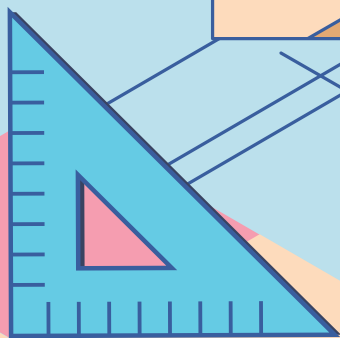
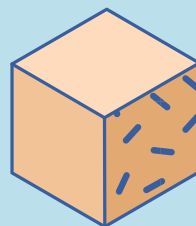
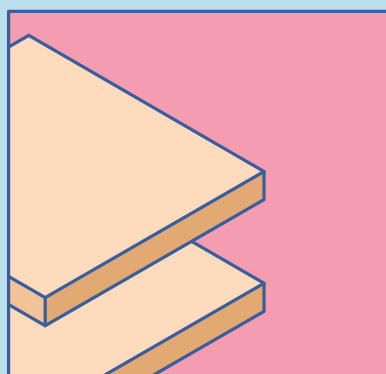
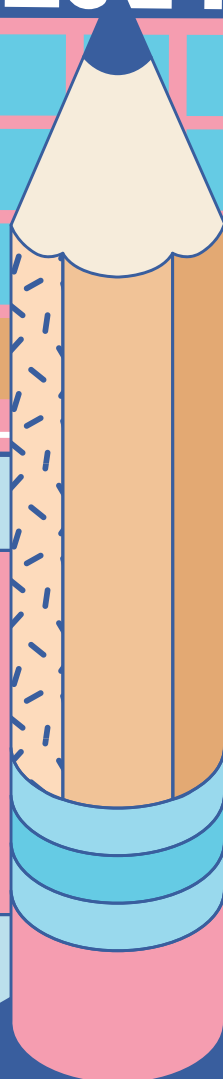
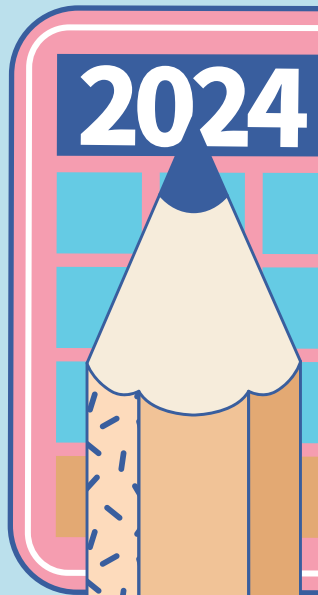
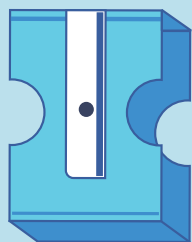


台灣

2024

國際
創意
文具展

第十九屆台灣文具展示會



徵展
企劃書

展期 | 6/28_五 - 7/1_一

地點 | 台北世貿

2024 Taiwan International Stationery Fair (TISF)

主辦單位：上聯國際展覽有限公司

共同主辦：台灣省圖書教育用品商業同業公會聯合會

3大產業宣傳策略佈局 引領變革

強力推向創新x可持續x競爭力

全球文具市場佈局充滿機遇，透過持續創新、可持續發展、競爭力市場策略引領未來，因此文具不僅僅是工具，它將成為一種生活方式的體現。

1 創新 關鍵首要

現代文具不僅僅是筆和紙的組合，它已經演變成一種複雜的工具，開發更智能、便攜和多功能的文具產品，以滿足市場不斷變化，以提高效率、增進創造力，來符合現代生活方式。

2 可持續 融入市場

全球關注可持續發展，文具行業不應例外。我們應該關心產品的生態影響，使用可再生材料，減少浪費，並降低碳足跡，吸引關注環保的消費者。

3 競爭力 市場策略

市場多樣化，需適應各種不同的文具需求。以定制化產品和區域化行銷策略，利用大數據分析來了解客戶喜好，跟蹤市場趨勢，並調整策略以實現最佳效果，讓文具行業不再是創意，也是科學。因此社交媒體和網絡營銷將是推廣產品的重要工具，也成功推向市場的關鍵。



