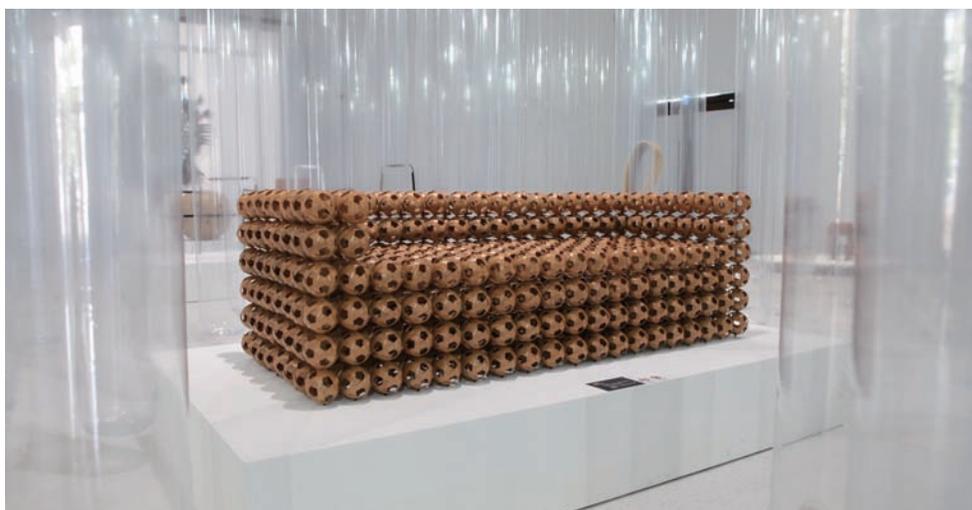


升級策略·再創價值—工藝與設計的加乘

Upgrade Strategies / Re-create Value - Craft Multiplied by Design

文／黃淑姿 Sanya Haung · 圖／國立臺灣工藝研究發展中心 NTCRI



竹藝家蘇素任與設計師周育潤合作的「泡泡沙發」

當代生活渴望創意與多樣性，過去臺灣工藝的低生產成本製造思維，面臨夕陽化危機，產業升級、價值再造成為必要的轉型，設計力於此發揮工藝升級、價值再造的助力。本篇以國家工藝品牌Yii為例，回顧臺灣十年來政府在工藝設計加乘策略上的推動成果。

There is a longing for innovation and diversity in modern life. Taiwan's craft industry focused too much on how to cut down the costs and approached a life-or-death moment in one time. For the industry to upgrade and transform, incorporating good design in craft works is necessary. This article walks the readers through how a national craft brand Yii was established and looks back on how the government works on putting more and more design elements into craft pieces in these ten years.

2000年金融風暴改變亞洲各國經濟版圖，強調軟實力的創新產業成為重塑競爭力的要角。臺灣政府自2002年開始有意識推動文創產業，工藝產業列為每期發展主軸，致力於推升臺灣工藝、凸顯國家軟實力。

回顧臺灣工藝產業，1960、1970年靠著便宜的勞動成本，承接外國訂單代工製造，以大量工藝品外銷賺得第一波工藝繁榮期。1980、1990年遭受中國大陸與東南亞的廉價勞動力打擊，臺灣勞力密集的工藝品代工廠一家家關門，幾乎成為夕陽產業，工藝師四散各地，僅有少數成功轉型者繼續開發新品。

引領臺灣經濟起飛的代工業背後，是擅長降低生產成本的製造思維，當代生活所渴望的，卻是創意與多樣性。如何透過設計提升工藝，讓消費者不再以低價為關鍵購買因素，而是轉向認同工藝品具備獨特的生活價值。一個重要方向是，器物必須兼具審美與實用價值，重新進入日常環節。

工藝升級之路 從 Yii 說起

談工藝升級，不能少了政府在升級之路上所發揮的重要戰略角色。自2007年開始，國立臺灣工藝研究發展中心（以下簡稱「工藝中心」）啟動工藝升級戰略與臺灣創意設計中心策略聯盟，

首次媒合8位工藝家與8位設計師配對創作，以工藝家的精湛手藝為基礎，導入設計師的創意思考，突破傳統框架。數年來總共媒合超過一百件作品，多元媒材橫跨竹藝、陶藝、木工、金工、細銀等，開啟工藝家與設計師的知名度，迎來更多跨界合作的機會，也孕育出自創品牌的能量。

