

出國報告（出國類別：展覽）

「第 10 屆海峽兩岸(廈門)文化產業博覽 交易會」參展行程

服務機關：國立台灣工藝研究發展中心

姓名職稱：許耿修等人

派赴國家：大陸廈門

出國期間：106.11.1-106.11.7

報告日期：106.12

提 要 表

系統識別號：	C10603934					
相關專案：	無					
計畫名稱：	「第10屆海峽兩岸(廈門)文化產業博覽交易會」參展行程					
報告名稱：	「第10屆海峽兩岸(廈門)文化產業博覽交易會」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
	許耿修	國立臺灣工藝研究發展中心		主任		
	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syhou@ntcir.gov.tw
前往地區：	中國大陸					
參訪機關：	廈門文博會					
出國類別：	其他					
實際使用經費：	年度	經費種類	來源機關	金額		
	106年度	本機關	國立臺灣工藝研究發展中心	142,279元		
出國計畫預算：	年度	經費種類	來源機關	金額		
	106年度	本機關	國立臺灣工藝研究發展中心	153,000元		
出國期間：	民國106年11月01日 至 民國106年11月07日					
報告日期：	民國107年01月04日					
關鍵詞：	兩岸，展會，商展，大陸，廈門，文博會，廈門文博會，行銷，參展					
報告書頁數：	31頁					
報告內容摘要：	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」參加五場展會，第五場展會為廈門文博會，廈門文博會邁入第十年，工藝中心連續不間斷的參展曝光，奠定了「臺灣頂級工藝」品牌知名度基礎，讓大眾透過廈門文博會看見及瞭解台灣工藝，而第四年度的參展像是邁入了下個階段里程，在維持工藝品牌基礎之外，也更著重於台灣工藝的深度及價值。					
報告建議事項：	建議事項			狀態	說明	
	強化臺灣頂級工藝展館規劃及呈現方式，形象展示及銷售模式並存			研議中		
	為持續培養臺灣工藝產業新血，徵選參展商時保有一定額度之新進廠商名額			已採行		
電子全文檔：	C10603934_01.pdf					
出國報告審核表：	C10603934_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 2013-2016 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」參加五場展會，第五場展會為廈門文博會，廈門文博會邁入第十年，工藝中心連續不間斷的參展曝光，奠定了「臺灣頂級工藝」品牌知名度基礎，讓大眾透過廈門文博會看見及瞭解台灣工藝，而第四年度的參展像是邁入了下個階段里程，在維持工藝品牌基礎之外，也更著重於台灣工藝的深度及價值。

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.....	29
伍、 建議事項.....	31

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茶博會，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，第四場展會再度進入大陸西部參與西安茶博會，最後則以廈門文博會結束本年度臺灣頂級工藝巡展。工藝源於生活，設計源於感動，臺灣工藝在傳統技藝與東西方文化薰陶下，作品富有手感的溫度及創作的故事，細細品味臺灣工藝精品，每件作品都蘊含著創作者反覆淬煉出的技藝、人生的體悟，耀眼的火痕、蜿蜒的銀絲娓娓道來臺灣工藝的故事，親近的五色泥染、漸層的靛藍訴說著對環境的尊重。「臺灣頂級工藝」在廈

門文博會的連年參展，如同臺灣工藝第一年參展般，工藝中心依然秉持著初衷，盼望能帶給廈門的大眾獨特創新的工藝以及初見臺灣工藝的感動。

(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

廈門文博會創辦於 2008 年，為大陸地區唯一由海峽兩岸共同主辦的綜合性文化產業博覽交易會。以專業化及市場化為主導，聚焦於工藝美術，至今已步入第十年，由首屆的 2 萬平方公尺展覽面積，發展到現今的 7.5 萬平方公尺；由 2008 年的 500 家參展企業到近 2,000 家企業參展，而參加展會的臺灣廠商也從第一屆的 113 家增長到第九屆的 741 家，觀展總人數也達到 36 萬人次。

