

出國報告（出國類別：考察）

105 年度「香港文創商品、展會之 觀摩及訪查計畫」

服務機關：客家委員會

姓名職稱：吳處長克能

雷科員小燕

派赴國家：香港

出國期間：105 年 4 月 26 日至 4 月 29 日

報告日期：105 年 7 月 11 日

摘要

為提升客家產業國際能見度並增進國際交流，以推廣「Hakka TAIWAN 臺灣客家」品牌，客家委員會嚴選 30 項具客家特色、創意且實用的精品，參加「2016 香港禮品及贈品展(HKTDC Hong Kong Gifts & Premium Fair2016)」，並透過產品發布會及推廣，將客家優質的文化產品推薦給國際買主，以宣揚「Hakka TAIWAN 臺灣客家」文化意涵及拓展品牌國外商機。

此行配合前開展覽開幕式，除拜會「香港禮品及贈品展」主辦單位香港貿易發展局(HKTDC, Hong Kong Gifts & Premium Fair)，了解展會規劃、運作、市場需求及產品推廣等相關做法，以供客家特色商品在開拓海外市場時之參考外，並與行政院大陸委員會香港事務局及香港客家社團等進行意見交流，以汲取國際展會經驗，並就本會推動客家產業相關業務現況進行分享，以作為開創「Hakka TAIWAN 臺灣客家」品牌嶄新面貌之參考。

此外，參訪上窰民俗文物館、三棟屋博物館及羅屋民俗館，有關客家民俗、文物及典籍之蒐藏，可供推展客家常民文化優質生活環境及客家文化資產保存、維護、再利用經驗參考；訪查香港 PMQ 元創方創意中心及香港視覺藝術中心，了解香港文創聚落規劃、人才培育及藝術、商業推展情形，並期望吸取其優點運用於相關業務，以注入客家文化及產業創新動能。

目 次

壹、	前言.....	1
貳、	目的.....	1
參、	行程安排.....	2
肆、	訪查及交流內容.....	3
一、	參加「2016 香港禮品及贈品展(Hong Kong Gifts & Premium Fair)」.....	3
二、	拜會「2016 香港禮品及贈品展」主辦單位香港貿易發展局(HKTDC).....	16
三、	訪查 PMQ 元創方創意中心及香港視覺藝術中心.....	20
四、	訪查上窰民俗文物館、三棟屋博物館及羅屋民俗館.....	22
五、	參觀「2016 香港國際印刷及包裝展(Hong Kong International Printing & Packaging Fair)」.....	26
伍、	心得與建議.....	28
	附錄：媒體資料	

壹、前言

臺灣優質客家特色商品在客家委員會（以下簡稱本會）的積極推動下，逐步以「Hakka TAIWAN 臺灣客家」品牌，立足於臺灣文化創意產業市場，為讓客家產業加速與國際接軌，及協助本會輔導之客家特色商品邁向國際舞臺，近年來以實際行動多次參加國際展會，期望打造客家產業領導品牌，提升國外市場之知名度與能見度。

「香港禮品及贈品展」是亞洲最大型禮品展，匯集了全世界各地的設計品牌與授權商品，向國際買家展示。爰此，本會嚴選 30 項具豐富客家特色、創意且精緻實用的商品參加展示，希望透過展會平台，將客家特有的文化產品推薦給各國買主，以拓展臺灣客家特色商品之多元商機與通路，讓臺灣的文化創意及客家商品的豐富內涵能在國際間嶄露頭角。

同時，在展會期間，觀摩當地推動原創設計品牌及發展文化創意產業之潮流趨勢，與策展之規劃模式，作為未來推動相關業務之參考。

貳、目的

一、參加「2016 香港禮品及贈品展(Hong Kong Gifts & Premium Fair)」

為推廣「Hakka TAIWAN 臺灣客家」品牌，提升客家產業國際化，拓展客家特色商品之多元商機與通路，讓臺灣的文化創意及客家商品的豐富內涵能在國際間嶄露頭角，爰辦理「2016 香港禮品及贈品展」參展計畫，依照展地消費特性及客家特色商品文化代表性、量產能力及國際接單能力等指標嚴選出 30 項具客家特色、創意且實用的精品參展。展場設立客家主題館，以精品櫥窗及開放陳列方式營造精緻且易親近的氛圍，行銷推廣「Hakka TAIWAN 臺灣客家」品牌形象，以開拓臺灣客家特色商品在香港之展售及亞洲市場通路的機會。

二、拜會「2016 香港禮品及贈品展」主辦單位香港貿易發展局

與主辦單位香港貿易發展局伍卓凡展覽事務高級經理進行交流，了解香港禮

品展策展構想、媒合策略、推廣服務及流行趨勢等作法進行意見交換，以提供本會爾後策展、選品行銷及擬訂洽談商貿措施之參考。

三、訪查香港 PMQ 元創方創意中心及香港視覺藝術中心

訪查香港 PMQ 元創方創意中心及香港視覺藝術中心，了解香港文創聚落規劃、人才培育及藝術、商業推展情形，借鏡其相關經驗以提升國內客家產業文化創意能力。

四、訪查上窰民俗文物館、三棟屋博物館及羅屋民俗館

了解香港在客家先民遺跡、文物及典籍之蒐藏、保存、維護及推廣傳承等經驗和作為，以供臺灣客家文化資產保存、維護及運用參考。

五、參觀 2016 香港國際印刷及包裝展

(Hong Kong International Printing & Packaging Fair)

了解印刷包裝行業的最新技術產品、發展趨勢和綠色印刷服務等資訊，以及如何提供企業升級轉型及為傳統產業帶來更多商機之可能作法。

參、行程安排

主要配合「2016 香港禮品及贈品展(HKTDC Hong Kong Gifts & Premium Fair)」展期，本次行程日期自 105 年 4 月 26 日起至 29 日止，共計 4 天。

日期	地點	行程
4 月 26 日 (星期二)	臺北－香港	1. 搭機前往香港 2. 「2016 香港禮品及贈品展」客家主題館場勘 3. 訪查 PMQ 元創方創意中心
4 月 27 日 (星期三)	香港	1. 辦理「2016 香港禮品及贈品展」客家主題館開幕式 2. 參加「2016 香港禮品及贈品展」展覽廳 1D 產品發布及推廣會 3. 拜會「2016 香港禮品及贈品展」主辦單位香港貿易

日期	地點	行程
		發展局 (HKTDC) 4. 參訪香港視覺藝術中心
4月28日 (星期四)	香港	參訪上窯民俗文物館、三棟屋博物館
4月29日 (星期五)	香港－臺北	1. 參訪羅屋民俗館 2. 參觀「2016 香港國際印刷及包裝展(HKTDC Hong Kong International Printing & Packaging Fair)」 3. 返抵臺北桃園機場

肆、訪查交流內容

一、參加「2016 香港禮品及贈品展(HKTDC Hong Kong Gifts & Premium Fair)」

(一)展期：105年4月27日至30日

(二)地點：香港會議展覽中心（香港灣仔博覽道一號）

(三)展覽簡介：

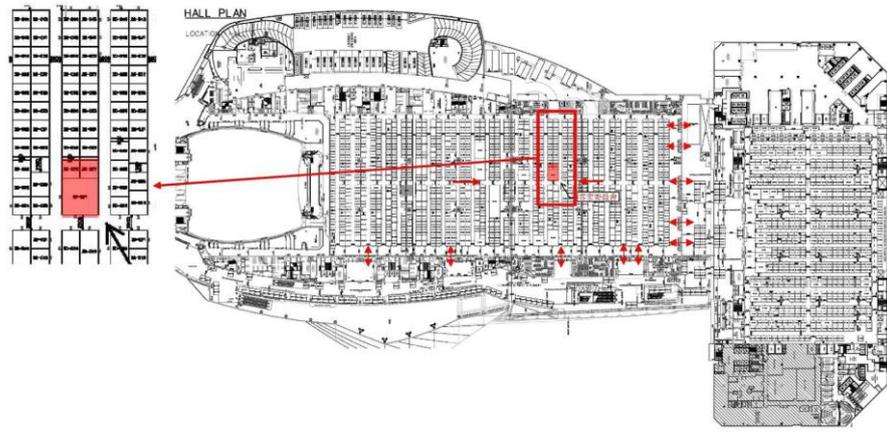
「香港禮品及贈品展」今年邁入第31屆，由香港貿易發展局主辦，在香港會議展覽中心舉行，展會設有「卓越廊」、「精品薈萃」、「創藝廊」等主題展館展示知名禮品及設計品牌，以及香港出口商會設立的「美容產品及配件」、「陶瓷禮品」、「綠色禮品」、「遠足及露營用品」，及「科技禮品」等特色展館展示在地原創的潮流產品；此外，今年更新增「獎杯及獎牌」、「環保購物袋」、「照相及相機配件區」、「藝術及手作禮品」等相關精品、用具和材料等專區，向業界展示來自世界各地各式各樣的商品及香港企業的創新意念和原創設計，藉著一站式的國際展貿平台發掘更多商機。

