

出國報告（出國類別：考察）

2013 年上海國際時尚家居用品展參 展出國報告

服務機關：文化部

姓名職稱：黃志韜 專門委員

派赴國家：中國大陸

出國期間：102 年 9 月 22 日至 9 月 28 日

報告日期：102 年 11 月 28 日

目錄

壹、前言	1
一、國內外環境情勢	1
二、與參訪主題有關之本部政策現況分析	3
三、參訪緣由與目的	3
貳、行程安排及參訪議題	4
一、參訪行程	4
二、參訪議題及內容	4
(一) 觀摩上海國際時尚家居用品展	4
(二) 督導台灣館參展情形	5
1. 督導台灣館裝設與施工	5
2. 參展團隊與展品	6
3. 台灣館開幕茶會與參展情形	7
(三) 通路參訪	10
1. yaang life 生活方式概念店	10
2. 鈺藝廊 Zenlifestore 上海鈺藝廊文化傳播有限公司	11
3. 茶米家 Cha Mi +	12
4. Point to Life Book Company (8號橋店) 時尚生活中心	12
5. 上海世貿商城	13
(四) 訪視上海文創園區	15
1. 紅坊創意產業集聚區	15
2. 訪視 1933 老廠坊	16
參、參訪心得	18
一、參訪蒐集資料	18
二、參訪計畫相關分析	19
肆、建議事項	20
一、立即可行建議	20
二、中長期建議	21

壹、前言

一、國內外環境情勢

在全球經濟快速發展下，新興開發中國家紛紛崛起，商業競爭更爲劇烈，本部以文化創意產業發展法(以下簡稱文創法)之主管機關職責，依文創法第 12 條規定，協助、補助文創業者拓展市場，而輔導文創企業參加國外各類型商品展示會亦爲市場開拓方式之一。目前世界各地有舉辦各式各樣類型展會，本案僅就家居用品展會予以分析說明。有關家居用品類型之展會係以生活必需品爲主，產品包含浴室、寢室、廚房用品、清潔用品、香精產品、美術品、美術工藝、室內裝飾與擺設、家飾品、家居美化與維修產品、裝飾配件、燈飾用品、地毯、地墊、家用紡織物、紙製品、傢俱五金、家居 DIY 用品、寵物用品、鐘錶及所有家庭相關用品。一般言，家居用品並非高科技產品，許多國家均有能力製造，且產品已非過去僅重視使用功能，而必須於外觀美學、造型設計、人體工學、複合式材料、環保意識等吸引消費者，甚至於產品需具有跨界跨業結合、背後文化性與故事性來打動消費者，而後者更是文創商品可以應用在居家生活用品，可以打動吸引消費者主要關鍵之處。在全球各地舉辦家居用品相關之重要展會非常多，僅就部分展會簡要說明舉辦時間與相關情形如下：

- (一) 法國巴黎家居用品展：每年 1 月份在巴黎市舉辦，是歐洲三大著名博覽展會之一，爲國際重要家居裝飾展，亦爲時尚專業人員預測未來流行趨勢、引領潮流趨勢之重要展會之一，每次展會有 3 千家以上廠商參展，8 萬人以上專業人士參觀，主要買家遍及意大利、比利時、英國、德國、美國、瑞士、日本、荷蘭、西班牙、希臘等先進國家，近年來亞洲國家廠商與企業家參展參觀者亦逐年增加。
- (二) 美國芝加哥家庭用品展：每年 3 月份在芝加哥舉辦，於 1928 年開始舉辦迄今已有 116 屆，是歷史最久之展會，爲全美最大、最專業的家庭用品展會，也是世界上最大、最具有影響力的家庭用品專業博覽會之一，2013 年展會計有超過 2 千 1 百餘家參展廠商，43 個國家參展，125 個國家 5 千人次以上的買家前來參觀採購，5.5 萬以上