暑假黃金檔期 搶進上億商機

拓展創作者與產業合作平台

隨著生活美學的蓬勃發展，原創力量不斷積聚，文具市場規模持續擴大，文具與美學創作已經成為暑假第一熱門檔期，匯聚了國內外知名品牌文具廠商、批發採購商、圖文創作者、插畫家等，旨在促進文具產業的進一步發展，提供了創意交流的絕佳平台。這不僅是參展商發表年度新品的最佳時機，更是尋找媒合機會、展示熱銷商品、了解市場接受度的最佳途徑，從而建立一個有價值的產業生態鏈。

因應新型態模式 活化原創新能量

一次掌握產業發展脈動 貼近多元創意

少子化和數位化趨勢正在顛覆消費市場，不再侷限於傳統便宜和性價比觀念，轉而在產品設計上潮流時尚更獲得更多焦點的關注。透過深入研究消費者行為和市場趨勢，將商品融入多樣的廣宣活動，實現最直接而有效的消費刺激，同時喚起消費者對商品的潛在需求。這不僅提高了品牌知名度，也大幅提升了銷售額，實現了最佳效益。本展目標以吸引學生、兒童、青少年和上班族等不同的消費族群，預計將帶來大量參觀人潮，創造銷售的高峰。且透過創新主題活動，為廠商吸引更多關注和人氣，同時開創大量商機，為年度創造更多的佳績。

拓寬新市場 開拓新客群

創造多元核心價值 提升品牌知名度

隨著數位科技的不斷發展，資訊愈加碎片化，行銷渠道也變得更加多元。在這樣的環境下，引導目標客群，提高與客戶的互動，以及精準了解個人化的消費情境變得至關重要。通過大數據分析，我們能夠整合虛實行銷工具，制定最佳的媒體廣告組合，精心策劃展場互動空間，從而打造以消費者為核心的品牌體驗。這將提高消費者對品牌的忠誠度，成為影響品牌知名度和營業額的最重要因素。





8大主題規劃 多元化 x 創意 x 體驗

設計玩創意

具創意和獨特設計的文具產品，包括獲獎設計、限量版和特殊材質等。融合創意與功能的文具產品，展示設計師的靈感和創造力。

新興品牌

來自新興品牌和設計師的優秀文具產品，提供一個展示和推廣的平台。讓市場發掘新興文具品牌的潛力，提供機會與客戶接觸和合作。

兒童教育文具

兒童和教育市場的文具產品及教育玩具，包括語言學習工具、筆記本和繪畫用具等。協助兒童和教育者找到合適的學習工具和資源。

辦公和商業用品

辦公室和商業場所的文具產品，包括筆、文件夾、筆記本、記錄用品等。提升工作效率和組織能力的產品，滿足專業人士和企業的需求。

環保 | 可持續

以環境保護和可持續發展的文具產品，包括回收材料製作的筆、紙張和包裝等。以綠色和可持續的文具選擇，來促進環境保護理念。

嗜好收藏

以珍貴的文具和收藏品，包括古老的筆、印章、墨水瓶等。讓消費能深度體驗文具歷史與文化的機會，讓收藏家和愛好者共同交流分享。

數位創新

結合數位科技和文具的創新產品，包括電子筆記本、智能筆、數位繪畫工具等。迎合數位時代需求的文具產品，展示創新科技與文具的結合。

生活風格

融合生活風格和設計的文具產品、療癒小物，包括手帳、紙膠帶、文筆用具、文具收納盒等。以展示時尚、個性化和舒適生活所需的文具產品，在生活使用中享有療癒及儀式感。





5大參展效益 市場影響力 x 趨勢和競爭 x 提升品牌形象

擴大市場影響力

可達到品牌和產品更廣泛的曝光及認可，吸引來自不同國家和地區的觀展者和專業人士，以提供一個與國內外市場接觸的機會。透過參展，擴大品牌的知名度，增加市場份量，拓展新的合作與銷售渠道。

尋找合作夥伴和客戶

匯聚了來自業界的專業人士、代理商、分銷商等重要角色，是一個建立合作夥伴和開拓客戶的絕佳平台。並與潛在的合作夥伴取得聯繫，洽談合作事宜，拓展業務範圍，促進業務的長遠發展。

