

目錄 Contents

2	高雄設計節 - Yes, We Are Open! 設計開放中
3	票價資訊及展覽場域
4	序言
6	設計一座文化港灣 - 探照 KDF 10 年
	ISSUE IS OPEN 開放設計展
8	展場配置圖
10	ISSUE1 為市政設計 <i>Design into Public</i>
11	1.1 城市的日常設計提案 <i>DESIGN FOR PEOPLE</i>
14	1.2 老 + 活 <i>Live It Up</i>
16	1.3 蓋一間未來的房子 <i>Building A Future House</i>
18	1.4 未來高雄 - 高雄輕軌服務體驗流程 <i>Future Kaohsiung: Kaohsiung Light Rail Experience Service Procedure</i>
20	ISSUE2 為產業設計 <i>Design into Business</i>
20	2.1 高雄大王展 <i>Kings of Kaohsiung</i>
24	2.2 企業設計展 <i>Design into Local Enterprises</i>
30	ISSUE3 為地方設計 <i>Design into Local</i>
32	ISSUE+ 為生活設計 <i>Design into Life</i>
40	TALK IS OPEN 開放講堂
44	SCREEN IS OPEN 開放設計影展
50	SPACE IS OPEN 開放空間
51	OPEN IDEA 開放創意



台灣面向大海、面向世界，作為台灣最大的港灣都市，高雄有許多市政設計經驗、產業轉型設計經驗、還有許多富實驗精神的設計經驗，無論在交通、建築、場域、傳播的獨立視角，都能夠提供台灣做更多思考與交流。

今年高雄設計節以更開放的態度和更堅定務實的作法，希望吸納更多外界交流，也促進更多務實者將設計納入日常！

Taiwan is surrounded by the ocean, and open to the world. Kaohsiung is the largest harbor city in Taiwan, and has a lot of experience in urban design, industrial transformation design, and many other experimental designs. Kaohsiung's transportation, architecture, mass media and other venues can provide the rest of Taiwan with plenty of examples to exchange and consider.

This year, KDF has adopted an even more open-minded attitude, while also keeping a steadfast pragmatic approach. We hope to attract more showcases from overseas while inspiring more pragmatists to meld design into their everyday lives.

單人票 199 元 / 人

優待票 160 元 / 人

1. 持本國有效學生證件，民國 106 學年上學期註冊章為憑，入場需要驗證。
2. 30 人以上團體訂購，需先來電預約 07-5214899 分機 802。
3. 持一卡通小額支付結帳優惠。

敬老票 99元/人

凡年滿 65 歲以上之長者，需出示相關證明文件。

免票資格

1. 6歲以下或115公分以下之幼童，如依年齡為判斷基準時須出示相關證明文件。(每位兒童需有一名成人持票陪同)
2. 憑證件「身心障礙手冊」及其必要之陪同者一位，限同時進場(請至驗票口出示即可)。憑證件「身心障礙證明」，僅限註記「進入公民營風景區、康樂場所與文教設施」者及其必要之陪同者一位，限同時進場。
(請至驗票口出示即可)

B3、B4 倉庫（憑票入場）

開放設計展 ISSUE1 為市政設計、ISSUE2 為產業設計、ISSUE3 為地方設計

B6 倉庫（免票入場）

開放設計展 ISSUE+ 為生活設計

駁二共創基地

TALK IS OPEN 開放講堂



DESIGN NEVER CLOSES.

高雄，是一個不斷蛻變的城市，朝著一個方向，試圖扭轉既定的刻板印象。十年有成，讓高雄市民深刻有感，期間投入了大量心力規劃，涵蓋藝術展演、音樂戲劇演出及國際節目，不僅與國際接軌，亦拉近城鄉距離，更期許下一個十年。

高雄設計節自 2008 年開始，將大量的設計能量匯聚高雄，從高雄出發，試圖找出任何可能與其對話，經過十年的能量蓄積，我們不僅要與國際併肩，更要回頭檢視我們所生長的這座城市，今年由市府團隊親自帶領市政單位及深耕在地的高雄企業，透過與設計單位的媒合、溝通及發想，破除市政單位及高雄企業既定的框架形象，讓設計更精準的落實在這座城市，創造更多的可能，亦企圖影響各界利用設計語彙來達到精準溝通。

2017 高雄設計節將以全新的面貌、全新的單元呈現給高雄市民，提供一個對未來美好城市的想像，讓我們更期待下一個十年。

高雄市長

陳菊

歷屆高雄設計節放眼世界，匯集眾多國際策展人及國內外優秀作品參與，為高雄累積豐富的設計視野，今年以「Yes, We Are Open! 設計開放中」為題，用更開放的態度設計思考腳下這座城市更多可能性，也讓設計提案與市政、產業及地方相關單位密切討論磨合，共同達成設計落實的目標，透過展覽帶動民眾想像設計如何介入這座城市，創造理想生活。

2017 高雄設計節，邀請近百位設計師齊聚高雄，從城市的日常觀察切入，以市政及產業為題，從這座城市深入核心，運用設計能量轉化艱澀難懂且形象一成不變的市政議題；透過不同的設計風格為產業品牌提供另一種思考方向及可能性。高雄設計節至今邁向十年；十年是一個里程碑，我們給自己設定了更高的目標與挑戰，規劃多元豐富的議題與內容，兼具廣度及深度，今年，將帶領整座城市一起來討論設計這件事，除了主題展，更包含了設計論壇、設計影展及遍佈高雄城市的創意逛大街，Yes, We Are Open! 歡迎一起來！

高雄市教育局長

尹立

2008 年創辦第一屆高雄設計節，是因為我們相信設計能為高雄創造價值，為這個城市帶來活力，十年的發展，我們發現創意和美學真的為高雄帶來不一樣的氣象，從駁二藝術特區看到文創內容落地發展，設計為生意創造商業價值，也看到美學在公共建設和行政採購上的內化發展，設計節後的第十年，高雄充滿發展想像的熱情。從硬建設轉化到軟實力，要建立競爭力，必須了解「設計」是現代城市競爭未來的必要策略工具，『Why Design? How design?』用設計思考後而建設城市，將是城市發展的一個重要的內化議題。

我們仍然認為『高雄的呼吸節奏和陽光是真正能醞釀創意的養分』，這裡有獨特的文化風土能做為開創想法的舞台，為未來的發展提供機會，2017 年的高雄設計節，我們希望介紹更多在這裡孕育出來的一切可能。而高雄的設計經驗，能為臺灣帶來學習價值，高雄作為臺灣最大的港灣都市，面向大海與世界，我們思考的是如何以更開放的態度，和更堅定務實的作法，吸納更多與外界的交流，也促進內部更務實的將設計入日常。

這次的高雄設計節，在議題上更開放、更積極，邀請更多關切設計和城市發展的人們，都能一同參與、理解設計在城市和產業發展中扮演的策略角色，共同激盪高雄乃至臺灣在未來持續發展的遠大目標與美好事物。

中華民國設計師協會理事長

陳秉良



設計一座文化港灣 — 探照 KDF 10 年

文／陳茹萍（文化觀察者）

高雄，南台灣第一大城市，港口與海運的大城。在台灣這座島嶼中，地理環境與海洋資源雙重優勢，決定了打狗港的崛起，漁、鹽、糖、貨櫃轉運、造船鋼鐵重工業，以至現今的亞洲新灣區，都和海域息息相關。海洋是這座藍領重工業大城經濟所依，而海口獨有的廣闊無疆、自由不拘、包容想像、冒險開拓性格，也彷彿如創意基因，帶領著這座城市隨潮流脈動，一波波揮灑屬於自己的文化故事。

21 世紀初文化治理成為都市發展顯學，高雄率先以國際貨櫃藝術節、銅雕藝術節把玩創意符碼、表述城市產業性格，從台式美學的滿溢到鋼鋼好的自信，不但滿足市民集體文化期待，也確立城市自明性。這是工業城市展現藝文品味的一大步。隨後，知識美學與感性經濟崛起，設計政策被連結到經濟展望寄予厚望。

用軟性思維 設計城市品牌價值

2008 年台灣第一個以城市為名的國際設計節—高雄設計節 (Kaohsiung Design Festival, KDF) 誕生。中華民國設計師協會充滿理想性格卻又顛簸的策辦過程，孕育出 KDF 豐富鲜活跳脫常規的獨特個性。

高雄市政府從第二屆起與設計師協會形成堅實夥伴，從策展議題、設計師邀約、空間場佈到行銷資源全盤盤點綿密合作，海港城市的文化品牌論述也順勢由歷屆主題導入。2009 年藉由「Design Portable」設計可攜的輕概念，喻言港都「由重變輕」；2010 年「Design Possible 設計能」，有別於單向傳輸設計理念，海洋城市強調多元包容，不斷扣問設計的可能性。

2011 年高雄設計節「High Concept Design 高概念設計」是展現城市文化自信的開始，配合「設計人才回流」進駐政策，以原創「南方文創花園館」聚焦大南方設計職人精神，傳遞高雄熱情溫度、凸顯設計態度與宜居城市形象，大聲喊出 Made in SoTW！台灣南方製造就在高雄！2012 年高雄設計節與「台灣設計展」整合舉行，在策展論述上更緊扣城市場域精神。主題展「高雄庫設計」說是庫藏，是 cool 勁，是駁二港灣倉庫裡綿延進現的創意能量。連續兩屆匯聚數百件經典平面設計、頂級文創精品、南方泛文創品牌、品味新銳設計，令觀眾目不暇給，也宣示高雄市從硬產業往軟產業大力邁進的亮眼成績。



2013 年適逢高雄舉辦亞太城市高峰會，該屆設計節以「創意 © 城市」梳理何謂創意城市，呈現不容忽視的亞太設計力，也觀照亞洲設計思維與未來視野。聚焦於 10 個引領改變風潮的亞太城市—高雄、曼谷、新加坡、北京、香港、東京、首爾、吉隆坡、馬尼拉和雪梨，囊括 250 位國際創意狂想工作者、1200 個創意概念、12000 個影像組成的獨一無二的城市創意地圖，以繽紛視覺、街廓面貌及創意資源為基礎，描繪出令人震撼的文化景致。多年後，其精湛的視覺美感與觀展體驗仍占據觀眾心中。此展後續效應不斷，曾受邀至橫濱展出，並在 2015 年獲選新加坡建國 50 週年百大設計獎項。

城市正在改變，設計生活成了當前趨勢

2014 年至 2015 年，島內自造者運動、群眾運動、環境及社會議題風起雲湧。於是，2015 年的高雄設計節特別靠近人民陣線，以「製造不馴服」、「環境不馴服」、「體制不馴服」三大主題為訴求，「野設計」帶出日受重視攸關生存的設計思考，也首度大幅整理揭示抗爭體制的設計美學。城市官僚體制裡的自我省思精神批判力量，生猛有力，讓叛逆的文青憤青無不叫好！

而當國際間競相以「設計思考」做為改變社會的重要方法時，今年以設計節之名，這座城市的文化活動更為貼近土地、以人為本。2017「開放設計展 ISSUE IS OPEN」透過市政、產業、地方三大議題平台，邀請供需兩方交流創意的可能性，期待有機會激盪出設計創造的價值。「ISSUE IS OPEN」在市政面討論範疇包含社會局的高齡生活態度議題、捷運局的輕軌搭乘指標議題，以及工務局的未來居住議題等，看似平凡的市政議題透過設計的參與，將展現煥然一新的獨特視角，我們也藉此可窺見「設計」服務的對象，已經從擁有高端經濟能力的權貴，轉而為關懷普羅大眾以及弱勢族群。這也揭示設計的本質在以人為本，發掘問題，提出解決問題的方法，並創造更大價值。

回顧 KDF 創辦十年來，從南方城市的原創觀點出發，不斷拋出議題與國際設計力量對話，外顯到內敘，寬廣到精準，一步步積累創意資本，一步步形塑文化品牌，成為創意輸出與國際接軌的窗口。城市的良性發展已然被驅動，這一段海港城市自覺自省自信，蛻變為世界級文化港灣的歷程，是讓生活與環境更美好的一份真誠。

Floor Plan

展場配置圖



ISSUE IS OPEN

開放設計展

ISSUE 1 為市政設計 Design into Public

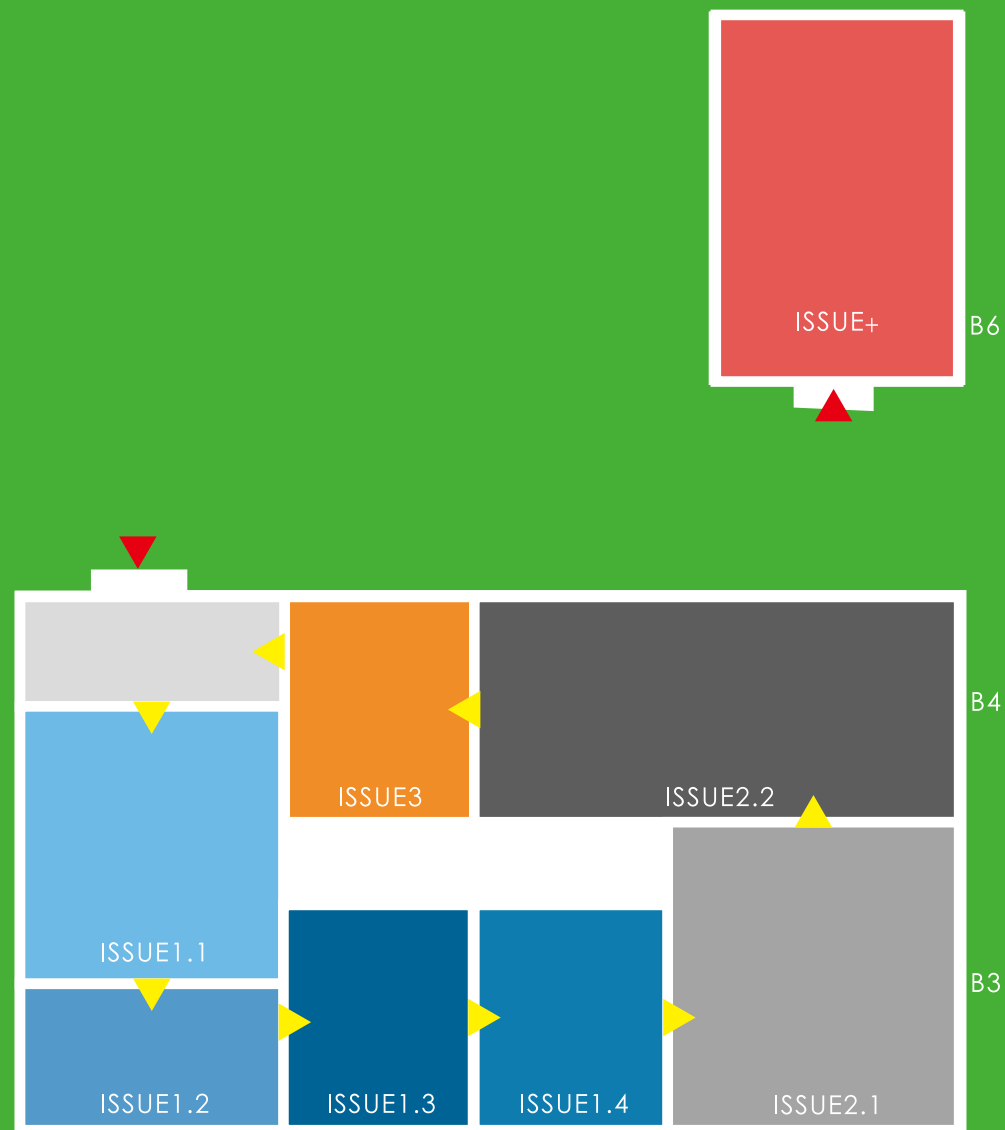
- 1.1 城市的日常設計提案 DESIGN FOR PEOPLE
- 1.2 老+活 Live It Up
- 1.3 蓋一間未來的房子 Building A Future House
- 1.4 未來高雄-高雄輕軌服務體驗流程 Future Kaohsiung: Kaohsiung Light Rail Experience Service Procedure

ISSUE 2 為產業設計 Design into Business

- 2.1 高雄大王展 Kings of Kaohsiung
- 2.2 企業設計展 Design into Local Enterprises

ISSUE 3 為地方設計 Design into Local

ISSUE + 為生活設計 Design into Life





ISSUE IS OPEN 開放設計展

「ISSUE」：議題、問題、觀點、發表

設計的本質在發掘問題，並提出解決問題的方法，創造更大價值。2017 高雄設計節以 ISSUE 為題，將市政、產業、地方三區塊作為議題平台，邀請供需兩方交流創意的可能性和設計有機會創造的價值。策展以 " 為高雄設計 " 出發，展出 " 問題發覺 "+" 設計思考 " 的過程及關連性。

"ISSUE": topics, problems, opinions and statements
The essence of design is to identify problems and propose solutions, thus creating something of greater value. The 2017 KDF is centered on "ISSUE" as the theme, with the public, industry, and local customs as the three platforms for the event. Both suppliers and consumers have been invited to exchange possibilities and design opportunities to create value. The exhibition is based on "Design for Kaohsiung". It exhibits the processes and correlations of "problem identification" + "design concepts".

ISSUE

為市政設計 Design into Public

公共溝通及社會設計在城市升級的進程中扮演不可或缺的角色，舉凡城市符號、空間指標、公共建築及政策宣導等，都與人們的生活息息相關，為市政設計單元首次邀請設計師與市政局處合作，討論範疇包含與社會局的高齡生活態度議題、與捷運局的輕軌搭乘指標議題及與工務局的未來居住議題，看似平凡的市政議題透過設計的參與將展現煥然一新的獨特視角，在想像高雄市政更多元的可能性的同時，也建立城市更美好的形象及自信。

Public communication and social design play indispensable roles in the process of advancing a city. A city's symbols, spatial indicators, public buildings and policy promotion are all closely related to people's daily life. The Design into Public unit has worked in collaboration with the Mass Rapid Transit Bureau, the Public Works Bureau and the Social Affairs Bureau of Kaohsiung City Government. Through design we can envision all the possibilities Kaohsiung could become. It also enhances the city's image and builds a strong sense of pride in the city.

