

# 台灣意象之 搪膠玩偶創作

The PVC Mascot creation of Taiwan Image

周賢彬

Shyan-Bin JOU

國立台灣師範大學設計研究所副教授

莊勝傑

Sun-Chaei CHUNG

國立台灣師範大學設計研究所碩士

# The PVC Mascot creation of Taiwan Image

## 壹、緒論

二〇〇四年宜蘭的童玩節，設計師 Gary Baseman 發表了代言玩偶，樣式新穎，饒富創意。同年六月在台北舉辦「第一屆香港台北玩具創作展」，引起廣大迴響。隨著時間遞移，香港「公仔現象」漸成為台灣媒體關注的焦點。「公仔」是廣東話用語，指的是娃娃圖像、玩偶，其實就是台灣舊有的用語「尪仔」；經過香港、日本的塑型行業重整，成為流行文化的代名詞（王惠民等，2005）。

本創作以「台客」為主題，進行玩偶的創作。根據「台客」或「土台客」這兩個概念是一九四九年後，在台灣出生的外省第二代彼此之間用來稱呼那些在他們心目中滿口台灣國語或穿著很土的台灣人所用的詞語（謝志偉，2004）。狹義來說，「台客」是指打扮混合美式嘻哈與日式混搭風格，再結合本土特色，所融合出一種不協調又矛盾的另類風格。

一部份的世代正在努力實踐以本土為主流價值的「台化」運動，被標榜時髦、時尚的新人類所不屑，指稱「台客」。然而，有為數不少的本土藝人及社團如五百、陳昇、台灣教師協會、台灣教師聯盟、北社等，不以其被稱「台客」為侮，反而以落實本土文化為責。「台客」一詞使用，代表著優勢族群不經意流露出來的歧視心態，他們呼籲去除「台客」汙名化，不再是鄙視用詞，社會都能以台灣為榮。

美式「嘻哈文化」早期屬次社會中的次文化，初期是黑人在美國社會的弱勢處境中發展的特有文化，十餘年來漸為亞洲的青少年所接受，變成青少年次文化。

香港的公仔產業跟上風潮，推出了為數眾多以嘻哈文化為主題的特色公仔，這是吸收移植文化並轉化成在地文化的例子。同樣地台灣以嘻哈文化的創意和容納多元、自我與反主流的價值，其實有再生根的條件（徐挺耀，2004）。

本創作基於發揚台灣本島觀光創意產業的理念，以「台客」為基本元素，設計十五個以台灣觀光為主軸之形象玩偶，其目的不在追求所謂的「本土化」，而是試圖以此種方式為某部分的台灣發聲，配合台灣本島各縣的地標性建築、風俗民情為創作基調，使大眾在親近玩偶的同時，更注意到台灣特有景觀及隱藏的文化意涵。

## 貳、創作準備

老子曰：「九層之台，起於累土；千里之行，始於足下。」一個成功的設計產品，事前必須做好訴求對象的相關分析及研究，以確立產品的市場接受度與設計方向的正確度，因此，本創作就玩偶的種類、應用範圍、設計題材與風格、平面表現形式分析與創作訴求如下。



鐵皮玩偶—  
鐵人28



塑膠玩偶—  
Michael Lau六吋搪膠玩偶



布絨玩偶—  
魚蛋麥嚶布絨玩偶



木、竹玩偶—  
霹靂布袋戲木偶



紙玩偶—  
財神紙偶



泥玩偶—  
長命百歲男娃泥偶

## 一、玩偶的種類

按照玩偶生產的主要原料、生產工藝進行分類，玩偶可分成金屬、塑膠、木與竹、布絨、紙玩偶、泥等計六種。

## 二、玩偶的設計題材與風格

玩偶的創作題材最多是來自企業的需要，主要是為產品加分，這股文化趨勢以日本最盛行，反觀台灣可以象徵企業精神的企業娃娃，實在寥寥無幾（詹嘉慧，2003）。

至於玩偶的設計風格，夢幻式美形已不是唯一的圭臬，美麗、可愛或許能讓人眼睛為之一亮，醜怪、呆傻也能發揮讓人過目不忘的效果。設計者可以恣意發揮創意，把別具一格的醜，幻化為絕無僅有的性格魅力。這類玩偶的主要特色多半是醜、怪、呆蠢、可憐又逗趣，而無半點凶悍、猙獰與暴躁。如美國動畫

