

國立交通大學
應用藝術研究所
碩士論文

相倚-山海經公仔創作

Interdependence - The Creation of Shan Hai Jing figure



研究生：林筱涵

指導教授：賴雯淑 博士

中華民國100年7月

相倚-山海經公仔創作

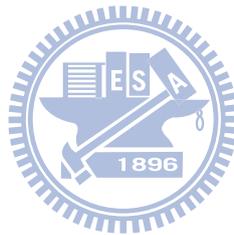
Interdependence - The Creation of Shan Hai Jing figure

研究生：林筱涵

Student : Hsiao-Han Lin

指導教授：賴雯淑

Advisor : Wen-Shu Lai



國立交通大學
應用藝術研究所
碩士論文

A Thesis
Submitted to Institute of Applied Arts
National Chiao Tung University
in partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master
of Arts in Design
July 2011
Hsinchu, Taiwan, Republic of China

中華民國100年7月

摘要

「相倚」公仔創作系列，是作者選擇《山海經》書中出現的具有吉禍徵兆寓意的角色作為載體，擷取自身獨特生命經驗作為內涵，所創作出的系列作品，利用立體創作的形式向觀賞者介紹山海經這風格獨具的中國經典古著，同時也將私人情感轉化至藝術造型語彙上，達到創作者抒發情感與推廣文化的雙重目的。並藉由此創作，呈現《山海經》不同風貌的獨創性，期望作品能引發觀者閱讀《山海經》的興趣，並進而喜愛它，透過這樣的方式希望能對傳統文化的推廣盡一份心力。



關鍵字：山海經、公仔創作、文化創意產業

Abstract

“interdependence” is a series of figure. The author was inspired by the monsters in the Chinese ancient book “Shan Hi Jing” and chose eight monsters as the characters of the figuring sculptures of this series work. Each figure represents good or bad luck with implied meanings. Also, it shows the author’s unique life experiences. Besides, the presentation of figuring sculptures can bring out its distinction of “Shan Hi Jing” to the viewers. At the same time, the artist transformed her personal emotions into artistic languages and forms. Therefore, through the artistic expression and the interwoven meanings, the artist intended to use this body of work as an important vehicle for passing on cultural heritage. Hopefully, the artist’s efforts will make a contribution to the cultural and creative industry in Taiwan

By this series of pieces, I try to create a different style of “Shan Hi Jing” in order to attract people to read “Shan Hi Jing,” and so to love it. Overall, I expect that my creation will be beneficial to popularize the “Shan Hi Jing” and our Cultural.

Key words : Shan Hai Jing 、 figure 、 Cultural and Creative Industr

致謝

終於寫到了致謝。

昨天在圖書館看見老師 mail 裡說通過了。

我的眼睛紅了，想想三年的時間就要到尾聲了，好像夢一樣的日子！

謝謝賴老師的包容與自由；謝謝您總是微笑說沒什麼好擔心的。

謝謝陳老師的溫柔，上您的課，我總是感覺很平靜。

謝謝我親愛的同學們，你們是如此獨特而美麗。儘管我們都帶著自己解決不了的問題活著，但和你們的相遇，總讓那些問題感覺輕了一點。

謝謝 IAA 的一切，謝謝你願意收留我三年。

謝謝你，光。

謝謝你忍受了我的喜怒無常還要好聲安慰我，在你也最難過的時候。
接下來讓我支撐你吧。



謝謝我的姐妹，秀涵和科融。

你們寫論文難熬的過程，我經歷了，謝謝妳們聽我發洩。

最後，謝謝我的家人。

親愛的爸媽，謝謝你們給我的愛，讓我有足夠的力量面對生命中的傷害。

親愛的哥哥和弟弟，謝謝你們，我知道你們只是不擅長，但總是放在心上。

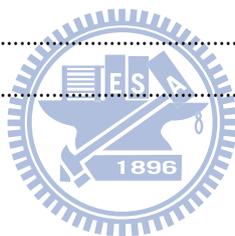
你們是我最重要的一切，我會努力守護你們。

目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
致謝	iii
目錄	iv
圖目錄	vi
表目錄	viii

第一章 緒論

第一節 背景與動機	1
1.1.1 文化使命的起點	1
1.1.2 相倚	2
第二節 創作範圍與限制	4
第三節 創作形式與說明	6



第二章 相關文獻探討

第一節 山海經	8
2.1.1 山海經概述	8
2.1.2 性質與歷史定位	9
2.1.3 山海經版本比較	11
2.1.4 山海經中的吉凶福禍形象	16
第二節 公仔	33
2.2.1 公仔源起與定義	33
2.2.2 公仔與文化	38
第三節 台灣文化創意產業	40
2.3.1 台灣文化創意產業的定義及範疇	40
2.3.2 文化創意產業的特徵與重要性	42
2.3.3 文化產品定義與特性	46
2.3.4 台灣文化創意產業的發展概況	48
第四節 相關案例分析	48

第五節 小結.....	52
-------------	----

第三章 創作過程與說明

第一節 回溯與抽取.....	52
第二節 色彩設定.....	53
第三節 意義與說明.....	53
第四節 創作媒材.....	67
第五節 創作過程.....	69
第六節 展示與裝置.....	74
3.6.1 時間性.....	74
3.6.2 樹林.....	76
3.6.3 整體的意義：剔除與重構.....	76
第七節 展覽記錄.....	77

第四章 結語

第一節 吃力的自負.....	79
第二節 理解.....	80



參考文獻.....	82
-----------	----

附錄一.....	86
----------	----

附錄二.....	87
----------	----

圖目錄

圖 1 經過，之後 系列公仔創作 2006	6
圖 2 腳下的世界 2009	7
圖 3 山海經釋義 插圖	14
圖 4 山海經經存 插圖	14
圖 5 GARDENER 系列(部分)，MICHAEL LAU	34
圖 6 ESTSTE 屋村系列，ERIC SO	34
圖 7 企業代言公仔	35
圖 8 911 鐵人兄弟場景(局部)	37
圖 9 BRTOHERSJORKER 系列	37
圖 10 MC SUPERSIZED VINYL FIGURE / MASK MOUSE MURPHY	38
圖 11 KAWS 作品於 PHILLIPS DE PURY 拍賣網頁	49
圖 12 YUE MINJUN & KAWS 作品於 PHILLIPS DE PURY 拍賣網頁	50
圖 13 「嬰戲圖」公仔	51
圖 14 好神公仔	51
圖 15 系列作品一 朱孺與飛魚	55
圖 16 朱孺作品細節	56
圖 17 飛魚作品細節	57
圖 18 系列作品二 顛與鷗	58
圖 19 顛作品細節	59
圖 20 鷗作品細節	60
圖 21 系列作品三 夫諸與狡	61
圖 22 夫諸作品細節	62
圖 23 狡作品細節	63
圖 24 系列作品四 帝江與十歲的我	64
圖 25 帝江作品細節	65

圖 26	十歲作品細節.....	66
圖 27	製作過程 - 建立骨架.....	69
圖 28	製作過程 - 原型塑造.....	69
圖 29	製作過程 - 高溫硬化.....	69
圖 30	製作過程 - 研磨表面.....	70
圖 31	製作過程 - 檢視表面 / 補土.....	70
圖 32	製作過程 - 修補瑕疵.....	71
圖 33	製作過程 - 底漆.....	72
圖 34	製作過程 - 上色.....	73
圖 35	製作過程 - 組裝.....	73
圖 36	製作過程 - 完成.....	73
圖 37	展場視意圖.....	75
圖 38	隱藏的時間性 1.....	75
圖 39	隱藏的時間性 2.....	75
圖 40	栗林 隆 《WALT AUS WALT》(部分) 2010.....	76
圖 41	展場樹林佈置.....	76
圖 42	作品拍攝.....	77
圖 43	展場佈展.....	77
圖 44	展覽現場.....	78



表目錄

表格 1 漢代至清朝山海經相關注釋版本比較.....	12
表格 2 具療癒性質動物整理.....	17
表格 3 具凶兆-水災的動物整理.....	24
表格 4 具凶兆-旱災的動物整理.....	25
表格 5 具凶兆-兵災的動物整理.....	27
表格 6 具凶兆-瘟疫的動物整理.....	28
表格 7 具凶兆-見則有恐的動物整理.....	28
表格 8 具凶兆-其他災禍的動物整理.....	29
表格 9 具吉兆-見則世間安寧、豐收之兆的動物整理.....	30
表格 10 具吉兆-禦火之兆的動物整理.....	31
表格 11 具吉兆-禦兇之兆的動物整理.....	32
表格 12 具吉兆-禦兵之兆的動物整理.....	32
表格 13 具吉兆-禦百毒、禦疫之兆的動物整理.....	33
表格 14 台灣文化創意十三大核心產業內容.....	41
表格 15 創作媒材.....	67



第一章 緒論

第一節 背景與動機

1.1.1 文化使命的起點

對於傳統文化的喜愛源起於 2004 年故宮博物與台灣創意中心合作，共同推動「old is new 時尚故宮」計劃，此計劃企圖以擺脫博物館刻板印象，改以年輕設計時尚活化古物衍生商品的創意，當時為了參加該單位舉辦的 T-SHIRT 設計比賽，前往故宮進行資料收集，也啟發了對於傳統文化的專注，亦對於此計畫的內在意涵感到尊敬與想效法的心情，當時的故宮林曼麗院長認為應該利用我們的角度、語言善加詮釋利用，進一步創造發展新的價值與新的文明¹。

美國人類學家 Franz Boas 曾言：「一個民族生活的方式和風格的特徵，只能在他們所生產的各種文化產品總體中表現出來。」



文化既為一種抽象生活型態的精神表現，當然也會表現具有實體意涵的產品，作為文化之象徵物，表現在生活中運用的物品上，透過設計、製造，反映人們內在與外在的需求²。

身為一個創作者，這才驚覺創作除了依附自身的情感以外，若加入文化底蘊來支撐，亦是另一種作品深度的展現。由此開始，自身對於轉化文化內涵創造全新價值也開始有了一份認同與使命感！計畫利用所學將喜愛的中華文化融入大眾生活之中，讓生活處處有文化的美感陪伴與薰陶，創作者擺在內心多年的目標。直到這次創作，我試圖將這樣的想望化為實際創作，並此

¹林國平主編，《時尚故宮，數位生活》，台北，故宮，2007：4

² 陳國政、常靜潔撰文，《OLD IS NEW !時尚故宮-故宮博物院典藏文物衍生創意設計開發計畫》，DESIGE 雜誌，期 125 ，台創，2005：34

創作為實踐文化使命的起點。

第一次遇見《山海經》，是因為誠品書店販售的典藏《山海經》圖文手記，內頁種種造型各異、姿態萬千，炯炯有神，充滿神祕感。初見就留下了深刻的印象，開始進行閱讀關於《山海經》的書籍，果然一如當初所期待的那般神祕且充滿趣味。根據研究，在漢代到唐代時期《山海經》的內容在歷史定位中被視為真實的，無論是山川河道或是殊方異物都是可信甚至是可徵驗的³。這恰恰符合我個人對於山海經的猜想與期待，曾經存在而現在已消失的事物或狀態，為創作者帶來更強烈的重現慾望，也為日後的創作埋下伏筆。

1.1.2 相倚

十歲那年，爸爸給我買了一隻真的小白兔，小小柔軟的身體是那樣的潔淨與討喜，好像天使。比起我每晚要抱著入睡的兔子玩偶，牠立刻贏得了一個單純孩子的全世界，每天，國小放學鐘聲響起，我用光速般的腳步飛奔回家，看著我的兔子在紙箱中安然的吃著主人親手準備的蘿蔔和菜葉，這比拿到老師的蘋果貼紙還要開心上一百倍！想著兔子要陪我長大；兔子會生很多小兔子，然後我就開了一個兔子樂園，歡迎所有喜歡兔子的人來玩。這樣簡單夢想與喜悅終止在七天後的炎熱午後，依舊快步回家，路線沒有改變、箱子沒有移位。但是，兔子已經消失不見！還沒開口問，媽媽冠冕堂皇的說她讓兔子回歸山林，其實就是「丟掉」。瞬間，我立刻放聲嚎啕大哭兼亂丟書包、課本，滿臉的淚水是巨大的海嘯狂暴地沖垮通往夢想的橋梁，最後，兔子沒了，還以媽媽的一頓打做為事件的結尾。

好一陣子，幼小的心靈變得乾癟癟，毫無生氣。後來，類似的事件總像舊電影般地不斷重複上演在生活之中，面對無法掌握的變化，接踵而來的情勢和情緒轉變，讓我的青少年時期對於生活中發生的大小事都帶有質疑，彷彿所有的開心背後都隱藏了一枚不定時炸彈，隨時準備引爆摧毀片刻的歡

³ 李永正，《山海經》動物形象研究，高雄師範大學，碩士論文，2007

喜，常深感惴惴不安。

2009年進入研究所就讀期間，遇上生命中最大低潮。家庭關係產生了劇烈的變化，帶來強烈動盪，隨著表面和平的崩解，家庭近乎支離破碎的邊緣，難堪的現實讓人都不知如何面對，於是有人冷漠無言、有人痛哭崩潰，我選擇默不作聲的停滯在他人身後，儘管中間也曾出現短暫的幸福錯覺，隨著情況愈來愈嚴重，甚至預告了死亡的情節即將上演，完全無法原諒自己於這場風暴中的無能為力，消極地做好最壞打算。

一如往常，時間滴答滴答的走，感受著一點一滴的拉扯崩裂，但是卻意外的發現經過重力一擊後，儘管原來的關係破碎了一地，可是，這反而讓人開始站在同一平面之上了，不再有高低差、不再有膜般的隔閡分離，赤裸而平等的起點從關係崩塌的那一刻顯現。

新的關係也逐漸形成，爭吵、傷害或是愛的模樣都逐漸模糊、擴散融合成一片溫柔擁抱我們。身處於其中，感受到一股從前所未有的寧靜與平和。像極了今年我們一起看的那場桐花雪，小巧飽滿的隨著一陣清風從樹梢上飄落，穿透過陽光，用一種自在怡然的姿態落在腳邊。

猛然，真的理解了、懂了，落實了。這就是老子⁴，他在《道德經》⁵第五十八章中所說的：

禍兮福之所倚，福兮禍之所伏。孰知其極？

其無正，正復為奇，善復為妖。人之迷，其日固久。⁶

⁴ 老子(前 600 年[1]—前 470 年之後)姓李名耳，字伯陽，又稱老聃。中國春秋時代思想家。
資料出處：<http://zh.wikipedia.org/wiki/老子>

⁵ 老子的著作，亦稱為《老子》。

⁶ 原文「其政悶悶，其民淳淳；其政察察，其民缺缺。禍兮，福之所倚；福兮，禍之所伏。孰知其極；其無正也。正復為奇，善復為妖。人之迷，其日固久。是以聖人方而不割，廉而不剝，直而不肆，光而不耀。」

老子直指禍與福時是充滿互動與不定性，亦即災禍中時常依附有幸福因子，幸福裡也經常藏有災禍的種子，禍與福之間相因相成的微妙關係。又如《莊子·則陽》：「安危相易，禍福相生。」指出安逸與危險相互交替，災禍和幸福相互衍生，彼此互為因果⁷。老子認為這種變化運動是一種自然循環的現象，不是上升和前進的過程⁸，只是人經常看不透這樣的道理而產生迷惑。

而我疑惑了十七年之久，終於得到釋懷。

這些零零總總、輕重不一的事件踩踏出一條心路，而有些路，只能自己一個人走⁹。走過十歲時的天真無知；十七歲時的慌張惶恐，直到二十七歲此刻仍繼續前進著，在歷經歲月之後，回過頭看，發現生命的種種狀態總是悲歡俱在，相生相倚。

我，因為理解，所以平靜；因為平靜，所以怡然自在。

結合對文化盡心的初衷與刻劃生命體悟兩者進行創作，藉由《山海經》的中具有療癒以及吉凶寓意的生物形象，個別隱喻生命經驗中體驗到的悲喜禍福，將抽象的感受進行不斷的投射、重塑嵌入有形的輪廓之中，個體的存在有其特殊意義，彼此依賴、消長，又回歸無比寧靜與和諧的氛圍。

第二節 創作範圍與限制

山海經是中國史上獨具風格的一本奇書，古之為書，有圖有文，圖文並舉是中國敘事的傳統，但是最初版本的古圖文並未流傳下來，目前所見之不同朝代繪製的版本非常多，本創作的造型基礎依據來源皆以《古本山海

⁷ 呂婉甄、吳雅萍、林翠峰、曾家麒、黃淑貞、劉彥彬、魏旭妍、翁淑玲著，《中文經典 100 句—老子》，台北，商周出版，2008：269

⁸ 童笙著，《淡泊人生—老子》，台北，正展，2000：165

⁹ 龍應台著，《目送》，台北，時報出版，2008：5

經圖說-上、下卷》中帶有禍福吉凶徵兆寓意的動物形象經文描述為明確創作依據與範圍。

以山海經作為載體，心靈感悟作為內在意義，創作者個人化的造型語彙連結兩者，然而改變情感的事件已經發生，難免在重新編譯的過程中出現片段的遺失或重置，無法完整真實的記錄下來，僅有當下最大的情緒與體認會被保留下來，一如我無法記得是哪年、哪天的午後遇見一場突如其來的大雨，但我會永遠記得在雨後看見了一道圓滿又巨大的彩虹，開心極了。因此這次創作者以自己主觀擷取情感利用山海經寓意與造型傳達心境。

基於對文化的尊重與傳承，我給予這次創作一個重要的限制與原則，首先就是所有的造型創作不僅包含個人內在意欲傾訴的意義，也必須同時忠實於書中對與該形象的文字描述，歷代所描繪的圖僅供創作者於發想時的參考。

在上述前提之下，可以發現隨著時間的累積，眾多版本雖然提供了多樣化的形象可供參考，亦增加了選擇上的困難度，因此在忠於經文的前提下，面臨分歧的描繪時，將由創作者主觀意識選擇最適切的版本進行創作。

第三節 創作形式與說明

法國人類學家 Levi-Strauss, Claude(1994)曾說：

「我對於藝術技藝情有獨鍾…，它形成人對自己在宇宙中地位的一種認定。」

10

回顧 2006 年大學的畢業專題創作：「經過，之後」(圖 1)，轉化人際關係的體悟與成長經驗；以及 2009 年應用藝術研究所：「第一次看展就上手(Wake up 篇)」師生展作品：「腳下的世界」(圖 2)



