



文化部

## 國際文創產業及組織搭橋計畫簡報

執行期間：至102年12月20日

執行單位：台灣創意設計中心

報告日期：10月9日

## 計畫背景及目標

文化部為延續推動文創產業之成果，協助台灣文創產業與國際市場接軌，規劃一系列搭橋活動。

邀請國際買家及文創組織專業人士來台，精選國內30家業者，透過國際行銷輔導活動作準備，在2013台灣國際文化創意產業博覽會期間，舉辦交流洽商會、國際趨勢論壇、文創據點參訪等一系列活動，以**逐步建立台灣文創產業未來拓展國際市場之基礎**，進而擴散台灣文化特色與內涵至國際，提升台灣文創產業整體國際形象。



## 搭橋計畫工作進度及規劃

- 一、搭橋計畫工作進度
- 二、計畫推廣說明會及拓銷課程
- 三、業者評選會議
- 四、國際行銷輔導活動
- 五、國際買家邀請
- 六、文創據點參訪行程
- 七、多對多通路媒合會
- 八、文創趨勢論壇

## 一、搭橋計畫工作進度

工作項目	預定目標	達成進度
計畫推廣說明會及拓銷課程	2場,150人	已完成 <b>2場</b> 次， <b>161人</b> 次參加
業者評選會議	30家	已完成 <b>30家</b> 業者評選
國際行銷輔導活動	3場	已完成 <b>3場</b> 次
邀請國際買家	24位	已邀請 <b>24位</b> 國際買家
參訪文創據點	8處	已規劃 <b>10處</b> 文創據點( <b>台北+台中</b> )
多對多通路媒合會	3場	已規劃 <b>3場</b> 次( <b>南港展覽館</b> )
文創趨勢論壇	3場	已規劃 <b>3場</b> 次( <b>台創-創意劇場</b> )

## 二、計畫推廣說明會及拓銷課程

已完成辦理**2場次**，共計**161人次**參加。



**6/10** 台北場 14:00-16:30

主題：**無國界的創意行銷術**

講者：**賴治怡** / 坎城國際創意節授權  
台灣區官方代表

**6/11** 台中場 14:00-16:30

主題：**文創行銷實戰經驗**

講者：**高景星** / 迷母國際股份有限公司總經理



### 三、業者評選會議

已完成甄選**30家**業者，

共計58家業者排入審查(台北市及新北市39家、台北市及新北市以外19家)。

**4家正選業者棄權**，由備選業者依序位遞補。

#### 台北市及新北市地區- **20家**

1	藝拓國際股份有限公司	11	原版藝術創意開發有限公司
2	巷弄國際股份有限公司	12	玩美文創設計工作室
3	和碩聯合科技股份有限公司	13	寶號國際有限公司
4	東雷企業股份有限公司	14	禾浩室內裝修設計工程有限公司
5	太空設計有限公司	15	桔禾創意整合有限公司
6	目逆設計有限公司	16	紐扣創意設計有限公司
7	果舖創意股份有限公司	17	仕佳設計有限公司
8	悅聲志業股份有限公司	18	木趣設計工作室
9	橙億國際有限公司	19	台灣吉而好股份有限公司
10	寶來國際有限公司	20	新視紀整合行銷傳播股份有限公司

#### 台北市及新北市以外地區- **10家**

1	首傑藝術事業有限公司
2	凱思設計有限公司
3	瀛海國際股份有限公司
4	金統立工業股份有限公司
5	聖霖創意國際有限公司
6	穆德設計團隊有限公司
7	千澤豐設計有限公司
8	富利豐國際有限公司
9	東方空間文化藝術事業有限公司
10	樂育企業有限公司



