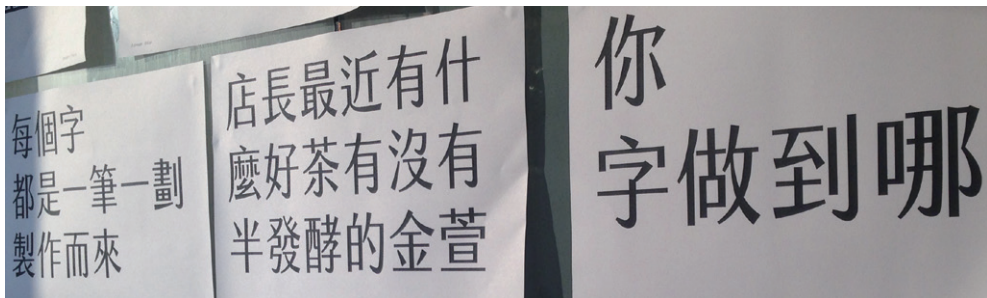


用設計介紹台灣的樣貌 設計師文創商品小物

文／劉祥蝶 Show.D

圖／受訪單位提供



1. justfont | 金萱體

<http://www.justfont.com>

最近台灣設計圈最火紅話題「金萱體」，幕後團隊 justfont 並不是出來收割或炒作話題的單位，從 2012 年開始推出中文字形服務，研究台灣街景上的招牌文宣，去年集結成書《字型散步》，舉辦座談會引導大家認識字型，這次的成功並非偶然。金萱體結合了兩大基本字型「明體」與「黑體」的融合，有黑體的簡潔、也有明體的易讀。以微糖、半糖與七分糖作為字型家族的命名，是不是也很有台灣特色呢？



2. A.M IDEAS | 蘭編工藝

<http://amideas.com>

A.M IDEAS 是由兩位女性的組合，這兩位也是非常稀有的奇葩型設計師。最一開始任職於台灣科技品牌公司，離開之後沒有大張旗鼓的宣傳自己的品牌，而是與挪威組織 Design without Borders 合作，多次前往非洲烏干達擔任專案顧問！崇尚自然而且重視文化的她們，第一個推出的商品系列是台灣的傳統技藝蘭草編織。從領結、平版保護套到燈具的設計，搭配手工精緻且扎實的阿嬤級工藝師，每月限量生產，買不到會越想要啊。



3. fofou | 琺瑯杯

<http://www.fofou.com.tw>

Fofou 是法文瘋瘋癲癲的意思，主人公是一隻帶有尖牙的邦妮兔。從手作到量產，妹妹小猴負責畫圖，姊姊大猴則管理與營運，今年歡慶 10 週年紀念，姊妹倆仍然堅持不追隨潮流、做自己的信念。產品超過八成都是在台灣生產製造，這只琺瑯杯也是其中之一。從琺瑯品質的穩定度，到願意為色彩豐富飽和的邦妮一個一個對色、一只一只手工貼上花紙，在地職人的堅持不讓日本、法國琺瑯專美於前。

4. 兩個八月_大好吉日

<https://www.facebook.com/haolife>

八月出生的莊瑞豪和盧紆雲，於 05 年成立「兩個八月」，是台灣設計起飛時期主要代表之一。透過不同素材，跨界做設計與藝術，帶著對社會環境的關懷，持續產出新作。品牌主張「大好吉日，日有好事」，源自台灣人重視「好兆頭」的文化，將自然風光、建築、文化都包含其中。讓國外觀光客也可以認識到台灣不只有窗花、花布等老東西，能將台灣更多面向用產品展現出來。

5. UTP_無名氏計畫

<http://www.utp.tw>

「UTP」是「Un-Titled-Project」的簡稱，他們認為在生活中越容易被忽略東西，通常越是代表一個地方國家的生活習性與文化，而這些充斥於街上看不見的物件，都是當地先人因應需求自行設計而成，原著通常多不可考，我們稱之為「無名氏設計」。今年前進台北老木材街「寧夏路」，目前多半以木作裝潢為主，兼販售夾板、角材等木料。UTP 藉由最小的設計重新詮釋基本的木料，將常見的建材有了新樣貌。

6. CHIC STYLE_ MOXOR

<http://www.chicxstyle.com/>

設計師吳協衡的老婆楊以勤，終於走到幕前啦！負責公司行銷與業務工作的楊以勤總是嚴格控管成本與銷售狀況，這次輪到自己推出商品，直呼：早知道就不做回收系列，比全新的材料還難做、成本都高得嚇人！MOXOR 系列是從台灣廣大的機車族上動的腦筋，將回收的機車坐墊皮套變成皮夾、皮包的一部分，也因為回收皮的特殊性，幾乎沒有第二個一模一樣的商品，多麼符合台灣的尬車精神！



7. 黑生起司 | 果皮杯 PEELS

<https://www.facebook.com/hnhliving>

台灣新竹的設計組合黑生起司，以黑色的冷調，運用自然素材創作。今年帶 6 個月大的女兒前進巴黎 Maison&Objet，設計師 Vii 說，這是我今年最完美的一項作品！果皮杯是從生活中常直接用果皮盛裝的習慣轉化，去除水果原有顏色，希望透過紋路的觸感加強手感，Vii 說「很多人把釋迦杯當成是苦瓜杯耶！」因為每個人手感記憶都不一樣，也會因不同使用者產生更多想像與無法預測的可能。



8. 印花樂 | 台灣美味餐墊

<http://www.inbloom.com>

發跡於台北大稻埕迪化街、鄰近永樂市場老布市，在這樣的環境之下以「圍繞生活的創作」為核心，將那些我們生活中的日常轉化成創作元素，結合圖案設計與印花織品，獨創了專屬印花樂的特色與風格。把台灣的美味放在餐墊上，從小吃、水果、飲料到懷舊零食，光看就好像把餐墊也吞下肚！每塊餐墊都附上南投竹山食器，可以捲起攜帶外出使用喔。

