

出國報告（出國類別：展覽）

「2018 中國（深圳）國際茶產業博覽會」 參展行程

服務機關：國立台灣工藝研究發展中心

姓名職稱：蔡體智組長等人

派赴國家/地區：大陸深圳

出國期間：107.06.26-107.07.02

報告日期：107.08

提要表

系統識別號：	C10701415				
相關專案：	無				
計畫名稱：	2018中國（深圳）國際茶產業博覽會				
報告名稱：	「2018中國（深圳）國際茶產業博覽會」參展行程				
計畫主辦機關：	國立臺灣工藝研究發展中心				
出國人員：	姓名	服務機關	服務單位	職稱	官職等 E-MAIL 信箱
	蔡體智	國立臺灣工藝研究發展中心		組長	
	陳羿帆	國立臺灣工藝研究發展中心		專員	
	周詩穎	國立臺灣工藝研究發展中心		辦事員	聯絡人sychou@ntcri.gov.tw
前往地區：	中國大陸				
參訪機關：	深圳會展中心				
出國類別：	考察				
實際使用經費：	年度	經費種類	來源機關	金額	
	107年度	本機關	國立臺灣工藝研究發展中心	137,000元	
出國計畫預算：	年度	經費種類	來源機關	金額	
	107年度	本機關	國立臺灣工藝研究發展中心	137,000元	
出國期間：	民國107年06月26日 至 民國107年07月02日				
報告日期：	民國107年08月17日				
關鍵詞：	展會，商展，兩岸，茶博會，工藝				
報告書頁數：	30頁				
報告內容摘要：	工藝中心自2013-2017年間以「臺灣頂級工藝」品牌參展，逐步建立整體品牌名聲，逐漸提升知名度，結合公部門資源與工藝廠家創作能量，以整體行銷方式增強消費者及通路商信任感，全臺工藝廠家均有機會參與，讓微型產業也有機會向外拓展市場。「107年臺灣頂級工藝大陸展會參展計畫」預定參加五場展會，第二場展會為深圳茶博會，商業氣息濃厚及發展快速的深圳，市場競爭激烈，希望藉由展覽的參與，提升臺灣工藝家在市場行銷的能力，以及樹立臺灣工藝在國際上的品牌形象與特色。				
報告建議事項：	建議事項			狀態	說明
	持續帶領參展，培養臺灣工藝業者獨立參展能力也傳承行銷市場經驗			已採行	
電子全文檔：	C10701415_01.pdf				
出國報告審核表：	C10701415_A.pdf				
限閱與否：	否				
專責人員姓名：					
專責人員電話：					

摘要

工藝中心自 2013-2017 年間以「臺灣頂級工藝」品牌參展，逐步建立整體品牌名聲，逐漸提升知名度，結合公部門資源與工藝廠家創作能量，以整體行銷方式增強消費者及通路商信任感，全臺工藝廠家均有機會參與，讓微型產業也有機會向外拓展市場。「107 年臺灣頂級工藝大陸展會參展計畫」預定參加五場展會，第二場展會為深圳茶博會，商業氣息濃厚及發展快速的深圳，市場競爭激烈，希望藉由展覽的參與，提升臺灣工藝家在市場行銷的能力，以及樹立臺灣工藝在國際上的品牌形象與特色。

目次

壹、 前言.....	4
貳、 參展規劃.....	7
參、 展覽執行紀錄.....	19
肆、 參展心得.....	28
伍、 建議事項.....	30

壹、前言

一、參展緣起與目的

(一)緣起

在 102-106 年間，工藝中心開始以「臺灣頂級工藝」品牌參展，一開始即以品牌概念為主軸，整合臺灣工藝家向外拓展市場，已逐步建立品牌名聲，提升知名度。結合公部門資源與工藝廠家創作能量，以整體行銷方式增強消費者及通路商信任感，參展也將更持續強化國家工藝品牌形象，透過建立臺灣工藝整體品牌形象，再擴及個別工藝廠家，打響臺灣工藝精品知名度，拓展商機與創造品牌附加價值。同時國家品牌「臺灣頂級工藝」在目標市場上實質曝光與展出，將有助於臺灣在文化市場及國際上的曝光，加強辨識臺灣國際地位，有助於提升國際形象，呈現臺灣文化底蘊及文創軟實力。

對市場的佈局由 102 年開始逐步開展，102 年首先帶領台灣工藝廠商參與第六屆廈門文博會；而 103 年拓展參展地點包含第七屆廈門文博會、山東文博會及位於浙江東陽的中國工藝美術大師作品暨國際藝術精品博覽會，佈局大陸北、中地區；104 年前進大陸西部，參與西安絲綢之路文化創意產品交易會，以及拓點上海民博會、杭州文博會及廈門文博會；105 年參與寧波、杭州、廈門文博會，以及深圳茶博會與四川旅博會，針對市場反應逐步改變參展方向，開始參與專業茶博會，也挑戰與旅遊禮品市場結合的旅博會；茶博會因客群相對集中明確，106 年便擴大對於專業茶博會的參與，參加了三場茶博會-深圳茶博會、太原茶博會、西安茶博會，也保留兩場綜合性展會-杭州文博會及廈門文博會，讓文創工藝產品廠商也有拓展機會。

