

德國慕尼黑國際工藝大展簡介

● 謝靜怡 ●



圖一：慕尼黑國際工藝大展於慕尼黑街頭的廣告。

每年三月於德國慕尼黑舉辦之「慕尼黑國際工藝大展」(Internationale Handwerksmesse München, 簡稱I.H.M.) 為工藝界重要的交流集會地之一，許多人也將其視為是工藝界與中產階級具領導地位之展覽。來自世界各地的工藝廠商在這裡聚集，不僅展示其產品品質的精良，工藝品的多樣化與創新性也都一一呈現在訪客面前。不管是為了開發當地的客源，或是拓展外銷市場，廠商在會場上皆盡力展示自己產品的特色，因此參觀的大眾在現場更能體驗到工藝品的創新與美感。(圖一)

一、分類與概述

I.H.M. 自一九四八年舉辦至今，已有五十年的歷史了。每年展覽的內容皆分為兩大類：商業(Business)與生活(Lifestyle)。

- 1.「商業」：目的是要為中小企業及領導階層在企業設備及投資方面作決策時提供協助。展場上除了生產、原料、辦公室管理等資訊外，對於企業生存、擴張及重整等也提供相關的建議。展覽的種類包含有新型機械、商店設備、肉品及糕點業之配備、資訊及通訊科技、辦公室家具、殘障人士



圖三：I.H.M.場上的德國的藍染廠商。

職場設施等，對於金屬加工處理及焊接技術的投資與設備需求也提供最新的訊息。此外還以承軸技術、工坊設備、木材及人造材料加工接合技術、電器及工程機械等廠商參與。比起去年，今年在職場安全設備及太陽能科技方面的廠商又增加許多。「商業」反映了超過九十種手工業的需求。(圖二)

- 2.「生活」：分為工藝品、裝飾品、設計、樂器、園藝、建築與擴建等類別。外國廠商的參與更為「生活」這個主題增添了異國氣氛。

除了「商業」與「生活」兩大類別外，各種不同的特展及成果展也呈現了I.H.M.的多樣性，如烘焙工具及肉品加工器材展、機動車特展、「資訊科技+網路生活」特展的廠商論壇及工藝品競賽成果展如「Schmuck」與「Talente」，還有最引人注目的「EXEMPLA」園藝邀請展。而IHM今年特別策劃的「Young Generation」活動也為有志從事工藝事業的年輕人提供了許多意想不到的資訊與服務。(圖三)

¹ 台北工藝設計中心購有今年I.H.M.廠商目錄(德、英、法、義四種語言對照)與EXEMPLA(德文)、Talente(德文)及Schmuck(英、德文)三個特展之手冊，有興趣之民眾可至本中心翻閱。



圖二：I.H.M.展場入口處。

二、各館及特展簡介

I.H.M.展場共有十二個館。因參加的廠商種類十分繁雜，因此只選擇A1、A2及C1三館介紹。

A1館的主題為「有朋自遠方來」(Die Welt zu Gast)，多數外國廠商的攤位皆設於此，除了民間的個人廠商外，還有十個外國官方及工會團體參與，其中東歐國家就佔了七個(波士尼亞、克羅埃西亞、波蘭、俄羅

斯、捷克、斯洛伐克及南斯拉夫)，東歐國家對今年I.H.M.的積極投入由此可見；尤其是捷克共和國更是由官方規劃一整區的場地，由數十個攤位展示捷克的傳統工藝如玻璃、紡織、木偶製作、陶瓷等，展示人員皆穿著傳統服飾，並有工業貿易部（Ministerium für Industrie und Handel）派專人駐守以提供諮詢服務。而亞洲的廠商除越南（陶瓷、紡織及木工）廠商外，尚有印度（地毯、皮革）、尼泊爾（首飾）、南韓（傢俱）、泰國（珠寶）等國家參與。（圖四）

A2館為特展館。除了每年例行舉辦的「典範」（EXEMPLA）、「天份」（Talente）及「首飾」（Schmuck）三個特展外，今年增加了「現代大師」（Meister der Moderne）邀請展。

