

出國報告（出國類別：展覽）

「第 5 屆中國(西安)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：大陸西安

出國期間：106.10.24-106.10.31

報告日期：106.12

摘要

工藝中心自 2013-2016 年間以「臺灣頂級工藝」品牌參展，已建立品牌名聲，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。未來參展將更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。「106 年臺灣頂級工藝大陸展會參展計畫」於今年度參加五場展會，第四場展會為西安茶博會，西安有著精彩歷史並發展出華麗多樣的文化，此場展會為茶藝生活專業展會，盼藉此探詢大陸西部茶文化行銷推廣方向，並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。

目次

壹、 前言.....	3
貳、 參展規劃.....	6
參、 展覽執行紀錄.....	19
肆、 參展心得.....	27
伍、 建議事項.....	30

壹、前言

一、參展緣起與目的

(一)緣起

工藝中心自 102 年開始透過參加大陸文創展會方式，讓更多民眾感受臺灣設計的溫度，展現出臺灣多元的文化軟實力及核心工藝價值，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。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，加強辨識台灣國際地位，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 年則安排了深圳茶博會、太原茶博會、西安茶博會、杭州文博會及廈門文博會等，在展會的參與上除了綜合性質的文博會，更增加了專業性展會的比重。

大陸幅員廣大，各地特色及消費習慣均不相同，為有效推廣臺灣工藝進入其市場，通路佈局需涵蓋大陸所有區域，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。

106 年參展以深圳茶博會參展揭開序曲，接續進入大陸西部的太原，第三場展會回到大陸沿海城市參與綜合性展會-杭州文博會，第四場展會則再度進入大陸西部，參與西安茶博會。工藝源自於人之需求，與土地與生活息息相關，有著精彩歷史的古都西安同樣依循著斯土斯民發展出華麗多樣的文化，強盛武功的秦代兵馬俑、順應唐朝富麗社會而生的唐三彩，目不暇給；而臺灣頂級工藝盼帶入本質不同但同樣精彩的臺灣在地文化，溫暖的人文特質，多元的設計風格，傳達屬於臺灣味的「工藝生活，生活工藝」概念，並拓展商業合作機會且探詢市場趨勢。

(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：

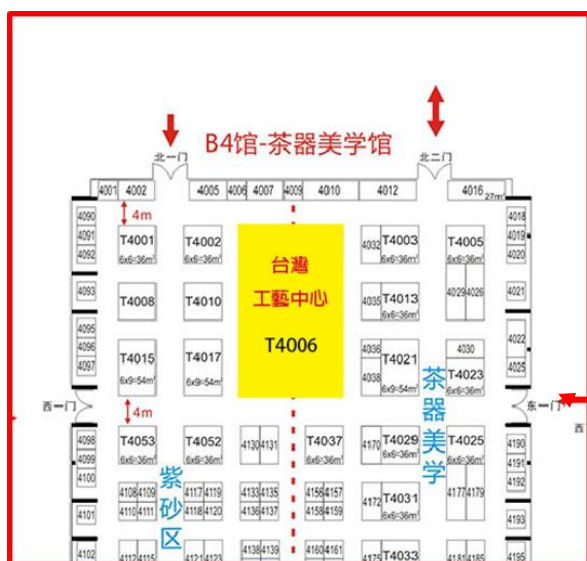
臺灣工藝透過持續不斷地在國際與兩岸曝光，深度推廣臺灣整體文創品牌形象，促進臺灣文創產業與國際交流，製造國際與兩岸媒合機會，開拓工藝產業的國際與兩岸市場，達到行銷臺灣優質工藝產品目的。

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

2017年10月26-30日深圳華巨臣公司於西安舉辦第五屆中國西部國際茶產業博覽會，展館面積達45,000平方公尺，於西安曲江國際會展中心B1-B4館舉行，分設中華品牌區、經典普洱館展區、紫砂展區、茶器美學展區、陶瓷展區、紅木展區以及國際展區等各大展區。茶博會以茶會友，集展示、鑒賞、交流、交易於一體，同時為促進活動的精彩性，展期間同時舉辦“曲水流觴”茶席展演活動、“茶與築--茶空間展示”、“新絲路茶藝師大賽”等一系列專業茶事活動，以及第五屆法門寺茶文化學術研討會暨第四屆絲綢之路高峰論壇，也以學術探討的方式對佛茶文化展開深入交流。



