



老諾是中部獨立音樂的重要推手，演出經驗更是難以計數。

老諾：獨立音樂的推手

文 / 張晉豪 圖 / 陳信宏、張晉豪

沿著國道四號來到清水，一路上景致逐漸遼闊，心情也跟著開闊起來，低矮的平房讓人一點壓迫感也沒有，我漸漸可以體會，老諾（陳信宏）為何會選擇從熱鬧的東海商圈搬回清水老家了。

獨立音樂推手 決心返鄉貢獻

老諾是臺中獨立音樂界重要的推手，除了擔任學校音樂社團指導老師、經營浮現藝文展演空間，更是多屆搖滾臺中音樂節的音樂總監，對於在地獨立音樂的推廣可說是功不可沒。

兩年前毅然決然搬回故鄉清水，他提到兩個原因：第一是因為自己的「主音樂團」長年關心社會議題，但對於家鄉的認識度卻不高，似乎有點本末倒置，自從畢業出社會後就都不在清水，讓他對於家鄉越來越疏遠。機緣下他與高中恩師－胡淑賢老

師再次相逢，胡老師從臺北嫁來清水後，就全心投入文物保存的工作，其支持局部保存文物讓新舊並存的觀念，正好與老諾的理念相符，便心想：外地人都可以為清水做那麼多事了，在地人怎麼可以袖手旁觀？回到家鄉剛好遇上清水工業區的抗爭，正巧就幫了點忙，讓他更堅信回來的決定是對的。

就近照顧父母 參與清水大小事

另一個原因主要也是因為父母年事已高，雖然之前只住在龍井但還是難以就近照顧，老諾笑著說，現在搬回來好像還是被父母照顧得比較多，但可以讓小孩擁有對故鄉的共同回憶，就算生活較不方便也絕對值得。

回到清水當然也有設定目標，目前就是繼續多認識這裡，關心在地議題，挖掘更多故事，認識更



撥弄琴弦，唱出清水在地大小事。

多的人，用自己的音樂專長，辦理活動或音樂會，如去年底在港區藝術中心廣場辦理的「臺灣戀歌100年音樂會」，便吸引了許多鄉親參與。更值得一提的是，老諾預計在年底發行以清水為主題的個人專輯，這是老諾首次跳脫樂團形式以個人名義發行音樂作品，也請各位樂迷朋友敬請期待。

要做，就要做不一樣的

談到長期的願景，老諾更是充滿自信：我要跟別人不一樣的思考！例如八月底舉辦，由浮現藝文展演空間募資的「無懼音樂祭」，便以臺灣大型音樂祭未嘗試過的ACGIR為主題，ACG是動漫音樂，I指偶像歌手，R則是搖滾樂團，這三個看似無法連結的音樂組群，在無懼音樂祭中碰撞出火花。團隊更不惜成本的邀請滅火器、反光鏡、SPYAIR、私



女兒和音樂成就，是老諾最珍貴的禮物。

立惠比壽中學及でんば組 .inc 等重量級演出陣容，甚至以免費入場的方式吸引樂迷參與，希望藉由音樂祭的推廣，進而擴展專場的票房，把音樂市場擴大。

除此之外，老諾也多次與政府單位合作，除了擔任多年的搖滾臺中音樂總監，今年九月更承辦由臺中市文化局主辦首屆的「東亞流行音樂季」，將邀請眾多當紅流行藝人偶像共襄盛舉，要讓臺中市民大飽耳福！而「主音樂團 x 老諾」也將繼續與「聲五洲掌中劇團」跨界合作，參與文化局舉辦的藝文活動，搖滾樂結合布袋戲，老諾就是要跟別人做不一樣的！

無懼有所犧牲 只求問心無愧

而返鄉是否有所犧牲，不可否認的當然是有的，除了交通和生活機能上較為不便，之前在臺中文創園區經營的方舟藝文展演空間，在阿拉夜店大火使臺中演出空間被趕盡殺絕的時刻，在中部拓荒五年後終於穩定發展，因此老諾返鄉後決定將經營權全權交給 CEO 雷紀彰先生，他也在此特別感謝雷先生，讓他可以無後顧之憂地放手嘗試。

訪問結束，我與老諾一同去幼兒園接送他的女兒下課，以往在臺上氣勢凌人的搖滾樂團主唱，突然變成一位溫柔的父親，把女兒逗得笑彎了腰，到家後老諾牽著小小的手，父女倆與我告別，看著他們的背影，我想，這就是人生最簡單的幸福了吧！



