



# 招商說明會

中華民國出版商業同業公會全國聯合會  
撲眾展覽事業股份有限公司

110/4/13

# 目錄

- 一. 展覽簡介
- 二. 展覽成效
- 三. 策展方針
- 四. 展區與活動規劃
- 五. 票務規劃
- 六. 宣傳規劃
- 七. 廣告版面資源
- 八. 攤位費用
- 九. 聯絡方式



# 展覽簡介



# 成立目的

## 少子化，商機不減反增

根據內政部統計，台灣嬰兒出生人數自2015年起便逐年下滑，至2018年更跌破20萬人。然而，檢視同期網路育兒相關搜尋量卻發現逆勢成長，顯示新手爸媽集萬千寵愛於孩童，對於孩童的教育觀念更為講究及重視，童書產業勢必有著龐大商機，有鑑於國內年度僅有一檔書展，推動另一波童書市場正符合消費者需求



## 多元教養素材，童書更具多元化

108年新課綱上路、STEAM.....等趨勢，使教育有更多元化豐富的書籍展出，讓家長有更多的選擇。

## 獲得文化部、教育部及雙北市政府教育局認同及支持

# 三大優勢 不容錯過!

## 唯一強檔

疫情之下唯一書展  
延遲消費即將爆發

## 公協會強力支持

- ✓ 出版公會全國聯合會資源
- ✓ 文化部, 教育部政策支持
- ✓ 臺北市國小學生家長會長聯合會、台北市教師會、台北市教師職業工會等協辦
- ✓ 結合臺北幼師研習教育展、北部校外教學

## 專業策展

揆眾31年策展資歷  
百萬會員資料庫

年度**唯一強檔** 台北國際童書展



# 展覽資訊



- 展 名：台北國際童書展
- 時 間：2021.7.23(五) - 7.26(一) 10:00-18:00
- 地 點：台北世貿一館
- 主辦單位：中華民國出版商業同業公會全國聯合會  
揆眾展覽事業股份有限公司

## 邀請指導及協辦單位

- 指導單位：文化部  
臺北市府教育局  
新北市政府教育局  
基隆市政府教育處
- 協辦單位：臺北市國小學生家長會聯合會  
臺北市國中學生家長會聯合會  
臺北市教師會  
臺北市教師職業工會  
(陸續邀約中)



# 2019展覽成效





# 成效綜覽



- 預約人數達**4.5萬人**
- 票券總發印數**27萬份**
- 官網累積觀看人次逾**5萬次** 點擊量高超過**102萬**
- 關鍵字、聯播網廣告曝光**12.8萬次**，點擊達**1.1萬次**
- Facebook & LINE推播廣告曝光近**19萬次**，點擊**3.6萬次**

參觀人次達**8.1萬人**



## 開幕記者會 賓客雲集

文化部彭俊亨政務次長、文化部人文及出版司陳瑩芳司長、台北市教育局何雅娟副局長、立法委員蘇巧慧、立法委員高嘉瑜、臺北市議員李明賢、臺北市議員吳世正、中華民國圖書發行協進會周均亮理事長、台北市出版商業同業公會盧欽政理事長與臺北市國小家長聯合會劉一寬總會長等貴賓蒞臨現場參與開幕記者會。



行政院蘇貞昌院長夫人詹秀齡女士帶孫女來採購童書支持書展

## 來賓祝福

感謝立法委員蘇巧慧、立法委員高嘉瑜、前立法委員李彥秀、到現場祝福童書展成功舉辦



## 精彩活動與展出內容，吸引爆量人潮



# 參觀人潮

(萬)人

	7/12(五)	7/13(六)	7/14(日)	7/15(一)	合計
童書	1.2	2.4	2.7	1.8	8.1
婦幼	3.1	6.8	7.2	3.1	20.2
樂器	2.1	3.9	4.4	2.1	12.5
				總計	40.8



# 票券行銷製作物

總發印數：142,500份

票券種類	發送對象、通路及方式
貴賓邀請函	參展廠商、贊助企業、活動公關
全家福參觀券	網路預約
童書展免費電子憑證	會員社群發送、廠商社群發送
校園護照	台北市國小校園
校園護照 - 著色圖	台北市幼兒園
校園護照 - 學習單	台北市國小校園



