

行政院及所屬各機關出國報告

(出國類別：展覽)

參加 2010 年 北京國際文化創意產業博覽會報告

服務機關：行政院文化建設委員會

姓名職稱：洪世芳專門委員、

蕭輔宙組員

派赴國家：中國大陸

出國期間：99.11.17-99.11.22

報告日期：100.02.22

行政院及所屬各機關出國報告提要

出國報告名稱：參加 2010 年北京國際文化創意產業博覽會報告		
頁數 51 含附件		
出國計畫主辦機關/聯絡人/電話 行政院文化建設委員會/蕭輔宙/ (02)33436319		
出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話 洪世芳/行政院文化建設委員會/專門委員/(02)23434071 蕭輔宙/行政院文化建設委員會 / 組員/(02)33436319		
出國類別： <input type="checkbox"/> 1 考察 <input type="checkbox"/> 2 進修 <input type="checkbox"/> 3 研究 <input type="checkbox"/> 4 實習 <input checked="" type="checkbox"/> 5 其他(參加展覽)		
出國期間： 99. 11. 17-99. 11. 22	出國地區：中國大陸	
報告日期：100. 02. 22		
分類號/目：		
關鍵詞：北京國際文化創意產業博覽會、文化創意產業市場流通及拓展計畫、 Bravo Taiwan 美好台灣		
內容摘要：		
<p>因應文化創意產業推動，行政院於 98 年 10 月核定「創意台灣— 文化創意產業發展方案」，文建會相應提出文化創意產業發展第二期計畫，積極從環境整備、旗艦產業兩大主軸推動文化創意產業。而在環境整備上，政府為拓展台灣文創產業軟實力，協助文創業者進軍國際市場，推動『文化創意產業市場流通及拓展計畫』，帶領台灣文創業者積極參與國際各大文創設計展會，期望利用與國際各大城市的交流與串聯，提昇台灣文創整體品牌形象，並透過國際會展的文創精品展示，展現台灣整體文創產業的實力與能量。</p> <p>北京文博會自 2006 年創辦以來，至 2009 年已成功舉辦四屆，並於 2010 年 11 月舉辦第五屆，據統計，前四屆北京文博會共吸引了來自聯合國、歐盟、世界知識產權組織、國際工業設計聯合會等 20 多個國際組織高層官員、各國文化創意產業主管部門負責人及國內外知名學者專家和企業家等，據統計超過 800 位相關人士應邀發表演講。四屆北京文博會經統計有近 90 個國家和地區約 140 餘個代表團參展，以及來自中國大陸 31 個省區市的 60 多個代表團參加了展覽展</p>		

示、論壇峰會、推介交易等的活動；而台灣則以台北市組團參加了其中三屆。

本屆北京文博會的場地位於北京中國國際會展中心，並動用該中心所有場館(1 號館到 10 號館)展出，展場面積高達 65000 平方公尺，主要展出內容包括省市文化創意館、廣播影視館、新聞出版與版權貿易、文物及博物館相關文化創意產品館、青少年文化創意館、動漫遊戲館、創意禮品及工藝品交易館、畫廊及藝術品交易館、國際文化創意館、文化創意產業集聚展館、文化旅遊景區與商品展館、設計創意館、體育產業館、禮儀休閒用品創新設計館、文化創意人才招聘惠等，共有 1200 家以上的廠商及單位參展，其中以文建會主辦的「台灣文創精品館」位於一號館二樓 A 區，為一獨立的展覽空間，鄰近台北市籌辦之「台北文化創意主題館」展區，區位與整體參觀動線良好。

本次展覽期間參觀人次超過 20 萬，主辦單位邀請的參觀對象包括政府機關、貿易公司、進口商、批發商、零售商、專賣店、百貨公司、批發市場、郵購公司、設計師、建築設計公司、房地產開發商、酒店餐廳、專業媒體等，並開放給一般民眾免費入館參觀。

本次參展活動文建會希望透過協助臺灣文創品牌參加國際文創展會，以 [Bravo Taiwan 美好台灣] 整體形象，將台灣意象與文創核心精神帶入中國大陸、帶入國際，並廣泛推展文化創意產業交流、協助台灣文創業者深耕國際市場，開啟邁向世界文創舞台的契機。藉此台灣文創產業發展的成果，將持續與世界各國攜手並進，貢獻台灣人特有的人本關懷與文化價值，提升台灣文創品牌形象在國際市場的區隔性與競爭力。

目 錄

壹 前言.....	1
貳 展會簡介.....	3
一、背景.....	3
二、展會地點.....	3
參 展會紀要.....	5
一、基本資料.....	5
二、台灣文創精品區.....	6
三、台北文化創意精品展館.....	20
四、其他展區.....	21
五、展會相關活動.....	27
肆 心得與建議.....	28
附錄一 新聞媒體露出情形.....	33
附錄二 2010 第五屆中國北京國際文化創意產業博覽會徵展簡章	49

壹、前言

為因應文化創意產業推動，行政院於 98 年 10 月核定「創意台灣—文化創意產業發展方案」，文建會相應提出文化創意產業發展第二期計畫，積極從環境整備、旗艦產業兩大主軸推動文化創意產業。而在環境整備上，政府規劃從產業研發及輔導、多元資金挹注人、才培育及媒合、產業集聚效應、市場流通及拓展等面向，建構完善的產業發展環境。為拓展台灣文創產業軟實力，協助文創業者進軍國際市場，文建會推動『文化創意產業市場流通及拓展計畫』，帶領台灣文創業者積極參與國際各大文創設計展會，期望利用與國際各大城市的交流與串聯，提昇台灣文創整體品牌形象，並透過國際會展的文創精品展示，展現台灣整體文創產業的實力與能量。99 年分別規劃參與六月份[日本東京設計師週]、九月份 [英國倫敦 100%設計展]、十月份[上海國際時尚家居用品展]、十一月份[北京文化創意產業博覽會]，並於十一月舉辦[台灣國際文化創意產業博覽會]，積極協助業者拓展國內外市場，強化文創產業競爭力，提昇台灣文創品牌形象，接軌國際市場。

北京文博會自 2006 年創辦以來，至 2009 年已成功舉辦四屆，並於 2010 年 11 月舉辦第五屆，據統計，前四屆北京文博會共吸引了來自聯合國、歐盟、世界知識產權組織、國際工業設計聯合會等 20 多個國際組織高層官員、各國文化創意產業主管部門負責人及國內外知名學者專家和企業家等；超過 800 位相關人士應邀發表演講。四屆北京文博會經統計有近 90 個國家和地區約 140 餘個代表團參展，以及來自中國大陸 31 個省區市的 60 多個代表團參加了展覽展示、論壇峰會、推介交易等活動；而台灣則以台北市組團參加了其中三屆。

本屆北京文博會的場地位於北京中國國際會展中心，並動用該中心所有場館(1 號館到 10 號館)展出，展場面積高達 65,000 平方公尺，主要展出內容包括省市文化創意館、廣播影視館、新聞出版與版權貿易、文物及博物館相關文化創意產品館、青少年文化創意館、動漫遊戲館、創意禮品及工藝品交易館、畫廊及藝術品交易館、國際文化創意館、文化創意產業集聚展館、文化旅遊景區與商品展館、設計創意館、體育產業館、禮儀休閒用品創新設計館、文化創意人才招聘惠等，共有 1,200 家以上的廠商及單位參展，其中以文建會主辦的「台灣文創精品

館」位於一號館二樓 A 區，為一獨立的展覽空間，鄰近台北市籌辦之「台北文化創意主題館」展區，區位與整體參觀動線良好。

本次展覽期間參觀人次超過 20 萬，主辦單位邀請的參觀對象包括政府機關、貿易公司、進口商、批發商、零售商、專賣店、百貨公司、批發市場、郵購公司、設計師、建築設計公司、房地產開發商、酒店餐廳、專業媒體等，並開放給一般民眾免費入館參觀。

文建會希望透過協助臺灣文創品牌參加國際文創展會，以 [Bravo Taiwan 美好台灣] 整體形象，將台灣意象與文創核心精神帶入中國大陸、帶入國際，並廣泛推展文化創意產業交流、協助台灣文創業者深耕國際市場，開啟邁向世界文創舞台的契機。藉此台灣文創產業發展的成果，將持續與世界各國攜手並進，貢獻台灣人特有的人本關懷與文化價值，提升台灣文創品牌形象在國際市場的區隔性與競爭力。

貳、展會簡介



一、背景

文博會自 2006 年創辦以來，迄今已成功舉辦四屆，今年已邁入第五屆，據統計，文博會迄今共吸引了來自聯合國、歐盟、世界知識產權組織、國際工業設計聯合會等 20 多個國際組織高層官員、文化創意產業主管及國內外知名學者專家、企業家等，共 817 人應邀發表演講；同時吸引近 90 個國家與地區共 140 餘個代表團，以及來自全中國 31 個省區市超過 60 個代表團參加，其內容包含了展覽展示、論壇峰會、推介交易等活動。

本次展會總展出面積為 65,000 平方公尺，主要展出項目包括廣播影視、新聞出版與版權貿易、文藝演出、動漫遊戲、設計創意、文化旅遊、藝術品交易、博物館文化、體育產業等行業，共動用 10 個展館與 16 個展區，超過 1200 個單位與廠商參展，展覽主要以 B to B 及 B to C 形式，超過 20 萬人次前來觀展，除一般民眾外，尚包括政府機關、貿易公司、進口商、批發商、零售商、專賣店、百貨公司、批發市場、郵購公司、設計師、建築設計公司、房地產開發商、酒店餐廳、專業媒體等。

二、展會地點—中國國際展覽中心

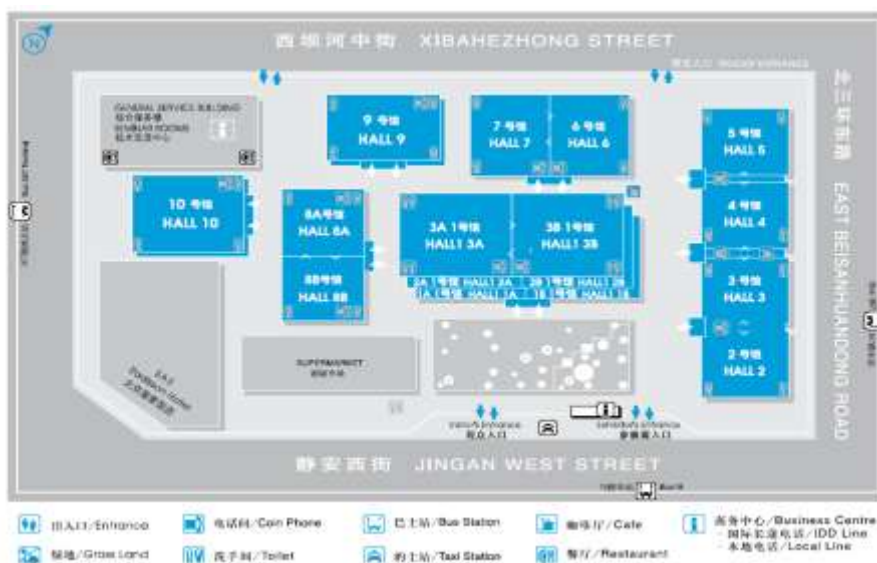
中國國際展覽中心位於北京市朝陽區北三環東路 6 號，當地人稱為「國展」，或「舊國展」，該中心交通便利，周圍計程車、公車搭乘方便，步行至最近的地鐵站(柳芳站)也僅需 15 分鐘，且臨近大型賣場與國際飯店，為北京市北三環地區重要路標。北京中國國際展覽中心目前由中展集團下屬的「北京國展國際展覽中心有限責任公司」經營管理，自 1985 年建成以來，該中心共舉辦各類展覽會超過 1,000 次，展出面積總和超過 1,100 多萬平方公尺，間接促成貿易成交額高達 5,000

