吳東龍

設計師、作家與東喜設計主理人；從《設計東京》到展場、選物與臺日交流

吳東龍（Tomic Wu），1976年生，新竹人，是《設計東京》系列作者、東喜設計工作室負責人，也是選物店東喜鋪的主理人。他的工作橫跨書籍與視覺設計、寫作、出版企畫、教學、廣播、訪談與展場設計。這些身份之間，有一個持續了二十多年的問題：一個人怎麼學會辨認生活裡值得注意的東西，又怎麼把自己的發現變成別人也能使用的知識？[1, 2]

東京是他最長久的觀察現場；台灣則是他組織工作、接觸讀者和實踐這些判斷的地方。他帶回來的有物件、照片與店家資訊，也有對服務、空間和工作態度的理解。要理解這份志業，必須一起看見那個喜歡買設計品的人、需要完成委託的設計師、會考慮銷量的作者，以及逐漸學習放手合作、調整自己生活步調的中年人。

[External image / 外部圖片] 吳東龍穿西裝站在窗邊
吳東龍在林果良品「青年紳士鞋獎助計畫」導師專訪中的肖像（2023）。 Loki（@loki.lookin）／林果良品 · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

一　文字、工業設計與博物館的早期交會

吳東龍的起點帶有很具體的地方感。他在2022年的《靛花》訪談中回憶，幼年先搬到竹北，再到新竹市；最早學會的語言是母親的海陸腔客語，童年也有在關西山上老家與阿婆相處的記憶。當時客家文化主要存在於家庭內部。這使後來那個熟悉日本美學的公共形象，有了一層較少被看見的背景：他的生活從來就包含不同語言與環境之間的轉換。[3]

在新竹中學時，他已經開始寫作、學習編輯。進入大同工學院工業設計系後，攝影與電腦繪圖加入他的工具；到交通大學應用藝術研究所工業設計組，又接觸多媒體和網頁設計，也藉這些工作維持生活。他曾做網路公司、誠品書店與學校藝文空間的美術設計。寫字、拍照、編排與設計，在他的成長裡很早就是相互支援的能力。[4]

2001年研究所畢業，2002年進入故宮執行數位博物館與展場規劃工作。這段國防役經驗延續四年，讓他的設計訓練進入一個需要處理文化材料、展示方式與機構合作的環境。2004年，他以「藏書閣」隨身儲存裝置獲故宮現代書房用具設計比賽首獎。那是一個頗能提示後來方向的早期作品：把既有的文化想像，接到當代人實際使用的器物上。[5, 6, 7]

故宮也讓他學習如何作為一個專業工作者與人相處。他後來談起剛進職場時，必須面對長官和客戶，襯衫、西裝褲、皮鞋因此成為工作的一部分；談到給年輕人的建議，則重視誠實、誠懇、學習與禮貌。對他來說，專業有可見的外觀，也要能經得起交談與共同工作的檢驗。這是一種務實而注重分寸的性格，比浪漫的旅行作家形象更接近他自述的工作倫理。[8]

二　東京成為一間可以反覆回去的學校

在第一本《設計東京》的文字裡，吳東龍把1999年從雜誌得知設計週，視為旅行多出一個目的的契機。原本出國遊玩，逐漸變成有意識地觀看設計；網路上零星分享的觀察，也慢慢累積成出版的材料。他挑選的對象包括商店、美術館、書店與城市建築，尋找一般讀者能夠進入、同時能刺激設計思考的地方。[9]

吸引他的，是課堂與雜誌裡的設計忽然變得可以親身接觸。城市不只提供成品，也展示成品怎麼被陳列、使用和服務。2006年7月，第一本《設計東京》出版；他把文字、攝影與書籍設計結合起來，讓旅行經驗取得一個可攜帶、可閱讀的形體。[10, 11]

2007年赴東京學習日語，是觀看位置的重要改變。他就讀長沼學校，旅居下北澤，生活的重心從短暫造訪延伸到居住。後來《吳東龍的東京設計生活100+》便以這段經驗為基礎，從食衣住行切入：日常的飲料包裝、車站裡的藝術、旅館的空間安排，都能成為理解設計的材料。[12, 13, 14]

