

出國報告(出國類別：其他)

## 參與馬來西亞臺灣形象展 Taiwan Expo

服務機關：原住民族委員會

姓名職稱：經濟發展處 科長 潘柔安

派赴國家：馬來西亞吉隆坡(Kuala Lumpur, Malaysia)

出國期間：106年11月8日至11月11日

報告日期：108年3月29日

## 摘要

本會為促進原住民族經濟產業發展，推動「原住民族經濟產業發展4年計畫(103年至106年)」，致力於發展原住民族知識創意經濟、研發增值應用創意經濟、建構通路環境及培力關鍵人才，至今已培育出許多新興之原住民族特色產業及優質業者。又為提升原住民族產業曝光度、鼓勵近年受輔導之業者利用多元管道方式行銷產品及服務，輔以本會創立原住民族文化內涵三大品牌：原住民族文化創意形象品牌「Ayoï阿優依」、原住民族部落生活旅行品牌「uhtan'e ho mimimiyo」、原住民族部落美食品牌「Ka^so' ay呷所愛」，本會提供各項行銷資源協助業者積極參與各式會展，例如：旅展、美食展、禮品展…等。

鑑於原住民族業者產品及服務已日益成熟，為提升業者之國外行銷能力、拓展國際市場，並響應我國「新南向政策」，本會率業者參與由經濟部國際貿易局委託中華民國對外貿易發展協會於菲律賓、馬來西亞等新南向國家辦理之「臺灣形象展(Taiwan EXPO)」，呈現臺灣整體優質產業與多元特色之形象。本次參與馬來西亞臺灣形象展(2017 Malaysia Taiwan EXPO)，除吸取外貿協會豐富國際展會經驗以外，並鼓勵原住民族業者測試產品之國際接受度，以評估國際市場進入之模式，期奠定原住民族產業之國際行銷基礎，帶來多元新商機。

## 目 次

壹、 計畫目的.....	3
貳、 臺灣形象展辦理過程.....	5
參、 臺灣形象展心得與建議.....	12
肆、 活動照片.....	14

## 壹、目的

原住民族委員會自103年起以「經濟基礎」、「文化傳承」、「環境永續」為出發點，期望為部落找到文化傳承之經濟基礎，在從事經濟活動中達成文化傳承及環境永續之使命，擬定103至106年的原住民族經濟產業發展4年計畫，積極推動原住民族知識發展創意經濟、研發與加值應用、通路環境建構與關鍵人才培力等實施方案，以突破青壯人口外移、缺乏專業人才、產業發展條件受限等發展瓶頸。至今已成功扶植地方15個區域型的產業示範區、亦培育出許多新興之原住民族優質業者，遍及特色農業、生態旅遊、文化創意產業及部落溫泉等產業。

又為提升原住民族產業整體形象及曝光度，鼓勵近年受輔導之業者利用多元管道方式行銷產品及服務，本會近年來協助業者積極參與不同產業類型展會，並針對不同產業類別形塑三大特色品牌：原住民族文化創意形象品牌「Ayo! 阿優依」、原住民族部落生活旅行品牌「uhtan'e ho mimimiyo」、原住民族部落美食品牌「Ka^so' ay 呷所愛」，逐步於各類展會(如旅展、美食展、禮品展等)塑造出原住民族優質產業形象。

查中華民國對外貿易發展協會(以下簡稱貿協)106年度於新南向國家(印尼、越南、菲律賓及馬來西亞)規劃辦理「臺灣形象展(Taiwan EXPO)」，以「經貿合作」、「人才交流」、「資源共享」與「區域鏈結」等4大面向為目標，以B2B為主，B2C為輔的模式，進軍東協國家。2017馬來西亞台灣形象展，是臺灣首度在馬來西亞舉辦大規模展覽，期望透過本次會展呈現出臺灣的軟實力和整體印象，展區以清真產品、綠能科技、人才教育、觀光文化、台灣精品、新創電商、健康醫療等7大主軸作規劃，共有180家廠商參與，呈現超過5千項臺灣的產品與服務。

鑑於原住民族業者產品及服務已日益成熟，為提升業者之國外行銷能力、拓展國際市場，並響應我國「新南向政策」，本會率業者參與由經濟

部國際貿易局委託貿協於菲律賓、馬來西亞等新南向國家辦理之「臺灣形象展(Taiwan EXPO)」，呈現臺灣整體優質產業與多元特色之形象，期拓展東南亞市場之國際行銷通路，推廣原住民族優質品牌國際形象，促進原住民族經濟產業發展。

