

公務出國報告

(出國類別：其他活動)

2010 上海台北雙城文化創意產業博覽會參展報告

服務機關：國立故宮博物院

姓名職稱：孫鴻鈴編纂/劉玉芬編纂

派赴國家：中國大陸上海

出國期間：99/06/14-99/06/21

報告日期：99/09/20

C09902960

公務出國報告提要

出國報告名稱：**2010 上海台北雙城文化創意產業博覽會參展報告**

頁數 23 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/文創行銷處/編纂/02-28812021 分機 8494

孫鴻鈴/國立故宮博物院/文創行銷處/編纂/02-28812021 分機 8950

出國類別：其他活動

出國期間：99 年 06 月 14 日~99 年 06 月 21 日

出國地區：中國大陸上海

報告日期：99 年 06 月 20 日

分類號/目：

關鍵詞：文化創意產業博覽會、文博會

摘要：2010 年上海台北文化創意產業博覽會 (SHANGHAI TAIPEI CULTURAL & CREATIVE INDUSTRY EXPO) 於 99 年 6 月 16 日至 20 日，假上海虹橋世貿商城舉行，國立故宮博物院 (以下簡稱「本院」) 邀集品牌合作廠商及有限責任國立故宮博物院員工消費合作社 (以下簡稱「本院員工消費合作社」) 隨主辦單位台北市文化局、台北市文化基金會與民間企業等單位參展。本院文創行銷處所負責規劃的「博物館衍生商品區」，旗下品牌廠商包括：冠彰股份有限公司 (ALESSI)、禾禮有限公司、印傑影像服務股份有限公司、皇室股份有限公司、維渥特科技股份有限公司等，精選各品牌代表性文創商品佈展，並有專人在現場解說及洽商，展現鑒古知今的文創之美，行銷、推動本院文創成果並開拓中國大陸市場商機。同時，本院員工消費合作社亦設置專區展售本院「翠玉白菜」仿製品與紀念品、「故宮文物月刊」、「清明上河圖」仿製品與紀念品、「富春山居圖」仿製品等各式各樣的合作開發商品及出版刊物，為期五天銷售成績頗佳且皆受民眾好評，有助於未來本院文創業務拓展中國大陸市場之評估與策略規劃方向。

目 次

壹、緣起與目的	04
貳、參展過程	05
參、心得與建議	22
肆、參考資料.....	23

壹、緣起與目的

文化創意產業是二十一世紀國際經濟發展與產業研究相當關注的焦點，2009年中國大陸文創產業佔全國GDP的比例僅為3%，大陸中央到地方政府也意識到該產業將有極大的發展空間，進而積極投入規劃文創產業相關園區並建立各項政策和環境，包含積極推動北京奧運及上海世界博覽會等大型國際活動。

「2010 上海台北雙城文化創意產業博覽會」由上海東方文化藝術基金會、台北市政府文化局和台北市文化基金會共同主辦，於上海世界博覽會期間「台北文化周」系列活動中的重要活動之一，獲得上海、台北兩地政府單位及相關部門的大力支持，亦是兩座城市的文化創意產業展示、交流與合作的重要展覽。

上海東方文化藝術基金會作為非營利性基金會法人，旨在籌措、管理文化藝術基金；資助、扶持公益文化藝術項目；承辦政府委託文化工作事項；資助優秀藝術人才深造和藝術實踐活動；獎勵優秀文藝專案和文藝人才；推動文化創新，促進文化交流。

財團法人台北市文化基金會成立於1985年6月，是政府與民間共同出資設立的非營利性機構，結合政府與民間的力量，以推動台北的城市藝文發展為使命，並注重文化活動的公共性與市民的可及性。自2007年轉型後，更積極以藝術推廣與整合相關資源為主軸，轉型為策辦重要藝術節慶與重點文化館所常設機構，讓台北市的好藝術能展示出多元面貌，透過豐富的文化活動，得以聚焦並擴大由藝術所產生的共鳴，展現基金會多年來建構在台北藝術領域中豐碩的成果。

「2010 上海台北雙城文化創意產業博覽會」是在上海世界博覽會期間，在上海地區舉辦唯一大型文化創意產業博覽會。預期廣邀上海或長江三角洲文化創意產業集聚區統籌單位、國內外各項創意工作者、產業界與文化界、創意者與消費者，以及技術面和產業鏈上中下游，包括法律、財經、企管、行銷、品牌推廣單位，甚至重要的資金、通路管道人士參與，促進台北參展單位與上海文創產業重要人士商機媒合。其特色和目的在於：

- 首次以台北市、上海市雙城交流的規格與模式，由雙方首長共同出席開幕，協助台灣文創業者拓展商機，建立品牌知名度。
- 首次以預展酒會方式，辦理B TO B專場活動，廣邀上海地區文創基地、博物館，共同參與。
- 為持續擴展台灣文創產業的外銷商機，利用今年六月份在上海舉辦的世界博覽會週邊效益，向全世界展示台北市多元文化內涵的設計與創意。
- 上海是中國最大的國際化都市，是中國的經濟、金融、航運中心，藉著與上海聯合舉辦雙城文創博覽會，做為測試文化創意產業進軍內地市場的跳板，同時與國際快速接軌。
- 首次以科技與數位藝術應用主題區的形式，展示數位科技、藝術文化跨