這種學習方式有一個特色：他沒有把「日本」只當作風格標籤，而是長期回到同一個地方，讓新的觀看覆蓋、修正舊的觀看。一次旅行能留下驚喜，重訪才會讓人認出哪些事情正在改變。對一位工作者而言，選定東京也意味著接受一份沒有明確終點的功課：城市持續更新，自己的感受力必須跟著變化。

三　七本書記錄的，也是作者年齡的變化

《設計東京》系列的演變，能看出他的關注如何長大。2008年的《設計東京2.0》把書想成紙上的設計商場，以新的地點和編排方式延伸探索；2010年的《吳東龍的東京設計生活100+》則更接近生活觀察，將設計、創意與商業運作放到同一視野裡。[15, 16]

2012年的《東京設計誌01》嘗試較輕薄的形式；2015年的《100の東京大人味發見》開始以「大人味」命名選擇。這個詞帶有成熟讀者的市場定位，也反映作者開始追問：看過許多事物之後，自己究竟想過什麼生活？書中仍有建築、美術館與商店，但它們愈來愈像是可以比較和選擇的生活提案。[17, 18]

2018年的《Premium 東京大人味・美の設計發見》進一步把觀看尺度擴大到城市。他的簡體版編輯吳宏凱在推薦文裡提出一個直接的疑問：資訊和旅行都加速了，書這種慢媒介還能提供什麼？吳東龍在書序裡回看自己的變化，東京已從旅行的城市成為多方面學習的城市，觀察也由平面、產品和空間延伸到都市規劃。[19]

[External image / 外部圖片] 藍色《東京再發現100+》書籍與橙色 Tokyo Walks 地圖別冊。
《東京再發現100+》與隨書地圖別冊（時報文化，2023）。這個版本把城市觀察同時做成書與可攜帶的散步路線。 吳東龍／時報文化；商品圖片來源：誠品線上 · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源
到了2023年《東京再發現100+》，疫情使這條持續的往返出現長時間中斷。他在自序中寫，2019年底離開之後，隔了約千日才再回到東京；最想念的包括朋友，以及能自由相約、體驗城市的日子。新書把2018年底至2023年的變化重新整理，除了吃喝、文化與旅宿，也納入商場、街區與不動產開發的觀察。[20]

這本書還有一個不那麼顯眼的轉折：它是他第一本交由其他設計師操刀視覺的著作。他在2025年的回顧中承認不太習慣，卻希望不同呈現能接觸更多讀者。從全程自己做，到容許作品經過別人的眼睛，是一次作者角色的調整。他仍然選擇材料與提出觀點，書的視覺則容納了合作者的判斷。[21]

四　把喜歡練成可以說明的判斷

吳東龍最有辨識度的工作習慣，是對小事反覆追問。他曾在日本生活用品店刻意不拿購物籃，觀察店員何時會主動遞來；也會在打烊前看店家怎麼準備翌日的陳列。這些細節同時牽涉體貼與銷售：服務使人舒服，也讓購物更順利。2015年談起設計，他已把注意力放到商品、包裝、服務與行銷如何連接。[22]

這解釋了為什麼他的書寫很容易從一間店走向一套工作方法。一個好看的杯子，可以只留下照片；若追問它怎麼被挑選、放在什麼地方、由誰介紹、適合怎樣使用，就會逐漸看見支撐美感的勞動。

在2025年的臺大講座問答裡，他把自己的方法說得更明確：實地走訪、交叉比對，逐步形成個人的資料庫。朋友、日文雜誌與展覽資訊提供線索，最後仍要面對現場的光線、氣味與尺度。資訊取得愈方便，篩選與親身感受的重要性反而愈高。[23]

他的眼光也並非只有讚賞。談三宅一生時，他特別注意品牌如何讓年輕創作者接棒；相對地，對其他日本設計領域長期由熟悉的大師名字佔據視野，則表達過憂慮，認為年輕人的舞台和環境彈性值得追問。這是長期觀察者應有的距離：喜愛一個文化，仍然可以注意到它不易更新的部分。[24]

