

選物店隨現代人對生活品味的日益重視，在臺灣形成一股風潮，標榜特定的生活風格，顯現店主的選物品味，在店中從穿著到飲食，為顧客做好選擇。此風潮催化下，臺灣的工藝進入了一個高度競爭、精緻化、品牌化、特色化的時代。本文回望臺灣工藝品選物店的發跡，「河邊生活」和「台灣好，店」堅持提振臺灣觀光、展現地方好物的理想經營，並發展出完全不同於其他選物店的服務路線。

With growing emphasis on taste in life, shopping at select shops has become a trend in Taiwan. The style of the shop shows who the owner is. Clothing or dining, it is the owner's job to pick the best items for the customers. That has an impact on the craft industry in Taiwan, making it more competitive and sophisticated. Branding and personal style become something that no shops can live without. We trace back the development history of craft & design shops in Taiwan and use "Liv'in Riverside" and "Lovely Taiwan" as the examples that decide to go their own way and provide services like no others by focusing on promoting Taiwan's tourism and good craft works from local communities.



天然染大方枕—伯利恆。「蘑菇」運用天然染與自然材質，開發一系列友善土地又時尚的生活配件。(圖/蘑菇MOGU)

Select Shop Life Style: A Visit to Taiwan's Craft & Design Shops

以選物精神打造生活風格：訪臺灣工藝選物店

當季專題 Feature ▾ 工藝×選物—多元美力，潤生活

文／賴佩君 at Pei-chun · 圖／蘑菇MOGU / 河邊生活Liv'in Riverside / 台灣好，店Lovely Taiwan Shop



1
2

- 1 蘑菇 藍染有機棉短袖—Planet與圓裙—蒲公英 (圖/蘑菇MOGU)
- 2 蘑菇 天然染雙面帽—藍白條紋 (圖/蘑菇MOGU)



隨著現代人對生活品味的日益重視，選物店目前在臺灣形成一股風潮，標榜特定的生活風格，引進世界各地適合這個風格的設計品牌。而臺灣的品牌，在這十年間也形成林立的風景，發展出各自的特色，越來越多造形和功能都成熟的產品，被選物店相中銷售，構成現代人時尚生活的一部分。許多知名的選物店例如誠品生活、小日子商號、黑狗市集等，或是複合經營的咖啡廳、獨立書店等，有不少都積極與臺灣品牌合作，兼收國外的設計品牌，構成一個多元豐富的風格演繹場。一些工藝品牌則自行開設店家銷售自己設計或生產的商品，例如蘑菇、印花樂，也有的兼開工藝課程和銷售工藝材料，如簡單喜悅，走出自己的路。

觀察以上現象可以發現，臺灣的工藝進入了一個高度競爭、精緻化、

品牌化、特色化的時代，同時也加入更多的服務業元素，產品不再只是唯一的商品。以一般的選物店來看，老闆的品味本身即是一項重要的服務，顧客只要來店，就能看到某種風格生活的大小物品，從穿著到飲食，都有人為你做好選擇。

回望臺灣工藝品選物店的發跡，第一批店家約在十年前成立，以一種提振臺灣觀光、展現地方好物的心情經營著。他們的發跡相對困難，但堅持著理想，開店多年後才趕上選物店風潮，但一路經營下來，使他們發展出完全不同於其他選物店的服務路線。

河邊生活：成為家居風格的打造者

位於公館商圈的河邊生活，從熱鬧的新生南路轉進來，開門就到了另

一個安詳古樸的世界，一樓空間中，有許多銷售中的生活小物、一整面牆的書籍，還有一間教室，可聽到幾個小朋友嘻笑的声音。「他們是參加夏令營的學生。」老闆陳明輝說。不過望向教室，沒有看到工藝機具或材料，不知道是什麼樣的夏令營呢？

2009年成立至今的河邊生活，始終以銷售臺灣工藝品為重點項目，歷經數次搬家，落腳處始終不離公館這個鬧中取靜的區域、經營路線則從複合式咖啡廳、展場和閱讀空間，到現在的工藝教室，可以看見隨著時代轉變，提供的服務也在轉變。「以產品為導向的工藝已經是過去式了，接下來我們要轉向服務業，也就是文化內容。」

