

深圳市时尚文化创意协会数字营销、时尚家居专业委员会筹备方案

一、成立背景

随着互联网的普及，以及精准化程度高、性价比高、媒体质量优等优势，互联网广告迅速崛起，不断持续冲击传统媒介、市场份额持续上升。2013-2019年，我国互联网广告规模占整体广告市场规模比重逐年上升，到2019年，互联网广告所占比重已超过50%。随着互联网广告市场增速呈“放缓型”增长态势，这标志着数字营销正走向成熟。时尚产业成为借助数字营销推广、销售产品、树立产品品牌形象重要的领域之一。时尚产业数字营销规模不断扩大，从业人员队伍不仅趋于年轻化而且增速很快。

在时尚生活方式的热潮中，时尚家居逐渐成为体现消费升级的重要阵地。一方面，消费者有更好的经济能力使用高品质的家居产品，享受美好的居住体验；另一方面，为审美品味、价值观等情感诉求买单也逐渐被广大消费者所接受。近年来家居家具市场涨势迅猛，来自国内外的设计师家居生活品牌快速扩张，纷纷入驻各大电商平台，受到快速变化的时尚潮流和消费行为的影响，家居市场出现“快时尚化”的趋势，家居家具品牌面临的市场挑战已与时尚服饰企业无异。作为深圳唯一一家时尚文化创意类行业组织，深圳市时尚文化创意协会为更好开展、推动时尚文化创意产业蓬勃发展，携手行业企业，拟筹建“数字营销、时尚家居专业委员会”，为深圳打造全球时尚设计之都贡献力量。

二、筹备工作

（一）数字营销专业委会

- 1、主任、副主任单位各1家
- 2、委员单位：5-6家

（二）时尚家居专业委员会

- 1、主任、副主任单位各1家
- 2、委员单位：3-4家

（三）启动筹备工作安排

- 1、6月下旬由发起单位/人员向协会报备申请；

- 2、7月中上旬征集专委会成员名单；
- 3、8月下旬由协会秘书处初步筛选征集名单、并针对企业开展调研，了解业务发展方向及工作计划；推选主任单位、副主任单位等候选领导职位。
- 4、9月上旬由协会根据调研与座谈会内容拟定工作条例（含业务范围、组织架构、职责、工作规则、资产管理等），详见附件。

三、成立工作

- 1、10月下旬协会组织召开理事会审议专委会设立事宜，宣布主任、副主任及委员单位名单、工作条例等相关事项；
- 2、举行成立大会仪式，为主任单位、副主任单位颁发聘书或牌匾。同时，召开专委会第一次工作会议，确立年度工作目标和计划等。

深圳市时尚文化创意协会

二〇二一年八月