第四章　研究結果

第一節　Chrome hearts 的簡介

Richard Eric Stark是Chrome Hearts公司創辦人，其前身為皮革產品公司，在1988年為了要將自己的概念商品化，與Leonald Kamhout、John Bawman合作，而創立Chrome Hearts 公司。

1989年3月開始正式運作，從事電影之衣類製作，1991年起開始製作有關兒童之產品，同時該公司產品在日本時尚專賣店博得好評，因此在海外提高其產品的知名度，1992年更得到美國時尚設計協會大獎（Council of Fashion Designers of America的簡稱），之後該公司名稱遠近馳名。1994年將總公司遷至好萊塢，企圖擴張其業務範圖，2000年在洛杉磯開Chrome Hearts LA，目前除了美國本土之外，Chrome hearts在香港以及日本大阪、東京皆設有專賣店，相同的產品在日本售價最高、香港次之、美國本店價格最低廉。

該公司主要產品為戒指、項鍊、手鍊等銀飾品，這些產品款式主要有Cross、Dagger、BS Fleur、Heart、Star之五大類。在產品上面會有Chrome hearts的刻印亦分成五種類別，分別是：花文字條、花文字、小羅馬字、大文字、大小文字。

就銀飾品的價格來說，Chrome hearts的售價是相當昂貴的，若以戒指、項鍊、手鍊三項來看的話，其中以戒指的價錢最低，美國的售價較低，Floral Cross Ring的售價折合台幣約17000元，而Dagger Ring折合台幣約15000元，這些價錢皆以純銀打造，並無任何裝飾品，Chrome hearts的旗下產品並非只有純銀飾品，尚可以寶石、鑽石等作為點飾、裝飾之用，售價則是超過台幣50000元。

在項鍊部分，基本上墜子都是純銀的，而配戴的項鍊基本上可分為兩種：皮繩或銀鍊兩種，皮繩類的項鍊價錢約10000到20000元都有，但若是銀鍊的話，價格約在50000元上下；在手鍊部分，大致上的售價在50000到60000元之間，手鍊的部分可分為ID、Chain、ball等數種款式，這些價錢都是只有純銀部分，不含任何寶石或鑽石。

除了這些裝飾品之外，Chrome hearts還有販賣許多銀製品，例如：耳環、鑰匙圈、打火機、別針、甚至是湯匙和筷子都有在賣，不過主要是以裝飾品為大宗。在簡短介紹完本研究所研究的品牌之後，接下來將是研究者的反思部分，此將決定了研究的分析的切入角度。

第二節　研究者反思

在質化研究方法中，研究者是唯一的分析工具，研究者本身對於研究主題的澄清是否夠清晰、對於問題意識是否夠清楚、以及對於自身狀態之瞭解，在在影響最後研究結果的可靠性，因此研究者首先需對自我有相當程度的瞭解，方可進入研究主題中進行探索研究問題。

故論文實際進行歷程中，研究者先嘗試去理解自己的狀態，這部份主要釐清研究者是具備何種特色的人，其看待事物的習慣、觀點為何？一方面可讓讀者瞭解研究者本身；另一方面當研究者清楚地自覺本身狀態，在後續的結果分析中方較不會落入個人主觀的分析解讀。

簡單來說，我是個亟欲在各種不同方面表現特殊自我的人，不論是在想法、行為處事、價值觀，我都盡情突顯個人特色。想法方面，我最相信的事情莫過於世事無絕對，即便是所謂科學方法所找尋出的理論、甚至於真相，我都會保有某種程度的懷疑，只因在當時被認定的真理可能在未來被推翻，既然如此何來確定的事實呢？在行為處事方面，最明顯的特殊之處莫過於求學態度，我刻意在完成師長的要求、標準之後卻表現出與同學不盡相同的行為模式，想要推翻一種普遍的社會價值觀，好學生的基本樣貌，最後，我十分欽佩能堅守價值觀的人，因此亦相當努力地讓自己成為這樣的人，雖然在成長的過程

中恪守價值觀的堅持讓我遇到了一些挫折，但不會讓我自己有所動搖，因為價值觀就像是我身體的一部份，怎麼可能會與我分離呢？（詳細內容請參閱附錄六中的第一部份：我是誰）。

在論文資料收集的過程中，不知道是在台灣購買Chrome hearts族群的特色、抑或本研究之限制所致，該次研究所能收集資料的對象皆為男性，且在訪談過程中，有受訪者曾提及希望可以透由Chrome hearts讓自己看起來man一點，或如某受訪者所述「男人就應該要戴這種手鍊，好不好？」，且在講述的過程中對於非Chrome hearts的選擇顯示出極其不屑的態度，該部分是從男性角度去剖析研究者自身的狀態，也就是研究者對於身為一個男人的自覺程度為何。

在台灣社會中很明顯地達傳著一種身為男性應有的自覺和行為，不外乎是勇敢、堅強、承擔責任、剛毅不屈等，而內隱於個體之中的信念便是不輕易表達情感、在競爭之中要做第一名等，我也接受到相同的訊息，尤其我父親是一位相當典型的台灣男性，在成長過程中雖涉入不深但對我造成不小的影響，而母親則是在台灣升學主義下有著相當特殊見解的女性，且對於教育有著不同於一般社會價值的看法，最後在我的朋友群中，除了女朋友之外，其餘朋友的清一色都是男性，因此再論述朋友與我之間形塑何謂男人的觀點，最重要當然就

是女朋友囉，女朋友在塑造何謂男性對我來說造成相當大的影響（詳細內容請參閱附錄六中的第二部份：男人百分百？）

本研究以上述兩部份作為研究視框，也就是在瞭解自身狀態後，可以很清楚地知道自己喜愛Chrome hearts的原因以及意義為何，在後面的分析部份將以自身作為參考點，展現出其他消費者之本質。

壹、 訪談前的我與Chrome hearts

研究者曾以一個多學期的時間，試圖去瞭解 Chrome hearts 對於我的意義為何、及可能形成此種品牌關係的原因，先前理解的內容簡述如下：第一、最棒的銀飾品；第二、展現個人風格；第三、挑戰社會價值觀。（詳細內容請參閱附錄一）

一、最棒的銀飾品

自高中開始就會找尋銀飾品配戴的我，每每經過有販賣銀飾品的店家必定會加以逗留，但始終找尋不到所謂心中所謂的理想逸品，不是造型不佳；就是價格過高與物品價值不成正比，直到 Chrome hearts 的出現，其設計、外型等讓我有股想要擁有的衝動，這是前所未有的情況，對我來說 Chrome hearts 乃是最棒的銀飾。

二、展現個人風格

我的個人風格就是想要特立獨行，不管是在學生最重要的學業表現方面、行為處事上、甚至於是愛情關係，皆保有我個人的行為模式。在學業表現上，我可以完成老師們的期待：考取好的學校，但是所採取的方法並不一定和老師所交付的一致；在行為處事上，我並不會去依循一般社會所教導、傳遞給普羅大眾的想法或思考模式，在我看來並沒有什麼所謂的正確對錯，而我所依據的準則只有我自己；在愛情上我表現地相當忠誠，在這個社會中是較為少數的選擇，但這就是我。使用 Chrome hearts 的物品很容易讓他人覺得我並非是個一般正常的學生，而正是我所希望他人看待我的方式，此亦為我個人風格。

三、挑戰社會價值

在現代台灣社會中存有了許多普遍流傳的價值觀，包括學生應進的本分、應有的樣子、一般禮貌的應對進退，我會自行過濾哪些是應該遵守的，又有哪些是可以不予理會的。在挑戰社會價值觀部分，我透過使用 Chrome hearts 的物品，從細薄的戒指開始，到粗重的手鍊，越來越像是個玩世不恭的痞子，但即便在不被他人所看好的情況下，我依舊考上了國立的研究所，在從小到大的求學過程中，我一直背負著類似對抗師長的使命，我不想要乖乖聽話上課、總是心不甘情

不願地寫作業，而考試卻總是可以順利過關，雖說求學歷程中曾有過中斷，但整體上來說還算是順遂，Chrome hearts 就像是我的戰友一樣陪伴著我一起對抗社會所賦予一個學生應有的行為舉止。

貳、 訪談後的我與Chrome hearts

先前 Chrome hearts 的意義探索僅限於研究者個人反思的部分，所能切入的角度僅僅由個人經驗面、相關資訊來源，例如：網路討論區等。在與五位受訪者進行訪談以及後續的相處、互動之後，Chrome hearts 對研究者來說的意義，又有了進一步的轉化和改變，在意義確認的過程中 Chrome hearts 對我來說已清晰浮現，其意涵如下。

一、藝術品的收藏

Chrome hearts，對我來說，已不是用銀飾品來看待，儼然成為我從小到大唯一會可用藝術品眼光看待的收藏品，尤其是當戒指靜靜躺在書桌上的時候，更能讓我明顯地感受到它的美，它是如此地精緻、唯美，弔詭的是當我配戴在手上的時候，卻不會有如此欽羨、愛慕的眼光看待之，或許這是收藏品的特殊之處。

閒來無事時，我會拿出拭銀布，將所有的 Chrome hearts 全部

擦拭一番，再將其放回原本特定的位置上，好讓我可以在目光突然轉移到 Chrome hearts 上時，獲得最美好的視覺刺激，其優美的線條、以不可思議、極具創意的方式組合起來，構成了完美的圖騰，擷取我全部的注意焦點。

二、個人風格的裝飾品

對於 Chrome hearts 並沒有特別明顯的偏好，受訪者中有人對於某系列，如 Dagger 或 Cross 系列有著特殊的偏好，而購買相當多該系列的產品，而我因經濟受限的因素，在現階段而言沒有過多的選擇權，只能從二手販賣的種類中去挑選喜歡的樣式，即便如此，我現在所擁有的物品中，都是較粗獷、狂野的樣式，在論文進行前，我很喜歡將所有的 Chrome hearts 戴在手上，盡可能地去裝扮像個放蕩不羈的狂野少年，不光是為了形塑在他人眼中的我，更是為了推翻一般社會價值觀，並沒有所謂一個好學生應有的樣子，或著說國立大學研究生應該的裝扮，即便我的打扮風格完全不像個研究生，我依舊可以考上、依然可以畢業。

