

出國報告（出國類別：展覽）

「2016 寧波特色文化產業博覽會」 暨參訪行程

服務機關：國立台灣工藝研究發展中心

姓名職稱：許主任耿修等 5 人

派赴國家：大陸寧波市

出國期間：105.04.13-105.04.19

報告日期：105.06

摘要

工藝中心自 2013 年開始透過參加中國大陸文創展會方式，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，並為臺灣工藝產業開拓大陸市場。為使臺灣工藝在龐大的大陸市場中佔有一席之地，並藉此順勢推上世界舞台，使臺灣工藝產業與世界接軌，規劃以大陸商業展覽為平台，帶領臺灣優質工藝廠商組團前往大陸參展，以統一整合方式打造臺灣工藝形象，提升臺灣工藝產品能見度。2016 年首站寧波文博會，寧波為浙江東南沿海重要的港口城市，亦是文化、商貿重鎮，盼可於此商業大城，建立通路合作的機制，開拓工藝產業商機。

目次

壹、 前言.....	3
貳、 參展規劃.....	5
參、 參訪行程-寧波茶文化博物院.....	26
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

工藝中心自 102 年開始透過參加中國大陸文創展會方式，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，並為臺灣工藝產業開拓大陸市場，帶領臺灣優質工藝廠商組團前往大陸參展，以統一整合方式打造臺灣工藝形象，提升臺灣工藝產品能見度。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 年另前進大陸西部，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等

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，期盼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。寧波市乃海上絲綢之路的必經之地，浙江東南沿海重要的港口城市，亦是文化、商貿重鎮，也是歷史上著名的文化之都。因此，工藝中心帶領國際知名的 Yii 品牌作品，以及臺灣 13 家工藝業者的工藝精品前來參展，希望在這個商業大城，能建立彼此合作的機制，開拓工藝產業商機。

(二)參展目的

1. 探詢市場實際需求情況及消費者喜好：

工藝中心站在輔助工藝廠商參展的立場，協助工藝業者踏出台灣，實際藉由展會直接與參觀者或買家面對面溝通互動，以此方式探詢市場購買者目前喜好，藉以回饋至廠商後續作品研發或通路佈局考量，掌握市場脈動。

2. 觀摩交流：

除與民眾互動外，其他參展工藝廠商亦是觀察重點，輔助瞭解整體市場發展趨勢。且展會仍有許多不同領域業者共同參展，如工藝中心 103 年參展廠商中即有於展會相互接觸後，開始進行產品聯合開發，透過異業

結盟契機，達成精進產品、拓展行銷通路及未來潛在商機之可能性。

3. 拓展臺灣工藝品牌：

擴大市場、擴大需求，為扶植工藝家穩定發展一重要因素，也是臺灣工藝界迫切的需求，工藝中心從 102 年開始以台灣頂級工藝品牌形象館帶領工藝廠商前往參展，以此樹立臺灣的工藝品牌及特色，期以此推廣臺灣工藝價值，並增加工藝家曝光機會，尋求通路商合作契機，且能藉由大陸展會露出作為宣傳平台，進一步拓展國際。

二、「2016 寧波特色文化產業博覽會」簡介

2016 寧波特色文化產業博覽會為寧波市人民政府、中華文化促進會、浙江省文化產業促進會主辦，是寧波會展中心首屆舉辦之文博會。以「創意中華、點石成金」為主題，主要由展覽交易、頒獎活動、主題論壇與專項活動四大板塊組成，現場主題展區包含文化名企展區、科技文化企業展區、特色文化產業園區展區、文化金融展區、海外保稅藝術品展區、唐詩之陸展區、台灣生活美學展區及兒童文創展區等。



貳、參展規劃：

一、參展成員

國立臺灣工藝研究發展中心許耿修主任、秘書室許福泉主任、行銷組蔡體智組長、陳羿帆、周詩穎等五人。

二、行程安排

日期	星期	任務	地點	說明	天數
4/13-4/14	三-四	工作人員進場、展場施工及佈展等	臺灣→寧波	1.4/13出發：行銷組蔡體智組長、陳羿帆及周詩穎。 2.4/14出發：許耿修主任、秘書室許福泉主任。	2
4/15-4/18	五-一	1. 佈卸展、展場管控等相關事宜	2016寧波特色文化產業博覽會會場	辦理展場佈置、展期間展場控管、貴賓接待及卸展相關事宜。	4
		2.交流參訪浙江地區相關文創單位	寧波茶文化博物院	交流參訪人員：許耿修主任、行銷組蔡體智組長、秘書室許福泉主任等。	
4/19	二	返程	寧波→臺灣	所有人員返回台灣	1
合計					7

三、展覽規劃執行

(一) 展出地點：大陸浙江省寧波市寧波國際會議展覽中心 8 號館

(二) 展出時程：

項目		時間
佈展	2016 年 4 月 13~14 日（星期三~四）	2015 年 5 月 28~29 日（星期四~五）
	2016 年 4 月 14 日（星期四）	2015 年 5 月 29 日（星期五）
展覽期間		2016 年 4 月 15 日~18 日（星期五~一）
卸展		2016 年 4 月 18 日（星期一）
返程		2016 年 4 月 19 日（星期二）

