

出國報告（出國類別：考察）

「2018 杭州文化創意產業博覽會」 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、陳羿帆、周詩穎
派赴國家/地區：大陸杭州
出國期間：107.09.17-107.09.24
報告日期：107.11

提要表

| | | | | | | |
|----------|---|--------------|--------------|----------|-----|------------------------|
| 系統識別號： | C10702393 | | | | | |
| 相關專案： | 無 | | | | | |
| 計畫名稱： | 「2018中國杭州文化創意產業博覽會」參展行程 | | | | | |
| 報告名稱： | 「2018中國杭州文化創意產業博覽會」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： | 杭州文博會 | | | | | |
| 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 | 130,000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 | 130,000元 | | |
| 出國期間： | 民國107年09月17日 至 民國107年09月24日 | | | | | |
| 報告日期： | 民國107年11月14日 | | | | | |
| 關鍵詞： | 文博會，杭州，兩岸，商展，杭州文博會，文創，創意 | | | | | |
| 報告書頁數： | 29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，第三場展會為杭州文博會，杭州為人文薈萃之地，文人雅士匯聚之處，近年被打造為大陸創意之城市代表，杭州文博會也著重文創及設計並已成功舉辦十一屆，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 | |
| | 參展廠商徵選類型及展示之參展展品更多元，有利於創造不同機會 | | | 已採行 | | |
| 電子全文檔： | C10702393_01.pdf | | | | | |
| 出國報告審核表： | C10702393_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，第三場展會為杭州文博會，杭州為人文薈萃之地，文人雅士匯聚之處，近年被打造為大陸創意之城市代表，杭州文博會也著重文創及設計並已成功舉辦十一屆，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..... | 3 |
| 貳、 參展規劃..... | 6 |
| 參、 展覽執行紀錄..... | 17 |
| 肆、 參展心得..... | 26 |
| 伍、 建議事項..... | 28 |

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

杭州文博會創辦於 2007 年，著眼於「國際化、產業化、專業化、品牌化」，彙集來自法國、英國、新加坡等多國的文創產業合作交流平臺，帶來全球頂尖品牌設計和作品的同時，也整合各界文創資源。

第十二屆文博會以「融 一創意城市。美好生活」為主題，主會場設置於白馬湖國際會展中心，設置了主題展區、創意生活展區、產業融合展區、藝術創新展區、工藝精品展區、文化科技展區及樂享生活展區等等，也同時在展期間推出了兩岸文創產業交流對接會、京都經濟文化發展論壇、第五屆中國創意設計峰會及浙江城市之禮品牌發展論壇等活動，走過十個年頭的杭州文博會積極在創意與消費中取得平衡，提升文博會品牌效益及產業價值。



貳、參展規劃

一、展出地點：杭州白馬湖會展中心。

二、展出時間：107年9月19日至9月23日。

三、主辦單位：杭州市人民政府、浙江大學、中國美術學院、杭州市文化創意產業辦公室。

四、工藝中心參展成員：行銷組蔡體智組長、陳羿帆專員及周詩穎辦事員等三人。

五、工藝廠商參展成員：共 21 家。

| 項次 | 品牌名稱 | 工藝類別 |
|-----|-----------------------|----------------|
| 1. | 玲瓏窯 | 玻璃 |
| 2. | 絲藏蜜語 | 複合媒材 |
| 3. | 天目熒星 | 陶瓷 |
| 4. | LEADER 文創藝術 | 陶瓷、銅雕 |
| 5. | 寶象陶瓷藝術坊 | 陶瓷、複合媒材 |
| 6. | 彭坤炎堆漆創作 | 漆工 |
| 7. | 自然色 | 染纈 |
| 8. | 顏金益漆線工坊 | 漆線雕 |
| 9. | gridesign studio 格子設計 | 編織、竹工藝 複合媒材 |
| 10. | 瑩的幸福工坊 | 複合媒材、纏花 |
| 11. | 陶妍藝術 | 陶瓷、木竹工藝 |
| 12. | 鐵山漆坊 | 漆工、複合媒材 |
| 13. | 瓷嬉工坊 | 陶瓷、複合媒材 |
| 14. | 陳力維竹木藝 | 木竹工藝 |
| 15. | 趙勝傑 | 陶瓷 |
| 16. | 劉美英陶藝工作室 | 陶瓷 |
| 17. | 樺泰漆器 | 漆工 |

