

出國報告(出國類別：其他)

參與 2018 日本東京國際禮品展

服務機關：原住民族委員會

姓名職稱：經濟發展處科長 劉倩如

派赴國家：日本東京

出國期間：107 年 9 月 3 日至 9 月 7 日

報告日期：108 年 4 月 1 日

摘 要

為推動原住民族文創產業發展，本會自 103 年度起推動「原住民族經濟產業發展 4 年計畫」，補助地方政府辦理「原住民族知識發展創意經濟-文化創意產業示範區計畫」之外，亦透過「臺灣原住民族精實創業輔導計畫」補助原住民創業資金成立文創相關產業之公司，並以「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。

為持續參展提昇原住民族文創品牌能見度與知名度，並拓展國外市場商機，爰於 107 年度第二度參與日本東京國際禮品展，期能拓展國際市場，並透過接洽訂單，穩定消費來源，並持續文創品牌經營，以促進原住民族文創產業永續發展。

目 次

壹、	目的.....	4
貳、	過程.....	5
參、	心得與建議.....	12
肆、	活動照片.....	14

壹、目的

為推動原住民族文創產業發展，本會自 103 年度起推動「原住民族經濟產業發展 4 年計畫」，補助地方政府辦理「原住民族知識發展創意經濟-文化創意產業示範區計畫」之外，亦透過「臺灣原住民族精實創業輔導計畫」補助原住民創業資金成立文創相關產業之公司，並輔導型塑自有品牌，更自 2011 年起，以「Ayoï 阿優依」（達悟族語，表達歡迎、感謝之意）品牌設置實體拓銷據點，及參與國內相關大型展會，屢獲好評。

本（107）年度是本會第 2 次參加「東京國際禮品展」(The 86th Tokyo International Gift Show)，本展是日本最大的禮品專業展，隨著日本人口日益老化，贈送長輩禮品的需求也因應而生，相關節慶例如一年一度的母親節、父親節、敬老節以及各式各樣的祝壽儀式等，使得越來越多的企業逐漸重視銀髮族群帶來的禮品商機。此外，日本傳統禮尚往來的文化演變至今已成為日本民眾溝通的一種方式，隨著民眾遵循正式禮節相互送禮的情形逐漸減少，與關係密切的親朋好友以不拘禮節的形式相互送禮成為刺激禮品市場成長的主因。每逢夏季送禮問候與年終歲暮時，送禮意味著確立彼此親密的關係，如今因應日常生活中相互送禮的趨勢，在禮品設計上也更加重視送禮者如何透過禮品向對方表達的情感與心意。

為拓展原住民族業者開發之商品海外商機，本會徵求原住民族優質品牌業者及商品參展，以「Ayoï 阿優依」為主題整合行銷，除吸取經驗、測試原住民族相關商品之國際接受度外，更期待奠定相關產業國際行銷基礎，開發多元商機。

貳、過程

一、徵選參展業者暨商品

(一) 徵展期間：107 年 5 月 15 日至 6 月 1 日

(二) 預計徵集業者家數及商品件數：遴選至多 50 件商品參展，並擇優遴選 8 家業者隨行。

(三) 參展報名資格：

1. 參展對象：政府立案之工作坊、協會、團體及公司行號，且負責人需具原住民身分，並需具備產品接單生產能力。
2. 參展商品：適合參與本展之商品包含生活雜貨、文具、禮品、新奇設計品、化妝品、家庭用品、藝術品、消費電子產品、嬰幼兒用品、玩具、寵物用品及包裝用品等消費產品，並以具原住民族文化故事或地方產業特色之商品尤佳。

(四) 報名結果：收到 24 家業者、共計 86 件商品報名參展。

(五) 評選參展業者及商品：

1. 評選日期：107 年 6 月 29 日
2. 評選結果：選定 16 家業者之 46 件商品參展，並由獲選商品較多之業者，擇定 8 名業者隨行。

(六) 佈展及參加展覽

1. 佈展：107 年 9 月 3 日
2. 展覽期間：107 年 9 月 4 日-7 日
3. 展覽地點：東京國際展示場 (Tokyo Big Sight)

