

特別報導 Special Report

# 創新 · 突破 · 務實永續的臺灣工藝2017

## Taiwan Crafts in 2017: Innovation, Breakthrough and Sustainability

文／簡政展 Chien Cheng-chan · 圖／國立臺灣工藝研究發展中心 National Taiwan Craft Research and Development Institute

國立臺灣工藝研究發展中心（以下簡稱工藝中心）長期以來致力於工藝文化推廣與工藝產業扶植，藉此激發當代工藝創新活力，提升國人生活品味，進而藉由創新發展，形塑臺灣工藝品牌高度於國際創意產業市場，並提升臺灣品牌的國際競爭力，促成臺灣工藝設計產品的國際行銷。面對國際市場的快速變動、新興國家經濟的崛起，以及全球文化創意產業對精緻限量或具地方特色的工藝產品需求增加的趨勢，臺灣應如何掌握優勢、如何運用地傳統以及建立國際夥伴關係，以適時打入全球國際市場環流，將是未來臺灣工藝永續發展的重要課題。

### 透過國際商展參與，體現競爭力與價值

工藝中心主任許耿修認為，過去一年工藝中心扮演火車頭的角色，進行

許多跨國合作計畫，也促成許多工藝師和設計師共同開發工藝商品的媒合，並透過競賽和國際參展的機會，向國際行銷拓展臺灣的工藝精品，以實質謀劃和參與來取得具體成效，其中以參加國際商展的收效最豐。近年來國際商展在激烈競爭下，主辦單位無不積極至各國邀請拜會，竭力網羅精良品牌及產品參與展會。因為當參展商在展示技術改良與設計創意，甚至是拉高售後服務規格的同時，除了是同業間競爭力的比拼，也是為該商展整體品質創造口碑的正向能量。亦即，商展不只是促進短時間的鉅額產值，它同時也開啟鼓勵新創與未來的共榮價值可能。藉由展出而媒合出新火花，提供更多元的服務與活動，讓商務人士在展覽前便獲得資訊，看展時先感受舒適又新奇的經驗，展後還能接收到相關統計和建議，這些都使得買賣雙方對設計的下一步同樣充滿期待，也才



2017第十一屆杭州文化創意產業博覽會「臺灣頂級工藝」會場



工藝中心主任許耿修（左五）與「2017新加坡國際家具展」參展廠商合影。



2017第十一屆杭州文化創意產業博覽會，「臺灣頂級工藝」參展廠商卓也藍染作品。



第四屆中國（太原）國際茶產業博覽會，「臺灣頂級工藝」參展廠商老土藝術作品。



第四屆中國（太原）國際茶產業博覽會，「臺灣頂級工藝」參展廠商鑿ZAN DESIGN接待媒體。



駐日代表謝長廷（中）與「2017年日本東京國際家居生活設計展」臺灣館參展廠商們合影

是成為延續商展新鮮感和長遠生命力的要件。

### 因應不同邀請特色，擬定參展策略方向

今年工藝中心參加大陸地區的展會共計5場，包含茶博會（深圳、太原、西安）、文博會（杭州、廈門）等，而其它亞歐洲地區則有新加坡國際家具展與東盟家具展（簡稱IFFS/AFS）、日本東京國際家居生活設計展（Interior Lifestyle Tokyo）、法國巴黎國際家飾用品展（Maison & Objet Paris，簡稱

M&O）等。工藝中心自2013年參與大陸展會以來，即以「臺灣頂級工藝」來定位品牌行銷，展館也以打造臺灣工藝精品館來規劃，讓展場氛圍舒適優雅，襯托臺灣工藝的精品質感與設計。除了行銷臺灣工藝產品外，也希望參展單位了解各地區市場特性，培養獨立參展及擇定目標市場的能力。

另外，針對亞歐國際市場，工藝中心也根據不同特色來邀請國內的工藝師參與。例如「新加坡國際家具展」近年來力求以「設計」為主軸，因此工藝中心特別以「享

家·Enjoy at Home」為主題策展，邀請兼具科技和厚實底蘊的工藝代表參展，以具有東方情調的精緻雅痞風格來擄獲歐洲買家的心。「日本東京國際家居生活設計展」一向鼓勵新創產品以及品牌永續經營，因此參展的臺灣工藝精品均要求能融合臺灣當地生活美學與文化特色，並鼓勵每年提供一至二件新產品來持續參展，以建立國際市場上的品牌口碑和證明。至於「法國巴黎國際家飾用品展」則特別重視品牌信賴度及產品品質，是每年到場買方詢問度最高的展會，以具有高度設計感的實用產品為主。故工藝中心在徵選廠商時便嚴格篩選廠商須具公司登記，且參展品皆需為已達量產規模，並可以接單出貨之設計產品為優先。



