

夢幻、創新、自然的「法藍瓷」

● 葉皓城 ●

「FRANZ法藍瓷」的創始人，手工藝企業家陳立恆先生，從小熱愛大自然。年輕時，常透過音樂美術來禮讚自然之美。後來創立了海暢公司，網羅多位藝術同好，結合工藝技術與管理

普及，讓人類在陷入科技迷思之際，還能體驗藝術境界之美。讓人性受虛華污染之際，還能返璞歸真。」

在陳先生的眼裡，天然萬物就是藝術的泉源，就是真善美。所以「法藍瓷」的創作始於大自然中的花、鳥、昆虫、動物---，然後逐步進入人類社會中的題材。

即使正逢911事件之後，緊接著伊拉克戰爭暴發，世界陷入景氣低迷之中。「法藍瓷」仍以穩健的成長，迅速進駐國際知名的頂級賣場，如美國的 Neiman Marcus、Marshallfield，英國的 Harrods，澳洲的 David Jones，以及香港的 Lane Crawford等百貨公司。深獲眾多消費者的喜愛。例如美國名影星芭芭拉史翠珊生日時，她的設計師就曾特別選購法藍瓷產品

今年二月五日，天母大葉高島屋四樓電梯口前，高貴的褐色木櫃、擦得透亮的玻璃、在明亮的燈光下展示著「法藍瓷」創意的造型與豐富的色彩。就在這美得讓人悸動的感覺中，FRANZ，法藍瓷也正式在台灣內銷登場了！在一片不景氣的氣氛中，許多商