(七) 參展商品清單

公司名稱	品牌名稱	商品名稱
噶順雷目原民精品館	噶順·雷目	托特包
		後背包(小)
		手提側背包(小)
		口金手提後背包
		電腦公事包
蜻蜓雅築股份有限公司	蜻蜓雅築	琉璃夜燈
		同心圓
		琉璃琉趣—傳統款及時尚設計款
		小黑人調棒組
台灣瑪拉斯藝品有限公司	malas	原住民圖騰筷匙禮盒
璞瓦麓創藝有限公司	璞瓦麓	鹿火
		勇士系列(盾牌勇士、勇士獻禮、飛髮勇士、射日勇士)
		搬運智慧的勇士
大百吉商號	泰源幽谷彌米	五鑽能量米
林山農選企業社	林山農選	茶包禮盒3款(林山農選「一日茶席」梨山首採玉叢烏龍散茶茶包禮盒、林山農選「一日茶席」梨山共好果香紅茶散茶茶包禮盒、林山農選「一日茶席」梨山散茶茶包)
花蓮縣卓溪鄉古風社區發展協會	古風社區	古風桌上型風鈴
原味台南文創坊	原味台南(Nga'ayho Tainan)	六股編織手環-純真之心 湛藍海岸
		森林之眼
		琉璃編織手環
		琉璃珠系列耳環
社團法人原住民深	Tmavun	陶珠系列耳環
		泰雅隨行杯組

公司名稱	品牌名稱	商品名稱
耕德瑪汶協會		守護織框
哇大創意整合有限公司	Wata	圓石花器
		星芒盒
		布拿包
古川設計有限公司	花生騷 WasangShow	設計 T-shirt5 款 (經典貓頭鷹麻花紅 T 女款、太魯閣口袋森林 T 中性、排灣口袋森林 T 女款、大冠鷺中性 T、勇氣黑熊駝色 T 中性)
高吳惠琴原創藝術設計有限公司	高吳惠琴原創藝術設計	圖騰立體筆袋系列
		傳說十字繡文具套組
		傳說貴族之項
桃園市原住民產業發展協會	原風時尚	貝型陶壺包
		十字繡隔熱手套
		十字繡陶壺抱枕
		排灣家屋面紙盒
		排灣十字繡錢包
		拼布織帶鑰匙圈
		射日壁飾
臺灣原住民教育經濟發展協會	原風禮坊	馬告鳳梨酥
		馬告玫瑰鹽
阿笛丹文化藝術有限公司	阿笛丹	共生
		春天的風
		生生不息
		百合(婚禮祝福款)
武茶事業有限公司	FKUO 山芙蓉茶葉	【好茶禮罐】
		【征戰火器袋】
		原鄒風情名茶禮盒

二、展覽簡介

東京國際禮品消費品博覽會創辦於1976年，每年分春秋兩季舉行，該展由日本商業指導公司（Business Guide-Sha, Inc.）主辦，得到了許多國家駐日本大使館商務處及日本許多行業協會的大力支持。由於日本是一個非常重視交換及贈送禮品的國家，每年都會有許多人選擇在聖誕節、母親節、情人節及生日時向自己的親朋好友贈送禮物，因此日本禮品市場擁有非常廣闊的前景，目前市場容量大約為1200億美元。許多國外企業將參加東京禮品展視為其進入日本是很大的禮品市場，擁有38,797家禮品店，9,638家室內裝潢設計商店，3,096家百貨商場，5,187家批發商以及2,213家進出口貿易公司。

東京國際禮品展為日本最大之專業禮品展，每年春秋兩季在日本東京國際展示場所舉辦，約有來自19個國家，2,729家公司參展，2016年參觀人數為189,023人，日本當地買主計183,845人（佔97.26%），其他海外地區買主計5,178人，專業買主數量眾多。此展會在亞洲歷史悠久且具有代表性，是台灣禮品進入日本市場的良好管道。

三、日本市場分析

日本目前為全球購買力排行第四名，全球GDP排行第三名，人口排名第10名，擁有龐大的國內市場與高度之技術實力。日本東京國際禮品展是目前世界上最重要的禮品、消費品類專業性國際貿易展覽會之一。每年春、秋各舉辦一次，總展出面積達到82,660平方米，每年都有2,000多家國內外廠商參展，2016年參觀人數189,023人，83%的觀眾把東京禮品展看作是能夠成功交易和搜集有價值市場信息的最值得參觀的貿易展覽會。其中，96%的觀眾是負責公司採購或是對公司決策有重大影響的人物。

原住民族的文化藝術是臺灣文創不可或缺的一塊，近年來，許多臺灣年輕的原住民族業者，逐漸將族群美學延伸至藝術及設計，並藉由原本的傳統工藝，如木工、雕刻、編織等，融合現代技術轉化為更細緻的原住民族藝術，不僅展現原住民族的文化，更注入年輕人的創意元素，透過傳統與現代的結合業，展現原住民族文化創意的軟實力。