# 廣告宣傳

廣宣種類	廣宣通路、版面及方式
戶外宣傳	<ul style="list-style-type: none"> <li>路燈旗400組、立旗100支</li> <li>設置地點：台北市、新北市</li> <li>走期：6/16-7/15</li> </ul>
電台廣播	<ul style="list-style-type: none"> <li>電台別：飛碟廣播電台</li> <li>走期：7/3-7/15</li> </ul>
網路宣傳	<ul style="list-style-type: none"> <li>通路：YAHOO及GOOGLE關鍵字、官方網站、臉書粉絲專頁、EDM</li> <li>內容：Banner、活動貼文、活動頁面</li> <li>走期：5月起至7月15日</li> </ul>
電視廣告	<ul style="list-style-type: none"> <li>種類：TVBS、八大電視台、三立電視台</li> <li>廣告別：5秒、10秒電視廣告</li> <li>走期：7/6-7/15</li> </ul>





# 媒體報導

聯合新聞網

報時光 老派精神

不怕少子化！首屆國際童書展業績開紅盤

2019-07-14 12:37 聯合報 記者何志偉／即時報導

台北國際童書展童書館明年起從世貿三館移到一館，童書業者擔心移到一館後，顧客群恐流失，7月12日起在世貿一館舉辦首屆「台北國際童書展」。主辦單位中華民國出版商業同業公會全國聯合會表示，舉辦兩天下來，發現銷售量不輸台北國際書展，未來將繼續舉辦。

台北國際書展的童書館辦在世貿三館多年，因世貿三館將改建，國際書展今年初宣布明年童書館移到世貿一館。出版全聯會理事吳政鴻表示，由於一館過去都是一般書籍主戰場，童書業者擔心客群不同外，也擔心攤位位置分配問題，決定今年起先辦專屬童書的展覽「試水溫」，但國際書展仍會繼續參加。

首屆國際童書展與猿猴展覽事業股份有限公司合辦，共三采文化、小魯文化、親子天下等近百間出版社參與，攤位共150個，展出國小(含)以下年齡童書100萬冊。吳政鴻說，整體規模將近是世貿三館三分之二，期間演講、遊戲等活動滿滿，還有百大暢銷童書最低五折起、50萬元購書金等優惠。

由於猿猴同時在世貿一館舉辦幼展、樂器展，吳政鴻說，這讓童書展出現過去不會到台北國際書展、沒閱讀習慣的顧客，也有許多孕婦到幼展採買懷孕用品時，順便來為新生兒挑書。

近年坊間呼籲親子共讀，鼓勵媽媽可念書給一歲以下的嬰兒聽。香港這波需求，吳政鴻說，由於等到三歲閱讀推廣是衛福部負責，他們計畫明年童書展除仍由文化節指導外，也來和衛福部推廣新生兒專業活動。今年他們也透過台北市教育局和各國小家長會發閱讀護照，廣邀學童進書展，舉辦兩天下來，人潮、買氣都不輸國際書展。

台灣少子化趨勢嚴峻，不過吳政鴻觀察，這主要影響教科書和補教業，對實體外閱讀、繪本書沒有影響。因為以前家裡生孩多，是孩子共享書，現在是一人購買，一旦購買書多，消費很多。

PChome 新聞

電動車 完全制霸!

HONDA VOLKSWAGEN MINI BMW

快訊 即時 13:40 羽球/目標登上世界第一? 周天成:有實力自然達成

新聞 生活 2019-07-08 21:46:44 大華網報導

今夏最盛大童書展 7/12~15世貿一館隆重登場

童書展主視覺

童書展9大出版社台

7月12日(六)起連續三天將有多達14場各類精彩可期且內容

新浪新聞 news.sina.com.tw

Paidal 角落小夥伴 官方授權全新上市

Free gift! 首購買就送 角落小夥伴零錢包

生活新聞 > 大華網論壇

台北國際童書展開幕首日現場滿溢童趣及活力

大華網論壇 (2019-07-13 14:59)

cama cafe 加盟夥伴齊聚中

7月12日上午十點半，台北國際童書展開幕記者會特別邀請到了台北市私立泰安幼兒園30位小朋友透過充滿活力及童真的舞蹈表演為開幕演出，同時在本場開幕記者會當中也邀請到了文化部長徐啟功、台北市教育局何雅娟副局長、立法委員蘇巧慧女士、台北市議員李明賢、台北市議員吳正正、台北市議員高嘉瑜、台北市議員簡秋芬...等多位貴賓蒞臨現場進行剪綵。

