

出國報告（出國類別：考察）

「2019 中國(北京)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、陳羿帆、周詩穎
派赴國家/地區：大陸北京
出國期間：108.11.06-108.11.12
報告日期：108.12

列印

匯出

提 要 表

系統識別號：	C10803129					
相關專案：	無					
計畫名稱：	「2019中國（北京）國際茶產業博覽會」					
報告名稱：	「2019中國（北京）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		副研究員		
	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：	北京茶博會					
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	162,000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	162,000元		
出國期間：	民國108年11月06日 至 民國108年11月12日					
報告日期：	民國109年01月06日					
關鍵詞：	兩岸，商展，參展，茶博會，茶展					
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為品牌參展，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，北京茶博會為第四場展會，舉辦地點北京為中國一線城市及重要商業門戶，工藝中心盼藉由展覽的參與，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	
	加強工藝品與生活、空間及氛圍營造的連結			已採行		
電子全文檔：						

	C10803129_01.pdf
出國報告審核表：	C10803129_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，北京茶博會為第四場展會，舉辦地點北京為中國一線城市及重要商業門戶，工藝中心盼藉由展覽的參與，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11月8日-11月11日，華巨臣實業有限公司在北京國家會議中心舉辦第二屆北京國際茶產業博覽會。北京茶博會為以茶葉、茶器具為主之專業展覽，本次展覽面積為2.5萬平方公尺，共有國際標準展位1200個，彙聚眾多茗茶產區和多家紫砂、陶瓷、茶具及茶器工藝品等茶產業衍生品的廠家，主要設置工藝品展區、茶器美學區、全國茗茶展區、白茶區、紫砂區及普洱茶/黑茶展區等等，北京為中國北方的主要茶葉消費城市，年消費茶葉近20億元，已經成為北方地區茶葉的重要集散地，北京憑藉深厚茶文化底蘊和巨大市場潛力，傳統區域性消費習慣正逐漸改變，取而代之的是更加現代化、多元化、年輕化的茶葉消費趨勢。

(資料來源：北京茶博會主辦單位文宣)



貳、參展規劃

- 一、展出地點：北京國家會議中心。
- 二、展出時間：108 年 11 月 8 日至 11 月 11 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.	鹿港窯	陶瓷
3.	卓也藍染	染纈
4.	微宇天目	陶瓷
5.	雙鴻 Shuang Hong Living	陶瓷
6.	陳遠芳	複合媒材
7.	鑿 x 微著	金工
8.	谷垚陶坊	複合媒材
9.	寶象陶瓷藝術坊 Bao Xiang	陶瓷
10.	添興窯	陶瓷
11.	田中窯	陶瓷
12.	歐美藝術琉璃	陶瓷
13.	圓山窯	玻璃
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
11/6-11/7	三-四	工作人員進場、展場施工及佈展等	臺灣→北京	1. 11/6由臺灣出發至北京，進行展場硬體施工監督。 2. 11/6下午抵達後即進入展場監督硬體施工進度，11/7中午硬體完成後開始進行參展廠商進場佈置。	2
11/8-11/11	五-一	展會期間：佈卸展及展場管控。	2019北京國際茶產業博覽會會場	1.11/8開展，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。 2.11/11下午5點開始撤展，參展工藝家於晚間7點30分全數完成撤展，後續為硬體拆除清場。	4
11/12	二	參展行程結束	北京	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、玻璃及染織等，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，但也加入如染織製作的茶席擺飾用品項茶桌巾，或金屬茶器具等。

