



2023 臺北時裝週 SS24

2023 TAIPEI FASHION WEEK
SPRING / SUMMER 2024

參展簡章

主辦單位 | 文化部

承辦單位 | 樺舍全媒體整合股份有限公司

財團法人中華民國紡織業拓展會

一、活動主旨

「臺北時裝週 SS24」暫定於 112 年 10 月 12 日至 16 日辦理 16 場品牌秀 (含 New Breed 新生代品牌秀)、1 場選品店及 1 場服飾品國際買主採購洽談會，匯聚臺灣時尚設計能量，結合科技、藝術、音樂、表演等跨領域合作，展示臺灣在地時尚特色，讓世界看到臺灣時尚產業豐沛的設計力。

二、活動資訊

項目	場地	內容	徵選家數	日程 (暫定)
展前記者會	另行通知	參展品牌最大效益曝光與深度報導	-	另行通知
品牌秀 (包含未滿 5 年新銳品牌秀)	官方場地：秀場	徵選時尚設計品牌展演，發表 35 套以上 SS24 系列服裝，場地可容納約 650 位賓客	15 家	112 年 10 月 12 日至 16 日
	官方場地：劇場	徵選時尚設計品牌展演，發表 12 套以上 SS24 系列服裝 (以新銳設計師為主)，場地可容納約 100 至 300 位賓客		
	自選場地	徵選時尚設計品牌展演，發表 35 套以上 SS24 系列服裝，可自行選擇其他場地辦秀 (需提企劃書)		
New Breed 新生代品牌秀	官方場地：劇場	徵選 2 年內曾參與臺北時裝週新鮮秀、5 年內曾入圍時裝設計新人獎或 2 年內國外重要時尚設計競賽或獎項獲獎之設計新秀 (品牌成立未滿 5 年)，發表 12 套以上 SS24 系列服裝	3 家	
選品店	另行通知	徵選服裝與飾品配件時尚設計品牌靜態展示及零售 (以 B2C 為主)	40 家	於臺北時裝週 SS24 期間舉辦
服飾品國際買主採購洽談會	官方場地	徵選服裝與飾品配件品牌靜態展示及商洽媒合 (提供場地供配件品牌規劃展演)	30 家	112 年 10 月 12 日至 16 日

三、參展資格

(一) 品牌秀/新銳品牌秀

1. 參展品牌需為自有服裝品牌或服裝設計團隊品牌。
2. 參展品牌之主要設計師具中華民國國籍、出生於臺灣或依法在臺設立立案之工作室或公司(符合其一即可)。
3. 參展品牌需曾公開發表二季以上系列作品，至少有一個以上實體或線上銷售管道；若為成立 5 年(含)以下之新銳設計師品牌(2018 年 6 月至 2023 年 6 月為止，並附相關資料佐證)，需公開發表過一季以上系列作品，至少有一個以上實體或線上銷售管道。
4. 申請自選場地之品牌以成立 6 年(含)以上，且具有自選場地辦秀經驗者為優先考量。

(二) New Breed 新生代品牌秀

1. 參加資格符合以下 3 類其一即可：
 - (1) 設計師需為 2 年內曾參與臺北時裝週新鮮秀 Young Talent Show。
 - (2) 5 年內曾參與 TFDA 時裝設計新人獎 Taiwan Fashion Design Award 並進入決賽者。
 - (3) 成立未滿 5 年之新銳品牌(含未成立品牌之設計師)並於 2 年內獲獎國外重要時尚設計競賽或獎項。
2. 參展設計師以有意願成立自有服裝品牌或服裝設計團隊品牌為優先考量。

(三) 選品店

1. 自有服裝品牌或服裝設計或飾品配件設計團隊品牌。
2. 主要設計師具中華民國國籍、出生於臺灣或依法在臺設立立案之工作室或公司(符合其一即可)。
3. 曾公開發表二季以上系列作品，至少有一個以上實體或線上銷售管道；若為成立 5 年(含)以下之新銳設計師品牌(2018 年 6 月至 2023 年 6 月為止，並附相關資料佐證)，需公開發表過一季以上系列作品，至少有一個以上實體或線上銷售管道。

