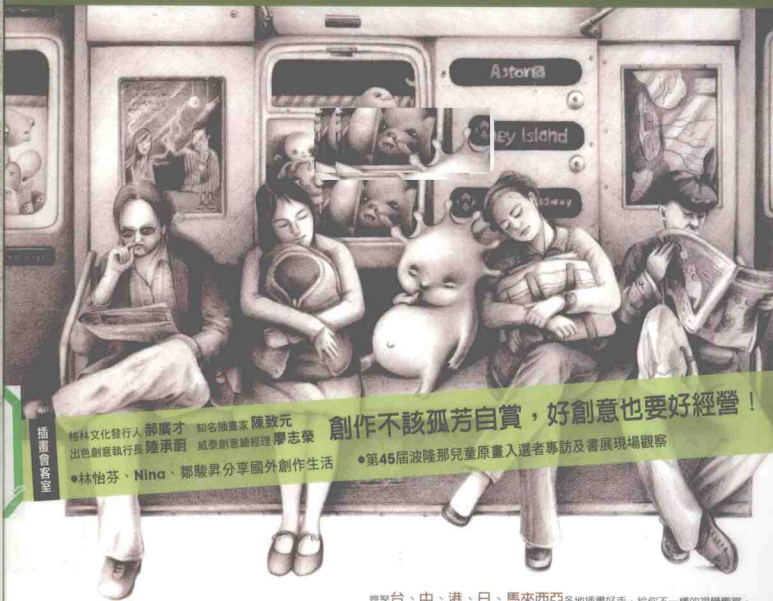


# 插畫設計市集

兒童・寫實・電繪・奇幻・漫畫/CG

# 304

會說話的創意，與世界溝通零距離！



插畫會客室

格科文化發行人 鄒廣才 知名插畫家 陳致元  
出色創意執行長 陸承嗣 威泰創意總經理 廖志榮

創作不該孤芳自賞，好創意也要好經營！

●林怡芬、Nina、鄭駿昇分享國外創作生活

●第45屆波隆那兒童原畫入選者專訪及書展現場觀察

●獨家書展出版品預行編目資料

插畫設計市集304/三采文化編著  
一冊裝 一台北市, 三采文化, 2008 (R697)  
頁: 公分: 一 (創意我最大, 12)  
ISBN: 978-986-6715-54-6 (平裝)

1. 插畫 2. 畫冊

947.45

97006712

Copyright © 2008 SUN COLOR CULTURE PUBLISHING CO., LTD. TAIPEI

**sun color**  
三采出版集團

創意我最大 ●

## 插畫設計市集304

編著者 / 三采文化

副總編輯 / 林燕翎

主編 / 郭政祺

執行編輯 / 余艾莉

編輯助理 / 吳美琪 洪孟均

人物專訪 / 陳淑芬 陳若雲 陳佩玲

美術編輯 / 黃瓊慧 黃雅竣 藍秀婷

封面設計 / 藍秀婷

封底插畫 / 陳宛鈞(紙子)

發行人 / 張輝明

總編輯 / 簡智真

著作權顧問 / 葉茂林

發行所 / 三采文化出版事業有限公司

地址 / 台北市內湖區瑞光路513巷33號8F

傳訊 / TEL: 02-8797-1234 FAX: 02-8797-1688

網址 / [www.suncolor.com.tw](http://www.suncolor.com.tw)

郵政劃帳帳號 / 14319060

郵政劃撥戶名 / 三采文化出版事業有限公司

本版發行 / 2008年6月1日

定價 / NTS580 特價 / NTS299



作品提供 / 王鈞琴 (Missha)

●本書所刊載之商品、文字或圖片，僅為說明輔助之用，非做為商標之使用。如相關商品或圖片內含他人之著作或商標者，該著作或商標歸原權利人所有，特此說明。

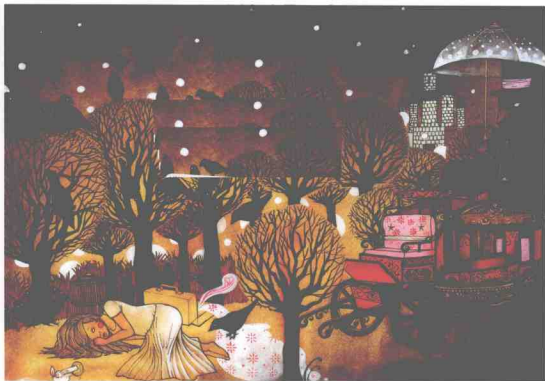
●著作權所有，本書文字經用者不得轉載。如發現書頁有缺訂錯誤或盜圖等情，請逕至本公司調查。All rights reserved.

