

臺灣陶藝前進的策略

以「臺灣國際陶藝雙年展」競賽為例

The Strategy to Progress: On the Development of Taiwan Ceramics Biennale

文／莊秀玲 Chuang Hsiu-ling (新北市立鶯歌陶瓷博物館典藏展示組組長)・圖片提供／新北市立鶯歌陶瓷博物館

本文將新北市立鶯歌陶瓷博物館於2004年起辦的「臺灣國際陶藝雙年展」置於臺灣之官辦陶藝競賽的歷史脈絡中，檢視其在建立國際知名度的出發點上所採取的各種策略，在競賽本身、展示教育、宣傳行銷等方面的執行重心，以及執行數屆以來在國際交流上所展現的成果，以為今日雙年展的影響力提供執行面的剖析。

Placing Taiwan Ceramics Biennale, organized by New Taipei City Yingge Ceramics Museum in 2004, in the context of government-run ceramics competition in Taiwan, this essay examines the strategies, foci in organizing competition, educational activities and advertizing, as well as contribution in international exchange, of the biennale as an international competition, in order to locate the influence of the biennale from the perspective of operation.

陶博館開辦國際陶藝雙年展，其實是深具歷史使命的。

臺灣第一次出現官辦陶瓷比賽是在1965年第五屆全國美展；第一個獨立陶藝競賽是1984年臺北市立美術館舉辦的「陶藝：現代茶具創作展」及「現代陶藝推廣展」；第一個以陶藝創作為主的常設性競賽是1986年國立歷史博物館舉辦的「第一屆中華民國陶藝雙年展」（1986－2000年，共八屆）。到了1990年代，各地文化中心更是紛設相關獎項，而最受矚目的競賽是1992年由和成文教基金會開辦的「陶藝金陶獎」（1992－2000，共六屆）。由此可見，陶藝發展在臺灣是受到相當多的關注，不僅是官方單位，連民間團體都在陶瓷文化推廣上著力甚深。

2000年的第八屆「中華民國陶藝雙年

展」與「第六屆陶藝金陶獎」，都不約而同以國際規格來規劃，前者以邀請展的方式呈現，後者則擴大為國際徵件比賽，之後兩個競賽便暫停辦理，原因之一就是臺灣第一座陶瓷專業博物館——新北市立鶯歌陶瓷博物館，於2000年11月開館。眾望之下，陶博館於2003年受行政院文化建設委員會委託及經費支持下，開始籌辦國際陶藝競賽，做為推動臺灣陶藝文化的重要國際窗口之一。

國際競賽是西進的策略

延續臺北市立美術館、國立歷史博物館的規劃，陶博館的「臺灣國際陶藝雙年展」仍以陶藝創作為徵件對象，原因無他，因為這是陶瓷媒材運用中最自由的形式，最能呈現人類無所羈絆的創造力，同時也是世界潮流。

1 2004年雙年展展場剪影



競賽是推廣、是鼓勵，也是一種交流互動的策略。競賽是鼓勵藝術活動的基本形式，也是左右藝術風格與內涵發展的重要關鍵，但如果是國際競賽，在意義上就不再單純是推廣藝文活動，而是另有目的，諸如透過國際競賽來進行博物館行銷、城市行銷、國家行銷，一方面是提升博物館的功能與價值，一方面是推廣自身的文化實力，或能成為國際交流平台、引領陶藝發展走向，或能建立與強化民族的自信心，而實質上可計算的成效是博物館知名度提升後，所伴隨的入館人數、門票收入與周邊效益的提升。

對於剛成立不久的陶博館，舉辦國際競賽的目的是很明確的，主要在建立陶博館的知名度。就其目標而言，對內是培養臺灣陶藝專業族群的國際視野，與提升組織內部處理國際展演活動的能力與經驗；對外則是以此活動來建立國際合作關係，進而推廣及輸出臺灣陶藝文化。國際競賽規劃的一切是為了前進國際，讓臺灣能廣納世界不同的創意，也讓臺灣走向國際。

