

出國報告（出國類別：考察）

「2019 中國（深圳）國際春季茶產業博覽會」參展行程

服務機關：國立台灣工藝研究發展中心

姓名職稱：許耿修主任等人

派赴國家/地區：大陸深圳

出國期間：108.06.25-108.07.01

報告日期：108.08

提要表

系統識別號：	C10801339					
相關專案：	無					
計畫名稱：	「2019中國(深圳)國際春季茶產業博覽會」參展行程					
報告名稱：	「2019中國(深圳)國際春季茶產業博覽會」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
	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@ntcri.gov.tw
前往地區：	中國大陸					
參訪機關：	深圳茶博會					
出國類別：	考察					
實際使用經費：	年度	經費種類	來源機關	金額		
	108年度	本機關	國立臺灣工藝研究發展中心	80,000元		
出國計畫預算：	年度	經費種類	來源機關	金額		
	108年度	本機關	國立臺灣工藝研究發展中心	80,000元		
出國期間：	民國108年06月25日 至 民國108年07月01日					
報告日期：	民國108年08月14日					
關鍵詞：	深圳，茶博會，兩岸，展會，商展，深圳茶博會					
報告書頁數：	30頁					
報告內容摘要：	工藝中心自102-107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，透過臺灣工藝整體品牌形象建立，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。「108年臺灣頂級工藝大陸展會參展計畫」預定參加四場展會，深圳茶博會為108年首場展會，商業氣息濃厚及發展快速的深圳，市場競爭激烈，盼藉由展覽的參與，提升臺灣工藝家市場行銷能力，並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	
	精選展會地點，持續帶領臺灣工藝業者踏出台灣市場並探詢整體市場趨勢			已採行		
電子全文檔：	C10801339_01.pdf					
出國報告審核表：	C10801339_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 102-107 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，透過臺灣工藝整體品牌形象建立，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。「108 年臺灣頂級工藝大陸展會參展計畫」預定參加四場展會，深圳茶博會為 108 年首場展會，商業氣息濃厚及發展快速的深圳，市場競爭激烈，盼藉由展覽的參與，提升臺灣工藝家市場行銷能力，並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.....	18
肆、 參展心得.....	26
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，以品牌概念為主軸，整合臺灣工藝家向外拓展市場，逐步建立品牌名聲，提升知名度。工藝中心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，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，將影響力擴及個別工藝廠家，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、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，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 年開始進入大陸西部，參與西安絲綢之路文化創意產品交易會，以及首次進入大陸浙江參與上海民博會、杭州文博會等；105 年則參與寧波、杭州、廈門文博會，以及深圳茶博會與四川旅博會，從此年度開始針對市場反應逐步轉變參展方向為參與專業茶博會，也挑戰與旅遊禮品市場結合的四川旅博會；而茶博會因客群相對明確，106 年開始擴大對於茶博會的參與，至今年度台灣頂級工藝仍規劃參與深圳、西安及北京的茶博會。

大陸幅員廣大，各地特色及消費習慣均不相同，在語言相通及物品使用習慣較相近情況下，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：

