

行政院所屬機關出國報告書  
出國報告（出國類別：商展業務）

2018 新加坡國際家具展&家居裝飾展  
參展成果報告書

服務機關：國立台灣工藝研究發展中心

姓名職稱：葉韋柏 館務員

派赴國家：新加坡

出國期間：107年3月7日至107年3月12日

報告日期：107年4月12日

列印 匯出

提要表

系統識別號：	C10700429					
相關專案：	與「新南向政策」相關					
計畫名稱：	2018新加坡國際家具展&家居裝飾展參展計畫					
報告名稱：	「2018新加坡國際家具展&家居裝飾展」參展成果報告書					
計畫主辦機關：	國立臺灣工藝研究發展中心					
出國人員：	姓名	服務機關	服務單位	職稱	官職等	E-MAIL信箱
	葉章柏	國立臺灣工藝研究發展中心		約聘人員		聯絡人vira@ncri.gov.tw
前往地區：	新加坡					
參訪機關：	2018新加坡國際家具展&家居裝飾展					
出國類別：	考察					
實際使用經費：	年度	經費種類	來源機關	金額		
	107年度	本機關	國立臺灣工藝研究發展中心	39,000元		
出國計畫預算：	年度	經費種類	來源機關	金額		
	107年度	本機關	國立臺灣工藝研究發展中心	39,000元		
出國期間：	民國107年03月07日 至 民國107年03月12日					
報告日期：	民國107年04月18日					
關鍵詞：	新加坡商展，新加坡國際家具展，IFFS					
報告書頁數：	36頁					
報告內容摘要：	新加坡國際家具展&家居裝飾展（IFFS/AFS）從1981年始辦，擁有超過三十年的展覽平台盛名，其中的「nook亞洲」專題展覽館，是將高品質且多元化的參展廠商另整合成一個主題展館，工藝中心2017年度首次規劃前往參展且成效良好，2018年再度參展，希冀促進台灣優質的工藝產業與國際市場實質經貿市場交易經驗，製造國際互動和媒合機會，以開拓國際市場，達到行銷介紹台灣優良工藝產與廠商，提升台灣國際形象之目的。本報告書內容為展務籌備工作至本中心人員帶領八家台灣工藝品牌家赴新加坡參展等實際狀況與執行心得。					
報告建議事項：	建議事項			狀態	說明	
	徵選具接单力與行動力的工藝品牌參與國際商展。			已採行		
	從「新加坡國際家具展」觀察東協國家的商展走勢。			已採行		
	評估台拍的商展並有計畫的參與才能穩固台灣工藝牌根基。			已採行		
電子全文檔：	C10700429_01.pdf					
附件檔：						
限閱與否：	否					
專責人員姓名：	洪文珍					
專責人員電話：	049-2334141 分機 329					

列印 匯出

## 報告書摘要

出國報告名稱：「2018 新加坡國際家具展&家居裝飾展」新加坡參展成果  
報告書

承辦機關：國立台灣工藝研究發展中心

出國人員：館務員 葉韋柏

出國類別：商展業務

出國地點：新加坡

出國期間：民國 107 年 3 月 7 日至 3 月 12 日

報告日期：民國 107 年 4 月 12 日

內容摘要：

一、任務內容：新加坡國際家具展&家居裝飾展（IFFS/AFS）從 1981 年始辦，擁有超過三十年的展覽平台盛名，其中的「nook 亞洲」專題展覽館，是將高品質且多元化的參展廠商另整合成一個主題展館，工藝中心 2017 年度首次規劃前往參展且成效良好，2018 年再度參展，希冀促進台灣優質的工藝產業與國際市場實質經貿市場交易經驗，製造國際互動和媒合機會，以開拓國際市場，達到行銷介紹台灣優良工藝產與廠商，提升台灣國際形象之目的。本報告書內容為展務籌備工作至本中心人員帶領八家台灣工藝品牌家赴新加坡參展等實際狀況與執行心得。

二、展出簡介：新加坡國際家具展&家居裝飾展（IFFS/AFS），為亞洲首屈一指的採購平台和設計主導型展會，目前仍然是東協區域和國際企業打入全球市場最有特色的管道，今年(2018)於 3 月 7 日至 3 月 11 日在新加坡博覽中心(Expo)舉辦，工藝中心承租 3 號館內 96 平方米的攤位，並以「舒適圈」為主題策展，公開徵選出八大工藝品牌共同赴新加坡展出，打造國家級形象館，讓來到商展會場的買家與觀眾感受到運用頂級工藝營造愉悅生活品質的最佳氛圍。

## 目 次

一、 計畫緣起	.....	3
二、 計畫目的	.....	3
三、 執行期間	.....	3
四、 工作執行規劃表	.....	3
五、 徵選品牌參展與評選工作	.....	5
(一) 徵選品牌參展辦法	.....	5
(二) 評選工作	.....	7
(三) 獲補助參展品牌名單及作品	.....	7
六、 參展工作	.....	9
(一) 策展主題理念	.....	9
(二) 展場規劃配置圖	.....	10
(三) 展覽執行過程	.....	11
(四) 參展品牌參展心得	.....	15
七、 工作心得與建議事項	.....	24
八、 附錄		
(一) 活動照片	.....	27
(二) 媒體報導列表	.....	35

## 一、計畫緣起：

新加坡國際家具展&家居裝飾展 (IFFS/AFS)，為亞洲首屈一指的採購平台和設計主導型展會，從 1981 年始辦，擁有超過三十年的展覽平台盛名，IFFS/AFS 目前仍然是東協區域和國際企業打入全球市場最有特色的管道，2017 年起始規劃的「nook 亞洲」專題展覽館，有亞洲新視野與新形象之意，將高品質且多元化的參展廠商另整合成一個主題展館，集結家具、室內裝飾配件、居家用品與工藝等精緻商品廠商參展，而 IFFS/AFS 原本就是吸引東盟和歐洲區最新的家具技術設備和居家設計用品採購者關注的市場，這些皆是本中心評估南向參展的重要指標。搭配大會展覽，也同時辦理各種家具設計獎、研討會議和發表活動，讓參展廠商與設計師有發表新創作品技術與吸收新知的交流空間。

本中心今年度再度規劃參展，希冀達到促進台灣優質的工藝產業與國際市場實質經貿市場交易經驗，製造國際互動和媒合機會，以開拓國際市場，達到行銷介紹台灣優良工藝產與廠商，提升台灣國際形象之目的。

## 二、計畫目的：

- (一) 藉由新加坡國際家具展，拓展台灣工藝設計精品之國際行銷通路、推廣台灣優質品牌國際形象。
- (二) 帶領廠商共同考察觀摩東協市場區勢與採購習慣，吸收主流設計方向並健全產品銷售後的永續服務內容，提升台灣工藝品牌競爭力。
- (三) 以國際媒宣活動推廣優質台灣工藝設計品牌，創造實質商機與營收並發揮文化創意產業高度經濟價值。

## 三、執行期間：

2017 年 12 月 1 日至 2018 年 5 月 30 日

## 四、工作執行規畫表：

### (一) 工作日程表

年/月 工作項目	2017 年 — 2018 年							
	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月
一、計畫書擬定								

二、參展場地承租、展場設計規劃委託									
三、共同參展之台灣工藝設計品牌徵選									
四、推廣文宣資料設計印刷人員展前訓練									
五、行前說明會與記者會									
六、新加坡展展出									
七、國外差旅費補助款核銷作業									
八、驗收核銷及結案									
九、產值追蹤與檢討									

(二) 細項工作執行日程表

工 作 項 目		工作完成時間
籌備期	檢討參展辦理方式與必要性	2017年4月
	蒐集資料與計畫提報核定	2017年5月
	商展場地預定	2017年6月
	展覽計畫簽核與預算簽證	2017年11月底
徵選參展廠商	廠商徵選方式與簽核	2018年10月8日-10月20日
	公告徵選參展廠商簡章內容	2017年10月25日-12月8日
	截止收件與報名表綜整	2017年12月9日-12月20日
	徵選廠商評審工作	2018年1月3日
	徵選結果公告	2018年1月8日
	辦理獲補助廠商合約簽定	2018年1月9日-1月12日
委託採購案評選	展場服務與設計施作委託採購案簽核	2017年12月24日
	委託採購案公告	2017年12月5日-12月26日
	委託採購案評選工作	2018年1月3日
	委託採購案得標廠商議價簽約	2018年1月12日
	展場各式視覺設與平面印刷物校正	2018年1月12日-2月20日
	媒體宣傳稿校稿	2018年1月12日-2月28日
	展場空間規劃修正	2018年1月18日-2月20日
赴新加坡	行前記者會與參展說明會	2018年2月27日
	赴新加坡佈展	2018年3月7日-3月8日
	展出工作	2018年3月8日-3月11日
	參展商與買主之夜活動	2018年3月9日

參 展	商展成果整理與卸展工作	2018年3月12日
	展畢參訪與返程	2018年3月12日-3月14日
結 案 核 銷	獲補助參展廠商結案報告繳交與核銷	2018年3月24日-4月12日
	獲補助參展廠商資料登錄獎補助系統	2018年4月12日
	委託服務採購案驗收與核銷	2018年4月12日-5月2日
	承辦人員差旅費核銷	2018年4月12日
	撰寫出國報告與簽核	2018年3月20日-4月25日
	出國報告上網登錄	2018年5月7日

