

出國報告（出國類別：考察）

2014曼谷國際禮品家飾展參展
暨文創產業參訪報告

服務機關：文化部

姓名職稱：高副司長明秀、葉專員景豪

派赴國家：泰國

出國期間：103年10月16日至10月20日

報告日期：103年12月17日

摘要

我國文創產業多屬中小型及微型企業，若須穩健成長，除深耕國內市場外，更須拓展海外布局，面對世界各國皆將文化實力之輸出作為國家戰略，文化創意產業之市場拓展策略及作法更顯關鍵，因此，本部持續推動文化創意產業國際拓展計畫，每年選定國際重要文創展會，集結臺灣優秀廠商以「Fresh Taiwan」品牌形象參展，帶領國內微型文創業者接軌國際市場，同時向國際展現深具臺灣風格的文創軟實力。

面對深具開發潛力的東南亞市場，2014年首度組團參展2014曼谷國際禮品家飾展(2014 Bangkok International Gift Fair & Bangkok International Houseware Fair (BIG+BIH))，正是東協地區最重要且具規模的禮品家飾商展，更是全球文創業者搶進當地市場的指標展會，本計畫徵選國內10家優質文創品牌及產品，透過展覽參與及搭配洽商活動之舉辦，以多種管道將臺灣設計做最大幅度之曝光，進而促成國際商業或策略合作。此外，此行也安排當地文創組織及通錄參訪，包括泰國創意設計中心、曼谷藝術文化中心、Be Trend、ROOM concept store、Loft及Crystal Design Center等，協助國內文創業者瞭解泰國零售市場及進入拓展通路之要件，並爭取當地合作及代理之商機。

本次參訪之建議重點如下：

一、立即可行建議

(一) 展會聚焦優勢產業：泰國政府盤整其具國際競爭優勢之文創產業類別，進而於展會期間聚焦，透過設計重新詮釋泰式生活風格，成功吸引國際買家及媒體關注，逐步建立國家文創品牌形象，建議我國「臺灣國際文化创意產業博覽會」作法可參考以空間為概念在展場內集結臺灣文創產業優勢類目的展品，型塑華風指標潮流。

(二) 發掘各國新銳設計師參展：本次展會大會蒐集媒體資訊，主動邀請各國設計新秀參展，並給予免費攤位、機票與住宿等優惠措施，足見泰國政府發展文創產業之強烈企圖心。目前，我國2015臺灣國際文化创意產業博覽會亦規劃有新銳區，將可參考曼谷展的作法，除發掘國內微型新銳品牌外，並網羅各地新銳設計師來台交流，以達國際級展會之水準與格局。

(三) 加深通路參訪的事先媒合：搭配國際展會安排的當地通路參訪，可事先製作廠商產品目錄提送通路參考，或於出發前進行交流媒合，透過邀請重要買家來臺

面談或書面溝通洽談，以提高參訪前雙方認知，並增加持續合作之可能性。

二、中長期建議

(一) 持續開發東南亞潛力市場：本次展會不僅凸顯出泰國生活風格，並展現泰國設計產業之蓬勃，以及其設計力在東協的重要地位，特別是工藝設計之精湛，值得本部所屬工藝中心前往觀摩與交流，並建議本計畫未來持續以國家館型式參展，並持續投注資源強化行銷。

(二) 經紀代理商協助拓銷：本次參展廠商展品為文具禮品為主，廠商多為微型且尚無代理，較難進入新興市場，建議日後參展評選可多增加經紀代理人類別，由專業經紀規劃協助微型企業拓銷國際市場。另本部已辦理兩年之中介與經紀人才培育計畫，建議未來可進一步媒合所培訓之中介、經紀公司與參展的文創業者，由中介、經紀公司協助微小型業者，聯合海外洽談商機與尋找通路。

目次

壹、前言	5
一、我國文創產業情勢分析	5
二、泰國創意產業發展現況.....	5
貳、行程安排及參訪議題	7
一、源起及目的	7
二、成員及行程.....	8
三、議題及內容.....	10
參、2014 曼谷國際禮品家飾展	11
一、展會概況	11
二、主題展區及特色展位.....	14
三、「Fresh Taiwan」參展情形.....	21
肆、泰國文創組織及通路	28
一、泰國創意設計中心	28
二、曼谷藝術文化中心.....	29
三、Be Trend.....	30
四、ROOM Concept Store.....	30
五、Loft	31
六、Crystal Design Center.....	32
伍、建議事項	33
一、立即可行建議	33
二、中長期建議	33
附錄 1：貴賓與媒體出席名單	35
附錄 2：展會前後之媒體報導	36
參考資料.....	38

壹、前言

一、我國文創產業情勢分析

為促進文化創意產業發展，建構富有多元文化及創意之社會環境，我國政府於2010年制定並頒佈《文化創意產業發展法》，並將文化創意產業定義為「源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之產業。」。在此定義下，我國文創產業範疇涵蓋15+1項，各項次產業均有其中央目的事業主管機關負責，分由本部、經濟部與內政部共同推動。

國內文創產業多屬中小型及微型企業，若須穩健成長，除深耕國內市場外，更須拓展海外布局，面對世界各國皆將文化實力之輸出作為國家戰略，文化創意產業之市場拓展策略及作法更顯關鍵。依據「2013台灣文化創意產業發展年報」統計，從台灣文創產業101年營業額的分析顯示，整體產業仍以內需市場為主，依財稅資料所計算的外銷收入僅占9.36%（不包含數位內容產業及創意生活產業），其中外銷比重高於整體文創產業平均比重的次產業為產品設計產業（54.38%）、工藝產業（23.68%）以及視覺傳達設計產業（10.72%），其餘10項產業外銷比例皆不到營業額的1成。顯現外銷市場拓展仍有很大的努力空間，因此，本部持續推動文化創意產業國際拓展計畫，每年選定國際重要文創展會，集結臺灣優秀廠商以「Fresh Taiwan」品牌形象參展，帶領國內微型文創業者接軌國際市場，同時向國際展現深具臺灣風格的文創軟實力。

二、泰國創意產業發展現況

泰國在1997年金融風暴後為了進行經濟復甦，由政府開始推動創意產業，產業類別在國際競爭力大師 Michael Porter 的建議之下，選出五大競爭力產業：觀光業、時尚業、食品業、電腦動畫業、汽車業，其中的時尚業、食品業與電腦動畫業與文化創意產業關係密切。在政府的挑選之下，文創產業成為帶領泰國進行經濟復甦的重要策略性產業。泰國政府在文化創意產業上所提出的計畫包括：曼谷時尚城市（Bangkok FashionCity）計畫、泰國創意設計中心（Thailand Creative and Design Center, TCDC）、一村一產品（One Tambon One Product, OTOP）計畫、泰國世界廚房中心（Center for Thailand's Kitchen of the World, CTKW）計畫與電影產業等，泰國政府希望可以藉由強調軟實力的文化創意產業，

有效帶領泰國經濟走出危機。在經過多年的發展之後，泰國文化創意產業的產值大幅提升，創意設計實力及影視產業發展亦受國際矚目。

表 1-1: 泰國文化創意產業分類

文化遺產(Cultural Heritage)	藝術(Arts)	媒體(Media)	創意(Functional Creation)
工藝 文化遺產觀光 傳統泰式醫療 泰式料理	表演藝術 視覺藝術	出版 廣播 電影 音樂	設計 時尚 廣告 建築 軟體

