

出國報告（出國類別：其他）

# 「2017 年菲律賓臺灣形象展」參展報告

服務機關：原住民族委員會

姓名職稱：經濟發展處蔡妙凌副處長、高菱遠科員

派赴國家：菲律賓

出國期間：106 年 9 月 28 日至 10 月 2 日

報告日期：107 年 1 月 19 日

## 摘 要

為配合行政院推動「新南向政策」，中華民國對外貿易發展協會（下簡稱外貿協會）於106年共規劃舉辦四場次臺灣形象展，包含印尼、越南、菲律賓及馬來西亞等國，每場展覽皆依據當地產業發展及市場需求規劃展覽主題及活動，期提升東南亞地區消費者對臺灣產品的好感度。

「2017年菲律賓臺灣形象展」特別鎖定電子商務、消費性電子產品、食品、醫療服務等深具發展潛力的內需市場商機，並分別展出臺灣教育、文化觀光、健康生活、創新科技、農漁科技、城市行銷、聯合服務及菲律賓臺商區等八大主題。

本會為響應新南向政策，並拓展原住民族經貿發展，經濟發展處蔡妙凌副處長率領8家原住民族業者參展，於「文化觀光主題區」內設置「原住民族產業生活館」，106年9月29日至10月1日於菲律賓馬尼拉SMX會議中心，展出原住民族特色農業、文化創意及生態旅遊等內容，拓展新南向市場商機，提升臺灣原住民族整體形象，並使菲律賓政府、企業及民眾對臺灣原住民族文化及產業更加瞭解，帶動B2B商機強化雙邊的文化、觀光及經貿交流。

## 目 次

壹、 參展目的.....	3
貳、 參展過程.....	4
參、 心得與建議.....	13
肆、 參展照片.....	14

## 壹、 參展目的

為提升原住民族產業曝光度，本會自103年度起即積極參與各式會展，如旅展、美食展、伴手禮展、文化博覽會等，更自105年起辦理「參加會展暨整合行銷計畫」，並針對各產業類別，形塑特色農業品牌「ka^so'ay」（阿美族語，意指很美味、很可口）、文創品牌「Ayoï」（雅美族語，意指感謝，分享）及生態旅遊品牌「uhtan'e ho mimimiyo」（鄒族語，意指前來部落漫遊探訪）等三大品牌。106年度共參與「臺灣文博會」、「香港國際食品展」、「臺灣美食展」、「日本東京國際禮品展」、「2017法國巴黎國際家飾用品展」、「菲律賓臺灣形象展」、「馬來西亞臺灣形象展」、「臺北國際旅展」等八場展會，突破以往參與國內消費展，逐步將原住民族產業邁向國際專業展，期能拓展國際市場，有效行銷本會近年輔導之原住民族業者生產的相關產品及服務，並增加業者參展經驗與洽談技巧。

由外貿協會與菲律賓臺商總會共同舉辦的「2017年菲律賓臺灣形象展」，計有臺北市、新北市、桃園市等6都地方政府，交通部觀光局、文化部、本會等23個政府機關，及170家臺灣廠商參展，該展特別鎖定電子商務、消費性電子產品、食品、醫療服務等深具發展潛力的內需市場商機，並分別展出臺灣教育、文化觀光、健康生活、創新科技、農漁科技、城市行銷、聯合服務及菲律賓臺商區等八大主題。

為響應行政院推動「新南向政策」，並拓展原住民族經貿發展，本會由經濟發展處蔡妙凌副處長率領8家原住民族業者赴菲律賓馬尼拉參加「2017年菲律賓臺灣形象展」，並設置「原住民族產業生活館」，106年9月29日至10月1日於菲律賓馬尼拉SMX會議中心，展出原住民族特色農業、文化創意及生態旅遊等內容，拓展新南向市場商機，提升臺灣原住民族整體形象。

