

沿走萊茵流域的工藝駐行  
行程規劃表  
2014/08/26 -2014/10/05

日期	地點	行程重點	備註
8/26	台灣	出發	台灣桃園機場出發
8/27-09/03	奧地利 Gmunden	Pottery Market	
		K-hof museum	
		Gmunden Keramik	
09/04-09/10	德國 Aachen	Aachen Europe 藝術市集	
09/10-09/15	比利時 Raeren	Raeren Pottery Market	
		Raeren Ceramic musuem	
09/15-09/20	德國 Koln	Red dot museum	
		Frechen ceramic museum	
09/21-09/25	德國 Hohr-Grenzhausen	德國陶瓷村	
		陶瓷玻璃工藝學校	
		Westerwald museum	
09/26-09/28	比利時 Antwerpen	MAS/Museum	
09/29-10/03	比利時 Tongeren	藝術家合作工作營	
		Tongeren 陶瓷學校演講	
10/03-10/04	比利時 Bruxelles	Andenne Ceramic Musem	
10/04-10/05	比利時	回台灣	比利時機場返回

國內外陶瓷發展對照表

	台灣	歐洲
製造地域	主要為鶯歌區域，早期製造業的蓬勃景象不如以往，但仍舊保留許多陶瓷加工廠。以鶯歌老街為陶瓷展示銷售的重要地。	萊茵流域目前的陶瓷產業大多外移至東南亞，僅剩少數工廠仍在營運，多轉型發展特色或觀光商品為主。獨立工作室逐漸取代大量製造狀態。
參與對象	陶藝家或工廠	主要為個人陶藝家
作品類型	因應台灣飲茶習慣，多以茶具為主。	除了食具以外，以裝飾目的的陶瓷品也是市場主流。
店家畫廊寄售	陶藝品多在店家畫廊寄售，以售價比例抽成。	歐洲幅緣廣闊，店家畫廊不多，寄售抽成高，陶藝家大多不願意。
市集販售	以 20-35 歲年輕人為主的工藝市集，販售手作特色商品，店家和參與對象也大多是年輕人。 在城市，幾乎每個週末都會舉行。	以 40-60 歲的工藝家組成的市集為年度性活動。參與工藝者須經由遴選並付費參加。一般民眾參與意願極高。
行銷方式	1.店家展售。 2.工藝家於市集自主推銷。 3.網路行銷。	工藝家於市集自己推銷。
陶瓷發展紀錄	鶯歌陶瓷博物館	萊茵流域五大陶瓷博物館

# 沿走萊茵 Rhine 流域的工藝綺境 — 「歐洲藝術市集駐行和工藝參訪」

## 1. 庶民文化看陶瓷產業

曾經一個朋友無心而興奮的告訴我，鶯歌的食器好多好便宜，三個只要 100 元，我不經想到，陶瓷的價值被使用者定義在什麼地方。每天的三餐對每個人來說有多重要？你用什麼樣的容器盛裝你的食物？好好吃飯好好感念耕種者的辛勞，坐下來和家人享用食物安撫心胃的和暖，這一切的一切你用什麼態度去面對你的生活必需？吃飯這件事情對你來說重要嗎？

以器物去檢視國家文化是最直接切入民眾的方式。日本的和食文化造就他們對器皿的精緻要求；歐洲以廚房作為家庭中心的起始，餐桌是家居內凝聚家庭的關鍵重心。器物是日常生活中每一個人切切實實的使用物品，尤其是陶瓷。不論食物價值貴重，或多或少我們總被如何擺盤、如何營造餐桌風景的道具—食器，影響著我們視覺與味覺。在台灣，大部分人如果想要找食器，第一直接聯想的就是去鶯歌。鶯歌擁有全台灣最多種類的陶瓷器物 and 製作工廠，以店家這樣的展售機制正是鶯歌長久以來的經營模式。然而即便是鶯歌，陶瓷產業發展的現況與往昔比起來是衰退許多，鶯歌早期的陶瓷產業很多都是外銷訂單，而且是那種拼數量拼價格的產品，也因此建構出獨特的陶瓷小鎮產業鏈。時至今日，這類外銷單早已被大陸東南亞分食市場，導致鶯歌陶瓷廠商倒閉甚多，特別是小型個體戶，但也有歷史悠久的大工廠撐不下去而拉下鐵門。這些經營者的平均年齡都在 55~65 歲之間，廠內也都是中年以上的老員工，他們都異口同聲的說，根本沒有年輕人要進來做，當地當然也還有大型工廠，但是裡面的年輕員工都是外勞。「像你這樣的年輕人，為何要進來做陶瓷？」他們這樣問著我。

