



臺灣文博會

文創品牌 & IP 授權

2026

徵展簡章

CREATIVE EXPO TAIWAN

2026/08/06 — 2026/08/12

目錄 CONTENT

一、關於臺灣文博會	03
二、參展效益	03
三、展覽基本資訊	04
(一) 展期	
(二) 進撤場資訊	
(三) 徵展主題類型	
四、報名方式	06
(一) 報名資格	
(二) 攤位費用	
(三) 報名截止日期	
(四) 標準攤位說明	
(五) 費用繳交	
(六) 取消與退費	
(七) 變更與延後	
(八) 攤位分配與使用	
五、評選制度	10
(一) 評選機制	
(二) 評選標準	
六、注意事項	11
(一) 攤位使用注意事項	
(二) 其他重要應配合事項	
(三) 參展商之專屬權益	
七、展覽聯絡人	13

一、關於臺灣文博會

臺灣文化創意博覽會（以下簡稱臺灣文博會）自 2010 年策辦以來，歷經多次轉型與規模擴展，已成為國內重要的文創商品與圖像授權展示及交易平臺。展會以策展與商展並行的模式，整合文創品牌、IP 授權與跨域應用，促進文化內容的市場化發展，並持續強化文創產業的交易能量與國際連結。

2026 年臺灣文博會以打造「亞洲文創產業交易樞紐」為核心目標，聚焦文創品牌與 IP 授權兩大商展板塊，透過展售、媒合、授權與跨域合作機制，促進實質交易與產業交流。展會將以臺灣為核心，鏈結亞洲文創市場，協助品牌拓展通路、深化合作，並提升臺灣文創產業於國際市場的能見度與競爭力。

二、參展效益

亞洲文創產業的重要交易平臺

01

整合文創品牌、IP 授權、原創內容與產業資源，串連創作者、品牌方、製造端、通路商與代理商，建構完整的文創產業鏈。透過策展與商展並行，展現文化內容價值與商業應用潛力，促進授權、合作與交易成果。

觸及各式通路的關鍵入口

02

作為亞洲具指標性的文創商展，邀請全球通路與產業夥伴，涵蓋連鎖通路、精品百貨、企業品牌、飯店、博物館、電商平臺及文創經紀等類型。透過完整的買家邀集與媒合機制，協助參展品牌拓展市場通路、建立合作關係。

全方位曝光，放大品牌能見度

03

結合策展亮點與市場議題，整合平面、數位、社群與實體活動等多元宣傳管道，透過國內外媒體與線上線下平台，放大參展品牌與 IP 的曝光效益，提升文化內容的市場關注度與品牌辨識度。

鏈結產業資源，拓展國際合作

04

匯聚文創與 IP 產業專業人士，整合上下游產業資源，協助參展單位對接國際市場，開發海外通路、代理與授權合作機會，透過跨域交流與國際媒合，促進文創產業的長期發展。

三、展覽基本資訊

(一) 展期

展出地點：台北南港展覽館一館 1 樓 (臺北市南港區經貿二路 1 號) I、J、K 區

展出時間：

8/06(四)	10:00-18:00	開放專業人士入場
8/07(五)	10:00-18:00	開放專業人士入場
8/08(六)	10:00-20:00	開放專業人士入場/一般民眾入場
8/09(日)	10:00-20:00	開放專業人士入場/一般民眾入場
8/10(一)	10:00-18:00	開放專業人士入場/一般民眾入場
8/11(二)	10:00-18:00	開放專業人士入場/一般民眾入場
8/12(三)	10:00-18:00	開放專業人士入場/一般民眾入場

