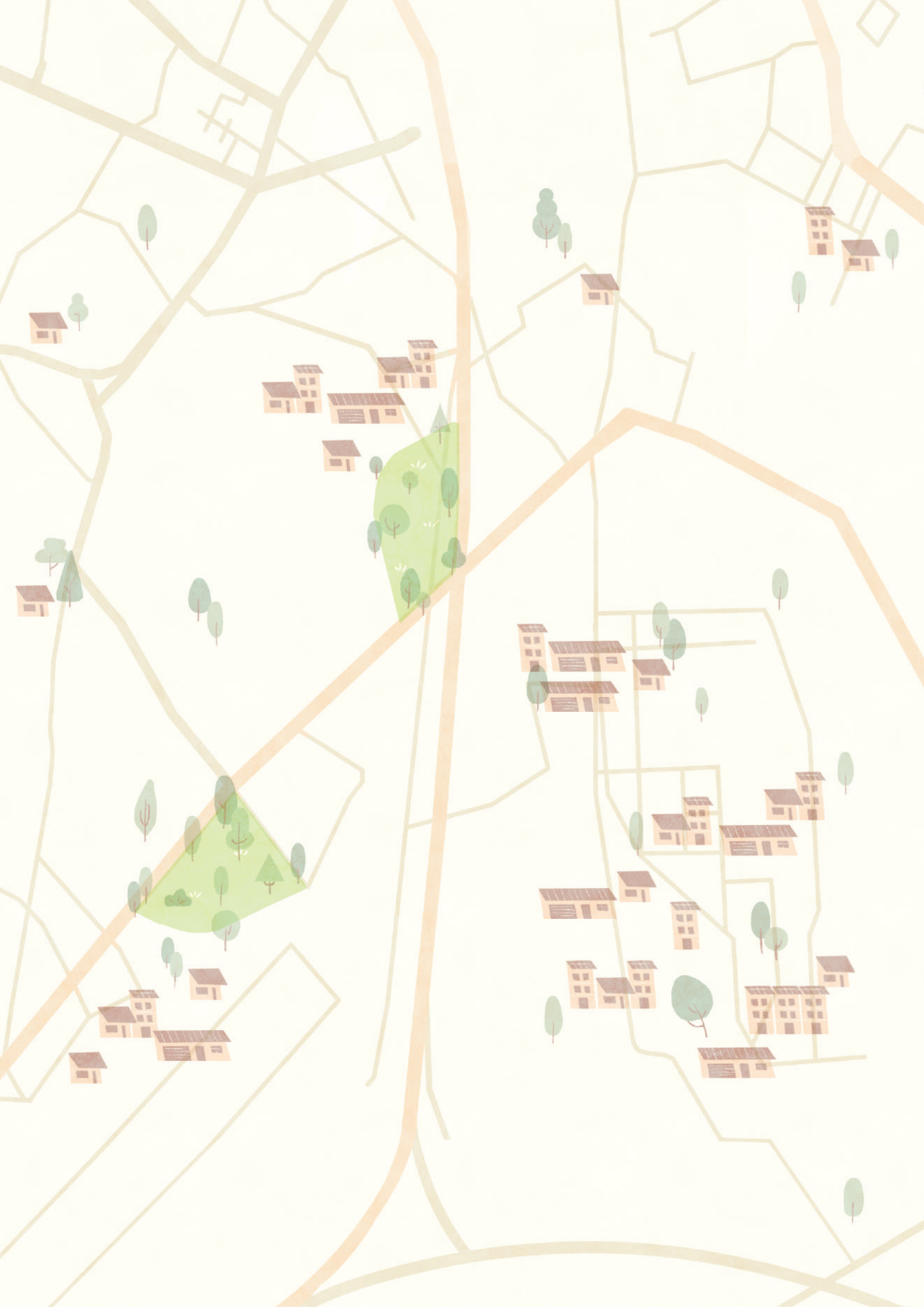


陶博館

館刊







陶博館

館刊

New Taipei City
Yingge Ceramics Museum

目錄

03 館長的話

本期專題：老鶯歌，新面貌

04 譜出鶯歌街區風華故事的東鶯里
撰文 | 高麗真

10 產學合作及跨域創新 企業家到文化傳遞者 – 陶作坊
撰文 | 宋佳晏

18 鶯歌百年窯場改造重生 分享共好 – 夥房
撰文 | 楊慶林

24 突破傳統 打開陶廠 一覽內部新面貌 – 陶聚
撰文 | 陳玉翎

30 翻修二合院 打造專屬陶藝空間 – 柏窯創作空間
撰文 | 黃子珀

研究專文

36 播客行銷 – 以新北市立鶯歌陶瓷博物館為例
撰文 | 許千雅

陶博大小事

48 2021 臺灣陶藝獎
撰文 | 呂翊菁

58 2021 國際咖啡杯大賽
撰文 | 林琪

64 越 · 界 – 以色列工藝設計雙年展精選
撰文 | 黃柔晏

館長的話

鶯歌陶瓷歷經兩百年多年發展，各方民眾紛至沓來移住此地，帶來各式製陶技術及裝飾技法，形成重要的產業聚落。從早期的瓦窯業、日常生活陶具發展到藝術陶瓷等，鶯歌陶瓷製品不斷精緻，匯聚成緊密的產業網絡，樣式多變傳承歷史脈絡，加入多元創作思維，融匯東西方藝術文化，昇華產生當代陶藝，永續孕育鶯歌地區獨特的產業、陶瓷文化及聚落樣貌。

本期專題「老鶯歌·新面貌」聚焦在 5 個扎根於鶯歌，活化傳統創新延續的單位及業者。東鶯里是鶯歌區充滿歷史痕跡的街區，100 多年的繁榮歲月藉由對在地及故鄉充滿熱情的里長促成，將巷弄煥然一新，成為在地歷史故事的時光隧道；陶器品牌「陶作坊」以扎實製陶技術打造「以器引茶」推廣茶文化，以製陶的專業眼光突破固有格局將茶席帶上國際舞台。

位處鶯歌在地秘境，隱身鐵道旁的「夥房」，由一群懷抱陶作熱忱的多年好友，將各自專長帶入百年窯場，改造成複合式藝文體驗交流場所；「陶聚」傳承家族工藝技術，用新思維轉化設計，重新型塑製陶空間推出創新品牌；「柏窯創作空間」原專注於陶藝發展，因緣際會下翻新二合院成為工作室，賦予舊場域新生命。鶯歌正逐漸匯聚當地力量，自在地創新的視野、翻轉舊空間活化運用，為鶯歌注入新氣象，提升陶藝美學感知。

此外，本期研究專文由館方研究人員剖述新型態網路式廣播「播客 Podcast」，以本館「藝術開麥拉」播客節目為例，層層分析臺灣及本館之收聽民眾屬性，從而增進採用新興媒體之無形價值觀，可擴散的影響力及宣傳效益。

2021 臺灣陶藝獎適遇疫情期間，得獎及入選作品延期至今年展出，由館員第一手資料記錄評選過程到展出後的樣貌，提供展場中看不到的博物館實務資訊；第二屆國際咖啡杯大賽專文，細品世界各地的陶瓷咖啡杯創作，自不同造型與特色技法一探創作者自身的文化背景及咖啡飲用習慣；以色列工藝設計雙年展在新北市政府、駐臺北以色列經濟文化辦事處及特拉維夫依瑞茲以色列博物館的傾力促成下，展出精選「2020 年特拉維夫工藝與設計雙年展」10 組雕塑及裝置作品與 3 部影像創作，盡覽以色列文化及藝術家豐沛的創意力與美學概念，也開啟未來與以色列在博物館領域及陶藝合作交流的好契機。

陶博館藉由關注在地能量型塑陶藝美學傳驛新站，發掘更多元的鶯歌藝文資源，期望帶動鶯歌持續湧入創作人才及發展的可能性，成為歷久彌新的藝術城市。

館長 張啟文

譜出鶯歌街區風華故事的東鶯里

新北市立鶯歌陶瓷博物館 行銷企劃組 / 高麗真

來鶯歌，最適合的旅行方式之一，是踏著愜意的步伐，隨意地探索這處擁有 200 多年製陶歷史街區的時光故事。

「鶯歌火車站」轉換城市氛圍的時光機

無論從臺北車站或是楊梅車站，搭乘臺鐵區間車只需 30 分鐘車程，就能抵達鶯歌車站。鶯歌車站如同是一部「時光機」，車站 2 側出入口，連接鶯歌往昔與今日的行政中心。鶯歌車站可稱為鶯歌入口文化景點，來到這裡，不要急著出站，先聽聽鐵道迷的分享。

第 1 代鶯歌車站於 1901 年設立，鐵路的開通取代早期的河運運輸，大大提升貨物的運輸量，直接促成製陶產業快速地發展。由於此段南下坡度較陡，橫生危險，因此將鐵路路線改成 U 字形，以曲度降低坡度。1922 年設置的第 2 代車站就遷移到現址，1966 年改建為第 3 代鋼筋水泥站房，2003 年第 4 代車站採跨站式站房落成。

跨站式車站不同於之前的站房形式，是將主站體設置於鐵路線上方，購票及服務設施在 2 樓，不分前、後站，而以路名區分車站出入口。鶯歌車站出入口一側往文化路，是鶯歌舊時公所的所在地，往昔的行政中心區域；一側往建國路，步出車站，就可看到 2000 年搬遷至仁愛路的新區公所大樓。

磚紅色的鶯歌火車站站房，兩側出口的車站立面幾乎相同。但約略觀察就可看出開放空間的布置氛圍有所差異，文化路出口的小廣場開放空間，瀰漫著小鎮風情景觀氛圍；建國路出口的廣場較為寬敞，一側是便利超商，另一側是大型飲食店，現代生活的步調感，不言而喻。

鶯歌車站屬於全臺 24 個二等站中的一站，2 座島式月臺分別停靠南下、北上列車，月臺編號長達 12 個，早期有運輸載貨之便，現在能讓乘客寬鬆的選擇候車位置。此外，鶯歌與彰化、內壢同為臺鐵 3 個少數具有「西班牙式月臺」佈局的車站。

所謂「西班牙式月臺」是指中央有一個島式月臺，在兩側還有一對側式月台。除可讓出區間車專用待避對號列車的軌道之外，因兩側均有月臺，列車停靠時可雙側開門。因第 3 代鶯歌車站未拆除，保留站體繼續使用，原車站第 1 月臺與第 4 代車站的第 1 月臺，平行對望，形成西班牙式月臺的佈局。



▲ 鶯歌車站

鶯歌車站南方有舊時運煤平臺，還有通往陸軍汽車基地勤務場的「中興一號特種支線」，使鶯歌站具有多種運輸功能，獨具特色的站體建築、少有的月臺佈局、延長的月臺與軌道形成的線條感，加上鐵道上方恰有一座人行天橋，可拍到火車往來的動態，使得此處車站成為鐵道迷、旅客到訪取景的熱點。



▲ 第 4 代站房



▲ 西班牙式月臺



▲ 月臺一隅

「文化路」承載輝煌時光的人文通道

走出車站建築，步入文化路，沿著火車軌道的這側圍牆上裝飾著不同材質的圖樣裝飾，大片青花彩繪、拼貼陶罐圖案，都是自陶瓷器衍生而出的裝飾方式，透露出鶯歌小鎮因陶藝能量充沛累積而來的藝術底蘊。

車站對街是一排座落整齊地樓房式建築，往左右兩側略蜿蜒地延伸，偶爾間隔穿插幾棟現代大廈住宅。細細觀察每棟樓房的樣貌各有不同特色，唯一相同點就是樓房都有或多或少的建築裝飾，像是美女梳妝容點出細緻感。沿著文化路往南行，就是大漢溪畔，由於往來地利之便，文化路在日治時代就已發展為繁榮的市鎮中心。

現今這裡的行政區劃為新北市鶯歌區東鶯里，早期繁榮的行政、經濟、金融中心的樣貌，縮影在里內化身為文化資源與文化資產。東鶯里陳陸賀里長歷任臺北縣時代 3 任里長、升格新北市後再連任 3 屆里長至今，同時也是鶯歌區第 1 屆里長聯誼會會長。

陳里長談起東鶯里歷史發展的點點滴滴，如數家珍。鶯歌快速地現代化發展，原先在東鶯里聚集的各項資源外擴轉移到鶯歌其他各里，包括居住人口也外遷，使得里內一時之間因缺少維護，形成髒亂。他發現這個現象後，積極清潔整理環境，並且發出讓東鶯里的建築來說鶯歌故事的構想，推出文化保存行動。

位於鶯歌站文化路出口正前方，步行約 3 分鐘，即是文化路 181 巷。1980 年代鶯歌陶瓷產業興盛大量產製時代，曾有多間陶瓷倉庫與其他商店在此進駐，是歷史文化的重要聚落。陳里長提出東鶯故事小徑的設置構想與內容，小徑兩旁的紅磚牆上設置許多過往在地文史的老照片，例如：日治時期的活動中心、舊火車站，早期辦學情形、納采迎親喜事、燒製陶瓦、還有鶯歌知名仕紳等等早期鶯歌人、事、物的種種生活樣貌；牆上也記錄成發居、益成記等知名建築物的演變，走過東鶯故事小徑彷彿穿越鶯歌早期生活的時光隧道。

小徑上也運用許多在地元素材料裝飾以及藝術家彩繪，讓遊客體驗鶯歌風華，濃厚的歷史人文感，常吸引遊客駐足拍照。站在小徑旁的平臺遠眺鶯歌美景，沿著階梯前往三鶯藝術村以及興建中的新北市美術館，東鶯故事小徑宛如歷史節點，串連鶯歌的傳統與現代。

表 1：東鶯里小檔案

項目	說明	東鶯里地理範圍圖
地理位置	東面及南面濱臨大漢溪，里域與北鶯、中鶯、南鶯、南靖等里相鄰。面積 0.42 平方公里。	
里名沿革	自日治時期即稱東鶯。當時還設有西鶯、南鶯、北鶯與中鶯。	
人口數	1128 人(男性：568 人；女性：560 人)	
戶(鄰)數	419 戶(14 鄰)	

備註：統計數據時間為 110 年 12 月底



▲ 東鶯里鐵道沿線



▲ 東鶯故事小徑

「有形文化資產」時光膠囊

鶯歌 5 處被指定的有形文化資產，除鶯歌國小舊校舍(指定歷史建築)位於同慶里之外，其餘 1 處直轄市定古蹟鶯歌汪洋居、3 處歷史建築，鶯歌成發居、鶯歌合興窯煙囪以及鶯歌烘爐窯，都位於東鶯里內的文化路旁。

一、鶯歌汪洋居(市定古蹟)

汪洋居位於文化路 275-279 號，為余氏家族於 1918 年興建之連棟三開間店面二層磚造大型街屋，因具歷史、文化、藝術價值，被指定登錄為歷史建築。

屋名「汪洋居」是由余海恣定名。余氏在 1916 年自墾農轉型為經營米業的盤商，為經營事業，興建此店面街屋及碾米廠，其藉大漢溪可以將茶、米等物產，順水赴臺北轉運販售之便，以及縱貫鐵路開通的地利優勢，經商從政，帶動地方經濟發展。屋中迄今仍保留昔日經營米糧之錢櫃等，見證鶯歌商業發展歷史。



▲ 鶯歌汪洋居

汪洋居建築外觀主面磚牆之修造手法及巴洛克式裝飾頗具藝術價值。第一進單脊頂立面磚砌使用英式砌法，山牆大量使用建築裝飾語彙，女兒牆特別以紅磚疊砌鏤空欄杆，柱體及楣梁也多見裝飾工法，值得細細欣賞。室內第一進為店舖使用，以天井為界，劃分前後半部；二樓分隔客廳、神明廳及臥房等公私空間，顯出商賈人家的生活文化。

二、鶯歌成發居 (歷史建築)

成發居位於文化路 233、235 號，建於日治時期，為當時鶯歌望族陳發的居所，取其姓名諧音命名為「成發居」，是鶯歌在日治大正初年具代表性的建築。屋舍面對縱貫線，為一種番仔樓牌樓厝，因具歷史文化價值，被指定登錄為歷史建築。

成發居原建築群龐大，立面為五開間，四進不對稱的建築。第一進較為完整，正面臨街為亭仔腳拱廊騎樓，具有時代特色。因原建築大多頹毀，不易留存，現況採保留原址，並以原建築形式元素建成新屋門廊，以發揮見證鶯歌史的作用。



▲ 鶯歌成發居

三、鶯歌合興窯煙囪 (歷史建築)



▲ 鶯歌合興窯煙囪

合興窯煙囪位在中正一路與文化路平交道附近，屬許姓家族所有，因具歷史文化、技術史之價值，被指定登錄為歷史建築，理由有 2 項，其一是合興窯約創建於日治時期，是鶯歌燒製陶器之一大窯場，見證地方產業發展史，煙囪為始建原物，其二是合興窯煙囪為磚構造，四角以鐵件加固，顯現當時的作法，具時代意義。

早期鶯歌製陶多以柴燒蛇窯燒製陶甕、陶鉢、陶罐、水缸及土管，日治時代自日本引進燃煤的四角窯，能製成磚瓦及細緻質感的陶瓷器具，對於後來鶯歌製陶技術產生決定性影響。四角窯的容量較蛇窯小，但有溫度較高、分布較均勻的優點，可以提高燒窯效率。但為使火力均勻，需加強抽氣，因此四角窯多有高大煙囪，也有一窯二煙囪的配置。在老照片中佈滿大煙囪的鶯歌天際線，主角就是四角窯。

隨著技術進步，部分窯場將四角窯升級改用瓦斯供應能源。但在電窯問世，以及政府頒令禁燃燒生煤之後，舊式窯爐及煙囪紛紛拆除。目前鶯歌四角窯煙囪除合興窯外，還有同在東鶯里的烘爐窯 (歷史建築)、中興窯 (文化路 71 號)，以及位於同慶里的仁和窯 (尖山埔路 55 巷內)，此外古窯煙囪，還有蛇窯煙囪 (東鶯里，文化路 145 巷內)。



▲ 鶯歌烘爐窯

四、鶯歌烘爐窯 (歷史建築)