大陸幅員廣大，各地特色及消費習慣均不相同，在語言相通及使用物品習慣較相近情況下，可做為臺灣工藝家基礎參展的拓展點，保有基本市場後，可擴散朝日本、東南亞、歐美等國家市場前進，兼顧整體市場的發展；而為有效推廣臺灣工藝進入其市場，通路佈局也兼顧考量分

散大陸各主要城市，藉由展覽的大量曝光，樹立臺灣工藝在國際上的品牌形象與特色，同時與國際進行工藝技術交流，獲取更多經驗及創意。

(二)參展目的

1.持續了解產業脈動：

在輔助工藝廠商參展過程中，參展商可藉由展會直接與參觀者或買家面對面溝通互動，了解市場購買者實際需求，並可回饋到參展廠商後續作品研發或國外通路佈局，掌握市場先機。

2.拓展臺灣工藝市場：

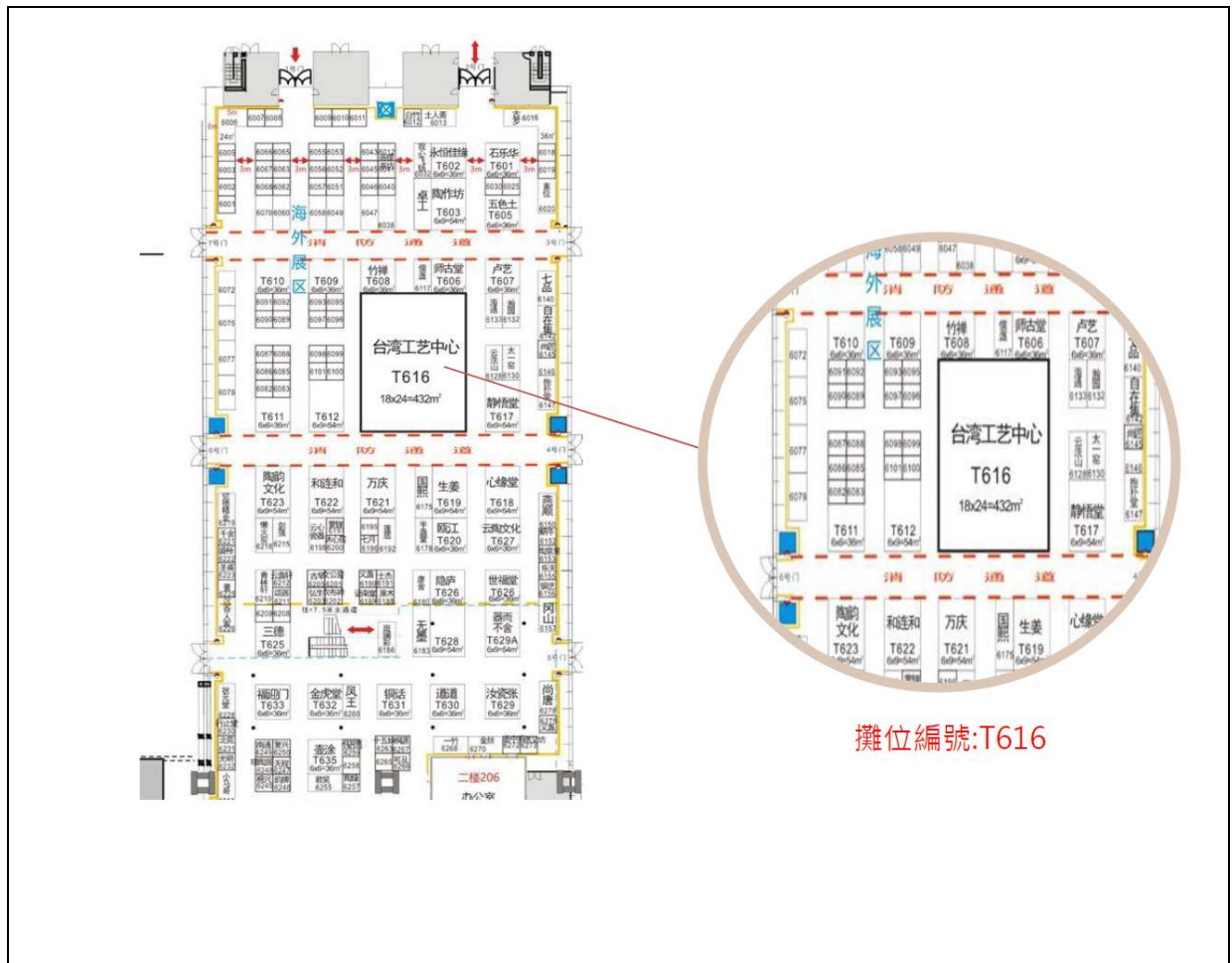
臺灣工藝透過持續不斷地在國際與兩岸曝光，深度推廣臺灣整體文創品牌形象，促進臺灣文創產業與國際交流，製造國際與兩岸媒合機會，開拓工藝產業的國際與兩岸市場，達到行銷臺灣優質工藝產品目的。