- 主辦單位為文博會量身打造全新形式的多媒體展示技術與互動導覽系統，給觀眾提供新穎、便捷的互動體驗。
- 首次以 3D 懸浮成像系統將廠商產品以 3D 立體成像方式呈現，使參觀民眾看到眼前栩栩如生的 3D 物體動態展示，達到聚集現場人氣的效果。
- 主辦單位投注大量資源，動員上海及台灣媒體，全力宣傳，以增加參展廠商的知名度。

貳、參展過程

「2010 上海台北雙城文化創意產業博覽會」規模浩大，社會各界亦踴躍參與，協辦單位包括國立故宮博物院、台灣創意設計中心、台北市原住民事務委員會、工藝中心、台灣師範大學文化創意產學中心、財團法人台灣文創發展基金會等，展覽執行單位為台北市電腦公會及台灣創意經濟促進會等，贊助企業則有上海台商協會、華碩電腦、力晶半導體（力晶文化基金會）、大潤發、日月光集團、頂新國際集團、台灣連鎖加盟促進會（海峽兩岸連鎖服務中心）、復興航空、幸福人壽、台積電、永豐餘等共襄盛舉。

一、籌備階段

為讓各參展單位瞭解文博會的流程與內容，主辦單位於 4 月 13 日於台北市電腦商業同業公會聯誼中心舉辦展前說明會，提供基本資料、展覽工作日程、現場活動日程、展場設計、佈展注意事項、商機洽談會、展位圈選、攤位付款等訊息。本院文創行銷處此次獲台北市政府力邀參展，希望藉由故宮的國際知名度與歷年來所累積的文創豐碩成果，引領並協助國內文創產業在中國大陸市場取得優勢和無限商機。

本院邀集旗下品牌合作廠商包括：冠彰股份有限公司 (ALESSI)、禾禮有限公司、印傑影像服務股份有限公司、皇室股份有限公司、維渥特科技股份有限公司以及員工消費合作社等，共同參與「博物館衍生商品區」的規劃與展出事宜，並且透過多次的展前協調會和座談會，整合各家品牌合作廠商的佈展需求並統籌整體形象設計效果，以完整呈現故宮文創成果並吸引中國大陸之買家與民眾的青睞。

6 月 7 日台北市政府文化局於台北當代藝術館舉辦行前記者會，本院文創行銷處與教育推廣處皆派代表出席並致詞。記者會先由「霹靂英雄」素還真、羅喉給在場人士一個驚奇又笑聲連連的開場，先是長達十九個字的文博會全名，讓布袋戲大師黃文擇頻吃螺絲，接著，內容較生硬的宣傳內容，也迫使兩個台味逼人的經典人偶，不知不覺的說起國語，兩個霹靂英雄，還罕見的公開讚美對方「國語說的真不錯！」。接著台北市李永萍副市長致詞表示，過去台北曾多次到北京

等地舉辦文化創意博覽會，吸引愈來愈多的文創業廠商參加，也創造許多商機。2009 年的台北、北京文創產業博覽會，參展攤位達 211 個，採購金額破新台幣 2 億元。配合這次上海的世界博覽會，不但是大陸長三角，連全世界的文化創意與科技的專家也都聚集到上海來，讓台灣的文化創意業者更有機會把文創產品介紹給全世界，也有機會拿到全世界的訂單。

在展前宣傳計畫方面，上海在 4、5、6 月份每週在《地鐵快線》刊登廣告宣傳曝光，5、6 月則透過上海各級區政府渠道廣發門票邀請上海市民並透過電台、電視台、報紙、雜誌及網站等媒體宣傳活動且於上海世貿商城周圍申請道路燈旗廣告宣傳。台北為了增加「2010 上海台北雙城文化創意產業博覽會」的能見度，讓更多的參觀者、買家及潛在合作客戶查詢到廠商的資料與活動訊息，則是透過網路、平面文宣、專刊、推介手冊等方式將廠商產品、特色及聯絡訊息行銷出去，並經由電子媒體及平面媒體針對文博會活動與廠商的報導，宣傳活動訊息。



(左圖及右圖：上海鬧區購物中心外牆大型 LED 螢幕播放台北文化周宣傳影片)

二、展會期間

本院文創行銷處參展工作人員、品牌合作廠商及員工消費合作社工作人員等獲台北市政府文化局所安排之上博旅行社隨團於 6 月 14 日搭乘中國國際航空公司 CA196 班機前往上海浦東機場，約傍晚抵達，隔天旋即進入上海世貿商城，向大會服務台領取工作證件，開始監督展區裝潢、佈置、貨品搬運聯繫等各項細節工作，整體行程大致如下表：

日期	上午	下午
06/16 (二)	展場裝潢與佈置	展場裝潢與佈置
06/16 (三)	展場裝潢與佈置	14:00-16:00 預展酒會 晚間：虹口足球場明華園白蛇傳
06/17 (四)	09:00-12:00 開幕典禮	13:30-16:30 商機洽談會
06/18 (五)	09:40-12:30 創意城市研討會	14:00-17:20 科技與電子藝術創新應用研討會
06/19 (六)	10:30-12:30 商機洽談會	13:30-16:30 商機洽談會
06/20 (日)	10:00-11:30	拆展