ISSUE

1.1

DESIGN FOR PEOPLE

城市的 日常設計提案

全世界具有影響力與競爭指標的城市，不論是紐約、東京、上海、巴黎、首爾等，不約而同對於設計與美學有著高度的重視，許多城市也因為在設計美學上的優異表現，吸引成千上萬的遊客前來觀光朝聖，創造豐厚的經濟效益，甚至將設計視為邁向下一階段城市整體升級的重要指標。

本次 DESIGN FOR PEOPLE- 城市的日常設計提案展，透過 10 位高雄在地設計師個人內在經驗的觀察剖析與城市的情感連結出發，以訪談影片與立體裝置的形式，從不同的角度刻劃出對於高雄城市日常生活的多元樣貌，藉此梳理出屬於高雄獨有的美學紋理與人文思維。

For all the influential cities in the world that possess a competitive edge, be it New York, Tokyo, Shanghai, Paris, Seoul and so on, they all share a certain high regard for design and aesthetics. Many cities, known for their excellent performance in design aesthetics, have also attracted tens of thousands of tourists, thus creating substantial economic effect. As such, design is even seen as a critical benchmark for a city's overall upgrade to its next level. This year, DESIGN FOR PEOPLE, a festival for daily designs for cities, features 10 local Kaohsiung designers who reflect on the observation and analysis of their personal experience and emotional connection with the city. The festival will present the multi-faceted daily life in Kaohsiung seen from different perspectives, presented in the form of interview videos and 3D installations, so as to comb through certain aesthetics and humanistic conceptual narratives exclusive to Kaohsiung.

單元策展人

陳育民
CHEN YU-MING



任教於國立高雄應用科技大學文化創意產業系擔任助理教授、AAD 亞洲視覺藝術交流平台執行長、CTA 亞洲創意對話總編輯香港設計中心會員。

作品曾榮獲德國 iF 設計獎、2010 和 2012 兩屆亞洲最具影響力設計大獎平面設計類銅獎、HKDA 環球設計大獎海報設計類優異獎、加拿大 APPLIED ARTS 國際競賽海報設計類入選獎、中國國際海報設計雙年展入選獎、香港海報三年展入選獎、香港 IDN 國際數位設計競賽入選獎、2010 中國新銳設計師年鑑和海報設計作品連續三屆入圍 ACD 亞太設計年鑑、上海國際平面設計雙年展、大連國際平面設計雙年展、20/20 澳門字體百分比設計交流展等重要獎項。

Mr. Chen Teach National Kaohsiung University of Applied Sciences, Department of Cultural and Creative Industries as Assistant Professor, AAD Asian visual arts exchange platform, Executive Director, Hong Kong Design Center member. His works have won awards such as German iF Design Award, 2010 and 2012 Bronze Medal of Graphic Design in Asia's Most Influential Design Awards, Poster Design Merit Award of HKDA Global Design Awards, Application Prize of APPLIED ARTS International Poster Design Contest in Canada, China International Poster Design Biennial Awards, Hong Kong Poster Triennial Award, Hong Kong IDN International Digital Design Competition Award, 2010 China Cutting Edge Designers Yearbook and Poster Design Works for three consecutive entries ACD Asia Pacific Design Yearbook, Shanghai International Graphic Design Biennale, Dalian International Graphic Design Biennale, 20/20 Macao Fonts Design Exchange Exhibition and other important awards.

吳仁評老師 JEN-PING WU

國立高雄師範大學視覺設計系
National Kaohsiung Normal University
Department of Visual Design



謝珮雯老師 HSIEH PEIWEN

正修科技大學數位多媒體設計系
Cheng Shiu University Department of
Digital Multimedia Design



陳岡緯老師 CHEN KANG-WE

正修科技大學數位多媒體設計系
Cheng Shiu University Department of
Digital Multimedia Design



林皇耀老師 LIN HUANG YAO

高雄應用科技大學
文化創意產業系
Kaohsiung University of Applied Sciences
Department of Cultural and Creative Industry



戴怡平 YI-PING TAI

與摯友共同創辦
月森設計，任職平面、
展場及插畫設計
Luna Design designer



攝影剪輯 | 康展彰

藍色城市的對話

高雄市全年陽光普照、氣候宜人，人民既熱情又非常親切，這個有山、有河、有海、有港的城市，是全國唯一結合海洋的都會，尤其長長的海岸緊鄰市區，人們可隨時踏上沙灘，感受海的氣味，這也是有別於其他城市的特色之一。

這次的高雄日常設計展，想藉由海的影像、聲音和光影變化，以人們熟悉的城市意象做結合，從有限的空間，希望能透過聲光的滲透，讓觀眾恍如身處在海洋的水波中，去感受這藍色都市的魅力，並提醒市民，海就在身處之地，在繁忙的生活裡，隨時隨地可以盡情享受海洋之美。

暖心電線桿

城市日常，拔地而起的電線桿被利用來張貼廣告、宣言，權當資訊分享站，早已經自成文化，很多時候並不是那麼美觀。真想聽電線桿說一句，「你辛苦了」，「你今天做得很好」，文明與文化向來互相影響，假如數量這麼龐大的電線桿，往後不再替商人宣傳售屋資訊，而是在夜幕之下，踏入家門前，為辛苦打拼了整天的市民，獻上窩心話語，未來將會是什麼情境，並且為城市的日常帶什麼樣的改變呢。

納涼小貨卡

「高雄很熱阿」南下到高雄的外地人時常掛著這句話，但準確的說，應該是「高雄太陽很大」，不常下雨的高雄，總是用最大的陽光來招待每位市民，但實在太熱烈太讓人煩躁，所以這城市有個奇怪的現象，就是不管路人、機車族、甚至是開車族，等紅燈的期間一定會很有默契的躲在各種陰涼處，這種莫名的渴望乘涼這種需求，應該有所回應，因此提出一個「納涼小貨卡」線設計奇想，這台小貨卡上種著一棵大樹，巨大的樹蔭能提供用路人納個涼，而樹上飽含水份的葉子也會散發涼爽清新的空氣給市民，偶爾還伴隨著悅耳的鳥叫聲沿路放送。納涼小貨卡的動力來源是風與太陽能，或是環保的生質能源，若能源用盡，就由駕駛接力，緩緩的踩踏在城市遊走，這台小貨卡除了納涼功能，也藉此喚醒市民去思考植物對人類生活環境的重要性。

旁軸的高雄視角

流動中的高雄人車與生活，會忽略掉存在城市裏的色彩與標誌等，有一些造型線條與色彩需要另一種視角去看見，這個設計透過十二個高雄在地景象，利用傳統旁軸相機的觀景窗，將沒有注意的顏色線條設計在觀景窗上面，讓觀者可以透過相機視角去重疊景色，看見這十二個不同景致，看見長久錯過的城市觀點。

假日限定展覽公車

假日公車限定展覽，將現有往返偏鄉與捷運站、轉運站路線的高雄市公車，結合當期駁二、美術館等主題展覽，打造為移動式的小型展覽空間。透過改造後的公車，推廣偏鄉兒童的美學教育。除了鼓勵搭乘前往看展外，也藉由公車內外的互動設計，讓孩子們能同步接收到檔期展覽的資訊，提升相關的美學知識。

自由影像工作，目前專職個人接案，從事影像活動紀錄、平面攝影
曾做過高雄[Y]Talk論壇影片、高應大圖書館搬遷紀錄、高雄婦女館共聲影展宣傳剪輯等。

陳雍正老師 YUNG-CHENG CHEN

長榮大學互動設計學系
Chang Jung Christian University
Department of Interaction Design



劉怡君老師 JENNY LIU

實踐大學高雄校區
資訊模擬與設計學系
Shih Chien University Department of
Computer Simulation and Design



劉昱宏老師 LIU YU-HUNG

遠東科技大學數位媒體系
Far East University Department of
digital media design



未萊設計 WEMORE DESIGN STUDIO

由四位土生土長的高雄設計人共同創辦
Design studio established by four young
people of Kaohsiung



鄭郁璇 ZHENG,YU-XUAN

慕木手作設計總監、
平面設計師
MooMOO studio design director



可食地景的美學想像

高雄有著山、海、平原的豐富自然資源，但隨著都市化發展的推進，與其他都市相同的進入到水泥森林的樣態，儘管環保意識逐漸抬頭且對於都市綠美化已投入大量建設，我們卻一直忽略人與環境相處的原意。此次藉由提案的機會，希望將國外行之有年的可食地景觀念引入，期望讓民眾重新思索，人與自然植物間的互利共生關係，在城市綠美化的過程中，能夠在觀賞類植物之外，多思索可食地景對於環境生態與人、社會間的共好關係。作品藉由灰階塊面化之高雄市地圖，形塑水泥都市的樣態，其中設置鏡箱作為核心意念，擺放點綴色彩層次的立方體，作為已著手可食地景之綠美化都市建築，引發觀者想像可食地景的多元性。而延伸至左右兩側的區塊，則作為與民眾互動的設計，讓觀賞者自由選擇色彩之便利貼，並寫下選擇的色彩所代表之可食植物名稱，黏貼在適當的位置上，讓民眾從互動過程中經歷動手參與、思考規劃、美學賞析的歷程，恰與可食地景的實踐歷程呼應比擬，達成此次展覽刺激思考的目的。

慢·塊·快·漫

本作品以「速度」為思考元素，藉由透過象徵腳踏車的機械運轉，代表從工業的發展邁進逐步成為高雄城市文化的漫遊工具，在踩踏的快與慢之間自行翻頁格與格的變化過程，並在翻動的速度感當中，讓觀者察覺以整體城市塊狀結構產生的模糊意象，抑或是在慢速運轉中以時間凍結的一瞬間觀看到逐格運轉中的不同面貌，由觀者自發性的決定與城市之間的凝視速度和節奏，並以此視覺導向概念來定義對高雄觀察之下的觀點表達。

彩繪小渡輪

旗津是高雄早期發展的區域，而搭乘往返兩地的渡輪可以一覽高雄港的風光與感受海洋的氣息，還有當夕陽西沉沒入於海面時金光閃閃的迷人景緻，尤其是早期存在私人運輸船舶的時期，這應該是高雄人共同擁有的記憶。因此以這樣的情感做為出發點，經過了多次的構思之後，決定藉由體感裝置讓小朋友做虛擬彩繪 Q 版渡輪的創作，完成後可以輸出成紙模型樣版讓親子實體動手組裝完成，希望透過這樣的活動讓高雄歷史悠久的渡輪也能有另一種趣味的風貌。特別感謝 好新境創藝融智工坊總監 / 李霽恩 提供的技術支援，讓這個概念得以呈現。

公共腳踏車圖鑑

我們希望藉由較為幽默、輕鬆的方式，為公共腳踏車租借系統添加趣味元素。比如說，以「蒐集怪獸」的概念出發，將少量具特殊設計的腳踏車置入部分車站；這些特別的腳踏車透過民眾的租借、騎乘，便能夠在高雄各地出沒，彷彿擁有了生命。另外，我們也將「里程數」放入設計，吸引民眾累積、競爭，腳踏車不再只是代步工具，更強化人與人之間的連結、與騎乘經驗分享，增加高雄公共腳踏車租借系統的吸引力。

高雄灰階

每個城市都有屬於自己的色彩，紅的藍的綠的橙的各種顏色都有，但高雄是灰的，一種屬於高雄才有的灰。高雄的日常中瀰漫著各種灰，是工業發達促使的灰、是大船入港難離的灰、是忙碌人群打拼生活所散發的灰，每種灰在不同時刻會有不同的濃度，而形成的便是高雄最獨特的灰階，運用此種高雄日常所演化出來的灰階，製作另類高雄的顏色。

ISSUE 1.2

老 + 活 Live it up

映品形象 X 高雄市政府社會局

「老」是經由「時間堆疊出來」的價值，透過設計展現老的自信、經驗、活力、談諧及熱情，在快速邁入高齡化的現代社會，傳達與眾不同的高齡生活態度，並促進更多隔代對話。高齡不是負擔，反而可以展開各式生活的夢想提案；老是各種豐富的總和、百般人生的堆疊，老將是令人羨慕的精彩。

INPIN DESIGN X Social Affairs Bureau of Kaohsiung City Government

"Gracefully surrendering the things of youth" but never trade away the fun.
"Being old" denotes value that is "amassed with time." By expressing the confidence, experience, vitality, humor and passion as seen in being old in this design festival, the objective is to promote further cross-generation dialogues and deliver a senior life attitude as an alternative from the norm in this contemporary society that is rapidly aging. Aging is not a burden but an initiation for all kinds of life dreams to take flight. Being old is about embracing the sum of all richness, all accumulations in life, and being old will be the enviable splendor.



單元策展單位

映品形象設計有限公司
INPIN DESIGN

www.inpindesign.com



映品形象設計成立於 2013 年，以看見「真、善、美」和創造「人、事、物」的關係為核心理念，結合設計思考與行銷整合的能力，來達到解決問題與創造價值的目標體現。我們擁有專業設計事務的健全服務機能，同時關注著市場趨勢與社會觀察，通過對設計項目委託內容的分析評估，展開各種可能性的提案，並將其進行具體化的完整呈現。我們希望探索不同媒體環境的交流方式與意義作用，盡可能地掌握問題本質與傳遞精準訊息，並持續進行跨領域的專業能力與技術合作，為客戶端與大眾社會端的各種設計項目，進行可靠有效和高品質的策略規劃方案與成果執行，期許成為扮演連結客戶夢想以及勾勒產業清晰未來的驅動力。

Founded in 2013, Howdy Creative is located in West District, where the cultural and creative industry prospers in Taichung. Our team members are around 30 years old with the backgrounds of design, cultural and creative industry, and business. With the goal to support independent creators, we have a brick-and-mortar store and an online shop, maintaining a fair-trade platform, Howdy.tw. Artists and small farmers can set price themselves and pay a small amount of management fee for our maintenance. The store is in Tuku community Taichung, bringing intimate interaction with the residents. In 2014, we launched "Good Neighbor Project," hoping to form a positive bonding in the area. The next year, Howdy Creative was invited by Pier-2 Art Center to establish a branch of Howdy.tw in Kaohsiung with the aim to bring the concepts of branding, package design, and product design to local crafts and agricultural products.

參展團隊

設計 | 林杰輝、王嘉盈、郭欣翔
文案 | 徐琨成
剪輯 | 林玄御、蔡宗泓
設計助理 | 劉芷妤、鍾美媛

攝影團隊

戴培晃、何友文、李建佑、胡力升、Vincent

ISSUE

1.2.1

面對人生日常的老

老是一種自然的現象，但其定義究竟是外貌、健康還是心態？展區一開始將透過「100 種日常老樣子」、「老的身體狀態檢視」及「老的心靈狀態檢視」三個面向，與觀者討論關於老的概念及定義。

To confront old age in daily life

Being old is a natural phenomenon, but in its essence, how is it defined? By exterior appearance, health or mental attitude? The exhibition will begin with the following three aspects to engage the viewers in discussion regarding old age and its definition: "100 facets of being old in everyday life," "Examining the physical state of being old," and "Examining the mental state of being old."



ISSUE

1.2.2

認識人生閱歷的老

老是經由時間堆疊出的人生經驗，帶觀者思考年齡的增長不是時間的逝去，而是一種經驗價值的累積；也將透過互動的方式邀請大家一起定義「老是一種什麼樣的豐富總和」，提供觀者多元的角度思考及認識「老」。

About being old and being well-experienced

Being old comes with life experience accumulated through time. We will lead viewers to contemplate on the accumulation of experiential value as opposed to the passing of time, as one advances in age. Interaction will also be in place, prompting everyone to define, "What rich totality will being old amount to?" This will allow viewers to muse over and get to know "oldness" from diverse perspectives.



ISSUE

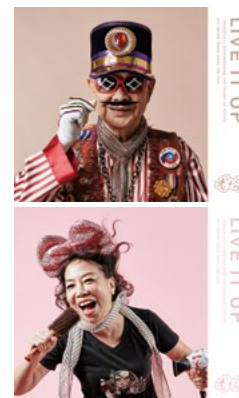
1.2.3

創造人生精彩的老

老是精彩故事的現在進行式，呈現高雄市政府社會局目前由在地長輩組合的「傳承大使」。在這個城市中，其實有很多退而不休的樂齡生活者，憑著一身的技能、才藝及知識經驗，與大家共同分享生活的精彩美好，並且回饋社會。另外更提出「老是創造夢想的啟動」——「我可以」創作系列海報，透過對夢想的提案，讓觀者體會擁有夢想不侷限在年紀或生活條件，只要願意隨時可以創造精彩的人生夢想。展覽最後將蒐集高雄市長輩活力的樣貌，透過顛覆刻板印象的舞蹈影片，讓大家完整感受長輩的熱情及魅力。

To be old and create all splendor in life

Being old is an ongoing process for splendid stories to unfold. Presented by the Kaohsiung City Government's Social Affairs Bureau are the "Legacy Ambassadors" consisting of local seniors. In this city, there are many retired and yet still active, happy senior citizens. They share all that is fantastic in life and give back to the society on the strength of their skills, talents, knowledge and experience. Further, we call for poster designs under the title, "Initiation of creating dreams in old age: Yes I can." Via dream proposals, viewers can experience the concept that to have a dream is not limited by age or life conditions; as long as you are willing, you can create fantastic dreams in life. Presented at the end of the exhibition are collections of many faces and facets of vitality in Kaohsiung senior citizens, as well as dance videos that will overturn stereotypes and convey to the audience all the fervor and charm of the seniors.



