

# 【貴賓優惠典藏】

2011年元月1日起,心賞卡貴賓優惠典藏價NT\$61,880,原價NT\$82,510。非心賞卡貴賓可享原價典藏機會。「天舞昇平」,全球限量198件,售完為止。

台灣

www.liuli.com e-mail:twservice@liuli.com 客服專線:0800-060-085 **United States** 

www.liuliusa.com tel: 909-861-0288 Los Angeles Head Office / Showroom 1440 Bridgegate Dr. Suite 380 Diamond Bar, CA 91765 From January 1st, 2011, Appreciation Card holders will have the opportunity to purchase this limited edition at a special price of NT\$ 61,880. Non-appreciation card holders can also purchase at the original price of NT\$ 82,510. Only 198 pieces

全球的服務 永遠的琉璃工房 Worldwide Service Forever LIULIGONGFANG www.liuli.com e-mail: twservice@liuli.com





# 説真話的勇氣



2011春季主題心賞卡作品「勇氣盛放」

### 親愛的心賞卡貴賓您好,

文字和語言,是人類有力的溝通工具。熟練文字者,我們形容其為「妙筆生花」,以張毅先生為例,能納百川於滄海一粟,滅天地以毫芒之尖;善用語言之人,亦能「舌燦蓮花」,如諸葛孔明,一人力戰東吳群雄,尚能取信吳君,成三分天下之功。「花」,在上述的形容,是用來代表美好的成果。而人在現實的社會裡,被險惡的競爭訓練成習於爭名、爭利、爭富貴、爭得失,為了迎合世俗的要求而改變自己,卻失去內在的真誠。

在電影「三個傻瓜」中,全印度最優秀的大學生齊聚於最高學術殿堂,卻發現學習的最終目的不是對知識的熱切渴望,而是追求合格畢業所能帶來的高官厚祿,必須與傳統的教學模式妥協,一昧地追求填鴨式的教條,人類的創造力全然為之抹煞。主角之一肩負全家的希望,離鄉背井,期望學習完成可以一舉成名,光耀門楣之際,卻面臨在放棄學業與背叛好友之間做出抉擇。而在經歷生死存亡的漫長掙扎後,又再度面對放棄內心的真誠原則來獲得工作的挑戰,主角以自身生命換取的體驗收獲出發,冒著面試失敗的風險,依然不為所動,堅持說真話的原則,進而贏得主試官的尊敬,也順利獲得夢寐以求的工作。我深深覺得,說真話,在當今的環境,應該被鼓勵。

而花朵,姿態優美,色彩多樣,香味沁人心脾,一直是藝術家楊惠姍熱愛的創作元素。她曾説:「我覺得新的世界裡,有更多的疑惑,更多的不安,我們應該堅定,清楚,永遠保持自己。」琉璃工房借「2010台北國際花卉博覽會」這場盛大的世界級博覽會,特別設計台灣的專屬作品「合意」項墜,以台灣原生花種鐵炮百合為設計元素,傳達女性於心靈上的豐美以及富足。花朵的堅持,即使花謝蒂落,滿室芳香依舊,如同說真話的勇氣,屹立堅持。琉璃工房也以作品「勇氣盛放」於花博會期間,向每一位參與花博的勇士致敬。

台灣區總經理

# 魚嬉登富貴

鯉躍龍門好富足,吉慶有餘聚福祿

## 魚,乃水中蛟龍。

在傳統中國文化,魚代表的是吉兆富貴的圖騰象徵,在宋代時,人們習慣佩戴魚符,展現達官顯貴的身份;在年節民俗慶典,賞魚燈也成為祈求國泰民安的習俗。魚,遂為宮廷與民間崇拜的靈獸之一,庇祐安平高昇的吉祥物。

萬千光采在一身

張揚高昂壯志 炫耀光華燦爛 鬥艷 海闊天空之間 唯我輝煌

### Glory is All Mine

Announce the grand ambition, Show off the splendid glamour; In the competition of radiance, In the wide open sky, I am the one and only winner.

玩 工 璃 女

www.liuli.com e-mail:twservice@liuli.com 客服專線:0800-060-085 全球限量: 900件 尺寸: 19.6 x 9.5 x 25.7 cm

# **100**年

# 開出一朵琉璃花

# 「焰火裡的禪靜」,藝術家楊惠姍脫臘吹製琉璃系列

文字整理/張榮容

攝氏1400度的炙熱,烈焰灼身的熱,逼著呼吸。

熊熊爐火,火風呼嘯摵動胸腔、刺痛耳膜,捲起灼熱如煉獄的烈焰,滾燙的熱浪漩渦所到之處,都跟著燃燒起來。 周圍的任何雜質皆化為灰燼,連靈魂都在火焰中焠煉。

汗水映著火舞,火舌閃耀著的剪影,嘗得到汗水的鹹味。

近40公斤的半流質玻璃漿,是上天對人的嚴苛考驗。失敗蹲踞在火爐旁,伺機而動,一切辛勞如此接近化為烏有。

撐住,意志拉扯著筋肉。一聲叫喊,火紅的玻璃漿入模,熱烈瞬間凝止,眼中卻仍留著熊熊火光的影子。

脱模、熱接,一瞬間,凝住時空的專注,迸發令人落淚的感染力,僅生命誕生的瞬間,差可比擬。

爐中光影依舊跳動,有著大地的節奏,周圍漸漸寂靜了下來。

緩緩地,一切思緒、感覺、情緒都沐浴在光暈中,黑暗無處藏身。

烈焰,將雜念都淨化得透明,心中花朵,竟一點一點地綻放。

攝心,靜慮,仿佛禪定。



「焰火裡的禪靜」系列之「蝴蝶蘭」 Size:40.8x17x19cm

### Gallé未完成的夢想,一百年後由楊惠姍完成

24年的創作生涯,楊惠姍以花作為藝術家觀照生命的方式。1998年「花好月圓」系列,以精湛定色的花作品,呈現生命力的絢麗與豐富;2007年「澄明之悟」系列,抽離所有色彩、澄澈透明的巨型牡丹,點出生命的空與無。

朝第三個十年邁進,2011年「焰火裡的禪靜」系列,楊惠姍融合了脱臘與吹製琉璃,兩種完全不同的技法,以花的 創作母體與靜謐山水,表達對生命的讚頌。而這以自然、花草為題的創作,緣起於24年前與Emile Gallé作品的一 段緣;「焰火裡的禪靜」系列,是對這位法國琉璃藝術大師致上的最高敬意。

1878年,萬國博覽會在巴黎舉行,Emile Gallé以花為主題的琉璃藝品參展,「法國玫瑰」琉璃作品讓世界驚艷。他的每一件作品,充滿對自然生命的讚頌,以世界工藝美術界從未見過的技法,熱烈表達對生命的情感,對上帝造萬物最崇敬的禮讚。就是這樣的創作核心,Emile Gallé成為楊惠姍心靈嚮往的境界。Emile Gallé用玻璃這樣無機的材質,表現有生命的花朵。不僅因為他在技法上如宗教一般的狂熱追求,更重要的是,那種深信一朵花是一個宇宙的生命哲理,因此,楊惠姍收藏了極多Emile Gallé的作品。