(圖：上海世貿商城地理位置圖)

三、台北展區與佈展概況

「2010 上海台北雙城文化創意產業博覽會」於上海虹橋地區的上海世貿商成展出，展覽面積為 13,400 平方公尺，本次以「讓創意說出理想」(CREATIVITY INSPIRE YOUR DREAM!) 為主題，台北展區的位置涵括上海世貿商城的一樓與四樓，標攤整體結構以 MAXIMALIGHT 外框架構為主，可提升有別於以往之架構之氣勢，弧形天花造型則加強攤位之視覺，更可吸引參觀者前往攤位參觀，標攤主色系採用鮮明的紅橘色並搭配台北市 LOGO 市徽。展商名稱則採用燈箱呈現，加強參觀者目光，整體攤位展現有別於以往造型之印象，進一步凸顯台灣文創產業的活力與朝氣。文博會採取觀眾免費入場參觀策略，在世貿商城入口處提供門票索取，總計為期五天的展會吸引了約四萬人次的參觀。展區內容依據主題及產業特色規劃分成：

(一) 上海世貿商城一樓

1. 「台灣跨界創意設計教育區」：呈現台灣高等教育在文化創意產業的培養成果，其中包含教育部鼓勵學參加國際設計競賽的獲獎作品、教育部舉辦的全球學生創意設計競賽歷年得獎作品、台灣師大文化創意人才培育計畫成果、高雄師範大學視覺設計系、中國科技大學規劃與設計學院、東方技術學院文化創意設計研究所、台南科技大學視覺傳達設計系、商品設計系、多媒體動畫系、服飾設計管理系、樹德科技大學設計學院、嶺東科技大學設計學院等各院校展示視覺創意、動畫、產品、互動多媒體等跨界作品；



2. 「數位內容衍生商品區」：配合經濟部工業局推動台灣數位內容產業發展計畫，邀請數位內容創意產業發展聯盟共同組織主題展區，計有數會內容創意產業發展聯盟、中華聯網寬頻、北寅社、彼得潘、創意連結、頑石創意、漢珍數位圖書股份有限公司、緯和有限公司等；



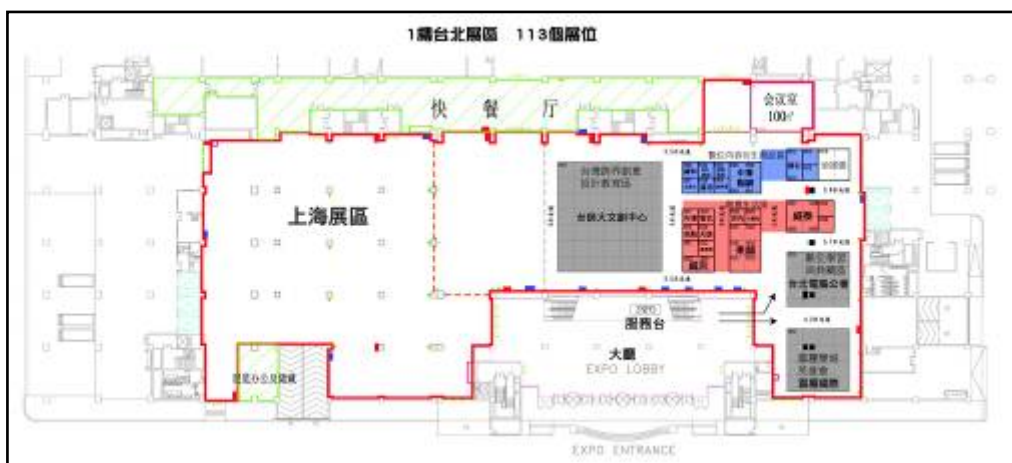
3. 「創意生活區」：彙集台灣具有特色的創意生活商品及文創品牌，舉凡高級家具擺飾、居家生活器皿、手工雜貨、服飾配件、藝術授權商品等文創業者，如世界翡翠博物館、鼓鼓創意設計、威向有限公司、珍華國際實業有限公司、陳昭榮建築師事務所、威泰創意等；
4. 「數位學習典藏區」：配合經濟部工業局數位學習與典藏產業推動計畫、數位內容產業推廣計畫推動產業發展，邀請相關廠商共同組織專區參與本次展覽，如一筆通、八方新氣、文瀾資訊、木田工場、台灣吉而好，正隆、佳世達科技、格林文化事業、祥灩、睛典文化映象、陸鋒科技、頑石創意、蒙恬科技、藝拓、藝術廣場多媒體等；



5. 「霹靂雙城英雄會」：霹靂以布袋戲為出發點，展現跨足各個娛樂消費領域，其藝術文化成就及娛樂商業價值；



6. 戶外：霹靂 COSPLAY 舞台區。



(二) 上海世貿商城四樓

1. 「科技與電子藝術創新應用區」：推出新型態之主題策劃展，除彰顯台灣在科技藝術發展的領先指標外，也和上海電子藝術節 (eArts) 之籌劃單位「上海東方藝術基金會」做一交流對照，本區共邀請到故宮 (唐宮狂想曲)、工研院 (行氣) 及台北教育大學 (花蝶上海·蝶戀台北)、林珮淳與數位藝術實驗室 (思古幽情)、黃甯 (Other Side)、意庫國際數位團體 (101 光雕) 等單位及藝術團體參與，探討的範圍包括城市、人文、互動、新博物館型態等，展現台灣科技與電子藝術的跨界能量；



