

2018 20TH TopLink Baby & Mommy Expo

TBM 2018 第二十屆

台北國際

嬰兒 與 孕媽咪 用品展

業界領導品牌



徵展企劃書

春夏季
03/02-03/05 **台中** 大臺中國際會展中心
04/05-04/08 **台北** 世貿一館
06/08-06/11 **高雄** 高雄展覽館
06/15-06/18 **台北** 世貿三館

秋冬季
08/03-08/06 **台南** 南紡展覽館
08/31-09/03 **台中** 大臺中國際會展中心
10/10-10/14 **台北** 世貿一館
11/30-12/03 **五股** 新北市工商展覽館
12/14-12/17 **高雄** 高雄展覽館



主辦單位：
上聯國際展覽有限公司
TOP LINK INT'L EXHIBITION Co.,Ltd.
大通國際展覽有限公司
DA TONG INT'L EXHIBITION Co.,Ltd.
瑞日鐸國際企業有限公司
RUI RI HUA INTERNATIONAL Co.,Ltd

亞洲首選。最具指標婦幼平台 把台灣推向世界。

由上聯國際展覽有限公司舉辦之嬰兒與孕媽咪用品展，二十多年來的前瞻性經營策略及深入了解消費者訴求達到全方位精準行銷推廣，更進一步吸引許多海外國際品牌進駐，其中與會國家包含韓國。美國。英國。德國等近16個國家，展現國際消費展所具備的專業與風範，進而邁向亞洲婦幼產業的第一品牌！除此之外上聯展覽更重視婦幼產業的發展與動態，積極規劃推動各品牌向外延伸到海外的企圖心，並為廠商創造更多元化的商業契機



2018 20TH TopLink Baby & Mommy Expo



消費者口碑第一品牌

創造多元核心價值

少子風暴，是危機，也是商機！雖然少子化問題嚴重，但嬰幼兒市場反而更加蓬勃發展，其消費者行為也正在改變，婦幼產業也從『量』的舊思維，轉型為『質』的新思維快速發展，嬰幼兒的龐大商機儼然也成為各家廠商爭搶的大餅。近年來上聯婦幼展在長期的經營下，已成為媽媽界心中最高品質的保證，藉由掌握消費者行為與市場趨勢分析以規劃。策動。強化作為三大核心價值。提供消費者最新、最多元的訊息，並將商品結合活動達到最直效的消費刺激，讓品牌能見度及銷售額大幅提升獲得最高效益。

內容營銷。發揮綜效。優化品質

整合新媒介虛實通路

未來孕嬰童產品市場，欲在新媒介虛實通路中拓展新型態商機，需整合商家多元服務與新興科技，還有創新推銷手段、加強品牌推廣、拓寬宣傳管道，並輔以相應的行銷策略，才能迎合多變的消費性市場形態和消費者。運用O2O的行銷策略，提供消費者線上線下整合的無縫消費行為模式，並優化服務內容平台，將效益發揮極大化，創造出驚人的長尾效應。精確運用社群等傳播挖掘其經濟價值，線上線下雙向同步建設、資源的整合，為消費者提供更完善的體驗服務，開拓更多無限商機，讓您躍升為婦幼億元產業。