7月13日(六)起連續三天將有多達14場各類精彩可期且內容

# 策展方針







攜手大小讀者FUN心閱讀，

徜徉無限想像、探索深邃宇宙、馳騁跨域世界

以廣度、深度兼具的優質內容

成為親子共讀、童書採購的指標平台

# 目標對象洞察

童書展主力客群約為30-45歲的家長族群，生長於相對多品牌及重度使用網路的族群，同時他們也是現今市場勞動力的中流砥柱，將在未來達到自身最高收入和消費能力。

## 洞察1：

追求獨特，熱衷稀缺體驗

Y世代爸媽(25-39歲)，出生於相對富裕的年代，其成長過程充斥各種品牌的選擇，因此，他們對於消費的期待再也不僅止於物質追求，而是期待在消費過程獲得「體驗」。

創造  
體驗

## 洞察2：

新世代爸媽瘋社群

隨著科技進步和網路普及，多數人取得教養知識的途徑早已是透過網路搜尋。其中，Nielsen調查便顯示，高達94%育有兩歲以下小孩的父母透過網路蒐集各類資訊。

搶進同  
溫層

## 洞察3：

男性女性關注差異化

男女差異大不同，Y爸信賴名人，看安全性，崇尚頂規服務；而Y媽聽從專家、周遭人士，注重健康好用，願為便利性買單

分眾  
溝通

# 策展概念



## 親子童閱會! 打造親子共讀平台，探索無限世界，吸引愛書親子族群

以分眾分齡精彩豐富的好書，陪伴親子共享書中無限的想像與知識世界，打造親子共讀的新平台。



## 五感閱讀! 打造體驗，暢遊書中樂趣，創造親子同樂時光

規劃分齡的手作/體驗/活動，吸引親子共同體驗，讓閱讀更從手、眼、耳、心加深體驗，更能吸引人潮，創造買氣。



## 超值活動! 優質又優惠，以超誘人的折扣/贈品、直搗家長需求核心，打造爆量買氣

以看展預約好禮、廠商超值折扣、加價購贈品...等優惠，吸引讀者，提供消費者錯過可惜，優質又優惠的購書機會。



## OMO整合! 線上線下宣傳管道齊發，累積聲量，創造人潮

宣傳管道跨網路、票券、校園、電視...等多元媒體，吸引目標客群，創造爆量人潮

# 宣傳策略

創造誘因

話題

- 規劃話題書單，吸引消費者關注
- 釋出新書、話題商品，造成討論
- 提供超值優惠，好康贈品，生火消費者

精準鎖定

廣告

- FB、GB 網路廣告，精準擴散鎖定目標族群
- 電視廣告、路旗等線下通路，主動觸及潛在目標

舊客回顧

會員

- 會員簡訊/EDM
- 會員資料庫主動提醒預約報名

擴大曝光

聯盟

- 參展廠商共同合作宣傳，達到加乘效果
- 票務深入校園通路、達到加乘效果