(三) 展出內容：

1. 展覽主題：為延續並統一品牌，持續以「台灣頂級工藝」作為參展主題，盼能樹立台灣工藝高端精緻形象。
2. 本次展會共徵集了 13 家臺灣在地原創工藝品牌，由工藝中心帶領前往參展，強調「臺灣設計，臺灣生產」，來自臺灣的設計，傳統中富有創意，更貼近生活實用，傳達東方生活風格美學，也述說工藝品味、品味工藝的生活逸趣；參展作品如台灣意匠工房，將雕塑藝術的概念帶入創作的石製茶盤；圭窯新彩燒，自創環保柴燒技法的新柴燒；清窯的仿生自然茶具；得閒居工作室的一刀雕瓷藝作品；聖興西佛國的漆線雕粧佛藝品。參展工藝業者名單如下：

天染工坊	由染織藝術家陳景林及馬毓秀設立，是一座以研究帶動產品設計，以推廣友善大地的天然染織為職志的工坊。經營者長年投入天然染色與編織研究，出版多本染織專著，並經常發表作品與策展，推動我國染織綠工藝發展。主持人陳景林亦是文化部授證的「台灣工藝之家」的成員之一。 
台灣意匠工房	成立於 2006 年，同時是具 30 餘年製造設計經驗之外銷工藝廠。成立的宗旨是有感於台灣工藝設計範疇，仍很大發展空間無論是在材料複合性、工法及流行趨勢，均有無限發展的可能性。標榜的是：台灣創意、內涵，表現的是台灣工藝代性設計意念。工房的產品分為石雕作品、銅製作品、陶瓷類商品、設計性收納系列作品、陶瓷類商品及燈飾商品、茶盤等。 

鹿港窯	1981 年成立三唐企業，工藝師群有劉峰雄、林泰山、張梓偉、高品桐，三十五年來秉持對傳統陶瓷工藝的熱忱，燒製傳統陶瓷工藝擺飾品外銷；1979 年因業界西進大陸，台灣傳統陶瓷工藝漸漸失去競爭力，1992 年成功註冊『鹿港窯』為公司品牌名稱，轉為內銷；2010 年開發生活器皿，製作曜變天目茶器等，成功打開大陸市場。 
聖興西佛國	柯錦中，第十四屆台中市雕塑學會現任理事長，曾獲第七屆大墩工藝師、第五屆台灣工藝之家認證，並於三義博物館、國立彰化生活美學館、台大實驗林溪頭生態展示中心等參展 
清窯	湯潤清，現任國立台灣工藝研究發展中心進駐工藝師，曾獲 2005 年國家工藝獎「一等獎」、2006 年授頒台灣工藝之家、2007 年台灣工藝競賽入選、2008 年彰化縣磺溪美展入選、2008 年台灣工藝競賽佳作、2008 年上海寶山國際民間藝術博覽館創新獎、2008 年苗栗陶藝獎第二名、2009 年苗栗全國美食器設計佳作 

得閒居工作室	憑藉著對書法的喜好，勤練出四十餘載的功力，奠立行草的深厚根底，融合陶、竹、木、石及漆藝，使書法之美展現不同層次的藝術感。為了昇華草書的藝術價值，鑽研多項文化藝術，從陶、竹、木、石的淬煉中，另闢蹊徑，開創書法另一成就：一刀陶刻，其難能可貴之處，在於以刀代筆，書字於陶的金石本質，昇華其藝術價值。 
祥億窯	葉敏祥，1986 年創立祥億陶瓷，長年耕耘在陶瓷藝術領域，多年運用陶瓷材料科學開發出多種高端應用陶瓷商品，例如活瓷，在陶藝創作上也累積很多的作品，近年來在生活應用陶瓷多有著力，例如茶道具與香道具，在傳統陶瓷深耕，汲取養份，亦不間斷探索陶瓷材料的新領域。 
游本冠人形陶塑創作室	游本冠，以天地為師自行研究陶塑，記錄人文、古典佛像為創作題材。曾受邀參展於美術館、文化中心、國際會議中心、新光三越、桃園國際機場、台灣文博會、福建廈門文博會、貴州貴陽國際民族工藝文博會、香港文創工藝展、廈門藝術博覽會等。 

陳穎賢竹藝雕刻、陶瓷工藝工作室	作品分為兩大類： 竹藝雕刻：作為專業茶席、茶道與收藏藝術品的竹雕器物，堅持純手工雕刻法，使其質地堅硬、紋理緻密，成功地將每件作品發揮到最精緻。陶瓷工藝：全手拉胚法製成，是一種質感樸拙、色澤溫潤回歸自然的茶器概念，融合了土、火、窯與作者的心血燒製而成。  
陶人風	「陶人風」由工藝中心陶瓷研究會成員共同經營，結合每位工藝師的柴燒、天目釉燒、青瓷、白瓷、拉坯、手捏等不同的作品風格，展現多元的台灣陶瓷藝術。期望讓更多人了解及接觸本土陶瓷器作品，並結合茶道、花道、香道等生活器具的使用實踐生活美學，進而推廣台灣陶瓷工藝之美。  
廣達藝苑	蔡榮祐，曾獲頒中華民國十大傑出青年金手獎(21 屆)、中興文藝獎章、中國文藝獎章、第 5 屆國家工藝成就獎、第一屆新北市陶藝獎、陶藝成就獎等。  

蕭邦國際文化事業有限公司	為工藝中心簽約授權之行銷通路拓展與經營廠商，主要推展之項目為「良品美器」。致力於為工藝產業進行系統性規劃及全面性統籌，協助經銷商與買家共同整合資源。另一方面，為台灣工藝師和品牌塑造優良形象。 
圭窯	《圭窯新彩燒》是一個「重視環保・尊重自然」的品牌。在追求柴燒創作的同時，人與自然共生共融的狀態是柴燒創作更高層次的境界。產品之特色為所有的作品皆以老師研發獨創的環保窯燒技法，並於 2013 年取得中華民國發明專利的「新彩燒」所燒成。 