1.3 蓋一間未來的房子

ISSUE Making a Future House

由夢創造 X 高雄市政府工務局

面對全球暖化，以及未來少子化與高齡化的社會，建築如何改善生活品質？高雄，位於亞熱帶氣候，而今面對氣候變遷、空氣污染；高雄市民，如何用地建築來改善生活環境？

展覽以「想像我們未來的房子會是如何？」為出發，重新思考什麼是適宜高雄的房子，並展開了一連串對「高雄厝」不同面向的研究討論與反思，過程中發現「高雄厝」作為高雄市政府地方政策，從2012起步推動至今六年，申請案件累積超過五百件，已有一定成效，但同時也發現大多數市民對「高雄厝」政策仍較陌生。因此，如何讓一般民眾能輕鬆了解「高雄厝」政策，將是這次設計與市政合作的挑戰。

於是設計單位設定了目標，要做出「小孩子都可以理解的高雄厝展」，因為這不僅是一項政策，更是為我們下一代的未來，創造更永續、在地且合宜的建築環境。

單元策展單位

由夢創造 UMO Creative Inc

「由夢創造」致力幫助顧客實現夢想，從品牌視覺建立、品牌故事敘說、建築空間規劃設計，提供完整且可持續發展之設計服務，從諮詢、設計發想、到執行建構理想的藍圖。公司由兩位不同專長的創始人發起，周郁森（建築師，英國愛丁堡大學建築博士）專長於建築及空間設計，張滌予（插畫家，英國愛丁堡大學藝術創作博士）專長於視覺創作及設計，期盼與深耕南台灣的文化創業夢想家們並肩，由夢想出發，把夢想從無到有實現！

參展團隊

Danny's Flowers

Danny's Flowers的創辦是一個意外的驚喜。2007，Danny想給太太Helen一個畢生難忘的浪漫婚禮，親手創作了婚禮上所有的花藝。之後，一個接著一個朋友請Danny幫忙處理婚禮花藝。就這樣，因為結婚，開了花店。接著，為了夢想，舉家南遷。Danny's Flower駁二店是主人Danny帶著實驗精神，在工業鐵味橫生的鋼硬形象中，盛情給來客獻上的一份充滿綠意的邀請。秉持著不斷學習的精神，Danny所有創作與實驗的概念，都向植物與自然學習，探索並綻放更多的可能與美麗。

UMO Creative Inc X Public Works Bureau of Kaohsiung City Government

In the face of global warming, the imminent aging society and low birth rates in the future, how is architecture going to improve life quality? Kaohsiung, with its subtropical climate, is now being confronted with climate change and air pollution. How will residents in Kaohsiung rely on local architecture to improve living environments?

The exhibition begins with the question, "Can you imagine what our future houses will be like?" It re-examines what kind of houses are suitable for Kaohsiung, followed by a series of investigative discussions and reflections on various dimensions of "Kaohsiung Houses." During the process, we discover that "Kaohsiung Houses," as the Kaohsiung City Government's local development policy, has been in implementation for 6 years since 2012, with over 500 applications received and certain results achieved. However, we also discovered that most Kaohsiung residents are unfamiliar with this "Kaohsiung Houses" policy. Therefore, how to bring the "Kaohsiung Houses" policy to the general public's easy comprehension will be a major challenge for this collaboration between design and city administration.

To this end, the design program sets the target of creating "A Kaohsiung Houses exhibition that even a child can grasp," because it is not only a policy but also our objective to create a more sustainable, local and suitable architectural environment for the future of our next generation.

Umo Creative Inc. is dedicated to helping customers realize their dreams, from brand vision creation, brand storytelling to architectural design. We provide a one-stop design service, from concept to execution.

Two founders of our company hold different specialties: Yu-Sen Chou is an architect (PhD in architecture, University of Edinburgh) in charge in architectural and interior design; Ching-Yu Chang is an illustrator (PhD in Art, University of Edinburgh) who specializes in the visual design, story-telling and illustration. We hope to stand the same side with the dreamers. Together, we make your dreams come true.

The creation of Danny's Flowers is an unexpected surprise. In 2007, Danny wanted to give his wife Helen an unforgettable romantic wedding, personally creating all the wedding flowers for the ceremony. After that, friends asked Danny to help them with the wedding floral arrangement, one after another. In this way, because of the marriage, the idea of a flower shop appeared. Then, in order to push this dream further, Danny and Helen opened Danny's Flowers at Kaohsiung, Danny's Flowers at The Pier-2 Art Center is a sincere invitation of Danny to all visitors, a surprise of blossoming green that full of passion, located in an industrial iron-steel landscape. Believing in the continuous learning, Danny keeps learning from the plants and nature, to creative, to experiment, to explore the possibilities of the beauty of the world.

序幕

歡迎來到高雄厝派對

開場，由「高雄厝」帶著大家認識其他三個角色「黑面」、「大白」、「小綠」，開始這場聚會派對。他們將以對話，帶領觀眾了解高雄厝。

Prelude: Welcome to the Kaohsiung houses party

Opening: "Kaohsiung House" will bring everyone to meet the other three characters: "Dark Face," "Mighty Whitey," and "Greenie" to kick off this gathering/party. They will introduce Kaohsiung Houses to the audience by way of dialogue.



ISSUE

場景一

1.3.1

我家在哪兒？

以插畫呈現高雄城市地圖，讓民眾實際「走上地圖」，尋找自己與城市的連結。

Where is my home?

The Kaohsiung City map will be shown as an illustration in order for the general public to actually "walk on the map" and to find their own personal connection with the city.

ISSUE

場景二

1.3.2

親愛的，我走進了模型世界

改變一般民眾對於模型的觀看角度。參觀者將以類土撥鼠方式進入建築模型世界，創造一種近距離、低視角的觀展體驗，甚至可以聞到泥土味。

Dear, I have walked into the world of models

The idea is to change how the general public views models. The spectators will enter the world of architectural models in a quasi-groundhog manner for a close-up low-angle-of-view experience where one can even sniff the smell of earth in this exhibition.

ISSUE

場景三

1.3.3

林爺爺跟林奶奶的家

以1:1樣品屋的方式，帶領觀眾實際體驗「高雄厝」的三個重要觀念：「三米綠化陽台」、「魚菜共生」以及「通用設計」。

Grandpa and Grandma Lin's House

By way of visiting the model house in the 1:1 ratio, the audience will be guided to physically experience the three principal concepts: "3-meter Green Balcony," "Aquaponics," and "Universal Designs."

尾聲

一起想像，高雄，我們現在與未來的家會是什麼樣子？

讓觀眾在明信片上，用印章表現出自己想像中，高雄，我們現在與未來的家會是什麼樣子。

Conclusion: Let's imagine together what our present and future houses will look like in Kaohsiung.

Lead the audience to present their imagination by using chops on the postcards: What will our present and future houses in Kaohsiung look like?

參展團隊

豆桑設計 DollSum



DollSum（豆桑）英文字面上意思為「人偶公仔大集合」，專精於人偶、公仔及布偶的設計及生產，所以「豆桑設計」是形塑吉祥物與催生的おとうさん（日文中的「父親」）。

我們希望提供給大家「歡樂、純真、活力」，更將「工於心細」的製作理念，落實在每件商品裡。

「豆桑設計」提供客製化的訂作服務，從圖稿設計到塑形完成，乃至於交付成品，完整的生產鏈模式，提供給您最佳的服務。

"DollSum" is combined with "doll" and "sum", that indicates that the main service of our company - specializing in the design and production of dolls. In addition, the pronunciation of "DollSum" is like "father" in Japanese (おとうさん), that also shows we are the creators of the mascots. We hope to provide "joy, innocence, and vitality" to all people who see our works. So, we create each our product with "the soul of artisan".

"Dollsum Design" is devoted to providing the excellent service to our customers, from the starting to the finishing, to assure you get the best mascot creating service.

未來高雄 - 高雄輕軌服務體驗流程

Future Kaohsiung: Kaohsiung Light Rail Experience Service Procedure



田修銓 X 高雄市政府捷運局

輕軌作為高雄城市現下最熱門的交通工具，悠閒環繞城市的速度及大片車窗一覽無遺從都市建築到港邊船舶的景色，吸引大批民眾體驗搭乘；然而不同於捷運刷卡進站的使用模式，輕軌開放型月台、無人服務、自主購票刷卡及按鈕開車門等新的使用型態，在通車初期可能造成民眾搭乘習慣上的不流暢，設計師在初次輕軌體驗後思考如何透過設計引導民眾，並規劃符合輕軌使用型態的視覺系統，透過設計讓搭乘行為更直覺流暢甚至賞心悅目。設計成果除了在主題展中呈現，也將實際示範於駁二場域附近之輕軌站體及車廂。

單元策展單位

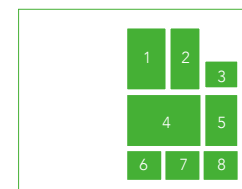
田修銓 feat. 設計好朋友

Neil Tien and his friends

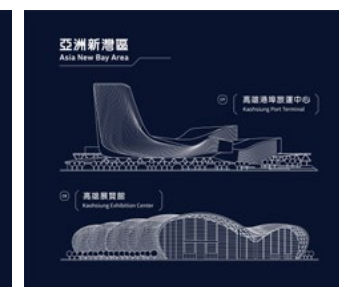
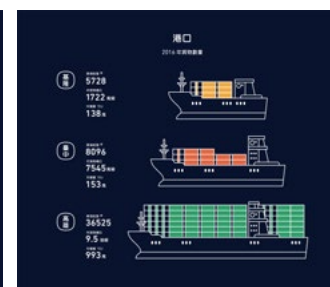
田修銓與他的設計好朋友，這次要一同嘗試高雄輕軌的形象與搭乘的服務體驗指引標示，希望透過新的詮釋，讓大眾搭乘體驗輕軌更順暢！

參展團隊 | 陳逸芸、顏曉倫、胡祐銘、宋政傑、陳允中

Light rail is the current trendiest transport in Kaohsiung, looping the city in a leisurely speed, while offering unhindered views of the urban architectures and yachts in the harbor through its large carriage windows. It attracts huge crowds for a trial ride. Yet different from the MRT's swiping-card-for-entrance mode of use, the light rail has unprecedented mode of use, e.g., open platforms, unmanned services, automatic ticket purchasing, card swiping and push-button doors, which may be unfamiliar for first-time riders. Designers, after their first light rail ride, are thinking over how to visually guide the riders through design and plan a visual system more in line with riding the light rail, hopefully to make the ride an instinctual, smooth and even pleasant experience. The design results will be presented in this themed exhibition and showcased in the light rail carriage and station near Pier-2.



- 1- 購票搭乘資訊視覺化
- 2- 入站指標及地圖設計
- 3- 輕軌角色設計
- 4- 輕軌延伸視覺標示應用
- 5- 入站地圖設計
- 6~8- 城市資訊設計



ISSUE

為產業設計

Design into Business

走在高雄街道，映入眼簾的是熟悉的記憶符碼：書包大王、牛乳大王、褲子大王，以「大王」為名的背後，蘊含著南部人的霸氣、對品牌的堅持，與在地紮根成長的產業故事，同時也連結著高雄在地人的情感與生活。

為產業設計單元將帶觀眾認識更多不為人知於高雄發跡的品牌，同時在不同時代背景與產業類別出產的大王與其多元性，並策動產業與設計師共創作品，也讓觀者了解設計如何能為企業創造價值。

Stroll along Kaohsiung's streets, familiar signs and memories of "School Bag King", "Milk King", "Pants King" all come into view. The word King manifests the local pride and ambition of Kaohsiung's businesses. Through the designing process, the Design into Business Unit has exposed the commercial value of local good brands. It propels the businesses and designers to design the businesses together which also makes the public understand how design could create value for businesses.

ISSUE

2.1

高雄大王展

Kings of Kaohsiung

高雄城市裡的大王無所不在，是街頭招牌店名，更是飲食起居不可或缺而累積的生活記憶。事實上，在日常生活之間，尚有許多不為人知於高雄發跡的品牌們，默默地供應著南台灣以至全台灣的民生或製造所需。這些來自不同業別、具備專精技藝或產業龍頭地位的企業「大王」，都有著精彩的故事與值得挖掘的獨到秘訣。

產業是人文、地理、經濟活動的融合，也表徵每個時代在城市留下的痕跡，而每一個產業，都有在那個時間興起的背景意義。本次展覽展出的企業品牌們，正象徵了高雄從日治以來不同時代產業發展的軌跡，包括傳統民生工藝、農產品出口、製造業、加工出口業、零售業與服務業等，所串連起來的，猶如高雄產業史與社會轉型的縮影。而他們歷經產業萎縮或外移的挑戰，大部分傳統產業亦面臨無人接班或轉型的挑戰，但至今仍屹立不搖，憑藉著的是異於同業強韌的生存與經營能力。

「大王」一詞是高雄人率性的自信與霸氣，背後蘊含著對品牌的堅持，與在地紮根成長的產業故事，同時也連結著高雄在地人的情感與生活。而大王精神可貴的不只是力度，最重要的是那股可以在波濤洪流中生存的韌性，以及在時代變化下經營的智慧、和因應變化的決斷力。這些時代下的共同記憶、蘊藏其中的意涵，正是高雄的大王帶給我們最重要的啟發。

"Big Kings" in Kaohsiung are ubiquitous, as seen in store names and shop signs, existing in our daily dining and life memories, indispensable and still growing. In fact, in our everyday life there are still numerous brands founded in Kaohsiung but unknown to many, quietly supplying or manufacturing daily necessities to the southern region or all over Taiwan. These "Big Kings" from various sectors, possessing unique advanced craftsmanship or leading the industry all have brilliant stories and exclusive secrets worth exploring.

An industry is the fusion of the humanities, geography and economic activities, and the footprints left behind in a city in each era. Enterprise brands displayed in this exhibition symbolize Kaohsiung's industrial trajectory developed since Japanese Colonial Period. Industries presented here, including traditional everyday crafts, agricultural exports, manufacturing, processing & export, retailing and services, are a microcosm of Kaohsiung's industrial history and social transformation. The industries have experienced the challenge of shrinking or transferring overseas (lack of successors or transformation problems for traditional industries) and yet are still standing to this day, on the basis of their resilient survival and management capabilities, which make them stand out from their competitors.

The term "Big Kings" reflects the uninhibited confidence of Kaohsiung's people with underlying persistence on brands and stories of the growth of local industries, while connecting with the local people's emotions and everyday life. What is so precious about "Big Kings" is not only its strength but also the tenacity that makes one survive the storms of life, plus the management wisdom in different times and decisiveness in response to change. The significance behind these epochal collective memories is exactly the most important inspiration that Kaohsiung's "Big Kings" have brought us.

單元策展單位

日青創藝
Kelio Arts Studio

Q www.kelio.tw



日青創藝有限公司（原為日青創藝工作室）於2012年年底成立。公司現進駐於高雄三餘書店內。以藝術中介者的角色，連結藝術家與創作者，策辦藝文活動規劃、藝文展覽、執行設計整合等工作。擅長在一地方、空間、或與藝術創作者藉著梳理脈絡，找尋以藝文形式與之交往、創發的可能。日青創藝工作範圍包含「日青策展」、「日青好物」、「日青手作」、「日青專研」等不同面向與觀眾進行創意產業、藝文鏈結與溝通的內容。

因關注高雄鳳山文化，擔任「鳳山多寶粥」文創聚落主持單位，進行地方文化田野調查、老店工藝拜訪、地方導覽、在地創意單產業串連、在地藝文工作者培力行銷、藝文活動推廣等。

Kelio Arts Studio was established at the end of 2012. Located in Kaohsiung's TaKaoBooks. Kelio plays the role of intermediary between artists, curators, event planners, exhibitions, and designers, and specializes in finding possible exchanges in certain places or spaces with artists. The scope of Kelio's work includes linking creative industries and art with audiences through curating, fine goods, handmade items, and workshops.

Kelio was awarded a grant by the Ministry of Cultural to manage the cultural settlement Creative Fongshan. In this capacity, Kelio conducted surveys of local cultural features including paying visits on old shops selling handicrafts, leading tours, connecting local creative industries, marketing goods by local craftsmen, and promoting art and cultural programming.

單元展場統籌

三坪半工作室
3.5sqft studio

f www.facebook.com/3.5sqft/?ref=bookmarks



致力於城市公共場域中，透過空間藝術裝置，創造空間場域新想像、繁殖城市新觀點的空間創作者。一群平均年齡約35歲左右的團隊，成員各自擁有不同領域的專長，從擅長自力實作大型場域空間藝術裝置的創作者、活動企畫、視覺設計、空間運營策劃者等，是個擁有跨領域能力的團隊。

雖專長不同，但擁有相同的目標，就是創造可讓民眾親身體驗的空間裝置，突破對於城市空間的刻板印象，激發大眾對於城市生活的新想像。

The team is consisted of a group of young artists, specialized in different areas of urban public art exhibitions, including project design, planning, organization, and creation. The team is devoted to creating new concepts of space and how they could be applied in urban settings. To achieve that goal, the team created spatial art devices that people could experience firsthand, allowing them to overcome traditional impressions of urban space and reach for the unimaginable.

KINGS OF KAOHSIUNG 高雄大王

磚瓦大王 King of Tiles & Bricks

三和瓦窯
SAN-HE TILE KILN

供應全台古蹟建築修復的磚瓦材料

60年代末期瓦窯業市場漸漸萎縮，三和瓦窯開始接受各地古蹟修復案的磚瓦訂製，以堅持傳統工法燒出的磚瓦供應全台灣，現亦積極推廣傳統磚瓦運用於現代裝潢建材，努力突破市場困境，延續產業生命。

“King Spirits” : Be brave to make attempts and changes in response to environments
1918, traditional building materials, centennial atelier
Supplying tiles & bricks for the restoration of historic buildings across Taiwan

The last few years of the 1960s saw a gradual downturn in the tile kiln market. Then San-He Tile Kiln began to receive orders for bricks & tiles from various historic building restoration projects. It always insists on supplying all of Taiwan with bricks & tiles made with traditional craftsmanship. Current efforts are being spent on proactively promoting the utilization of traditional bricks & tiles as modern decoration and construction materials in a bid to break through from its market bottleneck and extend the industry.