據陳明輝的觀察，近幾年臺灣市場對工藝品的需求正在提高，家居風格越來越受到重視，雖然不能回到臺灣上世紀工藝全盛時期那樣，整條街甚至整個村子都在做工藝，但新的可能性正在開啟。雖然目前的工藝產品多以小型日用品或家飾為主，但已漸漸有工坊注意到整體生活風格搭配的重要性，開始往不同類型的家飾甚至家具發展。河邊生活店裡，也擺了幾張漂亮的竹桌椅，據說都是客訂品，顯見重視整體風格的客人也在增加。

但他也感嘆，工坊都經營得很辛苦；早年的工藝因為有足夠的經濟規模，可以由不同的工坊承接不同的分工，上下游串起一整條產業鏈，但現在的工坊，由於產業鏈的斷裂嚴重，得自己從頭做到尾，成品的數量也不多。這使得臺灣的工藝品牌與國外已規模化的品牌相比，較無競爭力。但陳明輝就想集結眾人之力，讓河邊生



活成為一個平臺。

$\frac{1}{2}$

自1980年代後，工藝產業沒落，許多工坊轉而走向藝術創作，尤以陶藝特別明顯；但這不是河邊生活想要走的方向，他們希望做的是生活產業，就是顏水龍所主張的路線，「Industrial Art 工業化藝術，也就是可量產的美的事物，雖然是工藝產業，但不一定是純手工，也不一定是純機械製作，而是在人和機械的合作之下，基本上由自然材質所做的生活用具。」

- 1 河邊生活店內一隅
- 2 河邊生活店內的許多竹編作品，以生活風味為主打。



1
2

- 1 原住民的工藝品與文化的關係密不可分
- 2 樣仔腳文化共享空間的賣來陶及其他生活小物

既然是生活產業，那對風格的想像就是一大重點，環顧河邊生活店面，有一些顯然不是傳統工藝定義下的產品，例如木精油、香品或竹牙刷。「『使用』這件事很重要。陶甕是工藝產品，但它要搭配精油來薰蒸居家環境，才算是使用，所以我們會把『寶島燻樟』這樣的精油品牌放進來。」對陳明輝而言，生活風格是整體的，買幾件工藝品回家擺著，和家裡風格不搭，改變很有限，「你看無印良品，設計了各式各樣的生活用品。」陳明輝笑著說，「我們的目標是成為全面的家居服務提供者，像

IKEA那樣。」

以位於竹山的德豐木業為例，1945年初成立的時候專做木材加工，之後走向發展建築結構，2010年又轉向開發生活產業品牌「無名樹」，就是因為對整體生活風格的想像，已經跟上，而木業在臺灣的分工和發展本就較為完整和精細，工廠規模也較大，能分出不同生產線，因此木業算是勝過其他類型工藝，能最早開始經營生活整體風格的類型。依陳明輝的了解，臺灣的現代木藝是以瑞士和德國的系統為基礎，兩國的工匠來到臺灣，承載包浩斯的實用路線，建立了一定的訓練路徑，從臺北市私立東方高級工商職業學校到國立臺北科技大學，都是這個系統一脈相傳下來的，因此臺灣的木業有重視實用的背景和強大的核心技術，能因應各種市場。

隨性的選物原則，包含著扶植的心意

河邊生活的選物方針，隨性中帶有原則，基本上以認識的工藝師為基礎，然後認識新的，很多是在聊天的過程中就決定了。扶植年輕、剛起步的工藝師，是一個重要的原則，「一個工藝師試了好幾年，產品終於可以上市了，那我們就來賣看看，希望他可以買材料和過生活，甚至有時會將對方提出的作品全數收下。」在商品的定價上，除了家具之外，基本上是在五千元之內，希望顧客買下後願意在生活中使用的物品，而不是太貴，只能供起來欣賞的作品。

