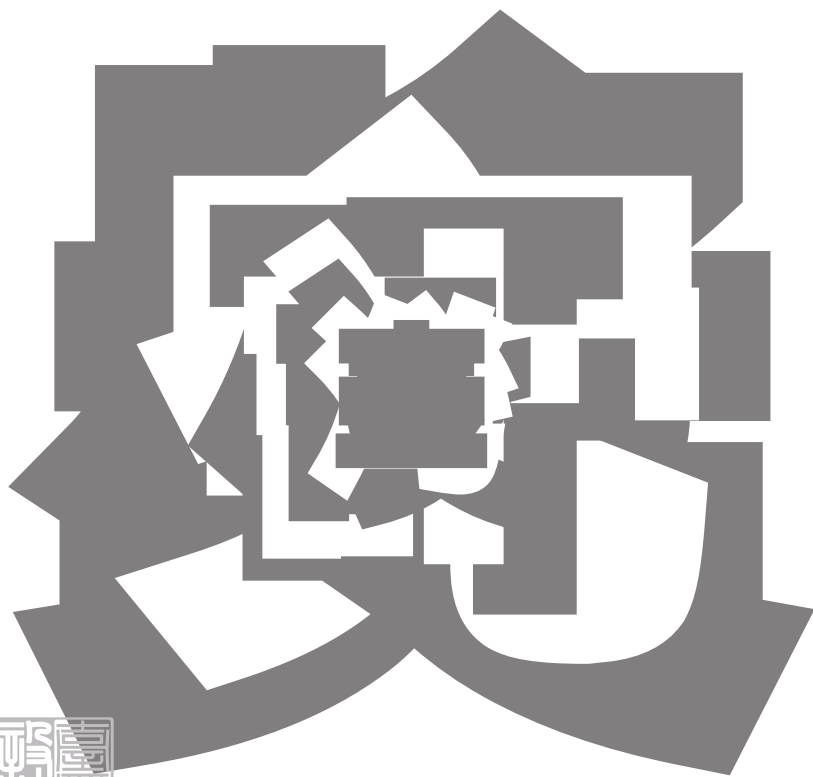


臺灣

TAIWAN DESIGN
RESEARCH AWARD

2023

設計研究獎 | 論文集



{ 鼓勵發掘臺灣設計史料、厚植臺灣設計研究能量 }

| 劉建成院長序

英國史學家湯恩比 (Arnold J. Toynbee) 認為研究歷史應以文明為單位，而設計就是人類心智勞動的文明成果之一，因此許多美好的史蹟與史料被流傳下來，而這些史料是論證研究設計的基礎，它需要有系統地被閱讀、描述與詮釋，方能有再生的可能性。

上個世紀 70 年代後，台灣因政治環境的轉變，設計領域出現嶄新的局面，政府的決策、經濟的發展、主體意識的形成等等，促成設計相關的社團逐漸成立，有了與先前（戒嚴時期）完全不同的局面。然而，有脈絡的書寫與紀錄卻發展甚遲，殊為可惜。台灣有許多設計史料尚待被發掘與統整，而「臺灣設計研究獎」正是這樣的一個平台，提供各方人士一同書寫「臺灣設計」的管道！此獎宗旨在鼓勵挖掘臺灣本土設計資源及歷史發展的獨特性，提升臺灣設計學術的研究實力，讓臺灣設計史的脈絡紋理更為清晰明確。

於此特別感謝林磐聳教授長期致力於臺師大與臺灣設計史的研究與收藏，成立「臺灣設計研究獎」專戶基金，也感謝海內外臺灣企業領袖、設計團體協會、各界前輩的支持，透過募資的方式，促成此獎的成立。另外，對負責執行此獎的徵件、評審與出版等工作的臺師大設計系系主任蘇文清教授，不辭辛勞的專業付出，為此獎奠定一個良好的起步，在此表達心中無比的敬意與謝意！

期盼在各界的努力下，讓龐大的設計史料在臺灣主體性的範疇中，能更有系統地被蒐集、紀錄，不僅是對舊有史料的整理，也是挖掘其潛在的連結，為設計鞏固基石，為設計開啟更多元的對話，逐一建構「臺灣設計」的輿圖，使台灣島史觀發光發熱！

| Foreword by Liu, Eric, Dean of the College of Arts

British historian Arnold J. Toynbee believed that the study of history should be based on civilization, and design is one of the civilizational results of human mental labor. Therefore, many beautiful historical sites and materials have been handed down. These historical materials are the basis of argumentative research design. They need to be read, described, and interpreted systematically to have the possibility of regeneration.

After the 1970s, with the changes of the political environment in Taiwan, a new situation appeared in the design field. The government's decision-making, economic development, and the formation of subjective consciousness gradually prompted the establishment of the design societies and the situation totally different from the previous (Martial Law) period. However, it is a pity that the contextual writing and recording developed late. There are still many historical materials of design to be discovered and integrated. "Taiwan Design Research Award" is a platform to provide people from all walks of life with a channel to write about "Taiwanese design" together! This award aims to encourage the exploration of Taiwan's local design resources and the uniqueness of historical development and enhance the research capability of Taiwan's design academia so that Taiwanese design history will have a clearer context.

Here I'd like to express my gratitude to Prof. Lin Pan-song for his long dedication to NTNU and the research and collection of Taiwanese design history and for establishing the special account of "Taiwan Design Research Award." I'm also grateful to Taiwanese business leaders at home and abroad, design groups and associations, and seniors from all walks of life for their support through fundraising to establish this award. Besides, I'd like to express the utmost respect and gratitude in my heart to Chair Su Wen-ching of NTNU's Department of Design, who is responsible for the submission, review, and publication of the award, for his tireless professional devotion to laying a great foundation for this award!

It is hoped that through the efforts of all walks of life, a huge number of design historical materials can be collected and recorded more systematically in the domain of Taiwan's subjectivity. It is not only the organization of old historical materials but also the exploration of the potential connections to strengthen the cornerstone of design, open up more diverse conversations for design, construct the map of "Taiwanese design" step by step, and make the history of Taiwan shine!

蘇文清主任序

【台灣設計史研究概況】

台灣自 1987 年解嚴以來，結束長達 38 年的戒嚴時期，對於「台灣」主題的研究與論述也如雨後春筍般的百花齊勝，不過，相對於「台灣設計」研究起步甚晚，近年來在有志於台灣設計研究者、各設計社團與學術研究單位積極參與與整理，目前對於台灣設計研究也稍具成果。國立臺灣師範大學設計學系在吳正己校長與林磐聳名譽教授支持下於 2022 年成立設計史料典藏暨展覽之「台灣設計口」，「台灣設計口」為本校林磐聳名譽教授捐贈其蒐集珍貴的設計典藏，同時呼應 1922 年臺師大從臺北高校時代起，至今百年來肩負臺灣現代美術設計教育啟迪之重要關鍵角色，希望透過林磐聳名譽教授的拋磚引玉，鼓勵挖掘臺灣本土設計資源及歷史發展的獨特性，厚植臺灣設計研究能量，進而提昇臺灣設計學術的研究實力，並且鼓勵全球研究臺灣設計作為議題方向的學術論文，促成將「臺灣設計」作為可長可久的研究課題。

歷史的研究是一項積沙成塔的重大工程，是需要持續與傳承方能完成的宏觀視野，特別感謝林磐聳名譽教授以及臺灣企業界、臺灣設計界共同募款總計募集新臺幣一百萬元作為啟動資金之外，另外特別致謝台灣設計耆老楊夏蕙、大計文化發行人楊宗魁、大計文化總編輯林榮松慷慨捐贈一百四十套《臺灣百年視覺設計》與《臺灣百人視覺設計》套書作為支持「臺灣設計研究獎」藝術與設計院校師生的獎勵，以推動臺灣設計發展得以持續加溫擴散，期許臺灣設計界大家攜手並進，共創「臺灣設計研究」未來之磐石！

Foreword by Su, Wen-Ching, Chair of Department of Design

【A Research Overview of Taiwanese Design History】

The 38-year Martial Law period ended in 1987. The research and discussion on the subject of “Taiwan” sprung up like mushrooms after the rain. However, the research of “Taiwanese Design” started relatively late. In recent years, with the active participation and organization of the researchers interested in Taiwanese design, design societies, and academic research units, the research of Taiwanese design has had some achievements. With the support of President Wu Cheng-chih and Honorary Professor Lin Pan-song, NTNU’s Department of Design established “Taiwan Design Corner,” the collection and exhibition of design history, in 2022. “Taiwan Design Corner,” the precious design collection donated by Honorary Professor Lin Pan-song, echoes the critical role NTNU has played since 1922, when the school was formerly as Taipei High School, in enlightening modern art and design education in Taiwan in the past hundred years. It is hoped that Prof. Lin’s contribution will become a model to encourage the exploration of the uniqueness of Taiwan’s local design resources and historical development, increase Taiwan’s design research strength, and further enhance the research capability of Taiwan’s design academia. We encourage the academic papers on Taiwanese design from around the world to make “Taiwanese Design” a long-lasting research topic.

Historical research is a major project that accumulates sand into a tower. It takes persistence and inheritance to complete the grand vision. I would like to give special thanks to Honorary Professor Lin Pan-song and the business and design community in Taiwan for raising a total of NT\$1 million as the start-up capital. Besides, I would also like to give special thanks to Taiwanese senior designer, Yang Chuan-sheng, publisher of Daji Culture, Yang Tzung-kuei, and editor-in-chief of Daji Culture, Lin Ring-song, for generously donating 140 sets of A Century of Visual Design in Taiwan and One Hundred Visual Designers in Taiwan as the rewards of the teachers and students of art and design schools who support “Taiwan Design Research Award” to keep promoting the development of Taiwanese design. It is hoped that everyone in the design community will work together to build the future cornerstone of “Taiwanese design research!”

林磐聳教授序

【走台步，吹台風】

臺灣設計研究獎的目標願景

消逝的臺灣設計史

回顧過去臺灣藝術界對於臺灣設計史存在的事實，大都隱而未發或視而不見，甚至可說是「消逝的臺灣設計史」之現象，究其原因主要在於幾點：

- 一、設計的證據物不足：臺灣美術設計史料未能充分展現。
- 二、設計的理論性薄弱：臺灣設計理論欠缺梳理建構體系。
- 三、設計的主體性模糊：藝術家的美術光芒掩蓋設計史實。

首先就「設計的證據物不足」問題探討臺灣美術設計發展的現象，由於「設計」是具有功能性與實用性的產物，可以是政府政策推廣的印刷物，也可以是見諸於市場商業行銷的宣傳品，常見於音樂、舞蹈、戲劇、電影等藝文展演活動的海報、傳單、節目冊等文宣品，一般人將之視為伴隨市場行銷推廣的工具，導致絕大多數人抱持著用之即棄的態度，許多設計成品（尤其是印刷品）在活動結束後便煙消雲散，因此能夠展現設計價值的證據物普遍不足。待若干年後研究發現其具有時代意義或美感價值時，已難以找出當時設計作品的實體物件。再者也有人認為美術設計的成品多為印刷製品，並非原始手繪創作而無法將之視同作品。然而，設計必需透過原始圖稿（手繪或照片）、字體、版面編排、指定配色、分色製版、印刷、加工、裝訂或裁切等一連串的工序，才能完成一件印刷成品，美術設計是透過印刷工藝表現的作品，如同版畫藝術，屬於印製產生量化複製的作品，並非藝術家原始的手工畫作。從全球各大美術館、博物館典藏的海報、書籍等印刷作品，也可說明設計作品的特殊性。可見就臺灣設計發展而言，最重要是欠缺蒐集、典藏與展覽推廣的專業展館，所以難以展現完整的設計全貌，進而建構臺灣美術設計的文化價值。

其次就「設計的理論性薄弱」而言，回顧臺灣美術發展歷程，從重視藝術創作到藝術批評的誕生，以至於建構臺灣美術史及本土藝術理論體系，經過一陣漫

長的歲月才有今日的點滴成果；反觀設計原本就偏重於設計實務的功能性，反而忽視文化取向與理論建構，因此臺灣設計長久以來欠缺設計史的梳理和理論體系的支撐，致使臺灣的美術設計至今仍是難以建立自主的文化論述，所幸有王行恭、林文彥、曾啟雄、楊清田、林榮泰、林品章、林素幸、賴建都、姚村雄、李新富等人專注於臺灣設計史論研究，另外有楊夏蕙、楊宗魁、林采霖、林榮松整理出版《臺灣百年視覺設計》，但是對比全球設計研究的能量，仍然有待更多的專家學者投注心力進行臺灣設計研究。

最後則是「設計的主體性模糊」，由於美術與設計是一體兩面的依存關係，許多藝術家以美術的光芒掩蓋其從事設計史實，加上有些藝術家甚至不願承認自己從事設計的事實，導致設計的主體性模糊，必須要有志之士能夠表明心志、認同專業，才可以建立臺灣設計的文化價值。幸而臺灣藝術界在日治時期就有林玉山所繪製的「嘉義蔗作改良」經典海報，以及其為圖書雜誌繪製封面、插圖等，完全不損及林玉山個人的藝術成就。另外顏水龍除了堅持自己在藝術創作之外，同時推動臺灣工藝、公共藝術等，曾在大阪「スモカ壽毛加齒磨」作廣告設計，也為台中太陽堂進行整體形象規劃，顏水龍在純粹藝術、應用設計與生活美學領域多方面發展，建構起多元的藝術世界。

還有以雕塑、版畫享譽藝壇的楊英風，他為《豐年》雜誌長期設計封面及插畫，參與中華民國美術設計協會會務推廣，同時投入在景觀規劃、雷射藝術等跨界創作。由蕭瓊瑞主編《楊英風全集·第四卷：美術設計、插畫、漫畫》可見楊英風是臺灣少有的全能藝術家。另外以抽象構成及簡約風格聞名於現代雕塑界的李再鈐，除了在現代雕塑卓然有成之外，他也毫不隱匿自己早期從事布花染織圖案設計，也在臺灣手工業推廣中心從事工藝設計，並且與王建柱、許常惠等人成立六藝設計公司，承接政府經濟建設成果的大型展覽設計。王建柱則是在臺灣藝術創作、設計教育、出版專書、工藝推廣皆有涉略，是跨領域藝術教育先驅。期待臺灣從事美術與設計工作者能夠如同林玉山、顏水龍、楊英風、李再鈐、王建柱等前輩，不管是在藝術創作、造物器用、生活美學、視覺文化……等，均能確立自己從事純粹藝術與應用設計價值並存的意義。

從臺灣設計口到臺灣設計研究獎

為了解決長期以來「被消逝的臺灣設計史」之窘境，必須有待聚焦在臺灣本土設計的發展歷程作為研究主體，建構專屬於臺灣設計人事物的內容意涵，落實臺灣設計可持續發展的基石；2021 年國立臺灣師範大學設計學系設立臺灣設計口，蒐藏來自全球珍貴的歷史物件和圖書，以及百餘年來臺灣發展歷程的設計史料和文獻，用以改善長期以來臺灣公立美術館未能典藏設計文物之「設計證據物不足」的問題。另外，針對「設計的理論性薄弱：臺灣設計理論欠缺梳理建構體系」，國立臺灣師範大學設計學系於 2022 年發起設立「臺灣設計研究獎」，經由臺灣設計界及企業界陸續捐款，研究基金已達新台幣兩百萬元，並於 2023 年舉辦首屆「臺灣設計研究獎」論文徵集及評選活動。

2023 年首次舉辦的「臺灣設計研究獎」論文徵集，一共收到 11 篇投稿，經由專精於設計學術研究的專家學者王行恭、林文彥、陳俊宏、林素幸、嚴貞、林俊良、張光民、姚村雄、李新富、傅銘傳、康敏嵐等人進行初審、決審共兩階段的評選作業，最終選出五篇獲獎論文；其中又以韓國成均館大學藝術學院前院長白金男教授以其自身的設計經歷，撰寫自 1970 年代韓國與臺灣設計交流長達五十餘年的歷程，得以見證兩國珍貴的設計情誼，也讓後輩認識雙方的設計歷史，進而持續推動韓國與台灣的設計交流；白金男教授不僅是率領韓國走向世界的設計名家，更是譜寫台灣設計發展不可或缺的篇章，其仁心宅厚的為人處世與親切率性的行為作風，都是值得後輩學習的設計典範。

臺灣為主體、設計為主題

本人探討臺灣設計史的主體性研究必須具有的評估準則：「1. 立於土地、2. 本於子民、3. 用於功能、4. 美於形式、5. 成於文化」五個面向所形塑出臺灣設計的專屬性與獨特性。過往一般設計研究的主題都側重「功能」、「形式」、「文化」三個面向，卻忽略了「土地」與「人民」是產生設計的主體，因此期待未來探討「臺灣設計研究」，能秉持「臺灣為主體、設計為主題」進行相關研究，從中梳理出具有特殊意義的人物、事件、活動、產物、作品、功能、形式、文化……等，展現出更加多元、充實、豐富的臺灣設計風貌，期待未來臺灣設計人都能夠堅定信心走台步，迎接全球吹台風。

Lin, Pang-Soong, Professor Emeritus of Department

【Taiwanese Way, Taiwanese Style】

The Goal and Vision of Taiwan Design Research Award

The Disappearing Taiwanese Design History

In the past, the art community in Taiwan mostly concealed or turned a blind eye to the existence of Taiwanese design history. The reasons for the phenomenon of the “disappearing Taiwanese design history” are as follows:

I. Insufficient evidence of design: The historical materials of Taiwanese graphic design are not fully displayed.

II. Weak theory of design: The Taiwanese design theory lacks a coherent system.

III. Ambiguous subjectivity of design: The artists' fame in art obscures the historical facts of design.

First, I will discuss the development of Taiwanese design in terms of the issue of “insufficient evidence of design.” “Design” is the functional and practical product that could be either the printed matter to promote the government's policies or the advertising materials for commercial marketing. Posters, leaflets, program brochures, and other promotional materials that are commonly used in art and cultural performances such as music, dance, theater, and movies are generally regarded as tools for marketing and promotion. Therefore, most people have the attitude of throwing them away after use. Many design works (especially printed matter) disappear into thin air after the events, so the evidence to demonstrate the value of design is generally insufficient. When research found that they had contemporary significance or aesthetic value years later, it was difficult to find the physical objects of the design works. Furthermore, some people think that most of the finished products of graphic design are printed ones rather than handmade creations, so they can't be regarded as works. However, design includes a series of procedures from original manuscripts (hand-drawn pictures or photos), fonts, layout, designated color matching, color separation plate-making,

printing, processing, binding, to cutting to complete a printed product. The works of graphic design are expressed through the technology of printing. Like the art of print, they are works printed for mass production, not the artists' original handmade paintings. The printed works such as posters and books collected by major art galleries and museums around the world can also illustrate the particularity of design works. In the case of the development of Taiwanese design, the most important is the lack of the professional exhibition hall for collection, exhibition, and promotion, so it is difficult to give a full picture of design and further construct the cultural value of Taiwanese graphic design.

Second, in terms of the “weak theory of design,” I will look back on the development of Taiwanese art, from the emphasis on art creation, the birth of art criticism, to the construction of Taiwanese art history and local system of art theory. It takes a long time to have today's achievements. On the other hand, as design focuses more on practical functions, it tends to ignore cultural orientation and theoretical construction. Therefore, without the organization of design history and the support from the theoretical system for long, Taiwanese graphic design still hasn't established its own cultural discourse. Fortunately, Wang Hsin-kong, Lin Wen-yen, Tseng Chi-Hsiung, Yang Ching-tien, Lin Rung-tai, Lin Pin-chang, Lin Su-hsing, Lai Chien-tu, Yao Tsun-Hsiung, and Lee Shin-fu focus on the research of Taiwanese design history. Besides, Yang Chuan-sheng, Yang Tzung-kuei, Lin Tsai-lin, and Lin Ring-song compiled and published *A Century of Visual Design in Taiwan*. However, compared with the design research energy around the world, we still need more experts and scholars to contribute to the research of Taiwanese design.

Last is the “ambiguous subjectivity of design.” Art and design are interdependent like two sides of a coin. Many artists tend to cover up the fact that they are engaged in design with their fame in art. Moreover, some artists are even not willing to admit the fact that they are engaged in design. All these lead to the ambiguous subjectivity of design. There must be people with lofty ideals to express their aspirations and identify with their specialty so that the cultural value of Taiwanese design can be established. Fortunately, there was the classic poster of “Chiayi Sugarcane Improvement” painted by Lin Yu-shan in the art world of Taiwan in the Japanese colonial period. He also painted covers and illustrations for books and magazines, which did not undermine his personal artistic achievements at all. Besides persistence in his own artistic creation, Yen Shui-long also promoted Taiwanese crafts and public art. Doing the advertising design for “Smoka Tooth Powder” in Osaka and planning the overall image for Taichung Suncake Shop, Yen developed in various fields of pure art, applied design, and life aesthetics and constructed the diverse art world.

There is also Yuyu Yang, who is well-known for sculpture and print in the art world. He designed covers and illustrations for the monthly, *Harvest*, for a long time and participated in

the promotion of The Graphic Design Association of the Republic of China. At the same time, he was engaged in the crossover creation of landscape planning and laser art. In *The Complete Works of Yuyu Yang, Vol.4: Graphic Design, Illustrations, and Comics* edited by Hsiao Chong-ray, it can be seen that Yuyu Yang is a rare all-round artist in Taiwan. Besides, Lee Tsai-chien, who is famous for abstract composition and simple style in modern sculpture, made no secret of his early engagement in the pattern design of fabric dyeing. He was also engaged in craft design at Taiwan Handicraft Promotion Center and founded Liuyi Design Company together with Wang Chien-Chu, Hsu Chang Hui, and others to undertake the large exhibition design of the government's achievements in economic construction. Wang Chien-Chu, who dabbles in the artistic creation, design education, book publication, and craft promotion in Taiwan, is a pioneer in interdisciplinary art education. It is hoped that the art and design workers in Taiwan will follow the steps of Lin Yu-shan, Yen Shui-long, Yuyu Yang, Lee Tsai-chien, Wang Chien-Chu and other predecessors to find the meaning in the coexistence of both pure art and applied design whether they are engaged in artistic creation, craftsmanship, life aesthetics, or visual culture.

From Taiwan Design Corner to Taiwan Design Research Award

To solve the long dilemma of “the lost Taiwanese design history,” we must focus on the research subject of the development of Taiwanese local design to construct the exclusive content and meaning for the people and things of Taiwanese design and lay the cornerstone for the sustainable development of Taiwanese design. In 2021, the Department of Design of National Taiwan Normal University established Taiwan Design Corner to collect the precious historical objects and books from around the world and the historical materials and documents of design in the development of Taiwan over the past hundred years to solve the problem of “insufficient evidence of design” in Taiwan's public art museums without the collection of design artifacts. In addition, to deal with the issue, “The weak theory of design: The Taiwanese design theory lacks a coherent system,” NTNU's Department of Design initiated “Taiwan Design Research Award” in 2022. With the donation from the Taiwanese design and business community, the research fund has reached NT\$2 million, and the first “Taiwan Design Research Award” was held in 2023 to collect and review papers.

“Taiwan Design Research Award,” which was held for the first time in 2023, received 11 submissions. The preliminary and final reviews were conducted by the experts and scholars specializing in the academic research of design, Wang Hsin-kong, Lin Wen-yen, Chen Chun-hong, Lin Su-hsing, Yen Jen, Lin Chun-liang, Chang Kuang-ming, Yao Tsun-Hsiung, Lee Shin-fu, Fu Ming-chuan, and Kang Min-lan, and finally selected five winning papers. Among

them, Prof. Baik Kumnam, former Dean of the School of Art of Sungkyunkwan University in South Korea, writes about his personal experience in the design exchanges of more than fifty years between Korea and Taiwan since the 1970s. The paper not only witnesses the precious friendship between the design world of the two countries but also makes future generations understand the design history of both sides to further promote the design exchanges between Korea and Taiwan. Prof. Baik Kumnam is not only a famous design expert who leads Korea to the world but also an indispensable part in the development of Taiwanese design. His benevolence and friendly behavior in dealing with the world are the model for the later generations to learn from.

Taiwan as the Subject, Design as the Theme

My discussion and research on the subjectivity of Taiwanese design history must follow the following evaluation criteria: 1. Based on the land; 2. Based on the people; 3. For the functional use; 4. With beautiful forms; 5. With cultural achievements. These five perspectives make up the exclusiveness and uniqueness of Taiwanese design. The past design research focused more on the three perspectives of “function,” “form,” and “culture” but ignored that “land” and “people” should be the subjects of design. Therefore, I expect that the future research on Taiwanese design will stick to “Taiwan as the subject, design as the theme” to sort out the figures, incidents, events, products, works, functions, forms, and culture with special meanings and show the more diverse, more colorful, and richer Taiwanese design styles. I also expect that in the future Taiwanese designers will have more confidence to walk the Taiwanese way and welcome the Taiwanese style all over the world.

目次 CONTENTS

002 序言 FOREWORD

- | | | |
|-----|--------|---|
| 002 | 劉建成院長序 | Liu, Eric, Dean of the College of Arts |
| 004 | 蘇文清主任序 | Su, Wen-Ching, Chair of Department of Design |
| 006 | 林磐聳教授序 | Lin, Pang-Soong, Professor Emeritus of Department |

015 專文 ARTICLE

國際獎

- | | |
|-----|---|
| 016 | 白金男 Kum-Nam Baik |
| | 韓國－台灣設計交流五十年所懷
Fifty Years of Design Exchange between South Korea and Taiwan |

優秀獎

- | | |
|-----|---|
| 070 | 王義鈞 Yi-Chun Wang |
| | 「春仔花」傳統技藝創新發展研究
Research on the Innovative Development of Traditional Craft 「Chunzihua」 |
| 102 | 徐子翔 Tzu-Hsiang Hsu |
| | 臺灣虎爺信仰文創商品設計研究
A Study on the Design of Cultural and Creative Commodities of Tiger Religion and Belief in Taiwan |
| 132 | 黃薇守 Wei-Shou Huang |
| | 中華兒童叢書對於兒童美術教育的貢獻
The Contribution of Chinese Children's Book Series for Children's Art Education |
| 160 | 蕭雨濛、孫怡康、林志隆、黃鼎豪
Yu-Meng Xiao; Yi-Kang Sun; Chih-Long Lin; Ding-Hau Huang |
| | 從設計思考的觀點探討王永慶的管理哲學及其對臺灣設計發展的啟示、貢獻與影響
Exploring the Management Philosophy created by Wang Yung-Ching and Its Enlightenment, Contribution and Influence on the Development of Design in Taiwan from the Perspective of Design Thinking |

專文 ARTICLE

韓國－台灣設計交流五十年所懷 / 白金男
Fifty Years of Design Exchange between South Korea and Taiwan / Kum-Nam Baik

「春仔花」傳統技藝創新發展研究 / 王義鈞
Research on the Innovative Development of Traditional Craft 「Chunzihua」
/ Yi-Chun Wang

臺灣虎爺信仰文創商品設計研究 / 徐子翔
A Study on the Design of Cultural and Creative Commodities of Tiger Religion and Belief in Taiwan / Tzu-Hsiang Hsu

中華兒童叢書對於兒童美術教育的貢獻 / 黃薇守
The Contribution of Chinese Children's Book Series for Children's Art Education
/ Wei-Shou Huang

從設計思考的觀點探討王永慶的管理哲學及其對臺灣設計發展的啟示、貢獻與影響 / 蕭雨濛、孫怡康、林志隆、黃鼎豪
Exploring the Management Philosophy created by Wang Yung-Ching and Its Enlightenment, Contribution and Influence on the Development of Design in Taiwan from the Perspective of Design Thinking / Yu-Meng Xiao; Yi-Kang Sun; Chih-Long Lin; Ding-Hau Huang

韓國－台灣設計交流五十年所懷

Fifty Years of Design Exchange between South Korea and Taiwan

白金男

Kum-Nam Baik

韓國成均館大學藝術學院 榮譽教授

摘要 Abstract

本文以記事法的方式來說明韓國與台灣平面設計交流五十年（1974 ~ 2018）的過程，交流的型態可透過五種方式（時期）來進行；第一種（1974 ~ 1998 時期）為設計社團交流「韓國現代設計實驗作家會」為韓國現代設計協會 KECD 的前身與中華民國變形蟲協會的社團交流；第二種（1981 ~ 1984 時期）為設計作品交流，大韓產業美術家協會 KIAA 與中華民國美術設計協會共同舉辦亞洲設計交流展；第三種（1999 ~ 今時期）由韓國現代設計協會 KECD 主辦的「國際設計交流展」，鼓勵非特定團體、組織或個人參與設計作品交流；第四種（2008 ~ 2018 時期）為設計院校交流時期，由韓國成均館大學與台灣師範大學輪流舉辦設計學術研討與海報交流展；第五種為筆者個人參與台灣各設計社團、學校、學會或活動之設計交流。透過以上五種方式（時期）來呈現韓台兩地的交流脈絡。

This article keeps a record of the process of the graphic design exchanges between Korea and Taiwan in the past fifty years (1974-2018). The exchanges are carried out in five ways (phases). The first (1974-1998) is the exchanges between the Korea Ensemble of Contemporary Design (KECD), formerly known as the Korea Modern Design Experimental Designer Association, and the Taiwan Amoeba Design Association. The second (1981-1984) is the exchanges of design works through the Asia Design Exchange Exhibition co-organized by the Korean Industrial Artists' Association (KIAA) and the Graphic Design Association of the Republic of China. The third (1999-present) is the "International Design Exchange Exhibition" organized by KECD that encourages non-specific groups, organizations, or individuals to participate in the exchanges of design works. The fourth (2008-2018) is the exchanges between design schools. Sungkyunkwan University in Korea and National Taiwan Normal University in Taiwan take turns organizing the academic conferences and poster exchange exhibitions on design. The fifth is my personal design exchanges when participating in the design societies, schools, associations, or activities in Taiwan. The above five ways (phases) present the context of the exchanges between Korea and Taiwan.

韓國－台灣設計交流五十年所懷

白金男

Kum-Nam Baik

韓國現代設計協會副會長 李佳樺 譯

I.

2024 年是台灣跟韓國設計交流的第五十週年，而筆者正好是代表韓國最早開始與台灣設計界交流的人，所以受到台灣一位老友——林磐聳教授的邀請，讓我撰寫「台灣韓國設計交流五十年」的小論文。不過，因為年代久遠，資料不易取得；加上筆者已經從成均館大學卸任退休約十年之久，對我來說，要撰寫關於設計的小論文確實有些困難，於是一開始便婉拒了林教授的小論文邀約。

爾後，林教授再次與我聯繫，跟我解釋本次邀稿不一定需要用小論文形式，也可以寫出對於台灣與韓國設計交流這五十年來個人的感想就好。於是我們雙方就協議達到共識——以此作為本文章的書寫方式。實際上，筆者也無法果斷的確認「我」就是第一個與台灣做設計交流的韓國人，只能以當初交流時的經驗以及想法作為本次稿件內容的基礎。此外，因為筆者的專業是平面設計（Graphic Design），文章的內容也當然是以平面設計作為書寫範圍，並且合併整理出了歷年來筆者曾經親自參加或是耳聞的相關展覽交流活動。

韓國與台灣在近代都曾經受到日本的殖民統治，1945 年之後從日本統治獨立的兩國政治環境發展也幾乎相同。所以，我認為兩國在近代平面設計（Graphic Design）的形成發展過程，也多多少少有相似的部分。但是因為我幾乎沒有對五十多年前的台灣視覺設計有相關經驗或是記憶，所以只能以在我認為與韓國相似的基本狀況的基礎下做思緒的疏理。

1945 年脫離日本統治後的韓國，無論是在政治、經濟、社會或是文化等各層面都十分地不安定。當時以日本人為主要投資人、並由日本人經營的各種大大小小的企業行號，都撤回到日本本國；因此，在連提供所有基本供需的市場都消失不見的險惡環境下，人們面臨了所有事物都要重頭開始的極端狀況。加上 1950 年韓戰爆發後，留下來的不只有未結束的戰爭，更是整個社會的衰退。

而設計界的活動，可以說是在當時以各種社會情況綜合起來的狀態之下，成長出來的一枚果實。不過，就算是在這種情況下，設計活動可說是不具備任何補助基礎

的真空狀態中開始的。慶幸的是，當參戰的聯合軍隊將外國文化帶入韓國國內、而戰後韓國國內基礎建設重建跟需要開始生產民生物品之後，「設計」的重要性也就漸漸地被人理解、接納了。

筆者受過的設計教育，是經由從在日本強佔時期到日本留學，學習「當代日本設計的現實與基準」的教授們、以及他們的後輩（學弟妹）所習得的。如果說，當年教授筆者設計的這群教授們，是韓國設計界的第一代（設計師）或是第 1.5 代的話，那麼跟筆者我年齡相仿、當時正在學習設計的其他年輕人們，則可以被稱作為韓國設計界的第二代或第 2.5 代。

我們學習設計的當時，是從日本設計的現實為基礎的日本式教育課程，漸漸地轉換為西方教育課程的一個過渡期。不過，在設計相關的書籍或是像樣的材料、資源貧乏的環境下，我們幾乎說是只能用滿腔的熱血跟學習奮鬥；特別是對於國外的資訊特別有興趣：透過 LIFE、VOGUE、Esquire 等雜誌，有時可以接觸到西方的設計。或是利用難以取得，好不容易才看得到的日本書籍來間接認識日本的設計。在經濟拮据以及社會普遍認知不足的狀況下，我們可以說是為了做出有獨創性造型語言以及有感覺的作品，而堅持不懈地努力。

1960 年代，是混用「圖案」、「意匠」、「工藝」、「應用美術」、「商業美術」、「產業美術」、「裝飾美術」、「生活美術」等名詞，並且對於「平面設計（Graphic Design）」這個用語生疏的年代。其中，筆者於 1969 年畢業於韓國弘益大學，同班同學們畢業後多以設計師職位任職於企業公司的設計或是廣告部門；而筆者則是因為被推薦為大學助教，所以展開了校園任教生活。畢業那年，筆者跟幾位渴望新的設計、尋求可以表現出差異性設計的新造型研究和表現素材的教授以及前後輩們，一起成立了「韓國現代設計實驗作家會」。協會成立的宗旨，是建立在「維持協會會員們間良好和睦關係，並且透過以比現今現代設計界更新、更有實驗精神的創作活動，為社會做出新的文化發展貢獻，增進設計師的實力、寄與本協會良好發展」為主要目的。這樣的成立目的，將此團體的屬性交代得很清楚。同時利用展覽、討論活動、文化探訪等多樣化活動來補足、並滿足我們對於尋求更多設計知識的慾望。

直到進入 1970 年代中期，韓國設計界世代交替。與第一代不同、二戰結束韓國獨立後才受教育的第二代、第 2.5 代設計學生大舉進入社會職場，正式開始了他們的設計生涯。此時的韓國，在經濟成長跟社會認知的變化之下，設計作業環境更加完善、設計師們也更容易進行各項活動。

同一時期，透過中華民國（台灣）大使館的引介，我們於 1974 年開始與「變形蟲設計協會」進行交流活動。當時韓國並沒有跟中國有外交關係，而在韓國則是將中

華民國（台灣）通用稱為「自由中國」的時期，於是我們與我們年紀相符的台灣年輕人，開始了所謂的國際交流。這次的交流，我想應該可以稱作是韓國跟台灣平面設計界交流的起始點；爾後，兩國間的設計交流，透過緊密的紐帶關係，有了更進一步地發展。

II

我們與台灣的平面設計交流，在跟筆者有相關的範疇內大致可以分成五種方向：第一種，是 1974 年起到 1998 年，長達二十四年的「韓國現代設計實驗作家會」（現為 KECD, 韓國現代設計協會 / 以下簡稱 KECD）與中華民國「變形蟲設計協會」之間的交流展。第二種，是大韓產業美術家協會（KIAA）與中華民國美術設計協會從 1981 年到 1984 年舉辦的亞洲設計交流展。第三種，是從 1999 年開始一直到最近，非特定團體的台灣設計師可以自由參與由 KECD 主辦的「國際設計交流展」。第四種是從 2008 年開始到 2018 年，十多年間由韓國成均館大學（SKKU）與台灣國立師範大學（NTNU）之間輪流舉辦的學術發表會以及海報交流展。第五種則是包括筆者本人在內的設計師個人活動或是透過參加與其他設計相關協會、學會，校際間國際交流、活動等而辦成的設計交流活動。

以第一種方向來說，由 KECD 與變形蟲設計協會在 1974 年舉辦的第一次交流展《中韓心象藝術展》對我們有著無比的意義：第一，這是我們與國外的第一個交流展。第二，兩方協會會員們因為年齡相仿，互有著同時代的同袍意識。透過他們的作品，我們終於開始可以直接地接觸他們的文化跟想法。隨後 1976 年在首爾展

開了第二次的交流展，本次展覽為韓國第一次展出台灣設計師們的作品，引起了許多在韓國主修設計的人的興趣。「變形蟲設計協會」在當時也是在台灣設計發芽初期，為了在各種困難條件之下找到自己的出路，而士氣激昂的一個協會；並且多少帶著菁英意識而展開相關活動的一個設計團體。在之後的二十多年間，兩協會攜手在包含台灣首都台北、韓國首都首爾等都市間穿梭，進行了將近四十多次的城市地方巡迴展。時常會有利用共同主題創作，進而可以有趣地相互觀察、了解雙方不同文化的機會；抑或是透過展覽本身，以國家別當前問題、以國際時事、以有時效性的話題等等作為主題來分享、了解並對各自的立場引起共鳴。這樣的交流方式，後來擴大到包括日本、香港、中國、澳門等亞洲地區，也成為了《亞洲平面設計三年展（Asia Graphic Design Triennale）》的前身。

此外，KECD 也在 1990 年日本別府市（Beppu）、飯田市（Lida），1991 年奈良（Nara），1995 年東京（Tokyo），1996 年福岡（Fukuoka），用「特別邀請」的形式在與日本的交流展上，將台灣的海報作品介紹給日本。雖然在韓台日三國之間有著文化差異，但是透過這樣的展覽，我們可以在差異當中發現無限的創意價值，並且感動了許多人。不過，在 1998 年以後，不太確定是發生了什麼事，變形蟲設計協會停止了相關的對外活動，我們與變形蟲設計協會的交流活動也跟著中斷了。當時的 KECD 每年都會有新的會員加入，協會規模不斷地擴張；反倒是變形蟲設計協會的會員數一直都維持在十多名左右，可說是處於停滯的狀態。直到 2011 年，我回到台北參加「IDA 國際設計大會」的時候，才再次確認了變形蟲設計協會後來有重新再運作的事實。



1970_KECD 創立展



1974_中韓心象藝術占展



1976_韓中交流展



1979_台北羅福畫廊個人展



1980_第一次訪問台灣

韓國現代設計實驗作家協會

(現為韓國現代設計協會 / KECD) 與台灣變形蟲設計協會交流展事紀

1974. 12. 《中韓心象藝術展》(台灣台北, 凌雲畫廊)

1976. 04. 《韓中 Graphic 交流展》(韓國首爾, Growrich 畫廊)

1979. 02. 《中韓現代藝術群展》(台灣台北, 春之藝廊)

1979. 02. 《中韓現代藝術群展》(台灣高雄, 高雄學院) *展出地需確認

1979. 05. 《韓中國際 Graphic 展》(韓國首爾, 新世界美術館)

1980. 07. 《韓中國際 Graphic 展》(韓國首爾, 美都波畫廊)

1981. 09. 《中韓俗語表現展》(台灣台北, 春之藝廊)

1982. 11. 《亞洲設計名家邀請展》(台灣高雄, 高雄市立圖書館展覽廳)

1983. 02. 《亞洲設計名家邀請展》(台灣台中, 台中市立文化館)

1983. 07. 《韓中 Graphic 展》(韓國首爾, 出版文化會館展覽廳)

1986. 08. 《韓中 Graphic 展》(韓國首爾, 東邦 PLAZA 美術館)

1989. 04. 《中韓 Graphic 交流展》(台灣台北, 華視藝術中心)

1989. 08. 《KECD 創立 20 週年紀念展》(韓國首爾, 東邦 PLAZA 美術館)

1990. 07. 變形蟲設計協會在 KECD 的《韓國形象展》中, 以《中國形象展》名稱參加在日本的展覽(日本別府, TOKIWA 百貨店展覽廳)

1990. 08. 變形蟲設計協會在 KECD 的《韓國形象展》中, 以《中國形象展》名稱參加在日本的展覽(日本飯田, 飯田市美術館)

1990. 09. 《韓中設計交流展》(韓國首爾, 東邦 PLAZA 美術館)

1991. 02. 《亞洲設計家交流展》(台灣台北, 台北市立美術館)

1991. 03. 《亞洲設計家交流展》(台灣台南, 台南縣立文化中心)

1991. 04. 《亞洲設計家交流展》(台灣屏東, 屏東縣立文化中心)

1991. 05. 《亞洲設計家交流展》(台灣台南, 台南市立文化中心)

1991. 07. 《亞洲設計家交流展》(台灣高雄, 高雄縣立文化中心)

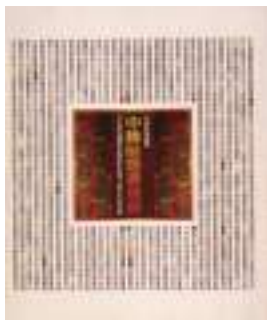
1991. 08. 變形蟲設計協會受邀參加《ASIA GRAPHIC IMAGE 奈良'91 展》(日本奈良, 奈良町中心)

1991. 09. 《第 1 屆 Asia Graphic Design 展》(韓國春川, 春川市立文化館展示室)

1991. 09. 《第 1 屆 Asia Graphic Design 展》(韓國首爾, 東邦 PLAZA 美術館)



1979_韓中交流展



1981_中韓俗語表現展(台灣)



1982_亞洲設計名家邀請展



1983_韓中交流展



1986_韓中交流展



1989_韓中 Graphic 交流展

1991. 10. 《第 1 屆 Asia Graphic Design 展》(韓國公州, 公州大學展覽廳)
1991. 10. 《第 1 屆 國際設計講座》(首爾, 月刊「Design House」公司會議室)
- 楊國台會長發表
1992. 02. 《亞洲平面設計》全州展(韓國全州, 全北藝術會館展示室)
1992. 03. 《亞洲平面設計》清州展(韓國清州, 清州藝術館展示室)
1992. 03. 《亞洲平面設計》大田展(韓國大田, 大田市民會館大展示室)
1992. 03. 《亞洲平面設計》大邱展(韓國大邱, 大邱文化藝術會館展示室)
1992. 03. 《亞洲平面設計》釜山展(韓國釜山, 釜山文化會館展示室)
1993. 09. 《亞洲平面設計交流展》(日本名古屋, 名古屋市民畫廊)
1994. 05. 《第 2 屆亞洲(亞細亞)平面設計三年展》(韓國首爾, KIDP 展示室)
1994. 06. 《中韓交流 20 週年紀念專刊發行》(台灣變形蟲設計協會)
1994. 06. 《第 2 屆亞洲(亞細亞)平面設計三年展》
(韓國春川, 春川市立綜合文化藝術會館展示室)
1994. 06. 《第 2 屆亞洲(亞細亞)平面設計三年展》
(韓國群山, 群山市民文化會館展示室)
1994. 11. 《韓中交流 20 週年紀念》首爾展(韓國首爾, NARAE Gallery)

1994. 12. 《韓中交流 20 週年紀念》江陵展(韓國江陵, 江陵文化藝術館展示室)
1994. 12. 《韓中交流 20 週年紀念》三陟展(韓國三陟, 三陟綜合文化藝術會館展示室)
1994. 12. 《韓中交流 20 週年紀念》春川展(韓國春川, 春川市立文化館展示室)
1994. 12. 《韓中交流 20 週年紀念》原州展(韓國原州, 原州雉嶽藝術館展示室)
1995. 03. 《韓中交流 20 週年紀念 --- 中韓 Graphic 交流展》
(台灣高雄, 高雄市立文化中心)
1995. 07. 《韓中交流 20 週年紀念 --- 中韓 Graphic 交流展》
(台灣台南, 台南縣立文化中心)
1995. 09. 《日本二科會創立 80 週年紀念特別展 --- Asia Graphic Designer 邀請展》
(日本東京, 上野森美術館) - 邀請韓國 KECD 與變形蟲設計協會參加
1995. 10. 《中韓 Graphic 交流展》(台灣台南, 台南市立文化中心)
1996. 02. 《亞洲設計交流展 Creative Relay - II》
(日本 福岡, ACROS 福岡交流 Gallery)
- 邀請韓國 KECD 與變形蟲設計協會參加
1997. 03. 《第 3 屆首爾 - 亞洲(亞細亞)平面設計三年展》
(韓國首爾, 藝術的殿堂美術館)
1998. 09. 《亞洲設計名家 變形蟲關懷展》(台灣高雄, 高雄縣立文化中心)
- 邀請 KECD 參加