而對目前的我來說，這已經不再重要了，又或著說經歷過這段時間之後，藉由 Chrome hearts 所欲傳達我個人所推崇的價值觀是有限的，誠如受訪者所述，想要靠 Chrome hearts 展現叛逆，好像不夠

吧，從脖子到半面臉的刺青效果才真正讚吧，戴個銀飾最多讓別人覺得你是個愛玩的小孩，如此而已，想要推行我個人所奉行不悖的價值觀可能需要的是更多的努力，不光是在外表、衣裝打扮上而已，直接將價值觀傳達給周邊的每一個人，可能透過不同的方式，不過不再只侷限於活脫像似個痞子、壞蛋的裝扮，這只是我個人打扮的其中一種；我也可以打扮的很休閒、很陽光，在這種情況下，我不會配戴任何 Chrome hearts 的物品。

在過去，一旦我擁有了新的 Chrome hearts 物品，會常讓其伴隨在我身邊，常常想要看到、把玩、欣賞之，在經過這段時間的訪談與重新思考之後，我依舊很喜歡其設計風格、所欲傳達的意念，但我很清楚地瞭解到這種樣子的裝扮只是我的一部分，端賴我想呈現的風格為何。我無法在此大聲疾呼說我已經可以控制 Chrome hearts，當我想要配戴、使用的時候它才會出現，但就像癮君子一樣，剛開始發現到對香菸的依賴，漸漸地想要脫離依賴，除了有很強的動機必須得這麼做之外，另一種可能就是瞭解到物品對本身的意義為何時，可以進行重新的選擇，在此種狀況下，雖然沒有辦法在短時間內戒斷依賴，在意義清晰可見的狀態，讓喜歡 Chrome hearts 的我，有了不一樣的體悟和看法。

三、專屬於我的獨特

一個希望可以擁有獨特性的我，不論在任何方面，衣物、行為舉止、價值觀、甚至是信仰，我都希望可以呈現出一種特殊、獨特的感覺，即便這些方面無法呈現出一種整體的感覺，讓我身旁的人清楚地知道我是誰，而只能在個別不同方面呈現其特殊性，譬如在衣物上打扮比較新潮、行為舉止上比較我行我素、價值觀方面較為傳統保守、信仰方面堅持自我，或許我還在統合階段吧，有些地方仍有待澄清與整理。

不過銀飾品的配戴一直是我個人的偏好，直至邂逅 Chrome hearts，開展出無法言喻、難以理解、愛恨交織的情感，一方面 Chrome hearts 是我喜歡的銀飾品，可以隨時隨地戴在身上，型塑我個人的風格；另一方面其獨特性或稀少性與我個人的偏愛不謀而合，Chrome hearts 在我身上的意義與我本身的價值觀是剛好嵌住彼此，在台灣是如此地稀少的 Chrome hearts 與追求獨特的我一拍即合。

參、 訪談前後我的差異

原本對於銀飾 Chrome hearts 存有著相當程度喜好的我，在經歷過與這些受訪者的互動之後，現在的我認為銀飾只是個人身上配件的其中一種，而配件的使用是需要和服裝打扮相互搭配的，有些衣飾

與銀飾搭配是十分不合的，在這種狀況下配戴 Chrome hearts 反而會相當奇怪，因此 Chrome hearts 對現在的我來說，會因情境、衣飾的差異而選擇使用，漸漸地 Chrome hearts 變成是我個人的收藏品。

Chrome hearts 已變成與服裝搭配的一項物品，而我個人風格的展現已不再侷限於刻意想要反抗社會權威或價值的特立獨行份子，這樣子的風格只是眾多選擇中的其中一種罷了，Chrome hearts 儼然變成裝飾品的其中一種，不再侷限於銀飾這個範疇裡面。

在我個人求學生涯中，總是想要扮演一個不一樣的學生，上課總不願好好聽課、抄筆記等，但考試總是能順利過關，在國中的時候以超扁平的書包作為對抗師長的武器；近來則是以風格搶眼的 Chrome hearts 作為捍衛本身價值觀的工具。一方面與喜愛 Chrome hearts 的這群消費者一同互動後的結果讓我很清楚地瞭解到，如欲推翻社會普遍存在的價值觀，單靠配戴 Chrome hearts 是沒啥效果的，另一方面，思考與整理在我各方面的行為舉止與思考模式之後，發現我想要追求的是：特殊性，我在許多方面都盡可能地表現出特殊兩字，而 Chrome hearts 的昂貴與在台灣的低知名度與之不謀而合，正與我所追求的〝特殊〞非常契合。

就讀碩士班之時我開始了 Chrome hearts 的消費，對於如此昂貴的飾品可說是盡可能地去想辦法擁有之，在著手進行論文後，開始與其他購買 Chrome hearts 的消費者進行深度訪談。當我開始瞭解 Chrome hearts 對我的意義之後，我反而獲得了超越的力量，使我走出對於 Chrome hearts 幾近迷戀的狀態。

Chrome hearts 對我來說依舊是銀飾中最棒的選擇，但在釐清出 Chrome hearts 的意義後，我不會再有無論如何都要想辦法獲得相關物品的衝動與慾望，瞭解到物品對自己本身的意義後，我才有機會與能力去檢視與揭露其他喜歡 Chrome hearts 的消費者，在他們眼中 Chrome hearts 所代表的意義為何，以此找出他們與 Chrome hearts 形成關係的歷程、本質等。

第三節　消費者與 Chrome hearts 關係的主題內容

在瞭解研究者的狀態之後，可看出本研究所採取的視角是將 Chrome hearts 視做一項除了可供藝術欣賞的作品、且對於其設計、外型之特殊有著一定程度的偏好，此部分與研究者個人所堅持的價值不謀而合。接下來要介紹的是受訪對象，本研究訪問的對象總計有五名受訪者，共有兩名大學生、兩名 SOHO 族(Small Office Home Office 的簡稱)，意指開辦小型辦公室或是在家裡上班的人、一名在家族企業貿易公司上班的上班族，五名受訪者的背景資料介紹請參見表 4-1。

在與五位受訪者進行訪談後，研究者進一步取得各受訪者的 MSN Messenger ID，確保當研究者有疑惑或資料不清楚時有簡便、迅速的方式進行釐清動作，且可在一般聊天對話中對於各個受訪者有更進一步的熟悉與瞭解，不但可以與受訪者的生活產生關連，更可從受訪者的眼中看到Chrome hearts對他個人的意義，以期能呈現較為符合受訪者原意的內容。（MSN對話的內容摘要請參閱附錄五）

表 4-1　受訪者簡介

受訪者代號	簡介內容
Dark	就讀日文系的大學生，個人風格極為搶眼，十分注重外表裝扮，曾於日本交換學生一年，在日本留學的時間開始購買 Chrome hearts，但礙於經濟因素無法同時擁有喜愛的 Chrome hearts 物品
Cohiba	大學與研究所皆就讀於工業設計學系，目前為相關領域的 SOHO 族，年紀約 31 歲，在大學階段對於銀飾品即有接觸，Chrome hearts 則在大學畢業時，首度接觸，但無任何偏好，直至二次接觸方對其有好感並進行購買行為
Seraph	就讀於工業工程與管理學系，目前大三，在一次與朋友到日本遊學時，透過友人介紹，與 Chrome hearts 有所接觸而開始購買，近來打算在暑假遊美的時候將所有想要購買的 Chrome hearts 物品一次購足，乃為不可忽視的後起之秀
Ason	目前為廣告 CF 的 SOHO 族，年紀約 28 歲，早在國高中時期就對 Chrome hearts 有所接觸，購買至今超過十年，對於 Chrome hearts 的瞭解，以及所擁有的物品乃是此次受訪群中之冠
Raul	目前在家族貿易公司上班，年紀約 32 歲，在美國就讀大學的時候開始購買 Chrome hearts，購買時間亦超過十年，在此次受訪群中，擁有 Chrome hearts 的物品數量屈居第二

研究者將所有訪談內容的對話以逐字稿的方式謄寫並進行記錄，而後針對受訪者所述的內容進行概念化。在該部分概念化名詞選擇上，盡可能以一般人可閱讀理解的詞彙為主，但因受限於研究者本身對於Chrome hearts的理解與喜好，可能有些偏誤存在，故在概念化的過程中，與二位知道Chrome hearts，但並沒有進行購買的人進行討論，以確保閱讀的可理解性。

概念化的結果如附錄三所呈現，概念化後的名詞有相當多的種類，因訪談過程是以探究受訪者與Chrome hearts之間關係開展的歷程演變，所以有相當多的概念化名詞與Chrome hearts有關，例如：對Chrome hearts的熱愛、對Chrome hearts的瞭解、Chrome hearts的意義等等，另外亦會牽涉到受訪者個人的消費習慣等，在概念化名詞後所呈現的數字乃是在訪談過程中該概念曾經出現過的次數。

由於本研究所欲瞭解為何有一群消費者會購買Chrome hearts的旗下產品，其產品的單價乃是昂貴到無法想像，且在台灣幾乎不具有知名度，藉由瞭解Chrome hearts對這些消費者的意義為何，嘗試去理解該群消費者表現出難以現有理論去解釋的消費行為。訪談過程中難免會出現與本研究欲探索的問題無關之對話，例如：日本與台灣的差異、商業知識、富有的好友、造型與舒適的衝突等，這部分大多

是屬於受訪者較為個人的經驗或遭遇，因此透露出個人價值的判斷。經過整理後，刪除一些與本研究無關的概念化名詞，將剩餘概念化名詞之間有所關連的集群成主題，從不同的受訪者訪談內容中，可汲取出不同的主題（其詳細內容如附錄四所示）。