(四)客家主題館規劃

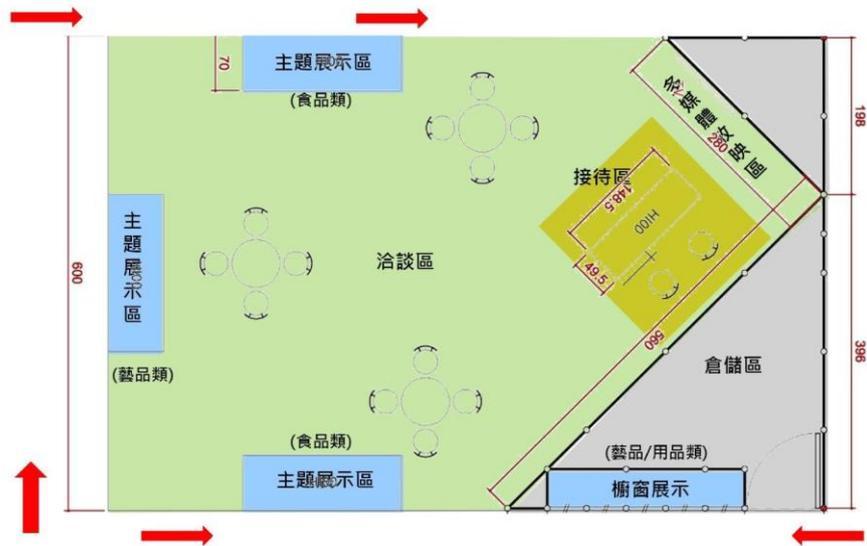
1. 展覽地點：香港會議展覽中心（3F卓越廊）

2. 展攤面積：54平方公尺

3. Hakka Affairs Council Booth No：展位號碼3D-C24 (下圖紅框處為本會攤位位置)



4. 本會攤位平面配置圖：



5. 專區設計概念：

以「Hakka TAIWAN臺灣客家」
品牌標章及好客氛圍，代表來自臺灣的好禮，結合客家紅板元素及客家文化意象布料圖騰為設計主軸，代表歡喜將客家特色商品導入香港市場的喜氣及繽紛，展區以開放式空間規劃，巧妙融入特色商品展示，動線順暢，讓整館接觸面達到最大化，利於服務人員推薦客家精品。另為演繹客家的好客精神及吸引買家駐足洽談，現場特別規劃以東方美人茶與客家甜



家文化意象布料圖騰為設計主軸，代表歡喜將客家特色商品導入香港市場的喜氣及繽紛，展區以開放式空間規劃，巧妙融入特色商品展示，動線順暢，讓整館接觸面達到最大化，利於服務人員推薦客家精品。另為演繹客家的好客精神及吸引買家駐足洽談，現場特別規劃以東方美人茶與客家甜

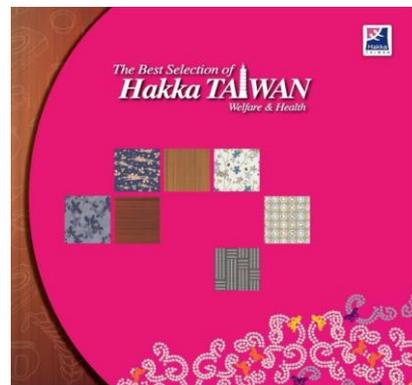
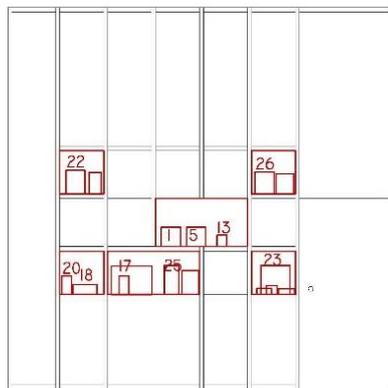
點進行奉茶，並透過抽籤小遊戲與現場買家互動，讓訪客更深刻的客家文化體驗與感受。

(1) 3D圖示：

A.主題牆面以揭開禮物盒及繫上紅板標籤為概念，呼應主題視覺，並以多媒體呈現客家品牌精神，帶出首選商品。



B.櫥窗展櫃將展品與客家花布交錯，增加商品展示變化性並增加商品與買家之觸及率。



C.在區域規劃設置服務台產品陳列區與交易洽談區。



(2) 30項特色商品：

本次挑選30件「Hakka TAIWAN臺灣客家」具市場性及外銷潛力之客家特色商品，如富含客家工藝技巧的藍染飾品與珠寶精工、具傳統精緻工藝的紙傘、漆器、客家竹簍杯盤禮盒組，以及標榜手作天然無害的手工皂禮盒等多樣好客好禮，除產品優質外，其背後均隱含豐富的客家傳統文化精神及故事，其中並有5項商品為青年創業家設計製作，展品巧妙地融合客家文化，讓文化與創意激盪出不一樣的火花，也強化客家產業同時具有年輕化的一面。

編號	店家/品名	產品圖片	產品簡介
1	舫舫精品(基源電器行)-細妹仔陶瓷杯		運用客家元素結合手繪創作，將客家風情融入手工陶瓷杯及特色服飾上，呈現人文自然的獨特性，以傳遞客家文化。
2	駿翔實業有限公司-桌旗		結合客家桐花意象，開發生產桐花布商品，藉由布面上盛開花朵，傳遞客家的豐富與熱情給世界朋友。
3	愛嘉企業商行-茶配堅果禮盒		低溫烘焙的堅果加入擂茶中，保留更多好的堅果營養元素，讓消費者吃得元氣滿滿。
4	達能工作室-客家媽媽的手工皂		客家媽媽們使用自然農法種植的香草植物，製成天然植萃手工皂，滋潤修護肌膚，放鬆心情。
5	艸禾行銷文化創意工作室-富貴圓滿牡丹對杯		將蝴蝶及桐花結合代表「永結同心」，再加上牡丹花的富貴及祝福象徵，展現客家的生活美學。

編號	店家/品名	產品圖片	產品簡介
6	麗揚工作室 - 客家公仔		公仔的客家話為「人公仔」，穿上大襟衫桐花服飾的男孩稱「細徠仔」、女孩子稱「細妹仔」，及客家人信仰的「伯公」Q版公仔。
7	琉戀璃品手創工房- Hakka 桐花 手環、項鍊、娃娃		將客家山城、藍染、柿染等元素運用於各種琉璃書籤及手環藝術作品。
8	璞鈺商行- 臻饌播茶		以茶葉及五穀雜糧為主要成分，可充飢解渴保健，是客家人招待貴賓的茶點，而節能包系列播茶，更以經濟實惠的方式包裝，送禮自用兩相宜。
9	峨眉茶行- 東方美人茶		超過百年的老茶行，從採收、製作到烘焙都經過專業的品質控管，東方美人茶有琥珀色的明亮潤澤感，帶有熟果及蜂蜜的茶香，甘冽清醇，入口喉韻更回甘。
10	安心商行- 黃金海梨香 酥禮盒		新竹縣芎林鄉有「海梨柑故鄉」之美譽，研發出深受好評的「海梨酥」，具有天然、健康、幸福概念，是在地知名伴手禮。
11	果時生活事業有限公司- 醬醬屋果醬 伴手禮		「醬醬屋果醬伴手禮」以新竹當地盛產的酸桔，長時間與冰糖細細熬煮，做成酸甜可口的酸桔果醬，每一口都是幸福滋味。
12	拾藝設計工作室- 客家創意陶 瓷器皿設計		「采頭」意味著作物的賀彩與土地的多元共生，是土地給予人們最衷心的祝福，團聚花盤組設計，以心繫家人的團聚來思考，以一道道刮痕及花瓣成形，呈現團聚花現意象。

