

臺灣之光和品牌魅力

Craft Brands as the Glory of Taiwan



品牌，代表了產品的美好與可信賴度，品牌標識也傳達了品質的飽滿層次，充滿了魅力的物件，可以呼應彰顯使用者的文化修持與美感程度。近年來，從臺灣生根茁壯的一些知名品牌產品，不但經營有成，在國際市場持續發光發亮，受到消費者的青睞。年輕一代的工藝家參加世界重要競賽或展出也都有亮麗的表現，有的作品更以獨有的創意和風格，打開個人知名度，朝向魅力品牌的道路發展。

面對著品牌設計的行銷與經營時代，臺灣製造的工藝產品如何提升更精實的競爭力，如何締造品牌的精緻度與能見度，以追求產生更豐碩的經濟效益，當中仍有許多盲點和阻礙需要突破。本季刊物特別設計「臺灣工藝面對國際舞台」專題，分別從臺灣工藝之美、臺灣工藝在國際舞台的表現、工藝中心推動臺灣工藝的成果等面向呈現探討。

在「臺灣工藝面對國際舞台」專題中，本刊介紹「Sophie HONG」（洪麗芬）、「法藍瓷」和「八方新氣」三大享譽國際的臺灣品牌。Sophie HONG獨力開發研究的〈湘雲紗〉服裝前不久在巴黎舉行別開生面而成功的街

頭秀，佳評不斷。陳立恆主持的「法藍瓷」一再推出新麗產品，王俠軍領導的「八方新氣」則在白瓷方面創造佳績。這三大品牌各具魅力，其創業理念與持續的創造力足供後起者借鏡。

身為文化部所屬單位的國立臺灣工藝研究發展中心，長期以官方角色為民間工藝發展投注資源，同時扮演積極的發掘與協助角色。近年來有策略性、聚焦的向國際推廣優良產品，本期專題的專文「臺灣工藝在歐洲：國家品牌Yii的國際之路」即詳實地敘述國立臺灣工藝研究發展中心將臺灣品牌推向歐洲的努力和成果。

國立臺灣工藝研究發展中心為推廣臺灣工藝產品，最近和韓國清州文化產業推廣基金會簽訂合作備忘錄的同時，臺灣的工藝家在該基金會主辦的國際工藝雙年展中，獲得一個銅獎與兩個特別獎。包括這期刊物所介紹的焦點人物陸佳暉在內，臺灣從事工藝創作者人才濟濟，也都具有無限的潛力。年輕一代的「臺灣之光」，在各方營造的策略和利基下，創造更多的品牌魅力，指日可待。🌱