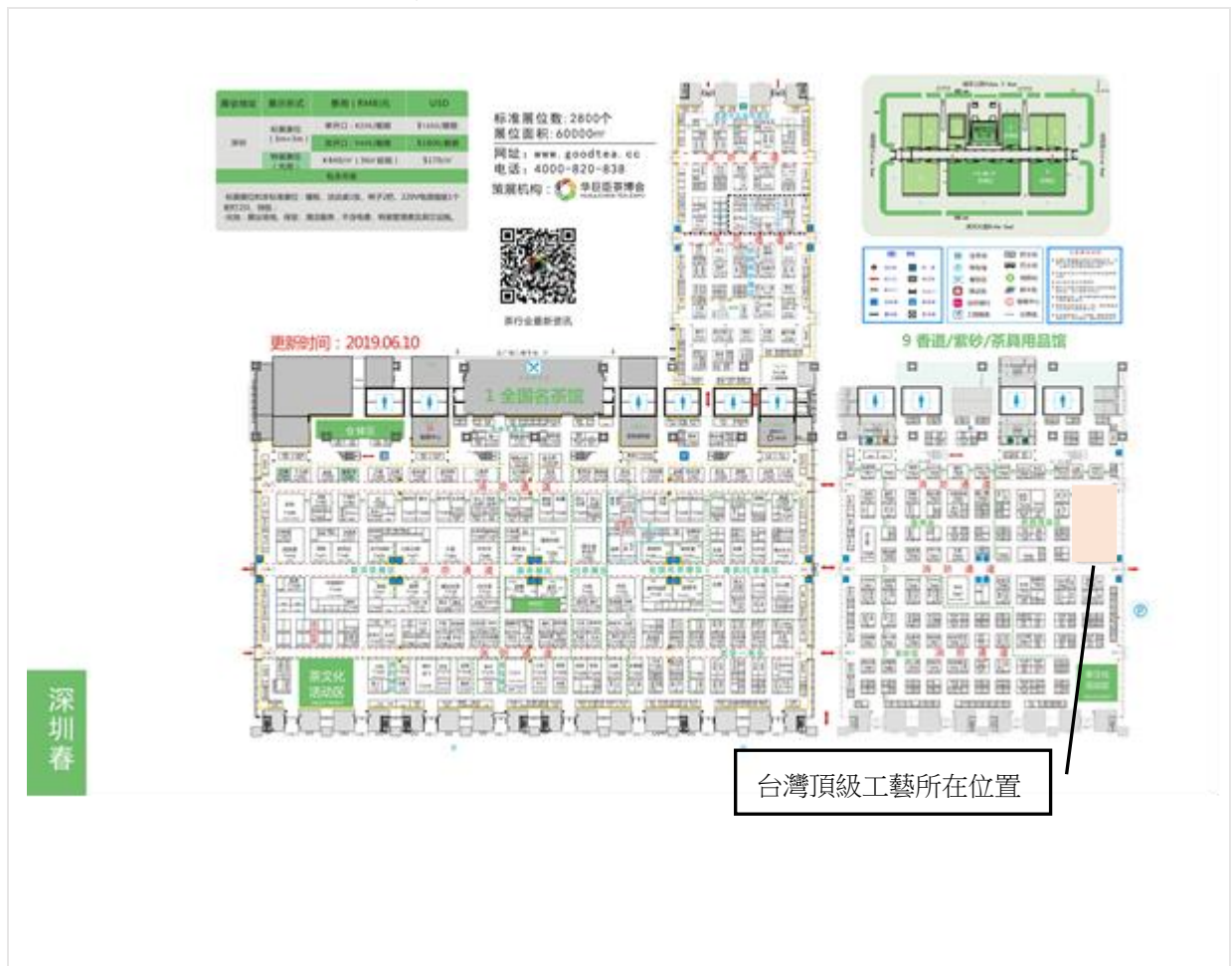
臺灣工藝透過持續不斷地在國際與兩岸曝光，深度推廣臺灣整體文創品牌形象，促進臺灣文創產業與國際交流，製造國際與兩岸媒合機會，開拓工藝產業的國際與兩岸市場，達到行銷臺灣優質工藝產品目的。

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

2019年6月27日-6月30日，深圳市華巨臣實業有限公司在深圳國際會展中心舉辦2019中國深圳國際春季茶產業博覽會。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、時尚茶生活展區、茶器美學展區、香博會、紫砂茶區等等。深圳茶博會彙聚大陸國內外各地茗茶產區超過1000家知名茶企業和各地知名茶業廠商，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：108 年 6 月 27 日至 6 月 30 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：許耿修主任、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.	陳穎賢竹藝雕刻、陶瓷工藝工作室	陶瓷、竹工藝
2.	水里蛇窯	陶瓷
3.	趙家窯-崇源	陶瓷
4.	秋雨十一金工設計	陶瓷
5.	陳力維竹木藝	木工藝、竹工藝
6.	白勝宇	陶瓷
7.	天目熒星	陶瓷
8.	天染工坊	染纈
9.	植物語彙	陶瓷、金工
10.	老土藝術工作室	陶瓷
11.	Leader - 台灣益德陶瓷	陶瓷
12.	清窯工作室	陶瓷
13.	圓山窯	陶瓷
14.	劉世平陶藝工作室	陶瓷
15.	古川子工作室	陶瓷

