

# 繁榮世紀的救贖

## 崇尚工藝＋跨界創新

### Reestablishing the Prosperity for Craft: Border-Crossing of Craft in the Context of Cultural Creative Industry

文／林秀娟 Lin Xiu-juan (國立臺灣工藝研究發展中心副研究員兼研究及展覽組組長)・圖片提供／國立臺灣工藝研究發展中心

從「工藝品實為當代知識與文化承載的具體模型」的理解出發，本文概呈今日複合材料與技術之發展、其對於過往今來之文化融合與重組、相應之管理組織的建立、及其對於環保議題的反應，凡此種種所形成的文化創意產業脈絡，並剖示文化創意產業發展所應具備的多層次與網絡運作思考，同時舉出國立臺灣工藝研究發展中心近年因應文化創意產業政策而提出的跨領域工藝計畫為例，使之成為在較大文化產業脈絡下檢視工藝跨界發展的分析。

Taking the understanding of "craft is a mold of contemporary intellectual and cultural bearings" as its starting point, the article observes the context of cultural creative industry, formed by multi-application of media and techniques, its integration and recombination of past-and-present perspectives, the establishment of corresponding managing apparatus, and its reaction to concerns of the time, particularly environmental ones. In its noting of the multi-layered, network feature of thinking required in developing cultural creative industry, and demonstration of the related plans of National Taiwan Craft Research and Development Institute in recent years, it yields an analysis of the border-crossing of craft in the larger cultural and industrial context.

人類藉由思想溝通與文化交流，達到相互了解並促成族群合作，見證文化發展在歷史上與時俱進的不斷融合，分享技術與發明促成文明的發展與提升，同時為世界帶來善意與和平，並化為真正的人類知識。21世紀的各種融合現象，例如：性別、種族、人為、自然或全球化等議題，表現在跨學科、跨領域的論述或產業之中企業的合併現象等，可說已遍地開花。

當代工藝品的設計與產出已非僅為銷售而生產，現代人們的需求與物件的關係更為親近；新產品的不斷創新設計，促使人類生活更為從容順暢。生活在物質環境之中，人並非僅做為「理性的人」或「消費者」的角色存在，人們會主觀選擇使用某種物件，其間通常含有特定的社會結構與情感的成分；人類的行為、發生場合與文

化脈絡等，都能影響、決定物件的價值。

據此，可認定物件是有生命的。因此，每件工藝品的誕生皆承載、記錄了製造當時的技術、美學與產業文化。在不同的歷史時期或族群社會，人們對於物件價值的認知差異甚大，所以工藝品實為當代知識與文化承載的具體模型。





## 複合與融合：21世紀工藝設計新思維

人類與地球  
未來的綠色設計，在

上圖

蝴蝶水果盤 陳雅芳（金工）、張正成（陶藝）  
瓷，金屬、水晶

取材自蝴蝶造形，以陶瓷塑造手法製作，果盤中心以金工包覆連結雙翼並飾以華麗的水晶，物件呈現低調的奢華感。

左頁圖

青春之泉，元氣香爐  
蔣茂煌設計，蔣茂煌（木工）、黃吉正（陶瓷）  
檜木、黑檀、紫檀、陶土窯燒  
主體以零料或朽木，採獨創圓球環狀聚合工法施作，氣動效果則以專利結構施工。注水盤採陶土窯燒作品，添增聚煙及水面薄霧輕攏的觀想情境。提樑收納木盒，傳統接榫工法製作，結構簡約，讓時尚與古典交會出新的驚喜。

現今因全球商品市場競爭的結果，產品開發時間已大幅縮短，新產品開發效益也受到投資者嚴格的檢視，因此，產業界更有理由將過去已經開發，或因故中斷的各種科技重新加以檢討、組合與利用，並藉由知識系統的建構，去充分管理與運用這些既有的資源。複合技術深刻影響當代的新產品設計思維，此一認知，在21世紀已形成全新的產品美學與價值觀。複合材料與技術的動力和美學，已跳脫過去以科技為導向的價值觀，轉為接受目前複雜的世局所支配之「現實美學」意義。當代人們對於生活現實議題及解決對策的渴望，使得生產的複合技術備受重視，全球化現象亦促使任何的設計開發方案，都必須在其投資與產出的效益之間取得平衡。因此，透過：1. 生產技術的再評估與改良；2. 具有特色材料與技術的改進；3. 材料與技術應用方式的進一步開發；4. 表現材料的新特徵為目的之設計；5. 各種複合技術組織部門的建立等，都受到產業界高度的重視。