本次展覽集結了16家業者商品，如蜻蜓雅築珠藝工作室，將排灣族文化及原鄉風情融入琉璃珠；山豬FUZU工坊，以可愛的fuzu（山豬，鄒族語）作為來吉部落的吉祥物，更發展出充滿巧思與設計の木製品；峰忠傳奇，堅守友善土地及永續經營的理念，推廣小米、樹豆、洛神及紅藜等傳統農作物；阿米思關山原米，將來自臺東關山的米，以原住民族視覺的包裝設計，並結合休閒農業深度體驗遊程加以推廣。

藉由推廣原住民族文創、美食、旅遊三大品牌，並以「看見·太陽」為行銷主軸，傳遞臺灣原住民族如太陽般豐厚與不凡的生命力，行銷原住民族文化及具潛力的產品，使菲律賓政府、企業及民眾對臺灣原住民族文化及產業更加瞭解，帶動B2B商機強化雙邊的文化、觀光及經貿交流，將原住民族產業亮點行銷國際。

## 貳、 參展過程

### 一、 2017 年菲律賓臺灣形象展

(一) 展覽期間：106 年 9 月 29 日 (五) ~10 月 1 日 (一) 10:00~18:00。

(二) 展覽地點：菲律賓馬尼拉 SMX 會議中心。

### 二、 參展業者及商品清單：

編號	類別	公司名稱	品牌名稱	參展狀況
1	文創	利希亞股份有限公司	利希亞 LIHIYA	業者/商品
2	文創	嘉義縣阿里山鄉來吉社區發展協會	山豬 FUZU 工坊	業者/商品
3	文創	蜻蜓雅築股份有限公司	蜻蜓雅築珠藝工作室	業者/商品
4	文創	千度琉璃工作室	千度琉璃	業者/商品
5	文創	一粒工作室	ili workshop 一粒工作室	商品
6	文創	原裳工坊	原裳工坊	商品
7	文創	苗栗縣原住民工藝協會	色·舞·繞 S'uraw	商品
8	農特產	原風禮坊	原風禮坊	業者/商品
9	農特產	峰忠傳奇	峰忠傳奇 Patagilj	業者/商品
10	農特產	雲山藝文咖啡茶館	雲山茶鄉	商品
11	農特產	新欣商店	阿米思！關山原米！	業者/商品
12	旅遊	南澳生態旅遊聯盟	Aynomi 愛南澳	商品
13	旅遊	財團法人臺灣原住民部落振興文教基金會(南投)	Alang Tongan 眉溪部落生態教育園區	商品
14	旅遊	雅比斯國際創意策略股份有限公司	鄒遊阿里山	商品
15	旅遊	保證責任屏東縣屏北三鄉原住民生態旅遊勞動合作社	屏北旅遊	業者/商品
16	旅遊	屏東縣牡丹鄉公所	牡丹心旅行	商品

### 三、 主視覺及展場設計：

(一) 主視覺

1. 以「看見·太陽」作為主題，將溫暖、正向的太陽意象融合大地，傳遞原住民族美好的生命力量。
2. 為突顯原住民族展館於菲律賓臺灣形象展區內特色，以「原住民族產業生活館」做為展館名稱，並搭配菲律賓慣用之英文語系「Taiwan Indigenous' Craftworks Industry and Life Hall」，以利參觀民眾能夠清楚解讀展館呈現之形象。
3. 主視覺設計，因雅美（達悟）族與菲律賓巴丹島在文化及語言上的歷史淵源，故運用蘭嶼拼板舟、飛魚及海洋作為設計元素，為主視覺增添其意象，並以中英兩種語言融入設計。