活動規劃

精準掌握客群舉辦具吸引力之活動，零售、批發、代理一網打盡！

消費零售族群		業界廠商
孕媽咪好康活動	0-3歲嬰幼兒好康活動	
<p>【預約看展送福袋】 於展前上網預約看展之孕媽咪，可獲得限量精美的『孕媽咪福袋』乙只。</p> <p>【幸孕一元抽 好禮送愛心】 網路預約看展之孕媽咪，凡捐1塊錢做公益，即有機會將品牌推車、嬰兒床...等，各式孕嬰用品帶回家。(與公益團體合作，將所得全額捐贈給勵馨基金會)</p> <p>【超值截角換好禮】 孕媽咪憑媽媽手冊與截角可至廠商攤位兌換免費試用品。(以媽咪寶貝情報誌、活動官網、現場DM大力宣傳，觸及客群超過20萬，有效提升攤位人潮及買氣)</p> <p>【限時快閃0.5H享好物】 孕媽咪可於展場每日10:00~10:30或16:00~16:30限定時間內規劃指定孕嬰用品5折以下的優惠。(吸引孕媽咪提早到場購買的意願，有效提升攤位人潮與買氣)。</p>	<p>【寶貝驚喜袋】 1-3歲寶貝於展前上網預約登記，可免費索取『寶貝驚喜袋』，內有畫具、畫本、貼紙書等各式寶貝用品精選好物。</p> <p>【寶寶運動會】 各類型精彩的寶寶運動會，如：寶寶爬行賽、搬尿布賽、搬搬樂大賽、寶寶抓糖賽、搖滾搖搖馬、積木搬搬樂等，超夯超吸睛的寶貝專屬活動，受到廣大家庭引頸期待，賽事一出即受眾爸媽關注！每日兩場(上下午各一場)，每場參加人數約500~600人，百組家庭登場，現場氣氛熱絡、熱鬧非凡。</p> <p>【天使變裝達人SHOW】 比萌、搞怪、創意、吸睛，全家一起總動員，將家中寶貝打扮成未來的廣告明星，以現場選秀方式，徵選出最佳的『天使變裝達人』。</p>	<p>【新品發表會】 包含展前新品發表記者會、產品推廣及發佈區等，增加參展廠商曝光率與知名度。</p> <p>【品牌形象區】 以在展場規劃形象區，展示其高品質的商品，並設置買家平台，讓有興趣的買主可進一步與展出廠商聯繫。藉由以上平台您能接觸到以下客戶</p> <ul style="list-style-type: none"> ●代理商/經銷商/批發商 ●綜合母嬰店 ●嬰童裝/童鞋/孕婦裝店 ●百貨公司 ●超市 ●藥局 ●網路代理商/零售商 ●生產商/品牌商 ●月子中心採購 ●貿易公司/進出口商 ●媒體 ●其他

※以上活動建議廠商可與企劃人員接洽合作，將有效提升整體參展效益！



整合行銷策略 通路虛實並進，多元加值

投入適當廣告預算，跨及平面、電子及網路三大媒體，如報紙、電視、廣播及網路以及戶外廣告，像捷運、公車等完整廣告，全面鎖定消費族群，以波段式操作進行宣傳，正確地制定媒體宣傳方案，使廣告信息順利到達目標顧客，達到最佳的廣告效果

邀請眾多知名部落客、相關團體與機構進行異業合作，並與參展廠商、相關店家合力置入主題活動以達宣傳目的，進而使資訊大量曝光，提升品牌知名度及曝光度，讓品牌主更能取得消費者對品牌的信任，進而提升品牌忠誠度

結合時下當紅話題，搭配廠商商品，進行公關策略議題操作，舉辦開幕與造勢記者會等公關活動

公車車體、捷運月台車體廣告、路燈旗等戶外資源宣傳

針對國內各大婦幼通路、廠商及相關團體，寄發展覽邀請函，除增加活動人潮及熱鬧度，同時加強各單位的認同感，提升支持度

提供完整舞台設施供廠商使用，每日多場活動舉辦，可吸引媒體、獲民眾青睞，直接與消費者接觸，為參展廠商成果發表的最佳平台

整合各大通路會員，發送活動EDM、手冊，直接且快速地將活動訊息及優惠方案告知精準族群，使廣告宣傳效益倍增

使用Facebook、部落格之網路社群經營，關鍵字、網路廣告購買及EDM等工具，發送展覽訊息與廠商活動內容



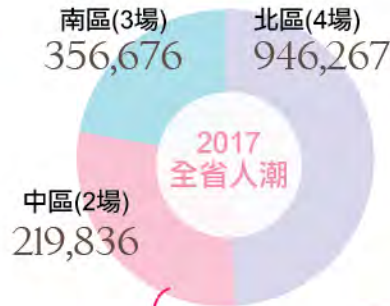
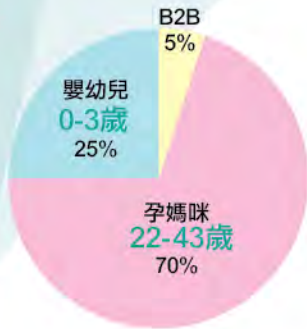


參展效益分析

人潮屢破新高，龐大採購商機



客層分析及人潮統計



突破 160 萬人潮!!

