



顏水龍昇華生活美學主張創造文化經濟

Towards Cultural Economy Based on Yan Shui-long's Aesthetics of Life

文·圖／林俊成 Lin Jun-cheng (藝術工作者)

時代在變，世界各國無不卯足全力創造國家經濟力造福百姓。誰能 hold 得住時代脈動、主導潮流，就能立於不敗之地。蘋果旋風席捲全球，賈伯斯（Steve Jobs）談設計：「連按鈕都漂亮到讓你舔。」他將美學至上的設計理念散播到全世界，這點我們可以從麥金塔（Macintosh）精緻的不鏽鋼資源回收桶 icon 設計，與微軟（Microsoft）PC 塑膠資源回收桶 icon 做一比較，設計水準高下立見（圖1）。事實印證，現代商品的



1

美學運用與衍生的經濟價值互為表裡，無從切割，要促成商品附加價值的大幅提升，生活美學水準的振興，絕對有其必要性。

英國在 1997 年首先將文化創意產業視為國家經濟發展重心，產值快速成長，文創產業成為各國爭相發展的世界潮流。我國對文化創意產業的定義是「源自創意與文化積累，透過財產的形成與運用，具有『創造財富與就業機會』潛力，並促進整體生活環境提升的行業」。五十八年前，顏水龍早就洞察

文化經濟的重要性，一再強調要建立臺灣的發展藝術環境，讓藝術家有生存空間，且首先必須提升大眾的美學品味；要達此目標，須從實際生活用品的改良切入，著手培養大眾的審美觀。基於這樣的理念，繪畫科班出身的他，不顧眾人的冷嘲熱諷，毅然放棄畫家身分，親身參與手工藝創作，執意建立一所工藝學校，藉此推廣拓展「生活美學」領域。其後不管身處國、內外，隨時隨地都在關注和收集創校的資訊，以成就他對臺灣這片土地奉獻的決心。

最近有人為文創測顏水龍留學日本後開始接觸到工藝相關訊息，才觸發了顏水龍的工藝思維，開始投入該領域；還有人認為顏水龍大幅介入常民工藝是深受柳宗悅民藝運動的影響。此並非事實。下面的論述除了彰顯「顏水龍昇華生活美學主張創造文化經濟」的貢獻，也能印證他的真正思維來源。

藝術家的生活美學之路

顏水龍終生慨然投入手工藝推展的真正動機，只因「純粹美術」離民眾太遠，老師岡田三郎助建議他為了促進純粹美術的發展，應先推行和生活攸關的藝術。透過生活用具、居住空間或景觀的美化，來培養高雅樸素的情操，使生活導入純粹美術的境界，藉推動工藝來

1 微軟與蘋果電腦資源回收桶
ICON 設計比較



2

2 仿梵谷椅子用麻繩編織椅面

提升生活文化。這是顏教授當年親口給的答案，憑藉這股熱誠，他率先藉由促進純粹美術影響常民文化，達成應用藝術生活化昇華生活美學，成就藝術品味普及化，最終「創造文化經濟」。

顏水龍在六、七歲時父母即雙雙過世，與三姊及祖母相依為命，1915年祖母去世，1916年三姊出嫁後即孑然一身。從小就感受到一般農村生活的困苦，從而激發他致力改善農村生活的構想。他在1920年3月赴日留學，1929年3月東京美術學校研究科畢業，7月赴法留學。平常除了畫畫，休閒趣味生活是散步與旅行，在國外多年，遊歷過許多地方。1932年10月，他因肝病嚴重從法國回臺。留法這段期間正逢德國華特·葛羅畢斯（Walter Gropius）在1919年於德國威瑪創立包浩斯學校（Bauhaus, 1919-1933），主張現代設計教育結合藝術與技術，將藝術家、工匠與工業之間的隔閡消除，來提升工業水準；同時強調對教學理論與實務同樣重視，以藝術

