



# 臺灣工藝的國際表現

## Taiwan Craft on the International Scene

文／程天立 Cheng Tian-li (國立臺灣工藝研究所研究員兼主任)・圖片提供／國立臺灣工藝研究所

本文中，「臺灣工藝」係指各種不同的工藝材料，由手工、半手工、甚而以少量多樣的製作方式，所呈現之生活所需的工藝品或藝術創作品。既能以生活功能面出發，呈現所謂的生活工藝品，也能以工藝材料作為媒材，成為發揮個人所思所感的藝術創作品，所以可以多元面貌去表現在臺灣的工藝水準以及創作者水平，這其中包括設計能力、嫻熟的製作技藝、概念的發想、造形與功能等等面向的表現，不一而足。本文即以2008年由國立臺灣工藝研究所主導的國外工藝品展出，回顧工藝品在國際舞台上曝光時，它會有怎麼樣的表現和影響，也藉此反省未來的路途上，我們如何更能蓄積能量作更好的發聲，躍上國際舞台，為臺灣爭取到喝采聲、市場和尊重。

國立臺灣工藝研究所於1995年以來，即在文建會指導下，將臺灣工藝創作品以農曆新年的生肖創作為主題，分別在文建會所屬的紐約、巴黎文化中心展出，在民俗趣味性活動的配合下，自然吸引了當地文化界與民眾的觀賞與好評。只是這樣的展覽，難免偏重文化藝術

的介紹及對臺灣風土民情的認識，至於有無好的、可以購買或收藏的藝術工藝創作，尚付之闕如；而臺灣工藝創作或設計、技藝表現的真正實力，也未有機會在與世界接軌的全球化市場受到讚賞與肯定。

以下先介紹2008年工藝所主辦的幾個國外展和結果，再予以綜合作一總結，以求未來能集中火力，對內提倡創作風氣與設計結合，對外積極曝光，展現實力，努力作市場行銷，讓臺灣能走出去，用自己蓄積的能量在國際舞台發光。

### 2008年上海民族民俗民間文化博覽會

「中秋月圓花好藝——多元技藝表現的臺灣工藝」展

展期：2008.9.9～9.19

工藝所2007年首度參與上海「民族民俗民間文化博覽會」時，參觀民眾絡繹不絕，據主辦單位統計，約有超過七萬參觀人次。展出期間報章雜誌詢問與專訪紛至沓來，皆表示對臺灣工藝的高度興趣與讚揚。這就文化層面而言，不僅達到相互交流、切磋的效果，也大大宣



上海民族民俗民間文化博覽會展出現場

揚了臺灣優質的工藝文化；在產業面上，也持續為工藝家搭起了通往國際市場的橋樑。因此2008年，透過臺灣發展研究院的聯繫與接洽，工藝所再度策劃了「中秋月圓花好藝——多元技藝表現的臺灣工藝」的主題參展。該年參觀人潮更是近十萬人次。

該次展出的內容分為「藝術工藝區」、「品味打造區」與「技藝體驗區」三大部分，以「多元」來呈現，類別有漆藝、陶瓷、木竹藤工藝、貴重金屬、皮革工藝、編織工藝、複合媒材、特殊工藝等八項；無論是詮釋臺灣文化多樣性的豐富主題，抑或結合當代科技與設計語彙的創新手法，皆顯現出臺灣工藝品牌的優質形象。展覽邀請了四十二位工藝家，共計一百組作品參展；另也邀請了皮革工藝家詹禮安、木片工藝家李永謨、押花工藝家陳妙香、春仔花工藝家陳惠美等人現場示範表演，並與觀眾互動。

