

台灣設計 巴黎吃香

文、圖/鄭秋霜

巴黎時尚家飾展 (Maison & Objet) 日前落幕，台灣今年有20多個文創設計品牌參展，是有史以來台灣廠商參展最多的一次，且已有實際接單，不只提升台灣文創設計力的國際能見度，也讓台灣文創商品進軍國際，多了一大管道。

參展家數大增

巴黎時尚家飾展一年舉辦兩次 (1月春夏展及9月秋冬展)，每次舉辦時間約五天，吸引來自世界各地近7萬名買家及國際媒體等訪客，且規模愈來愈大，今年新增第七館，每一館都有主題商品，此次共有2,916個參展者，其中37%來自法國以外，已成國際家飾業指標展覽之一。

法藍瓷去年首度以第一個華人自創品牌進軍Maison & Objet展出，且擁有兩個攤位。今年二度參展，一個攤位在在精品雲集的三館，展出法藍瓷既有的大自然主題商品，今年主打木荷花新系列商品；另一個攤位與法國時尚設計師包吉歐 (Jean Boggio) 合作，在58館展出他特別為法藍瓷打造的雙掛名品牌飾品。

法藍瓷總裁陳立恆表示，法藍瓷今年整體接單比去年第一次參展好，尤其包吉歐今年大玩中國風，以「中國花園」為主題，推出穿著中式服飾玩雜耍的西方童話精緻瓷的瓷玩偶及各式居家瓷器用品，並以黑、白、紅等為主色調，第一天就接了3萬歐元 (大約新台幣135萬元) 訂單，對法藍瓷與包吉歐都是很大的鼓勵，也證明法藍瓷找當地設計師、進軍當地市場的策略開始奏效。

台灣參展廠商還包括王俠軍自創的品牌「八方新氣」、清庭企業、原品國際、精思設計、葉朵設計、頑石創意、藝拓國際，以及集設計聯盟 (Design Together) 成員如異數宣言 (The One)、水越設計、結字設計等，以及「法藍瓷設計及行銷大賽」得獎隊伍作品。在台灣創意設計中心領軍下，近20家台灣設計廠商及設計師第一次以「台灣設計」為號召，以台灣館方式展出。

台創中心指出，這次展出的台灣文創品牌產品多半融合東方文化及極簡西風，將台灣傳統工藝陶瓷、木材等結合現代的工業製造、LED等材質，創造出台灣獨有的設計文化語彙，同時注入生活趣味元素及東方文化特有的樸實、溫潤，呈現在家具、家飾、燈具等設計作品中。

台創中心指出，這次展出的台灣文創品牌產品多半融合東方文化及極簡西風，將台灣傳統工藝陶瓷、木材等結合現代的工業製造、LED等材質，創造出台灣獨有的設計文化語彙，同時注入生活趣味元素及東方文化特有的樸實、溫潤，呈現在家具、家飾、燈具等設計作品中。

台創中心表示，台灣已經由代工逐漸轉型成為設計產業，優秀的代工技術及具有東方美學根源，是台灣設計的特色。台灣設計 (Design In Taiwan) 具備國際優良品質及豐沛文化美學，此次以亞洲設計力的新姿態，在巴黎家飾展接受邁向國際的挑戰。

買主絡繹不絕

The One執行長劉邦初表示，原先預估參展第一天能有20個客人到The One攤位參觀，就算不錯，沒想到第一天上午就遠遠超過這個數目，反應比預期好，已有法國運銷商洽談中。

經營自創品牌「神話岩飾」的藝拓國際執行長曾國源表示，「神話岩飾」今年除了參加「台灣館」之外，也以個別參展方式首度在一館展出，主題作品除了中國風系列外，也主打最新產品竹炭系列，竹炭系列設計圖案有台灣百合、桐花及梅、蘭、菊、竹等，希望透過這些文化元素讓外國人更了解台灣及東方的自然花草之美。

曾國源表示，Maison & Objet是「神話岩飾」在國外參展以來，反應最好的一次，光是第一天就有超過60位買主詢價及留下資料，可見這個展覽的國際能見度很高，國內相關文創業者可以考慮參展。