當代設計與工藝生產方式對社會可能產生的衝擊，亦須要反省並呼應前述討論的議題。目前各種設計開發轉向追求維護地球資源與環境的新體制，此一永續目標撼動人類心靈，激勵人們追求生命價值，並轉而發掘內心世界的初始渴望，經過設計轉化為打動人心的產品形式。由於關懷

當代受到高度的重視與評價，因而工藝設計應有反映此一社會價值之必要。此外，因為生產過程分化的浪潮不斷推進，促使具有創新、高技術職業的群聚之地，有希望晉升成為影響當代經濟的要角。

國立臺灣工藝研究發展中心近年來推動文化創意產業——跨業合作行動方案，促成各領域的工藝家與設計師的合作模式，形成推動工藝創意產業政策的雙重象徵資本，有潛力發展出具競爭力的文化經濟，但設計開發必須推出與社會議題相關者才有賣點。由於創意生產具過渡性質，也同時具有高附加價值和高度市場風險，它橫跨文化體驗與商業主義，在推動創意產業策略方面，也面臨新產品開發行銷效益的嚴厲挑戰。

## 創意族群引領產業轉型

1980至90年代是臺灣工藝產業衰落後的轉型時期，傳統製造業經歷衰退黑暗期危機，面臨資源重整與再生階段。由於交通系統的發展日益綿密，自然資源對產業發展的影響力已大為降低，因之僅止於自然資源優勢的產業條件已不足以保證成功。在後工業的年代，帶動經濟力量的要素是想法、創新以及人力資本，而不僅是實體產品；愈能創新，愈能產出知識經濟與高階服務的地方，就愈具全球經濟競爭力、

影響力與重要性。工業經濟（製造業）的沒落，取而代之的經濟要角，即為高人力資本或高技術的創意行業。

文化創意的概念營造出一種活潑的社會氛圍，帶來創意社群的互惠與福利，後工業時代的人力資本導向，較有機會讓傳統產業與舊城市活化再生，因此，彈性空間與創意族群都是揮別製造業的必要條件。文化提供技術、媒體傳播創意，而工業時代經濟由生產小機件，轉變為後工業由創意資本取代貨幣資本的投注，使人才成為創意產業核心競爭力的首要條件。目前在先進國家無不藉由城市更新與創意空間規畫之願景，支援、吸引創意族群進駐；各類高技術職業與產業群聚，透過創意引流的澆灌加以組合，可資改善傳統製造業的荒漠現象，創意族群因互利互惠亦將促使地方產業重生、茁壯。

國立臺灣工藝研究發展中心坐落於中部地區，乃基於本地工藝產業歷史上的先天優位條件，其機關改制過程，亦可說是臺灣工藝產業變遷的縮影。中心自2003年以來推動第一、二期文化創意產業新政策，藉由創新育成中心的基地硬體設施整建、卓越研發、產業跨業合作以及「大品牌」形塑行動方案等計畫之研擬，即為呼應前述社會與產業變遷之創新施政作為，此階段產業界宜加速以人力資本為基礎，即時

接手製造業，以培養發展臺灣創意產業的國際競爭力。

由於創意網絡的集體性以及文化技術生產日益商業化，文化政策之擬定，宜先了解創意如何發展，以及創意經濟的運作。政府決策的支援，透過公共建設投資，除了建立軟、硬體網絡，並以非傳統的方法去支援及維持，以公共政策去營造適合多元創新群聚的環境。包容和多元文化的地方是創意工作者可以融入，會優先選擇進駐的生活之地，透過文化創意產業發展法之配套措施，以降低創意族群在社會與經濟方面的限制，是目前政府能積極協助的部分，而地方組織也須加以了解並支持創意工作者。工藝研究發展中心目前除了持續建設創意群聚適合的發展基地，並提供社群相關設計創新訓練、技術研習和政策支援的平台，知識與創新也將由此類場所擴散，未來必能有助於創造工藝產業轉型發展之「正外部效應」。