| 項次 | 品牌名稱 | 工藝類別 |
|-----|-----------|------|
| 18. | GEWAY 格瑋 | 複合媒材 |
| 19. | iThinking | 金工 |
| 20. | 禧陶工作坊 | 陶瓷 |
| 21. | 竹塹古峰窯 | 陶瓷 |

六、參展日程安排：

| 日期 | 星期 | 任務 | 地點 | 說明 | 天數 |
|-----------|-------|-----------------------|----------------------|---|----|
| 9/17-9/18 | 一 - 二 | 工作人員進場、展場施工及佈展等 | 臺灣→杭州 | 1.9/17:所有人員出發至杭州。 2.9/17-9/18:展場硬體施工監督及參展廠商進場佈置。 | 2 |
| 9/19-9/23 | 三 - 日 | 展會期間:辦理佈卸展、展場管控等相關事宜。 | 2018 中國杭州文化創意產業博覽會會場 | 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。 | 5 |
| 9/24 | 一 | 返程 | 杭州→臺灣 | 所有人員返回台灣 | 1 |
| 合計 | | | | | 8 |

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：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，而杭州文博會有別於前兩場茶博會，在參展廠商徵選上以茶工藝品為主，此展為綜合性展會，獲選的參展廠商類型多元而廣泛，21 家的參展廠商有玻璃、染織、陶瓷及複合媒材，今年度更增加了許多新進工藝文創廠商，如格瑋國際、格子設計及瓷嬉

工坊等等，他們用創意表現出不同的工藝產品，也符合文化創意產業博覽會的主軸。

- (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

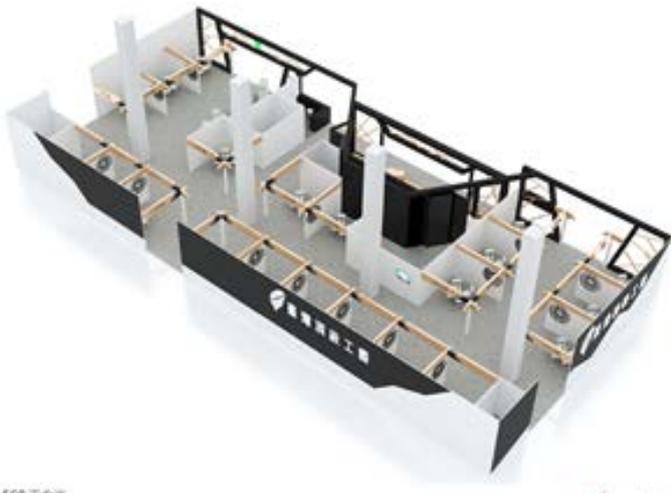
- (一) 設計概念：此次視覺設計概念為，臺灣的文化因時間的刻劃與時代的堆疊，產生獨特的地域風格，而臺灣的工藝品，在歷史蘊含下造就出特別的韻味，融合東、西方不同文化所產生的多元變化，更是在這塊寶島上生活的內涵呈現。展館的設計核心，採用黑與白兩色搭配，並加入大自然木質的元素，利用簡約且質樸的方式呈現臺灣純粹又樸實的個性，並用簡單的素材襯托出此次臺灣頂級工藝品獨有的細膩之美。

