

进入市场理想的踏板 2024巴西GoTex面料服装家纺采购展览会

产品名称	进入市场理想的踏板 2024巴西GoTex面料服装家纺采购展览会
公司名称	中国国际会展集团-展览部
价格	.00/件
规格参数	名称:国外主题展 主办:上海新盟会展服务有限公司 亚洲:中国区域联合承办
公司地址	中国泰和经济发展区
联系电话	13764444238 13764444238

产品详情

进入市场理想的踏板 2024巴西GoTex面料服装家纺采购展览会

融合23年线下线上办展、“O2O展览平台MatchupExpo.com”等资源，推出“O2O展”参展模式的超值权益，赋能参展商共享：实体展所有注册买家、“M平台”私域买家、引流买家等多重买家资源。

“O2O展”实现实体展前10天、展中及展后5天线上、线下买家配对、洽谈！

联动一 实体展会 联动二 数字展会 联动三 线上贸易

展会地址：圣保罗Pro Magno

展览中心 展会平台：Matchup Expo

O2O展览平台 贸易平台：Match Market

B2B在线贸易平台

展会时间：2024年9月12-14日

实体展后5天

--实体展后5天

实体展会：实体展位、样品管理、名片管理、企业/产品二维码、共享实体展所有对口买家；

代参展商：参展助理（可选）；买家实时手机扫码进入展商私域展厅，直接视频洽谈、即时询盘；

数字展会：搭建“O2O”展会网站；提供专属H5/PC展厅；线上引流、实体展前预登记买家/展中展后到展买家线上洽谈；聚焦企业/产品SEO/SEM/信息流推广；

线上贸易：共享M平台对口活跃买家；持续线上引流；网媒/社媒、行业协会推广；

联动一 实体展会 联动二 数字展会 联动三 线上贸易

展会地址：圣保罗Pro Magno

展览中心 展会平台：Matchup Expo

O2O展览平台 贸易平台：Match Market

B2B在线贸易平台

展会时间：2024年9月12-14日

实体展后5天

--实体展后5天

GoTex国际纺织服装采购展”是巴西唯一对中国展商完全开放的国际纺织品采购展，始办于2013年，每年1届。GoTex按照全球供应链理念，吸引全球纺织品供应商参展，立足巴西、辐射中南美市场，定位于国际化、化、实效化！

2019 GoTex吸引了来自中国、巴西、印度、意大利、土耳其、秘鲁、巴基斯坦、墨西哥等国家/地区的近百家企业参展；到会观众3000余人，主要来自巴西、秘鲁、埃及、哥伦比亚、巴拉圭、阿根廷等地区。展会观众质量高、采购意愿大。

化纤、印花、针织类的纺织品服装，特别是男式长裤、衬衫、针织衫、连衣裙、漂布花色布、家纺产品成交量较大。

2020-2021 GoTex借助自主研发的“Matchup Expo”全品类线上展览平台、B2B跨境电商平台，引入视频会议、3D、大数据、AI、直播等应用场景，举办21场系列线上展览。2022 GoTex以O2O“实体展（圣保罗Fieicomercio展馆）+数字展会+线上贸易”的形式举办，中国参展企业百余家，展商共享实体展现场买家、MatchupExpo自有买家及持续引流等多重买家资源，取得较大成功！

服装面料：全棉、混纺、人造纤维、牛仔、丝绸等服装面料，功能面料

服装成衣：男女童装、休闲运动服装、针织服装、皮衣、青年装、牛仔服装、浴衣、泳衣、内衣、睡衣、T恤等

运动休闲：夹克、登山服、羽绒服、自行车服、睡袋、滑雪服、旅游服装等

沙滩泳装：内衣泳衣、女士胸衣、紧身衣、泳装、沙滩装等

服饰辅料：头饰、披肩、围巾、领带、腰带、太阳镜、鞋袜、帽子、熏香、纽扣、绣花、拉链、裁缝用品等

纤维纱线：纤维、抽纱、纱线、特殊纺丝、纺纱、花式纱等

家纺产品：床上用品、厨用/浴室纺织品、靠垫/枕头、地毯/门垫、毛巾、沙发布、窗帘布、台布、家具装饰布、墙饰用品、壁毯、家具皮革、装饰面料等

鞋帽箱包：各类鞋帽制品、童鞋、家用鞋、运动及休闲鞋、特种鞋、护鞋用品；旅行袋、旅行帆布背包、越野帆布背包、登山户外包、箱包及相关组件等

巴西为5大国、人口近2亿，经济实力雄居拉美首位；巴虽拥有纺织产业，但产业链配套欠缺，对加工精良的中国产品需求巨大。

巴中产阶级9500万占人口55%，目前人均GDP \$1万；60%的人口低于29岁，纺织品年人均消费\$402，是中国的6倍，潜力巨大。

中国是巴西大贸易伙伴，占巴外贸总额18%；中国纺织品占巴西同类产品进口额的56%。

巴消费者注重实用、舒适、兼顾时尚，价比要求高，销售主渠道是实体店。

巴地处南半球，流行趋势有反季节、追随欧美时尚，欧美刚流行过去的恰好在巴西开始，与欧美大部分市场在时间上正好错开。

巴运动休闲类服装如：沙滩服、牛仔服、家居服销量巨大，内衣和运动服装产业正迅速崛起。

巴本土服装、鞋展对中国纺织服装成品、整鞋不开放。

70%的巴西人习惯分期消费，从信贷方式上放大了市场销售额。