



台灣工藝之父顏水龍

根植本土開創生活美學指引產業方向

Yen, Shui-long, The Father of The Arts and Crafts in Taiwan

Rooting in Taiwan; Founding of Living Aesthetics; Industrial Guidance

Abstract

1. A conversation with Lai, Dong-ming, the former chairman of United Advertising Co., Ltd., illustrates that Dr. Yen moved ahead with the times to invite teachers with expertise and practical experiences.

2. Dr. Yen spared no efforts to devote himself to the activities in relation to fine arts and arts and crafts, advocating the concept to “take root in Taiwan and promote living aesthetics.” He is the father of the Arts and Crafts in Taiwan.

3. To respond to the unprecedented pace of development in this era, the short product life cycle as well as the future of industrial development, it is important to learn from other countries’ successful strategies.

4. The Arts and Crafts Movement inspired by William Morris was to “raise the status of the applied arts to that of the fine arts, largely increasing the added value of the artworks,” which deserves the attention and discussion in Taiwan at this moment.

5. The most crucial action that the government should take immediately is to “establish a strong and professional research team and cultivate the talents in arts and crafts to accelerate the upgrade of industries.”



林俊成

師大美術研究所碩士、

前國立台南高商廣設科主任、

已退休



摘要：

- 1.掌握時代脈動聘請老師——「從顏水龍主任，告訴前聯廣公司賴東明董事長的一段話」談起。
- 2.一生執著全神投注美術工藝活動，主張「根植台灣本土，開創生活美學」。堪稱「臺灣工藝之父」。
- 3.因應時代快速躍進，產品生命週期短促，未來產業發展面向，參酌國外成功策略值得深思。
- 4.威廉·莫里斯的美術工藝運動「將日常生活用品提昇到藝術的領域，大幅增添產品的附加價值」，此時此刻值得台灣探討。
- 5.政府應立即「強化國內研發機構研究員陣容，培養精緻手工人才來促進產業升級」，是當下的重要課題。

「美術工藝對台灣的重要性，不管從傳統的、藝術的、經濟的觀點，美術工藝必須保存，尤需發揚。而工藝品之價值則需要有設計的助力才能使其美術化，美術化的有價值的工藝品，則需要有市場推銷方法。如今家專美工科除了強化設計教學外，還需要有市場觀念方面之教導。…學生能有充分的市場觀念，以便將來設計工藝品、生產工藝品、終而銷售工藝品成功於市場上。」（註1）從顏水龍主任在民國五十九年，擬聘請前聯廣公司賴東明董事長，到實踐家專美工科教授「廣告市場學」時，告訴賴老師的這一段話。讓我們不得不佩服顏水龍主任在60年代，就能夠高瞻遠矚及時掌握時代脈動，針對「產品行銷」，在企業經營所占關鍵地位來聘請老師。

我們都知道企業的命脈是行銷，行銷依賴包裝與廣告。如果沒有行銷能力，產品產出沒人知道，即使能夠

生產再好產品，最後均將徒勞無功，企業勢必走向倒閉一途…。若要生產符合市場需求的東西，必先瞭解一般消費者的嗜好以及大眾市場的需求趨勢。「廣告市場學」當然就成為行銷不可或缺的利器。因此培養一群美工尖兵的同時，除了提昇設計水準具備優秀的設計能力外，還得熟悉市場現況。

顏水龍老師在1920年赴日，留日期間受到藤島武二及岡田三郎助兩位老師的影響，1929年經由西伯利亞鐵路赴法留學，對於印象派的描繪光影感受至深。在法時期，曾在羅浮宮臨摹義大利文藝復興時期提香（Titian）及新古典主義時期安格爾（Ingres）的作品。對於塞尚（Cezanne）的水平構圖、梵谷（Van Gogh）充滿陽光的色彩、高更（Gauguin）在大溪地描繪土著的樸拙鄉土味、野獸派的裝飾形、色以及深受非洲土著雕刻線條簡潔影響的畢卡索（Picasso）…，印象都特

