個範圍內，並不斷地將結論與未來展望進行延伸，也顯示針對獨立學門的發展具有其重要性。以目前臺灣積極的推動以人為本的文化施政，持續研究、梳理、推展臺灣藝術史並深耕文化「歷史感」的部分，為的是將臺灣與世界整體歷史與發展聯結，形塑文化的「國際感」。而在相關學門的重視過程中著重國內與國際之間的學術影響力，鼓勵中英論文的同步發表，能夠為臺灣在未來從文化創意產業領域的設計學理研究還是設計實務部分都有所建樹。

5-2 研究建議

本研究發現有關於設計領域的研究發展與領域延伸已經有了十分豐碩的研究收穫。後續文獻分析中研究者在對高被引論文評量的過程中應重視「知識地圖的延伸」、「關鍵詞整理」、「引用高峯期」等值得去進行對比分析的數據部分，高被引論文部分在結論與建議部分與現在所提的設計趨勢與研究發展之間有何關聯性，政策方面是否朝著向「跨領域」去進行發展值得後續進行探討。另一方面，也可以透過這些數據去了解文獻與所在地區相關學科發展趨勢的關係，其次在論文引用文獻的部分，除了權威作者、出處與引用率之外，對引用文獻當中直接引述的內容可以進行探究，可透過「直接引述」與「間接引述」的文章進一步展開分析發掘更多的研究脈絡。

誌謝

感謝審查委員對本文的指正與修訂建議，讓本研究得以補充疏漏並順利完成。同時感謝國立臺灣藝術大學創意產業設計研究所的林榮泰教授對研究樣本的提供與文章寫作的指導。

參考文獻

1. Egghe, L., & Rousseau, R. (1990). *Introduction to informetrics: Quantitative methods in library, documentation and information science* (p. 211). Amsterdam: Elsevier Science Publishers.
2. Gross, P. L., & Gross, E. M. (1927). College libraries and chemical education. *Science*, 66(1713), 385-389. <https://doi.org/10.1126/science.66.1713.385>
3. Voos, H., & Dagaev, K. S. (1976). Are all citation equal? Or, did we op cit your idem? *The Journal of Academic Librarianship*, 1(6), 19-21.
4. Coffman, J. W. (1985). *A bibliometric analysis of a selected literature dealing with the humanities from the dictionary of the history of ideas* (Unpublished doctoral dissertation). Cleveland, OH: Case Western Reserve University.
5. Smith, L. C. (1981). Citation analysis. *Library Trends*, 30(1), 83-106.
6. Zitt, M., & Bassecoulard, E. (1994). Development of a method for detection and trend analysis of research fronts built by lexical or cocitation analysis. *Scientometrics*, 30(1), 333-351.

