

行政院及所屬各機關出國報告

(出國類別：展覽)

參加第 26 屆香港家庭用品展報告

服務機關：行政院文化建設委員會

姓名職稱：王定亞科長

派赴國家：香港

出國期間：100.04.19-100.04.23

報告日期：100.06.18

行政院及所屬各機關出國報告提要

出國報告名稱：參加第 26 屆香港家庭用品展報告		頁數 41 含附件
出國計畫主辦機關/聯絡人/電話 行政院文化建設委員會/王定亞/ (02)33434197		
出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話 洪世芳/行政院文化建設委員會/科長/(02)23434197		
出國類別： <input type="checkbox"/> 1 考察 <input type="checkbox"/> 2 進修 <input type="checkbox"/> 3 研究 <input type="checkbox"/> 4 實習 <input checked="" type="checkbox"/> 5 其他(參加展覽)		
出國期間： 100.04.19-100.04.23 報告日期：100.06.22	出國地區：香港	
分類號/目： 關鍵詞：香港家庭用品展、文化創意產業市場流通及拓展計畫、Charming Taiwan 魅力台灣 內容摘要： 為充分因應我國文化創意產業推動，符合國家發展及世界趨勢，行政院於 98 年 10 月核定「創意台灣—文化創意產業發展方案」，文建會相應提出文化創意產業發展第二期計畫，積極從環境整備、旗艦產業兩大主軸推動文化創意產業。而在環境整備上，政府為拓展台灣文創產業軟實力，協助文創業者進軍國際市場，推動『文化創意產業市場流通及拓展計畫』，帶領台灣文創業者積極參與國際各大文創設計展會，期望利用與國際各大城市的交流與串聯，提昇台灣文創整體品牌形象，並透過國際會展的文創精品展示，展現台灣整體文創產業的實力與能量。 本次所參加的香港家庭用品展展會歷史悠久，已邁入第 26 屆；歷年吸引國際買家前來參觀採購，成為亞洲家飾業者接單的最佳平台，也是我國與中國大陸市場通路建立合作關係的有力媒介。統計本展會 2010 年參觀人數達 25,000 人次以上，共吸引來自 32 個國家的業者前來參展，如法國、德國、印度、印尼、義大利、韓國、澳門、馬來西亞、菲律賓、新加坡、西班牙、泰國、土耳其、英國等。2011 年香港家庭用品展展會面積約 58,255 平方公尺，主要展出的產品類型包含：家居飾品、餐具、園藝及戶外用品、手工藝品、浴室用具、酒吧用具、傢		

俱等；預計有超過 2,000 家家用品業者參展。觀展之專業人士類別包括零售商、批發商、設計商、進出口商、製造商、貿易商、禮品商、顧問公司、一般觀眾及專業媒體等。

本屆香港家庭用品展是文建會「文化創意產業市場流通及拓展計畫」第一次率團前往香港，香港家庭用品展為亞洲重要的國際展會，加上香港本身有濃厚的國際性，因而本次參展廠商皆有機會接觸到來自世界各地不同國家的買家，對台灣文創產業而言是很好的海外拓展機會。

為加強曝光本次與會的台灣文創精品，香港貿發局協助於 4/20 開展第一天舉辦「台灣文創精品發表會」，現場吸引眾多媒體與買家注目，更讓所有廠商上台介紹各自的展品，不僅在現場有大量的曝光，亦得到多家媒體的報導，為台灣文創產業在本次香港家庭用品展打出成功的第一步。4/21 日安排所有廠商前往香港著名文創精品、家飾品通路“住好的 Goods of Design”，其中陽泰電子的產品水母燈 JellyFish 以及巴絡克組合燈 Baroque Lighting 成功得到曝光與獲得該通路買家的青睞，而達摩工坊也與住好的密切洽談中，期待將會有台灣文創業者的新成果。

本次參展活動希望透過協助臺灣文創品牌參加國際文創展會，以 [Charming Taiwan 魅力台灣] 整體形象，將台灣意象與文創核心精神帶入香港、並帶入國際市場，並藉著廣泛推展文化創意產業交流、協助台灣文创业者深耕國際市場，開啟邁向世界文創舞台的契機。藉此台灣文創產業發展的成果，將持續與世界各國攜手並進，貢獻台灣人特有的人本關懷與文化價值，提升台灣文創品牌形象在國際市場的區隔性與競爭力。

目 錄

壹 前言.....	2
貳 展會簡介.....	4
一、背景.....	4
二、行程規劃.....	5
三、展區位置.....	6
參 展會紀要.....	8
一、基本資料.....	8
二、本次參展其他活動與特色.....	9
三、參訪活動.....	10
四、文宣設計.....	11
五、參加業者.....	12
六、參展關鍵績效指標.....	13
肆 心得與建議.....	14
附錄一 新聞媒體露出情形.....	19
附錄二 廠商參加評選相關資料	37

壹、前言

為因應文化創意產業推動，行政院於 98 年 10 月核定「創意台灣—文化創意產業發展方案」，文建會相應提出文化創意產業發展第二期計畫，積極從環境整備、旗艦產業兩大主軸推動文化創意產業。而在環境整備上，政府規劃從產業研發及輔導、多元資金挹注人、才培育及媒合、產業集聚效應、市場流通及拓展等面向，建構完善的產業發展環境。為拓展台灣文創產業軟實力，協助文創業者進軍國際市場，文建會推動『文化創意產業市場流通及拓展計畫』，帶領台灣文創業者積極參與國際各大文創設計展會，期望利用與國際各大城市的交流與串聯，提昇台灣文創整體品牌形象，並透過國際會展的文創精品展示，展現台灣整體文創產業的實力與能量。100 年分別規劃參與四月份[香港家庭用品]、六月份[日本東京設計師週]、九月份[英國倫敦 100%設計展]、十一月份[上海國際時尚家居用品展]，並於九月於台北世貿南港展覽館舉辦[台灣國際文化創意產業博覽會]，積極協助業者拓展國內外市場，強化文創產業競爭力，提昇台灣文創品牌形象，接軌國際市場。

每年 4 月為亞洲地區採購旺季，禮贈品展、電子展、廣交會等大型展會都將於香港、中國大陸舉行，香港本身為亞洲會展貿易蓬勃發展之中心，香港家庭用品展實屬亞洲地區重點展覽。本次所參加的香港家庭用品展展會歷史悠久，已邁入第 26 屆；歷年吸引國際買家前來參觀採購，成為亞洲家飾業者接單的最佳平台，也是我國與中國大陸市場通路建立合作關係的有力媒介。

據統計本展會 2010 年參觀人數達 25,000 人次以上，共吸引來自 32 個國家的業者前來參展，如法國、德國、印度、印尼、義大利、韓國、澳門、馬來西亞、菲律賓、新加坡、西班牙、泰國、土耳其、英國等。2011 年香港家庭用品展展會面積約 58,255 平方公尺，主要展出的產品類型包含：家居飾品、餐具、園藝及戶外用品、手工藝品、浴室用具、酒吧用具、傢俱等；預計有超過 2,000 家家用品業者參展。觀展之專業人士類別包括零售商、批發商、設計商、進出口商、製造商、貿易商、禮品商、顧問公司、一般觀眾及專業媒體等。

本屆香港家庭用品展是文建會「文化創意產業市場流通及拓展計畫」第一次

率團前往香港，香港家庭用品展為亞洲重要的國際展會，加上香港本身有濃厚的國際性，因而本次參展廠商皆有機會接觸到來自世界各地不同國家的買家，對台灣文創產業而言是很好的海外拓展機會。

為加強曝光本次與會的台灣文創精品，香港貿發局協助於 4/20 開展第一天舉辦「台灣文創精品發表會」，現場吸引眾多媒體與買家注目，更讓所有廠商上台介紹各自的展品，不僅在現場有大量的曝光，亦得到多家媒體的報導，在行銷宣傳面獲得充足的收穫，更把台灣設計和台灣文化創意產業正式的向國外介紹，吸引更多買家人潮前往台灣館參觀，為台灣文創產業在本次香港家庭用品展打出成功的第一步。

4/21 日展會第二天，安排所有廠商前往香港著名文創精品、家飾品通路“住好的 Goods of Design”，其中陽泰電子的產品水母燈 JellyFish 以及巴絡克組合燈 Baroque Lighting 成功得到曝光與獲得該通路買家的青睞！是陽泰電子與台灣文創產業邁進香港市場的重大里程碑！而達摩工坊也與住好的密切洽談中，期待將會有台灣文創業者新成果。

本次參展活動希望透過協助臺灣文創品牌參加國際文創展會，以 [Charming Taiwan 魅力台灣] 整體形象，將台灣意象與文創核心精神帶入香港、並帶入國際市場，並藉著廣泛推展文化創意產業交流、協助台灣文創業者深耕國際市場，開啟邁向世界文創舞台的契機。藉此台灣文創產業發展的成果，將持續與世界各國攜手並進，貢獻台灣人特有的人本關懷與文化價值，提升台灣文創品牌形象在國際市場的區隔性與競爭力。

貳、展會簡介

一、背景

本展歷史悠久，2011年已邁入第26屆；歷年吸引國際買家前來參觀採購，成為亞洲家飾業者接單的最佳平台，也是與中國大陸市場通路建立合作關係的有力媒介。每年4月為亞洲地區採購旺季，禮贈品展、電子展、廣交會等大型展會都將於香港、中國大陸舉行，香港本身為亞洲會展貿易蓬勃發展之中心，香港家庭用品展實屬亞洲地區重點展覽。

據香港貿發局統計，本展會2010年參觀人數達25,000人次以上，共吸引來自32個國家的業者前來參展，如法國、德國、印度、印尼、義大利、韓國、澳門、馬來西亞、菲律賓、新加坡、西班牙、泰國、土耳其、英國等。今年香港家庭用品展展會面積約58,255平方公尺，主要展出的產品類型包含：家居飾品、餐具、園藝及戶外用品、手工藝品、浴室用具、酒吧用具、傢俱等；預計將會有超過2,000家家用品業者參展。觀展之專業人士類別包括零售商、批發商、設計商、進出口商、製造商、貿易商、禮品商、顧問公司、一般觀眾及專業媒體等。

展會日期	2011年4月20日至23日
展會地點	香港會議展覽中心
展覽面積	58,255平方米
參觀人數	25,441人（其中香港以外地區觀眾佔1.2萬人）
參展商數	2,149家（32個國家及地區）包含 法國、德國、印度、印尼、義大利、韓國、澳門、馬來西亞、 菲律賓、新加坡、西班牙、泰國、土耳其、英國等國家及地區
觀眾類別	零售商、批發商、設計商、進出口商、製造商、貿易商、禮品 用品商、顧問公司、一般觀眾等