## 四、國際行銷輔導活動

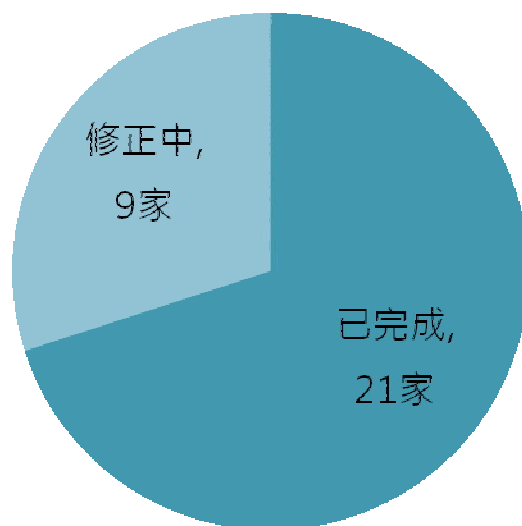
已完成辦理**3場次**，分別於8/22、8/27、8/28、8/30，  
針對**30家**廠商進行個別輔導。

類別	面臨問題	專家診斷建議
通路開發	<ul style="list-style-type: none"> <li>國外買家現場有興趣後續卻無法成交</li> <li>媒合會現場的報價跟溝通技巧</li> <li>與國外通路的交易如何進行</li> <li>參展及爭取通路的技巧</li> <li>面對國外買家如何爭取訂單?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>需有專門的業務人員負責國外業務、接單、追蹤訂單等工作。</li> <li>應與買家密集聯繫，若無法成交也應了解其理由。</li> <li>建議增聘具有貿易專業知識或是有相關經驗的人。</li> <li>與國內外通路或任何客戶、代理商等對象簽訂合約時，應注意合約條件的談判，可尋求專業商業談判人員或法律相關人士的協助。</li> <li>在展場上要跟買家盡量交談，盡力蒐集全世界買家的經驗與意見，並表現出積極度，後續也應有專門業務持續追蹤訂單。</li> <li>建議可以考慮直接用產品帶出品牌來介紹，直接營造出品牌的形象，給買家的印象會比較深刻，對整個品牌也會比較有感覺。</li> <li>重新檢視目前合作通路，了解不同國際市場的需求與偏好。</li> </ul>
品牌及行銷策略	<ul style="list-style-type: none"> <li>如何塑造品牌形象?</li> <li>如何加強品牌在消費市場的印象?</li> <li>目前階段進行雙品牌策略是否可行?</li> <li>產品定位與定價策略</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>建議集中資源發展出系列以及增加系列產品的豐富性。</li> <li>品牌發展時應該考慮市場的回饋，將資源集中在消費反應較好的品項發展出系列化的商品。</li> <li>應該調整品牌的slogan，讓人能夠強烈的第一印象，消費者才會記得你的品牌。</li> <li>若要發展雙品牌須注意市場區隔，避免造成消費者混淆。</li> <li>建議考慮產品定價分高中低三個價格帶。</li> </ul>
營運模式	<ul style="list-style-type: none"> <li>業績持平，無法再有突破</li> <li>固定通路的業績無法提升</li> <li>如何避免資金問題影響產品開發流程</li> <li>不同市場的產品定價策略</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>重新定義主要客群是誰，針對目標市場做詳細分析。</li> <li>了解目標客戶的需求，考慮異業合作的方式進行行銷推廣，接觸不同客群。</li> <li>應檢討目前的通路是否不適合這樣性質的產品，進而調整。</li> <li>建議經營者自己到銷售的第一線去做深入的市場調查與現場觀察。</li> <li>採用寄賣制度會延後公司資金的回收，可調整通路合作模式。</li> <li>各國際市場的定價要統一，至少要掌握一個價格帶。</li> </ul>