別深刻。這全是因為自己的故鄉也地處亞熱帶，到處都瀰漫著強烈的陽光，而感同身受。後來到法國南部坎城養病時，巧遇梵鄧肯（Van Dongen）向梵拜師，醉心學習灰白色系的色彩使用。這些過程的可貴歷練，在在都厚植了他一生中對於鍾愛故鄉—臺灣這片土地做出貢獻的紮實基礎。1919年葛羅畢斯（Gropius）在德國威瑪設立包浩斯（Bauhaus）設計學校的創校理念，包括基本造形、材料研究、工廠原理與實習，將藝術結合科技的種種做法相當認同。這般的影響充分反映在他從事美工人才培育的課程安排上，其中包含工藝材料學、實習工廠的設置、聘請第一線學有專精未必領有文憑的老師到校任教。每年帶領學生組成實地參觀蠶絲廠、陶瓷廠、蛇窯、印染廠、籐編、竹編、三角蔞草編織、織布、草屯手工業研究所及各地民俗古蹟的「民俗採擷研究隊」，為的是讓學生去親身體驗工廠的製造過程，回校後再就同學們個人感想，繳交圖文並茂的研究報告…，從這一連串的作為，可以清楚領悟到他對人才培育的確用心良苦。

從1936年開始，顏水龍老師努力在國內外收集手工藝方面的資料，他認為台灣是一個美麗的寶島，地處亞熱帶充滿燦爛的陽光，許多植物生長迅速，如果有計劃栽培，就有取之不盡用之不竭的工藝資材。顏水龍老師認為：為了「促進純美術的發展」，自己應率先加入推行和生活攸關的藝術工作行列。透過生活用具、居住空間或景觀美化的耳濡目染機會，培養

一般民眾高雅樸素的情操，使大家的生活導入純粹美術的境界。這段啓蒙民眾的工作，理當由畫家藉著推動工藝來提昇同胞的生活文化。」經由上一段「顏水龍老師對鄉土關愛情懷所迸發出來的這段肺腑之言」，已可深刻體認到他對「台灣本土文化」耕耘播種的決心，以及義無反顧全力投入啓蒙民眾生活藝術工作，提昇精神層次的無窮毅力。終其一生，南

北奔波，走遍全省去調查各地的產業狀況和地方性的工藝資材分佈；並深入原住民部落去仔細地瞭解山地文化。1952年手著「台灣工藝」一書，針對台灣的產業分布情形及出產豐富工藝資材的地方，做出詳盡的報告。也正因如此，在他後來創作的油畫作品中，「原住民題材」能成為他個人的招牌風格，無論對原住民的神韻掌握、描繪或是鄉土色彩的濃厚表現，都能這麼地栩栩如生，國內無人能出其右！

顏老師經常強調：「設計的產品必須凸顯各民族的『文化特質』，台



圖1 椅轎（國立台灣工藝研究所提供）

灣產品必須發揚本土文化，才能立足於世界市場。」所謂的「台灣本土文化」，其實就是以「山地原住民與大陸東渡來台的漢民族文化」為核心。從歷經荷據時代、明鄭、滿清、日本統治、國民政府撤退來台、近代的美國速食等…文化綜合在一起，所產生

結果想插一枝花下去都沒辦法辦到，這是不恰當的。花瓶當擺飾品欣賞外，至少還要具有插花的功能才對。附圖2是顏水龍老師以日用的篩子，加裝了桌腳可閉合成平面的圓桌。它不但是一種「多功」的設計而且是一種「模組化」的設計，賦有適合搬遷

收納的便利性。這和現在流行的「DIY」組裝傢俱，概念上是一樣的。

1941 年在學甲、北門設置南亞工藝社，以當地鹹草產製用品，成立台南藺草產銷合作社，賦於農村經濟發展。1942年

圖2 顏水龍老師的設計稿及完成品（國立台灣工藝研究所提供）

出來的「多元文化」。台灣自古以來就有不錯的手工藝產品表現，他常提及台灣的椅轎（附圖1是台灣工藝研究所，委託民族藝師李榮烈先生製作的樣品），橫放時小嬰兒可以安心地坐在椅子裡面；立放時就成了成年人的坐椅。這是一種多功能的設計，是我們老祖宗留下來的可貴傳統傑作。德國的一些工業設計專家來到台灣訪問時，看到這樣的產品大都驚嘆不已！

這就是發揮日常用品多功能的必要性，他也就此特別舉出：有人在製作花瓶的時候，把瓶口做得細細的，

發現台灣竹材加工技術深具特色，與關廟業者成立竹細工產銷合作社，提供新設計。1954年獲聯合國手工業輔導委員會的補助，成立台灣手工業推廣中心。1958 年重回南投縣工藝研習，1959起開始投入人才的培育工作。顏老師除了日常手工藝品的大力推廣外，過去在商業廣告的涉獵亦極深入。前聯廣公司董事長賴東明老師，曾在國立臺灣工藝研究所「台灣工藝先驅顏水龍先生一百歲紀念工藝特展」一書中，描述「顏水龍主任是繪畫家外的廣告家」。前華威葛瑞廣告公司副董事長朱守谷老師，也在實



