



2026 臺灣文博會

文化策展區 | 地方特選館展品徵選簡章

CREATIVE

EXPO

TAIWAN

2026/08/03 — 2026/08/31

一、辦理目的

臺灣文化創意博覽會(以下簡稱臺灣文博會)為國內重要之文創商品與圖像授權展示及交易平臺，向國內外買家及消費者廣宣臺灣在地多元特色文化，及促進產業商機提升，2026 臺灣文博會規劃「地方特選館」，期待透過各縣市政府推薦在地優質文創商品於臺灣文博會進行展示及販售，藉由策展方式呈現地方多元豐沛的文化創意及特色商品，提升各地文化形象，並為臺灣文化創意產業開拓海內外市場，創造影響力及產值。

二、參展優勢

- (一) 各縣市政府精選推薦曾獲貴府認證或輔導之在地特色文創商品，由臺灣文博會策展團隊進行策展，以展示及現場銷售方式，呈現各地方文化特色。
- (二) 臺灣文博會將透過社群媒體、線上線下行銷資源，強化縣市政府及參展品牌曝光，宣傳在地文化創意力，提升城市形象與觀光吸引力。
- (三) 參展品牌藉由參與臺灣文博會，可與國內外買家、電商平台等對接合作機會，開拓國內外市場，創造商機。

三、地方特選館特色

秉持從日常生活出發、思考未來如何被感受與實踐療癒的策展核心精神，2026 文博會文化策展區「地方特選館」將聚焦臺灣各地所累積的文化能量與人文脈絡，透過策展回應地方在科技時代中持續生成屬於自身的創意未來。本屆地方特選館以超過百坪的策展型空間，向全台各縣市徵選具代表性的精選商品，透過整體策展將地方文化內容與文創轉化為可被理解、參與、銷售與使用，同時形塑連結地方、設計文化量能，並成為社會大眾的文化交流平台。

四、徵選主題：明日整備室

地方特選館以「回到明日前」為概念作為回應未來的切入點，聚焦觀眾在完成觀展、即將回到現實生活前的心理狀態——整理思緒、調整節奏，為明日預作準備。展售空間以「機能感、輕盈感、遊樂感、未來感」為氛圍核心，透過清晰的分類邏輯與流暢的動線設計，引導觀眾在輕鬆而有秩序的節奏中自由探索，回應同場其他展覽的核心命題。展區整合來自各縣市食、衣、住、行、育、樂等面向的文化選品，將地方生活經驗重新編輯與轉譯，共同形塑出一種貼近未來的日常想像。這些商品不僅可被攜帶、可被保存，更能在生活中持續展開，成為實踐未來可能性的具體媒介。是一場為回到現實生活所進行的準備行動。

五、展售時地

- (一) 展售館名：文化策展區地方特選館。
- (二) 展售地點：空總臺灣當代文化實驗場舊辦公大樓 1 樓 (臺北市大安區建國南路一段 177 號)。
- (三) 展售時間：2026 臺灣文博會展期間展售，自 8 月 3 日(一)至 8 月 31 日(一) 每日 10:00-18:00。

六、徵選目標

- (一) 報名商品須符合本年度地方特選館徵選主題，以展現文化策展精神及地方特選文化之美。
- (二) 報名商品須「可以販售」。
- (三) 若有可長期保存之食品或是產品，建議於展覽結束後仍有 6 個月以上效期為佳。
- (四) 報名商品須由縣市政府推薦。
- (五) 報名商品曾獲文化創意相關獎項、評鑑認證等尤佳。
- (六) 參展縣市政府請推薦至少 15 件商品(至少來自 3 家品牌/公司)。

七、徵件分區主題

(一) 旅行經驗 | 沿海視角的地方創生

以旅行記憶為起點，結合地方創生與觀光轉譯，發展具在地故事性的體驗設計與產品，尤以呈現沿海生活、風土與文化脈絡者為佳。

- 沿海地方特色食品 (如：海鹽製品、海藻加工品、地方風味點心等)
- 以旅行記憶或沿海生活為主題的設計商品 (明信片、地圖、插畫、攝影作品等)
- 在地職人或小型品牌開發之生活用品 (布織品、陶作、木作、生活器物等)
- 與地方文化或自然景觀結合的體驗型商品 (手作材料包、探索遊戲、導覽式內容等)
- 具有地方敘事性的包裝設計或組合商品等

(二)文化景觀 | 歷史、人文與藝術的當代表述

從地方歷史、人文記憶與藝術文化出發，延伸具識別性的 IP 或特色產品，呈現文化在當代生活中的新樣貌。

- 出版品 (地方誌、圖文書、攝影集、藝術書、Zine、小誌等)
- 以文化內容延伸之 IP 商品 (插畫商品、角色設計、文化符號再製品等)
- 結合歷史文本、口述故事或檔案素材的設計作品等
- 藝術家或創作者之限量作品、複製品或衍生商品等
- 與地方文化相關之文具、紙品、收藏型物件等

(三)健康生活 | 身心節奏的日常提案

聚焦身心靈平衡與生活品質，提出能陪伴日常、協助調整節奏與狀態的健康生活產品。

- 香氛產品 (精油、線香、蠟燭、空間噴霧等)
- 與放鬆、覺察相關之生活用品 (瑜伽輔具、冥想工具、舒壓物件等)
- 在地小農作物及其加工品 (茶飲、草本植物、天然食品等)
- 具健康概念之日用品 (天然清潔用品、保養品、無添加食品等)
- 結合健康生活理念的體驗型內容 (工作坊材料包、日常練習手冊等)

