

出國報告

(出國類別：觀摩)

觀摩「2011年湖北台灣名品博覽會」

服務機關：國立故宮博物院

出國人職稱：科長、辦事員、約僱人員

姓名：李美雲、洪振福、張阿軍

出國地區：大陸地區

出國期間：100.10.12~100.10.16

報告日期：101.1.3

公務出國報告提要

出國報告名稱：觀摩「2011年湖北台灣名品博覽會」

頁數 17 含附件：否

出國計劃主辦機關/聯絡人/電話

國立故宮博物院/謝欣欣/28812021ext2900

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

李美雲/國立故宮博物院/文創行銷處/科長/28812021ext2283

出國類別：其他（觀摩）

出國期間：100年10月12日~100年10月16日

出國地區：大陸

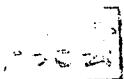
報告日期：100年12月28日

分類號/目：

關鍵詞：湖北，台灣名品博覽會

摘要：

觀摩「2011年湖北台灣名品博覽會」，以作為爾後本院參加國際大展與辦理文創產業相關活動之參考。



目 次

壹、目的.....	4
貳、過程.....	4
參、心得與建議.....	8
肆、參訪照片.....	10

壹、目的：

個人很榮幸奉 派觀摩外貿協會主辦之「台灣名品博覽會」之成果，並作為爾後本院參加國際大展與辦理文創產業相關活動之參考。

貳、過程：

日期	地點	工作項目	備註
10/12	台北→大陸	旅途中	
10/13-10/15	2011年湖北台灣名品博覽會	觀摩「2011年湖北台灣名品博覽會」並收集資料	詳細的整理資料參見下面的執行、成果
10/16	返途中		

由我國經濟部國際貿易局委託，外貿協會主辦之「台灣名品博覽會」自2009年於南京舉辦以來，在中國大陸所到之處皆造成萬人空巷的盛大景況，外貿協會本次首度挺進華中市場，於湖北武漢締造「雙十」紀錄，即在「10」月份舉辦的「2011年湖北台灣名品博覽會」將是外貿協會在大陸各省市所辦理之第「10」個名品展，為外貿協會協助台灣廠商拓展大陸市場之新里程碑。外貿協會表示，有鑑於中國大陸中部崛起，而在中部6省中，湖北省是最大的交通樞紐，以武漢為中心，4小時以內，高鐵南達深圳，北抵北京，東進上海，西至四川、重慶，也就是80%以上具主要消費力的城市均可抵達；湖北人口5,720萬人，2010年全省生產總值為人民幣1兆2,961.1億元，居大陸第10位，社會消費品零售總值人民幣5,928.41億元，居中部經濟區第2名，是一個不可忽視的龐大的內需市場，因此貿協選定歷來有

「九省通衢」、「東方芝加哥」之稱的湖北武漢市舉辦台灣名品展，看準的不僅是湖北的經濟實力，更希望藉由武漢交通樞紐的地位將台灣名品的熱力擴散到鄰近的城市，發揮輻射效果。

以下為本次展覽相關資料，茲分述如下：

- 一、展覽名稱：2011年湖北（武漢）台灣名品博覽會
- 二、展出地點：武漢國際會展中心（地址：武漢市解放大道696號）
- 三、主辦單位：經濟部外貿協會、湖北省人民政府、武漢市人民政府

四、參觀時間：

10月13日 專業採購商參觀（憑公司名片登記入場）

10月14日至16日 專業採購商參觀、一般民眾參觀

每日時間上午9時至下午5時

五、展區

1. 服飾及配件暨珠寶玉石區：服飾及相關配件，如鞋子、包袋，珠寶及玉石類飾品
2. 節能減排及消費電子區：各類節能減排產品與消費電子產品
3. 農產食品區：冷凍食品、休閒食品、糖果餅乾、醬料、飲料、酒類、台灣生產之生鮮蔬果、精緻農業、連鎖加盟業者
4. 運動休閒及生活用品區：運動用品、健身器材、家用及家飾品、生活用品等
5. 文創產業區：工藝美術精品、創意設計、數位內容、時尚文化產品、藝術畫作、文具等
6. 健康養生及美容生技區：保健養生及美容產品
7. 形象區：台灣精品館、台北世貿中心形象區

