



TAIPEI INNOVATIVE  
TEXTILE APPLICATION SHOW  
2017台北紡織展  
OCTOBER 16-18

第 3 天  
展覽快訊

## 挪威 STOKKE AS

STOKKE於1932年成立於挪威，「為親近而設計」為其標語，以精心設計研發嬰童用品、為孩子帶來更好的生活為其核心理念，銷售網絡遍佈全球50餘個國家。

STOKKE的產品系列包括成長椅、嬰童車、嬰兒揹帶、家用紡織品及護理產品，而每項產品的研發，皆以促進孩童的持續成長與鞏固親子關係為其首要目標，設計均遵循「愈高愈好」和「親子面對面」兩大原則，每項產品皆可隨孩子的成長作調整，以縮短父母和孩子間的實體距離、增加眼神交流和互動機率，STOKKE深信建立孩子對親人的親密度和安全感是極為重要的，因此，不論是Tripp Trapp®成長椅、STOKKE® Xplory®嬰童車或STOKKE® MyCarrier™人體工學嬰兒揹帶，皆具前瞻性的革新產品，也是滿足孩子的需求和舒適感，以建立雙向親子交流的絕佳工具。

STOKKE® Athleisure 運動休閒系列更是將功能與時尚結合，發揮的淋漓盡致，STOKKE®Xplory® Athleisure嬰兒車提供更符合個人需求的客製化選項，可隨喜好選購車架顏色與配件，並嚴選具備吸濕排汗功能的高透氣網眼布料，還能依需求選購可攜式睡床，其貼近人心的設計，帶給親子間無與倫比的休閒時光。

STOKKE的每項產品都能跟著寶寶一起成長，可隨嬰兒成長做合適的調整且持久耐用，完善的功能更解決了家長在育兒過程中的諸多不便，美好的外觀造型能使用過程更加愉悅，更重要的是，更可讓親子能夠一同享受生活中的樂趣和喜悅。

STOKKE的採購經理與設計師表示，將來會有因應時代與科技的急速發展而研發高科技智慧型產品的可能性，因此，希望在TITAS 2017能得到新靈感，STOKKE一致認為效率是台灣展商的最大優勢，並

## 讓親子更靠近彼此的創新革命嬰童用品

認同台灣在Outdoor用品的機能布料製造技術上之表現突出、品質優異，也能在有限時間內，快速地供應客製化優質機能布料。

STOKKE十分注重與環境的和諧關係，除了重視絕對的安全、供應無毒材質的產品，更有責任為孩子之未來提供安全舒適

的環境，因此，無論是在可持續性的布料研發、產品製造與運輸過程，皆以人與生態的角度盡力維護環境，讓地球的美好樣貌和豐富資源，依舊能傳承於後代，這樣的人本精神和使命感也為其品牌精神賦予了更高層的意義。

## 巴西 adidas

### 尋求紡織品新原料 切合消費市場需要

世界知名運動品牌adidas從製鞋延伸到運動鞋、服飾配件、球類等產品，近年來商品種類趨趨廣泛，慢慢建立起一個全面性的運動用品王國。

adidas的創意總部位於德國，主要負責設計鞋款，由一名擁有運動員身份和製鞋技術的德國人，結合自己多年運動經驗的需求和造鞋技術，發明出最適合運動人士穿著的運動鞋，透過自己的專業與積極研究鞋類結構和性能，其生產之鞋類非常符合運動員的需求，因此也曾在奧運會上證明了adidas的造鞋實力。

這次，adidas的原物料開發者Ms. Gabriela Bohn第一次從巴西遠道而來參訪，台北紡織展令她驚嘆規模很大，且很有組織性，台灣人也非常友善，讓她對台灣留下很好的印象，雖然兩國距離遙遠，可是此番景象使她感嘆：就算距離再遠也不負所望！她也提到adidas的策略是生產和銷售，作為「The Maker of the Shoes」，鞋子的原料和成本是最重