聚焦、靈活的操作策略

選擇競賽而不是展覽做為推動國際交流的重要活動，即希望能吸引更多專業族群的參與。如果競賽本身能獲得專業界的口碑，進一步再透過一定水準的展覽、文宣品以及活動安排，也能獲得一般觀眾的肯定，則交流的效應與廣度一定會呈現出來，不過這還是關乎到主辦單位的資源與規劃能力。因此，如何運用有限的資源，在短時間讓目標對象可以知道這項活動，並進一步付出行動來參與，甚至願意認識陶博館、鶯歌以及臺灣，是陶博館在規劃與執行上的重點方向。

一個地方博物館執行堪稱世界四大陶藝競賽之一的國際競賽，在經費預算、人力資源上或許本來就先天不足。雙年展首屆經費全數由文建會補助，2006年因為經費沒有著落而暫停辦理，接下來2008、2010以及2012年的費用如數由新北市政府的預算支應，並酌由民間基金會或各國在臺駐外單位的補助，也總算順利續辦。

在經費不充裕的情況下，為了能擲地有聲地推出競賽，2004年第一屆

立定工藝傳統，走向美感創新
——「臺灣工藝競賽」演變綜觀



2



3

臺灣陶藝前進的策略
——以「臺灣國際陶藝雙年展」競賽為例



4



5

「臺灣國際陶藝雙年展」提出世界最高額獎金的策略，以一百三十萬首獎獎金創下世界陶藝競賽的最高紀錄，希望能吸引國際陶藝界的注意。第一屆共有四十七個國家692位參賽者報名，125件作品入選。2008年推出第二屆，一樣是一百三十萬的首獎獎金，卻已經不是世界最高，但仍吸引世界五大洲五十八國、684位陶藝家參與。

由於全世界同性質的競賽有多個，為了突顯臺灣雙年展的特色及開創新的可能性，2009年提出策展競賽與作品競賽交替的方式持續辦理。2010年雙年展轉為徵選策展人提案的競賽，成為全球首次的陶藝策展競賽，由紐西蘭籍策展人莫雅拉·伊利歐（Moyra Elliott）勝出，邀集來自十七個國家、43位知名陶藝家參展，以「會話」（Korero）為題，呈現出不同於徵

件競賽的展出。此策略已引起國際陶藝界更多的關注與討論。

2012年再度推出作品競賽時，為了更落實國際專業人士對臺灣的認識與了解，提出了全球首創的得獎者駐村計畫，首獎除了一百三十萬高額獎金外，並提供陶博館駐村及個展與畫冊五十萬元補助，金獎一名、銀獎二名也同時獲得陶博館駐村創作的機會，期待得獎者與臺灣社會的連結更加密切，於無形間推廣臺灣文化。

專注、專業的執行策略

國際競賽的執行操作大致分為作品競賽、展示教育、宣傳行銷等三部分，透過這三大業務可以串聯的專業對象包含創作者、協會、團體、學校與教學單位、博物館、美術館等，以及專業的雜誌與媒體，和相關贊助與合作機構等。

- 2 2010年雙年展競賽決選會議
- 3 2010年雙年展記者會
- 4 2010年雙年展參展陶藝家Jim Cooper創意課程
- 5 2010年雙年展參展陶藝家參訪北投
- 6 2010年雙年展展場
- 7 2010國際陶藝節暨雙年展開幕活動
- 8 2010年雙年展研討會

設計行銷並重，在地與國際齊進
——「法藍瓷陶器設計大賞」五年記

天馬行空的實現
——從「福爾摩沙珠寶設計競賽」說起



對每一個競賽而言，作品徵集的宣传無疑是最重要的一環，然而陶博館因為經費不夠充足，從開始徵件到展覽開幕宣傳都需要仔細考量執行的成本與成效。陶博館的策略是以結盟、合作的方式，找到具有影響力的合作單位，透過他們既有的通路來宣傳訊息，例如最大的兩個國際陶藝協會：美國國家陶藝教育學會（NCECA）、國際陶藝協會（IAC），陶博館分別於2004、2005年與他們簽訂合作意向書；也與舉辦國際陶藝競賽的博物館簽訂姐妹關係，如2001年與法恩札國際陶瓷博物館、2003年與世界陶瓷博覽基金會、2005年與岐阜縣現代陶藝美術館等成為姐妹館。此外，國外專業的單位如各大學陶瓷系所、陶瓷博物館、陶瓷中心、各國陶藝團體、專業媒體等，以及各國駐臺辦事處，也都是宣傳資訊的重要通

