

行政院第29次科技顧問會議

議題三：文創產業 主題報告三：工藝產業旗艦計畫

- 報告機關：國立台灣工藝研究所

簡報大綱

- 壹、前言
- 貳、現況研析
 - 願景、目標、發展策略
 - 產業概況
 - 競爭力分析
- 參、推動策略
 - 計畫架構
 - 評估基準
 - 經費需求
 - 預期成效
- 肆、成果檢視
- 伍、結語

前言

面對全球化競爭，台灣必須強化產業升級作業，包括提昇產品美感創新能力、品質檢驗及市場規模、強化異業結合等，才能在推陳出新，在市場佔有一席之地。本計畫聚焦於產業取向之設計、創意與工藝的結合，知識密集之創意轉型，希望研發設計及拓展行銷通路雙管齊下，順應當前工藝手感及創意經濟的趨勢潮流，推介優質臺灣工藝品牌及產品，行銷全球市場。

一、產業概況

	91年	92年	93年	94年	95年	96年
產業產值 (億元)	581	635	667	674	675	717
營業家數 (家)	10,540	10,614	10,676	10,892	10,714	10,437

• 資料來源：財政部財稅中心磁帶資料、台灣地區職類別薪資調查。
2009台灣文化創意產業發展年報

一、產業概況(續)

工藝產業特質

- ◆獨資經營→佔68.68%
- ◆經營年數→10-20年佔29.54%
- ◆資本小→100萬以下佔71.48%
- ◆營業額小→500萬以下佔86.03%

資料來源：2009台灣文化創意產業發展年報

三、競爭力分析-劣勢、威脅

劣勢 Weakness

- 產業空洞化
- 工藝人才短缺、現有產能不足。
- 自我品牌建立能力不足。
- 智財權保護尚未普及。
- 欠缺轉型企管、佈局國內外行銷通路或銷售據點能力。
- 民眾對於生活美學、美感與創意欣賞能力不足。

威脅 Threat

- 中國大陸與東南亞低成本勞動力與低價商品之競爭。
- 日本及歐美高級品消費市場之品牌威脅。

三、競爭力分析-優勢、機會

優勢 trength

- 紮實的工藝技術基礎。
- 多元的工藝技術與文化內涵。
- 具有創造高附加價值產品潛能
- 具有結合社區資源、充實地方文化產業的能量。
- 天然工藝資材豐富。
- 國民天性勤勞、靈活及富韌性
- MIT已具世界性口碑。

機會 opportunity

- 設計與工藝結合，朝向知識密集之創意產業轉型。
- 文創法的實施及法令配套有助於強化政策推動機制。
- 台灣豐富多元文化
- 華文世界崛起及消費能力提高。
- 新一代創新活力，是未來發展台灣文創的利基。
- 教育普及，知識水平提昇。

願景

- 一、臺灣工藝文化 在地化、社區化
- 二、工藝產業創新化、產值化
- 三、工藝品牌形象化、國際化
- 四、打造接軌國際的台灣工藝基地

發展目標

- 一、發揮臺灣工藝創新育成機制及功能，強化產業研發設計與技術之能力
- 二、發展合縱連橫的「現代工藝產業網絡」及具可塑性之「現代工藝創新研發聯盟」
- 三、推動永續的「地方工藝產業輔導機制」
- 四、深耕臺灣優良工藝品牌與形象，發展工藝授權機制，打通國內外市場通路
- 五、以工藝美學、體驗經濟打造示範性之臺灣工藝文化園區