要的。對Gabriela Bohn而言，平衡價格是她目前首要任務，她希望在參訪中能找到創新科技和合理價格的紡織品原物料，在巴西運動用品市場中，足球鞋和跑步鞋的銷量位居第一、第二位，所以她要尋找的是，能夠供應舒適、合宜巴西人穿著的台灣紡織品供應商，這是她此次來台參加TITAS 2017的最大目的。

Ms. Gabriela Bohn坦言巴西的市場非常具有挑戰性，而其挑戰是來自同行間的競爭力，如今的科技日新月異，大家都希望找到比以前更先進的最新科技技術，此外，商品價格也是一個需要平衡的重要因素，加上巴西的稅制問題，讓她很重視這次參訪機會。除了巴西之外，adidas的做法是以當地市場的需求為導向，為當地的不同需要而設計出當地消費者需求的鞋子，Ms. Gabriela Bohn是代表美洲巴西市場來尋求合適原料及紡品，她很樂意持續向巴西總部推薦全球重要紡織專業展TITAS。



## 台灣紡織品採購洽談會

## 高科技創新紡織品商機上揚

展覽是產業得以和國際接軌的管道，同時也是產業發表新產品、持續開拓新市場的重要平台。台北紡織展於展會中規劃「台灣紡織品採購洽談會」，不但可以持續為台灣紡織業搭建最效益的採購平台，更協助為數眾多的中小企業，與國際品牌接軌，以市場「先佔優勢(First-mover

advantage)」取得商機。「台灣紡織品採購洽談會」於台北紡織展開辦以來，由於實質效益顯著，不但國際品牌商來台踴躍，參展商更將一對一洽談會視為參展的必要活動。TITAS 2017台灣紡織品採購洽談會總計規劃超過1,000場次，188家台灣紡織業的參展廠商與會，專

程出席的國際品牌或零售商，來自歐洲有德國、英國、瑞典、瑞士、義大利、捷克、法國、挪威、荷蘭、奧地利、烏克蘭俄羅斯，美洲有美國、加拿大、巴西，亞洲及紐西蘭、澳洲等20個國家及地區，總計超過100個品牌，熱門採購項目包含：防水透氣、貼

合、塗佈、防絨、輕量、吸濕排汗、快乾、混紡織物，以及具環保、科技、時尚的針織或梭織機能性布料外，拉鍊、鈕釦、織帶等也是買家蒐集採購的重點，本屆核心亮點將持續聚焦於「智慧紡織」、「永續環保」、「機能應用」等三大高科技創新紡織品之洽談主力。



**TAIPEI INNOVATIVE  
TEXTILE APPLICATION SHOW  
2018台北紡織展  
OCTOBER 16-18**

**TAIPEI NANGANG  
EXHIBITION CENTER  
台北南港展覽館 1 館**

主辦機關  
Sponsoring Authority  
經濟部貿易司  
Bureau of Foreign Trade,  
Ministry of Economic Affairs

主辦單位  
Organizers  
中國國際貿易發展協會  
Taiwan Textile Federation  
TATFA  
中國國際貿易發展協會  
Taiwan Textile Federation  
Development Council

贊助機關  
Sponsoring Authority  
中華民國對外貿易發展協會  
Taiwan Textile Federation  
TATFA

主辦單位  
Organizers  
中國國際貿易發展協會  
Taiwan Textile Federation  
TATFA

贊助機關  
主辦單位





## 日本 MITSUI

以科技創新建構知名度

已連續多年參訪TITAS展的MITSUI (三井物產)指出,多年來已透過參與TITAS的採購洽談會,購買許多具高科技且創新的纖維和布料,使他們在時尚界建構一定的品牌知名度。隨著年輕人想要廉價且具高質感服飾的流行趨勢,MITSUI期望能在今年的TITAS展中找到更新、更便宜的材料,以符合年輕人的市場需求。

MITSUI品牌採購代表受訪時指出,三井物產生活事業部幾乎是台北紡織展常客,他們不諱言,TITAS多年來幫他們陸續找到更創新、更科技的紡織品材料,間接讓MITSUI能順利收購PERTEX®, CLOTH APP和WA.CLOTH,並持有BLACK & WHITE SPORTS等品牌之授權。