而文博會今年邁入第十屆，於廈門國際會議展覽中心 C1-C5、A1-A6 館舉辦，場地廣大，同樣聚焦於「工藝藝術品」、「創意設計」、「數字內容」及「文創旅遊」四大板塊，同時舉辦藝術品拍賣大展、第二屆東方茶席大賽、萬事集主題快閃店、圍棋與人工智能邀請賽等等活動，擴大品牌商間的戰略合作，多樣化延伸行銷觸角，吸引更多推介對接商機。



貳、參展規劃

一、展出地點：廈門國際會議展覽中心。

二、展出時間：106 年 11 月 3 日至 11 月 6 日。

三、主辦單位：中共中央台辦、文化部、國家新聞出版廣電總局、福建省人民政府共同主辦，廈門市人民政府、台灣亞太文化創意產業協會共同承辦。

四、工藝中心參展成員：許耿修主任、行銷組蔡體智組長、陳羿帆及周詩穎等四名。

五、工藝廠商參展成員：共 13 家。

項次	品牌名稱	工藝類別
1.	采青窯	陶瓷、複合媒材
2.	天冠銀帽	金工、複合媒材
3.	四蒔染采五色泥染	編織、染纈
4.	台灣意匠工房	漆工、石工藝
5.	聖興西佛國	複合媒材、粧佛
6.	青木工坊	木工藝
7.	樺泰漆器	漆工
8.	天目熒星	陶瓷
9.	自然色	染纈
10.	寶象陶瓷藝術坊	陶瓷
11.	得閒居工作室	陶瓷、木竹工藝
12.	卓也藍染	染纈
13.	玲瓏窯	玻璃、複合媒材

六、參展日程安排：

日期	星期	任務	地點	說明	天數
11/1-11/2	三-四	工作人員進場、展場施工及佈展等	西安→廈門	11/1由西安前往廈門：行銷組蔡體智組長、陳羿帆及周詩穎。	2
			臺灣→廈門	11/2出發：許耿修主任	
11/3-11/6	五-一	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	第十屆海峽兩岸(廈門)文化產業博覽交易會會場	展會期間：辦理佈卸展、展場管控、通路接待、行銷拓展及參展工藝家協助等相關事宜。	4
11/7	二	返程	廈門→臺灣	所有人員返回台灣	1
合計					7
備註：3名人員：行銷組蔡體智組長、陳羿帆及周詩穎10/24-10/31參與西安茶博區台，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 13-21 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，本次參展的 13 家臺灣原創工藝廠商，使用的材質及技法豐富多元，包含木藝、漆器、竹藝、金屬、染織及石雕等，顯現了臺灣工藝製作上的廣度，而參展產品既創新也富含深度；有如繁星熠熠的天目作品、親近大地的天然染織、採用富含遠紅外線的陶土製作茶具、用堅硬的石材刻出的柔軟線條的石製茶盤、精細的榫接木工藝品、手繪細膩如畫的漆器、一刀雕刻技術、傳統佛雕出發結合繁複細緻漆線雕的粧佛技藝等，都深刻展現出臺灣多元的文化軟實力及核