# 插畫設計

市集

兒童、寫真、電繪、奇幻、漫畫/CG

# 304



作品提供 / 吳季宏 (十樂社)

## 以創作熱情向未來用力發聲

創作絕對需要熱情，但重要的是該如何延續這份熱情？我們相信創作者除了持續的勤練基本功、勇於接受新挑戰，還需要有更多的參與感及展現、經營自己的機會，才能激起源源不絕的創意與熱力！

「《插畫市集》這麼快又出第四本了？」

「台灣有那麼多畫插畫的人嗎？」

或許很多讀者看到新一期的《插畫設計市集304》都會產生這樣的想法。其實編輯們自己也曾經這樣懷疑過，但是，當來自各地用心的投稿者、網路和部落格上的留言、讀者的推薦……我們發現，其實台灣真的以源源不絕的創意與熱情，朝向未來用力的發聲，這一期同樣有許多令人驚喜的作品被收錄於其中，這是非常值得鼓勵與欣慰的。同時這也是當時企劃的初衷，我們期待能發掘更多具有潛力的新秀，提供大家一個大展身手的舞台。

優秀的創作者，除了基本功與創意的

發揮之外，對於創作的經營，在現今這個時代中，亦需要多用點心，因此本書除了呈現創作者的作品之外，我們還希望帶給讀者們更多不同層面的思考。所以，在本期的「插畫會客室」中，我們很榮幸能邀請格林文化發行人郝廣才先生、出色創意執行長陸承蔚小姐、威泰創意總經理廖志榮先生、台灣知名插畫家陳致元先生，他們分別代表了出版經營者、經紀人、圖像授權公司、插畫家的身分，與大家一起聊聊關於插畫者不可不知的經營學，以及對於插畫創作面的期許；另一個特別企劃，我們則邀請長期在國外耕耘的插畫家們：林怡芬（日本）、Nina（美國）、鄧駿昇（英國），請他們與大家分享在國外插畫

## Editor's Note

創作生活的甘苦談。相信透過這些經驗或專業領域的分享，都能讓每位喜愛《插畫市集》的讀者一生皆受用。

值得一提的，在2008年義大利波隆那兒童原畫展中，台灣有三位創作者獲得入選，分別是蔡達源、謝佳晏、鄧駿昇，真的非常恭喜他們能受到國際的肯定。也因此在本期《插畫設計市集304》中，我們同時專訪了這三位入選者。除了一窺他們受到國際肯定的入選作品外，也聽聽他們對於創作的堅持與得獎的看法，其中，鄧駿昇還以受獎插畫家的身分，特地為台灣讀者做展場的現場觀察與分享。如果您對於參與國際性的插畫競賽有興趣並想多加

了解，這都是您不可錯失的機會。

或許眼尖的讀者已發現，《插畫市集》的書名做了調整，從這期開始，將正式以《插畫設計市集》的新書名繼續為讀者帶來更好的內容。我們希望書中的呈現不只是表面的插畫作品而已，當中所引發的創意與設計概念，更是本書應該傳達的精神。無論您過去是否支持過《插畫市集》，我們也藉此期盼《插畫設計市集304》的精采內容與作品，能給大家更多的驚喜與啟發。

# Contents 目錄 >>

## 插畫會客室 Illustration Salon

- 郝廣才 能力與環境決定插畫家能見度……8
- 陸承前 藝術家的創意保母……12
- 威泰創意 打造插畫家的創作舞台……16
- 陳致元 機會來自於「準備好了！」……20
- 林怡芬 勇闖日本插畫界……24
- Nina 激烈競爭的美國夢……28
- 鄒駿昇 挑戰文化的英倫留學創作……32