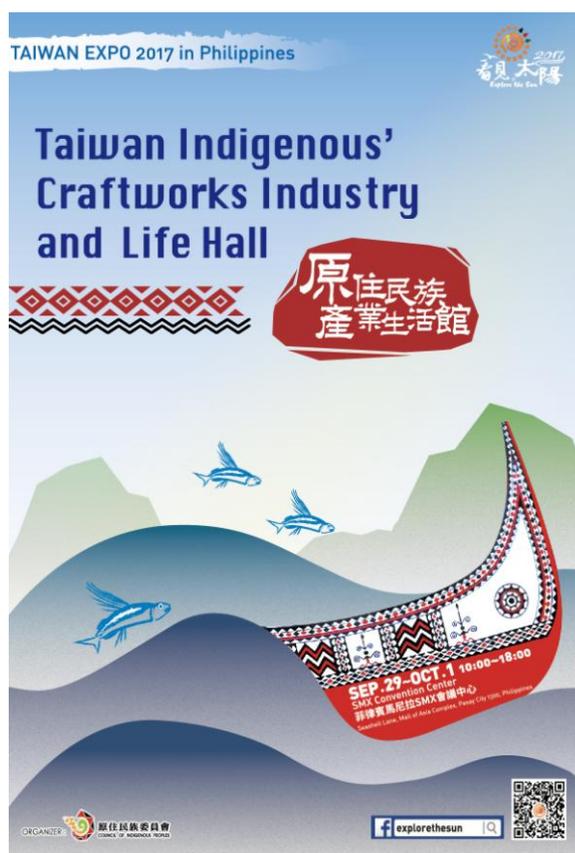


圖 1：本會 2017 年菲律賓臺灣形象展主視覺。

## （二） 展場設計：

展館架構以木作造形架構設計，並以專業環保安全材質，呈現整體精緻、大方之美感。為呼應本館各產業類型特性，於展館內大型背板上或懸掛三大產業品牌簡述及形象照片，並將展區分為大會服務區、舞臺活動區、洽談區、文創禮品區、農特產品區、生態旅遊產業區、儲物區等，再透過展館活動加強各區串流。

