

行政院及所屬各機關出國報告

( 出國類別：參 展 )

## 參加「二〇〇〇年秋冬倫敦 ELITE FABRIC SHOW 布料展」展出報告

服務機關：經濟部國際貿易局

出國人職 稱：科長

姓 名：何莉芬

出國地區：英國

出國期間：八十九年十月十七日至十月廿一日

報告日期：九十年一月十日

## 行政院及所屬各機關出國報告提要

系統識別號 C08905936

出國報告名稱：2000 年秋冬倫敦 ELITE FABRIC SHOW 布料展 頁數：17 (含附件)

出國計畫主辦機關/聯絡人/電話

經濟部國際貿易局 黃吟朱 23977360

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

何莉芬 經濟部國際貿易局 第二組 科長 23977256

出國類別：■ 1 考察 2 進修 3 研究 4 實習 5 其他參展

出國期間：出國地區：英國

報告日期：90.01.10

分類號/目

關鍵詞：2000 年秋冬倫敦 ELITE FABRIC SHOW 布料展

內容摘要：(二百至三百字)

自 1996 年迄今，英國已成為我國輸歐盟的第一或第二大出口市場，且近年來在歐盟各國中，英國是經濟蓬勃發展國家之一。紡拓會為協助廠商拓銷海外市場，爰以經濟部國際貿易局委託其辦理「國外紡織專業展」計畫之經費組團參加「Elite Fabric Show」，並徵集到 14 家廠商參展。

本次展出，或因獲分配之展場位置不佳等展務因素，或因參觀買主較偏向透過代理之交易方式，非參展廠商所預期，致展出效果不甚理想。廠商現場接單金額總計約二萬美元，後續訂單金額，預估約一百一十萬美元。

由於展務因素，影響參展廠商對英國市場之評估，在本展主辦單位已保證改善之前提下，為拓銷英國市場，紡拓會爰決定將再組團參展。在經歷本展之狀況後，嗣後紡拓會組團參展時應會事先妥為因應，以維護參展廠商權益。

本文電子檔已上傳至出國報告資訊網

## 行政院及所屬各機關出國報告審核表

出國報告名稱：2000 年秋冬倫敦 ELITE FABRIC SHOW 布料展

出國計畫主辦機關名稱：經濟部國際貿易局

出國人姓名/職稱/服務單位：(若二人以上,則列 \_\_\_\_\_ 等\_人)

何莉芬 科長 經濟部國際貿易局

出國計畫主辦機關審核意見：

1. 依限繳交出報告
2. 格式完整
3. 內容充實完備
4. 建議具參考價值
5. 送本機關參考或研辦
6. 送上級機關參考
7. 退回補正,原因:
  - (1) 不符原核定出國計畫
  - (2) 以外文撰寫或僅以所蒐集外文資料為內容
  - (3) 內容空洞簡略
  - (4) 未依行政院所屬各機關出國報告規格辦理
  - (5) 未於資訊網登錄提要資料及傳送出國報告  
電子檔彙
8. 其他處理意見：

層轉機關審核意見：

同意主辦機關審核意見

全部 部份 \_\_\_\_\_ (填寫審核意見編號)

退回補正,原因: \_\_\_\_\_ (填寫審核意見編號)

其他處理意見：

說明：

- 一、出國計畫主辦機關即層轉機關時，不需填寫「層轉機關審核意見」。
- 二、各機關可依需要自行增列審核項目內容，出國報告審核完畢本表請自行保存。
- 三、審核作業應於出國報告提出後二個月內完成。

## 目 錄

|                  |    |
|------------------|----|
| 壹、 組團背景 .....    | 5  |
| 貳、 展前推廣宣傳 .....  | 6  |
| 參、 展出情況及成果 ..... | 7  |
| 肆、 檢討及建議.....    | 11 |

### 附件：

|                |    |
|----------------|----|
| 一、 參展廠商名單..... | 14 |
| 二、 展場平面圖.....  | 16 |
| 三、 台灣館攤位圖..... | 17 |

## 壹、組團背景

自 1996 年迄今，英國已成為我國輸歐盟的第一或第二大出口市場，且近年來在歐盟各國中，英國是經濟蓬勃發展國家之一。助廠商加強開拓全球市場，掌握商機，紡拓會爰以經濟部國際貿易局委託其辦理「國外紡織專業展」計畫之經費組團參加「二〇〇〇年秋冬倫敦 Elite Fabric Show 布料展」，協助廠商拓銷英國市場。