「2011湖北(台灣)名品博覽會」於本(100)年13日上午在大陸湖北省武漢市國際會展中心盛大開幕。我國由外貿協會王志剛董事長、台北市進出口公會劉國昭理事長、中小企業協會林秉彬理事長等代表出席；大陸方面則由湖北省王國生省長、田承中副省長、武漢市唐良智市長以及海峽兩岸關係協會王富卿副會長、貿促會于平副會長等代表出席。外貿協會首次帶領450家台灣的廠商前進號稱大陸中部

「九省通衢」的武漢市，更為兩年來在大陸舉辦之第十一場台灣名品展揭開序幕。

王國生省長於開幕典禮致詞時表示，武漢由於水、陸、空運發達，自古就有「貨到武漢活」的優勢，希望更多的台灣企業到湖北拓展貿易：「湖北將充分發掘雙方在電子資訊、食品、機械製造等行業的合作潛力，更要加強在節能環保、生物工程、新能源和新材料、創意文化等新興產業等領域的合作」。而外貿協會王志剛董事長則表示，每場台灣名品展均依據每個地方的內需商機來規劃，舉凡湖北極力發展的民生消費品（農產食品、服飾配件），以及展現台灣創新科技的「台灣精品館」，均是展覽的重點。另外湖北的楚文化可以說是中華文化的重要發源地之一，融合東西方文化的台灣文創產品也是本展亮點，可望有助於兩岸經貿交流。

展覽規模達 800 家攤位，展出超過 2 萬件商品，是今年度外貿協會在大陸中部地區辦理最大的展會。13 日上午在外貿協會王志剛董事長與湖北省王國生省長共同開幕後隨即共同參觀展會。王省長親自體驗達楷生醫科技的世界第一台乾式兩極心電圖導記錄器及長天科技的超寬頻呼吸心跳監測器，讚許台灣產品的高新技術及貼心的醫療研發設計，對納智捷 CEO 汽車後艙電子隔屏、冷暖恆溫空調系統等優異車用智慧科技稱讚不已，另對宏碁 9 月底甫上市飆速開機上網 Ultrabook 超薄筆電令其眼睛一亮。

開幕當天為專業採購商日，吸引許多當地通路商前來觀展採購。為此外貿協會與湖北省商務廳於下午共同合辦了一場「採購洽談會」，現場計有 60 家當地買主前來與台灣參展商進行 250 場採購洽談會，包括武商量販、中商平價超市、中百百貨、湖北新一佳超市以及五和沃爾瑪等重量及通路商買主前來採購，足見湖北企業對於台灣名品展的熱情參與，也見證台灣商品的吸引力。

本展共規劃六大展區，文創區橫跨一樓 1A 及 1B 展區，共計 43 家業者參展，使用 152 個攤位。參展廠商包括本院的「博物館衍生性商品區」、文建會的「台灣文創精品廊」、台明將的「台灣玻璃館」、

法藍瓷及陶作坊等知名業者。展品涵蓋授權衍生性商品、藝術美瓷、玻璃藝品、陶藝茶具、益智玩具、木雕銅飾品、當代名家畫作及設計得獎作品等，包羅萬象，美不勝收。不僅呈現台灣豐富多元的精緻文化特質，更顯示近年來台灣文創業界融合時尚及實用的設計功力，令人驚艷。文創產業可以說是各區中吸睛的亮點之一，本院所規劃之「博物館衍生商品區」，一開展即有大批人潮聚集駐足參觀，對金箔複製畫、珠寶飾品、手機套、隨身碟等商品均興趣十足；翠玉白菜、茶具、書畫等複製文物等更是熱門搶手商品。武漢電視台特別派員來採訪，尤其對本院各項精美的文創商品等，包括富春山居圖複製畫及各項授權衍生性商品，皆表現出莫大的興趣。而衍生性商品更是備受矚目，除了複製畫，融入生活的各式生活小物之外，也將版權書籍帶來現場，讓識貨的武漢文物迷一眼就看上。

