



絡繹不絕的採購人潮

提供參展商無限商機



台灣紡織業因應歐洲市場的新挑戰 開拓歐洲市場行銷策略分析研討會

奈米紡織公司(Nano-Tex Inc.)是一家總部位於美國的先進布料研發創新公司。該公司提供以奈米技術，協助在服裝、居家或商業空間內部裝潢市場，提升紡織的產量與品質，並且為全世界170座紡織廠，將近100個品牌，製造達3千萬件服裝。



Keunen進一步建議所有希望進入歐洲市場的企業，需要充分擬定一套完整的策略，會中他也舉出一些成功的案例，加以佐證。最後，Keunen提供台灣紡織業者幾項實用的建議，例如加入當地的銷售組織、要和主要客戶建立直接的關係、積極為客戶服務、流程須透明且簡單化、清楚的估價策略以及良好的公關。他同時也舉例幾個歐洲有名的展會，提供給現場對歐洲市場有興趣的業者。

負責歐洲與亞洲行銷的資深副總裁Dirk Keunen在TITAS 2009，舉行一場題為「開拓歐洲市場行銷策略分析」研討會。會中他先簡介Nano-Tex公司，以及歐洲市場概況，然後他列舉出業者進入歐洲市場時，所需要克服的挑戰，包括歐洲市場區隔化、語言/文化、環境的改變、市場的要求、立法/規定，以及金融危機等。



國際專業趨勢研究 預測全球時尚趨勢

TITAS 2009很榮幸邀請到國際知名趨勢研究公司Worth Global Style Network Limited (WGSN)的潮流趨勢總監Catriona Macnab，前來舉行一場有關全球流行趨勢的報告。



舊想要品牌，但流行業對於訴求重點還需要更精益求精、新興市場不見得穩定、

聚焦在地非常重要、持續創造流行才是王道，並善意提醒要擅用經濟蕭條的時機等。

她同時也提到幾項例如原色紗(greige)、合身洋裝(body-con)、數位照片燙印、浸染與漂白效果、華艷的人造纖維，以及看似潮濕的液體效果材質等重要的布料趨勢。

Macnab開始先針對消費者與目前的經濟情勢，向聽眾概略陳述WGSN的幾點主要看法：包含經濟正在復甦當中、消費者的習慣已大為改變、消費者購物的同時喜歡學習到一些新事物、消費者希望與購買的品牌產生某些連結、消費者仍

談到2010/2011年的秋冬流行趨勢，Macnab提出幾項實用且具創意的類別，例如公司企業員工應該嘗試穿著非正式混搭的運動穿著，或可增加自信的休閒服，並加入現代技術的上班服裝。

紡織展品 種類齊全 滿足買家採購需求

今年紡織展中，不少優質廠商展現其國際競爭力的成果。例如成立於1964年，以專門生產椰炭纖維、PET回收環保紡織品、袋包用料紡織品與織帶、高科技技術以及短期交貨的專業能力，在產品創新與品質上，均有出色的表現與成果。對於後段整染加工方面，各類布料的開發與製造，也大大地提升產品的附加價值。今年榮洲亦推出一款超薄布料，質地輕盈，是專門用做成衣的布料。而另一款名為『針織舞龍布』，布面具有花紋且彈性佳、保暖度高，適合做成戶外休閒外套。

榮洲紡織(A1816)成立於1979年，主要生產各種工業用布，包括鞋材、帽材、皮包材、醫療材等。包括彈性竹炭加工布料、吸濕排汗布料與麂皮布料等機能性成衣用

布，傢飾用布料與美容用途的布料。針對市場區隔的需要，發展多樣化的紡織品，符合不同客戶的需求。榮洲擁有先進生產設備、染色技術以及短期交貨的專業能力，在產品創新與品質上，均有出色的表現與成果。對於後段整染加工方面，各類布料的開發與製造，也大大地提升產品的附加價值。今年榮洲亦推出一款超薄布料，質地輕盈，是專門用做成衣的布料。而另一款名為『針織舞龍布』，布面具有花紋且彈性佳、保暖度高，適合做成戶外休閒外套。