# 展區與活動規劃



# 展區規劃



童書區	綜合書區
兒童繪本	食譜/雜誌
兒童書籍	教養
外文書區	手作文創
國際書區	文具
舞台區	手作體驗區

# 活動規劃



- 4月底前於FB舉辦小小代言人活動，藉由家長粉絲催票，提前預熱活動

歡迎廠商分享活動連結



- 早鳥預約看展，即可獲贈閱讀世界探險包，吸引客群報名

歡迎廠商踴躍提供贈品



- 大會舞台時間，規劃如：巨星見面會、親子共讀、故事書屋、講座...等

歡迎廠商踴躍報名



- 規劃分齡的親子共讀/手作/體驗活動，如折紙書、繪本、美學教具書、STEAM...等，吸引線上報名

歡迎廠商踴躍報名

# 票務規劃





# 線上預約

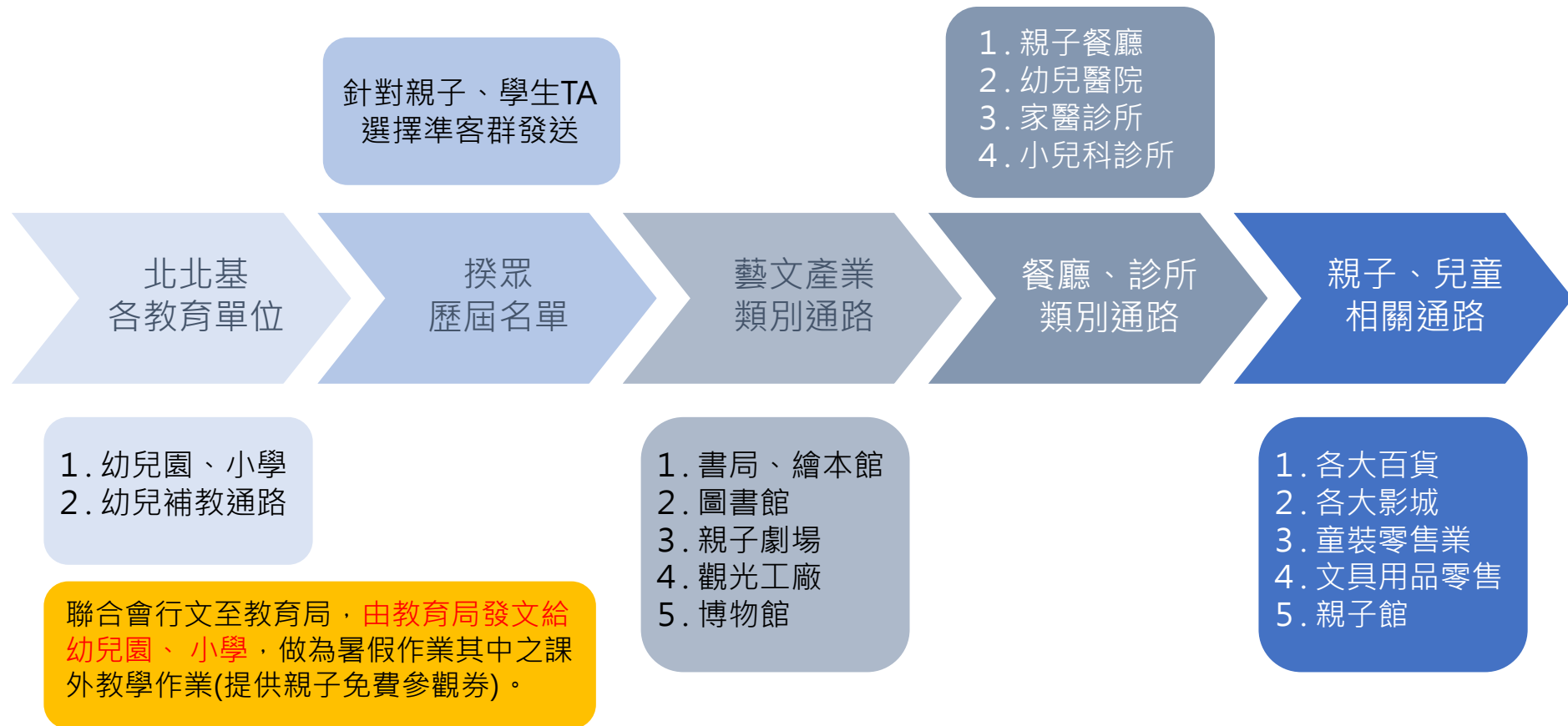


# 入場方式



# 票務策略

## 通路宣傳



# 票務走期



宣傳項目 / 時間表	展前三個月	展前兩個月	展前一個月	展覽當月
網路預約	3/8-7/23 線上預約免費入場			
學習單/著色圖		5/3-5/14 第一波票券		
VIP雙人券		5/3-6/11 第一、二波票券		
邀請函			5/24-6/4 第二波票券	
電子憑證		5/23-7/23 各社團推播		

# 宣傳規劃



# 廣宣規劃

## 吸人潮

- 以小小代言人活動，透過家長催票，預熱活動，吸引客群
- 早鳥預約報名禮，吸引線上報名，提早穩顧客群
- 以分齡共讀/手作/體驗/表演..等活動，吸引線上報名，提前掌握潛在名單

## 衝聲量

- 規劃FB/IG/Google廣告，針對不同客群提供誘因，擴大分享、討論
- 徵求團媽、微網紅、部落客等，搶先逛展，於開展日前於粉絲團預報書展優惠，並可獲得獨家贈品

## 爆買氣

- 規劃不同主題書單、折扣，吸引家長採購
- 規劃閱讀好禮滿額贈禮及抽獎，增加買氣



# 宣傳議題



以分眾規劃主題活動、話題書單、預約閱讀福袋、滿額抽獎...等多樣性的話題操作，創造媒體與社群討論亮點，吸引消費者參觀，刺激買氣。歡迎廠商踴躍提供資訊

## ■ 主打商品推薦

如：新書、限量書、人氣書、主打產品....等

## ■ 主題書單推薦

如：為小書迷所量身打造，如：車車控書單/Elsa公主系書單/森林系書單/環遊世界書單/12星座個性書單，將於官方粉絲頁宣傳

## ■ 主題書單線上預購(或新書)

推出3~5組人氣又優惠的書單，限展前網路預購，現場取貨

## ■ 秒殺超值優惠

如：單本0折、五本0折、童書半價秒搶、回頭書0折...