2. 「台北市電影委員會」：以影片、海報、文宣等內容介紹台北市電影委員會，並展示曾經參與過的各大國際影展宣傳成果，振興城市觀光；



3. 「博物館衍生商品區」：由本院、品牌合作廠商及員工消費合作社所共同組成；此次參展廠商皆通過品牌授權完成，每家廠商擁有一定數量的故宮元素產品，相應每季推出故宮元素新品。
4. 「環保創意商品區」：以靜思人文志業及靜思書軒之環保創意商品為主，倡導結合人文關懷、綠化環保的現代生活商品，提供簡樸素雅的環境，營造溫馨祥和的意境，倡導以 CSR 企業社會責任，開創人文、環保關懷的創意生活理念；



5. 「文創品牌精品區」：組織國內知名品牌及深具品牌行銷能力之文創廠商，大力推廣國內文創品牌，如卡梅爾、大洋集團、台灣文創發展股份



6. 「時尚設計精品區」：協同台灣創意設計中心共同邀請具台灣特色之設計產品代表參展，為台灣精品與設計提供一個時尚平台，如三和瓦窯、二十五創意製作、與熊設計、台客藍、台灣京瓷、弘喜、名奇陶瓷、朱的寶飾、東方空間文化藝術事業、威伯國際、桔禾創意整合、浩漢產品設計、台北藝術大學/北藝風概念店、瑞嶺實業、鉞邑科技、翰江國際、浚祺藝術河洛坊等；



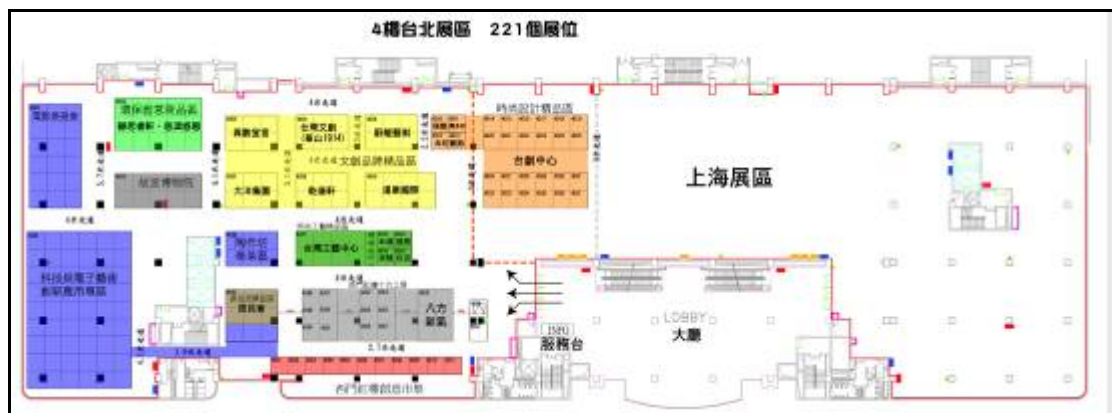
7. 「時尚工藝精品區」：集結台灣工藝研究發展中心輔導之「台灣優良工藝品」、「台灣工藝之家」及時尚工藝作品，展現台灣現代工藝作品原創、時尚、手工、自然、人文感性、獨特、多樣化等特質，包括三峰金屬漆藝設計工作室、元華創意、台灣意匠工坊、貝殼情人、竹情琉璃工坊、感恩金屬藝品行、蜻蜓雅筑珠藝工作室（施秀菊）、陶作坊、趙家窯、藝拓國際、銀之羽、巨友科技等；



8. 「原住民精品區」：由台北市原住民委員會組織台安十四支原住民部落文創藝師，在展區現場表演部落手工藝；並陳設「原」情「原」味的「原」創精品，展現部落特殊文化工藝與民俗風情。
9. 「西門紅樓十六工房」：邀請西門紅樓創意市集及十六工房參與，以新生



10. Lobby/預展酒會區/研討會區/商機洽談會。



(左圖：6/15 本院文創行銷處承辦人劉玉芬女士、品牌廠商皇室股份有限公司工作人員與負責展場裝潢的威博公司核對展區設計圖；右圖：6/15 上海世貿商城服務櫃台協助各參展單位報到及換證事宜)



(左圖：6/15 本院文銷處承辦人劉玉芬女士與品牌廠商印傑影像服務股份有限公司參展人員監工；右圖：6/15 本院員工消費合作社參展人員一旁等待)



(左圖：6/15 展場裝潢施工人員將本院展示的仿製品固定於展示牆面；右圖：6/15 展場裝潢施工人員架設電視螢幕)



(左圖：6/16 參展人員正忙於陳列展售商品；右圖：6/16 品牌廠商印傑影像服務股份有限公司將「郎世寧駿馬圖」等複製畫商品懸掛於展示牆面)



(左圖：6/16 展場裝潢施工人員貼設「博物館衍生商品區」大型識別文字；右圖：6/16 本院展區形象牆之宣傳影片播放測試)