美琪企業(A1413)是生產各種刺繡布料與燙貼刺繡流行飾品的專業公司，包括尼龍布、斜紋布、針扎布、細絨布、亮光布、長毛布及麻布等各種布匹，不管是產品種類或是設計式樣都相當齊全，可一次滿足買家的布料與飾品採購需求。

TITAS 2009 展覽快訊

from Fibers to Fabrics for Fashion plus Functions + Full package services

2009年10月14日, 15日, 16日

Taipei Innovative Textile Application Show

台北紡織展

台灣區紡織同業公會大力支持 會員廠展品精

台灣區紡織同業公會始終是台北紡織展最大的支持者，TITAS 2009共有12個公會帶領會員廠商參展，並展出精彩之研發產品，今年絲織公會與絲綢印花公會展區的代表廠商有台灣富綢、和友紡織、榮洲紡織以及忠興織造、吉

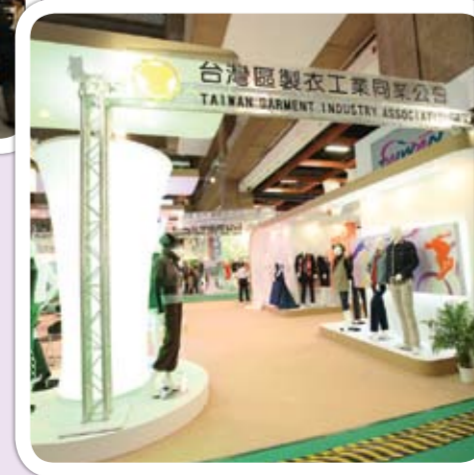
使達等公司。棉布印花公會展區的代表廠商是棉樹實業、南洋以及貴康公司。紡紗公會展區的代表廠商是理隆纖維、大東紡織、東和紡織等，毛紡公會展區的代表廠商有三新、信華、勤益、振翔、泰福、瑞皇等老牌毛紡織公司以及偉僑國際

公司。織布公會展區的代表廠商有弘裕企業、三五紡織、一億紡織、生旭紡織等研發實力厚實的廠商，製衣公會展區的福興製衣、德式馬企業、南緯實業、龍迪實業、海外工業等都是台灣成衣的代表，不織布公會展區的參展會員規模最龐大有

康那香、三芳化工、凱棉等公司、針織公會展區的代表廠商有旭寬企業、國智經編、世堡紡織、建躍實業、宏詒實業等廠商，以及手套公會展區的佑環、亦展，織襪公會展區的東肯、慶烽、依邁特等都有令人驚豔的展品。



紡織各公會 共襄盛舉



TITAS展是具高水準的展覽會 中國紡織品商業協會 李會長建華 對TITAS讚譽有加

本次受邀前來參加TITAS展的貴賓當中，中國紡織品商業協會是相當受矚目的參訪團體，包括李會長建華與辛副會長哲華聯袂來台，顯示該協會對TITAS高度的重視與期待。

中國紡織品商業協會成立於1990年，為一全國性的零售產業相關之民間組織，其角色是作為政府與民間的橋樑，推動產業與企業組織的健全發展。李會長表示，此行目的也是希望參觀TITAS展的創新紡織品。在參訪期間，他見識到台灣紡織業的高科技研發能力，例如有些廠商推出的超薄面料，令他印象非常深刻，李會長直稱「台灣的高科技研發水準還是走在世界的尖端」！



透過這次參訪，協會成員充分了解台灣的紡織業發展現況，由於中國紡織品商業協會本身也舉辦產業展會，與台灣的紡拓會互相交流已有多，李會長頻頻讚許TITAS「一年比一年更有水準」。他認為兩岸紡織業者的業內交流非常重要，希望兩個協會能多加合作，研究配套措施，讓兩岸紡織業發揮互補性作用，共創美好前景。