專才，創作許多歌頌世間美好事物的作品，加以量產。他說：

「在過去，藝術欣賞似乎是貴族的專利，我們要打破這個籬籬！我們要做出一般大眾都有能力帶回家欣賞的工藝品。讓藝術

當「法藍瓷」在2002年推出，首度在紐約國際禮品展中榮獲首獎(Best in Gift)，可以說以一鳴驚人的姿態贏得藝品界一片喝采！

做為她的生日禮物。香港 Lane Crawford百貨的總經理以及台灣高島屋日籍總經理都曾在返回原居地度假時，特地選購大批法藍瓷帶回國做為居家擺飾或者送給親友。

品沒落，法藍瓷卻一如冬雪過後萌芽的春筍，抽芽茁壯！迅速的進駐SOGO、新光、遠企、遠百、微風等百貨系統。

對中華陶瓷工藝而言，這應該算得上是



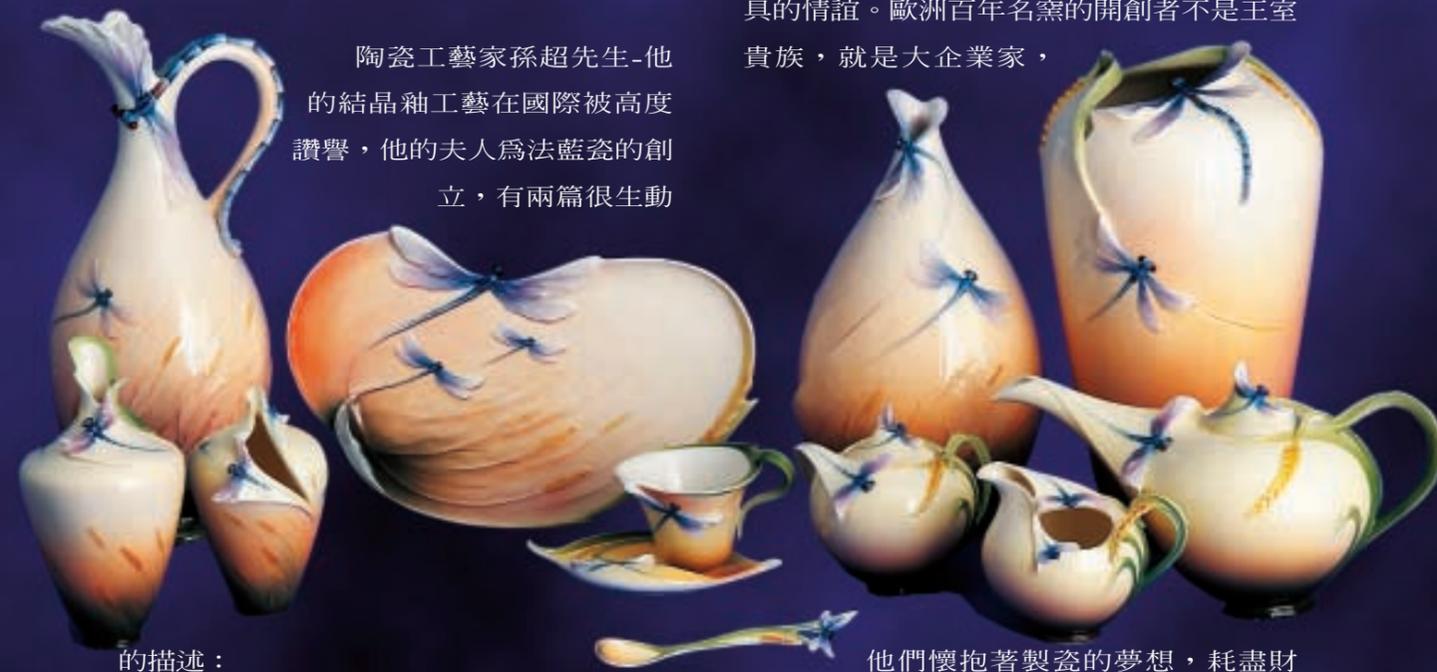
一件歷史大事！中華陶瓷工藝發展數千年，卻從來沒有在國際上建立自己的品牌。當年陶瓷由中土西傳，甚至後來還以china命名瓷器。可是百千年後，陶瓷工藝在海外蓬勃發展，德國、西班牙-----以至日本都有舉世知名的品牌建立，而唯獨中國，號稱陶瓷之發源地，卻原地踏步，沒什創新也就罷了，甚至有許多傳統工藝都已失傳！幾年前陳先生帶著一些公司幹部前往景德鎮考察，看到那些殘破的所謂「官窯」被當做古董來供人參觀，而鎮上的現存工藝，也似乎仍故步自封，不見進步。少數一兩個像樣點的陶瓷廠，卻淪為國外品牌的代工廠！實在令人歎為觀止！景德鎮的陶瓷可算是中國的國寶級工藝；台灣鶯歌、苗栗的陶瓷也曾有過風光歲月。而今也都已沒落，並未能在國際上建立品牌行銷，充其量也只以地方工藝的型態依附在觀光業中苟延殘喘。所以說，法藍瓷能蜚聲國際，是中華工藝的大事，也是中華兒女的驕傲！

不過，法藍瓷自創品牌之路其實是很崎

嶇而漫長的。早在二十五年前，陳先生創立海暢公司，從OEM開始做起，訂單是人家的，設計也是人家的。此時若說是仰人鼻息，實在也不為過。經過多年的前瞻性領導與努力，海暢團隊逐漸展露頭角，突顯出優越的製造技術與開發設計能力。客戶十分欣賞而大量購買我們的創作，海暢於是得以晉階到ODM。然而，不論是OEM，還是ODM，終究都是代工，市場行銷掌控在他人之手！在不景氣的年代，惡性的價格競爭之下，少有工藝創作者能維護其品質，工藝的水平因此大受斬傷！這時，陳先生深切的體認到要想實現他發揚工藝的理想，以代工的方式是絕對沒法做到的！唯一的一條路就是自創品牌！唯有能創新、能製作、又能用自有品牌行銷國際，理想才能實現！

海暢於是從1996年開始投入陶瓷製造。猶記得當時，海暢在工藝製造上已小有名氣，許多擁有一輩子手藝的老師父們，卻因陶瓷工藝沒落而改行，散居各地的老師父們，風聞海暢要重新整軍時，紛紛來投效。而陳

