

纺织服装周刊

日本
纤维
信息

中国纺织工业联合会会刊 国际标准刊号: ISSN 1674-196X 国内统一刊号: CN11-5472/TS

2018.10.29 | 第40期 | 总第904期



P48
功能加工以绿色环保为原则

P52
日本面料的优势与挑战

DAISEN株式会社
 黛森商务咨询(上海)有限公司
 电话: 021-62367672 传真: 021-62367670
<http://www.sen-i-news.com.cn>



ITMA ASIA+CITME 2018 展会上中岛精机制作所公司的展位。

灿日泉 (上海) 贸易有限公司

一卷起订, 按客户需要将货送到指定地点。



SUNWELL CO., LTD.

上海展厅
SHANGHAI SHOWROOM

上海市长宁区延安西路2299号上海世贸商城5F C88
5F-C88 SHANGHAI MART Yan An Xi Rd. 2299, Changning-Qu, SHANGHAI, CHINA 200336
TEL: 021-62363618 / FAX: 021-62363628

北京办事处
BEIJING OFFICE

北京市朝阳区东三环中路39号建外SOHO西区11号楼2102室
Room 2102, Building No.11 Jianwai SOHO, No.39 Middle Road of East Third Ring Road, Chaoyang District, Beijing 100022
TEL: 010-59002751 / FAX: 010-59002755

深圳分公司
SHENZHEN BRANCH

深圳市福田区沙头街道深南大道6007号 安徽大厦2806-2807
Room 2806-2807 Anhui Building, futian Area, Shenzhen
TEL: 0755-8273-2060 / FAX: 0755-8278-7674

高性能纤维：积极开拓新用途

高性能纤维、超级纤维在市场中十分热销。发达国家和新兴国家两方面的需求都很旺盛，日本国内厂家的销售也在不断增长。同时，这两种纤维产品与海外产品的竞争也变得激烈，各公司都把品质放在第一位以应对竞争。新用途的开拓也出现加快的趋势，未来在普通服装等的应用也将会增加。高性能纤维、超级纤维在产业资材及防护服装、基础设施相关等广泛领域受到重用，需求在不断扩大。其中受到关注的是耐切割手套。由于海外生产的廉价商品登场，使得应用范围扩大，企业安全意识的提高也为其提供了市场。

另外，还在积极开拓新用途，受到关注的是以户外运动服装为主的普通服装用途。

可乐丽 推高强度纤维“VECTRAN”

可乐丽公司于1990年在世界率先开始工业生产的聚芳酯类高强度纤维“VECTRAN”现在的年产能为1千吨，从一两年前开始持续满负荷生产状态。

为此，该公司纤维资材事业部部长松尾信次称，“将在近期把生产能力增强30%”。为了减少物性的不均匀，正在积极推进新的生产工艺的开发工作，包括引进该工艺在内，制定了设备投资计划。

VECTRAN是以分子与分子间结合非常牢固的液晶聚合物为原料，因此强度非常高，可被称为“超级纤维”，最大的特点是即使拉伸也不易断裂，不仅如此，还有不易吸水、不易拉伸、耐磨损等特点。

1997年和2004年在火星着陆的探测机上采用了使用VECTRAN的气囊，这是由于其低温特性、耐切割性、低吸水性等受到好评的结果。

VECTRAN现在主要用于船舶的停泊缆绳、吊起车辆等沉重物体的吊绳等。缆绳、吊绳等是VECTRAN的主要用途，



聚芳酯类高强度纤维“VECTRAN”。

此外还有其他领域采用了该产品。

为了改善高尔夫球杆或网球拍的手感，该领域也使用了VECTRAN。这是由于VECTRAN具有能吸收冲击的性质。

在欧洲还被用于骑手用牛仔褲的材料。可乐丽公司自己也销售使用VECTRAN的防灾用帐篷。出现紧急情况时，帐篷可用于对策总部、避难用居住、医疗救援空间等，作为居住空间也有充足的宽广空间，同时是轻量设计，只需很少人就能够搭建起来。

帝人 扩大芳纶的开展领域

帝人公司的芳纶事业本部正在扩大间位芳纶纤维的开展领域。以北陆为中心和产地企业共同开发，推出具有舒适性等特点的面料，可向更广泛的领域进行推广。除了进一步深入开拓主力用途之一的防护领域外，还希望拓展户外运动等领域的应用。

间位芳纶纤维主要用途是过滤材料及防护服等。其中过滤材料在中国市场的销售收益性较低，成长的关键是向其他用途转变。该事业本部也致力于向防护用途转变，加深与日本国内产地企业的合作，开发高时尚性的面料及吸汗性优异的面料。这些面料得到了户外运动服装厂家的关注。在户外运动服装领域，阻燃性等功能受到好评，开始被外衣及裤子等采用。还被用于防护服（消防服）等的间位芳纶纤维是“真正的纤维”，抓住了消费者的心。



芳纶增加了舒适性及运动便利性。

另外，还在积极开拓新用途，受到关注的是以户外运动服装为主的普通服装用途。

极细纱及具有舒适性（便于活动、吸汗性）等的面料产品充实，并实际被采用。作为“真正的功能性”而便于诉求，普通服装采用高性能材料也出现增长趋势。

具体的商品开发方面，帝人公司以间位芳纶为中心加深与日本国内产地企业的合作，开发高时尚性的面料及吸汗性优异的面料。DU PONT-TORAY公司已经开发了对位芳纶纤维“Kevlar”的55dtex及83dtex的“极细Kevlar”。

高性能纤维、超级纤维在全球市场上的需求正在增长，预计今后中国企业及韩国企业等也会增加产量。日本国内厂家将会如何应对并取得进一步的成长令人十分关注。

DU PONT-TORAY 开拓安全领域

DU PONT-TORAY公司致力于开拓对位芳纶纤维“Kevlar”的新用途和新顾客。不仅深入发掘以汽车为主的相关用途，还关注在以耐切割手套为首的“安全领域”的扩大。在安全领域，向防止火山灾害的屋顶强度增强材料用途的销售实绩也在增加，将进一步开拓该用途。

Kevlar具有轻韧、拉伸强度优异等特点。主要用途是汽车相关产品，以轻量、舒适为关键词被高性能轮胎等所采用。在安全领域，除了手套以外还被护具及工作围裙等商品采用。

现在汽车相关和资材用途销售都很顺利，希望通过开拓用途和顾客实现进一步成长。随着企业安全意识的提高，期待耐切割手套能继续增长，手套除了使用短纤维纱线的厚型手套外，还加强使用长纤维的薄型手套（还开发了18针距产品）的推介。

在耐切割手套领域Kevlar品牌的知



以耐切割手套等提高知名度。

名度获得了提高，但还有钢铁相关等采用情况没有获得进展的行业，将通过介绍能满足工作内容所需功能的商品以扩大采用。

努力以技术中心“Kevlar Technical Center (KTC)”为基点开拓新顾客。过去在这里和现有顾客的商谈较多，今年开始增加邀请新顾客参观。在观察使用Kevlar产品的同时，让顾客寻找使用的途径，从而创造出新的事业，“很多时候，在和顾客的讨论中，我们可以获得新的开发创意”。

东洋纺 高强度聚乙烯纤维销售旺盛

东洋纺公司高强度聚乙烯纤维“Tsunoooga”、“IZANAS”的销售正在增长。Tsunoooga由于耐切割手套的需求在持续扩大，决定加强生产能力。IZANAS除了绳索用途销售旺盛外，还开发了用于钓线的新商品。这些产品将从下一财年开始拉动业绩增长。

Tsunoooga强度不如IZANAS，但耐切割性则和IZANAS具有同样水准。另一特点是，价格较低，在汽车工厂等使用的耐切割手套（使用单丝长纤维）用途获得增长。持续满负荷生产和全量销售，由于今后也有望继续增长，因此加强生产能力。在敦贺事业所（福井县敦贺市）的工厂中引进设备，把现在的年产1千吨提高到1.5倍，年产1500吨，计划2019年10月投入生产。推测耐切割手套的需求以每年5%的速度增长，因此认为不会因为增加产量而造成供应过剩。

IZANAS的销售也很顺利，虽然在中国同类产品竞争激烈，抑制价格的压



使用“Tsunoooga”的耐切割手套。

力变大，但该公司将“以纱线的性能取胜”。能发挥性能的用途之一是钓线，新推出了“SF”系列的商品化。单丝纤维为7dtex、3dtex、2dtex三个种类。其中2dtex型号和现行产品相比强度提高了30%。还将继续努力开拓PBO（聚对苯撑苯并二噁唑）纤维“ZYLON”的用途。

预计Tsunoooga加强的生产能力和IZANAS的新产品（SF系列）销售将从下一财年起为业绩作出更大贡献。IZANAS将在2020财年进行设备投资的判断。

“无纺布时代”将到来 2018年保持持续增产趋势

在日本，无纺布产品的市场正在不断扩大。在各个领域，用无纺布替换现有材料的动向正在加快速度。

日本无纺布生产在2018年也继续保持增势。根据经济产业省的统计，2018年上半年（1~6月）无纺布生产（确定值）为173610吨，同比增长3.7%。除部分品种外，几乎所有品种都超过了去年同期的产量，反映出需求持续旺盛。

从品种来看，即使是厂家扩大海外生产使得日本国内生产一度减少的纺粘·熔喷无纺布也达到了5万1886吨，增长2.8%。这样说明了以卫生材料及生活资材为中心的需求保持旺盛趋势。

水刺无纺布也大幅度增长，达到25246吨，增长11.2%。除了湿纸巾外，美容面膜等用途也保持良好趋势，这些商品厂家的增产使得消费量大增，甚至出现了供应紧张的感觉。针刺无纺布为37825吨，增长4.9%。汽车用途及地毯等室内纺织品用途的需求保持稳定增长。

无纺布产业持续扩大的要因之一是创造新的用途。过去使用其他材料的用途领域开始采用无纺布作为替代。另外，随着加工技术的提高及复合化等，在成型品领域无纺布也作为材料开始被采用。今后，将是“无纺布的时代”，这一趋势将愈加明显。

