

原鄉好藝 | Native and Creative |

自己的潮牌自己做：高耀男

Yao-nan Gao

採訪／黃芳琪 Fang-qi Huang · 圖片提供／高耀男

高耀男的公共藝術模擬圖，將原住民的圖騰結合視覺景觀及燈光效果，使圖騰立體化。

當非原住民的消費者第一次進到部落、第一次觀看豐年祭時，往往會被其色彩鮮豔的服飾所吸引，對他們來說，這是具有視覺衝擊的第一印象。做為一個阿美族潮牌設計師，高耀男將原住民族文化中最具代表性、辨認性的元素，用豐富的顏色呈現出來，除了帶給消費者另類的感官體驗，也展現了其活潑的個人風格。

從廣告邁向帆布鞋

當別人家的孩子還在讀書、享受生活之際，高耀男就已經投身美工設計，開始自給自足的養家生活。在廣告公司從打雜工一路做到平面美編設計，從接案子到按照企業客戶量身訂做的設計，高耀男接觸到相關行業領域的商業設計，了解到消費市場走向、成本效益評估等實際面向，為他日後的品牌之路累積了不少資源。



工作中的高耀男



高耀男設計的手機殼



「人生就是要不斷往前看。」為了接觸更多獨特創意，並開創自己的設計風格，高耀男辭去廣告公司的職務，開始參與各類型的設計比賽，並以一件原住民傳統服飾圖騰的指甲彩繪作品，獲得第三屆「原住民族工藝師徵選及工藝精品認證」，這是高耀男擷獲消費者喜好的最早代表作之一。

2012年的臺灣國際文化創意產業博覽會，高耀男代表黎芯吉耀工作坊與東華大學育成中心一起北上參展。他將彩繪帆布鞋的概念結合日本膠模、蝶古巴特拼貼膠等技巧，將原住民八族的代表圖騰貼膜在高筒帆布鞋上，製成樣品參展。高筒帆布鞋上的鮮豔顏色，將原住民族熱情奔放的個性表露無遺，樣品展開時，吸引了許多人在攤位前駐足，更讓高耀男接到許多訂

單。然而，高耀男回憶道：「其實那時候很多人有興趣，但臺灣或大陸卻沒有一個廠商願意生產這個東西，因為顏色太多，每增加一個顏色，就增加一個成本，實在太麻煩，要怎麼做阿！」創意與成本之間的衝突，成了他走向自我品牌的第一個難題。

此時心急的高耀男，除了先以半手工的方式，將手中的訂單製作完成之外，他也決定以動制靜，開始花費一整年的時間，逐步拜訪全臺灣帆布鞋的鞋廠，希望從中找出一個可以配合製作鮮豔色彩、同時品質不錯的廠商。皇天不負苦心人，後來他終於在臺中找到一間



高耀男設計的滑板





高耀男在「Vibrant Vision—原原不斷」臺灣原住民當代藝術展中的展示作品



高耀男設計的帆布鞋

願意合作的鞋廠，於是正式進入量產的流程：先由鞋廠直接提供鞋子的裁片，再送到印布的技术工廠，印好圖騰後，再送回鞋廠製作完成品。鞋子成品的圖與鞋布一體成形，印製結果非常完美，就連得過「原住民族工藝薪傳獎」的媽媽曾春子也讚不絕口。商品很快銷售一空。後來，由於消費者反映，高筒的帆布鞋要腿長的人穿才好看，為了滿足男性消費市場的需求，高耀男在2015年年初接著推出短版的原住民風帆布鞋。他說每次一推出新品，印有阿美族與達悟族圖騰的帆布鞋總是最快銷售一空，但他也坦承，鞋子類商品在設計上十分麻煩，因為鞋子有分很多尺寸，所以每做一個尺寸，就必須重新設計、排版、打樣，才會非常完美，擄獲消費者的青睞。不過，這些挑戰都是他成為一個成熟的設計師所必須面對的。

隨時都有新點子

從廣告設計到原住民工藝師精品認證，高耀男一路走來，認識了不少各領域的專業生產者，進而研發出了指甲貼、衝浪板、耳機、毛巾、抱枕、禮服等產品。除了手機殼因為手機市場變化過大，永遠都無法追上手機型號變化的大小，成為停產商品外，高耀男靈活的頭腦隨時都有新點子。他桌上的小公仔，就是他近來很想嘗試的新領域。「把傳統的原住民公仔，變成有關節、可動的造形機器人，無聊的時候就讓它做一個動作，拍拍照片，不是很帥嗎？」他也把阿美族的陶甕，設計成可以拿筆、拿弓箭的機器人，其創意不僅前所未有的，也引起了大家對陶甕的興趣。在





高耀男為花蓮機場繪製的公共藝術牆面

設計圖騰往往只採用單一族群的代表顏色。他將自己對創意的敏銳度結合平面設計，並跳脫以往傳統原住民手工藝品的圍限，廣泛運用電腦繪圖到各種跨領域的商品設計上，「只要將平面設計配合不同的規格、尺寸去排列、裁減，就可以配合不同廠商做出多樣商品」，經驗老到的他說道。至於藝術，則是設計的下一步。「我希望我設計的東西都能趕快賣出去，這樣就可以支持我下一次的創作來源。」

Mr. Nan，男子漢的設計魂

「我不會講族語，但我有原住民的身分。」高耀男生長於花蓮市國富社區（阿美族Kenoy（根奴依）部落），早期家園土地被外族人交易買賣後，阿美族人因為缺乏競爭能力，就搬到更遠的地方居住，部落因而逐漸變成一個各方移民聚集的新居住地，這樣的環境說好聽些是文化薈萃，但當老人家用阿美族語跟他打招呼時，高耀男卻完全不知道如何用族語回應，讓他常常成為被開玩笑的對象，他對原生的族群文化也缺乏深刻認同。直到他多年前到臺東嘉明湖時，受山中的美景吸引，有感而發地設計出自己獨特的LOGO，才開始回頭尋根。他希望透過設計，能夠時時提醒自己不要忘記族靈的呼喚與原鄉的傳統。

高耀男設計的Mr. Nan帆布鞋，讓許多喜歡帆布鞋的人跨越流行時尚的風格界線，原住民電視臺的主持人阿洛、原住民藝人安欽雲、導演虞勘平等，都是它的愛用者。他堅持使用原住民族衣飾的配色、頭飾的排列圖樣，來代表他對原住民時尚潮牌的堅持，讓全世界最長銷的鞋款（帆布鞋）出現原住民族熱情活潑的色彩，也讓他自己成為原住民潮牌的代名詞。🌿



高耀男為2013臺北燈節設計的小提燈

這同時，他也擔任2012年「Pulima 藝術節」系列活動的主視覺設計師、為原住民族委員會設計大廳藝廊，並參加第四至六屆的原住民藝術工作者駐村計畫，期間也舉行「人來人往：高耀男個展」。從設計到藝術，樣樣都難不倒他。

多年經驗讓高耀男領悟到，文創產業是一種訴諸視覺的產業，消費者覺得穿起來搶眼有型，就可能直覺性地買下商品。他相信色彩愈單純，就愈有力，所以他的