紡拓會原計劃參加八十九年九月十二至十四日在英國倫敦舉行之「二〇〇〇年秋冬倫敦 London Preview 布副料展」，惟因購併整合之因素，該展已被「Elite Fabric Show」取代，爰改參加「Elite Fabric Show」。

「Elite Fabric Show」展出時間為同年十月十八至十九日，展出地點為倫敦購物街 Oxford Street 西端的 The Cumberland Hotel。一年舉辦兩屆的「Elite Fabric Show」以往是倫敦小型布展之一，雖規模不大，但買主質佳，歷屆參觀買主如 Arcadia Group(包括 Top Shop, Dorothy Perkins, Principle 等連鎖店) Warehouse, Oasis, Whistles, House of Fraser, Baird Clothing, Courtaulds, Babik, Smith & Brown, Liberty, Caroline Charles 等均為英國知名公司。如今在得到參展廠商、參觀買主及英國專業雜誌正面報導的肯定後，續與「London Preview」合併，並吸收所有展項之原有買主，儼然成為英國唯一具代表性且規模最大之專業布展。尤其本次展出，主辦單位更成立一個由英國著名買主及零售業(Courtaulds, Jaeger and Debenhams 百貨公司)所參與之「指導委員會」，為參展廠商及買主間搭起一座溝通趨勢及市場資訊的橋樑，對原「London Preview」參展廠商來說，這項購併訊息不啻是商機再現。

本次參展，該會在徵詢廠商意見後，決定以台灣館方式參展，共徵集到 14 家廠商參展，廠商名單詳如附件一。

## 貳、展前推廣宣傳

### 一、聘請英國顧問

紡拓會有感於前兩次參加「London Preview」，該展之主辦單位在邀請買主及宣傳作業上不夠積極，致展出成效不如預期，亦影響廠商繼續參展意願。有鑑於此，該會首度於本屆「Elite Fabric Show」聘請嫻熟當地市場特性之專家--前「國際成衣聯盟」(IAF)秘書長Wendy Turkington女士擔任特派員，於展前為參展廠商進行相關推廣工作。

T女士現為英國 Aviva Associate 紡織成衣市場行銷顧問公司負責人，其以豐富之經驗與人脈關係，主動熱心提供我參加本次展出之廠商針對產品特性和市場需求，進行買主搜尋及聯繫訪談工作，以加強英國廠商對台灣產品之印象。

T女士並將其聯繫對象資料提供紡拓會鍵入買主檔，協助該會更新建置有效之英國買主名單，特別是進口商及知名連鎖品牌，並於展前代為撰寫邀請函交由該會印製寄發予二千多位英國重要買主，期能發揮效果。

### 二、英國市場研討餐會

為有效掌握英國商情，紡拓會並於開展前為台灣館參展廠商安排研討餐會，邀請到英國 Retail Intelligence 之 Mr. Clive Vaughan 主講英國零售市場，該公司為客戶提供專業之產業零售報告，對成衣零售市場有獨到之見解，特別是演講後熱烈展開的 Q & A，更為本研討會帶入高潮。

全場與會來賓約四十多人，部份英國買主於趕忙中參加本研討會，與我廠商寒暄並相約隔日於 Elite 展場再會面；還有許多當地知名相關媒體如 Drapers Record, Textile

View, International Textile, Publishing Events, WGSN, World Sports Activewear 之主編前來與我廠商交換心得，以瞭解台灣紡織業現況；駐英台北代表處經濟組及倫敦台灣貿易中心皆派員出席熱烈參與討論。

T 女士亦邀請到一家 TexYard 網路資訊公司贊助當日午餐費用六百英鎊，TexYard 網路資訊公司期望藉此機會介紹其未來將大力推動之“TexYard Sourcing Solution”，免費為台灣下游廠商建檔，以利知名 Retailer 公司透過該網路系統直接下單交易（紡拓會已將該公司相關提案交予製衣、針織、毛衣等三公會參考）。在賓主盡歡的氣氛下，本研討會畫下完美句點，整體安排獲我廠商一致好評。

### 三、展前提供英國買主名單

原「London Preview」主辦單位提供八十九年春夏展前來觀展之二千多筆英國買主名單及聯絡方式，一方面為證明該展並非僅獲小成衣廠青睞，另一方面則有助本屆參展廠商於展前即可進行客戶開發及篩選等工作。

本屆「Elite Fabric Show」主辦單位亦同意於展後提供參觀買主名單，這份名單之功能除上述所言，並利紡拓會分析買主層級。

## 參、展出情況及成果

### 一、參展家數及參觀買主

本屆「Elite Fabric Show」在購併「London Preview」後，首次突破 80 個攤位，參展廠商中以英國代理商或經銷商為主，產品來自全球近二百家工廠，而直接參展的國別仍以