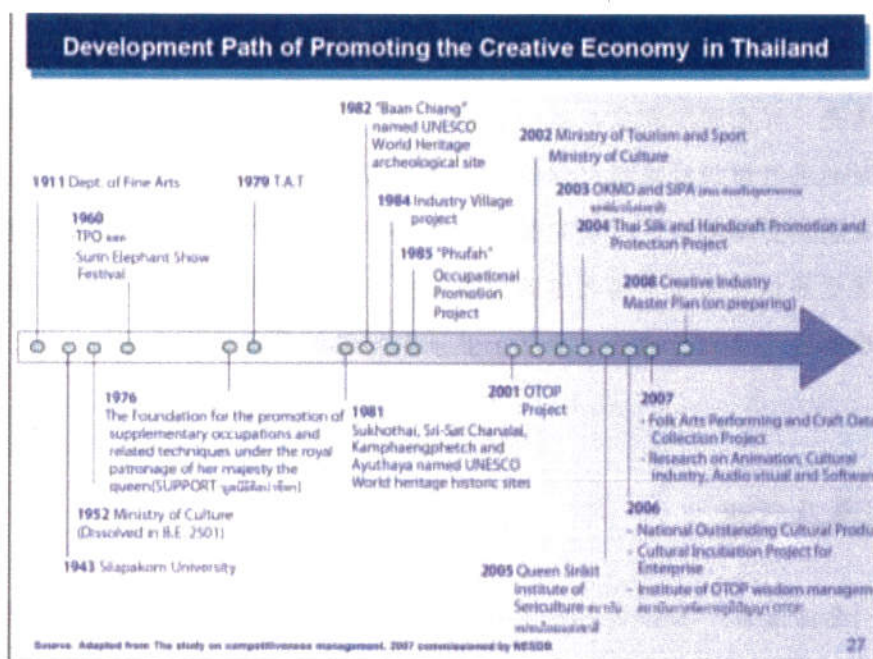
資料來源:www.itd.or.th

其中，泰國政府發現提升整體產業價值，除了重點產業外，更重要的是地方經濟的發展，因此於 2002 年，在日本貿易振興機構 (JETRO) 協助下，開始了一村一產品「OTOP」專案，由政府整合資源，並給予資金，協助地方產業開發有品質且能成功外銷國際的產品，由泰國皇室二公主所成立的基金會 Mae Fah Luang Foundation 更是大力協助村落發展，此專案除能協助地方村落培養自給自足的技能，透過政府的整合計畫，更能將產品積極推向國際，未來更可以結合觀光，而此計畫於實施後，更創下百倍以上產值增長。為了協助民間企業發展自有品牌，政府也於 2004 年陸續舉辦了大型展覽，如一年兩次的禮品展 (BIG BIH Fair)，一村一產品展 (OTOP)，除了藉由特展來吸引人潮、刺激買氣外，更特別的是，都呈現了泰國所有的菁華，有的展覽甚至會限制國外廠商參展數 (外國廠商僅佔 2 成)，除了成功聚焦外，且讓泰國廠商更有發展的空間與機會。

根據泰國經濟社會發展局 (NESDB) 在 2010 年發布「泰國創意經濟的國家策略」(Thailand's National Strategy on Creative Economy) 指出，創意經濟可從創意產業本身、關聯產業及發展環境等三方面探討，而在第十屆國家經濟和社會發展計畫 (The 10th National Economic and Social Development Plan, 2007-2011) 中，泰國政府強化知識經濟的運用及產製模式的創新，打造創意產業發展的有利基礎，同時創造經濟產值與社會價值。面對全球競爭日益激烈，2008 年上任的泰國總理艾比希 (Abhisit Vejjajiva) 推動創意經濟作為國家級的發展政策，以全球在地化 (GloboLOCALisation) 的概念結合泰國文化優勢與技術創新，以達到「在地行動、全球成功」(Local Move, Global Success) 發展目

標，而在第十一屆國家經濟和社會發展計畫（The 11th National Economic and Social Development Plan, 2012-2016）中，更直指創意經濟對國家發展的重要性，從 2009 年推動的「創意泰國」（Creative Thailand）政策中，以發展泰國作為東南亞國協(ASEAN)創意產業的樞紐、提升創意產業的國內生產毛額(GDP)從 12%提升到 20%為目標。

圖 1-1: 泰國創意經濟推展時程



資料來源: 泰國創意設計中心 (TCDC) 簡報 The 10th National Economic and Social Development Plan and Creative Economy, 2008/5/30

貳、行程安排及參訪議題

一、源起及目的

為了協助文創業者拓展國際市場，本部自 2010 年起藉由遴選優秀且具潛力的國內文創廠商，以國家形象館的方式集結參與國際重要展會，透過整合行銷將臺灣深具特色的軟實力推向國際，並逐步建立「Fresh Taiwan」國家品牌形象。今(2014)年本部仍持續推動的文化創意產業國際拓展，規劃參與 5 場重要的國際級文創展會，包括亞洲市場發展成熟的日本東京國際家居生活設計展、

全球最大授權商展的美國拉斯維加斯授權展、歐洲最具指標的巴黎家飾展 Maison et Objet、中國大陸深具代表的上海國際時尚家居用品展，以及首度叩關東南亞市場的 2014 曼谷國際禮品家飾展(2014 Bangkok International Gift Fair & Bangkok International Houseware Fair (BIG+BIH))。

2014 曼谷國際禮品家飾展每年春季、秋季各舉辦一次，至今已邁入 38 屆，成為東協最重要的家具家飾品暨文具禮品商展，更是全球文創業者搶進東南亞市場的指標展會，因此，本部今(2014)年規劃徵選國內 10 家優質文創品牌及產品，透過展覽參與及搭配洽商活動之舉辦，以多種管道將臺灣設計做最大幅度之曝光，促成國際商業或策略合作，並打造臺灣國家館整體形象，帶領業者用創新的思維與設計來吸引國際目光，同時，藉由參展對國際市場操作、授權機制及法規更為熟悉，形成完整產業鏈，並提供國內文創商品及禮品等文創相關產業更多拓展國際市場之經驗與機會。另外，藉由通路參訪，協助國內文創業者瞭解進入東南亞通路之要件，並爭取國際接單及合作機會。

二、成員及行程

(一)參訪成員：本部文創發展司 2 人、執行單位財團法人台灣創意設計中心 4 人、隨行媒體 1 人、參展廠商 13 人，總計 20 人。

單位	職稱	姓名
主辦單位		
本部文創發展司	副司長	高明秀
本部文創發展司	專員	葉景豪
執行單位		
財團法人台灣創意設計中心	執行長	陳文龍
財團法人台灣創意設計中心	組長	洪明正
財團法人台灣創意設計中心	專案經理	謝其韞
財團法人台灣創意設計中心	專案經理	范馨予
隨行媒體		
DECO 雜誌	副總編輯	侯志忠
參展廠商		
黑生起司	專案經理	陳如滢

良事設計有限公司	業務	陳映至
穩得創意工坊	總經理	溫復華
穩得創意工坊	業務經理	劉小文
立創品牌國際有限公司	設計師	蕭韋立
立創品牌國際有限公司	設計師	林玉琪
愛心進行銷設計股份有限公司	品牌及行銷經理	趙玉琳
祈樂創意股份有限公司	業務	蔡朋恩
新視紀整合行銷傳播股份有限公司	產品經理	林志明
悅聲志業股份有限公司	總經理	陳冠宏
悅聲志業股份有限公司	國際業務經理	YOKO
葉朵設計有限公司	專案經理	簡珮珊
藝拓國際股份有限公司	總監	羅宗仁

(二)參訪行程：全案行程為10月16日至10月24日(含文創產業參訪、展前場布、展期參展及展後撤場)，本部則因尚有公務並為撙節經費，派員參訪之行程為10月16日至10月20日，總計5日。

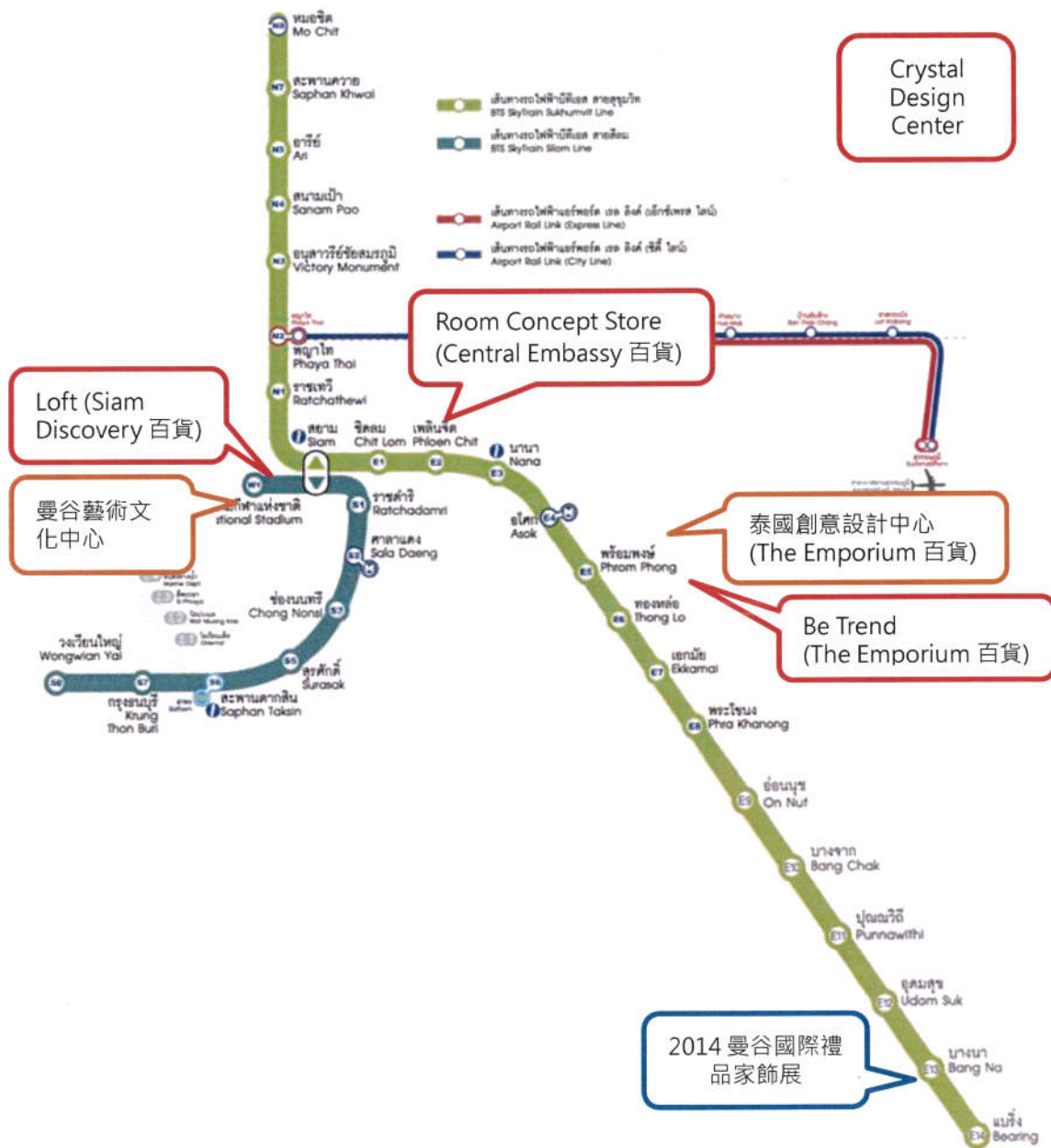
日期	時間	行程內容
10/16	下午	出發
10/17	全日	參訪文創通路： 1. Be Trend 2. Room Concept Store 3. Loft 4. Crystal Design Center
10/18	上午	參展報到及布展
	下午	參訪文創組織： TCDC泰國創意設計中心、曼谷藝術文化中心
10/19	上午	開幕活動及參展
	下午	媒體交流茶會
10/20	上午	參展
	下午	返國