## ■ 限量超值套書66折

如：套書限時折扣、訂閱刊物00折

## ■ 單櫃滿額加價購

如：滿千折百、滿額加贈、滿額加價購...

# 廣宣走期



		4月	5月	6月	7月
操作波段		小小代言人活動暖身 (FB/GB/EFM/簡訊 廣告)	現場活動募客、社群累積 (FB/GB/社團/發票)	廣告+活動+優惠+新聞 熱度爆量 (FB/GB/EDM/簡訊/社團/路旗/CF/新聞/記者會)	
數位宣傳	EDM				
	google banner				
	google關鍵字				
	FB banner				
	簡訊/LINE				
路燈旗					
電視CF					
新聞稿/記者會					



# 廣告版面資源



# 廣告資源



項目	內容說明	時間	尺寸	版面數量	金額
贈品區形象海報	各家可展出欲宣傳之商品內容 <b>(各家自行發印海報, 帶至會場交由大會張貼)</b>	展中	W94 x H150cm	4張	NT\$10,000
舞台區海報形象海報				14張	NT\$10,000
線上索票區形象海報				1張	NT\$10,000
路燈旗廣告	路燈旗廣告版面露出, 以50面為一個單位	展前/展中	W60 x H30cm	8家廠商	NT\$100,000
入口牌樓廣告	於展覽入口處牌樓之立柱背面, 露出廠商形象、活動廣告	展中	依現場實際尺寸	2家廠商	NT\$100,000
展覽燈箱廣告版面	展覽館內燈箱廣告位置提供, 燈箱設施及輸出廣告須廠商自行製作		w300 x h150cm	3家廠商	NT\$50,000
LED電視牆影片(10秒)	世貿一館大廳電視牆輪播廣告		1920*1080px 300dpi以上	10家廠商	NT\$50,000
LED電視牆影片(20秒)			1920*1080px 300dpi以上	10家廠商	NT\$80,000
網站 Banner廣告	提供Banner廣告予贊助商, 露出廠商訊息活動	展前/展中	w1920xh920像素 文字檔文案	9家廠商	NT\$50,000
童書手冊	提供廣告圖檔予贊助商, 露出廠商訊息活動	展中	w18.8*h26	9家廠商	NT\$10,000
FB活動訊息露出	於粉絲專頁發文	展前	w840xh600像素	9家廠商	NT\$30,000
電視CF (商品與LOGO露出)	於電視CF露出商品形象圖	展前/展中	300dpi以上	9家廠商	NT\$100,000

# 攤位費用



# 攤位費用



參展廠商類型	標準攤位	參展費用 (元)	訂金費用	票期開立時間
一般廠商	1-3格	36,000	每一攤位訂金15,000元匯款或即期支票，餘額票期請開立如右時間。	110年6月22日
	4-7格(含)以上	32,000		
	8-11格(含)以上	30,000		
	12格(含)以上	28,000		

※標準攤位規格：每一標準攤位之面積3公尺 × 3公尺 = 9平方公尺(約2.72坪)。

※以上費用含5%營業稅，不含基本配備。

※含基本配備者，每一攤位加收新台幣3,000元整。

※若選位時，圈選至兩邊走道之攤位(角位)，需加收新台幣2,100元整。

- 完成報名之定義：報名表及訂金15,000元繳予大會
- 預計展前30天進行選位



# 報名聯絡方式



中華民國出版商業同業公會全國聯合會

王宏傑副祕書長

電話：02-26954083

手機：0953-653-513

E-mail：jeff@book24.com.tw

揆眾展覽事業股份有限公司

蕭博全業務主任

電話：02-27979559#182

手機：0987-376-014

E-mail：paul0723@kje.com.tw



THANK YOU  
&  
WELCOME  
Join us