

行政院及所屬各機關出國報告 (出國類別：其他-展覽)

2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展 展覽工作報告

服務機關：國立臺灣工藝研究發展中心
職稱姓名：主任 林正儀
副研究員兼組長 賴怡利
出國地區：德國法蘭克福
出國期間：100 年 02 月 08 日至 18 日
報告日期：100 年 05 月 10 日

行政院及所屬各機關出國報告提要

出國報告名稱：2011 臺灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展展覽工作報告

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

林正儀/國立台灣工藝研究發展中心/主任/049-233-4141 ext.223

賴怡利/國立台灣工藝研究發展中心/副研究員兼組長/049-233-4141 ext.361

出國類別：1 考察2 進修3 研究4 實習5 其他

出國期間：100 年 2 月 8 日至 18 日 出國地區：德國法蘭克福

報告日期：100 年 5 月 10 日

關鍵詞：工藝、設計、時尚、Yii、品牌、法蘭克福、消費用品展、Ambiente 2011

內容摘要：

由行政院文化建設委員會所屬之國立臺灣工藝研究及發展中心所創立之工藝時尚 Yii 品牌為達成提升臺灣品牌意象之任務，本(2011)年度首次以領頭羊角色，帶領台灣文創品牌 3,co 及筌美術共同組成「台灣工藝旗艦館」參加「2011 法蘭克福消費品展」。「法蘭克福消費品展」是世界上消費品產業規模最大、最具國際領導地位的高品質消費品博覽會，引領著當今世界消費品類展覽的最新潮流，是企業成功進入國際市場的重要貿易渠道；本次為第 62 屆，分為三大主題區：廚房用具(Dining : table and kitchen)、家庭用具及家具(Living)及禮品(Giving : gifts)。「台灣工藝旗艦館」受大會邀請，位於專為原創、前衛設計家飾品規劃的嶄新設計館 11 館中央核心主位之最佳場地展出，充分展現台灣設計品牌之整體意象，除媒體露出成果外，共計創造約台幣 8 千 3 百萬元之產值，達成提升臺灣品牌價值及商品競爭力，拓展海外市場之目的。

本文電子檔已上傳至出國報告資訊網

(http://open.nat.gov.tw/OpenFront/report/report_main.jsp)

目次

壹、	目的	2
貳、	過程	
一、	展前籌備	2
二、	行程表	9
三、	「2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展」展覽內容	10
四、	「2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展」展覽期間活動實錄	13
五、	展覽成果	20
六、	參訪「應用藝術博物館 (Museum für Angewandte Kunst)」行程	31
參、	心得及建議	31
肆、	附錄	
附件一	「2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展」展覽作品清冊	33
附件二	「2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展」推廣文宣品	38
附件三	「2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展」展場位置圖	43
附件四	「2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展」新聞稿	44

壹、目的

「法蘭克福消費品展」是世界上影響規模最大的高品質消費品博覽會。AMBIENTE，中文為“品味 格調 氛圍”的意思；因此，「法蘭克福消費品展」引領著國際品質和時尚，同時也是消費品產業規模最大、最具國際領導地位的展會。主辦單位法蘭克福展覽公司現今已在德國 法蘭克福、日本 東京、中國 上海、韓國 京畿道及義大利 羅馬相繼舉辦相同系列展覽，滿足廠商開拓全球市場的需求，是當今世界消費品類第一大展，引領著當今世界消費品類展覽的最新潮流，是企業成功進入國際市場的重要貿易渠道。各國客商雲集展會，貿易洽談十分活躍。透過此專業平台的媒合，除了創造買主與展商合作的機會與產業經驗的分享，更重要的是建立兩者雙贏的局面。全球以消費品為主力的展覽會何其多，唯德國法蘭克福展覽能提供不同展商的需求，營造適合高規格的消費市場平台。本中心參與本次第 62 屆的展出，分為三大主題區：廚房用具 (Dining : table and kitchen)、家庭用具及家具 (Living) 及禮品 (Giving : gifts)，展出作品相當豐富且精彩，為帶球全球消費性產品流行潮流的盛堂。

由行政院文化建設委員會所屬之國立臺灣工藝研究及發展中心所創立之工藝時尚 Yii 品牌於 2010 米蘭國際家具展期間首度登上指標展場米蘭三年展中心設計博物館，其展出產品及展場設計令德國法蘭克福消費用品展大會驚艷不已，大會主席 Sabine Scharrer 女士親赴 2010 Yii 巴黎傢飾用品展現場邀請，主動提出邀請 Yii 在專為原創、前衛設計家飾品規劃的嶄新設計館 11 館展出，Yii 更備受禮遇優先挑選全館最佳場地，座落於全館人潮最密集之中央核心主位展出。Yii 為達成提升臺灣品牌意象之任務，本年度首次以領頭羊角色，帶領台灣文創品牌 3,co 及筌美術共同組成「台灣工藝旗艦館」參展，充分展現台灣設計品牌之整體意象，達成提升臺灣品牌價值及商品競爭力，拓展海外市場之目的。

貳、過程

一、展前籌備

(一)、「2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福展展場設計施工與國際推廣委外服務採購案」

1. 採購及簽約作業。

2. 辦理內容：

(1). 展覽期間：100 年 2 月 11 日至 2 月 15 日

(2). 展覽地點：德國法蘭克福國際展覽館 11.0 C43

(3). 展出面積：216 平方公尺

3. 展場設計規畫及場地施工。

(1) .展場設計概念

延續 2010 Yii 米蘭國際家具展展場設計風格，並考量法蘭克福消費用品展場所面積，展出之 53 件作品，包括花器、燈飾、家具、餐盤等，配合展場燈光規劃展檯陳設，務求展現作品特色與美感。