（1）「典範」（EXEMPLA）

「EXEMPLA」是I.H.M.場上規模最大的特展，目的在於展示頂級的工藝品作為工藝



圖四：捷克共和國在慕尼黑工藝大展場上所設的攤位，由工業貿易部專人駐守以提供諮詢服務。

界的典範。因應社會、經濟及科技的潮流，「EXEMPLA」每年的主題都不同，而主題的選定就成了對策展人員的一大挑戰。因此，在尋找主題時，I.H.M.在世界各地的聯絡人便會動員起來，主題選出後，也會再三地加以評估研究，為的是要訂出一個參展的大眾皆會感興趣的主題。（圖五）

配合今年C1館首度與I.H.M.合辦的「慕尼黑黑花園」（Garten München）展覽，「EXEMPLA」將這次的主題訂為「園藝造景工坊」（Werkstätten der Gartengestaltung）。

幾百年來，公園或花園可視為人們對於烏托邦或桃花源的一種幻想，所以園藝造景對於手工技術與和諧美感的要求與運用也就特別地高。在約一千平方公尺的展場上，「EXEMPLA」除了展示希臘、義大利托斯坎尼、英國等地的花器、澆水壺、鏟子、剪刀等園藝工具外，訪客還可以看到中國庭園的鋪石路面、西班牙的彩釉陶瓷、摩洛哥的馬賽克鑲嵌、德國的柳條柵欄及涼亭、法國的噴泉及水療設施等庭園建築。這些優雅精緻的園藝造景皆展現了各國手工藝術的極致。（圖六）

（2）「天份」（Talente）

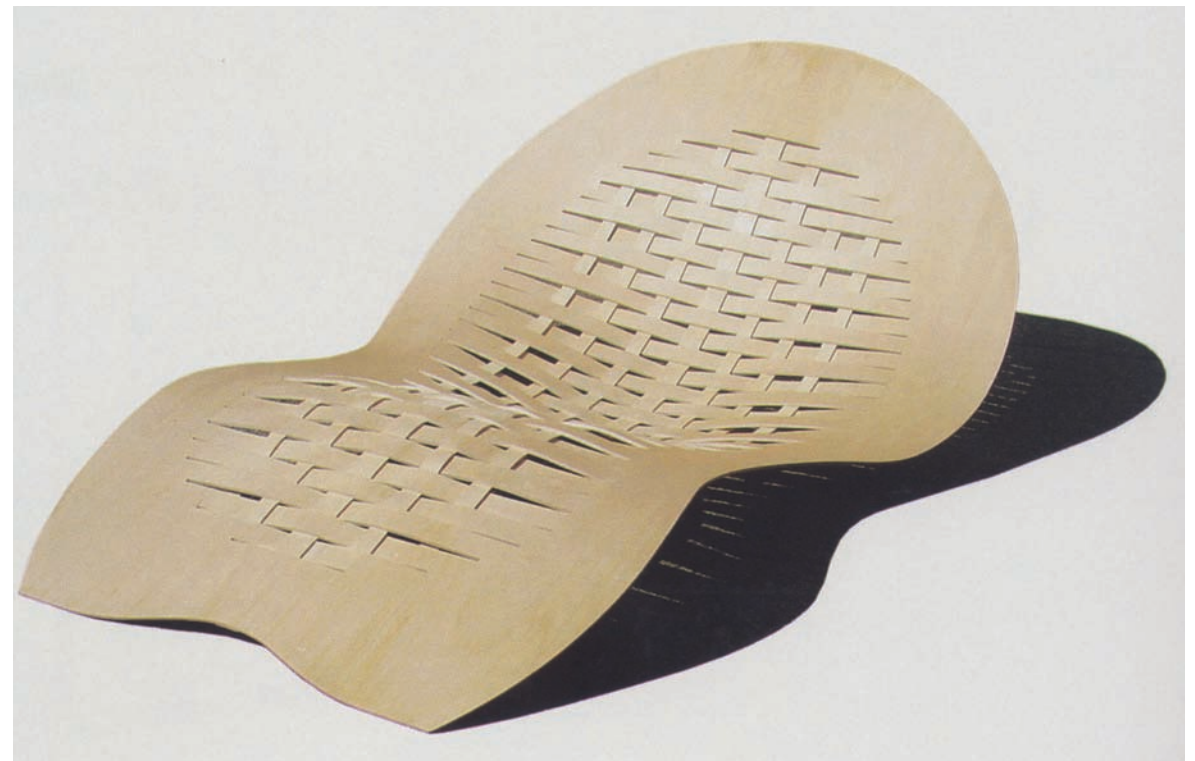
「Talente」特展自一九七九年舉辦至今已二十四年的歷史。它是特別為有技巧與造型能力的年輕人（三十歲以下）所設的比賽。出奇不意的技術與造型、勇於跨越材質