心工藝價值。

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。

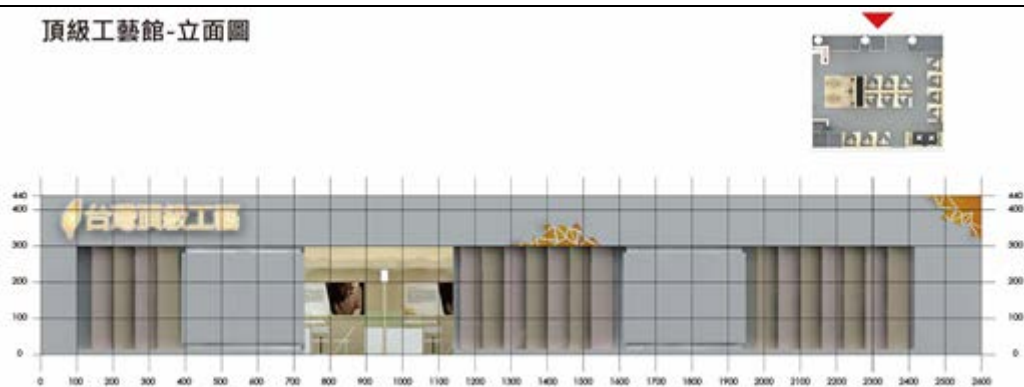
主視覺設計



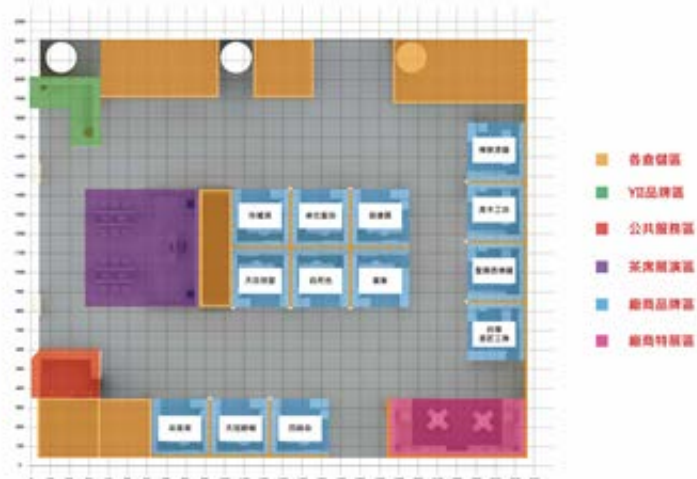
(二) 全區模擬透視圖



頂級工藝館-立面圖



頂級工藝館-澳門平面圖









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。



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威機關，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



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 知達工藝會館
(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

 台灣工藝展 Taiwan Craft Fair 天冠鼎輯 / 蘇建安  2014 台灣工藝展個人展 2016 台灣工藝展個人展 2017 台灣工藝展個人展 2018 台灣工藝展個人展 2019 台灣工藝展個人展 蘇建安的藝術生涯始於對工藝的熱愛。他從小就對工藝有著濃厚的興趣，並在高中時期開始學習工藝。他的作品多以金屬為主要材料，結合傳統工藝與現代設計，展現出獨特的藝術風格。他的作品不僅在國內展出，還曾參加國際性的藝術展覽，獲得廣泛的認可。 藝術簡介 蘇建安，男，漢族，現年45歲，現居台灣。他的作品多以金屬為主要材料，結合傳統工藝與現代設計，展現出獨特的藝術風格。他的作品不僅在國內展出，還曾參加國際性的藝術展覽，獲得廣泛的認可。 
 台灣工藝展 Taiwan Craft Fair 四禧榮采五色泥染 / 廖煥文、張素卿、何月玲  2017 臺灣工藝展個人展 2018 臺灣工藝展個人展 2019 臺灣工藝展個人展 2020 臺灣工藝展個人展 2021 臺灣工藝展個人展 廖煥文、張素卿、何月玲三位藝術家共同創作的「四禧榮采五色泥染」作品，展現了傳統泥染工藝的精湛技藝。作品以五色泥為主要材料，結合傳統的四禧圖案，展現出獨特的藝術風格。作品不僅在國內展出，還曾參加國際性的藝術展覽，獲得廣泛的認可。 藝術簡介 廖煥文、張素卿、何月玲三位藝術家共同創作的「四禧榮采五色泥染」作品，展現了傳統泥染工藝的精湛技藝。作品以五色泥為主要材料，結合傳統的四禧圖案，展現出獨特的藝術風格。作品不僅在國內展出，還曾參加國際性的藝術展覽，獲得廣泛的認可。 
 台灣工藝展 Taiwan Craft Fair 自然色 / 陳文君  2017 臺灣工藝展個人展 2018 臺灣工藝展個人展 2019 臺灣工藝展個人展 2020 臺灣工藝展個人展 2021 臺灣工藝展個人展 陳文君的藝術生涯始於對自然色彩的熱愛。她從小就對自然色彩有著濃厚的興趣，並在高中時期開始學習工藝。她的作品多以天然材料為主要材料，展現出獨特的藝術風格。她的作品不僅在國內展出，還曾參加國際性的藝術展覽，獲得廣泛的認可。 藝術簡介 陳文君，女，漢族，現年40歲，現居台灣。她的作品多以天然材料為主要材料，展現出獨特的藝術風格。她的作品不僅在國內展出，還曾參加國際性的藝術展覽，獲得廣泛的認可。 

