



PDF
Complete

Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

(出國類別：參觀展覽)

美國華盛頓與紐約國際禮品展

服務機關：國立故宮博物院
出國人職稱：處長、助理研究員、助理研究員
姓名：金士先、洪婉喻、陳挺中
出國地區：美國
出國期間：98.8.12~98.8.23
報告日期：98.11.17

務出國報告提要

出國報告名稱：美國華盛頓與紐約國際禮品展

頁數___ 含附件：否

出國計劃主辦機關/聯絡人/電話

國立故宮博物院/鄭美珠/28812021ext2225

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

金士先/國立故宮博物院/文化行銷處/處長/28812021ext8854

洪婉喻/國立故宮博物院/文化行銷處/助理研究員/28812021ext8936

陳挺中/國立故宮博物院/文化行銷處/助理研究員/28812021ext2532 出國類別：參觀展覽

出國期間：98年8月12日~98年8月23日

出國地區：美國

報告日期：98年11月17日

分類號/目：

關鍵詞：紐約國際禮品展

摘要：

本處基金科及文創科的業務範圍與禮品展息息相關，因此促成此次美國華盛頓與紐約國際禮品展之參觀行程，期望在美國博物館重鎮-華盛頓 D.C. 的各大博物館賣店及紐約國際禮品展上，對於博物館賣店的經營與管理，以及在博物館禮品的開發概念上有所啓發與突破，為本院的博物館賣店及所販售的商品創造更多的附加價值，以提昇對國內、外各國旅客更佳的服務。

從根據紐約國際禮品展主辦單位展前揭露之資訊，大會除了原有超過 2700 家禮品展廠商的參與之外，即將於 2010 年冬季展推出全新的「The Licensing Gallery(授權展區)」，該展區邀請精品廠商限額 30 家參與展出，目標為打造一個有效連結藝術家、設計師、授權業者與家用精品禮品產業的 B-to-B 交易平台。同時大會 2010 年將和「LIMA 國際授權產業廠商協會」合作，製作教育性的論壇及座談等活動以促進授權業者與授權買主的關係聯繫。論壇主題將聚焦於授權產業中，雙方如何找到正確的授權合作夥伴。



PDF Complete

*Your complimentary use period has ended.
Thank you for using PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

壹、目的	5
貳、過程	5
參、心得	6
肆、建議	9

此次參訪主要目的為評估本院品牌授權業務與圖像授權等相關業務是否直得編列預算參與未來 3 年間的紐約禮品授權展，並從參訪人次，參展廠商品牌知名度、展場空間精緻度與大會統計各項交易數字等來評估。

貳、過程：

每年兩次的紐約國際禮品展（New York International Gift Fair，NYIGF）從 8 月 14 日起至 20 日在紐約賈維茨會議中心（Jacob K. Javits Convention Center）舉行，超過 3000 個來自世界各國的商家參展。

禮品展一共分成禮品區（文具、陶瓷禮品、玩具、紀念品），餐廚用品及家用器皿區（陶瓷、餐具、玻璃器皿），家庭裝飾品區（燈飾、地毯、牆上裝飾品），手工製品區（民族工藝品、流行飾品、珠寶），個人用品區（香水、珠寶首飾），青少年用品區（玩具、服裝、兒童床）戶外用品區（噴泉、花瓶、花籃）等七大區給商家展出。各類精緻禮品，設計獨特的新產品，追求樸實的手工藝品及環保產品最受商家歡迎，同時也代表著禮品產業未來發展的趨向。

展覽會上也有許多看似平凡但卻包含獨特的設計的產品，如燈座香熏、香熏油燈等，將平凡的日常用品設計成時尚品，既時尚又實用。

為期 6 天的紐約國際禮品展預計將吸引 3 萬多個賣家前往參觀和洽談。此外，主辦單位還為此安排了促進業務交流的研討會，從而促進禮品業的發展。

出差時程：（98 年 8 月 12 至 23 日）

行程規劃：

8/12(三)	去程：台北δ 華盛頓	
8/13(四)	抵達。拜訪 Smithsonian 中心之商品部門	
8/14(五)	參訪 Smithsonian 博物館群 AIR AND SPACE MUSEUM - Daily, 10am-7:30pm	FREER & SACKLER GALLERIES Open 10am-5:30pm AMERICAN INDIAN MUSEUM Open 10am-5:30pm
8/15(六)	參訪美國國家藝廊、自華盛頓搭火車前往紐約	