3/31-4/3 台北婦幼展

日期 數字

3/31(四) 53,160

4/01(五) 73,412

4/02(六) 60,755

4/03(日) 65,818

253,145

4月突破
25萬人潮!

10/6-9 台北婦幼展

日期 數字

10/06(五) 89,183

10/07(六) 98,612

10/08(日) 101,227

10/09(一) 96,468

385,490

10月突破
38萬人潮!



各通路分析

通路	大型展覽	傳統店面	百貨公司	網路平台
客群分析	藉由媒體各宣傳管道，鎖定孕媽咪、嬰幼兒家庭、上聯資料庫等族群，成功帶動爆量人潮。	來店人數有限，且廣宣需大量資料庫支援，耗時耗費。	隨性逛街，購物動機弱。	為規避網路購物的風險，將降低消費者的購買頻率與購買量。
經驗值	成立於民國83年，主辦近千場大型展覽的上聯展覽操刀，以強大辦展資源，廣告籌碼，全面發揮展覽效益。	需時間及經驗累積，耗費時間及人力，方能建立口碑。	有經驗，但無針對特定商品運作活動宣傳。	網路商品及商家種類眾多，同平台競爭者眾，難脫穎而出。
聚焦	規劃主題展區，塑造各區品牌形象，快速建立品牌口碑。短期促銷，僅四天即可觸動近數十萬人潮，業績狂瀾、品牌形象高效曝光。	需經長時間口耳相傳、網路傳播建立品牌知名度。	民眾及媒體通常聚焦於明星商品，嬰幼兒及孕婦商品較不易凸顯。	網路無法試穿、試用，商品質感未知，不能直接刺激購買慾望。
廣告宣傳	熟悉媒體運作，媒採策略精準，多媒體廣告搭配講題操作，精準鎖定不同消費族群，強力吸睛。	單打獨鬥，宣傳費用昂貴，媒體資源分散，效果有限。	僅週年慶或特殊節慶，以DM或其他方式宣傳。	單打獨鬥，網路通路資源分散，效果有限。
活動造勢	展前記者會、開幕式、造勢活動...等，以全新且具創意的活動吸引人潮，帶動媒體報導。	依地緣關係及店家所在地，除非主打聯合商店活動，否則難有大量人潮湧入。	無特定商品主題規劃，媒體及消費者亦將焦點放在彩妝、精品等明星商品。	商品種類眾多，焦點易被分散，如服飾、3C等商品。





展區規劃

孕媽咪時尚生活區

孕婦服裝、孕哺衣、待產包、授乳枕、孕婦枕、吸乳器、媽媽包…等。

產前後調理保養區

坐月子中心、調養月子餐、營養補給品、塑身衣、美容美體用品、SPA中心…等。

彌月食品區

蛋糕、餅乾、油飯、酒、滿月禮盒…等。

寵愛寶貝用品區

嬰兒食品、營養補充、推車、汽座、揹巾、安全座椅、幼兒衛浴、嬰兒床寢、消毒鍋、玩具…等。

寶貝教育娛樂區

家庭攝影寫真、教學玩具、基金理財、益智遊戲、啟蒙教育、各式教材教具、多媒體教學、兒童圖書、球類、遊戲床墊…等。

親子同遊旅遊區

特色親子餐廳、親子民宿、觀光工廠、休閒農場、親子渡假村酒店遊憩、體驗DIY…等。

家庭電器用品區

嬰兒家電、幼兒監控系統、體感電器、兒童友善家電、空調電器、健康家電…等。



參展辦法

一. 報名流程

報名：

即日起開放報名，額滿即提前截止，完整填寫報名表並確認是否詳讀企劃書內容以傳真及郵寄至主辦單位(需蓋印公司大小章)