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

| | |
|--|--|
| | <p>透視圖</p>  <p>杭州漢維工藝·杭州灣·560 平方米 工藝研究發展中心</p> <p>PROPOSED >> PERSPECTIVE VIEW Designed by GND 漢維工藝</p>  |
| | <p>透視圖</p>  <p>杭州漢維工藝·杭州灣·560 平方米 工藝研究發展中心</p> <p>PROPOSED >> PERSPECTIVE VIEW Designed by GND 漢維工藝</p>  |
| | <p>透視圖</p>  <p>杭州漢維工藝·杭州灣·560 平方米 工藝研究發展中心</p> <p>PROPOSED >> PERSPECTIVE VIEW Designed by GND 漢維工藝</p>  |



台灣頂級工藝 - 杭州館 - 560 平方呎
工藝研究發展中心

PROPOSED >> PERSPECTIVE VIEW designed by G240 研研



台灣頂級工藝 - 杭州館 - 560 平方呎
工藝研究發展中心

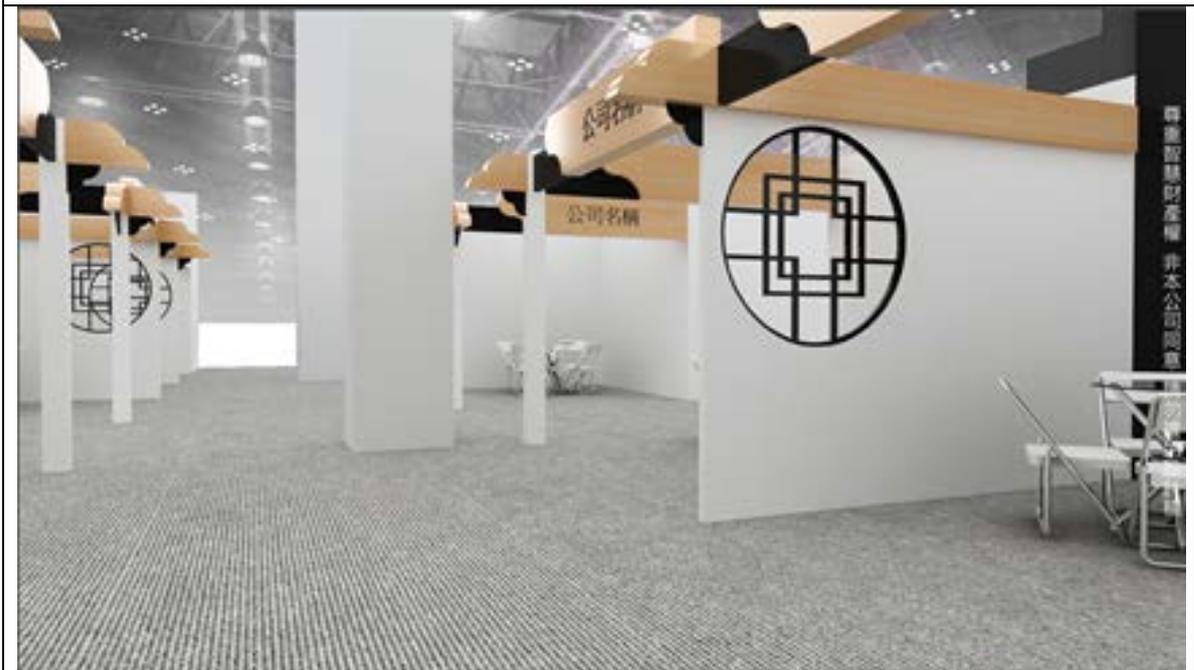
PROPOSED >> PERSPECTIVE VIEW designed by G240 研研