電影的史瑞克及迪士尼的星際寶貝都是代表佳作。

另一類別具風味的玩偶新寵，則是東京卡通超Q圖鑑提到所謂的「面無表情類」，面無表情給人冷酷、神秘、難以捉摸的感覺，超級卡通偶像凱蒂貓玩偶便深諳沈默是金的道理，如果有了一張能言善道的櫻桃小嘴，恐怕就不會這般的迷倒眾生。或許是現代人必須面對的精神壓力和煩惱都日漸沈重，而沒有表情的卡通玩偶似乎體現了現代壓力族的心聲，因而獲得廣大的共鳴，安慰了每一顆有著類似遭遇的心。

就玩偶造型的題材，本創作依人物、動物、植物和奇幻等分四類如下。

# The PVC Mascot Creation

of Taiwan Image

## 類別：人物類

比例

擬真版

可愛版

風格：

嘻哈、街頭

歸納範圍：

凡以嘻哈元素構成之  
人形玩偶。



Jason Siu  
圖片來源：STRANGECO網站



Michael lau  
圖片來源：STRANGECO網站

風格：

軍事

歸納範圍：

本類泛指軍事形象之  
玩偶。



以色列傘兵  
圖片來源：玩具王03



GI JOE Kubrick  
圖片來源：STRANGECO網站

風格：

丑娃

歸納範圍：

相對於可愛，作怪、  
醜、蠢之個性玩偶。



The Muppet Show  
圖片來源：Kidrobot網站



Ghostie Familie  
圖片來源：Kidrobot網站

## 類別：植物類

比例

擬真版

可愛版

風格：

擬人化

歸納範圍：

凡花草、樹木、  
蔬果、蕨類之擬人  
化植物造型玩偶。

無



香菇人  
圖片來源：扭蛋狂01

## 類別：動物類

比例

擬真版

可愛版

風格：

似原型

歸納範圍：

指哺乳類、卵生、  
兩生、魚類、節  
足類、昆蟲類。



犬系列  
圖片來源：轉轉扭蛋



baby qee monkey  
圖片來源：Kidrobot網站

風格：

擬人化

歸納範圍：

擬人化之動物造型  
玩偶。



哆啦A夢  
圖片來源：奇摩拍賣網



Scary girl  
圖片來源：Kidrobot網站

風格：

丑娃

歸納範圍：

相對於可愛，作怪、  
醜、蠢之個性  
玩偶。

無



Ugly doll系列  
圖片來源：Kidrobot網站

風格：

面無表情

歸納範圍：

面部表情從不改變。

無



凱蒂貓  
圖片來源：奇摩拍賣網

## 類別：奇幻類

風格： 科幻 歸納範圍： 以科幻形象出現之玩 偶造型。	比例	
	擬真版	可愛版
 Mar-1 圖片來源：STRANGECO網站	 怪獸電力公司 圖片來源：STRANGECO網站	
風格： 科幻 歸納範圍： 無法辨識為何種生物者。	無	 Neo kaiju 圖片來源：STRANGECO網站

### 三、平面表現形式與創作訴求

從創意的發想至擬定草圖，進而到最後的選定角色，是一個玩偶成形的基本步驟，本創作以手繪及向量的表現方式，進行玩偶的平面設計創作。

玩偶收藏家劉維公提到：當今的社會「玩具過剩」，玩具玩家其實是在希望在眾多玩具中找到對自己有意義的玩具，所以玩家對玩具的「詮釋」就變得特別重要，大家似乎企圖在消費世界裡尋找認同感，而這樣的認同感就是一種「集體歸屬感」。因而，玩偶的創作是無法獨立故事劇情而存在的，必需彼此依存，相互配合，才能喚起消費者/收藏者的共鳴，發揮絕佳的感染力。