然而,Gallé終其一生,追求克服色彩真實度與造型準確度的技法。創作玻璃花朵時,技術仍是他的噩夢,因為他擁有的只有吹製及熱雕塑,在這些技術的範圍裡,Emile Gallé的花朵,仍有色彩上、造型上的局限。換言之,Gallé的花,一定要依附著瓶子,無法離開瓶身而「活出來」。

一百多年後,楊惠姍經過無數次的嘗試,終於以脫臘鑄造結合吹製技法,精準掌握色彩與形式,突破Gallé未能完成的技法局限,創造出屬於她的中國琉璃花。花朵離開瓶身,呈現令人屏息的真實、豐富。

一百年前,Emile Gallé沒有完成的夢想;一百年後,楊惠姍在世界的玻璃史上,第一次開出一朵中國琉璃花。兩個不同民族、不同技法的藝術家,在不同的時空裡,對琉璃藝術做出最大的貢獻。

「焰火裡的禪靜」讓楊惠姍與Emile Gallé的藝術之路再次交會,傳達對生命的深刻共同情感。

#### 中國水墨畫的寫意,如孕育生命般的獨創技法

從內涵上來看,相較於Emile Gallé的「法國玫瑰」,楊惠姍琉璃作品中的花,從中國文化出發,滿是中國水墨畫的寫意。彷彿從岩縫中蹦出來的花朵,隱匿在山谷飄渺中,強韌、靈動有生氣。動中有靜,靜中有動,觀者進入飛瀑山岩之間,看著岩隙綻放的花朵,感覺了生命,領悟了自身。剎那間,拈花微笑的禪意。

花不只是花,山水不囿於山水。「焰火裡的禪靜」的山水寫的是胸中千岩萬壑,花卉繪的是一花一世界。含蓄淡雅,卻意圖將大千世界的牛命觀照,濃縮成一篇篇的詠嘆。

這返璞歸真、平淡自在,來自煉獄般的極端炙烈之後。「焰火裡的禪靜」選擇了最接近生命孕育方式的技法,讚頌生命。

細節,準確粉燒描繪花朵,在酷熱環境下,吹瓶和事先預熱的琉璃花,如同 孕育新生命般,瞬間熱接,合而為一。稍有不慎,瓶身立刻粉身碎骨。

炙熱爐火,嚴苛考驗藝術家的體力、耐力,瞬間熱接的膽大心細,要求絕對 精準、專注。這樣需要高度團隊合作默契的技法,在中國工藝史上,極為少

楊惠姍獨創在高溫中將吹製的巨大琉璃瓶結合脫臘鑄造花朵。精密鑄造花的 脱臘花朵那繁複精緻的定色,吹製山水瓶子的流動閑逸,極為澎湃熱烈 地結合,卻轉化交織,成為細緻花朵前景與迷濛虛幻遠山流水。豐富的 自然世界詩意,是楊惠姍對生命的直接觀照。

靈動花開,生之詠嘆。

2011年,藝術家楊惠姍以「焰火裡的禪靜」系列,感悟了生之艱辛, 讚嘆生命之美。



# 琉璃工房 漢神巨蛋藝廊 3月17日華美改裝開幕

一百年,開出一朵琉璃花-2011楊惠姍現代琉璃藝術創作展 100 Years, the First LIULI Flower Has Bloomed Loretta Hui-shan Yang 2011 Contemporary LIULI Art Exhibition

### 脫臘結合吹製琉璃的技法突破

### 寫下琉璃藝術新頁!

19世紀,法國琉璃藝術大師Emile Gallé的「法國玫瑰」(Rose de France)讓世 界為之驚豔,然而,Gallé始終無法克服如何使花朵立體,離開瓶身而「活」出 來。藝術家楊惠姍經過24年無數次的嘗試,終於獨創出在高溫中將吹製的巨大琉 璃瓶結合脱臘鑄造花朵,「焰火裡的禪靜」系列作品透過精準地掌握色彩與型式, 讓花朵離開瓶身站出來,呈現令人摒息的真實、豐富。

漢神巨蛋改裝開幕期間,將展出藝術家楊惠姍全新博物館級創作「焰火裡的禪靜」 系列,是繼中國、美國、香港、新加坡、馬來西亞等地巡迴展出後,首次於台灣亮

一百年前,法國琉璃藝術大師Emile Gallé沒有完成的夢想,一百年後,由楊惠姗 完成, 在世界的玻璃史上, 開啟琉璃藝術的嶄新樂章。

【展覽時間】3/17(四)~3/31(四) 【展覽地點】高雄漢神巨蛋藝廊

高雄市博愛二路777號2F(07-552-9916)

「芍藥Peony」

展出期間另有貴賓典藏優惠活動, 歡迎您前往蒞臨欣賞。



# 身如琉璃,內外明澈

# 琉璃工房的品牌之路 設計DESIGN雜誌「品牌故事」專訪張毅、楊惠姍

對談/林同利 整理編輯/洪穎真、詹致中 攝影/沈孟達特別感謝:設計DESIGN雜誌提供圖片與文字轉載。



張毅、楊惠姍,從1987年台灣淡水開始琉璃事業,24 年時間將品牌「琉璃工房」逐步推向世界舞台,成為 國際認識中國琉璃成就的窗口。琉璃工房無論在文化 推廣、藝術成就、品牌經營上,都有無比重要的影響 力與標竿作用。關於這個事業起步的前半段奮門史, 我們都聽聞不少;而在「後張楊時代」,它又面臨什 麼樣的挑戰?讓我們聽聽DESIGN設計雜誌副總編輯林 同利與張毅、楊惠姍對談。

林同利:琉璃工房已經發展蠻久一段時間,現在也成為全球相當具知名度的華人品牌。可以請兩位創辦人 幫我們分享琉璃工房當初的創辦信念,為什麼要把琉璃工房推上國際舞台,琉璃工房對台灣、對青年又有 什麼影響?可以先由大再到小來談談琉璃工房經營理 念。

上海琉璃藝術博物館外觀夜景圖

**張毅**:當台灣整體文化學習開始時,我們意識到一個重要的議題,就是文化定位,究竟是面對整個中國還是聚焦台灣?我是從市場傳播的角度出發,哪一個推動的範圍大?影響更深更遠?既然投身文創產業,總要談競爭、分析、布局。當初在電影產業經驗,讓我們明瞭展望未來時,你要著眼需求量、內外銷市場因素。這些經驗明確地告訴我們,如果格局不夠大、沒有資源、沒有設計人力、缺少學習機會跟大市場,就很難走出寬廣久遠的路。這些挑戰都是台灣任何文化產業需要面對的。

我認為琉璃是可能賣到歐美主流市場的產品。在定位琉璃角度時,當時中國氣氛比台灣保守一點,因此我認為台灣定位速度要快、布局要對。所以以「琉璃」這兩個具濃厚中國意象的字做為產品名稱。我想採取階段性策略,先從台灣看中國,進而從中國看全世界,琉璃工房布局都是以這種思維進行。這樣做法也會有危機,在中國市場就面臨了智慧財產、法令問題。舉個例子,我們要在淘寶網建立網站,結果發現有23家掛著琉璃工房名號,使用的照片、包裝和提袋都是我們的設計。

追求產業發展要思考戰略性問題,比如說為何選擇脫臘鑄造?因為我覺得吹製玻璃產品不可為。義大利工匠在13歲就開始吹製玻璃,威尼斯玻璃發展400年後我們才進入,要如何跟他們競爭?當初看伙伴吹玻璃時馬上就明瞭,這不是我們能走的方向,一定要另謀出路,於是選擇脫臘鑄造。脫臘製造在當時只有法國人會,我們自己摸索研發。過了這階段緊接著是面臨定位問題,我們必須是文化,同時也要是產業。但把文化放一邊,先談產業,這是個怎樣的產業?未來面臨的市場、產品的定位是甚麼?