工藝師與設計師在一次次的合作中培養默契。設計師天馬行空地端出設計，突破傳統造形框架，實驗如何結合各種材質。Yii品牌第一次匯集的23件成品，橫跨竹器、竹編、陶瓷、細銀、染織及木雕6大工藝領域。在此基礎上，2008年擴大媒合各15位工藝家與設計師，帶作品到國外參展，正式以「Yii」為臺灣國家級工藝品牌名稱，站上國際舞臺。從工藝時尚美國紐約臺北文化中心展覽到日本東京國際禮品展，特別在法國巴黎家飾用品展，參展作品「竹製懸臂椅Chair 43」與「高竹凳Bamboo」大受注目。



竹藝家陳高明、吳銘安與設計師Konstantin Grcic合作〈竹製懸臂椅（Chair 43）〉。

從工業製造思維到設計思維

第三波資訊產業：工業製造思維		第四波文化創意產業：設計思維
1980年代	1990年代	2000年代迄今
動機：降低成本邏輯		動機：價格上漲邏輯
消費誘因：買到更便宜的產品		消費誘因：買到獨特的生活價值
代表人物：王永慶	代表人物：張忠謀、郭台銘	核心精神：品牌化、美感經驗
核心精神：勤勉、合理化	核心精神：策略化、國際化	

製表：黃淑姿／參考資料：詹偉雄〈迎接一個大寫的DESIGN時代〉

打破舒適圈的工藝家

好的工藝品總是散發出無瑕質感，比如一只陶碗，握在手中就是穠纖合度，看似渾然天成，實則出於對每個細節的堅持與苛求。這種注重細節、自我要求的藝匠精神，扮演產業轉型的關鍵作用。優秀的工藝家總是不滿足於現狀，經常打破舒適圈，勇於自我挑戰。

陶藝家李存仁、汪弘玉夫婦（第一批參與Yii媒合的工藝家），兩人被譽為「陶藝界神鵰俠侶」，早年共同投入鶯歌陶瓷代工，不願總是製作仿古陶瓷、為人作嫁，一次次參訪臺北故宮，手繪錄下各種中國古代文物的線條型態，從中汲取創作養分，並鑽研薄胎陶瓷作為招牌特色，使兩人共同創立的存仁堂脫穎成為鶯歌重要陶瓷品牌之一。

李存仁與設計師何忠堂合作的「燈籠」，結合古典燈籠造與現代照明科技，李存仁用高難度的薄胎瓷燒製出傳統的燈籠造型，在燈籠內部安裝LED燈控制組件，開燈後，纖薄的瓷身映出若隱若現的蝴蝶，宛如古代莊子寓言的沉靜重現，既實用又充滿東方文化審美。

竹藝家蘇素任則宛如身懷竹藝絕技的俠女，竹藝武功一出，經常有讓人耳目一新的作品。她堅持不做一再重複的作品，近年來逐漸減少製作傳統的精緻細編，而是跨界自我挑戰，創作具設計感的減法工藝。從Yii品牌的竹凳、泡泡沙發，到臺北世界大學運動會的聖火炬承座、竹青庭人文空間的室內設計、忠泰建築空間的建築模型等。今年四月更受邀遠赴華盛

頓國家建築博物館，以作品當畫布，六角孔編為基底、箭紋編為渲染筆觸，創造出新作品「神曲」。

看到設計師的設計圖，再怎麼超越素材物理特質，蘇素任也很少說「這不行」，而是想辦法突破。提及與設計師周育潤合作的泡泡沙發，蘇素任說，第一次看到設計圖時，一個個竹編小球的單元結合，讓人一時還真不知該從何著手。泡泡沙發看起來簡單，做起來一點也不容易，所使用的竹編球比傳統尺寸大上許多，考慮到承重而選用本就堅韌的桂竹，卻很不容易編成球，後來找男生來編竹球，力氣大、手大、虎口大，總算順利編出尺寸適合的竹球，組成如今已是經典的泡泡沙發。

多年精研竹藝生活化的邱錦緞，作品則如細火慢熬的功夫菜，總是吸引許多識貨的工藝收藏家，太受歡迎的結果是連自己都沒得收藏，如與設計師陳俊豪合作的電腦包「隨輕」，與廖柏晴、林國隆合作的花器「花景」，如今都已絕版，不知花落誰家。她與設計師王立心合作的「躍」鳥籠包，以竹藝為核心，結合金工配件、布藝內裡，用精巧的手藝，編織出仕女提包，模仿古代文人躍鳥的雅趣。

邱錦緞回憶，剛開始與設計師合作，也並非一拍即合，「一看到設計圖就知道，提包底部的彎曲線條，已經超過天然竹材能達到的限度。」她還是試了多種方法，最後改用加工過的層積竹才完成。不過，也因為一開始在Yii與不同設計師的合作，開啟她後來結合日本拼布、皮件縫製等多元媒材，設計多種竹編提包的興趣。