- <https://doi.org/10.1007/bf02017232>.
7. 文化部 (2016)。2016 臺灣文化創意產業發展年報。臺北：文化內容策進院。
Ministry of Culture. (2016). *2016 Taiwan cultural & creative industries annual report*. Taipei: Taiwan Creative Content Agency. [in Chinese, semantic translation]
 8. 文化部 (2021)。2021 臺灣文化創意產業發展年報。臺北：文化內容策進院。
Ministry of Culture. (2021). *2021 Taiwan cultural & creative industries annual report*. Taipei: Taiwan Creative Content Agency. [in Chinese, semantic translation]
 9. 文化部 (2022)。2022 臺灣文化創意產業發展年報。臺北：文化內容策進院。
Ministry of Culture. (2022). *2022 Taiwan cultural & creative industries annual report*. Taipei: Taiwan Creative Content Agency. [in Chinese, semantic translation]
 10. 王宏德、王豐璋、吳柏岳、梁鴻翔 (2022)。111 年臺灣學術資源影響力分析報告：臺灣學術資源利用及研究主題概況。臺北：國家圖書館。
Wang, H. T., Wang, F. W., Wu, P. Y., & Liang, H. S. (2022). *111 years Taiwan academic resources impact analysis report*. Taipei: National Central Library. [in Chinese, semantic translation]
 11. 朱宏源 (1999)。撰寫博碩士論文實戰手冊。臺北：正中書局出版。
Chu, Y. (1999). *A practical manual for writing Master's theses*. Taipei: Cheng Chung Book Co., Ltd [in Chinese, semantic translation]
 12. 財團法人台灣設計研究院 (2022)。2022 台灣設計力報告。臺北：台灣設計研究院。
Taiwan Design Research Institute. (2022). *Design in Taiwan report 2022*. Taipei: Taiwan Design Research Institute. [in Chinese, semantic translation]
 13. 經濟部工業局 (2021)。2021 金點設計獎《觀點》專刊。臺北：台灣設計研究院。
Industrial Development Bureau, MOEA. (2021). *2021 Golden Pin Design Award "Perspective" special issue*. Taipei: Taiwan Design Research Institute. [in Chinese, semantic translation]
 14. 王瑞良、許子凡 (2019)。台灣包裝學術研究之文獻計量分析。《設計學研究》，22 (2)，121-142。
Wang, R. L., & Hsu, T. F. (2019). Packaging research in Taiwan by bibliometric analysis method. *Journal of Design Science*, 22(2), 121-142. [in Chinese, semantic translation]
 15. 余佳慧、宋同正 (2021)。探討金點設計獎項價值及體驗影響因子。《設計學報》，26 (4)，71-91。
Sher, C. H., & Sung, T. J. (2021). Exploring the factors affecting values and experience on Golden Pin Design Awards. *Journal of Design*, 26(4), 71-91. [in Chinese, semantic translation]
 16. 林榮泰、林伯賢 (2009)。融合文化與美學促成文化創意設計新興產業之探討。《藝術學報》，5(2)，81-106。
Lin, R. T., & Lin, P. H. (2009). A study of integrating culture and aesthetics to promote cultural and creative industries. *Journal of National Taiwan College of Arts*, 5(2), 81-106. [in Chinese, semantic translation]
 17. 邱淑麗、王梅玲、李美慧 (2000)。我國科技期刊引用文獻資料庫原型之建置與應用。《資訊傳播與圖書館學》，7 (2)，49-70。
Chiou, S. L., Wang, M. L., & Lee, M. H. (2000). The prototype of Taiwan science citation index and its applications. *Journal of Information, Communication, and Library Science*, 7(2), 49-70. [in Chinese, semantic translation]
 18. 徐啟賢、林榮泰 (2011)。文化產品設計程序。《設計學報》，16 (4)，1-18。
Hsu, C. H., & Lin, R. T. (2011). A study on cultural product design process. *Journal of Design*, 16(4), 1-18.