產品類別	<p>人造花飾、酒吧用具、浴室用具、美容及健身用品、蠟燭及香薰飾品、清潔用具、家具、園藝及戶外用品、手工藝品、五金用具及自行裝配產品、保健及個護理產品、家居裝飾品、廚具及廚小器具、油畫及藝術作品、寵物用品、長者用品、小型庭電器、餐具、商貿服務</p> <p>主題展區</p> <p>「精萃廊」- 展現高尚品牌及設計師產品的優雅展區 「品味饕餮」- 酒吧用具、廚具及餐具特色專區 「東盟薈萃」- 匯聚東盟多國設置的展館</p>
同期展出	<p>「香港國際家用紡織品展」2010年首次舉行，展示各類家用與商用紡織品，包括嬰兒紡織品、浴室及寢室紡織品、地氈及鋪地製品、廚房及家居紡織品以及裝飾布藝及牆紙。</p>
預定攤位大小	<p>台灣館展出場地規模：36平方米，約4個(3x3m)攤位數</p>

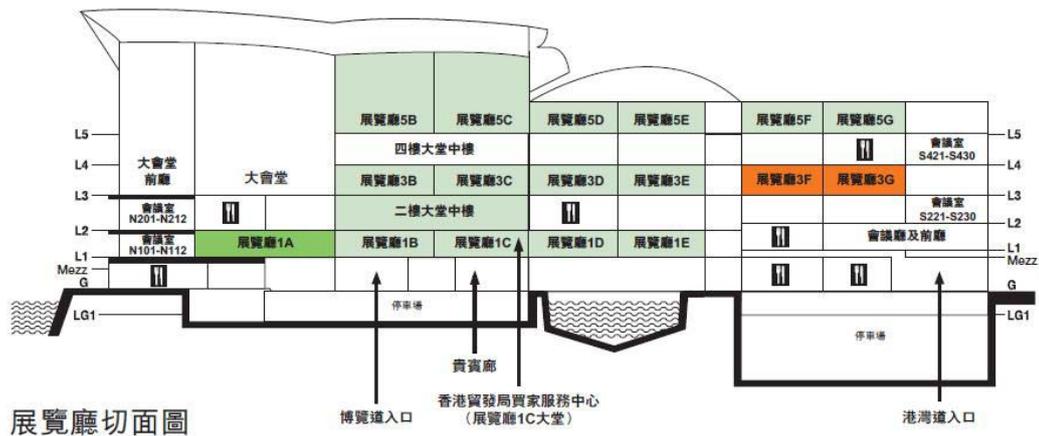
二、行程規畫

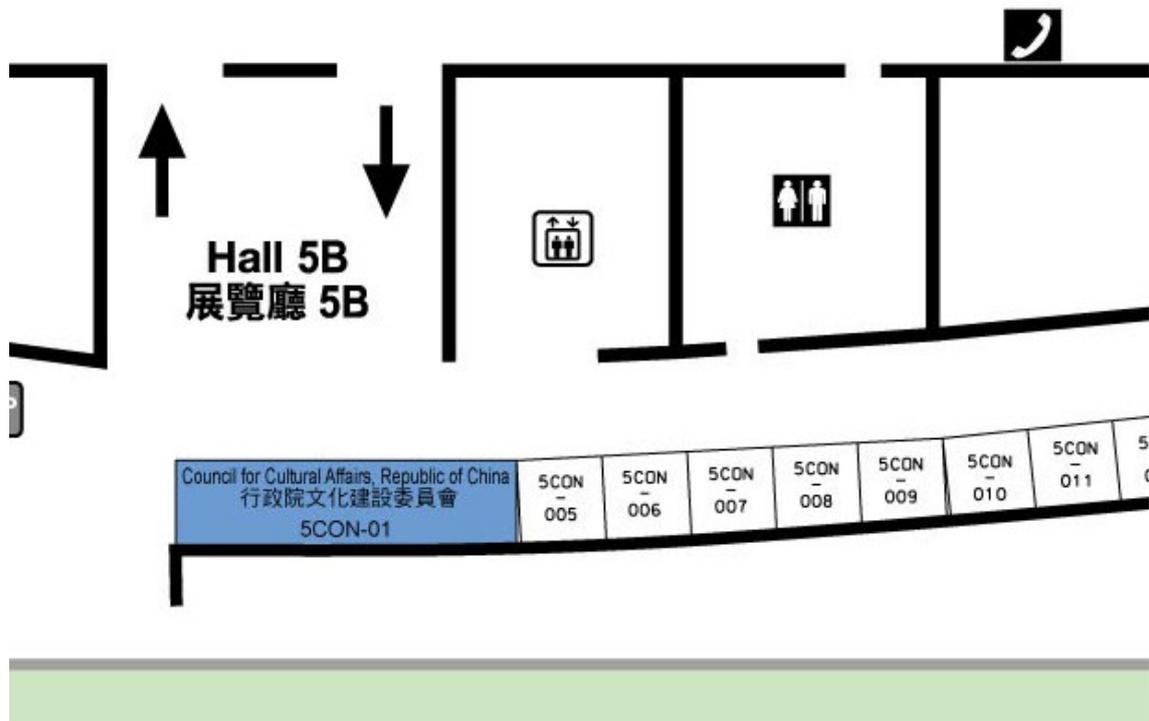
行程規劃行程:2011年4月20日至4月23日,共4天3晚日期	時間	行程
	AM8:00~PM6:30	香港家庭用品展會正式開始
4/20(一)	AM11:00~AM12:00	台灣文創精品發表會
	PM6:30~PM8:00	交流酒會
4/21(二)	AM8:30分~PM6:30	展會
	PM6:30~PM8:00	香港家居用品連鎖店G.O.D. 「住好啲」參訪
4/22(三)	AM8:30~PM6:30	展會
4/23(四)	AM8:30~PM5:00	展會結束

三、展區位置

台灣館展出場地規模：12x3平方米，約4個(3x3m²)攤位數

攤位位置：Hall 5B 5CON-01 5





參、 展會紀要

一、基本資料

1. 展會日期：2011 年 4 月 20 日至 23 日。
2. 展會地點：香港會議展覽中心。
3. 展覽面積：58,255 平方米。
4. 參觀人數：25,441 人（其中香港以外地區觀眾佔 1.2 萬人）
5. 參展商數：2,149 家（32 個國家及地區）包含 法國、德國、印度、印尼、義大利、韓國、澳門、馬來西亞、菲律賓、新加坡、西班牙、泰國、土耳其、英國等國家及地區。
6. 觀眾類別：零售商、批發商、設計商、進出口商、製造商、貿易商、禮儀用品商、顧問公司、一般觀眾等。
7. 產品類別：人造花飾、酒吧用具、浴室用具、美容及健身用品、蠟燭及香薰飾品、清潔用具、家具、園藝及戶外用品、手工藝品、五金用具及自行裝配產品、保健及個護理產品、家居裝飾品、廚具及廚小器具、油畫及藝術作品、寵物用品、長者用品、小型庭電器、餐具、商貿服務
主題展區。
「精萃廊」- 展現高尚品牌及設計師產品的優雅展區
「品味餐饗」- 酒吧用具、廚具及餐具特色專區
「東盟薈萃」- 匯聚東盟多國設置的展館。
8. 同期展出：「香港國際家用紡織品展」2010 年首次舉行，展示各類家用與商用紡織品，包括嬰兒紡織品、浴室及寢室紡織品、地氈及鋪地製品、廚房及家居紡織品以及裝飾布藝及牆紙。
9. 預定攤位大小：台灣館展出場地規模：36 平方米，約 4 個(3x3 m²)攤位數。

二、本次展會其他活動與特色

香港家庭用品展的規模相當大，在香港會議展覽中心的展場分佈五個樓層，共有來自全世界兩千兩百多個供應商參展。光是要看完所有的區域，就至少需要整整三天的時間。本次展覽依照商品分區域，分為：人造花飾，園藝及戶外用品，寵物用品，酒吧用具，手工藝品，浴室用具，五金用具，小型家庭電器，美容及健身用品，保健及個人護理產品，餐具，蠟燭及香薰飾品，家居裝飾品，清潔用具，廚具及廚房小器具，家具，油畫及藝術作品，紡織品...等等。每一區域裡會再依照廠商的國家排列。

香港貿發局相當用心，會在憑證入場時給一個小卡，可以到每一個區域的指定櫃檯蓋上印章，當集滿所有指定的印章後，就可以到大會堂的櫃檯換取贈品。這些贈品都是由參展廠商提供的，有小檯燈，胡椒罐，蛋杯，項鍊等等。讓參展與觀展的同時增加許多樂趣。

本次香港家庭用品展為來自世界各地的參展商及買家提供了一個家庭及生活用品的貿易平台，產品包括餐具、廚具、家居裝飾品、浴室用具、家用紡織品及地毯及手工藝品等。

香港貿發局主辦按照各參展商的需求，設有不同展區，包括精萃廊、品味薈萃展區、適健人生展區、油畫及藝術作品展區及紡織用品展區。

三、參訪活動

■ 參訪香港經典文創通路，見學營運模式與香港在地文化生活家居產品典範

香港家居用品連鎖店 G.O.D. 「住好啲」

「住好啲」成立於1996年，由設計師楊志超與劉玉德打正「香港品牌」的旗號，在鴨脷洲一工廠大廈內創辦「住好啲」，初期主要售賣自家設計的傢具。「住好啲」是粵語，意思就是「住得好些」或「改善生活質素」，其英文名「G. O. D.」則是「住好啲」的諧音，也可以指「Goods Of Desire」的縮寫。2000年代初，「住好啲」認為香港的本土文化興起，便將本土文化的意念融入於產品，2004年由楊志超設計的「街頭剪影」手提袋獲香港設計中心及貿發局頒發「優秀中國設計」優異獎，產品亦逐步擴展到各種家居用品，至今已發展至超過2萬種貨品。

「住好啲」亦以品牌名義衝出香港，拓展中國內地及歐美市場，在內地成立「G Plus」，專門出售「現購自運」(Cash and Carry)的小型家品。2004年，「住好啲」獲得香港十大名牌及亞洲最具影響力設計優秀獎。

隨著亞洲經濟發展迅速，世界各地對亞洲的文化及生活品味也漸漸重視和感興趣。住好啲特意為顧客發掘充滿東方色彩的生活品味意念，配合現今的西方生活元素，希望充分展現東方歷史的傳統智慧，並可延續未來。