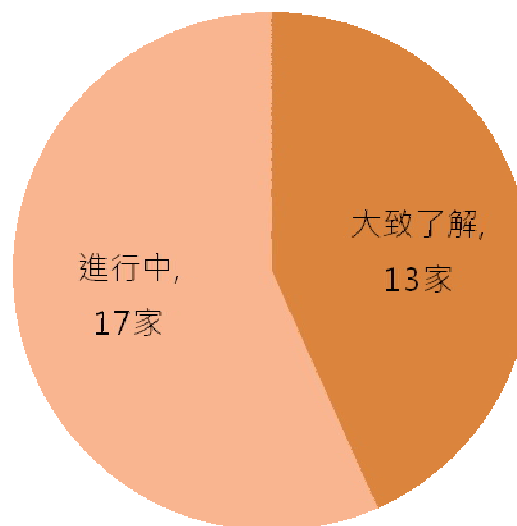
## 四、國際行銷輔導活動

以**問卷**方式追蹤30家廠商媒合會準備工作進度，  
未完成之廠商將以**電話持續追蹤**。

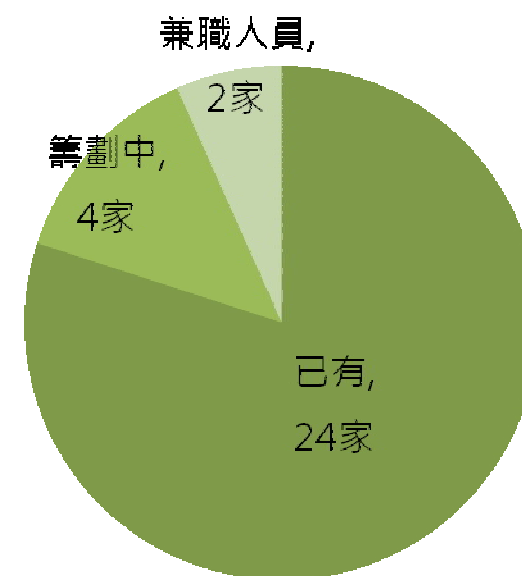
通路媒合會  
英文簡報準備



了解國際通路規模  
及類型



具備語文能力之商  
務代表





## 五、國際買家邀請

### (1) 國別

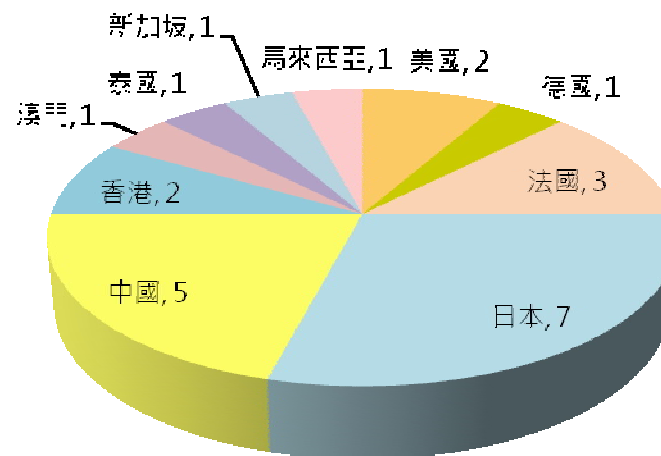
已邀請**24名**國際買家，  
其中歐美地區**6名**+亞洲地區**18名**

國別	人數	百分比
美國	2	9%
德國	1	4%
法國	3	13%
日本	7	29%
中國	5	20%
香港	2	9%
澳門	1	4%
泰國	1	4%
新加坡	1	4%
馬來西亞	1	4%
總計	24	100%

\*藍色為今年新增邀請之國別

### (2) 買家類型

類型	家數
零售代理+網路商店	18
博物館商店	3
展會組織及其他特殊採購業者	3



### (3)歐美地區買家邀請名單-6名

編號	公司	國籍/類型	姓名	職稱
1	REUNION DES MUSEES NATIONAUX — GRAND PALAIS	法國/博物館商店	Dominique Masse	Head of Marketing and product development department
2	REUNION DES MUSEES NATIONAUX — GRAND PALAIS	法國/博物館商店	Pascale Millery	Senior Head of product
3	MONOQI	德國/網路商店	Aleksandra Krolak	Buyer
4	Kikerland	美國/零售通路	Lauren Sunila	Purchasing Director
5	The Sarut Group	美國/零售通路、 進口商、網路商店	Nicolas Sampedro	Head Buyer
6	Merci	法國/零售通路、 網路商店	M. Daniel Roszenztroch	Director



