

公務出國報告

(出國類別：其他)

2009 年南京台灣名品交易會參展報告

服務機關：國立故宮博物院

出國人職稱：辦事員

姓名：廖世華、陳耀東、金士先

出國地區：南京

出國期間：2009/9/15~2009/9/21

報告日期：2009/12/24

公務出國報告提要

出國報告名稱：

「2009年南京台灣名品交易會」參訪工作報告

頁數：19 含附件：否

出國計劃主辦機關/聯絡人/電話

國立故宮博物院/廖世華/(02)2881-2021#8485

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

金士先/國立故宮博物院/文化行銷處/處長/(02)2881-2021#8854

陳耀東/國立故宮博物院/文化行銷處/編輯/(02)2881-2021#8914

廖世華/國立故宮博物院/文化行銷處/辦事員/(02)2881-2021#8485

出國類別：其他

出國期間：98年9月15日~98年9月21日

出國地區：南京

報告日期：98年12月24日

分類號/目：

關鍵詞：2009年南京台灣名品交易會

摘要：

本院正積極籌劃成立文化創意發展中心，冀能藉由訓練國內產業設計團隊以提升產業品質，並透過品牌授權等多元合作方式進行異業合作研發，涵融靈感與巧思，設計結合藝術與生活的新商品。此次參加「2009年南京台灣名品交易會」，即以與本院品牌授權廠商合作參展模式為例，藉此展示故宮文化創意、形象及擴大商品通路積極踏出探尋中國大陸廣大商機及市場的第一步。

出國報告審核表

出國報告名稱：		
出國人姓名（2人以上，以1人為代表）	職稱	服務單位
廖世華	辦事員	文化行銷處
出國類別	<input type="checkbox"/> 考察 <input type="checkbox"/> 進修 <input type="checkbox"/> 研究 <input type="checkbox"/> 實習 <input checked="" type="checkbox"/> 其他2009年南京台灣名品交易會（例如國際會議、國際比賽、業務接洽等）	
出國期間：98年9月15日至98年9月21日		報告繳交日期：98年12月21日
出國計畫主辦單位審核意見	<input type="checkbox"/> 1. 依限繳交出國報告 <input type="checkbox"/> 2. 格式完整（本文必須具備「目的」、「過程」、「心得」、「建議事項」） <input type="checkbox"/> 3. 內容充實完備 <input type="checkbox"/> 4. 建議具參考價值 <input type="checkbox"/> 5. 送本單參考或研辦 <input type="checkbox"/> 6. 送本院其他單位機關參考 <input type="checkbox"/> 7. 退回補正，原因： <input type="checkbox"/> 不符原核定出國計畫 <input type="checkbox"/> 以外文撰寫或僅以所蒐集外文資料為內容 <input type="checkbox"/> 內容空洞簡略 <input type="checkbox"/> 電子檔案未依格式辦理 <input type="checkbox"/> 8. 本報告除上傳至出國報告資訊網外，將採行之公開發表： <input type="checkbox"/> 辦理本單位出國報告座談會（說明會），與同仁進行知識分享。 <input type="checkbox"/> 於本單位業務會報提出報告。 <input type="checkbox"/> 9. 其他處理意見及方式：	
	審核人員（無者免）	單位主管
秘書室會審意見	<input type="checkbox"/> 1. 同意主辦單位審核意見 <input type="checkbox"/> 全部 <input type="checkbox"/> 部分_____（填寫審核意見編號） <input type="checkbox"/> 2. 退回補正，原因：_____ <input type="checkbox"/> 3. 其他處理意見：	
	會審人員	單位主管
決行		

「2009年南京台灣名品交易會」參展工作報告

壹、前言.....	5
貳、目的.....	5
參、經過.....	6
肆、心得.....	7
伍、建議.....	19

國立故宮博物院文化行銷處
辦事員廖世華

「2009年南京台灣名品交易會」參展工作報告

一、前言

自中國大陸改革開放、兩岸開放通郵通航，中國大陸與我國台灣雙邊文化交流更加熱絡。本次由台北世界貿易中心與南京市政府共同主辦的【2009年南京台灣名品交易會】，是在大陸地區所舉辦規模最大的一次交易會，且中國大陸文創產業現正處於初萌期參與此次交易會藉以展示故宮文化創意、形象，積極踏出探尋拓展本院相關商品的通路及市場。

