



TAIPEI INNOVATIVE
TEXTILE APPLICATION SHOW
2015台北紡織展
OCTOBER 19-21



第 3 天
展覽快訊

台灣紡織品採購洽談會 參展商之商機盡在其中

展覽是產業與國際接軌的管道，也是產業發表新產品、開拓新市場的重要平台，惟參加國際展會因參展商眾多，在諸大的展區中，未必能如預期獲取有效之商機，尤其中小企業的展出規模相對小，更不易吸引買家注意。而台北紡織展規劃的「台灣紡織品採購洽談會」，不但

為台灣紡織業搭建最具效益的採購平台，可減免業者奔波於展會的舟車勞頓，更讓為數眾多的中小企業，能實質掌握參展的商機。

自從「台灣紡織品採購洽談會」在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 2015台灣紡織品採購洽談會總計規劃超過1,100場次，150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、法國、挪威、荷蘭、俄羅斯，美洲有美國、加拿大、巴西，亞洲及紐澳地區

為日本、韓國、中國大陸、香港、紐西蘭、澳洲等18個國家及地區，總計超過90個品牌，熱門採購項目包含：防水透氣、貼合、塗佈、防絨、輕量、抓絨、吸濕排汗、快乾、混紡或類混紡外觀織物，以及具環保、科技、時尚的針織或梭織功能性面料。此外，拉鍊、鈕釦、織帶等亦是買家蒐集之焦點。

毛紡織 創新產品貿易促進發表會

近年來羊毛素材於紡織工藝的應用有著令人驚豔的發展，其本身獨特的優越功能性，也成為流行與戶外服飾的首選素材之一。為協助品牌商、通路商、貿易商，以及我紡織業者，掌握創新紡織品發展與運用，提供高效交流平台，進而帶動同業、異業結盟，轉型升級並發展高附加價值產品，台灣區毛紡織工業同業公會特別於TITAS展展期舉辦「毛紡織創新產品貿易促進發表會」(南港展覽館402會議室10月21日10:00~12:00)，在專家演講

部分，特邀國際羊毛局江淑芳經理揭示「2016.17年羊毛秋冬流行趨勢」；在廠商新技術/新產品聯合發表部份，邀請佳和實業翁偉翔執行副總經理分享「機能性羊毛」最新發展、誠佳科技紡織郭明通研發經理解析「如何跨越高科技紡織品門檻」，並同場匯集國際羊毛局、佳和實業、依田公司、誠佳科技紡織、翰新實業，以及鼎祐國際實業於現場展示最新產品，活動精彩可期，歡迎業界先進蒞臨！(展位號碼：N715)

塗佈貼合 設備發展新趨勢與德國品牌 - LACOM說明會

提高產品附加價值及全球市場競爭力是台灣紡織業者汲汲營營的目標，尤其近年有關機能性紡織品新技術研發，更受到業者的關注，而塗佈貼合製程則是其中的關鍵性技術，在符合環保的前提下，結合不同的材料，賦予新的功能結構，是未來的新趨勢。

所謂「工欲善其事必先利其器」，一部多功能熱貼合塗佈設備將是未來台灣紡織

業創新研發的重要工具，而德國LACOM公司長期致力於研製高精密塗佈設備，對於黏結強度、機械彎曲、拉伸及屈曲等要素皆有精細的控制能力。中大遠東實業藉由本次研討會，為業界提供環保、低耗能、安全與更有效率的設備選項，希望促進紡織同業在舒適保健的機能性紡織品領域，能因此開發優質的新產品，再創新的商機。(展位號碼：M1301a)

智慧衣 發展趨勢與使用者情境探討

智慧紡織品是當今最具利基型的新興產品，雖然智慧衣的概念早在三十年多前就見諸於文獻，直到近年才因雲端技術、智慧型手機、物聯網及APP等網路科技快速發展，進而帶動穿戴裝置崛起，智慧衣因此再受矚目，再加上具實力

的大廠與創投事業相繼投入，遂成為紡織業最具創新概念的熱門議題。目前市場顯示智慧衣使用者將聚焦於健康管理，本研究使用對象鎖定在65歲以上的高齡層，或45~65歲的「未來高齡層」，目前台灣正面臨著邁入高齡社會，

65歲以上的老人八成都具有自理能力且行動自如，所以是市場優先考慮的消費對象。而「未來高齡層」族群則因對科技性產品的使用或接受度較高，對於健康養生亦有較強的動機，所以將是智慧衣的潛在消費者。台灣目前智慧服飾從技術進展到商品，但仍未進入服務/商業模式的發展，商品的應用與普及仍有待努力。本次研討