另，我國文建會以「台灣文創精品廊」為主題，希望透過台灣整體文創精品形象方式，持續傳遞台灣意象與文創核心精神。展品包括：品家家品-蒸鍋蒸籠、法藍瓷-逍遙遊瓷器、掌生穀粒-航空米、琉璃工房-春蘭茶具、藝拓國際-桃喜、台客藍-小籠包調味罐..等28件「文創精品獎」得獎作品，在武漢掀起一股台灣文創旋風。現場同時安排了台灣著名舞蹈團體-古名伸舞團帶來精彩的[台灣映像]表演，以現代舞蹈動作演繹文創精品的內涵與精神，並結合投影科技設備進行互動性演出，吸引滿場民眾駐足。展中文建會以「台灣文創精品廊」為主題，希望透過台灣整體文創精品形象方式，持續傳遞台灣意象與文創核心精神。展品包括：品家家品-[蒸鍋蒸籠]、掌生穀粒-[航空米]、琉璃工房-[春蘭茶具]、藝拓國際-[桃喜]、台客藍-[小籠包調味罐]等28件「文創精品獎」得獎作品，在武漢掀起一股台灣文創旋風。來自台灣的服飾配件與珠寶玉石、生活用品、節能減排、消費電子產業業者也均將在台灣最新當季產品展示在湖北採購商面前。

本展開幕當日便吸引湖北電視台公共頻道、武漢電視台百姓連線、湖北電視台經濟頻道、長江日報、楚天都市報、楚天金報、長江商報、湖北衛視、湖北經濟廣播電台、中新社及人民日報社等多家電子及平面媒體前來採訪，對於本次展出的台灣產品的創意科技給予高度肯定，讓台灣名品的魅力蔓延大陸中部的廣大市場。

「2011 湖北(台灣)名品博覽會」於 10 月 16 日在大陸湖北省武漢市國際會展中心圓滿落幕。展覽期間採購商及消費大眾絡繹不絕，總計 4 天展期吸引 22 萬人次進場參觀，促成 3.5 億美金商機，更讓台灣各式商品在大陸華中市場首次打響名聲！根據大會統計，75% 的參展商在展覽結束前立即明確表示將繼續參加台灣名品展，足見本展不僅成果多元豐碩，對於參展商之服務也備受肯定。本次湖北台灣名品展受到當地媒體及民眾高度重視，長江商報、長江日報、楚天都市報及武漢晚報、武漢晨報均連日報導。開展以來民眾早起排隊參觀展會，服飾配件區的正信公司本次展覽推出烏托邦名畫包及聲控極光包，吸引了追求前衛時尚的新興消費族群，光是一天內就有兩間採購商詢問代理事宜，該公司楊總經理表示每天都有 300 多人駐足，四天銷售量上看四萬人民幣，成果令人滿意。文創產業也是在本展中很成功的一個展區。

參、心得與建議

外貿協會所主辦的每場台灣名品展，均依據每個地方的內需商機來規劃，舉凡湖北極力發展的民生消費品（農產食品、服飾配件），以及展現台灣創新科技的「台灣精品館」，以及文創成果均是展覽的重點。另外，湖北的楚文化可以說是中華文化的重要發源地之一，融合東西方文化的台灣文創產品也是本展亮點，可望為兩岸經貿交流建立新的里程碑，展覽規模達 800 家攤位，展出超過 2 萬件商品，是今年度外貿協會在大陸中部地區辦理最大的展會。◎有著本院與文建會兩大台柱領軍，本展呈現台灣文創之美也是吸引民眾入場的一大原因。文建會以「魅力台灣」為題，透過展現台灣整體文創精品形象方式、配合舞者表驗，持續傳遞台灣意象與台灣文創的核心精神，屢獲現場民眾圍觀喝采。本院以「形塑典藏新活力·創造故宮新價值」為主題，展現近年來本院積極推動品牌授權業務的成果，帶領品牌授權廠商共同參與。此次參加廠商，包括法藍瓷有限公司、Alessi、印傑影像文化股份有限公司、藝奇藝術授權文化股份有限公司、禾禮有限公