二、參展目的

本次交易會係屬綜合型之展售會，結合台灣各業界之名品及文創產業之成果，加上特殊主題展館之設計，以吸引及滿足各種類型及不同年齡的參觀觀眾之需求。

參與本次交易會主要目的有兩大項，即「博物院商品及出版品系列」與「博物院研究典範及教育推廣」，謹摘要分述如下：首先是「博物館商品及出版品系列」方面：係提供本院文物仿製品、藝術紀念品及出版品展售業務以及訂購的場所與機會。其次是「博物院研究典範及教育推廣」方面：係提供博物院研究的一些典範與具有教育推廣作用之出版品及各類書籍。藉此展示故宮文化及形象，包括本院近期及即將推出之特展與常態展，還有本院代表性展品以達推廣及塑造本院形象及文化交流之目的。

三、參展過程：

98年		工作內容			
月	日	國家	機構或個人	行程	備註
9	15	中國	中國南京國際博覽中心	台灣—南京 赴展場處理展櫃裝潢及 展品運達事宜。	
9	16	中國	中國南京國際博覽中心	南京名品交易會展場佈 展 15:00~19:00 開放媒 體預展， 16:00 記者會活動	
9	17	中國	中國南京國際博覽中心	名品交易會開幕式 現場接待、展務工作	
9	18	中國	中國南京國際博覽中心	南京名品交易會 現場接待、展務工作	
9	19	中國	中國南京國際博覽中心	南京名品交易會 現場接待、展務工作	
9	20	中國	中國南京國際博覽中心	南京名品交易會 現場接待、展務工作	
9	21	中國	中國南京國際博覽中心	展場撤展 南京—台灣	

四、參加交易會之心得

「2009年南京台灣名品交易會」於2009年9月17日至20日為期四天，在中國南京國際博覽中心舉行。

本次交易會有750家兩岸台商企業參展，使用南京博覽中心3個展覽館1900個攤位，展出面積達38000平方米，共設置文化創意產業、生活用品、運動休閒、節能減碳、家電資訊產業、服飾配件、家具、食品、觀光醫療服務及台灣精品形象等十大專區，還開闢了「上海世博會台灣館形象區」，更結合「海峽兩岸企業論壇」討論包括兩岸經貿交流現況、展望與建設、兩岸行銷策列與行銷佈局、兩岸品牌建立與經驗分享及內需消費性產業合作機會等議題。

本屆交易會文化創意產業除本院外尚有法蘭瓷、琉璃工房、台灣創意設計中心、台灣工藝研究所等118家廠商與會。

交易會之特點包含了B toB及B toC，所以除了洽談大陸地區經銷本院相關產品外亦可直接於展場販售商品於參觀民眾，本次參展展覽主軸除配合本院近期相關特展及常設，展品主要分為兩部分：

第一部分是商品部分大致分為三方面

1. 文物仿製品如書畫卷軸、瓷器及青銅器等。
2. 博物館研究及教育推廣相關之出版品、各種書籍圖錄及光碟等。
3. 文物加值應用衍生商品如琉璃、領帶、滑鼠墊、T恤、墜飾、宮仔及較具本院代表性之紀念品等。

第二部分則為共同參與本次交易會之本院品牌授權6家廠商之產品及本院專案計畫龍藏經相關執行成果。外貿協會統計4天展期，累計專業買主12,095人，參觀人次達26萬8千人，四天展期共爭取新台幣252億元的商機，現場接單金額約為新台幣22億元。

本次交易會本院現場除洽談相關出版品授權外，4天的直接銷售金額總數達新台幣415,129元整。也利用等待佈展時間參訪南京博物館及該館之紀念品販售區，就其中出版品、文物仿製品、文創商品及紀念品開發製作賣店陳設等交換意見。