(左圖：6/16 ALESSI 參展人員正擺設本院品牌合作商品；6/16 維渥特參展人員正擺設本院品牌合作商品)



(左圖及右圖：6/16 展場裝潢施工人員將本院 LOGO 貼於牆面)



(左圖：6/16 預展酒會;右圖：6/16 預展表演人員赴本院品牌合作廠商禾禮有限公司攤位造勢)



(左圖及右圖：展區入口處形象看板與燈箱)



(左圖：大型輸出平面圖；右圖：台北市政府服務台，專人解說並提供文宣品)

四、開幕典禮

6月17日上午，2010上海台北雙城文化創意產業博覽會正式開幕，台北市長郝龍斌搭乘由松山機場直飛上海虹橋機場的首航班機出席開幕儀式，上海市政府秘書長姜平、台辦主任李文輝、台北市副市長李永萍及台北市文化局局長謝小韞等，也都應邀出席開幕儀式，來賓們共同灌注一座由上海東方明珠廣播電視塔

和台北 101 大樓組成的雙城模型，象徵這場兩岸歷史上最大規模的文創博覽會，正式揭開序幕。

郝市長致詞時表示「台北文化創意人才，幾乎全員到齊，未來雙城在文創方面的密切交往，將各取所長，互相協助；台北是個小而美的城市，但有著源源不絕的文化創意，例如流行音樂領域，即在華人文化圈中領導風潮。日前參訪世博中國館時，看到融合科技和創意的清明上河圖，將靜止的畫面變成動態令人驚嘆。再如端午節當天在虹口足球場演出的明華園「超炫白蛇傳」，都是文化創意與現代科技結合的具體呈現和良好示範。此次雙城文博會可說是台北、上海兩座城市的文化創意產業的聯合嘉年華會，相信能讓參觀民眾感受耳目一新的新體驗。儘管上海被肯定為世界設計之都，但台北身為一個小而美的文化城市，也是值得華人驕傲的，他認為上海和台北兩個城市可相互汲取經驗，建立文化和科技人才」。郝市長亦提及在年底即將在台北市開幕的花卉博覽會，將在超過 7,000 場的表演，在 171 天的展期當中，呈現給所有來自國內外的花博遊客的「將是一場文化創意的饗宴」。

上海市政府秘書長姜平熱烈祝賀文創博覽會的開幕，致詞時表示本次文博會吸引了上海、台北兩地眾多知名文化創意產業人員和企業，將為兩地文化創意產業從業者提供創意的展示與交流，從而轉化為產業的良好平台，對於兩地文化創意的發展有著積極藝術，文創產業將是科技與文化的有機結合，未來在就業潛力等面向，具有重要地位。未來，也希望上海與台北雙方，能在表演藝術等各個面向，進行良好合作。

開幕典禮過後，郝龍斌市長也在博覽會人員陪同下，一一參訪位在上海世貿商城的攤位展區，並與許多本地或來自臺灣的工作人員握手致意，體驗許多科技融合創意的新產品。



(左圖及右圖：6/17 台北市長郝龍斌等貴賓出席開幕典禮)

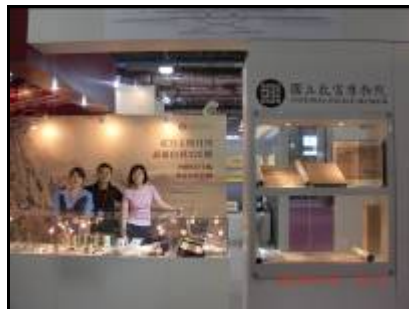


(左圖及右圖：上海世貿商城外的宣傳布旗與大型輸出牆面)

五、本院「博物館衍生商品」專區

本院此次協同參展的品牌合作廠商共五家，連同本院員工消費合作社，組成完整的「博物館衍生商品」專區。參展的主題意象乃以兩岸皆熟悉的本院典藏「富春山居圖」及「清明上河圖」為主，襯托出整體展區的氣勢與典雅的風格，搭配電視螢幕播放多媒體宣傳影片、複製品、文創商品展示、文宣品、授權指南等，推廣本院形象與文創成果；另外並設有洽商座位區，供參展人員與中國大陸當地買家洽談合作業務。本次參展的廠商接派出隨展人員，在各攤位負責展售自家商品，並與上海或來自中國大陸各地的商家洽談合作與授權等事宜，各攤位概況如下：

- (一) 本院員工消費合作社：現場展售商品及出版品包括「翠玉白菜」系列仿製品及鑰匙圈、手機吊飾、耳扒、風鈴等紀念商品、肉形石仿製品、郎世寧經典小熊玩偶、妃妃馬克杯、妃妃筆記本、銀書籤毛公鼎、肉形石3D杯墊、毛公鼎T恤、毛公鼎磁鐵卡片、毛公鼎燭台、毛公鼎磁鐵相框、肉形石水晶鑰匙圈、《故宮文物月刊》326期、《故宮文物月刊》327期、仿故宮紀念磁磚三片組、《千家詩注》、《故宮跨世紀大事錄要》、《八徵耄念—故宮八十年的點滴懷想》、《清明上河圖展覽圖錄》、「清明上河圖」仿製品、「富春山居圖」仿製品以及「清明上河圖」系列商品如絲巾、彈珠玩具盒、明信片、拼圖、文具等，成為最引人駐足並大肆選購的焦點，本次所展售的商品，受到廣大民眾的喜愛，但因為展售商品全靠參展人員自行以行李箱攜帶至上海，品項及數量有限，且因價格幾與台灣售價相差不遠，可謂物美價廉，因此到了展覽結束當天，幾乎銷售一空。



