

廠商赴國外參展標準流程(SOP)及應注意事項

中華民國對外貿易發展協會 98.11.25 編撰

參加國外展覽是行銷計畫的一環，由於展覽的準備期很長，在決定參加某一展覽之後，最好成立工作小組或指定專人負責規劃。工作小組除負責與主辦單位連絡外，亦同時負責推動部分參展工作、控制進度及各單位間之協調配合。

展前準備工作必須配合主辦單位之進度，依照展覽舉辦頻率的不同，最早可能在展出前一年多就必須開始，比較晚者，至少亦須於展前半年推動。此份標準流程將重要準備事項及可能碰到的突發狀況與因應之道分別說明如下：

一、展前準備

1. 攤位洽訂

攤位洽訂通常在展前 9 至 10 個月就必須向主辦單位報名。有些 2、3 年一度的展覽，甚至會在 1 年多前就開始報名。有意參展時必須儘早與主辦單位聯繫，及早報名以爭取較佳位置。

一般而言，主辦單位會主動寄報名資料給上屆參展廠商，但為了確保可以收到最新參展資訊，建議主動與主辦單位聯繫並隨時注意展覽官方網站。另外，許多著名的展覽目前在台均有代理或分公司，以方便我國業者接洽，建議隨時與代理商或分公司聯繫，以確保獲知展覽最新消息。

主辦單位通常會準備簡單的報名表供參展廠商填寫並申請攤位，其內容通常是公司基本資料、攤位租金以及所需的攤位尺寸等，有的主辦單位會要求連同訂金一起寄回。填妥報名表就是參展報名的第一步，與主辦單位的互動也自此開始。

主辦單位在收到所有報名廠商的申請表後，會進行攤位分配，分配完成後，會將結果通知參展廠商，並請報名廠商確認。如對分配到的攤位不滿意可向主辦單位爭取更換，但越熱門的展覽，在主辦單位攤位分配後，越不易更換攤位。

攤位確認後，主辦單位會寄攤位合約書或發票(INVOICE)要求支付訂金或頭期款。要注意的事，在報名表之背面往往

有許多主辦單位規定之條款，填寫報名表時應詳細閱讀。通常上面會有取消攤位之退款比例與期限，報名廠商需多加注意。

2. 參展手冊

約莫展前 3 個月左右，主辦單位會寄來「參展手冊」(SERVICE MANUAL 或 EXHIBITORS' MANUAL)。但因目前提倡無紙化作業，多數展之「參展手冊」採線上下載，主辦單位已不再寄紙本給參展廠商。這本手冊極為重要，因為手冊內詳載展覽所有規範，也詳列參展廠商與主辦單位雙方權利義務，請務必詳加研讀。

參展手冊的內容大致可分為展覽會基本資料、展出規定以及各式服務之申請表格三大部分。參展廠商可依照個別需求來找尋所需要的表格或資料。

3. 展品及宣傳品準備

參展用之展品及宣傳品務必要提早準備，且必須與參展進度相配合，請務必注意裝船日。展品的包裝可以比照一般出口的規定辦理，唯一不同的是要方便展後再包裝。

展場常見的宣傳品包括產品型錄、工作人員名片、DM、手提袋、CD 等。建議產品型錄及 CD 最好不要全部任由參觀者自由取閱，應分送給自認為滿意的客戶。單頁之簡單型錄可以讓參觀買主自行取閱，較詳細之型錄及 CD 則贈予深具潛力之買主，必要時可以徵得其同意後，郵寄至其辦公室，以避免被丟棄。

4. 展品運輸

參展廠商必須注意展品的準備時間必須與展品運輸船期相配合。亞洲展至少須於展前一個月裝船，歐洲展則至少須在展前 45 天啟運。寧可讓展品早幾天運到，多付幾天倉租，也不要因為外在因素(例如罷工、颱風等意外)，造成展品延誤抵達。

如果展品要隨身攜帶，則最好準備相關文件(如專利證明、原產地證明等)，以備通關時可能發生的各種情況。展品

是參加展覽最重要的一環，任何足以影響展品運送之情況務必排除，以保證如期展出。

5. 攤位裝潢規劃

在收到主辦單位確認的攤位平面圖後，應該即刻進行攤位裝潢規劃。但在規劃之前，首先要確認裝潢預算的多寡。攤位裝潢預算是決定裝潢好壞最重要的因素之一。我國業者前往國外參展，最經濟實惠之攤位佈置方式當屬租用裝潢材料，委請裝潢公司施工。以一般基本裝潢為例，歐洲每平方公尺 180-200 美元可作組合式陽春裝潢，在美國則以每平方英尺(9 平方公尺等於 100 平方英尺)20-30 美元為宜，在日本為每平方公尺約 300 美元，印度約 100 美元，大陸、東南亞則在 200-250 美元左右。如果要木作裝潢，其造價大約是前述的 2 倍以上。

