臺灣頂級工藝首訪孔子故鄉
2014第五屆山東文化創意產業博覽交易會參展記
Quality Taiwan Craft Attending the 5th SCCIF

文／蔡體智（國立臺灣工藝研究發展中心行銷組組長）Ti-chih Tsai．圖版提供／國立臺灣工藝研究發展中心

中國做為文創市場腹地的潛力，在本文對工藝中心參與第五屆山東文博會的記事與觀察中獲得印證。文中概述山東省的文化背景及文博會的沿革、描述此行從出發前至展期的交易情形，並為較受矚目的商品進行歸納，為日後同性質博覽會的參展者提供了具參考性的經驗談。

The potential of China as the market of craft and design is manifested in the account of the 5th Shangdong Cultural & Creative Industries Fair (SCCIF). Its overview of the cultural background of the province, the development of SCCIF, NTCRI's preparation for and progress of the fair, and analysis of the features of popular works, may inform future participants of similar fairs.

山東省會濟南，是《老殘遊記》中「家家泉水、戶戶垂楊」風光明媚的文化大城

中國大陸擁有廣大的內需市場，隨著經濟的發展及國際化，展會是開拓大陸市場不可或缺的行銷工具，也是觀察市場變化的前哨站。大陸的文博會發展迅速，定位在國際性或地區性的各類型展覽，數量多到令人目不暇給。大陸市場在全球化策略布局中占有其重要的關鍵性，要行銷國際市場，可先從大陸試水溫。但其幅員遼闊，區隔性大，難以全盤掌握，因此可以透過文博會做為了解市場的風向球。展會是一個市場縮影，從中評估產品的競爭力，選擇合適的銷售通路及合作夥伴，掌握先機，可做為擬定行銷策略的重要指標。市場區隔的選擇可按較大的地理區域劃分，如華北、華東、華南、大西部等，國立臺灣工藝研究發展中心今年首次帶領「臺灣頂級工藝」參加山東文化創意產業博覽交易會，以開拓大陸華東及東北為主要對象，希望優質臺灣工藝品牌形象能透過展會有效曝光，爭取工藝產業大陸商機。

齊魯大地，文化山東

山東省有近一億的人口，為中國大陸人口第二大省，GDP總額位居第三位，擁有深厚的市場潛力，同時也是個文化大省，至聖先師孔子、詞人李清照的故鄉，還有龍山文化、泰山文化、黃河

第五屆山東文化創意產業博覽交易會濟南國際會展中心展區

以編織概念呈現工藝意象，外觀用圓弧鋼構造形，使展場具有結構感及視覺上的穿透性。

文化等地域文化及深厚的民間藝術、傳統工藝底蘊，文化產業正在轉型發展。齊魯文化博大精深，尤其省會濟南更是《老殘遊記》中「家家泉水、戶戶垂楊」風光明媚的文化大城。山東工藝美術基因來源遠久，身為中國工藝美術大省有其淵源，其手工藝術傳承深厚，展現齊魯大地精湛的工藝技藝，不但極具文化歷史特色，還有聳立的東嶽「泰山」，可謂人文薈萃，地靈人傑。

轉型升級，融合發展

2006年起山東省成功舉辦了四屆文博會，二年一次的山東文博會已成為大陸有重要影響力的文化展會。近幾年更努力擴大招商，邀請產業化程度高、產業鏈完整的知名文化品牌參展，加強文創產業交流。2014年第五屆山東文化創意產業博覽交易會以「轉型升級，融合發展」為主題，主會場濟南國際會展中心共設置十一個展區，七萬平方米的展出面積，參展商數量高達二千八百餘家。

工藝中心以「臺灣頂級工藝」整體形象帶領工藝廠商前往參展，藉此樹立臺灣優質的工藝品牌。8月28日開幕首日，主會場參觀人數就突破十萬人次，現場估計有八億人民幣的交易額。這次展會與往年不同的部分是強調勤儉務實辦會，堅持「十個不」：不做開幕式、不做迎賓酒會、不做慶祝文藝晚會、主會場不設花壇、不做彩旗彩球、不設拱門、不鋪紅地毯、不做奢華展區、展位不得高於五米、展區材料不得使用有輻射性等汙染環境的材料。大陸禁奢之政策雷厲風行，各個層面均已貫徹執行，這也是值得我們參酌之處。

行前準備，掌握商機

凡事豫則立，不豫則廢。公部門以臺灣工藝整體品牌形象要進入一個大的市場，雖然兩岸語言文化相通，但大陸幅員遼闊，由商業角度而言，要將工藝產業進入此一市場，須牽涉到人員交通運輸、金