(四) 服飾品國際買主採購洽談會

1. 自有服裝品牌或服裝設計團隊品牌，具備國際參展或接單經驗，並可量產供買家下單。
2. 主要設計師具中華民國國籍、出生於臺灣或依法在臺設立立案之工作室或公司(符合其一即可)。

3. 曾公開發表二季以上系列作品，至少有一個以上實體或線上銷售管道；若為成立5年（含）以下之新銳設計師品牌（2018年6月至2023年6月為止，並附相關資料佐證），需公開發表過一季以上系列作品，至少有一個以上實體或線上銷售管道。

四、參展權益

（一）品牌秀 / 新銳品牌秀

1. 官方場地：主/承辦單位提供動態秀展演空間及燈光音響；結合相關影視音、藝術等元素，分為「秀場」及「劇場」，2種場地供申請報名，配合燈光、表演、裝置，透過聲光情境效果，展演時尚動態秀。
2. 自選場地：鼓勵品牌自選場地辦秀，不以主/承辦單位所提供之場地進行，報名時應提出計畫書，並包含舉辦時間、地點（主要展演地點不可於品牌營業空間）、場地設計、文宣方案、媒體宣傳、整體資金規劃以及過去自選場地辦秀之成果，若有合作品牌，需提供合作意向書，經評審團選出後方可加入品牌秀時程。**上述資料不齊，經承辦單位通知補件而未於期限內補件者，得視為資格不符，不予受理。**
3. 設計師同意提供其作品予主/承辦單位為攝錄影，並同意授權其作品之重製權、改作權、編輯權、公開展示權、公開播送權及公開傳輸權等權利於攝錄影所生著作予以利用，並得為不限時間、次數、方式、地域之非營利使用，以利推廣宣傳「臺北時裝週 SS24」。

（二）New Breed 新生代品牌秀

1. 主/承辦單位提供動態秀展演空間及燈光音響，於官方場地「劇場」演出，由品牌設計燈光、表演、裝置，透過聲光情境效果，展演具創意之時尚動態展演。
2. 設計師同意提供其作品予主/承辦單位為攝錄影，並同意授權其作品之重製權、改作權、編輯權、公開展示權、公開播送權及公開傳輸權等權利於攝錄影所生著作予以利用，並得為不限時間、次數、方式、地域之非營利使用，以利推廣宣傳「臺北時裝週 SS24」。

※註：官方場地介紹

- 秀場 - 位於松山文創園區 4 號倉庫，標準 T 型伸展台（長約 42 公尺），配備燈光、音響、約 1050x400cm 之 LED 乙面，座位數約 650 席，適合大型服裝走秀。
- 劇場 - 位於松山文創園區 5 號倉庫，沉浸式劇場設計，整體空間約 31x10 公尺，配備燈光、音響、沉浸式大型 LED，人數約 100 至 300 人，適合各種創意服裝發表如：劇場、舞蹈、多媒體錄像藝術等。

- 實際硬體規格將依後續工作會議討論進行調整

(三) 選品店 (B2C 零售)

1. 確認入選後，由承辦單位通知所提供之展位及相關需配合事項。
2. 延續選品店銷售模式，由百貨或其他通路商安排展商位置、時程及協助商品上架銷售，銷售分潤由各通路與品牌議定。
3. 設計師同意提供其作品予主/承辦單位為攝錄影，並同意授權其作品之重製權、改作權、編輯權、公開展示權、公開播送權及公開傳輸權等權利於攝錄影所生著作予以利用，以利推廣宣傳「臺北時裝週 SS24」。

(四) 服飾品國際買主採購洽談會 (以 B2B 為主)

1. 確認入選後，由承辦單位通知相關配合事宜。
2. 由承辦單位安排搭建佈置服務，超出標準之佈置，費用由展商自行負擔。
3. 設計師同意提供其作品予主/承辦單位為攝錄影，並同意授權其作品之重製權、改作權、編輯權、公開展示權、公開播送權及公開傳輸權等權利於攝錄影所生著作予以利用，以利推廣宣傳「臺北時裝週 SS24」。