瞭解市場趨勢和競爭動向

藉由此活動瞭解業界最新趨勢和競爭動向的平台。可觀察並了解市場上的最新產品、創新設計和消費者需求，可利用此次針對需求調整產品策略和市場定位，保持競爭優勢。

業界交流平台

此展是一個向業界專家和同行學習的機會，您可以利用此次來觀摩他們的經驗和洞察力、分享創意和設計的理念，從而增加對市場的競爭力。

提升品牌形象和價值觀

參加文具展能夠彰顯品牌的專業性、創意性和價值觀，向觀展者展示品牌形象和價值觀的機會，且透過展示高品質的產品和設計，可以讓消費者建立對品牌的信任和忠誠度，提高品牌的價值和市場地位。



8大行銷策略 深度經營,掌握關鍵數據

配合著科技發展推動文具從傳統行業轉向「數位化」，透過串聯整合虛實行銷工具，積極擴散品牌口碑及增加與消費者互動的黏著度，以獲取更多商業新機遇，引爆買氣始於此！

策略聯盟

邀請眾多KOL/KOC、
相關團體、參展廠商
進行異業合作

公關操作

結合時下當紅話題，
進行公關策略議題操作

廣告宣傳

投入適當廣告預算，
跨及平面、電子及網路三大媒體

直效行銷

寄發展覽VIP票券，
加強各單位的認同感，
提升支持度

拓展線上平台

打破空間限制，
可跨境全球市場隨時下單



VIP會員

整合各大通路會員，發送活動EDM、
手冊，使廣告宣傳效益倍增

產業交流平台

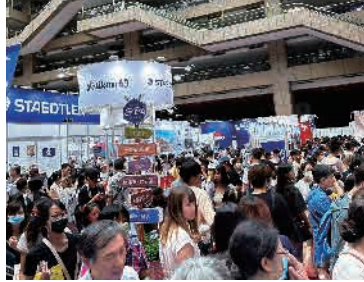
創造專業多元的交流平台，
運用網路媒體、活動宣傳，
精準掌握目標，開創商機。

數位行銷

使用社群經營以及付費
廣告投放，發送展覽訊息
與廠商活動內容

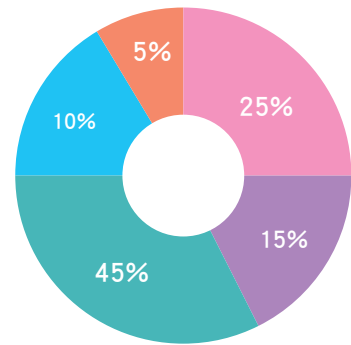
2023 展覽紀實

台灣創意文具展在台北世貿一館盛大舉辦，與後疫情時代市場經濟重新出發的成效下，283家參展廠商，創下近年新高，參觀人潮也較去年成長，吸引共316,860人次蒞臨參觀，反映穩定吸引準消費族群參觀。廣告公關成效也獲得廣大熱烈的迴響，網路的曝光量大幅增加，達到最高進場人數。



客層分析比例

創意文具展客群多數為12-35歲年輕女性受眾居多，女性比例更是達至70%，從學生到上班族皆為本展主要客群TA，藉此客層分析鎖定主要TA找到對的消費客群，再透過不同網路社群平台，全面鎖定以波段式操作進行廣撒宣傳，找到真正有需求的消費客群到展場提升現場買氣。



- 國中國小生
- 高中生
- 大學生
- 上班族
- 其他

參展人次統計

2023台灣國際創意文具展參觀人次	
日期	人潮數
6/30 (五)	64,350
7/1 (六)	101,246
7/2 (日)	94,990
7/3 (一)	56,274
總計	316,860