發展策略

- 一、以強化創新研發設計，提升工藝產業競爭力
- 二、以拓展行銷通路，帶動台灣工藝品牌 能量

計畫架構

2大策略

3大行動方案

11項重點計畫

工藝產業旗艦計畫

創新研發設計

拓展行銷通路

工藝創新育成中心基地硬體設施整建計畫

卓越研發行動方案

產業跨業合作行動方案

「大品牌」形塑行動方案

- 1. 成立「工藝創新育成中心」
- 2. 培育工藝卓越人才
- 3. 育成網絡資訊平台建置

- 1. 工藝時尚【yii】品牌產品媒合開發
- 2. 跨產業商品工藝化合作開發計畫
- 3. 綠色生活用品研發計畫建置

- 1. 工藝品牌形塑計畫
- 2. 工藝美學拓展臺灣文化魅力計畫
- 3. 輔導多元行銷通路計畫
- 4. 環島型工藝文化產業聯盟計畫
- 5. 輔導參加國際商展計畫建置

卓越研發行動方案

成立創新育成中心

1. 工藝創新育成中心輔導機制
2. 工藝智財授權服務機制建置與資料庫維護
3. 吸引年輕設計人才投入工藝研發設計
4. 育成中心輔導成果展示

培育工藝卓越人才計畫

1. 工藝行銷策略人才培育
2. 工藝創新設計人才培育
3. 工藝技藝人才培育
4. 工藝創作人才培育
5. 工藝設計通用人才培育
6. 創新媒材專業研發人才培育

育成網絡資訊平台建置計畫

1. 工藝產業資料庫建置
2. 工藝產業資源調查
3. 工藝基因調查研究及資料庫建置



卓越研發行動方案

1/3 成立創新育成中心

目標功能

推動服務平台，為行政協調及管理之單一窗口，並提供工藝智財授權應用服務機制，擴大產業整體效益。

重點計畫	具體措施
工藝創新育成中心輔導機制	提供創新轉型等輔導及補助，有利長期經營及資源運用、創造就業機會。
工藝智財授權服務機制建置與資料庫維護	建立研究發展永續及媒合機制，提供工藝智財資料參考及諮詢服務平台。
誘發年輕設計人才投入工藝研發設計	誘發年輕設計學生入籍工藝，強化其工藝創作。
育成中心輔導成果展示	文創執行績效展示，激勵更多能量及發展空間。

卓越研發行動方案(續)

2/3 培育工藝卓越人才

目標功能

培育符合時代需求的工藝人才，達成文化創意產業加值之終極目標。

重點計畫	具體措施
工藝行銷策略人才培育	開辦進階課程，培訓其國際視野及多元文化體認卓越人才
工藝創新設計人才培育	
工藝技藝人才培育	
工藝創作人才培育	
工藝設計運用人才培育	
創新媒材專業研發人才培育	

卓越研發行動方案(續)

3/3 育成網絡資訊平台建置

目標功能

建置完整之工藝技術資料庫，提供相關產業人員學習運用，及充實產業資訊，達到產業交流目的。

重點計畫	具體措施
工藝產業資料庫建置	充實基因庫、材料庫、人才庫、廠商名錄等資料建置整合。
工藝產業資源調查	持續進行工藝產業擴大樣本數及專案產業項況資料。
工藝基因調查研究及資料庫建置	建置以台灣主體意象為主軸的工藝設計及技術運用資料庫。

跨業合作行動方案

工藝時尚 yii 品牌合作機制

1. 工藝新貌跨領域創作應用計畫
2. 工藝時尚國際行銷推廣計畫

跨產業商品工藝化合作開發計畫

1. 科技3C產業合作案
2. 休閒觀光產業合作案
3. 博物館延伸商品開發案
4. 觀光飯店業合作案

綠色生活用品開發

1. 專業交流集思研創計畫
2. 生活提案設計專題研討會
3. 創新媒材合作研發計畫
4. 環境空間主題研發計畫



產業跨業合作行動方案

1/3工藝時尚【yii品牌】媒合計畫

目標功能

藉由工藝和設計產業連結，達成跨領域合作，轉化傳統工藝，強化yii品牌形象，國際行銷國際市場。

重點計畫	具體措施
跨領域創作應用合作研發	媒合工藝家（生產者）與設計師，建立異業合作的機制，提升市場競爭力。
國際行銷推廣策略	邀請國際設計總監擔任總監顧問，指導及引領台灣工藝設計品牌前進國際行銷交流推廣市場。