從文化的角度上來講,我一定不會對我的know how保密,開放才有利於傳播,中國人習慣祖傳秘方,所以都會把 東西做死。考古學家發現中山靖王墓中,藏有脫臘鑄造藝品,把琉璃脫臘鑄造跟中國漢代產生連結,我立刻覺得這是 藝術家系列作品「澄明之悟ー 非非意」。





琉璃工房的主視覺出自於「江寧織造局」的牡丹圖樣

很好定位的價值,雖然我們身在台灣,但將品牌與中國文化連結,立刻超越台灣侷限。我們第一個目標就是鞏固中國市場,藉由漢代中山靖王的故事,將產品跟漢代歷史與傳統文化相連結,這是進入中國最重要的一個認同點,這樣的做法能摒除中國與台灣間種種政治糾紛,下一個問題就是中國是什麼?

在尋找答案的過程中,歸納出為什麼要使用脫臘鑄造?學習過程中看到佛經說琉璃是七寶之一,藥師經也說:「得菩提時,身如琉璃,內外明澈。」就是說如果你有真正的智慧,會像琉璃一樣是內外明澈,最高的智慧境界是大公無私地關心世界,愛沒有限制、沒有私心的。當脫臘鑄造的技巧跟漢代有關,內容範圍又定義在東方思想價值,不見得要製作佛像,主題只要跟愛相關、跟生命相關即可,延伸性就很大。但談論的主題不能太過於形而上,對產品來說,曖昧與通俗不相干且相互矛盾。所以我們也設立藝術家創作系列,可以談複雜的、曖昧的、灰色的、沉重的、人生苦痛。例如「彩雲易散琉璃碎,人間好物不長久。」就是探討無常概念,把這個題目撥給藝術家創作。

藝術家系列作品「自在系列-抱拙自在」。



為什麼要選擇這樣的策略?24年前我們的出發點是企業社會責任,賺錢可以,可是要想想你對社會的義務負擔?你所探討的文化藝術對社會民族是否有幫助。Samuel Huntington在Culture Matters的第一章就談到文化對國家民族的影響;Michael Collin説文化是一種attitude(態度)、core value(核心價值)跟belief(信仰)。一個社會最重要的就是核心價值。我成長的過程中,台灣教育傳達給我的價值觀是功利的,於是當我拍電影時,就會問自己是否該追求票房?現在做為企業,就會問訴諸最大的利益是否是我應當做的?飛利浦的設計總監Robert Blaich寫了一本書《策略性的設計》,他越老越覺得,假如設計只是設計,那只會走到無政府狀態,你只是炫耀你的概念,假如世界上的事情都對,哪孰為真理?這些觀念在琉璃工房剛開始時,對我們影響很大。

林同利:態度的核心價值可以變成文化的基本元素。文化是生活中所產生的,文化的影響自有人判斷下定論,經營者如果沒有把市場當做一回事,只是埋頭做自己喜歡的設計,就會走偏,變成孤芳自賞。現在很多人看到國際經典的作品,也開始投入生活工藝、學習設計創意,慢慢形成台灣經濟文化軟實力,同時也思考如何跨出去。但我認為也要同時思考行銷面,才會獲得市場肯定。當初琉璃工房設定了哪些產品發展策略,讓產品具有全世界共通語言,受人認同?

楊惠姗:24年前當初張毅的很多想法,現在回想,設定的方向跟目標其實相當具有國際觀,產品往前看的觸角是很遠的,他想的是一個整體,不只是一個產品設定的主題內容方向,而是整合所有面向。例如包裝盒,當初琉璃工房紅盒子在台灣引起很大認同迴響,對台灣市場產生了很大刺激作用。現在24年回頭整理,說明當初我們啟動台灣設計活力,為什麼大家會確實感到這點,因為這個市場的接受度證明了。

MSK Journal no.30 Jan / Feb 2011



林同利:最近10年來在講美學經濟、體驗經濟,而琉璃工房是最早實現體驗經濟的品牌,最早在工廠設有展示室,你們當時的工廠都有體驗室,讓民眾能感受品牌或是產品的價值,就像你們現在的透明思考TMSK也是想提供體驗。

張毅:琉璃工房有個遺憾是製作成本、工序,沒法把成本降低,不能普及。另外是琉璃材質使用有限制,像我們不能用琉璃放雞湯。從這個角度觀察時,我們一直覺得琉璃工廠學習到一定程度時,能走到哪裡去?我們累積這麼多產品定位、行銷推廣、製作設計經驗後,還是被侷限在一個範圍內。我們真正要關心的是生活,是否能進去食、衣、住、行等等,把琉璃品牌資源轉化到生活層面。不一定堅持是純然琉璃材質,而是把藝術設計、美術風格引進,這就是透明思考TMSK做為餐廳原因。餐廳獲利跟管理經營是很艱困的,所以我們把它當成show room,每個物件都能展示、可以銷售,我將TMSK做成一個品牌。

我們沒有認為琉璃工房一定可以被接受,但至少產生風格的啟發。這風格定位在中國,擴大到亞洲。在這些風格裡面,我們先問自己,要區分基準是什麼?這世界講的語言是什麼?首先要檢視國際生活用品的風格,我當時觀察發覺都是西方風格,東方很少。當初透過台灣創意設計中心給我們的資源,到了日本參觀、深入研究,發現全部是奄奄一息,因為設計的人身段很高,不想進入量產,陶瓷越做越貴,缺乏競爭力。

楊惠姍:有時候是雙方面的問題,願不願意進入量產是一個;另一個是產業本身對創意設計的理解。我們當初幫味丹設計瓶身,也蠻轟動,算是跨出去一步,但在接觸過程你會發現,必須是產業本身也認同設計是很重要的,這是個雙向的觀念。

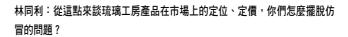


上海TMSK透明思考餐廳內部。

**張毅**:我們在推動的過程也發現很多瓶頸。舉個例子,琉璃工房發展陶瓷,一個盤子有兩個耳朵,工廠說你這很麻煩,陶瓷廠沒人要做,從河南問到山東、 宜興,一個黑盤子架高有兩個角,大的魁紋耳,都沒人要做。其實這個不難,最後惠姍替工廠畫設計圖、加個小元素才完成。但最後這成本轉嫁在我們身上 賣不掉,變成兩難局面。我們有餐具,民族風格的刀叉酒杯,在發外包時碰到很多困難,Outsourcing對象很多,但積極度都不夠。理想很美好,但回頭問 自己,20幾年做了個產業叫做琉璃,如今要進入陶瓷,我們面對的是更艱鉅挑戰,未來還要進入不鏽鋼等等產業嗎?