### 創意跨界的競爭與合作

文化創意產業，是一種既開放又反映彼此的產業，創意本身也是一種獨特的存在，因創意無定向特質，不同的創意人士分享共同資源、想法和知識創造，形成「新的聯盟」，朝向「創造性破壞」的建設，皆是指向此一新行業的特質。跨領域創意的共生、互助關係，並不侷限於單一文化創意經濟和運作方式，仍依循社會學者史塔克（David Stark）所提出之「多層次制度」，以解釋組織中不同部門的人透



左圖  
飾 唐草設計有限公司設計  
積層竹材、鋁金屬、五金件  
用優雅的線條襯托您心愛的珠寶首飾，在它暫時離身的時候有個專屬的位置。溫潤的竹材提供了適當的保護。

右圖  
自在 唐草設計有限公司設計  
積層竹材、陶瓷  
利用溫潤自然的竹材與陶瓷，將置物功能的器皿轉化成如同工藝品般的擺飾。利用造形上的凹曲溝縫，方便使用者掛放如首飾小物或收納雜物於陶瓷底座內。







上左二圖

三角戀曲 侯春廷設計製作  
雪白瓷、壓克力、不鏽鋼

設計重點在放置於杯底的雙層結構與底部三點接觸面，以及碟子中心的鏤空設計，避免瓷器碰撞產生噪音或飲品溢出，產品形式亦可以重疊收納或做為花器、燈具之多重用途。

上右圖

在水一方

紀璟凱設計，林群涵（竹藝）、侯春庭（陶藝）、呂雪芬（金工） 竹、瓷、金屬

這組茶盤來自於茶園風光意象，融合丘陵、坡地彎曲的線條以及傳統民家山牆的形式，呈現悠然自在的視覺風景。

過多樣性的技術和資源，去創造出解決問題的新技術與發明。創意產業需要彼此支援才能在市場上生存，將不同的創意型態組合成新的文化產品，並將其轉化為新經濟價值，方能藉由合作共創過程與經濟成長產生關聯，亦即經濟學者羅默（Paul Romer）所說的「報酬遞增」效應。

關係緊密的創意社群之中，往往有競爭也進行合作，例如工藝業與設計業，或眾多工藝小企業組成的網絡，這樣的合作因為分享資源、想法等，使得生產變得比較容易，且因為彼此生產的產品具有類似特質，使得彼此又處在一個相互競爭的環境之中。但分享資源往往可成就令人矚目的新產品，透過垂直分工，地區的創意群聚和「新工匠」之形成，讓成功的彈性多元生產得以成立，以即時迎接多變的消費品味與潮流（Chritopherson and Storper 1986；Scott 2000-2005）。

從異領域融合面向觀之，說明創意可以改頭換面，也可以轉移至文化經濟的不同領域與產業，擴張附加的經濟價值。例

如：臺灣畫家幾米繪畫圖像的藝術授權，混合運用於居家用品或服飾生產等，透過墨色國際有限公司的商業運作創造另類新經濟。

創新所須之構想能力是從既有思考中取材，並進行新的組合思考，結合兩件事物產生新組合新事物，或提供整合環境與帶來新的組合。重點是創新能為社會做什麼？產品能以簡單的語言傳達概念，或概括說明產品的特質則必能打動消費者。工藝結合設計產業的獨特性與相似性若能先釐清，則有機會讓雙方的競合關係對創意產業做出最大貢獻。工藝研究發展中心藉由近兩年來「生活提案設計研習營及國際交流」計畫之推動，吸收各類型工藝創作人才參與，舉辦生活型態探討、複合媒材應用為導向的主題創作工作營，進行各領域工藝創作者對話與交叉合作與經驗分享交流的平台，經由八個月以上的長時間密集切磋研討，由成果已看出結合異材質碰撞出的產品新形式，以及加乘的跨領域合作之功。

此外，以綜合媒材融合通用設計概念，針對熟齡族群生活用品之開發計畫，採用1. 戶外休閒；2. 居家生活；3. 保健養生；4. 建立關係等主題，針對熟齡族群生活的心理與生理需求進行探討，並結合工藝家、設計師、工藝中心等各領域多元智慧共同合作模式，運用竹材為主體，加以陶瓷、玻璃、合金、纖維、皮件、壓克力、木材等的多元素材之運用策略，透過設計整合，嘗試創造開發全新的工藝質感兼具時尚品味之生活新品，計畫成果持續於2009至2010年參與東京生活居家用品展覽，獲得觀眾佳評，藉由工藝跨界媒合的策略，已撞擊出創意產業的新火花與未來願景。