貳、參展規劃

一、展出地點：西安曲江國際會展中心。

二、展出時間：106 年 10 月 26 日至 10 月 30 日。

三、主辦單位：深圳市茶文化促進會、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、秘書室許福泉主任及人事室卓杏蓉主任等五人。

五、工藝廠商參展成員：共 15 家。

項次	品牌名稱	工藝類別
1.	台灣意匠工房	漆工、石工藝
2.	天染工坊	染纈
3.	遠芳金屬工藝坊	複合媒材
4.	圭窯新彩燒陶藝工作室	陶瓷
5.	益德陶瓷	陶瓷
6.	微宇天目	陶瓷
7.	大雅燒傑出窯工藝坊	陶瓷
8.	祥億窯	陶瓷
9.	廣達藝苑	陶瓷
10.	摘星樓陶藝工坊	陶瓷
11.	田中窯陶藝	陶瓷
12.	陳穎賢竹藝雕刻工作室	陶瓷、竹工藝
13.	水里蛇窯	陶瓷
14.	劉世平陶藝工作室	陶瓷
15.	圓山窯	陶瓷

六、參展日程安排：

日期	星期	任務	地點	說明	天數
10/24-10/25	二-三	工作人員進場、展場施工及佈展等	臺灣→西安	1.10/24出發：行銷組蔡體智組長、陳羿帆及周詩穎。 2.10/25出發：秘書室許福泉主任、人事室卓杏蓉主任。	2
10/26-10/30	四-一	展會期間	第5屆中國(西安)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、行銷拓展等相關事宜。	5
10/31	二	返程	西安→台灣	返程人員：秘書室許福泉主任、人事室卓杏蓉主任	1
合計					8
備註：3名人員：行銷組蔡體智組長、陳羿帆及周詩穎參與西安茶博會後不返台，11/1直接由西安前往廈門，接續參加廈門文博會。					

七、展覽內容規劃

- (一) 展覽主題：持續打響工藝中心 102-105 年來建議的品牌，以「台灣頂級工藝」作為參展主題，樹立臺灣工藝高端精緻形象。
- (二) Yii 品牌：工藝中心推動 Yii 品牌，目的在於透過當代設計轉化傳統臺灣工藝，為之注入新觀點及新生命，並將精緻的工藝作品帶進日常生活中，系列作品融合了工藝的生活、手藝智慧，與當代先進設計觀點，透過精湛工藝及產品製作的最高水平，呈現產品的細節及品質。同時 Yii 品牌作品的設計時尚，此項展出內容是為了展現臺灣現代工藝推動成果，盼藉以吸引更多合作機會，共計展出 5 組 5 件作品：

編號	照片	作品名稱	材質	尺寸 (W,D,H) (cm)	設計師 工藝師
1		曲竹三角凳	積層片	H48, W36, D36	劉晨旭 陳高明
2		板凳	竹管，泡棉，織品	H50, W33, L40	徐景亭 陳高明
3		弓椅	竹片	H78, W44.5, L55	吳東治 陳高明
4		蘋果凳(紅) APPLE	漆 玻璃纖維	W53 x D53 x H45	周育潤 廖勝文
5		飄 FLOW	竹	H60, W85, L213	范承宗 陳高明

(三) 參展工藝品：本年度巡迴展每場次共徵集了 15-21 家的臺灣在地原創工藝品牌參展，強調「臺灣設計，臺灣生產」。工藝，源於生活、根植於土地，承載著人的智慧與溫度，茶博會在參展廠商徵選上即以茶工藝品為主，多數為陶瓷工藝業者，但也儘量挑選出不同的陶藝技法，以增加展館的可看性，也避免工藝家之間的作品競合，像在釉色上即有相當多選擇，包含柴燒、青瓷、天目釉、寒溝綠釉色，為茶席增添藝趣的各式壺器，田中窯融入自然風景的簡約茶具、摘星樓的手捏茶具，同時也有不同於陶瓷材質的金屬茶器具-遠芳金屬工藝坊，更甚至開發了木頭製茶壺茶杯，以及強調打磨功夫，不另上漆的陳穎賢竹雕茶則，這些融入在地文化語彙與泥土特色，兼具創意與實用的生活器具，在在展現出臺灣當代對茶器的思維及工藝美學觀點。