編號	店家/品名	產品圖片	產品簡介
13	桐境仙峰有限公司-客家竹簍杯		以特殊陶瓷編織技術製造，看似鏤空編織卻又能盛裝飲品陶瓷，及具高質感和濃濃客家特色的杯盤組，在品茗或品嚐咖啡時，能體驗竹簍杯的優雅與樂趣。
14	卓也小屋手工坊-藍醺羊毛手染披肩		將農業的生產、生態與生活精神，落實於植物藍染創作裡為核心的思維裡。除提供以五蔬、五穀、五果，配合五行的養生料理外，更以「取之自然，回歸自然，尊重並與大地共存」的理念，設計「藍醺羊毛手染披肩」等生活藍染製品。
15	寶島燻樟實業社-寶島燻油手工皂禮盒組、樟腦砂		早寶島燻樟家族自日治時期即開始從事製樟行業，至今仍遵古法製樟，產品堅持天然手工，深受消費者喜愛。
16	盛鐸電商文創股份有限公司臺灣原生牛樟精油巧雕樹輪皂		藉由精煉技術萃取出高純度「牛樟精油」，結合在地生產的天然皂塊，以牛樟樹樹輪形狀呈現的皂型，香氣柔和，兼具基礎清潔與深層保養。
17	財團法人水源地文教基金會-藍染手札、藍染領帶、藍染餐墊 組		在藍香園區中，栽種大量藍染及香草植物，以藍染、夾染、紮染、蠟染等方法完成「藍染手札」，創作別具個人特色的藍染作品。
18	旭利興有限公司-桐花小夜燈		將客家特色意象之桐花圖案融入家居照明小夜燈，並且透過包裝材質的選搭設計，讓小夜燈包裝盒可變身成小置物盒，不僅符合環保概念，更能透過功能性之延伸，讓客家特色持續長久。

編號	店家/品名	產品圖片	產品簡介
19	森花雪實業社-芳香包		以創意妝品為引，運用花的美形與芬芳，將花果芬芳從農產品提升為生活福品，藉以行銷東勢客家梨庄，梨花晴雪、梨果快福的創意生活用品。
20	秀裕工業股份有限公司-恁靚桐花傘		使用科技材料取代傳統竹木做為骨架，加上特殊工法將桐花雨落的瞬間美感，立體呈現於傘布上，轉動時，有看似桐花於傘面飛舞的錯覺，容易開收，是時尚的流行配件。
21	旺達自然農法商行-經典紅茶牛軋糖		「以茶敬客、以茶會友；以茶為禮、以茶敘情」是客家文化的重要表徵，研發的新飲食茶食－「經典紅茶牛軋糖」，與茶搭配更能品味出客家的文創氣息與家鄉味。
22	南投縣國姓鄉石門社區發展協會(樸藝工坊)-絲巾、植物染配件禮盒		承襲客家老祖宗的智慧，由一群社區媽媽用樸實的雙手，採用天然植物染料染製衣飾與配件，將大自然的生命藝術，精彩巧妙呈現，不僅使用舒適、安心，更用行動愛護大地。
23	南投縣生活重建協會-桐花紋果物淺盤、點心盤、果子盒、茶盤、筆筒		南投當地一群熱愛漆器的文化工作者，以山林間的繽紛桐花，展現大地生生不息的生命力，重現漆器的精美文化。
24	廣德興-紙傘及燈飾系列產品		紙傘在客家習俗中，意涵團圓之意，因「紙」與「子」諧音，而「傘」字中有四人，更象徵多子多孫，故客家人大多以紙傘作嫁妝，廣德興為美濃老字號紙傘店，堅持用手工技藝來呈現客家的文化精品。

編號	店家/品名	產品圖片	產品簡介
25	翼想天開創意設計工坊-客家特色珠寶金工商品		以花東玉石質樸素材與金工設計，呈現金屬工藝、手工彩繪、手刻章等綜合創作，讓大家可以看見來自後山樂園的感動作品。
26	杉林葫蘆藝術創意有限公司-夜合小夜燈、富貴福祿		杉林葫蘆工藝行以字、畫、刀工及創作等面向，在葫蘆藝術創作上呈現客家文化之美，並藉此將葫蘆創作延伸至葫蘆種植及葫蘆美食等，以創造在地就業機會。
27	山釜科技股份有限公司-莫拉克之光客家系列-檯燈、掛燈		山釜科技股份有限公司為創造就業機會與重振莫拉克風災區經濟，委託重建區鄉親代工製作 LED 文創燈「莫拉克之光」，象徵莫拉克風災重建區住民們的重生曙光，工藝造型精美且輕便，贈禮自用皆適宜。
28	沉香王農業開發有限公司-沉香御用頂級手工皂		沉香之香氣為融合動植物的龍涎香，至今仍無法用化學原料調配，其香味持久，味道變化萬千，現更以沉香葉、沉香籽油、沉香精油、珍珠粉、草藥、花草類、絲瓜水等 20 幾種天然素材渲染，研發出世界第一塊沉香御用藝術手工皂。
29	耕心行-酵素狗餅乾		耕心行位於屏東六堆，農場種植許多有機農作物，每天將採收的神秘果自行加工、釀製為水果酵素，並開發天然寵物食品，其營養成分通過過敏檢測標準，確保產品對寵物食用之安全性。

編號	店家/品名	產品圖片	產品簡介
30	玉印霞飛手 作坊-昌黎 硯、客家風 背袋		昌黎硯以具備形、質、色條件之鐵丸石製作而成，石皮部分天然成形的圖騰深具藝術之美，內質溫潤，硬度5-6 度遇水不乾，研磨帶蠟、書寫流暢，昌黎硯宜用、宜賞、宜藏。

6. 多媒體放映區：以本會輔導之「典樸客藝」、「客風生活」、「客食饗宴」等3 大類商品及本次參展之30 項客家特色商品簡介結合客家音樂輪播，以傳遞臺灣客家特色商品通路標章品牌形象。



7. 融入客家文化之展中活動：

為提升買家駐足展館及參與熱度，辦理下列活動：

- (1) 好客奉茶：邀請參觀買家至服務台投入名片，可獲得一杯好客奉茶(現場備東方美人茶及紅茶牛軋糖)。接待人員以客語及中、英文介紹東方美人茶的由來、風味等，並進一步解說客家特色商品文化。



- (2) 洽談禮：完成洽談的買家可參與抽籤活動並換取以本會客家文化意象布料開發之洽談禮。



好客舒眠組



護照收納袋

8. 展會文宣品

有產品資訊DM摺頁，供展場4位具英語、華語、客語及粵語表達能力的接待服務人員，介紹產品之參考，並透過，邀請函、專業期刊廣告、網頁宣傳及媒體報導等進行行銷。

(1) DM(中、英文版產品資訊)



(2) EDM



(3) 開幕邀請卡



(4) 大會廣告刊登

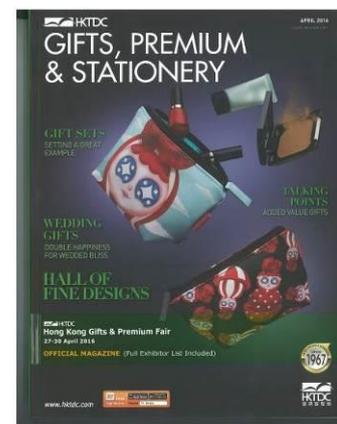
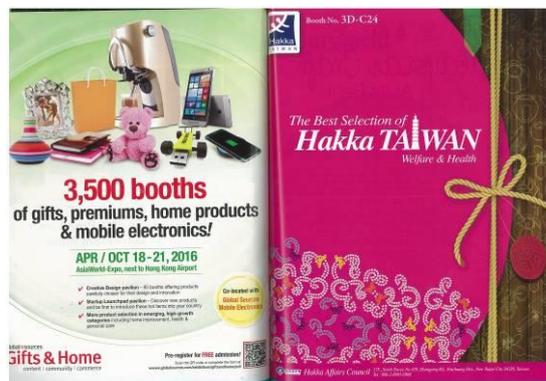
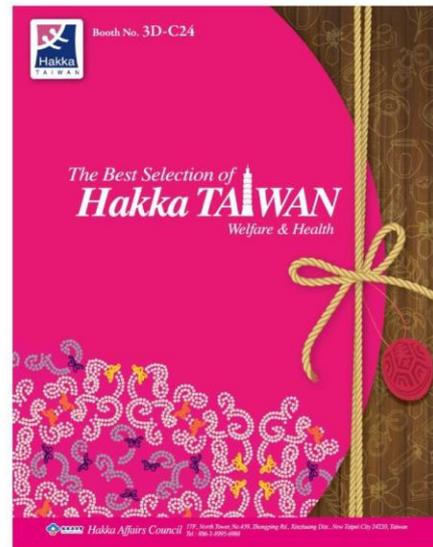
大會廣告