產業跨業合作行動方案(續)

2/3跨產業商品工藝化合作開發計畫

目標功能

媒合跨領域、跨產業進行異業產品工藝化設計研發，增加商品附加價值。

重點計畫	具體措施
科技3C產業合作研發	媒合工藝家與臺灣知名電腦品牌等廠商共同合作研發系列商品
休閒觀光產業合作開發	協助休閒餐飲業進行餐具、飾品等產品開發，設計專屬特色。
博物館延伸商品開發案	媒合以臺灣各地博物館主題進行商品開發設計或產製作業。
觀光飯店業合作案	協助觀光飯店在地文化，打造專屬之工藝商品，形塑飯店特色。

產業跨業合作行動方案(續) 3/3綠色生活用品研發計畫

目標功能

掌握社會需求脈動，創造符合經濟與使用者需求的工藝新產業。

重點計畫	具體措施
專業交流集思研創	構築進行國際視野及當代生活主題之藝術品研發，臺灣當代發展及未來生活文化主張。
生活提案設計專題研討會	藉由創意對話，定期國內外設計案例交流一等課程，建構廿一世紀生活型態樣貌。
創新媒材合作研發	藉由鼓勵複合媒材、多功能、個性化、綠色商品之開發創作、產品研發等專案合作。
環境空間主題研發	邀請產官學界共同進行主題式研發計畫，銜接政策。

大品牌形塑行動方案



- 工藝品牌形塑
- 工藝美學拓展台灣文化魅力
- 輔導多元行銷通路
- 環島型工藝文化產業聯盟
- 輔導參加國內外商展

大品牌形塑行動方案

1/5 工藝品牌形塑計畫

目標功能

透過工藝家個人品牌建立及經營策略，建構品牌新形象，創造品牌價值，提升產品市場競爭力。

重點計畫	具體措施
台灣工藝之家品牌形塑	委託設計團隊輔導進行個人品牌識別規劃、產品開發及包裝設計，及後續品牌經營管理及辦理成果展覽、商展參展、專輯發行、市場行銷等。
台灣工藝品牌策略與形象塑造	以工藝家個人形象的建立、工藝品的品牌建立及經營策略，塑造整個大環境的工藝形象，創造品牌價值，提升產品市場競爭力。

大品牌形塑行動方案(續)

2/5工藝美學拓展臺灣文化魅力計畫

目標功能

輔導參加國際性競賽及展覽活動，增加臺灣在國際文化露出機會，爭取台灣國際能見度，推廣行銷台灣工藝。

重點計畫	具體措施
國際博物館展覽交流	研擬與國外重要設計藝術博物館締結姐妹館，強化未來館際合作，進行多項合作計畫。
國際藝術節慶文化藝術交流	規劃臺灣特色工藝主題展覽，讓臺灣優質工藝品站上世界舞臺，擴大與大陸工藝交流及拓展國際市場。

大品牌形塑行動方案(續) 3/5輔導多元行銷通路計畫

目標功能

促成市場行銷通路多元化，創造市場效益，並與地方特色產業結合，設置集中販售據點。

重點計畫	具體措施
良品美器－台灣優良工藝品認證	辦理臺灣優良工藝品評鑑作業、提升工藝品牌形象，協助增加產品能見度，參與國內外大型展售會。
台灣工藝生活美學概念館行銷推廣	設立大型聚合行銷平臺，協助其有效行銷，吸引民間企業投資。
異業通路合作機制與推廣	賡續與觀光飯店通路合作，並規劃不同產業通路合作。
工藝虛擬通路設置	運用成熟之網路交易平台，輔導設置虛擬商店擴充服務通路、商品銷售展示點。

大品牌形塑行動方案(續)