八、展區規劃

- (一) 展場設計概念：今年度工藝中心共參與五場大陸展會，為節省經費，展場設計上以可調整大小的，但仍為全木作以襯托工藝廠家精緻作品，主色調以白色搭配淡木色，希望能將焦點放置於作品本身；工藝中心對於展館本身的注重除為烘托工藝作品外，吸引參觀民眾為主要重點，工藝中心配合大陸觀展習性建立整體展館，但仍以簡約形象維持台灣風格，將參觀者目光帶入作品。此次視覺主題為「綜(縱)觀臺灣 頂級工藝」，透過不同角度，從心看台灣，而台灣豐富多元的地形材質資源與多變的地型高度，透過縱切臺灣的策展思維，由複合材質及工藝技法及材質交織出台灣意象，建構台灣剖面圖，透過材質與剖面的地形線視覺，延伸出各種工藝文化之多樣性。也表達以台灣地理中心南投為原點放射出台灣地形，並以金色漸層表示台灣溫暖與幸福，也象徵著台灣頂級工藝之尊貴不凡、光芒四射的魅力。

主視覺設計



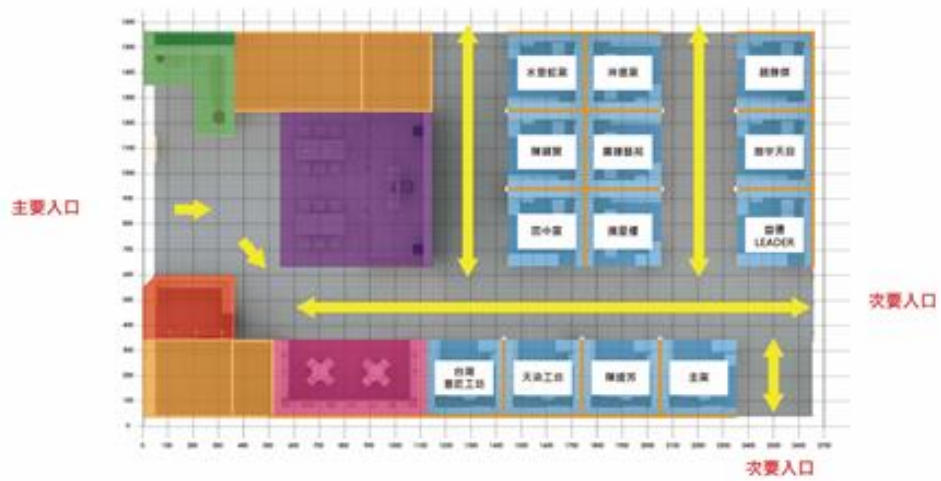
(二) 全區模擬透視圖



頂級工藝館-西安平面圖

次要入口

次要人口









九、展覽文宣規劃

(一) 電子邀請卡



- (二) 導覽手冊：手冊封面延續本次展場設計意象，以簡潔的白色搭配方塊，整份手冊並以繁體字編印而成，與其他展區簡體文宣有相當之區隔，也可更凸顯台灣文化特色。

封面(西安)

250P美術卡，局部上光

尺寸:17.6x25cm



手冊封面

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權責機關，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，建創臺灣工藝之蒐藏、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外館，在工藝文化園區裡有六個重要館舍以及工藝旅館等；三處外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，臺灣工藝文化園區現已成為臺灣重要的工藝文化基地。



3



A 臺北當代工藝設計分館
臺北市中正區南海路41號

B 鶯歌多媒材研發分館
新北市鶯歌區鳳鳴路160號

C 苗栗工藝產業研發分館
苗栗縣苗栗市水源里水流線巷8-2號

D 工藝中心(臺灣工藝文化園區)
南投縣草屯鎮中正路573號

4

臺灣工藝文化園區介紹

- | | | |
|----------|---------------------|----------|
| A1 工藝設計館 | A5 地方工藝館 | B1 行政大樓 |
| A2 工藝文化館 | A6 工藝美學館 | B2 工藝精品店 |
| A3 工藝資訊館 | A7 知遠工藝會館
(工藝旅館) | C1 技研大樓 |
| A4 生活工藝館 | | |