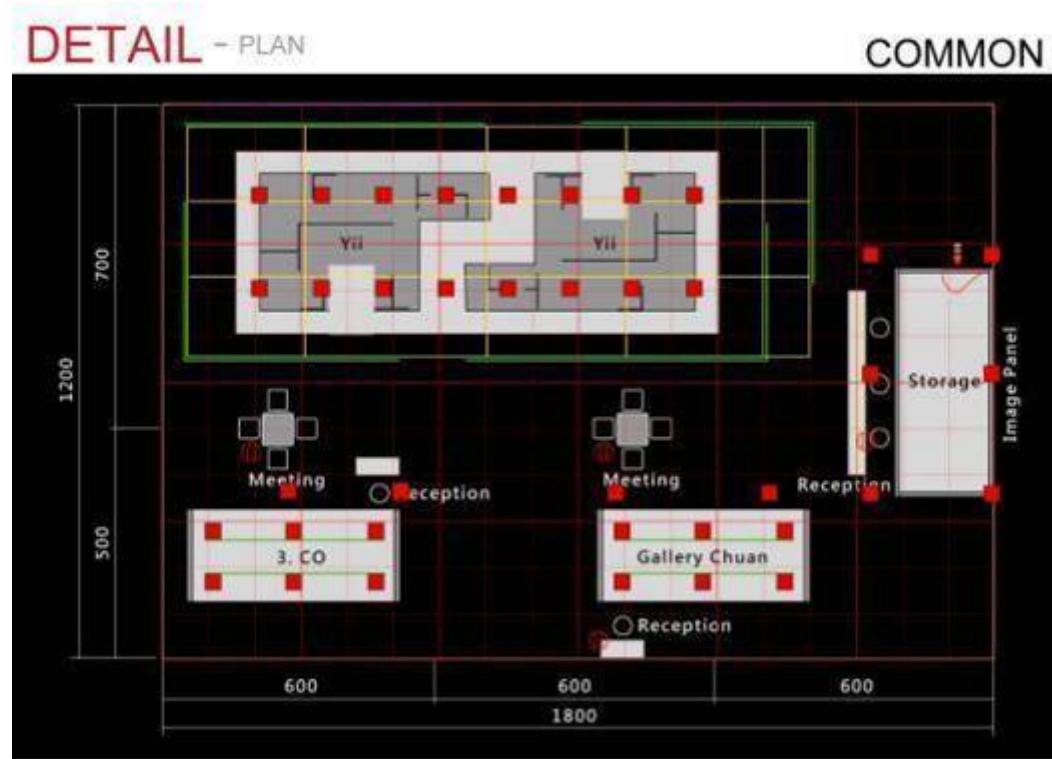


圖 1：展場設計平面圖

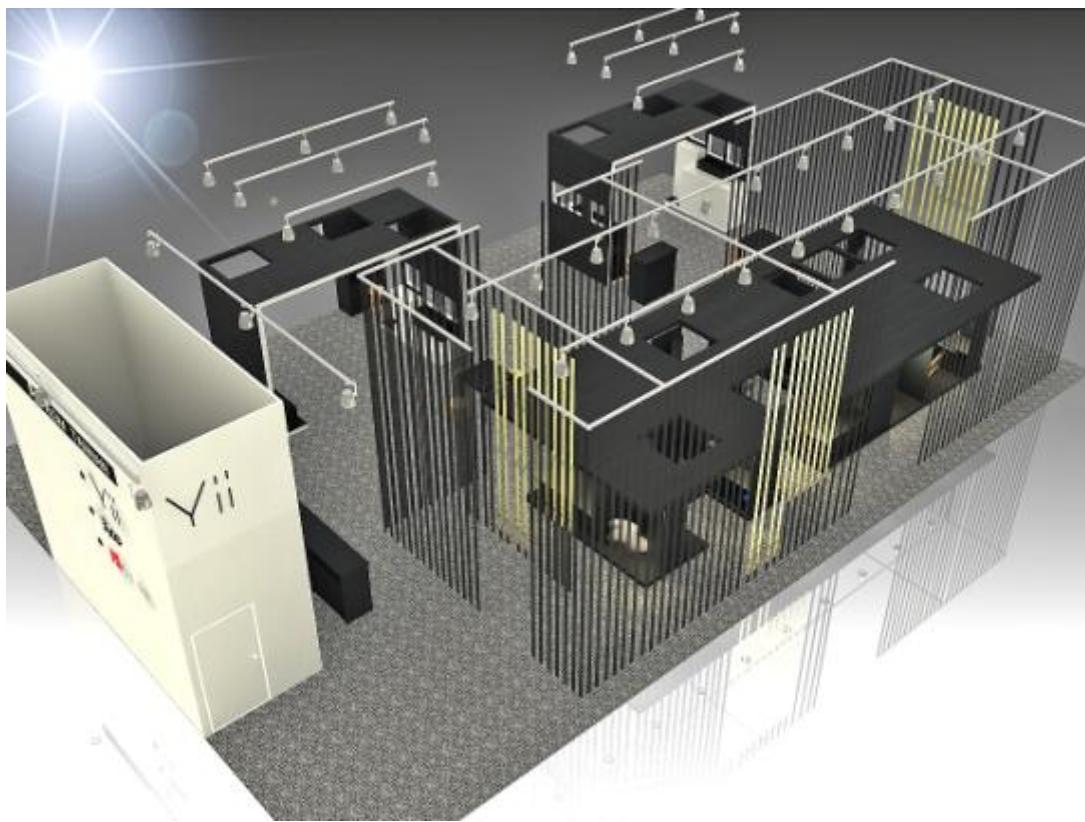


圖 2：展場設計鳥瞰圖

(2) . 空間文化意象—詮釋 YII 品牌精神、層次性的空間氛圍營造：



圖 3：展場設計意象圖：漫步竹林

A. 第一層主展場氛圍：漫步竹林

台灣工藝與「竹」之間，有著不可分割的強烈關連；本設計延續 2010 年米蘭展 Yii 品牌的展示風格，將品牌精神作延伸性的生發，以台灣南投常見的竹林景色為發想原點，於「台灣工藝旗艦館」周邊，假想出如竹子林立般的氛圍空間，運用垂墜材料之吊掛，模擬竹林挺拔、執著卻具韌性的意象。此規劃的目的，是在外圍空間與工藝旗艦館之間，創造進入主展場之前的緩衝氛圍，引導觀展者想像如同竹林般的心境，並且藉穿越其間的身體接觸，模擬竹林圍繞四周的親臨感受，循著小徑，走到主要的作品展區，有尋幽訪勝之感。

將竹林意象轉化，以黑色與金箔重新詮釋竹子，將竹子的風貌以全新但又不失原味的方式再現，圍繞著黑色的作品展區，使精彩的作品隱隱展現於其中，期望營造引人觀賞、尋徑而走的參觀體驗。

B. 第二層氛圍：中央旗艦館的展示

「台灣工藝旗艦館」的概念：以精簡語言設計出具塊體份量的室內建築；以全黑的旗艦館集中所有工藝時尚產品，但給予它們各自展現的空間，並以戲劇化的打光聚焦產品細節，創造出博物館級展出應有的氛圍。強烈表現每件產品之特色的同時，卻實質地建立了這些產品之間隱藏的關連性，在觀者的潛意識中埋下「Yii 工藝時尚」的深刻印記。



圖 4：以黑色旗艦館來突顯與聚焦作品的精緻氛圍

C. 第三層氛圍：竹的全新詮釋

工藝時尚 Yii 品牌的核心觀念，是為傳統注入新生命、新觀點。展示設計部分在深入了解竹生態、竹產業及竹意象之後，竹意象於本展場設計的應用，亦超越傳統。



圖 5：一同參展台灣品牌以黑色旗艦館呈現氛圍



圖 6 法蘭克福展展區照片(前區)



圖 7 法蘭克福展展區照片(後區)



圖 8 法蘭克福展展區照片

4. 公關媒體協調聯絡、接待推廣、展務執行。

(1). 公關媒體協調聯絡、活動媒體宣傳規劃製作。國際媒體名單擬定及邀約、新聞發佈，展前展務規劃、協調、活動安排協調工作，國際推廣**中、英、德等版本**「**新聞稿**」撰寫，配合本中心「**YII** 網站」新聞露出，與其他相關事項整合溝

通及聯繫工作。

- (2). 展品推廣及展務執行，含每日開閉展流程（作品檢視清點、電力設備開關等工作）及展覽期間活動實錄數位照片。
- (3). 服務接待並協助引介媒體、重要來賓與本中心人員相互交流。
- (4). 協助本中心取得會場其他品牌參觀邀請函等相關行政作業。
- (5). 工藝時尚媒體露出，於活動結束後二週內提供相關媒體露出報導。
- (6). 記者資料光碟100份」、「作品說明牌」、「參展人員名牌與Yii品牌名片」等工藝時尚形象媒宣文件（含原始檔案），於活動結束後提供本中心備留存檔。

（二）、「2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展包裝運輸委外服務採購案」

1. 採購及簽約作業。

2. 辦理內容：

(1). 展品與相關物件之包裝、運輸、保險及國際來回空運。

A. 自國立台灣工藝研究發展中心收件至法蘭克福消費用品展，展覽結束送返國立台灣工藝研究發展中心完成點收入庫為止。

B. 參展作品共計約 38 品項 53 件。

C. 印刷品及展覽相關用品材積約計 500 公斤。

D. 展覽期間：100 年 2 月 8 日至 2 月 15 日

進場時間：100 年 2 月 11 依現場為準）

對外開放時間：AM10:00 ~ PM6:00（依現場為準）

撤場時間：100 年 2 月 16 日（依現場為準）

展覽地點：德國法蘭克福國際展覽館 11.0 C43

E. 展品與相關物件之包裝、拆裝、內陸運輸、倉管、倉儲租賃(展場倉儲空間不足時)、報關等工程，所需包裝材料均由承攬廠商負擔，展場相關細節承攬廠商需主動與展場設計規劃負責廠商聯繫。

F. 參展作品於 100 年 2 月 25 日以前運送回國並在本中心點收入庫。

G. 承攬廠商需辦理全部展品全程（含運輸及展場）牆對牆藝術品綜合保險。

(2) . 現場佈卸展 。

需由具有藝術品包裝運輸專業知識及國際展覽佈卸展經驗之工作人員執行 。

(3) . 展場維護人員 1 名 。

展覽期間需由國內指派一名英文流利並熟悉本案展品特性之專業工作人員，在會場辦理部分貴重（如較小的）展品每日佈卸（含美化展品用之花朵等小飾物）、展品維護 。

二、行程表

日 期			起 迄 地 點	任 務	停 留 天 數	備 註
月	日	星 期				
2	8	二	桃園機場	啟程 。	1	搭機
2	9	三	法蘭克福	抵達法蘭克福並赴展場佈展 。	1	
2	10	四	法蘭克福	法蘭克福消費用品展預展記者會 。	1	
2	11	五	法蘭克福	法蘭克福消費用品展：開展並接受採訪 。	1	
2	12	六	法蘭克福	法蘭克福消費用品展：接受採訪 。	1	
2	13	日	法蘭克福	法蘭克福消費用品展：接受採訪 。	1	
2	14	一	法蘭克福	法蘭克福消費用品展	1	
2	15	二	法蘭克福	法蘭克福消費用品展最後一天及卸展 。	1	
2	16	三	法蘭克福	考察拜會工藝相關合作機構及博物館 。	1	
2	17	四	法蘭克福	考察拜會工藝相關合作機構及博物館 。	1	
2	18	五	法蘭克福	返程返回台灣 。	1	搭機
合計					11	

三、「Ambeinte2011 德國法蘭克福消費用品展」展覽內容

(一)工藝時尚 Yii 品牌介紹

始於 2007 年，由國立台灣工藝研究所和台灣創意設計中心共同推動的開發專案「工藝時尚-Yii」，於 2008 年 9 月初在法國巴黎舉辦的 Maison & Objet 家飾用品展中大放光芒。2009 年度更邀請國際設計大師 Gijs Bakker 擔任創意總監，帶領台灣工藝進入全球市場，並為工藝及設計之跨領域研發開創創新方向。2010 年 9 月再度於法國國際家飾用品展 Maison et Objet 中的精品設計館 Now! Design a Vivre 發表創作成果。對台灣傳統工藝技法、材質進行深入研究，並與台灣傳統工藝師共同進行設計開發，探究台灣工藝之新應用可能性，讓台灣工藝形象及知名度，在國際上嶄露頭角。

「Yii」秉持著讓工藝回歸生活、讓設計回歸工藝製作的原創精神，藉由傑出的設計，來轉化精湛的傳統工藝技法，並以毫不苟且的細緻作工，製作富含情感、文化內涵與手感的生活物件。大多數產品皆採取手工製作，表達對大自然的尊重。

(二)法蘭克福展展覽概述

1. 展覽名稱

德國法蘭克福消費用品展 Excitingly different: Ambiente 2011

2. 展覽規模

該展會是消費品行業中最具影響力的國際性展覽會，是當今世界消費品類第一大展，引領著當今世界消費品類展覽的最新潮流，是企業成功進入國際市場的重要貿易渠道。各國客商雲集展會，貿易洽談十分活躍。據 2010 年的數據統計：有來自 80 多個國家和地區的 4000 多家客商參展，接待了 128 個國家和地區的專業觀眾 140,000 多人次。參加該展不但能結識到全世界最專業的買家，而且可以接觸到最新產品