六、參展日程安排：

日期	星期	任務	地點	說明	天數
6/25-6/26	二-三	工作人員進場、展場施工及佈展等	臺灣→深圳	1.6/25出發至深圳。 2.6/25-26：6/25即進入展場監督硬體施工進度，6/26硬體完成後開始參展廠商進場佈置。	2
6/27-6/30	四-日	展會期間：辦理佈卸展、展場管控等相關事宜	2019 中國(深圳)國際春季茶產業博覽會會場	展會期間：辦理佈卸展、展場管控、通路接待、行銷拓展、貴賓接待及媒體採訪等相關事宜。	4
7/1	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 102-107 年來建立的品牌「台灣頂級工藝」，以該品牌樹立臺灣工藝高端精緻形象，每年度曝光也是為維持並延續品牌效益。
- (二) 參展工藝廠商：本年度共有四場展會規劃，依據場地大小，每場均徵集 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」，其中深圳茶博會為專業性展會，在參展廠商的徵集上以茶相關器具為主，包含陶瓷、金屬等，因台灣工藝製作材料上以陶瓷為大宗，本次廠商徵集也可發現七成以上為陶瓷器業者。
- (三) 新式茶空間：在「器」之外，對於茶的需求由單純喝茶轉為品茶後，現代人更加上了對「空間」氛圍上的要求，工藝中心亦在 2015 年舉辦 TEA X CRAFT 茶屋+工藝特展，嘗試發表新式品茶空間概念；今年也首次將茶屋帶進茶博會，展現台灣新式茶空間設計想法，三座茶屋「無相、Cage、在水一方」各富意境。「無相」搭配茶藝師茶席表演，以實際茶

席活動讓民眾體驗茶器使用方式及其氛圍；「Cage」以中式窗花為底，轉化為鐵件呈現，中式細緻與西方簡約併容，呈現現代簡潔風格；「在水一方」則以藍天及海洋為發想，結合天圓地方概念，天空藍與海水藍相映成趣，走入其中，釋然於碧海藍天，三座茶屋都盼傳遞飲茶的悠然自得感受，期盼透過今年三座茶空間與工藝師精湛技藝的展出結合，將臺灣茶器文化及空間設計的視野帶入展場。

八、展區規劃

- (一) 設計概念：此次視覺設計概念為，臺灣四面環海，在時間與海洋的孕育下，承載著多元豐富的工藝創造力，工藝能量如同百花盛開般溫暖著這座島嶼，主視覺以圖騰及編織繩結概念組成；圖騰設計的基礎來自於大自然的生命，諸如自然界的一切生物，不僅外形多樣，顏色豐富，甚至結構上也能給人以靈感，而編織繩結則是呈現時間流動的體現，就如同工藝也需時間的醞釀，方能成就美好事物。

主視覺設計



台灣頂級工藝
TAIWAN EXCELLENT CRAFTS

(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、茶空間展示區、倉庫區等。每家工藝廠商品牌區約劃分為 3m*3m，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。