台灣三井物產生活事業部副部長林錦亮提及,像是UNIQLO、H & M、ZARA這些市場上的大品牌,因為產量大,可用非常低的價格銷售產品,這股市場的壓力,促使中型生產商必須尋求新的解決方案,例如,利用抗菌和輕質量紡織品,同時應用新的創新技術和時尚風格,以因應市場上年輕人的各式不同愛好需求。

為了不斷創新,以因應市場需求,MITSUI表示,他們在TITAS展中總會發現新的驚奇!在第一天的洽談會中,即發現已有廠商成功研發出可將纖維與各種礦物相結合嵌入布料內,製成一種可以發熱的紡織材料,這種發熱紡織品的概念,可以廣泛運用於登山、滑雪和徒步旅行,以及酷炫運動者的運動服飾;且創新又價格優惠的產品,已為台灣三井MITSUI提供一個新的想像空間。

台灣三井物產公司是三井物產集團旗下專業經營紡織產品的貿易公司,主要致力於運用遍布國內外的互聯網脈絡,不斷研發出從生活物資材料到工業原材料之新產品,如PERTEX®具備輕如羽毛、高收縮性、防止掉毛等特性外、其手感及美觀程度亦獲得高度評價;而PrimaLoft®則為高功能聚酯纖維產品提供高保溫、抗水性、柔軟性、壓縮性等功能,可廣泛運用於戶外服飾等產品。

MITSUI認為,儘管目前所處的整體商業環境瞬息萬變,MITSUI仍堅持以「開發豐富人們生活環境作出高附加價值的原材料,並提供全球化流通服務」為宗旨。

## 法國 Okaïdi

尊重孩子個人特質的法國童裝品牌

Okaïdi是來自法國的id集團旗下品牌之一,id Group擁有眾多針對不同年齡兒童族群的服飾品牌,其中的Okaïdi是專營14歲以下的嬰幼童裝品牌,並以Good id為其品牌標語,Good代表提供最優質及最佳產品,id代表ideas和identity,說明其擅於傾聽人們的想法,並致力於發想有創造性和現代感的設計創意概念、讓每個孩童勇於積極表達自己的意見、尊重每位孩童的品味和個性;Okaïdi企圖將所有文化結合在一起,創造世界兒童之間的聯繫,並共享圍繞著和平、開放和尊重的價值觀,目前已在全球超過60個國家開設800多間實體商店。

Okaïdi的服飾設計充滿嶄新創意,所有服飾皆符合人體工學並經過耐穿測試,受歡迎且多彩繽紛的Basics系列強調舒適與可搭配性,能因應日常生活與不同季節需求;而永不褪流行的經典牛仔褲系列,不但時髦且耐穿,其特殊的剪裁和耐磨布料,均可滿足所有兒童的身形和運動需求,不同的系列風格,讓孩童在成長的每個階段,都能藉由服飾展現出自己的獨立個性,同時培養孩子的自主審美觀。

Okaïdi在服飾材質的運用上,皆以安

全、舒適、耐穿為主,強調功能性且趣味性十足,不斷涉獵創新技術,並積極研發對環境友善,且採用已獲得認證的可持續性環保材質,以減少製程中對地球環境所造成的傷害,如零碳氫化合物的尼龍和棉質布料或生機環保材質,此次造訪TITAS 2017即是以探索新材料和概念的設計為其主要目的。

Okaïdi產品除了十分講究材質和服飾工法外,id Group旗下還有兒童益智玩具品牌Oxybul、互動多媒體動畫創作N' JOY、社區托兒所Rigolo Comme La Vie、育兒雜誌BUBBLE等八個多元的品牌與機構,觸角從家庭教育及社會教育,且積極參與公益、投入環保行動、關懷弱勢兒童,以創造更好的世界為首要目標,是個富含人文精神和重視社會責任的領導品牌,除了優質產品,法國Okaïdi品牌的人文教育精神,也非常值得深入瞭解和探究。