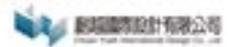
台灣頂級工藝 - 杭州樓 - 560 平方米
工藝研究發展中心

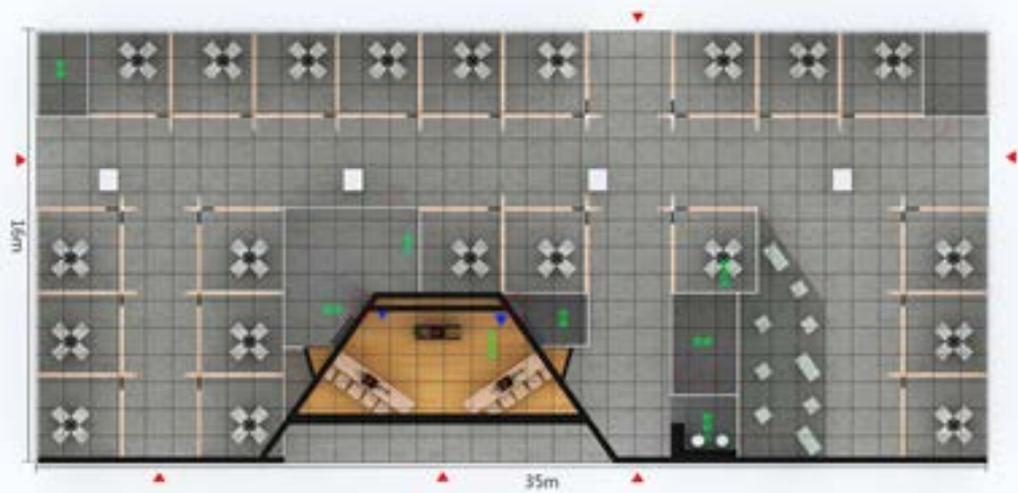
PROPOSED >> PERSPECTIVE VIEW designed by GND 廣恒設計



台灣頂級工藝 - 杭州樓 - 560 平方米
工藝研究發展中心

PROPOSED >> PERSPECTIVE VIEW designed by GND 廣恒設計



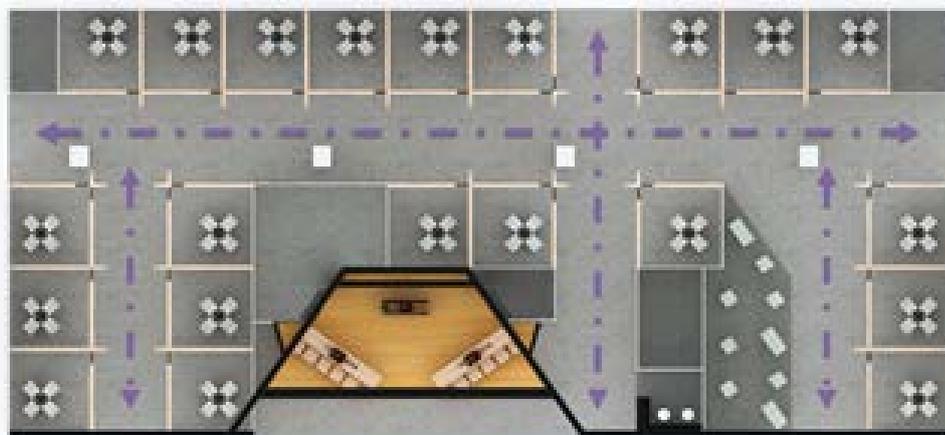


台灣頂級工廠 - 杭州樓 - 560 平方米
 工藝研究發展中心

PROPOSED >> PERSPECTIVE VIEW designed by GND 高迪建築



參觀動線圖



台灣頂級工廠 - 杭州樓 - 560 平方米
 工藝研究發展中心

PROPOSED >> PERSPECTIVE VIEW designed by GND 高迪建築



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。



目 錄 CONTENTS

| | |
|-----------------|-----------------|
| 04 工藝中心介紹 | 66 瓷嬉工坊 |
| 06 主任序 | 72 陳力維竹木藝 |
| 08 臺灣茶文化 | 78 陶妍藝術 |
| 10 參展工藝家 | 84 絲藏蜜語 |
| 12 GEWAY格瑋 | 90 趙勝傑 |
| 18 iThinking | 96 劉美英陶藝工作室 |
| 24 LEADER文創藝術 | 102 璧的幸福工坊 |
| 30 天目燹星 | 108 樺泰漆器 |
| 36 有風堂漆藝工坊 | 114 禧陶工作坊 |
| 42 竹塹古峰窯 | 120 顏金益漆線工坊 |
| 48 自然色手作坊 | 126 寶象陶瓷藝術坊 |
| 54 玲瓏窯 | 132 鐵山漆坊 |
| 60 格子設計 | 138 主辦單位、參展單位 |