多億人民幣。經過 20 年來的培育與發展，目前該中心每年舉辦各類展會 100 多個，展出面積超過 100 萬平方公尺。

參、展會紀要

一、基本資料

- 主辦單位： 中國大陸文化部
中國大陸國家廣播電影電視總局
中國大陸新聞出版總署
北京市人民政府
- 承辦單位： 中國國際貿易促進委員會北京市分會
- 展覽時間： 2010 / 11 / 18 (四) - 21 (日) · 共 4 天
18 日： 09:00-13:00
19、20 日： 09:00-16:30
21 日： 09:00-15:00
- 展覽地點： 北京·中國國際展覽中心
北京市朝陽區北三環東路 6 號
- 展覽面積： 約 65,000 平方公尺
- 展覽規模： 約 2,800 個展位
- 參觀對象： 文化創意產業相關業者暨一般參觀民眾
- 參展家數： 約 1,200 家
- 參觀人數： 超過 20 萬人次



北京·中國國際展覽中心平面圖

二、台灣文創精品區

本次北京文博會，「台灣文創精品區」為文建會所主辦之區域，位於一號館，1-2A 展區，展出內容係以「Bravo Taiwan」為主題，以「台灣文創精品」打造台灣文創品牌形象，期許在國際觀摩交流展會中作完整的呈現，提升台灣文創品牌形象在國際市場的區隔性與競爭力。本次「台灣文創精品區」的展出內容，以民國 99 年首次辦理之台灣文創精品選拔活動之優勝個人、團隊為主，共遴選出產品類金獎 5 件、銀獎 4 件、優選 9 件等 18 件產品，及原創設計類優選產品 10 件，共 28 件台灣文創精品參展，整體設計偏向展覽方式，訴求為台灣文創整體形象的塑造，而非攤位式商展模式，每個文創產品皆以櫥窗的方式呈現，伴以專職人員或產品設計者之解說，且不進行現場販售活動，如此設計於此會展中顯得特別精緻獨特，而成為數一數二的亮點，並獲得大會所頒之「最佳展示獎」，足見「台灣文創精品區」之成績與實力。

另由台北市所規劃的「台北文化創意精品展館」面積約為 4,000 平方公尺，共有 128 家廠商參展、設置 212 個展位，與文建會主辦之「臺灣文創精品區」比鄰，其展區內容包含「科技與電子藝術創新應用專區」、「時尚設計精品區」、「奉茶區」、「數位內容區」、「數位內容衍生商品區」、「博物館衍生商品區」、「創意生活區」、「原住民精品區」、「西門紅樓 16 工房」及「西門紅樓創意市集」等 10 個專區。

(一) 參展團員

項次	姓名	代表單位	類別	參加期間
1	洪世芳	文建會	政府機關	11/17-22
2	蕭輔宙	文建會	政府機關	11/17-22
3	劉恆元	商總	承辦單位	11/17-20
4	謝孟潔	商總	承辦單位	11/17-20

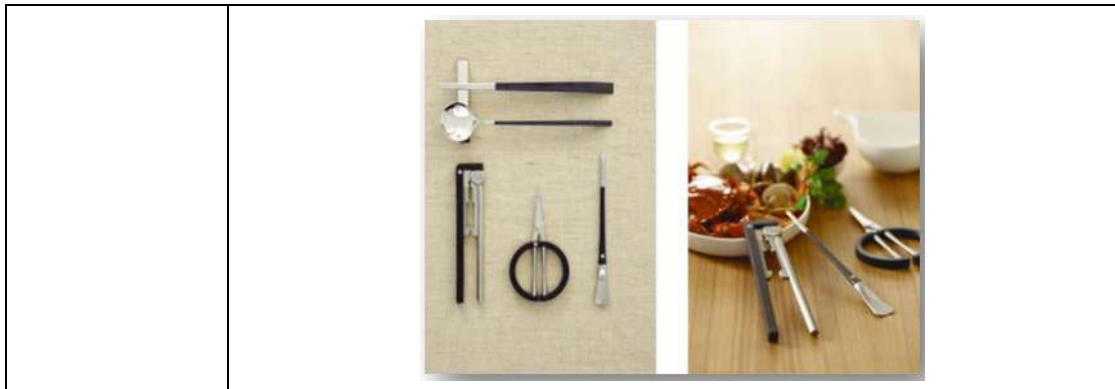
5	莊順全	商總	承辦單位	11/17-20
6	黃兆仁	台經院	承辦單位	11/17-20
7	陳淑嬌	台經院	承辦單位	11/17-20
8	張嘉峰	頑石創意	承辦單位	11/16-22
9	簡妙苓	頑石創意	承辦單位	11/16-22
10	鄭秋霜	經濟日報	媒體	11/17-20
11	顏盈甄	台客藍	產品類	11/17-22
12	黃捷纓	金椿茶油工坊	產品類	11/17-22
13	陳衍秀	JAI Inc.品家家品	產品類	11/17-22
14	王菊櫻	藝拓國際	產品類	11/17-22
15	梁宏彰	掌生穀粒	產品類	11/17-22
16	李建德	掌生穀粒	產品類	11/17-21
17	程昀儀	掌生穀粒	產品類	11/17-21
18	賴璟鋒	御風行創意	產品類	11/17-20
19	王端鎧	嶢陽茶行	產品類	11/19-21
20	林榮國	陶作坊	產品/原創類	11/17-22
21	劉巾英	陶作坊	產品/原創類	11/17-22
22	王旭	原住民協會	原創類	11/17-22

23	王 薇	三維力方	原創類	11/17-22
24	郭先弘	凌冠科技	原創類	11/17-22
25	侯淵堂	吉而好	原創類	11/17-22
26	陳希彥	破竹	原創類	11/17-21
27	韓惠菁	破竹	原創類	11/17-21
28	段湘麟	元創文化	原創類	11/17-20
29	楊郁婷	焚時計	原創類	11/17-19

(二) 參展廠商與展品

本次參展廠商與展品係透過甄選機制產生，凡優秀的台灣文創產品皆可報名參展，展出作品充滿設計感與時尚感、實用性與文化精神內涵。評選的主要指標為創意表現、研發設計、行銷能力、產品包裝設計等項目。本次獲選的參展廠商計有 15 家及一個協會、2 位個人設計者，主要展品為食器、精緻農產品、服飾、茶器、琉璃岩磚、燈具、生活用品、陶瓷精品、禮品、工藝品等。

品牌/公司	品名/圖片	
JIA Inc. 品家家品 有限公司		
	蒸鍋蒸籠	家當系列



書法系列

藝拓國際
(股)公司



岩間·香-錯金五行香爐

法藍瓷
有限公司



逍遙遊系列



柔情幽香-玉蘭花花瓶

掌生穀粒
糧商號



一齊米

<p>曉陽茶行</p>		
<p>台灣四季風情繽紛袋茶</p>		
<p>陶作坊</p>		
	<p>懷汝葵花茶器具組</p>	<p>老岩泥濡茶易泡組</p>
		
<p>高風亮節杯</p>		
<p>FREE EAST 輝盟國際(股) 公司</p>		
	<p>父子情</p>	<p>三峽祖師廟線稿</p>

台客藍		
	雪桐燈	金瓜壺茶具組
		
茶葉·蛋茶具組		
飄逸實業 有限公司		
	行動拍檔	
金椿茶油工坊		
	客家茶油禮盒/幸福好滋味	
台灣吉而好 (股)公司		
	羅大利包	無雙劍筆組

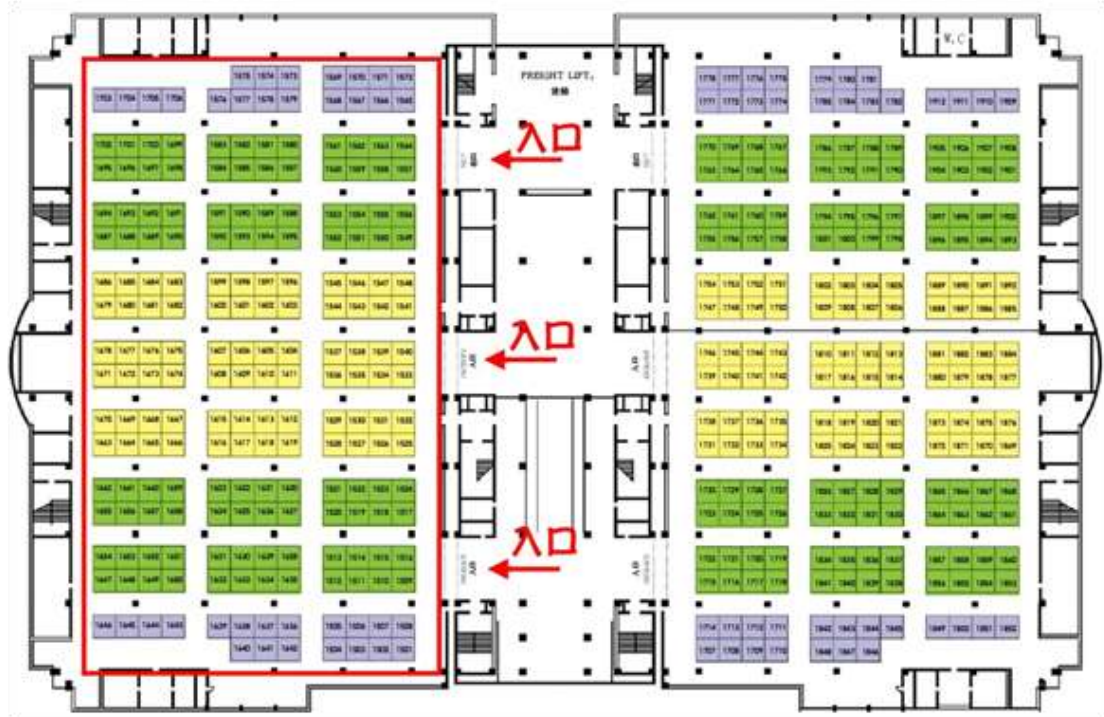
<p>御風行創意 國際(股)公司</p>		
	<p>祝福。飛黃騰達-飛龍在天</p>	
<p>元創文化 (股)公司</p>		
	<p>團圓</p>	<p>聚合</p>
<p>楊郁婷</p>		
	<p>焚時計</p>	
<p>三維力方 有限公司</p>		
	<p>極地冰盒-方竹系列</p>	

<p>凌冠多元 國際有限公司</p>	
	<p>東犬島燈塔</p>
<p>陳希彥</p>	
	<p>破竹</p>
<p>台灣原住民 產經協會</p>	
	<p>小原豬系列</p>

(照片：頑石提供)

(三) 展區位置

「臺灣文創精品館」展區位於一號館 1-2A 展區 1538 號攤位，位於會場主入口的正前方，所處的一號館也是該「北京中國國際展覽會議中心」最主要的場館。場地面積為 216 平方公尺，規劃 16 個展櫃、2 個液晶螢幕顯示牆及服務台，行銷台灣精品及推廣台灣文創產業整體形象。