(五) 買家與媒體

1. 主/承辦單位邀請國內外買家參與「臺北時裝週 SS24」活動。
2. 主/承辦單位邀請國內全媒體、意見領袖參與「臺北時裝週 SS24」活動。

(六) 主/承辦單位辦理本案徵件，應保障著作人之著作人格權；利用徵件之成果，除著作人明示不具名外，應表示著作人之姓名或名稱。但有下列情形之一者，不在此限：

1. 約定以適當方式簡化著作人之姓名或名稱。
2. 依該著作利用之目的及方法，於表示顯有困難，或不違反社會使用慣例者，得省略著作人之姓名或名稱。

五、參展義務

(一) 品牌秀 / 新銳品牌秀 / New Breed 新生代品牌秀

1. 均需提供 SS24 春夏系列作品，官方場地秀場及自選場地至少 35 套以上 (成熟品牌申請為主)，官方場地劇場至少 12 套以上 (新銳品牌申請為主及 New Breed 新生代品牌秀指定場地)，並可供買家下單，若

- 有合作品牌，需於申請時另提企劃書，並提供合作意向書。
2. 參展品牌/設計師需配合保留主辦單位秀場每場 80 席、劇場每場 50 席座位，供評審、諮詢委員、媒體及相關部會等使用；並於每場動態秀展演前，配合與主/承辦單位協調大會保留席次及相關安排。
 3. **參展品牌須於時裝週期間舉辦「訂貨會」**，訂貨會場地可在官方 B2B 展區或由品牌自行安排，並於結案報告內提交舉辦成果，包括活動時間、地點、活動紀錄照、出席人數等資訊。
 4. 參展品牌/設計師需配合臺北時裝週大會及周邊相關活動。
 5. 參展品牌/設計師均配合參展說明會、工作會議及硬體協調相關籌備活動。
 6. 參展品牌/設計師需配合臺北時裝週活動期間展品進撤場、服裝秀彩排等相關執行。
 7. 參展品牌/設計師需配合媒體採訪安排拍攝，以及提供品牌相關資料包括中英文新聞稿、圖片、影片等供行銷推廣之用。
 8. 參展品牌/設計師需配合加入臺北時裝週品牌資料庫，並繳交相關資料（包括通路資料等）。
 9. 參展品牌/設計師需辦理訂貨會，於秀後提供買家即時下訂單。
 10. 參展品牌/設計師需在活動結束後提供參展效益調查表及效益調查問卷（由臺北時裝週效益調查執行單位負責）。
 11. 參展品牌/設計師需在活動結束後一個月內，配合主/承辦單位要求提供結案報告。
 12. 所有參展作品需為原創設計，若為利用他人著作者，需取得第三方之同意授權，並提供書面授權書。
 13. 參展品牌/設計師需繳交智慧財產權切結書，如有侵害第三人著作權權益之情形，參展品牌/設計師應負責出面處理，並自負其責。如有造成主/承辦單位之損害，主/承辦單位得請求賠償。另主/承辦單位如接獲著作權陳情，並經初步判斷有侵權之虞時，相關著作得於主/承辦單位相關管道下架。
 14. 自選場地辦秀者請另配合以下事項：
 - (1) 調整動態秀時間、地點等，應向承辦單位提出變更申請，變更次數以 2 次為限，並至遲應於活動前 2 週告知主/承辦單位。
 - (2) 應於活動前 2 週提供場地平面圖及賓客座位圖，並配合與主/承辦單位協調大會保留席及座位相關安排。

(3) 需由主/承辦單位出面協助行政協調事項，應於參展申請書中敘明清楚，確定入選後即向承辦單位提出申請，並積極配合行政協調相關事宜；未提出申請或未配合者，得不予協助。

15. 為確保臺北時裝週展演品質及維持活動順利進行，若參展品牌/設計師未能遵守及積極配合上述任一項參展義務、或經認定有足以影響活動執行之情事，經勸導改善未配合及經評鑑展演品質不佳者，列為未來申請臺北時裝週參展之審查參考。