| 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技藝最高品質據點，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，達到臺灣工藝之典藏、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，是深圳民眾所追尋的；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袖茶器、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，而俯拾間品茗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。

大眾工藝能量的醞釀，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，傳遞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愛，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

許耿峰

臺灣茶文化

臺灣 90 年代就以其精緻林立、美觀人士園藝園藝茶園去展現更爭先的文化特色。一時呈現其茶葉精緻、百年茶話向各類「藝」而呈現，以多樣的內容形式展現文化核心價值，這又與茶藝的展現風格特色。

臺灣茶廊特色

特色一：臺灣的傳統茶葉與精緻的園藝園藝，展現出臺灣的傳統。特色二：臺灣因其給茶藝家更有展現出藝術方法，在的平實和精緻了品。臺灣除了茶葉，也展現出精緻的「藝」而呈現，展現其具的臺灣文化特色。

特色三：臺灣茶廊文化之內在與外在，呈現文藝園藝的展現文化特色。



參展工藝家

| | | |
|-----------|-----------|------|
| GEWAY | iThinking | 天目茶星 |
| gridesign | 陶妍藝術 | |

| | | |
|------|------|------|
| 天目茶星 | 天目茶星 | 天目茶星 |
| 天目茶星 | 天目茶星 | 天目茶星 |

TAIWAN
TAINAN EXCELLENT
TAINAN EXCELLENT CRAFTS

A | GEWAY 陶研 H | 陶研 O | 陶研陶研工藝
B | iThinking I | 陶研 P | 陶研陶研工藝
C | iThinking 陶研 J | 陶研 Q | 陶研陶研
D | 陶研 K | 陶研陶研 R | 陶研陶研
E | 陶研陶研 L | 陶研 S | 陶研陶研工藝
F | 陶研陶研 M | 陶研 T | 陶研陶研工藝
G | 陶研陶研 N | 陶研 U | 陶研陶研

天目茶星

TENMOKU STARRING

天目茶星

電話：0980-5-762380
地址：臺南市安平區永興里 100 號 11 樓
網站：http://www.tenmoku.com
信箱：http://tenmoku@tenmoku.com

天目茶星由天目茶星負責人天目茶星設計，以「天目茶星」為品牌，展現其對茶藝的熱愛。天目茶星由天目茶星設計，以「天目茶星」為品牌，展現其對茶藝的熱愛。天目茶星由天目茶星設計，以「天目茶星」為品牌，展現其對茶藝的熱愛。

天目茶廊

天目茶廊

天目茶廊



天目茶廊

gridesign studio

格子設計

gridesign studio 格子設計，展現其對茶藝的熱愛。gridesign studio 格子設計，展現其對茶藝的熱愛。gridesign studio 格子設計，展現其對茶藝的熱愛。

製結椅 Bow Tie Chair

製結椅

製結椅



響燈 Lou Lamp

響燈

響燈



瓷福工場

瓷福工場

瓷福工場



幸福響鐘舞 (大、小金鐘)

幸福響鐘舞

幸福響鐘舞



富貴對杯

富貴對杯

富貴對杯



內文-參展工藝家簡介

參、展覽執行紀錄

本年度計有五場大陸展會，杭州文博會為巡迴展第三站，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。

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、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；其餘三面開設較小的出入口，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。