會希望藉由陳述智慧衣發展趨勢，描繪未來智慧型紡織品的遠景，提供同業參考，以為後續推廣的基礎。希望藉由產業多元的投入，加上服務型態的產生，可以達到推廣智慧型紡織品的目的。(展位號碼：M136)

明年20週年見
TAIPEI INNOVATIVE
TEXTILE APPLICATION SHOW
2016台北紡織展
OCTOBER 17-19
SEE YOU NEXT YEAR



有朋自遠方來

德國經典品牌 HUGO BOSS 追求高科技並符合環保與永續概念

世界著名的德國時尚品牌 HUGO BOSS，生產全方位的時尚系列產品，包含男裝、女裝、皮件、手錶、眼鏡及香水等奢華精品。尤其品牌的男裝系列，以極簡設計風格與嚴謹的剪裁，廣受商務人士之喜好。近年來，運動休閒風吹入時尚產業，HUGO BOSS亦推出休閒風之品牌，例如BOSS ORANGE與BOSS

GREEN等。第一次參加TITAS展之HUGO BOSS 品牌採購代表提及，台灣紡織業在產品創新、高品質材質以及永續使用的觀念上，已有領先國際紡織業之水準，令他印象深刻，HUGO BOSS品牌也已經與幾家台灣廠商合作，此次在展場上也看到一些參展廠商展示之配料，在高科技研發上已領先

業界，讓HUGO BOSS品牌相當感興趣。現今世界產業趨勢，皆朝綠色環保意識、自然材質、現代化與高科技的方向發展，品牌採購代表提及，身為全球時尚領導品牌之一，HUGO BOSS亦加入這股研發產品永續使用的行列，這也是世界所有產業的未來生存之道。品牌採購代表並讚賞台灣的紡織廠商在此領域的發展，已經

有令人驚豔之成績，在產業發展觀念上，台灣廠商已越來越接近HUGO BOSS產品的「永續」哲學理念，因此大大提高雙方合作機會。

品牌採購代表讚賞此展的規劃非常完備，且對於所安排的採購洽談會相當滿意，在供應廠商的媒合上，所挑選之廠商均很合適，並可直接看到廠商的樣品，有助於雙方的溝通與瞭解，這是非常好的做法。

贊助機關



主辦單位





德國運動名牌 PUMA

打造全球運動生活潮流的推手

來自德國的PUMA是世界級的運動品牌之一，主要生產各式的運動鞋，包括足球、田徑與高爾夫等產品；此外，多樣化風格的運動休閒服飾用品，也是PUMA的主力商品。該品牌也經常贊助各類運動賽事，在世界運動用品產業，穩居重量級的領導地位，如今PUMA已發展成為全球性的運動品牌。

PUMA品牌是第一次來台參加TITAS展，不過曾經來過台灣的PUMA品牌採購代表說，TITAS展的舉辦，一年比一年更好。未來希望能夠看到TITAS展，持續擴大舉辦展覽的規模，能夠讓國際的買家，觀摩到更多台灣廠商所精心研發的紡織創新產品。

品牌採購代表指出，PUMA品牌非常注重產品的高科技與功能性材質的特色，讓產品可以發揮最佳的功能，因此品牌尋求合作的原料廠商，在生產高功能性布料與高品質面料的能力，是PUMA非常注重的

澳洲 Sea to Summit

離開實驗室 走入大自然

創立於1990年，Sea to Summit從字義上來看，就是從海平面到高山的意思，創辦人Tim是澳洲第一位將海平面視為起點，在無使用氧氣設備支援之情況下，成功完成2次攀登喜馬拉雅山的紀錄保持者。以輕量旅行為概念的SEA TO SUMMIT旅遊商品，開始為澳洲市場開發一系列收納袋、睡袋內套與相關露營配件，因為創辦人曾數次橫渡印度水域，因此戶外產品研發中特別強調親水的功能性。其中配件防水系列，使用不含PVC成份的TPU材質製造，具有抗UV及耐寒氣候的功能，強韌不易脆化能有效防水滲入的功能。因卓越研發、品質優良、價錢合理，從西澳柏斯為起點創立至今，已成功銷售至全球35個國家，成功攀上戶外專業配備頂尖領導地位。