RMN為專業的文化商品開發、  
活動展覽、博物館經營管理組織，  
**掌管全法國近40家博物館賣  
店與營運**工作，更常協助各博  
物館與國際知名品牌跨域合作開  
發商品。

**THE SARUT GROUP**

成立於1979年，The Sarut Group提供  
來自全球各地的創意生活用品，為**北美  
地區禮贈品市場重要的供應商之一**，  
並在紐約、奧蘭多及洛杉磯設立6家實體  
零售商店。

#### (4)亞洲地區買家邀請名單-10名

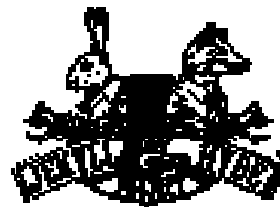
編號	公司	國籍/類型	姓名	職稱
7	MoMA Design Store	日本/博物館商店	Hiromi Yamashita	Branding/Creative Manager Merchandising Chief Buyer
8	Casokdo Co.,LTD.	日本/網路商店	Hiroshi Igarashi	Director
9	IDEA INTERNATIONAL	日本/零售通路、代理商	Mayuka Nonaka	MD Department
10	bytrico	日本/零售通路	Hitoshi Saeki	Director
11	集泳堂	日本/代理商	足立 彬東美	CEO
12	AXIS	日本/組織及其他	石橋勝利	編輯長
13	Freepark	日本/零售通路	大塚里賀	CEO
14	treesandtrunks	新加坡/零售通路、網路商店	Choo Jun Clive	Director
15	The Jekyll & Hyde Project (Pride Works Sdn Bhd)	馬來西亞/零售通路、代理商	Saw Kok Seong	Director
16	The Shop@TCDC	泰國/組織及其他	Kwanhatai Tankeyul	Retail Manager/ Creative Product Design Consultant



日本MoMA Design Store是由The Museum of Modern Art於2004年於海外首開分店；已成為**現代藝術、博物館收藏精品**的頂尖代名詞。



來自新加坡的treesandtrunks主要經營創意設計商品線上商店，目前積極與台灣文創品牌合作，提供台灣業者**進入東南亞地區消費市場平台**。



Pride Work為**馬來西亞進口商**，擁有商店品牌Jekyll & Hyde，為**日本+d及美國知名品牌代理商**，正拓展台灣市場中。



泰國創意設計中心內所設置的**設計專賣店**，展示包含**泰國當地及全球各地設計商品**。強調“創意”與“設計”在現今商業模式中價值，且以此為經營理念與其他競爭對手做為區隔。

## (5)中國港澳地區買家邀請名單-8名

編號	公司	國籍/類型	姓名	職稱
17	K11 design store	香港/零售通路	Larry Yip	Merchandising Manager
18	buymedesign.com	香港/網路商店	Florence Coirier Giraudon	Director
19	285號 Signum Living Store	澳門/零售通路	Mariana Inácio	Shop Manager
20	茶馬古道	中國/網路商店	Eric	董事長
21	伊勢丹百貨	中國/百貨通路	森滿春	營業部長
22	多樣屋生活用品	中國/零售通路、代理商	潘淑真	董事長
23	世紀金花股份有限公司	中國/百貨通路	郭強	總經理
24	上海都市商業信息網路中心	中國/商業組織	老震煜	市場訊息部主任

K11  
Design  
Store



K11為香港一間**特色藝術博物館**，K11 DesignStore希望為大家帶來購物以外的藝術體驗，以及遊走設計藝術館一般的感受。銳意**引進國際創新設計品牌**，務求擴闊大眾的藝術視野層面。