## 五、徵選品牌參展辦法與評選工作：

### (一) 徵選品牌參展辦法

工藝中心為帶領台灣優質工藝廠商打入此平台，特籌劃設計台灣工藝主題館(總面積96m<sup>2</sup>)，全部展區及公共區之規劃由本中心統籌進行，展場以展現台灣精緻工藝為主題精神，凡台灣地區所生產自然素材製成的創意作品均可參展，類別包括：竹、木、紙、織品、天然纖維、漆、陶瓷、玻璃、石材、金工、皮革等。而為確保參展作品的主題適切性和水準，欲獲得參展補助之廠商須經過本中心評選通過後方可共同前往參展，並需配合本中心所設計規劃之攤位格式、參加本展說明會、行前記者發表會，並遵守本次參展補助規則和商展大會規定。

預定徵集參展廠商數量為7~8家，視徵展實際情況進行調整，本中心保有最後之決定權，得依評選結果調整參展廠商場地分配，本中心亦保有入選之參展廠商參展品之最後決定權。徵選對象以在國內合法登記成立之文創品牌業者為主，含公司及工作室等，產品需為可量產或少量生產者，並需可獨立接受國外訂單之服務能力。申請參展者得提交報名文件，由本中心邀集專家學者召開評選會進行書面資料審查。徵選簡章與報名表由本中心擬訂並於2017年10月30日於本中心網站公告，於2017年12月8日截止收件。

#### 1.徵選對象

以在國內合法登記成立之文創品牌業者為主(含公司及工作室等)，產品需為可量產或少量生產者，並需可獨立接受國外訂單之服務能力。

#### 2.參展費用說明：

廠商自籌項目	本中心補助項目
--------	---------

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 廠商參展展品之保險及來回運輸費用。</li> <li>2. 機票訂購之差額費用。</li> <li>3. 其餘不在本中心所列補助項目之費用。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 展場場租與展出期間各種水電支出。</li> <li>2. 展場整體形象設計、施工及裝潢、公共設備等費用。</li> <li>3. 展會整體形象宣傳文宣設計製作。</li> <li>4. 整體形象宣傳推廣活動規劃及媒體宣傳費用。</li> <li>5. 參展廠商代表之往返機票（詳「七、參展補助」）。</li> </ol>
<p>備註</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 參展廠商之展品及展出方式由本中心進行整體設計規劃。</li> <li>2. 申請者即視同承認本案之相關規定，若入選者於簽訂合約前因申請者因素中途退出本案，本中心將遞補備取之參選者；簽約後退出者依合作契約規範辦理。</li> </ol>	

### 3.參展補助內容與核銷方式：

項目	說明
機票（一人）	<ol style="list-style-type: none"> <li>一、台灣-新加坡來回經濟艙飛機票（含稅），核實支付，以新台幣2萬元為上限。</li> <li>二、依「行政院及所屬機關軍公教人員因公出國搭乘本國籍航空班機作業」規定，請參展廠商購買本國籍航空之班機，否則不予補助。</li> </ol>
核銷事項	<ol style="list-style-type: none"> <li>一、參展廠商須於參展返台後於契約期限內，檢附領據、原始支出憑證（登機證、購票紀錄或旅行社代收轉付憑證）、匯款帳號及成果報告書等文件予本中心辦理費用核銷事宜。</li> <li>二、參展廠商應委派公司代表（至少一名）參展，該人員須配合展會時間準時到場，並全程參與現場商談及宣傳活動，如有無故缺席或其他不配合之事項，則本中心將視情況保有是否給予補助之最終決定權。</li> <li>三、參展廠商需提供參展期間銷售數據及展會後二個月後續聯絡追蹤情形，每月由本中心連絡廠商展會聯繫人，請廠商確實提報。</li> </ol>



## (二) 評選工作

評選工作由本中心台北當代工藝設計分館擬定委員名單後，經本中心主任勾選，並依序徵詢委員出席意願後核定委員會成員。評選會議於 107 年 1 月 3 日下午於本中心台北分館召開，由本中心許主任耿修擔任召集人、本中心台北當代工藝設計分館許分館長峰旗擔任副召集人，三位外聘委員分別為：財團法人台灣創意設計中心張光民總顧問、財團法人台灣創意設計中心林鑫保副執行長、頑石文創開發顧問有限公司創意程湘如總監。評選標準如下：

品牌 25%	品牌理念表達程度及經營績效（可列舉曾參與過之國際會展經歷與接單統計量化表）、公司或工作室介紹（包含公司過去營利狀況）。
參展品 40%	產品工藝性、設計性、原創性、完成度、設計理念表達程度以及國際市場吸引力（包括作品曾參與過、被提名、獲選之國際獎項）。
國際拓展企圖心 35%	參展積極度、配合度、具開拓東協市場企圖心與願景

五位評選委員在詳閱所有投件徵選品牌報名表後逐一討論後，審慎決議補助參展品牌名單。

## (三) 獲補助參展品牌名單與作品

### 1. 獲補助參展品牌名單：

序號	公司名稱	品牌名稱
1	台蘭工坊	台灣手蘭
2	財團法人水源地文教基金會	太平藍
3	穆德設計團隊有限公司	穆德設計
4	壹一木設計有限公司	壹一
5	江口股份有限公司	江口設計
6	木趣設計工作室	木趣設計
7	格瑋國際有限公司	格瑋
8	大器創意有限公司	大器創意

### 2. 參展作品圖錄



**eguchitoy's**

eguchitoy toys 以「wooden animal toys 動物玩具」為主題，以自然、環保、安全、益智為設計理念，將動物造型與玩具設計相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。eguchitoy toys 動物玩具系列，包括：動物造型的玩具、動物造型的玩具、動物造型的玩具...

**紙子鳥 Mobile bird - Pelican**

紙子鳥系列之紙子鳥，是將紙張與木質材料相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。eguchitoy toys 動物玩具系列，包括：動物造型的玩具、動物造型的玩具、動物造型的玩具...

**木鳥籠 - 海鷗 Mobile bird - Seagull**

木鳥籠系列之木鳥籠，是將木質材料與紙張相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。eguchitoy toys 動物玩具系列，包括：動物造型的玩具、動物造型的玩具、動物造型的玩具...

**動物高椅 Animal High Chair**

動物高椅系列之動物高椅，是將動物造型與高椅相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。eguchitoy toys 動物玩具系列，包括：動物造型的玩具、動物造型的玩具、動物造型的玩具...

**圓形木椅 Kid's Bench**

圓形木椅系列之圓形木椅，是將木質材料與圓形造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。eguchitoy toys 動物玩具系列，包括：動物造型的玩具、動物造型的玩具、動物造型的玩具...

**長扶手椅 Arm Bench**

長扶手椅系列之長扶手椅，是將木質材料與長扶手造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。eguchitoy toys 動物玩具系列，包括：動物造型的玩具、動物造型的玩具、動物造型的玩具...





**音樂盒 Music Box**

音樂盒系列之音樂盒，是將木質材料與音樂盒造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。eguchitoy toys 動物玩具系列，包括：動物造型的玩具、動物造型的玩具、動物造型的玩具...

**mufu**

mufu design studio

**木趣設計 MUFUN**

木趣設計系列之木趣設計，是將木質材料與木趣設計造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。mufu design studio 木趣設計系列，包括：木趣設計造型的玩具、木趣設計造型的玩具、木趣設計造型的玩具...

**木鳥籠系列**

木鳥籠系列之木鳥籠，是將木質材料與木鳥籠造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。mufu design studio 木鳥籠系列，包括：木鳥籠造型的玩具、木鳥籠造型的玩具、木鳥籠造型的玩具...

**木質動物公仔系列 Wooden Zodiac Figures Series**

木質動物公仔系列之木質動物公仔，是將木質材料與木質動物公仔造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。mufu design studio 木質動物公仔系列，包括：木質動物公仔造型的玩具、木質動物公仔造型的玩具、木質動物公仔造型的玩具...

**GEWAY**

格緯 GEWAY

格緯系列之格緯，是將木質材料與格緯造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。GEWAY 格緯系列，包括：格緯造型的玩具、格緯造型的玩具、格緯造型的玩具...

**晶竹燈籠 PING-CHU Lantern**

晶竹燈籠系列之晶竹燈籠，是將晶竹材料與燈籠造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。PING-CHU Lantern 晶竹燈籠系列，包括：晶竹燈籠造型的玩具、晶竹燈籠造型的玩具、晶竹燈籠造型的玩具...

**小籠台 LINEUP Candlestick**

小籠台系列之小籠台，是將木質材料與小籠台造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。LINEUP Candlestick 小籠台系列，包括：小籠台造型的玩具、小籠台造型的玩具、小籠台造型的玩具...

**小籠燈 LINEUP Night Light**

小籠燈系列之小籠燈，是將木質材料與小籠燈造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。LINEUP Night Light 小籠燈系列，包括：小籠燈造型的玩具、小籠燈造型的玩具、小籠燈造型的玩具...

**依寶燈籠 (手工藤編器) Leanoon Lantern (Rattan)**

依寶燈籠系列之依寶燈籠，是將手工藤編器與燈籠造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。Leanoon Lantern (Rattan) 依寶燈籠系列，包括：依寶燈籠造型的玩具、依寶燈籠造型的玩具、依寶燈籠造型的玩具...

**依寶燈籠 (金屬藤編器) Leanoon Lantern (Iron)**

依寶燈籠系列之依寶燈籠，是將金屬藤編器與燈籠造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。Leanoon Lantern (Iron) 依寶燈籠系列，包括：依寶燈籠造型的玩具、依寶燈籠造型的玩具、依寶燈籠造型的玩具...

**DADICONCEPT**

大器創藝 DADICONCEPT

大器創藝系列之大器創藝，是將木質材料與大器創藝造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。DADICONCEPT 大器創藝系列，包括：大器創藝造型的玩具、大器創藝造型的玩具、大器創藝造型的玩具...

