TAIPEI 101

NOV 2018

CELEBRATION OF ILLUMINATION FESTIVAL

璀璨城市 燈光慶典

DIOR 2019早春
揮灑自由奔放的新女力

SUBLIMAGE

L'ESSENCE FONDAMENTALE

CHANEL

香奈兒奢華金燦賦活精萃 璀璨重生

香奈兒奢華精質系列再次開創頂級保養嶄新扉頁，深入探索法國傳統藥草學，將原生於南阿爾卑斯山，以修護重生特質聞名於世的黃金麒麟草，透過先進科技萃煉為卓越活性成分，賦予肌膚完美新生能量，輔以來自馬達加斯加島綠色寶石植萃—五月梵尼蘭濃縮水精華，源源不絕注入青春活力。全新「香奈兒奢華金燦賦活精萃」幫助肌膚對外在侵擾與環境壓力展現更佳防護力，臉龐再現夢寐以求的緊緻豐實，完美煥發極致奢華光芒。

WWW.CHANEL.COM.TW

SUBLIMAGE
L'ESSENCE
FONDAMENTALE
CHANEL

繽紛浪漫
慶豐年

歲末年終之際，回顧 2018，台灣經濟穩定、國人喜慶豐年；每逢此時，大家總享受著歡聚時光，期待著跨年來到。在豐收的年終歲末，台北 101 新年煙火燈光大秀也將持續把煙火的溫暖傳遞給每個台灣人，把璀璨傳遞給全世界！

今年台北 101 的煙火燈光大秀將饒富創意，精彩可期，結合煙火與多媒體演繹台灣風情，深化表演的層次與內涵，屆時觀眾們將享受到視覺、聽覺雙重饗宴，全世界也將感受到台灣的創意與活力。肩負著追求創意突破的使命，我們的團隊打造跨年活動歡樂不僅限於煙火秀，今年特別規劃一整個月的「#Party101」系列活動，透過結合館內國際時尚精品一起派對倒數——「TREND WEEK TREND LOOK DRESS CODE PARTY」—— 邀請大家走入台北 101，穿戴每日 DRESS CODE 的主題，用 2019 最時尚 IT LOOK 送舊迎新，將台北 101 打造成全台最熱鬧繽紛的跨年聖地！

作為國際知名地標，台北 101 也是大家的城市密碼，連結眾人祈願共度每個重要時刻，特別是在不同節日的點燈祝福。迎接 2019，我們期許自己不只是凝聚精神力量的指引，也要成為散播歡樂的起點；敬請期待我們精心規劃的一波又一波大型派對「 # Party 101」活動，讓大家盡展歡顏，共渡這快樂繽紛的時光。

誠如法國浪漫主義作家維克多．雨果（Victor Marie Hugo）寫下的動人語句：「笑是暖陽，從人們臉上趕走冬天（Laughter is the sun that drives winter from the human face.）」。祝福大家在璀璨煙火映襯下，用笑聲與熱情滌去疲憊與冬的寒意，在 2019 踏出自信活力的第一步。

KEIRA KNIGHTLEY wears COCO CRUSH rings
in white and beige gold with diamonds.
chanel.com

CHANEL

FINE JEWELRY

服務專線 0080 185 1555

TABLE OF CONTENTS

12 **Hot Trends**
TREND ｜趨勢速寫
本季顛覆以往定義所帶來的驚喜視覺，讓人一飽眼福，驚嘆連連，現在，就讓我們從 2018 時尚趨勢，看這一季的創新改變。

18 **Le Déner En Blanc in Taipei**
DISCOVER ｜白色野餐 行銷台北城市美學
超過 30 年歷史的白色野餐（Le Déner en Blanc），今年首度在台灣登場，並且選擇在台北 101 水舞廣場舉辦，這一場美麗的白色盛宴，吸引近千人參加。

20 **Smart Trend**
DISCOVER ｜台北 101 領頭　打造智慧城市
由台北 101 所舉辦的「2018 台北 101 SMART TREND 智慧趨勢展」盛大展開。包括台北 101 董事長張學舜、台北 101 總經理張振亞、台北市副市長林欽榮、財團法人台灣建築中心董事長楊欽富、荷蘭貿易暨投資辦事處代表 Guy Wittich 等人皆出席開幕記者會，為此次智慧趨勢展揭開序幕。

Nov 11’

22 **Poetry of Time**
DISCOVER ｜Van Cleef & Arpels 「時間的詩篇」高級鐘錶展
擅以時間寫詩的 Van Cleef & Arpels 梵克雅寶，於 11 月 1 日至 11 月 11 日，在台北 101 購物中心 4 樓都會廣場舉辦 「Poetry of Time 時間的詩篇」高級鐘錶展，以浪漫的愛情、宇宙的萬象，捕捉每個詩意瞬間的靈感泉源。

26 **Loro Piana**
DISCOVER ｜荒漠中的輕盈旅程「純淨之丘・臻然極境」10 週年誌慶巡迴概念展
來自義大利的 Loro Piana，在台北 101 舉辦了一場「純淨之丘 · 臻然極境」10 週年誌慶巡迴概念展。現場還特別推出限量「小山羊喀什米爾 10 週年誌慶系列」，邀請許多仕紳名媛共襄盛會，為此次展覽揭開序幕。

凡賽斯 狄倫．女神淡香精 台北：新光信義A11館2F 新光站前7F 台中：中友百貨C棟1F 總代理：宏亞國際(02)2377-7561

TABLE OF CONTENTS

32 **#Party 101**
PEOPLE ｜ 台北 101 新年大秀 全城派對
台北 101 新年燈光煙火秀，今年主題定為「#Party 101」，要玩更大、玩更瘋，由「全台都認識」的神祕嘉賓陪大家倒數，迎接 2019 年。散場後還有續攤派對，絕對要衝一波！

34 **Female-Force with Freedom**
COVER STORY ｜ DIOR 2019 早春 揮灑自由奔放的新女力
DIOR 女裝創意總監 Maria Grazia Chiuri 曾說：「我想讓我所主導的時裝可以更融入當代女性所處的世界脈絡。」2019 早春系列即延續了她一直所重視的時尚女權，以墨西哥競技馬術為靈感，將女性的柔美與剛毅透過服裝完美詮釋。

36 **Celebration of Illumination Festival**
SPECIAL REPORT ｜ 璀璨城市 燈光慶典
千年以前，當火被人類發現之後，火花變成為冬日的取暖來源，光亮則成為暗夜中的希望。即便在 21 世紀，尋求光的本能仍舊驅使著人們在黑暗與寒冷時朝向光走去，極致藝術等級的創意展現，歌頌著光的溫暖與美麗，也成為每年寒冬時節的精彩節期盛典。本期將帶你走訪世界各地的光之慶典，享受屬於光影的華麗演出。

38 **Beauty of Illumination Art**
創意繽紛 光影藝術之美

40 **Telling Story by Lighting**
耀眼節慶 用燈光說故事

44 **Aesthetic City Lighting Festival**
光藝術匯聚 唯美城市燈光節

Nov 11’

TO BREAK THE RULES,
YOU MUST FIRST MASTER
THEM.
駕馭常規 鑄就創新

瑞士侏羅山谷（Vallée de Joux）是聳立千年的險峻之地，而位於其中的布拉蘇絲（Le Brassus）正是愛彼（Audemars Piguet）自1875年創立以來的故鄉。早期的製錶師在遨遊然景致中琢磨精進，以巧奪天工的製錶工藝展現對大自然力量及奧秘的崇高敬畏。時至今日，愛彼仍然秉持著這大膽創新的精神不斷挑戰高級製錶的傳統思維，打造登峰造極之作。

皇家橡樹概念
鏤空陀飛輪自動
上鍊計時碼錶
鈦金屬與陶瓷材質

AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

+886 2 2739 8890 | AUDEMARSPIGUET.COM

TABLE OF CONTENTS

66

Premium Customer Service

LUXURY ｜奢華軟實力 世界頂級服務指標

服務不是成本，是一項投資，因此把服務當作是一種付出，會得到客人更大的回報。許多知名企業、品牌都致力於頂級客戶的服務與培養，他們會提供哪些奢華的頂級客戶服務，讓客戶感覺到尊榮，並且願意對品牌忠誠？

72

Light Up the Dark

EXPLORE ｜台北 101 點燈傳愛

台北 101 透過燈光的明暗與色彩設計，在節慶、紀念日、重大事件等關鍵時刻凸顯議題，具備感恩、祈福、環保、公益等豐富內涵，也能達到撫慰人心、倡導國際共識、渲染和諧氣氛等目標。如光象徵希望與安全，台北 101 更積極投入各種慈善關懷活動，一肩扛起社會責任展現企業典範。

Nov 11’

76

Telling Story by Papercutting

DESIGN ｜剪出透光的幸福　楊士毅

2017 年蘋果公司在台北 101 的直營店開幕，門口長達 75 公尺「有閒來坐」的大紅剪紙裝置藝術吸引人們目光，作品即是出自 37 歲年輕剪紙藝術家楊士毅之手。今年，他更在台中世界花卉博覽會再次大顯身手，受邀在后里園區打造全台最長 240 公尺、薄度僅 0.2 公分的鐵雕剪紙藝術。對他來說，藝術不是最重要的，重要的是如何用藝術帶給大家幸福。

台北萬豪酒店

INGE'S Bar & Grill

270度高空景觀酒吧
炭烤煙燻料理

270-Degree Taipei City View
Smoked & Grilled Cuisine

主廚翁士峻| 色香味俱全的互動式 Chef's Bar

環抱270度美景的都會啜飲

20樓高空千萬美景

極湛調酒體驗

台北萬豪酒店 Taipei Marriott Hotel
10462,台北市中山區樂群二路199號（敬業四路交叉路口）
+886 2 2175-7997 / No.199, Lequn 2nd Road Taipei, Taiwan
inges@taipeimarriott.com.tw

Operated by Taipei Marriott Hotel under license from Marriott International, Inc. or one of its affiliates.
萬豪國際集團或其子公司授予台北萬豪酒店特許酒店經營權

MARRIOTT
TAIPEI
台北萬豪酒店

TABLE OF CONTENTS

80

Attractions with Richest Festival Atmosphere

TRAVEL ｜聖誕在亞洲 獨特的佳節氛圍

又到了一年一度的聖誕節，舉世歡騰的節慶氛圍已擴散至全球，歐洲各個聖誕市集陸續展開，亞洲各大城市也掛上華麗燈飾迎接佳節到來。日本的聖誕市集熱鬧喧騰，主題樂園更是推出限定活動；香港繽紛聖誕嘉年華點亮維多利亞港兩岸，璀璨冬日讓人意猶未盡。

92

Bear House

PARADISE ｜熊米屋 烤出小愉兒的生命香氣

拌勻麵糊、擠花成型，在送入烤箱前細心地往復調整，用最適宜的溫度，等待完美出爐的那一刻。基隆熊米屋不僅教小愉兒們做出好吃的餅乾，也教他們認識自己、表達自己和照顧自己，然後用力地去感受社會溫度的考驗，才能迎來那生命蛻變時的香氣四溢。

93

101 News

台北 101 購物中心新店、新品訊息

TAIPEI IOI

出版所：台北金融大樓股份有限公司
發行人：張學舜
地址：台北市市府路 45 號
電話：02-8101-7777
網址：http://www.taipei-101.com.tw/
出版日期：2018 年 11 月

編輯製作：商周編輯顧問股份有限公司
電話：02-25056789 分機 5515
顧問：林秋寶
總經理：李國榮
專案經理人：董育君
專案主編：段芊卉、蔡瑜珺　專案美編：江宜珮

家聚豐美 宴客大方

怡園 YI YUAN

國宴主廚的獨家美味食譜

國宴主廚高鋼輝

THE SHERWOOD TAIPEI 台北西華飯店

詳情請洽 +886-2-2718-1188 訂席組或怡園中餐廳

紅蟳臘味糯米飯

西施彩蟹柳

全台冠軍港式片皮鴨

2

3

4

1.Versace Icon 水晶刺繡
黑色鍊帶手拿包，NTD74,500。

2.Versace 黑色鉚釘裝飾
高跟涼鞋，NTD33,500。

3.SCIACCA 紅色天鵝絨拖鞋，
建議售價 NTD22,500。

4.Dior Saddle Oblique
酒紅色刺繡帆布中型馬鞍包，NTD90,000。

1

CLASSIC FASHION

經典時尚

Coco Chanel 曾說，「時尚更迭，但風格永存」。儘管流行以每一季的腳步快速汰換，但過往的許多經典元素，卻終將在時光裡不朽。為了向過往致敬，每一季設計師幾乎都會從過去的年代中尋找靈感，並賦予新貌。在 2018 秋冬，logo 圖騰、經典格紋、以及非黑即白的元素回歸，就為這一季帶來更多精彩。在春夏已經大紅的 logo 圖騰，在秋冬依舊狂熱；秋冬一定要有的格紋元素，幾乎占據時裝週所有街拍；一向是秋冬正統的黑白色系，則在摩登與復古間走出輪廓分明的剪影。

而時尚配件在 2018 秋冬同樣顯眼。各式帽款和絲巾重見天日，像是 GUCCI 的模特兒們或在頭上綁上絲巾，或以華麗鑽飾點綴；Versace 則以純色頭巾為好萊塢女伶的經典造型賦予當代新解。善用這些配件，就能以創意塑造個人風格。

此外，隨著年底溫暖熱鬧的節慶來臨，每個人都需要一個紅色耶誕！一件應景的紅色單品，不只能散發熱情、歡愉的氣息，更能靠著明亮的色彩提升造型感與時髦度。

5.Michael Kors 黑白綁帶休閒鞋，NTD9,800。

6.swarovski crystallne hours 手錶，NTD15,900。

7.FENDI 經典 F LOGO 帽。

8.berluti Fast Track 小牛皮黑色運動鞋，NTD38,500。

9.Versace 金屬項鍊，NTD88,000。

10.tory burch Chelsea Cross Body 鍊包，NTD16,900。

Prada

1

3

ENERGETIC TREND

活力潮流

4

2

5

1. Bryant 橄欖綠拼色後揹包，NTD20,400。
2. longchamp mademoiselle longchamp sellerie 包，NTD46,000。
3. Superdry 女款刷毛牛仔外套，NTD6,680，特價 NTD4,600。
4. HOGAN 星空女士休閒鞋。
5. Versace Icon 彩色印花鍊帶包，NTD 66,500。

6

7

8

9

運動風、色塊、印花、甚至帶有未來感的剪裁與螢光色彩，都是這一季最不可忽視的活力心機。綜觀 2018 秋冬秀場，印花愈大愈時髦。不論是 Chanel 如同在森林演繹的秋日浪漫；GUCCI 充滿復古且韻味十足的亮眼印花、甚至是 PRADA 的豹紋動物紋等，讓蕭瑟的季節頓時多了生氣。像是一向擅長印花的 Leonard，則加入了運動潮流，讓這個紅了好幾季的元素魅力不減。

至於印象中幾乎出現在春夏的「螢光色」，卻在秋冬有了新的變化。愈是溫暖厚重、愈是色彩亮眼，螢光綠與粉嫩色的搭配，成為這一季的新亮點。此外，一向充滿年輕氣息的丹寧時尚，在秋冬裡，設計師賦予乾淨俐落格調，藉助硬挺的原色丹寧，打造簡潔荷葉邊和褶邊、甚或是加上手繪塗鴨印花，帶來街頭的時尚不羈感。

6.TUMI Voyageur 系列 Dior 後背包迷彩印花色，NTD12,200。

7. Prada 軍綠色羊毛混紡雙排扣西裝外套，NTD79,990。

8.MiuMiu 紅色天鵝絨水晶釦鍊包。

9.adidas_purebounce+，NTD3,390。

10.Superdry 女款拼貼牛仔褲，NTD5,180，特價 NTD3,600。

11.Longchamp Amazone Python，NTD23,700。

12.MiuMiu 肩背包。

10

11

12

LE DÉNER EN BLANC IN TAIPEI

白色野餐 行銷台北城市美學

超過 30 年歷史的白色野餐（Le Déner en Blanc），今年首度在台灣登場，並且選擇在台北 101 水舞廣場舉辦，這一場美麗的白色盛宴，吸引近千人參加。

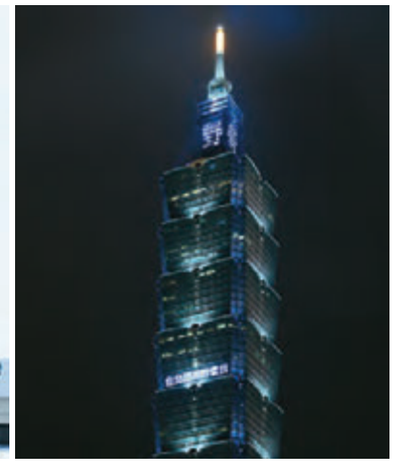
Text by 張煥鵬 Photo by 黃鼎翔

台北 101 水舞廣場變成白色野餐的舉辦會場，白色氣球及陳設的餐具和擺設，就連雨具都以白色系為主。

白色野餐是國際知名的活動，每一次的活動地點都選在各大城市的著名地標。台北 101 是台灣最具代表性的地標，因此自然成為台灣首屆白色野餐的最佳舉辦場地。活動當天，包括：台北市市長柯文哲、台北市政府工務局公園路燈工程管理處處長黃立遠、台北 101 董事長張學舜、璐露野生活創辦人顏紹安等貴賓共同出席，在台上一起揮動口巾為當天的活動揭開序幕。

超神祕 首屆國際白色野餐日地點

白色野餐源起於法國巴黎，從 1988 年舉辦迄今已有 30 年歷史。這一個活動最初由帕斯奎爾（Pasquier）夫婦創辦，他們嚴格要求每一位與會者都必須穿著白色服裝，就連活動的所有陳設和擺飾品，也都以白色為主。另一個特別之處就是，白色野餐的地點十分神祕，活動地點保密到最後一刻，參加者一直到了活動當天



1 | 2

1.白色野餐今年首度在台灣登場，台北市市長柯文哲、台北市政府工務局公園路燈工程管理處處長黃立遠、台北101董事長張學舜、璐露野生活創辦人顏紹安等貴賓共同出席。
2.台北101的外牆點亮燈光，並且秀出「台北國際野餐日」字樣，為台北野餐日畫下完美句點。

到了指定集合地點之後，才會被工作人員帶領到正式的會場，正因為如此，讓這一個活動增添許多的神秘色彩和迷人之處。

現在，白色野餐已成為國際性的知名社交活動，曾經紐約、倫敦、雪梨、巴塞隆納等全球近 90 座城市的代表性地標舉行。今年首度授權台北正式成為「法國白色野餐國際組織」城市，在台北的第一場的白色野餐日，就選在台灣的世界之窗——台北 101 作為舉辦地點。活動當天，台北 101 水舞廣場變成白色盛宴的會場，白色氣球妝點著現場，鋪著白色桌巾的長桌上，陳設的餐具和擺設同樣以白色系為主，近千名的與會者更是精心打扮，每一位身上都穿著全白的衣服和鞋子，卻各有不同的品味和巧思，宛如一場精采的服裝秀。

台北市長柯文哲表示，台北有許多美麗的建築物和地標，近幾年來更朝向充滿藝術與人文氣息的國際城市邁進。希望透過這種國際性的活動讓台北與國際連結，讓世界各地有更多人看見台北這幾年的新風貌。被稱為「野餐女王」的璐露野創辦人顏紹安說，白色野餐已經成為一種戶外時尚和社交活動，來自不同的背景，有著相同的品味和質感的追求。這場聚會把一群有著相同愛好的人，聚集在城市最美麗的地點，體驗城市公共空間的藝術和價值，並且透過國際互聯網和社交媒體，與其他會員國城市一起分享交流。

台北 101 點燈變成世界最大仙女棒

「白色野餐的目的，就是在城市最美麗的地標與親朋好友共享餐桌風景。」璐露野說，每一位賓客穿著白色服裝出席，展現的也是一種社交活動的優雅與品味。」用心裝扮的與會嘉賓，讓白色野餐宛如一場精采的服裝秀。每位參加者表現屬於自己的白色時尚，當天還有個人服裝與餐桌布置的競賽，讓一同野餐的貴賓更有活動的參與感。現場還安排許多拍照展示區、爵士樂團精彩演出，還有多元風格的小市集、戶外品酒會、和牛料理試吃、麵包大賽冠軍主廚秀、手沖咖啡示範、多種飲品試喝等玩樂體驗。

在全球各城市舉辦的白色野餐，活動尾聲都會依傳統點燃仙女棒，作為圓滿落幕的儀式。但是台灣法規禁止在公共場合燃放仙女棒，主辦單位為了延續傳統同時展現新意，於是讓台北 101 化身全世界最大的仙女棒，夜幕低垂時，在眾人倒數聲中，台北 101 的外牆點亮燈光，並且秀出「台北國際野餐日」字樣，水舞廣場的水舞表演同時登場，為台北野餐日畫下完美句點。

SMART TREND
台北 101 領頭　打造智慧城市

由台北101所舉辦的「2018台北101 SMART TREND智慧趨勢展」，於10月16日至10月19日盛大展開。包括台北 101 董事長張學舜、台北 101 總經理張振亞、台北市副市長林欽榮、財團法人台灣建築中心董事長楊欽富、荷蘭貿易暨投資辦事處代表 Guy Wittich 等人皆於開幕記者會一同站上舞台，為此次智慧趨勢展揭開序幕。

Text by Joey Chen Photo by 台北 101

台北 101 董事長張學舜表示，台北 101 要用智慧與創意來應用於超高建築之上。

雖然世界最高樓的紀錄不斷在翻新，但台北 101 的高度，仍然在成長，並積極在國際天際線上智慧升級。台北 101 作為讓世界看見台灣的門戶與企業公民典範，一直致力於綠色、環保、永續以及社會參與等議題，並以「全球超高綠建築新典範」以及「最高公益平台」作為目標，期盼以國際地標的角色影響並驅動台灣在社會責任上的努力。

繼去年首屆的「台北 101 SMART TREND 智慧趨勢展」之後，今年所舉辦的第二屆智慧

展，則特別聚焦於巨量資料、雲端運算和物聯網等話題，並瞭解如何運用在智慧城市與建築之中，促進產業發展。

台北 101 董事長張學舜表示，「台北 101 不只是地標，更不該只是事業體的聚集和大成，而是台灣的櫥窗，台灣文明向世界展現的主舞台，台北 101 作為全球第一棟取得美國綠建築協會最新版 LEED v4 白金級認證的超高層大樓，不僅要用智慧與創意來應用於超高建築之上，作為公民參與的社會責任更是向國際昭告我們對永續推動的決心。」

10 家指標企業　展演智慧未來

在去年的智慧展中，因應大樓未來不斷智慧升級的計畫，台北 101 特別邀請國內外首屈一指的產官學代表，擴大國際性綠建築及智慧建築平台網絡，為國內外科技創新趨勢提供舞台。而今年同樣邀請了 10 家國內外指標性企業，展出最新科技趨勢。

