

2016法國巴黎國際家飾用品展參展紀實

Taiwan Crafts in 2016 Maison & Objet Paris

文·圖／劉嘉文

為促進臺灣文創產業在國際市場的能見度及競爭力，國立臺灣工藝研究發展中心自2008至2010年連續三年以工藝及設計媒合計畫參加「法國巴黎國際家飾用品展（Maison et Objet Paris, 簡稱M&O）」，展出獲得豐碩成果，為推廣臺灣優質工藝設計品牌並延續其效益，2012及2014年公開徵求國內優質工藝設計品牌業者參加該展，除協助文創業者拓展國際市場外，更展現政府推動文化創意產業創新研發與國際行銷之企圖與決心。今年（2016）持續帶領8家臺灣在地頂級工藝品牌前進9月2日至6日舉行之「2016法國巴黎國際家飾用品展」，於匯聚世界最新設計趨勢的Hall 7「就是現在！設計生命力」（Now! design à vivre）展出。

全球家飾設計指標展會—法國巴黎國際家飾用品展

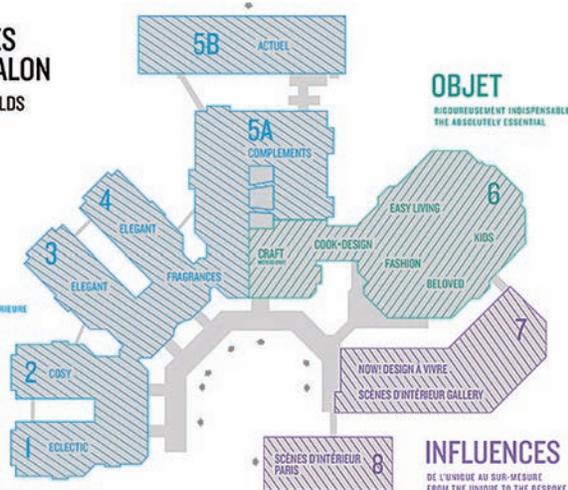
「法國巴黎國際家飾用品展」（M&O）為歐洲三大展會之一，近年更跨出歐洲，於美國邁阿密、新加坡設立分展場。巴黎展每年舉辦春季展（1月）和秋季展（9月），是全球家具家飾精品的指標展會，展場總面積達27萬平方公尺以上，分8個主題展館。（今年度展覽約超過3千組參展團隊，約7萬名訪客，其中有50%的訪客屬國際人士，是全球家居潮流的指標）。

M&O展會中居家市場的變化，已成為世界潮流核心。觀察到消費者的習慣正在轉變，專分工已不再是重點，廣伸觸角、按照生活風格規劃的展覽才是大勢所趨。因此主辦單位以三大主軸規劃了看展的動線：「MAISON—家」此區靈感來自居家飾品，家具與小型物件、燈光與布料，讓人能親切感受的風格與異國風，優雅地混搭，就算是最挑剔的訪客也會覺得賞心悅目；「INFLUENCES—趨勢」是由專屬訂做的獨特採購和技術解決方案，透過凝聚創造力、創新及技術解決方案打造出設計與奢華生活風格的聖殿，期望能吸引來自世界各地設計師與採購者；「OBJET—精品」則是集合了零售商所

EXPLOREZ LES
3 UNIVERS SALON
EXPLORE THE 3 WORLDS
OF THE SHOW

PARIS NORD VILLEPINTE
20-24 JAN. 2017

MAISON
TOUTE LA DÉCORATION INTÉRIÈRE
FULL-ON INTERIOR DESIGN



三大主軸及8個主題展館



本中心「TAIWAN CRAFT」展區



參展者（福爾摩沙設計工作室）為觀眾解說產品特性



法國公關協助解說產品特性



參展者（蠶賞）介紹產品



買家與參展者（貳拾根手指）洽談商品

展示各式精品，從小型創意商品到廚房用品、從香水到時尚配件，從小孩相關用品到創造個人美學趣味精品等。

本中心展區位於的Hall 7（Now！design à vivre），有本屆的主題展「House of Game」，是專業人士、買主及媒體觀察下一季流行之趨勢所在。每一季M&O都會分析新的消費行為、探討趨勢內容來定調該季的主題展，在這個以趣味為主的人生調味醬裡，所有的傳統界線像是居家／工作、男性／女性、年輕／老年的分野逐漸融解。然而這樣的遊戲概念，倒不是一個人就可以自娛的虛擬實境，更強調走出個人框框的社群互動，強調參與、融合與自由隨機。在這樣的大環境前提之下，本次趨勢觀察歸納出了「社群遊戲」、「身分遊戲」、「隨機遊戲」三個風格走向。

