

公務出國報告

(出國類別：觀摩)

觀摩「2012 上海台灣名品博覽會」

服務機關：國立故宮博物院

出國人職稱：科員

姓 名：余能蓉

出國地區：大陸地區

出國期間：101.04.05 101.04.09

報告日期：101.06.06

公務出國報告提要

出國報告名稱：觀摩「2012 上海台灣名品博覽會」

頁數 10 含附件：否

出國計畫主辦機關/聯絡人/電話

國立故宮博物院/謝欣欣/28812021ext2900

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

余能蓉/國立故宮博物院/文創行銷處/科員/28812021ext2316

出國類別：其他（觀摩）

出國期間：101 年 4 月 5 日 101 年 4 月 9 日

出國地區：大陸上海

報告日期：101 年 5 月 31 日

分類號/目：

關鍵詞：上海，台灣名品博覽會

摘要：

鑒於大陸地區近年來對文化創意業極度重視，暨外貿協會歷年來主辦大陸地區名品展頗受好評，除突顯台灣文化創意產業的魅力，並促進兩岸三地文創產業的交流與合作，本次希望能藉由參觀大陸之商業展覽，吸引國外優良設計師的創意與新產品，發現創意與靈感，開發結合藝術與生活的文創商品。又因政府開放大陸觀光客來臺，使得本院參觀人數倍增，希望透過參加「2012 上海台灣名品博覽會」，研擬擴大商品通路之策略，並對中國大陸廣大商機及市場分析有更進一步的理解。

目 次

壹、	目的.....	4
貳、	過程.....	4
參、	心得與建議.....	7
肆、	參訪照片.....	8

壹、目的

為響應政府政策，加強兩岸文化交流，並提升本院知名度及形象，職奉 派觀摩外貿協會主辦之「上海台灣名品博覽會」，除了紀錄本院參展成果，並希冀吸收國外優良設計師的創意與新產品，開發結合本院藏品與生活的文創商品，作為爾後本院辦理文創產業相關活動及未來經營策略規劃之參考。

貳、過程

日期	地點	工作項目	備註
04/05	台北 上海	旅途中	
04/05 04/08		(1) 參觀「2012 上海台灣名品博覽會」 (2) 參觀、蒐集該展覽中較具設計感的商品及禮品資料	詳細整理資料參見下文
04/09	上海 台北	返途中	

一、概述

去年促成 33.4 億美元商機的台灣名品博覽會，今年首站將從上海啟航。為協助台灣廠商爭取大陸擴大內需市場商機，外貿協會自 2009 年迄今已在北京、天津、重慶、廣州等 9 個城市，舉辦 13 場台灣名品展，屢獲台灣參展商及大陸企業、民眾熱烈參與。去年 7 場台灣名品展共邀請 4,359 家台灣廠商與會、吸引參觀人次達 233.1 萬人，促成 33.4 億美元商機。2012 年首場台灣名品展以 800 家廠商、2,000 個攤位的規模，首次前進大陸經濟、金融與航運重鎮：上海市。

上海市副市長艾寶俊表示，針對今年兩地經貿交流最大規模的活動，上海已設立『上海台灣名品博覽會籌委會』，今天的簽約儀式也標誌出滬方進入全面啟動階段；順應經貿新情勢與兩岸 ECFA，上海市也將推進兩地經貿交流，拓寬交流領域與提升層次。

貿協秘書長趙永全則指出，外貿協會與上海密切交流始於上海世博會，貿協興建與營運的上海世博台灣館受到上海多方協助，方能順利舉行。今年貿協將集結過去三年計 13 場名品展的經驗，於上海盛大推出優質的台灣名品，讓上海採購商與消費者體驗到台灣的新科技、醫美、養生與服務新觀念，預計共展出 4 萬件產品。

其中，上海展的「台灣精品館」，將匯集 65 家台灣知名品牌企業，展出共 129 項台灣精品的通訊、智慧保健、繽紛生活台灣精品。另針對上海市十二五規劃之產業發展需求，特別邀請『工業研究技術院』首度規劃展出「綠色貿易區」，匯集各行各業節能環保產品，集中展現生活與消費的綠色新趨勢。

值得注意的是，本展並邀請『台灣區機械公會』設置「台灣優良精密機械形象館」，是大陸擴大內需，台灣永續發展都非常重視的產業，也將以高規格裝潢展出來呈現台灣產品優質形象，必能讓上海市民感受更強力的台灣綠能及傳產維新的魅力。