司、大洋集團(澳門離岸商業服務)有限公司、悠遊卡股份有限公司、皇室股份有限公司、琉園股份有限公司，共9家品牌授權廠商加上本院員工消費合作社聯袂參展。展出商品包括：翠玉白菜悠游卡、矽膠產品、黃金畫、3C商品、複製畫、餐具、琉璃系列及其他本院自行設計開發之博物館衍生商品等，除呈現近年來本院透過品牌授權，創造典藏新價值的具體成果外，亦有助於我國文創產值之提升。

本次參訪後謹提供以下幾點淺見，茲分述如下：

一、展覽活動與宣傳建議應增加：

儘管此屆文博會看起來規模甚巨，然而入場人次並未跟著倍數成長，整體成效反而因此遭到稀釋。在展會幾天觀察下來發現，人潮的「續航力」仍需努力，第一天聲勢頗盛，但接下來兩三天就較為減弱。其實展會期間有不少現場藝文活動演出，但只見陸媒新聞第一天大多會報導官員發言，和民眾切身相關的軟性資訊反而著墨甚少，經本處人員於街頭隨機詢問遊客，仍有部分遊客表示從未聽聞本次名品展，建議展覽前期與展期間的相關活動宣傳，應該更為加強，以利當地民眾能夠踴躍參與。