潮流，並且該展不僅是各國參展商產品信息交流的中心，同時也是廣大參展商結識新客戶的理想場所。共計使用 11 個展館，展出面積達 32 萬平方公尺。本次參展廠商來自 86 個國家，共 4,383 家，其中德國廠商 1,168 家，德國以外之參展廠商則高達 3,215 家，較去年(3,167 家)增加近 50 家，占參展廠商總數高達 73%。今年該展共有 153 家台灣廠商參與盛會，集中於第 10 號館 (10.0、10.1 與 10.3 館) 展出；“Ambiente 2011”消費品展為第 62 屆，分為三大主題區：廚房用具 (Dining : table and kitchen)、家庭用具及家具 (Living) 及禮品 (Giving : gifts)，展出作品相當豐富且精彩，為帶球全球消費性產品流行潮流的盛堂。

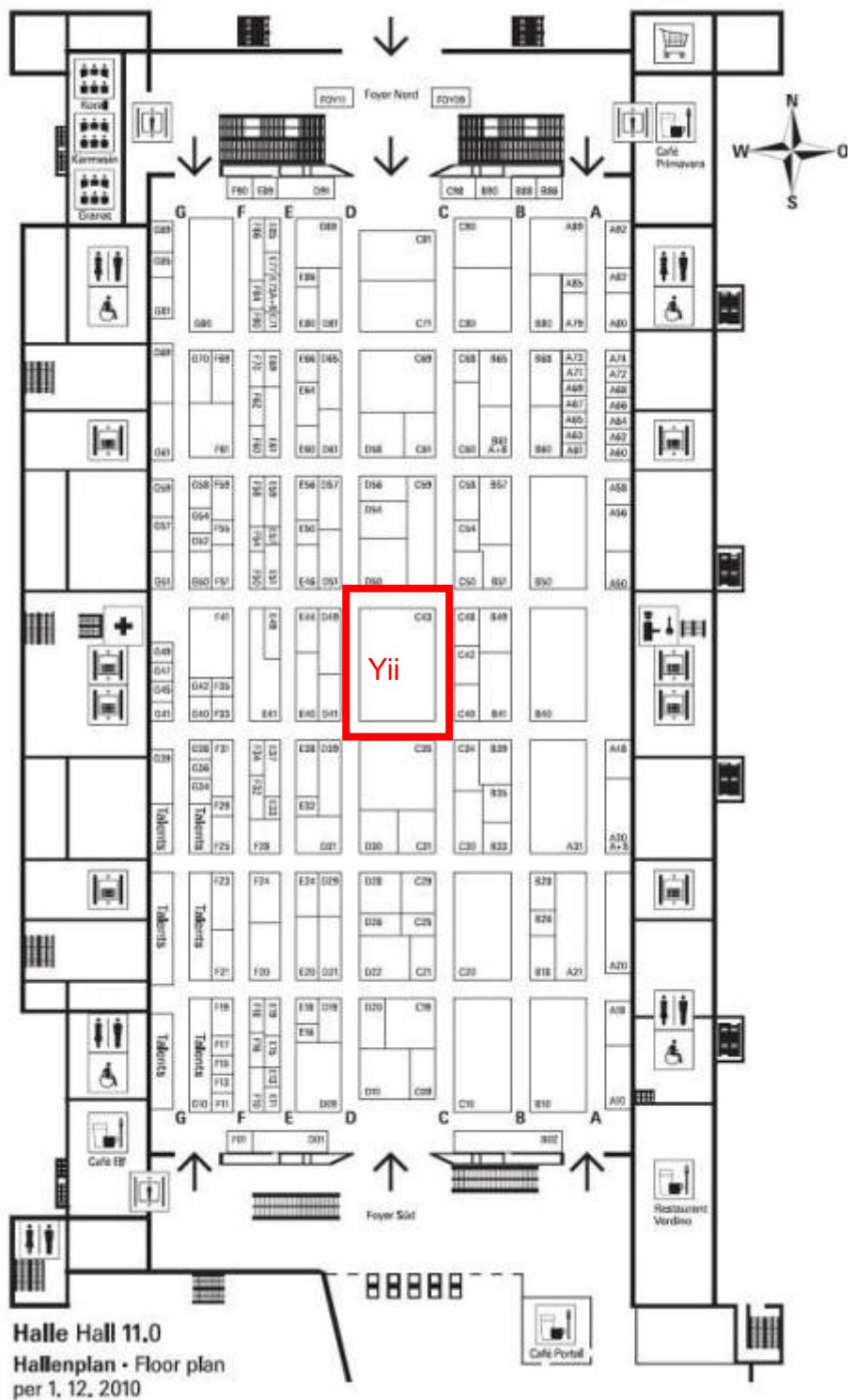
3. 執行展覽時間

2011 年 2 月 11 日 至 2 月 15 日

4. 展覽地點

德國法蘭克福國際展覽場 Messe Frankfurt

Messe Frankfurt GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
D-60327 Frankfurt am Main
Tel : +49-69-7575-0
Fax: +49-69-7575-6750



Halle Hall 11.0
Hallenplan · Floor plan
per 1.12.2010

圖 9 展區地圖 位於 Living 11.0 Loft 館

(三)、「Ambeinte2011 德國法蘭克福消費用品展」展出相關資訊：

- 1.施工時間：2011年2月5日(星期六)至2月10日(星期四)；
2011年2月15日(星期二)至2月17日(星期四)。
- 2.展出時間：2011年2月11日(星期五)至2月15日(星期二)。
- 3.展覽地點：德國法蘭克福國際展覽館 11.0 C43

Messe Frankfurt GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
D-60327 Frankfurt am Main
Tel : +49-69-7575-0
Fax: +49-69-7575-6750

- 4.展覽內容：臺灣工藝時尚 Yii 作品。
- 5.展覽主題：*Coming Home 《歸來》*，延續米蘭展「師法自然」、「人文」、「永續」三大主題的精神，持續推廣工藝時尚最新研發成果。

四、2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展展覽期間活動實錄



圖 10 簡潔明亮的德國法蘭克福展覽中心會場場館



圖 11 連結各展館的走廊通道及展示

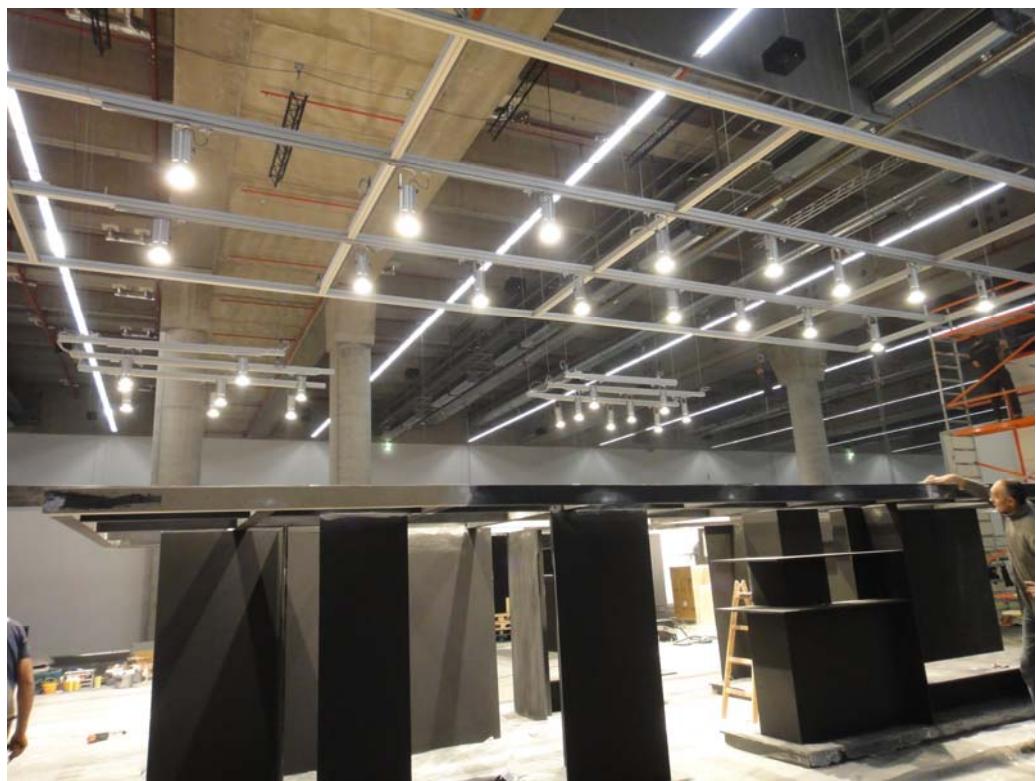


圖 12 開展前展區佈展搭建工作



圖 13 林主任正儀親自指導及調整展區燈光及展櫃設置。



圖 14 整體展區燈光設置



圖 15 接待人員推廣及說明參展作品，並協助買主洽單情形



圖 16 德國法蘭克福國際展覽中心大會籌備主席 Sabine Scharrer (右一) & Christopher Gerz (左一)蒞臨會場與林主任正儀 (右二) 及賴組長 (右三) 合影，大會主席盛讚 Yii 品牌意象設計於 11 號精品館之特出性。