### 西班牙亞拉岡當代國際陶藝博覽會

「疆域的凝視——空間的流動與建構記述」展

展期：2008.5.12～5.21

一、地點與展出概述：「疆域的凝視——空間的流動與建構記述」臺灣當代陶藝特展於2008年5月受邀至西班牙亞拉岡當代國際陶藝博覽會（CERCO）展出，而臺灣是今年唯一受邀國家。臺灣的十三位陶藝家、三十二組件作品，藉著陶藝語彙來共同探討這一個全球共通性的現象與話題，闡述各個世代面對空間、自然物與自身生命的銜接方式的細微觀照。本展在西班牙展出時，獲得了西班牙陶藝評人、陶藝雜誌與眾多博物館負責人的關注和讚賞。

二、展出主題論述：深度的全球化，透過教育、傳播和消費等方式，使我們和他國有著愈來愈接近的生活型態，也分享著同樣的話題，我們常常凝視在同一個焦點上，自在而不自覺，一切看來都那麼理所當然。然

而，當一切都被圈入一個大柵欄之後，便容易形成一種壓迫，而唯一能夠解決這種壓迫的方式，就是去目擊和感覺我們週遭的一切，讓過往的質樸真誠被重新思考，讓曾經輕易放過的地界風貌與生活狀態被重新檢視。如此一來，「疆域」也就不會僅存於眼見的空間與現成物之中了。



陶藝工坊，目前由亞拉岡陶瓷協會經營。



西班牙亞拉岡當代國際陶藝博覽會的展場外觀



胡慧琴作品於西班牙亞拉岡「疆域的凝視」展場中展出



現實空間從來就無法限制住任何一個世代的創作者。臺灣年輕一輩的陶藝家作品中的城市行旅、符號混搭與看似華麗的顏色和造型，歸結來說，透露出了內心空間與社會不斷往來對話的語錄，他們的作品直指著存在於世界的一切甜美與不安，他們知道自己眼見的世界並非全然的「自然」，作品是承載追憶、嘲諷或警醒的一個暫留向度。對他們而言，真正的空間是透過凝視，重新建構出一個新的嚮往和描述，是相互的傾聽與訴說的空間。

## 日本東京國際禮品展

展期：2008.9.2～9.5

一、參展發想與歷程：工藝所於文化創意產業發展第二計畫中，研擬拓展海外市場計畫，以參加國知名商展為拓展海外市場的第一步。

（一）經調查評估後，選定今年參加

「日本東京國際禮品展」，據該展覽會主辦單位提供的資料顯示，83%的觀眾把東京國際禮品展看作是能夠成功交易和蒐集有價值市場資訊的重點展覽會。其中96%的觀眾是負責公司採購或是對公司有決策影響的人物。

（二）參展目的為：1. 扶植國內工藝家，協助拓展海外通路；2. 推廣展現臺灣工藝優質形象。與外貿協會的臺灣團館一同參展，工藝所這次擬定參展主題為「In Taiwan In Design!」，「In」有流行時興的意涵，因此用「In Design」強調臺灣工藝優異的設計能力與品質，展現臺灣工藝符合潮流、新穎的形象與強烈的自信。參展內容以綠色工藝、工藝時尚以及與碩聯合科技異業合作的科技產品「竹系列精品」（Renaissance）三大部分為參展內容，展現透過設計加值，臺灣工藝發展的新趨勢。

二、參展成功經驗分享與效益

（一）東京禮品展是亞洲規模最大的禮品展，於2008年9月初在有

明國際展覽場（Big Sight）展出，總展出面積達到82,660平方公尺，占滿東、西所有展館。工藝所採國家形象館的展示設計，在現場獨樹一格，獲得現場許多買家的讚賞，主辦單位大會的主席也親臨現場，稱許國內這次參展的品質，邀請明年繼續參加禮品展在日本、歐美等國的展區，另外也有三個國際商展公司前來邀展。

（二）工藝所對整體形象的規畫，有助於提升臺灣工藝形象，有不少日本買家反應肯定臺灣的工藝設計能力與豐富度，也表示從市場面考量，臺灣產品的設計力與品質已獲日本人肯定，雖然價格上不如大陸便宜，但是相較於日本，仍顯得較低，這也是日本人願意選擇臺灣產品品質與價格雙贏的考量。