Dark 的主題：對銀飾的鑑賞、品牌對消費者的意義、購買原因、個人風格

Cohiba 的主題：消費特性、對銀飾的鑑賞、品牌對消費者的意義、購買原因

Seraph 的主題：消費特性、對銀飾的鑑賞、品牌對消費者的意義、購買行為

Ason 的主題：消費特性、品牌對消費者的意義、購買行為

Raul 的主題：消費特性、品牌對消費者的意義、購買行為

從訪談資料中可以看出，五位受訪者描述與 Chrome hearts 的關係一共可歸納出六大主題，分別是消費特性、對銀飾的鑑賞、品牌對消費者的意義、購買原因、購買行為、個人風格，其內容分述如下。

壹、 消費特性

消費者在進行消費行為的時候，一般來說都會有特定的消費特性，或著說是消費的習慣、偏好等，即使購買的物品是Chrome hearts時，個人的消費特性亦會有所影響。

從訪問的對話內容歸納出本研究的受訪者本身在面對消費時，各有其消費時考慮的習慣與焦點，故研究者將之命名為消費特性，這些消費特性有三，分別是價錢昂貴才夠屌、強調價格反映價值、重視產品的獨特性。

一、價錢昂貴才夠屌

在進行消費行為時，最常被提及的考量因素莫過於經濟因素，也就是經濟能力的問題。Chrome hearts最便宜的戒指叫價約四千元，經典款式的戒指大約在一萬五千元左右，這對學生族群來說是一個相當沈重的負擔，即便是上班族相信也是一個不小的負擔，每位受訪者在訪談過程中皆有提及Chrome hearts的昂貴，但這些受訪者對購買Chrome hearts依舊樂此不疲。Cohiba、Ason皆已在社會工作一段時間，有其經濟收入的方法，Raul則是在大學的時候，獲得許多經濟來源的狀況下瘋狂購買Chrome hearts，而Seraph的家庭經濟狀況比起一般消費者要來的優渥，且家中並不會阻止其購買行為，也就是

說價格因素的考量對於上述四位受訪者來說並非最主要的考量因素。

但是Dark的例子則十分耐人尋味，因他在現實生活中沒有向家裡伸手要錢，生活費要自行打理，他的經濟來源是教授日文，包括一對一的家教以及在高職、專科學校擔任兼課教師，那在經濟如此拮据的狀況下，為什麼Dark還想要購買如此昂貴的Chrome hearts呢？據Dark所述：他喜愛銀飾；偏好打扮，而Chrome hearts剛好符合他想要呈現的個人風格。更為深層的原因在於，對他來說擁有Chrome hearts是很屌的事情，非常符合他個人一貫所欲呈現的價值觀與理念：屌—可以做到人所不能之事。

〝像今天我買Chrome hearts的Scroll ring，我覺得有人買K&T很屌，我就會逼我自己存錢去買K&T的感覺是一樣的，我沒有他那麼有錢，可是基本上我多存一點也是可以做的到〞

～～Dark～～

二、強調價格反映價值

考量物品與販售價錢之間的對等性，是一般消費行為常被探究的議題，而Chrome hearts的售價，不論在銀飾品或其他商品，都在一般期望之上，但在與Chrome hearts有關係的消費者眼中以現有的售價去購買Chrome hearts是非常有價值的。

〝最便宜的也要快一萬塊，它只是一個銀而已阿，一般人會覺得划不來阿，正常人會覺得沒有價值，一般人……，在我們眼中看，會覺得說這是一個手工的東西，就像藝術，一樣阿，我之前看報導，許效舜買一塊石頭一百多萬……〞

～～Ason～～

〝我朋友在做銀飾的看過，雖然Chrome hearts的價錢真的太誇張，但是相較於Georg Jason、Tiffany才是真正的暴利，完全就是在賣那個品牌，搞不好那個銀的質其實不好，外面一定是電鍍處理，除了本身是銀，外面那麼亮，一定是電鍍處理，Chrome hearts在銀飾裡算是不錯的，而且在能力範圍是可以接受的〞

～～Cohiba～～

三、重視產品的獨特性

Chrome hearts在台灣的銀飾市場中，是屬於知名度低的品牌，相較之下，台灣知名的銀飾品牌乃是Tiffany、Georg Jensen、Gucci等，故若將焦點放在Chrome hearts時，其產品設計、類型、外型上的獨特性便自然浮現，大部分的受訪者會因Chrome hearts的特殊、少見的特性而購買，不過兩位受訪者Raul與Seraph，在訪談過程中，在在顯示出平日的消費習慣就是偏好購買特殊的物品，因此對這兩位來說Chrome hearts的獨特性是吸引他們購買的主要因素。

〝譬如說Chrome hearts一條牛仔褲可能兩萬塊，然後可是你穿出去就是不太可能會有人跟你一樣〞

～～Raul～～

〝像我最近就還蠻想買一台MD的，Sony Qualia，SONY有一個獨立品牌Qualia，我蠻想買那台MD的，應該就沒什麼人有，可是有點貴，好像十三萬〞

～～Seraph～～

貳、 對銀飾的鑑賞

Chrome hearts是銀飾品牌，因此受訪者在訪談過程中會出現對於銀飾不同的鑑賞角度，也就是看待銀飾每個人都存有相當不同的觀點。綜合受訪者所描述的資料，對Chrome hearts的鑑賞角度共可分為三種：銀飾中只喜歡Chrome hearts、對銀飾具有普遍知識、對銀飾深具專業知識。

一、銀飾中只喜歡Chrome hearts

與Chrome hearts的關係肇始於當初的偶遇，而對其一見傾心的Seraph，在訪問過程中透露出對其他銀飾品牌的摒棄態度，間接顯示出其對於Chrome hearts的喜愛。

〝可是Tiffany的東西，銀飾的我覺得好醜唷；然後喬治傑生的還OK而已，走優雅路線吧，不像Chrome hearts那種，拿來送女孩子比較適合，男生就戴就覺得還OK，沒有說特別〞

～～Seraph～～

二、對銀飾具有普遍知識

而Dark對銀飾有著相當程度的熱愛，並沒有針對Chrome hearts表示出偏愛的態度，他是喜愛銀飾在先，找尋合適銀飾的過程中發現Chrome hearts，對其進行相當程度的研究，不過收集資料的來源侷限於雜誌、網路討論區等，知識是屬於較為一般的類別，包括產品設

計的理念、產品設計的由來、以及現在哪些藝人所使用的產品等等。

〝因為我蠻喜歡銀飾的東西，然後在台灣你能買到銀飾的東西，本來就是有點困難，對不對？Chrome hearts怎麼講，嗯……其實真的東西跟假的東西去研究它會比較好〞

〝今天並不是說我們要衝著Chrome hearts去買，而是Chrome hearts的東西剛好我們喜歡〞

～～Dark～～

三、對銀飾深具專業知識

而大學、研究所皆是就讀工業設計的Cohiba，對於銀飾的瞭解或相關的知識可說是相當的豐富，且其切入的角度較為專業，與一般喜愛銀飾的消費者有著相當程度的不同。

〝你可以從日本的銀飾雜誌可以看出說銀飾是種工藝的角度，你可以知道銀飾的由來，或是說銀這個材料和人之間的關係，可以分流分流，瞭解其間的關係，像銀飾雜誌變成專門雜誌，大家很喜歡收集這種東西，銀飾變成一種創作的題材〞

～～Cohiba～～

參、 品牌對消費者的意義

這是本研究中較為核心的主題，整個訪談過程主要是希望可以透過瞭解這些消費者解讀Chrome hearts的意義為何，以期可以釐清這些消費者與Chrome hearts關係背後的成因，從五位不同的受訪者眼中會存有不同的解讀，將分別描述之。

在這部分的呈現中，五位受訪者的眼中對於相同的Chrome hearts有著不同的解讀意義。對Dark來說，意義呈現的部分較為主觀且聚焦於感情、感覺層面，而Cohiba則較會從他工作環境所學的專業角度來解讀Chrome hearts的意義，Seraph因剛與Chrome hearts開展關係，故在訪問中並沒有辦法確切地說出對其本身的意義為何，也可能受限於語言之因素，故研究者只能從言談中嘗試去解析出Chrome hearts對其的意義，其次Raul則在漸漸脫離與Chrome hearts的關係，在訪問過程中則是以回顧當初Chrome hearts對其的意義，因此在內容上不像其他受訪者一樣如此精確，Ason則是本研究訪談中最為突出的受訪者，其與Chrome hearts的關係彷彿就是在熱戀中的情人一般，Ason較其他受訪者有著較多與Chrome hearts相關的經驗、或物品，因此不光是在意義展現方面皆在在顯示出Ason對於Chrome hearts的狂熱。

Chrome hearts這個品牌對五位受訪者來說意義不太相同，從許多的意義陳述句中，研究者發現有三個較為一致、且共同的意義出現在該次研究結果之中，分別是：Chrome hearts讓我看起來很特殊、Chrome hearts手工的質感表現我的品味、強烈男性表徵的設計風格(style)。

一、Chrome hearts讓我看起來很特殊

特殊的原因乃是在於Chrome hearts在台灣的飾品中知名度不高，如先前所述台灣知名的銀飾品牌不乎是Tiffany、Georg Jensen，但其設計十分特殊且搶眼，其飾品配戴在身上很容易吸引他人目光，可滿足受訪者不同的心理需求，例如：Seraph、Raul本偏好使用特殊物品、Cohiba則是喜歡在不突出中又有不一樣之處。

〝我覺得它就是因為很特殊、少，知道的人不多，不會像什麼 Tiffany、Georg Jensen 那種一講大家都知道，大家都有在戴銀飾，就是你的比較不一樣〞

～～Seraph～～

〝就像銀的東西，為什麼要買 Chrome hearts，在我能力可及的範圍之內，又不希望太突出，但自己又知道這是特殊的〞

～～Cohiba～～

二、Chrome hearts手工的質感表現出我的品味

手工製作歷程是Chrome hearts可以如此高單價販售的主要原因之一，故受訪者們幾乎都會提及對其製作之精細與手工的欣賞。

〝我以前戴的都是很素，非常設計感的東西，就是線條很shark，我不喜歡，那種就是太做作了，東西太冷了，沒有感情，Chrome hearts至少我覺得比較生動，有一點手工，還不錯〞