3.深耕國家工藝品牌：

本中心以整體展館形象帶領工藝廠商前往參展，藉此樹立臺灣的工藝品牌及特色，期以此推廣臺灣工藝價值，並藉由大陸展會露出作為宣傳平台，進一步拓展國際。

二、展會簡介

2018年6月28日-7月1日，深圳市華巨臣實業有限公司在深圳國際會展中心舉辦第16屆中國（深圳）國際茶產業博覽會。深圳茶博會為以茶葉、茶器具為主之專業展覽，本次展覽面積為6萬平方公尺，共有國際標準展位2800個，設六大茶類品牌展區、全國名茶展區、未來茶生活展區、茶器美學展、沉香藝術展、紫砂藝術展、茶服區、包裝區等等。2018深圳茶博會彙聚國內外69個茗茶產區超過1000家知名茶企業和多家紫砂、陶瓷、茶具、茶器工藝品等茶產業衍生品的廠家，彙集各地知名茶業廠商，黑茶、紅茶、綠茶、白茶、黃茶、青茶廠商，也包含茶流通企業，茶葉經銷代理加盟、茶葉連鎖經營企業、茶業進出口公司、專業媒體、行業專業機構等等近萬種茶產業鏈的產品。（資料來源：深圳茶博會主辦單位文宣）



貳、參展規劃

一、展出地點：深圳國際會展中心。

二、展出時間：107 年 6 月 28 日至 7 月 1 日。

三、主辦單位：深圳市華巨臣實業有限公司。

四、工藝中心參展成員：行銷組蔡體智組長、陳羿帆、周詩穎等三人。

五、工藝廠商參展成員：共 15 家。

項次	品牌名稱	工藝類別
1.	谷垚陶坊	陶瓷
2.	天目熒星	陶瓷
3.	摘星樓陶藝工坊	陶瓷
4.	寶象陶瓷藝術坊	陶瓷、複合媒材
5.	秋雨十一金工設計	金工
6.	陳遠芳	複合媒材
7.	鑿 ZAN DESIGN	金工、複合媒材
8.	瓦壺工坊	陶瓷
9.	天染工坊	染織
10.	采青窯	陶瓷、複合媒材
11.	天冠銀帽	金工、複合媒材
12.	添興窯陶藝村	陶瓷
13.	圭窯新彩燒陶藝工作室	陶瓷
14.	劉世平陶藝工作室	陶瓷
15.	迷工造物	陶瓷

六、參展日程安排：

日期	星期	任務	地點	說明	天數
6/26-6/27	二-三	工作人員進場、展場施工及佈展等	臺灣→深圳	1.6/26出發：行銷組蔡體智組長、陳羿帆及周詩穎。 2.6/26-27：展場硬體施工監督及參展廠商進場布置。	2
6/28-7/1	四-日	展會期間：辦理佈卸展、展場管控等相關事宜	第16屆深圳國際茶產業博覽會會場	展會期間：辦理佈卸展、展場管控、通路接待、行銷拓展及媒體採訪等相關事宜	4
7 2	一	返程	深圳→臺灣	所有人員返回台灣	1
合計					7

七、展覽內容規劃

- (一) 展覽主題：持續打響工藝中心 102-106 年來建立的品牌「台灣頂級工藝」，以延續品牌效益，並樹立臺灣工藝高端精緻形象。
- (二) 參展工藝廠商：今年度展會每場次依據場地大小，約徵集了 15 家的臺灣在地原創工藝品牌參展，強調「臺灣設計，臺灣生產」。而深圳茶博會與工藝中心今年度第一場展會北京茶博會同為專業性展會，在參展廠商的徵集上以茶相關器具為主，包含陶瓷、金屬、複合媒材等等，儘量徵選不同材質作法之工藝作品，為展現臺灣工藝多樣性，也為迎合不同市場口味。
- (三) 茶藝展演空間：另規劃一區為茶藝展演空間區，以「手感工藝、溫暖生活」為主軸，用家的休憩空間為想像，結合茶席上各項工藝器皿的優美質感，搭配靜謐、優雅層次有緻的藍染茶掛，以茶藝師泡茶行茶儀式貫穿整個茶空間的整體美感，在展場一隅打造茶香氤氳、舒適自在的生活空間，也傳達器應為人所用的想法。

八、展區規劃

- (一) 設計概念：此次視覺設計概念為，臺灣的文化因時間的刻劃與時代的堆疊，產生獨特的地域風格，而臺灣的工藝品，在歷史蘊含下造就出特別的韻味，融合東、西方不同文化所產生的多元變化，更是在這塊寶島上生活的內涵呈現。展館的設計核心，採用黑與白兩色搭配，並加入大自然木質的元素，利用簡約且質樸的方式呈現臺灣純粹又樸實的個性，並用簡單的素材襯托出此次臺灣頂級工藝品獨有的細膩之美。

主視覺設計



- (二) 展區空間規劃：包含入口意象區、公共服務區、工藝廠商品牌區、茶席展演區、洽談區、頂級工藝特展區、倉庫區等。每家工藝廠商品牌區約劃分為3m*3.5m，提供參展工藝家四種展櫃尺寸依自身產品所需選擇排列方式，以彈性配合多家不同廠商需求。

