

臺灣創意產業的明日之境

清庭負責人／工藝時尚聯盟創意總監石大宇專訪

Taiwan's Creative Industry in Prospect: An Interview with Jeff Shi, the Creative Director of Dragonfly Gallery

採訪・撰文／林千琪 Lin Chien-chi

2007年十月，國立臺灣工藝研究所與臺灣創意中心合作的「工藝時尚」聯盟，在八位國家工藝獎得主與八位新銳設計師的跨界配對下展開。這個為竹編、木雕、蛇窯陶藝、藍染、細銀等傳統工藝帶入現代設計概念，而活絡其行銷可能的創意活動，為亟需產業更新的傳統工藝，進行了一次令人驚豔的暖身。而聯盟的創意總監，就是清庭設計公司的負責人石大宇。

石大宇如何以清庭經驗及他自身長期的創作精粹觀點，帶領工藝時尚聯盟進入創意未來？而清庭又是如何一步步在對設計師的合作上、國內外行銷與展覽、店面營運等方面，逐步將自己成長為臺灣最成功的設計公司

之一？兩相對望，可以發現到臺灣設計的下一步，浮現出意境美好的藍圖。

故事的源頭

一切都要從一個有創意的點子說起。2007年臺灣創意設計中心提出了一個有趣的跨界合作提案，為此，臺創中心邀請臺灣工藝研究所匯集了八位國家工藝獎的得主，與八位新銳設計師進行對談交流，從2007年六月開始進行三個月密集腦力激盪，最後共設計出二十件跨領域的創意產品，並於十月份在市貿舉辦的文化創意展公開發表這些精湛的創意結果。在所有與會人士都相當滿意之際，工藝所與臺創中心決定趁勝追擊，於是正式成立了「工藝時尚」聯盟，希望秉此模式，能催生出更多專屬臺灣的精粹創意產品，聯盟更邀請到清庭創辦人石大宇擔任創意總監一職，而石大宇也早從本次計畫之初，便持續熱切參與至今，所有跨界討論的一來一往，石大宇都細細看在眼底，也樂見策略聯盟醞釀中的下一步。

然而其實故事開始的更早，現今可以稱得上是臺灣設計教父的清庭創辦人石大宇，長期以來對國內的設計產業一直用心耕耘，對於國際設計交流活動也不遺餘力，成立清庭就是為了一圓自己對設計的夢想，更得以投注自身對於設計的無比熱忱。自1996年創立清庭以來，石大宇為了他所摯愛終生的設計工作，可說是付出許多心血，在臺灣的大環境尚不知曉何為文化創意產業的那個年代，清庭一路走來的艱辛，說是筆路藍縷的先鋒也不為過。

專業養成於紐約FIT設計學院的石大宇，在學期間就已攬獲多座設計大獎，而畢業後更在眾多好手中脫穎而出，進入了有「鑽石之王」美譽的Harry Winston高級珠寶公司，擔任珠寶設計師。獲得這份非常難爭取到的工作，可見出石大宇設計功力受到頂尖精品的肯定。



石大宇接受本刊專訪的當天，暢談臺灣設計前景。（林千琪攝影）

在2007年十月文化創意展的現場，工藝時尚聯盟的精湛作品吸引了眾媒體的目光。（右頁圖）（圖片提供：清庭設計）

國立台灣工藝研究所

工藝時尚



旅美多年偶有返國的石大字，總是見到臺灣雖然經濟上富裕，但卻在人文思惟上猶有未逮，尤其在創意設計領域的新見乏善可陳，似乎缺少那麼些靈光乍現，更因島國上的部份封閉意識型態，導致臺灣的國際觀鮮明不足，由是，石大字決定與妻子林妙玲回到故鄉臺灣創辦清庭，希望能藉著引進國際設計佳品，與清庭企業理念的影響，為國內創意設計產業敲出一記響鐘。