1991_ 第一屆亞細亞 Graphic 交流展
(楊國台出席)



1993_ 亞細亞
Graphic 交流展



1994_ 第二屆亞細亞
Graphic Design Triennale



1995_ 中韓交流
20 週年紀念專輯(台灣)



1995_ 中韓 Graphic
交流展(20 週年紀念展)



1997_ 第三屆亞細亞
Graphic Design Triennale

第二種方向：過去韓國的獨立設計師會加入不只一個協會，而是兩個，甚至多達三個以上，以求多方面的對外活動跟曝光。筆者也不只是在 1969 年間創立了 KECD，1970 年也加入了在 1945 年成立的韓國歷史最悠久的美術相關團體——大韓產業美術家協會（KIAA，簡稱產美），參與此協會的活動直到 2017 年為止。為了能正式加入 KIAA，申請者必須是曾經在由設計協會舉辦的公開徵集比賽中得到三次以上「特選」的人，才有資格拿到申請入會的門票，入會門檻可說是十分高。當時包括了筆者，有許多 KECD 的會員也都同時加入兩個協會。我認為台灣應該跟韓國差不多，設計師們都是加入兩到三個團體參加活動的。

1981 年，大韓產業美術家協會的會員們第一次受邀參加，由台灣中華民國美術設計協會舉辦的《亞洲設計交流展》，同年同一展覽，中華民國美術設計協會也受邀在首爾展出。這次的展會可說是跨越兩個小團體之間的交流展，提升成為兩個國家大型設計團體，首次攜手舉辦的國際交流展。之後到 2001 年為止，期間共有四次的國際交流展，都在韓國首爾舉行。可惜的是在那之後，雙方交流就再也沒有進一步的進展；同時，KIAA（大韓產業美術家協會）也在 2015 年舉辦慶祝成立七十週年紀念展覽之後，從 2020 年開始就停止所有活動了。

大韓產業美術家協會（KIAA，簡稱產美）與中華民國美術設計協會間交流展事紀

1981. 04. 《亞洲設計交流展》
（台灣台北，台北市國父紀念館）

1981. 04. 《亞洲設計交流展》
（韓國首爾，韓國設計包裝中心（KIDP）展覽館）

1981. 04. 《亞洲設計交流展》
（台灣高雄，高雄市立文化中心）

1981. 05. 《亞洲設計交流展》
（台灣台中，台中市立文化中心）

1981. 05. 《亞洲設計交流展》
（台灣台南，台南市現代生活展覽會場）

1984. 06. 《亞洲設計交流展》（韓國首爾，韓國設計包裝中心（KIDP）展覽館）

1999. 05. 產美《首爾國際現代海報展》（韓國首爾，首爾市立美術館）

2000. 06. 產美《首爾國際現代海報展》
（韓國首爾，韓國產業設計振興院（KIDP）展覽館 / 釜山，釜山市立美術館）

2001. 06. 產美《首爾國際現代海報展》（韓國首爾，首爾市立美術館）



1981_ 亞洲設計家聯展
（台北高雄台中台南）



1981_ 亞細亞 Design 交流展



1984_ 第三屆亞細亞
Design 交流展



1999_ 產美首爾國際
現代海報展



2000_ 產美首爾國際
現代海報展



2001_ 產美首爾國際
現代海報展



2015_ 產美 70 年資料集

第三種方向：在和變形蟲設計協會的交流中斷之後，KECD 與台灣之間的交流就轉變成不局限於團體，而是設計師個人也可以自由參加的國際交流方式。過去舉辦了包含台灣等亞洲十幾個國家參加的大大小的國際交流展大約有 40 次；不久前在首爾藝術殿堂（Seoul Art Center）書藝博物館展出的 2021 年《第 11 屆亞洲平面設計三年展（Asia Graphic Design Triennale）》與隸屬於首爾市的「首爾設計基金會」合作舉辦了《KECD 國際海報展 & 首爾設計 2022 展》（韓國首爾，東大門設計廣場 DDP），本次交流展覽活動也吸引了來自台灣約三十多名設計師的熱情參加。

2000 年代之後，不論是韓國還是台灣的設計環境都有很大的變化：兩國各自的經濟向上發展、消費市場也大幅的擴張到國際層面，可以說是在同一個共同體中持續地互相受到影響。此外，也漸漸跳脫出為找尋自身國家的正體性、主體性的微小框架之中。透過參與國際交流活動，以更高的眼光與世界接軌，設計風格也因學習變得更國際化了。

台灣因為跟中國使用的文字與語言一樣，生活風俗跟習慣也類似，地理跟歷史也可以說互相深深影響。中國開放之後，與台灣和韓國交流之下出現了微妙的共通性及差異性；同時在設計跟素材的選擇和其範圍上，規模不僅龐大而且頗有內在深度。再來，韓國因夾在大陸跟海洋勢力之間，為了順應自然，人們發展出了有些委婉卻溫暖、熱情的一面。正所謂「文化」，可以表現出一個民族與其社會全面性的生活型態。韓國跟台灣在相互不同的社會文化背景下，透過合作和競爭，各自將國家的特徵帶到國際舞台上，可以說是不斷地在成長、茁壯。

KECD 與台灣設計師的交流展

（包含台灣 TPDA, ATT, GDA, KCA 會員以外個人名義參加）事紀

1999. 05. 《國際現代海報展》/

《法國國際海報沙龍展》韓國展（韓國群山，群山市廳展覽室）

2000. 10. 《Oullim》東亞海報展（韓國首爾，KIDP 展覽館） /

《Icograda Millennium Congress Oullim 2000 Seoul 紀念展》

2000. 10. 《第 4 屆首爾 - 亞洲（亞細亞）平面設計三年展》（韓國首爾，美術會館展覽廳）

2000. 10. Icograda Asia Regional Meeting》（韓國首爾，Tower Hotel Rose Room）

2000. 10. 《第 4 屆首爾 - 亞洲（亞細亞）平面設計三年展》金海展
（韓國金海，仁濟大學圖書館展覽廳）

2001. 08 《第 4 屆首爾 - 亞洲（亞細亞）平面設計三年展》大邱展（
韓國大邱，大邱文化藝術會館展覽廳）

2001. 12. 《亞洲海報三國志展 / The Trio of Asia Poster 展》
（台灣台北，台灣師範大學展覽廳）

2002. 09. 《Icograda Regional Meeting in Taipei》
（台灣台北，CETRA 會議廳）



2000_ 第四屆 Seoul-Asia Graphic Poster Triennale



2005_ 國際漢字海報邀請展
（台北高雄）



1999_ 產美首爾國際
現代海報展

2003. 10. 《第 5 屆首爾 - 亞洲平面設計三年展》
(韓國首爾, 世宗文化會館展覽室)
2003. 10. 《東亞設計座談會》(韓國首爾, 成均館大學校 600 週年紀念館新千年廳)
- 台灣林磐聳教授講座
2003. 11. 《Chinese Character International Poster Exhibition》
(台灣高雄, TFIF Gallery)
2003. 11. 《Chinese Character International Poster Exhibition》
(台灣台北, NTNU Gallery)
2004. 05. 《2004 中國延邊國際海報展》
(KECD/ 中國延吉, 延邊大學共同主辦, 延邊美術館)
《中國國際平面設計研討會》(中國延吉, 延邊大學藝術學院綜合藝術廳大會場)
- 主持人 / 台灣林磐聳教授
2005. 10. 《國際漢字海報邀請展》
(台灣台北, 台灣師範大學 / 高雄, 東方技術學院)
2006. 11. 《第 6 屆首爾 - 亞洲平面設計三年展》
(韓國首爾, 藝術殿堂設計美術館)
2007. 10. 《Color & Design 大邱國際海報展》
(韓國大邱, 大邱 EXCO 展覽廳)

2008. 07. 《Icograda Design Week in 大邱 2008》(韓國大邱, 大邱 EXCO 活動廳)
紀念展覽《國際 Color Poster 展》(韓國大邱, 大邱慶北設計中心)
- 台灣代表林磐聳教授、施令紅教授等共 8 名參加
2009. 11. 《第 7 屆首爾 - 亞洲平面設計三年展》
(韓國首爾, 藝術殿堂設計美術館)
2010. 11. 《中國延邊國際海報展》
(KECD+ 延邊大學藝術學院主辦 / 中國延吉, 延邊大學美術館)
- 台灣設計師受邀參展
2011. 10. 《2011 IDA Congress Taipei 特別展》
(台灣台北, TWTC 世貿展覽館)
- KECD 白金男, 安昌浩等共 3 名參加
2011. 10. 《2011 Invitational Exhibition for Global Poster Creation》
(台灣高雄, 光之穹頂)
2012. 05. 《台灣師範大學施令紅教授個人邀請展》
(韓國首爾, 成均館大學校 成均 Gallery)
2012. 10. 《第 8 屆首爾 - 亞洲平面設計三年展 2012》(韓國大邱, 大邱慶北設計中心)
《Asia Design Conference》(韓國大邱, 大邱慶北設計中心)
2014. 05. 《2014 Asia Designer 國際招待展》
(韓國首爾, I-Ang Gallery / 大邱, 大邱慶北設計中心)



2012_ 台灣師大施令紅教授個人邀請展



2012_ 第 8 屆 Asia Graphic Design Triennale 開幕式



2015. 05. 《第 9 屆首爾 - 亞洲平面設計三年展 2015》(韓國首爾, I-Ang Gallery)
紀念國際講座(韓國首爾, I-Ang Gallery)
- 台灣林磐聳教授發表
2016. 04. 《2016 Asia Poster Tour 展》
(亞洲共六國參加, 並在六國共七個都市中展出)
2016. 05. 《2016 韓中設計文化交流展》
(韓國首爾, 仁德大學雅井美術館)
2016. 12. 《「亞洲設計聯盟(ACDA)」籌備成立國際會議》
(韓國大邱, 大邱慶北設計中心)
- 台灣林俊良教授參加出席
2016. 12. 《2016 國際海報展 + A9》
(韓國首爾, I-Ang Gallery)
2017. 04. 《台灣師範大學林磐聳教授個人邀請展》
(韓國首爾, I-Ang Gallery)
2017. 11. 《2016 國際海報展 + A9》
(韓國大邱, 大邱慶北設計中心)
2018. 08. 《韓中交流 25 周年現代設計優秀作品邀請展》
(韓國, 仁德大學雅井美術館)



2017_台灣師大林磐聳教授個人邀請展



2015_第 9 屆 Asia Graphic Design Triennale 開幕式



2015_第 9 屆 Asia Graphic Design Triennale



2017_國際 Poster+A9 展



2018_ACDA Asia Design Biennale

2018. 10. 《第 10 屆首爾 - 亞洲平面設計三年展 2018》
(韓國首爾, I-Ang Gallery)
2018. 11. 《「亞洲設計聯盟 (ACDA)」成立紀念國際會議》
(韓國大邱, 大邱慶北設計中心)
- 台灣林磐聳教授參加出席
2018. 11. 《ACAD Asia Design Biennale 2018》
(韓國大邱, 大邱慶北設計中心)
2019. 12. 《2019 KECD 成立 50 週年紀念國際邀請展》
(韓國首爾, 弘益大學大學路藝術中心)
2020. 12. 《KECD 國際海報展 - 主題: Breathe》
(Online VR 展)
2021. 11. 《第 11 屆首爾 - 亞洲平面設計三年展 2021》
(韓國首爾, 藝術殿堂書藝博物館)
2022. 10. 《KECD 國際海報展 & 首爾設計 2022》
(韓國首爾, DDP)
主題: Beautiful Seoul



2021_ 第 11 屆 Asia GraphicDesign Triennale



2021_ 第 11 屆 Asia GraphicDesign Triennale



2021_ 第 11 屆 Asia GraphicDesign Triennale

2022_KECD 國際海報邀請展
& Seoul Design 20222019_KECD 50 週年紀念
國際邀請展2019_KECD 50 週年紀念
資料集2022_KECD 國際海報邀請展
& Seoul Design 20222022_KECD 國際海報邀請展
& Seoul Design 20222022_KECD 國際海報邀請展
& Seoul Design 2022

第四種的情況是以韓國成均館大學與台灣的國立台灣師範大學研究所學生為中心展開的交流展以及學術發表會，透過此種活動方式讓兩國年輕的設計學子得以進行設計交流。這樣的交流可以說是建立在包含筆者與台師大林磐聲教授等，兩校的教授與學生們之間深刻的信任上所開始的。2008 年五月第一次在台北的國立台灣師範大學德群藝廊以《情》為主題進行了交流活動：筆者率領了約二十多名的研究生訪問台灣，兩校的學生也進行了學術發表會。雖說是很短的時間，但是同學們多多少少能夠透過這次旅行體驗到了台灣特有的文化。

隨後六月，相同的展覽跟學術大會移師到了首爾，這次換台灣的教授帶領十多位台灣學生來韓國參訪。台灣學生們也同樣地藉有這次的機會，稍微體驗到了韓國文化。之後每年各以《傳統文化》、《愛》、《彩》等共同主題舉辦了海報展，一直到 2011 年總計共辦了七次的交流活動。透過這樣的形式，兩校學生可以互相溝通各自的教育特色，並互相感受、理解並且尊重各自的文化要素。此外，自 2012 年開始到 2018 年為止，中國的廈門大學也一同參與；於是就發展成由韓台中三國共同主辦的交流形式。當時曾以《道》及《白》作為共同主題，進行了海報交流展及學術發表會。

其實，韓國一直到 1972 年為止，學生在中高等學校的課程中都有學習「基礎漢字 1800 字」；但是在所謂「韓文新世代」登場之後，漢字就漸漸不再被放入教學大綱，學生們也很難使用漢字（中文）來互相溝通了。不過，幸好年輕人們懂得利用他們特有的才華以及幽默風趣的方式來表達自己，不但可以保持各自原有特質，也懂得用獨特的造型語言和富有美感的作品來呈現各國風格、文化與歷史，呈現其創作價值。與其討論誰的表現技巧更好，透過學生們的作品，可看出他們追求的是以韓國、台灣、中國的特殊地域性以及其文化價值為基礎，探索、挑選各自的國家文化素材後結合西方的造型及形式來呈現作品。此外，從作品中可以窺見學生們為了在確保呈現作品的國際性及世界觀之外，還努力為尋求自身獨特風格所下的功夫。學生們可以互相認識彼此的差異性及共同點，充實自己的眼界；透過不同的詮釋與表現手法，同學們也能有重新認識自身文化的機會，誠懇地探討與其他文化的差異性。

設計，是為了他人、為了能做出更美好東西的一種創意與文化的應用。對學生們來說，可以行走在三個不同國家間得到的經驗，無非是最好的文化體驗。國際間的友誼，可以讓他們的視野更寬廣、能夠發揮的空間更大；對於成長為將來引導亞洲設計的主要棟樑，能夠更有自信。可惜這樣的交流活動目前已經中斷了。

SKKU (韓國成均館大學) + NTNU (國立台灣師範大學) 研究所學生設計交流展 / 學術發表會事紀

2008. 05. NTNU + SKKU 設計交流展暨學術發表會
(台灣台北, 台灣師範大學德群藝廊)
- 共同主題:《情》

2008. 06. SKKU + NTNU 設計交流展暨學術發表會
(韓國首爾, 成均館大學成均 Gallery)
- 共同主題:《情》

2009. 06. SKKU + NTNU 設計交流展暨學術發表會
(韓國首爾, 成均館大學成均 Gallery)
- 共同主題:《傳統文化》

2010. 05. NTNU + SKKU 設計交流展暨學術發表會
(台灣台北, 東吳大學城中區游藝廣場)
- 共同主題:《愛》



2008_NTNU+SKKU 交流展

2010. 06. SKKU + NTNU 設計交流展暨學術發表會
(韓國首爾, 成均館大學成均 Gallery)
- 共同主題:《愛》
2011. 05. NTNU + SKKU 設計交流展暨學術發表會
(台灣台北, 東吳大學城中區游藝廣場)
- 共同主題:《彩》
2011. 06. SKKU + NTNU 設計交流展暨學術發表會
(韓國首爾, 成均館大學成均 Gallery)
- 共同主題:《彩》
2012. 05. NTNU + SKKU + XMU 設計交流展暨學術發表會
(台灣台北, 東吳大學城中區游藝廣場)
- 共同主題:《道》 / 中國廈門大學 (XMU) 首次參加
2012. 05. SKKU + NTNU + XMU 設計交流展暨學術發表會
(韓國 首爾, 成均館大學成均 Gallery)
- 共同主題:《道》
2012. 06. XMU + SKKU + NTNU 設計交流展暨學術發表會
(中國廈門, 廈門大學美術館)
- 共同主題:《道》
2013. 05. SKKU + NTNU + XMU 設計交流展暨學術發表會
(韓國首爾, 成均館大學成均 Gallery)
- 共同主題:《酒》
2015. 05. NTNU + SKKU + XMU 設計交流展暨學術發表會
(台灣台北, 台灣師範大學德群藝廊)
- 共同主題:《白》
2016. 04. SKKU + NTNU + XMU 設計交流展暨學術發表會
(韓國首爾, 成均館大學成均 Gallery)
- 共同主題:《平等》
2018. 05. NTNU + SKKU + XMU 設計交流展暨學術發表會
(台灣台北, 青田五七)
- 共同主題:《RIGHTS》



2009_SKKU+NTNU 交流展

2010_NTNU+SKKU
交流展 (台灣)2010_SKKU+NTNU
交流展2011_NTNU+SKKU
交流展 (台灣)2011_SKKU+NTNU
交流展2012_NTNU+SKKU+XMU
交流展 (台灣)



2012_SKKU+NTNU+XMU
交流展



2012_XMU+SKKU+NTNU
交流展 (中國)



2013_SKKU+NTNU+XMU
交流展



2015_NTNU+SKKU+XMU
交流展 (台灣)



2016_SKKU+NTNU+XMU
交流展



2018_NTNU+SKKU+XMU
交流展 (台灣)

第五種的情況是個人的活動。不過，老實說這種方向是無法一一去做確認跟證實的：以筆者為例子來說，1979 年曾經在台北的羅福畫廊辦過個人作品展。之後透過 KECD 跟 KIAA，除了參展之外也以國際比賽評審委員的身份參加在台灣跟韓國的許多交流展；也有時會透過國際設計講座的机会，在台灣發表許多韓國設計案例。雖然無法詳細逐一列出，除了像是 KECD、成均館大學之外，還有其他的韓國設計團體、學會、學校間等交流。韓國許多學生跟設計師也都會以個人名義參加國際交流展或是國際性作品徵集活動，以求有舞台來發揮、展示出自己的設計。此外，也有些人是參加國際論壇或是以國際比賽評審委員的身份參加的。像這樣多樣的交流活動，讓我們看見更加豐富及多元的韓台設計圈。

III

筆者在 1980 年受到中華民國變形蟲設計協會的邀請，第一次與弘益大學的恩師與四位朋友一起訪問台灣。在當時出國旅行是十分困難的事，我們帶著既興奮又緊張的心情出發。我們受到變形蟲設計協會的楊國台、霍鵬程、吳進生等會員們，以及中華民國美術設計協會楊夏蕙理事長熱烈的歡迎與招待，在台停留短短一週的時間去看了很多地方。

第一次接觸台灣文化的那個巨大衝擊，我到現在還記憶猶新。第一個衝擊點，就是台灣人對漢字的表達方式：在韓國，「DESIGN」這個單字直接外來語音譯韓文為「디자인」，但是在台灣或是中國則是翻譯成「美術設計」或「平面設計」。當時，在韓國對於要不要把「設計」加在「美術」的範圍內還在議論紛紛；而台灣（及中國）卻已經將之翻成「美術設計」，這樣絕妙的翻譯令我讚嘆佩服！文字，被認為是可以乘載一個民族身份（Identity）十分重要的工具。在這個角度來看，這兩個國家都保有了與其他任何一個國家都不相同、有著獨特型態的文字。這可以說是十分珍貴的並令人驕傲的文化遺產。爾後，台灣與韓國就以最親密的老友身份交流了五十多年。雖然開始的時候我們的力量是微不足道的，但在五十多年後的今天，都能以十分強而有力之亞洲國家合作夥伴的角色在世界設計圈中穿梭、如魚得水。對設計師們來說，當不論是用個人或泛國家的方式將自己國家的文化宣傳給他國一般大眾時，國際交流就是一個必要的媒介且重要的資產。

近年來因為技術發展和設計以合作、跨領域等方式讓各產業產生了巨變。因此，「設計」是連結產業時代、創意時代、感性時代重要的道路，成為可以相互融合、發掘產業領域的主要原動力。特別是在人類日常生活漸漸地自動化、智能化的社會中，不難發現經濟越是成長，工作機會反而就越發減少。在這樣的狀況下，未來，

「我們設計師將會變成怎麼樣呢？」等等的的不確定性成為了我們不得不擔心的現實問題。設計的中心，必須是以人為本：所謂「做出更好的東西」指的並不只是有產品跟服務本身，更是需要改變人類的生活與環境。因此，為了讓「設計」這個產業能夠生存以及繁榮下去，我們需要確實地做好準備並賦予「設計」新的角色以及價值：如同現今只強調設計表現手法的這種方式已經出現了局限性，必須要能在產業中創造出新的價值，才能在殘酷的現實中存活下來。

我聽說在台灣也即將會有國家級的設計振興機關設立。所謂的「設計振興」指的不是經濟學上的邏輯而已，當發現在「提升國民生活水準、營造舒適的生活」的這件事是絕對必要時，為了設計的振興發展，全國上下攜手的努力，比起任何時候都要來的切實並且是當務之急的課題。此外，設計師們的「權益保護」，以及「透過設計讓國民更幸福、讓產業更成長」的這兩件事情應該要被列為很基礎的原則。再者，設計師全力以赴努力貢獻以自身促進社會發展，可以說是國民大眾委託給設計專業領域人力去執行的一種社會責任。各設計領域的間線越來越模糊，越來越融合，將會創造出新的設計價值。

近年來，協會等團體活動比不上以前了。許多人為了實現一個共同目標而聚在一起的團體，叫做「協會」，但是事實上這種團體的優點跟魅力在今日已經漸漸式微。在網路發達的時代，個人可以快速、容易地接觸到全世界正在發生的所有跟設計有關的活動、消息。特別是強調個人主義的今天，年輕世代設計師們可以輕易地以個人名義參加國際組織活動，發揮才華、為自己發聲。在這樣的背景下，韓國跟台灣的设计交流要與以往不同，必須是用更加成熟、更多元化的方式來進行。

對於設計，我期待兩國的平面設計師的創作能夠超越單純只是滿足個人對不同世代美感的想法，或是作為企業發展的視覺性要素而已。必須以更高層次方式努力參與現實社會，進而使韓國與台灣一同成為世界一流的文化藝術國家。為了能設計出更美好的未來，我們正身處在需與世界接軌、溝通與交流的重要關鍵時刻。

與台灣的五十年交流，帶給筆者的不是可以用言語形容的歡喜及成就感。不管世界再怎麼變化，單純地執著在只做海報設計的台韓兩國，可以一直如老友般繼續密切交流的原因，就是兩國將其特有的文化及審美觀、想像空間透過海報設計，努力不懈以獨特的視覺語言表達的關係；也是因為「海報」可以乘載著不同個體遙望世界的那顆溫暖的心以及我們誠摯的愛。

以此文章獻上給所有在台灣的朋友們，我的愛與感謝之意。

2023 年 2 月 執筆

韓國－臺灣 디자인交流 50 年에 대한 所懷

백금남

Kum-Nam Baik

한국성균관대학교 예술대학 명예교수

韓國－臺灣 디자인交流 50 年에 대한 所懷

백금남

Kum-Nam Baik

I.

臺灣의 오랜 친구 林磐聳教授로부터 메시지를 받았다. 2024 년이 되면 臺灣과 韓國이 디자인交流를 始作한지 50 년이 되는 해다. 韓國人 中에서는 筆者가 臺灣과의 디자인교류에서 가장 오래 동안 交流해온 사람이라 해서 交流 50 年에 즈음하여 ‘韓國과 臺灣과의 디자인交流 50 年’에 대한 小論文을 써달라는 부탁이었다. 그러나 오래된 일이라 資料를 구하기가 쉽지도 않을뿐더러 成均館大學校를 停年退任한지도 10 年이 넘어 디자인關聯 小論文을 쓴다는 것이 부담스러워 仕樣을 했다. 再次 林教授로부터 連絡을 받았고, 小論文이라기보다는 個人的으로 느끼고 있는 臺灣과 韓國과의 디자인교류 50 年에 대한 所懷形式的 글을 쓰는 것으로 意見을 맞추어 이 글을 쓰게 되었다. 事實은 筆者가 처음으로 臺灣과 디자인交流를 했다는 確信도 없지만, 다분히 當時의 筆者의 經驗과 생각을 基準으로 해서 이 글을 쓴다. 또한 筆者의 專攻이나 活動領域이 그래픽디자인이므로 그 範圍도 그래픽디자인에 한해서이며, 筆者가 直間接으로 關聯되었던 展示行事を 중심으로 해서 整理할 것이다.

韓國이나 臺灣은 近世들어 오래 동안 日本으로부터 殖民地生活을 했고, 1945 년 獨立을 이룬 政治的 環境이 같은 나라라고 할 수 있다. 그래서 현대그래픽디자인의 形成過程도 역시 두 나라가 多少 差異는 있었지만 비슷할 것으로 생각된다. 50 餘年 前の 臺灣의 그래픽디자인에 대한 記憶이나 經驗이 많지 않고, 단지 韓國과 비슷했을 거라는 基本的 情況 위에서 생각들을 整理해보는 것이다.

韓國의 境遇를 보면 1945 년 日本으로부터의 獨立 以後 政治的・經濟的・社會的・文化的으로 어느 것 하나 安定된 것이 없었다. 日本人 資本主들과 이들이 經營해온 크고 작은 企業들이 本國으로 撤收하게 되고, 그로인해 需要를 創出할 수 있는 市場까지 사라진 劣惡한 現實에서 모든 것을 새로이 시작해야하는 極限의 狀況이었던 것이다. 더군다나 1950 년에는 韓國戰爭을 겪게 되었고, 結果的으로 戰爭은 남아있는 모든 것을 疲弊하게 했다. 디자인活動이란 當時의 여러 社會的 情況의 複合的인 바탕(土臺) 위에서 자라는 열매와 같다고 할 수 있다. 그러나

그런한 바탕이 되어야 하는 그 어느 하나 갖추어지지 않은 全無狀態에서 始作되었다고 할 수 있다. 다만 戰爭 중에 聯合軍이 들어오면서 外國文化도 함께 國內로 流入되었고, 戰爭이 끝난 후 基礎産業施設의 再建과 生必品 등의 生産으로 디자인의 重要性이 漸次로 새롭게 認識되어 갔다.

筆者는 韓國의 日本强占期時節 日本에 留學을 가서 ‘當時의 日本디자인의 現實과 基準’에 의해 工夫를 하고 돌아온 선생님과 그 後輩들한테서 디자인教育을 받았다. 그런 意味에서 筆者를 가르친 선생님世代를 韓國디자인의 1 世代 혹은 1.5 世代라 한다면, 筆者를 포함한 當時의 젊은 世代들은 韓國 現代디자인의 2 世代 또는 2.5 世代쯤 該當되는 年齡帶라고 할 수 있겠다. 當時의 디자인教育의 現實은 日本式 教育課程에서 점차 西歐式 디자인教育課程으로 變化하던 時節이었다. 그러나 디자인과 關聯된 書籍이나 變換한 材料도 없는 貧困한 環境에서 단지 몸으로 부딪치는 熱情 하나만을 가지고 工夫했다고 할 수 있다. 특히 海外情報에 대한 渴望이 가득했고, LIFE・VOGUE・Esquire 雜誌를 통해 西洋의 디자인을 간간히 接할 수 있었으며, 어쩌다 한번 구경할 수 있는 日本書籍을 통해서 日本의 디자인을 間接的으로 接하기도 했었다. 經濟的 어려움은 물론 社會的 認識이 부족했던 狀況에서도 나름대로 獨創的인 造形言語와 感覺的 作品을 찾아 끊임없이 努力을 했다.

1960 年代는 圖案・意匠・工藝・應用美術・商業美術・産業美術・裝飾美術・生活美術 등의 名稱들이 概念없이 混用되던 時期였으며, 그래픽디자인이라는 用語가 生疎했던 時期였다. 그런 가운데 筆者는 1969 년 弘益大學校를 卒業했고, 同期들 대부분은 企業에 就業을 해서 디자인室이나 廣告室에서 勤務하며 디자인業務를 시작했을 때, 筆者는 大學助教로 推薦받아 學校生活을 시작했다. 弘益大學校를 卒業하는 해인 1969 년에 선생님이나 先輩들과는 差別化된, 디자인에 대한 새로운 造形性에 대한 探究와 表現素材를 찾겠다는 欲求와, 새로운 디자인에 渴急했던 친구들과 함께 ‘韓國現代디자인實驗作家會’를 結成했다. 結成目的은 “本會는 會員相互間에 親睦과 현대디자인界의 보다 새롭고 實驗的인 創作活動을 통하여 社會의 새로운 디자인 文化發展에 이바지함을 目的으로 하며, 디자인녀의 實力向上과 本會發展에 寄與함을 目的으로 한다.”라고 提示함으로써 모임의 性格을 分明히 했었다. 그리고 展示會나 討論活動, 文化探訪 등 多樣한 그룹活動을 통해 不足했던 디자인적 欲求를 채워나갔다. 1970 年代 中盤에 들면서 디자인界는 世代交替를 통해 1 世代와는 다르게 獨立 以後 韓國에서 教育을 받고 成長한 2 世代, 2.5 世代들이 大舉 社會에 進出하며 本格的으로 活動했던 時期다. 그리고 어느 정도 經濟成長과 社會的 認識의 變化와 함께 디자인作業의 環境도 많은 進展을 이루어 活動이 容易해가던 時期다.

그러던 때에 中華民國(臺灣)大使館으로부터 臺灣의 ‘變形蟲設計協會’를 紹介받고 1974년부터 交流가 始作되었다. 當時에는 中國 本土와는 國交가 없었고, 韓國에서는 中華民國(臺灣)을 一般的으로 ‘自由中國’이라는 名稱으로 많이 通用되던 時期에 우리들과 年齡帶가 같은 臺灣의 젊은 朋友들을 紹介받아 國際交流가 始作된 것이다. 아마도 이 交流가 韓國과 臺灣의 그래픽디자인交流의 始作點이 아닌가 생각된다. 이 交流를 始作으로 해서 지금까지 두 나라의 디자인交流가 緊密하게 紐帶關係를 이어오고 있다고 할 수 있다.

II

臺灣과의 그래픽디자인交流는 筆者가 關聯된 範圍 內에서는 크게 다섯 가지 方法으로 이루어졌다고 볼 수 있다. 첫 번째는 韓國現代디자인實驗作家協會(KECD, 現 韓國現代디자인協會)와 中華民國變形蟲設計協會와 1974년부터 始作해서 1998년까지의 24년 동안 開催된 交流展과, 두 번째는 大韓産業美術家協會(KIAA)와 中華民國美術設計協會와의 1981년부터 1984년까지 이루어진 아시아디자인交流展, 세 번째는 1999년부터 最近까지 이루어지고 있는 臺灣의 特定 그룹과는 關係없이 臺灣作家들이 자유롭게 參與하는 KECD 主催의 ‘國際디자인交流展’, 네 번째는 2008년부터 2018년까지 10餘年 동안 韓國의 成均館大學校(SKKU)와 臺灣의 國立臺灣師範大學(NTNU)과의 交流展과 學術發表會, 다섯 번째는 筆者를 포함한 個人活動이나 他 디자인關聯 協會나 學會, 學校와의 國際交流나 國際行事를 통해서 이루어지는 交流活動일 것이다.

첫 번째의 境遇로, 1974년에 이루어진 KECD와 變形蟲設計協會와의 첫 交流展인 ‘中韓心象藝術展’은 우리들에게는 커다란 意味로 다가왔다. 첫째는 外國과의 첫 交流展이었고, 이 展示를 통해 外國의 디자인을 直接 接할 수 있었다는 것

이다. 두 번째는 두 協會의 會員들 年齡帶가 같았다는 同時代・同志의 認識이었다. 그들의 作品을 통해 그들의 생각과 그들의 文化를 直接 接할 수 있는 始作이었던 것이다. 1976년 서울에서 두 번째로 交流展을 開催했는데, 이 展示는 韓國에서는 첫 臺灣디자인어들의 作品展示였고, 많은 韓國의 디자인專攻者들에게 關心을 갖게 했다. 變形蟲設計協會도 當時 臺灣의 初期디자인 活動의 어려운 與件 속에서 새로운 活路를 찾기 위한 努力이 充滿했으며 나름 엘리트意識을 가지고 活動했던 작은 디자인그룹이었다. 以後 20여 년 동안 40餘 차례 臺灣과 韓國의 首都인 臺北과 서울을 包含해서 두 나라 여러 地域都市를 巡廻하며 展示를 가졌다. 때로는 共同主題를 定해 두 나라의 다른 文化的 解釋을 興味롭게 觀察할 수 있는 機會를 가졌으며, 展覽會를 통해 國家別 當面問題를 主題로 삼거나 國際的 이슈나 時宜性 있는 主題들을 다루면서 서로의 立場을 理解하며 共感하기도 했다. 以後 두 나라를 中心으로 해서 日本과 香港, 中國, 澳門 등 아시아地域으로 交流의 幅을 넓혀 ‘아시아 그래픽디자인 트리엔날레 Asia Graphic Design Triennale’의 母體가 되었다.

그리고 KECD를 통해 臺灣의 포스터作品들을 日本에 紹介를 하기도 했다. 1990년 日本의 別府, 飯田, 1991년 奈良, 1995년 東京, 1996년 福岡에서 KECD와 日本과의 交流展에 特別招待形式으로 日本에 紹介한 바 있다. 展示를 통해 韓臺日 3國間の 文化差異는 있었지만 그 差異 속에서 無限한 創意的 價値를 發見하며 많은 사람들에게 感動을 주었다. 그러나 1998년 以後 무슨 事情에서인지 變形蟲設計協會의 活動이 中斷되면서 交流活動도 함께 中斷되었다. 當時 KECD는 每年 새로운 會員들이 入會하며 協會의 規模가 조금씩 擴張된 反面에, 變形蟲設計協會는 會員의 數가 크게 늘지 않고 10餘名 内外로 會員數가 停滯된 狀態였었다. 그리고 歲月이 한참 지나 2011년 臺北에서 개최된 ‘IDA 國際디자인大會’에서 變形蟲設計協會가 再活動 하고 있음을 確認한 바 있다.



1970_KECD 創立展



1974_中韓心象藝術占展



1976_韓中交流展



1979_台北羅福畫廊個人展



1980_第一次訪問台灣_01



1980_第一次訪問台灣_02

韓國現代設計實驗作家協會

(現 韓國現代設計協會 / KECD)와 臺灣 變形蟲設計協會 交流展

1974. 12. 中韓心象藝術展 (臺灣 臺北, 凌雲畫廊)

1976. 04. 韓中그래픽交流展 (韓國 서울, Growrich 畫廊)

1979. 02. 中韓現代藝術群展 (臺灣 臺北, 春之藝廊)

1979. 02. 中韓現代藝術群展 (臺灣 高雄, 高雄學院)

1979. 05. 韓中國際그래픽展 (韓國 서울, 新世界美術館)

1980. 07. 韓中國際그래픽展 (韓國 서울, 美都波畫廊)

1981. 09. 中韓俗語表現展 (臺灣 臺北, 春之藝廊)

1982. 11. 亞洲設計名家邀請展 (臺灣 高雄, 高雄市立圖書館展示室)

1983. 02. 亞洲設計名家邀請展 (臺灣 臺中, 臺中市立文化館)

1983. 07. 韓中그래픽展 (韓國 서울, 出版文化會館展示室)

1986. 08. 韓中그래픽전 (韓國 서울, 東邦 PLAZA 美術館)

1989. 04. 中韓그래픽交流展 (臺灣 臺北, 華視藝術中心)

1989. 08. KECD 創立 20 周年記念展 (韓國 서울, 東邦 PLAZA 美術館)

1990. 07. KECD “韓國의 이미지展”에 “中國의 이미지展”으로 日本展 參加
(日本 別府, TOKIWA 百貨店展示室)

1990. 08. KECD “韓國의 이미지展”에 “中國의 이미지展”으로 日本展 參加
(日本 飯田, 飯田市美術館)

1990. 09. 韓中디자인交流展 (韓國 서울, 東邦 PLAZA 美術館)

1991. 02. 亞洲設計家交流展 (臺灣 臺北, 臺北市立美術館)

1991. 03. 亞洲設計家交流展 (臺灣 新營, 臺南縣立文化中心)

1991. 04. 亞洲設計家交流展 (臺灣 屏東, 高雄縣立文化中心)

1991. 05. 亞洲設計家交流展 (臺灣 臺南, 臺南市立文化中心)

1991. 07. 亞洲設計家交流展 (臺灣 高雄, 高雄市立文化中心)

1991. 08. ASIA 그래픽이미지 奈良'91 展 (日本 奈良, 奈良町센터)에
變形蟲設計協會 招待參加

1991. 09. 第 1 回 ASIA 그래픽디자인展 (韓國 春川, 春川市立文化館展示室)

1991. 09. 第 1 回 ASIA 그래픽디자인展 (韓國 서울, 東邦 PLAZA 美術館)



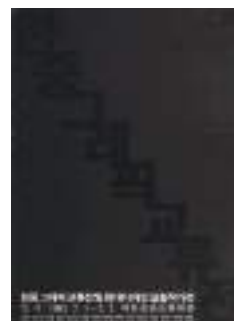
1979_ 韓中交流展



1981_ 中韓俗語表現展 (台灣)



1982_ 亞洲設計名家邀請展



1983_ 韓中交流展



1986_ 韓中交流展



1989_ 韓中 Graphic 交流展

1991. 10. 第 1 回 ASIA 그래픽디자인展 (韓國 公州, 公州大學校展示室)
1991. 10. 第 1 回 國際디자인세미나 (서울, 月刊「디자인하우스」社 會議室)
- 楊國台會長 發表
1992. 02. 아시아그래픽디자인 全州展 (韓國 全州, 全北藝術會館展示室)
1992. 03. 아시아그래픽디자인 淸州展 (韓國 淸州, 淸州藝術館展示室)
1992. 03. 아시아그래픽디자인 大田展 (韓國 大田, 大田市民會館大展示室)
1992. 03. 아시아그래픽디자인 大邱展 (韓國 大邱, 大邱文化藝術會館展示室)
1992. 03. 아시아그래픽디자인 釜山展 (韓國 釜山, 釜山文化會館展示室)
1993. 09. 아시아그래픽디자인交流展 (日本 名古屋, 名古屋市民갤러리)
1994. 05. 第 2 回 아시아그래픽 Triennale (韓國 서울, KIDP 展示室)
1994. 06. 中韓交流 20 周年紀念專輯 發行 (臺灣 變形蟲設計協會)
1994. 06. 第 2 回 아시아그래픽 Triennale
(韓國 春川, 春川市立綜合文化藝術會館展示室)
1994. 06. 第 2 回 아시아그래픽 Triennale (韓國 群山, 群山市民文化會館展示室)
1994. 11. 韓中交流 20 周年紀念 서울展 (韓國 서울, NARAE 갤러리)
1994. 12. 韓中交流 20 周年紀念 江陵展 (韓國 江陵, 江陵文化藝術館展示室)

1994. 12. 韓中交流 20 周年紀念 三陟展 (韓國 三陟, 三陟綜合文化藝術會館展示室)
1994. 12. 韓中交流 20 周年紀念 春川展 (韓國 春川, 春川市立文化館展示室)
1994. 12. 韓中交流 20 周年紀念 原州展 (韓國 原州, 原州雄嶽藝術館展示室)
1995. 03. 中韓交流 20 周年紀念 中韓그래픽交流展 (臺灣 高雄, 高雄市立文化中心)
1995. 07. 中韓交流 20 周年紀念 中韓그래픽交流展 (臺灣 臺南, 臺南縣立文化中心)
1995. 09. 日本 二科會 創立 80 周年紀念特別展 아시아그래픽디자인招待展
(日本 東京, 上野森美術館)
- 韓國 KECD 와 變形蟲設計協會 招待參加
1995. 10. 中韓그래픽交流展 (臺灣 臺南, 臺南市立文化中心)
1996. 02. 아시아디자인交流展 Creative Relay - II
(日本 福岡, ACROS 福岡 交流 Gallery)
- 韓國 KECD 와 變形蟲設計協會 招待參加
1997. 03. 第 3 回 아시아 그래픽포스터 Triennale
(韓國 서울, 藝術의殿堂 美術館)
1998. 09. 亞洲設計名家 變形蟲關懷展 (臺灣 高雄, 高雄縣立文化中心)
- KECD 招待參加



1991_ 第一屆亞細亞 Graphic 交流展
(楊國台出席)



1993_ 亞細亞
Graphic 交流展



1994_ 第二屆亞細亞
Graphic Design Triennale



1995_ 中韓交流
20 週年紀念專輯 (台灣)



1995_ 中韓 Graphic
交流展 (20 週年紀念展)



1997_ 第三屆亞細亞
Graphic Design Triennale

두 번째의境遇로,韓國에서活動하는 디자이너 個人들은 하나의協會에만入會하여活動하는 것이 아니라 두개, 많게는 세개 以上の協會에入會하여多角的・多邊的으로活動하는 경우가 많았었다.筆者도 1969년에創立한 KECD 뿐만 아니라, 1945년에創立된韓國에서 가장 오래된美術關聯團體인大韓産業美術家協會(KIAA)에 1970년부터入會하여 2017년까지活動을 하였다. KIAA에入會하기 위해서는協會가公募하는公募展에 3回特選以上을해야만會員의資格을 갖는嚴格한入會條件이 있었다.當時筆者를包含한 KECD會員들 중에서는多數의會員들이 두協會에서活動을 했었다.臺灣도韓國과別般 다르지 않게複數의 그룹에서活動하였을 것으로 생각된다.

1981년에 처음으로, 1962년創立한臺灣의中華民國美術設計協會가主催한‘아시아디자인交流展’에大韓産業美術設計協會會員들이 처음으로招待되어參加했고, 同年에서울에서도同一展示가開催되어中華民國美術設計協會會員들의作品이招待되었다.規模가 작은團體間의交流展이 아니라 두 나라의 큰規模의 디자인團體間의 첫國際交流展이었던 것이다.以後 2001년까지 모두 4차례의國際交流展이韓國에서開催된 바 있다. 그러나 더 以上進展을 보지 못하고 아쉽게도交流가 끊어진狀態가 되었다. 그리고 안타깝게도 KIAA는 2015년 70周年記念展을開催한以後 2020년 들어活動을中斷한狀態다.

大韓産業美術家協會(略稱 産美協會 / KIAA)와 中華民國美術設計協會 交流展

1981. 04. 아시아디자인交流展
(臺灣 臺北, 臺北市國父紀念館)

1981. 04. 아시아디자인交流展
(韓國 서울, 韓國디자인包裝센터(KIDP)展示館)

1981. 04. 아시아디자인交流展
(臺灣 高雄, 高雄市立文化中心)

1981. 05. 아시아디자인交流展
(臺灣 臺中, 臺中市立文化中心)

1981. 05. 아시아디자인交流展
(臺灣 臺南, 臺南市現代生活展覽會場)

1984. 06. 아시아디자인交流展
(韓國 서울, 韓國디자인包裝센터(KIDP)展示館)

1999. 05. 産美 서울국제現代포스터展
(韓國 서울, 서울市立美術館)

2000. 06. 産美 서울국제現代포스터展 (韓國 서울, 韓國産業디자인振興院(KIDP)展示館 / 釜山, 釜山市立美術館)

2001. 06. 産美 서울국제現代포스터展
(韓國 서울, 서울市立美術館)



1981_亞洲設計家聯展
(台北高雄台中台南)



1981_亞細亞 Design 交流展



1984_第三屆亞細亞
Design 交流展



1999_産美首爾國際
現代海報展



2000_産美首爾國際
現代海報展



2001_産美首爾國際
現代海報展



2015_産美 70 年資料集

세 번째의 경우는 1998 년까지의 臺灣 變形蟲設計協會와의 交流가 中斷된 以後, 1999 년 들어서면서 KECD 와 臺灣에서 活動하고 있는 特定 디자인團體와의 雙方交流展이 아닌, 開放된 狀態에서 臺灣의 여러 디자인團體에서 活動하고 있는 디자이너들과 個人들이 自由로운 參與形式으로 이루어진 國際交流行事이다. 그 동안 臺灣을 包含한 아시아地域 10 餘個國이 參加하는 크고 작은 國際交流展이 40 여 차례 開催되었으며, 最近인 2021 년 ‘제 11 회 아시아 그래픽디자인 트리엔날레’(서울, 藝術의殿堂 書藝博物館)와 2022 년 서울市傘下機關인 ‘서울디자인財團’의 協力으로 ‘KECD 國際포스터展 & 서울디자인 2022 展’(서울, DDP) 등에 臺灣의 디자이너들 30 餘名 内外로 大舉 參與하는 活潑한 交流活動을 벌이고 있다.