繳費：

全部費用請依下方繳款方式繳交，並以掛號方式完成報名手續；逾期繳款者，視為自動放棄參展資格。

審核：

廠商須提供以下條件證明

- (1) 營利事業登記證
- (2) 海外品牌代理授權書
- (3) 商品及食品檢驗報告

※注意事項：

- (1) 以上主辦單位有權就展出品質及報名廠商其它參展紀錄，決定接受或刪減攤位或拒絕受理攤位報名。
- (2) 參展廠商於報名參展前，請詳閱參展一般規定並依照管理辦法配合展出。
- (3) 格數上下限條件設定：滴雞(魚)精、臍帶血、通路商、數位教學、月子餐。(格數設定基準，依個展屬性詳情洽業務)
- (4) 謝絕被消保會或地方政府消保官及消基會指名之問題廠商。

參展流程表

1 完整填寫報名表

2 參展資格審核

3 繳交費用

4 參加選位協調會

5 繳交廣宣資料

6 參展



孕媽咪
10/6-9

參展費用 (適用於嬰兒與孕媽咪用品展及兒童博覽會)

區 域	展 覽 地 點	時 間	參 展 費 用	支 票 抬 頭 (註明禁止背書轉讓)	票 期 開 立 時 間
台 中	大臺中國際會展中心	03/02-03/05	NT\$35,000	瑞日鐸國際企業有限公司	106年12月20日
台 北	世貿一館	04/05-04/08	NT\$45,000	大通國際展覽有限公司	107年01月20日
高 雄	高雄展覽館	06/08-06/11	NT\$35,000	大通國際展覽有限公司	107年04月20日
台 北	世貿三館	06/15-06/18	NT\$45,000	上聯國際展覽有限公司	107年04月20日
台 南	南紡展覽館	08/03-08/06	NT\$32,000	大通國際展覽有限公司	107年06月20日
台 中	大臺中國際會展中心	08/31-09/03	NT\$35,000	瑞日鐸國際企業有限公司	107年06月20日
台 北	世貿一館	10/10-10/14	NT\$48,000	上聯國際展覽有限公司	107年08月20日
五 股	新北市工商展覽館	11/30-12/03	NT\$32,000	大通國際展覽有限公司	107年09月20日
高 雄	高雄展覽館	12/14-12/17	NT\$35,000	大通國際展覽有限公司	107年10月20日

1. 以上報價為每一標準攤位3Mx3M(含基本裝潢及5%營業稅)。
2. 不含基本裝潢者，每一攤位退款新台幣2,000元整。
3. 若抽籤選位時，選至兩面開之攤位(角位)，每個角位另需加收新台幣3,000元整。
4. 以上攤位費用不包含場地供電端至攤位內之電力佈線及器材費用(詳細訊息請洽大會裝潢公司)

基本裝潢

1. 組合式隔板(3Mx3M)、公司名稱、投射燈100W三盞、地毯、110V電源插座一個(電源需用220V者另行收費)、接待桌椅一組。

◎ 如欲退基本裝潢者，請於展前一個月提出申請，逾期申請者，恕不退費。

臨時電話/ADSL(需自行申請)

1. 臨時電話費用：\$4,000元
『裝機費\$1,000元(不退費)；保證金\$3,000元多退少補』
2. ADSL費用：\$5,500元
『裝機費\$1,000元(不退費)、\$1,500元接線費(不退費)、保證金\$3,000元多退少補』

舞台音響設立申請(詳情請洽大會)

