

出國報告（出國類別：展覽會場）

2017 參加天津商總台灣商品展

姓名職稱：陳理維 整形外科主治醫師
張喬勝 皮膚科主治醫師

出國期間：106 年 07 月 05 日至 07 月 10 日

報告日期：106 年 08 月 08 日

服務機關：高雄榮總

派赴國家：中國天津

目次

頁碼

摘要 3

目的 3

過程 4

心得與建議 17

摘要

此次是整形外科美容中心陳理維主任以及皮膚科張喬勝醫師於 106 年 07 月 05 日至 07 月 10 日在中國大陸天津梅江會展中心(中國天津市河西區友誼南路 18 號)參加「天津·臺灣商品博覽會」，本博覽會開設 2000 個攤位，有超過 800 家台企參展。臺灣商品博覽會是台灣廠商在大陸推廣商品的最佳平台，也是大陸民眾認識台灣品牌的最好方式。這次位於此健康美容館的健康管理區的 N2 健康美容館代表高雄榮民總醫院宣傳優質醫療、減重、健檢、醫美等服務。

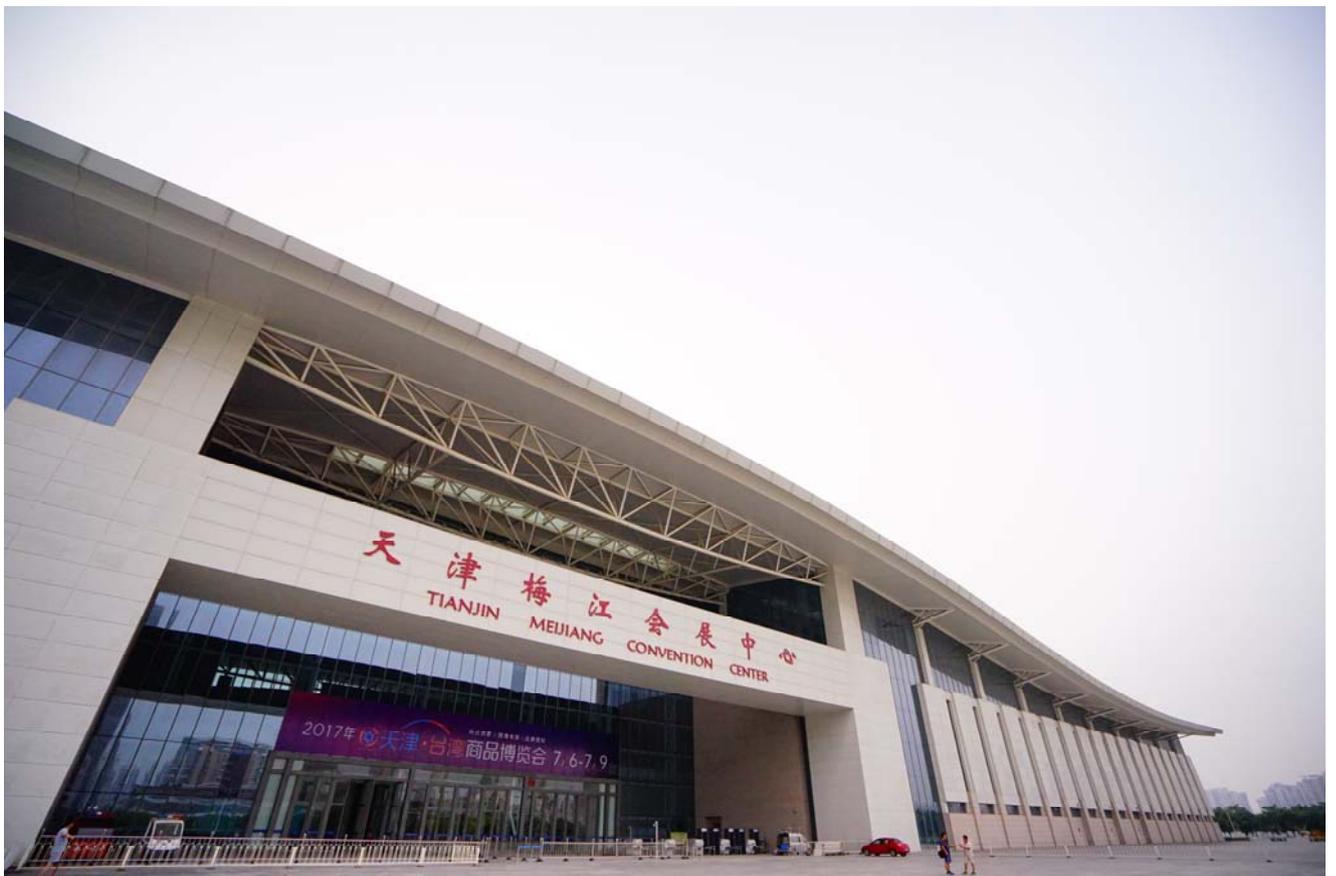


目的

經由參加 2017 天津商總台灣商品展得到和大陸民眾面對面溝通的機會，進而達到宣傳高雄榮民總醫院優質醫療、健檢、醫美等服務。

過程

天津市是四大直轄市也是國際化的國家中心城市，擁有 1600 萬人口，人均 GDP 居大陸首位，致力於打造全國先進製造業基地、北方國際航運核心區、金融創新運營示範區、改革開放先行區，高科技與技術業投資持續增加，且服務業支持力道更不斷增強，消費力驚人。

