

經濟部幕僚單位及行政機關人員從事兩岸交流活動報告書

參加「Design.TW 品牌發布會」及「2014  
年浙江（杭州）台灣名品博覽會」  
出國報告

研提人單位：貿易發展組

職稱：專門委員

姓名：張淑逸

參訪期間：103年10月15日至10月19日

報告日期：103年11月11日

（本報告請檢送1式4份）

# 政府機關（構）人員從事兩岸交流活動（參加會議）報告

## 壹、交流活動基本資料

### 一、活動名稱：

參加「Design.TW 品牌發布會」及「2014 年浙江（杭州）台灣名品博覽會」

二、活動日期：103 年 10 月 15 日至 10 月 19 日

三、主辦（或接待）單位：台南企業及外貿協會

四、報告撰寫人服務單位：貿易發展組

## 貳、活動（會議）重點

### 一、活動性質

Design.TW 品牌發布會包含靜態秀與動態秀，展示商品包括毛衣、毛巾、襪子、手套等等商品；2014 年浙江台灣名品博覽會匯集 74 家品牌企業展出 140 件商品包括新科技、休閒、居家醫療及行動空拍等優質產品。

### 二、活動內容

#### （一）Design.TW 品牌發布會

本局因應貿易自由化受影響產品在中國大陸地區設立行銷據點計畫，已由在大陸有經營服飾品牌經驗的台南企業得標，執行本計畫，台南企業已於 103 年 10 月 16 日下午在上海紅坊舉辦「DESIGN.TW 品牌發布為會」

，包括靜態展示及開幕活動、走秀動態造勢活動。

## (二) 2014 年浙江（杭州）台灣名品博覽會

由本局委託外貿協會執行之「2014 浙江（杭州）台灣名品博覽會」於 10 月 17 日-20 日舉行，展期 4 天共吸引 7.5 萬人次造訪，促成 1.67 億美元商機。藉由此次參展及一對一採購洽談會，許多出口能力相對較弱的中小企業迅速地瞭解到浙江與其鄰近地區的消費需求，得以擬定未來的行銷策略。

### 三、 遭遇之問題

(一) Design.TW 品牌發布會推廣只有一週，其銷售狀況還需一些時間調整，本案是否值得繼續輔導協助，尚有待較長之時間觀察。

(二) 2014 年浙江（杭州）台灣名品博覽會受西博會舉辦影響，人潮遭到稀釋，前 3 天觀展之本地人口顯得冷清；另受到國內食安影響，貿協雖已規畫因應之道，仍有廠商販售過期食品遭檢舉。

#### 四、我方因應方法及效果

(一) Design.TW 品牌發布當日開幕記者會，在品牌推廣與行銷上已有相當的效益，目前已有 54 家主要媒體報導(當天出席開幕式之媒體計 64 家)，廣告價值已達人民幣 2,446 萬 8,600 元，媒體對於以 DESIGN.TW 為平台推廣來自臺灣的優質設計品牌，都持非常正面的看法與報導，望能藉媒體加速廠商銷售之調整。

(二) 2014 年浙江(杭州)台灣名品博覽會受西博影響，稀釋人潮，故外貿協會加碼增發簡訊，洽邀當地百姓積極參加；面對食安問題，未來貿協對於廠商之食品安全教育應加強。

#### 五、心得及建議

##### (一) 參加 DESIGN.TW 品牌發布會

1. 綜觀本次發表會，台南企業公司籌劃及準備極為周詳，並為本計畫成衣服飾業在中國大陸設立行銷據點開啟嶄新的一頁，協助成衣、毛衣、手套、襪子、帽子、手提包、毛巾等業者拓銷大陸市場建立了橋頭堡。台南企業公司有此使命感及胸襟，實令人感佩與感動。

2. DESIGN.TW 將其品牌定位在中高價位，以此來試水溫，不欲予人平價、低價之感覺，未來也不會調降價格，而係以專案配合季節折扣之方式處理，此種行銷作法值得後續觀察其成效。

3. 台南企業將本計畫配合上海時裝週檔期，於鄰近之紅枋同時舉辦，是正確的決定。

## (二) 2014 年浙江（杭州）台灣名品博覽會

1. 臺灣名品魅力成功吸引採購商，B2B 商機超出預期  
展覽期間吸引阿里巴巴、飛牛網、上海第一醫藥公司、雄風集團、浙江華聯、人本超市、家家福超市、上海城市超市等 90 餘家大型採購商前來參加一對一洽談採購會。

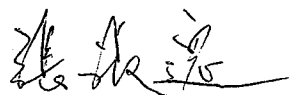
2. 台灣名品展首度登入杭州，媒體爭相報導

灣名品展首次登入浙江，獲當地平面媒體都市周報連續 2 週以「長假過後，來逛台灣名品交易會吧」及「明起四天，在家門口淘台灣名品」的全版專題等標題大幅報導，浙江省梁黎明副省長、杭州市龔正市委書記等當地重要人士也都蒞臨展館參觀，顯示當地政府、媒體及民眾對於杭州台灣名品展皆予以高度重視。

3. 在外貿協會規劃下，B2B 商機超出預期，B2C 參展廠商抱怨連連，大型買主甚多造訪名品展，並參與採洽會，該會針對本展的新作法安排與廠商有交換名片的時間，媒合雙方初次見面，對未來採購似有直接幫助，但只想藉本展販賣產品的部分廠商卻甚多抱怨，認為本展商機是所有名品展中最差的 1 次。
4. 在本展同檔期內大陸西博會正在舉行，因西博會活動甚多，稀釋了很多餐與人潮，前 3 天觀展之本地人口顯得冷清，爰外貿協會加碼增發簡訊，洽邀當地百姓積極參加。
5. 本次展覽受到國內食安影響，外貿協會已規畫因應之道，惟美中不足，仍有廠商販售過期食品遭顧客檢舉，未來外貿協會對廠商之事前教育應再加強。

參、謹檢附參加本次活動（會議）之相關資料如附件，報請備查。

職



103 年 11 月 11 日