先生的老友，以結晶釉工藝蜚聲國際的陶瓷工藝家 孫超先生也非常熱心的給予技術指導。初期，為生存仍接了一些OEM的訂單，經過四、五年的努力研發，不僅在製作技術上已臻成熟，也創作出許多屬於自己的創作，從早期的「動物三十七支組」、到「蝴蝶系列」、「蜻蜓系列」、「青蛙系列」、「花鳥系列」、「水果系列」----等，只見一件件融合了東西方工藝的作品陳列出來，有中國水墨的風采，也可見西方水彩、油畫的手法。大大不同於傳統拉胚的平板與單調的貼花印製，法藍瓷展現了絢麗中又見雅緻的純手工彩繪，更展現出創意十足的生動雕塑！



的描述：

(一) 法藍瓷簡介

Franz，21世紀初世界高級陶瓷禮品業一個嶄新的品牌，在今年紐約禮品展光芒初露，就立刻被評選為年度最佳收藏品的第一

名，改變了百年來在這個產業，是由歐洲名窯獨領風騷的歷史。它迅速加入了全世界頂級精品專賣店的櫥窗之內。高溫釉下彩的瓷器，歐洲新藝術注入東方氣息凝聚出來的裝飾風格，以不可思議的華麗、浪漫、優雅、靈活，雅緻的表現在浮雕與雕塑結合的造型上，和天真夢幻的豐富色彩中。

Franz的創辦人與執行長陳立恆先生是一個成功的企業家。陳立恆早年在大學主修德國文學，Franz就是老教授為他取的德國名字，一個王室族裔裡常見的字。陳立恆以這個名字在他人生以後的事業中，和歐洲許多名窯的總監因為禮品業的經營建立了公私兼具的情誼。歐洲百年名窯的開創者不是王室貴族，就是大企業家，

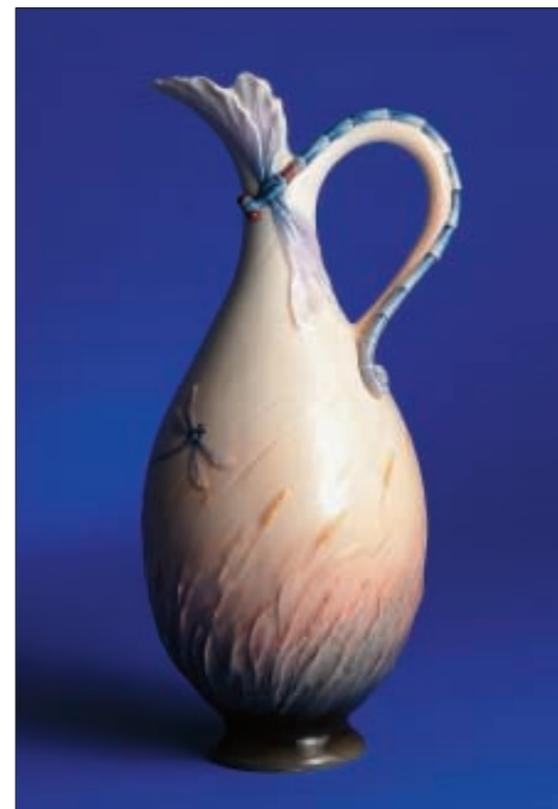
他們懷抱著製瓷的夢想，耗盡財力，終能成就輝煌的傳奇。每一個美夢的實現，就是一種典範的完成。陳立恆在籌備以Franz，法藍瓷，為名的二十五年間，從未忘懷這份感動。他投入全部心力，就是要造就一個現代名窯夢想的實現，一個象徵文化力





量的嶄新品牌。在精神與風格上，陶藝家孫超是他策劃這個藝術事業的重要知己。孫超曾經長年在台北國立故宮博物院工作，對中國歷代陶瓷作過完整的研究燒製，他以深厚的美學素養，創造出超越傳統的個人風格。作品受到世界各大博物館的注目；德國國立卡塞爾博物館 (Staatliche Museen Kassel) 及國立不萊梅海外博物館 (Übersee-Museum Bremen) 為他舉行個

