**臺灣會展獎 展覽類活動特色說明書**

**(參考範例)**

**目 錄**

一、基本資料

二、展覽會與我國產業之關聯性

(一)對產業發展之重要性

(二)對我國經貿之貢獻

(三)提升臺灣展覽產業發展及國際形象

三、展覽專案規劃

(一)展出策略

(二)活動企畫

(三)應用創新科技

(四)綠色會展規劃

(五)展覽品牌視覺設計

四、執行成效

(一)預期目標達成情況

(二)活動規劃執行成效

(三)媒體宣傳成效

(四)結語

**一、基本資料**

（一）參選專案名稱：OOO

（二）參選單位：OOO

（三）主辦單位：OOO

（四）辦理期間：OOO

（五）辦理地點：OOO

（六）參選展覽係第＿OO＿屆

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 參展商家數 | | | 參展商攤位數 | | | 參觀者統計 | | |
| 國內 | 中國大陸 | 國外 | 國內 | 中國大陸 | 國外 | 國內買主 | (含大陸)  國際買主 | 一般民眾 |
| 本屆 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 前一屆 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 前二屆 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

（七）認證及得獎紀錄(如UFI、ISO、臺灣會展獎等)

|  |  |
| --- | --- |
| 年度 | 得獎項目 |
| 2012 |  |
| 2013 |  |
| 2014 |  |
| 2015 |  |
| 2016 |  |

**二、展覽會與我國產業之關聯性**

(一)對產業發展之重要性

本展配合OOO政策、結合國內產官學界及 OO外國駐臺單位,提供OOO最新商品與解決方案,期使OOO,促進000產業升級轉型。

藉由本展激發活絡OOO產業發展,並打造國際交流平台，邀請OOO位國外買主及OOO位國內買主來參觀以開拓OO藍海市場之國內外商機。

(二)對我國經貿之貢獻

綜觀全球OO市場，OO地區不論是產品技術之發展或是OO之建置已趨於成熟，並達一定之規模與市場量，而未來OO產業發展之重點將移轉至OO區域。OO地區除了擁有OOO…等廣大市場胃納量之外，同時兼具OO製造、生產、研發的供應角色，因此帶動了OOO產業的競爭優勢。

* 本展在OO之指導下，與OO公司合作，結合OOO等公協會、OO外國駐臺單位和 OO家廠商共同設立OO主題區、OO主題館等，吸引OOO 位買主和OO位民眾參觀，創下OO開幕以來，與會國際人士國別數最多之紀錄，也對當地帶來可觀的消費及觀光效益。
* OO場商機媒合，促進國際買主與國內產業交流。
* 建立國內外共OO筆相關業界之電子資料名單，作為推廣使用。
* 引領其他國內展覽公司開始於OO辦類似之展覽。

(三) 提升臺灣展覽產業發展及國際形象

* 以外銷為導向的臺灣、是全球OOO重鎮之一、同時擁有OOO、OOO與OOO產業，可供應OOO跨領域整合的技術需求，為此OOO之發展極具競爭優勢。主辦單位自OOO年起積極籌辦OOO展，為臺灣OOO產業打造一個與國際接軌的平台，同時透過展覽的舉辦提供OOO、OOO、OOO、OOO與產業發展趨勢互動交流的機會！OOO展是OOO產業最具影響力的展會之一，近幾年展會因應OOO轉型並引領著OOO發展，對於促進產業蓬勃實是功不可沒。
* 本展之成功舉行，帶動其他展覽公司陸續投入OO相關展覽，有助提升臺灣展覽產業之發展並促進國內OO產業商機。

**三、展覽專案規劃**

(一) 展出策略

1.策略1

從要成功的舉辦一個新的國際展覽，需要有力的國際外援，才能事半功倍。本公司採取的首要策略就是OO，例如引進OO，與國外 OO知名合作等。

2.策略2

每面臨OO時代，開拓市場應是臺灣經濟及產業發展之重要方向。本公司基於企業的永續商機和社會責任，對此在策略上採取「OOO」的原則，以建立OOO。

3.策略3…

(二)活動企畫

1.活動1

結合OOO商品特色規劃相關產業趨勢論壇，於OOO在OOO展開OOO專題演講；共吸引國內外OOO位專業人士與會。

產業趨勢論壇議程由產業界推薦頂尖的專業師資，講師陣容堅強來自OOO等國家，以「OOO」主題，演講題目呈現OOO最新科技趨勢與OOO等國家OOO制度，產業與學術密切合作交流。

