

從印刷代工變設計製造 他成為藝術家們的最愛

資訊提供：綜合企劃組

文章來源：蘋果即時 <https://tw.appledaily.com/new/realtime/20180111/1275378/>

文章發佈日：2018 年 01 月 11 日

網路的普及，讓實體紙本的需求萎縮，傳統印刷業被大多數人歸類到夕陽產業，印刷廠第二代張育齊有鑑於此，沒有直接繼承家業，而是將這從小看到大的技術再發揚光大，印刷變成魔術一樣，幻化成各個文創商品，開立了「原印臺南」這家公司，印刷不僅能印在紙張，舉凡陶、布、瓷磚等，都能噴出所想要的圖樣。好技術也讓日本人看見，還跨海來合作。

張育齊說：「雖然我的出發點是印刷，家裡也提供印刷資源，但是現在我店裡技術，其實已並非是傳統印刷，我所使用的 UV 印表機印刷、雷射雕刻技術，是後來又到日本去參訪、學習得來。」尤其雷射雕刻技術，他說：「國內可能也有不少人也有這些機器，但是我看待這些機器的角度，我不把自己定義成是『製造業』，而是以『設計師』的思維來思考，因為我有自己的設計師團隊，可以自行創作，或者將顧客的作品再加工，包含重調塗層、色澤等。跟別人不同的是，我們要花更多的時間，用不同的功率，經重複多次操作，才能有細緻但依舊明顯的立體圖案產生。」

再加上他懂得行銷與包裝，產出的文創產品有故事、有獨特性。像是磁磚，是以他自己小時候在台南所看到的花磚老圖案，加以設計後，再輸出噴墨於磁磚上，每一塊磁磚等於就像是個工藝，即便不把它當作磁磚，而是個藝術品那樣，鑲嵌於牆上、擺放於桌上，自然會散發他的韻味。就像泛黃的老照片，經由再製，而又以更飽和色澤、更接近當時實體那樣的樣貌，可以重新跟現代人訴說著故事。

張育齊生產的產品以紅包、手提袋、尺、筆記本、卡片、筆帶、包包等文具用品居大宗。他除了去日本學技術，還積極參加展覽，像是日本國際文具紙製品展(International Stationery & Office Products Fair Tokyo, ISOT)，他說：「日本人看待他們傳統的產業，是視為一種『工藝』，但工藝除了技術面，還需以美學與文化的角度。把藝術作品做成商品，再加以販售，乍看可能是商業化，但是日本人早就在從事這件事，例如說奈良美智、草間彌生，這些知名的大師，會揚名國際，就是因為他們把自己的作品，融入我們日常生活中的商品中。」應該也是如此，日本人的生活中，才會更輕易就接觸到美學。

張育齊最近跟 23 位日本藝術家以簽訂了合作，要將這些畫作，再製成多種日常所需的商品，像 1 月開始至 2 月底，就有在日本頗具知名度的 Natsuko Tatsumi。另外張育齊在新年度，也將與日本當地知名的大型通路合作，將在大阪與北海道等地，將有快閃店，展售他的商品。

走出去，我們才看得到別的國家的優點；但張育齊走出去，還發現了自己生長環境這座寶島

的美，與台南的好，把從小時候看到大的「印刷」，再發揚光大，讓日本人與更多國家的人看見，是張育齊正在做的事。(葉盛耀／台南報導)



身為印刷廠第二代，張育齊將印刷玩得更精進，變化出文創事業。



將早期花磚圖案重現於磁磚上，再貼滿一整面斜牆壁，搭著燈飾、木櫃，整家店透著獨特風韻。



與日本藝術家合作，是原印臺南最近的重點，圖為將日本知名插畫家 Natsuko Tatsumi 的畫作，製成筆記本。



杯墊是使用桃園鶯歌製作出的陶，印上台灣早期時慣用的花磚圖案，新產品卻有老東西的樣貌。250 元/塊



獨特設計圖案的卡片，從卡片到信封都很有韻味。120 元/張(含信封)以上皆李友欽攝