秉持著「離開實驗室、走入大自然」的產品測試標準，Sea to Summit對於環境的保護不遺餘力，產品囊括輕量旅行、戶外露營、登山健行甚至是水域活動，包含

條件之一。而台灣許多紡織廠商在這方面越來越具有競爭力，PUMA品牌也與一些台灣廠商發展穩定的合作。

PUMA品牌採購代表表示，此次前來參加TITAS展，希望能夠為自家品牌下一季所推出的運動服裝系列，找到合適的布料，例如最新研發出的纖維，以及觀摩布料的創新應用。此外，PUMA也希望能夠發掘更多台灣廠商在研發布料方面的背景小故事，讓品牌未來能夠運用這些小故事，作為產品行銷之重點內容的一部分。運動休閒服飾與時尚結合越來越緊密，而運動風也已經走進消費者的日常生活，運動與生活的界線越來越模糊，在街頭經常看見消費者穿著運動服飾上學或參加社交活動。這股運動生活化的趨勢，PUMA品牌與其他主流的運動品牌，均扮演著推波助瀾的角色。在全球興起一股運動生活的潮流下，也為運動服裝與相關紡織產業，開創更多商機。

Big River海域用防水收納袋、可壓縮防水袋、可換洗之睡袋內套、防蚊帽、帳篷蚊帳等產品。大尺寸充氣式睡墊使用Exkin® Platinum及Thermolite® insulation材質，可承受身體重量並利用對流原理保持體內恆溫。其中大量使用TPU環保材質，介於橡塑膠之間的高分子彈性體，具耐衝擊、耐曲折、高延伸性、高抗撕裂、高強度、耐低溫等特性。

該品牌採購代表提及「我們和亞洲的關係一直很密切，也發現台灣、南韓消費者多喜愛設計重於功能的相關產品，如超輕量防水背包在台灣則銷售極佳」。強調因戶外露營環境多變，該公司產品適用於各種氣候條件；近年來喜愛運動的族群快速增加，「快乾毛巾」則成為該公司最新主力產品，因利用露營車旅行的人口越來越多，該公司未來將會致力於烹調用具的推廣，而產品迷你、輕量化絕對是最新的流行趨勢。

英國 Mountain Equipment

領導全球之專業登山裝備品牌

英國Mountain Equipment是家成立於1972年的登山裝備公司，總部位於曼徹斯特，是由一群戶外運動專業人士所成立，初期開發生產適合英國多雨寒冷、惡劣氣候的戶外運動服裝，隨著趨勢演進如今專門生產尖端的登山極限運動裝備。

第四度來台參加TITAS展，Mountain Equipment的採購代表，介紹該公司主力產品為戶外運動類，如攀登、爬山與極端環境探險所穿的外套與褲子，公司堅持使用符合Gore Tex的科技布料，強調極佳的防風、防水機能，此外，Mountain Equipment公司亦創立Drilite品牌布料，以符合公司產品之需求。

品牌採購代表提及，Mountain Equipment的產品能夠居於全球登山裝備市場的領導地位，在於該公司將產品的品質標準，列為優先的採購準則。品牌堅持所謂的「獨家品質」，任何合作的製造商，均必須依據品牌所規定的設計與規格來生產布料。由於公司團隊，均是專業的

登山運動人士，產品的測試都是由這些團隊親自在極端的氣候環境之下進行，因此測試後的產品，都是最能符合這些專業客戶親身體驗的需求。

特別的是，Mountain Equipment秉持企業良心，加入英國一個Fair Wear Foundation組織，恪守生產過程符合世界規格，例如絕不與使用童工或虐待勞工的廠商合作。近期公司也從經銷商的角色，逐漸轉型成零售的行列，並在美國西雅圖成立專賣店。

早期Mountain Equipment的產品全在英國製造，但隨著市場的演變，該公司亦積極向外尋求具競爭力的布料供應商，從葡萄牙轉向包含台灣、南韓與中國大陸等亞洲供應商。採購代表強調，在該公司的嚴格測試標準下，非常滿意台灣廠商所生產製造的布料，因此他才持續來台灣尋找供應商，希望此次能找到符合公司嚴格標準的極高度防水機能布料。