本會本次以「原住民族產業生活館(Taiwan Indigenous' Craftwork Industry and Life Hall)」參展，融合「Ayo! 阿優依」、「uhtan'e ho mimimiyo 歡迎到部落漫遊」、「Ka^so' ay 呷所愛」三品牌，將原住民族文創、部落旅遊、美食品牌一同呈現。本次展覽集結了6名文創業者、3名特色農業業者、6名部落旅遊業者的特色產品，例如：磊勒丹·巴瓦瓦隆Reretan·Pavavaljung融合自己在部落與城市間生活的經驗，以奇思異想描繪出一系列關於排灣族斜坡上的故事，轉印於衣飾上，將鮮活跳動的色彩悄然帶入生活之中；沐光奇跡有限公司將紫外線變色技術與明信片插畫結合，讓明信片成為旅行的文化指標，帶著旅客尋找部落旅行奇跡；FKUO山芙蓉茶葉是臺灣阿里山鄒族的茶葉品牌，也是一間茶品牌餐廳，遵循古法並專注每道工序，每一口都能品嚐茶的天然香氣，感受山林、土地的曼妙滋味；卡佛魯岸咖啡，來自大武山的精品咖啡，採有機栽種、人工採收、挑揀及分類的方式，獲獎眾多並持續精進追求高品質；眉溪部落朝著與自然和諧共存的生活模式努力，打造生態教育園區，讓訪客體驗在地的賽德克族生活經驗、蝴蝶谷生態，形塑環境友善的部落旅遊產業。

本次參展匯集來自臺灣各地的15家原住民族業者多年用心經營的產品及服務，包含文創商品、農特產品、生態旅遊路線，讓海外參展民眾有不一樣的五感體驗，整個展館以原住民族傳統建築瞭望台及石板屋意象設計，呈現台灣原住民族的獨特與多樣的風貌。

本會期透過此次在馬來西亞參展，除吸取經驗、測試原住民族相關商品之國際接受度外，更期待奠定相關產業國際行銷基礎，開發多元商機。

## 貳、臺灣形象展辦理過程

### 一、參與成員

本會代表：潘柔安科長

隨行業者(單位、品牌)：

- (一) 嘟順雷日原民精品館有限公司—TUSUNLEMU
- (二) 巫麥文化創意有限公司—巴德卡茲
- (三) 高吳惠琴原創藝術設計有限公司—高吳惠琴原創藝術設計
- (四) 阿笛丹文化藝術工作室—阿笛丹
- (五) 屏東縣原鄉藝文產業聯盟推廣協會—原選良品
- (六) 沐光奇跡有限公司—沐光奇跡
- (七) 武茶事業有限公司—FKUO山芙蓉茶葉
- (八) 茂泰生技(股)公司—卡弗魯岸咖啡 KA-VULUNGAN
- (九) 寶薌企業有限公司—藝之鄉臺灣原鄉紅藜產業
- (十) 南澳生態旅遊聯盟
- (十一) 財團法人臺灣原住民部落振興文教基金會

### 二、展覽期間

106年11月9日至11月11日

### 三、展覽地點

馬來西亞吉隆坡會展中心 Kuala Lumpur Convention Center

#### 四、策展主題及展場設計

此次參與「2017馬來西亞臺灣形象展」，本會設置「原住民族產業生活館Taiwan Indigenous' Craftworks Industry and Life Hall」，融合「Ayoï阿優依」、「Ka^so' ay呷所愛」、「Uhtan' e ho mimimiyo歡迎來到部落漫遊」三品牌，將原住民族文創、美食、旅遊品牌一同呈現。



展館設計係針對「臺灣在地原住民族形象」，設計原住民族產業生活館，以走入部落為主體設計，以石板屋、瞭望台等意象凸顯原住民族特色。展館架構以木作造形架構設計，輔以專業環保安全系統材質，整體設計以原住民族傳統融合現代，呈現精緻、大方之美感，區域規劃如：「文創、美食及旅遊三品牌區」、「大會服務專區」、「展館舞台形象區」、「品牌洽談區」、「多功能儲藏區」等，並透過展館活動加強各區串流。