烘爐窯位在文化路 213 巷內，由賴森林於 1929 年所建，是一棟 3 層建物層次分明，結合住家與窯體的磚造建築。

建築立面是一般少見同時使用黑、紅雙色瓦片與磚堆砌作為外牆裝飾，呈現當時鶯歌生產的建材種類，建築結構結合製陶與窯燒的使用空間，高大的四角窯煙囪，窯場中擺設的製陶器具，形成烘爐窯獨具的空間氛圍及風采魅力。

烘爐窯是四角窯，因為在第二次世界大戰期間燒製烘爐產品而有烘爐窯別稱，此外也燒製建築用品耐火磚、瓷磚、瓷化碗盤等。隨著民生需求改變燒製品，以及因應社會發展升級能源技術，烘爐窯見證了鶯歌陶瓷產業的歷史變遷過程。

「一日旅人」東鶯時光行旅

在便捷的鐵道交通、懷舊的歷史風華、探古思今的文化資產之外，東鶯里還有許多可以駐足的藝文空間。細看沿途商店，有陶藝職人、傳統陶師、青年陶藝家的工作室，有生活陶器店舖，也有量販的陶品商店。設置於成發居一樓和鄰居家，長年開設樂齡課程，提供樂齡諮詢服務以及共創銀光好生活的友伴及活動。

緊鄰東鶯里故事小徑旁，還有日治時代由鶯歌信用組合所興建碾米場，以清水紅磚砌成立面及檜木製的門窗及樓梯是建築最大特色。沿途魚旅民宿背包客棧以及特色餐飲店是小憩之處，在晴朗的日子裡漫步文化路，沿線欣賞樓房美巧，鐵道帶來開闊的天際線，映出悠閒也帶出漫遊國外小鎮的錯覺。



▲ 文化路樓房



▲ 生活陶器店舖

古鐘樓公園位於文化路後方山坡，原是日治時代警察通報火警，躲避空襲用的鐘樓，因久未使用荒廢，921 地震時傾倒。在公園規劃時，運用歷史遺跡特色，以鐘樓元素設計三層樓高的溜滑梯，再用金屬旋轉、水管、滑石子三種溜滑梯，凸顯消防主題，是放風兒童的好去處，公園後方設有步道，爬上山頂可以欣賞到古鐘樓遺址、興建中的輕軌捷運車站以及新北市美術館，整個大漢溪沿岸風景盡入眼簾之中，打開手機裡的地圖，規劃騎單車沿溪畔的自由行，讓東鶯里的美景帶來放風健康生活的鼓勵。

東鶯里乘載鶯歌 200 多年發展歷史的精華時光。自墾民來到鶯歌後，因為地利之便，這裡成為繁榮的城鎮中心，雖然現代化發展帶來地區產業生活型態的變化，但追溯東鶯里每一處街區都可發現時光累積下來的豐厚文化底蘊，等待旅人們的細細探索。



▲ 文化路街景



▲ 和鄰居家銀光天地

圖 6-9 來源

文化部文化資產局國家文化資產網
<https://nchdb.boch.gov.tw/assets/advanceSearch?query=%7B%22searchType%22:false,%22classifyCode%22:%5B%221.2%22,%221.1%22%5D,%22belongCity%22:%223%22,%22belongCityId%22:%22319%22%7D&sort=id> (摘錄於 111 年 5 月)

資料來源

鶯歌陶瓷博物館鶯歌製陶 200 年網頁
https://digital.ceramics.ntpc.gov.tw/zh-tw/Collection/2_45.htm (查詢於 2022 年 5 月)

鶯歌陶瓷博物館陶瓷故鄉網頁
<https://www.ceramics.ntpc.gov.tw/xmdoc?xsmsid=0M028583180172600028> (查詢於 2022 年 5 月)

鶯歌區公所鶯歌簡介網頁
<https://www.yingge.ntpc.gov.tw/home.jsp?id=b53646fbee8d8864> (查詢於 2022 年 5 月)

文化部文化資產局國家文化資產網
<https://nchdb.boch.gov.tw/> (查詢於 2022 年 5 月)

產學合作及跨域創新

企業家到文化傳遞者—陶作坊

新北市立鶯歌陶瓷博物館 行銷企劃組 / 宋佳晏
資料提供 / 陶作坊

陶作坊創立於 1983 年，創辦人林榮國秉持「要提升人們的生活品質，需從鍋碗瓢盆做起」的理念，專注於將陶藝生活化，創業至今已 39 年，長期在深耕茶與咖啡器具領域，如今已不僅是企業經營者，亦是文化傳遞者。如何從名不見經傳的個人工作室，發展成兩岸專業茶與咖啡器具品牌，一切都是與土的緣分開始。



▲ 鶯歌重慶店



▲ 創辦人林榮國巡視產品製作情形

牽起與土的緣分

早期物質不豐的年代，小孩子的玩具便是身邊隨手可得的物品。在耐火磚廠擔任機工師傅的父親，讓林榮國有了機緣與土親近。耐火磚的原料是土，各種不同的土。兒時的林榮國頑皮地將土搭配、搓揉成一顆顆的「土彈珠」，與玩伴比誰的彈珠更硬。這讓他對土產生好奇心：「土裡面有甚麼神奇的东西？」也開啟了他對於土的研究興趣。

大學考進師大工業教育系，成為臺灣陶藝教育先驅吳讓農先生的學生，人生再次走向與土相伴的道路。大學四年，老師和學生從早至晚頻繁地切磋琢磨陶藝，不懈地練習「練土、揉土、拉坯、塑型、調配釉藥」，在濃厚的學習氛圍中，滋養了林榮國的陶藝基礎，亦激起對於陶瓷的狂熱。

技藝名列班級前茅的林榮國在吳讓農老師的引薦下，參與了大大小小與陶藝創作有關的活動，曾經因負責文建會陶瓷博物館委託案，跟著蘭嶼達悟族婦女上山取土，再從旁觀察如何以古法製成素樸土甕，記錄傳統技藝的傳承；在教授的帶領下，實際設計與規劃淡金公路名噪一時的「飛碟屋」，沸騰了青年林榮國熱愛挑戰的血脈。期間也曾在鶯歌陶瓷廠實習，遇到製作不熟悉的器形，也能傾心投入研究，以工廠為家，孜孜不倦地試驗陶瓷收縮比率，直到摸索出一套解方。骨子裡的不屈不撓，性格上的堅持不懈，為日後創業之路扎實地鋪上堅實基礎。



▲ 陶屋創立

轉變：放棄穩定的教職生涯，投入漂泊的擺攤創業

命運決定了人生的風景，1983年，林榮國決定放棄教職的鐵飯碗，他要創業了。

在正式創立陶作坊以前，「陶屋」曾短暫出現一年，隨後被殘酷的現實壓垮，付不出工作室房租的團隊只能以解散收場，林榮國買回轆轤、電窯等機具，搬回自家5樓公寓，把住家當工廠成立個人工作室，當時客廳連一件家具都沒有，只有用來堆放產品的架子。白天在後陽台拉坯修坯，在前陽台燒窯，一路忙到黃昏，便出發到公館、頂好商圈一帶擺攤，當時各個花器、菸灰缸、茶杯等生活陶瓷器他都製作販售，這樣單打獨鬥的日子沒有退路，似乎離「成功」的創業之路還有好大一段。

某天一位女性客人走向攤位前，拿起一件高價類均窯小花器端看幾秒，便隨之放下一張500元大鈔，林榮國當下以為遇到天使，好像上天看見一位創業者的奮戰不懈，派天使來照亮前方的路。雖然來不及向女子道謝，但直到現在，他都還心存感激。那份創作被肯定的滋味，鼓舞了他繼續創業的動力。



陶器具與茶藝的交織

半年擺攤期間，接收到許多消費者最直接的反饋，讓他開始思考「為何做此物？」，開始觀察市場供需，發現要走出「差異化」才是生存之道。

80年代是臺灣茶藝蓬勃發展的時期，茶藝館如雨後春筍林立，烹茶品茗在時代的推移與茶人的提倡下，將生活美學、藝術文化昇華一個層次。



▲ 燒水壺

善於觀察的林榮國快速地掌握社會脈動與使用者需求，創作易泡壺、同心杯等便利性茶具，試驗數次調配出幾十種的自然釉藥，堅持高品質與食用安全，漸漸在茶藝界打響名號，與茶器市場建立更深的關係。

當時茶藝館普遍使用塑料及不鏽鋼茶器，他看到陶製茶器的潛力市場。憑藉著對作品的自信，大膽將燒水壺贈予茶館老闆使用，甚至建議可以賣與客人，成功的策略建立了品牌的口碑。當時，臺灣知名茶藝館有 80% 以上都使用陶作坊茶器具。



▲ 易泡壺



▲ 同心杯

成功打開市場後，獲得茶產業各界關注及得獎肯定，陶作坊始終強調「以藝術的情懷，專業的素養，實用的考量，創造每一件作品」，作品造型線條一貫保持簡約美感，形象輪廓間承襲經典雅致；秉持對原物料的專業知識，自行鑽研配方生產出多達 9 種以上的土，其中最引以為傲的便是老岩泥系列；實用的考量上首重人因工學的執握力度，考究工法和用途間的關係，原料每一分毫的取捨，都在乎使用的人，這份執著，為陶作坊的茶具打下扎實的基礎，有了硬體專業技術作為穩固基石，茶文化作為身後豐富的底蘊，該如何將五感體驗活動昇華，才是將品牌推至遠而廣的關鍵。



▲ 老岩泥系列



▲ 懷汝系列

以宏觀新視野，跨界結合陶茶創造新可能

茶，作為世界三大飲品之一，卻是最難打進年輕人日常生活圈的項目，茶似乎披著一層神秘的色彩而產生距離感，不夠時尚與新潮，年輕人難以在同儕之間找到認同感是茶葉無法擴大年齡層的關鍵。陶作坊期望扮演著茶生活提案者的角色，讓傳統又有些難以親近的「茶藝」，以全新的面貌重回到每個人的生活，讓美學融入日常。

器物承載的不只是茶湯，更是能將東方茶文化之美體現於現代生活美學。近期，陶作坊以累積 30 餘年的茶器具設計經驗，提出「以器皿形塑生活美學」的概念，藉陶瓷專業和深植茶器界的能量，將資源有效的透過設計，結合東方文化意涵，轉換成時尚表現，推出「Tea Party」、「茶席」等體驗活動及展演。

2010 年可謂是陶作坊「茶席展演」的元年，因受邀至上海世博會臺灣館提供茶席表演、奉茶體驗，讓臺灣茶文化能夠以表演的形式站上國際舞台，2 年後，再度以「Tea Party 慢·漫」奪得各界目光，打破過往展演形式，與產品、傢俱、服裝設計及舞者等 8 位不同專業領域的創作者合作，以「展場及劇場」的概念，將茶文化結合音樂、燈光視覺、表演藝術，層層體現茶的美學流淌於當下詩意般的空間。



▲ 參與 2010 上海世界博覽會



▲ 2012 「Tea Party 慢·漫」



酒有調酒 茶有調茶 一場茶酒文化混合的盛宴

在資訊快速流動、變動劇烈的時代，一切事物不再只是維持原本的樣貌，「混合」成了現今身份的定義，分界變得模糊，無論是承襲幾千年光陰的酒文化或是茶文化，都在這時間的洪流中悄然混出新姿態，當西方的快調酒遇上東方的慢品茶，第二場 Tea Party「混得好 In the Mix」又再度奪下眾人目光。誠如前一場 Tea Party 將把靜態昇華為動態外，更是整合茶與酒以接近青年的文化與生活圈，網羅各行業專業人士齊聚打造這場融合光影視覺、節奏舞動的派對，展開茶酒之形與域的饗宴。



▲ Tea Party II：混得好 In the Mix

找回創作的初心，專注美好

在結束歐美、兩岸巡迴展演炫麗的茶派對後，林榮國決定找回茶藝的「靜」，回到與城鄉的連結，於是展開前進校園與社區的「靜心 Tea party」。民間的常事：喫茶配話，無論是在土地公廟前設一個茶席，透過一邊彈唱，一面訴說著在地歷史故事，或是在校園為學子奉上一杯茶，意外地發現他們在體驗茶席的過程，竟能讓青春躁動的心靈沉澱下來，專注於手中的茶碗與茶，品其味、聞其香、觀其色，感受奉茶的待客與分享之精神。



參加了 Tea Party, 使我把煩燥的心情
靜下來, 使我更能用心的觀察
身邊的事物, 使我學會了如何品嘗
一杯好茶, 最後我由衷的感謝您, 謝
謝您讓我增廣見聞, 我永遠都不
會忘記您的恩惠。

有緣再相見

Thank you forever
I'll never forget you

龍安國小六年五班 鍾晴宇



▲ 靜心 Tea party

陶作坊除了將陶藝事業推展至國際，也不忘在臺灣這片土地耕耘，與鶯歌陶瓷博物館合作連續 4 屆的「國際茶席之美設計大賽」，運用設計者原創茶器具、茶配件、裝飾及空間設計等元素呈現茶席美學。林榮國認為此項比賽是注重茶席的本質之美，器物只是一個結果的呈現，透過茶人與品茶者面對面品茶的過程中，相互感受當下美好的氛圍，讓品茶者能有更多的想像，讓五感體驗更升級。



▲ 於新北市立鶯歌陶瓷博物館舉辦之「國際茶席之美設計大賽」

前進咖啡市場

善於觀察社會脈動的林榮國，洞悉到超商的平價咖啡及連鎖咖啡店帶起的風潮，將使喝咖啡成為多數臺灣人的日常，繼而成立子品牌「Aurli 奧利」專攻咖啡市場，把製作茶具的精神貫徹到製作咖啡用具，對於影響風味的杯壁厚薄，濾杯的排氣、流速等咖啡手沖關鍵要素，皆做到專精化與細膩化，為的是貼近消費者的使用需求，以及對品質的堅持與保證。



2020 年咖啡品牌「Aurli 奧利」在台灣國際咖啡展中嶄露頭角，當年度也贊助舉辦鶯歌陶瓷博物館「2020 國際咖啡杯大賽」，以量產的角度與創作者們溝通討論，堅持最大限度保留原創，尊重每個不同的觀點，提供寬廣的舞台讓創作者們發揮。

發揮影響力 帶動地方城鎮發展

在鶯歌陶瓷博物館成立之初，陶作坊便在鄰近處設立鶯歌門市，與陶博館共同帶動鶯歌城鎮的改變與成長，讓鶯歌匯聚各方的陶藝家到此創作。陶作坊已在臺灣耕耘 39 年，如今陶作坊從原本的茶具企業，進而成為文化傳遞者，其為鶯歌注入活泉，成為深耕地方的「在地品牌」，如何持續將品牌精神傳遞給更多人呢？林榮國認為要讓品牌經營到「讓人有所感」而後「信任」是實踐的核心方向，希冀鶯歌未來的發展由品牌陶作坊起頭後，能夠一加一大於二，結合在地人才與資源、產官學合作，發揮善循環，為生活持續創造美好。



▲ 創辦人 林榮國

鶯歌百年窯場改造重生

分享共好 — 夥房

撰稿人 / 楊慶林



▲ 夥房招牌

鶯歌 -- 這個與土有著高度連結的小鎮，因陶瓷產業發達而聞名，靠著鐵道運輸將生活陶瓷送到臺灣各地，各地採買陶藝品的朋友也湧進鶯歌，加上陶瓷老街的規畫設置更帶來光觀人潮的繁盛榮景，好不熱鬧，來到鶯歌觀光的朋友總會帶著心中所屬意的陶器離開，滿是期待再次造訪鶯歌。但隨著產業量產訂單減少、進口陶瓷品輸入、生產人員不足…等因素，鶯歌陶瓷產業也由量產工廠轉型成多元微型工作室的成立，以陶瓷博物館為主結合工廠聚落及微型工作室，整個以陶瓷產業的生態博物館便逐漸形成。未來新北市立美術館竣工，藝文生態將更豐富，豐富的陶瓷產業，多元的藝術創作者駐立，形塑成藝術美感之城。

關於夥房，位於中正二路旁四合院式的全成古窯場內，早在日據時期便生產花盆、陶罐及生活器皿為主，門口埕用來曬胚，目前褪去產業光環不再生產陶器，保留舊窯場樣貌，由一群喜歡藝術的夥伴們經營的工作室，進入夥房內便會看見一面土角磚牆靜謐呢喃，泥磚中帶著過往窯場的痕跡，牆面上灑著昔日陶工工作時的泥漬及設備被移除的印記，滿滿想像……鐵道旁的窯場炎熱的工作環境，汗水淋漓的辛勤陶工們，吃著大鍋飯配著火車行駛過的框唧框唧聲，如今有機會讓夥房夥伴們來耕耘，初衷只為將美感引進空間裡，結合舊物件及利用彼此的創作作品，讓舊空間多些詩意，讓漫活就此展開。



▲ 土角磚牆



▲ 帶著過往窯場痕跡一隅

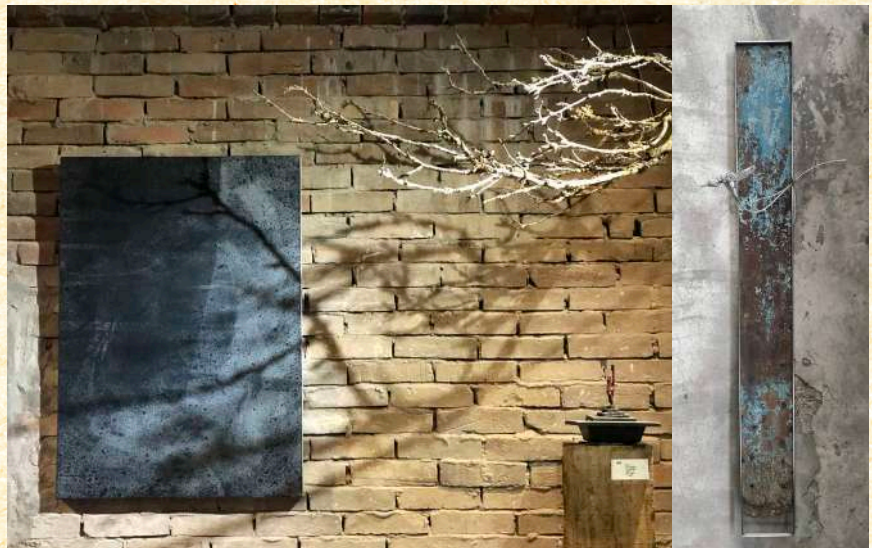
夥伴們的情誼是在中湖國小參加柴燒研習時認識，喜歡柴燒作品表面質樸與極具內涵的落灰層次，儘管彼此熟悉的創作領域不盡相同，但被土的燒成質地所深深吸引，金曲歌王謝銘佑哼唱著一首歌 -- 土

