

這把火，燒亮了中華瓷器文化的千年之光

法藍瓷負責人陳立恆專訪

Kindling the Light of Chinese Porcelain : An Interview with Francis Chen, President of *Franz Porcelain*

採訪・撰文／林千琪 Lin Chien-chi

國際間獲獎無數的法藍瓷，已經成為臺灣外交的最佳伴手禮，從世界舞台探路再回到臺灣市場的逆向操作，讓法藍瓷不僅全球知名，更在故鄉臺灣擁有高度關注，一手催生法藍瓷精品的陳立恆，對自己的堅持有著無比的信心，因為他說：「好的品質，能禁得起所有的考驗。」

佈局全球的瓷業願景

從事精緻禮品業已近三十年的陳立恆，由於工作專業使然，加上他自身對美的見解及品味，造就了如今的頂尖法藍瓷瓷業。屢獲國際間大獎殊榮的法藍瓷，除了

不凡的品質外，更擁有赫赫名聲，其身為媒體寵兒的光環，也不時能讓我們耳聞到法藍瓷的種種，是故，一般人總為法藍瓷及陳立恆所散射出的光芒所吸引，但是真正使法藍瓷立於不墜之地的，其實是陳立恆的經營理念，與絕佳的前瞻性眼光。

接受過無數次媒體訪問的陳立恆，在我們相約的今早，仍是維持他優雅與從容的一貫作風，不疾不徐地回答我的一個個問題；事實上，才剛返抵國門不久的陳立恆，再過兩天又得出發去北京，而能親自約訪到他，乃是經過眾多努力後的一次不可能任務。由於近年來在法藍瓷的企業營運規劃下，公司在中國快速發展與擴大，所以有太多的公務等待陳立恆處理，而我也開始深深地意識到，在我面前的，不單是一位品味卓著者，更是一位佈局全球的真正企業家。

輕鬆地穿著Polo衫的陳立恆，在白日的晨光下，一身的素雅衣著顯出他的一派氣度，面頰光潤的陳立恆，看上去一點也沒有窮於奔波的空中飛人疲態，反倒散發著奕奕神采，說：「妳問什麼，我都回答」，因此趕忙把握得以見到陳總裁的難得機會，快速進入正題。

訪談地點就在法藍瓷總部的show room，裡面精心陳列了法藍瓷全系列的絕品佳作，不小的展間裡，卻能夠滿滿地放置著各產品系列，可見得品牌不絕的創意。細心品賞，更能發現，每個杯盤迎著日光與投射彩燈，全閃耀著多重角度的光芒，作為一個藝術品牌領導者，陳立恆究竟運用了什麼經營哲學在法藍瓷上，讓品牌可以在跨出的每一步裡，總叫人驚喜？總裁答道：「這必須要從法藍瓷的創立開始說起。」

誕生於豐沛經驗的法藍瓷

投身精緻禮品業這麼長的歲月裡，陳立恆所帶領的海暢集團，長久以來，都是全球最大的禮品代工廠商之一。民國六十與七十年代，臺灣製造業輸出的產品傾銷



法藍瓷負責人陳立恆接受本刊採訪（攝影：林千琪）



南島風情系列（圖片提供：法藍瓷）

世界，而這片生意榮景隨著時間的流逝，愈變愈小，能持續生存下來的公司，都是走出自己品質路線的菁英。這些廠商在製造這些高級產品的同時，國人往往也毫無所知，因為除了產品只走外銷市場之外，這些商品更常常僅是接單製作，不具實名。有鑑於此，陳立恆認為辛苦為人作嫁的時代已經結束，產業若不求生契機，則終會被環境淘汰，因此，他毅然決然結束隱姓埋名的企

業代工生態，於2001年創立了法藍瓷。

法藍瓷的命名來自陳立恆的外文名字「Franz」，意涵為創意無窮，而品牌識別上的人字形圖案，其實更是一只追求理想、自由逍遙於創意世界的海鷗，諸此意象，都是陳立恆賦予法藍瓷的願景與期許。

