

當季專題 Feature ◆ 臺灣心工藝—在地·永續·國際

透淨美學、明澈禪意—琉璃工房以文化碰撞西方

Beauty in Transparency and Zen in Crystal Art – When LIULI Meets the West

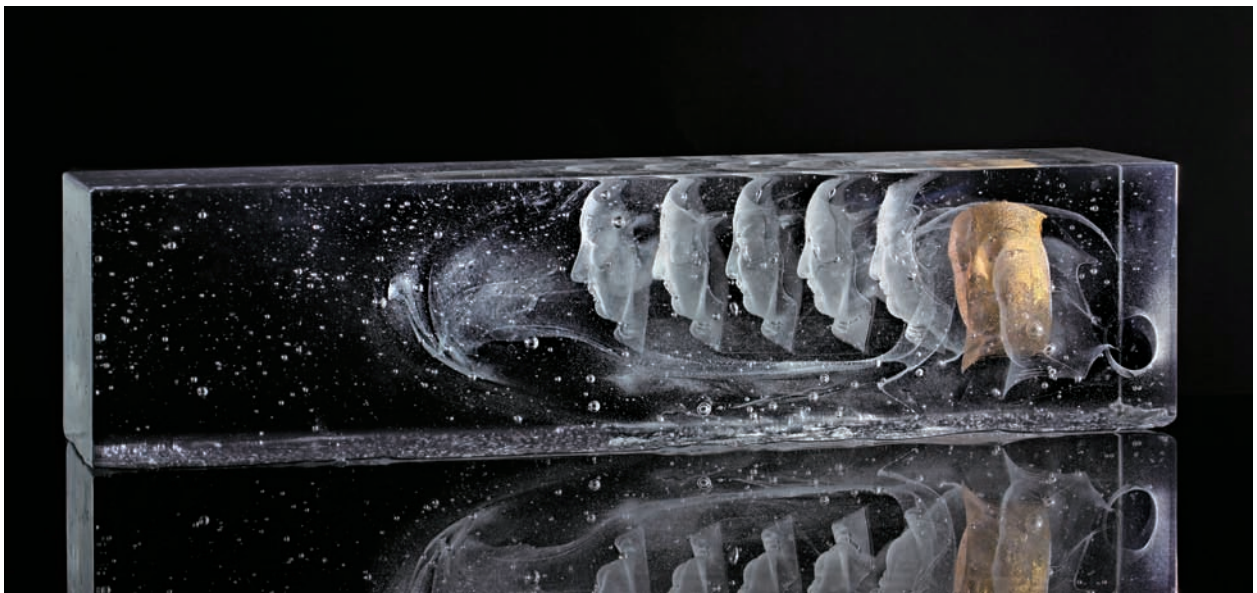
文／賴佩君 Lai Pei-chun · 圖／琉璃工房 LIULIGONGFANG



2015年，琉璃工房進駐美國加州頂級的購物中心South Coast Plaza，有重要的指標性意義。

國際知名的臺灣工藝品牌琉璃工房，是臺灣第一個琉璃工作室，也是世界上第一個以華人文化為基礎，發展琉璃藝術的品牌，至今，已於世界各地設立70家藝廊，這些饒富東方味的作品，每每與當地的文化碰撞出奇特的火花。本文以分享琉璃工房開拓國際視野和版圖的歷程與策略，作為工藝品牌前進國際的成功範本之一。

LIULIGONGFANG is the very first Liuli glass art workshop ever founded in Taiwan and also the first Liuli brand that focuses on Chinese culture in the world. In its 70 galleries all over the globe, these works with sophisticated Chinese flavors are interacting fervently with local cultures. This article goes through the history of LIULI and how it navigates on the world stage, hoping it could be the role model for local brands that set the sights on the international market.