圖 17 林主任正儀(左二)與本次參展工藝師討論導覽解說內容



圖 18 臺灣共同參展廠商 3' CO 與 YII 品牌共同參展之整體規劃設計

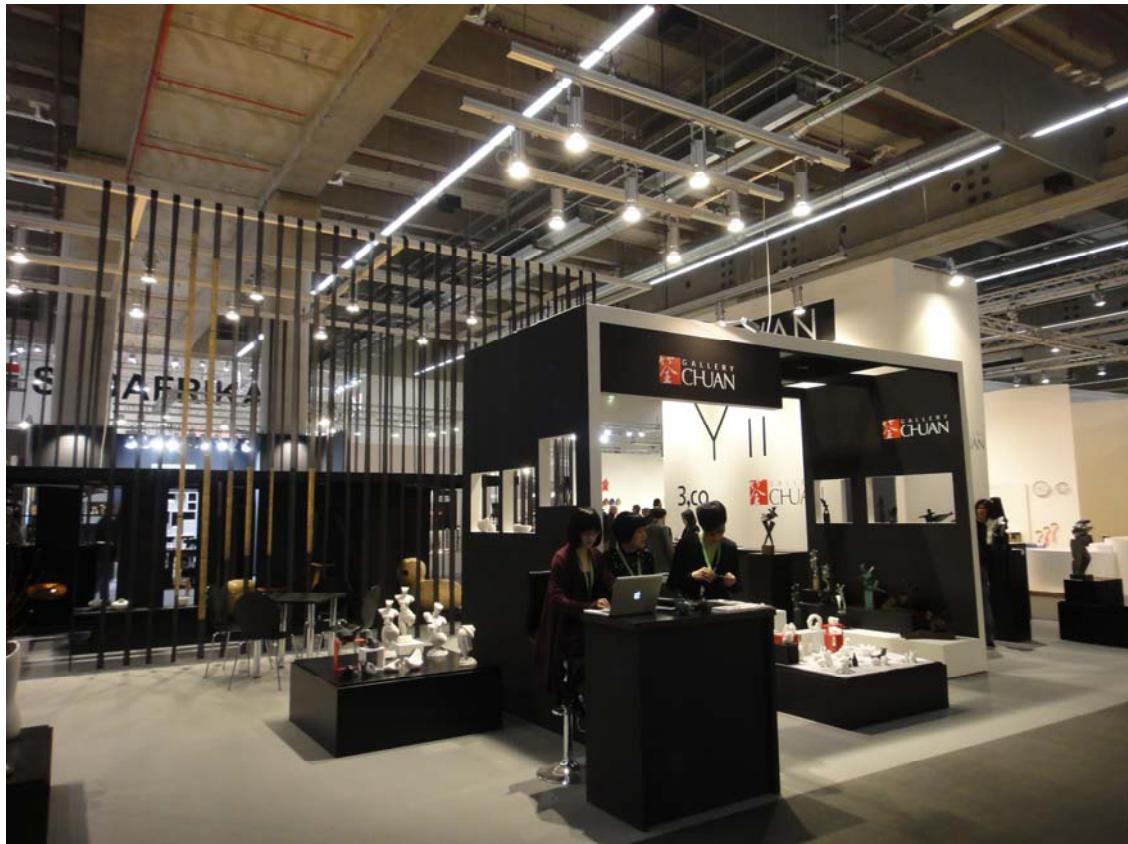


圖 19 臺灣共同參展廠商筌美術與 Yii 品牌共同參展之整體規劃設計



圖 20 展品運輸包裝



圖 21-1 展品卸展實況



圖 21-2 展品專業包裝運輸人員卸展工作

五、展覽成果

(一) Yii 品牌行銷、銷售、接訂活動實錄

本中心派遣具經驗並具中、英、德文能力之委託團隊，熟悉台灣工藝時尚計畫精神及作品屬性，於展覽現場進行相關之說明工作與行程安排業務，並針對現場參展客群，主動積極推廣及說明參展作品，並協助買主洽單等事宜。



圖 22 接待洽詢買家



圖 23 接待洽詢買家



圖 24 接待洽詢買家



圖 25 接待洽詢媒體



圖 29 接待洽詢買家



圖 26 接待洽詢買家

(二) Ambeinte 2011 產值統計報告

本展訂單產值 Yii 品牌已下單金額 55,600 歐元，洽談訂單產值預估 841,025 歐元，共計 896,625 歐元。荃美術已下單金額 36,372 歐元，洽談訂單產值預估 518,000 歐元，共計 554,372 歐元。3'co 已下單金額 34,220 歐元，洽談訂單產值預估 543,800 歐元，共計 578,020 歐元。本次展覽總產值計為：成交產值 126,192 歐元，洽談訂單產值 1,902,825 歐元，共計 2,029,017 歐元，折合台幣 83,189,697 元。

(三) 媒體露出

1.報紙

No.	媒體	日期	標題
1	蘋果日報	2011-4-15	德國消費品展 展場篇 自然風當道
2	中國時報	2011-3-15	Ambiente 2011- 臺灣業者進駐 Loft 館
總計：2 則報導			

2. 網路

No.	媒體	日期	標題
1	中國時報	2011-3-15	Ambiente 2011- 臺灣業者進駐Loft館
2	msn 新聞	2011-3-15	Ambiente 2011- 臺灣業者進駐 Loft 館
3	Hi-net 新聞網	2011-3-15	Ambiente 2011- 臺灣業者進駐 Loft 館
4	台灣經貿網	2011-3-9	法蘭克福二階消費展回歸設計本質反映景氣回溫
5	國際商情 Trade	2011-3-09	德國法蘭克福消費用品展 力挺環保
6	台灣經貿網	2011-2-16	全球最大消費用品展 Ambiente2011 於法蘭克福 盛大開展，逾百家台商參加展出
總計：6 則報導			

日期: 2011/4/15 媒體: 蘋果日報

標題:德國消費品展 展場篇 自然風當道

http://tw.nextmedia.com/applenews/article/art_id/33319335/IssueID/20110415



日期: 2011/04/15 媒體: 蘋果日報

標題:德國消費品展 展場篇 自然風當道

內容摘要: 台灣工藝所成立的家居品牌「YII」，設計不規則片狀格柵，搭配冷冽黑白配色，呈現東方竹林的另種意象。首傑藝術公司/荃美術提供

文章內容: **德國消費品展/展場篇 自然風當道**

2011年 04月15日

【陳玟錚/綜合外電報導】德國法蘭克福Ambiente消費品展，屬商業、實用性高的國際型展覽，攤位沒有過於花俏、概念前衛的造型，但從自然素材的布置元素、色彩中，仍可窺見未來的產品趨勢和家居風格走向環保與簡約。有趣的是，因餐桌用品屬Ambiente主力，各餐廚品牌紛紛雇請大廚至現場料理，前往參展的首傑藝術公司品牌經理廖翊婷笑說：「隨時都有鹹食、甜點出爐，現場處處是美食香氣。」

呼應春季到來，也有人挑選艷紅色調的各式花卉，妝點純白通道，宛如春夏的時尚禮讚。

日期: 2011/3/15 媒體: 中國時報

標題: Ambiente 2011- 臺灣業者進駐 Loft 館

中國時報 03 月 15 日

<http://life.chinatimes.com/2009Cti/Channel/Life/life-article/0,5047,11051801+112011031500061,00.html>

新聞速報 | 今日頭條 | 流行時尚 | 頭版消費 | 體育競賽 | 級子求援 | 美食天地 | 訊聞旅遊 | 教育學士 | 生活新聞 | 春報網 | 專輯 | 情報站

暢話首頁 | 今日頭條

□ 手機 □ 電郵 □ 照相 A 字體: 小 · 中 · 大 | 刪文

Ambiente 2011 – 台灣業者進駐 Loft 館

2011-03-15 | 中國時報 | 林思吟 / 台北報導

法蘭克福 Ambiente 春季展剛結束不久，參與度號的台灣廠商指回最新訊息。除了「trends 2011」預測今年區域趨勢外，台灣廠首次出現在 Loft 設計館內，由工藝所 Yi、茶美術、3.co 參展，以「回家 Coming Home」為主題，展現東方居家飾品特色。

超過 4500 家業者參展的法蘭克福 Ambiente 春季展，為歷史最悠久的家飾展。近年來巴黎 Maison & Objet 家飾展興起，主辦單位為丁拉抬人氣，去年開始增設第 11 號 Loft，以設計商品為主，為日益國際化的展覽注入活力，而台灣業者在新設設立第二年，就搶下專屬展位。

應邀進駐 Loft 設計館的台灣業者包括：董美術以《人形體》系列，展現不鏽鋼冷冽明亮的色澤，與粗礪地面前產生強烈光影對比。3.co 則將線條簡單的花瓶、亞杯等，打破系列陳列方式，創造締意空間。工藝所執導品牌 Yi，以黑色布絲垂掛圓鏡整個展台，打造出獨特的神秘感。

加入書籤: | 11031500061,00

中時健康 - 全方位醫療保健平台 | 更多



EV TAIWAN
台灣國際電動車展



2011年4月14至17日



常常請牠吃好料
以慰牠們的辛勞

日期: 2011/3/15 媒體: 中國時報

標題: Ambiente 2011- 臺灣業者進駐 Loft 館

<http://news.msn.com.tw/news2089697.aspx>

Ambiente 2011-台灣業者進駐Loft館

中國時報
【林思吟／台北報導】

法蘭克福Ambiente春季展剛結束不久，參與展覽的台灣廠商捎回最新訊息。除了「trends 2011」預測今年居家趨勢外，台灣區首度出現在Loft設計館內，由工藝所YII、笠美術、3,00參展，以「回家Coming Home」為主題，展現東方居家飾品特色。

超過4500家參展的法蘭克福Ambiente春季展，為歷史最悠久的家庭展。近年來巴黎Maison & Objet家飾展興起，主辦單位為了拉抬人氣，去年開始增設第11館Loft，以設計商品為主，為日益商業化的展覽注入活力，而台灣業者在新館設立第二年，就搶下專屬攤位。

匯聚進駐Loft設計館的台灣業者包括：笠美術以《人形體》系列，展現不鏽鋼冷冽明亮的色澤，與粗獷塊面間產生強烈光影對比。3,00則將線條簡單的花瓶、香杯等，打破系列陳列方式，塑造禪意空間。工藝所熱牌品牌YII，以黑色布條垂掛圍繞整個展台，打造出獨特的神秘感。



TIFFANY & CO.
NEW YORK SINCE 1837

mom 你 離別時的 ★ 留給你我的溫暖 ★

離不開你的帶頭 級慈首推 異品奇訂明刻

	小猪新歡？！		想嫁給你
	你怪難堪男		嫁給大熊貓
	愛上巨女情		愛上你165
	甜蜜陷阱～		做泡湯乳p
	愛極生價錢		做泡湯乳p
	54%39折		做泡湯乳p
	買一送一		做泡湯乳p
	小熊愛賣狂		做泡湯乳p
	打進女人倉		做泡湯乳p

 動畫設計
多元運用

日期: 2011/3/15 媒體: 中國時報

標題: Ambiente 2011- 臺灣業者進駐 Loft 館

<http://times.hinet.net/times/article.do?newsid=4798875&option=finance>

The screenshot shows a news article from the China Times website. The top navigation bar includes links for Home, Current Affairs, Opinions, Politics, Finance, Society, Economics, Sports, Life, Environment, Technology, International, Business, Pictures, Cars, Special, and Classifieds. The date is 2011/3/15. The main headline is "Ambiente 2011 – 台灣業者進駐Loft館". The article discusses the participation of Taiwanese exhibitors at the Ambiente trade show in Frankfurt, featuring the work of YI and 3.co. A sidebar on the right offers a computer giveaway and scholarship application. The bottom of the page features a banner for a bank loan and a life insurance advertisement.