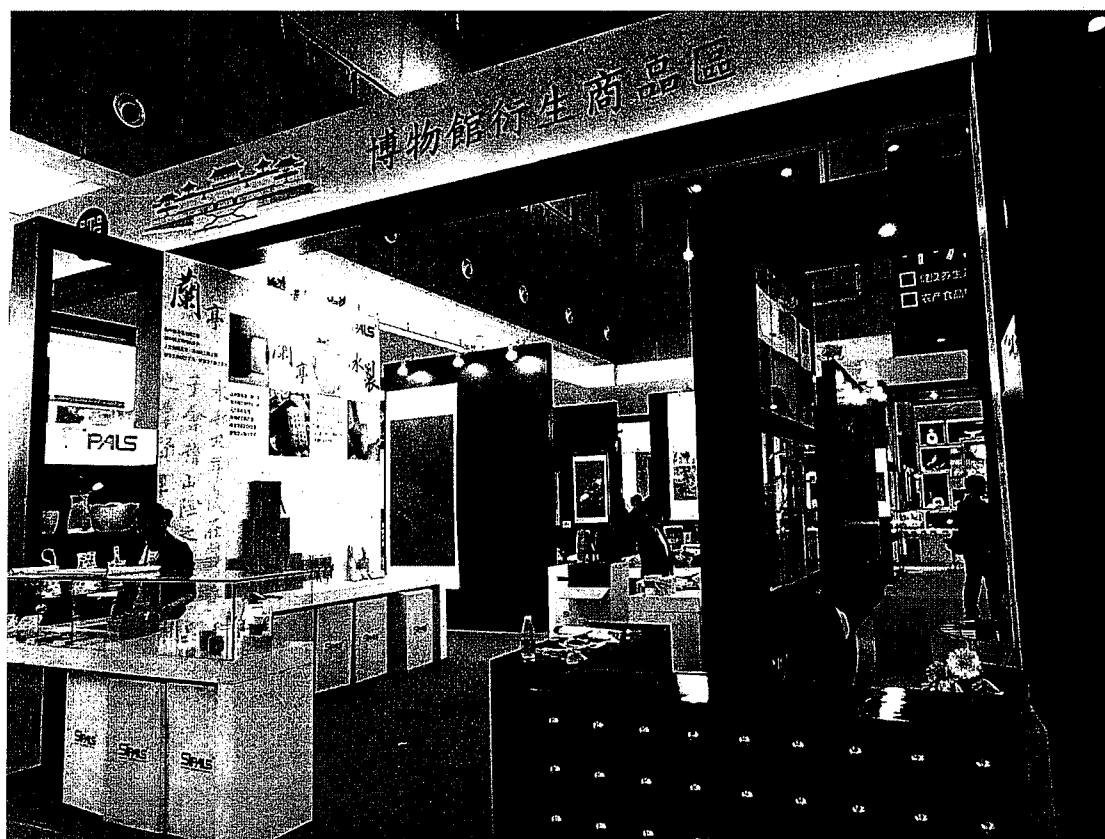
二、展覽設計與動線規劃仍需加強：

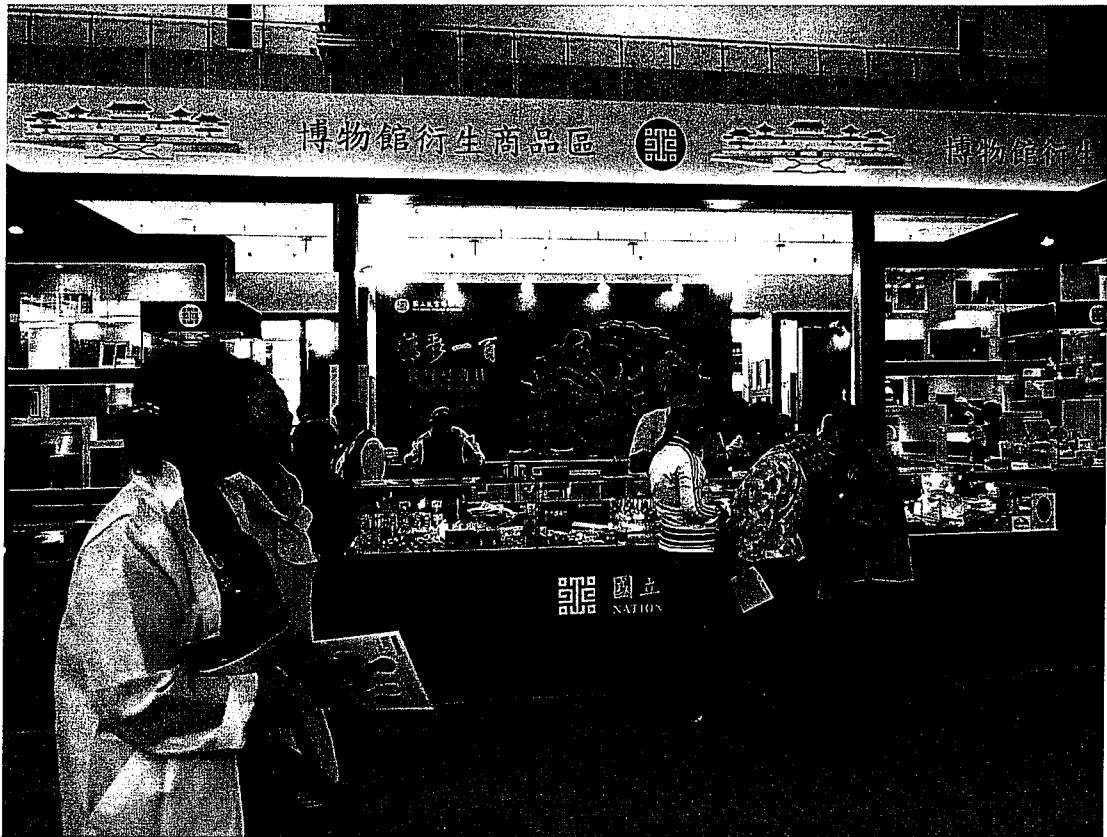
一樓的展區規劃較為完善，二樓展區之動線因參展廠商家數眾多，因此於展覽動線規劃上較為紊亂，建議應可以再行改進，以利參觀者能夠更精確找到標的商品，節省參觀時間。