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，因本次參展廠商較多達 21 家，另因施工由前兩站所使用之規格化木模板改為全木作，較易因應場地條件調整，約至 9 月 18 日下午二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。杭州文博會場地為長型場地，且一側為二樓手扶梯處，為配合消防安檢及人流動線須加開出入口，使場地受限較大，配置上調整至流暢的參觀動線，初步配置上先將倉庫放置於民眾參觀上視覺的死角處，其他廠商的安排儘量保持民眾進場後可順利參觀所有展商展位，並在現場以加設燈光，避免廠商因較靠近牆壁，會場燈光較薄弱而影響顯眼度，以下為展覽執行相關紀錄。

一、9 月 17 日至 9 月 18 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 35m*16m。

| 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



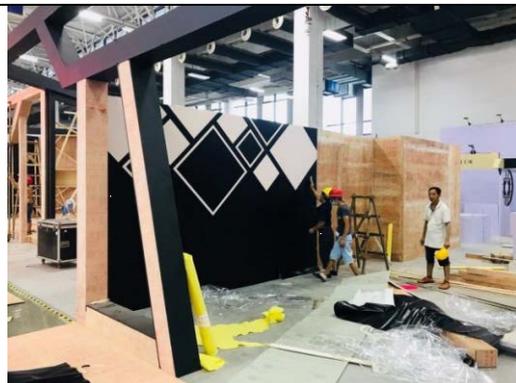
6.展覽攤位結構施工



7.外牆施工



8.特展區施工



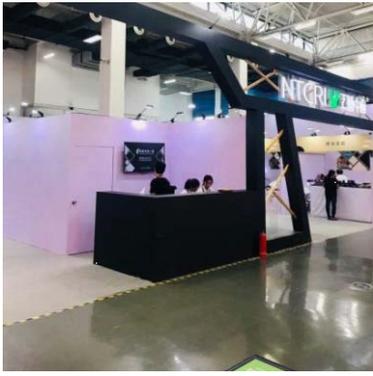
9.展覽攤位施工



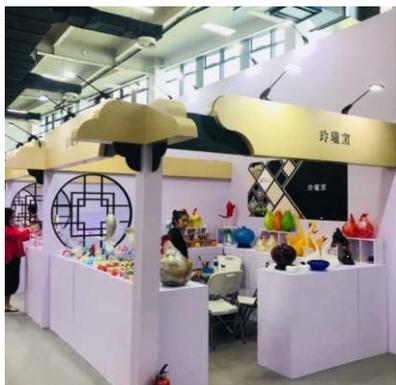
10.燈殼字施工



二、展場完成

| | |
|---|--|
| 1.外觀結構造型 | 2.服務台 |
|  |  |
| 3.茶席展演區 | 4.特展區 |
|  |  |
| 5.廠商區 | 6.廠商區 |
|  |  |
| 7.廠商區 | 8.廠商區 |
|  |  |