## 特別企劃：義大利波隆那書展現場初體驗 ……34



作品提供/ヤブキユミ (yumi yabumi)

## 兒童插畫 Children's Illustration

- |                             |                        |                            |
|-----------------------------|------------------------|----------------------------|
| 001 崔麗君 (崔崔) ……40<br>《特別專訪》 | 007 張瓊丹……60            | 015 張芳芳 (Fiona Zhang) ……78 |
| 002 小蘑菇……46                 | 008 文少輝 (Jackman) ……62 | 016 蔡達源……80<br>《特別專訪》      |
| 003 錢茵……50<br>《特別專訪》        | 009 A-yo……64           | 017 小草……84                 |
| 004 啤酒泡泡……54                | 010 張郁嫻 (Alice.D) ……66 | 018 蘇偉宇 (TORO) ……86        |
| 005 蔡秀雅 (Aya) ……56          | 011 黃虹綺 (虹吉媽咪) ……68    | 019 林芳年……88                |
| 006 張成利 (咖啡牛奶) ……58         | 012 王秋香……70            | 020 吳英豪……90                |
|                             | 013 史宛 (洗碗) ……72       | 021 三目堂……92                |
|                             | 014 廖月玉 (Connie) ……74  |                            |

## 綜合插畫 General Illustration

- |                          |                         |                                |
|--------------------------|-------------------------|--------------------------------|
| 022 潘正鵬 (小畫家) ……96       | 027 梅蜜 (Mamie) ……106    | 032 林曉菁……116                   |
| 023 Etma……98             | 028 姜至修 (A-Hugh) ……108  | 033 尤千誠 (白色吉米) ……118           |
| 024 Cuckoo Bird 不哭鳥……100 | 029 曾世球 (阿球) ……110      | 034 John Lam (星夜) ……120        |
| 025 Chaos……102           | 030 楊博晴 (Po halu) ……112 | 035 劉斯傑……124                   |
| 026 平仙妮……104             | 031 黃澤潔 (a-jay) ……114   | 036 謝佳晏 (Ario) ……128<br>《特別專訪》 |

- 037 楊佩祺 (揚媚姬) .....132
- 038 陳仲成 .....134
- 039 亞璇 .....136
- 040 嚴凱信 (阿你不信) .....138  
《特別專訪》
- 041 林秀芳 (Vita) .....142
- 042 岑詠惠 (maysum) .....144
- 043 王盈菱 (Missha) .....146
- 044 Empty .....148
- 045 王傑 (大王) .....150
- 046 MS.DAVID .....152
- 047 陳宛珣 (賊子) .....154
- 048 徐至宏 (Hom) .....156
- 049 賴倩政 (拉赫曼) .....158
- 050 鄭小白 (Raywings) .....160
- 051 WWW .....162
- 052 patty .....164
- 053 水藍 (羅雪華) .....166
- 054 林彥炘 (Beck) .....168
- 055 ヤブキユミ (yumi yabumi) .....170
- 056 maclulala (宏達廣二) .....172
- 057 橘貓 .....174
- 058 游依珊 (ishan) .....176
- 059 楊恩其 (胡桃錢) .....178
- 060 欣辰 .....180
- 061 吳承佑 (卡樂B) .....182
- 062 張真輔 .....186
- 063 黃青堂 (Kimmy) .....188
- 064 大衛卡森 .....190

## 漫畫 / CG Comic/Computer Graphic

- 065 蔡虫 .....194
- 066 慕容引刀 .....196
- 067 TOBY .....198  
《特別專訪》
- 068 菜 .....202
- 069 poshua (黃聖婷) .....206
- 070 陳柏宇 (北極熊) .....208
- 071 于佟 .....210
- 072 林詩敏 .....212
- 073 吳柏輝 (Heaven) .....214
- 074 永歷年間 .....216
- 075 鄭潔文 (罐頭娃娃) .....218
- 076 張智嘉 (TA) .....220
- 077 吳振宇 (WeiColor) .....222
- 078 廖本偉 (喬凡尼不要吵) .....224
- 079 沈麗姿 (Taco) .....226
- 080 茶TeaS .....228