展覽會場刊與大會指定產品雜誌
<香港貿易發展局香港禮品及贈品展>會刊

1. 發行量：每刊平均約7萬份
2. 發送管道：
 - a. 香港貿易發展局香港禮品及贈品展 – 香港
 - b. National Stationery Show – 美國紐約
 - c. ASD/AMD Trade Show – 美國拉斯維加斯
 - d. House & Gifts Fair – 巴西聖保羅
 - e. Saitex, South Africa International Trade Expo 南非約翰尼斯堡



版面：會刊內頁全頁廣告(如圖紅框處)
尺寸：20.5cm寬x26.2cm高



(五)參展紀錄

1.4月26日展區場布會勘：

依據主辦單位的進(退)場時間規定，掌握客家主題館在軟硬體工程、配電、美工、展位施作、商品陳列及人員訓練、工作分配等工作進度，經本會考察人員會勘及審視確認，以確保4月27日主題館開幕式及4天展期順利圓滿。

2.4月27日客家主題館開幕式

- (1) 上午9時30分 客家主題館開展準備，再次確認各項展品、接待人員及禮品已定位。
- (2) 上午10時30分正式開幕，由本會產業經濟處吳處長克能代表致詞，並邀請行政院大陸委員會香港事務局商務組陳主任愛蘭及香港貿易發



展局展覽事務伍高級經理卓凡等人共同剪綵，現場並有香港臺灣客屬同鄉會、香港客屬社團首長聯誼會、港澳臺灣同鄉會等計 30 餘位貴賓共同參與。

- (3) 吳處長克能致詞摘要：代表本會歡迎所有的貴賓蒞臨客家主題館的開幕典禮，在臺灣，政府對客家族群文化權益的照顧不遺餘力，不僅有專責機關，更制定了全世界第一部的客家基本法，政策方向涵蓋了客家語言、文化、傳播及產業等，雖然產業起步較晚，但 4 年多來在政府及民間齊心努力下，客家產業知名度大開，「Hakka TAIWAN 臺灣客家」就是本會的一項驕傲的成績，是為了協助微型的客家產業發展所設立的一個聯合品牌，目前輔導完成的家數有 590 家、905 項商品，內容包含食品、手工藝品及生活用品 3 大類，產品特色就是「好客」，具有「Hospitality」熱情接待客人及發展「High quality hakka」優質客家的意涵，為了協助業者拓展國際市場，本會曾經到法國、德國、日本參加各項消費品、禮品及贈品展。此次參加香港展會，也希望在香港的客家鄉親們能感受與體會客家的蛻變成長，並透過貴賓們的宣傳及協助下，將臺灣客家的品牌推向國際，讓客家文化能發揚光大。



本會產業經濟處吳處長克能(右三)與行政院大陸委員會香港事務局商務組陳主任愛蘭(左三)、香港貿易發展局展覽事務伍高級經理卓凡(右二)，以及香港客屬社團首長聯誼會理事長黎國威(左二)、外貿協會香港辦事處孫主任至誠(左一)、香港臺灣客屬同鄉會楊副理事長繼聖(右一)等貴賓一同為客家館剪綵開幕。



本會產業經濟處吳處長致詞



與現場參與貴賓合影

3、2016 香港禮品及贈品展-產品發布及推廣會：

- (1) 時間：105 年 4 月 27 日，下午 2 時至 2 時 20 分
- (2) 地點：香港會議展覽中心 1 樓
- (3) 型態：於人潮往來熱絡之處辦理產品發布及推廣會，由大會主持人說明發布會主題，請買家與參觀者自由入座，參展業者透過電視螢幕以 PPT/影片播放方式進行簡報10-20分鐘，內容以品牌特色及商品推薦為主。
- (4) 目的：為提升觀展者對展品及本會形象的認識，特於展期中辦理產品發布及商品促銷活動，簡報過程中穿插問答互動，以加深商品內容的印象，並準備30份禮品兌換券，以吸引買家至本會攤位參觀及兌換限量贈品，有效宣傳及推廣，並促進後續交易機會。



4、展會紀錄與回響：經記錄洽談及問卷統計後，有助本會了解企業買主的採購觀點、喜好與動機，以掌握客家特色商品經貿之新契機，謹摘要如下：

- (1) 商品詢問：此次會展詢問度較高之商品類別，以工藝品最受青睞，其次是陶瓷、玻璃用品，個人及健康禮品等。

(2) 訪客綜合意見：

- A. 認為客家產品故事和特色具有吸引力和感動力，若業者能親自到展會介紹，更具有親近性；並建議在海外設點或有知名代理商行銷，將可增加更多的商機。
- B. 客家花布非常精美，用來包裝產品更能呈現商品的獨特性。
- C. 提供洽談的點心飲品(海梨香酥和擂茶)，口感特別且搭配的很好，建議可提供臺灣更多優良的食品參展，在食品原料與製程等項目標示是否為有機或純天然產品，並提供相關文件認證，提升採買者的採購信心。
- D. 建議現場商品標示為大量採購或小量採購之價格，供採購者參考。



二、拜會「2016 香港禮品及贈品展」主辦單位香港貿易發展局（HKTD）

(一) 時間：105 年 4 月 27 日下午 2 時 30 分

(二) 地點：香港貿易發展局伍高級經理卓凡辦公室

(三) 目的：為了解香港禮品及贈品展策展情形，針對策展規劃、授權商品與科技運用、行銷策略及對臺灣參展之建議等議題，進行意見交流。

(四) 訪談摘要：

伍高級經理表示，本次展覽係由香港貿易發展局(以下簡稱香港貿發局)主辦、香港出口商會協辦，是全球業界重要的採購和推廣平台，吸引來自 35 個國家及地區約 4,300 多家參展廠商，有來自中國、馬來西亞、菲律賓、義大利及印尼等國及臺灣廠商。對於參展業者及專業買主分別提供多項服務，包括辦理多場產品推廣及發布會、專題研討會、買家論壇及其他附帶活動來配合展覽會，活動主題從禮品及贈

品行業零售新趨勢到跨境電子商貿策略都有；另外，透過產品雜誌、研究報告及網上平台等，發布最新的市場潮流和產品資訊等，藉此增強參展業者和採購商之間的商業配對機會；同時在禮品展期間，在亞洲國際博覽館舉辦第 11 屆香港國際印刷及包裝展，以吸引更多參觀人潮，並安排免費穿梭巴士往返及推薦住宿優惠，以發揮協同效應。

近年來，因禮品及贈品行業的消費行為逐漸改變，對原創設計、特色亮點及材質、環保等非常重視，加上新科技發展亦帶來不少新的挑戰。因此，大會對於策展主題及特色亮點的尋找也積極地審慎評估與調整，以因應市場潮流的變化，加強貿商交流及商業聯繫，以促進國際經濟的互動，締造更好的長期合作關係。

另外，香港貿發局對會展的授權商品、商品著作權保護和引進律師協助爭議處理有一定的規範及機制，因參展品項眾多，開展前會要求廠商提供照片、商標、專利設計等相關證明文件，若有投訴或檢舉侵權事件發生時，則由大會專業律師進行整體審查與調查，經查證屬實將予以處罰及禁權處理，以保護參展商及買家的權益。

為因應海外買家以「小批量」及分批訂貨的策略，來減低倉儲費用和機動順應市場趨向，香港貿發局於 2014 年底設立小訂單線上交易平台，採 B2B 和 B2C 模式經營管理，每筆交易訂購數量最少只需 5 件，最多可達 1,000 件，採線上交易支付方式，還特設阿聯酋專區，部分產品最低訂貨量只需 1 件，以開擴客源。同時也透過「貿發網」專頁、電子版與流動程式版及產品雜誌、廣告等，協助買家、供應商及業界間互動交流，期待引進更多創新方法和科技融入展覽活動，以促進貿易締造商機。

此次臺灣展團有本會、禮品公會、工業技術研究院前來共襄盛舉，大家看到客家主題館的設計眼睛都為之一亮，加上商品的特色及故事性，更讓人感受到臺灣客家商品的獨特魅力，這是能走向國際化的關鍵因素，非常期待未來能有機會看到有更多更好的產品再來香港展示交流。