展，倫敦大英博物館、維多利亞博物館，以及北美最出名的陶瓷博物館 - 紐約伊佛森博物館 (Everson Museum of Art, Syracuse) 等都典藏有他的作品。陳立恆和孫超半生的友情，促成孫超作為 Franz 的藝術顧問，也巧妙的在形式內涵上支持了 Franz 藝術的厚度。他督促 Franz 以最極致的技術程序，呈現出現代感的唯美創作。而陳立恆憑著敏銳的藝術直覺親自打造的風格，由他的具備學院美術薰陶的設計師群，以及純熟的技術人員團隊共同實踐。Franz 設計師們在作品上留下的名字正是代表了這個團隊每一個創新的努力。而作品底部以西方文字的 Franz、中國古篆的陳字，與海鷗飛翔的圖象結合，象徵了這個團隊的核心價值，一個優遊於西方與東方璀璨歷史，而彰顯出現代中國之驕



傲的偉大願景。

Franz 正在書寫世界名窯史新的章節，它的研發設計在台北，生產製造在中國大陸，美國總部位於舊金山，歐、澳、紐另有代理，大中華區由台北晶至藝廊經營。它擁有突破傳統技術的專利，用以量產世界上細節最複雜的藝術陶瓷，遠遠的超越並且橫跨陶瓷界一貫的生產方法，它是歷史的新窯。

(二)側記法藍瓷

Franz 法藍瓷的創建人陳立恆和陶藝家孫超彼此相知相惜30年，他們之間深厚的友情深深影響了陳立恆的陶瓷之路。而從外表來看，陳立恆參與的事業包括航空生化，氣魄眼光獨具，是個放眼世界的企業家。孫超比他年長20歲，早年在台北故宮博物院研究陶瓷時，就被同事歸為理想主義者、苦行僧。藝術報導稱呼他是「自己的暴君」，這樣不同的兩個人生，他們各自的成功，卻包含著彼此的激勵與啟發。

陳立恆認識孫超時，其實還只是個沈浸於音樂與藝術的少年，他和哥哥在淡水河上泛舟夜遊，哥哥朗誦詩，他彈吉他；哥哥讀國立藝專，他當然就認識了同寢室的孫超。

孫超由於大時代的動亂，入學很晚。他發憤求學，每天不是忙著做雕塑，就是畫畫，偶而停下來也喜歡聽一會兒宿舍內的辯論，年輕的陳立恆深受這種氣氛吸引，因此和哥哥的同學十分親近。孫超對這聰明的年輕人一直很欣賞，看著他讀完輔大德文系，一邊去外商企業工作，一邊組業餘樂團，還看著他自在的上台表演，滿臉不在乎台下的掌聲與目光，那是陳立恆狂飆青春的尾聲，因為很快他便全心投入工作了。

孫超這時埋首故宮博物院將近十年，對中國歷代陶瓷已經作出一系列的研究燒製，他以深厚的美學素養，技巧的精確掌握，整理出自己的陶瓷美學，他開始了純美術形式的創作，終於創造出超越傳統的個人風格。而初創事業的陳立恆，是憑著他卓越的藝術品味，選擇了設計概念濃厚的禮品業開始了他的第一個事業。而此時席捲全世界高級禮品市場風尚的，正是擁有200多年皇家窯史的歐洲陶瓷，所凝聚出來的歐洲新藝術與裝飾藝術的風格，它也造就了台灣早期禮品業無窮的商機。陳立恆敏銳的掌握住這個時潮，他經常去孫超的工作室交換些想法，收藏孫超的作品，同時也藉由孫超的研究，深入認識陶瓷之美，一個非比尋常的製陶夢想就慢慢成型了。除了中國官窯，他對歐洲名窯的形制演變，尤其用心。

有一天，孫超在窯邊告訴陳立恆柿右衛門的故事。柿右衛門是17世紀日本的陶藝家，一生夢想能夠燒出中國明朝的紅色釉。他傾其所有，實驗了二十年，最後連僅有的一點傢俱板凳也當作柴火，付之一炬。終於

熬到有一天，他痴痴盯著窯火內釉色的變化，發了狂的大叫，總算被他燒出來了。那年柿右衛門50歲，也正好是孫超說這個故事的年紀。柿右衛門的赤繪陶瓷後來成為「日本風格」的代表，和「中國風格」同樣在18世紀以後的歐洲名窯史上佔有一席之地，有一段時間是被視為典範來模仿的。