#### 林同利:聽起來琉璃工房在生產鏈跟行銷鏈遇到不少瓶頸?目前有什麼因應之道?

**張毅**:因為生產一定要大量,很多問題我們正逐一在解決。我們常被笑,為了喝牛奶不止養了一頭牛,現在還開了農場。像這只藍色琉璃耳的咖啡杯在1995年開發的,後來發現外頭有很多仿製品,原來是發包的陶瓷廠自己去做,還跟政府申請文化獎勵。你會發現文化產業的自重跟尊嚴是不足的,就是智慧財產權問題。

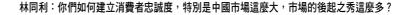


張毅:這是我們每天的課題,越往前走越來越複雜、成本越來越高、工越來越細。我們的作品在藝廊是高價位,因為精緻複雜的工序、源源不斷有新創意,這對品牌是有利的,但我們還是關注平均值價格。例如路邊攤賣LV,這些仿冒LV的確妨礙LV收入,但不致於讓LV做不下去。

林同利:當初有些人是因琉璃工房的名人效應而買產品,因為張毅、楊惠姗 的名字夠響亮夠有號召力。琉璃工房會走回名人效應嗎?

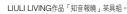
**張毅**:我想分成兩部分,策略的核心價值有永久性,例如「身如琉璃,內外 明澈 。」即使我們不再,這觀念也是會繼續;第二是我們希望下一代要在這

個範疇內延伸,不做全面探索跟努力,新的經驗不會產生。每一代都要在這個範疇內詮釋新創意。譬如説琉璃工房中 國區總經理王秀絹現在也接受很多訪問、研討會,知名度越來越高,所以我在不在不是重要的問題。



**張毅**:這回到Branding中最簡單的架構CCDP:Creative創意是否符合琉璃工房?是否可以有新的詮釋?兩隻小鳥站在岩石上,代表的是人間關愛,就像儒家的仁,當概念成立後,情感可以被延伸,這在設計過程是要被不停嚴格地檢視。

當琉璃工房進入後張毅、楊惠姍時代,我們團隊事業處在製造、企劃、設計時,討論重點都是根據已建立起的品牌文化在討論的。









LIULI PLUX 2011 「一朵一朵桃花開」 系列作品。

# 藝術家系列作品「今生大願」。 Communication我們傳播的內容是什麼,傳播的 手腕是什麼?後張楊時代成本會變很高,因為缺少 名人效應,但一定會出現一個新的Delivery管道,可 能是秀娟。另外是Business Unit部分,我們的員工都 很年輕就進來,資歷18、20年以上,在這個模式下將價 林同利:琉璃工房目前在中國大陸的布局已經成熟了嗎?你們也是 **張毅**:全球脱臘鑄造現在只有兩家,一個是法國的Daum,另一個是我們 Daum從96年開始就多次被收購,除了本身品牌歷史意義外,已缺乏競爭力。 琉璃工房雖然準備好,但仍很難進入歐美市場。Daum的經理跟業代都説你們 產品很好,但畢竟是中國製造。中國製造成了原罪,我知道要怎麼解決這問題

# allery正式開幕 房 隆重登陸南加

張毅

楊惠姍獲駐洛杉

磯

台北

經文

處

表揚文化藝術貢獻

琉璃工房耕耘北美市場已有10年之久,一路走來,從品牌代理到設立Liuli Gallery,工房在有限的資源之下,不停 地尋找打入美國主流市場、為品牌扎根的落腳處。從籌備至開幕,不到半年的時間之內,我們在2010年12月中 旬,於美國南加州的Brea Shopping Mall設立了第二家LIULI Gallery,這是繼舊金山旗艦藝廊之後,琉璃工房在 加州最重要的藝廊。



Shopping Mall內唯一有中文logo的國際品牌 **莅臨的貴賓稱之為華人的驕傲。** 

Brea位於橙縣(Orange County),一個邊臨洛杉磯東區華人密集的城市, LIULI Gallery不但能服務南加州的眾多貴賓,更希望能讓美國當地人士藉由琉璃 的材質,認識中國博大精深的文化與細緻內斂的藝術創作。Brea藝廊特別加上琉 璃工房的中文logo在招牌上,成為Brea Shopping Mall內唯一有中文logo的品 牌,有貴賓形容Brea藝廊的設立是台灣之光、華人的驕傲。

一進入Brea藝廊,映入眼簾的是琉璃工房獨特的巨型牡丹花屏風,牡丹花的繡花 工藝吸引許多人走進藝廊內參觀,許多西方的客人會想撫摸蘇繡片,好奇這栩栩 如牛的花朵是如何製作的,但更令他們驚嘆的是,琉璃水晶藝術竟能夠做到如此 多彩多元!紛紛表示這與他們常看到的西方水晶品牌有很大的不同

美好價值。



琉璃工房創辦人張毅、楊惠姍與台北駐洛杉磯經文處長 龔中誠暨夫人。



表揚工房在北美推廣中國藝術文化的卓越貢獻

# 美國首位華裔聯邦眾議員——趙美心博士,頒贈表揚狀給琉璃工房兩位創辦人

今年元月15日,琉璃工房的創辦人張毅與藝術家楊惠姍特別遠至美國洛杉

磯,為Brea藝廊主持開幕活動,引起許多美國中文媒體的注目,爭相報導。 這天與會共襄盛舉的貴賓,更有不少人都是工房的忠實粉絲,如台北駐洛經

文處——龔中誠處長、加州州參議員Bob Huff,另外如加州民選官員

Walnut市——蘇王秀蘭市長都親自蒞臨致詞。美國首位華裔聯邦眾議員

——趙美心博士也頒贈兩位創辦人表揚狀,表揚工房在北美推廣中國藝術文

化的卓越貢獻,與工房有深厚友誼的BOWERS MUSEUM館長Peter C.

Keller也到場致詞祝賀,並為博物館收藏了「護願平安」系列三寶佛作品。

Brea藝廊的開幕對於琉璃工房來說是一份鼓舞也是個全新的開始,跨越種族

的藩籬,藉由美好藝術作品向世界傳遞出琉璃工房的信念,傳播中華文化的

巴黎羅浮宮向我招手做展覽,但我沒資金,沒辦法讓法國人、讓原本屬於Daum的 客戶知道,這個從中國來的品牌,品質、設計都已遠遠超越Daum。進行文化滲透是 需要成本。這不是推銷投影機、腳踏車,因為這是要求他們買你的文化。這點很困難,連進入日本市場都 很不容易,他們覺得中國沒文化,因為到中國看見是隨地大小便、上車不排隊,你沒法説服中國有文化品 牌。像電影跟音樂是非常選擇性、個人的,所以可以推銷推這些市場。但做為文化創意品牌是有瓶頸,文 化是在賣整個精神狀態的價值,當民族變成一個品牌,在行鎖上是很困難。 林同利:琉璃工房有個特殊現象,員工會威受到強烈的企業文化價值。認同的人會想在這裡貢獻所學,把企業精神傳承下去,這在高科技產業是不常見的。

**張毅**:我想我們也看到新的跡象,新加入的員工甚至有從牛津回來的MBA,他為什麼不去高股利、高分紅的企業?第一,分紅費用化,高股利分紅時代逐漸 式微。第二,琉璃工房能提供組織性學習。面對產品時,要能同時學習生命的探索。這裡常有人離職,離職原因是要讀太多書。我們要求員工學習新語言、 每周交讀書報告參與討論,談論生命意義等,當代中國人對這類問題討論非常少。跳槽加薪所獲得的眼前利益,其實是耗損生命所換來。

林同利:台灣的下一代又該有什麼準備?不管是在學習、踏入職場或做人處事上?兩位能否提出建議?