(二) 選品店 (B2C 零售)

1. 參展商品以 SS24 或 AW23 作品為主，至少提供 20 套供通路挑選。
2. 配合參展說明會、工作會議、展品進撤場，以及相關籌備及執行。
3. 參展品牌需配合加入臺北時裝週品牌資料庫，並繳交相關資料 (包括通路資料等)。
4. 配合買家直播及媒體採訪安排拍攝，以及提供品牌相關資料包括中英文新聞稿、圖片、影片供行銷推廣之用。
5. 準備品牌簡介、展品介紹與訂單文件等印刷品或檔案供承辦單位。
6. 活動結束後，需配合主/承辦單位要求，提供參展效益調查表及效益調查問卷 (由臺北時裝週效益調查執行單位負責)。
7. 配合臺北時裝週大會及周邊相關活動等。

(三) 服飾品國際買主採購洽談會 (以 B2B 為主)

1. 參展商品為 SS24 系列，至少 20 套以上。
2. 配合參展說明會、工作會議、展品進撤場以及相關籌備及執行。
3. 參展品牌需配合加入臺北時裝週品牌資料庫，並繳交相關資料 (包括通路資料等)。
4. 配合買家直播、媒體採訪安排拍攝及提供品牌相關資料包括中英文新聞稿、圖片、影片等供行銷推廣使用。
5. 準備品牌簡介及 SS24 展品介紹等印刷品或檔案供承辦單位廣宣運用。
6. 活動結束後，需配合主/承辦單位要求，提供參展效益調查表及效益調查問卷 (由臺北時裝週效益調查執行單位負責)。
7. 配合臺北時裝週大會及周邊相關活動等。

六、評選標準

(一) 評審委員組成

邀請 10-15 位，由時尚媒體、資深買家、學界、跨域領域等領域組成，本

委員會之召集人及副召集人將由本委員會成立後，於評審會議當日互推之，以評選出代表臺北時裝週之豐沛時尚設計能量的品牌。

(二) 「官方場地」品牌秀/新銳品牌秀評審標準

評選項目	占比	說明
設計風格	40%	獨特風格美學、素材應用、藝術性、布料使用
市場性	40%	作品成熟度、可量產與國際市場商業潛力、營業表現、買家及媒體評價
文化性	20%	多元文化運用、臺灣時尚設計代表性
永續時尚	加分項目	作品永續精神、素材應用、製程與生產環境

※ 申請「自選場地」品牌秀者依下列標準評分

評選項目	占比	說明
設計風格	30%	獨特風格美學、素材應用、藝術性、布料使用
市場性	30%	作品成熟度、可量產與國際市場商業潛力、營業表現、買家及媒體評價
文化性	20%	多元文化運用、臺灣時尚設計代表性
整體規劃	20%	場地選擇、秀場設計、計畫書完整性
永續時尚	加分項目	作品永續精神、素材應用、製程與生產環境

七、評審流程

採委員推薦及公開徵選雙軌並行制度，希望將具代表性的臺灣時尚設計師品牌，及新生代創意的設計師品牌都納入評選。

- (一) 初選—匯集委員推薦名單及申請參展之設計師品牌，獲半數以上評審委員推薦之品牌，進入複選階段。
- (二) 複選—由評審委員針對通過初選品牌進行評選，採公開討論、投票產生最終名單。

八、評選公布

評選結果將公告於本部官網。

九、報名

- (一) 報名期間：即日起至 112 年 6 月 19 日 23:59 止。
- (二) 報名方式：
 - 1. 為響應環保及加速評選流程，甄選採線上報名制。報名連結 <https://forms.gle/r7w7qdtzaV1w6ACT9>。
 - 2. 需上傳附件資料文件，請先填寫完成，於線上表單上傳資料，檔名請標明品牌名稱。
 - 3. 如有相關疑問，請聯繫「臺北時裝週承辦單位－樺舍全媒體」：
(02)2732-8899#532 陳小姐，contact@tpefw.com

