

2021
台北國際

婚紗展

Taipei Wedding Show

喜餅 · 喜宴 · 婚戒 · 小物

TOPLINK
上聯國際展覽

徵展企畫書

- ◆ 02/26-02/28 台北世貿一館
- ◆ 05/14-05/16 台北世貿一館
- ◆ 08/13-08/15 台北世貿一館



本家響應環保概念
提倡減少耗費地球資源
可回收 部分綠 會更輝

主/協辦單位：中華民國照相商業同業公會聯合會、瑞日鐘國際企業有限公司、上聯國際展覽有限公司、大通國際展覽有限公司
策畫執行：上聯國際展覽有限公司

為何參展？

由上聯國際展覽有限公司舉辦之『台北國際婚紗展』是全國婚慶產業的領先指標，主打一站式選購，對婚禮上大小事令準新人有效地又省力的籌備，婚紗攝影、喜餅、婚宴、婚攝、新秘、喜帖、婚禮周邊小物、婚戒、新郎西裝等一應俱全，新人入場參觀的數據更遠遠超越同業數倍以上。秉持著前瞻性的經營策略及深入了解市場趨勢，針對消費者的體驗行銷，規劃現場活動，增添準新人逛展樂趣，引領話題熱潮的展覽規劃，至今已累積共25屆空前絕後的佳績，成就台灣數十萬對結婚新人的專屬婚禮。

2021年邁入第26屆的「台北國際婚紗展」，除了將延續上聯國際展覽追求高品質展覽規模、挑戰最多觀展人潮及高銷售額為目標，不僅廣邀婚紗喜宴相關廠商，策劃最新結婚活動的體驗外，並致力於廠商間B2B的交流媒合，為廠商創造更多元化的新興商業趨勢。

婚宴文創打造新經濟

文創是近年吹起風潮，連動性相當高，婚禮周邊可愛裝飾小物、主題性婚宴設計、喜帖喜餅的包裝等，紛紛投入資金搶攻婚宴大餅，依新人需求提供一條龍服務及分類挑選品項、創新服務擴大現代婚宴商機。隨著時下年輕人注重個性化的婚禮體驗，加上同性婚姻開跑，注入一股新彩虹經濟。婚禮專屬小物的看漲，包含宴會蛋糕、喜餅、新娘花飾配件、婚禮佈置用品、送禮小物、卡片謝禮、新居用品等，成為婚禮選購的熱門商品，讓市場銷售額逐年看漲，可見婚禮週邊的需求是可以透過高附加價值而創造出來。



趣味性婚禮潮流

在資訊爆炸的時代，新人們從不同的渠道中接收各式的流行文化，以及近年藝人與追劇影響，婚禮風格跟品質逐漸往趣味又不失其個性的風格為導向，不熱衷追逐尖端熟悉品牌，喜歡東西是需要兼具質感且有個性，運用社群媒體彰顯自我風格。因此在人生重要的里程碑中，新人自主性提升，更有意願消費精緻性及特色主題式婚禮，對於婚禮的想像不再這麼的拘束，更為自己創造獨具魅力的浪漫回憶。本年度以“趣味”作為展覽主軸，不拘束於哪種形式，只管是不是有自己的風格，這正是現今的流行主義。在展覽中體驗各式婚禮活動，帶領新人感受那怦然自信與蛻變，並且結合這份嚮往推出打造具有個人風格特性的“客製化服務”×“浪漫饗宴”×“趣味體驗”的主題式婚禮用品，提供民眾婚紗禮服選購、攝影紀錄、婚戒珠寶…等優質、輕鬆、快速的婚品採購環境，並結合網路及現場創意活動，提升參觀人流及促進現場下單率。本展覽網羅各式婚禮產業的廠商，達到異業合作、利益共享，開創商機加乘的效果。