多方共擬合作模式

石大字是位意志堅定，並充滿著不絕靈感的創意人。身材高大、外型性格的他，每每在公開場合的品味衣著都成為目光焦點。也正由於清庭在創意產業上的先

程，說道：「可喜的是，雙方都擁有了一次非常珍貴的創作經驗」，不過他立刻話鋒一轉：「這樣的活動雖然很有意義，但是若沒有政府公單位有魄力的長期支持，光憑民間的力量是不可能落實的。」石大字更提及一個重要觀念：「我們的政府也應該摒除『凡事無償』的觀念，若一味地要求與會人士都必須無償來提供政府進行某項計畫，說穿了，民間單位為什麼有義務免費提供自己的know-how呢？」

在臺灣，經營創意產業誠屬不易，由於國內市場小，若在商言商，則勢必須往國際市場挺進。清庭一開始的定位是引薦國際設計精品進入臺灣市場，在成效且客群反應良好之下，也逐漸打響了在臺灣的名號，但是



參與工藝時尚作品發表的所有設計師及工藝家們（圖片提供：清庭設計）

驅者地位，工藝時尚聯盟確定成立後，便延請本計畫裡著力甚多的石大字出任創意總監。談及這次的經驗，石大字說：「相當有意義，所有的設計師面對了全新的創意挑戰，而所有的工藝家則見到了自身不曾觸及的素材另一面……在短時間裡能有這樣的成果，令所有人都十分滿意」，不過他也慨嘆：「這樣的計畫應當是請兩方人士專職進行，而非現在這樣利用工作後的時間，這在體力與創意上消耗都很大。」

的確，在短短三個月間，工藝所與臺創中心須先將適當的設計師與工藝家配對，接下來雙方利用空餘時間反覆討論，甚至南北舟車勞頓，可以說是將平時工作之餘的休息時間全用上了。石大字親見這一切的艱辛歷

石大字不諱言近幾年國內大環境的日漸轉壞：「所謂『公司』，一定免不了具備營利性質，創意產業若不能求取利潤，也會被市場機制淘汰。」為了企業經營的下一步，石大字於是在於2006年為清庭添了一隻生力軍——璞創設計。

璞創並非一般的設計公司，而是紮根在清庭既有市場與通路裡的趨勢設計公司。在璞創裡，除了有頂尖的設計人才，更有掌握市場脈動的行銷人才，十幾年的清庭經驗累積之下，可以帶領璞創走得更穩更順，而璞創所提供的企業鏈服務，從前端的設計發想到末端的銷售甚至分析，是一完整全套的概念，讓它得以在多如牛毛的各式設計公司中，站穩不墜之地。



水里蛇窯負責人林國隆與設計師何忠堂合作，在看似平凡的盤子上燒出金魚、鹿形凹痕，用完餐後，盤子裡的殘羹剩菜或碎屑、油漬會在凹處形成不同的分布或色彩；就算不盛菜，只裝水，也會因為光與水的反射，而達到裝飾效果。談到這項名為〈盤娛〉的設計發想，何忠堂說，大家買盤子都會看花色，但用餐後盤子的美感卻因殘羹剩菜而盡失，〈盤娛〉可以創造用餐者的驚喜，還可以延續餐桌話題，既實用又有趣。（圖片提供：清庭設計）

關於公司的概念，石大字認為具體的代表物十分重要，此象徵著公司的信念，更是精神，因此自己的首間公司，就以他最喜愛的昆蟲——蜻蜓，取其諧音命名為「清庭」。他的目的是希望公司敏銳如蜻蜓般靈巧，更能擁有像蜻蜓成長中變身的大躍進，重點還是要以蜻蜓之姿，為臺灣活化創意產業的視野。而璞創身為石大字的第二間公司，當然也有代表象徵——「吒龍」，這個小娃兒是以李小龍與哪吒的形象而命名，擁有著雙重叛逆因子，更是勇創新局面的高手，而以娃娃的意象呈顯，則是說明了團隊保有赤子之心，永有新鮮事。這些鮮明的企業形象，完全是石大字對自身所經營事物的精確定位之清晰表現。對他來說創意絕對不應是天馬行空，而是經過細膩思索下的定奪才對。唯有真正思考過自身的所作所為，創意人所能影響的一切才會發生意義。