- [in Chinese, semantic translation]
19. 黃琬雅、嚴貞（2007）。1996-2004 台灣設計學報研究趨向及引文分析研究。《設計學報》，12（1），1-7。
Huang, S. Y., & Yen, J. (2007). Research trends and citation analysis of articles published in Journal of Design between 1996 and 2004. *Journal of Design*, 12(1), 1-7. [in Chinese, semantic translation]
 20. 蔡明月（2003）。資訊計量學與文獻特性。《國家圖書館館刊》，92（1），227-230。
Tsay, M. Y. (2003). Informetrics and characteristics of literature. *National Central Library Bulletin*, 92(1), 227-230. [in Chinese, semantic translation]
 21. 黃琬雅、嚴貞（2004）。從台灣視覺傳達設計研究所之學位論文看學門發展趨勢。《國際設計論壇暨第九屆中華民國設計學會設計學術研討會論文集（頁 1-6）》。臺北：中華民國設計學會。
Huang, S. Y., & Yen, J. (2004). Trends in the development of the discipline as seen in the degree thesis of the Institute of Visual Communication Design in Taiwan. In *Proceedings of the International Design Forum and the 9th Design Symposium of the Design Institute of the Republic of China* (pp. 1-6). Taipei: Design Institute of the Republic of China. [in Chinese, semantic translation]
 22. 國家圖書館（2023a）。《臺灣人文及社會科學引文索引資料庫》。取自：<https://tci.ncl.edu.tw/cgi-bin/g32/gswweb.cgi/ccd=XU7ubN/tcisearcharea?opt=1&mode=basic>
National Central Library. (2023a). *Taiwan Citation Index–Humanities and Social Sciences*. Retrieved from: <https://tci.ncl.edu.tw/cgi-bin/g32/gswweb.cgi/ccd=XU7ubN/tcisearcharea?opt=1&mode=basic>. [in Chinese, semantic translation]
 23. 國家圖書館（2023b）。《臺灣人文及社會科學引文索引資料庫：「設計學報」檢索資訊》。取自：https://tci.ncl.edu.tw/cgi-bin/g32/gswweb.cgi/ccd=CAyRv4/tcisearch_opt1_search#result
National Central Library. (2023b). *Taiwan Citation Index–Humanities and Social Sciences: “Journal of Design” Search for information*. Retrieved from: https://tci.ncl.edu.tw/cgi-bin/g32/gswweb.cgi/ccd=CAyRv4/tcisearch_opt1_search#result. [in Chinese, semantic translation]

附錄

附錄 1. 引用甲文期刊時間與書目具體呈現

融合文化與美學促成文化創意設計新興產業之探討被期刊引用次數				
期刊(39) 博士論文(2) 碩士論文(27) 專書(0) 專書論文(0) 共同引用: 20 排除自我引用: 37				
關鍵字: 文化創意; 產品設計; 美學經濟; 服務創新設計; Cultural and Creative Industries; Product Design; Aesthetics; Service Innovation Design				
作者	論文名稱	學位論文或期刊名稱	時間	
1 李佳蓉/謝冠冕 /陳文姬	臺灣滷味博物館的文創商品設計理念與行銷策略	人文資源研究學報	2020	
2 張子強/林伯賢/ 林榮泰	傳統剪紙文化產品設計之模式	設計學研究	2020	
3 林育如	地方文化策展實踐之研究: 以「結金蘭—臺灣國際蘭展」為例	藝見學刊	2020	
4 馮文君/陳殿禮	臺灣家具設計受包浩斯風格之影響—以品牌家具「有情門」為例	設計學報	2019	
5 葉萊俐	運用「歷史」表述之策展設計—以「潮代」展為例	設計學研究	2019	
6 孫怡康/林思瑤/ 孫銘賢	經典設計的當代評量: 包浩斯百年風華的省思	設計學報	2019	
7 陳逸聰/莊富凱	空間文化創意研究—以高雄市老屋再利用之餐廳個案調查為例	International Journal of Digital Media Design	2019	
8 顏惠芸	情感設計因素影響文創產品喜好之模式建構與分析	設計學報	2018	
9 洪珮華/林伯賢	臺灣文創商品風格探究	藝術學報	2017	
10 謝修璟	應用產品差異化設計策略於臺灣文化創意皮件設計之研究	藝術學報	2016	
11 謝修璟	整合地方文化於設計美學教育之研究—以西螺小鎮為例	文化創意產業研究學報	2016	
12 黃偉倫	臺灣與韓國設計產業政策之研究	產業與管理論壇	2016	
13 楊時昕/黃文宗	創意經濟下的設計管理研究	文化創意產業研究學報	2016	
14 莊東燐/區淑嫻/ 邵嘉葦	以基模理論分析臺灣學生購買文創商品之因素: 以工藝產業為例	傳播管理學刊	2016	
15 趙惠芬/張秀樺/ 林靜怡	文創產業營銷專業知能之人才培育—以工藝設計產業為例	東海大學圖書館館刊	2016	
16 閻建政/阮灘超	文化創意商品智慧財產之保護與管理	設計學報	2016	
17 閻瑞珍	論美感教育之推行與現有改革之狀況—以彰化縣舊館國小為例	臺中教育大學學報—人文藝術類	2015	
18 莊育林/吳俊杰/ 楊永盛	以 Kano mode 探討新莊廟街文化商品之魅力因子	華梵藝術與設計學報	2015	
19 陳鴻勝	文學與設計—以創意為溝通的橋樑	藝見學刊	2015	
20 林麗英/邱上嘉	新娘彩妝視覺意象分析之研究: 以 2008~2012 年新新娘雜誌為例	設計學報	2014	
21 顏惠芸/林伯賢/ 林榮泰	文創商品之感質特性探討	感性學報	2014	
22 陳啟雄/陳兵誠	文化創意商品設計開發於產業化模式之研究	科技學刊—人文社會類	2014	
23 張淑華/林榮泰	創意生活產業感性場域與感質商品之體驗—The One 南園之個案研究	感性學報	2013	
24 林美婷/林榮泰/ 林伯賢	從文創系所之目標分析未來文創人才之能力	教育研究月刊	2013	