家、工藝家為中心，建構工作坊的「師徒制」教學。顏水龍在潮流第一線上感受包浩斯的震撼，也親身接觸從1850年開始（1890-1910年間流行世界）威廉·莫里斯（William Morris）所發起的「美術工藝運動」（Arts and Crafts Movement），以藝術融入生活用品、設計創意提高商品附加價值的力量；而1874年起至20世紀初，歐洲仍在印象派氛圍中，莫內、賽尚、梵谷、高更及其後的畢卡索、黑人藝術，都對顏水龍的藝術觀及手工藝的推展影響深遠。（圖2）

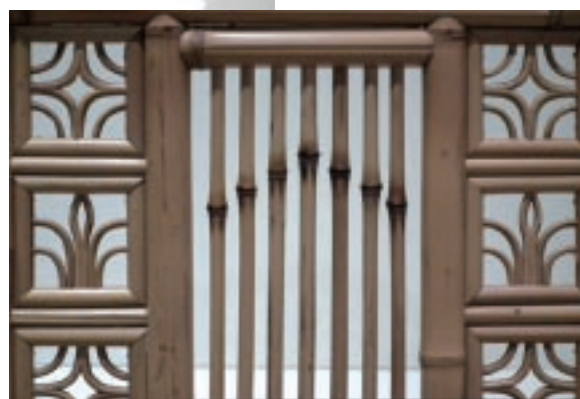
1926至1945年，日本展開民藝運動（此時顏水龍已經在各地從事工藝資料蒐集一段時日）；1935年3月顏水龍到臺大人類學教室從事雅美族（達悟族）及其住地紅頭嶼（蘭嶼）的資料調查準備工作（顏水龍特別強調在歐洲博物館看到黑人雕刻深受感動，也很嚮往高更到大溪地與土著共處的生活，表示將來若找不到工作，願意待在原住民部落）；1936年他投身臺灣工藝的研究與



3

發展，赴日參觀國立東京美術學校工藝科、東京高等工藝學校、東京市立工藝職業學校、京都市立工藝專科學校……；1937 年 1 月攜回創設美術工藝學校的具體方案，以德國包浩斯學校架構為藍本，寫成臺灣工藝美術學校「設校計畫方案」。顏水龍回國之後，原想在彰化創校（誘因是鹿港工藝、和美織、大村草蓆、二水鳳梨卦、南投燒……群聚），萊園是他第二個選擇，可惜未能獲得地方仕紳支持，於是他自行將計畫呈送臺灣總督府文教局；總督府雖然否決此計畫，卻認為「可先行研究」。2 月顏水龍受聘殖產局為囑託（顧問），獲得一張免費乘車卡及支領三百元經費，銜命調查全省的工藝基礎。自此，他從基隆起環島，上山下海，努力調查設施、蒐集民間工藝資料；同時深入原住民部落進行調查，發掘原住民使用素材與傳統文化之美。五個月後，整理繳

交完成的資料，獲殖產局的介紹函，前往東京通產省所屬工藝指導所，從事工藝的研究兩年。在此期間，臺灣之竹製家具及竹工藝品，深受指導所特聘德籍工藝建築家布魯諾·陶德（Bruno Taut, 1880-1938）讚嘆，尤對椅轎（乳母椅）多功能的設計特別推崇。此時濱田莊司（Hamada Shoji，日後成為日本人間國寶陶瓷藝術家，就在東京工業大學進修陶瓷學）、河井寬次郎等人，都和顏水龍熟識，和濱田甚至熟到開窯時可自由選拿想要的作品。柳宗悅可能就在此時，透過從事陶藝的藝術家濱田等認識顏水龍。其時在工藝指導所從事指導的小池新二（國立千葉大學工業設計系創系教授、日本工業設計先驅）和顏水龍互動則更為頻繁，不但看過臺灣工藝美術學校設校計畫，還頗為贊同，並鼓勵顏水龍帶回臺灣實施，此後還曾帶領國際設計協會夥伴到臺北實踐美工科參訪。



