

出國報告（出國類別：其它）

參與泰國曼谷國際家飾禮品展及參訪泰  
國創意設計中心(TCDC)  
出國報告

服務機關：原住民放委員會

姓名職稱：沙韻雯科員

派赴國家/地區：泰國

出國期間：108年10月16日至10月22日

報告日期：109年2月17日

## 摘要

為推動原住民族文創產業發展，本會以「Ayoï 阿優依」作為原住民族文創品牌（「Ayoï」為達悟族語，意指感謝、分享之意），自 104 年度起積極參加國內外文創相關會展，如臺灣伴手禮名品展、臺灣文博會、杭州文化創意產業博覽會、日本東京國際禮品展、法國巴黎國際家飾用品展等，不僅增加品牌曝光機會，亦提供商品交易平台，並協助將品牌推廣至國際，以有效提升經濟效益。

為持續參與國際商展提昇原住民族文創品牌能見度與知名度，並拓展國內外市場商機，本會於 108 年度首度率原住民族業者參與泰國曼谷國際家飾禮品展及參訪泰國設計創意中心（TCDC），以促進原住民族文創產業永續發展。

## 目錄

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 壹、 目的.....               | 4  |
| 貳、 本文.....               | 5  |
| 一、 會展參與人員.....           | 5  |
| 二、 會展行程.....             | 5  |
| 三、 展前辦理培訓交流及說明會.....     | 6  |
| 四、 泰國曼谷國際家飾禮品展簡介.....    | 7  |
| 五、 業者展攤位置.....           | 8  |
| 六、 參展效益.....             | 10 |
| 七、 洽購情況.....             | 11 |
| 八、 參訪泰國設計創意中心（TCDC）..... | 12 |
| 參、 心得與建議.....            | 13 |

## 壹、目的

為有效扶植原住民族產業發展，及推展原住民族文創產業，本會 108 年度辦理參加文創類型會展暨整合行銷計畫，徵選優秀文創業者及產品參與國際商展，協助文創業者接觸通路買家，並以「Ayoï 阿優依」為原住民族文創品牌進行整合行銷策略，推廣臺灣原住民族文創產業整體形象，擴大品牌市場與通路，並拓展原住民族文創業者開發海外商機。

泰國曼谷國際家飾禮品展，參展商品類型包含家飾、傢具、禮品、時尚設計等，上屆展覽吸引了超過 700 家海內外廠商共 2,000 個攤位參與展出，五天的展會吸引約 52,000 名買家進場採購，創造了超過 36 億泰銖的銷售額，是東南亞最具指標性的文創設計展會，成為進入東協市場的主要入口。

為進入國際文創市場及東協市場，本會 108 年首次率原住民族文創業者參與東南亞最具指標性的文創展覽—「泰國曼谷國際家飾禮品展」。於會展中設置「Ayoï 阿優依原住民族文創館」，以「原住民族文創 x Life Style」為定位，集結 8 家優質原住民族文創品牌，透過每一個物件，展現臺灣原住民族獨特豐沛的文化，讓原住民族文創商品進一步的邁向國際舞台。

## 貳、本文

### 一、會展參與人員：

| 序號 | 單位         | 品牌      | 職稱 | 姓名   |
|----|------------|---------|----|------|
| 1  | 原住民族委員會    |         | 科員 | 沙韻雯  |
| 2  | 沙布喇安德烈有限公司 | 沙布喇·安德列 | 業者 | 丁淑玲  |
| 3  | 暖石心工作室     | 暖石心     | 業者 | 高鄧麗娟 |
| 4  | 希亞股份有限公司   | LIHIYA  | 業者 | 柯淑英  |
| 5  | 野人現鋪       | 野人現鋪    | 業者 | 羅詩蓓  |
| 6  | 蜻蜓雅築股份有限公司 | 蜻蜓雅築    | 業者 | 陳治憲  |
| 7  | 古川設計有限公司利  | 花生騷     | 業者 | 林陳樂  |
| 8  | 巫麥文化創意有限公司 | 巫麥      | 業者 | 程建喬  |
| 9  | 瑪樂法琉璃珠工坊   | 瑪樂法     | 業者 | 江靜怡  |