台灣館 14 家廠商為最大外國參展團，次為土耳其、日本、瑞典、法國、丹麥。

兩天展覽，依主辦單位展後發佈之參觀人次為 2,200 人，相較上屆春夏展之參觀人數約 1,000 人次，成長極為迅速。

由於「Elite Fabric Show」展定位為針對英國市場之區域性展覽，參觀買主亦以英國當地為主，依據台灣館服務台所蒐集之百張名片分析，許多知名買主如 Paul Smith, Debenhams, Martin Emprex, Travelling Light, Premier House, The Legendary Joe Bloggs Inc. Co., United Textile Ltd., ICT/TA Nax Clothing Co., Spike Leisurewear, Casey Textiles Ltd., Langco Limited, Carrington Career & Workwear Ltd., Fabric Land, W W Group, Euro Division Ltd.等皆駐足本區。

## 二、大會形象區及研討會

本屆大會發佈 2001/2 年秋冬流行趨勢，共規劃兩個形象區，其一位於主展覽區，其二則專為台灣館廠商設計位於本展區入口處，確實吸引不少參觀買主的目光。

大會研討會邀請到顧問公司 Peclers、Jenkins、Drapers Record 雜誌主編、網路資訊公司 Textile Solutions，以 2001 年織品設計、色彩、新世紀生活型態之流行趨勢及新興 B2B 電子商務等議題為主。

## 三、展場規劃

由於「Elite Fabric Show」原展覽規模不大，歷屆以位於

交通便利之購物街 Oxford Street 西端「The Cumberland Hotel」為展出地點尚稱理想，但該旅館受限於原隔間設計不良，以致攤位數突然暴增時，展場被無數窄門及走廊分隔數區，初進展場若無地圖，肯定無法到達預期前往之方向。

紡拓會展前面對原計劃參加之「London Preview」叫停，必須評估是否換展繼續參加及徵詢廠商意見後，才重新進行徵展作業，故時效上已有延誤，以致「The Cumberland Hotel」位於前面主展覽區攤位幾乎已客滿，無法規劃出完整之台灣館區域，唯一可利用的只剩該旅館最後一區，該區域同時規劃有大會之餐飲休息區、研討會、新聞室、公用電話區及主辦單位辦公室，紡拓會考量應為參觀人群必經之地，爰接受位於最後一區之五個展廳，大會亦在餐飲休息區入口處另置台灣館形象區，以突顯「Taiwan Fashion」特色。

本屆台灣館共計 14 個攤位使用五個展廳(展場平面圖詳如附件二)，分別環繞在大會餐飲休息區四周，其中有六個攤位規劃於 Cumberland 展廳內，八個攤位分別位於 Cornwall、Roebuck、Lancaster、Marlbouough 等四間展廳，每一間展廳由兩家廠商共同使用。由於每一廳面積不等、天花板高度不一，原則上僅以制式組合系統(Octonorm System)適度區隔，並非正式搭建攤位，

惟現場驗收時，對於整體攤位設備略顯簡陋，明顯和前面主展場攤位設備有別，例如只象徵性提供攤位與攤位間隔板、公司招牌僅以海報方式張貼，故有時不易區分各別廠商攤位；另主辦單位原承諾將特別為台灣館製作指示牌，以導引買主參觀，然而實際作法為隨處可見大量「Elite

Fabric Show」指示牌，但並非明確標出「Taiwan Fashion」或「Taiwan Pavilion」，故未達突顯台灣館目的，經向主辦單位抗議後，獲得致歉並保證明年會更好之說詞及臨時補做一些指示牌處理。

紡拓會設專用詢問檯於台灣館區域中間，即大會餐飲休息區內，備有各項台灣紡織業、TITAS 相關文宣及本展廠商名錄資料；該會另有辦公室兼儲藏室於 Argyll 展廳，提供礦泉水、紙杯、咖啡、茶包、熱水，俾利我廠商休息洽談之用。

#### 四、展出成果

就台灣館之展出情況而論，依據紡拓會所作問卷調查及現場訪問結果，可得以下幾項結論：

參展廠商以開發新客戶及尋求下單機會為其參加本展之主要目的。實際上，本次參展廠商大部份為首次接觸英國市場，故現場接單可能性不大，需靠持續聯絡洽談，但若以展現產品優勢，加強英國廠商對台灣產品之印象，相信可達預期效果。