SIGNUM  
Living Store  
285 號 生活藝廊



「285號生活藝廊」，位於澳門世遺建築媽閣廟旁一棟綠色舊建築內。這裡搜羅了**各式國際家居生活精品和創意禮品**，更匯集了世界頂級設計師家居設計系列作品，希望透過設計師的家品設計向顧客表達“設計融于生活”的理念。

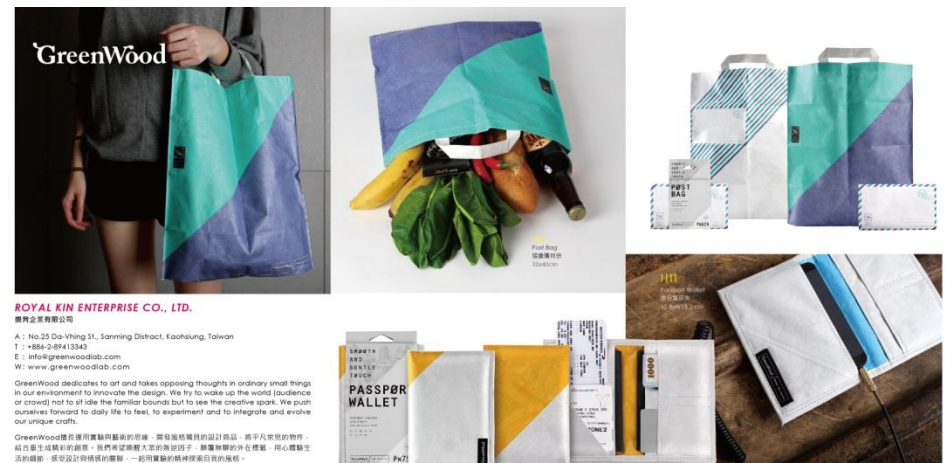
SETAN  
上海梅龍鎮伊勢丹百貨  
www.isetan.com



伊勢丹(いせたん、Isetan)是一間**知名日本精品百貨**公司，由株式會社三越伊勢丹控股旗下的株式會社伊勢丹負責營運。在日本關東、中國和東南亞等地設有分店。1993年進入中國**上海設立海外分店**，2010年3月重新整修完成。