(左圖及右圖：本院員工消費合作社商品展售攤位)



(左圖及右圖：民眾於本院員工消費合作社攤位熱烈選購本院文創商品)



(左圖及右圖：本院員工消費合作社參展人員向民眾解說、推銷各式商品)



(左圖：媒體拍攝本院展區；右圖：劉玉芬女士與日本二玄社洽談)

(二) 冠彤股份有限公司 (ALESSI)：此次主要展出「清宮家族」系列商品，精巧可愛的國際品牌商品，結合故宮文化、時尚潮流與生活品味三大元素，讓參觀民眾眼睛一亮，讚賞不已。



(左圖及右圖：ALESSI 清宮系列)

(三) 禾禮有限公司：該公司與本院品牌授權合作的黃金畫，為社會各界選購作為禮贈品或家用擺設品之最佳選擇之一，此次該公司精心挑選故宮著



(左圖及右圖：禾禮有限公司黃金畫系列)

(四) 印傑影像服務股份有限公司 (ttoopp)：該品牌成立於 2007 年 6 月，主要定位為精緻藝術的處理專家，獲得本院典藏之數位複製版畫授權。該公司此次參展亦以「富春山居圖」為主要推廣目標，在主題牆上輸出詳盡的文字解說，另搭配選介「郎世寧雪點鷗」、「郎世寧阿玉錫執矛盪寇」等作品，價格雖偏高，仍吸引不少買家青睞。該公司在上海亦設有紅酒餐廳的展售據點，結合紅酒文化與故宮文物所富含的藝術氣息，創造另一種全新的文創體驗與生活品味，也成為上海當地的熱門休閒地點。



(五) 皇室股份有限公司：該公司創立於 1988 年，目前旗下有包括與本院合作之九大系列品牌，故宮系列商品包括：「清明上河圖」床組、「自敘帖」床組、故宮經典床組及羊毛毯等居家寢飾。



(左圖及右圖：皇室股份有限公司居家寢飾系列)

(六) 維渥特科技股份有限公司：該公司於 2008 年正式成為本院的品牌合作廠商，代表著先進科技與傳統文化藝術的嶄新結合，推出嶄新品牌 Ta Ta U，其產品皆以故宮元素為主軸，頗受年輕族群喜愛。



(左圖及右圖：維渥特科技股份有限公司 3C 產品展售攤位)

六、上海展區

由上海東方文化藝術基金會組織的上海文創展示區，亦涵蓋了上海文化創意產業各領域，集中展示上海文化創意產業的突出成就和優秀成果，設立了「城市創意展示區」、「藝術精品展示區」、「創意徐匯展示區」、「民間藝術展示區」、「創意產業基地專區」、「多媒體藝術展示區」、「畫廊藝術專區」和「動漫專區」等展示區塊。



(左圖及右圖：上海「創意徐匯展示區」)

由於上海展區範圍僅涵蓋世貿商城一樓的部分展場，或許是因為機會有限，上海地區的參觀民眾似乎對台北展區較有參觀興致，因此為期五天的展會期間，參觀上海展區的民眾數量並不多，人潮大多集中在熱鬧的台北展區。

七、主題活動：雙城文化創意研討會

為擴展台灣文創產業的海外宣傳，展覽期間同時舉辦兩場專業研討會，邀請兩個城市具代表性的產官學界代表，以「創意城市研討會」及「科技與電子藝術創新應用」兩個主題，進行專業研討會與對話，以促進兩岸文創產業的實務交流，且提升台灣文創產業實力在國際舞台的能見度。

6 月 18 日上午「創意城市研討會」，總共分為「雙城創意城市發展政策與現況」、「雙城創意園區（群眾）發展現況」以及「綜合座談：如何推動常態性交流

組織」三項議題，由台灣表演藝術聯盟于國華全場擔任主持人，首先由中共上海市委宣傳部張止靜副部長擔任研討會嘉賓致詞，提及上海創意產業有三大特色，一是和高科技結合，二是創意豐富，三是與金融結合，這些都有助文創產業在上海發展；而上海發展文創產業，要緊抓三大重點，一是品牌，二是人才，三是保護知識產權。

台北市李永萍副市長在第一場次「雙城創意城市發展政策與現況」擔任主講人，與談人包括上海社會科學院文學院蒯大申副所長、異數宣言股份有限公司劉邦初執行長、中國美術學院宋建民副院長等。李副市長於「台北創意城市發展政策與現況」中指出，一個城市發展文創如果只重視硬體建築物或地標，會有高度風險，例如 911 事件中消失的紐約世貿中心，就是最典型的例子。作為文創城市的策略不只要抓硬體建設，而在於將文化創意落實成民眾的生活美學，以厚植文創產業的實力。因此，台北要成為文創城市，會更重視影視、各式藝術節或設計之都等軟實力的著墨。台北非常樂意與上海文創業者加強交流，上海的文創領域有很多台北人的貢獻，未來台北、上海雙城在文創產業領域，所思考的不應是競爭、而是如何加強攜手合作，共創雙贏。