满足海外需求也十分重要

无纺布的需求持续旺盛，根据用途不同，也有海外战略占有重要位置的产品。例如不断扩大的用于纸尿裤的聚丙烯纺粘无纺布。

根据经济产业省的生产动态统计，2018年上半年（1~6月）的纸尿裤生产（确定值）重量为436269吨（同比减少3.8%），片数为1168885万片（同比减少6.1%）。

从品种来看婴儿用纸尿裤重量为246267吨，同比减少8%，片数为761933万片，同比减少10.4%。对中国及东南亚地区的出口良好，但由于人口生育率低下，日本国内的需求在持续减少。

另一方面，成人用纸尿裤重量为192吨，增长2.3%，片数为406952万片，增长3.4%。尤其是护垫类的增幅很大，反映出成人用纸尿裤市场的持续扩大。

这样的生产动向显示了纸尿裤的趋势，日本国内的需求无法实现大的增长。另一方面，新兴国家由于经济增长使得可支配收入也随之增长，对纸尿裤的需求出现爆炸性扩大。继中国、东南亚之后，印度市场对该产品的关注也开始升温。今后在生产及销售方面满足海外需求的战略都变得更为重要。

另外，日本国内成人用纸尿裤的需求增长也不可忽视。这也是高龄化这一日本人口动态中的结构变化。成人用纸尿裤对穿着感觉的要求有可能比婴儿用纸尿裤更高，为此预计对功能性及品质的需求也会进一步提高，针对这样的需求开发相对应的材料变得极为重要。

时隔12年ANEX2018获得巨大成功

2018年，举行了对日本无纺布产业来说有重要意义的展览会。自2006年以来时隔12年重新在日本举行的亚洲无纺布产业综合展示会·会议“ANEX2018”，于6月6~8日在东京BIG SIGHT的东1、2、3展厅登场。展会集中了来自世界各地的747家无纺布相关企业，观众人数突破了3万人，显示出日本国内外市场对无纺布的高度关注。

ANEX2018的参展商数量为747家（日本45%、海外55%），是12年前的3倍。海外参展企业中，中国占比为28%，韩国、德国、中国台湾各占4%，美国为2%。观众人数为30965人，是12年前的2.3倍，突破了3万人的目标。观众中日本为78%、海外22%，和上次在日本举行时（日本93%、海外7%）相比，国际化的色彩更加浓厚。

ANEX是和美国“IDEA”、欧洲“INDEX”相并列的世界三大无纺布展会之一。2006年、2018年在日本举行时都担任了大会委员长的金井重要工业公司（大阪市北区）金井宏彰社长总结称，“在盛况空前中成功闭幕，时隔12年重新在日本举行，不仅是日本，还显示了整个无纺布产业的进步”。

本次展会的特点之一是有众多合纤厂家参展。“和12年前相比，合纤厂家已经不仅停留在供应短纤维无纺布用的原材料上了”。

另外，还有很多中小规模的无纺布相关企业参展。分析认为这是因为“能够在展会上诉求各种各样的无纺布相关产品”。主办方亚洲无纺布协会（ANFA）和日本无纺布协会（ANNA）的共同展位中，“无纺布事业扩大，用途不断拓展，为了进一步提高知名度，积极推广无纺布”，获得了好评。

参展商获得良好反响

那么，参展企业对本届ANEX2018的总结情况如何呢？

日本Vilene公司致力于展示总公司德国Freudenberg集团的综合实力，“很多观众对韩国Vilene公司面向卫生材料的3D浮雕无纺布及Freudenberg集团的锂离子电池隔膜产生兴趣”，该公司也将正式开展这些产品的销售。

DYNIC公司称“有很多新顾客，还有完全不同行业的观众。展示了本公司的产品和技术，包括技术合作对象在内，介绍了海外网点”，并对今后的国际化事业开展充满期待。生产短纤维无纺布的金井重要工业公司称，“观众对使用聚酰胺的耐高温过滤材料及碳纤维无纺布等特殊无纺布十分关注，和100家以上的企业进行商谈”，对参展效果很满意。

生产销售聚丙烯纺粘无纺布及短纤维无纺布的前田工纤公司（福井市）的聚丙烯阻燃无纺布等功能型产品获得好评。专业观众中的45%是新客户，已经和几家公司开展了贸易。

有很多合纤厂家参展，其中旭化成公司称，观众对“CMC Bemliese”及纳米无纺布过滤材料等开发产品很



展会开幕仪式。



各公司展位中观众擦肩接踵。



Haso公司介绍使用无纺布的内衣等。

关注，纺粘无纺布则“通过Application进行了新的提案”，期待今后结出成果。东洋纺公司称，“从ESG（环境、社会、企业治理）角度出发，以再生涤纶为原料的无纺布受到关注”。

ANEX是集中了大量无纺布相关企业的综合展会。还有很多机械、部件厂家参展，日本FILCON公司的使水刺无纺布具有花纹的辊筒盖获得关注，“由于能使产品具有创意性和功能性，使观众产生了兴趣”。3天里有近1000名观众访问了该公司展位，其中大部分是新顾客，展位中安排了10几名工作人员，“但观众太多，感到人手不足，盛况超出了预期”。

兼松KGK公司（东京都练马区）也称，“展位中观众人数很多”，尤其是起火探测装置受到了关注。另外，瑞士ABB集团的双臂机器人“YuMi”也吸引了观众的视线。

总的来说，参展商对本届ANEX都给予了好评。下一届（2021年）将在中国上海举行，届时又会看到怎样的盛况？令人充满期待。

染料·药剂特辑

功能加工以绿色环保为原则

提高面料附加值的功能加工在服装及日用品等各个领域普及。在服装领域，随着运动和时尚的融合，使用功能性面料的服装增加了。另外，在面膜及化妆器材、汽车座椅、过滤材料等产业资材领域，功能性也不可或缺。功能加工所必需的加工剂也在朝品质进一步稳定、功能性及持久性进一步提高、功能复合化等方面升级。

功能加工在市场中普及，近年来比起开发新的功能，开发的重点已经转向提高性能及品质稳定、开发新的制造方法等。世界上对“可持续”、“放心·安全”的关注升温，改变现有的使用原材料及生产方法的努力也变得重要起来。一般来说改变生产方法，就很难保持性能及持久性，但各厂家都致力于新产品的开发。本期特辑介绍染料·药剂厂家的亮点商品。

大和化学工业

扩大阻燃加工剂和防蚊加工剂的销售

大和化学工业公司产品包括抗菌、消臭、阻燃等各种功能性加工剂。该公司成立于1958年，今年迎来创业60周年，运用迄今为止积累的经验，致力于向顾客提供综合性的支援。不仅是销售功能性加工剂，还进一步加强从介绍助剂、对染色加工方法的建议等从前处理到加工、后处理，综合性地解决顾客的烦恼。公司内设置的实验室可进行功能性的试验和评价。在中国拥有合资企业江西和大金实业公司，销售阻燃加工剂等。

现在致力于向海外销售阻燃加工剂和防蚊加工剂。阻燃加工剂新推出了“超强碳化型·高阻燃性”的磷类非卤素阻燃剂“FRAN CM”系列，此前正式开始销售。具有前所未有的超强的碳化性能，可满足无纺布等的阻燃规格“UL94V-O”标准。还具有耐热性和耐水性，并不易降低面料物性。由于能无损加工基布的特性使之具有阻燃性，因此对透气性的控制也很容易，

针对产业资材用过滤材料及汽车座椅合成皮革等用途开展销售。

阻燃剂的合成、生产由中国生产网点江西和大金实业公司进行，是2013年与中国台湾的显升企业公司合资成立的。移交了大和化学工业公司日本总公司开发的技术，以高品质生产阻燃加工剂等产品。工厂位于江西省抚州市金溪县工业园内的江西省级化学工业园区，是基础设施针对化学品生产十分完善的地区。

日本生产的功能加工剂中，防蚊加工剂受到关注。防蚊加工剂有不让蚊虫靠近的忌避型和让面料上的蚊虫滑落两个种类，该公司这两种产品都有。随着户外运动市场的扩大和“放心·安全”意识的提高，忌避型的“ANINSEN PCR系列”以服装用途为中心博得人气，今后还将拓展到内衣等领域。另外，对蚊子神经产生作用使之从面料上滑落的品种也在帐篷等各种用途领域受到关注。

洛东化成工业

以美容、健康为切入点博人气

洛东化成工业公司生产销售去浆剂、精练漂白助剂、各种加工剂。另外，在使用食品或化妆品原料等身边常见油脂的功能加工剂的开发方面，该公司也广受好评。

该公司的销售在日本和海外都基本持平，今年毛巾用途加工剂销售放缓，但制服等用途产品销售良好。商品方面扩充了草木染染料的商品阵容。另外，不仅是纺织品，包括化妆品用途在内，扩充以放心·安全为切入点的商品。

纺织相关产品方面，正在加强使用被用于化妆品的成分等从美容和健康角度出发开发的药剂。今年除了开发和销售使用阿尔冈油的天然油脂类柔软剂新产品“RACSET RG”，还销售使用乳木果油的产品等。

另外，从提高吸水性的处理剂“RACSPAT”系列也要推出使用乳木果油的产品。“RACSPAT”今后将继续扩充产品种类。此外还有不含硅型的热销产品“RACTAT”系列等，正在丰富天然油脂类柔软剂的种类。

该公司还加强了根据顾客需求的定制服务。现在对使用特定油脂开发加工剂的需求出现增长趋势。这样开发的新产品有很多后来成为该公司的长销商品。不仅是面料用途，在无纺布用途也根据各个企业需求进行开发的案例也在增加。

这一趋势在可工业生产的100%自然成分原料的草木染染料“RK COLORS”也是同样。使用栗子皮或葡萄酒渣等各地特产农作物的试验委托在增加，充实了新的色彩。“RK COLORS”把过去积累的培养技术应用于天然色素的提取和精制，可生产更高浓度、高品质的染料。

