

紡織品虛實整合行銷計畫 內容說明

1.數位行銷能量診斷

依「數位資源佈局」、「數位曝光檢視」、「產品內容行銷」及「客戶關係檢視」四面向，診斷企業在國際貿易上的佈局現況，並提交診斷報告。

2.數位行銷工具優化

(1)關鍵字規劃與投放：篩選出可長期經營的關鍵字，並進行廣告投放。

(2) 網站 SEO 規劃及操作：企業官網 SEO 現況分析及優化操作、企業品牌/產品關鍵字規劃。

(3) 一頁式銷售頁面：協助設計銷售頁面之整體視覺風格及銷售圖文製作。

(4)廣告投放：投放素材製作及投放操作一式，內容包含廣告文案及圖片設計、廣告投放策略；投放通路如 Google、Facebook 等。

(5) 企業官網優化：網站規劃、整體結構優化、UI/UX 設計、網頁文案、視覺設計或其他優化項目。

3.國際數位平臺展示

(1)Material Exchange (展示 6 個月)

2016 年成立於瑞典，為提供成衣及鞋類品牌搜尋布料與輔料的線上平臺，合作夥伴包括美國 FDRA、USFIA、Kingspins Exchange、The Digital Material Show 等。2021 年 Material Exchange 將推出全新友善使用者介面的數位平臺，新平臺將擴大買主邀請，供應商則可藉由新增的 Open Marketplace 功能，將公司及產品訊息分享給平臺上的買主，亦可透過訊息及追蹤功能與買主互動。目前平臺上有超過 400 家供應商會員，超過 5,000 名買主會員，包括 VF Group、Bestseller、Deckers、Walmart 等。

(2)Foursource (展示 8 個月)

2017 年成立於德國，為品牌、成衣及服飾品製造業者提供一個搜尋供應商的線上平臺，2020 年底新增布料展示平臺，目前平臺上有超過 30,000 家經過認證的供應商會員，並有超過 120 個國家 15,000 名買主會員，包括知名國際品牌、零售商(含自有品牌)、採購代理及設計師，如 Kappa、Mango、Decathlon、Schöffel 等。適合成衣及服飾品製造商和布料製造商開發新客戶。

4.實體展覽聯合推廣

(1)德國慕尼黑 Fabric Start(展期：2021/9/1~9/3)(暫定)

慕尼黑 Fabric Start 展於 1996 年首度舉辦，展出各種針平織和機能性布料以及各式機能性或裝飾性的副料，包括飾帶、花邊、絲帶、拉鍊、裡布、刺繡、襯布和標籤等，為歐洲現今專業布料展暨流行趨勢之領導商展之一，吸引來自全球 36 個國家、1,000 多家企業共襄盛舉。

(2)波蘭華沙 Fast Textile 國際紡織展(展期：2021/11/17~11/19)

Fast Textile 展為中歐最大紡織專業展，於 2014 年首度舉辦，展出項目包括布料、輔料、配件及紡織機械等，展出面積逾 5 萬平方英尺，2019 年共有 40 國約 500 家參展商參展，並吸引超過 32,000 名買主參觀，為中東歐市場最適合我商拓展的展銷平臺。

(3)日本東京 Japan Creation(展期：2021/12/7~12/8)

Japan Creation 於 1996 年首度舉辦，係由日本時裝周促進機構(JFW)主辦，旨在推廣高技術、高時尚的日本紡織品，本展以對製作工藝的專注執著、穩定的產品品質、生產材料的創新等獨特性，吸引眾多買家及品牌設計師到訪。2020 年雖受到疫情影響，仍有 294 家廠商參展，是日本目前最具規模的紡織布料展覽會。