展覽活動包含每日論壇、年度設計

師活動、新銳設計師展出、年度趨勢展區等，同時亦串聯巴黎設計周活動，與巴黎市區內超過300多間的藝廊、餐廳、複合空間一起呈現當代的設計實力。

本中心今年以「Taiwan Craft」為主標，「Explore the Finest」為副標，並透過國家主題館的形式於本次展會上引領來自世界各地買主與媒體探索臺灣頂級工藝精品。本次參展作品的類型包括家具、器皿、燈具、飾品等，集合了漆器、陶瓷、木工、竹藝、金工等工藝技法，以新時代創意美學，賦予傳統工藝充滿現代感的新風貌。展出作品傳遞了兼具傳承與開拓的創新風格，突顯臺灣充滿溫度與手感、多元且富深度的品牌力量。臺灣工藝產業結合設計創意，可以傳達生活的感動與價值，透過這次參展，臺灣工藝品能夠更開拓法國及歐洲市場，掌握市場脈動及流行趨勢，進而在國際上發光發亮。

展會當中臺灣駐法國代表處公使胡正浩、文化部駐法國代表處臺灣文化中心主任蔡筱穎、駐法國代表處經濟組組長賴作松、巴黎臺貿中心主任陳玲燕及臺灣媒體記者等蒞臨展會現場，給予參展者鼓勵打氣。

本次參展的8位工藝文創品牌其特色分別為，一、延續土地的文化精神，如「物」一以「錫」材質為創作主題，透過本中心「工藝新趣（媒合年輕學子與資深工藝家輔導計畫）」拜師於鹿港國寶級錫藝大師與榮獲工藝成就獎藝術家陳萬能的門下，創作出醒酒器、筷架、餐碟等各式生活用具，其中〈浪雲醇酒器〉除具設計感外更兼具讓酒更有溫潤口感，是備受矚目的新銳工藝品牌。「福爾摩沙設計工作室」一由花蓮港口部落青年與臺灣設計師共同創立，在藝術家的巧手編織下，部落傳統作物輪傘草，成了手感十足的時尚燈具，點亮時彷彿能夠感受到來自太平洋夏夜海風的吹拂；〈海浪系列〉則運用特殊的大鑿痕手法，將漂流木工藝轉化為生活設計商品，呈現最美的桌上風景。值得一提的是，在創作商品之外，以傳統部落技藝為基礎，將設計導入生活，並逐步建立部落自主產業。



參觀者逐一觀看產品（圖／蕭邦國際文化事業）

二、發掘家飾的新可能，如「歐北來有限公司」一以充滿東方風味的天然竹材為元素，以彎烤技術挑戰困難的造型，考量其強化結構和強度並結合漆工藝，不僅保持竹工藝原始特色，也賦予充滿現代感的新面貌。「平衡木設計」一採用回收舊木作為創作素材，刻劃出木材的痕跡與故事，其創作出具饒富童趣的〈記憶的滋味〉餅乾椅、〈巧克力溶化凳〉，另設計製作出具簡約及玩味性懸掛衣物木傢具飾品，傳達人與物的故事。「柒木設計」一今年獲得於新加坡舉辦的M&O Asia Rising Talents殊榮，備受國際市場肯定。本次展出作品包括〈一盞東西〉，以具西式工業風格的金屬燈罩，搭配東方燈籠造型，融合新與舊、東與西；〈扇變屏風〉將紙扇與屏風共存，展現東方的內斂與西方外放，增加空間中虛與實的魅力。