5



A1	A4	A7
A2	A5	B1
A3	A6	B2

6



內文-Yii 品牌作品簡介

台灣頂級工藝 Taiwan Top Grade Craft 甯宮新彩燒陶藝工作室 / 陳延慈  專業陶藝師 甯宮新彩陶藝工作室 2013—2016 臺灣省美展 國族、傳統、民俗、生活、美術、建築、書畫、工藝、設計、教育 2014 臺南市第10屆「甯宮新彩」 臺灣省美展之「甯宮新彩」系列、藝術、設計、教育 2015 臺灣省美展之「甯宮新彩」系列、藝術、設計、教育 2016 臺灣省美展之「甯宮新彩」系列、藝術、設計、教育 2017 臺灣省美展之「甯宮新彩」系列、藝術、設計、教育 2018 臺灣省美展之「甯宮新彩」系列、藝術、設計、教育 2019 臺灣省美展之「甯宮新彩」系列、藝術、設計、教育 2020 臺灣省美展之「甯宮新彩」系列、藝術、設計、教育 2021 臺灣省美展之「甯宮新彩」系列、藝術、設計、教育 2022 臺灣省美展之「甯宮新彩」系列、藝術、設計、教育 2023 臺灣省美展之「甯宮新彩」系列、藝術、設計、教育 2024 臺灣省美展之「甯宮新彩」系列、藝術、設計、教育 2025 臺灣省美展之「甯宮新彩」系列、藝術、設計、教育 甯宮新彩之藝術在甯 陳延慈 / 陶 尺寸 / 40x30x30CM 在甯宮新彩的陶藝創作中，藝術家以天然陶土為主要材料，經過長時間的醃製與自然風乾，使陶土產生獨特的紋理與色彩。在燒製過程中，藝術家利用不同的溫度與時間，使陶土產生不同的變化，最終呈現出獨特的藝術效果。	
台灣頂級工藝 Taiwan Top Grade Craft 天染工坊 / 陳景林  天染工坊 天染工坊由陳景林與陳景林及陳景林創立，是一處以研究傳統染色設計，以推廣臺灣大地的天然染料為職志的工作。經營者長年投入天然染料與編織研究，出版多本染織專書，並經常發表作品與展覽，推動我國染織工藝發展。近年天染產品獲選為文化部工藝中心「台灣優良工藝品」，產品精美而時尚。天染工坊主持人陳景林是文化部授證的「台灣工藝之家」的成員之一。 2009、2013至2016年共計14組作品入選台灣優良工藝品評選 藍染-天染蠶絲縐羅巾(1組7件) 材質 / 蠶絲、縐羅 尺寸 / 56x190CM 使用天然蠶絲與木漿纖維織成，生絲質地良好，透氣性佳，縐羅光澤細柔，耐汗性好，兩者皆為天然高級織物。使用藍染、靛藍、石藍、靛藍、福木等天然染料染色，形成明麗與清雅的對比效果，夏季披掛裝飾，冬季護頸保暖，實用與裝飾功能兼備。	
台灣頂級工藝 Taiwan Top Grade Craft 田中窯陶藝 / 葉志誠  台灣工藝之家 台灣農村藝術團 台灣文建會文藝獎 台灣陶藝學會理事長 彰化縣陶藝學會創會理事長 大同大學設計科學研究所 設計所博士候選人 在長達30年時間的路上，唯一一直駐足在我身旁的，是創作與生活。從是我從小至今對生活的記憶與變化的一點一滴方式，人與人的互動、人與大地的聯繫、生活與生命的循環，每一種關係都緊緊的扣在我的腦海中。我將我的感受，由大自然中的木頭為創作方向，將我的感受與生活經驗，融入作品中，而走出一條具有個人特色的創作風格。曾經有人問我為什麼選擇了陶藝而不去其他的，但我也不知道理由，也許是因為對創作的熱愛，特別的自在，也許根本沒有理由，也許事實上是我選擇了陶藝。 鐵木系列-不朽、再生 材質 / 陶 尺寸 / 44x15x18CM 天然的礦物土胎，燒製為以體的鐵木調，並結合了技術的燒製，展現出早期鐵木的風格，再結合朽木的紋理，放置某些傳統的用途，展現新舊結合古物融入生活之中。	