資料來源: 國家圖書館 (2023a, b), 本研究歸整製表。

附錄 1. 引用甲文期刊時間與書目具體呈現 (續)

融合文化與美學促成文化創意設計新興產業之探討被期刊引用次數				
期刊(39) 博士論文(2) 碩士論文(27) 專書(0) 專書論文(0) 共同引用: 20 排除自我引用: 37				
關鍵字: 文化創意; 產品設計; 美學經濟; 服務創新設計; Cultural and Creative Industries; Product Design; Aesthetics; Service Innovation Design				
	作者	論文名稱	學位論文或期刊名稱	時間
25	林美婷／林榮泰	從工業設計雜誌封面分析臺灣設計的轉變	藝術學報	2013
26	謝修璟／李靜芳	以「在地文化」為主題之設計創作教學研究	藝術學報	2013
27	顏惠芸／林伯賢	文創商品之設計與行銷方式探討：以品家家品為例	設計與環境學報	2013
28	蔣政衛／謝易珉	文化創意設計課程融入服務學習之探討與應用	臺北海洋技術學院學報	2013
29	林榮泰／徐啟賢	數位典藏應用於文化產品設計加值之分析	教育資料與研究	2012
30	陳璽敬／徐啟賢 ／林志隆	詩詞意象轉化感質商品的設計運用	藝術論文集刊	2012
31	廖素芳／陳孝銘	從符號學角度探討禪文化創意商品－以“和氣生茶”茶組設計為例	設計與產業學報	2012
32	顏惠芸／林榮泰	從文創產業的感質商品到商業模式的設計加值	藝術學報	2012
33	洪詠善	文化創意世代中美感教育的課程圖像	教育研究與發展期刊	2012
34	董芳武	傳說為設計泉源：以龍生九子為產品設計之題材	設計學報	2011
35	林榮泰	從服務創新思維探討感質體驗設計	設計學研究	2011
36	吳國淳	培養視覺藝術產業經營管理人才核心能力之教育策略研究	國立空中大學社會科學學報	2011
37	江明修／高孟婷／ 黃曉君	美學經濟之文化脈絡析探：以客家女性企業家為例	客家公共事務學報	2011
38	黃慧文	由美學與設計舞出產業新紀元	臺灣經濟研究月刊	2011
39	徐啟賢／林榮泰	文化產品設計程序	設計學報	2011