南風稍可透 少年慢慢老
 貓住厝尾頂 哭枵
 土佇手內唱山歌
 伊講心內有一幅畫佇遐趁 袂定著
 土裡有天 若懸 土裡有海 自由彎
 土裡有人 有夢 一雙手幾粒土丸 換誰 捏看覓

敢會拍無去 想欲搬的戲
 咱的火燒窯 準備
 土佇手內唱山歌
 伊講心內有一幅畫佇遐趁 袂定著
 土裡有天 若懸 土裡有海 自由彎
 土裡有人 有夢 一雙手幾粒土丸 換誰 捏看覓



陶土在手中彷彿握著一個世界，時而為茶碗、時而為盤、時而為壺，將快樂裝載在土裡，作品的表情在成型過程中自然而然顯現，而我便是世界的擁有者。土將我們黏在一起，六位夥伴年紀雖相差 12 歲，卻非常契合，對於美的事物有著共同的觀點，空間內展示的作品以柴燒器具為主，絕大部份的展示架都是利用舊物甚至是部份已損毀的家具，重新修整後佈置，昔(惜)物新說，



▲ 夥房端景

在夥房每處端景都有其敘事性，朋友說走進夥房有種 寂感，彷彿來到日本，我想說時間在物件上留下痕跡，靜靜地在對我們訴說過往的故事，我們都是旁觀者。關於漫活，從這個工作室開始浪漫生活，工作數十載停下腳步來做做自己最想做的事，例如：捏捏陶、金工敲敲打打、改造家具、畫幅最適合這空間的畫、寫幾個蒼勁有力的字、插上幾處枯榮共生的花藝，三不五時邀請朋友來，用茶碗喝杯茶，分享生活上的點滴或創作上的心得，將忙碌的生活化為簡單，提升心靈的充實感，但這樣單純的想法，因夥伴黃茂松大廚的加入而有了不同的樣貌，有朋友說我們是斜槓人生，懂得把生活過得更精采，但彼此的共好才是成就夥房最重要的核心。



▲ 茶藝



2020年5月開始六位夥伴一起承租下來當作工作室，草創之初，夥房花了半年時間才將空間大致建置起來，分為陶作教室、茶席空間、自在食堂、近望鐵道四個區塊。



▲ 改造前的夥房



▲ 夥房改造後



▲ 夥房夥伴左起黎幼蓮、歐長坤、黃茂松、鍾承恩、江坤起、楊慶林

六位夥伴分別是：

歐長坤，朋友都稱他歐鐵，原本就讀國立藝專（現為國立臺灣藝術大學），畢業後從事室內設計 25 年，約莫 5 年前決定退休專心做陶，擅長花藝（習花藝逾 20 年）、寫書法（逾 20 年），創作主要以茶碗、花器為主，師法自然獨特的美學涵養，表現在作品上並透過柴燒燒成，使每件作品端詳時都有其適性的風景。

黎幼蓮，目前仍在學校服務，學習花藝已近 20 年，創作以茶碗和花器為主，喜歡隨手記錄大自然的光影、植物等，將對自然的感受透過陶作表現的淋漓盡致，夥房的花藝都是長坤與幼蓮伉儷共同精心佈置，不經意就讓枯枝襯著綠意略帶詩意的自然氛圍闖進夥房。

鍾承恩，以茶具創作為主，其中直火燒水壺更是茶職人席間不可或缺的器具，壺提把也是自己鍛敲成形，極具個性。本身也是茶藝師，懂茶愛茶更愛分享茶具創作的每份感動，懂得生活的他，還自釀啤酒，讓夥伴們能除品茗之餘，還能小酌宜性。

江坤起原在鶯歌的藝廊工作近 20 年，因職涯規劃而離職專心創作，主要以複合媒材為創作方向，更是空間美感藝術家，著重材料再生利用，以舊物料當作創作基底，形塑空間美學，夥房的空間設置主要也是借重他敏銳的美學素養規劃再和其他夥伴共同完成，在其眼中空間佈置永遠都是進行式。

楊慶林，現在仍於學校服務，創作媒材不侷限於陶作，對玻璃、木作及水墨，有著自己獨特的想法：媒材往往乘載著直觀表徵，是當下的身體感受。喜歡柴燒，所以蓋了四座柴窯，在學校辦理柴燒教師研習，把對柴燒的美好分享給更多同好。

黃茂松是夥房的大廚，所謂民以食天，是夥房被指定最夯的夥伴，小時候跟著父母親在高雄經營餐廳超過 30 年的廚藝經驗，擅長中、日料理，目前預約餐食比做陶多，將夥房從創作工作室變成無餐單料理的食演達人～喜歡上山下海懂得生活，很會講、很有故事的人。

夥房的「夥」由「果」與「多」所構成，由彼此共好的夥伴們創造出更多滿足身心靈上的果實，就在這個近百年的空間，就在這個老文青的遊戲房 -just for fun。來夥房上陶作課、預約私廚的朋友常關心的問：夥房的經營方向、理念、怎麼營運？一開始空間從工作室變成了預約式的開放空間，從單純擺設作品的美感氛圍場域變成呼朋引伴的食堂，現在則成了熱門打卡景點，幸好有一群友善而願意分享又無私的好夥伴，相互支持為美感空間克盡己力成就一件美好的事。這一年多來曾接受鶯歌陶瓷博物館及新北市立美術館的採訪及合作體驗的課程，更受東吳大學劉維公老師的青睞，邀請記者朋友們到夥房體驗樂燒進一步認識鶯歌夥房，也與許多協會共同辦理茶席活動與簽書會，感謝一路上有許多朋友給予我們指教。現階段夥房經營以空間規劃參與、展覽邀約、空間承租、作品販售及預約課程教學和私廚服務為主，畢竟不是營利空間，加上夥伴們都有正職工作，無法每日對外開放，目前以預約為主。

全成古窯場式四合院的建築結構，夥訪只是其中一個空間，透過藝術家的耕耘，活化了舊空間，吸引更多喜歡漫活的朋友來體驗藝術帶給人心靈上的愉悅及滿足，有機會從夥房的經營理念出發吸引更多的藝術創作者聚集於此，甚至擴散到鶯歌的其他角落形成藝術聚落，看見不一樣的鶯歌，不再只是走馬看花，我們不一定要當創作者，卻可以是個藝術愛好者，將美感帶入生活之中，體悟處處是美的愉悅。



▲ 私廚服務—夥食團



▲ 李啟彰老師簽書會



▲ 高閑至老師演唱

突破傳統 打開陶廠 一覽內部新面貌——陶聚

撰稿人 / 陳玉翎

當我們說到「鶯歌陶瓷」，總是會聯想鶯歌老街上傳統的生活用陶器，或是體驗親子手拉胚活動。但是陶瓷產業真的就如大家所想像的樣子嗎？還是有其他有趣的面貌等著大家去探索發掘。此次文章將介紹「陶聚」如何打破以往大眾對傳統產業的想像，為鶯歌注入新活力與面貌。



▲ 陶聚正門

深耕鶯歌在地 流動著陶瓷的命脈

「他小時候來工廠幫忙包裝，還說要去舉報虐待兒童啦！」陶瓷傳產三代陳祖豪的母親笑著回憶起以前製作陶瓷的時光。「陶聚」主理人陳祖豪父親陳國昌於1983年創立勝昌陶瓷有限公司。早在創立公司前，家族便以製作窯用耐火磚為業，其後陸續製作過磁磚、外銷歐美餐具等，也於鶯歌老街開設廠前店面，可以說是從陶瓷生產到銷售都有豐富經驗。陳祖豪從小就在陶瓷環繞下長大，從生活中無意間吸收不少家族傳承的技術精髓。「像我兒子現在四歲，常常要我帶他來工廠，看到泥漿手就想往裡面伸，拿到土就自己捏出車子玩。」或許是將陶瓷視為日常，孩子才能盡情地穿梭在場域裡玩樂，祖孫四代在工廠裡的光景如同繪畫般和諧美麗。

傳承工藝技術 再造新思維

陳祖豪並非以繼承家業為出發點，大學就讀醫療檢驗相關科系，也投入職場多年。因陶瓷產業逐年萎縮，爸爸想結束多年經營的陶瓷工廠。眼看從小玩樂到大的場域即將邁入尾聲，便決定放棄原有工作，栽進了陶瓷工藝的世界。從頭拜師學藝，即使了解工法也要更專精於細節的追求。從器型研究、技法鑽研、釉藥測試，大量接觸陶瓷相關資訊。白天上完師傅們授課，晚上回家利用網路資源繼續學習日本工藝手法、利用機具輔助等知識。即使是他人看不出來的單純白釉，也要嘗試超過一百種配方來達到心中所想的質地。「對我來說『白』是最純粹的象徵，尚未賦予它任何色彩，因此擁有更多可能性。」除了白之外各個顏色也嘗試無數次，短短四年奠定日後扛起家族事業的基礎。



▲ 孔雀藍試釉片

「起初並非像現在的工作模式，而是先以個人工作室經營，從手捏到拉胚等生活陶器做市場切入。但做了一陣子後才發現完全不行，狠狠被市場打回來。」回頭審視自己作品定位與初衷，應是繼承工藝技法，再轉化為新的設計。此後便設計出多件驚艷的作品，如：《圓》看似金屬茶壺卻是以陶瓷製成、《沁白銀彩壺》打破傳統茶壺必須壺嘴高度、蓋頭、壺把高度，三點連成一線的做法，將器型設計地現代卻不失實用度。2016年參加台灣國際金壺獎便首次參賽就獲獎。



▲ 《圓》



▲ 《沁白銀彩壺》



▲ 鶯歌永昌街口處

從「陳祖豪」轉變為「陶聚」

經營個人工作室稍有名聲後，在各大展場和鶯歌在地結識不少初期創業的貴人夥伴。設計師 Jimmy 便是前期一同研究開發陶瓷公仔的夥伴，從少量製作一路到量產階段，共同累積不少珍貴的經驗。剛開始也因貴人相助拿到一些陶瓷訂單，也確立往後以品牌「陶聚」為主經營模式。

發展回工廠化經營，卻不是傳統型態的工廠。走到陶聚工作室，便可馬上了解是如何的非傳統性。敞開大門的狹長型廠區，從前至後一覽無遺，打破從未有傳統工廠開放製作場域，讓民眾從外即可窺探內部工作狀況。透過 T22 產地計畫與多苗空間實驗設計合作，將原有環境有條理式整頓，從管線重新配置、前台與後台明確分割、體驗課程說明系統。將昏暗雜亂的場域，變身為明亮有朝氣的環境。「因為大面積窗光映入，增添了明明的氣息，不只改善我們工作的心情，也進而讓很多民眾路過探頭詢問呢！」



▲ 改造前 / 改造後

除了廠區設計外，裡面工作的大多為年輕人的夥伴。「現在這個時間點開工廠的人應該不多，但我覺得我們的工藝技能可以帶入量產之中，比別人都來得更厲害，這就是我們的優勢！」陶聚希望能夠創造一個能夠讓年輕人回流，復興鶯歌產地的工作室，將一般技術不外流的傳統解除，樂意分享技法傳遞給新一代。



有別於一般陶瓷廠，陶聚接受各種設計師們高難度的造型要求挑戰，以達到工藝水準的陶瓷量產作品。客戶業界各種層面都有，像是長庚生技長期配合的老夥伴，因材料特殊的關係，工廠則有專門的產線製造屬於他們的器皿；良事設計如同樹枝的花器《樹幹花器》因高度約 40 公分且自由的型態，主要模具高達 50 公分，再分解成六個組合接合製作，是需要極度專注的產品；與台北知名咖啡廳 September Café 九月咖啡合作聯名花器展示架盤組，將九月咖啡客製蛋糕常出現的元素「圓球」放入花器中結合，花器並以三點支撐成為器皿的展示臺，而原先使用的拋棄式紙盤替換成陶瓷盤。組件可自由隨喜好搭配擺放在家中，甜點盤亦可分開持續使用，達到產品永續的主旨。



▲《樹幹花器》*照片由良事設計提供



▲ 與 September Café 九月咖啡合作聯名花器展示架盤組



▲ 花器製作過程

小小廠房卻可以迸發無限的可能，陶聚創立至今已邁入第九年，透過主理人聰慧的帶領，堅持「做好每個細節」的原則。從中國製品的低價競爭、產業年齡老化的問題中，找到解決方法並脫穎而出。



▲ 工廠見習

目前陶聚品牌仍然以代工為主，試著在訂單和品牌經營之間取得平衡。陶聚未來將開發更多自家產品與手作課程，開放工廠給民眾預約體驗真實的陶瓷工廠，如何利用機具製造、職人是怎麼修整胚體等等一般陶藝工作室所做不到的，成為真實開放工廠給民眾進入製造場地，深入交流的工作室。同時期望未來品牌經營能夠持續給予大眾更多陶瓷不同的想像與作品！



▲ 陶聚主理人陳祖豪

此外近期陶聚將與其他五間鶯歌在地窯廠一同舉辦「鶯歌產地開放日」，其中包含台華窯、安達窯、傑作陶藝、新旺集瓷、新太源為主辦單位，8月26日至8月28日為期三天。舉辦多項活動來展現鶯歌在地的運作邏輯與技術強項，其中包含多家工廠端開放入內參觀，藉由導覽和體驗等易懂方式讓民眾拉近與陶瓷的距離；串連鶯歌老街店家，搭配快閃活動推廣鶯歌製品；與米其林一星餐廳合作在地陶瓷器皿，打造更多陶瓷使用想像。歡迎有興趣民眾，持續關注「鶯歌產地開放日」工作小組與「陶聚」紛絲專頁！

翻修二合院 打造專屬陶藝空間—— 柏窯創作空間

撰稿人 / 黃子珀



▲ 在姑丈工作室的工作照

「好像很好玩」這是一開始對於做陶的想法。

我是黃子珀，來自三峽，21歲開始接觸陶藝工作，跟我姑丈陳志忠學陶。

起初由姑姑黃碧玉的帶領才進入這個領域，是因先前工作的職災差點夾斷手指頭，她覺得那工作很危險，才問我要不要到他們的工作室試試看做陶。其實，自己對外面太過制式的工作有點倦怠，想著試看看不同性質的工作也無妨。父親從事木工裝潢，受其影響我也特別愛做美勞及繪畫，不過小時候過於愛玩荒廢對美術的興趣，沒選擇往美術學校進修，念高職時選擇機械製圖科，大學則選擇應用外語系，那時半工半讀的我，其實對未來並無太多打算，也因這個契機，萌生了對於創作的另外個想法。當時看到陶土這個材質的特性，可以塑造出各種不同的創作品，包含藝術雕塑、實用的生活用品等，最重要的是這些東西可以一個人完成！心想太酷了，還挺合適討厭社交的我，所以連薪水都沒談就一頭栽入了這陶土的世界裡。

起初從基礎的手拉坯開始學起。開始的挫折感蠻大的，每天練習時間約6—8個鐘頭。坐在拉坯機前面跟著轉盤上的陶土一起旋轉，轉半天雖然做不出半點像樣的東西，但是姑丈姑姑還是很有耐心的指導我，要我不要急，先把心靜下來，好好感受一下手裡的土，如何先調整自己身體的穩定度及呼吸頻率，就能將那扭動的土團固定在轉盤上了，心靜下來了後，土也定下來了。對於年輕容易心浮氣躁的我是一場「修行」，但也讓我知道做任何事情都必需一步步地慢慢來，沉澱自我，基礎打好才能成就任何事。過了一個禮拜，終於有了一件自己覺得像樣的東西。歡喜之際，姑姑對我說了一句話：「土會黏人，看來你已經被土給黏住了」。到現在，還是都覺得自己很幸運，在學的過程中獲得很紮實的做陶技術，不管是坯體製作，或是上釉、疊窯、燒窯、配釉；甚至是買賣模式，包含經營工作室及店面，以及發現「人與人」、「人與陶」的關係，我們藉由作品與人們交流對話，可以從喜歡我們作品的人，了解對方的個性，還能讓我們發現，其他作者的作品用不同的技術與技巧詮釋出個人獨特的味道，推測老師的個性和對陶藝的想法，透過這樣的方式去認識更多陶藝品不同的面相是一件很有趣的事，也讓我對陶藝世界裡的千變萬化更深深的著迷。

一直到大學畢業與服完兵役，在姑丈的工作室裡共待了7年多。對於嚮往「完全獨立創作」有著潔癖的我也想擁有自己的創作空間。終於在2017年底才下定決心設立自己的工作室，試試看自己的火候到哪裡了！可能老天爺有聽到我的想法，剛好，鶯歌釉藥協會的李松萬老師在鶯歌有一間位於民宅巷弄內的老二合院，起初作為工作室，但是去大陸工作後閒置了多年，問我有沒有興趣承租。得知情報後便相約時間看屋子，進屋後發現因為年久失修顯得有點凌亂不堪，但是走到屋外的庭園發現這屋子別有洞天，還保有一堵民國年初以前大戶人家才擁有的紅磚牆。聽老師講解才發現這屋子的歷史也是大有來頭，看得入迷的我，自然當下立刻承租下來。由於太久沒有使用，屋況非常不好，整理的過程大約耗費三個月的時間才完工，幸好有父親、弟弟及一群朋友幫忙修繕與規劃，留下了一段辛苦卻美好的回憶。其中令我印象最深刻的就是那跟人一樣高的雜草，還從天花板的夾層裡挖出了一顆近30立方公分的蟻窩及正中午爬到屋頂上修補漏水的部分，但是工作室落成的成就感，像極了在做作品的感覺一樣美好，即便是燒光了我所有積蓄也甘之如飴。作品完成後當然也要命名，所以就用了我原本的名字「黃柏堯」的諧音，取作「柏窯創作空間」，隨即重新開始了我的陶藝之旅。