像是財團法人台灣建築中心運用 3D 可視化特性的 BIM 設施、AR 履歷行動管理平台，物聯網大數據創見未來建築；喜門史塔雷克公司（7starlake）提出的自動駕駛巴士智慧生態系，讓我們看見人工智慧在綠能城市中的運用、以及對於智慧城市未來的基礎建設該有什麼想像。專注於提供全方位物業管理服務的台業物業集團，本次也展出了 2017 年創下全球製冷量最大 4200RT、可省電 50%、環保壽命又長的「海爾磁懸浮離心式冰水主機」。

此外，這次力邀參與的國際智慧科技管理大廠則涵蓋了智慧管理整合到超高樓綠建築生態系，如去年也參與的西門子（Siemens），便於展覽現場中展出智慧建築管理平台 Desigo CC 整合建築資訊模型（BIM），並運用 VR 虛擬實境來呈現建築物內智慧空間解決方案，期許未來持續以數位建築科技，協助台北 101 創造智慧完美空間。

作為全球照明領導者的台灣飛利浦照明（PHILIPS lighting），則積極以 intreact 系統智慧連網照明系統來強化智慧建築的循環照明並推出智慧無線照明控制系統等，10 家國內外大廠除了展出最新智慧系統外，同時連續 4 天也都邀請各領域菁英為本屆智慧趨勢展帶來不間斷的精彩論壇。

台北 101 在智慧綠建築與永續經營的領域上，持續以典範之姿引領趨勢，成為台灣與國際交流的最高平台，同時也將透過與各個領域先驅於創新智慧科技上相互碰撞出創意火花，為台灣邁向智慧城市發展貢獻一份心力。

1
2

1.西門子於展覽現場中展出智慧建築管理平台 Desigo CC整合建築資訊模型（BIM），並運用VR虛擬實境呈現建築物內智慧空間解決方案。
2.今年舉辦第二屆的「台北 101 SMART TREND智慧趨勢展」，聚焦於巨量資料、雲端運算和物聯網等話題。

POETRY OF TIME

Van Cleef & Arpels 「時間的詩篇」高級鐘錶展

擅以時間寫詩的 Van Cleef & Arpels 梵克雅寶，於 11 月 1 日至 11 月 11 日，在台北 101 購物中心 4 樓都會廣場舉辦 「Poetry of Time 時間的詩篇」高級鐘錶展。多只今年日內瓦高級鐘錶展作品來台，包括真實微擬星象如水星、金星、地球、月球運轉的 Lady Arpels Planétarium 腕錶等，以浪漫的愛情、宇宙的萬象，捕捉每個詩意瞬間的靈感泉源。

Text by Joey Chen Photo by Van Cleef & Arpels

Van Cleef & Arpels 在台北101購物中心4樓都會廣場舉辦「Poetry of Time時間的詩篇」高級鐘錶展（圖片來源：Chris Tzou）

Van Cleef & Arpels 梵克雅寶近幾年積極延伸美學觸角，以如同一位述說時間的詩人，把來自自然萬物取材的創意，發揮至淋漓盡致。不論是由仙子和芭蕾舞者牽引時間的步伐，或是閃爍的星際以及星體芭蕾牽動詩意繁星的浮想翩翩，梵克雅寶透過故事傾訴時光的優美律動，並賦予製錶工藝不同凡響的獨到創意。每一件作品，皆以饒富情感的方式展現時間的流逝，並融合了專業製錶知識，傳達品牌想要展現的獨一無二的時間詩篇。

宇宙篇章
Lady Arpels Planétarium

梵克雅寶在推出 Midnight Planétarium™ 腕錶 4 年後，重新演繹經典之作，以原創女性腕錶為 Poetic Astronomy 詩意星象的世界倍添姿采。Lady Arpels Planétarium 腕錶將一片宇宙戴上手腕，微型的珠寶行星儀賦予製表獨到創意，也在今年 SIHH 表展上備受好評。藉由獨特的星球模組，讓玫瑰金太陽、粉紅珍珠母貝水星、綠色琺瑯金星、綠松石地球、鑽石月球，以實際運行的速度——無論是 29.5 天圍繞地球一周的月亮、88 天圍繞太陽一周的水星，還是 365 天公轉一周的地球——呈現於猶如星空的砂金石錶盤。至於鍍銠金質流星，則代表不斷流逝的時間。

愛情篇章 Lady Arpels
Pont des Amoureux

關於浪漫的愛情，梵克雅寶同樣也沒有缺席，並選擇在 Lady Arpels Pont des Amoureux 腕錶的巴黎藝術橋上。橋的兩端站著一對熱戀中的情人；女孩撐著傘，男孩藏著花，他們走向對方，準備擁吻彼此。途中男孩離女孩忽近忽遠，直到 12 點整，終於在琺瑯繪製而成的夜景中相遇。然而 12 點一過，這對戀人又被複雜的機械結構迅速分離，彷彿提醒世人，把握短暫的相聚時光。

星象篇章
Midnight Zodiac Lumineux

Poetic Astronomy 詩意星象系列呈獻 12 款全新 Midnight Zodiac Lumineux 腕錶，再次演繹萬丈星光，隨著宇宙律動與星雲和諧共舞。每款腕錶均配備獨特的機芯模組，隨心點亮無垠星海。這枚精巧的自動上鍊機芯，最先搭載於 2016 年發表的 Midnight Nuit Lumineuse 腕錶，現由世家將之結合西方 12 星座符號，勾勒出流光曳彩。自 1950 年代推出首枚以星座為題的幸運金幣吊飾至今，梵克雅寶一直對旖旎瑰麗的星象情有獨鍾，新腕錶亦圍繞璀璨耀目的 12 星座為主題，為錶盤灑上白羊、金牛、雙子、巨蟹、獅子、處女、天秤、天蠍、射手、魔羯、水瓶及雙魚座的閃耀星塵。

Van Cleef & Arpels 透過故事傾訴時光的優美律動，並賦予製錶工藝不同凡響的獨到創意。

魔幻篇章 Lady Arpels Féerie

品牌代表性的仙子和芭蕾舞者，在 Lady Arpels Féerie 腕表上以魔法棒指示小時、優雅的羽翼則指示分鐘，時間變得清透魔幻。Lady Arpels Féerie 腕錶搭載的逆跳機芯令閱讀時間更賞心悅目。這位仙女是真正的守護繆斯，見證時光流轉。在半透明藍色琺瑯背景的襯托下，仙子閃閃生輝的輪廓鮮明突出，猶如仙子施展奇幻魔法現身。

在這場精彩的「Poetry of Time 時間的詩篇」高級鐘錶展中，讓人近距離欣賞到梵克雅寶透過不同的故事來描繪時光的優雅律動，從宇宙星體、璀璨星空，以及標誌性的仙子、芭蕾舞者、花卉與四葉幸運草等經典元素主題，以綺麗的想像與情感豐富鐘錶世界。

LORO PIANA

荒漠中的輕盈旅程
「純淨之丘．臻然極境」10 週年誌慶巡迴概念展

2018 年 10 月 12 日至 22 日，來自義大利的 Loro Piana，在台北 101 舉辦了一場「純淨之丘．臻然極境」10 週年誌慶巡迴概念展。現場還特別推出限量「小山羊喀什米爾 10 週年誌慶系列」，邀請許多仕紳名媛共襄盛會，為此次展覽揭開序幕。

Text by Joey Chen Photo by Loro Piana

Loro Piana「純淨之丘．臻然極境」10 週年誌慶巡迴概念展，取材大漠純淨之丘的主題。

對許多人來說，Loro Piana 這個名字或許陌生，但在許多義大利名流之間，Loro Piana 這個高端品牌卻是他們低調的生活日常。一件簡單設計的針織毛衣，都使用小山羊喀什米爾等高級布料，以傳承 6 代的百年經驗，帶來奢華卻不失舒適的質感。

20 年挑戰 取得珍貴羊毛

只要用手輕撫過 Loro Piana 的衣服，便能感受從未擁有的溫柔舒適。事實上，舒適的背後，是長達 20 年充滿挑戰的研發歷程。Loro Piana 發現，有一種名為 Capra hircus 山羊生活在內蒙古阿拉善山區沙漠的惡劣環境，純白色羊毛

WORLD DREAM

星夢郵輪 世界夢號

星夢皇宮

LUXURY

DREAM PALACE

世界夢號
極致奢華『郵』香江
四天三夜 | 香港出發 |

$49,900起 (L600)

包含

- 桃園/香港/桃園　商務艙來回機票
- 兩地機場稅 / 郵輪服務費 / 郵輪港務稅 / 尊享郵輪免費WIFI
- 星夢套房2晚

入住 香港置地文華東方酒店 1晚 (限週日入住)

- L600 豪華客房 或 L900 置地套房(自選房配套)
- 週末早午餐 MO BAR 每房2客(價值港幣1316)
- In Room Dining breakfast 每房2客(價值港幣755)
- 啟德碼頭至飯店 賓士尊榮服務(價值港幣1100)
- 飯店至赤鱲角機場 賓士S Class送機(價值港幣1485) 限L900套房

皇宮套房禮遇

- 私人管家服務
- 專屬禮遇通道
- 免費尊享「星夢皇宮」內所有餐廳的特選套餐
- 免費尊享船上特色餐廳的特選晚餐– 航程期間每晚到訪不同餐廳
- 免費於船上所有酒吧、酒廊專享特選酒水套餐
- 免費尊享房內Mini Bar(1次)
- 優先預訂Vintage Room私人品酒晚宴

專為亞洲頂級客 量身打造

真正的奢華　在於專屬於你的　極致款待

夢想奢華 郵輪之旅

星・夢・皇・宮・V・I・P

5大專屬 尊寵奢華

❶ 船中船頂級郵輪概念　打造高端專屬奢華

可同時享受歐美頂級郵輪，精緻寧靜的專屬空間；又能歡享大型巨輪、多元娛樂設施的歡樂精彩。

❷ 私人管家24小時服務　獨一無二至尊享受

專屬的私人管家悉心打理海上行宮豪華巡遊之旅的一切，包括熱門餐廳、表演活動、Spa按摩等，船上所有的一切您都可以優先享受，尊享VIP服務。

❸ 專屬休憩空間　盡享海上行宮閒逸假期

享受船上所有娛樂休閒設施之於，還有專屬的甲板、泳池、水療SPA、健身房、餐廳等，備享尊寵隱私。

❹ 頂級美食饗宴　舌尖上的豪華郵輪

優先預約海上高級牛排餐廳「1號扒房」、頂級東方料理「絲路花舞」、「創意滋味鐵板燒」、「海上戶外火鍋」等專屬餐廳等，享受世界級海上美饌。

❺ 好萊塢國際級精彩大秀　專屬貴賓區禮遇

世界夢號擁有豐富的國際級豪華大秀，透過管家預約，您無須排隊直接入場，享有VIP專屬走道、獨享最佳貴賓區，以最近最佳的位置享受世界級表演。

翔順旅行社 MIRAGETOUR
星夢郵輪優質指定代理
國際運輸組織IATA會員
交觀甲5088・品保北616
電話：(02)2567-9229
傳真：(02)2521-5411
| 免付費報名電話 |
0800-831-888
www.miragetour.com.tw

1

2 | 3

1.每件單品都是 Loro Piana 堅持優質原材料，追求卓越的完美成果。
2.+3.舉辦「純淨之丘．臻然極境」10週年誌慶巡迴概念展，邀請眾多仕紳名媛共襄盛會。

是牠們唯一的保護。隨著嚴冬降臨，山羊長出可有效抵禦寒冷的雙層羊毛：粗疏的披毛保護層下，有一層柔軟纖細的絨毛，正是稀世珍貴的小山羊喀什米爾。

當氣候溫和的 6 月，山羊羊毛自然脫落，牧民便在此時溫柔地收集喀什米爾絨毛。由於每隻小山羊的一生中，只能在屆滿 1 歲之前採集一次，且因僅限 6 月期間採集，可用纖維不超過 30 克，不僅採集期短且產量極少，也讓每年採得的 2,000 公斤小山羊喀什米爾更顯珍貴。小山羊喀什米爾的質感、彈性和耐用性均無可比擬，令人幾乎忘記來源地嚴酷艱險的環境，每件單品都是 Loro Piana 堅持不懈地發掘優質原材料、持續不斷地追求卓越的完美成果。

純淨之丘 揭開製作秘密

走進這次位於台北 101 商場 4 樓都會廣場的場地中，取材自大漠純淨之丘的主題，也讓人彷彿踏入由無數喀什米爾紗線交織而成的一抹風景。本次概念展藉由圖像與布料交織，使純淨臻然的小山羊喀什米爾好似激起一幅如描繪沙丘輪廓的波浪圖畫，餘波蕩漾，蜿蜒曲折。旅程始於一個柔軟純淨的空間，爾後邂逅在紅色沙丘上漫遊的 Capra hircus 山羊，並經歷令人驚嘆的工序製作。

不同主題空間裡分別展示著限量「小山羊喀什米爾 10 週年誌慶系列」，為了慶祝小山羊喀什米爾 10 週年里程碑，Loro Piana 品特別推出限量「小山羊喀什米爾 10 週年誌慶系列」。全系列共有數款高領毛衣和短外套，採用經典剪裁和輕盈編織突顯紗線的柔軟纖細，並體現 Loro Piana 對用料的嚴謹要求，為上流品味圈帶來極致舒適的觸感。

高領毛衣以不同工序製作，呈現原料靈活性；小山羊喀什米爾短外套則採用扭花針織設計，搭配貂皮內襯、珍珠母鈕扣和可拆式栗鼠毛領，以活潑鮮明的形象，彰顯小山羊喀什米爾的迷人特質。

旖旎的大地色彩盡顯柔白色單品純淨優雅的迷人魅力。伴隨著層層堆疊的視覺和質地，Loro Piana 也讓人身臨其境體驗一場從素淨到奢華的獨特感官旅程。

湯之島虎山溫泉會館

Hu Shan Hot Spring Hotel

初光乍 養生息 山水澗 隱仙境

「湯之島虎山溫泉會館」座落於苗栗泰安溫泉區汶水溪沙洲小島上，小島由堅硬的砂岩構成，溪水環繞四周，設有吊橋與汶水西南相連，是台灣唯一能媲美日本「中之島溫泉飯店」的小島型度假飯店。

「湯之島虎山溫泉會館」全區洋溢著濃厚的懷舊氣息以及安適的禪風楓林景緻，是台灣少數兼具賞楓、泡溫泉的山中秘境，曾讓名人張學良隱居修身於此。會館具有溫和的弱鹼性碳酸氫鈉溫泉，泉質無色無味、純淨滑膩，富含矽、鈉、鎂、鋇、鈣等礦物質，具有潤膚美容、養生修復功能，浸浴在美景山水間，心情豁然開朗舒暢。

蜜月湯屋+鱘龍魚火鍋

- 蜜月湯屋90分鐘
- 鱘龍魚火鍋2人份

雙人優惠價1999元

假日不加價

週一～週五使用 加贈30分鐘

蜜月套房

- 住宿一晚（含早餐）
- 樸園養生SPA水療池

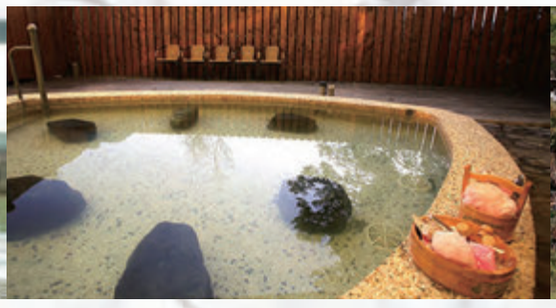
平日優惠價6999元

假日不加價

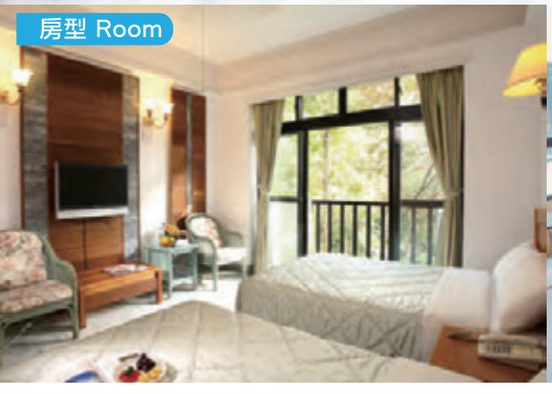
週一～週五使用 贈送晚餐

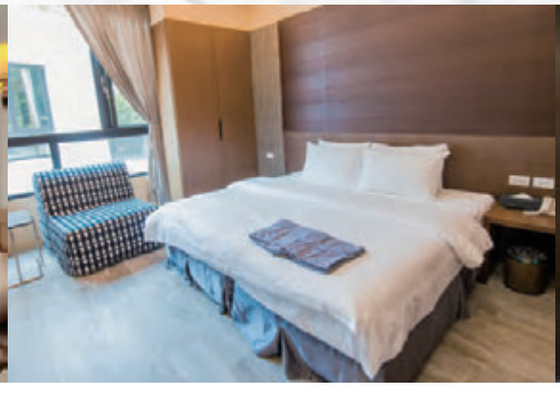
以上報價適用至108/6/30為止

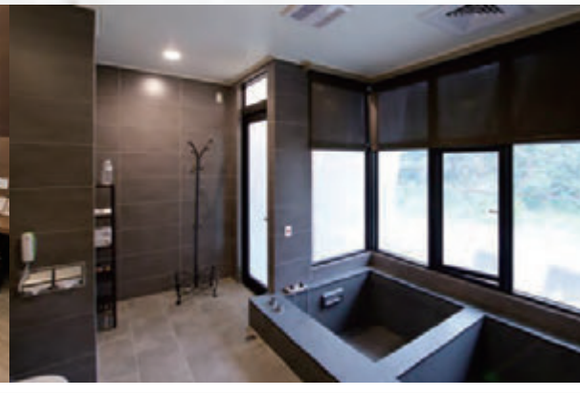
公共空間 Public Space



房型 Room







湯之島虎山溫泉會館 地址： 365苗栗縣泰安鄉圓墩73號 電話： 03 794 1001

CARTIER
BALLON BLEU
優雅與勇氣的品味象徵

一年快過去了，今年過得好嗎？想完成的目標，都如預料中實踐嗎？
每到 12 月，是感念的季節，我們回顧一年，並透過餽贈傳達思念與情意。如何挑選禮物？
除了品牌的吸引力、設計的精緻度，禮物背後的精神有時更多了一份象徵意義。
以飛翔為意念的卡地亞「Ballon Bleu」藍氣球系列，將有形的氣球賦予形而上的飄逸意念，
絕對會是今年聖誕與新年贈禮的品味之選！

Text by Caesar Shih　Photos by Cartier

一年快過去了，今年過得好嗎？想完成的目標，都如預料中實踐嗎？每到 12 月，是感念的季節，我們回顧一年，透過餽贈傳達思念情意。該如何選品？除了品牌的吸引力、設計的精緻度，其設計背後的精神有時更多了一份象徵意義。以飛翔為意念的卡地亞「Ballon Bleu」藍氣球系列，將氣球賦予形而上的飄逸意念，絕對會是今年聖誕與新年贈禮的品味之選！

1.Cartier，Ballon Bleu 玫瑰金腕錶搭配皮錶帶，錶徑為 33MM。
2.Cartier，玫瑰金鏈帶腕錶，42mm 的尺寸，男女皆宜。

從 1904 年推出近代第一只腕錶 Santos 至今，從 Tank、Parsha、Baignoire... 卡地亞創造過的經典無數，相形之下，2007 年才問世的藍氣球 Ballon Bleu 是相對年輕系列，然而 Ballon Bleu 僅僅透過了一個巧思，卻讓腕錶的設計與眾不同、饒富趣味。眾多皆知，卡地亞的腕錶經常使用貴重的藍寶石於錶冠之上，象徵冷靜與尊貴，之外豆莢式錶冠也是卡地亞古典風格的具象，於是 2007 年時，Ballon Bleu 系列將鑲有藍寶石的錶冠融入錶殼之中，再以一個與錶殼相連的環形護橋，溫柔圍繞在錶冠的外側！半弧形的藍寶石就像一個藍色的氣球般，冷凝而溫柔地委身於護橋式裝置內，與錶殼合而為一，同時只要輕輕扣住經典的豆莢式錶冠並拉出，兼具詩意與實用功能。

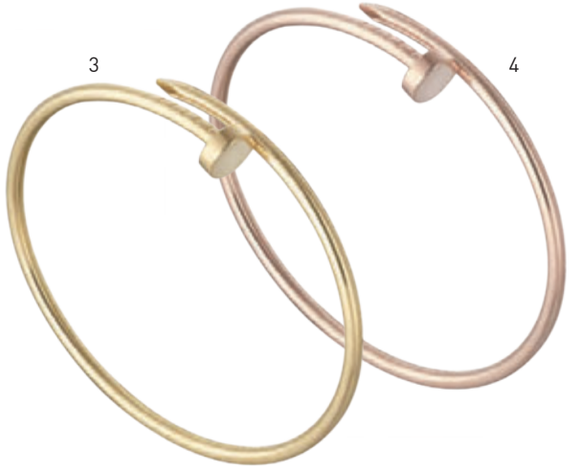
系列在推出時即大受好評，其細節處的造工，賦予了整體設計溫柔古典、高雅醉人的貴氣印象！ 2014 年時，凱特王妃並以一身淺藍色的高

雅洋裝相稱，完美演繹卡地亞 Ballon Bleu 腕錶的迷人風姿。就在 2018 年下旬，卡地亞隆重呈現一系列全新的藍氣球玫瑰金鑲鑽款式，像是承載對過去一年的美好感念，更是對來年開展的遠眺，在手腕間搖曳生輝，任心思飄向蔚藍蒼穹。

玫瑰金搭配酒紅色鱷魚皮帶的款式，共有 33 毫米、36 毫米與 42 毫米一共三種尺寸，並全數搭配了自動上鏈的機械機芯。由於錶款正面與錶背都是渾圓的弧形，整體散發出飽滿了力量與優雅。藍鋼劍形指針和羅馬數字時針，展現出卡地亞一直以來的古典大氣，鍍銀的面盤經磨砂與太陽放射紋處理，低調而閃耀，三枚皮帶款式價格分別落在 57 萬到 90 萬之間；而鏈帶款式則從錶殼到錶帶皆為溫潤古典的玫瑰金，皮帶或鏈帶款式的錶圈則全數在錶圈鑲嵌了整圈的美鑽，光彩奪目。

除了藍氣球之外，卡地亞的 Juste un Clou 釘子系列作品釘子珠寶，同樣也是年節餽贈的另一選項。早在 1960 年，品牌以最簡單、但最具創意的形式：將一只釘子彎成一個手環，創造了衝突也最富玩心的卡地亞經典珠寶！來到 2018，全新 Juste un Clou 釘子系列珠寶，細版的 18K 黃金或玫瑰金手環，可以單獨佩戴，或是與腕錶一同佩戴，展現衝突的生命力道，又或是小尺寸的 18K 黃金、玫瑰金或白 K 金戒指。戴在手指上，畫龍點睛。

迎接即將到來的新年，且將 Juste un Clou 與勇氣化為你的徽章，並提醒自己：莫忘初衷，無懼前行！



3.Cartier，Juste un Clou 黃 K 金窄版手環。
4.Cartier，Juste un Clou 黃 K 金窄版手環。
5.Cartier，Juste un Clou 系列戒指（全新細版），18K 白金。
6.Cartier，Juste un Clou 系列戒指（全新細版），18K 黃金。

#PARTY 101
台北 101 新年大秀　全城派對

台北 101 新年燈光煙火秀，今年主題定為「#Party 101」，要玩更大、玩更瘋，由「全台都認識」的神祕嘉賓陪大家倒數，迎接 2019 年。散場後還有續攤派對，絕對要衝一波！

To celebrate the arrival of 2019, Taipei 101 hosts its annual New Year's Eve fireworks performance, and sets “#Party 101” as this year's theme, aims to make the extravaganza even bigger and crazier. The show will not only feature a household name in Taiwan as secret guest to count down with everyone, but also an afterparty comes along. Don't miss out!

