

美感願景，學學給你

學學文創志業董事長徐莉玲專訪

A Beautiful Prospect for Craft and Design: An Interview with Lilin Hsu, President of Xue Xue Institute

採訪・撰文／林千琪 Lin Chien-chi · 圖片提供／學學文創志業 Xue Xue Institute

學學文創志業由林伯實徐莉玲夫婦及多位文化創意產業界菁英創辦於2005年，於2006年底開業，一棟宏偉驚豔的藝術大樓也巍然矗立於內湖堤頂大道，這棟樓無論日間夜晚都儼然成為內湖科技園區的華美地標之外，來往的行旅更往往好奇這究竟是個什麼地方。學學這短短幾年為臺灣文化創意產業界所投下的震撼彈，個個令我們為之拍案叫絕，而2007年末，學學更勇奪了香港「2007亞洲最具影響力設計大獎」，及荷蘭「The great indoors Award」入圍全球最佳設計五大辦公室之一，每一次的出擊，都是如此完美。

學學之名

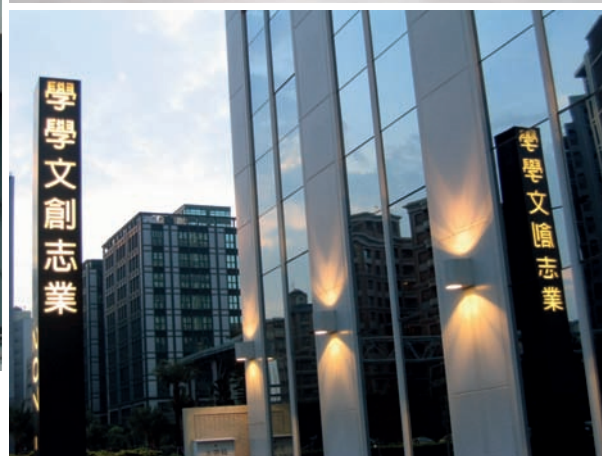
初識學學的你我，必然對於這個奇特的名字感到好

奇，而它確實也是大有學問，「學學」之名取自《禮記》學記篇：「學學半」，其義為教人與學習各佔學問的一半，因此這間教室的所謂的「老師」，可能也是隔壁教室的「學生」；而這間教室的「學生」，置身於隔壁教室時，身分卻可以變換為「老師」。這個命名的意涵即是學學文創的核心思想，期待走出學學的每個人，都能開始發展跨界學習與合作的交流。

相信嗎？一步步了解學學，的確會讓生命漸次邁向美好，因為學學的面向是全方位的，而它的動力更是無止盡的，當學學建立的那一天，我驚訝地發現到，原來在臺灣，其實文化創意的路並不如吾等所以為的那般孤寂，文化創意產業範疇極廣，從事這個產業的創意人口亦日日在增加中，這些趨勢，想然學學



學學文創志業徐莉玲董事長與德國室內設計師曼瑟 (Philipp Mainzer) (右)



由德國知名設計師曼瑟設計的學學大樓硬體，沉穩簡潔。（上圖）
學學文創三樓的展場空間，呈現出整棟樓一貫的素淨風格。（右上圖）
學學文創志業大樓外觀（右圖）



一口一學食堂供應早、午、晚餐、小點心及飲料，是一處藝術空間與美食輝映的美麗場所，教室牆上的彩繪風格，讓空間增添人文藝術與摩登時尚的混搭感。

董事長徐莉玲最是清楚。

學學的靈魂推手

見到學學完善的建築與硬體本身，再緩緩讀懂學學溫文儒雅的思想藍圖之後，讓我不禁好奇起學學的幕後核心人物，究竟是何種模樣？多次與學學的聯繫之下，可以感覺到一種大型組織有規模的運作，而在公務滿檔狀況下的董事長徐莉玲，更是堅持絕對要空出時間要親自接受本刊採訪，其中不求什麼，僅是完全爲了對國內工藝設計教育盡一份心力所致。

董事長嗓音曼妙呢喃，真切就是美的人間樣板，氣質極佳的徐莉玲，爲人更是親切無架子，對著我所提出的每個問題，無不詳盡地完整回答，由這樣的對談之中，讓我深深的感受到，徐莉玲還是四十年前甫踏入文化創意產業的那個充滿夢想的美麗清秀女孩，她滿載著

