

文化是當代企業的新典範







values, and beliefs

that are sometimes collectively referred to as" culture" play an unquestioned role in human behavior and progress.

- Michael Porter

韓國和迦納曾有相似的經濟指標。

但現在,韓國躋身全球十大經濟體,迦納還是迦納。

為什麼?Samuel P. Huntington說,因為文化。

全球經濟大師Michael Porter 認為,文化,是一種態度,一種價值觀念,一種信仰。 只有總體的企業文化概念體現在方方面面,才能凝聚具有強大感召的"軟實力" (Soft Power)

過去看一個企業僅僅看帳面價值,而現在,更多是在軟實力文化,讓一個企業,值得被愛,被尊重。

由此產生內部凝聚力,以及一個企業的吸引力和可持續發展的導向能力。

琉璃,因為琉璃工房而存在

1987年,表演藝術家楊惠姗、導演張毅於台灣淡水, 創立了華人世界的第一個玻璃藝術工作室「琉璃工房」;

選擇中國漢代對玻璃的稱呼—「琉璃」,歷史給予甚少的記載,根據出土文物證明, Pâte-de-verre脫蠟鑄造技法在漢代就已成熟, 但隨後失傳,成為工藝史上的遺憾。

除了民族文化的使命感,更希望華人的現代琉璃藝術, 能擁有屬於民族的思想和情感。

因爲琉璃工房,琉璃成為一種約定俗成的定義, 今日華人地區已有超過百家的琉璃工作室。

為什麼不是Crystal? art glass? 就要叫琉璃, LIULI。 「彩雲易散琉璃脆」的琉璃。 「身如琉璃,內外明徹」的琉璃。



超過20個世界重要博物館永久典藏包括北京故宮博物院、美國康寧玻璃博物館、英國維多利亞與亞伯特博物館、美國寶爾博物館。

應邀至超30個國家和地區展覽。

全球超過70家藝廊,遍及亞洲、歐美等地。

擁有多元文創品牌:琉璃工房、LIULI PLUX 觀念佩飾、LIULI LIVING生活美學,以及上海琉璃 藝術博物館,TMSK飲食文化空間及Ahha數位動畫等。

榮獲DFAA亞洲設計大獎(Total Solution) 亞洲最具影響力的設計品牌。德國 iF大獎和 紅點設計獎、文創精品獎、台灣精品獎、百 大品牌。

全世界至少有百位元首,接受過作為外交 贈禮的琉璃工房作品。第一個進入奧斯卡殿 堂的華人藝術品,艾美獎的禮籃,台灣金馬獎 頒獎盛典獎座。























California, USASS, New York The Bowers Museum of Cultural A Victoria & Albert Museum London, U.K. The National Museum of Women in the Washington D.C. Arts International Modern Glass Art Exhibition, Venice, Italy, **Dunhuang Research Institute Exhibition** Gansu, China Center Shanghai Art Museum, Shanghai Guangzhou Fine Arts Museum Guangzhou, Chi Dunhuang Academy China Guanshanyue Art Museum Shenzhen, China Beijing, China The Palace Museum 超過二十個 Yakushiji Temple In Nara, Japan Tsui Museum of Art Hong Kong, China 國際世界的博物館收藏 Shanghai, China Shanghai Fine Arts Museum The Yakushiji Temple Nara, Japan Georgetown Festival, Malaysia Museo del Vidro Monterrey, Mexico Corning Museum of Glass New York, USA Museum of Arts and Design

New York, USA Musee National de Ceramique, Sevres Sevres, French Shanghai Expo China Pavilion Shanghai, China

Denmark

Beijing, China

Taiwan International Cultural & Creative Industry Expo Awards

Glasmuseet Ebeltoft

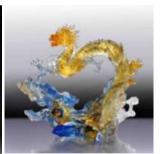
The National Art Museum of China

是誰讓它們有了生命?