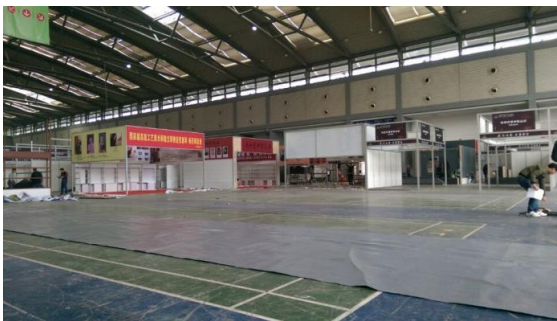
參、展覽執行紀錄

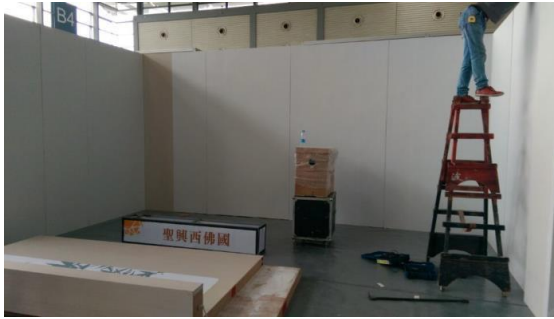
本次展覽地點為中國陝西省西安市，工藝中心工作人員於開展前兩日抵達展出地點，首先進行展場施作監督確認，針對展場施作進行細部調整與比對，與策展單位、施工廠商進行討論施作進度，並了解整體展館配置及周邊環境狀況，以便告知參展工藝家佈展進場事宜。而時程安排上，於展前一天中午前完成硬體作業，參展工藝家於當日下午進入展場佈置及確認個別展區需求。

臺灣頂級工藝展館設計上採半開放式，以一主入口呈現臺灣頂級工藝品牌館，包含主視覺露出、Yii 品牌作品展示、服務台及茶席展演活動區，將展演活動區置放於主入口是為以活動吸引參觀人潮；其餘面向開設較小的出入口，保持人流動線外也符合消防，此設計是為營造台灣工藝館整體形象，另外相較於全開放式展場，對於工藝師作品具有保護作用。

西安茶博會的展場是今年度巡迴展中最小的一場，約為 450 平方公尺，為了保持參展廠商每家位置至少有 3*3 平方公尺大小，配置上僅能先調整倉庫，縮減倉庫，僅預留一處參展廠商倉庫區，並提前告知參展廠商在個別展位配置上可規劃將運輸箱融入擺設作品，另走道也較為縮減，並且參展廠商位置配置上較不同於以往環繞一圈，在有限的空間下規劃為三橫排，一來每家廠商位置都可讓走道參觀人員注意到，人潮可自由流動也增加大眾參觀意願，二來也為符合現場消防要求，並在現場以加設燈光，以下為展覽執行相關紀錄。

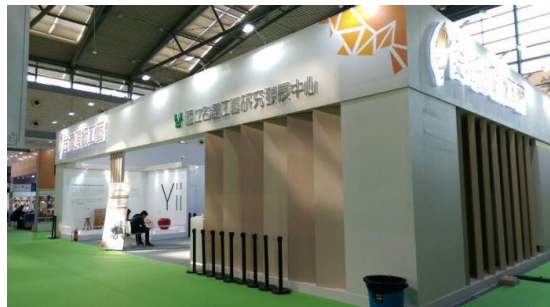
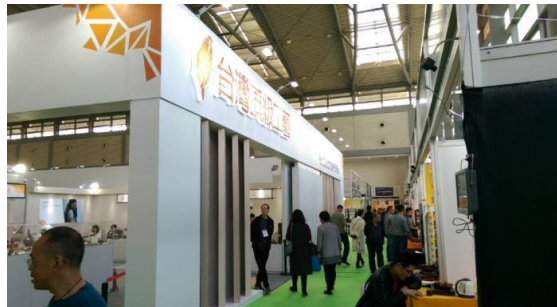
一、10 月 24 日至 10 月 25 日：展場硬體設備施工進場及參展工藝家佈置，展覽場地面積約為 26.5m*15.7m。