工藝中心主任許耿修（左三）為來賓介紹臺灣工藝產品

深刻呈現卓越的臺灣工藝設計及技法傳達「工藝生活，生活工藝」的「臺灣頂級工藝」展出藝品。

流、物流、商品通關、展場設計等各項問題，須綿密準備才能順利運作。

2014年5月底在山東掀起一股「臺灣熱」，由經濟部國際貿易局主辦、外貿協會執行之「2014山東（濟南）臺灣名品博覽會」在濟南國際會展中心舉辦。臺灣味在傳統儒家思想發源地的山東高達攝氏四十度的炎熱氣溫下散發。筆者在展會前先行至山東洽訪山東省文化廳、濟南市宣傳部、山東文博組委會、山東工藝美術協會等相關單位，並至外貿協會駐青島代表處洽詢當地工藝美術相關通路商機。臺灣名品展共有四百五十家來自臺灣的優良廠商，展示超過二萬項優質產品，呈現五大形象區，匯集科技精品及文創產品等各類商品，完整呈現臺灣高超的科技、精湛的工藝、豐富的美食等，運用工藝品結合金、木、水、火、土五行元素的「金彩臺灣文創館」，觀眾皆對臺灣產業的創新能量與文化底蘊甚為驚艷，臺灣工藝廠商如臺灣民窯、臺華窯、安達窯等，均已參加數年的臺灣名品展，此次也請教其參展經驗、對大陸市場的感受，尤其是金流與物流的服務，均須參酌其寶貴經驗，俾8月份中心帶團來山東時有萬全的預先準備。

展期適逢大陸兒童節（6月1日）、端午節假期，展場參觀民眾眾多，展售產品深受山東民眾歡迎，提袋率甚高，也帶給工藝中心8月份來濟南參展山東文博的信心。

頂級工藝，系出臺灣

今年工藝中心帶領精選的工藝業者及臺灣工藝發展協會會員，計四十餘家業者共同參與。以「臺灣頂級工藝」為商品定位，展出藝品均深刻呈現卓越的臺灣工藝設計及技法，將傳統元素演化成現代風華，傳達「工藝生活，生活工藝」的概念。如三唐企業結合稀土元素高溫窯燒出千變萬化的金彩天目釉，得閒居將書法功力注入雕瓷表現出力道萬鈞的瓷藝作品，充滿了細膩刻畫的神韻、展現力與美的啟

村雕塑及陳力維木雕，鴻福陶藝坊將天目釉運用在大件花瓶的創作，傳承三代的臺灣名窯——水里蛇窯結合經典與創新之陶藝茶具，呂雪芬溫潤雅緻的金工創作銀飾，聖興西佛國由傳統佛雕出發結合繁複細緻的漆線雕粧佛技藝，來自天然植物友善大地的天染工坊染織，弘毅公司天然蠶絲的立體創作，存仁堂藝瓷琉璃及瓷器多媒材的結合，圭窯以瓦斯取代木柴當燃料的新彩燒等，展現出臺灣多元的文化軟實力及核心工藝價值。

此外，時尚工藝「Yii」品牌也參與展出，如國際知名設計師康士坦丁．葛契奇（Konstantin Grcic）與臺灣竹藝師陳高明合作的經典之作〈43〉及國家工藝獎一等獎得主湯潤清細膩刻工的陶藝兔杯兔盤等名作，呈現臺灣頂級技藝與設計力的結合。

展場設計亦是此次展覽的創新亮點，主要是以編織概念呈現工藝意象，外觀用圓弧鋼構造形，使展場具有結構感及視覺上的穿透性，參觀民眾不僅被獨特展館設計吸引，在展館外部也可隱約看見內部展出之工藝品，色調以溫暖木色系烘托出工藝溫潤的質感，再結合茶藝的表演。整體風格塑造一個生活體驗的空間，讓臺灣工藝產品的親和力在這個展演劇場中更加突顯。