一般人或許認為法藍瓷在世界上的成就是一些獲獎成績，但其實成立品牌的艱辛，其背後的心血誠是一言

難盡。新品牌一進市場，第一步就會面臨品質與經營策略的嚴苛考驗，而擁有豐富禮品經驗的陳立恆，憑著自己對市場的熟悉，以及數十年來國際人脈的建立，讓法藍瓷在初試啼聲之時，就技驚全球，創立第二年就以「蝶舞系列」得到了紐約最佳禮品收藏首獎。從幾萬件全球參展品中獲選此獎，證明了陳立恆所帶領的法藍瓷，不僅於經營管理上，在國際間具有能見度；更在品質上所向披靡，令專業人士皆愛不釋手。

但要整合通路上的掌握與高水準品質的技術，實非易事，除了多年代工經驗下，擁有許多優秀資深的師傅能成為法藍瓷的品質後盾之外，陳立恆在全球佈局十多年的銷售人脈，更是法藍瓷向世界跨步的一大重點，為此，陳立恆表示：「這一切都是為了尋找藍海。」

轉變的時機點

遊走世界市場多年的陳立恆，將法藍瓷的初衷，定義在「與時俱進」上。他發現，整個經營的大環境都在改變時，企業一定要跟著改變，否則就是坐以待斃。「當代工的環境已經改變，一個企業就應該要去尋找新的藍海」，陳立恆表示，自己在中國的工廠已經有二十個年頭了，而在臺灣勞力成本密集產業全都已出走至對岸的此時，市場早已是一片紅海，「若我當年沒有下定決心自創品牌，並在早期就把部分工廠分配在中國，現在我的經營也會是辛苦的。」

當工廠移往對岸時，不僅是臺灣，在南亞國家都能發現到低成本代工優勢已不再，企業紛紛亟思出路，而陳立恆便領著旗下的集團，確立了經營自有品牌這條新企業方向。陳立恆並分享自己的一點小經驗：「當我們代工久了，往往會忘記通路才是企業的一個最重要的命脈。」為此，早在代工時代就已熟稔國際市場運作動態的陳立恆，在創立了法藍瓷之後，除了將

銷售模式架構在既有的舊規模上，更投注了無比的人力及財力，跳脫從前當地市場中介人的代理模式，而成為主導性強的自有通路管道，以法藍瓷所派駐的人力，在當地直接輔佐並管理所有通路。陳立恆認為，唯有透過獨立的運作方式，才能真正掌控市場，進而擁有市場。

運籌帷幄，步步為營

陳立恆思忖到代工勢必轉型，且順應時勢下應該走向品牌之路後，他就仔細考慮著各項獲致成功的前提，

他說：「我發現，『精品』的概念就是國際市場所趨」，因此為了掌握品牌成功的未來性，陳立恆深切地認為「品質、品味、品格」乃是產品理應有的哲學思維，如何讓產品會說話、展現對美感的精準拿捏等等，是讓產品得以長久為人們享用及珍藏的最重要原因。

「法藍瓷是一個器皿，作為一個器皿，它必須擁有高度的藝術性，但同時仍要具備功能性，因為它畢竟要回歸到工藝品的層面」，另外，從使用的物品中，可以見出個人的品味涵養，而在日常生活富足了之後，人的下一步自然會追逐生活的美好，法藍瓷的觀念就建構在禮品的概念之上，更添入了獨特的東方中華人文精神，目的就是希望成為東方世界的第一精品品牌。

是故，在確立了品牌核心之下，陳立恆更益發堅守法藍瓷的精品策略路線，他驕傲地表示，「追根究底，瓷器本來就是中華文化的重要發明」。十八世紀間大量外銷到歐洲的瓷器，為中國帶來了財富，更帶來了名聲，讓西洋人前仆後繼地，就是想來中國看一眼製造出這

般美妙工藝品的神祕東方國度，究竟是哪般樣子；今日，陳立恆畢生追尋的契願，就是希望法藍瓷的視界與大志，能重新奪回原先屬於中華文化的那份光榮。

接著，陳立恆的眼中更閃耀出光芒，說：「瓷器這個東西，是物理與化學，經過火煉之後的一項藝術完美結晶」，此語完美詮釋了瓷器的生成與意義，更為瓷器



福祿雙喜 吉祥系列 花瓶 (圖片提供：法藍瓷)