▲ 改造前

▲ 改造前



▲ 工作室地板改裝照



▲ 工作室裡裝著茶具的老菜櫥



▲ 改造後

工作室落成後的首要課題就是「開源」，這似乎是每個創作者的一大難題。雖然有過先前的工作室模式，實際上發現個人工作室的經營非常不容易。這之間取決於自己的作品是否能被大眾給接受，以及自己想做的作品類型；是想往藝術類的方向還是生活陶為主。所以一開始有段過渡期還是以半代工的生活陶或是微量的客製化小訂單，還有去學校兼陶藝老師的方式為主要收入來源。後來開發了一些不同於先前工作室的作品後，受到同行朋友及臺灣工藝發展協會的邀約去中國大陸參加不同省份的「茶博會」與「文化博覽會」交流。因為這些博覽會都跟陶瓷有關，順道認識這陶瓷歷史最深遠的國家都在做些什麼，一來開發客源和認識朋友，二來可以吸取不同的做陶經驗以及「生存之道」。



▲ 客製化餐具



▲ 2017 第十屆海峽兩岸（廈門）文化產業博覽交易會暨第五屆海峽工藝精品獎《山林風火》陶藝類銀獎

起初創作都以茶具為主，因為生活陶的領域裡，茶具佔陶藝市場為其一大宗，所以近乎有一兩年的時間都以茶具作為主要創作題材。有電窯釉燒，也有用柴窯燒製，後續接觸到餐廳及花藝的朋友，才開始有著不同題材的器具訂單，從中看到現代人在不同的領域裡有著對美感的獨特需求，激發出我對作品更多新的想法。



▲ 柴燒切角杯



▲ 柴燒黑釉壺

有段時間對做陶賣陶感到厭倦，做不出新的作品，這段期間嘗試開放空間作預約式或體驗教學，才了解即使臺灣陶藝有數十年的時間，大部分國人對陶藝品的教育認知還是相當薄弱。常常在想，我們雖然稱呼鶯歌為「陶瓷之都」，但陶藝似乎尚未完全融入大眾的生活裡，大家最熟悉的還是生活百貨裡量產的馬克杯或餐盤，對於陶藝品多數人總打著一個問號「這東西很漂亮，但能用嗎？」、「這顏色很美，會不會有毒阿？」或是「這個東西這麼好看一定很貴，還是算了」，透過這些問題，也讓我的創作時間慢了下來，開始重新思考自己的創作方向及角色定位。作品除了詮釋自己內心的想法，生活陶如何讓大眾能夠將陶瓷藝術融入日常裡，在「感性」與「理性」之間成為了我生活的第二個課題。



▲ 雪志野茶碗



▲ 銅藍釉茶碗



▲ 藍釉粉引壺組

在前輩的引領下，參與台灣工藝發展協會的公共事務，學習如何籌備展覽及規劃，從中認識了許多不同媒材的工藝家。看見了很多獨特性強和複合媒材的結合，甚至是光影與聲音，或是有各種不同議題訴求的作品。例如：兩性問題、環保議題、人權議題等，這些作品也啟發我對作品詮釋上的方式，不單只是做生活器皿或是技術上突破，如何讓自己的作品與大眾產生共鳴？不僅是自己想表達的事，也有許多公共議題可以透過作品發聲，這些是我在以前工作室裡沒學到的。作品除了實踐自我之外，還得有「無我」，唯



▲ 2020年參與「霽」臺灣陶瓷學會陶藝展 作品《那些愛做夢的人的華麗大冒險》

有「無我」才能屏除過多的「自我」，才能讓作者創造出無限價值。這裡的價值並非作品的定價，而是普世的價值觀。鶯歌是文化之都，除了陶瓷博物館與老街之外，其實還有些舊廠房可以重新規劃，打造成藝文部落，提供更多的公共空間給不同類型的創作者進駐創作或是辦展覽。注入新血，在不同的藝術與文化碰撞下，產生出新的火花。吸引不同的族群發現鶯歌有著不同的面貌，促進交流。在瞬息萬千的現代社會裡，唯有「以變應不變，以不變應萬變」才是真理。

我想，改變之後亦能讓我們的作品更輕易的貼近生活裡，而並非以往單向資訊的灌輸。不論是喜歡陶藝的收藏者或是剛入門的族群，大家能共同成長都是一件很幸福的事，希望爾後有能力時，能將這份手藝繼續傳承給其他對陶藝有熱忱的人，畢竟在一個科技化及工業化的世界裡還是必需有能夠真正觸動人心的存在，每一件手作品都有著獨一無二的感動，也因為這樣方能讓這個世界更精采。



十年一刻
once
in a
lifetime

理性
與感性
之間

黃子珀
個展

開幕茶會
4,3 sun. 14:00

3,7 ——— 5,15

▲2022 首度個展

播客行銷——

以新北市立鶯歌陶瓷博物館為例

新北市立鶯歌陶瓷博物館 研究助理/許千雅

壹、前言

2020年初，新冠肺炎病毒挾著令人無法抵禦的超快速傳染力，在極短的時間內遍布全球各大洲，歐美各國疫情屢屢失控，臺灣在2021年5月到7月之間也迎來疫情的高峰，全國宣佈進入第三級警戒。面對如此嚴峻的疫情，許多國家紛紛採取封鎖邊境的措施以限制人口流動，規定所有入境人員一律進行採檢、隔離觀察，下令封城或停班停課，關閉部分營業場所，嚴格管制公共密閉空間的人流數，人們的生活受到嚴重影響，開始出現新形態的「宅生活」，網路媒體由此成為重要的社交往來工具。在新冠疫情的推波助瀾下，早已流行於歐美的播客（Podcast），2020年初開始在臺灣興起，勢力之強如燎原之火，一舉成為最受矚目的新媒體型態。

在疫情的影響下，各地博物館迎來巨大的衝擊，全球將近90%的博物館宣佈無限期暫停關閉，各項展覽、活動停辦，即使疫情稍緩，仍然必須依照政府的規定，嚴格控制入館人數，嚴重影響了民眾到館意願。面對這樣的窘境，博物館必須重新思考如何透過新的網路行銷方式，重新建立起民眾對博物館的認同，並且在生活上建立一種親近的關係。

貳、什麼是播客？

播客譯自Podcast，這個名稱是由iPod加上broadcast（廣播）結合而成，簡單來說，播客是一種新型態的網路式廣播，與傳統廣播有很大的不同。首先，播客是將錄製好的音檔存放在網路上，

使用者可以隨時下載，想聽就聽，而傳統廣播屬於即時實境播放，節目時段固定，而且無法重複播放，收聽受到時間限制，相對不自由。

再者，播客可以透過RSS feed的訂閱功能，只要新節目一上線，就會自動出現在訂閱者的清單上，就像YouTube影音網站的訂閱功能一樣。另外，世界各地的原創節目在平台上有完整的資訊，使用者可以隨時找到想聽的節目，透過手機應用程式（App）收聽，介面簡單，操作容易，實現收聽形式個人化。以上這些都是在收聽形式上對傳統廣播的一種改革。

在節目製作上，播客進入門檻低，條件相對簡單，只需要一支麥克風，透過簡單的剪輯之後，人人都能夠成為播客主。而且節目內容不受到國家通訊傳播委員會（NCC）管轄，言論相對自由，吸引了許多的素人創作者。

對於使用者來說，播客吸引人的魅力，除了可以自由選擇自己感興趣的節目之外，它可以跳著聽來摘取分段的重點、播放的速度可以調快，最特別的是它可以搭配個人習慣，例如一邊通勤、開車騎車、運動、做家事，或者日常生活刷牙洗臉的時候，一邊收聽節目，有效利用零碎的時間，同時解放雙眼、空出手來做事，雖然收聽的時候可能不是百分之百專注，但是對內容會不自覺接收，並且留下印象。而播客主像跟朋友聊天的說話方式，容易讓使用者產生一種親密感，對節目的黏著度高。

¹ 陳思妤、許家瑋、陳諾、陳映廷、林詠能，〈新冠肺炎疫情對臺灣民眾參觀博物館決策之影響〉，《博物館與文化》，20期（2020年12月）：頁3-37。

參、臺灣播客，一個強勢的新興媒體

2020 年被稱為臺灣播客 Podcast 元年。播客早在 2004 年便開始流行於歐美地區，臺灣雖然有少部分人在經營，但是礙於環境尚未成熟，始終停留在小眾市場。近年來，網路普及，使用費用下降，藍牙耳機和智慧音箱成為生活普遍使用的物品，再加上國內播客平台出現，以及「宅生活」新生活形態的推波助瀾，臺灣播客在 2020 年崛起，一舉站上高峰，成為強勢的新興媒體。

一、創作能量爆發，節目量快速成長

2020 年對臺灣播客來說，具有劃時代的意義，無論節目開設或是收聽人數，都呈現爆炸性的成長。從新開設的節目數量來看，根據臺灣重要播客平台 SoundOn 聲浪的調查，2020 年上半年就有 882 檔節目開設。臺灣 Taiwan Podcaster 龐大資訊懶人包調查提出，在 2019 年 5 月到 2020 年 5 月一年之間，中文新節目的數量呈現出飛躍性的成長。聲浪創辦人顧立楷也有相同的觀察，他指出 2019 年 9 月各平台的中文播客節目大約只有 5、60 檔，但是到了 2020 年已有幾千檔中文節目，成長速度非常驚人。

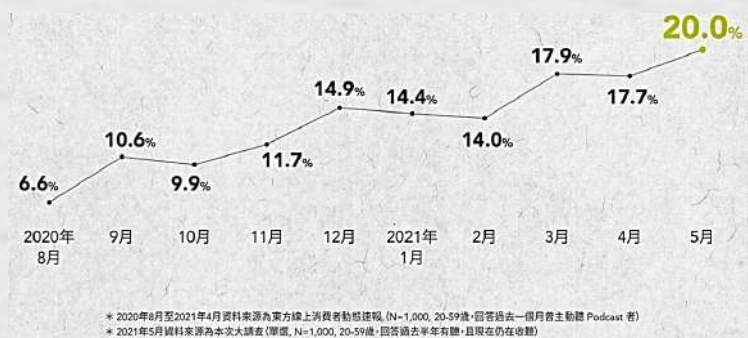
2021 年，臺灣播客的創作勢能持續強勁，根據今年（2022 年）1 月 17 日，SoundOn 聲浪集團與合作夥伴中華電信、Yahoo 奇摩、Social VIP 聯手進行數據分析所提出的「2021 年度聲音經濟報告」，可以看到 2021 年臺灣播客的活躍節目數以及內容產出的總時數，呈現上升的趨勢，在總收聽量方面，成長超過了 200%，平均每個節目的收聽量增加了 160%。

二、收聽人口比例快速成長

臺灣播客不同類型節目如雨後春筍一般不斷的冒出來，短短的時間內出現了驚人的成長，這些新加入的播客主不僅帶來了一批全新的聽眾，也連帶使得其他節目的收聽率增加，這點是臺灣播客成長的重要關鍵。

從 2020 年上半年來看，路透社報告，臺灣約有 8 百萬人收聽播客，佔總人口數的 38%，而且還在持續成長中。資訊工業策進會 (MIC) 在 2020 年 7 月發表的〈疫情逼我宅，感官娛樂發展契機〉一文中提到，疫情改變了用戶的收聽行為，讓播客的收聽率增加了大約 14%。

「2021 聽經濟大調查」是《天下雜誌》與 KKBOX、東方線上消費者研究集團合作，在 2021 年 5 月 5 日到 5 月 21 日針對消費者、創作者與企業所進行的調查，2021 年 5 月發表。有關「消費者端」的部分，有效樣本數 1,000 份，受訪年齡在 20 歲到 59 歲之間。報告發現，臺灣民眾收聽播客的比例，到 2021 年 5 月已經達到 20%，平均每五個人就有一個人收聽播客，請見圖 1。



▲ 圖 1 2020 年 8 月至 2021 年 5 月臺灣民眾收聽播客的比例
資料來源：「2021 聽經濟大調查」

²吳蔓，〈在聲音媒體興起的時代 Podcast 廣告能為品牌帶來什麼樣的機會呢？〉，《Kantar 凱度洞察 & LifePoints Podcast 調查報告》，取自：<https://go.pardot.com/l/73302/2021-03-12/z2cvgh>

³陳君毅，〈Podcast 收聽量年增 200%！SoundOn 2021 臺灣聲音經濟報告：「職場社畜」類聽眾最愛〉，《數位時代》，取自：<https://www.bnnext.com.tw/article/67332/soundon-2021-report>

⁴天下編輯部，〈「2021 聽經濟大調查」完整調查報告〉「消費者端 -Podcast 收聽行為及使用狀況」，天下 Web only，取自：<https://www.cw.com.tw/article/5115003?template=transformers>

三、收聽播客的二大動機：「學習」與「娛樂」

播客討論主題範圍非常廣大，節目類型應有盡有，內容豐富多元，根據英國路透新聞學研究機構的調查，人們在收聽播客的時候，主要有兩大動機，一是「學習」，另一個是「娛樂」，從族群分佈來看，年輕人比較傾向於娛樂，而青壯年的聽眾則希望在獲得娛樂的同時能夠學習到知識，並且保持對時事的敏銳度。臺灣播客在 2021 年新增最多的節目類別是「社會與文化」和「教育」類，占總體新增節目的 30%，「休閒」第三，「藝術」第四，正符合這樣的調查結果。

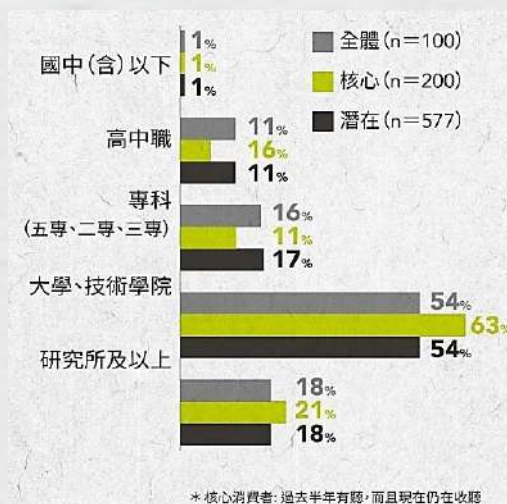
根據「2021 聽經濟大調查」中「消費者端」的研究報告，分析了 2020 年、2021 年消費者收聽播客的十大原因，如表 1：

表 1 2020 年、2021 年消費者收聽播客的十大原因

排行	2020 年		2021 年	
	收聽原因	比例	收聽原因	比例
1	讓我可以一邊聽、一邊做其他事	42.7%	增加新知（新聞、時事）	48.8%
2	打發時間	37.1%	打發時間	45.0%
3	放鬆心情或添加生活中的樂趣與娛樂	32.0%	可以不限時間、地點聽想聽的內容	36.6%
4	增加新知（新聞、時事）	31.1%	放鬆心情	31.3%
5	可以不限時間、地點聽想聽的內容	29.1%	提升專業領域知識	27.3%
6	瞭解其他人對事物的不同觀點	18.4%	讓我可以一邊聽、一邊做其他事	26.4%
7	學習新事物（語言）	17.3%	瞭解其他人對事物的不同觀點	22.5%
8	需要啟發及刺激	12.9%	取代傳統廣播節目	14.8%
9	取代傳統廣播節目	12.6%	需要啟發及刺激	9.7%
10	讓我感受到有人陪伴	10.2%	感受到我沒有與世界脫節／跟上熱門話題	9.7%

資料來源：「2021 聽經濟大調查」

在表 1 中，2020 年排行第三的是「放鬆心情或添加生活中的樂趣與娛樂」，佔 32.0%，第四是「增加新知」，佔 31.1%，顯然在 2020 年，臺灣播客新崛起的爆發時期，人們收聽播客的目的是「娛樂」大於「學習」。但是到了 2021 年，臺灣播客呈現持續而穩定成長的時候，收聽播客的原因產生了變化，從排行榜來看，「增加新知」躍居第一，佔 48.8%，「放鬆心情」則往下降到第四，而剛進榜就攻佔第五的「提升專業領域知識」，佔 27.3%，另外一個新上榜的「感受到我沒有與世界脫節／跟上熱門話題」佔 9.7%。總體來看，到了 2021 年，收聽播客的目的已由「娛樂」偏向於「學習」。這個轉向也可以在的播客的核心聽眾結構中看出端倪，見下圖 2 及圖 3。



▲ 圖 2 播客核心聽眾結構 - 教育程度與個人月收入
資料來源：「2021 聽經濟大調查」



* 潛在消費者：過去半年曾聽過，但已經很久沒聽／偶爾聽＋未來會想收聽

▲ 圖 3 播客核心結構 - 個人月收入
資料來源：「2021 聽經濟大調查」

根據 SoundOn 創辦人顧立楷的分析，像「股癌」、「百靈果」等等這些熱門播客，都是事先整理好知識和資訊，然後主持人以幽默風趣、充滿個人獨特風格的聲音來呈現，節目氣氛熱絡，所以「股癌」才可能在短短 4 個月內爆紅，平均單集點閱超過 20 萬。這些重要關鍵，可以作為未來有意投入播客創作者的參考。

肆、播客行銷

一、播客標誌「聽經濟」新藍海

當播客愈來愈吸引人們的注意力之後，出現了一個新的觀點，「……音頻的魅力遠勝過文本。同文本相比，音頻信息的接收阻力更小，接收者更不容易產生所謂的閱讀疲勞」。播客的出現，同時標誌著「第二注意力」的「聽經濟」成為市場新藍海，這幾年國際大品牌 Spotify、蘋果 Apple、亞馬遜 Amazon 等看重播客的未來市場發展性，積極展開佈局，搶攻市佔率。

播客具有極大的傳播力，未來還有很多的發展空間，行銷價值倍受關注。1969 年美國學者菲利普·科特勒 (Philip Kotler) 與麥可·李維 (Michael Levy) 曾在〈行銷觀念擴大〉(Broadening the Concept of Marketing) 一文中說到：「任何一個組織都無法避免面對行銷，行銷概念的擴大化之

後，行銷概念正式跨足到非營利組織領域，認為行銷不止有助於實質商品的銷售，更可擴大至廣泛的社會活動裡，用以推廣無形的觀念和價值觀。」因此除了企業主投入商品廣告行銷，獲得變現率之外，國外許多博物館、美術館等具有社會文化教育性質的單位或團體，也開始透過播客進行價值傳遞或宣傳藝術文化。

二、播客成為博物館行銷首選

英國學者麥克林 (Fiona Combe McLean) 指出，「博物館行銷是一個將博物館及民眾結合在一起的過程」然而在疫情的衝擊下，博物館、美術館或者被迫閉館，或者限制參觀人數，嚴重影響民眾到館參觀的意願。因此，在疫情趨緩、漸漸平穩之後，如何延續或重新建立民眾與博物館之間的關連，是當前非常重要的課題。播客作為新興的強勢媒體，強力吸引人們耳朵的注意力，製播簡單，具有強大的傳播力，愈來愈多人透過它學習新知，非常適合博物館行銷。

國內已有博物館、美術館投入播客製作，像是 2020 年 5 月 6 日開播的「國立故宮博物院」，每集訂定一個主題，以雙主持人聊天的方式進行討論。重點在推廣館藏文物、各組職能專訪以及近期的展覽宣傳，到今年 3 月底已播出四季共 72 集，目前持續更新中。台北當代藝術館也推出播客 MoCA on Air，2021 年 2 月 3 日開播，隔週三上線，到今年 3 月已播出 27 集，內容以當代藝術的多元議題為主，討論政治角力、性別、人權、移工等問題，主題取向較嚴肅，目前持續更新中。

新北市立鶯歌陶瓷博物館 (以下簡稱陶博館)，於 2000 年 11 月 26 日正式開館啟用，是我國第一座以陶瓷為主題的專業博物館。館長認為，自新冠肺炎疫情以來，疫後生活已將藝術深入聽覺世界，於是在 2021 年開始推行播客行銷計畫「藝術開麥拉」，於 2021 年 10 月 10 日開播，透過節目擴大博物館與民眾之間的互動形式，從實際到館的實體經驗、線上展覽的瀏覽，到直覺性的耳識聽覺感知，以更多元的方式帶領聽眾理解藝術與展覽的新形式。

⁵ 曾建元、戴志豪，〈新竹市眷村博物館的定位與行銷之研究〉，《國際文化研究》第 16 卷第 1 期，2020 年 6 月，頁 19-53。

⁶ 同註 5。

播客的基本調性是輕鬆快樂的學習，陶博館是以鶯歌在地二百多年來的製陶工藝文化作為底蘊，積極推動各式展覽、活動、課程，讓植基於生活的陶瓷帶來一種屬於日常的美好感動，充滿溫度，並且兼顧實用性，容易讓人產生共鳴，這樣的特色正好適合播客行銷。相較於以歷史文物為主要館藏的故宮博物院，其播客製作必須設法將古文物與現代生活進行連結，陶博館貼近生活，自然與人產生親密的連結，這正是 2019 年臺灣提給國際博物館協會（ICOM）關於博物館新定義的提案：

博物館是一處靈巧的學習中心，其中的典藏和物件與生活真實連結，而非如典藏庫般，讓公眾被動地觀看。

(A museum is a smart learning centre where collections and objects truly fit into people's lives, rather than one of being a repository of collections for passive viewing by visitors.)