台灣另一個獨自參展的自創品牌「Finding Cheska」，今年連續參展二次。設計師凌志佳表示，Finding Cheska今年1月參展後，知名設計刊物已有專文報導，一款帥型煙灰缸白瓷作品，也被選入此展刊物中，對累積國際知名度很有幫助。

台灣設計實力逐漸在國際發光，近年來也有個別廠商在國外不同生活用品展覽參展，這次首度有多家廠商集結成台灣館，可見這個展覽的國際能見度很高，國內相關文創業者可以考慮參展。

台灣另一個獨自參展的自創品牌「Finding Cheska」，今年連續參展二次。設計師凌志佳表示，Finding Cheska今年1月參展後，知名設計刊物已有專文報導，一款帥型煙灰缸白瓷作品，也被選入此展刊物中，對累積國際知名度很有幫助。

作秀秘訣

拚能見度 抓住五秒鐘目光

在近3,000家各國家飾生活用品廠商林立的巴黎時尚家飾展 (Maison & Objet) 中，經費有限的台灣文創設計品牌，想要提升能見度，就必須充分發揮創意長才，掌握「五秒鐘原則」，才能吸引國際買家的眼光。

台灣館今年以整體力量參展，整館以「Design in Taiwan, WOW! Taiwan」為視覺設計主調，因為集體參展，空間不小，吸引許多國外訪客前來駐足。

藝拓國際參展經驗豐富，展場視覺主打中國風，許多設計如黑色流蘇等從台灣帶來，雖然攤位只有八平方公尺，仍佈置地非常精緻，甚至連音樂的小細節都注意到，現場播放自備的優雅大提琴音樂，與產品傳達氛圍相當吻合。

獨自參展的台灣自創品牌「Finding Cheska」，在台灣就先請工廠生一起花了一個多月時間，折好1,000多朵天然回收紙花，帶來巴黎布置展場，雖是精簡的經費，卻與今年Maison & Objet的環保主題相呼應，頗有小兵立大功的效果。

提升能見度，就必須充分發揮創意長才，掌握「五秒鐘原則」，才能吸引國際買家的眼光。

台灣館今年以整體力量參展，整館以「Design in Taiwan, WOW! Taiwan」為視覺設計主調，因為集體參展，空間不小，吸引許多國外訪客前來駐足。

藝拓國際參展經驗豐富，展場視覺主打中國風，許多設計如黑色流蘇等從台灣帶來，雖然攤位只有八平方公尺，仍佈置地非常精緻，甚至連音樂的小細節都注意到，現場播放自備的優雅大提琴音樂，與產品傳達氛圍相當吻合。

獨自參展的台灣自創品牌「Finding Cheska」，在台灣就先請工廠生一起花了一個多月時間，折好1,000多朵天然回收紙花，帶來巴黎布置展場，雖是精簡的經費，卻與今年Maison & Objet的環保主題相呼應，頗有小兵立大功的效果。

法藍瓷今年的展場面對主要大道，位置有三面開道，在展場三面都有設計視覺焦點，以現代中國風貫穿空間，以便達到「五秒鐘原則」，讓快速流覽各攤位的人潮，可以在第一眼、五秒內就感受其設計風格。

(鄭秋霜)

流行趨勢

東風續吹 綠色設計當道

9月7日到11日在巴黎展出的Maison & Objet展，是觀察家居用品趨勢的重要指標大展，延續去年的「東方熱」風潮，今年仍有西方品牌推出東方風格新作；而環保議題持續發燒，也讓綠色設計更受重視。

東方熱風潮持續在Maison & Objet秋冬展引爆，今年除了首度參展的台灣文創品牌東方美學、與法藍瓷合作的法國設計師包吉歐推出「中國花園」主系列商品外，西方知名品牌也持續推出具東方味新品。

法國百年品牌Deshoulieres，今年推出名為「Oriental Elegance」(東方優雅)系列新作，這個系列融合當代靈感與亞洲影響，以幽默及優雅呈現日本風格及亞洲設計，除了有用瓷瓶，還有瓷偶飾。

Alessi與故宮合作的「清宮娃娃」系列桌上用品，也被Alessi放在攤位上顯目位置，讓人經過時不看見都難。

黑白基調色今年似乎更風行，從展場布置到許多商品本身，黑白二色似乎仍是許多設計師的最愛。深受歐洲名流喜愛的Soizick藝術餐具與飾品公司，作品一向色彩豐富，今年也推出黑白色新作。