～～Cohiba～～

〝I like it！你說這個東西對我來說有沒有吸引力，它是一個手工製的東西，因為我覺得名牌再怎麼樣都是大量生產和大量代工所造出來的，它不是....〞

～～Ason～～

〝它比較有質感，像我用的東西，我都比較喜歡有質感的東西，譬如說衣服、或著是說譬如說Chrome hearts這種東西，我會去欣賞它的美跟那個設計，就是那種設計感〞

～～Raul～～

三、強烈男性表徵的設計風格

Chrome hearts的風格在某些受訪者的眼中，解讀出的意義相去不遠，Chrome hearts代表了粗獷、狂野等，Chrome hearts似乎成為表達男子氣概的器物，即便不同的受訪者解讀出相同的意義，但又可分為兩種類型，分別是：Chrome hearts為我形塑風格、Chrome hearts適合表現我的風格兩種。

（一）Chrome hearts為我形塑風格

此種類型中的受訪者本身特質較為斯文有禮，希望可以透過Chrome hearts形塑出另一種不一樣的風格。但因接觸時間的長短不一，故受訪者企圖以Chrome hearts形塑個人風格的狀況並不一樣，例如：Seraph與Chrome hearts的接觸時間不長，正在嘗試此種粗獷、狂野的風格，希望不要讓自己看起來過份斯文，透過使用Chrome hearts來讓自己有些改變。

〝Chrome hearts就適合那種看起來很man，很粗獷的，就是有點…不希望自己那麼斯文，也是有點粗獷〞

～～Seraph～～

而Raul則是喜歡Chrome hearts，進而購買這些銀飾、並試圖嘗試此種較為男性的整體打扮，在嘗試的過程中Raul發現到Chrome hearts的風格與自身不合，沒有辦法達到理想中的效果而漸漸疏遠。

〝會打扮出一個style，後來我發覺那個style不適合我，Chrome hearts的style其實不是很適合我，我覺得....嘗試那種豪邁、粗獷的style，看說會不會用那種，看起來自己會壯一點，或怎麼樣，可是會覺得反而效果不好〞

～～Raul～～

從上述兩位受訪者所講述的內容可以得知，他們皆將Chrome hearts主觀判定在粗獷、豪邁的風格，此部分的意義解讀可能的原因除了在於產品本身的設計風格所致，另一方面亦可能是在雜誌或其餘可接觸到Chrome hearts相關訊息多偏向於此，因此讓他們有此解讀。

（二）Chrome hearts適合表現我的風格

Ason認定Chrome hearts是可以合適地表現出其個人風格的，他與Chrome hearts接觸已長達十餘年，訪談過程中，Ason不斷地表示他與Chrome hearts的契合，並且在使用過程中是如何的與他本身個人風格相契合。

〝我知道我的style是Chrome hearts，我知道我戴Chrome hearts好看阿，我知道我的style在那個位置上〞

〝我覺得它是一樣在我身上可以....，我覺得跟我很match，我叫Ason嘛，See Ason, see Chrome hearts，你看到我的時候就會看到Chrome hearts ，cross非常fit我，fit my style，我朋友都叫我cross man〞

〝Chrome hearts你要當用品，我是覺得啦並不是每個人身上都可以把Chrome hearts的味道戴出來，就像有些比較胖的人就比較不適合戴Chrome hearts〞

～～Ason～～

上述的句子中並沒有提及有關於男性表徵的意義，在研究者與Ason互動的數次歷程中，發現到不止一次Ason會提及是男人就應該戴Chrome hearts某某類型的手鍊、戒指等，即便他的身材、外型並非屬於粗獷，但在Ason的主觀分類中，Chrome hearts的產品中有分為偏男性與女性兩種類型，而Ason只購買較具男性特色的Chrome hearts商品，且認為這與他本身的風格十分相近。

〝我覺得這種東西、樣子就是適合當手鍊，ball就不適合當手鍊，適合當項鍊或褲鍊，手鍊的話，女孩子戴ball，男孩子戴ball…. 太娘了，不夠粗獷〞

～～Ason～～

四、其餘個別的意義

（一）顛覆的代表

另外有些意義是專屬於某些受訪者，Ason會認為銀飾以如此高的價格販售在市場上就是一種顛覆，且Chrome hearts在某些商品上會打上一些少見的單字，這部分是Ason十分喜好的。

〝Chrome hearts 的東西，我很喜歡上面有打 FUCK 或 FUCK YOU 的，我很多 Dog tag，像是 NYC、LA、Las Vegas 我都有，每個都一定有打 FUCK YOU，帽子也是阿，對我來講它是一個顛覆，一個銀的東西賣這麼貴，顛覆了很多一般人的觀念阿〞

～～Ason～～

（二）感覺很重要

Dark因其經濟受限，所以沒有辦法購買全新的商品，但又不願意去購買複製品，所以他會找尋各種可能的管道以較為便宜、能力範圍可接受的價錢去購得Chrome hearts真品，對Dark來說，購買Chrome hearts真品所帶來的意義在於感覺層面，自己用的開心、心情會不一樣、感覺有差等。

〝有差…有差喔…立體感不同阿，而且最主要的一個原因就是…心情會不一樣，這是一個很重要的東西啦〞

〝那當然買真的感覺會不一樣，感覺是最重要的，今天我戴真的東西我就是覺得…我就是跟那個外面戴野點子的不一樣，這個才是真的…〞

～～Dark～～

（三）銀飾裡的帝王

另外會以專業知識看待Chrome hearts的Cohiba，在闡述意義的過程中會出現與一般喜愛銀飾的消費者有所不同的看法，常使用的詞彙句子乃是從整個銀飾產業或專業角度去看待Chrome hearts的意義，去解讀Chrome hearts在銀飾領域內所透露出的風格或特性、甚至會提及他主觀解讀Chrome hearts在銀飾世界裡面的地位。

〝其實Chrome hearts的東西是很低調、很內斂的，本身….不可否認它夠屌，在銀飾裡面Chrome hearts就是夠屌，每本雜誌裡面都會有，可算是第一品

牌嘛，Chrome hearts是銀飾的帝王〞

〝很有趣的是大家不會知道這個東西，當大家都知道的時候，會覺得這個東西蠻了不起的，…我以前就知道這個牌子，可是我沒有印象，可是知道了之後自己也嚇了一跳，這麼的昂貴，原來它在這裡面地位是如此的崇高〞

～～Cohiba～～

肆、 購買原因

在這主題之下，有一個相當有趣的現象，從訪談的資料中，有些受訪者，如：Ason、Raul、Seraph，從對話過程中只能抽取出一到兩次購買原因的詞彙或對話段落，然而有些受訪者如：Dark或Cohiba可以說出為何要購買Chrome hearts的原因，這是一個相當有趣的現象，因此在購買主題上，可歸納出三項：為了展現個人風格、因為喜歡藝術品、沒有理由的。

一、為了展現個人風格

Dark在闡述購買原因的時候，直接將焦點放到自己身上，因為本身喜歡銀飾，直到遇到了Chrome hearts，以其個人的主觀價值判斷認為Chrome hearts的設計、風格很深得他心，另外從手工製作流程、知名度、日本藝人愛用程度等來認定Chrome hearts比一般知名銀飾來的有價值，因此願意投身其中去購買。

〝我覺得這只有一個重要的原因，為什麼我們會買？因為就是我們喜歡銀飾，這個原因就很重要了，我們喜歡把銀飾戴在身上，就像女生喜歡把tiffany戴在身上是一樣的〞

〝那你覺得哪一隻比較有價值？真的是價值觀阿，因為我們覺得這個東西就是比Gucci的東西有價值阿，因為我們喜歡那個style、那個設計，再加上他就是比Gucci那些東西來得有價值，雖然可能沒人知道，可是這個東西只要我們知道就好啦！〞

～～Dark～～

二、因為喜歡藝術品

而在工業設計領域有著相當專業程度的Cohiba，購買Chrome hearts原因在於：此乃銀飾產業中較為知名品牌、製作流程與售價相對來說合理、在大多數人不知道的狀況下，使用特殊的物品。

〝Chrome hearts其實在亞洲很有名，幾乎大家都有戴，幾乎很多人都有〞

〝開始找開始比較，發現Chrome hearts的東西越看越耐看，之前蜻蜓買的都沒在戴，真的越看越耐看，之後知道Chrome hearts的製作過程，覺得還不錯，就覺得值這個錢〞

〝曖曖內涵光，那種自慰心理就對了，不一樣，自己知道，那種認知上要有點門檻….在不突出的狀況下，又有不一樣，就像銀的東西，為什麼要買Chrome hearts，在我能力可及的範圍之內，又不希望太突出，但自己又知道這是特殊的〞

～～Cohiba～～

從以上可知，Cohiba購買的原因與一般消費者不一樣，因所學之故，從專業角度視之，另外針對Chrome hearts的熱賣，他還有特殊的見解，此部分並非因工業設計的專業訓練，應是個人生活經驗之觀察所得之結論，他認為Chrome hearts。

〝因為我覺得Chrome hearts和heavy mental music脫離不了關係，很多人是因為這個原因在戴，所以我覺得它跟那類重金屬文化密不可分，這種其實在台灣還好，日本就是有這種習慣，美國更不用說，日本的話人口多阿、收入高可以