二、本院授權商品館

國立故宮博物院將於 4 月 5 日至 4 月 8 日與 10 家品牌授權廠商一同參加「2012 年上海台灣名品博覽會」。本次故宮特別規劃數位多媒體區，展示歷年文創數位化成果作品，讓觀眾近距離了解故宮之美，其中以故宮典藏名作「唐人宮樂圖」作為發想靈感，在展場空間裡，觀眾可以從上海跳躍至紐約、巴黎，時間則從唐朝到現代，時空的意義隨觀眾的想像任意馳騁。其他如「悠遊古今·品味生活」影片運用影像動態方式詮釋故宮典藏書畫，介紹「文人四藝(琴、棋、書、畫)」與「生活四藝(點茶、焚香、掛畫、插花)」之古代生活意趣，而由藝術家朱家樺重新詮釋的「名畫的當代詮釋」，透過電腦動畫手法讓百駿圖動了起來！「漢字演變百例」影片共分為五段，將漢字文化以動態展示技術與情境設計，使觀眾輕鬆了解漢字演變過程，另有屢獲國際大獎「國寶總動員」動畫影片，以故宮收藏的宋代定窯嬰兒枕、玉鴨以及漢代玉辟邪三件為原型，創作出頑皮、詼諧及智慧的主角人物，藉由他們在博物院的一夜歷險，引領著觀眾認識故宮。

3C 數位系列商品、熱門新品齊登場

現場同步推出數位相關主題系列商品，例如：宮樂圖紙喇叭、複製畫、百駿圖夜

燈、名片盒，以及受到大小朋友歡迎「國寶總動員」系列商品：滑鼠墊、手機吊飾、嬰兒枕擺飾...等，還有多款故宮影音光碟 DVD，讓您將故宮文物精華一併帶回家。其他展品內容包括配合展覽所出版的特展圖錄、複製書畫卷及文物仿製品如：翠玉白菜、三鹿鼎..等。最新的暢銷商品也將一同登場，乾隆皇帝迷你瓷器系列、景泰藍飾品配件、富春山居相關商品...等，多樣商品兼具美感與實用，提供觀眾更多元豐富的選擇，呈現故宮文創商品的魅力。

故宮文創軟實力 品牌授權新加值

故宮配合的 10 家品牌授權廠商，將會一同展現文創軟實力。參展廠商的類型，包括了義大利知名家用品牌 ALESSI、新銳家庭用品 JIA、富御珠寶、織品床組皇室、琉園複製書畫、黃金畫系列、以 Sipals 矽膠材質為基底的創意生活家庭用品...等，將東方中華文化的底蘊與人文逸趣，結合西方現代時尚品味設計，融入日常生活之中。

精選出版品-旗艦製作《龍藏經》、30 年菁華《故宮文物月刊》及經典套書超值限量

耗費多時繼《四庫薈要》和《四庫全書》之後，故宮最大的一次出版計劃；以旗艦製作的規格所出版的《清康熙朝內府泥金藏文寫本龍藏經》(簡稱龍藏經)，也將在現場展出。更針對喜愛故宮文物的讀者，同步推出《故宮文物月刊》限量 100 套獨家優惠，與經典套書(藏畫大系 1-16 全套、故宮書畫圖錄 1-30)典藏方案完整。整套月刊收錄研究學者 30 年的心血論著及故宮歷年來展覽資訊。

其他展區

本展文創產業區甚俱特色，結合台灣創意中心設立「文創金點館」，以及多樣屋、陶作坊、琉璃工房等許多知名企業所展出的文創精品，行銷台灣獨特的文化創意與設計的新穎實力。美容生技區隨著大陸個人赴台旅遊城市的開放，預計將成為吸睛的焦點之一，除呈現台灣醫療美容服務、生物科技產品外，更首次展出「台灣清潔保養館」展現台灣優質清潔保養品之形象，上海市民對健康以及美容愈益

重視，台灣的醫美業者也希望能將優質的服務帶推廣給上海的民眾，讓上海愛美的仕女盡情享受貴賓級的尊寵呵護及 6 星級的免費權威諮詢。此外，服飾配件區更設有「MIT 微笑標章形象專區」，網羅了二十一世紀、儂儂、弘康、彼得潘及洋盛等通過 MIT 微笑標章認證的優質廠商，一同推廣代表優質、安心、品質的微笑標章。

展覽除了 12 大展區展示商品之外，主辦單位還規劃一系列大會周邊活動，如一對一採購洽談會、藝文表演活動、新產品發表會、台灣漁業館來自台灣知名廚師「阿發師」演示虱目魚料理供民眾品嚐、台灣名茶區的茶藝表演，將有助於為兩岸企業抓住良好的合作契機，激蕩出新的商機、新的文化交流！