環顧店裡的品牌，都有各自的故事，「寶來陶」是八八風災後，由樣仔腳文化共享空間推動的地方產業，花了五年時間慢慢學習，方有產品上

市，全都是實用路線的陶器，甚至有扣子，十分細膩、貼近生活。「光山行漆器工藝」由漆藝三大家族之一的賴高山所成立，以前曾經大量外銷堆漆的飾品，在店裡銷售的主力是手工漆器的筷子餐具組。元泰竹藝社的竹牙刷，更是以河邊生活為第一個通路，現在環保當道，竹牙刷也成為新寵兒。

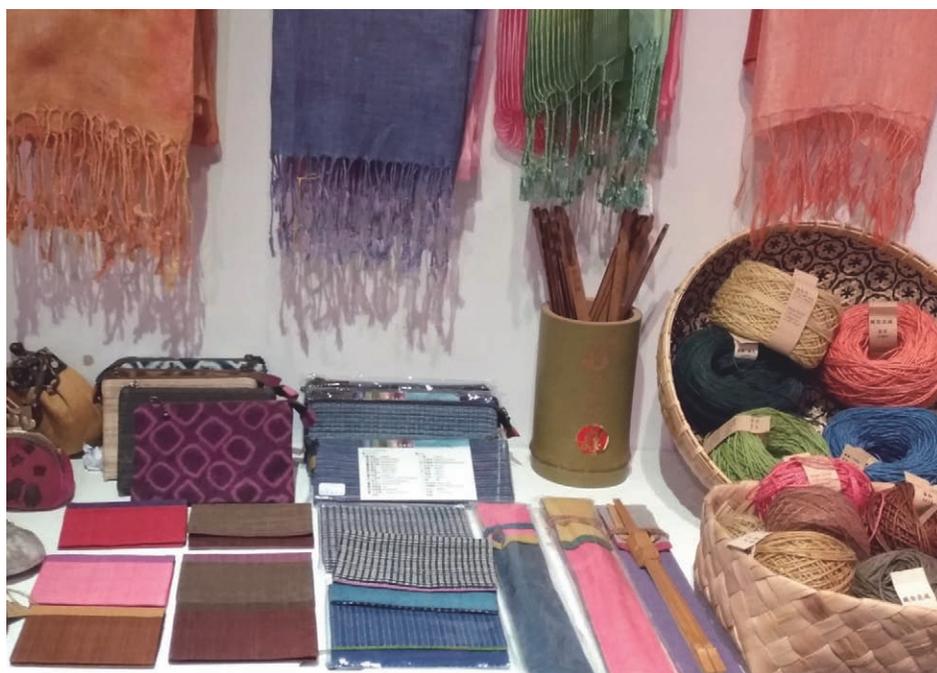
大致上而言，陳明輝以生活工藝為河邊生活銷售品的選擇方向。對他來說，工藝品有四種：藝術性、機能性、文化性和互動性。藝術性強的工藝品，可以用展覽的方式處理；機能性強的工藝品，很容易打入一般人的生活中；文化性的工藝品，是要和故事及文化一起談的，例如原住民工藝，是部落文化的延伸，卡塔文化工作室就將刺繡技術系統化，編了針法的專書，連母語對刺繡的表達也一併研究，而非直接使用西方的刺繡用語。

選物×教育，讓孩子從小體驗工藝之美

最後一塊「互動性」的工藝，則是河邊生活現階段正在積極發展的一塊。陳明輝以三和瓦窯的砌磚組為例，它能让小朋友從觸覺和視覺了解「磚」這個材質，而不馬上涉及工藝的技法，從這個基礎延伸出去，就可以學習不同的砌法，以後看到古蹟，就知道這是什麼砌法所建造，是什麼時期的砌法，這就是互動式工藝的學習方式。「就整個產業而言，我們缺金字塔下方的這一塊，不缺最上面的這一塊，想擴大市場，不只要培養工藝師，也要培養使用者。」這就是陳明輝想要從教育著手的最大理由。