全民免費學電腦，再送獎學金

類別	地點/日期	名額	費用
工商類	文創設計組	50名	0元 前往報名
	創意應用組	50名	0元 前往報名
	工創組	50名	0元 前往報名
零售類	工藝組	50名	0元 前往報名
	手工精製組	50名	0元 前往報名
	藝術造詣組	50名	0元 前往報名
創意類	創意想像組	50名	0元 前往報名
	創意設計組	50名	0元 前往報名
	童子軍西服	50名	0元 前往報名

申請至100年4月30日止!! 立即申請>>

• 雜誌免費看

更多

今週刊 理財週刊 點閱時代 經理人

影音新聞

• 狹斷輪下! 驚奇車禍致天倫 (2011/04/07)

• 把握仔細貨民 警廳不見「風

惑」?

國際商情 Trade

日期: 2011/3/9 媒體: 國際商情 Trade

標題: 德國法蘭克福消費用品展 力挺環保

<http://www.trademag.org.tw/content02.asp?id=555348&type=20&url=%2Fcatalog.asp%3Fno%3D312>

國際商情 Trade

作者: 安德烈·法郎斯德爾撰寫 | 2011/3/9 出版

法蘭克福消費用品展 力挺環保

作者: 安德烈·法郎斯德爾撰寫 | 2011/3/9

世界規模最大、最重要的消費用品展 - 「法蘭克福二月消費用品展 (Anhafte 2011)」於今 (2011) 年 2 月 11 日至 15 日於法蘭克福展覽大廳舉行。本屆吸引全球禮品及家用器皿商、進口商及零售業者的參與。今年共有來自全球 44 個國家 4,300 家廠商參展，國際化程度高達 77%，參展廠商以德國本地為數最多 (1,168 家)。印度 (324 家)、中國大陸 (324 家)、義大利 (326 家) 居次。展出三大主題包括 Living (現代家居、家飾及家具用品)、Gesund (創意禮品) 及 Design (實用性之服務及家用用品)。3 天展期預計吸引超過 13 萬專業買主。主要來往零售通路商、商貿公司、DIY 百貨及禮物用品店等類型買家。

JUST LAW 衆理
法律事務所

無限商機盡在
PTC Net

Taiwan PRODUCTS
台灣產品雜誌
TAIPEI PACK
台北國際包裝工業展覽會

日期: 2011/3/9 媒體: 臺灣經貿網

標題: 法蘭克福二階消費展回歸設計本質反映景氣回溫

http://www.taiwantrade.com.tw/CH/query.do?Method=showPage&name=cetr_aNewsDetail&id=31569&table_class=I#

法蘭克福二階消費展回歸設計本質 反映景氣回溫 全球領航之消費品展 洞悉歐洲設計趨勢

法蘭克福二階消費展回歸設計本質反映景氣回溫
全球領航之消費品展 洞悉歐洲設計趨勢

新聞聯絡人：外貿協會歐羅處
黃慶雲專員
TEL: +886-2-27256200#2616
Email: office@taiwa.org.tw

法蘭克福2011/2/13-世界規模最大、最重要的消費用品展-「法蘭克福二階消費展(Ambiente 2011)」於今年2月11日至15日於法蘭克福盛大舉行。本屆吸引全球精品及家用品廠商、進口商及零售業者的參與，今年共有來自全球86個國家4,383家廠商參展，國際化程度高達73%，參展廠商中以德國半地為數最多(1,168家)，印度(354家)、中國大陸(349家)、義大利(305家)居次。展出三大主題包括Living(現代家居、家飾及家俱用品)、Giving(創意禮物)及Dining(實用性之廚房及家用晶)。5天展期預計吸引超過13萬專業買主，主要來自零售連鎖商店、百貨公司、DIY市集及團體用品店等類型買主。

本屆共153家台灣廠商參加展出，分別於燈具區及家用晶區以國家館方式展出，台灣工藝研究所及集鍊創意設計有限公司兩家主辦單位邀請獨立展商，以具設計感之大獎包項吸引買主駐足，其中台灣工藝研究所展示與荷蘭設計新合作之品牌「YU」，其以設計視野重新詮釋台灣傳統工藝，面對規模買主；黑鑄創意之創意產品「Hom Stand」，為專門搭配iPhone及iPad之支架架具，其具無量富設計感造型、及實用好處等特性，為其在約500參展者中脫穎而出，以極具潛力之新秀之姿，贏得Design Plus大獎，成功打響知名度。

今年法蘭克福消費用品市場訴求設計感、品質、環保材質及實用性，以「coming home」歡迎買主回家的舒適感受，今年並新增「Beauty & Bath」(美容沐浴)展出項目，顯示近年Spa香氛相關產品也成為市場趨勢，其與今年台北國際香氛美文展與新增之「自然香草區」之訴求不謀而合，可見本屆除區域強勢、買氣外，更是洞悉歐洲設計趨勢的最佳平台。



設計感的驚豔在展場中隨處可見

日期: 2011/2/16 媒體: 臺灣經貿網

標題:全球最大消費用品展 Ambiente2011 於法蘭克福盛大開展，逾百家台商參加展出

<http://www.taiwantrade.com.tw/CH/query.do?Method=showPage&name=cetr&NewsDetail&id=4386820>

The screenshot shows a news article from the Taiwantrade website. The article is titled '全球最大消費用品展 Ambiente2011 於法蘭克福盛大開展，逾百家台商參加展出' (The largest consumer goods exhibition, Ambiente 2011, was grandly opened in Frankfurt, Germany, with over 100 Taiwanese companies participating). The article discusses the exhibition's scale, the number of participating Taiwanese companies, and the types of products exhibited. The website interface includes a login form for members, a sidebar with links to various sections like 'Hot Business', 'Market Expansion', and 'Event Registration', and a navigation bar with multiple language options.

六、參訪「應用藝術博物館 (Museum für Angewandte Kunst)」行程

開放時間- (Wed)10am-9pm (Thu)10am-5pm

法蘭克福應用藝術博物館(Museum für Angewandte Kunst)是德國六大工藝美術博物館之一。主體建築由美國建築師理查·邁耶(Richard Meier)設計。博物館於 1985 年在梅茨勒別墅(Villa Metzler)華麗的公園裏建成，別墅靠一條玻璃走廊與博物館連接，合為一體。在這座法蘭克福最美麗的藝術和奇觀展廳中，遊客將會為這裏精美的藝術品讚歎不已，展示了六千多年來世界各地不同文化的收藏品，遊客在這裏可以欣賞到各種用金、塑膠、瓷器、木材、玻璃、象牙、羊毛、搪瓷、琥珀、橡膠或銀製成的藝術品，以及來自歐洲、東方國家和遠東地區的藝術品。這裏總共展出約 3 萬件展品，包括書籍裝幀藝術品、版畫藝術品、設計版圖、歐洲手工藝術品、伊斯蘭藝術品以及東亞藝術品和手工藝術品。

參、心得及建議

一、首度進軍歐洲最大消費性用品展的經營理念與企圖，將以創造品牌價值的新思維佈局

固定於春季舉行的德國法蘭克福消費品展 (Ambiente)，產品主力為餐具、禮品和居家用品等項目，內容雖不如米蘭展秀出前衛、實驗性強的概念作品，但商品實用度高，多為品牌當年度新品，面對全球化的競爭，法蘭克福消費用品展扮演資訊與消費平臺，讓展商與買主快速掌握潮流，強化展商的自身優勢，提供一個雙向的交易平台。

Yii 品牌在進軍最競爭的歐洲市場中，所考量自身最大的優勢即在於帶著最具競爭力的進步概念，並嘗試在工藝設計性的開發中，兼具質量，我們所具備的企圖心是在消費性市場中搶佔一席之地，因而在穩定量產的合作方式後，更將以創造品牌價值的新思維步步堅持的佈局。

二、品牌連續參展之重要及公關媒宣的策略，需要建立更為豐富的國際行銷合作模式

此次 Yii 展品非屬新品發表，熟悉 Yii 之國際媒體仍至現場參觀，但後續報導更多反應期待米蘭展之新品發表，可見 Yii 品牌於設計界的極高期待。本次會場隨時維持至少 2 名

公關接待人員，並備茶水、點心接待來訪人員，參觀民眾皆有完整清楚的介紹，對 Yii 更加的熟悉。但我們依然需要建立更為豐富的國際行銷合作模式，或是朝向建立一個國外穩定的公關合作關係，讓 Yii 品牌在歐洲市場的公關公司負責接洽媒體、規劃 Yii 品牌的媒體資源且策略性的發佈最新及附和相關工藝、設計合作的時事公關訊息，將可期改善目前臺灣委託公關公司媒體資源不足的窘境。