對生活及美感的熱愛，對人的關心與付出就像陣陣漣漪水漾，熱切希望可以傳遞給身邊能觸及的每一個人，無遠弗屆。

就是這樣數十年如一日的無比熱情，讓徐莉玲見到當今臺灣文化創意界種種現實問題時，無法閉著眼迴身不顧，反而是憑著理想與勇氣站出來，希望爲臺灣做一點事，毅然決然於2005年大手筆成立學學文創志業，此般的規模與職志，在兩岸三地皆掀起美感教育的巨浪，其實回到最初，早在80年代徐莉玲於百貨界工作時，她已經大力推動臺灣的美感產業與美學革命，只是此刻，她終於有機會可以整合豐沛的人脈奉獻對美多年的深切體悟，這樣的願景，全都呈現在學學的概念與風貌裡。

一路走來，美的歷程

徐莉玲自小即不斷嶄露出對美的特殊觀點，不是屢

獲獎項的肯定；就是用自身對美的堅持讓每一件事出精采，文化大學美術系畢業之後，首先成立了自己的服裝工作室，表現自我對服裝設計的關注；接著進入百貨業工作時，更被公司外派至日本學習。回國之後的徐莉玲，在百貨業的工作上發光發熱，也正式推出自有服裝品牌「LilinHsu」，當時的時尚界抄襲風潮極盛，徐莉玲轉向百貨專心發展，願以自身的經驗協助其他設計界新秀發展，為大家在百貨保護原創、開拓舞台。當時任職中興百貨總經理的她，以獨到的整合行銷眼光，讓臺灣服裝品牌活躍出一片天，並跟藝術活動合辦出耀眼的跨界火花，當時舉凡陳彩霞、陳季敏、溫慶珠、呂芳

許可以解釋為徐莉玲目前賦予自己的志業，正如眾人眼所見的學學，它是個十分需要恆心毅力來營運的機構；另一方面，從各界表現的關注與參與，更是學學得以發揮影響的最大助力，因此學學的這條路，與學學未來需要打的這場仗，勢必是艱辛的，但是徐莉玲並不怕苦，她打造了許多文化創意產業圈內人士所感嘆已久，但卻不曾認真醞釀出的平台，憑著徐莉玲與夫婿林伯實於政商界擁有的深厚人脈下，在臺灣推動起美感再造的工作，或許可以獲得多一點的目光，但是究竟可以推動多少的改變發生，這就需要時間來觀察。

美學教育為百年大業，立竿見影的期待是不可能在



學學文創內位於一樓的多功能展場空間（左圖）。／映入眼簾的空間主要為三種顏色，安靜純潔的白、象徵秩序的黑及撫慰人心的原木色。包括 e15、elmar flototto、及 Howe 品牌家具，營造簡潔卻又自然的氛圍，每件家具背後都蘊含一段自然與人文的對話。（右圖）

智、李冠毅、潘黛莉等服裝設計師，皆乘著這場旋風出場，揚名時尚舞台，徐莉玲的漂亮成績單，更因為獲頒1987年日本流行協會創意大賞第一屆海外獎的榮譽，而備受國際肯定。

然而徐莉玲繼續朝向更開闊的遠方前進，在事業一帆風順之際，她卻選擇赴美攻讀史丹佛商學碩士學位，力求下人生與工作的下階段的突破，學成後歸國，命運安排，結婚生子進入家庭，她以家庭為重了好長一段時間之後，終於在無法坐視臺灣的競爭力落後現狀，使命感催促之下，重新站到幕前，成立學學文創志業，這一回，徐莉玲努力要為國內的創意與美感教育，脫胎換骨出另番卓越新生。

自我期許遠大

不求名利、只問耕耘；兢兢業業、但求奉獻，這或

短時間呈現，然而徐莉玲已經勇敢地跨出第一步，或許在臺灣仍有許多人不了解文化創意的重要與魅力，但是學學仍非常有心地提供一個平台，讓每個人心中種子萌發的那一天，可以找到這個能夠滋養啟蒙心靈的場所。

因此，在未知處等待遠方的曙光乍現，可以說是學學的期待，更能說是徐莉玲深切的盼望，而企業的生存之道，絕對是在未明朗時把握趨勢，在機會來臨前準備好，才能好整以暇地等待機會，關於這一點，學學現在正在深耕屬於臺灣的這塊美感良田。