圖 1 經過，之後 系列公仔創作 2006

¹⁰ Levi-Strauss, Claude 與 Eribon, Didier 著，陸俊傑譯，《李維史陀對話錄：思想的法則》，台北，中正書局，1994：326



圖 2 腳下的世界 2009

由兩次的創作回顧中可以發現，對於形式上偏好立體化的創作，將無形體的體認與成長具象化、立體化！過程常讓人厭煩，但卻又一直執著這種創作形式，我想一定是因為我還沉溺在手工時代的記憶裡¹¹，在製作的過程中與媒材產生對話，經由溫度交換，由陌生到熟悉；由尖銳到柔軟，由我到我們。創作不再是單向的主導，是種互相陪伴的關係，這種相伴的溫馨，形成一種重量輕輕壓在心上，才不至於因為太過單薄而隨風飄散。

¹¹ 「…整個西方文明的興起到現在不到五百年，比起悠久的手工文明，我們的記憶還是手工的。因為造型的原理、美感的確立、質感的分別，都是在手工代逐漸確立和完善的。」林國平主編，《時尚故宮，數位生活》，台北，故宮，2007：158

丹麥未來學家 Rolf Jensen 曾說：「當我們在購物時，事實上是在商品內尋找故事、友情、關懷、生活方式與品行，我們其實是在購買感情。」¹²

若以文化產品的角度來看，公仔這種形式，就很適合以這個觀點來看待。因為公仔是相當流行的商品，商品與文化有著互相依存的關係，商品是文化的實體之一，文化促使商品形成獨特的象徵符號，如同我們每日所使用的筷子，既是商品更是具體文化特徵，理解符號的人進行解碼動作再度重現，兩者結合，文化拉高了商品的層次不再只是消費品，商品則幫助文化的壯大。因此，含著文化使命的心意與創作動機，我再度選擇以公仔的形式來呈現這一系列的作品，期待創意商品與文化有一次活潑且充滿文化意涵的真誠對話。

第二章 相關文獻探討

第一節 山海經

2.1.1 山海經概述



山海經是部古代中國奇書，以其豐富的內涵、瑰麗色彩深深吸引了眾人關注與研究，此書主要是記述古代神話、地理、動物、植物、礦物、巫術、宗教、古史、醫藥、民俗、民族等內容的中國先秦古籍，全書共三萬多字，有十八卷¹³。記載了約四十幾個方國、五百五十座山、三百多條水道、四百多之神怪畏獸。是研究中國古代神話、先民思想和歷史地理的重要文獻。

目前確信山海經是有圖的。觀看山海經之文，尤其是“海經”和“荒經”部分，有不少內容似為對圖面的解說或依圖而形成的文字。且晉朝郭璞在注山

¹²陳國政、常靜潔撰文，《OLD IS NEW !時尚故宮-故宮博物院典藏文物衍生創意設計開發計畫》，DESIGE 雜誌，期 125，台創，2005：33

¹³山經五卷及海經十三卷。山經：南山經、西山經、北、山經、東山經、中山經，全五卷合稱：「五藏山經」；海經：海外南經、海外西經、海外北經、海外東經、海內南經、海內西經、海內北經、海內東經、大荒東經、大荒南經、大荒西經、大荒北經、海內經。

海經時有「畫亦仙人也」、「圖亦作牛形」、「在畏獸畫中」等語，並作《山海經圖贊》，贊是文體的一種，寫在畫面或圖頁上的讚美詩文，可見郭璞此書是專門為《山海經圖》寫的一部贊文¹⁴；陶淵明曾作《讀山海經詩》組詩，其中亦出現「泛攬周王傳，流觀山海圖」，可見當時確實有山海經圖的存在。

關於《山海經》成書的年代與作者，自西漢劉歆在《上山海經表》中提到：「山海經者，出於唐虞之際。…禹別九州，任土作貢；而益等類物善惡，著山海經」以來的正統說法，都認為是虞夏時由大禹、伯益所作¹⁵，不過，近代隨著研究考證的資料整理完整，目前多認為《山海經》非一人一時之作，而是代有增益，逐漸成書，成書年代則大約是戰國到秦漢之間。

2.1.2 性質與歷史定位

山海經這部三萬多餘字性質複雜的古籍，在歷經千年來的時代演變與朝代特色所左右，後人看待它的方式，產生相當大的爭議性，性質也出現極大的分歧。最早關於性質的說法可以追溯到司馬遷的《史記·大宛列傳》中提到：

「自張騫使大夏之後，窮河源，惡覩髓謂昆崙者乎？至《禹本紀》、《山海經》所有怪物，余不敢言也。」

在這段話中我們可以發現，在當時儒家思想「子不語怪力亂神」觀念影響下，司馬遷當山海經是部荒誕不經的書。

¹⁴ 趙俊波、趙小山著，《翫·山海—69 個你所不知道的山海經之謎》，台北，咖啡田出版社，2006：27

¹⁵ 例如王充《論衡》、郭璞《注山海經敘》、趙擘《吳越春秋·越王無餘外傳第六》等皆主張此說，畢沅《山海經新校正》則又細分《山經》為大禹、伯益所著、《海內經》

然而，最早明確認定山海經性質的是東漢史家班固，在其《漢書·藝文志》著作中將《山海經》列入數術略·形法家之中，與《相人》、《六畜》等巫卜星相之書歸為一類。形法家說是歷史第一個認定山海經性質的學說¹⁶。尚有部分人將《山海經》歸為地理類：東漢明帝時王景治水，明帝將《山海經》、《河渠書》、《禹貢圖》賜予王景，《後漢書·王景列傳》載曰：

「又以嘗修浚儀，功業有成，乃賜景《山海經》、《河渠書》、《禹貢圖》。」

由此可見它是一部實用的地理書。李豐楙則認為山海經是周朝官府所收藏的地理檔案，歷經鄒衍及其後學，與史巫、方士之流祕觀、改編，後經過漢人整理成為重要地理圖籍。另外張岩、王大有則主張《山海經》所記載內容皆為歷史實錄，反映了古代原始文明的綜合性通史。因此稱之為史地書，也不為過。

唐初《隋書·經籍志》將《山海經》列入史部地理類之首，其後五代末劉煦撰《舊唐書·經籍志》、北宋歐陽修撰《唐書·藝文志》、南宋王堯臣撰《崇文總目》亦都是將《山海經》列入地理類。繼形法家與史地書說後，則有小說家說，到了清代《四庫全書》將《山海經》置於子部小說類，認為是「小說之最古者爾」，《四書全書總目》曰：

書中序述山水，多參以神怪，故道藏收入太元部競字號中。究其本旨，實非黃老之言，然道理山川，率難考據，案以耳目所及，百不一真。諸家並以為地理書之冠，亦為未允。核實定名，實則小說之最古者爾。

而近代不少學者魯迅則將之認為是「古之巫書」，於《中國小說史略》，第二篇〈神話與傳說〉中提到：

《山海經》今所傳本十八卷，記海內外山川神祇異物及祭祀所宜，以為禹、

¹⁶ 張步天，20世紀《山海經》性質的討論，益陽師專學報，2000：86

益作者固非，而謂因《楚辭》而造者亦未是；所載祠神之物多用糲(精米)，與巫術合，蓋古之巫書也，然秦、漢人亦有增益¹⁷。

由於山海經記述了非常大量的宗教、神話方面的事物，因此巫書說是研究山海經的重要學術觀點，而支持巫書說學者共同特點是側重於《山海經》的神話意涵，這同時也是作為研究遠古先民們生活形態與信仰思想重要的觀點之一。學者袁珂亦說：《山海經》匪特史地之權輿，亦神話之淵府，支持此一論點¹⁸。

李豐楙於《神話的故鄉-山海經》一書中，則認為山海經是中國最早的人文地理誌。

綜觀不同年代對於性質的分類，我們可以觀察到山海經於歷史上定位的演變大致是由漢代至唐代，視山海經為「真實」的地理書性質，時代沿革由明代至清代，山海經轉變為「虛構」性質的小說類，這可能跟當時明代小說興起、民智更加開化有關，但主要原因還是山海經時間久遠內容變得難以取信於人，於是淪為小說一類。清末西方科學傳入為學者帶來諸多新穎的觀點，對於山海經利用不同的科學理論進行不同面向的研究，無論是地理學、史學、民俗學、神話學等…根據不同學者的研究而山海經也有更多不同的定位，無論是以何種角度切入進行探討，近代學者們皆有共識山海經是一部融合各種學科資料的綜合體，是一部珍貴無比的上古經典書籍。

2.1.3 山海經版本比較

山海經名稱始見於司馬遷的《史記·大宛列傳》：「自張騫使大夏之後，窮河源，惡覩髓謂昆崙者乎？至《禹本紀》、《山海經》所有怪物，余不敢言也。」不過，他未說明作者為誰？目前可知最早《山海經》版本則是經西漢

¹⁷魯迅著，《中國小說史略》，濟南，齊魯書社，1997：22

¹⁸袁珂，《山海經校注》，臺北，理仁，2004：12

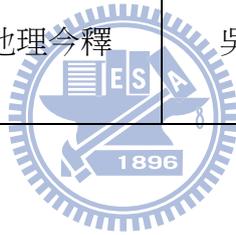
劉向、劉歆父子校刊而成的《上山海經表文》，可惜已經失傳無法得見。目前可看到的最早版本是東晉郭璞注解的《山海經傳》，是山海經注釋史上第一個里程碑，隨後有宋代、明代、清代的刻本【表 1】¹⁹，後來就無有影響力的注本出現，直到明代才出現較有影響的楊慎《山海經補注》一卷，王文煥的《山海經釋義》十八卷等。

表格 1 漢代至清朝山海經相關注釋版本比較

版本年代	書名	校注者	特色與說明
漢代	上山海經表文	劉向、劉歆父子	最早為山海經做校注者，此版本如今已不可見
東晉	山海經傳	郭璞	如今可見之最早之校注版本，另有其他朝代之刻本傳世。
宋代	山海經傳(刻本)	郭璞	為翻自晉郭璞的雕版印刷版本
明代	山海經傳(刻本)	郭璞	為翻自晉郭璞的雕版印刷版本
明代	山海經釋義	王崇慶	圖文並存
明代	山海經補注	楊慎	
清代	山海經傳(刻本)	郭璞	為翻自晉郭璞的雕版印刷版本

¹⁹ 引用 康柏楷，《運用符號學觀點分析《山海經》神怪造形之創作研究》，國立臺灣師範大學，碩士論文，2008：12，佐以創作者補注

清代	山海經廣注	吳任臣	十八卷，圖文並存。 既郭璞後，是對於山海經注釋最為詳細的一步力作
清代	山海經新校正	畢沅	十八卷，圖文並存 注文詳盡而不穿鑿附會 考證地理駕馭前人， 系統地考證了版本流傳與 變異經文校勘精細 ²⁰
清代	山海經存	汪紱	十八篇，圖文並存
清代	山海經箋疏	郝懿行	圖文並存 長于訓詁與考證
清代	山海經地理今釋	吳承志	



²⁰ 詳見 金榮權著，《山海經》研究兩千年述評，信陽師範學院學報(哲學社會科學版)，第 20 卷，第 4 期，2000 : 101

根據袁珂先生《山海經校注》一書，認為比較重要的《山海經》版本及其研究專著，有明代學者撰寫的《山海經補註》（楊慎）、《山海經釋義》（附圖 3²¹，王崇慶），以及清代學者撰寫的《山海經廣注》（吳任臣）、《山海經存》（附圖 42-2，汪紱）、《山海經新校正》（畢沅）、《山海經箋疏》（郝懿行）、《山海經地理今釋》（吳承志）。²²



圖 3 山海經釋義 插圖



圖 4 山海經存 插圖

回顧成果，約可分為三十年代、四十年代、五十至七十年代以及八十年代迄今四大時期。三十年代初期，西方思潮引進，學者多以進化歷史觀對神話進行詮釋；四十年代時，則是針對典籍神話研究和田野調查方面有深入和拓展；到了五十~七十年代，代表人物有袁珂、徐旭生、胡厚宣等，至於八零年代之後，神話獲得空前的發展，王孝廉、李豐楙、張光直、李亦園、蕭兵、葉舒憲、馬昌儀。²³

其中，當代學者馬昌儀於 2009 年出版之著作《古本山海經圖說上·下卷》，搜羅整理眾多重要版本與圖像相互對照補注，收錄範圍達十六個版本之多：

²¹ 馬昌儀認為王崇慶的圖本可能出自蔣應稿的繪圖本，因此在此以蔣應稿繪圖作為例圖。

²² 資料來源：中文百科在線- 山海經 http://www.zwbk.org/zh-tw/Lemma_Show/37600.aspx

²³ 詳見 陳琬菁，《山海經》死生觀研究，國立中央大學，碩士論文，2004:7

1. 明，萬曆二十一年(1593)，《山海經圖》，胡文煥編，格至叢書本
2. 明，萬曆二十五年(1597)，《山海經（圖繪全像）》，18卷蔣應鎬武臨父繪圖。
3. 明，萬曆四十七年(1619)《山海經釋義》，第一冊，《圖像山海經》，王崇慶釋義，董漢儒校、蔣一葵校刻。
4. 明，《山海經》，日本刊本，蔣應鎬繪圖本的摹刻本。
5. 清，《增補繪像山海經廣注》，吳任臣(志伊)注，佛山舍人後街近文堂藏版。
6. 清，光緒二十一年(1895)，《山海經存》，汪紱釋，立雪齋印本。
7. 清，光緒十六年(1890)《山海經》畢沅圖注學庫山房仿畢(沅)氏圖注原本校刊。
8. 清，光緒壬辰十八年(1892)《山海經箋疏》郝懿行撰，五彩公司三次石印本。
9. 清，《古今圖書集成·禽蟲典》。
10. 清，《古今圖書集成·神異典》。
11. 清，康熙六年(1667)，《山海經廣注》吳任臣注。
12. 清，乾隆五十一年(1786)，《增補繪像山海經廣注》，吳任臣注。
13. 清，咸豐五年(1855)，《山海經繪圖廣注》，吳任臣注，四川成或因繪圖。
14. 清，《古今圖書集成·邊裔典》。
15. 民國八年(1919)，《山海經圖說》，以畢沅圖本為摹本，上海錦章圖書局。
16. 日本《怪奇鳥獸圖卷》，江戶時代日本畫家根據中國的《山海經》與山海經圖繪製的山海經圖本。

內容選圖也有一千六百多幅，不僅圖的數量之多，對於經文也亦旁徵博引歷代注家的校注、解釋。每條附詳細解說，可說是當前最完備的山海經圖本。編排上簡單易懂、圖片清晰，對於此次創作頻繁的查閱來說，十分方便。

2.1.4 山海經中的吉凶福禍形象

綜觀山海經可以發現人類的集體潛意識²⁴，就是人類對於如何維持生命的探索與渴求，古有術士提煉丹藥為求長生不老、現代人藉由科技推延生命，對生的探索是源自於對於要逃避死的威脅，「死」是個無法經驗的事物，由於死的無法體驗、無法重複、無法用言語來精確地描述，故而對死的認識難以提升為建立在客觀存在事實基礎之上²⁵，這樣無法言說的神祕性也說明了為何原始先民們在艱困的環境中除了辛苦維持生存之外，仍然進行了大量的神靈祭祀活動。可說先民生活的一切都與求生意識有關，除了無法掌握的自然環境變化，與其一起並存的動植物更與先民們的生存方式密不可分，《山海經》中所載之物類繁多，與動物有關的形象，大多是奇形怪狀超乎人的現實經驗，並且具備靈性，不僅能治療、禦災且被視為吉凶禍福的預言，舉凡水災、旱災、風災、火災、蝗災以及瘟疫、兵災等自然或是人為之災均有徵兆，這說明了先民們期待趨吉避凶的心理狀態，同時也暗示先民對於生存的積極態度與生命的脆弱。



本節整理《古本山海經上·下卷》中分別帶有療癒性質、吉兆與凶兆性質的動物形象，作為創作範圍的收斂，見【表 2】－【表 13】整理。

²⁴ 集體潛意識(Collective unconscious)，榮格說：個人潛意識依賴於更深一層，他並非來源於個體經驗，也不是從後天獲得，而是先天就存在的。它應定名為集體淺意識。選擇「集體」一詞，是因為這部分潛意識不是個別的，而是普遍的。它與個體心理相反，具備了所有地方和所有個人都有的、大體相似的內容和行為方式的。換句話說，由於它在所有人身上都是相同的，因此它組成了一種超越個體的共同的心理基礎，並且普遍地存在於我們每個人身上。

²⁵ 鄭曉江著，《生死智慧：中國人對人生觀及死亡觀的看法》，台北，漢欣文化出版，1997：123

(一) 療癒性質

表格 2 具療癒性質動物整理

名稱	經次 / 經寸 / 兆象	卷次	頁數	名稱
旋龜	《南山經》： 柎陽之山，怪水出焉。而東流注於憲翼之水。其中多玄龜，其狀如龜而鳥首虺尾，其名曰旋龜。其音如判木，佩之不聾，可以為底。	可以不患耳聾，治療足繭	上卷	016
鯪	《南山經》： 柎山，多水，無草木。有魚焉，其狀如牛，陵居，蛇尾有翼，其羽在脇下，其音如留牛，其名曰鯪，冬死而夏生，食之無腫疾。	吃了可以防治腫疾	上卷	021
類	《南山經》： 宣爰之山，多水，無草木，不可以上。有獸焉，其狀如狸而有髦，其名曰類，自為牝牡，食者不妒。	吃了可以不知妒忌	上卷	025
獬豸	《南山經》： 基山，有獸焉，其狀如羊，九尾四耳，其目在背，其名曰獬豸，佩之不畏。	佩在身上，可不知畏懼	上卷	029
鷓鴣	《南山經》： 基山，有鳥焉，其狀如雞而三首六目，六足三翼，名鷓鴣，食之無臥。	吃了可以使人少眠	上卷	031
九尾狐	《南山經》： 青丘之山，有獸焉，其狀如狐而九尾，其音如嬰兒，能食人，食者不蠱。	吃了可以抗拒蠱毒	上卷	033
灌灌	《南山經》： 青丘之山，有鳥焉，其狀如鳩，其音若呵，名曰灌灌，佩之不惑。	取其羽毛佩在身上，可以不受蠱惑	上卷	037