特色活動規劃

1 主題式活動

設計主題式體驗活動，邀請新人及民眾一起參與。並結合廠商品牌宣傳，安排商品置入，達到宣傳主軸，帶動準新人購買慾望。

2 璀璨閃耀珍愛禮包

於展前上網預約看展之準新人，可獲得限量精美的珍藏喜愛禮包。

3 喜餅鑑賞攻略

近年來，新人對於喜餅的選擇更多元化，有的喜歡傳統中國風濃厚的中式大餅，有的喜歡花俏趣味的手工西式餅乾。遂網羅知名喜餅品牌大廠，於現場舉辦「喜餅試吃大會」，透過現場試吃與廠商洽談，藉以提升新人現場訂購率。

4 準新人現場甜蜜體驗

針對婚宴、婚鞋、婚戒、新秘、婚禮小物、婚前保養等相關產業，規劃體驗區，讓新人可以透過實際試用、體驗選擇最適合自己的商品。

5 浪漫花嫁包套獻禮

為鼓勵準新人現場下單採購，於現場訂購婚紗包套即送好禮，內容包含：喜餅、餐具、紳士禮服、婚禮小物等眾多好禮。消費金額滿額，立即抽手工訂製婚紗、時尚精品、家電、蜜月行程，活絡現場買氣。

6 夢幻婚宴殿堂

優質婚宴品牌齊聚，推出獨家優惠方案及各式專案服務，透過實際的婚宴展示，對新人來說更有感，且能直接面對面諮詢，提高下訂率。

※本公司保留以上活動變更之權益

整合行銷策略

面臨資訊高度變動的時代，如何在扶植品牌發展、發揮其價值一直是上聯國際展覽有限公司的理念。憑藉長期深耕於市場與消費者洞察，加上往年現場活動辦理的效益，在大數據中提煉出每一個品牌與消費者接觸的節點，從中探討最新流行趨勢，並大膽預測未來走向，也透過串聯整合虛實行銷工具，以及制定媒體廣告的最佳組合，驅動精準且有影響力的市場計畫。運用O2O的營銷模式，結合社群客戶關係與具有影響力的意見領袖密切聯繫，創造話題行銷、公關議題操作，雙管齊下創造出驚人的長尾效應，不僅將您的品牌優勢傳遞給主要的目標客群，並且獲得實實在在的收益。

操作平面、電子及網路三大媒體，如報紙、電視、廣播及網路以及戶外廣告，像捷運、公車等完整廣告，全面鎖定消費族群，以波段式操作進行宣傳，正確地制定媒體宣傳方案，使廣告信息順利到達目標顧客，達到最佳的廣告效果

邀請眾多知名部落客、相關團體與機構進行異業合作，並與參展廠商、相關店家合力置入主題活動以達宣傳目的，進而使資訊大量曝光，提升品牌知名度及曝光度，讓品牌主更能取得消費者對品牌的信任進而提升品牌忠誠度

結合時下當紅話題，搭配廠商商品，進行公關策略議題操作，舉辦開幕與造勢記者會等公關活動

使用Facebook、Line@、部落格之網路社群經營，關鍵字、網路廣告購買及EDM等工具，發送展覽訊息與廠商活動內容。

整合各大通路會員，發送活動EDM、手冊，直接且快速將活動訊息及優惠方案告知精準族群，使廣告宣傳效益倍增

公車車體、捷運月台車體廣告、路燈旗等戶外資源宣傳



2020展覽紀實

第二十五屆台北國際婚紗展在台北世貿一館盛大舉辦，總計180家廠商、200格攤位，雖2020年初受疫情影響，不少新人紛紛將檔期延後，隨著疫情趨緩，於年末時出現報復性結婚潮，規模逐次成長中。參觀人潮不減反增，相較去年成長3%左右，今年吸引16,847人次蒞臨參觀。廣告公關成效也因應新媒體發展，除了露出傳統的、電視、網路、雜誌等媒體管道，提升展覽品牌好感度、引領群眾關注。