與談人蒯大申副院長非常肯定台北將文化與生活結合，並認為上海發展文創產業現階段非常欠缺複合性人才、原創性人才及高端經營管理人才。他建議：「台北文創業者若能一起到上海成立創意產業園區，可以台北經驗與上海互補，帶動上海、台北雙城的合作」，大陸互聯網（網際網路）、電信及有線電視「三網合一」政策，將是未來幾年最重大政策，蘊藏商機無限，台商若能提供三網合一後所需的優質內容，對台商絕對是很大的商機。

第二場次「雙城創意園區（群眾）發展現況」的主講人為台灣創意經濟促進會劉維公理事長，與談人包括上海玻璃博物館庄小蔚館長、台北市華山 1914 創意園區陳甫彥總經理以及上海紅坊文化發展有限公司劉培光董事長等。主講人劉維公理事長在「台北市創意經濟發展的戰略」中指出，台北文創產業有四大支柱，分別是故事產品、影像產品、品味產品及生活價值產品，而且已分別有代表公司或品牌。「台北是懂得說故事的城市，是有性格的城市，也是強烈渴望創意的城市，和具有全方位人才的城市」，這些都是台北發展文創產業的優勢。



(左圖：台北市李永萍副市長接受媒體訪問；右圖：研討會大型輸出看板)



時間	講者/議題
8:30-9:00	主持人：中國台北經濟文化辦事處處長
9:00-9:30	主持人：李國祥 上海東方文化藝術基金會副秘書長
9:30-10:00	主持人：李國祥 台北當代藝術館館長
10:00-10:15	議題：台北當代藝術館與產業合作
10:15-10:30	主持人：謝志偉 上海社會科學院文學研究所副所長 總編輯
10:30-10:45	主持人：周群舒 上海東方文化藝術基金會副秘書長 執行副
10:45-11:00	議題：「新媒體藝術」與電子藝術發展
11:00-11:30	主持人：李國祥 台北經濟文化辦事處處長
11:30-11:45	主持人：李國祥 台北經濟文化辦事處處長

(左圖：「上海文化產業發展的基本趨勢」演講；右圖：上午研討會議程)

6月18日下午「科技與電子藝術創新應用研討會」，總共分爲「電子科技與藝術、展演發展之現狀與前瞻」、「電子藝術與產業合作之方案與未來」以及「綜合座談」三項議題。首先由上海東方文化藝術基金會沈根林秘書長及台北市文化基金會邱正生副執行長分別代表致詞。全場由上海電子藝術發展有限公司周英姿總監及台北當代藝術館石瑞仁館長擔任主持人。

第一場次「電子科技與藝術、展演發展之現狀與前瞻」主講人包括國立故宮博物院教育推廣處朱惠良處長（講題爲「故宮數位科技之現況與發展」）、台北當代藝術館林羽婕副館長（講題爲「當代藝術與數位應用」）、上海電子藝術節總協調人顏曉東（講題爲「對新媒體藝術的技術性思考」）以及新媒體藝術家徐文愷（講題爲「新媒體藝術的觀念探索與創作實踐」）等。

第二場次「電子藝術與產業合作之方案與未來」主講人包括台灣工業研究院創意中心薛文珍主任（講題爲「電子藝術與產業合作之方案與未來—工研院創意中心」）、霹靂國際多媒體黃強華董事長（講題爲「霹靂的數字奇幻新視界—數字科技與創新思維再造文化新價值」）、上海電子藝術發展有限公司首席執行長胡俊（講題爲「電子藝術與生活的息息相關」）以及水晶石數字科技公司創意總監王峰（講題爲「內容在左，技術在右，創意在中間—從世博會看多媒體藝術的發展」）等。

時間	講者/議題
13:30-14:00	主持人：李國祥 上海東方文化藝術基金會副秘書長
14:00-14:15	主持人：李國祥 台北當代藝術館館長
14:15-14:30	議題：電子藝術與數位應用
14:30-14:45	主持人：李國祥 台北當代藝術館館長
14:45-15:00	主持人：李國祥 台北當代藝術館館長
15:00-15:15	主持人：李國祥 台北當代藝術館館長
15:15-15:30	主持人：李國祥 台北當代藝術館館長
15:30-15:45	主持人：李國祥 台北當代藝術館館長
15:45-16:00	主持人：李國祥 台北當代藝術館館長



(左圖：下午研討會議程；右圖：「當代藝術與數位應用」演講)

本院教育推廣處朱惠良處長在「故宮數位科技之現況與發展」中介紹故宮近

年來推動數位藝術與科技結合的成果與文創計畫內容，目標在於深化博物館文物研究、輔助博物館展示、強化博物館教育並帶動博物館文化產業，現場並播放本院「上海世界博覽會台灣館」、「國寶總動員」、「天子之寶」、教育推廣等多媒體宣傳影片



(左圖及右圖：本院教育推廣處朱惠良處長「故宮數位科技之現況與發展」演講)