## 插畫設計市集大募集 .....230



作品提供 / Elma



作品—謝廷婷 (Aria)





# Illustration Salon

| 插畫會客室 |

埋首創作的時代已經過去，  
學習溝通與分享才是讓自己更加成長茁壯的不二法門，  
本集邀請七位產業相關人員與大家一同分享

● 插畫創作經營學

郝廣才、陸承蔚、威泰創意、陳致元

● 我的國外創作生活

林怡芬、Nina、鄒駿昇  
給你不同的創作思考激盪。

# 郝廣才

## 能力與環境決定 插畫家的能見度

身為兒童繪本領域的指標性人物，郝廣才認為不論國籍，也不管台灣插畫環境還不夠成熟，只要能具備如王建民的專注力、Michael Jordan什麼都能做到功力，以及高辨識度的個人風格，一樣能成為一個世界頂尖的插畫家。

文 / 陳淑芬 畫 / 格林文化 提供 · 李成羣 攝



國立政治大學法律系畢業，格林文化事業股份有限公司發行人。近期有《飛車球 好不好》、《寶寶睡 睡幾點》、《寶寶要睡覺》、《阿比忘了什麼？》、《我不是故意的》等著作。

對於有心往兒童插畫領域發展的創作者來說，格林文化絕對不是一個陌生的名字。這幾年廣泛地和世界各地的插畫好手合作，格林的出版品不但連續七年都入選波隆那國際兒童原畫展，發行人郝廣才也是這個「插畫奧斯卡」的首位亞洲評審。在他眼中，所謂世界級的插畫家，究竟應該要具備怎樣的過人條件與能力？

### 好的插畫家條件

走進郝廣才的辦公室裡，一整面玻璃牆上來自各地的合作插畫家肖像，為格林這幾年所強調的國際視野做了最好見證。

「所講好的繪本，一定要有畫面，也就是同時具備角色鮮明以及帶有動作的特色。所以好畫家以及好故事，才是好繪本的主要條件。」而經常與插畫家合作的他，則認為「一個好的插畫人才，最重要的就是「好合作」。」郝廣才為此下了一個簡單有力的注解。

郝廣才解釋著說，好的插畫家不隻可以畫出你想要的畫面，有時候他還可以指正文字，並且給你超越想像的驚喜。「這種人什麼效果都可以作得到，就好像Michael Jordan一樣，只要他上場就沒問題！」不需要太複雜的溝通，就能將文字精確的透過圖像描繪出來，這些人除了素描基礎都相當紮實，也擁有自己獨特的風格。

郝廣才以手上的繪本為例，32頁14組的圖，插畫家要能勾勒出不同的繪畫角度，讓閱讀者不會侷限在同一個畫面當中，「就像是電視劇的多機作業，藉由不同角度的呈現，這時候變化就會多很多；另外，如果再搭配上令人容易辨識的風格，這樣絕對能成為一個好的插畫家。」

此外，郝廣才也表示，對於插畫家的試煉，往往不在於一開始的時候，當插畫家成名之後，才是考驗插畫家能否持續走下去的關鍵。「插畫家想要成功，除了技術、好溝通之外，還必須具備高專注力的成功個性。以往可以看到一些插畫家稍具知名度，就開始演講、甚至演戲等，進行多元化的發展。我覺得這不是不好，而是興趣不一定都是能力，再加上沒有持續的專注力，就不會有長久的插畫生

命。你想想，如果王建民一天到晚不務正業，他還會有這樣的好成績嗎？」

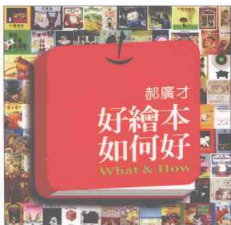
### 解讀插畫創作大環境

認為好的插畫家是不分國籍的，但在郝廣才眼中，台灣的插畫家光是能力與環境就已經輸了一大截。「國內插畫家的問題在於基本功還不夠好，除了在學校的基本訓練不夠，又不努力去磨好功夫，所以風格跟技法都不夠成功。」郝廣才翻了翻手上的台灣新銳插畫家作品表示。