維繫這樣一個品牌、一個品味〞

～～Cohiba～～

三、沒有理由的

最後三位受訪者，並沒有辦法確切地說出購買Chrome hearts的原因為何，只能勉強說出一些較為普遍的購買理由，如下所述。

〝我是覺得就是想要一點特色吧，另外我覺得我買Chrome hearts，已經買成有點類似收集的感覺了〞

～～Seraph～～

〝鉛筆盒我就沒有買，因為那個我覺得不實用，我都買那種常常會用的到，那種鋼筆、原子筆不會用的到〞

～～Raul～～

〝可是別人來看我今天Chrome hearts買成這樣，也沒人覺得有價值阿，對我來說這是我的collection〞

～～Ason～～

總結來看，較為共通的原因是一般人並不知道Chrome hearts，其特殊性儼然成為購買的主因，這是一個相當弔詭的現象，到底品牌所提供的功能在於特殊性（不易辨識），抑或身份的表徵（容易辨識）呢？這並非本研究所欲探究的，不過相信這是一個相當有趣的議題。

伍、 購買行為

在這個主題之中，一共分為兩個部分，第一個部分是對Chrome hearts的熱愛；第二個部分則是少見的購買行為。在第一個部分中，有些受訪者會在訪談過程中強烈地表達出對於Chrome hearts某些系列產品的熱愛，可說是至死不渝，該系列產品對於這些受訪者來說有著致命的吸引力，無法擺脫；第二個部分，其重點在於並非一般理性的消費行為、模式，這些受訪者也瞭解其購買行為並不被生活周邊的人所接受，但依舊購買著喜愛的Chrome hearts。

一、對Chrome hearts的熱愛

在這部分的呈現中，以Ason、Raul、Seraph最為明顯，相較之下Dark或Cohiba並沒有表現出對於Chrome hearts有如此強烈的熱愛。Ason個人十分偏愛Cross系列的商品，幾乎只要是有Cross的商品他就會購買，而且並非單買Cross系列而已，從Cross衍生出來的floral cross亦為Ason的最愛，

〝cross的阿，我最喜歡的圖案就是cross，再來就是dagger，我這兩個系列的東西最多，第三就是那個roller，其它的沒什麼〞

〝我最喜歡它的cross，我朋友都叫我cross man，真的阿，我有一堆cross〞

〝手鍊、戒指、zippo，我就喜歡cross，不管是floral cross或正常cross，從cross衍生出來的東西〞

～～Ason～～

而Raul現在與Chrome hearts的關係並沒有非常貼近，大約在四、五年前曾對於Chrome hearts非常瘋狂，而在熱愛的當時是以Dagger系列為主，另外亦會去欣賞其他非銀飾品類的商品，例如：皮靴、桌子等，且在主觀認定中認為Chrome hearts乃銀飾中第一品牌。

〝之前喜歡dagger，剛開始時是很喜歡短劍，就是覺得它那個劍真的很特別，蠻特別的〞

〝很貴很貴，可是你看那個桌子你就知道，真的很漂亮很漂亮〞

〝銀飾的話我就只有買Chrome hearts，然後其他的.....那個我都沒有去試，我就覺得說Chrome hearts是最好的，要買就買Chrome hearts，其他的就不要買，在我的觀念裡面我就覺得說，它算是第一品牌吧〞

～～Raul～～

Seraph亦喜歡Cross系列的商品，且最近正在構思要一次將所有經典商品購齊，雖然他對於某些經典商品並沒有那麼喜歡，但依舊要購買，原因在於：「經典的還是收集一下比較好」，另外Seraph也知曉有其他銀飾品牌，但依舊偏好Chrome hearts，而且會對於旗下另外非銀飾的產品有著相當喜愛的態度和想要購買的慾望，例如浴袍、浴巾等皆為Seraph想要購買的Chrome hearts產品。

〝對阿，我想要一次買一堆，所以在存錢，我會去買一個Keeper、一個KT，然後還有買什麼，買它的衣服吧，我想買些褲子，它的牛仔褲感覺還不錯〞

〝對阿，像我看到BF或Dagger就覺得還OK，我覺得蠻好看的，我朋友是很喜歡那個圖案、我是很喜歡cross，看到cross就覺得這質感很棒、很讚〞

〝還有L.one那些的，那些我是都有在看，但是我覺得還是比較喜歡Chrome

hearts吧〞

〝真的可以看到夢幻逸品，像我現在就很想去買它的一件浴袍，真的很帥，白色的，喔～真的好看，還有它的浴巾，喔～真的好看，我沒有騙你〞

～～Seraph～～

二、少見的購買行為

一般來說，常見的購物行為會在事前進行評估、考量，爾後方進行購買行為，但三位受訪者在面對 Chrome hearts 確有著不一樣的購物行為。

（一）初次相遇即進行購買

三位受訪者皆在第一次認識Chrome hearts時，便購買了第一個Chrome hearts商品，他們購買商品的價錢皆在萬元以上，可謂是相當特殊的購買行為。

〝我就跟我媽去逛Joyce，就看到一個Zippo，就銀的，很漂亮、很正點，放在那邊就很吸引人就對了，很有style的東西，我覺得很正，那時候買cross，Zippo很貴，我媽不讓我買阿，後來那天買了一個cross的項鍊〞

～～Ason～～

〝就在Joyce發現，就是接觸到Chrome hearts，就覺得這些東西不錯，然後就喜歡，就開始買，慢慢收集〞

～～Raul～～

〝我第一次知道Chrome hearts這牌子是朋友介紹，那個時候我們去日本，他就說有個牌子在美國很有名，都明星在買，但是很少人知道，他就帶我去，在那邊買了我第一個cross pendent，然後我就開始迷上了cross，就迷上這牌子〞

～～Seraph～～

（二）持續購買

三位受訪者在有了第一次購物行為後，可說是陷入了萬劫不復的地步，對Chrome hearts的喜愛持續上漲，所擁有的產品越來越多。

〝我買東西我喜歡我就買，我不會特別說只在美國買，我在日本也有買Chrome hearts，買floral cross阿，我在香港也有買阿〞

〝喜歡你就買，沒有什麼理由，我喜歡這個東西，香港朋友問我說為什麼要買Chrome hearts，他們想瞭解我，他們覺得我很瘋狂〞

～～Ason～～

〝我的Chrome hearts是從便宜的小東西開始買，後來就越買越多.....〞

〝譬如說謝霆鋒今天戴那個項鍊是.....然後我就覺得還蠻好看的阿，就去買阿，就會覺得謝霆鋒戴起來很好看的阿，就去買，那個時候比較敢買，然後比較喜歡 Chrome hearts〞

～～Raul～～

〝我會去買一個Dagger，雖然我覺得它不好看，可是我覺得它是經典，還是買的好；為什麼喜歡K&T唷，好問題，因為它也是經典，就經典的收集一下〞

〝我覺得那個 three Trinckets 很漂亮，我之前試戴過一次，也差點就買下去，香港那個時候去，我覺得我已經很克制了，可是還是買很多，也沒有說很多啦，就買兩個戒指、兩件 T-shirt 還有一個 Dog tag〞

～～Seraph～～

（三）不被他人認同仍然購買

此部分在說明即便在不被周邊親戚、朋友認同的狀況下，喜愛Chrome hearts 的消費者依舊前仆後繼地購買。

〝沒有朋友跟進，他們沒有辦法去接受這種東西，我買東西不會在乎他們，重點是我喜不喜歡〞

〝我朋友都說我買這個東西已經變瘋子了，你知道嗎？我只要我想要我就買，只要我想要我就買，我朋友會覺得我是瘋子，他們覺得我錢太多沒地方花〞

〝我們是少數的族群，今天你覺得一條純銀的手鍊我跟你開價四五萬，你買不買，你白痴、瘋子，對阿，可是看出來的東西不一樣，站我的角度來看這些不代表什麼〞

～～Ason～～

〝我媽也常說你買那個沒什麼價值阿，你給我那些錢，可以買一大堆銀，你可以自己去做〞

〝我真的覺得它的東西好貴唷，可是就是很喜歡，也不知道為什麼，如果你把錢買新的就真的很棒，那感覺真的很棒〞

～～Seraph～～

陸、 個人風格

在這個主題之中，主要欲闡述喜愛 Chrome hearts 的這群消費者的個人風格各自為何？同是喜愛 Chrome hearts 的一群人所展現出來的個人風格，不論是在強度與類型上皆有不同，其中 Dark 個人風格的色彩就十分強烈，而其餘的受訪者風格並不突出，從訪談過程中可約略得知偏好的風格為何，相當有趣的是相同的品牌給人幾乎完全不同的感受，結果發現受訪者之間的個人風格不盡相同。

一、打扮新潮的Dark

與Dark每次見面的時候，他總是身著黑色衣服、褲子，甚至於帽子都是黑色的，當然太陽眼鏡是不可或缺的，某次見面時間為晚上，他依舊配戴墨鏡與研究者見面，不論何次見面，Dark身上一定或

多或少會配戴些銀飾品，不論是戒指、項鍊或耳環，可說是盡情展現他個人的風格與喜好。

〝我家裡衣服，衣櫃打開都是黑的，都是黑的，我喜歡黑色的東西〞

〝因為銀飾這種東西在搭配上來說，會比較新潮一點，打扮比較特別一點，如果今天你走fashion一點的路線的話，銀飾這種東西在你身上會有加分的效果〞

〝我覺得銀飾類的東西不外乎就是這樣子，你今天你衣服都穿的一樣，T-shirt、牛仔褲，可是一個有戴銀飾和一個沒有戴銀飾兩個就是不一樣，我為了自己更有我的style，才會去戴這些東西〞

～～Dark～～

除了在服裝、外觀的打扮上有著個人的偏好，Dark還企圖欲推翻普遍存在社會上的價值觀，也就是他認為沒有所謂一個好學生應有的樣子，即便他今天喜歡打扮、配戴銀飾，他依舊可以達到老師、家長的要求，並不會因此表現比較差。

〝我今天我愛打扮，我愛耍屌，我一樣我成績可以很好，你懂我的意思嗎？就是要以這個東西來讓大家敬佩〞

〝像我家人就覺得說，你成績要好，你一定要打扮是那一個樣子…就是那種戴著四方大眼鏡，然後頭髮短的跟什麼一樣，衣服紮的好好的，然後又瘦瘦小小的，我一直很想打破這個東西，我覺得其實這種東西，沒有什麼一定的〞