踐美工科刊「水龍頭」中爲文，尊稱顏水龍老師爲「台灣廣告第一人」。此外對輔導產業提昇競爭力不遺餘力，爲林商號合板公司設計化粧夾板，就是用來提高產品附加價值的方法。1970年顏水龍老師接受台北市高玉樹市長的聘請，擔任藝術顧問，從事都市美化的工作。先後規劃大直自強隧道口圓環要塞、敦化、仁愛路景觀（附圖3），敦化、仁愛路直至今日仍爲全台綠意盎然，最爲漂亮的兩條道路。在從事公共藝術方面依然不落人後，到今天散置全省的鑲嵌藝術馬賽克壁畫就有十餘幅之多。（附圖4是劍潭公園壁畫，名爲從農業社會走向工業社會，總長一百公尺高四公尺。）爲了扎根藝術，努力推展兒童美術教育，擔任中華民國兒童美術教育協會理事長多年，並曾與日本千千岩教授指導九族文化村的

設立。在晚年時仍然風塵僕僕地巡迴指導全國各地文化中心，還輔導南投縣竹藝工藝博物館、台中縣編織工藝博物館的設立。

近年來大陸市場的興起，挾著眾多人口所形成的低廉勞工市場優勢，世界各先進國家無不爭相趕赴大陸投資，儼然變成了全世界的加工廠。許多紡織品、生活日用品、食品、家電、相機、電腦零組件…等，幾乎都



圖3 種滿台灣樟樹綠意盎然的臺北市仁愛路



圖4 整修完成後的劍潭公園壁畫

可看到Made in China的生產國標示。顏水龍老師認爲：「工資提高的因素，可以將前置的生產材料使用機器加工，或運往大陸做初步的材料處理。最後再回台以精緻的手工完成成品。」台灣必須經由普遍提振設計水準所賦於產品的『高附加價值』來擺脫工資、原物料、油電、環保…等成本的擴增因素，才足以消除，導致削減台灣產品在世界市場競爭力的威



圖5 瑞士精雕細琢的高價手錶與平價的年輕時尚手錶

脅！精美手工製作的部份，是需要大量的美工人員來創造，人才的培育變得非常重要。

下文特別舉出瑞士的手錶、小刀為例，讓大家深思產品面向：大家都公認瑞士一向以製造手錶著名，不過在面對日本卡西歐（CASIO）電子錶的低價傾銷，影響極大。面臨這樣重大的困境，因應的對策是發展出兩種行銷模式：「附圖5左邊屬第一種，是充分發揮瑞士手工精雕細琢造錶技術的產品，是凸顯身分的昂貴手錶」；「第二種是普遍化的平價創意電子錶」。一般人買錶的話通常不會買好幾隻。爲了提高銷售量，SWATCH公司

以紀念錶、運動錶、時尚錶、登山錶…等方式刺激消費者的購買慾望。附圖5右邊看到的是五顏六色的年輕化手錶，除了限量紀念套錶外，消費者會以配合自己穿著的服裝色彩樣式，購買多種不同款

式的時尚手錶。第一種策略讓數量減少的部份，以提高的單價來彌補；第二種則是以急速擴大的數量，來彌補單價的下降。

再以刀子的部份為例：瑞士有名的小刀是藉由多功能的特質來墊高產品的售價，一把最便宜的小刀至少要價新台幣四百塊，附圖6是露營用的33種功能小刀，可用來切水果、削鉛筆、開瓶子、開罐頭、鎖螺絲、剝電線、挖木洞、鉤鑰匙、小夾子、當牙籤、鋸木頭、刮魚鱗、拔魚勾、當尺量、寫字用筆、鋸金屬、剪鐵線、備有放大鏡…。

附圖7可以發現附有以LED爲照明設備的小刀，甚至連最先進，逐漸風行的高科技電腦周邊產品「行動碟」也納入了產品裏面。由此更可看出瑞士刀，「緊迫時代潮流的設計敏銳度」。附圖7上方刀柄上印有不同公司的商標，則是進入贈品市場去締造產量，相對地也爲自家產品做起行銷廣告。附圖8左邊是在