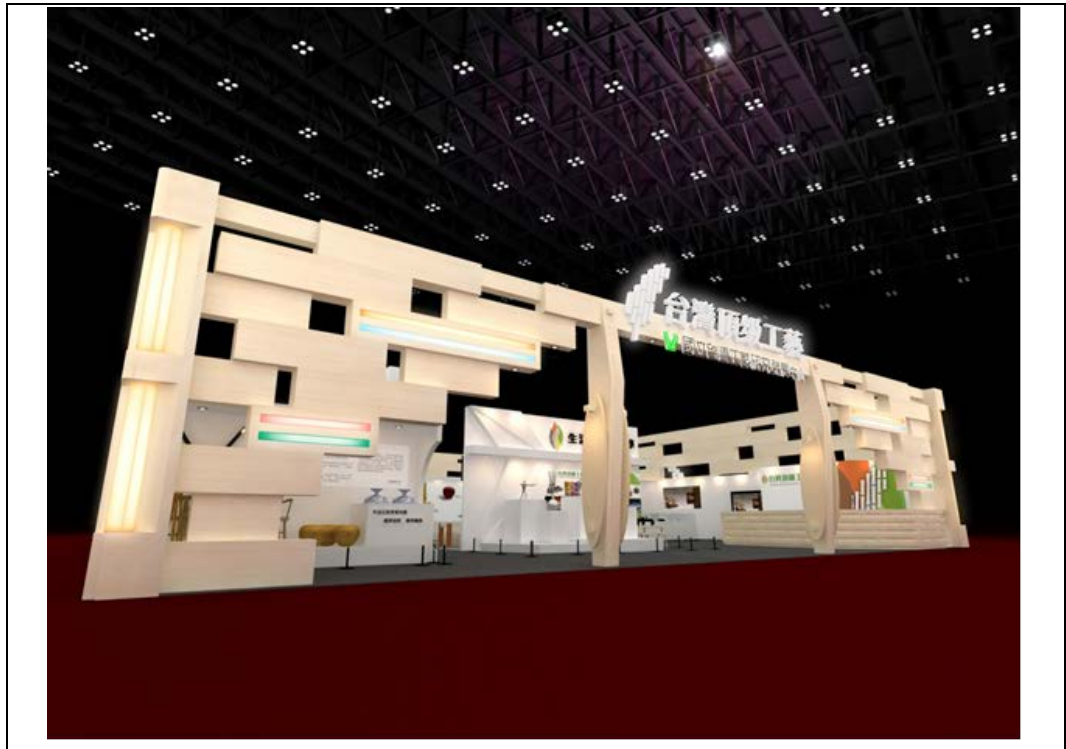
3. Yii 品牌：工藝中心推動 Yii 品牌，目的在於透過當代設計轉化傳統台灣工藝，為之注入新觀點及新生命，並將精緻的工藝作品帶進日常生活中，系列作品融合了工藝的生活、手藝智慧，與當代先進設計觀點，透過精湛工藝及產品製作的最高水平，呈現產品的細節及品質。同時展出 Yii 品牌即是為了展現台灣現代工藝推動成果，盼藉以吸引更多合作機會，共計展出 6 組 11 件作品：

編號	照片	作品名稱	材質	尺寸(W,D,H) (cm)	設計師 工藝師
1		43	孟宗竹	53,55,77	Konstantin Grcic 陳高明
2		曲竹三角凳	積層片	高：H75,W38.5,D38.5 矮：H48,W36,D36	劉晨旭 陳高明
3		蓬蓬裙椅	竹、木 棉、麻	H35, W35, L50	駱毓芬 蘇素任
4		Bambool	竹	高：H75, W40,L38 矮：H44,W38,L36	周育潤 蘇素任
5		花景	瓷	H32, W45, L45	廖柏晴 林國隆 邱錦緞
6		竹片	竹片	H200, W35, L35	朱志康 葉基祥

四、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，並以色塊營造活潑氣氛，希望民眾能帶著愉快輕鬆的心情盡如展場；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，展現與大陸當地展商的差異性。此外，入口處規劃 Yii 品牌作品區及展示本次參展廠商作品的綜合展區，以作品加強參觀民眾進入展場之吸引力。

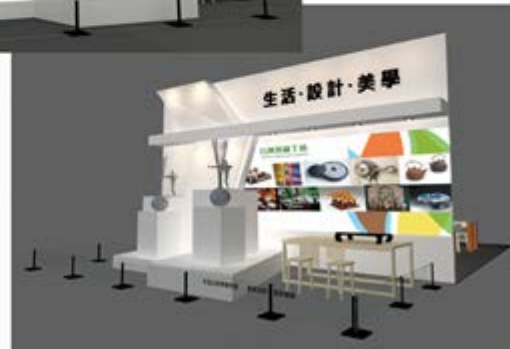
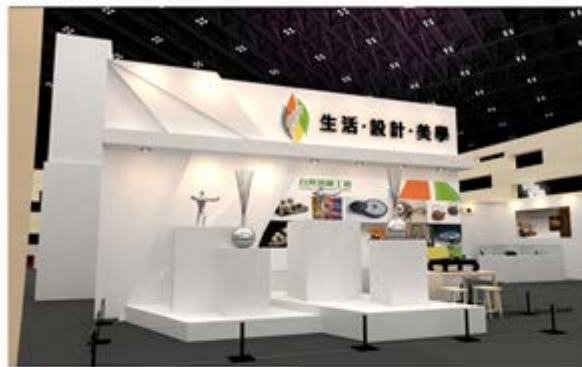
(二) 全區模擬透視圖