四、 展場設計

(一) 主視覺

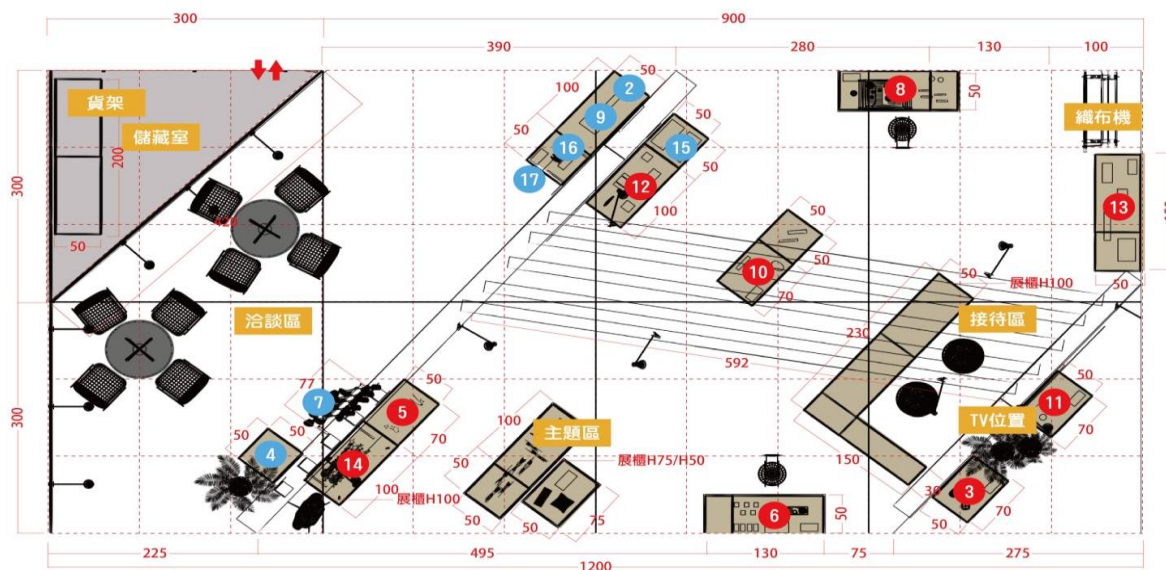
主視覺設計以手作的溫度作為整體設計概念，不僅結合傳統編織、臺灣意象、年度色彩管理「綻放紅」，更融合本次參與東京禮品展的業者商品，組成整體意象。



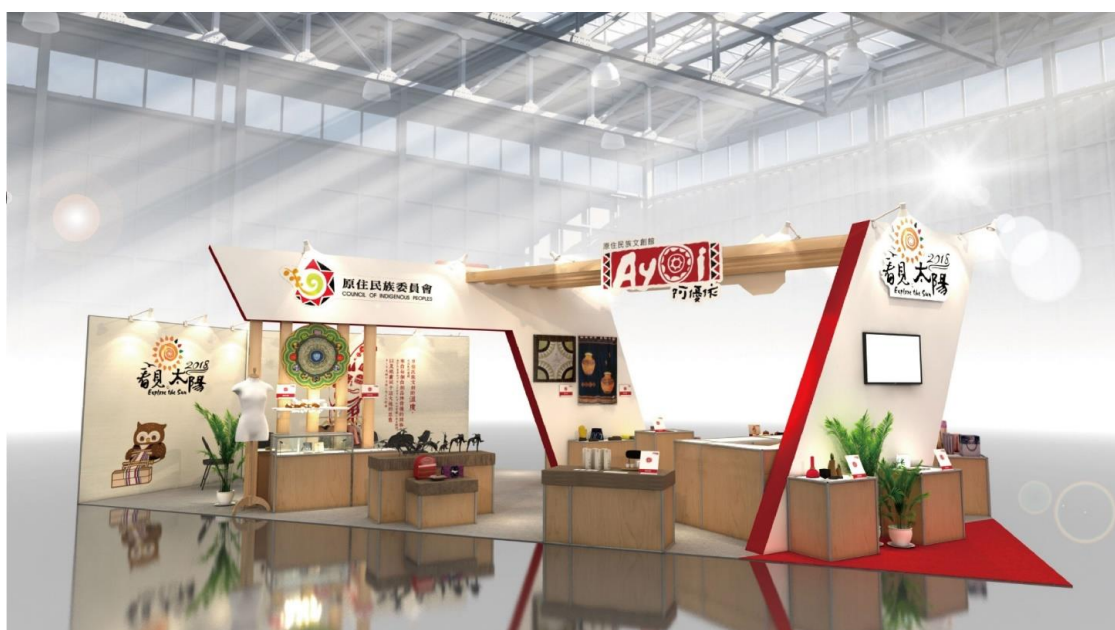
(二) 展區設計概念

東京國際禮品展展區設計概念依不同展會規劃區域，整體共有「業者展售區」、「品牌洽談區」、「大會服務台」、「多功能儲藏室」四大區域。期望透過原住民族獨特的傳統活動、商品背後的故事，傳達原住民族獨一無二的文化。