四、文宣設計



五、參加業者

本次展會共計12家廠商前往參展，名單如下：

序號	公司名稱	參展人員/職稱
1	和碩聯合科技股份有限公司	產品經理 李思逸
2	桔思創意有限公司	業務經理 李怡真
3	桔禾創意整合有限公司	行銷業務 李達廉
4	穆德設計團隊有限公司	總監 洪嘉聯
5	達摩工坊股份有限公司	總監 林慶琳
6	玩美文創設計工作室	設計師 連國輝
7	陽泰電子股份有限公司	行銷處長 李克中
8	掌生穀粒糧商號	設計師 劉凡寧
9	新視紀整合行銷	業務 陳穗青
10	三維力方有限公司	行銷經理 王薇
11	藝拓國際股份有限公司	業務 蕭安汝
12	飄逸實業有限公司	經理 沈子淵

六、參展關鍵績效指標

順序	績效值 指標項目	預估數量 設定目標	完成數量	執行進度 (100%)	備註
1	文創產業招商 數(品牌)	12 家	12家	100%	和碩聯合、桔思創 意、桔禾創意、穆德 設計、達摩工坊、玩 美文創、陽泰電子、 掌生穀粒、新視紀整 合行銷、三維力方、 藝拓國際、飄逸實業
2	台灣館手冊 (Charming Taiwan)	600份	600份	100%	
3	台博會宣傳DM	1000 份	1000份	100%	
4	媒體名單邀約	25筆	25筆	100%	
5	買主商談數	30 筆	157筆	100%	
6	媒體刊登數	5家	16家	100%	
7	文創精品發表 會	1場	1場	100%	

肆、心得與建議

本屆香港家庭用品展是文建會「文化創意產業市場流通及拓展計畫」第一次率團前往香港，香港家庭用品展為亞洲重要的國際展會，加上香港本身有濃厚的國際性，因而本次參展廠商皆有機會接觸到來自世界各地不同國家的買家，對台灣文創產業而言是很好的海外拓展機會。

本次香港家庭用品展由文建會第一處科長王定亞率領12家入選廠商一同前往，陣容堅強浩大，並以「Charming Taiwan魅力台灣」形象館的方式組團參加，在攤位設計部分，有別於其他國家攤位簡單的攤位佈置，台灣館以獨特的設計概念吸引眾多買家目光佇足欣賞，與參展展件搭配的整體規劃也讓廠商們深感與眾不同，更增添各展品的獨特魅力。

為更加強力曝光本次與會的台灣文創精品，由貿發局協助於4/20開展第一天舉辦「台灣文創精品發表會」，現場吸引眾多媒體與買家注目，更讓所有廠商上台介紹各自的展品，不僅在現場有大量的曝光，亦得到多家媒體的報導，在行銷宣傳面獲得充足的收穫，更把台灣設計和台灣文化創意產業正式的向國外介紹，吸引更多買家人潮前往台灣館參觀，為台灣文創產業在本次香港家庭用品展打出成功的第一步。

四天的展會期間，台灣廠商的產品詢問度非常高，因為跟著台灣館一起參展，相當有份量也有被許多人關注到，再也不是單打獨鬥，其中掌生穀粒分別與兩家自義大利和日本廠商：Martini S. P. A與Sakami(健康相關產業)接觸，也持續的與對方接洽中；新世紀整合行銷接觸買家約有2百位，現場訂單的部分較少約10位左右，但展後買家都很積極詢問，回台灣後使用電子郵件聯絡詢問大約30位買家，預估將在今年內創造新台幣100萬元的效益；三維力方則評估業績預算可達五萬美金，買主包含日本、巴西、法國、比利時、瑞士、德國、印度、印度尼西亞；其中日本就高達4位買家接觸。

另外如和碩聯合科技，由於其時尚化與結合當紅電子產品iPhone、iPad等的設計，現場的詢問度也非常的高，尤其來自日本與德國的買家，對於這種時尚工藝的產品都相當有興趣；陽泰電子的LED水母燈，更在現場引起了大量的關注熱潮，不僅

駐足停留者眾多，最後還在現場直接銷售一空，更有單一香港買家連續二日前來採買，也是本次香港家庭用品展台灣最直接獲益的廠商。其他家展品也於現場獲得好評且有銷售佳績，台灣的創意與設計力徹底展現出來，攤位佈置及創意更是吸引眾多觀眾前來，展出作品各具特色，整體效果很好，成為展場聚焦之處。

由於香港家庭用品展為亞太市場重要的國際型展會，世界各地的廠商都卯足全力參加，攤位必須至少在一年前就預定，也造成本次台灣館攤位位於較高的樓層，買家參訪時較為不順，所幸利用第一天的文創精品發表會，有成功地帶入人潮與媒體前進台灣館攤位，但廠商們仍建議此類大型展會若有及早做規劃及定攤位的動作，相信成效會更令人刮目相看。

最後，所有廠商對文建會皆表示非常感謝之意，帶著台灣的文創品牌參加香港最大規模的家居用品展，有助於台灣品牌在海外市場能見度的提升，更能讓國際買家了解台灣設計的軟實力。拓展國際視野，提升設計曝光效益，並深切與買家對談，得以瞭解取得更多的使用者回饋及意見，不論是在國內外方面皆得到許多指教；媒體曝光更令產品增色許多。展會期間許多廠商更獲得與國內外廠家合作的機會，增加通路銷售能力，並實現設計量產可行性；且實際於當地做市場考察後，更能對多元環境有更深切的瞭解，文建會透過參與國際展覽，將台灣品牌與文創精神帶向國際，協助台灣文創業者深入了解目標市場及關鍵買家需求，業者多表示這次參展獲得預期的目標，希望明年能夠持續參與。

本次展會無論在整體的設計上、或對於台灣文創產業的宣傳效果上，都有十分良好的效果與長足的進步，而未來要如何精益求精，是要更進一步思考，下面就本次展會提出如下建議：

一、持續參與香港展會，拓展我國文創商品國際市場能見度

香港家庭用品展已辦理二十六屆展覽，在時間與代表性上已成為國際文創交流與行銷的重要平台，而香港地處亞洲交通要道與中心，在實際宣示意義方面，都可以說是未來台灣發展文化創意產業會展之重要據點，並可作為發展兩岸文創產業交流或是為業者拓展大陸市場之前哨戰，未來應持續組團參與，並整合各部會及產業公會資源持續參與，以呈現台灣一貫求新求變的精神，為文化交流與商

業拓展持續努力。

因此，為全力將台灣文創產業發展的成果表現在各大國際展會上，並在世界市場尋求各種發展、曝光的機會，未來可以鼓勵更多業者或公協會，以共同組團參與、資源整合的方式，參加各種文創展會，不但能將各種展會做為城市行銷的展示平台、更能提供台灣各地的文創業者更多的表現機會，持續拓展台灣文創產業的規模。

另外，政府亦可藉由各種管道將各種國際文創產業展會的消息傳達給業者，協助業者除了爭取政府的補助參與展會外，也鼓勵業者主動參加各種規模的商展。並鼓勵台灣的業者可藉由類似本次專館展出的方式，以整體行銷的方式，共同為台灣文創產業建立在各個國家、各個城市的文創通路灘頭堡。

二、詳細評估會展屬性，選擇最適展覽機會，提高成本運用效益

由於香港家庭用品展會需支付較高額的租金費用，但其效益可吸引大量國際買家餐與(簡稱 B to B)，因此於展區、展場的規劃上，必須著重在開放給特定人士、團體的展會，與對一般民眾(簡稱 B to C)有所不同。

以本次展會來說，在四天內湧進了大量的國際買家，因此各展間的動線規劃、安全性的設計、展品的陳列方式、資料提供的方式等，就必須做好妥善地安排，並且事先收集資料仔細規劃，方能適應各展會形式，達到最佳的展出效果，在有限的政府資源下，提高成本運用效益。

三、政府與參展業者均應積極參加各項活動，增加曝光效果

為協助文創業者拓展市場、行銷品牌，政府積極推動文化創意產業市場流通與拓展計畫，協助業者出國參展，並補助機票及住宿費。但政府資源畢竟有限，往往在僧多粥少情形下，僅能透過甄選讓少數廠商出國參展。以本次參展的經驗來看，香港貿易發展局在整體展會的操作上，規劃得相當良好，執行上也頗為用心，如了在展會第一天上午協助辦理我國政府代表與業者的宣導記者會，並於會後以展會及當地媒體名義發派新聞稿之外，展會第二天早上也邀請我國政府代表與業者參加國際買家與媒體的早餐會議，充分提昇本次以政府名義率團帶領廠商參展的效益與能見度。

四、結合各項政府資源及受扶助文創業者共同參加各類型展會

因香港家庭用品展距離台灣文博會約四個半月舉行，準備時間尚為充裕，建議可將台灣精品獎、「台灣文博會」中遴選表現優良或獲獎之廠商、曾獲政府部門獎勵補助廠商、或曾經得到政府投資及融資之業者，由展出單位推介參加展會，一方面再強化台灣代表團的展出陣容，一方面可利用優秀展品的曝光，藉機宣傳「台灣文博會」及各項政府計畫，達到相輔相成的效果。

五、建置完整的受補助廠商資料庫，定期追蹤協助廠商永續經營

文建會自 99 年起分別規劃參與[日本東京設計師週]、[英國倫敦 100%設計展]、[上海國際時尚家居用品展]、[北京文化創意產業博覽會]，100 年已參加[香港家庭用品展]，這對於產業較不熟悉的文化單位來說是一種新的嘗試，而文建會應透過對產業的接觸，建置完整的廠商資料庫，並與政府所提供的各種獎補助措施的資料庫相結合，做為今後文創產業發展的重要基礎資料，並藉由此資料庫持續追蹤、協助廠商的永續經營與發展。

六、未來針對不同產業規模的文創廠商設計不同的補助參展機會

綜整過去參與各項國際會展的經驗，相關文創產業展會的形式大致可分為僅開放給專業買家、廠商參與的 B to B 模式，與開放給所有人參觀（包括收費與不收費）的 B to C 模式。

若以台灣文創產業的發展現況來分析，參展廠商大致可分為產品與行銷通路都較成熟的中大型文創業者（如法藍瓷、藝拓國際）與甫成立且資本額較低的微、小型文創業者。就本次香港家庭用品展的參展經驗來說，由於展會是屬於 B to B 的性質，就商業模式與宣傳效果來考量，較適合中大型文創業者以品牌（公司）形象的推廣或當季主力商品推介做為參展的目的，不於會展中向參觀群眾販賣商品，僅為品牌與公司形象打知名度，與部分專業買家進行合約、商務交流等 B to B 式的接洽。由於微小型廠商的資本較不足，企業又僅於初步發展階段，較無能力進行大面積的企業形象展示，再加上微小型公司的「創意」與「原創」能力正是其企業的最大資本與創業的根本，倘若貿然參加大型的 B to C 式展會，不但