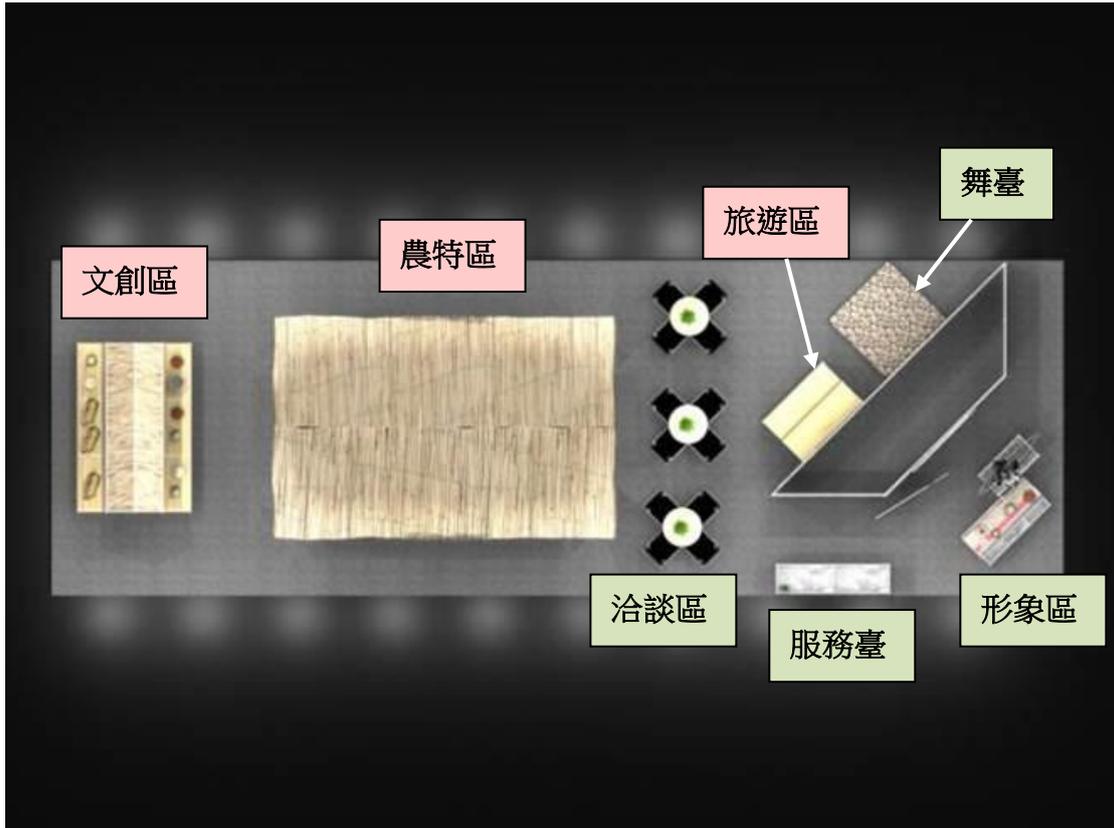


圖 2：本會攤位展場平面圖。

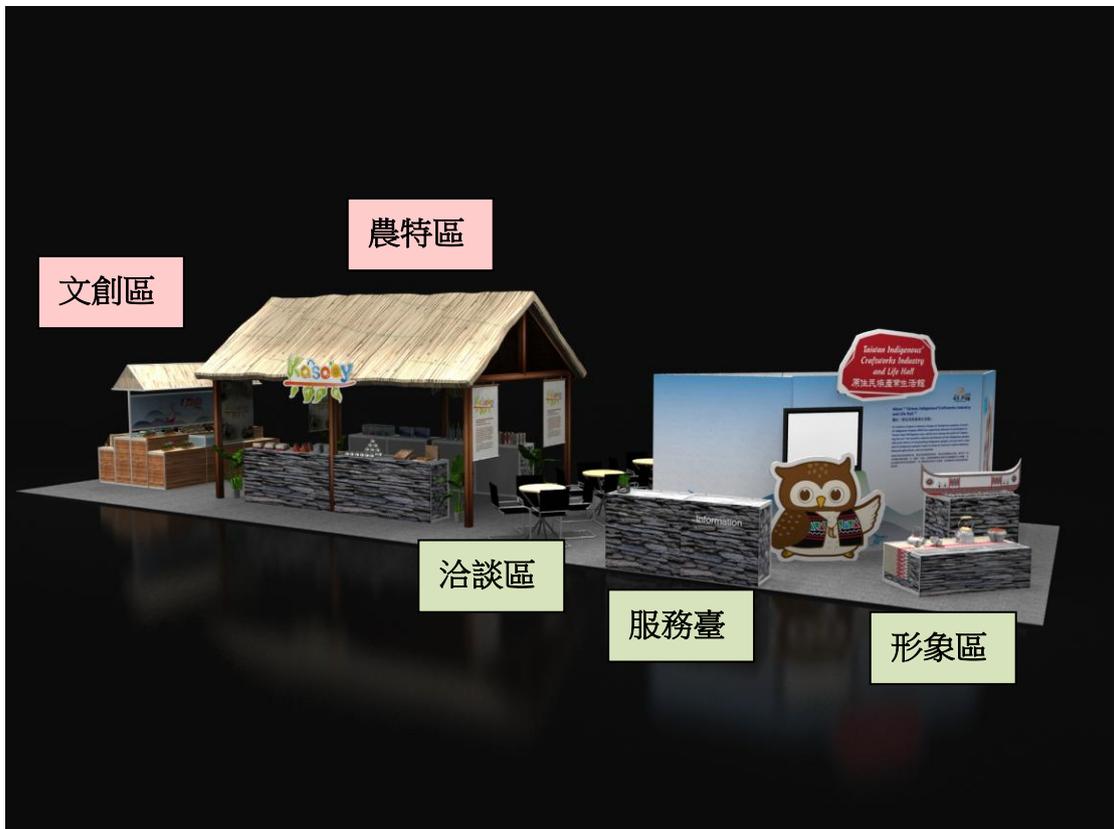


圖 3：本會攤位展場平面圖。

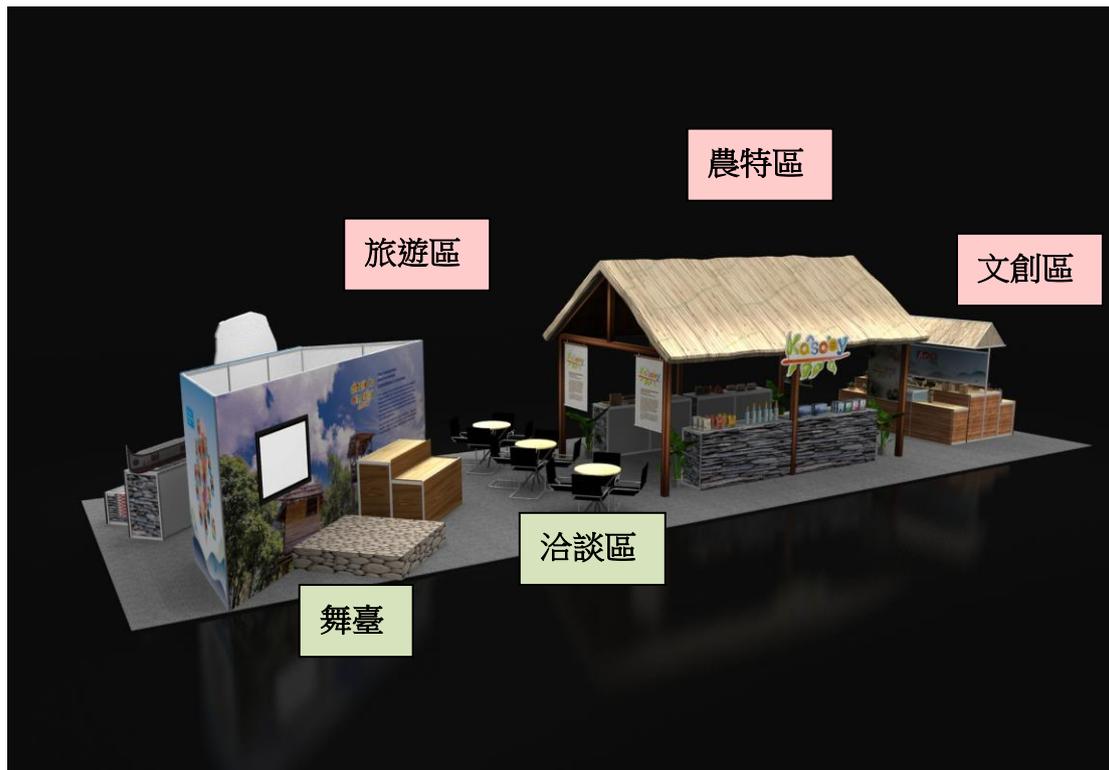


圖 4：本會攤位展場平面圖。

四、 活動規劃表：

09/29-10/01 展期舞臺活動			
10:30-10:45	主持人+部落小鷹集客 -展館導覽Q&A	主持人+部落小鷹集客 -展館導覽Q&A	主持人+部落小鷹集客 -展館導覽Q&A
11:30-11:45	主持人集客/千度琉璃& 山豬FUZU 商品推廣	主持人集客/千度琉璃& 山豬FUZU 商品推廣	主持人集客/千度琉璃& 山豬FUZU 商品推廣
12:30-12:45	主持人集客/蜻蜓雅築& 利希亞 商品推廣	主持人集客/蜻蜓雅築& 利希亞 商品推廣	主持人集客/蜻蜓雅築& 利希亞 商品推廣
13:30-13:45	主持人+部落小鷹集客 -展館導覽Q&A	主持人+部落小鷹集客 -展館導覽Q&A	主持人+部落小鷹集客 -展館導覽Q&A
14:30-14:35	主持人集客/阿米思!關山 原米! & 峰忠傳奇商品推 廣	主持人集客/阿米思!關山 原米! & 峰忠傳奇商品推 廣	主持人集客/阿米思!關山 原米! & 峰忠傳奇商品推 廣
15:30-15:45	主持人+部落小鷹集客 -展館導覽Q&A	主持人+部落小鷹集客 -展館導覽Q&A	主持人+部落小鷹集客 -展館導覽Q&A
16:30-16:45	主持人集客/原風禮坊& 屏北旅遊 商品推廣	主持人集客/原風禮坊& 屏北旅遊 商品推廣	主持人集客/原風禮坊& 屏北旅遊 商品推廣
17:30-17:45	主持人+部落小鷹集客 -展館導覽Q&A	主持人+部落小鷹集客 -展館導覽Q&A	主持人+部落小鷹集客 -展館導覽Q&A