(三)行程位置圖：

文創展會

文創組織

文創通路



三、議題及內容

(一) 文創展會: 2014 曼谷國際禮品家飾展之整體規劃及執行、臺灣廠商參展情形及市場反應

(二)文創組織：泰國創意設計中心之產業推動、曼谷藝術文化中心之文化推廣

(三)文創通路：泰國 Select Shop 之發展趨勢及選品特色

參、2014 曼谷國際禮品家飾展

一、 展會概況

曼谷國際禮品家飾展(Bangkok International Gift Fair and Bangkok International Houseware Fair)是每年春秋季兩舉辦的國際商展，也是泰國最大規模的設計展，主辦單位為泰國經濟部國際貿易局 (Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce)，協辦單位為泰國生活用品聯會 (Thai Lifestyle Product Federation) 與設計及產品協會 (Design & Object Association)，2014 年秋季展已邁入第 38 屆，共有約 600 家廠商和 1,620 個攤位參加，作為一站式 (One Stop Shop) 的展會，曼谷國際禮品家飾展提供從頂級禮贈品到一般家用品、裝飾品、玩具、文具、人造花藝、香氛、蠟燭及 Spa 產品、耶誕飾品等多種類別的展示平台。



圖 3-1 2014 曼谷國際禮品家飾展入口



圖 3-2 開幕典禮

展售商品中家飾用品為大宗，占 62.81%，包括人造花藝、香氛、蠟燭及 Spa 產品，其次為禮贈品及手工藝品及耶誕節慶用品，分別占 8.2%及 7.28%，顯見展品內容接合泰國文創發展優勢，以工藝禮品及泰式傳統舒壓產品為主，作為吸引全球買家前來採購之誘因。另據官方統計，2013 年曼谷國際禮品家飾

展參展的國際買家以日本為最，美國次之，馬來西亞第三，臺灣則占第八，買家熱絡意味兩地市場交易日益密集，因而促成文化部 2014 年首度組團參展，作為開拓東南亞市場之起點。

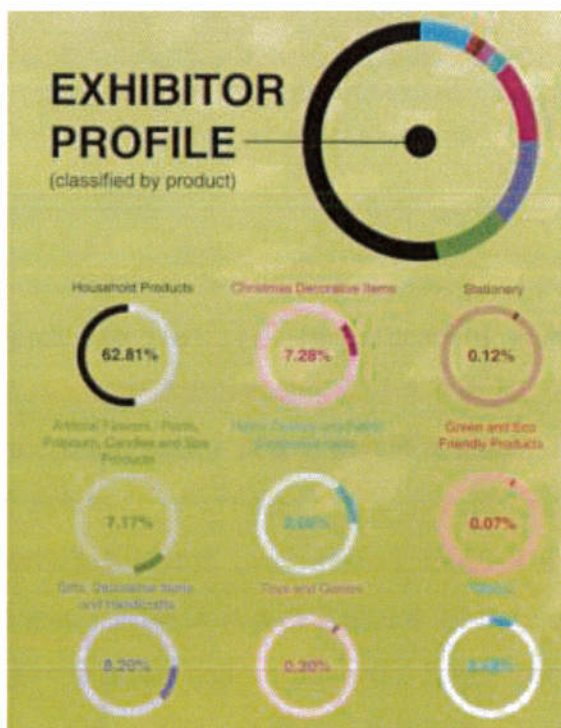


表 3-1 參展廠商種類



表 3-2 參展買家國別

(一)2014 曼谷國際禮品家飾展重要亮點如下：

1. 搶先發表並預購上百種最具趨勢的設計產品系列。
2. 全新規劃的 Hospitality Objects Thailand 專區(簡稱 H.O.T. 專區)，專為服務業而設的最新裝飾物及空間擺設，包括設計旅館、精品度假村、主題餐廳及咖啡廳館、酒吧等。其中更由曼谷 W Hotel 規劃了頗受矚目的 Asia Talents 及 Talent Thai 區。
3. 針對需求日強的銀髮族、婚宴市場、綠能產品推出新提案。
4. 全新規劃的 Design Hall 設計館提供買家傑出精選的文創設計商品。
5. DEmark 精品獎專區展示 30 間泰國公司 40 件獲獎的設計展品。
6. OTOP 一村一產品專區集結泰國政府推動不同材質精製設計之手工展品。



圖 3-3 Demark 精品獎專區



圖 3-4 OTOP 一村一產品專區

(

(二)2014 曼谷國際禮品家飾展成效：

1. 參展廠商

參展商數目	600 家廠商
參展攤位數	1620 個攤位
參展廠商類別	人造花/植物與乾燥花、聖誕裝飾品和蠟燭、禮品、裝飾品及工藝品、家用紡織品及布藝裝飾品、居家用品、玩具及遊戲、文具等
參展國家	泰國，印度尼西亞，中國，馬來西亞，台灣，緬甸，寮國，柬埔寨，土耳其，韓國，越南，尼泊爾，新加坡，加納，南非，意大利，日本

2. 買家數目

參觀人數	商務交易日(Trade Days)：11,000 一般開放日(Public Days): 60,000
參觀國家	美國，日本，馬來西亞，新加坡，德國，臺灣，香港，英國，澳大利亞，法國，中國
買家類別	國際買家、曼谷當地買家、進口商、生產廠家、貿易商、分銷商、批發商、零售商、百貨公司、本地消費者和外地遊客

二、 主題展區及特色展位

2014 曼谷國際禮品家飾展於泰國曼谷國際貿易展覽中心(BITEC)開展，展場位於曼谷 Bangna，總面積 50,400 平方公尺，鄰近曼谷國際機場，並有空中捷運系統 BTS 可達，曼谷國際貿易展覽中心為泰國最具規模之專業展會活動場地，也是東南亞貿易活動中心的指標。



圖 3-5 BTS 捷運站內展會指示牌



圖 3-6 曼谷國際貿易展覽中心服務台



圖 3-7 2014 曼谷國際禮品家飾展服務台



圖 3-8 H.O.T. 專區服務台

本次展會於曼谷國際貿易展覽中心 1 樓 EH101 至 106 館舉辦，共分 Design Hall、BIG、BIH 及 H.O.T. 等 4 大展區，Design Hall 為主題館、精品獎專區及泰國設計產品區、BIG 為皮飾、時尚、香氛等禮贈品專區、BIH 為木製、器物、文具等家飾品專區、H.O.T. 則為休旅餐飲空間設計區。

