

傳統藺草，時尚演繹：A.M IDEAS的生活綠設計

A.M IDEAS' Eco Chic

以綠設計為依歸，並重視消費者體驗的A.M IDEAS，將過往常見的藺草素材，以

跳脫傳統設計的做法改造為時尚，並透過大量參展讓臺灣地方工藝在國際舞臺放光。在藺草商品的多樣可能中，我們看見了工藝產業的新生命、設計品牌的人文精神，也看見了臺灣製造的文化軟實力。

A.M IDEAS, an eco-design brand highlighting consumer experience, renews rush products commonly seen in the past with innovations, and exhibits extensively to introduce Taiwan craft to the international stage. From the diverse possibilities of rush products, we see the new life of craft industry, the design brand's humanism, and the soft power of 'Made in Taiwan'.

地方產業專業分工，藺草工藝新挑戰

兩百年前的臺灣，西部農業發展極為興盛，氣候溼暖與灌溉工程發達，造就臺灣稻米及農作物的好品質。尤其苗栗苑裡、臺中大甲一帶溼地稻田居多，特別適合藺草生長，收割曬乾後還可用來製作草帽及草蓆，是當地稻米產業之外的另一項收入。

時至今日，工業化發展帶來產業轉型的衝擊，手工製作的速度遠遠不及機器化量產的速度，加上傳統藺草帽及藺草蓆的需求漸漸被取代，幾乎變成夕陽產業，讓空有一身好本領的婆婆媽媽們，無法將藺草工藝完整的傳承給下一代。

眼看著自明清時期以來，臺灣以農立國的傳統文化即將消

失，社區媽媽們堅持這「慢工出細活」的藺草技藝，即便一個手工包包要花上七、八天的時間製作，仍然一步一腳印穩扎穩打地走過來。恰巧遇到尋找臺灣綠素材的A.M IDEAS，雙方一拍即合，林宛珊及陳韻如兩位設計師隨即下鄉開始學習藺草技藝，期望能從做中學，進而帶出更多設計的可能性。



A.M IDEAS兩位設計師，林宛珊（左）與陳韻如（右）





藺草為現代吊燈帶來一絲古典韻味

用藺草製作的手機保護套，一點也不違和。



兩人每週都到苗栗苑裡找社區媽媽學習，經歷半年的時間，才知原來看似簡單的藺草編織，竟然有這麼大的學問在裡頭！

光是一條線直不直就得花上許多功夫，如果力道不夠，還會造成編出來的成品不夠密集，出現漏洞變成瑕疵品。而且手工製作的東西，往往受到交期不確定因素的影響，以藺草背包為例，就得花上兩週的時間來編織車縫，沒有辦法準確控制完工時間，更是一大難題。

「我覺得每天都有不同的挑戰，很多時候不確定能不能做到，有沒有人買，在製作過程中也會遇到一些困難，有時是以實驗性質的方式來嘗試，看怎麼樣來克服這些問題。」林宛珊說。

基於分工原則，將藺草編織的工作交給當地經驗豐富的社區媽媽，如此一來，不僅做得快，又能減少錯誤發生，自己則負責設計發想、布料車縫及商品行銷管理，每週定期開會討論執行進度與方向，確保在不確定的情況下，仍能依尋原則，把事情做到最好。

藺草領結綠設計，打響國際知名度

提到藺草，就得先了解它的特性。一般可分為鹹水草與淡水草，鹹水草生



簡單素樸的藺草領結

長於海邊一帶，俗稱鹹草（臺語）或燈心草，品質較為粗硬，以網綁貨物做為主要用途居多。而淡水草製作手工藝品富彈性、品質佳，用來當編織草帽草蓆原料再適合不過，因此目前常見的藺草工藝品，皆以淡水草居多。但是，在國際化的衝擊下，手工產業逐漸被東南亞及大陸廉價勞工取代，讓曾經是農村裡家家戶戶的經濟來源，如今卻成為臺灣的夕陽產業。

「我們之前都在做科技產品，摸塑膠的東西，所以現在幾乎是從零開始，面對社區媽媽跟面對電腦不一樣，必須要不斷密切溝通！」談起A.M IDEAS的創立，陳韻如不禁指出初期的困難。

從小在澳洲長大的陳韻如，設計概念相當敏銳，以外國人的角度來思考，直覺許多設計主題在國外少有，即使有類似素材，也還有很大進步空間。她發

現，烏干達當地資源雖然不足，卻能利用有限素材，設計出令人驚豔的產品，原來設計的重點不在於資源多寡，而是有沒有新的思維給予它第二生命，興起創業的念頭在腦中盤旋不去，在原有的科技業扎穩馬步累積設計基本功後，她選擇找同事林宛珊一起出來打拚創業，A.M IDEAS就這樣誕生了。

「會取名A.M，是因為我們喜歡凌晨的感覺，另外一個原因就是我們一個姓林一個姓陳，哈哈！」林宛珊與陳韻如說到工作室名稱由來，不禁哈哈大笑起來。

A.M IDEAS一開始設計的東西，其實是不做販售，而是專為老人設計的藺草背包，但因純手工製作過於複雜與耗時，而且單價成本過高，製作過程仍須改進，於是不了了之。她們轉而思考如何結合不一樣的材質，讓消費者可以用比較合宜的價格買到這樣的商品。