三木理研工业

推非氟类拒水剂及蓄热微胶囊新品

三木理研工业公司为了在中国大陆及台湾等海外市场进一步扩大销路，积极丰富非氟类拒水剂及蓄热微胶囊的商品阵容。该公司在10月16日~18日举行的“台北纺织展(TITAS)”展出比以往商品提高了功能的新商品。该公司于去年取得“Bluesign”认证成为了系统合作伙伴，将从明年起，包括这些新商品在内，开始着手注册商品的选定工作。在运动服装及床上用品用途方面，加强针对欧美市场的面料加工优势。

该公司推出不含全氟辛酸(PFOA)的非氟类拒水剂的新商品“RIKEN-PALAN PG-30”。初期拒水性、洗涤耐久性比以往商品优异，尤其对合纤材料的拒水性进一步提高了。碳化氢类的PG系列实现了最高水准的初期拒水性。该公司通过自己进行试验确认，在推荐浓度3~5%的条件下，同时使用交联剂封闭异氰酸酯进行加工的话，就可以赋予棉、涤纶、尼龙面料4级以上的初期拒水性，还有对各面料通过洗涤30次也能确保3级以上拒水性。

非硅类的PG-30具有脱膜性低等特征。因此在维持优异的拒水性和耐久性的同时，在粘合加工时能发挥优异的粘合性。与该公司销售的硅类拒水剂“SG”相比，虽然在柔软的手感、容易产生擦痕等方面各有长处和短处，但根据顾客的要求能提供多样的选择。

蓄热微胶囊与拒水剂一样都是主力商品。芯物质石蜡类的相变物质(PCM

=Phase Change Material)以潜热的形式吸收放出，对加工面料周边保持指定温度。三聚氰胺类胶囊“RIKEN-RESIN PMC”系列面向北美出口的床上用品加工用途方面接收40吨来自一家中国台湾厂商的订单等，对销售增长得到了很好反应。

这次在TITAS展上展出使用无福尔马林壁剂的丙烯腈类胶囊“RIKEN-RESIN AMC”系列。与三聚氰胺型号相比，虽然胶囊强度方面有课题，但在柔软的手感等风格方面有一定的优势。推介28、32摄氏度两种温度范围型号，针对床上用品加工用途方面进行销售。



为扩大出口，三木理研工业公司参加了中国台湾的TITAS展。

明成化学工业

开发拒水剂、架桥剂应对环保需求

明成化学工业公司生产纺织加工用、造纸药剂、精细化工等各种工业产品。在日本的染料、药剂厂家中，于2014年率先成为“bluesign”认证的系统合作伙伴，

以从“放心·安全”角度出发的生产、开发体系为优势。Bluesign认证产品是经过对环境、劳动者、消费者可持续的生产过程生产的。该公司以拒水剂及加工用架桥剂、并用助剂为中心销售超过70个品种的Bluesign认证产品。

对中国销售的纺织加工用途商品中占有很大比重的是拒水剂及相关的架桥剂。现在需求也很旺盛，超过了供应能力，这几年持续良好销售。对于这一旺盛的需求，以绍兴明成精细助剂公司和上海办事处

为轴心，通过细致的服务体系加以应对。作为AGC公司的总代理销售的不含PFOA的C6型拒水剂“Asahi Guard E-SERIES”为主力商品，

从去年开始还销售公司自行开发的非氟素拒水剂“MEISHIELD”。

拒水加工除了拒水剂本身的性能外，还受到架桥技术的很大影响。该公司在氟类拒水剂中率先从C8型转向C6型，以积累的架桥技术为基础，满足初期拒水性或耐洗涤性等各用户各企划不同的多样化需求。并积极进行加工处方的改良提案。该公司认为今后随着不含氟趋势的进一步增强，可充分发挥该公司的经验，加工用架桥剂“MEIKANATE”的需求会更加增长。

该公司对把开发的药剂运用于其他领域也十分热心。当初针对造纸领域为了提高溶媒的分散性而开发的水溶性热可塑性树脂“ALKOX”就是其中一例。现在利用其可提高溶媒分散性和流动性的特点，把用途拓展到荧光染料、混凝土浇筑等用途。还对纺丝时要求润滑性和约束性的纺织厂家开展销售。

KOTANI CHEMICAL INDUSTRY

覆盖从前处理到加工后的商品阵容

KOTANI CHEMICAL INDUSTRY公司以功能加工剂和物性提高、修正药剂(抗起球剂、色牢度提高剂、防污剂、去污剂等)为两个支柱，拥有覆盖“从前处理到加工后的包括缝隙领域在内”的各种药剂商品阵容。

积极推动产品出口，出口比例约占销售额的20%。将中国定位为

重点扩大市场，现在对中国的出口额，但这几年增长显著。通过代理店连续10年以上参加“中国国际染料工业及有机颜料、纺织化学品展览会(CHINA INTERDYE)”，获得了成效。

对中国销售的功能性加工剂、物性提高剂及修正药剂，其销售量在这三四年里翻了一番。尤其是

后者，面料在向出口对象地出口前，针对加工后的瑕疵面料，能迅速、切实地将其物性修正到能通过试验的水准，受到顾客的好评。防起球、防钩丝剂“QUEENSETER P-100D”、活性染料用去污剂“EMILL SK-D”等受到欢迎。SK-D对涤纶及氨纶能使用皂剂，还具有提高色牢度的特点。

功能加工剂有防止粉末粘附的防花粉加工剂“QUEENSETER POL”，对PM2.5也能发挥效果，因此销售获得增长。此外，还有加入山茶花油或真丝蛋白等天然成分的保湿柔软剂系列、蓄热保暖、暖感加工剂“QUEENLIGHT HT-B”、接触冷感加工剂“QUEENLIGHT CL-7S”等也都有很高的人气。

学事例、长知识！
中日纺织服装商贸必携册书！

发行：纤维流通研究会
价格：5300日元(其中包括运费1100日元)
语言：中文、日文
装订：A5 387页
内容：第1章 成衣素材(主材料)
第2章 附属材料
第3章 产品的企画—设计—生产
第4章 成衣制品的事故事例及其对策
第5章 在中国国内进行服装商品销售业务时
需要遵守的有关规定及要求
第6章 机性能原材料的评价方法

咨询、购买请联系以下邮箱地址或传真号码。请填写您的公司名称、姓名、工作所属部门、邮寄地址、邮政编码、电话·传真号码、您要购买的书籍名称及数量。

DAISEN Ltd. **FAX: +81-6-6226-0106**
cnp@sen-i-news.co.jp

追求人与自然的**舒适性**

强碳化革命·阻燃剂
●FRAN CM系列(无卤素)

舒适衣料加工剂
●TENDRE(天然提取物加工)
●REFLECOOL(清凉加工)
●NEODRY(吸汗速干加工)
●SUN WARMER(温暖加工)
●RESPLEN(防止附着花粉加工)
●PRETHERMO(舒适温度维持加工)
●AMOLDEN(抗菌·防霉剂)
●ANINSEN(防虫加工)
●SAUBERTAC(消臭剂)

总公司-大阪工厂
邮编：533-0006 大阪市东淀川区上新庄3丁目1番11号
电话：(81-6) 6328-0500(总机)
传真：(81-6) 6328-2160

天然油类柔软剂系列
RACTAT RACSET RACSPAT

RAKUTO
洛东化成工业株式会社
日本滋贺县大津市天津4-5-1
E-mail: info@rakuto-kasei.co.jp
www.rakuto-kasei.co.jp

MD
青岛市孟德贸易有限公司
青岛市市南区南京路100号金华公寓1号楼2004室
Tel: 0532-83669006/83669007
E-mail: qdmengde@163.com

三木理研的面料加工剂

●形态稳定加工剂 ●微胶囊加工剂 ●蓄热蓄冷加工剂
●芳香加工剂 ●抗菌除臭加工剂 ●甲醛捕捉剂 ●非氟类拒水剂

RIKEN 三木理研工業株式会社
邮编：640-8441 日本和歌山市染谷13-1 http://www.mikriken.co.jp
【中国联络处】担当：吴泰康 E-mail: tayi-kou@hotmail.com
邮编：212114 江苏省镇江市丹徒区高资镇唐家庄311号 电话：15189108119

2018 intertextile 秋冬面辅料展回顾

日本展团迎来连日盛况



从第一天起就很热闹的阳光公司展位。

今年的“中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会”(简称 intertextile 秋冬面辅料展)从过去的10月中旬举行提前到国庆节前的9月27~29日举行,受此影响,整体的观众人数感觉比去年秋季展略少。但“日本展团”仍然盛况空前,部分面料商的商谈件数刷新了以往最高纪录。中国当地品牌的差异化趋势正在变强,同时,临近发售才开展生产的现象增加,对短交货期、小批量的需求较高。凭借日本生产的现货储备面料能满足上述需求的日资面料商的中国内销基本保持了良好的业绩。

STYLEM公司在参展的同时,还举行了单独展。在 intertextile 上海的展位中,第一天以新顾客为中心和140家公司进行了商谈,获得了很好的成果。这次的单独展也很有成效,一直有很多品牌顾客前来参观,开展热烈的商谈。该公司内销保持良好趋势,今年上半年财年和去年相比实现了大幅度的销售和利润增长。

泷定名古屋公司也和 intertextile 秋冬面辅料展同时举办了单独展。单独展从第二天开始观众人数增加。商品以针对中国市场的红色、橙色、绿色面料为中心,获得顾客的好评。

SUNWELL公司积极介绍有机棉面料。在中国对环保面料的需求还很少,但认为今后有可能会扩大,因此提前开始进行推广。双日时装公司介绍以棉为中心的日本、中国现货储备面料,介绍能在短交货期内以一卷开始销售的服务。该公司内销同比增长了超过10%。

日资商社介绍独创面料和生产机能

日资商社介绍日本及中国生产的独创面料和厂家机能。中国品牌临近发售才开展生产的现象增加,对短交货期、小批量的需求扩大,以定制面料为中心的商社需要实现与拥有现货储备面料的面料商的差异化。在这样的情况下,独创商品和生产机能上具有优势的商社的中国内销保持旺盛销售。