突破環境瓶頸，成就夢想

在大環境十分不樂觀發展代工、代理、追求近利的臺灣，許多人或許對文化創意產業的前景並不看好，但是，山不轉路轉，總是勇於投身改變環境的徐莉玲，在他人等待機會來臨之際，她早已主動創造機會，學學文

創志業成立的目的，就是為了投身國內的文創教育志業，任何對文化創意有興趣的人，都能輕易地在學學得到親炙大師的機會，如同徐莉玲所說的：「我們集結了一流的實務專業人士擔任講師，而任何人只要付出一堂課兩百多元的學費，就能與夢想更靠近，找到可以幫助自創品牌的人才。」

不需要跨過專門藝術設計學校艱澀高深的入學考試窄門，只要有興趣，誰都能來到學學一起共舞文化創意學習之路，在學學新穎且富當代摩登美感的硬體設施裡，各式學堂、私塾的文化創意課程，都在這裡奇妙地活了起來，它們不再是舊式的那種學院式理論教育，而是嶄新的生活互動，徐莉玲的理想就是將學學打造成一

進與不安，她說：「當年我在中興百貨工作時的那個環境已不復存在」，她表示，雖然那時的資源沒有現在這般多元而豐富，但卻有著好的專業相互共榮：「很懷念民生報，它一直對於文創產業有著很大的支持與幫助，是一份很完整的生活刊物，如今已不可得」。語帶絲絲惆悵，是徐莉玲對現實環境轉變的無奈，接著她又提到：「從前的廣告產業也對文創產業有互榮效應，但現在廣告公司大量外移中國，人才跟著流失甚至出現斷層，所以這就是我為什麼一定要把學學做出來的原因，我們需要再增加創意的新生力軍」。

正是因為對於斯土斯國的期待與重視，徐莉玲看準臺灣擁有一波美學知識經濟的競爭力，所以她嘗試以



學學的多功能教室，容納人數最多可至 60 人，可依照人數和上課或會議形式作客化調整。（左圖）
多個教室空間，人是裡面最美的風景，這間教室的學生可能就是隔壁教室的老師。（右圖）

處開放給眾人的學習平台，徐莉玲要用學學來證明「美感與品味」絕不是一項高不可攀的概念，只要願意，能將日月星辰摘下的感動，將不再是無法擁有的能力。

不過若以為學學只是個「大教室」，那也是個絕對的錯誤，徐莉玲所賦予學學的，是一種涵蓋藝術、文化，生活與教育的完整角色，學學提供了所有的可能性於一體，讓每個人都能在學學裡演繹出自己，因此自許為文化創意交流平台的定位下，擁有專業的文化創意顧問及師資，是學學最大的價值，也正是所謂美學知識經濟的核心所在，學學的舞台、餐廳、展覽空間、教室提供了全方位五感的體驗。

渴望認真的好聲音

徐莉玲提到，現今臺灣社會最讓她憂心的，就是媒體不重視創意，卻鍾愛八卦的亂象，讓社會更簇擁著躁

資源整合的方式，讓各自分頭汲汲營營的文創產業創意社群，匯聚成一股驚人的力量在台北發聲，雖然政府沒有大力支持贊助，但是這場革命已不能在等待，所以徐莉玲站出來，希望能串聯並幫助到辛苦耕耘文創產業的每個團體與夥伴。

徐莉玲表示：「我們的政府大力支持科技代工產業，但誰能確定代工的榮景能維繫多久？長遠來說，擁有人文思維與創意的文化創意產業，才是國家競爭力的核心」。此番話，正一針見血地談及臺灣看數字說話的陋習，當前科技代工確實為臺灣最大宗的經濟生產力，但是唯有自創品牌才是長久的根本，在早期臺灣經濟力量快速成長的帶動下，國內的生活品質與美感需求在亞洲來說，雖不是遙遙領先，但卻是深度有底蘊的，長期浸淫在此般的薰陶下，臺灣所擁有的品味，與中國相較是極具競爭力的，但在對岸快速成長起飛之際，我們若



私塾教室裡，一面是滿載藏書的書架，一面是落地窗外波光熾灩的基隆河水岸，讓這個私塾空間既私密又開闊。

是仍原地踏步，一旦被迫趕過去，就將永遠失去帶領華人地區風潮的機會了，徐莉玲希望趁著臺灣還有著許多無法取代的優秀文創人才時，加緊步伐站穩腳步，以她從前讓世界認識臺灣服裝設計師的能耐，再度讓這群美好又認真的文創深耕者，為臺灣締造出嶄新的競爭力。