不想強調個人的藝術,只想與社會溝通一種情感。 對我們而言,一件琉璃工房的作品,不僅僅是藝術品, 它更是一個載體,承載著情感、思想和學習的心得。

琉璃工房的「說明文」,一字字的寫下作品的思想與情感, 已成為「贈禮」最佳代言,主客雙方傳達的重要語言。



























琉璃工房創立以來,不變的企業願景——永遠不斷地創作**有益人心**的作品。

琉璃,對琉璃工房而言;**不僅是一種材質,一種創作的媒介,而是一種精神,**

一種生命,一種思想,一種情感。

琉璃工房相信儒學中的「仁」,相信「誠意」的和諧美好,

盼能以**琉璃為載體**,說一個「仁」的故事,

從傳統的文化裡發展獨具東方思想的現代美術語彙



因為誠意,讓琉璃不只是一種材質, 而是一種情感、一種思想、一個文化的載體, 為您傳遞一種有益人心的信念。



SERVICE 文化力、故事力、企劃力、創作力、解決能力

與企業夥伴一起深入挖掘企業品牌的核心價值, 以文化的角度切入,用藝術昇華企業形象。 用故事深入演繹,並透過企劃與設計的表現,創作彰顯企業文化價值的作品。

為您的品牌 量身訂做

企業專屬贈禮

獎座設計規劃

空間美學

跨界合作CO-BRAND

概念規劃 CONCEPT DEVELOPMENT 作品設計 PRODUCT DESIGN 材質選擇與組合 COLOR AND MATERAIL 作品打樣 PROTOTYPE AND ENGINEERING 作品製作 PRODUCTION 視覺及包裝設計 VISUAL COMMUNICATION

企業形象贈禮

企業的代表性禮物,代表著主人的品位以及展示企業深遠動人的面貌

HARRY WINSTON

年度貴賓贈禮



HARRY WINSTON 委託琉璃工房規劃一款年度的貴賓贈禮,以馬為主題。作品採用六匹駿馬,以不同的造型,奔湧而出。琉璃工房採用脫蠟鑄造技術完成此件作品,對Harry Winston 而言,是一場一步一步的驚喜。

渣打銀行 優先理財貴賓誠意贈禮



菊花、牡丹、梅花、月季,對應福祿壽喜這人生得意之事, 結合酒器的造型,至臻至美,彰顯不凡的審美趣味。 作品的象徵意義,是渣銀行對貴賓客人的祝福,人生處處花開,層層向上。

MGM Las Vegas (Bellagio、Mirage、Treasure Island hotel) 貴賓贈禮 12年的贈禮計劃



MGM GROUP 希望能由琉璃工房規劃一款能夠代表MGM GROUP 對於亞洲貴賓長期的贈禮規劃案。第一年琉璃工房規劃以東方哲學中,天地人的和諧概念,利用材質的穿透性表現屬於東方的琉璃世界。之後的合作,年年以該年度中國生肖作為贈禮的設計主題,讓貴賓每一年都能引頸期待,圓滿收集12年的中國生肖,

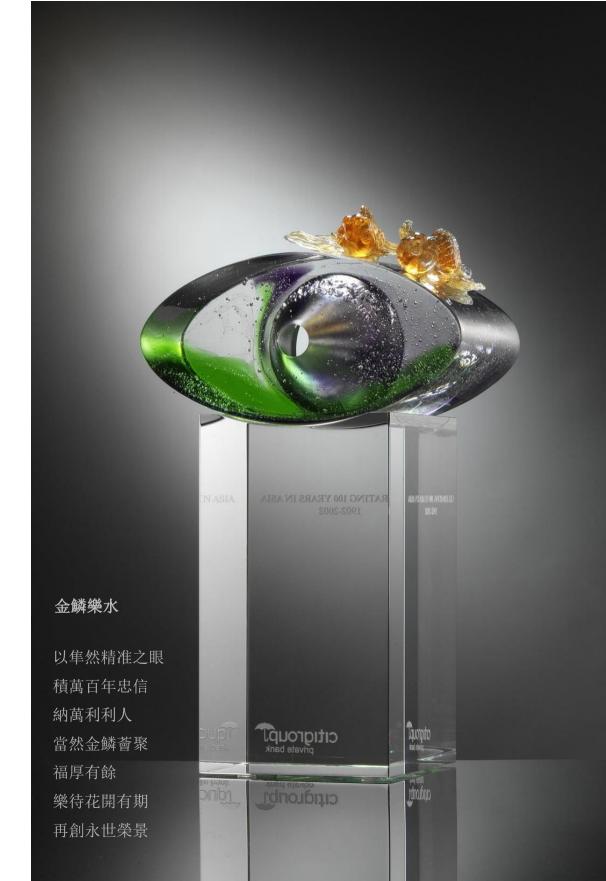
這是一個MGM對於貴賓忠誠服務的方案,而他們選擇琉璃工房作為企業的長期合作夥伴。

