

| | | | | | |
|---|------|----|------------|----|------------|
| 系級 | 藝設三乙 | 姓名 | 鄭○○ | 日期 | 2012/11/14 |
| 講者 | 呂豪文 | 講題 | 文化創意商品開發策略 | | |
| 演講筆記與心得 | | | | | |
| <p>文化創意產業源自創意或文化累積，坊間卻不盡認同。</p> <p>一、文化加值與國際風格：文化創意>區域風格，國際風格></p> <p>1. 幾何 2. 共同形狀 3. 各地適用、接受（或沒有風格）ex. 當地特色、盛產、配合媒材 *台灣高山、產竹。</p> <p>二、“整”理”是創意的實現：解決、落實思想和創意。</p> <p>1. 了解設計原意初衷：機會是留給勇於突破的人 2. 探究其他尚未思及的面相 3. 完全簡化，在賦予相關適當的元素：歸零反而重要 4. 反省生活的需求與生命的意義：缺少檢視需求缺少機會 5. 掌握設計趨勢，融入現代生活：較能預測流行 6. 材質加工與生產技術的應用創新：業界只是形狀改變不算真創意 7. 設計方法的思考導入：創意方法：比較、條例、轉化、定位、極限、激發 8. 留意環保議題</p> <p>三、有平台就有人才？：台灣許多方面將近飽和？ex. 建築業>創造平台(大部分由政府)增進人才。</p> <p>四、參與經濟活動最活躍的文化人！創意人(設計師)一定是文化人。</p> <p>五、設計與生活無關</p> <p>六、工藝與工業的互補有無！質與量並重，工藝與工業共存？：可掌控與不可掌控：打版與刺繡</p> <p>七、賣相是最好的創意：1. 經驗>以 5W1H 自問、情境模擬 Simple. Appropriate. FE 2. 不要因為外觀犧牲了功能 3. 勿太樂觀(擁有理性) IDECO：理念：生活、品質與創意，主賣歐洲：設計真誠表現質感很重要 *品牌只是一個身份 *研究方法解決設計問題。 A1. 評估不嚴重，就勇於嘗試，獨特性，不安逸現況、找到最適合的位置 A2. 設計是主觀卻善解人意，了解真正的需要，有意識的人格分裂 A3. 兩極化反應是有價值的：有討論的空間 A4. 1. 人才素求有沒有提升？ 2. 有沒有接到好設計？(增加平台) 3. 利潤有沒有增加？ 剛進業界的前 15 年：體驗造型>符合市場>設計趨勢，工作未來規劃 *未來可能自由業&設計業為主流</p> | | | | | |
| 聽講提問與互動 | | | | | |
| <p>請簡述本次講座您所提的問題：</p> <p>自己有什麼突破？ 接觸過各國的不同喜好與市場？</p> <p>請簡述講者對您的問題之回應：</p> <p>學習：環境、發覺自己的興趣、安排策略、廣於吸收，工作、創業：要求更好、預測市場、*展示&主題>看出市場策略。</p> <p>第一次設計通常是最好的 *設計就是一件事：掌握重點 2. B to B(品牌對品牌)較多，B to C(品牌對客戶)較少。</p> <p>法：曲線，德：直線，現大多趨於客製化、文創商品。</p> | | | | | |
| 課後延伸閱讀報告 | | | | | |

文章名稱：舊建築的新生命－芬蘭老房藥局

(用在地知識未建築延命 芬蘭老房藥局 Rakennusapteekki)

文章作者：巫祈麟

出版資料：

a+ (art plus) 第四期 2012 年 02 月

讀後心得：



芬蘭老房藥局顧名思義是一間專門為老房子開設的藥局，起源是芬蘭人解決為了修繕老房子而遇到的種種困難所開設的小天地，但是更深層的一面是芬蘭人為了延續對舊式木屋的喜愛而開設的。起出的形式只是一個二手市集，人們在其中交換不捨得丟棄的物品或是一些互相交換修整結構材料的知識，漸漸的越來越多人響應而因此擴大，最後在幾位友前、有力、有心人士的貢獻與努力之下，開設了這一間老房藥局。老房藥局的內部佈置十分溫馨，就像是家一般的佈置與氛圍，而許多房間教授著不同的修繕和維護知識，也擺放著不同的器具、材料與擺飾，除了主要銷售展示著供給老房的”藥方”外，此間老房藥局也是當地居民做銷售副業的絕佳評台。而這間老房子的存在似乎有點不單純只是買賣，也還有展示教學傳承的用意，此間木屋本也是一間頗有故事與歷史博物館，經由老房藥局的建立，此間木屋現再也繼續著它本身的使命坐落在芬蘭的皮納斯小鎮中。

在這篇文章中我看到了因為存有問題而去尋找解決的方法，使著老房藥局的誕生，而老房藥局繼承著當地居民的情感與想法被佈置成溫馨向家一般的地方… …在這當中都充滿著計畫與設計，並且此計畫與設計能夠符合眾人的需求，在歷史與世界之中是獨特、有效益且符合當地社會價值。創立老房藥局的芬蘭皮納斯居民了解到自己本身的需求盡而發現的對需求的情感，在這基本的原理根基之下老房藥局才得以誕生。