圖6 充滿創意的多功能瑞士刀及它的各種用途圖解

費者的購買慾望。附圖5右邊看到的是五顏六色的年輕化手錶，除了限量紀念套錶外，消費者會以配合自己穿著的服裝色彩樣式，購買多種不同款

式的時尚手錶。第一種策略讓數量減少的部份，以提高的單價來彌補；第二種則是以急速擴大的數量，來彌補單價的下降。



圖8 只賣十元的台製水果刀與昂貴的瑞士刀



圖7 刀柄上印有不同商標的贈品刀；及附加「行動碟」的先進刀



圖9 宏碁自創「BENQ」品牌，外加流行的飾品概念MP3多功播放機

台灣的十元用品店所買的水果刀，用了許多的塑膠及不銹鋼材料不說，光拿包裝體積來計算運費至少也要貴上十多倍，竟然只賣了十塊錢。這麼低廉的價格，難怪產業會活不下去而紛紛外移，別說遷廠到大陸了！依此看，到非洲大概也無藥可救吧！

台灣是個缺乏油礦資源的國家，瑞士的狀況與我國類似，她們的對策非常明確：「那就是以最少量的材料成本，加上許多的創意，並以精美的

設計與細緻的做工見長（註2）；至於好山好水則拿來經營觀光事業」。目前國內產業的發展方向，真的值得我們好好向瑞士學習。

最近國內的科技業由當初的高毛利到微利時代來臨，產業已經面臨了嚴重的挑戰，除了快速提昇產業的研發能力，掌握關鍵技術一途外；最佳的策略：應是「強化設計能力、凸顯文化特質、自創品牌」，去努力擺脫代工微利的苦難枷鎖。宏碁自創的

「BENQ」品牌，最近出品的幾款電子產品，附加了流行飾品的設計概念，已經朝著這樣的走向在發展，這真是一件可喜可賀的現象！附圖9是兩款新穎的MP3播放機，除了具有一般產品的多功能用途外，多采多姿的造形，散發出濃郁的青春氣息，還有裝飾性功能。可以令人穿戴出高雅精緻的品味。如果還能在設計風格上，兼顧到本土文化特質的表現就更理想了。

十八世紀末期，著名的「工業革命」在英國展開，機械取代大量的人力來進行生產，由於量產的需求，分工是種趨勢，過去設計者也是製造者的匠人時代已經改變。設計者與製造者分家的結果，導致原先產品由設計、製造、販賣同屬一人，易於掌控品質，直接瞭解市場現況，投下大量的變數。品質監控變得益形困難，結果雖然讓大量製造降低了生產成本，有了比較便宜的價格；相對地成品難免變得比較粗俗。威廉·莫里斯(William Morris)在參觀英國倫敦舉行的第一屆水晶宮萬國博覽會中，對於工業化生產產品的粗俗感到厭惡，決定自己投入設計的行列…。在1851年倫敦世界博覽會之後，莫里斯決心學習設計，希望透過自己的努力，來扭轉這種設計頹敗的狀況。日本在1926年由柳宗悅、濱田庄司、棟方志功、河井寬次郎…等人發起「民藝運動」，可說是直接受到莫里斯的影響所掀起的一個日版「美術工藝運動」。顏水龍老師在1920年赴日時，正身處風潮之中，經由柳宗悅先生的

理念間接受到「美術工藝運動」的啓發，應有一定的影響力。

此時此刻，台灣正為因應代工行業已成夕陽工業，工廠紛紛外移的緊要關頭，國內失業率不斷攀升；時代快速躍進，科技產品生命週期短促，毛利急速下降的困難階段。未來產業面向究竟要如何發展？似乎仍籠罩著一團迷霧，事實不然！只要大家冷靜思考：國立台灣美術館展出「美術工藝運動的先驅—英國威廉·莫里斯與工藝美術特展」，配合顏水龍工藝特展「適逢其時，別具意義」。因為威廉·莫里斯的美術工藝運動，與顏水龍老師一生努力的方向並無二致。那就是「將產品透過藝術的領域，來大幅增添產品的附加價值」，那不正是我們苦思不解的答案嗎？為達此目的，如何立即強化國內研發機構研究員陣容，培養精緻手工人才來促進產業升級，更是政府當下應該嚴肅面對的重要課題。👉

(註1)：賴東明，2003，〈繪畫家外的廣告家—顏水龍主任〉，《台灣工藝先驅顏水龍先生—百歲紀念工藝特展》，國立臺灣工藝研究所，南投。

(註2)：如果材料成本只佔20%，就會有許多的空間，可以吸收人工、水電、原物料、運輸等不確定因素的價格上漲，也會獲得較高的利潤；材料成本若是佔到80%時，幾乎就沒什麼市場應變能力了！