伍、陶博館「藝術開麥拉」播客行銷現況

一、節目企劃

陶博館的行銷計畫「藝術開麥拉」（表 2），於 2021 年 10 月 10 日新北市政府品牌活動「鶯歌藝術季」期間開播，為了鞏固聽眾，培養聽眾的黏著度，前期即 2021 年 10 月到同年 12 月，每週續更 1 集，到了 2022 年改成每二週續更 1 集。首波推出兩個單元，分別是「展覽說故事」和「米博士的藝術診聊間」。

表 2 陶博館播客行銷計畫「藝術開麥拉」

開播時間	2021 年 10 月 10 日
上架規劃	2021 年：每週上架 1 集 2022 年：每二週上架 1 集
播放平臺	Firstory、Apple Podcasts、Google Podcast、KKBOX、Spotify、Pocket Casts 等
經營調性	屬於訪談性節目，兼具知識性與聊天性
節目規劃	首波推出兩個單元：「展覽說故事」&「米博士的藝術診聊間」

資料來源：陶博館提供



▲ 圖 4 「藝術開麥拉」於官網線上放送陶藝最新訊息
資料來源：陶博館官網

節目的節奏流暢，風格輕鬆自然而不做作。內容以藝術文化為主題，結合當期的展覽，邀請藝術家、文創業者以及相關的產業界人士，漫談展覽、創作、陶瓷媒材多項話題，同時分享創作、文創產業經營、生活美學，以及心情的點點滴滴，將抽象的藝術觀念轉變成為輕鬆對談，讓耳朵如沐聽覺饗宴！以聲音的形式，陪伴民眾體驗更多元的博物館！

二、節目製播方式

「藝術開麥拉」自開播以來，所有節目從企劃、主持、收音、剪輯，全部都由館方人員自行製作完成。在錄製節目時，現場有時候會發生一些情況，特別是出外景的時候，除了錄製時間拉長，有些藝術家口訥心實，不擅長表達自己，因此在訪談當中，發生藝術家回答比較簡短的情況，原本考慮透過後製的剪輯讓節目程顯得流暢，後來為因應現前既有的有限人力、製播技術等各項條件，決定盡量以接近現場實況播出，一方面節省後製程序，一方面也讓聽眾實際了解藝術家，體會不同藝術家的人格特質，可以更了解其在作品上投注的心力。截至 2022 年 3 月底止，共上架 33 集（如表 3），目前已有超過 6,000 人次收聽。

⁷ 柯秀雯，〈提案怎麼來？原來話語權在這些國家手上〉，文化部《博物之島 MUSEUMS》，取自：<https://museums.moc.gov.tw/Notice/ColumnDetail/f20bbe3e-8691-4a13-afab-c7270ff50e5a>

⁸ 新北市立鶯歌陶瓷博物館，〈2021 鶯歌藝術季·玩 / 藝 / 漫 / 談〉，《陶博館電子報》，190 期，取自：<https://e-library.ceramics.ntpc.gov.tw/newEPaper/Content.aspx?Para=771110>

表 3 「藝術開麥拉」節目表

上架日期	集數	單元	節目主題	長度
2022-03-20	EP33	【米博士的藝術診聊間】	投身珠寶金工技職教育的在地隱形冠軍 ft. 張芳榮 (東龍珠寶集團執行長)	64:00
2022-03-13	EP32	【米博士的藝術診聊間】	找到公共藝術成功密碼的辣個男人 ft. 吳建福 (陶藝家)	57:09
2022-03-06	EP31	【米博士的藝術診聊間】	一起當藝術市場中的天選之子 ft. 賴逸倫 (藝術家)	63:02
2022-02-27	EP30	【米博士的藝術診聊間】	我想得到與影同樣的光 ft. 田欣以 (陶藝家)	39:47
2022-02-23	EP29	【米博士的藝術診聊間】	創作就是一種不斷設定小遊戲來娛樂自己的心理活動 ft. 林文萱 (陶藝家)	50:21
2022-02-13	EP28	【展覽說故事】	偶然人間：挖在地土、做土偶！放火就有故事可以聽！ ft. 吳其錚 (陶藝家)	52:47
2022-01-30	EP27	【米博士的藝術診聊間】	為了藝術創作，我願意厚臉皮 ft. 邵慈 (陶藝家)	64:19
2022-01-16	EP26	【展覽說故事】	嚴選好咖：神奇小杯加咖啡，點亮你的一整天！ ft. 卓弘麒 (Pick Coffee 負責人)	31:21
2022-01-02	EP25	【藝術開麥拉】	解脫 Podcast 一週二更地獄！我們下一季見!!! 喔耶!! ft. 米博士 & 展覽小精靈	28:09
2021-12-30	EP24	【米博士的藝術診聊間】	出來混，遲早要還的，我們今天來聊聊米博士的斜槓人生。 ft. 楊欣怡 (米博士)	58:46
2021-12-26	EP23	【米博士的藝術診聊間】	療癒系陶偶的生產專家來啦！ ft. 郭舒凡 (陶藝家)	60:07
2021-12-22	EP22	【展覽說故事】	嚴選好咖：來喝咖啡也可以交友？今天請幫我介紹一個 善解人意的女孩～ ft. 查克 (咖啡行者創辦人)	38:57
2021-12-19	EP21	【米博士的藝術診聊間】	開創時代容顏的陶瓷品牌 ft. 呂兆炘 (臺華窯董事長)	54:30
2021-12-15	EP20	【米博士的藝術診聊間】	專職創作竟是從貼補家用開始！ ft. 鄧惠芬 (陶藝家)	43:37
2021-12-12	EP19	【米博士的藝術診聊間】	原來人品好也是一種求生技能 ft. 施佩仔 (陶藝家)	49:58
2021-12-08	EP18	【展覽說故事】	嚴選好咖：陶瓷是土地的禮物，新舊並陳最迷人！ ft. 謝欣翰 (地衣荒物共同創辦人)	31:00
2021-12-05	EP17	【米博士的藝術診聊間】	世界的美好？等著我去發現 ??? ft. 徐仲葳 (陶藝家)	53:51
2021-12-01	EP16	【展覽說故事】	嚴選好咖：實用性存在客觀標準嗎？ 你的好用不一定是我的好用！ ft. 方柏欽 (陶藝家)	19:51
2021-11-28	EP15	【米博士的藝術診聊間】	創作原來是在尋求自我存在的價值？ ft. 張清淵 (陶藝家/教育家)	75:26
2021-11-24	EP14	【展覽說故事】	嚴選好咖：藝術、設計與生活的交會！打造質感日常， 從買一個喜歡的杯子開始！ ft. 喻幼眉 (「3,co」創辦人)	27:43
2021-11-22	EP13	【米博士的藝術診聊間】	辦個展不稀奇，但你有聽過有人包棟在辦的嗎!? ft. 許旭倫 (陶藝家)	43:38
2021-11-17	EP12	【展覽說故事】	嚴選好咖：工欲善其事，必先利其器！賣咖啡杯的人在 想些什麼？一次報你知！ ft. 林榮國 (陶作坊創辦人)	33:50
2021-11-14	EP11	【米博士的藝術診聊間】	為了愛情而誤入陶藝圈？ ft. 王幸玉 (陶藝家)	36:45
2021-11-10	EP10	【米博士的藝術診聊間】	懂日文出國駐村好處多多！ ft. 陳韋竹 (陶藝家)	43:19
2021-11-07	EP09	【米博士的藝術診聊間】	選擇當陶藝家永遠不嫌晚！ ft. 許蕎棋 (陶藝家)	30:07
2021-11-03	EP08	【展覽說故事】	嚴選好咖：分享的快樂勝過獨自擁有！吃好料要揪！ ft. 「夥房」成員楊慶林	53:29

上架日期	集數	單元	節目主題	長度
2021-10-31	EP07	【米博士的藝術診聊間】	把國中老師當副業的陶藝家 ft. 黃偉茜 (陶藝家)	48:06
2021-10-27	EP06	【展覽說故事】	嚴選好咖：陶藝是新的瑜珈？關李維史陀甚麼事？ ft. 抱瓶庵庵主徐恩廣	42:17
2021-10-24	EP05	【米博士的藝術診聊間】	留美藝術家有慫膽?? ft. 呂巧智 (藝術家)	55:00
2021-10-20	EP04	【展覽說故事】	偶人間：還在回收垃圾嗎？你真的是落伍啦！垃圾是拿來創作的！ft. RE-THINK 重新思考	33:04
2021-10-17	EP03	【米博士的藝術診聊間】	拿下 2021 韓國陶藝雙年展金獎的臺灣之光 ft. 卓銘順 (陶藝家)	71:00
2021-10-13	EP02	【米博士的藝術診聊間】	原來陶土這麼有挑戰性？ ft. 吳宗彥 (陶藝家)	52:49
2021-10-10	EP01	【展覽說故事】	偶人間：一起來哭爆吧！眼淚是珍珠陶偶創作 ft. 貓王不討喜 (陶藝家 / DJ)	34:04
2021-10-08	EP00	【藝術開麥拉】	開播首集！終於決定要解鎖 Podcast 啦！ ft. 米博士 & 展覽小精靈	02:37

資料來源：陶博館官網

三、節目內容規劃

在內容規劃上，由於展覽是博物館的基礎功能，因此設定「展覽說故事」系列，從當期博物館特展發展談話主軸，由當期策展館員化身為展覽小精靈，擔任節目主持人，邀請與該展覽有關的專業人士或藝術家進行對談，討論展覽裡的大小事。以疫情期間同時推出線上展覽的「偶人間」為例，第 2 集正式節目即邀請藝術家 DJ 現身說法，製播「偶人間：一起來哭爆吧！眼淚是珍珠陶偶創作」，讓參展的藝術家現身說法，聊一聊自己創作的故事。透過這一系列的播客節目，收聽者可以親耳聽到藝術家內心真正的心聲，從而引起共鳴，增加共感與認同。



▲ 圖 5 「藝術開麥拉」從企劃、主持、收錄音全套製作都是由館員完成



▲ 圖 6 陶博館「偶然而人間」數位線上展覽
資料來源：陶博館官網

此外，隨著當期展覽企劃不同的議題，延伸話題的內容，擴增節目的多元性與活潑度。像是 2021 年的「國際咖啡杯大賞」，展出「鶯歌藝術季」之「國際咖啡杯大賽」的得獎作品，展期到今年的 1 月 23 日。第 26 集「嚴選好咖：神奇小杯加咖啡，點亮你的一整天！」特別邀請當時擔任大賽評審之一的咖啡師卓弘麒，同時也是 Pick Coffee 的負責人，針對如何發揮咖啡特色的角度，討論如何選擇適合的咖啡杯。在這個系列中，將會隨著展覽所關心或相關的議題，以「陶」為主軸，將訪談內容進行延伸，以更貼近生活的話題引起收聽者的共鳴，進一步對陶博館產生一種親近性。

另一個系列「米博士的藝術診聊間」，由澳洲大學陶藝博士、陶藝家楊欣怡化身為米博士，以「藝術」作為節目設計的主軸，分成二個方向來進行。第一是邀請藝術家來聊聊自己的作品，分享創作的心路歷程、生活美學以及實務上的抉擇，以往陶藝家只能隱藏在自己的創作或者藝評家的評論中，賞藝者也只能透過陶藝創作、展覽介紹文字或者藝評，來揣測陶藝家的創作歷程，但是透過「米博士的藝術診聊間」的邀請以及深入訪談，陶藝家可以親自跟賞藝者談一談自身學習陶藝的過程、創作的經驗以及各種心情轉折，從中挖掘出許多動人的故事，不僅充滿溫度，而且貼近人心。引起網路與陶藝社群熱烈迴響。

第二是以陶藝傳承與歷史延續為主軸，邀請藝術相關領域的專業人士進行訪談，目前有關於公共藝術、珠寶公工技藝以及如何開創品牌行銷等不同面向的內容，從更多元的角度回過頭來審視「陶·藝」在現今社會文化上的定位，目的是企

圖讓「陶·藝」重新以一種美學的藝術高度回到人們的日常生活。從而使陶博館的定位不再侷限於「陶藝」專業及靜態的觀賞美學，而能夠漸漸走入真實的生活動態之中，期許由此開創出新的藝術生活美學，從而能夠形成一種文化生活圈。



▲ 圖 7 「展覽說故事」單元，以當期博物館特展為主軸，邀請參展藝術家對談
▲ 圖 8 「米博士的藝術診聊間」單元，由澳洲大學陶藝博士化身主持人米博士
資料來源：陶博館官網

四、採用 Firstory 託管平台，能夠廣泛的被收聽

在平台託管方面，陶博館採用 Firstory 平台，它是臺灣本土二大播客託管平台之一，中文操作介面簡單容易，只要準備好音檔和播客封面，就可以同時串聯其他收聽平台，上線節目會自動同步發至 KKBOX、Apple Podcasts、Spotify、Google Podcast、Pocket Casts。另外，Firstory 有提供每集「留言與私訊功能」，讓聽眾與創作者的互動性提高。對於非營利事業單位來說，重點是能夠廣泛的被收聽，因此陶博館選擇採用 Firstory，是非常適合的工具。



▲ 圖 9 「藝術開麥拉」在播客收聽平台的樣貌
圖 10 「藝術開麥拉」以 Firstory 為託管平台
圖 11 「藝術開麥拉」，同時串聯其他收聽平台
資料來源：陶博館官網

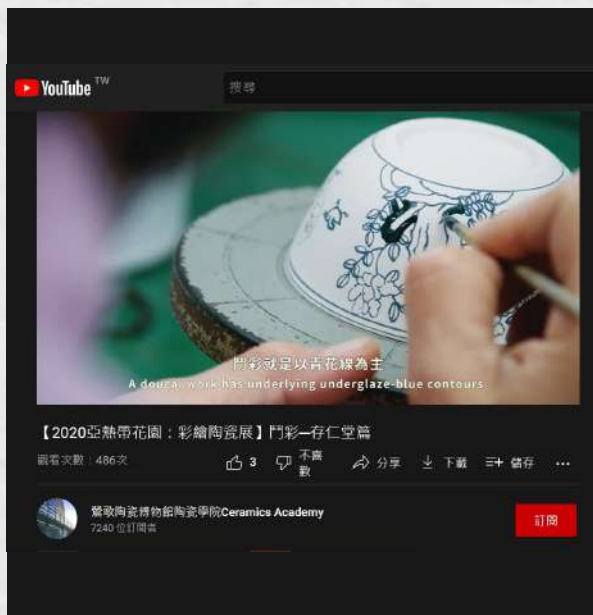
五、執行成果

(一) 快速累積收聽人次

在播客計畫之前，陶博館原有的網路行銷策略是以製播視覺影片為主，主要放置在陶博館官網「陶瓷學院」的「數位課程」中，其下分別有「成形與裝飾技法」、「新科技運用」、「講座與示範」與「駐村創作影片」等項目。這些影片的內容主要介紹陶瓷藝術的技術層面，例如「成形與裝飾技法」是以造型設計、手拉杯坯、釉色上彩的技法、燒製技法、陶瓷修復等作為項目主題；「新科技運用」的主題是集中在以 3D 繪圖和列印技術發展「位元陶計畫」；「講座與示範」著重在陶藝的製作說明和示範。影片的長度大多控制在一分鐘以內，以 YouTube 為放置平台，開啟「鶯歌陶瓷博物館陶瓷學院 Ceramics Academy」頻道，提供愛藝人訂閱。