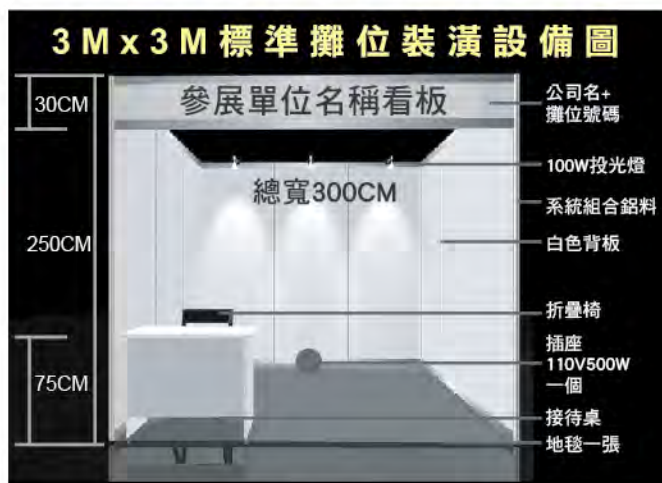
1. 需向主辦單位索取申請表申請表經審核通過方可使用
2. 申請條件
 - (1) 格數8格以上
 - (2) 舞台設置需內縮100公分
 - (3) 音量不得超過85分貝且音箱不得架高
 - (4) 場次活動規劃需經由大會審核
 - (5) 一場活動不得超過20分鐘(一天不得超過三次時段)
 - (6) 保證金20萬元
 - (7) 其他注意事項請參閱申請表

保證金(各檔票期，請開立開展當天日期)

1. 每格攤位新台幣10,000元整。
- (無提前退場且展覽期間無任何違規事項，將於展後45天原票無息退還)
◎此保證金用於參展一般規定之違規用途。

攤位分配

1. 展場攤位由主辦單位負責規劃，主辦單位保留參展廠商選位前刪減攤位最後分配權；指定位置產業為臍帶血、滴雞(魚)精、通路商，將均由主辦單位做最後分配權。
2. 攤位分配順序 (1)依產業別區分展區選位 (2)攤位數多者優先選位；攤位數一樣多時，以抽籤決定選位優先順序。
3. 為順利安頓所有參展廠商及整場美觀，主辦單位保留臨時因應的場地位置變動權。
4. 參展廠商攤位分配預訂於每檔展前35-60天舉行，地點時間由主辦單位擇期以書面通知。
5. 未參加協調會之廠商，視同自動放棄攤位位置選擇權，得由主辦單位最後安排攤位位置，廠商不得異議。
6. 選位平面圖與展館現場仍因裝潢材料差異及場館硬體變更之不可抗因素，所有攤位尺寸皆以實際現場丈量為主，選定攤位將無法變更其位置



各家裝潢公司材料皆有所差異，實際尺寸以各裝潢公司為基準



1. 上述攤位為套裝租用，如需追加其他展示配備，請參閱增租配備表。
2. 隔板及鋁料請勿使用釘子或油漆，如有破損須負賠償責任。

裝潢費NT\$8,000(未稅)



廣告刊登申請 (適用於嬰兒與孕媽咪用品展及兒童博覽會)

- 一、發行數量：200,000本
- 二、網路平台：會員瀏覽數600,000人潮
- 三、平台露出：廣告露出、網路平台露出等
- 四、廣告細項：

項目	規格	尺寸(HxW)公分	(台北展)金額	(非台北展)金額	
館內/ 外廣告	館外旗廣告	面(1/5面LOGO)	30x60	\$150,000	\$100,000
	館內旗廣告	面	120x72	\$100,000	
	館內燈箱廣告	面	140x293.5	\$30,000	\$5,000
	LED電視牆	定格(5秒)	1080x1980	\$30,000	
		定格(10秒)	1080x1980	\$50,000	
		定格(15秒)	1080x1980	\$200,000	
影片(10秒)		1080*1980	\$80,000		
	影片(15秒)	1080x1980	\$100,000		
手冊廣告	手冊內頁	全頁	26x19	\$10,000	\$5,000

注意事項

1. 導覽手冊及廣宣品廣告贊助，即日起受理預定，額滿為止。填寫後請傳真至02-2759-6067
2. 設計稿檔案請以Illustrator、Corel Draw、JPG、PSD格式存檔，於各展前2個月送達主辦單位，逾期視同放棄，恕不受理。
3. 為整體美觀要求，大會保有適時修改及調整廣告內容之權利。
4. 本辦法若有未盡事宜者，得依需要補充之。