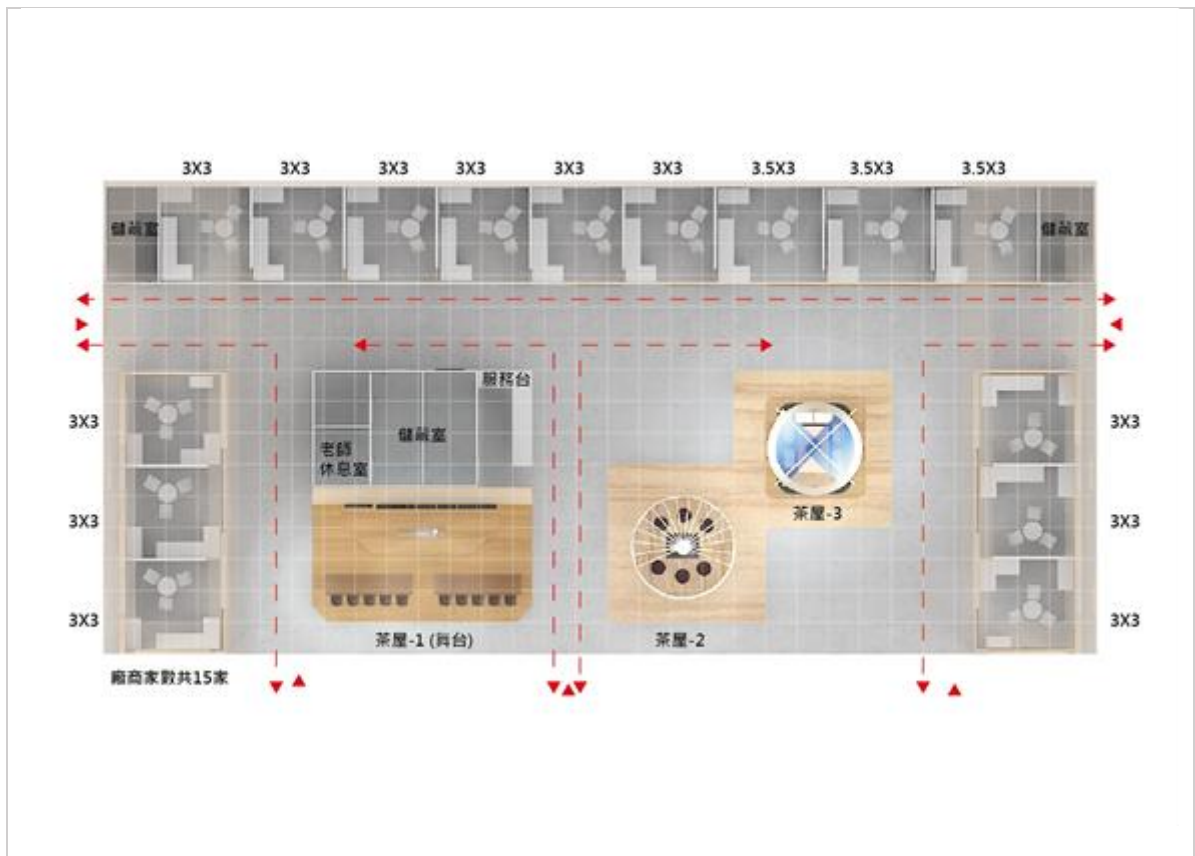
(三) 全區模擬透視圖











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，從去年度開始便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；除了整體邀請卡外，也製作參展者單張宣傳圖檔，利於參展者放置於網路上宣傳流通。





(二) 導覽手冊：手冊封面延續本次展場設計意象，以百花圖騰花紋為底，整份手冊並以繁體字編印而成，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；除了紙本手冊外，今年度也將導覽手冊轉為線上可觀看的方式，在現場提供 QRcode 讓來訪者可直接用手機掃描 QRcode 觀看參展者的介紹，提供更廣泛的宣傳。

台灣頂級工藝

TAIWAN EXCELLENT CRAFTS

2019

深圳國際春季茶產業博覽會

NTCRI 工藝中心

封面及封底

工藝中心介紹

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，建制臺灣工藝之蒐藏、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。

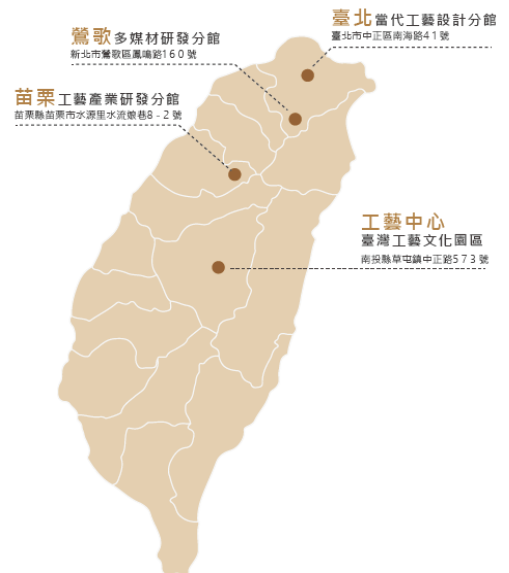
工藝中心包含臺灣工藝文化園區及三處外館，在工藝文化園區裡有六個重要館舍以及工藝旅館等；三處外館包含臺北當代工藝設計分館、鶯歌多媒材研發分館、苗栗工藝產業研發分館，臺灣工藝園區現已成為台灣重要的工藝文化基地。