裝潢規劃的第一步就是平面設計，參展廠商要依據服務台接待區，產品展示區、形象區、交易洽談區以及儲藏室等功能，進行攤位的規劃。規劃攤位時應就參展的目的進行區域分配。如果參展的目的是在展示產品，則產品展示區與交易洽談區的比例要較大，反之如果參展的目的是在形象塑造與宣傳時，形象區的比例要比較大。目前我國廠商參加國外展覽主要目的多為產品的展示、行銷，因此產品展示區及交易洽談區應為攤位裝潢重點所在。

規劃攤位除了上述原則外，在實務上應注意攤位中是否有樑柱，如果有的話其大小尺寸及所在位置均須查明。有些主辦單位會規定面臨走道的攤位須空出一段距離始得陳列產品，裝潢亦必須向內縮一段距離才可搭建至某一高度。這些規定務必在攤位裝潢規劃前參考參展手冊的相關規定事項，以避免觸犯規定而滋生困擾。

6. 旅行事務

參展牽涉商務旅行，確定參展之後，找個有經驗的旅行社辦理簽證、安排機位及洽訂旅館等事宜，只要掌握時效、告知需求就可以，並無特別之處。只是參展廠商要特別注意，所有行程及住宿的安排最好儘早處理，因為一些國際大展，

到了展覽期間旅館價格就會漲價且供不應求，如果已確定參展人員，建議最好提早預定機票及旅館，以便提早保留。

7. 買主手冊登錄

顧名思義，買主手冊是方便參觀買主查閱所有參展廠商資料的手冊，內容有所有參展廠商的基本資料跟攤位位置，因此此項資料的登錄非常重要。一般來說，主辦單位有提供參展廠商免費基本資料的登錄，但還是有些主辦單位連最基本的名址登錄也要向參展廠商收費。

有些買主手冊除了參展廠商基本資料之外，還提供產品檢索、商標檢索登錄、廣告刊登以及新產品介紹的服務，但是均須收費，且價格大多不便宜。填表申請時應詳細研讀，避免填列無意義之文字，徒增費用。

二、展中

1. 展品進場與攤位佈置

參展工作人員抵達展地之後，必須立即辦理兩件事情：一為確定展品是否抵達、二為確定攤位裝潢進度。工作人員雖然早在出國前就與運輸公司確認過，但為保安全，仍須以電話聯絡運輸公司，查詢展品是否已抵達、有否損壞、數量有無短少。經確認無誤之後，再與運輸公司確認展品運達攤位的時間，以便安排人員開箱。

和運輸公司連絡之後，應立即接洽裝潢公司，詢問攤位裝潢進度，並告知展品進場日期，要求掌握施工進度以便配合。最後再前往展場，查看施工情形、了解展場環境及各項服務設施所在，以備不時之需。

攤位裝潢工作應於主辦單位規定的進場時間內完成，最好能預留一天的時間供陳列展品、張貼海報圖片等內部佈置之用。攤位佈置的原則是：只要來得及於開展前佈置妥當，越晚陳列展品越安全。因為展前搬進搬出者眾，展品越早曝光，被竊之機會越大。再者，展前根本沒有買主，前來參觀的人全是競爭對手，所以展前只須短暫的模擬擺設即可。

2. 洽領租用器材

向主辦單位租用之器材(電話機、傳真機、盆景、電腦、讀卡機等)必須至展場辦公室或服務台洽領。這些東西儘可能等到需要使用時再去領，避免增加保管之困擾。

三、展後處理

1. 展品處理

展覽結束後貨運公司會把空箱運至參展廠商的攤位，廠商可以自行包裝。如果是機械之類的展品，廠商須請工人、堆高機或吊車等重新包裝，需提早與貨運公司聯繫安排。

展品在展覽結束前就要確認展後之去向，一般來說只有兩種處理方式，亦即要留置當地或是復運出口。如果要進口，展品通常就是要出售、贈予、銷毀或拋棄，要請承攬展品運輸的貨運公司協助處理，有什麼規定、手續如何辦理、要交多少稅捐，要請貨運公司處理清楚。如果要復運出口，也請與貨運公司確認目的地及收貨人名址。

因為展覽結束後就是混亂的開始，展後出場時所有的人都在往外搬展品，展場警衛也無從分辨是否偷竊。因此展品在未點交予運輸公司之前絕對不可離開，點交之時應請對方簽收、立據確認，以免口說無憑。

2. 租用器材歸還

向主辦單位租用之器材如不再使用應儘早歸還以免遺失，並取回押金或單據。所有的租用器材均須於展覽結束後當晚送還，不可過夜，以免遺失。裝潢公司通常也會於展覽結束當晚將所有家具、燈具拆走，以免相關設備遺失。