Text by 陳婉箐　Photo by 賴建宏、Rex Takeshi、台北 101、許展源、詹淑芬、葉世賢

台北101每年新年大秀，都是全世界矚目的焦點活動。

Taipei 101 annual New Year’ s Eve fireworks show is a prominent event draws world's attention every year.

每年代表台灣和國際連線接力倒數的台北 101 新年大秀，今年又有重大創新突破，將強化燈光動畫秀比例，與經典煙火秀相互輝映，整場表演比去年長，超過 300 秒；並首度推出「#Party101」，民眾跨年後可續攤參加派對活動，嗨迎 2019 年。

跨部門整合　打造具有公共性的 101

不斷追求卓越創新的台北 101，每年都投注許多心力籌劃一年一度的新年大秀，動員辦

公大樓、購物中心和觀景台等不同部門協力合作，由企業品牌傳播部擔任統籌，執行跨部門整合工作、負責新年大秀的整體規劃，期望透過絢爛奪目的煙火，讓世界看見台灣的迷人文化與各種美好。除了舉辦新年大秀，台北 101 還策畫垂直馬拉松和各式公益活動，更不斷在 CSR、綠建築、環保、科技等議題努力，逐步打造一個具有公共性、屬於全台灣的台北 101。

台北 101 不只是一家公司、一棟大樓、一座商場，也可說是台北的形象、更是台灣跟世界接軌的角色。因此，為整合辦公大樓、購物中心和觀景台三大事業體，企業品牌傳播部應運而生，為了「台北 101」這個品牌努力，創造台灣跟世界接軌的機會。

很難想像每年籌畫新年大秀的企業品牌傳播部，居然只是個 9 人小部門，就能夠完成如此盛大的國際盛會，為求在 2019 年新年大秀有所突破，企業品牌傳播部也與台灣本土的跨領域策劃團隊合作，一同打造 2019 年的新年大秀。

2018年新年大秀團隊，由本質溝通事務所計畫主持劉維融統籌、鉅秀總經理李秀超率領的最佳煙火團隊，並與Rhizome團隊配合，成就這場精彩的新年大秀。

The team of New Year's Eve Fireworks 2018 consists of coordinator Liu Wei-Rong (劉維融), Giant Show's best fireworks team led by general manager Li Xiu-Chao (李秀超), and Rhizome Creative Operator to accomplish the splendid New Year's Eve fireworks big show.

跨世代合作　開趴翻轉傳統模式

2019年與台北101共同策劃執行新年大秀的跨界、跨世代團隊，由行銷界奇才、本質溝通事務所計畫主持劉維融統籌，除了有鉅秀總經理李秀超率領的最佳煙火團隊，在燈光動畫、音樂方面也都有各自的負責人，皆為得過國際獎項的本土團隊，藉以彰顯台灣在地能量。

初次執行新年大秀的劉維融，走跳傳播圈 20 餘年，曾在台灣早期最獨特的意識形態廣告擔任董事長特助，在這個以極端創意為信仰的高壓訓練下，他明白了最簡單的創意多半來自於人性。於是，他提出這次的主題「#Party101」，希望打造出一場讓民眾以 party 的心情，來開心參與由煙火、由動畫、由燈光，由派對、由購物，由觀景所共同攜手合作的一件大時空作品，而不只是一如往常的「跨年看煙火」而已！

今年很特別的是和台北市政府共同主辦，不只是台北 101 跨年，而是整個台北市的新年大秀。劉維融指出，此次翻轉十多年來「晚會、倒數、塞車、趕捷運」的模式，在倒數前一個月加碼許多活動。

12 月 31 日當晚，台北 101 辦公大樓將首度舉辦 6 小時跨年派對「爵士之夜 Lounge Party」，僅有 1,010 個限量名額；最大亮點是開放 500 位與會者登上觀景台，近距離觀賞絢麗的高空煙火，感受「在煙火中看煙火」的震撼體驗。

劉維融期盼以年輕化、國際化、原創化的方式，讓大家看到、玩到、聽到、買到今年的新年大秀，更鼓勵大家多多拍照後可以「#party101」來分享、來形塑屬於我們台灣的「IP」智產概念。而今年一項一項活動 (IP) 正如火如荼企畫籌備中，台北101企傳部也緊鑼密鼓地發動作戰計畫，我們相信台北 101 的跨年派對，一定很快就會成為亞洲級的跨年派對指標！

最佳煙火團隊　結合多媒體演出

第 11 度承接台北 101 新年大秀的鉅秀，曾與台北 101 共同創下世界第一座施放煙火的超高大樓歷史紀錄；繼於 2016 年響應環保，減少煙火數量，首度嘗試結合多達 800 盞電腦燈，足以打破金氏世界紀錄。幕後推手李秀超，師承父親、台灣煙火創始者李蘭亭，從 18 歲親手做出人生第一顆煙火以來，至今熱情不減。

李秀超表示，今年面對艾菲爾鐵塔煙火秀的法國隊、雪梨歌劇院的澳洲隊，以及義大利、新加坡等強勁隊伍，鉅秀能脫穎而出著實不易，「因為我們不只把重點放在煙火上，而是結合了更多元素。」

去年鉅秀大膽嘗試，運用台北 101 得天獨厚的結構，起用高約 260 米、寬 36 米的超大 LED 燈網 T-Pad，把台北 101 牆面變成巨幅畫布，和煙火意境結合，形塑出另一種美感。李秀超透露，在倒數前，大家難免有些懷疑，畢竟沒人做過，「但任何創意都要通過考驗，也要接受失敗的可能性。」結果畫面呈現出台灣人事物，包括歌手、

今年度跨世代、跨專業的組合，規畫的新年大秀，值得令人期待。

This year's New Year's Eve Fireworks show will be a cross-generation and interprofessional working. This is a worth the wait show.

老宅、窗花等台灣精神，贏得民眾共鳴。

李秀超說，雖然煙火本身吸睛度夠，但台北101放煙火有些限制，因為是高空施放，又位處人口密集區，為防範未爆彈掉落的風險，只能使用燃燒較短的煙火，十多年來並無戲劇性的突破，在硬體進步有限下，須藉由多媒體平台來做變化，增添更多層次的意涵，「煙火不必然成為跨年唯一主角，未來方向是和不同媒體結合，沒有誰是主、誰是輔，而是彼此相乘效益，能否讓大家更感動，發數及秒數反而不是重點。」

打群架力量大　向世界介紹台灣

如何豐富新年大秀內涵，就有賴劉維融來統籌。劉維融操作過許多叫好叫座的行銷案，包括麥可傑克遜來台演唱會、太魯閣馬拉松、網路國民服飾品牌等。幾年前他自立門戶，期望與客戶回歸到本質溝通，以「更甲方的乙方」精神，消弭兩者之間的溝通障礙。此次，他同樣拿出這份執著來統籌台北101新年大秀。

「我工作多年來養成雞婆的個性，如果可以打群架，就不要單打獨鬥，力量太單薄，打群架的好處是資源多，而且不同專業know-how可以交流。」劉維融說，今年為籌備新年大秀，整個台北101都動起來，他笑稱自己和「超哥」一樣，幾乎快成為台北101的一員。

劉維融、Rex Takeshi執導與煙火大師李秀超都認同，新年大秀不該只注重在煙火的發數與秒數，「如何讓新年大秀更加有趣、更有戲劇感、更有記憶點、更融合成一件作品而更驚艷，並貫穿以主音樂創作的世界級聽覺的饗宴，才是新年大秀應該有的力量與重點。他直率地形容，外國人來到台北，和別人分享旅遊經時，不見得會提到日月潭或西門町，但一定會說去過台北101，「在某種程度上，台北101已和台灣畫上等號。」這次跨年活動將把台北101擬人化，用第一人稱方式，向外國朋友介紹台灣特色。

以往放煙火都是360度施放，今年沿用T-Pad，以T-Pad為面（face），其餘3面為身體（body）。劉維融解釋，必須兼顧兩種情緒，否則T-Pad上有再好的動畫，都可能被煙火給蓋掉。因此，今年燈光動畫和煙火秀將彼此呼應，互有進退、高潮，像是多媒體展覽，而非單純放煙火，「我們要讓動畫和煙火合演一齣好戲，而不是煙火、動畫各放各的。這在技術層面上難度很高，必須all in one（融為一體）。」

新世代飆創意　音樂大師助陣

在跨年壓軸好戲中，除了煙火外，動畫、

音樂扮演吃重的角色，劉維融找來新銳團隊 Rhizome 擔綱，這群 7 年級生已在國內外拿下多個獎項。其中，動畫導演 Rex Takeshi Chen，曾獲美國休士頓國際電影節金獎，也入圍過日本東京導演新人電影節決選單元，現為實踐大學媒體傳達設計學系助理教授。

在東京出生、台南長大的 Rex Takeshi 說，當初「融哥」找他時，和他講了一席感人的話：「這是台灣一年一度向全世界宣傳的最大機會，如何在短暫時間內，有可能讓全世界看到台灣的一點點什麼，非常重要。」衝著這句話，Rex Takeshi 帶著夥伴撩落去，時常都做到三更半夜，也樂此不疲。

在不提前破梗下，Rex Takeshi 介紹這次動畫概念，「融哥給了很多想法，Rhizome 負責在影像上把這些豐富點子簡化，以『微敘事』形態，告訴大家台灣特色。若能在某時某刻，讓觀眾抓到一點點什麼，就代表我們達成任務。」Rex Takeshi 說，T-Pad 在技術上有些限制，和做動畫不太一樣，要在此邏輯裡執行任務，將台灣的能見度提升到最高。

音樂是煙火秀的靈魂，少了它就不夠完整，以往多半搭配交響樂或流行樂，這回也要玩點不一樣。「絕對是世界級、代表台灣原生性的音樂！」劉維融賣關子說，邀請某本土音樂大師為台北 101 新年大秀全新創作， 營造出呼應主題「#Party101」的派對感。

Rhizome 另一位年輕夥伴劉士齊，負責和大師合作。劉士齊說，他做了很多研究，也看了各國的煙火秀，多次討論後，製作過程相當順利，「大師一出手，音樂底蘊就很完美。」他並透露大師的想法，「不該把它想像成配樂，而要當成一首完整的舞曲，因為這是一場派對，而不是電影。」至於某大師究竟何許人？又有哪些人參與演出？倒數當天，音樂一下，大家必能快速找到答案。

最高綠建築　跨年秀也節能減碳

考量台北 101 是世界最高的綠建築，跨年煙火已逐漸減量，從高峰期的 3.8 萬發，去年減掉超過一半，剩 1.6 萬發。「一味強調發數，總有一天無法再超越，這個緊箍咒必須破除。」李秀超強調，加入多媒體元素後，也能讓大家了解台灣的軟實力，精彩度更勝以往，在不知不覺中，也把煙火發數減少，符合台北 101 致力於節能減碳的精神。

劉維融說，這次帶入「unbalance beauty」，不平衡之美，將有「破口」設計，把北面煙火數量降低，抽到其他面去施放，但是總發數並不會增加。

李秀超解釋，因應東北季風，T-Pad 懸掛在較不受影響的北面，但跨年秀須顧及到其他 3 面的觀眾，光是北面動畫精采，花好幾天時間搶在東面象山卡位的民眾會很失落。因此，打破過去煙火秀一氣呵成的作法，今年會有喘息空間，也保留大爆發場面，和動畫輪番表演，讓民眾不論站在哪個方位，都能感受到興奮、震撼與釋放。

大家都認識　神祕嘉賓陪倒數

煙火最大挑戰之一，在於無法綵排，「5、4、3、2、1」倒數完按下啟動鈕，方能見真章。鉅秀將動用先進的驅動程式，設定好 Time Code（時間碼），讓設在 58 樓的中控室及其他 4 地的控制台，在倒數時刻，5 地能同步精準啟動，以期煙火、燈光、動畫及音樂等元素，都能完美搭配。

從今年 8 月開始籌備，團隊花了很多時間研究、模擬演出。「沒有過去的台北 101 煙火秀，不可能會有今年的創新突破。」劉維融感謝超哥無私分享，花了一整晚的時間介紹煙火性質

與種類，他和 Rhizome 團隊將去年的影片逐秒分析，起碼看了 100 遍，檢視其中問題，今年一一改善，「把標準拉高再出發！」

Rex Takeshi 提到，有去年的經驗參考，才知道在技術上如何修正，今年把圖像線條化、簡單化，提升趣味度。他和融哥合作很順，唯有一件事「吵」到凌晨 3 點，因煙火不會走直線，一定是弧線，原本設計的動畫有很酷的銳角，但搭起來太詭異，融哥建議修成圓角，當時已進行一個半月，雖然砍掉重練很心痛，但修完後較為柔和，視覺上更具整體性。

「把台北 101 當作一個人，向世界展示，當然全身要打理好，能讓大家多一些記憶點。」劉維融站在民眾立場、站在讓新年大秀更酷的立場，以「合作、嚴謹、開放」的態度，結合各界之力，共同辦好新年大秀；他也感謝台北 101 尊重原創性，以創新模式讓世界看見台灣。

去年在倒數時打出台灣巨砲陳金鋒的影像，引起民眾驚喜連連；這次統籌團隊也表示，今年也將有神祕嘉賓，同樣是台灣之光，而且「大家一定都認識」，請拭目以待。

過去的台北 101 是全世界最高地標；現在的台北 101 是全台最高公益平台、全世界最高綠建築；而未來的台北 101 則是台灣面向世界之窗，擁有無限可能，期許能為台灣打造未來、點亮希望。

FEMALE-FORCE WITH FREEDOM

DIOR 2019 早春
揮灑自由奔放的新女力

DIOR 女裝創意總監 Maria Grazia Chiuri 曾說：「我想讓我所主導的時裝可以更融入當代女性所處的世界脈絡。」2019 早春系列即延續了她一直所重視的時尚女權，以墨西哥競技馬術為靈感，將女性的柔美與剛毅透過服裝完美詮釋。

Photos by DIOR

每一位女性所體現的是自我的個體也是交錯間
可能的多重面相：是自己同時也隱喻著更多個
如自己般的《她》。有些聲名顯著，有些甚少著墨。
而這些《她》總有交集的片刻。

——Nicole Loraux 著《La Grèce au féminin》

自從 Maria Grazia Chiuri 成為 DIOR 的設計總監以來，她的表現總是成為眾人的矚目焦點，身為 DIOR 首位女性設計師，她重新定位與詮釋了品牌的設計，以女權為出發點，大膽建構了女性鮮明的新風格。2019 年早春度假系列，她以墨西哥女騎士及亞馬遜女戰士為輪廓，設計出度假系列之服飾配件。

DIOR 2019 早春度假系列形象廣告由 DIOR 繆斯珍妮佛勞倫斯（Jennifer Lawrence）演繹，

Lady Dior
mini 白色小牛皮藍色
法式印花老虎刺繡
鍊帶提包。

並由荷蘭女攝影師 Viviane Sassen 掌鏡，共同詮釋了純真而現代的全新系列。在一派純淨而簡約的背景下，水泥牆面的建築線條染上了沙漠色的溫暖，加上黑色駿馬為景，烘托出率性的意象，珍妮佛勞倫斯展現 2019 早春度假系列率真且充滿個性的女性魅力。連攝影師 Viviane 都為其著迷，她說道：「珍妮佛勞倫斯真的很了不起，她在鏡頭前展現出冷靜淡定卻又無比強大的精神能量，並將自身的女性氣質完美融入這片曠野之中。」

在形象廣告中，珍妮佛勞倫斯身著立挺的外套、裙裝、連身裙、馬甲及繫帶中筒靴，展現墨西哥女騎士率性又優雅之姿態，而創意總監 Maria Grazia Chiuri 將野生動物圖騰等沙漠元素注入設計之中，中和飄逸裙裝的柔美，展現現代女性力量之美，搭配上 Dior Book 托特包演繹當代精神；或是以黑白墨西哥花卉刺繡的 Lady Dior，呈現純粹之美。另外經典的馬鞍包則有拼布及 Dior Oblique 斜紋刺繡帆布款式，裝點本系列剛柔並濟的神韻。

在 Maria Grazia Chiuri 的設計下，我們看見了 DIOR 的轉變，她讓秀場上的服裝成為了女生真的會想在現實生活中穿的系列，成功地吸引了千禧世代的注目！

When you are a woman
making clothes for women,
then fashion is not just about how you look.
It is about how you feel and how you think.

CELEBRATION OF ILLUMINATION FESTIVAL

璀璨城市　燈光慶典

千年以前，當火被人類發現之後，火花變成為冬日的取暖來源，光亮則成為暗夜中的希望。即便在 21 世紀，尋求光的本能仍舊驅使著人們在黑暗與寒冷時朝向光走去，極致藝術等級的創意展現，歌頌著光的溫暖與美麗，也成為每年寒冬時節的精彩節期盛典。本期將帶你走訪世界各地的光之慶典，享受屬於光影的華麗演出。

Since human discovered fire thousands of years ago, the sparkles has become a source of warmth in winter, and light become a hope in the dusky night. Even in the 21st century, the instinct to seek light still drives people to walk towards the light in the dark and cold. It also leads to the artistic level of creative expression to praise the warmth and beauty of light, which evolved to all kinds of wonderful winter festivals. This issue will take you to visit the celebrations of light around the world and enjoy the gorgeous performances of light and shadow.

Translation by 蔡舒涪 Photo by Shutterstock

BEAUTY OF ILLUMINATION ART

創意繽紛　光影藝術之美

Text by 董昱　Translation by 蔡舒湉　Photo by Shutterstock、董昱

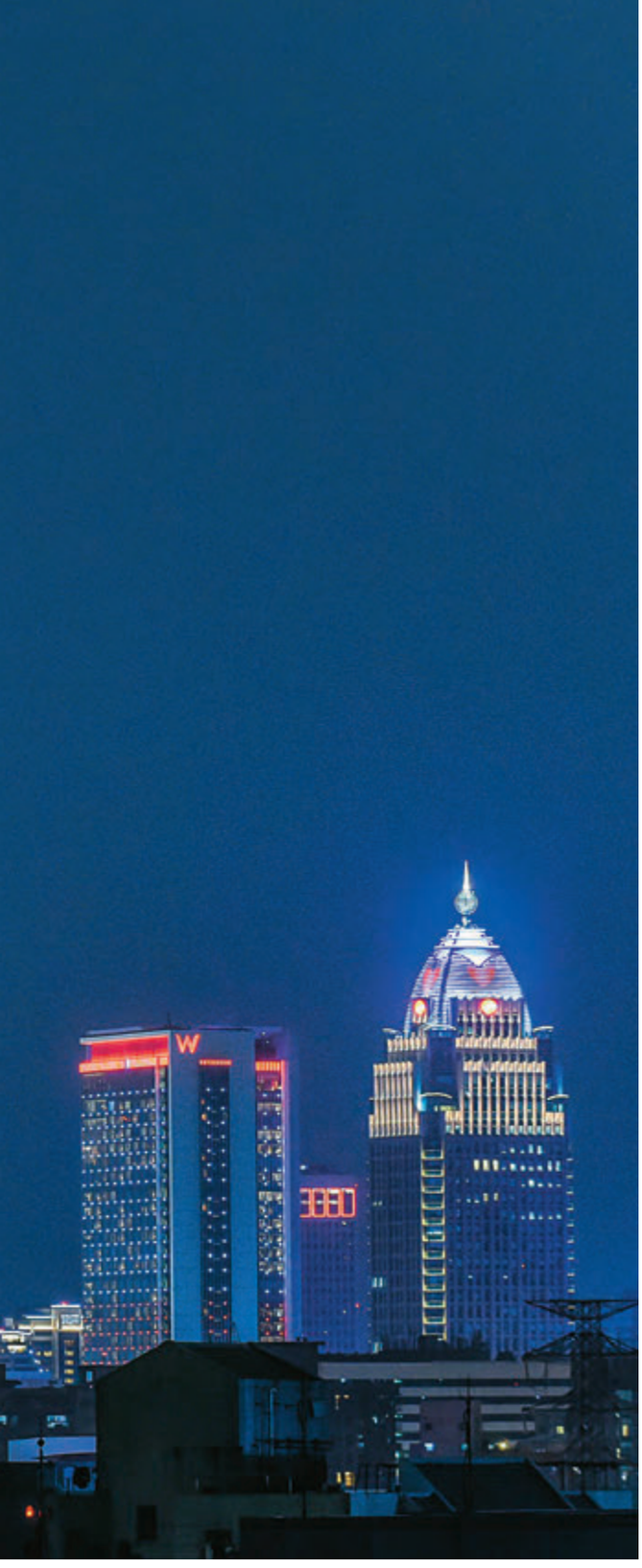
台北101也透過創意的點燈儀式，為每個值得紀念、或是有特別需要的時刻，為所有台灣人點亮一些溫暖。

For every memorable or especiallyneededmoment, Taipei 101 also lights up through creative lighting ceremony to offer some warmth to all Taiwanese people.

在人類文明的起源中，火的地位與重要性是毋庸置疑的。各式各樣的古老神話，像是普羅米修斯將火焰偷渡人間而被宙斯責罰的故事，也以火焰代表人與神的介面。正因為火與光明的視覺連結，使得火焰在人類文明進程中，扮演著至關重要的角色。

尤其是在重要的儀式場合中，火焰總是象徵著神明的權威、或是通往神祕的必經通道。只要設想廟會期間不絕於耳的鞭炮、基督宗教教堂中的平安燭火、原民部落以營火為中心的隊伍陣式，人們可以輕易在世界各地的信仰中，發現火焰與光亮的重要性。

隨著科技的進步，火在儀式中的地位，因為環保意識的興起而逐漸為電子的光源所取代，但光



以光為主題的藝術節慶日益多樣，藝術家對於光源的使用也越來越為細緻。

The art festivals with light themes are getting more diverse, and the light sources used by artists are more and more delicate, too.