9.廠商區



10.廠商區



11.廠商區



12.廠商區



13.廠商區



14.廠商區



15.廠商區



16.廠商區



三、9月19日至9月23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



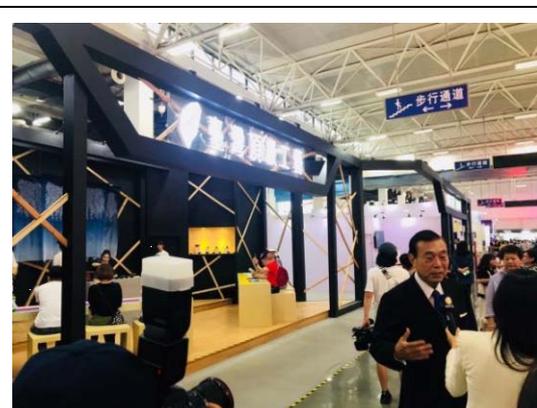
4.媒體簽到



5.貴賓參觀



6.貴賓參觀



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



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:9月23日

| | |
|---|--|
| 1. 參展工藝家撤展 | 2. 參展工藝家撤展 |
|  |  |
| 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) 21 家廠商 5 天展會現場產值約計新臺幣 454 萬 9,427 元，後續訂單產值目前調查中，杭州在參觀民眾的客群來說相對年輕，在消費上並非先考量收藏，因此大型創作作品所獲關注較少，但若是使用與設計獨特性兼具的產品，像是陶妍藝術、天目熒星、趙勝傑等仍是有良好佳績，另外本次參展商中有新進廠商如瓷禧工坊、格瑋國際、格子設計、ithinking 等等，也都以其創意獲得好評；杭州在發展上擬訂了從“杭州製造”走向“杭州創造”轉變的發展策略，讓杭州在優美風景的自身優勢上，以“創意城市。美好生活”為主題，走原創性、差異化的文創產業發展之路，同時也就造就了良性的文創產業市場的前景。
- (二) 媒體報導焦點：來訪媒體包含浙江電視臺公共新聞、都市快報、行週末、杭州佬兒、廟街、東八區杭州、海峽衛視、杭州在線等。
- (三) 來訪通路及貴賓：包含兩岸企業家峰會現代服務暨文化創意合作推進小組召集人王志剛、浙江省宣傳部長、英國駐滬總領館副總領事 Tony Clemson、西湖大學副校長許田、清華大學杭州顧問熊澄宇、熙優商貿有限公司、海諾旅遊、飛魚設計、江西南昌-瀨融(上海)投資控股有限公司、錦魚文化平面設計、微拍堂、福尚租車等。
- (四) 媒體報導



×

都市快报

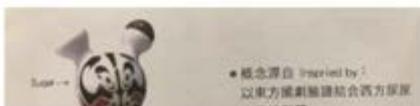
...



其实它是奶精灌和糖罐。

头部可以放砂糖，身体部分则可以放奶精。

这件“中秋限定款”良品美器是台北设计师吴永祥的作品——“东方的尿尿小童”。这件小玩意，要经过1280度的高温烧制全瓷，用的是日本进口的瓷土，再配上生旦净末丑的画像，1000个里有600个才能成功一个完好形状的“尿尿小童”。



×

行周末

...

「台湾顶级工艺」走入杭州文博会啦，各种台湾工艺好物等你来~

9月19日-23日，带着新旧融合、风格各异工艺创作的台湾艺术博物馆来啦。原生态工法萃取植物色素精制的天然染织、东方国剧脸谱嫁接西方尿尿小童、金属线构筑出通透空间感、带来光影变化的吊灯...

今年度台湾顶级工艺还秉持着「手感工艺、温暖生活」的主轴，将享茶空间搬入展场。在凡尘俗扰中让身心安住、沉淀思绪，让生命的能量更加充实。

时间：9月19日-9月23日

地点：杭州白马湖国际会展中心

费用：30元

一句话点评：静心享受台湾匠人的精工巧作，温暖且优雅。

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。

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。今年度第三站為杭州文博會，邁入第 12 年的杭州文博會以「融—創意城市、美好生活」為題，與杭州朝向文化創意之都發展相輔相成，展會中帶入城市博物館、設計展中展等，包含東方西方的碰撞、傳承與創新的融會、文化創意與經濟社會各領域的融合；臺灣頂級工藝的參與也不遑多讓，帶著新舊融合、風格各異的工藝創作走入杭州，實用性茶器具、家居生活擺設，無論是生活起居日常使用，或空間裝設質感增添，都值得在臺灣頂級工藝細細品嚐挖掘。