人次參觀。

- (三) 巴西聖保羅國際家用禮品展：每年 8 月份在聖保羅城市舉辦，該城市為巴西最大城市，也是該國最大消費市場，計有 1 千 3 百多家參展廠商，超過 31 個國家參展，5.6 萬以上人次參觀。由於巴西是南美洲第一大國，面積、經濟均居南美洲首位，人口 1.9 億人，有獨厚的天然資源為全球原物料大國，與鄰近南美洲 10 個國家接壤，對周邊國家有很強輻射效應，已成為中南美洲最大、世界第五大的家居用品、禮品展，在全球家庭用品展會中，奠定重要的領導地位。
- (四) 土耳其伊斯坦堡國際家用禮品暨家電用品展：每年 9 月份在伊斯坦堡城市舉辦，為土耳其第一大城，人口一千四百萬，橫跨歐亞兩大洲的都市，具有豐富文化遺產，榮獲「歐洲文化首都」。其舉辦展會近 6 百多家參展廠商，15 個國家和地區參展，吸引 88 個國家買家，超過 2 萬 6 千餘人買家到場參觀，被專業人士公認為歐亞、東西方家居行業的熱門交流地點，亦為全球前四大國際家庭用品展覽會。
- (五) 上海國際時尚家居用品展：每年 9 月份在上海市舉辦，自 2007 年開始舉辦是中國大陸重要的家居用品展會，由德國法蘭克福展覽公司主辦，辦理第一屆展會時，參展的海外企業及品牌比例不到 30%，至 2013 年已吸引 15 個國家和地區計 248 家廠商參展，1 萬 6 千餘人參觀。
- (六) 香港禮贈品及家庭用品展：每年 10 月份舉辦，計有來自 32 個地區國家參展，3 千 5 百餘家廠商參展，共設 5 千多個展覽攤位，展會中展出的各種優美價廉的亞洲產品，廣受各地國際買家和廠商的重視，亦為企業界不可錯過的業務拓展機會。
- (七) 印尼雅加達家庭用品暨禮品展：每年 11 月份在印尼首都雅加達舉辦，印尼人口大約六億人為世界第四人口大國，國民生產總值六兆美元，為東協十國之一(越南、泰國、緬甸、寮國、新加坡、馬來西亞、菲律賓、印尼、汶萊)，是東協最大經濟體，擁有豐厚的天然資源、年輕充沛勞動力，於 2010 年 1 月 1 日東協自由貿易區啟動後，以該國國民生產總值六兆美元之消費力，及近年來經濟大幅成長，中產階級迅速增加，生活水準不斷的提昇，帶動了生活日用品、禮品及

奢侈品的強烈需求，現已成為全球重要家庭用品展，其消費實力深受買家及參展商所肯定。

上述舉辦展會在區域經濟上均具有重要地位，依其各國舉辦展會規模觀之，上海國際時尚家居用品展在全球家居用品展會中並非最大最重要展會，係一個舉辦 6 年的展會，但上海是中國大陸經濟貿易第一大城市，位居長江出海口，鐵公路、航空交通發達，均可直達中國大陸各大城市，貨物吞吐量超過荷蘭鹿特丹已成為世界第二大貨運港。近年來，中國大陸經濟高度成長，人民所得亦隨之增加，金融海嘯後中國大陸出口貿易受阻，為提升其經濟成長，鼓勵人民消費、提升生活品質，漸漸轉型為內需消費市場，目前經濟成長率仍高達 10% 以上，預期 2015 年消費品零售總額將達人民幣 32 兆元，未來上海國際時尚家居用品展是有發展潛力的展會，也是進入中國大陸市場重要的展會，因此，本部亦將該展會列為重要拓展市場之一。

二、與參訪主題有關之本部政策現況分析

文創產業大多為中、小型與微型企業，對於這些企業本身資源極微薄，無力開拓海外市場，本部（前文建會）於民國 99 年推動辦理「文化創意產業國際拓展計畫」，以有限的政府資源，徵選 10 至 12 家具有原創性的文創廠商，且產品已有量產，在國內具有一定銷售規模，並有外銷競爭力者，輔導協助參加國際重要展會。執行本計畫係採公開招標委託具有辦理參加海內外商業展覽、展示、展售經驗之廠商辦理，迄今已辦理第四年，為使參展廠商於國外展會時能突顯代表我國文創品牌國家形象，自去年開始以「Fresh Taiwan」台灣意象品牌參展。本（102）年經公開招標由財團法人台灣創意設計中心（以下簡稱台創中心）執行，從今年初徵選符合參展條件前 12 家之文創廠商、展品審核、展區主題規畫、報名參展、展位協調規畫、展品運輸、展區佈置施工廠商遴選、參展行程規劃、通路廠商聯絡等，歷經 8 個月的籌備工作，如期參展。

三、參訪緣由與目的

為督導 2013 年上海國際時尚家居用品展會之進行，職奉派與 12 家參展廠商一起至上海新國際博覽中心參加本次展會，為期 6 天半的參展，其

目的如下：

- (一) 協助文創業者順利參與上海國際時尚家居用品展，建立我國文創產業品牌形象。
- (二) 安排文創業者拜訪當地通路廠商，協助開拓大陸文創市場。
- (三) 瞭解辦理國際性展會情形及訪視上海地區文創產業園區，作為本部推動業務之參考。