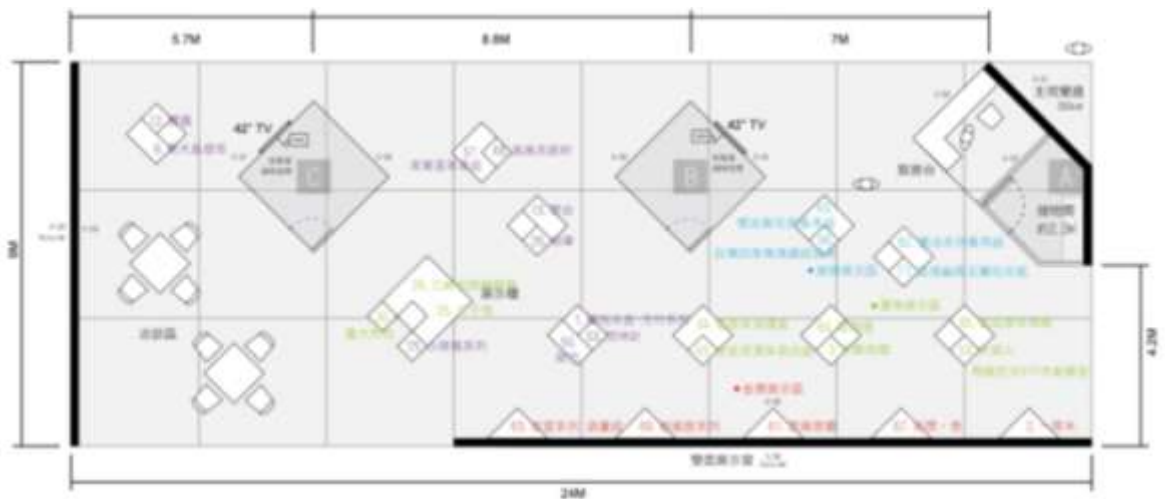
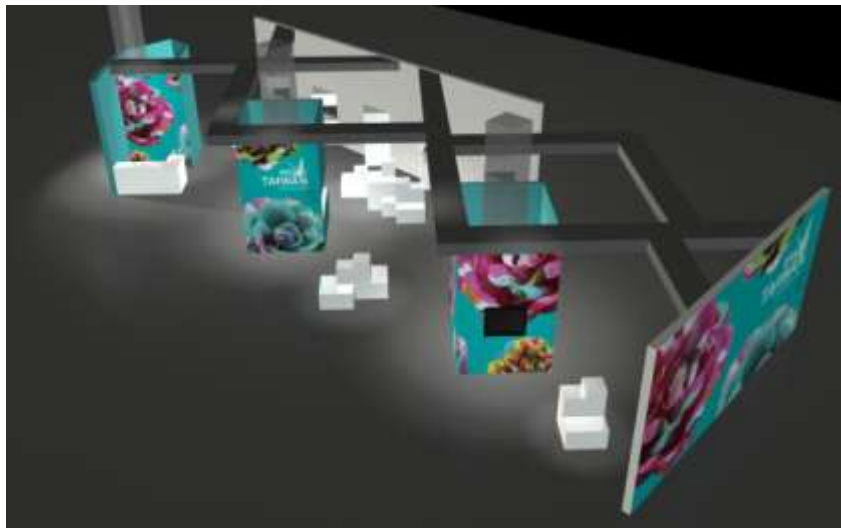


**BRAVO
TAIWAN**

台灣文創精品區
攤位編號：1538
216 m²

(四)展區規劃與設計

【展區設計圖】



【展區照片】









(照片： 頑石提供)

三、台北文化創意精品展館

由台北市政府所主辦的「台北文化創意精品展館」，位於一號館 2A 展區，展區面積超過 4,000 平方公尺，共有 128 家廠商參展、212 個展位。其展出內容包含「科技與電子藝術創新應用專區」、「時尚設計精品區」、「奉茶區」、「數位內容區」、「數位內容衍生商品區」、「博物館衍生商品區」、「創意生活區」、「原住民精品區」、「西門紅樓 16 工房」及「西門紅樓創意市集」等 10 個專區。展場中，結合著臺灣風情與傳統文化的元素隨處可見，例如鶯歌的陶瓷、知名廠商「陶作坊」的創意茶藝、故宮博物院結合傳統文物與科技的華麗演出、漢字藝術的演化、西門町紅樓的創意產品展售、臺北 101 的風景、原住民的文化原味，以及數十個充滿創意與文化結合的展售攤位，讓沒去過臺灣的中國大陸民眾感覺如臨其境，亦使去過臺灣的民眾如故地重遊，加深對台灣多元文化樣貌之印象。



「台北文化創意精品展館」之開幕典禮與部分展示空間

四、其他展區

本屆北京文博會主要展出內容，除了文建會主辦之「台灣文創精品館」、台北市政府主辦之「台北文化创意主題館」外，尚包括「省市文化创意館」、「廣播影視館」、「新聞出版與版權貿易館」、「文物及博物館相關文化创意產品館」、「青少年文化创意館」、「動漫遊戲館」、「創意禮品及工藝品交易館」、「畫廊及藝術品交易館」、「國際文化创意館」、「文化创意產業集聚展館」、「文化旅遊景區與商品展館」、「設計創意館」、「體育產業館」、「禮儀休閒用品創新設計館」、「文化创意人才招聘館」等 16 個館，共有 1,200 家以上的廠商及單位參展。

本次北京文博會之展題規劃，以商展結合中國大陸各省市之文化创意產業施政成果展示與招商為主，「省市文化创意館」由中國大陸各省所設的攤位組合而成，各省代表莫不全力展示其文化產業特色及相關政績，並有許多省市幹部到會參觀宣傳，且此區位於主展館(一號館)的一樓，在展會四天中，成為人潮最壅擠的區域。

位於二號到五號館的「國際文化创意展區」、「文化创意產業集聚展館」與「文化旅遊景區與商品展館」，是這次北京文博會所占空間最大的展區，雖然名為國際文化创意展區，但僅有韓國文化展區的規模較大，其餘各國攤位皆無明顯主題，有些攤位甚至僅為留學顧問或語言學校的攤位。

而「文化创意產業集聚展館」與「文化旅遊景區與商品展館」，則是以北京市各行政區為策展基本單位，依照其產業發展規模及專長，紛紛以大排場、大範圍的展示空間、費心製作的展場裝潢、不間斷的展場活動，來吸引參觀者的目光，頗有各行政區彼此較勁的意味。

本次文博會除了文建會所支持的「台灣文創精品展區」外，較有創意與發展前景的，應屬「設計創意館」展區。此展區位於六號館，展示內容以中國大陸(主要廠商仍以北京市的文創產業廠商為主)設計相關產業為主，分別以各種不同的展出型式、充滿創意的展場設計，來吸引參觀者的目光，且順便進行招商與業務洽談的工作。

另外，「廣播影視館」與「新聞出版與版權貿易館」主要以中國大陸的電影公司、電視台、各種內容出版業、廣播公司、新聞社、中央與各地方報社等為主要參展廠商，為於一號館 B 區及七號館，其中電影與電視公司紛紛以其著名節

目、明星做為號召，現場並以電影院或大螢幕播出的方式，展示其精彩內容；而出版業、新聞社、報社的展出方式，就如同書展一般，以較溫馨或專業的基調，平和地展出其出版品；部分廣播公司則在會場內設立播音室，由會場直接進行訪問或活動的直播。

至於「青少年文化創意館」與「動漫遊戲館」位於一號館 3A 區。「青少年文化創意館」展出的內容與方向大致為北京市部分設計學校、戲劇學校、補習班的成果展示；而「動漫遊戲館」則為數位遊戲業者、動漫產業業者之展示會，前者類似台灣的教育展、後者則像動漫博覽會，搭配 show girls 走秀、同人誌、宣傳表演、有獎徵答、戲劇表演等活動，就動漫遊戲在文創產業中的比重而言，規模較小。

除上述較具特色的展區外，本次文博會的「文物及博物館相關文化創意產品館」、「創意禮品及工藝品交易館」、「畫廊及藝術品交易館」、「體育產業館」、「禮儀休閒用品創新設計館」、「文化創意人才招聘館」則偏向純粹商展的範疇，現場多以商品販賣、商務洽談為主，許多展區甚至如同賣場一般。

「文物及博物館相關文化創意產品館」與「畫廊及藝術品交易館」的風格與台北的光華商場假日古玩市場類似，除了靜態的展售外，亦常舉行坊間常見的拍賣會，各種知名古物應有盡有、價格高低起伏、真假難辨；「創意禮品及工藝品交易館」與「禮儀休閒用品創新設計館」的展出內容以珠寶、竹木雕刻藝品、民俗文物、書畫作品為主，間或伴隨拍賣與現場示範製作等活動；「體育產業館」則以運動用品展示、大型體育賽會支援產業、運動場館設施與規劃產業、運動彩券公司為主，偏重技術面的展示與商品宣傳，與文化創意產業的關係較疏遠；「文化創意人才招聘館」位於會場最邊緣的十號館，只在會展的第二天與第三天有活動進行，內容是廠商徵才說明會，做為一個謀職的場合，其活動狀況並不踴躍。上述幾個場館由於展出屬性或是所在位置的關係，到會展的最後一天，甚至有非會展廠商或小販利用閒置的會場空間、走道或一些較空曠的區域，就地擺攤叫賣貨品，使會場的保安人員更加忙碌不堪。



「省市文化創意館」部分展示空間



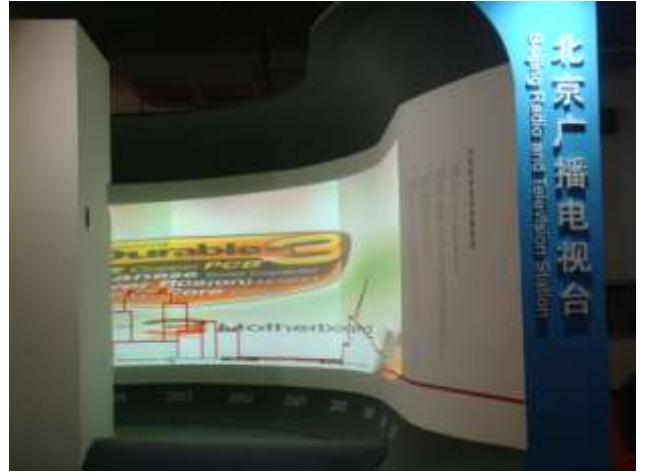
「文化創意產業集聚展館」與「文化旅遊景區與商品展館」部分展示空間



「國際文化創意展區」部分展示空間



「設計創意館」部分展示空間



「廣播影視館」與「新聞出版與版權貿易館」部分展示空間



「青少年文化創意館」部分展示空間



「動漫遊戲館」部分展示空間



各展區之展示空間

五、展會相關活動

本次展會的各项活動除了開閉幕典禮與各種表演活動外，最主要的大型活動則以產業推介會與國際論壇峰會為主。

在本次北京文博會期間，主辦單位文博會組委會辦公室、中國版權協會、中國動漫集團，北京市貿促會與北京京都信達信息服務中心，亦辦理了文化創意產業項目推廣與資源開發推介會，其性質有如廠商媒合會或共同招商大會。推介會的目的，是以加快產業示範基地建設、推動文化產業升級、培育文化骨幹企業、增強國際競爭力為主旨，大力宣傳推介具有特色的文化產業集聚區（園區、基地）、動漫產業、工業設計、文化旅遊等具有代表性的文化創意產業項目。

