出國報告（出國類別：考察）

「2019 中國西部國際茶產業博覽會」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/地區：大陸西安
出國期間：108.08.20-108.08.26
報告日期：108.10

列印 匯出

提 要 表

系統識別號：	C10801965
相關專案：	無
計畫名稱：	「2019中國西部國際茶產業博覽會」參展行程
報告名稱：	「2019中國西部國際茶產業博覽會」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 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：	西安曲江國際會展中心，西部茶博會
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 129,000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 129,000元
出國期間：	民國108年08月20日 至 民國108年08月26日
報告日期：	民國108年10月16日
關鍵詞：	西安，茶博會，西部茶博會，商展，參展，展會
報告書頁數：	31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，西部茶博會為108年第二場展會，舉辦地點西安為歷史悠久的文化古都，也是中國西部重要商業門戶，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 由公部門帶領學習，培養工藝家獨立參展能力 已採行
電子全文檔：	

	C10801965_01.pdf
出國報告審核表：	C10801965_A.pdf
限閱與否：	否
專責人員姓名：	
專責人員電話：	

列印 匯出

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，西部茶博會為第二場展會，舉辦地點西安為歷史悠久的文化古都，也是中國西部重要商業門戶，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.....27

伍、 建議事項.....31

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 8 月 22 日-8 月 25 日，深圳市華巨臣實業有限公司在西安曲江國際會展中心舉辦 2019 中國西部國際茶產業博覽會。西部茶博會為以茶葉、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 2700 個，參展茶葉涵蓋大陸 69 個名茶產區茶葉，參展知名企業超過 600 家，設六大茶類品牌展區、經典普洱館、中華品牌館、茶器美學館、茶具館、紫砂館等等，據組委會不完全統計，4 天來，本屆茶博會現場參觀的人流量超過 10 萬人次。西部茶博會為彙集大陸各地名茶業廠商，黑茶、紅茶、綠茶、白茶、黃茶及青茶等，此外，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、行業專業機構及茶具工藝品，紫砂、瓷器等等茶產業鏈的產品。

（資料來源：西部茶博會主辦單位文宣）

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：108 年 8 月 22 日至 8 月 25 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：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.	古韻今髹	漆工
2.	圭窯新彩燒陶藝工作室	陶瓷
3.	水里蛇窯	陶瓷
4.	木語漆	木工藝、竹工藝
5.	周妙文	陶瓷、複合媒材
6.	祥億窯	陶瓷
7.	自然色手作坊	染纈
8.	陳遠芳	複合媒材
9.	鍾華玉品藝術工坊	石工藝
10.	添興窯	陶瓷
11.	田中窯	陶瓷
12.	歐美藝術琉璃	玻璃
13.	劉世平陶藝工作室	陶瓷
14.	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
8/20-8/21	二-三	工作人員進場、展場施工及佈展等	臺灣至西安	1. 8/20由台灣出發至西安，進行展場硬體施工監督。 2. 8/20下午抵達後即進入展場監督硬體施工進度，8/21中午硬體完成後開始進行參展廠商進場佈置。	2
8/22-8/25	四-日	展會期間：佈卸展及展場管控。	2019中國西部國際茶產業博覽會會場	1. 8/22開展，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。 2. 8/25下午5點開始撤展，參展工藝家於晚間7點完成撤展，後續為硬體拆除包裝。	4
8/26	一	參展行程結束	西安	參展行程結束	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」，其中西部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、木竹工藝等，因台灣工藝製作材料上以陶瓷為大宗，本次廠商徵集過半為陶瓷器業者。