**張毅**:多看書。如果可能的話多看文學書。文學就是生老病死、悲歡離合,不管你做什麼,設計的落點還是在於人。人不是只有視覺美術上的需求,還有情 感上的需求,那份情感你必須去了解。所以我們說人情世故,看別人的生命經驗,你才能有足夠的體認述說你生命的經驗。我覺得一個設計產品純粹只是視 覺,我會擔心他不夠沉澱。當然視覺上很重要,但過程就像火花一樣,絢爛奪目卻短暫容易消失在記憶中。藝術的途徑跟品牌也許不盡然相同,我不太相信 藝術就跟中國現代藝術一樣,是虛無、是羚羊掛角、是不可捉摸,你必須落實。設計不只是Visual設計,更是生命設計、知識設計,要回歸到本質。

楊惠姍:現在年輕人的學習環境比我們當時很好多,可以接觸到全世界,還能出外學習。我常在想會不會是因為這樣缺少了動力,缺少了知識飢渴的動力, 當時我們創造的慾望飢渴動力很大。現在年輕人基本動作很好,知道設計案前期所需要的工作,收集資料、市場分析、品牌對比都行,但還是少了一點對生 命的認識與深層體悟。怎樣結合他們現在的學習,是重點。

Peter C. Keller特別到場致詞祝賀 Brea LIULI Gallery的開幕。

MSK Journal no.31 March 2011

值觀不斷地傳續。

全球的設計精品,在全球布局的策略又為何?

但需要3~5年時間跟龐大資金運作。



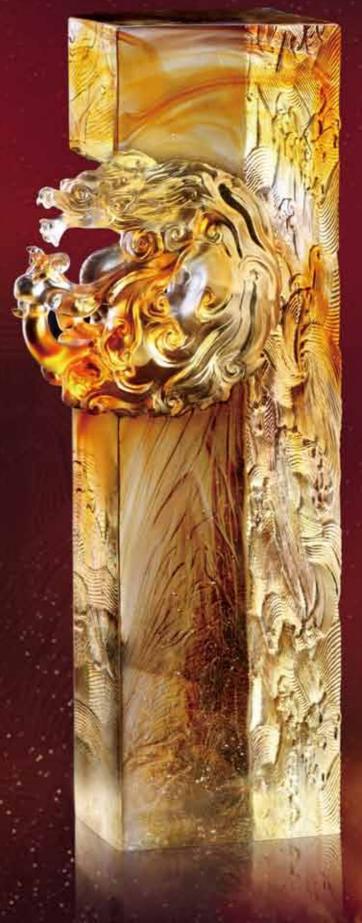
在那個仍有所謂天子的封建時代: 為了表現見物如見人的威嚴, 苦心地創造「璽」這樣的信物, 對稱,對內輻射,向上提升…… 美術造型,圖騰都充滿了「人」對至高至上的敬畏和頌揚。 在對「風雪雷電」,對自然一無所知的年代, 龍,從其中轉型而出,成為至尊的象徵。

# 今天,

「天子」早已是個遙遠的名詞, 然而,我們卻生出一種「有為者亦若是」的豪情, 我們不幼稚地迷信那種封建極權天子, 但是,我們是以「天下為己任」的君子。 龍,不再是威嚇,而是對天地萬物的尊敬。

### 2011,

琉璃再現一尊一尊的今之玉璽<sup>,</sup> 是「志比天高」的當代菁英案頭波瀾壯闊的 自我激勵。





# 常喜在心 常璽如願

2011辛卯年,琉璃工房開春獻禮,不僅推出以國學經典為詮釋的大氣之作 「今璽之美」系列,

「常喜常璽」系列則以新型態——個人璽的風格問世, 為傳統的璽添加田園氣息與現代風格, 成為具有濃厚個人情感與主張的琉璃璽印之作。

「常喜常璽」系列,以個人璽的型式創作設計,顛覆人們對「璽」的印象, 在傳統封建社會,只有帝王之尊才足以擁有璽印、《史記‧卷六‧秦始皇本 紀》曾記載:「奉其符璽,以歸帝者。」為後世揭開「璽」作為宮廷權力象 徵的重要性。時值科技文明的今日,璽不再是君王昭告天下的印信,也不再 是諸侯彰顯個人身分的憑藉,璽遂成為今人欣賞篆刻藝術的審美趣味。古人 創作經常靜觀天地、師法自然,寄託自然萬物抒發情感,「常喜常璽」系列 作品,即擷取了大自然裡的花草昆蟲,結合知了與葫蘆、蜜峰與蜂巢、青蛙 與田螺、蝸牛與竹葉、蜻蜓與荷花的意象,作品充滿田園詩的興味,重新賦 予其幸福和美好的祝福寓意。每一件作品,代表不同心境的自我期許,讓璽 印與蒐藏者之間,擁有更加親密的認同感,琉璃璽印一如個人的座右銘,豐 富了蒐藏的趣味性與價值感。

「常喜常璽」系列作品強調內在的精神意涵,對於造型藝術的表現上,也大 膽嘗試突破性的技法,像是每件作品上昆蟲的特殊定色,為了生動表現昆蟲 微小局部的顏色特徵,在填料燒結的工法上,即需純熟精鍊的工藝技術;昆 蟲的翅膀要呈現出細緻的薄透感,也帶給雕塑和脱臘鑄造極高的挑戰,除了 必須克服技法的難度外,還需創作者對外在世界的深刻感悟,才能賦予作品 渾然天成的形、意、韻,而又蘊含風雅逸氣。在新的年度裡,擺設「常喜常 璽」作品在案頭,看到清心簡單的喜悦,也觀照內心向上的美好祝願。











常常之璽 常常之喜 常璽在眼前

常喜常蟹系列作品「好時花滿圓」:呈現了蜻蜓 點荷花的美好景象,立於頂端,要有好的狀態, 到最好的境界的寓意。

常喜常蟨系列作品「幸福知了」:知了停駐葫蘆 上,表示幸福知了,知足常樂。

常喜常蠒系列作品「四方豐達」:蜜蜂站在蜂巢 的頂端,築巢的過程中,不斷走到事業的最高

常喜常蠒系列作品「一步一非凡」:蝸牛在竹葉上緩慢爬 行,一步一穩一向前,只要努力踏實前往,必能有所成 續,夢想實現。

常喜常蠒系列作品「簡單樂」:田螺與青蛙設計上的 大小反差,富有想像力的創作,講述人對於安穩祥和 的嚮往,學會放大微小的快樂,讓心休憩平靜。

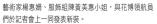
# 楊惠姍的藝術花朵

# 綻放於2011台北花博會

文字整理/黃阡卉



由台灣首次申辦的「2010台北國際 花卉博覽會」,是台灣首次舉辦經 國際授權認證的世界性博覽會,以 園藝產業首度以領航之姿站上世界 舞台。2011年,藝術家楊惠姍受邀 為花博貴賓領航員設計新裝,為花 博會場帶來春意盎然的新氣象。



琉璃工房投入文化創意產業24年來,對於支持台灣文化創意的發展,始終不遺餘力,2010年,在上海世博的台灣館,藝術家楊惠姍為館內接待人員設計的「山水心燈」服裝,充分展露楊惠姍在創作設計上的另一種才華,尤其那一套看起來虛實掩映;彷彿要飛起來的天燈裙,運用天燈蓬鬆圓形的形象,展示了極吸引人的服飾創意,是很多觀眾參觀台灣館的焦點,更是上海世博台灣館總體形象的重要加分因素。