本次北京文博會主辦單位所辦理的推介會中，較重要的有「文化創意產業項目推廣與資源開發推介會」、「中國動漫產業鏈合作與動漫教育研討推介會」、「北京文化創意產業投融資項目推介會」、「2010 國際藝術授權博覽交易會」、「兩岸城市文化創意產業商機洽談會」、「北京前門台灣文化商務區設計及文創項目洽談會」、「北京市文化創意產業重點項目推介暨簽約儀式」…等，包含大大小小約 20 場以上之推介會，辦理時間約在 11 月中旬到 11 月下旬。其中最重要者為「中國動漫產業鏈合作與動漫教育研討推介會」，期辦理時間為文博會結束後的 11 月 25 日到 29 日，其功能與任務為搭建產業合作平台，促進動漫產業鏈上中下游（製作機構、播出機構和衍生產品製造商等）的合作，探討動漫教育教學新模式，並推介一批動漫知名品牌和優勢企業，促進動漫產業的發展。由各種推介會的安排與內容，亦可看出中國大陸當局對於文創產業發展方的重點與其政策規劃的方向。

本次文博會所舉辦的「國際論壇峰會」論壇於 11 月 18 日舉行以「文化創意產業與城市戰略發展」做為主題，邀請來世界各國的政、經、商、學等意見領袖，以文創產業的發展為主題，分享其實際體驗，探討文化創意產業對經濟和城市發展的貢獻與作用。論壇的主體包括「文化創意產業與發展方式轉變」、「文化創意產業發展和世界城市建設」、「首都功能核心區發展戰略」等議題。

肆、心得與建議

從 2007 年開始，台灣文創業者已經連續四年參加北京文博會，每一次參與廠家數量都創新高。第五屆北京文博會台灣參展廠商超過 120 家，策畫了 210 個以上的攤位和 11 個主題展區，比第一次參加時（2007 年）的數量，成長將近十倍。由此可見，北京文博會專業化程度可能不及上海、廣州、深圳…等南方城市，但做為中國大陸的首都、古老悠久的文化之都，在文創產業的吸引力與示範性上，仍然具有非常大的吸引力。

就文創產業的結構而言，除了需要令人激賞的創新設計之外，文創精品也需要供應鏈、通路開拓及行銷策略的支援。為了讓台灣文創精品與國際接軌，文建會特補助優秀的文創業者參加本次的北京文博會，許多廠商除了參展之外，亦利用本次機會順道考察北京市場，或向已在當地設點的前輩請益，這也是除了補助業者參與世界著名展會、增加曝光率、並藉機宣傳台灣與台灣的文創產業外，協助業者更為實質的拓展業務與市場流通的機會，也是文建會發展文創產業市場擴展的重要任務。

本次「台灣文創精品區」在整體設計上，不但獲得主辦單位所頒發的「最佳展示獎」，另有非常多的參觀者甚至以「台灣文創精品區」的背板、展示櫃、液晶電視牆…等裝置當作拍照的背景，做為參觀本次文博會的紀念，這是在其他展館所無法見到的，可見本次台灣精品館在設計上的用心與效果之突出。根據統計，「台灣文創精品區」四天來的交易額估計為新台幣 1,500 萬元，每天人潮流量為 2,500 人到 2,800 人，四天來吸引中國中央電視台、北京商報、廈門廣播電視、中國日報…等 25 家媒體專題報導，並於 2 次的「領導專場」中，吸引了大部分中國大陸官員到場參觀。其中層級最高者為中共政治局常委李長春。

本次北京文博會是文建會一次以團體戰的方式參與大型展會，並以「Bravo Taiwan 臺灣精品館」的形式展出，策略上以致力於打造「臺灣文創品牌形象」，經由臺灣文創精品的匯集呈現，形塑臺灣文創品牌形象，透過直接交流及媒體行銷宣傳，期能大幅提升臺灣文創品牌的具體形象與知名度。

由於此次參展策略的正確，透過此次參展，臺灣文創品牌形象不但讓參觀者留下深刻印象，更因為獨樹一格的表現方式，成功打響台灣文創精品的名號，再

度完成一次成功的出擊。

本次展會無論在整體的設計上、或對於台灣文創產業的宣傳效果上，都有十分良好的效果與長足的進步，而未來要如何精益求精，是要更進一步思考，以下就本次展會提出如下建議：

一、整合資源持續參與

中國北京文創博覽會已辦理五屆展覽，在時間與代表性上已成為中國大陸文創交流與行銷的重要平台，而北京做為一國的首都，同時也是中國大陸的政治與文化中心，在實際宣示意義方面，文博會都可以說是中國大陸文化創意產業會展之首，無論為發展兩岸文創產業交流或是為業者拓展大陸市場，都應持續組團參與，而台北市政府已組團參加四屆，未來可由其持續組團，並整合資源持續參與，以呈現台灣一貫求新求變的精神，為文化交流與商業拓展持續努力。

因此，為全力將台灣文創產業發展的成果表現在各大國際展會上，並在中國大陸市場尋求各種發展、曝光的機會，未來可以鼓勵更多縣市政府，以共同組團參與、資源整合的方式，參加各種文創展會，不但能將各種展會做為城市行銷的展示平台、更能提供台灣各地的文創業者更多的表現機會，持續拓展台灣文創產業的規模。

另外，政府亦可藉由各種管道將各種國際文創產業展會的消息傳達給業者，協助業者除了爭取政府的補助參與展會外，也鼓勵業者主動參加各種規模的商展。並鼓勵台灣的業者可藉由類似本次專館展出的方式，以整體行銷的方式，共同為台灣文創產業建立在各個國家、各個城市的文創通路灘頭堡。

二、適應會展屬性，規劃展區空間

由於北京文博會的規劃屬於免付費、並開放給所有民眾參觀的性質(簡稱 B to C)，因此於展區、展場的規劃上，必須與僅開放給特定人士、團體的展會(簡稱 B to B)有所不同。

以本次文博會來說，由於在四天內湧進了 20 萬的參觀人潮，因此各展間的動線規劃、安全性的設計、展品的陳列方式、資料提供的方式等，就必須做好妥善地安排，哪些部分可以做開放式展示、哪些部分必須做櫥窗式展示？參觀動線

是否能處理過份壅擠的狀況？是否要在展間內提供桌椅甚至是茶水？…等問題，都必須事先收集資料並仔細規劃，方能適應各展會形式，達到最佳的展出效果。

三、參展廠商應派員出席參加展會

為協助文創業者拓展市場、行銷品牌，政府積極推動文化創意產業市場流通與拓展計畫，協助業者出國參展，並補助機票及住宿費。但政府資源畢竟有限，往往在僧多粥少情形下，僅能透過甄選讓少數廠商出國參展，惟有部分業者未派員參展，讓展品束之高閣，失去行銷拓展之機會；亦有業者未全程出席參展，殊為可惜。以本次參展的經驗來看，展品需透過最了解品牌精神及內容的業者至現場說明推廣，才能提高商機媒合機會，故建議日後公開徵選參展品牌、業者時，應將能否派員全程參與展覽列為必要條件，讓政府資源能真正投入有需要的業者；另對於未全程出席參展者，亦列為未來甄選參展業者的評鑑參考依據之一，務期能讓真心想要拓展行銷商品的廠商有參展的機會。

四、協助「台灣文博會」展出的績優廠商參加北京文博會

因北京文博會約在台灣文博會後一個半月舉行，準備時間尚為充裕，建議可將「台灣文博會」中遴選表現優良或獲獎之廠商、展出單位推介參加北京文博會，一方面再強化台灣代表團的展出陣容，一方面可利用優秀展品的曝光，藉機宣傳「台灣文博會」，達到相輔相成的效果。

五、政府機關在甄選參展廠商應扮演更積極的角色

本次展會參展廠商甄選主係由委辦單位頑石公司全權負責，其好處在於民間業者對於產業生態較為熟悉，作業上較具彈性，但又因同業彼此間無形的排擠效應，長期來看，將可能使參展廠商存在侷限性。因此，政府機關在甄選參展廠商上應扮演更積極的角色，幕僚作業可與民間單位合作辦理，但甄選委員的遴選及參展廠商的決審，應由政府機關負責，如此或可減少外界對於參展廠商甄選的疑義。

六、建立參展廠商資料庫持續追蹤協助廠商

文建會自 99 年起分別規劃參與[日本東京設計師週]、[英國倫敦 100%設計展]、[上海國際時尚家居用品展]、[北京文化創意產業博覽會]，並舉辦[台灣國際文化創意產業博覽會]，這對於產業較不熟悉的文化單位來說是一種新的嘗試，而文建會應透過對產業的接觸，逐步建立起廠商資料庫，並與文建會所提供的各種獎補助措施的資料庫相結合，做為今後文創產業發展的重要基礎資料，並藉由此資料庫持續追蹤、協助廠商的發展。

七、藉由參展廠商於產業界的經驗與行銷能力，與文建會相關補助計畫連結，使獎補助機制更能發揮功效

由於有能力參與各項會展的廠商都是較具規模、產業化較完整、較具市場拓展能力的文創產業業者，對於文建會所補助之部分初創廠商、或是微型廠商，都具有一定程度的示範作用，因此，未來可以妥善蒐集並利用各參展廠商的資料，做為文創產業發展的實例，並邀請參展廠商辦理交流會，與受文建會補助之初創廠商進行經驗的分享與交流，一方面協助初創廠商的發展、一方面可製造產業媒合的機會。

八、根據會展模式，鼓勵不同發展規模的文創廠商參展

綜整過去參與各項國際會展的經驗，相關文創產業展會的形式大致可分為僅開放給專業買家、廠商參與的 B to B 模式，與開放給所有人參觀（包括收費與不收費）的 B to C 模式。

若以台灣文創產業的發展現況來分析，參展廠商大致可分為產品與行銷通路都較成熟的中大型文創業者（如法藍瓷、藝拓國際）與甫成立且資本額較低的微、小型文創業者。就本次北京文博會的參展經驗來說，由於展會是屬於 B to C 的性質，期間近 20 萬人次入場參觀，就商業模式與宣傳效果來考量，較適合中大型文創業者以品牌（公司）形象的推廣或當季主力商品推介做為參展的目的，不於會展中向參觀群眾販賣商品，僅為品牌與公司形象打知名度，僅與部分專業買家進行合約、商務交流等 B to B 式的接洽。由於微小型廠商的資本較不足，企業又僅於初步發展階段，較無能力進行大面積的企業形象展示，再加上微小型公

司的「創意」與「原創」能力正是其企業的最大資本與創業的根本，倘若貿然參加大型的 B to C 式展會，不但難以在同業大廠的環伺之下增加曝光率，其企業發展所繫的「創意」與「原創」，亦容易遭受剽竊，其產品亦容易在短時間內遭到複製，造成企業嚴重的損失。

因此，建議初創的微小型廠商或是以創意發明、原創產品為賣點的小規模企業，盡量以資源整合、聯合參展的方式參加 B to B 型的文創展會，透過與專業買家、廠商的交流，於業界中提高知名度、並趁機爭取訂單，甚至可以為微小型廠商或個人創作者提供一個與通路商、行銷商媒合的機會，藉此一方面擴展為小型廠商的市場規模、一方面藉由較少的參觀人數與較嚴格的參展規定，保障廠商的智慧財產權。