路與合作夥伴。

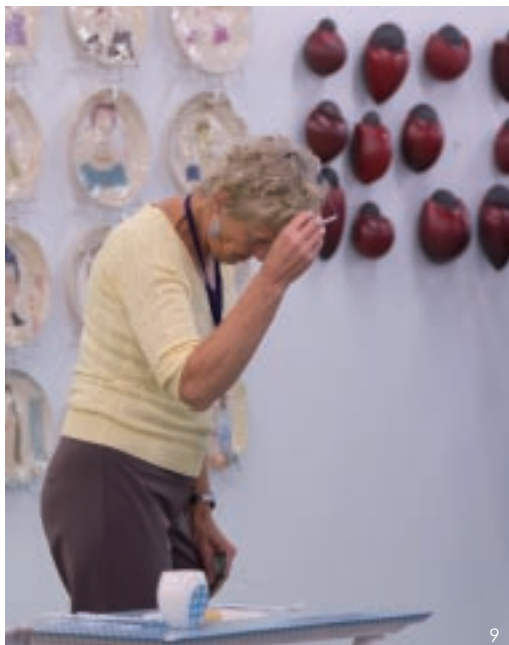
在競賽本身的執行上，重點在於國內外評審委員的邀請，陶博館盡量朝向多國籍、不同專業領域的組合，期待能評選出獨特且多元的作品風格，也創造與不同背景的專業人士進行交流的機會。就展示教育的執行而言，除了展覽與文宣品的專業呈現外，針對專業族群也規劃為期兩天的研討會及工作營；對於來臺參加活動的評審與參展者，也設計了認識臺灣陶瓷文化的陶藝之旅，參訪多處觀光窯場與陶藝家工作室，展現臺灣的文化實力。針對一般觀眾除了規劃導覽以及主題體驗課程外，最主要是搭配陶藝節節慶活動來吸引更多民眾的參與。

幸運的是，陶博館因為獨特的建築與展演空間，提升了展演活動的品質，又所在地鶯歌陶瓷的觀光聚落已成熟，加上臺灣各地的豐富陶

瓷文化與觀光資源，對於國際競賽與交流的規劃與推動助益不少。

豐富、實質的西進成果

多年後，陶博館晉身為國際知名的博物館，臺灣國際陶藝雙年展的舉辦是功不可沒的。多屆舉辦下來，因為雙年展之緣已經成功進行了多項國際交流，如2005年在陶博館展出的「複調多音：NCECA北美當代陶藝」特展，係與美國國家陶藝教育學會合作規劃，推展陶博館的知名度及臺美兩地陶藝家的互動；2005年於阿根廷密西恩大學國際當代陶藝研討會的「臺灣陶藝家在阿根廷」特展與示範工作營計畫，係源自於2004年雙年展評審推薦獎阿根廷陶藝家的引薦，進行為期二十一天阿根廷三大城市巡迴示範活動，後續獲阿根廷臺北商務文化辦事處莊輝恩秘書的協助，在三



年時間將臺灣陶藝作品展與臺灣攝影展巡迴於阿根廷二十多個重點城市。

又2006－07年巡迴於韓國京畿道世界陶瓷藝術中心、日本岐阜縣美術館以及陶博館的「亞細亞陶藝三角洲：韓國、臺灣、日本」特展，係為亞洲三大國際競賽的主辦單位聯合策劃的交流計畫，拉近三地陶藝家之間的交流；另外，2007年透過駐歐盟兼駐比利時臺北代表處的引薦，與比利時國際陶藝雙年展主辦單位，比利時安田市政府，簽訂合作意向書，2008年陶博館規劃的「驚豔福爾摩沙：臺灣陶瓷文化」特展、「茶顏：臺灣·茶具·茶文化」特展，成為比利時安田陶藝雙年展的主題國展，並於2009年、2010年互換駐村陶藝家，比利時為安東尼諾·思博多（Antonino Spoto）、臺灣是朱芳毅；2010年法國塞弗爾陶藝雙年展亦邀請了臺灣陶藝家蔡宗隆、胡慧琴、謝嘉亨參與。其中，駐村創作的體驗讓安東尼諾·思博多對臺灣留下深刻的