圖五：中國大陸的園藝造景師父現場示範鋪石路面的做法。



圖六：來自摩洛哥的園藝師父示範馬賽克鑲嵌。



圖七：長椅；樺木，45×82×138cm。功能與美感兼具的躺椅。瑞士Stefan Meile的作品。
（圖片取自：Talente 2003, P.86。）

的束縛及具有實驗性的精神是這個比賽的評審標準，也是最大的特色。作品共分為科技、玻璃、陶瓷、合成材料、金屬、傢俱、紙、首飾及紡織等九類。去年共有七位來自英國、荷蘭、捷克與瑞士四國的工藝家獲獎，入選的作品則有來自日本、以色列、德國、澳洲、比利時、匈牙利、斯洛伐克、挪威、瑞典、丹麥、芬蘭、法國與奧地利等國共一百零二件。（圖七）

「Talente」特展以新奇幽默的方式帶領參觀者進入年輕工藝家們的造型與創意世界。它不僅提供參觀民眾當下趨勢與最新潮流的訊息，它也常是工藝界新生代進入職場或是開創藝術事業的重要跳板。

（3）「首飾」（Schmuck）

「Schmuck」特展分為三個部分：Herbert Hofmann獎、現代古典大師（Klassiker der Moderne）獎及入選獎。去年參賽的作品共有三百四十件，共五十五件獲選。對於許多從事金工的人而言，「Schmuck」特展一直是未成名之年輕金工設計師嶄露頭角之舞台，而發掘新秀也是這個特展最大的功能。但是自一九八〇年後，發掘新人的任務轉移到「Talente」特展上，因此「Schmuck」特展便將重點放在當代金工飾品的造型意念上。要達到這樣一個主題目的，參展的作品必須來自各個世代的設計師才行。所以在「Schmuck」特展上，不僅有享譽國際的設計師及知名學院的教授，更有甫出校園的畢業生參與；而這些社會新鮮人的作品在展場上也佔有一席之地。

兼容並蓄一直是「Schmuck」特展多年來所秉持的原則，但是這一原則並不影響參賽作品的素質，就如同去年Herbert Hofmann獎的得主福地恭子（Kyoko Fukuchi）所說：「參加過Schmuck特展比賽後，會有一股很強的動力促使自己去趕上水準逐年提昇的參賽作品。」（圖八）

（4）「現代大師」（Meister der Moderne）

「大師」的定義可以從很多方面來看：材質的處理、功能的精密講究、技藝的標準、顏色與造型的優雅或作品整體造型的幽



圖八：Herbert Hofmann獎的得主福地恭子的作品「胸針」（Broschen），以木頭、銀及日本漆製成。獲獎的評語為：「風格極為簡單，抽象的形式配合日本漆的使用成功地跨越了東西方在造型上的規範。」（圖文取自：Schmuck 2003，P.11。）



圖九：Young Generation 活動會場及諮詢服務站。

默感與神秘感。「現代大師」特展的目的即在藉由當代大師級藝術家的作品表現出藝術品的多面性。今年主辦單位從十一個國家邀請了三十三位國際知名的藝術家在I.H.M.場上展示他們的最新作品。他們創作的材質包含了玻璃、木材、陶瓷、皮革、金屬及紡織。這些作品反映了當代美學的傾向與趨勢。

今年I.H.M.展場上還有一個不分種類及場地的主題，即「Young Generation」。因為社會及產業的轉型，九〇年代以後出現了許多新興的行業，特別是在資訊科技業中，但是其中也有很多是屬於早期傳統手工業的領域。據統計，德國目前共有九十四種行業屬於「純手工業」，而且每一種皆無性別的限制。這一現象受到德國政府的注意與支持，

經濟部長Wolfgang Clement於是要求：「由中產階級主導之現有專門職業不僅要現代化，也要開發新的工作領域；有天份及動力的年輕人應該要有受訓與就業的機會。」對此，今年I.H.M.首次籌辦「新世代，發掘你的未來」（Young Generation, Entdecke deine Zukunft!）活動，為有興趣從事工藝的年輕人提供相關的訊息。除了A6館的諮詢服務站之外，展場上只要有「Young Generation」標誌的攤位，各類的工藝師傅、學生及廠商皆樂於分享他們的經驗及未來發展的可能性，並提供受訓的機會。（圖九）