北京朗姿

搶攻多樣化繁複女裝市場

朗姿，創立於北京為中國高端時尚品牌，大陸A股第一家上市公司，旗下擁有朗姿(LANCY FROM25)、莫佐(MOJO.S.PHINE)、萊茵(LIME FLARE)、瑪麗安瑪麗(marie n mary)、JIGOTT、liaalancy、FABIANA FILIPPI、DeWl、Agabang等品牌。多品牌運作格局，堅持產品自主設計與研發，北京與韓國首爾2個研發設計中心，共擁有200餘名專業化、國際化的設計研發團隊，每年開發4,000多款色的設計，以全新的設計理念詮釋了國際名品的時尚與潮流。目前，該集團行銷網路已覆蓋全國30個省市的100多個城市大型高端商場，擁有560多個銷售終端，形成了以高級百貨店為主的自營、特約經銷、SHOPPING MALL、機場、電商多元化的行銷體系。2014年11月，朗姿股份正式收購韓國嬰幼兒品牌Agabang公司，拓展嬰幼兒服裝及用品市場。

品牌採購代表提及「女裝需要大量、繁複、多樣化的面料，如羽絨、皮毛。我們是第一次參與本展，看到台灣不只面料品質穩定，定色牢靠，其輔料部分如拉鍊、水洗標等質料亦很不錯。此次來到台灣印象最深刻的是台灣檢驗流程符合國際標準。我們走的是百貨公司及高端通路，必須先通過各項檢驗測試後，才能進櫃銷售，每一道檢驗流程都必須很謹慎」。每年布料的花型變化多端，如今年流行條紋狀，並非固定單一花樣。

隨著消費者意識提升，未來材質將更重視天然、環保、健康。因此如棉、麻、羊絨、毛等這些織品需求預計將會大幅提升。中國國標(GB Control)檢測嚴格，朗姿身為上市公司，每一個選擇都影響到巨大的銷售成績，此次來到台灣，同時看到日本、韓國及東南亞的參展廠商，在很短的時間內能一次接觸到亞洲高品質的供應商，對TITAS的期待溢言於表。

瑞典 J.LINDBERG

急欲尋求高科技機能性面料

J.Linberg源於瑞典的斯德哥爾摩，萌生於嚴酷的大自然環境中，造就了北歐人熱愛極限運動與挑戰的精神，結合時尚設計剪裁與機能布料，開發原創及經典的男裝，引領男性開始追求美學品味。品牌長期與商務、娛樂、高球運動員形象結合，創造頂尖名流的時尚感。主要包含經典北歐時尚西服男裝、頂級高爾夫時尚及滑雪系列等商品。其中滑雪系列J.Linberg SKI Collection，使用選手等級高科技材質和革新性剪裁細節，使得穿著合身且舒適，快乾面料為運動增添清爽與俐落感。

2015春夏頂級高爾夫系列明星商品之一的高科技機能POLO衫，採用TX Jersey技術，使用雙面拉伸延展彈性，同時兼具柔軟觸感與高質感的外觀；秋冬J.Linberg

高爾夫系列，以大自然地表的戲劇化現象如冰原、火山及海浪為靈感來源，將海軍藍，炭黑及森林綠做為本季主色，為球友打造出極簡同時又兼具運動需求機能的時尚運動系列。

品牌採購代表受訪時表示「這次是第四次參加TITAS展，目的是為了開發最新、最好的布料供應商」。觀察這四年來參展廠商逐年增加，從早些年著重於時尚和運動風的潮流，至現階段開發更多功能性產品，布料技術與時俱進；台灣擁有與日本、歐洲同步的先進技術，參展供應商的種類明顯多元豐富許多。因已與台灣有業務夥伴關係，固定每年參與TITAS展希望能發掘更多新的市場機會。J.Linberg急欲尋找卓越的機能性布料，預估未來的趨勢依然會以輕量服裝為首選。

美國 KASPER集團

旗下女性針織套裝系列引領時尚潮流

來自美國的KASPER集團，是美國著名的女性服飾公司。其母公司為The Jones集團，為了經營多樣化，集團成立許多品牌，並在美國各地的購物中心與百貨公司內設立多家零售分店，例如美國的梅西百貨。據KASPER的採購代表表示，他們以挑選購物商場為主要設店策略，因商場大部分位於市中心區，這樣一來商品訴求的客戶也較容易接觸、購買到該集團的商品，這讓消費者對KASPER商品之反應極佳。