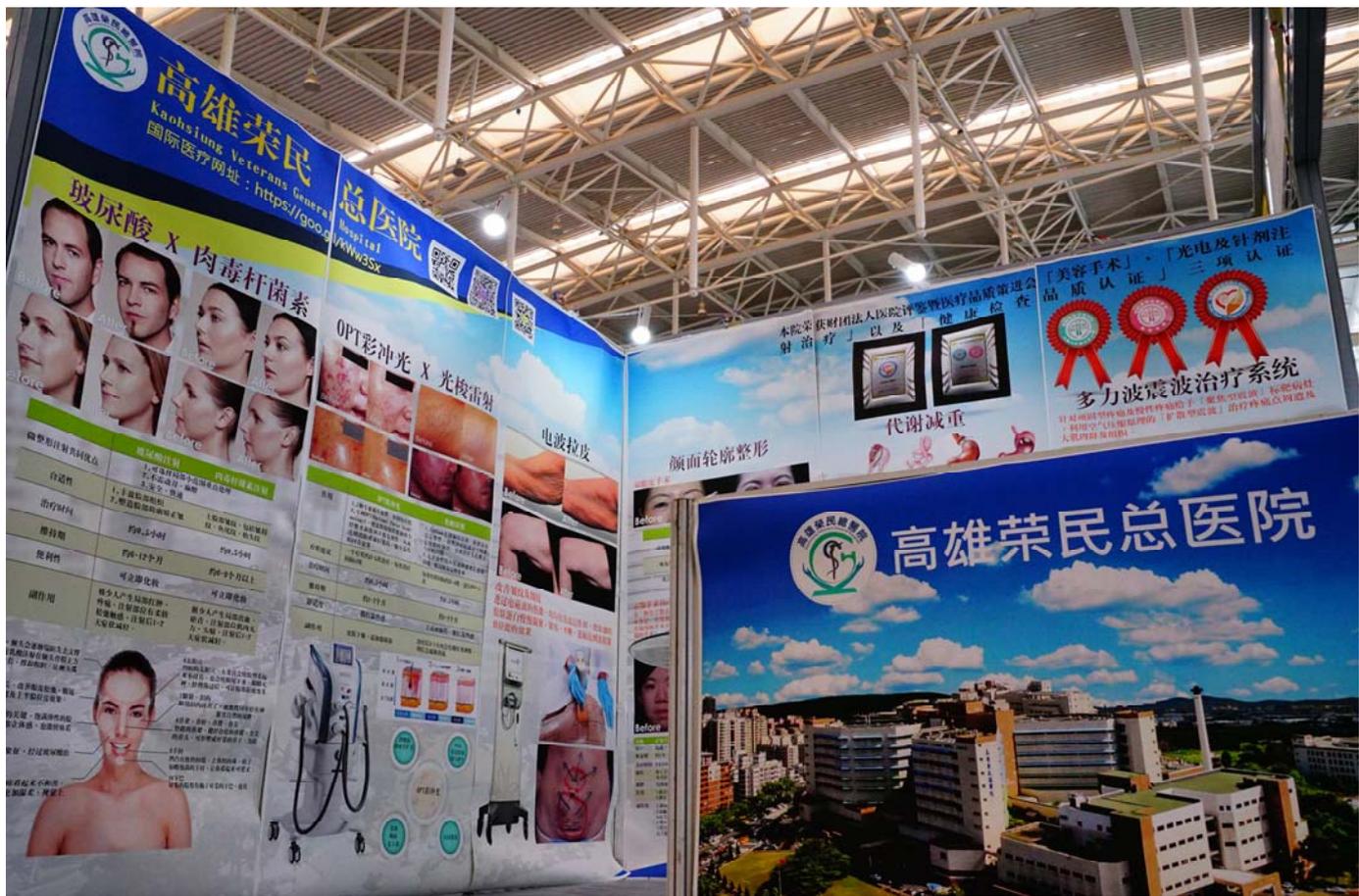




「天津·臺灣商品博覽會」

因此，這屆的「天津·臺灣商品博覽會」由全國商總與天津市人民政府首次合辦，全館共設五大展館，十七個主題區，逾 800 家台灣品牌參展。除了傳統的攤位模式之外，此次更增加童玩區、拍照區、互動區等。除了希望延伸往年的展會效益之外，還能提高臺灣商品在大陸的品牌知名度，包括 BIT（新創、連創、再創）台灣館、台灣縣市特色主題館、台灣美食館、文創及台灣百年老店暨百搭伴手禮館。博覽會規劃五大展館，十七個主題區。包含 N1 馳名品牌館、N2 健康美容館、N3 時尚精品館、N5 台灣特色美食館、N6 家居生活文創館。