04

工藝中心分布圖

工藝中心分布圖



05

內文-國立臺灣工藝研究發展中心簡介



天目熒星

電話 | +886-3-3629881
地址 | 桃園市八德區東美街560巷10號
信箱 | hongfuwu@hotmail.com

鴻福陶藝坊負責人吳永義老師於1979年成立史事有限公司，專門製作陶泥，自此開啟與陶瓷的緣分。當時藉由製作各式陶藝製品，奠定陶藝的基礎，為求確證遂於1998年師事陶藝界前輩翁毓棠老師，和天目釉有了初次的接觸，深為天目釉繽紛變化的特性，展現出深沉內斂的本質和豐富的變化所吸引，因而成立鴻福陶藝坊，全心投入研究。

94



蝶衣	材 質	陶瓷
	尺 寸	32x32x35cm

以天目湖琉璃的特性配合鐘瓶如舞者般的抽象形象。深紅釉色像蝴蝶羽衣一般包裹瓶身。就像一位舞者穿著中世紀貴族服裝展現優雅的舞姿翩翩起舞。靜的瓶、以具生命力的釉交織出動態的氛圍。

10

白鹿半



白勝字

電話 | +886-49-2305235
地址 | 南投縣草屯鎮碧山路727巷364弄63號
信箱 | n8q133@gmail.com

一個看起來頗為淘氣的大男孩，因學畫而開啟了對茶的職人態度。自2012年開始學陶，用年輕的手撫著老熟習茶作陶人，創作中的每個原料、年經、型製上的決定和定位，都是一次又一次的火淬。經歷了長久守著未開爐的時程，從最初的創作到現今使用的素釉材，都將於這次展覽中展出，所有的作品，都是白牆對茶感受後湧現的養育，能明顯感受到作者嘗試在茶和茶器間，建立一種簡單、靜謐、和諧的關係。

人稱呼的大白，也真實的是從一張白紙上，慢慢寫下自己的隱匿。

40

白鹿茸



踏古	材質	瓷
	尺寸	壺 8x14x9cm
		杯 5.5x3x3cm
		水方 9x13x13cm
		花器 13x6x6cm

顆粒般的化妝土如雪花般附著，與綠色植物的互相襯托協調。

4

秋兩十一金工設計



秋雨十一金工設計

電話 | +886-982228039
地址 | 南投縣草屯鎮玉屏路41-18號
信箱 | designgill@yahoo.com.tw

秋雨十一創立於2008年，以錫、銅與玻璃金屬材料作為創作形式，作品中帶有「細膩」、「自然」與「現代」等特質，並藉由茶道具、香道具與文化性產品的設計和開發，將傳統中華文化器物，注入新的使用觀點。

52

秋周十一金工設計



山海壺承	材 質 純銅
	尺 寸 17x17x15cm

利用虛與實、山與海的意象，讓草席上多了一股瀟灑韻味。

34

植物誌 卷一



植物語彙

電話 | +886-988856555
地址 | 台北市汀州路三段230巷37弄1號
信箱 | silverplants@gmail.com

「舊物新造」品牌創始人陳永濤稱：

金工師公會可以以金銀珠寶為主題，而舊物的創作靈感，通常都來自金工師的創作特色，呈現出每件作品的獨特，不論是每件飾品能固定於物件，都是這金銀珠寶的創作及生活中的痕跡，也是舊物裡的原生品牌。舊物可以以金銀飾材的形式重新製造與結合金工師金銀珠寶創作的精華，發展出以金工師藝術為主題、大膽、追求等材質的珠寶工藝，而飾品是金銀珠寶的工藝，將飾品以金工師藝術為主題的配備，展現出其特色，更能顯出舊物的人文特質與珠寶的美感，以舊物情感為主題建構一個溫暖人心的品牌新形象，對社會大眾推廣金工師珠寶的可能性，由傳統的自然至人文生活的小型藝術飾品，將金工師中展現出人文生活情感連結的工藝展現。

222

植物誌彙



歲月燒茶壺 | 材 質 | 純銀、天目釉、柴燒壺蓋
尺 寸 | 15x9.5x8cm

植物語言品牌是融入歲月積澱的工藝品牌，呂雪芬在陶瓷金工之間找到了無邊界的聯合。她燒製出陶瓷獨一無二的風情，她鑲嵌天目瓷邊，在使用上絕無，形成獨特的工法，兩者相輔相成。作者藉由漸的來燒製瓷的這般過程來表達臺灣的歲月，鑲嵌的天目瓷邊猶如炯炯眼一般閃爍著溫暖的光。