明與溫暖的意象，仍讓「點燈」在今日社會中別具意涵。21 世紀的今天，許多城市也開始利用燈光藝術來凝聚社會。在國內，台北 101 也透過創意的點燈儀式，為每個值得紀念、或是有特別需要的時刻，為所有台灣人點亮一些溫暖。像是在寒冬期間，在塔身上點上「I Love Taipei」的字樣、或是之前普悠瑪翻車事故中的「台灣加油」，無一不是帶給人們溫暖與感動的表現。以高樓為燈光主題的表現，也出現在世界許多高度發展的都會地區。杜拜的哈里發塔、紐約時代廣場上的看板，也是全世界有目共睹的點燈儀式。當這些祝福透過燈光在黑暗中照亮天空時，彷彿也安慰著所有需要慰藉的心靈，喚醒人們團結一心的共同體會與認同感。

除了儀式性的點燈外，以光為主題的藝術節慶日益多樣，藝術家對於光源的使用也越來越為細緻。除了近年來在台北相當有名的《白晝之夜》之外，英國、荷蘭、德國、雪梨、法國，西方各國都有專屬燈光藝術節。這些藝術節運用城市的建築、或是有特色的地理空間，以夜晚和光線打造出視覺上獨一無二的藝術饗宴。眾多燈光藝術節中，有的承襲了百年的點燈傳統，將傳統的燭火改進為燈光，深具祈福意義；有些則是藝術家的表現平台，將燈與電的特性結合，以科技和創意見長。不論何者，燈光作為新型態的藝術表現形式，可說是最具時代意義的表現方式之一。

晝夜分離，日與夜的對立，使得光與暗成為一個互相依賴的存在。正是因為有所黑暗，光明才帶給人們希望與感動。當科技帶給人們不夜之城，光也成為了藝術家的嶄新載體，持續開創美學的全新邊界。就讓我們一起探索、欣賞世界各國的光影藝術，從中發現當代美學的創意與美麗。

TELLING STORY BY LIGHTING

耀眼節慶 用燈光說故事

Text by 董昱 Translation by 蔡舒涪 Photo by Shutterstock、美聯社

在世界的任何一個國家中，節慶越來越成為人們形塑其文化特色的重要時節。歡騰、說笑、親友齊聚一堂，月復一月年復一年的創造屬於大家的回憶。多元又熱鬧的慶祝方式，讓人們感受溫暖與團聚的同時，也讓社群的邊界重新被界定；正是因為我們享有共同的集體記憶，節慶才會成為可能。在各式各樣的慶典活動中，燈光藝術也開始成為一種表現方式，為節慶的記憶增添了耀眼的五光十色。

結合聲光創意的跨年大戲

在歡樂的倒數聲中，台北 101 的煙火秀一直是台灣人對於跨年的共同回憶。2017 邁入 2018 的跨年中，台北 101 為了與環保的潮流接軌而降低煙火的使用，引入了視覺上更具有表現力的 LED 燈光屏幕「T-Pad」，讓觀眾能夠在更為環保的慶祝活動中，感受台灣的美學與震撼。

台北 101 在竣工開幕的 2004 年，第一次以煙火作為跨年活動的形式，而這樣的活動形式也在國人日漸高漲的環保意識中，開始有所轉變。在最高峰的時候，曾經在跨年活動上施放了 3 萬多發的煙火，逐年遞減之下，如今已經減少到 16,000 發，減幅將近 50%。為了滿足視覺享受與環保的需求，台北 101 與廠商合作，以一張大面積的LED燈網作為新的演出舞台。這面燈網由間距 25 公分的 LED 燈泡所構成，掛在高樓大廈的外面發光時，遠看就像是一面固定的跑馬燈。這面燈網讓台北 101 的建築立面轉變成一個顯示的屏幕，讓台北 101 的聲光效果出現了更多的表演性與可能性。

台北 101 將這片燈網命名為「T-Pad」，代表了 Time、Taipei、Taiwan 等意涵。T-Pad 的誕生，除了給民眾新年倒數的時間（Time）感，也同時代表著一個向世界展示台北和台灣的窗口。有別於煙火的抽象線條，LED 的燈網提供了更多的選擇。不僅能夠在上面打上具體的字樣，LED 的色澤變化也讓新年大秀的演出更為精湛。因為 T-pad 的建置，台北 101 在寒冷的年底，成為了一個溫暖的對話平台；民眾只要在網路上將自己的新年新希望發送到指定的網址，這些願望就會轉換成能夠在 T-Pad 上顯示的內容。短短一個月內，T-pad 累計了超過 20 萬人次的許願，吸引了

每年台北101的新年大秀，吸引全球注目。

Taipei 101 annual New Year's Eve fireworks show took the globe by storm every year.

許多人駐足觀看、等待自己的願望出現，無形中慢慢的拉近了高樓與人們的距離。

為了讓 T-pad 能夠發揮特色，台北 101 也與中華文化總會、以及擅長聲光演出的導演進行合作。再參考了無數國外的高樓大廈表演之後，T-pad 決定以建築的紋樣，將台灣人習以為常的鐵花窗、玻璃、花磚等元素加以融入。經過了設計的巧思與轉化，設計團隊將字樣設計成窗花的模樣，在 T-pad 上面成功製造出了不同的視覺效果，為台北 101 賦予了截然不同的質地。台北 101 此時成為了一個台灣傳統的展示雕塑，讓觀眾可以看見台灣深厚的文化，重新凝聚了人們對於傳統的認同。

台北 101 的跨年煙火，從本來 30 秒的煙火慶祝儀式，轉變成觀光和旅遊的重要指標。在知名旅遊網站 Trip Advisor 上，台北 101 是台北第一名的地標，而台北 101 的新年大秀則是排行榜中的第三名。台北 101 相信，它們的指標性不僅來自於大樓建築本身，更重要的是以台北 101 為舞台的演出和創意。建築的高度可以被超越，但是在文化與環保的軟實力上，台北 101 將持續作為世界的最高標準，帶領台灣接受世界的掌聲與肯定。

世界高塔的燈光大戲

同樣是世界級的高樓大廈，今天世界最高樓的「哈里發塔（Burj Khalifah）」也是杜拜跨年大戲的舉辦地點。哈里發塔是位於阿拉伯聯合大公國杜拜境內的摩天大樓，也是目前全世界最高的人工建築物。總高 828 公尺、169 層樓，哈里發塔從 2004 年 9 月開始施工，一直到 2010 年 1 月才正式啟用，總體造價高達 15 億美元。造價昂貴的哈里發塔，本來其實是以「杜拜塔（Burj Dubai）」為名。由於興建過程中受到金融海嘯衝擊，當時的杜拜塔一度面臨資金調度不足的窘境；最後是在阿布達比的酋長哈里發的協助之下，才得以完成興建。為了感念哈里發的金援救火，大樓興建完成之後於是改以酋長之名命名。

哈里發塔不僅在技術上有許多突破，可想而知，也為杜拜帶來許多經濟上的觀光效益。竣工

開幕之後，哈里發塔也成為杜拜地區跨年的重頭戲。2011 年開始，哈里發塔就開始以煙火秀的方式慶祝新年。不管是串聯其他周邊的經典建築，還是與海域結合施放煙火，哈里發塔的煙火秀一直以來就象徵著杜拜的奢華與豪邁。2017 年時，哈里發塔施放了超過 8 分鐘的煙火表演，吸引了將近 200 萬人在杜拜觀賞。

運用了高達 800 多公尺的塔身，哈里發塔的煙火有著更多變化，卻也造成環境更大的負擔。濃厚的煙霧時常遮蔽了視線，讓人無法看清高樓建築本身，只能在煙霧中看到一閃即逝的煙火。也因此，2017 年底，哈里發塔官方就絕口不提煙火兩字，引發媒體與社群網站上的激烈討論。果不其然，倒數進入 2018 年之後，清晰又具有時尚感的LED光線，從建築本身與建築周圍同時射出，隨著音樂律動，成為哈里發塔嶄新的跨年聲光演出。

事實上，早在 2015 年，哈里發塔就已經打破世界紀錄，打造了最大的 LED 照明門面。雖然當時的跨年活動然是以煙火為主，但可見哈里發塔對於光線的運用和設想，在更早之前就已經奠定基礎。2018 年哈里發塔的的跨年聲光大秀，主辦單位更找來專精於光雕投影設計的比利時公司 Dirty Monitor 負責。這間公司不僅參與製作了今年杜拜跨年夜的燈光展演活動，也曾經是世界各大光雕藝術活動的參與設計者。

能夠在短短一年內取消煙火施放的傳統，讓哈里發塔與設計團隊背負著更大的輿論壓力，好在 2018 年的聲光秀沒有讓人感到絲毫的失望。在這場演出中，人們首次不用在煙霧中窺探建物，而是能透過光線的設計與安排，清楚看見哈里發塔的線條。設計單位也充分運用塔身的造型，以光雕製作出變幻莫測的奇幻圖樣，少了煙霧的干擾，哈里發塔的光雕秀點亮了新的一年，也證明環保與娛樂之間的巧妙平衡。

杜拜哈里發塔，從建築本身與建築周圍同時射出LED光線，隨著音樂律動，成為哈里發塔嶄新的跨年聲光演出。

The New Year's Eve fireworks show in Dubai focus on Burj Khalifa, the LED lights would emits from its architecture structure to the surrounding of the building, and there's music played simultaneously to achieve a brand new sound and light performance.

THE VENETIAN
2018
TOSHIBA
TOSHIBA
NOW ARRIVING:
LIL UZI VERT
2018

紐約時報廣場的新年閃耀

百老匯上的劇院、大型電視的宣傳、大量耀眼的霓虹光管廣告，時報廣場上五光十色的繁華景象，是紐約曼哈頓的標誌，也是美國大都會的最知名象徵。也正是在一個如此具有意義的空間中，讓這裡的跨年活動，成為世界最為矚目的舞台之一。

時報廣場的命名，來自於紐約最有名的「紐約時報（New York Times）」。20 世紀初，當時紐約時報的發行人將報社的總部，遷移至本來稱為的朗埃克廣場（Longacre Square）的新建物之中。沒有多久之後，紐約時報廣場在 1904 年正式更名，大型廣告看板的數量也開始增加。1907 年 12 月 31 日，紐約時報總部舉辦了「降球儀式」，也就是紐約跨年最主要的觀賞項目。儘管紐約時報 1913 年之後就不再此辦公，但降球儀式已經成為紐約時報廣場最具代表性的新年儀式與活動。

紐約時報總部舉辦了「降球儀式」，也就是紐約跨年最主要的觀賞項目。

The New York Times headquarter holds a “ball-dropping ceremony”, which is the most important program in New York during New Year's Eve.

所謂的「降球儀式」，其實是一個由沃特福德水晶（Waterford Crystal）出品的水晶球，從高處降到時代廣場地面的過程。這個儀式其實起源自英國港口的「時間球」。19 世紀中葉的英國，會在港口懸吊一顆巨型圓球，這顆球每到正午 12 點整就會落下，讓遠在海上的船員可以藉此校準船上的時間。從時間球到時代廣場的水晶球，不僅延續了時間校正的意義，也代表著紐約與大西洋的歷史。

這顆巨大的水晶球也隨著時代的進步而改變。在LED燈泡問世以前，早期降球儀式所使用的球主要由木頭、鐵架、以及 100 多顆燈泡構成。這顆最早的時報廣場球已經於 2008 年退役，改為今天這顆由三角形水晶拼成的水晶球，原本的球則是在時報廣場的遊客中心展示，象徵著時報廣場的起源。2018 年，沃特福德水晶公司將水晶球上的 288 片水晶，加入了 3 萬多顆 LED 燈燈泡。這些燈泡能夠發出各式各樣的幻彩流光，據說連在外太空都能看見。此外，水晶球目前已經能夠呈現出多達 75 億種的圖案，有如萬花筒一般，水晶球能夠隨著時事或氛圍有不同的樣貌。在跨年當天，水晶球落下之後，主辦單位也會從附近的高樓撒下紙花、施放煙火，為新的一年帶來熱鬧的起點。

除了五光十色的降球儀式，時報廣場的跨年之所以每年吸引大量人潮，另外一個原因在於其繽紛的光線與氛圍。與世界上其他大城市的規定相反，時報廣場是紐約唯一在規劃法令內，要求業主「必須」懸掛亮眼宣傳版的地區；也因此，這裡宣傳版的密度，與拉斯維加斯可相比擬。這些廣告看板的燈光與色彩，讓時報廣場的跨年活動更為繽紛，百老匯、音樂廳、特色旅館，各式各樣的看板以獨特的姿態和內容，一起烘托著時報廣場上的跨年喜悅。

AESTHETIC CITY LIGHTING FESTIVAL

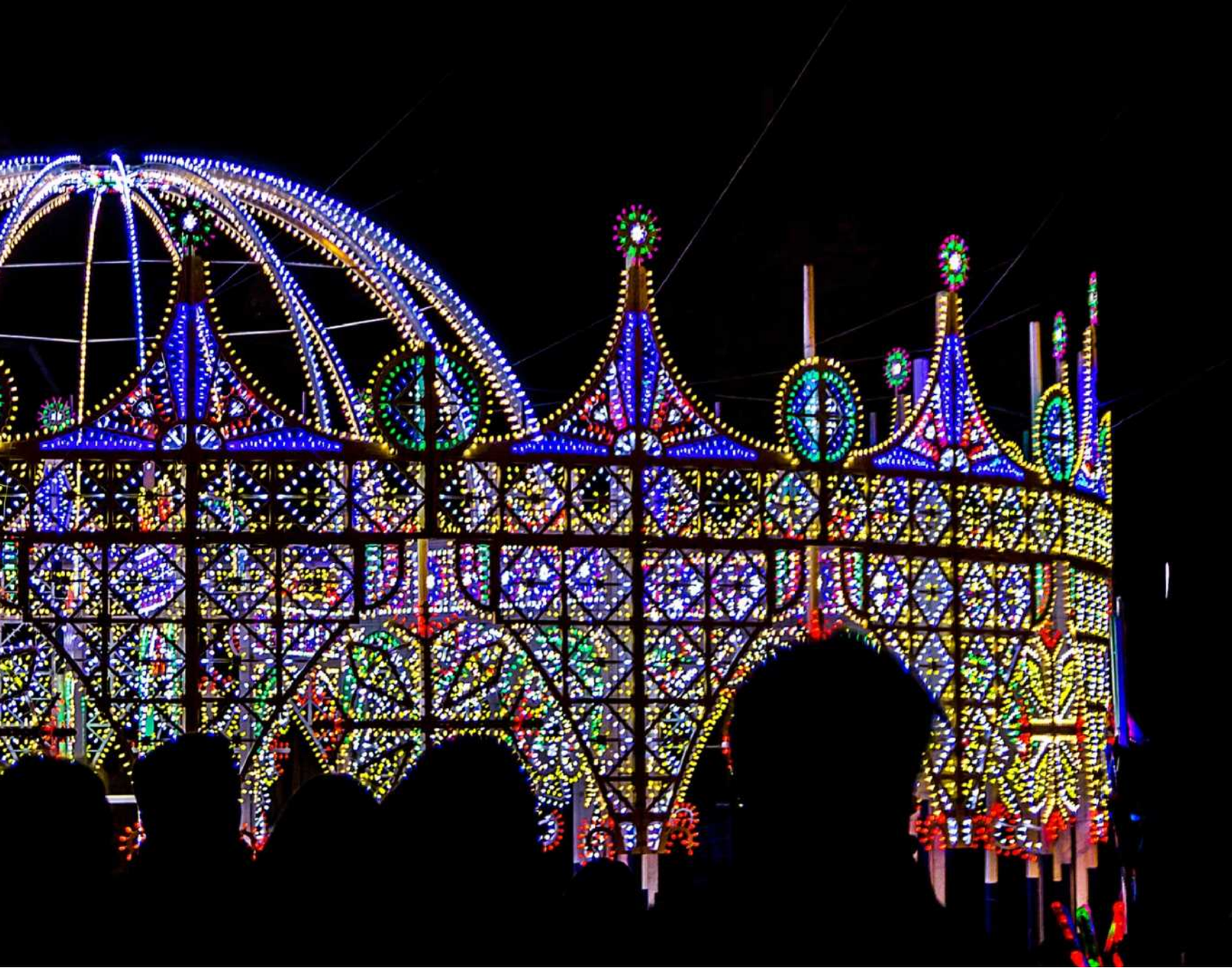
光藝術匯聚 唯美城市燈光節

Text by 董昱 Translation by 蔡舒湉 Photo by Shutterstock、董昱

在電力普及的今天，電燈已經是人們習以為常的人造光源。事實上，愛迪生 1906 年改良鎢絲燈泡至今，其實也不過一百多年的歷史，卻已經大幅的改寫了人們對於光的想法。1960 年代開始，以人造光源為媒介的藝術形式——燈光藝術（Light Art）——開始成為藝術家表現其美學的方式。這使得燈光在藝術運用上，比起傳統媒材（如：雕塑、繪畫）有了更多的變化與可能性。接下來，就讓我們一起來看看世界各地的光影藝術活動，一起感受光線的美學與旖麗。

LUMIERE 英國最大的燈光藝術節

2009 年，英國慈善組織 Artichoke 在倫敦



北方的杜倫郡（Durham）舉辦了英國史上規模最大、也是國內史上第一個燈光藝術節「LUMIERE」。Artichoke 成立於 2005 年，創辦的目的就是希望能夠和各式各樣的藝術家進行合作，針對英國城鎮的公共空間進行藝術介入。Artichoke 公司相信，藝術是公共的（public）；他們推出的作品大多在街道、廣場、公園等公共空間進行展出。也因為這樣，Artichoke 公司在英國的公共藝術領域很快取得了成績，受到英國國人的喜愛。

2009 年開始，Artichoke 在杜倫郡地方政府的支持之下，舉辦了第一次的 LUMIERE。原本以一次性活動為規劃的藝術展出，意外獲得當地人與遊客的喜愛，自此開始變成一年一度的藝術盛事。2016 年到 2018 年，在倫敦當局的邀請下，LUMIERE 改在倫敦舉辦。LUMIERE 策展團隊在著名的牛津街、皮卡迪里圓環、王十字車站、泰晤士河南岸等倫敦知名景點，架設了各式各樣的燈光藝術裝置作品，累計吸引了數百萬人次的參觀。

LUMIERE 之所以能夠取得成功，與歐洲冬季晝短夜長的時間性也有關聯，夏至之後，英國的冬季時間越來越長，使得冬季倫敦的觀光產值向來低落。選擇在 1 月的時候舉辦，LUMIERE 讓原本蕭瑟的街頭重新活絡起來，儘管頂著低溫出門，街頭的藝術品仍然溫暖了每個人的心

LUMIERE策展團隊在倫敦知名景點，架設了各式各樣的燈光藝術裝置作品，累計吸引了數百萬人次的參觀。

Lumiere festival produced by creative company Artichoke, they built various lighting art installations at popular tourist attractions in London, attracting millions of visitors.

參加LUMIERE的作品，以公共藝術的形式進行展演，大多都遵循「藝術屬於公眾」的核心理念。

The works of Lumiere festival would tour to other locations as public art forms, and most of them follow the core value of "art belongs to the public."

靈。第一次在杜倫郡舉辦 LUMIERE 的時候，Artichoke 在哈利波特電影場景杜倫大教堂（也就是霍格華滋的取景地點）上，打上了大面積的精湛光雕，讓本來一年觀光人口不到 5 萬的杜倫郡，單日就吸引了 20 萬人湧入。

光雕技術也被挪用在日後 LUMIERE 的許多演出之中，也讓建築與城市的空間成為了藝術家的新畫布。在活動短暫的 4 天當中，人們可以在西敏寺觀賞 LUMIERE 最精湛的光雕投影。除了西敏寺之外，倫敦市區中許多的酒店、房屋也成為光雕的演出場域，當這些光雕與倫敦維多利亞時期的建築重新結合時，也讓一項嚴肅的英國貴族氣息變得和藹可親。除了光雕之外，LUMIERE 舉辦期間也會在街道上布置各式各樣的裝置藝術。有些藝術品強調互動性，設計成玩具或遊樂設施的樣子，擺放在人行道上，自然地就吸引了大批的觀光人潮。

以公共藝術的形式進行展演，參加LUMIERE的作品不僅形式多元，大多也都遵循了「藝術屬於公眾」的核心理念。此外，LUMIERE 也堅持綠色環保的理念，強調以低耗能的 LED 光源為主，並且作品盡量以可回收的材質運作，希望能夠有效減緩「大活動等於浪費」的刻板印象。

緊接著跨年活動之後，英國的 LUMIERE 燈光藝術節成為蕭瑟冬季中的火炬，為寒冷且漫長的夜晚點亮了更多趣味。

里昂燈節　從燭火到光雕的悠久燈祭

當歐洲在 12 月開始準備慶祝聖誕節的同時，歷史悠久的法國正悄悄醞釀一個其專屬的節日：里昂燈節。每年的 12 月 8 日開始，法國里昂燈節就會正式展開，以絢麗又變化萬千的燈光藝術，將城市打造為如夢似幻的光點城市。

里昂是法國第三大的城市，位於羅納河和索恩河交匯處，里昂從大航海時代開始就是經濟與文化的重鎮。里昂一年一度的燈節（Fête des Lumières，意思就是 Festival of Lights），是一個為期約一週的傳統節日與藝術饗宴。西元 1643 年，歐洲地區正籠罩在黑死病的陰霾之中。事實上，黑死病大約從 14 世紀開始就是歐洲人共同的夢魘，一直要到 18 世紀，黑死病的病毒才失去奪走人類生命的能力。這場龐大的瘟疫不僅在歐洲各國掠奪性病，也改變了知識份子對於生命的態度與看法，催生了「活在當下」的價值觀與相關生命哲學。

正是這種人心惶惶的 1643 年，成為里昂燈節誕生的背景。為了祈求不受到瘟疫的侵擾，里昂的市議員於是獻出祭品，承諾若是城市逃過一劫，就像聖母瑪利亞進貢。沒想到這樣的祈求靈

里昂一年一度的燈節，是一個為期約一週的傳統節日與藝術饗宴。

Festival of Lights in Lyon is an annual traditional festival and art feast, which usually lasts a week.

科技、歷史、藝術，這些元素的結合，讓里昂燈節成為近年來現代歐洲燈光藝術的先驅代表。

The combination of technology, history, and art elements has made Festival of Lights in Lyon become the pioneer and icon of modern European lighting arts in recent years.