赤鱖	《南山經》： 青丘之山，英水出焉，南流注于即翼之澤。其中多赤鱖，其狀如魚而人面，其音如鴛鴦，食之不疥	吃了可以防病，不得疥瘡	上卷	039
虎蛟	《南山經》： 禱過之山，泚水出焉，而南流注于海。其中有虎蛟，其狀魚身而蛇尾，其音如鴛鴦。食者不腫，可以已痔	吃了可以治療痔瘡	上卷	084
羝羊	《西山經》： 錢來之山，有獸焉，其狀如羊而馬尾，名曰羝羊，其脂可以已腊。	脂肪可以治療人體皮皴	上卷	099
鷓渠	《西山經》： 松果之山，有鳥焉，其名曰鷓渠，其狀如山雞，黑身赤足，可以已皸。	可以治療皮皴	上卷	102
肥遺 (鳥)	《西山經》： 英山，有鳥焉，其狀如鷄，黃身而赤喙，其名曰肥遺，食之已癘，可以殺蟲。	吃了可以治療疫病，可以殺蟲	上卷	117
橐蜚	《西山經》： 踰次之山，有鳥焉，其狀如梟，人面而一足，曰橐蜚，冬見夏蟄，服之不畏雷。	吃了不怕打雷	上卷	130
谿邊	《西山經》： 天帝之山，有獸焉，其狀如狗，名曰谿邊，席其皮者不蠱。	用其皮作席可辟蠱	上卷	140
數斯	《西山經》： 臯涂之山，有鳥焉，其狀如鷗而人足，名曰數斯，食之已癘。	吃了可以治療癩癩或小兒麻痺	上卷	145
文鯨魚	《西次三經》： 泰器之山，觀水出焉，西流注於流沙，是多文鯨魚，壯如鯉魚，魚身而鳥翼，蒼文而百白首赤喙，常行西海，游於東海，以夜飛。其音如	吃了可以治療癩狂病	上卷	187

	鷺雞。其味酸甘，食之已狂，見則天下大穰。			
謹	《西次三經》： 翼望之山，有獸焉，其狀如狸，一目三尾，名曰謹，其音如隳百聲，是可以禦兇，服之已瘳。	吃了可以治黃瘳病	上卷	244
鵠餘	《西次三經》： 翼望之山，有鳥焉，其狀如鳥，三首六尾而善笑，名曰鵠餘，服之使人不厭，又可以禦凶。	吃了可以不作噩夢，亦又可以禦兇	上卷	248
當扈	《西次四經》： 上申之山，其鳥多當扈，其狀如雉，以其髯飛，食之不眴目。	吃了可以不瞬目	上卷	255
冉遺魚	《西次四經》： 英鞮之山，涇水出焉，而北流注於陵羊之澤。是多冉遺之魚，魚身蛇首六足，其目如馬耳，食之使人不昧，可以禦凶。	吃了可以不作噩夢，還可以禦兇避邪	上卷	267
滑魚	《北山經》： 求如之山，滑水出焉，而西流注于諸毗之水。其中多滑魚，其狀如鱣，赤背，其音如梧，食之已疣。	吃了可以治贅疣	上卷	299
鵠餘	《北山經》： 帶山，有鳥焉，其狀如鳥，五采而赤文，名曰鵠餘，是自為牝牡，食之不疽。 (與西三次經鵠餘同名不同形、類)	吃了可以不得疽病	上卷	305
儵魚	《北山經》： 帶山，彭水出焉，帶而西流注于芑湖之水，其中多儵魚，其狀如雞而赤毛，三尾、六足、四首，其音如鵠，食之可以已憂。	吃了可以樂而忘憂	上卷	307

何羅魚	《北山經》： 譙明之山，譙水出焉，西流注于河。其中多何羅之魚，一首而十身，其音如吠犬，食之已癰。	吃了可以治療癰腫病	上卷	311
繹繹魚	《北山經》： 涿光之山，鬻水出焉，而西流注于河。其中多繹繹之魚，其狀如鵠而十翼，鱗皆在羽端，其音如鵠，可以禦火，食之不瘳。	吃了可以不得黃瘳病	上卷	317
耳鼠	《北山經》： 丹熏之山，有獸焉，其狀如鼠，而菟首麋身 ² ，其音如獠，以其尾飛，名曰耳鼠 ⁴ ，食之不(月菜)，又可以禦百毒。	吃了可以治大肚子病，或不作噩夢，禦百毒	上卷	325
鷓	《北山經》： 蔓聯之山，有鳥焉，群居而朋飛，其毛如雌雉，名曰鷓，其鳴自呼，食之已風。	吃了可以治風病	上卷	334
白鵠	《北山經》： 單張之山，有鳥焉，其狀如雉，而文首、白翼、黃足，名曰白鵠，食之已噤痛，可以已癩。	吃了可以治咽喉病	上卷	341
鰮魚	《北山經》： 獄法之山。瀼澤之水出焉，而東北流注于泰澤。其中多鰮魚，其狀如鯉而雞足，食之已疣。	吃了可以治贅疣	上卷	357
鮭魚	《北山經》： 北嶽之山，諸懷之水出焉，而西流注于鬻水，其中多鮭魚，魚身而犬首，其音如嬰兒，食之已狂。	吃了可以治驚風癲狂病	上卷	366
鷲	《北次二經》： 北鬻之山，有鳥焉，其狀如鳥，人面，名曰鷲，宵飛而晝伏，食之	吃了可以治熱病和頭風	上卷	393

	已喝。			
鷩(鳥)	《北次二經》： 梁渠之山，有鳥焉，其狀如夸父，四翼、一目、犬尾，名曰鷩，其音如鵲，食之已腹痛，可以止衄。	吃了可以治腹痛和腹瀉	上卷	399
鷮鷮	《北次三經》： 馬成之山，有鳥焉，其狀如鳥，首白而身青、足黃，是名曰鷮鷮，其鳴自詒，食之不飢，可以已寓。	吃了不餓和治疣病	上卷	413
領胡	《北次三經》： 陽山，有獸焉，其狀如牛而赤尾，其頸鬣，其狀如勾瞿，其名曰領胡，其鳴自詒，食之已狂。	吃了可以治癲狂病	上卷	419
鮎父魚	《北次三經》： 陽山，留水出焉，而南流注于河。其中有鮎父之魚，其狀如鮒魚，魚首而彘身，食之已嘔。	吃了可以治嘔吐	上卷	423
鳩鵲	《北次三經》： 小侯之山，有鳥焉，其狀如鳥而白文，名曰鳩鵲，食之不瀆。	吃了可以不得眼病	上卷	429
黃鳥	《北次三經》： 軒轅之山，有鳥焉，其狀如梟而白首，其名曰黃鳥，其鳴自詒，食之不妒。	吃了可以療妒	上卷	430
箴魚	《東山經》： 柎狀之山，泝水出焉，而北流注于湖水。其中多箴魚，其狀如鯀，其喙如箴，食之無疫疾。	吃了可以不染疫疾	上卷	466
珠蟹魚	《東山經》： 葛山之首，無草木。澧水出焉，東流注于余澤，其中多珠蟹魚，其狀如肺而有目，六足有珠，其味酸甘，食之無癘。	吃了可以不得時氣病	上卷	478

鱧魚	《東次四經》： 曰旄山，無草木。蒼體之水出焉，而西流注于展水。其中多鱧魚，其狀如鯉而大首，食者不疣。	吃了可以不得贅疣	上卷	533
芘魚	《東次四經》： 東始之山，泚水出焉，而東北流注于海，其中多美貝，多芘魚，其狀如鮒，一首而十身，其臭如蘼蕪，食之不糲。	吃了可以調和體魄，氣不下溜	上卷	535
𪚩	《中山經》： 甘棗之山，有獸焉，其狀如獸鼠而文題，其名曰𪚩，食之已癯。	吃了可以明目	下卷	553
豪魚	《中山經》： 渠豬之山，渠豬之水出焉，而南流注于河。其中是多豪魚，狀如鮪，赤喙尾赤羽，食之可以已白癬。	吃了可以去除白癬	下卷	555
飛魚	《中山經》： 牛首之山，勞水出焉，而西流注于滸水。是多飛魚，其狀如鮒魚，食之已痔衄。	吃了可以治痔瘡，止腹瀉	下卷	558
蜚蜮	《中次二經》： 昆吾之山有獸焉，其狀如彘而有角，其音如號，名曰蜚蜮，食之不昧。	吃了可以不作噩夢	下卷	570
鵩	《中次三經》： 青要之山，畛水出焉，而北流注于河。其中有鳥焉，名曰鵩，其狀如鳧，青身而朱目赤尾，食之宜子。	吃了可以子孫興旺	下卷	583
飛魚	《中次三經》： 騶山，正回之水出焉，而北流注于河。其中多飛魚，其狀如豚而赤文，服之不畏雷，可以禦兵。	吃了可以不怕打雷，可以禦兵	下卷	585

馱鳥	<p>《中次五經》： 曰首山，其陰多穀柞，草多芫芫，其陽多璵璠之玉，木多槐；其陰有谷，曰机谷，多馱鳥，其狀如梟而三目，有耳，其音如錄，食之已墊。</p>	吃了可以治濕氣病	下卷	604
鴝鷄	<p>《中次六經》： 廆山，其陰多璵璠之玉。其西有谷焉，名曰萑谷，其木多柳楮。其中有鳥焉，狀如山鷄而長尾，赤如丹火而青喙，名曰鴝鷄，其鳴自呼，服之不眯。</p>	吃了可以不作噩夢，又說可以辟妖	下卷	610
脩辟魚	<p>《中次六經》： 橐山，橐水出焉，而北流注于河。其中多脩辟之魚，狀如鼉而白喙，其音如鴟，食之已白癬。</p>	吃了可以治白癬	下卷	614
三足龜	<p>《中次七經》： 大磬之山，其陽狂水出焉，西南流注于伊水，其中多三足龜，食者無大疾，可以已腫。</p>	吃了可以辟時疾、消腫	下卷	618
鱸魚	<p>《中次七經》： 半石之山，來需之水出于其陽，而西流注于伊水，其中多鱸魚，黑文，其狀如鮒，食者不睡。 (原經作睡，袁珂據郝懿行校改。)</p>	吃了可以消腫	下卷	619
騰魚	<p>《中次七經》： 半石之山，合水出于其陰，而北流注于洛，多騰魚，狀如鰕，居逵，蒼文赤尾，食者不癰，可以為瘿。</p>	吃了可以不得化膿性癰腫，也可治瘿病	下卷	621
獬	<p>《中次十一經》： 依軻之山，其上多柎榘，多苴。有獸焉，其狀如犬，虎爪有甲，其名曰獬，善馱犖，食者不風。</p>	吃了可以不畏天風，或可療風痺	下卷	673

三足鼈	《中次十一經》： 從山，從水出于其上，潛于其下， 其中多三足鼈，枝尾，食之無蠱疫。 (原作疫，袁珂從王念孫校改。)	吃了可以無 蠱惑	下卷	675
-----	--	-------------	----	-----

(二) 凶兆

表格 3 具凶兆-水災的動物整理

名稱	經次 / 經寸 / 兆象	卷次	頁數
長右	《南山二經》： 長右之山，無草木，多水。有獸焉，其狀如禺而四耳，其名長右，其音如吟， <u>見則郡縣大水</u> 。	上卷	053
蠻蠻	《西次三經》： 崇吾之山，有鳥焉，其狀如鳧，而一翼一目，相得乃飛，名曰蠻蠻， <u>見則天下大水</u> 。	上卷	178
胙遇	《西次三經》： 玉山，是西王母所居也。有獸焉，其狀如翟而赤，名曰胙遇，是食魚，其音如錄， <u>見則其國大水</u> 。	上卷	214
羸魚	《西次四經》： 邽山，濛水出焉，南流注于洋水，其中多黃貝，羸魚，魚身而鳥翼，音如鴛鴦， <u>見則其邑大水</u> 。	上卷	279
軫軫	《東次二經》： 空桑之山，有獸焉，其狀如牛而虎文，其音如欽，其名曰軫軫，其鳴自叫， <u>見則天下大水</u> 。	上卷	476
合窳	《東次四經》： 剡山，多金玉。有獸焉，其狀如彘而人面，黃身而赤尾，其名曰合窳，其音如嬰兒。是獸也，食人，亦食蟲蛇， <u>見則天下大水</u> 。	上卷	545
化蛇	《中次二經》： 陽山，多石，無草木。陽水出焉，而北流注于伊水。其中多化蛇，其狀如人面而豺身，鳥翼而蛇行，其音如叱呼， <u>見則其邑大水</u> 。	下卷	567

夫諸	《中次二經》： 敖岸之山，有獸焉，其狀如白鹿而四角。名曰夫諸，見則其邑大水。	下卷	577
----	---	----	-----

表格 4 具凶兆-旱災的動物整理

名稱	經次 / 經寸 / 兆象	卷次	頁數
鱒魚	《南次三經》： 鷄山，黑水出焉，而南流注于海。其中有鱒魚，其狀如鮒而彘毛，其音如豚，見則天下大旱。	上卷	088
顛	《南次三經》： 令丘之山，有鳥焉，其狀如梟，人面四目而有耳，其名曰顛，其鳴自號也，見則天下大旱。	上卷	090
肥 蠃 (蛇)	《西山經》： 太華之山，削成而四方，其高五千仞，其廣十里，鳥獸莫居。有蛇焉，名曰肥蠃，六足四翼，見則天下大旱。	上卷	104
	《北山經》： 渾夕之山，無草木，多銅玉。鼉水出焉，而西北流注于海。有蛇一首兩身，名曰肥遺，見則其國大旱。	上卷	369
鼓	《西次三經》： 鍾山，其子曰鼓，其狀如人面而龍身，是與欽鴝殺葆江于崑崙之陽，帝乃戮之鍾山之東曰嶠崖，欽鴝化為大鴟，其狀如鴟而黑文白首，赤喙而虎爪，其音如晨鷓，見則有大兵；鼓亦化為駿鳥，其狀如鴟，赤足而直喙，黃文而白首，其音如鷓，見即其邑大旱	上卷	181
鷓鳥 (為鼓 死後之 魂)	《西次三經》： 鍾山，其子曰鼓，其狀如人面而龍身，是與欽鴝殺葆江于崑崙之陽，帝乃戮之鍾山之東曰嶠崖，欽鴝化為大鴟，其狀如鴟而黑文白首，赤喙而虎爪，其音如晨鷓，見則有大兵；鼓亦化為駿鳥，	上卷	186

	其狀如鴟，赤足而直喙，黃文而白首，其音如鵠， <u>見即其邑大旱。</u>		
人面鴞	《西次四經》： 崦嵫之山，有鳥焉，其狀如鴞而人面，雉身犬尾，其名自號也， <u>見則其邑大旱。</u>	上卷	292
大蛇	《北次三經》： 鐸于毋逢之山，西望幽都之山，浴水出焉。是有大蛇，赤首白身，其音如牛， <u>見則其邑大旱。</u>	上卷	446
蜚鼠	《東山經》： 柎狀之山，有鳥焉，其狀如鷄而鼠毛，其名曰蜚鼠， <u>見則其邑大旱。</u>	上卷	463
蜚蠊	《東山經》： 獨山，。末塗之水出焉，而東南流注于沔，其中多蜚蠊，其狀如黃蛇，魚翼，出入有光， <u>見則其邑大旱。</u>	上卷	468
獬豸	《東次二經》： 姑逢之山，無草木，多金玉。有獸焉，其狀如狐而有翼，其音如鴻鴈，其名曰獬豸， <u>見則天下大旱。</u>	上卷	491
薄魚	《東次四經》： 女媧之山，其上無草木。石膏水出焉，而西注于鬲水，其中多薄魚，其狀如鱸魚而一目，其音如歐， <u>見則天下大旱。</u>	上卷	536
鰐魚	《東次四經》： 子桐之山。子桐之水出焉；而西流注于餘如之澤。其中多鰐魚，其狀如魚而鳥翼，出入有光，其音如鴛鴦， <u>見則天下大旱。</u>	上卷	542
鳴蛇	《中次二經》： 鮮山，多金玉，無草木。鮮水出焉，而北流注于伊水。其中多鳴蛇，其狀如蛇而四翼，其音如磬， <u>見則其邑大旱。</u>	下卷	564

表格 5 具凶兆-兵災的動物整理

名稱	經次 / 經寸 / 兆象	卷次	頁數
鳧溪	《西次二經》： 鹿臺之山，其有鳥焉，其狀如雄雞而人面，名曰鳧溪，其名自叫也， <u>見則有兵</u> 。	上卷	163
朱厭	《西次二經》： 小次之山，其上多白玉，其下多赤銅。有獸焉，其狀如猿，而白首赤足，名曰朱厭， <u>見則大兵</u> 。	上卷	166
欽鴟	《西次三經》： 鍾山，其子曰鼓，其狀如人面而龍身，是與欽鴟殺葆江于崑崙之陽，帝乃戮之鍾山之東曰嵒崖，欽鴟化為大鴟，其狀如鴟而黑文白首，赤喙而虎爪，其音如晨鴟， <u>見則有大兵</u> 。	上卷	184
天神	《西次三經》： 槐江之山，爰有淫水，其清洛洛。有天神焉，其狀如牛，而八足二首馬尾，其音如勃皇，見則其邑有兵。	上卷	193
鱓魚	《西次四經》： 鳥鼠同穴之山，渭水出焉，而東流注于河。其中多鱓魚，其狀如鱣魚， <u>動則其邑有大兵</u> 。	上卷	284
狔狼	《中次九經》： 蛇山，其上多黃金，其下多堊，其木多枸，多豫樟，其草多嘉榮、少辛。有獸焉，其狀如狐，而白尾長耳，名狔狼， <u>見則國內有兵</u> 。	下卷	651
狙如	《中次九經》： 倚帝之山，其上多玉，其下多金。有獸焉，狀如鼯鼠，白耳白喙，名曰狙如， <u>見則其國有大兵</u> 。	下卷	678
梁渠	《中次十一經》： 歷石之山，有獸焉，其狀如狸，而白首虎爪，名曰梁渠， <u>見則其國有大兵</u> 。	下卷	682

天犬	《大荒西經》： 有巫山者，有赤犬，名曰天犬，其所下者有兵。	下卷	1022
----	----------------------------------	----	------