1

2

1 陶藝家李存仁與設計師何忠堂合作「燈籠」

2 竹藝家邱錦緞與設計師王立心合作「躍」鳥籠包



設計師的生活提案力

邱錦緞喜歡設計日常物件，手提包、時鐘、花器等，無一不是生活美學佳作，她與何忠堂不約而同提到工藝品升級的空間意義，工藝品應該在日常生活與人互動，即便純觀賞也產生心靈價值，而不是被孤立供奉於博物館玻璃櫃中。

設計本是一種生活提案能力，用之於器物或服務皆然，融納了工業理性便成為工業設計，結合金融就是金融創新，加上工藝就有了工藝設計。取之於生活、用之於生活，是工藝也是設計，是器物也是活潑潑的生活態度。

設計師駱毓芬與蘇素任合作的蓬蓬裙椅，取材傳統六角編竹夫人搭配棉麻坐墊，既是椅子也是茶几，大膽地將竹材染成紅、黃等繽紛色彩，充滿結構美與穿透力。從2007年參與工藝中心「工藝時尚」計畫開始，駱毓芬持續幾年參與Yii品牌，有意識地選用東方特有的竹子為素材，一頭栽進民藝世界。為了能更理解竹材特質與竹藝，頭幾年一次次勤跑竹山；為了低成本低地遠距溝通，為工藝家安裝電腦、連上網路。

不斷翻新的創造力，讓她從3C產品跨足到生活用品、家具，從受僱設計躍入自創品牌與創業，更在去年成為首位獲選迪士尼無償授權的華人創

作者，將米奇圖案用在蓬蓬裙椅特別版、茶具、餐具等一系列結合東西方元素的生活商品中，也在今年五月順利面市。

喜歡用工藝品說故事的设计師林曉瑛，曾與擅長寫實捏塑的陶藝家湯潤清合力創作「秋作盤」、「邀月杯」，以中秋節為作品主軸，並特別選用苗栗的黑土作為素材。湯潤清以巧手捏出栩栩如生的兔子，起初他無法理解，為何林曉瑛堅持邀月杯裡面朝杯底的兔子，鼻頭為何必須點上一抹金色？當成品完成，林曉瑛朝杯裡注水，水位高至兔鼻下方，水面映出兔鼻尖端的圓圓金色，恰如一輪滿月。至此，設計者的巧思才讓觀者恍然大悟，這樣的作品，既符合現代生活型態，也表達出工藝家千錘百鍊的巧手，以及設計師個人獨特審美。

全民有感的工藝美學時代

工藝升級的秘密，既不在外型取巧，也不在行銷推廣，而是內涵提升，從美感培養、工藝體驗到價值認知，扎根於對材料的認識，運用設計解決問題。

生活是發明的泉源，設計優良的工藝品，可以與人互動一輩子，甚至變成傳家寶。選擇適應當地氣候、水文而生長的素材，由人的雙手塑造形成器物，器物對應使用場景，「特別是自然素材製成的工藝品，比如一張竹椅，你總會想要常常坐上去。當椅子因長期承重產生使用痕跡，彷彿自己的一部分也永恆轉化到器物身上了。」何忠堂說。

1

2

1 陶藝家湯潤清與設計師林曉瑛合作「邀月杯」

2 陶藝家湯潤清與設計師林曉瑛合作「秋作盤」





竹藝家蘇素任與設計師駱毓芬合作「蓬蓬裙椅」

若將設計思維拉得更遠更開闊，將工藝放大到素材種植、生產等環節，不只器物，服務也需要設計。一如駱毓芬不只設計生活家居用品，也運用設計長才，參與湖南常德桃花源鎮的造鎮計畫，為小鎮設計形象識別。

臺灣常見竹子、藺草或苧麻等植物，若能善用自然素材的特質，發揮在地生物文化，工藝也能成為當地產業再造的火車頭，「從種植，直到手藝、文化教育，整套有機的運作環環相扣，互相資源。」文大地理學系助理教授雷洪飛說。如何使在地特色工藝成為城鎮都市軟實力行銷的一環，創造高附加價值，進而建立高端市場的工藝品牌，創造跨國界、跨區域的

高度經濟價值，正是風行全世界的價值再造議題。

工藝升級如何可能，不只是工藝家與設計師個人的自我突破，更要求使用器物的人，也就是整個社會的你我他，都必須「洗心革面」，卸掉代工製造時代貪求便宜的心態，讓浮躁的心沈殿。欣賞手藝與創意的價值，理解自己生活裡需要什麼樣的器物，選擇後與之互動，成為生活裡的一部分。這看似浪漫反而絕對務實的視角，才真正能讓全民對工藝有感，如何忠堂說，才是「工藝升級的硬道理」。