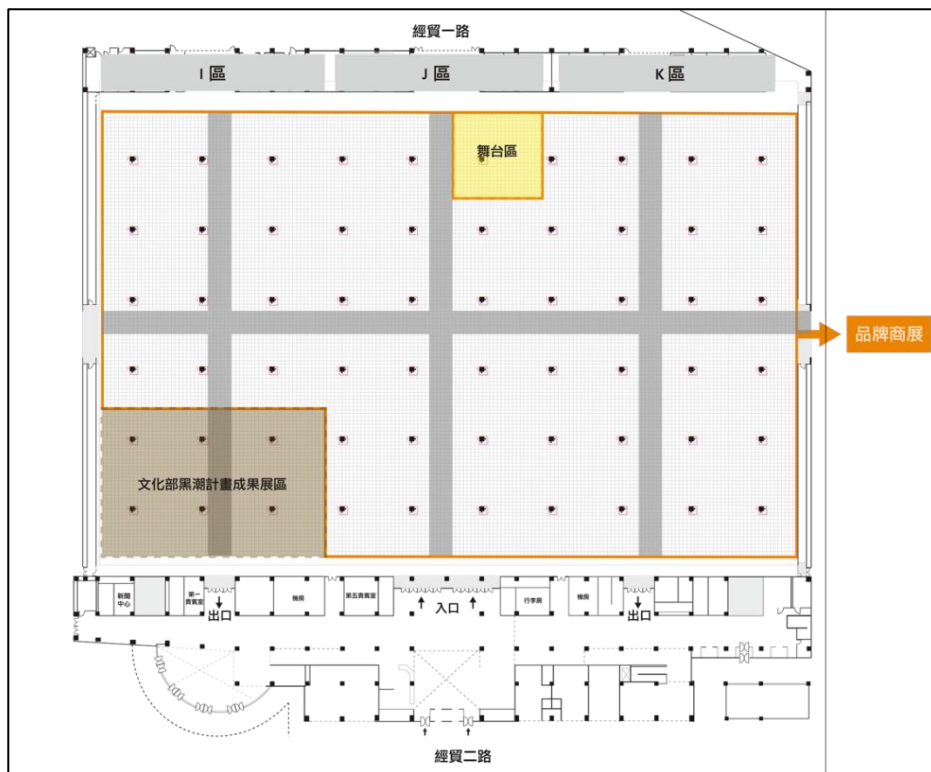
(二) 進撤場資訊

淨攤攤位廠商進場：8/04(二)07:00-16:00 前

8/05(三)07:00-16:00 前

標準攤位廠商進場：8/05(三)07:00-16:00 前

撤場：8/12(三) 18:00-20:00 及 8/13(四) 07:00-16:00 前



* 以上場地圖僅供示意，實際配置將依展場整體需求進行規劃調整。

(三) 徵展主題類型

徵展類型包含文創品牌及 IP 授權品牌，請參展商依下方說明選擇報名類別。

類別		說明
文創品牌	文創禮品	文具、禮贈品、玩具、寵物用品、消費性電子及運動用品等原創設計商品。
	風格生活	以居家用品與服飾配件為核心，含鞋帽、服飾、眼鏡、袋包、飾品等潮流單品，以及家具、家飾、燈飾、食器、香氛與戶外用品等多元生活用品。
	工藝與文化永續	陶瓷、雕塑、金工、竹材等，以工藝技法、材質應用或永續理念為核心之文創商品。
	島嶼風尚	代表地方政府及相關公部門單位，以文化品牌形象推廣地方特色，展現區域文化魅力。
IP 授權	原創角色	呈現臺灣原創角色、動畫與漫畫或其他具發展潛力的多元角色 IP。
	插畫與藝術圖像應用	集結具商業應用或授權潛力之插畫、藝術等原創圖像品牌。
	國際授權與代理	匯集國際經典角色、IP、國際經紀代理、社群貼圖創作、卡通漫畫等跨國授權與代理品牌。
新銳品牌		展出具有未來潛力的臺灣文創商品及 IP 授權新銳品牌。

四、報名方式

(一) 報名資格

報名資格	
一般展商	本國業者： 經我國主管機關核准登記且經營符合前述說明類型之公司、工作室、製造商、貿易商、代理商、經銷商等，並經執行單位審核通過者。 外國業者： ● 經政府許可進口地區之外商或其在臺代理商、經銷商、分公司及聯絡辦事處。 ● 代理外國產品者須先取得外商授權書或代理合約書等佐證文件資料供執行單位審核參考。
新銳品牌	● 登記成立未滿 3 年之本國新創品牌業者(2023年及其後成立)，且負責人或代表人須具中華民國國籍。 ● 應完成公司登記、商業登記或稅籍登記，並依規定提供合法登記證明文件。

※注意事項：

1. 每一參展商以擇一類別報名為原則，恕不受理重複報名。
2. 廠商報名應以文創產業為核心內容。執行單位將依業者報名資料，以及過往參與臺灣文博會或國內專業展會的紀錄作為評選依據，請務必自行確認報名及佐證資料之完整性。