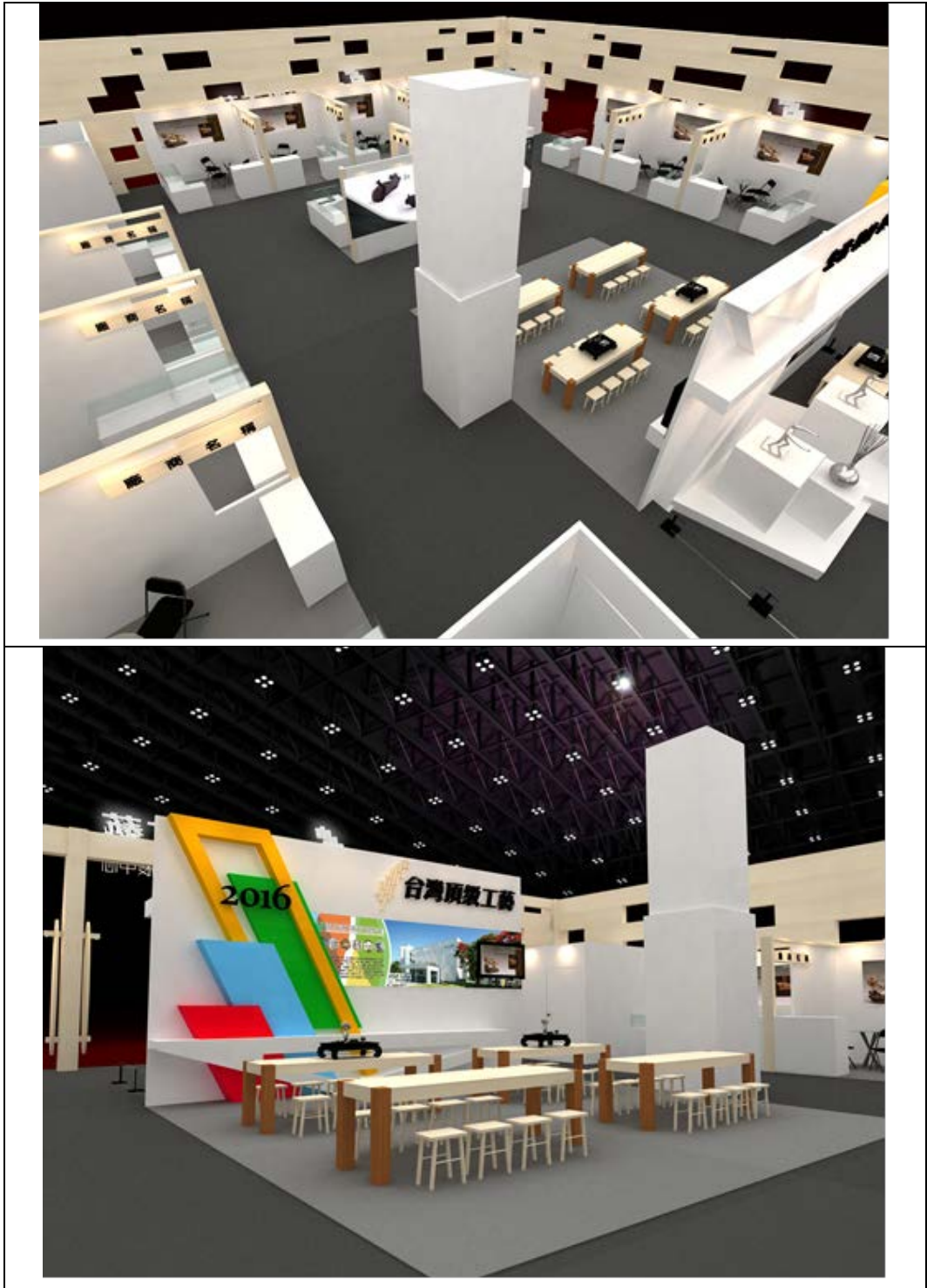


Yii品牌展示區

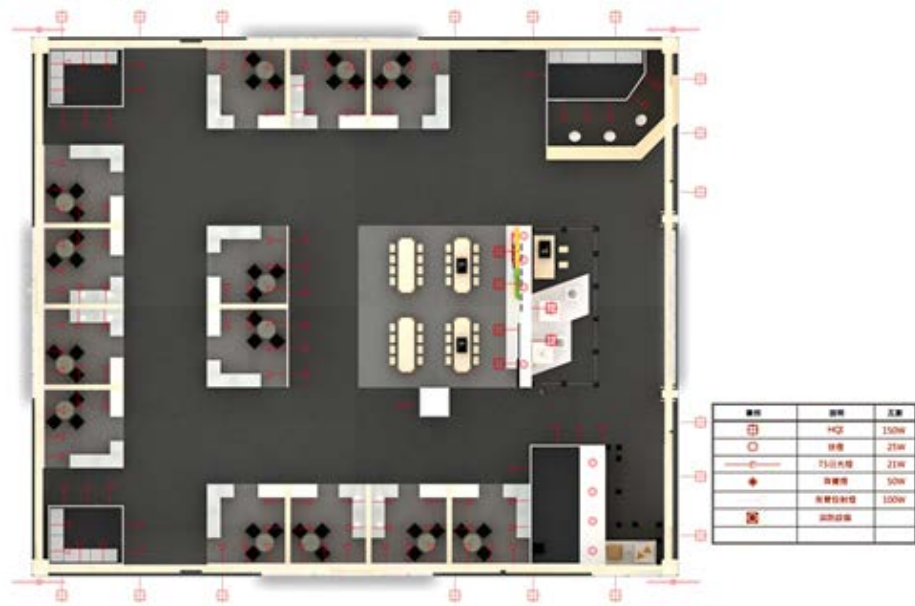


創新行銷展示區

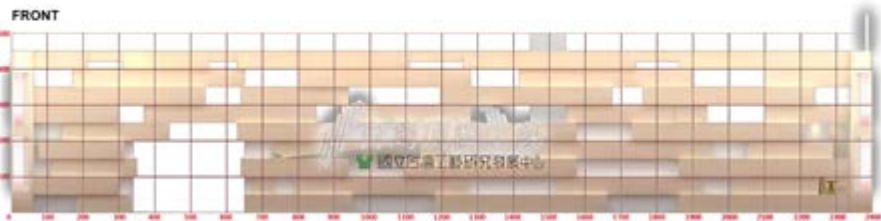




頂級工藝館電源配置圖



展位立面圖



五、展覽文宣規劃

(一) 電子邀卡



(二) 導覽手冊：手冊封面延續本次展場設計意象-洋流，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。





為輸出臺灣文化價值、提升臺灣形象，國立臺灣工藝研究發展中心於2006年創立「Yii」品牌，代表台灣工藝與國際對話。為了品牌名稱更能傳達出台灣工藝時尚之為國際性，因此品牌命名歷經不斷之溝通討論，最後決議以 Y + i + i = 三個英文字母組成品牌名稱。「Yii」發音同中文「易」，是認為東方哲學，具有「玄學與變化」意涵；發音同中文「藝」，代表台灣精湛之工藝；發音同中文「意」，代表台灣獨特設計。「Yii」中心思想一為「暢銷」，以當代設計轉化傳統工藝；二為「尊重」，大多數產品皆以手工製作，並於製造流程中保留傳統與自然的因子，以表達尊重傳統與自然的決心；三為「融合」，以人文與自然之間、設計者與製造者之間、傳統與現代之間、東方與西方之間的各種關係為出發點，並繼續以精湛技法對產品製作品質的要求。

8



曲竹三角凳 Bentboo Tripod

工藝師 廖漢明
設計師 廖漢明
板腳竹片
高 147.5 x W49.5 x L35.5 cm
座 148 x W35 x L35 cm

這組竹製的設計，是為突破以往手工製作竹家具的窠臼，而將傳統竹片彎曲技術量產化，來充分發揮竹材的永續環保效益，此設計高一椅一矮。

10

蓬蓬椅 TUTU

工藝師 蘇永任
設計師 蘇永任
竹、木、藤、麻
H45 x W25 x L50 cm

竹夫人是台灣早期普遍的傳統工藝，又稱為夏天的冷氣椅，隨地隨處隨坐的椅。藤下的風扇有如涼風拂面的愜意的悠閒感。台灣傳統竹工藝六市鎮結構，運用它靈動的曲線世和編織的穿透感來抵抗酷暑，讓它蓬蓬椅一樣輕盈柔軟。蓬蓬椅台階獨特的曲線美感，讓蓬蓬椅除了是一張椅子，也可做為個人佔有的小茶几使用。