三、 買家及參觀者反映觀察，在商業市場中應建立獨特的品牌識別性及區隔精品市場客層

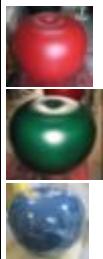
Yii 品牌今年於德國法蘭克福消費用品展首度參展，現場買家反應欲訂購或代理 Yii 產品，希望能儘速洽談銷售機制，本次參觀之買家及設計師中，許多皆是對 Yii 品牌有印象及興趣，此次特地至本展場表達購買量產、代理等洽詢意願。由次可見，品牌連續參展延伸之效益已經展現。眾多國外買家包含歐洲、美洲、亞洲皆有意願與本中心接洽或了解更多此項臺灣品牌，此為未來 Yii 品牌行銷國際發展需積極掌握之合作對象。本中心「Yii 品牌及產品合作經營廠商徵選作業刻正辦理中，預計今年 Yii 品牌產品將盡快打入精品市場。此次展區位於 11 館中心位置，遊客來往之主動線上，場地開闊，參觀動線舒適，為 11 館極佳的位置，至 11 館參觀者必不會錯過 Yii 之展示形象，展場設計於 11 館中也相當突出，展區包括 2 加台灣精品廠商，整體意象一致，但各別品牌間仍有區隔，漫步竹林的意象及佈置氛圍令許多參觀者讚嘆連連，成功將米蘭展博物館級之水準延續至法蘭克福展，也使參觀者對台灣展覽留下深刻印象。此次參觀者已有過去有洽詢訂單之日本及義大利買家，期待 Yii 正式銷售。Yii 商品吸引參觀者眾，法蘭克福展潛在買家多為尋找大量生產產品之買家，Yii 品牌之產品目前大部分為高價手工生產，再參加法蘭克福展時，Yii 品牌亦將挑選、開發更多元屬性之商品，在商業市場中建立獨特的品牌識別性及建立精品市場中客層之區隔，此也是第一次進入法蘭克福消費用品展中極具價值的市場趨勢觀察及收穫。

附件一 2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展展覽作品清冊

product NO.	Photo		Designer	anic Artist	Dimensions (W,D,H) (cm)	Quantity	Weight (kg)
Yii01		竹心 bamboo heart	周育潤 Chou Yujui	蘇素任 Su Sujen	44 x 44 x 46	1PCS	1.00
Yii05		高竹凳 new Bamboo barstool (new)	周育潤 Chou Yujui	蘇素任 Su Sujen	35 x 35 x 73	1PCS	2.00
Yii06		矮竹凳 new Bamboo stool (new)	周育潤 Chou Yujui	蘇素任 Su Sujen	35 x 35 x 45	1PCS	1.50
Yii03		高三腳凳 Bamboo Bar Stool	劉晨旭 Liu Chenhsu	陳高明 Chen Kaoming	36 x 36 x 73	2PCS	1.50
Yii02		矮三腳凳 Bentboo Stool	劉晨旭 Liu Chenhsu	陳高明 Chen Kaoming	36 x 36 x 48	5PCS	1.20
Yii06		作繭計畫 - 雙胞胎 (吐絲) Cocoon Plan: Single Stool	王俊隆 Wang Chunlung	陳高明 Chen Kaoming	110 x 80 x 50	1PCS	3.00

	Yii34		作繭計畫 - 沙發 (未吐絲) Cocoon Plan: Sofa	王俊隆 Wang Chunlung	陳高明 Chen Kaoming	70 x 105 x 75	2PCS	10.00
	Yii36		竹搖籃 Nest Cradle	盧家恩 Lu Chiaen	陳高明 Chen Kaoming	96 x 66 x 66	1PCS	5.00
	Yii35		竹管椅 Squeeze Bamboo Chair	徐景亭 Hsu Chingting	陳高明 Chen Kaoming	40 x 40 x 50	2PCS	3.00
	Yii37		破碗 Future Cracks	周育潤、 盧家恩 Chou Yujui、 Lu Chiaen	林國隆 Lin Kuolung	15 x 15 x 15	1PCS	1.00
	Yii09		蕾絲碗-大 Lace bowls	徐景亭 Hsu Chingting	李存仁 Li Tsunjen	17 x 17 x 8	2PCS	0.80
	Yii09		蕾絲碗-中 Lace bowls	徐景亭 Hsu Chingting	李存仁 Li Tsunjen	15 x 15 x 10	2PCS	0.80
	Yii09		蕾絲碗 - 小 Lace bowls	徐景亭 Hsu Chingting	李存仁 Li Tsunjen	13.5x13.5x10.5	2PCS	0.80

	Yii14		蕾絲碗 II-大 Lace bowls	徐景亭 Hsu Chingting	李存仁 Li Tsunjen	33 x 33 x 3	1PCS	0.80
	Yii10		蕾絲碗 II- 中 Lace bowls	徐景亭 Hsu Chingting	李存仁 Li Tsunjen	25 x 25 x 10	1PCS	0.80
	Yii10		蕾絲碗 II- 小 Lace bowls	徐景亭 Hsu Chingting	李存仁 Li Tsunjen	15 x 15 x 15	1PCS	0.80
	Yii13		兔盤 Moon Rabbit - Plate	林曉瑛 Lin Hsiaoying	湯潤清 Tang Junching	33 x 12 x 10	6PCS	2.00
	Yii14		兔杯 Moon Rabbit- Cup	林曉瑛 Lin Hsiaoying	湯潤清 Tang Junching	11 x 11 x 8	2PCS	1.00
	Yii08		交趾陶花瓶 Jellyskin Vase	劉晨旭 Liu Chenhsu	呂世仁 Lu Shihjen	20 x 15 x 32	2SET	2.00
	Yii40		砌磚計畫 Brick Plan: Tray	王俊隆 Wang Chunlung	陳培澤 Chen Peitse	60 x 60 x 20	1PCS	10.00

	Yii42		砌磚計畫 Brick Plan: V-vase	王俊隆 Wang Chunlung	陳培澤 Chen Peitse	high 45, Ø16	1PCS	5.00
	Yii22		砌磚計畫 Brick Plan: Plate	王俊隆 Wang Chunlung	陳培澤 Chen Peitse	high 7, Ø46	1PCS	5.00
	Yii45		砌磚計畫 Brick Plan: Bowl	王俊隆 Wang Chunlung	陳培澤 Chen Peitse	high 10, Ø25	1PCS	5.00
	Yii30		細銀花瓶 Silver Vase- Blossom	姚昱承 Yao Yucheng	蘇建安、 陳培澤 Su Chienan、 Chen Peitse	37 x 16 x 32	1SET	3.00
	Yii31		細銀花瓶 Silver Vase- Blossom	姚昱承 Yao Yucheng	蘇建安、 陳培澤 Su Chienan、 Chen Peitse	18 x 18 x 35.5	1SET	3.00
	Yii39		頻果 Apple	周育潤 Chou Yujui	廖勝文 Liao Shengwen	45 x 45 x 45	3PCS	5.00
	Yii38		漂流木漆櫃 Calligraphy Cupboard	廖柏晴 Liao Poching	廖勝文、 藍偉文 Liao Shengwen、 Lan Weiwen	176 x 94 x 45	1SET	30.00

	Yii16		世界杯— 林盟振 World Cups-1	劉一德 Liu Yite	林盟振 Lin Mengchen	12 x 12 x 16	1PCS	1.00
	Yii17		世界杯— 蘇建安 World Cups-2	劉一德 Liu Yite	蘇建安 Su Chienan	12 x 12 x 16	1PCS	0.50
	Yii19		世界杯— 蔡清鈿 World Cups-3	劉一德 Liu Yite	蔡清鈿 Tsai Chingtien	12 x 12 x 16	1PCS	1.00
	Yii20		世界杯— 林群涵 World Cups-4	劉一德 Liu Yite	林群涵 Lin Chunhan	12 x 12 x 16	1PCS	0.50
	Yii21		世界杯— 葉基祥 World Cups-5	劉一德 Liu Yite	葉基祥 Yeh Chihsiang	12 x 12 x 16	1PCS	1.00
	Yii22		世界杯— 呂雪芬 林群涵 World Cups-6	劉一德 Liu Yite	呂雪芬、 林群涵 Lu Hsuehfen、 Lin Chunhan	12 x 12 x 16	1PCS	1.00
	Yii23		世界杯— 呂雪芬 World Cups-7	劉一德 Liu Yite	呂雪芬 Lu Hsuehfen	12 x 12 x 16	1PCS	1.00

	Yii18		世界杯— 呂世仁 World Cups-8	劉一德 Liu Yite	呂世仁 Lu Shihjen	12 x 12 x 16	1PCS	1.00
	Yii07		喵燈 Meow Lamp	駱毓芬 Lo Yufen	蘇素任 Su Sujen	45 x 40 x 20	1SET	2.00
	Yii47		盤娛 PLATE PLAYTE	何忠堂 Ho Chungtang	林國隆 Lin Kuolung	Large : Ø27 x H2 Middle : Ø22 x H2.5 Small : Ø17 x H3	3PCS	1.50
	Yii38		43	Konstantin Grcic	陳高明 Chen Kaoming	53 x 55 x 77	1PCS	6.00
TOTAL							53PCS 6SET	121.50