表格 6 具凶兆-瘟疫的動物整理

名稱	經次 / 經寸 / 兆象	卷次	頁數
絜鈎	《東次二經》： 礪山，有鳥焉，其狀如鳧而鼠尾，善登木，其名曰絜鈎，見則其國多疫。	上卷	503
蜚	《東次四經》： 太山，上多金玉、楨木。有獸焉，其狀如牛而白首，一目而蛇尾，其名曰蜚，行水則竭，行草則死，見則天下大疫。	上卷	548
跂踵	《中次十經》： 復州之山，其木多檀，其陽多黃金。有鳥焉，其狀如鴉，而一足彘尾，其名曰跂踵，見則其國大疫。踵，見則其國大疫。	下卷	660
猴	《中次十一經》： 樂馬之山。有獸焉，其狀如彘，赤如丹火，其名曰猴，見則其國大疫。	下卷	676

表格 7 具凶兆-見則有恐的動物整理

名稱	經次 / 經寸 / 兆象	卷次	頁數
酸與	《北次三經》： 景山，有鳥焉，其狀如蛇，而四翼、六目、三足，名曰酸與，其鳴自詒，見則其邑有恐。	上卷	426
朱獮	《東次二經》： 耿山，無草木，多水碧，多大蛇。有獸焉，其狀如狐而魚翼，其名曰朱獮，其鳴自叫，見則其國有恐。	上卷	486

雍和	《中次十一經》： 豐山。有獸焉，其狀如猿，赤目、赤喙、黃身， 名曰雍和， <u>見則國有大恐</u> 。	下卷	666
----	--	----	-----

表格 8 具凶兆-其他災禍的動物整理

名稱	經次 / 經寸 / 兆象	卷次	頁數
狸力	《南山二經》： 柎山，西臨流黃，北望諸毗，東望長右。英水出焉，西南流注于赤水，其中多白玉，多丹粟。有獸焉，其狀如豚，有距，其音如狗吠，其名曰狸力， <u>見則其縣多土功</u> 。	上卷	046
鷲鵠	《東次二經》： 廬其之山，無草木，多沙石。沙水出焉，南流注于涇水，其中多鷲鵠，其狀如鴛鴦而人足，其鳴自訖， <u>見則其國多土功</u> 。	上卷	489
猾褢	《南山二經》： 堯光之山，有獸焉，其狀如人而彘鬣，穴居而冬蟄，其名曰猾褢，其音如斫木， <u>見則縣有大繇</u> 。	上卷	056
鵠	《南山二經》： 柎山，有鳥焉，其狀如鴟而人手，其音如痺，其名曰鵠，其鳴自號也， <u>見則其縣多放士</u> 。其名自號也， <u>見則其縣多放士</u> 。	上卷	049
畢方	《西次三經》： 章莪之山，有鳥，其狀如鶴，一足，赤文，青質而白喙，名曰畢方，其名自叫也， <u>見則其色有訛火</u> 。	上卷	220
豸即	《中次十一經》： 鮮山，有獸焉，其狀如膜大，赤喙、赤目、白尾， <u>見則其邑有火</u> ，名曰豸即。	下卷	680
山獬	《北山經》： 獄法之山，有獸焉，其狀如犬而人面，善投，見人則笑，其名山獬，其名山，其行如風，見則	上卷	360

	天下大風。		
崑崙	《東次二經》： 礪山，有獸焉，其狀如馬，而羊目、四角、牛尾，其音如犍狗，其名曰崑崙，見則其國多狡客。	上卷	499
狢狢	《東次二經》： 餘峨之山，有獸焉，其狀如菟而鳥喙，鴟目蛇尾，見人則眠，名曰狢狢，其鳴自訃，見則螽蝗為敗。	上卷	483

(一) 吉兆

表格 9 具吉兆-見則世間安寧、豐收之兆的動物整理

名稱	經次 / 經寸 / 兆象	卷次	頁數
鳳凰	《南次三經》： 丹穴之山，有鳥焉，其狀如雞，五采而文，名曰鳳皇，首文曰德，翼文曰義，背文曰禮，膺文曰仁，腹文曰信。是鳥也，飲食自然，自歌自舞，見則天下安寧。	上卷	086
鸞鳥	《西次二經》： 女床之山，有鳥焉，其狀如翟而五彩文，名曰鸞鳥，見則天下安寧。	上卷	160
文鯨魚	《西次三經》： 泰器之山，觀水出焉，西流注於流沙，是多文鯨魚，壯如鯉魚，魚身而鳥翼，蒼文而百白首赤喙，常行西海，游於東海，以夜飛。其音如鸞雞。其味酸甘，食之已狂，見則天下大穰。	上卷	187
狡	《西次三經》： 玉山，是西王母所居也。獸焉，其狀如犬而豹文，其角如牛，其名曰狡，其音如吠犬，見則其國大穰。	上卷	211
當康	《東次四經》： 欽山，多金玉而無石。師水出焉，而北流注于皋澤，其中多鯨魚，多文貝。有獸焉；其狀如豚而有牙，其名曰當康，其鳴自叫，見則天下大穰。	上卷	539

表格 10 具吉兆禦火之兆的動物整理

名稱	經次 / 經寸 / 兆象	卷次	頁數
赤鷲	《西山經》： 小華之山，鳥多赤鷲， <u>可以禦火</u> 。	上卷	108
鴟	《西山經》： 符禺之山，其鳥多鴟，其狀如翠而赤喙， <u>可以禦火</u> 。	上卷	113
鷩	《西山經》： 翠山，其上多櫟柟，其下多竹箭，其陽多黃金、玉，其陰多旄牛，麇、麝；其鳥多鷩，其狀如鵲，赤黑而西首四足， <u>可以禦火</u> 。	上卷	156
臞䟽	《北山經》： 帶山，有獸焉，其狀如馬，一角有錯，其名曰臞䟽， <u>可以辟火</u> 。	上卷	302
鰓鰓魚	《北山經》： 涿光之山，鬻水出焉，而西流注于河。其中多鰓鰓之魚，其狀如鵲而十翼，鱗皆在羽端，其音如鵲， <u>可以禦火</u> ， <u>食之不瘳</u> 。	上卷	317
竊脂	《中次九經》： 岷山，有鳥焉，狀如鴉而赤身白首，其名曰竊脂， <u>可以禦火</u> 。	下卷	649
鳴餘	《中次十一經》： 丑陽之山，其上多櫚椐。有鳥焉，其狀如鳥而赤足，名曰馵餘， <u>可以禦火</u> 。	下卷	685
蝮	《中次十二經》： 即公之山，有獸焉，其狀如龜，而白身赤首，名曰蝮， <u>是可以禦火</u> 。	下卷	696

表格 11 具吉兆-禦兇之兆的動物整理

名稱	經次 / 經寸 / 兆象	卷次	頁數
天狗	《西次三經》： 陰山，有獸焉，其狀如狸而白首，名曰天狗，其音如榴榴， <u>可以禦兇</u> 。	上卷	224
謹	《西次三經》： 翼望之山，有獸焉，其狀如狸，一目而三尾，名曰謹，其音如棄百聲， <u>是可以禦凶</u> ，服之已瘳。	上卷	244
鵠餘	《西次三經》： 翼望之山，有鳥焉，其狀如鳥，三首六尾而善笑，名曰鵠餘，服之使人不厭，又 <u>可以禦凶</u> 。	上卷	248
冉遺魚	《西次四經》： 英鞮之山，浣水出焉，而北流注於陵羊之澤。是多冉遺之魚，魚身蛇首六足，其目如馬耳，食之使人不昧， <u>可以禦凶</u> 。	上卷	267
孟槐	《北山經》： 譙明之山，有獸焉，其狀如貍而赤豪，其音如榴榴，名曰孟槐， <u>可以禦凶</u> 。	上卷	314

表格 12 具吉兆-禦兵之兆的動物整理

名稱	經次 / 經寸 / 兆象	卷次	頁數
駮	《西次四經》： 中曲之山，有獸焉，其狀如馬而白身黑尾，一角，虎牙爪，音如鼓音，其名曰駮，是食虎豹， <u>可以禦兵</u> 。	上卷	271
寓鳥	《北山經》： 號山，其鳥多寓，狀如鼠而鳥翼，其音如羊， <u>可以禦兵</u> 。	上卷	322
飛魚	《中次三經》： 驪山，正回之水出焉，而北流注于河。其中多飛魚，其狀如豚而赤文，服之不畏雷， <u>可以禦兵</u> 。	下卷	585

表格 13 具吉兆·禦百毒、禦疫之兆的動物整理

名稱	經次 / 經寸 / 兆象	卷次	頁數
耳鼠	《北山經》： 丹熏之山，有獸焉，其狀如鼠，而菟首麋身 ² ，其音如獐，以其尾飛，名曰耳鼠 ⁴ ，食之不(月菜)，又可以禦百毒。	上卷	325
青耕	《中次十一經》： 董理之山，其上多松柏，多美梓，其陰多丹蘂，多金，其獸多豹虎。有鳥焉，其狀如鵠，青身白喙，白目白尾，名曰青耕， <u>可以禦疫</u> ，其鳴自叫。	下卷	672

第二節 公仔

2.2.1 公仔源起與定義



這幾年充斥在生活中的「公仔」一詞，可以自 1997 年香港設計師 劉建文 Michael Lau 創作 Gardener 系列(見圖 5)開始說起，Gardener 系列是設計師藉由觀察自己身邊朋友和街頭所創作出結合街頭運動，例如滑板，衝浪板，雪板，籃球等運動與街頭塗鴉概念，充滿濃厚的街頭文化風格的人型玩偶，而「公仔」正是香港廣東話對於人偶(figure)或娃娃的語言發音，不一定是塑膠製品。就如同我們台語中形容人偶「尪仔」的意思一樣。由於獨特的姿態與主題，Michael Lau 作品迅速的走紅於香港，並於亞洲掀起一股熱潮，有藝術公仔²⁶教父之稱。在受邀於各國展覽中，Michael Lau 成功帶起了香港的公仔產業的新商機。公仔成為一種年輕人必定要擁有的收藏品。也因為公仔的主要精神與文化意涵是依賴設計師的創意，因此也常被稱之為「設計師玩具」(Designer toys)或者原創玩具、潮流玩具，同期出色的創作者還有蘇勳(Eric So)的“Estste 屋村系列”創作(圖 6)。

²⁶ 藝術公仔即是設計師玩具，指限量版的藝術玩具收藏品。



圖 5 Gardener 系列(部分) · Michael Lau



圖 6 Estste 屋村系列 · Eric So

公仔除了人類造型外，亦可以造得像動物、故事人物… 等等，「公仔」廣義來說：舉凡動畫、漫畫以及任何市面上以角色造型形式著稱的都可以歸屬「公仔」的範疇；就狹義而言：角色造型經過變型（已非原物造型呈現）或是由設計師所原創的角色玩具才屬於「公仔」的範疇²⁷。如同《公仔流～全球設計師 30 傑！》一書中的公仔定義：設計師以不同材質（塑膠、木頭、布料、毛線、雕塑土）所創作出有名字、造型、甚至故事的角色人物。不過隨著公仔的創作材質、風格與題材蓬勃發展帶來多樣性。設計師與不同領域品牌跨界合作（crossover）²⁸的情形也增多²⁹，提出許多顛覆傳統的有趣設計，因此大

²⁷詳見 龔莉華，個性化角色造型之創作研究-以衝突性元素公仔造型為例，高雄師範大學，碩士論文，2007：6

²⁸跨界就是指 策略聯盟（strategic alliance），由兩家或兩家以上的企業基於共同的商業目標而形成為了策略目的達成的合作關係結合彼此企業的技術能力，一同開發與製造新產品，共

眾對於公仔的定義也越來越為包容與模糊，現今無論是設計師原創出來的角色公仔或是以有漫畫、動畫作為基礎的角色(例如：多拉 A 夢、迪士尼角色等)，甚至是為了強化企業性格、訴求產品特質，而創作出擔任品牌代言性質的吉祥物，從早年流行的“大同寶寶”到近年來的 7-Eleven 的 Open 小將、台灣人壽的台灣阿龍、雄獅鉛筆的奶油獅、好樂迪的歡樂迪迪獅等等…(見圖 7)，這些吉祥物不僅僅深植於人們心中，亦成功塑造企業品牌形象，更帶動企業營收成長，此類的角色玩偶，現今也被以公仔一詞泛稱。



圖 7 企業代言公仔

觀察之下可以發現儘管每個設計的風格各異，內涵也由創作者感性的自我抒發到理性的企業品牌精神代表，不管是哪一種公仔都有其背後所代表的意涵，「意涵」使得公仔擁有一個自的性格與生命力。公仔的意涵也帶有反應訊息或現況的功能性，也是具有社會文化背景和意義的一個層次，因為其表達的內容常會因現實情境的變化而有所轉變，所以在意義層中除了反應造型本

享彼此的市場，以創造更大的利潤為目標；運用彼此品牌形象及行銷通路，形成加倍的品牌魅力，以創造話題增加銷售率。

²⁹ 例如：Eric So 蘇勳，為日本音樂團體化學超男子量身打造的 12 吋公仔；Michael Lau 和知名運動品牌 NIKE 合作，他將著名的 Nike air force 1 化身為以鞋子為主體的公仔 Mr. Shoe，也受邀為中國 BMX 國家隊設計參賽服及比賽用鞋。

身的意義外，而具有週遭環境的氛圍。例如：Michael Lau 創作的 Gardener 系列藉由街頭的文化重現香港生活中的次文化³⁰；「鐵人兄弟」³¹Action Figure 玩具系列以建築工人為題材 Brothers worker 系列主要講的是藍領階級的工人世界，大家相互信任、合作無間地度過每一個難關，建立心目中的理想世界。其作品除了美學上的成就外，也深刻反應了時代及社會文化。鐵人兄弟以他們手中孜孜不倦、用力生活的公仔及卑微角度，期反映社會現象及改變眾人生活態度而創作還原美國 911 事件場景，更是鐵人兄弟貼近社會的最佳印證。(見圖 8)。2003 年因香港 SARS 及恐怖份子引起戰爭，引起香港人民對社會不安而由感而發所創作 brtohers jorker 系列(見圖 9)，即是以歡笑及希望為出發點之作品。



³⁰次文化 (subculture) 一詞最早是在 1950 年由社會學家者 David Riesman 提出。他當時認為「主流文化是大部分人或商業所提供的風格與意義；而有一群人擁有別於一般大部分人的價值觀，他們大都是少數民族、流浪漢、社會邊緣人，他們使用的行為模式、語言等都與主流不同，並發展出有別於主流的文化風格，這即是『次文化』。現今，次文化在社會學中被定義為，「主流的文化通常是為多數人所認同而流傳的文化，然而非主流份子的生活風格與思想方式上相較於同一社會的人們有顯著的差異，而這些不同的文化特質在社會學上稱之為次文化」

³¹馬志雄(Winson Ma)與 William(曾志威) 和 Kenny(王信明)三位香港設計師所組成的鐵人兄弟(Brothersfree)不僅顛覆了公仔與流行文化掛勾的既定印象，更以製作的玩具有相當深度的人文背景符及展現對生命、專注、熱情、豁達的人生觀著名，現已解散。



圖 8 911 鐵人兄弟場景(局部)

圖片來源：<http://www.fotop.net/slideshow/pantoy/pantoy52>



圖 9 brtohersjorker 系列

圖片來源：<http://www.strange.co/Features/Brothersfree.html>

既然有具有正面鼓勵意涵的公仔，自然也有帶負面情緒的作品，例如：紐約原創街頭藝術家 Ron English 所創作的 mc supersized vinyl figur 和 Mask Mouse Murphy(見圖 10)都是以流行文化作為題材，顛覆並諷刺商業及消費主義，他不斷以各式惡搞通俗 icon、卡通人物的方式，來諷刺和挑戰社會對偶像及符號崇拜的現象是其作品的重要特色。



圖 10 mc supersized vinyl figure / Mask Mouse Murphy

圖片來源：<http://www.flickr.com/photos/67896537@N00/1776328709/in/set-72157600060733972>

圖片來源：<http://clwanju.abang.com/od/qitachaoliu/a/ron-english.htm>

相較於原創性高的公仔，利用現有題材加以變形、加入創作者的重新詮釋，也是常見的公仔創作，不管是哪種類型、造型與題材，創作者想傳達的一切才是公仔的核心價值。雖然公仔是玩具形式的一種，除了商業利益之外，更因多了創作者感情轉化於作品中，而多了一種「人味」，也是概念的化身。依筆者觀察上述公仔，形式上共通的特點為幾乎都是立體創作。

融合以上兩點，本創作對於公仔的定義為：凡是創作者將其欲表達之特殊意涵，利用立體造型呈現的作品皆可稱為公仔，並不聚焦強調角色與題材是設計師原創而產生的。

2.2.2 公仔與文化

文化有分為廣義和狹義的定義，廣義來說，人類文明中涵蓋的所有生活

方式都可稱為文化（黃光男，2007），每一個社會都有與其相適應的物質文化與精神文化，並隨著社會物質生貳的發展而發展（陳學明，1998）。狹義來說，文化指的是精緻文化，通常和文明的層次有關，它是指較精緻的藝術文化，而不是普遍文化（黃光男，2007）³²像流行音樂、通俗小說、滑稽幽默的短劇等，觀賞者不用具有深厚的藝術及文化素養也能看的懂。文化是一種觀念型態或生活形態，是精神活動的產物。法蘭克福學派賦予文化最廣的意義；人類的一切勞動成果都被視為是文化產品，人類的一切活動都被視為文化活動。

公仔往往被連結至次文化相關議題，因為最初公仔熱潮包含街頭文化的意象，綜觀現今社會文化的變遷以及科技發展快速，許多現實生活中無法滿足的區塊，由於虛擬科技的產生，使現代人能將其幻想的生活世界得以寄託。在現代的流行文化上慣用假設性的故事情節、假設性的有機體角色，讓人們可以將現實生活中的不滿足和幻想世界移情於虛擬情境中，加上近年來因為社會風氣的轉變，青少年越來越重視其個人風格與思想，在自我意識的強化下，對於物質追求強調其原創性與個人代表性。透過消費行為擁有「公仔」的實體，就像是將虛擬的角色現實化。而這樣行為背後其實就是次文化的族群在尋求精神滿足上的具體行為表現，物質與人息息相關，雙方皆不能脫離其中一者，而對物質的依賴也就與日俱增，進而形成次文化成員從物質中尋求能帶給自己心靈滿足的成分。物質內含豐富精神的意義，是因為人類社會發展下所賦予物的功能，而帶來的昇華精神滿足，透過物的實質擁有才能獲得無形的精神滿意，此時，公仔不只是公仔，而是一種自我於世界的延伸。