廠商一致好評

強力曝光X共創佳績

除了透過展前、展中廣曝光及展期大量媒體露出，精準鎖定消費族群提升參展廠商的銷售與品牌形象外，現場人潮及買氣更榮獲廠商們一致好評。

隨著疫後新生活興起，消費型態轉變及消費意願快速回昇，蕪望2024年可刷新紀錄，締造完美佳績，建立更好的產業平台。



參展費用

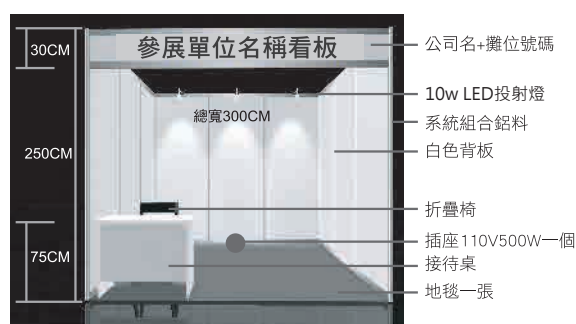
參展定價 (新台幣)	標準攤位	NT\$42,000元/格 (含基裝、含稅)	1. 以上報價為每一標準攤位3M*3M；攤位有水泥柱者，實際面積不足9平方公尺。 2. 攤位費用不包含場地額外供電端至攤位內之電力佈線及器材費用（詳細訊息請洽大會裝潢公司）
		NT\$39,000元/格 (淨地、含稅)	
電話及 ADSL 請自行向中華電話申請			

基本裝潢

組合式隔板(3MX3M)、公司名稱制式招牌、LED投射燈(10w) 3盞、地毯、110V電源插座1個、接待桌椅1式(電源需用220V者，另行申請收費)

附註 不含基本裝潢者，則不含右圖配備，大會僅提供基本電力(每格500W)，如需動力用電或自行加裝照明設備，需另行申請用電，請洽大會特約裝潢廠商。

3M x 3M 標準攤位裝潢設備圖



報名手續

報名：即日起開放報名，額滿即提前截止，完整填寫報名表後，以傳真或郵寄至主辦單位（需蓋印公司大小章）。

審核：主辦單位有權就展出品質及報名廠商其它參展紀錄，決定接受或拒絕受理報名。

繳費：全部費用請依下方繳款方式繳交，以完成報名手續；逾期繳款者，視為自動放棄參展資格。

付款方式

● 開立支票

項目	支票抬頭	票期
攤位租金	上聯國際展覽有限公司	113年04月10日
寄票地址	11081 台北市信義區忠孝東路五段 552 號 4 樓	

● 匯款轉帳

戶名	上聯國際展覽有限公司
銀行	臺灣中小企業銀行-永春分行
帳號	10312024581
繳款後請將匯款憑證註明公司名稱，傳真至 02-2759-6067	

參展流程表



攤位分配

1. 展場攤位由主辦單位負責規劃，主辦單位保留參展廠商攤位最後分配權。
2. 攤位分配順序：(1)依產業別區分展區選位 (2)攤位數多者優先選位 (3)攤位數相同時，已完成繳費日期優先順序選位(4)攤位數及繳費時間相同時，先報名者優先選位 (5)以上皆相同者則以抽籤決定選位順序。
3. 為順利安頓所有參展廠商及整場的美觀，主辦單位保留臨時因應的場地位置變動權。
4. 參展廠商攤位分配預定於113年5月舉行，時間由主辦單位擇期以書面通知。
5. 未參加協調會之廠商，視同自動放棄攤位位置選擇權，得由主辦單位代為選位，廠商不得異議。
6. 選位協調會前未繳清參展費用者，視為無條件放棄參展權益，主辦單位將不另行通知參與選位協調會，且已繳交之費用概不退還，充作本展經費。



報名編號：				報名日期：	年	月	日
公司名稱				負責人			
公司地址							
發票抬頭				統一編號			
網址							
承辦人 聯絡方式	姓名			部門/職稱			
	電話	分機		行動電話			
	傳真			E-MAIL			
行銷窗口	電話		行動		E-MAIL		
標準攤位 招牌名稱							
113年 台北世貿一館 6/28-7/1	標準攤位：新台幣42,000元/格(含基裝、含稅) 自行裝潢：新台幣39,000元(含稅、淨地價) 申請攤位數 _____ 格 <input type="checkbox"/> 標準攤位 <input type="checkbox"/> 自行裝潢 總計：新台幣 _____ 拾 _____ 萬 _____ 仟 _____ 佰 _____ 拾 _____ 元整						
參展項目	<input type="checkbox"/> 兒童教育文具 <input type="checkbox"/> 辦公和商業用品 <input type="checkbox"/> 生活風格 <input type="checkbox"/> 數位創新 <input type="checkbox"/> 嗜好收藏 <input type="checkbox"/> 環保 可持續 <input type="checkbox"/> 新興品牌						
展出品牌				展出項目			