參、心得與建議

「2010 上海台北雙城文化創意產業博覽會」緊密圍繞 2010 年上海世界博覽會，充分利用身為世界博覽會期間「台北文化周」系列活動的優勢，以「讓創意說出理想」為主題，秉持文化與創意結合搭建橋樑的原則，利用多媒體等高科技手段，在開幕式、展覽佈置、媒體宣傳、觀眾互動、現場交易等方面大膽創新，展示上海、台北兩地文化創意產業的新形象，讓觀眾耳目一新；無論是攤位設計、廣告宣傳、印製的免費刊物、專業論述研討會及造勢活動等，處處可見以文化及創意為本的質感與內涵，亦展現台灣文創產業的雄厚實力和多元樣貌。

根據統計，40%的觀眾會在博物館內購物，60%的觀眾會在位於展覽參觀動線末端商店裡選購商品，國外很多知名博物館的授權衍生商品市場十分發達，例如大英博物館，一年光是衍生商品就有兩億美元的收入，紐約大都會博物館的門票收入僅占整體收入的 20%；而博物館衍生商品早已延伸至流行服飾、數位時尚、玩具、家庭裝飾、音像書籍、網路遊戲、食品飲料等人們日常生活的各個領域，成為了博物館營收的經濟支柱。綜觀本次參展促進本院文創發展與行銷推廣之助益，可歸納成以下數點建議：

一、展前籌備工作應更臻完善

本次展前籌備進度時程可謂相當倉促，許多工作包括展場設計及裝潢細節等皆在佈展時狀況百出。由於主辦單位台北市文化基金會所委託之負責展場裝潢的台灣廠商將展區施工業務發包給上海當地的施工承包商，其施工人員的專業程度和施工品質皆差，不僅未按原設計施工圖施作，甚至在本院參展人員提出糾正時亦置之不理、藉口拖延，直到接近預展時仍未完工，嚴重耽誤展區佈置的時程，令人無奈，同行參展的其他單位亦對此次負責展場裝潢的台灣廠商和大陸施工承包商頗多抱怨。所幸在本院參展人員的堅持與共同努力下，在開幕前一天晚上完成所有佈展工作。據了解，由於中國大陸展場施工承包商經驗不足，加上素質良

莠不齊，大型展會的施工人員往往為臨時工，並未接受完整的施工訓練，導致此類缺失常常發生於中國大陸的相關展會當中，不得不慎。因此，往後赴中國大陸參加類似文博會，建議事先要求台灣的裝潢承包廠商必須慎選中國大陸的施工承包商，並提出相關保證較妥。

二、確保主辦單位尊重本院全銜載示立場

本次在 6 月 16 日下午佈展期間在本院展區二處發生本院全銜「國立」二字遭中國大陸工作人員強行貼覆一事，本院參展人員立即向主辦單位反映，主辦單位台北市文化基金會卻出面要求本院配合讓步，以免造成雙方糾紛，所幸在開幕時已經全部恢復原狀。本院文創行銷處承辦人雖已於行前即通知主辦單位務必以「國立故宮博物院」全銜載示，但主辦單位台北市文化基金會所印製之導覽手冊、展場文宣品、海報、展區平面圖、研討會議程表等，仍舊以「台北故宮」、「台北故宮博物院」、「故宮博物院」甚至「故宮團體」名銜刊載，可見雙方於展前仍有協調未盡之處。因此，建議日後隨同相關單位參加中國大陸的類似展會，均應於事先取得所有的文宣品樣稿，經本院審核修正後才能准許印製發行，同時應確保主辦單位充分尊重並保障本院全銜載示的立場，以避免類似事件再度發生，影響本院形象與權益。

三、展售商品的選擇可更多樣化並配合當地需求

本次參展時，在本院展區接獲許多當地買家與參觀民眾洽購本院出版品，亦有參展的品牌廠商表示，常常被問到類似的問題，由此可見本院出版品在中國大陸市場確有相當魅力和商機。本院出版品目前雖因授權機制及全銜載示問題仍有阻礙，且中國大陸對於台灣出版品內容亦有管制措施，但相信經過兩岸更多良性交流與文化合作之開展，本院應可在中國大陸市場開拓出版品銷售的商機。建議未來在參加中國大陸類似展會前，應評估考量當地民眾與買家的需求，根據不同的區域特性與消費屬性，提供更滿足當地消費者需要的商品，以符合參展經濟效益，達成參展目標。

肆、參考資料

1. 台灣師範大學文化創藝產學中心，《台北/上海雙城文化創意產業博覽會「台灣跨界創意設計教育區」》簡介手冊。
2. 台北市文化基金會，《2010 上海台北雙城文化創意產業博覽會》導覽手冊。
3. 藝術新聞，讓創意說出理想—上海台北雙城文化盛宴 6 月 17 日將在滬揭幕，中國藝術品網：<http://www.cnarts.net/cweb/news/readnews.asp>
4. 東森新聞，三網合一新商機！ 引爆上海台北雙城文博會，東森新聞網：<http://www.nownews.com/2010/06/16/339-2615800.htm>
5. 台北市電腦公會，2010 台北上海雙城文化創意產業博覽會參展成果，數位學習與典藏產業推動計畫網站：http://www.epark.org.tw/epark_result_page.php?id=20100818172850&PHPSESSID=cf3e616173fb3ea9508fa9325ff8a687#