由於科技不斷進步及面臨全球產業的快速消長，為開拓市場及提升更好的競爭力，建議臺灣應異業結盟、同業整合分工及行銷，並重視創意設計及環保議題，朝多角化市場布局及提供服務，相信客家品牌一定能在國際市場綻放光彩。

(五)「2016 香港禮品及贈品展」展會實況與成果

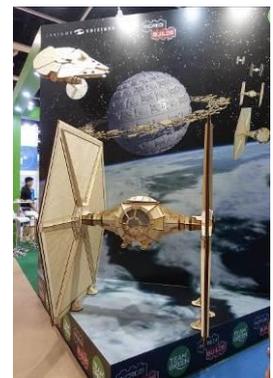
1. 辦理單位：由香港貿易發展局主辦、香港出口商會協辦、贊助機構有香港工業總會、香港總商會、香港中華總商會、香港中華廠商聯合會、香港印度商會、香港特別行政區政府工業貿易署等。主要係推動香港原創設計及自家品牌產品，及協助企業及中小企業拓展內地及海外市場，建立整合會展資源及服務。
2. 展場地點：在香港會議展覽中心，外館造型酷似海鷗展翅，象徵香港的經濟穩定發展，為香港貿易發展局擁有，公共運輸便利，展覽面積為 66,065 平方公尺，號稱是世界最大型的禮品展，每年均吸引來自全球各地的專門業者及專業買主參與，只供 18 歲以上或業內人士參觀，一般民眾需購票入場（入場費 100 港元），參展商則以工作證 QR code 二維條碼快速入場，為發揮展場協同效果，主辦單位同期舉行「香港禮品及贈品展」和「印刷及包裝展」，除提供兩場展地交通免費接駁外，更與周邊旅館及店家辦理各項優惠，以締造更多商機及服務。
3. 展場設施：大會提供的（標準展台/特級展台）設施包括圍板、公司名牌、桌子、椅子、陳列架、地櫃、聚光燈及地毯等及 WIFI、供水；如需額外設施，如電話、陳列設施、視聽器材等所有費用必須另外繳付。
4. 展區規劃：有「卓越廊」，展示最新的精緻禮品設計系列。「精品薈萃」，為國際優質精品及暢銷禮品，以及「創藝廊」呈現香港嶄新的創意和潮流時尚產品。另有「高級禮品」區，主要為生活精品，包括銀器、珠寶禮品、瓷器、銅



筆及雪茄盒等。「科技禮品」為 3C 用品，例如高智能手機或平板電腦、配件及其他創意電子產品等。「特色產品專區」則展現環保和綠色元素禮品、美容保健禮品、個人創意和手作用具禮品等。

5. 會展行銷：展期間舉辦多場論壇及研討會，探討禮品及贈品行業的消費行為變化及挑戰，以及行業零售跨境電子商貿策略等，並在大會場地 1 樓辦理產品推廣及發布交流，讓參展商把握機會進行推廣，且出席買家亦可以仔細觀摩產品，了解市場新發展，以增強商業配對機會；並透過產品雜誌、研究報告以及網上平台，發布最新的市場和產品資訊。
6. 資訊服務：辦理市場推廣服務，提供展商在廣告、品牌形象、公關、企業傳訊，市場研究調查等顧問諮詢及籌辦、文稿撰寫、尋找贊助及管理等相关服務。且會提供參展商在大會刊物露出廣告及在相關產品雜誌特刊，將活動訊息傳遞給全球 200 多個國家及地區約 500 萬名買家，現場設置電子版及流動程式版（於 App Store 或 Google Play 搜尋"HKTDC"下載），供買家查詢及選擇相關商品資訊。建置專屬網站、FB 社群及成立 Small Orders「貿發網小批量採購」網上交易平台，以「單密量小」採購模式，為買家提供 5 至 1,000 件的採購物件選擇；所有在「貿發網小批量採購」進行銷售的供應商均必須是「貿發網」的核實供應商，提供買家採購的信任與安心，以協助買賣雙方建立長期合作關係。供應商在「我的 HKTDC」自助操作後臺，可以自行管理「貿發網」上自己公司的專頁，從「上載產品／服務資料」，查閱買家採購情形，依訂貨量安排貨運及管理訂單。當買家有確認訂單時，會主動收到出貨商的電郵通知，由供應商自行制定退貨或退款條款說明，以減少採購紛爭。

數位科技可以強化展場內的互動服務，提供智慧化的體驗、增進商機及節省開支，雖然開發專屬 APP 串聯實體通路與網購平台，設置 iBeacon 作為商場導航、導購服務及大數據分析是未來科技趨勢，但因展場面積龐大，加上初創企業、小型公司虛實整合資訊技術尚缺，以及不少企



業依然抗拒與第三方共享高度敏感的商業數據，引此雲端科技目前並未在展場全面建置及服務。

7. 展會成果: 依據香港貿發局統計4天展期資料, 共計有35個國家及地區的4,312家參展商參與, 吸引超過4萬9,500名來自132個國家及地區的買家, 最大買家來源地為中國內地、臺灣、美國、日本、韓國、澳洲、英國、印度、德國及馬來西亞。在展場內抽樣訪問920名參展商及買家, 以了解他們對行業前景的看法及對產品潮流的預期。有近半受訪者預期今年產品的整體銷售持平, 而最多受訪者認為禮品行業的產品潮流以裝飾禮品、人偶或玩偶增長潛力最大, 其次是科技產品、宣傳禮品及贈品; 在產品特性方面, 業界普遍認為消費者最重視產品的實用性及質素, 其次是價格及外觀設計, 禮品展的「小批量採購專區」, 4天展期締造了2萬3,000個貿易聯繫, 獲得國外買主、參展者及媒體肯定是亞洲前景最佳的亮點會展。



三、訪查PMQ元創方創意中心及香港視覺藝術中心

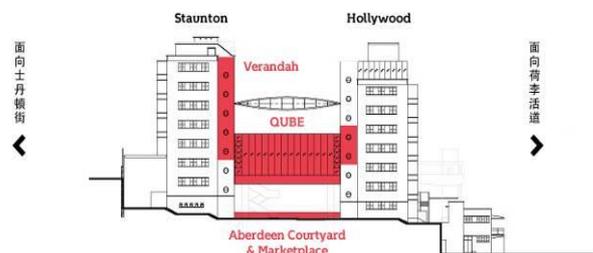
(一) PMQ元創方創意中心(Police

Married Quarters)

1. 時間: 105年4月26日晚上7時30分

2. 地點: 香港中環鴨巴甸街35號

3. 簡介: 西元1889年PMQ原為中央書院, 在第二次世界大戰期間受到嚴重破壞, 於西元1951年改建為香港已婚警察宿舍; 西元2014年「PMQ元創方」成為香港創意中心, 是歷史建築活化的文創新景點, 總樓面積



達1.8萬平方公尺，已成為香港設計創意人才創業的資源空間與銷售平台，內容涵蓋文創設計工作室及店鋪、休閒美食及藝文展覽、活動演出等。

4. 訪查說明：PMQ元創方位在香港繁華的上環地段，分為AB兩棟各高六層，在4樓平台設有空中花園作為休憩及通道，場內通道均屬無



障礙設計，在連接各台階的梯級上保存著巨型大樹所包覆的擋土牆、牆角石、花崗岩石軸及基座，是當時中央書院的遺跡之一，目的在讓居民及遊客了解當時的歷史遺跡，以及所用之建築物料與建造風格特色。元創方裏設有多個創意工作室及期間限定店，一般營業時間為下午1時至晚上8時，參觀民眾可以親眼看到設計者的原創樣貌、製作的材料與生活態度，尤其香港設計中心(HKDC)展示的香港新銳設計



者的作品，非常具有「香港概念」，包括運用在地語言、詩句與語詞的傘面設計、環保袋，將在地報紙、雜誌等經特殊防水處理後製的環保手工錢包和皮夾…等，將創意轉化為商機，讓設計師及創作家向各界推廣在地創意及設計的精神。元創方亦設有複合餐

花崗石台階及毛石牆、大樹



飲店，供年輕人聚會休憩、表演，整棟建築物經重新改造後，成為民眾休閒、體驗及欣賞藝文展演的熱門場地。



(二) 香港視覺藝術中心

- 1.時間：105年4月27日下午4時30分
- 2.地點：香港中區堅尼地道7A
- 3.簡介：香港視覺藝術中心是由「卡素樓CASSELS」改建而成，定期舉辦各種藝術課程、展覽及講座等活動，是一所讓視覺藝術家互相觀摩學習交流創作發展的地方。
- 4.訪查說明：香港視覺藝術中心（Hong Kong Visual Arts Centre）建築物的外型為「大階梯」造型，加上現代化的金屬支架與玻璃帷幕，兼具傳統與現代風格，展覽內容有繪畫、攝影、彩繪及塑像等，為愛好藝術工作者及新一代藝術