參展展品中有以積層竹大弧度烤彎並結合「領結」概念製作而成的領結椅，用現代大眾了解的裝飾圖案恰如其分地引導大眾親近竹材，瓷禧工坊以東方國劇臉譜嫁接西方尿尿小童的幽默，帶來童趣可愛又實用的奶精、糖罐，格瑋國際以金屬線構築出通透空間感的吊燈，燈光穿過層層線條投射於牆面，普通的燈霎時有了光影的變化，這些作品都讓生活空間多了份想像及質感。而捧起一杯茶，看見的是如宇宙星空般神秘的天目釉色，案上置著以天然樹漆製作，輕巧耐用且溫潤柔美的漆工藝茶盤，佐以手捏精巧成型、繪製精細的當代陶藝茶壺，溫暖且優雅，21 家臺灣頂級工藝業者均完美演繹了工藝生活中悠閒的東方生活美感，也將台灣獨有的創意帶入杭州，綜觀本次參與杭州博會參展行程參考如下：

- 一、杭州文博會在踏入第 12 年並不如外界預期地僅是不斷端出相同的展示，反而在展出規劃上讓人有耳目一新的感受，也讓展覽主題更切合文博會的名稱。此次的文博會展示商中，商業性廠商與概念性展覽中各有其比例，這也增添了看頭，既不會讓文博會淪為像文創商品的賣場，也不會讓參觀者只能

觀看概念性展覽卻無法購買所想要的產品，此點也是近年的台灣文博會也都走向的展示方向。杭州文博會也帶入了許多有趣的主題性展出，像是未來生活展區、創意新銳展區、英國館、絲路沿線國家文化藝術交流展等等，在創意及質感上都讓人感受到了杭州文博會的企圖心。

二、杭州文博會主要在杭州白馬湖國際會展中，分為了 A、B 兩棟，A 棟兩層，B 棟四層及地下室，具有相當廣闊的展示空間。而杭州文博會也與其他大陸展覽較為不同是一般參觀民眾入場需繳交入場費，一人為人民幣 30 元，大約為台幣 130 元，但是購買一次門票後五天展期均可以參觀，此種方式也提高了民眾購票意願，讓習慣是掃 QRcode 關注展會即可入場參觀的大陸民眾無形中願意付費入場，讓本次杭州文博會參觀人潮相當洶湧，也為參展商帶來佳績，但也相對地也破壞了參觀品質，展位前常擠滿人潮拍照合影等等，影響實際觀看的品質，又因杭州展館並非分成數棟，無法個別關控人潮，如何在維護購票民眾權益與維持參觀品質中獲得平衡實為杭州文博會應考量之處。

三、本次在杭州因參觀人潮增加讓行銷成果同樣上升，而像趙勝傑在杭州已深耕多年有固定客群，仍然如以往有好成績，整體而言，有自己特色的作品在杭州較易展露頭角。同樣為茶器具，天目茭星因其獨家的天目釉色，雖然為傳統型態卻依然獲得青睞；陶妍藝術細膩的化妝土裝飾及質感呈現也讓民眾關注，反觀是柴燒或釉燒茶器因不夠突出，雖然價格較平易近人，成績卻持平。此外，多年來的參展觀察大陸仍較能接受創新但需帶有傳統型態的物品，但杭州的文創氛圍及人文素養，讓新興的文創商品在杭州一反常態地獲得佳績，其他展出也讓工藝家有相當多感受觸發。





伍、建議事項

- 一、參展廠商徵選類型及展示之參展展品更多元，有利於創造不同機會：本次杭州文博會所徵選之廠商，有傳統也有創新，有講求工藝技巧也有以工藝結合創意的產品；以杭州文博會為例，因性質為綜合性展會且參觀群眾較為年輕，具工藝性質的小型產品或實用品更容易吸引群眾目光，藉由該類型產品帶動群眾進入展場參觀；此外，本次所徵選出之參展廠商所攜帶之產品也有著多樣選擇更增添魅力，在品牌創作主軸下，提供不同類型與價位的產品，例如自然色有藍染圍巾也有大型藍染掛飾，絲藏蜜語有纏花耳環、纏花胸針或創作擺飾，同時兼顧入門者可接受的實用品及具工藝知識之購買者的需求，推廣效果相對提升。