- (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

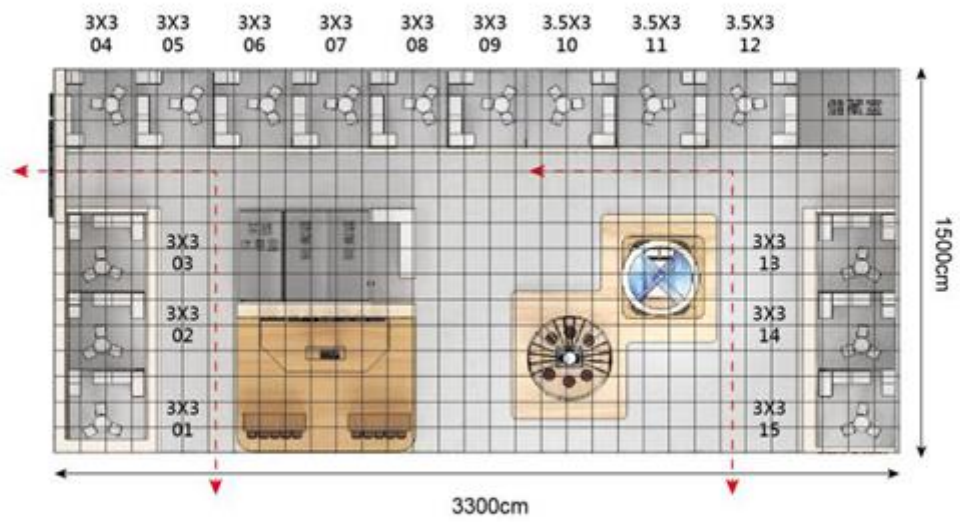
(二) 展區空間規劃：包含入口意象區、公共服務區、工藝廠商品牌區、茶空間展示區、倉庫區等。每家工藝廠商品牌區約劃分為 3m*3m，提供參展工藝家四種展櫃尺寸依自身產品所需選擇排列方式，以彈性配合多家不同廠商需求。

(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。



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。

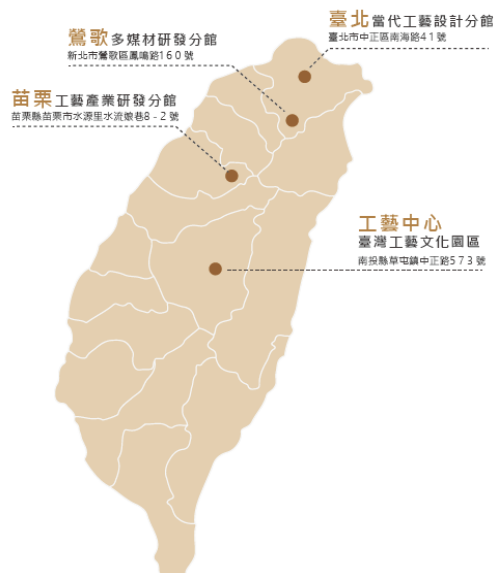
工藝中心包含臺灣工藝文化園區及三處外館，在工藝文化園區裡有六個重要館舍以及工藝旅館等；三處外館包含臺北當代工藝設計分館、鶯歌多媒材研發分館、苗栗工藝產業研發分館，臺灣工藝園區現已成為台灣重要的工藝文化基地。



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

參、展覽執行紀錄

本年度計有四場大陸展會，北京茶博會為巡迴展最後一場，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。

北京茶博會的舉辦地點於北京國家會議中心，國家會議中心為一整體展館，易於集中參觀人潮；施工團隊於 11 月 6 日下午先搬運所有材料進場，11 月 7 日早上開始進行整體展場硬體施作，因展場整體接近 500 平方公尺，需較多施作時間，約至 11 月 8 日下午 2 點完成參展商區硬體施作，參展商陸續進入展場確認展示需求，施工單位同時進行其他區域施工並依據參展商需求細部修整及插座位置等調整線路，至晚間 7 點左右全數完成佈置。

延續今年度的展場設計，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。展館設計上為雙面開口，除主入口外，展館右側為國家會議中心展館出入口處設置一通道，左側與其他展位相臨因此無設置通道，在狹長面全開保持整體展場通透，參觀者可由側方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、11 月 6 日至 11 月 7 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 33m*15m。