(二) 主題特刊：

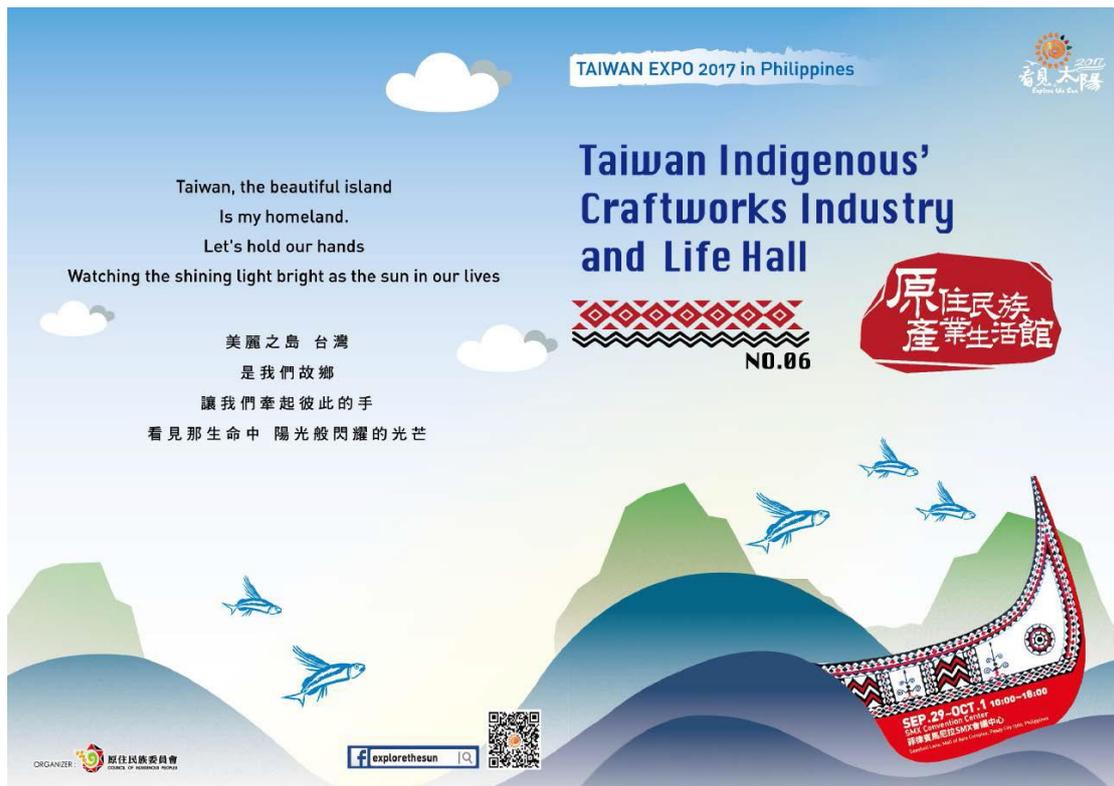


圖 5：特刊封面及封底



圖 6：特刊 Ayoï 品牌內頁，中英文簡介。

### Cheng-Du Glass Studio 千度琉璃

No.122, Bao' an 6th St., Nantun Dist., Taichung City 408, Taiwan  
 +886-932-318-050  
<https://www.facebook.com/ohina.glass>  
 g0931550288@gmail.com