4

取擷在地素材，注入文化創意

顏水龍始終認為，臺灣地處亞熱帶，充滿燦爛的陽光，是一個美麗的寶島，許多植物生長迅速，如果有計畫栽培，就能取之不盡，用之不竭。基於「容易取得，在地環保」的工藝資材因素，他涉入蔴草編織及竹藝、植物染等常民有關設計領域頗深，以實踐他一心想透過庶民日常用品來影響與提升生活文化，並經由手工藝改善農民生活的職志，和「民藝」關聯性不大。若據此推論，受到柳宗悅影響一說值得商榷（筆者自 1981 年進入實踐任職直到顏教授 1987 年過世，經常請益討論各類問題，卻未曾



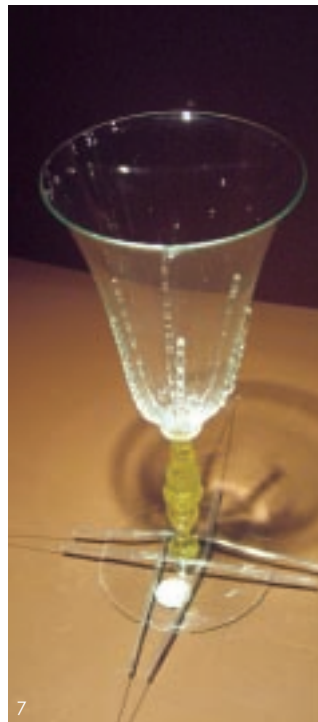
5

- 3 手提袋透過造型改造與染色飾線的適當裝飾，整體的質感全然改觀。
- 4 竹椅背以簡練的幾何圖形裝飾
- 5 鹹草袋設計與草帽內襯木模規格品管

聽他提及受到柳宗悅先生影響）。依此原則，原來經濟價值不高的鹹草，普遍生長於含有鹽分無法耕種的溼地，學甲、鹽水附近種植最多，俗稱「海草」，只用作草蓆、拖鞋或綁粽、綁肉材料……，顏水龍研發出具有地方特色又兼具現代感的手提袋，其他如：草埔拖鞋、繩編門墊等，暢銷日本、上海、東北。1939 年初秋研究結束，顏水龍返臺提交報告，殖產局原先計畫再派遣他到東南亞、中東考察各國工藝狀況，因國際局勢緊張而無法實現；初冬再赴東京，以〈海草手提籠〉參加當時日本舉辦的「戰時生活用具展覽會」獲獎。1940 年，顏水龍辭去薪資優渥的壽毛加牙粉株式會社廣告設計的職務，處理日本房產後再度返臺，在臺南定居。聽從他老師藤島武二的建議：「做為一個臺灣仔」應該回報鄉土，開始了實際拓展工藝的行動。殖產局雖無力推動工藝發展計畫，還是撥了一筆補助，在臺南州學甲鄉北門地區成立「南亞工藝社」，教導一般婦女以海草為材料編織產品；1941 年組織「臺南州藺草產品產銷合作社」，將當時的「茄荳」——原是臺灣早期乞丐乞討時攜帶，單色且造形不佳的包包，研發成具地方特色又兼具現代感的手提袋。顏水龍透過造型的改造與染色飾線的適當裝飾，使得整體的質感全然改觀，頓時變成帶有時尚風

格的手提袋（圖3）。這是將「設計概念融入產品」製作的作法，直接影響民間工匠美學修養的提升，讓他們在遵循傳統技法過程中，也能了解到因應時代需求的必要性。此外製程中不同編織者生產出來的商品，連帶出現大小、形狀的差異性，衍生出品管問題。為了解決該差異性，開發出內襯的木模來幫助統一規格。（圖5）