四、參展突發狀況及因應之道

1. 展品未到

展品未到問題多半出在通關及運輸之延誤。通關延誤可能是因為海關對展品的數量或價格有疑問，要不然就是有違禁品，必須專案申請進口。參展廠商有時為了節省成本會在展品中夾雜食品以便展覽期間可以享用，雖然大多數食品均可以正常管道進口，但是所須通關時間較長，為了避免通關延誤，建議參展廠商不要在參展展品中夾雜食品類物品。為了避免通關延誤，參展廠商務必針對展品的數量及價格誠實

申報，也務必避免夾帶違禁品，以免因小失大。畢竟對大多數廠商而言，展品的稅額占參展的總經費的比例甚少，實在無必要為了少少的稅額而冒著開天窗的風險。在運輸方面的延誤，多半是太晚裝運、通關時間不足、港口工人罷工等原因，事前多可預防，參展廠商事前務必多加注意。

參展廠商出發前務必與運輸公司聯繫確認展品狀況，若確知展品已無法準時到達，其因應之道，是找替代品，設法就近向當地客戶緊急借調應急。如果展品體積小、重量輕，也可以請參展人員隨身攜帶進場。

2. 裝潢未完工

裝潢工程未能按時完工其原因大概是裝潢承包商選擇不當或是參展廠商太晚洽詢承包商，致其準備不及。裝潢工程能不能如期，事前是有徵兆的。當展期日益接近，而裝潢工程仍然沒有相對的進度時，就應採取適當之對策。

首先當然是要催請承包商努力趕工，要求承包商徵調其他攤位的人力前往施工。參展廠商也設法連絡其他裝潢公司，以備不時之需。如果裝潢公司實在無力完工，應就重要部份要求先行施工，以求對展出影響達到最小。

3. 被控仿冒

參展被控仿冒很多時候是貿易商拿工廠的樣品參展未加注意，直到被告才知道。雖然非刻意仿冒，但不管是什麼理由，被外商指控仿冒是必須面對的事實，一定要處理，不可不加理會。外商之指控大概可分為臨時起意和有備而來兩類。臨時起意者多半是外商來參觀展覽時，發覺自己的產品被仿冒而找展出者理論。如果參展廠商理虧，只要放低姿態並立刻把展品收掉，口頭承諾爾後不再展示，大多可以平息。如果放低姿態無法解決，也可抬高姿態，要求對方出示證明文件，以證明誰仿冒誰，這時對方勢必回去拿證明文件。這時正是應變時機，最好把所有有危險的展品都收掉，就算對方拿了證明文件回來時，也已找不到任何證物了。

有備而來者，通常事先已知道仿冒者參展，準備在會場捉拿。這時，他會先來觀察或收集證物，並備妥證明文件，安排律師到警察局報案。當你發現時，就是原告、警察、律師一起到攤位上來取締。萬一碰到這種情況，不要被對方的

舉動嚇倒，即使犯法，也有應有的權利，千萬不要任憑宰割簽下任何不公平的條款。因應之道，首先要求找自己的律師，以維護權益。可以透過我國之當地駐外單位協尋律師，與對方周旋。沒有我方律師在場，拒絕與對方談判。

另外，參展時應注意不可讓對方拿到任何仿冒證據，包括樣品、型錄及照片。樣品對方不易掌握，型錄則易於蒐集，如果連型錄都印有仿冒品，麻煩就比較大。至於拍照，幾乎所有展覽都是禁止攝影，要拍照必須得到展出者的同意，如果有人對個別展品指指點點，還拿相機要拍照，務必予以阻止，以防萬一。

4. 被其他參展商仿冒

如有發現被其他參展者仿冒，首要之事要蒐集證據，最好蒐集如型錄及照片等證物，且事先要準備專利證明，並協同律師及警察，直接在現場捉拿。惟須注意的是，如果控告不實，可能須負賠償責任。

5. 展品失竊

展品失竊可以說是展覽常碰到的狀況，一般而言，展場屬開放空間，參展廠商對自己展出產品應負保管之責，主辦單位對於展品失竊不會負責。以德國為例，如果參展廠商沒有聘請警衛，萬一展品遭竊，保險公司並不理賠。即使有聘請警衛，如果警衛人手不夠，也不賠償。

展品最容易失竊的時間是在進出場時混亂中遺失，或是在夜間四處無人之際遭竊。為了要防止遭竊，每日閉展後應將展品收拾在儲藏室內，每日開展時再陳列。廠商重要樣品甚至建議於攤位佈置日及每日展覽結束後攜回旅館，以免遺失。許多展場在夜間並不管制門禁，甚至管制門禁的展場也常常發生展品失竊的事件。聘請警衛是防止展品失竊的方法之一，但就算聘請警衛，展品還是有失竊的機會，請警衛只是多一層保障。建議廠商要隨時注意展品的狀況，也避免任何展品會遭竊的情形。

參考書目：溫月火求著，「如何參加國外展覽」(台灣：外貿協會，2001)