附件二 2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展推廣文宣品

1. 新聞資料光碟設計



新聞資料光碟設計

2. 產品說明牌



產品標牌-15CM*10CM

3. 名片



yii 名片-5*9CM 霧面

4. 工作人員名牌



工作人員工作證-5CM*9CM

5. e-mail 邀函



email 邀函

6. 網頁資訊



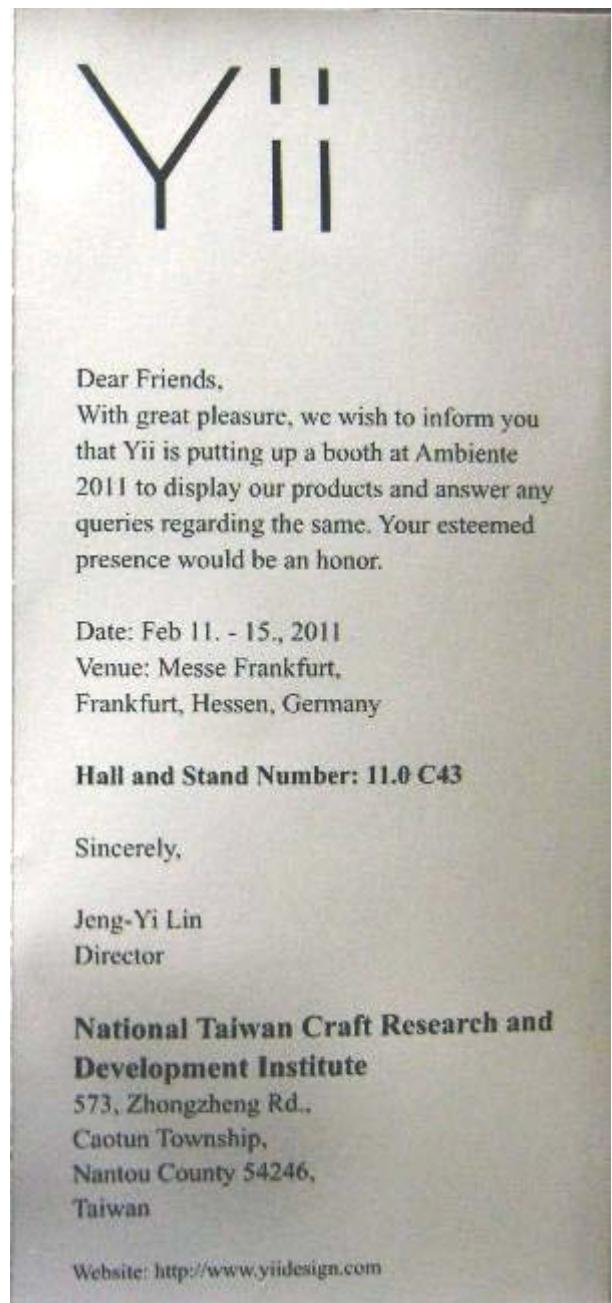
YII exhibition website screenshot. The page features a large 'YII' logo on the left. On the right, there are four columns of text: '展覽資訊' (Exhibition Information), '作品介紹' (Work Introduction), '媒體中心' (Media Center), and 'English 中文' (English Chinese). Below these are sections for '關於YII' (About YII), '最新消息' (Latest News), '設計師' (Designer), and '工藝師' (Craftsman). The main content area includes a title '台灣文創產業開花結果 工藝時尚品牌「YII」進軍國際' and a subtitle 'YII系列作品，將於德國法蘭克福消費用品展11/0路C43展臺精彩呈現！' followed by exhibition details: '展覽時間' (Exhibition Time: 2011年2月11日-2011年2月15日), '上千件00件-晚上6點' (Over 1000 pieces - until 6 PM), '(最後一天至晚上6點)' (Last day until 6 PM), '展覽地點' (Exhibition Location: Hall 11.0, C43, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Ludwig-Erhard-Anlage 1, D-60327 Frankfurt am Main, Germany).

YII 官方網頁維護更新

英文邀請函



英文邀函封面



英文邀函內頁

附件三 2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展展場位置圖

AMBIENTE 2011 - LOFT HALLE 11.0



附件四 2011 台灣工藝時尚德國法蘭克福消費用品展開展新聞稿

中文新聞稿

Yii - Gijs Bakker與台灣工藝設計的新轉變

一個超越既有對東方風格想像的工藝品牌「Yii」，即將於 2011 年 2 月 11 日至 2011 年 2 月 15 日，在德國法蘭克福消費用品展(Ambiente2011)登場。自 2009 年邀請 Gijs Bakker - 楚格(Droog Design)創辦人，擔任 Yii 品牌國際創意總監以來，在 Gijs Bakker 以全球為溝通規模的視野下，將蘊藏於台灣豐富且完整的東方文化，轉化為 Yii 深厚且獨特的品牌內涵。

Yii 極具東方當代設計感之獨特風格，在短短三年間參與巴黎家具家飾展及踏入米蘭三年展，代表台灣打入國際市場，創造出嶄新的台灣品牌形象，意義不同凡響，英國知名設計雜誌 SALON 之編輯 Crystal Benes，在參加 2010 年米蘭國際家具展後更盛讚：「Yii 是今年度最令我印象深刻並震撼的品牌之一，徹底反轉了對 Made in Taiwan 的陌生及誤解，對 Yii 品牌未來發展及競爭實力，十分看好！」。國際間設計專業媒體，也給予 Yii 十分高的評價，僅去年米蘭展即吸引了包括 Blueprint、A&W、Wallpaper 等四十餘家媒體採訪報導，對於蓬勃發展中的台灣文化創意產業來說，更樹立了開拓性的地位。

如同 Gijs Bakker 所說：「我認為 Yii 所提出，結合當代設計與傳統工藝的品牌概念，既新

且令人興奮，表現出亞洲特色與設計態度。」Yii獨特的品牌概念也令德國法蘭克福消費用品展大會驚艷不已，於去年米蘭國際家具展上親赴Yii展區後，盛情邀約，主動提出希望Yii在專為原創、前衛設計家飾品規劃的嶄新 11 館展出，Yii更備受禮遇優先挑選全館最佳場地，座落於全館人潮最密集之C43 中央核心主位，搶佔鋒頭，勢必成為法蘭克福展中買家及參訪者必訪之重點展區。

此次Yii將由林正儀主任親自率領三位工藝大師，參與德國法蘭克福消費用品展現場，展場空間將延續去年米蘭展概念，打造出博物館級氣勢，運用多層次透視及深邃的竹林意象，曳落光影虛實交疊，演繹「Yii」在東方哲理中具有「日月,陰陽的變化」與「轉化」的人文氛圍，以及尊重自然萬物，尋求人文與自然共生的平衡關係，這當代設計的「永續」概念不謀而合的概念。

台灣文創產業開花結果 工藝時尚「Yii」品牌進軍國際

台灣工藝時尚品牌Yii，於今年德國法蘭克福消費用品展期間，首度交由授權合作品牌經營廠商，接受國際買家及收藏家訂單。Yii歷年參加國際各大展以來，不僅成為媒體寵兒，更是國際買家積極洽詢與極欲下單的熱門品牌，今年起為具體回應市場累積的熱烈需求，Yii將由概念作品蛻變為文創商品。帶領台灣文化創意產業，以時尚工藝品牌之姿，向國際輸出耀眼的成果，展現台灣文化創意升級、產業化、品牌化的成功典範代表。

Yii 更將以領頭角色，帶領 3,co 及筌美術，一起展現台灣豐富多元的當代傑出工藝。廣受國際市場歡迎的台灣自創陶瓷品牌--3,co，以『低調、恆久、簡單、優雅沉穩』為品牌精神，讓產品回歸質感本身，讓器物無論使用時或在靜靜在空間裡，都能貼心地與人產生對話；「筌美術」品牌的「筌」其意即為「竹製的魚簍」，結合來自台灣各領域的雕塑工作者，藉由不同的創作媒材，傳遞出台灣回味無窮的土地人文氣息。這股來自台灣的當代工藝精品，必將是今年法蘭克福消費用品中不可錯過的亮點，且將成為引領當代設計的潮流的新趨勢。

關於 Yii

*Yii 系列作品，2011 年 2 月 11 日至 2 月 15 日，將於德國法蘭克福消費用品展 11.0 館 C43 展區精彩呈現！

*地址：Hall11.0. C43.

Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Ludwig-Erhard-Anlage 1.
D-60327 Frankfurt am Main. Germany.

Yii 官方網頁 <http://www.yiidesign.com>

新聞聯絡人

奧堤公關顧問有限公司 OTE Communication Consultants Inc.

方敘潔

Janet 886-2-2713-7198# 886-934-153- janet@ote.com

Fang



Press Release

English

YII—Gijs Bakker and the New Transformation of Taiwanese Industrial Design

YII, an arts and crafts brand that transcends popular stereotypes about the oriental style, is going to make its debut at Ambiente 2011 in Frankfurt, Germany, which is to be held from February 11 to 15. Since Gijs Bakker, the founder of Droog Design, became YII's international creative director in 2009, he has utilized his global perspective to transform Taiwan's rich and complete oriental culture into YII's profound and unique essence.

With a distinctive style that represents the contemporary oriental design, YII is a rare Taiwanese brand that enters the international market within three years of its birth. It has participated in exhibitions such as *Maison & Objet* in Paris and *La Triennale di Milano* in Milan. This has gained an extraordinary significance for Taiwanese brands. After Crystal Bennet, editor of a famous British design magazine *SALON*, attended Milan's *Salone Internazionale del Mobile* in 2010, he was full of praise for YII: "YII is one of the most impressive brands for me this year. It completely reversed my misconception about 'Made in Taiwan'. I'm very positive about its potential development and competitiveness!" The international media specialized in design news also have rave reviews for YII. In last year's *Salone Internazionale del Mobile* alone, YII received media coverage from more than 40 media groups, including *Blueprint*, *A&W*, and *Wallpaper*. Such an attention means that YII is the pioneer of Taiwan's budding cultural and creative industry.