相較於國外擁有專門的科系學校，並且擁有堅強的師資，台灣有心想從事插畫工作的學生就算有天份，也都要靠自己摸索。「我記得李安曾經說，在台灣拍一部電影，在美國可以拍三部。像是電影《臥虎藏龍》的美術小組就有67人，但台灣的美術只有幾個人在做，也導致在視覺上往往缺乏了一種細節美學的呈現。」

郝廣才以波隆那國際兒童原畫展為例，「以前亞洲出版社都不被邀請，就是因為不重要。」環視整個亞洲環境，他認為除了日本之外，其他的國家也幾乎都還到像台灣一

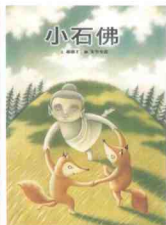
好的插畫家不隻可以畫出你想要的畫面，  
有時候他還可以指正文字，並且給你超越想像的驚喜。



成人書《好繪本如何好》封面。



成人書《好好照顧我的花》封面。



童書《小石佛》封面。

樣的問題。「德國、義大利的足球為什麼會這麼有名，一方面也是因為他們重視，在歷史中所累積下來的成果。而相對之下，台灣的繪本與插畫產量都還不夠，人才也都不足，也讓台灣插畫家無法形成一股「球風」。」郝廣才解釋著說，即使有一些插畫家已經在國際打開知名度，像是剛於香港舉辦個展的幾米等，也無法涵蓋代表所謂的台灣風格。

因為台灣插畫環境發展得晚，再加上地理位置屬於小島國家，「像比利時、瑞士雖然也是小國，但他們插畫家可以到鄰近的法國、德國等地工作，與其他文化相濡以沫，發展出屬於他們的插畫風格；至於日本雖然也是島國，但因為長久發展加上市場廣大，而且沒有大量與外國插畫家合作，也讓日本插畫在傳統與創新之間找到很好的平衡。」

### 在經營與創作之間

在這樣的大環境之下，郝廣才認為想要經營插畫市場，一開始的確會遇到很多的難題。像是同時兼具經營者與創作者的他就認為，這絕對不是一件好事。講話快速又犀利的郝廣才笑著說：「你有看那個職業球隊的投手還要同時擔任打擊嗎？」

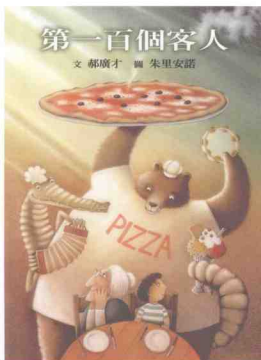
不諱言台灣的插畫環境仍屬於「少棒」階段，在經營上雖然辛苦，但郝廣才卻希望盡量讓台灣市場上所出現的插畫風格更加多樣與豐富化。「否則就像打開衣櫥，衣服顏色款式都一樣，或者你去吃飯時端出來的菜都一樣，整個市場與閱讀視野都只會愈來愈小。」

而目前已經出版好幾十本書，同時是知名作家的郝廣才表示，這些年來他一直維持著寫故事的習慣，「我是那種隨時想故事，隨手記下來的那種人。」他笑著說，在寫故事的同時，並不是有意識地寫，也不知道要放些怎樣的內容，「一定是會遇到瓶頸的，這時候我就會把這個故事停下來，等以後想到了，或許還可以接續下去。」

辦公室裡堆滿各式各樣的書籍雜誌，是郝廣才活絡思考的最好方法之一。「基本上是小說居多，不過我幾乎什麼都看，有空就看，維持閱讀的習慣是很重要的。」

### 故事的重要價值

原本只是打算在出國念法律前，暫時找份工作，卻沒想到在進入漢聲從事童書的編輯工作，讓郝廣才的人生之路看似有了極大的不同，不過，對此他卻認為「人生充滿了偶然與必然，就算當初沒有走進童書領域，我也不一定進



《第一百個客人》封面。



《乖乖睡，好不好？》封面。



童書《一片披薩一塊錢》封面。

入法律界工作。」

在演藝，他看到了許多題外的圖畫書，也讓郝廣才有一個領悟：「一個社會裡的人從小看什麼書長大，社會就會變成那個樣子。」原本法律系畢業的他也體認到，這個社會或許不缺法律師或教授，但是卻缺一個敢於改善社會現狀的文化人。