驗了，里昂果真在接下來的一百多年內免於瘟疫之災。1852 年，為了感謝神靈的保佑，當地的居民在里昂的富維耶丘（Fourvière Hill）上興建了一座聖母廟，每年 12 月 8 日期間，里昂地區的居民就會在窗戶外點燃蠟燭，莊嚴的從自家出發、一起集結遊行至此向聖母進貢。

如此莊正的地方儀式，到了 20 世紀末開始有的顛覆性的轉變。1989 年。里昂政府捨棄了傳統的蠟燭，開始以現代的照明設施作為祈福的象徵。除此之外，里昂市政府更提出了具體的燈節擴展計畫，他們將里昂地區的河流、建築、山丘，規劃了詳細的燈光裝飾。這些規劃受到觀光客的熱烈歡迎，里昂市政府於是在 1999 年制定了第二波的燈節擴展計畫。在這次的計畫中，正式引入了燈光設計的相關藝術家，一起以燈光妝點里昂的地景。

科技、歷史、藝術，這些元素的結合，讓里昂燈節成為近年來現代歐洲燈光藝術的先驅代表。尤其在光雕技術進步的這些年，里昂燈節的繽紛與絢爛更是觀光客不能錯過的時刻。沿著索恩河和羅納河的河畔，人們可以在歐洲最大廣場白萊果廣場（Place Bellecour）、市政廳（Hôtel de Ville）、還有無數的建築物上，看到藝術家運用燈光的創意。燈節的意涵也在這個過程中，從本來的祈福和感恩，轉變為廣寬廣的藝術盛宴，吸引藝術家與旅人的共同眼光。

除了光雕的藝術展覽之外，原本的宗教意義在今日被賦予了更多慈善的色彩。每年的里昂燈節中，將會由一個慈善機構負責發起燈節第一個晚上的「燭光遊行」。人們可以向機構購買一支小小的蠟燭，然後一起加入遊行的隊伍，對於現代人們的苦難一起祈福。這些蠟燭的收入會成為這個慈善機構的善款，實際成為幫助世界的窗口。里昂燈節上百年的精神意涵，也就在這些燭火中逐漸傳承，成為今日的歲末之祭。

柏林燈光節，藝術家會以光雕照亮柏林所有著名的代表建築物，在面積上令人驚艷，投影的內容與花紋更是日益複雜。

At Festival of Lights in Berlin, artists will illuminate all the icon landmarks in Berlin with projection mapping, the enormous area is amazing, and its contents and patterns are getting more and more complicated.

柏林燈光節　全球最大的燈節盛事

如果說要在全世界的燈光藝術節中尋找一個最具代表性的場合，柏林的燈光節（Festival of Lights）絕對占有一席之地。所謂的燈光節，其實是一個國際性的藝術活動。它是由柏林、紐約、克羅埃西亞、法國、莫斯科、耶路撒冷等地區，每年不同時間接連舉辦，然而燈光節更像是一個國際性的藝術馬拉松，挑戰每個國家的技術與創意，也為相關領域的藝術家提供了發表作品的最好品牌。

在眾多的燈光節中，柏林向來是所有燈光節中的規模最大、人氣最旺的活動現場。作為全世界規模最大的燈光藝術節慶，柏林燈光節從 2004 年就開始發展，並且每年都有所突破。到了每年 10 月的夜晚，柏林燈光節就會以光雕照亮柏林所有著名的代表建築物，布蘭登堡門（Brandenburg Gate）、柏林電視塔（Fernsehturm or Berlin TV Tower）、柏林主教座堂（Berlin Cathedral）、勝利紀念柱（Berlin Victory Column）等。除了傳統建築物之外，許多街頭的公寓、商業大樓、現代建築，也都在藝術家的巧手之下，於夜晚時分蛻變成為光的載體，讓人遲遲不捨得睡去。

德國的燈光節之所以如此有名，與光雕的規模有絕對的關係。上述這些柏林經典的建築物，量體和表面積都非常龐大，光是硬體方面的技術就有許多困難。隨著科技的進步，德國燈光節不僅在面積上令人驚艷，投影的內容與花紋更是日益複雜。2017 年，柏林燈光節喊出了「創造明天」的口號，以大量美式塗鴉風格的肖像為視覺風格，在建築物上打出令人深思的議題與意境。

隨著燈光節的進步，柏林燈光節也開始發展出專屬的相關獎項，一方面鼓勵相關領域的藝術家參賽、炒熱氣氛，更重要的是，也開始讓燈光藝

在眾多的燈光節中，柏林向來是所有燈光節中的規模最大、人氣最旺的活動現場。

Among the many light festivals, Berlin has always been the largest and the most popular event than other festivals.

白晝之夜　國內最大的燈光藝術盛事

2016 年開始，台北市政府與法國在台協會合作，開始舉辦以燈光藝術為特色的藝術節慶「白晝之夜」。所謂的「白晝之夜」，其實本來是法國巴黎的藝術活動；在這段時間內，藝術家從傍晚 6 點開始，在巴黎的街道、市政府、以及各個有名的觀光景點中，發揮創意與想像力，進行一連串的藝術表演直到隔日的早晨 6 點。選擇在 10 月舉辦，是因為這正好是歐洲地區實施日光節約時間的日子。在這段期間，夜晚宛如白晝一般，沒有疲累、只有無止盡的驚奇和美麗。世界各地的藝術家，都會藉著這場活動，齊聚巴黎展現自

術的作品可以持續累積。柏林燈光節針對不同類別的燈光表演，提供了不同的獎項。直到今天，柏林燈光節已經是柏林最重要的觀光活動之一，每次都吸引超過 200 萬人次的參觀人潮，效益相當驚人。如果要為光雕尋找一個聖地，柏林燈光節會是創作者與觀眾不可錯過的 10 月高潮。

己的藝術造詣。

台北市政府延續了巴黎的概念，決定也在日夜長短變換之際，舉辦屬於台北市的「白晝之夜」。邀請台灣與世界的藝術家在總統府、歷史博物館、北門與大稻埕等台北的指標景點，台北市政府讓藝術家以光為媒材，進行了一場跨夜的藝術演出。2017 年之後，台北市政府更與公館地區的溫羅汀地區合作，在台大、台電大樓、寶藏巖等區域，展開一整晚以光雕和燈光藝術品為媒材的戶外藝術饗宴。

在這場活動中，人們自由地在街上漫遊，感受每個街角帶來的驚奇與喜悅。台北市政府邀請國際與國內的藝術家，一起在台北老城區，包括總統府、歷史博物館、北門、大稻埕等地點，讓藝術家們透過「光」這個媒材，進行馬拉松式的跨夜演出。在這場活動中，人們自由地在街上漫遊，感受每個街角所帶來的驚奇與喜悅，除了可以深入認識台北，也能看見藝術家運用光線的巧思與創意。

不論是在舊城區還是文教區，台北市都在「白晝之夜」蒙上了奇幻的美麗色彩。利用現代獨有的光雕投影技術，歷史博物館、北門舊城門、臺大圖書館的牆面都成為藝術家的畫布。光雕投影將故事、抽象畫，投射在舊建築的表面，頗有新

台北市政府與公館地區的溫羅汀地區合作，在台大、台電大樓、寶藏巖等區域，展開一整晚以光雕和燈光藝術品為媒材的戶外藝術饗宴。

The Taipei City Government cooperated with the Wen-Luo-Ting neighborhood, to launch a whole night outdoor art feast with projection mapping and lighting art displays in National Taiwan University, Taipower Building and Treasure Hill Artist Village areas.

2018年台北「白晝之夜」不僅邀請燈光藝術家進行表演，也串聯了大量的夜間藝術裝置，吸引年輕人前往觀賞。

2018 Nuit Blanche Taipei not only invited lighting artists to perform, but also connected a lot of night-time art installations to attract young people to visit.

舊傳承的趣味意涵。除了光雕之外，夜晚的台北道路也成為裝置藝術的天然展場，將近百件的作品、街頭藝人、踩街活動，一起在大小不一的街廓中，召喚人們對於台北的新想像。

2018 年，延續著前兩年的成果，台北「白晝之夜」改在中山北路一段至三段，也就是圓山周邊和南西商圈等區域舉辦。活動不僅邀請燈光藝術家進行表演，也串聯了大量的夜間藝術裝置，吸引年輕人前往觀賞。有了前幾年的經營和成果，2018 年的台北白晝之夜串聯了更多的表演團體，以「顛倒之城」為主題，一起在台北的夜色下盡情演出。「顛倒之城」，是希望民眾可以放下對於城市表面的理解，更深入去探索那些消逝的歷史、傳說與豐富故事。也因此，白晝之夜的作品不僅強調科技與燈光的效果，更重要的，是其中藝術家與城市對話的成果。或許也正因為如此，台北白晝之夜持續地獲得民眾熱烈迴響，持續讓創作者能夠以歷史與科技，創造台灣獨有的聲光藝術。

GLOW 光科技實力的最佳舞台

在所有以燈光為媒介的藝術表現中，科技其實是一個重要的條件。科技給予藝術家更多的選項，如果不是光線品質與亮度的穩定，光雕的技術就難以在建築物上有充分的表現。正是這種對於科技力的應用與掌握，讓燈光藝術的發展更具趣味，因為藝術家不僅要在美學的層次上照顧觀眾的感受，也要透過不斷學習新科技的原理，來開創藝術的邊界與可能性。

如果想要在眾多燈光藝術的活動中，找到一個科技前緣的藝術盛典，荷蘭的燈光藝術節「GLOW」，絕對是首選中的首選。舉辦在荷蘭埃因霍芬市（Eindhoven），GLOW 是荷蘭一年一度的盛大藝術慶典。在長達一週的活動中，人們可以在城市的街道感受燈光科技的震撼，並且思考、挖掘燈光藝術的各種可能性。

GLOW 之所以如此的讓人感到興奮，與其地緣區

荷蘭的燈光藝術節「GLOW」，絕對是首選中的首選。

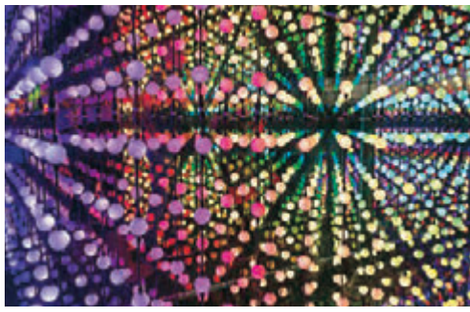
The light art festival GLOW Eindhoven in the Netherlands is definitely the first choice..

藝術家和設計師們在GLOW，通過新興科技展現燈光藝術及這些科技可能的商業設計應用。

Artists and designers all gathered together at GLOW to showcase the art of lighting with emerging technologies, and the possible commercial design applications with new technologies.

位有深厚的關係。埃因霍芬市（Eindhoven）是荷蘭第 5 大的城市，也是國內高科技產業的聚集之地；更重要的是，這裡也是全球知名品牌飛利浦（Philips）電子公司的故鄉。飛利浦公司是荷蘭皇家飛利浦電子公司的縮寫，由赫拉德・飛利浦（Gerard Philips）和父親弗雷德里克・飛利浦（Frederik Philips）於 1891 年在此創建。飛利浦公司的主要 3 個部門，包括消費性電子產品、醫療保健、以及最重要的「照明部門」。除了飛利浦之外，埃因霍芬市也是高科技工業的聚集之地，因而享有「燈光之城」的美名，甚至被譽為荷蘭最聰明的城市。這些條件使得GLOW有著得天獨厚的硬體條件，讓當地的燈光藝術更具有實驗性質的色彩。

2006年開始，埃因霍芬市就開始舉辦為期一週的燈光藝術節GLOW。來自荷蘭國內外的藝術家和



在GLOW期間，城市內的典型建築物和場所都會被絢麗多彩、甚至有些神秘莫測的各式人工光源點亮。

During GLOW Eindhoven, the icon buildings and locations in the city will be illuminated by a variety of bright and colorful or even mysterious artificial lights.

設計師們齊聚一堂，透過新興的科技技術來展現燈光藝術、以及這些科技可能的商業設計應用。與其說是藝術展覽，GLOW更像是一個照明科技的火力展示平台。節日期間，城市內的典型建築物和場所都會被絢麗多彩、甚至有些神秘莫測的各式人工光源點亮，在幻麗的色彩中，只有行家知道燈光背後真正的原理。從市中心出發，GLOW的展出範圍一路延伸到城市中的多默河畔（Dommel river），充分展現了荷蘭人與水共生的智慧與科技實力。

GLOW 舉辦期間，埃因霍芬市的街道會被擠得水泄不通。人們沿著馬路緩慢的移動，沿路上都有無數的作品等著人們欣賞。其中，埃因霍芬市大教堂前的燈光秀，是每年活動中最重要的亮點。除了燈光藝術必備的光雕之外，藝術家也會設計搭配音樂與煙霧演出，讓人彷彿置身戶外的音樂劇劇場，令人驚喜不斷。除了 GLOW 本身的展演之外，活動中另外一大看點就是「GLOWNext」。這是一個讓工程師和設計師展示新創的平台，也是一個充滿實驗性的展演機會。不僅吸引專家來此交流，一般民眾也可以在這裡看見最前線的技術與見解，體會荷蘭在光、美學、與科技的軟實力。

Vivid 雪梨燈光音樂節的閃耀海面

在上述各式各樣的燈光藝術節中，城市的空間特色向來是活動的重要基調。以當地主要的建築作為展覽的亮點，燈光藝術透過夜晚與光的對比，重新詮釋了各地的特色與歷史。也正是因為對於環境的重視，使得雪梨的 Vivid Sydney 從中脫穎而出，成為燈光藝術節的另類典範。

Vivid Sydney也是一個以光線和音樂為主題的藝術慶典活動。因為位於南半球，夜長晝短的5、6月，與北半球剛好形成時序上的完美互補。如同大部分的燈光藝術節，Vivid Sydney目前也以

Vivid Sydney以3D光雕投影和戶外燈光裝置藝術為主要的表現方式，邀請藝術家在雪梨知名建築物上打上光雕，讓人在夜晚的街頭感受雪梨的魅力。

Vivid Sydney's main expression are 3D projection mapping and outdoor light installations, the festival invites artists to create projection mapping performances on famous buildings in Sydney, to make people feel the charm of Sydney on the streets at night.

3D光雕投影和戶外燈光裝置藝術為主要的表現方式，邀請藝術家在雪梨知名建築物上打上光雕，讓人在夜晚的街頭感受雪梨的魅力。始於 2009 年，Vivid Sydney 由國際知名的設計師布萊恩・伊諾（Brian Eno）提倡的節能活動「星光幻影雪梨」開始發展。當時伊諾先生找了燈光設計師布魯斯・拉慕斯（Bruce Ramus）合作，在雪梨歌劇院的兩側打上光雕，成為 Vivid Sydney 出現之前的代表之作。

由於受到大量觀眾喜歡與業界的肯定，2010年之後 Vivid Sydney 開始成為每年的燈光藝術盛事，不僅舉辦的範圍不斷擴大，格局也開始有所轉變。Vivid Sydney 舉辦時間長達 3 週，藝術家會以燈光雕塑、多媒體工藝等手法，將光線與雪梨經典的建築物進行結合。除此之外，主辦單位還會邀請當地和國際的音樂家進行表演，不論在室內或戶外，都讓雪梨冬季充滿和樂的氣氛。

靜態的展覽之外，Vivid Sydney也強調藝術節慶與人們的互動性。其中幾個最具代表性的活動包括了：音樂方塊（Musical cubes）、以及城

市之心（Heart of the City）。音樂方塊是一個音樂實驗，由隨機的 6 個觀眾為一組，每個團隊的成員會被給予一個能夠發出 3 種聲音的音樂方塊，同一組的組員於是必須利用這些方塊製造聲音。對於創作者而言，重點不在於這些組員創作出的成果，更重要的是其中互動的過程。

城市之心也是Vivid Sydney的另外一個看點。城市之心是 2015 年的一個互動裝置，設計者在雪梨歌劇院附近安置了一群懶骨頭沙發，沙發上留有一個小洞，人們坐上去的時候可以將自己的手指頭放入洞中。這個洞其實安裝了一個偵測人體脈搏的晶片，只要將手指插入之後，椅子就會開始隨著人的心跳發出不同顏色的光。當一群人一起坐在「城市之心」上時，就能用自己的心跳點亮城市的夜景。

在眾多演出中，Vivid Sydney 最大的視覺經典，在於與海面結合的聲光創舉。為了參與這場全球最大的聲光慶典，雪梨港灣的船隻、渡輪、遊艇和水上計程車都會裝飾上燦爛、明亮的燈飾，遊客搭乘遊船的同時，也置身在璀璨的海港景色中。當雪梨歌劇院和雪梨海港大橋等標誌性建築充滿光雕投影的同時，港口的船隻也透過自己創造的 LED 燈光與之呼應；海浪與音樂的聲響，點點燈光倒映在波瀾壯闊的海面上，Vivid Sydney 的歡樂與成功，至今仍帶給觀眾難以取代的感動。

Vivid Sydney最大的視覺經典，在於與海面結合的聲光創舉。

Vivid Sydney's top visual classic is the sound and light innovation displayed on the sea level.

札幌雪祭與層雲峽冰瀑節
燈光與雪的浪漫演繹

作為冬季的前哨戰，北海道的上川町有著「日本第一的紅葉」的美名。由於特殊的地形與位置，上川町成為日本秋冬旅遊的首選之地。每到秋天就有成千上萬的遊客來到此地，觀賞滿山遍野的紅葉景緻。在秋季過後，上川町的觀光並沒有隨著紅葉的乾枯而殞落，而是隨著「層雲峽冰瀑節」達到另一高峰。

層雲峽冰瀑節是北海道上川町的重要慶典活動。層雲峽（そううんきょう）是上川町的一座大峽谷，這座峽谷由火山岩堆積而成，因為岩石質地不同而產生高低落差的峽谷景觀，於是造就了大量的瀑布。層雲峽位於大雪山國立公園境內，峽谷周圍有由流星瀑布、銀河瀑布構成的壯麗瀑布景色。每到了冬天，瀑布就會結凍成為特殊的景觀；除了瀑布之外，層雲峽周圍也是著名的溫泉地區，是日本人與旅客冬季往北旅遊的必經之地。

札幌每年2月的雪祭也是北海道冬季重要的藝術活動。

The Sapporo Snow Festival held annually in February is an important art event in Hokkaido in winter.

為了推廣當地的冬季旅遊，北海道當局推出了冰瀑節的活動。將自然力量所形成的各種結冰建

築加以規劃，成為冬天天然的地景藝術活動。自1976年開始舉辦，冰瀑節有著長達40年以上的歷史，近幾年來，燈光開始成為冰瀑祭的一大特點。奇形怪狀的冰柱與冰隧道，在白天是天然的冰雪奇緣，晚上則是利用旖麗的燈光營造出夢幻之感，讓人在藝術與自然之間自由遊走。搭配當地既有的溫泉街，上川町的冬季不只有冰雪的寒冷，也充滿著人們的歡笑與溫暖。

除了結合自然地貌的層雲峽之外，札幌每年2月的雪祭也是北海道冬季重要的藝術活動。每年

2 月上旬，北海道札幌市大通公園附近就會聚集各式各樣的攤商，期待著雪祭的展開。札幌雪祭主要展示各種用雪製作的雕刻，但近年來也開始透過 3D 投影、光雕的技術，賦予冰雕更多的意涵與光彩。一些經典的日本建築、寺廟，都是雪祭中重要的展覽作品。精細的雕刻、加上光雕和聲音的效果，讓原本平靜的雕刻頓時大受歡迎，吸引了相關領域的藝術家與創作者前往參觀。此外，雪祭展示的內容相當多元，許多作品都會與當時的時事呼應。像是 2018 年的雪祭，就展出了許多漫畫家手塚治虫的漫畫人物雪雕，像是原子小金剛、怪醫黑傑克等經典人物。由於適逢台灣 206 大地震，現場也掛出了替台灣加油的布條、以及台中火車站的大型雪雕作品。

在北海道，燈光更像是一種對於雪的當代演繹，是雪雕中的科技雕刻刀。不管是在冰瀑節還是雪祭之中，光線與雪的新結合不僅增加話題，也為燈光藝術的應運拓展邊界。燈光與雪的浪漫演繹，是亞洲北方的嶄新詮釋，也是燈光藝術的創意運用。

層雲峽冰瀑節是北海道上川町的重要慶典活動，利用旖麗的燈光營造夢幻感，讓人在藝術與自然之間自由遊走。

The Sounkyo Ice Waterfall Festival is an important celebration in Hokkaido. It uses gorgeous lightings to create dreamy atmospheres, allowing people to wander freely through art and nature.