4/5環島型工藝文化產業聯盟計畫

目標功能

開發文化觀光消費市場，以「體驗行銷」為主軸，結合工藝、觀光產業。

重點計畫	具體措施
多角化工藝社區產能提升扶植	協助媒合、開發工藝商品行銷管道與品牌包裝等職能。
工藝之家空間品質服務提升	進行台灣工藝之家展陳空間及識別形象示範點，規劃設計及施作。
工藝之家區域聯盟計畫	媒合工藝之家形成共生經營，規劃休閒旅遊路線套裝行程
工藝之家宣傳行銷	統一對外媒體文宣執行窗口，針對相關活動與計畫作系列性媒體宣傳。
工藝之家輔導服務與推廣	輔導臺灣工藝之家協會辦理研習交流及公開展示活動。

大品牌形塑行動方案(續) 5/5輔導參加國際商展計畫

目標功能

產官合作之模式與企業資源之運用，開發市場通路，輔導參加國際性認證及商展，爭取國際能見度。

重點計畫	具體措施
輔導參加國際主要商展計畫	輔導工藝家拓展國際產業合作、輔導產業參加國際商展等業務，藉由徵選國內具國際市場潛力之工藝產品參加國際商展，透過專業整合行銷計畫協助工藝廠商提升，品牌形象拓展國際市場能力，以增加工藝產值
參與國際文創產交流展售計畫	藉由展覽透過文化交流的平臺，開發市場的新商機

工藝創新育成中心基地硬體設施整建計畫

◆南投縣：

- 工藝傳承、展示空間充實計畫：工藝文化館、典藏展示館
- 工藝創新設計、教育空間整建計畫：工藝設計館、工藝資訊館、生活工藝館、地方工藝館
- 工藝生活休閒空間新建計畫：工藝會館（特色旅館）、停車場、樂齡工藝會館、環園道路

◆台北市：台灣當代工藝設計中心整建計畫

◆台北縣：鶯歌多媒材造型中心整修計畫

◆苗栗縣：苗栗工藝產業園區充實計畫

評估基準

績效指標	評估基準 (達成目標)					
	97年	98年	99年	100年	101年	102年
完成育成諮詢輔導件數	30	30	40	50	60	60
培育工藝卓越人才	250人	300人	350人	400人	400人	400人
媒合異業資源合作開發案數	15件	18件	18件	22件	25件	25件
工藝園區與各項活動參觀人次	60萬人次	60萬人次	60-80萬人次	80-100萬人次	80-100萬人次	80-100萬人次
輔導工藝之家	25家	25家	25家	25家	40家	40家
完成工藝家品牌形塑案	5件	5件	5件	10件	15件	15件
參加國際展覽及競賽	2-3次	2-3次	2-5次	2-10次	5-10次	5-10次
參加國際商展產值	7,000萬元	7,000萬元	8,000萬元	10,000萬元	15,000萬元	15,000萬元
輔導設置常態及臨時聚合市場	1個	1-2個	1-2個	1-4個	1-4個	1-4個

經費需求 (99-102年經費將視實際狀況予以調整)

工作項目	97年	98年	99年	100年	101年	102年	合計(仟元)
1. 卓越研發行動方案	24,811	48,912	19,855	47,000	70,000	70,600	281,178
2. 產業跨業合作行動方案	25,386	15,702	34,532	92,000	120,000	121,028	408,648
3. 「大品牌」形塑行動方案	162,393	101,973	137,753	295,400	258,000	310,638	1,266,157
4. 創新育成中心基地硬體設施整建計畫	121,073	167,624	219,860	456,900	432,300	363,084	1,760,841
小計	333,663	334,211	412,000	891,300	880,300	865,350	3,716,824

創新研發設計

- ✓ 提高傳統工藝產業朝創意設計產業轉型之成功率。
- ✓ 完成目標培訓1,500人次專業工藝創新設計與技術研習學員數。
- ✓ 預估累計80 案件跨產業研創、動態研究及國際交流研創活動。
- ✓ 結合異業合作能量,提高文創產品產值,預計媒合80件合作開發案計畫,完成1,000-2,000 件