調整定位後，A.M IDEAS 鎖定為以家用品、飾品為主，而商品的開發概念，則以「每天可以用到的東西」為主軸，重新思考藺草如何出現在生活裡面，市面現有的產品有什麼缺點可以改進，以及如何讓藺草凸顯優點。各式各樣的家用品、個人使用物品、手機保護套、小錢包、藺草領結等等，就是這時期的成果。

有的設計師選用木頭製成領結，外形雖好看，但材質過硬，易有卡卡的感覺，不像藺草具有天然的軟度，而且佩戴時能散發陣陣草香，帶給使用者好心情。針對這一點，A.M IDEAS團隊花了許多時間思考，進而設計出藺草領結，簡單外形之中亦突顯精緻手工藝技法，至國外參展亦獲不少好評，並得到廣大

迴響。

研究市場後她們發現，這些喜歡藺草領結及相關商品的消費族群，以建築師、設計師居多，其中也不乏設計科系年輕學生，顯示它不僅掌握住消費者喜歡天然、獨特的產品特性，也引起設計人士共鳴，打破一般人對傳統藺草只能做草蓆草帽的用途限制，開創出自然素材更多的可能性。

「很多不一樣國家的人也會喜歡我們做出來的東西，像是比利時、荷蘭、瑞典、丹麥，日本、新加坡、泰國，還曾收到買了領結回去而被誇讚的荷蘭客人來信，令我們印象深刻。」林宛珊說。

社區阿嬤總動員，延續傳統創新機

位於苗栗苑裡的藺草學會，以「手感體驗、延續傳統、創新設計」為精神，不但重視綠色環保概念，也希望能延續百年老手藝，透過許多方式傳承美好事物給後代，因此不斷思考如何增加藺編藝品的附加價值，讓傳統工藝走出不一樣的風格。

陳韻如與林宛珊回想起四年前接觸苗栗苑裡社區時，一開始只有三個阿嬤做編織，也不確定自己能不能幫到在地的藺草產業，經過不斷的討論溝通，到現在已有好幾位阿嬤全體動員排班制，似乎又讓地方產業活絡起來，從傳統的草蓆改為現代化的領結，對阿嬤們來說其實也是新的挑戰。

兩人表示，對於綠設計講求減少用料、節能省電，運用回收材料，A.M IDEAS也不是沒想過，只是藺草工藝更注重「天然」，不添加化學藥劑，讓產品使用後丟棄也不會造成環境的汙染，因此目前沒有運用回收材料的相關



小巧可愛的蘭草水牛飾品



蘭草的處理過程

牌包裝、量產、行銷，快速拓展設計師的知名度與作品普及率，不論是思維或格局，都與國內設計師不同。

國內設計師沒有品牌，往往只能單打獨鬥，從籌資開始，自己必須找上下游廠商接洽，並委託工廠生產，再充當業務打電話做行銷推廣，自己所扮演的角色及功能相較於國外更為複雜。除了創意發想之外，也要具備成本控管的能力，這讓臺灣設計產業從業者有著無形的壓力。若要說設計師最大的成就感，就是來自於消費者使用後，看到他們開心的笑容，僅此而已。

與環境共生互利，以人為本的品牌精神

回顧蘭草產業興衰歷史，不難想像在臺灣錢淹腳目的年代裡，擁有蘭編技藝的婦女們日夜不停趕工的盛況。如何讓產業再次復甦，除了設計師的創意發想，以及社區協會動員整合，更重要的，就是秉持以人為本出發點。

A.M IDEAS的logo設計，有許多人字在上頭，看起來像座層層相疊的小山，原來它要表達的，就是以人為本的核心理念，做起任何事都能讓廠商、自己與消費者共創三贏。

此外，陳韻如與林宛珊兩位設計師也不斷思考，如何讓消費者不論從任何角度來看，都會喜歡A.M IDEAS的設計，進而透過產品了解蘭草背後的故事，藉以為臺灣傳統產業找到發聲管道，傳達人與環境共生依賴缺一不可的概念，同時希望營造Playful、Relax的品牌精神。🌱

計畫，而是全心全力投入一切取之自然，用之自然的再循環概念。

常年在國外參展的A.M IDEAS，每一次出國就像是作品的成果發表會，雖然國外也有許多綠設計廠商同時出現在展場，不過喜歡設計是一回事，客人買不買單又是另外一回事，對於國內外設計產業的優缺點更是看在眼裡。

「我們經常參加家具展，發現國內外的環境不一樣，所以需求會不一樣。像是國外小孩長大後比較容易獨立買房子，自然就產生家具的需求，國內小孩跟父母住的話，家具的需求就會減少，所以要看在什麼環境下。」陳韻如說。

以設計師本身而言，家具產業在國外重視「品牌」，因此設計師畢生的努力，就是希望能將自己的設計作品賣給大公司，簽約後再由大公司品



A.M IDEAS 的logo設計以人為本，創造供應商、設計師、消費者三者共生共好環境。