展區區域功能說明如下：

##### (一)、 舞台形象區

融合策展主題，以原住民族特色建築搭建形象專區，並融合展會舞台，於整點時刻推廣原住民族產業特色及業者商品，不僅吸引參觀民眾的目光，更能夠透過氛圍營造，展現品牌商品之特色亮點。

##### (二)、 Ayoï阿優依文創品牌區

結合文創品牌業者，依其產品特性設計形象專區，除一同參展業者外，設計文創展臺，展示其它業者商品。

(三)、 Ka^so' ay 呷所愛美食與農特區

針對參與此次參展廠商分別設置區域，供業者展售其產品，同時進行產品試吃及試喝。

(四)、 Uhtan' e ho mimimiyo 歡迎來到部落漫遊

融合六大產業示範區特色規劃為旅遊品牌展區，並搭配臺灣地圖以圖示說明部落旅遊位置及特色。

(五)、 品牌洽談區

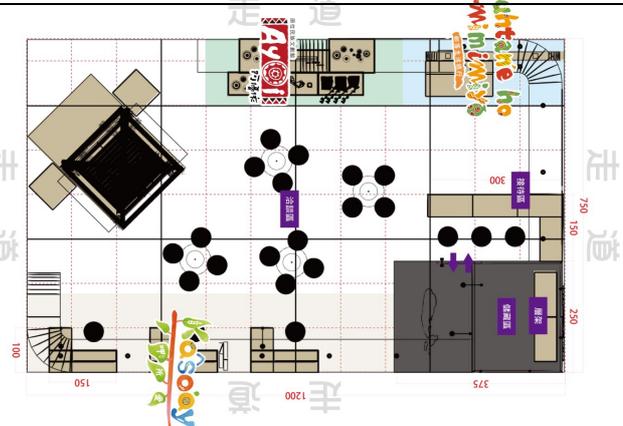
針對商業展覽規劃此空間，提供空間予供參展單位進行商品訂購。

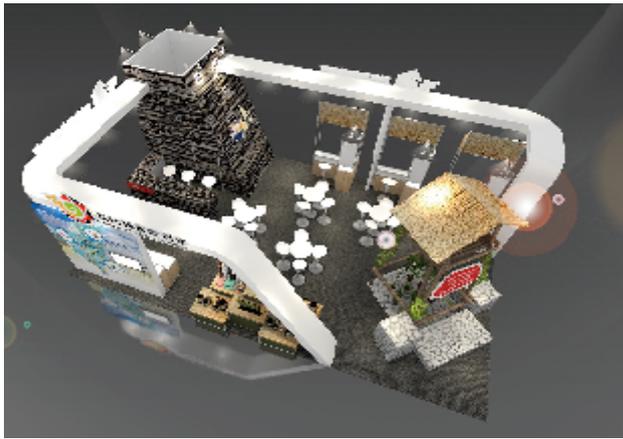
(六)、 大會服務區

大會服務區將提供民眾資訊服務，提供展館文宣，並提供活動兌獎區、問券填寫區。

(七)、 多功能儲藏區

展館內將設置獨立空間，供展會工作人員放置物品，並作為表演團隊、人員短暫休息的空間。文創展會多利用各商品展示櫃的內部空間來進行儲放。

	
展場設計3D示意立面圖1	展場平面設計圖



展場設計3D示意立面圖2



展場設計3D示意立面圖3



展場設計 3D 示意立面圖 4



大會服務區



文創及旅遊區



文創及旅遊區



美食與農特產專區



美食與農特產專區



舞台形象區



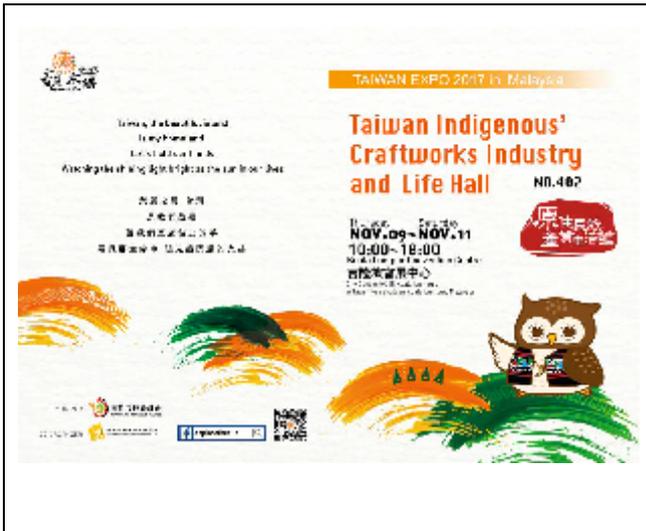
品牌洽談區



主題文宣設計 (A3)