▲ 圖 12 「陶瓷學院」中的「數位課程」以介紹陶瓷藝術的技術層面為主
資料來源：陶博館官網



▲ 圖 13 YouTube 頻道「鶯歌陶瓷博物館陶瓷學院 Ceramics Academy」，提供愛藝人訂閱
資料來源：陶博館官網

目前在 YouTube 平台上，「鶯歌陶瓷博物館陶瓷學院 Ceramics Academy」頻道從 2011 年開始經營至今，經過大約 11 年的努力，訂閱者數達到了 7,240 位。影片 164 支，每一支的播放次數約在一、二百次左右，像〈【2020 亞熱帶花園：彩繪陶瓷展】鬥彩—存仁堂篇〉有 486 次播放，是少數點播率非常高的影片。

陶博館從去年開始開播的「藝術開麥拉」播客行銷節目，內容突破以往，不再只是單純將內容聚焦在陶藝技術上，而是能夠擴及各種不同的生活層面，運用播客節目的特性，以充滿溫度的人的故事，用輕鬆又生活化的對話方式，將聽眾自然帶入「陶·藝」的世界之中，對節目產生黏著度。因此從 2021 年 10 月 8 日開播至今，短短的半年之內，收聽次數已達 6,000 以上。對比在 YouTube 平台上經營 11 年所獲得的效益，播客平台展現了十分有效的行銷價值和效益。

「藝術開麥拉」能夠取得這樣的成果，與播客的平台優勢有非常大的關係，除了可以同時串連不同的收聽平台之外，播客平台還有一個最特別的地方，不同於 YouTube 只推薦熱門頻道，而是能夠針對使用者的喜好和特性進行推薦，讓少眾的節目有被看見的機會，同時帶來收聽和訂閱率。

(二) 發揮播客特色，開拓陶博館的未來發展性

另外，「陶瓷學院」裡面的 YouTube 影片長度限制在 1 分鐘以內，在短短的二、三十秒或三、四十秒中，除去片頭、片尾，只能呈現出浮光掠影、蜻蜓點水式的介紹，讓觀者留存少許的印象，如果想要對這個議

題能夠來稍微深入的了解，賞藝者必須自行蒐尋資料。然而在現代講求快速高效的生活步調下，除非賞藝者有這個必要或者非常感興趣，才有可能針對這個議題再自行做進一步的了解。因此，影片帶來的效益，恐怕只能提供名詞性的簡短介紹。

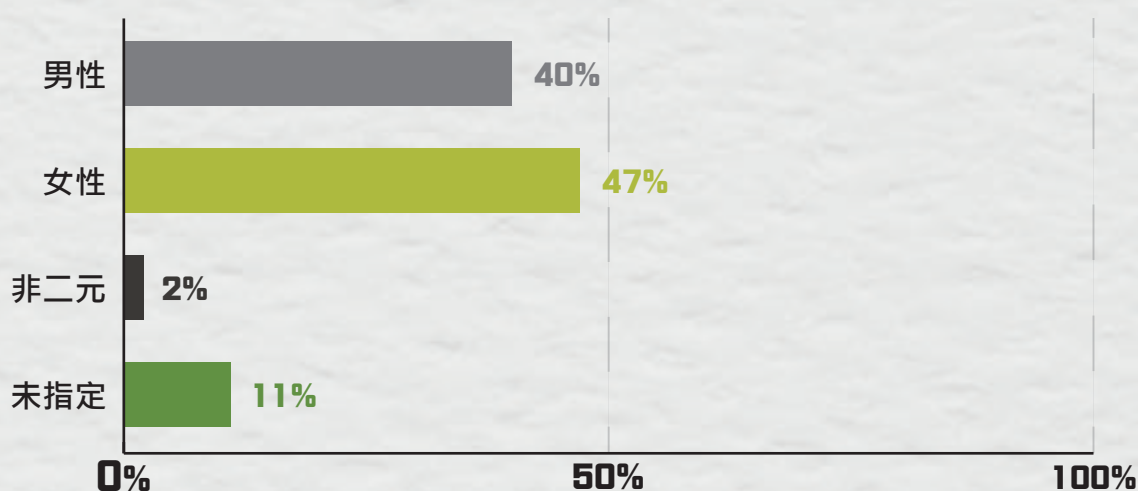
除了「陶瓷學院」裡的影片之外，陶博館官網還有「線上資源」這個部分。「線上資源」是以文字和圖片為主，例如在它的「線上展覽」下的「臺灣陶藝獎」，詳細介紹了得獎者的自述、作品照片和個人年表，從這裡雖然可以較好較仔細的了解藝術家，但是卻必須閱讀大量的文字，一方面耗費大量的時間成本，一方面以現代人喜好看影片、不喜歡閱讀的特性，比較難吸引賞藝人耐心讀完整份的介紹，少了一種可親性。

播客行銷計畫執行的「藝術開麥拉」，邀請藝術家現身談話，製播節目長度平均在 30 分鐘左右，最短 19 分鐘、最長 71 分鐘，提供深入而細緻的專業內容，收聽者不僅能夠從中得到專業的知識，還能夠親耳聽到藝術家的聲音，隨著聲音的頻率，與藝術家產生共振，增加彼此生命的靈動性。再者，根據播客的特性，收聽者可以事先下載，隨時想聽就聽，更可以善加利用通勤或日常生活零碎的時間，增加自己的知識內涵。這樣以兼具知識與聊天訪談的經營調性，正與 2021 年調查收聽播客的十大動機的前幾項相符合，例如：增加新知、專業領域知識、瞭解其他人對事物的不同觀點、需要啟發及刺激、感受到我沒有與世界脫節／跟上熱門話題等等，以及收聽者希望放鬆心情、可以一邊聽、一邊做其他事的收聽感受走向相同。

另外，「藝術開麥拉」播客對於陶博館還有一個更重大的意義，就是在文字、影像的行銷策略之外，補足了聲音聽覺的這一個領域，讓陶博館行銷具有各種面向，更具未來發展性，提供博物館一種新的傳譯方式，脫離固化的社會教育模式，使陶瓷知識與內容，以更輕鬆自學的方式提供給收聽者。收聽者能自由選擇與博物館接觸的時間，並且可選擇收聽有興趣的節目，使收聽者的參與更增加了自主性。

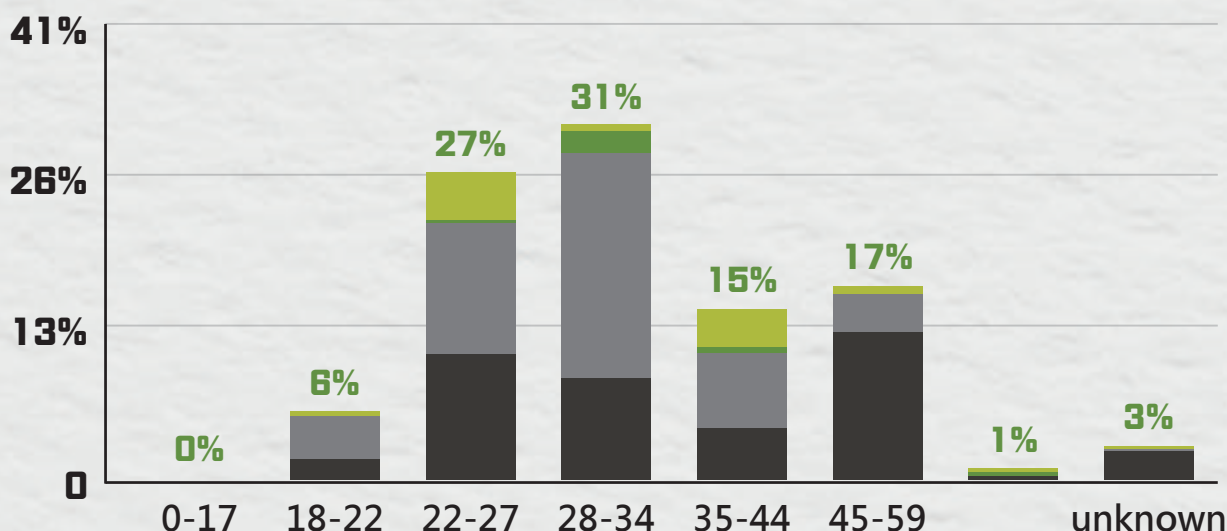
六、聽眾結構分析

「藝術開麥拉」正式開播至今，短短的數個月時間，收聽人次已超過 6,000，其中女性較多，佔 47%，男性佔 40%，女性比男性高出 7%（圖 11），顯示女性聽眾比男性活躍。在年齡層方面，28 歲至 34 歲為大宗，佔 31%，23 歲到 27 歲次之，佔 27%；28 歲至 34 歲其中女性又佔 65%，男性佔 27%。綜觀來看，各年齡層裡女性所佔比例較高，除了 45 歲到 59 歲是男性比女性多之外。



▲ 圖 14 「藝術開麥拉」播客收聽平台性別分析
資料來源：陶博館提供

⁹ 強勢新生代媒體集團，〈【帶你看 Podcast】2020 臺灣 Podcast 下半年產業報告〉，取自：<https://www.inside.com.tw/article/22524-podcast-2020-second-half-trending>

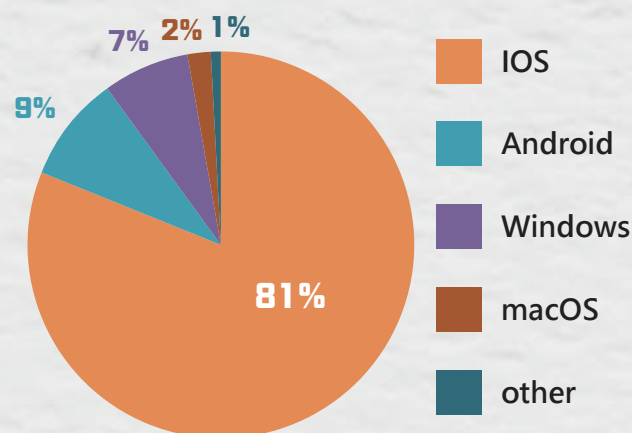


▲ 圖 15 「藝術開麥拉」播客收聽平台年齡層分析 資料來源：陶博館提供

根據強勢新生代媒體集團網站上所發表的報告，從一般播客後台的數據來看，2020年7月時，播客聽眾以剛出社會、23歲至27歲的新鮮人為大宗，但是到了2021年1月，「年齡版圖位移，性別比例漸趨一致」，收聽年齡層有了顯著的位移，28歲至34、35歲至44歲的聽眾比例大幅增加，18歲至22歲、45歲以上的聽眾比例仍然偏低。這個的聽眾年齡層轉變的走向，正是「藝術開麥拉」目前收聽民眾的年齡層結構（如圖15），顯然吻合時代的脈動。

另外，依照聽眾使用的收聽裝置來看，見圖16，手機佔90.3%，電腦為9.2%，推測手機使用最大量的原因，應該是聽眾在平日上下班通勤、開車騎車時收聽的緣故。

從聽眾結構分析來看，23到34歲的年輕女性、45到59年長男性，以及使用手機收聽者，為收聽陶博館「藝術開麥拉」的主要群體，未來了解其收聽興趣，規劃與此族群相關的節目內容，增加收聽的黏著度，同時在實體的博物館功能的提供上，也可設計符合此群體的活動，增加到訪陶博館的動機與目的。



▲ 圖 16 「藝術開麥拉」播客收聽平台使用裝置分析 資料來源：陶博館提供

陸、結語

目前陶博館的播客行銷計畫執行成效良好，由以上各項數據顯示，未來民眾對於數位博物館資訊的使用率將大幅提升，尤其在5G的推動下，行動裝置更會是未來的主流，因此可以思考在數位博物館的內容建置上，如何能夠更加符合在行動裝置上使用的適切性。

觀察目前收聽民眾的年齡層結構，18歲以下、18到22歲，以及45歲以上三個族群，所佔比例較低，因此未來在節目內容企劃方面，建議可以思考一些以青少年或銀髮族為主要受眾的主題，藉以開發新的年

齡層客群，成為未來行銷市場的新藍海。例如針對年輕族群，可以增加新興科技在陶藝上的運用，或是開創藝術文創產業設計等方面的議題，吸引年輕人共同參與，投入文創產業。針對 45 歲以上的聽眾，可以討論陶藝工業在文化、社會、經濟方面可能帶來的影響，以及面對未來已然改變的生活形態可以帶來的幫助等等。

在聽眾性別方面，目前女性佔比較高。如果在討論主題的走向上可以加強知識面向，或者是國際或網路媒體的最新動態，也許可以增加男性的關注度。在實體活動推廣上，也可以強化男性同樣適合參與的意象，有可能藉此建立陶博館之為性別平等的全民友善博物館，進而吸引男性的目光。

目前一般社群平台對用戶所做的節目推薦，主要是依據訂閱數和熱門程度，新的節目不容易出頭，播客平台除了可以透過程式，針對使用者的興趣做推薦之外，「Google Podcast 甚至會將語音內容轉換成文字收錄在系統中，讓使用者可以根據某些關鍵字找到相關的內容」，以這種方式更加強節目的能見度以及被收聽率方面，或許「藝術開麥拉」未來也可以同步採用這樣的方式，讓更多人聽見。另外，如果在人力和設備許可下，出外景錄音的同時可以錄影，將影片上傳影音平台，增加平台的跨度，同一件作品可以多用。

目前「藝術開麥拉」透過 Firstory 託管平台，將節目同時上架到多個播客平台，建議可以運用陶博館已經經營多年的其他網路媒體平台，如 Facebook，Instagram，YouTube、Tiktok 或部落格等，增加節目曝光率，導引訪客進入播客的世界。

最後建議可以設計問卷，針對疫後來館民眾、在官方網站上報名陶藝課程以及進行文創消費者，詢問來館參觀或進入官方網站前，是否曾經聽過「藝術開麥拉」，因此希望了解陶博館，並且進一步產生連結？透過這樣的調查分析，得出播客行銷對於來館人數或網站訪客數是否具有正相關，可以作為節目企劃的參考。

參考文獻：

陳貞樺，〈明星、政治人物也瘋狂，Podcast 為何在臺灣爆紅？〉，《天下雜誌電子報》（2020 年 6 月），
取自：<https://www.cw.com.tw/article/5100792?template=fashion>

黃亦筠，〈疫情下爸媽救星！注意力市場新金礦 Podcast，臺灣產業新支柱？〉，《天下雜誌》724 期（2021 年 6 月），
取自：<https://www.cw.com.tw/article/5115049?template=transformers>。

黃郁婷，〈從社群口碑與視覺化分析 Podcast 產業之行銷策略〉，國立屏東大學行銷與流通管理學系數位行銷碩士在職專班碩士論文，2021 年，頁 5。

楊士範，〈Podcast 新手入門：為什麼要聽、用什麼聽，以及有哪些好節目〉，《The News Lens 關鍵評論·生活》，
取自：<https://www.thenewslens.com/article/87853>

劉季清，〈創作黃金年代來臨 臺灣 Podcast 收聽量 暴增兩倍〉，《工商時報》A10 科技要聞，2022 年 2 月 7 日。

蔣曜宇，〈耳機裡的新浪潮！Podcast 大崛起，搶攻「第二注意力」新商機〉，《數位時代 Business Next》，
取自：<https://www.bnext.com.tw/article/58113/podcast-newwave-thriving?>

華人百科，「播客行銷」詞條，
取自：<https://www.itsfun.com.tw/%E6%92%AD%E5%AE%A2%E8%A1%8C%E9%8A%B7/wiki-8798109-7996968>

Gigi Su，〈Podcast App 大比拚！各家平台如何做好營銷策略？〉，《行銷與 MARTECH》，
取自：<https://www.bnext.com.tw/article/63274/podcast-app-marketing-june>

2021臺灣陶藝獎 展覽紀事

新北市立鶯歌陶瓷博物館 典藏展示組/呂翊菁



兩年一屆的「臺灣陶藝獎」透過競賽徵件活絡臺灣陶藝創作者的發展與交流，每年都有許多新生代陶藝學子不斷出現及嶄露頭角，本屆設置「卓越獎」、「創作獎」、「實用獎」、「新銳獎」四大獎項，提供各種類型的陶藝創作者有發表平臺，展現累積的成果。

今年首屆創辦「卓越獎」以全國公開推薦的方式進行，不分年齡、性別等各項條件，鼓勵大眾推舉出心中的理想人選，希望此獎項能更全面的鼓勵陶藝的原創性，使得更多人能看見陶瓷藝術創作的無限可能，

長年來有許多優異陶藝創作者不斷為臺灣陶藝的發展努力，以自身經驗為出發擴及到國際舞台，使臺灣在國際陶藝上獲得一定的定位，藉由卓越獎的推出，希望能藉使引領當今年輕輩的陶藝家們，勇敢挑戰陶藝創作的各種可能，不畏懼前方的挑戰並持續將臺灣陶藝創作推向世界的舞臺。



卓越獎展覽紀事

今年首屆舉辦之「卓越獎」以全國公開推薦的方式進行，希望此獎項能更全面的鼓勵陶藝的原創性，獎項內含包含以往成就獎的精神在其中，並擴大推廣陶藝的原生創作的能量，使得更多人能看見陶瓷藝術創作的無限可能，本屆評選邀請了相關領域的專家學者參與，並經過一連串謹慎的討論才選出本屆得主。

首屆卓越獎得主為徐永旭，1955年出生於高雄的徐永旭原是國小教師，43歲因緣際會步上陶藝專職創作之路，身體承受長期苦痛的他曾說「要在身體被病魔吞噬前，發揮生命的最大張力。」30多年的陶藝創作，由單一物件逐漸擴展成與空間對話的大型作品，以土條走形，不斷以手指按、捏、擠、推，反覆堆疊陶土，身體的勞動注入個人的情感和汗水，直接烙印在作品上，考驗體力、技術與燒窯條件，用陶土築出巨大的造型，顛覆大家對陶藝表現的刻板想像，令人嘆為觀止。

挑戰媒材的極限是徐老師長年進行創作的一種信念，從單一物件的創作擺飾逐漸轉換成宛如建築空間般的創作，作品與空間、大地之間的對話及呼應，即是將陶藝創作推向另一種全新領域的力量，本館頒予此獎項後，希冀著徐老師的創作意志能引領著當今年輕輩藝術家，勇敢挑戰陶藝創作的各種可能，不畏懼前方的挑戰並將臺灣陶藝創作邁向世界的舞臺。



本次回顧展規劃從過去的油畫繪畫的經歷開始，至 1992 年開始的陶藝創作，一路以來的創作回顧，在展覽中呈現了早年靜態到動態的創作轉變、白色樂章的舞動旋律、戲劇人生系列的神祕感等，許多經典的作品都展出在本次展覽中。