大王的精神 ——
因應環境，勇於嘗試與改變！
1918 傳統建材 百年工廠

榻榻米大王 King of Tatamis

大益豐蔭行
Da Yi Tatami Furniture

讓傳統產業再升級

做傳統榻榻米店不願意做的事，遇到不懂的就請教前輩，運用研發的經驗在傳統工藝上，設計獨創做法。堅持每一個細節都要做到最好，不僅獲得『國家品質金牌獎』，也開創高端和國際設計師的客戶，以品質和創新讓傳統手工藝再升級。

“King Spirits” : Give its best for what will last a lifetime for its customers
1957, everyday craft, professional handicraft artisan

Upgrading the traditional industry
The company does what traditional tatami makers are not willing to do, consult with predecessors whenever encountering any problems, and apply its experience in R&D to the traditional craft with exclusive designs. It insists on optimal delivery for each and every detail and has received the National Quality Gold Award, while also developing high-end and international clients, so that the traditional handicraft can be upgraded with quality and innovation.



大王的精神 ——
客人用一辈子的 一定要做好
1957 民生工藝 手作職人

書包大王 BAGS KING

揹不壞的回憶

Endurable memories for enduring bags

珍惜產業變化下的手工命運

書包大王仍維持高度的手工製作，但在產業轉型、低價競爭的市場變化下，員工培養延續不易，工廠人數從三、五百人降至十幾人，書包大王未來可能不再傳承。驕傲的背著大王的書包，或許也將跟有限的學生時期一樣成為回憶了。

“King Spirits” : Honesty + Credibility
1959, labor intensive, handicraft industry

Cherish the handicraft as industries shift and morph
BAGS KING still maintains its highly labor-intensive approach. Yet with industrial transformation and cut-price competition, it's no easy feat to nurture and maintain its staff. The factory staff has decreased in numbers from 300-500 to just over 10 people. In the future, BAGS KING may not be able to continue to pass on its craft. To proudly carry a bag made by BAGS KING will probably soon become a memory like one's limited student days.



大王的精神 ——
誠實 信用
1959 勞力密集 手工產業

高雄牛乳大王 KAOHSIUNG MILK KING

不摻雜的新鮮原味
Fresh flavors with no additives

獨創作法獨步高雄

高雄牛乳大王也提供漢堡、炸雞、三明治等餐點，是高雄人充滿回憶的複合式餐飲店，高雄牛乳大王一路有許多創舉，包括在戒嚴時期 24 小時營業、獨創的法國吐司、開設自助麵包店，亦曾請來日本師傅製作麵包等。唯有強調使用新鮮食材不添加化學製品，是數十年不變的堅持，繼續簡單而踏實的為客人提供老味道。

“King Spirits” : Conscientious business insisting on quality
1966, the first of all juice & dining chain businesses

Exclusive recipes, a pioneer in Kaohsiung
Also on the menu in Kaohsiung Milk King are hamburgers, fried chicken, and sandwiches. It offers a dining experience with miscellaneous menus, an endearing memory for older Kaohsiung folks. It has delivered unprecedented feats such as opening for 24 hours a day during the martial law period, selling exclusive French toast, starting self-service bakeries, and inviting a Japanese master to bake bread in Taiwan. Its ongoing unflinching insistence for the past few decades has been the use of fresh materials minus any chemical additives, while it continues to provide simple but sturdy and familiar flavors to its customers.



大王的精神 ——
良心生意 堅持品質
1966 果汁餐飲連鎖始祖

褲子大王 Pants Kingdom

厲害的不只大鳥
More than the big birds

立足高雄 台灣製造

褲子大王以 30 至 50 歲熟男為目標族群，以齊全的尺寸及主打褲子專賣店建立市場差異性，從高雄逐步展店至中北部直營門市。台灣紡織業曾是重要出口產業，經歷外移與轉型，褲子大王仍堅持與台灣廠商合作生產，並隨時掌握新研發布料運用至自家產品。

“King Spirits” : Relentlessly and courageously marching forward
1995, costume design and retailer channels

Based in Kaohsiung, made in Taiwan
Pants Kingdom targets men aged between 30 and 50, providing a complete range of large-sized pants to differentiate itself on the market. It has over 19 directly-run outlets in Taiwan, starting from Kaohsiung and gradually expanding to the central and northern Taiwan. Taiwan's textile industry used to have significant exports, but with the industry transferring overseas and undergoing a transformation, Pants Kingdom still insists on working with Taiwanese manufacturers, as well as keeping abreast of newly developed cloth materials for their in-house products.



文具大王 King of Stationery

九乘九文具專家
9x9 Stationery Proficient

讓品牌精神從員工傳遞到顧客

創辦人商祐彰出身久大文具中盤商家家庭，從小練就對文具商品的敏感度。精心設計的賣場陳列、管理系統，讓繁瑣的商品和工作得以標準化。九乘九挑「貨精準的」商品力，結合依趨勢規劃主題活動的「企劃力」，再透過教育訓練傳遞給每位員工。以便利的會員制度、企業月結等採購方案，將 Know-How 落實成客人消費的滿足感受。

“King Spirits” : Be earnest and break through all boundaries
1996, specialist in stationery, retailer channel

Transmitting our brand spirits from staff to customers
The founder is from a stationery wholesaler business and has developed a sensitivity toward stationery commodities since childhood. Carefully arranged displays on the shop floors and systematic management have allowed for standardized operations in handling complex arrays of commodities and work. 9x9 Stationery Proficient has a very precise skill in selecting “goods with potential”, and this is combined with their “planning capability” in scheming themed events in line with trends. All the above is passed on to each employee through training. Procurement plans such as convenient membership systems and corporate monthly accounts have been implemented, and their know-how is thus translated into customer satisfaction.



大王的精神 ——
用心，不斷突破界限
1996 文具專門 零售通路

新世代香蕉大王 New-generation Banana

台青蕉
Youth Banana

種的不是香蕉，是文化

在外銷市場式微、國內蕉價不穩定的今日，人稱老王的王繼維，2008 年和青年夥伴返鄉組成「台青蕉樂團」，透過音樂傳遞「台灣青年愛香蕉」和土地關懷理念。以自然農法種香蕉到研發販售產品、辦理地方小旅行活動，以貫穿整個香蕉產業鏈結合社區營造的模式，行銷香蕉和旗山的文化。

New-generation Banana King - Youth Banana
“King Spirits” : Start with Taiwan, develop your own features, philosophy and ethics
2008, from agricultural exports to innovation for regional livelihood

We grow bananas with culture
In times when the export markets were dwindling and domestic banana prices unstable, Wang Ji-wei, commonly referred to as Lao Wang (meaning “Old Wang”), went home to form the band “Youth Banana” in 2008 with his young partners to convey via music the concept of “Taiwan youth loving bananas”, a care for the earth. From R&D to sales, they grow bananas with a natural agricultural approach and organize regional mini trips and events to market bananas and Qishan culture by linking up the entire banana industry and community development.



大王的精神 ——
以台灣這塊土地出發，長出自己的特色、自己的哲學、自己的倫理。
2008 從農業出口到地方創生

企業設計展區邀請在地企業與設計師合作，
透過設計觀點的介入開創企業新面貌！

Invited to the corporate design section are collaborations between local enterprises and designers, who pioneer a brand new corporate climate with their intervention of design perspectives.

RIDE BEYOND

光陽工業股份有限公司 X GUSUGU

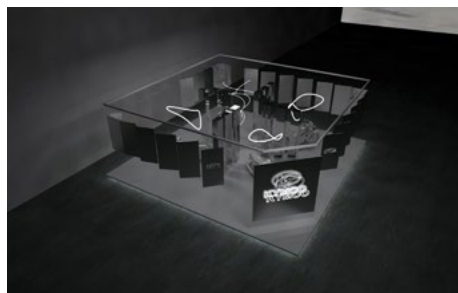
『你有多少感官經驗是繫於騎乘過程中的溫度、光影、聲音、氣味？抑或是繫於共同騎乘的對象、或短或長的騎乘時光、穿梭其中的城市地景？』

前言

於兩千三百萬人生活的這座島嶼上，機車載具伴隨造車工藝的深耕發展及社會脈絡的推進，至今已是深入各地街道的日常風景、台灣人的共同生活記憶，每日無數 A 地至 B 地的路徑移動，串連著我們過去與現今在這座島嶼的流動痕跡，無形中交織成個體生命與機械載具的密切關聯。而身處於機械工藝與科技的時代當中，未來我們又應當如何繼續跟我們的生命環境互動？

關於展

「RIDE BEYOND Project」試圖解構空間、物體、觀者的固有邊界，以發散、折射、堆疊、融合的空間視覺，擾動出觀者對物的另類觀看方式與思考投射，邀請觀者透過抽離日常對於機車的外顯印象，凝視單一視覺化的載具所喚醒的工藝本質，並藉以「綠色動能」、「以人為本」、「智慧創新」為設計主軸的載具，呈現物的創新不斷重新定義著生活體驗，進而透過以「Beyond what it is」、「Beyond what you see」為概念的未來載具象徵裝置，試圖探討當載具不再只是移動的工具時，工藝與科技將如何激發生活想像、帶動人與生命環境的互動及對話，並邀請觀者自人與物的多重關係之中找尋自身對騎乘的記憶投射與未來想像。



光陽工業股份有限公司

光陽集團的生產與銷售據點遍佈全球。同時，光陽也提供生產技術給馬來西亞、哥倫比亞、伊朗、阿根廷、巴西及埃及等六個國家的技術合作夥伴，並在全球 103 個國家設有銷售據點，包含了美洲 25 個國家，歐洲 34 個國家，亞洲 28 個國家，非洲 12 個國家，與大洋洲 3 個國家。光陽的技術核心在於車架結構、燃油引擎、電機電控、傳動系統，因此，光陽的系列產品皆是基於這個技術核心進行發展，包含有街跑車、速克達、電動速克達、沙灘車及多用途運載車、發電機及電動代步車。光陽是台灣機車廠第一家獲得國家品質獎的機車廠，於 1996 年獲頒第七屆國家品質獎；於 2004 年獲頒產業科技發展獎的卓越成就獎；於 2006 年獲頒日本 JIPM 協會頒發 T P M 特別獎；於 2007 年獲頒國際價值委員會的「2007 亞太電子化成就獎」；並於 2011 年獲經濟部頒台灣百大品牌。

GUSUGU

GUSUGU，由空間設計師、視覺設計師、專案企劃組成的三人設計團隊，常駐台北。以概念性內容導向的設計方法提供客戶適切且創新的答案，致力於跨領域的設計整合，尋求並探討不同問題的解決之道，並嘗試藉由不同類型的專案表達對事物的看法，團隊正持續尋找各種有趣的事件切入、擾動出不同的觀點。作品跨足策展規劃、視覺設計、平面印刷設計、室內設計、建築設計、老屋改造等。



堅實守護無所不在

Forged in Fire: World Class Guard

台灣福興工業股份有限公司 X 謝仕彬、洪榆橙

台灣福興是台灣最大、也是世界最大的門控五金公司之一。台灣福興有六十年的企業歷史，殷實穩健的經營態度恰好與其產品個性不謀而合。鎖在我們生活環境中無所不在，其功能意義在於保護重要的事物，且倚賴恆常地堅固實用，正如位於岡山的台灣福興，猶如台灣鎖業中隱形的冠軍英雄，在精密製程的基礎下不斷創新，並積極開創佈局全球市場，默默的守護著每個人的家、企業、員工、台灣鎖業，並擴及到社會環境。

因此本次設計師的展出內容，將從提示眾人生活裡「鎖無所不在」的親近感出發，連結至鎖的堅實與穩固，來自職人們的專注作業、產品設計上的細密、以及製程的穩定度等。同時，也回應台灣福興對社會責任的使命，將企業的歷程與理念展出，同時以鎖為材料設計的「隱形冠軍」裝置作品，為台灣福興作為高雄產業的驕傲歡呼。

在展場設計上，以清冽的玻璃材質與白色為基調，運用穿透性材質創造空間的虛與實，與光影重疊產生的疊影效果，透過白色線條勾勒出清晰的輪廓，以顛覆傳統產業的現代科技感，營造出企業從過去、現在到未來，穿越點線面時空意象。

台灣福興工業股份有限公司

Taiwan Fu Hsing Industrial Co., Ltd.

台灣福興工業股份有限公司創立於 1957 年，是全球門控五金產業不可或缺的領導品牌，主要品牌計有 FAULTLESS(加安牌)、LOCWARE(廣安牌)、ARCTEK(艾德克)等。秉持「創新、服務、品質」三大精神，在產品及技術面不斷與時俱進，近年致力發展高階電子數位化門控系統，結合智慧居家設備，致力提昇消費者更安全、便利的現代化生活。

公司穩健經營一甲子，更不忘履行企業社會責任，妥善落實員工照顧、社會關懷及環境保護，在 2015 年榮獲高雄十大幸福企業。此外，公司以企業力量成立台灣福興文教基金會，16 年來以實際行動推廣文化、教育，於 2017 年甫獲文化部第 13 屆文馨獎「企業文化獎」，我們致力在地深耕，關懷多元面向，期能在這片土地上耕耘出豐厚的人文涵養。

御筆室內裝修工程有限公司

YU BI MULTI SPACE DESIGN CO.LTD.

www.facebook.com/YUBIDESIGN/

御筆室內裝修工程有限公司成立於民國 93 年，公司成立 14 年期間，台灣設計工程案約佔公司營收百分之 35，另外在海外市場以中國設計案為主，約佔百分之 65 營收。除中國上海、北京、雲南、湖南、安徽 等各省外，今年也將設計服務範圍延伸到澳洲雪梨。這 14 年當中服務過的設計與工程案涵蓋住家、商空、飯店民宿、醫院、展覽館、美術館 ... 等私人與大型公共空間。針對展覽空間這部份，本公司承接過台中科博館、國史館台灣文獻館、台東史前博物館、高雄歷史博物館、高雄市立美術館 等展覽空間，加上民間展覽空間一共完成過幾十個案例，展覽案也是本公司較為專精的設計之一，今年執行中的展館案例代表為安徽蕭縣書畫創意展示中心案 (1700 坪室內空間)。

洪榆橙

於 2012 年底成立日青創藝，以藝術中介者的角色，連結藝術家與創作者，策辦藝文活動規劃、藝文展覽、執行設計整合等工作。日青創藝工作範圍包含「日青策展」、「日青好物」、「日青手作」、「日青專研」等不同面向與觀眾進行創意產業、藝文鏈結與溝通的內容。公司現進駐於高雄三餘書店內。因關注高雄鳳山文化，擔任「鳳山多寶粥」文創聚落主持單位，進行地方文化田野調查、老店工藝拜訪、地方導覽、在地創意產業串連、在地藝文工作者培力行銷、藝文活動推廣等。

美好的朝食 純淨天然

馬玉山食品工業股份有限公司 × 種籽設計

理想的朝食為一日之本，藉由，五穀雜糧的新食力，紅藜、黑芝麻、薏仁、黃豆、紫米，展開五個色彩的語言溝通，透過空間、器物、商品、飲食的行為展現當代朝食新語言模式。

美好的一天，由朝食開始。

馬玉山食品工業股份有限公司

Q www.greenmax.com.

位於台灣高雄市，自 1961 年創立的第一天起，企業秉持一個目標與信念——「食品產業是良心事業」，對各項產品品質流程管控下了極大實質功夫，由專業的實驗品管部門來為各項產品把關；這些投資都是為求提供消費者最合乎自然的食品，並在食用美味穀飲的同時，亦能保持健康養生的最大關鍵。

2015 年更以美學價值出發，結合多方文創的概念，打造具舒適品味的「紅頂穀創穀物文創樂園」，讓消費者能近距離接觸馬玉山及穀物知識學習，藉由藝術結合，還可發現設計者們不同的創作與巧思，彷彿是一群熱愛穀物的生活玩家，共同分享彼此的想法。

2017 年 9 月 15 日，更榮獲經濟部頒贈「優良觀光工廠」，更加證實本館，除了在生活創意不遺餘力之外，同時兼具公共消防安全衛生，是教學參觀、藝文展覽、手作課程、咖啡餐飲、觀光旅遊的最佳選擇。

種籽設計有限公司

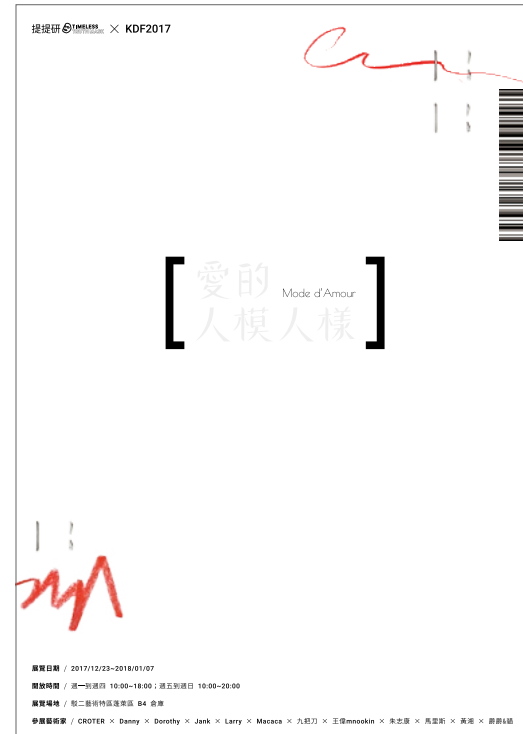
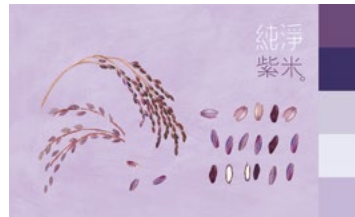
seedesign

Q www.seedesign.com.