### 二、會展行程：

| 日期          | 地點         | 行程內容概述                              |
|-------------|------------|-------------------------------------|
| 10月16日(星期三) | 臺灣桃園-泰國曼谷  | 1 搭乘飛機前往泰國<br>2 業者進場佈置              |
| 10月17日(星期四) | 泰國曼谷國際展覽中心 | 會展行銷                                |
| 10月18日(星期五) | 泰國曼谷國際展覽中心 | 會展行銷                                |
| 10月19日(星期六) | 泰國曼谷國際展覽中心 | 會展行銷                                |
| 10月20日(星期日) | 泰國曼谷國際展覽中心 | 會展行銷                                |
| 10月21日(星期一) | 泰國曼谷國際展覽中心 | 會展行銷                                |
| 10月22日(星期二) | 泰國曼谷-臺灣桃園  | 1. 參訪泰設計創意中心<br>(TCDC)<br>2. 搭乘飛機返臺 |

### 三、展前辦理培訓交流及說明會：

於泰國曼谷國際家飾禮品展前，針對參與泰國曼谷國際家飾禮品展及日本東京禮品展之業者辦理通路行銷與拓展實務及品牌商貿實務等課程，提升業者參與國際展會之展銷能力，提高接單量能。



#### 四、泰國曼谷國際家飾禮品展簡介：

(一) 簡介：泰國曼谷國際家飾禮品展(Style Bangkok Fair)：該展由泰國國際商業推廣部(DITP)所舉辦，每年春秋兩季在曼谷國際貿易展覽中心(BITEC)舉行，至今已邁入第24年，參展商品類型包含家飾、傢具、禮品、時尚設計等。2017年起，DITP將 Bangkok International Gift Fair 與 Bangkok International Housewares Fair (BIG+BIH)結合了曼谷國際時尚與皮革展(BIFF&BIL)、泰國國際家具展(TIFF) 等三展合併推出 Style Bangkok Fair。2018年秋季展吸引了超過700家海內外廠商共2,000個攤位參與展出，五天的展會吸引約5萬2,000名買家進場採購，創造了超過36億泰銖的銷售額，是東南亞最具指標性的文創設計展會，成為進入東協市場的主要入口。

(二) 展會時間及地點：

1. 時間：

108年10月17日至10月19日，10:00-18:00。

108年10月20日至10月21日，10:00-21:00。

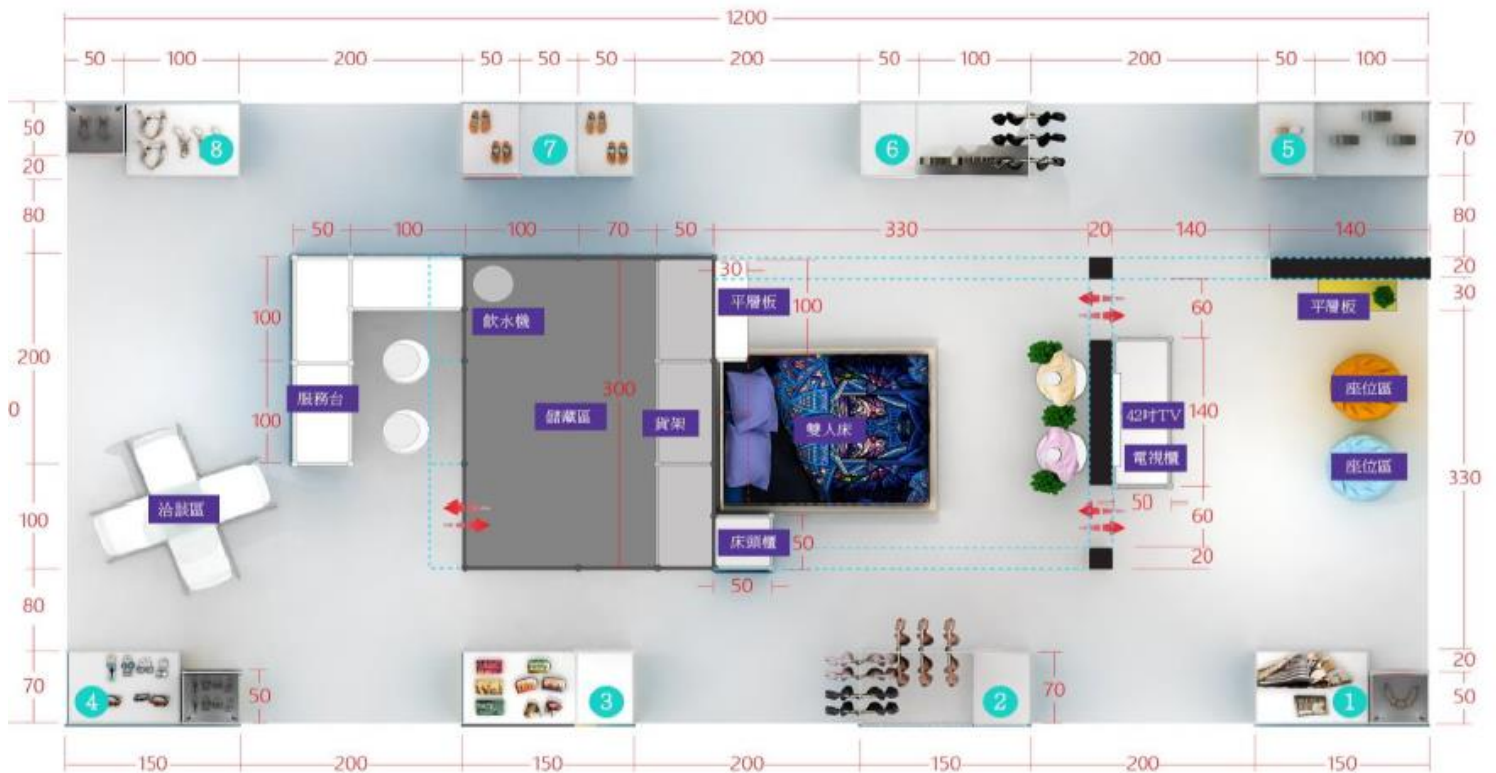
2. 地點：曼谷國際貿易展覽中心 Bangkok International Trade and Exhibition Centre(BITEC)