- 工作證：每一攤位5張，每增加一攤位加2張，超出此需求可向大會申請每張300元，報名時一併繳清。
- 貴賓免費參觀券：每一攤位20張，每增一攤位加10張。
- 本報名表所填具之資料及金額均經報名單位確認無誤。（請勿塗改）
- 本報名表為大會資訊之依據，請詳填；未詳填者其資訊內容請自行負責。

參展切結書

1. 本公司已詳閱並同意遵守徵展企劃書內所列各項條文，如有違反情事，本公司願負一切法律相關暨賠償責任。
2. 本報名表所填具之資料及金額均經報名單位確認無誤(請勿塗改)。

公司印鑑章：

負責人印鑑章：

經辦人簽章：

申請日期：____年____月____日

參展洽詢

台灣省圖書教育用品商業同業公會聯合會 電話：03-572-6370 傳真：03-573-5087

上聯國際展覽有限公司 台北公司 電話：02-2759-7167 分機____ 傳真：02-2759-6067 承辦人：
 高雄公司 電話：07-331-0188 分機____ 傳真：07-331-0877 手機：

參展一般規定

參展廠商須嚴格遵守「參展一般規定」，違規者經大會勸導無效，得當場停止其展出。

◆一般事項

01. 一份報名表只限填一個報名單位，不得合併報名。
02. 參展廠商所租攤位，不得私自分租轉讓或非以報名時申請之公司名稱(包括贊助廠商名稱)參加展出。如有違反，主辦單位得立即收回轉讓之攤位，停止非報名廠商繼續展出。
03. 取消與退費：
 - (1) 凡已繳交攤位費用完成報名手續者，如因故欲退展者，需填寫「參展廠商退展申請書」向大會提出正式申請。
 - (2) 於各檔開展前三個月提出申請者，按攤位費用酌退50%，費用於展後退還；於各檔開展前三個月後申請者，恕不退費，該項費用將充作本展宣傳推廣之經費。
 - (3) 若報名繳費並選定攤位後，因故放棄參展，其所繳交之攤位費用恕不退還，且主辦單位有全權使用規劃攤位之權利。
04. 參展廠商所展示之產品，必須與本展主題有關，否則不得展出。如有濫報名進場展出者，一經發現除立即停止其展出外，所繳納之參展費用概不退還。
05. 為配合政府查禁仿冒措施，本展覽會嚴禁陳列產地標示不實、仿冒商標或侵犯他人專利或著作權之展品。參展廠商如明知其參展產品業經判決確定有標示不實或侵害商標、專利或著作權之情事，而仍予以陳列時，一經發覺，主辦單位除立即停止其全部產品之展出及沒收其所繳參展費用。凡於參展前或參展期間發生侵害商標、專利或著作權糾紛而涉訟中之產品，主辦單位一律禁止其展出，參展廠商不得異議。主辦單位如因此牽連涉訟或受有其他損害，該參展廠商並須負一切賠償責任。
06. 如因天災或其他不可抗力因素影響，致使展覽活動不適舉辦，主辦單位有權彈性變更展覽日期及地點，並保留原已報名繳費廠商移展後之參展權益。如若參展廠商未能配合上述因素移展者，得向大會提出申請取消參展，並同意主辦單位直接扣除參展廠商應繳納之參展總額20%為展前作業手續費，扣除後之餘款無息退還廠商；另有關展覽變更日期地點之相關辦法，主辦單位將另行公告之。但上述扣20%作業手續費之退展辦法，不適用已完成選位之展覽活動。