COURTYARD®
Marriott
TAIPEI
台北六福萬怡酒店

台北六福萬怡酒店
四鐵交匯 最便捷的五星酒店

台北六福萬怡酒店Courtyard by Marriott Taipei座落於南港捷運、高鐵、台鐵及轉運站四鐵共構處，共有465間景觀客房，為南港區唯一五星酒店地標。
開幕至今連續兩年獲得TripAdvisor4.5好評，並榮選為2018米其林四星推薦酒店

f 台北六福萬怡酒店

No.359, Sec. 7, Zhongxiao E. Rd., Nangang Dist.,
Taipei City 115, Taiwan
11561 台北市南港區忠孝東路七段359號
o +886.2.2171.6565 f +886.2.2654.6566
courtyardtaipei.com

樂旅萬怡 Fun自在 〉〉〉〉〉〉〉

以”Make room for a little fun”的品牌精神，帶領旅人探索台灣自然和人文之美；讓藝文創作與交流在酒店公共區域、餐廳、廊道或房間內，處處發現不同風情的藝術作品。以嶄新多元的藝文表現型態及歡樂活力的服務，提供旅客更多的FUN驚喜體驗，讓飯店不再只是一個旅宿空間，亦是一個傳遞美學思維與體驗趣味生活的場域。

歡慶三週年 Happy 3rd Anniversary

2018.11~12/31止

『無三不成禮』 每逢周三，館內三廳用餐享驚喜優惠！

『三人行 必有我吃』 敘日下午茶時段，三人同行一人招待！

*詳情洽活動官網各廳資訊。

PREMIUM CUSTOMER SERVICE

奢華軟實力 世界頂級服務指標

服務不是成本，是一項投資，因此把服務當作是一種付出，會得到客人更大的回報。許多知名企業、品牌都致力於頂級客戶的服務與培養，因此這次從國際精品、金融、飯店、旅遊等方面來談，他們會提供哪些奢華的頂級客戶服務，讓客戶感覺到尊榮，並且願意對品牌忠誠？

Text by Emily Lee Photo by BMW 台灣總代理汎德、Crystal Cruises Media Center、CREED、BVLGARI、Vacheron-Constantin、Shutterstock

從意涵來看，能稱得上「奢華」品牌的產品必須是出類拔萃、價格高昂，專門針對社會上某些菁英族群所量身設計的。特別是從「奢侈」的英文「Luxury」一詞，源自於拉丁文的「Lux」和「Luxuria」，有閃耀、華麗及色欲的意思，因此要承擔起這個詞，奢華品的品牌本身必須擁有最頂級的原料、創新的設計、與工匠們高超的工藝水平外，更重要的是還有各方面的頂級體驗，例如實體店面的室內裝潢、陳設傢俱與藝術品，衣著考究、訓練有素的銷售員，以及妥貼入微的服務流程。

專屬 VIP Room　提供隱私及尊榮

就像是位在台北101占地400坪的DIOR旗艦店，擁有兩層樓高的DIOR專賣店以巴黎Avenue Motaigne蒙田大道上的旗艦店為靈感而延伸至此，不但店內裝潢充滿18世紀的元素及現代元

素，詮釋出傳統及摩登現代兼具的 DIOR 迪奧風格外，更與全球同步的 DIOR 品牌全系列商品，例如當季時新款的男裝及女裝服飾、女鞋，以及頂級包款、高級珠寶等等在此展出銷售，並在台北 101 地下 3 樓還設有 VIP 專屬停車位，客人可由 B2 電梯直上 5 樓，而且 5 樓的拉門一拉，就有3間專屬的VIP Room，曾經有客人還在店裡的VIP Room舉辦過生日趴，而深受著重隱私的VIP客戶喜歡。

當然，身為DIOR的VIP客層所享有的待遇更不只於此，還包含：安排時裝週至巴黎看秀、定期舉辦 VIP 專屬時尚講座、私人鑑賞會，以及獨一無二的DIOR Magazine——這個由巴黎聘請國際編輯與攝影師編導策畫，從執行到印刷都在巴黎完成的頂級刊物非零售市場可見，完全貼近客人的量身打造訂製服務。

「量身定制」 已是必要配備

曾任全球最奢侈品集團路易威登 LVMH 時尚集團台灣區總經理、「名牌學 V1」書系作者石靈慧教授表示：精品業的客戶，購買的從不只是商品本身，而是那份「量身定制」（sur-mesure）的專屬個人體貼服務。

像是香奈兒、愛馬仕、PRADA 等品牌，一直以來都有提供專責的銷售顧問和工坊的首席裁縫師（Premiere d'Atelier）在 VIP 客戶要求下會飛到其所在的國家協助丈量尺寸。以 PRADA 近期舉辦的「Made To Measure 量身訂製服務」，在店裡會設有專屬量身訂製的「貴賓區」，而在訂製開始前將會有來自義大利的顧問親自一對一諮詢服務，經由專家推薦適合貴賓身型的款式來挑選量身的樣板。爾後，再進一步依照自己的喜好，來挑選款式以及面料。這一切，都是專為每一位受邀的貴賓單獨進行，給予獨一無二的尊榮體驗。

這樣為 VIP 量身訂制也在香水界盛行，例如專為歐洲君主王室和挑剔的仕紳名媛服務了超過 250 年歷史的香水品牌 CREED，一年只接受 15 位頂級客戶的私人客製化香氛訂製服務，因此客戶包括邱吉爾、葛麗絲凱莉、奧黛麗赫本、安潔莉娜裘莉、喬治克隆尼、查爾斯王子……等無數名人共製出其貼身的香氛秘密。

了解每個訂製流程 引發社交話題

來自瑞士的江詩丹頓（Vacheron Constantin）早在於 2006 年便針對珠寶訂製錶 VIP 客群推出「閣樓工匠特別訂製服務」，沒有實體商品，沒有產品目錄，完全透過聆聽客

超過250年歷史的香水品牌CREED，一年只接受15位頂級客戶的私人客製化香氛訂製服務。

戶的需求來打造，期許讓每位訂製客人的夢想成真，包括錶殼、機芯和一些錶款的複雜功能及顯示、錶盤、錶帶等等，難怪吸引埃及國王 King Fouad 及其他的兒子 King Farouk、美國銀行家 Henry Graves JR. 和美國車王 James Ward Packard 等等。近年來，江詩丹頓更為讓頂級客戶了解每個訂製流程的相關情況，並可以在其同溫層創造話題，更有專門的網站提供每個製作階段的照片和影片以便掌握。

另外，位在紐約第 5 大道上，美國頂級珠寶品牌 Harry Winston 更訴求為頂級客戶找到稀有的珠寶鑽石，為他們的喜好量身設計，同時試圖讓款式永不退流行，讓他們能夠穿戴這些珠寶至少數十年。而在服務方面，以 Harry Winston 在台北 101 專門店為例，更只設有 5 張各自獨立的接待桌。嚴格控管進店人數，為的就是讓每一位走進店內、無論最終是否消費的顧客，都能在這個風格恍如紐約上東城的豪宅內，經歷一段非凡體驗。Harry Winston 估算，每位進入店內的顧客，至少都會待上 1 小時。他們留住顧客的祕訣就是「分享」，以無壓力的方式近距離鑑賞與試戴，即使不帶走任何商品，也能帶走滿滿的感動及知識，成為未來深具潛力的客群。

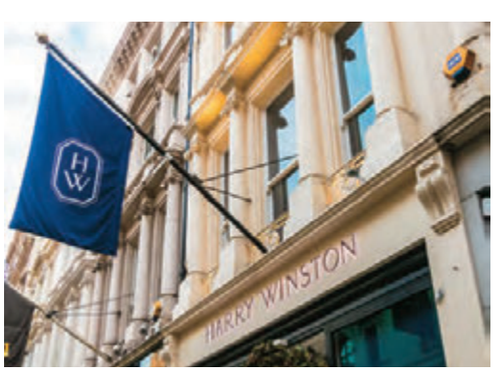
1 | 2

1.被稱為錶界的勞斯萊斯的江詩丹頓，針對珠寶訂製錶VIP客群推出「閣樓工匠特別訂製服務」。
2.美國頂級珠寶品牌Harry Winston訴求為頂級客戶找到稀有的珠寶鑽石，為他們的喜好量身設計，同時試圖讓款式永不退流行。

尊榮的奢華體驗　有錢也買不到

另外，為了維持 VIP 對品牌的忠誠度，這些精品還要不時舉辦有錢也買不到的體驗。像是香奈兒帶 VVIP 搭頭等艙到巴黎，讓貴婦跟國際名流並排而坐一起看秀。而有「全台精品首府」之稱的麗晶精品則招待 VIP 的方式更是每年不同，像去年則是請 VIP 去新加坡，由名廚江振誠帶去牛車水吃早餐，體驗江振誠在新加坡過的生活，並安排法國白襯衫精品 Anne Fontaine 安芳妲來台教 VIP 貴婦白襯衫穿搭，和品牌創辦人同桌吃飯等等。而愛馬仕台灣分公司每年更固定辦主題派對，並經常邀請 VIP 客人去巴黎參加賽馬會、安排頂級酒莊之旅、古堡住宿、鄉間騎腳踏車等特殊行程。

寶格麗（BVLGARI）更長期耕耘品牌與消費者人脈，透過有計畫性的規劃高獨特性、隱密性的旅程，例如：寶格麗在 2015 年主推花園系列產品時，先招待年消費額新台幣 4,000 萬以上的 VIP 客戶到義大利逛皇室花園吃早午餐，隔一個月才再邀請 VIP 客戶飛佛羅倫斯，參加文藝復興時期義大利花園發想的新品預覽會和派對，在發表新品前先行挑選，讓人感覺自己搶先他人一步。直到 7 月巴黎訂製服時裝週上陣，花園系列新產品正式發表，對外算是第一次正式亮相，但對 VIP 而言，卻已是第三波的醞釀行銷，寶格



麗層層加溫把顧客對品牌的感受堆疊，下單意願自然高。

而令人議論的並不只這次活動，還包括之後邀請 VIP 至義大利總統府吃早餐等，高難度的行程安排，需要整個義大利總部動員斡旋洽談始能成行，這些都是寶格麗透過強大的頂級客戶服務，做潛在行銷的方式。

從美國運通到 BMW
抓住金字塔頂端 1% 的有錢人

事實上，可以窺見，為了抓牢 VIP 客戶的心，已不單單只是深化品牌服務需求，更擴展至其他異業結合服務，以提供客戶更新穎的購物體驗及感受。而這樣的服務方式，其實來自美國運通 1999 年起發行的最頂級黑金信用卡——百夫長卡（Centurion Card），又俗稱「黑卡」，持卡人清一色是金字塔頂端 1% 的有錢人。

事實上，黑卡並不是「有足夠的錢」就能擁有，客戶必須得到銀行的邀約才能申辦。為了保證客戶和服務的品質，銀行一般不會主動宣傳黑金卡。因此，與一般信用卡最大不同的是，黑卡「不設信用額度上線」，因此其最大的賣點在於，可提供卡友「沒有做不到的事」的專屬生活顧問，幫忙打理生活瑣事，舉凡排隊代購熱門商品、表演節目或經典賽事門票、企畫活動與私人派對等千奇百怪的服務項目，只要一通電話，就可達成。也就是說，美國運通看上的是頂級私人銀行客戶在乎的不是年費多少，而是獨特服務體驗與尊貴地位體現。

無獨有偶的，BMW 也在「車主服務」的這一領域，推出黑卡專屬頂級服務，首創全球「BMW 大 7 系列尊榮管家服務」，結合全球設置 19 個禮賓中心由 900 位禮賓專員提供 24 小時、全年無休的專屬服務，猶如貼身管家隨伺在側，只要車主一通電話，舉凡是品嘗美饌、旅遊諮詢、安排專機或遊艇、甚至是海外緊急救助，完全滿足車主各式各樣的需求，就連 2020 年東京奧運 VIP 座席也可預訂入手！甚至車主出國洽公或旅遊，還可優先享 VIP 機場快速通關服務，以及星級頂級飯店的房型升等、免費早餐、提前入住與延遲退房等尊榮禮遇，這也是目前頂級車市中難得一見的尊寵服務。

從尊榮到尊寵
專屬限量、隱密性高的頂級服務

而這樣類似的黑卡般尊榮禮遇的服務，還擴

3 | 4

1.寶格麗透過有計畫性的規劃高獨特性、隱密性的旅程，疊疊加溫VIP對品牌的感受，進而下單。
2.BMW首創全球「BMW大7系列尊榮管家服務」，推出黑卡專屬頂級服務，只要VIP車主一通電話，滿足品嘗美饌、安排專機或遊艇等需求。

「水晶天際1號」奢華客機上座椅均由手工打造，共有86個豪華座椅，並可調節為長1.8公尺的寬敞睡床，符合人體工學設計，讓旅客放鬆身心。

及到機場服務、頂級飯店推出的訂制式奢華服務等。事實上，根據波士頓諮詢公司的最新報告：2017年底，全球奢侈品市場規模約為1兆美元。其中，光獨特奢侈體驗的市場約占60%以上，而且仍在以快於個人奢侈品的速度增長。尤其在頂級飯店集團方面，這兩年更紛紛與私人航空結合，推出專屬VIP的私人飛機之旅。

例如安縵（Aman）飯店集團與頂尖奢華旅遊公司Remote Lands及Airbus公司合作，推出僅16席的私人飛機之旅，探訪位在世界各地的安縵飯店，享受文化及自然美景之旅。可容納126名乘客的空中客車被重新設計成16間起居室，每個起居室配備可完全放平的真皮座椅、臥室和帶淋浴的盥洗室。白天，旅客可在日本賞櫻、在普吉島游泳、喜馬拉雅山徒步旅行，夜晚在安縵系列飯店度過。

另雲頂集團更結合旗下新設水晶航空（Crystal AirCruises）公司以超豪華客機「水晶天際1號」（Crystal Skye）為亞太區VIP客戶量身打造的頂級奢華首航之旅，將原本搭載300人的波音777-200 LR改造的豪華客機，經過全面優化機艙空間後只有86個座位外，每張都可躺平成180度的床，更設置有空中專屬管家及主廚，還有專屬的餐廳及吧台。飛到當地，更是享有雲頂集團的頂級住宿、美酒佳餚，以及在地專屬的娛樂安排，像是在肯亞在馬賽馬拉國家保護區（Maasai Mara National Reserve）與野生動物零距離接觸;在大溪地與原住民樂隊一起唱遊，又或浮潛欣賞鮮艷多彩的珊瑚礁和多樣化的海洋生物，享受人間伊甸園的無邊魅力等等。更別提至法國酒莊體驗自製紅葡萄酒，並打造專屬自己名字的紅酒，以及在歐洲山路上享受法拉利或藍寶堅尼等超跑的奔馳快感。

隨著五星級飯店趨向精緻、客製化及高端服務需求日增，這些受過專業培訓及嚴格篩選的產業精英，無不竭盡所能運用全球網絡想辦法使命必達，因為高品質的服務就是要「感動人心」，主動比客戶多想一步，更要依據顧客特點及需求，提供量身打造的個人化服務，才有可能把這份專業經營好。同時，也要有自己的服務秘笈，打造自身的品牌價值。就如同將服務做到極級的紐約華爾道夫飯店的牆上，人們可以看到這麼一幅標語：「困難的，立刻辦到。不可能的，多花幾分鐘就可以辦到。」（The Difficult Immediately, the Impossible will take just a few moments longer.）

走過70國的商周執行長王文靜 領路

2019/5/10~5/22

- 漫遊青花瓷磚描摹的世界，彷彿在歐洲看見明朝
- 探尋葡國國粹波特酒，斗羅河谷酒莊巡禮
- 直入七個世界遺產，一窺大航海時代葡萄牙帝國崛起
- 入住皇家特色行宮與里斯本奢華四季酒店
- 沉浸伊比利半島文藝氣息，造訪西葡古老大學城，探索世界最美圖書館

早鳥禮遇　請洽02-2510-8888按6　www.alive.com.tw

alive　ENERGY EXPRESS 大腳逛地球　交觀甲字第1608號

了解更多

LIGHT UP THE DARK

台北 101　點燈傳愛

台北 101 不僅是國際遊客朝聖、購物的打卡聖地，劃破天際線的首都地標猶如城市光塔，不時透過燈光的明暗與色彩設計，在節慶、紀念日、重大事件等關鍵時刻凸顯議題，具備感恩、祈福、環保、公益等豐富內涵，也能達到撫慰人心、倡導國際共識、渲染和諧氣氛等目標。如光象徵希望與安全，台北 101 更積極投入各種慈善關懷活動，一肩扛起社會責任展現企業典範。

Text by 蔡舒涵　Photo by 台北 101、Shutterstock

迎接 2018 的跨年夜，氣勢磅礴、繽紛燦爛的台北 101 在建築表面打出「幸福共好」4 個大字，為在場所有人與電視機前收看轉播的朋友送上最美好的祝福。善念與喜悅的傳遞無遠弗屆，台北 101 的「點燈」計畫其實在光譜變化中蘊藏許多可貴精神。

寄託多重意涵　點燈看門道

日常生活中的開關燈多半是一個燈座 on ／ off 的簡單選擇，對台北 101 而言，燈光情境絕不僅只於照明層次，還兼有美化與多元象徵意義。整年度的大樓對外打燈規畫由企業品牌傳播部負責發想，時常搭配特定節日或商場檔期活動做行銷宣傳與理念推廣，隨時事脈動機動性執行特色點燈方案。

一般而言，點燈的維持區段為日落後至晚間 10 點，因冬夏令日落時間有差別，為確保展現最好的效果，夏季設定晚間 7 點、冬令晚間 6 點開燈。點燈的設計款式主要分為「文字及靜態背景（俗稱跑馬燈）」與「2D 動畫及文字製作」兩類，內容可透過播放軟體設計做各種變化。例如難以進行預演的新年燈光煙火秀，台北 101 勢必在前置作業多下功夫，事先要求製作公司提供靜態以及動態的模擬檔案測試效果。

台北 101「2018 新年燈光煙火秀」與觀光局攜手「點亮台灣」，在 LED 字幕牆秀出 6 國語言的「歡迎」，並結合 Facebook 許願活動，台北 101 化身最高許願樹，乘載超過 26 萬民眾的祝福與心願；母親節的「媽媽神叮嚀」活動，募集民眾投稿媽媽最常說的話，並選出 101 位幸運兒，將母親叮嚀化為文字在 59、60 樓北面外牆輪播，同時頂冠秀出「我愛媽媽」、「母親節快樂」、「HAPPY MOTHER' S DAY」等中英文字樣，向全台灣的媽媽致上最高敬意。

諸如此類開放大眾投稿的 LED 字幕牆活動，透過創意有趣的互動快速拉進 101 大樓與民眾的距離，其操作方式主要安排在頂冠 97 到 100 樓與 59 到 60 樓的 LED 類電視牆 2 個位置，限定字數中文 10 字內，英文 5 個單字內，讓投稿的民眾都能完美表達心聲。另外也可結合燈光、煙火、交響樂團交互展演，打造人文薈萃的藝術饗宴。

串聯國際　響應共識

建築物透過亮燈進行祈福、致敬、哀悼等意志表達，是全球各地通行的語言，也因此時常串聯國際共同點燈，類別以節慶聯歡類與關懷疾病、弱勢、人權等公益項目為大宗，期盼透過大樓的公共性，點燈喚起社會大眾對特定族群或議題的重視。

公益點燈活動有亮特定色彩、亮文字與亮 logo 等模式，色彩款如在世界自閉症日點藍燈、世界血友病日點紅燈、國際阿茲海默症關懷月點藍燈、國際早產兒日點紫燈、防兒童受虐日點橘燈、國際人權日點藍燈；字樣款如 6 月 11 日悼

今年台北101於母親節推出「媽媽神叮嚀」活動，讓民眾將母親的叮嚀化為燈光，在全台最高樓發亮。

念齊柏林導演空難逝世，亮字「看見台灣 永遠的齊柏林」，10 月 23 日為普悠瑪的意外事件亮字「台灣加油」；標誌款如在世大運期間亮世大運 logo 宣傳。

點燈活動發起方也可能來自全球各地的機構單位，例如今年台北 101 收到國際淋巴癌研究基金會（LRF）的邀請，作為全世界公益點燈大樓的合作夥伴，串聯信義商圈與全台灣的大樓，一同在 9 月 15 日點亮紅色燈光，響應世界淋巴瘤宣傳日以及國際血液癌症宣傳月的祈福活動，呼籲大眾關注理解相關疾病的影響。此外，也在 11 月 11 日波蘭國慶日（亦是第一次世界大戰終戰百年紀念日）當天打燈，向國際與歷史致意。

明暗之間　永續環保

作為領導台灣企業實踐環保的楷模，台北 101 從建築設計到各類型活動推廣都一再貫徹自然永續理念。據統計，台北 101 大樓每關燈 1 小時，可節省約 403 度用電量，相當於減少 210 公斤二氧化碳當量（CO2e）。為號召大眾共同響應環保，台北 101 自 2009 年率領台灣主動參與世界自然基金會（WWF）發起的全球關燈 1 小時行動，2017 更首度在關燈前在辦公大樓北面 59、60 樓的 LED 螢幕秀出「關燈 1 小時、60+、Earth Hour」等字樣，今年 3 月 24 日除了配合於晚間 8 點半至 10 點關燈，更同步串聯信義商圈大樓，充分顯現領頭做環保的魄力。

台北101是台灣第一個投入環境信託的企業，以捐款支持新竹自然谷的生態與物種保護。

落實永續更應在日常中實踐，今年年初台北101透過設備更換，讓服役多年的眉燈走入歷史，並以塔身扇形洗牆燈（LED）替代，燈光情境轉趨柔美和諧。

台北101更將目光投向社會各界，實際支援環保公益行動，例如台灣第一起環境公益信託，就是由台北101發起。在2015～2019年間，台北101捐款新台幣101萬予台灣環境資訊協會所管理的「自然谷」，支持台灣低海拔山林的復育，保護穿山甲、林鵰、黃嘴角鴞等珍貴稀有生物，守護原生物種。

綠電認購成績亦相當耀眼，台北101自2015年起連續3年認購了101萬度綠電，2017年更與辦公大樓租戶合作，邀請KPMG安侯國際財務顧問、隨意鳥地方、香港商歷峯亞太台灣分公司及Google等4家租戶共襄盛舉，共同認購67萬度綠電，帶動國內企業綠電認購風潮。綠電認購行動使台北101獲台北市政府頒發「推動綠色採購500萬元以上」獎狀、獲經濟部表揚「綠電感恩賞」，綠色影響力有目共睹！

回饋社會　與社企共好

身為全球最高公益平台，台北101持續為弱勢發聲，聯合企業夥伴與世界攜手倡導公益、關懷社會。社企推展流程從推廣社企概念做起，再提供採購新選擇，最後與社會企業成為商業夥伴，目前已與租戶簽署MOU支持採用公平貿易、在地社企小農產品。

台北101社會企業實績如連續3年於大樓外圍懸掛「公平貿易城市」的旗幟一週，2017年贊助公平貿易日活動，支持消費支持公平貿易；4月參與NPO Channel公益平台及食物銀行聯合會舉辦的「愛、分享」母親節物資募集活動，並不定期舉辦NPO Channel社企市集，打造「公平貿易茶水間」；9月參與結合12家社會企業的產品所推出的中秋節圓夢禮盒。今年第5度與KPMG安侯建業聯合會計師事務所聯手舉辦「愛市集」公益活動，邀請12家庇護工場、社會企業及社福團體設攤義賣。

不僅止於支持守護，積極主動的台北101更投入創新，去年10月參加由經濟部中小企業處主辦的社會創新實驗中心開幕儀式，期盼未來能建立CSR網絡，與社會創新企業有更多合作。同時斥資300萬元於辦公大樓35樓打造全新「創聚雲」概念辦公空間，提供新創產業低門檻租金與育成相關服務，成為新創起步初期最佳推手。

當聖誕佳節與跨年狂歡連假腳步漸近，台北101與好夥伴也推出別出心裁的點燈活動與大眾互動。無論白天黑夜，熱心公益的台北101透過實際行動守候社會與自然環境，未來也會持續串聯夥伴力量，積少成多發揮影響力，傳達溫暖關懷，讓世界各族群的人都能認識台灣的美好！

透過NPO　Channel社企市集、愛市集等活動，台北101邀請民眾、租戶以購買行動支持社企與公益團體。

TELLING STORY BY PAPERCUTTING

剪出透光的幸福　楊士毅

2017年蘋果公司在台北101的直營店開幕，門口長達75公尺「有閒來坐」的大紅剪紙裝置藝術吸引人們目光，作品即是出自37歲年輕剪紙藝術家楊士毅之手。今年，他更在台中世界花卉博覽會再次大顯身手，受邀在后里園區打造全台最長240公尺、薄度僅0.2公分的鐵雕剪紙藝術。對他來說，藝術不是最重要的，重要的是如何用藝術帶給大家幸福。