支持品牌

歷年創下的展覽策略佳績，成功累積眾多的忠誠品牌，贏下了不少支持廠商，來自於能真正展現品牌的精髓，希望能遞增在消費者心目中的地位，更證明了皆是最厚實持久的力量。



I-PRIMO
TORING



RIVON 禮坊



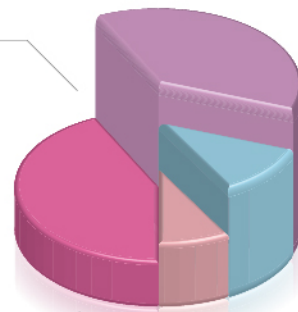
參展效益分析

人潮統計

展出日	2020年參觀對數 (7月、9月、11月)
周五	1,902
周六	7,220
周日	6,408
周一	1,317
共計 16,847	

周日

6,408對



周五

1,902對

周六

7,220對

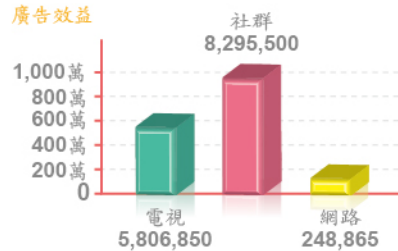
周一

1,317對

媒體宣傳效益

2020年台北國際婚紗展透過多元的宣傳操作，包含電視、報紙、網路多媒體操作平台，進行公關操作、媒體傳播等，有效吸引媒體報導達245則。

廣告效益



社群50%

網路15%



電視35%



各通路分析

通路	大型展覽	傳統店面	百貨公司	網路平台
客群分析	藉由媒體各宣傳管道、上聯資料庫等族群，成功帶動爆量人潮。	來店人數有限，且廣宣需大量資料庫支援，耗時耗費。	隨性逛街，購物動機弱。	為規避網路購物的風險，將降低消費者的購買頻率與購買量。
經驗值	成立於民國83年，主辦近千場大型展覽的上聯展覽操刀，以強大辦展資源，廣告籌碼，全面發揮展覽效益。	需時間及經驗累積，耗費時間及人力，方能建立口碑。	有經驗，但無針對特定商品運作活動宣傳。	網路商品及商家種類眾多，同平台競爭者眾，難脫穎而出。
聚焦	規劃主題展區，塑造各區品牌形象，快速建立品牌口碑。短期促銷，僅四天即可觸動近數近萬人潮，業績狂飆、品牌形象高效曝光。	需經長時間口耳相傳、網路傳播建立品牌知名度。	民眾及媒體通常聚焦於明星商品，嬰幼兒及孕婦商品較不易凸顯。	網路無法試穿、試用，商品質感未知，不能直接刺激購買慾望。
廣告宣傳	熟悉媒體運作，媒採策略精準，多媒體廣告搭配議題操作，精準鎖定不同消費族群，強力吸睛。	單打獨鬥，宣傳費用昂貴，媒體資源分散，效果有限。	僅週年慶或特殊節慶，以DM或其他方式宣傳。	單打獨鬥，網路通路資源分散，效果有限。
活動造勢	展前記者會、開幕式、造勢活動...等，以全新且具創意的活動吸引人潮，帶動媒體報導。	依地緣關係及店家所在地，除非主打聯合商店活動，否則難有大量人潮湧入。	無特定商品主題規劃，媒體及消費者亦將焦點放在彩妝、精品等明星商品。	商品種類眾多，焦點易被分散，如服飾、3C等商品。

展出項目

- 1 婚紗婚禮攝影**
 浪漫海外婚紗攝影、主題式婚紗攝影、特色工作室、自助獨立婚紗。
- 2 時尚婚紗禮服**
 手工訂製精緻婚紗、國內外婚紗品牌、男仕禮服、媽媽裝。
- 3 品牌婚嫁場地**
 海外婚禮、星級飯店、戶外主題婚禮、婚前派對、客製化會場佈置、婚宴會館。
- 4 風格婚禮週邊**
 婚禮佈置、創意婚禮小物、品牌喜餅、婚禮蛋糕、喜酒飲料、婚禮活動、DIY手作禮物、捧花、喜帖。
- 5 璀璨婚戒珠寶**
 訂情對戒、結婚鑽飾、翡翠珠寶、主題金飾、流行飾品、精品訂製、時尚輕珠寶、珠寶租借。
- 6 新娘美容美體**
 新娘秘書、婚嫁彩妝、醫學美容、纖體瘦身、運動美體會館、Spa。
- 7 甜蜜新居築夢**
 家飾家俱、居家設計、家用電器、嫁妝傢俱。
- 8 幸福甜點訂製**
 品牌喜餅、Candy bar、喜糖、婚禮蛋糕、甜品小物。

