

台灣傳統工藝精品化之研究-以中外陶瓷精品為例

研究生：林妙芬

指導教授：洪明宏

東方設計學院文化創意設計研究所

摘要

如何讓台灣傳統工藝走向國際化、精品化是本論文欲探討議題，台灣工藝已有百年以上歷史，從早期予人鄉土氣息印象，甚至是粗陋的、廉價的等負面印象大於正面印象。但曾幾何時，玻璃製品、陶瓷製品等有藝術文化氣息的作品，儼然成為精品而取代了舊有的傳統工藝，其中琉園還成為第一家上櫃的文化產業企業，如此結果下引領大家重拾文化產業是好產業信心，亦因台灣的工藝品能成為躍上國際舞台的精品，實為台灣人的驕傲。工藝產業精品化之前，我們發現工藝品事業缺乏創新的動力，包括如何擷取傳統優點、淘汰不合時宜、融合現代美學觀念、操作自有品牌、推陳出新的廣告行銷，質化量化雙管齊下經營法則等等問題亟需一一克服。長久以來工藝製品不被重視、購買意願者少、收藏者更少、工藝品在百貨公司設立專櫃更是稀少，究其原因為舊日落伍美學無法與現代生活美學俱進，在講求全球化的潮流中被淹沒！所幸近年來工藝發展已有兩項重要措施：一為要在自己土地上生根茁壯。二為要走出國界，要在世界舞台上發光發熱，傳遞發揚美好的文化傳承。本研究透過相關文獻探討、整合學者著作及相關研究，以西班牙雅緻瓷偶、丹麥皇家哥本哈根、台灣法藍瓷、台灣品家家品等四家在陶瓷精品界成功的案例，從設計主軸、裝飾藝術與廣告行銷、品牌認同等表現手法作研究與分析，得到以下結論：一、精品化的表現手法分析：設計主軸上必須運用陶瓷傳統工藝的基礎，融入現代設計觀念，並力求創新詮釋現代人的審美追求。色彩的運用，除了取決於市場需求，還需搭配陶瓷整體情境。裝飾藝術方面不管是平面、立體或具體、抽象，唯一的目的是美化陶瓷造型、揚長避短。二、陶瓷精品化作法：1.重品質、要求嚴苛完美。2.引領潮流，勇於創新。3.產品意象及商品結合文化。4.新精品理念著眼在嚴格統一品牌形象的每一細節。

關鍵詞：傳統工藝、精品、陶瓷

The Study on the Higher Quality of the Taiwan Traditional Crafts- Take Chinese and Foreign Pottery and Porcelain for Example

Graduate : Lin Miao - Fen

Advisor : prof. Hong Ming - hong

Graduate Institute of Cultural and Creative Design
Tung Fang Design University

A B S T R A C T

This paper mainly discusses how to make the Taiwan traditional crafts become more international and have higher qualities. The Taiwan traditional crafts have existed for more than a century in our history. Rather than a positive impression, those traditional crafts were regarded as local, regional, rough, and even cheap works for people in the early days. However, things become different nowadays. The modern Taiwan traditional crafts, such as the glass artwork, pottery, and porcelain, have substituted the old ones. Take “*tittot*” for example. It is the first listed company, which simply works on the cultural enterprise. Since then, “*tittot*” became an excellent model for those who also dedicate to the Taiwan cultural industry. Moreover, such crafts with a high quality could also help us open the door to the world; thus, people all over the world can know about Chinese Art. It would be the pride of Taiwan.

However, we have some difficulties in making the Taiwan traditional handicrafts have higher qualities. For instance, the artwork industries commonly lack the power of innovation, including how to pick up the traditional merits, how to get rid of the inappropriateness, how to develop the ideas of the modern esthetics, and how to operate an originally created brand or the advertisement marketing. This most difficult thing for the operator is how to run the cultural business by equally considering about both the quality and the quantity. On the other hand, the traditional crafts didn’t play an important role in our daily life. People weren’t willing to spend money on them, and few people collected them. We seldom saw art counters set up in the department store before. Trying to figure out why this happened, we found that the old-fashioned esthetics can’t catch what modern people prefer to. Fortunately, the recent development of the artworks has two important convictions: one is to root in its homeland; the other is to expose itself to the world.

This research will put emphasis on why modern crafts need higher qualities, and how to step onto the international stage. By referring to the related literature, I will analyze the works from LLADRO, Royal Copenhagen, Taiwan FRANZ, and Taiwan JIA Inc., based on their main design, the art of decoration, the marketing of advertisement marketing, and the recognition of brand. The results are as followed:

1. The analyses of the important techniques to make crafts with high qualities.

The main design must integrate the basis of the traditional pottery and porcelain with the modern concept of design; furthermore, try our best to creatively interpret the beauty standard of the modern people. As for the use of colors, the creator should take into account both the need of marketing and the overall situation of pottery and porcelain. About the art of decoration, the only goal is to beautify the model of pottery and porcelain, including three-dimension or a plane, and concrete or abstract.

2. The methods of making the pottery and porcelain with higher qualities.
 - a. Put stress on qualities and request absolute perfection.
 - b. Lead the tread of fashion, and be brave to create.
 - c. Combine the image of the products with culture.
 - d. The new ideas of the crafts with high qualities emphasize every detail of the brand image, which is absolutely consistent.