Initiated by National Taiwan Craft Research Institute

Hall 1.0, C43,
Messe Frankfurt
Exhibition GmbH,
Ludwig-Erhard-Anlage 1,
D-60327 Frankfurt am
Main, Germany

Open Feb 11-15 2011,
from 09:00 till 18:00.
(Last Day from 09:00 till
17:00)

For further information,
interview requests and
high resolution images
please contact:

Taiwan-Janet Fong at
+886 2 2713 7198#230
janet@cte.com.tw

www.yiidesign.com

Gijs Bakker once said, "I found the new concept of YII very exciting: combining contemporary design and traditional craftsmanship and expressing an Asian identity, an Asia attitude in design." Likewise, the unique brand concept of YII also amazed the organizers of Ambiente in Frankfurt. After the company officials visited YII's stand in last year's *Salone Internazionale del Mobile* in Milan, they invited YII to display their products in Ambiente's brand-new Hall 11, which is designed exclusively for original, avant-garde products for the home. Furthermore, YII was offered the highest honor of selecting the best position in the hall. It will be located in the central location of C43, which is where every visitor will converge in the venue. YII will definitely become a focal point for buyers and visitors of Ambiente 2011.

The stand of YII at this year's Ambiente in Frankfurt will be headed by Mr. Jeng-yi Lin, director of the company. He will lead three masters to reproduce the spectacular atmosphere of a museum at the exhibition. The concept used in last year's *Salone Internazionale del Mobile* in Milan will be continued at this year's Ambiente. With the techniques of multilayer perspective, a profound image of bamboo groves will be created to present the interplay of light and shadows. Such a stand design best interprets the cultural significance of Eastern philosophy: the change and transformation of the sun and the moon, or yin and yang. It also embodies the idea of respecting all living organisms and seeking a balance between cultural development and Mother Nature. This idea is aligned with the concept of sustainability in contemporary design. Videos will also be played at the venue to convey YII's unique aesthetics in a lively way.



Exciting Results of Taiwan's Cultural and Creative Industry: Yi Enters the International Market

For the first time, Yi authorizes its business partner to receive orders from international buyers and arts collectors at the Ambiente 2011. As Yi has become a media darling and a hot brand for international buyers through its participation in major international exhibitions, it decided to answer the market needs by transforming its concepts into creative products this year. It hopes to stand at the forefront of Taiwan's cultural and creative industry, showing its extraordinary achievement in the international market to other Taiwanese brands. As a stylish arts and crafts brand, it is a successful model for the industrialization and branding of Taiwan's creative ideas.

As a pioneer, Yi will lead 3.co and Gallery Chuan in demonstrating the outstanding achievements of Taiwan's contemporary industrial design. 3.co — Taiwan's very own ceramic brand which is popular among the international market — has "Subtle, Timeless, Simplicity, and Graceful Sophistication" as its corporate philosophy. The focus of 3.co products is placed upon quality alone. Whether in use or placed in a quiet corner, 3.co products can have a heartfelt dialogue with the users. The character "Chuan" in the brand name "Gallery Chuan" means "a creel made of bamboo". The brand collects artworks by sculptors of all fields in Taiwan. With the interplay of different materials, Gallery Chuan delivers a Taiwanese cultural flavor that is worth savoring. This fleet of contemporary Taiwanese artifacts shall be the highlight of Ambiente 2011. Yi and its related brands are very likely to set the trend for modern design.

About Yi

*Yi products will be exhibited at Stand C43, Hall 11.0 at Ambiente 2011 in Frankfurt, Germany from February 11 to February 15 in 2011.

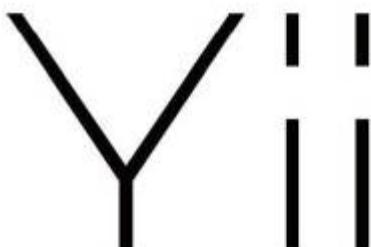
*Address: Hall 11.0, C43.

Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Ludwig-Erhard-Anlage 1,
D-60327 Frankfurt am Main, Germany

Yi Official Website <http://www.yidesign.com>

Contacts

OTE Communication Consultants Inc.
Janet Fang +886-2-2713-7198#230 +886-934-153-828 janet@ote.com.tw



Pressemitteilung

Deutsche **Yii – neue Änderung mit Gijs Bakker, Taiwan Kunstwerke**

Die Handwerksmarke Yii, die außerhalb der typischen Vorstellungskraft von östlichem Stil ihr Portfolio präsentiert, wird von 11.02.2011 – 15.02.2011 auf der Messe „Ambiente 2011“ in Frankfurt seine Produkte aussstellen. Seit 2009 ist Gijs Bakker, der Erfinder von Droog Design, für Yii als Globaler Kreativ-Designdirektor verantwortlich. Durch seine globale Denkweise und die östliche Kultur aus Taiwan prägt die einzigartige Philosophie der Marke Yii. Yii Design ist ein östlich zeitgemäßer und moderner Stil. Innerhalb von drei Jahren hat Yii an den Messen von "Maison & Objekt", "Meuble" in Paris und "Salone Internazionale del Mobile" in Mailand teilgenommen und vertrat Taiwan im internationalem Markt und kreierte eine neue taiwanesische Marke.

Crystal Benners, der Herausgeber des bekannten britischen Design Magazins "Salon", lobte Yii auf der Messe in Mailand ausdrücklich mit den Worten: „Yii ist eine der Marken, die mich in diesem Jahr tiefstens beeindruckte. Dadurch hat sich das Verständnis gegenüber „Made in Taiwan“ grundlegend geändert.“ Weiterhin ist Crystal Benners überzeugt, dass Yii wettbewerbsfähig ist und somit ihre Zukunft gesichert ist. Ebenso geben weitere internationale Medien aus dem Designbereich die Marke Yii einen hohen Stellenwert. Allein auf der Messe "Salone Internazionale del Mobile" berichteten über 40 Medien inkl. Blueprint, A&W, Wallpaper über Yii. Yii hat eine führende Position in der Designindustrie von Taiwan.

Wie schon Gijs Bakker sagte: „Ich fand das neue Konzept von Yii sehr aufregend. Modernes Design verbunden mit traditionellem Handwerk drückt die asiatische Identität und Einstellung aus.“ Ebenso überrascht Yii auf der Messe „Ambiente“ positive mit seinem Konzept. Der Veranstalter in Frankfurt hat ihren Stand auf der Messe in Mailand letztes Jahr besucht und sie auf die "Ambiente" Frankfurt in die neue geöffnete Halle 11 eingeladen. Diese Halle ist besonders für modernes Möbeldesign geeignet. Für den Veranstalter hat ihr Messestand die höchste Priorität. Sie finden Yii in Halle 11 Stand Nr. C43.

Der Abteilungsleiter Herr Jhen-Yi Lin und drei weitere Designer werden Yii in Frankfurt vertreten. Ihr erfolgreiches Konzept aus Mailand wird sie in Frankfurt beibehalten. Das heißt, dass sie großen Wert auf eine beeindruckende Ausstrahlung legt. Sie verwendet eine aufwendige Technik um Licht und Schattenspiele herzustellen. Das Yin und Yang vertraten die östliche Philosophie von Veränderung und Transformation in ihrer humanistischen Atmosphäre, auch den Einklang zwischen Mensch und Tier in der Natur.

**Die Designindustrie aus Taiwan blüht.
Modernes Handwerkdesign von Yii steigt in den internationalen Markt ein**

In Frankfurt wird sie der nationalen und internationalen Kundenschicht stellen um ihre Wünsche in Erfüllung zu bringen. Auf den bisher teilgenommenen Messen war das Interesse der Medien, Ausstellern und Kunden sich gegenüber überdurchschnittlich, so dass sie sich freut auch in Frankfurt präsentieren zu dürfen. Auf Grund der großen Nachfrage hat sie ihre bisherigen Konzepte realisiert.

“The people of both places understand the importance of art and culture, not only through preserving the past but also investing in the present – it is the perfect location for an exhibit such as Yii.”

Founded in 2009, Yii, under the direction of Gijs Bakker, the organization’s creative director, forged a collaboration in which professional, Western-educated designers developed blueprints for any object, as long as it was functional, and passed them on to local craftspeople to create in any manner they chose. In total, the collaborators developed more than forty different objects, some as affordable everyday items and some to remain in limited edition – each made with attention to detail, technique and material and every single one with a unique story behind it.

“Each object tells us about the amazing myths and traditions of ancient Taiwan; they reveal uncommon facts of the country’s fascinating history,” said Jeng-Yi Lin, Director of the Taiwan Craft Research Institute. “The project was dynamic and challenging for all the participants. The designers, primarily educated on Western principles, discovered a complicated and established world of their homeland’s crafts.”

###

About the International Chinese Fine Arts Council:

Formed in 2006, the International Chinese Fine Arts Council’s mission is to create international understanding of the Chinese culture through art and music, to promote Chinese arts across the world and to educate and expose the general public to the state of contemporary Chinese art and music. Overseen by Inez Suen, a curator with footholds in contemporary design and art, China and the United States, the ICFAC fosters a sense of belonging and communication among the Chinese diaspora around the world, bridging the gaps with aesthetic.

About the National Taiwan Craft Research and Development Institute:

The National Taiwan Craft Research and Development Institute is an agency of the Taiwanese government that aims to promote unique local crafts, design, innovation, and the development of the cultural industry. It also seeks to encourage Taiwan’s people to cultivate a greater appreciation of crafts, to bring beauty into life, and to accelerate international exchanges related to crafts.

Yii Design is further sponsored by Council for Cultural Affairs, Cultured Magazine, D&G Art Design Gallery, Miami Design District, Taipei Economic and Cultural Office in Miami and Taiwan Taipei Cultural Center of TECO in New York.