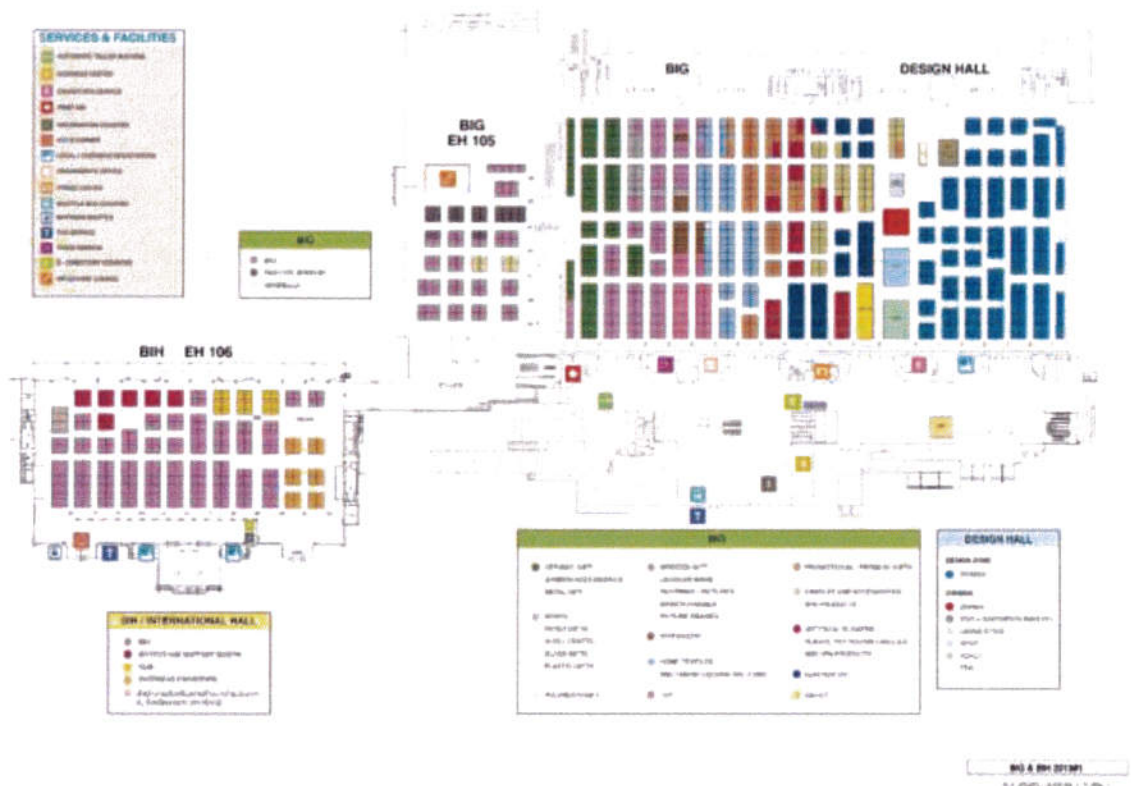


圖 3-9 展區平面圖

(一) Design Hall 展區

主題館展區規劃有一村一產品館(TOP of OTOP)、DEMark 精品獎館 (Design Excellence Award)、銀髮族產品館 (The 60+ Project) 及建築廢材館(Design from Waste Agriculture)等。

一村一產品館以「Material Matter」為年度策展主軸，強調在地素材的設計、開發與運用，為了開發一村一產品的出口商機，泰國政府積極協助本地企業進行符合全球市場的產品開發及行銷。一村一產品的年度視野為利用泰國原生的素材和製程，透過設計使其具有國際市場性，並藉由商品化、行銷活動、市場測試及參與國際性重要展會，培育並加強本地企業的國際競爭力。

泰國政府借重日本貿易振興機構(JETRO)的協助推動一村一產品計畫，透過制度性的培植及評選，讓泰國的工藝產品能藉由設計拓展國際市場，創造創意經濟產值，本次主題館規劃即呈現原始素材到工藝產品的轉化過程。



圖 3-10 I 一村一產品展示由原始素材到工藝產品的轉化過程

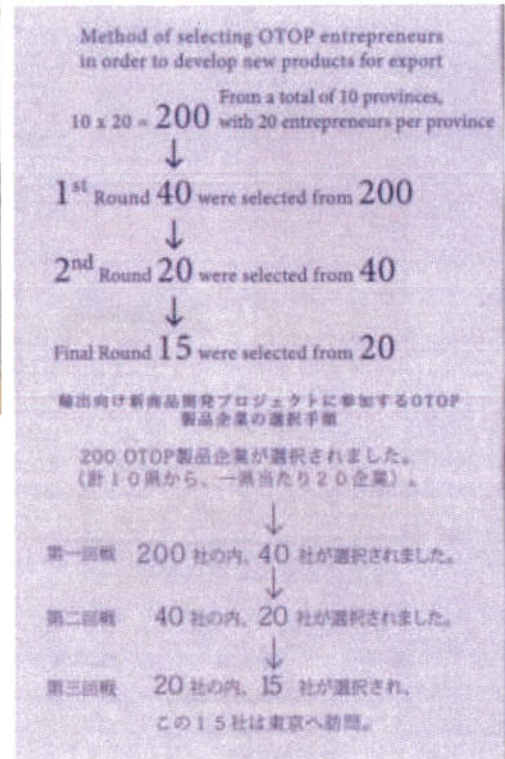


表 3-3 借重日本貿易振興機構推動的 OTOP 評選流程

DEmark 精品獎展區則規劃以「Connectivity, Creativity」為主題展出 2014 年 30 家泰國廠商獲獎的 40 件質感商品，DEmark 精品獎於 2008 年由泰國政府創辦，同樣師法日本 Gmark 設計獎 (Good Design Award)，作為泰國最重要的設計類商品獎 (The Oscars of the Thai Design Industries)，DEmark 精品獎鼓勵泰國國內設計師創造出更高品質的商品，並以此為形象拓展國內外消費市場。



圖 3-11 DEmark 精品獎展區展示 2014 年獲獎商品

銀髮族產品館及建築廢材館則以老化及綠能等社會趨勢為主題，打造充滿實驗性的概念展區，銀髮族產品館針對 WHO (World Health Organisation)

公布的全球高齡人口將會在 2050 年達 22% 為依據，規劃出適合銀髮族起居的各類照顧面向，包括建材、清潔及舒壓用品、時尚產品、飲食、健康及醫療設施、家具家飾等；建築廢材館則邀請泰國曼谷設計師 Anon Pairoit 與在菲律賓馬尼拉執業的日籍設計師 Wataru Sakuma 策劃，實驗將廢棄建材進行回收再製，如將包裝材料再製為包飾等日常用品。



圖 3-12 銀髮族產品館以「The 60+ Project」為題探討高齡化生活議題



圖 3-13 建築廢材館展示將廢棄建材再製成的日用品

(二) BIG 及 BIH 展區

BIG 區是最大的展區，禮品的樣式種類繁多，每個區塊又依商品類別、展覽設置單位屬性細分出不同的區域，總計有家具、傢飾、織品布料、香氛用品、玩具、文具等各式不同品項商品。同時 BIH 區也有來自不同國家參展的展館。



圖 3-14 香港家用品展館



圖 3-15 印尼展館



圖 3-16 日本文具用品館



圖 3-17 中國大陸展館

(三) H.O.T. 展區

與 2014 曼谷國際禮品家飾展同期開展的 H.O.T. 展區，設有獨立出入口及服務台，是由泰國設計及產品協會(Design & Objects Association)所主辦的全新概念展覽，並獲泰國商業部國際貿易局的全力支持。本年度以「奇幻/歡視」主題，搭建出一座全新概念舞台，揭示各式各樣新的空間設計，從泰國領導品牌餐飲業到住宿業，如飯店、餐廳、Spa 及度假村等。

泰國設計及產品協會由 60 間設計相關公司所組成，以外銷設計自有品牌商品為主，業態背景多元，從建築到工程設計，從室內設計和平面設計到工業和時尚產業，應有盡有。協會的目標，在於向國際買家展示新的設計，並鼓勵更多的泰國本地設計師創造符合國際標準的優質產品。本次 H.O.T 有大型的規劃，正是希望可以展示泰國尖端新進程和趨勢、集泰國最優秀的設計，為泰國建立獨特的新設計方向，進而推廣泰國和亞洲鄰國和世界之間的貿易和商業。這次展覽重點將是在泰國設計和創新學會(隸屬於泰國國際貿易促進局)的支持下，成為一個名為「FantAsia & Futuristic Hotel Space Design」的特殊指定區。除了展覽之外大會也規劃了精彩的活動，泰國設計及產品協會也推出令人驚嘆的「FantAsia 餐廳」，邀請曼谷頂尖的主廚在會場展現精湛創新的廚藝，將美學設計與飲食融合，創造出不同以往的展會體驗。