2000 年代 들어서며 臺灣이나 韓國의 디자인環境은 많이 변했다고 할 수 있겠다. 國家別 經濟가 發展하면서 市場도 國際의으로 幅이 擴張되었고 서로 影響을 주고 받는 共同體 內에서 共存하고 있다. 있다고도 할 수 있다. 이와 함께, 自國의 正體性이나 主體性을 찾아가는 微視的 틀 안에서 벗어나 多樣한 國際交流를 통해 巨視的 眼目과 世界性을 찾아가는 變化를 통해 디자인도 世界性을 배우며 따라갔다. 그리고 臺灣은 中國과 言語와 文字가 같고, 生活風俗과 慣習이 같고, 地理的・歷史의으로도 깊은 影響圈 안에 있다고 할 수 있다. 中國의 開放과 함께 서로의 交流를 통해 共通性과 差別性이 微妙한 가운데서도, 디자인과 素材의 選擇과 範圍에 있어서는 規模가 크면서도 깊이가 있고 內在의이며 深奧한 面이 있다. 그리고 韓國은 大陸과 海洋勢力 사이에서 自然에 順應하며 婉曲하면서 따뜻하고 또한 熱情的인 面이 있다고 하겠다. 文化는 한 民族과 社會의 全般的인 삶의 表現으로 나타나게 되어 있다. 韓國과 臺灣은 서로 다른 社會文化的 背景 속에서도 協力과 競爭을 통해 國家의 特徵을 世界化하며 그 力量을 키우며 成長하고 있다고 볼 수 있다.

KECD 와 臺灣 디자이너들과의 交流展 (臺灣 TPDA, ATT, GDA, KCA 會員 外 個人參加)

1999. 05. 國際現代포스터展 / 프랑스國際포스터 Salon 展 韓國展
(韓國 群山, 群山市廳展示室)
2000. 10. 「어울림 Oullim」 東아시아포스터展 (韓國 서울, KIDP 展示館)
/ ‘Icograda Millennium Congress Oullim 2000 Seoul’ 記念展
2000. 10. 第 4 회 서울 - 아시아그래픽포스터 Triennale
(韓國 서울, 美術會館展示室)
2000. 10. Icograda Asia Regional Meeting
(韓國 서울, Tower Hotel Rose Room)
2000. 10. 第 4 회 서울 - 아시아그래픽포스터 Triennale 金海展
(韓國 金海, 仁濟大學校 圖書館 展示室)
2001. 08 第 4 회 서울 - 아시아그래픽포스터 Triennale 大邱展
(韓國 大邱, 大邱文化藝術會館 展示室)
2001. 12. 亞洲海報三國志展 / The Trio of Asia Poster 展
(臺灣 臺北, 臺灣師範大學展示場)
2002. 09. Icograda Regional Meeting in Taipei
(臺灣 臺北, CETRA 會議場)



2000_ 第四屆 Seoul-Asia
Graphic Poster Triennale



2005_ 國際漢字海報邀請展
(台北高雄)



1999_ 產美首爾國際
現代海報展

2003. 10. 第 5 回 서울 - 아시아그래픽포스터 Triennale
(韓國 서울, 世宗文化會館展示室)
2003. 10. 東아시아디자인세미나
(韓國 서울, 成均館大學校 600 周年記念館 새千年홀)
- 臺灣 林磐聳教授 發表
2003. 11. Chinese Character International Poster Exhibition
(臺灣 高雄, TFIF 갤러리)
2003. 11. Chinese Character International Poster Exhibition
(臺灣 臺北, NTNU 갤러리)
2004. 05. 2004 中國延邊國際포스터展
(KECD/ 中國 延吉, 延邊大學共同主催, 延邊美術館)
中國國際平面設計研討會
(中國 延吉, 延邊大學藝術學院 綜合藝術廳大會場)
- 座長 / 臺灣 林磐聳教授
2005. 10. 國際漢字海報邀請展 (臺灣, 臺北 / 高雄) * 장소확인 要
2006. 11. 第 6 回 서울 - 아시아그래픽포스터 Triennale
(韓國 서울, 藝術의殿堂 디자인美術館)
2007. 10. Color & Design 大邱 國際포스터展 (韓國 大邱, 大邱 EXCO 展示場)



2012_ 台灣師大施令紅教授個人邀請展



2008. 07. 'Icograda Design Week in 大邱 2008'(韓國, 大邱 EXCO 行事場)
記念展示 '國際컬러포스터展'(韓國, 大邱慶北디자인센터)
- 臺灣代表 林磐聳教授, 施令紅教授 外 6 名 參加
2009. 11. 第 7 回 서울 - 아시아그래픽포스터 Triennale
(韓國 서울, 藝術의殿堂 디자인美術館)
2010. 11. 中國延邊國際海報展 (KECD+ 延邊大學藝術學院 主催
/ 中國 延吉, 延邊大學美術館)
- 臺灣作家 招待出品
2011. 10. 2011 IDA Congress Taipei 特別展 (臺灣 臺北, TWTC 展示場)
- KECD 白金男, 安昌浩 외 1 명 參加
2011. 10. 2011 Invitational Exhibition for Global Poster Creation
(臺灣 高雄, Dome of Light 廣場)
2012. 05. 臺灣師範大學 施令紅教授 招待個人展
(韓國 서울, 成均館大學校 成均갤러리)
2012. 10. 第 8 回 아시아그래픽디자인 Triennale 2012
(韓國 大邱, 大邱慶北디자인센터)
Asia Design Conference(韓國, 大邱慶北디자인센터)



2012_ 第 8 屆 Asia Graphic Design Triennale 開幕式



2014. 05. 2014 아시아 디자이너國際招待展
(韓國 서울, 이양갤러리 / 大邱, 大邱慶北디자인센터)
2015. 05. 第9回 아시아그래픽디자인 Triennale 2015(韓國 서울, 이양갤러리)
記念國際세미나 (韓國 서울, 이양갤러리)
- 臺灣 林磐聳教授 發表
2016. 04. 2016 아시아포스터 Tour 展
(아시아 6 個國 參加, 6 個國 7 個 都市에서 展示)
2016. 05. 2016 韓中디자인文化交流展 (韓國 서울, 仁德大學校 雅井美術館)
2016. 12. 「아시아디자인聯盟 (ACDA)」創立을 위한 國際會議
(韓國 大邱, 大邱慶北디자인센터)
- 臺灣 林俊良教授 參席
2016. 12. 2016 國際포스터展 + A9
(韓國 서울, 이양갤러리)
2017. 04. 臺灣師範大學 林磐聳教授 招待個人展
(韓國 서울, 이양갤러리)
2017. 11. 2017 國際포스터展 + A9
(韓國 大邱, 大邱慶北디자인센터)



2017_台灣師大林磐聳教授個人邀請展



2015_第9屆 Asia Graphic Design Triennale 開幕式



2015_第9屆 Asia Graphic Design Triennale



2017_國際 Poster+A9 展



2018_ACDA Asia Design Biennale

2018. 08. 韓中交流 25 周年 現代디자인優秀作品招待展
(韓國, 仁德大學校 雅井美術館)

2018. 10. 第 10 回 아시아그래픽디자인 Triennale 2018
(韓國 서울, 이양갤러리)

2018. 11. 「아시아디자인聯盟 (ACDA)」創立記念 國際會議
(韓國, 大邱慶北디자인센터)
- 臺灣 林磐聳教授 參席

2018. 11. ACAD Asia Design Biennale 2018
(韓國, 大邱慶北디자인센터)

2019. 12. 2019 KECD 創立 50 周年記念 國際招待展
(韓國 서울, 弘益大學校大學路아트센터)

2020. 12. KECD 國際포스터전 (Online VR 展)
- 主題: Breath

2021. 11. 第 11 回 아시아그래픽디자인 Triennale 2021
(韓國 서울, 藝術의殿堂 書藝博物館)

2022. 10. KECD 國際포스터전 & 서울디자인 2022
(韓國 서울, DDP)
- 主題: Beautiful Seoul



2021_ 第 11 屆 Asia GraphicDesign Triennale



2021_ 第 11 屆 Asia GraphicDesign Triennale



2021_ 第 11 屆 Asia GraphicDesign Triennale



2022_KECD 國際海報邀請展
& Seoul Design 2022



2019_KECD 50 週年紀念
國際邀請展



2019_KECD 50 週年紀念
資料集



2022_KECD 國際海報邀請展
& Seoul Design 2022



2022_KECD 國際海報邀請展
& Seoul Design 2022



2022_KECD 國際海報邀請展
& Seoul Design 2022

네 번째의 경우는 韓國의 成均館大學校와 臺灣의 國立臺灣師範大學 大學院生들을 중심으로 開催된 交流展 및 學術發表會로 韓國과 臺灣의 젊은이들의 디자인交流活動이다. 이는 筆者와 臺灣師大의 林磐聳教授를 비롯한 兩校의 教授들과 學生들 間의 깊은 信賴를 바탕으로 이루어졌다고 할 수 있다. 2008년 5월 처음으로 臺北의 國立臺灣師範大學 德群藝廊에서 ‘情’을 共同主題로 한 交流行事가 열렸다. 筆者의 引率로 20여명의 大學院生들과 함께 臺灣을 訪問해서 交流展과 兩校 院生들의 學術發表會를 가졌고, 짧은 期間이지만 臺灣旅行을 통해 臺灣의 特別한 文化를 조금이나마 體驗할 수가 있었다. 그리고 이어 6월에는 서울에서 같은 展示會와 學術大會를 가졌으며, 이때에는 臺灣 學生들이 教授의 引率로 10여명이 韓國을 訪問했다. 그들 역시 韓國訪問을 機會로 韓國의 文化를 조금이나마 體驗할 수 있었을 것이다. 以後 ‘傳統文化’·‘愛’·‘彩’를 共同主題로 定해서 2011년까지 서울과 臺灣을 오가며 모두 7번의 交流行事を 가졌다. 그리고 兩校의 交流行事を 통해 兩校 各各의 教育的 特色을 理解할 수 있었으며 共通의 文化要素를 찾아 서로 共感하며 理解하며 尊重하는 疏通의 場을 이룰 수 있었다. 그리고 2012년부터 2018년까지는 中國의 厦門大學이 參與하면서 韓臺中 3國이 共同開催하며 3國을 오가는 形態로 發展했다. 共同主題로는 ‘道’와 ‘白’을 定해 交流展과 學術發表會를 가졌다. 사실은, 韓國에서는 1972년까지만 해도 中高等學校 課程에서 基礎漢字 1,800字를 배웠다. 그러나 한글世代之 登場으로 漢字授業이 줄어들거나 없어져 漢字(中文)로는 疏通이 어려운 實情이다. 그렇지만 젊은이들 特有의 才致와 유머 넘치는 表現, 서로의 個性을 維持하면서 創作的 價値를 통해서 國家別 個性과 存在, 歷史와 文化的 表現, 獨創的인 造形言語와 感覺的인 作品들을 젊은 그들을 통해서 볼 수가 있었다. 또한 韓國·臺灣·中國의 特別한 地域性과 文化的 價値를 바탕으로, 表現을 위한 機能的 要素보다는 自國의 文化素材를 즐겨 採擇하면서 西歐의 造形形式의 結合을 追求했다. 그리고 그 속에서 國際性과 世界性을 確保하면서 自身들의 獨特한 作品世界를 찾으려 努力했으며, 學生들은 서로의 差異點과 共通點을 찾아 確認하며 저마다 自身の 活動에 充實했다. 그리고 서로 다른 解釋과 表現을 통해 自國文化를 再認識할 수 있는 좋은 機會가 될 수 있었고, 서로의 差別性을 眞摯하게 檢討하는 機會를 가지기도 했다.

디자인은 사람들을 위해 더 좋은 것을 만들기 위한 創意的 應用과 文化的 活用이다. 그러므로 學生들에게는 3國을 오가며 더없는 文化體驗을 經驗했을 것이다. 學生들에게는 서로간의 友情을 쌓으며 더욱 넓은 活動空間을 가질 수 있었고 國際的 視野도 擴張시킬 수 있었다. 그리고 아시아 未來의 디자인을 이끌어 갈 棟梁으로서 成長하는데 自信感을 가졌을 것이다. 그러나 안타깝게도 現在는 中斷된 狀態다.

SKKU(한국 成均館大學校) + NTNU(國立臺灣師範大學) 大學院生 디자인交流展 / 學術發表會

2008. 05. NTNU + SKKU 디자인交流展 및 學術發表會
(臺灣 臺北, 臺灣師範大學 德群藝廊)
- 共同主題: ‘情’

2008. 06. SKKU + NTNU 디자인交流展 및 學術發表會
(韓國 서울, 成均館大學校成均갤러리)
- 共同主題: ‘情’

2009. 06. SKKU + NTNU 디자인交流展 및 學術發表會
(韓國 서울, 成均館大學校 成均갤러리)
- 共同主題: ‘傳統文化’

2010. 05. NTNU + SKKU 디자인交流展 및 學術發表會
(臺灣 臺北, 東吳大學城 中區游藝廣場)
- 共同主題: ‘愛’

2010. 06. SKKU + NTNU 디자인交流展 및 學術發表會
(韓國 서울, 成均館大學校成均갤러리)
- 共同主題: ‘愛’



2008_NTNU+SKKU 交流展

2011. 05. NTNU + SKKU 디자인交流展 및 學術發表會

(臺灣 臺北, 東吳大學城 中區游藝廣場)

- 共同主題: '彩'

2011. 06. SKKU + NTNU 디자인交流展 및 學術發表會

(韓國 서울, 成均館大學校成均閣러리)

- 共同主題: '彩'

2012. 05. NTNU + SKKU + XMU 디자인交流展 및 學術發表會

(臺灣 臺北, 東吳大學城 中區游藝廣場)

- 共同主題: '道' / 中國 廈門大學 (XMU) 첫 參加

2012. 05. SKKU + NTNU + XMU 디자인交流展 및 學術發表會

(韓國 서울, 成均館大學校成均閣러리)

- 共同主題: '道'

2012. 06. XMU + SKKU + NTNU 디자인交流展 및 學術發表會

(中國 廈門, 廈門大學美術館)

- 共同主題: '道'

2013. 05. SKKU + NTNU + XMU 디자인交流展 및 學術發表會

(韓國 서울, 成均館大學校成均閣러리)

- 共同主題: '酒'

2015. 05. NTNU + SKKU + XMU 디자인交流展 및 學術發表會

(臺灣 臺北, 臺灣師範大學德群藝廊)

- 共同主題: '白'

2016. 04. SKKU + NTNU + XMU 디자인交流展 및 學術發表會

(韓國 서울, 成均館大學校成均閣러리)

- 共同主題: '平等'

2018. 05. NTNU + SKKU + XMU 디자인交流展 및 學術發表會

(臺灣 臺北, 青田五七)

- 共同主題: 'RIGHTS'



2009_SKKU+NTNU 交流展



2010_NTNU+SKKU
交流展 (台灣)



2010_SKKU+NTNU
交流展



2011_NTNU+SKKU
交流展 (台灣)



2011_SKKU+NTNU
交流展



2012_NTNU+SKKU+XMU
交流展 (台灣)



2012_SKKU+NTNU+XMU
交流展



2012_XMU+SKKU+NTNU
交流展 (中國)



2013_SKKU+NTNU+XMU
交流展



2015_NTNU+SKKU+XMU
交流展 (台灣)



2016_SKKU+NTNU+XMU
交流展



2018_NTNU+SKKU+XMU
交流展 (台灣)

다섯 번째의 경우는 個人活動으로, 事實 이것은 確認할 方法이 別로 없다. 筆者의 경우 1979년 臺北의 羅福壽廊에서 個人展을 가졌다. 以後 KECD와 KIAA를 통한 많은 交流展을 臺灣과 韓國에서 가졌으며 國際公募展 審査委員으로 參加하거나 國際디자인세미나를 통해 韓國의 디자인에 대한 많은 事案들을 臺灣에서 發表한 바 있다. 그리고 하나하나 確認할 수는 없지만 KECD나 成均館大學校 外 韓國의 他 디자인團體나 學會, 學校 間의 交流 또는 韓國의 많은 學生들과 디자인어들이 個人的으로 國際交流展이나 國際公募展에 出品을 하여 自身の 活動力量을 發表·發揮하였을 것이다. 그리고 더러는 國際세미나에 參加하거나, 國際公募展 審査委員으로 參加한바 있을 것이다. 이러한 多樣한 交流活動은 韓國과 臺灣의 디자인領域을 더욱 豐盛하고 多元化된 모습으로 만들어 주었을 것이다.

III

1980년 처음으로 弘益大學校 恩師님을 모시고 中華民國變形蟲設計協會 招請으로 친구들 네 명이 첫 臺灣을 訪問했다. 당시는 어려웠던 海外旅行이었고, 매우 설레는 마음으로 出發한 첫 海外旅行이었다. 楊國台·霍鵬程 吳進生을 비롯한 變形蟲設計協會 會員들과 中華民國美術設計協會 楊夏蕙理事長의 따뜻한 歡迎을 받으며 一週日間 臺灣의 여러 곳을 旅行했다. 처음 接하는 臺灣文化에 많은 衝擊을 받았던 記憶이 지금도 새롭게 다가온다. 그리고 처음 느꼈던 點은 漢字가 가지고 있는 表現能力이었다. 韓國에서는 ‘DESIGN’을 한글 그대로 ‘디자인’으로 使用하지만 臺灣이나 中國에서는 ‘美術設計’ ‘平面設計’로 翻譯해 使用하고 있는 것이다. 韓國에서는 디자인을 美術의 範圍에 넣느냐 넣지 않느냐로 意見이 紛紛했던 時節이었던 反面, 中國에서는 ‘美術設計’라는 絶妙한 翻譯으로 使用하고 있다는 것에 歎服했던 것이다. 文字는 그 民族의 正體性을 담는 道具라고 認識하고 있으며 매우 重要하게 여긴다. 그러한 意味에서 어느 나라의 文字와도 다른 獨特한 形態의 文字를 두 나라는 各其 가지고 있다. 이는 매우 所重하고 자랑스러운 遺産이다. 以後 지금까지 50年을 이어오며 가장 가까운 친구들로서 만나며 交流하고 있다. 비록 처음 始作은 微微했지만 50餘年이 지난 지금은 아시아에서는 가장 強力한 協力者로써 世界 디자인界에서 能動的으로 活動하고 있는 것이다. 디자인어들에게 있어 國際交流는 매우 重要的 資産으로 相互間 交流를 통해 自國의 文化交流는 물론 個人的으로나 汎國家의으로나 大衆性 擴張에 꼭 必要한 活動인 것이다.

最近의 産業들은 技術發展과 더불어 디자인과의 協力, 集中과 融合으로 強力하게 産業의 變化를 이끌고 있다. 이에 따라 디자인은 知識産業時代, 創意時代, 感性時代를 連結하는 重要的 通路로써 모든 産業分野를 融合시키고 發現시키는 原動力이 되고 있다. 특히 人間의 日常에서 모든 課程들이 自動化하고 知能化되어

가는 現實에서 經濟가 成長할수록 많은 일자리가 사라지는 現象이 일어나고 있는 實情이다. 이러한 狀況에서 디자이너는 앞으로 어떻게 될 것인가? 무엇을 할 수 있을 것인가? 라는 不確實性에 대해 걱정하지 않을 수 없는 現實이 되었다. 디자인의 中心에는 사람이 있어야 한다. 따라서 더 좋은 것을 만든다는 것은 製品과 서비스만이 該當되는 것이 아니라 人間의 삶과 環境을 變化시키는 것이다. 그러므로 디자인의 生存과 繁榮을 위해서는 디자인의 새로운 役割과 價値를 만들어 갈 準備를 徹底히 해야 할 것이다. 現在의 觀點처럼 디자인의 表現方式과 方法만으로는 限界가 있으며 產業 속에서 새로운 價値를 創出해 내어야만 한다. 그리고 嚴酷한 現實 속에서 기필코 살아남아야 한다.

臺灣에서도 國家機關으로 디자인振興機關이 곧 設立될 것이라 한다. 디자인振興이란 經濟論理뿐만 아니라 國民生活의 質을 向上시키고 快適한 삶의 場을 營爲하는데 必要不可缺한 것임을 自覺할 때 디자인 振興發展을 위한 全國家의 努力은 어느 때보다 切實하고 時急한 課題이다. 그리고 디자이너의 權益保護와 더불어 디자인을 통한 國民幸福과 產業成長을 이끌어 나가는 礎石이 되어야할 것이다. 더불어 디자이너들은 最善의 努力과 獻身으로 社會發展을 시켜야하는 것은 디자인分野 專門人力들이 國民으로부터 委任받은 責務라 할 수 있다. 이와 함께 디자인分野間의 境界를 무너뜨리고 서로 融合시키면서 새로운 디자인 價値를 創出해 내야할 것이다.

最近의 協會活動이 예전만 못한 것이 現實이다. 多數의 사람들이 모여 共同의 目標를 갖고 活動하는 ‘協會’라는 모임이 갖고 있는 長點과 魅力이 많이 衰退되어가는 것은 어쩔 수 없는 現實이 되었다. 인터넷이 發達한 現實에서는 全世界 곳곳에서 일어나고 있는 디자인關聯 活動情報들을 각 個人들이 빠르고 손쉽게 接할 수 있는 때다. 특히 個人主義的 性向이 강한 요즈음의 젊은 世代들은 얼마든지 國際行事に 個人的으로 參加가 可能하며 自身의 力量을 發揮할 수 있는 世上이되었다. 이러한 때, 韓國과 臺灣의 디자인交流는 지금까지와는 다른 더욱 成熟한 段階의 多角的 交流가 必要하다. 兩國의 그래픽디자이너들은 世代의 超越을 넘는 個人的 美的 滿足이나 企業發展의 視覺的 手段으로서의 機能을 凌駕하는 훨씬 높은 次元에서의 現實社會에 參與하는 努力이 必要하며, 世界 속의 超一流 文化藝術國家로서 함께 하기를 期待해 본다. 또한 밝은 未來를 디자인하기 위해서는 全世界와의 疏通과 交流가 絶對적으로 必要한 時點이다.

臺灣과의 50년 交流는 筆者로서는 말할 수 없는 기쁨과 보람이었다. 世上이 아무리 변한다 해도 지금까지 純眞하게 포스터작품만을 固執하며 韓國과 臺灣 두 나라의 오랜 친구들이 交流를 끈끈이 이어오고 있는 것은, 두 나라가 各其 갖고 있

는 文化的・審美的 想像空間을 포스터를 통해 獨特한 視覺言語로 表現하고자 끊임없이 努力하고 있기 때문이다. 그리고 그 포스터 속에는 各自 個個人的 世上을 바라보는 따뜻한 마음과 사랑이 담겨있기 때문이다.

이 글을 빌려 臺灣의 모든 친구들에게 感謝와 사랑을 傳한다.

2023 年 2 月



「春仔花」傳統技藝創新發展研究

Research on the Innovative Development of Traditional Craft 「Chunzihua」

王義鈞

Yi-Chun Wang

國立臺灣師範大學設計學系研究生

摘要 Abstract

「春仔花」是臺灣早期一項民間傳統工藝，匯集著無數女紅巧手化藝，代表美好祝福與傳承之意。然而生活型態的轉變加上生命禮俗去繁從簡之影響，導致此項工藝文化價值與手作獨特性逐漸在現代社會式微。現今許多作品是後人依傳承所製作之復刻樣式，致使大眾認為其用途只限定於髮飾或禮俗工藝用品，不容易應用於生活中，所以無從了解其文化精神。傳統工藝最好的復甦及保存方式，便是回到民眾的生活。本研究透過文獻分析、田野調查等方法，由設計的角度出發，進行春仔花技藝創新發展與思考，突破傳統春仔花裝飾性層面，轉變成具有實用功能性的當代產品，讓它重新融入現代生活型態。藉由此次研究成果，設計出虎尾蘭、鹿角蕨與龜背芋等三個纏絲植栽系列，達到對傳統工藝之新詮釋。

本研究以傳統春仔花技藝作為創作基底，保留春仔花手工纏繞之獨特性，因為手藝作業是賦予春仔花質感與工藝價值之重要成因。加入現代審美觀念和替換製作素材，藉以改善傳統春仔花生鏤、造型使用不易等問題；同時增加其抗潮、防水與提升使用堅牢度。最後透過設計轉化，將春仔花結合植物意象並仿照真實植物的養護方式，以香氛代水，可以在春仔花成品上滴入香氛，使其散發芬芳味道，亦可

將春仔花與複合媒材結合，創建出有別於一般坊間販售或其他工藝師所製作之春仔花作品。讓傳統春仔花跳脫原本裝飾性層面，更擴大其生活應用範圍，產生視覺、觸覺、嗅覺等共感覺，使現代民眾透過與物件互動達到身心舒緩療癒，強化傳統工藝生活化之發展，展現臺灣文化美學價值，再造傳統工藝命脈。

This study examines the creation and research of the innovative development of the traditional technique of Chunzihua. "Chunzihua is a traditional folk craft in early Taiwan, which is a collection of countless handicrafts of women, representing aesthetics and cultural heritage. However, changes in lifestyle and the simplification of life rituals have led to the loss of the cultural value and uniqueness of the craft in modern society. Many of today's Chunzihua artworks are new replicas made by descendants according to tradition, which often leads the public to believe that the use of Chunzihua is limited to wedding accessories or framing crafts, and is not easily applied in daily life, and they are unable to understand the cultural spirit of the craft. The best way to revive and preserve traditional crafts is to return them to the people's daily life. The purpose of this research is to develop a common sense and consideration of the application of the Chunzihua technique through the perspective of design, to break through the decorative aspect of the traditional Chunzihua and transform it into a practical and functional contemporary product, so that it can be integrated into today's life style.

This study uses the traditional Chunzihua technique as the basis for creation, observes the real plant form, simplifies its imagery, and preserves the spirit of handmade spring flower technique, because the technical work by hand is an important factor in giving Chunzihua its warmth and simplicity, replaces the new material and improves the problem of rusting and whitening of the traditional crafts, increases its moisture resistance and long-term preservation without worrying about damaging the structure, and creates a product that is different from The design is different from that of other craftsmen's work. Through design transformation, we can combine Chunzihua with potted pedestals or composite media with fragrance diffusion function, and use fragrance instead of water, just like the way real plants are maintained, so that the fragrance can be directly dropped on the finished works to make them scented. The traditional Chunzihua are no longer limited to the decorative level, but expand their applications to produce visual, tactile, and olfactory sensations, allowing users to relax and rejuvenate their bodies and minds, and strengthening the development of the traditional craft of living and people-friendly. We will create a cross-disciplinary innovation in the post-epidemic era, and find a new face for traditional Chunzihua.

「春仔花」傳統技藝創新發展研究

王義鈞

Yi-Chun Wang

一、研究背景與動機

春仔花是早期臺灣民間傳統工藝，大多使用於婚嫁場合配戴，隨著時代變遷，塑膠飾品大量取代此項傳統手工；加上生活型態的轉變逐漸使傳統生命禮俗活動去繁從簡，導致現今民眾無從認識此項技藝。許多近代作品都是後人依傳承但新做的復刻樣式或頭飾、胸花等，使得一般大眾認為春仔花之用途只限定於婚嫁髮飾方面，不容易運用於一般生活中。其次傳統春仔花因製作耗時，導致推廣此項工藝的成效性不大，無法使民眾真正了解此項工藝精神。本研究鑑於國內其他研究在春仔花技藝的發展狀況偏重於傳承部分，鮮少突破其裝飾性層面，且創意與作品造型發展方面也略顯不足。傳統工藝的保存與傳承固然勢在必行，但春仔花製作上重要的是以「有法變無法」，也就是將原本制式的規矩加以改變，再進行重塑。期望透過此次研究，保留其手作精神和價值，運用設計轉化，將春仔花技藝融入現代審美元素。順應現代生活趨勢，不斷演化更迭，創造出符合不同世代之新樣貌來吸引大眾，並產生意願去探索它，進而延續傳統工藝命脈與再創榮景。本研究綜合以上與對於傳統工藝的愛護、想要保存自身文化的意識，皆成為選擇以此議題作為研究對象的重要動機。

二、文獻探討

傳統工藝的形成與族群生活的需求有緊密相連的關係，春仔花是臺灣早期一項特殊的民間傳統工藝，將紙片剪出花型、葉型的基底，使用細鐵絲串聯紙板並組合形狀，再以手持彩線均勻緊密地纏繞、包覆紙板來完成作品；其技法融合了剪紙、編織、刺繡等技藝特點（曾國榮，2008）。春仔花隨著閩、粵移民流傳來臺，大約在清末時期（約 1885-1894 年），其發展依附在民間信仰與歲時節慶之傳統習俗。春仔花其實也是簪花的一種，簪花的習慣在中國約有兩、三千年發展歷史，使用的對象不分身分貴賤、男女老幼。現今最早的簪花見證文物，是出土的西漢女性陶俑；在唐朝也有男子簪花的習慣，《宋史》中記載皇帝賜花百官，依其品位簪花參加慶典，說明簪花是自古流傳下來的習慣（曾國榮，2008）。「春仔花」傳統技藝在臺

灣因地域分布不同，在名稱上也有不同的稱法，主要分為閩南與客家二大系統。閩南族群多以「春仔花」、「繡線花」、「綢線花」來稱呼。北部客家地區泛稱為「纏花」。離島的金門地區稱之為「吉花」、「吉仔花」。另外，在大陸則有湖北英山纏花與福建廈門春仔花。

閩南春仔花與客家纏花，皆是以手工將彩線緊密地纏繞於紙型上的民間工藝，不論是材料、造型、用途，皆非常相似，兩者也都用於婚俗喜慶，為臺灣早期獨特的手工藝術之一。不管是纏花或是春仔花，其「花」字所代表的意涵，各方解釋不同，直到宜蘭文史學家徐惠隆提出：「春仔花給人的直接聯想以為就是花卉，其實花指的是手法、花樣。」將纏花做最精準的定義與最精闢的解釋。故本研究中所出現「纏花」或「春仔花」一詞，所指的都是相同的工藝。

查閱春仔花相關文獻，因春仔花屬於一般地區性傳統女紅，所以無詳細的官方正式記載。現今對於春仔花的了解，多由地方耆老或收藏家口述或工藝師相關著作中探究一些脈絡足跡。本研究依據《織絲美寓 - 中國民間纏花藝術與傳承》，將春仔花的歷史沿革整理並詳述如下：

（1）北宋時期

「纏花」一詞最早出現於北宋詩人宋祈的《春帖子詞，皇后閣 - 其八》：「暖碧浮天面，遲紅上日華，寶幡雙帖燕，綵樹對纏花。」秋冬季節百花凋零，宮中嬪妃會用彩色的絲綢纏在樹枝上或紮製成花，由此推測一千多年前便存在與春仔花相同原理的纏線製品。

（2）明清時期

五胡亂華後，中原漢族逐漸南下進入閩南地區，使簪花習俗逐漸流傳。閩南氣候炎熱，使真花容易凋謝，無法保鮮。閩南人遂就地取材製作出仿真花工藝技術。《廈門志》對「紮花」這種習俗有過記載，稱為「象徵花」，取其不凋之意。其中亦記載：「島中婦女編花為龍鳳雀蝶諸形插滿頭，閩小記所謂肉花盆也，以不簪花為異，像生花，尤工巧，饋贈必用花」。

據查明代嘉靖年間即有製作、簪插春仔花的民間習俗，推測歷史約有四百年之久。據考證，明代嘉靖年間，刑部右侍郎洪朝選於元宵節回故鄉廈門祭祖，發現在祭品上都插有春仔花，連侍女的頭上也有，色澤亮麗且悅人眼目，這引起了洪朝選極大好奇。在鄉間走訪百姓時，也目睹了村婦們紮製春花的過程，了解百姓喜愛春花的原因，原因是閩南話裡的「春」與「剩」諧音，象徵「年年有餘」。明末清初，閩南春仔花習俗隨著移民傳入臺灣。

(3) 民國時期以來

按照傳統習俗用途，春仔花可分成各種場合、常年可佩戴的「春花」。結婚嫁娶時，不同女性身分所配戴用的「新娘花」、「婆婆花」、「媒人花」等，男方女眷用大紅色，女方女眷除新娘母親外則使用粉紅色。一般酬神祭祀祝願用的「孩童花」、「壽花」，喪事用的「答禮花」等，所以春仔花也被譽為「吉祥之花」之美稱。

民國 40~60 年代是春仔花最光彩的年代，農業社會生活步調緩慢，禮俗習慣大多按照先民舊習，恪遵傳統古禮進行，由於社會風俗對婚嫁用品的需要，因此普遍存在於生活之中。彰化鹿港地區的婦女們將春仔花製作視為閒暇之餘的工藝創作，並拿到市集上販售以增補家用，是春仔花興盛時期。

自 1970 年代開始，臺灣由農業社會進入工商業社會，隨社會型態與生活方式的轉變，生活節奏亦趨於快速，加上傳統的風俗習慣跟著西化的結果而逐漸消失，嫁娶的風俗改以西洋方式為主，以致傳統婚嫁用品的需求逐漸減少，加上工業機器大量製造仿真塑膠花和紙花製品逐漸取代繁複、耗時的春仔花製作。鹿港地區春仔花沒落約 20 年，直到 1990 年代後期，由於社會經濟發展以達一定的程度，藝術及文化再度被社會重視，鹿港地區積極推展文化活動，尋回消逝的記憶，春仔花才重獲肯定。

民國 80 年代後，陳惠美師承謝陳愛玉，推廣傳承春仔花教學不遺餘力，成立「中華纏花藝術發展協會」，亦持續鑽研北部纏花技藝與融會南部春仔花原理技法，並進行系統化，出版第一部春仔花教材專書《春仔花細工 - 傳遞祝福的纏花手作》。民國 99 年，文化部正式將「纏花工藝」列為國家無形資產，屬文化資產之「傳統藝術」- 傳統工藝美術類。民國 100 年，指定陳惠美為此項技藝保存人，登錄理由：「纏花工藝具備藝術性及特殊性，技藝精緻，與常民生活中之生命禮俗相連結，呈現庶民生活美學，除保留傳統外並能結合現代創意，樸素中展現精巧美術工藝價值，值得保存與登錄。」

鹿港為彰化縣的傳統工藝重鎮，為展現彰化縣工藝文化悠久特色，民國 105 年，由彰化縣文化局召開無形文化資產審議委員會會議。在傳統工藝類別上，新增登錄謝雅秀為第二位傳統藝術保存者，讓纏花這項工藝受到注目，登錄理由：「纏花結合剪紙、纏線、編織、刺繡等技藝，謝雅秀老師精通纏花技藝，從事創作 30 餘年，她研發創新技法，將纏花帶入另一個新境界。」

近年來在傳統與新世代藝師的相繼帶動之下，春仔花工藝風華得以再現並積極推向國際舞台，許多新一輩工藝師皆師承陳惠美與謝雅秀二人並在全台各地開枝散葉。

表 1:《民國以來的春仔花代表人物與特點》分類表

年代	代表人物	地點	特點
民國 40-60 年代	謝陳愛玉	北投	教授傳統春仔花技法
民國 80 年代	陳惠美	宜蘭	師承謝陳愛玉，2010 年登錄為台灣第一位纏花工藝保存者
民國 90 年代	謝雅秀	彰化鹿港	出生於纏花世家，2016 年登錄為台灣第二位纏花工藝保存者
民國 90 年代後	曾國榮	桃園	新生代工藝師，撰寫第一本台灣纏花工藝研究論文
	新生代工藝師輩出，皆師承陳惠美與謝雅秀二人。 著名工藝師有：施麗梅、施淑華、王秀菊、林佩瑩、龔微芹、郭凡瑄、黃珮萱、張金蓮等人。		

資料來源：本研究整理繪製

(一) 傳統春仔花製作、如何用途與其發展限制

柳宗悅在其著作《日本民藝之旅》(1940) 一書中提到：「手與機器的差異在於，手總是與心相連的，而機器則是無心的。之所以手工藝會誘發奇蹟，是因為這不是單純的手工勞動，其背後有心的控制，通過手來創造物品，給予勞動以快樂，使人遵守道德，這才是賦予物品美的性質的因素。所以，手工作業也可以說是心之作業，沒有比手更加神秘的機器。」

春仔花屬於民間工藝的一環，反映出早期庶民生活文化的一部分。製作工具簡單易得，所用材料也來自一般家庭環境，大多是就地取材並以完全手工的方式進行製作，除自用欣賞外，也可販售、作為貼補家用並以此維生。由此也可以看出早期農業社會愛物惜物的特性，符合現代講求環保永續的精神。

(1) 製作春仔花的工序

纏花的「纏」是動詞，指的是纏繞之動作與製作手法；「花」是指各種花樣、和表現樣式，而非特定指自然界的花卉植物。春仔花構成原理是使用絲線或其他替代纖維不斷纏繞並包覆在各種紙型或鐵絲之上形成零件，再將各種零件組合成為立體作品（陳惠美，2016）。

(2) 製作春仔花的工具與工料

1. 線材：

春仔花早期使用的絲線多是由天然蠶絲所製成的繡線，隨著人造絲的問世，取代天然蠶絲。現今常用的線材大多使用嫫縈線 (Rayon)、包邊線 (QQ 線) 或是文化線 (利利安線、流蘇線) 等。另外，文獻紀錄金門地區早年也有從布中抽線出來纏繞的傳統工法，但由於太過費時費工，所以改成直接使用現成彩線來製作吉仔花。現在坊間一般市售線材則有單股包裝、兩股或四股捲成一線的包裝。

2. 西卡紙：

用來當成底材使用，一般使用磅數從 250~300 磅不等。磅數越大的紙張越厚，適合初學者掌握使用。早期婦女會使用整條香菸外盒、四色牌、撲克牌、餅乾空盒、喜帖、香菸內錫箔紙、或喜幛上的金色厚紙來做為製作紙材。

3. 鐵絲：

使用 26、28、30 號的鐵絲。依照花梗、花瓣等不同部位，選擇不同粗細效果來支撐紙片與塑型。早期農村社會也會使用家中廢棄細銅線或是鉛線來進行製作。

4. 剪刀、美工刀：

適用於裁剪繪製完成的紙型、各種鐵絲以及絲線用。

5. 尖頭鑷子：

可用來調整春仔花造型的輔助工具。

6. 金箔紙片：

將金箔紙片剪成細長條狀，點綴在花瓣或葉片上，稱為「帶金」。主要是用來增添春仔花的華麗貴氣，產生裝飾效果。

7. 白膠：

用於黏合與固定絲線，也可塗抹在春仔花片、葉片背後來防止絲線鬆滑脫落，早期使用糨糊。

8. 其他輔助工具：

打火機 (用火烤可防止絲線毛邊)、鉛筆原子筆 (描繪紙型用)、錐子或以竹籤、拜拜用香腳來代替髮針使用等。

(二) 春仔花的製作工法

1. 基本製作工法：

春仔花纏線技法大致可分為「繞、捻、盤、折、綁」五項。陳惠美傳承自北投謝陳愛玉，並在其著作《纏花工藝傳承經典》一書中，重新統整北部客家纏花與閩南春仔花，並加以系統化，一共細分為 12 項，分別是：剪、纏、挑、壓、疊、組 (綁)、捻、折、曲、繞、盤、綴。如下詳述： (參表 2)

表 2：《春仔花製作的 12 項基本工法》

項次	基本工法	說明
1	剪	將西卡紙裁剪成所需要的紙形，包括月眉形、半唇形、弧形等形狀紙片。
2	纏	手持絲線纏繞鐵絲、紙形，必須要一圈一圈均勻施力纏繞，這是製作纏花最基本的技巧。
3	挑	製作「帶金」時，將金箔細條夾入纏線中挑起後再下壓，使金箔細條局部覆蓋在纏線上面。
4	壓	為「挑」的接續動作，將金箔細條壓下後，繼續在細條上面纏繞絲線並包覆細條。
5	疊	將花瓣互相重疊後，再以絲線纏繞，產生層疊的效果。
6	組 (綁)	將製作好的個別零件或是葉片，組合成一件作品。
7	捻	用食指和大拇指轉動鐵絲，運用手指動作的搓捻，將絲線順勢緊密包覆在鐵絲上。變成有顏色的鐵絲。
8	折	將兩片纏好的紙片，相互對折，折成葉片或花瓣，以產生尖銳角度。
9	曲	將纏好的紙片從水平狀彎折成圓滑的弧形，進行零件外型的改變。
10	繞	以竹籤或棒子為工具，將捻好線的鐵絲一圈一圈繞在棒上，再將棒子抽出，成為一個空心螺旋體。
11	盤	將捻好線的鐵絲，用鑷子夾住前端後，以螺旋型的方向水平盤繞成扁平的圓餅狀。
12	綴	製作各種顏色的假花蕊與材質進行點綴，如：水晶珠、塑膠珠、絨絨球等點綴於作品上。最常看到的點綴為「帶金」。

資料來源：陳惠美，2016，本研究整理

2. 傳統「帶金」的製作方式：

「帶金」是春仔花製作常見的傳統技巧，帶金的位置並不限制，可用於花瓣，或運用於葉片上。需要裁剪大約 2 x 15 公分左右的細條型金箔紙，在絲線纏繞紙型的過程中，運用挑、壓技法將細條金箔紙夾入纏線的工法（附圖 1）。

3. 複瓣花型（三片一瓣或四片一瓣）的製作方法：

常見的春仔花紙片都是由兩個半唇形合組成一個零件，作花瓣、葉片來使用。另外也有三個紙片或是四個紙片共同組成一個花瓣的「複瓣花型」（附圖 2），複瓣花型是客家纏花中製作花朵最常用到的手法，也是與閩南春仔花最大的不同點。



鹿港春仔花帶金方式（附圖 1）
圖片來源：本研究拍攝



客家纏花桃紅色複瓣花型 - 蓮花
圖片來源：摘自收藏家黃錦堂

（三）春仔花造型與用途

在表現的形式中，有一部分是製作者觀察自然花草的真實形態後進行仿照，但也有透過想像而成的創意組合。經過製作者的巧思轉化後，取其物種特性加以強調、簡化或是變易後，形成另一種有趣的特殊造型。現今傳世作品的分類，大致上可分為植物、祥獸動物和器物三大類（參表 3）：

表 3：《春仔花表現形式》分類表

祥獸動物	金魚（金玉滿堂）、鶴（長壽之意）、蝴蝶（福壽、幸福之意）、蛾、草蟲（多生繁殖）、鰲魚（獨占鰲頭）、各式鳥類、鳳凰（夫妻）、鹿、龜（長壽）、喜鵲（搭配葫蘆，有福、祿、壽、喜之意）
植物	玫瑰（美滿愛情）、百合花（百年好合）、菊花（長壽）、牡丹花（富貴）、石榴（多子多孫）、蓮花（喜事連連）、玉蘭花（滿室芳香）等等。
器物	葫蘆（福祿）、花瓶（平安）、粽子（高中）。

資料來源：鄭惠美、曾國榮，2010，本研究整理

在用途上，閩南春仔花有「傳統 12 支頭花」、「爐花」、「飯春花」等使用；客家纏花則可細分為「桌供供花」、「燈飾」、「髮簪」、「看花片」、「掛飾」、「童帽」、「新丁板花」等七大類（參表 4）。

表 4：《春仔花物件使用》一覽表

裝飾物	客家：燈飾、髮簪、掛飾、童帽 閩南：傳統 12 支頭花
祭祀物	客家：桌供供花、新丁板花、看花片 閩南：飯春花、爐花

資料來源：鄭惠美、曾國榮。2010。本研究整理

1. 春仔花傳統 12 支頭花造型：

「春仔花」是閩南族群習慣的講法，以紅色為主的小型髮飾，用於結婚嫁娶等禮俗，同時也是早期台灣節慶時不可或缺的吉祥飾品。婚姻是東方人生命禮俗中重要的一個階段，不只新娘會配戴，在嫁娶儀式中不同身分的女性會別上不同的花型，代表著自己的身分與要給予新人的祝福。（參表 5）