除藺草編織產品之外，竹林容易栽植、生長迅速，成林三、四年後即可砍伐，竹材可說是一種不錯的工藝資材，深具發展潛力，是臺灣極為重要的環保經濟作物。1942 年（昭和十七年）顏水龍在日據時期《臺灣公論》雜誌上發表〈工藝產業在臺灣的必要性〉一文，並親自花了半年時間，到臺北橋附近的竹家具店，跟隨師傅學習竹材的加工技術。為了解決竹子易被蟲蛀及竹材外觀的改善，先浸泡蘇打水去除竹材表皮污穢，再水煮除掉竹子糖分。同年他以臺南州關廟為中心，與當地業主攜手設立「竹細工產銷合作社」，當時關廟竹工藝從事者，約佔該鄉總人口百分之三十，年產額約近二十一萬日圓。顏水龍親自從師傅那邊學到竹材的加工技術後，不但改良了竹材，還畫設計圖指導大家從傳統太師椅造型取得文化元素，外加簡練的幾何圖形作裝飾（圖4）；也從乳母椅的多功能概念設計竹家具，並創造了容易拆

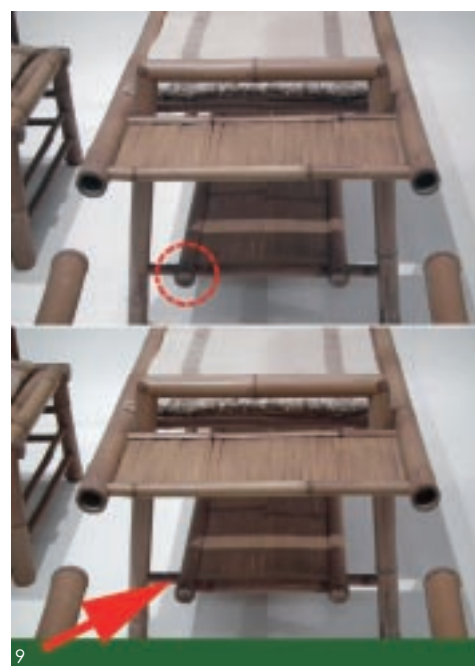
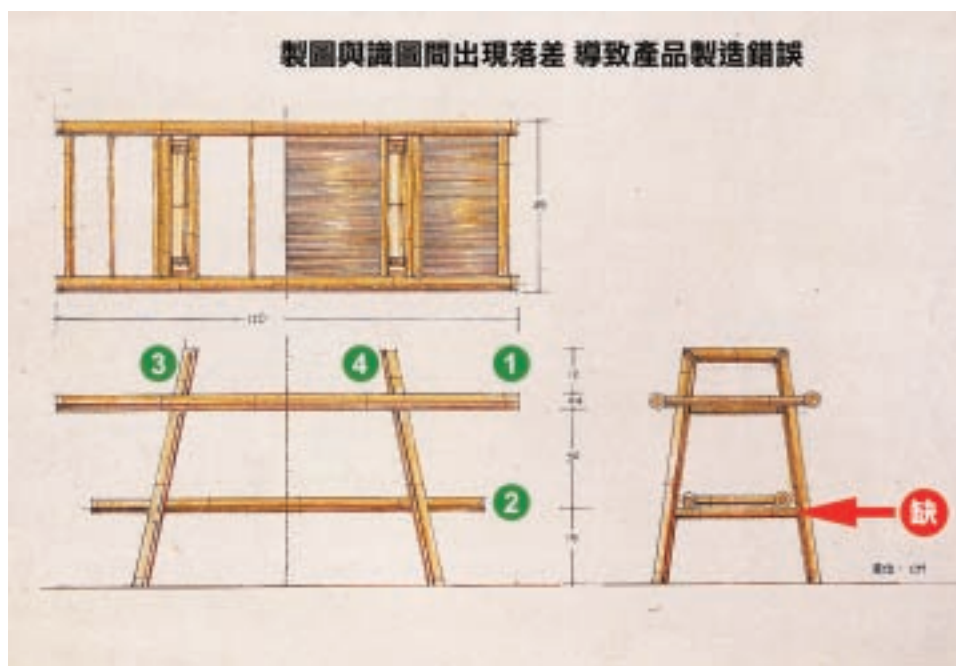