春光福蝶系列 杯盤 (圖片提供：法藍瓷)

添入了浪漫綺麗的意象。他又表示：「十九世紀起，大家都認為中國人是差不多先生，更似乎忘了瓷器是中國的發明，所以，法藍瓷有義務為中華文化背負這份歷史使命。」而更有趣的是，把工廠設在江西景德鎮的陳立恆，還從當地的耆老口中得知，在五代十國的年代，景德鎮裡最具規模的瓷業家，正是姓陳。陳立恆開心笑道：「太巧了，一千七百多年前，已經註定了我這輩子就是個作瓷的人」。

當然，五代的陳氏瓷業，只是法藍瓷的一個先聲，現今在這瞬息萬變的大環境裡，法藍瓷必須面對的是更

多未知的挑戰，前方尚是一條薄霧之路。

傳統的技藝，新生的科技

細細分析，法藍瓷能在甫推出時，就持續保持業界領先地位，是因為它不斷運用最新科技於製作過程中的緣故。由東方美學出發，結合西方新藝術 (Art Nouveau) 風格的優雅造形，是法藍瓷的精神，而為了保有產品中一貫的精緻華美工藝質感，法藍瓷運用了釉下彩的上色技術，讓色澤得以保持千年不變；然而，這種釉下彩的方式提高了初試製造過程中的不良率，誠如



春光福蝶系列 (圖片提供：法藍瓷)



郎世寧藏定方展 吉祥系列 花瓶 (圖片提供：法藍瓷)



親子關係系列 大盤 (圖片提供：法藍瓷)

陳立恆所說的，這物理與化學的熾熱相遇，會讓所有人都無法知道，打開窯門的那一刻，能看見的是什麼。

另外一點，造形十分精緻與獨創的法藍瓷，其在主瓷的輔助形上，無論是蓋子、把手、口緣，都考驗著一項項的超高技藝的結合力，憑藉著全球專利技術「倒角脫膜工法」，法藍瓷讓這些瓷器上的造形全都成真，栩栩如生重現於收藏者眼前。這項工法雖然再度增加了燒製上的難度，但卻是讓滿富創意的產品，得以完美呈現浮雕與雕塑的頂尖極品技術；之後再送入高達一千二百度的火溫煅燒，並加上百道的繁複工法，如雕模、注漿、成型、素燒、上彩、上釉等工序，一件件讓人屏息的美瓷，才得以於陳列間裡展翅高飛。

法藍瓷以新藝術風格的線條，融入東方的典雅人文氣質，成功捕捉了自然界裡蟲魚鳥獸與琪花瑤草的永恆之美於精緻的瓷器上；此外，所有瓷器都擁有美國FDA與84/500/EEC之認證，使用上安全無虞。而為了力行環保，陳立恆更指示全系列產品皆不添加骨粉，致力以技術改良來達致與骨瓷相同的盈潤通透效果，讓每一件法藍瓷精品都展現著人文溫潤，與晶美光澤的頂尖工藝特性。

在讚歎著這些絕美工藝品的同時，萬不能忘的，是陳立恆堅守的品質把關。他最新引進了電腦3D造模科技，使師傅得以徹底發揮創意，讓在傳統翻模法所不能做到的前衛概念，一一突破力學與美學的界域，誕生於世人的眼前；在如此科技的同時，他也沒有忘了他最掛心的人性。在景德鎮的工廠裡，陳立恆把工廠變花園、花園變公園、公園變觀光景點，成為了江西政府最重要的經濟命脈，同時也是外賓參訪的必到示範企業。

貼心的美麗廠區，讓員工工作起來格外愉悅，且偌大的園區裡，生活中的所需可說是一應俱全，無論是餐廳、剪髮部、運動區等等皆有完善設置，若是夫妻兩人一起在園區工作，還可以申請員工宿舍，這等優質的福利，吸引了江西陶瓷大學裡的高材生紛紛選擇就近服務。對法藍瓷來說，能聘用專業又年輕的陶瓷師傅，就是企業最大的永續經營戰力，陳立恆略為憂心地說：「在臺灣，我幾乎完全找不到年輕人願意來承接老師傅的這些技藝與經驗，因此為了企業，我無論如何也必須前進中國設廠。」