**鳥籠系列**

鳥籠系列之鳥籠，是將木質材料與鳥籠造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。DADICONCEPT 鳥籠系列，包括：鳥籠造型的玩具、鳥籠造型的玩具、鳥籠造型的玩具...

**鳥籠系列**

鳥籠系列之鳥籠，是將木質材料與鳥籠造型相結合，創造出既可愛又有趣的動物玩具。DADICONCEPT 鳥籠系列，包括：鳥籠造型的玩具、鳥籠造型的玩具、鳥籠造型的玩具...

## 七、參展工作

### (一) 策展主題理念

工藝中心以「舒適圈・comfort zone」為主題策劃 96 平方米的台灣形象館，納括來自八家頂級精品工藝品牌的作品，展區整體挑高穿透，用高質感

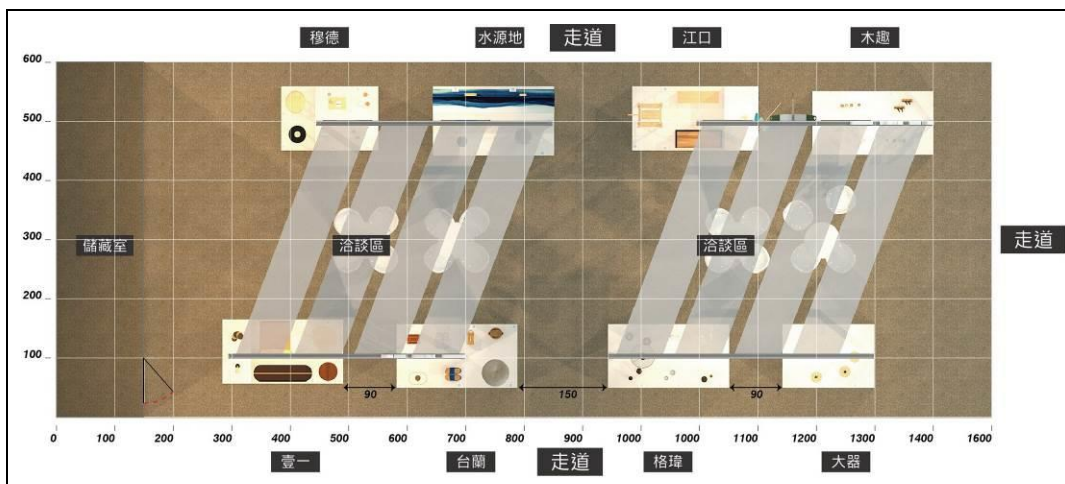
和暖米色系為主視覺營造愉悅的生活氛圍，底圖飾以各種工藝材紋路質變化而成的圓形圖樣，中央「舒適圈」二字搭配上無限大的符號，隱含著我們所提供的商品讓您的生活無限愉悅可能，四周分佈的各種圓分別代表不同自然素材，包含石材、染織、竹、木頭、金工等，透過這些材質創造出最台灣精緻工藝商品，帶給國際買家無限的驚豔感。展場空間也用手工質感的斜布來呼應本次的展出作品，讓來到展館的觀眾能有回到自己最熟悉場域般自然舒適，想忍不住即刻把現場的精品工藝帶回去佈置成最美麗的景緻，與親愛的家人朋友共享。

本次透過公開徵選而獲補助參與展出的優質廠商團隊包括有：獲台灣國際創新發明暨設計金獎肯定的「台灣手蘭」、多次榮獲臺中市十大伴手禮首獎及評審團大獎的「太平藍」、採用對環境負擔最小的材料與製程的「壹一」木設計、發展各式原創蒙特梭利相關教材的「江口設計」、獲台灣文博會文創精品獎的「穆德設計」、致力於將木頭樂趣極大化並融入臺灣生態特色的「木趣設計工作室」、擁有多屆臺灣優良工藝品-良品美器獎認證的「格瑋 GEWAY」與獲義大利 A' Design Award 銀獎的「大器創意」等八家工藝品牌。

每個品牌皆提出約 6-15 組的精美作品展出，考量各品牌都有其特殊的產品調性，展櫃設計就以統合性高的鐵灰與白為主，飾以染織色彩織品的斜掛和垂直作為分隔設計，統一以標誌上各品牌的 Logo，展現順暢的動線和視覺秩序，各品牌則發揮自己的陳列創意在各自的展櫃上，本中心期許新加坡國際家具展能促進台灣優質工藝產業與國際經貿市場的接軌，開拓更寬廣的合作面向，並再次刷亮台灣頂級工藝精品形象。

## (二) 展場規劃配置

展區共規劃五大功能，包含儲藏空間、洽談空間、產品展示區以及服務台，本次展場設計採開放空間之展場動線規劃，以人性化、流暢及無障礙之動線設計規劃，並以參觀舒適度及安全性原則設計。





展櫃相對位置與實際效果模擬3D圖

### (三) 展覽執行過程

#### 1. 行前記者會：

為讓台灣媒體瞭解本次工藝中心籌畫前往新加坡參與商展的意義

與八家參展品牌作品的新創特色，特於展前一週 2 月 27 日（二）上午 10：30 至 11：30，於本中心台北當代工藝設計分館 7 樓國際會議廳舉辦行前記者會，記者會流程表如下。

時間	流程	內容
10:10-10:30	歡迎入場	貴賓及媒體請簽名換證入場 流程主持人：蘇俞卉小姐
10:32-10:35	介紹主辦單位 及 與會貴賓	國立台灣工藝研究發展中心主任許耿修先生 國立台灣工藝研究發展中心台北分館許峰旗分館長
		介紹參展廠商
	台蘭工坊 王佳渝專案經理	
	財團法人水源地文教基金會 葉晉玉董事長	
	穆德設計團隊有限公司 洪嘉聯總監	
	壹一木設計有限公司 設計師林怡萱	
	江口股份有限公司 莊建安經理	
	木趣設計工作室 沈士傑總監	
	格瑋國際有限公司 賴建源總監	
大器創意有限公司 杜函芳總監		
10:35-11:03	主辦單位致詞 及 參展作品介紹	國立台灣工藝研究發展中心主任 許耿修先生
		財團法人水源地文教基金會 葉晉玉董事長
		穆德設計團隊有限公司 洪嘉聯總監
		壹一木設計有限公司 設計師林怡萱
		江口股份有限公司 莊建安經理
		木趣設計工作室 沈士傑總監
		格瑋國際有限公司 賴建源總監
		大器創意有限公司 杜函芳總監
11:03-11:30	合照及聯訪	合照及媒體聯訪

## 2. 展前說明會

在展前記者會結束後即針對參展廠商召開展前說明會，由本中心台北分館業務承辦人向廠商說明展務執行注意事項，包含：新加坡與會展中心地理位置、出入關需知、交通與用電需知、展場配置圖、展覽勤務需知與展後核銷事項等，並再次確認所有人員班機、下榻旅館、通訊方式與佈展集合時間後散會。

### 3. 展場佈置與導覽培訓

展場設計與展場服務由本中心公開徵求服務建議書並評選過後，由佶歐國際設計公司得標(以下簡稱佶歐設計公司)。佶歐設計公司於 3 月 6 日即完成所有展場硬體施做內容，3 月 7 日下午 14 點至 18 點則請八家廠商攜帶作品至展場預行佈展，在逐一確認展櫃位置與電源位置後安裝插座。也因在展前一週即已將平面配置圖轉寄予八家廠商，並逐一進行溝通，盡可能的將展示台座高度、大小、色彩與燈源配置調整成大家實際所需狀態，因此在展場僅需依實際需求調整照明光線並協助「江口設計」吊掛鳥形作品、固定「大器創意」的懸掛勾鍊、「格璋」的懸吊燈飾與「太平藍」的壁掛時鐘，廠商們於展場倉庫中存放作品妥當後即可先返飯店休息。

本次參展經費約為 170 萬元，展覽攤位租金就佔了總預算的三分之一(約 60 萬元)，為擷節經費，工藝中心早於 2017 年參展時就已向大會預約展位，除了有更優惠的早鳥租賃價格外，也可先行挑選展位，此次位置落在 3 號館的橫向主軸道上，是一個三面開放式的展攤，展場規劃就保持三面開放式的優勢進行，用挑高穿透空間和強烈的主視覺印象先吸引眾人目光，讓原本就絡繹不絕人潮因展場的通透性和色彩親和度而走入展位內，可逐一地在每家品牌展櫃前觀賞作品。

工藝中心為展覽實際接單與洽商的順利，特聘請三位精通英文與馬來文的當地譯者為接待人員，展前一週也先將作品簡介文案寄予接待人員詳讀，3 月 8 日上午 9 點開展前，則請八家廠商負責人逐一向三位接待人員介紹作品特色和產品使用方法，並瞭解接單流程和機制，以利洽商過程的翻譯。

### 4. 展出洽商及接待

商展開幕日為 3 月 8 日上午 9 點，參展品牌的負責人皆於八點半到場準備參展品的呈現。台灣外貿協會代表與家具公會同仁於開展第一日上午即前來參觀關切，逐一欣賞八家工藝品牌商品。商展前三日是針對專業買家所設的參觀日，欲入場的買家都需事先於大會網站登記，或由參展商預先協助登錄邀請，在展場入口換取參觀憑證後才能入場。部份大型的參展商搭建封閉型(單一動線式)樣品屋式展館，品牌展館入口就可利用條碼機刷存參觀憑證上的條碼，即能統計入場參觀人次、參觀者的個人與公司基本資料，精準掌握通訊方式並成為大數