C1館的「慕尼黑花園展」（Garten München）已經舉辦九年了，今年首度與I.H.M.合辦³。這一合作可說是相輔相成，如前述之「EXEMPLA」特展的主題便是配合「慕尼黑花園展」而訂，而「慕尼黑花園展」

³ 今年「慕尼黑花園展」展期為三月十三日至十六日，比I.H.M.提早三天結束。



的庭園傢俱也因I.H.M.的配合而更具規模。展場除了花卉植物、園藝工具及健康食品的展售外，還有各種庭園造景供大眾欣賞休憩，此外，每天也舉辦數場園藝講座。本次展覽因配合I.H.M.之檔期而比去年晚了兩個星期，但盛開的花卉也因此比往年多，所以將今年的中心標題為訂為「目眩神迷」(Farbfaszination)。台灣常見的萬年青是展場上的稀客，艷麗持久的蘭花更是吸引德國人的目光與買氣。在經歷德國漫長陰鬱的寒冬後，「慕尼黑花園展」有高達六萬的參觀人次也就不足為奇了。

三、參觀心得及建議事項

由I.H.M.可看出德國人對「工藝」之定義十分廣泛，除了一般人既定印象中的工藝外，德國將汽車業、建築業、食品業、資訊



圖十：I.H.M.出口處的海報，為明年的展覽作預告。

業等全都納入工藝的範疇，幾乎將食衣住行的每一個行業都涵蓋了，也因此I.H.M.場上的廠商與產品五花八門、種類十分繁多。但是由場上所舉辦的特展競賽及「Young Generation」活動就可以看出德國對於「純手工業」保護與傳承的努力與用心良苦。尤其是不分國籍皆可參加的國際特展競賽，更顯示了I.H.M.對於各國工藝的包容與交流的重視。

展場內的攤位分配及參觀路線規劃十分符合德國人的民族性：條理與秩序。值得一提的是今年展場外貼心的交通服務，除了與往年一樣，每當慕尼黑舉辦國際性的大型展覽時，「慕尼黑交通與票價聯會」(Münchener Verkehr- und Tarifverbund, 簡稱MVV)便會加開由火車站至展覽會場Messe Stadt的地鐵班次外，今年I.H.M.與「慕尼黑交通與票價聯會」更進一步合作，只要在慕尼黑市區的各個預售票口購買I.H.M.的入場卷，即可免費搭乘MVV系統的大眾交通工具來回展覽會場與出發地。此一做法除了避免在展覽期間各個車票販賣機前擁擠的人潮外，也節省了訪客的時間與金錢。

儘管全世界都籠罩著一片不景氣，I.H.M.今年卻有二十三萬的參觀人次，比去年高出了百分之十二，而今年訪客的平均年齡也下降許多，參觀的學生數就比去年多了三倍。在亞洲廠商與特展參賽者仍屬少數的I.H.M.場上，或許可為台灣日趨式微的工藝產業及欲尋求國際舞台的創作者覓得一片新天地。(圖十)



四、I.H.M.參觀資訊

展期：每年三月，今年為三月十三至十九日，明年則定於三月四日至十日。

參觀時間：早上九點至下午六點

交通：由慕尼黑火車站搭乘地鐵U2或U7至Messe Stadt下車，出口即為I.H.M.展場入口

票價：全日票十歐元，半日票（下午二時以後開始使用）、兒童票（七至十二歲）及學生票四歐元，團體票（十五人以上）八歐元。事先於慕尼黑火車站的地鐵站購買預售票，可免費搭乘MVV系統之交通工具來回I.H.M.會場與出發地。🚶

五、參考書目及網站

design report. Mär. 2003. Stuttgart : BLUE C.Verlag, 2003.

I.H.M.2003 Offizielle Katalog. München: GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH, 2003.

Schmuck 2003. München: Bayerischer Handwerkstag e. V., 2003

Talente 2003. München: Bayerischer Handwerkstag e. V., 2003.

<http://www.ihm-online.de/>

※ 本次行程特別感謝台北德國文化中心的贊助與支持。