被喻為「讓台灣兒童書進入繪本時代的關鍵人物」，童書的有趣想像空間，讓郝廣才投注了相當多的心力，也讓他得到不少的收穫。「人的腦袋很奇妙，人小時候是靠著圖像記憶，只是當語言文字的loading變重之後，圖像能力才開始變弱。在小朋友的世界裡，則提醒我們雖然有些能力消失了，卻不要流於武斷，自以為是。」

很多大人在對待小孩時，常常會用「這些他不懂」、「可不可以再簡單一點」的詞彙，但郝廣才認為這太小看現在的小孩了。「不論心理學的研究再怎麼突飛猛進，想要和小孩好好相處，甚至是了解他們，就是要用平等的態度。」

試著去了解小孩的想法，也隨時保持著一顆年輕的心，

郝廣才的辦公室裡放著滿滿的公仔，其中也包括了 he 最喜愛的原子小金剛。這個善良又有力量的角色，或許就像是他所創作的主題一般，代表了從小孩到大人都能感受到人生中不能或缺的重要價值。

#### Q1. 怎樣才是好的插畫人才？

A1：素描等基本功夫要紮實，有自己獨特的風格，並且能把文字空間表現得淋漓盡致；另外則是要有對於創作的專注力，這些條件缺一不可。

#### Q2. 給台灣插畫家的一些建議

A2：1. 多練習。

2. 想要保護創意，就是要不斷地湧出創意。

3. 要先能感動自己，才能感動別人。

4. 隨著閱讀的脈絡，創造失去、尋找、找到的閱讀感受。

5. 利用角度與燈光的变化，提供讀者不同的面向，展現文字中沒有詮釋到的細節。

6. 平時要養成觀察周遭的習慣，人物角色的營造是否成功，也是影響讀者是否入戲的關鍵。

#### Q3. 對於插畫的看法？

A3：閱讀是最好的遊戲，繪本是最好的玩具。



成人書《帶衰老鼠死得快》封面。



辦公室。

# 陸承蔚

## 藝術家的創意保母

對於許多有心想成為創作者的人來說，可能會覺得自己單槍匹馬去談案子的時候，很多細節不是很瞭解，也必須分心在這些事情上面。不過，有了經紀人幫你打點一切，創作者就真的可以專心創作，並且聯手激盪出更多的可能性嗎？陸承蔚身為台灣第一個整合經紀與著作權的公司負責人，先來聽聽她怎麼說。

文 / 陳淑芬 圖 / 出色創意 提供



曾任職於春天劇團、春暉電影，現為出色創意有限公司執行長。也是首創國內第一家以管理財產智慧權為定位，經營創意人的公司。旗下的創作人有可樂王、水瓶鯨魚、公仔設計師Mark等人，也積極跨界合作，包括金馬獎周邊商品、和陳珊妮合作「拜金小姐」……近期則有全家便利商店的六星級公仔作品。

在這個人人都想當「達人」的時代裡，關於「達人經紀」的行業也應運而生。而其中出色創意不但是台灣第一家以原創設計為出發的經紀、授權管理顧問公司，同時也為可樂王、水瓶鯨魚等知名創作者開創了新的春天。

### 整合藝術經紀的先鋒

位在中山北路巷弄內的出色創意，紫色的南瓜招牌，說明了陸承蔚(Lou)想讓「南瓜變馬車」的夢想與企圖。創辦出色創意邁入第五年，陸承蔚感性地說，她認為美的事物就在生活中，「任何不可思議的點子、好玩的事就是出色創意正在做的事。」

曾周遊10幾個國家、並到美國進修藝術，陸承蔚坦言那段時間對她後來從事經紀工作有著很大的影響。「我印象最深的一件事，就是有一個玩音樂的朋友突然跟我說，他因為寄出自己的履歷，讓他得到和知名經紀人見面的機會，這時候我才知道