名家的細微觀察

如何整合這些優秀的創意的人才與創作，徐莉玲立刻信手拈來了好幾個例子：「假使一個工藝品牌能找來張鈞甯現身代言，那麼這樣的生活工藝品絕對令人印象深刻，因為它成為時尚工藝的新生活提案」，接著她又舉了例子：「像是陳季敏與年輕玩偶設計師FeiFei攜手合作，將這些手工藝小兔子玩偶放在服裝上成為胸針或裝飾，就讓服裝擁有了迥異於從前的風格」，徐莉玲強調，這一些都是可以做到的跨界合作例子，讓兩方都互

相加值。

「正如台中歌劇院請伊東豐雄來設計，就會令人想要特別前往一探究竟，這就是找國際專業攜手合作能帶來的彼此加值」，徐莉玲繼續解釋著，這樣的力量絕對會是非常驚人的，若是能做到集合眾多智慧，則創意的魔力就可以彼此相乘，伊東豐雄的粉絲便可以成為台中市未來的新觀光消費者。

「妳玩過X-Box嗎？」她說：「X-Box的電腦遊戲非常吸引孩子們，舉例來說，在賽車的遊戲裡，提供了個人車子款式的自選功能，遊戲者可以自由選擇喜歡的顏色、式樣，甚至是輪胎，來組合出心中夢想跑車的樣貌，而選定之後，就可以馬上看到自己開著它進入賽場，在韓國汽車Hyundai的遊戲裡，你可以看到首爾的街景。數位娛樂產業不但協助工業打造汽車品牌，在小孩的心中種下品牌的記憶，還能做到城市行銷」，此般



飲食研究室有各式設備和餐具，桌上還擺著數盆盆栽，加上明亮寬闊的視野，讓使用者都能徜徉在綠意和寬敞中。

的擬真遊戲，結合了視覺美感與運動刺激，就成為了極度引人入勝的超級品牌行銷載體。

鼓吹「利他」精神

徐莉玲曾幫夏姿介紹 Aman Resort 的裝潢規劃師 Jaya Ibrahim 為夏姿設計旗艦店裝潢及家具，又介紹 JRV 公司設計夏姿企業識別系統，JRV 公司再引入書法家董陽孜為夏姿題字做商標，由藝術、設計、建築三方面共同合作來協助夏姿打造品牌旗艦店。

徐莉玲談著自己的觀察：「最聰明的互助利他，可以說是林懷民所經營的雲門，他懂得去選擇最優秀的人來幫助舞團設計、燈光、服裝、舞台、音樂、攝影、美編，樣樣精粹、放出光彩，在合作的過程中他也同時幫助了新人成名」。她呼籲藝文工作者，應摒除閉門造車只願意做自己創作的想法，而要積極尋求互相合作的機會，這也是徐莉玲一直大力推廣的「利他」精神。

唯有透過無門戶之見的利他思惟，各個文化創意產業的環節才能擁有互相加值整合行銷的力量，關於「利他」精神，徐莉玲也有著許多的想法，她用了極妙的字詞來形容缺乏利他的社會——「有心者無力、無心者有力，有能者無利、無能者有利」，徐莉玲衷心希望臺灣不要再這樣下去，而是應該合作突破現狀，奮力一搏。

品牌與品味

徐莉玲認為，所謂的文化創意產業即是「品牌打造工程、品味培養工程」的產業，但是由於臺灣的市場小、競爭激烈、利潤有限，因此缺乏合作的動能，對文化創意的認知也普遍不足，因此學學以自身課程的內容，盡力去推廣並辦理許多的相關講座與課程，為的就是希望喚醒臺灣社會對於文創產業的正確認知。

「文化創意產業並不是將文化圖象數位典藏後，發展成商品與觀光就夠了」，徐莉玲仔細地解說著，「如果以近似複製古物概念就認定是等同於文創產業的話，那真的是相差甚遠」，她語表憂心地這麼說。文化創意產業範疇包含視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、時尚品牌產業、建築設計產業、會展賽事產業、數位娛樂產業、創意生活產業，每一項文創產業內的每一種行業都需要其他的領域互相支援及合作，做的到「跨行合作、跨業合作」的話，各領域專業合作才能帶來全方位五感的感動，徐莉玲說：「想要真正打造品牌，就需要全方位文化創意產業的投注」，不是單項創作或設計就可以催生品牌，創意分享與互相拉抬是文創產業中很重要的互相加值的關鍵。