表 5 春仔花傳統 12 支頭花造型說明表

編號	名稱	圖片	說明
1	新娘花		適用：新娘。 無形 - 精神意涵：石榴代表多子多孫，上頭半月型如同官帽，為喜事均可使用。
2	婆婆花 （福龜）		適用：新郎母親、祖母。 無形 - 精神意涵：蝴蝶與烏龜造型代表福氣綿延、長壽之意。

編號	名稱	圖片	說明
3	婆婆花 (福祿)		適用：新郎母親、祖母。 無形 - 精神意涵：蝴蝶與鹿造型代表福氣綿延、乞求新郎加官受祿之意。
4	康乃馨		適用：新娘母親。 無形 - 精神意涵：意為母親花，表達對母親的感念。
5	百合花		適用：新郎嬌嬌、舅媽。 無形 - 精神意涵：百合花造型，親朋好友亦可配戴，意為祝福新人百年好合。
6	牡丹		適用：一般人。 無形 - 精神意涵：富貴吉祥之意。
7	梅花		適用：媒人。 無形 - 精神意涵：諧音「媒」，梅花五瓣也象徵五福。
8	玫瑰		適用：一般人。 無形 - 精神意涵：玫瑰象徵甜蜜與愛情之意。
9	玉蘭花		適用：一般人。 無形 - 精神意涵：意為滿室生香之意。

編號	名稱	圖片	說明
10	圓仔花		適用：一般人。 無形 - 精神意涵：意為圓滿順利之意。
11	五福花		適用：伯母、嬌嬌、舅媽。 無形 - 精神意涵：意為「福、祿、壽、喜、財」之意，因其為兩朵花所組成，也稱「雙春」，用意招福添吉祥。
12	蝴蝶		適用：一般人。 無形 - 精神意涵：蝴蝶音同「福疊」，代表福氣喜氣之意。

資料來源：陳惠美。2016。本研究整理

(四) 春仔花的象徵寓意

春仔花的「春」因音同閩南語的「餘」，是吉兆，故用在各式喜慶場合如婚嫁、開工、祭祀拜佛、過節等，是早年臺灣民間不可或缺的物件。雖然在使用上，是為了借取其象徵意義而被使用，但透過春仔花所具有的象徵性，將人們在精神上所寄託的願望給反映出來，表達人們對美好生活的祈求與祝福盼望。除了家中喜慶場合可以看到春仔花外，早期農業社會裡許多婦女也會將春仔花簪在頭上或

運用春仔花裝飾於壽麵，取吉祥兆頭。而插在年糕、菜頭粿、發粿上表示年年高升和發財，所以春仔花有吉祥美好的象徵寓意。

(五) 春仔花發展瓶頸與目前困境

謝宗榮表示東方國家的漢文化，尤其是台灣，由於六零年代以降的歐美文化大量引進所造成的影響，傳統工藝也因為機械化商品的傾銷而隨之沒落消失（謝宗榮，2002）。

在討論春仔花技藝未來發展的優勢之前，也需探究目前台灣在推動春仔花傳統工藝所面臨的問題。在能源危機爆發後，近十幾年來因為社會型態的及產業結構的轉變，對於傳統的禮俗活動是一大衝擊，民眾生活習慣的改變、加上網路科技蓬勃發展造成大量外來文化的湧入，這些種種原因都是造成春仔花面臨式微的因素。雖然近幾年來，傳統文化再度被意識到保存的重要性，春仔花技藝在有心人士傳承之下不致於消失，但本研究從研究走訪過程中彙整，目前在推動春仔花所面臨最大的問題，歸納分述如下：

1. 作品清潔不易與容易生鏽、露白等問題：

早期製作春仔花的紙型會取用整條香菸外盒、錫箔紙、餅乾空盒、喜帖等，鹿港地區較為特殊，會使用四色牌。現今則改用 250-300 磅不等的西卡紙，在保存上若遇到灰塵積累就會無法進行清潔，所以大部分的作品在完成後會使用裝框來維持美觀。其次，在製作上手持纏線施力若不均勻，則容易造成鬆脫露出胎體，稱為「露白」，如此也會影響成品美觀。本研究在田野調查採集纏花作品時發現，傳統製作材料經常使用鐵絲來當作支撐骨架，長期遇到水氣侵襲之下，容易造成生鏽或是銹蝕汙染彩線的情形發生（附圖 3）。就算在成品表面上噴上防水處理，時間一待久還是會產生這種情況，加上胎體使用紙材的關係，保存上若遇到較為潮濕的地區或是溼氣重的天氣，也容易受潮難，產生軟化變形、甚至發霉，嚴重的話會影響成品表面色澤，顯示作品的保存問題仍然有待加強。



春仔花受潮生鏽之情況 (附圖 3)
圖片來源：本研究拍攝

2. 缺乏通路、推廣不易、無法展現文化價值：

傳統工藝應庶民的生活需求而衍生，春仔花亦同。春仔花在早期被歸類於民間女紅一類，其文化意涵除了展現女性巧藝才德，造型展現的部分更和臺灣民間禮俗活動息息相關。

「傳統工藝奠定了工藝設計及工業設計的基礎，時代進步、生活型態改變的今天，日常生活用品絕大多數為物美價廉的工業產品所取代。科技的進步加速傳統工藝的式微，傳統工藝雖在實用價值上已大打折扣，在商業價值經濟效應下難逃被淘

汰的命運。但其在藝術價值上、在民族造型特色的傳承及教育上仍有不可取代的價值及重大意義 (謝宗榮, 2002)。」

在研究走訪的過程中，春仔花工藝之家的陳惠美一再的表示，學習春仔花，並非只是在學一項手工藝，它更像是傳承一項文化，藉著學習春仔花，更深一層的去了解春仔花背後所隱含的涵意，然後發現它的價值。製作春仔花需要極大的耐心與時間，當臺灣社會轉為工業產業型態時，大眾開始追求快速、潮流與科技感，對於需要慢工出細活的春仔花工藝，一般人認為投資報酬率不高，願意花時間製作和體驗學習的人相較於其他產業來說為數不多，更容易造成推廣不易。

3. 春仔花的價格昂貴與造型守舊、不易使用：

傳統工藝與機械化製品最大不同處在於傳統工藝需要使用純手工慢慢雕琢。同樣的，精巧細緻的春仔花亦同。因為需要用「完全手工」的方式，均勻地持線施力纏繞，並依照不同形狀的紙型作不同角度的纏繞包覆變化，所以無法使用機械進行大量生產。鹿港藝師謝雅秀表示，在製作春仔花的速度也無法躁進，完成一朵花的時間，需要耗費半天至數天不等，才能維持成品的線面光潔均勻，所以生產數量有所限制且日產量不多。這種依賴全手工製作展現出來的工藝價值性極高，但是因為耗時費工，導致價格無比昂貴。

同時在走訪過程中發現，現今因為生活型態與禮俗習慣的改變，除非復古需求或臨摹復刻，傳統春仔花的樣式無法符合現在社會的發展趨勢且造型應用有限。春仔花樣式跳脫不出胸花、仿古髮簪髮飾、裝框藝品等舊式框架，才會導致無法融入現今的生活型態。在參訪宜蘭春仔花工藝之家時，陳惠美提到春仔花不會因社會型態轉型而消失，只要稍加改變其形式與製作用料，選擇使用科技紙張或是其他材質，線材試著替換成不易毛邊的文化線，並可從基礎零件作變化。若能多了解新的材質、結合其他技術和技巧，將春仔花融合複合媒材或更大膽的突破性嘗試，賦予其功能性並使其回歸到現今的生活，便可隨心所欲的自由創作，讓春仔花技藝在未來發展上，具有更多元的潛在可能。

(六) 傳統工藝生活化發展

吳姿瑩表示在早期的生活中，工坊的藝師與消費民眾直接頻繁地接觸，故能培養洞察生活需求與改善使用機能的才華，製作貼合生活需求的物品 (吳姿瑩, 2021)。台灣傳統工藝在 1970 年代的全盛時期，不論是常民生活或是手工藝出口，生活、生業與工藝密不可分。但在之後的 20 年內，傳統工藝急驟沒落，這段期間環境與人們已變化許多。從傳統農業社會逐漸過渡到工商業社會的發展過程中，產

業結構、生活型態、消費市場等發生劇烈變化。吳姿瑩同時指出臺灣在戰後民生生活普遍拮据，現代化進程中以快速脫貧均富為目標，經濟起飛時又受到效率、快速、價格競爭的思維主導，傳統工藝逐漸脫離大眾日常生活，取而代之的是低成本、可機械化大量生產的工業製品，工藝錯失轉化成當代精品的契機（吳姿瑩，2021）。機械取代人力，追求量產效能與規格化的生產模式，致使傳統工藝受到衝擊，連帶使其在商業資本市場上成為弱勢。近年隨著國際文化思潮的興起，傳統工藝再度受到重視，世界各國相繼推動振興工藝運動，恢復手工製作的精神和民間美學，以延續傳統工藝命脈。

由「文化」合併「創意」，並與「產業」連結起來，經由「文化」轉變為「創意」，「創意」再延伸至增值產品「設計」，就形成「文化創意產業」（Cultural and Creative Industry 或 The Cultural and Creative Industries）（林榮泰，2005）。大約從 90 年代開始流行起，發源地為美國，爾後英國在 1997 年由布萊爾內閣所推動發展。文化創意產業是藝術、設計、科技的整合，以提升社會大眾的生活品質，引發大眾對文化本質的尊重，並重新定位人類的生活型態。

在社會科學的觀點觀察中，「生活型態」(Life style) 指的是一個群體或是一個人的生活方式，同時也是個人對應外在環境變化後改變認知，調整自身行為與表現以適應生活的一種模式。杜瑞澤指出人類的行為與生活環境有一些基本的互動關係，包括外界環境所提供的外在刺激因素，以及個體本身所感受到的知覺性內在刺激因素；當個體在接受到環境刺激後所產生的行為，便促使了生活樣式的結合，也就是所謂生活型態的組成。生活型態的形成是人們生活方式的象徵，而這象徵左右了文化的形成與面貌，同時記錄了人類生活行為與生活樣貌，這也說明「文化是生活的累積，生活是文化的寫照」（杜瑞澤，2004）。

台灣在 2002 年 5 月由行政院依照《挑戰 2008: 國家發展重點計畫》中的子計畫「發展文化創意產業計畫」所制定，文化創意產業係指「結合創作、產製及商業買賣的內容，本質上屬無形資產與特定的文化概念，並受到智慧財產權保護，是大量仰賴腦力且資源需求相對較少的產業」；依據文化部的定義，文創產業為「源自創意或文化積累、透過智慧財產的形成與運用、具有創造財富與就業機會潛力並促進整體生活環境提升的行業」，定為一、視覺藝術。二、音樂及表演藝術。三、文化資產應用及展演設施。四、工藝。五、電影。六、廣播電視。七、出版。八、廣告。九、產品設計。十、視覺傳達設計。十一、設計品牌時尚。十二、建築設計。十三、數位內容。十四、創意生活。十五、流行音樂及文化內容。十六、其他經中央主管機關指定之產業等 16 項。春仔花技藝屬於第四類工藝產業，一般歸類於「纖維」類別，所屬製品亦為傳統工藝品之一。

喜多俊之在其著作《給設計以靈魂》提到日本傳統產業與設計結合的觀點：「傳統工藝的保持很重要，是前人的智慧，也是未來資產。」日本傳統手工高品質但低產能的製程在國際上已不適用。日本地方新的產業型態即是保留匠師手工製作的精神，借助新的科技或機械的力量，將匠師的核心確實地以高品質產品進行大量生產。書中並分享與傳統和紙師傅所共同創作研發的產品，也是 1971 年所發表的「TAKO」燈具設計。這是在日本將傳統手抄和紙工藝與現代設計做結合的成功案例。（附圖 4）



（左）TAKO 燈具與
（右）喜多俊之著作《給設計以靈魂》（附圖 4）
圖片來源：本研究拍攝

喜多俊之以設計師角度，充分發揮素材和工藝其有的特點，將紙的透光性和可以控制紙張厚薄度的手工製作技術，轉換成具有功能性的生活產物，讓原本因沒有訂單而面臨關閉的傳統產業危機獲到解救，進而開啟一份新的商機。

同樣道理，何方綺亦認為春仔花產品的發展與創新，除了需傳承文化資產與呈現具文化特色的美學形式，重要的是將原本制式的規矩做改變，才可融入現今日常生活中，加大大眾對文化學習的時間，引發認識傳統工藝的特色與對文化本質的尊重（何方綺，2015）。因此，設計師運用設計將文化元素如符號、線條、故事、造型、顏色等重新加以審視與省思，尋求符合現代化的新形式，就其功能性與基本人因工程作實質考量並探索產品使用後對精神層面的滿足，讓消費者除了實際使用功能外，更感知到產品所要傳達的文化內涵，引發對文化本質的尊重，以得到感動與共鳴（顏惠芸、林榮泰，2012）。藉此可以產生情感認知 (Emotional perception)、文化認同 (Cultural cognition) 及社會價值體系 (Social value system) 等內隱性意涵。

（七）傳統工藝的生活化

陳珮琪表示臺灣為提升文化價值並創造新的發展契機，2008 年由行政院文化部（當時為文化建設委員會）所屬的國立臺灣工藝研究發展中心創立「Yii」品牌（附圖 5），期許可以透過品牌代表臺灣工藝設計與國際對話。「Yii」品牌緣起以



（左）Yii 品牌與（右）Yii 品牌展示項目（附圖 5）
圖片來源：工藝中心官方網站：

「轉變」做為其中心思想，輔以「尊重」大自然的賜予，「融合」彼此形成和諧為出發。發音同中文「易」，具有易經「改變與轉化」的哲理意涵，也可解釋為「藝」，代表臺灣精湛之工藝；或為「意」，也代表臺灣原創設計。以 Y·i·i 三個英文字組成品牌名稱，經由國內外設計師跨界合作擁有精湛技法的臺灣工藝師，藉由創意思考帶動臺灣傳統產業進行轉型，為臺灣文化創意產業注入全新面貌，展現新時代的創意美學。

工藝中心（國立台灣工藝研究發展中心簡稱）為了扶植臺灣在地工藝家，讓臺灣設計、創作、製造的工藝美器走入日常生活，自 2003 年起辦理臺灣優良工藝品評鑑制度，並於 2018 年結合 Yii 品牌聯合辦理徵選活動，讓得到臺灣工藝品牌標章，成為臺灣工藝界知名認證之標竿產品。「臺灣工藝品牌認證 -Yii 暨臺灣優良工藝品年度認證」由國內外市場行銷與設計專家組成輔導團隊，協助工藝師對於建立客群市場的敏銳度，優化自身品牌之工藝商品，並授予認證標章（Taiwan Good Craft，簡稱 C-Mark）。與時下快時尚的價值觀念迥異，帶來對於材質、工藝、職人的喜愛和尊重，無形中培養了親近工藝與潛在的消費人口。工藝中心期許能將設計和工藝，帶入民眾生活中，讓藝術不再束之高閣，而是人人都能感受到的生活美學。



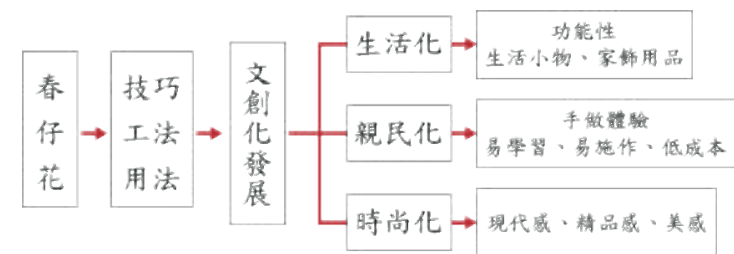
2020「工藝之夢」展覽現場（附圖 6）
圖片來源：本研究拍攝

（八）文獻小結

傳統技術或文化精神，達到不同層面的結果與延續，也可視之為一種傳承的方式。而傳統會消逝是因為它不適合現代生活，才會逐漸沒落。任何具有歷史意義、技術、特殊風格的傳統工藝，都要找到與現代人的連結點，才能夠延續它的創新和發展。脫離了大眾的生活，也就代表脫離持續發展的機會。傳統技藝的創新也要提出目的性、更好的體驗性、或使用功能性，並且跳脫原有的技術框架及舊思維，加入新的思考模式，才能創造出更多元的可能性，為傳統技藝找到新的出路。

傳統春仔花的製作，除了美觀裝飾的考量之外，主要精神也是趨向使用的人或看到作品的人，都能夠如同造型上所暗示的「象徵性意義」一樣，能「年年有餘」、「吉祥平安」，期望各種心願的滿足達成，並以祈求人類社會幸福美滿的生活為目標，加上春仔花經常出現在傳統喜慶場合上提供女性佩戴使用，其代表寓意和價值是：守護、傳承、祝福之意。

時代變遷至今日，本研究認為春仔花技藝的發展與創新，重要的是將原本制式的規矩做改變，方可順應現今的生活型態。春仔花製作工料簡單，加上取材容易，倘若可以改善春仔花的製成用料、讓作品減少露白、容易繖線製作、方便保存、增加抗潮性、防止其生鏽等，賦予它實用功能和現代審美造型。結合現代大眾所喜歡的意象，便可創造出更多細緻美麗，具有低成本高價值的精質文創商品，發展其獨特之文化創意，進而提醒大眾多一份對自身文化的認同及擁護。本研究發展方向如下（附圖 7）所示。



春仔花傳統技藝發展方向（附圖 7）圖片來源：本研究繪製

三、創作研究方法

（一）研究方法流程

本創作研究以不破壞傳統文化精神的前提下進行春仔花傳統技藝創新發展與創作，期望保留手工製作的方式與精神並拓展春仔花的用途形式，以符合現代生活型態。在確定創作研究主題後，首先透過文獻探討，持續查閱國內春仔花技藝相關著作，將其進行分析梳理。其次透過田野調查法與實際參與製作，輔以陳惠美的著作作為技法研究範圍，從中了解春仔花製作之工序、工具、工料、工法後，始探討改良胎體材料與替換使用線材。最後運用設計轉化，賦予春仔花在現代生活型態之使用功能性，作為後續設計產出之呈現方式。（附圖 8）



研究方法流程圖（附圖 8）圖片來源：本研究繪製

(二) 研究方法

(1) 文獻分析法 (Literature Reviews)

「文獻分析法」是針對研究題目，透過全面且大量的資料收集，經由分析與歸納後，針對所要研究的問題，得出精準的並對文獻做出客觀且系統性描述的研究方法。舉凡各式學術期刊、學報、研究論文或是各類政府官方文件到通俗報導、出版書籍等都可屬於文獻的範圍。文獻分析法可分成閱讀與整理 (Reading and Organizing)、描述 (Description)、分類 (Classfying)、詮釋 (Interpretation) 等四個步驟。文獻探討目的是藉由各種發表來源或從先前的研究中萃取資訊，提煉出有助於目前創作設計的精華要義。將許多文獻資料整合，也可為後續創作研究與討論，建立學理基礎，以利設計實務的產出應用和完成研究結論。

(2) 田野調查法 (Field Study) 與地點

《田野調查實錄》中記載：「在調查中和被調查者建立感情，取得他們的信任，是調查能否深入的關鍵」(郝時遠，1999)。確定研究主題與方向後，本研究走訪陳惠美宜蘭春仔花工藝之家、蘭陽博物館與宜蘭傳統藝術中心，進行技法學習、文獻採集與探究目前春仔花工藝的現況與未來發展建議。

表 6 田野調查執行時間

日期	地點	內容
109 年 11 月 20 日	宜蘭春仔花工藝之家、蘭陽博物館	拜訪陳惠美，深度了解春仔花工藝、拍照記錄。
109 年 11 月 27 日	宜蘭春仔花工藝之家	拍照記錄，針對春仔花進行蒐集。
110 年 9 月 25 日	宜蘭傳統藝術中心	參訪「春花蔓蔓特展」與東方纏工作室，針對春仔花進行蒐集。

資料來源：本研究整理繪製

(三) 研究方法小結

綜合以上，將現有的春仔花產品做一盤整與歸納，發現目前市售春仔花產品仍囿於「產品售價過高」、「造型仍過於傳統守舊」與「平時使用機會少」等重要關鍵因素所困擾。亦即，春仔花商品即使擁有了明確「技藝定位」外，仍須考量到產

品的「市場定位」，也就是要瞭解目前產業市場的需求和現代人的觀感，方得以開發符合現代生活型態商品。本研究小結經由分析列表（表 7）與比較表（表 8）來歸整，如以下說明：

表 7 春仔花類別分析列表

造型圖像	形式	用法
	胸花或是髮飾，多以自然界花卉造型為主。色澤繽紛喜氣，配色以亮麗華美感為主。	美化裝飾，作為服裝搭配與造型配件使用。因色澤繽紛，多以喜慶場合活動需求時才配戴。
	觀賞型工藝品，以祥獸動物等搭配花草植物。 一般為吊掛型裝框藝品，可放置家中或是送禮。	美化裝飾與象徵寓意大於實質功能性，或是以精緻手藝來表達禮數和敬意。
	用於祭祀祝願與供佛用品，造型無制式規定，多以吉祥喜氣的造型呈現，表示敬獻神明的敬意。	放置壽麵塔、發糕上面，數量以雙數為主。

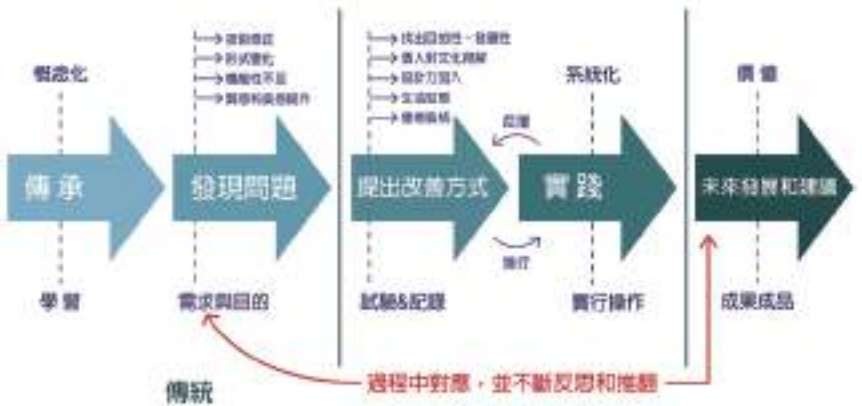
表 8 本創作研究透過設計轉化與傳統形式比較表

	傳統	設計轉化	期望效果
造型意涵	主要是動、植物和吉祥器物的造型，並用於婚嫁和祭祀供佛為主	現代審美造型與文創商品	精品化和現代化
用途	頭飾和美化裝飾層面	結合複合媒材並具有使用功能之生活小物、多用途仿生植栽、生活居家產品	跳脫裝飾層面，讓傳統工藝走進民眾生活中，並且經常被使用於日常生活中，如滴香、噴灑香氣

	傳統	設計轉化	期望效果
材料	紙材、鐵絲、絲線	替換紙材為科技性防水材質，更換纏製線材與異材質互相結合運用	作品結構穩固與耐用度提升，不會受潮、不容易鬆脫、不生鏽或是減少胎體露白，容易製作，有效縮短製作時間
色彩	紅色、桃紅等高彩度鮮豔配色	綠色、中性色彩或中彩度配色	呈現現代時尚精品的質感與當代感優雅新美學
紙型	半唇型花片或半圓弧型	線條感、S 字型、C 字型	簡約大方的流暢感
創新應用	無	結合擴香石、複合創作媒材，並加入滴香設計和透光發亮功能	可被應用於現代生活產品設計的可行性，增加工藝發展性並提升附加價值

資料來源：本研究整理繪製

本研究基於文獻探討、梳理分析後，透過實際參與傳統春仔花技藝的學習製作與設計轉化，提出以下創作方法流程（附圖 9），並提供給相關研究者做為參考，共分為五階段並詳述如下。



春仔花創作方法流程（附圖 9）圖片來源：本研究繪製

（1）傳承：

透過研究對傳統工藝不完整的部分進行修補，融合現代新知識為傳統媒材的缺陷提出解決方案，將工法技術、文化、制度等概念化，達到不同層面的延續。

（2）發現問題：

找到傳統春仔花為何在今日使用式微的原因，透過觀察與導入現代大眾的需求，加入生活使用的目的和相關機能性考量。

（3）提出改善方式：

提出對文化的見解，並依照現今生活型態發展的模式，擷取出適合的元素，透過設計轉化應用，製作出現代化產品。

（4）實踐：

繪製設計草圖與零件版型、確定尺寸、細節、材質顏色，加入複合媒材進行創作。在設計創作完成之後，透過實驗修正和檢討創作流程，來回反覆進行對照確認，從中反思是否與前述需求目的相符，並將其過程系統化紀錄。

（5）未來發展和建議：

創作出一系列成品並收集大眾對於改良後的看法，集思廣益做為下一次創作之參考建議。

四、創作成果

（一）創作理念

將自然元素或綠意融入生活是近年蓬勃發展的時代趨勢，從生活雜貨店、居家用品店、平價流行服飾品牌甚至量販賣場，都在販售綠色植栽的相關產品。「植物」提供大眾另一種形式的陪伴，而且藉由照顧植物時的過程與心得，會忍不住想要拍照、打卡或與他人分享栽培心得，很快地便形成同好圈與網路社團。小型觀葉植物造型討喜又容易包裝，是送禮自用的好選擇。家中或辦公桌上擺著綠色植物，對於長時間待在電腦螢幕前的上班族也有實質上的幫助，可以讓雙眼有休息的機會。當然，空間裡裝飾著綠色植物，能讓氣氛瞬間活化起來，可以是都會生活的舒緩出口。但是在室內空間中，若陽光不充足、濕度不夠等條件下，想要妥善照顧好植栽往往不是一件容易的事，若是稍不注意或無預警下，就會感染蟲害或產生病變，致使它們瀕臨枯萎死亡。

所以，本創作研究希望能夠兼顧視覺觀賞、療癒舒壓、方便照顧與工藝美學等多重功能性，設計構想來自於運用春仔花技藝結合觀葉植物樣貌，打造簡單、方便、又不需要費心照顧的纏絲仿生植栽，成為療癒心靈最好的生活陪伴，同時也滿足都市生活對自然的想像與渴望。

傳統春仔花的主結構是紙材和鐵絲，容易受潮生鏽與不耐保存，所以本創作研究從實驗著手進行，透過現代素材的替換，將主要結構 - 紙材替換成科技材質，增加其抗潮防濕特性。設計構想可以直接在成品上滴入香精香氣，或是結合具有擴香功能的臺座與其他複合媒材，如：壓克力流動畫、樹脂型石膏、超輕黏土等。讓使用者透過與產品互動之間可以產生視覺、嗅覺、觸覺等共感覺。藉由觀賞仿生植栽造型並聞到自己喜歡的味道，使身心產生放鬆、療癒之感覺，讓春仔花有別於傳統造型裝飾品的用法，展現出現代新風貌。最後完成三個系列的立體作品，分別是虎尾蘭系列、鹿角蕨系列和龜背芋系列。



本創作研究流程圖 (附圖 10) 圖片來源：本研究拍攝

(二) 創作系列

(1) 虎尾蘭系列：

虎尾蘭是一般生活中隨處常見，適合居家環境種植的植栽。無論是家中或是辦公室，擺上一盆虎尾蘭皆能發揮良好的裝飾作用。虎尾蘭葉形優美，也是吸收甲醛等有害氣體與電器產品輻射的高手，有良好淨化空間的作用。虎尾蘭葉片如劍一般，代表堅韌不拔的頑強精神，葉片顏色像老虎尾巴紋路斑斕，葉側有淡黃色。民間相信虎尾蘭是生旺的常綠植物，非常適合種植在陽臺或家中旺位，生財旺財增加財氣，同時也是很好的風水植物。

1. 設計草圖繪製：



虎尾蘭系列草稿 (附圖 11) 圖片來源：本研究拍攝

2. 設計理念：

本創作造型以桌上型小品盆栽進行設計發想，並可直接滴香在零件葉片上產生氣味，使其如同真實植栽釋放氧氣一樣散發出香氣，並結合異材質擴香花盆與仿照介質的吸濕小陶粒作使用，以現代化的材料取代傳統陶瓷花器。

3. 春仔花技藝應用：

此系列零件可分為長葉、中葉、短葉三種。製作材料使用具有防水效果的材質 - 石頭紙與文化線，用 0.42mm 電鍍銅線作支撐骨架。參考文獻中四片一瓣的複瓣花型來作版型描繪，並延長版型使其像真實的虎尾蘭葉片一樣。使用「纏、折、曲、疊」之工法，零組件整理如下 (附圖 12)。色彩配置參考金邊虎尾蘭，在外側使用淺黃色，內側以墨綠色 (所使用的文化線色號分別是 28、10)，文化線必須從線頭中間抽成細絲後進行使用。作品尺寸約為 5 公分寬，7 公分高。單一株所製作時間約為 1-2 小時。內容為 1 個短葉、3 個中葉、3-4 個長葉所構成。



虎尾蘭葉片組件和基座花器 (附圖 12) 圖片來源：本研究拍攝

4. 虎尾蘭系列創作成品：

此系列為雙色與單色虎尾蘭兩種大小不等的組裝盆栽。如（附圖 13）所示



虎尾蘭系列創作成品照（附圖 13）圖片來源：本研究拍攝

（2）鹿角蕨系列：

蕨類植物是最早登上陸地的植物類群，在生命進化的長河中，蕨類植物已有三億多年的生存歷史，至今仍保持着強盛的生命力。葉姿青翠碧綠、線條奇特的鹿角蕨，是近幾年來，開始盛行的培育風潮。有別於一般人對蕨類喜歡陰暗潮濕的認知，鹿角蕨不是在底層，而是附生於樹上明亮處，需要光線充足的環境培育。鹿角蕨型態眾多奇特優雅，散發植物獨特魅力，同時也是許多室內家居、餐廳、咖啡店所喜愛的裝飾佈置。

1. 設計草圖繪製



鹿角蕨系列設計草稿（附圖 14）圖片來源：本研究繪製

2. 設計理念

鹿角蕨的特色就是奇特猶如鹿角般修長或四處朝天延伸的葉片。所以創作造型上，強調如此張力線條之美。由於鹿角蕨屬於附生植物，它們特別的生長方式讓「如何替鹿角蕨上板」或是「換版」成了植栽人士熱門話題。所以利用壓克力流動畫，暈染成類似木頭紋理，再融入如水苔造型的擴香石，變成讓纏絲鹿角蕨附生於上的底板。另一方面，選擇以流動畫作為底紋表現，也是因為每次的流動暈染效果都是不一樣的，如同真實木板的紋路都不盡相同，更增加在製作上的趣味感以及創作獨特性。

3. 春仔花技藝應用：

在春仔花技藝的應用上，此創作成品零件劃分為孢子葉、營養葉二種紙型。製作材料使用具有防水效果材質 -PVC 模型版與文化線，用 0.5mm 電鍍銅線來支撐胎體進行製作。參考傳統圓形與蟹腳型零件，並將蟹腳型版型延長成 6-8 公分不等後作孢子葉各部位版型描繪。使用「纏、折、曲」之工法。色彩配置以苔綠、深綠、白化綠色作為主色。描繪完成後的各部零件版型可以透過等比例放大或縮小供日後創作使用，也可以視創作需求增加孢子葉的數量。

4. 鹿角蕨系列創作成品



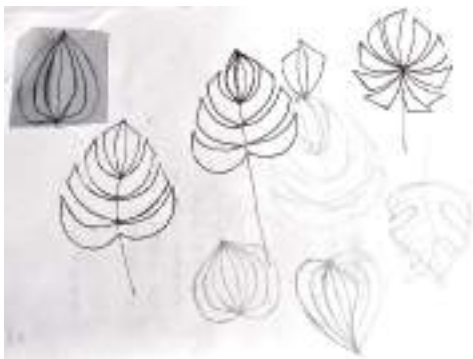
鹿角蕨系列創作成品（附圖 15）圖片來源：本研究拍攝

（三）龜背芋系列：

龜背芋又可稱為龜背竹、電信蘭葉。原生於熱帶雨林，屬於大型多年生草本植物，喜愛溫暖高濕度的環境。吸收到充足的日照才會讓葉面上出現不規則的羽狀裂

口，如同孔洞般。也因葉片上的羽裂很像烏龜背上的殼，台灣多以「龜背竹」稱之。龜背芋具有強大的生命力和容易養護。其葉片像是烏龜外殼，花語也有代表長壽之意。同時它還有吸收二氧化碳的作用，有利於人體的健康，是現今許多營業場所、咖啡店、餐廳喜歡種植的植栽之一，以龜背芋當作空間裝飾，同時也充滿濃厚森林感，讓人產生舒活放鬆之感覺。

1. 設計草圖繪製：



龜背芋草稿 (附圖 16) 圖片來源：本研究繪製

2. 設計理念：

龜背芋特殊的羽裂紋理是它的代表特色，所以在紙型的設計上，參考真實的葉片並以「簡化其意象」的方式來進行紙型繪製。紙型製版參考文獻中客家纏花四片一瓣的複瓣花型來進行改良，零件組合的結構上則改以兩邊尖端往中間收線並露出葉梗作為呈現。

3. 春仔花技藝應用：

列零件可分為葉片、氣節根二種。胎體材料使用可回收之手搖飲紙杯、文化線、0.5mm 電鍍銅線來進行製作。自製紙型並運用「纏、折、曲」之工法，單一葉片的零件設計如下所示 (附圖 17) 置以墨綠、橄欖綠二色 (使用文化線色號為 10、39)，文化線必須從線頭四分之一處抽成粗絲後進行纏繞。組裝後成品尺寸約為 20 公分長，18 公分寬，16 公分高。製作時間約為 4-5 小時。成品內容為 9-10 片葉、8-10 支氣節根所組成 (附圖 18)。完成後的作品可以在葉片或是基座花盆噴灑或是滴入香氛，使其產生香味。以香氛代水，如同澆灌真實植物的方式，產生味覺、觸覺、視覺等共感覺。

4. 龜背芋創作成品一件：



龜背芋單片葉形零件 (附圖 17)

圖片來源：本研究拍攝



龜背芋成品一組 (附圖 18)

圖片來源：本研究拍攝

5. 窗孔型龜背芋

窗孔型龜背芋屬於特別的觀賞品種，特徵是橢圓形葉片上緊密排列的小孔洞，猶如被蟲啃食一般，顯得奇特又可愛。取其孔洞特徵，參考客家纏花之複瓣花型方式，重新繪製紙型。製作材料使用可回收之手搖飲紙杯、文化線、0.5mm 電鍍銅線來進行製作。運用「纏、折、曲、綁」之工法，單片葉子紙型設計如下 (附圖 19)。色彩配置是墨綠、橄欖綠二色 (使用的文化線色號為 10、39)，文化線必須從線頭四分之一處抽成粗絲後進行纏繞。組裝後成品尺寸約為 25 公分長，25 公分寬，18 公分高。此系列因版型結構複雜，故單一片葉子的製作時間約為 1-1.5 小時不等。若以 8-9 片葉子為一盆來計算，製作時間約為 8-9 小時不等，是所有創作系列工時最長的作品。成品內容為 11 片葉子所組成 (圖 20)。完成後，可以噴灑香水在葉片上，不會影響葉片結構或造成生鏽，使其能仿照真實植物之灌溉方式，以香氛代水，變成桌上觀賞型仿生盆栽 (圖 21)。



窗孔龜背芋草稿 (附圖 19)

圖片來源：本研究繪製



窗孔型龜背芋成品一組 (附圖 20)
圖片來源：本研究拍攝



可噴灑香氣的春仔花 (附圖 21)
圖片來源：本研究拍攝

6. 龜背芋系列創作成品

此系列共有龜背芋和窗孔型龜背芋各一組，合計數量為二件 (附圖 22)。



龜背芋系列創作成品二件 (附圖 22)
圖片來源：本研究拍攝

五、結論與建議

(一) 研究結論

於此次創作研究探討「春仔花」傳統技藝創新發展，首先從文獻中了解春仔花技藝之脈絡發展，其依附於早期閩、粵移民所帶入之禮俗信仰中，經 40 至 60 年代農業社會輝煌發展，在 70 年代因臺灣社會轉型而沒落，直到 80 年代在有心人士的傳承而重現風華。這項臺灣傳統民間工藝匯集著無數女紅巧手化藝，象徵大眾對於美好生活的祈求，代表著美學及文化的傳承。然而生活型態轉變，大眾追求效能、潮流與科技感，對於需要慢工出細活的春仔花工藝接受意願低，且傳統春仔花造型不容易使用於現代生活中，導致民眾無從了解其工藝精神，致使此項工藝文化價值與手作獨特性，仍然在現代社會式微。傳統工藝最好的復甦及保存方式，便是回到民眾的生活，同時傳統技藝的創新也要提出目的性、有別以往的使用體驗、或符合現今生活型態，並跳脫原有的技術框架及舊思維，加入新思考模式與現代材質應用，才能創造更多可能。本研究透過文獻探討與田野調查，探究春仔花傳統製作工法和用料，從中發現問題進而思考新素材來替換傳統物料，透過設計轉化，保留春仔花手工製作的特性與象徵美好的文化精神。

創作研究上，將主結構 - 紙替換成各式科技材質，增加其防潮防濕性，並設計成可以直接在成品中滴入香氛，或結合擴香基座與複合媒材等，讓使用者與產品互動時產生視覺、嗅覺、觸覺等共感覺。賦予春仔花現代化使用功能和賞玩樂趣，藉由產生香味來獲得療癒之感覺，緩和都會生活所帶來的緊張煩悶。以下為綜合本創作研究分析所獲得之結果方向：

一、以文化作為發展基礎，加入理性的設計思維和運用設計轉化，重新審思傳統春仔花技藝，尋求符合現代化的審美，跳脫傳統春仔花裝飾性層面，並創建春仔花於現代生活型態中的運用。以虎尾蘭、鹿角蕨、龜背芋等系列之創作成果，重新演繹傳統工藝。呈現出具有現代精品質感的造型作品，突破傳統工藝的限制。

二、透過文獻探討、梳理分析，以及田野訪查與學習，將傳統制式規矩作改變並替換使用材料，縮短春仔花製作時間，完成後的作品除裝飾性以外，也具有日常使用功能性，加上用料簡單、工具取得容易，更可強化傳統工藝親近民眾之發展方向與生活應用範圍，增加工藝發展性並提升附加價值，引導民眾認識春仔花工藝的精神與文化價值。

三、傳統春仔花技藝來自於生活，本應該生活化，所謂「生活藝術化，藝術生活化」，讓生活的東西具有實用，兼具觀賞之藝術價值。如果只是一昧地懷舊，或是一廂情願地製作認為是美的器物，將不會持久也不會進步。本研究認為春仔花產

業可以採半自動化生產的方式來進行，保留春仔花技藝的手作特性，因為手的技術作業是賦予春仔花質感與價值的重要因素，借助新的科技或機械的力量來進行紙型零件的裁切，則可節省許多前置作業時間。

四、本研究認為春仔花製品的導向也需要作市場區隔。所謂的區隔是指不同定位，若以生活產品來論，就依照生活用品的使用性和用途去進行改良。但如果是談到傳承工藝技術，就應該要維持它原先工藝的純正樣貌，包括使用技法、工料、工序、工時來製作，而不應該被機械化或新材質取代。工藝品和生活用品要有所區分，讓工藝品維持高度藝術性與工法；若是以產品則可以簡化其技法、有效縮短製作時間與替代材質，使其可以量化生產。工藝品與產品兩者定位要有所差異，才能避免市場出現混亂的現象。

（二）後續研究發展與建議

本研究因受限於人力和時間限制，對於創作研究方面仍然有許多值得深入去探究的部分與改善方向，於是提出相關後續發展研究之建議，作為改進方向：

（1）本研究之理想是以半自動化生產的前提來進行設計，若能以電腦繪製胎體版型並進行雷射開模切割，勢必節省更多時間作業，使其有效產生大量春仔花零件版型。此外，亦可發展成材料包的方式，提供更多同好進行製作，加速推廣此項工藝。

（2）以舉辦展覽、手作體驗課程或是講座等方式，分享創作研究為春仔花技藝進行推廣，未來也可以嘗試與更多永續環保媒材、科技技術（會動、發光、有聲音等）作結合，發展更多元化的可能性。

（3）本研究因時間因素，未能將創作成品進行使用者體驗問卷調查，建議後續研究者，能夠將實際創作成品進一步就性別、年齡、職業、成長背景等類別進行探討，釐清不同性別與年齡，甚至是不同成長背景對創作成品的評價，以供後續設計者在工藝設計定位目標可以更精準，符合消費者需求，進行設計改良，提高創作研究之信度效度。

綜合以上之結果，本研究期能作為工藝師或相關設計研究者參考，藉以掌握春仔花屬性與文化特質，在未來產品型態呈現、技法使用等，可以更有效提升吸引力及民眾喜好度，在「設計」與「工藝」結合下，有策略地在「創新」與「傳統」之間尋求平衡點，並為研究帶入實際附加價值，帶動更多傳統工藝發展，為工藝師、設計師及消費者三者之間創造多贏的局面。

參考文獻

1. 何方綺（2015）。台灣纏花工藝（春仔花）的傳承與創新研究－以陳惠美藝師為例。佛光大學文化資產與創意學系碩士論文。宜蘭縣。頁：3-4。
2. 吳姿瑩（2021）。從創新走入人群－台灣傳統工藝的當代轉化。南投草屯：國立臺灣工藝研究發展中心。臺灣工藝季刊，第81期。頁32-37。
3. 杜瑞澤（2004）。生活型態設計：文化、生活、消費與產品設計。臺北市：亞太圖書。
4. 阮綠茵、管倖生等人（2010）。設計研究方法。新北市：全華圖書。頁：126-148。
5. 周凱（1967）。廈門志。卷十五，風俗記。台北：成文出版社。
6. 林榮泰（2005）。文化創意設計加值。藝術欣賞7月號。頁1-9。
7. 金門縣瓊林聚落民俗與文物普查建檔計畫（2018）。金門縣文化局。頁71-72。
8. 柳宗悅（1940）張藝譯（2013）。柳宗悅日本民藝之旅。台北市：遠足文化。頁22。
9. 郝時遠（1999）。田野調查實錄。北京：社會科學文獻出版社。頁：39。
10. 陳珮琪（2021）。現代工藝之感質特性探討－以竹工藝為例。國立高雄師範大學工業設計學系碩士論文。高雄市。
11. 陳惠美（2016）。春仔花細工：傳遞祝福的纏花手作。台北市：旗林文化。頁12。
12. 喜多俊之（Toshiyuki KJTA）（2011）郭苑琪譯（2011）。給設計以靈魂：當現代設計遇見傳統工藝。台北市：經濟新潮社。
13. 曾國榮（2008）。台灣傳統纏花藝術之研究。華梵大學工業設計學系碩士班碩士論文。新北市。
14. 鄭惠美（2006）。藍衫與女紅。臺北：日創社文化事業。
15. 鄭惠美、曾國榮（2010）。花嫁：纏花藝術特展專刊。新北：新北客家事務局。
16. 謝宗榮（2002）。紀念顏水龍先生逝世五週年－台灣傳統工藝的現在與未來－從顏水龍先生的工藝思想談起。《臺灣工藝》十三期。台灣工藝研究所。南投。頁：18-22。
17. 顏惠芸、林榮泰（2012）。從文創產業的感質商品到商業模式的設計加值。藝術學報（91）。頁127-152。

網路文獻資料：

1. 文化產業類（2015）。文化部網頁。
https://www.moc.gov.tw/information_311_20450.html
2. 纏花（2009）。文化部台灣大百科全書。
<https://nrch.culture.tw/twpedia.aspx?id=2607>

臺灣虎爺信仰文創商品設計研究

A Study on the Design of Cultural and Creative Commodities of Tiger Religion and Belief in Taiwan

徐子翔

Tzu-Hsiang Hsu

國立臺灣師範大學設計學系研究生

摘要 Abstract

信仰文化是人類社會發展過程中重要的一環，在早期醫療水準及科學水平知識低下之時，人民習慣依靠神靈來面對疫疾及未知物，衍生至今日發展成各有特色的宗教信仰。而宗教文化一直以來跟臺灣人民密不可分，信仰自由也造就了許多香火鼎盛的廟宇以及傳統信仰中神明與人民互動的佳話。本研究在研究初期使用文獻探討法釐清臺灣動物信仰發展脈絡，並以虎爺信仰其作為切入觀點，選擇最具代表性的新港奉天宮虎爺作為研究對象。後續使用個案分析法剖析市面上現有的宗教文創商品，接著使用次級資料分析法分析新港奉天宮虎爺之元素，而後使用本研究提出之設計方法，將現有商品的優點結合奉天宮虎爺元素，設計出區別於傳統香火袋功能的全新皮革香火袋，打造更貼合市場需求的虎爺創新宗教性文化商品。

希望本研究提出的設計方法，能讓設計者能更有效率、有原則的進行宗教文化商品設計，在使用此方法進行設計工作的同時，讓設計出的文化商品能更貼合信徒的信仰需求，在推廣臺灣富有濃厚民俗特色虎爺信仰的同時，也提供一個方向讓更多從事相關產業的設計師有個新的設計參考依據。

Faith culture is an important part of the development of human society. In the early days when medical and scientific standards were low, people used to rely on deities to face epidemics and unknowns, and this has led to the development of distinctive religious beliefs today. Religion and culture have always been inseparable from the people of Taiwan, and the freedom of belief has resulted in many temples with great incense, as well as good stories of interaction between the gods and the people in traditional beliefs. In this study, the most representative temple, the Tiger Emperor of Fengtian Temple in Xingang, was chosen as the subject of this study. Then, the case analysis method was used to analyse the existing religious cultural and creative commodities in the market, followed by the secondary data analysis method to analyse the elements of the Tiger Ye of Fengtian Temple in Xingang, and then the design method proposed in this study was used to combine the advantages of the existing commodities with the elements of the Tiger Ye of Fengtian Temple, to design a brand-new leather incense pouch that is different from the traditional function of the pouch, and to create a new innovative religious and cultural commodity of Tiger Ye that is more in line with the market demand.