出色創意工作室外觀。



知名音樂製作人方文山(左)至「生來自由 明信片展展展」參觀。



出色創意工作室內部一隅。



## 好的創作者應該要具備誠懇， 懂得讓自己不斷成長，個性穩定，且品德良好， 這種人會受到經紀人的歡迎。

道國外早就有這樣的公司，這也讓有才能的人可以靠自己的創意過生活。」

而回來台灣之後，陸承前也發現原本認畫時那些自己眼中非常厲害、有才華的同學，卻因為現實因素紛紛改行從事其他工作。「有些人真的想要成為創作者，卻因為花時間想東想西，反而沒時間創作了。」在當時陸承前認為好的人才、好的創意等元素，其實台灣都已經具備了，也因此才激起她想要成立創意授權管理公司，成為這些創意工作者的代理人。

### 團隊運作力量大

大學時她是劇團，加上曾經在春暉電影公司與國內創作者開始合作授權，如可樂王與凱西的書等，也累積了陸承前的經紀基礎。陸承前笑著說，「那時候因為一切從零開始，加上沒有任何的資源，就很像是個戰鬥營，包括成本概念都要自己handle，雖然辛苦，卻一點一點累積了不少。」像是學到了如何和創作者用同樣的語言溝通，此外，也讓她瞭解到一家經紀公司所需要的架構與人才。

目前出色創意的主要經營內容，主要是創意經紀與著作權等無形的資產為主。陸承前解釋著說，「記得前幾年去英國旅行的時候，看見他們有賣一個東西叫做『nothing』，打開盒子，裡面真的是空空的什麼都沒有，

消費者買的，純然是一種期待與好奇。不過空的東西，意念卻不能是空的。當一個眼睛看不到的東西，但是人們卻願意掏錢出來買，這就是無形資產的價值。」她以手上可樂王與陳綺貞合作的「食玩包」為例，「快樂的夏天」為主題，內含可樂王的限量筆記書與陳綺貞新單曲，就來自於這個概念的延伸。

在運作上，出色創意則是以團隊運作，藉由12個成員進行創意的策劃、設計、以及最後的行銷企劃，完成整個創意生產鏈。陸承前以2006年故宮的達人計劃為例，「當初old is new的專案，找來了包括我們出色創意總共5個團體，希望能扭轉大家對於故宮的既定印象。這時候，我們先進行了資料的搜尋與動腦會議之後，決定以公仔為主角，並訂出一些策略與原則，像是不要做很潮流的商品，以文物和人物搭配，並且既要有歷史典故，又帶入一些新意。所以蘇東坡與玉荷葉、墨妃抱著進宮時的碧玉白菜的點子應運而生之後，這時候就要進入設計部門，或者我們找旗下適合的創作者一同合作。最後，再由行銷企畫人員做好包裝，並提出商品的未來可能性。」陸承前解釋著說，在這些大量的作品背後，出色創意同時藉由網路與實體通路，為創作者尋找到更大的展演空間。

而另一個同樣由出色創意主導，甚至找來其他插畫家合作的「born to be freedom」明信片發展，則是透過公司的

成員，以及其他新生代創作家的合作交流，以裝置藝術的方式打造出「會說話的明信片」。陸承蔚就表示，雖然這是一個創意的實驗場，但自己甚至也找來贊助廠商，讓藝術與商業展現更多合作的可能性。

### 如何幫創作者謀福利？

雖然這樣的工作內容看似很簡單，但實際上操作卻有很多細節，並且相當複雜。「我覺得一開始的困難點在於產品是人，所以會移動，也有情緒，再加上創作者對於這種經營模式的陌生；另外，則是來自客戶端，整個大環境對於無形資產的重視與否。」

面對兩方面的壓力，陸承蔚就表示，想要從事藝術經紀除了要有源源不絕的創意與熱情，抗壓性也一定要大。陸承蔚就分析著說，公司必須瞭解自己的經營主軸、作品操作，以及創作體系，才能與一直生存下去，也才能為創作者真正「謀福利」。