徐莉玲更提出一點——「無國界的品味」，我們如何讓品牌的呈現是無國界、無地域，立足臺灣、放眼全球市場，這才是臺灣需努力提倡的品牌概念，所以當我們還擁有優勢機會與設計人才的時候，黃金時機是稍縱即逝，必須深入了解未來亞洲崛起的趨勢，臺灣的文化創意產業要能把握下一波華人市場的流行風潮。

徐莉玲談及一個電機系畢業的年輕人，來到學學上課，徐莉玲向他詢問了理由，年輕人說，已經遵照父母的意願讀完大學電機系了，但是卻違反自己的夢想，因此他與父母約定給他半年時間摸索自己真正想做的事，而學學裡提供的各式創意課程，正是最適合年輕人自我探索的一扇扇窗。為此，徐莉玲感到喉間一緊，她心想或許很多人都還不明白文化創意產業的時代已經到來；就如這年輕人的父母一般，仍覺得科技代工才是時代的趨勢，所以在這樣的時間點裡，徐莉玲更賦予學學任重道遠的工作，那就是成為文創產業的學習源頭，使學員能探索品牌世代來臨，跨界整合行銷的核心知識。

DFA 的桂冠

在辛苦耕耘了數百個日子之後，2007年末，學學榮

影響力」以及「商業成就」，目的就是為了獎勵生活品質與商業設計的成功結合典範。

然而徐莉玲也談及獲獎後的反效果，她說道，在世界各國，各行各業能夠獲頒獎項應是衆人所豔羨的，會有更多的政府合作，但是在臺灣卻成了樹大招風的一件事，一旦有機構或單位獲獎，就會認定這公司或個人已是一不再需要資源挹注的對象，似乎得獎反而變成絆腳石，這真是再奇怪不過的一個現象了，對此感觸很深，「甚至有點被打壓排擠的感覺」徐莉玲笑著這麼說。

運籌帷幄大未來

對於步履不停向前的學學，關於未來的趨勢，徐莉玲說：「首先我希望能吸引文化創意產業的人才，進入民間的文化創意產業培訓體系，在學學這個平台裡互相學習，而這些人才甚至能以學學當作他們的交流場所，在這兒進行跨界合作洽談」，因此，徹底在學學裡力行「跨界利他」精神，全力挑戰體制，興起觀念革命，就是徐莉玲首重的要點。

其二是發展文化色彩研究與商品，董事長表示，三年之內，學學就將發表自己的相關文化色彩研究與商品



學學文創新林伯實創辦人與徐莉玲董事長在 DFA 頒獎典禮中鶼鶼情深（左圖）。／徐莉玲董事長獲頒 DFA 獎項後，回答現場媒體的問題。（右圖）

獲了香港設計中心「2007 亞洲最具影響力設計大獎」（DFA Grand Awards），這個國際性的獎勵，帶給學學極大的鼓舞，向董事長談及獲獎的心得，她竟說：「其實並非我們主動參賽的，這是香港方面直接向我們接觸」，不過獲頒獎項確實還是令人感到振奮的，徐莉玲認為，會直接被國際肯定學學的努力，就代表了學學在做正確的事。

關於DFA (Design for Asia Award) 這項獎項，是香港設計中心自2003年開辦至今的亞洲跨國設計大獎，評選的原則根據三點為準：「優秀設計」，「對亞洲的

系列，不過關於內容產品與特色，徐莉玲暫時先賣個關子，請衆人拭目以待，屆時必大大驚豔一番。

接著就是把握網路時代的先機，學學近期將規劃遠距教學的課程，以服務喜愛文化創意的中南部朋友，她說：「我們的講師幾乎時間都已經滿檔，不太可能再南北奔波」，因此開啓遠距的線上學習方式，勢必成為學學南北平衡發展的重要策略，在徹底散播美學教育的種子之下，絕對可以扭轉臺灣普遍對文化創意有錯誤認識的觀念，讓臺灣的文化創意產業得以真正開花結果，耀眼燦爛。