(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

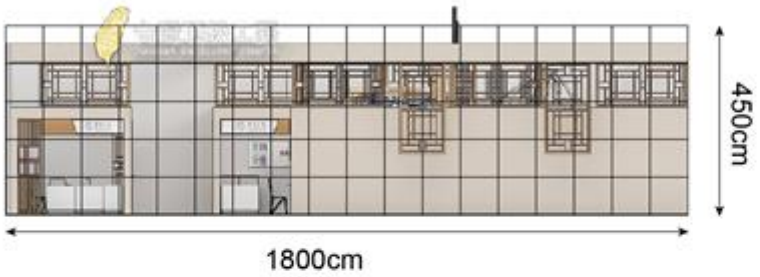
台灣頂級工藝
TAIWAN EXCELLENT CRAFTS

(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。

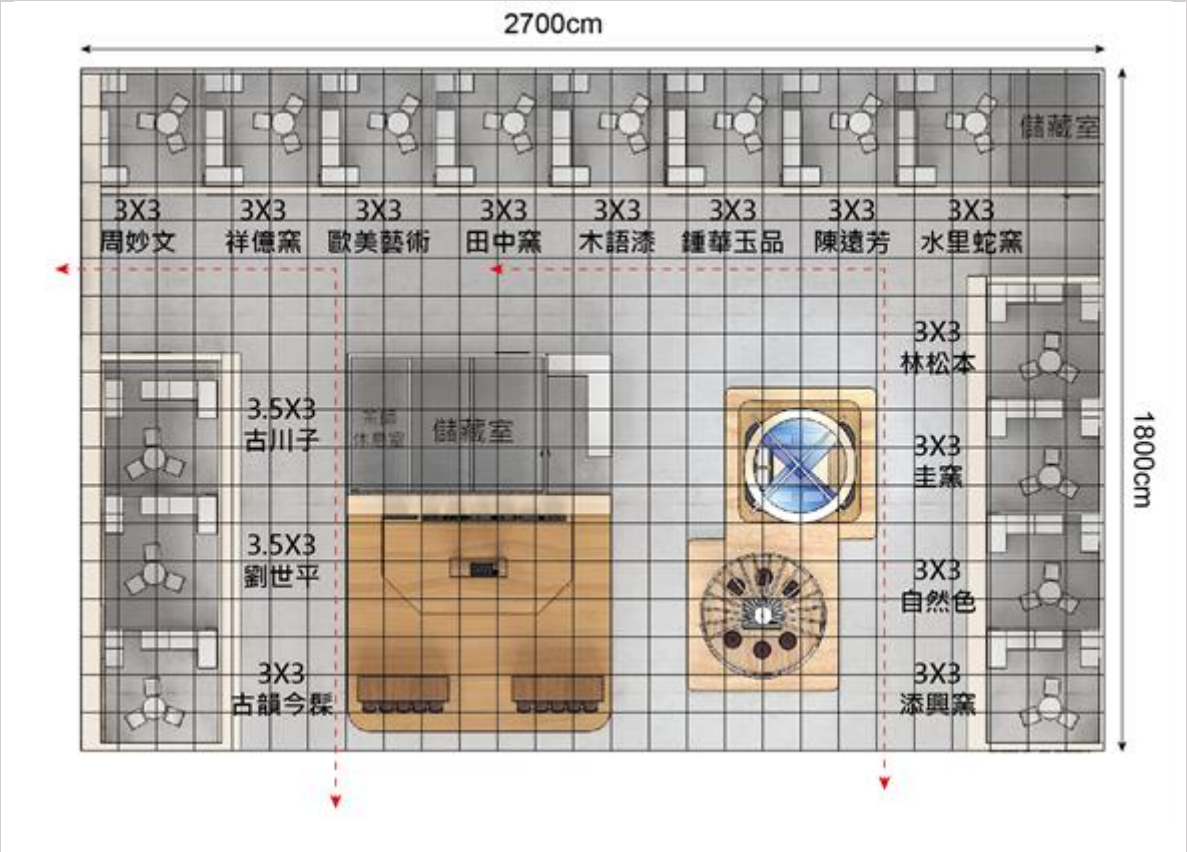
(三) 全區模擬透視圖

台灣頂級工藝
TAIWAN EXCELLENT CRAFTS

台灣頂級工藝


450cm
1800cm

450cm
2700cm



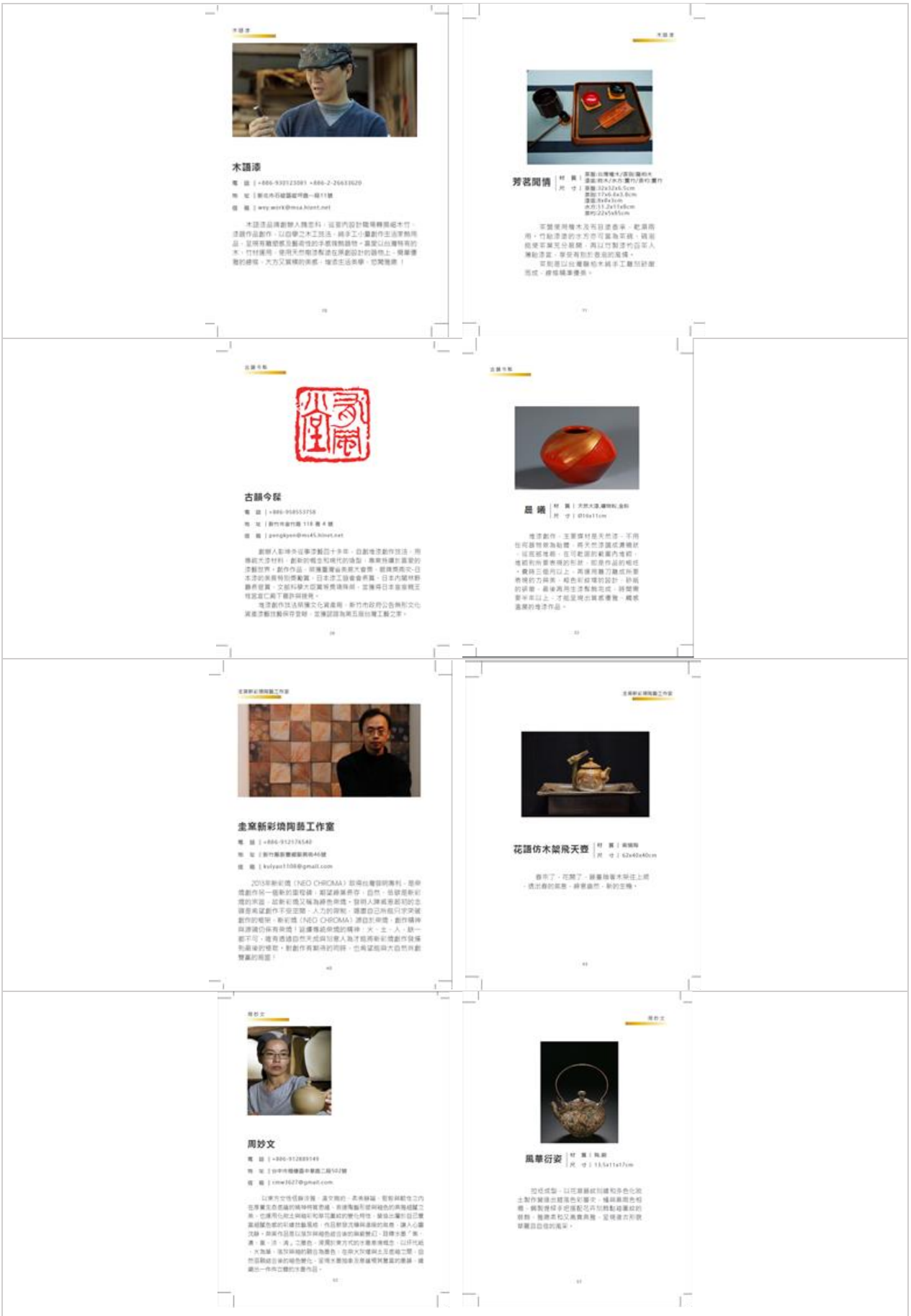
九、展覽文宣規劃

(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。

封面及封底

內文-國立臺灣工藝研究發展中心簡介



內文-參展工藝家簡介

參、 展覽執行紀錄

本年度計有四場大陸展會，西部茶博會為巡迴展第二站，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。

西部茶博會的舉辦地點於西安曲江國際會展中心，今年度所有場館全開(A館、B1-B4 館)，場地位置廣闊但因此會展中心每個展期間的空檔較多，進場時間尚屬充裕，施工團隊於 8 月 19 日下午先搬運所有材料進場，8 月 20 日早上開始進行整體展場硬體施作，8 月 21 日中午完成整體硬體施作，參展商陸續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，至晚間 7 點左右全數完成佈置。

延續深圳茶博會的展場設計，依舊以開放感為主，展場開口面寬闊，並將茶空間擺放於展場中間，周邊環繞參展商個別展位，可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、8 月 20 日至 8 月 21 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 27m*18m。

結構外觀搭建

結構外觀搭建

茶空間區施工

參展單位進場佈置

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	參展商-古韻今髹
參展商-劉世平陶藝工作室	參展商-古川子工作室
參展商-周妙文	參展商-祥億窯
參展商-歐美藝術琉璃	參展商-田中窯

參展商-木語漆	參展商-鍾華玉品藝術工坊
參展商-遠芳金屬工藝	參展商-水里蛇窯
參展商-林松本手捏壺	參展商-圭窯新彩燒陶藝
參展商-自然色手作坊	參展商-添興窯