### 參、公仔創作者經驗整理及設計分析

前事不忘，後事之師，在創作前充分了解相關玩偶設計師及其代表作品是必要的，以下介紹四例。

#### 一、Michael lau

Crazychildren是Michael Lau的首組公仔作品，融合簡單幾何多邊形和街頭潮流文化（年輕人最喜歡的運動，如滑板、衝浪板，公仔身上畫上新潮的紋身刺青，打耳洞、戴金項鍊、身穿垮褲和運動品牌服裝或融入街頭塗鴉的概念），這就是「香港公仔」之始祖，其作品結合普普藝術，風格新穎，令人耳目一新。

#### 二、鐵人兄弟 (Brothers)

三人所組成之公仔設計團隊，以生活周遭的事物做為創作靈感來源，「工人系列」的創作概念來自於路邊的建築工人，鐵人兄弟認為這些角色感覺很生活化，加上機械質感的比例獨具風味。工人臉部造型是參考非洲部落原住民所設計。Brothers的公仔配件以精緻出名，如工人身上的螺絲起子、老虎鉗等，除了保留工人的原始特色，更增添些許潮流元素。





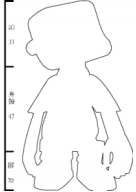

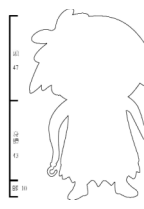
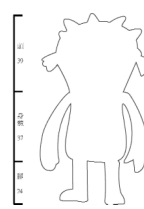




#### 三、Nathan Jurevicius

「Scary Girl」是Nathan Jurevicius的系列代表作，色彩濃烈、古怪可愛為其風格特色，也使該系列在香港一股街頭風中脫穎而出。Scary Girl這個角色的靈感是來自於Nathan的小女兒，角色個性和造型，則來自他身邊的朋友、自己的夢境和一些老電影，旅行時，一些恐怖的地方也成為其創作意念的來源所在。

#### 四、David Horvath

David的插畫風格有著線條分明、色彩鮮豔、角色鮮明幽默、卡通味十足等特點。「Ugly Dolls」系列為其成功的玩偶設計，以其在紐約的生活經驗為靈感，為這些醜娃畫了一系列逗趣的漫畫故事。David想重新詮釋「醜陋」這個字，以新的呈現方式，給予大眾不同的視覺感受。

幾何化

設計師	Michael Lau	James Jarvis	Nathan Jurevicius	David Horvath
項目				
國籍	香港	英國	澳洲	美國
系列玩偶	Garden	In Crowd	Scary Girl	Noupa
圖例				
比例				
色彩				
色彩分析	<ol style="list-style-type: none"> <li>皆運用黑、白兩色作為點綴色彩。</li> <li>柔和明亮的粉色系使用頻繁。</li> <li>色彩使用在5、6色之間。</li> </ol>			

在分析、比較造型及色彩後，歸納幾項共通點：

1. 幾何形為基本架構，以簡潔、俐落為發展方向。
2. 符合可愛造型原則，大頭、短腿，雙手較長，搭配小配件。
3. 色彩在5、6色之間，多用明亮、柔和的粉色系。

### 五、台客特徵

根據上表分析，本創作將設計之公仔定位在迷你、可愛的型態（非擬真型）及富有個性之造型。本創作取「台客」為台灣形象象徵主角人物，並不涉及政黨、族群以及統獨問題，亦無貶責之意，僅將其視為一種文化現象。此節將歸納其特徵與性格，根據《錢櫃》雜誌於民國九十一年十一月和星報於民國九十二年二月十七日的報導，及「台客文化：一種源自於台灣的自由獨創精神，Kawasaki Lan」(2004/6/21 <http://reset.dynalias.org/blog/archives/000245.html>) 台客和台妹的主要特徵，可以被歸納如下：