主題文宣設計 (A3)



實體展覽手冊(中英雙語), 全彩印刷。

內容含展覽介紹、參展品牌資訊與產品介紹等，作為展場洽商、媒體推介等交流宣傳使用。



參展手冊內容-文創品牌及商家



參展手冊內容-文創品牌及商家



參展手冊內容-農特品牌及商家



參展手冊內容-農特品牌及商家



參展手冊內容-旅遊品牌及商家



參展手冊內容-旅遊品牌及商家



展場贈品1-  
部落小鷹手機支撐架



展場贈品2-  
部落小鷹磁鐵



展場滿額禮-  
部落小鷹束口後背帶

## 參、臺灣形象展心得與建議

為響應政府推動新南向政策，自106年5月起，中華民國對外貿易發展協會陸續於越南、印尼、菲律賓、馬來西亞等新南向政策國家辦理「臺灣形象展」，期望提升臺灣與東南亞地區的經貿合作。本次馬來西亞臺灣形象展係以企業對企業(B to B)為主，企業對消費者(B to C)為輔之展覽方式，為壓軸的最後一個會展，期望行銷台灣形象，拓展長期、多元、穩固的合作關係，共同拓展國際市場。

依據瑞士洛桑管理學院（IMD）2018年全球競爭力報告，馬來西亞的全球競爭力在接受評比之63個經濟體中名列第22位，主要原因係其經濟表現等排名逐漸上升，預期未來將會吸引更多外國投資。此外，貿協黃董事長志芳於受訪時亦表示，馬來西亞因交通區位優勢，成為東南亞海運通往中東地區的重要樞紐，因此對臺灣來說，將馬來西亞作為台灣形象展的最後一站，具有多項的指標性意義。

本會以「原住民族產業生活館」形象區參展，總計有15家原住民族業者參展，其中許多業者係由「臺灣原住民族精實創業輔導計畫」輔導創業的，會展三天之銷售額總計估為新臺幣157萬餘元整(現場銷售金額7萬9千餘元、後續預計洽購訂單銷售額150萬餘元)，經問卷調查統計，公司產業類別以貿易商（19%）居多，其餘皆低於一成；公司所在地區以吉隆坡(52%)居多，其次為雪蘭莪(26%)，其餘地區占比皆低於5%。另，計有45.0%受訪者表示之前曾買過臺灣原住民族相關商品，其中包含28.4%曾經至臺灣原住民族部落進行旅遊踩線最多。

有直接下訂展場商品者佔18.7%，以下訂「原選良品」（8.4%）及「FKUO山芙蓉茶業」（8.2%）居多。若以三大品牌分類彙整，依序以「原民文創品牌」居多，其次為「美食與農特產品」及「部落旅遊」。

本會本次是第一次赴馬來西亞參展，期待透過參加本展，一方面為測試水溫，將原住民族文創、特色農業、生態旅遊推向國際舞台；一方面藉由協助原民業者參展，作觀摩及學習，借鏡其他優秀業者的經驗，作為未來創新的參考。

原住民族業者大多以商品零售方式作為販賣通路，往往也缺乏跨國貿易經驗，故參與B to B型態展會，後續面對國外訂單接洽常常遭遇到語言、貿易法規、關稅、航運等等障礙。因此，為使優質原民業者發展國際貿易所需知能，以有效拓展國際商機，建議辦理國際貿易及語言相關培訓課程，提升接洽或溝通能力。

本會歷年來透過「原住民族精實創業輔導計畫」、「原住民族產業示範區」等等計畫輔導原住民族業者，其商業模式、產品形塑皆逐步提升中，由從一級生產到二級加工生產至三級行銷加值，展望國際市場。惟因國際市場各有其需求、人文特性及消費導向，例如：清真認證(Halal Certification)等等，建議持續透過參展發掘國際市場需求，以促成實質交易，另外，亦可開發業者國際視野，作為提升本身產品之參考，相信更能創造品牌多樣性，提升臺灣原住民族品牌於國際能見度。

## 肆、活動照片

本會隨團業者向參觀買家介紹商品



部落小鷹現場互動

