

# 公務出國報告

(出國類別：參展)

## 2009 第四屆北京國際文化創意產業博覽會 台北文創精品館—故宮文化創意成果展示

**服務機關：**國立故宮博物院

**出國人職稱：**編纂、約僱人員

**姓名：**劉玉芬、張阿軍

**出國地區：**北京

**出國期間：**98.11.24~11.30

**報告日期：**99.02.23

## 公務出國報告提要

出國報告名稱：**2009 第四屆北京國際文化創意產業博覽會  
台北文創精品館—故宮文化創意成果展示**

頁數\_10\_ 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

劉玉芬/國立故宮博物院/文化創意行銷處/編纂/28812021ext2280.8937

張阿軍/國立故宮博物院/文化創意行銷處/約僱人員/28812021ext2259.8463

出國類別：參展

出國期間：98年11月24日~98年11月30日

出國地區：大陸

報告日期：99年2月23日

分類號/目：

關鍵詞：北京文創展 台北文創精品館、文創產業、國立故宮博物院、品牌授權

摘要：

2009 第四屆北京文博會於 11 月 25~29 日在北京國際會展覽中心舉行，活動包括綜合活動、展覽展示、論壇鋒會、推介交易、創意活動、文藝演出等六大板塊。台北文創精品館共分 13 區，參展廠商多達 73 家，共計 211 攤位。結合台北的重要博物館並宣傳 2010 國際花卉博覽會等活動，將台北的生活及文化創意以精緻商品成現出來，為此展覽中最耀眼及最受矚目的展館。

台北創意館曾經是去年文博會最受歡迎的展館之一，今年台灣代表團開設 12 個主題展區，包括「台北故宮主題」、「原住民主題」、「時尚設計主題」、「台灣師範大學學生作品」等。一系列觀眾熟悉的衍生產品，例如動漫、網路遊戲、遊戲人物公仔、卡通形象等作品也有參展。

國立故宮博物院應台北市文化局之邀第二次參加北京文博會，「台北文創精品館」，展覽呈現故宮近年文物衍生創意精品成果，其中包含珠寶手飾、精緻複製畫、旅遊紀念品及時尚生活精品等，與故宮品牌合作商家共計 8 家聯袂參展。

此次參展除了展售活動之外，特別安排二場演講活動及由國際知名設計師設計師洪麗芬規劃珠寶走秀精彩活動，震撼當地媒體聲勢相當浩大，藉此提昇品牌知名度極擴大銷售市場。

# 目 次

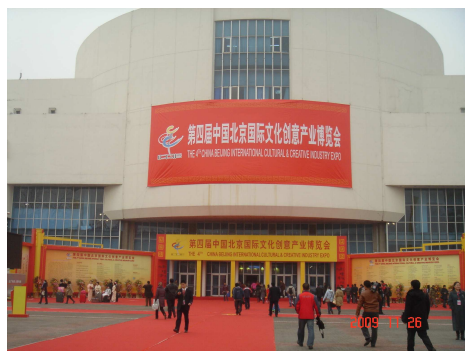
壹、目的.....	4
貳、過程.....	8
參、心得.....	9
肆、建議.....	10

## 壹、目的：

台灣在廣泛的文化創意產業領域的發展上，具良好的根基，無論在表演藝術、視覺藝術、廣告、設計、工藝、影視、音樂、數位內如各領域都良好的基礎，要協助台灣文創發展走向國際舞台，扶植台灣的文化創業者成為國際廠商，國際行銷是最重要的策略之一。因此故宮自2008年開始率領故宮品牌授權廠商，積極參加文化創意博覽會，目的即在促進文創產業商機，協助授權廠商走向國際舞台。

故宮近幾年來積極透過品牌授權進行異業結盟，創造出饒富創意的文化衍生精品，本次參展授權廠商共計有8家廠商，商品範圍涵蓋珠寶、織品、複製畫以及金飾等，品牌授權成功地將傳統藝術與現代生活結合。尤其隨著政策開放，故宮文化商品已成未來廠商力求爭取經營大陸市場的趨勢，也因此，故宮藉由本次展覽為平台，提供兩岸優質廠商商業合作機會，為滿足大陸民眾對故宮的好奇與喜愛，特別設立博物館衍生商品區，結合觀光宣傳，希望能讓兩岸攜手共同開創文化創意產業，並受到廣大觀眾青睞。