種籽設計 · 文字出發者 · 喜歡寫字畫畫及手作的力量。

作品曾獲 iF 包裝設計獎、金鼎獎、亞洲最具影響力設計獎、金點設計獎。

有感於華文節氣飲食生活文化浩瀚，2012 年成立節氣飲食研究室已出版 [二十四分之一挑食] [你好土我好菜] [台灣漬] [因愛料理] [台灣好野菜] [跟著節氣學吃] [台灣醃醬] [米丸子俱樂部] · 八本書。



愛的人模人樣特展

這個世界的運作很快，網路社群的發展使人與人之間連結更加緊密，比起過去我們關心環境，包含自我價值的認同、對人群的關懷，對土地的熱愛，在這個與人互動過程中發現愛，這份愛的核心來自人本的精神，也讓我們開始思考學習分享所見，此次的策展展現台灣創作者在美學的開拓創新，在細膩的觀察中透過作品實踐人與人之間愛的關懷，詮釋愛的模樣，提供來觀展的觀眾們多元的視角，讓大家在這裡能夠得到更多的樂趣，拉近內容與觀眾的距離，藉由展覽觸發思考走出展場後，為自己展開新的行動，讓 " 愛 " 在這個世界不停的傳遞下，建構出屬於這個時代的精神。

提提研

Timeless Truth Mask

Q www.ttmask.com/

征服法國的台灣面膜
國際級面膜專家 - 提提研

提提研不只希望拉提使用者臉上的微笑曲線，更希望透過對產品挑剔與鑽研，拉高面膜品質的新基準。

可能沒有一個品牌比提提研更像一個「人」了。2005 年從一片代工面膜，到 2015 年成為唯一征服法國的台灣面膜品牌，除了品質，我們靠的還有粉絲們的分享加持。懂得堅持品質，更懂得分享的價值，從不按牌理，卻從不違反待人、做物的真理，這就是提提研。

造一席之地

Stay Origina

祥業工業股份有限公司 X 黃涵宜

以 4 米微型伸展台呈現一把椅子的誕生

以實際的祥業工業工廠作為意象，建構出 4 米長的微型伸展台。鋪滿數百萬顆的塑膠色母原料的地面作為基礎及原點，在靚紅的空間中一步步展開。

一把當代極簡設計、一體成形的椅子從佈滿原料的地面漸漸浮現、成形，呈現從原料、設計到製成等創造的過程。

祥業工業股份有限公司
SHIANG YE

Q www.shiangye.com/

祥業工業自 1978 年創立於高雄，從一張許多台灣人都共有共同記憶的「洞洞鐵板折合椅」開始。至今累積近 40 年椅子製造的技術與經驗，在許多學校機構、政府機關、公司行號或大眾交通驛站，皆能發現其蹤跡。

於 2010 年創立自有品牌 SITPLS，結合當代設計語言與台灣製造，從生活經驗、人體工學等機能性考量，製作貼近現代生活空間之傢俱，並希望設計椅不再是難以入手的收藏品，好設計就在日常生活裏。多項產品榮獲德國 iF 金獎、RedDot 紅點、美國 IDEA 等國際設計獎項。祥業工業持續實踐在地品牌的原創價值，將好設計更普及的跨區域、跨國界體現於人們生活中。

祥業工業

從高雄出發，累積 30 餘年

椅子製造 20 年
自有品牌 08 年

I SITPLS I

結合當代設計語言 | 台灣製造 | 生活經驗、功能造型 | 細節

製作更貼近現代生活空間之家具。

祥業工業創意總監 黃涵宜

出生於台灣高雄。在台灣大同大學工業設計系取得學士學位，隨後前往義大利米蘭 DOMUS ACADEMY 取得 Master in Design 碩士學位，2008 年 8 月，黃涵宜加入父親創立的祥業工業，為這間招牌的傳統產業注入新的世界設計觀，比起從零開始建立新的公司、新的制度，改變一個既有情況和既存觀念要來的更困難。祥業工業的設計企劃部門成立了，這個設計團隊也在最初的兩個案件中立下了部門的價值。兩張部門成立後的產品 NOVITE- 全球首創零鐵件折合椅和 SLIM- 厚度僅 2.5 公分的輕薄型折合椅，一舉拿下數個設計獎項，其中還包括了德國 iF 設計金獎。



相招來去打狗

將打狗啤酒，在製程、行銷與風味上的勇於嘗試的實驗精神，幻化為一台行動啤酒實驗室車，讓打狗的啤酒精神，隨著車子進入城市中的大街小巷，與大家分享。

載著妳的祝福到處走

鋼筆，具備了贈與他人，願職場與學業順利的祝福。而我們，則可以不受限於時空，於任何地方將心中那份無形的心意，則隨著筆墨，在紙上化為有形的祝福。因此我們透過車子的可穿梭於城市大街小巷的可移動性，邀請大家，到小車上坐下來，寫下祝福，寄出心意，在城市中，採集祝福、傳送祝福的橋樑。

Master of 「汽」

彈珠的晶瑩剔透，就如同榮泉在製程上的講究與用心。因此，我們讓一顆顆的彈珠，化身為一滴滴被呵護製成的汽水水珠，緩緩地滴入彈珠汽水瓶裡，成為我們手中那香甜好喝的彈珠汽水。

打狗啤酒

2014 年由高雄某家咖啡館的閣樓起家，選在高雄落地生根，成立打狗啤酒廠，每一座十噸酒槽都代表著品牌的堅持，秉持款待台灣的精神與理念，期許成為「亞洲精釀文化的代表」。

打狗啤酒重視消費者飲用細節，因此在 2015 年成為第一個被消費者接受的進入即飲市場的精釀啤酒品牌，隔年踏上國際午宴的舞台，同年外銷香港與馬來西亞等國。

我們迎接潮流，但不隨波逐浪。參與許多台灣在地文化活動，「2017 年擔任韓國釜山影展指定用酒」，成為媒體焦點，被受關注的同時積極充實自己，開立第一家實體店面「拾酒」。

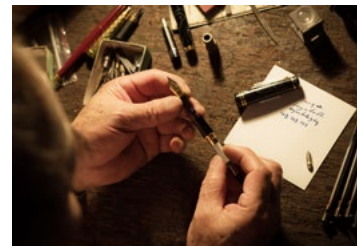
帶著屬於南台灣獨有的熱情，容納各國文化的柔軟身段，堅持好品質的釀酒工藝，在世界各地尋找最好的原物料，讓大家喝到打狗啤酒時，正如同釀酒師在酒廠喝到的第一口生啤酒飲酒是一種享受，用放鬆愉悅心情，感受生活上動人事務，熱情有活力、勇於創新，這就是我們的品牌精神「打狗啤酒」。

創作者 | 三坪半工作室、傅子峻、楊閔棟、鄭雯文、郭奕興

SKB 文明鋼筆

SKB 文明鋼筆創立於西元 1955 年，以製作鋼筆起家，是為台灣文具品牌商。一直以來深耕台灣，並以知性、美感、流暢的精神研發產品，以高品質，大眾化的價格，為廣大顧客提供優良的書寫工具。

創作者 | 三坪半工作室、傅子峻、楊閔棟、鄭雯文、郭奕興



榮泉彈珠汽水
RONG CHYUAN GLASS
BALL SODA WATER

汽水工廠已走過一甲子的時間了秉持著傳統的技術及創新的口味延續這項在地的文化。讓我們期待未來一甲子榮泉「新」的變化！

創作者 | 三坪半工作室、蔡俊民



ISSUE

為地方設計 Design into Local

旬味，高雄

不只人跟著時間走，大自然的一木一樹，也在細微的氣象物候變化下，長葉、結果。為地方設計展區以「旬味，高雄 Land of Kaohsiung」為主軸，邀請大家走入高雄的山、海、平原，跟著二十四節氣＜旬味＞刊物的物產報導與設計，一期一味感受順應節氣時序的生活，跟著南方小農觀察物候的變化，品味隨著季節變化的滋味。從土地，認識高雄；從文化，理解高雄；從旬味，更貼近高雄。

Land of Kaohsiung

Not only do humans follow the lead of time, but do all plants in life, growing leaves and bearing fruit in minute climatic changes. Featuring "Smells of the season: Land of Kaohsiung," the Design into Local section invites everyone to Kaohsiung's land, sea and plains and follow the 24 solar terms in "Smells of the season," a publication on produce and design to experience a life in compliance with climate and solar terms, observing, alongside independent southern farmers, climate-based changes in produce and savoring flavors that alter with seasonal changes. Meet Kaohsiung by standing on earth. Understand Kaohsiung from its culture. Get close to Kaohsiung from sampling seasonal flavors.

單元策展單位

透南風文化創意有限公司
Southern Winds Studio

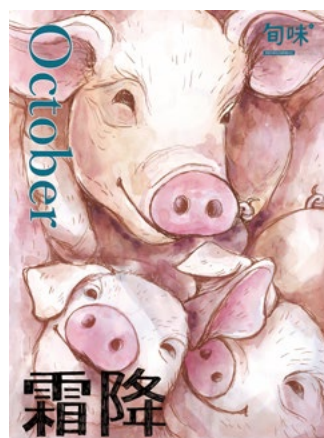
f www.facebook.com/pg/透南風工作室 -276007525768617

透南風

氣象學的「南風」講的是從南方吹拂上來的溫暖氣流，因為溫暖所以潮濕，這跟節氣運行是息息相關的自然現象。居住在都市的朋友離土地與節氣有點遠了，所以不易察覺環境的變化。而生活於鄉野間的朋友，尤其是從事農業的朋友卻是依著節氣勞動作息的。因著熱愛南方獨特的氣味，秉持著與人分享的態度，還背負著幾分社會改革的責任，長期在南部從事影像創作、社區營造、藝術創作的伙伴於2011年成立「透南風工作室」，以厚實質樸的文字影像集結在地力量，透過出版品、展覽、活動策劃、透南風咖啡聚場等形式敘述南方的漁農業、傳統工藝、老職人、地方人文故事，期望透過一道道溫和的南風傳遞台灣南方質樸和順應季節而生的產業型態和勞動作息。

In meteorology, "southern winds" refers to the warm air flow originating from the south, with the warmth bringing humidity; this is a natural phenomenon that is closely tied to the movements of the solar periods. People who live in the cities, far from the soil and nature, find it hard to notice such environmental changes. However, those living in the countryside, especially persons involved in agriculture, still live their lives according to the solar periods.

Because of our love for the unique flavors of the south, our belief in sharing with others, and our strong sense of responsibility for social reform, we founded Southern Winds Studio in 2011 after years of working in image production, community reform and the arts. Using well-grounded and modest text and image design combined with local culture, we showcase the traditional lifestyles and stories of fishermen, traditional artist, old craftsmen and the region through publications, exhibitions, event planning, cultural travels, Southern Winds coffee gatherings and other forms of storytelling. We hope to convey the rustic nature of Southern Taiwan and the forms and routines of different seasonal industries and labor in a way that is like the warm, gentle southern winds breezing across the Island.



ISSUE+

為生活設計 Design into Life

生活包羅萬象；都市繁忙的交通人潮、鄉間清晨的鳥叫蛙鳴、工作的熱情與無奈，越認真地去浸淫、感受，生活的面向就越豐沛。從生活中最不以為意的細節看見尚未克服的難題，再由這樣的「枝微末節」發展出一套設計，挑戰十足的成就。

「ISSUE + 為生活設計」便是期許能以這樣的心情「小題大作」，提升生活的品質並重新思考生活的意義。

Life is all-encompassing. What with the busy commuters and traffic in bustling cities, early-morning chirping birds and croaking frogs in the countryside, the passion and frustration at work, the more immersed and engaged one is, the richer life has to offer in its many dimensions. Identify the not-yet-surmounted hurdles in the least eye-catching detail and develop a set of designs based on such minute details. "at the far end of a twig," hence a great feat in challenging one's capabilities.

Such is the stance of "Making a Big Deal out of a Small Issue," which underlies the spirit behind "ISSUE+ Design into Life," aimed at improving life quality and re-thinking the meaning of life.

規劃執行單位

好心地圖創公司
Howdy Creative



好心地圖創有限公司自 2013 年立足於台中文藝產業興盛的西區，是一群擁有設計、文創、商業背景的七年級生成立，本著「宣揚、扶持獨立創作者的理念」，以實體店面結合網站力量，開設公平交易平台「好的」，依工藝家和小農自訂價格販售商品，僅收取管理費，作為持續發展營運基金。平台進駐台中土庫社區，也開啟與居民互動，感受到都市少有的人情味，2014 年以自身力量發起「好鄰居計劃」，拉近與居民之間距離。2015 年受高雄駁二邀約，將於園區中設立「好的」分店，將團隊擅長之品牌規劃、包裝設計、產品加值設計等服務，帶入南台灣，為高雄在地工藝及社區小農生產之產品加值。

Founded in 2013, Howdy Creative is located in West District, where the cultural and creative industry prospers in Taichung. Our team members are around 30 years old with the backgrounds of design, cultural and creative industry, and business. With the goal to support independent creators, we have a brick-and-mortar store and an online shop, maintaining a fair-trade platform, Howdy.tw. Artists and small farmers can set price themselves and pay a small amount of management fee for our maintenance. The store is in Tuku community Taichung, bringing intimate interaction with the residents. In 2014, we launched "Good Neighbor Project" hoping to form a positive bonding in the area. The next year, Howdy Creative was invited by Pier-2 Art Center to establish a branch of Howdy.tw in Kaohsiung with the aim to bring the concepts of branding, package design, and product design to local crafts and agricultural products.

好心地圖創：howdy-creative.co/home/
粉絲團：www.facebook.com/howdyInTw/
好的網站：www.howdy.tw/



御鼎興純手工柴燒黑豆醬油

Q www.ydsin1940.com/

「一瓶賀醬油，一輩子的情分」，御鼎興純手工柴燒黑豆醬油「老品牌，新出發」。西螺在地超過一甲子的老品牌以新的包裝、新的概念重新出發。

Yu-Ding-Shing Wood-fired Black bean Sauce

"A bottle of soy sauce, a lifelong friendship." Yu-Ding-Shing (YDS) black bean wood-fired soy sauce, old branding with a new start, over 60 years of experience, we now launch our products with new concepts and new packages.



走走家具

Q www.gogohome.tw/

f www.facebook.com/ILoveGOGOFurniture

走走家具是為都會族群設計的「帶著走的家」，注重美感與實用、簡易重複組裝、易搬運及環保，解決搬家時的困擾。全套八件家具符合小空間的生活需求，改善搬家問題並提升生活品質，榮獲 2017 年國際設計 - IF 與 Reddot 雙獎肯定。

GOGO Furniture

GOGOFurniture is an 8-piece home collection designed to embrace the concept of change while nourishing the need to feel home. It emphasizes simplicity, adaptability and portability, keeps functionality and comfort constant and through all this, it aims to connect. GOGOFurniture is the solution that brings enhanced quality of life into smaller spaces and provides a portability perfect for people on the move.



小器梅酒屋

Q https://thexiaoqi.com/grab/plums/

與大阪梅酒屋本舖合作，引進日本各酒造精心釀製梅酒、果實酒，讓台灣與日本零時差，享受豐富梅酒生活。

Xiaoqi umeshuya

We offer more than 100 different kinds of umeshu directly from Japan. Let's enjoy the umeshu culture in Taiwan!



濱線熊

f www.facebook.com/hamahoshi/

濱線熊是來自於外太空哈瑪星的小熊，為了來到地球尋找另一個哈瑪星而展開旅行，透過角色藝術來介紹地方文化。

HamasenBear

Hamasenbear is a designer team which focuses on character, papertoys, graphic and package design. The creative, innovative, joyful styles are the creation spirits of their works. Also, the designer team use their unconstrained inspiration to produce these happy monsters.



食菇

f www.facebook.com/search/posts/?q=eat%20mushroom%20食菇

蘑菇少女期望能讓「食菇」代表著放鬆、放空、不需要思考任何事情。讓大家能暫時放下現實中的煩雜一同進入無盡的異想世界。

Eatmushroom

Mushroom Girl expect that "Eat MushRoom" stands for relaxation and ease. You do not need to think about any annoying matters. Let us put aside all troubles in our real life. "Eat MushRoom" will lead you enter for the endless fantasy world.



isni 手作皮革專門店

Q odatakao.com/

f www.facebook.com/tw.isni/

isni 匯集各國的天然材料，透過線條與角度來呼應細膩的風貌，並通過手作技藝呈現出作品的表情。

ISNI HANDMADE LEATHER

isni handmade leather have brought together fine leather and metal materials and artistically present them through craftsmanship, reflects the integration of down-to-earth style and artisanal handicraft.



黑角設計

www.facebook.com/BlackJokerTW/

Black Joker 黑角設計成立於高雄，LOGO 以小丑形象設計，象徵品牌設計精神為「幽默、快樂、生活化」！

Black Joker

Black Joker was originally founded in Kaohsiung, Taiwan in 2007. The logo of Black Joker is based on an image of a clown. It shows the spirits of our brand are "humor, happiness, and life enjoyment"!



Lasa

www.lasachang.com/

Lasa, 偽彰化人，在表哥的汽車與漫畫堆裡長大的怪女孩，會畫圖、設計、策展、陳列佈置、企劃，我有點內向、我的熱情藏在我的作品裡。

Lasa

Lasa is not a common name for a girl. Lasa can drawing, image design, curation and project manage. If you are looking for something interesting, something newfangled please come to visit me.



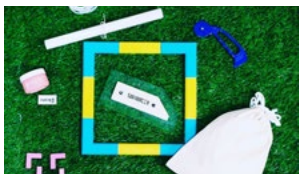
茆

www.yintaiwan.com
www.facebook.com/yintaiwan/

「艸」來自這片土地的草根性。「印」是找到我們的生活記憶。「茆」創造有故事的新臺灣味。臺灣原創設計，有故事的臺灣味印花，Yin Taiwan。

Yin Taiwan

"+ +" presents the roots of Taiwan local culture. "印" means the material that warms up our life. "茆" brings the new Taiwanese of the story. Taiwan original design, a story of Taiwanese patterns, Yin Taiwan.



RETRO 印刷 JAM

www.jamtaiwan.com/

一間來自大阪的孔版印刷專門店，主要提供具有獨特風味的 RETRO 印刷服務。孔版印刷服務 ---SURIMACCA (大阪腔「不刷一下嗎？」的意思)，如同絹版印刷的原理，但與傳統絹印在製版方面完全不同的邏輯，有著讓人不由得「！」的數位製版速度。搭配自社開發的 SURIMACCA 新式絹框，像積木一般可自由組成不同尺寸，讓印刷更為彈性。

RETRO INSATSU JAM

Retro Insatsu JAM is a printing company based in Osaka, Tokyo and Taiwan. We specialize in Risograph printing which makes unique and colorful results on each print. In addition to provide screen making services, inks and silkscreen kit "SURIMACCA". We also hold regular workshops and events. Let's "Play with print, play on print"!