鶯歌老街是店家匯集之處，但是裡面賣的陶瓷品有八成都是大陸東南亞進來的，是老街公開的秘密。一些本來專營台灣陶藝家作品的空間業者，近幾年也開始引進日本和韓國、中國的陶作家作品，而且有越來越多的趨勢。至於當地陶博館在推動的“鶯歌燒品牌”，做法是把鶯歌老街業者較常販售的幾種“釉色”挑選出來讓大眾更聚焦；一味追求釉色的作法，很容易落入只鑽研技術的牛角尖，而忽略了陶瓷器物本質的使用可能性。不過，除了假日之外，擁有一整條老街的陶瓷店家幾乎沒有人會去。假日的鶯歌充滿了觀光客，扶老攜幼的擠滿了街道。我總會疑惑著陶瓷商品買氣到底好不好，是不是又是一個看戲人多的老情節，即便台灣擁有這麼多的人口，對陶藝工作者卻不見相對的經濟效益。

另一種銷售方式則是藝術市集。相較於歐洲的藝術市集舉行時段，台灣的藝術市集幾乎可算是常態性。每個週末在不同地方都有不同目的的市集活動，不過大多數的參與者都是年輕人。在台灣的市集活動中，我幾乎可以算是年長者；而在歐洲市集內，我卻是少數的年輕陶藝工作者。常態性或固定性本來都有不同的優缺，但對於要營以維生的陶瓷工作者來說，常態性反倒泯滅了陶瓷創作本身的獨特，就和鶯歌整條街看起來都是賣一樣的商品同樣道理。

## 2. 市集直擊

藝術家要創作也要溫飽，到底作陶這件事情能不能養活自己？寄售店家或者是藝廊展示在歐洲，因為抽成率高且收入不穩定，只能算是陶藝家的展示窗口。**參與藝術市集幾乎是所有歐洲陶藝家賴以維生的重要方式之一。**來自美國旅居柏林的 Ross 跟我說，他曾經一年要跑 40 個市集，現在年紀大了，他一年頂多跑 10 個市集。德國的 Fiz 說，他作陶超過 30 年，現在已經愈來愈困難了，他說有時候開車開了 7.8 小時卻賣不好的感覺真的讓人非常沮喪。Fiz 一年大約跑 8 個市集。比利時的 Franz 他說：「跑市集要維生實在不太可能，尤其現在年紀大了，教書仍然是主要的收入來源。」捷克 Yasu 夫妻他們說：「跑市集不僅僅是主要收入，更因為一邊旅行一邊賺錢，這樣的生活才是我們想要的。」來自荷蘭夫妻他們說：「早年一直在賺錢，現在孩子大了也成家了，我們可以過我們想要的生活，不再需要為了生活斤斤計較。不然要靠作陶瓷維生真的不是容易的事。」德國安得利亞算是市集內少數悠閒自在的創作者。他主要是做動物雕塑，靠著動物雕