- 6 自織領帶及自創商品標籤
- 7 威廉·莫里斯的工藝美術特展玻璃製品
- 8 原設計圖是四件式（即插入式上桌面、下置物層及兩桌腳）「模組化」
- 9 竹桌兩邊桌腳直接與下置物層連在一起，而非跨置桌腳橫竿上，變得只可拆卸桌面。
- 10 SMOCA 廣告畫
- 11 SMOCA 彩色海報

卸組裝的「模組化茶几」。此外還自織領帶、自創商品標籤（圖6）、改良容易推廣的領帶織機，提倡環保質感良好的植物染技術，推薦優秀人才赴日本專門學校（無學位）學習真正的染、織技術，回國推廣教學。這種以設計創意提高商品附加價值，大幅增加產值的作法，與莫里斯發起的「美術工藝運動」概念不謀而合。（圖7）

工業革命後產品的製程分工，讓傳

統製造業產生變革，原先是製造者亦是販賣者的現象逐漸消失，「製圖與識圖」變得重要，筆者在臺北市立美術館開展的顏水龍展擔任導覽時，首次發現展出的竹製家具，出現了「製圖與識圖間的落差」，導致產品製造錯誤。附圖所見的竹製桌子，參照原設計圖是四件式（即插入式上桌面、下置物層及兩桌腳）可拆卸搬運的「模組化」概念（圖8），卻因兩邊桌





10

腳直接與下置物層連在一起而非跨置桌腳橫竿上，變得只可拆卸桌面，讓「模組化」設計喪失了基本的功能，而失去了意義（圖9）。

從生活工藝邁向品牌規劃

顏水龍 1933 年在壽屋服務，常有機會與對面的 スモカ 公司的廣告部長片岡敏郎在吃飯、喝咖啡時相遇。有次他客氣地要顏水龍發表對 スモカ 廣告的看法，顏水龍坦言廣告非其專長，但就其個人看法提出了幾個重點，一是要多留空白；二是不論橫、直都須放置區塊狀的「齒磨スモカ」商標標準字；三是以簡潔有力的線條畫圖。片岡當場沒說什麼，兩手交叉胸前思考了一下；過了一段時間後，就拜託顏水龍試畫十幾張稿子給他看看，再由他們加註文案。結果上報後反應異常熱烈，還有人問T.GAN到底是誰？……這些廣告和當時報紙廣告通常採取密密麻麻塞滿版面的做法一比，顯得特別突出，布局獨樹一格，留白、塊狀商標、簡練線條圖案，日後竟然成為スモカの廣告風格（圖10）。就因為鮮有畫家涉入該領域，顏水龍也成了臺灣廣告第一人，在日本也累積了相當的



11

知名度，他所設計的抽香菸的黑人彩色海報就印了十五萬份（圖11）。廣告工作不但讓顏水龍有了穩定的收入，也開啟了他企劃行銷的能力。

在國內，提起臺中的太陽餅無人不知，但誰知道它是源自於全省各地都有，毫不起眼的「麥芽酥餅」，只因為



12 臺中太陽堂餅店的標準字、商標、包裝紙、包裝盒、糕餅模。

12

顏水龍當年在擬定行銷計畫時，以其外型酷似太陽，首次「將產品命名為太陽餅」而成名？這種創造議題，為平凡無奇的麥芽酥餅重新締造生命力，延伸產品想像空間引發公眾討論的手法，是近代許多產品成功崛起的關鍵。命名後的太陽餅還須許多配套措施來搭配，……「太陽」既是主軸也是核心，就依此衍生標準字、商標、包裝紙、包裝盒、糕餅模、裝飾壁畫向日葵、店面陳設裝潢、招牌。在行銷上採行整體的設計，正是今天全套CIS規劃的概念（圖12），它正式開啟了「臺灣品牌形象建立的先河」，為產品成功行銷踏出漂亮的一步。