▲ 於玻璃長廊進行創作

2022 年 3 月 30 日、3 月 31 日、4 月 1 日、4 月 14 日、4 月 29 日、4 月 30 日共計 6 天，於玻璃長廊進行徐永旭在陶博館首次現地創作，嘗試全新的挑戰，在此空間的創作狀態有別於一般工作室，不管是溫度、濕度、周圍環境等狀況都是不可控制，而且在時間拉長的狀況中，作品的乾濕度問題也影響了創作的方式，本次也顛倒了從前創作的慣性，由上往下延伸，在不知道會發生變化中持續的創作與觀察，也許會裂開、崩塌，沒有人知道未來會發生什麼事情，這也都是徐永旭老師想挑戰與表達的。在 4 月 30 日的座談會中分享創作過程中都會遇到媒材與自身的界線，為有不斷突破這些「界」才能找到新的可能，創作也像是馬拉松一樣，每一個時刻都專注在這件事上，盡全力的做到最後一刻。



▲ 座談會



▲ 卓越獎展場

創作獎展覽紀事

本屆共計 124 件作品投件，35 件作品進入複審，最終選出 1 名首獎、3 名特優、2 名評審特別獎，25 名入選。本次外聘評審邀請到石雕家黎志文、陶藝家王怡惠、當代藝術策展人黃海鳴及胡氏藝術負責人胡朝聖進行評審，希望以更多元的角度及視野進行評選，因各自專業領域不同，在評選過程中也進行了有別於以往的討論，更加入當代藝術及多元媒材的創作思維於其中，從本屆作品及評審過程中可以看見，近年來的陶藝創作風氣不斷在蓬勃發展中，學習陶藝不再是只限於部分美術相關學院，許多公私立的大專院校皆設立相關課程，使接觸陶藝這項媒材的機會不斷增加，在這兩年一屆的競賽展中總能看見許多新生代創作者加入，從中也展現出許多不同於以往的概念與想法，實驗性或裝飾性的創作想法不斷出現，呈現出更多元的作品於現場。



▲ 創作獎展場

2021年3月2日進行初審，先以參賽作品及參考作品影像圖檔進行審核，在評審過程中透過參賽者的主題、理念、表現技法等進行討論，作品的去留都只在一瞬間，實際觀賞停留的時間大約皆只有3至5秒，若作品的重點特色無法即時在圖像中清楚呈現，很容易在初審的過程中被淘汰，參考作品影像也是極為重要，評審們會藉由參考作品對參賽者的創作手法、理念等有更多的認識，更進一步了解參賽作品是否有到達展出的水準，或者只是偶然間產生的創作，在初審裡從中先選出了35件作品進入複審，後續請參賽者於指定時間內將實體作品送入館內進行佈展。

2021年5月2日進行實體作品審查，在複審的過程中委員們提出幾項參賽的觀念，博物館提供展出平臺，給予藝術家們有伸展、發表的機會，在實體審查的過程中發現大多數的作品不管是體積還是份量都是偏小的狀態，以整體感及氣勢來說都是不足，參賽者必需了解純粹創作與比賽實際上的不同，若想要在競賽中嶄露頭角就需要有策略性的參賽，才有機會獲獎，參賽者需要拿出非得獎不可的野心，才有辦法在數百件作品中脫穎而出，競賽本質還是要以陶瓷為主體，作品須展現出陶瓷的特色、材質的運用及技法的表現，創作理念與作品本體是否能相互呼應，這些皆需要有相當的程度展現。本屆首獎王裔婷《隕落中的重生化石—熱帶斑海豚》以生態危機出發，發展近期熱門的議題，創作前期也花費了許多時間及精力進行研究，並親身參與許多環境議題活動，評審們綜合討論的結果是，以整體來說，此件作品非常完整，製作手法相當細膩，給人的感受是既完整又破碎、死亡又重生，可以清楚感受到作品的層次感，

然後作品的創作理念又回應到這幾年很熱烈討論的議題，這樣的作品技法在臺灣是非常少見的，因此最終獲得委員們一致的肯定奪得首獎榮譽。



▲ 王裔婷《隕落中的重生化石—熱帶斑海豚》

本屆的特優作品，也展現了作品的完整性、技術性、觀念性等幾項特點於其中。《萬緣寂處（二）》運用傳統的擠泥技法進行創作，作品的整體感及造形都很到味；《孕育；初生》在陶藝技術上的呈現備受肯定，在觀看中也給人強烈的視覺效果；《生活痕跡》是以比較觀念的方式進行，運用瓷漿結合現成物、彈簧、泥沙等融合在一起，與其他單純想展現陶藝技法的作品相比下，反而讓人覺得這樣的作品非常有趣，更能吸引目光。



▲ 賴羿廷《萬緣寂處（二）》/ 許旭倫《孕育；初生》



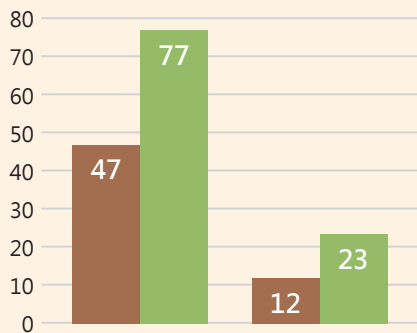
▲ 黃于洋《生活痕跡》

創作獎評審委員：吳秀慈、黃海鳴、黎志文、王怡惠、胡朝聖

	初審	複審
日期	2021年3月2日	2021年5月2日
地點	新北市立鶯歌陶瓷博物館地下一樓大會議室	新北市立鶯歌陶瓷博物館一樓大廳
評審方式	作品圖像審查	作品原件審查
參賽件數	124件(組)	
評審結果	35件(組)進入複審	1名首獎、3名特優、2名評審特別獎，25名入選。

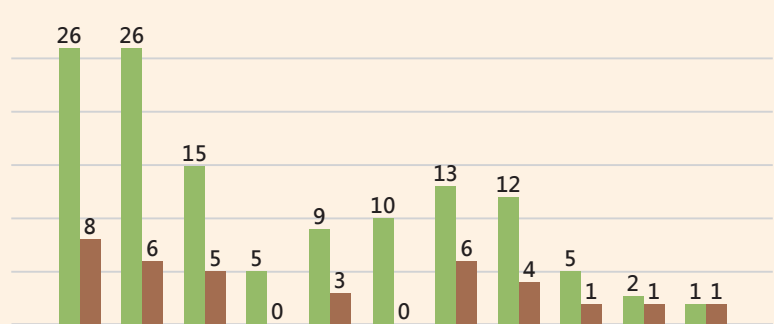
創作獎性別統計圖

■ 男 ■ 女



創作獎年齡分析圖

■ 參賽者 ■ 入選者



▲ 創作獎評審中

實用獎展覽紀事

本屆共計 92 件作品投件，37 件作品進入複審，最終選出 1 名首獎、3 名特優、4 名評審特別獎，25 名入選。每年投件作品時常以茶具類作品居多，但以實用方面來看，能製作的項目有非常多種類型可以進行，每屆都希望能有更多元豐富的作品參賽，本次也看見了一些不同於以往的實用類作品。



▲ 實用獎展場

本屆評審組成來自不同專業領域，有陶藝家王幸玉及施惠吟、工藝設計師劉立偉以及島作市集策展人孫明華，在會議過程中綜合了實用性、創意性、設計性及市場性的觀點於其中進行評選，討論過程中也提到陶藝的實用器皿是最為貼近大眾生活中的工藝，每個人家中基本上都一定會有陶瓷相關的物件，那要如何讓陶藝作品進入大眾的生活是我們持續想努力的事，希望透過競賽及展覽能以不同觀點來呈現，讓民眾對於陶藝有更多的認識，陶藝能是藝術創作也能是實用器物，能進入日常生活之中並提升生活品質，它不再是與生活無關或只存在於博物館、美術館的奢侈品。現在陶藝創作者不斷增加，在許多市集、街弄中皆能看見陶藝品的身影，比賽的初衷就是希望能給予現今的陶藝創作者有發表展現的舞臺，提攜專業人才並從博物館出發、發表到進入市場，從中定位好自己的方向，並能以陶維生即是我們最大的期待。

2021 年 3 月 5 日初審，以書面方式進行，透過報名參賽時所繳交的作品照片進行評選，先從 92 件參賽作品中篩選出 37 件作品進入複審。從作品圖像進行檢視時有幾大要點參賽者必須注意，如規劃性的拍照，先了解作品的特色在哪並加以呈現，拍照構圖則需簡潔清楚不能雜亂無章，看不出作品的重點，這樣的問題會時常出現在多組件的作品中，因件數太多又希望能讓評審看見每個細節，反而失去焦點而被淘汰。再來是必須了解競賽的宗旨，「實用性」為實用獎的首要條件，參加比賽若是漫無目的地投件，明顯非實用性的作品很快地就會在第一階段被淘汰。因此參賽者參加任何比賽時，都要先確認好目標在進行策略性的表現與作品拍攝才有機會進入到第二階段的複審。

2021 年 4 月 28 日進行複審會議，從第一階段篩選出了 37 件作品進行實體審查，此時每位評審們皆很期待能看見實體作品，畢竟從平面圖像中還是很難清楚看見作品的每個細節或是表面的特殊處理質感等，當委員進入到會場後，都仔細地端詳著並感受作品想傳遞出來的訊息，本次評審組成與已往不同，加入了設計與市場的角度面相，因此在觀看完所有作品後進行了各種不同角度的討論，如作品到底是要能用？

還是要好用？是要能成為大眾的生活用品？還是小眾族群喜愛的工藝品？這幾項都值得去好好思考的問題，也因評審專業領域的不同，才有這個機會重新思考實用獎的目的。

本屆的首獎為黃偉茜《來自遠方的樂聲》，她以少見的方式運用陶瓷這項媒材結合音樂進行創作，並挑戰樂器製作上的技術問題，普遍對於吉他或烏克麗麗的認識多為使用木材進行的製作，而陶瓷的本質為易碎、沈重、不易隨身攜帶，她則打破了大眾對陶瓷的既定印象，並努力鑽研使用陶土製作出音箱的方式，並融入於印尼駐村時的體會與感動，以印尼當地的瓦窯廠景色及異國文化表現於作品外觀，在彈奏的過程裡讓回憶融入音樂中，把當時的感動傳遞給大眾。評審們也表示即使參賽的作品不是能迎合每個人的需求，但這樣的作品是很符合這競賽的精神，具備實用性的創意作品值得被鼓勵，因此獲得本次首獎。



▲ 黃偉茜《來自遠方的樂聲》

特優評選時也提出了幾項重要觀點，希望能藉由這項獎項，向大眾推薦符合市場性、機能性及具有發展性的作品，《岩梳》及《幽玄寂·物哀鏘》皆展現了實用茶具的完整性及個人風格特色，是符合市場性需求的作品，在評審過程中也獲得很大的肯定。



▲ 林龍杰《岩梳》/周輝霖《幽玄寂·物哀鏘》

《進化》看起來雖創作性質偏多，在評選的過程中委員們一把把的觀看與使用，觀察作品的實用程度，總結出來是每件茶壺皆可被使用的，在創作這樣的作品時，是有去觀察消化市面上所有茶具的型態，並進行去除、轉化成自己覺得是好的樣子，此時又回到了這個獎的宗旨是代表著鼓勵的意義時，能鼓勵這樣一種想法時，也許是更加有力推廣實用獎的一種方式。

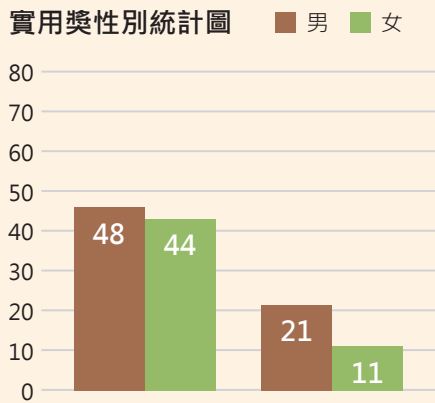


▲ 中井侑未子《進化》

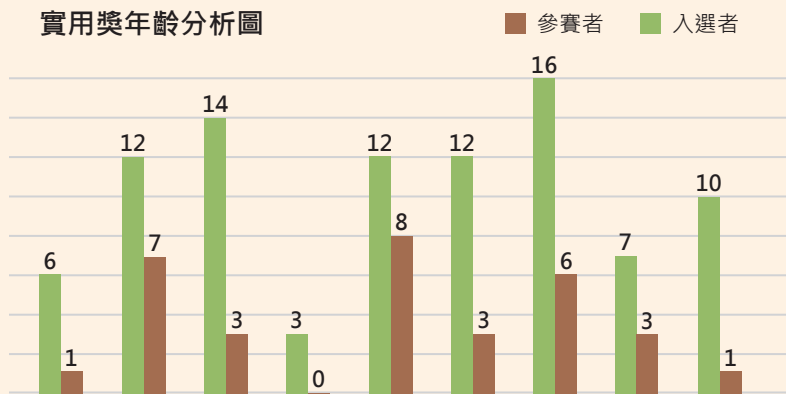
實用獎評審委員：吳秀慈、王幸玉、施惠吟、孫明華、劉立偉

	初審	複審
日期	2021年3月5日	2021年4月28日
地點	新北市立鶯歌陶瓷博物館地下一樓大會議室	新北市立鶯歌陶瓷博物館地下一樓大會議室及預備室
評審方式	作品圖像審查	作品原件審查
參賽件數	92件(組)	
評審結果	37件(組)進入複審	1名首獎、3名特優、2名評審特別獎，25名入選。

實用獎性別統計圖



實用獎年齡分析圖



▲ 實用獎評審中



▲ 新銳獎展場

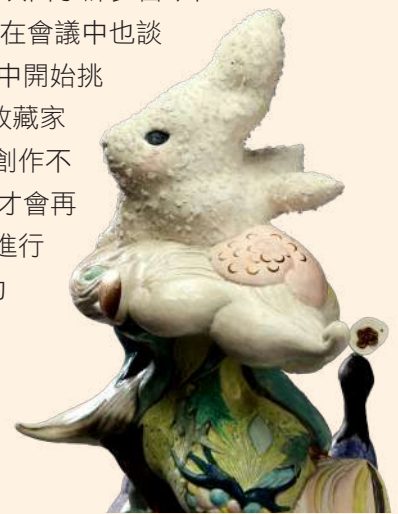
新銳獎展覽紀事

新銳獎的設立是希望能給予年輕世代的創作者有更多展出曝光的機會，本屆首次以公開徵件的方式進行，藉此吸引更多元的參賽者，當今世代的陶藝創作類型更發廣泛，不再只限於學院之中，而有更多學習接觸陶藝創作的機會，藝術創作領域所使用的創作媒材、展現技法及創作模式也更加多元，複合媒材的運用不斷增加，當今的創作者除了單純的作品創作之外可能還需要兼備策劃展覽、行銷宣傳、美編設計等能力，希冀能透過新銳獎培育出未來陶藝相關的創作及策展人才。評選過程中參賽者需要親自現場進行面報對談，談論對未來創作的展覽規劃，以博物館為基礎提供場地及相關資源，可以有怎樣的表現，這都是我們未來所期待看見的。

第一階段初審是採用書面審查的方式進行，參賽者需要先投 5 件作品參賽，並依這 5 件作品的原創性、完整性、創造力進行評分，選出 4 位進入複審，第二階段進入複審的參賽者需製作未來創作計畫之簡報並於會議當日親自到場面報。

本屆評審委員會由不同領域的專家學者而組成，本屆外聘評審為陶藝家張清淵及朱芳毅、雕塑家邱梁城、鐵雕家劉柏村、當代藝評人蘇瑤華 5 位，在激烈的會議過程中，反映出了許多當今世代的創作問題及狀態，以及是否能依靠藝術創作生存等問題進行討論，在會議中也談論到現今藝術家過度受到商業意識的影響時，大部分人就會在生活壓力中開始調整自己的創作路線，思考怎樣型態的作品在市場接受度會比較高，或是收藏家可以更容易進入自己的創作理念，委員們在面談過程中即表示出，藝術創作不應該是為了買賣而存在，而是需要先有好的藝術家才会有好的藝術品，才會再產生藝廊及博物館，這是有層次性的，所以應該忠於自己的理念與想法進行創作，才會產生令人感動的作品，希望現在年輕世代的創作者可以努力去創作出自己所喜歡的作品，不要過度被市場狀態而左右。

這也是新銳獎的意義與期許，陶博館也許只是藝術家生命中的一個過客，但希望可以給予新世代創作者用力地推一把，在國內踏穩腳步，勇敢的大步邁向國際，並提醒著現在年輕的陶藝家們不要過度受市場的影響，創作方向過於商業，或迎合市場需求。



▲ 新銳獎得主 陳芎伊《雪森》

新銳獎評審委員：吳秀慈、邱梁城、劉柏村、蘇瑤華、張清淵、朱芳毅

	初審	複審
日期	2021年3月16日	2021年4月20日
地點	新北市立鶯歌陶瓷博物館地行政大樓三樓會議室	新北市立鶯歌陶瓷博物館一樓陶藝舞臺
評審方式	作品圖像審查	作者親自面報及1件作品原件審查
參賽件數	11位	
評審結果	4位進入複審	2名新銳獎



▲ 新銳獎評審中



▲ 新銳獎得主 丁有彧《盛夢 - 築夢》

「2021國際咖啡杯大賽」 展覽紀事



新北市立鶯歌陶瓷博物館 典藏展示組/林琪



當經典不敗的媒材遇上風靡全球的人氣飲品，可以激盪出甚麼樣的火花？隨著咖啡與現代人生活越來越密不可分，咖啡杯成為我們妝點日常的重要元素。而陶瓷器皿多變的造型與迷人的手感，至今依然是許多人用來品味咖啡的第一選擇。

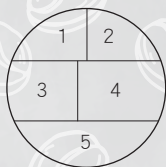
陶博館「國際咖啡杯大賽」，延續歷年新品獎精神，鼓勵實用陶瓷創作，以極具生活感的陶瓷咖啡杯作為徵件主題，自 2020 年首次開辦後，便獲得熱烈迴響，2021 年為鼓勵更多優秀創作者參與，提高首獎獎金至五萬元，並增設金、銀、銅獎。本屆首獎為比利時 Ann Van Hoey 《羅姆布特》，其作品設計靈感來自位於作者家鄉、受聯合國教科文組織世界遺產保護的聖羅姆布特大教堂（Sint-Rombouts Cathedral）的哥德式尖拱，其獨特設計與實用的器型，獲得評審一致好評。