生活再製

www.relive418.com
www.facebook.com/Relive418/

Relive 生活再製由生活中尋找關於人的共同記憶，並運用傳統五金加工技術將其再製成為各式日常生活風格器物。

Relive

Relive is a Taiwan local brand founded in Pingtung. It tried to look for common memories and vintages about people around our life. To upcycle and re-create daily life style utensils by traditional metal processing technology.



安可

www.facebook.com/ancoceramics/

「安可」以手捏陶製品為主軸，提供有別於快速且大量生產的機器製品，以海洋、山林、土地、動物為創作靈感，藉由陶土千變萬化的可塑性，創作出對自然的讚嘆。產品帶有十足趣味，成熟的手工技法與溫潤的釉色，商品以實用兼顧美感為主。

ANCO

100% handmade ceramic works created by ANCO offer you a sense of warm and uniqueness different from machine-made products of rapid and mass production. Inspired by the ocean, mountains, earth and animals, ANCO's ceramic series materializes the possibilities of clay and pays homage to the wonderful nature. With a hint of playfulness, refined craftsmanship and heartwarming glaze colors, ANCO's works are the perfect union of aesthetics and practicality.



鳥飛古物店

www.facebook.com/asukaantique/

感受老件溫潤皮殼及使用感，探求物件一切可能性。藉由所見到的所有，實踐心中所想像的那片美好。

Asukaantique

Feeling the warm and gentleness of the antiques and using them, exploring all of their possibilities. Through all that we have seen, we can realise the beauty in our imagination.



一卡通票證股份有限公司

www.i-pass.com.tw/
www.facebook.com/ipass.card/

一卡通除了可代替交通票卡使用之外，還可作為電子貨幣購物使用。使用一卡通，省去您找零錢、搭車購票、盡享購物樂趣，讓您在台灣旅行快樂便捷、暢遊全台最輕鬆。

iPASS Corporation

The iPASS card not only can be used as a transportation ticket, but it also is an electronic money which can be used for shopping. Enjoy your life in Taiwan by using the iPASS card which provides you an easier, convenient and discount in your trip.



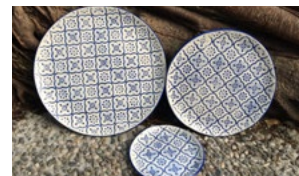
三星四季青花瓷

3s4s.weebly.com

工作室位於宜蘭三星鄉純樸的小村莊，這兒充滿人文和自然元素，每件器皿均為百分之百「由手製造」，追求獨有的樸實手感，每個青花圖騰設計的背後都有宜蘭在地故事與象徵意義，讓您在日常餐桌上，皆能感受宜蘭的四季之美。

Sanshing Four Seasons Blue & White Pottery Studio

Sanshing Four Seasons Blue & white pottery Studio is located in Yilan County, Sanshing Township. You can find profound culture and enjoy the nature of countryside here.



陶引工房

www.facebook.com/taoyindesign/

希望【陶】瓷溫潤且富有情感的溫度，用心傳遞至您的手中，【引】領您捏塑出質感生活、趣味樂活、品味慢活的生活態度。

CERAMIC STUDIO

We wish to give warm and fulfill with emotional temperature to your heart with Ceramics and lead you a fun and lively, life-savoring.



咱誌

artqpie.weebly.com/zine-shop.html

取名為〈老派月曆之必要〉在於此紙本以過往常見的日常生活必需品「字典」以及「月曆」作為版面設計發想的結合，透過舊時大家經常使用的物件來喚醒近來大眾對於活版印刷的疏離感。

Let's Zine

2018 Let's Zine Letter Press Calendar - Every Dog Has His Day



一抹月 X 山川設計

www.facebook.com/yamakawadesign/

山川設計有限公司，在 2012 年於台南成立。營運項目除了完整的設計服務流程與產品開發之外，本公司近年來致力於在地文化元素再創新，團隊為台灣唯一自主研發月桃捲枝結構設計應用之團隊，利用月桃自然特性將半捲枝的結構設計落實，並配合工業量化製程開發一系列家具、家飾等產品。表現材質特性及當代新東方設計美感。

Moon WayX Yamakawa Design

Yamakawa Design co., Ltd is sponsored by Japanese company R.F. YAMAKAWA, founded in 2012 in Tainan. Business area: Complete product design process, branding, product design, CI system. In recent years, we try to cultural elements and innovation, combine with modern design thinking, create a market for design craft products.



SKB 文明鋼筆

www.skb.com.tw/

SKB 文明鋼筆於高雄鹽埕區發跡，成立一甲子，以製作鋼筆起家。一直以來深耕台灣，並以知性、美感、流暢的精神研發產品，以高品質，大眾化的價格，為廣大顧客提供優良的書寫工具。

WEN MING FOUNTAIN PEN MFG.CO.,LTD.

In 1955, the Company was officially renamed "Wen Ming Fountain Pen Mfg.Co., Ltd.", and ever since has been well-known as a Taiwanese fountain pen brand. In the 1980s, Wen Ming developed the "SKB-SECRETARY", making it a brand known to almost every household.



這地

akamudeco.wixsite.com/design
www.facebook.com/akamudeco/?ref=bookmarks

AKAMU 是希伯來文「地球、土地」的意思。這地的訴求：「The Path Of Grace / 盡得優雅」深信那些特別的經歷，教會我們良善，找到與世界對抗的方法，在渴求從破碎到自由的過程中，活出生命最優雅的姿態。因為神所要的祭就是憂傷的靈，神必不輕看憂傷痛悔的心。- 詩篇 51:17

AKAMU

"Akamu" is the Hebrew meaning for earth. We believe the vessel making by earth, can become the poem container, all suffering, sorrow and smashup we meet, will be packed then switch to a beautiful crack, keep persisting on the world.



石三木廠

www.facebook.com/KuanYuMuYeShe/

位於南投的一間傳統木材代工廠，30 年老師傅的工藝以及對於品質的堅持，一路走到現在。以傳統木工技術結合現代數位商品，創造出和諧的完美結合。

thirteen woodworking

A traditional wood foundry factory in Nantou, Thirteen Woodworking has made its way by the master's 30 years of experience and the focus on quality. We bring new ideas and innovation to the sunset industry, using the eco-friendly features of wood and bamboos to diversify our products. Furthermore, we fuse technological products with traditional techniques of carpentry to make a harmonious creation.



JEmarble 大理石

www.jemarbletw.com/

JEmarble 創立於 1994 年，專門生產大理石生活相關用品，石材皆採自台灣花蓮的天然大理石，大理石特點為防霉、耐用、有質感，讓您陶醉在生活的每一刻。

JEmarble

Founded in 1994, JEmarble produces daily necessities made of marble from Hualien. Marble is mold-proof, durable, and sophisticated, making you enjoy every moment of your life.



老屋顏

www.facebook.com/OldHouseFace/

「老屋顏工作室」成立於 2013 年，兩年多來實際走訪各地，收集有關台灣「老房子的容顏」，紀錄鐵窗花、磨石子、磁磚等新建築上不再使用的老屋元素，拍攝收集各個建築年代的老房子建築立面、裝飾，並在「老屋顏粉絲團」上持續分享。

Old House Face

Old House Face was founded in 2013. Our team spent more than 2 years documenting the elements of old houses in Taiwan, including old-fashioned window patterns, terrazzo, and tiles, which are no longer applied nowadays. We photographed old houses of different ages and share them on our Facebook fan page.



田品堂

www.tashina.com.tw/
https://www.facebook.com/life.tashina/

本著「創造美好的農產新食代」的初衷，創立田品堂。田品堂將台灣在地食材開發出各種不同的食品。希望就是能夠將台灣農產多元化

tashina

With the goal of creating a new age of agricultural products and food, we founded Tashina. Tashina has developed various kinds of foodstuff from Taiwanese local ingredients, hoping to bring diversities to agricultural products in Taiwan. From farming to production, every procedure is self-managed, which guarantees the food security.



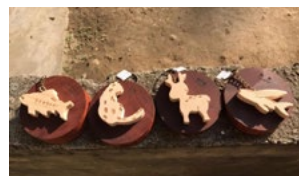
木匠兄妹

www.carpenter.com.tw/

來自台中后里的一對兄妹，傳承了父親的細木作工藝，加入設計、童趣、好玩的元素，發展出一系列木製家飾、文具、生活用品、燈飾、玩具、童玩，讓古老的木頭素材有了耳目一新的面貌，這就是「木匠兄妹」。帶著一份夢想，更帶著一份使命，將傳統的夕陽產業注入新設計、新思維、新創意，為推展台灣在地工藝盡一份心力。

Carpenter

From Houli, Taichung, a brother and a sister inherit the techniques of carpentry from their father. With the elements of design, playfulness and fun, they developed a series of furniture, stationaries, daily necessities, lights and toys, creating a new look for wood products. The goal of The Carpenters is to apply new design and new ideas to the sunset industry and promote local craftsmanship in Taiwan.



樂樂木

www.taiwanwoodlove.com/

樂樂木產品創作時即以能生活化與量產可能性為主要產品概念，希望能用溫暖的木頭為媒材，不用繁複的工藝手法堆疊出昂貴的工藝品，而是以更簡單更能生產量產化但不失設計感與傳統文化意涵的實用木製品。

Lo-Lo wood

The main concepts of Lo-Lo wood's production are daily life and mass production. By using the material of wood, instead of complex techniques, we try to produce much simpler products with design and tradition.



4 樓公寓 · 氣味事物

www.facebook.com/4fsoap/

從小從北到南搬過無數次的家，媽媽總說「只要能有自己的房子，這輩子就心滿意足了」，直到我們搬進了 4 樓公寓，雖然不是什麼豪宅也沒有高級的裝潢傢俱，就是很普通很普通的小公寓，有著一家人生活瑣碎，還有黃金鑽石買也買不到的回憶。這就是我們的家『4 樓公寓』，我們透過雙手製作一系列天然精油氣味居家用品，在家寧靜片刻，也能感受這份簡單的美好！

4fsoap

Since I was child, my family constantly moved from one place to another. My mom always said it would be enough if we could own a house until we moved into a 4th floor apartment. Although it's ordinary, it has our family's daily life and the memories that no money can buy. This is 4th floor apartment. We make natural essential oil to let you feel like home.



果然氏

www.facebook.com/cropoftheland/

果然氏這個名字是採自聖經裡的一段話，我們在創作中與木頭對話，用雙手回應木頭所給予的感受，在想像中磨出火光，生產出與樹木、土地、生命交織相容的作品。

Crop

The name of Crop is from a quote of Bible. We communicate with the wood through our hands giving response. We use our imagination to create works mixed with trees, land and life.



小陶器

littlepottery.weebly.com/

每一道工序，因手而留下痕跡；每一件器物，因用而更具生命力。我們透過器物設計與手工製作，將陶器自然融入生活裡，讓使用者能感受手作幸福的溫度，期待簡單的生活，也有那美好的風景。

Little Pottery

In every procedure, we leave marks because of the hands. In every object, we give it life because we use it. Through design and hand making, we involve the pottery into our life. Everyone who uses them can feel the warmth.



林靖蓉

Q glassartistlynnlin.weebly.com/

這裡的每件玻璃製品都是我 在 1200°C 的高溫下以手工製作完成的，將我內心的情感，無形的思緒與悸動，透過創作，化為有形的生活物件，願與喜愛玻璃藝術的朋友們分享。

lynn lin

Each piece is dedicatedly made under the temperature up to 1200°C. Through out my creation, my mind and flow of thoughts are materialized in a form of daily utensils. May those who love glass love it as I do.



嫋嫋 murmur

f www.facebook.com/MaMamurmur/

喜歡有細節且不受拘束的風格、創作時會不斷 murmur 的兩個女生：左撇子的小猴天馬行空，大膽狂放；右撇子的阿祥手工細膩，注重細節。視每件親手打造的皮件作品為自己的寶貝女兒，注入 100% 的用心與感情。

MaMamurmur

Two carefree girls like to murmur when they are creating. Xiao Hou is left handed with wild thoughts and ideas. A Xiang is right handed with subtlety. All the leather goods are 100% affection to the baby daughter.



布菀瑟

f www.facebook.com/ohyablossom/

現今已經幾乎沒有人在做鐵花窗了，這就是我們「想保留的」，也許不曾與它在同一年代，但鐵花窗仍然為這些家裝飾著，鎖緊在水泥柱上是每個家的滿滿回憶，而每天變化著的鏤色，也讓家有與眾不同的時間軌跡。布菀瑟 Blossom 希望將鐵花窗的這份美感和價值延伸，所要傳達的精神為「將舊有物品延伸出新生命」。

Blossom

Now barely no one does the old-fashioned window patterns while those are what we want to preserve. We might not belong to the old times, but these windows still decorated some old houses, representing the memories of family. Blossom wants the beauty and value to continue and to bring the new life of old objects.



Truvii

Q www.truvii.com.tw/v2/official

Truvii 是台灣的自創品牌，「分享樂趣 設計生活」是我們品牌發展的主要方向。使用者透過產品，可以得到使用上的樂趣；而生活也可以透過設計，過的更簡單。

Truvii

Truvii is a Taiwanese brand. "Share the fun & design the life." is the goal of our brand. Users can get the fun when they use our products. And the life can be easier by design.



集瓷

Q www.shuandws.com/#indexMenu

集瓷 cocera 是創造幸福與記憶的新瓷壺的新品牌，集瓷年輕第四代對於陶瓷創新所創立的，是一個對陶瓷傳承創新的熱忱，新旺 - 是阿公的名字，他塑造了許多家陶瓷的事業開始；許新旺陶瓷紀念博物館帶您體驗新旺阿公在鶯歌製陶四代的轉折與創新歷程與文化。

COCERA

COCERA is a brand of happiness and memory. The new generation of the family want to pass on the passion for ceramics. Grandfather, Hsin-Wang, molded the family business. Hsin-Wang Shu Ceramics Memorial Museum tells you the story of the business of four generations and innovation.



七三茶堂

Q 7teahouse.com/
f www.facebook.com/7teahouse

七三茶堂自許為茶葉的精製者，除了專心製茶，也期盼將茶文化帶入現代人的生活，一同『茶覺生活中的美好』

7teahouse

7teahouse is a tea brand which produces high quality tea and Taiwanese tea only. "We believed that a perfect day begins with a simple cup of tea."



摩咕瑪沙工作室

Q yoshiki0814.wixsite.com/mogu-masha

產品全部都由工作室的設計師與師傅一起把關，堅持作品的設計、品質、實用與創意，外加一點隱藏的小貼心，才是我們想要分享給大家的初衷。木頭天然的質感與設計師的巧手，將會帶給大家一場快樂的設計饗宴。

MoGu MaSha

The designers and masters of MoGu MaSha studio insist the quality, design, practicality and innovation of the products, with a little bit of thoughtfulness. We want to share cheerful feast of design through the texture of wood and the designers' hands.



樂澡堂工坊

f www.facebook.com/LeZaoTang.HandmadeSoap/

一塊塊樸實的養生之皂，凝煉了 50 年的智慧，一道道繁複的萃煉工法，注入獨一無二的皂魂，一勺勺氤氳的生命之水，化去一身塵垢與煩憂，堅守良心、用心、貼心的信念，喚醒大自然的共鳴，釋放了天地日月的能量，找回生命的純淨與力量。

LeZaoTang.HandmadeSoap

The soaps are made with 50 years of experiences and complicated procedures. Filled with souls, the soaps can wash away the dust and your concerns. We insist on our beliefs to call back the nature and the power of life.



微一設計

Q www.funfuntown.com/oui-design

雖然我們只是微小的一間工作室，但我們很認真的在做每件事，在這快速運轉的世界裡，微一設計仍舊使用著傳統工藝，堅持用自己的速度來傳遞手作的溫暖。微一設計 (oui design) 嘗試著將傳統工藝融入到現代生活之中，讓生活不僅是生活，而是充滿趣味、美感及創意。

oui design

Although it's just a small studio, we take everything seriously. In this rapid world, OUI Design still insists on tradition crafts and creates in our own pace. We try to fuse the tradition with the modern life, making a life that's not just plain but with fun, beauty and ideas.



keep a notebook 寫筆記

Q www.Keepanotebook.com/
f www.facebook.com/keep.a.notebook/

寫筆記是由青青文具與一位熱愛手帳的設計系老師合作開發，從品牌設計、內頁設計、封面用色... 等等，全部嚴格把關，精心設計將筆記本轉化為精品，更在書寫方式上琢磨，更改過去的筆記方式，紙張的選擇上，則更加適合鋼筆的書寫。

keep a notebook

Keep a Notebook was co-founded by Chingching Stationery and a professor. From brand design, book design to covers, every step is strictly conducted. We try to change the way of keeping notes and use paper that are more suitable for fountain pens.



GorgeousD 佳物仕

Q www.gorgeousd.com/

「GorgeousD 佳物仕」創意品牌是以「創造佳物的使者」為理念，設計師藉由生活體驗中發掘創意，以豐富的色彩為背景、細膩線條為巧思及材質多變為趣味，為每一個商品注入故事性的生命力及精采註解，佳物仕希望藉由設計傳遞給使用者的品牌終旨是，期待 (expect)、感動 (touch) 及擁有 (possess)。

GorgeousD

GorgeouD has the idea of creating good things. Our designers explore new ideas from life. Using multiple colors as background, lines and various materials, we want to add stories to every product. GorgeouD conveys the idea of "expect," "touch," and "possess" to our users.



獸守山城 純品牌展示

f www.facebook.com/3.5sqft/?ref=br_rs

生活小器物的奇幻狂想。

Home Monsters

Living imagination of our daily needs.