葉青雲 / 林義興



林義興與葉青雲
共同創立青雲窯
青雲窯為獨立之人工
品牌與葉青雲
共同創立青雲窯
設計大師葉青雲

葉青雲 1966 年，葉青雲與林義興共同創立青雲窯，以陶瓷為主要創作媒介，作品風格獨特，以「青雲」為品牌名稱，作品風格獨特，以「青雲」為品牌名稱，作品風格獨特，以「青雲」為品牌名稱。

青雲窯

材質：陶、瓷、青雲窯

尺寸：192x124x124

小口、短頸、圓腹、平底，造型簡潔，線條流暢，釉色青藍，釉面光潤，釉面光潤，釉面光潤。



青木工場



2015「青木工場」展覽，展覽
於台灣設計中心展出
2016「青木工場」展覽，展覽
於台灣設計中心展出

青木工場主理人葉青雲與林義興共同創立，以陶瓷為主要創作媒介，作品風格獨特，以「青雲」為品牌名稱，作品風格獨特，以「青雲」為品牌名稱。

青木工場

材質：陶、瓷、青木工場

尺寸：192x124x124

青木工場主理人葉青雲與林義興共同創立，以陶瓷為主要創作媒介，作品風格獨特，以「青雲」為品牌名稱，作品風格獨特，以「青雲」為品牌名稱。



天目黃星 / 周宗義



2015「天目黃星」展覽，展覽
於台灣設計中心展出
2016「天目黃星」展覽，展覽
於台灣設計中心展出

周宗義主理人葉青雲與林義興共同創立，以陶瓷為主要創作媒介，作品風格獨特，以「青雲」為品牌名稱，作品風格獨特，以「青雲」為品牌名稱。

天目黃星

材質：陶、瓷、天目黃星

尺寸：192x124x124

天目黃星主理人葉青雲與林義興共同創立，以陶瓷為主要創作媒介，作品風格獨特，以「青雲」為品牌名稱，作品風格獨特，以「青雲」為品牌名稱。



參、展覽執行紀錄

本次展覽地點為中國福建省廈門市，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，原規劃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，惟台灣頂級工藝的第四場展會為西安茶博會，原舉辦時間為 10 月 19 日至 10 月 23 日，主辦單位因故延後展期至 10 月 26 日至 10 月 30 日，而廈門文博會為 11 月 3 日開展，造成兩場展會時程相接，展館如何在時間內移轉即為相當重要的課題。

為利運輸上的順暢，工藝中心與策展廠商、運輸廠商共同研商討論行程的規劃推演，包含協調西安茶博會展館方同意讓工藝中心車輛提早一天開入會場旁停放，以避開其他撤場車輛影響；協調廈門文博會展館方同意工藝中心跨夜施作展館；西安茶博會撤展當日安排參展商五點前撤場、五點後進行硬體拆裝施工，預估各項時程以利展場施作完成；西安茶博會結束後，展館搭建材料於 11 月 1 日下午順利抵達廈門展館，立即進行施作，原預估時程為施工至 11 月 2 日晚間 6 點至 8 點開放參展廠商佈展，後再續行展館細部施工修補，因施作進度超前，11 月 2 日下午 3 點即讓參展廠商進入佈展。

台灣頂級工藝展館設計上採半開放式，以一主入口呈現台灣頂級工藝品牌館，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。而廈門茶博會展場方正也有利於現場場地配置，整體面積約為 550 平方公尺，以下為展覽執行相關紀錄。

一、11月1日至11月2日：展場硬體設備施工進場及參展工藝家佈置。

1.攤位位置	2.結構外觀搭建
	
3.結構外觀搭建	4. Yii 展示區施工
	
5.儲藏室施工	6.特展區施工
	
7.茶藝區施工	8.服務台施工
	

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、11月3日至11月6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.特展展示區
	