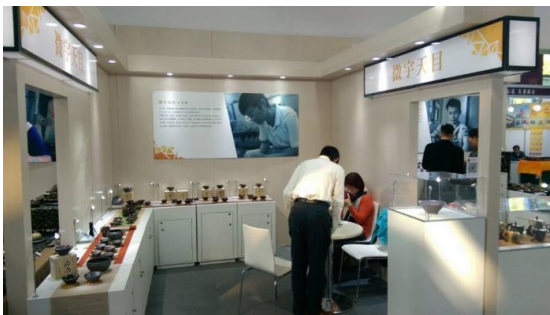
1.地毯鋪設	2.搭建材料放置定位
	

3.結構外觀搭建	4.結構牆面施工
	
5. Yii 展示區施工	6.特展區施工
	
7.茶藝區施工	8.儲藏室施工
	
9.廠商攤位施工	10.奕達運通 Yii 展品拆箱
	

11.奕達運通 Yii 展品拆箱	12.燈殼字施工安裝
	

二、10月26日至10月30日：整體展館

1.外觀結構造型	2.外觀結構造型
	
3. Yii 展示區	4.服務台
	
5.茶席展示區	6.圓山窯
	

7.劉世平陶藝工作室	8.廠商區-台灣意匠工房
	
9.廠商區-天染工坊	10.廠商區-遠芳金屬工藝坊
	
11.廠商區-圭窯新彩燒陶藝工作室	12.廠商區-益德陶瓷
	
13.廠商區-微宇天目	14.廠商區-大雅燒傑出窯工藝坊
	

15.廠商區-祥億窯

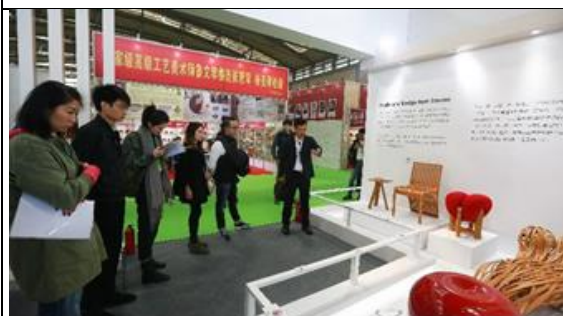


16.廠商區-廣達藝苑

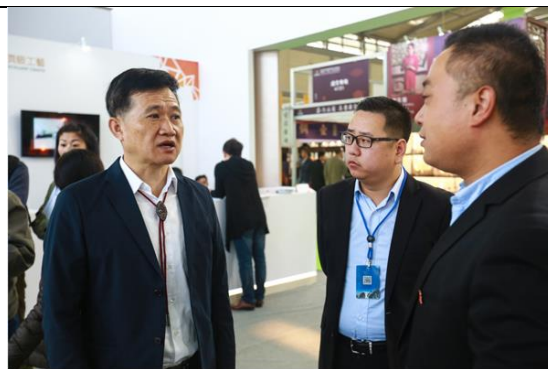


三、10月26日至10月30日：展覽期間活動紀錄

開展首日：邀集西安當地媒體進行臺灣頂級工藝媒體聯訪，介紹臺灣工藝精神、作品質感特色，帶領媒體參觀 Yii 品牌並介紹參展廠家，宣傳臺灣工藝。

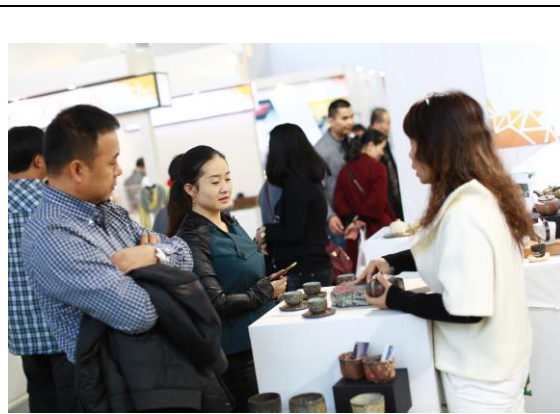


接待現場來訪貴賓，介紹臺灣頂級工藝



現場互動洽詢情況：工藝中心徵選參展廠商組團參展，參展工藝家每家並應至少派一人於現場，與參觀大眾、購買者及通路親自介紹產品





茶席展演活動，以活動吸引參觀民眾，並以茶席活動演繹工藝品融入生活使用



現場參觀人潮



四、撤展:10月30日，本次展會因與廈門文博會時間極為相近，西安茶博會於10月30日卸展，廈門文博會於11月3日開展，因時程上較為急迫，參展工藝家部分於下午五點前撤場，五點後進行展場硬體拆卸，於10月30日晚間卸展完成後大型貨車立刻載運硬體設備前往廈門。