觀察公仔創作者背景，可以發現大多數兼具平面設計師、插畫家、雕塑家以及是藝術家的雙重身分，「公仔」是創作者表達思想創意的另一種媒介，利用角色的造型語彙來和社會做另類溝通。因為這樣地強烈個人特質使得藝術公仔在玩具市場上的定位由玩物轉而以藝術品的姿態出現，個人色彩豐富，很能抓住人的目光，造型也是各式各樣，開拓了大眾對於原本玩具的視野，但又不至於高價到讓人難以親近。

³²摘錄自 陳秀羽，《商品訊息設計之研究》，銘傳大學，碩士論文，2009：6

公仔特殊的豐沛創造力吸引媒體的關注，引發各產業的跨界合作，而熱潮的持續延燒，還引發另一個類型的超商公仔的熱潮，各家超商趁著公仔熱推出獨家公仔，採取消費集點的方式，鼓勵消費者積極消費以兌換公仔。隨著時間不同推出同系列的不同公仔，利用這樣的行銷手段延長消費者的興趣與持續關注。超商公仔引發大眾的收藏熱，超商公仔自 2005 年發展自至今也出過了好幾代，換購的人潮似乎看不見有任何衰退的跡象，證明市場對於公仔的接受程度高且持久，收集公仔變成一種流行的文化。

由於公仔創造的流行價值也間接影響了文化產業的走向，許多文化產業開始重視其文化特性與主題，也開始探討發展方向，將其方向與特色以故事形式作表現，並創造主題角色藉以強化文化產業特性³³，現在無論是活動、各行各業甚至到景點的宣傳，使用公仔代言成為必要的宣傳手段。例如：台灣建國 100 年公仔、花卉博覽會的花精靈、中華郵政的系列公仔…等不勝枚舉，由以上敘述看出，公仔的出現為流行文化注入不少力量。



第三節 台灣文化創意產業

2.3.1 台灣文化創意產業的定義及範疇

在全球化的趨勢下，國家跟國家的疆界逐漸消除，開發中國家藉著其廉價的勞力與較低土地成本吸引各國產業的轉移，雖然台灣過去以製造業及技術發展為主的產業型態造就了台灣經濟的繁榮，但在相同的定位下，台灣勞力及土地等成本相對高，競爭過程中逐漸失去競爭優勢。文建會(2004)明白昭示面對開發中國家的興起與全球產業的外移大陸，過去台灣賴以維生的製造業因為西進造成現在產業的空檔，因此需要有更適合的產業做遞補。而在眾多產業類別中，知識經濟附加價值最高的類型，應該是以創意為核心的生產

³³詳見 龔莉華，個性化角色造型之創作研究-以衝突性元素公仔造型為例，高雄師範大學，碩士論文，2007：10

領域，

英國是最早提出相關創意產業概念與政策的國家，於 1998 年與 2001 年提出創意產業發展藍圖(Creative Industries Mapping Documents)，使世界各國紛紛重視起這些早已存在已久，卻因一個名詞的整合而大翻身的產業。創意產業這個觀念自英國正式地被正名，並快速在幾年內被多國調整採用。在名詞的使用上各國訂名不一³⁴。但均指文化或創意相關產業內容。

台灣則定名為「文化創意產業(cultural and creative industries)」，明確定義為「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業」，文化創意產業結合所產生的靈感、創意，將足以為國家帶來新的發展潛能、商業化的機會，進而創造經濟成長與工作機會。文建會(2003)指出「文化創意產業」分為十三大核心產業³⁵【表 14】，目標在於開拓創意領域、結合人文與經濟以發展文化產業，借助創意設計為核心的生產領域發展經濟，以創造更高的效益與附加價值。

表格 14 台灣文化創意十三大核心產業內容

十三大核心產業	政府管理單位	產業概括說明
視覺藝術產業	文建會	繪畫、雕塑及其他藝術品創作、藝術品的拍賣零售、畫廊、展覽、藝術經紀代理、藝術品公正鑑價與修復等
音樂與表演藝術產業		戲劇、音樂劇、歌劇、音樂現場表演及作詞作曲、表演服裝設計與製作、造型設計、舞台燈光設計、表演場地、表演設施經營管理、表演藝術經紀代理、硬體服務、藝術節經營等
文化展演設施產業		美術館、博物館、藝術村等
工藝產業		工藝創作、設計、展售、工藝品鑑定。

³⁴英國使用「創意產業(creative industries)」，韓國定名「內容產業」、芬蘭則是「文化產業」等。

³⁵文建會，《文化創意產值調查與推估研究報告》，2003：41

電影產業	新聞局	電影創作、發行映演、電影周邊產製服務等
廣播電視產業		無線電、有線電、衛星廣播、電視經營及節目製作供應之行業等
出版產業		新聞、雜誌、書籍、唱片、錄音帶、電腦軟體等著作權商品發行
廣告業	經濟部	各媒體宣傳物設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置
設計產業		產品設計企畫、產品外觀設計、機構設計、原型與模型製作、流行設計、專利商標設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、包裝設計、網頁多媒體設計、設計諮詢顧問等
數位休閒娛樂產業		以設計師為名之服飾設計、顧問、製造、流通等
設計品牌時尚產業		建築設計、室內空間設計、展場設計、商場設計、指標設計、庭院設計、景觀設計、地景設計等
創意生活產業		 <ol style="list-style-type: none"> 源自創意與生活累積，以創新的經營方式提供食、衣、住、行、育、樂各領域的商品與服務 運用複合式經營，具創意再生能力，並提供學習體驗活動
建築設計產業	內政部	<ol style="list-style-type: none"> 數位休閒娛樂設備 環境生態休閒服務 社會生活休閒服務

(資料來源：2003 台灣文化創意產業發展年報)

2.3.2 文化創意產業的特徵與重要性

劉維公(2003)指出，文化創意產業具有三大「核心」要件：以創意為內容的生產方式、以符號意義為產品價值的創造基礎、著作權的保障等³⁶。

³⁶劉維公，文化產業的時代意義，典藏今藝術，第 128 期，2003：44

就經濟層面，臺灣文化創意產業發展計畫導覽手冊（2004）對於文化創意產業之選定原則為（1）就業人數或參與人數多；（2）產值高或關聯效益大；（3）成長潛力大；（4）原創性或創意性高；（5）附加價值高。

劉曉蓉(2006)則透過整理各國對文化創意產業之定義以及分類的文獻中，歸納文化創意產業包括幾個必要的條件：

- 1.源於創意、文化或知識
- 2.產值與就業的提升
- 3.產品的普羅化
- 4.智慧財產權的保障³⁷

哈佛大學政治經濟學教授 Richard E.Caves 則在 *Creative Industries* 一書中 (2002)，指出創意產業具有以下的七點特性：

1. 需求不固定(Demand is Uncertain)

一般文化創意產業的產品，因為多具有體驗性(experience goods)或無形性的特性，購買者在消費前較缺乏足夠的資訊，且滿意度也會因人而異，因此其市場需求較不明確。

2. 創意工作者在乎她們的作品(Creative Workers Care about their Product)

創意工作者的滿足感來自於創作時的過程與成果，因此較不會受到市場導向的影響。

3. 有些創作需要統合不同的技術(Some Creative Products Require Diverse Skills)

通常文化創意產業的成品，例如表演藝術或電腦動畫等，常需要集體的創作。因此文化創意產業常會發展出擁有不同技術的專業團隊，但對最後創作的成品具有高度的興

³⁷詳見 劉曉蓉，文化產業發展成文化創意產業之特性研究-以交趾陶為例，國立中山大學，碩士論文，2006：5

趣與期待。

4. 差異化的產品(Differentiated Products)

文化創意產業的產品，無論在表現的形式，或是產品的種類，大多具有差異化的特性。因此一首歌、一齣戲、一幅畫，在不同的時間點，由不同的人創作，即有不同的效果。

5. 創意者需要天賦(Vertically Differentiated Skills)

無論從事繪畫、演奏、歌唱、寫作、設計等創意型的工作，事實上都需要一些與生俱來的天份。

6. 生產時間較短(Times is of the Essence)

發展文化創意產業相關的產品，通常都有時間的壓力，創意工作者例如設計師或音樂家，常常會被要求在很短的時間內，與其他專業的創意者合作。

7. 延續時間較長(Durable Products and Durable Rents)

許多文化創意的產品，經過製作者或經紀者的努力，仍然可以藉由智慧財產權的授權與複製品銷售，持續創造文化創意產品的價值。

王湘涵(2006)則是透過深度訪談國內文化創意產業相關人士，整理分析了文化創意產業之特質與內涵分析，其分析與研究直接且貼近台灣文化創意產業的特徵。相較於學理性的特質分析，提供了另一種切入的角度。在此簡單整理：

1.表現形式與內容呈現異質且多義的特色

大部份產業提及文化創意產業之內容時，皆指出產業的本質為一無形抽象的「體驗性產品一般而言」，是一種創意財與稀有財，表現於外的形式可能各異，包含文化創意產品本身以及源生於產品的無形服務，其核心價值除了無法被實際觸摸或擁有，亦會隨著個體感受之差異而產生不同的詮釋。

2.數量與傳播速度隨著產業而有彈性應用

- 1.少量生產，大量消費：音樂與表演藝術、廣告業、設計服務業、電影業、文化展演設施產業。
- 2.少量生產，高額消費：珠寶業（工藝產業）。
- 3.大量消費，大量生產：數位休閒娛樂產業。

3.取材文化與創造文化的雙向性

普遍觀之，各產業都認為與文化之間的關係是緊密連結的，大部份產業都同時兼具「創造某種文化」、「販賣某種文化」、或「販賣該種文化符號」的特質，唯少數產業受限於經費或政策支持等因素而尚未有明顯互動，但是態度上皆是正向的。

4.自我獨立性高且取代程度低的特殊產業類型

文化創意產品在本質、外觀、和所屬行業上也許是非常異質或是以混雜性的形式呈現，每一類型的文化創意產業都有著屬於自己的獨特性和不可取代性，即便同是文化創意產業的範疇，仍會因為各個領域的不同而有其功能上與價值上的顯著性。³⁸

透過學理的紛紛提出，我們可以察覺到文化創意產業於現今儼然是門顯學，引起各國與社會的廣泛關注。

無論國內外針對文化創意產業特質分析如何的不同，其中重要關鍵都在於文化或是創意內容必須是能「大眾化」，而大眾化正包含著文化創意產業兼具的「複製」與「再製」雙重意涵，文化產業進入大量生產與快速擴散，的複製(duplication)過程，產生經濟的效益，轉換和匯集更多的資源投入文化價值的重新塑造與創新突破的「再製」(reproduction)，複製與再製的彼此聯結形成一種文化循環，讓文化與產業彼此共存共榮。

除此之外，文化創意產業最令人驚豔與期待的，便是它所具有的「群聚效益」(Cluster Effect)，從水平端的創意端到消費，以及垂直的分工協力到生產鏈的形成。如此龐大且相互扶持的生產體系是過去傳統產業所罕見的。而所創造的利益往往比預期的還龐大。文化產業還能產生「外溢」(Spill-over)效益，促成更多的文化交流，進而帶動社會整體的活力，提供國人更多多樣性的文化的選擇，以及更具有國際視野。³⁹然而文化創意產業雖然蘊含龐大商機，但需要具體落實在全民的生活層面上，才能將創意與文化具體的作結合。

³⁸ 摘錄自王湘涵，文化創意產品特質之分析研究，世新大學公共關係暨廣告學研究所，碩士論文，2006：50-66

³⁹ 文建會，台灣製造：文化創意向前走，台北，允晨文化，2007：180

2.3.3 文化產品定義與特性

文化創意產業與文化產品的關係密不可分，因為文化創意產業之商機重點就在於文化產品是否具有創新潛力。隨著文化商品的國際市場規模逐年劇烈成長，致使每個國家均致力於尋找本國內的文化資源，並積極予以開發、培育進而產生附加價值，以產生良好的國家競爭力。

「文化商品即是針對器物本身所蘊含的文化因素加以重新審視與省思，運用設計，將其文化因素尋求一新的現代面貌，並探求器物使用的精神層面的滿足，這是文化商品與一般商品所異之處，在於其多了一項文化識別（culture identity）的功能」⁴⁰。而商品中蘊含的文化因素可經由造型、材質、使用方式與行銷訴求等來傳達，在強調全球化發展的今日，透過商品來傳達文化訊息更能直接深入使用者的生活之中，是一種符合時代性的作法。

王湘涵(2006)則認為文化創意產品是由文化、藝術或商業所組成的核心價值出發，然後反應出產品為創意財或稀有財的特性，最後再以有形產品或無形服務等形式呈現出來，形成從核心向外輻射的層次概念；產品的形式包含文化創意產品之特質，亦蘊含了產品之核心意義⁴¹。

《文化經濟學》(2003)一書中認為文化商品也是商品，它具有一般商品的特性，具有價值和使用價值的規定，但是文化商品還具有自己的意識形態性，具有創新性和認知、教化功能。

簡單而言，文化商品是經過創作者思考文化後設計、量產、且涉及商業行為的活動，為文化之核心創造其發展的潛力與價值。生產文化商品的重要元素源自於人，個體的差異即是文化產品產出成為商品化的重要關鍵。

⁴⁰ 何明泉，林其祥，劉怡君，文化商品開發設計之構思，設計學報，第1卷，第1期，1996：2

⁴¹ 王湘涵，文化創意產品特質之分析研究，世新大學公共關係暨廣告學研究所，碩士論文，2006：79

最後以李如菁、何明泉(2009)提出之 文化商品乃是種意義與訊息的載體⁴²。作為概括說法。

根據《文化行銷》(2005)一書中提到，文化商品之特性有：

(一) 生產過程特殊：從其概念到創作是由想法、紙上作業到實際執行的一連串動作，過程較一般產品來得特殊。

(二) 文化實體可以大量複製：原始成本高而機械複製成本低，只要最重要的「內容」(content) 形成，便不會存有產能限制的狀況。

(三) 成本預算連動期望報酬：文化商品在未製作前，通常會經過行銷的作業程序對市場狀況與需求進行分析，訂出符合期望目標與報酬的建議和策略。

(四) 文化商品有明星化元素的存在：即產品分配之經濟規模與範疇的大小程度差異頗大，明星商品具有動員力、買氣、品牌效益與迷思，加上成本與報酬的連動關係，影響了經濟規模與範疇的大小。

(五) 文化商品是生活型態的表徵：文化是生活中的一種表徵，也是生活的一部份，而「情緒」跟「思想」則是文化產業中很重要的元素起源。

(六) 文化商品是必須快速完成的壓縮銷售：文化商品與消費者的觸碰，通常難以控制發生的時間與成本，必須是以強烈的認同為觸媒，使得銷售以急速的方式完成。

(七) 文化商品必須跨界多元整合：綜合上述特性整合其最重要的核心價值—「跨界與跨國界的價值整合」，並且此「關鍵存活因素」亦能對最終的報酬與

⁴² 李如菁，何明泉，博物館文化商品的再思考：從跨界的觀點出發，設計學報，第 14 卷第 4 期 2009：76

回饋直接產生影響。⁴³

2.3.4 台灣文化創意產業的發展概況

近年來，文化創意產業在國家政策與民間創意的結合下發光發熱，無論是在電影、設計、工藝或流行音樂，台灣在國際上都有相當傲人的成績，國片推片量大增，締造國內票房成績，也風靡各國國際影展；設計產業在國際設計大獎中總獲獎 484 件；而文建會所屬國立臺灣工藝研究所 2008 年率隊參加巴黎家飾展，與台灣創意設計中心合作開發之編織竹椅，獲法國媒體選為 23 件最令人心動的作品之一。這樣看似順利成長的趨勢在 2008 年全球經融風暴打擊下，首度出現負成長，下滑幅度達 6.91%，其中廣播電視與數位娛樂產業衰退達兩位數(相關數據請見附錄 1)，高比例的衰退是文創一大警訊⁴⁴。

不過，即使是 2008 年文化創意產業營收規模減少，總金額為 5,923.99 億元，還是較 2002 年，整體成長了 36.10%，其中工藝產業一直都是台灣的藝術產業中發展較為成熟者，而聯合國貿易暨發展會議 (UNCTAD) 在 2008 年創意經濟報告中亦指出，工藝產業是文化創意產業在全球市場中，唯一以發展中國家為主的產業。台灣工藝產業近年來與設計、時尚、科技等領域的跨界結合，顯現出其發展的多元可能性，惟台灣工藝產業有日漸倚賴內需市場的趨向，應於未來更著力於整體工藝品牌的打造，以拓展海外行銷通路。

目前國家政策正推動第二期(2008~2011 年)計劃，聚焦於藝文產業的扶植與創新育成，包含三大子計劃：「強化產業環境發展計劃」、「工藝創意產業發展計劃」、「創意文化園區推動計劃」。

第四節 相關案例分析

⁴³鄭自隆，許安琪，洪雅慧 著，《文化行銷》，台北，空大，2005：60-62

⁴⁴李仁芳總編，《2009 台灣文化創意產業 發展年報》，台北，文建會，2010：11

KAWS

1974 年出生於美國新澤西州，現住於紐約布魯克林區，畢業於紐約知名設計學院 School of Visual Art，大學畢業後曾為 Disney 公司當過 Freelance 動畫員。從小對塗鴉極有興趣，90 年代開始在街頭廣告上發揮創意，以誇張的對比呈現。一開始 Kaws 是以街頭塗鴉藝術為主要創作，與一般人在牆壁、地鐵、火車上塗鴉不同，他在廣告畫或海報上(例如 DKNY, Calvin Klein)加上自己著名的 Skull 與 Crossbones 塗鴉圖案。慢慢的活動擴大到紐約、倫敦、巴黎、米蘭、東京和香港等世界各地。

Kaws 塗鴉的特色就是以那對 X X 的眼睛為註冊商標。

由他設計的公仔出現在全球第三大拍賣公司菲利普斯 Phillips de Pury 倫敦秋季拍，拍出 3125 英鎊的好價錢(圖 11)，另外他與中國畫家岳敏君合作的公仔更是拍出 8750 英鎊的高價(圖 12)。



圖 11 KAWS 作品於 Phillips de Pury 拍賣網頁



178

YUE MINJUN & KAWS

Untitled (Collaborative Companion Figure), 2008

Cast resin. 29.2 x 14 x 9 cm. (11 1/2 x 5 1/2 x 3 1/2 in). Signed 'Yue Minjun x KAWS' and numbered of 100 on the underside of the left foot of the figure. This work is from an edition of 100 and is accompanied by a certificate of authenticity signed by the artists and a wooden exhibition box.