三、工藝品行銷平臺，創造生活中的藝術品，如「蕭邦國際文化事業」一本中心為建立臺灣頂級工藝行銷平臺，正式簽約授權之行銷通路拓展廠商，主要推展項目分別為「良品美器」、「Yii」兩大系列品牌作品。此次參展「邀月」系列及「向故宮取經」系列，展現道、器合一的東方美學。「璽賞」一結合陶瓷、琉璃、木藝作品，類型從家飾到配件飾品，為傳統工藝注入時尚感與實用性。琥珀系列飾品將珍貴的木料凝結於有機玻璃中，轉化為每日可穿戴的飾品型態。「貳拾根手指」一新銳漆器藝術品牌，以陀螺、跳跳糖、套圈圈等童玩意象進行創作，用自身的生活經驗不斷挑戰翻轉漆藝的本質。本次展出的作品，如〈跳跳糖〉收藏盒、「TOP陀螺杯」系列，都嘗試著結合設計與工藝品，將漆藝這門歷史悠久的東方藝術表現，轉化為生活中的質感商品。



法國藝術工坊於展館5設立工藝區（CRAFT），展出法國藝術工坊會員的作品。



「EMPREINTES (the French fine crafts concept store)」為名的法國工藝概念店，店內展售法國藝術工作坊會員作品。

根據本案參展廠商成效追蹤問卷統計，本次參展之8家廠商，共計接受買家洽商數約為323案，現場及未來預估成交訂單為75案714件。另現場許多參展單位皆接到客製化訂做設計服務案洽詢。

M&O主辦單位SAFI由法國藝術工作坊（Ateliers d'Art de France）和專業覽會機構Reed Exhibitions, Inc於1992年巴黎成立；今年法國藝術工坊於展館5設立工藝區（CRAFT），除設計一主題展示區外，參展者皆為該協會會員；本中心於2015年參加由該組織於巴黎大皇宮（Grand Palais）辦理巴黎精緻工藝博覽會（Salon Revelations），成效皆為豐碩。在過去SAFI在巴黎市區開設高端的工藝藝廊，做為推廣工藝家的手法之一；但在今年9月，Ateliers d'Art de France將於巴黎市中心共和國廣場附近的精華地段拓展新店，以「EMPREINTES (the French fine crafts concept store)」為名的法國工藝概念店，其4層樓的複合空間將更多「生活」感帶入。本次展會結後的通路參訪行程中，經由巴文中心黃意芝小姐聯繫及帶領，並由該店承辦人引領接待下，本中心及參展單位於9月10日正式開幕前有機會搶先入內參觀，館內皆展售該協會會員不同媒材之創作工藝品等。另也參訪裝飾藝術博物館，該館位於法國首

都巴黎第一區羅浮宮西翼的一座博物館，展品以裝飾藝術和設計為主題。博物館最初創立於1905年，收藏了自中世紀以來至今日的裝飾藝術展品。博物館總共有超過56萬件收藏品，常態展出面積約6,000平方公尺，特展面積約3,000平方公尺，每年會舉辦約12場合作特展，期望本中心與該館有機會辦理合作特展，將歐洲當代工藝藝術品推薦給國人認識。

在今年巴黎家具家飾展中，可看到部分參展單位運用體驗行銷的方式，企圖通過看、聽、用、參與的手段，刺激和調動消費者的感官、情感、思考、行動、關聯等感性因素和理性因素，進而使潛力買家盡可能地將所有感官都投入在產品之中，建立起買家和品牌之間記憶和情感的連結，進而增加潛力買家的下單機會。另外，今年也有其他國家以國家館方式參展，採用氛圍方式營造獨特的展場氣氛，並以隔間方式使其參展作品有所區隔性，但卻有連結各展品空間與引導參觀動線，其可突顯展場中各作品獨特性但展區卻保有整體性，此一策展模式及氛圍營造將值得本中心作為下次參展規劃方向，並期盼能形塑臺灣工藝品牌高度於國際創意產業市場、提升臺灣工藝設計品牌國際競爭力，並促成臺灣工藝設計品之國際行銷通路。🌱