北京探路者

持續尋求更優質戶外休閒服飾

北京探路者目前是中國第三大戶外用品供應商，其產品包括服飾、帳篷、睡袋、登山休閒鞋與背包等。過去10多年來，平均成長率高達50%，是中國最知名的戶外用品品牌之一。

探路者副總裁韓濤雖然曾經來台訪問，但今年首次受邀前來參加TITAS 2009，她表示，此行希望能尋找適合的機能性紡織材料與產品，特別是具有防水、透氣與質料輕盈特色之產品。

談到目前中國的紡織市場，韓副總裁表示，去年的確出現成長趨緩的情形，但如今景象大多已復甦。以戶外服飾產品而言，她認為由於戶外休閒運動在中國仍是新興的休閒活動，雖然目前市場規模較



小，幸運的是這個市場的成長速度很快，因此日後仍具有很大的成長空間。

韓副總裁指出，目前該公司大部分的原料均購自中國大陸，少部份來自台灣或日本；雖然台灣紡織業者具有先進的研發技術，且品質優良、穩定，但價格與中國大陸比起來仍是一大問題，能否與台灣廠商合作，「價格」將是最關鍵因素。

韓副總裁表示，她很清楚自己的目標產品，但她依舊保持開放的心態：「我每件東西都看；而且對於可能有需要的材料都很有興趣，若能找到更具創意的產品，那就太好了！即使沒有找到，我們也與幾家廠商建立了良好的關係，希望日後彼此能有機會合作！」

中國諾詩蘭

將奧地利Northland戶外服飾 時尚化與生活化

奧地利戶外休閒品牌Northland主要生產戶外休閒服裝，例如滑雪衣、羽絨外套與戶外登山鞋等。而中國諾詩蘭公司於2003年買下Northland的品牌，可自主研發、設計與生產經銷。5年以來兩岸三地的店面已經擴展至250家。

諾詩蘭生產總監饒剛強表示，在取得Northland品牌之後，公司便積極改變產品的風格與設計，以期更符合中國人的穿著與習慣。饒總監舉例，在顏色設計上，歐洲人偏好深暗的顏色，諾詩蘭便將顏色改成具有東方風格的色系，包括紅色、寶藍色等；又例如鞋型，諾詩蘭也將其改成更符合中

國人腳型的款式。更特別的是，諾詩蘭將專門用於戶外的Northland用品，加以時尚化、生活化。目前，諾詩蘭在中國大陸的戶外用品市場佔有率高達4%，即使佔最大市場的其他戶外用品廠商，其市場佔有率也大約6%左右，顯示戶外用品市場在中國競爭十分激烈。

看過多國紡織展的饒總監表示，台灣廠商的機能性紡織品發展，讓他印象深刻，雖然台灣資源較少，但仍可以透過獨特技術的研發與提升，強化其國際市場的競爭力。



江蘇鹽城規劃 「台灣紡織園區」 向台商招手

首次前來進行產業交流，並宣傳鹽城「台灣紡織園區」的計畫。江蘇悅達集團總裁邵勇表示，此行目的除了向台灣進一步介紹例如天絲與漢麻等中國大陸新開發產品之外，亦順便拜訪台灣的合作夥伴，溝通未來的合作方向。更重要的是，他希望以開放的心態，去瞭解、學習TITAS展中最新研發的精華。



初到TITAS展的邵總裁表示，看到展場的優質紡織品、先進紡織技術與高度的設計創意，令他印象十分深刻。「紡織品結合高科技與機能性，這是台灣紡織品的競爭優勢，我認為整體的水平逐年不斷提昇！」