11

Bamboo

工藝師 蘇永任
設計師 吳育興
竹
高 147.5 x W49.5 x L35.5 cm
座 148 x W35 x L35 cm

這組精巧的竹製，特色是在同一根竹管上顯示竹子生長的原形與動向，和精緻手工所編織形成的非易結構。這組結合了竹管家具與竹編工藝的椅子，以原始的竹管作為椅腳，竹管的上延伸後，則彎折成富有彈性的竹片，運用編織技法及竹管結構加工，結合三叉竹管編織成面，這個過程展現了從原料到加工的演進，於考驗之實證和耐操，並且展現功能的有機傳遞，從此展現的製作過程，產生了高質感的竹製，分別為小茶几和吧檯椅，有機體形狀以圓巧的品類組合，讓這組成為人與人愛的家居物件，因此獲選為 2006 法國 Maison & Objet 家居品類上「最讓人心動的作品 (Coup de Cœur)」。



12

內文-Yii 品牌作品簡介

台灣息匠工房



22

陳培澤

1964 年，迄今活躍
1993 年，迄今活躍
1998 年，迄今活躍、演講
2002 年，迄今 公共藝術/日月潭風景區遊憩中心、日月潭拉魯島、蘇谷小半天社區入口章章、夢田風車—121 號建築遺產保存活動、密西沙加大學附屬中學、東海大學管理學院、台中教育實驗小學、竹山竹藝博物館、美和技術學院、新陽科技大學、竹山木器養生館出品。



水月
安山岩、琉璃
60 x 30 x 4 cm

半圓相連的構思，形成一種獨特的效果，方形的構思，綻放著金黃光芒，象徵著光輝燦爛的光。水月月，月如水，色即是空，空即是色，人生的體悟盡在其中。

24

圭窠新彩燭陶藝工作室



26

陳文鴻

2003 年 著作「象機」，水牛出版社
2013 年 發刊「象機」，水牛出版社
「金色黎明之黎明」獲第六屆海峽兩岸（廈門）文博會中華工藝精品展入圍、中國（廈門）國際半產博覽會、第三屆文博會《台灣工藝之美》特展於南港、深圳、廣州「金色黎明」分享會
2014 年 「第 16 屆海峽兩岸經濟文化論壇（福州）」
2014 年 8 月 宜蘭縣客家文化工場「自然、溪谷、新藝術」在宜蘭開幕
2015 年 「心中寶藏之夢」榮獲「第 16 屆海峽兩岸（廈門）文博會中華工藝精品展入圍