無線連結與播音的LED陶瓷鳥「間關」，是精準適切的工藝科技產品，擄獲新加坡國際家具展高端買主關注。



工藝中心參加「2017新加坡國際家具展」，以享家為主題打造76平方米國家形象館。

### 落實在地特色，經營品牌價值

主任許耿修認為，邀請工藝家出國參展，從過去因形式化展覽大拜拜而興趣缺缺，到現在兼具務實與行銷契機的積極參與。現在出國的曝光不再只是交流展的視野互動，更擴大投入有規模和品質的商展，如此一來優良工藝品的實際競爭力也才能獲得檢驗，更不至於再出現只是曲高和寡的認證及獲獎。為將工藝品的美感層次與務實推廣都同步獲得更具體的成果，工藝中心強調團隊作戰與品牌經營，不再任憑工藝師單打獨鬥。並在品質和定價都堅守約定的原則，以「臺灣頂級工藝」為標誌品牌。尤其對中國大陸的工藝品牌推廣，更絕對堅守「從頭到尾臺灣生產與製造」的原則，務必將臺灣的品牌形象與在地化的優良特質凸顯並成為標誌性符號。讓臺灣頂級工藝必須在臺灣才能夠買得到。也使得被工藝中心推薦的品牌，能夠帶著「臺灣頂級工藝」的品牌價值走出去，並得以後續配合工藝中心推廣的三大策略方向；一、以「定製精品」策略嘗試開發頂級客群新市場，同時拓展高端通路，結合精緻作工與質感與生活更強烈的聯結，凸顯工藝的獨特性；二、以「品牌進化」策略求精，透過建立臺灣工藝整體品牌形象，再擴及個別工藝廠家，打響工藝精品知名度，持續提高臺灣工藝曝光度，拓展商機；三、運用「新零售」概念，結合大數據、線上線下、APP、整合虛擬與實際市場，全面擴散佈點，建立陸、海、空三維行銷及市場情報判斷整合力，精準鎖定目標市場、有效打進目標客群。

### 結合產業趨勢需求，奠基設計與傳承能量

為有效結合工藝文化產業的發展趨勢，奠基並鼓勵工藝設計與傳承的



「2017法國巴黎國際家飾用品展」第5館工藝藝術展區

能量，今年的「臺灣工藝競賽」廣邀來自工藝界、學術界、設計界、產業界等19名專家組成評審團，以慎重嚴謹的態度在「美術工藝組」及「創新設計組」兩組分類中，從516件作品裡決選出最具代表性的工藝精品。其中「美術工藝組」的獲獎作品，不管是竹雕的殘荷與蛙、木片拼貼的農耕與牛、陶做的麻雀與稻穀包、漆畫中的福字與供桌和水仙花、陶塑的傳統廟宇彩繪、陶塑的竹造形壺與杯，還是以竹編為底的籃胎漆器等，在在都顯現出臺灣生活中獨特的文化特色。而「創新設計組」大多數的作品則在功能性考量上，以日常生活經常見到的器物運用為主。在構思上包括設計理念、造形、用途、材料與技術的斟酌，皆具前瞻的創新及視野。其中較為顯著的特色是材質上的複合運用，在作品中局部搭配其他材料來使用，不僅增加材質上的對比，更讓材質特性能更充分發揮，擴大了造形或用途的可能性。

### 務實推動永續效益，便利交換資訊管道

主任許耿修指出，臺灣工藝的設計水準已然是排名領先世界的前段班，隨著水準的逐年提升，工藝中心對於競賽的評審標準也逐年提升，除了在技藝、美感、功能和實用上要求創新突破外，更希望加入市場評估和銷售反應的考量，藉此期待這些工藝品都能達到好看好用又好賣的永續成果，甚至能夠藉此來教育觀眾，學習觀賞的方法與門道。未來，工藝中心除了持續將獲獎的優良工藝品和推薦資訊以各種語言及傳播方式進行推廣外，也正積極進行電子認證標籤的資訊建立，面對傳播迅速的資訊時代，便利的資訊交流和查詢認證系統，將是協助工藝師進一步行銷推廣能見度並展現個人特色的重要工作。🌱