五　維持這份工作，需要的不只是出書

東喜設計工作室成立於2009年。它承接的工作從書籍與平面延伸到展覽、講座規劃和設計交流。同年，吳東龍也在木馬文化規劃「享讀」書系，《長大作：溫暖人心的經典設計》是早期出版之一。這使他能以不同位置參與一本書：有時是作者，有時做設計，有時決定把什麼設計知識介紹給台灣讀者。[25, 26]

委託工作的範圍比個人品牌更寬。他的作品履歷包含文學、教育、生活與繪畫技法等書籍，並非只設計自己的日本主題著作。政大藝文中心2014年的活動手冊，也清楚列出東喜設計的製作角色。這類沒有個人肖像站在前面的工作，同樣是其職業的一部分：理解別人的內容，完成可印製、可傳播、能被使用的成品。[27, 28]

教學、公開講座、訪談主持、品牌合作和零售，則提供了另外幾種工作形式。他也在實踐大學工業產品設計學系兼任教學，校方師資名單列為助理教授級專業技術人員。[29] 公開資料足以看見這些實際業務，卻不足以分配他的收入比例，也不能判定哪一項「養活」了哪一項。

比較有把握的理解是：長期觀察建立的知識，可以在書、課堂、委託案、節目與商店中被重新組織；每種形式又讓他接觸不同的人與限制。這些相互支援的工作，構成了一種小型、需要持續調整的專業生活。它仍然包含交件、合作、宣傳與銷售，不能只用「把興趣變成工作」一句話概括。

六　從共同辦公，到真的把選擇放上貨架

2011年成立的地下連雲，是這種工作生活的一次集體實驗。當時八個設計、時尚與創意團隊共享空間，包括東喜設計、22、Haniboi等，各自做自己的事，也共同舉辦講座與工作坊。2012年台灣設計師週，他們以快閃商店形式展出；吳東龍同時帶著新書與限量商品參與。[30]

他在2012至2015年間擔任社長。對小型工作室來說，知道隔壁的人在做什麼、遇到問題可以直接交

流，具有很實際的價值。後來的《連雲誌》又把這些接觸變成採訪與出版，將攝影、品牌、插畫和通路拉進共同工作之中。這段經驗讓「分享」有了空間和組織的形式，也讓一個人的專業不必只靠獨自摸索。[31, 32]

2018年底，他在華山未來市開設東喜鋪 KODAWARI YA。[33] 書裡的選擇，開始成為貨架上的選擇。《秋刀魚》的陳頤華與鍾昕翰在推薦文中提到，這裡把台灣與日本的物件、書籍放在一起，陳列帶有編輯的思路；他們買到的一本筆記本，還因為可把兩頁展開成一張完整大紙，而適合採訪與溝通。[34]

這個例子很接近吳東龍的長項：先發現一種容易忽略的使用巧思，再替它找到願意理解的人。然而，店主與作者承擔的考驗不同。他在臺大講座中坦言，開店必須面對自己喜歡的東西未必賣得掉。[35] 當選擇成為存貨，品味便要接受別人的實際選擇。這讓他的設計觀察多了一個反方向的學習：讀者或顧客會怎麼使用、理解，甚至拒絕他的推薦？

七　台日之間，也需要能把問題問清楚的人

吳東龍從2013年開始參與廣播，後來發展出《遇見設計》、《美好生活提案所》及《東龍的設計生活發現》等節目。[36] 聲音讓他長期累積的設計知識有了另一種用法：為受訪者準備一個能被一般聽眾進入的問題。

這個方向也把他帶回台灣的創作者。2017年的節目紀錄包括訪問物外設計的廖宜賢、楊格，以及東海醫院設計工作室的徐景亭，談產品、品牌和地方的連結。[37] 台日中介在這裡是一個往返過程：介紹日本的經驗，也辨認台灣正在形成的實踐。