參展費用及繳費

時間	展覽地點	參展費用	支票抬頭 (註明禁止背書轉讓)	票期開立	匯款帳號
02/26-02/28	世貿一館 H區	週邊區 NT38,000元(含稅,含基裝)	大通國際展覽有限公司	109年12月20日	銀行:上海商業儲蓄銀行-世貿分行 戶名:大通國際展覽有限公司 帳號:43-102-0000-22275
05/14-05/16	世貿一館	形象區 NT43,000元(含稅,淨地) 婚紗攝影專區 另一專案報價	大通國際展覽有限公司	110年03月20日	銀行:上海商業儲蓄銀行-世貿分行 戶名:大通國際展覽有限公司 帳號:43-102-0000-22275
08/13-08/15	世貿一館		上聯國際展覽有限公司	110年06月20日	銀行:上海商業儲蓄銀行-世貿分行 戶名:上聯國際展覽有限公司 帳號:43102-0000-10529

攤位規格

- 1.每格攤位 9 平方公尺(3Mx3M)，攤位有水泥柱者，實際面積則不足 9 平方公尺。
- 2.不含基本裝潢者，每一攤位退款新台幣2,000元整。
- 3.攤位費用不包含場地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)。
- 4.世貿結構柱上之配電箱、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。

臨時電話/ADSL申請(自行申請)

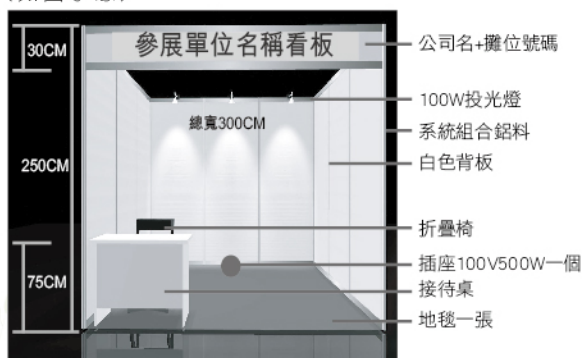
臨時電話	\$ 4,000元	裝機費:\$1,000不退費；保證金:\$3,000多退少補
ADSL	\$ 5,500元	裝機費:\$1,000不退費；連接費:\$1,500不退費；保證金:\$3,000多退少補

基本裝潢

○ 如欲增加或取消基本裝潢者，於各檔開展前一個月提出申請，逾期申請者，恕不退費。

- 組合式隔板(3mX3m)、公司名稱、投射燈(100瓦)三盞、地毯、110V電源插座一個(電源需用220V者另行申請收費)、一組接待桌椅
- ※以上攤位費用不包含場地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)

(如圖示意)



攤位分配 (依各檔狀況調整選位方式)

- 1.展場攤位由主辦單位負責全部規劃。在參展廠商選位以前，主辦單位保留刪減攤位之權利。
- 2.攤位依大會場地規劃為主。
- 3.為順利安頓所有參展廠商及整場美觀，主辦單位保留臨時變動場地位置之權限，參展廠商不得異議。
- 4.參展廠商攤位分配訂於展前30-60天舉行。
- 5.未參加協調會之廠商，視同放棄攤位位置選擇權，由主辦單位安排攤位位置。
- 6.選位平面圖與展館現場仍因裝潢材料差異及場館硬體時間