由本次參展經驗可瞭解到中國大陸文創市場已逐漸形成規模，政府的支援與背書在其文創產業發展過程中扮演了重要角色，此次台北文創精品館在台北市政府、行政院文化建設委員會、經濟部國際貿易局、台灣創意設計中心、國立故宮博物院等相關單位大力支持下，吸引了73家台灣文創相關廠商，組成了頗具規模展覽團隊，藉由各廠商展示之精品突顯台灣原創的優勢，讓中國大陸及國際間看到台灣廠商的創作實力。



第四屆北京國際文創展1館入口



北京禮品展展館

## 貳、過程：

日期	地點	工作項目	備註
11/24	台北→北京	旅途中	
11/ 25	北京	(1) 協助8家品牌合作廠商佈展事宜。 富御珠寶、朱的寶飾、今生金飾、印傑影像、禾禮、大洋集團、維渥特、龍岡數位出版。	詳細的整理資料參見下面的執行、成果
11/26	北京	(1) 文創展開幕活動 (2) 接待貴賓參觀 (3) 協助故宮時尚創意秀活動 (4) 協助故宮文物精華走進時尚生活空間講座 (5) 參加兩岸城市文化創意產業商機推介會開幕酒會	
11/27	北京	(1) 參觀、蒐集其他展館展覽。 (2) 針對故宮的圖像及品牌授權說明介紹。 (3) 參觀、稽核品牌授權廠商藝奇公司北京 798 分店	
11/28	北京	(1) 協助康熙朝內府西藏文泥金寫本龍藏經座談會。 (2) 回應客戶有關版權及授權相關事宜。 (3) 蒐集、查詢本院出版品及複製畫盜版廠商。	
11/29	北京	(1) 參觀台北精品展館、大陸媒體館、大陸博物館展覽館等共 9 館。 (2) 協助品牌廠商撤展。	
11/30	北京→台北	返途中	

## 一、展場設計

展場的規劃門面以故宮展區為形象區，另一端搭配授權廠商展出。牆面以雍正特展及雕刻特展大幅圖像為主題，並搭配多寶格式的展櫃設計，門眉上方主造型以宋代官帽為構想，並以故宮外觀建築及LOGO圖案呈現，整體造型設計大方動線流暢。



故宮展位佈展情形



博物館衍生商品區-故宮牆面



博物館衍生商品區-故宮展位



博物館衍生商品區-朱的寶飾公司



博物館衍生商品區-印傑影像公司



博物館衍生商品區--大洋集團

## 二、展場活動

(一) 本次故宮為配合於展場內台北文創精品開幕典禮，特別以「故宮文化時尚創意秀」為主題，推出一場時尚走秀，將故宮品牌授權（富御珠寶、今生金飾、朱的寶飾）的珠寶飾品，透過台灣知名服裝設計師洪麗芬女士的服裝設計，搭配專業藝術舞者，以舞蹈律動帶領模特兒，呈現以故宮文物衍生設計的珠寶飾品與時尚服飾的邂逅。此次走秀活動的主秀將邀請凱渥名模童怡真領軍，專業與藝術的結合，帶給現場觀眾一場高水準的文化品味與精緻生活結合的體驗，吸引大批媒體報導造成現場轟動。



凱渥名模童怡真參加故宮時尚走秀現場



現場媒體、觀眾爆滿情形



故宮授權珠寶商品由模特兒以走秀活動代言實況

(二)本次同時推出兩場專家與民眾的互動活動：

- 1.「故宮文物精華走進時尚生活空間」講座 -邀請知名空間設計師周光明先生，分享設計師如何將古文物元素融入至現代的生活空間，並討論其中發想概念與實踐過程。演講過程中周先生將特別以他在上海、北京、台北的豪宅’設計案例，介紹運用的心得與經驗。
2. 康熙朝內府西藏文泥金寫本龍藏經（甘珠爾）座談會  
由故宮圖書文獻處林天人研究員主持，特別邀請台北故宮胡進杉研究員及北京故宮羅文華研究員進行專家座談，針對這套經書的特色研究與出版品製作過程，透過專家經驗分享交流，讓一般民眾更加認識龍藏經並於現場開放經書的預訂。龍藏經共計 108 函預計印製 210 套，每套售價新台幣 120 萬元，整個出版期間為 3 年。