TALK IS OPEN
開放講堂

地點_駁二共創基地

KAOSIUNG DESIGN FESTIVAL
KDF2017高雄設計節

駁二
共學講堂

國際講座

2 0 1 7

12/23 週六

14:00 - 16:00

講師



安西葉子

Drill Design
共同創辦人



設計浪人

單人

399元

共學雙人

700元

從材質研究中 發現設計的未來

設計師在設計好產品的樣子之後，到正式量產出來還會經過非常多細節又複雜的過程，產品使用的各種材質都有其加工特性，就算在學校也無法學完所有材質的性質，更何況書本上記載的資料，也不如實際在工廠看到正式生產時素材實際表現出來的樣子來的記憶深刻。先徹底研究材質的特性與加工方式是十分自然的事情，因為只有當設計師越瞭解材質，才能從當中找到材質獨特的 CMF 表現（color、material、finish），找到材質最適合的加工方式與呈現樣貌，設計出最合理又自然的新產品。

Drill Design 經常接受材料工廠的委託，為其設計產品，從他們過去的經驗學習素材與產品間的關係，並由設計發浪 designsurfing 主理人設計浪人與其對談，聊聊台日之間代工產業的未來。

2 0 1 8

01/01 週一

14:00 - 16:00

講師



太刀川瑛弼

nosigner 設計事務所
負責人



設計浪人

單人

399元

共學雙人

700元

萬物形態演變 給予設計的啟示

太刀川瑛弼自創「nosign」這個單字，以「無形的設計」為設計中心思考，希望利用一個也許不是很特殊的形狀，但呈現有趣的事情或是一種很美妙的狀況。也因此，「nosigner」這個詞彙也就應運而生。近年，他因為擔任 Cool Japan 的設計總監而聲名大噪，更與電通、東京都廳合作了「東京防災」手冊備受矚目，本身橫跨各種設計領域，除了產品設計，也做平面設計與建築（因為他原本是隈研吾的學生），利用他跨界的設計思考，針對災害復興支援、地方文化振興、永續再生能源等議題進行各種活動。

他曾在日本平面設計最高展覽殿堂的藝廊空間——銀座 ggg gallery，舉辦過個展「nosigner 形狀與理由」，提出「如果所有的設計都是從模仿自然而出現的話」或是「設計其實是一種將自然進化無意識虛擬的行為」等假設，將設計看待為「物體生物學」，從人工物與自然物的對比，進一步找到設計發想的方法。

從他的形態進化理論中尋找給予設計的啟示，並由設計發浪 designsurfing 主理人設計浪人與其對談，聊聊設計與形態之間的關係。

2 0 1 7

12/02 週六

12/09 週六

10:00 - 17:00

講師

陳育民

CTA 亞洲創意對話
總編輯



(兩日)

單堂

2400元

好學組合

4000元

ILLUSTRATOR 商業設計速成所

課程將以培養熟悉商業設計手法與操作流程為首要目標！

利用 12 小時的速成訓練，教會大家如何用視覺來說話，抓住目標客戶眼球，成功打造高銷售的產品廣告！

從標準字設計 / 商標設計 / 雜誌廣告設計 / 書籍等等，到色彩策略的形成與視覺符號的精準傳達，利用 ILLUSTRATOR 數位軟體的實務操作演練，學習如何將創意想法透過有系統的方來做視覺呈現。

2 0 1 7

12/29 週五

15:00 - 16:30

講師

詹佳玲

誠品生活 expo
品牌經理



單人

299元

共學雙人

500元

打造優質環境 - 讓全世界看見台灣 好設計！

好設計讓生活更加值，MIT 台灣製造的魅力所在？

如何創造一個優質的環境，帶領台灣設計品牌走入國際？

誠品生活文創平台 expo 成功培育了許多在地設計品牌走出台灣。

本次講座邀請到誠品生活品牌經理 - 詹佳玲，解析誠品生活在操作整體行銷活動、商品展示風格設定、品牌管理及營運法則等秘訣，並將成功孵育的品牌以案例分析方式，不藏私完整分享給南部的設計師及自創品牌主等相關從業人士們！



開放講座
報名請上



凡購買高雄設計節任一課程，立即贈送駁二共創基地「日租個人座、單日體驗券」一張（原價300元）。
相關活動及空間資訊，歡迎至駁二共創基地官網查詢！

2 0 1 7
12/30 週六
14:00 - 17:00

講師

劉又瑄
Re-LAB
共同創辦人



人人都能上手的 資訊圖表設計術

單人	共學雙人
1200元	2000元

在這資訊爆炸的時代中，教導學員如何將手上複雜冗長的文案或政策資料，將資訊轉化成設計，製作出重點精準又便於閱讀的圖表設計！

2 0 1 8
01/06 週六
14:00-16:00

講師



方序中
究方社
創意總監



游智維
風尚旅行社
總經理



工頭堅
旅飯
旅行長

用設計改變生活 從旅行開始！

單人	共學雙人
399元	700元

設計的面相千變萬化，不僅存在於有形的作品上，生活中更是處處充滿著無形的設計。以地方的創新設計為主軸，從生活旅行的角度出發，觀察台灣城市的產業及地方生活特色。將旅行結合在地文化、傳統老物件、舊有品牌等元素，以創新設計的思考方式賦予新生命！利用不同的旅行方式，加深旅客對於城市的文化共識。以更多元的產業角度，來探討對於台灣觀光文化的未來發展與設計的運用思考。

2 0 1 8
01/07 週日
15:00 - 16:30

講師

田修銓
四口田創意有限公司
負責人



從接案到創業 - 設計師的踩雷辛酸

單人	共學雙人
299元	500元

從一個人開始接案到一群人一起打拼，當老闆真的好難！從執行過的案例分享，揭開設計人不輕易透露的踩雷經驗與創業實戰寶典。

提案時如何順利讓業主說 YES ？
溝通與說服的技巧上百種，如何在堅持與妥協之間取得最有利的結果？
以及最私密的提案 NG 檔案例大公開！

2017 高雄設計節 x 駁二共創基地

地點_駁二共創基地

旬味之歌 - 為地方設計精選講座

朗讀旬的滋味

講師 - 透南風工作室 廖于璋

地點 - 駁二蓬萊區 B4 倉庫 - 高雄設計節展場

—— 憑設計節門票入場

大自然的產物就是這麼順應節氣，暑氣來到，消暑的蔬果也就因應而生，鳳梨、西瓜、芒果、絲瓜，隨時在菜市場、路邊小販花點費用就能暫時獲得紓解，又能得到養份，節氣除了與農事息息相關，也這麼自然的和我們日常生活密不可分。本場講座由透南風工作室分享 <旬味> 的滋味、故事、好農好物，以及旬味展覽導覽巡禮，讀者們請不要錯過了。

2 0 1 7
12/30 週六
15:00-16:00

泥土裡的文字 - 風土痣、旬味的交叉流動

講師 - <風土痣> 編輯 沈岱樺 <旬味> 編輯 廖于璋

地點 - 駁二蓬萊區 B4 倉庫 - 高雄設計節展場

—— 憑設計節門票入場

關懷台灣的農業、生活、風土事物，讓大家看見台灣這片土地上所孕育出獨特的風情。<風土痣>、<旬味> 二份刊物從土地出發，以細膩富有人文的溫厚筆觸，帶著讀者一起關心在地小農、食物與生活。歡迎來現場聆聽，兩位女子暢談土地的迷人又美好之事。

2 0 1 8
01/06 週六
15:00-16:30

[旬味旅行] 去漁村吹風，尋覓小寒的海滋味

講師 - 透南風工作室 余嘉榮

地點 - 高雄市梓官蚵仔寮

—— 活動報名費 400 元，憑設計節門票折 100 元
採預先報名、匯款制

台灣秋冬之際，是海產豐富的季節，聞到海味了嗎？請大家跟著烏魚游到梓官蚵仔寮，就在看得到海的地方，由帶路人帶著，漫步蚵寮小漁村，探尋漁人手作烏魚子的訣竅，拜訪素人畫家尤辰允欣賞滿室漁村風情畫作，實地感受旬味的滋養。

2 0 1 8
01/07 週日
14:00-17:30

為地方設計精選講座 - 報名詳情請上官網查詢



SCREEN IS OPEN
開放設計影展

「開放的。設計 & 電影」

Open! Design & Film

設計，無所不在！
從電影美學看設計

12/23-12/30 高雄市電影館 3F

水底情深

The Shape of Water

12/23 Sat. 19:30
市總圖七樓藝術電影院

金馬影展秒殺 高雄唯一 2017 觀影機會

《羊男的迷宮》吉勒摩戴托羅 黑色童話

2017 威尼斯影展 最佳影片金獅獎 《腥紅山莊》
《環太平洋》大導

「高雄設計節」x「開放的。設計 & 電影」影展
開幕片



©吉勒摩戴托羅 Guillermo del TORO
A莎莉霍金斯 Sally HAWKINS、麥可夏儂 Michael SHANNON、奧塔薇亞史班森 Octavia SPENCER
美國 USA | 2017 | DCP | 彩色 Color | 123min | 輔 12 級 |
手語 American Sign Language、英語 English、俄羅斯語 Russian | 中、英文字幕 Chinese & English subtitles

★ 2017 威尼斯影展 金獅獎

電影《水底情深》是一段超自然的異想旅程，故事建立在大約 1963 年美國冷戰時期的時空背景之下。在擅長操作超現實黑色美學的奇幻名導吉勒摩戴托羅指導之下，即將帶領包括金獎影后莎莉霍金斯、好萊塢硬底子演員麥克夏儂、李察傑金斯以及奧斯卡最佳女配角奧塔維亞史班森等眾星，展開一場奇特魔幻且超脫塵世的非凡旅行。

An other-worldly fairy tale, set against the backdrop of Cold War era America circa 1962. In the hidden high-security government laboratory where she works, lonely Elisa is trapped in a life of isolation. Elisa's life is changed forever when she and co-worker Zelda discover a secret classified experiment.

推薦給 設計人的你

《設計與思考》、《自造世代》、《漢字》、《時光》與你共度設計的好時光
富比士雜誌好評推薦、嚴選為必看紀錄片的《設計與思考》，是探討「設計思考」多面向的紀錄片，也是旅居美國、白手起家的導演蔡牧民首支點燃設計市場的導火苗。對設計議題頗具匠心與獨特思考的導演蔡牧民，四部執導電影《設計與思考》、《自造世代》、《漢字》、《時光》皆於全球最大群眾募資平台 Kickstarter 成功募資，蔚為創業者榜樣，他在理性的探索中仍不忘放入感性的觸動，是設計界達人不得不追之四部創意之作。《漢字》更回溯故鄉台灣最後碩果僅存繁體中文鉛字鑄造廠一日星鑄字行，追尋並探討文字設計的觀察。「開放的。設計 & 電影」影展這四部誠意十足由「設計」發散而出的百面觀察，與今年的高雄設計節主題「Yes, We Are Open! 設計開放中」互文，歡迎用開放的態度思索高雄城市設計的議題。

漢字

Hanzi

12/24 SUN. 14:00

語言跟身份認同學習相關，深刻檢視自己的文化

©蔡牧民 Mu-Ming TSAI
台灣 Taiwan | 2017 | Blu-ray | 彩色 Color | 56min | 普通級 |
國、英語發音 Chinese, English | 中、英文字幕 Chinese & English subtitles



- ★ 2017 城市遊牧影展
- ★ 2017 新加坡設計影展

我們文化最獨特的地方是什麼？答案就在每天生活中環繞著我們的東西 - 文字。《漢字》探討了文字設計的觀察、語言如何塑造身份、手寫字在數位時代的角色等議題。台灣保存了很完整的正體中文的文化資產，是設計的一環，也是文化認同上不可或缺的元素。本片造訪美國、英國、香港、日本跟台灣等地，訪談包括 Chineasy 創辦人薛曉嵐，著名的日本字體設計師小林章，中文字體設計師柯熾堅，還有世界上最後一個繁體中文鉛字鑄造廠日星鑄字行，透過國際訪談者的故事，更深刻的重新檢視自己的文化。

This film is not just about Chinese characters, and we wanted to keep the ideas and messages applicable to all languages and cultures. Exploring universal subjects such as "How does language shape identity? What role does handwriting play in the digital age?", Hanzi encourages audiences around the world to revisit and rethink their own culture, language and identity.

時光

Paradoxical

12/24 SUN. 19:30

挑戰觀眾對於「科幻片」的既定印象，從未目睹的精緻科幻小品

©蔡牧民 Mu-Ming TSAI
A許乃涵、顏毓麟、朱宇辰、魯文學
台灣 Taiwan | 2017 | DCP | 彩色 Color | 88min | 普通級 | 國語
Chinese | 中、英文字幕 Chinese & English subtitles



- ★ 2017 峇里島影展

一群透過親身體驗進行進計研究的年輕人，接下「時差科技」的體驗，適圈尋找預防犯罪的方式。彼此的世界交錯，是隨機還是早就註定？他們對生命和時間的觀點，如何受到挑戰？也許最後，矛盾的不是時光旅行，而是生命本身。片中從各個角度去探討時間，包含時間的流逝、三十歲的困惑、面對日復一日的心境選擇... 等等。電影團隊來自於《設計與思考》、《自造世代》與《漢字》三部國際知名紀錄片，創造團隊首部劇情片！

A man with a mysterious background meets a beautiful, enigmatic plant designer. As the two embark on a series of unconventional dates, she discovers a mysterious lottery ticket, revealing the man's true profession and overturns their definition of time. The seemingly unrelated incidents unfold to reveal an unexpected conclusion- offering a thought-provoking commentary on the paradoxical nature of both time travel and life.



- ★ 2014 聖地牙哥影展
- ★ 2015 貝爾法斯特影展

自造世代

Maker

12/26 TUE. 19:30

探討「自造者運動」將為社會經濟及製造業，如何帶來重大影響，本片訪問美國自造者運動的主要靈魂人物，以及科技領域裡世界級的思想領袖，議題包含 Maker Faire（自造者嘉年華）、Makerspace（自造者空間）、Open Source、3D 列印、Crowdfunding（群眾募資）、Manufacturing（製造）、自造者的商業模式等等。帶領全球觀眾了解 Maker(自造者)的本質及蘊含能量，本片的出現亦希望給身為全球代工重鎮台灣，積極思考下一步的轉型方向。

"Maker" is a feature-length documentary on the Maker Movement and its impact on society, culture and economy in the U.S. From the producers of the internationally acclaimed "Design & Thinking," "Maker" is a feature-length documentary that looks into the current Maker Movement in America – a new wave of Do-It-Yourself and Do-It-Together culture fueled by passion and powered by the advent of new technologies.

硬體創業者必看電影，了解 Maker(自造者)的本質及蘊含能量

◎蔡牧民 Mu-Ming TSAI
台灣 Taiwan | 2014 | Blu-ray | 彩色 Color | 65min | 普通級 |
英語 English | 中文字幕 Chinese subtitles



- ★ 2012 西雅圖設計影展
- ★ 2012 美國建築設計影展

設計與思考

Design & Thinking

12/28 THU. 19:30

設計界和企業界正熱門討論的一個話題：「設計思考」；設計不是商品外觀、時尚或美感，而是「解決生活問題」。近年由美國知名公司 IDEO 所引爆，提倡左右腦並進的企業模式，將人性關懷及創意發想帶進創業與決策。本片中客觀呈現各界對設計思考的正反意見，帶來更多的省思。

Inspired by design thinking, this documentary grabs businessman, designers, social change-makers and individuals to portrait what they have in common when facing this ambiguous 21st century. What is design thinking? How is it applied in business models? How are people changing the world with their own creative minds? It is a call to the conventional minds to change and collaborate.

美國設計師協會執行長 Richard Grefé 讚譽為「設計領域的一大貢獻！」

◎蔡牧民 Mu-Ming TSAI
台灣 Taiwan | 2012 | Blu-ray | 彩色 Color | 74min | 普通級 |
英語 English | 中文字幕 Chinese subtitles



- ★ 2017 休士頓影展 評審團特別雷米獎

我在故宮修文物

Masters in Forbidden City

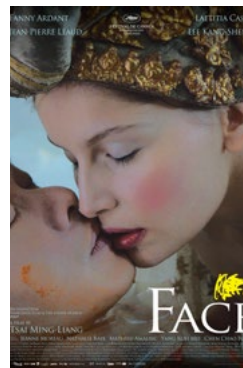
12/30 SAT. 14:00

歷經 5 年前期籌備、4 個月不間斷的紀實拍攝，《我在故宮修文物》走進古老的宮牆，揭秘中國頂級文物的修復技術；宮牆外的世界斗轉星移，宮牆內的他們卻要用幾年的時間摩挲同一件文物。一座宮廷鐘表上千個零件要嚴絲合縫；一件碎成 100 多片的青銅器要拼接完整……。他們用自己的一輩子來詮釋「因為熱愛所以堅持」、「擇一事，終一生」的牢固信仰。

Synopsis The documentary, Masters in Forbidden City, went through 5 years' pre-research and 4 months' uninterrupted record. It uses a young view to scan the old Imperial Palace and uncover the secret of restoration technology in the antiquities. Masters in Forbidden City not only completely combs the history of Chinese antiquities restoration in the first time, but also takes the close look at the inner-world and daily life of these masters.

「我在這群文物修復師身上，看到了什麼是真正的職人。」——廖慶松

◎蕭寒
中國 China | 2016 | DCP | 彩色 Color | 87min |
保護級 | 國語 Chinese | 中文字幕 Chinese subtitles



- ★ 2010 台北電影獎 最佳攝影獎
- ★ 2009 金馬獎 最佳美術設計、造型設計獎
- ★ 2009 坎城影展 正式競賽片

臉

Face

12/30 SAT. 19:30

羅浮宮首部電影典藏—《臉》，羅浮宮正在拍攝一部聖經故事《莎樂美》，導演小康堅持要用已經過氣、精神狀況不佳的法國演員尚皮耶李奧飾演國王的角色，還請來國際名模蕾蒂莎飾演莎樂美，沒想狀況連連：公鹿神秘失蹤、希律王撞斷鼻梁、莎樂美與聖施洗約翰在戲外交媾……。焦慮的小康在杜勒麗花園與男人幽會，卻接到母親逝世的噩耗……。製片芬妮亞當不得不飛去台北參加葬禮，在陰沉的舊公寓等待著陷入昏睡的小康……。電影何時重新拍攝？這部屬於蔡明亮／小康的《八又二分之一》同樣在受阻（詛）的情況下，為羅浮宮拍攝的影片陷入了各種混亂與漫長的等待。

Hsiao-Kang, a Taiwanese film director, travels to the Louvre in Paris, France, to shoot a film that explores the Salomé myth.