十、注意事項

- (一) 凡報名參展申請者，即視為確實瞭解參展規則，並願遵守本規則所述之各項規定。
- (二) 設計師品牌參展確認後，不得任意更改、轉讓品牌權利。
- (三) 參展品牌須依據所定期限提供相關資料，繳交內容將作為未來評選參考。
- (四) 主辦單位及相關承辦單位、國內外媒體等合作單位，得在臺北時裝週期間進行攝錄影、採訪錄音等相關推廣事宜，參展單位務必配合。
- (五) 參展單位如有違反本簡章約定之事，對主辦單位有損害賠償責任，相關爭議約定由臺北地方法院管轄。
- (六) 本參展簡章如有未盡事宜，主辦單位保留修改、終止、變更活動內容細節之權利，且不另行通知。

附件一

「臺北時裝週 SS24」品牌徵選基本資料

報名項目	<input type="checkbox"/> 品牌秀： <input type="checkbox"/> 官方場地-秀場 <input type="checkbox"/> 官方場地-劇場 <input type="checkbox"/> 自選場地（可複選） <input type="checkbox"/> 新生代品牌秀_New Breed <input type="checkbox"/> 臺北時裝週選品店（B2C） <input type="checkbox"/> 服飾品國際買主採購洽談會（B2B）			
公司/品牌 資訊	公司名稱	(中) (英)		
	品牌名稱	(中) (英)	成立年份	
	品牌簡介	(300字內)	品牌 Logo	
	品牌官網		社群或相 關網站	
	實體/線上店鋪	(詳列地址/網址)		
主設計師 資訊	姓名	(中) (英)		
	設計師照片及 簡介	設計師照片	(500字內簡介)	
設計經歷	(文字敘述 100字內)			
設計風格	(文字敘述 100字內)			

*請統一用電腦打字，欄位長寬需求可自行調整，完成後請儲存為 PDF 檔

「臺北時裝週 SS24」品牌徵選作品資料		
一、過去兩季作品照片及設計概念說明 (一)過去兩季作品照片 6-10 張，並且說明設計理念、作品概念和發想靈感，300 字內。 (二)文字敘述請用大小 11 級，限微軟正黑體。	概念說明	
	第一套照片	作品說明
	第二套照片	作品說明
	第三套照片	作品說明
	第四套照片	作品說明
	第五套照片	作品說明
	第六套照片	作品說明
* 附上檔案雲端連結，限 JPG、JPEG、PNG 格式、解析度 150 以上及單張圖檔大小 2-5MB。 雲端連結：		
二、SS24 系列參展作品說明 (如有永續相關概念請說明)	靈感來源	(300 字內)
	設計概念	(300 字內)
	素材應用	(300 字內)

三、SS24 系列服裝設計圖 (欲申請品牌秀及採購洽談會者填寫)	
*附上檔案雲端連結，2-4 套的設計手稿圖。 雲端連結：	

*雲端資料夾標題請寫「臺北時裝週 SS24 品牌徵選○○ (○○為品牌名稱或設計師姓名)」，並請分成「過去兩季作品照片」和「SS24 設計手稿圖」兩大類。

附件二

個人資料使用授權同意書

個人資料使用授權說明

樺舍全媒體整合股份有限公司(以下簡稱本單位)依據個人資料保護法第八條第一項規定告知台端下列事項，敬請詳閱：

- 一、蒐集目的：文化部-2023 臺北時裝週 SS24 活動執行。
- 二、個人資料之蒐集與使用
 - (一)類別：姓名、職稱、公司、聯絡方式、電子信箱等參展人提供之個人資訊，包括可直接或間接方式識別個人之資料。
 - (二)期間：2022 年 12 月起至蒐集目的完成時止。
 - (三)地區：不限地區。
 - (四)對象：本單位、文化部、相關委託合作單位。
 - (五)方式：文字書面、傳真、電子存檔、電子信箱、網際網路等。
- 三、本單位因執行臺北時裝週 SS24 業務需要，而委託相關合作單位處理台端個人資料時，將善盡保護及監督之責。
- 四、依據個資法第三條規定，台端保有個人資料行使之權力與方式，包括
 - 1.查詢與請求閱覽、2.請求製給複製本、3.請求補充與更正、4.請求停止蒐集、處理與利用、5.請求刪除。如欲行使上述權利，請聯繫：
(02)2732-8899#532 陳小姐，contact@tpefw.com
- 五、台端可自由選擇是否提供您的個人資料，惟您不同意提供個人資料時，本單位將無法提供與您及臺北時裝週 SS24 相關之各項服務。