鑽入琉璃世界的李淑惠老師，以辛棄疾〈青玉案〉中「眾里尋他千百度，驀然回首，那人卻在燈火闌珊處。」一詞成立了「千度琉璃工作室」，夢想著「為世界做一件美艷的事」，花了8年的時間，以原住民族對大自然色彩美學的直覺，在工作室不斷地苦練及研究，透過高溫淬鍊，燒製出一顆顆晶瑩剔透的琉璃花珠。



部落的家門前有一大片的花園，而這些美麗的花朵在淑惠老師的記憶深處萌芽生根，開啟了老師對琉璃花珠的創作之路，關注台灣原住民族有關文化代表的花朵，並將代表花朵注入在玻璃世界，每一顆琉璃珠美妙的花藝，都在訴說著獨一無二的故事，同時傳遞著對母親的思念。

After throwing herself into the world of glazed beads, Yuri Tumi established Cheng-Du Glass Studio, with the name inspired by a poem (Green Jade Table) by Xin Qiji: "But in the crowd once and again, I look for her in vain. When all at once I turn my head, I find her there where lantern light is dimly shed." Yuri dreams of doing something beautiful for the world. As a Taiwan indigenous people, she possesses an aesthetic instinct for colors in nature and has spent 8 years in the studio practicing and looking for how to make advance in the fabrication processes used on glazed beads at high temperature.

圖 7：特刊內頁-參展業者（文創產業類）品牌介紹，中英文簡介。



### Tasty Food and Featured Agricultural Products : Ka^so'ay

"Ka^so'ay" stands for "very tasty, very delicious" in Amis language. Here, Ka^so'ay demonstrates the most natural, and healthy food of indigenous people. We heartwarmingly invite you to savor the unique and authentic aboriginal flavor. You can experience all the dedicated efforts and would be deeply impressed by the most authentic indigenous taste and styles. Welcome and taste the "indigenous villages-good eats".

### 美食與農特產品牌 - 呷所愛 Ka^so'ay

「Ka^so'ay」在阿美族語中有「很美味、很可口」的意涵，Ka^so'ay 將呈現原住民族最天然、最健康的在地食材，讓您品味獨一無二的原民風味，促使每一分努力耕耘的用心，得以用原鄉最親切的味道深深感動及傳遞原鄉風貌，品嚐「部落·好食光」。





圖 8：特刊 Ka^so'ay 品牌內頁，中英文簡介。



圖 9：特刊內頁-參展業者（農業類）品牌介紹，中英文簡介。



圖 10：特刊 Uhtan'e ho mimimiyo 品牌內頁，中英文簡介。

### Ecotourism In Northern Pingtung 屏北旅遊

+886-905-097-800  
http://i-pingtung.mmweb.tw/  
twcoip016@gmail.com




Sandimen, Majia, and Wutai Townships located in northern Pingtung County embrace scenic landscapes and serene environments because of their geomorphology. They present a majority of mountainous and forestry landscapes of Pingtung County. To integrate the tourism plans and characteristics of the three townships, a brand image of "Northern Pingtung Tourism" has been established. Through construction of brick-and-mortar stores, visitors can purchase products conveniently. In addition, the travel plans of villages in the three townships have been incorporated to promote local industries through comarketing.

屏北地區位於屏東縣北端，主要為三地門鄉、瑪家鄉及霧台鄉等地區，其環境資源因地貌影響，風景秀麗，環境幽雅，為屏東縣重要山林景觀區。為整合屏北三鄉遊程及特色商品，乃建立「屏北旅遊」形象品牌，並透過實體賣店的成立，提升遊客購買之便利性，並結合屏北三鄉各部落之遊程，共同行銷推廣屏北三鄉在地產業。



**Release your wrath**  
Welcome to Vajjulu village → archery experience → Local meal in Talamakau village → Experience of boxing → Tour in Talamakau village → Present certificates (Northern Pingtung Village Warrior Internship Certificate)