～～Dark～～

二、內斂、簡單的 Cohiba

Cohiba 在訪談過程中表示認為自己是屬於比較內斂的，不論在衣著打扮或銀飾選擇，他對 Chrome hearts 風格的解讀是兩個字：簡單，他曾表述過他希望學習的打扮就是像 Chrome hearts 專刊中的打

扮，衣服不是那麼搶眼、也不花俏，搭配一些銀飾，整體呈現出一種不一樣的美感。

〝我還是一直覺得自己是屬於比較內斂一點的，我自己覺得表達上是比較內斂的人，不管是穿著或打扮，不是那麼猖狂〞

〝現在就覺得沒那個必要，很簡單就好了，你看我就學的希望很簡單這樣子，就黑色的，就像這類，我喜歡那種很簡單的，不是那種很多的〞

～～Cohiba～～

三、嘗試Chrome hearts風格的受訪者

有三位受訪者，在闡述Chrome hearts對其的意義時，口徑一致地將Chrome hearts解讀為其商品是較具備男性象徵的，而Ason正是本次研究擁有最多Chrome hearts的受訪者，對於他個人風格沒有明確的界定不過強調舒適很重要，但主觀認定他的個人風格與Chrome hearts的風格十分契合。

〝street style 吧，街頭吧，我比較重視的是舒服性，就牛仔褲、T-shirt、球鞋〞

〝我知道我的style是Chrome hearts，我知道我戴Chrome hearts好看阿，我知道我的style在那個位置上〞

～～Ason～～

另外Seraph可接受的範圍比較廣泛，但論及Chrome hearts時，是希望可以藉此讓自己看起來比較粗獷一點，不像外表上看起來那麼地斯文。

〝買東西就是要買適合自己的，我覺得我自己能夠接受的range還蠻廣的，看到那個東西不錯，然後還OK〞

〝不會希望自己很粗獷，就是有點.... 不希望自己那麼斯文，也是有點粗獷〞

～～Seraph～～

而Raul曾經嘗試Chrome hearts的風格去裝扮自己，希望可以讓自己看起來比較壯一點，或是說比較man一點，但發現到效果不佳，也就是個人風格與Chrome hearts是有段差距的，爾後並不會限定於要購買Chrome hearts，以喜歡為重點考量因素。

〝我覺得唷，就是看嘛，就是喜歡就好，我現在不會想買太貴的東西，年紀有差，以前是不管多貴都買〞

〝我會打扮出一個style，後來我發覺那個style不適合我，Chrome hearts的style其實不是很適合我〞

～～Raul～～

在上述六個主題中可以知道不同的受訪者即便是在擁有相同的品牌Chrome hearts關係之內，在進行訪談的過程中所透露出來的主題亦有差別，且在相同的主題中又會有不同類型的區分浮現，可謂相當有趣，下一節將以這六大主題的內容做進一步的分析。

第四節　消費者與 Chrome hearts 的典型故事

在本節中研究者欲整理出與 Chrome hearts 有關係的這群消費者，企圖將所有受訪者分為數種典型故事，一方面從訪談過程中以及後續整理出來的逐字稿內容，進行反覆閱讀、分析、比較，且在過程中與這些受訪者保持聯繫，透過 MSN 試圖融入該群消費者的生活之中；另一方面從上一節的六大主題，在不同主題內容中，不同的受訪者有著不一樣的傾向進行區分，如表 4-2。

表 4-2　主題內容及相對應的受訪者代號

主題的細部內容	受訪者代號
消費特性	
一、價格為重要考量因素	Dark
二、價格的合理程度	Ason、Cohiba
三、產品的獨特性	Seraph、Raul
對銀飾的鑑賞	
一、對銀飾就只喜歡 Chrome hearts	Seraph
二、對銀飾具有普遍知識	Dark
三、對銀飾深具專業知識	Cohiba
品牌對消費者的意義	
一、Chrome hearts 讓我看起來很特殊	Seraph、Raul、Cohiba
二、Chrome hearts 手工的質感表現我的品味	Ason、Raul、Cohiba

(續上頁)

三、強烈男性表徵的設計風格	
(一) Chrome hearts為我形塑風格	Seraph、Raul
(二) Chrome hearts 適合表現我的風格兩種	Ason
四、其餘個別的意義	
(一) 顛覆的代表	Ason
(二) 感覺很重要	Dark
(三) 銀飾裡的帝王	Cohiba
購買原因	
一、為了展現個人風格	Dark
二、因為喜歡藝術品	Cohiba
三、沒有理由的	Seraph、Ason、Raul
購買行為	
一、對 Chrome hearts 的熱愛	Seraph、Ason、Raul
二、少見的購買行為	Seraph、Ason、Raul
個人風格	
一、打扮新潮的Dark	Dark
二、內斂、簡單的Cohiba	Cohiba
三、嘗試 Chrome hearts 風格的受訪者	Seraph、Ason、Raul

研究者的分析過程如下，在消費特性與對銀飾的鑑賞兩個主題並無明顯的不同典型傾向，然而在品牌對消費者的意義中；也就是 Chrome hearts 對消費者的意義，研究者發現這些消費者與 Chrome

hearts 所形成的品牌關係中有不同的典型存在，Dark 重視的是心情、感覺等；Cohiba 強調的是製作的手工精細、專業知識等；Seraph、Ason、Raul 解讀出來的意義則是強烈的男性表徵。在購買原因的主題上，五位受訪者亦被分為三群，Dark 是為了展現個人風格；Cohiba 則是喜歡藝術品；另外三位受訪者 Seraph、Ason、Raul 則是沒有理由在購買。在購買行為上，只有 Seraph、Ason、Raul 會有對 Chrome hearts 的熱愛以及少見的購買行為出現，另外兩位受訪者並沒有此項主題。在個人風格該項主題上亦有一樣的典型區分的傾向存在，Dark 有著強烈的個人風格；Cohiba 則是喜愛內斂、簡單的風格；另外三位受訪者 Seraph、Ason、Raul 則偏好 Chrome hearts 的粗獷風格。

除了上述根據主題內容的分析結果之外，研究者與該群喜愛 Chrome hearts 的受訪者，在訪談結束後，仍繼續保有聯絡，希望可進一步瞭解其消費型態，透過網路 MSN 對話或相約時間碰面談天，在這些過程中，研究者發現到一些在受訪者之間明顯的差距。

例如：Dark 對於許多社會價值判斷都有著自己個人的意見；而 Cohiba 在與研究者進行對話的時候，常提及 Chrome hearts 在亞洲地區之盛大與知名，Chrome hearts 是在台灣受到代理權限制與不被台灣人重視之故，似乎並不有名，但是在亞洲是十分熱門的商品。

三位受訪者 Seraph、Ason、Raul 則可說是日常生活與一般人有些不一樣，從聊天、互動的過程中，研究者發現這三位受訪者所使用的物品皆為赫赫有名的品牌，不論是 Burberry、Rolex、VAIO、Diesel 等等。像 Ason 表示他不追求流行，若要將 Chrome hearts 當成名牌的話，這是他唯一的追逐，但手上所戴的錶為 Rolex，另外言談中曾提及 PRADA 西裝，可稍微略見其消費與生活不同於一般人；而 Raul 並沒有戴錶的習慣，但卻擁有兩隻百萬名錶 PP，在台灣叫百達翡麗，另外像是一般可見的 LV、Gucci、Burberry、Hermes，他都有相關的衣服、配件，最後 Seraph 雖為大三學生，但其消費能力不容小覷。

〝對阿，我覺得 Diesel，以前買過 Diesel，就覺得 Diesel 還好而已，一件九千七百多，可是穿一穿，人家也覺得還 OK，倒不如買 Levi's，對阿，就覺得很失望〞

〝我要買個東西，可能那個時候沒有買到，爸說好錢先給你，到時候有了再買，像我這次就凹到六萬多塊，因為我要去 LV 買鞋子〞

～～Seraph～～

因此研究者將本研究的五位受訪者與 Chrome hearts 所形成的品牌關係區分為三種不同的典型故事，分別是：自我展現、工藝極致、與時尚追求三種。

壹、透過Chrome hearts來自我展現

在此種典型故事中，消費者之所以與 Chrome hearts 形成關係其原因在於該品牌有助於個人自我風格的展現。在本研究所蒐集的資料中，Dark 可算是最典型的範例。

從小學開始，Dark 就盡情展現其反叛的個性。小學六年級他就開始抽煙，在抽煙的歷史中會有香菸品牌的轉換，不過到目前為止，並沒有戒煙的打算，此外 Dark 在國中一年級的時候，在某一次因緣際會下打了一個耳洞，在九年國教的常規內，Dark 已經完完全全地脫離當然社會所期許一個中學生應有的外貌規範。

面臨報考高中時，家人希望他去報考軍校，未來出路有保障、且家中有人在軍中服役，彼此之間互相可以有個照應，但在進了軍校之後，Dark 對於軍校的體制，感到十分的不滿，甚至可說是憤怒。讓他無法適應軍校生活的原因，除了軍校中那種位階分明，權力結構、距離十分清楚的人際關係外，另一方面，同儕之間相互欺壓也是另一個主要的壓力來源，在高三那年 Dark 被勒令轉學，到台北某私立高中就讀。

在高中時期也是差一點被退學的狀態下去參加大學聯考的，

Dark 總共被記了兩大過、兩小過、兩警告，原因不外乎是幫同學作弊、抽煙等。在驚濤駭浪的求學過程中，進入某大學日文系就讀，可能是因為外表打扮、行事風格的因素，在大學剛進去的時候，Dark 已被同學認定為後段的學生。