## (6)買家手冊及文宣品-1

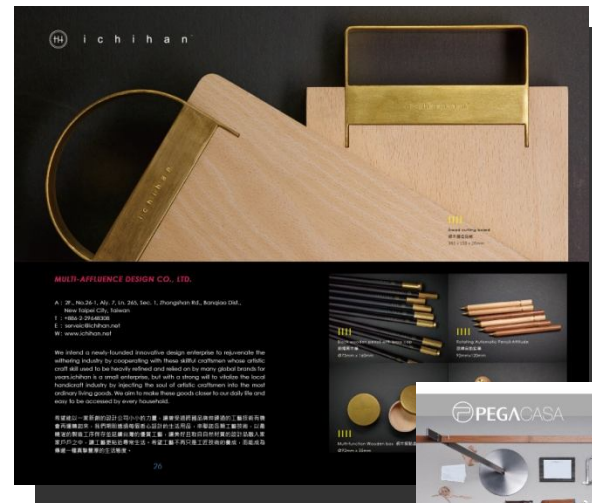
完成**電子版買家手冊**設計1式，陸續寄發給國際買家。





## (6)買家手冊及文宣品-2

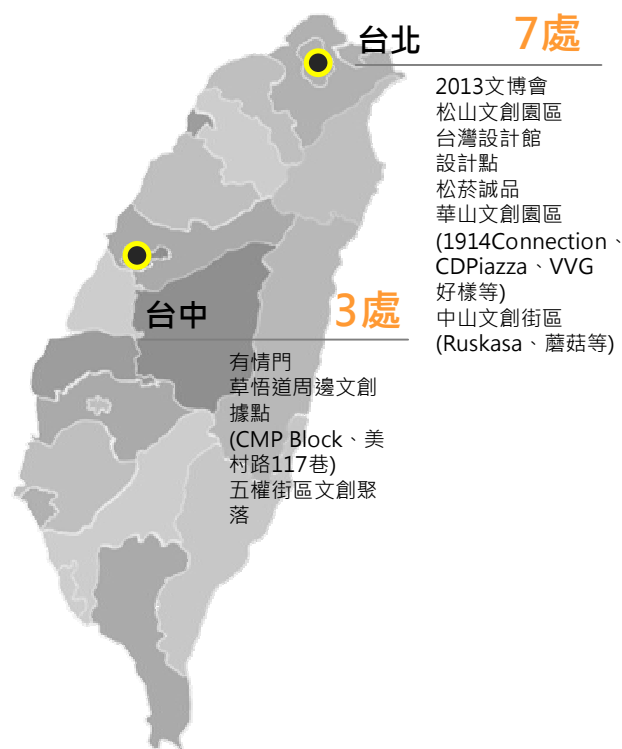
### 編印實體紙本買家手冊





## 七、文創據點參訪行程

已規劃**10處**國內文創據點，  
含台北**7處**+台中**3處**



時間	行程(暫定)	
11/20(三)	抵台-check in	
11/21(四) <b>文博会</b>	09:00 參加文博会開幕儀式 10:00 導覽-自由 <b>參觀文博会</b> 18:30 文博会晚宴	
11/22(五) <b>文創洽商</b>	09:30 多對多通路媒合會(場次1) 12:00 午餐 13:00 多對多通路媒合會(場次2) 15:30 多對多通路媒合會(場次3) 18:30 自由活動	
11/23(六) <b>趨勢論壇 + 據點參訪</b>	<b>【行程A】國際趨勢論壇</b> 09:30 文創趨勢論壇(場次1) 12:00 午餐 13:00 文創趨勢論壇(場次2) 16:00 文創趨勢論壇(場次3)	<b>【行程B】台北文創之旅</b> 10:30 參訪 <b>松山文創園區</b> 11:00 <b>台灣設計館、設計點</b> 12:00 午餐 13:30 參訪 <b>松菸誠品</b> 14:30 參訪 <b>華山文創園區</b> 16:00 <b>中山雙連文創街區</b> 散步 17:30 自由活動
11/24(日) <b>據點參訪</b>	10:00 搭乘高鐵前往台中 11:30 <b>有情門</b> 12:30 午餐 14:00 參訪 <b>草悟道周邊</b> 文創據點及文創店家 16:00 參訪 <b>五權街區文創聚落</b> 17:30 交流餐會 19:30 搭乘高鐵返回台北	
11/25(一)	離台-check out	

## 七、文創據點參訪行程



## 八、多對多通路媒合會

### (1) 場次規劃

102年11月22日(五) 分**3場次**辦理

場次	時間	地點
1	9:30~12:00	南港展覽館 504A會議室
2	13:00~15:30	南港展覽館 504B會議室
3	15:30~18:30	南港展覽館 504A會議室

### (2) 議程

時間	活動內容
30分鐘	軟硬體設備進場 廠商展示攤位佈置時間
30分鐘	入場報到
10分鐘	主持人開場 開幕致詞/文化部、台創中心長官
10分鐘	活動說明/台創中心代表
50分鐘	台灣文創業者簡報說明(每家5分鐘)
80分鐘	自由交流洽商時間

### (3) 活動進行方式

洽商交流 + 商品展示

- A.業者簡報：**每場約10家業者上台公開簡報(英文)。
- B.商品展示：**設立各業者洽商攤位供展示產品與簡介。
- C.交流洽商：**由買家前往業者攤位洽商，有特殊洽商需求者事先安排。