與《秋刀魚》主編陳頤華共同主持的《MAMONAKU 設計到站》，進一步把這種訪談放進日本優良設計獎的交流脈絡。日本設計振興會的年度報告記錄了與《秋刀魚》合作製作節目；2024年台灣徵件說明會，兩人亦主持評審視角對談。[38, 39] 他的角色在此是主持、理解與轉述，把設計者和聽眾之間容易斷掉的背景接起來。

截至2026年10月，節目仍持續更新。10月1日上線的第46集訪問Ginza Sony Park的永野大輔，把焦點放在一個品牌如何構想城市中的公共空間。[40] 這和早年從店面、物件出發的興趣相連，觀看的尺度卻已能伸向企業、城市與公眾的關係。

八　收藏、獨處，以及中年之後的取捨

設計對吳東龍也有很私人的意義。dayoff採訪他的工作室時，看到書牆、經典家具模型、哆啦A夢與旅行帶回的物件。2023年參加《人生紀念品》特展，他選出第一本《設計東京》和2002年的《Casa BRUTUS》特刊。那本雜誌替年輕的他打開了日本設計的入口；多年後，保存它也等於保存自己成為今天這個人的痕跡。[41]

他的收藏欲有時非常熱烈，卻也受空間與移動限制。四十歲以後，他開始想：不能在一個地方久住時，擁有那麼多東西意味著什麼？再買東西前，會先考慮它要放在哪裡、能否與原有生活共存。[42]

疫情又讓這個問題變得更直接。2022年談居家生活，他承認旅行時買回的擺飾和雜貨，有些其實沒有使用，卻已耗費時間與金錢。待在家的時間增加，他更想留下真正需要的東西。[43] 這不必被寫成一位收藏家徹底轉向極簡的故事；比較值得注意的是，一個以發現和選擇為工作的人，也在學習停止選

擇。

他描述理想生活時，還提到喜歡獨自搭機，在機艙裡閱讀、看影片、想自己的事。對他而言，空白時間和能與自己相處的空間都很重要；日子過得更好，可以是和昨天的自己相比，無須不斷與別人較量。[44] 這替「大人味」補上一個內在尺度：不只是見識過哪些漂亮地方，也包括能不能知道什麼已經足夠，什麼值得保留。

九　持續變換形式，但把讀者與使用者留在作品裡

近年的吳東龍並沒有停在旅行出版。2025年11月開幕、展至2026年的臺大《百文一見：文學院學思薈萃一世紀特展》，由臺文所策畫，蘇碩斌教授的課程團隊參與文案，吳東龍負責展場設計、宜東文化執行。[45]

面對挑高、燈光與三面玻璃的限制，他以四色區分四個歷史段落，在三十二條懸掛版面中安排文字、照片與插畫。中、英、日三語的字級與位置，也要讓人既能迅速抓住要點，又願意停下細讀。他在展覽講座中強調設計師的引介角色，並警惕過度包裝會削弱內容。這個案子使他的工作方法變得具體：好看必須協助人進入內容，也必須知道何時退後。[46]

同年，他以川流藝文季駐校藝術家身份，分別談展場構成與文化田野方法。2026年富邦美術館的考爾德工作坊，也安排由他做設計視角導覽，再由江枚芳帶領金工實作。[47, 48] 這些工作讓人看見他長期練習的另一面：把所見整理成別人有機會接近、理解並動手回應的事物。

他的美學世界有鮮明的範圍。商店、旅館、咖啡館與美術館提供大量材料，也意味著他的觀察經常從可以旅行、消費、選擇的生活出發。它不能代表一座城市的全部，更不能單憑一間好店就推論整個社會如何運作。閱讀他的價值，在於跟著一個具體的人練習注意，並保留對其選擇的判斷。

吳東龍的志業，是把長期的喜愛做成可分享、可使用，也必須承受現實回應的工作。早期自己包辦一本書，後來學習與別人共同設計；在日本觀察服務，回台灣承擔銷售；收藏物件，又重新衡量物件佔據的生活。他讓這些看似相異的活動持續相遇，也在每次相遇中調整自己。東京仍然有新事物可看，而一份能長久做下去的工作，同樣需要不斷重新發現。