230

參、展覽執行紀錄

本年度計有四場大陸展會，深圳茶博會為巡迴展第一站，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。

深圳茶博會的舉辦地點-深圳會展中心活動常年不斷，也因此進場施作以及撤展時均無時間可延長，例如本次因會展中心上檔活動於6月23日撤展，僅能提前於6月24日下午將材料運送進場，6月25日早上開始進行展場硬體施作，因場地接近500平方公尺，施作時間僅有兩天較不足，致硬體大致搭建完成、參展商進入展場確認展示需求並進行細部修整及插座位置等線路調整後，可佈置個別展位的時間延後到6月26日下午3、4點開始，工藝家佈置至晚間8點左右全數完成。

今年度在展場的設計上希望以開放感為主，展場開口面寬闊，並將茶空間數計擺在中間，減少中間區域的背板阻隔，在提升每家參展商能見度上有顯著效果，將茶空間環繞其中同時也提高展場注目度，在展場駐足停留欣賞的參觀者增加，對參展效益相對有幫助。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，以下為展會展覽執行相關紀錄。

一、6月25日至6月26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30m*16m。

結構外觀搭建



服務台及倉庫結構施工



茶空間區施工



茶空間區施工



參展單位進場佈置

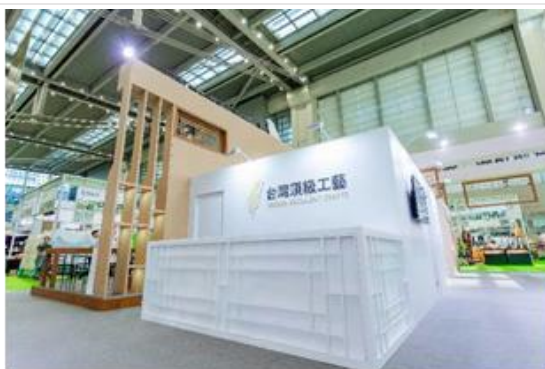


二、展場完成

外觀結構造型



茶席展演區及服務台區



茶空間設計區



特展攤位-圓山窯



特展攤位-劉世平陶藝工作室



特展攤位-古川子工作室



參展商-天目瑩星



參展商-秋雨十一金工設計



參展商-白勝宇



參展商-陳穎賢竹藝雕刻工作室



參展商-益德陶瓷有限公司



參展商-清窯工作室



參展商-老土藝術工作室



參展商-陳力維木藝工作室



參展商-植物語彙



參展商-天染工坊



參展商-水里蛇窯



參展商-趙家窯-崇源



三、6月27日至6月30日：開展期間活動紀錄照片

許耿修主任接待來訪媒體



媒體採訪廠商攤位



俄羅斯社群部落客採訪廠商攤位



媒體採訪廠商攤位



媒體採訪廠商攤位



民眾參觀攤位



茶席展演



民眾參加茶席展演活動



現場參展情況



現場參展情況



四、撤展紀錄：6月30日

茶空間展區結構拆除包裝



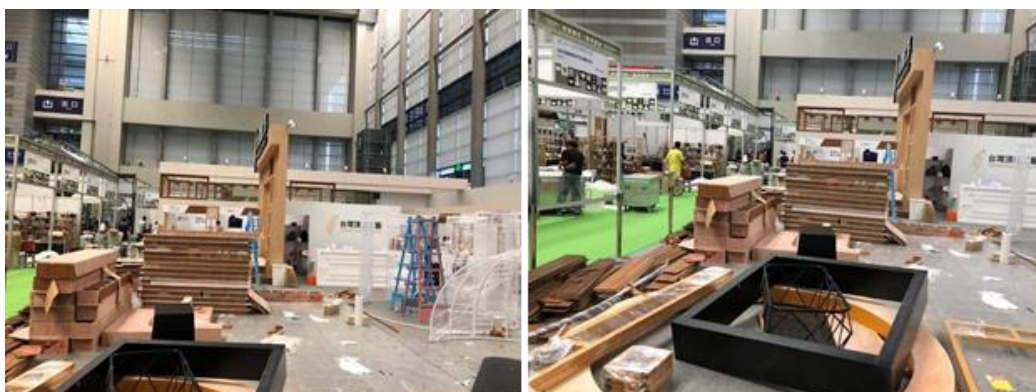
參展工藝家撤展



展櫃包裝移出



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 354 萬 6,729 元，後續訂單產值後續調查中，深圳為工藝中心連續參展第四年，在第三年時依據參展廠商回饋表示深圳茶博會效益不如以往，參觀民眾的品質亦有下降，估計是因大陸整體經濟成長趨緩，此外深圳為穩定發展市場反而讓展會主辦單位忽略了展會宣傳，導致去年深圳茶博會效果未達預期；但今年參展產值與去年相比上升，各參展廠商的也反映深圳市場成熟，顧客對工藝品知識及觀念足夠，對於產品的推廣上有所助益，顯示市場每年情勢不同，仍須持續探詢方有拓展機會。