參展流程表



參展一般規定

參展廠商須嚴格遵守本參展一般規定，違規者經大會勸導無效得當場停止其展出。

◆一般事項

- 一份報名表只限填一個報名單位，不得合併報名。
- 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。
- 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。
- 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。如有購混報名進場展出者，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。
- 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。
- 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；另有開展變更日期地點之相關辦法，主辦單位將另行公告之。
- 主辦單位有權視現場容納狀況酌減攤位面積或攤位數。
- 展場主入口主通道規劃為【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。
- 為落實節能減碳政策，請儘量使用節能省電燈泡。
- 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。
- 攤位之展品、裝潢材料及廢棄物應在出展期限前全部清除完畢並運離展場。
- 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。
- 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。
- 廠商提供之優惠宣傳商品，主辦單位保有最終審核權，將優先以媒體及市場偏好作為大會廣告素材，若提供的商品未選上，敬請見諒。
- 攤位若選至特殊尺寸，攤位數計算方式為小數點四捨五入為主。

附 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.企劃書內攤位費用不包含場地供電端至攤位內之電力佈線及器材費用
註 (詳細訊息請洽大會裝潢公司)

◆展覽場秩序

- 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。
- 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。

- 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。
- 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，否則參展廠商就前開損害應負最終且全部之賠償責任。
- 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。
- 基於安全考量場內嚴禁使用廣告舉牌。
- 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

- (1)以上主辦單位有權基於展出品質及報名廠商其他參展紀錄，決定接受或刪除廠商之攤位或拒絕受理攤位報名。
- (2)參展廠商於報名參展前，請詳閱參展一般規定並依照管理
- (3)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。
- (4)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。
- (5)本規定如有未盡事宜，主辦單位得隨時修訂之。
- (6)選位平面圖與展館現場乃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，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商攤位最後分配權。

2021台北國際婚紗展

參展報名表

申請日期： 年 月 日

公司名稱				法定代理人	
聯絡人		電話		傳真	
E - MAIL				行動電話	
地址					
發票抬頭				統一編號	
參展費用	<input type="checkbox"/> 週邊區 攤位費用/每一格攤位：\$ 38,000元(含稅,含基本配備) <input type="checkbox"/> 形象區 攤位費用/每一格攤位：\$ 43,000元(含稅,淨地)				
<input type="checkbox"/> 110年2月26-28日 台北世貿一館H區	申請攤位數_____格 <input type="checkbox"/> 委託大會裝潢 <input type="checkbox"/> 基裝升級 <input type="checkbox"/> 自行裝潢 總計：新台幣_____拾_____萬_____仟_____佰_____拾_____元整				
<input type="checkbox"/> 110年5月14-16日 台北世貿一館	申請攤位數_____ <input type="checkbox"/> 委託大會裝潢 <input type="checkbox"/> 基裝升級 <input type="checkbox"/> 自行裝潢 總計：新台幣_____拾_____萬_____仟_____佰_____拾_____元整				
<input type="checkbox"/> 110年8月13-15日 台北世貿一館	申請攤位數_____ <input type="checkbox"/> 委託大會裝潢 <input type="checkbox"/> 基裝升級 <input type="checkbox"/> 自行裝潢 總計：新台幣_____拾_____萬_____仟_____佰_____拾_____元整				
產品簡介					
工作證 (請於進場時, 至大會服務台領取, 敬請妥善保管, 會場將不再補發) 每一攤位5張, 每增加一攤位加2張					
大會贈品贊助	<input type="checkbox"/> 願意贊助 品項：		數量：		
	<input type="checkbox"/> 無法贊助				
參展切結書 · 本公司已詳讀且承諾遵守本展(參展一般規定)上所列各項條文, 如有違反情事, 本公司願負一切法律賠償責任。 · 參展廠商同意所提供之圖片及文字資料, 均擁有著作權或已取得合法授權提供給主辦單位廣告宣傳使用, 主辦單位得作適當之修改及整理。 公司印鑑章 負責人印鑑章					
報名專線：02-2759-7167 分機：		報名專線：07-331-0188 分機：		報名傳真：02-2759-6067 專案聯絡人： 報名傳真：07-331-0877 手機：	



TOPLINK
上聯國際展覽

Taipei Wedding Show
台北國際婚紗展