

## 一、閱讀動機

這學期我修了「創新之探索與演練」，也在另一門課程「創意思考與創新管理」設計了一台名為「樂活·自由行」的智慧助行器，為奶奶解決出門時的生理與心理雙重困境。從發想、同理心地圖、到期中報告簡報—每一步都讓我意識到：設計的難處不是「做不出來」，而是「做出來之後，怎麼讓別人一眼就可以看懂」。

做簡報時，我需要把複雜的機構圖、使用流程、同理心洞察，濃縮成五分鐘就能打動老師與同學的視覺語言。這讓我在書單裡看到《用 Canva 設計超快超質感》時直接停下一書名的「超快」對應我交件時間緊迫的焦慮，「超質感」是我不想讓奶奶覺得自己像醫療病患的堅持。我原以為這是一本教工具的書，讀下去才發現：它更像是對一個「工具民主化時代」的設計宣言—人人都能設計，但不代表人人都能設計得好。本文就從我做助行器的經驗出發，回過頭反思這個宣言對我的意義。

## 二、獲得啟發的章節內容

由於時間限制，本文主要從本書的目錄架構、作者定位與出版脈絡觀察此書揭示的設計趨勢。即使只是目錄一覽，三個章節群仍足以讓我反覆思索。

第一，基礎設計篇(Part 2 至 Part 5) 涵蓋個人履歷、橫式桌曆、廣告傳單與大型海報。這四個主題共通點是「生活化、個人化、非專業設計場景」。作者文淵閣工作室把 Canva 定位為「設計不求人」的工具—讓學生、老師、上班族、自媒體創作者，都能產出過去需要外包設計師才能完成的作品。這反映了近五年設計產業的重大轉變：設計能力正從特定職業的專業技能，變成每個現代工作者的基礎素養。

第二，多元應用篇(Part 6 至 Part 8)與網路行銷篇(Part 9 至 Part 10) 涵蓋三折頁菜單、旅遊提案電子書、宣導簡報、社群貼文與短影音、一頁式購物平台。這些主題揭示：設計的載體正在全面化。十年前我們只談「平面設計」，現在設計師要同時處理靜態圖、翻頁電子書、短影音、互動網站—而 Canva 用同一套工具覆蓋這些載體。這對做助行器的我格外有意義：一個作品要被看見，不只需要「產品本身」，還需要簡報、海報、社群短片、展示網頁—每一個都要有質感。

第三，最讓我有感的是附錄 A「Canva AI 圖像繪本—結合 ChatGPT 快速生成」。這段目錄揭示了更新一層的趨勢：AI 繪圖已從實驗室走進日常設計工具。Canva 把 Text-to-Image 與 ChatGPT 的文案生成整合進繪本製作流程，讓創作者用文字描述就能快速生成圖像素材。這恰好是我做助行器期中報告時最痛苦、也最獲益的部分—我用 AI 生成大量「活動護欄」的概念圖、用 ChatGPT 輔助撰寫同理心地圖的敘事。

從這三個章節群，我看到此書隱含的主張：設計的未來不是「會不會用工具」，而是「面對如此多工具與範本，創作者如何做出正確的選擇」。這個主張，剛好接上我接下來要講的反思。

### 三、反思與論述

本節不談書中的工具細節，而想談這本書的副標題—「超快超質感」—對我做助行器這段時間的衝擊。我有三層反思。

第一層：AI 生得出來，不代表 AI 生得對。

做助行器簡報時，我最卡關的一個環節，是要用 AI 繪圖工具產出作品的各式概念圖。我前後重試了大約十五次，作品被指導老師退件兩次。問題五花八門：我想畫的「活動護欄」，AI 有時把它畫成關住奶奶的牢籠、有時畫成裝飾柵欄、有時乾脆消失；我想畫的「智慧力矩把手」，AI 只畫出單邊的手把，或把手把方向轉了一百八十度；我想畫的「整合式置物籃」，AI 把籃子放大到奶奶根本無法操作的比例。我一度以為是 AI 不行。

後來我才發現，不是 AI 不行，是我還沒想清楚「我要的是什麼感覺」。當我在 prompt 之前先寫下一句話—「我要的是讓奶奶坐下時感到安全、而非被困住」、「我要的是讓奶奶一手就能輕鬆推動、而非需要兩手出力撐住的工具感」—把這些判斷放進 prompt，AI 生出來的圖才開始接近我要的。這讓我理解：「超快」的工具從來不會替代「知道自己要什麼」的判斷力。Canva 書名強調「5 分鐘將想法快速轉化為設計」，但那個關鍵字是「想法」—沒有想法，工具再快也只是在更快地犯錯，甚至讓人誤以為犯的錯是工具的錯。

第二層：美感之於醫療輔具是必要，不是加分。

做助行器的過程中有一個核心決策：我不希望它看起來像「醫療輔具」。市面上大部分

助行器長得像醫院設備——金屬灰、外觀工具化、強調「功能性」。但我觀察到奶奶對這類產品的反應：她不是不需要，是不想讓自己被看作「需要」。

這個觀察讓我重新看待設計美感的角色。在傳統觀念裡，功能導向的產品(尤其醫療、工業、輔具)常把美感視為「預算允許的話才加」的裝飾。但我做完助行器後確信：當使用者的感受是產品核心功能的一部分時，美感就不再是裝飾，而是功能。我期待的奶奶最佳回饋不是「這台很好用」，而是「太棒了!這真是超乎我的想像，比市面上的助行器好太多了。」——如果有一天她真的這樣說，她稱讚的不會是任何一個機構巧思，而是整體的感受。

這一點呼應了 Canva 書中反覆強調的「質感」。書中介紹履歷、桌曆、海報、社群貼文的設計原則，表面在談配色、排版、字體——其實都在談同一件事：如何讓使用者在接觸作品的第一秒，產生對的感受。

第三層：當「產出」變便宜，「判斷」變珍貴。

這是我對書名「超快超質感」的重新詮釋。

「超快」描述的是這個時代的真實：Canva 範本、AI 繪圖、ChatGPT 文案、一鍵式短影音——產出一份看起來像樣的設計作品，從過去的數天縮短到數分鐘。這是好事，它讓非專業者(像我這樣的企管系學生)也能為奶奶做出像樣的設計。

但「超質感」反而變難了。當所有人都能「快」，區別在於誰的作品真的讓人停下來感受。而這需要的不是更好的工具，是對使用者的深刻同理、對自己想傳達什麼的清晰判斷、以及願意反覆修改 prompt 三十次也要做到對的耐性。

換句話說：工具民主化讓設計的「門檻」降低了，但讓設計的「上限」變高了——因為在所有人都能做 60 分的時代，90 分的作品才會被看見。

回到本文開頭的命題：這本書表面在教工具，實際在揭示一種設計者在工具民主化時代必備的自我要求——在無數範本與 AI 隨手可用的時代，真正能拉開差距的，不是誰的工具更快，而是誰願意在按下生成鍵之前，先問自己一句：「我到底想讓對方感受到什麼？」這是我做助行器這段時間最具體的學習，也是本次閱讀最核心的收穫。

#### 四、參考文獻

1. 文淵閣工作室(2023)。《用 Canva 設計超快超質感：平面、網頁、電子書、簡報、影片製作與 AI 繪圖最速技》。台北：碁峰出版社。
2. 王新壹(2026)。〈「樂活·自由行」智慧助行器—期中報告〉。中華大學「創意思考與創新管理」課程作業，授課老師：莊英慎。