**洩憤超有感**  
馬兒部落巡禮→射箭體驗→青葉部落風味餐→拳擊場體驗→青葉部落巡禮→頒發證書(屏北部落勇士-實習證書)




**Refuse to suffer**  
Day 1: Guchuan Bridge → Local meal in Kabaletradhane village → Taste wild alyu jelly or mellow Wutai coffee → Roam in Wutai village → Health-promoting meal of Wutai village and natural herbal tea → Characteristic indigenous B&B  
Day 2: Collection and manufacturing of traditional food (cinavu) → Local Rukai meal → Roam in Kabaletradhane village

**拒當甘英人**  
DAY1: 谷川大橋→神山部落風味餐→品嚐野生愛玉或香醇霧台咖啡→漫遊霧台部落→霧台養生餐與天然香草茶→特色原民風味民宿  
DAY2: 傳統食物採集與製作(百納富)→享用魯凱風味餐→漫遊神山部落



44

圖 11：特刊內頁-參展業者（生態旅遊類）品牌介紹，中英文簡介。

(三) 創意贈品：行李吊牌。



### 參、心得與建議

一、 本次為本會首次赴菲律賓參展，為了解菲律賓業者及民眾對本展館及臺灣原住民族產業之看法，故作問卷調查菲律賓當地的市場需求、消費者習性及喜好，其結果重點分析如下：

- (一) 36.9%購買過臺灣原住民族文創商品， 32.2%購買過農特產品，28.5%曾至臺灣進行部落踩線。
- (二) 91.6%喜歡「整體設計規劃」，96.3%對館內原住民族的「文創商品」有興趣， 88.8%對「農特產品」有興趣，87.9%對「部落旅遊」有興趣。
- (三) 本館內展售人員對於商品的解說，92.4%認為對「認識原住民族商品」有幫助， 89.7%認為對「瞭解原住民族產業」有幫助。
- (四) 36.9%對「千度琉璃」印象最深刻，其次為「阿米思！關山原米！」及「一粒工作室」；彙整結果以「原民文創品牌」居多，其次依序為「美食與農特產品」及「部落旅遊」。
- (五) 31.8%有直接下訂展場商品，以下訂「千度琉璃」居多，其次為「一粒工作室」及「原風禮坊」；彙整結果以「原民文創品牌」居多。
- (六) 79.4%表示「公司有意願購買臺灣原住民族商品」，以文創品牌最受青睞；最能吸引公司購買臺灣原住民族商品的方式以「產品品質」為主。

二、 謹就本次參展，提供下列建議，供未來參與本展或其他相關會展參考：

- (一) 展前應事先調查當地市場環境，了解當地投資條件，以針對不同的目標客群採取相對應行銷策略。如菲律賓積極發展農業，其農業產值占國內生產毛額 11.3%，故在農業方面合作發展空間大，可就農林漁牧產業，選擇有利產品項目在菲律賓投資或拓銷。
- (二) 菲律賓以英語及菲律賓語為官方語言，本展聘用 7 位當地翻譯人員及具英語能力的活動主持人，使業者與觀展者得以溝通，並促成實質交易，提高商貿合作機會。
- (三) 本年度會展活動代言人-部落小鷹，廣受菲律賓民眾歡迎，除提供民眾拍照及互動之外，可藉由吉祥物的推廣，吸引民眾瞭解在地特色、文化、產業。

#### 肆、 參展照片



圖 12：106/9/29 展覽第一天本會經濟發展處蔡妙凌副處長與參展業者合照。



圖 13：原住民族產業生活館形象區。



圖 14：本年度會展活動代言人-部落小鷹與參展民眾合照。



圖 15：消費者至原風禮坊購買馬告鳳梨酥情況。



圖 16：參展業者-峰忠傳奇 Patagilj 展售紅藜、洛神、小米。



圖 17：集客活動-主持人推廣山豬 FUZU 工坊商品。



圖 18：集客活動-主持人推廣屏北旅遊商品。



圖 19：當地翻譯人員。