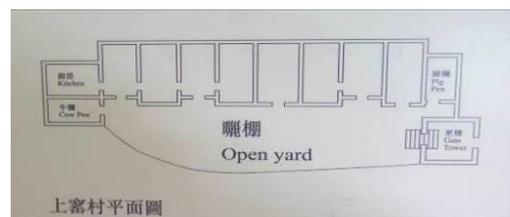


術家提供一個專業藝術研習場所及展示藝術才華的平台；展館設有多用途工作室、專業教室及演講廳，會定期邀請藝術專家學者們開講，分享其涉獵的藝術範疇和議題，或透過藝術科技的虛擬與真實，讓親子、青少年及社區居民有嶄新的體驗及感官的享受，增進對藝術了解及欣賞的興趣，以延續及反映所在之地的文化特質與藝術氛圍。

四、參訪上窰民俗文物館、三棟屋博物館及羅屋民俗館

(一) 上窰民俗文物館

- 1.時間：105年4月28日上午8時30分
- 2.地點：香港西貢北潭涌自然教育徑區



3. 簡介：西元19世紀末，原籍港東省保安縣黃草嶺的黃姓客家族人，來到香港西

貢北潭涌的一處名為「過路廊」的交通要道開設小店，為興家立業，在上窰興建一座小村名為上窰村，總面積約500平方公尺，建於高約200公尺高的平台上，以避免潮汐漲淹之苦，及加強防禦之用，當時除靠漁農維生外，也因鄰近西貢海，珊瑚石藏量豐富，故在路旁興建石灰窰從事傳統手工業燒製石灰、磚瓦，作為建築屋舍材料。後來水泥業興起，燒窰業漸走下坡，西元1950年後村民為求生計，紛紛往香港市區及海外謀生，直至西元1960年全村廢置。西元1981年香港政府將上窰村及鄰之灰窰訂為法定古蹟，於西元1984年開放參觀，保存客家農村生活樣貌及展示客家農具及家庭用品。



上窰碼頭



4. 訪查說明：上窰民俗文物館，周邊矗立各

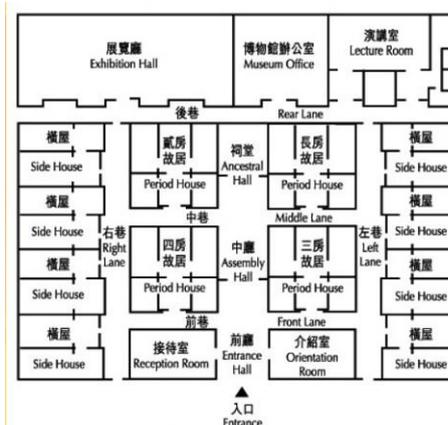
式動植物標示，以讓訪客了解此處的生態環境。全館以房舍、更樓、豬舍、牛欄、敞闊的曬坪和其他附設的建築結構為主題，陳列各種客家農具和家庭用品，以重現昔日上窰鄉村風貌。為避免客家夥房、客家文化景觀的消失，香港政府透過收藏、保存、展示與研究，再現客家文化風貌。展館以歷史人文地景、



場景、特色和影像等方式，將200多年來客家先民遷居香港發展的歷史縮影、常民生活傳統文化及生態重建和再現，其展覽和自然景觀的呈現方式，凝聚了遊客與土地的共同記憶，讓參觀民眾實際感受客庄早期生活樣貌與文化之美，是一處大人小孩都喜歡的文化景點。我們到訪時適逢有香港國小學生參訪，看到小朋友在一個歷史、美感的環境裡面，探索先民留下來的文化遺產，讓不同族群及年輕世代能夠重新認識客家文化及產生新的想像與詮釋，建構與傳承新世代的記憶，是族群文化教育非常重要的一部分。

(一)三棟屋博物館

1. 時間：105年4月28日下午2時30分
2. 地點：新界荃灣古屋里2號
3. 簡介：三棟屋是香港新界地區典型的客家圍村，於西元18世紀由陳姓族人興建，西元1981年香港政府根據古物諮詢委員會建議將三棟屋列為法定古蹟並修建為博物館，由非物質文化遺產辦事處管轄，館址約2,000平方公尺，設有展覽廳、接待室、介紹室、演講廳和辦公室，展出古老的家具、手工藝品、農具和客家人的日用品等，並開放參觀。



4. 訪查說明：三棟屋座落在現代化城市中，其建築特色是四四方方，左右十分對稱，有橫屋（左



尊右卑)、長房(左側正間)、走廊和天井，以及門神、瓦擋(用來擋瓦的圓形或半圓形裝飾)、曬穀場、大



樹下的伯公、石台階等，中廳屋頂燈樑懸有色彩亮麗的平安燈，象徵祖先庇佑

世代子孫宅第出入平安，特別是在進入房舍入口右邊的小角落，有一矮牆隔間是洗澡間，屋頂上的陽光透進，可以避免潮濕及節省電源。裡面的獨立展館（一廳兩房）展示四季的主題圖版及客家生活擺設和農村用具，例如：廚房灶火、食具、寢具、衣櫃、手搖穀風櫃、提籃、秧鏟、禾答、牛軛等，讓參觀的人能了解荃灣的蛻變過程及發展特色，以及陳氏家族離鄉背井最後落葉歸根的情懷；並藉由這幢客家



古蹟作為平台，推廣列入香港國家級非物質文化遺產項目，包括香港的黃大仙信俗會、全真道堂科儀、古琴藝術音樂、粵劇、涼茶、盂蘭盛會、大澳端午龍舟遊涌以及長洲太平清醮、大坑舞火龍、西貢坑口客家舞麒麟等民間風俗，其中大坑舞火龍與臺灣客家節慶「三義雲火龍」在編製、意涵及儀式上皆有異曲同工之妙，香港火龍紮作已有130多年歷史，係以珍珠草(又稱米仔草)加上籐條與鐵線紮作而成，上頭插著「長壽香」（約45公分)祈福，臺灣「雲火龍」則以稻草結繩、稻桿及竹片編織而成草龍，龍身插滿香枝，香火如雲稱之為「雲火龍」，都具有防疫驅邪、祈求平安之意，及傳承客家文化的精神。



(二)羅屋民俗館 (Law Uk Folk Museum)

1. 時間：105年4月29日上午9時
2. 地點：香港島柴灣吉勝街14號
3. 簡介：羅屋建於西元18世紀，戶主為姓羅的客家人，故名「羅屋」，面積約120平方公尺，



為柴灣一帶僅存的古村屋，為香港法定古蹟。館內主要介紹柴灣及羅屋的歷史和特色，西元1990年1月19日正式對外開放。

4. 訪查說明：羅屋雖被周圍的大廈和工廠包圍著，但因與茂密的大樹、涼亭和花園的斜坡公園融合成一處，整體周邊環境讓人覺得舒適和幽靜，其建築形制不大且經過粉飾，為了防盜，窗戶不多，為三間兩廊式的客家民宅，廳外與大門之間有用作採光及透氣的天井，廚房裡有灶神且擺放著蒸籠、碗筷等，以及陳列客家人昔日的生活用品及農具，門外有圍牆圍著一片禾坪用做晾衣服和曬穀的地方，反映出客家人的樸素和刻苦生活方式，以及羅屋所經歷的歲月痕跡，是柴灣目前碩果僅存的一座約200多年歷史的客家古村屋。



擔運禾秧的鐵絲用具

五、2016香港國際印刷及包裝展

(Hong Kong International Printing & Packaging Fair)

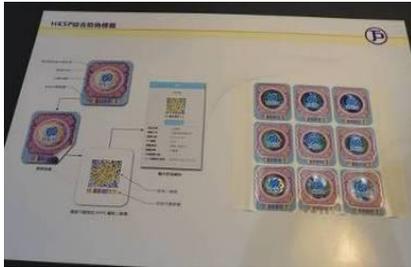
(一) 展期：105年4月27日至30日

(二) 地點：亞洲國際博覽館(香港赤鱗角機場旁)