(三) 全區模擬透視圖







台灣頂級工藝 - 深圳場 -432 平方米
工藝研究發展中心

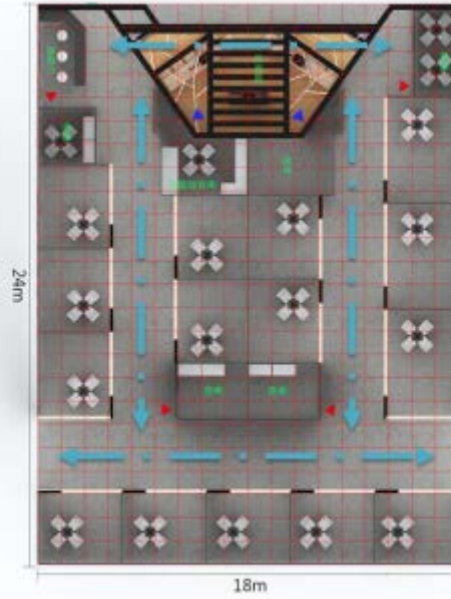
PROPOSED >> PERSPECTIVE VIEW designed by Andy Chen 陳周榮博



台灣頂級工藝 - 深圳場 -432 平方米
工藝研究發展中心

PROPOSED >> PERSPECTIVE VIEW designed by Andy Chen 陳周榮博





台灣頂級工藝 - 深圳場 -432 平方米
工藝研究發展中心

PROPOSED >> PERSPECTIVE VIEW designed by Andy Chen 陳周華



台灣頂級工藝 - 深圳場 -432 平方米
工藝研究發展中心

PROPOSED >> PERSPECTIVE VIEW designed by Andy Chen 陳周華



九、展覽文宣規劃

- (一) 電子邀請卡：因應大陸目前習慣用網路宣傳，今年度不再印製紙本邀請卡，以電子邀請卡提供參展工藝家轉發參展訊息，便於訊息擴散。



- (二) 導覽手冊：手冊封面延續本次展場設計意象，以黑底搭配幾何形狀設計，整份手冊並以繁體字編印而成，凸顯臺灣文化特色；導覽手冊是為讓邀訪單位或通路商可瞭解臺灣頂級工藝館內所有之品牌，並且可讓參展工藝家做為作品收藏介紹提供予來訪藏家。



工藝中心介紹

工藝中心位於臺灣南投縣草屯鎮，為臺灣辦理工藝產業政策最高層實機匯，為使臺灣工藝永續發展、持續推廣，特規劃及建設「臺灣工藝文化園區」，園區面積達 6 公頃，以推動臺灣工藝之「傳承、生活、創新」為核心價值，規劃臺灣工藝之典藏、研究、展示、教育、推廣、休閒體驗、資訊提供與產業扶植等完整服務功能。

工藝中心包含臺灣工藝文化園區及三處分館，在工藝文化園區裡有六個重要館舍以及工藝館等；三處分館包含臺北當代工藝設計分館、鶯歌多媒材研發分館、苗栗工藝產業研發分館，臺灣工藝園區現已成為台灣重要的工藝文化基地。



4 工藝研究中心介紹

工藝中心分布圖



工藝研究中心介紹 5

主任序

深圳位處華南地區經濟樞紐，南接香港，北鄰廣州、惠州、東莞，優越的地理環境造就深圳成為科技大城，也讓深圳茶博會成為華南地區茶產業展會之代表。深圳在改革開放的浪潮下，創新與科技兼具，城市的個性也反映在民眾對於茶器具的接受度上，如何在傳統與創新中找到完美的平衡點，是深圳民眾所追求的；臺灣工藝在精湛的技藝下，完美承載匠人巧思，融入新媒材、材料之應用，更將創造出專屬臺灣的茶器文化。

2018 年「臺灣頂級工藝」再次造訪深圳，將這些臺灣職人工藝帶入深圳茶博會，如宇宙星空釉色幻化多端的天目茶碗、具有天然、環保、巧思、手作、質感、時尚等鮮明特色的染織作品、低碳環保窯燒技法燒成的柴燒茶具、色澤優美的青瓷、古典的冰裂紋開片，更如抽象畫與寫意墨點般的鐵釉茶器、運用優美銀絲線條及跨媒材結合的金工茶道具等作品，都將完美演繹臺灣工藝精神。

今年度臺灣頂級工藝秉持著「手感工藝、溫暖生活」的主軸，將享茶空間搬入展場，以家的休憩空間為想像，結合茶席上各項工藝器皿

優美質感搭配靜謐優雅層次有緻的背景藍染茶掛，以茶藝師泡茶行茶儀式貫穿整個茶空間的整體美感，在展場一隅打造茶香氤氳、舒適自在的生活空間；就像生活中靜心享受的，舉目是充滿手感溫度、職人投注意念創作的工藝品，而俯拾間品茶執起的是符合人體使用的杯壺，細細品嘗，萃取生活時光點滴。