國際大門為我開

陳立恆深深地表示：「我對法藍瓷有很大的期待，我也深信若一個企業有雄偉的理念，它一定可以走出一片天。」他回憶說，法藍瓷的德國駐地部門已有了二十五年的歷史，美國也有超過二十年的經驗了，「一開始



濃情蜜意 首飾盒 (圖片提供：法藍瓷)



富貴長壽 吉祥系列 花瓶 (圖片提供：法藍瓷)

法藍瓷就從國際化的企業模式開始經營，這風險其實是非常大的，但法藍瓷仍舊走過來了，它所擁有的成就光芒，眾人皆見。

「我就是代工做到得出了一個『悟』字，我當時認為要避開國內眾多禮品代工公司競爭，就是要走向一條更難的路——成立法藍瓷，結果我爲了避開國內紅海，卻反而成就了今天這片藍海。」陳立恆自始至終的每一步，都是仔細研究下的深思熟慮，以此，才能讓法藍瓷走得更穩健。

能夠一手建立起法藍瓷，陳立恆自身必定擁有一套深信不疑的經營思維，他說：「生而爲人，必對自己該成爲何種人而努力」，接著又談道：「儒家說『五十而知天命』，我現在五十了，我的確感到了我的天命是什麼」，這裡他停頓了片晌，才說，「那就是讓法藍瓷在世界發光」。雀躍的表情，顯現在陳立恆的臉龐，「我現在下決定、做策略的速度比年輕時更快，因爲我現在知道我應該做什麼，而我必須把握每一寸光陰。」

仁本法藍瓷

在面對每一次不同的情況時，總在陳立恆心中拿捏著的那把尺，叫做「仁」，他表示：「法藍瓷的理念，就是『以人爲本、以仁爲主』」，陳立恆信手捻來了古籍中對於仁的各項詮釋，解釋「仁」是人的天賦與內涵，在不斷的涵養下可感通天地涵養仁心；而另一方面，「仁」又是「人人」的意思，也就是要成全自己與成全他



雪映茶花 高腳冰淇淋杯（圖片提供：法藍瓷）

人，達致「己立立人，己達達人」的境界。

強調中國字十分有趣的陳立恆認為，中國字好玩的地方在於每個字都能有意象上的解釋，「妳看看，要『仁者無敵』，才會『外聖內王』」，「『水火有氣、草木有生、動物有靈、人類有義』，這不成就了一個完整的萬事萬物？」

中國儒家思維裡的「仁」的互動，是一個可以共生共榮的美好景況，更是一個中華文化能發揚光大的最佳始點。陳立恆說：「經史子集是我們最好的文化遺產，裡面有著幾千年來中國人的不朽哲學思維，連至聖先師孔子尚言『述而不作』，那千年後的我們，不是更該好好用心揣摩這些經典作品裡的深義呢？」陳立恆希望法藍瓷能夠展現的，是把仁的思維呈現實踐於生活之中，自然就能在產品裡流露出一股優雅的風範，至此，美感也就迸發在一切圓滿的和諧之中，且幽幽地展現一種文化底蘊與人文修爲。

陳立恆除了期許法藍瓷成爲亙古自然之美的代言人之外，更希望產品中飽含東方哲學思維的意念。他說：「我期待全世界都能藉著『瓷器』這項東方的偉大發明，來理解並追求生活美感，同步品味『齊物天地美、逍遙仁者心』的境界。」