申請檔期：_____

公司名稱：_____ 承辦人：_____

電話：_____ 行動：_____

E-mail：_____

申請項目：_____ 申請日期：_____年_____月_____日





不變的選擇 

2018 20th TopLink Baby&Mommy Expo
台灣唯一 國際級婦幼展

業界領導品牌



2018 嬰兒與孕媽咪用品展暨兒童博覽會 參展報名表



公司名稱			
發票抬頭		法定代理人	
公司地址		統一編號	
承辦人		E-MAIL	
電話	() 分機	傳真	行動
參展屬性	<input type="checkbox"/> 孕媽咪用品、產前後調理保養 <input type="checkbox"/> 寶貝用品 <input type="checkbox"/> 家庭電器用品 <input type="checkbox"/> 親子同樂旅遊 <input type="checkbox"/> 教育娛樂/其他		

□ 台中 03/02-03/05 大臺中國際會展中心
每一攤位：新台幣35,000元整 (含基本裝潢,含稅)

□ 台北 04/05-04/08 台北世貿一館
每一攤位：新台幣45,000元整 (含基本裝潢,含稅)

申請攤位數 _____ 格； 含基裝 自行裝潢
總計：新台幣 _____ 拾 _____ 萬 _____ 仟 _____ 佰 _____ 元整

申請攤位數 _____ 格； 含基裝 自行裝潢
總計：新台幣 _____ 拾 _____ 萬 _____ 仟 _____ 佰 _____ 元整

□ 高雄 06/08-06/11 高雄展覽館
每一攤位：新台幣35,000元整 (含基本裝潢,含稅)

□ 台北 06/15-06/18 台北世貿三館
每一攤位：新台幣45,000元整 (含基本裝潢,含稅)

申請攤位數 _____ 格； 含基裝 自行裝潢
總計：新台幣 _____ 拾 _____ 萬 _____ 仟 _____ 佰 _____ 元整

申請攤位數 _____ 格； 含基裝 自行裝潢
總計：新台幣 _____ 拾 _____ 萬 _____ 仟 _____ 佰 _____ 元整

□ 台南 08/03-08/06 南紡展覽館
每一攤位：新台幣32,000元整 (含基本裝潢,含稅)

□ 台中 08/31-09/03 大臺中國際會展中心
每一攤位：新台幣35,000元整 (含基本裝潢,含稅)

申請攤位數 _____ 格； 含基裝 自行裝潢
總計：新台幣 _____ 拾 _____ 萬 _____ 仟 _____ 佰 _____ 元整

申請攤位數 _____ 格； 含基裝 自行裝潢
總計：新台幣 _____ 拾 _____ 萬 _____ 仟 _____ 佰 _____ 元整

□ 台北 10/10-10/14 台北世貿一館
每一攤位：新台幣48,000元整 (含基本裝潢,含稅)

□ 新北市 11/30-12/03 新北市工商展覽館
每一攤位：新台幣32,000元整 (含基本裝潢,含稅)

申請攤位數 _____ 格； 含基裝 自行裝潢
總計：新台幣 _____ 拾 _____ 萬 _____ 仟 _____ 佰 _____ 元整

申請攤位數 _____ 格； 含基裝 自行裝潢
總計：新台幣 _____ 拾 _____ 萬 _____ 仟 _____ 佰 _____ 元整

□ 高雄 12/14-12/17 高雄展覽館
每一攤位：新台幣35,000元整 (含基本裝潢,含稅)

商品簡介

申請攤位數 _____ 格； 含基裝 自行裝潢
總計：新台幣 _____ 拾 _____ 萬 _____ 仟 _____ 佰 _____ 元整

本公司已詳讀本企劃書且承諾遵守本展<參展一般規定>。展場內展示及販售之商品，皆需大會審核。上所列各項條文，如有違反情事，本公司願負一切法律賠償責任。

公司
印鑑章

法定代理人
印鑑章

申請日期：中華民國 _____ 年 _____ 月 _____ 日

報名專線 (02)2759-7167 分機
 (07)331-0188 分機

報名傳真 (02)2759-6067
 (07)331-0877

專案承辦人：
手機：

參展一般規定 (適用於嬰兒與孕媽咪用品展及兒童博覽會)