個人資料之同意提供：

本人已充分獲知、瞭解且同意上述告知事項。

立書人：_____ (本人請親簽) 日期：_____ 年 _____ 月 _____ 日

2023 臺北時裝週 SS24

參展承諾書

本人/本單位_____申請參加「臺北時裝週 SS24」活動並承諾：

- 一、本人/本單位之設計作品皆為自行創作，絕無抄襲、冒名、侵犯他人著作權等情況。
- 二、本人/本單位願遵守臺北時裝週 SS24 徵件簡章制定之作業規範及主辦單位、承辦單位籌組之評審委員會相關決議。
- 三、本人/本單位及作品願配合臺北時裝週 SS24 之徵件、遴選、籌備、執行等過程、行銷媒體推廣及後續活動之合作。
- 四、本人/本單位願配合臺北時裝週 SS24 各項活動主/承辦單位相關規範，包含票務規劃、買主商洽、品牌介紹、效益調查等參展義務。
- 五、本人/本單位承諾負有出席臺北時裝週 SS24 相關活動之義務，並履行各項應盡義務，一同推廣臺灣時尚設計。如未依規定參與或臨時退出而造成主辦單位或承辦單位之損失，將負相關責任。
- 六、本人/本單位授權同意：
 - (一) 授權利用類別：
 1. 設計師照片、作品照片及影片、文字說明內容。
 2. 其他相關活動記錄照片及影片。
 - (二) 授權範圍：
 1. 利用行為：重製、改作、編輯、公開展示、公開播送及公開傳輸。
 2. 利用地域、時間及次數：不限。
 3. 權利金：無償授權。
 - (三) 主辦單位執行相關活動時，得以授權合作廠商第三人為上述之使用。
 - (四) 本人/本單位擔保所提供之著作有授權使用之權利，無不法侵害他人著作權利之情事。

本人/本單位已詳閱以上內容，並同意承諾遵守參展之相關規定

_____ 年 月 日

(請打✓，本人請親簽/本單位請蓋大小章)

附件五：利用他人著作之授權書範本

授權書

(僅供參考，可依實際需求調整之)

立書人即下列著作之著作財產權人_____ (以下簡稱乙方)，因_____
(品牌或設計師，以下簡稱甲方) SS24 系列所完成之著作需利用乙方之著作，
爰授權甲方於下列授權範圍內利用：

一、授權利用之著作名稱：_____

(一)類別：

- 語文著作 音樂著作 戲劇、舞蹈著作 美術著作 攝影著作
 圖形著作 電腦程式著作 錄音著作 建築著作
 視聽著作 表演

(二)立書人擔保就本件著作有授權利用之權利，並擔保本件著作並無不法侵害他人著作權或其他權利之情事。

二、授權範圍：

(一)利用行為：甲方應依下列著作權法規定之方式利用

- 重製 公開口述 公開播送 公開上映 改作 出租
 編輯 公開展示 公開傳輸 公開演出 散布

(二)利用之地域(場地)：

- 不限地域 限地域：_____

(三)利用之時間：

- 不限時間
 限時間：自 年 月 日起至 年 月 日止，共計 年 月。

(四)利用之次數：

- 不限次數 限次數：_____

(五)權利金

- 無償授權
 有償授權： 本件授權之權利金(即使用報酬)已含於契約總價中，甲方已依約支付並由立書人收取。

數額：_____，支付方法：_____

(六)其他：_____

此致

(品牌或設計師)

立書人即著作財產權人：_

代表人：

身分證字號或統編：

地址：

中 華 民 國 1 1 2 年 月 日