塑，在市集不僅是少數的名利雙收，生活也愈來愈優渥。目前他的工作就是作雕塑、跑市集，平常日以教學工作營維生。



Ross 昆蟲雕塑



英國老先生的彩繪器皿

藝術創作是感性的，遇到那麼現實的生存問題時，我們需要掌聲也許要麵包。藝術市集的駐行帶我見證著歐洲陶瓷文化真實存在的理由與跡象。從奧地利 **Gmunden** 陶瓷市集開始，這個位於山中產鹽礦著名的觀光小鎮，曾經是奧地利的陶瓷生產地，但是經過長久的時間，產業外移，小鎮僅剩下少數的陶瓷生產，目前仍保存著舊時陶瓷產業，以陶瓷衛浴器物為主的博物館。如果不是假日時間，小鎮幾乎沒有人群。在市集開始之前，我對於擺攤的想像大概就停留在台灣藝術市集的想像內。然而，今年第 26 年的年度 **Gmunden** 市集，參語的陶藝家均非常專業，幾乎所有的陶藝家都有一台箱型車，包括可收放的帳棚和層架、大型看板，還有可以將作品包裝的工作台。超過 150 個攤位在湖邊開張，實況盛大。來自奧地利各地的旅客，有開車四五個小時從維也納專程過來看這個一年一度最大的陶藝市集的遊客，也有旅行團包車來此兩天一夜的觀光行程。旅居捷克的日本陶藝家 **Yasu** 他告訴我 **Gmunden** 是他們的年度重點市集。她和她先生開車七個小時從捷克布拉格過來市集，晚上，他們就睡在箱型車上。而來自英國的老先生今年已經 70 歲，他一個人開了 8-9 小時的夜車來 **Gmunden** 參加市集。第一天 我在市集的名聲傳開了，陶藝家們對於我這個陌生的東方臉孔感到好奇，遊客們看到攤位上的 **Taiwan** 紛紛停下來看。那些來客他們總是一而再三的回到我的攤位前方，不由自主的浮上微笑，即便語言不同，即便我用蹩足的用破爛的英文解釋著自己的作品，即便他們只聽的懂德語，而他們總是開心的將我的作品帶回去。有一位老太太，就在市集的最後一天又再開車 2 個小時回到我的攤位；或是每日都在攤位前看了很久的一對夫妻，這些都直接的回饋到我的內在。市集營作模式不只能第一時間接收來客互動，亦鋪陳了人與人交流，包括作者對顧客，作者對作者，顧客對作者。

市集開始的第一天，所有陶藝家均應邀至博物館內的陶瓷邀請展開幕晚宴。在市集結束當晚，在湖中古堡內舉行陶藝家晚會，有奧地利傳統美食 **buffet** 和爵士樂演奏，陶藝家們把 **Gmunden** 這個市集當成是他們能團聚的活動行程。整個市集營運相當有規劃。



Andreas 動物雕塑



獲得 WESTERWALDPREIS 2014 蘇打燒首獎的 Susanne Lukacs-Ringel



湖中古堡內的陶藝家晚宴



我的攤位

Gmunden 之後，就在跨國火車將進 14 小時，終於抵達第二個市集，位於德國邊境的 **Aachen**，是以 14 世紀查理曼大帝大教堂著名的溫泉城市，號稱是歐洲最大的年度藝術市集。觀光客極多，更有超過 300 個攤位散佈在這個城市的各個角落，市集大到會讓人迷路。陶、鐵、紙、纖維、金屬，各類你想的到想不到的工藝創作在這裡都可以看到。我的攤位被安排在市政廳轉角，原本連張桌子都沒有的方塊地，主辦人員非常友善的幫我生出了一個帳棚，這對於很怕風吹的陶瓷來說根本是天使的禮物，畢竟在湖邊的奧地利市集，因為湖面風雨，損失了部分的作品。相較於奧地利人的熱情，又或來到 Aachen 的人群，主要目的

是觀光，來客通常是叉著口袋或是抱著雙手，勾著手臂的男女，往往就這麼晃過攤位前方。市集主辦人告訴我，其實陶瓷在這個市集不如 10 年前的狀況，現今非常不好賣，銷售最好的大概是首飾及圍巾類。這大概也跟觀光客不想帶著易碎陶瓷旅行有關。Aachen 歐洲藝術市集同時也舉辦邀請創作展覽，展出當代新生工藝創作，相較於 Gmunden 市集的展覽規模，Aachen 的展覽略顯單薄。



### 我在 Aachen 的攤位

Aachen 之後的陶藝市集，是位於距離德國邊境不過 30 公里遠的比利時山中小村 **Raeren**，窮鄉僻壤的村落，走在路上遇到的牛比遇到的人還要多。比利時 **Raeren** 年度陶瓷市集正是在這個村中古堡前舉行。11 世紀迄今的古堡被改建成陶瓷博物館，不僅是因為這裡是所有歐洲陶土發源地，更是鹽燒陶瓷的保存地。博物館有非常詳細清楚的陶瓷資料保存，館長一人身兼數職，管理博物館之外還要營運年度市集，他告訴我還好這個地方除了假日是單車族的必定行程之外，平常連鳥都懶得飛進來，於是他可以在平常日去規劃年度市集活動。或許是民族多元性，比利時人比歐洲其他國人更加友善，我在市集的第一天成為焦點，有陶藝家說他在來市集的路上看到拖著行李箱的東方人還想說：「這麼偏僻的地方怎麼會有遊客來？」結果沒多久看見我在古堡前的攤位擺攤，他覺得很訝異。還有更多的陶藝家問說：「你是住在歐洲？怎麼會來這裡擺攤？」聽到我從台灣，提著裝滿易碎陶瓷的行李箱，坐了飛機來歐洲參加市集，都覺得真是太不可思議了。**Raeren** 這個市集有個特點，就是會讓陶藝家們投票決定誰是年度最佳攤位。很多陶藝家在票數公佈前跟我說：「我們投你是第一名，我們覺得大老遠扛著陶瓷來參加市集這件事情，實在是太有勇氣了，怎麼可以不投你呢？」最後公佈結果，我是飲恨的第四名。



