



■ 台湾新生代平面设计师,曾获德国红点传达设计、海报设计类大奖。



扎根本土 拓展设计新地盘

2014 台湾设计展鉴赏

◆ 魏均寰

2014 年夏举行的“台湾设计展”,以“设计开门 Open Design”为题,有打开台东设计大门的意义,除了将外地的设计展览活动带进台东,也借着这样的展演活动呈现台东本地的设计创造力。

“台湾设计展”以“台湾设计博览会”为始,从 2003 年起,先后在台北、台南、高雄、台中等台湾各地举办,“2011 台北世界设计大展”更奠定其国际展演地位,直至 2012 年正式更名为“台湾设计展”。2014 年的“台湾设计展”,不仅是台湾年度对外的设计水平展现,不同以往,对台湾人而言也是很不相同的设计展览。台湾岛形狭长,因为中央山脉的地形阻隔,一直以来各大重要设计展皆在交通便捷的西部城市举办,方便民众参观,而花莲、台东等东部区域,动辄数小时的交通距离与台湾人生活习惯大相径庭,东部在台湾岛内多年来几乎与“设计”两字绝缘,本年度首度移师台东,除了挑战台湾观众对于“台湾设计展”的参观热忱,其横向拓展台湾整体设计风气之目的不言可喻。

台湾近年推动闲置空间再利用的计划,陆续将废弃陈年糖厂或烟厂规划为文创展演地点,如台北的华山文创园区、松菸文创园区、台南的文化创意园区等。今年的台湾设计展位在台东的废弃糖厂,以“设计开门 Open Design”为题,有打开台东设计大门的意义,除了将外地的设计展览活动带进台东,也借着这样的展演活动呈现台东本地的设计创造力。本届展览主视觉由台湾知名策展人陈俊良操刀,10 种色彩,各有意义,组成光环,代表台东风情为所有人敞开。两栋斗大建筑恰分为年度主题馆与地方采风馆,其命名也别具巧思,年度主题馆名为“绿岛大旅社”,是传递展览精神最重要的核心区域,结合了台湾数十位设计师的作品精选企划展出,以本届“设计开门”而言,是“来访”的设计。地方采风馆则名“公东百货行”,以本土的创意能量作为展览主轴,以“设计开门”的角度来诠释,是“在地”的设计。两栋独立展馆,一者是访客,一者是本土,左右辉映,共同构成本届的台湾设计展。

绿岛大旅社:跨界的想象力

台湾过去有很长一段时间,设计教育处于工业、视传、建筑、空间设计等画分鲜明的训练模式,注重的是垂直深入的技术训练与领域内的知识专精,近年来开始发展横向的观念拓展,也因此逐渐开始产生创设系、创意产业学程等,无非就是期许台湾有更多全面的设计人才,也因此设计作品的表现不再局限于科系本身,例如工业设计科系的学生也多有平面作品,而视觉传达类的学生作品也总是容易看到产品设计的影子。数年下来,这样的设计风气也逐渐转变,今年的台湾设计展尤其可见一二,已不再依照物理性质将作品分门别类,而是依照主题、内涵来对展览进行划分,笔者认为本届台湾设计展最具代表意义的即为“绿岛大旅社”展区中的“理想家”展区。台湾设计展赋予 10 位创意人同一种任务,利用台东本身的风土特色进行空间的设计规划,而这些创意人本有专精,如工业设计、空间设计、视觉设计、插画等等,仅有极少数在空间设计是专业人士,与以往相比是较少见且大胆的策展方式。有趣的是,这 10 位创意人的诠释的空间最相似之处就在于“完全不相似”,多数并非以“住”作为设计的主要诉求,如近年屡获国内外插画奖的插画家邹骏升以台东鹿野高台的天空蓝作为题目,他认为台东是个让人感觉放松的地方,台东夏日艳阳高照、海水正蓝,因此打造一个人工水池,供看展的民众就地玩乐,体验其欢愉的氛围。

又如邱柏文设计师以金针花海的橘色为题目,他认为“家”应当是个包容不同个体与个性的场域,每个人员的想法都会影响家的面貌,他在展场中布满橘色的麻绳,在现场放置了一把剪刀,让参观的民众们自由取走麻绳的任一段落,让所



小规模 大心思

◆ 何炯

2014 台湾设计展首次从台北市移师台东县,一个设计展从大城市走向小县城,副县长亲自充当讲解员的角色,向参观者介绍办展意图与展览亮点,设计展在台湾已经不是用来炫耀规模注重形式的活动。“台湾设计展来到台东县的目的是希望让设计更大范围地走进民众生活,台东县有很多设计师,他们静心做着设计,不浮夸不急躁,结合当地的人文特质创造了很多优秀作品。”台东县副县长介绍道。

“台湾设计展”规模并不大,占地面积只有千余平方米,在整体设计上秉承简约设计思路,没有豪华高档的搭建,但依靠巧思的策展和设计,独特的展品陈列,充分展现每件展品的设计理念与设计感。在整体设计搭建方面,台湾设计展一改传统用木板作为隔断,而用框架结合塑料窗花的布展模式,不仅易于搭建成本较低,而且能营造出朦胧透光的特殊效果,不仅让区域更具设计魅力,更突出每个展品的美感。此外,黄沙、稻草、麻绳这些作为台东县域特有的“土物”也变成了设计的一部分,不同主题,不同类型的设计作品也展现了台湾的设计理念和设计趋势。