難以在同業大廠的環伺之下增加曝光率，其企業發展所繫的「創意」與「原創」，亦容易遭受剽竊，其產品亦容易在短時間內遭到複製，造成企業嚴重的損失。

因此，建議初創的微小型廠商或是以創意發明、原創產品為賣點的小規模企業，盡量以資源整合、聯合參展的方式參加 B to B 型的文創展會，透過與專業買家、廠商的交流，於業界中提高知名度、並趁機爭取訂單，甚至可以為微小型廠商或個人創作者提供一個與通路商、行銷商媒合的機會，藉此一方面擴展為小型廠商的市場規模、一方面藉由較少的參觀人數與較嚴格的參展規定，保障廠商的智慧財產權。

註：本報告部分資料由頑石公司協助提供。

附錄一

新聞媒體露出情形

日期	新聞出處	新聞標題
4月12日	中央日報	港台合作 台文創產業首征港家品展
4月13日	中央社	文建會率12家文創品牌參加亞洲最大型家庭用品展
4月15日	Nownews	12台灣文創品牌勇闖香江 文建會首推 Charming Taiwan館
4月15日	新浪網	台創意產業首度參展港家品展
4月15日	大紀元時報	台灣创意 香港行銷
4月18日	中時電子報	台灣文創產業進軍香港
4月20日	中時電子報	台灣文創菁英來港展現軟實力
4月20日	希望之聲	台灣創意設計閃耀香港家庭用品展
4月20日	Yahoo新聞	台灣文創菁英來港 展現軟實力
4月20日	香港新聞網	台灣文創菁英香港參展展鋒芒
4月20日	聯合新聞網	台灣文創菁英赴港展現軟實力
4月20日	香港貿發局	Creative Taiwan - New Product Launching Party
4月21日	大紀元時報	台灣創意設計閃耀香港家品展
4月21日	新唐人電視台	首度赴港參展台灣創意設計成亮點
4月24日	中時電子報	文建會率台文創品牌進軍港家用品展
5月2日	聯合新聞網	文創美麗力量征服香港

截至 5/2，共計 16 則露出。

聯合新聞網

5/2

<http://udn.com/NEWS/READING/REA8/6309876.shtml>

文創美麗力量 征服香港

5/3 隔天調回原價！

【經濟日報／鄭秋霜】

2011.05.02 02:07 am

台灣文創業者最近首度集體進軍香港家庭用品展，在香港展現台灣文創軟實力，吸引國際買家及媒體詢問，估計四天展期後續交易金額約2,000萬元，光是藝拓國際一家就創下700萬元現場成交金額。

為協助文創業者拓展國際市場，文建會推出「Charming Taiwan魅力台灣」計畫，集結台灣優質精緻的文創品牌，集體參加國際知名文創、居家或設計相關展會，以提昇台灣文創品牌形象，接軌國際市場及協助廠商開拓國際通路。

文建會今年首度出擊的是邁入第26屆的香港家庭用品展，此展為目前亞洲最大型展會。文建會率領12家台灣文創品牌，首度以「Charming Taiwan魅力台灣」的台灣館方式，集體在香港「初登場」亮相。

文建會表示，此次台灣集體參展吸引了來自美國、澳洲、巴西、丹麥、俄羅斯、義大利、西班牙、英國、法國、土耳其、中國大陸、日本、韓國、泰國及中、東歐等國買主與媒體詢問，預估後續交易金額約2,000萬元。已有參展品牌進入香港設計家居通路一住好G.O.D.，也有廠商收到國際買家的採購洽詢。

值得一提的是，藝拓國際今年除了參與「台灣館」共同展出，其品牌「神話岩飾」也連續四年獲選入駐此展中最吸睛的「精萃廊（Hall of Elegance）」展區，且今年展場醒目，以「新環保居家東方未來生活美學」為主題，發表壁飾、香具、茶食器、岩鐘、畫燈等百件新品。

藝拓國際執行長曾國源透露，今年藝拓在香港展中有大突破，現場接單就高達700萬元，後續金額還在累積中。他分析，品牌建立需要時間，藝拓因已參加國際展會多年，買家已對神話岩飾品牌熟悉及有信心，例如很多買家告訴他，曾在其他國家的展覽中看過神話岩飾。因此，今年在香港展的現場成交金額，創下藝拓參加此展以來的最高紀錄，讓他覺得多年參展的耕耘似乎開花結果了。

文建會表示，除了香港展之外，今年6月起，文建會還將帶領台灣文創業者，參與東京國際居家設計生活展、100%倫敦設計展以及上海國際時尚家居用品等相關展會，透過台灣整體形象的方式，協助台灣文創業者深入了解目標市場及關鍵買家需求，就近觀察消費生活模式，以開拓世界市場。



台灣文創業者今年首度集體在香港家庭用品展登場。

圖／文建會提供

台灣創意設計閃耀香港家品展

聽眾來信
推薦給朋友

2011年4月20日 星期三 節目長度：2分13秒 下載mp3(16k) | (128k) 



2011香港家庭用品展星期三登場，首日最亮眼的是台灣文建會首度率領台灣12個文創品牌精英集體亮相，展現台灣文化創意產業的內外美，打造優尚生活的品牌形象。

邁入第26屆的香港家庭用品展是目前亞洲最大型展會，今年首次設立台灣品牌館及家庭用品館，共有200多家台灣廠商參展。12家榮獲過百獎項的台灣文創品牌精英，在台灣行政院文建會率領

下，在開展當日首度亮相，展現台灣美好優質生活的一面。

台灣文建會科長王定亞：【錄音】第一次我們來試水溫，如果效應還不錯，我們後續可能會把這個當作中長期展露台灣品牌的地點。

12個品牌橫跨文化、美學、設計及科技等不同領域，有的富含中國傳統文化精髓，比如藝拓公司從中國五行學說出發，運用竹炭材料與錯金工藝於香爐上，曾獲台灣文創精品金獎。

藝拓國際執行長曾國源：【錄音】木是金龍，火是朱雀，土是黃鹿，結合五行加五獸加五個方位，加五個味道，去保障我們的五臟。

另一款剛剛奪得今年德國紅點設計大獎的水母燈，以手觸LED方式展現1,600萬種色彩，時尚又充滿創意。

陽泰電子設計師Justy：【錄音】LED的變化更多，傳統熾燭只有一般的黃橙光的顏色，各種氣氛的顏色都可以透過這個水母燈營造出來。

今年展會有來自全球40餘個國家的業者報名參展，展出多達60家知名品牌及設計師系列，預計將吸引3萬名買家到場參觀。

希望之聲國際廣播電台記者梁珍在香港報導。

台灣文創菁英來港 展現軟實力

2011-04-20 | 新聞速報 | 【中央社】

為推動台灣文化創意產業走向國際市場，行政院文化建設委員會首次組織獲得超過百項國內外設計大獎的台灣12家文創廠商今天在香港參加亞洲最大型家庭用品展覽，展現台灣軟實力。

第26屆香港家庭用品展於4月20至23日在香港會議展覽中心舉行，文建會首次組織台灣12家獲得超過百項國內外發明獎、設計獎、精品獎及專利，橫跨文化、美學、設計及科技等不同領域的文化創意廠商到香港參展，展示台灣多元創意與創新科技的產業特色。

這次台灣館以「台灣好禮」為主題，打造台灣文創品牌形象，以「Bravo Taiwan」國家形象館的方式，整體行銷國際及中國大陸市場，以整合行銷方式，推廣台灣文創整體品牌形象，提昇台灣創意產業在國際能見度，向世界各地傳遞對台灣美好優質生活的想像。

文建會第一處科長王定亞在香港表示，由於台灣文創業者普遍缺乏行銷資源，此次組織台灣優質精緻的文創品牌到香港參展，希望協助業者創造銷售產值，增進台灣文創業者與國際市場接軌。

同時，也希望台灣文創業者從豐厚文化傳承中擷取出當代創意的技術面議題，融合「以人為本」的深層關懷，透過文建會所搭建出的海內外展示平台，輸出屬於台灣的生活風格與人文價值。

新聞局駐港機構光華新聞文化中心主任羅智成表示，光華新聞文化中心一直扮演台灣文化創意軟實力的展示平台及窗口，過去光華中心主要透過藝文表演或講座等方式展現台灣文化創意，這次台灣12家文創菁英來港參展，更清楚及具體地展現台灣文化創意的軟實力。1000420

台灣文創產業 進軍香港

2011-04-18 | 工商時報 | 【黃台中】



推廣台灣品牌形象，文建會帶領囊括超過百餘項國內外設計大獎的12家台灣文創品牌業者參加20日在香港舉辦的「香港家庭用品展」，為文創會今年推動「市場拓展，品牌行銷」，邁向展新的一頁。

「香港家庭用品展」由香港貿易發展局主辦，今年首次以台灣品牌館的方式呈現，貿發局台灣辦事處總經理馮渤指出，這項展覽是亞洲同類展覽的指標性大展，展會舉辦以來已成為亞洲地區居家家飾及文具禮品展的接單重要平台。

今年展會有來自全球40餘個國家的業者報名參展，展出多達60家知名品牌及設計師系列

，預計將吸引3萬名買家到場參觀。

為打造台灣文創品牌形象，此次貿發局特別協助文建會以「Charming Taiwan」台灣館的方式呈現，除充分展現台灣文創產業的耀眼實力，也順勢推廣台灣文創整體品牌形象，透過展會加速協助台灣業者獲得實質的接單經濟效益。

此次入選的12家台灣文創業者陣容堅強，業者多年來獲得百項國內外發明獎、設計獎、精品獎及相關專利，業者橫跨文化、美學、設計及科技等領域。

馮渤強調，香港是台灣文創產業前進世界的最佳橋頭堡，台灣業者可利用香港的國際展覽與國外買家接軌，也可藉由香港作為亞太地區服務業中心的各項優勢，特別是智慧財產權管理，營運及交易品牌授權，或與私募基金合作，供應鏈加強物流效益，為本身企業創造可觀的商機。

更多頭條

- 美航母將實拉登屍體葬於北阿拉伯海
- 無盟不搖！特別費除罪化三讀通過
- 造假門 網友：鼎泰豐老闆站馬身旁
- 實拉登四重確認海葬 伊斯蘭不認同
- 《危機倒數》女導演要拍實拉登電影
- 美國研究：愛睡覺的嬰兒長得高！
- 實拉登妻子活著 未被充作人肉盾牌
- 追追追／好好笑古詩「我蠢」？

破天荒！犀利價LV只要\$11,999
[限量2個] [立即購](#)