### (4) 參加對象

- 本計畫**甄選之30家以上文創商品業者**  
※ 獲選廠商參與者為公司高階主管
- 本計畫邀請之**24位國際買家**、拓展計畫邀請之20位國際買家(報名參加)

## 九、文創趨勢論壇

時間地點：102年11月23日(六) 台灣创意设计中心2F創意劇場

活動費用：免費報名參加

場次	時間	演講主題(暫定)	主講人
1	9:30~12:00	<b>【文創品牌】</b> <b>慢品味！</b> <b>感動在心，東方質感生活的品牌力</b>  1.如何藉由在地文化風景建立感動人心的品牌？ 2.抓住生活脈動實現消費者理想生活的策略。	主講人： <b>石橋 勝利</b> 日本AXIS雜誌編輯長  主持人：陳文龍/台灣创意设计中心執行長 與談人：林安鴻/生生國際創辦人 溫筱鴻/台北映時尚節目製作人
2	13:00~15:30	<b>【文創經濟】</b> <b>泰美力！</b> <b>解開新泰式美學吸金全球的秘密</b>  1.如何打造兼具在地特色與市場商機的創意商品。 2.解析泰式新時尚生活風格的國家品牌形象營造。 3.新泰式美學吸引全球目光的國際行銷策略。	主講人： <b>Kwanhatai Tankeyull</b> 泰國创意设计中心商品設計顧問暨商店經理  主持人：溫肇東/國立政治大學科管所教授 與談人：吳漢中/我們創造事務所執行長 魏雅娟/A+Design愛設計總編輯
3	16:00~18:30	<b>【文創行銷】</b> <b>零時差！</b> <b>超越語言，疆界無限的文創行銷力</b>  1.博物館隱形價值的現代化與品牌商機。 2.如何將具有特定區域文化特色的商品導入無國界限制的電子商務市場？ 3.未來隱形電子革命-數位消費市場的創新模式。	主講人： <b>Dominique Masse</b> 法國RMN-GP行銷暨文化商品發展部經理  主持人：洪孟啟/文化部政務次長 與談人：馮明珠/故宮博物院院長 鄭光廷/ Flying Vf裙眾募資平台執行長