目前河邊生活開給小朋友的夏令營，就是以生活工藝為主題。今年的主題是漆藝和織品，上午可能是食器的介紹，下午是漆藝實作課，親手製作漆盤；回家後的作業，是請學生在自家的餐桌上拍照，拍下家中食器的樣式，隔天就可以對此進行更深入的討論。「怎麼使用工藝品」是課程的重點，學生們知道食器的知識，不強調漆藝高深的技術性，但他們有了漆藝的基礎，會知道可以怎樣變化成自己的東西。

更大的計畫「臺灣工藝美術學校」，正是從這個想法延伸而來，也是陳明輝所說，工藝必須由產品轉向服務的其中一種方式。現階段他們計畫和在地工坊合作，前進中小學開設常態性的工藝課程，從一年級到九年級，每學期18堂課，而且它應該要是扎實而完備的知識系統，而非市面上流行的體驗式課程。讓學生們可以和下個階段的高中課程或職業學校工藝



天染工坊的生活小物和織線產品

學科接上，最後再和大學科系順利接軌。

對於臺灣工藝的未來，陳明輝觀察到，產業的革新正在慢慢往上游走，而喜歡學習手工藝的人也在增加，加上臺灣工藝美術學校，對下一代的工藝美感培育計畫即將要開始。「我是很樂觀的！」他笑著說。

選物×故事：台灣好，店

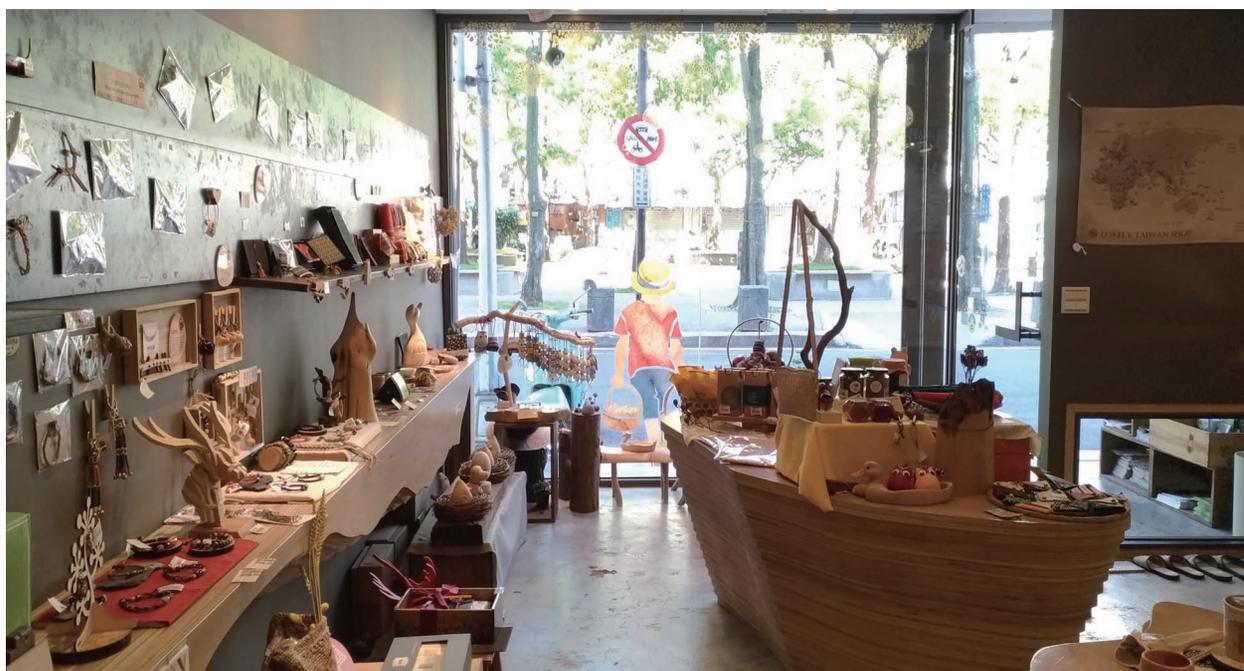
另一家也開了足足十年的選物店「台灣好，店」位於臺北捷運中山站附近的巷弄中，附近的氣氛悠閒，特色小店林立。三層樓的店面，有兩層放滿了工藝作品，滿滿十年的努力成果都在這裡了。