據進行分析。此外，大型的參展商在展場也備有詳細的電子目錄，買家可在電子目錄上勾選商品與數量，成為一份完整的詢問清單，品牌商再依此紀錄回傳報價表，有效率的追蹤並促成交易。工藝中心帶領品牌廠商參展雖無法達到如此規模，但已盡可能協助製作本次參展品的電子目錄建，可透過各式的介面播放與網路點選下載，讓買家離開展場後仍可在網路上詳閱資料，以轉變成後續可洽談銷售的商機。

短短四日的商展可觀察到前二日的買家皆因商務之需，有備而來，各種問題簡要精闢、直指核心；附近在商辦區的上班族則趁午間餐後空檔，特意前來觀摩市調；歐美商務人士也大多於展覽的前兩天到場參觀，因為觀展採購對他們來說是就是工作，週末則盡可能趁地利之便在附近區域渡假。而大會所主辦的買主與參展商之夜和重要的演講發表也都集中在這兩日舉行。展出的最後一日即開放一般民眾入場，參觀者以新加坡當地與馬來西亞的本地人為主，有許多家庭及餐飲飯店業者特地開車前來，尋找理想的家具商品，看準了參展商可能不想再花運費將展品運返而折扣出清的心態，多數商品在中午過後皆可直接購買，驅車載回。

但若以去年相比，可明顯察覺參展攤數與參觀人潮都有下降的趨勢，因同時段在鄰近的馬來西亞就有 3 個同性質的家具展，緬甸也有 1 個，部分的家具參展商和買主也就被 4 個商展吸收分化。新加坡國際家具展與東協家具展（IFFS/AFS）也就在今年展覽結束的同時果決的宣佈明年(2019 年)的展會場地將移至新加坡市中心的金沙會議展覽中心辦理，展場面積雖會從 40,000 平方米縮減至 31,700 平方米，但也希冀留住高端家具和家飾產品參展業者，並吸引更多精準的目標買主。

## 5. 卸展與問卷調查統計

根據商展大會統計：四日展覽期間總計 428 個廠商參展，總計有 21,966 位買家進場參觀。工藝中心也於卸展(3/11)當日向八家參展廠商進行問卷回收，對於本次工藝中心籌畫參展的方式與台灣工藝館的整體設計都給予滿意以上的評價，對承攬展場規劃的佶歐國際設計公司之負責人和展場三位協助洽商的翻譯人員的服務品質也都給予滿意的評價。在此四天進到台灣館實際進行洽商的買主總計 315 位，買主分別來自日本、香港、中國、美國、泰國、荷蘭及韓國等國家，四日接單金額約 552 萬新台幣，未來一年接單金額預估達 1350 萬新台幣。



廠商名稱	四日洽談買主數量	買主分別來自哪個國家	四日接單金額(台幣)	預估接單金額
台灣手藺	19	新、日、德、印尼、法、中國	100,000	700,000
太平藍	57	新、馬、美、墨、中國、香港、義	1720,000	2750,000
穆德設計	56	新、馬、法、澳、泰、印尼、瑞典、中國	90,000	1200,000
壹一	22	新、馬、菲、越、印尼、香港、日、法、英	1500,000	2000,000
江口設計	62	新、馬、澳、美、中國	600,000	1500,000
木趣設計	35	新、馬、美、菲律賓、印尼、韓、香港、中國、加、德	500,000	1050,000
格璋	24	新、馬、韓、日、香港、菲、中國、泰、英	900,000	1300,000
大器創意	40	新、泰、美、日、中國	110,000	3000,000

#### (四) 參展品牌參展心得

##### 台灣手藺心得：

##### 1. 行程概述

3/6 搭乘長榮上午航班前往新加坡。

3/7 將展品帶至會場進行展場佈展。

3/8 -11 正式展覽期間，前三天為專業買家進場洽談，最後一天開放一般民眾進場參觀購買；最後一日於下午五點開始撤展。

3/12 搭乘長榮下午班機返回台灣。

##### 2. 參展洽商效益

四天下來各國買家紛紛對藺草編織工藝產生好奇，並詢問各式合作可能性，前來詢問的有來自新加坡、日本、德國、印尼、法國、中國等地的產品設計師、室內設計師等，詢問材質本身的應用及客製化訂製的可能性。其中來自新加坡的產品設計師，特地至會場尋找新的材質，對於藺草編織的細緻度、立體化、編紋等感到訝異，希望未來可以合作應用於家具設計產品裡；另有來自德國的台灣設計師，也看見藺編的特殊編織性質，同樣希望能夠將

藺編材質應用在自己的專案中；另有製作和服的日本廠商對工坊商品十分有興趣，希望未來能夠訂製客製藺編商品搭配和服。

泰國買家詢問野餐籃 400-500 個量產訂製，總訂單金額約六十萬新台幣。法國買家詢問簡單生活系列的產品訂製，訂單金額約十萬新台幣。另有台灣買家詢問於商品於台灣自營店寄售的相關合作。

### 3. 結論與建議

本次家具展為工坊第一次前往新加坡參展，四天下來詢問的買家很多，除接觸許多產品設計、家飾設計的廠商，也獲得不少的建議，如在產品設計上的改良、如何展現材質的特性、價錢與成本的訂定考量等，讓工坊的新商品接收市場的考驗，反饋於商品的後續修正，同時思考未來商品的發展方向。另外因現場同樣有許多來自泰國、印尼、越南等地的家居編織品，相較之下雖然台灣藺草的工法較精細，但商品的總體售價仍然偏高，因而現場直接下定的意願不高，在後續產品製作成本如何與市場售價達到平衡，將是工坊未來的課題。

這次工藝中心在展場提供附有名片蒐集的冊子，方便我們記錄客戶資料，但展櫃的設計如能在下方設計置物櫃，可將個人貴重物品放於下方，顧展人員會更從容。

### 太平藍心得：

#### 1. 行程概述

3月7日上午由桃園機場啟程，下午約2:30抵達新加坡博覽中心3號館。進行展品進場、佈展作業。3月8日展覽開幕，展品洽商解說。3月9日至10日進行展品洽商解說。3月11日展品洽商解說，卸展。3月12日至13日參訪工藝相關通路，3月14日出境新加坡入境臺灣。

#### 2. 參展洽商效益

3月8日：現場買家洽詢數；12家

現場成交訂單及金額--4案10件，新台幣20萬元

預估未來成交數及金額--5案16件，新台幣65萬元

3月9日：現場買家洽詢數；20家

現場成交訂單及金額--3案15件，新台幣75萬元

預估未來成交數及金額--5案10件，新台幣80萬元

3月10日：現場買家洽詢數；25家

現場成交訂單及金額--8案15件，新台幣35萬元

預估未來成交數及金額--10案20件，新台幣45萬元

3月11日：現場買家洽詢數；29家

現場成交訂單及金額--8案18件，新台幣42萬元

預估未來成交數及金額--9案20件，新台幣85萬元

總計：57 案 124 件，新台幣 275 萬元

### 3. 結論與建議

藍染掛鐘為本次展會中詢問度最高，買氣最旺最令人驚豔的產品，12 小時漸層藍染之設計，可掛即可戰力，為本會設計師江捷好小姐動人之作。不只令買家愛不釋手，更令大會及新加坡國立義安理工學院設計學院教師大為驚嘆，並立即邀請本會設計師 2 人及我合計 3 人，於 6 月分左右至該校做專題演講及實作教學。產品藍染桌鐘則讓法國及新加坡買家愛不釋手，小而美。當秒針不斷移動時，整個空間就在寧靜中慢慢由近而遠，讓人心神為之一曠。

同時寰宇電視台記者及法國媒體也報導了工藝中心帶領八家產商參展的情形，並以本會太平藍的商品做為台灣館報導的開場，都給工藝中心及本會帶來莫大的榮譽。展覽期間各通路商及貿易商對我們的產品讚不絕口。對於藍染掛鐘及藍染桌鐘即藍染椅凳及藍染桌燈認為非常適合居家生活情境，非常適合搭配大型家具及空間，是十分珍貴的家飾飾品，因此不僅詢問者眾，更吸引了各大買家的目光及注意。希望本會明年提供更好的設計新品，共同打入全球市場，此次新加坡之行可謂受益良多。另則希望可以在商展結束後統一安排參訪行程，認識新加坡通路商。

### 穆德設計心得：

#### 1. 行程概述

3/7 出發，由台北松山機場飛至新加坡樟宜國際機場。

3/8 展覽第一天，來訪買主很多，商展大會評審來訪。

3/9 展覽第二天，參與晚間的買主與買家之夜。獲商展大會頒贈獎項

「 Best Décor Award 2018 handcrafted and handicraft winner 」

3/10 展覽第三天，接待現場來訪買家。

3/11 展覽第四天，接待現場來訪買家，今日以中國買家居多，5 點卸展。

3/12-13 新加坡參訪與市場研究。

3/14 回台，由新加坡樟宜國際機場飛至台北桃園機場。

#### 2. 參展洽商效益

回國後與買家 email 溝通與聯繫是重要的。目前已下單有約 120-150 萬的工藝產品出口的好成績，另外有 3 家的新加坡、馬來西亞與中國廠商在洽談，分布在東協與中國的買家居多，穆德設計主要以茶具與家具單椅為主，主要的材質為瓷與實木，在現場的訂單以茶具單椅為主，有別亞洲大多以傳統為主的造型較無創新的設計風格，台灣的優勢是媒材很豐富的設計的運用和很有時尚生活的趨勢，現場的英語也是很重要的溝通工具，對於批發單價能給買家的優勢才能上架去銷售，這也是營銷的定位與銷售的手法，但穆德設計的全品項皆在台灣製造，設計上也較有差異化與競爭力，漸漸了解市場上的

