



時尚風潮

MIT 的台灣文創實力

——幾米的擁報彩繪機

● 蕭百芳*

文創因伴隨商機，致使各國卯盡全力極力發展，此效應也吹進台灣，處處可見。各國的文創走向，大致有一個方向與風格，台灣則處於摸索階段，還未歸整出自我特色。以鄰近的韓國而言，韓流與數位化資訊，是發展重點。日本從早期站穩動漫市場，長期經營動漫相關的文創發展，成績斐然。全世界最夯的代言人，不是真人如 Lady Gaga，而是虛擬的動漫人物，其中 Hello Kitty 每年有 240 億台幣的代言產值。³⁹國內的長榮航空，就是看準了 Hello Kitty 的魅力，二度推出 Hello Kitty 彩繪機，藉此拉抬搭機乘客之心。Hello Kitty 彩繪機的作法，除了機身外殼有 Hello Kitty 的彩繪圖像外(圖 1，見模型)，飛機內部的報枕、紙杯、餐巾紙、衛生紙，甚至是供應的餐盒，都得弄成是 Kitty 的模樣。在桃園中正機場的長榮櫃台旁，還空出一區專門介紹與展示 Kitty 彩繪機的內部模樣，圖 2 是該展示區的外部模樣，至於機內 Kitty 用品，可見圖 1 與圖 3。長榮為此還特別打造彩繪機的專屬網站，供旅客訂機位，藉此還賣起機上專屬 Kitty 商品，⁴⁰又因 Kitty 彩繪機大受歡迎，今年三月又打造全台第一輛 Kitty 彩繪巴士，可見商機龐大。⁴¹

* 蕭百芳，南台科技大學通識教育中心社會科學組副教授。

³⁹陳崢詒、辜樹仁，〈不是人，更賺錢〉，見《天下雜誌》，第 521 期，2013-04-30。

<http://m.cw.com.tw/article/article.action?id=5048747>

⁴⁰ Kitty 彩繪機專屬網站網址：<http://evakitty.evaair.com/ch/>

⁴¹ 請見 2013.03.20 的中國時報〈Kitty 機超人氣 長榮再彩繪巴士〉，網址：

<http://life.chinatimes.com/LifeContent/1409/20130320000441.html>



圖 1：中正機場長榮彩繪機的展示櫃的飛機模型及其他

弔詭的是，長榮向以台灣本土精神經營企業，為增營運，卻花三千萬請來日本最萌的 Kitty 來代言，在商言商也並無不可，但總覺這該是出現在日系的飛機，畢竟飛機經常等同為國家象徵。若以動漫角色而言，又是什麼可以代表台灣呢？

今年六月七日，華航舉辦了彩繪機首航，彩繪的內容為本土繪本家幾米，幾米於 2006 年被 Discovery 選為台灣代表人物，其繪本已於世界三十幾國出版，足以擔任彩繪機的任務。華航的幾米彩繪機的做法，與長榮 Kitty 彩繪機不同，Kitty 彩繪機完全賣可愛與萌，都是由日本三利鷗公司設計 Kitty 與其家族的各式造型，拼湊成飛機圖像。華航是與幾米的墨色國際公司合作，該文創公司行銷幾米作品，通常會以幾米的某部作品作授權，幾米目前約有三十幾部作品，就能有三十幾個授權。因此華航的此部彩繪



機，選中去年(2012)的作品《擁抱》，以此作基底，將此作品的圖像，彩繪於機身上。⁴²



圖 2：桃園機場 Kitty 彩繪機展示區外觀

檢視華航幾米彩繪機的作法，或許是剛上路，並未有如長榮航空專為 Kitty 彩繪機作成專屬官網，對於幾米有興趣或是粉絲想體驗幾米機而言，是一大弱點。或許華航會反駁，陸續會有幾架幾米機誕生，也計畫從對岸飛向歐美，等成熟後再建置網站，但是商機就等於與時間賽跑，怎能輸於起跑點？在華航的官網，大致將幾米機放置在最新消息的跑馬圖片廣告裡，點選平面廣告圖像，就會出現形像的影音廣告，所以華航大致利用兩部形像短片廣告，來行銷幾米機。其廣告詞點子很溫情「旅程從一個大大的擁抱開始」，很能打動人心，再利用幾米繪本《擁抱》裡的插畫圖像，製作出 30 秒的〈旅程 從一個大大的擁抱開始 A Journey Begins with a Big Hug〉，並軟性的訴求「一

⁴² 有關幾米彩繪機模樣，礙於版權，請參考華航臉書：

https://www.facebook.com/chinaairlines.travelchannel/app_396568863790361



個擁抱，可以拉近兩顆心。一個大大的擁抱，則能為世界傳遞所有的愛。」⁴³另一形象短篇廣告，也打溫情牌，將飛機彩繪上幾米《擁抱》繪本裡的插畫圖像的經過，以一種紀錄片的方式呈現，剛開始在機身上貼上彩繪圖案時，片中採黑白色調，之後把《擁抱》這本繪本作成動態的動漫短片，一一的介紹飛機上每一個圖案是來自於繪本的那一段那一頁，這一段繪本與彩繪機結合的介紹，當然就如繪本般的顏色，是以多元的彩色為基調，很溫馨動人。⁴⁴就華航所製作的兩部行銷短片而言，抓緊幾米繪本帶給人溫暖感動的風格，主打「旅程從一個大大的擁抱開始」是個很棒的策略。