參觀台灣館之買主，百分之七十以上為英國地區；以性質而言，以貿易商、進口商居多，其次為設計師及成衣製造商和連鎖百貨店。雖然設計師通常並非我廠商生意往來對象，但歷屆買主身份中設計師占相當高比例，主辦單位對此解釋為參觀本展之買主必須領有英 VAT NO（即實際有進出口記錄者）方能進場參觀，日後將逐步篩選減少個人工作室或設計師進場參觀。

參展廠商表示英國買主購買價格屬低價或中價位，產品以傳統基本款為主，交貨期多要求 30 至 45 天不等，惟參觀

買主較偏向透過代理交易，對希望在展覽中能找到買主直接下單的台灣館參展廠商而言，成交因而不多。本屆台灣館參展廠商現場接單金額總計約二萬美元，許多廠商持謹慎態度，不願冒然評估後續訂單，故保守預估金額只達一百一十萬美元。

## 肆、檢討與建議

### 一、本次參展位置未盡理想

如前文所述，台灣館區域位於展場後部，但四週皆規劃有各種功能性區域如餐飲休息區、研討會等，雖有部份買主已事前聯絡專程前往台灣館洽談，但看到參觀人潮明顯的受到展場地地形分隔僅集中在前面展區時，台灣館廠商因此有所抱怨。經紡拓會展務人員轉達這些抱怨後，主辦單位即將台灣館最後一展廳 Lancaster 內兩家廠商攤位與主辦單位辦公室對調，並逐一前往台灣館廠商攤位致歉，聽取各家意見，同時強調下屆春夏展將移往「Commonwealth Institute」舉辦，屆時所有展場的缺失應可改善，保證不會再有同樣情況發生，台灣館廠商對此善意的回應尚能接受與認同。

### 二、下屆展場勘察

為避免展場位置不佳影響展出效果，紡拓會展務人員於展後即由主辦單位陪同前往下屆春夏展之場地「Commonwealth Institute」勘察，因該展館刻正舉辦古董展，有利於掌握整棟建築物之空間運用及實際攤位規劃情形。

「Commonwealth Institute」位於倫敦 "Kensington" 商

業區，若干知名品牌如來自西班牙的 ZARA 專賣店皆位於該區，館前插有萬國旗之廣場相當醒目氣派。展場共分成三層（Lower、Middle、Upper Gallery），預估可規劃出 140 個 9-12 平方米攤位，圓形的參觀迴廊（Gallery）類似於藝廊，與其他專業大型展館有別。優點為每一層展場都面積不大，攤位一目瞭然，無死角區域；缺點為館內光線不足，故立即建議主辦單位提供攤位基本配備時需增加免費投射燈盞數。主辦單位為表歡迎台灣館繼續參展之誠意，承諾將為我們保留最好之區域及團體報名應有之折扣。

### 三、聘請顧問或國外代理方式

從展畢現場廠商問卷得之，大部份廠商皆對本展安排顧問之作法表示肯定。對於首次參加倫敦展廠商，如何依英國保守之民族性及特有之市場特性，擬出拓銷計畫，聘請當地顧問確實有事半功倍之效。

### 四、區域性展覽之參展效應

本展為 local 展，買主百分之七十以上屬英國地區。在赴歐洲參展費用不相上下，廠商評估是否參展時常面臨兩難局面，即選擇國際性或區域性展覽。部份廠商表示國際性大展之參觀買主確實更多，但展品同質性大，易流於惡性競價，如果已確切掌握自己公司之目標市場，選擇區域性展覽未嘗不是另一種商機。

以「Elite Fabric Show」展來說，我參展廠商均認同這是一個有潛力、成熟而國際貿易經驗豐富的市場，值得長期深耕。面對巴黎地區大展如排山倒海之勢舉辦，Elite 主辦單位也不得不小心評估最佳之辦展時點，並於本屆現場調查參展廠商意願。

鑒於英國確為我布料輸往歐洲之重要市場，且「Elite Fabric Show」為英國唯一具代表性且規模最大之專業布展，又下屆展示地點將換到新展館舉行，該主辦單位對台灣館之區域選擇曾作出若干承諾，為確保我們能享有優勢，紡拓會仍將繼續組團參展。

## 五、參展心得

本次展出，或因獲分配之展場位置不佳等展務因素，或因參觀買主較偏向透過代理之交易方式，非參展廠商所預期，以致展出效果不甚理想，且無法有效評估英國市場之商機。在主辦單位已保證不會再有相同情況發生之前提下，為拓銷英國市場，紡拓會爰決定將再組團參加。

廠商遠赴國外參展，因展場位置等展務因素以致無法有效評估參展效果，對廠商而言，不啻是一大損失。相信紡拓會在經歷本展之狀況後，嗣後應會事先妥為因應，以維護參展廠商權益。