7. Yii 展品儲藏室	8.廠商區-采青窯
	
9.廠商區-天冠銀帽	10.廠商區-四蔴染采五色泥染
	
11.廠商區-台灣意匠工房	12.廠商區-聖興西佛國
	

13.廠商區-青木工坊	14.廠商區-樺泰漆器
	
15.廠商區-天目瑩星	16.廠商區-自然色
	
17.廠商區-寶象陶瓷藝術坊	18.廠商區-得閒居工作室
	
19.廠商區-卓也藍染	20.廠商區-玲瓏窯
	

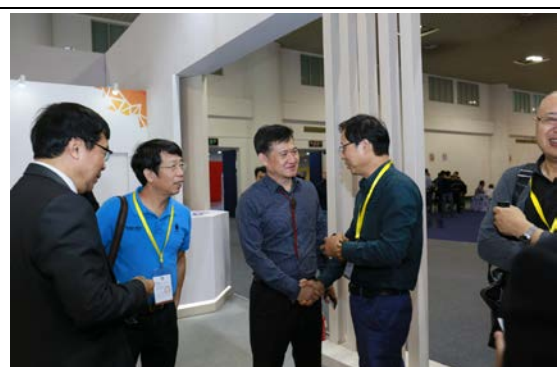
三、11月3日至11月6日：展覽期間活動紀錄

開展首日：邀集廈門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；另有多家媒體蒞臨現場採訪。



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





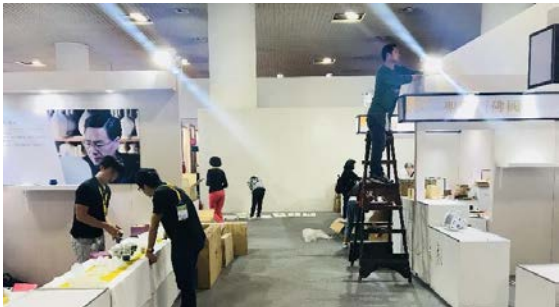
茶席展演活動，以活動吸引參觀大眾，並以茶席活動演繹工藝品融入生活使用



現場參觀人潮



四、撤展：11 月 3 日，下午 3 點觀眾停止入場。

1.廠商展品打包撤展	2.拆除攤位燈具
	
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.廠商展示櫃椅子拆卸包裝整理	8.奕達運通包裝 Yii 展品
	

五、參展效益

- (一) 13 家廠商 4 天展會現場產值約計新台幣 189 萬元，後續訂單產值目前調查中，廈門文博會去年度現場產值為新台幣 138 萬元，今年度的產值有小幅上升，但消費仍有趨緩的感受，惟今年度為廈門文博會迎來第十年，宣傳足夠下，仍可支持一定的參觀群眾；整體銷售上各廠家銷售數平均，較為突出者為天目熒星及玲瓏窯，天目熒星為天目釉茶器具作品，玲瓏窯為玻璃擺飾，前者以多樣釉色吸引顧客，後者則以價格實惠的大型擺飾受到歡迎。
- (二) 媒體報導焦點：來訪媒體包含廈門晚報、廈門衛視、新華社、海西晨報、中央人民廣播電台、廈門日報、廈門網、新浪網等。
- (三) 來訪通路：包含廈門觀海園投資管理有限公司、廈門儒尚文化傳播有限公司、廈門市致易科技有限公司、宏立城集團、金門縣文化局、廈門工藝美術學院、大連華藝國際展覽有限公司、福州零一廣告傳媒有限公司、大渭集團等。
- (四) 臺灣工藝在保留傳統中融合當代設計，傳統技藝下展現嶄新風華，近年更藉由展會與客群互動交流，不斷創新精進與各種領域合作，拓展臺灣工藝市場。臺灣工藝注重於生活上之應用，擅於在美學與實用中取得完美平衡，走進「臺灣頂級工藝」展館，更有機會將優美的原創臺灣工藝產品帶進生活之中，讓生活過得更加豐富。