貳、 行程安排及參訪議題

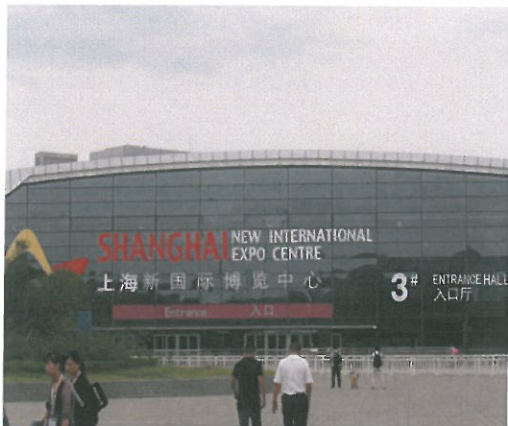
一、參訪行程

日期	內 容	地點
9月22日	搭機抵達上海	
9月23日	參訪通路廠商 1.yaang life 生活方式概念店 2.鈺藝廊 Zenlifestore 3.茶米家 Cha Mi + 4.17:00 至上海新國際博覽中心勘查展場	1.上海市黃埔區外馬路659-661 號(老碼頭4號庫) 2. 上海市黃埔區興業路118 號(新天地) 3. 上海市浦東區花木路1378 號(浦東店)
9月24日	參訪通路廠商 1. Point to Life Book Company (8號橋店) 2. 上海世貿商城 3.下午督導廠商進場佈置	1.上海市盧灣區局門路550 號(8號橋店) 2.上海市長寧區延安西路2299 號
9月25日	1.09:00 展會開始 2.11:00 Fresh Taiwan 開幕茶會及媒體採訪 3.督導廠商參展及觀摩展會	上海市浦東新區龍陽路2345 号
9月26日	督導廠商參展及觀摩展會	上海市浦東新區龍陽路2345 号
9月27日	督導廠商參展及觀摩展會 訪視紅坊創意產業區、1933 老廠坊	上海市浦東新區龍陽路2345 号
9月28日	上午搭機返國	

二、參訪議題及內容

- (一) 觀摩上海國際時尚家居用品展

2013 年上海國際時尚家居用品展覽會改至上海新國際博覽中心舉行，上海新國際博覽中心（以下簡稱博覽中心），位於上海市浦東新區龍陽路 2345 號，由上海陸家嘴展覽發展有限公司與德國展覽集團國際有限公司（成員包括德國漢諾威展覽公司、德國杜塞爾多夫博覽會有限公司、德國慕尼黑國際展覽中心有限公司）聯合投資興建。博覽中心共有 17 個單層無柱式展廳，室內展覽面積 20 萬平方公尺，室外展覽面積 10 萬平方米。博覽中心周邊聚集有五星級飯店、綜合性的商業大樓、辦公大樓、文化藝術中心、餐飲、購物商店、銀行、郵局、電影院等多種類商業和休閒娛樂設施。博覽中心每年約舉辦 80 餘場展覽會，吸引 3 百餘萬人參觀，已成為中國大陸重大國際展會場所。



上海新國際博覽中心入口



2013 年上海國際時尚家居用品展會場



W1 至 W6 展廳



E1 至 E6 展廳

(二) 督導台灣館參展情形

1. 督導台灣館裝潢與施工

本次參加 2013 年上海國際時尚家居用品展，由本部徵選 12 家文創廠商參展，以「Fresh Taiwan」作為展區主題與形象布置，主視覺以裸石象徵台灣文創業者，質樸的光芒，蘊含豐富能量與創造力，其內涵根植於在地生活的文化，充滿無限的可能性，展現文創產業多元、活力的風貌及無窮能量，藉由國際拓展規劃，帶動產業的漣漪擴散，表現積極向外輸出的力量。

9 月 24 日下午四時帶領 12 家參展文創廠商至展會地點上海新國際博覽中心，並督導台灣館裝潢施工廠商施工，經廠商加派人手趕工終於晚上 8 點多全部完工，隨即 12 家參展文創廠商將展示商品依原規劃位置擺放及調整，全體團員再檢視一切妥當後，準備迎接 25 日展示會開幕。