MORIRIN公司介绍了尾州和北陆两个产地的日本



MORIRIN公司的展位。

面料和中国面料。其中尾州的羊毛面料引起众多观众的兴趣。日本、中国面料都是定制面料,没有现货储备,但该公司储备有坯布,能满足顾客的短交货期需求。从一年前开始正式开展中国内销,现在营销人才也逐渐培养起来,开始与多位客户进行合作。

田村驹公司以中国合资工厂生产的独创品牌“FILJITA”针织面料为中心,还介绍了日本面料及越南面料。内销方面,开拓希望使用日本面料以提升产品档次的中国品牌新顾客,获得了成果。

帝人富瑞特公司主要介绍PTT纤维“SOLOTEX”。展出的约180种面料中有七成是使用SOLOTEX的面料。蝶理公司展出黑色正装面料“VERITANERO”等日本和中国、印度尼西亚开发的合纤面料。内销方面,开拓拥有自有品牌的成衣厂商顾客进展顺利,从下半年开始还将重新开始一度中断的开拓OEM企业顾客。

北陆产地的知名企业参展介绍了高附加值面料。小松 MATERE 公司这次介绍具有挺括、筋骨感和自然表面风格的“TECHNO VINTAGE BJ”。该公司于今年迎来创业75周年,从10月起改为现在的公司名称,因此这次是以“小松精练”公司名称参加的最后的海外展会。展出重点是能成为在海外扩大时装面料事业基础的面料商品。有和光泽加工组合、使用荧光色、透湿防水功能等,通过新的开发赋予面料新的魅力。



第一织物公司推出了色彩和款式提案。

小松精练(苏州)公司的商品有凭借纬纱工艺及塔斯隆加工实现棉风格的涤纶·尼龙面料、尼龙的超光泽加工面料等,获得了观众的好评。该公司的战略方针是以高附加值商品为中心扩大中国内销,扩充了加工种类,已经可以应对日本技术70%~80%的加工。加上在中国环保限制的加强也推动了该公司的销售。

熊泽商事公司介绍各种发挥三醋酸纤维原有的高档感觉的面料。第一天就有约100家顾客开展商谈,展位中十分热闹。100%三醋酸面料、经纱和纬纱插入氨纶实现挺括感的双层织物、使用分纤纱实现筋骨感的面料、表现了麻色调的商品等受到关注。

第一织物公司介绍力图实现合纤新的通用性与时尚性融合的面料。以高密度塔夫绸为中心,在介绍款式及流行色彩的同时推广面料。尤其是把色彩提案定位于扩大中国内销的重点。展会中介绍类似纸风格的面料、表现沉稳色彩的面料、使用“SOLOTEX”的弹性面料、具有拒水性能的面料等都获得良好反响。

前多公司主要展出使用独创开发的涤纶加工纱的薄型及中等厚度面料。观众人数比去年大幅度增加,第一天就有150名观众到访。尤其是真丝·涤纶、具有通透感的薄型面料、利用了面向中东的黑色染色技术的面料等受到了关注。

高性能产品和创意商品受到关注

在服饰器材领域,除了功能性和创意性,以新的想法开发的商品也受到欢迎。

岛田商事(上海)公司以运动服装及休闲服装用途为中心介绍各种服饰辅料。只有部分日本商品,这次以中国商品为主进行介绍。以更加贴近顾客开展贸易的形式,展出运用日本技术、在保持品质的同时降低了价格的商品。作为在中国确立生产技术的新商品,主要展示透气松紧带、Y字、X字松紧带等产品。在展会期间这



岛田商事公司介绍各种高附加值服装辅料。

些商品引起观众的关注,此外,日本生产的特殊商品也获得好评。日本生产的商品有即使是用薄面料制作的服装,也能无损线条地在服装内侧贴上口袋的商品、用提花以毫米为单位织入标志的拉链头、横编的罗纹组织等其他公司没有的商品。

日东纺集团的日东纺(中国)公司扩展了在中国生产的粘合衬的商品种类。近年来除了中国内销外,还扩大向日本以外的出口。该公司的衬布中一直稳定受欢迎的是环保型商品,有不含福尔马林的型号及非氟类拒水衬布等,不仅在中国销量火爆,还获得了欧洲顾客的关注。另外,在展会中可兼用作里布的衬布及除臭衬布等功能性商品也受到关注。功能性衬布中通过水洗服装回复复臭性能,可重复使用的商品等很有人气。

蝶理公司除了参加日本展团以外,公司内衣部门另行展出。在展位中除了介绍运用内衣技术、设备的外衣用面料外,还介绍了MITSUFUJI公司的智能服装“HAMON”。这次是首次介绍KAJI KNIT公司的面料,其中柔软高弹性的人造丝混纺起绒面料受到欢迎。另外,还展示了ASAHI MAQAM公司的经编提花面料。利用通常生产塑身衣等内衣面料的设备,应用于生产运动服装面料。

MITSUFUJI公司介绍镀银的导电纱、智能服装、软件、APP开发等从纱线到产品、软件、服务的一条龙体系。穿着“HAMON”能读取心率等身体信息,运用于各种服务中。在日本被用于建筑工地等的工人防中暑服务、跑步等运动、护理机构读取老人身体信息等各种用途。



三菱化学公司参加PH VALUE 针织展。

三菱化学公司和岛精机制作所公司参加了与 intertextile 秋冬面辅料展同时举行的PH VALUE 针织展。三菱化学公司重新致力于开拓中国的内衣市场,向秋冬季用途介绍高性能腈纶。尤其是极细腈纶“MIYABI”,丰富了蓬松型等商品阵容。另外,还展示了芯鞘结构的保暖腈纶“COREBRID THERMOCATCH”、具有高度防静电性的“L100”、使用银的抗菌腈纶“Vonnel Ag”等。

岛精机制作所公司展出了全成型横编机、电脑横编机、设计系统“SDS-ONE APEX3”等,展示了凭借该公司产品可以开展的新事业模式。节省样品制作所需精力的设计模拟系统、用IoT密切联系企划人员和生产人员以快速满足细分化市场需求的系统等。

另外,展位中还展示了用该公司机械制作的面料样品。WHOLEGARMENT机过去以细针距为中心进行介绍,这次则展示了很多受到关注的中针距(5~10针距)的样品。APEX-3能在扫描读取纱线信息后瞬间模拟制作出最终产品的形象,加强了与纱线厂家的合作。

帝人富瑞特“SOLOTEX”受到欢迎



展位中观众摩肩接踵。

帝人富瑞特公司称“来到展位的观众人数是去年的1.5倍”,受到很高的关注。这次在中国以“舒柔特”商标介绍PTT(聚对苯二甲酸丙二醇酯)纤维“SOLOTEX”。外衣用的拒水面料“蓑技”也引起了观众的兴趣。

本次展会展出了约180种面料,SOLOTEX占其中的约七成。SOLOTEX具有弹性及柔软触感、不易起皱等特点,受到世界各地服装品牌的青睐,以男士外衣及裤子用途为主被广泛采用。也有很多日本的高级品牌希望使用SOLOTEX。

PTT纤维在中国国内属于常规材料之一,SOLOTEX结合了包括假捻在内的加工、针梭织技术、染色加工技术以提高附加值。其高附加值是与中国生产的PTT纤维不同之处,可以说是在展会中受到关注的重要原因。

此外,帝人富瑞特公司分析认为“中国服装购买40%是通过电商购买,和电商购买比例为10%的日本有很大区别。易懂的功能和清晰的理念也给SOLOTEX带来了很高的评价”,蓑技能引起观众兴趣也是出于同样的原因。

SOLOTEX有很高的销售目标,为了达成这一目标,加强在中国市场的开展不可或缺。帝人富瑞特公司认为“普及舒柔特商标是今后的重要课题”,将利用微信等渠道积极开展宣传。在 intertextile 秋冬面辅料展中,次世代面料“DELTAPEAK”、吸湿发热材料“sunburner”也受到欢迎。

旭化成集团 里布销售在中国市场大幅度扩大



宁波宜阳宾霸公司展示高设计性的里布。

旭化成集团以“宾霸”的外衣用面料为主进行展示。在展位中展示生物降解性等宾霸作为环保纤维的特点,同时展示了在中国密切合作的企划生产商推出的畅销商品等。

例如公司在中国的合作对象浙江德纱纺织印染公司、天一纺织公司、金蝶喷气织造厂等生产的面料。浙江德纱纺织印染公司是长期以来以宾霸为支柱开展事业的企业,除了外衣用的主力商品“Velutine”(砂洗加工)梭织面料外,近年来还推出了Velutine加工的针织、梨

皮、缎子等面料商品。

天一纺织公司过去以真丝的提花面料为主力商品,从两年前开始增加宾霸的产品。尤其擅长使用宾霸的哑光纱。该公司有各种后处理设备,还有欧洲的面料设计师,参加“PREMIERE VISION”等,在软件方面也有很强的实力。金蝶喷气织造厂以提花面料为主力,介绍了具有凹凸感纹样表现及浓淡色彩表现的“Velutine”(砂洗加工)面料等。

旭化成国际贸易(上海)公司介绍现货储备销售的使用宾霸复合纱的面料。扩充了涤纶混纺及尼龙混纺等品种,对中国人气高涨的轻度运动服装用途销售增长。还介绍使用宾霸染色纱的面料。过去染色纱只有日本产品和意大利产品,由于中国需求的增长,还追加了中国生产的色织纱。

里布方面由合资公司宁波宜阳宾霸纺织品公司单独设置展位展出。介绍了宾霸的吸放湿性及光滑、防静电等适用于里布的功能性和作为可持续材料的特点,还介绍了在定制西服用途等受到欢迎的提花及印花等高创意性的里布。宾霸的里布用途以中国市场为牵引,今年1~8月中国内销比去年同期增长了50%,继去年之后继续顺利增长。尤其是定制西服及制服、女装等领域增长幅度很大,把这些领域定位于今后也要努力扩大的市场。宁波宜阳宾霸纺织品公司明年将搬迁工厂,计划随之把加工能力提高50%,预计于明年7月投入生产。