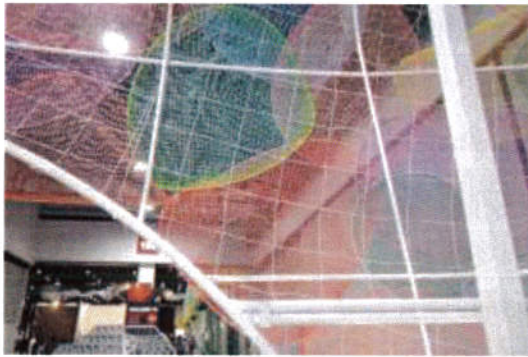


圖 3-18 H.O.T. 展區聯通路口



圖 3-19 H.O.T. 展區附設飲食空間



圖 3-20 H.O.T. 展區攤位空間營造



圖 3-21 H.O.T. 展區食器擺設



圖 3-22 H.O.T. 展區餐飲體驗活動

H.O.T.展區另設有鼓勵新銳設計品牌的 Asia Talents 及 Talent Thai 區。Asia Talents 計畫是由泰國經濟部國際貿易局和曼谷 W Hotel 共同舉辦，並由國際知名設計媒體如 art4d、Wallpaper、INTERNI、CASAVIVA、ELLE DECORATION、Livingetc、FORM 協力，遴選亞洲 22 個新銳設計品牌參展，提供機票、食宿及攤位補助，策展人 Anon Pairot 以「Idea of Tomorrow」為策展主題，介紹亞洲嶄露頭角的设计新秀，而來自臺灣的柒木設計及竹藝設計師范承宗也在本次獲邀名單。此外，Talent Thai 計畫則是泰國經濟部國際貿易局在 2004 年起推動的國內新銳設計師輔導計畫，今年度亦由曼谷 W Hotel 贊助 40 位當地創作者於展會設攤，旨在創造新一代設計師被市場發掘的機會。



圖 3-23 Asia Talents 亞洲新銳設計師



圖 3-24 Talent Thai 泰國設計新秀



圖 3-25 柒木設計攤位(左上)

圖 3-26 范承宗設計工作飾攤位(上)

圖 3-27 Talent Thai 展示攤位(左)



三、「Fresh Taiwan」參展情形

(一) 參展概況：

本次臺灣館參展面積為 72 平方公尺，為擴大效益，結合相關計畫，向主辦單位申請展 BIH 區域 (E105 Hall)，展區內包含中國大陸、日本等展館。

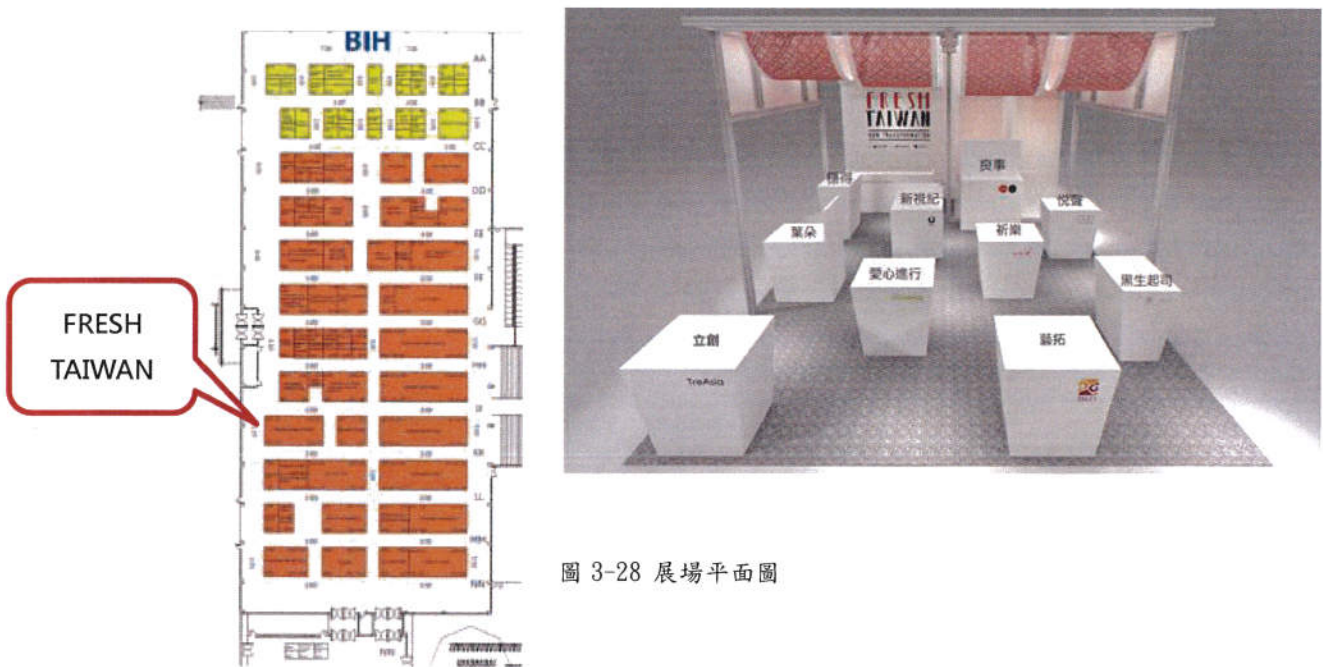


圖 3-28 展場平面圖

(二) 展區規劃與設計：

展場設計搭配本年度國際拓展計畫以圖騰為主的視覺設計，選用臺灣原民圖騰，意喻與同樣具有原生文化與設計的泰國對話。而展覽內容以「Modern Nature」的主題，泰國向來擅長運用天然材質製作家具傢飾，擁有返璞歸真的工藝品設計。展覽主題訂為 Modern Nature，一方面在自然材質運用之外，加入 Modern 現代感及玩樂元素來凸顯產品不同於泰國當地的特色，與當地市場做出區隔。

展場設計使用簡單木工、雙透紅色原民圖騰布懸掛展現出 Fresh Taiwan 的氣勢及運用簡潔純白展台及檯面施作進行整體展場設計規劃，除安排 10 家廠商獨立展示台外，亦包含接待服務台、洽商區與倉儲空間。為符合展覽屬性，另以增加設計師手工藝的過程照片添加展場的活潑性及可看度。



圖 3-29 臺灣館主視覺「Fresh Taiwan」(左上)

圖 3-30、3-31 臺灣館參展情形(右上、下)

(三) 開幕活動及媒體交流茶會

1. 時間：103 年 10 月 19 日(日) 10:00-15:00
2. 地點：臺灣館攤位
3. 辦理情形：

透過與泰國公關公司 Bleho Media 合作，針對「Fresh Taiwan」臺灣館展出特色做重點介紹，邀請當地媒體與重要通路商參加，匯聚首日展場人氣，吸引媒體及買家目光，提高臺灣館知名度，促成更多報導與商機媒合，更可活絡展場氣氛，藉此創造媒體議題。開展首日舉辦之媒體交流茶

會，吸引國際媒體及買主，由高明秀副司長代表本部致詞，現場貴賓包括駐泰國台北經濟文化辦事處邱柏青顧問兼經濟組組長、曼谷台灣貿易中心戴治國主任等，現場並帶領貴賓與媒體一一介紹廠商產品，並進行廠商個別採訪。當天參與交流會之國際媒體包括泰國主流電視台 TNN 24、TV3、時尚風格雜誌 ELLE Decoration、國際知名設計雜誌 Wallpaper 等媒體及專業買家(出席貴賓與媒體名單詳如附錄 1)。另，泰國國際貿易促進發展局局長 Nantawan Sakultanak 女士於當日特別前來參觀首次參展的臺灣館攤位；駐泰國代表處陳銘政大使亦於隔日(10 月 20 日)特來臺灣館攤位致意打氣。



圖 3-32 泰國國際貿易促進發展局局長 Nantawan Sakul tanak 女士參訪臺灣館攤位



圖 3-33 駐泰國代表處陳銘政大使特來臺灣館攤位致意打氣

(四) 展會前後的媒體報導

1. 國外報導：計有 Post Today Newspaper、FB:Wallpaper(thailand)、Bangkok Post Newspaper、China News Agency、Muse (Bangkok Post Weekend)、Pim Thai Newspaper、China News Agency 等，共計 34 則。(如附錄 2)
2. 國內報導：Yahoo 新聞、Yam News、聯合財經網、中時電子報、中央通訊社、Deco 雜誌等，共計 20 則。(詳如附錄 2)

(五) 展後效益

根據展期每日現場問卷統計，本次參展臺灣館詢問度十分熱烈，10 家廠商及 2 家廠商由大會邀請參展 Asia Talents 之廠商共計接受通路買家洽商數約 341 件、展覽後續預估未來實際成案數為 56 案、本次展覽後續預估成交金額約為新台幣 2,685 萬元。個別參展廠商的效益如下：