台灣館展示主題意象全視圖



台灣館展示主題意象正面圖

2. 參展團隊與展品

本案執行單位台灣創意設計中心遴派蔡宗翰專案經理及賴珮齡專員負責展場佈展、公關、本團參展廠商與人員活動規劃及相關聯繫管理工作。本次參展廠商計有木趣設計工作室的木趣小點心、台灣黑熊、北極熊木製公仔等，良事設計公司的金魚時鐘、旋轉木馬時鐘等，藝拓國際公司的雲青香承、廣盛高爵等，金琉世代公司的神像淨品、花開系列等，桔禾創意整合公司的聚寶瓶、御守龍等，米雅各文化企業公司的環保抱枕、床旗等，穆德設計公司的太極壺、愛心杯等，方進化創意整合公司的 Fevolution 藝術收藏作品集，新視紀整合行銷傳播公司的 Trash.Know 垃圾.董、磁吸式漱口杯組等，富利豐國際公司的舞動人生.餐巾紙架、盤酒架，果舖創意

公司的企鵝小丸系列，兆吉設計公司的 A4 燈、好杯等。



木趣設計－木製公仔



良事設計－旋轉木馬時鐘



藝拓國際－廣盛高爵



金琉世代－神像淨品



桔禾創意－御守龍



米雅各企業－環保抱枕



穆德設計－愛心杯



方進化－Fevolution 藝術品



新視紀－垃圾.董



富利豐－盤酒架



果舖創意－企鵝小丸系列



兆吉設計－A4 燈

3.台灣館開幕茶會與參展情形

9月25日展覽正式開始，同一天上海新國際博覽中心有四個展覽舉行，

N4、N5 為本次時尚家居用品展會場，隔壁 N2、N3 為文具用品展，W 展廳及 E 展廳另有二個展覽，每個展區均規畫餐飲商店，提供參展及觀展人員用餐、飲料及休息或洽談之用；因四個展覽同時舉行，博覽中心場外擠滿人潮，人山人海，當地警察及保全人員維持秩序，逐一檢查具有廠商身分者方能進場，未開放一般民眾進入參觀。上午 11 點台灣館展區內舉行交流茶會，我國台灣貿易中心上海代表處、法蘭克福展覽（上海）有限公司、上海世貿商城等通路廠商與華文記者蒞會參加，茶會結束後由我國參展廠商逐一介紹產品，以行銷推廣台灣文創商品的原創力與優質的商品。



台灣館展示館右側面



台灣館展示館左側面



9月25日開幕茶會



接受星尚媒體採訪



本館廠商代表介紹產品情形



本館廠商代表介紹產品情形

9月25日至27日展會期間吸引大陸廠商關注，人潮不斷，許多通路廠商來詢問與洽談，整體觀之，本館參展商品足與德國、法國等歐洲國家商品相媲美。26日主辦單位集結大陸買家由專人導引逐一介紹每個展示館，參觀至本館時，引起許多買家高度興趣，不斷詢問我國參展廠商，並停留許久。另在展示期間有通路廠商鈺藝廊王鈺雲先生、上海世貿商城副總裁羅偉超、台貿中心首席代表劉錫威及上海通路買家均逐一參觀本館展示商品，獲得極佳讚賞，並提供我國參展廠商開拓大陸市場經驗與建議。經本次參展廠商表示，此行獲益良多，希望文化部能繼續帶領文創企業參加海外展會，也期待再次參加文化部海外展會。



參觀本館之盛況



鈺藝廊王鈺雲先生參觀情形



台貿中心首席代表劉錫威參觀情形



大陸廠商參觀詢問情形



上海廠商參觀詢問情形



上海市貿商城副總裁羅偉超等貴賓



法蘭克福展覽（上海）有限公司沙總經理



我國參展廠商全體人員合影

（三）通路參訪

1. yaang life 生活方式概念店

9月23日通路參訪第一站是YAANG品牌創始人王楊及周平總經理，YAANG品牌是設計師王楊女士於2007年創立，其設計以東方美學的價值與現代精緻生活品味為理念，經營迄今六年多，目前該品牌已是中國大陸最具有代表性與影響力的原創家居類生活商品品牌。在上海市有兩家yaang life生活方式概念店，一為今天造訪的500平方公尺的外灘旗艦店，另一為上海K11店，其主要的經營範圍是家居用品、傢俱、禮品、服裝、咖啡等。本店面位於上海市黃埔區外馬路659號老馬頭4號倉庫，此街區原為碼頭倉庫區，建築物高挑無梁，屋內一枝一枝傘形柱支撐屋頂，建築結構特殊，空間寬廣，是很好展示空間。店內附設經營咖啡，面臨黃浦江邊設有一排排雅座，可眺望水岸風光，黃昏後有不少藝文雅士與遊客造訪。店內販售包括生活家居用品，家具、服裝、咖啡等等，和lifestyle相關的產品，不只銷售YAANG品牌的產品，還有世界各地(包含台灣設計產品)以及中國大陸設計師的產品，且不定時舉辦一些活動，積極推廣家居用品的新理念、新的生活方式，以提升生活品味的文化，此活動吸引了在黃浦江對岸高收入、崇尚生活品質之高雅富裕族群及藝文界人士熱烈參與。