在展览周围自然坐落着一批设计师小店,这些小店大多是体验式的,集餐饮、展示、购物、休闲于一体,每个小店都有独特的设计感,台湾设计展与设计小店将创意设计结合无限地延伸。

即将于 10 月召开的上海设计之都活动周无论从规模上,从展品数量上都将远超台湾设计展,但台湾设计展简洁有效的布展方式和办展理念却值得我们学习和深思。同时我们还将在此基础上,突出设计展品背后的设计故事,设计人物,在让全球的创意设计产品与成果汇聚上海的同时,又将创意设计理念与趋势从上海设计之都活动周放大到全世界。

有的观众一起打造一个“家”的样貌。

除了“理想家”,“绿岛大旅社”还有“观大海”、“踏实地”两大区块。“观大海”顾名思义,即是汇聚台湾岛屿设计之海,该展区聚集了 2014 年台湾新一代设计展、国内外得奖,以及台湾设计品牌的优秀作品。有趣的是,本届灯具设计最为大宗,展场中,又以“一盏东西”、“穿越云雾”两组灯具尤其受到观众瞩目,“一盏东西”利用线性骨架勾勒出传统的灯笼样貌,在虚实之间让光线渗透,画面的虚实结合颇受好评。“穿越云雾”利用空心玻璃吹制法单向发展的特性,纵向层叠模拟传统水墨画中的山峦,“穿越云雾”能将山水摆设于桌上,让云雾环绕于眼前。

来到“绿岛大旅社”最后一站“踏实地”,与先前两个展区有所不同,“踏实地”是大众共同体验区,由大同大学李福源老师带领进行 LED 灯与废弃自行车轮的改造,藉由踩踏发电装置点灯,让现场的看展民众一同完成点灯的互动艺术,提醒群众透过自身力量,人力也能曾为运转能量的地球自然分子。

公东百货行:本土设计力量

以在地为主轴的“公东百货行”注重本土的原生设计,可分为“民艺风”、“南岛赛”、“手信物”、“典藏心”、“兰屿路”五大区域。“民艺风”以国际的在地文化设计为展区主要展览内容,日本石垣岛的 USIO 农特产品再设计项目尤其受到现场观众欢迎,该展区获得石垣市政府的相当重视,展区公开十大农产品包装的设计征选过程,并且说明如何藉由这样的活动带动观光、文创产业的发展,十项农特产品的包装设计,多样化且区隔明确,来自台湾的设计师黄孝忠以鲔鱼肉包装获得评审青睐。

“南岛赛”的“赛”字指的即是台湾“南岛文创设计竞赛”,展区内 14 件作品皆为得奖作品,包含产品、绘画、饰品等,可见精湛的技艺,透过创作意涵了解台湾南岛少数民族的祭仪文化。“手信物”展区强调的是当下数字化时代,相对导致“手”触的质感之珍贵,集结台湾在地文创工作者,以 8 种工艺,琉璃、木雕、皮雕、编织、布绣、染织、彩绘、陶烧,结合台东在地文化进行产品开发,第 11 片玻璃以台东公东教堂的故事为出发点,利用废弃玻璃进行器皿的设计再造,又如棉麻环保袋,与台东手工棉麻制品的店家合作,结合原住民的工艺技术和简约的设计巧思,制作出独一无二的手工环保袋。台东拥有丰富的自然资源,地方特色农产品广受好评,“典藏心”中可见台东闻名遐迩的池上米、鹿野乌龙等,藉由特色化的包装让参展民众更能快速的理解其产品特色即价值。

兰屿是台东近海的一座岛屿,拥有许多未开发资源,虽然美丽怡人,但因为开发较为缓慢,造成大量的人口外流,“兰屿路”看是一系列单纯的摄影写真展览,但其实是兰屿当地的孩童的集体创作,让孩子们学会用摄影的方式记录对自己而言最重要的东西、用文字以外的方式诠释自己的想法,笔者认为“兰屿路”的活动深具意义,在设计资源极度贫乏的小岛屿中开始了新的学习观点,想法不见得纸能拘泥在写字或画图,教育岛屿上的孩童用不同以往的方式观看世界,也用不同以往的方式记录世界,在兰屿当地有了“设计开门”的涟漪效果,值得一提的是,这样配合在地群众的创意观点开发活动,是台湾设计展相当少见的创举。

笔者认为可用一个词汇作为总结 2014 台湾设计展——扎根。本次展览内容小而精致,在丰富度或娱乐性虽远不及历年的台湾设计展,但在当地的扩散性与影响性也许却是历年来之最。整体而言,今年台湾设计展学习跟拓展的意味很浓厚,甫开展览场,整个台东市的街头巷尾都是台湾设计展的宣传推广,甚至连行政机关大楼也罕见的挂上大幅广告宣传,台东市区从今开始出现截然不同的广告文宣,当地机关、学校单位常自发性当展览义工,如同当地全民一心期盼的设计展的到来。开幕晚会吸引了多少外地游客已非重点,当地的民众携家带眷来观赏开幕表演并不在少数,设计在台东掀起一波涟漪效果,无论是协助办展、观赏表演、参观展览,甚至投入展览本身的创作,这对台湾的东部区域都是一次全新的体验。