



經濟部國際貿易局 111 年度「紡織品整合行銷與商機開發計畫」

數位行銷有成 締造商機逾 6,000 萬美元

經濟部國際貿易局委託紡拓會執行的 111 年度「紡織品整合行銷與商機開發計畫」(下稱本計畫)甫於 11 月 15 日於紡拓會 17 樓會議室舉行計畫成果發表會，本次發表會除現場展出本年度各家受輔導業者的計畫執行成果外，也邀請全有織造、力鵬企業及富泰企業 3 家業者代表分享寶貴的行銷經驗，會中特邀到台灣永續能源研究基金會董事長-簡又新大使以「時尚與紡織業淨零永續之道」為題發表演說，現場參加人潮踴躍、氣氛熱絡。

虛實整合雙管齊下 多元行銷措施創商機

為協助我紡織業者提升國際行銷能力，國際貿易局自 106 年起持續推動為期 3 年之本計畫，實施迄今已見成效，亦頗獲業者好評。為因應國際經貿整合之競爭壓力，並持續促進我紡織品在國際市場上之佔有率，本年度規劃辦理「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」等多元措施，以協助業者開拓國際市場，促進我國紡織業出口。亦於歐美及新南向市場規劃多項拓銷活動，包括：進行主題式廣宣、精選紡織品專區聯合推廣、線上新產品發表會、買主視訊商洽及線上線下拓銷團等，所創造商機逾 6,000 萬美元。

國際貿易局張淑逸組長表示，本計畫在三年計畫期程內成果豐碩，共有 170 家次業者接受國際行銷諮詢服務；並遴選 42 案 45 家次廠商接受客製化輔導，協助其平均開發 5 家新客戶，以及透過受輔導廠商群聚效應，每年帶動 200 家次以上供應鏈廠商，三年中累計創造逾 1.6 億美元商機。

受輔導業者 展現數位行銷利器

本年共有 14 家紡織企業參與本計畫「客製化行銷輔導措施」，包括力鵬企業、大成刺繡、世堡紡織、台沅興業、弘裕企業、全有織造、和明紡織、南良國際、崇銘紡織、富泰企業、菁華工業、聚紡公司、聚隆纖維、驊豐公司。為了解決疫情帶來的行銷困境，本年度入選的受輔導業者應用了多項數位行銷利器，包括將布料數位化建置資料庫、建立虛擬展示間、開發布料及織帶 APP，以及利用短影片進行社群平台行銷等方式，有效突破疫情帶來的地域限制。另因本年度為三年期計畫的最後一年，計畫執行團隊除將本年度受輔導廠商的計畫執行心得及行銷經驗進行彙整，編撰出版「109-111 年度紡織品整合行銷與商機開發計畫成果彙編」外，也將本期程 3 年度受輔導廠商的基本資料介紹予以彙整，製作「109-111 年受輔導廠商介紹」，以期與各界分享。

今年整體市況雖嚴峻 明年景氣可望復甦

紡拓會楊曉琴副秘書長指出，今年第一季的紡織業出口雖與去年的同期比相較成長12%，但於第二季後逐漸衰退，至10月底止與去年同期比僅成長3%，且就10月份單月來看，即較去年同期比衰退了24%。顯見通膨與戰爭導致的原物料上漲已對市場需求造成影響，讓整體市場環境低迷。但10月份的台北紡織展中，紡織業界的大老在受訪時均樂觀表示或許市況可望於明年第二季重獲曙光。



與會貴賓合影



紡拓會楊曉琴秘書長致辭



國際貿易局張淑逸組長致辭



台灣永續能源研究基金會-簡又新大使



力鵬企業-童敏雄副總經理



富泰企業-陳惠琦業務經理



全有織造-陳建齊總經理



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
鄭偉霖 專員
電話：02-2341-7251 分機 2964
e-mail：jim@textiles.org.tw