龍藏經座談會現場  
(左至右:羅文華研究員、林天人主席、胡進杉研究員)



空間設計師周光明先生演講

## 參、心得：

一、大陸官方在文化創意產業上使勁全力是其來有自，因為根據中國社科院今年 4 月所發布的「文化藍皮書:2009 年中國文化展業發展報告」，大陸的文化產業，幾乎不受全球金融風暴的影響。此次北京文博展共推出 9 個展館，本人參訪了每一個展館，雖然大陸官方非常重視文創產業亦全力贊助，但大陸方面在現階段成現出來的水準似乎尚未達到一定的水平，展館中最有特色為「京港台設計展區」、「台北精品文創館」，可以從商品中看到東方元素，台灣知名設計師陳俊良表示「國際化絕不等於西化」，必須從中華文化裏吸取精華，設計出能讓消費



者觸動，與消費者產生共鳴的商品。由於台北文創館有統一的主視覺，凸顯整體台北文創品牌形象和風格，加上所有廠商在展場投入多元化富創意的設計，有助於展場內數萬中外參觀人潮的目光。從歷年台北文創廠商參展的經驗來看，參予廠商的加數增加了，使用攤位大幅度成長，最重要的是交易金額增加，知名度打開、銷售市場擴大了。

歷屆台北文化創意主題展區概況：

屆別	主題	廠商家數	攤位規模	主題區	交易金額
第二屆 2007	台北主題館	14 家	54 個	3 個	NT300 萬
第三屆 2008	台北主題館	64 家	189 個	9 個	NT8000 萬
第四屆 2009	台北文創精品館	73 家	211 個	12 個	NT2 億

二、 此次參展過程中的突發狀況，為避免同樣事件再次發生，將此經驗分享未來參展同仁參考。

(一) 故宮出版品出關被查扣事件

參展過程中發生意外狀況，包括故宮、台北市政府、師範大學等機構的出版品，被大陸海關扣留。經故宮出面多方交涉，最後大陸海關終於開展後第二天放行，讓整個事件畫下順利句點。由於當初承辦單位告知參展廠商現場將以 B2B、B2C 方式進行，對於中國海關而言，任何文字及影音出版品如想在大陸販售，必須透過「中國圖書進出口公司」，取得該公司憑證，才能放行。但主辦單位並未注意道此項規定，導致出版品被扣事件發生。在參展過程中造成不愉快印象。

(二) 故宮複製畫及出版品被大陸廠商盜印事件

在參觀過程中發現一家「北京天雅軒文化藝術公司」盜印多幅台北故宮授權二玄社及北京故宮、遼寧省博物館等的作品，並以非常低廉價格現場銷售，似乎完全漠視智慧財產權問題，由於兩岸法律未達成共識似乎截至目前都無法處理類似情形。希望未來應加強兩岸商業法律條文機制。

## 肆、建議：

- 一、台灣文創產業的創意、設計能量持續被肯定、擴散，不只在民間業者，連大陸官方也愛不釋手，此次文創展北京故宮及上海博物館、北京國家大劇院等行銷部門也派員來觀摩。本院未來應加強故宮高檔書畫複製品、結合科技及日常生活文創商品、開發設計，開拓品牌合作廠商，提升藝術與文化的結合，加強廠商創意能力、商品開發，以擴增大陸及國際的銷售景點。
- 二、兩岸出版品及衍生性商品合作模式尚未成熟，建立適當的代理商機制，針對出版品版權及圖像授權商品等項目，評估可行性，以有效解決面臨之置礙難行困境的法律問題及行政體系，以機動靈活處理達到最高效益。
- 三、諮詢兩岸重要博物館及圖書代理商，探尋合作寄受商品、出版品模式進行，未來對於參展時展售剩餘商品直接寄存當地，一可節省運送費用，二可以機動提供故宮最新版的商品及出版品。
- 四、針對大陸廠商希望與故宮合作機制，未來將會有多家廠商提案申請，本院應即早思量兩岸交易應對模式。
- 五、北京文博會此次共計 121 家媒體並有 269 篇報導，媒體效益極佳，為保持完整具特色報導，需備完整的廠商資料及相關圖檔以提供兩岸媒體需求。