杯，自由的線
陶
8 x 8 x 4 cm

杯型是 V 形的開口杯，杯底的線得自由地在杯中穿梭，展現無限的伸展。

28

內文-參展工藝家簡介



內文-參展工藝家簡介

六、參展執行過程紀錄

(一)4月13日至4月14日進行展場佈置施作，工藝中心同仁抵達寧波後即進入展會現場監督展場施工狀況，針對展場施作細部調整與策展單位、施工廠商進行討論，並了解展場狀況及週遭環境。本次展覽空間場地為25公尺乘21.5公尺，完整方正，動線規劃上以民眾進場後環繞一圈即可參觀所有展區，並採半開放式展場，除營造場館形象外，對工藝師作品也具備基礎保護作用。4月14日下午由參展工藝家進場依各自展品特色進行展位佈置，每位工藝廠商展區為3公尺乘3公尺，由工藝師親自選擇各自所需展位展櫃配置及尺寸，以因應作品特色不同，展現產品最佳狀態。



展場硬體就位



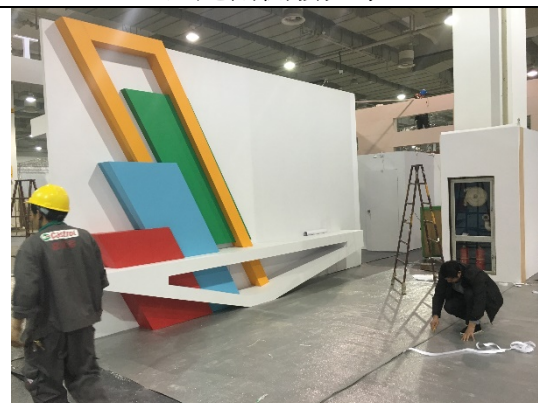
搭建骨架外觀



固定兩側發光字



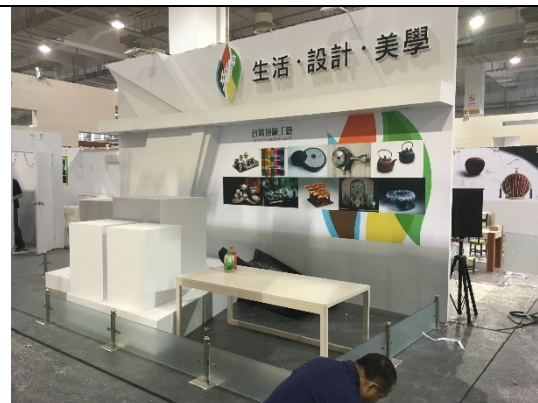
展櫃定位



洽談區施工中



YII 品牌區施工中



整體意象展示區施工中



工藝師攤位施工中



工藝師攤位施工中



安全運輸拆箱中



展品佈置



展品佈置

(二)展場完成





廠商展區-得閒居

廠商展區-蕭邦國際



廠商展區-祥億窯

廠商展區-陶人風



廠商展區-廣達藝苑



廠商展區-圭窯新彩燒



廠商展區-天染工坊



廠商展區-晴羽國際



廠商展區-聖興西佛國



廠商展區-清窯工作室



廠商展區-游本冠人形陶塑工作室



廠商展區-台灣意匠工房



廠商展區-鹿港窯

(三)展期間(4/15-4/18)紀錄



來訪貴賓接待



來訪貴賓接待



媒體採訪

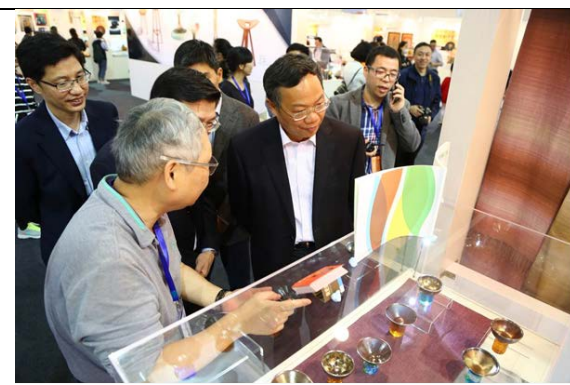




媒體採訪



開展首日參展發佈會





現場民眾參觀與工藝師講解情況

(四)參展效益

1. 產值：工藝中心第一次前往寧波參展，現場產值約計新台幣 150 萬元，後續訂單產值概估達新台幣 300 萬元，寧波較無品茶文化，也反映在商品銷售上，單件茶器具作品相較於整組茶具受歡迎，偏向收藏性質；盼透過持續參與大陸地區各類展會，拓展台灣工藝市場通路，達到更佳的文創產業效益，另獲得大會最佳組織、最佳創意及最佳設計獎。
2. 媒體報導焦點：來訪媒體包含寧波電視台、新華通訊社現代金報、寧波日報、寧波晚報、東南商報、廈門廣播電視集團新聞中心、浙朵-寧波雲朵網絡科技股份有限公司等，台灣頂級工藝館本次所在 8 號館，附近如台創設計中心、台灣創意產業聯盟等，展場精緻且創新的工藝品獲得一致好評。
3. 到訪貴賓及通路商：包含上海工藝美術雜誌、上海工藝美術學院、上海工藝美術博物館、歐巴維亞實業有限公司、文化部、寧波市宣傳部、金華市招商局、寧波廣電集團、中華茶藝聯合促進會、溫州國際會議展覽中心、UPArt Paris(巴黎)國際藝術公司、深圳市旭煥暉物業管理有限公司、寧波國際城市藝術博覽會主辦單位及蘇州創博會主辦單位等。