三、建議增加我國資訊產業博物館多媒體互動專區

有鑒於展區多為靜態展示，為增進我國資訊產業與博物館多媒體展示技術的可見度，以利促進文創產值之提升，並增進教育推廣功能，以嘉惠大陸地區對於台灣文創產業近況的瞭解，以利兩岸文化交流活動之推動。

肆、參訪照片

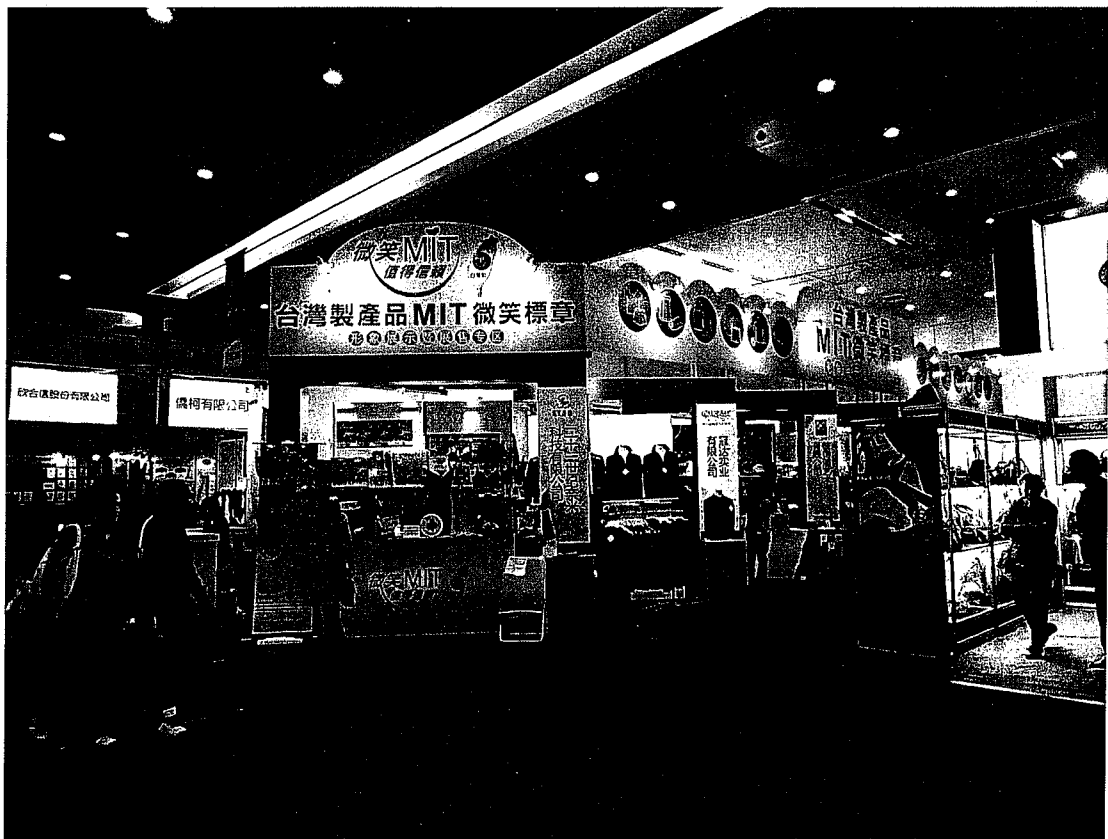








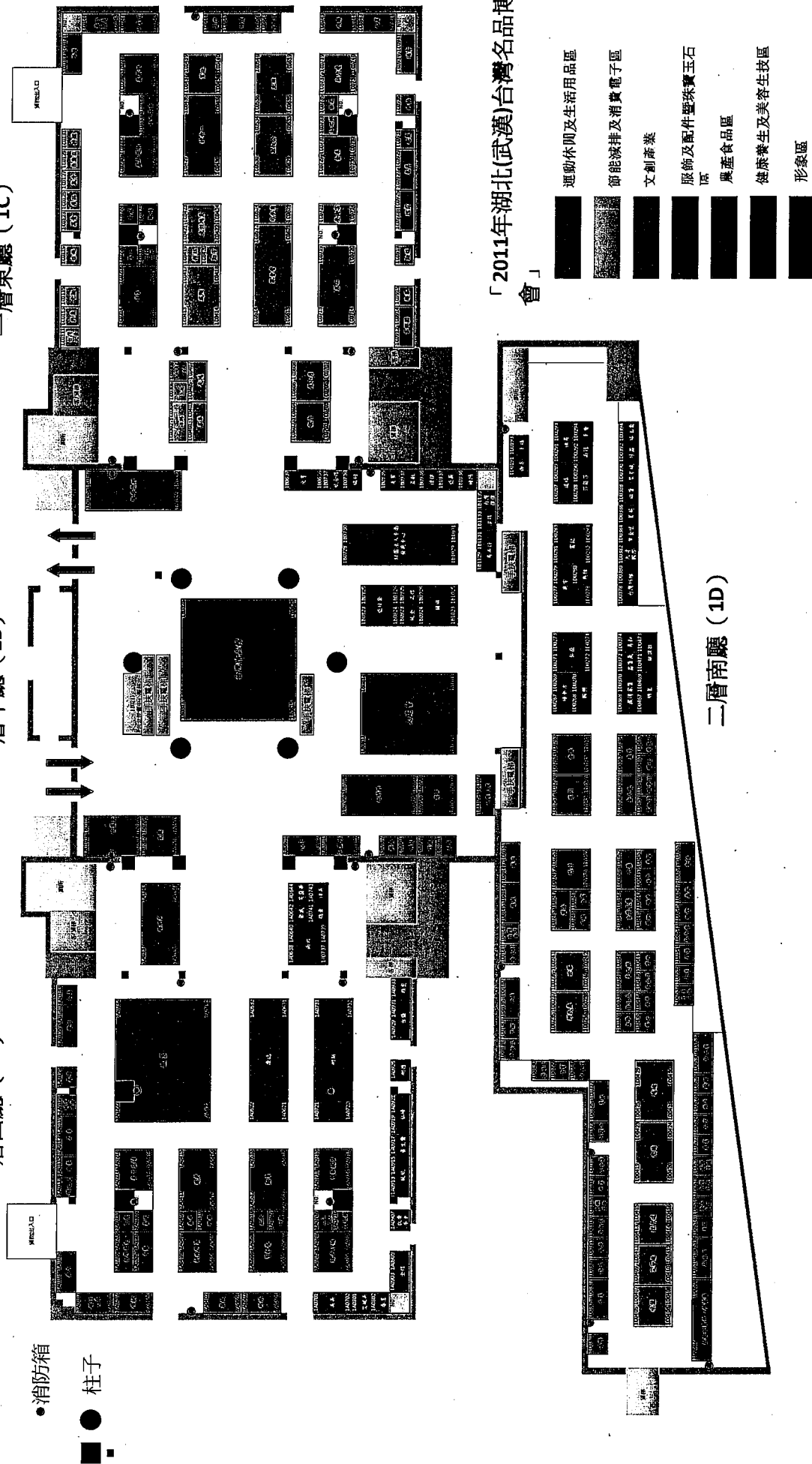




一層西廳 (1A)

一層中廳 (1B)

一層東廳 (1C)