2.活動2

本展吸引來自OOO等國家之專業買主與OOO參展廠商進行共計OO場商機媒合，透過此國際交易平台，促進國際買主與國內產業交流，擴展內外銷商機。

3.活動3 …

(三) 應用創新科技

1.作法1

透過收集OOO分析有效，精準行銷。

2.作法2

透過社群媒體宣傳取代傳統 DM 宣傳，於OOO相關展覽期間，透過OOO與參觀群眾互動連結，OOO即有機會獲OOO，宣傳本展、累積社群粉絲知名度。

3.作法3

網路及 App 線上報名、預先登記參觀，向全球參展廠商招商、及開放專業買主。

4.作法4 …

(四)綠色會展規劃

以綠色會展五大面向落實綠色會展精神，內容著重於OOO、OOO、OOO等傳遞綠色精神。OOO展今年起嘗試以「OOO」為主軸，展覽

期間盡可能落實「綠色會展指南」的實施項目，並搭配多項綠色作法，期望未來能成為綠色會展新指標。

1.展覽期間會場與鄰近捷運站規劃接駁車輛

2.選擇在地食材

3.利用可重複使用之餐盤、餐具

4.規劃垃圾分類收集方式

5.裝潢物可重複利用、減少廢棄物

6.減少木作工程

7.展覽簡介、參展手冊採環保油墨限量印製。官網同步提供檔案下載。

(五) 展覽品牌視覺設計

主視覺

形象標誌設計概念包含OOO主要元素，呈現OOO精神。

色彩規劃則融合了 OOO精神，以及象徵OOO。

LOGO發想時，提案採OO為主軸，並搭配OOO。

**四、執行成效**

(一) 預期目標達成情況

1.展示規模超過預期。第OO屆的OO向來是臺灣乃至於OO產業的重要指標，在深受產業發展趨勢及OO市場影響之下，規模更甚以往，因此帶動業者在OO進一步的落實。

2.參觀者人數及質量提升

總計OOO國內參觀者，較去年成長OO %，其中OO %的參觀者第一次參觀OOO展，今年行業用戶更為突顯OOO的需求，更聚焦OOO的作法，其採購策略為OOO。

3.國際買主人數增加

本屆國際參觀者到場OO 位，相較於 OO年上升，包含: OO、OO、OO等地區明顯增加。買主團包括OO、OO、OO等，VIP 團體包括OO、OO、OO等

4.滿意度分析

經統計OO份OO買主問卷調查，關於買主滿意度總評，評價為OO以上達OO。

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 項目 | 優 | 佳 | 良 | 可 | 差 | 未答 |
| 參展商數量 |  |  |  |  |  |  |
| 展品品質 |  |  |  |  |  |  |
| 相關辦理活動 |  |  |  |  |  |  |
| 總評 |  |  |  |  |  |  |

買主證言：買主1、買主2、買主3

5.其他預期目標執行成效…

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 項目 | 成效 | 上屆成效 | 成長％ |
| 展覽規模 | 攤位數或  展出面積 |  |  |
| 參展廠商家數 | 家 |  |  |
| 國內業者 | 人 |  |  |
| 國外買主 | 人 |  |  |
| 配合活動統計 | 場 |  |  |

(二)活動規劃執行成效

1.研討會及論壇

OO大主題，共OO場專業研討會，吸引OO人次，提供國內外OOO吸取產業新技術、新應用的最佳管道，並增加臺灣OO與國際間的交流互動，以加強國際競爭力。

2.開幕典禮

3.競賽

為鼓勵OO投入更多OOO創新，主辦單位舉辦OOO競賽，邀請專業評審團評比OO大獎項，共計OO廠商參賽、OO獲獎，並於OO辦理頒獎典禮儀式，為發展OO努力。

4.Happy Hour & Welcome Gala

舉辦 Welcome Gala 歡迎海外參展商、買主團及 VIP，並在OOO定時提供參觀者免費的OOO，受到廣大國內外參展商及VIP的歡迎及好評

5.展館周邊…活動

6.其他活動

(三)媒體宣傳成效

本展除引起國內媒體之重視有許多報導外，本公司另與國內外知名展覽包括臺灣的OO，OO、OO、OO合作宣傳；並透過OOO在多元宣傳下，使本展能順利舉辦。

1. 廣告計劃：本屆共刊登67則廣告，包含平面廣告O則、電視廣告O則、網站廣告O則、關鍵字廣告O天、數位廣告O則、戶外廣告O則等，共獲得O次電視新聞露出、OO次報紙露出、OO次網路露出。
2. 印刷品及文宣：共印製OO主題之邀請函與活動海報，以及O波宣傳摺頁、展前快訊、參觀指南等。
3. 數位行銷：EDM、電子報、社群網站等。
4. 其他宣傳作法：包括和國外OO展及OOO媒體進行攤位交換、辦理海外推廣活動等。

(四)結語

辦理OO展，在規劃面上，OOO作法。在執行面上，OOO作法，創造OOO結果。