韓國PID大邱慶北紡織協會 來台參展取經

首次率團參加TITAS展的韓國PID大邱慶北紡織協會，共有七家成員，六家是機能性布料廠商，另一家為高爾夫球休閒服裝廠商。協會的展覽部主任John Lee表示，此行最大目的，是為了韓國2011年即將舉辦的大邱國際纖維展覽會(Preview In Daegu)，前來台灣觀摩、參考TITAS的辦展經驗，並與台灣業者進行交流。



也有五個包含印染、紡織機械、時裝等研發中心；因此機能性布料研發，也是大邱紡織業者的發展重點之一。

李主任表示，韓國大邱是化纖的集散地，經歷去年的金融危機，當地的紡織廠商從5,000減少至目前約3,000多家廠商。由於韓國政府的支持，許多紡織公司均投資成立研發部門，連大邱慶北紡織協會本身

在TITAS展期間，李主任也參觀其他台灣廠商所展出的商品，他發現台灣紡織業與韓國紡織業之間，有幾點明顯的差異，例如台灣廠商大多專注在開發運動休閒服飾及材料，而韓國廠商則多集中研發流行女裝；此外，台灣廠商的副料幾乎都是完成品，而韓國廠商則以生產布料為重心。他認為這點是值得韓國學習之處。



CITI代表來台宣傳 印度紡織業 盼望吸引更多台灣與國際買家 前往印度

印度紡織產業聯盟(CITI)是代表整個印度紡織業的傘狀組織，總共有12個成員，7個聯合成員以及6個法人組織成員，整個國家的紡織與紡織機械生產當中，有超過90%是由CITI所代表。這是CITI第二次來台參加TITAS，此次是由副秘書長S. Raswant代表參加。去年CITI率領6名團員來台，今年減少至4位，Raswant副秘書長解釋，是因為TITAS剛好與印度紡織展以及即將來臨的印度節慶Diwali撞期的關係。



張與改善時期，其中幾項紡織品更是正邁向世界舞台。」對於未來幾年的產業成長，Raswant表示相當樂觀。

他進一步表示，他喜歡來台參加TITAS展，是因為有潛在的機會能和台灣及國際的買家見面接觸。Raswant說，「這是場國際性展會，因此我們很高興能夠與任何希望和印度公司合作的業者見面。」印度公司與台灣企業需要借重彼此不同的專長，產品需求上互通有無。Raswant表示，對於未來他很樂觀，雙方合作關係將持續成長。

Raswant表示，目前印度紡織市場並未受到金融危機影響，他說，「印度紡織業正經歷令人振奮的擴

台北紡織展中小企業展示專區 強力拓銷國際市場

中小企業一直是我國經濟發展的重要支柱，為協助中小企業降低拓銷海外市場之成本，強化海外市場行銷能力，提高中小企業之國際競爭力，經濟部中小企業處特別於2009年台北紡織展規劃「中小企業展示專區」(攤位號碼：D816)，期以最少的成本增加我中小企業國際曝光度，擴大與國外潛在買主接觸層面，提升台灣產業形象。



參加本專區展出的業者總計30家，其中歐蒂龍、興瀚網版印刷、五龍牌、三怡、凱澤、何宏明、瓊象、貴玉、立展、西亞、弘采拉、日崙、美菲絲、植兆、金泰及碩環等20家中企業展示實體產品，另有10家業者則以產品型錄的方式參與；展出產品有拉鍊、合成纖維加工絲、服飾用轉印商標、POLO

衫、貼合加工水性PU樹脂、防水透氣狗風衣、開叉釘、中孔釘、鈕扣、洗衣袋球、金屬及壓力服飾配件、環保布料、樣冊、吊卡樣、裁縫用剪刀及內衣矽膠墊等紡織原料、副料及配件。

為襯托我中小企業優質之產品，本專區特別規劃以四面透明的精緻櫥窗陳列展品，高質感之整體專區設計，必能吸引買主駐足參觀，有效提升展出效益。去(97)年台北紡織展吸引超過1萬9,567名買主參觀，成果豐碩，今年可望再為我中小企業業者帶來可觀商機。