东洋纺 STC 重新扩大对中国销售



东洋纺集团的展位。

东洋纺STC公司展示了各种该公司擅长的功能面料。今后为了扩大在海外开展事业,把中国定位为重点市场之一,介绍内衣及休闲服装、运动服装等各个用途领域的面料商品。

本次主要展出商品是异形横截面极细涤纶的吸水速干、防紫外线面料、远红外线保暖腈纶、高消臭性面料等。在品种丰富的功能面料中,以中国合作工厂也可以生产的纱线、面料商品为中心进行介绍。

该公司的海外事业开展以面向中东的大袍面料及面向欧美的运动服装面料为主力,今后为了扩大事业,把中国也定位为重点市场。加强日本总公司与东洋纺高能制品贸易(上海)公司的合作以扩大销售。除了销售原棉、纱线、面料外,还可根据顾客的需求销售缝制品。

中国内销以内衣用途为主,“色拉姆A”及丙烯酸酯纤维“依克丝”等同属东洋纺集团的日本EXLAN工业公司的秋冬保暖内衣材料被很多中国品牌所采用。今后还将加强东洋纺STC公司的涤纶及尼龙、棉等春夏季用途功能材料的推介,把与中国品牌的合作扩大到春夏季用途。另外,还致力于开拓外衣及运动服装等顾客。外衣先聚焦于休闲服装,以功能性为轴心介绍注重风格和质感的面料。运动服装用途则以擅长的功能面料为中心,包括训练服及比赛衫等在内存积极开拓顾客。

巴黎 PV 展 2019 秋冬回顾

日本面料的优势与挑战

“Premiere Vision (PV) Paris”于9月21日闭幕，这次参加 PV Fabrics 的日本企业中只有一家是新参展，持续参展的参展商以现有顾客为对象开展稳定的商谈。“PV Award”中日本企业连续两年有两家企业获奖，值得关注的是，PV 展参展商的质、量等方面有新的变化。扩大对欧美出口面料的重要性在未来不会改变，但出现了新的方向。

两家日本企业获奖

这次 PV Award 是第十届，STYLEM 公司和东丽公司获奖。这也是连续两年有两家日本公司获奖。STYLEM 公司因大胆的独创性获得了 Imagination 奖。东丽公司获得的 Smart creation 类是对环保、可持续的“负责任的生产制造”的评价。

STYLEM 公司的获奖面料是色织格子花纹面料。面料巧妙地融合了传统与运动风格，其背后是横跨产地深入发掘色织流行趋势的企划能力。把现有的用于产业资材的人造丝长纤维和无捻的原纱用作经纬纱并进行高密度织制，实现了干爽、有光、兼具蓬松、轻盈感觉的风格。

东丽公司凭借人工皮革“Ultrasuede nu”获奖。以用纤维屑制成的再生涤纶为原料，使绒面革具有全粒面的光泽和质感，并实现了弹性及易保养等功能性，获得了好评。

两个奖项都显示了日本企业在材料开发上的优势。另一方面，也有人指出“展会举办时期与商机不符”、“随着展会的扩大方针，参展商增加，但展出商品整体的质



获得 Imagination 奖的 STYLEM 公司格子花纹色织面料。



东丽公司获得 Smart creation 奖。

量也下降了”。

尤其是随着顶级成衣品牌发布会的次数增加及企划的提前，需要密切关注买家的动向。PV 的举行时期完全落后于男装企划期，女装的面料有七、八成已经决定，因此买家到 PV 只是来寻找具有意外性的新奇面料，这一趋势十分明显。买家也都流向为应对这一趋势而把举办时期提前到7月的“Milano Unica”及同样是7月举行的 Blossom PV 等主要展会的预览展。

参展商诉求的对象不仅限于顶级成衣品牌，尽管如此，要想使日本企业受到好评的开发能力和实际贸易联系起来，需要根据采购方针和提案时期明确目标，和事先准备工作联动的“以面开展”的营销姿态，以及交货期应对等供应方面的基础实力等都变得越来越重要。

环保应对——传递态度十分重要

从材料认证到森林认证，很多认证制度都是来自欧洲的。欧洲对环保及社会责任意识非常高。在 PV 巴黎中，尤其是去年以来对环保材料的关注度出现明显升温。该展会本身也扩大了针对环保时尚特化的区域“Smart Square”，以鲜明的态度推进环保努力。感觉可持续特点已经超过流行趋势，成为了面料的必备条件。

大部分日本参展商表示，很多买家都会询问是否有环保面料。有机棉 (OC) 及再生棉、再生涤纶等材料方面，以及染色加工时减少水使用量等加工方面，各公司的提案范围很广泛。“配合用途领域扩充了有机棉的品种和面料品号”(Yaegi 公司)、“从下次开始也展出环保商品”(SUNCORONA ODA 公司)等，今后重视环保的趋势仍将继续。

但是，买家方面的环保意识当然也有所差别，在材料方面，从深度环保的商品到可以堆肥化的材料，客户深度的需求多种多样。再考虑到获得及保持各种认证所需的费用，企业能以哪种水准应对环保需求趋势，这完全取决于企业的态度。

淀名古屋公司为了开拓采购时也考虑各种社会责任要素的北欧类企业，从去年开始提出鲜明的重视环保的企业态度。尤其是 PV 秋冬展，比起材料提案，还把展会定位于表明企业态度的平台，并深入到提案生活方式。本次在设置了获得“Responsible Wool Standard”认证并有可追溯性的羊毛展区。还有通过使用高强度尼龙“CORDURA”实现产品长寿化的提案。

这次也吸引了很多买家的 A-GIRL’S 公司介绍运用天然高级材料的编织组织及通



PV Fabrics 的论坛中展示的 2019 秋冬流行色彩。

过加工实现舒适性的商品，既不偏重于运动混合风格、也不偏重于环保特点。

此外，展出再生涤纶混纺的高耐久性制服面料的参展商称，观众的关注点不仅限于环保，在风格方面也获得了高级成衣厂商的高度好评。

包括环保在内的广义的社会责任，尤其是在欧洲，“责任=responsibility”这一词汇还伴随有“应答”的含义。材料的功能性及认证等是必须的，但同时还要提高企业的社会责任意识，对社会做出应答，这样的鲜明态度变得越来越重要了。

保持开发优势，提升服务水平

日本企业连续两年有两家企业夺得 Fabrics 部门的 PV Award，证明了对日本面料独创性、开发力的高度期待，同时也凸显了如何实际贸易联系起来的课题。针对供应对象的欧美品牌的面料采购态度变化的应对能力变得重要。成功开展持续销售的参展商异口同声称，事先工作和交货期尤其是访问营销等的应对能力很重要。

随着顶级成衣品牌的预发布等企划数量的增加，各个企划之间的间隔缩短，挑选面料的时期也越来越提前。作为对这一趋势的应对，“还参加了7月的预览展‘Blossom PV’，并努力开展单独访问”(STYLEM 公司)，“还举办单独展，事先向现有顾客介绍单独定制的样品。PV 则是在此基础上的商谈平台”(淀名古屋公司)，这样的趋势在日本参展商中变得明显。

相反的，“从5年前开始对现有顾客完全采取预约访问，这次参展也每天有50多场商谈，获得很大成功。重视在 PV 的商谈是因为能遇到很多经历过多个品牌的设计师及企划人员”(CHIGASAKI WOOLLEN SPINNING & WEAVING 公司)，也有这样集中目的参展的企业。

为了减少库存而在逼近发售前才下单制作的趋势变强，同时为了迅速在不断扩大的中国市场铺开商品，生产周期以“下单后45天内成为标准”等客户的要求越来越多，也更加严格了。尤其是生产档期很紧张的北陆产地的参展商叹息道，“针织、加工各需要1个月时间，按现状想应对45天交货期极为困难。”

即使是以现货储备能力为优势的商社，如 STYLEM 公司“在对持有交货期限制的合作也是十分谨慎的，因为有降低信任、对其他商品也失去兴趣的危险，Debs Textile 公司“所有商品的八成储备有坯布，如果不这样就无法开展贸易”，对交货期应对都极为重视。担心如果赶不上交货期的案例接连发生，会对日本面料整体产生交货期不良的印象。

几乎从第一届开始就观察 PV 变迁的相关人士称，“不管是日本还是海外，实际上所寻求的产品的本质没有变化。虽然日本企业在开发力方面拥有优势，但不能松懈，同时必须采取提高服务水平的措施。”

Premiere Vision 日本企业展示优势面料

“Premiere Vision (PV) Paris”于9月19~21日在法国巴黎的 Nord-Villepinte 展览会场举行。对象季节为2019秋冬季。有44家日本企业参加了核心的服装面料展“PV Fabrics”。本期将介绍展会中出现的亮点面料。



STYLEM ZEN-Kiwami Collection

经纱纬纱都 100% 使用铜氨丝长纤维的色织品种。



小松 MATERE

采用面料加工技术的面料品牌“RUGANO WATER”，如同水面的光泽感、膨胀感、光滑性。



东丽奥司维

绒面革纤维平滑的表面加上全粒面光泽感的“Ultrasuede nu”。



A-Girl's

具有绒面革风格独特的表面质感，使用结子花式线的背面绒毛、起毛平针织物。



Takiho

羊毛、涤纶交编的经编双面面料。



宇仁纤维

100% 涤纶的色织剪开提花面料。



Debs Textile

铜氨丝混纺的多种面料。



LIVINAX by ITOCHU

单丝长纤维交织，具有独特光泽感、挺括感的色织格子花纹面料。



SHOWA

用 100% 尼龙长纤维表现靛蓝染色风格的“Nylon Denim”。



NIKKE Textile

100% 羊毛的牛仔布。



KANDA

把穿过亮片的涤纶长纤维夹在中间，正反面使用真丝纱的三层织物。



福井经编兴业

双面拉舍尔、100% 尼龙的“3D Mesh”。

来自街角

东京·涩谷 (9月19日)