拓展行銷通路

- 完成至少100家之工藝之家輔導、45家工藝品牌形塑案，創造工藝產品差異化與競爭力。
- 輔導設置5至10 個聚合市場創造多元市場通路爭取工藝產品能見度及行銷通路，預估計畫產值達10億元以上。
- 積極媒合工藝家與民間設計公司、產銷企業進行授權開發，創造商機且預估計畫產值可達4億元以上。
- 國內外商展及後續產值約8億元。

預期成效

1、工藝時尚【yii】品牌產品獲各界肯定

- 台灣工藝時尚品牌—yii的誕生：

媒合國內頂尖工藝家與設計師，利用台灣原創設計概念與台灣工藝技法素材，合力創作新作品，導入國際設計團隊指導產品開發，提升產品水準及國際競爭力。

成立台灣工藝時尚品牌—yii，形塑台灣工藝產業優質意象，進軍國際精品市場，參加國際設計商展，提升台灣工藝設計國際觀，創造文化創意產業更高產值。

案例一

43（懸臂椅）

- 完成「工藝時尚43懸臂椅國際專利申請案」台灣及日本新型專利審定獲准註冊領證。
- 98年4月21-29日參加「台灣工藝時尚米蘭國際家具展」，洽詢產值約為2,730萬5,775元。
- 98年9月4日-8日參加「2009台灣工藝時尚巴黎家飾用品展」洽詢產值達4,000萬元。



案例二



竹凳 (BAMBOOL)

- 2008巴黎傢飾用品展一獲選為「最令人心動獎」
- 2009年德國紅點設計獎
- 設計者：周育潤
- 製作者：蘇素任

案例三

竹手電筒 (BAMBOO FLASHLIGHT)