註：本報告部分資料由頑石公司協助提供。

附錄一

新聞媒體露出情形

截至 11/25，共計 15 則露出。

要驚艷北京 台灣文創精品搶灘

2010/11/17 聯合報

「第五屆北京國際文化創意博覽會」明天（十八日）登場，台北市文化局和外貿協會率領一批台灣文創業者到北京參展，讓台灣文創業的精銳產品，亮相北京。

今年六月底，兩岸簽署經濟協議（ECFA）後，為兩岸的文化創意產業提供了互惠合作的空間。貿協和台北文化局希望，透過兩岸資源整合，創造台灣的 D I T（台灣設計）和 B I T（品牌台灣），為台灣文創業者在大陸開創新的揮灑天地。

從〇七年起，台灣文創業者已經連續四年參加北京文博會，每一次參與廠家都創新高。今年台灣參展廠商達到一百廿七家，規劃兩百一十二個攤位和十一個主題展區，比〇七年時，成長近十倍，希望用台灣最具創意的文創作品，讓北京民眾耳目一新。

帶團的台北市文化基金會副執行長邱正生指出，今年「台北文創精品館」嘗試前瞻性展出，一是台灣年度文創精品，在經過台灣專家評選後，在海外的巡迴展出，第一站就到北京。

他說，其次也開始進行「科技藝術」，規劃跨界專題展覽，希望呈現台灣最具競爭力的資通訊和文創實力。

北京文博會臺灣文創精品館開幕 展商數量增 10 倍

中央網路報 2010-11-18 18:08:24 陳恆光/整理

臺灣文創精品館 18 日在第五屆北京文博會亮相，這是臺北展團連續第三次以整體形象參加北京文博會，傳統文化在現代科技的演繹下綻放嶄新活力。

根據大陸媒體中新社報導，臺北故宮館藏翠玉白菜上的蟋蟀，在夜晚與嬰兒枕上的娃娃發生了怎樣的奇趣故事？傳統漢字由繁到簡是如何演化而來？人們在臺灣文創精品館首次增設的“科技與電子藝術創新應用”展區，通過現代科技的光影結合與人機互動都能找到答案。

該展區由臺灣工研院、臺北故宮、臺北數碼藝術中心等數碼互動藝術創新開發單位共同參與，呈現的是臺灣在科技與數碼藝術跨界結合的發展趨勢和成果，以科技與藝術的跨界結合吸引了不少眼球。

據介紹，臺灣文創精品館展區面積達 4000 平方米，設 212 個展位，128 家廠商參展，展商數量成長近 10 倍。展覽設置臺灣年度文創精品區、時尚設計精品區、數碼內容衍生商品區、數碼學習與典藏區、創意生活區、臺灣少數民族精品區和創意市集區等 11 個專區。

展場中，結合著臺灣風情與傳統文化的元素隨處可見：鶯歌陶瓷的多姿、創意茶藝的新穎、臺北故宮的瑰寶、漢字藝術的演化、西門町的紅樓風情、臺灣少數民族的原味文

化、臺北 101 的美景，讓沒去過臺灣的民眾如身臨其境、去過臺灣的民眾如故地重遊。

臺北市文化局局長謝小韜接受中新社記者採訪時表示，中華文化的傳承與發展是兩岸文化交流最好的切入點，也是臺灣文化發展的重要基礎。希望能夠從傳統出發、走上國際，以當代藝術與傳統文化的完美結合，切合百姓的需求，改善人民生活，讓兩岸人民都安居樂業。

因應知識產權保護在文創產業中的重要作用，以及《海峽兩岸知識產權保護合作協定》的正式生效，“版權保護工作站”首次出現在展場中。中國版權保護中心在現場派駐工作人員，為參展臺灣廠商提供版權保護法律法規和政策諮詢，並提供版權保護和代理合作等服務。

謝小韜表示，健全的機制能夠讓文創產業上游的藝術家和創意工作者的權益得以良好的保障，使該行業的發展更具潛力與前景。兩岸知識產權保護合作協定的生效將對兩岸文化創意產業的發展非常有幫助。

據悉，展覽將持續至 21 日，期間還將舉辦以拓展兩岸文化產業深度合作為主題的論壇、專案推介、洽談簽約等系列活動。

台灣文創精品現身北京文博會

中央社 (2010-11-19 18:11)

(中央社訊息服務 20101119 17:31:03)11 月 10 日甫出爐的 28 件台灣文創精品，14 日剛結束於 2010 台灣國際文化創意產業博覽會的第一次展覽，現場獲得廣大民眾熱情參觀與購買詢問，隨即馬不停蹄的打包登機，昨(18)日以台灣文創精品形象館參與第五屆北京國際文化創意產業博覽會，預料將引起一股台灣文創旋風。

今年首次辦理的台灣文創精品選拔活動，遴選出產品類金獎 5 件、銀獎 4 件、優選 9 件等 18 件，及原創設計類優選 10 件。最大贏家為包辦產品類金獎 2 件及銀獎 1 件之 JIA Inc. 品家家品、金銀獎各一件的法藍瓷，與獲產品類及原創類優選共 3 件之文創新銳品牌台客藍等。

產品類金獎得獎產品有 JIA Inc. 品家家品「蒸鍋蒸籠」、法藍瓷「柔情幽香 玉蘭花花瓶」與掌生穀粒「一齊米」，原創設計類優選則有楊郁婷之「焚時計」、台客藍「茶葉蛋 茶具組」、陶作坊「高風亮節杯」等 10 件原創設計類作品。無論是已進入量產，或尚屬於創意發想的設計，都能結合生活、文化的元素，實用與創意並重。

本屆最大贏家 JIA Inc 品家家品表示，日前門市與文博會現場即湧入大批消費者與電話，爭相詢問「蒸鍋蒸籠」、「家當系列」餐盤組，預料年底前銷售量可衝上千套。此外，台灣文博會現場已有大陸代理商洽詢未來代理與銷售相關事宜，未來商機無限。產品類優選銀獎得主峽陽茶行於展場內獲得大英博物館青睞，希冀引入該產品於其博物館賣場；產品類優選金椿茶油工坊也是人氣、買氣不斷，除了現場交易遠比參與食品展效應更好，更獲得參觀民眾票選為十大人氣廠商之一。

令人激賞的創新設計之外，文創精品也需要供應鏈、通路開拓及行銷策略等支援。為了讓台灣文創精品與國際接軌，文建會補助獲獎之文創業業者赴北京參展，本次將有 15 家業者組團前往，掌生穀粒程昀儀創辦人表示該公司極為重視本次參展機會，她除個人前往之外，將率領兩位同事順道考察北京市場，也相當感謝文建會的補助，給予業者更為實質的拓展業務與市場流通的機會。

本次北京文博會預計將有來自聯合國、歐盟、國際工業設計聯合會等 20 多個國際組織高層官員、各國文化創意產業主管部門負責人及國內外知名專家、學者和企業家等應邀參與，期以「台灣文創精品」打造整體文創品牌形象，並在國際觀摩交流展會完整呈現，提升台灣文創品牌形象在國際市場的區隔性與競爭力。

"台北文創精品館"明前進北京國際文化創意產業博覽會

〔鳳凰網記者歸鴻亭台北報導〕 第五屆中國北京國際文化創意產業博覽會將於明日至21展開，其中「台北文創精品館」由台北市文化局、台北市文化基金會及台北世界貿易中心主辦前往參展。

台北市文化局表示，三年前首次組織文創產業業者赴北京文博會，當時只有13家廠商參與、展出54個展位；今年邁入第四年，參展廠商成長近十倍，共有127家優質廠商參與、展出212攤位。

該局指出，今年「台北文創精品館」是以特展及品牌形象為主要呈現重點，展區規劃上包括：「科技與電子藝術創新應用專區」、「年度台灣文創精品區」、「時尚設計精品區」、「奉茶區」、「數位內容區」、「數位內容衍生商品區」、「博物館衍生商品區」、「創意生活區」、「原住民精品區」、「西門紅樓16工房」及「西門紅樓創意市集」等11個專區。

「台北文創精品館」今年最重要的主題特色為規劃「科技與電子藝術創新應用專區」特展，共邀集國立故宮博物院及5組藝術團隊參與，展現台灣在科技領域內巧妙的融入文化藝術創意，呈現具感染力、說服力、感動力和趣味性的互動作品。

此外，在文建會的支持下，今年亦增設「年度台灣文創商品區」，以評選方式選出一批台灣文創精品，預定於全球展開巡展，而北京文博會正是國際巡展的第一站。

軟實力襲捲紫禁城 台北北京零時差

2010-11-21 旺報【本報訊】（文接B12版）

另一項原創設計優選「小原豬」，台灣原住民發展協會的創作概念，在於原住民的傳統習俗裡，無論婚、喪、喜慶都牽扯到豬，透過設計師的創意，小原豬體型渾圓飽滿，蹲坐前望，線條簡捷卻跳躍出豬原有的隨遇而安、心胸豁達特性，配戴具族群特色之彩色玻璃珠串，相當討喜可愛。

台灣農業生活醞釀創意

產品類金獎得主「掌生穀粒糧商號」，四年來發揮創意地將台灣東部的在地好米，塑造成為具創新價值的伴手禮，一種「精緻農業的生活風格提案」。掌生穀粒的產品重視與土地的關係，並為消費者帶來獨特風味食材，並且在營銷農業精品的同時，一同傳達在地文化。得獎作品——「一齊米」，以會呼吸但「保證不能久放」的牛皮紙袋，包裹著從初鹿牧場的牛糞灌溉土地所孕育出「要吃再碾」的新鮮白米，一捆一綁紮實地傳遞手作的溫暖與質感。來自東部有機耕做的好米，除了農人的堅持，更承載了「為台灣依舊美好事物掌聲鼓勵」的文化傳承使命。包裝上覆著充滿故事性的書法手寫文案，帶領大家嚐到古早農業時代咀嚼新米的感動。

同為產品類金獎得主藝拓國際的神話岩飾TALES系列，承襲古老傳統與藝術工法的啟發，透過正方形或長方形的藝磚，重新詮釋各種優美意象，添增居家裝飾風采之餘，亦串接起現代感官與古老文化間的藝術橋梁。其獲獎產品「岩間·香-錯金五行香爐」主要展現三大層次：「岩」系採環保概念的竹炭元素，作為岩飾材質基底；「間」為黑金

二色相錯，靈感沿襲古代錯金工藝，用以闡釋五方神獸的傳說典故；「香」則結合《黃帝內經》四時應合與五行養生之理，輕燃小爐薰香，一縷輕煙裊繞，便能營造天人感應的妙境氛圍。

品家家品大贏家

本屆最大贏家 JIA.Inc 品家家品表示，文博會期間會場及門市湧入大批消費者與電話，爭相詢問「蒸鍋蒸籠」、「家當系列」餐盤組，便進行緊急備貨，預料未來銷售量可衝上千套。而且目前中國大陸已有上海新天地朗廷酒店等 6 家飯店使用其產品，於台灣文博會現場，更有大陸代理商洽詢代理與銷售相關事宜，未來商機無限。而產品類優選銀獎得主峽陽茶行於展場內獲得大英博物館青睞，希冀引入該產品於其博物館賣場；產品類優選優選金椿茶油工坊於現場攤位也是人氣、買氣不斷，除現場交易遠比參與食品展效應更好，更獲得民眾票選為十大人氣廠商之一。