無樑傘形柱支撐的倉庫建築



倉庫面臨黃浦江邊咖啡雅座



團員與王楊及周平總經理座談



團員與王楊及周平總經理合影

2. 鈺藝廊 Zenlifestyle 上海鈺藝廊文化傳播有限公司

鈺藝廊品牌是王鈺雲先生於 2006 年創立，產品有香薰蠟燭、原創手繪彩瓷、中西合璧風格的家居裝飾品、文具、首飾、傳統工藝品、設計師品牌家居用品、博物館授權藝術禮品等，目前展售中國大陸近四十個優秀原創設計品牌商品與國外 21 家知名博物館的精美藝術禮品。王先生開設第一家零售店在上海東平路，以 Lifestyle 主題零售店 ZEN lifestyle 家居店複合式經營，一樓為自營的生活藝術商品，二樓為藝術咖啡店。2012 年 8 月，鈺藝廊旗下新店“GIFT ZEN·鈺禮”在新天地街區開業，為全新概念高級禮品店，係以博物館的藝術禮品為主題之集合店。本次拜訪新天地鈺藝廊店，王鈺雲先生非常熱情接待我們團員至二樓座談，談論經營複合式商店之理念，將生活與商品融合，提供消費者另一種消費模式，並介紹在岳陽路普希金像廣場附近，開設複合式花藝主題咖啡店，以花藝為主題融合花藝課堂、花藝工作室，販售各國的花藝和園藝用具、花園飾品和花器、香薰蠟燭、高級香具及私人配飾等精品，及附帶賣咖啡，讓顧客悠

閒品嚐咖啡、享受學習花藝相關知能，結合生活與商品之經營方式。



鉦藝廊二樓咖啡雅座



團員與王鉦雲先生座談

3. 茶米家 Cha Mi +

茶米家是台灣人到上海開創一個品牌，將台灣的品茶文化帶到上海，以茶、米為主角，以至茶具、食器等衍生商品，是茶莊+米店+生活用品零售店的混合體。以福建、臺灣和雲南的白茶、綠茶、播茶……，及黑龍江鏡泊湖的有機大米，結合成為商品，並推廣有機產品及相關養生知能，以建立無毒生活環境。茶米家店內的擺設氛圍舒適溫馨，讓顧客如同置身於家中的客廳，可以與好友在此聚會聊天，店長會向客人細緻地講解茶藝知識，顧客可以品嚐茶後，再決定是否購買。每周的「茶米講堂」，吸引喜歡茶文化的顧客造訪，可以相互交流談論有關茶的新知識，這是一個販售茶、米、生活器具之創意商品的商店。



茶米家 Cha Mi + (浦東店)



團員與茶米家店長座談

4. Point to Life Book Company (8號橋店) 時尚生活中心

時尚生活中心集團有限公司（以下簡稱時尚生活）成立於2002年，

由原新天地總經理黃瀚泓先生成立，經營理念以歷史、文化、科技、時尚創意元素建立一個「時尚生活中心商業平台」，集結投資商的資金、開發商的土地，整合為專業團隊，是一個有系統、完整性的開發經營商業地產公司，服務項目包括前期商業評估、概念規劃方案、投資可行性分析、取得土地使用權，中期有規劃、設計、工程管理、招商、市場推廣以及營運等，後期有營運管理、持續性招商及市場推廣等。時尚生活打造的 8 號橋創意產業集聚區，為消費者帶來獨特體驗，已成為上海的創意地標。

本次參訪團拜訪 Point to Life Book Company 是一家販賣設計書籍及一些文創商品，附近集結有創意工作室、設計公司、顧問公司、影音公司、藝術坊、畫廊、書店、咖啡屋等商店。時尚生活中心集團有限公司副總裁周學文先生與團員面對面進行 2 小時文創產業通路與中國大陸市場開發之經驗交流與討論後，進一步瞭解該集團經營模式。



時尚生活中心販售商品



團員與副總裁周學文先生座談

5. 上海世貿商城

上海世貿商城是由華僑陶欣伯、林紹良與台灣工商鉅子共同投資近 3 億美金，位於上海市長寧區，1993 年動工興建，1999 年落成，總建築面積 28 萬平方公尺，為亞洲最大常年展示、短期展覽、辦公集聚一體的展覽中心。世貿展覽館部分有 3 萬 7 千平方公尺，1 號館 5 千 2 百平方公尺大型展廳，為專業展覽會及舉辦年度計畫推展之活動使用；2 號館、