運作與下單的關鍵因素，因為出口不同國家會有運費與關稅等問題，所需要了解成本面的計算，所以初步的口頭現場報價是需要的。

一般的零售通路含線上與線下，對於統一售價在同一國家是很重要的，相對的線下主的買家的成本負擔就很重！以東南亞而言，線上已經成為主流，因為負擔成本較低，還有消費的習性已經改變了，當然在中國與歐洲也是如此的，由其以中國的改變最為明顯，所以不同的買家需要了解相關銷售的渠道與通路定位等。2018 新加坡家居展的參展與觀察，線條簡單和各種材質的運用，家具的市場精緻化，新的生活型態已融入的家居生活，數位可攜的使用情境運用整合。

目前已下單有約 120-150 萬的工藝產品出口的好成績，另外有 3 家的新加坡、馬來西亞與中國廠商在洽談中。

### 3. 結論與建議

第一次來參展就感受整體新加坡國際家具展(IFFS) 的國際化趨勢，除了東協國家本地的買家外也有歐洲及中國的買家參與，帶來許多的銷售機會與其他國家的訂單，展覽也是很多外國人(中國、歐洲、台灣等)來訪，所以相關商業活動也要了解，展場內外都是觀察重點，場內是商業展覽，場外是生活習性觀察，也有媒體採訪。而展會買家關注的生活用品也有越來越精品化的趨勢，相關的餐桌用品如咖啡器具與茶具，有很多國際設計，包含東歐國家的設計加入，對市場也有很大的幫助。市場差異化很重要，穆德設計除是台灣設計台灣製造外，在設計上一定也要有所不同，我們展出3套茶具與2款單椅，皆是台灣設計台灣製造，所以在會場上可以讓買家的眼睛一亮，當然在報價上也需要更有競爭力的考量，只有不斷在設計上創新也研發有價值的商品才能接到訂單。

台灣設計的創新性優於東南亞的設計，在展覽上能有集市的效應，台灣設計館一直都是注目的焦點，不同的國家去匯集不同的面貌，家居用品能呈現國家對設計及工藝的表現，台灣工藝設計對材質與設計都能呈現台灣多元的風景，當然台灣製造的成本一直都高於中國等國家，所以如何在品質與成本上下功夫也是要點之一，一般設計師對工藝設計及創新都很投入，但對於成本面與銷售就比較不在行，因為穆德設計已經在銷售有經驗所以外銷的國際銷售更有經驗與流暢度重要。

穆德設計第一次參加新加坡國際家具展，近 10 年在不同國家的展覽我們都參與展出，以餐具類的茶與咖啡器具系列為主延伸到實木家具系列，今年很榮幸獲得新加坡國際家具展大會頒發「最佳裝飾工藝品及手工藝品類獎」，得獎證明了我們把台灣的產業整合包含陶瓷和木材傳統產業的特殊功法加工，設計扮演的非常重要的角色，系列產品設計感及實用性非常高的國際性商品，新加坡如此國際化多元的國家展出能得到認同，代表台灣能走出來在不同國際的市場都有非常強的競爭力！職人手沖咖啡系列，得到非常好的佳

績，買家的下單還有評審的青睞，在在證明台灣的設計能夠在國際市場上展露頭角！

另，如能加大台灣館的展位的尺寸更好，希望能協助台灣工藝與設計走出行銷全世界。

## 壹一心得：

### 1. 行程概述

這次展覽主題是家具展，所以準備了比較大型的家具產品參展，展前的準備工作包括運送安排，重新設計印製英文 DM，展場擺設模擬規劃等等，也參加了工藝所特別舉辦的行前記者會和參展說明會，讓我們能夠了解大致行程，且能與其他參展商事先交流認識，工藝所並提供展場設計的 3D 模擬圖也讓參展廠商對於空間規劃更踏實。

新加坡展覽共計4天，按照規劃提前一天先到場佈展，確認展區動線。展覽期間的詢問者前三天以買家為主，最後一天有許多一般民眾前往參觀，雖然展覽人潮沒有預期的洶湧，但接觸到許多東南亞的建築師與室內設計師，開拓到平常較少接觸到的市場，是不錯的體驗。展後也特地留下參訪，考察一些當地家具通路，並前往觀摩新加坡設計週的展覽與活動。

### 2. 參展洽商效益

為了這次參展，特地設計了新版的英文DM和展場可用的文宣海報，展覽前一天飛至新加坡，直接至展場場勘，先了解展場展台實際大小，電力規劃。第二天一早開始佈展，隨後展覽開始，人潮與買家都蠻多的，反應也不錯，接觸到許多品牌的目標客群，有香港的家具店，和一些東南亞的建築師，室內設計師，還有少數日本與韓國的買家或相關產業供應商。展場位置在 3 號館，算是官方入口處，但離地鐵站出入口較遠，所以不確定是否觀展人潮都會往後走到這一區。每天大約都是上午買家較多，下午較少，也有少數歐美國家的買家來參觀，遇到了之前在英國展覽遇到的客人，也遇到一些歐洲和美洲的上游材料供應商，對我們公司未來在開發產品上會有蠻好的幫助，還有一些旅館和商業空間的建築師，也是這次希望可以談成的客群之一，東南亞的買家有來自菲律賓，越南和印尼等國家，是之前較少接觸到的，這次接觸後，覺得菲律賓和越南的市場潛力超出我們原本認知，目前個買家都還在洽談階段，希望藉由這次展覽的接觸，有機會進入他們的市場。

跟之前的展覽比起來，這次找家具品項的買家比例較高，因此對我們來說是個蠻好的參展經驗。最後一天人潮是最多的，以一般民眾還有當地的室內設計師為主，主要也都是來找家具家飾類商品。接洽互動的過程中，一方面拓展我們在當地的品牌知名度，另一方面也更了解當地人因生活環境和文化不同，對家具家飾有著與台灣消費者不同的需求和愛好。這次也遇到從社群媒體知道我們品牌，特地過來參觀的粉絲，覺得非常開心。整體來說，這

次的展覽收穫頗為豐碩，也更了解當地及附近國家的文化和產品需求。

目前約有八個買家在洽談中，有兩家確定會下單的，這次展覽效益，估計訂單金額約為 150-200 萬台幣。

1. 現場詢價與希望後續報價者大約共 18 家，保守預估成交或有機會合作者約 3-4 家。
2. 與現場許多相關產業之參展商和材料商互相交流，未來有機會可相互繼續合作交流。
3. 有許多當地室內設計師前來參觀攤位及洽談合作可能，未來有機會可以合作。

### 3. 結論與建議

這次新加坡家具展，是我們出國參展的經驗中，較以家具為主軸的展覽，所以有比較多我們品牌的目標客群，因此在洽談的對象和廠商感覺成功率比較高，雖然專業買家感覺人潮沒有很多，但是有接觸到幾家蠻有潛力的買家，最後一天現場民眾買氣也還可以，也有回台後在跟我們聯絡的一般消費者，且新加坡消費水平與台灣較接近，對於產品的定價與定位接受度也不錯。這次比較意外的是接觸到許多平常較少接觸的東南亞客戶，例如印尼，越南，菲律賓，且對他們國家的消費水平和商品品味的成熟度更了解，是這次比較意外的收穫，目前主要洽談的有越南香港和韓國的買家，希望可以進一步深入東南亞的市場。

這次展覽規劃整個都很好，從佈展到整個展覽過程都很順利，就算臨時有問題也都能馬上獲得幫助和解決，因新加坡大約來看展的人 60%都會講中文，其餘也都以英文為主，建議也許之後翻譯人數可以減少一位。另外展場位置在 Hall 3，周圍都以織品廠商為主，建議或許換個位置會讓客群比較集中。

### 江口設計心得：

#### 1. 行程概述

03/08(三) 14:00-18:00 展場佈展

03/09~12(四-日) 09:30-18:00 商展進行與接待

03/12 (日) 17:00展覽撤場

#### 2. 參展執行成果

本次展覽接受通路買家洽商數，約60件，新加坡代理有意向客戶二家。展覽後續預估未來實際成案數為12案。本次展覽預估成交金額約為新台幣15萬元，後續預估成交金額為新台幣150萬元。

#### 3. 結論與建議

IFFS 是一個結合了高度設計及專業銷售性的展會，以我們這樣一個來自台灣的新品牌，能透過展會分享我們的想法和商品，學習了世界一流的設計

及商業經驗，藉此看到各種多元化的厲害設計商品，讓我們看見及接觸到全方位的創新視野，最重要的是，能夠直接找到適合的買家，落實商機。且這次展會工藝中心不論是展場、媒體、佈展、工作支援等安排都較去年第一次參展有著很大的進步。

商展裡來自各地的家居飾品和家俱，有著別緻的展示，設計產品在各間展商中都有著令人心動的特點，走進各展位中，可感受到於浪漫且藝術的設計元素，燈具也是Nook Asia 的重點之一，除此之外還有其他許多獨特而有趣的小東西，許多廠商提供簡潔單純及僅提供少量種類的商品，各類設計師在這裡發表家居相關用品和概念，許多有趣的設計、漂亮的燈具、以低廉的價格用快速的商品週轉切入市場，非常值得一看。