大眾工藝能量的匯聚，需要技術的延續、職人的培育、美感的養成以及成品的行銷推展，有民眾鼓掌的舞台，方能形成完整的工藝產業鏈，工藝中心即希望透過組織參展達到生活美學及商業推廣的雙重目標，既讓民眾體會工藝的美好在俯拾之間，而可以使用則更顯其美好，也讓臺灣工藝有實質推廣舞台，更加延續活絡工藝職人職涯生命。我們以茶引器，傳達藝術並非只能高不可攀，也並非商業就需俗不可耐，臺灣頂級工藝的初衷盼望兩者兼容並蓄，希望臺灣工藝職人身體力行創作出的作品，融入日常生活為人所所用，走一趟臺灣頂級工藝展場，透過分享與體驗這些存在於臺灣工藝中的好物，將可提升日常生活美感能量，在滾滾紅塵中讓身心尋求安住的力量。

國立臺灣工藝研究發展中心 主任

許耿修

| 臺灣茶文化

香港 90 年代城市規劃被叫立，華界人士逐漸棄懷舊而向多元多元的文化結合，一時呈現百家爭鳴態勢。近年華語各報《壹》但見說，以華語約外在形式游離文化核心價值，追求文藝繁榮的香港無異緣木求魚。

| 臺灣茶席特色

特色一：臺灣的傳統茶葉包裝的紅包紙上，發展出臺灣茶葉的標誌。
特色二：臺灣因為是茶葉出口大國，發展出雙杯造型，在包裝上除了茶葉還多了茶葉香，所延伸的標語出「雙杯香氣」，是傳統茶葉的臺灣城文化特色。
特色三：觀察茶葉文化之內在與外在，是另一層專業的茶葉文化特色。



| 參展工藝家



A | 天目慧想 B | 天目新媒 C | 天目工坊
D | 天目工坊 E | 天目新媒
G | 天目工坊 H | 天目新媒
J | 天目新媒 K | 天目新媒
M | 天目新媒 N | 天目新媒
O | 天目新媒

天目
TENMOKU STARRING
榮星

无时模型

傳 真：(86)010-52228811
地 址：北京海澱區北門外大街 300 號 11 樓
網 址：<http://china.111111.com.cn/>
郵 箱：china@111111.com.cn



天目茶壺

时	寒(数寒)	平寒一寒天寒，一寒一寒天寒。
出	平(数平)平(数平)平(数平)	平寒一寒天寒，一寒一寒天寒。
	平(数平)平(数平)平(数平)	平寒一寒天寒，一寒一寒天寒。



天目湖

一撇、一挑、一撇、一挑……

瓦壺工場

電 話：+86-517-5170466
地 址：新北市寶鼎區廣濟路25號
網 址：www.517.com
傳 真：+86-517-5170466
info@517.com
www.517.com



榮植五色寶石雜樹 / 榮植竹園裡

[illegible]

浮世繪圖類稿全書

[illegible]

許真卿題

地址: 新加坡士嘉堡維多利亞街 401 號
電話: 6543 8888 / 6543 8889
傳真: 6543 8888 / 6543 8889
E-mail: www.hongkong@hongkong.com



黑白輪布蓋茶巾

作者：張其成
譯者：沈志華、沈志敏



經理鮑叔英革命

料：異丁腈
型：H 1000 1000

標準外：1000mm×1000mm×10mm

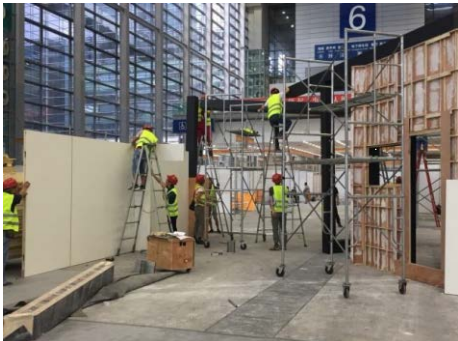


參、展覽執行紀錄

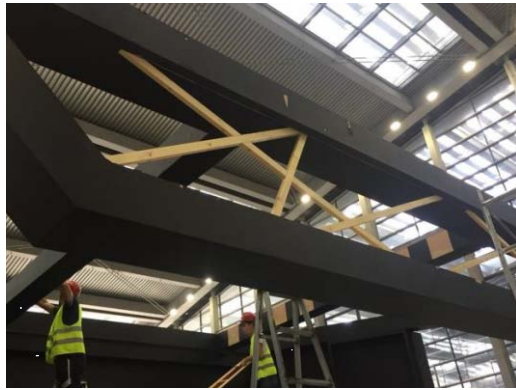
本年度計有五場大陸展會，深圳茶博會為巡迴展第二站，工藝中心工作人員於開展前兩日抵達展出地點，進行展場施作監督確認，針對展場施作進行細部調整與比對，與策展單位、施工廠商進行討論施工進度，並了解整體展館配置及周邊環境狀況，以便告知參展工藝家佈展進場事宜。本次展場施作同樣以規格化木模板進行展場整體結構搭建，除了原有因素像模板易受地板平整度影響限制，需花費時間校正水平線，另深圳茶博會相較北京茶博會開口範圍較小，相關材料也需要再行修正，第一天確認施工進度後仍是先以完成參展廠商品牌區施工為主，讓參展工藝家於隔日佈展可於下午先行進入，隔日參展商進入展場後一一確認展示需求並進行細部修整及插座位置等線路調整，因受施工進度影響，約至 6 月 27 日下午三點時讓工藝家可陸續進入佈置，工藝家佈置至晚間八點全數完成。