而針對插畫家與創作者的創作生涯規劃，除了以一年為規劃的基準點，另一種則是以「專案合作」來找創作者，並針對創作者的特質，為創作者尋找新的可能性。陸承蔚以合作許久的可樂王為例，「他有很多想法，也玩很多不同的東西，而且他的設計有一種文化感，雖然看似充滿舊舊的歷史，卻也很現代。因此，我們希望將他的面貌變得更加立體，也讓他做很多跨界的嘗試。像是之前與歌手陳瑞延一同出專輯，推出周邊商品等等，而今年他也將有新的畫風發表。」

而在其他的專案上，出色創意與全家便利商店的六星級公仔，則是由公司的業務和廠商接洽，提出案子之後，再由出色創意來判斷適合哪些簽約的藝術家共同參與。」

### 誰需要經紀人？

目前手上總共經營了30位藝術家，陸承蔚表示，除了朋友介紹，還有一些創作者是主動聯絡，「我們幸運的地方，就是在於很早就開始經營，所以在創作圈算是頗具知名度。」

雖然手上握有許多創作家的經紀大權，但陸承蔚也認為，並不是所有創作者都應該有一個專屬的經紀約，這當中最大的差別，就在於創作者的個性，以及能否將資產聰明的規劃與使用。

「好的創作者應該要具備誠懇，懂得讓自己不斷成長，個性穩定，且品德良好，這種人會特別受到經紀人的歡迎。不過創作者的共同點，就是敏感、沒有安全感，甚至

是容易思考不是重點的重點，因此對於經紀人來說，溝通與互動是很重要的。不過，對於能夠了解自己優缺點，甚至主觀性特別強，也極度沒有安全感的創作者，我認為會比較適合沒有經紀約。」

而他也發覺到對於每個創作者的規劃不是那麼能夠面面俱到，陸承蔚在年初也做了新的規劃。「以後我們的全程經紀約只有水藍鯨魚、可樂王兩位，其他則將以品牌合作，以及委託來進行。」

### 不限限的無限可能

曾經代理日本知名的親子豆腐人公仔，也邀請設計師前往品廣台灣小吃臭豆腐，而設計出台灣限定版的臭豆腐人，出色創意讓本地文化與日本設計巧妙融合，成功地轉銷回日本原創地。因此，出色創意的下一步計畫，除了邀請國際人才之外，也將致力培育國內創作者的揮灑空間。

面對目前也有愈來愈多公司開始競逐藝術經紀這個市場，如墨色與幾米的合作等，但陸承蔚卻不擔心競爭對手多，「有愈多人投入這個環境，大家才能把把餅做大，讓文化產業愈來愈成熟。」希望在年底之前，可以讓原本的30位合作藝術家擴大到100人，陸承蔚信心滿滿地說，只要以不限限的態度出發，就能探索出無限可能。



可樂王與知名歌手陳瑞延合作的「快樂的夏天」公仔包。

#### Q1. 怎樣的人需要經紀人？

A1: 想專心創作，沒有時間、也不擅長和外界溝通的創作者，只要願意信任他人，就可以透過經紀人，建立起和廠商或媒體間的橋樑。

#### Q2. 好的經紀人要具備哪些條件？

A2: 如果每個創作者就是一個品牌，「經紀人要能搭起品牌與商業結合的平台」，透過經紀人與創作者的大量溝通，讓創作者得到更大的產值。也就是說，要能了解創作者的特質，能彌補創作者所缺乏的那一面，就像是找到一個可以一起跳舞，卻又不會踩到你的腳的人。

#### Q3. 經紀人是如何和創作者談合作？

A3: 視商業案的類型、授權費、客戶運作的範圍、品項與時髦等，一切都有一個固定的機率在計算，這部份會在合作之前，就和創作者講清楚。





「生采自由 新偶片裝展」参赛作品。

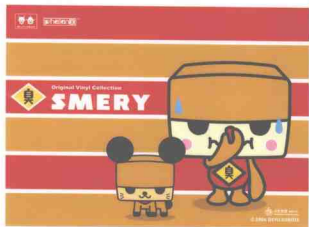


2006年出色創意團隊為耐克設計最新的公仔系列。

「NIKE DUNK 22周年」可樂王獲邀參加的創作案。



可樂王為「金馬四十」設計的作品。



DEVILROBOTS「臭豆腐系列」。