Text by Emily Lee Photo by 游家恒、楊士毅

「因為生活很辛苦，因此幸福要很簡單，才會讓人有力量去面對更多的問題及挑戰。」剪紙藝術家，同時也是2018年台中花博策展人之一的楊士毅說。

以祝福、團聚、分享
表達人與自然的美好意象

或許很多人對於「楊士毅」還是很陌生，畢竟他的剪紙藝術作品發表，也不過才4、5年而已，一路從台南開始，至嘉義、新竹、台北，甚至台中花博。作品呈現的尺寸也一幅大過一幅，媒介也從原本的剪紙，到如今的多媒體創作呈現。

特別是2017年，楊士毅與蘋果Apple合作，訂定出的「有閒來坐」主題氛圍，在台北101開設首間Apple Store外牆上，融合台灣「慶祝辦喜事」的傳統，結合Apple的系列商品，以長達75公尺的紅色不織布剪紙藝術包圍呈現。

在這件作品裡，運用一顆大樹把台灣特有種的動物、生態融入，包含台灣黑熊、台灣獼猴及石虎等，如同台灣早期，人們聚集於樹下乘涼、

1 | 2

楊士毅以長達75公尺的紅色不織布剪紙藝術「有閒來坐」，展現在台北101開設首間APPLE STORE外牆上，刻畫人、自然生態與科技的分享概念。

楊士毅帶領10多人趴在紅色紙材雕刻著台南市政府邀請創作的「鳳凰的祝福」，以大樹表達台南意象。

聊天等團聚的概念，再藉由 Apple 的科技產品穿插其中，表達出將訊息在人與動物之間傳達及交流，打造出品牌與台灣文化零距離的接觸。也因為他的創作與品牌的結合，讓台灣藝術被世界看見，並在今年被英國倫敦設計博物館提名為 2018 年 Beazley 年度最佳設計獎。

而在 11 月登場的台中花卉博覽會中，楊士毅更受邀成為關鍵策展人之一，在后里園區以「繁花盛開的祝福」為主題，集結了更多合作單位，一同規劃了綠色星空、樹與山、森語圖書館、石虎的守護、大地的擁抱、剪紙圍界等內容。其中剪紙圍界更是打造全台最長 240 公尺、薄度僅 0.2 公分的鐵雕剪紙藝術，作品以紅字為基底色彩，結合新式剪紙創作，以等高線代表大地，樹木、石虎、台灣黑熊等台灣原生動植物圖樣，結合孩子的童言話語，呈現人與自然的美好意象。

從 75 公尺到 240 公尺，笑著恭喜楊士毅的作品又破紀錄了，他也只是靦腆地笑著說：「是大家給我機會啦！讓我更學會感恩及感謝！」

晦澀到光明
從自我到為人設想的創作旅程

的確仔細閱讀楊士毅的作品裡，蘊藏著許多美好的祝福，能深深感受到溫暖的力量。但是這樣的呈現，卻是他以 10 年時間，不斷地反省自己，並修復與家人關係才換來的創作風貌。

「我早期並不是從事剪紙藝術創作，而是影像作品，那時的作品其實很黑暗。」楊士毅說。因為孩童時期被迫從鄉下到城市生活的成長挫

敗，讓他總是在自卑、自怨自艾、怨天尤人的環境度日，內心總有許多憤怒。大學及研究所便以影像創作嶄露頭角，像畢業作品《爸爸的手指頭》更入圍金馬獎「最佳創作短片」。「但那時的我並不快樂，拍出來的作品卻更黑暗、晦澀，也有很深的疏離感，卻得獎，讓我愈來愈討厭內心的自己。」他說這樣的惡性循環，不是他想要的人生。

於是，在一個偶然機會，他讀到了中國當代著名剪紙藝人庫淑蘭的剪紙故事，發現她在生活條件比台灣還匱乏的陝西，為什麼還能創作出如此鮮艷色彩及簡樸線條的作品，讓人感動呢？於是他決定要去探訪這個地方，體驗當地人是如何擁有如此正向且豐沛的創作能量。

「但對於一個窮學生來說，出國是一個可望不可及的夢想。」楊士毅表示，幸好 2007 年雲門舞集「流浪者計畫」提供他一個資助機會，獨自前往陝西拜訪兼探險。「結果我發現那些過的比我們還苦難的大娘，從小就被指定成為別人的媳婦，為人生小孩還要賺錢養家，連生命都無法自主的人，她們卻那麼真誠的對你微笑，並透過剪紙的方式為人祝福。」楊士毅當時反省自己，停止抱怨，並發現只要改變想法，把眼光放在如何對別人好，而不是自己身上時，看事情的角度就會大大不同，心胸也會變大。

回國後，雖然心放下來了，卻始終沒動手剪紙創作。接下來的 7 年，他選擇回到台南母校擔任講師，重新學習和自己相處，與家人溝通，彌補感情，過起不張揚的生活。而真正拿起剪刀從事剪紙創作，卻是在 7 年後。

那時女朋友要入厝，請他剪個作品給她祝福，於是他拿起剪刀，抱著想像什麼樣的作品會讓人感到驚喜快樂，並以「喜」字為概念，剪出第一件作品，送她貼在玻璃上當窗花，「當我看到對

楊士毅

朋友稱「阿貴」的楊士毅，身兼攝影師、導演與剪紙藝術家多重身份。研究所攻讀影像創作，當年所拍攝的自傳式短片《爸爸的手指頭》曾獲得金馬獎入圍肯定。如今用手上的剪紙藝術寄託對生命的致敬和感恩，將這片土地上的美好力量，自己的傳遞散播給更多人分享。

楊士毅團隊為竹北新瓦屋打造12公尺高、7公尺寬「伯公的祝福」，呼籲對萬物、承載生活的土地心懷感謝。

在嘉義梅山到太平的第24彎處有楊士毅打造的大型作品「雲海的祝福」，以太平的山嵐、雲海與自然生態為創作元素。

方收到禮物的驚喜笑容及朋友們的讚賞時，發現原來傳遞快樂是這麼簡單又單純的動作。」楊士毅說。而這作品總共有 7 件，放到 Facebook 上後，很神奇的是開始有企業上門洽詢，像是台南老爺酒店、台新銀行以至 2017 年台北燈節，都是合作對象。

由內而外的反省　創作幸福作品

投入剪紙創作之後，可以發現楊士毅的作品，已沒了對世界的控訴不滿，在大紅剪紙作品中，裡頭的主角總是圓圓胖胖的，而且表情都在笑。「因為我在投入每件創作時，都會抱著感恩，想像收到的人看了這作品會開心。如果作品我自己看了不會笑，我也不太會把它拿出去。」楊士毅說。

像是 2015 年為竹北新瓦屋打造冬季裝置藝術展，以「感恩」為創作主題，串起「人、土地（伯公）、家、文化」，打造出高 12 公尺、寬 7 公尺的「伯公的祝福」剪紙作品。「那時我要剪出土地公的笑容，參考了 10 ～ 20 尊土地公神像做參考，但怎麼剪都不對，只好跟土地公祈禱：土地公讓我看見你怎麼笑好不好，我把你剪出來。」他一說完，很神奇的是似乎有種力量引導他的雙手，把土地公那種嘴巴有點開，且帶點喜悅慈祥又不誇張的呵呵笑表情剪出來。但在之前，楊士毅已不知改了幾十次了。

另外，在他創作的「年獸」剪紙作品，沒有了傳統故事中年獸張牙舞爪的可怕形象，改胖

胖圓渾的身體，嘴角揚起笑著。這是因為楊士毅認為看似兇猛的年獸其實有著一顆溫暖的心。牠的張牙舞爪、面目兇惡，是為了在年節將到時，催促離家在外的孩子們，快快回到家人身邊。而炮竹聲，則是思念孩子的父母們對年獸的萬分致謝。「這個創作動機是因為我看見身邊的人因彼此充滿誤解，所以透過剪紙，道出真實心聲，卸下誤解，也獻給那些因愛而願意承受誤解的人。」

「剪紙藝術，美麗很簡單，但想打動人心，卻很難。」楊士毅說。尤其他不把案源區分藝術或商業，因為沒人有責任付錢給他從事有意義的創作工作，但楊士毅卻有責任把看似無意義的內容做出意義來。所以每場邀約，他總是希望讀出對方的想法，藉此在作品呼應這份渴求。花上半年、一年摸索、策畫創作，早已家常便飯。

初衷　來自於給世界的祝福

所以，楊士毅一直強調，他的創意總監是整個社會。每次要創作時，只要眼睛閉上，想想身邊人需要什麼？社會需要什麼？再把腦海中的想法結合業主的想法融合在一起：「因為人家拿錢是要你解決問題、不是給你創作的，要讓業主同意你的作品，就是要讓他們有賺到的感覺。簡單講，形象做給業主，力量做給社會。」

也因此楊士毅的作品裡用祝福與分享串成主軸，「當你心裡想要帶給人家歡喜和祝福，你的作品就會變得不一樣！」楊士毅說，於是一件件充滿圓潤飽和線條、造型穠纖合度的童趣作品便呈現出來，而背後更訴說著一個個愛的故事，散發溫暖人心的真切感動，像施了魔法般感染出去。無論是自創的「年獸的祝福」、台南市政府的「鳳凰的祝福」、竹北新瓦屋的「伯公的祝福」、嘉義縣政府的「太平 36 彎的祝福」，到台中花博的「繁花盛開的祝福」。而且他認為他的作品不是一個人完成的，而是聚集眾人力量一起創作出來的。

走進他在台南的工作室，都可以看到偌大的紅色紙材上，十多個人跪趴在上頭、低頭工作的影像。甚至現在參與台中花博的策展工作，合作單位更高達 20 ～ 30 個，在開幕之前光每天的溝通協調，很難不會發生衝突。「你只要抱著感恩

1 | 2

1.楊士毅在台中花博以「人與自然在一起的幸福時光」為主題，創作出總長240公尺、薄度僅0.2公分的巨型戶外鐵雕剪紙藝術裝置。
2.在台中花博后里園區裡的「大地的擁抱」作品裡，運用樹林隧道上的天井雕字「無條件的擁抱是我存在的意義」，在光影照射下在地上呈現出對自然的敬意。

的心，很多問題就迎刃而解了。」楊士毅從不把自己當成高高在上的領頭者，反而是跟著一起動手做事的伙伴，更對執行他計畫的參與者都抱持著謙虛與敬重，「因為我很喜歡團隊齊心打拚的感覺，而且工作的台語叫『空缺』，不就是指每個人在世上，都像是以手中的工作不斷填補世界的『空缺』。」

除此之外，就是「匯集給人一句話祝福的力量」。楊士毅指出，送給別人的一句話，絕對比送給自己來得有意義多了。而且每次透過作品收集而來的話語，其背後的故事往往讓他感動得不能自我，更想把作品做好的動機。如同這次在台中花博裡從國中小學生收集了「給大自然的一句話」，以嵌在 240 公尺的鐵雕剪紙創作裡，像是小小身體依偎石虎的「感謝你的存在」、「你創造了我們的生活」，或是依靠在樹下的「傷心時謝謝你在身邊」、「你是我最寧靜的安全感」、「你是我難過時最想來的地方」、「謝謝你用最

1
2

1.楊士毅在台中花博園區蓋了間小小的森語圖書館，收集跟自然、生態相關的書籍與繪本提供閱讀，也讓抽象的自然訊息變得具體。
2.台中花博后里園區的入口處，運用蕨類吊掛的「綠色星空」，讓人仰望自然，也看到心裡渴望看到的世界。

把樹種到高處的作品「樹與山」，並以竹編延伸成樹根造型的空間，讓大家可以走到樹底下，感受到大自然的懷抱。

美的片刻陪伴我們」、「謝謝你在我不開心時，讓我看到你美麗的花」、「希望生生世世都能與你相遇」等富有療癒感的詞語，盼望藉由繽紛花卉，將溫柔力量傳遞開來。

「為什麼我會很希望利用花博來做這件事情，就是要讓大家重新去記起大自然以及一直在我們身邊默默付出的人的力量，並心懷感謝。」楊士毅說，其實幸福並不需要跑到遙遠的地方，而是在當下，願意感受一朵花一片葉子帶來的美好，就是幸福。「當人擁有幸福，面對再辛苦的生活，才能有力量往前走。」

所以楊士毅從不覺得自己是一位創作者或藝術家，而是一個傳遞的人，「把大家的意念傳達出來後，放在那裡展示著。但這並不是結束，而是另一個開始，在每個人的心中發酵著下一個美好，散播出去。」他堅信著。

ATTRACTIONS WITH RICHEST FESTIVAL ATMOSPHERE

聖誕在亞洲 獨特的佳節氛圍

又到了一年一度的聖誕節，舉世歡騰的節慶氛圍已擴散至全球，歐洲各個聖誕市集陸續展開，亞洲各大城市也掛上華麗燈飾迎接佳節到來。日本的聖誕市集熱鬧喧騰，主題樂園更是推出限定活動；香港繽紛聖誕嘉年華點亮維多利亞港兩岸，璀璨冬日讓人意猶未盡。

Text by 廖靜清 Photo by Shutterstock、田維新

澀谷「青の洞窟」，從澀谷公園串聯到代代木公園，全長800公尺，已躍升為最受喜愛的冬季限定活動之一。

為慶祝耶穌基督降生，將 12 月 25 日訂為基督教禮儀年曆的重要節日，幾乎從 11 月起，歐美全境便充滿了歡慶聖誕的喜悅，結合新年假期，延伸許多娛樂及慶祝活動。這股風潮席捲全世界，除了親臨北歐逛市集、拜訪聖誕老人，亞洲的聖誕節也不遑多讓，各具風格特色。聖誕旅行不用再專程飛到歐洲，包含日本、韓國、香港、新加坡、臺灣等國家，每個城市都有獨一無二的節慶盛會，從聖誕節狂歡到跨年，體驗不同的風情文化。

東京浪漫點燈 徜徉霓彩幻境

雖然聖誕節源自西方，但日本人非常熱愛歡慶聖誕，尤其對年輕人來說，聖誕節是一年所有節日中的重頭戲。11 月中旬左右，街頭就開始點綴繽紛燈飾，街頭巷尾的商家櫥窗、海報全都換上節慶元素，如果少了日文招牌，大概會以為身處某個歐洲城鎮！東京的聖誕節氣氛濃厚，好幾個商圈的點燈活動都被評選為人氣排行景點，加上融入日本風情的聖誕市集，讓人無限憧憬。

位在澀谷的「青の洞窟」，自 2014 年開辦迄

2018 東京青の洞窟

時間：11/30～12/31（點燈時間 17:00-22:00）
地點：澀谷公園至代代木公園
網站：shibuya-aonodokutsu.jp

今，已躍升為最受喜愛的冬季限定活動之一，從澀谷公園串聯到代代木公園，全長 800 公尺。傍晚 5 點準時亮起，沿途的欅樹掛上超過 60 萬顆燈飾，將會場點綴成浩瀚藍色燈海，宛如童話故事情景。漫步在藍色隧道，點點燈光編織出震撼視覺的饗宴，為澀谷夜色增添迷濛唯美，一路上許多店家共襄盛舉，10 度低溫抵不住雀躍心情，不時發出驚嘆聲。點燈時間至 12 月 31 日，不僅陪大家度過浪漫的聖誕節，一路玩到跨年。

抬頭仰望東方，遠處的東京鐵塔閃著橘色燈光，這座極具意義的日本地標，為了迎接 2019 年邁向開業 60 週年紀念，以「橙橘光飾」妝點塔身。東京鐵塔鮮豔的紅白色外觀，經常出現在日劇中，越近看越壯觀，晚上點燈後更是被鐵塔燈海感動。今年 11 月初到 2019 年 2 月底，共有 7.2 萬顆橘色燈泡布置玄關前廣場，中央聳立一株樹齡 60 年、11 公尺高的冷杉樹。建議登上展望台，俯瞰整個大東京夜景，盡覽東京都內各大知名點燈活動。

東京鐵塔，以「橙橘光飾」妝點塔身，可登上展望台觀賞東京聖誕點燈的美景。

銀座藝術饗宴　重現文藝復興

與世界級購物街道齊名的銀座，集時尚、美食、購物於一身，寬敞的街道上佇立著精品名店、海內外名牌旗艦店、老牌百貨公司，百年老鋪錯落其間，多了幾分傳統的味道。最大的購物商場 GINZA SIX，自 2017 年 4 月 20 日開幕以來，創造許多新話題，被喻為必去的超級百貨！外觀和內部裝潢充滿現代感，共有超過 240 家進駐品牌，其中 121 家都是旗艦店。整棟建築由紐約 MOMA 的建築師谷口吉生設計操刀、法國設計師 Gwenael Nicolas 負責裝潢，呈現出四季更迭的日本風情。

2018 GINZA SIX CHRISTMAS

時間：11/12～12/25
地點：中央區銀座 6 丁目 10-1
網站：ginza6.tokyo

GINZA SIX於今年聖誕節期間，邀請法國藝術家Nicolas Buffe擔任製作，以「Fantastic Gift」為題，分享贈送禮物的心意。

藝術展示是商場的重點，期以傳遞生活美學和藝術涵養，今年聖誕節期間的空間創作，邀請法國當代藝術家 Nicolas Buffe 擔任製作，以「Fantastic Gift」為主題，分享贈送禮物的心意。運用故事敘述夏之國和冬之國的國王為孩子問題所煩惱，決定互相送對方禮物敞開心扉，整個空間充滿童趣幻想，結合 AR 科技，體驗互動型藝術。抬頭仰望中央通頂，超過 4 公尺的「光芒小象」 擺設在空中，結合不同媒材創造跨越界限的藝術品。

Nicolas Buffe 擅長揉合西方傳統藝術、日本現代文化，包括文藝復興時期風格、日本動漫元素等，引起藝術界的注意和好評。一系列充滿童話色彩、科幻電玩的作品，激發觀眾無限想像力。故事中的角色和主題特別製作成托特包、冰棒，呼應聖誕節互送禮物的意涵，值得收藏紀念。聖誕節限定的藝術盛會，每個樓層都有不同驚喜；進駐 GINZA SIX 的蔦屋書店也推出季節限定活動，分享節日歡樂喜悅。

關西光之饗宴　冬季限定必遊

身為日本第二大城，大阪的聖誕節氛圍一樣濃得化不開！超人氣活動首推「光之饗宴」，今年特地分為「御堂筋彩燈」和「大阪光之文藝復興」兩個主題。從中之島開始向外延伸的光之藝術節，把大阪市中央公會堂、大阪府立中之島圖書館的牆壁變成投影布幕，直接映射表演投影秀。季節限定的燈光饗宴，結合歷史建築與現代科技，以光和音樂共同演繹冬日盛會。

大阪「光之饗宴」於 2015 年 1 月被認證為世界紀錄，2018 年邁入第 10 個年頭，沿街燈飾超過 4 公里長，光線隨著腳步流動變化，各種顏色的燈飾裝置充滿奇幻張力。主題內容加入了水的元素，彰顯西日本水岸之都的魅力，從投影特效感受粼粼波光景致。自古以來，大阪的發展與水道息息相關，在市區縱橫交錯出繁盛面貌，不妨乘坐水上巴士認識大阪的全貌，悠哉來趟觀光巡禮。華燈初上的城市景色，多了繽紛聖誕元素，為這座城市增添蓬勃氣息。

來到大阪，必遊阿倍野 HARUKAS 300 展望台！ 2014 年 3 月新開幕的建築物，可 360 度無死角欣賞日夜街景。跟情人一起坐在 60 樓的落地窗前，在距離星星最近的地方許願；遠眺京都、神戶和奈良，腳下風光一覽無遺。吉祥物阿倍野熊不時出現跟遊客見面拍照，為旅程帶來好運，聖誕節還會換上限定服裝，萌樣療癒人心。有機會可挑戰刺激新體驗「EDGE THE HARUKAS」，走在 300 公尺高的外側甲板，心跳指數百分百。

夢幻京都意象 最燦爛的季節

12 月的京都，少了紅葉陪襯，坂道巷弄和町家建築多了聖誕燈飾妝點，展現另一種千年古都魅力。從京都車站出發，這座「京都的玄關」自 11 月上旬就開始布置，室町小路廣場架起 22 公尺高的巨型聖誕樹，為往來旅客提供一處溫馨浪漫的小天地，可多留一些時間駐足觀賞。由 ROHM 半導體製造商贊助的「ROHM ILLUMINATION」已成為京都市內最大規模的燈光秀，使用了近 80 萬顆燈泡，於總部周邊展開，是市民最津津樂道的企業回饋。

以佐井通的林木道為中心，一整排行道樹化身為色彩斑斕的燈海隧道，加上名倉公園內的 LED 燈光裝置，草地微光閃爍互相映襯，美得令人目不暇給。京都的冬季夜晚，充滿了聖誕佳節氣氛，璀璨燈泡照亮星空，吸引戀人漫步其中。對日本人來說，聖誕節等於另一個情人節，除了互贈禮物，也喜歡到戀愛神社祈求戀情順利。著名的上賀茂神社、八坂神社、鈴蟲寺、貴船神社、下鴨神社以及清水寺裡的地主神社，都是求姻緣

2018 大阪光之饗宴

時間：11/4 ～2019 年 1/31（點燈時間 17:00-23:00）
地點：御堂筋及中之島、大阪市役所周邊
網站：www.hikari-kyoen.com

2018 ROHM Illumination

時間：11/22 ～ 12/25（點燈時間 16:45-22:00）
地點：ROHM 總部周圍，佐井通與中堂寺南通
網站：www.rohm.co.jp/illumination

京都車站自 11 月上旬就開始布置，室町小路廣場架起 22 公尺高的巨型聖誕樹。

日本聖誕節習俗

聖誕節前夕，肯德基總是大排長龍，「聖誕節就要吃肯德基」的習俗自 1974 年 12 月 1 日開始，有位住在日本的外國人，買了炸雞取代傳統大餐的火雞慶祝，激起商家的靈感，變成另類和風文化。日本人也有聖誕夜吃蛋糕的習慣，和洋菓子店鋪和連鎖店、超商都推出限定版蛋糕，草莓蛋糕最受歡迎。

的聖地，12 月期間人潮絡繹不絕。

造訪神社，市集活動也很值得一遊！每月固定舉行的古物或手作市集，已成了遊人來京都的另一個理由。包括每月第 1 個週六的梅小路手作市集、第 1 個週日的東寺破銅爛鐵市和北山手工藝市集、第 3 個週日的藤森神社手作市集、第 4 個週日的上賀茂手作市集，以及每月 15 日的百萬遍手作市集、21 日的東寺弘法市、25 日的北野天滿宮古物市集等。12 月適逢聖誕節和歲末年終，許多人趕辦年貨，手作職人也應景推出聖誕小物，節慶氣氛歡欣熱鬧。