### 木趣設計心得：

#### 1. 行程概述

3/6 上午 9:55 於桃園機場搭乘長榮航空 BR215 前往新加坡

3/7 下午 2:00 前往新加坡國際展覽場進行佈展

3/8~11 展覽進行

3/11 下午 5 點撤展

3/13 下午 3:45 於樟宜機場搭乘長榮航空 BR216 返回台灣

#### 1. 參展洽商效益

估計四日洽談買主人數：約 35 家

買家國別：新加坡、美國、馬來西亞、菲律賓、印尼、韓國、香港、中國、加拿大、德國

買家類型：家居風格連鎖通路/設計品店/經銷商/ 室內設計公司

預估接單金額：35,000 美金

美國通路商新加坡分公司 Williams-Sonoma Singapore -洽談中

德國通路商新加坡分公司 Tchibo-洽談中

新加坡飯店業 Swissmann-洽談中

馬來西亞零售商 Nosta Loft -洽談中

新加坡零售商 Journey East-洽談中

中國機場零售商 辛sin所-洽談中

#### 2. 結論與建議

此次的展會人潮較去年稀少些，但仍有許多室內設計公司及家居品通路前來洽詢，展會中也有許多精心佈置的歐美家居品牌，提供了許多參觀者及設計師在居家佈置及設計上的靈感，現場購買樣品的買家與去年一樣是以室內設計師及設計收藏者為主。雖然今年 BtoB 的客人變少，但這次的 BtoC 買氣較去年更高。整體而言是收獲相當豐富的參展經驗，感謝工藝中心能給予敝司此次機會，協助各品牌完成初次的新南向市場拓展計劃。

## 格瑋心得：

### 1. 行程概述

GEWAY 此行由設計總監及資深設計師代表參展，攜帶展品於開展前一日(3/7)即抵達新加坡國際博覽中心，進行展場佈置。次日(3/8)開館前即向翻譯人員介紹參展展品的相關細節，展前準備一切就緒後，正式迎接開展的到來。展覽期間所交流的參訪者資訊名片，皆於當天彙整完畢，並向工藝中心回報產值效益；展覽結束後，立即向所有於會展期間曾參觀過的單位與客戶表達謝意，並持續與有意願合作的單位保持聯繫，深入了解其需求及相關合作條件，溝通未來建立合作關係的相關事宜。

### 2. 參展執行成果

今年國家臺灣館的展出受到參觀買家極大的迴響，寰宇全球新聞為此做了專題報導。內容介紹了台灣館各家的展品，同時專訪格瑋設計總監，說明首次參與新加坡展的目的與企圖心，希望藉由這此參展除了推廣產品外，也能獲得更多國際的訂單。

本次產品詢問度前三名依序為 LINEUP 吊燈、依靠提燈、LINEUP 花器組；其中 Group HeWi 總裁，特別表達喜歡金屬線系列產品，並建議可發展其他規格的大型燈具，並讚賞與他們集團設計之高級旅館風格很一致，並希望提供金屬線產品的報價。參訪者中約有 3 成會主動觀看並詢問「依靠提燈」，操作「依靠提燈」的自動照明功能時，會展現出讚嘆驚喜感，大致上反映回饋皆相當正面，也建議將亂編圖騰發展成其他的燈具。另外也有許多新加坡當地室內設計師對吊燈及花器均具興趣及採購意願，並期望日後提供他們完整報價，與其他合作機會。

今年的參訪者都希望會後能提供較完整的介紹資料及報價，所以需要後續的保持追蹤聯繫，藉以找尋更多的合作機會。其中約有 20 家通路商接洽，其中 5 家現場表示想購買樣品試用。接洽通路商屬性：10 家為小型單點通路，8 家代理商，7 家為連鎖通路屬性。現場也有買家直接採購 LINEUP 花器樣品，並表示有採購意願希望展後能提供更完整的報價資訊，因此需持續聯繫並提供產品資訊。

採購需求：現場接觸有採購需求的單位約有 15 家左右，將持續保持追蹤聯繫，預計可談成約 5~8 筆訂單，創造約 70~100 萬效益。

通路合作：約有 5 家通路商接洽，預計可創造約 20~30 萬後續效益。

客製需求：一家日本花藝業者提出客製化花器的需求，預計可創造約 20 萬效益。3 家室內設計業者有客製化燈具需求，預計可創造約 20 萬效益。

### 3. 結論與建議

主辦單位在展場規劃及相關細節上非常用心，簡潔的設計吸引眾人目光，此次展場位置是位於6號展廳，為主要入口附近，且在主要走道旁，參訪



人潮及影響效益相當可觀，感謝工藝中心給予GEWAY今年的參展機會，藉由此次機會認識更多的東南亞及一些全球的通路商及買家，同時替台灣工藝設計找尋更多的發展契機，期望讓更多人感受台灣工藝之。展場設計整體以布料設置交錯產生層次的空間感，布料延伸下來剛好銜接品牌名稱，頗有展場主要意象與品牌商之連，能夠凸顯品牌的精神及商品的質感。展場內場展台間距皆有審慎考慮，因此參訪者皆能容易看完展示空間之展品，人潮動線非常順暢。今年有三位翻譯人員相當熱心及用心替參展單位傳達作品理念，且與參訪者互動熱絡，建議往後可持續此部分的協助資源。

## 大器創意心得：

### 1. 行程概述

3月7日，進場佈展：將手提攜帶過來的展品，直接拿到新加坡展覽中心4號館擺放及佈置，現場評估鳥籠燈吊掛的高度與現場人員溝通，請策展公司協助在確切的位置鎖上掛勾，確認鏈條掛上後展示高度無誤並確認供電接線位置，最後待展位確認後再現場調整陳列的裝飾物。

3月8日，展覽洽商：展覽第一天來訪了幾位曾接洽過的當地室內設計師及零售選物店家，表示希望能於本次展覽中獲得未來合作機會。同時也有許多設計旅店、傢俱傢飾店、設計會所前來詢問鳥籠燈飾，認為產品極具特色，希望採購作為裝飾營造空間氛圍外，也同時能達到為DAQICONCEPT推廣品牌的雙贏模式。

3月9日，展覽洽商：本日買家大多來自東南亞及日本、同時也有不少歐洲買家前來洽談，透過交流的過程，了解日前全球家飾用品市場需求趨勢，也認知唯有透過貼近生活的設計概念才能觸動現代消費者的購買意願，收穫良多。今日也有許多新加坡本地建築師與室內設計師採購樣品，計畫未來當作建案的裝飾設計品。

3月10日，展覽洽商：除了參展以外，我們也利用時間到其他展館參觀今年的展覽趨勢，看看這次整體家居及設計產業的潮流，展覽中的所見聞也讓我們對於品牌未來的發展脈絡有了新的想法，獲益甚多。

3月11日，展覽洽商：這次展覽露出的新款花色評價相當高，帶動不同花色的鳥籠燈的高詢問度。展覽最後一日仍有不少買家來訪，現場下訂的買家包含複合式生活傢俱店、傢俱家飾店，及設計選品店等，回國後將陸續安排出貨事宜。

### 2. 參展洽商效益

新加坡因屬亞洲樞紐暨全球轉運中心，透過展覽接觸許多來自各方的國際買家，包括東南亞及歐洲等國，為極具指標性的重要國際展會，藉由參展期間了解本地市場外，也收到各國買家對產品的反饋，同時也展開與其他國

家的經銷代理商未來的合作洽談，回國後將持續保持聯繫並拓展國際銷售渠道。展會中除了新加坡中央社媒體報導外，亦獲得部分平面媒體資訊交流的機會，對於產品的未來性及發展皆表示高度興趣，後續將於回國後陸續提供宣傳素材等資料。

這次展會所接受的通路買家洽商數共約40件。會後預估實際成案數為10案。未來成交金額估計約為新台幣300萬元。

### 3. 結論與建議

台灣設計品牌滲入東南亞市場最迅速的方式，即是透過參加如 IFFS 這樣的國際展會，藉由實際參展，也感受到 IFFS 參觀者的國際化與多元，各方買家素質也有相當程度的水準，有不少是用心經營品牌且認真挑選商品的設計選物店，期間的交流對於這次的參展是很珍貴的經驗，未來將考慮列為公司每年例行的重要參展行程之一。IFFS 是新加坡傢俱家飾界非常重要的展覽，很感謝工藝所提供本次展會贊助的機會，讓新創品牌能夠於國際會展中被更多人看見，透過展覽也了解各地不同市場對品牌產品的反應回饋，未來對於市場擴展及產品開發皆有極大的助益。此次展覽中有工藝中心的陳列協助，讓鳥籠燈於展示呈現中更凸顯其價值與細節，對於未來的展示與陳列也讓我們有新的詮釋想法。

## 八、工作心得與建議事項：

### (一)、徵選具接單力與行動力的工藝品牌參與國際商展。

「新加坡國際家具展」原本就是台灣區家具同業公會每年排定整合會員參展，並向國貿局申請補助前往辦理的重要商展之一，所以在展會中可看到來自台灣數十家頗具規模的寢具、廚具與家具商設立展攤，而台灣的工藝品牌則是由工藝中心於 2015 年起著手蒐集資料並評估參展效益後，在 2017 年才排訂計畫以 78 平方米規模展出，有鑒於去年(2017)的 7 家參展商均表示成效良好，今年(2018)略擴大以 96 平方米的主題形象館展出，在公開徵選後，共有八家廠商獲補助共同赴新加坡展出。而量體較小的工藝品在大型家具為主軸的展會有卓著的接單成績，是因為來的參觀的買主不僅只是家具採購商，還有各種相關產業的企畫者、設計師、禮品採購商和文創商店平台業者，再加上台灣的產品確實比多數東南亞手工作品更加細膩純熟，使用在地特有材料和文化符碼的同時也兼顧了國際設計規格與色彩計畫，讓參觀的人無不興致盎然的端詳商品。本次徵選出來的 8 家品牌商