〝我坐最後一排，那個時候進大學，我想終於可以抽煙了，好爽唷！窗戶打開，我就在教室裡面抽煙，一堆人進來，就全部往前面擠，然後我後面就空一圈出來這樣，然後就有一個男的進來，他就講了一句：你有沒有搞錯，你在教室裡面抽煙？我就說：教室不能抽嗎？他說：你聽過那間學校教室可以抽煙？〞

～～Dark～～

大一時，Dark 慘遭退學的命運。當時，只有兩條路可以走，一是去當兵；二是考轉學考，在經過相當的努力之後，Dark 經由轉學考又回到了原本就讀的科系，這段經歷讓 Dark 體會不少，不過是黑暗面，加上在軍校被欺負的體會，使他在看待世界的時候添加了不少個人眼光的色彩。

第一次見面的時候，這受訪者真是愛打扮阿，看他一身的行頭，全身烏漆麻黑的，真是了不起，打扮真的是十分華麗！或許是先前的經歷所致，讓 Dark 所呈現給人的感覺就是陰沈、冷漠，某一次相約碰面的時間是晚上，他還戴著墨鏡，其行為之特殊令人吒舌，個人風格色彩之鮮明可說是前所未見，另一方面 Dark 所欲推挑戰的社會價值是：沒有所謂好學生應有的樣子。

〝我那時候我考上公費交換留學生，班上同學都覺得傻眼，我在四年以內，我成績沒有拿低於第一名過，我都是拿全班第一，然後每次頒獎都是…ㄟ…那個誰誰誰第一名，別人就說…那作弊啦…作弊啦…第二次…阿作弊啦…第三次…真的假的阿？第四次是…哇靠好強唷，就是這種感覺〞

〝我想要呈現的 style？～～屌，我今天我愛打扮，我愛耍屌，我一樣我成績可以很好〞

〝我跟你講，我就是要作自己，這是最重要的，不要想要為了大眾就去改變自己，就好像說你今天覺得大家都很乖，你就變的很乖，這東西沒什麼必要，而是說你何必要讓自己去迎合這個潮流，就是這樣阿，譬如說流行，你何必要讓自己要跟著流行走，這不是一定的阿，跟著流行走會比較好嗎？〞

～～Dark～～

與 Chrome hearts 的接觸始於台灣。Dark 本身平時就會尋找合適、順眼的銀飾品，在一次偶然的機會下，發現一家銀飾店兜售的物品似乎多了那麼一點點設計感，當時 Dark 與老闆在聊天的過程中才知道原來說這些是複製品，而所謂真品與複製品價差將近二十倍，在台灣沒有管道買到這些所謂的真品，直到日本交換學生的時候，Dark 開始購買真品…….對他來說 Chrome hearts 是一個相當有價值的東西。

〝基本上那時候我去，我看到第一個真品的櫃，我看到那個戒指的價錢，夏利豪一顆戒指多少錢，好啦…5000 啦，有個墜子 5000，一堆人去搶著買，看看 Chrome hearts 一個戒指多少錢，一個 1~20000 塊 3~40000 塊都有！〞

〝我們今天不是錢多到沒地方花，我們也會選，把錢花在該花的地方，你願不願意花這個錢去得到這個東西，這個東西有沒有價值，你覺得有這個價值就去買它，沒有價值就不要去買它，我覺得有價值就去買〞

～～Dark～～

在自我展現的典型故事中，消費者與 Chrome hearts 所形成的關係受限於經濟因素，沒有辦法購得許多物品，因此對 Dark 來說價格為購買 Chrome hearts 的重要考量因素，在日本留學的時候方有機會購買 Chrome hearts 的真品，為了購買這些價格不斐的銀飾，他十分努力地打工，爾後回到台灣他則是利用日本的拍賣網站取得價格較為低廉的二手品。

Chrome hearts 雖然是美國品牌，但是在日本文化中，銀飾品是為相當主流的裝飾品，不但相關販售網站還有專門雜誌介紹相關知識，因此就讀於日文系的 Dark 對於相關知識的獲取可說是十分輕鬆、簡單，沒有任何障礙，但這些知識則是限定於銀飾品牌的介紹、相關歷史的演變等，也就是較為普通、簡單的銀飾知識，也就是說他可以接觸到的銀飾不光只是 Chrome hearts 而已，還有其他許許多多的銀飾品牌，但 Dark 卻鍾情於 Chrome hearts，其原因在於 Dark 有想要展現的個人風格，而 Chrome hearts 剛好符合了他所欲表達。

〝今天並不是說我們要衝著Chrome hearts去買，而是Chrome hearts的東西剛好我們喜歡〞

～～Dark～～

在經濟受限但又欲購買能表達自我個性的情況下，每一個 Chrome hearts 都可說是極其珍貴且得來不易，Daek 對於他現在所

擁有的 Chrome hearts 持有特殊的情感元素，在解讀 Chrome hearts 所代表的意義時，表達出來的多為情緒性的字眼，例如：感覺、心情、買 Chrome hearts 要的就是那個漂亮、精緻的刻字。

Dark 所欲展現的個人風格是對於現有社會價值判準充滿了反抗的念頭，亟欲想要推翻所謂好學生應有的樣子，一方面符合社會期待，把書念好、成績考好等；另一方面卻要在行為舉止、外表服裝打扮上脫離常規，此時 Chrome hearts 可以傳達他個人價值觀：『屌』，對 Dark 來說意指可以做到人所不能之事，而 Chrome hearts 所能提供的功能在於裝飾，加上配戴銀飾容易給人的感覺是新潮、愛玩，可作為部分對抗社會價值的利器，盡情展現其個人風格。

貳、欣賞Chrome hearts是工藝極致的一種表現

Cohiba 大概從國中的時候就開始有戴戒指和手鍊了，父親在出國的時候會順道帶一些不錯的銀飾給他，因此對他來說銀飾品是從小就會出現在身邊的東西，並非什麼十分稀奇的東西。

〝你說戴手鍊，我大概國中的時候就有戴了，我爸就有買給我了，我本來印象中就很喜歡這種手鍊，戒指我很早以前就有在戴了，國中的時候，我爸就會送我戒指，也是銀的，他去香港買給我的〞

～～Cohiba～～

高職就讀某美術工業學校，大學、研究所階段則是就讀於某大學工業產品設計學系的 Cohiba，在他求學過程中都是和藝術有關，故他在看待銀飾品的角度和眼光都和一般人有所不同，已經不是一般世俗漂亮與否的觀點，而是從所學的相關知識來觀之。他在大學的時候所配戴的銀飾是較為簡單、樸素的種類，比較具設計感的銀飾品。

〝我大學以前戴的都是很素，非常設計感的東西，後來離開學校的時候我不喜歡那麼有設計感的東西，就是線條很 shark，我不喜歡，那種就是太做作了，東西太冷了，沒有感情〞

～～Cohiba～～

在大學畢業時，Cohiba 就已經聽過 Chrome hearts 了，但他說當時對於此種古典圖騰沒有興趣，多年以後在一次購買手錶契機下，他希望左右手都有配戴東西，於是想買個手鍊來戴，便開始尋找最好手鍊的過程，直到再度邂逅了 Chrome hearts…….

〝之後又認識朋友本身做銀飾才開始重新接觸，銀飾那個裡面那個時候就開始在找，手鍊，我個人認為最好的手鍊，印象中以前他們講過 Chrome hearts，去翻書，發現怎麼這個價格這麼貴，你跟 GUCCI 比，奇怪怎麼這麼醜這麼貴，發現 Chrome hearts 後，之前買的都沒在戴，真的越看越耐看，知道 Chrome hearts 的製作過程，覺得還不錯〞

～～Cohiba～～

在工藝極致的典型故事中，消費者從不同的角度來看待 Chrome hearts，迥異於一般消費者的觀點以其專業評鑑眼光來看待之。與 Chrome hearts 的關係則是平淡中帶有熱情，可維持相當長久的時

間，Cohiba 在對 Chrome hearts 有好感之後，但因無法獲得購買管道，一直遲遲沒有購買，在某次意外情況下獲得 Chrome hearts 的聯絡方式，以境外訂購的方式使用傳真與美國 Chrome hearts 取得聯繫，進而開始購買行為，他的購買行為皆經過審慎評估，並且會有計畫性地購買，不會有瘋狂購買的情形出現。

〝有個限度，我都是以預算來計算，譬如說有五萬元可以買，我會買個手鍊，剩下的就是買戒指的錢〞

〝我覺得我沒有很迷戀到說我全部都要有，我的狀況就是說，我已經有了，戴仿的人這麼多，差不多該買的已經買了，狀況會適可而止在買〞

～～Cohiba～～

在 Cohiba 的消費習慣中，購買物品會盡可能以最少的價錢去獲得相同的物品；另一方面他在進行購買行為時是以物超所值為主要的核心概念，但是當購物目標座落到 Chrome hearts 時，其行為起初會令人百思不得其解，這麼貴的銀飾品何來物超所值之說，但對他來說台灣知名的銀飾品牌，例如：Tiffany、Gucci、Georg Jensen，從他工業設計所學的專業角度視之，Cohiba 認為以上品牌的飾品乃是以品牌作為販售的噱頭，其利潤遠高於 Chrome hearts，除了消費特性之外，對銀飾的鑑賞角度亦採用專業視之；Chrome hearts 對他來說的意義則在於製造歷程之精細；購買的原因則是喜歡藝術品，以 Cohiba 的狀況來說，購買 Chrome hearts 經過理性評估而進行購買

行為，比較有趣的地方則是在於 Cohiba 欲透過 Chrome hearts 所表現出來的個人風格為內斂、簡單，這與其他受訪者有著相當程度的差異。總結來說 Cohiba 在與 Chrome hearts 的關係展現了其理性的判斷與專業設計的眼光。

〝雖然 Chrome hearts 的價錢真的太誇張了，但是相較於 Georg Jason、Tiffany 才是真正的暴利，完全就是在賣那個品牌，搞不好那個銀的質其實不好，外面一定是電鍍處理，除了本身是銀，外面那麼亮，一定是電鍍處理〞