(三) 展覽簡介：今年為第11屆，展覽面積約8,880 平方公尺，有420家廠商參展，包括中國大陸、香港、臺灣、越南和印尼業者，專為買家提供一站式的包裝及印刷解決



方案，主要展品類別有印刷及包裝服務，食品及飲料包裝方案，印刷耗材及包裝材料，高級包裝及印刷專區，包裝設備及系統，數碼印刷設備及綜合包裝方案等（今年擴大綠色印刷及包裝方案展區），向買家介紹最新產品及各種印刷解決方案。



防偽二維碼特殊印刷

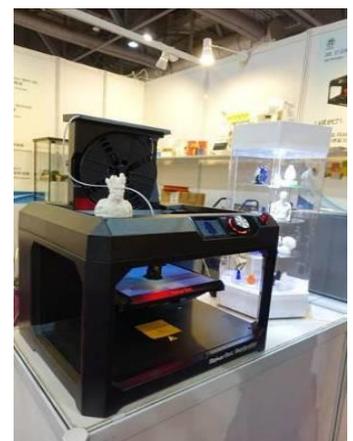


特殊印墨及複合材質印刷



紙製包裝印刷

（四）訪查說明：印刷及包裝展，主要是展示參展企業推出的最新印刷技術及設備，並提供所有業者未來在印刷技術及工業發展方向的參考，以便掌握產業市場脈動及未來技術的發展趨勢，展示內容有一般（凸版、平版、凹版及網版及特殊物料）之印前及印後加工處理系統及現代各式彩色噴墨、鐳射印表機數位無版印刷機、3D列印印刷設備，以及檢測儀器儀錶等其他相關配套器材；在印刷版材上有油墨、紙張、塑膠袋、熱縮膜、容器及廣告製物等，這次展會中有幾個引人注意的特點，包括以不同厚度牛皮紙製的紙扭繩手提袋，在沒有經過裱膠防水處理，即可承載約50公斤重物，不僅減少成本又符合環保意識；以及3D實體列印結合噴墨印刷，透過電腦軟體建模逐層列印，可以快速的製造少量和較低成本的零件、客製化偶像產品，改變了傳統塑模製造的理念和方式，還有不需底片輸出與製作燙



3D列印印刷設備

金鋅版的無版燙金機，減少印製時電解廢液和廢渣的產生，以及不需要特殊紙張或需預先塗布處理的印刷油墨，都降低製版過程的感光沖洗液及印刷油墨排放，成為綠色印刷趨勢，還有廣告用的數碼印刷機(數位印刷)與電腦軟體結合，不需要製版、人工分色，可在各種材質上印刷和使用特殊色，不僅節省人力成本更可減少運作時間和汙染，已逐漸取代傳統印刷技術，符合世界環境保護潮流趨勢，綠色產品及綠色相框包裝印刷將成為企業品牌形象提升及競爭的實力體現。



伍、心得與建議

香港腹地不大，卻擁有自然景點及維多利亞港等美景，是一個傳統與現代、庶民與時尚、東方與西方並存且共融的城市，也促使香港在地的人、文、地、產、景相互依存的產業得以蓬勃發展，尤其香港有先進的交通網絡，餐飲、購物、觀光和娛樂設施妥善完備，更憑藉著會議展覽產業的興盛，在政府與民間積極合作下，吸引更多外資進入投資，不僅就業機會增加，亦帶動整體經濟成長。此次參加「2016香港禮品及贈品展」展會，拜會香港貿發局、參訪香港元創中心與博物館等之經歷及所見，對未來推動客家產業發展的策略擬訂及文化保存推動方向，謹提出以下建議：

一、政府應重視展覽產業發展、提高國際能見度

國際性展覽已成為一種普遍的行銷媒介與溝通平台，成功的展覽，可以創造市場無限商機，政府應掌握全球市場脈動，根據不同預算和商品的要求，朝向更專業化、精緻化地推廣臺灣品牌，增進商業媒合契機。「2016香港禮品及贈品展」在主辦單位

提供多元及創新服務下，讓其躍升為全球最大的禮品展會，相關策展經驗可提供本會每2年辦理一次之「臺灣客家產業博覽會」參考，未來可考量除由原一般消費者為參觀對象，擴大至吸引專業買家參觀採買，協同廠商參展，親自解說，增加環保、有機、綠色消費作為商品特色，以提升客家特色產業之國際能見度。

二、運用嶄新科技，創造客家產業新契機

運用科技創新技術，是未來產業發展的趨勢，不管是針對產品的開發、包裝及活動宣傳等面向，都是本會在推動客家特色產業精進的目標。本次參觀香港禮贈品展，該展為強化場內互動服務，開發專屬App成功串連實體通路及網購平台，有效地增進商機及節省實體文宣製作成本，未來本會針對展會等相關行銷推廣活動時，亦可結合不同的科技技術，如利用網際網路、社群媒體或運用ibeacon，使消費者在諾大的展區中能快速接收到產品訊息的推播，並有效達到產品促銷。另針對產品包裝方面，可吸取香港國際印刷及包裝展經驗，針對本會輔導客家特色商品業者灌輸包裝材質新觀念，以符合世界環境保護潮流，使用綠色包裝以提升品牌形象。同時打造輕鬆便利又智慧的消費新體驗，提升客家特色商創新優質服務。

三、盤點客家文化元素，提升客家文創商品競爭力

在過去，客家產業範圍主要以客家文化生活為核心所產生的農產加工、服飾、美食、傳統手工藝等產業為主，但隨著時代變遷，客家產業如欲開創出能夠吸引消費者的創意產品，亟需透過文化創意的加值，才能夠帶動整個產業突破困境，創造消費者認同並引發購買的動力。

香港禮品及贈品展能成為亞洲最大禮品展，主要係提供業者及消費者多元創新品牌的展銷平台，所以要將客家特色商品推向國際，須強化產品/品牌文化意涵、感染力及故事行銷。目前一般人對客家的刻板印象仍停留在花布、桐花及油紙傘等傳統元素，應重新盤點客家生活中之文物、語言、飲食、音樂、藝術及工藝等項目，透過蒐集、保存、發掘、設計及創新求變，藉以萃取其中意涵及圖騰，並讓年輕世代重新

認識客家文化底蘊，為產品注入新生命力並帶入流行領域。

四、深耕客家生活文化，活化經營客家館舍

針對客家文化重點發展區之客家館舍活化，可參考香港民俗文物館舍等經營經驗，結合館舍修護，同時闢建周邊景觀公園，增加遊客參與的範圍，重新營造客家生活環境空間。在客家文化重點發展區館舍現有基礎條件下，不僅要將珍貴的客家文化或文物保存起來，更要讓其活化，逐步以自然景觀、客家語言、文化等元素設計，增加館舍之可看性及功能性，在導覽方面，結合現代科技，提供虛實導覽的交互效益，營造具客家意涵之創意升級體驗式空間及氛圍，並結合學校教育，安排學生到客家文物館舍探索及體驗，提高其對客家土地、歷史、文化之了解及認同。以客家館舍為軸心，將周邊歷史、生態、音樂及在地美食等串連起來，活絡客庄觀光產業發展，提升整體客庄經濟競爭力及文化傳承，形塑客庄成為推動樂活、慢活之場域，展現客庄新魅力。

附錄：「2016 香港禮品及贈品展」媒體資料

(一) 平面媒體一覽表

序號	時間	媒體	版位	標題
1	2016/4/28	工商時報	D2生活資訊	客家委員會赴港 拓禮品市場
2	2016/4/28	經濟日報	A22	客家精品 進軍香港禮品展



台灣客家商品首赴香港參展 搶攻國際市場

2016年04月27日 17:39 稿件來源：香港中國通社



圖為台灣客委會產業經濟處處長吳克敏接受中通社記者專訪，詳細介紹台灣客家文化經濟產業的發展。香港中通社圖片

香港政改諮詢

編輯推荐

某區可專職發展局20場 新香港女特種紀錄
工作團隊為香港行政局備極
香港五大特工團體聯袂「五一」遊行
港新企業界聯袂「五一黃金周」內地港入
「食貨齊備」開幕結業 舉辦近400項活動

聚焦全國兩會

精彩圖片



圖為一批台灣在港人士、客家鄉親等熱烈慶賀，為台灣客家特色商品首次赴香港參展加油打氣。香港中通社圖片

香港中通社4月27日電 特稿：台灣客家商品首赴香港參展 搶攻國際市場

香港中通社記者 卓奕玲

一年一度位列全球規模最大的香港禮品展，27日盛大開幕，來自全球36個國家及地區超過4700家參展商參與，其中台灣客委會(簡稱：客委會)更首次組團來港參展，並設立「客家主題館」，全方位向國際推介台灣優質、精緻的客家文化經濟產品。