除了令人激賞的創新設計，文創精品更需要供應鏈、通路開拓及行銷策略等支援。為了讓台灣文創精品與國際接軌，文建會將補助獲獎廠商赴北京參展，本次將有 15 家廠商組團前往，掌生穀粒程昀儀創辦人表示該公司極為重視本次參展機會，她除個人前往之外，將率領兩位同事順道考察北京市場，也相當感謝文建會的補助，給予業者更為實質的拓展業務與市場流通的機會。

文建會把台灣文創推往國際

文建會主委盛治仁亦表示，透過參與世界一流的國際專業展會，將台灣意象與文創核心精神帶入國際，與各國當代第一流的文化創意內涵對話與交流；並協助台灣文創業者深入了解國際市場，開啟邁向世界的契機。台灣文創產業發展的成果，將持續與世界各國攜手推進文化创意與經濟發展進程，貢獻台灣特有的人本關懷與文化價值。

認同台灣的創意能量與人本關懷之餘，藝拓國際執行長曾國源亦理解到文創產品市場化過程面對設計師因生產技術和資源的缺乏，使得成本難以壓低、另外還面對國際市場需求的產品規劃及通路行銷等障礙，希望能夠透過「設計、生產、品牌」三位一體的綜合審視分析，重新檢測生產過程，期能夠降低成本、修正訂價策略，再務實地向國際市場開展。此概念與文建會現行推動之「台灣文化创意產業國際流通與拓展計畫」精神相近，除了透過台灣文創精品參加國際展會增加國際視野及拓展台灣文創品牌的國際知名度，文建會及承辦單位全國商業總會後續亦將推動相關文創通路拓展與擘建的工作。

本次北京文博會預計將有來自聯合國、歐盟、國際工業設計聯合會等 20 多個國際組織高層官員、各國文化创意產業主管部門負責人及國內外知名專家、學者和企業家等應邀參與，期以「台灣文創精品」打造整體文創品牌形象，並在國際觀摩交流展會完整呈現，提升台灣文創品牌形象在國際市場的區隔性與競爭力。

中國北京國際文化创意產業博覽會 台灣文創精品館

時間：2010/11/18-21

地點：中國國際會展中心一號館 2 樓 A 區 攤位編號：1538

台灣文創精品 18 日北京亮相

(中央社記者馮昭台北 10 日電) 2010/11/10 22:15:00

行政院文化建設委員會首次選出的 28 件「台灣文創精品」，18 日將以整體品牌形象，在北京國際文化創業產業博覽會亮相。

文建會為提升國內文創產業，於今年推動「文化創意產業市場流通與拓展計畫」，內容包含舉辦台灣文創精品選拔活動。獲獎廠商由文建會補助機票和住宿，預計 16 日由文建會官員帶隊出發，參加北京文博會，拓展國際市場。

北京文博會預計有聯合國、歐盟、國際工業設計聯合會等 20 多個國際組織高層官員、各國文化創意產業主管部門負責人、知名專家、學者和企業家應邀參與。

文建會副主委李仁芳表示，台灣將以「台灣文創精品」打造整體文創品牌形象，透過赴外參展，提升在國際市場的區隔性與競爭力，展現台灣文創亮眼力。

首次辦理的台灣文創精品選拔活動，今天由李仁芳和中華民國全國商業總會理事長張平沼頒獎給 28 件得獎作品的廠商。

首次選拔活動從產品類 73 件參賽作品中，選出 JIA Inc. 品家家品「蒸鍋蒸籠」、法蘭瓷「柔情幽香玉蘭花花瓶」等金獎、銀獎和優選作品共 18 件；尚未商品化的原創設計類作品有 61 件參賽，但因評審認為作品皆與商品化距離遠，因此金獎和銀獎皆從缺，選出楊郁婷「焚時計」與台客藍「茶葉蛋茶具組」等 10 件優選作品。

台灣文創精品得獎作品無論是已進入量產，或屬創意發想的設計，都要結合生活、文化的元素，實用與創意並重。

北京文博會將於 18 日至 21 日在中國國際會展中心舉辦，兩岸三地文創產業皆參展。

北京文博會首設文創精品館

(2010/11/16 17:48 中央社)

(中央社記者郭政蘭台北 2010 年 11 月 16 日電) 第 5 屆北京國際文化創意產業博覽會將設置「台灣文創精品形象館」，由行政院文化建設委員會首度舉辦台灣文創精品選拔活動挑選出的 28 件優秀作品將參展。

文建會官員今天告訴中央社記者，預料台灣文創精品這次在北京參展，將掀起一股台灣文創旋風，促進台灣文創業者開拓大陸市場。

文建會今年首次舉辦台灣文創精品選拔活動，遴選產品類金獎 5 件、銀獎 4 件、優選 9 件等 18 件作品和原創設計類優選 10 件作品，共 28 件作品。

28 件台灣文創精品首次在台灣展覽時就吸引廣大民眾熱情參觀與購買詢問，14 日這些精品結束在台展覽後馬上打包登機前往北京，將首度在第五屆北京文博會展出。

第五屆北京文博會將於本月 17 日至 21 日在北京中國國際展覽中心舉行，設置了「台灣文創精品形象館」，面積 216 平方公尺。為了讓台灣文創精品與國際接軌，文建會補助獲獎的文創業者赴北京參展，這次將有 15 家業者組團於今明兩天分批前往。

這 15 家業者包括品家家品、藝拓國際、掌生穀粒糧商號、峽陽茶行、陶作坊（勤貿實業）、輝盟國際、台客藍（世代文化創業）、金椿茶油工坊、台灣吉而好、御風行創意國際、元創文化、三維力方、凌冠多元國際、台灣原住民發展協會、楊郁婷等。

文建會官員強調，希望以「台灣文創精品」打造台灣整體文創品牌形象，在國際展會完整呈現，提升台灣文創品牌形象在國際市場的競爭力。

獲獎的產品類金獎得獎產品有 JIA Inc. 品家家品「蒸鍋蒸籠」、法藍瓷「柔情幽香玉蘭花花瓶」與掌生穀粒「一齊米」；原創設計類優選則有楊郁婷的「焚時計」、台客藍「茶葉蛋茶具組」、陶作坊「高風亮節杯」等 10 件原創設計類作品。

台北館將三度亮相北京文博會 首設“版權保護站”

2010 年 11 月 12 日 18:23 中國窗

台北展團今年將連續第三年以 4000 平米的“台北文化創意主題館”亮相將於 17 日開幕的北京文博會，展覽現場將首度設立“版權保護工作站”，兩岸合作為參展商提供版權保護法律法規和政策諮詢。

據北京文博會組委會介紹，本屆文博會台北館將設 200 個標準展位，整合了台灣 70 多家最具影響力的重點文創企業和機構參展。展覽設置 10 個主題展區，包括台灣年度文創精品區、時尚設計精品區、數碼內容衍生商品區、數碼學習與典藏區、創意生活區、台北縣文創專區、台灣少數民族精品區、環保創意商品區和創意市集區。

台灣“文建會”首次選出的 28 件“台灣文創精品”將以整體品牌形象參展，以進一步拓展大陸及國際市場。

此外，本次增設的“科技與電子藝術創新應用”主題展，將有台灣工研院、台北故宮、台北數碼藝術中心等台灣數碼互動藝術創新開發單位共同參與，呈現台灣在科技與數碼藝術跨界結合的發展趨勢和成果。

《海峽兩岸知識產權保護合作協議》正式生效後，大陸將於 11 月 22 日起受理台灣同胞提出的專利、商標、植物新品種申請的優先權請求，台灣媒體 11 日指出，以兩岸申請專利和商標的數量來看，主張優先權台商將獲利多。

在本次展覽現場，“版權保護工作站”將首次出現，台北館主辦方與中國版權保護中心合作，為參展廠商提供版權保護法律法規和政策諮詢，並為參展廠商提供版權保護和代理合作等服務。

展覽期間，以拓展兩岸文化產業深度合作為主題的論壇、項目推介、洽談簽約等系列活動也將在展場內外全面展開。(記者 路梅)

台湾文创风劲吹北京“文博会”

本报记者 李炜娜 王连伟 2010 年 11 月 23 日 00:00 来源：人民网-《人民日报海外版》

11 月 21 日，为期 5 天的第五届北京文化创意博览会落幕。本届文博会期间，百余场次各类活动吸引了逾百万人次参与，共签署集聚区入驻、版权贸易、设计创意、文化旅游等合作协议总金额 478 亿元人民币，比上届增长 30.3%。

其中，台湾展团展览现场和推介活动共签订订货、交易、代理、经销合作协议 1.5 亿元人民币，是上届的 3.7 倍。一次“亲密接触”在文博会主展馆，“台湾文化创意主题馆”始终是人气最旺的展馆。莺歌陶瓷的多姿、台北故宫的瑰宝、西门町的红楼风情、台湾少数民族的原味文化、台北 101 的美景……在展馆中，随处可以感受到台湾的风情和文化。一次参观，更像是一次与宝岛台湾的“亲密接触”

4000 平方米的展区面积，212 个展位，127 家厂商参展，“台北文创精品馆”由台北世贸中心、台北市文化局、台北市文化基金会等共同主办，是台湾文化创意产业界自 2007 年参加北京文博会以来规模最大的一次。本届“台湾文化创意主题馆”里，可以看到什么？今年“台北文创精品馆”以特展和品牌形象为主要呈现重点。主题馆里设置了台湾年度文创精品区、时尚设计精品区、数码内容衍生商品区、数码学习与典藏区、创意生活区、台湾少数民族精品区和创意市集区等 11 个专区，主要展出台湾高科技与文化创意融合的最新发展趋势和成果。

其中，年度文创精品区里，台湾“文建会”首次选出了 28 件“台湾文创精品”以整体品牌形象参展。在时尚设计精品区，台湾创意设计中心的专案经理萧安汝告诉本报记者，这两年来，台当局经济部门开展了一个辅导中小文创企业的计划，叫作“构建文化创意产业育成网络计划”，每年会选择 40 家中小企业，提供产学互动，这次带来了其中 13 个优质辅导个案。“你看，这个垃圾筒，本来是一个学生的创意作品，我们后来就帮助产学对接，开发出来，它很方便，桶里面可以直接放好多垃圾袋，一个用完另一个可以直接抽出来，类似纸巾盒。文创产业本来大部分都是中小企业，如何给他们提供辅导

和帮助，是台湾这些年来一直在努力探索的。”

台北故宫博物院馆藏翠玉白菜上的蟋蟀，在夜晚与婴儿枕上的娃娃发生了怎样的奇趣故事？传统汉字由繁到简是如何演化而来？人们在台湾文创精品馆首次增设的“科技与电子艺术创新应用”展区，通过现代科技的光影结合与人机互动都能找到答案，吸引了参观者的眼球。

积极布局大陆市场

此次，是台湾文创业者第四次“登陆”北京文博会。

台北市文化局局长谢小韞在接受采访时说，4年前，台北市文化局首次组织文创产业业者赴北京文博会，当时只有13家厂商参与。参展商，4年间增长了10倍。

岛内业者热情不减，因为事实上，北京文博会已成为台湾文创业者拓展大陆市场重要平台之一。台北市文化基金会副执行长邱正生表示，去年文博会上，台湾展馆吸引了3.8万人次参观，创造交易总金额约2亿元新台币。今年更是大幅增长了3.7倍。