資料更新至2026年10月8日。

參考資料

1. 東喜設計，〈About Me（For Press）〉。本人履歷、教育、早期工作與書籍設計清單。↩
2. 吳東龍，個人網站自介與著作目錄。地下連雲任期、廣播起點、東喜鋪與歷年著作；網站仍保留較早的六冊說法，系列現已七冊。↩
3. 吳東龍，2022年新聞紀錄：《靛花》秋分號訪談摘要。童年、母語與關西家庭記憶。↩
4. 東喜設計，〈About Me（For Press）〉。本人履歷、教育、早期工作與書籍設計清單。↩
5. 國立臺灣藝術大學，2009「職場導航」講師吳東龍簡介。同時期教育、故宮、首書及「享讀」書系紀錄。↩

6. 〈故宮首次「現代書房用具設計比賽」結果揭曉〉，2004年3月7日。作品全名為「藏書閣—隨身硬碟及USB接頭」。↩

7. 臺大臺文所，〈文化田野方法學：以《設計東京》為例的觀察路徑〉講座紀錄，2025年12月17日。2025年12月10日演講之校方紀錄，含國防役、下北澤生活、設計分工、零售風險與問答。↩

8. 林果良品，〈夢想導師專訪：讓自己看起來很好是很重要的／吳東龍〉，2023年5月23日。品牌企畫中的本人訪談。↩

9. 《設計東京》書籍介紹與作者文字，SilkBook。1999年設計週訊息、網路書寫與第一本書的觀察取向。↩

10. 國立臺灣藝術大學，2009「職場導航」講師吳東龍簡介。同時期教育、故宮、首書及「享讀」書系紀錄。↩

11. 《設計東京》書籍介紹與作者文字，SilkBook。1999年設計週訊息、網路書寫與第一本書的觀察取向。↩

12. 東喜設計，〈About Me（For Press）〉。本人履歷、教育、早期工作與書籍設計清單。↩

13. 木馬文化，〈吳東龍的東京設計生活100+〉新書電子報，2010年12月8日。旅居經驗與全書內容；其第二本書年份有誤，本文另依同時期書目核對。↩

14. 臺大臺文所，〈文化田野方法學：以《設計東京》為例的觀察路徑〉講座紀錄，2025年12月17日。2025年12月10日演講之校方紀錄，含國防役、下北澤生活、設計分工、零售風險與問答。↩

15. 《設計東京2.0》，三民書目與內容簡介。2008年出版。↩

16. 木馬文化，〈吳東龍的東京設計生活100+〉新書電子報，2010年12月8日。旅居經驗與全書內容；其第二本書年份有誤，本文另依同時期書目核對。↩

17. 吳東龍，個人網站自介與著作目錄。地下連雲任期、廣播起點、東喜鋪與歷年著作；網站仍保留較早的六冊說法，系列現已七冊。↩

18. 《100の東京大人味發見》，誠品書目。2015年出版與主題。↩

19. 吳宏凱，〈白金大人味的設計東京之旅〉推薦文，吳東龍網站。編輯的提問與書序引文。↩

20. 吳東龍，《東京再發現100+》自序〈回到東京〉、目錄及書介，2023年。本文依試閱原文，不把出版間隔當作旅行間隔。↩

21. 臺大臺文所，〈文化田野方法學：以《設計東京》為例的觀察路徑〉講座紀錄，2025年12月17日。2025年12月10日演講之校方紀錄，含國防役、下北澤生活、設計分工、零售風險與問答。↩

22. Mydesy訪談，〈從設計東京到地下連雲，吳東龍：那些日本教我的事〉，Motive授權刊載，2015年10月14日。服務觀察與共享工作經驗。↩

23. 臺大臺文所，〈文化田野方法學：以《設計東京》為例的觀察路徑〉講座紀錄，2025年12月17日。2025年12月10日演講之校方紀錄，含國防役、下北澤生活、設計分工、零售風險與問答。↩