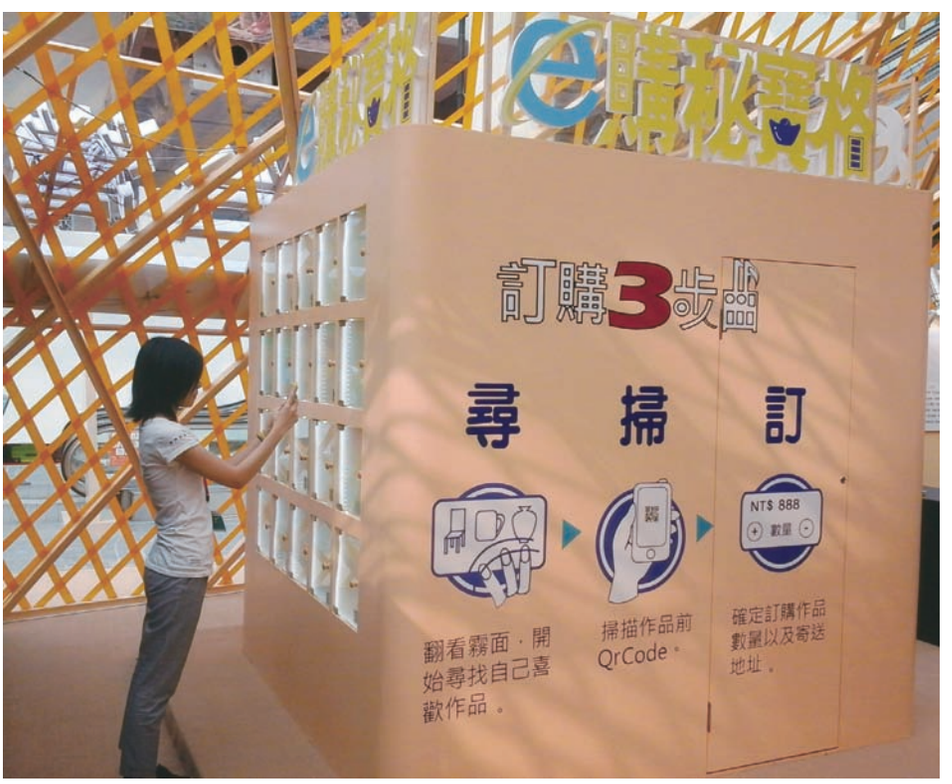
一線對接，一手商情

在展會現場，工藝廠商與買家面對面互動溝通、在最短的時間內進行高密度的接觸、掌握第一手的商情資訊、了解市場實際觀感及所需，並直接測試產品及通路布局。此次山東文博組委會特別組織科技含量高、附加價值高、深受市場喜愛的文化產業項目展銷推介，擴大專業參展商的比重，積極促進採購商、投資商的對接。臺灣工藝商品現場交易額約新臺幣三百萬元，後續繼續洽接的各類買家及通路商甚多，延伸效益正在醞釀發酵中。由現場接觸中發現特別受歡迎的產品，如：

1. 原生態產品：由於大陸北京、華北、華東等地霧霾汙染嚴重，民眾環保意識抬頭，對於不會造成環境負擔的天然材質工藝品特別青睞，如天染工坊的天然染絲巾、圭窯以瓦斯取代木柴當燃料的新彩燒、弘毅的天然蠶絲立體創作等。來自北京通路商嘉德傳燁文化發展公司特別組團坐一小時高鐵來濟南洽接，現場洽購後，返回北京隔日又立即電傳訂貨，並打算來臺參加2014國際天然染織論壇，對臺灣的天然染發展產品喜愛度甚高。2. 天目瓷：此次參展的二家天目瓷廠商三唐及鴻福公司均有甚佳的收穫，產品經媒體披露後立即引起轟動，買家及各通路商更是蜂

時尚工藝品牌「Yii」在山東文博展出

擁而至，除現場豐碩的交易額外，並爭相邀約洽談後續合作，可以說是此次展會中的超級明星商品。3. 設計與時尚工藝：時尚工藝品牌「Yii」在山東參與展出可說是一大亮點，尤其經典之作〈43〉竹椅，獲得在大陸工藝設計界擁有高度位階的山東工藝美術學院，其副院長及人文藝術學院教授們等的高度讚賞，認為臺灣的工藝產品無論在設計或創意上均走在世界潮流尖端。這次山東文博已將臺灣優質工藝產品的品牌印象深刻烙印在此地客群的心中。



「e購秘寶格」以OTO模式提供電子商務購物

電子商務，e購秘寶

除了實體的工藝產品現場展示交易之外，也結合了電子商務，推出「e購秘寶格」服務，首度攜手亞洲最大設計商品網路購物商城「Pinkoi」，於會場以OTO（Online To Offline，線上線下）模式提供電子商務購物。以皇帝專門蒐集寶物把玩的多寶格為創意發想，消費者帶著好奇心於e購秘寶格霧玻璃中隱約翻看臺灣精選小型精巧的玩藝，透過手機掃描QR CODE連結至Pinkoi的網頁進行商品網購，手機一點，寶物就寄送到家。再透過Pinkoi完整的金流、物流服務，可使用支付寶、Paypal或信用卡等多元付款方式輕鬆支付，再透過快遞迅速得到心愛的寶貝工藝品。以尋寶心理帶來新奇的趣味購物享受，開創臺灣文創網購新商機。

結語

參加展會是帶領工藝廠商打開大陸市場的「敲門磚」，品牌意象初步建立後，最終是否能將產品順利銷售，其中須不斷琢磨洽商，有一段路途要走。參展廠商如有心往大陸市場發展，須有不斷探索、長期經營的心理準備，不要僅看重於現場的交易量。此次山東文博會參展除了期許魯臺文創產業能具體交流，並體驗臺灣的工藝美學外，更期望為臺灣工藝產業開拓較大的市場，促成臺灣優秀工藝業者與大陸各方客群深度建構鏈結，藉由展會高度曝光，創造更多合作商機。