創意產業在臺灣

談及創意經營在臺灣，從已著力多年的石大字口中而出，是再真切不過了。對於文化創意產業非常熟稔的他，所擁有的不是學院派的理論推斷，而是實實在在的市場經營經驗，多年來從清庭引介多樣精緻的設計商品進入臺灣，在大環境一日不景氣的影響下，箇中辛苦真的是唯有親身體驗過的人才知曉。石大字若有所思地說：「現在臺灣的環境真的很不好……我從一九九六年開始創辦清庭到現在，若不是憑著一股熱忱，真的不曉得可以經營多久。」石大字說，創辦清庭，目的是希望成立一個給自己永續進修的設計學校，在這個自己的學校裡，他可以自己制定想學的東西還有探索的方式……



工藝家林盟振與設計師柯迪介合作的燈飾與手環兩件作品，都是以細銀作為創作媒介。有別於西方吊燈中充滿水晶吊飾的光線折射，此盞燈讓不透光的銀飾光澤與紋理自圓環中心緩緩向兩軸的方向擴散開，而在空間中散發出屬於台灣古典的華麗氣息。要成就這樣的一盞燈，除了工藝家林盟振高超的手藝與支持外，設計師柯迪介更須融合設計、力學與光學的原理，才能生成這樣的美麗作品。（圖片提供：清庭設計）

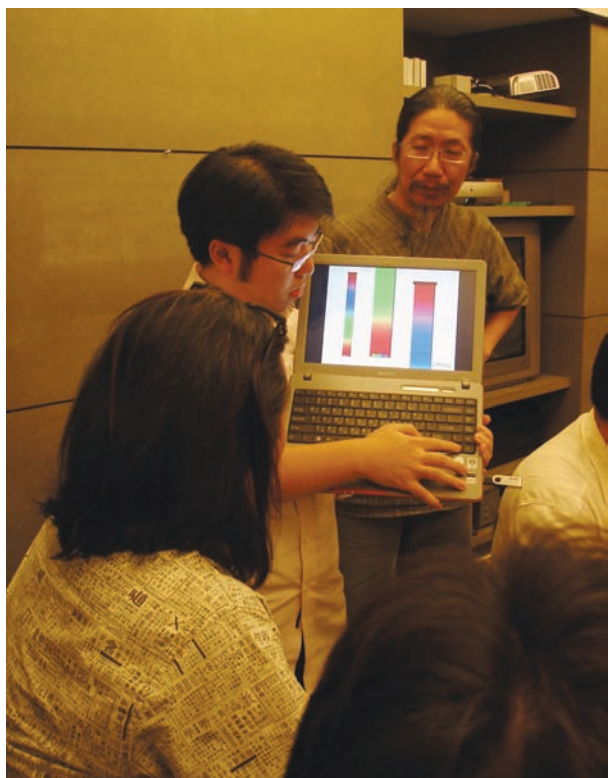
一切聽起來是這麼的過癮，而這單純的目的與發自肺腑的心聲，更讓所有學藝術的人都打從心底羨慕起來。

然而，石大字的下一句話，又將夢想從天堂打回現實面，他說：「文化創意這個產業需要在國家經濟很穩定的社會才適合發展，因為創意產業奠基在生活上，若一個國家的人民連生活都很無奈了，那他們又何來的心情去品味生活呢？」正是，臺灣百姓現在日子過的壓力很大，所有生活裡的美好事物都在逐步刪除中，石大字接著表示：「我不是個學者，我不對文化這個詞做學理的分析，但我認為文化最貼切的定義，就是『生活智慧與生活智慧的累積』。」語畢，石大字再度回到生活現實面的問題：「首先這個社會必須已脫離考量生存的問題範疇，不然它無法前進到品味生活美感的這一步」，只有先克服生存的需求，才能夠真正享受生活，經由生活智慧的相當累積後，文化才得以建構並成立模式。