有 7 家屬於青年自創的工藝設計品牌，從作品創作、展示設計、產品包裝到銷售服務，都由創作團隊親力親為的參與，在展覽現場盡力地解說自家產品外也接收來自買主最直接的溝通和反饋，除了促成現場訂單成立也積極的留下詢問者的聯繫資訊和報價需求，因此，今年參展的各家廠商皆有豐碩接單成績。

## (二)、從「新加坡國際家具展」觀察東協國家的商展走勢。

「新加坡國際家具展」所處的新加坡 Expo 共有 6 個展館相連，總面積約 4 萬平方米，每個館的前後和邊緣皆設有規格化的商展攤位，方便來自各國的中小型企業與工作室設攤，所屬名稱與內容一目了然；中間區域則集結大型品牌商，每個展攤的面積約於 20 平方米起算，從 2017 年起增設「nook Asia」主題館，有 new look · new Asia 亞洲新視野的意思，集結了大會精選安排的家具、飯店用地毯與室內裝飾配件，工藝中心連續兩年都被商展大會規劃於「nook Asia」主題館之內。今年(2018) 在商展大會的官網所顯示的參展商數量與參觀人次統計雖未少於去年，但以筆者的親身參與和觀察，數字應有略微下滑的現象。詢訪承攬台灣家具運輸的海運公司，亦表示其承包的運輸案量在今年的確是減少的。探究原因在於：同展覽時段於馬來西亞亞吉隆坡就有三個同性質的家具展，緬甸也有一個。在眾多的選擇下，許多參展商應該會在這兩三年內陸續轉移至鄰近的新興區域尋求坪效高且能貼近目標買主的商展試試水溫。新加坡國際家具展 (IFFS) 因應商展白熱化現象，非常果決的於展覽最後一日即宣布明年(2019)將展會改至金沙國際會議展覽中心辦理，展場整體總面積雖縮小近四分之一，但因位於市中心又與著名國際飯店和購物商場相連，可看出商展大會企圖與馬來西亞和緬甸的量化市場做一個客層和參展商的區隔，追求更高端精緻的展會內容。

## (三)、評估合拍的商展並有計畫的參與才能穩固台灣工藝牌根基。

拓展國際視野需要一些時間，專心致力於品牌行銷的工藝家甚至需要一些實質金額上的補助才能達成進軍國際商展的領域，工藝中心從 2008 年起，配合「文化創意產業」政策並為提升產值，在近十年間規畫參與了許多國際商展，包含東京國際家居生活設計展、米蘭國際家具展、德國柏林 Bazaar Berlin 國際工藝展、法國巴黎家飾用品展、韓國工藝潮流展、泰國國際工藝創新展，以及數十場在中國大陸舉辦的文博會展覽等，從試水溫一

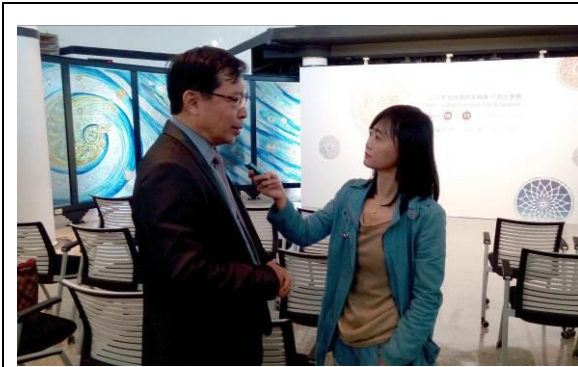
直到近年持續穩定地每年參與東京國際家居生活設計展和法國巴黎家飾用品展，都深獲台灣工藝品牌場商的認同，紛紛積極爭取獲徵選補助共赴參展的機會。近三年則因南向政策而堅定地選擇將長期規劃東協市場的展點，然本單位參與國際商展的總經費在每年被削減的狀況下，想要在主流國家市場挹注攤位費、設計施作展場並補助工藝品牌負責人共赴，著實吃緊，也因此面臨必須限縮攤位的購買大小並減少展場設計施作費用，其結果自然是會挫減展場氣勢也必須減少參展場商家數，如未來持續此狀況，也只能認真思考停辦某一展點以分注經費來維持剩餘展點的規模。但若將新興的東協市場與商業規模成熟的歐洲和信效卓著的日本市場放在同一個天秤上評估，著實困難，要放棄任何一個拓點已久的商展都將會是非常煎熬的決策。

工藝中心在每個商展所等成本都是傾心傾力，也因如此，本展於參展前即與廠商充分溝通，讓參展品牌理解工藝中心策劃理念、商展成本並達成共同參展目標，展出期間則觀察詢問買家們對於各品牌產品的想法、充分了解廠商接單的流程和參展心態，展後則追蹤實質成效。政府的經費有限，補助計畫未見得能永遠持續充盈，對於已獲得多次補助參展的廠商需積極輔導，未來放手讓其獨立參展，如此也才能永續台灣工藝品牌規模的茁壯和健全。