在展館設計上仍保持三面開口，除主入口外，展館左右兩側各別有一開口，參觀者可由兩側進入展館或是主入口進入，在人潮擁擠時也易於排解，保持人流動線且符合展覽中心消防要求。本次因深圳茶博會面寬較小，預留走道也較北京茶博會窄小，往後設計將以視野開闊為主軸以吸引參觀人潮，以下為展會展覽執行相關紀錄。

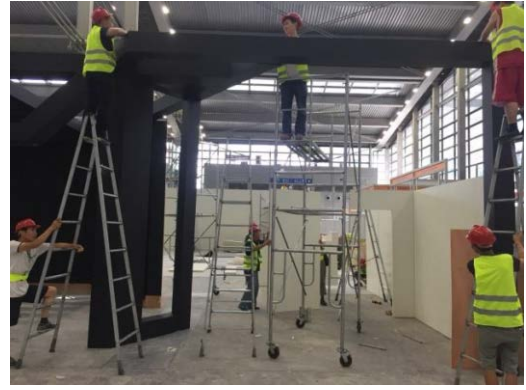
一、6 月 26 日至 6 月 27 日：展場硬體設備施工進場及參展工藝家佈置，展覽場地面積約為 18m*24m。

1.結構外觀搭建	2.外觀造型施工
	

3.外觀造型施工



4.外牆施工



5.茶席展演區施工



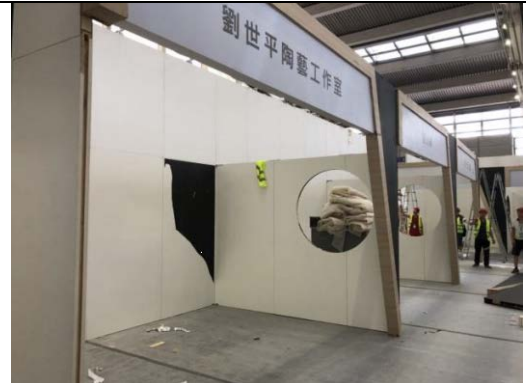
6.展覽攤位結構施工



7.外牆施工



8.特展區施工



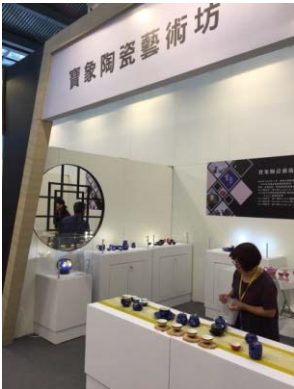
9.展覽攤位施工

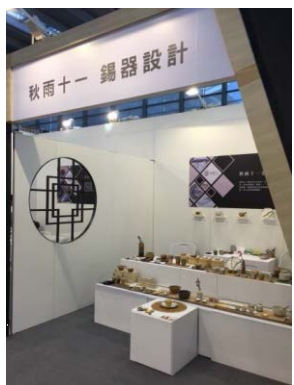


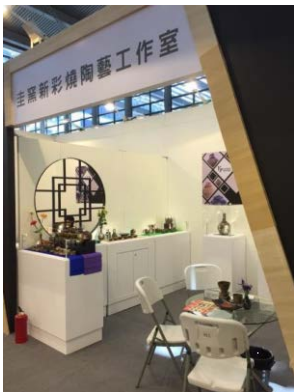
10.燈殼字施工



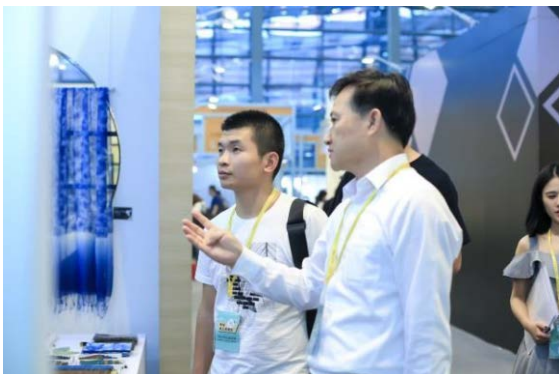
二、展場完成

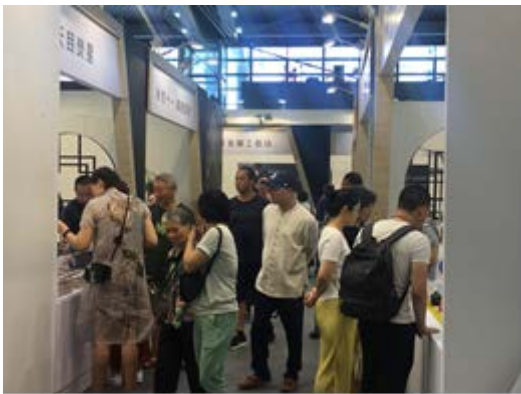
1.外觀結構造型	2.服務台
	
3.茶席展演區	4.廠商區-谷荄陶坊
	
5.廠商區-迷工造物	6.廠商區-劉世平陶藝工作室
	
7.廠商區-寶象陶瓷藝術坊	8.廠商區-瓦壺工坊
	

9.廠商區-采青窯	10.廠商區-天目瑩星
	
11.廠商區-秋雨十一錫器設計	12.廠商區-天冠銀帽
	
13.廠商區-陳遠芳金屬工藝坊	14.廠商區-添興窯陶藝村
	
15.廠商區-鑒 ZAN DESIGN	16.廠商區-天染工坊
	

17.廠商區-圭窯新彩燒陶藝工作室	18.廠商區-摘星樓陶藝工坊
	

三、6月28日至7月1日：活動紀錄照片

1.媒體發布會	2.媒體採訪參展工藝家
	
3.媒體採訪參展工藝家	4.蔡組長向媒體解說
	

5.媒體採訪參展工藝家	6.現場參觀
	
7.現場參觀	8.現場參觀
	
9.茶席展演	10.茶席展演
	
11.茶席展演活動參與	12.茶席展演活動參與
	

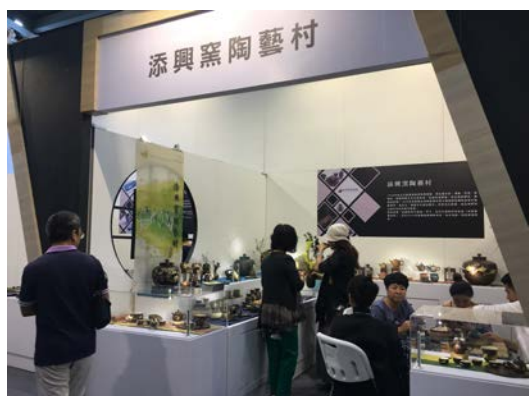