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-鹿港窯



參展商-卓也藍染



參展商-微宇天目



參展商-雙鴻 Shuang Hong Living



參展商-遠芳金屬工藝坊



參展商-鑿 x 微著



參展商-谷垚陶坊



參展商-寶象陶瓷藝術坊 Bao Xiang



參展商-添興窯



參展商-田中窯



參展商-歐美藝術琉璃



參展商-圓山窯



參展商-劉世平陶藝工作室



參展商-古川子工作室



三、11月8日至11月11日：開展期間活動紀錄照片

貴賓參觀



媒體採訪廠商攤位



茶空間展示



茶空間展示



民眾參觀攤位



茶席展演



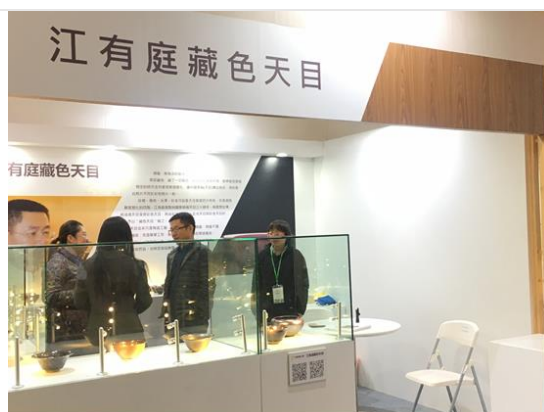
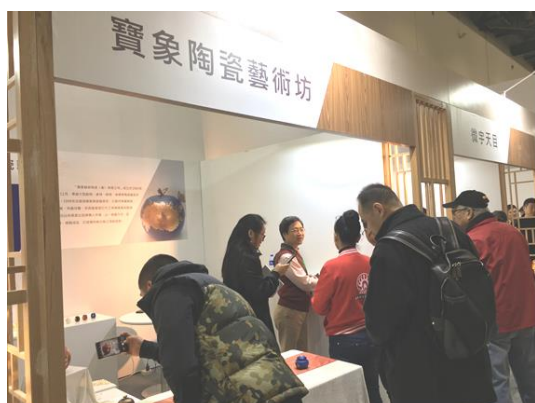
民眾參加茶席展演活動



現場參展情況



現場參展情況



四、撤展紀錄：11月11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 373 萬 3,808 元，後續訂單產值持續調查中。北京歷史文化悠久，工藝品的欣賞及理解程度高，此基礎有助於工藝家在此推廣商品，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。臺灣的工藝保留傳統技藝也結合當代設計，創作的題材內涵多變，也從單純美的展現，轉向思

考與使用者、空間、自然關係的鍊結，用作品訴說著人文與生活觀照；透過今年三座茶空間與工藝師精湛技藝的展出結合，將臺灣工藝文化及空間設計的視野帶入展場，演繹當代器與空間相互襯托的新風貌，傳達文化新觀點與設計能量。

(二) 媒體報導：來訪媒體包含騰訊、消費日報、國際商報、人民日報、中國城市網、北京電視台生活頻道等。

(三) 來訪通路或貴賓：德高中國、即享影像、北京京港環球國際展覽有限公司、上海國際茶業交易博覽會、中國圖書進出口總公司文創部等。

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。

今年度最後一站為北京茶博會，北京居中國首位城市，商業發展與傳統歷史並存，新建大樓與舊式胡同交錯，所稱「燕京八絕」包含景泰藍、玉雕、牙雕、雕漆、金漆鑲嵌、花絲鑲嵌、宮毯、京綉等，匯集了各類工藝技術，訴說了這個古都在工藝技術上的雕琢與深刻；而北京對傳統工藝技術已經過多個時代傳承及鑽研，精益求精，也因此臺灣頂級工藝的展出內容轉向以工藝技術造就商品的質感、以使用者的角度帶入實用性，再以創意帶來新鮮感受的概念，將創新工藝品牌帶入北京茶博會。