「台灣好，店」是由「台灣好基金會」所成立，而基金會的宗旨，是從鄉鎮開始發現臺灣的美，整合當地的資源和人才，永續發展，因此「臺

灣好，店」便理所當然地以鄉鎮地方找來的好東西為基礎，食衣住行都有。「所以我們沒有非常地以工藝為導向。」台灣好基金會行政總監，同時也是「台灣好，店」的店長葉莉慧表示，「我們只是把社區中原本就在製造使用的東西帶來這個平臺，讓世界各地的旅客來到臺北，可以看到臺灣有這麼多鄉鎮好物。」

「台灣好，店」成立之始，為了找尋好物，他們上山下海，發現許多單打獨鬥的工坊，他們在地方努力著，找不到好通路。當年選物店不像現在這麼流行，許多在地好物，是從在「台灣好，店」獨賣開始的。「一開始我們只有22個品牌，不到一百項商品，還被人嘲笑，說這樣也敢開店。」葉莉慧笑著說，「現在我們有一百多個品牌了。」

雖然沒有正式的公平貿易驗證，但「台灣好，店」的商品都是直接來



「台灣好，店」一樓一隅



三義一丫箱寶的木雕鳥

自製造者手上，而且不向他們收取上架費，絕大多數的利潤還是回到製造者，可說是具有公平貿易的精神。

選物×日常，具分享精神的食衣住行

由於店裡的商品原本就源自地方的生活發展而來的，所以自然而然地，食衣住行樣樣都顧到了，也能隱約地看出各地方臺灣人的生活輪廓，甚至是困境。例如洛神花果醬，便是從種植過剩的困境而來，放在倉庫裡爛掉，還不如想想辦法開發新產品，近年甚至誕生了「洛神花圈圈」這樣精緻的點心伴手禮，提高了商品的價值。

由於是從在地的角度出發，「台灣好，店」不主動提出定作商品的要求，而是讓地方自行開發，也不去做所謂的「輔導」，讓市場機制來調度。「我們一直告誡自己不要把臺北的產業習慣套在他們身上。」不過時間久了，什麼東西賣得好、賣得不好，製造者也能感覺到。

讓葉莉慧印象深刻的，是枝子也的勾針作品，她以毛線為材料，選擇了較為沈重的配色，到了夏天就不好賣，過了一季兩季，她自己也發現了，於是自發性地改成了輕柔活潑的顏色。她的兒子是知名舞者周書毅，除了鼓勵媽媽創作、帶媽媽接觸「台灣好，店」之外，兒子在世界各地演出時收集了很多不同造形的扣子，都帶回來給媽媽作創作材料。

什麼樣的東西會被選進店裡呢？葉莉慧有三個關注的重點，第一個是本來就在生活中存在的日用品以及技藝，例如藺草編的枕頭或帽子，這項技藝本身就會有傳承的意義。

第二個是早年的代工業轉型，尤其能將原本的技术發揚光大者，例如三義鴨箱寶，早年的產品是木雕獵鴨，出口至歐美當作獵人的假靶使用，經觀樹基金會輔導後，慢慢從鴨子延伸至別的鳥類造形，再到許多臺灣特有種動物如臺灣黑熊、帝雉等；他們甚至發展成



- 1 布工坊作品，依據每次得到的贈布不同，做設計上的調整。
- 2 枝子媽媽的編織包，上面的扣子有來自兒子周書毅的心意。
- 3 太陽有腳的編織書籤

觀光工廠，帶領觀眾在素色木胚上彩繪。又例如印花樂，三個年輕人為了保存布面印刷的技法，決定自行設計圖案，發給臺灣僅剩的工廠，目的是希望讓這項工法可以在臺灣被保存下來。