此外，環保議題及綠色設計，今年在此展中也備受矚目。不只廠商推出相關概念商品，還有多個環保設計展覽。像是名為「Scrap」(廢物)的展覽，強調透過藝術設計把沒用的廢棄物變成黃金；以「Alternaif」為名集結的設計作品，則強調重新思考 (re-think)、減量 (reduce)、再利用 (re-use) 及再生 (recycle) 等四個「re」的設計新主張，讓Maison & Objet秋冬展充滿濃濃環保味。

(鄭秋霜)



邁向國際

法藍瓷 品牌策略多管齊下

文化創意產業自創品牌邁向國際之路，非常艱困、遙遠，第一個進軍巴黎時尚家飾展 (Maison & Objet) 的華人品牌，成立不到七年的法藍瓷 (Franz)，正透過與精品及時尚品牌結盟、進駐當地重要通路、與當地設計師合作及參加國際重點展覽等各種策略，多管齊下累積國際知名度及品牌形象。

9月4日法藍瓷總裁陳立恆在法國西南方的波多利摩日，見證「福海騰達」系列作品，捐贈給法國國家陶瓷博物館典藏。

這套「福海騰達」系列作品由法藍瓷設計，北京故宮博物院監製，法國三大品牌Bernardaud (柏爾陶器)、Baccarat (百樂水晶) 及Christofle (昆庭銀器) 一起打造。設計概念源自於中國古代皇帝龍袍的吉祥圖騰，編織飛龍象徵福氣

綿綿，充滿富貴吉祥之意。全套六人份，共206件作品，全球限量200套。

「過去都是台灣產業為國外品牌代工，這次合作則象徵法國公司為台灣品牌設計的作品代工。」陳立恆表示，希望藉由與柏爾陶器等法國品牌的合作，把市場的餅做大，讓台灣與大陸的瓷業廠商有機會與法國品牌攜手合作，一起面向全球市場。

柏爾陶器總裁Michel Bernardaud表示，這是雙方首度合作，也是柏爾陶器第一次為華人品牌生產瓷產品，雖然柏爾陶器是知名瓷業品牌，但仍希望藉由與法藍瓷的合作，雙方可以相互學習。

這個華人品牌與法國品牌合作作品的捐贈新聞，果吸引了法國多家媒體的報導，為法藍瓷帶來國際行銷效益。法藍瓷也積極與時尚品牌及設計師合作。浪凡 (Lanvin) 公司最近推出穿著該品牌經典圖騰的六款浪凡娃娃，就是由法

藍瓷製作，創下兩個品牌合作的首例，也首度在巴黎Maison & Objet秋冬展展出。

強調做品牌必須要有國際通路，法藍瓷多年來已攻占許多國外百貨公司櫃檯，過去一年更成功進駐巴黎的飯店、購物中心及高級茶館的通路，其中最知名的是進入許多西方名人喜歡住宿的巴黎克里昂 (Crillon) 飯店裡的精品店，提升品牌形象。

綜合法藍瓷巴黎通路的看法，法藍瓷產品上取材自大自然的立體雕塑，具有強烈的獨特性及原創性，目前法藍瓷商品銷售情形相當不錯，尤其動物系列，在歐洲市場熱度持續升高。

成立於2001年的法藍瓷，2002年在紐約禮品展初露光芒，以「蝶舞系列」榮獲「2002年最佳禮品收藏首獎」，自上市後參展作品中脫穎而出，為華人瓷業精品品牌跨出第一步。

(鄭秋霜)

充電站

活動	「隨裝隨反」-《創意迷宮》新書座談會
時間	9月28日(五)晚上7:30~9:00(7:00入場)
地點	誠品信義旗艦店3樓Forum (松高路11號)
主講人	大小創意 創意長/姚仁祿 趨勢科技董事長/張明正
主辦單位	天下文化
協辦單位	經濟日報、誠品書店
備註	經濟日報Eclub會員專屬名額，免費入場，還有機會獲贈新書一本，報名詳見 http://eclub.udn.com/

文創版交流信箱 culture.edn@udngroup.com