- (二) 媒體報導：來訪媒體包含 Zaker、深圳特區報、深圳晚報、晶報、南方都市報、騰訊、深圳本地寶、深圳資訊網等。
- (三) 來訪通路：包含上海藝博會組委會、中國民藝協會、湖南茶博會組委會、亞泰哈爾濱茶博會邀展、勵展華博-深圳禮品及家居用品展邀展、新昌縣群星茶業有限公司、中國食文化研究會茶飲品委員會、上海國際茶業交易博覽會邀展、深圳中式生活博覽會邀展等。

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，注重工藝生產端與工藝銷售端之間的鏈結；其中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，工藝中心希望藉由語言相通的優勢讓工藝廠商較容易嘗試踏出台灣以外的市場，爾後可再挑戰工藝中心所辦其他國家如巴黎、日本、東南亞等地展會，促進臺灣文創產業與市場交流，製造商業媒合機會。

今年度第一站為深圳，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。

「台灣頂級工藝」再度造訪深圳，帶著 15 家臺灣頂級工藝業者，表現設計、材質精美的陶瓷工藝品，變幻多端的釉色包含柴燒、青瓷、天目釉、礦石結晶釉，為茶席增添藝趣的各式壺器以及融入自然風景的簡約茶具；不同於陶瓷材質的金屬茶器具、強調手握質感打磨細緻的竹茶則，隨光影角度變換萬千的藏色天目，這些融入在地文化語彙與土地特色，兼具創意與實用的生活器具，將展現出臺灣當代對茶器的思維及工藝美學觀點，臺灣頂級工藝以茶為出發點，匯集臺灣茶器各領域翹楚，展出富含手感溫度與韻味的茶器，一壺好茶以美器相襯，茶與器互為表裡，生活也因此多了番韻味。

此外，考量過去的參展經驗以及大陸市場的發展情況，本次在展場設計上加入了三座茶空間，大陸近年對於茶的需求由單純喝茶轉為品茶後，更加上了對空間氛圍上的需求，因此開始有茶空間設計比賽的競賽出現，而台灣在這方面發展更早，工藝中心亦在 104 年主辦的國際茶文化論壇中舉辦 TEA X CRAFT 茶屋＋工藝特展，此展是藉由徵選茶空間與裝置創作藝術團隊，共同展現茶席(屋)新趨勢，重新演譯台灣的生活容器，創作的題材內涵也從對於美的展現，轉而思考著人與空間、自然關係的鏈結，將當代空間設計的視野及茶文化帶進展場，以茶會重新反映出當代茶席空間的新風貌。

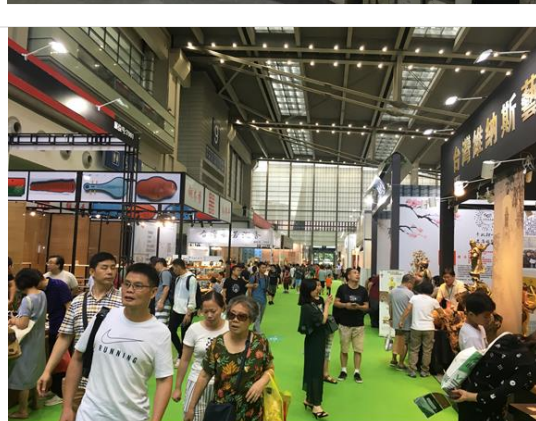
臺灣工藝在精湛的技藝下，保留傳統並融合當代設計，用作品訴說臺灣人文與生活態度，希望透過今年三座茶空間與工藝師精湛技藝的結合展出，傳達臺灣茶文化風貌與設計能量，茶博會中與來自各地民眾交流，將臺灣茶器價值持續傳遞給喜愛茶藝的客群，綜觀本次展場如下：