本院展場一角多寶格（展示出版品、青銅器、陶瓷器及文創商品）佈



藝術紀念品展售區佈展情形。



博物館衍生商品區左側及本院服務台。



博物館衍生商品區
右側。



展場正面主題牆配
合本院所推特展，左
側為兩岸故宮首次
合辦展覽活動雍正
大展，右側為華麗彩
瓷特展。



故宮形象院景展示
牆，搭配展示以本院
藏品為元素所設計之
服裝，與宣傳短片。



本院出版品展示區，因本次為南京首次舉辦大型台灣名品交易會，本院相關出版品、各項仿製品及藝術紀念品更是首次於南京市展出吸引大批人潮參觀搶購。



文銷處金處長接受南京當地媒體採訪本次本院展示主題及各相關之出版品、各項仿製品及藝術紀念品。



以本院藏品為元素所設計之服裝。



多寶格展示櫃局部其中
以瓷器、琉璃玉白菜、
書畫菁華、歷代法書全
集、書畫圖錄、書畫卷
軸及光碟。



龍藏經展示區。



本次出版品書籍及光碟
採開架方式展售。



藝術紀念品販售採
封閉式展售。



本院品牌授權廠
商今生金飾。



本院品牌授權廠商大
洋。



本院品牌授權廠商
禾禮。



本院品牌授權廠商
廣達香。



本院品牌授權廠商
印傑。



本院品牌授權廠商
朱的寶飾。



本院展區參觀人潮
1。



本院展區參觀人潮
1。



出版品採開架式陳列展示參觀人潮。



南京博物館館長親自接待本院文化行銷處處長就出版品、文創商品、藝術紀念品及賣店陳設交換意見。



南京博物館紀念品販售區



南京博物館青銅器販售區陳列方式。



南京博物館陶瓷器販售區陳列方式。



南京博物館藝術紀念品販售區陳列方式。



南京博物館出版品販售區陳列方式。



南京博物館出版品販售區陳列方式。



南京博物館一般商品販售區陳列方式。



南京博物館大件商品
販售區陳列方式。



南京博物館品茗休
憩區賣店。



南京博物館品茗休
憩區。

五、參展建議：

南京市位於長江下游沿岸江蘇省省會屬二級城市為中國四大古都之一，是長江下游地區重要的產業城市和經濟中心，也是中國重要的文化教育中心之一亦是華東地區重要的交通樞紐。

本院此次共展出 60 餘種精選書籍及影音光碟，如《故宮歷代法書全集》、《故宮書畫圖錄》、《故宮藏畫大系》、《大觀—北宋書畫特展》、《大觀—北宋汝窯特展》、《大觀—宋版圖書特展》、《清宮蒔繪宋—院藏日本漆器特展》、《故宮月刊全套》、《國色天香—伊斯蘭玉器》、《和光別采—故宮藏漆》、《龍藏經—圖像之部》、《玉之靈》及書畫捲軸、仿製青銅器、彩瓷、文物創意加值衍生商品等各項藝術紀念品，並積極地與當地廠商及出版廠商就商品跨界合作及文創相關成果交流外，另一項重點即是宣傳本院與龍岡數位文化合作出版的《清康熙朝內府泥金藏文寫本龍藏經》。本次參展書籍又因載示問題遭海關扣留，雖經本院文銷處處長溝通交涉後放行，仍造成佈展之不便。鑒於本次參展展出成果豐碩相關文創商品及出版品引起廣大迴響，建議兩岸相關文化交流合作應擴大辦理，相關文化交流法令適度的鬆綁，以利雙邊之文化交流。

本次交易會文創商品及出版品書籍方面需求明顯大於文物仿製品，客觀來看主要是因為位處江蘇是瓷器製作產地，又緊鄰青銅器製作區域就其製作原物料及人力資源皆較優於台灣，惟文創商品及專業書籍內容方面就較為貧乏乃因出版元素不足以致內容無法滿足廣大讀者之閱讀慾望，另參訪結果發現文創產業幾乎停滯不前並無專屬機構推動相關博物館文化創意部分，以致文化創意方面之相關設計及衍生商品較為欠缺，這些都是我們目前的優勢，應有效掌握優勢推動兩岸出版品授權印製及文化創意交流，有效將本院典藏之附加價值發揮至極致。