#### 髮色髮型

1. 金橘髮/挑/中長髮/木村拓哉頭/電棒燙/山本頭（中年台客為主）
2. 金髮離子燙、半屏山頭緊身 T-shirt 小可愛/超短裙/紗裙/厚底高跟鞋/誇張的首飾/彩色鯊魚夾/五顏六色指甲油/超復古塑膠墨鏡（台妹）

#### 服裝配件

1. 廟會版：夜市牌花襯衫/黑襯衫黑（皮）褲/白襯衫/水洗絲打摺褲  
夾腳、藍色拖鞋/白布鞋、帆布鞋（沒穿襪子，將後跟採平）/方頭皮鞋（白襪配黑鞋）
2. 嘻哈版：仿名牌的滑板衣、滑板褲（露出彩色內褲的垮褲）、滑板鞋/銀質飾品（如骷髏戒、十字架）

設計重點在賦予明確的形象，簡明、易記的角色名稱並給予明確個性、特質。角色設定為象徵台灣人之「台客」，命名取其英文譯音：「TAIKE」，設定之造型特徵為：

1. 台灣地圖造型的臉型，台客中文字形，幾何化的眼鏡。
2. 髮型為電棒燙、山本頭。
3. 白汗衫配上台灣地圖的花襯衫，褲型為水洗式西裝寬垮褲。
4. 腳踏夾腳拖鞋，大頭、長手及短腳。
5. 色彩設定為六色。

## 肆、設計創作表現

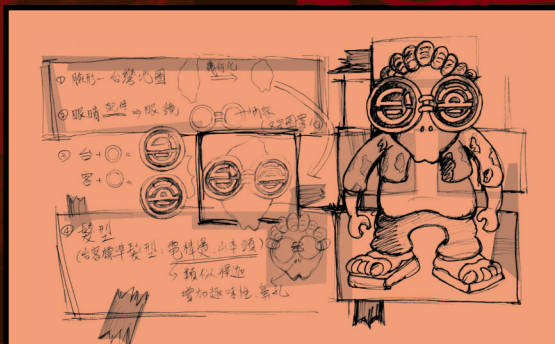
南宋詩人陸游說：「紙上得來終覺淺，絕知此事要躬行。」唯有親身進行創作，方能知曉其奧妙所在。

### 一、玩偶角色設計

#### (一) 角色設定

步驟1：創意發想、擬定草圖。

步驟2：確定角色。



#### (二) 角色立體圖設定

步驟1：繪製立體圖。

步驟2：立體圖四面圖



# The PVC Mascot Creation

of Taiwan Image

## 二、玩偶原型製作

「原型」的定義是指一個產品的實體模型(Lucci & Orlandini, 1990)。產品研發初期都需要製作模型來驗證其功能性，玩偶也不例外，而製作模型的材料種類繁多，如金屬、塑膠、油土、發泡棉等，凡能使設計之功能達成，任何材料都可能成為製作模型的材料(葉耀宗, 2003)。

### (一)材料實驗

本創作參考許多模型書籍及網路文章進行材料測試，主要塑形材料可分為下列幾類：



PE發泡體



精雕油土



塑形土



日本人形

嘗試過以上四種材料後，發現PE發泡體在形狀的切割必須精確，否則修補不易，且需要以補土填補發泡空隙，耗時又費力，重量輕是其優點。精雕油土質地硬，加熱軟化後，觸感類似於蠟，塑形較為不易，較適用於中、大型雕刻物。塑形土容易雕刻，造形完畢後，需以烤箱加熱使其硬化，溫度、時間控制不當，易有烤焦之慮。日本人形土，土質細緻，雕、塑皆易，陰乾即可硬化，硬化後，用砂紙將表面磨平即可上色。因考慮製作時間有限及使用上的方便性，本創作決定以日本人形土進行台客玩偶原型塑造。