石大字也說，文化創意產業是一種「產業」，而談產業，必先談其功利目的，否則何來產業之有？然而，由於文創產業很特殊，它具有需要長時間積累的特質，

經由時間去蕪存菁後，才能出現內涵面相，進而醞釀成一股爆發力道，在適當的時機爆破出最美的火花，即成最驚天動地的設計能量，「不過臺灣一個非常大的問題是『identity』，也就是身分認同」，石大字這麼說。他表示，自己在紐約住了十二年，深知西方文化概念裡，非黑即白，是一種對比兩極的概念；但是亞洲國家卻大不同，除了黑與白之外，還有模糊曖昧的「灰」，而關於這個「灰」，石大字意味深長地說：「這需要花很多時間去嘗試、去試探，但若是了解這個灰的概念，文化的主體性就無法清晰顯現，所產生的結果也勢必含混不清。」

臺灣的文化本就呈顯著多面相的雜揉性質，深受來自美國、日本的影響，而其中更交雜著對中國欲拒還迎的矛盾心結，所以究竟什麼是屬於臺灣自己的核心文化



臺創中心與工藝所媒合了設計師與工藝家，進行一連串跨領域的最新創作嘗試，圖為雙方於清庭辦公室熱切討論的情景。（圖片提供：清庭設計）

概念，誠屬一個極大的待討論議題，石大字認為，除非臺灣能解決這個棘手問題，否則花再多的時間精力去生成創意產品也形同無意義。工藝所對此問題也已擬定在未來成立臺灣意象研究資料庫，只是何時能有具體成果，有待各方關心。

以生命做設計

對設計有無以名狀熱愛的石大字，形容自己是個只做感興趣事情的人，也只做自己懂的事情，絕不超過自己的專業領域，或許這也成為他的經營原則。唯有在專業上更深入專業，才能得人所不及之物。他說：「在紐

約求學時曾受過許多手繪的訓練，至今我仍感到非常受用。……受到踏實的學習方式影響，我經營清庭的原則也一直秉持著誠實與穩當，希望自己成為臺灣的良好示範企業。」接下來石大字一反向來溫和的形象，一臉嚴肅地表示：「我不同意『一夜成名』這種事」，他說，因為自己非常了解創作生成的過程，明白創作的內蘊是慢慢鋪陳而出的能量，絕非媒體兩三下大肆聲張的那般一窩蜂。

在到美國求學之前，石大字很慶幸自己沒有在臺灣受過任何藝術方面的教育，才讓他得以像一張白紙般，完全吸收到國外對設計的開放式教育精華；另一方面也因為擔心自己基礎不足，他比別人更拼命地學習，積極參加競賽，才得以獲得眾人欽羨的珠寶設計工作，所以旁人或許看到的是結果，但他付出的是自己的生命熱



忱。石大字說：「創作是一輩子的事，創作者每天頭腦裡想的都是與自己創作有關的事，至死方休。」

強調任何傑出的創作皆建構於豐富的生活經驗之上，石大字表示，能超越這一步、不需要耗費大量時間與經驗試煉的創作者，方可稱之「天才」，但是天才何其少，所以一味崇拜或樹立所謂「大師」，只會消弭自己對於設計創作的原創能力。因此，破除偶像，是石大字要提醒年輕設計師的一件事。過度風靡特定人物，似乎是時下行銷手法炒作出的既定模式，不加思索就隨之起舞，恐會混淆評鑑作品優劣的判斷能力；不過，也不能為此因噎廢食，不去吸收或學習優秀設計作品的精