(二) 攤位費用

一般展商			
展位類型	6 平方公尺展位定價含稅	內容	
1 個淨地攤位 (不含設備) * 需申請≥ 2 個攤位，至多 16 個攤位	原價 TWD 31,680 早鳥優惠價 TWD 26,400	展覽淨空地 (包含 500W (110V) 基礎電力與每日垃圾清運，不含其他設備)	
1 個標準攤位 (含基本設備) * 至多 3 個攤位	原價 TWD 42,000 早鳥優惠價 TWD 36,720	· 基本隔間 1 式 · 攤位招牌 1 式 · 接待桌 1 張 · 摺椅 2 張 · 投光燈 4 盞 · 展示臺 1 座 · 垃圾桶 1 個	· 110V / 5A 插座 1 只；含500W(110V) 基本電力 · 每日垃圾清運
新銳品牌			
展位類型	4.5 平方公尺展位定價含稅	內容	
1 個標準攤位 (含基本設備)	針對獲評選之 100 名新銳 提供優惠價格 TWD 9,600 * 參展者限承租 1 個攤位	· 基本隔間 1 式 · 攤位招牌 1 式 · 接待桌 1 張 · 摺椅 2 張 · 投光燈 4 盞 · 展示臺 1 式 · 垃圾桶 1 個	· 110V / 5A 插座 1 只；含500W(110V) 基本電力 · 每日垃圾清運

※ 備註：

1. 本費用僅適用於中華民國國籍展商；國外展商請參閱英文版徵展簡章之費用說明
2. 有關申購之攤位數量，主辦單位得視展會整體規劃需要，保留調整之決定權。
3. 費用包含展期間每日垃圾清運，淨地攤位參展商須自備垃圾桶或垃圾袋。
4. 淨地攤位為不含任何配備之空地，參展廠商須自行接洽合格裝潢商承作攤位裝潢，並提供設計圖予執行單位審核，經大會審核通過後始能展出。
5. 面臨主走道之攤位有限，執行單位將以攤位面積較大者優先安排為原則，其餘將依攤位大小及訂金繳款順序而定。

6. 電力設備：每攤位包含1個插座500W(110V)之基本電力，如超過以上之電力使用，須另外付費，電力供應由執行單位指定裝潢承建商承辦並開立發票。

(三) 報名截止日期

參展報名截止：2026年3月31日（二） 23:59

- 「一般展商」提供早鳥優惠攤位價，早鳥報名截止：2026年3月20日（五）23:59止。
- 請至本展官網(<https://creativexpo.tw/>)完成線上報名並上傳各項檢附資料。
- 報名時間以完成網路報名(報名系統寄發通知)為準。
- 早鳥完成報名後，執行單位將另發送電子郵件通知繳交「訂金」，參展單位如未能於優惠時段前完成報名繳款（以訂金匯款時間為主），原享有之租金優惠權利予以取消。
- 參展報名截止日後報名者，執行單位有權決定是否接受其報名參展。

(四) 標準攤位說明

1個標準攤位(3x2公尺)-一般展商

序號	配備項目	數量	單位	1個標準攤位(3x2公尺)示意圖
1	基本隔間	1	式	
2	攤位招牌	1	式	
3	接待桌	1	張	
4	展示臺	1	式	
5	摺椅	2	張	
6	投光燈 (100W)	4	盞	
7	垃圾桶	1	個	

1個標準攤位(3x1.5公尺) -新銳品牌

序號	配備項目	數量	單位	1個標準攤位(3x1.5公尺) 示意圖
1	基本隔間	1	式	
2	攤位招牌	1	式	
3	接待桌	1	張	
4	展示臺	1	式	
5	摺椅	2	張	
6	投光燈 (100W)	4	盞	
7	垃圾桶	1	個	

※ 備註：

1. 執行單位將另行通知加購指定時間，未依指定期間完成加購訂單，訂單每筆加收50%作業費用。

2. 執行單位保有修改上述規格之權力。
3. 標攤及攤位招牌排版文字為暫定。

(五) 費用繳交

訂金：每一攤位 TWD 5,000

1. 完成報名並獲選參展者，執行單位將通知繳交「攤位費訂金」，發送「繳款帳號連結」(系統自動產生)，參展商應於指定日期之前完成繳費；於參展商完成繳款後，執行單位即辦理對帳及發票寄送作業。
2. 繳款時間與攤位圈選有關，為避免影響攤位圈選順序，請於繳款期限內完成繳納。
3. 參展商應於「攤位費訂金」繳費期限內完成繳交，逾期未繳交者，視同退展，所訂攤位將自動放棄，得由執行單位取消參展資格，並由備取展商遞補，執行單位將不另行通知。
4. 若參展商完成報名，訂金將轉作攤位費用，攤位費訂金試算說明如下：
廠商A若購買4個「淨地攤位」，則廠商A需繳訂金費用合計：TWD 20,000
●攤位訂金→ 4個攤位× 5,000 = TWD 20,000
廠商B若購買2個「標準攤位」，則廠商B需繳訂金費用合計：TWD 10,000
●攤位訂金→ 2個攤位× 5,000 = TWD 10,000