(三) 會展規劃：泰國文化對於「家」的觀念相當的重視，如同臺灣原住民族以「家」為核心概念，因此本次的主題區除了以家為概念出發外，融入集體生活的制度，打造屬於臺灣原住民族的生活風格。為了更加深消費者對產品的印象，利用參展業者的產品去做空間的佈置。





五、業者展攤位置：



- ① 蜻蜓雅築    ② 花生騷    ③ 巫麥    ④ 瑪樂法工作坊  
 ⑤ 暖石心    ⑥ 沙布喇·安德烈 ⑦ LIHIYA ⑧ 野人現鋪





暖石心



蜻蜓雅族



沙布喇·安德烈



花生騷



LIHIYA



巫麥



瑪樂法



野人現鋪



大合照



大合照

六、參展效益:

| 序 | 品牌      | 現金交易<br>(新臺幣) | 洽購單張數 | 洽購預估成效<br>(新臺幣) |
|---|---------|---------------|-------|-----------------|
| 1 | 沙布喇·安德列 | 53,660        | 15    | 1,087,500       |
| 2 | 暖石心     | 2,290         | 8     | 30,000          |
| 3 | LIHIYA  | 13,980        | 22    | 400,000         |
| 4 | 野人現鋪    | 24,989        | 6     | 1,150,000       |
| 5 | 蜻蜓雅築    | 30,700        | 2     | 1,900,000       |
| 6 | 花生騷     | 30,366        | 8     | 300,000         |
| 7 | 巫麥      | 17,979        | 4     | 500,000         |
| 8 | 瑪樂法     | 16,490        | 7     | 700,000         |
|   | 合計      | 190,454       | 72    | 6,337,500       |