（三）參展廠商參加日本禮品展的展售狀況：以工藝所



東京國際禮品展上「In Taiwan In Design!」的展場入口



東京國際禮品展的科技工藝區，展出「竹系列精品」。

2008年首度臺灣工藝形象館的模式參展，除了提升國際對臺灣形象印象及能見度、展現臺灣新工藝的風貌外，更帶有測試日本消費市場的指標性意義。一般而言，參觀者除了驚豔臺灣工藝已具有高度精緻且成熟的規模外，值得一提的，「安達窯」在這次參展中，獲得一家日本貿易商詢問數量上出到兩個貨櫃的可能性；「打鐵人」吸引了百貨業者及網路行銷業者代理，更有一家韓國的零售商詢問到製作一萬個小貓頭鷹的可行性；

「梁志偉玻璃」吸引了日本珠寶業者、藝品店及和服店的青睞，因為琉璃在日本屬於高單價，相對而言臺灣的琉璃較便宜又質純精美，所以下單意願很高；「竹采藝品公司」則獲得不少餐飲業及旅館業者的好評，竹禮品較少，保青技法少見又特殊，多數參觀者均驚訝；「和碩聯合科技公司」和工藝所合作開發的竹系列3C商品，也獲得日本文具、生活用品精品家飾及網路販售等通路商，文具辦公用品、生

活電子商品開發商以及日本電子商品、家具設計公司的青睞。和碩表示，透過這次參展的經驗，可近距離瞭解日本的消費市場及市場喜好，試探市場回饋並了解潛在客戶需求。

### 加拿大臺灣文化節「綠工藝」展

展期：多倫多2008.8.24～8.25，溫哥華2008.8.30～9.1

「綠工藝」為工藝所於加拿大的臺灣文化節期間，所精心策劃的展覽，在加拿大東西兩大城市多倫多與溫哥華舉行。展覽期間，詢問者甚眾，問題多聚焦於對「綠工藝」（Eco Art）的定義、作法及臺灣實際作為的認識和了解，當地媒體亦有大篇幅的報導介紹。從臺灣文化節原有的活動、藝術表演再延伸到優質展覽的



加拿大「綠工藝」展出現場



加拿大「綠工藝」展上的植物染服裝秀

呈現，「綠工藝」的成功不僅在於參觀民眾「量」的提升，也為文化節的活動內容達到了「質」的提升。

「綠工藝」在事前曾經過縝密的規畫，並於行前預作佈展之實際演練，才能圓滿地在兩地成功展出；此外其優秀的規畫，要歸功於空間規畫師呂秉承老師的親自督導執行，加上姚仁寬、希巨蘇飛、陳景林老師的實地協助施作。另外植物染走秀相當成功地由陳景林、李玉蓮、張瑛玲老師規畫，於當地尋找學生當臨時模特兒配合走秀，效果確實甚佳。而工藝家之示範表演有李永謨、陳景林、希巨蘇飛三位工藝師作現場示範及DIY活動，極受歡迎，使本次臺灣文化節的展出圓滿成功。然在活動圓滿落幕之時，亦有些檢討改進之空間。目前工藝所正著手進行的冬季奧運會的戶外燈籠裝飾計畫與



2009年多倫多原住民藝術的規畫，便希望能將對前次經驗的思考，融入在未來的展覽規畫上。

### 紐約及巴黎的「臺灣工藝時尚」展

展期：紐約2008.5.14～6.30，巴黎2008.9.4～9.9

「臺灣工藝時尚」展由財團法人臺灣創意設計中心組織，徵集國內設計、創意、文化、內容產業中的菁英組成團隊，前往參加2008年法國國際家飾用品展，展出家飾家用品為主之相關設計物品。