這次整形外科美容中心陳理維主任以及皮膚科張喬勝醫師代表高雄榮民總醫院宣傳優質醫療、健檢、醫美等服務即位於此健康美容館的健康管理區 的N2 健康美容館。7/5開幕前一天抵達會場後隨即布置攤位，包括六幅大型海報、宣傳品、日曆卡、文件夾等皆準備就緒。



高雄榮民總醫院位於此健康美容館的健康管理區 的N2 健康美容館



整形外科美容中心陳理維主任以及皮膚科張喬勝醫師於開幕前一天布置完畢情形

展期共四天（07/06-07/10），早上 9:00-下午 6:00。。展覽前兩天為 0707 日因為商總於媒體廣告於早上湧入大量參觀人潮，開幕式包括國台辦主任、天津市委書記、天津市長、商總經貿交流考察團接到現場參與，足見陸方對此活動之重視。





會場人潮洶湧，陸方高階官員參加開幕式。

「天津·臺灣商品博覽會」7/6 在天津梅江會展中心正式開幕以後，人潮陸續湧入，亦有不少民眾前來高雄榮總所設攤位諮詢。整形外科美容中心陳理維主任以及皮膚科張喬勝醫師亦針對民眾有興趣的項目，包括微整形、激光除斑、電波拉皮、顏面部整形手術、減重、復健等作回答及介紹。強調有別於坊間紛亂的醫學美容市場，高雄榮總能提供醫學中心級（相當於中國人民解放軍三〇一醫院）的醫學美容服務，同時帶入本院健檢強項，強調從內在健康出發以致外在美感的一條龍服務。並不時介紹高雄特色景點及來院交通，希冀增加來高雄旅遊醫美的人數及業績。

來訪民眾整體反應正面，對於減重、拉皮手術、微整形及雷射尤有興趣，對於醫學中心級的醫學美容也有意願多加了解，會參考宣傳手冊上國際醫療網網址及 QR code 連結本院資訊。



光梭雷射諮詢



拉皮及顏面輪廓整形諮詢



減重諮詢



抽脂諮詢

106 年 07 月 07 日 10:35



減重 諮詢

106 年 07 月 07 日 10:35

心得與建議

1. 多數廠商反應因為兩岸政治因素干擾，今年參展已經無法由外貿協會來主辦因此參觀人數比起往年減少非常的多，不過對於第一次參加的我們來說仍然覺得人山人海，得到和大陸民眾面對面溝通的機會。
2. 大部分參觀天津商總台灣商品展的大陸民眾是以參觀夜市的心情來的，因此真正有醫療所需或是有意願進行美容諮詢的仍然屬於少數，但是因為參觀商品展的大陸民眾人數非常的多因此仍然有和大陸民眾介紹高雄榮民總醫院優質醫療、減重、健檢、醫美的機會。
3. 部分參觀民眾對於台灣食品以及特定廠牌如鼎泰豐、金蘭、金色三麥、士林夜市、台灣啤酒等，有較高的品牌認同度及參加意願，對於醫院等醫療機構相對陌生，因此在一開始介紹尚須多花力氣介紹本院的定位及品牌價值，然而仍然有對於台灣醫療品質有信心的大陸民眾，接下來的溝通也才有共通點，否則大部分的大陸民眾考慮要大老遠到台灣接受自費醫療還是會卻步。
4. 同時間有其他坊間美容相關產業亦進駐推廣美妝產品，造成本院品牌效應相對弱勢，無法在第一時間吸引目光。
5. 科技進步，大陸民眾人手一支智慧型手機，提供 QR code 或微信帳號反而可以吸引民眾點閱，日後有類似參展機會時或許能減少紙本宣傳單數量改為實用紀念品或 sample，更能吸引群眾。
6. 此次天津商總台灣商品展參展的台灣醫院只有高雄榮民總醫院一家，若是事先能有有關台灣醫療品質的介紹或是提供類似皮膚美容展的展場能更凸顯高雄榮民總醫院參展的效應。
7. 總論是目前在大陸要推大陸民眾到台灣醫院就醫還是應以自費高品質的醫療為主軸建議可以選擇和當地醫療機構進行策瑞結盟達到醫療互補的效應。