1.廠商展品打包撤展	2.拆除攤位結構
	
3.茶藝區拆除	4. Yii 展品區拆除
	
5.特展區拆除	6.服務台拆除
	
7.廠商展示櫃包裝	8.奕達運通包裝 Yii 展品
	

五、參展效益

- (一) 15 家廠商 5 天展會現場產值約計新台幣 800 萬 3,960 元，後續訂單產值目前調查中，銷售作品中與其他城市差異不大，以傳統壺型但另加上特別的紋飾或小裝飾的壺受青睞，另外天目釉作品詢問度也高，整體而言消費方向與其他城市大同小異，仍是傳統帶有新意的作品較完全創新的產品受歡迎。
- (二) 媒體報導焦點：來訪媒體包含西安新聞網、騰訊網、大秦網、西安晚報、三秦都市報、華商報、西安全接觸、鳳凰網等。
- (三) 來訪通路：包含萬秦堂、法門寺博物館、微印科技、福建沐雲山茶業有限公司、福建坊巷香城文化傳播有限公司、廣西梧州純好茶業有限公司、億博國際(香港)有限公司東莞辦事處(藝博網)、亞泰國際貿易展覽集團-邀展哈爾濱茶博會、墨君茯茶等。
- (四) 工藝源自於人之需求，與土地與生活息息相關，有著精彩歷史的古都西安同樣依循著斯土斯民發展出華麗多樣的文化，強盛武功的秦代兵馬俑、順應唐朝富麗社會而生的唐三彩，目不暇給；而臺灣工藝因西安的地理位置及發展程度，選擇了此地作為中國西部行銷推廣的開拓起點，帶入本質不同但同樣精彩的臺灣在地文化，溫暖的人文特質，多元的設計風格，傳達屬於臺灣味的「工藝生活，生活工藝」概念。

肆、參展心得

為有效推展行銷台灣工藝，工藝中心於 102 年起，開始規劃及辦理兩岸交流展會，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臺灣工藝形象，提升臺灣工藝產品能見度，促進臺灣文創產業與國際交流，製造商業媒合機會，更加注重工藝生產端與工藝銷售端之間的鏈結。而面對大陸市場的低價競爭，台灣工藝品牌的精緻度、設計高度及其蘊含的人文文化特質，是面對低價與龐大市場的最大利器。

大陸廣大的消費市場，在全球市場佔有相當消費力比重，吸引全球商業爭相進入設點及拓展通路，透過大陸展覽，同時吸引國際通路商關注，以此為基礎拓展其他國家行銷通路；且因大陸幅員廣大，各地特色及消費習慣均不相同，

為有效推廣臺灣工藝進入其市場，通路佈局需涵蓋大陸所有區域，因此規劃參與大陸重點城市博覽會，包含深圳、太原、杭州、西安及廈門等。綜觀本次參與西安茶博會參展行程參考如下：

一、西安茶博會為工藝中心首次前往，兩年前雖曾進入西安推廣，因該場屬綜合性展會且規模及宣傳相對較小，較難歸納出西安民眾整體消費面向，而本次的茶博會可算是探詢中國西部對於工藝品消費態度的重要場次。