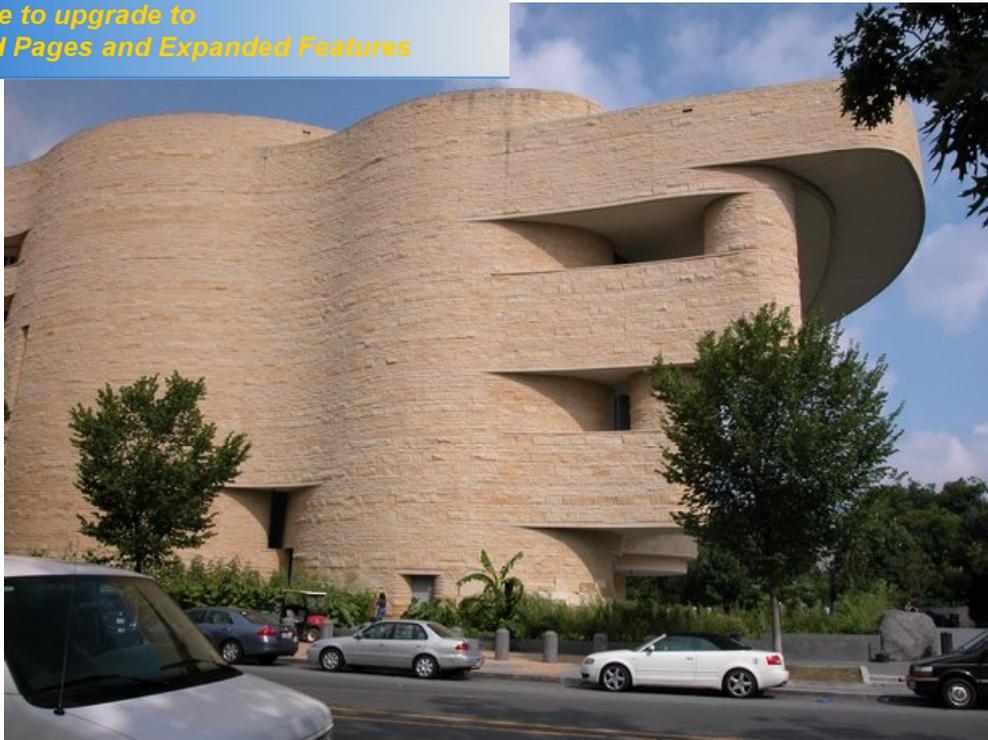
	Center W 34th St and 11 th Ave. , 9am to 6pm)	參觀洽商 9 點集合
8/17(一)	上午赴紐約國際禮品展參觀洽商 (包括週邊衛星展會、博物館採購展、設計師平台展等) Rubin Museum of Art Monday: 11 a.m. . 5 p.m 休二 w 1 7 bet 6&7AVE	9 點集合
8/18(二)	Cooper-Hewitt Design Museum (10 a.m.-5 p.m, 91 st St. and 5 th Ave) Metropolitan Museum (9:30 a.m.. 5:30 p.m, 82 nd St. and 5 th Ave. 休一)	office at 6 East 82nd Street at 2pm > Valerie Troyansky > General Manager Merchandising Administration > email: valerie.troyansky@metmuseum.org telephone: (212) 650-2539 > fax: (212) 570-3899
8/19(三)	建議行程：MOMA Museum Store、MOMA Design Store(10:30 a.m.. 5:30 p.m 休二), New Museum.	家具家飾: Pottery Barn, Moss (soho) Alessi: 155 Spring St (W Broadway)
8/20(四)	建議行程：Guggenheim Museum, NEUE Gallery, Whitney Museum of American Art	精品行程 5th Ave. Soho. Bloomingdales, Barneys New York, Sakes fifth Ave.
8/21-23	返程：紐約δ 台北	



(參訪 Smithsonian 博物館群)



(參觀 Sackler Gallery)



(參觀 National Indian Museum)



(參訪大都會博物館，與其商品部經理 Valerie Troyansky 交換意見)



(參觀大都會博物館商店)



(非洲博物館商店)



(太空博物館商品)



(印第安博物館商店)



(國家美術館)



(古根漢博物館)



(紐約國際禮品展)



(紐約國際禮品展內部)



(現代美術館商店)

出席紐約國際禮品展(New York International Gift Fair)的業者大多認為，隨著經濟顯露復甦跡象，禮品、家庭用品及生活時尚產品的銷情可望稍為好轉。

每半年舉行一次的紐約國際禮品展於 8 月 15 至 20 日假 Jacob K Javits 會議中心舉行。雖然參展商對銷情是否復甦持不同意見，但至少並不像今年初參加上屆展覽的業者般一面倒傾向悲觀。

展覽會雲集 39 個國家的 2,900 家公司參展，向 30,000 名買家展示最新產品潮流。

我們注意到一家參展商，Joey Roth 展出的獨一無二產品，大獲注目，其中零售價為 200 美元的 Sorapot 設計師茶壺、零售價為 500 美元的創新陶瓷立體聲揚聲器，雖然標價昂貴，但設計及質素獨特，頗受青睞。Joey Roth 表示，會上展品眾多，但買家希望物色獨樹一幟的產品。毫無疑問，只要產品獨特，沒有其他參展商供應，便會受到注意。

出席紐約國際禮品展的公司，很多都從中國採購部分或全部物料，另一些公司卻鍾情於純美國製產品。設計師 Patterson 承認，向中國採購物料令她流失訂單，不過，實在難以在美國以合理價格買到品質良好的原物料。大部分環保支持者均希望購買美國製產品，由於未能以低成本製造高質素產品，所以產品難以突圍而出。

參與國際授權展的費用，包含場地攤位租賃費、國外展場裝潢設備費、展品運費、宣傳媒體公關費用等等，需要審慎的事前評估和每次參展百萬元以上的預算編列，因此實地參訪觀察參展者交易情況，對照展後統計資料往往比大會方所提供的官方資料來的直接可靠。此次參訪為評估本院品牌授權業務與圖像授權等相關業務是否直得編列預算參與未來 3 年間的紐約禮品授權展，並從參訪人次，參展廠商品牌知名度、展場空間精緻度與大會統計各項交易數字等來評估。

肆、建議：

此次參訪的 2009 年夏季展參訪人次約 31,000 人次，從金融風暴的經濟衰退後成長了約 5.6%，顯示市場的復甦，參展商約 2,800 家，總展區面積 511,000 平方呎以上。比較今年度米蘭展參訪人次達 38 萬人次以上，僅故宮參與之台灣館展區參訪人次近 30,000 人次，紐約國際禮品展的參觀人潮及展出總面積比五年前同期展覽效益呈現明顯的衰退，若以美國禮贈品市場為主要考量，宜考慮評估拉斯維加斯授權展等其他重點授權展會。

。