花旗銀行

慶祝落戶亞洲100周年定制

高高的底座,是花旗集團悠久歷史的寫照, 頂端「眼睛」象徵花旗私人銀行專業的服務, 精准的投資眼光。

兩條怡然自得的金魚,是財富的象徵,滿滿金玉方位的投資產品,為客戶創作最大收益。



2001 上海APEC MRT 會議政府贈禮



藍水連天

奮力一步,跨出,

玉蘭花上

升起

一個新世界。

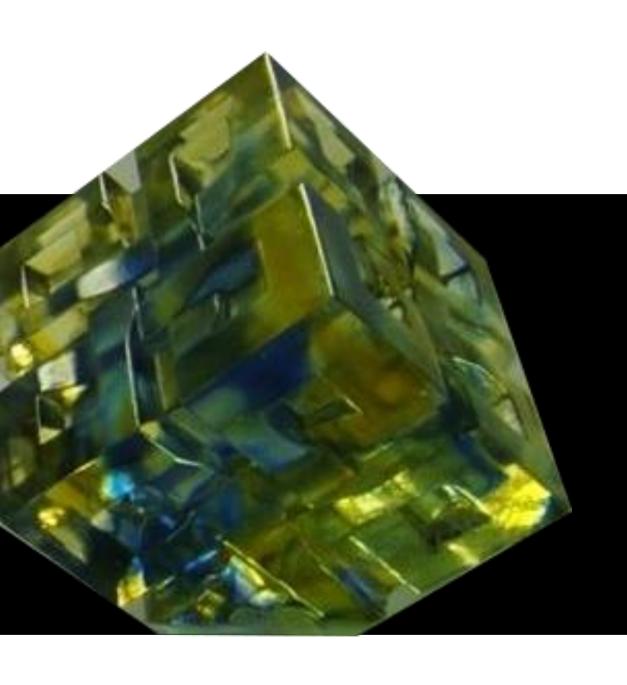
2001年上海APEC MRT會議的政府贈禮,

城市包含在晶瑩透澈的琉璃光影裡,

上海市市花玉蘭花開放其上,

是希望,是好花常在的祝福。

在一個城市裡,每一個人心裡,都開著一朵花。



源自中國盤長結的概念, 一個連一個的長盤紋圍繞成一個正方體, 納四方財,聚四方緣,廣結耀照,源源不盡, 是世世代代的吉祥。

中國電信

天地有心若心鄰貴賓贈禮

圓融祥和為心中,展拓聯繫有四方,任宇宙無垠,世界不過比鄰



企業LOGO如何與琉璃作品相映成輝?簡潔展現,還是巧妙的再設計? 琉璃工房在熟諳中國電信品牌信念的基礎上,納入天圓地方的古老哲學,從而,企業的精神, 以更具文化感召力的形式展現。

掌握風雲時刻 - 頒獎典禮的獎座

深厚的人文層次,詮釋獨特的價值

2008、2009年金馬獎「影展大使」獎座設計



2008、2009年,曾經也是金馬獎最佳女主角的琉璃藝術家楊惠姗,應邀創作金馬大使獎座。林志玲、舒淇兩屆金馬大使,捧著楊惠姗設計的獎座,讓這個獎項更添代表意義。





現代的琉璃藝術概念,立意于智慧暢達、融匯貫通的精神境界。 用琉璃澄淨透明的材質,讚頌風雲盛事



光影,色彩,交匯融合出極富開放性的內在欣賞空間,創作出一種成熟的思考象位——包括多元性,交叉整合,多角度觀照等等抽象特質,進而以實際的琉璃面體承載。

首座中文LPGA冠軍獎盃

琉璃工房設計專屬冠軍盃「永遠的光和熱」敬獻冠軍球員



整體設計概念,以深厚文化意涵的「鼎」,象徵「問鼎天下」的勝利。獎盃上活潑的「色彩琉紋」,象徵海洋波動,也隱喻台灣的地域位置;獎盃頂部「火焰」鏤空設計,表現火焰動態和雙色漸層火光,將工藝表現極致,更代表台灣的熱情,和 LPGA如火般躍動的運動魅力。火紋向四方揚昇,則象徵 LPGA的精神和魅力由台灣出發,擴展到全世界。

好萊塢巨星李奧納多獲頒「2014海洋保護」

由琉璃工房設計製作





全球最具規模的國際海洋保育組織Oceana的Sea Change募款活動,將「2014海洋保護」獎座,頒發給長年熱心支持海洋生態保育,20年來捐款超過20億台幣的好萊塢巨星,李奧納多·狄卡皮歐。獎座由國際琉璃藝術領導品牌琉璃工房設計製作!