茶博會茶主場地共四館，分別為 B1 中華品牌館，以大型茶商為主，像中國知名茶葉品牌大益、武夷星等；B2 經典普洱館，普洱茶為大陸熱門茶種，因此特別獨立出一館；B3 全國茗茶館/精品茶具館、B4 茶器美學館。大陸因地大物博，茶葉種類繁多加上喝茶風氣盛行，專營茶商數量也多，造就了茶博會開展規模相當大，本次茶博會即開了四展館，年底深圳茶博會甚至於深圳會展中心幾近展館全開，展商的數量及豐富度相當集中，也帶動了參展人數的上升，帶來的競爭性及比較性同樣上升。此規模是在臺灣茶博會較難看到的，部分臺灣工藝家因無國外參展經驗，對其而言，親自面對市場及探詢市場上商品的過程收益重要性遠大於實際買賣收益，包含產品攜帶的種類、依據市面上的喝茶喜好配置不同種類的茶具等、或是不同於往年展場內多數以柴燒產品為主，今年展場出現大量建盞作品，柴燒在市場上似已漸式微，此些均是工藝家親赴展場方可調整自家作品方向。



二、西安茶博會展期共五天，在開展第一、二天時參觀民眾並不多，與參展工藝家詢問後發現多數為現場參展同業詢問，較無外來通路，應是非為假日原因，另工藝中心所在場館為 B4 館，通常參觀者由 B1 館進入後可能未持續逛至 B4 館，人潮稀落也讓工藝家對西安的消費市場感到疑慮。而第三、四天人潮開始顯現，參觀洽詢數同時逐漸上升，產值有所增加但相較其他城市並無特別驚艷之處；惟在展期最後一天數家廠商均有大幅度交易成長出現，工藝家表示多數購買者或通路前幾日均已前來臺灣頂級工藝觀看洽談數次，顯見西安的消費者不同於太原茶博會的消費者是以喜好為主，對於合意商品會直接購買，西安市場較考驗工藝家的耐心及詳細解說，消費者會經過不斷考量，以實用性為主，當然對價格的折扣也是重點。

展會中與參展工藝家對於西安市場進行討論，端看最後的成交金額相當亮眼，多數均贊同西安市場仍是有潛力值得耕耘，但也因上述西安消費者的特性，讓工藝家感受到訂價上的壓力，因多次洽詢又於展會最後一天進行購買，折扣的拿捏扮演了相當重要的角色，而有些工藝家採取的方式是不給過低折扣，另外附贈小型商品，一來不致影響自己的商品售價，二來也讓消費者嘗試其他作品。

三、由於茶博會參展商眾多，若需在眾多商品之中受到注意，依靠裝潢提升產品價值也是必要的，無論是茶葉或茶器具，特裝會讓參觀者對於產品品質較有信心，大陸較大型的茶商也均會以大型特裝呈現，包含茶包裝、茶製作過程等等一併呈現，在第一印象即讓消費者感受可受信任之印象；臺灣頂級工藝的團體參展也是為此因應，臺灣工藝品屬於較為高價作品，若工藝品擺設至標攤之中，則難以與大陸低價作品做區隔，如照片中的龍泉青瓷作品，一茶杯售價約十元台幣，顏色呈現也相當均勻，或是其它茶壺茶具，價格均相當低廉，若臺灣工藝未能良好呈現，則難逃低價競爭；另外也須依靠工藝家對自己作品的說明及介紹，讓消費者了解表面之外的品質差異，像是產品燒製的安全度，現今在大陸市場臺灣的作品依然是有品質保證，這也須是臺灣工藝家共同重視努力維持。



伍、建議事項

- 一、配合參展當地的宣傳方式，擴大市場宣傳效果：大陸有別於其他國家，有許多「自產」的社群平台，也讓消費者或業者習慣性用其進行交易或宣傳，像是杭州文博會有自有的微信公眾號，文章推播吸引關注，許多工藝家在大陸的市場經營也以微信為主要與客戶的聯繫方式，一來因通訊軟體聯繫上是使用網路無須跨國通話費用，二來微信有搭配自己的微信支付，可直接進行交易，更重要的是不受大陸對外的連線管制。微信與微博運用，是當前大陸主要使用的社群經營平台，因此包含臺灣觀光局為了觀光宣傳也在新浪微博設置了官方微博「個人遊台灣」，臺旅會上海辦事處在新浪微博設立「最台灣印象 in 上海」，微信則有「最台灣印象」服務號，其他如華航、長榮、復興、遠東等台籍航空，也在兩個平台都設置了官方帳號。無論是至哪一國家參展，配合當地常用的宣傳模式是最能發揮市場宣傳效果的。