台灣客委會產業經濟處處長吳克敏27日親到香港主持台灣「客家主題館」開幕典禮。他指出，香港是台灣最鄰近的國際市場，近年在香港貿易發展局駐台灣辦事處的不斷努力推廣下，台灣客委會決定今年首度來港參展。今天(27日)一早，他在展場入口處做即場的調查，不少多年參展的廠商告訴他，在香港參展能夠接觸最多的歐美地區的買家。個別廠商告訴他，根據往年的經驗預計今年會有5萬名國際買家出席這次香港禮品展，讓他對此次來港參展充滿期盼。



圖：香港海錯灣發起反水浸遊行 影響僱戶生計



圖：葵青區數百名年輕人勿做違法行為

記者特稿

日外相訪港釋積極信號
中日外長會談具體進展
台灣客家商品首赴香港參展
中共治臺托票到臺灣
全球尚未進入「震動時段」

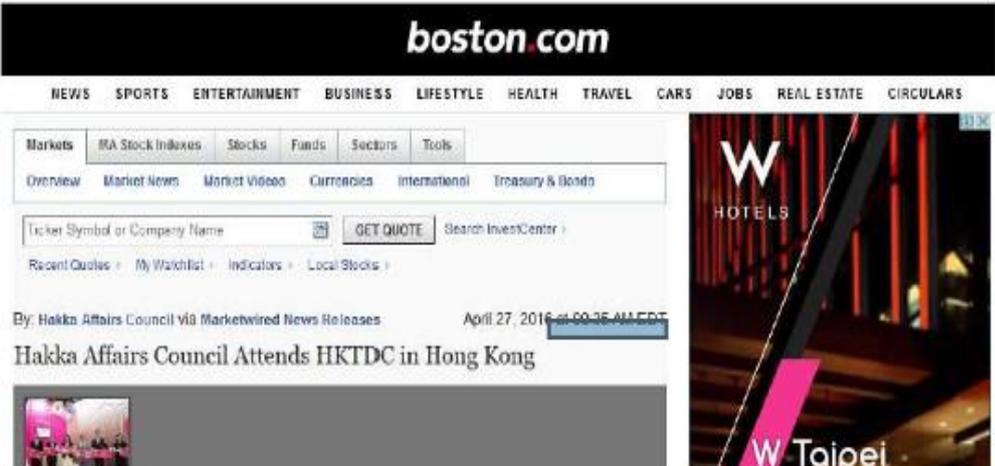
熱門專題

高雄「地產稅」需排除政治因素
赴香立法使中國慈善事業發展納入法治軌道
香港重大工程開局需確保
澳門「打掃」大專職之部
傅玉玲：工規讓住 以保入黨的當代名家

媒體名稱：the Olympian	刊登日期：2016/04/27
標題： Hakka Affairs Council Attends HKTDC in Hong Kong	
網址： http://markets.financialcontent.com/mi.theolympian/news/read?GUID=31980499	
媒體露出情形一覽表（網路媒體）媒體露出情形列表編號：03	
網站截圖資料：	

媒體名稱：The Network Journal	刊登日期：2016/04/27
標題： Hakka Affairs Council Attends HKTDC in Hong Kong	
網址： http://markets.financialcontent.com/tnj/news/read?GUID=31980499	
媒體露出情形一覽表（網路媒體）媒體露出情形列表編號：02	
網站截圖資料：	

媒體名稱： 740 KVOR	刊登日期： 2016/04/27
標題： Hakka Affairs Council Attends HKTDC in Hong Kong	
網址： http://markets.financialcontent.com/citcomm.kvoram/news/read?GUID=31980499	
媒體露出情形一覽表（網路媒體）媒體露出情形列表編號： 05	
網站截圖資料：	
 <p>The screenshot shows the website for 740 KVOR. At the top, there is a navigation bar with links for HOME, ON AIR, VIDEO, JOB BARR, BUDGET SUPPORT, PROMOTIONS, ALL IN THE 740, THE GREEN PAUL, KVOR PROFILE, NEWS, and AT THE SCENE. Below this is a search bar and a 'Recommended For You' section with three items: 'Two Savings Accounts That Pay 10x What Your Bank Pays', 'A Jaw-Dropping 10% Cash Back Card Has Arrived', and 'Brilliant Way To Start Investing Like The 1%'. The main article is titled 'Hakka Affairs Council Attends HKTDC in Hong Kong' and is dated April 27, 2016 at 00:35 AM EDT. There is a small image of the council members at the bottom left of the article.</p>	

媒體名稱： Boston.com	刊登日期： 2016/4/27
標題： Hakka Affairs Council Attends HKTDC in Hong Kong	
網址： http://finance.boston.com/boston/news/read/31980499/Hakka_Affairs_Council_Atte nds_HKTDC_in_Hong_Kong_	
媒體露出情形一覽表（網路媒體）媒體露出情形列表編號： 01	
網站截圖資料：	
 <p>The screenshot shows the website for Boston.com. At the top, there is a navigation bar with links for NEWS, SPORTS, ENTERTAINMENT, BUSINESS, LIFESTYLE, HEALTH, TRAVEL, CARS, JOBS, REAL ESTATE, and CIRCULARS. Below this is a search bar and a 'Recommended For You' section with one item: 'W Taipei'. The main article is titled 'Hakka Affairs Council Attends HKTDC in Hong Kong' and is dated April 27, 2016 at 00:35 AM EDT. There is a small image of the council members at the bottom left of the article.</p>	

媒體名稱：Star Tribune

刊登日期：2016/04/27

標題：Hakka Affairs Council Attends HKTDC in Hong Kong

網址：http://markets.financialcontent.com/startribune/news/read/31980499/Hakka_Affairs_Council_Attends_HKTDC_in_Hong_Kong_

媒體露出情形一覽表（網路媒體）媒體露出情形列表編號：86

網站截圖資料：

The screenshot shows the Star Tribune Business section. At the top, there are navigation links for 'ALL SECTIONS', 'SEARCH', 'LOG IN', 'SUBSCRIPTIONS', and 'eEdition'. The main header features the '68°' weather forecast and the 'BUSINESS' section title. Below the header is a navigation bar with categories like 'Home', 'Local', 'Sports', 'Business', 'Opinion', 'Variety', 'Obituaries', 'Classifieds', 'Autos', 'Housing', and 'Jobs'. A large banner for 'W HOTELS' is visible. The main content area includes a 'Markets' section with sub-categories like 'Minnesota Stocks', 'Stocks', 'Funds', 'Sectors', and 'Tools'. Below this is a search bar and a list of recent quotes. The main article is titled 'Hakka Affairs Council Attends HKTDC in Hong Kong' and is dated April 27, 2016 at 00:35 AM EDT. The article is attributed to 'Hakka Affairs Council via Marketwired News Releases'.

- 香港貿易發展局
- 展覽攤位圖
- 研討會及活動程序
- 旅遊資訊
- 免費穿梭巴士服務
- 照片牆(上區展覽)
- 上區展覽查詢
- 香港貿易發展局展覽
- 聯誼我們
- 資訊
- + 參展商中心
- + 參觀人士中心
- + 傳媒中心
- + 計劃發展展覽



參展商及買家評語

香港貿易發展局擁有數十年籌辦商展展覽的經驗，享譽國際。

香港貿發局的商展展覽，一向是參展商和買家發掘商機的理想平台。本屆的世界級展覽會匯聚不同國家和地區的買家及參展商，展覽場地舒適方便，為業者提供不二渠道，進行洽商貿易，交換最新市場資訊，以及建立商業聯繫。

香港貿發局誠邀閣下參加這個展覽會，開創成功之路。

參展商評語

買家評語

參展商評語

「客家委員會致力促進和推廣客家文化，這是我們首次在香港禮品及禮品展上設置展銷，由於香港禮品及禮品展是全年最大的同類展覽，所以提供了一個理想的平台，讓我們推廣『Hakka Taiwan』的獨特形象，並展示客家特色產品，這些產品全部是手工製作，同時反映客家的文化和歷史。我們的展銷包括茶具、茶葉、陶瓷碗盤、紙燈、圍巾及裝飾品。我們希望這項展覽有助客家的小廠家接獲國際買家，開拓新市場。」
台灣客家委員會產業經濟處處長吳克龍