ESTIMATE £5,000-7,000 Ω

SOLD AT £8,750

圖 12 YUE MINJUN & KAWS 作品於 Phillips de Pury 拍賣網頁

頑石創意

「頑石創意」是一個執著於文化藝術推廣的創意團隊，擅長以新穎、活潑的科技語言與設計，透過多媒體、動畫、遊戲、虛擬實境等娛樂科技重新詮釋文化內涵，將無形的文化資產帶入流行的設計風潮，讓這些傳統的藝術更貼近社會大眾生活，並積極向世界發聲，打造台灣藝術多媒體的第一品牌，可以說是華人世界中最令國際期待與感動的創意團隊。

頑石創意和故宮的「嬰戲圖」故事公仔(見圖 13)重新轉換故宮所典藏的中國古畫，以畫中的「嬰戲圖」主題，為「老文化」賦予「新流行」，希望觸動現代人遺忘已久的赤子之心，在緊張生活能重得「Just Play！」的放鬆，感受孩提時期嬉戲玩樂的純粹感動。這是台灣經典的文創案例，也是故宮文化商品的重要賣點。



圖 13 「嬰戲圖」公仔

好神公仔

由澄果設計設計的好神公仔(見圖 14)是近年來非常成功結合傳統文化與創意的商品，近年臺灣消費者信心指數普遍偏低。因此在習俗的影響下，民眾對於神明的依賴性不斷增加，藉由宗教信仰或物品尋求心靈寄託變成生活的趨勢。於是澄果設計將公仔的主軸架構於在地文化上，因為只有在地文化的深刻體驗能打動消費者的心，強調在地文化和臺灣精神作為主要設計概念。將臺灣習俗文化中神明轉化為現代具有故事性的主體，並以鮮明色彩和時尚線條呈現，賦予每位神明各自獨特風格，讓傳統的表徵更年輕活潑、精品化。



圖 14 好神公仔

圖片來源: <http://www.flickr.com/photos/qk9000/2265935683>

第五節 小結

公仔分屬於十三大核心產業中的工藝產業類別中的玩偶玩具類，且從政府第二階段欲扶植工藝產業的計畫與相關案例分析中可發現，商品若以公仔形式進入消費市場具有一定程度的銷售優勢，商業的價值可以橫跨中、高、低的價位。對創作者而言，公仔製做是一種自我經驗抒發的重要歷程；就文化推廣角度而言，公仔則是文化與經濟彼此交會，產生連結的重要物件。

第三章 創作過程與說明

第一節 回溯與抽取

由於我的公仔創作是以山海經中的動物所蘊含的意涵作為我個人生命經驗的隱喻，所以為了展開創作，我需要先回溯生命的歷程，以旁觀者的視角重回現場、梳理頭緒，也是在舊經驗中尋找新意義，並為他們找一個適當的容器放置在時間流裡，安靜地封存著。關於那些事件，一點也不特別，每個人身上或多或少都留下小疤痕(包含那些無形的)，無論是出於自願或是非自願，就是會發生。我凝視著那些不同膚色地帶，有的隨著時間而黯淡、有的是剛痊癒的粉紅色，並不特別在意，因為我已經和它們相處了好久，它們已經由傷變成了寄居在體內的生物，我們在安靜無聲的夜裡彼此依賴。與其企圖驅離，我學習接納，就像接納與生俱來的一塊胎記，或是一顆痣⁴⁵。然後，我在那小小的圖騰裡看見了一個嶄新的世界。

世界如此大，什麼是可以被看見的？是個難題，倒不是因為選擇的問題，而是我不希望你們”看見”，這裡的看見指的是單一專注於某件作品上，例如：大家都會問這叫甚麼名字？那個又代表甚麼意義？這次的創作中，雖然

⁴⁵ 詳見作家鍾怡雯 於一九九七年十二月十日發表在聯合報上的文章:「傷」，亦收錄於「垂釣睡眠」一書中，台北，九歌，2006 01

每一件都有義意，但是牠們獨特的意義建立在同時擁有彼此的情況下，單一能說的就是造形的特徵，而這僅僅是以管窺天的片段與狹小，與其被誤解，我情願甚麼都不說，就只讓觀者感受到一種平靜就好。

是的！我僅僅只希望所有的人能夠感受平靜就好。

第二節 色彩設定

從心理學的角度來看，經由色彩則可以使人產生具體或抽象的聯想，進而左右人們的情緒、精神及行動。人對於色彩容易有情緒性的聯想，例如紅色容易想到熱情，藍色想到憂鬱，而白色則容易聯想到純淨、白雪等概念。白色也容易帶來寧靜無聲的氛圍，在這次的創作之中，我最大的期待便是觀者在觀賞的過程中，他們能專注在山海經造型的本身，欣賞他們流傳千古的奇異面貌，不受其他的顏色的聯想影響，並且在一股和緩流動的環境氣氛之中沉靜自己。



透過單一的色澤與光影變化，雖容易營造氛圍也亦流於單調乏味的窘境，在創作中，創作者小心翼翼避免這個問題發生，因此在白色的選擇上至少呈現四種以上的白：帶灰的白、帶黃的白、亮白與霧白，讓每一件作品在統一的色調之下仍具有自己的差異性。

第三節 意義與說明

山海經的存在讓我們發現先民們深信萬物冥冥中自能產生超乎自然的力量，互相影響。整理暗示徵兆的動物資料，可以更加了解那千年前初民的生活情況往往兇多吉少且自然災害較人禍為多，可見生存環境的險惡與艱困。同時也揭示先民們在如此艱難的外在環境下對於宇宙以及生命的獨特觀照方式，先民們有著萬物一致性的概念，也就是相信萬物皆有靈，在人與物之間、不同類型的生命之間、生物與非生物之間並沒有截然不同的區別，沒有不可

突破的界線。天地之間的一切就是一個共同體，所有的部分都可以相互溝通，甚至互相轉化，因此，在神話中，動物、植物與人同樣有靈魂、有思想、有感情⁴⁶，凡是與生命相連繫的物件都可以作為生命轉化的場所，肯定了生命的連續性。正因為受到這樣的觀念影響，在先民們素樸而滿溢想像力的心目中，不僅僅自然環境本身充滿了神秘感，居住其間的動、植物也連帶有著無法言說的魔力，就連外觀也沒有什麼東西具有一種限定不變的靜止形態，一切事物都可以轉化為一切事物。所以山海經裡有大量的神獸合體或是異獸合體的形象，彼此毫不突兀的共同和諧存在著。

雖然那些怪異的動物們及他們的徵兆功能，在現今看來僅是先民們的虛幻不實的想像與無法驗證的傳說，但我個人認同胡萬川(2004)提出：

「對於生活在神話、傳說流傳的那個時代的人來說，神話與傳說所傳達的是關於真實存在的真實敘事，攸關人對外界與自身的認知。只不過越是往古，人類的知識層面越有限，可供真實推理、認知的語言、觀念越不足、因此要把諸如世界如何生成、人類何以存在等大問題作自圓其說的構設，許多部分免不了的依靠聯想、比喻等來作想像、而即使是想象而得，既已構成共同的認知，他們就當然的以之為真實。以之為真實的認知，就有踏實感，不論其中包含了多少的想像。」⁴⁷

這種真實的存在，是感性的、是內在的。是一種超脫外在而內化形成的一種對於自然、對於神與對於自身的理解與信仰。

如今我透過那些「真實」來表現我的真實，既是對山海經的推崇與回應亦是創作者對於自身與生命認知的再檢視。

本章節將根據創作者主觀意識於上述經收斂後的創作範圍內挑選足以象

⁴⁶ 詳見 陳琬菁，《山海經》死生觀研究，碩士論文，國立中央大學，2004：16

⁴⁷ 摘錄自 胡萬川 著，《真實與想像—神話傳說探微》，新竹，清大出版社，2004：序文

徵創作者生命經驗的山海經內容進行系列創作，並針對系列創作，分三層意義探討與說明：

1. 對應關係的意義：利用兩者的寓意分別代表當下關於人的心理狀態以及隨後變化所產生的全新狀態，兩者對應之下，傳達我經驗到的「相倚」。
2. 造型特徵意義：說明造型特徵意義與對應關係的連結。
3. 整體的意義：剔除與重構(將在下一節：展示與裝置中說明)。

● 系列一：朱獮與飛魚 { 有恐與禦兵 / 人與人之間的相倚 }



圖 15 系列作品一：朱獮與飛魚

對應關係的意義說明：

象徵了我和哥哥之間的相倚經驗，當心中充滿了恐懼，人就容易產生反抗暴動，歷史的例子總是屢見不鮮。雖然恐懼是我們兩人面對那些衝突時的共同心理狀態，但是，我們倆卻選擇了截然不同的態度去承受，即使在最艱難的時刻，哥哥總是站在我的前方，容許我默默當起逃兵，容許我的軟弱成為倚靠他堅強的藉口。雖然事件讓人心生惶恐，但哥哥冷靜的背影是固若金湯的城牆守護我免於漫天烽火的攻擊。在幾乎要失去鬥志的同時我看見了哥

哥對於弟妹的責任與疼愛。那單薄的身影恰好足夠讓我喘口氣還能繼續努力奮戰到底。我毫無疑問的是依賴著兄長，但哥哥的堅強是否因著弟妹的軟弱而生？這又會是另一種相倚的體現嗎？已經無法從那向來冷靜不多話的哥哥口中得知了。

單一造型特徵意義：

【朱獮】【寓意】見則其國有恐

【造型特徵】狀如狐而魚翼

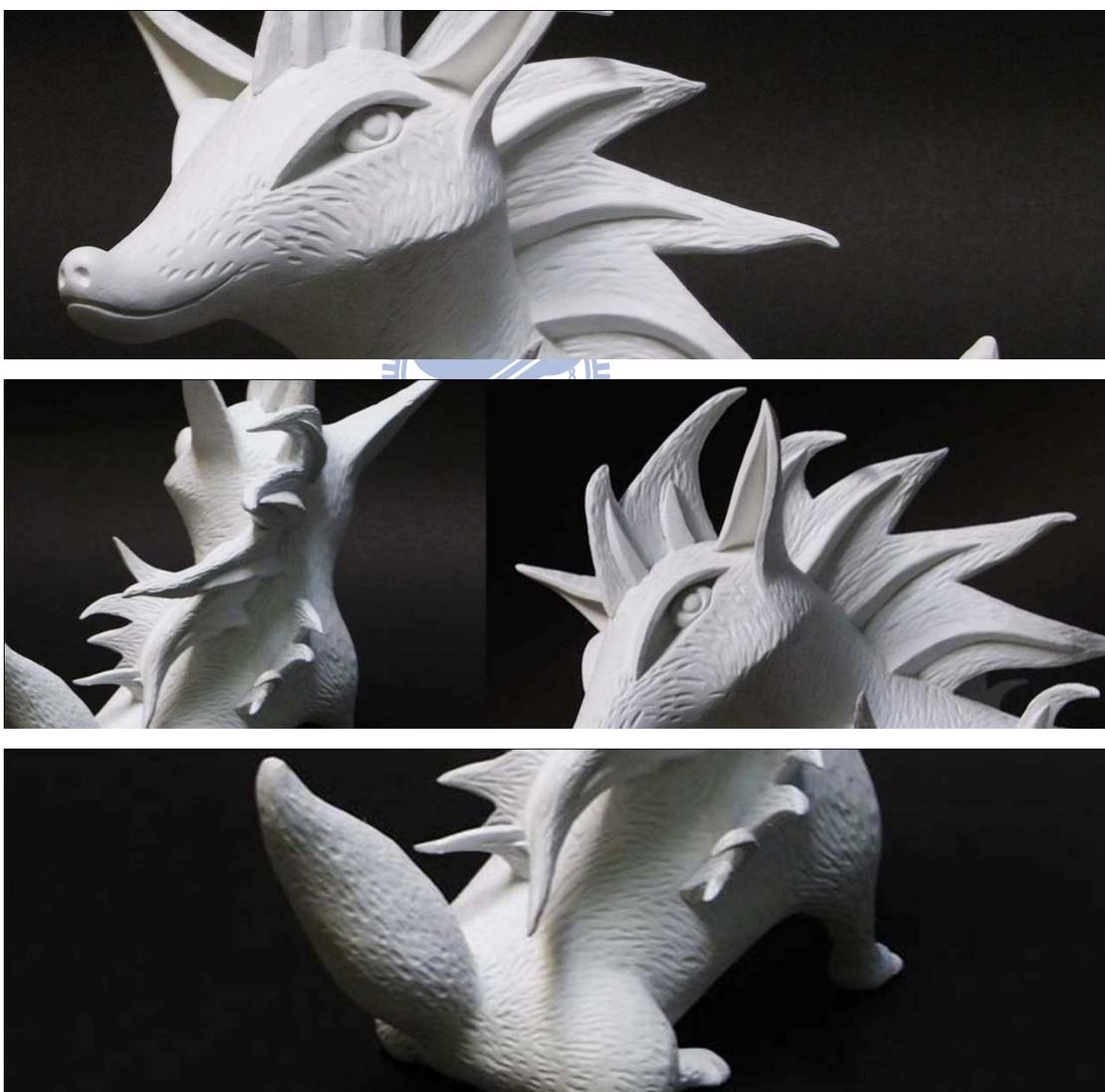


圖 16 朱獮作品細節

造型意義說明：

1. 表情：不懷好意的眼神與神祕微笑，描繪當下曾出現的讓人不寒而慄的表情。
2. 魚鱗：採用奔放尖銳的造型，說明一種劍拔弩張的氣氛。
3. 立尾：雖然是看似輕鬆得坐姿，但線條僵硬直立的尾巴，描述人處於恐懼心理狀態下無法放鬆的情緒表現。

單一造型特徵意義：

【飛魚】【寓意】服之不畏雷，可以禦兵

【造型特徵】狀如豚而赤文

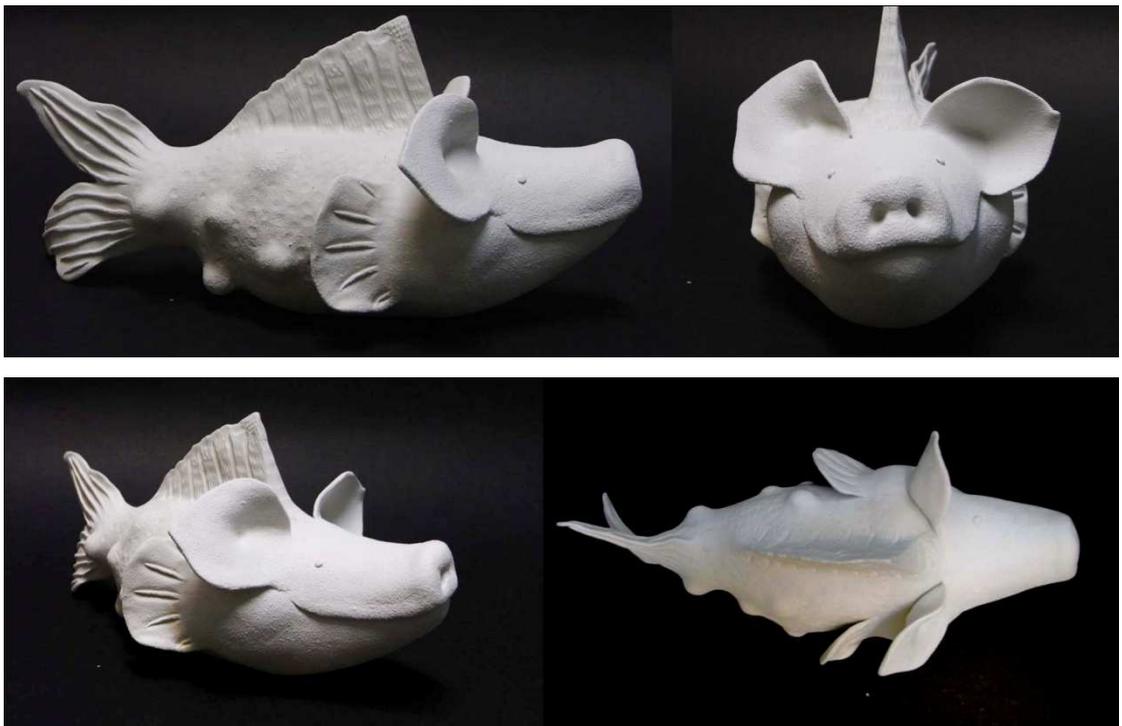


圖 17 飛魚作品細節

造型特徵意義：

1. 姿態線條：穩重、溫和、冷靜，描繪讓我安心的哥哥的形象。
2. 頭大身體小：那是我近距離看著哥哥背影的感覺。

● 系列二：顯 / 鷓 { 大旱與禦火 / 事與事之間的相倚}



圖 18 系列作品二 顯與鷓

對應關係的意義說明：

在這一組的對應關係中，描述關於事件和事件之間奇特的相倚關係，那是在一段很激烈的爭吵過後，所有人都過著活在沙漠般毫無生氣的生活裡，像豔陽蒸散了全身的水分，我們成了坑坑洞洞的海綿，再也無法飽滿。這樣日子持續到了發生另一件看似“不好”的事件而有了奇妙的轉變。

二十一歲的小弟失戀了，青春的愛情總是枯萎的早，身形壯碩的年輕男子心碎一地，痛哭到無法自己，嚇到了所有人。他落下的眼淚像雨一般的濕潤了每一個人原先的乾涸，填滿了龜裂的細縫，也澆滅了每個人心中程度不一的火勢！所有人的姿態開始為小弟的傷心而柔軟，也因為柔軟人開始可以退讓。每個人各退了一步，窒息的悶熱瞬間有了清新的空氣，我們大家都深深吸了一口氣，久違的清新，真好。

單一造型特徵意義：

【顯】【寓意】見則天下大旱

【造型特徵】狀如梟人面四目有耳



圖 19 顯作品細節

造型特徵意義：

1. 身上的刻痕：象徵爭吵後在彼此心上產生的裂痕，久久無法平復。
2. 腳步：無法穩踩在灼熱乾涸的土地上，表達我對於情況的侷促不安
3. 大耳朵：大家都放大耳朵，仔細聆聽著小弟在門後的哭泣。每一聲都讓