07. 若政府發佈舉辦大型活動應配合事項時，大會保有場地臨時變動權及參展廠商攤位最終分配權，俾確保展會順利開展。
08. 主辦單位有權視展場容納狀況酌減攤位面積或攤位數。
09. 展場主入口橫向走向規劃為【形象走廊】，參展廠商須遵守大會形象走廊管理規定，所有參展廠商請勿進入形象走廊內發送傳單、舉牌、人形布偶走動表演、show girl拍照...等活動，違規者大會將派請秩序保全逕行驅離，二次違規者大會將扣除保證金10,000元以為告誡，若經勸告仍未改善者，得連罰之，直至扣除全額保證金，位於形象走廊之廠商不在此規範內，惟其亦不可跨越隔鄰攤位進行活動。
10. 為落實節能減碳政策，請量使用節能省電燈泡。
11. 參展廠商在展覽期間因示範、操作展品而產生煙霧、廢氣、灰塵、惡臭及刺激性氣體與揮發性有機化學溶劑汙染物等，需自備汙染處理設備，立即妥善處理，不得影響附近攤位及現場展出，否則主辦單位得禁止該廠商現場示範操作或立即終止展出。
12. 攤位之展品、裝潢材料及廢棄物應在出場期限前全部清除完畢並運離展場。
13. 展出之產品如不願讓參觀者拍照或錄影，請自行加設「請勿拍照」或「請勿攝錄影」中英文標示牌，惟對持有主辦單位所發記者證(PRESS)者，需配合以利宣傳工作之進行。
14. 展出期間參展廠商未經主辦單位同意不得提前收拾或撤離會場。
15. 廠商提供之優惠宣傳商品，主辦單位保有最終審核權益，將優先以媒體。
16. 攤位費用之發票於展翌日起45個工作天內寄出。
17. 攤位選位若選至主走道之攤位，攤位規劃圖須於開展前寄送至大會審核。
18. 攤位若選至特殊尺寸時，攤位數計算方式為小數點四捨五入為主。
19. 為配合展期間相關新聞訊息、各式廣告宣傳曝光，參展廠商於報名參展時，同意主辦單位得自參展廠商完成報名時至本展覽結束日止，使用參展廠商所提供之圖片及文字資料(包含但不限於參展廠商之商標、介紹資料等主辦單位並得作適當之修改、整理後刊登於本展宣傳期間之廣告宣傳曝光包括電視、平面廣告、報紙、雜誌、網路行銷、廣播、大會公設及其他關於本次展覽之相關宣傳等參展廠商並保證所提供之內容絕無虛偽不實、引人錯誤之虞所有提供之著作參展廠商均擁有權或合法權利得以授權主辦單位使用如產生任何爭議相關法律責任概由參展廠商負責與主辦單位無關。

附註：1. 工作證每個攤位5張，每增加一格攤位增加2張，超出此需求可向大會申請每張300元。
2. 若抽籤選位時，選至兩面開之攤位(角位)，一個角位需另加收新台幣3000元整，兩個角位另加收新台幣6000元整。依此類推。
3. 企劃書內攤位費用不包含場地供電至攤位內之電力佈線及器材費用(詳細訊息請洽大會裝潢公司)