(一)大陸的茶屋空間設計近年來蓬勃發展，但仍停留在較為傳統及中式的設計概念，今年臺灣頂級工藝首次將茶屋帶進茶博會，打造可隨處拆卸組裝，自在的享茶空間。「無相、Cage、在水一方」三座各富意境的茶屋，搭配茶藝師優美柔和茶席表演的「無相」，以最單純的姿態，呈現若隱若現、一虛一實間的美感，融入執壺者脈動之間，啜一口臺灣好茶，洗一身世俗煩憂。「Cage」以中式窗花為底，轉化為鐵件呈現，中式細緻與西方簡約併容，一杯一壺，便是一方淨土。「在水一方」則以藍天及海洋為發想，結合天圓地方概念，天上的藍與海洋的藍相映成趣，讓空間色調自然形成層次，走入其中，雙足自然擺放，釋然於碧海藍天，搭配藍色帶來視覺上的沁涼感，

讓人們在這一方空間中悠然自得。整體茶空間設計帶來不少讚賞，更是多人詢問什麼地方可洽購或可提供設計，顯示台灣原創力的設計仍是有一定競爭力，尤其是在創意方面，大陸多年的茶空間設計仍是無法跳脫古中國風，竹林、水墨、古琴、飄逸紗質外觀等等，以致於茶空間最終都回歸到中式設計，本次茶空間考量展出地點風格，保留像窗花等古式設計但用材質及顏色做出區隔，也成為整體展場亮點。

- (二)本次展會地點為深圳會展中心 1、6、9 號館，1 號館為最大館，主展大陸各地茶葉，為參觀人潮最多的展館，6 號館及 9 號館以茶周邊商品如茶器具、香道具或茶人服飾為主；今年度台灣頂級工藝館位置由往年的 6 號館移至 9 號館，因 9 號館距離地鐵站較遠，參觀人潮較其他兩館少，原先預期今年參展效益會下滑，但依據展後統計以及展期中詢問參展商的反饋意見，參觀人潮確實較往年少，但在推廣效益及顧客品質上卻比去年為佳，可能因台灣頂級工藝位置移至 9 號館，實際要發掘優質茶器具產品的顧客會確實地參觀整體展場，若是一般民眾則未必全館舍都走遍，反而初步篩選潛在客群，一般顧客詢問上都有一定的水準。
- (三)今年度在茶博會現場出現了許多日本古美術賣家，產品為日本舊工藝品如鐵壺、銅壺、舊成套茶器具及銅花瓶等二手古物，詢問主辦單位表示因日本工藝品質佳，在材料使用上可信度高，在大陸本就有市場炒作現象，加上去年日本古工藝品賣家銷售均有佳績，導致今年許多廠商一窩蜂主打日本古美術商品，反而降低了產品獨特性，也失去了新創產品的動力，主辦單位會希望降低此類型廠商的參展，以維持展場的可看性。
- (四)整體而言，在深圳這個變化快速的城市，市場的趨勢及顧客喜好同樣變化多端，對於自己商品的掌握度以及對其他競爭業者推出的產品都應保持敏銳，有潛力的市場仍須持續地探詢方可永續經營。

深圳茶博會展會現場



伍、建議事項

- 一、精選展會地點，持續帶領臺灣工藝業者踏出台灣市場並探詢整體市場趨勢：
從去年底開始，因應中美貿易戰的關係，洽詢許多工藝業者均表示工藝市場有受影響，但影響層面較大的是中階客群，原先以收藏系列茶具為主的高階客群則因經濟能力佳仍不受影響，中階客群也非經濟受創，而是預期市場情況下滑因此消費趨於謹慎；但在深圳、西安、重慶等市場體質良好的城市，高階客群較多也保有一定推廣效益，仍是不可放棄的市場；工藝業者大多仍建議慎選展會，保留消費潛力好的城市參展，因工藝品在生活中非必需品，景氣狀況下滑時更容易提前受到影響，但市場成熟度夠時依然具備推廣行銷的成效，如本次參加深圳茶博會，整體銷售金額反而高於去年度，顯見好的市場體質健全，不易受市場消息影響，也突顯出市場擇選的重要性。