人發現原來除了爭吵，他們還有更重要的事該去在意。

4. 表情：似笑非笑的表面，是那次爭吵過後的相處方式，虛假而憂傷。

【鷓】【寓意】可以禦火

【造型特徵】狀如鵠，赤黑而兩首四足

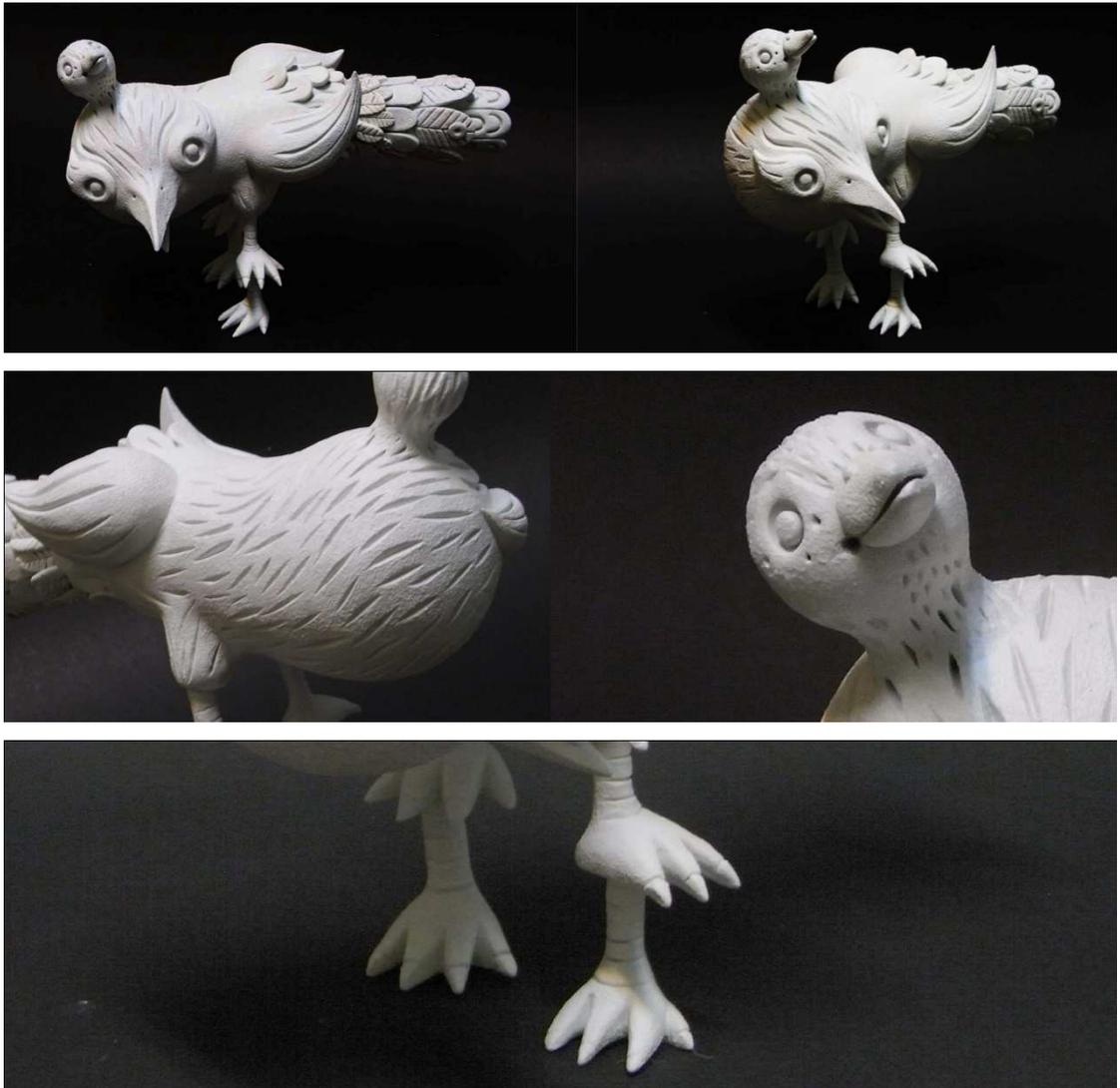


圖 20 鷓作品細節

造型特徵意義：

1. 姿態：那是小弟失戀時的萎靡，並且帶點驚弓之鳥的敏感姿態。
2. 羽毛的紋路：既是小弟的淚痕，也是愛情給他的傷痕，佈滿全身。

3. 微笑另一顆頭：在小弟的眼淚之上，我們微笑的守護著他。
4. 上下交疊的腳：我們彼此互相支撐，雖然方向有些分歧且是以這樣不易平衡的站姿，但我們開始努力為了守護小弟而保持平衡。

● 系列3：夫諸 / 狡 { 大水與大穰 / 人與事之間的相倚 }



圖 21 系列作品三 夫諸與狡

對應關係的意義說明：

這是一段人和事之間的相倚。

醫生宣判的那天，你流了一星期的淚，水淹了一百五十五公分高，久久不散，掙扎的手沒有停過；胡亂踢的腳也沒停過，結果你學會了以前老是一半就放棄的漂浮，天空的藍，你看見了。你也了解水是有浮力的，此刻沉重變得輕盈，複雜變得簡單。一年、兩年、三年時間就這麼過去了，水退的差不多，還有些溼氣未散，有天你說：「我們養隻狗吧，然後一起去看桐花吧！」

以前，你最討厭狗了。

單一造型特徵意義：

【夫諸】【寓意】見則其邑大水

【造型特徵】其狀如白鹿而四角



圖 22 夫諸作品細節

造型特徵意義：

1. 身上的圓點：我們的淚珠，以及那神秘的寄生。
2. 寫實的臉與圖像化的身體：這代表那一段我們共同經過的艱難時刻，很虛幻但是卻真實存在。
3. 微彎的姿態：那是一種面對生命的謙虛，也是學習利用另一種姿態過生活。

【狡】【寓意】見則其國大穰

【造型特徵】狀如犬而豹文，其角如牛



圖 23 狡作品細節

造型特徵意義：

1. 粗圓飛揚的耳朵：我們說過想養隻耳朵會隨風起飛的狗，開車載牠去兜風，看著牠自遠處朝我們狂奔而來。
2. 健壯的體型和暴牙：呈現擁有強健生命力的模樣，就像我看見歷經暴風後的你。
3. 捲尾和捲翹的睫毛：呈現十分喜悅的樣子，那是我、是你，是所有身陷其中的人的笑容。

● 系列 4：帝江與十歲{ 時間與我 }



圖 24 系列作品四 帝江與十歲的我

【帝江】：

《山海經·中山經》

天山，有神焉，其狀如黃囊，赤如丹火，六足四翼，渾敦無面目，是識歌舞，實為帝江也。



對應關係的意義說明：

最後的系列不是講述相倚的狀態，想說的是我在漫長時間裡由十歲的小女孩成長到現在二十七歲的大人，心境上也由孩子的天真單純經過生活的磨鍊轉變成現在逐漸世故寧靜的自己。在莊子應帝王的寓言裡，提到帝江的故事，

南海之帝為儻，北海之帝為忽，中央之帝為渾沌。儻與忽時相下遇於渾沌之地，渾沌待之甚善。儻與忽謀報渾沌之德，曰：「人皆有七竅以視聽食息此獨無有，嘗試鑿之。」日鑿一竅，七日而渾沌死。⁴⁸

帝江就是渾沌神，在道家說法中是師法自然、無為而治。我認為這是代表著

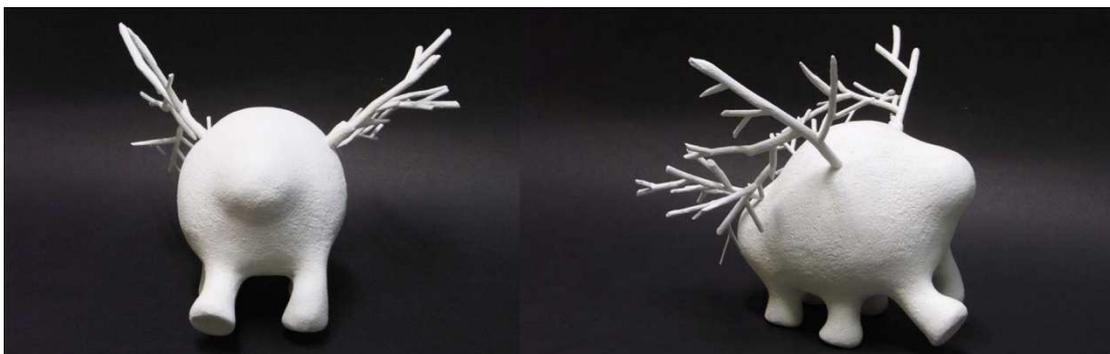
⁴⁸ 莊子著，黃錦鉉 註譯，新譯莊子讀本，台北，三民，1991 03

一種內心安適的狀態，摒除外在的感官刺激反求內在的寧靜，而這也呼應了創作者的渴求及狀態。

單一造型特徵意義：

【帝江】

【特點】是識歌舞 **【造型特徵】**其狀如黃囊，赤如丹火，六足四翼，渾郭無面目



造型特徵意義：

1. 向上飛揚的姿態：表現正愉快唱著歌的動感模樣。
2. 渾圓的身體：象徵創作者面對人生越來越圓融、心境趨於圓滿的意象。
3. 這是系列創作中唯一刻意使用白瓷土作為主體的作品，土須要經過高溫素燒後才能使用，也才能上色，就像人生想要達到豁達沉靜的心境總是必須先經過一段艱難的過程，而我還在路上。

【十歲】



圖 26 十歲作品細節

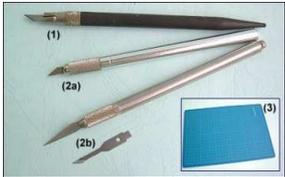
造型特徵意義：

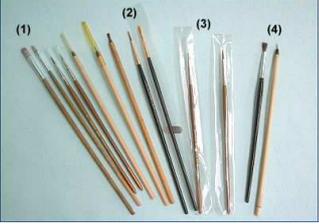
1. 兔子頭：象徵此次創作的最初源頭，十歲時經歷的”兔子放生”事件，將兔子替代頭部表示這次件對於我的影響深遠。
2. 站姿：側身的站著，雙手輕放身旁，表示我於整個創作過程中心情是放鬆的，只是在面對觀者時有想隱藏自己的意圖。

第四節 創作媒材

整理創作者慣用材料、工具與網路教學，並將針對材料特性加入創作者在製做時遇見的狀況，整理成表【表 15】，提供未來創作者參考之用。

表格 15 創作媒材

媒材	名稱	特性說明
	● 白瓷土	優：素燒後，色澤白，觸感溫潤。 缺：表面質感粗糙。
	● NEW FANDO	優：廣為使用之塑型材料，自然風乾即可達到完美塑型效果，打磨效果及切削能力極為優良，表面研磨後，可達完美光華表面。 缺：風乾時間不易掌握，研磨時粉塵較多。
	● super sculpey 美國土	優：高細緻度品質，烘烤前為軟性可捏塑，烘烤後可雕塑，砂磨，鑽孔，上色。 缺：質地脆，顏色不易查覺缺陷。
 	● 雕刻刀 ● 筆刀	優：加速工作效率、營造質感、細節精雕。 缺：危險。
	● 砂紙	優：號數眾多、粗細齊全，可裁剪需求的大小、打磨弧度優秀。 缺：消耗品。

	<ul style="list-style-type: none"> ● 鑽頭 	<p>優：好操作、對於分件接合很實用。 缺：很容易遺失。</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ● 各式畫筆 	<p>優：種類眾多。 缺點：好的畫筆單價昂貴</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ● 保美自動噴漆 	<p>優：方便、顏色飽和、遮蓋力強。 缺：氣味難聞、消耗品、顏色選擇不多。</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ● 長春瞬間接著劑 	<p>優：速乾、可以接著塑膠、金屬、橡膠、木器、瓷器、玻璃，經濟實惠、不白化。 缺：化學味重、難聞。</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ● 壓克力顏料 ● 壓克力消光劑 	<p>優：易乾、飽和、普遍、製造肌理。 缺：有光澤 (於此次創作中，對創作者而言光澤是個缺點，所以使用消光劑降低亮度。)</p>

圖片來源：<http://jenku.myweb.hinet.net/01infor.files/tam/grind.htm>

圖片來源：<http://class.ruten.com.tw/user/index00.php?s=warrior1919>

圖片來源：<http://blog.yam.com/shing017/article/30055498>

第五節 創作過程

本小節以作品：「十歲的我」的製作過程作為範例，圖片佐以文字一步一步介紹，其他作品的製作過程大同小異，故其作品製作流程不一一介紹。



圖 27 製作過程 - 建立骨架

建立骨架

- 利用廢材料(例如保麗龍、木頭等…)做為填充物，可以減少土的使用
- 對於不亦附著的表面可以先加上錫箔紙增加摩擦力
- 採取分件製做的方式，對於之後細節的雕琢較為方便

使用材料：鋁線 / 保麗龍 / 錫箔紙



圖 28 製作過程 - 原型塑造

原型塑造

- 這裡利用美國模型土 Super Sculpey
- 雕琢細節，例如指尖、肌理、神情
- 採取分件製做的方式，對於之後細節的雕琢較為方便

使用材料：美國模型土 Super Sculpey



圖 29 製作過程 - 高溫硬化

高溫硬化

- 美國模型土 Super 硬化的方式:
 1. 燒烤溫度 120 度左右 12 分鐘
 2. 沸水煮 2-5 分鐘(視土的厚度決定)
- 過程中可能因為厚度不均產生裂痕甚至裂開，一致是很重要的



圖 30 製作過程 - 研磨表面

研磨表面

- 利用砂紙由粗到細進行研磨工作，直到達到心中設想的表面質感
- 硬化後的美國土具有質地脆弱的特點，力道的拿捏要小心，避免在研磨過程中導致斷裂
- 砂紙的粗細，可由分辨砂紙的號碼愈大代表研磨顆粒愈小，就是越細。

使用材料：美國模型土 Super Sculpey / 120 號 ~ 1000 號砂紙



圖 31 製作過程 - 檢視表面 / 補土

檢視表面 / 補土

- 液態補土：別稱水補土或底漆補土，此種為所有模型必備之重要補土。其目的是用類似塗料的液態補土，以噴漆或手塗方式修整模型表面之微小氣泡及細小裂紋，號數越高表示噴出的顆粒愈小
- 美國模型土 Super Sculpey，顏色呈現膚色，不容易查覺缺陷，所以藉由液態補土來檢視，同時等於先上一層底漆
- 檢視表面細節使用白色或是灰色的補土，效果最好

使用材料：Mr.BASE WHITE 1000



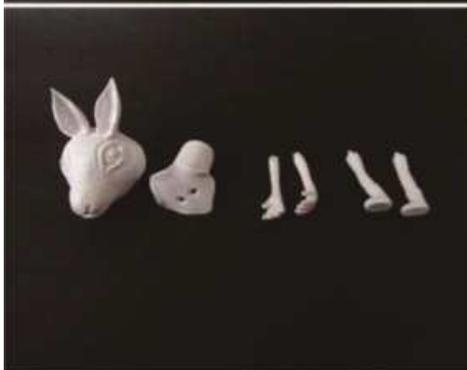
修補瑕疵

- 透過白色的液態補土的覆蓋，凹陷的部分顯現出來
- 因為縫隙有的大，這裡使用田宮 TAMIYA 光補土 LIGHT - CURING PUTTY 進行修補，在直射日光及螢光燈下照 1~3 分鐘即可硬化，對於繁瑣的修補工作來說是非常方便的工具
- 光補土硬化後，重複步驟 4 (研磨)、5(檢視表面)、6(修補)，直到表面達到預設效果

使用材料：田宮 TAMIYA 光補土 LIGHT - CURING PUTTY

圖 32 製作過程 – 修補瑕疵





底漆

- 底漆是為了使表面漆色發色更漂亮
- 這裡我使用了兩種不同顏色的底漆，簡略的營造出不同層次，之後還會上色加強

使用材料：保美自動噴漆：乳白色
保美自動噴漆：白色霧面



圖 33 製作過程 - 底漆





圖 34 製作過程 - 上色

上色

- 這次創作，使用的是壓克力顏料調合石膏粉增加表面質感，為了降低壓克力感造後表面的光亮，特別調入壓克力消光劑
- 使用海綿沾顏色以拍打的方式上色，有不同於筆圖的效果

使用材料：AMSTERDAM 壓克力顏料 / 海綿 / 石膏粉



圖 35 製作過程 - 組裝

組裝

- 利用長春快乾膠黏著，速乾、不白化、便宜
- 使用材料：長春瞬間接着膠



圖 36 製作過程 - 完成

完成

- 完成

第六節 展示與裝置

寫一首歌讓你帶回去，在我關上車門以後揮一揮手。
這歌裡不想什麼事情的意義，也沒有欲求成功的目的，
只希望在穿梭的道路，閃躲之際，
有一條簡單的旋律指引你專心，
有一個生活簡單的人，溫柔堅定
但並不企圖，征服你。

《一首歌，讓你帶回去 (take away)》陳綺貞⁴⁹

借用歌詞詮釋我最初與最後面對觀者的一致心境。溫柔堅定，但並不企圖穿透、征服任何人。

3.6.1 時間性



這次展出的場合為長方形無隔間，架上一片平整的 6 分(1.8 cm)夾板(圖 17)，擺上純白的時鐘與白色樹林，作品陳列上去。排列的順序除了系列 4 被刻意安排於夾板的兩端(帝江在左，十歲的我在右)，系列 1-3 則依憑主觀的美感，隨性擺放。在這小節裡我試圖去說明作品中出現的時間性，時間的概念在這次展示中是個安靜近乎消失的存在，但在創作內涵中卻極具意義，時間是個重要媒介使事件的轉變顯現，才讓我得以建構起一個全新看待與理解世界的角度，而過程這花了約十七年的時間，系列 4 中由右——→左排列就是創作者暗示這段漫長行進的時間，並且在這過程中，生命歷經了許多事件。

另一個時間性，隱藏在牆上那個看似靜止，但實際上，指針僅在距離 1mm 來回擺盪的時鐘之中。每當覺得情況往前進了，也許下一秒就退回到原點，本來流動的時間性，擠壓凝結在重複的迴圈之中。