三、8 月 22 日至 8 月 25 日：開展期間活動紀錄照片

貴賓參觀

蔡體智組長接待來訪媒體

媒體採訪廠商攤位

茶空間展示

民眾參觀攤位

茶席展演

民眾參加茶席展演活動

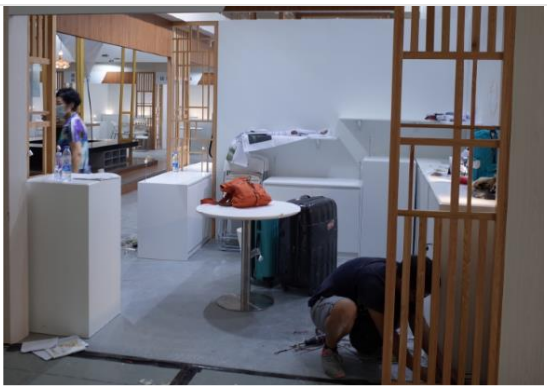
現場參展情況

現場參展情況

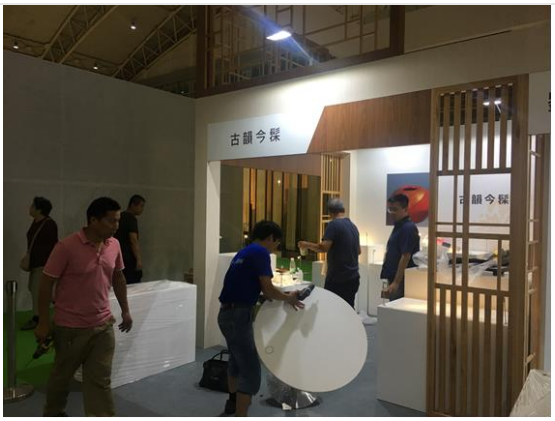
四、撤展紀錄：8 月 25 日

參展用品包裝

參展廠商區展示櫃包裝



參展工藝家撤展



整體結構拆除

整體結構拆除

五、參展效益

(一) 15 家廠商 4 天展會現場產值約計新臺幣 233 萬 7,165 元，後續訂單產值目前調查中，西部茶博會為台灣頂級工藝第三次參展，西安為晉升大陸一線城市，目前正努力發展中，市場尚有發展空間，相較第一場深圳茶博會，參展工藝家均回饋西安市場值得耕耘，舊古都長安的文化留存至今，讓西安在古城民俗文化浸潤下，賞器、收藏器的風氣盛，岩礦壺、柴燒、天目、手捏壺等等均有其市場，即便未進行交易，也對工藝品製程及其價值有一定程度的認知。

(二) 媒體報導：來訪媒體包含西安晚報、西安新聞網、西安今日頭條、西安騰訊、西安全接觸等。

(三) 來訪通路或貴賓：1950(北京)進出口有限公司、畫廬茗茶空間產品、雲南金滇格文化產業發展有限公司、蘇州日作貿易有限公司、華藍工坊、上海茶葉交易博覽會、東莞市尚升展覽服務有限公司等。

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。

今年度第二站為西部茶博會，舉辦地點為大陸西部重要樞紐城市-西安，西安為中國絲綢之路經濟帶的源頭，亦是中國西部的金融、文化、商貿重鎮，輝煌的歷史為西安帶來各式古蹟與豐富的文化底蘊，西安為中國首批國家歷史文化名城，被定位重要的科研、教育和工業基地，也是銜接大陸西部地區重要的中心城市，為西北與中部、華東市場的商業通衢，同時也是古絲綢之路起點，輻射面積相當廣大，近年來，西安茶葉消費市場交易活躍，人均茶葉消費量位列中國前五名內，已成為大陸茶經濟發展最快的地區之一；而城市的個性同樣反映在民眾對於茶器具、工藝品的理解度上，文化的浸潤讓西安民眾對工藝多

了一份欣賞，也為工藝推廣打下良好基礎。

「茶」已躍升為現代人精神生活的重要元素，飲茶的茶器更是承載茶文化的靈魂道器，一壺好茶以美器相襯則更顯質感，因而「臺灣頂級工藝」此行造訪西安，以茶為出發點，帶著 15 位臺灣頂級工藝業者，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，工藝師以變幻多端的釉色如柴燒、青瓷、天目釉、礦石結晶釉等為其展現多元面貌，親近自然的材料如墨玉、樹漆、檜木等，在巧手打造下成為茶席中的獨特存在，此外，職人手捏壺更是為茶器提供了無限可能性，同樣異材質結合的挑戰亦可在此次展出中窺見。

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，工藝中心近年來帶領台灣工藝家進入茶博會市場，在「器」之外，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，打造三座各富意境的茶空間「無相、Cage、在水一方」;「無相」搭配茶藝師優美柔和的茶席表演，以最單純沉靜的姿態，若隱若現、一虛一實的美感融入執壺者脈動之間;「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，雖名為 Cage，傳達的卻是不受限制、自在品茗的想法;「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。延續深圳茶博會的效果，茶空間的設計更是為臺灣頂級工藝帶來更多注目，跳脫古中國風，竹林、水墨、古琴、飄逸紗質外觀等等的設計，茶空間除了帶給茶人佈置茶空間的發想外，更多的是帶給參觀者家居環境佈置的靈感；居家氣氛的改造，往往受限於預算無法在硬體設施上多做更動，而茶空間的設計是讓參觀者瞭解到內部裝飾物品的擺設方式對整體氣氛也能有強大改變。