「茶」已然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」此行造訪北京，以茶為出發點，有江有庭老師的創新藏色天目、鹿港窯的黃金天目、油滴天目茶碗等，斑斕釉色如宇宙星空般幻化多端，引人入勝，又有古川子老師

所做粗獷中隱含細膩的岩礦壺，巧妙融合大地礦石，運用礦石自然的顏色營造出天然的璀璨光芒，工藝之家劉世平以緻密溫潤的土胎為畫布，將釉料化為畫筆，運用自身鑽研的技術調控釉料的濃密度，既不能過於流動也不能太過固態，方可一筆一劃為茶器具著上字紋；以及鑿品文創將金屬與琺瑯交織而成璀璨色彩的銅器琺瑯、寶象陶瓷獨家擁有的平光寶藍釉色、卓也藍染運用藍染技藝製成的衣著飾物等等，再再展現工藝師用雙手塑造出的生活態度及價值。

在「器」之外，「空間氛圍」的營造也是頂級工藝想傳達的重點，今年茶博會規劃展出了三座茶屋「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融入執壺者脈動之間，以茶藝展演表現臺灣茶的泡法及茶器具的使用方式，用實際的使用行為讓民眾了解工藝品的實用度而非僅是裝飾品；另外兩座茶屋的設計則希望為參觀者帶來家居環境營造的靈感，「Cage」是以中式窗花為底，轉化為鐵件呈現，中式的細緻與西方的簡約感併容，開放式線條的設計，讓此座茶屋雖是鳥籠但卻不覺封閉拘束，坐入其中鳥鳴聲也彷彿一同傳來；「在水一方」則以藍天及海洋為發想，結合天圓地方概念，走入其中彷彿微風吹來，釋然於碧海藍天，許多參觀者駐足欣賞之時便會開始討論燈飾、桌上器具擺設等等如何應用，生活創意發想油然而生。

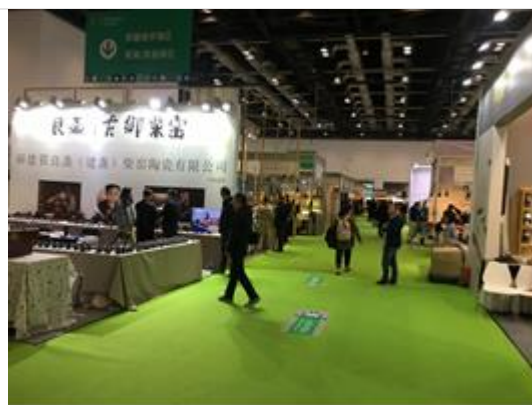
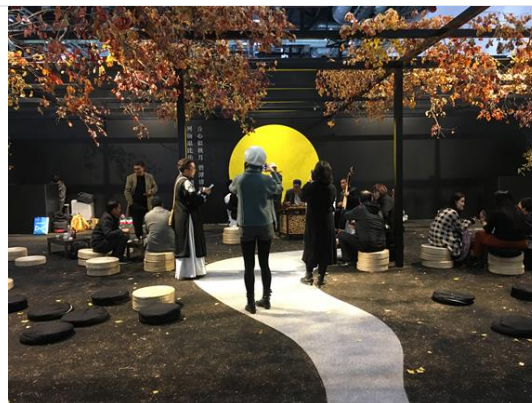
臺灣的工藝保留傳統技藝也結合當代設計，創作的題材內涵多變，也從單純美的展現，轉向思考與使用者、空間、自然關係的鍊結，用作品訴說著人文與生活觀照；透過今年三座茶空間與工藝師精湛技藝的展出結合，將臺灣工藝文化及空間設計的視野帶入展場，演繹當代器與空間相互襯托的新風貌，傳達文化新觀點與設計能量，綜觀本次展場如下：