～～Cohiba～～

參、以擁有Chrome hearts表達追求時尚

分屬於時尚追求典型故事的三位受訪者 Seraph、Ason、Raul 與 Chrome hearts 的相遇純屬偶然，對他們來說可算是在其時尚生活平添其一，而與 Chrome hearts 的關係可用一見傾心來形容，購買 Chrome hearts 的原因，三位受訪者幾乎沒有辦法說出個理由來，但是對於 Chrome hearts 的熱愛則是十分突出，且都有個人偏好 Chrome hearts 的某種系列商品， 在購物行為上，三位都在第一次發現 Chrome hearts 即進行購買，且在不被周遭友人認同的狀況下持續購買，在意義解讀上三位皆認為 Chrome hearts 是較偏向強烈男性表徵的設計風格，因此在個人風格的呈現上亦與此有關連，例如：Seraph 和 Raul 皆希望可以透由 Chrome hearts 讓自己看起來比較粗獷一點，而 Ason 則是認為自己雖算不是上強壯、粗獷，但與 Chrome

hearts 的味道、風格十分相稱，他戴起 Chrome hearts 非常好看。

三位受訪者與 Chrome hearts 接觸的時間長度有所不同，而三位受訪者剛好處於不同的情況，本研究解讀到 Chrome hearts 與消費者之關係，似乎會因時間面向的介入而有不同的風貌，以下將分別介紹三位受訪者與 Chrome hearts 的關係：Seraph 與 Chrome hearts 認識時間偏短正如初戀階段、而 Ason 與 Raul 則是已經有十幾年的歷史，Ason 與 Chrome hearts 的關係算是怡然自得，但 Raul 與 Chrome hearts 的關係已漸行漸遠。

一、才與 Chrome hearts 相識不久的 Seraph

Seraph 目前就讀於某國立大學工業工程與管理學系，其父親在台北、高雄有設立公司，因此在經濟來源上，不需要靠自己打工取得。第一次見面的時候，Seraph 身上並沒有配戴任何 Chrome hearts 的物品，服裝打扮偏向簡單的風格，待人態度上十分客氣，從訪問的過程中可知其生活與一般大學生在購物價值上有些差異，可能是家中經濟狀況的差異，在訪談過程中會出現一些研究者前所未聞的品牌名稱出現，這些都是 Seraph 喜歡或是使用的物品品牌名稱。他對於時尚流行的資訊相當注意，會定期翻閱雜誌，且喜愛購買獨特、別人所沒有擁有的物品，例如：Sony Qualia 的 MD。

Chrome hearts 是經由友人介紹而得知的，最不可思議的地方在於 Seraph 未與 Chrome hearts 相識之前，不喜歡在手上配戴飾品，但卻可因喜愛 Chrome hearts 而改變習慣，近日更打算於暑假期間一次購足心中所欲收集的 Chrome hearts。

〝我第一次知道 Chrome hearts 這牌子是朋友介紹，那個時候我們去日本，然後他就說有個牌子在美國很有名，都明星在買，但是很少人知道，就是在除了美國之外很少人知道，他就帶我去，在那邊買了我第一個 cross pendent，然後我就開始迷上了 cross，就迷上這牌子〞

～～Seraph～～

對 Seraph 來說，Chrome hearts 十分符合其購物習慣：特殊、少見的，他對其他銀飾的鑑賞則是絕對支持、擁護 Chrome hearts，在 Chrome hearts 的意義解讀上，Seraph 認為這是可使他較為粗獷、不那麼斯文的一項裝飾品，這亦是他現在所欲嘗試的個人風格。他對於 Chrome hearts 的購買行為，先前已經揭露過在此不多贅述，目前他所擁有的 Chrome hearts 物品有幾個較細薄的戒指、項鍊以及 T-shirt 等，不過他打算在今年暑假時期一次將心中所欲購買的 Chrome hearts 物品一次買齊。

〝反正到時候去美國一次把它買完，因為我想暑假就一次把我想買的戒指一次買完這樣子，因為我想要一次買一堆，所以在存錢，大概有三、四十萬了吧〞

～～Seraph～～

目前對 Seraph 來說，Chrome hearts 是可以讓他表現出較為粗獷一面的物品，且符合他本身購買特殊少見物品的特性，但是卻沒有辦法說出購買 Chrome hearts 的原因為何，以及喜愛 Cross 系列商品的原因是什麼，他正在嘗試粗獷、狂野的風格，到目前為止與 Chrome hearts 的關係雖不算是熱烈、激情，但也算是有好的開始。

二、仍與 Chrome hearts 熱戀的 Ason

Ason 目前是 CF(Commercial Film)的 SOHO 族，隸屬於某公司，但主要以接案作為主要的工作內容，故其上班時間、地點十分彈性，另外一方面他的經濟來源在股票，家中有人在研究股票，他只需跟著投資即可，因此在經濟來源方面可算寬裕、不拮据的狀態。

Ason 在國中的時候即舉家喬遷美國，1994、1995 年間的耶誕節返回台灣過節，在與母親去遠企購物中心逛街時，無意中發現 Chrome hearts 的專櫃，即被一個 Cross 的打火機深深吸引，不過因為售價過於昂貴，Ason 的母親最後購買一個 Cross 的項鍊給他，而 Chrome hearts 乃是美國品牌，回到美國之後，經過長達十多年的收集，Ason 目前所擁有的 Chrome hearts 相關物品超過百萬台幣，包括：經典戒指數目不詳、經典手鍊四條、項鍊數條、打火機兩枚、T-shirt、皮褲、牛仔褲、靴子、皮帶兩條等，研究者何其幸運地遇到

了這位超熱愛 Chrome hearts 的瘋狂消費者，為本研究提供相當多豐富且寫實的觀點。

〝我國中就開始買了，好不好，大概十五六歲的時候，我還記得我第一個 Chrome hearts 是在台灣買的，在 Joyce 買的，就在那邊看到一個 Zippo，就銀的，很漂亮、很正點，最正常那款，cross 的，放在那邊就很吸引人就對了，我覺得這是很有 style 的東西〞

～～Ason～～

Ason 的購物習慣是會去考量物品的價格相對的合理性，而對他來說 Chrome hearts 的手工製作是相當值錢的，且其設計風格與他個人本身十分契合，他一直強調說他戴 Chrome hearts 就是好看，而他想要呈現的風格就是偏向粗獷、狂野的風格。

〝我知道我的style是Chrome hearts，我知道我戴Chrome hearts好看阿，我知道我的style在那個位置上〞

～～Ason～～

對於 Chrome hearts 的熱愛，前面已經講得很詳細，一個有趣的現象是 Ason 對於現有 Chrome hearts 的製作皆以外包代工的方式感到相當的不滿，原以為他會停止購買 Chrome hearts 的行為，但在後續的聊天、碰面中發現到 Ason 對於 Chrome hearts 的熱情依舊，只是不侷限於銀飾品，現在的 Ason 將要邁向更為瘋狂的境界，他打算要開始購買以黃金、白金製作的 Chrome hearts 相關產品。

研究者認為就如同 Ason 所述，他個人的風格與 Chrome hearts 十分契合，因此即便現在 Chrome hearts 的品質、手工有所下降的狀況下，熱愛 Chrome hearts 的 Ason 依舊會繼續購買的。

三、已對 Chrome hearts 熱情逐漸消退的 Raul

Raul 目前就職自家的貿易公司，與 Chrome hearts 相識的時間與 Ason 相仿，約在 1994、1995 年的時候，當時在台灣的遠企購物中心有 Chrome hearts 的販售點，Raul 亦是先在遠企中的 Joyce 發現該品牌即進行購買。

〝那個時候 Joyce 男裝，然後男裝有一個小小的角落，就擺了一個櫃子，然後就賣 Chrome hearts 的銀飾嘛，那個時候就買了鑰匙圈、買墜子，剛開始的時候我根本不知道 Chrome hearts 這個牌子，是到了 joyce 之後我才知道〞

～～Raul～～

在美國就讀大學時，在獲取不虞匱乏的經濟來源之下，購買了許多時尚商品，當然包括 Chrome hearts，其購買行為一直持續到約 2001、2002 年，其間的瘋狂與熱愛如前所述，較為誇張的事情乃是曾經購買一件將近二十萬台幣的皮衣。

〝我買的那個皮衣，它旁邊可能有放一件一萬多的，一萬二美金，這邊一件六千美金的，怎麼看起來差不多阿，然後這件半價，就會覺得很便宜〞

～～Raul～～

Raul 所使用的東西大部分都是較高價位、質感較佳、少見的物品，Chrome hearts 在這方面可完全滿足 Raul 的需求，但讓 Raul 當時可以那麼喜愛 Chrome hearts 的主要原因在於，他想要透過 Chrome hearts 試圖讓自己看起來比較強壯、man 一點，在嘗試相當長一段時間後，Raul 終於發現自己並不適合那種粗獷、狂野的風格打扮，於是漸漸與 Chrome hearts 脫離關係。

他便開始將手邊所擁有的 Chrome hearts 透過網路拍賣的方式售出，主要原因是發現自身形象與 Chrome hearts 所欲呈現的風格有差距，另外一個原因是 Raul 不喜歡使用有仿冒品的品牌，近年來 Chrome hearts 的仿冒品逐漸浮出檯面，在西門町、網路上隨處可見，因此他與 Chrome hearts 的關係逐漸消逝中。

在時尚追求的典型故事中，可以看到消費者與 Chrome hearts 所形成的關係是必須放入時間的因素，才能解讀的更深刻，先是一見鍾情，再來是熱戀階段，最後會逐漸淡化或鞏固關係則端賴是否和 Chrome hearts 契合而定，像 Seraph 是一個剛踏入關係之中的戀人，對 Chrome hearts 充滿了幻想與憧憬，而 Ason 則是一直平穩地維持熱戀關係，即便在關係之中有些許不滿，但仍有維持關係的動機，但 Raul 則漸漸地脫離與 Chrome hearts 的關係，從中抽身而走。