再者，因為幾米繪本的知性風格與 Kitty 走卡漫風格迥異，因此華航在機內的設計，有別於長榮 Kitty 彩繪機賣可愛與萌的作法，商品系列與陳設，走的是城市都會男女與家庭風格，因此機內的布置，以抱枕與枕巾為主，⁴⁵個人的液晶螢幕的節目單裡，有著大量的幾米動畫可供觀賞；另外空姐的圍裙當然也是《擁抱》繪本裡的圖象。既然是以幾米為主軸，機內的布置就辦成是幾米的小小個展，故幾米插畫作品便充斥於機內。又因為走的是都會知性路線，所以機上販售的商品以圍裙與 T 恤為主，另外擴展到幾米的文創商品如畫冊、記事本、環保袋等。⁴⁶

那麼《擁抱》這本繪本，到底是個怎樣故事的插畫？故事主角是一隻紅毛獅子，在草原睡覺的一個下午，意外被天上掉下的一本名叫擁抱的繪本砸中，獅子看了書中的內容，書裡滿滿是各種動物與小朋友們的溫馨擁抱，讓獅子決心尋找屬於自己的擁抱。可見幾米想藉這個簡單溫柔的故事與舉動，提醒大家，城市裡的疏離感、人與自然間的疏離感，人與人之間、人與自然之間的擁抱是多麼重要，藉擁抱可以拉近彼此間的距離。

⁴³ 有關該短片廣告與文字訴求，請見華航的 youtube 頻道：

<http://www.youtube.com/watch?v=4TIQHPWHxoo>

⁴⁴ 有關此廣告短片，同樣見華航的 youtube 頻道：<http://www.youtube.com/watch?v=Lj9IKZYdUMs>

⁴⁵ 有關幾米彩繪機內的抱枕等布置，請見中時電子報 2013 年 06 月 08 日的報導〈幾米繪上華航 台文創飛世界〉，網址：

<http://www.chinatimes.com/newspapers/%E5%B9%BE%E7%B1%B3%E7%B9%AA%E4%B8%8A%E8%8F%AF%E8%88%AA-%E5%8F%B0%E6%96%87%E5%89%B5%E9%A3%9B%E4%B8%96%E7%95%8C-20130608001125-260306>

⁴⁶ 請見幾米 SPA 臉書，網址：

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=663193680363803&set=a.254549491228226.83507.227473087269200&type=1&theater>

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=663203813696123&set=a.254549491228226.83507.227473087269200&type=1&theater>



圖 3：桃園機場 Kitty 彩繪機內部用品

因此華航藉「擁抱」之題，來說明世界的距離其實很小，只要你肯踏上旅程，擁抱旅程，台灣與世界各地是沒有距離的。在這本《擁抱》的繪本裡，因為有各種動物與小朋友擁抱的鏡頭，華航將幾米機定位為以「地球寶貝」為主軸，強化企業的環保精神，故意從《擁抱》繪本裡選擇台灣東部外海瀕絕的白海豚，以及關心因地球暖化而瀕臨絕種的北極熊、企鵝、犀牛與澎湖獨有的綠蠵龜等圖像，作為幾米彩繪機的機身圖案，圖案的選擇看得出華航挺環保的決心。華航近年來為塑造企業形象，不斷的投注於環保運動裡，甚至為此還設有專屬網站，⁴⁷說明企業的環保理念，因此該彩繪機的最大圖像，便是一小男孩擁抱著地球。⁴⁸

⁴⁷ 華航的環保官網：<http://www.china-airlines.com/ch/about/earthsitedata/index.html>

⁴⁸ 該圖像可見見 2012 的華山特展：

http://www.huashan1914.com/exhibition/playing_detail.php?cate=exhibition&id=722



事實上幾米與其墨色國際的文創公司，長期以來便關注環保，在 2010 由陳文茜發起的「正負 2 度 C」活動，幾米就已經參與其中。在 2012 年的 8 月 19 日到 9 月 30 日，由舒淇發起的「每個擁抱都是地球天使的禮物」展覽，也是由幾米的 SPA 工作室所主辦，主打的就是小男孩擁抱地球的圖像，難怪華航與幾米能一拍即合，共同為作公益而努力。⁴⁹在這樣的前題下，華航主打本土文創藝術的彩繪機，不僅能夠行銷台灣，更含有神聖愛地球作環保的理念，從這一點著眼，幾米彩繪機不僅有外貌，且有深層的內涵與意義，更能代表台灣，高喊 MIT。至於華航是否可因與幾米的合作，創造出更大的商機與產值?以此建立台灣本土文創的實力與模式，恐得經時間的考驗，與台灣消費者的接受度與品味了。

⁴⁹ 有關該展可以參閱此網站：<http://wind989.pixnet.net/blog/post/28244637-%5B%E5%B1%95%E8%A6%BD%5D%E6%93%81%E6%8A%B1%EF%BC%8C%E5%B9%BE%E7%B1%B3%E3%80%82%E6%AF%8F%E5%80%8B%E6%93%81%E6%8A%B1%E9%83%BD%E6%98%AF%E5%9C%B0%E7%90%83%E5%A4%A9%E4%BD%BF%E7%9A%84>

%5B%E5%B1%95%E8%A6%BD%5D%E6%93%81%E6%8A%B1%EF%BC%8C%E5%B9%BE%E7%B1%B3%E3%80%82%E6%AF%8F%E5%80%8B%E6%93%81%E6%8A%B1%E9%83%BD%E6%98%AF%E5%9C%B0%E7%90%83%E5%A4%A9%E4%BD%BF%E7%9A%84