說起這故事之後的20多年間，孫超的作品受到世界各大博物館的注目；德國國立卡塞爾博物館 (Staatliche Museen Kassel) 及國立不萊梅海外博物館 (Übersee-Museum Bremen) 為他舉行個展，倫敦大英博物館、維多利亞博物館，以及北美最出名的陶瓷博物館 - 紐約伊佛森博物館 (Everson Museum of Art, Syracuse) 等都典藏有他的作品。陳立恆則另外開創了不少其他領域的事業，他主持或參與的企業包括中華兩岸三地和其他至少五個國家，至少20家的企業中涵蓋了通訊衛星、網路、生化和航太。然而對他最貫注心力的禮品業，他始終保持一個浪漫的胸懷，執著的努力。他要突破這個原屬於歐洲人驕傲的禮品市場，創作出精緻陶瓷的系列經典，融合東西的現代設計。懷著這個超越歐洲王室窯廠的夢想，以企業家的創造精神，25年之後，他果然帶領設計師群，創造出跨越古典名窯的嶄新品牌 Franz，不但回應了孫超的窯邊勵志，更寫出了自己未來也足以激勵新世代的故事。

陳立恆對於Gene Freeman 和 Ed Bazinet 先生，兩位禮品界的傑出典範，內心亦充滿感恩與推崇。他們多年來不僅是陳立恆的良師，也是益友；而兩者的經營哲學、願景、

與風範對於陳立恆的禮品集團—海暢的發展與成功，有著不可抹滅的影響。

看過法藍瓷的人，沒有不為它所創造的優雅、浪漫、靈活、瑰麗的特質而動容的。它的造型結合了浮雕以及雕塑的豐富想像，它的色彩華麗溫潤呈現富裕時代的天真與文明。這是創辦人與執行長陳立恆憑著敏銳的藝術直覺親自打造的風格，他的具備學院美術薰陶的設計師群，以及來自苗栗、鶯歌陶瓷之鄉純熟的技術人員團隊共同實踐了他經過人生粹練的藝術追求。而孫超和陳立恆半生的友情，促成孫超作為Franz 的藝術顧問，也巧妙的在形式內涵上支持了 Franz 藝術的厚度。如今 Franz 藝術陶瓷大放異彩，在21世紀初的紐約禮品展獲選為最佳收藏品第一名，改變了歐洲名窯獨領風騷的百年歷史。Franz 設計師們在作品上留下的名字正是代表了這個團隊每一個創新的努力。

超現實派畫家達利參與過德國羅森塔瓷窯的創新計畫，高更曾為法國利摩日瓷窯設計裝飾紋樣，孫超督促中國法藍瓷以最極致的技術程序，呈現出現代感的唯美創作。18世紀以來，才華橫溢的藝術家與懷抱陶瓷大夢的王室貴族之間的相互激盪成就歐洲百年名窯的輝煌。而陳立恆，這個目光遠大的企業開創者，則以白手起家，建立了歷史的新窯。

高希均教授在一次演講中曾強調現代知識人應具備「科技腦、人文心、中華情、世界觀及執行力」。這確實是真知卓見！值得所有台灣人深思，以台灣今日之處境，也唯

有本著這樣的胸懷做事，才能立足天下！

孫夫人的這兩篇描述，便見證了這一群企業家、藝術家、還有管理專才，他們就是本著「科技腦、人文心、中華情及世界觀」的胸懷。成功的以現代化的科技和管理，結合了東西方的藝術風格，改造了中國千年的傳統陶瓷工藝。在科技的運用中，他們仍胸懷人文，崇尚自然！在發揚中華固有工藝中，卻能放眼世界！

所以，「法藍瓷」不應只是屬於海暢企業的商品而已！它應該是所有中華兒女的共同藝術！唯有在所有中華兒女的共同呵護下，它才能肩負起復興中華陶瓷工藝的的重大責任！唯有在大家一致的鼓勵下，它才能成就「中華陶瓷第一品牌」！👍