3 號館分別為 3 千 8 百平方公尺、1 千 6 百平方公尺中小型專業展覽會及商品訂貨、品牌展示、人才交流、小型研討會等活動使用；4 號館 8 千 2 百平方公尺大型展廳，為大規模獨立展會，可與一樓、三樓展廳進行聯展；二樓有 10 間 50 至 220 平方公尺面積的會議室、貴賓室，用於各種會議與活動。世貿辦公大廈部分有 30 層總面積 4 萬 2 千平方公尺，設有商務中心、郵局、銀行、中西式餐廳、便利商店、UPS 國際快遞、國內外機票旅遊服務、地下停車場等設施，提供進駐廠商完善服務。目前已有美國、法國、義大利、日本、韓國等企業入駐。成立初期，因應中國大陸貿易出口劇增，主要作為出口交易平台，進駐企業大多為中國大陸國內企業，以商品展示、洽談出貨為主，並提供國外買家採購服務。

2008 年全球金融海嘯，中國大陸貿易出口大幅減少，進口逐漸增加，世貿商城為因應外在貿易變化，逐漸調整並引進全球大企業入駐，提供國外企業商品進入中國銷售等相關服務。2008 年至 2013 年世貿商城於中國大陸各地及日、韓、新加坡、澳大利亞等地區舉辦 30 多場「世貿買家行」，另舉辦近 60 場專業講座，提供專業人士進修、交流；對於進駐企業亦提供海關、商檢、保稅、物流、商標註冊、商業資訊等貿易服務。本次副總裁羅偉超與團員座談時，非常熱心介紹上海世貿商城營運情形，團員亦提出未來文創商品輸入大陸所面臨報關、保稅、倉儲、商標註冊等各種貿易問題，羅副總裁均一一詳細解說，事後團員反映收穫良多。



上海世貿商城全景



團員與副總裁羅偉超先生座談

(四) 訪視上海文創園區

1. 紅坊創意產業集聚區

紅坊創意產業集聚區(以下簡稱紅坊)是一個視覺文化產業園區，位於淮海西路 570-588 號，可搭乘地鐵 3、4、10 號線虹橋路站抵達，紅坊原為上海第十鋼鐵廠，創建於 1956 年 2 月，由 39 家小型鋼廠合併，生產熱、冷軋鋼板、不銹鋼等，至 1990 年代由於產業結構調整及城市發展環境需求，面臨未來存廢問題。2006 年 5 月將老舊不再使用鋼廠改造為公共文化產業園區，規畫為開放性、公益性、國際性的雕塑藝術空間，集合展示交流、雕塑育成、藝術教育、公共休閒的城市雕塑藝術中心，期以發展成為上海最具活力的公共藝術中心。



紅坊創意產業集聚區



紅坊創意產業集聚區入口

紅坊區原軋鋼廠房，保留挑高的空間與內部剛骨架構，配合外部極簡的光禿紅磚及利用鋼筋骨架線條製造的交錯感，使整體建築有著一種復古意境，由於園區內有藝廊、工作坊及不同的藝術機構進駐，不定期舉辦各類的畫作、工藝、雕塑展出及藝術教育活動，亦有國際上知名藝術家特展，重新賦予老廠房新的生命。在園區草坪上隨處也都可以看到利用過去生產的鋼鐵成品堆砌而成的一些藝術創作品，及許多的雕塑與裝置藝術品錯落期間，以綠地草坪為背景的公園型態，構成一幅美麗景觀。在園區內更設有茶座、餐廳，供市民休息，已成為了上海長寧區的文化藝術與休閒活動園區。



園區內雕塑與裝置藝術品



鋼鐵成品堆砌藝術品



園區內美術館



國外美術家特展

2. 訪視 1933 老廠坊

坐落於虹口區沙涇路的 1933 老廠坊是上海市優秀歷史保護建築，搭乘地鐵 4 號線海倫路站 2 號出口右轉，經海倫路轉沙涇路 10 號就抵達。1933 老廠坊原為上海屠宰場，建自 1933 年由英國著名設計師巴爾若夫設計，曾是遠東最大的屠宰場，建築外方內圓，無樑建築，廊道盤旋，整座樓高五層，由 26 座廊橋連接起外圍的方形立面，每座廊橋的寬度都是不同，大小不同的牛會通過不同寬度的廊橋進入，以達到