印象，影響了他的女兒選擇到臺灣學習中文；蔡宗隆、胡慧琴、謝嘉亨都是雙年展的得獎與入選者，蔡宗隆更獲得法國藝廊邀請展出。這些為國際交流留下美麗的印證。

此外，2008及2010年雙年展均獲選由《藝術家》雜誌所舉辦，經由藝術圈人士票選的「十大公辦好展覽」；2010年雙年展又獲得美國在臺協會VAI獎項參加由美國國務院舉辦之Visual Arts Initiative (VAI) grants 競賽，獲得超過約六十萬臺幣的補助獎金，這個獎項的競爭對手來自臺灣與亞洲各國的美術館舍，競賽的執行品質再次受到肯定。這些成績成為陶博館持續推動國際交流的信心。

真切、多元的交流互動

國際競賽除了讓陶博館成為國際交流的平台，另外一個重要的目的是讓國內陶藝家有與世界各地的陶藝家相互觀摩、較量的機會，也讓相關專業人士有交流的管道。每屆雙年展所舉辦的研討會與工作營，

都獲得國內陶藝家的熱情參與，而2010年策展競賽的提出，讓陶藝家進一步地認識國際策展人與評論家的觀點，對於自己的創作與進軍國際的規劃不無影響，同時也讓更多專業人士看到國際策展人的不同視野與操作手法，達到多元交流的效果。

舉辦國際競賽另外一個重要目的是推廣臺灣陶瓷文化，因此雙年展的規劃中一直包含臺灣陶藝之旅的行程，希望來臺的陶藝家與專業人士能夠多認識臺灣陶瓷的歷史與發展風貌。行程中除了參觀觀光窯場、拜訪陶藝家工作室外，也會去參觀陶藝藝廊，了解臺灣陶藝市場的生態，期待從實際參訪與互動中，深刻了解臺灣的風土民情。

以2010年策展競賽的經驗來看，這位來自紐西蘭的策展人莫雅拉·伊利歐，她在國際陶藝策展上已有二十年的經驗，不論在展覽議題的設定、作品的選件上皆有其獨到之處，在展示規劃上也提供了新的展示觀念與建議，在研討會的規劃上



11



12

9-10 2012年雙年展競賽決選會議

11 2012年雙年展競賽得獎出爐記者會

12 國際示範工作營

與媒體行銷的操作上也給予相當專業的建議，並引薦了多位陶藝評論家與學者，為館方帶來許多新的人脈與新的思維，也為臺灣專業與非專業的族群帶來新的詮釋觀點。更難能可貴的是，透過策展人的大力推薦，許多參展陶藝家自費前來臺灣參加開幕活動，臺灣的好客燃起了彼此的熱情，即便在離臺登機前的幾小時仍熱誠地要分享新的創作觀念，讓陶博館成為名符其實的國際交流平台。

向前，走到不同層次的原點

新北市立鶯歌陶瓷博物館主辦的常設性競賽共計五項，鼓勵當代陶藝創作的有「臺北陶藝獎」、「臺灣陶瓷金質獎」、「臺灣國際陶藝雙年展」；鼓勵產業新品發表有「新品評鑑展」；鼓勵高中職以下的學生作品有「全國陶藝生肖學生競賽」。2004年陶博館舉辦第一屆「臺灣國際陶藝雙年展」，即期待此競賽能成為陶博館與世界各地專業館舍、團體及人士進行交流的重

要起點。多屆下來，陶博館已經累積了許多寶貴的經驗與友誼，也不斷地提出不同的策略來突破經費不夠充足的窘境，雖然在經費與參賽作品件數上不及韓國與日本的國際競賽，但小而溫馨、豐富又真切的交流成果，不論對內或對外已經展現一定程度的影響力。

雖然，培養專業藝術家最有效的管道就是競賽，但競賽可能是不夠的。陶博館自2003年開始「陶藝創作申請展」徵選計畫，又於2011年推出「臺灣陶藝駐村計畫」，兩者皆接受國內外陶藝家或團隊的申請，又策略性地規劃2012年雙年展前四位得獎者參與陶博館三個月的駐村活動，希望國外陶藝家與臺灣土地上的陶藝和人能更緊密聯結，創發更多可能性，讓臺灣真正成為凝聚世界各地創作活力的地方。並期許，每一位陶藝工作者、相關從業人員以及陶博館同仁，持續在自己的崗位上做最好的呈現，相信這就是行銷臺灣最好的方式。🌱