(二) 由於飲茶習慣相近，台灣製作之工藝作品可符合大陸使用需求，在多年市場拓展後，近年來多數台灣工藝老師轉向二線城市如成都、大連、西安等推廣拓展，主要原因為一線城市茶文化推廣多年，市場較趨近飽和，且一線城市商業氣息重，口味變化快速也要求產品製程速度等，較適合工業化產品而非工藝品。而二線城市在生活條件水準提升後，也漸漸注重生活品質的提升，因而成為新拓展商機，西安同屬大陸積極成長的城市，加上本身文化底蘊足夠，對工藝品的理解及欣賞反而高於一線城市，例如木語漆在台灣較少展售用於大張書法宣紙裁剪得竹製裁紙刀，老師考量西安仍保有書法書寫習慣特意帶往展出，也成為現場廣受歡迎的產品，讓手感溫度成為推廣重點；中國經濟景氣今年較不佳，但無論是日本、歐美或中國市場均會有起伏變化，但行銷推廣仍需持續進行，如何精選展會及舉辦地點實為重要。

(三) 另外跟往年參展情況相似的是，西安民眾在第一、二天時多不進行消費，多數為現場參展同業詢問，展期最後兩天交易漸漸熱絡，此次以實用型漆器如木語漆的漆茶杯、茶則，水里蛇窯及田中窯的柴燒、古川子老師的岩礦茶器具及自然色的藍染服飾圍巾獲得最多注目；近年因柴燒茶器具製作容易但成品良莠落差大，讓柴燒茶器具市場價格混亂以致於市場式微，但田中窯及水里蛇窯的柴燒仍是憑藉著多變的火痕成色獲得賞識。

(四) 此次「台灣頂級工藝」在西部茶博會為了吸引年輕族群，首次邀請網路自媒體前來參觀「台灣頂級工藝」。網路自媒體為影音發布為主的部落客，運用影音短片拍攝及介紹吸引民眾關注，通常為短篇影片，提高民眾觀看意願，主要拍攝台灣工藝作品，以及茶空間設計概念與氛圍等，希望透過影片的露出，吸引年輕客群前來參觀，多元行銷台灣頂級工藝品牌，也藉由自媒體本身群眾力量擴散台灣工藝品名聲。

西部茶博會展會現場

A
B3

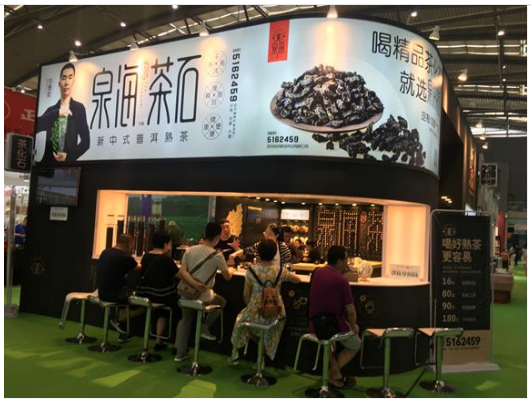
曲江国际会展中心

B3 全国名茶馆 | B3 National Brand Area
盛世茶
大国之饮
泉海
新中式普

B4

云南 普洱

许建平紫砂艺术作品展


泉海茶石
新中式普洱熟茶
5162459

伍、 建議事項

一、由公部門帶領學習，培養工藝家獨立參展能力：在工藝中心以臺灣頂級工藝開始巡展前，即有部分工藝老師在中國、歐美等市場長期參展，但公部門仍需保留一定參展場次，第一是工藝產業新血不斷加入，持續參展為保留輔助新進廠商參與投入市場的機會，初期先藉由與政府單位共同前往參展，由政府單位協助安排展會各項事宜，獲取實際參與經驗後，可逐漸了解海外參展相關辦理事項，亦可增加廠商自行前往海外拓銷之能力，而中國為華語地區，語言共通情況下，可作為工藝家踏出海外行銷一前哨站。其二是臺灣工藝業者多屬微型產業，以公部門的資源整合工藝廠家參展，打造臺灣頂級工藝形象將使臺灣業者更顯突出，工藝廠商多數也回饋表示，有公部門的支持將相對為該廠商品牌聲譽增色。