13.瓦壺工坊茶器設計大賽獲獎



14.茶器設計大賽得獎作品展示



15.現場參觀互動情況



16.現場參觀互動情況



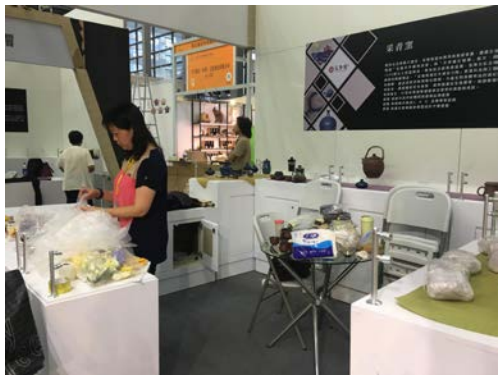
17.現場參觀互動情況



18.現場參觀互動情況



四、撤展紀錄：7月1日

1.撤展準備	2.廠商區展櫃包裝
	
3.參展工藝家撤展	4.參展工藝家撤展
	
5.展櫃包裝移出	6.廠商攤位拆除
	
5.結構拆除	6.結構拆除
	

五、參展效益

- (一) 15 家廠商 4 天展會現場產值約計新臺幣 246 萬 670 元，後續訂單產值目前調查中，深圳作為一線商業大城，接洽客群中為通路商的比例較高，此外，購買者為建築業或室內設計的也是現今主要客群之一，為客戶尋找適合目前家居裝潢的擺設品，或是為客戶訂製，無論是家庭或是私人招待會所，比起以往氣派的裝潢，現在越來越講究整體搭配的質感，能夠彈性製作商品的工藝廠商相對吃香。
- (二) 媒體報導：來訪媒體包含深圳特區報、深圳晚報、晶報、南方都市報、騰訊、深圳本地寶等。
- (三) 來訪通路：包含貴州貴蕊農業發展有限公司、深圳市宇博展覽策劃有限公司、深圳日報、璟陶居、三德陶瓷、海天盛筵等。
- (四) 深圳是中國改革開放建立的第一個經濟特區，快速開放下讓深圳步調飛快，講求效率及實際，而生活水平的提高促進了茶葉市場的復甦，茶葉要加大行銷推廣力度，展會是新時代的“現代集市”，加上廣東是喝茶大省，深圳的茶葉市場每年都保持高速增長趨勢。而綜觀本次茶博會銷售狀況及依據工藝廠商回饋，深圳是快速發展的城市，因應大城市興起，許多商業行為在此地產生，但也由於此因素，讓深圳是個年輕人匯聚的城市，在喝茶文化的養成上較不深究，大多偏好方便快捷的泡茶方式，或是受外觀所吸引而非驚豔於其製作難度，在釉色的技術及工藝的製作上理解較為薄弱，參展工藝老師會認為無法深入探討整體的工藝文化，這對於外觀低調但講究質感的茶器具來說較吃虧，需要耐心接洽相同喜好的客群。

肆、參展心得

為推廣行銷臺灣工藝，工藝中心於 102 年起開始規劃及辦理商業交流展會，以大陸商業展覽為平台，帶領臺灣工藝廠商組團前往大陸參展，並以品牌整合方式打造整體工藝形象，提升臺灣工藝產品能見度，促進臺灣文創產業與市場交流，製造商業媒合機會，注重工藝生產端與工藝銷售端之間的鏈結，大陸因語言相通及使用器物習性相近而挑選成為基礎拓展市場。