## 工藝的文化迴路

物件被生產之初，其本質與生產方式，不盡然與商品有直接的相對關係，而是創造者銘刻其價值認知、表現技術與美感以及社會文化的載體，而消費者如果選擇與使用，則讓新物件有機會成為商品。工藝文化商品受品味驅動，其消費判準與物件表現形式與一般消耗性商品不同，因為「品味」承載了社會意義，品味的移轉，從文化挪移現象觀察，可知其往往自異文化吸收與異領域創新而產生新的次文化，並轉化成為主流文化。

另外，工藝品信譽之建立，具有主觀本質，須透過正確、有影響力的人建立起來。工藝品被定價的地點與如何長期維持信譽，牽涉到廣泛的同儕評論家、品味創造者以及跨產業的行家，與「多層次機制」有關。價值的塑造與相關領域的「聖化機構」（相關領域主政機構或重要主辦競賽單位等）的關係，和商品接受評估的過程也很重要。好的工藝品經由相關行業有才華與眼光的人士協助推介時，則效果必然大增。產業內部的創業分享與合作，透過多層次的創意生產，分享多元的想法，可為新產品創造跨界生產機會和與行銷賣點。

法國社會學者布赫迪厄（Pierre Bourdieu）提起關於「場域」（field）的理論，藝術文化的象徵生產有限，若能變成大規模的生產，則須納入不同的參與者，此所謂的場域包括許多變異元素，其中包含創作者本人、經紀人、策展人、媒體等等。場域的碰撞呈現各自的生產角色如何影響彼此，相互啟發與評價；不同場域的創意運用，產生互惠力量，彼此在大環境大場域的運作之下，給予彼此輸送力量而形成網絡關係，創新分享形成網絡並傳遞給大眾。經由消費產品或禮品的選擇，人們認同某一種風格、美感、文化體驗或經濟價值，並回饋給設計者、製作者與生產管理系統，做為生產活動下一階段的參考或依據，進而從訊息流轉過程，再現消費大眾或所在社會的集體意識，形成工藝品生命的「文化迴路」（見下圖）。

創意經濟乃是文化產品供應者與通路生產者等力量聚集的結果，優勢的累積是否能吸引更多人力、產業和資源投入具關鍵的影響，未來發展若能掌握上述條件，創意產業才能強化其能力與優勢，達到「報酬遞增」的效應。

## 結語

從製造階級轉為高技術或創意導向，使一個國家或城市的經濟發展與產業結構得

右頁上左圖

金簪筷組 何長江設計製作  
銀、木材質、玉石材質、玻璃、鑽石

用「簪」字發想，構思來自將要步入禮堂的新人，透過「雙喜」感受到濃情蜜意，也藉由「簪」字的感受力，提升商品的潛在價值。結合玉石製作象徵珍貴、更能表達對新人的祝福，呈現出創意與時尚感。