It is hoped that the design method proposed in this study will enable designers to design religious and cultural commodities in a more efficient and principled manner, and that the cultural commodities designed using this method will better meet the needs of believers' beliefs, and promote the beliefs of the Tiger Emperor, which is rich in folklore characteristics in Taiwan, and provide a direction for more people to follow. At the same time, it also provides a direction for more designers in related industries to have a new design reference.

臺灣虎爺信仰文創商品設計研究

徐子翔

Tzu-Hsiang Hsu

一、研究背景與動機

現代人把動物神聖化、對牠如神般地尊敬的做法已經極其普遍，民間宗教裡充滿各種動物神就是最好的實例，而隨著先民渡臺而來的動物神，又屬虎爺最為廣為人知。臺灣民間有句諺語流傳「笨港媽祖，蔴園寮老虎」，意謂媽祖、虎爺神威顯赫護民保平安。先民來台開拓移墾之初，面對嚴苛的自然環境及人為災害多重之困境，虎爺收服雞角精，除疫、安家、保平安…等等，顯靈佑民事蹟，世代流傳。而臺灣虎爺信仰中，又屬嘉義新港奉天宮虎爺最為特殊，新港奉天宮將虎爺祀於案桌上有別於一般寺廟供於桌下，為其特色。中間為開基虎爺左為大將軍、右為二將軍，分靈遍布全台，為全臺虎爺之大本營，也因此本研究選擇以嘉義新港奉天宮虎爺為主要研究對象。

本研究透過文獻探討，分析虎爺信仰在漢人行為中的發展脈絡，並透過觀察記錄新港奉天宮虎爺的歷史沿革與發展以及現今虎爺宗教文創發展現況，利用個案分析，來探虎爺宗教文創商品的核心競爭能力。而本次研究透過文化符碼三層分析解構虎爺的文化識別及特色，透過改良既有傳統的虎爺文創商品著手，希望跳脫莊嚴、刻板的傳統宗教形象，設計一系列以虎爺元素打造的文創商品，使宮廟形象現代化並吸引新的世代更了解臺灣的傳統民間信仰。

二、文獻探討

(一) 虎爺信仰起源與歷史

臺灣本島雖不產虎，但虎爺信仰卻在民間廣為流傳（附圖 1），最早可追溯到中國早期的虎爺傳說，而「虎信仰」也隨著先民來臺後慢慢融入臺灣社會中，進而演變成現今常見的虎爺相關廟宇以及不同的虎爺系統。而老虎自古在中國山林間都有出沒記錄，在早期也有侵擾民間生活的問題，故老虎在人們心中的形象充滿了「震懾」及「威嚇」感，雖然人民懼怕老虎（附圖 2），但因老虎的形象深植人心，故後來慢慢發展了人們以老虎形象製作相關器物及衍生信仰，來做為保護自己以及獲得心靈慰藉的一種方式。

1、臺灣虎爺信仰發展

「虎爺」信仰可說是臺灣最廣泛普遍的動物信仰，而虎在早期是種身處在中國深山的頂級獵食者，不管從文獻記載還是民間獵手的口語描述，虎在古代可謂中國的「百獸之王」，而畏懼其力量的人們，隨著民族信仰傳承開始把虎當作神祇來做為祭拜，臺灣先民來台後，將神格化的老虎尊稱為「虎爺」。虎爺在臺灣社會中代表著一種安定力量，人們透過祭祀虎爺，希望虎爺的特徵與特性能做為己用，所以開始了虎爺能辟邪驅魔的傳說，而隨著時間發展虎爺也產生了許多不同的系統（參表 1），我們可以明確知道的臺灣的虎信仰有著「天虎」與「地虎」系統。

表 1:《虎爺系統 / 分類 / 範例》一覽表

天虎系統	新港奉天宮、石碇伏虎宮、板橋慈惠宮、朴子配天、朴子大糠瑯開基祖廟、朴子牛挑灣龍安、祀典興濟宮、左營新庄子青雲宮、旗山天后宮...等。(上述為案例)
地虎系統	北港朝天宮、臺南佳里天玄宮、高雄文衡殿、大龍峒保安宮、左營慈濟宮、龍鳳山王母宮、艋舺青山宮、隨處可見的土地公廟坐騎...等。(上述為案例)

資料來源：本研究整理

而「天虎」與「地虎」系統的差異性，可以從供奉的位置來做判斷（高佩英，2006），天虎供奉於神桌上，有些甚至成為廟宇中的主神，而地虎供奉於神桌下，在廟宇中的地位並沒有那麼重要，通常是神明的坐騎，而兩者差異處在於天虎於人民口耳相傳下通常擁有較顯赫的事蹟。



新港鄉奉天宮開基虎爺（附圖 1）
圖片來源：摘自宗教知識家



古時黑虎形象（附圖 2）
圖片來源：摘自國家文化記憶庫

(1)、天虎系統

天虎系統的虎爺佔少數，通常虎爺在廟宇中的地位屬配祀神的角色，但少數的天虎擁有自己的獨立神殿，待遇就像其他廟宇的主神一般，例：新港奉天宮 - 虎爺殿（附圖 3）以及石碇伏虎宮 - 虎爺殿（附圖 4），能站上桌的虎爺通常都有其特殊的代表故事流傳於民間，而天虎系統的虎爺跟需要跟隨主神的地虎有很大的不同，在傳說中通常都有自主行動的能力。雖然天虎系統的廟宇仍佔少數，但可以從新港奉天宮金虎爺會的全台虎爺會分布發現，全臺分香的狀況越來越踴躍，可見其在大眾視野的能見度也越來越普遍。



新港奉天宮開基虎爺 (附圖 3)
圖片來源：摘自金虎爺總會



石碇虎爺公 (附圖 4)
圖片來源：摘自國家文化記憶庫

(2)、地虎系統

地虎系統的虎爺，顧名思義就是指「在地上」的虎爺，這種虎爺比起天虎系統的虎爺位階來的低，泛指神明的坐騎，民間提到的張天師與土地公，都是收服作亂虎爺做為己用的經典傳說，雖然不是主神，但也因為土地公廟的普遍性，使得地虎系統反而才是全臺最廣泛且深入民間生活的虎爺信仰，而北港朝天宮的虎爺雖屬地虎（附圖 5），但早期也有其顯靈救世的傳聞，而也因信徒較多，廟方將其放入專屬的神櫃中進行供奉，來顯現出對信眾對虎爺的尊敬（附圖 6）。

而不管是天虎或地虎系統，亦或是其他神靈信仰，都有著「靈顯則興」（董芳苑，1975）的特性，本研究參考（高佩英，2017）在其研究中所做的分類，進而撰述三大職能的虎爺在臺灣社會中扮演的角色以及對信徒的意義。本段將會分三類進行說明，再以各類的經典案例來作為研究探討對象。



北港朝天宮虎爺 (附圖 5)
圖片來源：摘自神靈佛現部落格



虎爺全家福 (附圖 6)
圖片來源：摘自艋舺青山宮

(3)、虎爺的三大職能

甲、辟邪

因虎爺本身具有威猛兇惡的外型，在早期的信仰文化中，人們常在廟宇供奉虎爺或是設立雕像，為的就是達到辟邪驅魔以及鎮煞的功效，隨著供奉的虎爺靈驗事蹟的傳播，也發展出了許多以虎爺特色為基礎發展出的鎮物，人們希冀將「求平安」這件事寄託在物品上，也屬一種虎爺辟邪文化下的產物。而常見的虎爺通常歸屬在保生大帝和土地公的麾下，保生大帝的部下則稱做黑虎將軍，土地公的坐騎稱為虎爺。虎爺多供奉於廟宇神殿中主神神龕之下，也尊稱為「下壇將軍」，據鄉間流傳腮腺炎（俗稱豬頭皮）只要求助於虎爺，就能痊癒，此儀式也俗稱「虎咬豬」，在早期小孩若患腮腺炎，只要用金紙輕撫虎爺的下頷，再畫虎形符貼於患部，便可很快痊癒。

乙、招財

虎爺招財一說，需要從虎爺跟隨著神祉談起，早期虎爺多半是作為神明的座騎，而這些帶招財意象的神明就成為了虎爺能招財的聯想，經典的案例有「玄壇真君」及「土地公」，從玄壇真君（以下簡稱財神爺）廟中的對聯我們可以看出端倪，有一句對聯是這樣說道：「我非愛財，騎虎不能下背」，可見財神騎虎在通俗的臺灣信仰文化已成為大眾的既定印象。據中國古代傳聞，玄壇真君※古時叫趙公明（附圖 7）受到殷商太師的禮請，希望趙公明下山抗周，而在下山的路途中遇上一隻猛虎攔路，傳說中趙公明費盡九牛二虎之力才將其收服，在往後猛虎就成為了趙公明的座騎，故也有「虎爺咬錢說」以及「咬錢虎」的民間說法。

在早期由於「土地斯有財」的社會觀念，掌管土地的福德正神（土地公）被人們視為財神爺（附圖 8），隨著人們以發財金及塑膠模製的元寶祭拜土地公的同時，久而久之人們也將身旁的虎爺視為招財的象徵，民間不管是求正財或是偏財，都會有

信眾前來祭拜虎爺，可見「咬錢虎」已成為虎爺不可或缺的現代印象。祭祀虎爺的臺灣廟宇也開始發展出屬於咬錢虎周邊商品，也證實民間對虎爺帶財的能力深信不疑。



玄壇真君像 (附圖 7)
圖片來源：摘自神爐



土地公像 (附圖 8)
圖片來源：摘自望山文化工作室

丙、醫療

在醫療信仰中重要的神靈「保生大帝」，其座騎也是虎爺 (附圖 9)，保生大帝本名吳仝，在世時因父因病去世而立志學醫濟世，其在當時精良的醫術廣傳民間，後人及門徒於其過世後，於原道修建「龍湫庵」(周茂欽，2013)並將吳仝尊稱為「醫靈真人」。傳說中是保生大帝在世時，有隻猛虎吞了一名婦人，但因為衣服的尖銳物導致喉嚨刺痛，而保生大帝告訴老虎：「你只要不吃人，我就幫助你」，而後治好了老虎，老虎為感念醫治之恩而自願成為守護廟宇的守衛 (許文綺，1996)。隨著信仰文化不斷發展下，據傳虎爺不僅能夠治癒人們及家畜的疾病，也能壓制瘟疫，而人們尊稱保生大帝旁的虎爺為「黑虎將軍」(附圖 10)，可見其也佔臺灣虎爺信仰中重要的一環。



保生大帝治虎爺像 (附圖 9)
圖片來源：摘自網路資料



黑虎將軍 (附圖 10)
圖片來源：摘自府城電子報

(二) 新港奉天宮虎爺殿

要追溯新港奉天宮的起源，要先從其前身「笨港天后宮」開始談起，「新港」早期稱作「笨新南港」，其中的「南」指嘉義的地理位置偏南，而「笨」是指新港早期擁有一座低機能的港，笨在這指低機能。笨港天后宮於嘉慶四年毀於大水災，廟方於嘉義的笨新南港 (現今的新港地區) 建立，並於 1917 年 (民國六年) 舉行落成典禮，早期的居民在當地發展出繁榮的生活圈，而後也將天后宮改名「奉天宮」，從明朝天起二年算起，迄今也有四百年的歷史，如從清嘉慶十六年算起，迄今也有兩百一十二年歷史。於西元 1985 年，中華民國內政部公告將新港奉天宮核列為縣定第三級古蹟。從 (附圖 11) 虎爺符令可看出端倪，雖說笨新南港現今已改叫新港，但傳承下來的古符還是保持原地名，目前也是新港奉天宮使用的符令。新港奉天宮的虎爺能自成一殿且上桌供奉的原因，以民間傳聞與記載來看大約分為三種說法 (林德政，1993)



保生大帝治虎爺像 (附圖 9)
圖片來源：摘自網路資料

1、媽祖借宿之恩

新港早期叫做「麻園寮」，在清嘉慶年間，洪水氾濫，笨港天后宮原址被洪水沖垮，居民將廟中神像與文物暫時安奉在肇慶堂土地公廟裡，直至十幾年後，信眾才將媽祖迎請回興建完成的奉天宮。肇慶堂土地公廟在日據時代被日本人拆除，改建為新港分駐所，媽祖為了報答肇慶堂土地公十幾年的借宿之恩，就將土地公和虎爺請回奉天宮，土地公安奉於大邊，而虎爺也受到尊崇，奉祀在桌面上，這也是「笨港興媽祖，麻園寮出老虎」這句俗語的由來。

2、嘉慶君遊臺御賜金花

奉天宮虎爺與一般虎爺不同之處，就是頭戴金花的特殊外觀，據傳清嘉慶君遊臺時，夢見妖魔鬼怪來騷擾，千鈞一髮之際，有位花臉大鬍鬚面似老虎的男子前來救駕，隔日夢醒嘉慶君與王德祿提督提到此事，提督告知應是「麻園寮虎爺」現身顯靈 (劉俊廷，2013)，而後嘉慶君遊至肇慶堂土地公廟時，發現桌下虎爺外觀正似夢中所見的救駕之物，於是親自將虎爺請至桌上，封為「狀元虎」以示感謝救駕之恩，從此虎爺將軍就頭戴金花，後稱「新港奉天宮金虎爺」，威風凜凜端坐在桌上。

3、辟邪除疫的麻園寮虎爺

民間流傳「囝仔歹么飼，抱去拜虎爺就無代誌」，因此早期只要小孩生病通常家長會求助於新港奉天宮虎爺，而因臺灣並不產虎，故以前的工匠們在製作虎爺神尊時，都是以貓為外型來做為參考，所以我們能看到傳承至今的虎爺外型都有著大而圓突的眼睛，圓圓的臉龐，帶著笑意的嘴型，露出兩顆虎牙，給人一種可愛逗趣的感覺，也使虎爺與信眾更加接近（陳繡綿，2010）。

奉天宮虎爺封賞頭插金花，張口昂首「青眼觀天虎」，表情生動活潑且帶威儀，祀於案桌上，左為大將軍（附圖 12）、右為二將軍（附圖 13），分靈遍布全台約有上千尊，所以奉天宮是為虎爺之大本營。新港奉天宮的虎爺估計有超過上千尊分靈為全台最多，廟方並打造「金虎爺」（也稱為金虎將軍）供信徒奉請，並在全台各地成立超過二十多個「金虎爺會」。



大將軍像 (附圖 12)
圖片來源：本研究拍攝



二將軍像 (附圖 13)
圖片來源：本研究拍攝

（三）虎爺文化創意產業

1、從虎爺信仰發展到文化創意產業

現今社會中，民族節慶處處可見老虎形象的裝飾物及商品，甚至也發展出了專屬虎爺的節日慶典「虎爺生」，每年的農曆六月六號就可見大大小小的廟宇與信眾前往祭祀虎爺，從民俗、文學及藝術的角度來看，可一展中國虎文化，清逸、雋永、雄壯敦厚及渾樸的一面（徐碧娟，王藍亭，2021）。也常見到一般民眾在廟宇購買虎爺相關商品，像是常見的虎爺聚寶盆能夠滿足信徒求財的祈願，虎爺項鍊以及虎爺符令手鍊有著招財辟邪的意涵，在傳統的端午節慶，也可見到配戴虎爺香包的孩童，這也是虎爺文化與傳統文化結合的一環，由此可見虎爺文化輸出其實廣泛且普遍，在民眾眼裡虎爺已成為辟邪祈福的象徵，其衍生發展的虎爺文化創意產業更是隨處可見。

2、虎爺文創商品文化符碼

在設計文創商品時，運用文化符碼可以很好的了解設計對象的背景、文化以及社會環境，在剖析的過程中可以使設計者釐清每個文化背後的意涵，能夠導正後續設計至正確的方向，藉由文化符碼的精闢分析，可以使設計者的思維更加清晰。而符碼在人們的生活中隨處可見，囊括了消費、生活……等等跟生活有關之事物，設計文化符碼理論更是根植於符號學、設計學及文化學的基礎，在符號層面注重符碼及圖像意義的詮釋，在設計層面注重美感的體現，在文化層面注重文化特色表達的方式。而文化符碼可區分為三大層次（附圖 14），而此方法是種可以幫助設計者們分析或解讀現有文化商品的方法論，此三大方法依序為：

（1）、策略層

策略層意指「巧意」的層次，囊括了設計作品的「說服層次」以及「說故事層次」，通常設計工作者會刻意的隱瞞背後含意，也就是文化習慣中的不明自白，所以消費者或使用族群往往無法直接察覺或分析背後含意。

（2）、意義層

意義層意指「故意」與「表達」的層次，由於設計語意及符號學的發達，此層次往往是最容易被理解及發現的，但通常設計物都是某種文化的體現，故在分析一種物品前，還是需要了解特定文化，才能更加清楚辨析物品的社會文化內涵。

（3）、技術層

技術層意指「無意」的層次，包含設計成品的「美感層次」及「創作媒材感受層次」，技術層次在「現代主義」中有深刻的發展，造就了此層可以被明顯辨別與分析。



文化符碼三層說 (附圖 14)
圖片來源：本研究拍攝

文化符碼三層分析在設計者分析現有文化創意商品時，能很好的體現其功能，故本研究將以文化符碼三層分析為理論基礎，解讀現有虎爺文化創意商品，歸納並了解目前虎爺文創商品客群的喜好及接受意向，藉此提供後續的設計開發有一定的理論依據。

（四）文獻小結

透過上述探討虎爺信仰的發展過程，可以清楚的了解到宗教信仰發展對心靈的寄託的重要性，本章節分析虎爺信仰後，特別對虎爺信仰進行分析。在彙整資料的同時，也從文獻的歸納整理中發現早期虎爺意象多應用於辟邪及震懾功能，同時也祈求虎爺能保佑孩童平安成長，虎信仰可說是跟生活息息相關。

本次研究將對象鎖定為新港奉天宮虎爺，因其特殊的定位及普及率，選定其為虎爺研究對象最有代表性，透過文化符碼的解析，來分析奉天宮現有虎爺文創商品的屬性，幫助本研究了解虎爺文創商品的文化脈絡及涵義，並將以下分析結果應用於後續的創作中：

- 1、符合新港奉天宮虎爺神尊意象之元素。
- 2、滿足信眾信仰之功能（保平安、辟邪、招財）。
- 3、要有便利性，讓信眾可隨身攜帶。

第三章節將透過本研究的範圍新港奉天宮虎爺相關文獻，做後續的設計應用，希望藉由全新辟邪物的開發設計，發展虎爺文創商品的全新解答，期許能在「創意思維」與「傳統文化」兼並的情況下找出設計的平衡點，透過設計開發，讓觀者及消費者能夠好的了解體驗虎爺信仰文化的意涵。

三、研究方法

本章節將會以市面上現有的宗教文創商品進行研究分析，因市面上的宗教文創商品類型較為廣泛，本研究將分析範圍限縮於「香火袋」這項廟宇一定會出現的商品，因其入手的難度較低也較為廣為人知，透過分析整理出樣本後，尋找宗教文創商品的發展脈絡與信徒之間的關係，使設計師在執行宗教文創商品的初步工作時，能有相應的步驟及參考資訊，內容如下：

（一）、個案研究法

近年來個案研究法被廣泛應用於設計研究，設計師使用個案研究可以了解目前市場現況，有助於後續的研究分析與比較，透過前期的研究工作可以使新計畫或是研究帶來相對應的影響。而個案研究法著重在前期蒐集單一、相關案例的大量資訊，在蒐集與分析期間，可以發現案例的各項細節，通常具備以下特性

- 特性一：針對問題範圍選擇單一或一小組案例。
- 特性二：在案例所屬環境進行研究。
- 特性三：運用交叉驗證蒐集資訊，如觀察、訪談及文件分析。

個案研究的過程與設計的過程有高疊合之處，因此被廣泛應用在前期的設計工作上，個案研究需在前期定義一個問題，建立初步假設，透過後續的資料蒐集、觀察、訪談來進行研究，使用結論進行修正，最後呈現與之相對應的成果，在分析的過程中應詳細記錄，因記錄本身也會成為新的設計個案研究資料庫。

本案例分析的樣本為：

1、各大廟宇推出的虎爺香火袋文創商品

本研究以文獻探討中針對商品具有的文化符碼與商品屬性，建構出此分類表格，協助設計者在初期工作準備時能夠了解現有產品各項屬性優勢。項目包含商品名稱、品項、說明、宗教典故、使用的宗教元素、文化符碼三層次（策略層、意義層、技術層），從諸多現有案例分析整理後，進而推論宗教文創商品需符合何種要件才能符合相對的客群，以及該產品與對應的宗教元素關聯性密切與否。

案例分析的架構如下：

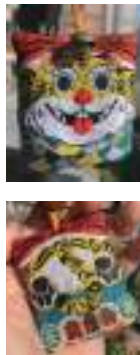
表 2 案例分析表

商品名稱				
商品品項				
商品說明				
典故				
使用的元素				
商品圖片	策 略 層	說服 層次	說服立場	
			說服策略	
		說故事 層次	說故事策略	
			說故事主題	
			題素	
	意 義 層	語意 層次	單語意 (圖像符號)	
			字句	
			文章	
	技 術 層	美感 形式 層次	美的 組成原則	
		媒材 層次	處理對象與創作 材料	

資料來源：本研究整理

(1)、商品案例分析—市面上推出的「虎爺香火袋」文創商品：

表 3 虎爺香火袋個案一

神明攤 - 虎爺香火袋				
商品品項		皮革香火袋		
商品說明		香火袋是保身平安的宗教文物，配戴香火袋者，即可獲得神靈的庇佑。		
典故		主要請願訴求—咬錢、祈安		
使用的元素		虎爺、鈴鐺、虎紋		
	策略層	說服層次	說服立場	鹿府文創出品
			說服策略	隨身佩帶香火袋，即可獲得虎爺保佑身體健康。
		說故事層次	說故事策略	此香火袋能為自己 / 家人 / 朋友 / 情人祈求福安、招財。
			說故事主題	主題：虎爺香火袋
			題素	高質感、方便收藏、咬錢虎
	意義層	語意層次	單語意 (圖像符號)	壬寅虎年，一甲子一次
			字句	虎爺咬錢來，平安又招財
			文章	上頭繫上虎頭鈴鐺在台灣民俗中有趨吉避凶、保平安的功用。正面是虎虎，背面是虎屁，讓你正反面都看不膩。
	技術層	美感形式層次	美的組成原則	使用布織品材質及五金配件跳脫傳統香火袋的純棉、塑料編織等低成本材質，圖案以電繡製作，打造高質感虎爺香火袋成品。
		媒材層次	處理對象與創作材料	材質： 布織品、鈴鐺、中國繩。

資料來源：神明攤官網，本研究整理

表 4 虎爺香火袋個案二

神武部隊 - 虎爺特多龍香火袋				
商品品項		特多龍香火袋		
商品說明		香火袋是保身平安的宗教文物，配戴香火袋者，即可獲得神靈的庇佑。		
典故		主要請願訴求—虎年發財		
使用的元素		虎爺、虎紋		
	策略層	說服層次	說服立場	虎爺（客群）香火袋。
			說服策略	隨身佩帶香火袋，即可獲得虎爺保佑招財進寶。
		說故事層次	說故事策略	此香火袋能為自己／家人／朋友／情人祈求平安化煞、招財進寶。
			說故事主題	主題：虎爺香火袋
			題素	方便收藏、平安化煞、招財進寶
	意義層	語意層次	單語意（圖像符號）	不論男女，都可隨身佩帶，化煞保平安，幫助運途光明。
			字句	
			文章	
	技術層	美感形式層次	美的組成原則	使用特多龍材質及純棉構成香火袋成品。
		媒材層次	處理對象與創作材料	材質：特多龍、棉繩。

資料來源：神武部隊官網，本研究整理

表 5 虎爺香火袋個案三

北港武德宮 - 葫虎生豐編織香火袋				
商品品項		編織香火袋		
商品說明		香火袋是保身平安的宗教文物，配戴香火袋者，即可獲得神靈的庇佑。		
典故		主要請願訴求—添財添福		
使用的元素		北港武德宮黑虎爺將軍、葫蘆		
	策略層	說服層次	說服立場	北港武德宮過爐（官方產品）
			說服策略	隨身佩帶香火袋，即可獲得虎爺賜佑添財添福。
		說故事層次	說故事策略	此香火袋能為自己／家人／朋友／情人祈求添財添福。
			說故事主題	主題：北港武德宮黑虎爺將軍香火袋
			題素	編織質感、方便收藏、招財
	意義層	語意層次	單語意（圖像符號）	將財神祖廟的黑虎將軍與象徵福祿的葫蘆做結合，代表添財添福
			字句	版畫風呈現，古樸雅緻，隨身攜帶庇佑財福雙全，平安順遂！
			文章	
	技術層	美感形式層次	美的組成原則	使用編織線材質及中國繩結，打造高質感香火袋成品。
		媒材層次	處理對象與創作材料	材質：編織線材、綿

資料來源：北港武德宮官網，本研究整理

表 6 虎爺香火袋個案四

虎年皮革香火袋 (通用款)				
商品品項		皮革香火袋		
商品說明		香火袋是保身平安的宗教文物，配戴香火袋者，即可獲得神靈的庇佑。		
典故		主要請願信徒各類訴求		
使用的元素		虎爺神明圖像。		
	策略層	說服	說服立場	虎爺 (客群) 香火袋。
			說服策略	隨身佩帶香火袋，即可獲得虎爺賜佑。
		說故事	說故事策略	此香火袋能為自己 / 家人 / 朋友 / 情人賜佑。
			說故事主題	主題：虎爺通用款神明香火袋
			題素	皮革質感、方便收藏、滿足虎爺客群。
	意義層	語意層次	單語意 (圖像符號)	各地廟宇發展出具有當地特色，且充滿虎爺風格的香火袋，讓信徒方便配戴。
			字句	
			文章	
	技術層	美感形式層次	美的組成原則	使用印製方法將虎爺圖像印製在皮革上，結合五金吊飾打造質感皮革香火袋成品。
		媒材層次	處理對象與創作材料	材質：仿皮革、五金

資料來源：哩哩叩叩手工藝材料網，本研究整理

(2)、本研究彙整之奉天宮虎爺外觀：

在漢人信仰文化中的神祉雕像，通常會依照《神仙通鑑》中描述的外型來做雕刻，因此各大廟宇中的神祉外觀都有一定的規律性，但虎爺信仰並不在神仙通鑑中，且臺灣並不產虎，故早期的雕刻師傅對老虎的外觀皆無概念，僅憑自身的經驗以及傳說中虎的外型做刻撰，甚至會以貓的外型來做為虎爺身尊的外型參考，且非常具有想像力及誇飾性。雖然老虎是凶猛的猛獸，但在臺灣的民間信仰中，往往都以可愛俏皮、大眼睛的外型出現，而本節主要依據前述的文獻蒐集以及書籍記載，整理出奉天宮開基虎爺、虎爺大將軍及虎爺二將軍的外觀特徵，整理奉天宮虎爺外觀資料的同時，也能作為奉天宮虎爺文創商品的外觀設計參考依據，使設計成果不失真。

(甲) 虎爺外觀分析表

表 7 虎爺外觀分析表

新港奉天宮 - 虎爺外觀分析表		
	觀天青眼	青眼昂首「觀天虎」，新港奉天宮虎爺為朝天虎，意涵生命旺盛及威武。
	如意鼻	按如意形作成的如意紋樣，又名「如意雲紋」、「如意雲頭紋」，造型上以如意頭、靈芝為來源，形成了獨特的雲朵形狀。如意在漢人社會廣為應用，如「平安如意」、「吉慶如意」、「富貴如意」皆為吉祥之意，虎爺的鼻頭外型即是照如意外型進行雕刻。
	火焰眉	虎爺神尊的眉毛外觀從眼緣延伸至耳下，奉天宮官網記載此眉外型為「火焰眉」。
	白肚皮	根據現有虎爺神尊、雕像的外觀，可以彙整出虎爺從下唇開始延伸至肚皮 (腰身) 位置，現有彩繪皆為白色，官方記載將其定義為「白肚皮」。
	牙齒位置	奉天宮虎爺的嘴巴外型，意指張開虎口會叨來財寶，又稱「福爺」，也間接衍生出「虎咬錢」之寓意，牙齒分布為一對大門牙以及一對上下虎牙。

資料來源：本研究整理

(乙) 虎爺類別分析列表

表 8 新港奉天宮一虎爺神尊列表

新港奉天宮 - 虎爺神尊列表		
	開基虎爺	因開基虎爺神尊並無彩繪（原色），故將以虎爺殿前的開基虎爺彩繪為分析對象，主配色為身黃，紋路為黑，面孔為青眼觀天虎、上大門牙、虎牙以及碩大的如意鼻，此配色為目前最廣為人知的開基虎爺配色。
	虎爺大將軍	左圖為本研究拍攝的虎爺大將軍像，主配色為身橘，紋路為黑，面孔為青眼觀天虎、上大門牙、虎牙以及碩大的如意鼻。
	虎爺二將軍	左圖為本研究拍攝的虎爺二將軍像，主配色為身黑，紋路為金，面孔為青眼觀天虎、上大門牙、虎牙以及碩大的如意鼻。

資料來源：本研究整理

(二) 研究方法小結

而本研究在研究方法章節中，在初期設定分析目標為市面上的「文創香火袋」，在蒐集資料分析的階段，本研究採「個案研究法」對目前市場上的文創特色香火袋及符令商品進行了「文化符碼」以及「商品意涵」的分析，從分析結果可歸納出市面上的香火袋都有以下特點：

1、目標明確的客群

會購買指定香火袋的消費者或信徒，都有其相對的客群，信徒如需像虎爺祈求所請之事時，就會購買特定虎爺廟出品或是有虎爺外觀（圖樣）的香火袋配戴。

2、清楚的所求（祈求）之事

有些特色香火袋其外觀並無神靈的圖案，但卻有信徒會購買，其因是香火袋的外觀皆有寫上祈求之事，信徒會依照個人需求來進行請購配戴。

3、神靈神尊的外觀塗裝

信眾在祈求香火袋時，也會選擇直接將神尊圖案印製或縫紉在外觀上的香火袋商品，如關聖帝君、媽祖、虎爺等，讓信眾能夠有神尊陪在身邊護佑的感覺。

4、廟宇或特定神尊的符令

臺灣的廟宇文化遍跡全臺，不同的廟宇皆有不同的信眾跟客群，故每間廟宇都有自身獨特的神尊符令，信徒會依照自身的信仰取向去跟廟宇索取或購買相關的商品。

5、奉天宮虎爺外觀分析簡表

表 9 虎爺外觀分析簡表

神尊名	身體配色	身體紋路	眼睛	鼻頭	眉毛	肚皮	門牙
開基虎爺	黃色	黑色	青眼觀天	如意鼻	火焰眉	白肚皮	上大門牙 上下虎牙
虎爺大將軍	橘色						
虎爺二將軍	黑色	金色					

資料來源：本研究整理

四、創作表現

(一) 創作背景與動機

本研究在上一章研究分析的文創「香火袋」商品後發現，市面上的宗教文創商品最重要的要點是要讓使用者／消費者／信眾在使用該商品時，要能夠產生對自身信仰一定的「連結性」，本研究在個案探討的過程中發現這些商品都有滿足以下要件：

1、明確的信眾客群

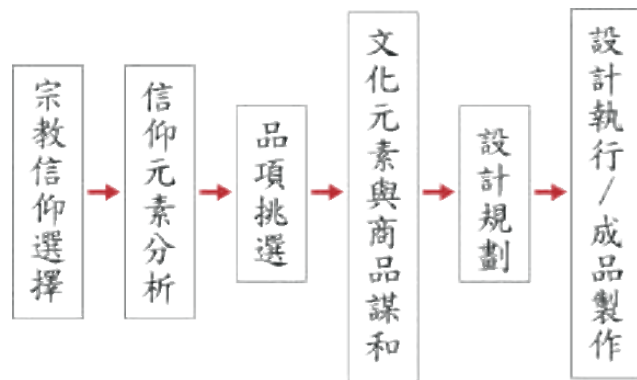
2、清楚的所求／祈求之事

3、神靈／神尊相關的塗裝

在了解以上條件後，本研究分析出了奉天宮虎爺的外觀特徵，透過此分析資料能夠幫助整體研究創作的聚焦，讓產出成果能夠更貼合奉天宮虎爺的信仰客群的同時，也能向非客群的消費者推廣虎爺信仰文化。本研究選用臺灣廟宇最普遍的「香火袋」作為設計應用實例方向，期望將「文獻探討」研究之心得，結合「案例分析」的結果作為創作的基礎，藉此創作出本研究宗旨之虎爺宗教文創商品。

(二) 創作方法模式提出

經由文獻探討、個案分析後，本研究提出一套適合用於宗教文化創意商品設計的脈絡，提供給設計師們做為參考。如下圖：



本研究所提供宗教文化商品設計脈絡 (附圖 15)

資料來源：本研究整理繪製

1、宗教信仰選擇：

設計師在執行宗教文創商品設計工作時，務必在最初的设计準備工作時確立設計對象的詳細宗教定位，在前章文獻探討及個案分析的章節可以列舉出以下注意事項：

(1)、信仰皆有特定的獨立客群 / 信眾

臺灣的信仰文化繁雜，不同的信仰融入在人們的生活中，往往既定客群要接受新信仰的難度較高，例：媽祖信仰跟耶穌信仰客群可說是完全不同，在初期確立設計對象也意味著選定客群。

(2)、廟宇的信眾群

如前述所說，臺灣在繁雜的信仰文化發展下，廟宇林立，可說是隨處可見，而廟宇又分規模大至小，有些神尊皆為祖廟分靈，如進行設計工作時，需先進行相當的文獻考究，了解廟宇的發展歷史再執行後續的設計工作較為妥當。

2、信仰元素分析

在前章的文獻探討理解到漢人信仰文化中的神祉雕像，通常會依照《神仙通鑑》來進行外觀的設計參考，故可幫助設計工作者在前期可以明確掌握神祉的外觀元素，但設計師在遇到像是虎爺這類不在《神仙通鑑》記載的神祉時，需透過次級資料研究法、田野調查等資料蒐集工作，參閱書籍或廟宇發展史冊來做為神祉外觀的設計依據，並條列式彙整再後續執行設計工作，使設計執行成果能符合神祉特性並說服客群。

3、品項挑選

在執行此階段設計工作時，設計師可依照自身經驗與客戶需求，選擇適合後續發展之品項，在挑選好品項後，可參照前章節的文化符碼分析表對現有產品或競品進行詳細的特點分析，此步驟可幫助設計師在執行設計工作前，了解目前市場能接受的商品類型為何，透過分析資料的結果，加以參考 / 擷取優點及改善缺點後，再執行設計方案時能夠快速掌握該品項的要點。本研究最終選擇「香火袋」作為發展設計品項。

4、文化元素與商品謀和

在執行此階段的設計師可參閱前章符碼分析擷取出的現有商品特點，融入第三章分析的神祉特性進行後續的商品外型、呈現、互動去做兩者的連結，並規劃出符合設定客群 / 信眾的宗教文創商品設計方案。

5、設計規劃：

設計師可透過自我的美感基礎並參照前期資料蒐集工作取得的資料，進行商品設計圖 / 草圖的繪製，此階段的設計師可選擇自身擅長的設計工作方式，來進行宗教文創商品的設計圖規劃，透過設計過程的篩選及選擇，在完成設計圖後方可執行商品化執行工作。

6、設計執行 / 成品製作

在執行過程中，設計師依照前述步驟將成品執行 / 製作完成時，可將設計成品再使用前章節的文化符碼分析，來確立設計成果本身與設計對象（神祉）的契合程度，以此來確保後續投入市場能夠打入設定的信眾（客群）。

(三) 作品系列

1、虎爺香火袋設計系列 - 新港奉天宮 - 開基虎爺香火袋

表 10 案例分析表

新港奉天宮 - 開基虎爺香火袋				
商品品項		虎爺皮革多功能香火袋		
商品說明		香火袋是保身平安的宗教文物，配戴香火袋者，即可獲得神靈的庇佑。		
典故		主要請願訴求—平安、招財、孩童健康成長		
使用的元素		觀天青眼、火焰眉、如意鼻、白肚皮、上門牙、上下虎牙、咬前虎、開基虎爺配色 (黃)		
	策略層	說服層次	說服立場	需要求財 / 平安的信徒
			說服策略	新港奉天宮虎爺殿過爐
		說故事層次	說故事策略	此香火袋能招財、保平安
			說故事主題	主題：新港奉天宮開基虎爺
			題素	新港奉天宮開基虎爺
	意義層	語意層次	單語意 (圖像符號)	一款真正能“咬錢”的虎爺香火袋，讓信徒虎年平安行大運，虎爺幫你「咬住」錢財，財源廣進！也為家中孩童護佑平安，可謂是孩童的守護神。
			字句	
			文章	
	技術層	美感形式層次	美的組成原則	將開基虎爺元素與傳統香火袋功能進行融合，打造出一款虎爺外型的虎爺信仰宗教文創香火袋。
		媒材層次	處理對象與創作材料	材質：高纖皮革、五金件

資料來源：本研究整理

2、虎爺香火袋設計系列 - 新港奉天宮 - 虎爺大將軍香火袋

表 11 案例分析表

新港奉天宮 - 虎爺大將軍香火袋				
商品品項		虎爺皮革多功能香火袋		
商品說明		香火袋是保身平安的宗教文物，配戴香火袋者，即可獲得神靈的庇佑。		
典故		主要請願訴求—平安、招財、孩童健康成長		
使用的元素		觀天青眼、火焰眉、如意鼻、白肚皮、上門牙、上下虎牙、咬前虎、虎爺大將軍配色 (橘)		
	策略層	說服層次	說服立場	需要求財 / 平安的信徒
			說服策略	新港奉天宮虎爺殿過爐
		說故事層次	說故事策略	此香火袋能招財、保平安
			說故事主題	主題：新港奉天宮虎爺大將軍
			題素	新港奉天宮虎爺大將軍
	意義層	語意層次	單語意 (圖像符號)	一款真正能“咬錢”的虎爺香火袋，讓信徒虎年平安行大運，虎爺幫你「咬住」錢財，財源廣進！也為家中孩童護佑平安，可謂是孩童的守護神。
			字句	
			文章	
	技術層	美感形式層次	美的組成原則	將虎爺大將軍元素與傳統香火袋功能進行融合，打造出一款虎爺外型的虎爺信仰宗教文創香火袋。
		媒材層次	處理對象與創作材料	材質：高纖皮革、五金件

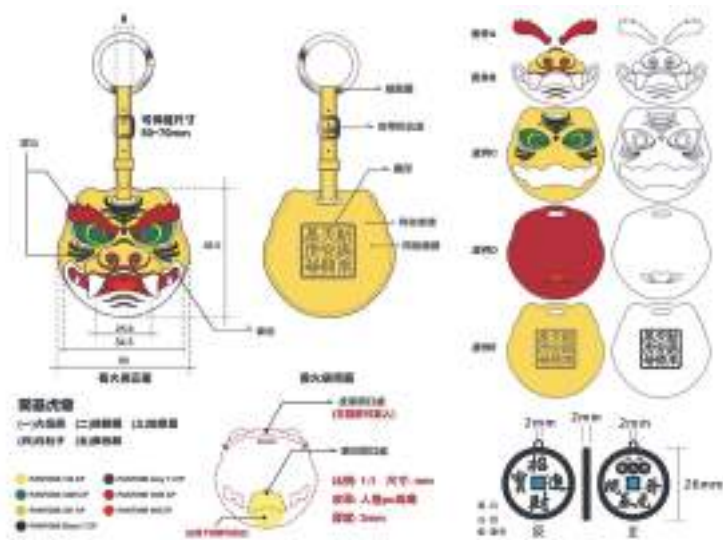
資料來源：本研究整理

3、虎爺香火袋設計系列 - 新港奉天宮 - 虎爺二將軍香火袋

表 12 案例分析表

新港奉天宮 - 虎爺二將軍香火袋				
商品品項		虎爺皮革多功能香火袋		
商品說明		香火袋是保身平安的宗教文物，配戴香火袋者，即可獲得神靈的庇佑。		
典故		主要請願訴求—平安、招財、孩童健康成長		
使用的元素		觀天青眼、火焰眉、如意鼻、白肚皮、上門牙、上下虎牙、咬前虎、虎爺大將軍配色（黑）		
	策 略 層	說 服 層 次	說服立場	需要求財 / 平安的信徒
			說服策略	新港奉天宮虎爺殿過爐
		說 故 事 層 次	說故事策略	此香火袋能招財、保平安
			說故事主題	主題：新港奉天宮虎爺二將軍
			題素	新港奉天宮虎爺二將軍
	意 義 層	語 意 層 次	單語意（圖像符號）	一款真正能「咬錢」的虎爺香火袋，讓信徒虎年平安行大運，虎爺幫你「咬住」錢財，財源廣進！也為家中孩童護佑平安，可謂是孩童的守護神。
			字句	
			文章	
	技 術 層	美 感 形 式 層 次	美的組成原則	將虎爺二將軍元素與傳統香火袋功能進行融合，打造出一款虎爺外型虎爺信仰宗教文創香火袋。
		媒 材 層 次	處理對象與創作材料	材質：高纖皮革、五金件

資料來源：本研究整理



新港奉天宮 - 開基虎爺多功能香火袋設計圖 (附圖 16)
資料來源：本研究整理繪製



新港奉天宮 - 開基虎爺多功能香火袋使用情境圖 (附圖 17)
資料來源：本研究整理繪製

五、結論與建議

(一) 結語

綜合前章節的研究探討，對於辟邪文化及衍生的宗教文化有了深入的了解，在現代社會中，宗教文創商品很好的體現了人們對信仰的寄託，可說是一種泛用常見的辟邪文化（方式）。而宗教文創商品不僅可增加信徒對信仰的黏著度，也能對不同信仰的族群推廣自身的信仰文化，藉由宗教文創商品的設計開發，在延續從古至今傳承信仰的同時，也完善了人們心靈的寄託。根據本創作研究之結果，歸納結論如下：

1、臺灣特有的虎爺信仰

- (1) 臺灣宗教文化的分類中，動物信仰也屬廣泛可見，其中虎爺信仰更是存在於臺灣的各個角落，可說是遍跡全臺最常見的動物信仰。
- (2) 虎爺信仰分為天虎系統與地虎系統。
- (3) 新港奉天宮虎爺是目前全臺最多分靈及信眾的虎爺，是最具代表性的虎爺信仰，獨有的開基虎爺、虎爺大二將軍都有濃厚的信仰色彩。