1. 黑生起司：

接洽不少新的重要買家進行進一步的洽商合作，參訪通路泰國的 Room Conceptstore 以初步採購洽詢及交換意見、泰國創意設計中心以先獲得商品先以試水溫方式並推廣品牌為主，印尼 PT. Enviro



Tec Indonesia 也詢價有意進貨，其他主要買家為泰國當地的 Hi 百貨、Hydromission Corporation Pte Ltd.、ittiphat Trading Co., Ltd.、Metro Innotech Company Limited、or+s+OU 等通路對商品有興趣。到攤位做採訪的媒體有泰國雜誌 HOME DESIGN 及泰國電視台新聞 Krungthepturakij Media Co., Ltd.。

2. 良事設計：

通路 Room Concept Store 為良事的重要買家之一，在展期間一次採購了 20 萬元的訂單，並且未來有長期配合代理的計畫，德商 Xanadoo Gifts and Presents GmH 有詢問價錢，其他國家買家有澳



洲區代理的 Beezer 澳商公司及義大利經銷商 SC MTR Service SRL、馬來西亞商 Sweet Dream Industrial Corporation Sdn Bhd、新加坡 Sniffre Pte Ltd., 想要代理及經銷商合作，泰國室內建築公司 NC Group 想要談專案合作，獲得曼谷網路媒體 bangkok biz news 及泰國當地華人報星邏日報之喜愛、現場接受採訪。

3. 穩得創意工坊：

重要洽談買家有英國 Stone the Crows、澳洲 Breezer 經銷商公司。另德國的 Philippi GmbH 的舊客戶特意來此商議公事，並提供新設計供客戶參考。柬埔寨的 ARTSHOME，旗下有多種產業，詢問代理。泰國當地通路



RoomConcept 後續會洽談明年合作模式。採訪媒體有泰國華人報紙、世界日報、每日新聞、駐泰國中央社、泰國 TNN 電視台專訪、DECO 中文雜誌專訪等。

4. 立創品牌國際：

重要買家通路為曼谷分店的 LOFT，已於泰國接洽當地代理商進行進一步洽談，預計明年進入 LOFT 通路，另外有幾間日本買家對此產品有興趣，已洽詢價錢並進行訂單動作。



5. 愛心進行銷：

重要買家為泰國代理商 ittphat Trading(Thailand) Co., Ltd、泰國 The Mall Group Co., Ltd、泰國進口商 Grand Polymers Inter Co., Ltd、越南 Ricoh imagine.change.、廣州嗨生活館百貨有限公司及伊



朗進口商有興趣。展覽最後兩天開放給民眾受很多當地的消費者喜愛，另已先將企鵝造型的螺絲起子系列先試賣在泰國創意設計中心的商店做現階段的市場水溫測試並做品牌推廣。

6. 祈樂創意：

重要買家為泰國通路 Be Trend 及泰國分店 LOFT，目前已經找到泰國當地的代理商並且開始與 LOFT 進行洽談明年合作模式，泰國最大電信商 AIS，對於一代充電座與糖果樹感興趣，以雙品牌方式呈現。



7. 新視紀整合行銷：

重要買家為沙烏地阿拉伯的貿易商 (Rawasy Al Asalah for Trading Est.) 以及新加坡線上通路商 (Sniffir Pte Ltd)，另，泰國當地禮贈品商希望能提供報價和寄送 Sample，也與泰國創意設計中心做單次推廣活動，將部分商品先擺置商店裡做品牌推廣。



8. 悅聲志業：

重要買家為 Be Trend 通路以及耳機專門店與位於精品百貨的 Apple store 等，其他買家為歐洲禮贈品或 3C 配件廠商德國 Cellythings (Smart Phone accessories) 創意小物。另已開始與泰國創意設計中心精品商店合作拓展，並針對曼谷市場做市場產品測試，目前正在尋找適合的當地代理商。



9. 葉朵設計：

英屬維京群島商吉福特國際有限公司台灣分公司台灣禮贈品商有興趣合作。Everise Concepts(馬來西亞)目前聯繫中，



洽談運送細節。EAGO craft co.,ltd 在泰國的台商陳先生，目前接洽以一個 POP 架上架我司暢銷商品，已洽談操作模式。泰國分店 Loft，預計明年可進入通路。Ittiphat trading co.,ltd 泰國貿易商亦是代理商，有機會促成合作今年底及明年。Sebastian poh(新加坡)未來有新品上市預計放上網路平台。

10. 藝拓國際：

重要客戶為泰國頂級香氛按摩品牌 DIVANA，已進行雙品牌的合作洽詢，預計明年做新的商品開發。泰國服飾品牌 Jaspal Home 對目前商品有採購意願，並有興趣合作商品開發，另外清邁與丹麥的設計師品牌 Ginger，北歐的生活風格加上泰國手作的產品有興趣針對家居用品及廚房用品合作商品開發，預計明年開始討論整年合作模式。



11. Asia Talents 展區：

柒木設計：重要買家為 Room Concept 已經下訂單，並已客製成採購家要的顏色燈具，預計明年度上架並在通路商店裡銷售。重要媒體如曼谷 ELLE 雜誌及英國 wallpaper 皆到現場採訪訪問。

范承宗品牌：重要買家為當地曼谷精品飯店的室內設計師，開始洽談明年合作模式。重要媒體如曼谷 ELLE 雜誌及英國 wallpaper 皆到現場採訪訪問。

為延續市場拓展效益，本計畫於 2014 曼谷國際禮品家飾展後，另與泰國創意設計中心合作辦理延展，於該中心禮品店規劃「Fresh Taiwan」主題專區，放置指示牌介紹進行零售，展期至 2015 年 3 月 31 日。



肆、泰國文創組織及通路

一、 泰國創意設計中心 (TCDC)

泰國政府於 2004 年所創立的 TCDC，坐落於曼谷市中心 The Emporium 百貨 6 樓，中心包含亞洲最大的設計圖書館、主題展覽區、材質資料庫和設計文創商店，旨在提升全民的設計意識，並提供設計人才學習與交流的機會。中心結合商場餐廳及娛樂中心，將設計結合美食、電影院與現場音樂演奏，成為觀光客與當地年輕人聚會的最佳場所。The Emporium 是泰國老字號的高檔百貨公司，交通便捷，以中高級品牌和高質感的年輕品牌為主要販售導向。泰國創意設計中心的禮品店經理暨設計顧問 Kwanhatai Tankeyul 女士為本次參訪接待，其表示泰國創意設計中心的目的，是協助曼谷當地的設計師建立品牌並與世界接軌，因此賣店內放置展售當地設計選品，讓設計師的商品可以在此曝光並瞭解市場反應，此外，泰國創意設計中心作為政府資助的產業推動組織，更重視的任務是推廣設計品牌而非營利導向，因此，泰國創意設計中心並不畫地自限，而是採取開放平台資源，讓本地品牌能與國際商品競爭，拓展海外市場、行銷全球。



圖 4-1 泰國創意設計中心設計文創商店(左上)

圖 4-2 泰國創意設計中心主題展區(右上)

圖 4-3 泰國創意設計中心圖書館(左下)

圖 4-4 泰國創意設計中心參訪後合照(右下)

二、 曼谷藝術文化中心 (BACC)

2008 年開幕的曼谷藝術文化中心以當代藝術典藏為主，為一座多功能的藝術中心，位於 BTS 空中捷運國家體育館站旁，入場免費，展出內容包括藝術、音樂、劇場、電影、設計等，提供藝術家展演創作的環境，也提供一般民眾友善接近藝術文化的空間，館內大量導特色店家和公共設施，包括咖啡館、餐廳、書店，同時也設置一座圖書館。

曼谷藝術文化中心的任務為創造藝術家曝光的機會、開啟公共和個人間與藝術的對話、進行文化交流及激發泰國年輕世代對於藝文和創意的想像。樓高 9 層的曼谷藝術文化中心，採中庭通透、螺旋爬升的動線，地下一樓規劃為圖書館、1 至 4 樓開放設計相關協會、藝術工作室和文創賣店進駐，5 樓起至 9 樓則策劃多項藝文展覽，包括工藝、插畫、攝影、雕塑和新媒體創作等，並設有放映廳及演講廳，充實展館多功能用途。



圖 4-5 曼谷藝術文化中心入口(左上)

圖 4-6 曼谷藝術文化中心採中空螺旋的空間設計(右上)

圖 4-7 曼谷藝術文化中心引進文創賣店(左下)

圖 4-8 曼谷藝術文化中心開放藝術家進駐創作(右下)