◆展覽場秩序

01. 參展廠商在展覽期間音量不得超過85分貝，如於展覽期間欲使用大型音響、喇叭或大聲公，需向主辦單位登記申請，經審核通過者方可使用。

02. 展覽期間欲使用明火設備，依各館方規範辦理，請逕洽主辦單位登記辦理申請。
03. 參展廠商之展示範圍僅限於各自攤位內，不得在攤位以外地區如公共設施、走道或牆柱上陳列商品或張貼任何宣傳物品或分發型錄、出版品、紀念品等宣傳資料。如有違反，主辦單位得強制清除。
04. 凡易爆、易燃及其他危險物品、違禁品禁止攜入展場；如經發現，參展廠商應立即將前開物品搬離會場，主辦單位亦得直接將前開物品搬離展場，搬離、存放及其他為此支出之費用由參展廠商全部負擔。如在展場中，或在搬離過程中，或存放中，前開物品有致人傷亡或財物損失之情況，除非係出於主辦單位或主辦單位人員故意所為，否則參展廠商方就前開損害應負最終且全部之賠償責任。
05. 展覽期間(含進出場)，參展廠商如因債務、個人恩怨或其他私人糾紛，導致他人至其攤位或展場內外鬧事或進行抗議，因而影響展覽之秩序或形象，而該參展廠商又不能有效處理時，主辦單位有權終止其展出，所繳費用概不退還；主辦單位如因此牽連涉訟或受有損害，該參展廠商須負一切賠償責任。
06. 基於安全考量場內嚴禁使用廣告舉牌。
07. 安全及保險：
 - (1) 參展廠商應於事前估算耗電量，其估算值超出基本供電量則應向主辦單位指定之裝潢公司提出申請，未申請者如因超負荷使用而致會場電源故障、中斷，參展廠商須負一切損害賠償責任。
 - (2) 展覽期間(包括展前佈置及展後拆除期間)主辦單位管理人員負責管制展場出入口，維持人員及展品進出展場公共秩序，惟參展廠商對其展品、裝潢物料及工程設施均應自行派人照料，貴重展(物)品請自行投保並聘僱警衛加強保全，如有遺失或毀損，主辦單位不負賠償責任。
 - (3) 參展廠商自展品及裝潢品運至展場起，至展覽結束運離展場止，必須自行投保火險、竊盜險、水漬險及公共意外責任險(包括天然災害附加險，如颱風、地震、洪水、豪雨及其他天然災害等)；任何展品及裝潢品於上述期間在展出場地遺失或毀損，主辦單位不負賠償責任。
 - (4) 參展廠商攤位上之設施、物品及展覽品在展覽期間(包括展前佈置及展後拆除期間)因設置、操作、保養或管理不當或疏忽致其工作人員或第三人遭受傷亡或財物損失，應由引起傷亡損失事故之參展廠商自負一切賠償及法律責任。
 - (5) 參展廠商應於進場第二天下午2時至大會服務台領取識別證，展出期間必須佩帶方得進出展場。
 - (6) 除主辦單位外，任何人不得於公共區域散發傳單、推廣活動或置放物品。

◆違規處理

參展廠商如違反以上規定，經主辦單位勸告無效或情況急迫無從勸告時，主辦單位將立即停止水、電之供應及採停止展出之措施。

◆注意事項

01. 以上主辦單位有權基於展出品質及報名廠商其它參展紀錄，決定接受或刪減廠商之攤位或拒絕受理攤位報名。
02. 參展廠商於報名參展前，請詳閱參展一般規定並依照管理辦法配合展出。
03. 參展條件與格數限制：凡食補類廠商 - 「滴雞(魚)精」或「含添加各式精類之食品」、臍帶血、月子餐、數位教學、通路商均應受報名格數限制。(各地區檔期格數限制標準或廠商屬性是否符合限制範圍，請逕洽業務人員)
04. 謝絕被消保會或地方政府消保官及消基會指名之問題廠商。
05. 本企劃書所載展覽名稱及內容均屬「預計、規劃」之性質，其具體之展覽名稱、內容、廣告及宣傳之名稱及展區規劃等細節，將視實際招商之情況，予以調整。
06. 本規定如有未盡事宜，主辦單位得隨時修訂之。
07. 台北世貿及南港展覽館場地每格攤位內遇水泥柱者，柱上結構之配電箱、消防設備、排風百葉、空氣品質偵測器等各類設備標誌，需外露並預留牆洞，且前方不得以隔間牆或任何物品遮蔽，因有之淨空範圍，則實際面積不足9平方公尺。遇水泥柱者，達1/4柱可減免新台幣3,000元，達1/2可減免新台幣6,000元，達全柱者可減免新台幣12,000元。(相關費用統一於展後翌日起45個工作天內退還)
08. 選位平面圖與展館現場仍因裝潢材料差異及場館硬體變更之不可抗力因素，所有攤位尺寸皆以實際現場丈量為主，選定攤位將無法變更其位置。
09. 本為順利保障所有參展廠商及整場之動線，大會保有場地臨時變動及參展廠商攤位最後分配權。

第十九屆台灣文具展示會

2024 台灣國際

創意文具展

6/28-7/1  台北世貿

2024 Taiwan International Stationery Fair (TISF)