藝術家票選得獎者



爲了泡茶給我喝  
而來跟我買茶壺  
的民宿婆婆



我的 Raeren 攤位



觀眾票選最受歡迎獎

### 3. 陶瓷發展

#### a. 現況

即使是這麼困難的情況，我也總是想著怎麼樣能維持下去

在歐洲遇到的這些藝術家，每個人都有不同的生活方式，從他們的口述與經驗，我得到了博物館紀錄外的真實的陶瓷發展。我拜訪了德國、奧地利的陶藝之都，基本上現在都已經沒落了，昔日繁華的工廠早已倒閉關廠，閒置的舊廠房、大量複製的滯銷品、高齡化的產業業者是共同的景象。其中的過程因素當然牽涉廣泛，不會是單一原因造成的：或許是產品不符合時代潮流所需、或許是沒有年輕新血的注入來延續產業，也或許是被 IKEA 的低價陶瓷器物所打敗。在市集中認識的德國的 Fiz 邀請我去他的工作室，位於德國陶瓷發源地的 Hohn-Grenzhausen，當地陶瓷工廠在 20 多年前就已經外移到東南亞，如今只剩下一家作陶瓷啤酒杯的工廠。Fiz 買下工廠空間，以比台灣房租還低的價錢，分租或分售給其他陶瓷創作者、當地陶瓷學校的畢業生，這裡逐漸形成了具有個人特色的陶藝家工作室聚落。根據 Fiz 的說法，愈來愈少年輕人願意從事工藝，這讓當地在德國也非常知名的陶瓷學校也面臨到招不到學生的困境，學生大多來自於其他國家。舉例來說，鄰近德國與比利時邊界的荷蘭，因為修習工藝的學校費用極高，許多荷蘭當地人都跑到教育費用便宜的比利時及德國進修陶瓷。不同於台灣的學校體系大多是 25 歲上下的年輕人，在德國當地修習工藝課程的年約 35 歲上下，在比利時的學生年紀卻都以 55 歲以上的年長者為大眾。我詢問學校內成員：「年輕

人在哪呢？」他們告訴我，歐洲的年輕人在這個年紀都去遊歷各地，體驗生活去了。

我並不知道有多少年輕人走了陶瓷這條路及選擇繼續堅持，歐洲陶藝市集行之有年，大部分參與市集的藝術家都年約 40-60 歲左右。年輕藝術家的商品大多未成火候，市集的遴選機制，促使他們得更加倍突出才有辦法進入市集生態。但 Fiz 他說：「即使是這麼困難的情況，我也總是想著怎麼樣能維持下去。」而假若 Fiz 這麼資深的實用陶瓷工作者都覺得大環境礙難滯行，不難想像陶瓷發展遇到的瓶頸。



Fiz 認為一個陶藝家的養成必須要歷時長而專注的時間，聚焦在器物的基本功夫與形式考量；對現今的年輕陶瓷工作者來說，陶瓷的可能性不再是媒材的單一考量，更可以加入觀念思考、實驗目的，放大材料的可能性。世代差異造就對陶瓷創作的關注點不同，也帶出陶瓷生態的演變已經不再只是器皿上的表現。相對的，也代表一般大眾願意接受以陶瓷作為材料的非實用目的作品。這樣的狀況反映在幾個歐洲重要的陶藝市集上，以銷售雕塑作品的幾個創作者，都受到熱烈歡迎，像是昆蟲雕塑的 Ross 或動物雕塑的 Andreas 還有加入 3D 繪圖的 Lion 等創作者，他們的非實用目的創作都帶給生活有了更豐郁的收入。其中在比利時的陶藝市集，來自愛沙尼亞的動物雕塑作者甚至已經連續幾年拿到最受觀眾歡迎獎。歐洲一般民眾口味逐漸改變成較具天馬行空的創作，非實用器物的創作者漸漸取代成主流，這是我感到意外的地方，或許用小雕塑進行市集駐行可以是一個不錯的展覽計畫。