「你或許沒有機會親訪羅浮宮，但你絕對可以從《臉》這部大作中感受羅浮宮以及羅浮宮所代表的精神」——羅浮宮館長羅瑞特

◎蔡明亮 Ming-liang TSAI
A 蕾蒂莎卡斯塔 Laetitia CASTA、芬妮亞當 Fanny ARDANT、尚皮耶李奧 Jean-Pierre LEAUD、李康生 Kang-Sheng LEE、陸奕靜 Yi-Ching LU
台灣 Taiwan、法國 France、比利時 Belgium、荷蘭 Netherlands | 2009 | 35mm | 彩色 Color | 95min | 輔 12 級 | 國、法語 Chinese & French | 中、英文字幕 Chinese & English subtitles



- ★ 2017 安錫影展 觀眾票選獎
- ★ 2017 上海電影節 最佳動畫獎

梵谷：星夜之謎

Loving Vincent

12/24 SUN. 16:30

12/27 WED. 19:30

12/30 SAT. 16:30

再沒有別的藝術家像梵谷一樣，擁有這麼多的戲劇性的傳說。關於他的真實樣貌，人人眾說紛紜，殉道者、好色之徒、無所事事的小伙子、既是瘋子也是天才。本片藉由他與弟弟西奧及親友間的往來信件一窺他真實的樣貌，透過 800 封信件、860 幅油畫、1026 幅素描以及梵谷生命中的 20 位人物，探索梵谷的精神世界與死亡之謎。他模糊迷離高潮迭起的人生故事，邀請到百名動畫師一筆一畫的模仿梵谷的筆觸，每秒 12 張手繪油畫的方式，以作品相連，串聯梵谷真實樣貌的軌跡。

In a story depicted in oil painted animation, a young man comes to the last hometown of painter Vincent van Gogh to deliver the troubled artist's final letter and ends up investigating his final days there.

「事實是，我們只能透過繪畫表達自我。」——文森·梵谷

◎多蘿塔柯碧雅拉 Dorota KOBIELA、休魏奇曼 Hugh WELCHMAN
A 莎柔絲羅南 Saoirse RONAN、羅伯特古拉奇克 - Robert GULACZYK、道格拉斯布斯 Douglas BOOTH
美國 USA | 2017 | DCP | 彩色 Color | 95min | 保護級 |
英語 English | 中文字幕 Chinese subtitles



- ★ 2016 香港電影節
- ★ 2016 富川奇幻影展

怪獸設計公司

The Frankenstein Complex

12/23 SAT. 14:00
12/29 FRI. 19:30

電影中的生物往往備受觀眾喜愛，在大銀幕上「創造」怪獸，這項技術的歷史就和拍電影一樣悠久。先將恐龍變形，而後特效化妝誕生；早年使用機械木偶，現在進入數位時代；「怪獸的再現」不斷見證人類豐富的想像力，本片訪談業界頂尖的設計師，並獨家收錄經典電影片段，包括《侏儸紀公園》、《星艦戰將》、《蜘蛛人 2》等等，揭開設計物與設計師之間獨特的關係。

Based on interviews of all the greatest artists in the genre and hours of exclusive footage from classics like Gremlins, The Abyss, Terminator 2, Jurassic Park, Starship Troopers, Spider-Man 2 ... , the documentary focuses on the stunning relationship between the creatures and their makers: like modern Frankensteins, special effects wizards create life out of raw material, art and complex machinery.

特效巫師運用各種媒材、技藝、複雜的器械，幻想中的生物有了生命，躍然大銀幕之上

◎亞歷山大龐瑟 Alexandre PONCET、吉列斯潘索 Gilles PENSO
▲吉勒摩戴托羅 Guillermo DEL TORO、約翰蘭迪斯 Joe DANTE、凱文史密斯 Kevin SMITH
美國 USA | 2017 | Blu-ray | 彩色 Color | 103min | 保護級 | 英語 English | 中文字幕 Chinese subtitles



- ★ 1998 凱薩電影獎 最佳導演、攝影、藝術設計獎
- ★ 1998 英國電影學院電影獎 最佳視覺效果獎

第五元素

The Fifth Element

12/23 SAT. 16:30

科幻影史里程碑，盧貝松經典歸來！地球正面臨每五千年一次的浩劫，眾人相信在實驗室中被複製出來的謎樣女孩莉露，與消滅宇宙邪惡勢力的五種元素有所關聯，不知自己身在何處的莉露驚恐逃出實驗室，意外跌落在計程車司機柯本的車裡，兩人躲避追逐後，決定聯手尋找元素之謎並對抗與邪惡勢力勾結的野心實業家佐格。距今 20 年，盧貝松打造與好萊塢風格大不相同法式科幻世界，是一部影迷必看的佳片！

In the colorful future, a cab driver unwittingly becomes the central figure in the search for a legendary cosmic weapon to keep Evil and Mr. Zorg at bay.

「你們人類造的每一樣東西都用在毀滅上。」

◎盧貝松 Luc BESSON
▲布魯斯威利 Bruce WILLIS、蜜拉喬娃維琪 Milla JOVOVICH、蓋瑞歐德曼 Gary OLDMAN
法國 France、美國 USA | 1997 | DCP | 彩色 Color | 127min | 輔 12 級 | 英語 English | 中文字幕

The only chance to see it in Kaohsiung

「開放的。設計 & 電影」影展

- 愛電影的 N 種設計

設計就是：「只要一點點想法，就可以改變全世界。」電影亦然

“Open! Design & Film” Festival: Numerous designs in loving movies
To design is to “change the world with an idea, however small it is.” And the same applies to movies.

《水底情深》高雄搶先首映場

12/23 SAT. 19:30 市總圖七樓藝術電影院
12/6 WED. 中午 12:00 愛 PASS 旋風開賣

金馬影展秒殺 高雄唯一 2017 觀影機會
《羊男的迷宮》吉勒摩戴托羅 黑色童話

水底情深 x 高雄電影節 亮票優惠

憑 2017 高雄電影節有價票根或電影館影友卡，可享優惠價 190 元 (原價 260 元)，詳細購票資訊請見 IPASS- 或高雄市電影館官網 kfa.kcg.gov.tw/

“The Shape of Water” : Premier in Kaohsiung

In high demand, as part of the Taipei Golden Horse Film Festival; “Pan’s Labyrinth,” a black fairy tale by Guillermo del Toro. Kaohsiung Film Festival concession:

The Shape of Water NT\$190 Concession (original price: NT\$260) is available to the 2017 Kaohsiung Film Festival (KFF) ticket stub holders and membership cardholders of the Friend of Kaohsiung Film Archive. For ticket purchasing details, please go to the IPASS website or the Kaohsiung Film Archive website (kfa.kcg.gov.tw/).

「就是要設計你」x「開放的。設計 & 電影」影展觀影最 Lucky

憑「開放的。設計 & 電影」影展任三張有價票根，可於影展期間 (12/23-12/30)，至電影館 1F 服務台兌換「2017 高雄設計節」門票 (單人票 199 元) 一張，限量 30 張。

※ 本活動需印出紙本票券兌換；使用期間為 2017 高雄設計節 12/23-1/7；一人限換一張，數量有限，兌完為止。

Concession for “Designs For You” and “Open! Design & Film Festival”

During the Open! Design & Film Festival period (12/23—12/30), you can exchange 3 “Open! Design & Film Festival” ticket stubs for entrance to the “2017 Kaohsiung Design Festival” (in the form of an NT\$199 ticket for one person) at the information desk on the first floor of the Kaohsiung Film Archive. Only 30 tickets are available.
*To qualify for the exchange, you need to print out the festival tickets. The tickets will be valid during the 2017 KDF period (12/23-1/7). Each person is limited to one exchange only. Concessions will be closed, once 30 tickets are take

購票請上 IPASS，更多優惠請上高雄市電影館官網查詢 kfa.kcg.gov.tw/

「開放的。設計 & 電影」影展

「好好寫字。書寫美好」體驗講座 X 「開放的。設計 & 電影」影展

Write to Live:
Handwriting Workshop + Open! Design & Film Festival

12/24 SUN. 16:00 高雄市電影館 1 樓藝文沙龍

講師介紹

筆尖最具有溫度的張格誌

(Instagram 帳號: tototoby6666)，用硬筆書法勾勒生活的精粹，雕刻時光的印記。張格誌曾獲「稊研齋」社會組楷書優選及行書第二名

數位時代的我們，有多久沒有靜下心、好好寫字了？寫字可以抒發情感、分享生活，帶著你喜歡的鋼筆或原子筆，我們來一起書寫美好

In this digital era, when was the last time you sat down and took time to write? Writing allows you to express yourself and share your life. Bring your beloved fountain pen or ballpoint pen, and let's write to live.

報名費 700 元/人，並贈送【雄影 SKB 影癡原子筆組】一組五支 (市價 120 元)，報名請洽電影館 1 樓服務台，限量 15 人，額滿為止。憑「開放的。設計 & 電影」影展任一票根，可享報名優惠價 600 元。

Registration fee: NT\$700/person

To register, please contact the information desk on the first floor of the Kaohsiung Film Archive. Limited to 15 persons only, registration will close once the workshop is full. NT\$600 concession is available to ticket stub holders of the Open! Design & Film Festival.



OPEN IDEA
開放創意

Q kdf.pier2.tw/idea

設計開放中，創意也開放討論中！
快來看設計發浪如何從設計媒體角度
切入分析紀錄，來自第一手的發想過
程記錄，最深入的高雄設計節報導，
還有所有天馬行空的創意討論，通通
讓你打包帶回家！



DESIGN
SURFING

設計發浪

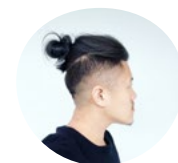
一個台灣與日本設計藝文交流的平台。橫跨設計合作、專欄評論、展覽演講、品牌顧問、專利諮詢等面向，期待能以各種形式有效串連兩地資源，形成台灣與日本新一代的設計浪潮。

Designsurfing

A platform to make creators in Taiwan and Japan can collaborate in design and art. Branding、Curation、Design、Marketing……etc., linking sources in anyform at Designsurfing, to be a bridge between Taiwan and Japan.

Designer / Writer / Coordinator

設計浪人



1981 年臺灣出生。2011 年桑沢設計研究所畢業。2015 年成立一個台日設計藝文交流平臺「設計發浪 Designsurfing」，不只是交流台日設計藝文情報，也以作品製作或展策活動等實際形式協助台日藝術家找到市場，2016 年成為日本優良設計獎（Good Design Award）海外媒體夥伴。以產品設計、台日媒合、設計評論等三大方向進行活動，也常在雜誌與網站上寫設計專欄，主要針對台日創意工作者採訪報導。2015 年擔任藝術家諸橋拓實個展「滿滿全席展」的策展人，協力過諸多日本設計師與藝術家在台灣的藝文活動進行，如攝影師川島小鳥作品「明星」（2015）、GK 設計機構新宿站指標計畫展覽（2015）、21_21 DESIGN SIGHT 企劃展 in Taipei「單位展」（2016）搞笑藝人渡邊直美「Naomi's Party in Taipei」（2017）等。身兼「Admira Gallery」日本藝術家經紀視窗、日本觀光媒體「Herenow Taipei」內容編輯製作等，以各種面向活躍於台日藝文設計界。

在這座城市，
您不需要超級英雄，
也可以安心生活。



加安牌
FAULTLESS
智能門鎖

服務專線：0800-771-599



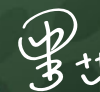
美麗+智慧+A⁺⁺

New Many 110
全新上市

迎接美麗新學騎



智慧騎士



配備與車色以現場實車為準。產品與服務資訊請上光陽網站 www.kymco.com.tw



LED導光條後燈



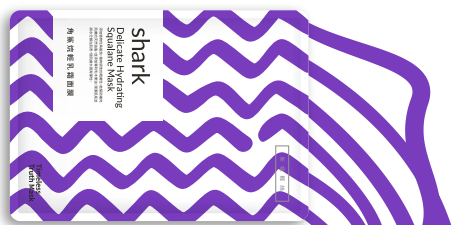
高亮度LED前方向燈



noodoe車聯網



坐墊掛勾



當這個世界越來越刺激，
你就越需要溫柔。

你可以追求刺激，除了面膜。



征服法國的台灣面膜

祥業工業

從
高雄

出

|||||

累

發，

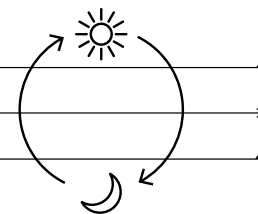
|||||

積

30

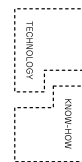
餘

年



椅子製造

的技術與經驗，



於創·☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆
2-0
0-8
年立·☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

自有品牌

I ' SITPLS ' I

結
合
當
代

言
設
言
吾
言

與

台
灣
製
造

從

生活經驗、
功能造型等

細
節

製
作

更

貼
近

現
代

生
活

空
間

之

家
具

。



真正!

生啤酒

CRAFT BEER

打狗啤酒

黑 藍 橙 白

CRAFT BEER 手工精釀啤酒

打狗啤酒 TKBer

廠址：高雄市小港區平和路199號
 客服專線：07-8120990

禁止酒駕 未滿十八歲禁止飲酒



— SKB —

「以書寫開始，喚起人們使用文具的記憶。」

書 寫 記 憶 空 間

在懷舊而舒適的空間，體驗書寫的美好，除了有SKB實用美觀兼具的文具選貨，更將台灣與SKB之間所共同擁有的記憶，透過老物件得以再生，提案書寫，賦予生活中一點感性，進而得到幸福的感動。

SKB豐城旗艦店資訊
 地址：高雄市鹽埕區五福四路153號 / 電話(07)521-8271
 捷運(橋線)鹽埕埔站1號出口上來左轉即到達。

營業資訊
 週一至週五 10:30 - 19:00
 週六至週日 11:00 - 19:00

「照片由弄木設計提供」



榮泉

RONG CHYUAN

彈珠汽水

GLASS BALL SODA WATER

台灣製造



馬玉山食品工業股份有限公司位於台灣高雄市，自1961年創立的第一天起，企業秉持一個目標與信念－「食品產業是良心事業」，對各項品質流程管控下了極大實質功夫，並具備專業的實驗品管部門來為各項產品把關；這些投資都是讓消費者在食用美味穀飲的同時，亦能保持健康養生的最大關鍵。

台灣在地的 穀類營養專家

✓ 均衡營養補充元氣

✓ 現磨充填香濃美味

✓ 堅持台灣在地生產



了解更多



紅頂穀創

RED BARN FACTORY & TOURS

—— 穀物文創樂園

遊 廠 × 咖 啡 × 文 創



粉絲專頁



官方網站

持續駐 招募夥伴 中

共用

共享

創新

共好

創意

創業

建構資源共享＋創意無限＋群聚交流空間

開放大、中、小型辦公室
供文創產業者申請長期進駐及短期租用

單打獨鬥不如團結合作，聚集相同想法與價值觀的創業夥伴
彈性空間靈活運用，低成本打造創業環境，串門子也能提升產值



KAOHSIUNG DESIGN FESTIVAL

總策展人 策劃督導 策劃執行 行銷執行

尹立、陳秉良
王文翠、林尚瑛、簡美玲、王慧琳、徐異宸、簡嘉論
許婷婷、范國洋、陳思韻、金佳樺
柯奕祺、洪從真、張克寧、陳璿安、馮宥甯、錢怡安、陳亦婷

主視覺設計

潘冠志

分區策展單位 (依展區排序)

陳育民、映品形象設計有限公司、由夢創造、田修銓、日青創藝、三坪半工作室、
透南風文化創意有限公司、好心地文創公司

參展設計單位 (依展區排序)

吳仁評、謝珮雯、陳岡緯、林皇耀、陳雍正、劉怡君、劉昱宏、未萊設計、戴怡平、
鄭郁璇、康展彰、林杰輝、王嘉盈、郭欣翔、徐琨成、林玄御、蔡宗泓、劉芷妤、
鍾美媛、戴培晃、何友文、李建佑、胡力升、Vincent、周郁森、張靜予、曾淨芸、
陳恩喧、Danny's Flower、豆桑設計、陳逸芸、顏曄倫、胡祐銘、宋政傑、陳允中、
洪榆橙、GUSUGU、謝仕彬、種籽設計、黃涵宜、CROTER、Dorothy、Jank、
Larry、Macaca、九把刀、王偉 monokin、朱志康、馬里斯、黃湘、爵爵 & 貓、王薇雅、
曾敬淳、傅子峻、楊閔棟、鄭雯文、郭奕興、蔡俊民、吳緯鴻、廖于瑋、余嘉榮、
張云昕

參展局處

高雄市政府工務局、高雄市政府捷運局、高雄市政府社會局

參展企業

光陽工業股份有限公司、台灣福興工業股份有限公司、馬玉山食品工業股份有限公司、
提提研、祥業工業股份有限公司、SKB 文明鋼筆、打狗啤酒、榮泉彈珠汽水

展場設計 多媒體整合 戶外裝置設計 版面設計

有用設計、三坪半工作室、由夢創造
雷米多媒體科技
冠禾創意 李冠毅
莊懿容

開放講堂講師

安西葉子、太刀川瑛弔、設計浪人、陳育民、詹佳玲、劉又瑄、方序中、游智維、
工頭堅、田修銓、廖于瑋、沈岱樺、余嘉榮

協辦單位

高雄市電影館、高雄市政府農業局

媒體合作

TripAdvisor、設計發浪、La Vie、週刊編集、HereNow、實現創意有限公司

指定住宿

林芯旅店駁二館