震旦集團年度獎座

企業年度最傑出個人、最傑出團體獎座



日出東方,騰龍躍日,曆萬般焠煉,成就震旦第一。

新加坡紅星大獎

新加坡最高級別的電視頒獎晚會,每年一度的紅星大獎是星城演藝界最大的盛會



FG美妝評鑑大賞專屬獎座

麗之眼,永遠的相信美,讓我們走到一起





中歐國際商學院

時代巔峰 獎座



2011 台灣百大品牌獎座



Taiwan Brands 的 激勵

源自「台灣百大品牌選拔活動」官方LOGO。獎座立面採用半凹圓及琉璃貼片形成的立體半圓,組成一個字母「 B 」。喻示著獎座的歸屬與專業性。

這是展現台灣本土品牌精神及文化而創辦的活動,是對品牌的重視與褒獎,是優質Taiwan Brands的驕傲。



AMAZING GETWAY

2013NIKE女生運動節







跨界合作 CO BRAND

以華人文化的最高質感,與夥伴共同演繹一個充滿想像的故事!

極致工藝的完美交會

JOHNNIE WALKER與LIULI LIVING 西方與東方兩個頂級工藝品牌的結合

「毫無疑問的,琉璃工房就是最理想的合作夥伴,我們都以不斷追求卓越創新的精神,在傳統文化的基礎之下,以極致工藝成為各自領域中的領導者。」

—— 亞吉歐亞太區頂級烈酒系列行銷總監Andy Gaunt

張毅先生是華人琉璃產業標準的制定者及開創者,與18世紀Johnnie Walker 亞歷山大·華克二世爵士帶領蘇格蘭威士卡走向全球變成產業性的發展,作為合作故事的開端與連結。 東西方兩位相距一個半世紀的傳奇領袖,他們對於產業的全心付出、過人的熱情與毅力,獨到的 眼光與思維皆不謀而合,完美詮釋出「True Leader」之真諦。

















「Energy of life」華人最重要的威士卡杯

本款威士卡杯頗有份量。

厚實的質地,其重量帶來的存在感,

彷彿是生命能量的匯聚,積澱且蘊涵無限可能。

杯身底部寬且穩固, 匯集中心後向上發展,

正如一位直下的領袖人物

他必定懷有一份堅定的價值,

穩健卻高瞻遠矚,

胸襟寬廣並不斷向前。





星巴克 琉璃骨瓷 crossover

引領全球風潮的咖啡品牌 Starbucks 與LIULI LIVING 攜手合作,

以「太極」精神,結合東方人文內涵和西方咖啡文化,LIULI LIVING 成為星巴客與外界的第一次跨界品牌合作,。作品於2009年在中國的星巴客門店上市,限量發行,該年度即銷售一空,成為最受星巴克迷歡迎的收藏品之一。



帝亞吉歐 2010溫莎威士卡 限量版典藏



蘇格蘭傳奇佳釀溫莎威士卡與 LIULI LIVING 攜手, 特別製作別具意義的「溫莎琉璃爵」春節禮盒。以現 代的設計語彙表達蘇格蘭的百年酒文化,「爵」所表 現的友好大氣,琥珀金鑄造與皇家獅紋鐫刻,中國古 典之勢,至尊至臻。



溫莎(Windsor):是帝亞吉歐旗下的一款威士卡。溫莎調配型蘇格蘭威士卡具有無與倫比的高尚品質,含有獨家特選的上乘穀物威士卡和來自溫莎威士卡的品牌故鄉——蘇格蘭皇家藍勛釀酒廠的珍貴麥芽威士卡。溫莎蘇格蘭威士卡無與倫比的順滑口感來自於在橡木桶中的長年陳釀。