近年来，大陆庞大的内需市场引得台湾业者前来积极布局。

邱正生指出，台湾的优势在于国际化、多元创新和创意人才，但内需市场小，官方投入少；而大陆则拥有庞大的内需市场，政府也积极投入，资源丰富。两岸具有很好的互补性，又拥有同样的文化底蕴，台湾拥有在大陆文创产业领域发展的优势机会。

因此，此次展会除了现场的展示交易，还广泛开展了与内地文化创意业界的交流和项目对接。以拓展两岸文化产业深度合作为主题的展览、论坛、合作项目推介、洽谈签约在展场内外全面展开。

两岸的携手合作

业者看好未来两岸文创业者携手合作的广阔前景，两岸也在合力“护航”。

因应知识产权保护在文创产业中的重要作用，“版权保护工作站”首次出现在展场中。中国版权保护中心在现场派驻工作人员，为参展台湾厂商提供版权保护法律法规和政策咨询，并提供版权保护和代理合作等服务。

谢小韞表示，健全的机制能够让文创产业上游的艺术家和创意工作者的权益得到良好的保障，使该行业的发展更具潜力与前景。两岸知识产权保护合作协议的生效对两岸文化创意产业的发展非常有帮助。

文博会期间，“京台文化创意交流论坛”于19日在北京台湾会馆召开，京台两地文创业者，就京台两地文创人才的交流、文创产业的资源整合以及品牌经营策略等，展开了深入探讨和交流。

北京大学文化产业研究院副院长向勇在论坛上指出，大陆即将步入文化产业发展的黄金十年，政府决心把文创产业发展为支柱产业，其产值将占GDP的5%以上，这意味着2015年大陆文创产值将达每年3至4万亿元人民币。

记者在论坛上获悉，有机构将在台湾会馆旁的台湾文化商务区建设文博会“台北主题馆”，并常设展销区，拟通过政府支持、展销结合、引导落户、商业化运作模式，进一步促进京台文化创意产业交流与合作，推动文博会“台北主题馆”展览的常态化、产业化，为文博会台湾文创参展企业和项目，搭建长期展销平台和产业孵化平台。今年的文博会落幕了，两岸文创产业在未来的携手合作则刚刚开始。

两岸携手布局大陆 台文创风劲吹北京文博会

时间：2010-11-23 15:40

来源：人民日报海外版

11月21日，为期5天的第五届北京文化创意博览会落幕。

本届文博会期间，百余场次各类活动吸引了逾百万人次参与，共签署集聚区入驻、版权贸易、设计创意、文化旅游等合作协议总金额478亿元人民币，比上届增长30.3%。

其中，台湾展团展览现场和推介活动共签订订货、交易、代理、经销合作协议1.5亿元人民币，是上届的3.7倍。

一次“亲密接触”

在文博会主展馆，“台湾文化创意主题馆”始终是人气最旺的展馆。

莺歌陶瓷的多姿、台北故宫的瑰宝、西门町的红楼风情、台湾少数民族的原味文化、台北101的美景……在展馆中，随处可以感受到台湾的风情和文化。一次参观，更像是一次与宝岛台湾的“亲密接触”。

4000平方米的展区面积，212个展位，127家厂商参展，“台北文创精品馆”由台北世贸中心、台北市文化局、台北市文化基金会等共同主办，是台湾文化创意产业界自2007年参加北京文博会以来规模最大的一次。

北京大学文化产业研究院副院长向勇在论坛上指出，大陆即将步入文化产业发展的黄金十年，政府决心把文创产业发展为支柱产业，其产值将占GDP的5%以上，这意味着2015年大陆文创产值将达每年3至4万亿元人民币。

记者在论坛上获悉，有机构将在台湾会馆旁的台湾文化商务区建设文博会“台北主题馆”，并常设展销区，拟通过政府支持、展销结合、引导落户、商业化运作模式，进一步促进京台文化创意产业交流与合作，推动文博会“台北主题馆”展览的常态化、产业化，为文博会台湾文创参展企业和项目，搭建长期展销平台和产业孵化平台。今年的文博会落幕了，两岸文创产业在未来的携手合作则刚刚开始。

两岸携手布局大陆 台文创风劲吹北京文博会

时间：2010-11-23 15:40

来源：人民日报海外版

11月21日，为期5天的第五届北京文化创意博览会落幕。

本届文博会期间，百余场次各类活动吸引了逾百万人次参与，共签署集聚区入驻、版权贸易、设计创意、文化旅游等合作协议总金额478亿元人民币，比上届增长30.3%。

其中，台湾展团展览现场和推介活动共签订订货、交易、代理、经销合作协议 1.5 亿元人民币，是上届的 3.7 倍。

一次“亲密接触”

在文博会主展馆，“台湾文化创意主题馆”始终是人气最旺的展馆。

莺歌陶瓷的多姿、台北故宫的瑰宝、西门町的红楼风情、台湾少数民族的原味文化、台北 101 的美景……在展馆中，随处可以感受到台湾的风情和文化。一次参观，更像是一次与宝岛台湾的“亲密接触”。

4000 平方米的展区面积，212 个展位，127 家厂商参展，“台北文创精品馆”由台北世贸中心、台北市文化局、台北市文化基金会等共同主办，是台湾文化创意产业界自 2007 年参加北京文博会以来规模最大的一次。

本届“台湾文化创意主题馆”里，可以看到什么？

今年“台北文创精品馆”以特展和品牌形象为主要呈现重点。主题馆里设置了台湾年度文创精品区、时尚设计精品区、数码内容衍生商品区、数码学习与典藏区、创意生活区、台湾少数民族精品区和创意市集区等 11 个专区，主要展出台湾高科技与文化创意融合的最新发展趋势和成果。

其中，年度文创精品区里，台湾“文建会”首次选出了 28 件“台湾文创精品”以整体品牌形象参展。在时尚设计精品区，台湾创意设计中心的专案经理萧安汝告诉本报记者，这两年来，台当局经济部门开展了一个辅导中小文创企业的计划，叫作“构建文化创意产业育成网络计划”，每年会选择 40 家中小企业，提供产学互动，这次带来了其中 13 个优质辅导个案。“你看，这个垃圾筒，本来是一个学生的创意作品，我们后来就帮助产学对接，开发出来，它很方便，桶里面可以直接放好多垃圾袋，一个用完另一个可以直接抽出来，类似纸巾盒。文创产业本来大部分都是中小企业，如何给他们提供辅导和帮助，是台湾这些年来一直在努力探索的。”

台北故宫博物院馆藏翠玉白菜上的蟋蟀，在夜晚与婴儿枕上的娃娃发生了怎样的奇趣故事？传统汉字由繁到简是如何演化而来？人们在台湾文创精品馆首次增设的“科技与电子艺术创新应用”展区，通过现代科技的光影结合与人机互动都能找到答案，吸引了参观者的眼球。

台湾文化创意产业精品将于 18 日在北京亮相

2010 年 11 月 11 日 10:07 来源：中国新闻网

中新网 11 月 11 日电 据“中央社”报道，台“行政院文化建设委员会”首次选出的 28 件“台湾文创精品”，18 日将以整体品牌形象，在北京国际文化创意产业博览会亮相。

“文建会”为提升台湾文创产业，于今年推动“文化创意产业市场流通与拓展计划”，内容包含举办台湾文创精品选拔活动。获奖厂商由“文建会”补助机票和住宿，预计 16 日由“文建会”官员带队出发，参加北京文博会，拓展国际市场。

“文建会”副主委李仁芳表示，台湾将以“台湾文创精品”打造整体文创品牌形象，透过参展，提升在国际市场的区隔性与竞争力，展现台湾文创亮眼实力。

台湾文创精品得奖作品无论是已进入量产，或属创意发想的设计，都要结合生活、文化的元素，实用与创意并重。北京文博会将于 18 日至 21 日在中国国际会展中心举办，两岸三地文创产业皆参展。

北京"文博会"已成两岸文创产业交流与合作重要平台

2010-11-20 08:13:00 来源: [中国广播网](#)(北京)



北京文博会已成为两岸文创产业交流合作重要平台（中广网记者雅萍 摄）

中广网北京11月20日消息（记者雅萍）这几天，“文博会”成为北京人关注的热词之一，“第五届中国北京国际文化创意产业博览会”上，各种奇思妙想、创意领先的文创产品令参观者大开眼界、脑力激荡！带来文化与科技“跨界”炫风的“台北文创精品馆”，亦令参观者趋之若鹜！

“有创意，很独特，非常精致！平时很少看到！真想把这些东西都抱回家……”几乎成了参观“台北文创精品馆”的北京民众一致心声。在百余家台湾文创产业参展商中，台湾“元华创意”展台美丽动人的邓丽君公仔、“台湾映像”创意茶杯等文创产品格外抢眼！“元华创意”负责人廖志荣先生诙谐幽默地说，“何日君再来，今日君已在！希望以两岸熟知的名人招徕北京民众、特别是经销商对于我们产品的关注。”

当然，不光打名人牌，还有一个“吸睛”展品也非常“大牌”呐，它们就是青花瓷做的两岸“和平天使”——大熊猫团团、圆圆！连续四年参加文博会的廖志荣深有感触地说，两岸文化创意产业具有互补性——台湾有比较多的创意，大陆有很好的工艺、技术和市场，更有政府的大力推动，如果两岸在人才、创意上进行交流与合作，在充分弘扬东方文化内涵的基础上来发展文化创意产业，一定会在世界文创舞台拥有中国人的独特地位！

法蓝瓷、陶蒸笼…台湾味精品 两岸吸睛

2010/11/11 联合报/记者周美惠/台北报导

用「会呼吸」的牛皮纸袋包装的「一齐米」、法蓝瓷的「逍遥游系列」、品家家品以赤陶代替竹蒸笼的精巧设计…昨天喜获首届文创精品选拔金奖，将在今天登场的首届台湾国际文创产业博览会亮相。

首届台湾文博会今起一连四天在南港展览馆举行，文建会为此同步举办「台湾文创精品选拔」，得奖者分为「产品」和「原创」两类。产品类有十多家厂商分获金、银奖及优选，产品含蒸锅蒸笼、香炉、酱碟组、瓷器、包装米等，结合台湾地方产业特色的巧思，令人激赏。

原创类的金银奖从缺，有十件获得以鹿港传统字，制成创作诗，让空气竹」，从制精致文具。



首度由官方件及原创类遴选出带有品既将参加下，参加十吸「晴」。

首届台湾文六大主题店到科技产多元呈现台

「掌生穀粒——一齐米」获台湾文创精品金奖。

图/文建会提供



法蓝瓷「逍遥游系列」获台湾文创精品金奖，将赴北京参加文博会。

图/文建会提供



JIA Inc. 品家家品—家当系列（大葫芦组，油醋瓶，酱碟）获台湾文创精品选拔金奖。
图/文建会提供

优选，其中，杨郁婷的作品「焚时计」的制香得灵感，从古诗中选出代表文新的「字香」，一个「字香」附上一首中充满诗香。陈希彦的创意文具「破匾业的木料得灵感，将传统产业转型为

举办的文创精品奖，共有产品类七十三六十一件作品参赛，经过三阶段评选，浓厚台湾文化特色的精品，这些得奖精首届台湾文博会，也将在文建会补助八日起举行的北京文博会，接连在两岸