森森百貨

12台灣文創品牌勇闖香江 文建會首推Charming Taiwan館

王宗銘 2011年4月15日 13:47

13 分享 13 讚

記者王宗銘／台北報導

2011年香港家庭用品展將在4月20日登場，文建會與香港貿易發展局合作，挑選率領在國內外囊括百項大獎以上的台灣12個文創品牌赴展，並首度以「Charming Taiwan」台灣國家形象館方式與會，展現軟實力也開創接單商機。文建會今年稍後也將組團前往東京、倫敦、上海等相關展覽，支援台灣文創品牌開創產業規模。



2011年香港家庭用品展將在4月20日登場，文建會與香港貿易發展局合作，挑選率領在國內外囊括百項大獎以上的台灣12個文創品牌赴展，並首度以「Charming Taiwan」台灣國家形象館方式與會。

邁入第26屆的香港家庭用品展是目前亞洲最大型悠久的相關展會，文建會台灣館將以「台灣好禮」為主題，打造台灣文創品牌形象，整體行銷國際與中國大陸市場，香港貿易發展局今(15)日中午舉行「港台合作 台灣文創產業首度出征香港家品展」行前媒體說明會，讓台灣12個文創品牌展示其產品。

這12個台灣文創品牌與其產品包括和碩聯合科技的「Torch手電筒」、桔思創意的「LARU果園水果盤」、桔禾創意的「開新小豬」、穆德科技團隊的「愛心杯」、達摩工坊的「筷子衣架」、玩美文創的「漆派碗系列」、陽泰電子的「iPhone 情境座充」、掌生穀粒糧商號的「一齊米」、新禧紀整合行銷傳播的「垃圾、懂」、三維力方的「極地冰盒一方竹系列」、藝拓國際的「岩間·香·錯金五行香爐系列」以及飄逸實業的「飄逸杯」。

香港貿易發展局每年都舉辦30多個國際展覽，在4月份一共有7個展，官方統計指出，已有超過900家台灣廠商赴展，而每年全年有2200家台商參加。

香港貿易發展局台灣辦事處總經理馮瀚說，香港是台灣文創走向世界的最佳橋頭堡，可利用香港的國際展覽服務與國際買家接軌外，還可利用香港作為亞太地區服務業中心的智慧財產權管理、營運、交易品牌授權、與私募基金合作與供應鏈加強物流效益等優勢。

5TV雲端電視 | 下載 NOWnews iPad版 | 下載新聞報馬仔 | ▲Top

13 個人說這讚。 分享 13 讚

名古屋 7,800元
大阪 7,150元
北海道 10,750元
福岡 6,450元

中華航空 CHINA AIRLINES

焦點訊息

老人跌倒不是身體的弱訊！
康健提醒：老人跌倒是老人事故傷害主要原因，老人跌倒是身體機能退化資訊，應做好意外醫療準備！

美語不流利 家教最給力！
常春藤名校、黃金級師資，一對一悉心指導，想學什麼就教什麼，互動頻繁，學習最有效！

巨匠美語

旅遊熱門行程

良友暑假日本館，歡樂親子安全100%!
ClubMed 暑假包機5/15前早鳥優惠中
良友寶順星號，艙房第二人4折起，搶!

直飛長灘島，送ATY十海邊漫步
北越下龍灣，2011移動Villa全新登場
尊爵吳哥窟，全程五星送SPA

【特惠天堂】浦島溫泉 大阪輕鬆遊~
【瘋狂降價】自然美景 優質湯屋
【立山黑部】白鷺雪壁引人入迷

史上最棒 日本噴代誌988優惠專案
犀利東京6088，兩人成行專案！
瀟灑韓國12800體驗浪浪布拉格5天



DELL 手提電腦 \$2880 起

即時 [台灣創意產業首度參展港家品展](#)

自由時報

商號參展，吸引超過2.5萬名買家到場。香港貿發局台灣辦事處總經理馮渤表示，在台灣文建會的合作下，今年精選了12家台灣創意產業出征20日至23日舉辦的香港家庭用品展，希望提升台灣創意產業在大陸市場以及國際市場的能見度。馮渤表示，香港是台灣文創產業走向世界的最佳橋頭堡，台商除了可以利用香港的國際展覽服務與國際買家接軌之外，也可以利用香港的智慧財產權管理、營運及交易品牌授權，無論與同業或異業合作，都能找到無限商機。

分享至微博

分享至facebook

Send俾朋友

列印



新浪新聞
威廉王子
世紀婚禮



eLadies推介
了解戀愛
心理測驗區



旅遊情報
送兩晚曼谷五星
酒店雙人房



新浪教育
最強英文團隊
June 梁賀琪

贊助網站

景新實業有限公司—食物容器

於本港食品容器製造業界具有領先地位，製作膠飯盒、碗、杯、餐具，

- 稿件調閱
- 訂閱電子報
 - 停訂電子報
 - 全部類別
 - 照片
 - 影音新聞
 - 政府機關
 - 國內公司行號
 - 國外公司行號
 - 非營利組織
 - 海峽旅遊
 - 中文稿
 - 英文稿
 - 有附件
 - 無附件
 - 受理採訪通知

登入投稿

1. 平台簡介
2. 服務辦法
3. 投稿流程
4. 收款方式
5. 供稿啟事
6. 新聞稿寫作原則



- 熱門新聞點閱
- 中華郵政公司宣布調整存款利率
 - <成大影音新聞>到成大趣看陳之藩 陳之藩文物特展 Part II 讓大家一起來猜猜誰是誰
 - NCKU To Receive NT\$1.6 Billion Fund from Ministry of Education's "Five Year, 50 Billion" Project
 - <成大影音新聞>成大工設週開跑囉 紙風車傳情
 - <影音新聞>大葉大學工設系2011年畢業班創藝新銳成果大展

友善列印 | 舒適閱覽: [小] [中] [大]

文建會率12家文創品牌參加亞洲最大型家庭用品展



台灣參加「2011香港家庭用品展」

文建會率12家文創品牌參加亞洲最大型家庭用品展

(中央社訊息服務20110413 18:26:53)亞洲最大型家庭用品展會—「2011香港家庭用品展」即將於4月20日到23日展開，文建會將率領12個囊括百項國內外設計大獎的台灣文創品牌參加，這是文建會首次以

Charming Taiwan 台灣館名義參與盛會，展覽期間除了展現台灣文創耀眼軟實力，更期望協助台灣文創業者獲得實質接单效益。

邁入第26屆的香港家庭用品展是目前亞洲最大型、最悠久的家庭用品展會，歷年吸引眾多國際買家前來參觀採購，成為亞洲家居家飾及文具禮品的接单最佳平台。本屆台灣館將以「台灣好禮」為主題，打造台灣文創品牌形象，以「Charming Taiwan」國家形象館的方式，整體行銷國際及中國大陸市場，以整合行銷方式推廣台灣文創整體品牌形象，提昇台灣創意產業在國際能見度，建立台灣原創品牌市場價值、開拓國際市場通路、並促進台灣文創業者與國際商業媒合的機會，向世界各地傳遞對台灣美好優質生活的想像。

本次所入選的12家台灣文創業者陣容堅強，累計獲得超過百項國內外發明獎、設計獎、精品獎及專利，橫跨文化、美學、設計及科技等不同領域，展示台灣多元創意與創新科技的產業特色。此次代表台灣參與的品牌有：和碩聯合科技股份有限公司、桔思創意有限公司、桔禾創意整合有限公司、穆德設計團隊有限公司、達摩工坊股份有限公司、玩美文創設計工作室、陽泰電子股份有限公司、掌生穀粒糧商號、新視紀整合行銷傳播股份有限公司、三維力方有限公司、藝拓國際股份有限公司及飄逸實業有限公司等共計12家。

由於台灣文創業者普遍缺乏行銷資源，文建會特別結台灣優質精緻的文創品牌，協助業者創造銷售產值，增進台灣文創業者與國際市場接軌，希望透過參與國際展會將台灣品牌意象與文創核心精神帶入國際，並協助台灣文創業者深入了解目標市場及關鍵買家需求，就近觀察消費生活模式，開啓走向世界市場之契機。也企盼台灣文創業者，從豐厚文化傳承中擷取出當代創意的技術面議題，融合以人為本的深層關懷，透過文建會所搭建出的海內外展示平台，輸出屬於台灣的生活風格與人文價值。

訊息來源：行政院文化建設委員會

即時新聞：(10:35) 立院三讀 擋救護車吊照3月

總覽 | 分類瀏覽

新聞首頁 > 藝文新聞 >

引用 | 轉寄 | 列印 | A 字體：小 · 中 · 大 | 讚

文建會率台文創品牌 進軍港家用品展

2011-04-24 | 旺報 | 【記者林采韻／台北報導】

2011香港家庭用品展」昨日（23日）落幕，文建會此行率領台灣12家文創品牌參與大展，這是文建會首次以台灣館名義參與盛會，現場以「Charming Taiwan」（魅力台灣）打造台灣品牌形象，展覽期間除了展現台灣文創的軟實力，更期望藉此為台灣文創業者開創實質接單效益。

邁入第26屆的「香港家庭用品展」是目前亞洲最大型的家庭用品展會，台灣館的展品內容以「台灣好禮」為主題。本次入選的12家台灣文創業者，橫跨文化、美學、設計及科技等不同領域，其中不乏多家屢獲國內外發明獎的廠家，包括和碩聯合科技、桔思創意、桔禾創意、穆德設計、達摩工坊、掌生穀粒糧商號、藝拓國際等公司。

台灣文創業者創意無限，但普遍缺乏行銷資源，握有國家資源的文建會責無旁貸，此行文建會主動出擊，增進國內文創業者與國際市場接軌，協助台灣文創業者深入了解目標市場及關鍵買家需求，就近觀察消費生活模式，開啓走向世界市場之契機。台灣文創目前處於發展關鍵期，文建會若能持續施力產生實質效力，值得業界期待。

您的位置: 首頁 ->> 即時新聞

【大 中 小】【友善列印】

港台合作 台文創產業首征港家品展

http://www.cdnews.com.tw 2011-04-12 14:55:43



陳恆光/綜合報導

台灣創意繼在日內瓦發明展威揚後，再接再厲！文建會將在下週(4月20-23日)精選12家台灣文創產業品牌出征由香港貿發局主辦的「香港家庭用品展」，並首次以「Bravo Taiwan」台灣館的方式呈現。香港家庭用品展現時乃亞洲最大型之貿易展，去年到訪國際買家達2萬5千人，為隆重其事，香港貿發局將在4月15日舉辦「港台合作 台灣創意產業首度出征香港家品展」行前說明會。