### (二)台客(台北)原型製作

本創作以台客配合上十五個縣之特色進行造型，其共同處為台客之頭形，因此，為縮短時間及統一造型，以翻模方式製作，身形結合各縣特色再分別塑形。



1. 使用日本人形土塑頭形，並以砂紙打磨



2. 以鉛線作為身體骨架，包覆人形土，再結合頭部。



3. 塑形完畢後，砂紙打磨，再以壓克力顏料上色。



4. 組裝已彩繪之分解部位。



5. 完成



### 三、玩偶情境設計

設計方向為TAIKE至台灣本島的十五個縣市遊歷，結合各地文化、風俗特色為玩偶造型，該縣市地圖造型成玩偶底座，底座聚合即是台灣本島之地形圖，並命其名為「台客行」。



(一)  
台北：台北101



(二)  
桃園：中正國際機場



(三)  
新竹：迎曦門



(四)  
苗栗：木雕



(五)  
台中：太陽餅、珍珠奶茶



(六)  
彰化：大佛



(七)  
雲林：古坑咖啡



(八)  
嘉義：小火車、神木



(九)  
台南：砲台



(十)  
高雄：九曲橋



(十一)  
屏東：潛水夫



(十二)  
南投：酒甕



(十三)  
宜蘭：水槍、雨傘



(十四)  
花蓮：東西橫貫公路牌坊



(十五)  
台東：知本溫泉

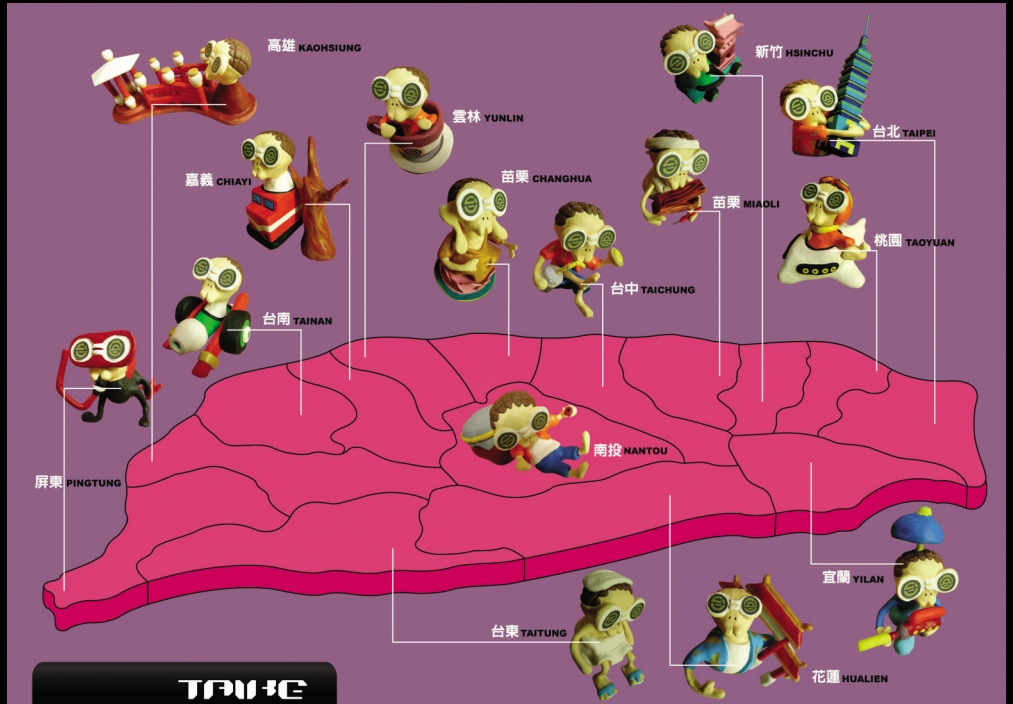


#### 四、玩偶周邊應用製作

美國當代藝術家 Gary Baseman、Tim Biskup 等人投入玩偶設計，這種標榜設計者個人風格的「藝術玩具」潮流正在成形 (Maopopo, 2004)，期望在商業與藝術之間取得一個平衡點，將創作昇華到一個披著商業包裝的藝術品。玩偶設計完成後，其價值是在透過完善的規劃，延伸發展出許多周邊的輔助商品，加以包裝，並賦予豐富的故事性，增加親和力以吸引消費者的視覺焦點，達到宣傳之目的。