藝術家於發表會前悉心地為花博領航員們——調整服裝



2011年新春之始,外貿協會董事長王志剛先生再次力邀楊惠姍替台北國際花博會貴賓領航員設計服裝,花,自然更是主題。

### 從琉璃到服裝,獨一無二的花朵藝術

雖然時間倉促之至,然而,藝術家楊惠姍不顧自身工作的繁重,一如往常地傾全力以赴,發動她所有資源,包括張毅先生的胞弟張剛所有的紡織專業工廠,以電腦量身製版,然後定色刺繡出每一件的楊惠姍設計的巨大花朵圖案,開發工程之大,非專業人員很難領略背後之困難。裙身宛如一朵含苞待放的花苞,黑色裙面上朵朵嬌嫩的花朵正是花博會吉祥物一五個花精靈所各自象徵的花卉:向日葵、鬱金香、繡球花、百合花、蘭花。

楊惠姗說:「花,本來就是我最大的心愛的主題。平常我只用琉璃去作,就算多年來我也設計些服裝,但是,現在是由布匹開發作起;然後開發紡織刺繡,這是非常瘋狂的作法,一個布匹的設計開發完全只為一條裙子,就如同為了一杯牛奶,而養了一條乳牛、開了個牧場。但是,看到一朵一朵的想像的花,全在布匹上出現,然後裁製成世界獨一無二的花朵的裙子,自已興奮極了!」

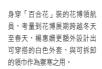
外貿協會董事長王志剛先生與 張毅、楊惠姍於花博新裝發表 會上合影。



「制服」在楊惠姍的想像中,必須擁有專業的知性與優雅,而穿在導覽花博的領航員身上,則要有歡樂活潑的氣息,所以設計時將上半身呈現出東方女性的典雅形象,再穿上白色球鞋,不但輕便適合每日於會場內走上十小時的領航員們,也流露出春青活潑的特質。

在布料的挑選上,藝術家也費盡苦心,將視覺效果與穿著時的舒適實用性一併考量,裙身的材質選用上海緹花布,於布面上所綻放出的那一朵朵寫實立體的花身,是以特別技法將底布與花朵纖合在一起,表現出片片花瓣的顏色漸層變化,鬱金香的湛藍、百合花的粉白帶淡淡的青綠,並以珠繡的工法勾勒出中央的花心、花蕊,並特意繡上一條紅線使畫面破格,點晴之用,使花朵栩栩如生,其精緻的呈現手法精神與藝術家在創作琉璃作品時無異,同樣都注入了藝術家的創作靈魂。









穿上楊惠姍所打造的新裝,花博 領航員們個個精神抖擻,在花博 會場內特別鮮明。

MSK Journal no.31 March 2011

# 與綠意共舞 走出寬廣人生

# - 專訪琉璃工房貴賓陳湘娥小姐與薛清吉先生

文/黃阡卉 攝影/王漢順



鴨鴨們穿戴好漂亮的領巾準備迎賓嘍

藝廊伙伴婉綺與陳老師威情深厚,師丈更是形容家中好像多 了一個女兒一樣,像朋友、像自己的小孩,老師家中的許多 小小的種子植物盆栽,都是出自婉綺媽媽之手,兩家人因工



放置於臥房內的「荷之醒(典藏版)」,陳老師欣賞其簡單、生動的綻放姿態。





滿」系列作品結合,自成一



因為喜愛工房的框景概念, 陳老師特別請人做了兩個木 框漆上金漆,與「花開金玉

# 家,就是私人美術館

對於居家美學經營有一套自己的哲學與美感,陳老師喜歡將蒐藏的作品遍佈 於家中的各個角落,與生活空間、花藝佈置巧妙地結合為一體,並時常變換 位置,走到哪裡都能欣賞那自成一方的小天地,處處是驚喜。有趣的是,過 去雖喜愛在家中以花朵鮮活空間,但因害怕花時間去照料,老師多以人造花 為主,近年來慢慢地由全數人造花改變至人造、鮮花各半,而插花的風格也 漸漸由保守、規矩的型態,開始走向奔放、自由,這中間的轉變,師丈説他 認為是工房的作品影響了老師,原來老師每天晚上都在細細欣賞這些美麗的 藝術品,「我最喜歡工房作品的那些氣泡、鮮活自然的線條,彷彿擁有生命 力一般,光是看到就感到很歡喜,怎麼看也看不膩,即使天天看都會有新的 發現!」如早已絕版極具人文情懷的「南瓜思考」、描述動物親子之間親情 的「下雨不愁」、「跟媽媽回家」第一代及第二代,或是以花卉動人生命力 為題的「獨領春風」、「荷之醒」、「美麗是我的承諾」等都是老師心愛的 經典蒐藏。

#### 至高無價的情誼

親情、愛情、友情,是三種生命中最重要的課題,陳老師説自己很幸運地一 路走來,先生都陪伴著她,在孩子都長大之後,夫妻倆隨著年紀越增長,感 情也越來越好,現在出門一定手牽著手,在主臥房、書房內有面展示櫃,放 著喜愛的收藏,閒暇時坐在搖椅上,一邊看看師丈伏案,一邊細細品味每件 作品的獨特之美,人生最快活不過於此。身邊除了有師丈的疼愛,還有一位 人生中的至交——蘇老師,兩個人是彼此最好的陪伴,逛街、看展覽、品嚐 美食……,都少不了彼此,比親姊妹還親,就連對於工房的喜愛也一定是拉 著蘇老師一起分享、討論。

21







工房早期的絕版作品「南瓜思考」, 深具對於自然與生命的觀照思考。

屋頂上的小庭園,是陳老師現在的 生活重心,每天在這裡忙得不亦樂 乎。



物件的存在價值決不是單就金錢可衡量的,時間與情感的記憶能賦予物件獨一無二的精神意涵。1998年那年生日,陳老師收到了一份難忘的生日禮物,好友們知道她喜愛工房的作品,竟買下一整套的「四季歡」琉璃盞做為禮物,正好那年藝術家楊惠姍親臨高雄藝廊,老師帶著這組琉璃盞喜孜孜地讓藝術家一一刻下珍貴簽名,向我們分享這段故事時,驕傲與喜悦之情表露無遺,因為友誼的無價與藝術家的親筆簽名讓「四季歡」成為她收藏中不可取代的寶物。

#### 更寬廣的人生道路

因為即將從教職退休,陳老師開始思考下一個人生階段的計劃,原本就喜愛花草植物,讓她決定開始真正「與綠為伍」的生活,一年前開始在自家的頂樓陽台學習種植各類的植栽、花卉盆栽,養了活生生的植物之後開始對生命有另一種體認。例如換盆時,發現盆栽裡頭的根早已盤根錯結,有一次甚至將瓷盆撐破,糾結的模樣讓老師心生猶憐,讓人實際感受到自然萬物的強韌生命力。經由種花的學習成長,一直持續在福智文教基金會內做領導分享的師丈形容:「楊小姐也是透過琉璃創作的世界,找到哲理、佛法,才有善根、智慧的開啟。這樣的過程都是相同的,在另一個領域中,領悟到生命的本質。」