右頁上右圖

果盤花器 黃吉正（陶藝）、徐啓盛（竹藝） 竹、陶

以陶做主體，嘗試竹材運用的可能性；使用面運用竹枝排列成放射狀，具有張力的形式相當搶眼又富於材質特色；器皿於功能上可做為果盤與花器之雙重用途。

右頁下左圖

悠遊 唐草設計有限公司設計  
玻璃、不鏽鋼金屬、竹材

使用斜角的切割處理手法，彰顯出竹器挺拔不屈的氣勢，自然與工業材質混搭，帶出傳統與現代結合的新風貌，小魚、水缸以及植物共生共榮的意境，帶來自然平和之悠情。

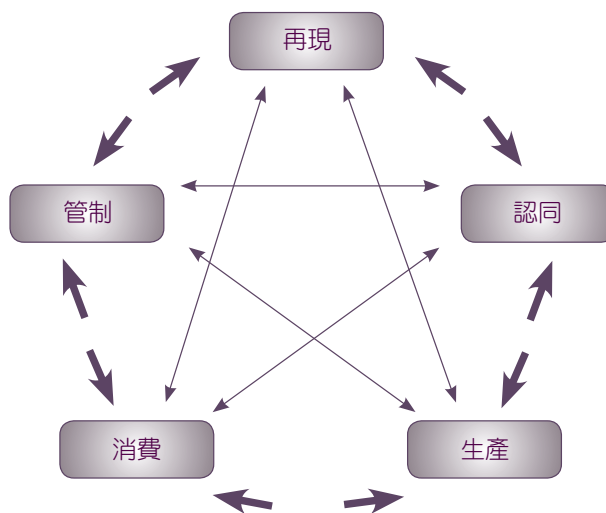
右頁下右圖

不求人 唐草設計有限公司設計  
碳化竹片材、鋁金屬、五金件、櫟木

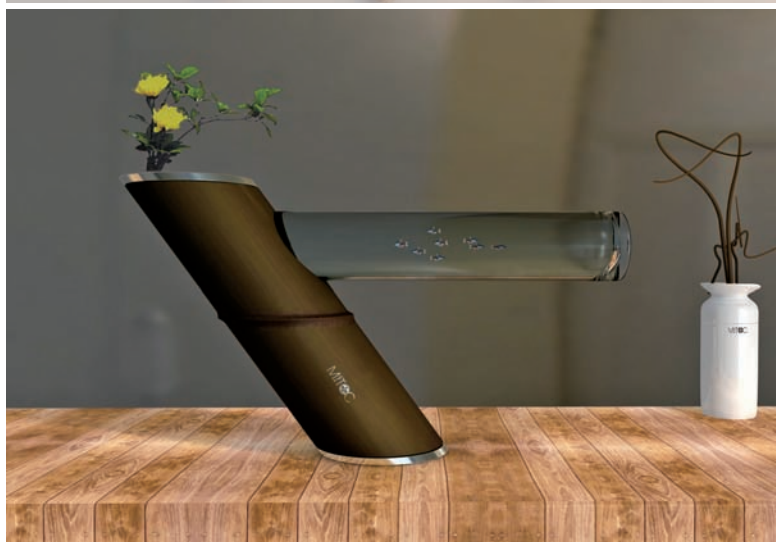
異於傳統的保健組合產品，俐落的竹片造形與沈穩的金屬把手完美互相嵌合，使竹片的彈力搭配前方櫟木的重量，各自發揮出有機材的特性。

下圖

「文化迴路」（Paul du Gay et al 1997），資料來源：《設計的文化》，頁68。







以全面重整，產業各層級彼此的關係與需求技術亦同樣不可或缺，須要相互合作以強化創新經濟的驅動力。創意產業追求經濟最佳化的要件，應思考如何培養與支持藝術與文化產業，並集中化形塑創意群聚效益。目前透過創意產業新政之推行，去營造有助於創新的場所並提供設施完備及開放的環境，則能引導人力和知識密集的產業蓬勃發展。創意觸角的擴大加以開放多元觀點，使得藝術品與商品的界線能逐漸融合，也讓創意生產者有機會創造新經濟，同時尋找新出路或工作機會。

21世紀創新者的特質是思考、概念、技術缺一不可，除了具備卓越的遠見，能預

見新時代即將形成的新社會結構、新生活型態與政治機制等模型之外，並能做到預見市場發展趨勢，充分考慮技術上的可行性，從設計美學、產出成本以至於行銷體系等皆需要模擬設想。當代，為滿足人類孤寂心理之需求，設計者需就商品有關的各個層面探討，迎接全方位產業跨界整合需求所帶來的挑戰，邁向未來新世紀獨特的產業願景，則唯有創意社群攜手合作，發揮群體組織動員力量，以體貼時代新消費族群之新思維為導向，加以融合工藝精神所揭示的人本與品質概念，達到弗蘭克（Thomas Frank）所謂「酷」的征服，則能讓創新之效益極大化。🌱

#### 參考書目

- Elizabeth Currid，李佳純譯，《安迪沃荷經濟學：紐約夜店引爆的億萬創意生產線》，臺北：原點出版，2008。
- 商品學研究會編著，李朝金譯，《設計的未來考古學》，臺北：田園城市出版，2002。
- Guy Julier，鄭郁欣譯，國立編譯館主譯，《設計的文化》，臺北：韋伯文化出版，2009。
- 大前研一，謝育容譯，《創新者的思考：看見生意與創意的源頭》，臺北：商周出版，2006。
- Tim Dent，龔永慧譯，《物質文化》，臺北：書林出版，2009。