

2010國際自行車趨勢論壇

當東方遇見西方！新移動美學

圖、文◎林孟佳



東方與西方文化的迥異在自行車的衝擊，如同經濟與文化交流一樣，尤其在金融風暴的全球化時代，新的經濟體也在改變全球的市場，在這一波「新華人市場」的契機，結合東西方特色的新品形成新的經濟活動方式，也帶來更多新生活型態與經濟發展。

眾所皆知的小徑、小折在亞洲市場大放異彩，西方是否也依舊保有單車通勤的綠活方式；這次的論壇邀請到 2009 年全球自行車設計比賽的荷蘭籍評審 Mr. Han Gose 來主持，集合仁寶電腦集團設計中心副總經理陳禧冠、風雲折疊車 Strida & iF Mode 英國籍設計師 Mr. Mark Sanders，各代表不同使用自行車的環境與背景，指出各種思考模式的差異，並期許給業界人士更多創新思維。

Mr. Han Gose 迷失的翻譯

「龍」，在亞洲是吉祥的象徵，常被使用在廟宇，並製作成精緻的雕塑品，在西方，龍常出現在神話中，是邪惡的代表，在故事的結尾扮演著犧牲者；成長環境使用的母語所解釋的字彙代表著截然不同的意義。畢卡索說，「I don't search, I find.」，在西方，Search 和 Find 為相反詞，在中文，這兩個字的字義卻是有部分重疊的。同樣的，隸屬於同公司，東方與西方的設計師，做出來的產品就會有很大的不同，如久鼎的輕型電動車，歐洲人設計車架為雙桿，亞洲人卻設計成單桿，功能差不多，不過騎乘的感受絕對大不相同。



▲陳禧冠則以行銷手法面來探討。

▲Mr. Han Gose以翻譯上的迷失做為文化上比較的參考。



▲Mr. Mark Sanders以單車通勤的需求來演繹。

陳禧冠 販售慾望

販賣給消費者想要的東西一直都是商業行為中最重要的事，近代成功的產業提供很棒的例子，整合其主要模式是：

市場→顧客→發想→產品原型→設計→使用人→設計方向→設計故事

多元化的生活方式，使得人生經驗變得更豐富，也有更多相關的產業持續跟進，包括最夯的 3C 產品，不只提供單項功能，還有良好的時間控管機制，有藝術性的題材、造型及內容，讓使用者與設計者

不斷地交互作用，激發出新的元素。回歸到自行車，更好的騎乘工具能夠帶來情感價值、有趣的體驗、分享生活方式，一直到朋友之間的連結，衍生出奢侈的個人用品如相機、水晶飾品等，這就是我們所販售的夢想。

Mr.Mark Sanders 移動世界

產品包含機械裝置、結構還有美學，工業產品有運動器材如碳纖維高爾夫球桿，電動自行車，日常生活用品如廚房潔淨不滴水的砧板，也有多色彩的打蛋器等；檢視 Mr. Mark Sanders 平日在英國通勤的路線，從倫敦到 Windsor 距離約 40km，經過的不乏大街小巷、路邊兩旁停著滿滿的汽車，擁塞的人潮、車潮，當然也有宜人的自行車道。

東西方的宗教信仰、生活方式的重疊處，卻有不同的演繹方式，如宗教信仰，中式的廟宇總是雕刻繁複、色彩鮮明，反觀西方的教堂大多線條簡單、色調單純；如果以汽車的頂級款式來比較，卻又有許多相近之處，入門車總逃不掉以造型可愛討喜為主；而自行車的曲柄組，亞洲偏向多色彩、多齒盤，西方則以單速、素面的曲柄較多。單車的使用越來越頻繁，層面也很廣，有競賽、有通勤，也有休閒使用，台灣的設計也越來越優秀，透過世界性的設計比賽，除了提升整體產業的素質，讓年輕的設計師也有發展的舞台，經由產學合作達到雙贏的局面，讓自行車產業也能有成功的產業鏈。