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。綜觀本次參與廈門文博會參展行程參考如下：

- 一、廈門文博會由 2008 年創辦至今已邁入第十年，由首屆的 2 萬平方公尺展覽面積，發展至今到 7.5 萬平方公尺；由 2008 年的 500 家參展企業，如今已有近 2,000 家台灣與中國大陸企業參展，展出內容多元豐富，已成為大陸華南重要文創展會，參展有其指標性及品牌拓展之成效；經歷十年的成長，廈門文博會為了有不一樣的感受，近年也引進其他展出主題搭配，像是同步舉辦廈門設計周，集中展示德國紅點設計大獎獲獎作品、或近期熱門主題-圍棋與人工智能邀請賽、動漫展等等，期盼能為展覽注入不一樣的活力，由此也可看出與工藝中心今年度參加的其他專業茶博會的不同之處，惟參展主題的多元是刺激參觀或是分散專業顧客的注意力是有待商榷。
- 二、扶植年輕設計師及工藝家為文創產業之根本，此次廈門文博會特別規劃「萬事集」專區，內容主要有主題街區、快閃店、集合店、手藝體驗等，此區匯集臺灣、香港、大陸年輕人所創立的設計品牌、手工藝、創意體驗等，充分展現其創意及特色，為展現出活力風格，展區也以繽紛亮眼的桃紅色、寶藍色彩呈現，攤位設計也與文博會中標攤迥異，表現活潑，第一眼印象即可吸引許多民眾駐足參觀，其中香港設計師特色是用色大膽圖案鮮明，大陸則是較中規中矩，在造型上具有創意，實用度及細緻度略顯不足。



- 三、由於此展為大陸第二大常態性舉辦的文博會，也是大陸各地文博會中臺灣參展商和臺灣元素最多的一個文博會，在舉辦十年之際，市場已逐漸趨於飽和，參觀人數與銷售金額均略微下降，但廈門文博會仍是華南地區文博會之重點展會；今年度部分工藝家即表示雖然廈門市場銷售狀況不如以往，但經營多年已有固定客源，仍是需要有在廈門當地的曝光，因此仍是報名參與廈門文博會，顯見在銷售金額之外，拓展臺灣工藝通路及品牌知名度也需仰賴知名文創展會之平台。藉由中國大陸知名文創展會參展，逐步穩健開拓國際工藝市場為辦理大陸展之目的，也期望臺灣工藝廠商能吸取參展經驗，在產品設計及行銷策略上持續精進。
- 四、茶文化與生活息息相關，本屆廈門文博會因應茶文化之盛行，舉辦「第二屆東方茶席大賽」以及「2017 海峽兩岸茶葉對接會」，其中東方茶席大賽邀請兩岸茶席設計師呈現 40 組茶席作品，並進行茶席展演，由於廈門文博會為綜合性文創展會，因此現場茶席規模、精緻度與茶博會相比仍有差距，茶席陳設、茶器具多樣性、整體氛圍營造仍是茶博會較為專業；整體觀看今年度廈門文博會的展場，為了吸引參觀及注目度，在展會中提出了相當多的主題，拍賣、茶席、數位科技、大專院校設計展，每個主題規模不大，主題下又分出了其他分類，反而造成了展場的混亂，資源分散的情況下也讓展會的精緻度下降，在臺灣文創節的展區因主題明確參展集中，效果立即反映在參觀人潮上，因此在展會的舉辦應是以重點主題擴大規模辦理較佳，這也是臺灣頂級工藝組織所有工藝家打造整個品牌館的原因，因中國大陸參展家數眾多，知名廠牌也多會以大型木造特裝呈現，提升品牌價值外也吸引注目。



第二屆東方茶席大賽現場

臺灣文創購物節現場

伍、建議事項

- 一、強化臺灣頂級工藝展館規劃及呈現方式，形象展示及銷售模式並存：每年度工藝中心的巡展為了能重複使用且符合多數工藝家需求，展場以明亮色系及方便拆卸為主，目前工藝家的回饋也均是同意特裝對於產品價值提升輔助有相當助益，未來希望在此原則下，加入更多展場設計元素，像是立體茶屋設計等等，讓臺灣工藝更能展現深度及廣度。
- 二、為持續培養臺灣工藝產業新血，讓更多臺灣原創工藝家直接接觸一線市場，並了解展會及市場脈動，未來徵選參展商時將保有一定額度之新進廠商名額，唯有藉由展會客群之互動，以及了解國際工藝潮流現況，方能蓄積更多創新及研發之能力，增強臺灣文創軟實力，並持續拓展國際工藝市場，使臺灣工藝產業鏈更加穩固。