分流得作用；中間有廣達 1500 平方公尺的圓形主建築，外方內圓的結構，加上交錯的混凝土坡道、廊橋、螺旋梯、傘形花柱，走在優美旋轉梯，有種步入迷宮的迷幻之感。



1933 老廠坊入口



土坡道、廊橋、螺旋梯之特殊建築

1933 老廠坊集聚園區，目前已有設計、展覽企業入駐，成為上海市創意產業集聚區，1 樓有珠寶、婚紗攝影、皮洛塔方程式賽車主題餐廳等，2 樓有 1933 微劇場、中餐廳、創意麵館、比利時馬特瑞爾蔡斯上海代表處、攝影、科技、資訊軟體、建築設計等公司，3 樓有婚禮用品公司、餐廳、汽車經營公司、建築規劃諮詢公司、攝影等，4 樓有視覺藝術工作坊、科技等公司，5 樓有文化傳播公司、創意產業中心、創意產業投資公司等，整個園區雖然有畫作展覽、設計公司，但大多為公司企業辦公場所，其中 1933 微劇場是與上海戲劇學院合作，多樣化舞台形式，可辨式的舞台設計，零距離的互動觀劇體驗，打造為學生影視、舞台劇實驗基地，目前尚有許多空間仍閒置，甚為可惜。在白天造訪時，遊客不多、遊客大多拍照建築物，吸引不少愛好攝影者，來此照相留影。餐廳亦無顧客，感覺寥落，晚上是否較多遊客就不得而知，觀看整個園區僅少數設計創意企業進駐，像是正待發展的一個創意園區。



微劇場海報



婚紗公司

參、參訪心得

一、參訪蒐集資料

本次參訪上海國際時尚家居用品展期間，有幸能與承辦單位之一德國法蘭克福展覽上海子公司沙總經理交換意見，得以蒐集瞭解該展會辦理情形。據瞭解法蘭克福展覽有限公司是一個德國專業性展會的跨國公司，舉辦法蘭克福展覽會是東西方商業交流的重要平台。每年總計有100多個法蘭克福展覽有限公司旗下的展覽會在全球各地舉行。特別是在紡織品、汽車零配件、消費品、樂器及舞台燈光音效、照明燈具、衛浴設備、及建築技術領域的許多展覽會，已成為該行業首屈一指的領導性展會。本屆2013年上海國際時尚家居用品展是由德國法蘭克福展覽有限公司與其附屬香港子公司、上海子公司共同籌辦。該上海子公司在中國大陸亦接受或委託舉辦大大小小商業展會，一年約有14場，籌辦工作包括展會地點、時間洽定、展會顧客車輛接駁、周邊交通規畫、參展廠商邀約、聯絡與服務、報名作業、攤位規劃、活動設計、廣告宣傳、買家服務、入場證製作與發放、行程安排、會場導覽手冊等資訊與服務，及展覽期間餐飲設施、清潔、秩序維護等相關單位配合，工作繁瑣複雜。因此，一個成功的展會除了須邀請世界知名及有潛力廠商參展，以建立展會知名度與重要地位外，更重要必

須提供顧客（參展廠商與買家）良好的服務品質，顧客能在愉快氣氛完成各自目的，至於展會期間商品文化活動的規劃，如講座、試售、意見交流等，需視商品性質及需要性規劃辦理。以上籌辦國際性展會經驗，日後可作為我國辦理國際性博覽會之參考。

二、參訪計畫相關分析

在規劃面：本次參訪計畫，規劃延續去年「Fresh Taiwan」作為展區主題與形象布置，在保留原有主視覺精神，結合參展商品內容及參展環境，重新作整體完善設計裝潢，於展覽期間已將每家廠商展品特色表現無遺，例如：金琉世代的佛像淨品懸掛右外側牆面，參觀者能顯目看到展品，另展示區前面設計數個獨立展臺，後面採高低展櫃設計，展示商品各有其適當位置，相互襯托，表現出整體美感，經本人探詢去年參展廠商及本次參展廠商意見，均認為今年設計展位較往年優美，也紛紛表示本部能聚集優質文創廠商組團一起參加國外展會，是可以提升文創商品知名度與有利於開拓市場，希望本部能持續推動輔導補助文創業者參加各種類型展會。