(四) 其他 | 縣市政府推薦商品

- 如縣市政府希望推薦商品或品牌暫無適合以上主題，仍可依據以下類型作為商品推薦依據。

類型		說明
文創品牌	文創禮品	文具、禮贈品、玩具、消費性電子及運動用品等原創或運用創新科技之設計商品。
	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。

八、報名方式

(一) 請於 4 月 24 日(五)23:59，完成線上推薦並上傳相關檢附資料。

(報名連結：<https://tdri.surveycake.biz/s/3Z3QN>)

(二) 無報名費用。

九、徵件流程與日期

(一) 報名截止日期：4 月 24 日(五)23:59 完成線上推薦並上傳相關檢附資料。

(二) 評選會議：4 月下旬間辦理，評選委員依據報名資料進行商品評選。

(三) 入選通知：5 月 8 日前(暫)，採電子郵件方式通知。

(四) 銷售機制說明會：5 月第三週辦理線上說明會，向入選商品廠商說明銷售機制。

(五) 展售資料確認：6 月第一週前完成資料確認，後續將依內容對外露出。

(六) 展品送件

1. 入選廠商需於 7 月第二週，將入選商品統一寄送至空總臺灣當代文化實驗場(暫)。

2. 若實際商品與報名文件之商品品質、包裝、標示等明顯不符之狀況，則執行單位保留最終展出與銷售決定權。

3. 送件時間與細節將另行通知。

(七) 正式展售：2026 臺灣文博會展期間展售，8 月 3 日(一)至 8 月 31 日(一)。

(八) 展品退件

1. 入選廠商須於展期結束後，於指定期間內至展區辦理商品取回事宜(可親自

領取或委託他人代領)。如選擇以寄回方式辦理，相關寄送費用由廠商自行負擔。若逾期未領取或未完成寄回事宜，商品將由執行單位逕行回收處理，如無法親自至現場領回或處理，後續寄送與銷毀將酌收相關處理費用，費用標準視個案另議。

2. 食品類商品過期食品，入選廠商可選擇領回或是授權由執行單位逕行銷毀，若數量與體積過大，將酌收清運費，不辦理退件，由執行單位回收處理
3. 退件時間與細節將另行通知。

十、評選制度

(一) 委員組成

由臺灣文博會執行單位台灣設計研究院代表 1-3 位、本年度文化策展區策展人 5-6 位，共計 6-9 位組成評選委員。根據繳交之報名資料、徵選目標及評選標準進行綜合評估。

(二) 評選標準

評分項目	評分佔比	評分重點
市場性	40%	1. 產品成熟度：品質與製作技術穩定，商品完成度高，符合現在或者未來市場需求。 2. 價格適宜性：價格區間需符合一般大眾購買能力，建議價格為 70-2500 元之商品。
創新性	30%	概念原創，具獨特辨識性
在地性	20%	發源在地，展現地方特色

(三) 評選結果

1. 於 5 月 8 日(暫)前，採電子郵件方式通知評選結果。
2. 入選商品將配合展售需求，於 6 月第一週提供進一步詳細資訊 (如基本個人或者公司資料、作品說明與基礎照片、故事背景、詳細設計理念、宣傳用照片等)，確保展出與銷售內容完整。
3. 針對特定商品，策展團隊亦可提供額外建議，以協助提升展示效果與商業價值。

十一、銷售規劃

- (一) 入選商品將於空總臺灣當代文化實驗場舊辦公大樓地方特選館，進行現場

銷售。

(二) 入選商品將由執行單位採寄售方式進行銷售。寄售期間以該銷售總額 (含稅)之30%為寄售報酬，寄售相關事宜將由執行單位與入選廠商另簽訂寄售合約，保障雙方權益。

(三) 未來有機會進入臺北松山文創園區「設計點」實體店進行長期銷售。

(四) 入選商品售價及進貨數量等相關資訊，執行單位將於評選後辦理銷售機制線上說明會說明相關細節。

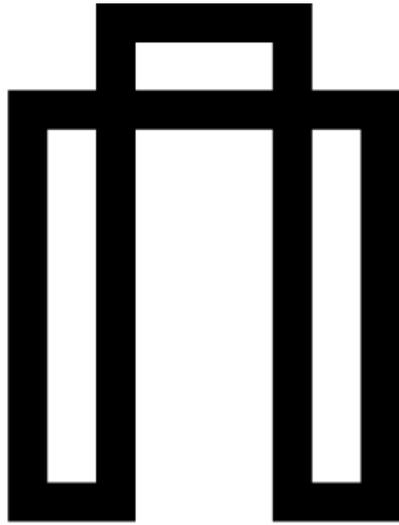
十二、聯絡人

台灣設計研究院 謝宇昕 專案經理

yuhsin_hsieh@tdri.org.tw (02)2745-8199 EXT.674

台灣設計研究院 曹家琳 專案經理

lindacao@tdri.org.tw (02)2745-8199 EXT.469



臺灣文博會
CREATIVE EXPO TAIWAN

主辦單位
Official Organizer



執行單位
Executive Organizer



設計
台灣
研究院