24. PPAPER，〈ISSEY MIYAKE全球唯一特展在台北：GROW斑斕毛織，未來萌芽中〉。網站刊載日為2024年2月26日，訪談內容對應2022年展覽與日本行程。↩

25. 東喜設計工作室官網。明載2009年成立與業務範圍。↩

26. 國立臺灣藝術大學，2009「職場導航」講師吳東龍簡介。同時期教育、故宮、首書及「享讀」

書系紀錄。↩

27. 東喜設計，〈About Me（For Press）〉。本人履歷、教育、早期工作與書籍設計清單。↩
28. 國立政治大學藝文中心，2014春季節目手冊。設計署名為東喜設計。↩
29. 實踐大學工業產品設計學系，兼任教師名單。吳東龍列為「助理教授級專業技術人員」。↩
30. BIOS monthly，〈地下連雲 POP-UP SHOP @台灣設計師週〉，2012年9月14日。平台2011年成立、成員與參展內容。↩
31. 吳東龍，個人網站自介與著作目錄。地下連雲任期、廣播起點、東喜鋪與歷年著作；網站仍保留較早的六冊說法，系列現已七冊。↩
32. Mydesy訪談，〈從設計東京到地下連雲，吳東龍：那些日本教我的事〉，Motive授權刊載，2015年10月14日。服務觀察與共享工作經驗。↩
33. 吳東龍，個人網站自介與著作目錄。地下連雲任期、廣播起點、東喜鋪與歷年著作；網站仍保留較早的六冊說法，系列現已七冊。↩
34. 陳頤華、鍾昕翰，東喜鋪推薦文〈選物巧思深得民心，編輯概念陳列商品〉。合作圈中的使用者描述，刊於店方網站。↩
35. 臺大臺文所，〈文化田野方法學：以《設計東京》為例的觀察路徑〉講座紀錄，2025年12月17日。2025年12月10日演講之校方紀錄，含國防役、下北澤生活、設計分工、零售風險與問答。↩
36. 吳東龍，個人網站自介與著作目錄。地下連雲任期、廣播起點、東喜鋪與歷年著作；網站仍保留較早的六冊說法，系列現已七冊。↩
37. 吳東龍，2017年工作與廣播紀錄。物外設計、徐景亭等訪談。↩
38. 日本設計振興會，2024年度事業報告。台灣合作推廣與《MAMONAKU 設計到站》製作紀錄。↩
39. 日本設計振興會，2024年度台灣徵件說明會。吳東龍、陳頤華列為評審視角對談主持。↩
40. 《MAMONAKU 設計到站》第46集：SONY「發明」的公園 Ginza Sony Park，永野大輔，2026年10月1日。節目官方發行頁。↩
41. dayoff magazine，〈每一件愛不釋手，都是構成今日的生活之美：在設計師吳東龍工作室開啟選物見學〉，HOLA。工作室、紀念品與四十歲後的收藏觀。↩
42. dayoff magazine，〈每一件愛不釋手，都是構成今日的生活之美：在設計師吳東龍工作室開啟選物見學〉，HOLA。工作室、紀念品與四十歲後的收藏觀。↩
43. 林果良品，〈吳東龍：美好生活是來自自我了解的過程〉，2022年4月29日。品牌企畫中的居家與獨處訪談。↩
44. 林果良品，〈吳東龍：美好生活是來自自我了解的過程〉，2022年4月29日。品牌企畫中的居家與獨處訪談。↩
45. 宜東文化，〈百文一見：文學院學思薈萃一世紀特展〉。展期2025年11月6日至2026年5月29日，含完整分工。↩
46. 臺大臺文所，〈文學設計實踐論：以《百文一見》為例的展場構成〉講座紀錄，2025年12月10日。12月3日演講實錄，含空間限制、四色三十二掛條與多語閱讀安排。↩

47. 國立臺灣大學臺灣文學研究所，2025川流藝文季。駐校藝術家、兼任教職與兩場演講。↩

48. 富邦美術館，〈從考爾德到當代設計〉金工工作坊，2026年4月11日。導覽、實作安排與2026年人物簡介。↩