老諾擔任多年「搖滾臺中」音樂總監，今年也與文化局合作「東亞流行音樂節」。

陳彫刻處與 COMMA

文 / 邱建順 圖 / COMMA、陳俊宏



「陳彫刻處」的陳文才師傅（左二），與年輕朋友在教學中交流，推廣木雕技藝。

中區仁愛街，過去是臺中最知名的木雕街之一，巔峰時期，曾有數十間木雕店鋪林立於此，隨著歲月推移被剝去了一層層的不合時宜，如今人事已非只剩一地蕭索、落寞，繁華盡去。

但在這木雕產業萎縮的一片荒蕪中，卻有個結合傳統工藝和生活美學的嶄新品牌異軍突起，它是「COMMA」，立基過去、專注眼前、思索未來，流著三代職人精神傳承的血液，在舊城區裡勇敢地吐露出嫩芽新枝。

老字號與新品牌 續寫未完成的精采

陳希彥和韓惠菁，是臺中市傳統木雕名店「陳彫刻處」的第三代，這對本無計畫接下傳承火炬的年輕夫妻，因不捨空有一身好本領的父親，隨著木雕產業沒落而苦無舞臺發揮，面臨被迫隱退的唏噓，



陳希彥（左）和韓惠菁（右），為父親陳文才（中）的傳統木雕店找回生機。

所以在 2011 年選擇返鄉創立了「COMMA」這個品牌，結合兩人各自的專長——工業設計與工業工程管理，各司其職，為這間擁有近 80 年歷史的木雕店注入創新的豐美靈魂，雕塑出令人期待的無限可能。

對家鄉、木雕產業有著無法割捨的陳希彥表示，決定將多年來在文創市集擺攤使用的名稱——「COMMA」，正式成立為一個品牌，除本身興趣的驅使外，最大動力來自於想要延續父親陳文才的精湛手藝，並創造出更多推廣木雕之美的機會，而這一切的用心也能在其品牌 Logo 中看出端倪，樹苗意象隱含著對老樹新枝的期許及飲水思源的感恩。

談到老字號與新品牌的磨合過程，韓惠菁笑著說，「兩者的經營、生產模式截然不同，而期初父親對此嘗試，抱著著不鼓勵也不反對的態度，但當創意設計落實在加工量產面臨瓶頸時，他總會從旁給予最專業的建議，隨著時間發酵，父親轉為支持，並樂於參與其中，也慢慢找到了『陳彫刻處』和『COMMA』間的平衡。」

射出 COMMA 的三支箭 教學、換工、店面整修

為重新啟動日本經濟，首相安倍晉三提出「三支箭」計畫；而在 2015 年陳希彥也射出屬於「COMMA」的三支箭——「教學、換工、店面整修」，期望由內而外的改變，可以聚集更多同好一起感受木工手感的溫潤。

「我們花了些時間將空間改造，把原本視覺上稍凌亂的空間規劃成一個可供教學、換工的場域，融入新的想法，延續陳彫刻處八十年的靈魂與傳統工藝，更試圖將雕刻分享給喜愛的民衆和社群」，陳希彥接著說道，「換工」最初的出發點是希望吸引學生來交流，交換彼此的專業，互相學習，沒想到卻來了不同年齡層、各種專業的職人報名，包括：攝影師、茶道師、空間設計師……等，反應熱烈，這是始料未及的。有別於其他傳統的雕刻店，透過換工與各行各業結合，產生更多的可能，讓陳彫刻處變成了一個有意思的空間。

其中，令陳希彥印象最深刻的，是換取到撰寫陳情書的專業，「因『陳彫刻處』店址早年被都市計畫劃為道路預定地，但隨著物換星移，法令卻未一併修改，老舊的建築物因此受限不能改建與修

補，十分危險，透過專業建築師的『換工』，協助蒐集相關地籍資料及撰寫陳情書，雖然最終仍以失敗收場。」陳希彥苦笑著說。

從設計到打樣、從手工到量產、從傳統到現代，韓惠菁回想「COMMA」成立至今的點點滴滴，「我們的個性其實很互補，希彥專注設計，而我負責業務品管，一靜一動」，除以創意思維為父親的老字號木雕店找尋新契機，「我們也因此看見原本擅長領域外的風景」。

順著自己的步伐 慢慢走

正如「COMMA」取名之意，即期望使用者在趣味、樸質木器的賞玩中，將忙碌生活區隔出片刻療癒的時光，如：「勢如破竹筆筒」、「動物磁鐵」、「菇菇盤」等用巧思雕琢出的生活小物，兼具實用



「陳彫刻處」是一處樸實的所在。

與美感。其中，「貓咪疊疊樂」系列，傳神捕捉多達 30 種寫實擬真的貓咪姿態，敏銳觀察和細緻技法都令人驚艷，也成為了 COMMA 的熱銷商品。

「做好每一件事，讓更多人喜歡、發現木雕這項傳統技藝的美好，是我們不變的初衷」，他們是陳希彥和韓惠菁，用「逗號」停頓下現代人急促的生活腳步，也用「逗號」連結起了兩個世代技藝的傳承。