藝文創作和商業機制的合作成就文化創意產業，在全球化及科技化的推波助瀾下，文化特色變身為創意商品，進而成為新興的產業發展主流。英國率先開創文化創意產業概念，年產值以等比速度躍升，甚至超越傳統產業前景看好。我國行政院於二〇〇二年六月，正式將文化創意產業列為「挑戰 2008：國家重點發展計畫」中。是以本創作除以台客特徵為設計基礎外，主要考慮為形象行銷層面，藉由周邊應用製作，增加意象廣度。

#### (一) 海報設計



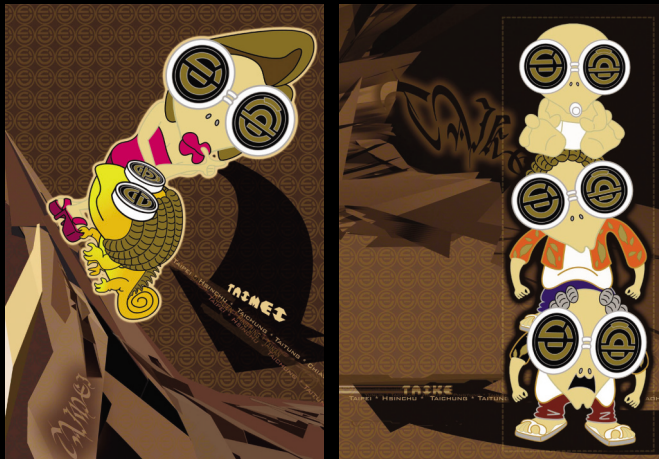
## (二) 酷卡設計

### 1. 三代同台：

創作理念：三代台客以堆疊、歪斜的方式呈現逗趣、憨傻的詼諧姿態，背景以「台」字符碼為襯底，混以嘻哈、影像合成等手法做台式混搭風。畫面中三台客身後的虛線更提供使用者，可運用裁切的方式將其取下，以為書籤使用。

### 2. 台妹變色龍：

創作理念：台客家族的重要成員——台妹，與其寵物——變色龍（擁有與台客相同的特質，模仿力強、適應快速）。半屏山的髮型、緊身小可愛標準台妹風格；擁有台式血統的變色龍，齊力譜出台式協奏曲。



三代同台與台妹變色龍之酷卡

## (三) 玩偶包裝設計



## 結論與後續創作

處處留心皆學問，落花水面皆文章，創作者的靈感經驗發現，只要細心體驗生活，生活中無處不是靈感的來源。要測量一個國家的文化產業競爭力，就看它的文化產品出口力，台灣至今始終是文化產品的「入超」國家，所以設定行銷模式，藉台客公仔傳達當地的民情；並開拓通路，結合連鎖便利商店、速食店，透過收集活動進行行銷；發展系列故事、動畫遊戲，增加話題性、趣味性，都是發展台客公仔成獨立的自我品牌的重要策略。

### ■參考文獻

- 王惠民、張雅雯、賴至巧、梁欣怡（2005）：公仔——出誰與爭鋒。民生報。
- 陸蓉之主編（2004）：Hyperlink超連結。台北市：典藏藝術家庭股份有限公司。
- Pinko（2004）：東京卡通超Q圖鑑。台北市：如何出版社有限公司。
- Tom Wong（2004）. Garden #01. We're crazy children. Hong Kong: Paradise production.
- 謝志偉：好台。上網日期：2004.12.15，取自：<http://www.libertytimes.com.tw/2004/new/feb/16/today-s1.htm>
- 台客文化：一種源自於台灣的自由獨創精神。上網日期：2005.12.30，取自：<http://reset.dynalias.org/blog/archives/000245.html>