現任飛利浦臺北設計中心資深產品設計師周育潤和工藝家陳高明、蘇素任合作的風扇〈Breeze〉，將竹編扇的美好記憶運用在電風扇上，冰冷的電器被細膩的傳統記憶包圍起來，更添生活味。（圖片提供：清庭設計）

神。個中拿捏，須巧妙權衡。

而經營清庭以來，石大宇強調當中經歷了許多不為人知的辛苦，「這個社會上，大家都有『me too』心態，這麼一句話，可以抹煞多少別人的心血？」他感慨地如此表示，「當年清庭開幕的第一天，就用光了我所有的準備金，而那天，更是我父親過世的同一天……」，他幽然再敘：「每個人都認為清庭賺了很多錢，風光得很，但是我們除了同一般的藝文產業那樣困難經營外，更用盡了畢生氣力與心血在做我們認為對的事情。」石大宇說，一路走來，他也曾多次遇上經營上的挫折，不過由於深切堅信自己的信念，石大宇並不被這些風風雨雨給阻擋，反而總能以精湛的獨特眼光與誠懇認真的做事態度，帶領清庭交出一張又一張漂亮的成績單。

工藝時尚聯盟的未來展望

清庭能在自己有限的經費與時間中，達到目前的成果，石大宇既謙虛地表示慶幸，又深感欣慰。公司只要有盈餘，石大宇總是毫不猶豫地又投入在研究與公司成長之中。能在滿足自己的求知慾中做自己喜歡的事，並對社會造成貢獻，是石大宇最衷心快樂的事。對於此次請他擔任創意總監的工藝時尚策略聯盟之最後成果，他也感到快慰，「雖然結果不讓人完全滿意，但是我認為這個活動背後的意義，更值得仔細討論」。

石大宇認為，聯盟成立的目的可以有二：推廣臺灣創意形象、產生商品獲得利潤。目前聯盟剛起步，能達到多少的目標值得觀察，然而這次推動工藝與設計領域結合已是意義非凡。他表示：「工藝家為了要使自身的技藝能傳承，總將高超的工法帶入作品中，無形間也拉

遠了與民衆的距離，讓作品本身變成一種『博物館』概念，無法走入一般人的生活之中。」而本次活動就是希望透過設計師的作品，將工藝家的精湛技藝帶入日常生活，然而，如何適切以作品特性展現出工藝的角度，在在嚴苛考驗著設計師的功力。

石大宇為這些作品做了簡單解釋，那就是「兼具美感與藝術性的可販賣產品」。他真切地說：「任何設計缺乏了美感，都將失去意義」，強調作品絕對是因為美感觸及觀者的心靈，使觀者產生慾望，進而產生想要帶回家念頭，才成為真正成功的作品。這次經由工藝家與設計師合作出的時尚聯盟創意產品，由於具有工藝家的「手感」質地，自然是十分突出於一般商品，並竄動著人們想要擁有它的慾望。

誠如石大宇表示過，臺灣的文化主體性尚曖昧不明，但是臺灣創意產品並沒有時間等待，所以他認為，與其複雜求繁，不如簡化。現階段臺灣創意產品的主攻面，應該在於「原創性」，而像聯盟這樣的計畫，應該要由政府主導，並歷時至少五年的時間，以國家的定位，在國際各大展中持續曝光，讓世界設計市場能夠產生對臺灣創意的印象，進而締造一定的注目度與口碑。等市場面擁有信心了之後，再來討論到銷售甚至經濟效益的層面。

但這並非是件簡單的計畫，石大宇語重心長地說，一切都需要投入極大的經費與心血，時間與人力的消耗更是大，若寄望單憑民間的力量來完成，是絕對不可能的；倘若可以成立一個專職機構組織，是最好不過了。相關單位需要把這樣的計畫，當作是經營生意般的概念來作，最後才会有臺灣創意產業裡最豐美的成果。 