2、體現虎爺信仰的宗教文化創意商品

宗教文化商品的魅力是能夠產生與使用者的互動與連結，故本研究的初衷是設計出來的文化創意商品是能夠讓觀者理解虎爺文化，於是在設計初期的準備工作中，鎖定道教廟宇常見的「香火袋」作為創作載體，借鑑於其很廣泛的普及性及好攜帶的特性，本研究在此規範上設計出以新港奉天宮虎爺信仰作為主題的相關文創商品。

3、市場驗證

本研究設計之虎爺香火袋產品，於民國 111 年 1 月 22 日於嘉義新港奉天宮開始販售，迄今（統計日）民國 112 年 5 月 17 日共銷售 1500 件（售完）。

4、設計流程中的「創新」與「模式」

在本研究中提出一套六個程序的設計流程，其能否完善設計師的創意發想流程，還待更多的驗證，但遵循此流程可以幫助使用者在前期的資料蒐集工作上更有系統，但模式僅為一種固化邏輯，如何掌握「創新」與「模式」的平衡點，為設計師在執行相關宗教文創商品設計時需要思考的重點。

5、宗教市場未來的展望

宗教市場是一個極為特殊的產業，它並不受疫情影響，反而還逆道而行，只因人民心中都有自己的寄託，而相關的商品之所以需要不斷的開發設計，一方面是維持宗教團體的運作外，也同時滿足信眾對於神靈能夠隨身護佑自己的期待。文化一直都是各國重視的軟實力，隨著時間不斷的推移，宗教文化只會越來越普及，但大部分宗教相關的設計作品一直有被世人詬病的俗氣感，期許未來有更多創新概念的設計師投入相關產業，將宗教文創商品的設計美感提升至更高的水平，在推廣自身宗教文化的同時，也能讓不同族群看到自身文化堅強的軟實力。

(二) 後續研究建議

1、其他類型宗教文化創意產品的設計實踐

本研究之研究範圍以臺灣民俗信仰中的虎爺信仰為主，但在做相關案例分析時也能明白宗教文化的廣大無際，在挑選現有設計商品的案例進行分析時，可以選擇不同類型的宗教商品（如：公仔、小神衣等），若後續再將本研究提出之設計方法與不同信仰文化做結合並設計實踐，將是另一種全新主題的宗教文化創意設計題材。

2、使用者體驗及量化研究

本研究因研究時間因素，未能將創作成品進行使用者體驗問卷調查，建議後續從事相關行業的設計工作者，能夠將實際創作的商品進行一次使用者訪談或問卷，可從消費者體驗中獲取更好的第一線心得，以便後續進行設計改良。

3、創意與模式化設計的關係

初期研究者希望透過此次研究讓觀者能有一個宗教文化創意商品設計的脈絡可循，但研究過程中發現，模式化設計雖然能在初期幫助設計師進行相關工作與執行，但有時只是在依循前人鋪陳的路前進，也沒辦法證明本研究提出的設計流程是否為最佳解答，希冀後續參與相關的研究者能有更新層面的發想及發現。

以上三點為研究者目前提出的後續研究建議，希望本研究為一塊敲門磚，能夠幫助未來從事宗教文創商品設計的工作者能夠更有效率的執行設計工作，也能將臺灣富有濃厚民俗特色的宗教文化色彩推向國際，並深根於臺灣的設計文化當中。

參考文獻

- 高佩英 (2006)。臺灣漢人社會虎爺信仰之現況研究。臺灣民俗藝術彙刊 (3)，第三期。
- 董芳苑 (1975)。台灣民間宗教信仰。台北：長青文化事業股份有限公司。P. 22。
- 高佩英 (2006)。臺灣漢人社會動物神靈信仰與文化之研究。台南：國立暨南大學歷史學系研究所：博士論文。P.76
- 周茂欽 (2013)。臺南大道公信仰研究。台南：台南市政府文化局。
- 許文綺 (1996)。造型古樸的人天兵將。台北：宗博季刊。
- 林德政 (1993)。新港奉天宮志。嘉義：財團法人新港奉天宮董事會出版。P.26
- 劉俊廷 (2013)。新港奉天宮虎爺到傳藝。宜蘭：傳藝雙月刊 106 期。P.102 至 109
- 陳繡綿 (2010)。台北市虎爺信仰之研究。新北：稻鄉出版社。頁 173
- 徐碧娟，王藍亭 (2021)。老虎圖像探討與造形創作□以漫畫角色「虎姑婆」造形為例。中華印刷科技年報，21(5)，P.396
- 楊裕富 (2002)。設計的文化基礎。台北，亞太圖書出版社。P.241-242
- 布魯斯·漢寧頓/Bruce Hanington & 貝拉·馬汀/Bella Martin(2012)。設計的方法。(吳莉君、林潔盈、趙蕙芬，譯) 台北市：原點出版。P.28。
- 附圖 5，北港朝天宮虎爺。摘自神靈佛現部落格
<https://blog.xuite.net/mj213313/twblog/147774782>
- 附圖 6，艋舺青山宮虎爺全家福。摘自艋舺青山宮
<https://www.facebook.com/qingshantempleord=%E6%8A%93%E5%91%A8>
- 附圖 7，玄壇真君像。摘自神爐
https://www.shenlu.com.tw/news_detail/29.htm
- 附圖 8，土地公像。摘自望山文化工作室
<https://www.facebook.com/www.wantsun.com.tw/posts/1555694278055576/>
- 附圖 9，保生大帝治虎爺像。摘自網路
<https://blog.xuite.net/jjwang35/twblog/119986895>
- 附圖 10，黑虎將軍。摘自大龍峒保安宮
<https://mypaper.pchome.com.tw/coolnews/post/1321427724>
- 附圖 11，符令上的新南港字樣。本研究拍攝
- 附圖 12，二將軍像。本研究拍攝
- 附圖 13，大將軍像。本研究拍攝
- 附圖 14，文化符碼三層說。資料來源：楊裕富 (2002) 本研究整理繪製

附錄一 圖片引用一覽表

- 附圖 1，新港鄉奉天宮開基虎爺。摘自宗教知識家
<https://religion.moi.gov.tw/knowledge/content?ci=2&cid=288>
- 附圖 2，古時黑虎形象。摘自國家文化記憶庫
https://memory.culture.tw/Home/Detail?Id=600711&IndexCode=online_metadata&Keyword=%E9%BB%91%E8%99%8Eword=%E7%9F%B3%E7%8D%85%E5%AD%90&p=3#
- 附圖 4，石碇虎爺公。摘自國家文化記憶庫
https://memory.culture.tw/Home/Detail?Id=312699&IndexCode=Culture_Object&Keyword=%E8%99%8E%E7%88%BA

「中華兒童叢書」對於兒童美術教育的貢獻

Fifty Years of Design Exchange between South Korea and Taiwan

黃薇守

Wei-Shou Huang

創價美術館 研究發展處 組長

摘要 Abstract

圖畫書在美術教育中具重要地位。歷史上，英國於 19 世紀推出首本圖畫書，臺灣則於 1960 年代後才蓬勃發展。圖畫書以生動插畫吸引不同年齡層，並成為培養藝術家的搖籃。國內外皆有設置獎項推動發展，如：英國的凱迪克獎，台灣的兒童文學牧笛獎。圖畫書以插畫為主，具連貫性、美術教育，易於兒童理解的特質，有助於培養創造力、價值觀，促進社會互動。

為了解圖畫書對兒童在物體造型掌握度的影響，筆者召集 8 位年齡介於 7 至 10 歲的兒童進行畫畫實驗，實驗發現，閱讀後，兒童的畫作變得更細膩、寫實，並展現空間感。

1940、50 年代，臺灣正處於教育資源缺乏的情況，1961 年聯合國兒童基金會協助台灣推動兒童讀物計畫，專家學者也踴躍參與。1964 年臺灣省政府教育廳兒童讀物編輯小組成立，每年約出版 33 冊，並透過教育行政管道分送各國民小學。1980 年，何政廣擔任總編輯時，提倡本土插畫家培育，題材也更加廣泛多元。38 年來，共出版印行 965 本「中華兒童叢書」，展現多位藝術家參與，創作百花齊放的局面。筆者以廖未林、李再鈺、吳昊、沈以正、高山嵐、蘇新田、趙國宗等為例，突顯藝術家風格與童書的互動關係。

「中華兒童叢書」除了為兒童介紹健康、科學知識，也傳遞了品格教育，培養其正確的價值觀。藝術家運用多樣的繪畫風格，開拓兒童美術視野，並運用鮮豔色

彩、誇張造型來引發其興趣，可知，在童書創作中，「美術」與「設計」不似以往的壁壘分明，而是相輔相成的狀態。即使獲取知識的管道愈加多元，兒童仍能藉由閱讀圖畫書的過程中，與師長、親子建立深厚連結，因此圖畫書仍具有其不可取代性。

Picture books hold a significant position in art education. Historically, the first picture book was introduced in the 19th century in the United Kingdom, while Taiwan experienced a flourishing development in the 1960s. Picture books use vibrant illustrations to captivate different age groups and have become a cradle for nurturing artists. Both domestically and internationally, there are awards established to promote development, such as the Caldecott Medal in the UK and the Children Bullfight Literature Award held by Mandarin Daily News in Taiwan. With a focus on illustrations, picture books exhibit characteristics of coherence, art education, and ease of understanding for children. They contribute to fostering creativity, values, and promoting social interaction.

To understand the impact of picture books on children's proficiency in object representation, the author conducted a drawing experiment involving 8 children aged between 7 and 10. The experiment revealed that, after reading picture books, children's artworks became more intricate, realistic, and demonstrated an enhanced sense of space.

In the 1940s and 1950s, Taiwan faced a shortage of educational resources. In 1961, the United Nations Children's Fund (UNICEF) assisted Taiwan in launching a children's reading program, and experts and scholars actively participated. In 1964, the Children's Reading Editorial Team of the Education Department of the Taiwan Provincial Government was established. Approximately 33 books were published annually, and they were distributed to primary schools nationwide through educational administrative channels.

In 1980, when Ho Cheng-Kuang took on the role of chief editor, he advocated for the cultivation of local illustrators, and the themes became more diverse. Over the 38 years, a total of 965 books under the Chinese Children's Book Series have been published, showcasing the participation of various artists and creating a flourishing artistic landscape. Taking illustrators such as Liao Wei-Lin, Lee Tsai-Chien, Wu Hao, Shen Yi-Zheng, Gao Shan-Lan, Su Hsin-Tien, Zao Bi, and others as examples, the author highlights the interactive relationship between the artists' styles and children's books.

The Chinese Children's Book Series not only introduces health and scientific knowledge to children but also imparts character education, fostering the development of their proper values. Artists employ diverse painting styles to broaden children's artistic perspectives, using vibrant colors and exaggerated forms to spark their interest. It is evident that in the creation of children's books, "art" and "design" are no longer distinct barriers but rather complementary elements. Despite the increasing diversity in knowledge channels, children can still establish profound connections with teachers and parents through the process of reading picture books. Therefore, picture books retain their irreplaceable significance.

「中華兒童叢書」對於兒童美術教育的貢獻

黃薇守

Huang Wei-Shou

一、前言

筆者參與創價美術館舉辦，國立臺灣師範大學林磐聳名譽教授所策劃的「世紀的容顏—臺灣百年美術設計發展暨文獻展」當中，注意到許多著名的藝術家，都曾參與「中華兒童叢書」內頁設計，促使筆者想研究這套叢書對於兒童美術教育的影響，更深入了解藝術家在創作、教學、甚至設計上所做出的貢獻。

兒童教育專家指出 5-12 歲階段的兒童能透過閱讀圖畫書進行思考、探索¹，且此套叢書為規劃給國小學生（約 6-12 歲）的課外讀物，因此，本文想探討的美術教育，為對 6-12 歲階段兒童的影響。

本文採取文獻分析法、內容分析法、深度訪談法及實驗研究法。除參考相關文獻以外，由於「中華兒童叢書」將近 40 年來，共出版了 965 冊，內容繁多，題材廣泛，年代久遠且蒐集不易，因此，筆者是以這次展出的童書中，挑選 11 本風格迥異的書籍，聚焦探討藝術家在童書上呈現的風格與本身創作是否有關聯性。而為能更了解當初的歷史及參與人士的想法，筆者也訪問了曾擔任總編輯的何政廣與藝術家趙國宗，透過訪談深入了解「中華兒童叢書」的緣起、運作及後續影響。最後，為了解圖像對兒童認知發展及造型能力的影響，筆者召集 8 位兒童進行實驗，並訪談現任國小美術老師，了解圖畫書在教學現場的運用與效果。

二、美術教育的補充—圖畫書

圖畫書在國外的發展悠久，英國早在 19 世紀，便出版了全世界第一本圖畫書—披頭散髮的彼得，反觀台灣是在 1960 年代印刷技術提升後，才有顯著的發展。由於圖畫書的特性，使其廣受各年齡層歡迎，因此也陸續設置了許多獎項，成為培育藝術家的搖籃。

（一）圖畫書的名詞解釋、廣義狹義

「圖畫書」的稱謂多半來自國外翻譯，有許多別名，包括「童書」、「兒童讀物」、「圖畫故事書」、「picture books」、「children's books」、「picture story books」、「繪本」、「兒童書」、「啟蒙書」、「親子書」、「兒童圖畫書」。繪本一詞來自日文，強調手繪插圖較攝影圖片更有溫度。

廣義來說，「圖畫書」是以圖畫為主，用來說明或介紹某種事物的書，具有很高的視覺傳達性，因此被廣泛運用在各式文宣印刷品²。例如：圖鑑、漫畫書、產品目錄及旅遊圖。日本平安時代〈源氏物語繪卷〉，便是以「詞書」和「畫」交替出現的形式，呈現故事情節。甚至，描繪北宋首都汴京繁華熱鬧景象的〈清明上河圖〉，與以圖像呈現經文、佛教故事作為題材的敦煌石窟壁畫，亦可被視為「圖畫書」。狹義的圖畫書，指專為兒童閱讀設計的畫本，內頁以大面積的圖畫，配合簡單的文句，引發兒童閱讀的興趣。

（二）國內外圖畫書的起源及歷史、發展與獎項

歐美圖畫書起源早，發展和普及程度遠遠高於亞洲，這得益於 19 世紀彩色印刷的發明，1658 年，德國 Jon. Amos Comenius (1592-1670) 編了《世界圖繪》，類似今日的百科全書，開啟由圖畫傳遞知識的方式，是目前所知最早有插畫的歐洲兒童書。1744 年，英國書商紐伯利 (John Newbery, 1713-1767) 把古老的故事改寫、整理、單純化，出版了 A Little Pretty Pocket- Book，其內頁配有木刻插畫，大力推展兒童讀物的出版。英國威廉—布雷克 William Blake, 1757-1827) 是第一位在兒童書籍中畫插畫並簽名的畫家，19 世紀後，有更多英國的畫家參與兒童書籍的插畫工作，如：最早為「格林童話集」英譯本畫插畫的喬治—克萊刻仙克 (George Crankshank)，而 1845 年出版的《披頭散髮的彼得》是現今世界上公認的第一本圖畫書³。日本的繪本起於 1950 年代至 1970 年代愈加興盛⁴。

圖畫書在台灣直到 1960 年代後印刷技術提升，才有顯著的發展。60 年代之前的圖畫印刷是用手工分色，因此沒有可稱為圖畫書的兒童讀物。隨著投入的團體增加及獎項設立後，圖畫書更加蓬勃發展，1971 年信誼基金會成立，積極投入繪本的出版，1981 年後，各家出版社爭相引進各國優良翻譯作品，如：信誼基金會出版安野光雄《進入數學世界的圖畫書》、艾瑞卡爾《好餓的毛毛蟲》等，使省教育廳更加關注學前教育，1994 年出版互動性高、富有遊戲性的「中華幼兒圖畫書」。

¹ 徐素霞（2002）。臺灣兒童圖畫書導賞。臺北市：國立臺灣藝術教育館，28

² 同註 1。14

³ 黃燕眉、王麗卿（2022）。兒童繪本設計意象之研究—以凱迪克獎封面為例。視覺藝術論壇，17，168

⁴ 同註 3。169

國外的著名獎項有安徒生獎 (Hans Christian Andersen Awards)、凱迪克獎 (The Caldecott Medal) 等，國內則有財團法人洪健全教育文化基金會，1974 年成立兒童文學創作獎，1995 年國語日報設立「兒童文學牧笛獎」，1996 年行政院新聞局設立「小太陽獎」⁵，可知，愈來愈多人關注、重視兒童教育及圖畫書的影響，更代表民間對於圖畫書發展的投注與支持。

（三）圖畫書的定義、性質

根據中文圖畫書兒童文學的分類定義，全書插畫要佔百分之五十以上的篇幅才可視為「圖畫書」。插畫 (illustration) 有「使之明瞭 (clarifying)、解釋 (explaining)」意思，「插畫」是以具體可見的視覺媒材展現「無形的思想、觀點」，插畫與純藝術不同之處，在於其具有「大眾傳播性」，在美學基礎上變換造型，親手繪製的平面作品，如：手工拼貼與電腦繪圖，也包含適合拍攝的半立體作品，如：浮雕等⁶。

「插畫」是依照文章、情節的需要而設計，不同於自我表現的「純藝術」，畫面與文字互相配合而不重複，文與圖不僅相輔相成，還要達到「相乘」的效果。也可說，藝術家將自身「純粹繪畫」的美感，結合「設計」原理，創作符合文本內容的「插畫」。

圖畫書具備三個特點⁷：（一）插畫具有「連貫性」，藉由連貫的畫面描述故事情節，文字語言與視覺插畫互相呼應，雖然故事情節需依靠文字推進，但圖片中也蘊含許多訊息，兩者互補說明才完整。（二）美術教育扎根，由於兒童對事物的認知尚未定型，其所接觸的造型、色彩、情境內容都會形成視覺經驗，圖文並茂的圖畫書，對兒童而言，如同進美術館欣賞作品一般，將影響其美感的養成，因此，徐素霞在《臺灣兒童圖畫書導賞》中提到「圖畫書中的插畫是引領幼兒進入美術世界的第一扇門」。（三）引發學習興趣：圖畫書應貼近兒童的年紀、生活與心理變化，配合故事情節，在印刷或材質上表現創意，結合多媒體的運用，讓兒童能動手延伸創作或遊戲，發揮遊戲中學習的效果，增加其學習動力。

（四）圖畫書易於理解

圖像較文字更能表達空間關係和色彩，如：科學家、動植物學家以圖像引導兒童思考，圖畫書在兒童尚未識字的階段，可跨越文字門檻，助其自主學習，林真美在〈圖畫書—幼兒的閱讀之窗〉一文提到，由於兒童的理解力和生活經驗仍不足，而

認知發展是由具體逐漸走向抽象，因此圖畫書的畫面應避免過於抽象，以具體的實物或情境幫助其理解⁸。反之，文字雖可傳達較抽象的觀念，但需要學習才能理解。

日本繪本之父松居直認為：「繪本故事的內容可以不斷激發對話，在對話之間所進行的心靈溝通，正是讓兒童接觸故事繪本最可貴的地方。」兒童能在閱讀過程中，體驗不同的生命故事，培養創造力與想像力，建構自身的價值觀，與社會互動能力⁹。

（五）實驗：探討圖畫書對兒童造型能力的影響

為了解兒童在閱讀圖畫書時，是否會受圖像影響，對物體的造型掌握更精準，筆者召集 8 位年齡介於 7 至 10 歲的兒童（如表 1）進行畫畫實驗，本實驗分為兩階段，第一階段，請兒童在沒看書的情況下，純粹聆聽故事後畫出有印象的內容，第二階段則讓家長和兒童邊看邊讀，再請兒童畫出有印象的部分，模擬兒童在學習語言時，也是先聆聽再對話的過程。受試者皆共同閱讀《花園裡的北極熊》，總實驗時間不超過 30 分鐘。

表 1：受試者基本資訊

受試者	性別	年紀	習畫經驗	先前是否聽過北極熊
A	男	7	無	有
B	男	7	無	有
C	女	7	無	有
D	男	7	無	有
E	女	8	無	有
F	女	8	無	有
G	女	9	有	有
H	男	10	無	有

資料來源：筆者製表

⁵ 謝依婷（2008）。台灣兒童繪本主題研究——以 1988 ~ 2007 年繪本為例。5

⁶ 林慧雅（2005）。從中華兒童叢書（1965-1999）到信誼基金會（1979-2001）出版兒童圖畫書插畫風格之演變及其意義。藝術教育研究，7，5-6

⁷ 同註 1。14-15

⁸ 鄭明進等（1996）。認識兒童讀物插畫。臺北市：天衛。128

⁹ 同註 4。7

A 的實驗結果：

第一階段：聆聽



A 畫主角載北極熊出海的畫面，仔細描繪了北極熊的體型、外觀、耳朵。

第二階段：聆聽、共讀



A 畫主角在花園裡遇到北極熊的畫面。主角牽著小北極熊，陽光灑落在草地。

比較分析：

A 以前就有聽過北極熊，也知道北極熊的體型較大，因此聽完故事後，他便畫出，主角站在北極熊肩膀出海的畫面。第二階段，他看到書中，主角在花園裡初遇北極熊的景象，了解到原來北極熊也可以這麼小隻，並畫出整個背景。

B 的實驗結果：

第一階段：聆聽



B 畫出星期一到星期日的情節，北極熊造型仍不明顯。

第二階段：聆聽、共讀



B 畫主角和北極熊玩耍的樣子，更接近真實北極熊的樣子，四周布滿雪花。

比較分析：

第一階段，B 注重人物的肢體表現，對「人」較為關心，但對北極熊的造型，僅描繪出兩隻耳朵的程度，但在看完圖畫書後，B 不僅了解到北極熊體型巨大，對其五官四肢有更清楚地描繪，背景也加上冰冷的雪花，可知閱讀可增進兒童對相關知識的理解，更能將事件的「時間軸」變成一幅豐富「畫面」。

C 的實驗結果：

第一階段：聆聽



C 畫出故事中的主角和北極熊。

第二階段：聆聽、共讀



C 增加了人物的衣服細節，為北極熊加上毛髮細節，做出前中後景。

比較分析：

C 在第一階段只畫出主角與北極熊一起，在 G 的建議下，畫一個框框，讓他們看起來更像一幅畫，在第二階段看完書後，他將上一張的畫框縮小放在後面，畫出主角穿著綠色外套、戴帽子的樣子，而北極熊不只有輪廓線，加上絨毛，體型也變大。

D 的實驗結果：

第一階段：聆聽



D 畫出故事的時間軸，北極熊的造型還不明顯。

第二階段：聆聽、共讀



D 放大呈現前一張構圖，北極熊多了耳朵，並增加帽子、窗戶等細節。

比較分析：

兩階段 D 都畫同樣的三幕：分別為花園裡遇到北極熊、和北極熊在家中玩耍、乘船帶北極熊回到他的家鄉。區別在於第二階段尺寸都變得更大，人物多了帽子，房子加上窗戶，北極熊長耳朵，可知，書中的圖像大小，還是有增強 D 的大小觀念，並在細節上處理的更細膩。

E 的實驗結果：

第一階段：聆聽



第二階段：聆聽、共讀



E 畫主角在花園遇見北極熊的畫面，北極熊造型像小狗，用對話框輔助呈現。

E 畫主角帶北極熊搭船回家的畫面，為人物著色，並用地平線增加空間感。

比較分析：

E 在聆聽時，最有印象的是花園裡遇到小北極熊的時候，他將自己的形象代入，畫風有受漫畫影響，已經有人物比例的概念。第二階段看書後，他最有印象的畫面改為出航的時候，他畫出故事主角的外型，並用排線營造船的疏密明暗，後方加上地平線、淡淡的波紋，畫面變得更加立體。

F 的實驗結果：

第一階段：聆聽



第二階段：聆聽、共讀



F 聆聽文字描述，畫出對應物件，並將自己作為主角，北極熊造型小巧。

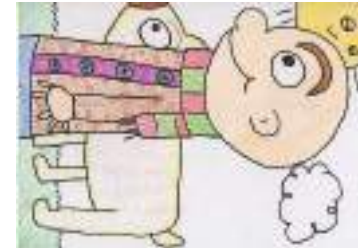
F 畫北極熊與主角道別的畫面，人物變成捲髮小男孩，背景增加了星星。

比較分析：

F 依照文字描述「綠色的海浪把我們往上、往上，再往上的高高舉起到冰冷的空氣中，接著，又往下、往下，再往下的退了回來。小鳥們在空中繞來繞去，溫和的陽光讓我們覺得很溫暖」畫出對應的顏色物件，F 投射自己的形象，帶北極熊出海。看完書後，他得知主角是捲髮小男生，畫出來的北極熊也變得巨大、有絨毛，上方加入五彩繽紛的極光，再融合前一頁的星空，畫面繽紛童趣。

G 的實驗結果：

第一階段：聆聽



第二階段：聆聽、共讀



G 畫出故事中的主角與北極熊，圖像皆有描邊上色，可知具有學畫經驗。

G 畫出主角捧著北極熊的畫面，受書籍影響，改畫淺藍眼睛、捲髮及腮紅。

比較分析：

G 有學過畫畫，因此在第一階段的構圖中，可看出其有遠近的概念，第二階段看書後，他改變了主角外型，變成捲髮、藍眼、有腮紅的小男孩，並畫出他將北極熊捧在手心的那一幕，相比之下，第一階段他只記得主角與北極熊去許多地方，但從圖畫中看不出對應的故事畫面，可知圖像會加深兒童的印象。

H 的實驗結果：

第一階段：聆聽



第二階段：聆聽、共讀



H 依照聽到的故事內容，畫出每一幕的先後順序，人物的表情、北極熊長大的過程、白天夜晚的變換都描繪的很細膩，北極熊造型還不明顯。

H 這一幕是主角與北極熊道別的畫面，H 將北極熊體型放大，也幫它畫上絨毛、四肢、爪子。人物變得更立體，穿衣服、褲子，戴帽子並著色。

比較分析：

F 依照文字描述「綠色的海浪把我們往上、往上，再往上的高高舉起到冰冷的空氣中，接著，又往下、往下，再往下的退了回來。小鳥們在空中繞來繞去，溫和的陽光讓我們覺得很溫暖」畫出對應的顏色物件，F 投射自己的形象，帶北極熊出海。看完書後，他得知主角是捲髮小男生，畫出來的北極熊也變得巨大、有絨毛，上方加入五彩繽紛的極光，再融合前一頁的星空，畫面繽紛童趣。

就實驗觀察可知，圖畫書能夠在兒童既有的先備知識上，為他們補充更多的想像，即使之前皆有對北極熊的初步印象，但對於外形的掌握度並不高，大部分是在閱讀後，才有辦法把其造型、體型描繪的更細膩寫實。另一方面，閱讀有助於加深兒童對畫面的印象，在作畫時，兒童不僅會將幾張畫面重疊在一起，也會畫出地平線，表現空間感，他們對於故事的記憶，除了線性的時間軸之外，更能形成豐富完整的畫面。

（六）圖畫書對兒童美術教育的影響

在學習方面，圖畫書的插畫可視為現實與想像世界的縮影，提供兒童觀察、思考、感受與判斷的學習經驗，對認知的發展有所幫助。在美感方面，圖畫書就如同紙上美術館一般，每本皆有不同風格，兒童在欣賞時便能擴大自身的藝術視野。除此之外，兒童能在書中學習詞語和對話，訓練表達能力，也能學到如何與人相處，與自然相處的適應力，親子共讀的時光，也會成為相處的回憶。

筆者訪談現任國小美術教師，是如何將圖畫書運用在教學當中，其分享圖畫書如同為兒童既有的知識上搭上鷹架，圖像能豐富兒童對事物的認知、感受。以畫樹木為例，他會希望讓兒童欣賞許多不同造型的樹木，讓兒童模仿學習，久而久之，其能理解樹木不只有許多品種，隨著季節變化也會有不同的樣貌，在繪畫上也能嘗試更多的造型表現。

三、中華兒童叢書

（一）起源背景

1940、50年代的台灣社會，物資極度缺乏，生活條件普遍不理想，一般家庭難以負擔額外的書籍支出。由於韓戰爆發，美國為防堵共產勢力擴張援助南韓，派兵協防日本、中華民國，從軍事、產業、經濟方面達到更密切合作。1961年，聯合國兒童基金會駐中華民國代表程秋怡，與台灣省教育廳第四科科长陳梅生合作，制定了「國民教育發展五年計畫」，包括四大項目—兒童讀物出版計畫、國教輔導計畫、科學示教車計畫、國民學校兒童就業性向輔導計畫¹⁰。

經費方面，聯合國兒童基金會（以下簡稱聯合國）資助50萬美金，其中兒童讀物出版計畫便占了總預算的一半，可知兒童讀物受重視程度。聯合國供應紙張、照相製版底片稿費，其餘印刷費、編輯費、人事費等，仍須由教育廳負擔，考量後

續的運營，決定向每位小學生收取一塊錢作為基金，在註冊時連同註冊費一起繳交。於1971年，退出聯合國沒有金援的情況下，教育廳調升收費使其持續出版，自1991年起，教育廳開始編列預算，支應編輯經費。

除了經費方面，聯合國與省教育廳邀請專家學者來台講授兒童文學，為台灣兒童讀物注入新的氣息。1965年8月，美國圖書館暨兒童文學家—海倫·史德萊（Helen R. Sattlet, 1908-1999），受日本的美國亞洲協會邀請來遠東各國講學，省教育廳為此特別開設「兒童讀物研究班」，讓許多教師參與。另一位，則是美國兒童文學家兼畫家—孟羅·李夫（Munro Leaf, 1905-1976），他是應美國國務院邀請前來東南亞各國考察兒童讀物出版情形，他參與座談會、發表多場演講，講解插畫畫面「連續性」概念，儘管停留時間不長，但為台灣兒童文學界引進新的觀念¹¹。

（二）兒童讀物編輯小組

1964年美援結束，台灣經濟起飛，臺灣省政府教育廳兒童讀物編輯小組成立（以下簡稱兒編小組），組內編制為總編輯一人，編輯九人，助理編輯一人，均為約聘專任職，由廳長兼任主任委員核聘。兒編小組負責企劃、約稿、改稿、校對、配圖等工作，其內容與題材，是為輔助教科書而策劃，以達到課外學習的效果。起初，總編輯由臺師大彭震球擔任，名文學家林海音、潘人木擔任文字編輯，畫家曾謀賢擔任美術編輯，柯泰擔任科學編輯，每年約出版33冊，依內容難易度分為低中高年級，內容性質分為文學類、科學類、健康類。透過教育行政管道分送全國各國民小學。1970年潘人木接任總編輯，潘人木移民美國，往返臺美之間，且80年代出版社競爭激烈，引進許多國外獲獎的兒童讀物，使得「中華兒童叢書」的重要性不如以往。

當時教育部副廳長陳漢強，邀請《藝術家》雜誌社何政廣社長擔任總編輯，1982年上任後，新增藝術類文本，推出兒編小組編輯可用真名出版，並在書後附上作者和繪者簡介資料等措施，何政廣認為官方出版的「中華兒童叢書」，不需迎合市場需求，作家與畫家對於內容有更多的自主性，為兒童製作真正適合的內容。而在尋找插畫家時，他們也傾向培育本土畫家，給新人機會，這套書給予許多插畫家機會¹²。

（三）1964-2002年的發展

「中華兒童叢書」38年的歷程，共出版了965本讀物（如表2），依先後順序分為8個時期，第一期（1965-1970）、第二期（1971-1975）、第三期（1976-1980）、

¹⁰ 陳惠玲（1985）。從中華兒童叢書談—我國兒童讀物的開拓。師友月刊。6

¹¹ 林文寶、趙秀金（2003）。兒童讀物編輯小組的歷史與身影。台東市：國立臺東大學兒童文學研究所。70-71

¹² 摘自2023年7月19日筆者與何政廣社長的訪談

第四期（1981-1985）、第五期（1986-1990）、第六期（1991-1995）、第七期（1996-2000）與第八期（2000-2002），每期皆有不同特色，茲說明如下：

第一期（1965-1970）第一批出版的十二本童書，引起許多迴響。以林良著，趙國宗繪製《我要大公雞》為例¹³，故事為小男孩胖胖發現了一隻大公雞，他和哥哥想要養他，怕媽媽反對只能偷偷把大公雞藏起來，但天亮後公雞一啼叫就被爸媽發現，張媽媽也來找丟失的大公雞，看到胖胖失望的樣子，張媽媽答應用 50 張不同的郵票交換大公雞，於是胖胖和哥哥努力地收集、整理，希望能早日換回大公雞。其封面採用色塊拼貼、圖案化的人物造型，及有紋路的色紙表現公雞羽毛的紋理（如圖 1），活潑有趣。內頁則以繽紛的色彩，搭配文字編排，藉由留白創造的空間感，變換物體的大小、位置，表現距離遠近與故事性。第一期共出版 165 本，多位知名作家，如：林良、林海音、華霞菱、王蕉蕉等人參與，也有許多藝術家投身其中，如：蘇新田、高山嵐、曹俊彥、廖未林、趙國宗等，可說這套官方叢書集合了藝術家與文學家的力量，使民間出版社、報社兒童讀物的印製水準提高，並降低售價，本著輔助教科書的理念，他的美觀也成為教科書編印的榜樣，聯合國甚至將部分叢書翻譯供其他國家使用。

第二期（1971-1975）共出版 135 本童書，由於台灣自 1971 年退出聯合國後，便經歷一連串外交失利，一般單位若要出國都需要證明文件，在孤立的氛圍下，激發了民族精神與鄉土情懷，文學界、藝術界皆興起一股「鄉土運動」，大家開始注視腳下這塊土地，但文學類題材仍然環繞在中國古代偉人與歷史故事，歌頌中華文化的成就，如：孟瑤著，沈以正繪的《大明帝國》、孟瑤著，洪義男繪的《治水和治國》、蘇樺著，曾謀賢繪的《知行合一的王守仁》（如圖 2），可知當前的社會



圖 1：《我要大公雞》封面



圖 2：《知行合一的王守仁》封面

氛圍也會影響叢書的出版方向。以曾謀賢繪製的《知行合一的王守仁》為例，分類上是給五年級閱讀，字數較多，配合故事背景，插圖以傳統中國筆法描繪，曾謀賢本身便擅長畫鞍馬、人物畫，讓插圖更加細膩。

第三期（1976-1980）出版了 100 本童書，受政治局勢影響，文學類內容仍注重發揚傳統固有文化，敘述名臣賢士對國家的貢獻。如：凌雲琪著，奚淞繪《神醫華陀》、楊宗珍著，奚淞繪《中國歷史上的名臣賢相》（上）（下）、夏元瑜著《傳說中的動物》。張嘉驊〈台灣童話的詩性話語〉中的研究指出，低年級文學類「汪小小」系列童書¹⁴，為企劃性主題，是「中華兒童叢書」第一次以一個固定人物發揮的故事，透過他學醫、尋父、照鏡子、學畫等情節，傳達「孝順」、「與人為善」的中國傳統價值，它也是多位台灣重要前輩作家的集體創作。除此之外，也出版一系列以國劇為主題的叢書¹⁵，介紹其人物、臉譜、交通工具、兵器、風雷雨雪等藝術表現，傳達對民族、國家的深厚情感。

第四期（1981-1985）共出版了 100 本童書。自何政廣接任總編輯以來，藝術開始從文學類分隔出來，藝術類中包含美術及音樂，本期出版了 13 本藝術類叢書¹⁶，介紹歷史上著名的藝術家、傳統藝術及文化領域的知識，如：陶瓷、刻紙、印章、漆器、玻璃及銅鏡等，內容相當深入，但對大部分兒童而言，稍顯艱澀。兒編小組也邀請著名的作家，為兒童介紹台灣在地風土民情，加深他們對生長土地的認識，獲得作家的熱烈迴響¹⁷。如：鍾肇政以家鄉龍潭為背景，撰寫《茶香滿地的龍潭》，此一系列共 8 本¹⁸，佔高年級文學類 17 本叢書比例高達一半，可知大眾對兒童美育日益重視，而「台灣」意識逐漸發酵。

¹⁴ 分別為周菊（潘人木）著，吳昊繪《汪小小學醫》及《汪小小尋父》、林良著，吳昊繪《汪小小學畫》、夏小玲（潘人木）著，李麗玉繪《汪小小養鴨子》及嚴友梅著，林文義繪《汪小小照鏡子》5 本童書

¹⁵ 分別為張大夏創作《國劇中的各種人物》、《國劇中的風雷雨雪》、《國劇中的舞蹈》、《國劇裡用的東西一切末》、《國劇的臉譜》、《國劇中的交通工具》、《國劇中的各種兵器》等 7 本叢書。

¹⁶ 13 本藝術類叢書分別為：李雪芬著，李慧芬繪《線上問上來回跳》、鄭明進著，編輯小組繪《小畫家大畫家》、王耀庭著，國立故宮博物院繪《皇帝出遊》、劉良佑《玩泥巴的藝術—陶瓷》、金玲、金爾莉著，金爾莉繪《趣味的刻紙》、徐翠嶺《陶的世界》、索予明《中國漆的故事》、王家誠著、編輯小組繪《唐伯虎與桃花塢》、王家誠著、鄭板橋繪《揚州畫家鄭板橋》、林保堯著、編輯小組繪《中國銅鏡藝術》及《中國玻璃藝術》、那志良《印章》、蘇振明《大家一起畫》。

¹⁷ 摘自 2023 年 7 月 19 日筆者與何政廣社長的訪談。

¹⁸ 分別為鍾肇政著，郭東泰等繪《茶香滿地的龍潭》、李魁賢著，王行恭、曹俊彥繪《淡水是風景的故鄉》、林鍾隆著，林順雄繪《可愛可敬的楊梅》、鍾鐵民著，呂游銘繪《月光下的小鎮美濃》、陳千武著，郭東泰繪《富春的豐原》、白慈飄著，梁正居繪《樹影泥香》、黃春秀著，楊恩生繪《海的故鄉》，鄭清文著，楊恩生繪《新莊——失去龍穴的城鎮》8 本叢書

¹³ 同註 10。65

第五期（1986-1990）出版 143 本童書，正處於解嚴後社會能量蓬勃發展的時期，在中、高年級叢書中，首次出現「台灣」一詞，講述台灣的自然環境、各地區人文發展、交通工具。如：林朝欽《臺灣綠寶藏》、石萬壽著，龔雲鵬繪《台灣早期開發—雲嘉南地區》、何兆青《板橋林家花園》、陳啟淦《臺灣的火車》等書¹⁹，同時也出版了「中國」的寓言故事、醫學、音樂、建築等書籍。如：許常惠《中國的音樂》、王鎮華《跟小元談中國建築》、李宗謹著，徐秀美繪《中國古典寓言故事—韓非子》等書，愈來愈多人意識到，要在當下的居所——台灣，傳承中華傳統文化精神，當時教科書中極少談及台灣的自然地理、歷史文化，許多人從小到大學習的都是中國的山岳景觀、人文特色，因此，這套叢書彌補了教學的不足，增進兒童對台灣的了解。

第六期（1991-1995）出版了 150 本童書。隨著題材愈加廣泛，增加了社會類，依主題分為文學、科學、健康、藝術、社會五類，每類皆出現台灣為主題的書籍。舉例而言，16 本社會類書籍中便有一半都在描述台灣特殊的地理環境²⁰，如：太魯閣、墾丁、雪霸及玉山等風景，至於藝術類叢書²¹不僅介紹渡海來臺的藝術家，也開始介紹臺灣出身的藝術家，如：張大千、李石樵、林玉山等人，也介紹西洋畫家的故事，為兒童創造更多元的美術視野。隨著族群愈加包容，原住民主題也被納入其中，如：周宗經著，洪義男繪《雅美族神話故事》，豐富兒童對這片土地的認知。

第七期（1996-2000）與第八期（2000-2002）共出版了 172 本童書，兒編小組嘗試因應時事，調整內容及表現形式，但效果不彰，2002 年兒編小組遭到教育部裁撤，結束將近 38 年的歷史。1964 年以來，兒編小組嘗試從兒童熟悉的生活事物、周遭經驗出發，期待能擺脫教化意味，讓其適性發展，起初「中華兒童叢書」為出版界樹立了標竿，提升整體的印刷品質。80 年代以後，童書出版市場愈趨競爭，

民間也引進許多國外獲獎的繪本童書，相較之下「中華兒童叢書」的內容、形式、表現手法仍須經過重重審查，顯得僵化。雖然其影響力不如以往，但不可否認的是，其培育了一批本土作家及插畫家，如：曹俊彥、趙國宗、洪義男、呂游銘與鄭明進等人，更使許多畫家加入兒童美育的行列，為台灣兒童文學奠定基礎。

表 2：歷年兒童叢書出版冊數統計

	第一期	第二期	第三期	第四期	第五期	第六期	第七期	第八期
低年級	60	43	36	19	38	39	39	5
中年級	53	48	35	38	50	57	52	7
高年級	52	45	29	43	55	54	59	10
總和	165	135	100	100	143	150	150	22

資料來源：筆者製表

四、中華兒童叢書風格分析

38 年來，共計出版了 965 本中華兒童叢書，因年代久遠不易搜集，本次書籍分析主要從「世紀的容顏—台灣百年美術設計發展暨文獻展」展品中挑選，次之，為呈現兒童美術教育在許多藝術家參與下，百花齊放的盛況，筆者以廖未林、李再鈐、吳昊、沈以正、高山嵐、蘇新田、趙國宗的創作為例，探討藝術家本身風格與童書的相互關係，相對其他專職設計者，是否有為童書帶來更豐富的面貌。本次分析下列 11 本書（如表 3），題材橫跨健康、文學、科學類，其中又以文學類佔較高比例，傳遞衛生常識，科學知識，助人、孝順等道德觀，傳統習俗、人與自然和諧的重要性。

表 3：11 本中華兒童叢書列表

出版年	類別	年級	作者、繪者	書名
1966	健康	四	華霞菱文·高山嵐圖	午餐日記
1970	文學	三	何林璽文·高山嵐圖	小鼓手
1971	科學	二	簡光泉文·蘇新田圖	小不點兒
1971	文學	一	楊永貞文·廖未林圖	小木頭人兒
1971	文學	五	蘇尚耀文·沈以正圖	亞聖孟子
1972	文學	二	鄭蕤文·趙國宗圖	冬天裏的百靈鳥
1975	文學	四	蘇尚耀文·廖未林圖	提燈的女孩
1976	文學	低	周菊文·吳昊圖	汪小小學醫
1978	科學	低	沙漠文·趙國宗圖	快腿兒的早餐
1979	文學	高	陳克環文·蘇新田圖	小樹的故事

資料來源：筆者製表

¹⁹ 臺灣相關叢書，除文中列舉以外，還有 5 本：分別為鍾淑敏著，簡滄榕繪《台灣早期開發—花東地區》、許雪姬著，曹俊彥繪《台灣早期開發—澎湖的世界》、廖風德著，陳敏捷繪《台灣早期開發—宜蘭地區》、黃富三著，陳麗雅繪《台灣早期開發—中部地區》、謝釗龍著，楊恩生等繪《蘭嶼的故事》

²⁰ 社會類中與台灣相關的書籍，分別有 8 本：溫振華著，林傳宗繪《臺灣早期開發—北部地區》、湯熙勇著，賴馬繪《台灣早期開發—高屏地區》、劉克襄著，蔡進鴻等《太魯閣之旅》、王家祥著，徐建國、蔡岑繪《墾丁旅行日記》、徐如林著，簡滄榕等繪《探訪雪霸》、陳列著，蔡靜江、蔡進鴻繪《玉山山行》、溫振華著，林鴻堯繪《臺灣早期開發—總論》、陳啟淦《阿里山的火車》

²¹ 劉文三著，顏水龍繪《臺灣美術家—顏水龍》、陳長華著，廖繼春繪《臺灣美術家—廖繼春》、陳長華著，陳進繪《臺灣美術家—陳進》、陳長華著，李石樵繪《臺灣美術家—李石樵》、陳長華著楊三郎繪《臺灣美術家—楊三郎》、陳長華著，林玉山繪《臺灣美術家—林玉山》、吳昭瑩《義大利的文藝復興（上）（下）》、洪美玲《西洋畫家的故事（一）（二）》、張建富《張大千傳奇》、張建富著，張建富、林晉繪《溥心畬傳奇》等書籍

（一）廖未林藝術風格與童書

廖未林（1922-2011）為戰後首位以設計聞名的藝術家，涉獵書籍裝幀、郵票、漫畫、海報設計等工作，1956 年於師大教授「商業美術設計」，其擅長以壓克力畫動物、風景，傳統圖騰符號也是其創作主題，畫面常運用設計編排原理、顏色搭配，使作品既現代風格又透露東方意味。