1
2

- 1 楊惠姍 無相無無相
2 張毅 焰火禪心

1987年，楊惠姍、張毅創立了臺灣第一個琉璃工作室，也是世界上第一個以華人文化為基礎，發展琉璃藝術的品牌。他們主要採用的創作技法為「脫蠟鑄造法」，是一個需要12道工序，極其複雜的技法。

說起「脫蠟鑄造法」，在兩位藝術家初踏入琉璃世界時，曾以為脫蠟鑄造法是西方知識，因為它在當代是非常西方的，它有個法文名字pâte-de-verre，這個技法必須先製作耐火石膏模，經由蠟膜加熱後脫除取得，

再加上玻璃原料鑄造而成作品，優點是可以將作品的細節呈現得極其精巧而優美。19世紀的法國以「水晶粉」來脫蠟鑄造，這是傳自三千多年前古埃及的脫蠟鑄造技法，在新藝術（Art Nouveau）時期，這個技法被推動復興，而有了歐洲興盛至今的玻璃創作。

在一次機緣下兩位藝術家得知中國最早的脫蠟鑄造，以目前出土文物來說，最遠可追溯至西漢中山靖王墓的琉璃耳杯，目前出土的文物證明，中國應該在漢代就已嫻熟「脫蠟鑄造法」，但漢朝以後就失傳了。對他們來說，脫蠟鑄造法離開中國工藝的舞臺是個重大的遺憾，當代玻璃藝術雖是西方獨霸的局面，但他們有責任將這遠古的技法延續下去，成為「中國」自己的玻璃藝術。

正如琉璃工房的網站上所述，對他們而言，「『琉璃』是西漢中山靖王墓的琉璃耳杯的『琉璃』；是唐代詩人白居易詩裡『彩雲易散琉璃脆』的『琉璃』；是佛經『藥師琉璃光如來

本願經』裡，『願我來世，得菩提時，身如琉璃，內外明澈』的『琉璃』。」這段宣言是具有指標性的，當世界各地都有玻璃藝術的作品，獨獨中國沒有，但是追溯起來，琉璃藝術的存在如星光般，從數千年前就開始點亮中國的歷史。因此兩位藝術家決定將「琉璃」一詞用在工房的名字，除了代表延續中國文化的使命，也用來與西方玻璃工藝做出區隔。

琉璃工房成立30年，作品多次受邀至日、美、英、義、德、法等國展出，並被英國維多利亞與亞伯特博物館（Victoria & Albert Museum）、美國康寧玻璃博物館（Corning Museum Of Glass）、美國寶爾博物館（Bower's Museum）、巴黎裝飾藝術博物館（Musée des Arts Décoratifs de Paris）等二十多個世界博物館收藏。

「博物館級的作品」巴黎裝飾藝術博物館的典藏

2017年6月，張毅與楊惠嫻的作品在距巴黎90分鐘車程的卡帕薩當代藝廊（Galerie Capazza）展出；2015年9月，楊惠嫻受邀參加巴黎大皇宮國際藝術及創新雙年展（Révélations），成為該年度大會主推藝術家，隨後更在擁有百年歷史的巴黎藝術聯合會的巴黎典藏藝廊（Collection Gallery）舉辦個展，由張毅擔任策展人。2015年可說是琉璃工房在法國獲得驚人關注的一年，而且關注的是作品本身的藝術性和內涵。

2015年底，巴黎裝飾藝術博物館宣佈收藏楊惠嫻〈無相無無相〉、張毅〈焰火禪心〉作品。這是該館自1904年成立以來，首度有華人玻璃藝術家作品被典藏。首席策展人尚·盧克·歐利維

（Jean-Luc Olivie），是促成巴黎裝飾藝術博物館典藏玻璃工藝的推手，同時也是法國當代玻璃藝術的泰斗級人物，他是這樣評述作品的：「〈焰火禪心〉真是博物館級的作品。黑色的瓶子加上不透明的花朵，技術的部分非常的不容易，尤其是脫蠟鑄造加上吹製，在溫度的控制上是非常困難的。很多人想要嘗試，但不是每一個人都可以成功地做到。非常適合把它放在法國博物館中收藏。」