三、 Be Trend

Be trend 是隸屬於 The Mall 購物集團的連鎖文具禮品店，The Mall 旗下包括曼谷市中心著名的 The Emporium 和 Siam Paragon 百貨及受當地人歡迎的連鎖 The Mall 商場。Be trend 販售各式品牌文具、禮品、生活用品、書籍、飾品等多樣化商品，Emporium 分店位在百貨的 4 樓，該樓層大部分是泰國自有品牌精品，賣場整體空間營造出活潑明亮的清新氛圍，商店分類明確，不同屬性的商品亦規劃有專屬區塊，展櫃陳列空間也頗寬闊，立架或展示桌都能清楚且明確的看到每個商品層列方式。Be Trend 採購經理 Nathaphol Pathomkul 表示，店內主要客群為觀光客，產品價位為中價位。採購產品的方向會挑選比較鮮豔、實用度高的文具與電子週邊產品為主，另外一區為較高價的腳踏車週邊用品與音響。針對於季節活動，商店裡也有特地規劃一區提供主題性商品陳列或是新品發表的區域，可參考為明年度曼谷展延展選項之一。整體而言，商店的動線清楚，民眾對於商品的選擇一目了然。

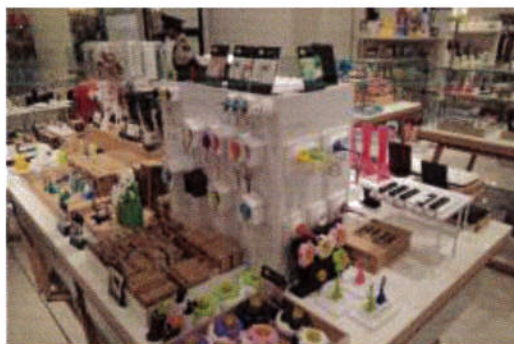


圖 4-9 Be Trend 入口處文具擺設(左)



圖 4-10 Be Trend 採購經理 Nathaphol Pathomkul 介紹熱賣之紙膠帶區 (右)

四、 ROOM Concept Store

ROOM concept store 為泰國經營頗具規模的 Select Shop，在曼谷設有多間分店，各自精選不同品牌的設計商品，以販售家具傢飾、文具、生活用品和時尚配件為主。位於曼谷新地標 Central Embassy 百貨 4 樓的 ROOM Factory 旗艦店，空間規劃結合策展概念，提供不同設計品牌以迷你策展的方式強化其品牌形象特色。採購副理 Mr. T.Saereedeelert 在參訪時簡介 Central Embassy 百貨的 Room Concept Store 旗艦店為高端的設計店，此據點鎖定的主要消費客群為在泰國定居或工作的外國人，副理表示分店客群較重視設計與生活品味，因此選此開設旗艦店能提升品牌知名度。店內除專售國外進口的家用品包，包括家具、

燈飾、時鐘、杯盤組等，也有針對設計師作品販售的選品平台，除了商品展售，亦對個別設計師個人進行推廣，提供個人設計師或新銳品牌宣傳曝光機會。



圖 4-11 ROOM Concept Store 採購副理 Mr. T.Saeredeelert 簡介選品 (左)



圖 4-12 ROOM Concept Store 個別設計師推廣專區 (右)

五、 Loft

來自日本的文創產品連鎖店 LOFT 以販售日常用品為主，曼谷分店位於 Siam Discovery，泰國 LOFT 承襲日本的商店風格，產品多數進口自日本，種類多元齊全，產品價位中高，曼谷 LOFT 占地 2 層樓，一樓規劃為為禮品、飾品、化妝品、生活小物、電子周邊用品如手機套、電腦包等專區；二樓則為文具、紙品、生活用品等。本次參訪泰國 LOFT 之行程，規劃以個別訪談聚焦探討各家廠商產品拓展泰國市場之可行性，排定先以一對一與泰國 LOFT 採購經理 Ms. Piyarat Phongpheaw 進行產品介紹及商品之採購問答，藉以了解到泰國曼谷的商店對於商品需求方向，商店選品、販售屬性與報價內容。完成洽商之後再依場商商品屬性分為兩個團隊前往 LOFT 商店進行市場與商店分析。



圖 4-13 個別廠商與曼谷 LOFT 採購進行深度訪談(左)



圖 4-14 曼谷 LOFT 多以販售進口商品為主(右)

六、 Crystal Design Center (CDC)

Crystal Design Centre 號稱為全泰國最大規模且最具設計風格的創意家具中心，CDC 有五棟展售中心聚集，集結超過 300 間店家、近 3,000 個品牌，交通距離市區約 45 分鐘，空間配置類似美國的 Outlet，屬大型生活家具採購商場，腹地廣大，中心分為五大區，每區以大型雕塑藝術品作區隔。Crystal Design Centre 內的傢俱多走設計風，符合年輕人口味，另外，中心也結合多樣特色餐廳，有宴會廳提供商務活動使用。國際商務經理 Mr. Deli (Jack) LaBarck 說明本區是由泰國私人地主與房地產及百貨通路做結合並打造，主要客戶群為附近居民、未開發的住家區域及飯店。



圖 4-15 CDC 內設計家具展示區(左上)

圖 4-16 CDC 國際商務經理 Mr. Deli (Jack) LaBarck 進行簡報 (左下)

圖 4-17 CDC 大型賣場占地廣大(右上)

圖 4-18 CDC 參訪後大合照(右下)

伍、建議事項

一、立即可行建議

- (一) 展會聚焦優勢產業：泰國政府盤整其具國際競爭優勢之文創產業類別，進而於展會期間聚焦手工藝、香氛及飲食，更策劃強調體驗經濟的 H.O.T.展區，透過設計重新詮釋泰式生活風格，成功吸引國際買家及媒體關注，並逐步建立國家文創品牌形象。而我國「臺灣國際文化创意產業博覽會」將於 2015 年轉型為專業商展及城市行銷活動，並以呈現華人優質生活風格櫥窗為目標，作法可參考 H.O.T.展區策展方式，以空間為概念在展場內集結臺灣文創產業優勢類目的展品，型塑華風指標潮流。
- (二) 發掘各國新銳設計師參展：本次展會中「Talent Thai NOW」及「Talent Thai NEXT」二區分別展示當年度的傑出作品與未來有潛力的新銳設計師作品，且大會蒐集媒體資訊，主動邀請各國設計新秀參展，並給予免費攤位、機票與住宿等優惠措施，足見泰國政府發展文創產業之強烈企圖心。目前，我國 2015 臺灣國際文化创意產業博覽會亦規劃有新銳區，將可參考曼谷展的作法，除發掘國內微型新銳品牌外，並網羅各地新銳設計師來台交流，以達國際級展會之水準與格局。
- (三) 加深通路參訪的事先媒合：搭配國際展會安排的當地通路參訪，可事先製作廠商產品目錄提送通路參考，或於出發前進行交流媒合，透過邀請重要買家來臺面談或書面溝通洽談，以提高參訪前雙方認知，並增加持續合作之可能性，例如本次參展事先邀約泰國設計中心禮品店經理暨設計顧問 Kwanhatai Tankeyul 女士來台，為參展廠商進行目標市場分析，讓廠商在這次參展及通路拜訪後得以順利開拓泰國市場。此外，本次曼谷參訪的通路多為百貨業者及品牌商店，日後或可針對參展廠商需求安排其他類別通路參訪。

二、中長期建議

- (一) 持續開發東南亞潛力市場：本次曼谷展之主題區--H. O. T. 展區集結泰國最優秀的設計，展示著各式各樣創新的設計，目標是向國際買家展示設計新潮流，並鼓勵更多泰國本地設計師創造符合國際標準的優質產品。本展會不僅凸顯出泰國生活風格，並展現泰國設計產業之蓬勃，以及其設計力在東協的重要地位，特別是工藝設計之精湛，值得本部所屬工藝中心前往觀摩與交流，並建議本計畫未來持續以國家館型式參展，並持續投注資源強化行銷。

(二) 經紀代理商協助拓銷：本次參展廠商展品為文具禮品為主，廠商多為微型且尚無代理，較難進入新興市場，建議日後參展評選可多增加經紀代理人類別，由專業經紀規劃協助微型企業拓銷國際市場。另本部已辦理兩年之中介與經紀人才培育計畫，建議未來可進一步媒合所培訓之中介、經紀公司與參展的文創業者，由中介、經紀公司協助微小型業者，聯合海外洽談商機與尋找通路。