參展廠商須嚴格遵守「參展一般規定」，違規者經大會勸導無效，得當場停止其展出。

◆一般事項

1. 一份報名表只限填一個報名單位，不得合併報名。
2. 參展廠商所租攤位，不得私自分租轉讓或非以報名時申請之公司名稱(包括贊助廠商名稱)參加展出。如有違反，主辦單位得立即收回轉讓之攤位，停止非報名廠商繼續展出。
3. 取消與退費：
 - (1) 凡已繳交攤位費用完成報名手續者，如因故欲退展者，需填寫「參展廠商退展申請書」向大會提出正式申請。
 - (2) 於各檔開展前三個月提出申請者，按攤位費用酌退50%，費用於展後退還；於各檔開展前三個月後申請者，恕不退費，該項費用將充作本展宣傳推廣之經費。
 - (3) 若報名繳費並選定攤位後，因故放棄參展，其所繳交之攤位費用恕不退還，且主辦單位有全權使用規劃攤位之權利。
4. 參展廠商所展示之產品，必須與本展主題有關，否則不得展出。如有曝曬報名進場展出者，一經發現除立即停止其展出外，所繳納之參展費用概不退還。
5. 為配合政府查禁仿冒措施，本展覽會嚴禁陳列產地標示不實、仿冒商標或侵犯他人專利或著作權之展品。參展廠商如明知其參展產品業經判決確定有標示不實或侵害商標、專利或著作權之情事，而仍予以陳列時，一經發覺，主辦單位除立即停止其全部產品之展出及沒收其所繳參展費用。凡於參展前或參展期間發生侵害商標、專利或著作權糾紛而涉訟中之產品，主辦單位一律禁止其展出，參展廠商不得異議。主辦單位如因此牽連涉訟或受有其他損害，該參展廠商並須負一切賠償責任。
6. 主辦單位保留變更展出日期及地點之權，如因天災或其他不可抗力而須變更展覽日期或地點，主辦單位已收之費用概不退還，亦不負其他賠償責任。
7. 主辦單位有權視展場容納狀況酌減攤位面積或攤位數。
8. 展場主入口主走道規劃為【形象走廊】，參展廠商須遵守大會形象走廊管理規定，所有參展廠商請勿進入形象走廊內發送傳單、舉牌、人形布偶走動表演、show girl拍照...等活動，違規者大會將派請秩序保全逕行驅離，二次違規者大會將扣除保證金10,000元以為告誡，若經勸告仍未改善者，得連罰之，直至扣除全額保證金，位於形象走廊之廠商不在此規範內，惟其亦不可跨越鄰攤位進行活動。
9. 為落實節能減碳政策，請儘量使用節能省電燈泡。
10. 參展廠商在展覽期間因示範、操作展品而產生煙霧、廢氣、灰塵、惡臭及刺激性氣體與揮發性有機化學溶劑汙染物等，需自備汙染處理設備，立即妥善處理，不得影響附近攤位及現場展出，否則主辦單位得禁止該廠商現場示範操作或立即禁止展出。
11. 攤位之展品、裝潢材料及廢棄物應在出展期限前全部清除完畢並運離展場。
12. 展出之產品如不願讓參觀者拍照或錄影，請自行加設「請勿拍照」或「請勿攝影」中英文標示牌，惟對持有主辦單位所發記者證(PRESS)者，請儘量配合以利宣傳工作之進行。
13. 攤位之展品、裝潢材料及廢棄物應在出展期限前全部清除完畢並運離展場。
14. 展出期間參展廠商未經主辦單位同意不得提前收拾或撤離會場。
15. 廠商提供之優惠宣傳商品，主辦單位保有最終審核權益，將優先以媒體及市場偏好作為大會廣宣素材，若提供的商品未選上，敬請見諒。