柳宗悅（Yanagi Souetsu, 1889～1961，日本民藝運動的創始者）在東京出生，父親早逝（日本海軍大將），從小就在家世優渥的環境成長。他所主張

的民藝「用即是美」重視常民用具之美，倘若裝飾太多，就不適合日用而成賞玩的藝術品。顏水龍則是藉由民間工藝既有技術、保有文化內涵、使用在地材料、創新適合當代使用習慣、融入設計概念，提升產值（圖13）。他協助林商號合板公司，利用臺灣特有銘木和研發化妝合板就是實例。兩人之間基本理念差異甚大，怎可認為「顏水龍推崇臺灣工藝的美感基準與價值，基本上來自柳宗悅民藝思想的共感？」對工藝本質的認知及思想理念上，怎會是宛如具一脈相承的血緣關係？

1943年3、4月顏水龍接待柳宗悅來臺調查工藝產業一個月，帶領參觀臺灣各地手工藝產業，柳宗悅看好竹材工藝。訪問期間還曾到過顏水龍家，並在家中共餐。對於吃飯能夠使用民藝陶碗盛飯，認為是高級享受（其實顏水龍到民

藝店買的餐具，是價格較為低廉的瑕疵品）。顏水龍對家中餐具的使用非常講究，即使喝一杯簡單的紅茶，都會像咖啡館那樣，備妥杯盤、杯墊、桌巾、糖罐；吃飯時另有置放骨頭、菜屑的小碟子。他對遊覽時或路邊搭棚外燴宴客用餐，經常使用塑膠桌巾、塑膠餐具頗不以為然，有次到了中央研究院拜訪友人時，意外看到全國最高研究機關的餐廳，竟然使用保麗龍碗來盛飯頗為驚訝。從上面的例子，可以看出他努力率先實踐生活美學的態度。

文化經濟的倡導者

最近國內一直有許多人在抱怨，物價飛漲只有薪水不升反降？甚至有人怪起老闆壓榨勞工。討論半天還是無解，究其原因，臺灣過去的中小企業，一直是以廉價的工資去爭取代工機會，如今對岸崛起，不思轉型的企業，只想以遷移生產基地來渡過關廠危機。過去大陸工資便宜，近年富士康自 2010 年來連續三次大幅加薪，其中深圳地區基層員工的基本薪資已由三年前的人民幣 900 元基

本薪資調升為目前的 1800 元起，考核後升至 2200 元以上。過去遷廠到大陸的公司受不了加薪幅度，只得重施故技遷到越南或印尼……，這種便宜行事的作法，到最後只有走上倒閉一途。

在此誠摯奉勸臺灣的勞資雙方，都應該好好去思考，如何提升勞資雙方的水準去共創雙贏，而不是一味要求老闆依照物價指數提高薪水，不逼自己還有工作機會，逼急了有良心的老闆只好關廠遣散勞工；沒良心的老闆則暗中進行轉移生產基地的準備工作，待時機一到，拍拍屁股走人，勞工就在一夕之間失業，生活頓失依靠，不得不慎。筆者曾在 1986 年時與顏教授討論薪資高漲的問題，顏教授認為勞力密集初期的原料加工，可以應用機器或運往大陸處理之後，再運回國內從事高附加價值的部分施作。最近中國的產業政策已然改變，沿海區域已不歡迎傳統產業進駐，要的話必須西進內疆幫他門開疆闢土。政府雖然提出了所謂的鮭魚回流計畫，訴求爭取維繫經濟成長率最力的臺商加工出口業返臺，以帶動就業機會；