附錄 1：貴賓與媒體出席名單

	單位	姓名/ 媒體性質
1	駐泰國台北經濟文化辦事處	陳銘政代表
2	駐泰國台北經濟文化辦事處	邱柏青顧問兼經濟組組長
3	駐泰國台北經濟文化辦事處	麥嘉蓉秘書
4	曼谷台灣貿易中心	戴治國主任
5	Sing sian Yer Pao	Daily newspaper in Chinese
6	Krungthep Turakij	Daily business newspaper in Thai
7	Kia Hua Tong Nguan	Bi-weekly newspaper in Chinese
8	China News Agency (C N A)	News Agency
9	Thailand Industry Today	Monthly magazine (industry)
10	Elle Decoration Thailand	Monthly magazine (home décor)
11	Decoration Guide	Monthly magazine (home décor)
12	Wallpaper Thailand	Monthly magazine (design/décor)
13	Living etc.	Monthly magazine (home décor)
14	Cheeze	Monthly magazine (lifestyle)
15	Ban Lae Suan	Monthly magazine (home & garden)
16	SMEs Plus	Monthly magazine (SMEs business)
17	Opportunity	Monthly magazine (Business)
18	Ying Thai	Monthly magazine (women/ lifestyle)
19	Room	Monthly magazine (home décor)
20	TNN24	TV news program
21	TV3	TV news program
22	Travel Channel Thailand	TV lifestyle program
23	Spring News	TV news program
24	I do Traveler	Monthly magazine (lifestyle)
25	SMEs Thailand	Monthly magazine (SMEs business)
26	Social media news	Website
27	Central Thai Traveling	TAT's journal
28	www.siam2variety.com	Website
29	www.thaihorizon.com	Website

附錄 2：展會前後之媒體報導

(一) 國外媒體報導：

序號	報導日期	媒體	標題
1	2014/10/13	www.posttoday.com	Calendar news: "Fresh Taiwan – New Transformation" to be staged at BIG&BIH 2014
2	2014/10/14	Post Today Newspaper	Calendar news: "Fresh Taiwan – New Transformation" to be staged at BIG + BIH 2014, showing off Taiwanese creative ideas
3	2014/10/14	www.thaipr.net	Calendar news: "Fresh Taiwan – New Transformation" to be staged at BIG&BIH 2014
4	2014/10/14	www.newswit.com	Calendar news: "Fresh Taiwan – New Transformation" to be staged at BIG&BIH 2014
5	2014/10/14	www.ryt9.com	Calendar news: "Fresh Taiwan – New Transformation" to be staged at BIG&BIH 2014
6	2014/10/14	www.thailand4.com	Calendar news: "Fresh Taiwan – New Transformation" to be staged at BIG&BIH 2014
7	2014/10/14	www.tivarati.com	Calendar news: "Fresh Taiwan – New Transformation" to be staged at BIG&BIH 2014
8	2014/10/15	www.fineart-magazine.com	Calendar news: "Fresh Taiwan – New Transformation" to be staged at BIG&BIH 2014
9	2014/10/15	FB:Wallpaper(thailand)	Calendar news: "Fresh Taiwan – New Transformation" to be staged at BIG&BIH 2014
10	2014/10/17	www.thailandexhibition.com	Calendar news: "Fresh Taiwan – New Transformation" to be staged at BIG&BIH 2014
11	2014/10/17	destinationthailandnews.com	Calendar news: "Fresh Taiwan – New Transformation" to be staged at BIG&BIH 2014
12	2014/10/17	Bangkok Post Newspaper	Calendar news: Taiwan design
13	2014/10/18	Muse (Bangkok Post Weekend)	Calendar news: Taiwan designs
14	2014/10/19	focustaiwan.tw (Central News Agency – CNA)	Taiwan cultural and creative products showcased at Thai fair
15	2014/10/19	www.bangkokbiznews.com	Calendar news: "Fresh Taiwan – New Transformation" to be staged at BIG&BIH 2014
16	2014/10/19	China News Agency	Taiwan cultural and creative products showcased at Thai fair
17	2014/10/21	Pim Thai Newspaper	Calendar news: "Fresh Taiwan – New Transformation" to be staged at BIG&BIH 2014
18	2014/10/21	www.siam2variety.com	"Fresh Taiwan – New Transformation" staged at BIG+BIH 2014
19	2014/10/21	infoquest.com	"Fresh Taiwan – New Transformation" staged at BIG+BIH 2014
20	2014/10/21	www.thaipr.net	"Fresh Taiwan – New Transformation" staged at BIG+BIH 2014
21	2014/10/21	www.bangkokbiznews.com	"Fresh Taiwan – New Transformation" staged at

			BIG+BIH 2014
22	2014/10/21	TNN 24 News Channel (Morning)	Fresh Taiwan pavilion was chosen as one of the highlights at BIG + BIH 2014 fair
23	2014/10/21	TNN 24 News Channel (Evening)	Fresh Taiwan – New Transformation brought 10 design forms to Thailand’s BIG + BIH 2014 fair
24	2014/10/21	chainapost.com.tw (Central News Agency – CNA)	Taiwan cultural and creative products showcased at Thai fair
25	2014/10/22	Post Today Newspaper	SMEs Taiwanese design goods to enter ASEAN markets
26	2014/10/22	www.kapook.com	“Fresh Taiwan – New Transformation” staged at BIG+BIH 2014
27	2014/10/23	www.dailynews.co.th	“Fresh Taiwan – New Transformation” staged at BIG+BIH 2014
28	2014/10/24	Sing Sian Yer Pao	Fresh Taiwan booth opened at BIG + BIH 2014 fair
29	2014/10/28	Krungthep Turakij Newspaper	Fresh Taiwan staged in Thailand, aiming to penetrate Asian markets
30	2014/10/28	www.bangkokbiznews.com	Fresh Taiwan staged in Thailand, aiming to penetrate Asian markets
31	2014/11/10	Thai Post Newspaper	Taiwan Design Center opened Fresh Taiwan booth at BIG + BIH 2014
32	2014/11/10	Krungthep Turakij Newspaper	Taiwan Design Center opened Fresh Taiwan booth at BIG + BIH 2014
33	2014/11/10-11/12	Prachachat Turakij Newspaper	Taiwan Design Center opened Fresh Taiwan booth at BIG + BIH 2014
34	2014/11/11	Post Today Newspaper	Taiwan Design Center opened Fresh Taiwan booth at BIG + BIH 2014, creative ideas in cultural designs

(二)國內部分

	報導日期	媒體	版面	標題
1	2014/10/16	文化部新聞		臺灣文創前進東協市場 Fresh Taiwan 曼谷禮品家飾展展出
2	2014/10/16	中央社	即時新聞	台灣文創進軍曼谷禮品家飾展
3	2014/10/16	大紀元	台灣	台灣文創進軍曼谷禮品家飾展
4	2014/10/16	兩岸文創/傳媒	即時新聞	Fresh Taiwan 曼谷發光 台文創前進東協
5	2014/10/17	世界日報	綜合新聞	台灣文創進軍曼谷禮品家飾展
6	2014/10/19	Sina 新浪網-北美	國際	台灣文創首度進軍東協市場
7	2014/10/19	中時電子報	生活	Fresh Taiwan 台灣文創 曼谷禮品展吸睛
8	2014/10/19	世界日報		台灣文創前進東盟 曼谷手參展

	報導日期	媒體	版面	標題
9	2014/10/19	NOWnews.com 今日新聞網		台灣文創前進東協 曼谷首參展
10	2014/10/19	Taiwan News		台灣文創前進東協 曼谷首參展
11	2014/10/19	台灣書院		文化創意產業國際拓展計畫—參加 「2014 曼谷禮品展暨家飾展」
12	2014/10/19	中央廣播電台		台灣文創前進東協 曼谷首參展
13	2014/10/19	Yahoo 新聞		前進東協 台灣文創曼谷參展
14	2014/10/19	Yam News		台灣文創首度進軍東協市場
15	2014/10/19	聯合財經網		台灣文創前進東協 曼谷首參展
16	2014/10/20	中華民國僑務委員會		臺灣文創前進東協 曼谷首參展
17	2014/10/24	宏觀僑務新聞網	亞洲	台灣文創首度進軍東協市場
18	2014/10/23	海峽飛虹		台灣 Fresh Taiwan 首度登陸曼谷 展出成績亮眼
19	2014/10/24	僑委會		台灣文創首度進軍東協市場
20	2014/12	Deco 雜誌	專題	30 屆曼谷 BIG+BIH 展-繁花盛開精彩設計泰勢力

參考資料

1. 陳尚懋，泰國文化創意產業的政治經濟分析，亞太研究論壇第 54 期（2011）
2. Inside Thailand Review: Creative Thailand（2010）
3. 泰國政府公共關係部官網 thailand.prd.go.th
4. Fiscal Policy Research Institute and Kenan Institute Asia, Economic Contributions of Thailand's Creative Industries Report（2009）
5. 臺北產經季刊第 11 期（2012）