本次所入選的12家台灣文創業者陣容堅強，累計獲得超過百項國內外發明獎、設計獎、精品獎及專利，分別為和碩聯合科技股份有限公司、桔思創意有限公司、桔禾創意整合有限公司、穆德設計團隊有限公司、達摩工坊股份有限公司、玩美文創設計工作室、陽泰電子股份有限公司、掌生穀粒糧商號、新視紀整合行銷傳播股份有限公司、三維力方有限公司、藝拓國際股份有限公司及飄逸實業有限公司等，將成為香港家庭用品展的精采亮點。

【中央網路報】

【大 中 小】【友善列印】

2011年05月03日 星期三

中国新闻网
WWW.CHINANEWS.COM



茫然 渴成桶 喉拔梯 惹口吻
笔口唇吻和口 渴燥口管翻良弊
口淋淋解解 笔笔暗暗暗暗
蚌蚌裕裕裕裕 乙新新新新新
敲地敲雷 一敲一敲 敲一敲一敲

当前位置: 首页 > 新闻中心 > 台湾新闻

台湾频道: 台湾政局 海峡时评 驻台记者专栏 互通往来

台湾文创产业将首度参加香港家品展

2011年04月15日 18:13 来源: 中国新闻网 参与互动(0) 【字体: 大 | 小】

中新社台北4月15日电 (记者 路梅)12家台湾文创产业品牌将赴香港参加4月20日至23日由香港贸发局主办的“香港家庭用品展”，并首次以台湾品牌馆的方式呈现。

香港贸发局台湾办事处15日在台北举行行前媒体见面会。据介绍，“香港家庭用品展”现为亚洲同类之最大展览，2010年共有来自32个国家及地区逾2100家展商参展，并吸引来自130个国家及地区逾25000名买家到场参观，已成为亚洲家居家饰及文具礼品的接单最佳平台。

此外，各地买家注目的香港家庭用品展——“精萃廊”，今年预计有超过40家来自大陆、台湾及海外的展商，呈献80多家知名品牌及设计师系列。

本次展览首次设立的台湾馆将以“台湾好礼”为主题，12个台湾文创品牌累计曾获得各类大奖过百项，业者期待通过参展提升知名度。组织方台湾“文建会”则希望通过台湾馆打造台湾文创品牌形象，并协助台湾文创业者获得实质接单效益。

了解RFID芯片
如何在越南帮助鱼儿保持新鲜。

香港贸发局台湾办事处总经理冯焜表示，香港是台湾文创产业走向世界的最佳桥头堡。除了可利用香港的国际展览服务与国际买家接轨外，亦可利用香港作为亚太地区服务业中心的其他优势，特别是知识产权管理、营运及交易品牌授权、与私募基金合作、供应链加强物流效益。

据介绍，香港贸发局每年皆举办30多场国际展览，在本月的7个展会中，台湾已有超过900家厂商赴港参展。据统计，每年约有2200家台湾参加香港贸发局举办的各种展览，有17000多名台湾买家到香港看展。此外，香港贸发局的“贸发网”及“产品杂志”最近亦陆续推出为台湾产业出版的产品专刊，协助台商推广台湾产品。(完)

更多精彩内容请进入台湾频道

分享至: 中新空间 新浪微博 QQ微博 QQ空间 开心网 更多

标题 请输入关键字 搜索 K5STJ订阅



推荐阅读

更多推荐>>

- 调查显示近3成人表示五一需加班 过半未得补偿
- 宋祖英赴台开个唱被围堵 激动弯腰吻三岁粉丝
- 武汉动物园一大熊猫吹死觅食蓝孔雀(图)
- 龚琳娜《忐忑》代表现代人心态
- “韭菜姑娘”炒歌歌障红 菜鸟股民自娱自乐引共鸣
- 性骚扰影响40%职场女性 多数选择隐忍或离职
- 房地产老板为母亲办500桌寿席宴请乡邻(图)
- 英媒曝威廉蜜月地点 赴塞舌尔享二人世界
- 拉登临死: 关注气候呼吁救灾
- 中韩第一车模、阿娇等女星南通车展秀性感(组图)

商讯

劳力士手表一折疯抢!

- 打呼噜一当晚上解防猝死
- 颈椎病一睡觉按摩疗法
- 高血压一可摆脱常年服药
- 何炅推荐7天狂瘦20斤!
- 小胸女人烦恼太大
- 腰椎病一拉力牵引治腰腿痛



中新社区

网友热议

热贴排行

- 登机牌上让人蛋疼的名字
- 公务员五一值班竟干啥?
- 击毙本 拉查的神秘部队
- 梦中情人竟变这样 恨苍天
- 怪老头建天下第一墓 图
- 日本人压力大,他真悲催
- 娘子在车站被捉奸后.....
- 本 拉丹的传说 不得不知
- 五道杠的天才少年有内幕
- 地铁遇见我偶像,精神啊



Yahoo!奇摩首頁 信箱 拍賣

YAHOO! 奇摩 新聞 會員登入
新使用者? 立即註冊

新聞

新聞首頁 政治 社會 地方 國際 財經 科技 運動 健康 教育 藝文 影劇 旅遊

音樂舞台 藝術展覽 美食 時尚 照片 專輯 民調中心 雜誌 全民話頭條 手機版

新聞首頁 > 藝文 > 藝術展覽 > 中央社

寄給朋友 | 友善列印 | 字級設定: 小 中 大 巨 | 分享

台灣文創菁英來港 展現軟實力

 更新日期: 2011/04/20 21:53

(中央社記者王曼娜香港20日電)為推動台灣文化創意產業走向國際市場,行政院文化建設委員會首次組織獲得超過百項國內外設計大獎的台灣12家文創廠商今天在香港參加亞洲最大型家庭用品展覽,展現台灣軟實力。

第26屆香港家庭用品展於4月20至23日在香港會議展覽中心舉行,文建會首次組織台灣12家獲得超過百項國內外發明獎、設計獎、精品獎及專利,橫跨文化、美學、設計及科技等不同領域的文化創意廠商到香港參展,展示台灣多元創意與創新科技的產業特色。

這次台灣館以「台灣好禮」為主題,打造台灣文創品牌形象,以「Bravo Taiwan」國家形象館的方式,整體行銷國際及中國大陸市場,以整合行銷方式,推廣台灣文創整體品牌形象,提昇台灣創意產業在國際能見度,向世界各地傳遞對台灣美好優質生活的想像。

文建會第一處科長王定亞在香港表示,由於台灣文創業者普遍缺乏行銷資源,此次組織台灣優質精緻的文創品牌到香港參展,希望協助業者創造銷售產值,增進台灣文創業者與國際市場接軌。

同時,也希望台灣文創業者從豐厚文化傳承中擷取出當代創意的技術面議題,融合「以人為本」的深層關懷,透過文建會所搭建出的海內外展示平台,輸出屬於台灣的生活風格與人文價值。

新聞局駐港機構光華新聞文化中心主任羅智成表示,光華新聞文化中心一直扮演台灣文化創意軟實力的展示平台及窗口,過去光華中心主要透過藝文表演或講座等方式展現台灣文化創意,這次台灣12家文創菁英來港參展,更清楚及具體地展現台灣文化創意的軟實力。1000420



台灣文化創意精英香港參展顯鋒芒

2011年04月20日 19:04 稿件來源：香港中國通訊社

香港中通社4月20日電(記者 張穗峰)在20日開幕的2011香港家庭用品展中，12個台灣著名文化創意品牌抱團亮相，以高科技結合無窮創意，開發出獨一無二的家居實用產品，盡顯“魅力台灣”的光彩。

香港家庭用品展是目前亞洲最大型、歷史最悠久的家庭用品展會，歷年吸引眾多國際買家參觀採購，成為亞洲家居家飾及文具禮品的接單最佳平台。台灣文建會今年首次以“魅力台灣”的形象館方式組團參展，推廣台灣文創整體品牌形象，協助台灣文化創業者開拓中國大陸及國際市場。

獲選參展的12家台灣文化創業者陣容堅強，累計獲得超過百項島內外發明獎、設計獎、精品獎及專利，橫跨文化、設計及科技等不同領域，展示台灣多元創意與創新科技的產業特色。其中，和碩科技以台灣盛產的竹子作素材，設計出全球獨創的手電筒、檯燈等電子產品；穆德設計採用台灣傳統的鶯歌陶瓷，首創與杯墊結合的愛心杯、可隨溫度改變顏色的陶瓷筆；陽泰電子推出的led水母燈，可以不斷顯示出1萬6000種顏色變化；桔思創意把茶壺設計成優雅的女用手提包形狀，再加上藝術家的工筆山水畫，讓喝茶也成為一種視覺享受；飄逸實業則以可以隨身攜帶的簡易沖泡茶具，在推廣茶文化的同時，也不忘傳遞環保、健康的現代生活概念。

這些新穎、實用的台灣文創產品，吸引了不少買家駐足觀賞。台灣文建會期盼，透過參展，除打造台灣文創品牌形象，展現台灣文創耀眼軟實力外，更希望協助業者開拓國際市場通路，獲得實質接單效益。(完)

【編輯：黎群英】

THE EPOCH TIMES
— 正義敢言 · 遍佈全球 —
— 揭露謊言 · 實事求是 —

香港大紀元 | 香港英文大紀元 | 簡體 | 網絡報紙 | 大紀元鄭重聲明 | 我們的宗旨 | 如何獲得大紀元 | 聯絡我們 | 紀元動態 | 突破封鎖
大紀元網全球版 | 台灣版 | 英文版 | 法文版 | 德文版 | 日文版 | 其他語言 | 最多人看 | 按日瀏覽 | 所有類別

 全文檢索

要聞

2011/04/21

簡體

列印版



台灣創意設計閃耀香港家品展



台灣文建會首度率領台灣12個文創品牌精英參加香港家庭用品展。圖為陽泰電子的设计師展示奪得今年德國紅點設計大獎的水母燈。(攝影:余鋼/大紀元)

【大紀元訊】2011年香港家庭用品展昨天起一連四天在灣仔會展中心舉行，首日最亮眼的是台灣文建會率領台灣12個文創品牌精英首度赴港參展，向國際展現台灣文化創意產業實力，打造優質生活的品牌形象。

邁入第26屆的香港家庭用品展是目前亞洲最大型展會，今年首次設立台灣品牌館，以「台灣好禮」為主題，打造台灣文創品牌形象，共有2百多家台灣廠商參展。其中在海內外榮獲過百獎項的台灣12家文創品牌精英，昨日在媒體推介會上集體亮相。