八、附錄：

(一) 活動照片

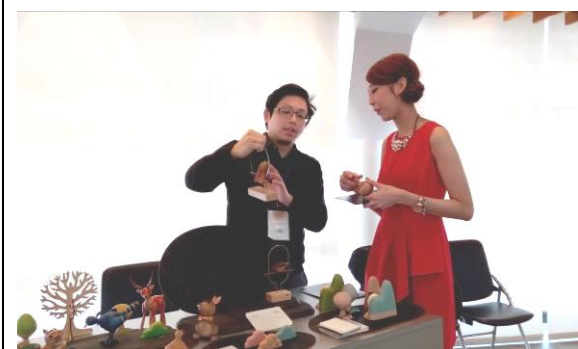
	
<p>行前記者會主視覺舞台與主持人</p>	<p>記者會由本中心許耿修主任主持</p>
	
<p>規劃展台予各品牌呈現</p>	<p>由各品牌陳列佈置參展商品</p>
	
<p>各品牌作者上台介紹產品特色</p>	<p>各品牌作者上台介紹產品特色</p>
	
<p>展品於記者會展示，接受記者拍攝採訪</p>	<p>本中心主任、台北分館長與參展商合影</p>



許耿修主任接受廣播媒體採訪



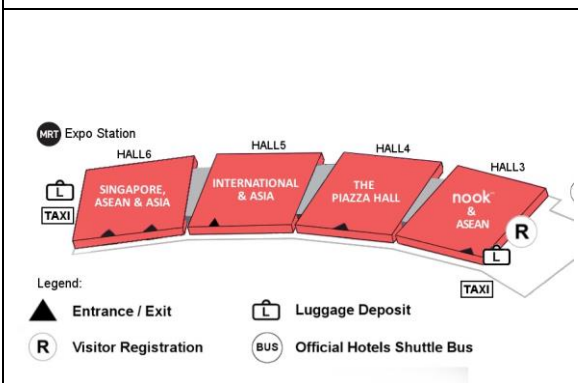
格瑋設計接受平面記者採訪



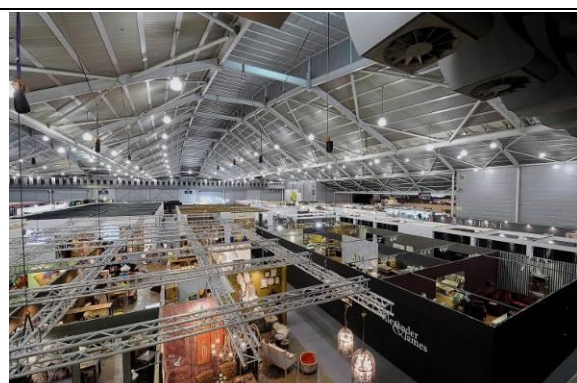
木趣設計接受主持人專訪



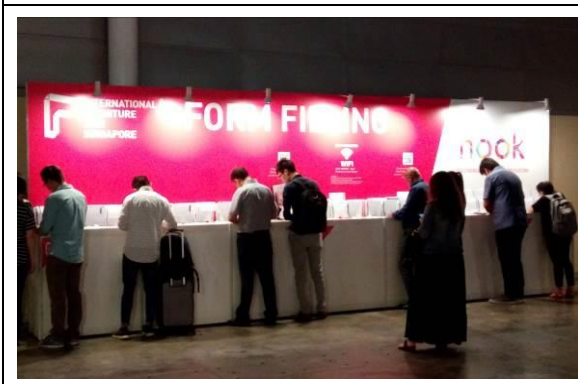
媒體出席名片



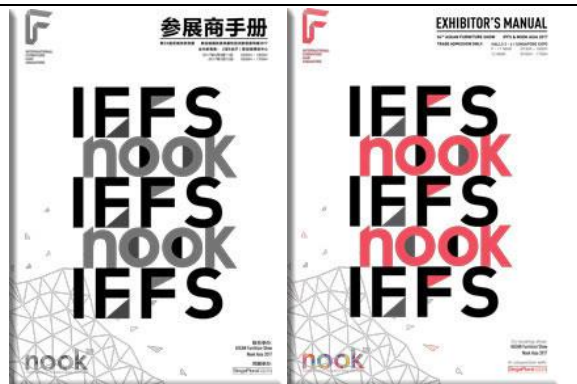
EXPO展場配置圖



場館俯視



入館需先換取入場證件或購20新幣票券



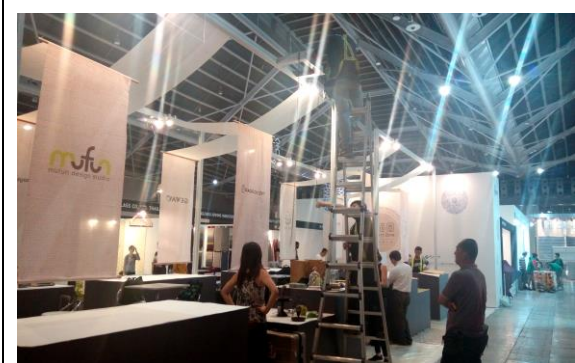
參展商手冊-可事先於官方網站下載



機場捷運下一站即可抵達展場



展場於開展前兩日即完工



開展前一日下午至展場確認並吊掛燈飾



商展大會辦理簡單隆重的開幕儀式



本次策展主題「舒適圈·Comfort zone」



各展台皆於背景布標誌各品牌Logo



挑高展區、斜布和作品懸掛非常吸睛



參觀首日即吸引眾多買主駐足



寰宇電台與中央社至現場採訪本館品牌



「穆德設計」旅行咖啡杯組接獲不少訂單



採購者對於穆德的器泡椅質感相當激賞



穆德設計獲大會頒發「最佳手工藝獎」



「台灣手藺」手工編藺的商品單價較高



藺草作品特別受風格採購者喜愛



「木趣設計」悉心製作各式小展台陳列

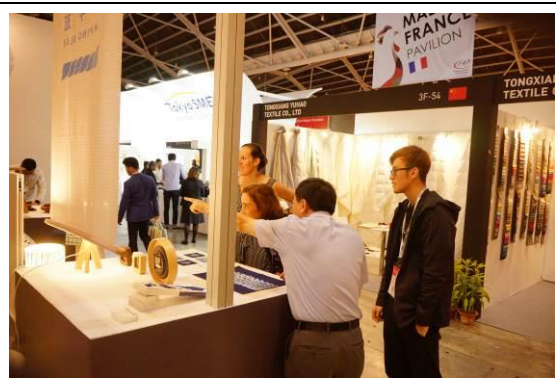


精巧的木藝非常受到設計師的青睞





「太平藍」今年新品藍染掛鐘獲得佳評



歐美客群對於藍染商品詢問度頗高



「大器創意」主打無線播音的LED鳥籠



商展大會主席與其團隊特意前來詢購



「格瑋」以東方心現代情為設計主軸



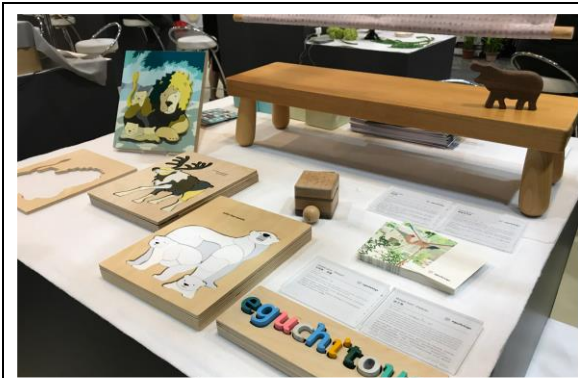
優雅的桌提兩用藤編燈和家飾受到歡迎



「一壹」以高級手工質感單椅為主打商品



採購者仔細詢問出貨方式與張數價格



「江口設計」的啟發教材的木藝品質精緻



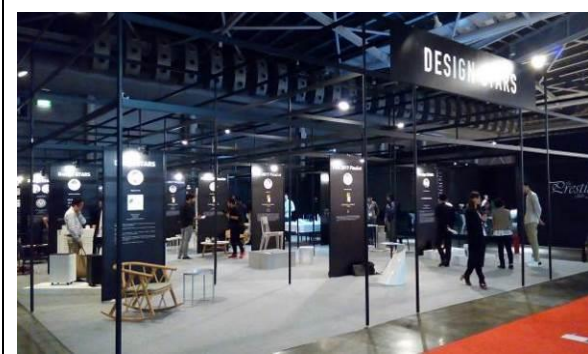
採購者下訂前也都挑戰使用學齡前教具



大會每日辦理免費入場的設計講座



卸展完成-參展品牌與工作同仁合照



展會邀請亞洲傑出家具設計師展出單品



台灣設計師李果樺的作品也在邀請之列



工藝特展區



展會邀請歐洲獨立工藝品牌參與展出



獨立工藝品牌與概念設計為主的經典作品



大型家具商用整體室內設計闡述理想



大型家具商竭盡所能以布置傳達理念



燈飾設計飾也是參展主力商品之一



燈飾廠商展攤雖小但都是設計師經典品



小坪數的非規格標攤-精心展現品牌特色



規格化的模組設計家具也有活潑的呈現



大型品牌商搭起實品屋讓家具成組情境展示，也提供電子目錄報價錄洽談區



地毯的布紋設計與材質也是飯店與高端家飾設計師相當重視的環結



各飯店在聖淘沙插旗也讓Outdoor家具成為需求大宗，亦是此商展相當大的特色

2018 新加坡國際家具展 Nook亞洲  
International Furniture Fair Singapore - Nook Asia  
新加坡博覽中心3號館 | Singapore Expo Hall 3

3/08 - 3/11

指導單位 | 文化部  
主辦單位 | 國立臺灣工藝研究發展中心

網路串連banner

(二) 媒體報導列表

序	媒體名稱	網址
1	IFFS官方網站	<a href="https://www.iffs.com.sg/the-fair/iffs-2018/">https://www.iffs.com.sg/the-fair/iffs-2018/</a>
2	LaVie行動家	台灣工藝創造「舒適圈」 頂級工藝精品驚艷新加坡國際家具展！ <a href="https://www.wowlavie.com/news_unit.php?article_id=AE1800472">https://www.wowlavie.com/news_unit.php?article_id=AE1800472</a>
3	LaVie住宅美學	新加坡家具展 全城都是設計嘉年華 <a href="https://www.designwant.com/r2714.html">https://www.designwant.com/r2714.html</a>
4	中時電子報	鳥籠「間關」照亮光明!台灣工藝精品驚艷新加坡 <a href="http://www.chinatimes.com/realtimenews/20180310001271-260405">http://www.chinatimes.com/realtimenews/20180310001271-260405</a>
5	中時電子報	12種不同的「藍」演繹各個時間 台灣工藝精品進軍新加坡 <a href="http://www.chinatimes.com/realtimenews/20180228000791-260405">http://www.chinatimes.com/realtimenews/20180228000791-260405</a>
6	YAHOO新聞	台灣工藝營造「舒適圈」 前進星國際家具展 <a href="http://t.cn/Rm6spiS">http://t.cn/Rm6spiS</a>
7	中央通訊社	臺灣工藝精品打造「舒適圈」 驚艷新加坡國際家具展! <a href="http://www.cna.com.tw/postwrite/Detail/229967.aspx#.Ws27nC5uaUk">http://www.cna.com.tw/postwrite/Detail/229967.aspx#.Ws27nC5uaUk</a>
8	中央通訊社	台灣文創家具 新加坡獲最佳家居裝飾獎 <a href="http://www.cna.com.tw/news/afe/201803090340-1.aspx">http://www.cna.com.tw/news/afe/201803090340-1.aspx</a>
9	中央廣播電台	台灣工藝營造「舒適圈」 前進星國際家具展 <a href="https://news.rti.org.tw/news/view/id/397453">https://news.rti.org.tw/news/view/id/397453</a>
10	中央廣播電台	台灣文創家具新加坡獲最佳家居裝飾獎 <a href="https://hakkaradio.org.tw/news/view/id/399375">https://hakkaradio.org.tw/news/view/id/399375</a>
11	文化部新聞	臺灣工藝精品進軍「新加坡國際家具展」 <a href="https://www.moc.gov.tw/information_250_80566.html">https://www.moc.gov.tw/information_250_80566.html</a>
12	新頭殼	超美家具在新加坡 台灣家具參展行銷國際 <a href="https://newtalk.tw/news/view/2018-03-10/116874">https://newtalk.tw/news/view/2018-03-10/116874</a>
13	中央通訊社	台灣客家藍染掛鐘 東南亞家具買家驚艷 <a href="http://t.cn/RmXvUP2">http://t.cn/RmXvUP2</a>
14	新一代時報	台灣工藝精品進軍「新加坡國際家具展」 <a href="https://fairmedia.com.tw/%E8%97%9D%E6%96%87/29219">https://fairmedia.com.tw/%E8%97%9D%E6%96%87/29219</a>

15	僑務電子報	台灣文創家具 新加坡獲最佳家居裝飾獎 <a href="http://t.cn/RmXPswy">http://t.cn/RmXPswy</a>
16	中華廣角鏡報	台灣工藝精品進軍「新加坡國際家具展」 <a href="https://goo.gl/images/R8Leik">https://goo.gl/images/R8Leik</a>
17	新網新聞網	台灣工藝提供"舒適圈" 前進新加坡國際家具展 <a href="http://newnet.tw/Newsletter/Comment.aspx?iinfo=5&amp;iNumber=28836">http://newnet.tw/Newsletter/Comment.aspx?iinfo=5&amp;iNumber=28836</a>
18	人間福報	台灣巧手工藝 打造舒適圈 <a href="http://t.cn/Rm6s83X">http://t.cn/Rm6s83X</a>
19	TVBS news	台灣客家藍染掛鐘 東南亞家具買家驚豔 <a href="https://news.tvbs.com.tw/life/880574">https://news.tvbs.com.tw/life/880574</a>
20	人間衛視	台灣工藝精品驚艷 前進新加坡國際家具展 <a href="https://www.youtube.com/watch?v=kc0pBW728rY">https://www.youtube.com/watch?v=kc0pBW728rY</a>
21	寰宇新聞網	新加坡國際家具展 臺灣工藝獨特驚艷 <a href="http://t.cn/RmXheYB">!http://t.cn/RmXheYB</a>