- 2009年德國紅點設計獎
- 設計者：吳東治
- 製作者：林群涵



2、工藝之家整合行銷推展品牌策略

- 完成14家品牌形塑計畫。
- 完成中部臺灣工藝之家影片拍攝作業。



2、工藝之家整合行銷推展品牌策略（續）



- 完成中部展售點「工藝美學生活概念館」設置，進行工藝美學推廣及工藝品展售。



2、工藝之家整合行銷推展品牌策略（續）



改善前

漆在塗花燈工藝藝術-改善前



改善後

漆在塗花燈工藝藝術-改善後



改善前

黃安隆-安隆玻璃精品室-改善前



改善後

黃安隆-安隆玻璃精品室-改善後

完成台灣工藝之家空間改善暨服務品質提升20處示範點，包含10處空間改善案與10處視覺形象改善案。

2、工藝之家整合行銷推展品牌策略（續）



環島型工藝文化觀光聯盟：
編印台灣工藝旅遊手冊



目錄 Contents

005 前言及使用說明 | Foreword / How to Use

路線 | ROUTE 01

012 鹿港小鎮・百年民俗工藝大觀

014 白樹老煙煤名聲遠海外 | 高敦厚・皮繩

018 無聲血淚的意港第一編 | 許曉卷・刺繡

022 田園鄉家看濃德土味 | 黃述恩・木器

026 傳統雕刀講現代表象 | 徐金福・木器

030 應教會能手作品傳富氣 | 李榮主・木器

034 廟宇雕前型作滿布全台 | 施鎮宇・木器

038 神刀編得漆線雕榮華 | 施芝輝・木器神像

042 將生活細節變精緻 | 陳鳳佳・綉藝

路線 | ROUTE 02

046 林杞埔傳奇・竹木工藝冠全台

048 慧眼巧思化朽木為神尊 | 陳茂輝・木工

052 玩賞權讓竹點晶變巧妙 | 劉文煌・竹製品

056 一生為竹編排享滿天下 | 黃益群・竹編

060 探索竹性追求環保真 | 廖基群・竹編

064 化繁為簡深情寄託木願 | 張敬・木願

068 斷心斷刺願喜出神入化 | 張文雄・木願

路線 | ROUTE 03

072 綠色隧道・動人陶花朵朵開

074 精研寶石雕新職交點陶 | 吳昱佑・交趾陶

078 直轄寶輝燦爛人生百態 | 張舒儀・陶藝雕塑

082 扎根本土深耕生活陶藝 | 林清河・陶藝

086 古老蛇窯光輝耀舞臺 | 林淑瑩・陶藝

路線 | ROUTE 04

090 工藝研究重鎮・淡陶美饌遊遍

092 漸染染復與終生不悔 | 徐景林・染織

096 幽對幽者思謝靈真性情 | 白不全・陶藝

100 泥土的生命自我的文化 | 曹明興・陶藝

104 學藝轉學漆文化耀華人 | 吳淑娟・漆藝

108 陶感情增疊的天然漆器 | 施玉前・漆藝

112 融舊創新工藝聯袂園 | 台灣工藝文化園區



3、深耕社區工藝及人才培育

- 社區工藝產能提升補助及輔導



3、深耕社區工藝及人才培育(續)

- 專業人才培育



一、結論

- 因應工藝產業發展的需求及產業結構轉型的現況，本所將實施策略設定在推展生活工藝美學、強化工藝創新育成與行銷機制面向，建構台灣工藝育成網絡，提高傳統工藝產業朝創意設計產業轉型之成功率。
- 藉由創新研發設計與拓展行銷通路的二大策略下，深耕臺灣優良工藝品牌與形塑國際形象嶄新局面，協助進軍國際舞台，輔導參加國際性競賽及展覽活動，透過各類競賽與展覽形塑台灣工藝品牌，拓展台灣工藝品牌知名度，打通行銷全球市場通路，創造工藝文創產值。
- 因此不僅止於相關軟體建設的投入，對於本所所在的位置，亦希望透過相關硬體的投入，積極建設為一個產業交流的園區，讓產業的資源可以集中，使更多投入產業的新血，能夠有效迅速的掌握產業發展的狀況與資源，讓政府與民間共同創造有利於工藝產業發展的機會，維繫產業的永續發展與競爭力。

二、討論題綱

- 案由一、如何協助工藝創意產業加強國內外行銷通路之鋪陳，及以市場為導向，創新研發當代生活精品？
- 案由二、如何形塑台灣文創產業形象，拓展海外市場？
- 案由三、如何建置健全經紀機制，誘發民間投資，以擴大工藝創意產業之產能？

簡報完畢
敬請指教



討論題綱

■ 電視內容、電影及流行音樂產業旗艦計畫：

在電視內容、電影及流行音樂3項產業發展過程中，面臨之問題仍為如何成功跨業整合及解決市場、資金與人才等問題，故本局研提之討論題綱如下：

1. 跨業整合：如何整合3產業個別優勢，並結合數位及網路發展，以擴大整體產值？
2. 市場：如何突破國內市場狹小的長期困境，並開展更大之海外市場？
3. 資金：如何進一步鼓勵民間投資，並擅用國發基金之資金？
4. 人才：我國教育體系中之師資與課程能否長期有效培養業界所需之專業技術人才，以避免人才斷層？

■ 數位內容與設計產業發展旗艦計畫：

1. 如何運用中華文化典藏資產，轉化成數位內容及設計產業創新應用之元素，以創造差異化及獨特性之商品？
2. 以台灣硬實力(資通訊)優勢當基礎，如何補強數位內容及設計產業軟實力(軟體、內容、人性)不足之處？
3. 如何運用國際交流合作，讓台灣數位內容及設計產業與國際接軌？
4. 如何強化政府各部門的分工合作及資源整合，以促進數位內容及設計產業之發展？

■ 工藝產業旗艦計畫：

1. 案由一、如何協助工藝創意產業加強國內外行銷通路之鋪陳，及以市場為導向，創新研發當代生活精品？
2. 案由二、如何形塑台灣文創產業形象，拓展海外市場？
3. 案由三、如何建置健全經紀機制，誘發民間投資，以擴大工藝創意產業之產能？