參、參訪行程-寧波茶文化博物院

一、參訪內容

- (一)與茶文化博物院張生院長洽談，瞭解浙江地區茶文化藝術。
- (二)跨域結合開拓浙江茶器市場通路。

二、參訪茶文化博物院

(一)茶文化博物院簡介

寧波茶文化博物院（簡稱茶博院），2005 年建成，位於寧波市月湖景區的清代官邸袁宅內，隸屬於寧波茶文化促進會。茶博院面積近二千平方米，是寧波對外宣傳茶文化的重要窗口，主要展示寧波的茶史、茶事、茶葉、古茶器等，並進行茶文化研究推廣、體驗、交流的主題博物館。

茶博院目前院長是張生，也是玉成窯非物質文化遺產傳承人，其館藏玉成窯精品豐富，在中國紫砂發展史上占有特殊地位，玉成窯被收藏界視為珍品，為梅調鼎所創之文人紫砂。茶博院屬於寧波市文保單位，環境優雅、庭院清幽，漫步在茶博院的清靜氛圍中，可感受茶香以及文人氣息瀰漫的茶藝空間。

(二)寧波禪茶文化

寧波在唐朝時稱為明州，擁有得天獨厚的天然深水良港，是著名的海上絲綢之路的始發港之一，唐宋時成為中外貿易商埠，以陶瓷、茶、絲綢為代表的貿易商品，在中國對外交通、貿易、文化交流中具有重要地位。海上茶路也由此輸出海外，同時也是禪茶東傳的門戶。

寧波一帶著名寺院很多，自古就有東南佛國之稱，有很多著名寺院，如：阿育王寺、天童寺，普陀山觀音道場等。吸引著一批批僧人前來朝聖學佛。多位日本、高麗僧人經寧波門戶禪茶東傳，在唐朝時，有日僧最澄也是後來成為日本佛教天台宗創始人，宋朝時有榮西來學習茶道，並著《吃茶養生記》，被奉為日本「茶祖」，也是日本臨濟宗創始人。

因為茶是僧人修行打坐的必需品，海外僧人回國時，大多會帶回茶葉或茶籽。歷代遣唐使、遣宋使帶回茶葉同時也傳承發揚了茶道。如兩次在寧波受到禮遇的榮西，回日本後以感恩之心再返回協助興建天童寺千佛閣。

寧波歷史上曾有貢茶，產地屬慈溪縣。《浙江通志》、《寧波府志》、《慈溪縣誌》均有記載，從元初到明萬曆二十三年為止，歷時三百餘年，年貢 260 斤。每年清明至穀雨，縣令親自監製貢茶。寧波市有八大名茶，分別是：寧海望海茶（浙江十大名茶之一）、印雪白茶、奉化曲毫、北侖三山玉葉、余姚瀑布仙茗、寧海望府茶、余姚四明龍尖、象山天池翠。2006 年 6 月，寧波白茶的特有基因更收錄在著名的美國國家生物中心世界基因庫，可見此地茶葉之頂級品質。

	
寧波茶文化博物院入口	寧波茶文化博物院歷史典故介紹
	
張生院長向許主任介紹館藏	玉成窯紫砂壺收藏文物
	
玉成窯紫砂壺製作工具展示	與張生院長洽談寧波茶文化及茶具市場需求

三、參訪心得

(一) 以文人藝術涵養工藝深度

1、文人紫砂-玉成窯

清代同治至光緒年間在寧波創建中國紫砂藝術品發展史上的珍品-玉成窯，為小型饅頭窯，泥料從宜興採購，產品以紫砂壺為主，玉成窯墨寶紫砂在中國紫砂發展史上占有相當特殊的地位，始創人是書法大師梅調鼎。他個性獨特，人品高潔，視書法為生命。對飲茶、茶器的摯愛，結合文人雅士藝術創作團隊，在慈城林家院內（今慈城糧機廠），創造了玉成窯紫砂壺，「玉成」為一句敬詞，為成全之意，用作紫砂窯名，寓意紫砂壺身價非凡，可與美玉比擬。寧波素來文風鼎盛，騷人墨客雲集，文人雅士為紫砂器題詞作畫，所刻詞句意境與雋永秀麗、造工精妙的紫砂茶器互相輝

映，充滿濃厚的文化美學底蘊。

2、玉成窯的文化密碼

玉成窯紫砂器之所以特殊，是因為在工藝的材美工巧外，還結合文人書畫的藝術造詣，因此有「前有陳曼生，後有梅調鼎」之說，玉成窯墨寶紫砂是以文人的審美情趣在紫砂器具上的一種藝術表現。梅調鼎其書法初學顏體，後學王羲之，中年學歐陽詢，晚年再深研魏碑，融會貫通、剛柔相濟，作品高逸神妙，合作的有任伯年、胡公壽、虛谷、徐三庚、陳山農等金石、書畫家，還有製壺名家何心舟、王東石等。這些書畫藝術家和製壺高手，成為最強的紫砂藝術創作團隊。梅調鼎的原創壺銘意蘊深厚亦相當有文學底蘊。如：瓦當造型的《瓦當壺》題詩，「半瓦神泥也逐鹿，延年本是人生福。壺癡騷人會浙寧，一片冰心在此壺。」詩詞藝術、雅趣十足，玉成窯墨寶紫砂主要是文人之間相互交流把玩傳世不多，更顯其珍貴。