第三個點，也是最重要的一點，葉莉慧希望能招募具有分享精神的品牌。例如一位做十字繡包包的陳媽媽，在八八風災發生後，把包包的工序拆開，自己繡完之後，用機車載著半成品，到下個社區請他們裝拉鍊，再載到下個社區，綁上裝飾的線繩，目的是讓附近的社區居民都有工作。這件事讓葉莉慧非常感動，覺得這是基金會應該要支持的工坊。

具有這種分享精神的還有法拉薩工坊的主人馬秋，她曾是女子足球國家代表隊的成員，回到臺東之後，投入卑南族的傳統圖騰研究，並把它們畫在石頭上，對應了卑南族人「石生」的傳說，也將圖騰和故事教給了族裡的小朋友。此外，她在臺東身心障礙學校教踢足球時，發現四處都是鳳凰木的豆莢，於是拿它當材料，帶著孩子做木雕。

又如創立臺東「原愛木工坊」和「原愛布工坊」的校長鄭漢文，看到村裡的大人們，不是在外地工作長期不在，就是無所事事聚集著等待下一個打工機會，對小孩的教育帶來不好的影響，深覺應該為大人創造在地工作機會，於是找了朋友捐助裁縫車和用不到的布，讓媽媽們做包包，到太麻里半山腰撿拾漂流木，讓爸爸們做木雕。多年下來，布料從棉布到GROTEX布，在市場考驗下，做出適合現在環保潮流的筷套等商品。最重



1
2

- 1 苗栗山腳社區的蘭草包
- 2 洛神花園圈等農產加工品，是企業伴手禮好選擇。

要的是，工作讓人有收入、有生活的尊嚴，孩子們看在眼裡，變得更尊重大人，親子關係也變好。

又如展翅工坊的窯燒琉璃皂盤，便是與社福機構合作的產品，葉莉慧回憶當初展翅工坊前來談的

時候，她給的建議是，不要再做手工皂和餅乾等東西了，因此逼使展翅工坊努力找尋新的方向，甚至請設計師一同工作，設計出美麗的皂盤。它的造形非常時尚，曾有新開的旅店一次訂購80個，可見其魅力所在。



不只推廣商品，還要推廣故事和精神

「這些故事我說過很多次了，每次還是很感動！」葉莉慧說，「我們的每個品牌都有真實的感人故事，我們也想把這些帶給客人。」從今年年初開始，「台灣好，店」開設了一個自己的粉絲頁，以一至二週一篇的頻率來說說產業的故事。漸漸地開始有人對這些有感覺，也引發選購，雖然很



「台灣好, 店」二樓一隅

慢，但有所進展，未來也計畫在一、二樓的牆面規劃品牌故事牆。

三樓的空間目前用來舉辦地區產品的特色展覽，週末則辦理DIY活動，漸漸地培養出一群死忠顧客。有一次辦理泰雅織布課程，每人一臺小型的織布機，織書籤，織了半天才織了好短一段，「參加者織到一半說，我不織了，去樓下店裡花250元買現成的就好。」葉莉慧笑著描述，「要自己做過，才知道這些作品裡面都是技術和時間，他們再也不會說250元好貴了。」

在營銷方面，葉莉慧希望可以向企業推廣，選購臺灣產品當伴手禮；其實這幾年臺灣產品當伴手禮已漸漸流行起來，手工藝品雖然相當吸引歐

美觀光客，但考慮禮物的實用性，還是會以食物類為主要推廣的伴手禮項目。

談到選品標準，葉莉慧說，會盡量不引進重覆性太高的作品，但是她也對未來的合作機會保持開放態度，「有時看到一些作品發展得還不夠成熟，會告訴作者，若以後有修改，或有新產品的時候，可以再過來。」現在店裡已有一百多個品牌或工坊的產品，因為店的面積有限，葉莉慧有時會與能獨當一面的品牌商量，將空間讓給其他更新、更需要展示機會的品牌。最令人感動的，是十年前創店時的那22家品牌，目前也都還在，陪著店一路走來，也各自發展出自己的路線，沒有什麼比這更讓人欣慰的事了。🌱