整體展場以原住民族文創品牌「Ayoï 阿優依」為主軸，旗下設計商品已具有世界精品的水準，此次策展延續 2018 年文創主視覺以米白色系為主加上色彩管理的綻放紅，提升原住民族文創精品的質感。紅色在許多原住民族中代表著生命與力量，展覽主視覺以土地及部落古老的智慧作為經緯，用雙手紮實的編織成延續文化精神的設計作品。也是將原住民族富含生命力量的設計作品與國際市場接軌的連接線。



【展區平面圖】



【展區 3D 圖】

(三) 成果效益

因本展數 B to B 商展，以洽購為主，現場交易為輔，經統計各業者現金銷售金額為新台幣 22 萬餘元，並接獲 169 張洽購單，謹就各業者洽購狀況整理如下：

業者	後續洽購詳細內容
山芙蓉	現場詢問度極高，有店家也有中間商，洽談中。
阿笛丹	現場許多日本零售商洽談項鍊系列，後續洽談中。
林山農選	<ol style="list-style-type: none"> 1. 喜歡外盒包裝設計，洽談設計案合作，或直接採用林山農選現有的包裝作為外盒使用。 2. 東京飯店拓展至台灣谷關，希望飯店茶包可以放林山農選的茶包。 3. 其他店家持續洽談中。
花生騷	大陸公司洽談圖片版權授權。
泰源幽谷獼米	與日商洽談中，日方預計 11/20 來台議價。
原味台南	<ol style="list-style-type: none"> 1. 日本百貨公司(東武百貨)洽談進口，持續連繫中。 2. 日本阪急百貨洽談進口，持續連繫中。
原風禮坊	與日本代理商合作穩定出貨中。

業者	後續洽購詳細內容
高吳惠琴	1. 台灣於日本的代理商洽談合作事宜，想代理商品至日本販售，還需洽談運費及其他事項，未來合作以代理商販售商品並從中抽成之方式合作。 2. 日本零售業者：喜歡商品，只能透過日文溝通，但本身也沒有進口經驗，需再花費時間溝通。
啣順雷目	未來直接在日本名古屋拓點，洽談中。
蜻蜓雅築	獲得日本店家青睞，持續洽談中。

參、心得與建議

本會本次是第2次參加本展，且本展亦是具國際知名度的大型展會，因此，本會期待透過參加本展，累積品牌知名度，一方面將原住民族業者開發之禮品或生活用品推向國際舞台，測試國際賣家接受度；一方面藉由率業者參展，讓業者觀摩及吸收其他國家商品類型及策展型態，作為未來發想創新思維參考。謹就本次參展，提供下列建議供未來參與本展或其他相關會展參考：

一、 辦理相關培訓，提升接單或溝通能力：

鑒於原住民族業者多無國際貿易經驗，且商品多以零售方式販售行銷，故參與以B to B型態之專業展，面臨大量訂購或訂購後之後續接洽多有障礙，因此，本會應建構階段性之培訓課程，使具發展潛力之相關業者具備相關知能，以有效拓展國際商機。

二、 持續透過參展發掘國際市場脈絡，開發業者國際視野：

本會歷年輔導之原住民族業者，其生產或開發之產品不論在品質或特色型塑上，已較以往提升許多，尤其文創類商品，除將原住民族傳統智慧予以轉化外，更著重於實用性及生活性，因此，足以彰顯臺灣文化特色，但因各國市場及需求不同，爰初期透過參展可瞭解

各國市場需求及脈絡，未來更能有效媒合符合該國需求之產品，促成實質交易。另外，業者也可透過參展經驗，吸收其他國家相關業者產品研發或設計資訊，作為提升本身產品之參考。

三、 輔導籌組原住民族經貿組織，協助業者進行國際貿易事宜：

有鑑於原住民族業者產品多屬少量生產，因此倘能由具有一定成熟度之業者成立聯盟組織，並延攬國際貿易或外語溝通能力人才加入，以國家隊方式對外接單，或可解決量少外銷不易之狀況，亦可讓業者專事生產，有效提升訂單成功率

肆、活動照片