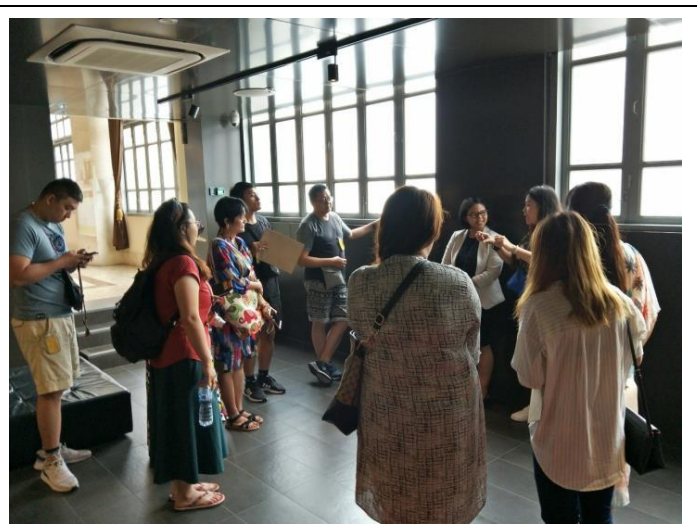
七、洽購情況：



#### 八、參訪泰國設計創意中心（TCDC）：

為拓展原住民族業者國際視野，於展後實地參訪泰國創意設計中心（TCDC），促進與當地業者交流的機會，吸取不同國家文創發展趨勢及經營策略。

TCDC 為亞洲設計資源及人才的搖籃，而 TCDC 圖書館為泰國設計及創意的資源中心，傳播設計相關知識，推廣創意設計教育，並致力加強泰國設計師於全球市場的能力及競爭力。



## 參、心得與建議

108 年 10 月本會首次率 8 家原住民族業者參加泰國曼谷國際家飾禮品展，國際會展專業買家通常都較為謹慎，故在 B toB 洽商階段，無專業買家下訂單採購，但在 B to C 階段開放一般民眾消費時，原住民族文創商品銷售成績亮眼，表示原住民族文創商品受當地消費者喜愛，尤其具祈福性及故事性商品，例如：瑪樂法的琉璃珠配飾，每一顆琉璃的意涵深受當地喜愛，爰建議深入研究當地市場需求及喜好，研發相關文創商品後，與專業買家進行洽商，將可有效進入泰國當地市場。另，展後本會率原住民族業者參訪亞洲設計資源及人才聚集中心「泰國創意設計中心(TCDC)」，汲取不同國家文創業者之趨勢與經營策略，拓展原住民族業者國際視野。

謹就本次會展提供下列建議參考：

一、以「Ayoï 臺灣原住民族文創館」參展國際展會，並提供泰文商品簡介：

本次會展，本會「Ayoï 原住民族文創館」鄰近中國、香港、臺北市文創基金會「TAIPEI corners」及文化部「FRESH TAIWAN」等展館，在原住民族文創產業品牌「Ayoï」尚未在國際市場有知名度下，尤其本展會為本會第一次參與，展場位置安排易使專業買家及一般消費者誤以為本館屬中國、香港「TAIPEI corners」或「FRESH TAIWAN」館，需經工作人員及業者說明後才知本館與它館之差別，為減少進入國際市場難度及增加原住民族文創品牌辨視度，建議參與國際會展，展館名稱調整為「Ayoï 臺灣原住民族文創館」。另因該會展後期開放 BtoC 期間，為讓一般消費者清楚文創業者經營理念及商品設計概念，提高消費者的關注及購買意願，建議加上泰文簡介。

二、提升業者外語能力、溝通及後續接單能力。

原住民族業者文創量能非常強，商品於展期廣受國際市場好評，應可以 B to B 方式接洽訂單，惟發現原住民族業者與國際買家洽商有語言溝通問題，常需仰賴現場翻譯人員介紹商品及洽商，惟翻譯人員皆為在地工讀生，除了不了解原住民族文化，且非創作者，難以精準翻譯介紹說明商品價值及故事，另業者多無國際貿易相關知能，致錯失多筆接單機會，為有效促成接單，建議提供文創業者外語能力及國際貿易相關知能等學習課程，敏銳國際市場商業契機並抓住時機進場，提升經濟收益。

三、持續參與會展，深耕 Ayoï 阿優依品牌。

泰國曼谷國際家飾禮品展至 2019 年已邁入第 24 年，參展商品類型包含家飾、傢具、禮品、時尚設計等。2018 年秋季展吸引了超過 700 家海內外廠商共 2,000 個攤位參與展出，5 天展會吸引約 52,000 名買家進場採購，創造了超過 36 億泰銖的銷售額，是東南亞最具指標性的文創設計展會，成為進入東協市場的主要入口。為增加原住民族文創品牌曝光機會，提昇原住民族文創品牌於國際市場能見度與知名度，建議持續參與該會展。