- 附 1. 工作證每個攤位5張，每增加一格攤位增加2張，超出此需求可向大會申請每張300元
2. 若抽籤選位時，選至兩面開之攤位(角位)，一個角位需另加收新台幣3000元整，兩個角位另加收新台幣6000元整...依此類推。
3. 企劃書內攤位費用不包含場地供電端至攤位內之電力佈線及器材費用
註 (詳細訊息請洽大會裝潢公司)

◆展覽場秩序

1. 參展廠商在展覽期間音量不得超過85分貝，如於展覽期間欲使用大型音響、喇叭或大聲公，需向主辦單位登記申請，經審核通過者方可使用。
2. 展覽期間欲使用明火設備，依各館方規範辦理，請逕洽主辦單位登記辦理申請。
3. 參展廠商之展示範圍僅限於各自攤位內，不得在攤位以外地區如公共設施、走道或牆柱上陳列商品或張貼任何宣傳物品或分發型錄、出版品、紀念品等宣傳資料。如有違反，主辦單位得強制清除。
4. 凡易爆、易燃及其他危險物品、違禁品禁止攜入展場；如經發現，主辦單位得強制予以撤離展場，由參展廠商負擔一切費用及責任。
5. 展覽期間(含進出場)，參展廠商如因債務、個人恩怨或其他私人糾紛，導致他人至其攤位或展場內外鬧事或進行抗議，因而影響展覽之秩序或形象，而該參展廠商又不能有效處理時，主辦單位有權終止其展出，所繳費用概不退還；主辦單位如因此牽連涉訟或受有其他損害，該參展廠商並須負一切賠償責任。
6. 基於安全考量場內嚴禁使用廣告舉牌。
7. 安全及保險：
 - (1) 參展廠商應於事前估算耗電量，其估算值超出基本供電量則應向主辦單位指定之裝潢公司提出申請，未申請者如因超負荷使用而致會場電源故障、中斷，參展廠商須負一切損害賠償責任。
 - (2) 展覽期間(包括展前佈置及展後拆除期間)主辦單位管理人員負責管制展場出入口，維持人員及展品進出展場公共秩序，惟參展廠商對其展品、裝潢物料及工程設施均應自行派人照料，貴重展(物)品請自行投保並聘僱警衛加強保全，如有遺失或毀損，主辦單位不負賠償責任。
 - (3) 參展廠商自展品及裝潢品運至展場起，至展覽結束運離展場止，必須自行投保火險、竊盜險、水漬險及公共意外責任險(包括天然災害附加險，如颱風、地震、洪水、豪雨及其他天然災害等)；任何展品及裝潢品於上述期間在展出場地遺失或毀損，主辦單位不負賠償責任。
 - (4) 參展廠商攤位上之設施、物品及展覽品在展覽期間(包括展前佈置及展後拆除期間)因設置、操作、保養或管理不當或疏忽致其工作人員或第三人遭受傷亡或財物損失，應由引起傷亡損失事故之參展廠商自負一切賠償及法律責任。
 - (5) 參展廠商應於進場第二天下午2時至大會服務台領取識別證，展出期間必須佩帶方得進出展場。
 - (6) 除主辦單位外，任何人不得於公共區域散發傳單、推廣活動或置放物品。

◆違規處理

參展廠商如違反以上規定，經主辦單位勸告無效或情況急迫無從勸告時，主辦單位將立即停止水、電之供應及採停止展出之措施。

◆注意事項

- (1) 以上主辦單位有權就展出品質及報名廠商其它參展紀錄，決定接受或刪減攤位或拒絕受理攤位報名。
- (2) 參展廠商於報名參展前，請詳閱參展一般規定並依照管理辦法配合展出。
- (3) 格數上下限條件設定：滴雞(魚)精、臍帶血、月子餐、數位教學、通路商。(格數設定基準，依個展屬性詳情洽業務)
- (4) 謝絕被消保會或地方政府消保官及消基會指名之問題廠商
- (5) 本企劃書所載展覽名稱及內容均屬「預計、規劃」之性質，其具體之展覽名稱、內容、廣告及宣傳之名稱及展區規劃等細節，將視實際招商之情況，予以調整。
- (6) 本規定如有未盡事宜，主辦單位得隨時修訂之。

