



經濟部國際貿易局 109 年度「紡織品整合行銷與商機開發計畫」

不畏疫情封鎖 締造商機逾 4,900 萬美元

經濟部國際貿易局委託紡拓會執行的 109 年度「紡織品整合行銷與商機開發計畫」，於 11 月 27 日在紡拓大樓 17 樓會議室舉辦成果發表會。成果發表會中除由紡拓會執行團隊說明計畫成果及現場靜態展示受輔導廠商執行成果外，也分別由晶安公司、仁美商標及豪紳纖維 3 家企業代表親自分享寶貴的行銷經驗。同場並邀請數位行銷專家-麥肯廣告公司張志浩執行長以「後疫情時代運用數位行銷開創商機」為題發表演說，現場參加人潮踴躍、氣氛熱絡。

疫情期間突破封鎖 數位行銷措施創商機

經濟部國際貿易局為協助我紡織業者提升國際行銷能力，持續促進我國優勢紡織品在國際市場上的佔有率，於本(109)年度委託紡拓會持續推動「紡織品整合行銷與商機開發計畫」，規劃辦理「國際行銷諮詢與服務」、「客製化行銷輔導措施」及「整合行銷與商機開發活動」等多元輔導措施，以協助業者開拓國際市場，促進我國紡織業出口。本年度為打破因疫情造成之國際交流限制，本計畫在歐美及新南向市場改以遠距商洽、強化數位行銷推廣及國際媒體露出等行銷策略，透過多項拓銷活動，包括：進行主題式廣宣、形象區聯合推廣、線上線下新產品發表會、買主視訊商洽及線上拓銷團等，創造商機逾 4,900 萬美元。

疫情與 RCEP 簽署 將成明年度拓銷兩大重要考量因素

紡拓會黃偉基秘書長表示，雖然新冠肺炎疫情蔓延全球，但歐美各國皆陸續發布疫苗研製成功的好消息，並可望於明年年初進入量產，屆時疫苗注射與否，可能會成為各國政府許可境外旅客入境的條件之一，故台灣是否能取得足量的疫苗以維持與國際間的交流非常關鍵。

經濟部國際貿易局張淑逸組長表示，RCEP 成員之區域整合於 2000 年初即陸續展開，在 RCEP 實施後所新增之立即性衝擊應不致太大。然而，此一全球最大自由貿易協定將重塑亞太經貿格局，撼動產業供應鏈布局，並推升成員國的經貿關係，其對我紡織產業之影響仍需長期觀察，我紡織業者應持續提升產品差異化能力、深化與歐美品牌夥伴關係，以及積極開發新興市場商機，並進行策略性全球布局。

受輔導廠商無懼疫情 遠距行銷創佳績

本年共有 15 家紡織企業參與本計畫「客製化行銷輔導措施」，包括仁美商標、台灣百和、佳紡國際、坤龍紡織、南良實業、得力實業、莎美娜實業、晶安公司、詠祥紡織、萬國通路、裕源紡織、誠佳科紡、綿春纖維、豪紳纖維、興采實業等，在疫情期間，各廠商積極突破困境，運用網路及數位工具進行遠距行銷，展現佳績。

紡拓會並將本年度受輔導廠商的計畫執行心得及行銷經驗彙整編撰出版「109年度紡織品整合行銷與商機開發計畫成果彙編」，以期與各界分享。

為持續促進我國優勢紡織品在國際市場上之佔有率，歡迎有興趣的業者屆時依照公告規定，踴躍提案申請本計畫110年度客製化行銷輔導，相關資訊可至計畫官網 <https://export.textiles.org.tw/> 查詢。



與會貴賓合影



紡拓會黃偉基秘書長致辭



國際貿易局張淑逸組長致辭



仁美商標-林右剛董事長特助(左)、林右典經理(中)、林如恩經理(右)



晶安公司-陳裕光總經理(左)、
陳詠昕經理(右)



豪紳纖維-陳宏叡董事長特助(左)、
李惠雯經理(右)



麥肯廣告-張志浩執行長



紡拓會楊曉琴副秘書長(右)與業者座談

新聞聯絡人：

中華民國紡織業拓展會

電話：02-2341-7251 分機 2964

鄭偉霖 專員

e-mail：jim@textiles.org.tw