資料來源：國家圖書館（2023a, b），本研究歸整製表。

附錄 2. 引用乙文期刊時間與書目具體呈現

文化產品設計程序				
被引用次數:期刊(38) 博士論文(2) 碩士論文(21) 專書(0) 專書論文(0)排除自我引用: 38 共同引用: 248				
關鍵字: 文化產品; 設計程序; 文化特色; Cultural Product; Design Process; Cultural Features				
作者	題目	學位論文或期刊名稱	時間	
1 賴錦春/莊慶昌 /高凱寧	文化創意商品之設計策略探討—以茶具商品為例	設計學年刊	2021	
2 張翠園	中國詩詞應用於旗袍創作之研究	紡織綜合研究期刊	2021	
3 張子強/林伯賢/ 林榮泰	傳統剪紙文化產品設計之模式	設計學研究	2020	
4 林敬榮/顏惠芸	從文化創新之觀點探討日本福祉美容服務	臺灣高齡服務管理學刊	2020	
5 葉萊俐 /林育如 /陳俊良	從「百工再起」的策展探討觀眾體驗之情感效應	藝術論衡	2020	
6 林怡菁/張文智/ 衛萬里	消費者對文化商品造形符碼之認知差異探討—以 茶器為例	工業設計	2020	
7 林怡菁/張文智/ 林福年	消費者對文化商品造形符碼之認知差異探討—以 茶器為例	設計學年刊	2020	
8 林同利/陳俊宏 /林磐聳	文創選品商店感質體驗探討—以臺南藍晒圖趣活 為例	設計學年刊	2020	
9 魏雅惠	檔案文化產品開發及展售—以國家發展委員會檔 案管理局為例	檔案	2019	
10 賴志純/呂佳育	運用 AR 技術探討沿海文化雕塑造型建構	設計研究學報	2019	
11 衛萬里/孫晨暘	以兩岸茶文化為基之中式茶具創新設計	設計學年刊	2019	
12 林聖硯/林展立	融入使用者經驗的博物館觀眾研究與科技導覽設 計模式: 以國立中正紀念堂為例	博物館與文化	2018	
13 魏雅蘋	策展論述與博物館文化商品設計—以臺史博開發 二二八特展商品設計為例	歷史臺灣	2018	
14 顏惠芸	情感設計因素影響文創產品喜好之模式建構與分 析	設計學報	2018	
15 顏惠芸/林敬榮 /林榮泰	從設計人因到文化人因研究歷程之探討—一個設 計教育學者的觀點	商業設計學報	2018	
16 楊明憲	轉化漢字姓名為療癒性藝術商品之設計	藝術論衡	2017	
17 莊東燐/倪炎元	以質性研究觀點探討兩岸大學生購買工藝類文創 商品之認知基模變化	International Journal of Digital Media Design	2017	
18 顏惠芸	文化元素轉換時尚設計因素探討—以紐約大都會 博物館「中國: 鏡花水月」時裝展為例	設計學報	2017	
19 謝修璟	應用產品差異化設計策略於臺灣文化創意皮件設 計之研究	藝術學報	2016	
20 謝修璟	整合地方文化於設計美學教育之研究—以西螺小 鎮為例	文化創意產業研究學報	2016	
21 林育如/陳俊良/ 林伯賢	台北申辦 WDC 競標書之設計策略探討	藝術學報	2016	
22 陳璽敬/顏惠芸/ 李仙美/林志隆	策展設計之個案研究—以「詩情畫意-仙雲之美油 畫習作展」為例	設計學報	2016	
23 吳明憲/陳俐甫/ 官莘儒	馬偕意象與文創商品: 轉化與應用	國際文化研究	2016	
24 莊東燐/區淑嫻/ 邵嘉葦	以基模理論分析臺灣學生購買文創商品之因素: 以工藝產業為例	傳播管理學刊	2016	
25 張翠園/李穎昕	中國詩詞《西江月》應用於服裝創作之研究	習慣領域期刊	2016	

資料來源: 國家圖書館 (2023a, b), 本研究歸整製表。

附錄 2. 引用乙文期刊時間與書目具體呈現 (續)