KASPER的招牌商品為女性套裝系列，主要為職場婦女上班族的辦公室穿著，

風格優雅且經典，這些套裝都是高品質且具功能性的針織布料，採購代表對於合作的台灣布料供應廠商，給予極高的評價，台灣廠商不僅交貨準時，能提供客戶大量選擇的染色需求，對客戶的服務更令人滿意。此次來台參加TITAS展，集團希望有機會能看到更多樣化的針織品，例如平紋針織面料或是雙針織材質布料。KASPER採購代表很高興表示，展覽第一天上午的幾場採購洽談會，他們已接洽幾家相當有潛力的供應商，讓他們對於此展發揮的媒合功能，給予非常正面的肯定。

深圳 ELLASSAY 歌力思

1996年由夏國新先生於深圳創立歌力思品牌，一直沿襲「時尚優雅」的設計風格，ELLASSAY(歌力思)以25至40歲中高收入、講究優雅、時尚、品味、成熟的都市中產階級女性為目標客戶，服裝擁有簡約、纖秀的輪廓造型、考究的細部處理、柔和的色色搭配和特殊的進口面料。

品牌自設立以來，一直從事女裝服飾的設計研發、生產和銷售。目前主要經營系列為正裝、休閒和高級三大產品系列，按產品品類分為上衣類、裙類、外套類、褲類、女鞋及配飾六大類。

歌力思以歐元1,118萬元成功收購，原屬德國三大著名奢侈品牌之一的ESCADA旗

挪威經典品牌 Norrøna Sport

登山與極地探險服飾裝備的絕佳選擇

成立於1928年的挪威知名戶外用品公司Norrøna Sport，即將成為挪威戶外休閒用品的百年老店。該公司專門研發適合北歐、美國、加拿大寒冷地區與阿爾卑斯高山地區穿著的登山用服裝裝備。Norrøna Sport主要銷售管道為網路銷售，除此之外亦透過零售商銷售品牌產品。

一向堅持使用科技性功能布料生產專業登山配備的Norrøna Sport公司，今年是第四次來台參加TITAS展，該品牌採購代表提及，Norrøna Sport其實早已和台灣的廠商有多年的穩定合作，對於台灣紡織產品的品質，表達一定程度的讚賞，藉由採購

洽談會的場合，公司與台灣廠商進行面對面的直接溝通，亦可以在現場實際看到廠商全新研發的產品樣本，可以增加雙方合作的機會。

品牌採購代表指出，最近幾年來世界的登山戶外配備發展趨勢，朝向具有環保意識、可回收再利用的綠色材質發展，從過去幾季的時尚大品牌所推出的產品系列，也越來越多具有運動休閒風格，登山服裝走入消費者日常穿著，這股不可抵擋的未來趨勢，可以提供台灣廠商掌握未來的紡織品研發方向。

紐西蘭 Kathmandu戶外用品

從都市雅痞到戶外探索

Kathmandu於1987年於澳洲墨爾本開第一家店，1991年於紐西蘭基督城(Christchurch)開了另一家店，至今已有28年歷史，從小眾愛好者成為國際知名戶外運動用品及服飾品牌零售商。目前在澳洲、紐西蘭及英國已設立100多個零售據點，擁有超過1,500名員工，主張為了追求不凡的體驗應該擁抱自由、自然、探險、冒險。

該品牌著重設計、科技、研發，所有的產品講究原創、經嚴格檢驗、解決問題，該公司不只開發戶外運動裝備、健行、健身、露營、滑雪、單車、水上運動等產

品，亦推出針對商務旅行者，設計功能性強的旅行行李背包，為忙碌的現代人提供多功能且符合時尚的新產品。

採購代表二度參訪TITAS，對於此展的創新和環保永續概念感到印象深刻，他表示「未來的趨勢不外乎輕量、機動、時尚。目前產業面臨最大的挑戰是，許多時尚業者亦投入戶外運動產品之領域，競爭勢必相當激烈」。未來可預測的是，紡織業為了確保供應商的品質及永續環保的潮流，必須不間斷參與重要會展，而TITAS符合Kathmandu的多元需求與前瞻性創新要求。

下女裝品牌Laurèl在中國大陸地區的品牌所有權和使用權，通過此次收購將建立與德國LAURÈL GMBH公司的戰略合作，強化原本奢侈線高檔的重要性。

品牌採購代表提及「這是我們第一次參訪此展，過去我們在台灣有合作的貿易商，今年因為收購德國品牌，所以希望到

台灣尋找最好的合作供應商」。透過主辦單位安排參與多場採購洽談會，期待能接觸到更多如鈕扣等高檔輔料廠商。未來希望可以不需透過貿易商，直接和台灣廠商交流、合作，貼近第一線消費市場。