1975 年出版的《提燈的女孩》闡述臺灣民間信仰—媽祖的傳說故事。湄洲嶼是一座小島，島上居民大多捕魚為生，林默娘的爸爸、哥哥出海捕魚已一個多月沒回來，她想著自己若提著燈站在岸邊，也許可以指引他們回來的路，因此冒著天黑的風雨跑向海邊，陸續有船隻照著她的燈光靠岸，爸爸也回來了，但一直沒有見到哥哥的身影，往後十二年來，只要天氣不佳，林默娘就會站在岸邊舉著燈，希望能讓哥哥找到回家的路，雖然哥哥再也沒回來，但許多島民都受到她的幫助，在她過世後，稱她為「媽祖」，希望她能護佑海上的船隻平安。後段也介紹雲林北港的朝天宮，是台灣最早的媽祖廟，遇到船難時，只要跟媽祖祈求，就一定能化險為夷。

本書以 800 多年前的中國為背景，所以畫風是東方傳統人物筆法（如圖 3），且故事出現的服飾、建築、宮燈、戎客船 22 等細節皆有考據，描繪得很精細。雖然是傳統筆法，但畫家並非使用毛筆，而是用鉛筆打完草稿後，用色筆描線條，水彩著色，版面為左圖右文，用深淺不一的藍綠色表現波濤洶湧的樣子，濺起的浪花與綿綿的雨絲則是用白色，表現風雨飄搖的感受（如圖 4），北港朝天宮背景，則是用大片的紅色，加上色筆速寫，表現人聲鼎沸的熱鬧景象。

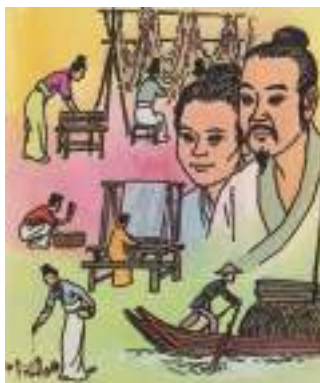


圖 3：《提燈的女孩》內頁



圖 4：《提燈的女孩》內頁

1971 年出版的《小木頭人兒》，則是講述主角小嫻買了兩個小木頭人兒，取名叫強強和美美，小新用五個巧克力糖和小嫻換強強，小嫻答應了，但強強不小心被丟到垃圾桶，後來強強到了拖垃圾的人家，又在淹水時被沖到河邊的沙堆，小嫻想找小新換回強強時，得知強強已經不見了後悔莫及，後來小嫻家在蓋磚牆時，在沙堆中重新找回了強強。

封面用小木頭人兒作主題，一個穿紅衣一個穿綠衣，運用紅、綠對比色，視覺搶眼，而故事中出現的人物皆被圖案化，色彩繽紛穿插蠟筆著色，單色印刷的內頁使用黑色、橘色。書中用許多視角，包括平視、仰視，讓觀眾能更明顯注意到小嫻的表情（如圖 5、圖 6），不論是開心、寂寞、後悔等，且畫面時常呼應文本的動作。

可知，藝術家因鑽研設計多年，版面構圖上較其他藝術家更活潑，也更具有目的性，根據故事背景選擇畫風，畫面與文字的連結性更強，具備深厚的素描功底，用色筆勾勒水墨人物畫的輪廓，也能以符號、圖案化的技法表現故事，增進兒童親近感。



圖 5：《小木頭人兒》內頁



圖 6：《小木頭人兒》內頁

（二）李再鈐藝術風格與童書

李再鈐（1928-）最具代表的是其實踐低限藝術、老莊「極簡」風格的雕塑作品，用焊接、雕刻、塑造等方式，將不同媒材組合成具有邏輯次序的作品，在理性結構中蘊含著東方的哲學詩意，創作之餘，也曾跨足設計領域，設計布花、宮燈擺飾，經營設計公司。

1980 年出版的《不講理的房客》書中，作者藉由不講理的房客比喻，寄生在人體的蛔蟲、鉤蟲和蟯蟲。前半部藉由小珠吃東西前不洗手得到蛔蟲，和阿雄光腳種田得到鉤蟲的故事，傳遞衛教觀念，後半部則詳細介紹了寄生蟲的外形、傳染途徑、感染後症狀與預防辦法，教育兒童對衛生習慣有基本的認識。

²² 中國東南沿海各省，自宋、元時期即以木質帆船進行海外貿易，歐洲人稱為「戎克船」。出處：國立臺灣歷史博物館線上博物館

由於適讀年齡為五年級，字的比例遠高於圖片，封面用房子的剖面圖，呈現屋裡住戶狂歡、家具東倒西歪的景象（如圖 7），內頁則寫實細膩地描繪鄉村景色，而在後半部。為使兒童便於辨認寄生蟲外形、感染症狀等知識，繪製的多是說明性插圖（如圖 8）。可知，即使藝術家本身創作為抽象雕塑，投入童書製作時，仍會以兒童的出發點來考量，用他們較能理解，寫實的風格表現。



圖 7：《不講理的房客》封面



圖 8：《不講理的房客》內頁

（三）吳昊藝術風格與童書

吳昊（1932-2019），向李仲生習畫，與霍剛、歐陽文苑等人籌組「東方畫會」，旨以西方繪畫技巧表現東方的意境。其喜愛以毛筆進行素描與自動性繪畫技巧，創作的油畫和版畫都具有獨特的風格，使油畫具有版畫趣味，版畫則流露出油畫的質地，融合民間藝術中變形、誇張、質樸、鮮豔等元素。

1976 年出版的《汪小小學醫》，為兒編小組第一次用固定主角出版的系列書籍，藉由主角汪小小的故事傳達「孝順」的意義。汪小小和媽媽身材都很嬌小，因為太過嬌小，連媽媽生病醫生都沒辦法幫他把脈，於是汪小小只好去學醫，他找到南海最厲害的醫生尋求幫助，但醫生希望汪小小先幫他解決難題，讓他不曾被國王關起來，他再教他看病，汪小小幫他找回了治病的針，刻字在朽木上，撿回國王被風吹走的帽子，問題終於解決了。醫生教他如何治病，汪小小上山採藥，回家熬成藥丸子，給媽媽吃，終於治癒了。

封面用花草、蝴蝶對比出汪小小的嬌小（如圖 9），內頁用毛筆繪製後，再用顏料著色，在曲線轉折處可見筆鋒流轉，畫家也用寥寥數筆呈現服裝的飾紋，以流暢、率性的筆法搭配鮮豔的洋紅、黃色、水藍色，透漏著民俗的趣味（如圖

10）。有彩印、單色印刷，單色印刷除了在畫面幾處用橘色強調以外，也用較淺的墨色，增加空間感。



圖 9：《汪小小學醫》封面



圖 10：《汪小小學醫》內頁

童書對應出藝術家自身強烈的風格，在內頁中見到其對於線條的掌控度，誇張、變形的技巧，凸顯主角與周遭事物的差距，鮮豔的顏色能吸引兒童的注意，藝術家用創作表現了，水墨距離兒童並不遠，他也能表現庶民文化、趣味的一面。

（四）沈以正藝術風格和童書

沈以正（1933-2022）任教大專院校超過四十年，以水墨人物畫見長，題材包含中國古典文學、神話傳說、佛法故事等，山水背景設色雅麗，用筆剛健挺拔。擅長將傳統典故融入現代社會議題，使水墨人物變得更加生動，其創作之餘，也出版多本人物畫教學書籍，一生致力於美術教育。

1971 年出版的《亞聖孟子》，介紹孟子的生長背景，孟母為了給他好的生長環境，搬了三次家，後來在戰國時代周遊列國時，他主張儒家仁義治國的理念，但一直沒受到重用，於是，他與學生回到鄒國，將思想出書流傳後世。由於本書介紹的是中國偉人故事，畫風選用中國傳統水墨，從勾勒人物、建築、車馬行雲流水的線條（如圖 11），感受到藝術家深厚的功底，每個場景的服飾皆描繪細緻，不採用局部特寫，而是畫出全景圖，邊界則用中國傳統雲朵作區隔（如圖 12），內頁文字遠多於圖片，應是考慮到五年級兒童，已經可以閱讀篇幅較長的文章，而有此規劃。訪談何政廣總編輯時，便有提及在文稿確認後，會開始找適合的藝術家來繪製內頁，故事內容為孟子的一生，傳統水墨和其他媒材比起來，更適合傳遞古代氛圍。



圖 11：《亞聖孟子》內頁



圖 12：《亞聖孟子》內頁

（五）高山嵐藝術風格與童書

高山嵐（1934-）畢業於臺師大美術系，1962 年與簡錫圭等人發起第一個設計展覽——黑白展，其不僅從事平面設計，也創作水彩、油畫，拍攝電影，創作題材大多取自生活經歷、成長過程，其設計風格受現代造形影響，多以純真優美的圖案構成。

1966 年出版的《午餐日記》書中，讀者可在主角美美的日記中，了解飲食均衡的重要。新學期大家開始吃營養午餐，本來班上同學會挑食，或是交換不喜歡的菜，但這些行為都會導致營養不均衡，在了解每類食物都有各自的營養後，大家終於嘗試以往不吃的食物，吃得更均衡飲養。

封面以漸層背景，搭配五個小朋友量體重、吃飯和樂融融的情景（如圖 13），傳遞健康印象。考量印刷成本，內頁輪流用彩色、單色印刷，彩色頁面除了圖案化的人物外，背景也用水彩暈染，增加豐富性（如圖 14），單色頁面則以類原子筆線條勾勒出內容，由於高山嵐自身的設計背景，運用跨頁、中線對稱、對角線等多樣的構圖方式，引起兒童的閱讀興趣，而畫中的人物，皆簡化為圖案，老師講得內容則用對話框來表現，軟化了生硬的營養知識，它也不像美術繪畫注重透視，善於利用輪廓表現概念，每頁文字位置幾乎不相同，文字與圖片互相呼應。



圖 13：《午餐日記》封面



圖 14：《午餐日記》內頁

1970 年出版的《小鼓手》內容敘述，每年四個鄉鎮的人都會聚集，在十里店地方進行划龍舟比賽，主角阿雲家中代代都是優秀的鼓手、舵手，因為從小看著爸爸划船的英姿，讓阿雲也想上場比賽，後來在王叔叔的訓練下，比賽當天帶領大家獲勝，過程中，穿插著端午節的由來及吃粽子、洗艾草水、掛菖蒲的習俗，不僅有趣，且讓兒童認識中國傳統節慶的習俗。

本書封面以神桌、手上提著香包的男孩，表現端午節的氛圍（如圖 15），人物造型皆有對黑色圓圈的大眼睛，是高山嵐的代表符號，其中也融入中華傳統符號，如：服飾花紋、雲朵、散發簡潔有力的美感、線條。內頁分別有彩色、單色印刷，彩頁的廟宇、涼亭、橋等中式建築（如圖 16），甚至是自然的花草樹木，藝術家皆簡化取其輪廓、色塊搭配，畫面主次分明，藉由構圖凸顯故事主角，背景則是用鮮艷且大面積的顏色鋪滿，使觀賞時具有一致性。可知，因藝術家兼具美術背景與設計專業，因而在製作童書時，會以簡化的造型、多變的構圖，引起兒童的閱讀興趣。



圖 15：《小鼓手》封面



圖 16：《小鼓手》內頁

（六）蘇新田藝術風格與童書

蘇新田（1940-）畢業於臺師大美術系，與曾仕猷共組「畫外畫會」旨在提倡現代藝術，探討如何在畫布上呈現不同重力在空間互相作用的視覺效果，運用錯覺、變形，多條水平線並行等技法，產生多重循環效果，表現其追求的虛實實環繞、內外互通的宇宙觀。

1971 年出版的《小不點兒》內容講述，主角覺得自己身高矮小，所以不論是排隊、吃東西、穿衣服、爬山都有諸多限制，大人和他說小貓體型小，但過的很快樂，接著又一連串舉了老鼠、露珠、塵土、水滴中的小動物，小植物及組成生物的最小單位——原子，尺寸由大到小，使兒童可以理解「原子」微小但無所不在，作者舉了生活中常見的事物，如：車、麵包，甚至是自然環境，其他星球，如：星星太陽，都是由極小的原子組成的，最後，告訴主角說其實人的體型並不小，本書是建立兒童基礎科學知識、大小觀念的課外讀物。

由於適讀年齡為二年級，書中大量使用圖片幫助兒童理解。封面大膽運用趴著的小男孩，拿著放大鏡仔細觀察的樣子（如圖 17），書名設計在右上角，讓觀眾能夠順著小男孩的臉龐角度，看見書名。本書畫面大量運用局部特寫，使觀眾一邊閱讀一邊更近地欣賞小生物，以塵土為例，畫家將半頁的範圍都用來畫手，呈現手中灑落的細微塵土（如圖 18），而在表現較大體型的動物或風景時，則會把周圍的景象一同描繪進去，不停變換觀賞的角度，製造視覺的層次感。



圖 17：《小不點兒》封面、封底



圖 18：《小不點兒》內頁

1979 年出版了《小樹的故事》，是將小樹擬人化，喚起兒童對自然的愛護尊重。小樹原本生長在河邊，風、蒲公英、小魚都是他的好朋友，飛來了一對燕子在他樹上築巢，燕子常和他分享在外面的所見所聞，他對外頭的世界心生嚮往，有一天牠被砍下運往都市，移植到飯店中的院子，在那裏他被油煙薰的灰頭土臉，在一連串波折中，它輾轉被移植到花盆中，被丟棄在垃圾場，甚至在運去製作木材的過程中，滾到山坡下，隨波逐流成了漂流木，因為卡在支流中間，被兩個小孩撿來作橋，看著兩岸的小孩能夠藉由它一起玩耍、交流，它重新感受到自己的價值。

封面設計用油畫表現樹的枝幹，旁邊點綴的白色顏料是飛揚的蒲公英（如圖 19）。內頁分別有彩印和單色印刷，彩印的媒材不只一種，畫家運用水彩、油畫、原子筆等媒材讓內容更豐富，單色印刷則用藍、黑兩色變換（如圖 20），畫家不特意強調人物表情、細節，他更著重表現光影的明暗，空間遠近，在描繪垃圾場時，他用原子筆表現老人的臉，他背著的東西僅僅用顏料勾勒幾筆，眼前翻找的雜亂物品更是用油畫幾筆帶過，背景綠色調，用不同媒材、顏色就能傳達人物的心情、場景，可見畫家深厚的功力。

從以上兩本童書可知，藝術家盡可能地使用多樣的視角、局部放大的技巧，引起兒童關注，進而吸收知識，而除了本身擅長油畫以外，藝術家也使用其他媒材創作，僅憑內頁插圖很難聯想到繪者是同一位，如同何政廣在〈插畫的藝術定位〉闡

述：「一位專業插畫家，通常都會面臨一個問題——一種畫風無法恰當地表達所有創作者的內容與風格。因此，如果要適應諸多不同類型的作品，就必須同時擁有很多風格。」²³ 藝術家會因應故事情節，調整繪畫風格。



圖 19：《小樹的故事》封面



圖 20：《小樹的故事》內頁

（七）趙國宗藝術風格與童書

趙國宗（1940-）畢業於臺師大美術系，在廣告公司任職與德國留學經驗，成為其設計養分，作品富有童趣，1990 年代以降，轉而發展陶瓷繪畫，表現民俗童趣的世界。其為最初運用剪紙的表現手法作童書插圖，這與其教學經驗相關，於實踐家專教授美術工藝²⁴期間，接觸印染、刺繡、剪紙等技巧，而這些底蘊，都成為其創作靈感，使童書風格更加豐富多樣。

1972 年出版的《冬天裏的百靈鳥》內容講述，主角小百靈鳥既漂亮唱歌又好聽，因此有很多好朋友，有一天牠飛到一座青春山，淋到奇異的泉水，因此羽毛變成金色的，受到其他鳥兒的羨慕、崇拜，久而久之小百靈鳥變得驕傲，大家都遠離他不和她做朋友，牠變得很寂寞，常常獨自待著，有天牠遇見一隻小螞蟻，小螞蟻和他說要謙虛地對待其他小鳥，照著螞蟻說的話去做的小百靈鳥，和朋友和好了。

²³ 鄭明進（1996）。認識兒童讀物插畫。臺北市：天衛文化。15

²⁴ 摘自 2023 年 7 月 20 日筆者與趙國宗老師的訪談。趙國宗自述在實踐家專期間，教授美術工藝，範圍包括編織、印染、陶瓷、廣告、工藝等，備課時需要搜集許多素材，例如：霧峰林家花園傳統建築浮雕、交趾陶、原住民部落等等都成為創作靈感。

小百靈鳥開始幫助別人，牠拔下自己的金色羽毛，送給貧窮的母子，及沒錢吃飯的孩子，隨著牠幫助愈來愈多人，小百靈鳥變得光禿禿的，冬天來了也無法飛去避冬，只能躲在枯草中取暖，最終，牠的歌聲被之前幫助的母子聽到了，他們把牠捧在手心裡，小百靈鳥覺得很溫暖。

封面以百靈鳥具有黃金色羽毛作設計，封底以牠分送完羽毛變得光禿禿的樣子（如圖 21），可看出故事情節的時間性。整本書為當時少有的彩印，畫家用線條表現物體的輪廓，用線條方向表現人物動作、生物的肌理層次（如圖 22），畫家也用留白呼應故事情節，並運用對比色，如：黃色的鳥搭配紫色的樹木，紅色的花瓣搭配綠色的草地，製造視覺上繽紛的感受，筆觸細緻。



圖 21：《冬天裏的百靈鳥》封面、封底



圖 22：《冬天裏的百靈鳥》內頁

1978 年出版的《快腿兒的早餐》內容為，有一隻土灰色的蜥蜴叫快腿兒，牠和家人住在乾旱村，快腿兒太太孵蛋時哭著說，表哥和表舅都被大野貓吃掉了，快腿兒信心滿滿地說自己跑得快，於是就出門找東西吃，在吃了蒼蠅、蚊子、甲蟲後，牠遇見了大野貓，在千鈞一髮之際，牠斷尾求生逃回家，快腿兒太太為牠失去尾巴覺得可惜，牠說沒關係，尾巴再長就有了，因為不是每隻蜥蜴都能長出新尾巴，接著，牠們便一起出去吃東西。作者藉由輕鬆的故事情節，讓兒童認識蜥蜴的棲息地、食物與習性。

封面以紫色當底，主題為石頭上的蜥蜴，畫家將顏色用分割的手法，讓氛圍更加活潑，內頁的蜥蜴紋路、岩石的凹凸孔洞，都是鏤空，對應四周邊框，散發傳統民間剪紙的趣味（如圖 23）。剪紙以刻剪、鏤空的方式呈現圖案，例如：書中野貓的鬍鬚、爪子，都可明顯看出三角形刀剪的效果（如圖 24），隨著劇情緊湊後，版面原本為左文右圖，也轉變為跨頁的方式，讓蜥蜴和野貓同框，讓觀眾看到牠們追趕的動線，也利用留白表現蜥蜴逃過一劫喘口氣的心情。



圖 23：《快腿兒的早餐》內頁



圖 24：《快腿兒的早餐》內頁

《冬天裏的百靈鳥》、《快腿兒的早餐》兩書的風格不同，其於〈走出民間美術的現代—趙國宗繪畫創作理念〉提到對兒童讀物插畫秉持著，拓展新技法、新形式，使插畫風格多元化，可知藝術家對於自我要求，不斷創新的堅持，而這也拓展了兒童的藝術視野。

從上述可知，多年來，藝術家為「中華兒童叢書」帶來更豐富的繪畫風格，不同的藝術家運用不同的媒材、技法，擴展兒童的美術視野。藝術家在創作童書時，可大致分為兩種類型，一為站在兒童的立場思考，為引發兒童閱讀興趣，用鮮豔的顏色、誇張的表現、圖案化、符號化等技巧來增進視覺上的變化。即使藝術家本身擅長的是抽象創作，也會改用兒童更容易理解的寫實風格來呈現。二為忠於自我風格的呈現，藝術家為追求自我突破，會鑽研多樣的表現手法，勇於嘗試新事物，也因此能因應不同的故事背景，調整繪畫風格。

五、結論

「中華兒童叢書」作為兒童的課外讀物，在台灣早期教育資源稀缺的年代，起到重要的作用，其不僅介紹健康常識，科學知識，也傳遞品格教育、歷史人文等內容，期望兒童在閱讀的過程中，能吸收知識，確立正確的價值觀。在美術方面，早期美術館所並不普遍，兒童接觸美術作品的機會較少，童書相對作品而言，是兒童更容易取得，更能夠接觸到美術的重要媒介。對照本文第二章第五節實驗可知，「圖像」會擴充兒童對周遭事物的認知，造型與細節也變得更加具體。許多藝術家投入童書創作時，他們運用各式各樣的風格，無論是設計、雕塑、版畫、水墨、油畫或民間剪紙等類型，都大大地開拓兒童的藝術視野。而藝術家在設計封面、插圖時，

也會站在兒童的觀點思考，運用鮮豔的色彩，變化性的構圖及誇張的造型等技巧，讓兒童產生興趣。因此，可推知 1964 至 2002 年，長達 38 年間，每學期配送至各班的「中華兒童叢書」，對於兒童造型能力產生正面影響。

「美術」與「設計」以往被視為是壁壘分明的領域，「設計」相對「美術」而言更具有商業傾向，藝術價值較不受到重視。但就本次探討的「中華兒童叢書」可知，許多著名的藝術家都有參與童書繪製，「美術」與「設計」之間的界限開始融合，包浩斯創校校長 Walter Gropius 曾說：「設計是所有事務的公分母。」²⁵ 藝術家繪製童書插圖，使兒童能在日常中，欣賞「美術」作品，內頁則需經過「設計」排版，才能使圖文搭配，編輯出版因此，在童書創作的過程中，「美術」與「設計」是相輔相成的關係，「美術」需要透過「設計」去貼近更多群眾，「設計」也需要「美術」來突破現有的框架。

多年來，「中華兒童叢書」已為臺灣兒童文學界，培育一群文學家、插畫家，奠定臺灣兒童文學界的基礎。隨著科技的發達，獲取知識的管道愈加多元，如：電子書、多媒體動畫、影片等等，儘管如此，圖畫書仍具有不可取代性，因為兒童在閱讀時，除了學習語言表達之外，更重要的是能促進師生、親子間的互動，建立深厚的情感連結，進而擁有適應社會的能力。

參考文獻

1. 余品慧（2013）。透過兒童尋找自我——論一九八〇年代「中華兒童叢書」插畫中的鄉土意識。史穗，6，61-91
2. 林文寶、趙秀金（2003）。兒童讀物編輯小組的歷史與身影。台東市：國立臺東大學兒童文學研究所
3. 林文寶（2011）。台灣兒童圖畫書精彩 100。台南市：台灣文學館
4. 林慧雅（2005）。從中華兒童叢書（1965-1999）到信誼基金會（1979-2001）出版兒童圖畫書插畫風格之演變及其意義。藝術教育研究。7，23-53
5. 徐素霞（2002）。臺灣兒童圖畫書導賞。台北市：國立臺灣藝術教育館
6. 財團法人創價文教基金會（2023）。世紀的容顏——臺灣百年美術設計發展暨文獻展。臺北市：作者
7. 陳惠玲（1985）。從中華兒童叢書談——我國兒童讀物的開拓。師友月刊。6-8
8. 黃永宏（2002）。信誼基金會出版之兒童圖畫書插畫風格分析
9. 黃燕眉、王麗卿（2022）。兒童繪本設計意象之研究——以凱迪克獎封面為例。視覺藝術論壇，17，164-191
10. 黃瓊玟（2008）。「中華兒童叢書」與國家認同形塑（1965-2002）
11. 趙國宗（1991）。走出民間美術的現代——趙國宗繪畫創作理念。臺北市：竹本堂
12. 鄭明進（1996）。認識兒童讀物插畫。臺北市：天衛
13. 謝依婷（2008）。台灣兒童繪本主題研究——以 1988 ~ 2007 年繪本為例
14. 臺灣省政府（1998）。臺灣省兒童讀物出版資金管理委員會暨臺灣省政府教育廳兒童讀物編輯小組編制組織報告書

²⁵ 財團法人創價文教基金會（2023）。世紀的容顏——臺灣百年美術設計發展暨文獻展。臺北市：作者。6

從設計思考的觀點探討王永慶的管理哲學及其 對臺灣設計發展的啟示、貢獻與影響

Exploring the Management Philosophy created by Wang Yung-Ching and Its Enlightenment, Contribution and Influence on the Development of Design in Taiwan from the Perspective of Design Thinking

蕭雨濛¹、孫怡康²、林志隆³、黃鼎豪⁴

Yu-Meng Xiao; Yi-Kang Sun; Chih-Long Lin; Ding-Hau Huang

¹ 國立臺灣藝術大學創意產業與設計研究所

² 南京林業大學藝術與設計學院

³ 國立臺灣藝術大學創意產業與設計研究所

⁴ 國立臺北商業大學創意設計與經營研究所

摘要 Abstract

臺灣設計領域經過數十年發展，取得顯著進步，並在國際間享有盛譽。過去的研究主要集中在對臺灣設計發展脈絡的文獻整理，以及臺灣設計教育的建構和模式展開方面。本研究以王永慶先生的管理哲學為基礎，探討「實事求是」、「追根究柢」和「積極創新」這三個核心理念，並以設計思考模式為理論架構，深入分析台塑企業的代表性產品。研究發現，王永慶的理念與設計思考相似，對早期臺灣設計教育有重大影響。這些理念培養出實事求是、深入探究本質的設計專才，強調以使用者為中心，尋找創新解決方案。台塑企業中，王永慶堅持實事求是，深入研究問題並尋求最佳解決辦法，同時鼓勵創新思維與積極嘗試。這三個核心理念仍具啟發性與影響力，促進臺灣設計領域發展，實現品牌台灣的设计目標。

Over the course of several decades, Taiwan's design field has made significant progress and gained international recognition. Previous research has primarily focused on documenting the development context of design in Taiwan and the establishment and models of design education in the country. This study is based on the management philosophy created by Wang Yung-ching, and examines three core concepts: seeking truth from facts, investigating the root causes, and active innovation. Using design thinking as the theoretical framework, this research analyzes representative products of the Formosa Plastics Group to delve deeper into the subject. The findings reveal that Wang's philosophy aligns with design thinking and has had a significant impact on early design education in Taiwan. These concepts cultivate design professionals who value seeking truth from facts and investigating the essence of problems while emphasizing user-centered approaches to finding innovative solutions. Within the Formosa Plastics Group, Wang's adherence to seeking truth from facts and thorough problem exploration to find optimal solutions, coupled with his encouragement of innovative thinking and active experimentation, has persisted. These three core concepts remain inspirational and influential, promoting the development of the design field in Taiwan and realizing the goal of branding Taiwan through design.

從設計思考的觀點探討王永慶的管理哲學及其對臺灣設計發展的啟示、貢獻與影響

蕭雨濛、孫怡康、林志隆、黃鼎豪

Yu-Meng Xiao; Yi-Kang Sun; Chih-Long Lin; Ding-Hau Huang

一、前言

台灣的設計行業在過去的數十年中經歷了劇變，以其獨特的創意、創新和實用性，構築了一個健康的設計生態系統，其中包括設計學院、頂尖設計公司和旺盛的設計市場。各種因素助推了台灣設計的進步，其中包括政府的支持，對設計教育的增強投入，以及具有遠見的領袖，例如王永慶，他的貢獻包括建立台塑企業的設計部門，創立明志工專設計科系，創辦工業設計雜誌和實施建教工讀制度等（王銘顯、黃維信，2012）。

王永慶的管理理念，特別是其實事求是、追根究柢和積極創新的哲學，已經深深地影響了台灣的設計景象。這些理念要求所有的決策和行動都基於實際情況，並以使用者需求為重，進一步深化了台灣設計的實用主義，確保設計可以真正地為人們的生活帶來價值。實事求是的管理哲學意味著所有的決策和行動都應基於現實情況，而不是空洞的理論或不切實際的幻想，在設計領域，這樣的管理哲學體現在充分理解和關注使用者需求，而不僅追求藝術性或形式美，只有深入了解和考慮使用者在現實生活中的需求和困難，設計才能真正創造價值，產品才能在市場上獲得成功。追根究柢的管理哲學體現在對問題的確定和解決上，設計師在設計過程中需要明確定義問題，並提出創新的解決方案。設計師需要具備實事求是的思維方式，才能夠精確地定義問題，通過理解和分析現實情況，找出有效的解決方案。這種問題解決方法不僅提高了設計的效率和品質，還使設計更貼合市場和使用者需求。積極創新的管理哲學體現在對創新和變革的態度上。在快速變化的市場環境中，只有不斷創新和適應變化，才能保持競爭力。王永慶的這種管理哲學鼓勵設計師勇於嘗試新的思維和方法，不畏懼失敗，推動設計的創新和發展。因此，王永慶的管理哲學對臺灣現代設計的出現和快速發展階段產生了深遠的影響，他對解決問題、創造力和追求卓越的強調，塑造了臺灣企業對待設計和產品開發的方式，使臺灣成為全球設計和創新的領導者。

臺灣的設計行業經過多年的發展，設計思考已成為商業戰略和產品開發的重要組成部分。近年來，設計思考作為一種創新的解決問題方法受到廣泛關注，在各行各業中產生了重要影響。作為一種以使用者需求為核心的方法論，設計思考使使

用者能夠參與到設計中，強調從人的需求出發分析問題，發展解決方案（Brown, 2008; Gruber et al., 2015; Martin, 2009; Yoo & Kim, 2015）。設計思考目前已廣泛應用於商業和技術領域，通過關注人的角度，使企業能夠制定創造性的解決方案，解決複雜的挑戰，創造出真正能與目標受眾產生共鳴的產品和服務。

設計思考作為一種解決問題的方法論，不僅僅局限於工業設計方法論所提出的以人為本、以使用者為中心的基礎性要求。設計思考由於其以人為本的關注點和對創造性問題解決的強調，已成為商業世界中越來越受歡迎的方法。作為一種方法論，設計思考旨在瞭解使用者的需求，並產生創新的解決方案來解決現實世界的挑戰。通過將設計思考原則應用於商業各方面，公司可以培養一種創新文化，改善使用者體驗，並提高他們在市場上的競爭力。這種方法使企業能夠開發出符合使用者需求的產品和服務，從而提高客戶滿意度和忠誠度，最終實現業務增長。此外，設計思考可以應用於商業的各個方面，包括產品開發、市場行銷和組織戰略，使企業能夠保持靈活，並對客戶和市場不斷變化的需求做出反應。

王永慶的管理哲學在許多方面與設計思考的原則相吻合，這使他在推廣設計思考方面扮演了重要的角色。實事求是的哲學促使臺灣設計更加注重實際應用和解決問題，而非僅追求藝術性。這種思維方式與以使用者為中心的設計原則相契合，幫助臺灣設計界更加注重從使用者角度出發，理解使用者需求，並為之設計出合適的產品和解決方案。其次，王永慶的管理哲學強調效率和經濟性，這同樣影響了臺灣設計的發展，在面對資源有限、市場競爭激烈的現實情況下，臺灣設計者必須學會如何在品質和成本之間取得平衡，以有限的資源創造最大的價值。此外，王永慶的管理哲學鼓勵創新和嘗試，這與設計的本質高度相符，在設計領域，只有持續創新和嘗試，才能產生新的思維和解決方案，推動設計的發展。

由此可見，實事求是的原則體現了設計的實用主義，追根究柢的原則體現了設計時對問題的深入理解，積極創新的原則體現了設計方面的創新精神。因此，這三個原則對台灣設計行業的影響將是本研究的主要焦點。在此背景下，本研究將通過個案研究方法，比較王永慶三大管理哲學與設計思維的相容性與互補性，並提出一個整合型設計思維模型。

二、文獻探討

（一）臺灣設計發展脈絡

臺灣設計發展的根源可以追溯至美援對臺灣經濟協助計畫，這是美國外交全球策略的一部分。這項計畫不僅啟發了臺灣設計的發展，更進一步促使臺灣的工業設

計教育開始發芽。設計協助計畫將現代設計思潮與概念引進臺灣，為臺灣帶來了許多設計的啟發與革新。這些設計思潮的引進不僅在實踐中改變了臺灣的產業結構和生產方式，也間接促成了臺灣設計教育的誕生（賴建都，2002），這項設計協助計畫為臺灣帶來了一系列重要的影響。首先，它提供了設計師和專業人士的培訓機會，讓他們接觸到國際上最新的設計趨勢和技術。這些人才的培養和專業知識的增強為臺灣的工業設計提供了堅實的基礎。其次，設計協助計畫帶來的技術和設備援助提高了臺灣企業的生產能力和品質水平，使得臺灣企業能夠生產更具競爭力的產品，進一步提升了臺灣在國際市場上的地位。此外，設計協助計畫的影響還體現在對臺灣社會整體的影響上，推動了臺灣的現代化進程，引入了設計的觀念和理念，激發了臺灣人對美學和創新的重視。這種設計思維的滲透對臺灣的文化和藝術領域產生了深遠的影響，促使臺灣的設計文化逐漸繁榮發展。

臺灣的設計發展可以追溯到 20 世紀 60 年代，當時臺灣主要以農業為主，但在 1950 年代開始，臺灣逐漸將工業視為發展農業的重要手段。1955 年，行政院美援運用委員會（Council on U.S. Aid, CUSA）成立了半官方的臺灣手工藝推廣中心（Taiwan Handicraft Promotion Center, THPC）和中國生產力及貿易中心（China Productivity Center, CPC），這些機構推動了農業社會經濟的繁榮。1962 年，日籍設計師小池新二（コイケ シンジ，1901-1981）來臺演講，他提出了培育設計人才的迫切需要。同時，當時的經濟部長李國鼎也積極推動臺灣的經濟發展，致力於促進產品改善（楊靜，2010）。因此，臺灣的產業逐漸邁向工業化，財團法人中國生產中心（China Productivity Center, CPC）的產品改善組負責改良產品以增加外銷，並聘請外國專家開設培訓班，以培養設計人才。此外，民間企業如台塑集團創辦人王永慶先生，於 1964 年在明志工專（現明志科技大學）創辦了工業設計科，成為臺灣最早的正規工業設計教育機構（侯世光，2006）。從 1964 年開始，許多學校陸續創辦了工業設計系，包括崑山工專（1965 年）、台北工專（1966 年）、大同工專（1966 年）、新埔工專（1967 年）和南榮工專（1969 年）。此外，於 1973 年成立的大同工學院和成功大學工業設計系也提供了四年制的工業設計教育，這一時期，臺灣正式引進了工業設計，被視為臺灣工業設計的萌芽期。

在 1980 年之前，臺灣的「委託代工（Original Equipment Manufacturer, OEM）」供應商通過降低生產成本，生產了具有「便宜又精細」特點的產品，並在全球市場取得成功。然而，這種供應商僅專注於成本，而忽視了價值的概念，或者僅關注「成本下降」而不知「增值」。供應商依賴 OEM 模式，從製造業中獲取低利潤，從而創造了臺灣的經濟奇蹟。然而，這種依賴 OEM 模式的工作模式使他們無法自有的開發設計，供應商忙於生產產品以達到製造截止日期，沒有時間發展設計能力，因此無法培養設計人才（Hsu et al., 2014; Hsu et al., 2013; Lin, 2012;

林榮泰、林伯賢，2009）。1979 年在勞力密集的年代外貿協會成立產品設計處，為廠商提供產品設計及包裝試驗的服務，然而因過去臺灣從事 OEM 創造了臺灣奇蹟，長久下來，倚賴成性，無形中變成企業發展設計、自創品牌的阻力，因此，經濟部工業局在 1980 年代後期開始執行三個五年計畫，「工業設計發展策略五年計畫」（1989-1994）、「全面提升產品能力計畫」（1995-1999）、「創意設計發展計畫」（2000-2004）。以應付這種由 OEM 向「設計製造（Original Design Manufacture, ODM）」的轉型，促成後來設計產業蓬勃發展（林美婷、林榮泰，2013）。另政府也於 1990 年因應技術密集的競爭環境，產品設計處擴編為設計推廣中心，加速產業提升設計能力且強化競爭力，且隨著時代的變遷，使設計對於臺灣許多公司而言越來越重要。此外，後續執行的國家發展相關計劃之中，「文化創意產業發展計畫」、「產業高值化計畫」都與「創新設計」和「品牌形象」有著直接關係。這種一貫持續提升設計產業的政策，促成設計產業今天的榮景（經濟部工業局，2004，2005，2006，2007，2008）。

（二）王永慶的三大管理哲學

台塑企業的創始人王永慶是臺灣著名的企業家，對臺灣的工業發展做出了重大貢獻。1954 年台塑企業成立，集團事業部分橫跨的產業包括了石化業、紡織業、汽車業、路運、海運業、機械業、塑膠加工與電子業等。1958 年，南亞塑膠公司的成立標誌著台塑集團開始了持續擴張的趨勢，特別是在 1994 年 7 月六輕（雲林第六套輕油裂解廠，通稱雲六輕）的動工後，台塑集團的工程建設達到了巔峰。台塑集團在工程管理方面擁有豐富的實務經驗，以六輕工程為例，總建設費用高達四千多億台幣（溫秀英，2003）。台塑企業的經營理念，是以「實事求是」的態度去追求一切事務的合理化，並且以「追根究柢」、「積極創新」作為最終的目標（楊映煌，2013）。因此「實事求是」、「追根究柢」和「積極創新」，是王永慶企業管理的核心理念和最基本的方法，也是企業成功的驅動力，對臺灣商業格局也產生了持久的影響。

「實事求是」的原則強調了將決策建立在準確、客觀的資訊之上並立足於現實的重要性。一個成功的商業領袖必須對市場、行業趨勢和消費者需求有敏銳的瞭解。通過保持對這些因素的關注，可以做出明智的戰略決策，這種務實的方法使王的公司能夠適應不斷變化的市場條件並在競爭中保持領先。王永慶（1969）認為公司的每位成員就其本身崗位為出發點，發掘問題、研究問題、解決問題，使最重要的，需先瞭解有什麼問題要處理，與如何解決這個問題，知道「如何去解決」，就自會知道應如何分層負責分工合作。必須以問題為中心去探討、分析、追求革新，建立事務系統，事實講求品質，人人有興趣工作，真正做到精簡靈活。

「追根究柢」是王永慶管理哲學的另一個核心原則，這一原則鼓勵管理者深入研究問題背後的核心問題，而不是僅僅關注表面。通過瞭解挑戰的根本原因，王永慶和他的團隊能夠制定更有效、更持久的解決方案。這種方法不僅提高了他的運營效率，而且還在他的組織內培養了一種持續改進和學習的文化。王永慶曾說：「經營管理，成本分析，要追根究柢，分析到最後一點，我們台塑就靠這一點吃飯」，他向嘉義阿里山林場標購原木，結果出乎同行的意料之外，他所標購的價格高出同行業者很多，可卻因賺了很多錢。其原因是王永慶在招標截止前一天晚上，跳入水池中，花了一晚上的時間清點水池裡木材的數量、體積和品質，雖然危險，但卻更精準掌握木材質量，第二天才能報出合理價格得標。王永慶為了追根究柢，把木材數量清點，為常人之不敢為，所以才會成功（唐雙根，2010）。王永慶（1967）表明應該學習對每樣事情深入挖掘尋找問題，再針對問題運用科學方法，有系統有條理地把它解決，這便是所謂做事的品質，個人以為這是經營管理人員應有的認識，也是一種警惕；問題之發掘、分析及追求、解決辦法。王永慶（1968）提到檢討企業需加改善的問題，問題在「誰來考慮」、「誰來解決」、「誰來檢核」，分析問題，不要礙於情面，不要諱疾就醫，應坦誠提出問題，共同檢討，追求解決辦法。要像新聞記者一樣，從各種不同角度把問題的真象發掘出來，對症下藥，解決問題，則進步發展當可期矣。凡事要能夠運用思考，追根究柢，腳踏實地去做，條理分明，系統有序，也就是所謂科學管理。

「積極創新」是王永慶管理哲學的第三個支柱，強調企業需要不斷創新和發展，以便在不斷變化的全球市場中保持競爭力。其認為自滿是失敗的秘訣，一個成功的公司必須始終努力改善、成長，並推動可能的邊界，通過培養創新文化，因此台塑公司能夠開發出突破性的產品和工藝，使他們能夠保持在各自行業的最前沿。王永慶（1968）就提到能否達到目的亦在此，如能有新的 idea，新的經驗盡量貢獻大家，使與會人獲得集思廣益的效果；想像力是研究發明的原動力，所謂聰明的想法，就是創造性的想法。每個人都有其天賦的創造能力，而且我們中國人的聰明智慧決不在人之下；創造並不是偶然能獲得，它必須經過研究，因為從研究中才能找出新的方法，更好的方法，使產品品質日益改善，不斷革新。

這些原則的應用可以在王永慶職業生涯中的許多事例中看到，例如，當面臨台塑集團原材料銷售緩慢的挑戰時，王永慶決定成立南亞塑膠公司，該公司將專注於生產更多創新和可銷售的產品，這一決定表明，王永慶致力於實事求是，找到問題的根源，並積極主動地進行創新，以解決這個問題。並且王永慶的管理理念對臺灣商業界產生了持久的影響，並激勵許多其他企業家在自己的企業中採用類似的原則，台塑及其子公司的成功證明了王永慶方法的有效性。

從寬泛的視角來看，王永慶的經營理念實際上也可以解釋為一種「設計思維」的實踐，設計不僅僅是視覺的表現，更是解決問題的策略和方法，而「實事求是」、「追根究柢」與「積極創新」這三大理念，可以被視為設計過程的關鍵元素。首先，「實事求是」，這種基於現實的思考方式與設計中的功能主義相吻合，在設計過程中，我們需要深入理解真實的需求，以使產品或服務能夠在實際環境中發揮效用。其次，「追根究柢」，這是一種對問題進行深入分析的過程，深入了解問題的真正原因，而不僅僅是表面的症狀，這樣才能設計出真正解決問題的方案。最後，「積極創新」，這是設計過程中必不可少的一部分，設計本質上就是創新，有了對問題的深入理解，就要創造出獨特的解決方案，則需具備冒險精神和創新思維。在這個過程中，需不斷嘗試，甚至面對失敗，但只有通過積極的創新，才能找到最好的解決方案。

因此，王永慶的管理理念可以說是一種設計思維的體現，它將問題解決的策略與創新思維完美地結合起來。實事求是意味著需要基於事實來決策，保持客觀，並始終追求準確，是說明問題的起點，並形成清晰的問題定義。追根究柢代表對問題的深入研究，包括分析具體效果，尋求持久永續的解決方案，並保持對結果的懷疑精神，以便進行進一步的優化，這個階段是在提出策略之後，深入探討問題以求得最佳解決方案。積極創新，這意味著鼓勵團隊進行嘗試，接受犯錯並從中學習，並進行修正與優化，通過創新尋求解決問題的策略，並進行持續的改善，如圖 1 所示。



圖 1 王永慶管理理念與設計關係圖（本研究歸整製圖）

（三）設計思考在現代領域的重要性

設計思考兼具理論和實踐的概念，由設計顧問公司 IDEO 創始人 Tim Brown 在 1990 年提出相應的設計思考流程。近年來，許多企業通過應用設計思考方法和過程成功地實現創新與轉型，自 1960 年代開始以來，設計思考已以多種方式被看到和描繪，在商業中它被描繪成一個結構鬆散的組織過程，建立在一系列培育創新的工具之上，並支持需要解決社會中抽象和多方面問題的業務人員和企業家應用設計思考（Elsbach & Stigliani, 2018）。Chou（2018）認為設計思考是一種將一系列的創新活動與以人為本的設計理念灌輸在一起的程序，IDEO（2021）將設計思考過程描述為一種疊層空間方案，而不是步驟分類。多年來，設計思考逐漸演變為對管理產生影響，Liedtka & Kaplan（2019）認為將設計實踐納入到戰略制定，企業可以逐步提高其商業模式的績效，並利用機會進行轉型。Elsbach & Stigliani（2018）則提到了設計可以促進創新並為組織帶來競爭優勢。設計思考是一套以使用者需求為核心的方法學，源於設計師產品設計的思考邏輯，強調從人的需求出發，透過觀察轉化為洞見，之後透過創作提供一個綜合性的解決方案（Elsbach & Stigliani, 2018; Micheli et al., 2019; Dell’Era et al., 2020）。Brown（2009）提出，設計思維的精髓在於進行發想、構思和執行的三階段探索，成功的設計思維，必須透過可行性、存續性和可慾性這三個關鍵標準的驗證，以達成最佳的平衡，此外洞見、觀察和同理心這三種能力，在設計思維的成功實施中起著至關重要的作用。設計思考作為解決問題的一種方法，在 IDEO 與史丹佛大學的推動下，「設計思考」現在被濃縮成為五個步驟：「同理」（empathize）、「定義」（define）、「發想」（ideation）、「原型」（prototype）與「測試」（test）。