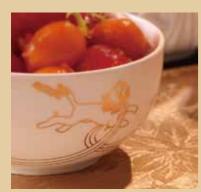
家中處處都看到師丈的用心, 佛堂上的「琉璃界」是師丈的 最愛,每日都會摘下自家種的 金黃玉蘭花置於「明月松間 照」供佛。

從電影圈到耕耘開拓琉璃藝術,陳老師這一路追隨支持,她說:「在不同的階段裡,要能讓人們不斷的支持,一定是要有能讓人感動的地方,人生要轉換跑道,放下一切重新開始,真的需要很大的勇氣,何況是還能做到成為這個專業領域中的佼佼者。」去年年初,楊惠姍的左耳突然聽不見,這中間種種難捱的治療過程,陳老師因自己的耳朵也曾開過刀,十分能體會耳疾之苦,對於藝術家不顧病痛仍然投入工作崗位的努力,這股驚人的意志力十分威佩。帶著陳老師的認同也是期勉:「琉璃工房的作品從來沒有讓我失望過!」我們充滿了能量,朝著更大更遠的目標前進!

拿著小花的兔子與小小的桌上盆栽, 是屋頂花園上的愜意一角。









我們的祖先在造字的時候,就賦予了「家」美好的寓意。上面是「宀」(min,同「棉」的發音),表示房屋,下面是「豕」,即豬的古語。家,代表了豐衣足食,富足安樂;家,也是遮風擋雨,眷戀的歸宿。流傳於民間的俗語:「金窩銀窩,不如自家草窩。」樸實無華的語言,抒發了家在人們心中無可替代的重要地位。

追逐夢想,憧憬未來,年少輕狂時的我們,義無 反顧地向著目標前行。待一切安定,有時間整理 自己的心緒,才發現一直尋覓的歸屬,始終是那 個不發一言,在原地,默默守望著的家。

常回家看看,吃頓團圓飯,聊聊身邊的趣聞,說 說窩心的話。家有著包容一切的力量:溫暖、踏 實、自在、安心……萬家燈火中,一家一戶的小 團圓,凝集彙聚成為人生裡,幸福的真諦。

### 如意開春 (燭臺/對)

一年之計,

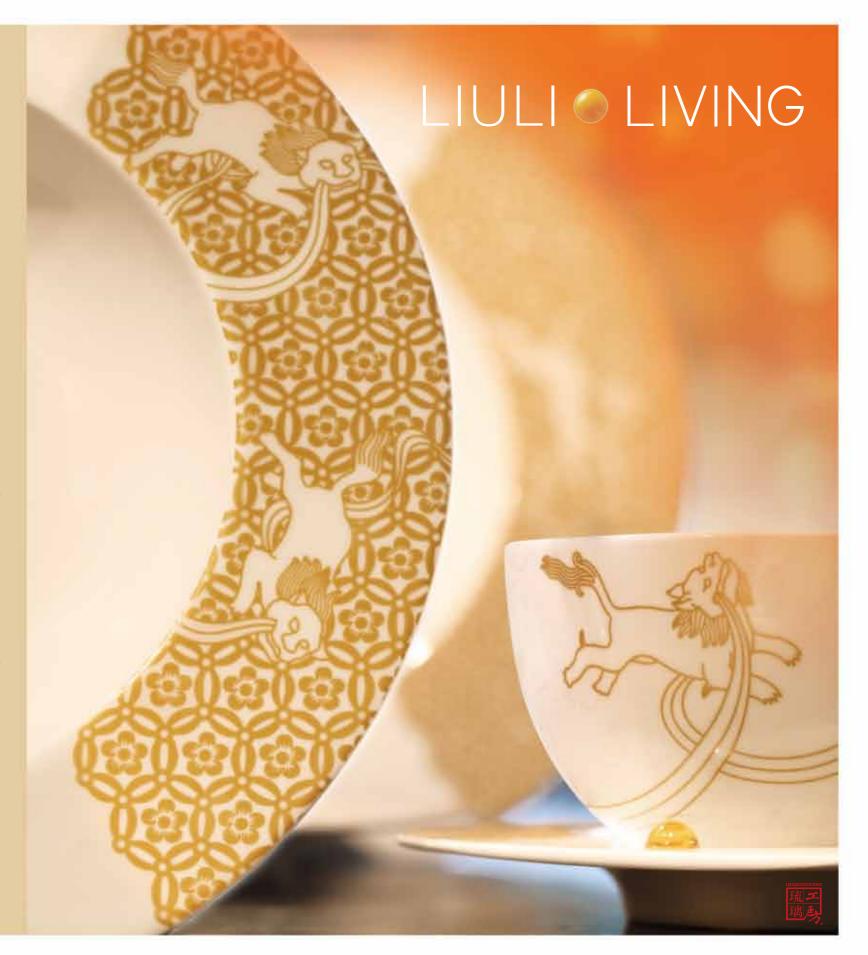
好運開春。

總有一盞光亮,

温暖著回家的路。

如意與平安,

等待你推門而入。



# 新聞 從琉璃藝術博物館發出

文/邢青



上海崑劇團與上海回力鞋業集團公司合作, 在博物館內簽定企業與崑劇聯手的新案例。 上海崑劇團「2010-2011跨年賀歲演出季」的新聞發布會,12月23日在 上海琉璃藝術博物館舉行。開啟了博物館「發佈、娛樂活動」的功能,使博 物館作為欣賞藝術、收藏、閱讀、美食以及發布活動的綜合性場所,日漸顯 現和完善。

發佈活動貫穿著「合作」的訊息,現場喜氣洋洋。上海崑劇團和江蘇崑劇院合作新年演出,天下崑劇本一家,合作演出、合作教學由來已久,涓涓溪流匯流成海,中國崑劇藝術才能繁榮興旺。上海崑劇團與上海回力鞋業集團公司合作,這是企業與崑劇聯手的新案例,企業支持文化事業是社會發展的潮流和責任。

崑劇與琉璃,「你中有我,我中有你」的故事,從10年前排演全本《長生殿》時便已開始。舞台上唐皇宮中的「翠盤」由琉璃製作,唐明皇給楊玉環的定情金釵上鑲有琉璃。LIULI PLUX「石破驚天的愛情」系列設計取意

《長生殿》;全本《長生殿》在台北演出,琉璃工房舉行盛大招待會,琉璃藝術家張毅和楊惠姍為演出前的代言人。 在上海琉璃藝術博物館裡,崑曲與琉璃的情緣繼續。

在博物館舉行新聞發佈會是一個嶄新的形式,琉璃藝術品映襯著會議室、休息室、露天平台綜合空間。在這裡,將會不斷發布出有益的新訊息。



琉璃藝術品映襯著會議室、休息室 露天平台綜合空間。

# 大樂面

可笑,不可笑, 皆可笑。 自在,不自在, 都自在。



繼2009年「人間禪」系列廣受 典藏後,琉璃工房經過二年的研 究設計,年初隆重發表第四代自 在彌勒「大樂呵呵」系列,作品 塑像不同於傳統的彌勒佛形象, 而以具禪意的彌勒為原型,運用 琉璃工房最擅長的「脫臘鑄造 法」精鑄燒製而成。