13 融入本土特色及材料的檯燈設計作品



13



15



14

14 已申請專利的「蛋糕毛巾」

15 由「拉鍊，能不能不只是拉鍊？」開發出時尚特色的包包

16 以法國巴黎香榭里樹大道環境景觀概念營造的臺北市仁愛及敦化南、北路

17 顏水龍攝於霧峰畫室

實質上也透過降營所稅率到17%、產創條例為土地變更解套，再加上農村再生條例釋放農地等一系列利多吸引臺商……。事實上，這樣的思維方式僅是舊酒新裝，如果只因工資更迭又活不下去了，這種沒有競爭力的產業不要也罷！不思企業轉型根本提升附加價值、積極拓展研發綠能新商機。也應該好好學習地小、缺乏天然資源的瑞士（土地面積4.1萬平方公里，略大於臺灣的3.5萬），真正去開發使用「很少的材料生產高產值」的商品。不要生產超過國內需求量過多的原物料，進而付出嚴重傷害環境的代價。中鋼一噸的鋼胚體積、重量都十分龐大，請問能賺到多少錢？這樣的外銷產值真的值得要嗎？台塑六輕工安不斷；台塑化的煉油絕大部分外銷，是真賺到？還是蒙著頭賺足，政府規定中油國營企業一定要賺到的「法定盈

餘」——「人民的血汗錢」！

下面例舉的成功案例，都是受到國內許多中小企業因貪圖低廉工資移到大陸，留在國內設法苦撐的產業，他們都因意識到「轉型、創新」是唯一一條生路，因而存活發展。

我們知道拉鍊的存在有百年的歷史，一直是臺灣傳統產業之一。一群年輕人突發奇想，提出「拉鍊，能不能不只是拉鍊？」發現布齒之間的變化排列，於2011年透過設計，藉由裁縫師傅們匠心獨具的巧手，形成一款又一款兼具功能與時尚特色的包包，帶來驚喜連連的潮流經典 What-Z 包就此誕生（圖14）。產業界名言：「沒有夕陽產業，只有夕陽公司。」拉鍊廠大順，2005年積極轉型，2007年成功開發出具專利的「彩妝拉鍊」技術，領先全球，將全球前兩大拉鍊廠日本YKK、中國福建潯興拋在後面。

1990 年以前，臺灣的毛巾重鎮雲林虎尾生意鼎盛。全年產值超過 25 億元臺幣。1996 年以後，臺灣市場在對岸毛巾低價傾銷的影響下，紛紛關廠，只剩不到三十家苦撐。興隆公司利用科技設備逆境轉型，開發「蛋糕毛巾」申請專利，成立觀光工廠並設毛巾博覽館，藉由觀光導覽，讓民眾瞭解臺灣毛巾歷史、產業知識、健康選購毛巾要件、DIY 親手製作個人專屬的蛋糕毛巾，開創「體驗經濟」新商機（圖15）。

回顧過去，臺灣在亞洲四小龍中由領先韓國到大幅落後韓國，產業政策真的應該全盤認真檢討。顏水龍終身一步一腳印地以實際行動極力主張「擷取傳統文化元素，設計適合於現代生活，具有實用性、審美性及將來性的多功能產品」。五十八年前早已體察先機，在所著《臺灣工藝》一書序文寫道：「將美和生活來結合的工藝品的創作以至生產，乃是文化和經濟的一道源泉，世界各國都視其為產業的獨立一個部門，將其作為國際產業戰的武器在爭奪世界的市場，這已是毫無疑問餘地的現實」，直指發展「文化經濟」才能在競爭激烈的世界市場立足，創造高值化文化經



濟。他的一生努力，難得經由臺北市立美術館的多年努力，將它系統性地整理於 2011 年 12 月 3 日至 2012 年 2 月 26 日呈現在國人眼前，可惜的是高喊「文化立國」的最高當局卻只願意去欣賞有關政治議題的艾未未展，不願撥空上三樓移駕去看看這位高瞻遠矚的文創產業先知、手工藝之父、CIS 的前驅及環境景觀（圖16）與公共藝術的先行者……一生的奉獻，實在遺憾！ 🍃