參、心得與建議

一、參訪心得

2012 年 ECFA 已邁入第二年，兩岸經貿交流將持續擴大合作深度與廣度，今年台灣名品展首度於大陸第一經貿重鎮上海展開，本展特別配合大陸十二五規劃擴大內需與重點推動七大戰略新興產業，台灣精密機械形象館、台灣漁業館、台灣名茶區、台灣農業精品館、台灣精品館、健康醫美、連鎖加盟暨智能生活科技應用體驗館等形象區，以嶄新設計將最新商品、技術推介給上海市民。

由國際貿易局委託，外貿協會主辦之「2012 上海台灣名品博覽會」圓滿於 4 月 8 日結束，展期 4 天共吸引 25 萬人次造訪，創造 5.4 億美元商機。上海市民逛完展場後的感想是，「走一趟台灣名品展，彷彿環遊了台灣一遍」。上海各大媒體紛紛讚譽該展以高規格展出台灣產業全貌，不僅協助參展廠商爭取華東市場商機，有效推廣品牌，藉此成功行銷台灣，也增進兩岸民眾間的情感交流。

文創區首度設置「故宮博物館數位加值體驗區」，透過數位科技將中國數千年的文物瑰寶轉化為數位文化資產，以「科技與藝術溝通」型態運用最新的科技互動裝置，賦予參觀者更豐富的觀展體驗。於開展當天外貿協會王志剛董事長與上海市政府楊曉渡市委常委、艾寶俊副市長、商務部蔣耀平副市長、海貿會王遼平副會長、海協會王富平副會長參觀「故宮博物館數位加值體驗區」，體驗互動裝置影片由故宮院藏唐人宮樂圖為發想的「唐宮狂想曲」其特色在於巧妙地將仕女手中所持之樂器等物件，畫中的唐代仕女依照參觀貴賓踩踏不同的感應地板，抽換成台北、紐約、巴黎 3 個不同主題之城市特色，吸引滿場民眾駐足。

二、建議

拓展出版品類別與銷售模式及強化維護兩岸智慧財產權:

本院出版品大多以展覽圖錄、導覽手冊為主，印刷精美且內容豐富學術氣息濃厚出版市場商機龐大加上未來電子出版潛力無窮，因此開發出版品種類和品項尋求外界合作的可能性，例如：電子型錄及多國語言翻譯版本並規劃銷售與行銷配套措施，應有助於拓展國內外市場管道發展文創業務。另，本院陸續接獲許多廠商向本院反應希望可以申請電子書或 App 應用程式開發授權，為因應科技發展衍生之新形態授權模式，本院目前正積極研擬 App 用程式開發相關授權辦法，期望未來廠商能利用本院圖像開發 App 應用程式，除為教育推廣目的外，更能增加國庫收益，推動本院文化創意產業

由於本院典藏文物擁有其獨特的歷史精神、文化意義及造型美感，我們應在扮演古物保存角色之外，努力思考如何將典藏文物轉化為當代文化商品的可能性。藉由博物館衍生商品，延續參觀者的博物館體驗，同時延續博物館形象深入至當代生活之中，進而帶動文化創意產業發展風氣。為此，須強化的議題，包括：數位典藏加值與文創產業的結合、加強建立海外授權機制、文創商品與異業結盟的能力、與國際接軌的行銷策略與通路等，都值得我們投注更多的努力及討論。

目前兩岸交流刻正蓬勃發展不過，大陸的仿冒能力及技術已經日益成熟，近年來甚至有業界將不涉及品牌及非法議題的「山寨文化」

定義為「合法的破壞性創新」。所以，我們必須提早在智慧財產權保障等面向提出更具體的作法與計畫，並審慎為之，包括培育包括創作、設計、技術、管理、行銷者與相關財務、法務與文化政策人材等國際級人才。如此或許可以在目前兩岸情勢下，與產業進行更積極，更有彈性與效率的交流與合作。

肆、參訪照片



「2011 重慶台灣名品博覽會」開展當天情形



出席當天開幕典禮貴賓



外貿協會王志剛董事長參觀本院展區



本處蘇文憲處長偕同貴賓參觀本院展區



本院品牌授權廠商接受媒體採訪情形



本處蘇文憲處長接受台灣媒體採訪



本院品牌授權廠商設櫃及洽談情形



本院品牌授權廠商向在場民眾展示複製畫相關商品



大陸《重慶晨報》大篇幅報導本次「2011 重慶台灣名品博覽會」過程及交流成果