國家文藝獎得主孫超是精品法藍瓷背後的重要顧問，曾在故宮研究多年的中國陶瓷燒製法，孫先生超越三十年的藝術創作生涯，不僅得到國家的肯定，那獨步全球的結晶釉與版畫的創作，更獲得大英博物館、V&A博物館及北美第一的紐約伊佛森博物館的重量級典藏。由於與陳立恆的深厚友誼，孫超成爲法藍瓷的藝術顧問，不僅使法藍瓷在藝術表現技法上屢有創新，更力挺產品運用最極致的工序，讓概念與實踐結合，完美誕生出法藍瓷的精品風貌；最重要的是，兩人讓法藍瓷成功超越了歐洲名窯的百年獨霸，取回了瓷器的東方本位，讓世人見到了瓷器表現的不可能。

人才就是當務之急

掌握了品質，銷售就是更重要的下一步，企業成立的目的本就在追求利潤，因此，即便有好的產品，卻沒有通路，也誠屬枉然，所以當我問及法藍瓷是否在經營上曾出現任何難題，陳立恆立刻斬釘截鐵地答道：「人才問題」。這個瓶頸，訴說了多少企業家的無奈，不單單在文化創意產業，所有產業的企業主都認為人才是公司的無價之寶。

不過這個問題在文創業將更加艱辛，因爲文創業用人要求的是一種知識經濟與無形的品味，但這樣的人才非一夕可成，而是需要潛移默化而致，不過文創業的薪

資普遍不高，使得這般的人才非常容易轉戰其他企業領域。「真的不容易到我們需要的人才」，陳立恆直言，日前亞塞拜然對法藍瓷的產品十分有興趣，「但我完全找不到可以派駐過去的人才」，語中頗有大將莫可奈何的惋惜之意。

陳立恆說，中國人畢竟還是有根深蒂固的儒家思想，認為「父母在，不遠遊」，因此首先要找到符合高標準資格的人才已相當不易，接著還要能願意配合派駐國外，完全只剩寥寥幾人。但陳立恆又說了：「語言能力並不全是我的用人門檻，我真正需要的，是要能融入當地生活圈的文化深入者」，他表示，他在德國的員工，每人皆能說流利的三國以上語言，同時也能部分程度地打入當地文化，陳立恆認為，能擁有這樣的人才，他感到非常難得。

就是法藍瓷以「人」為旨，所以「人」就是法藍瓷的基本核心，由是，陳立恆說了：「如果我可以成功地凝聚人，那我的品牌也將所向無敵」。對法藍瓷來說，人才是現階段最關鍵的一項問題。臺灣確實培育了許多語言人才，但是這些具有語言能力的人，卻不一定擁有企業代言人的特質，或經營品牌的能量與

遠見。陳立恆舉例說，先不要談亞塞拜然的問題，目前光是要找到適合派駐義大利的駐地代表都是件難事，從必須會說義大利語開始找起，可能可以找到留義的藝術創作者或工業設計師，但是這樣的人卻不一定能夠勝任稱職職務一職，甚至是長期派駐當地。這一切的難題，確實並非法藍瓷本身的問題，但卻是一個經營上極端重要的問題。

承接中華文化，走出新世紀之路

「我已經走過二、三十個年頭，創意對我來說根本不是問題」，陳立恆深切地談著法藍瓷的核心面，「我的目的是要行走在國際道路上，我需要更多的人才來與法藍瓷一同完成這個願景」。接著他又說：「近年來的教育完全只在培育科技人才，而完全忽略人文教育，在大



美夢成真系列 限量花瓶 (圖片提供：法藍瓷)

環境的偏廢下，人文志業這一塊的確不斷地在貧乏中」。陳立恆並磅礴大器地描繪出臺灣的優勢：「臺灣可以說是華人文化的本位，我們使用繁體字，在在建構出中華文化的精髓；當對岸在文化大革命時，我們反而廣為推行文化復興運動，所以我們要創建出具有中華文化的高水準文創產業，是可行性非常高的。」

文化是生活的一種境界，人皆有追求生活品味的天性，堅信中華文化最迷人的陳立恆說，在中國幾千年的歷史裡，外族統治漢族的最後結果，都是順服了中華文化的博大精深，探究原因就是因為深度的文化本就會吸融較次的文化體，所以陳立恆下了一個結論，即是，身為品牌，一定要把自己的心態與視界極大化，用宏觀的思維來打造並經營品牌，才能使企業長長久久，同時更迭有新生。