## 中國大陸 歌力思ELLASSAY

登峰造極的大陸頂級時尚女裝

歌力思品牌創立於1996年,以打造國際一線女裝為目標,並放眼世界期望成為深具國際影響力的領導品牌,目前在中國大陸已設有數百間實體店面,是大陸高級時裝界的典範。

歌力思以20-40歲的中高收入之都會女性為目標客群,服裝款式豐富,布料主要來自於日本、韓國與歐美國家,花色簡潔、樣式俐落、質感極佳,在設計上強調功能性與舒適性並重,讓端莊正式和輕鬆休閒能夠完美並行,其服飾風格分為ELLASSAY-正裝、First-高級、Weekend-休閒等三大系列,正裝系列企圖演繹職業女性強韌幹練又溫柔婉約的性格;First-高級系列皆由國際知名設計師掌舵,佐以一絲不苟的剪裁縫製,呈現出知性專業而沈靜優雅的都會時尚感;Weekend-休閒系列則採用強調舒適質感的高級布料,讓穿搭美學自然融入女性的日常生活體驗。

歌力思的設計皆企圖建立其獨特出眾之優雅哲學,造型簡約不張揚,色彩柔和不浮誇,都在不經意間表達著一種對生活的理解,讓現代都會女性能藉由衣著充分展現自信獨立聰慧的自我,而其講究細節和精緻輪廓造型,皆能媲美高級訂製服的高貴華美,以呈現品牌的非凡價值,並致力

於經營藝術公益事業,開展各領域文化藝術交流,亦曾榮獲產品開發貢獻、誠信示範企業等多項大獎,歌力思品牌精神與責任感展露無遺。

為更貼近國際時尚潮流脈動,歌力思在2004年聘請法國聖羅蘭前產品研發總監Jean Paul Knott先生為品牌設計顧問,力求提升設計團隊素質與品牌形象,並陸續聘請義大利、韓國等優秀設計諮詢顧問,以激發更國際化和多元化的風格,強大的國際資深顧問陣容,加上自有的百人設計團隊,超群的設計研發能力讓品牌價值不斷成長進步。近年歌力思不僅在紐約时装周主場發光發熱,更相繼併購了Laurel、Ed hardy、IRO等國際時裝品牌,並在今年拿下VIVIENNE TAM中國大陸營運權,多品牌時裝集團已漸成形壯大。

此次造訪TITAS 2017的布料開發主管和採購專員表示,歌力思與台灣廠商合作已逾10年,認為台灣一向能供應優質且具特色的提花、刺繡、蕾絲等加工布料,在功能性布料的設計研發上也遙遙領先,期望能在TITAS 2017獲得更多展商訊息和資源,以利於將來在發展更多元化的系列品牌時,能有更高的產品競爭優勢。

## 英國 CRAGHOPPERS

靈活運用科技 開創紡品新世代

一個跨越半世紀的旅遊探險品牌——CRAGHOPPERS,總部設在英國曼徹斯特,致力研發創新之織物科技,目前使用在產品上的紡織品創新科技已逾十項,其中熱賣中的旅行外套擁有獨家研發的NOSILIFE防蟲科技,洗滌後的防蚊效果依然可保持90%,對於旅行者而言,這個獨家的防蟲技術是一項很好的產品,對於常接觸大自然環境總免不了受蚊蟲困擾,然而,具有防蚊、驅逐等功能,CRAGHOPPERS貼心的為旅行者考慮到防範這項缺失,在既不會增加旅行負擔、又可解決蟲害之情況下,再經過一段時間的研究與發明,最終發展出NOSILIFE防蟲科技,而且外套的布料採用超輕質量紡織品,有效減輕旅行時的負擔,深受旅行者所喜愛。經過NOSILIFE加工處理的布料皆具抗菌功能,旅行期間容易流汗或接觸細菌等現象較常發生,是以,使用NOSILIFE技術的布料就能降低感染風險,並能防臭。目前為止,NOSILIFE防蟲科技在市場上非常罕見,CRAGHOPPERS採用此技術已成為紡織界之佼佼者。