尾款

1. 完成攤位圈選後，執行單位將通知繳交「攤位費尾款」及提供「繳款帳號連結」(系統自動產生)；參展商完成尾款繳納後，執行單位即辦理對帳及發票寄送作業。
2. 尾款逾期未繳交者，視同放棄參展資格，其申請之攤位由執行單位收回。

匯款帳戶

由報名系統自動產生繳款帳號，匯款相關手續費用應由參展單位負擔。

(六) 取消與退費

1. 因攤位額滿致無法參展之參展商，其繳交訂金將由執行單位無息退還。
2. 若退出參展之原因係因可歸責於參展商，就已繳費用除尾款外恕不退還。
3. 逾期未繳納尾款者，將取消參展資格，已繳費用，恕不退還；攤位分配後，若有其他衍生費用將另案處理。

(七) 變更與延後

1. 執行單位保有調整或變更參展單位申請之攤位數，或縮小攤位面積之決定權。
2. 若因不可抗拒因素如天災、戰爭或其他非人為可改變之因素，迫使展覽會場改變、展期變更或取消，執行單位不負責償付參展單位任何損失。

(八) 攤位分配與使用

1. 廠商分配攤位順序：
 - i. 攤位數多者先選。
 - ii. 攤位數相同者，訂金繳款時間早者先選 (須於執行單位通知之繳款時間內完成繳款)。
 - iii. 以上皆同者，抽籤決定選位順序。
2. 審查通過並完成繳費之展商，執行單位將另行通知協調會之時間及地點。
3. 未出席協調會之廠商，由執行單位代為劃定位置，廠商不得有異議。
4. 協調會中無法受理現場增加攤位，如於報名後須增加攤位者，請儘早聯繫執行單位辦理。
5. 同一參展商之攤位均須相連，且不得橫跨走道。

五、評選制度

由執行單位邀請產業專業人士，組成評選委員會依評選標準，進行綜合考量。

(一) 評選機制

1. 新銳品牌：
 - 攤位面積 4.5 平方公尺，僅限登記成立未滿 3 年的本國新創品牌業者申請。
 - 由評選委員於參展商中選出 100 名「新銳品牌」，可獲攤位費用 TWD9,600 元優惠價格。根據報名類別的比例，進行獲選名額的分配。(評選原則：係以過去 3 年未曾獲得文博會或僅獲得一次優惠者為優先)
2. 獲選優惠補助的 100 名年度「新銳品牌」參展者須配合如下事項：
 - 根據臺灣文博會提供之主題，進行專屬聯名創作，並同意授權予本屆執行單位無償使用於 2026 臺灣文博會相關活動宣傳。
 - 須在品牌 Facebook 或 Instagram 等社群媒體粉絲專頁中，發表至少 1 篇

以上 2026 臺灣文博會相關內容貼文 (需完整標註@臺灣文博會 FB 與 IG 帳號)，並配合執行單位所舉辦社群媒體或任何形式的相關串聯活動。

3. 評選公告將於官網、官方 FB 公告。

(二) 評選標準

評分項目	評分佔比	評分重點
市場力	40%	- 產品與市場契合度、商業化可行性 - 是否具海外市場或授權拓展潛力 - 商品或內容的多元應用能力 (異業合作或授權合作的經驗與潛力) - 媒體與社群關注度
創新力	30%	- 文創：作品獨特、具原創力、創新材質、技術或永續概念的融入等、新型態使用情境或生活提案 - I P：作品獨特、具原創力、在不同媒材與載體上的創新轉譯
設計力	30%	- 文創：設計理念、材質與形式的創意運用、文化詮釋與美學表現 - I P：針對 IP 的設計特色與表現、視覺應用的延伸性、創意呈現

六、注意事項

(一) 攤位使用注意事項

1. 現場如有零售行為，需開立發票或收據，如經稅捐機關查獲告發未開發票者，後果自負。
2. 執行單位有權拒絕任何與徵展主題不符合之產品或業者參展。
3. 展覽期間，請於每日十點前備妥開展事宜，現場攤位不得無人看顧。
4. 所有非臺灣製造之產品須明確標示產地來源(國別)，並嚴禁參展商展出違反我國法令規定、產地標示不實、仿冒商標或侵犯他人專利或著作權之產品。展出內容或展品若涉及違法、有害善良風俗或損害本展形象，經執行單位要求仍未改善或無法改善者，應立即下架及停止展出相關內容。
5. 攤位內嚴禁使用任何形式之明火；如經查證屬實，執行單位得立即制止該行為，並取消其下一屆參展資格。