台灣近年來以強調手作精神的藝術市集蓬勃興盛，年輕創作者懷抱著夢想希望，帶著自身引以為傲的個人創作展示在各個大小市集活動。我們被引領出了一種對於美好生活的期待，試著述諸並實踐。聽起來看起來都非常完美。只是“手工製作”的產品勢必單價高，年輕消費者縱使喜歡但是卻無法負擔，而市集的參與者百分之 90 卻都是年輕族群。若要在台灣市集存活，身為創作者的我們，又要在哪部分的創意價值折損多少，才能支持著生計平衡。我們需要市集的存在，因為那是可以展現自我的舞台。但舞台也必須提供相對的品質，包含遴選機制、配套活動、去蕪存菁。策劃端必須考慮是否應該減少市集場次，花更多的時間去精練市場營運狀態，而非提供一個人人皆有機會，卻毫無特色的平台。畢竟以市集為名的消費端是普羅大眾，一個常態性存在的超級市場不會讓人趨之若鶩，而當市集以有限的狀態出現，也代表其價值可貴。就如同民眾願意排隊爭奪限量發售的心態一樣。

## b.歷史

沿向萊茵流域的歐洲藝術市集，從山中面湖的產鹽小鎮至大教堂前的盛大市集，最後到鹽燒(Soda Fire)歐洲陶瓷發源地的 Raeren 古堡市集，市集密切的聯繫著陶瓷歷史在地域上發展的軌跡，我彷彿沿著河流向走了一段陶瓷朝聖之旅。萊茵流域有鑑於萊茵河岸的土壤特性，促使河岸兩端的陶瓷工藝特別發達，加上河流帶來便利的運輸，陶瓷原料被廣泛的產出與利用。比利時 Raeren 為歐洲最早的陶瓷發源處，我在古堡博物館內了解著陶瓷從這裡運向歐洲各地，包含德國的陶瓷聚點 Frechen、Hohr-Grenzhausen，最遠處到

俄羅斯莫斯科。以鹽燒為陶瓷特色的傳統陶瓷，來源已經不可考，對於鹽燒的使用，有各種鄉野說法。其中較為廣為人知的論點是：「以前的人為了保存食物，尤其是魚類，採用鹽醃製，所以有人想說，竟然鹽可以讓食物不易腐壞，那麼把鹽丟到陶瓷裡，是否可以讓陶瓷更為強壯。」於是投鹽燒成的神來一筆，讓鹽燒這樣具有特色的燒成方式被流傳了下來。迄今，因為燒鹽容易釋放氯氣，灼傷燒窯者的食道，多年前，已經改成用和鹽相近成分的小蘇打投入燒成。為了保存這樣古早的技法，歐洲特別在五年度陶藝競賽中設立鹽燒陶瓷這個項目，持續鼓勵陶藝家在技法傳遞養成，也很好的串聯起萊茵流域的五大陶瓷博物館，新舊歷史的陶瓷發展兼融並行。



### 3. 禮物

#### 人是最美的風景

我擁有市集友人給我的作品禮物，同時他們也擁有我給他們的作品禮物。當我回到台灣，拆開每一件作品，都如同再次回溯種種。

出發之前，我不知道旅程即將用他無與倫比的方式，打開了我的內在，老天不會把甜頭放在生命中理所當然的出現，但當他出現的時候，卻總是峰迴路轉之時。當我帶著 90 公斤的行李出發到歐洲參加市集，其中一箱裝滿陶瓷品和衣物的行李遺失了超過 10 天，有許多初次見面的友人幫忙寫信、打電話尋找遺失的行李；開車帶我離開什麼沒有的小鎮去購買禦寒衣物；為感冒的我遞上一杯泡了維他命的水。我們語言不通；卻受過太多陌生人幫我扛起很重的行李箱在車站樓梯上下。太多的幫助，讓我打從心裡泛暖感動，我記起了開始作陶的理由：當我的心意經過作品傳遞使用者感到心暖，看著他們擁有著作品微笑，禮物是我能給予的祝福，如果這是我能帶給別人快樂的方式，那也會是我持續堅持的勇氣。這次計畫讓我用一種出走冒險的姿態，去接近創作與現實，體會我從未考慮過的生活、工作態度，再度回到人的直接往來，貼近人心底。

因為市集認識的陶藝家邀請我前往她和另外兩位陶藝家的工作室，進行聯合創作，她這麼跟我說：「我沒有錢，可是我很快樂。」



這不是一個悠閒浪漫的度假行程，但這是我有史最棒的旅行。