一般所熟知的彌勒形象,主要源於中國五代時期的布袋和尚,不同於三世佛中寶相莊嚴的彌勒,彌勒作為佛教中的「未來佛」,帶給人們一種對美好事物的憧憬與願景。「大樂呵呵」系列作品,則延續自在系列的隨性、禪意、不受拘泥的風格,輔以彌勒本身歡喜、寬厚、灑脱、聚財的美好寓意,描述當下與未來,財富與自在間和諧共處的關係。回顧歷年的自在系列,藝術家張毅充滿對於隨興寫意的嚮往,表現在作品上的特色即是不很對稱,不很工整,不很莊麗,但人物生動的表情刻劃,卻充滿對人的情感與趣味。

關於彌勒的典故,有膾炙人口的對聯:「大肚能容,容天下難容之事;開口常笑,笑天下可笑之人。」彌勒可說是最接近凡人生活的菩薩,星雲法師也為此題辭「人間彌勒」四個字,都是對彌勒菩薩具有普遍正面人性的肯定與讚揚。「大樂呵呵」系列的彌勒,笑容可掬,大腹便便,手持布袋,瀟灑行走於天地人間,他樂於聚財,卻也施得放得。事事無礙,如意自在,既是作品最佳的寫照,也是我們對人生的一種態度與期許。



大樂呵呵系列之 「萬事無礙」。

# 以手帶心

# 《心與手三部曲—奚淞畫展》

圖文提供/台北市立美術館

《心與手三部曲—奚淞畫展》 Heart and Hand-The Paintings of Shi Song

展期:2011/1/22~2011/4/3

展覽地點:台北市立美術館

開放時間:週一至週日09:00~22:00

春•在方寸間綻放

花藝設計·攝影/奚猿緣 文/黃阡卉

《花舞琉璃》



1947年出生的奚淞,是畫家也是文學家,更樂以手藝人自居,30年來在藝 術及文學創作上有著多元的不凡表現。奚淞於藝專畢業後,在1972年赴法 留學,返台之後,先後於《雄獅美術》及《漢聲》雜誌擔任編輯,長期投入 民俗鄉野調查、兒童叢書編寫策劃等工作。1988年後沈潛習佛,以白描觀 音、禪修靜物及佛傳故事為題,孜孜不倦創作至今。30多年來,奚淞追尋生 命意義的思索,他對中國傳統文化與台灣在地文化尋根的熱情,對社會底層 的悲憫關切、對教育的熱情,對佛學的精進,這一切都在奚淞的文學、藝術 及禪修中,留下深刻的印記,是難得一見的藝術家與修行人。

甚少公開展出的奚淞,此次首度在北美館個展《心與手三部曲—奚淞畫 展》,是藝術家創作30年的作品回顧。展覽以「尋找一棵菩提樹」為序曲, 再分別以三個作品主題開啟他一生的追索:「靜—三十三白描觀音菩薩」、 「淨一《大樹之歌》佛傳油畫」以及「敬一《光陰》靜物畫系列」。奚淞透 過種種手藝的養成與實行所觀察體悟出「以手帶心」的生活哲學,沉思人 生、追尋生命的終極意義。觀照他各階段作品,表象形質或各有不同,但脈 絡相通,皆為尋索光明靜好的世界。《心與手三部曲》期待與觀眾分享奚淞 獨特的手作藝術風格與新文人典範,同時透過其對佛法的闡述鋪陳,觀者對 於佛教美術演繹的應對觀念,應能產生更為寬廣的理解態度。







春 隨風而至

隨花而開,

靜待 枝頭上的那株鮮色

日漸綻放, 挡來春的訊息。

窗內 窗外

一樣春意盎然。



琉璃作品:多情花好系列「竹風扶影」

SIZE: 14.5x13x8 cm

應用花材: 桃花、茶花葉

花語: 桃花-多情、愛情。

茶花-美德、真愛、麗質天生。

設計概念:《禮記·月令》:「仲春之月,桃始華。」且移花入室,

讓密閉的辦公大樓空間窗台旁,沁漾春天的氣息。

#### 經驗分享:

- · 桃花先葉開放,葉子揉搓後產生杏仁香味。
- · 桃花粗老枝幹易著生嫩葉, 如生命之喜。
- · 桃花的花苞容易脱落, 小心取枝。

奚淞於《光陰》靜物三聯作 《靜·淨·敬》作品前合影。 奚淞的靜物畫,是藝術家數十 年持續忘我的觀察和如實描繪 簡樸物件的豐饒滿足與禪修功 課,在最後展出的《光陰》靜 物三聯作,是為現代人提出的 心靈藥方,同時亦總歸結出他 多年的創作精神。

# 琉璃工房LIULI III IOI CENTER

# 榮獲工業局「設計好站」評選肯定





LIULI 101 CENTER 寬敞的入口, 請放慢腳步, 不要錯過任何一項精彩的設計。

建國一百年定為「台灣設計年」,為迎接來自全球參與盛會的設計人,由經濟部工業局舉辦的「2011臺北世界設計大會一設計好站」,從百餘家的品牌嚴選而出的設計好站,為台灣在地生活美學的代表,有的早已享譽國際或在世界各大設計獎項掄元無數,而琉璃工房LIULI 101 CENTER作為台灣最大的形象旗艦概念空間,榮獲評鑑為台灣設計好站之一。

#### LIULI 101 CENTER五感新體驗

LIULI 101 CENTER位於台灣第一高樓台北101大樓五樓,占地86坪,費時4000小時打造全台最絢爛的琉璃藝術殿堂,其中最受矚目的就是楊惠姍以ART DECO結合數位科技,激盪出一朵朵令人驚艷的琉璃牡丹,閃耀光芒佔領所有目光。藝術家楊惠姍以更大的展演空間,展現各種創作可能性,以「花」為主題,運用大量裝飾藝術概念,從巨幅牡丹牆、22盞琉璃吊燈,到5米長的金牡丹吧台,全面的延伸至整個空間。

LIULI 101 CENTER,以更多元創作呈現,提供您豐富的視覺饗宴,欣賞全品牌作品設計的同時,能聽到琉璃工房



獨樹一格的音樂,結合工房獨有的花藝佈置美學,伴隨茶香、咖啡香,可以坐在吧台邊靜靜品味,實際體驗LIULI LIVING的獨具文化創意魅力。

坐在長達5米的金牡丹吧台前,伴著茶香、咖啡香欣賞琉璃作品,體驗琉璃工房的五處 業學。

# 以客為尊以情為本 以情為本 英 英 英 英 英 完美契合企業形象的琉璃精品 別



企業客戶專線: 0800-060-085 企業客戶信箱: corp.sales@liuli.com

各户信相·corp.sales@iluii.com www.liuli.com

# 客訂專屬設計

琉璃藝術

在琉璃工房二十多年來的努力下, 已是當代

華人世界最精緻、最富人文精神的領導品牌,也是國際馳名的琉璃文化媒介。

無論是企業贈禮、紀念禮品、專屬作品設計, 琉璃工房皆能誠心為您 量身打造,

精準呈現出最優質的企業文化形象。

## 2009上海星巴克琉璃骨瓷新年系列 作品一太極定律

獨步全球的咖啡業界第一品牌星巴克,與LIULI LIVING攜手合作,以「太極」精神為創作概念,結合東方太極圖騰和西方咖啡文化,研發首創四套骨瓷作品,釉面光滑,溫潤如玉,為星巴克更添古韻情思。