6. 如遇到需停止展覽如颱風假、地震、重大傳染疾病等, 以政府公告為主。
7. 嚴禁參展商於展覽期間陳列產地標示不實、仿冒商標或涉及侵害他人專利權、著作權及原創性疑義認定之產品；如經執行單位之專家委員決議認定為屬實，執行單位得即取消其參展資格，參展商不得異議。
8. 我國政府限制進口地區或政府禁止進口之產品，均不得在本展展出。
9. 除執行單位規劃之展區與展出內容外，本展恕不接受食品類廠商參展或於展位上販售食品。
10. 其他相關規定，請參照參展手冊。(報名入選後會另外提供)

(二) 其他重要應配合事項

1. 參展商於入選後應加入臺灣文博會參展廠商聯絡群組，並遵守相關管理規定。
2. 參展商可依產品或服務類別於網站報名時選擇合適之徵展主題類型；執行單位有權審核參展內容，並得依參展內容劃分最終徵展類型，並安排參展商最終攤位位置。
3. 參展商應自行接洽合格裝潢商承作攤位裝潢，並提供設計圖予執行單位審核。
4. 凡入選實體展之參展商，得參與相關線上展售活動。
5. 凡符合文化禮金藝文消費點資格之展商，應接受並提供民眾以文化禮金進行消費或折抵使用。
6. 為維持展會整體參展品質與秩序，參展商於展期間應配合遵守展場進出場相關規定及各項展務規範，包括如期出席執行單位安排之買家媒合洽商會議、完成展後回饋問卷填寫；展出期間攤位內須隨時有工作人員提供服務，並應協助處理展會期間或展後可能發生之消費糾紛或現場秩序問題（如民眾排隊衝突等）。遇有民眾排隊或其他突發情況時，參展商應主動協助疏導，以維護他人權益及公共秩序。
7. 如未配合前述規定，或有其他影響展會運作之情事（例如引發消費糾紛、違反展場管理規範、破壞公物、攤位無工作人員服務、未如期出席買家媒合洽商會議、未填寫展後回饋問卷等），將由執行單位依展場管理規範認定，並

以書面(電子郵件)通知違規內容及記點結果;經執行單位勸說仍未改善者,或累計違規達三次者,將取消下一屆參展資格。

8. 執行單位有權視整體展會規劃調整參展商申請之攤位數及展區,如展品與原申請內容不相符,執行單位有權調整之。

(三) 參展商之專屬權益

1. 媒合洽商:邀請百貨通路、選品店、博物館商店、網路商店,國內外買家與參展單位進行採購媒合洽談。
2. 主題論壇:依年度主題規劃,邀請產業專家,聚焦全球產業趨勢、設計、授權及其他跨領域議題,透過多方對談形式,促進產業交流與觀點分享。
3. 行銷宣傳:依執行單位議題整合行銷推廣,彙集參展商資訊於官方網站、社群平台等,擴大宣傳效益。
4. 提供年度展會調查及相關分析報告參考。
5. 執行單位保留上述活動辦理變更權利。

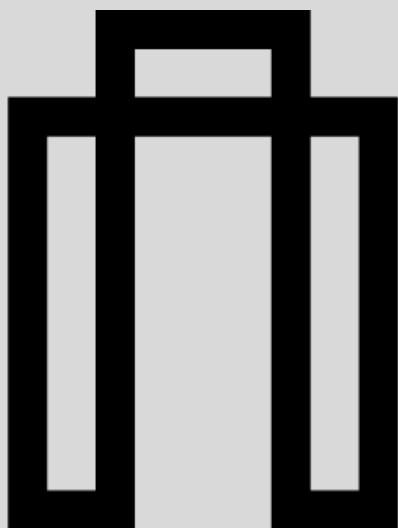
七、展覽聯絡人

台灣設計研究院 / 臺灣文博會工作小組 電話:(02)2745-8199

文創品牌:林小姐 分機 565

IP 授權:吳小姐 分機 566

新銳品牌:陳先生 分機 577



臺灣文博會

CREATIVE EXPO TAIWAN

主辦單位
Official Organizer



執行單位
Executive Organizer



研設台
究計灣
院