▲ 首獎：Ann Van Hoey 《羅姆布特》

臺灣劉芳汝《關於拿鐵》利用釉色的黑白對比，表現濃縮咖啡滲入純白鮮奶的融合流動感，獲得金獎；而來自韓國的朴炤垠，以在臺灣骨董店觀察到的窗花紋樣為靈感，創作出《窗戶咖啡組》，獲得銀獎。臺灣參賽者宋立《家族時光》，則運用富有故事性的構圖，將咖啡濾杯與杯體巧妙結合、置換，創意獲評審肯定，與英國 Mandy Cheng《方形、絞胎、「反思」》、臺灣陳希泓《地籍杯》同獲銅獎。





- 1 金獎：劉芳汝《關於拿鐵》
- 2 銀獎：朴炤垠《窗戶咖啡組》
- 3 銅獎：Mandy Cheng《方形、絞胎、「反思」》
- 4 銅獎：陳希泓《地籍杯》
- 5 銅獎：宋立《家族時光》



遭逢疫情 陶藝交流不間斷

「2021 國際咖啡杯大賽」徵件期間雖遭遇疫情導致學校及陶藝工作室暫時關閉，影響國內參賽者燒製作品，未能突破 2010 年共 221 件的收件紀錄，但因徵件主題是討喜且實用的咖啡杯，初審採線上報名，以書面審查的方式篩選進入實體評選的作品，加上第一年辦理獲得的熱烈回響，使得來自國際的參賽者不減反增，相較於 2010 年有 26 位來自國外的參賽者投件，在 2021 年參賽的 210 件作品中，共有 72 件來自國外，不只增加競賽的文化多元性，也提升陶博館的國際能見度。



▲ 黃政雄《臺灣口罩紀念馬克杯》

由於參賽作品來自世界各地，不同造型與特色的咖啡杯反映出創作者自身的文化背景、咖啡飲用習慣及關心的時事議題，如黃政雄《臺灣口罩紀念馬克杯》以口罩為造型，希望可以提醒大家防疫的重要性；來自以色列 Danit Melman 的作品《結束衝突》則以咖啡在衣索比亞的文化意涵為喻，寄寓對國際戰事的和平盼望。



▲ Danit Melman《結束衝突》

走進日常 陶瓷設計更親民

不只參賽作品的國籍與主題豐富多元，「2021 國際咖啡杯大賽」更邀請到陶藝、產品設計、咖啡等不同領域的專家來擔任評審，以期由更全面的角度來進行比賽的評選，本屆評審團由陶藝家方柏欽、當代陶瓷品牌 3.co 創辦人俞幼眉、Pick Coffee 負責人卓弘騏及館方代表組成，從來自世界 30 個國家共 210 件參賽作品中，依據造型美學、實用價值、設計理念等評審原則，經過兩輪評審，選出 50 件別具特色的咖啡杯作品於本館展出。





▲ 評審以書面審查的方式由 210 件參賽作品中選出進入複審的作品。

方柏欽認為，實用性物件已成為當代工藝與藝術之間的橋樑，從本屆的得獎與入選作品中，可以看到多樣的陶瓷技術展現，也有著重在特定議題與想法的當代詮釋，而更令人讚賞的是兼顧兩者，並將其表現在適當功能性的器皿中。喻幼眉則表示，突出的設計總是能夠讓人在第一瞬間被吸引，進而引起使用的動機，創作者應好好體驗生活，從中汲取不同的養分，才能成就好的設計。卓弘騏則由咖啡師的角度出發，認為每種咖啡可適用的器型並不相同，如創作者欲往實用及市場的方向拓展，應更注意使用者的需求進而調整設計。



▲ 複審時評審檢視實體作品



▲ 企業贊助特別獎：吳昕恬《有扇窗會為你亮起》

本次大賽也特別與鶯歌在地企業陶作坊合作，另設「企業贊助特別獎」，媒合獲獎者吳昕恬與陶作坊合作量產其獲獎作品《有扇窗會為你亮起》，期望咖啡杯創作不只是博物館架上的展品，更是日常中隨手可得的好夥伴，讓陶瓷設計以更親民的方式融入大眾生活。



搬上雲端 陶藝空間輕鬆遊

本次展場位於陶博館的 B1 陶藝長廊，延續咖啡杯大賽一貫輕鬆小品的風格，來到展場彷彿置於舒適的居家空間，讓觀展者能放鬆的氛圍中細細品味生活陶藝之美，陶博館更將展覽內容搬上雲端，從「數位陶博館」線上展覽更能深入體會每位創作者的設計理念，並透過線上環景讓所有的陶藝愛好者能夠不受時空的限制，欣賞本次大賽精采的得獎與入選作品。

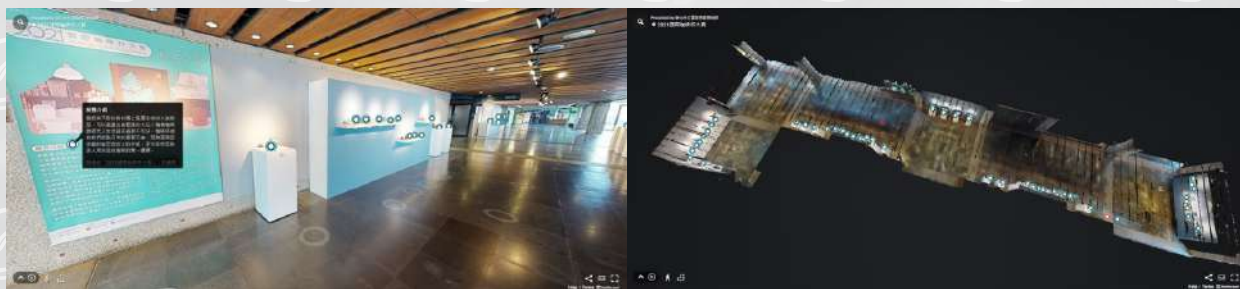


▲2020 國際咖啡杯大賽展場



▲2021 國際咖啡杯大賽展場

陶博館自營的 Podcast 節目「藝術開麥拉」也特別為本次的展覽開立了「嚴選好咖」單元，邀請到許多陶藝相關的空間經營者分享對於陶瓷器皿與生活美學結合的經營理念，建立起獨具風格的生活美學，讓民眾不只能夠在視覺上飽覽咖啡杯之美，也能隨著各領域的專家與業者，在線上神遊於各種陶藝生活空間，透過經驗與觀點的分享，提升創作與鑑賞的能力。在這次的展出中，可以看見陶瓷藝術隨著現代人的使用需求持續進化、融入生活，在古老的技術與媒材中不斷地產生令人耳目一新的創意與動能，用藝術提升生活美學，展現陶瓷的多變與可親。



▲ 數位陶博館「2021 國際咖啡杯大賽」環景





▲ 嚴選好咖：「抱瓶庵」庵主徐恩廣從人文的角度出發，對於陶瓷器皿與生活的關係有獨到的見解。



▲ 嚴選好咖：「地衣荒物」主理人謝欣翰分享選物店裡的陶瓷小故事。



▲ 嚴選好咖：「咖啡行者」老闆查克不斷嘗試尋找最適合品牌形象的咖啡杯。



▲ 嚴選好咖：由許多陶藝愛好者共同成立的「夥房」，空間處處可見成員們的設計巧思。

越·界—以色列工藝設計雙年展精選

新北市立鶯歌陶瓷博物館 典藏展示組/黃柔晏

陶博館與以色列結緣

陶博館自創立以來積極與國內外藝文單位交流、合作辦理展覽及教育活動，並透過國際借展機制，讓臺灣觀眾飽覽國際精彩作品。2022年，陶博館透過駐臺北以色列經濟文化辦事處推介，首次與「特拉維夫依瑞茲以色列博物館 (MUZA, Eretz Israel Museum, Tel Aviv)」合作舉辦藝術展覽。陶博館將自「2020 特拉維夫工藝與設計雙年展」的 250 件參展作品中，跨海精選 10 組雕塑及裝置作品與 3 部影像創作展出，創作媒材包含陶瓷、金屬與影像等，以「越·界—以色列工藝設計雙年展精選」為展名盛大開展。



▲ 展覽主視覺



▲ 於陶博館一樓展出 © 依瑞茲以色列博物館典藏品，部分展品圖 © 作品版權為藝術家所有

透過展覽認識以色列

以色列的歷史縱軸淵遠流長，歷經多次戰役，以色列人回歸故土。2022年五月初，以色列迎來了第74個獨立紀念日，他們誠心悼念為國犧牲奉獻的戰士們，並誠心珍惜自己的國家與土地，藝術家亦會透過創作展現對國家的忠誠。以色列人口約950萬人，其中猶太人約佔總人口的73.9%（約702萬人），阿拉伯人約佔21.1%（約2萬人）。以色列位於歐、亞、非三大洲之間獨特的地理位置，亦為三大宗教的發源地。以色列文化可追溯至西元前兩千年的希伯來文化，其為猶太文化的古老起源之一。以色列曾受古埃及、希臘、羅馬等影響，因此匯聚了這些文化的精華，發展成今日獨特的本質。以色列亦透過優美的希伯來文保存了文學、歷史、律法及戲劇等，亦藉由聖殿遺址、出土文物保留了建築、祭祀用品、手工藝品、傳統陶罐，他們尊敬自己的故土，熱愛自己的家園，因此也建立了許多考古與歷史博物館延續這些文物的生命。

特拉維夫依瑞茲以色列博物館創立於1958年，座落於以色列特拉維夫市北部，佔地約20英畝（約等於193座籃球場大小），特別的是，博物館園區內包含具12層文化層的泰爾·考西爾歷史遺跡（Tel Quasile），聳立於博物館園區正中心，此遺跡於1940年代被人們發現，其為西元前12世紀由非利士人建造的古老港口城市的遺跡，經專業團隊挖掘研究，此遺址為生活區、工作區和神殿區三個區域規劃而成的城市，出土的文物包含神殿遺跡、祭祀用品及陶器等。

創館起源於沃爾特·摩西博士（Dr. Walter Moses）將其收藏的豐富文物捐贈特拉維夫市，當年的政府為延續他的使命，規劃並創立依瑞茲以色列博物館。依瑞茲（Eretz）為希伯來語「土地」、「國家」及「故土」之意，期許這座考古和民俗博物館完整保存以色列遠古至今的文物，致力於兒童及社會教育，提供展覽及教育書籍給予大眾，肩負擔任特拉維夫市和以色列國家的主要精神和文化中心的重責大任，期許以色列的考古及歷史文化成為生活中的一部分。展示典藏品的主題式展廳隨開館後陸續落成，如玻璃館（1959）、考古錢幣館（1962）、民族志與民俗館（1963）、陶瓷館（1966）、人類及工作場域（1982）及正在建置的數位攝影博物館等，典藏品共計數十萬件。

其中陶瓷館於1966年開放，典藏品珍貴且豐沛，包含西元前4至3世紀時迦南人所製的陶瓷器皿、古以色列的製陶轆轤、來自第一聖殿時期的早期希伯來文陶器樣本。此陶瓷館亦展出以色列現當代陶藝作品，在以色列的考古陶瓷至當代陶瓷的教育推廣上，扮演了極重要的角色。



▲ 特拉維夫依瑞茲以色列博物館 © 照片版權：Leonid Pedrul

特拉維夫工藝與設計雙年展

1950 年代以前，以色列陶瓷展業主要生產日用及工業用陶瓷。1950 至 1960 年代，陶瓷藝術家陸續開設私人藝術工作室，推廣陶瓷藝術，將以色列的傳統文化、民族主義融合在地土壤及材料，轉化為現當代藝術，藝術家也開始嘗試以陶瓷雕塑為創作形式。2000 年代開始，依瑞茲以色列博物館開始舉行以色列陶藝雙年展，積極探討並匯聚陶瓷藝術創作。2020 年，「特拉維夫工藝與設計雙年展」由依瑞茲以色列博物館首創，策展團隊來自工藝、視覺設計、藝術與文化等不同的專業領域，匯聚陶瓷、玻璃、珠寶、紡織品和紙質等媒材的作品約 250 件，集結 300 位以色列藝術創作者，以雕塑、設計作品、戶外裝置、影像及聲音作品形式展出。「特拉維夫工藝與設計雙年展」肩負以色列的藝術創新的重要使命，彙整 21 世紀當代工藝與設計作品，開拓以色列當代藝術的道路。在參展作品的徵選中，策展團隊自三千多份的提案中篩選 250 件符合展覽主題的作品參展，創作概念囊括過去與現在、傳統與創新、藝術與功能等之間的議題。



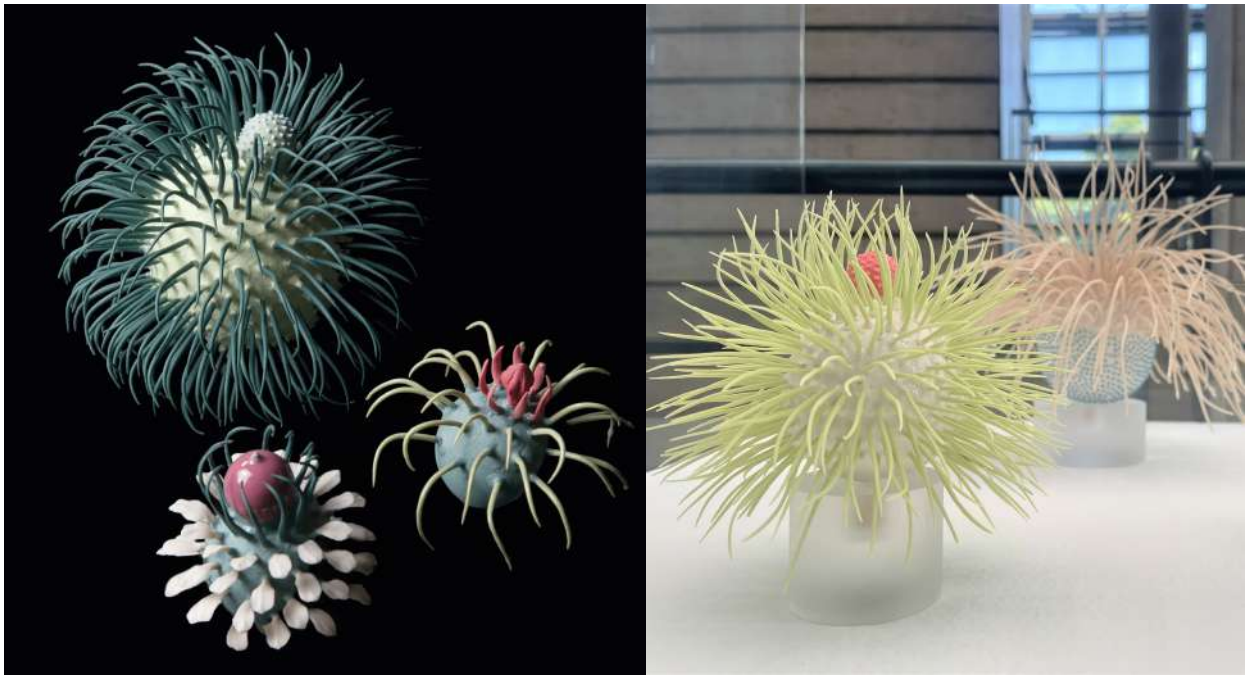
▲ 特拉維夫工藝與設計雙年展

其中參展作品《蛋糕》(The Cake, 2020)，為以色列陶藝家 Ronit Baranga 創作之具象雕塑作品。Ronit Baranga 曾獲選 2012 臺灣國際陶藝雙年展評審推薦獎、2016 臺灣國際陶藝雙年展入選及多項國際大獎。其以逼真、寫實的雕塑風格為特色，創作靈感來自文學、神話及社會寫實等議題。她使用擬人化的方式將「器官」賦予於器皿或物件，使這些無生命的物件擁有生命、靈魂與情感。如作品《蛋糕》，看似兩位赤裸的女性檢視著奶油糖霜蛋糕，垂涎欲滴。

Ronit Baranga 為蛋糕注入生命，改變了人類與食物之間的關係，甚至蛋糕本身可能威脅要吞噬她們，整體作品呈現衝突並探討人性慾望。



▲ Ronit Baranga 《蛋糕》(The Cake, 2020)
◎ 照片版權：Hadar Saifan ◎ 作品版權為藝術家所有



▲ Avital Avital 《生物》(Creatures, 2020)
 ◎ 照片版權：Hadar Saifan ◎ 依瑞茲以色列博物館典藏品

作品《生物》(Creatures, 2020)，作者 Avital Avital 以極度細緻的手法模擬水中微生物，企圖挑戰陶瓷的極限。她觀察其水中生物的形態、纖維與棘刺，利用陶瓷的延展性，以雙手形塑出自然且纖細的生物棘刺。並探討其生命意涵，作品色彩繽紛，富含生命力。

疫情當下，各項國際交流活動受到阻礙，在新北市政府及駐臺北以色列經濟文化辦事處的全力促成下，此展覽終於順利開展，正如同展覽名稱「越·界」，充分展現藝術跨越國界的核心概念。以色列擁有豐富且深遠的歷史文化，這些當代藝術家從傳統文化出發，融入創新、科技及社會議題等元素，挑戰媒材的極限。透過此展覽，民眾可飽覽以色列藝術家豐沛的創意力與美學概念，並藉此體驗到臺灣難得一見的以色列文化。



▲ 於陶博館展出的展場照



▲ 於陶博館一樓展出 ◎ 依瑞茲以色列博物館典藏品

新北市立鶯歌陶瓷博物館 — 館刊第 7 期
New Taipei City Yingge Ceramics Museum — Journal 07

發行人：張啟文

編輯委員：姜芝妍、江淑玲、程文宏、高麗真、李鐘林

執行編輯：宋佳晏

出版者：新北市立鶯歌陶瓷博物館

地址：239218 新北市鶯歌區文化路 200 號

電話：02-8677-2727

傳真：02-8677-4104

網址：www.ceramics.ntpc.gov.tw

視覺設計：碼非創意企業有限公司

版權所有 本刊圖文未經同意請勿轉載



陶博館

館刊

New Taipei City
Yingge Ceramics Museum