台灣文建會第一科長王定亞表示，香港的展覽無論在買家人數和所創造的產值都有可觀效應，希望透過在香港參展令台灣文創廠商增值，並促進他們與國際市場接軌。他說：「第一，我們來試水溫，如果效應還不錯，我們後續可能會把香港當作中長期展露台灣品牌的地點。」

王定亞還說，台灣具備多元文化、相容並蓄，希望台灣文創業者從豐厚文化傳承中擷取出當代創意的題材，輸出屬於台灣的生活風格與人文價值。

這次精選的12個品牌橫跨文化、美學、設計及科技等不同領域，有的富含中國傳統文化精髓，比如藝拓公司從五行的文化觀點，運用竹炭材料與鍍金工藝於香爐上，曾獲台灣文創精品金獎。藝拓國際執行長曾國源介紹，每個人都可以從出生年月中計算自己的五行，比如屬木的人，木和金龍對應，他們還會配合木的精油，讓顧客可以透過視覺及味覺的美感，體會到文化的意義，「希望結合五行加五獸加五個方位，加五個味道，去保障我們的五臟」。

另一款剛剛奪得今年德國紅點設計大獎的水母燈，以手觸LED方式展現1,600萬種色彩，時尚又充滿創意，還可以讓人從繁重的生活中減壓。生產商陽泰電子的设计師Justy說：「傳統蠟燭只有一般的黃橙光的顏色，但是，透過水母燈，各種氣氛的顏色都可以營造出來，從而呈現不同的心情。」

另外，飄逸實業的「飄逸杯」，是廠商作為茶農的多年經驗下，為世界飲茶文化開發的極具實用性的沖泡過濾組，更為台灣贏得IF設計大獎、reddot設計獎等。

除台灣館外，今年展會有來自全球40餘個國家的業者報名參展，展出多達60家知名品牌及設計師系列，預計吸引3萬名買家到場參觀。◇

<http://ntdtv.com/xtr/b5/2011/04/21/atext521485.html.-%E9%A6%96%E5%BA%A6%E8%B5%B4%E6%B8%AF%E5%8F%83%E5%B1%95-%E5%8F%B0%E7%81%A3%E5%89%B5%E6%84%8F%E8%A8%AD%E8%A8%88%E6%88%90%E4%BA%AE%E9%BB%9E.html>

English / Español / Français / 简体 / 正體 / Русский / 日本語

新唐人電視台 NEW TANG DYNASTY TELEVISION 2011年5月3日 星期二 [直播] [點播] [下載] [節目表] [iPhone直播] [Facebook] [Twitter] [YouTube] [RSS]

首頁 | 新聞 | 視頻 | 節目 | 神韻 | 大紐約

視頻資訊 | 評論訪談 | 人文教育 | 體娛休閒 | 特別專題 | 中國 | 大紐約

熱點專題 神韻巡迴演出 本·拉登被擊斃 英國王室婚禮 即時新聞 大選取勝 阿爆 泡椒鳳爪

SHEN YUN PERFORMING ARTS 神韻晚會

首頁 > 視頻節目 > 視頻資訊 > 環球聯播 > 正文 列印 / 简体 / 評論 / 投稿

首度赴港參展 台灣創意設計成亮點

新唐人電視 www.ntdtv.com 2011-4-21 08:18

文章 視頻

下載mp4錄像 Embed引用: `<embed src="http://www.1`

【新唐人2011年4月21日訊】2011香港家庭用品展星期三登場，首日最亮眼的是台灣文建會首度率領台灣12個文創品牌精英集體亮相，展現台灣文化創意產業的內外美，打造優尚生活的品牌形象。

邁入第26屆的香港家庭用品展是目前亞洲最大型展會，今年首次設立台灣品牌館，共有200多家台灣廠商參展。12家榮獲過百獎項的台灣文創品牌精英，在台灣行政院文建會率領下，在開展當日首度亮相，展現台灣美好優質生活的一面。

台灣文建會科長王定亞：第一次我們來試水溫，如果效應還不錯，我們後續可能會把這個當作中長期展露台灣品牌的地點。

12個品牌橫跨文化、美學、設計及科技等不同領域，有的富含中國傳統文化精髓，比如藝拓公司從中國五行學說出發，運用竹炭材料與錯金工藝於香爐上，曾獲台灣文創精品金獎。

藝拓國際執行長曾國源：木是金龍，火是朱雀，土是黃鹿，結合五行加五獸加五個方位，加五個味道，去保障我們的五臟。

另一款剛剛奪得今年德國紅點設計大獎的水母燈，以手觸LED方式展現1,800萬種色彩，時尚又充滿創意。

陽泰電子設計師Justy：“LED的變化更多，傳統蠟燭只有一般的黃橙光的顏色，各種氣氛的顏色都可以透過這個水母燈營造出來。”

今年展會有來自全球40餘個國家的業者報名參展，展出多達60家知名品牌及設計師系列，預計將吸引3萬名買家到場參觀。

新唐人記者梁珍在香港報導。

網址轉載：<http://www.ntdtv.com/xtr/b5/2011/04/21/a521485.html-首度赴港參展-台灣創意設計成亮>



- 即時新聞
- 影音多媒體
- 國內要聞
- 社會新聞
- 地方新聞
- 兩岸台商
- 全球觀察
- 意見評論
- 財經產業
- 股市投資
- 基金理財
- 運動大聯盟
- 數位資訊
- 娛樂追星
- 消費流行
- 時尚名人
- 生活天氣
- 健康醫藥
- 旅遊休閒
- 校園博覽會
- 閱讀藝文
- 聯合書報攤

最新 | 發燒 | 哇新聞 | 字級： 請選擇--<即時新聞>相關新聞

即時新聞 台灣文創菁英赴港 展現軟實力

5/3 隔天調回原價!

【中央社／香港20日電】 2011.04.20 10:31 pm

為推動台灣文化创意產業走向國際市場，行政院文化建設委員會首次組織獲得超過百項國內外設計大獎的台灣12家文創廠商今天在香港參加亞洲最大型家庭用品展覽，展現台灣軟實力。

第26屆香港家庭用品展於4月20至23日在香港會議展覽中心舉行，文建會首次組織台灣12家獲得超過百項國內外發明獎、設計獎、精品獎及專利，橫跨文化、美學、設計及科技等不同領域的文化創意廠商到香港參展，展示台灣多元創意與創新科技的產業特色。

這次台灣館以「台灣好禮」為主題，打造台灣文創品牌形象，以「Bravo Taiwan」國家形象館的方式，整體行銷國際及中國大陸市場，以整合行銷方式，推廣台灣文創整體品牌形象，提昇台灣創意產業在國際能見度，向世界各地傳遞對台灣美好優質生活的想像。

文建會第一處科長王定亞在香港表示，由於台灣文創業者普遍缺乏行銷資源，此次組織台灣優質精緻的文創品牌到香港參展，希望協助業者創造銷售產值，增進台灣文創業者與國際市場接軌。

同時，也希望台灣文創業者從豐厚文化傳承中擷取出當代創意的技術面議題，融合「以人為本」的深層關懷，透過文建會所搭建出的海內外展示平台，輸出屬於台灣的生活風格與人文價值。

新聞局駐港機構光華新聞文化中心主任羅智成表示，光華新聞文化中心一直扮演台灣文化创意軟實力的展示平台及窗口，過去光華中心主要透過藝文表演或講座等方式展現台灣文化创意，這次台灣12家文創菁英來港參展，更清楚及具體地展現台灣文化創意的軟實力。

【2011/04/20 中央社】 @ <http://udn.com/>

歷史新聞 | 轉寄 | 列印 | 討論 | 推薦 |

Creative Taiwan - New Product Launching Party

A total of 12 award-winning Taiwanese companies launched new products at a special event yesterday organised by Taiwan's Council for Cultural Affairs. As guests enjoyed the refreshments, the party started with speeches from Mr Dean Wang, Section Chief of First Department of Council for Cultural Affairs, Taiwan, Mr Lo Chin-cheng, Director of Kwang Hwa Information & Culture Center and Mr Johnson Ng, Senior Exhibitions Manager of Hong Kong Trade Development Council. The companies then introduced their new products and talked to buyers and members of the media, answering questions about the new items and the companies.



◀ From left: Mr Lo Chin-cheng, Director of Kwang Hwa Information & Culture Center; Mr Chen Guang-pi, Director of Far East Trade Service, Inc. (HK Branch Office); Mr Dean Wang, Section Chief of First Department of Council for Cultural Affairs, Taiwan; Mr Johnson Ng, Senior Exhibitions Manager of Hong Kong Trade Development Council; Ms Lin Wen Hwa, Senior Manager of Taipei Trade Centre Hong Kong

行政院文化建設委員會
『文化創意產業市場流通及拓展計畫』
第 26 屆香港家庭用品展
徵展簡章

展會最大、品質最好、花費最少、人潮最多、國際注目的焦點！
您還在等什麼！心動不如馬上行動！
趕快來報名「第 26 屆香港家庭用品展」！！

一、活動簡介

行政院文化建設委員會為持續拓展台灣文創產業的國際通路，致力於打造「台灣文創品牌形象」作為推廣重點，2010 年台灣以呈現對台灣文創設計力的禮讚「Bravo Taiwan」為主題，其多元豐沛的設計能量與整體高水準的表現，在多項國際展會中嶄露頭角，為台灣贏得「創意大國」美譽，獲得高度肯定。

展望今(2011)年，將持續以「Bravo Taiwan」品牌作為國家形象館，整合台灣文創產業業者，徵選年度文創廠商及產品參展，以整合行銷方式，推廣台灣文創整體品牌形象，提昇台灣創意產業在國際能見度，建立台灣原創品牌之市場價值、開拓國際市場通路、並促進台灣文創業者與國際商業媒合的機會。

二、活動目的

行政院文化建設委員會推動文創產業發展，為協助業者進行品牌行銷、拓展國際市場通路，今年持續規劃系列國際展覽，整合行銷台灣原創品牌產品，藉此提昇台灣文創形象。經由 2010 年觀察台灣文創博覽會的成果發現，參展廠商及現階段在市場流通的文創品牌中，以居家美學相關業者所占比例最多，有鑑於此，2011 年在國際參展上，主要選擇以居家生活相關產業為徵展重點，有效協助業者開拓國際通路，集中資源開發市場，進而協助業者創造銷售產值，增進台灣文創業者與國際市場接軌，從認識各地文化消費的需求，提昇台灣文創品牌形象在國際市場的未來性與競爭力，增加業者未來在海外的商機。