將文化注入建築——空間美學

創造一種充滿文化質感的華麗空間,讓生活中的每一個細節,都是中國

LIULI CHINA MUSUEM

我們要它充滿了光、音樂和動來動去的影像,就像一部電影,講述一些故事。

在上海田子坊,

繁華、創意、時尚聚焦世界的地方,

不鏽鋼絲網的牡丹由建築物的兩側層層綻放,

白天它是優雅裝飾藝術,

夜裡轉身變成華麗充滿光之色彩的建築物,

我們想做的,就是要驚天動地。

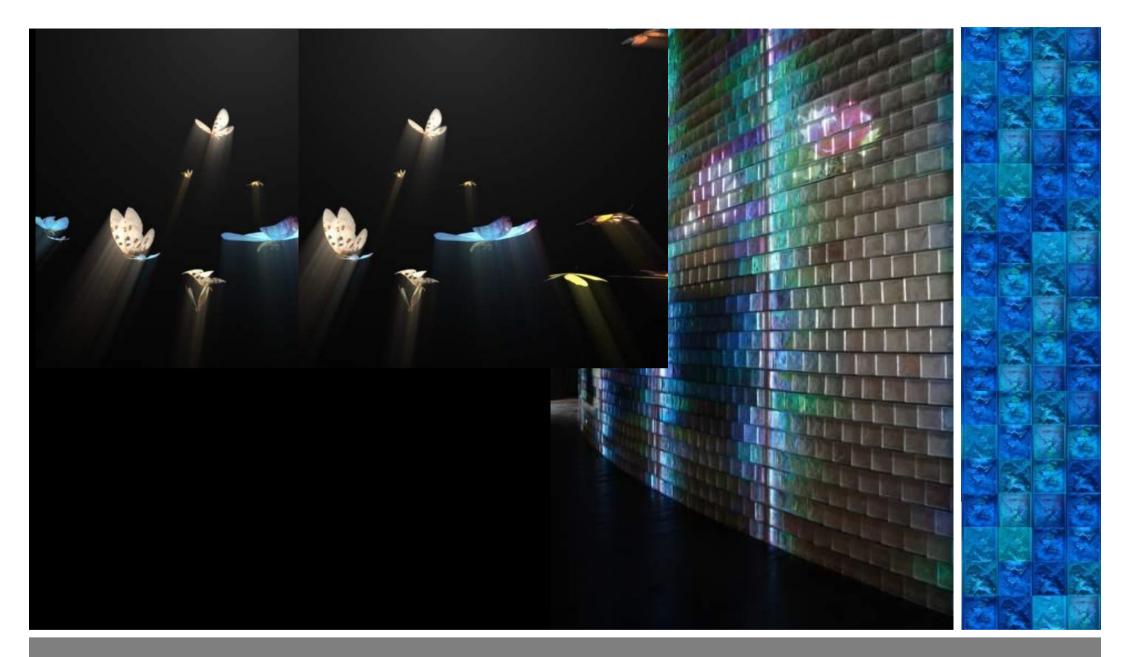






裝置藝術 鐵網牡丹

5025片花瓣組合而成,純手工製作,重達1.5噸,寬度超過54公尺,安裝耗時3個月。 白天,花影靜謐;入夜,花姿絢麗。



裝置藝術 琉璃牆

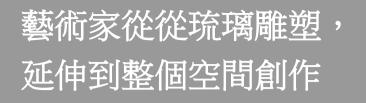
整個博物館內的琉璃牆,每一片都不一樣,那是高溫時,設計師以石塊逐一在表面壓鑿出來,手工的磚牆,留下「工藝美術」最重要的「人」的質感。