- (一) 北京本次展覽舉辦地點為國家會議中心，週邊為奧林匹克公園、水立方及鳥巢等北京舊時舉辦奧運之場館，整體設施設備完善，場館位於奧林匹克公園地鐵站旁，惟位置距離市中心較遠，非一般民眾平時會聚集之地，原先預期是否會對觀展人潮造成影響，實際參展後經觀察，因國家會議中心建築相較原茶博會舉辦的中國國際展覽中心新穎且設備維護良好，反而讓茶博會整體形象品質提升，此外也正因展覽場地非位於北京核心市區，雖然參觀人潮較西部茶博會少，但無形中對觀展人員有了初步篩選，觀展者多是對茶器具或茶葉有興趣方會特地前來展場，對整體參展品質有所助

益；另外本次參展不同於前三場展覽場地有區隔，像杭州文博會分為 A 觀 1-2 樓及 B 館 1-4 樓、西部茶博會分為 A 館及 B1-B5 館、深圳茶博會則位在深圳國際會展中心 1、6 及 9 館，北京茶博會所有展商都匯聚在同一館內，易於聚集參觀人潮，也更加聚焦場上產品。

- (二) 本次參展經詢問參展工藝家，多數意見表示經濟因素對於當地消費者仍是有影響，主要是對於消費的方向，就本次現場銷售業績仍是達到了新台幣 370 萬元，顯示北京是有工藝消費市場，惟民眾在消費上變得謹慎且理性，消費的方向更偏向實用性，單純擺飾或較少實際使用的產品則詢問度較低，例如本次參展商卓也藍染，商品定價最高的茶席桌巾銷售狀況卻遠優於售價較低的藍染折扇，就消費者而言選購茶席桌巾可直接佈置於泡茶空間，但折扇使用率低，即便價格低對消費者仍沒有吸引力；另如田中窯，小茶杯因售價低通常銷售狀況良好，在北京展場部分消費者卻對售價較高的茶壺等較有興趣，不同茶壺對整體泡茶口感或茶席氛圍影響大，在預期經濟發展下滑的情況下，產品的價值與可用性對大眾有更大的吸引力。
- (三) 另北京為中國經濟政治中心，民眾消費能力較高，因貿易商早期已陸陸續續引進臺灣工藝品，當地收藏家對於臺灣工藝品接觸較早，也認識許多臺灣茶器具名家，因此許多北京民眾對於茶具的使用及購買已有其定見，深知自身收藏的茶器具種類，甚至對於茶器具鑑賞都具有一定程度，參展工藝家多數均表示北京市場成熟，市場廣大但挑戰也大，適合產品成熟度高的工藝產品；而台灣頂級工藝此次徵選出的參展工藝廠家的作品因產品完整度高且兼具細膩度及獨特性，在市場上仍具備相當競爭力，但北京茶博會展場內有部分臺灣工藝業者以技術性低、可大量製作的杯壺產品低價折扣銷售，無形中影響顧客對於臺灣工藝市場的品質觀感，對市場長期經營而言折扣削價競爭實非益處，需每位工藝家的堅持方可維持市場名聲。

北京茶博會展會現場



伍、建議事項

- 一、加強工藝品與生活、空間及氛圍營造的連結：工藝品源自於日常生活用品手作，與生活所及息息相關，台灣工藝實際在生活上的運用越來越廣，近年蓬勃發展的手作市集中的產品精緻性也在提升中，對品質的追求及設計細節的巧思都在逐步提升，接下來需再更進一步提升整體實用性，產品除了使用順手為基本條件外，使用的時機、耐用度、與其他產品或空間的易搭配性等都應納入考量，臺灣頂級工藝也在展場打造了茶空間，擴及生活空間及氛圍的營造，以實際擺設示範工藝品及空間搭配，也提供民眾搭配靈感；現今講求環保永續，尋找最適合的工藝品將可減少重複購買功能性相似之產品，無形也減少丟棄產品的浪費。