在商業模式創新的背景下，設計思維通常被視為一種有價值的方法論或思維方式。事實上，設計思維通常被認為是一種心態，其特徵是一系列重要的設計原則，這些原則對增強設計過程很有用（Brenner et al., 2016; Gudiksen et al., 2014; Lehmann et al., 2016）。Simonse（2014）指出，設計師的生成建模和視覺思維方法可用於對商業模式發明進行新發現。Jenkins & Fife（2014）認為設計思維作為一種綜合的、整體的和啟發式的思維模式，補充了管理者在解決問題和做出決策時所依賴的分析思維。Wrigley et al.（2016）的研究指出設計思維是商業模式創新的必要思維方式，代表著探索未來可能性的意願。

有研究指出，設計思考適用於商業世界的多重複雜性，並且可以成為幫助企業適應市場的重要工具（Grots & Creuznacher, 2016）。設計思考可以通過客戶以創造價值的方式進行互動和參與，以此幫助企業獲得有意義且有益的洞察力（Elsbach & Stigliani, 2018）。設計思考在商業和管理中也非常實用和適用，可以在增長、盈

利能力、股價和創新能力等方面對企業績效產生積極影響（Robert et al., 2022）。也有學者提到設計思考是管理者的一項重要技能，設計和管理都建立在直覺和綜合的基礎上，因此，管理者需要在決策中接受設計思考以獲得更好的結果（Elsbach & Stigliani, 2018; Mansoori & Lackeus, 2020）。Carlgren et al.（2016）在研究中指出，許多公司都應用了設計思考的方法，例如 Panasonic 公司利用設計思考的方法在新開發的產品創新過程中，注重迭代、低解析度的原型設計和早期使用者參與；寶僑公司（Procter & Gamble, PG）使用旨在培訓設計思考的方法和支持開發團隊的想法發展、團隊成就和學習；德意志銀行（Deutsche Bank AG）將設計思考視為一種創新過程，它使用各種技術通過原型開發和測試創新解決方案。由此可見，設計思考被廣泛應用於商業轉型和創新，透過實施設計思考，企業和組織能夠更好地適應市場變化，應對客戶需求，並在競爭激烈的環境中保持競爭力，設計思考強調跨學科合作、專注於使用者體驗和快速原型測試，有助於創建具有創新價值的解決方案，並促使組織不斷改進和成長。

在當今高度競爭的市場環境中，設計思考已成為企業和組織成功轉型和創新的關鍵要素，透過持續地應用設計思考方法，這些組織能夠更好地理解他們的目標客戶，發掘市場機會，並制定出創新且具有吸引力的策略。設計思考的過程鼓勵團隊成員保持開放思維，勇於挑戰既定的觀念和假設，這種思維模式有助於營造一個充滿創意和實驗的氛圍，激發團隊成員的創新潛能。此外，設計思考強調迅速擬定解決方案並將其付諸實踐，這樣的過程有助於快速獲得反饋，並從中學習和成長。在實施設計思考的過程中，企業和組織還能夠更好地與利益相關者建立聯繫，並在更大的生態系統中發揮作用。這有助於構建強大的合作關係，促使各方共同創建有價值的解決方案。設計思考作為一種創新方法，已經在全球範圍內的企業和組織中取得了廣泛的認可，它提供了一個具有系統性的框架，幫助組織更好地應對不斷變化的市場條件，並在競爭中保持競爭力。通過持續地應用設計思考，企業和組織可以更好地適應變革，發掘創新機會，並為未來的成功奠定堅實的基礎。

（四）小結

在本研究的文獻探討部分，將焦點集中在王永慶的管理哲學和設計思考的方法論，王永慶的管理哲學和設計思維之間的意涵都是源於對理解目標、分析問題和促進創新的相互強調，兩種方法都強調了將決策和問題的解決建立在現實的基礎上，考慮他們所服務的人的需求和經驗的重要性，並且還共同致力於對問題進行深刻的分析和理解，超越表面的問題，找出根本原因並制定有效的解決方案。此外，王永慶的管理和設計思考都宣導創新的文化，通過腦力激盪碰撞出新的創意並進行原型測試和迭代。

王永慶的管理哲學與設計思考的融合，展現了一種深刻的商業智慧，實事求是的思維準則，強調基於事實和證據做出決策，而非單純依賴理論推導或假設，這種務實的決策模式為企業在多變的市場環境中提供了快速適應的能力。同時，追根究柢的思維核心還提倡徹底解析問題，追求到問題的本質，以此推動更為有效和持久的解決方案的生成，從而加強企業的核心競爭力。此外，積極創新的思維過程，激勵團隊開展創造性思維，不斷探索新機遇。

對應在設計思考中的同理、定義、發想、原型與測試的過程中，涉及與用戶產生共鳴、精準定義問題、創造解決方案、製作原型和進行測試等環節。通過在產品與服務的創造過程中融入人的視角，設計思考助力企業構建與用戶深度共鳴的創新解決方案，以應對複雜的商業挑戰。

設計思考和王永慶的管理哲學共享的核心理念包括：對於目標的理解、問題的分析 and 創新的推進的重視。兩者都主張基於現實的情況來做決策和解決問題，充分考慮到服務對象的需求和經驗，並且都致力於深度分析問題，找出問題的根源，從根本上提出有效的解決方案。此外，兩者都鼓勵創新的文化，通過頭腦風暴產生新的創意，進行原型測試和迭代。在快速變化的商業環境下，組織必須不斷適應和創新以維持競爭力。培育主動創新的文化，可以激發團隊的創造力，並為公司的成長和發展開創新的途徑。

臺灣的工業演變呈現了從生產導向（Function）到用戶體驗（User）的設計哲學轉變。在這一過程中，功能性的使用（Use）逐步向注重人性化的使用者（User）過渡，強調將文化、技術與藝術融入設計中。設計思考不僅僅關注科技賦予產品的功能（Function），更進一步追求為用戶帶來情感共鳴（Feeling）的體驗。這一轉變象徵著從以普遍性為目標的高科技（Hi-tech）向追求個性化和情感觸動（Hi-touch）的美學經濟過渡，體現了設計發展的核心價值（林榮泰，2005，2011；林榮泰、林伯賢，2009；林榮泰，2013）。

綜上所述，無論是王永慶的管理哲學還是設計思考，都強調以實際情況為出發點，注重問題的深度解析，並以創新為動力。這種思考方式對於臺灣設計產業演進過程「從使用到使用者」、「從功能到感受」、「從高科技到高感動」的歷程有著重要的指導意義。本研究根據以上理論提出設計產業的思維模式與認知過程，如圖 2 所示。

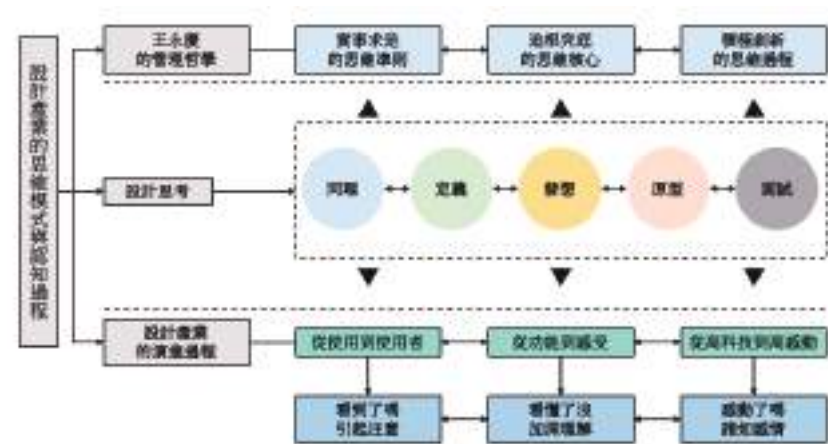


圖 2 設計產業的思維模式與認知過程（本研究歸整製圖）

三、研究方法

（一）研究架構

本研究將藉由對王永慶的三大管理哲學原則結合設計思維的方法論以及林榮泰等學者所提出的「從使用到使用者」、「從功能到感受」、「從高科技到高感動」的設計演進理念，從設計思維的視角探討王永慶的管理哲學對於台灣設計產業發展的影響與貢獻。「從使用到使用者」，這種轉變與設計思考的同理心和理念契合，原本的設計理念著重在產品的功能性，然而設計思考將關注點轉移到使用者，以解決他們真正的需求和問題，王永慶的管理哲學「實事求是」體現了這種轉變，強調確認和理解使用者的真實狀況和需求，而非僅僅針對他們在使用產品時的表現。這種理解需要深度溝通與交流，包含了對使用者情感、動機以及他們如何與產品或服務互動的全面理解。「從功能到感受」進一步強調設計思考在創意發想和原型設計階段的重要性，過去的設計可能只關注產品的功能性，忽視了產品與使用者在感官和情感上的交互，然而設計思考提出，優質的設計不僅要考慮到產品功能，還需重視使用者的感受，這就需要「追根究柢」，探尋這些感受的源頭，並嘗試透過設計來提升產品或服務的情感價值。「從高科技到高感動」則凸顯了設計思考在測試階段的關鍵作用，過去的設計可能過度依賴技術，而忽視了人的情感反應，設計思考主張，一個優良的設計不僅需要先進的技術，還需要能引起人的情感共鳴，這需要我們將技術與人文、藝術等元素融合，創造出能觸動人心的產品或服務，而「積極創新」就是在以上三個階段的基礎上，不斷挑戰和突破傳統的規範和限制，尋找

新的可能性，這不僅體現了設計思考的精神，也是設計能夠持續發展的一項關鍵原則。本研究提出了一種基於王永慶的管理理念，並以設計思維過程作為核心，進一步導向設計產業演進趨勢的研究架構，如圖 3 所示。

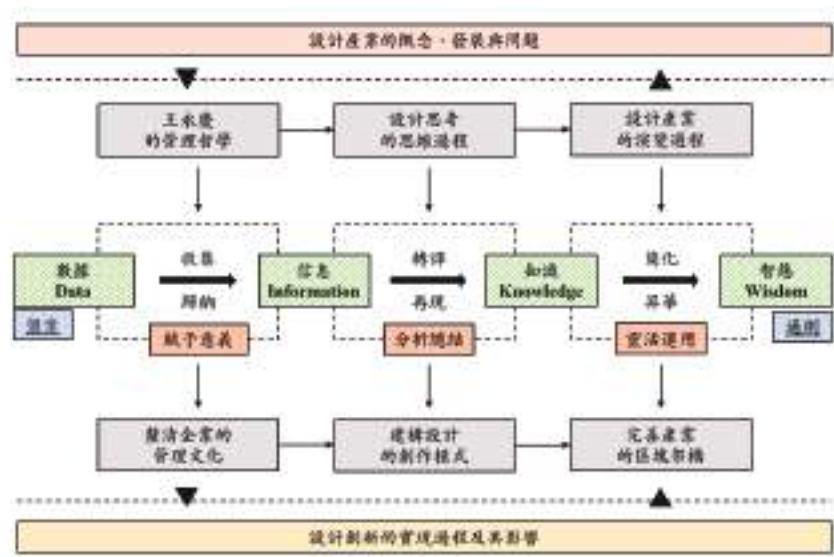


圖 3 研究架構圖 (本研究歸整製圖)

(二) 個案描述

本研究擇取南亞塑膠公司的塑膠布設計、豪世牌太空包與南亞舒美櫥櫃，這三款產品進行深入的案例探究。回溯到 1954 年，台塑企業每日塑膠粉產銷達四噸，面臨當時的困境需要尋求資金，擴大產能並削減成本，然而此舉並未能解決存在的困境。因此，王永慶先生為求生存，創立了南亞塑膠公司，專注於二次加工，生產塑膠膠皮、膠布以及膠管以減少塑膠粉的產量。儘管當時的台灣並無外銷經驗，然而他們成立了新東事業部，著重於民生用品、皮包、雨衣、窗簾等塑膠三次加工產品的製造，成功地開拓了國際市場（楊映煌，2013）。

進入 1960 年代，王永慶先生在南亞塑膠公司建立了設計開發部門，而台塑事業部（當時為南亞塑膠公司部門之一）於 1961 年設立了企劃課，該部門為最早的设计開發單位，主要負責軟質 PVC 膠皮、膠布的花紋和圖案設計，然而大部分仍停留在模仿客戶供樣或國外樣品的模式。新東事業部則於 1962 年成立，起初為獨

立經營部門，並於 1963 年以新東塑膠加工廠股份有限公司名義設立。然而，由於經營管理的需求，該部門於 1967 年被南亞塑膠公司併入，並稱之為新東事業部。新東事業部的產品特色為塑膠的三次加工產品，與消費者有更直接的連結，故對於產品設計的需求也相對更大（王銘顯、黃維信，2012）。

然而，在 20 世紀 60 年代，王永慶先生認識到將圖案設計融入南亞塑膠生產的塑膠織物的價值，成功創造出具有獨特性和差異化的產品，以滿足市場的需求，從而創新了塑膠布市場的設計。新東方事業部於 1974 年獨立開發了太空包這項創新產品，這是一種以堅韌的尼龍網和塑膠創造出來的耐用、多功能且具經濟效益的包裝解決方案。到了 1981 年，南亞塑膠公司推出了舒美櫥櫃，這是一項具有 50 多種組合變化的創新傢俱系列，該系列產品滿足了消費者多元化的喜好和需求。設計團隊專注於創造功能、實用且創新的解決方案，以回應市場的需求。

四、研究結果

(一) 南亞塑膠布設計

在 1960 年代，塑膠布只被視為一種實用工具，南亞塑膠公司卻透過遠見的洞察，開始探索產品的獨特性和附加價值。王永慶先生意識到，為了在競爭激烈的市場中脫穎而出，單一的功能提升並不足夠，需要在產品的差異化和附加價值上下工夫。因此，他邀請了一些美術教師，包括畫家葉火誠和林顯模等，將藝術的精神注入塑膠布的設計中，這種獨特的結合藝術與工業產品的觀點，挑戰了傳統的工業生產規範，也使南亞塑膠公司的塑膠布產品具備了獨特的競爭優勢（王銘顯，2010）。

該案例也能體現出是王永慶實事求是理念在设计思考同理的具體實踐，傳統上塑膠布被視為一種工具，功能為主導。然而，南亞塑膠公司憑藉其實事求是的觀念，理解到在市場競爭中，不僅要考慮產品的使用功能，更要考慮使用者的體驗，從使用到使用者的轉變成為重要的設計理念。

為了實現這種轉變，南亞塑膠公司進一步將追根究柢的思維核心融入設計中，體現了設計思考的定義與發想。透過邀請美術教師，包括畫家葉火誠和林顯模等人參與，將藝術的精神融入工業產品設計，從而實現了從功能到感受的設計轉變。這種創新的設計策略使塑膠布不僅具備了實用功能，而且提供了豐富的感官體驗，使使用者得到情感上的滿足和感動。並且，南亞塑膠公司在設計過程中展現出積極創新的思維。他們不僅僅依賴已有的知識和技術，而是開闊視野，尋找新的靈感和概念，並勇於挑戰傳統的設計理念。這種從高科技到高感動的創新過程，使他們的產品具有獨特的競爭優勢，並帶來了附加價值。

在此案例中，藝術設計就是這種能引發情感共鳴的元素，通過在塑膠布上增加藝術性的圖案設計，南亞塑膠公司的產品不只滿足了功能性的需求，更在視覺感和觸感上做出了突破，引發了消費者的強烈關注和興趣。並且，設計團隊透過深度市場研究，他們獲取了對消費者需求的深入理解，然後，攜手藝術家共同進行了產品的概念設計，最後，建立產品原型並依據反饋持續進行優化和修正。藝術與實用性的相互融合，為設計師和產品開發人員提供了多元化的視角和創新空間，由此推進了設計和創新的進程。在此過程中，王永慶先生深入體認到，設計與美學不僅能提升產品的差異化與附加價值，更能增強產品的吸引力，引導消費者的購買意願。

因此，南亞塑膠布的創新設計策略，成功地將實事求是的思維準則、追根究柢的思維核心以及積極創新的思維過程融入到產品設計中，並以此實現了從使用到使用者，從功能到感受，以及從高科技到高感動的設計轉變。這種對設計的深度理解和創新實踐，將對設計行業產生深遠影響，並為其提供重要的參考價值，個案分析如圖 4 所示。



圖 4 「南亞塑膠布設計」個案分析圖（本研究歸整製圖）

（二）豪世牌太空包

新東事業部於 1974 年創新開發的豪世牌太空包，採用強韌的尼龍夾網膠皮製成，表現出出色的引伸、撕裂和破裂強度，並展現了良好的抗磨擦性，耐熱、耐寒和耐酸鹼的特性更是突出。太空包又被稱為集裝袋，因其便利的運輸以及大量裝載的能力，能在國際間迅速流通，進一步刺激國際貿易的繁榮。袋體的穩固設計便於存放，能有效地節省空間並維持環境整潔，進一步展現其大型收納的特性。其用途廣泛，遍及農業、工業、礦業、建築業和食品業等領域，包括化學原料、水泥、肥料、穀物、棉花及粉末類食品等物料，都能依照不同的裝載需求與機器裝卸設備，定製合適的太空包。

在設計過程中，團隊一直專注於創造出能夠滿足商品在各加工及流通階段，包括裝貨、搬運、輸送和卸貨的實用且經濟的設計。因此，他們巧妙地設計出一種具有三對耐用吊帶和兩個裝卸口的太空包，這種特別的收縮設計使得卸載變得輕鬆順暢，打破了傳統包裝袋僅有上端開口的限制（川源，1974），這款太空包也於 1974 年 9 月 2 日獲得源自歐洲包裝聯盟 1958-1973 年舉辦的歐洲包裝金星獎前三名（楊靜，2020）。

豪世牌太空包的設計與生產過程，完美地體現了新東事業部的「實事求是」、「追根究柢」和「積極創新」的管理理念，以及這些理念與「設計思考」的結合。設計團隊依據事實，深入理解使用者在使用過程中可能遇到的問題和需求，並積極創新，過程不僅充分考慮了實際需求，也體現了對人性需求和情感的深入理解。這種管理理念的實現，以事實為出發點，針對商品在運輸過程中可能遇到的問題進行深思，並對使用者在裝卸、運輸以及存儲過程中的需求有深刻的理解。並且他們深入了解使用者的情感、需求和他們與產品或服務的互動方式，並以使用者為中心，超越單純關注產品的功能性，將設計思維融入到使用者生活情境中。從中顯示出其堅持實事求是的思維準則，並運用設計思考的可行性、存續性與可慾性原則，來瞭解與解決使用者的問題。這種導向涵蓋了產品的易用性、耐用性以及方便性等關鍵功能性元素，並進一步將這些功能性需求升華到符合使用者情境的產品設計中，打造出一款真正能滿足使用者需求的產品。這種從使用到使用者的設計思考策略，不僅優化了產品的基本功能，也強化了其使用上的便利性與實用性，為使用者帶來最大的價值。

設計團隊進一步深化了設計思考的範疇，將追更究底的思維核心以設計思考的洞見力、觀察力與同理心的方式，體現在產品設計之中。他們透過深入的產品功能與感受評估，並基於對使用者感知的深入理解與關注，將產品從基本的功能導向提升到感受導向。這種過程涵蓋了對產品各個細節的嚴謹把關，如耐用的吊帶、便捷的裝卸口以及獨特的緊固設計等，都是基於使用者的感知與需求來設計的，進一步體現出從功能到感受的設計思考轉變。也表現了積極創新的思維過程，從設計思考的靈感源泉、構思力、執行力，以至於從高科技到高感動的完美轉換與結合。設計師們不只在技術層面進行創新，更注重在人性化設計中尋求創新，創造出一款高科技，卻又能夠引發使用者情感共鳴的產品。這種深度融合了人性和科技的設計策略，使得豪世牌太空包在市場中取得了突出的成就。

豪世牌太空包的成功可歸因於其實事求是的思維準則，追更究底的思維核心，以及積極創新的思維過程。透過深度理解並尊重使用者，設計師們成功將人性、技術與創新完美地結合在一起，創造出一款真正以使用者為導向，並能引起深度情

感共鳴的產品。這種產品設計策略將能持續引導設計行業進一步開發出更多以人為本，符合使用者需求的優質產品，個案分析如圖 5 所示。



圖 5 「豪世牌太空包」個案分析圖 (本研究歸整製圖)

(三) 南亞舒美櫥櫃

1981 年，南亞塑膠公司推出了舒美櫥櫃，這一產品的特點在於，它可以根據消費者的個人需求和喜好進行多達 50 種以上的變化，從而滿足消費者多變化的生活方式和偏好（台塑企業雜誌，1981）。這種設計策略，不僅讓消費者感到方便，也讓他們在使用過程中得到滿足感和成就感，因為他們可以根據自己的意願，親自組裝出自己心中理想的衣櫃。這無疑是一個體現王永慶管理理念與設計思考所結合的案例，該產品不僅優化了功能性元素，而且將使用者的需求與情境納入設計中，確保了其使用的便捷性和實用性。這種從使用到使用者的設計思考策略，使產品能真正滿足使用者的實際需求，從而提供最大的價值。設計師們進行了深度的設計思考，將洞見力、觀察力和同理心應用於設計過程中，體現出了從功能到感受的設計轉變。他們通過深入了解使用者的需求和感受，將產品從純功能性設計提升到情感導向的設計。這種設計策略不僅為消費者帶來方便，還讓他們在使用過程中得到了滿足感和成就感，這正是南亞塑膠公司創辦人王永慶追根究柢的管理哲學所體現的精神。

南亞塑膠公司的設計師們也展現了積極創新的思維過程，他們通過頭腦風暴激發創新想法，挑戰傳統的設計理念。他們不斷尋找最佳的解決方案，以滿足消費者的需求。這種創新的思維過程以及南亞塑膠公司對高科技與高感動的追求，使舒美櫥櫃能以超過 50 種以上的變化來滿足消費者多變化的生活方式和偏好。

南亞塑膠公司的舒美櫥櫃再設計過程中深入理解消費者的需求，將人性、科技和創新完美地結合在一起，創造出一款真正以消費者為導向，並能引起深度情感共鳴的產品。這種產品設計策略將為設計行業提供一個重要的參考，引領產品設計更深入地以人為本，符合消費者需求，個案分析如圖 6 所示。



圖 6 「南亞舒美櫥櫃」個案分析圖 (本研究歸整製圖)

五、討論

這三個案例揭示了王永慶的三種關鍵管理理念：「實事求是」、「追根究柢」以及「積極創新」，如何為產品塑造獨特定義，並賦予其創新的價值和深遠意義。這些案例共同驗證了藝術、科技、設計與商業之間的緊密結合力量，藉由深入了解使用者需求與跨領域的專業協作，能創造出高度市場競爭力的產品。本文經由對王永慶三大管理理念的深度探討，以及透過三個案例的驗證，綜合了王永慶的管理哲學與設計思考的理念，並通過案例進行驗證與詮釋。這種結合使得設計不僅能夠解決問題，提供實用的解決方案，更能從情感層面上滿足人們的需求，提供深度的體驗和價值。

王永慶將創意衍生到生意的方式，中心的設計思維透過實事求是、追根究柢和積極創新的管理理念，引領創意走向生意。在過程中創意並非隨意產生，而是基於使用者的需要和渴望，透過實事求是和追根究柢的思考，以及積極創新的行動，讓創意得以實現並創造價值。首先，創意產生於兩個方向的驅動：一個是「可慾性」，另一個是「需要它」。在可慾性的驅動下，創意從可慾望到可實現，最終到達可持續，形成一條從渴望到實現再到持續的進化，強調了創意不僅要吸引人，滿足人的渴望，而且還要能實現，並且具有可持續性，這一路徑的達成，需要實事求是的觀

察和理解，追根究柢的分析和解決，以及積極創新的思考和行動。另一方向的驅動是「需要它」，創意從需要它到想要它，最終到達渴望它，形成一條從需要到想要再到渴望的進化，強調創意必須基於實際的需要，引發人們的想要，並激發人們的渴望，這一路徑的達成，也需要實事求是的觀察和理解，追根究柢的分析和解決，以及積極創新的思考和行動。在這指引下，創意不僅能夠實現並獲得持續，也能引發人們的渴望，從而創造價值，變成生意，這個過程中，實事求是、追根究柢和積極創新的管理理念起到了關鍵的作用，它們不僅導向創意的生成和進化，也導向創意的實現和價值創造。因此，王永慶的思維模式提供了一種獨特的視角來理解創意如何從想法走向實踐，再從實踐轉化為價值，它突出了實事求是、追根究柢和積極創新的重要性，並將其融入到設計思維的全過程，提供了一種深度的、實踐性的設計思考模型，有助於我們更好地理解 and 實踐設計思維，如圖 7 所示。

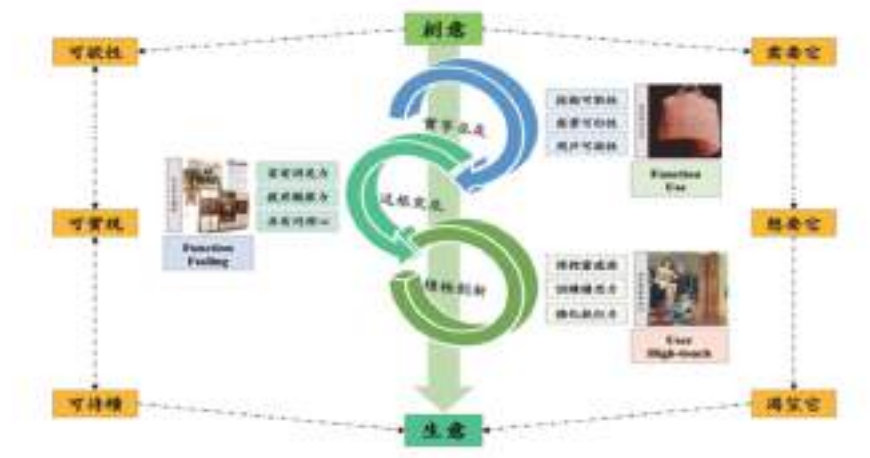


圖 7 設計思考與管理哲學：以王永慶管理哲學為核心的設計思維圖（本研究歸整製圖）

六、結論

本文根據上述三個案例整合提出「福式設計思考（A model of Formosa design thinking）」，這個名稱本身充滿了深度的含義與多層次的解讀。「福」不僅代表著「福爾摩沙」，也是台灣的古稱，「福」字又有著滿足世人「福祉」的寓意，這點突顯了「福式設計思考」的人本主義精神。這是一種將人放在中心，強調人與人之間的連結、人與物之間的互動、人與環境之間的和諧，這種設計思考方式著重於人的情感、需求與期待，並且努力使產品或服務能夠帶來更大的「福祉」，再者，

「福式設計思考」同時也強調以事為基礎，這體現出一種實事求是的態度，強調對事物的真實理解與深度洞察，以確保設計能真正解決問題，達到其應有的功能。這種設計思考方式往往結合了創新思維與實用主義，使設計不僅具有前瞻性，同時也能夠落地生根，產生具體的價值，是具有台灣的經驗、情感與文化，同時，它也凸顯了設計的人本主義與實事求是的核心價值，以期透過設計改善人們的生活，提升人類的福祉。「福式設計思維」的基礎與引擎是設計思考和王永慶管理理念，這種設計思維脫胎於台灣獨特的文化背景與經驗。

首先王永慶的管理哲學建立在實事求是的前提之下，堅持面對並接受商業實況的真相，以現實主義為基礎，深入瞭解商業運作的本質，同時他的管理理念強調追根究柢，以有效應對各種挑戰，並確定可行的目標。王永慶持之以恆地執行這些目標，從而確保企業的長期穩定和成長。此外，他不止於現狀，更以積極創新的精神，持續推動公司發展，為企業創造出更大的價值。在其領導之下，企業以一種堅韌不屈、追求卓越的精神，不斷向前推進。

在管理哲學從事出發的角度下，與以人為本的設計思考進行交融，必須要提及一個重要的轉變過程，這就是由對功能（Function）的專注逐漸轉向對情感（Feeling）的關注。王永慶的管理哲學對這一轉變提供了必要的橋樑，他認識到滿足客戶的實際需求是成功的關鍵，而這需要的不僅僅是提供功能強大的產品，更需要了解和滿足客戶的情感需求。

在設計產業的演變中，可以看到首先是從 Function to Feeling 的轉變，看到一種由功能到情感的設計取向的轉變，設計不再僅僅被視為是一種對功能的追求，而是增加了對人類情感的深度理解和考慮。這種轉變意味著設計師需要關注使用者如何感受並體驗他們的設計，而不僅僅是設計的功能性。緊接著的是從 Use to User 的階段，設計的焦點由使用（Use）轉向使用者（User），設計的價值不再僅僅體現在產品或服務的實用性，而更多的是關注使用者的需求、情感和體驗。這種轉變使得設計從技術導向變為人本導向，並將使用者的需求和體驗放在了首位。這一點與設計思維的基本原則是以人為本有著異曲同工之處，這種以人為本的思維是將使用者的需求和經驗視為設計過程的中心，並且始終關注如何透過設計來提高使用者的生活品質和滿足其深層次需求。最後，進一步延伸到 High-tech to High-touch 的範疇，這裡的轉變意味著設計的核心並非僅僅是技術創新，而是如何將技術與人性化元素結合，從而創造出能與使用者進行深度情感交流的產品或服務。

本研究提出的「福式」設計思考模型以人為核心，是一個持續的、循環的發展過程。這呼應了王永慶的管理哲學，即認真地、以事為本地理解和應對現實挑戰，並將這種理念體現在設計的每一個環節之中。該模式提供了一種深度的、人本的設

計取向和方法，它既體現了王永慶實事求是的管理哲學，也反映了設計思維的以人為本的核心原則，它的價值在於透過將使用者的需求和體驗放在首位，實現了技術與情感的完美結合，不僅要解決問題，還要帶來人類的福祉，提升人類的生活質量。這種追求讓人類福祉與商業成功達到了和諧的結合，提供了一種全新的設計思考模式，如圖 8 所示。

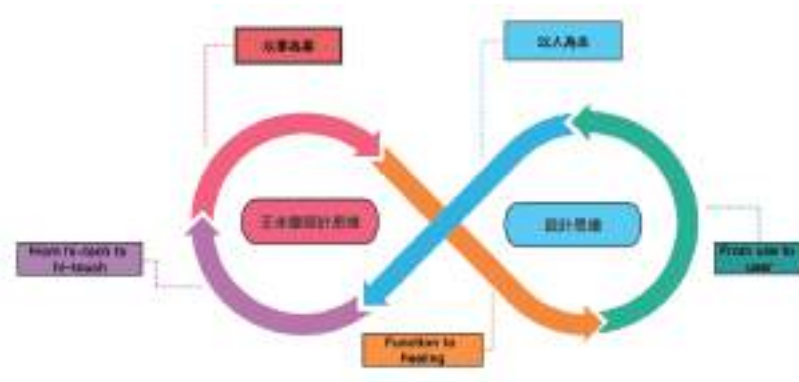


圖 8 「福式」設計思考：一個概念架構（本研究歸整製圖）

參考文獻

1. 川源 (1974)。豪世牌太空包裝獲優良包裝獎。台塑企業雜誌，5 (12)，64。
2. 工業設計雜誌社 (1971)。台灣推動工業設計簡史。工業設計，(16)，10。
3. 王永慶 (1967)。重視適才適所。台塑企業雜誌，1 (3)，1-2。
4. 王永慶 (1968)。企業首重效果。台塑企業雜誌，1 (5)，1-3。
5. 王永慶 (1968)。發掘問題·研究問題·解決問題。台塑企業雜誌，1 (6)，6-10。
6. 王永慶 (1969)。培養研究發展風氣。台塑企業雜誌，1 (7)，1-3。
7. 王銘顯 (2010)。1960 年代王永慶對台灣工業設計發展貢獻之探討。取自：
<https://www.grb.gov.tw/search/planDetail?id=2141533>
8. 王銘顯、黃維信 (2012)。台塑企業創辦人王永慶對臺灣設計發展貢獻之探討。藝術學報，(91)，85-103。
9. 台塑企業雜誌 (1981)。50 種以上變化，愛怎麼用，就怎麼擺。台塑企業雜誌，12 (8)，1。
10. 石裕川、紀佳芬、林瑞豐、林榮泰 (2018)。臺灣人因工程與設計的回顧與發展。管理與系統，25 (3)，321-365。
11. 林美婷、林榮泰 (2013)。從工業設計雜誌封面分析臺灣設計的轉變。藝術學報，(93)，153-184。
12. 林榮泰 (2005)。科技與人性的結合：文化創意。科學發展，396，68-75。
13. 林榮泰 (2011)。從服務創新思維探討感質體驗設計。設計學研究，14 (S)，13-31。
14. 林榮泰 (2013)。序－從策展設計到創意經紀。設計學報，18 (4)，i-iv。
15. 林榮泰、林伯賢 (2009)。融合文化與美學促成文化創意設計新興產業之探討。藝術學報，(85)，81-105。
16. 侯世光 (2006)。臺灣工業設計教育的現況與發展。教育資料與研究雙月刊，(69)，93-102。
17. 唐雙根 (2010)。王永慶全傳：從米店老闆到臺灣經營之神 (1916-2008)。武漢：華中科技大學出版社。

18. 楊映煌 (2013)。台塑企業經營模式與核心競爭力之研究 (未出版之碩士論文)。國立臺北科技大學, 新北市, 臺灣。
19. 楊靜 (2010)。1960 年代外國專家來台指導「工業設計訓練班」的過程及其影響。設計學報, 15 (4), 81-100。
20. 楊靜 (2020)。1973 至 1979 年「中華民國工業設計及包裝中心」的成立始末及其推廣活動成果之研究。設計學報, 25 (1)。
21. 溫秀英 (2003)。台塑企業集團的工程管理設計 - 創新管理的個案研究。華人經濟研究, 1 (2), 1-16。
22. 經濟部工業局 (2004)。臺灣文化創意產業發展計畫導覽手冊。臺北: 經濟部文化創意產業推動小組辦公室。
23. 經濟部工業局 (2005)。2004 年臺灣文化創意產業發展年報。臺北: 經濟部文化創意產業推動小組辦公室。
24. 經濟部工業局 (2006)。2005 年臺灣文化創意產業發展年報。臺北: 經濟部文化創意產業推動小組辦公室。
25. 經濟部工業局 (2007)。2006 年台灣文化創意產業發展年報。臺北: 經濟部文化創意產業推動小組辦公室。
26. 經濟部工業局 (2008)。04'—07'設計產業起飛計畫成果專刊。臺北: 經濟部文化創意產業推動小組辦公室。
27. 賴建都 (2002)。台灣設計教育思潮與演進。臺北: 龍溪。
28. Brenner, W., Uebernickel, F., & Abrell, T. (2016). Design thinking as mindset, process, and toolbox. *Design Thinking for Innovation*, 3-21. https://doi.org/10.1007/978-3-319-26100-3_1
29. Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84-92.
30. Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. New York, NY: Harper Collins Publisher.
31. Carlgren, L., Rauth, I., & Elmquist, M. (2016). Framing design thinking: The concept in idea and enactment. *Creativity and Innovation Management*, 25(1), 38-57. <https://doi.org/10.1111/caim.12153>
32. Chou, D. C. (2018). Applying design thinking method to social entrepreneurship project. *Computer Standards & Interfaces*, 55, 73-79. <https://doi.org/10.1016/j.csi.2017.05.001>
33. Dell'Era, C., Magistretti, S., Cautela, C., Verganti, R., & Zurlo, F. (2020). Four kinds of design thinking: From ideating to making, engaging, and criticizing. *Creativity and Innovation Management*, 29(2), 324-344. <https://doi.org/10.1111/caim.12353>
34. Elsbach, K. D., & Stigliani, I. (2018). Design thinking and organizational culture: A review and framework for future research. *Journal of Management*, 44(6), 2274-2306. <https://doi.org/10.1177/0149206317744252>
35. Grots, A., & Creuznacher, I. (2016). Design thinking: Process or culture? *Design Thinking for Innovation*, 183-191. https://doi.org/10.1007/978-3-319-26100-3_13
36. Gruber, M., De Leon, N., George, G., & Thompson, P. (2015). Managing by design. *The Academy of Management Journal*, 58(1), 1-7. <https://doi.org/10.5465/amj.2015.4001>
37. Gudiksen, S., Poulsen, S. B., & Buur, J. (2014). Making business models. *CoDesign*, 10(1), 15-30. <https://doi.org/10.1080/15710882.2014.881885>
38. Hsu, C. H., Fan, C. H., Lin, J. Y., & Lin, R. (2014). An investigation on consumer cognition of cultural design products. *Bulletin of Japanese Society for the Science of Design*, 60(5), 39-48. https://doi.org/10.11247/JSSDJ.60.5_39
39. Hsu, C., Chang, S., & Lin, R. (2013). A design strategy for turning local culture into global market products. *International Journal of Affective Engineering*, 12(2), 275-283. <https://doi.org/10.5057/ijae.12.275>
40. IDEO. (2021). *Design Thinking*. Retrieved from <https://www.ideo.com/pages/design-thinking#:~:text=Design%20thinking%20is%20a%20human,services%2C%20processes%2C%20and%20organizations>
41. Jenkins, J., & Fife, T. (2016). Designing for disruption: Strategic business model innovation. In DeFillippi, R., Rieple, A., & Wikström, P. (2016). *International perspectives on business innovation and disruption in design* (pp. 75-92). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

42. Lehmann, M., Bocken, N., Steingrimsen, J., & Evans, S. (2016). Incorporating designing thinking into sustainable business modelling. *InImpact: The Journal of Innovation Impact*, 8(2), 297-316.
43. Liedtka, J., & Kaplan, S. (2019). How design thinking opens new frontiers for strategy development. *Strategy & Leadership*, 47(2), 3-10. <https://doi.org/10.1108/sl-01-2019-0007>
44. Lin, R. (2012). *From Dechnology to Humart in Taiwan design development*. Taipei: Taiwan National Science Council.
45. Mansoori, Y., & Lackéus, M. (2019). Comparing effectuation to discovery-driven planning, prescriptive entrepreneurship, business planning, lean startup, and design thinking. *Small Business Economics*, 54(3), 791-818. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00153-w>
46. Martin, R. L. (2009). *The design of business: Why design thinking is the next competitive advantage*. 3rd edition. Brighton, MA: Harvard Business Publishing.
47. Micheli, P., Wilner, S. J., Bhatti, S. H., Mura, M., & Beverland, M. B. (2018). Doing design thinking: Conceptual review, synthesis, and research agenda. *Journal of Product Innovation Management*, 36(2), 124-148. <https://doi.org/10.1111/jpim.12466>
48. Roberts, J. P., Fisher, T. R., Trowbridge, M. J., & Bent, C. (2016). A design thinking framework for healthcare management and innovation. *Healthcare*, 4(1), 11-14. <https://doi.org/10.1016/j.hjdsi.2015.12.002>
49. Simonse, L. (2014). Modeling business models. *Design Issues*, 30(4), 67-82. https://doi.org/10.1162/DESI_a_00297
50. Wrigley, C., Bucolo, S., & Straker, K. (2016). Designing new business models: Blue sky thinking and testing. *Journal of Business Strategy*, 37(5), 22-31. <https://doi.org/10.1108/jbs-04-2015-0041>
51. Yoo, Y., & Kim, K. (2015). How Samsung became a design powerhouse. *Harvard Business Review*, 93(9), 72-12.

「臺灣設計研究獎」徵選辦法

一、設立宗旨

「臺灣設計研究獎」是以鼓勵挖掘臺灣本土設計資源及歷史發展的獨特性，厚植臺灣設計研究能量，進而提昇臺灣設計學術的研究實力，促進全球研究臺灣設計作為議題方向的學術論文，紮根「臺灣設計」為研究主體之顯學。

二、「臺灣設計研究獎」獎項類別及獎額

■ 傑出獎 2 名，每篇頒發獎金新台幣 5 萬元

■ 優秀獎 3 名，每篇獎金新台幣 3 萬元

■ 國際獎 2 至 3 名，每篇頒發新台幣 3 萬元

以上得獎者可獲頒獎狀及獎金，若無適當論文得從缺。

三、「臺灣設計研究獎」申請資格

1. 各大專院校在學博、碩士生（投稿截止日止仍有在學籍者）或設計領域相關研究者；曾獲本獎者，則不再具申請資格。
2. 申請人為作者或作者之一，如為共同作者，申請人應取得該論文之其他全部作者之書面或數位授權同意由申請人代表參加本獎，並由申請人單獨受領與本獎相關之所有權利與義務，唯獎狀上會列出所有共同作者姓名。
3. 研究主題須為與臺灣設計相關。

四、「臺灣設計研究獎」徵選方式及申請時間

即日起至 年 月 日截止，將投稿文件及徵選申請表以 PDF 格式上傳至申請連結 _____，逾期不受理。繳交資料為：

1. 投稿文件：以未正式發表及未正式刊登出版者為限，徵稿論文請以 APA 最新格式撰寫，全文含中、英文標題、中、英文摘要、內容、注釋及參考文獻。字數限制 15,000 至 20,000 字。
2. 徵選申請表（詳附件）

五、「臺灣設計研究獎」評選：由臺灣設計學界與業界之專家學者組成（若有需要得以增聘全球設計界專家學者）共同參與評選。

六、「臺灣設計研究獎」權利義務：

1. 得獎論文應於正式出版時首頁註明：「本論文榮獲臺灣設計研究獎論文獎助，特此致謝。」字樣。
2. 得獎者應同意無償授權主辦單位得不限地域、時間、方式，利用或出版其論文之全部或部分內容，不須另行支付授權費用。
3. 主辦單位舉辦相關學術研討會時或安排公開演講，得獎者有受主辦單位邀請發表其受獎助論文之義務，發表時須提及「本論文榮獲臺灣設計研究獎論文獎助」等說明。
4. 主辦單位得公開表揚得獎論文、安排論文發表並取得得獎者之專屬授權書後予以出版。
5. 得獎論文涉有違反學術倫理情事並經主辦單位確認者，取消獲獎資格，並追回獎金及獎狀，法律責任應由作者本人自負。

七、甄選辦法及相關表格下載請至國立臺灣師範大學設計學系網頁查詢

<https://design.ntnu.edu.tw/>

臺灣設計研究獎論文集・2023 = Taiwan Design Research Award
/ 林磐聳主編。
-- 初版.-- 臺北市：國立臺灣師範大學，民 113.03
面；公分
ISBN 978-626-7053-51-5（平裝）
1.CST: 設計 2.CST: 文集 3.CST: 臺灣
960.7 113001911

書名：2023 臺灣設計研究獎論文集

發行人：吳正己

出版單位：國立臺灣師範大學

聯絡資訊：設計學系

106 臺北市大安區青田街 5 巷 6 號 1 樓
TEL：02-7749-5595

主編：林磐聳

編輯委員：劉建成、蘇文清、林俊良
廖偉民、李新富、陳俊宏

審查委員：王行恭、林文彥、林素幸、姚村雄
康敏嵐、張光民、傅銘傳、嚴貞

資料編輯：謝宜君、葉碧華

封面設計：林俊良、蘇文清

美術編輯：姚若慈

印刷：橙誼印刷

出版日期：113 年 3 月

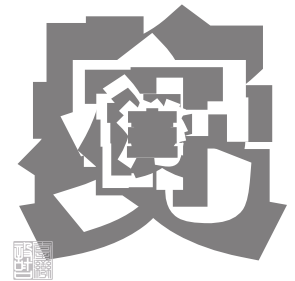
定價：新臺幣 500 元

G P N：1011300237

I S B N：978-626-7053-51-5

特別感謝：大計文化、張漢寧、林榮松、林采霖、高思聖、柯鴻圖、楊宗魁
楊夏蕙、楊子江、程湘如、雅比思、饗賓集團（依姓氏筆畫排序）

臺灣 TAIWAN DESIGN
RESEARCH AWARD 2023
設計研究獎 | 論文集



{ 鼓勵發掘臺灣設計史料・厚植臺灣設計研究能量 }

本書保留所有權利，欲利用本書全部或部分內容者，須徵求著作財產權人同意或書面授權。

臺灣

TAIWAN DESIGN
RESEARCH AWARD

2023

設計研究獎 | 論文集