收藏作品的此時，正值巴黎遭受恐怖攻擊不久，人心惶惶的時候，不知道兩位藝術家沈靜的琉璃作品是否起了安定的作用；不過策展人在致信張毅時特別提到：「此時此刻，巴黎人依然熱愛藝術。」展示了巴黎做為藝術之都的意志。

美國據點推廣：用品牌建立文化自信

目前琉璃工房，在臺灣有18家直營藝廊、1家「琉璃工房·松菸博物館」，在海外也有32家藝廊。在美國有1個總部及1個藝廊，轄下主管7個當地代理商與網路銷售，實體通路則是精品家居店、玻璃藝術藝廊，或博物館商店。2015年，琉璃工房更進駐美國的South Coast Plaza，這是美國加州當地一個頂級的購物中心，在此設立據點，有重要的指標性意義。

張毅在2016年一次工商時報的專訪中指出，琉璃工房在世界各地開設的據點，每間都稱為藝廊，因為在此賣的不是大宗商品，而是作品，富有藝術性，從材質、造形、創意與概念，張毅說，它們都是文化的載體，是能帶給人心益處的。未來琉璃工房在作品銷售的走向，除了延續以往贈禮市場的路線之



1	2
3	4

- 1 畢生收藏艾米爾·加萊和弗朗索瓦·德孔西蒙等玻璃藝術大師作品的法國藏家Adrien Ostier，在巴黎大皇宮國際藝術及創新雙年展中，讚賞楊惠姍的創作。
- 2 著名國際藝術家吳炫三及夫人出席巴黎藝術聯合會的巴黎典藏藝廊開幕式。讚賞在作品中看到楊惠姍不斷精進的心。
- 3 琉璃工房位於美國South Coast Plaza的藝廊，店內正展示著張毅最新創作系列〈一抹紅〉。
- 4 琉璃工房和鼎泰豐，是South Coast Plaza唯二兩個使用中文招牌的品牌。

外，希望能開發收藏市場，因為兩者關注的重點不同，他希望人們可以從祝福、吉祥意義的關注，轉移到對作品本身藝術性的關注。

值得一提的是，臺灣餐廳領導品牌鼎泰豐，同樣於2015年進駐South Coast Plaza，它和琉璃工房，是在該處唯二兩個使用中文而非英文招牌的店家，而且都來自臺灣。鼎泰豐為了展現飲食文化，特地在店面選擇了50座琉璃工房的鼎座系列作品做為藝術陳設；鼎，是一個遠古的中國食器，使用充滿歷史涵義的鼎，讓大家一邊享用美食，一邊認識中國飲食文化，也體會琉璃工房作品在創意和造形上無可比擬的優美。為了完美呈現作品，琉璃工房花了近半年的時間在溝通協調上，足見這兩個臺灣品牌對於完美和專業的要求，以及他們對於推廣文化的執著。

對於品牌的重要，張毅曾這樣說過：「鼎泰豐，以一種十分單一性的菜單，堅持品質，竟然在小籠包到處都是的大陸市場，樹立了一個競爭力強大的品牌形象，讓大陸行銷專家跌破眼鏡。」他以此比擬琉璃工房：「淘寶網站上，排山倒海的琉璃仿冒品充斥的情況，琉璃工房的品牌形象仍然屹立不搖，似乎都說明品牌經營和品質堅持的一定關聯。」

這也是琉璃工房為什麼要擴點的原因。品牌的價值是需要推廣的，堅持品質之外，形象也要建立。而且更重要的是，這是臺灣的品牌，它應該與文化一起，更被世界所知，琉璃工房販賣的不只是作品，也是臺灣的「文化自信」，要讓臺灣人知道，自己的文化是值得驕傲的。🌱