在執行面：拜訪通路廠商是今年增列項目，也是委託執行廠商台創中心費心執行項目之一，以事前通路廠商瞭解、挑選、接洽、廠商意願、時間安排等等，甚至於必須透過商業合作關係方能完成，這些商業上接觸與溝通，均須有執行經驗才能達成目標。本次安排拜訪五家通路廠商，在上海地區均為文創商品重要通路之一，接待之通路廠商亦非常熱心、和善的與本次參訪團員座談，提供當地通路市場資訊，有時亦會對於團員所攜帶商品提出建議及改進意見，使本次參訪團員獲得實務上寶貴經驗，對於本部此項拜訪通路廠商之措施都非常贊同。

在效益面：本次參訪廠商除果舖創意公司已在中國大陸設立據點經營販售商品，及少數廠商來過中國大陸外，大多廠商係第一次參加國際拓展計畫，對於這些未曾來過中國大陸之文創廠商能與當地通路

廠商座談，吸收許多通路販售實務經驗並更加瞭解當地文創市場。另本次參訪有舖創意公司在中國大陸經營實務經驗，該公司林總監亦能以資深前輩教導後輩廠商，使本次參展團員能解決心中疑惑與問題，這些無形效益對於草創型文創廠商有莫大的助益。

有關本次參展後實質效益，廠商返國後回報台創中心，經統計洽商件數總計 481 件，預估未來實際成案數 114 案，產值預估新台幣 4,745 萬元。

肆、建議事項

一、立即可行建議

(一) 持續參與上海國際時尚家居用品展

上海市為中國大陸經貿第一大城市，人口和腹地規模大，人民生活條件與所得為大陸地區之冠，近年來上海市文創企業發展快速，市民對於生活品質逐漸重視，文創商品接受度與消費能力亦高於大陸地區其他城市，加上上海自由貿易試驗區於今（2013）年 9 月 29 日正式掛牌推動，在財稅、金融與投資方面均有大幅度開放，更加增進上海市經濟繁榮與消費能力，且上海為拓展大陸市場之門戶之一，因此，持續參與上海國際時尚家居用品展是有助於開拓大陸地區市場。

(二) 持續輔導補助有創意創新、有潛力之文創廠商參加海外展會，以行銷我國文創商品

近二年來，本部邀集有創意創新、有潛力之國內文創廠商參加世界各地商品展會，如英國 Tent London 展、巴黎家具家飾展、拉斯維加斯授權展、東京國際家居生活設計展、深圳文博會、香港禮品及贈品展等，初步已獲得國內廠商支持，並逐漸開拓台灣文創商品之整體形象，如能繼續參加國際間重要展會，尤其是我國尚未參加的德國法蘭克福春季消費品展（每年二月間舉辦）是全球各地家飾、家電、傢俱、禮品等知名品牌必參加的展會，是展現各家創新材質運用、創意商品

系列、時尚設計的重要展會，我國能於明（2014）年組隊參加，將可進一步拓展台灣文創商品市場並瞭解全球文創市場，及行銷我國文創商品。

二、中長期建議：為擴大參展之實質效益，於展會後增辦展售活動以提高行銷縱深

廠商於參展期間必須詳細向許多通路商、代理商解說產品特色，已非常繁忙，如遇有意願訂購商品之通路商，往往在短短展會期間難以談妥細節，一般均採留下名片後，返國再聯絡詳談細節，回國後經由電子信件往返費時又費力，且不若當面直接面談有效率，有時候對於部分問題未能及時回復，而喪失原有訂單實為遺憾。為擴大宣導我國文創商品及延伸行銷縱深，建議於展會結束後隔一天，即與當地通路廠商合作舉辦實體展售活動，以擴大行銷，及增加與通路商洽談機會，由於增辦此展售活動需酌增委外廠商執行經費，可於下年度編列預算或下次辦理委外廠商招標案時檢討規劃辦理，以提升接獲訂單之實質效果。

參考資料：

1. 全球各地世界各國的國際展覽會資料：摘錄自 <http://blog.yam.com/yehdragon/article/29749575>
2. 中國（上海）國際時尚家居用品展覽會資料：摘錄自官網 <http://il-china.com/Info.aspx?id=46>
3. 上海新國際博覽中心簡介資料：摘錄自 <http://www.sniec.net/cn/>
4. 法蘭克福展覽（上海）有限公司資料：摘錄自官網 <http://www.messefrankfurt.com.cn/>
5. 文化部 2013 年「文化創意產業國際拓展計畫」－上海國際時尚家居用品展覽會廠商參展申請須知
6. 通路廠商 yaang life 生活方式概念店、鉦藝廊 Zenlifestore、茶米家 Cha Mi +、Point to Life Book Company、上海世貿商城之宣傳介紹相關資料
7. 文化部（2013.04）〈2012 台灣文化創意產業發展年報〉