工藝所執行文化創意產業發展計畫，於2007、2008兩年與臺灣創意設計中心共同合作「工藝時尚——工藝新貌跨領域創作應用計畫」，結合工藝產業與設計產業，共同研發設計出約三十組件新設計之時尚工藝精品。為建立臺灣工藝品牌，行銷國際，今年首次以「yii」為品牌名稱，接受臺灣創意設計中心邀請共同參與法國巴黎家飾用品展，提供具代表性、創新性的臺灣工藝設計作品跨進全球家飾用品行銷市場，同時吸收並與國際當代工藝設計之都的創意活力交流。

工藝所派員並帶領五位工藝師、六位設計師共赴巴黎家飾用品展，除協助現場產品導覽解說外，並實際觀摩其商業行銷操作機制，及參訪巴黎文化創意產業相關機構，以蒐集文化創意產業發展及國際授權行銷的相關資訊，藉以建立國際行銷機制，提升產品設計、品牌經營行銷等之策略方針，朝具國際行銷市場之方向積極準

備及發展，提升臺灣工藝創意產業之國際競爭力。

### 結語與建議

回顧2008年在國外的臺灣工藝展覽，大致為兩個方向，一為以國際交流為目的，展覽訂以主題，集合工藝創作者鋪陳論述與展件，如西班牙的臺灣當代陶藝特展、加拿大的「綠工藝」展，以及上海民博會展；一為商業性的展覽，主要目的在於展現臺灣的工藝實力，不僅讓其他國家認識臺灣的設計能力、創作技藝、產品特色，也希望臺灣的工藝品在國際市場上有吸引力。就主題論述的交流展而言，參觀者的共鳴和媒體的詳盡報導，呈現出了工藝所的策展功力及臺灣工藝的特色，如西班牙陶藝評論家對將每位創作者的創意、表現及潛力均給予不同的批評，確能使工藝家在交流之間對話及成長。

而2008年的商業性展出更令人驚奇。工藝所與臺創中心兩年來的積極合作，使「臺灣工藝時尚」展覽在巴黎及紐約均引起了極大迴響，如德設計師康斯坦丁·葛契奇（Kostantin Grcic）與工藝家陳高明製作出〈竹製懸臂椅-43〉（chair-43），有歐洲許多包括龐畢度中心在內的博物館都有意願典藏，依展出洽詢展覽品訂單，預估產值達新臺幣四千六百萬；另由蘇素任與設計師周育潤合作的作品〈竹凳〉，也獲得大會心動商品獎（為從上百萬件商品中，選出的二十三件作品之一），且亦



「臺灣工藝時尚」展於美國紐約臺北文化中心開幕活動現場



「臺灣工藝時尚」展於巴黎展場展出



「臺灣工藝時尚」BAMBOO獲獎照片（左圖）



國立臺灣工藝所所長林正儀（右二）與工藝所同仁與紐約藝術與設計博物館副館長班·哈特利（Ben Hartley，左二）會面。（右圖）

吸引了許多設計案與邀展洽詢。「日本東京國際禮品展」則從「工藝時尚」計畫中選了部分產品，另外並挑選六位工藝家的作品，此次雖是工藝所在東京初試啼聲的展出，卻成果豐碩，展覽洽詢買家共計一百一十一家，展後預估產值約日幣五千五百萬元。

2008年是臺灣工藝實力開始走出自己的一年，也證明了臺灣工藝的創作實力是有機會在全球市場上立足的，只是必須有一個好的平台來展現實力，所以我們需要努力的，一則為如何提倡與增加國內工藝創作的實

力，無論在技藝訓練、合作研發、市場需求、時尚趨勢上，都應多所加強；二則為建立長久的平台，讓臺灣工藝向世界發聲。儘管政府力量有限，許多工藝創作者均以一己之力，參加世界其他國家的比賽，包括紅點、IF、TALENTE，並獲得殊榮；若政府能善用民間實力，為這些創作者出專輯、辦展覽或行銷，個人實力的彙集就是臺灣的實力，接著提攜後進、獎勵人才、組織好的策略與規畫，讓臺灣走出去，如此一來，臺灣便能厚植實力，在世界的檯面上爭一席之地。

