

2014年日本東京國際家居生活設計展紀行

Taiwan Design in Interior Lifestyle Tokyo 2014

文／潘玉潔（國立臺灣工藝研究發展中心約聘館務員）・圖版提供／Interior Lifestyle Tokyo

本文記錄工藝中心參展2014年日本「東京國際家居生活設計展」的概況，報名參展廠商的增加與九家代表廠商在會場的交易熱度，側寫了臺灣文創愈見成熟的國際競爭力。

As illustrated by this account of NTCRI's participation in Interior Lifestyle Tokyo 2014, the increasing number of applicants and the nine selected brands' active performance in the fair testify to the maturity of Taiwan craft and design in the international market.



來賓參觀攤位上的商品

居家設計的無限想像：東京國際家居生活設計展

國立臺灣工藝研究發展中心長期以來不斷積極努力推動工藝創意產業發展計畫，從基礎人才養成、跨界媒合，到充滿生活美學的工藝市場開拓，及引進國際化潮流，長期的向下深耕與實際的推廣，皆是重要工作目的。

工藝中心2009年以「美麗人生——熟年生活工藝設計」為主題，有計畫的以打造「臺灣工藝形象館」參加國際展會，參展作品有工藝時尚Yii品牌及綠色工藝產品等，成功提升國際對臺灣印象的能見度，展現臺灣新工藝的風貌。之後中心持續參展，以可授權和量化生產之作品作為主要展出物件，並透過公開徵選國內優良工藝設計文創廠商，協助臺灣工藝設計品牌參展，旨在輔導國內工藝設計廠商參加國際商展，透過參加大型專業的國際商展，拓展日本市場之外，同時增加國內文創廠商參展經驗，以主動接觸國際市場買方的方式創造國外市場通路、開創海外訂單，促進市場交流，製造國內產業與

國際媒合之機會，提升文創產值。每年的展場設計以臺灣優良工藝之設計精品形象規劃，透過國際商展及媒體曝光，在國際商展上展示臺灣工藝能量與設計力，同時提升臺灣文創品牌國際形象的正面效益。

日本「東京國際家居生活設計展」（Interior Lifestyle Tokyo）是由德國法蘭克福商展公司針對日本市場，結合世界知名的兩大展覽：「法蘭克福消費品展」（Ambiente）和「法蘭克福國際家用及室內紡織品展」（Heimtextil）的特色與內容所策劃的展覽，在長年的經營下，已是日本最大、最具專業性指標的國際生活用品商展，此展會向來以「設計」導向的室內家居生活為其主題，展出內容均是來自全世界高水平與精美的產品，參與該展會之主要業者皆為專業買主，如家具、家飾等零售商、百貨公司、各種專營店等通路，參展人士則包含工藝師、設計師、建築師、通路代理行銷團隊、工藝工坊等專業團隊。在此展會中可見到業界各方齊聚一堂，不僅



是廠商及買家尋求合作的重要平臺，並且同時在此掌握市場脈動及流行趨勢。

此展會皆於每年6月第一個禮拜，於日本東京國際展示場（Big Sight）西館舉行。期間除了聚集來自日本和世界各國廠商，同時邀請流行趨勢研究學者、知名品牌執行經理等，於會場上舉辦最新設計和品牌操作效益等專題講座，現場配備有多國語音翻譯機，參觀者可自由入座參加，為展會增添更多交流機會。



工藝中心攤位，以紅色外框架築家的溫暖意象。



2014年東京國際家居生活設計展會場盛況

「歡迎來我家」：2014年工藝中心參展實況

今年是德國法蘭克福國際展覽公司第二十四次舉辦「日本東京國際家居生活設計展」，亦是工藝中心第六次參加展出。自參加此展會起，本中心以公開徵選的方式，選出國內優秀文創廠商共同參展，徵選方式以組成專業評審小組經過嚴格公正的評比選出。今年度共計有三十三家廠商報名，一百四十組件產品進行評選，與2013年度比較，報名廠商計有二十七家，報名參展展品總件數共計一百零九組件，今年報名成長率接近三成，顯示國內廠商對國際市場——尤其是日本市場的高度興趣。

今年度最終評選出共計九家臺灣文創業者，和三十四組件匠心獨具的臺灣文創精品，以強調臺灣原創設計為參展主題參加展出，入選廠商為：東方心。西方器—穆德設計團隊有限公司、神話言—藝拓國際股份有限公司、鑿一鑿品文創有限公司、黑生起司、粹—黃淑萍創意設計有限公司、匠藏工坊—吉力科技研發有限公司、玩美文創設計工作室、台客藍—世代陶瓷股份有限公司、凌晨工作室。

展示攤位設計為開放空間和簡潔清楚

的規劃，以這次大會主題「Welcome to my home」為設計發想，以家的樣貌作造形，乾淨優雅的白色搭配明亮紅色的暖色調系，營造出舒適的空間感，兩側上方同時搭出大型的「In Taiwan In Design」標語，以挑高方式展現，讓臺灣館攤位清楚明顯的出現在整個會場，開放的展示空間和流暢的參觀動線，讓來訪買方能輕鬆的欣賞展品；工藝中心並在攤位上設置服務台和兩處商談區，讓參展廠商能順利的和買方進行商情洽談。參展廠商皆派出至少一名代表，部分廠商甚至自費派遣兩位以上的人員前來參與展會，由廠商代表親自向前來參觀的通路商和買方解說展示產品的理念和特色。工藝中心並針對不擅長日文的廠商安排兩名翻譯人員在駐點攤位上，協助廠商與買方溝通。

這次參展的九家廠商於展會期間努力積極推廣臺灣文創設計商品，吸引眾多知名大廠買主；接單部分，包含現場下訂、展會結束後的後續聯繫、樣本及改良打樣之寄送、確認樣本後下訂、跨國設計合作提案等，皆於展會結束後持續發酵，對於後續的訂單和產值皆有正面的回饋，參展廠商對於能參與本次展會活動皆表示受益良多。

未來工藝中心將更致力輔導工藝設計之廠商，開拓和輔導廠商進入新的國際商展，或是能輔導引介廠商參加國際大型設計交流會議、座談會等，讓臺灣工藝廠商有更多參與國際活動的機會，刺激國內廠商的競爭力，更能加強和培養國內人才的國際觀，提升本土的軟實力。🌱