璀璨冬日香港 聖誕玩到跨年

受到英國殖民歷史影響，香港的聖誕節氣氛十分濃厚，從燈飾到美食，媲美歐洲國家！繁華的尖沙咀和中環一帶，布滿五光十色的燈海，香港旅遊發展局每年都會舉辦「繽紛冬日節」，中環皇后像廣場矗立一棵 35 公尺高的聖誕樹，與四周高聳的金融大樓相呼應。連結幾個主要商場百貨，推出購物優惠及聖誕大餐，沉醉在買東西、吃東西的快樂時光。自 11 月 29 日起，同步展開「閃耀維港燈影節」，維多利亞港兩岸展出本地以及世界各地藝術家的創意光影，織構出最燦爛奪目的奇幻燈光秀。

轉往另外一頭，香港島南方的赤柱小鎮舉辦芬蘭聖誕市集，赤柱廣場將化身白色童話小鎮，超過 100 個特色攤位販售北歐經典美食及生活精品。現場規畫打造了巨型北歐聖誕靈羊以及神秘蘑菇形精靈之家，彷彿置身魔幻森林。藉由市集來品味舌尖上的芬蘭，道地美食包括了煙燻鮭

魚、魚餡餅、烤肉腸、小龍蝦、麵包奶酪等，再搭配扎實的芬蘭黑麥麵包，層層口感美味極了。順遊赤柱市場採買紀念品，或是到大街上的酒吧區坐下來喝一杯、欣賞海天一色，體驗海濱異國情調。

今年香港迪士尼推出「A Disney Christmas」活動，全新角色 Cookie 換上聖誕節新裝，與好朋友 Duffy 一起慶祝佳節。豪華的巨型聖誕樹掛滿造型飾品及閃亮 LED，歡樂氣氛一路延伸到各個主題區。配合聖誕歌曲的特別表演與熱鬧大遊行，讓人看得目不轉睛，隨著燈光漸暗、飄下漫天白雪，現場氣氛頓時 High 到最高點。今年適逢米奇 90 週年大慶，推出全新紀念版樂園門票和限定商品，可愛指數破表。到主題樂園過聖誕節讓人大呼過癮，場面熱鬧滾滾，驚喜浪漫無所不在。

2018 赤柱廣場芬蘭聖誕市集

時間：12/8、9 及 15、16（12:00-20:00）
地點：赤柱廣場天幕廣場及美利樓地下
網站：www.linkhk.com/tc/promotion/264?ppt=1

BEAR HOUSE

熊米屋 烤出小愉兒的生命香氣

拌勻麵糊、擠花成型，在送入烤箱前細心地往復調整，用最適宜的溫度，等待完美出爐的那一刻。基隆熊米屋不僅教小愉兒們做出好吃的餅乾，也教他們認識自己、表達自己和照顧自己，然後用力地去感受社會溫度及現實的考驗，才能迎來那生命蛻變時的香氣四溢。

Text by 林丞閎　Photo by 賴建宏、熊米屋

走進基隆孝三路的巷弄，眼還未到，鼻子就先被那伴隨著繁忙工作聲響的陣陣奶油香氣大舉包圍。活動區域與烘焙工廠在巷子裡對門而立，忙碌中帶著一般工廠少有的熱情、純真，這裡是熊米屋，也是心智障礙小愉兒們的工作場所與第二個家。

在熊米屋裡，小愉兒們才是主角，他們單純質樸的特質，讓熊米屋跟我們認知的工作場所很不一樣，光是表定的上班時間越改越晚，而不是越改越早，就跟其他的企業大不同。熊米屋執行董事趙又琳笑著 ：「之前是 8 點上班，但他們總

是會提早半小時就到，這實在是太早了，所以我們現在又把上班時間往後延。」

與時間爭利的賺錢模式永遠不是熊米屋的目標。在這裡，熊米屋希望能提供一個適性的工作場域與人際環境，讓那些原本被家庭、社會所放逐的小愉兒們，可以學習到一技之長，並從中發現自我、肯定自我，同時也有效地延緩他們身體那提早退化的宿命。唯有讓小愉兒們重新走入人群，他們才能真正地學會自立自強，成為自己生命的主人。於是，用一片片餅乾的烘烤香氣幫助他們與社會接軌，並且讓小愉兒們健康、有活力

熊米屋希望提供一個適性的工作場域與人際環境，讓小愉兒們可以習得一技之長，並從中發現自我、肯定自我。

地說出「想要有」的心情，就是熊米屋成立 10 年來最重要的核心價值。

站上街頭 踏上勇氣的試煉場

在熊米屋的每個出爐時刻，總是香氣瀰漫，那樣的味道裡帶著自豪，也帶著與社會第一次接觸的期待。很多熊米屋的故事，都要從小愉兒們站上街頭的那一刻談起，那句再熟悉不過的「大哥哥、大姊姊，愛心手工餅乾，一包 50 元」，無論晴雨，總讓許多人駐足轉頭，或遲疑或上前光顧，這是小愉兒們走入人群的街頭光景。他們凝聚了原本四散的勇氣與長時間的口語練習，來回在忙碌的信義區街口，穿梭在每個紅黃綠燈轉換的一瞬，看看世界，看看每個陌生或者熟悉的朋友，用笑容作為移動的招牌，將手上的餅乾當作擄獲人心的秘密武器。

「因為我們那時候發現有些小孩不喜歡在裡面，像唐寶寶，他就會比較喜歡到外面去，因為在工廠裡面他也不想做事」，趙又琳回憶到，「唐寶寶嘴巴很甜，笑咪咪的很可愛，後來無意中，

我們的媽媽就把唐寶寶帶到街頭去，結果那天的餅乾竟然很快就賣光光了。」趙又琳說，那時候一個媽媽平均一天會分配 40 包餅乾，但通常都賣不完，可是就在那一次偶然帶著唐寶寶一起上街的情況下，居然提早完售了，這結果讓大家相當驚訝，而這件事情也成為了後來帶小愉兒們上街頭的契機。

但熊米屋從不販售同情，而是用吃上一口就不會忘記的好滋味來拓展客源、打響知名度，因為熊米屋知道，顧客在吃完後那讚不絕口的感動，就是小愉兒們自信與成就感的最佳來源，趙又琳說：「我們孩子站在街頭是需要很大的勇氣，所以我們都會給他們用最好的原料，做出最新鮮、衛生、好吃的產品讓他們受到肯定。」或許你有疑問，為什麼站上街頭，大聲地練習賣著自己做的餅乾糕點那麼重要？因為這不僅僅是接觸社會、踏入人群的最直接方式，更能有效幫助小愉兒們心理上的調適，以及延緩他們比一般人至少提早 20 年就開始的生理性退化。

要動才能活 找回身心的堅韌與富足

趙又琳想起了一位原本因身為唐寶寶而活動力不佳，被評定為庇護性就業的小愉兒，就是在熊米屋老師們不斷教導鼓勵，並帶到街頭接觸人群後，才為他封閉的生命迎來了大轉變。從訓練口語和反應能力開始做起，熊米屋前後大概花了 5 年多的時間，點滴累積之下，讓這位小愉兒從一個天天待在家，身心狀況不甚理想的唐寶寶，變成一位具備就業與社會適應能力的活力小天使，最後還成功應徵上某間學校的員工餐廳當職員，「他上次回來參加我們的慶生會，還特地去買了東西，說這是他自己賺的錢，要跟大家一起分享。」趙又琳難掩驕傲地說著。

一片片手工餅乾，都是小愉兒自立自強、走入社會的努力與證明。

於是，從做餅乾、包裝各式糕點，到與同儕和陌生人互動，熊米屋所做的每一件事，想得都是要怎麼樣讓小愉兒們多活動，多接觸不同的刺激，進而融入社會，幫助自己也幫助家人。「人家說要活就要動，我們的小孩子是要動才能活。」目前，台灣的心智障礙者在 18 歲高職畢業之後，就要回歸社區與家庭，但由於這些小愉兒先天不足的身心狀態，待在家只會讓他們的生命狀態退化得更快，最後很可能在 30 歲左右就要進入長期照護的地方，「所以我們提供了很多元化的刺激，讓他們的身體功能夠保持住，不要那麼快退化。」趙又琳繼續補充到：「到街上可以接收到很多的刺激，看到很多場景，接觸到不同的人，然後讓小愉兒們感受到讚美、鼓勵，或是冷眼旁觀，也讓他們接受挫折，過著一般人的生活。」

在 10 年的歲月中，熊米屋不斷地去證明其實心智障礙的孩子還是可以有能力的，而且那個能力是可以被啟發與培養的，縱使過程非常漫長。於是在熊米屋的孩子們，不只要學習工作技能，還要學習洗臉、刷牙、洗圍裙，把自己弄乾淨，讓他們在家從一個依賴的角色，轉換成一個會做家事的孩子，然後以此跨越到社會，「我們發現這樣做，孩子到最後是真的能夠融入社會。」以

從做餅乾、包裝糕點，到站上街頭與陌生人互動，熊米屋希望讓小愉兒們多接觸不同刺激，進而融入社會。

一片片好吃的餅乾作為媒介，讓小愉兒們去跟大家做朋友，保持他們身心的健康與活力，是熊米屋最重要的工作。趙又琳說：「有些小朋友回來就會很高興地說，我今天又碰到我朋友跟我打招呼之類。我想說的是，你不一定要買餅乾，但你可以來跟他們打聲招呼，讓他們覺得被喜歡、有自信。」

找老師吵架 是值得高興的事

以社區日間作業設施（小作所）概念設立的熊米屋，依照目前法定的比例，共配有 3 名老師來教導 20 位小愉兒。趙又琳 ，學生剛來時候，因為長期處於被家庭、社會否定的狀態，整體狀況都比較差，這時候會比較需要一對一的照顧，其他 6 位學生因為做久了，彼此之間有默契，比較可以互相照應，可以共同幫忙老師照看新生，「所以要長期，讓他每天都做一樣的事情，每天都看到同樣的小朋友在做什麼，慢慢帶，才能讓他們融入。」趙又琳說。

小愉兒們的單純、善良與執著，是他們最相同也最不同的特質，熊米屋作為一個培養他們生活、工作能力的場域，師生間的關係相當緊

每年在台北101大樓1樓信義大廳舉辦的愛市集，已經成了為熊米屋小愉兒們眾所期待的大舞台。

密，而一般職場上被視為負面的吵架事件，在這裡則是一件令人高興的事情。趙又琳想到一個被媽媽關在家裡 20 幾年的孩子，剛來時完全不會說話，在過程中老師們慢慢教他說「大哥哥大姊姊，手工愛心餅乾，每包 50 元」，他學了 6 個月才學會。幾年的時間過去，狀況開始有了大幅度的進步，趙又琳記憶猶新地說：「有次我帶他妹妹去參加活動，晚回來了，他竟然跟我說，總幹事（趙又琳）我警告你喔，你下次如果再沒有經過我的同意之下，把妹妹帶走，我就不原諒你喔。」

這件事著實讓趙又琳嚇了一大跳，老師們也大笑附和著：「你不知道喔，他現在都會找我吵架。」看著一個完全不會說話，封閉自我的孩子，到後來會表達自己的意見，讓趙又琳非常感動，她說：「這也是我們服務的目標，就是要讓他們有自立自主的精神，要他有自己的想法，這樣才算是有了獨立的人格。他會跟你吵架就代表你成功了。」

台北 101 愛市集 小愉兒們的大舞台

而熊米屋餅乾與糕點用料實在的好品質，也讓他們漸漸地建立出好口碑，由台北 101、臺灣證券交易所和 KPMG 安侯建業所共同主辦的「愛市集」公益活動，就多次邀約熊米屋前往設攤。對於能夠在台北 101 賣餅乾，小愉兒們都覺得非常興奮，這幾年的合作，雙方更建立起了如朋友一樣的好關係，「每次我們攤位都很熱鬧，小孩就會覺得這些哥哥姊姊都認識我，有被重視的感覺，就會覺得很開心。」趙又琳說。

每年在台北 101 大樓 1 樓信義大廳舉辦的愛市集，已經成為熊米屋小愉兒們眾所期待的大舞台，讓大家每年都準備好要搶著上台介紹自己，大大增進了小愉兒們的自信。而除了大家的興奮與期待，主辦單位年年的真誠邀約和現場協助，同樣都讓趙又琳印象深刻：「主辦單位真的很客氣、很主動，現場也會來關心是否有需要幫忙的地方，這種受到重視、尊重的感覺，讓我們非常感動。」

第一次 小愉兒想要有個家

熊米屋目前位置就在基隆火車站附近，是一個交通方便，且無論在市區內的什麼地方上車，只要一班公車就能到達的精華區。也許你會有疑問，為什麼熊米屋要租在這麼貴的地方？趙又琳說因為是社區型服務型態，學生都是住附近的，但「有人不會搭車，一開始老師會帶他們從家裡開始，搭一班公車到火車站，下對地方之後走到工廠來，這個過程快的話大概 3 個月，慢的話要 6 個月才能學會。」因此，不用讓小愉兒們因換車而迷路，是熊米屋貼心的堅持。

不過，由於目前熊米屋工廠的空間坪數有限，最多只能容納 20 位左右的小愉兒。為了讓目前的孩子有更舒適、多元的環境，也為了能容納更多需要幫助的小愉兒，目前熊米屋正在積極推廣「百萬禮盒募資認購」活動，希望他們在海洋大學附近的新大樓能夠順利完工。趙又琳表示，熊米屋一樣非常堅持要用賣產品的方式來募款，因為「拿了捐款收據，捐完錢，你就會忘記了。我們希望路能走得越來越寬，透過買產品，讓孩子有越來越多的朋友來關心來支持他們。」未來，這棟有著 5 層樓的新建築，將會帶給更多小愉兒一個重新自立、發揮所長的空間，趙又琳補充介紹到：「我們不只會繼續發展烘培，還會有園藝、表演、烹飪等部分。」

訪談結束，一位小愉兒開心地跑過來，這是我們的第一次見面，她說她最喜歡聽 BTS，還問我會不會唱歌，愛不愛唱歌？霎時，一句台詞即閃而過：「奇怪。為什麼我們總是害怕第一次？我們生命中的每一天都是第一次、每一個早晨都是全新的，我們過的每一天都是獨一無二的，我們從不會害怕每天早上起床。為什麼？」而原本周圍烤餅乾的香氣，瞬間好似昇華到了另一個層次，有血有肉，有著小愉兒們的過去與現在、淚水與笑容。

今年AKB48 Team TP選在11月11日光棍節這天，與熊米屋的小愉兒們一同上街義賣餅乾。

THE NEWS

PIAGET

■ **開放貴賓鑑賞**

10 億作品登台

支持電影藝術一向不遺餘力的瑞士頂級腕錶珠寶品牌伯爵PIAGET，已連續6年榮膺金馬獎首席襄贊。伯爵以華美腕錶以及匠心獨具的珠寶作品相伴歷年各大國際影壇盛典，與影藝創作文化相互輝映，襯托歷屆傑出影人紅毯上的燦麗時刻。

伯爵這次共空運價值超過10億、逾百件頂級珠寶與腕錶抵台映襯傑出影人星光裝束，將「Sunny Side of Life」的品牌精神發揮得淋漓盡致。如Sunlight Escape便將北國冬日或是星空流轉之景，藉由青金石、帕拉伊巴碧璽、海水藍寶等呈現，呼應自然之美。其中身兼頒獎人以及金馬55伯爵大使的胡歌，就以價值超過新台幣600萬的Altiplano系列鑲鑽腕錶展現霸氣，把珠寶耳環當作胸針搭配，也是一大巧思。PIAGET同時開放貴賓預約鑑賞，享受與電影巨星相同規格的傑作饗宴。

金馬攝影展

■ **台北101購物中心1F**

光影瞬間 榮耀時刻

金馬執委會第六度與首席襄贊「伯爵」合作拍攝「金馬55榮耀時刻」系列照片，為入圍金馬獎最佳導演張藝謀、婁燁、萬瑪才旦、畢贛，入圍女主角的周迅、孫儷、趙濤、謝盈萱、曾美慧孜，入圍男主角的鄧超、邱澤、徐崢、段奕宏、彭昱暢等人捕捉精彩瞬間。這些精彩的影像，從 11月13日到11月23日在台北101購物中心一樓松智長廊展出，為本屆金馬獎再增話題。

作品是在造型師劉大強及香港Secret 9製作公司的CK團隊打造下，橫跨台北、上海、北京三地拍攝首度運用徠卡相機拍攝，以電影的光與影為概念意象，與影人身影交織留下動人片刻。入圍最佳導演的姜文因檔期關係，未能參與此次拍攝。金馬也陸續推出本屆最佳男主角、女主角及導演入圍者的珍貴訪談影像，分享電影創作歷程與入圍的喜悅。

Salvatore Ferragamo

■ **台北101旗艦店登場**

狂野豹紋回歸

「豹紋」向來是秋冬衣櫥中不可或缺的元素，而今年Salvatore Ferragamo 2018秋冬的「豹紋」單品又以更為華麗的外型及設計，完美展現義大利的頂級工藝。無論是大衣、包款及鞋款，再次掀起狂野的性感女人味風潮。而這一季的豹紋新品，已在台北101旗艦店隆重上市。

擅長剪裁女性正裝的Salvatore Ferragamo，在豹紋印花大衣及裙子的設計上，皆提供優雅的女性化魅力。其中無襯裏的休閒西裝，是正裝剪裁的卓越典範。而如果想要低調展演豹紋風格，不妨選擇包款與鞋款配件點綴。包款以手工噴色及獨特技術創造光澤絲滑手感、均勻的豹紋圖案與漸變色效果；搭配飾有文雅的金色調Gancio釦飾，充滿活力、奢華，卻賦予日常外觀隨性、優雅的格調。至於鞋款則以短靴款式與襪套式休閒鞋凸顯個性奢華。

甘牌燒味

■ **首次進駐台北101**

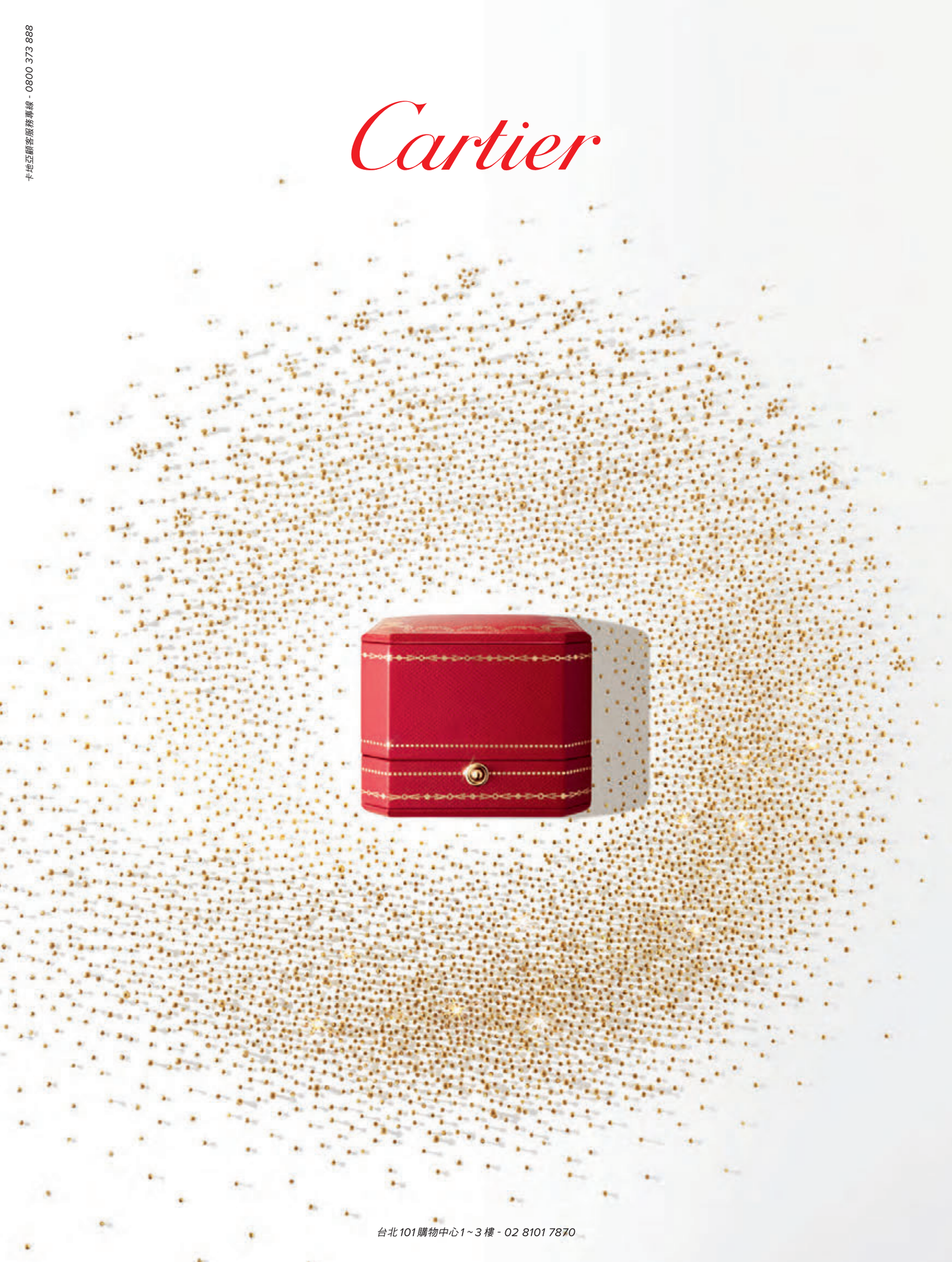
米其林美食

不斷引進星級美食的台北101，近期則首次找來了香港最新潮的「甘牌燒鵝」進駐，鎮店之寶選用台灣頂級的放養鴨，以獨門醃料醃製，烘烤的恰到好處，濃厚的油脂香氣配上金黃油亮的鴨皮，搭配專屬醬汁，酸酸甜甜的口味更是襯托鴨肉的美味！

甘牌燒味創辦人——甘崇轅出生於鏞記酒家的第三代，創辦甘牌燒鵝時謹遵祖父的秘方與精神，開幕僅僅4個月就獲得米其林一星的肯定，更連續四年獲得此殊榮。店內除了燒鴨，以及「肥濃叉燒」「化皮乳豬」等主打餐點之外，太子撈麵也擁有相當好的口碑。充滿彈力與濃郁的鴨油脂香，清湯配撈麵，簡單卻滋味雋永。此外，「手拍黃瓜」、「薑片皮蛋」、「香醋黑木耳」、「白灼香港芥蘭」及「陳皮紅豆湯」都是不能錯過的人氣小點。

卡地亞顧客服務專線 · 0800 373 888

Cartier



台北101購物中心1~3樓 - 02 8101 7870