除了NOSILIFE防蟲抗菌效果之餘,再配合SolarShield防曬技術,能抵抗紫外線指數至少達UPF40等級,符合國際防曬服飾系數的最低標準,非常適合經常在戶外活動者使用,可有效避免長時間暴露在陽光下所受到的危害、降低中暑機會。

在紡織品創新科技上,CRAGHOPPERS不餘遺力,力求自家所使用的紡織品一定要達到高品質水準,所產生的產品最與眾不同之處,就是每一種織物至少使用一種或多種以上的創新科技技術,以做出耐用且實用性高的探險機能服飾用品,如此才能在市場中脫穎而出,CRAGHOPPERS持續將重點集中在產品開發,希冀營造出一個具有吸引消費者需求的產品優勢賣點。

Ms. Debbie Halsey是CRAGHOPPERS的紡織品科技開發經理,這是她第二次來台參訪TITAS,希望透過現場與展商的互動和交流,藉以學習到更多創新科技技術,期待有機會把台灣的新科技技術融入在產品上,以再度提升產品品質。現階段Ms. Debbie Halsey會把焦點放在旅行服飾上,她聽聞台灣是紡織科技業蓬勃發展的國家,此次特地前來參訪TITAS,希望能找到具智慧型 and 永續環保的機能紡織品,集中聚焦應用在該品牌之旅行服飾用品。

## 美國 BLACK DIAMOND

重視永續發展 研發機能性戶外用紡織品

美國BLACK DIAMOND於1957年係由一位登山愛好者Yvon Chouinard所創立的戶外裝備品牌,從小車庫創立和生產,到現在遍及三大洲的國際領導品牌,作為全球戶外頂尖裝備的生產者,除了對登山的熱情外,還擁有一股探索大自然的衝動。BLACK DIAMOND品牌緣起於北美洲,歐洲和亞洲也成立總部擴大服務範圍,致力為全球戶外運動愛好者提供更多創新之產品。

BLACK DIAMOND因早期器材無法滿足登山時所遇到的各種狀況需求,促使興起生產登山裝備的念頭,希望以登山者的角

度去研發最適合的登山器材。此想法與攀岩好友分享並獲得充分支持後,積極研發器材,因產品設計及安全性均符合登山者所需,進而擁有極高的市場評價。

BLACK DIAMOND在環境保育方面不遺餘力,紡品材質均獲得bluesign®認證,符合人類和環境安全及永續生產之要求;在使用羽絨原料上,亦要求配合RDS(Responsible Down Standard)標準,讓消費者可以查詢羽絨的供應來源,且確保取得羽絨的方式並非來自虐殺、強迫餵食或活體拔毛的動物,可見BLACK DIAMOND在產品要求達到高品質的同

時,也顧及到保留大自然美好的一面。

BLACK DIAMOND著重在紡織品的機能應用,公司產品及物料開發者也是登山愛好者,瞭解登山攀岩所可能會遇到的各種不同情況,如果一件衣服能應付預期的需求,就是最適合市場的趨勢。「We do our sports!」就是以企業運動家的心態寓娛樂於工作,讓熱愛戶外運動的企業同仁也會優先選用自家產品。此外,BLACK DIAMOND所生產的器材亦持續創造全新的設計思維,所推出的登山杖擁有獨家機能,氣壓式避震設計非常先進與智能,四級的漸進減震功能可以自動感應衝擊的程

度,能自動轉換不同緩衝角度;加上登山杖使用Z字型設計,可以快速折收、方便使用,極符合登山者之需求。

Ms. Anna Kirner是Black Diamond的產品設計開發者,她提及自己多次來台參訪TITAS,希望能透過TITAS 2017與台灣廠商相互交流,展示該品牌最新創新科技與實力,也希望在展覽期間能遇到更多新的合作夥伴,期待展開新的商業貿易合作契機及技術交流連結,為該品牌繼續研發更多機能性的新產品。