文化產品設計程序				
被引用次數：期刊(38) 博士論文(2) 碩士論文(21) 專書(0) 專書論文(0)排除自我引用: 38 共同引用: 248				
關鍵字：文化產品；設計程序；文化特色；Cultural Product；Design Process；Cultural Features				
作者	題目	學位論文或期刊名稱	時間	
26 莊育林／吳俊杰／楊永盛	以 Kano mode 探討新莊廟街文化商品之魅力因子	華梵藝術與設計學報	2015	
27 林勤敏／曾明／林鈺珊／謝威程	傳統押花飾品創新設計研究	明道學術論壇	2014	
28 陳璽敬／陳俊良／林志隆	策展理念傳達效果探討：以「原來臺灣」展覽為例	設計學報	2014	
29 陳月英／黃文宗／朱維政	比喻式設計探討客家文化商品研究	商業設計學報	2014	
30 顏惠芸／林伯賢／林榮泰	文創商品之感質特性探討	感性學報	2014	
31 陳啟雄／陳兵誠	文化創意商品設計開發於產業化模式之研究	科技學刊. 人文社會類	2014	
32 楊孟霖／張國賓	情境故事法應用於臺灣原住民商品開發初探	工業設計	2013	
33 謝修璟／李靜芳	以「在地文化」為主題之設計創作教學研究	藝術學報	2013	
34 顏惠芸／林伯賢	文創商品之設計與行銷方式探討：以品家家品為例	設計與環境學報	2013	
35 陳世杰／詹玉艷	觀光工廠特色商品開發研究	商業設計學報	2012	
36 陳璽敬／徐啟賢／林志隆	詩詞意象轉化感質商品的設計運用	藝術論文集刊	2012	
37 廖素芳／陳孝銘	從符號學角度探討禪文化創意商品—以“和氣生茶”茶組設計為例	設計與產業學報	2012	
38 顏惠芸／林榮泰	從文創產業的感質商品到商業模式的設計加值	藝術學報	2012	

資料來源：國家圖書館 (2023a, b)，本研究歸整製表。

Exploring Design Trends through Highly Cited Design Papers: A Case Study on Two Highly Cited Journal Articles in TCI-HSS

Yi Hang Lin* Yi Fu Hsu** I Ying Chiang*** Yikang Sun****

Graduate School of Creative Industry Design, National Taiwan University of Arts

* yh1206203323@163.com

** light617617@gmail.com

Department of Arts and Design, National Tsing Hua University

*** iychiang@mx.nthu.edu.tw

College of Art & Design, Nanjing Forestry University

**** Corresponding author: sunyikang120110@hotmail.com

Abstract

Academic papers play a pivotal role in the dissemination of knowledge. The comprehensive analysis of highly cited papers not only allows us to comprehend the evolution of the authors' research ideas but also facilitates the identification of trends and hot topics in a particular field. This is of immense value to other researchers. In this article, we delve into the trends related to design development through a literature analysis of two representative highly cited papers ranked 1st and 10th in the category of Arts in the Taiwan Academic Resource Impact Analysis Report for the Year 111. These two papers were authored by the same scholar, which adds significance to our examination. We employ a systematic approach, utilizing knowledge maps, keywords, and highly cited periods to analyze 64 journal papers from the design field that have cited these two articles between 2011 and 2021. This analysis explores the research themes, disciplinary affiliations, evolving trends, and cited references of these papers. Our findings are as follows: Both highly cited papers hold significant academic and practical value, contributing to the academic research and industrial development of design in Taiwan. The focus of these highly cited papers aligns with the trends in design development in Taiwan. They provide fresh perspectives and methodologies for design research from an interdisciplinary standpoint. To some extent, these two papers have increased the research interest in cultural and creative industries within the design discipline. In

conclusion, we argue that the emphasis on and citation of highly cited papers should go beyond mere citation counts or frequencies. Instead, we should use this data to understand the relationship between the literature and the development trends in the relevant disciplines and regions. We should also examine whether the articles citing these papers are also conducting research and analysis in related disciplines or industries. Future research could further analyze articles that directly cite and indirectly cite these papers to gain insight into their context, thereby providing valuable references for researchers in related fields.

Keywords: Design Trend Research, Citation Analysis, Cultural and Creative Industries, Diversified Development.