Key words: Traditional process, high-quality goods, ceramics

目 錄

誌謝	-----	i
中文摘要	-----	ii
英文摘要	-----	iii
目錄	-----	iv
表目錄	-----	v
圖目錄	-----	vi
一、	緒論 -----	1
1.1	研究背景與動機-----	1
1.2	研究目的-----	2
1.3	研究方法-----	3
1.4	研究範圍與限制-----	3
1.5	研究內容與流程圖-----	3
1.6	名詞釋義-----	6
二、	文獻探討-----	10
2.1	傳統工藝淵源-----	10
2.2	傳統工藝探究-----	19
2.3	陶瓷品發展流變-----	24
三、	精品化的表現手法-----	32
3.1	個案分析-----	32
3.1.1	個案一：西班牙國寶~Lladró 西班牙雅緻瓷偶-----	32
3.1.2	個案二：丹麥御用手繪名瓷~ Royal Copenhagen 皇家哥本哈根-----	40
3.1.3	個案三：台灣精品瓷器品牌代名詞~FRANZ 法藍瓷-----	46
3.1.4	個案四：唯一華人居家用品第一品牌成功打進國際市場 ~JIA INC. 品家家品-----	53
3.2	研究結果-----	59
四、	精品化的策略分析-----	64
4.1	廣告行銷-----	64
4.2	參展活動-----	64
4.3	品牌認同-----	66
4.4	價值創造-----	68
4.5	業界精品化經營訪談紀實-----	72
五、	結論與建議-----	75
5.1	結論-----	75
5.2	建議-----	77
5.3	後續研究建議-----	79

參考文獻	-----	81
附錄	-----	85

-

表 目 錄

表 3-1 西班牙雅緻瓷偶 高雄漢神百貨世紀服裝秀系列圖表-----	37
表 3-2 西班牙雅緻瓷偶 作品系列圖表-----	38
表 3-3 西班牙雅緻瓷偶 霧面作品系列圖表-----	39
表 3-4 皇家哥本哈根 作品系列圖表-----	45
表 3-5 法藍瓷 系精選圖表-----	51
表 3-6 法藍瓷 系精選圖表-----	52
表 3-7 品家家品 系列精選圖表-----	57
表 3-8 品家家品 系列精選圖表-----	58
表 3-9 精品化表現手法之「設計主軸」歸納整理表-----	61
表 3-10 精品化表現手法之「色彩運用」歸納整理表-----	62
表 3-11 精品化表現手法之「裝飾藝術」歸納整理表-----	62
表 3-12 精品化表現手法之「精品化作品」歸納整理表-----	63
表 4-1 訪談記錄彙整表-----	72

圖目錄

圖 1-1 本研究之研究流程圖	5
圖 2-1 桌蓋	12
圖 2-2 農具	12
圖 2-3 菜櫥	12
圖 2-4 紅眠床	13
圖 2-5 北港朝天宮龍柱	13
圖 2-6 瓠藝	13
圖 2-7 竹之光彩	14
圖 2-8 束材提樑壺	14
圖 2-9 蓮草	15
圖 2-10 蓮草製成玫瑰花禮品	15
圖 2-11 藺編工藝	15
圖 2-12 藺香隨	16
圖 2-13 彩雲飛	16
圖 2-14 光芒顯影	17
圖 2-15 桌裙	17
圖 2-16 澎湖文石	18
圖 2-17 文石工藝家任樹龍作品	18
圖 2-18 西洋浮雕花盆	22
圖 2-19 水泥油漆竹節型欄杆	22
圖 2-20 新石器時代彩陶	25
圖 2-21 陶製水缸	26
圖 2-22 苗栗古登窯	26
圖 2-23 倒焰式四角窯	27
圖 2-24 日式磨鉢	27
圖 2-25 窯廠以燒瓦斯為主	28
圖 2-26 西洋藝術陶瓷	28
圖 2-27 春意	29
圖 2-28 吉祥如意	29
圖 2-29 花器	30
圖 2-30 八美圖	30
圖 3-1 品牌標誌	33
圖 3-2 巴塞隆納店	33
圖 3-3 重生	34
圖 3-4 首席捏花大師-馬麗安荷西示範瓷花工藝	34
圖 3-5 開演之前	35

圖 3-6 浪漫-飄-----	35
圖 3-7 舞蹈-芭蕾首演之夜-----	36
圖 3-8 陽傘-----	36
圖 3-9 丹麥皇太后茉莉安·瑪莉-----	40
圖 3-10 新加坡皇家哥本哈根餐廳廚窗-----	40
圖 3-11 皇家哥本哈根標誌-----	41
圖 3-12 丹麥之花鏤空花邊橢圓盤-----	42
圖 3-13 專業畫師在上過釉的光滑瓷器表面上作畫-----	43
圖 3-14 優雅的彩描筆觸,及高超製作手藝-----	43
圖 3-15 丹麥之花,釉上彩代表-----	44
圖 3-16 唐草系列-----	44
圖 3-17 品牌標誌-----	46
圖 3-18 陳立恆先生-----	46
圖 3-19 寫意人生系列-----	47
圖 3-20 福海騰達-----	48
圖 3-21 釉下彩手繪花瓶系列-----	49
圖 3-22 八色鳥茶壺-----	49
圖 3-23 蝶舞系列-----	50
圖 3-24 品牌標誌-----	54
圖 3-25 瓢碗瓢盆-----	54
圖 3-26 2008 巴黎家飾展 JIA 展場-----	55
圖 3-27 有無相生-----	55
圖 3-28 蒸鍋蒸籠-----	56