博会以「出发」为主题，共有七个展区，馆，从在地文化到国际交流、从百年老业、从产业原点出发融入文化创意，将湾文创产业的生命力。



圖／文建會、鄭秋霜

「這東西現場有沒有賣？」「你瞧，台灣設計的就是比較精緻！」第五屆中國北京國際文化創意產業博覽會日前閉幕，整合11個展區的「台北文創精品館」成為吸睛亮點，大陸買家與民眾踴躍參觀洽詢，估計展前洽談的合作備忘錄及現場成交總金額，超過人民幣1.5億元。

值得一提的是，今年台北館中由文建會首度領軍組團參展的「Bravo Taiwan 台灣文創精品區」，不只勇奪「最佳展示獎」，也創下1,500萬元交易額，凸顯台灣文創精品潛力。

第五屆北京文博會日前舉行，共有12個展館及多場論壇、推介交易與創意活動，並有來自大陸各省、30多個國家和地區的廠商與專家學者參與。

參展文博會 風靡北京



北京文博會中的台灣文創產品與展覽。

圖／文建會、鄭秋霜

台北市文化局三年前首次組織台灣文創業者參加北京文博會，當時只有 13 家廠商、54 個展位；今年以「台北文創精品館」與會，參展廠商成長近十倍，共有 127 家廠商、212 攤位，且吸引文建會、經濟部、故宮等共襄盛舉。

台北文創精品館總策展人、台北市文化基金會副執行長邱正生指出，今年台北文創精品館以特展及品牌形象為主要呈現重點，共有「科技與電子藝術創新應用專區」、「Bravo Taiwan 台灣文創精品區」、「時尚設計精品區」、「西門紅樓 16 工房」等 11 個展區參展；展前的廠商推介洽談會達成的合作備忘錄加上展覽期間的交易額，估計為人民幣 1.5 億元（約新台幣 7 億元），遠高於去年的交易額約新台幣 2 億元，主因為展前廠商推介會發揮功效。

此外，文建會首次以台灣文創精品獎得獎作品共同進軍北京的「Bravo Taiwan 台灣文創精品區」，格外引人矚目，不只勇奪主辦單位頒發的「最佳展示獎」，所展出的台灣文創精品，四天交易額估計為新台幣 1,500 萬元，吸引中共政治局常委李長春等官員到場參觀。

文建會表示，「Bravo Taiwan 台灣文創精品區」展出作品都是今年台灣文創精品獎的得獎作品，例如獲得產品類金獎的 JIA Inc. 品家家品「蒸鍋蒸籠」、法藍瓷「柔情幽香玉蘭花花瓶」與掌生穀粒「一齊米」，以及原創設計類優選的楊郁婷的「焚時計」、台



北京文博會中的台灣文創產品與展覽。
圖／文建會、鄭秋霜



圖／文建會、鄭秋霜

文建會領軍 打團體戰

許多首次參展的台灣文創精品得主都表示，此次雖是聯合參展，仍是品牌曝光的好機會，且獲得不少買方或散客洽詢，最常被問的是「這東西有沒有賣」，未來不排除以獨立展位參展。

第四次參加北京文博會的陶作坊總經理林榮國表示，陶作坊在北京已有 12 個通路，參加北京文博會有助陶作坊與北京以外其他城市的後續代理洽談，且可以展場的設計展示傳達品牌文創形象。金椿茶油工坊副總經理黃捷纓還在展期間，特別飛到上海與參觀北京文博會的大陸買家，進一步洽談品牌合作計畫。



北京文博會，大陸廠商展場。
圖／文建會、鄭秋霜

台北館的展品與展區，還有許多令人驚豔之作。例如由台北當代藝術館副館長林羽婕策展、整合 11 組跨界藝術家共同參展的「科技與電子藝術創新應用專區」，讓大陸人士讚賞不已；台創中心執行的「時尚設計精品區」，也集結台灣優質文創品牌，以「台灣設計好物」之姿亮相。

一位每年都參觀北京文博會的大陸人士表示，他特別喜歡參觀台北館，覺得台灣的東西做得就是比較精緻。他指著台客藍茶具組說：「你看，這做得多好！」

北京市人民政府台灣事務辦公室官員劉輝表示，台北館每年都是北京文博會各館區中人氣最高之一展館，其展品水準及展覽內容規畫，都相當吸引人，而且台灣文創商品很多都不只是擺設，而是生活化程度相當高的物件；但他也指出，台灣文創商品很大部分是茶具，是值得考量之處。

北京大學文化產業研究院副院長向勇表示，他從 2005 年起已拜訪台灣十次以上，發現台灣文創產業的三大強項為故事力、創新力及領導力，大陸發展文創產業，極需借重台灣的文化企業家的力量。

文建會表示，希望透過台灣整體文創精品形象，傳遞台灣意象與文創核心精神，協助台灣文創業業者深入了解市場和關鍵買家需求，開啟走向海外市場的契機，輸出屬於台灣的美好生活風格與價值，文建會也將持續協助台灣文創業業者，行銷品牌及拓展國際市場。

【2010/11/28 經濟日報】@ <http://udn.com/>

附錄二

台灣文化創意產業國際流通與拓展計畫 2010 第五屆中國北京國際文化創意產業博覽會 徵展簡章

一、活動簡介

行政院文化建設委員會為拓展台灣文創產業的國際通路，致力於打造「台灣文創品牌形象」作為推廣重點，自即日起將廣邀台灣文創品牌與設計師加入國際展會的徵展行列，經由台灣文創設計精品的匯集呈現，共同形塑台灣文創品牌形象，同時透過與國際產業買主直接交流及媒體行銷宣傳，可望能大幅提升台灣文創品牌形象的國際間知名度，並促進國際商業媒合的機會。

二、活動目的

文建會推動文化創意產業發展，為了協助業者進行品牌行銷、拓展國際市場通路，規劃系列國際參展，整合行銷文創品牌產品，藉此提升台灣文創形象。結合今年台灣文創博覽會「台灣精品選拔活動」，匯集台灣文創優良品牌，以「台灣文創精品形象館」方式展出，除凸顯台灣富有深厚文化底蘊的文創品牌，並輔以優質的展場設計與服務，提供剛起步或是屬於微型創業的品牌被發掘與接觸的聚焦機會，進而提升參展廠商知名度，增加在國際市場的競爭力。

三、規劃單位

- (一)主辦單位：行政院文化建設委員會
- (二)執行單位：中華民國全國商業總會、頑石創意股份有限公司

四、展出地點與時間

- (一)展出地點：北京中國國際展覽中心
- (二)進場時間：99年11月17日
- (三)展出時間：99年11月18日~99年11月21日
- (四)撤場時間：99年11月21日

五、北京國際文化創意產業博覽會簡介

文博會自2006年創辦以來，迄今已成功舉辦四屆，今年已邁入第五屆，據統計前三屆文博會共吸引了來自聯合國、歐盟、世界知識產權組織、國際工業設計聯合會等20多個國際組織高層官員、各國文化創意產業主管部門負責人及國內外知名專家、學者和企業家等817人應邀發表演講；近90個國家和地區的140餘個代表團以及來自中國31個省區市的60多個代表團參加了展覽展示、論壇峰會、推介交易等板塊的活動；簽署合作意向、協議696個，總金額122.7億美元。今年展會面積為65000平方米，主要展出有廣播影視、新聞出版與版權貿易、文藝演出、動漫遊戲、設計創意、文化旅遊、藝術品交易、博物館文化、體育產業等行業，將會有1200家廠商參展，展覽主要以B to B及B to C形式，預計約19萬人次前來觀展，包括貿易公司、進口商、批發商、零售商、專賣店、百貨公司、

批發市場、郵購公司、設計師、建築設計公司、房地產開發商、酒店餐廳、專業媒體等。

六、2010台灣文創品牌國際拓展規劃

(一) 參展主題

本次將以「台灣文創精品」打造台灣文創品牌形象，期許在國際觀摩交流展會中作完整的呈現，提升台灣文創品牌形象在國際市場的區隔性與競爭力。

(二) 參展規劃

1. 「2010台灣國際文化創意產業博覽會」精品選拔優勝者成果展出。
(詳見台灣文創精品選拔活動簡章)
2. 主辦單位保有最後決議權，得以依協調結果調整參展單位場地大小及位置，參展單位不得有異。

七、參展費用

廠商負擔項目	主辦單位補助項目
1. 展品來回運輸費用。 2. 參加廠商代表之食宿、機票、交通、行李超重等費用。	1. 場地租金、水電費用、展覽期間場地保險費。 2. 整體形象基本裝潢陳設及公共設備費用。 3. 整體活動文宣品規劃製作及運送。 4. 台灣設計形象館宣傳推廣活動規劃及媒體廣宣費用。

八、參展時程

項次	日期	項目
1	10/18 前	公佈台灣文創精品選拔初選結果
2	10/25 前	公佈決選結果
4	11/1 前	集合展品，海運運輸
5	11/8 前	第二次行前會議(行前說明會)
6	11/17	佈展
7	11/18	開展

九、參展配合事項

- (一) 經甄選通過之參展單位，需依照規格提供相關展品之高解析圖檔資料及中英文說明，並準備中英文宣傳目錄或光碟、公司簡介、新聞稿等相關資料供台灣主辦單位作為整體宣傳資料印製使用。
- (二) 展覽期間由台灣主辦單位委託服務人員值班照料展場樣品及接洽交易事宜，參展商可派遣代表人員隨團參展。
- (三) 參展廠商如未依本辦法規定時間繳納相關費用，視同自動放棄參展資格，不得有異。
- (四) 參展作品之著作權、專利權或其他智慧財產權之保護，由參展者自行依法申

請。

- (五) 參展作品如涉及抄襲、仿冒等侵害他人智財權情事，執行單位將沒收參展費用，並取消其參展資格，若涉及任何損害賠償或損失補償責任，將由參展單位自行負擔。
- (六) 建議參展單位自備200份以上宣傳資料，便於展場洽商時發送。
- (七) 主辦單位保留變更參展規定之權利，執行單位遇不可抗力之因素時，將盡力協調其他可行之變通方案，不負賠償責任。
- (八) 參展單位應於展後回報媒體及買主接洽、接單效益等資訊，供主辦單位進行展出效益評估。
- (九) 參展單位需遵守各協調會議之決議。

十、通路考察活動規劃

日期	活動內容	備註
11/18(四)	台灣文創精品開幕發表會	主辦單位
	『北京台灣文化商務區～台灣映象』交流參訪	北市府規劃
11/19(五)	北京文創園區參訪與交流	與北市府合作

備註：依主辦單位實際公告為準

十一、宣傳推廣

為協助文創業者整體行銷國際市場，增進參展效益，宣傳推廣規劃如下：

- (一) 國內外新聞稿媒體訊息發佈，媒體邀約採訪。
- (二) 邀請北京文化園區業者參訪交流，包括百貨通路、禮贈品採購通路等。

十二、其他事項

- (一) 本案為徵求國內設計共同進行國際市場業務拓展工作，非政府採購作業，為廣泛徵求有意拓展者，特擬定本辦法公告。
- (二) 本辦法如有未盡事宜，主辦單位得隨時修訂之。

十三、聯絡人

如有任何問題，歡迎來電或E-Mail 詢問

頑石創意股份有限公司 簡妙芬 小姐

電話：+886-2-26550755 分機 74

手機：+886-910-510372

傳真：+886-2-26550700

Email：louis@brightideas.com.tw