「2011年湖北(武漢)台灣名品博覽會」

運動休閒及生活用品區

節能減排及消費電子區

文創產業

服飾及配件藍寶石區

農產食品區

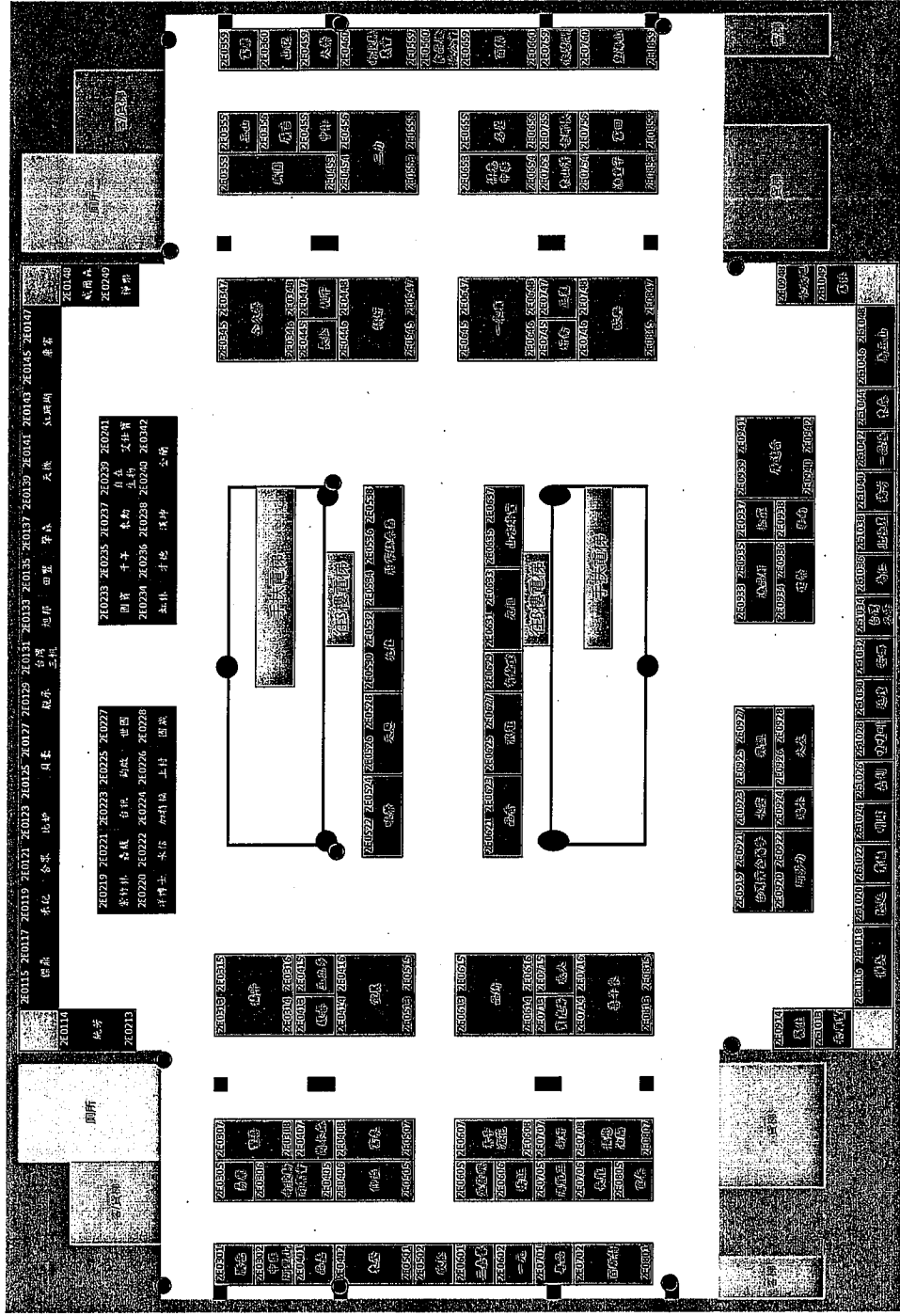
健康養生及美容生技區

形象區

二層南廳 (1D)

「2011年湖北(武漢)台灣名品博覽

二層中廳 (2E)



● 消防箱

■ 柱子

健康養生及美容生技區

農產食品區