黑色成为夏秋流行色

今年夏天酷热天气一直持续，这次进行调查的东京涩谷当天天气晴朗无风，气温为 25 摄氏度，但阳光仍然像夏天一样。因此短袖、T 恤等类型的服装仍然不少，但仍然可见很多秋季的要素。

显著的现象是色彩的变化，“黑色”的存在令人印象深刻。具体的有黑色的连衣裙、长裙、花边上装、牛仔褲、宽松褲、层叠裙、格子花纹短裙等。从上到下都是黑色的搭配也很常见。

黑色是基础色彩之一，但这几季一直被深蓝色所压制。另外，夏季通常穿

着黑色服装的比例较低，但今年夏天不一样。这是从两三个月前开始出现的，然后这一趋势逐渐变强，今年秋季也将持续这一趋势。

服装方面没有什么太大的变化。下装中短裙依然占优势，其品种从材料到设计、色彩纹样都变得更加丰富。裤子维持宽松趋势，高腰款也是同样。上装的女衬衫等使用花边及荷叶边等细节的服装依然很多。在这样的情况中，看到 10 余例连体服装，开始具有一定的影响力。



全黑色搭配的夏季版。



黑色底色的水珠、圆点纹样今后也需要关注。



黑白搭配，衬衫是点缀。



黑色长裙，今年夏季黑色的比例上升了。



格子花纹是今后也值得期待的内容。



全黑色搭配的秋季版。



黑色在各种商品中引人注目。



用宽腰带显示腰线的连衣裙。



使用多彩布料切换的设计短裙。



从深蓝向黑色的转变十分显著。

内衣厂家：关注轻度失禁市场

内衣厂家正在加强男性用轻度失禁商品的开发。包括轻度在内，50 岁以上人群中具有相当数量的人正为尿漏而烦恼，因此有很大的潜在需求。和普通的内衣相比此类内衣价格更容易接受，也是该类商品的魅力。虽然商品开发进展顺利，但课题是销售渠道。除了深入发掘网购及药妆店渠道外，还出现了向护理机构进行推介的尝试。

据销售尿漏对策内衣的企业称，“男性的轻度失禁市场在 2014 年已经达到数十亿日元规模，此后在不断扩大。”在轻度失禁中，有小便后“滴尿”烦恼的男性推算有 1000 万人以上。

根据这样的情况，日用品厂家扩充了男性用吸尿护垫的商品阵容，切实建立了市场。另一方面，适于使用护垫的内衣或尿漏对策内衣的市场则没有得到充分的培养，而现在此类商品的开展变得引人注目了。

GUNZE 公司推出了尿漏对策平脚短裤“NEXTYLE”，支援提高生活品质的品牌“MediCure”也于 8 月新发售支持吸尿护垫的棉混纺平脚短裤。能使用针对尿漏及轻度失禁（200cc 左右）到 500cc 左右的吸水护垫。

此类产品通过立体成型实现了舒适的包覆感。根据身体部位使面料的弹性不同，能支撑使用护垫时的重量，减轻下滑现象。除了日常受尿漏困扰的人外，还适于前列腺或大肠等手术后需要临时护理的人群使用。

福助公司从 2018 年秋冬季起以“满足”品牌销售解决尿漏的“LIGHT GUARD”男士内裤。具有快速吸收和扩散肌肤表面的水分的功能，表面施加拒水加工，水分不易渗透到短裤表面。有平脚短裤及针织三角裤等品种。

除了内衣厂家外，其他企业也很重视尿漏对策市场。帝人富瑞特公司的生活器材本部 WELLLIFE 部加强了健康管理相关综合品牌“HEALTH CARE LABO”的“高性能吸水内裤”系列，该系列包括棉混纺型及无缝型等商品，还有女性商品。

由于高龄人群的增加及对潜在需求的期待，尿漏对策商品将会进一步增加。不少内衣厂家表示，“男性内裤超过 1000 日元就会被认为价格太贵，但定位于解决烦恼的尿漏对策内裤即使是 2000 日元左右的价格，也不会被认为太贵，这也刺激了各公司的商品战略。”

课题是在哪里开展销售，某企业称“网购并没有获得预期中的进展”。帝人富瑞特公司对药妆店渠道十分期待，参加明年 3 月举行的“JAPAN DRUGSTORE SHOW”，现在网购销售较多的片仓工业公司也同样瞄准了药妆店。

GUNZE 公司致力于向护理机构等开展销售，今后纺织企业和药妆批发企业等将会加强合作。另一方面，福助公司正努力尝试扩大电商销售。各公司还没有找到最适合轻度失禁对策商品的销售渠道。



受到关注的轻度失禁内衣商品。

护理服装也重视功能性：和医疗服装以同样框架进行推介

护理服装正在发生变化。越来越多的厂家把高性能服装作为商品战略的支柱，同步推进医疗和护理没有明显区分的“地区统括型护理系统”。针对人手不足的护理现场，推广能使工作人员及使用者感受到商品魅力的服装。

虽然制服市场情况良好，但护理服装增长乏力。国家正在抑制护理费用，护理事业所的收益率下降，因此无力购买护理制服。根据厚生劳动省的推算，2025 财年将出现约 34 万人的护理员工人手不足的情况。厂家也认为“以为是会扩大的市场而加入该市场，但现在陷入了困境”。

在这样的情况下，各公司都关注医疗和护理一体化的地区统括型护理系统。有医生常驻，在同一设施中提供医疗和居住的“护理医疗院”从 2018 财年开始开展业务，厂家也开始向护理现场推介过去面向医疗机构的高性能服装。

Nagaiben 公司今年秋季发行的护理服装样本册中首次登载了针对医疗机构的服装“Beads Berry”。齐藤信彦常务强调道：“现在不是把医疗和护理区分考虑的时代了。”

TOMBOW 公司（冈山市）执行役員永瀬公雄也认为“需要有跨越行业障壁的商品”，以学校销售运动服装拥有实绩的“YONEX”品牌推出护理、看护用服装系列。

AKASHI S.U.C. 公司推出“le coq sportif”品牌的护理看护服装，推出了运动服装品牌特有的追求功能的衬衫及套头衫等新商品，增加了顾客的可选项。

还有为了召集人才而企划的独具个性的制服的厂家。KARSE KASHIMA 公司（栃木县佐野市）9 月发布了和北欧设计师合作的服装，推出了采用了平面设计围裙等过去没有的护理服装。

CUP 公司（冈山市）针对希望实现独特性的护理事务所的需求，增加了用于护理用途的“PROFeeling”服装的色彩，并进一步推出病号服，这是根据用户反馈，终于开发成功的商品。

Apron World 公司（东京都千代田区）为了让年轻人群也产生兴趣，在畅销的“Adidas”商品中追加包类，进行整体提案。SELERY 公司（冈山市）以新型的开襟羊毛衫及筒练摩登直线设计的 tunic 衫等，以高独创性的商品进攻市场。

SUMISHO MONTBLANC 公司（大阪市中央区）推出“Laura Ashley”、“Asics”等各种商品，“发挥品牌的诉求能力”开拓市场。

关东地区的大型护理事业所负责人称，“采用高性能的制服，能提高现场工作人员的士气，从而能增加人手。在工作现场，制服的优点也开始显现出来。”



TOMBOW 公司的“YONEX”品牌推出护理、看护服装系列。

WACOAL 控股 公开子公司的生产工厂名单

WACOAL 控股公司把连络子公司露香公司和 Peach John 公司委托生产的缝制工厂中的 44 家在征得同意后公开了名单, 在该集团的网站上公开了这 44 家工厂的基本信息。该集团在 2018 年 5 月公开了日本国内销售的“WACOAL”、“WING”两个品牌的委托缝制工厂共 76 家的基本信息。

44 家工厂中包括 36 家露香公司的委托缝制工厂、8 家 Peach John 公司的委托缝制工厂, 由于有 1 家工厂是重复的, 所以实际公开工厂数字为 43 家。

在委托缝制工厂生产的内衣、下装占露香公司采购总量的 98%, Peach John 公司的内衣、家居服、时装采购总量的 53% 也是在委托缝制工厂生产的。

2017 年 10 月该集团制定了 CSR 采购指南, 将切实把握所规定的内容的执行情况、并实现持续性的改正和改善的循环。

日本国内产地的纺织企业 竭力扩大铜氨丝业务

日本国内产地的纺织企业使用铜氨丝纤维“宾霸”(旭化成公司)的商品正在增加。在各公司之间“过去宾霸是里布材料的印象较强, 用在外衣上也能有十分有趣的使用途径”这一认知获得普及, 开发材料的完成度也日益提高。除了针梭织的女装外衣, 还有在牛仔服装中的运用。

梭织面料方面, 高桥织物公司(滋贺县高岛市)制作了经纱使用 100% 宾霸纱线、纬纱使用棉纱的柳条当面料。具有“悬垂感”和柔软的特点, 受到休闲女装用途的欢迎。“日本生产的纱线在日本织成面料, 提高了附加值, 希望能积极推出产品”。

KANETA 织物公司(静冈县挂川市)擅长生产具有挺括的面料, “通常并不怎么使用铜氨丝”, 这次推出纬纱使用宾霸单丝强捻纱的双层织物。是兼具挺括感和悬垂感的面料, “瞄准连衣裙及正装用途”。

CANALE 公司(爱知县一宫市)开发了羊毛复合的每平方米重量 650 克的面料。在公司内被称为“Godzilla”, 特点是具有厚重感, 加强向大衣及包等用途的诉求。今后也将推进“能被顾客好奇询问‘这是什么?’的面料制作”。

三泽机业场公司(福井县 AWARA 市)主要生产经纱使用化纤薄膜纱的面料, 扩充了商品种类。山本纺织公司(石川县小松市)推出纬纱使用宾霸单丝的泡泡纱面料。岛田制织公司(兵库县西胁市)推出毛条染色风格的高性能面料“THERMOGEAR”的功能法兰绒面料等。