⁴⁹ 一首歌，讓你帶回去(take away)，陳綺貞作詞作曲，收錄於 2009 年「太陽」專輯

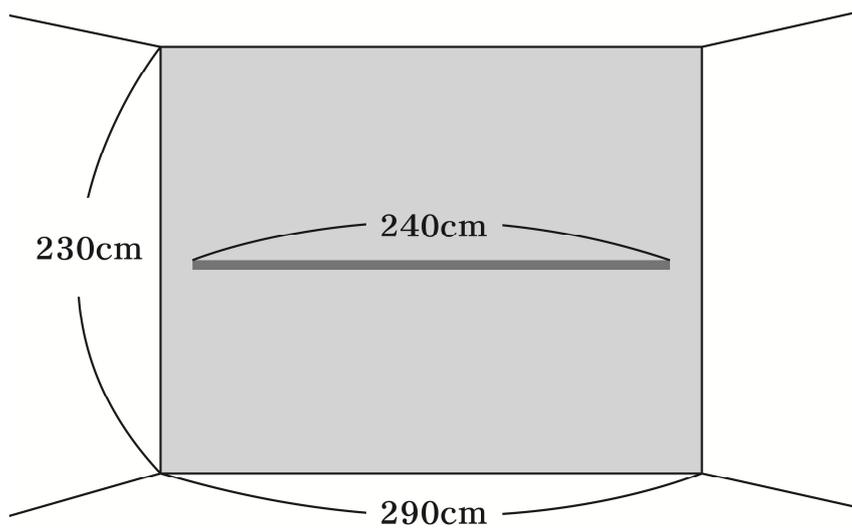


圖 37 展場視意圖



圖 38 隱藏的時間性 1



圖 39 隱藏的時間性 2

3.6.2 樹林

樹林是重現 2010 年去日本在森美術館參觀-Sensing Nature 展-栗林 隆 -Wald aus Wald 時經驗到既有趣又感覺安心的氣氛(圖 18)。很符合這次創作我想營造的展場氛圍，藉由抽取其中真實樹枝和顏色的元素，重製於這次的展場布置。



圖 40 栗林 隆 《wald aus wald》(部分) 2010

圖片來源：<http://www.flickr.com/photos/moriartmuseum/4928455413/>



圖 41 展場樹林佈置

3.6.3 整體的意義：剔除與重構

前面提到，系列 1-3 的陳列是依照主觀美感排列，不具有時間性或是前後因果關係，之所以這麼安排的原因之一是我認為時間對於山海經而言已不

具意義，我深信山海經會被一直研究、提起，代代相傳，近乎永恆的存在。在永恆的面前時間不復存在。原因之二，關於那些創作者生命中發生的私人事件與轉折，本來也不具有時間序，它們是並存於生命之中。同時我也想將私人情緒自氛圍中剔除，重新建構一個專屬於觀者的山海經世界。

第七節 展覽記錄

展出前，利用不帶光澤的白紙為襯底，營造作品獨特氛圍，進行照片拍攝，作為日後文宣品的使用。完整作品圖請見附錄 2。



圖 42 作品拍攝

由於作品尺寸不大，為了方便觀者走近細看，將作品的擺放位置離地面約 150 公分高處，與觀者視線等高為準。樹林的裝置是創作者外出撿拾真實的枝葉，上白漆後，一枝枝以插入的方式安排在展台上。



圖 43 展場佈展

在展覽現場的燈光投射下，光線經過造型的轉折產生陰影，使得造型更加立體，紋路深刻，展現質感與公仔的個性與生命力。不同層次的白在燈光的映照下，讓公仔都略帶有溫暖的色調，讓觀者在平靜之中也能感受每一個生命跳動的溫度。



圖 44 展覽現場

第四章 結語

第一節 吃力的自負

回顧創作的過程，真實地內觀自己的生命變化，無論好壞都接受，並且消化成為作品的厚度。對我而言，誠實是持續創作的唯一方法，也是發現成長的起點，那些想捨去的、想遺忘的，都一一被撿拾回來，被重新憶起，被放置在創作裡。

誠實面對自己，因此無法假裝看不見在這次的創作中，想同時達到雙重創作目的的我顯得有些吃力，關於拿捏感情與山海經之間的連結和轉化有些失衡偏重！儘管依靠創作過程和自己、和記憶、和人們進行了對話與和解，自破口處也感受到一點一點成長的堅強與淡然。我能感受每一次創作過程中心臟跳動的力度，每一筆一刀要傾訴的思緒，但這種喃喃自語式的創作無助於發揮山海經的原有趣味。展出時，僅藉由作品說明卡上短短的文字提到山海經：



利用山海經的形象去呈現生命中那些神秘事件的發生。

時間的流轉中，面貌隨之改變！

所有的對立，都不存在的，是互相倚賴消長

形成一種完美的氛圍。

關於那些喻意，翻動時間的瞬間自會顯現。

我選擇捨棄每個作品的文字說明僅留下造型，本是想藉由留下空白，引發觀者的興趣進而去查閱書籍，填上自己發現牠們所隱藏的喻意後的驚喜，理想的預設，透過這樣一連串的自主行動就能將山海經刻劃入每一個觀者的心中。不過透過觀察觀者的反應，發現雖然觀者能自其中感受到一股平靜氛圍，不過對於作品顯然有些不知所以然。面對這樣的反應，是否能勾起觀者對於山海經的興趣？成了一個疑點，如果無法証實！意識到這點，當初的自信似乎成了一種自負。

想來，還是對於自身以外的世界關注太少，才会有這樣創作者固執的「以為」。

第二節 理解

理解是個重要的歷程，讓人學習接受生命的愛與傷害。

在理解之前，尊重自己的經驗是重要的，無論是微小的生活細節到生死相關的經驗，都可以得到轉化成為內在生命的養分、創意的素材，尊重經驗意味著不盲目的恐懼或是避免，尊重所有經驗，因為經驗就是我們，也塑造了我們，尊重就不帶偏頗的讓經驗展示自己⁵⁰，我在生命旅程中眼見事件的發生並且帶來轉變，生命不會回頭。但事件會隨著時間產生改變，時間洗去所有的尖銳後，一切的一切都會被生命包容，對於生命的真相，我是這樣理解後毫不猶豫地相信著。透過回顧，呼應最初的創作動機，我確實傳達了自己最真實的感受。這樣的情感是否能被觀者理解並不是我在意的，因為每個人都有自己對於生命堅定不移的信仰。

此次創作，雖然自許作為山海經與觀者間「門」角色的我，這次無法順利開啟彼此的通道，不過也透過這個問題的出現檢視自己的作法與警惕自己該去思考如何在純感性的創作內涵之外，能透過作品，確實地連結起觀者與《山海經》之間的關係。關係必須透過理解而來，每個人是以不同的方式去認識這個世界的⁵¹，學習用他們理解世界的方式去理解他們所理解的世界，然後，也許山海經就能透過我的手順利融入大眾之中。

隨著創作歷程，整理創作者的生命經驗，不僅安頓了自己，也開始了一個全新的創作方向起點，也許起步有些顛簸，但是有起步總是好的。因為比

⁵⁰ 詳見 賴聲川著，《賴聲川的創意學》台北市，天下雜誌，2006：193-194

⁵¹ George Kelly 在 1955 年出版的《個人建構心理學》中提出，認知結構界定為「個人建構」，認為每個人是以不同的方式去認識這個世界的。

起以前總是將「想作」放在心裡，現在是已經做了！接下來就一步步穩健的走下去，經由教授的提醒，又發現了一項創作者的偏執，想快速的透過商業化的方式將文化植入生活之中，但是卻遺很重要的一點，文化就是生活的一切，生活中感受文化的機會不會是只有透過商業的模式，還有太多的管道可以傳達、進行我的理念，透過不同時地的展覽、演講與藝文機關的合作，透過面對面的接觸，用平靜溫和的方式慢慢地說、慢慢地做將概念傳遞出去，回歸當初簡單的真誠，學習文化的包容與蔓延，不帶侵略地在生活中默默扎根。

以上，提出創作者遇上的問題與心得，供之後的研究者借鏡與審思。也希望提供不同的創作形式與常見的平面繪畫作區別，作為其他創作者的參考。



參考文獻

書籍：

1. Levi-Strauss, Claude 與 Eribon, Didier，陸俊傑譯，李維史陀對話錄：思想的法則，中正書局，台北，1994
2. 李豐楙，神仙的故鄉-山海經，時報出版社，台北，1981
3. 袁珂，山海經校注，理仁，台北，2004
4. 魯迅，中國小說史略，齊魯書社，濟南，1997
5. 馬昌儀，古本山海經圖說，山東畫報，濟南，2001 年
6. 馬昌儀，古本山海經圖說 上、下卷，蓋亞文化，台北，2009
7. 王孝廉，中原民族的神話與信仰，桂冠出版社，台北，1987
8. 邱宜文，山海經的神話思維，文津，台北，2002
9. 胡萬川，真實與想像—神話傳說探微，清大出版社，新竹，2004
10. 林惠祥，文化人類學，臺灣商務印書館，台北，1993
11. 莊子，新譯莊子讀本，黃錦鉉 註譯，三民，台北，1991
12. 王紅旗解說、孫曉琴繪圖，圖說山海經，尖端出版，台北，2006
13. 趙俊波、趙小山，翫·山海—69 個你所不知道的山海經之謎，咖啡田出版社，台北，2006
14. 常若松，人類心靈的神話：榮格的分析心理學，果實出版社，台北，2000
15. 跋折羅團，公仔流 ~ 全球設計師 30 傑！，積木文化，台北，2008
16. 林國平主編，時尚故宮·數位生活，遠流，台北，2007
17. 呂婉甄等編著，中文經典 100 句—老子，商周出版，台北，2008
18. 童笙，淡泊人生—老子，正展，台北，2000
19. 龍應台，目送，時報出版，台北，2008
20. 鄭曉江，生死智慧：中國人對人生觀及死亡觀的看法，漢欣文化，台北，1997
21. 鍾怡雯，垂釣睡眠，九歌，台北，2006
22. 渡邊 誠，超級模型技術講座 基礎篇，吳建樟譯，尖端出版，新店，1993
23. 渡邊 誠，超級模型技術講座 上級篇，許嘉祥譯，尖端出版，新店，1993
24. 中井義雄，現代色彩學，林昆範、柯凱仁編譯，全華，台北，1999

25. 大智 浩，設計的色彩計劃，陳曉罔譯，大陸書店，台北市，1978
26. 葉怡君，食玩不思議，遠流，台北，2006
27. 楊裕富，設計的文化基礎-設計、符號、溝通，亞太圖書，台北，1998
詹嘉慧，玩公仔創作人，腳丫文化，台北，2003
28. 鄭自隆，許安琪，洪雅慧，文化行銷，空大，台北，2005
29. 文建會，台灣製造：文化創意向前走，允晨文化，台北，2007 08
30. 李仁芳總編，2009 台灣文化創意產業 發展年報，文建會，台北，2010
31. 花建，文化+創意=財富：全世界最快速致富產業的經營 KNOW-HOW，帝國文化，台北，2003
32. John Storey，文化消費與日常生活，張君玫譯，巨流，台北，2005
33. 徐斯勤，陳德昇 主編，文化創意產業、品牌與行銷策略，印刻文學，台北，2009

期刊：



1. 金榮權，「《山海經》研究兩千年述評」，信陽師範學院學報（哲學社會科學版），第 20 卷第 4 期，頁 101，2000 年 10 月。
2. 陳明玲，「如何了解自己、與他人及認識世界——認知取向的觀點」，網路社會學通訊期刊，第 58 期，2006 年 11 月 15 日。
<http://www.nhu.edu.tw/~society/e-j/58/58-40.htm>
3. 陳國政、常靜潔撰文，「OLD IS NEW !時尚故宮-故宮博物院典藏文物衍生創意設計開發計畫」，DESIGN 雜誌，第 125 期，頁 34，台創，2005 年 10 月。
4. 「Designer Toys 設計師專屬玩具」，XFUNS 放肆創意設計雜誌，第 46 期，2010 年 2 月。
5. 「Ron English 幽默諷刺 流行文化」，XFUNS 放肆創意設計雜誌，第 47 期，2010 年 4 月。
6. 何明泉，林其祥，劉怡君。「文化商品開發設計之構思」，設計學報，第

- 1 卷 1 期，頁 2，1996 年 12 月。
7. 李如菁，何明泉，「博物館文化商品的再思考：從跨界的觀點出發」，設計學報，第 14 卷第 4 期，頁 76，2009 年 12 月。
 8. 劉維公，「文化產業的時代意義」，典藏今藝術，第 128 期，頁 44，2003 年 5 月。

學位論文：

1. 鄭建昌，「台灣山海經－土地、海洋、與心靈之觀照」，國立嘉義大學，碩士論文，2004
2. 陳琬菁，「《山海經》死生觀研究」，國立中央大學，碩士論文，2004
3. 郭書欽，「運用 Maya 軟體於 3D 動畫之創作研究」，國立嘉義大學，碩士論文，2005
4. 李永正，「《山海經》動物形象研究」，國立高雄師範大學，碩士論文，2005
5. 謝智琴，「山海經中生命安頓及樂土嚮往之探討」，玄奘大學，碩士論文，2005
6. 康柏楷，「運用符號學觀點分析《山海經》神怪造形之創作研究」，國立臺灣師範大學，碩士論文，2007
7. 徐嘉莉，「故宮文化創意商品之符號研究」，國立高雄師範大學，碩士論文，2007
8. 黃明麒，「現代山海經圖本創作」，中原大學，碩士論文，2008
9. 彭淑貞，「故宮文化商品創意設計之研究」，國立雲林科技大學，碩士論文，2010
10. 吳牧學，「台灣文化產業特性與產業關聯之研究」，國立成功大學，碩士論文，2005
11. 王凱儷，「就是少一隻--從次文化概念分析設計師玩具:論次文化設計」，實踐大學，碩士論文，2007
12. 王湘涵，「文化創意產品特質之分析研究」，世新大學，碩士論文，2006
13. 龔莉華，「個性化角色造型之創作研究-以衝突性元素公仔造型為例」，國

立高雄師範大學，碩士論文，2007

14. 吳柏嘉，「公仔符碼應用在當代藝術創作之研究」，國立臺灣師範大學，碩士論文，2008
15. 謝明軒，「創意文化設計模式之研究－以竹文具為例」，國立成功大學，碩士論文，2004
16. 李佩珍，「文化創意商品的品牌經營策略研究 - 以幾米為例」，國立交通大學，碩士論文，2005
17. 劉曉蓉，「文化產業發展成創意產業之策略研究-以交趾陶為例」，國立中山大學，碩士論文，2006

網路資源：

故宮博物院，<http://www.npm.gov.tw/npmwebadmin.jsp?do=index>

中文百科在線，http://www.zwbk.org/zh-tw/Lemma_Show/37600.aspx

維基百科，<http://zh.wikipedia.org/wiki/老子>

文建會 文化產業推動服務網，<http://www.cci.org.tw/cci/cci/index.php>

The art of Michael Lau，<http://www.michaellau-art.com/news.html>

【品牌跨界合作】跨了界的鞋，<http://franzaward.pixnet.net/blog/post/30274964>

企業吉祥物概說與經典案例介紹，

<http://famous1993.pixnet.net/blog/post/32673353>

遊戲橘子鐵人生展，<http://seanjohn500.pixnet.net/album/set/535929>

鐵人兄弟，<http://www.brothersfree.com/old.html>

Phillips de Pury，<http://www.phillipsdepury.com>

頑石創意，<http://www.brightideas.com.tw/>

附錄一

表1-2-1 2002-2008年文化創意產業營業額統計表（單位：新臺幣千元）

產業名稱 \ 年度	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
視覺藝術產業	4,969,428	5,500,031 (10.68%)	5,281,089 (-3.89%)	5,287,954 (0.13%)	4,817,745 (-8.89%)	4,851,841 (0.71%)	4,880,209 (0.58%)
音樂與表演藝術產業	4,556,772	3,988,699 (-12.47%)	5,608,674 (40.61%)	6,616,260 (17.96%)	6,700,779 (1.28%)	8,218,430 (22.65%)	9,355,637 (13.84%)
工藝產業	58,115,280	63,535,574 (9.33%)	66,780,112 (5.11%)	67,468,353 (1.03%)	67,537,566 (0.10%)	71,734,582 (6.21%)	75,492,988 (5.24%)
文化展演設施產業	894,834	756,810 (-15.42%)	2,069,086 (173.40%)	2,696,308 (30.31%)	2,031,408 (-24.66%)	1,892,515 (-6.84%)	1,924,817 (1.71%)
電影產業	14,184,503	12,408,469 (-12.25%)	13,122,719 (5.76%)	13,078,510 (-0.34%)	14,050,863 (7.43%)	13,828,939 (-1.58%)	13,883,545 (0.39%)
廣播電視產業	88,295,432	96,664,999 (9.48%)	97,044,745 (0.39%)	100,931,894 (4.01%)	101,339,363 (0.40%)	130,772,462 (29.04%)	99,878,434 (-23.62%)
出版產業	61,688,700	66,813,666 (8.31%)	72,916,451 (9.13%)	71,583,504 (-1.83%)	65,551,874 (-8.43%)	68,160,631 (3.98%)	66,282,518 (-2.76%)
建築設計產業	57,517,525	65,621,034 (14.09%)	73,720,545 (12.34%)	81,237,538 (10.20%)	82,883,103 (2.03%)	83,393,710 (0.62%)	85,370,596 (2.37%)
廣告產業	107,235,681	122,657,074 (14.38%)	140,404,031 (14.47%)	141,125,342 (0.51%)	141,612,222 (0.34%)	130,393,221 (-7.92%)	123,472,275 (-5.31%)
設計產業	22,030,460	36,310,240 (64.82%)	48,236,087 (32.84%)	50,257,096 (4.19%)	55,694,472 (10.82%)	77,091,247 (38.42%)	71,225,700 (-7.61%)
數位休閒娛樂產業	15,770,980	18,799,493 (19.20%)	19,975,013 (6.25%)	21,764,800 (8.96%)	24,808,838 (13.99%)	19,701,971 (-20.58%)	17,631,791 (-10.51%)
設計品牌時尚產業	—	—	—	—	—	—	—
創意生活產業	—	10,104,000	11,391,000 (12.74%)	19,019,690 (66.97%)	19,209,124 (1.00%)	22,900,000 (19.21%)	23,000,000 (0.44%)
合計	435,259,595	503,160,089 (15.60%)	556,549,552 (10.61%)	581,067,249 (4.41%)	586,237,356 (0.89%)	632,939,549 (7.97%)	592,398,510 (-6.41%)

註：「—」表示無法取得數據資料。

資料來源：據財政部財稅資料中心磁帶資料之估算。

資料來源：2009 台灣文化創意產業 發展年報

附錄二 完整作品圖