肆、參展心得

- 一、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，至今參與場次約 8 場，每場都以「台灣頂級工藝」為整體品牌形象，即是希望增加識別度並延續台灣工藝形象，更加注重工藝生產端與工藝銷售端之間的鏈結。而連續幾年的參展，其實也可發現大陸消費市場有縮小情況，消費能力不再如同過往，現對於高端商品或是收藏品的選擇會更加慎重，但還是有基本的消費人口存在，惟要如何吸引注意力，除了加強特色區隔外，民眾在挑選商品時，也同時看中其品牌及後續收藏效益，因此品牌宣傳更顯重要，而品牌伴隨的品質也同樣令人關注，台灣商品目前在品質上仍較顯細緻，須好好保持。
- 二、此次展會共區分六大館，其中 8 號館為台灣展區，除了工藝中心參展外，亦有台灣創意設計中心、台灣文化創意產業聯盟協會、苗栗縣山城藝術文化協會等，中華茶藝聯合促進會也帶領台灣多家茶商參展，展商如台創、台灣文化創意產業聯盟協會等均以文創小物為展出主軸，展出包含授權商品如筆記本、護照套，特別設計的生活小物如隔熱墊、工具筆等等，多數商品的共通點是即使不被使用，造型也可作為生活空間擺設，此區展出商品的創意性以及現代感都勝於大陸當地商品。綜觀整體展館可感受到台灣整體參展產業規模較完整。但由於寧

波文博會為首次舉辦，參展單位及參觀客商群尚未穩定，以致展場部分攤位屬性較為複雜，而且展會尚未有其實績，重要通路商及買家尚未將此展會定位為主要訂購平台，未來仍待此展會持續發揮宣傳效益，逐步成為地區指標性重點展會，以凝聚更多相關文化創意產業及買家，擴大參展產值及宣傳成效。



台灣創意設計中心展場



台灣文化創意產業聯盟協會展場



中華茶藝聯合促進會展場

三、在其他展場部分，仍是較為傳統，如非物質文化遺產博覽會展區，或是根石藝術館、剪紙及木雕藝術等，大陸工藝業者所展示之工藝品仍多為傳統樣式，台灣工藝品在創新度上仍保有領先優勢，惟傳統工藝技巧保存則以大陸較佳，台灣除在創新上繼續努力保持領先外，也應加強傳統工藝技巧之傳承；除了生活展品外也設置了海外保稅藝術品展區，這是台灣文博會較看不到的。





四、大陸電子商務發達，在寧波文博會 7 號館中的創新電子商務區令人印象深刻，尤其是自動開戶發卡機，不須人工審核作業，直接線上操作及自動發卡，民眾僅在像是提款機的機器前操作，就可完成銀行開戶以及領取金融卡，充分展現電子商務自動化的未來趨勢。另外像是手機線上交易平台部分，現場也有多家大陸知名銀行進駐，展示交易軟體的便利性及可靠性，不管是線上購物、便利商店內消費、甚至搭乘計程車，都可用支付平台支付，其便利性值得我國參考。

伍、建議事項

- 一、持續拓展各區市場：工藝中心相繼在上海三民博覽會及杭州文博會參展後，寧波文博會亦為臺灣頂級工藝前進中國華東市場重要一步，工藝市場布局需要持續曝光及參展，才能逐步發揮效益，而未來不論是否持續參展寧波文博會，建議輔導臺灣工藝家持續參展，讓各工藝家藉由參展了解本身產品定位、目標客群以及市場動向，穩健拓展各地區市場。
- 二、加強公關媒宣，增強曝光：工藝中心以台灣頂級工藝品牌連續參展，公關媒宣的重要性越趨升高，本次寧波文博會主辦單位同樣在宣傳上做足功夫，包含微信宣傳、重要交通點宣傳文宣等，增加曝光度，使當地民眾得知展會訊息進而入場參觀。而此次為加強與當地媒體的宣傳，在開展當天於展會現場進行媒體發布會，讓媒體可直接與工藝廠家面對採訪；爾後也應加強展前先期曝光宣傳。
- 三、提昇文化內涵、提振茶器商機：台灣茶器近幾年在大陸市場接受程度很高，因台灣的工藝師所燒製的茶器具一般在材料及製作工序上均較按照規矩，品質上較放心，且造型較有設計感，也有在功能及材料上創新，較為新奇有趣。先有柴燒陶器熱賣，後有天目茶器頗受青睞，但大量進入市場後，類似產品也很快就出現，如今柴燒市場已經呈現產能過剩現象，除真正好的產品能維持不墜外，

一般產品已經飽和，價格落差懸殊，識貨者才能買到精品。觀察寧波的玉成窯紫砂壺，有歷史的厚度、文人的情懷、藝術的美感、土地的地氣，其胎體有調砂老紫泥、五色桂花砂等，均為上等茶壺用料，因此造就了茶藝師追求的夢幻逸品。反觀我們茶器產品與這片土地及歷史的連結就顯得薄弱，如果我們能在源頭活水的文化內涵上多下深點功夫，建立台灣特有的風格，未來茶器市場還會有我們產品的一片天。茶器這塊市場成長快，但是消費客群同樣品味也在迅速提昇，如果未能洞察變化、前瞻未來，台灣茶器在大陸的市場，遲早會如同紅色供應鏈一樣的危機迫近，殷鑑不遠，應該未雨綢繆，調整產業方向，從源頭開始，以台灣文化深耕，才能建立價值，走向全球市場。