针织面料方面, 井胁织物公司(和歌山县桥本市)生产铜氨丝、棉的双面针织面料等。其中“华夫格面料用深色染色, 实现了复古感, 十分有趣”。川村 KNIT 公司(岐阜县安八町)则实现了与抗起球性腈纶·羊毛复合的经编面料和圆编面料的商品化。

生产牛仔布等的 One-Any 公司(冈山市)推出使用低支数宾霸单丝(相当于 7 支的棉纱)的牛仔布。“织成了具有凉爽感的舒适面料。今后也将继续制作能充分反映宾霸特点的面料”。

INVISTA “CORDURA” 和日本的生产制造合作

INVISTA JAPAN 公司从 9 月 13 日开始在日本开展与生产制造商合作的活动“Crafted in Japan with CORDURA Fabric”。利用社交网站等, 诉求在日本开展的使用高耐久性材料“CORDURA”的生产制造。

Performance Solutions 事业部的川崎隆史机能资材·成衣部长称, “首先从包开始实施, 还希望拓展到服装及鞋等领域。”这是 CORDURA 首次举办以日本为对象的活动。

通过精巧细致、仔细的日本制造与 CORDURA 的高耐久性, 共同生产能长年使用的商品。今后还将扩展到包以外的商品领域, 同时以独有的吊牌进行诉求及举办讲座等。还利用 INVISTA 集团的网络, 把该活动及日本的生产制造推向海外市场。

作为活动的第一步, 在 instagram 的 CORDURA 日本官方账号上登载与包品牌“master-piece”的合作视频, 并从 9 月 13 日

开始开展赠送活动。视频还发布在 YouTube 上, 瞄准裁剪及缝制等工匠的手工作业, 传递日本生产制造的魅力。从 10 月 15 日起作为第二阶段活动开始开展与包品牌“SEA”的合作。



“Crafted in Japan with CORDURA Fabric”的官方标志。

百货店销售女装商情 从“添购”转向“购买替换”

百货店的 2018 秋季女装销售由于受到酷暑及台风、暴雨等的影响而起步迟缓。去年秋季到来较早, 9 月全国百货店销售额中女装比前年增长了 1.5%, 今年则是从 9 月中旬开始有了凉意, 商战终于启动。尤其是女衬衫和裙子的款式搭配受到好评, 和去年风格不同, 寻求秋季的色彩。

RENOWN 公司的“Aquascutum”的 8 月销售中, 打折促销商品超过了去年, 但秋冬商品则与去年持平。夹克衫和女衬衫销售良好, 同比分别增长 48% 和 42%。回头客对秋季风格的环保绒面革夹克衫的响应良好, 而马上能穿着的弹性格子衬衫对散客的销售也很好。

到了 9 月, 环保绒面革夹克衫也由于保养简单、符合伦理道德的潮流而保持旺盛销售。高领、胸前有褶、用缎带收束腰部的花卉印花衬衫也很受欢迎。

“SIMPLELIFE”在 8 月的销售中正价的女衬衫销售增长 42%。9 月格子花纹的衬衫及女衬衫销售良好, 格伦格子加上小花纹印花的女衬衫等很畅销。

伊都锦公司的“Jocomomola”也是依靠女衬衫拉动了秋季的销售。畅销商品有色织格子的女衬衫及棉的双层织物、仿绒面革的女衬衫。下装则是较长的裙子销售良好, “女衬衫加裙子的搭配是今年的流行款”。

与去年的区别是“不是披上而是穿一件”的款式销售很好。“杂货也是短靴及包等令人切实感觉到秋天气息的商品畅销”。去年是在短袖服装外再“添购”一些小外套, 而今年的趋势则是“购买替换”具有秋季流行风格的服装。

三阳商会公司的女装在 8 月“衬衫、女衬衫商品增长 6%、裙子增长 16%”, 这两种商品获得大幅度增长。女衬衫加裙子的款式博得人气。“EPOCA”中薄纱材料的褶裙能和针织上装配套穿着而热销。“MACKINTOSH PHILOSOPHY”圆润线条的袖子上折缝设计的女衬衫销售良好。

ONWARD 樱山公司的女装也是女衬衫及裙子销售旺盛。“J.PRESS”今年秋季推出纹样重叠款式。是男性化的高雅条纹女衬衫加上独创设计的格伦格子裙搭配的款式。纹样和色彩、柔软的材料及线条, 都是符合今年流行趋势的搭配。



“Aquascutum”的花卉印花衬衫。



“J.PRESS”的纹样重叠款式。

良品计画、SHIMAMURA 平价市场各出奇招

SHIMAMURA 公司的销售减少、利润大幅度减少, 而良品计画公司则刷新了历史最高的销售、利润纪录。2018 年 3 ~ 8 月财报中, 在市场通货紧缩的情况下, 两家公司都依靠低价格路线应对, 但两家公司的业绩却出现鲜明差异, 其中的区别是什么呢?

SHIMAMURA 公司销售减少 3%、营业利润减少 40%, 从销售、利润持续增长一下子跌落, 北岛常好社长分析认为, “到 2017 年上半年为止都很有有效的降价的‘胜利方程式’失去了效果”。

拖累业绩的是占销售额约 8 成的主力业态“时装中心 SHIMAMURA”。在 1400 店铺纪念感恩大促销及成立 65 周年大促销中, 实施了“内衣 140 日元”、“650 日元买一套衣服”等大胆的降价促销, 但现有店铺销售额大幅度下降 6.9%, 全店铺销售额减少 4.7%。

“降价过度, 但顾客人数没有增加, 顾客单价降低, 引起库存过多, 为此又要增加降价销售, 陷入了恶性循环”, 本来应该是顾客人数增加以弥补顾客单价的降低, “但现在也不是所谓的节约风气, 而是就算再便宜, 用不着的东西就不买的挑选购物意识提高了”, 因此导致销售和利润降低。

今后的促销方针将改变方向, “不拘泥于绝对的低价”。从 2016 年开始的卖场改革“也使得寻宝感觉变得淡薄, 失去了粉丝”, 为此将推进打造商品、卖场、陈列统一的充满乐趣的卖场。作为其中一环, 将独自实施与其他公司品牌的合作。

另一方面, 良品计画公司日本国内事业销售增长 6.2%, 营业利润减少 3.6%, 营业利润降低的最大原因是向 Family Mart 供应

商品的减少(比去年同期减少 53.8%)。现有直营店的销售额增长 5.2%, 到 9 月为止是连续 19 个月销售增长。松崎晓社长强调: “店铺中补充合适的人员, 在 8 成店铺中完成了新环境整備、价格调整等, 获得了成果。”

服装杂货的现有店销售额增长了 10.9%, 从 2015 年开始调整价格, 筛选集中供应商、把生产的约 8 成转移到东盟地区等, “以袜子及内衣等为首, 无印良品的哲学‘有理由的便宜’被顾客所接受”。8 月底降低了睡衣及衬衫等约 230 种秋冬季商品的价格, 生活杂货也有很多低价格商品。

该公司在食品及化妆品等的销售上具有优势, 这反映在外国游客的购买行为中。免税销售额比去年上半财年增长 21.9%, 占整体销售额的 8.1%。“已经是无印良品用户的海外游客, 由于日本和海外的价格差而在日本购买”。

“免税销售店向海外店铺确认畅销商品情报后备货”。免税销售店从 124 家增加到 200 家, 2019 年 4 月还将开设日本首家和“MUJI HOTEL”融为一体的世界旗舰店“无印良品银座”。另一方面, SHIMAMURA 公司在外国游客较多的博多及京都、台场等五六家店铺“设置了浴衣和和服的专用销售区, 但还未能充分汲取外国游客的需求”。

对不断扩大的电子商务的应对迟缓也是 SHIMAMURA 公司的弱点之一。7 月在 ZOZOTOWN 开设店铺, “但销售额贡献度还很低”。良品计画公司的电商销售额增长了 14.4%, 超过 41 亿日元, 占日本国内销售额的约 8.5%。

光靠低价已经无法刺激消费者的意欲, 如何促进消费者购买考验着各公司的能力。

旭化成“Bemberg” 推广“可持续发展”

旭化成公司在欧洲等地把铜氨丝纤维的商标统一为“Bemberg”。以此为契机在国际上加强“Bemberg”的推广活动。

“Bemberg”的商标在欧洲曾被其他公司登记, 此前旭化成公司作为世界唯一的铜氨丝纤维生产企业获得了该商标。过去在欧洲以“Cupro”的名义进行市场营销活动, 今后将统一为“Bemberg”品牌。在印度、巴基斯坦使用的“Asahi Bemberg”今后也将统一为“Bemberg”。

同时作为加强推广活动, 计划(1)以新的视觉设计以欧洲为中心推广新的品牌形象;(2)加强作为可持续材料的宣传;(3)介绍 Bemberg 特有的原纤加工的环保型新技术;(4)作为可堆肥的生降解特性纱线进行宣传;(5)加强和日欧及亚洲的企划生产商合作开发面料;(6)参加各种展览会(Premiere Vision (PV) 巴黎、ISPO 等);(7)研究和成衣厂商品牌的合作企划;(8)加强社会贡献活动等。9 月于巴黎举行的 PREMIERE VISION 上发布了上述内容。

作为加强“Bemberg”的推广措施之一, 公司和日本、欧洲、亚洲的企划生产商、染色工厂等企业合作开发了革新原纤加工(砂洗加工)“Velutine Evo”, 力图通过环保型的新加工, 加强宣传“Bemberg”作为可持续纤维的特点。

使“Bemberg”纱线产生细微毛羽以抑制光泽感的原纤化加工以外衣用途为中心有很高的人气。这次投入新技术的是“Velutine Evo”, 通过改良加工工艺, 大幅度降低了加工时的环境负担。