## 國際拓展計畫買家邀請情形

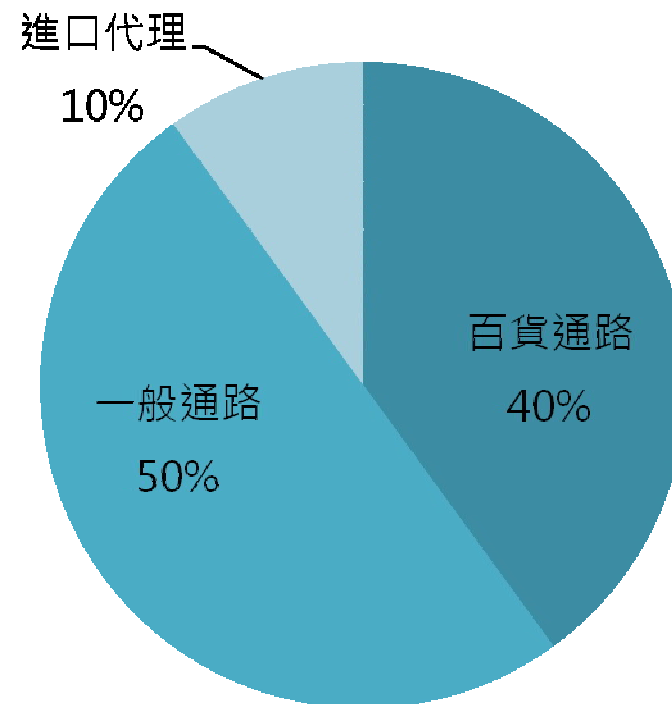
## 國際拓展計畫買家邀請情形

本次國際買家擬邀20位，**已完成國際買家邀請20位**

共分為3大類型(一般零售通路、百貨精品業者及經銷代理)，其中35%具網路通路，比例家數如下：

國別	家數
美國	2
法國	1
英國	1
日本	3
泰國	1
馬來西亞	1
中國	11
總計	20

\*藍色為今年新增邀請之國別





# 拓展計畫買家邀請名單-1

\*拓展計畫買家採**部分補助**方式，可免費報名參加多對多通路媒合會及文創趨勢論壇。

編號	公司	國籍/類型	姓名	職稱
1	Carmel Blue	美國/零售通路、網路商店	Sharone Medes Nassi	owner
2	Molla Space	美國/零售、代理商	Jeff Liu	co-founder / CEO
3	Merci	法國/零售通路、網路商店	Jean Luc Colonna	General Manager and Head of merchandising buyer
4	HEAL' S	英國/零售通路、網路商店	Farzana Jones	Senior Buyer - Kitchen & Dining
5	Room International (Thailand) Co.,Ltd.	泰國/零售通路	Tanapon Saereedeelert	Deputy Managing Director
6	mark's	日本/零售通路、代理商	高城雄也	採購主管
7	IDEA international 株式会社イデアインターナショナル	日本/零售通路、代理商	得能正人	次長
8	space-joy	日本/零售通路、代理商	Keisuke Sasahara	零售部主管
9	Timeless Design Sdn Bhd	馬來西亞/零售通路、網路商店	Jessie Ng	Managing Director



## Molla Space

專門**進口代理各國的創意商品**，包含居家飾品、餐具、文具到個人配件等，目前於設計禮品店、博物館商店、大型連鎖店以及時尚相關商店等1,000多家商店都有其鋪貨產品。



## HEAL' S

為**英國知名連鎖家居設計店**，目前有6家店面，店內集合了眾多知名現代設計師的作品，範圍涉及傢俱、家居飾品、餐具、燈具等家裝用品，一直以傳承經典設計與提升生活品質所著稱。



## merci

**巴黎知名時尚生活概念店**，由高級精品童裝品牌Bonpoint創辦人成立的select shop，除了銷售國際精品外，有更多生活家具家飾用品，為觀光客、消費者必逛商店之一。

## 拓展計畫買家邀請名單-2

\*拓展計畫買家採**部分補助**方式，可免費報名參加多對多通路媒合會及文創趨勢論壇。

編號	公司	國籍/類型	姓名	職稱
10	DC AGENT	中國/代理商	林堅	CEO
11	匯金百貨	中國/百貨通路	王斌	總經理
12	久光百貨	中國/百貨通路	前田茂樹	副店經理
13	百聯集團	中國/零售通路	薛紅斌	集團家居部經理
14	武漢新世界百貨國貿店	中國/百貨通路	徐力萍	新世界國貿店總經理
15	南京金鷹集團	中國/百貨通路	鄒曉青	集團家用招商總監
16	長沙平和堂商場	中國/百貨通路	種子田	副總經理
17	成都王府井百貨	中國/百貨通路	趙英明	副總經理
18	成都仁和春天百貨	中國/百貨通路	郭玲	總經理
19	華潤集團	中國/零售通路	王世江	非食品類產品採購總監
20	多樣屋生活用品	中國/零售通路、代理商	潘日發	營運長



### 華潤集團OLE精品超市

華潤集團為世界500強企業，Ole' 是旗下專為都市生活創造的**體驗式時尚生活高端超市**，專營進口商品和高檔消費品、概念廚具、創意生活用品等商品。



### DC AGENT

專門**代理高品質與設計品牌的居家生活用品**，產品線販售至大陸與香港高檔的禮品店，目前旗下代理品牌有playsam、palomar、zuny等。



### 匯金百貨

為上海徐家匯商城旗下一間百貨，市場定位為**時尚中高檔百貨**，以高品味與高質量商品為經營主體，銷售額占上海零售百貨業十強之一。



簡報完畢  
敬請指教