吉隆坡城市的地標



天地裡充滿花的營造 天上,人間,琉璃與花之間的對話





「牡丹花」 對於琉璃工房及藝術家來說,有著特殊情感及意義

「繁花滿天」無所不在的佈滿、飛舞,代表著吉祥與平安、處處都在的祝福與祈願

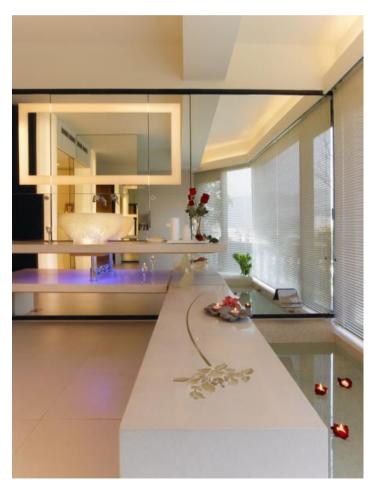
LIULI 101 CENTER的琉璃牡丹牆

這是二十年楊惠姍對Pâte-de-verre的更大更高的創作 它脫離了一件作品,變成了一個「空間藝術」。

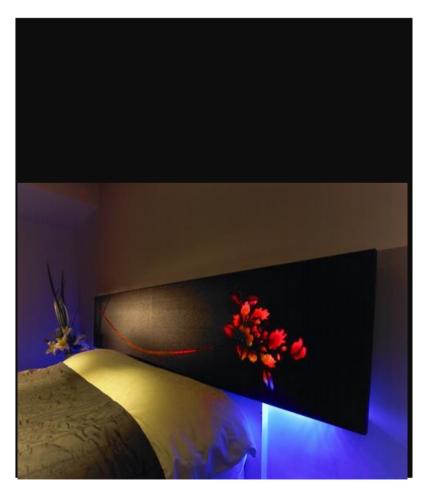


「琉璃複合媒材鑲嵌」的家居空間運用

以琉璃顆粒與木質材質結合,創造與眾不同的質感變化。 琉璃的層次感,結合燈與光影,呈現一種絢麗的風格。







臺北文華住宅家居空間裝置

「庭前芍藥妖無格,池上芙蕖淨少情。惟有牡丹真國色,花開時節動京城。」 作品描摹了牡丹自開放初始便具有的華麗姿態。從一角,靜靜綻放,不與世爭,靜美和煦。花蕊處, 採用浮雕手法,突出展現花朵細膩的真實感。隨著花瓣的延展,浮雕漸漸過渡,由深至淺。畫面如池 水漣漪一樣暈開。在靜止的畫面中,有了動態之美。

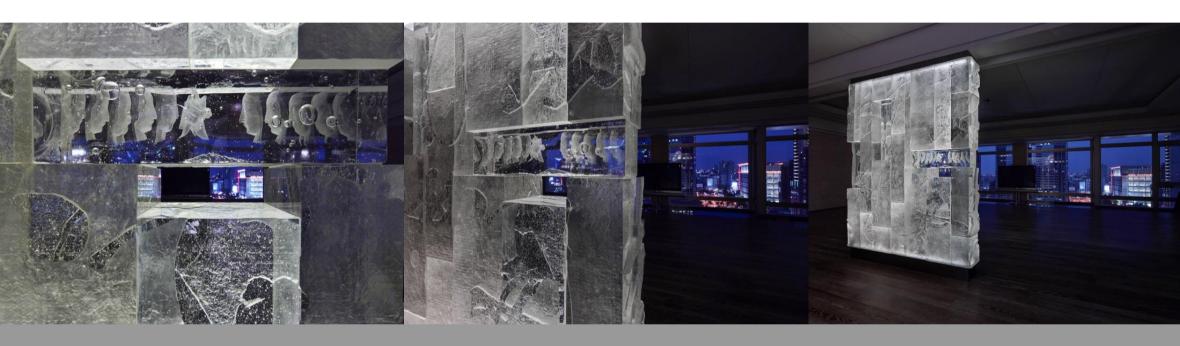


台中住宅「琉璃屛風」專屬訂制

狂放灑脫的書法字,在琉紋間若隱若現,朦朧與澄澈相結合的屏風 不同層次的拼貼交錯,虛實相間,動靜結合,

層層疊疊,是了悟塵世間的心境明澈,也是坐觀世事變幻無常的淡定祥和





書法藝術字與琉紋的巧妙結合, 二者將不同的藝術氣息融為一體, 飄逸、灑脫、自然

藝術家系列作品鑲嵌於屏風內,安詳恬靜的佛像與瀟灑不羈的書法怡然、自得其樂,是對人生的一種啟示是一種感悟

琉璃與黑色大理石

整體的牆面拆成4片製作,使用材質:黑色大理石、琉璃、LED燈光以特殊膠合技術,將琉璃附著於大理石構圖之中,並利用LED背後打光表現複合材質的美感。



「毫無疑問的,琉璃工房就是最理想的合作夥伴, 我們都以不斷追求卓越創新的精神,

在傳統文化的基礎之下,以極致工藝成為各自領域中的領導者。」

一亞吉歐亞太區頂級烈酒系列行銷總監Andy Gaunt

Thank You

All intellectual property rights herein remain in ownership of LIULIGONGFANG, any unauthorized usage is illegal and will be pursued for strict liability by LIULIGONGFANG. 2014 LIULIGONGFANG