今年度第二站為深圳，深圳位處大陸華南地區經濟樞紐，南接香港，北鄰廣州、惠州、東莞，優越的地理環境造就深圳成為科技大城，良好的商業發展環境也讓深圳茶博會成為大陸華南地區茶產業展會之代表。而深圳在改革開放的浪潮下，創新與科技兼具，城市的個性也反映在民眾對於茶器具的接受度上，如何在傳統與創新中找到完美的平衡點，是深圳民眾所追尋的，臺灣工藝也須思考如何在精湛的技藝下，融入新媒材、材料之應用，除了給觀者新感受，也更將創造出專屬臺灣的茶器文化。

2018 年「臺灣頂級工藝」再次造訪深圳，為了與前次帶出不一樣風格，除了已亮相過的廠商，也帶領多家新進廠商挑戰深圳市場口味，有如宇宙星空幻化多端釉色的天目茶碗、具有天然、環保、巧思、手作、質感、時尚等鮮明特色的染織作品、低碳環保窯燒技法燒成的柴燒茶具、色澤優美的青瓷、古典的冰裂紋開片，新進廠商部分有以汝窯帶鐵釉色墨點更具現代感的章格銘老師、銅器結合琺瑯的鑿 ZAN Design、夫妻檔共同創作以錫器與陶結合的秋雨十一設計等工藝廠商，都將完美演繹臺灣工藝精神，再次探詢一線商業大城對於臺灣工藝的看法及想法。

- 一、 本次深圳茶博會主辦單位華巨臣公司在展會期間同時舉辦了第三屆深圳茶器設計大賽，臺灣頂級工藝廠商瓦壺工坊共襄盛舉報名五組作品，抱回一銀三銅的好成績，得獎也為瓦壺工坊的銷售帶來良好佳績。常言在大陸參賽獲獎對於作品推廣會有相當幫助，民眾會更為注意得獎作品，這點也在瓦壺工坊本次獲獎上取得印證；經詢問瓦壺工坊參展老師表示，無論是客戶在得獎作品展覽區看到得獎作品特別到展場來詢問，或是參觀時看到瓦壺工坊展位上擺放的得獎獎盃而駐足細看，都讓瓦壺工坊的洽詢度上升，現場觀察擺設於桌面上的獲獎獎盃也確實會吸引顧客

停留腳步。這也反映參展須注意在地習慣，獎項在歐美國家或日本，除了是普遍知名及公信力高的獎項足以引人注目外，首要著重的仍是作品本身的質感，獲獎經歷僅為輔助，而大陸市場則是獲獎的認證相對具有價值，可作為產品行銷工具之一。

- 二、 另據廠商回饋，大陸對於手捏壺、細緻雕刻強調手藝、傳統壺型的器具仍是喜愛，仿生手捏壺、宋代建盞、以紫砂製成的圓潤西施壺等等，必須在創新中仍帶有傳統手藝的元素較易獲得青睞，也被認為更具有收藏價值，或許也與大陸越加重視保留古老非物質文化遺產有關；此外，就大陸本地工藝品商所販售的茶壺觀察，無論售價高低、機器開模或手工製作，茶壺所需最基本的出水順暢、壺蓋與壺身密合、壺把與壺嘴的齊一性等等原則，符合程度都相當高，雖然造型傳統，但因基本原則的把握，茶壺在使用上實為順手。

而臺灣工藝的新生代目前多數講求創新設計，造型突出或簡約，卻因忽略基本使用條件而讓器具變成擺設優於實際使用，因器是為人所用，是否使用人的舒適及實用程度仍應高於外觀設計，這個部分是值得臺灣工藝業者思考的，追求創新的同時，古老的智慧也應一併納入設計，成為一件美感與實用兼具的作品。

- 三、 為迎合市場不同喜好，參展廠商所攜帶作品也逐漸多元化，讓客群有所選擇，此種作法同時也考驗工藝廠商如何保持自家作品特色，維持品牌風格及特色，像是采青窯以遠紅外線釉土坯為主打，但也逐漸在其上加入不同釉色，或是製成項鍊耳環等不同樣式作品，惟本質仍是以采青窯主要特色-遠紅外線釉土坯為主，既維持品牌路線又成功拓展產品的多樣性；部分廠商因製作過多不同種類釉色，反而逐漸失去辨識度，也因製作的釉色廣度及種類過多，無法兼顧品質上的細緻程度而降低吸引力則較令人惋惜。

深圳茶博會展會現場



伍、建議事項

一、持續帶領參展，培養臺灣工藝業者獨立參展能力也傳承行銷市場經驗：經過多年的帶領參展，許多工藝家現除了跟隨工藝中心參展外，也開始自行參與展會，使用行動支付、訂製航空箱裝配作品運輸、展會挑選安排等等，而具獨立參展能力的廠商同樣仍會繼續參加工藝中心展會，是為與更多臺灣其他新進廠商切磋交流，且政府品牌支持所產生的效益也是個人參展所無法達成的。在公部門領頭號召下，較容易組合不同性質或相互不熟悉的廠商同場參展，這是在私人工藝廠家組團參展較無法達成的，也是由公部門帶領參展的必要性；工藝中心同時帶領有豐富經驗的工藝廠商與新進廠商參與同場展會，藉由此種方式傳承廠商間實際面對市場的寶貴經驗，現場參展所遇見的問題，也將較參展經驗口頭分享更有收穫。