三、主辦及執行單位

- (一) 主辦單位：行政院文化建設委員會
- (二) 執行單位：中華民國全國商業總會、頑石創意股份有限公司

四、展覽地點與時間

- (一) 展覽地點：香港會議展覽中心
- (二) 進場日期：100 年 4 月 19 日
- (三) 展覽日期：100 年 4 月 20 日~100 年 4 月 23 日
- (四) 撤場日期：100 年 4 月 23 日

五、香港家庭用品展簡介

每年 4 月為亞洲地區採購旺季，禮贈品展、電子展、廣交會等大型展會都將於香港、中國大陸舉行，香港本身為亞洲會展貿易蓬勃發展之中心，本家庭用品展實屬亞洲地區重點展覽。本展歷史悠久，2011 年將邁入第 26 屆；歷年吸引國際買家前來參觀採購，成為亞洲家飾業者接單的最佳平台，也是與中國大陸市場通路建立合作關係的有力媒介。

據統計本展會 2010 年參觀人數達 25,000 人次以上，共吸引來自 32 個國家的業者前來參展，如法國、德國、印度、印尼、義大利、韓國、澳門、馬來西亞、菲律賓、新加坡、西班牙、泰國、土耳其、英國等。今年香港家庭用品展展會面積約 58,255 平方公尺，主要展出的產品類型包含：家居飾品、餐具、園藝及戶外用品、手工藝品、浴室用具、酒吧用具、傢俱等；預計將會有超過 2,000 家家用品業者參展。觀展之專業人士類別包括零售商、批發商、設計商、進出口商、製造商、貿易商、禮品商、顧問公司、一般觀眾及專業媒體等。

六、2011 台灣文創品牌參展規劃

(一) 展區位置

「精萃廊」

(二) 參展主題

本屆台灣館將以「台灣好禮」為主題，緊扣中華民國建國百年紀念，打造台灣文創品牌形象，以「Bravo Taiwan」國家形象館的方式，整體行銷國際及中國大陸市場。

(三) 參展規劃

1. 預計招募 12 家參展廠商(每家廠商參展展品數量以 4 件為限)。參展廠商必須通過主辦單位審查，經由主辦單位評選後，整體規劃於國家形象館呈現。
2. 主辦單位將依整體形象考量決定展品於攤位現場之展示方式，參展廠商須配合之。

七、參展費用

廠商負擔項目	主辦單位補助項目
1. 展品來回運輸費用。 2. 參加廠商代表之參展期間所有費用(包括但不限於:飲食、當地交通、行李超重等費用)。	補助項目為參展廠商代表之往返機票及住宿費(詳「十、參展補助項目」)，另以下支出由主辦單位統一支應： <ol style="list-style-type: none"> 1. 場地租金、水電費用、展覽期間場地保險費。 2. 整體形象基本裝潢陳設及公共設備費用。 3. 整體活動文宣品規劃製作及運送。

	4. 台灣形象館宣傳推廣活動規劃及媒體廣宣費用。
--	--------------------------

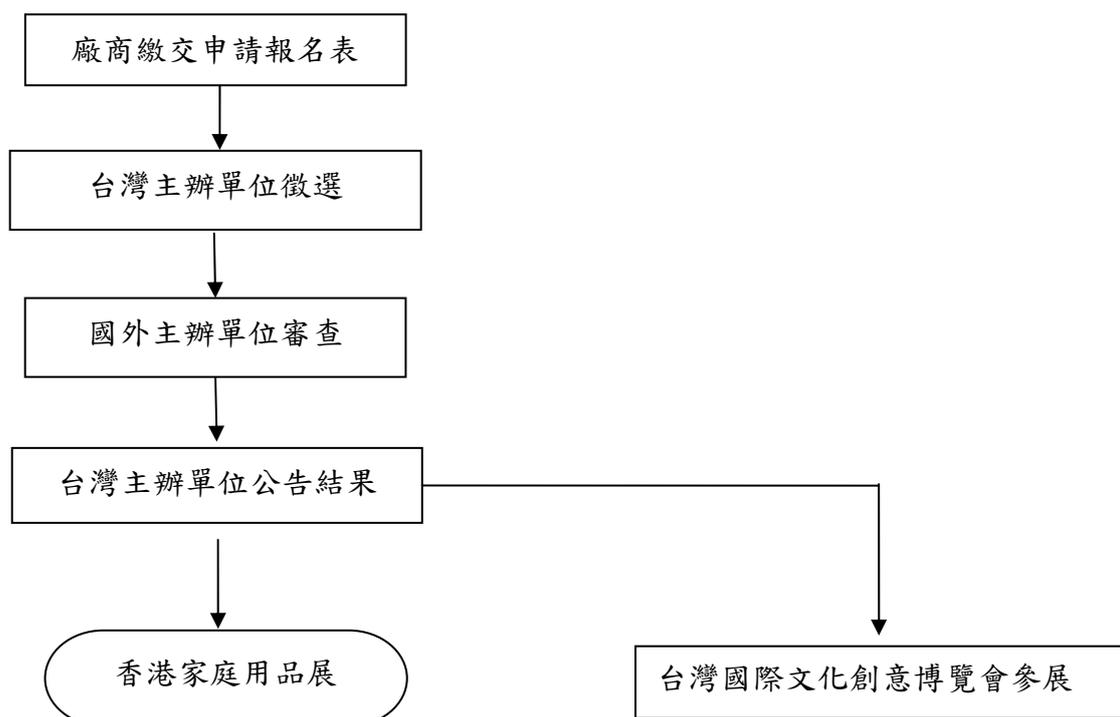
八、參展資格

(一) 對象

以台灣文化創意產業為主，凡國內自創品牌/業者或個人設計師品牌皆可申請參展。展出作品以「家居設計」、「居家藝術」、「綠色科技」為主要類別，主辦單位保留最後決定權。

(二) 評選方式

參展廠商得以EMAIL方式將申請報名表寄予執行單位碩石創意股份有限公司承辦人員(聯絡方式後附)；經由行政院文化建設委員會徵集及書面審查後，再由國外主辦單位進行審查。兩階段審查評選出參展作品後，審查結果將以書面、電話或EMAIL方式進行通知並接洽辦理後續手續及各項參展作業。審查結果也將一併於主辦單位官網公告。



(三) 評選標準

項目	內容	比例
----	----	----

創意表現	美學表現、文化涵養、運用手法	25%
研發設計	綠能環保、人因工程、外型表現、質材創新	20%
行銷能力	品牌經營、國內外行銷通路、行銷計畫	25%
產品包裝設計	包裝設計、廣宣、品牌識別形象設計、通路陳列設計	20%
其他	國內外得獎紀錄、品管認證	10%

九、作業時程

項次	日期	項目
1	3/24	徵展截止
2	3/30	公布評選結果、合約及委任書簽署、繳費
3	4/1 PM6:00 前	展品運輸(海運) 展會合作運輸公司聯絡方式，如下： 銓連運輸公司 聯絡人: 專案人員 余靜芬(Fanny) Tel : 886-02-2581-1133 分機 103 Fax : 886-02-2581-9635 或 02-2523-9449 E-mail : fanny@trans-link.com.tw
4	4/11	行前說明會
5	4/19	布展
6	4/20	開展

十、參展補助項目

經審查通過之參展廠商，主辦單位將提供補助每家廠商代表乙名之來回經濟艙機票費（含稅）及住宿費。補助標準說明如下：

項目	費用預估(元)	說明
去回程機票	14,450	香港來回經濟艙飛機票（含稅）
住宿費	26,550	依「中央政府各機關派赴國外各地區出差人員生活費日支數額表」標準，香港生活費每日以美元 295 元計，其中住宿費占 60%，於此額度內覈實補助住宿費，共計 295*60%*5 天=885 美元，折合新台幣約 26,550 元。(匯率 1:30)
小計	41,000	依「國外出差旅費報支要點」覈實補助。

※廠商須於參展返台後10天內，依主辦單位規定檢附領據、原始支出憑證、匯款帳號及成果報告書等文件函送執行單位碩石創意股份有限公司彙辦。

※獲補助之廠商須配合以下事項：

- (一) 委派公司代表(至少一名)隨團參展。該代表人員須配合展會參展時間準時到場並全程參與現場商談及宣傳活動；如有無故缺席或其他不配合之事項，則主辦單位將視情況保有是否給予補助之最終決定權。
- (二) 提供參展期間銷售數據及買家後續聯絡追蹤情形。
- (三) 必須同時參展「2011年台灣國際文化創意產業博覽會」，並配合展會相關規定。

十一、參展配合事項

- (一) 參展廠商須確實遵守十、「參展補助項目」內條列之(一)、(二)、(三)條配合事項。
- (二) 經甄選通過之參展廠商，須依照主辦單位規定提供展品之高解析圖檔資料及中英文說明、中英文宣傳目錄或光碟、公司簡介、新聞稿等相關資料供主辦單位作為整體宣傳資料印製使用。
- (三) 參展廠商須派員隨團參展或依本辦法規定時間繳納各項相關費用；否則視同自動放棄參展資格。
- (四) 保證擁有參展作品參展所需各項智慧財產權之所有權或代理權；並於展前依主辦單位規定簽署參展切結書(如【附件三】)。參展作品如涉及抄襲、仿冒等侵害他人智財權情事，主辦單位將無條件取消其參展資格(參展費用不予退回)；除自行負擔所有法律責任外，並須補償主辦單位所有損失。
- (五) 參展廠商得自備宣傳資料，便於展場洽商時發送。
- (六) 參展廠商須於展覽期間及展後回報媒體及買主名單、接洽情況、接單效益等資訊，供主辦單位進行展覽效益評估。
- (七) 參展作業期間，廠商須遵守各協調會議之決議。

十二、宣傳推廣

為協助參展業者整體行銷國際市場，增進參展效益，宣傳推廣規劃如下：

- (一) 國內外新聞稿媒體訊息發佈，媒體邀約採訪。
- (二) 國內外潛在買主參觀邀請(如百貨通路、禮贈品採購通路等)。
- (三) 展覽期間主辦單位將安排現場服務人員協助台灣館整體接待事宜。

十三、其他事項

- (一) 本案宗旨為徵求國內文創及設計業者共同進行國際市場業務拓展工作，非屬政府採購作業，為廣泛徵求有意拓展者，特擬定本簡章公告。
- (二) 主辦單位得視整體及實際執行情況，保留調整本簡章之權利。

十四、聯絡人

參展申請書請寄送：

頑石創意股份有限公司 郭哲璋 先生

電話：+886-2-26550755 分機 74

手機：+886-920-347988

傳真：+886-2-26550700

E-mail：dkuo@brightideas.com.tw

行政院文化建設委員會 林御翔 先生

地址：台北市北平東路30-1號5樓

電話：+886-2-33436312

如有任何問題，歡迎來電或E-Mail 詢問