在意大利的环保相关认证机构 ICEA 的评价中, 和以往加工相比, 温室效果气体排放量削减了 16.5%、能源消耗量减少 21%、耗电量减少 20.5%、蒸汽使用量减少 15.9%、水使用量减少 19.5%。

以 Velutine Evo 加工制作的织物由合作伙伴企业销售, 包括土耳其的 Ipeker 公司、Ekoten 公司、葡萄牙的 Matias & Araujo 公司、日本的 Debs 公司、A-Girls 公司。染色加工方面, Ipeker 公司和 Ekoten 公司在自有染色工厂进行, 还有意大利的 Titas 公司和 TF2000 公司、日本的 KOMATSU MATERE 公司(原:小松精练公司)和日本化纤公司也负责染色加工。

为了突出“Bemberg”的可持续特点, 还加强宣传可堆肥化的生降解性材料特点, 这也获得了相关认证机构的认证。

中日针织服装商贸必携丛书 “针织服装技术手册”

- ❑ 发行：纤维流通研究会
- ❑ 价格：4340 日元（其中包括运费 1100 日元）
- ❑ 中文、日文表示
- ❑ 装订：A5 355 页
- ❑ 内容：
 - 第 1 章 针织品的概况
 - 第 2 章 针织品的染色加工
 - 第 3 章 裁剪缝制产品
 - 第 4 章 纬编织品
 - 第 5 章 产品策划上的注意事项



FAX 专用申请表

DAISEN Ltd. FAX +81-6-6226-0106

(请将下面申请表复印并填写后用传真发给我们。我们将及时与您联系。)

公司名称	
姓名	工作所属部门
邮递地址: (为了能够准确无误地将书送到您的手中, 请将地址详细到门牌号码。)	
邮编	
联络电话:	/ 传真:
E-MAIL:	
希望 <input type="checkbox"/> 册	※如果不能用外币汇款, 请与我们联系。 (cnp@sen-i-news.co.jp)



迅销有限公司柳井会长兼社长(左二)和DAIFUKU公司下代社长(左三)。

迅销和DAIFUKU 为仓库自动化投资千亿日元

迅销有限公司和开发物流系统的DAIFUKU公司(大阪市西淀川区)缔结了全球战略合作伙伴关系。为构筑稳定的物流系统将投资约1000亿日元,实现日本国内外的仓库自动化及合作开发物流系统。迅销公司柳井正会长兼社长称:“将在2~3年内在全世界所有网点实现仓库自动化。”

两家公司于10月9日就中长期、统括的物流开发签订了合作伙伴合意书。两家公司通过迅销公司电商专用仓库有明仓库(东京都江东区)的自动化建立了牢固的信任关系,以此为基础寻求更进一步的发展。在对现有仓库进行改革、改善的同时,制作“革新的划时代的系统”。

为了实现迅销公司集团国内外仓库的自动化,除了开发世界最新锐的自动化设备外,为了应对该项目的计划、实施、保养,还由两家公司职员组成特别团队,建立更良好的物流环境。一条龙实施设计、机械、资材、专业人员调配、建设等业务,力图在最短时间内完成。

在推进全世界所有网点的仓库自动化的方针下,中国与澳洲、美国(西海岸和东海岸)等已经开始实施。每个仓库投资约10亿~100亿日元,总投资额预计为1000亿日元左右。

柳井会长兼社长称,“过去和东丽公司及商社等合作,诞生了热销商品,实现了全球化开展。这次和DAIFUKU公司成为合作伙伴,把自动化仓库普及到全世界。”DAIFUKU公司下代博社长称,“今后和迅销公司一起,不仅是仓库自动化,还将推进各种各样的变革。”

迅销公司为了挑战物流改革,从2016年开始与DAIFUKU公司合作,着手进行有明仓库的自动化,当初计划3年内实现世界最尖端、最大型的自动化仓库,结果在1年半内就完成了。和以往相比入库效率提高到80倍、出库效率为19倍、保管效率为3倍,节省了90%的人工。

百货店的男装提案 推广FUN+WALK Style

气温骤然降低,百货店的男装卖场也正式迎来了秋冬季商战,往年都是纷纷推出“WARM BIZ”商品,而今年秋冬的情况则略有不同。

大丸松坂屋公司继春季后再次推出“FUN+WALK Project”。这是由运动厅所推进的官民合作项目,目的是通过扩大参加运动的商务人士人数,促进国民健康的提高,因此推出融合工作与时尚的便于行走的服装(FUN+WALK Style)。

从9月下旬开始已经在各家店开展活动,推荐适合秋季步行上下班通勤的款式。邀请知名运动员的讨论会也受到好评,包括重视伴侣等女性观点的商品在内,步行上下班的新穿法开始普及开来。

和西服搭配的步行鞋中“COLE HAAN”及“ECCO”等品牌很有名。这些品牌在伊势丹男士馆及SOGO·西武各店铺中也是畅销商品。即使是没有用该项目名字进行大型推广活动的百货店,在商务场合步行鞋的需求在切实增长,增加了商品数量”(三越伊势丹公司),“商务款式而便于步行的服装正在普及(SOGO·西武公司、阪急阪神公司)。

同时,具有正规感的夹克衫及裤子销售也很好。但与夹克衫加裤子款式较多的春夏季清凉商务不同,拥有正装感觉的秋冬西服及三件套,看上去是皮鞋但只有鞋面是皮革的步行鞋也不会受欢迎。

高岛屋公司以大型店为中心,从10月3日起作为新的秋冬商务款式推出“Tech-BIZ”。解决商务人士秋冬季的烦恼,并根据步行上下班等商务场景的变化,推出结合了“最新技术”和“高岛屋买家的技艺”而开发的服装及杂货等。

使用美国COCONA公司保暖功能新材料“37.5 Technology”的套装西服,采用能使服装内湿度接近理想的37.5%的面料,并且是多功能口袋款。针对“室外寒冷但电车内及公司内的暖气又太热”、“穿多件衣服很闷热,而且显得臃肿”、“因为大衣、携带东西很重,想把东西减少一点,但把东西放在口袋里会显得满满的很难看”等烦恼。定制价格为5万3千日元,还准备了夹克衫和裤子。

此外,还有拒水、弹性、防皱的可叠成小包携带的大衣(5万5千日元)、有10个以上口袋的大衣(7万8千日元),新拒水功能的衬衫及领带,4家公司(高岛屋、madras、Vibram、NAIGAI)共同开发在积雪道路上也易滑倒的鞋子和袜子等丰富多彩的商品。

以最新功能和步行款式应对市场,代替温暖商务的新型男士服装市场正在不断扩大。



高岛屋展示“Tech-BIZ”(高岛屋新宿店)。

Kuraray Fastening 开发防虫功能的MAGIC TAPE

可丽丽公司集团的Kuraray Fastening公司与工业塑料产品厂家NIX公司(横滨市)共同开发了具有防虫功能的捆扎带“MAGIC TAPE”。两家公司共同申请了专利。NIX公司作为“ARINIX”的新商品开始销售。

该商品是在MAGIC TAPE的双面魔术带中加入了驱赶蚂蚁、蜘蛛、蜈蚣等醚菊酯成分。

这些步行虫类会侵入植物及木材、电气设备、食品加工设备等造成危害。

过去NIX公司销售各种驱虫商品,在开发能更简单、安全设置的驱虫商品时,注意到能轻松装卸的魔术带,实现了这次共同开发。

将针对电气相关(配电盘、自动售



在配电盘使用的例子。

货机、发电、导电设备等)、卫生相关(食品工厂、保育、护理机构、医院等)用途开展销售,计划首年度销售额为1亿日元。

GOLDWIN 滑雪夹克衫备受关注

GOLDWIN公司的滑雪夹克衫最近获得伦敦设计奖项“Beazley Designs of the Year 2018”的提名。将在伦敦的设计博物馆(The Design Museum)进行展示,直至2019年1月。

夹克衫的面料使用了开发生物材料的人工合成蛛丝纤维“Q/QMONOS”。该纤维利用以蛛丝为基础设计的人工合成蛋白质制成,作为重视环保的材料而受到关注。

GOLDWIN公司正在推进这种滑雪夹克衫的商品化,在雪山等环境进行



用环保材料制作的滑雪夹克衫。

功能验证。滑雪夹克衫在今年1月欧美举行的运动用品展会上受到好评,因此获得此次提名,预定将在11月公布获奖名单。

2018年1~8月 日本从中国进口服装统计

	数量(千件)	去年同期比	金额(百万日元)	去年同期比
针织类				
外套大衣类	4210	118%	6799	116%
西装类	38	53%	166	64%
套装类	3338	163%	3702	197%
夹克衫类	2657	90%	6007	91%
裤类	99034	101%	52592	98%
裙类	27411	96%	23030	97%
毛线上衣类	174152	94%	140389	94%
衬衫类	305501	97%	145864	98%
运动服装类	9242	107%	6997	103%
其他外衣	61778	93%	21230	93%
外衣小计	687361	97%	406776	97%
衬裤类	199333	93%	32121	89%
睡衣类	22186	102%	14769	103%
T恤类	141642	97%	39233	94%
其他内衣	11462	101%	2870	98%
内衣小计	374623	95%	88993	94%
针织服装总计	1061984	96%	495769	96%
梭织类				
男式外套大衣类	15696	120%	32220	122%
男式西服套装类	2570	98%	22391	104%
男式套装类	1022	84%	775	82%
男式夹克衫类	3761	104%	12199	100%
男裤	56864	100%	58171	100%
其他男式外衣	18338	101%	25422	98%
男式外衣小计	98251	103%	151178	104%
女式外套大衣类	19377	114%	39693	119%
女式西服套装类	432	113%	1097	110%
女式套装类	1180	80%	1194	71%
女式夹克衫类	5279	90%	12024	94%
连衣裙类	28756	117%	37212	112%
女裙类	35637	119%	36687	120%
女裤类	89409	96%	82954	94%
女衬衫类	85429	101%	69026	98%
其他女式外衣	129095	98%	38757	91%
女式外衣小计	394594	102%	318644	102%
男式内衣类	33269	95%	32604	94%
男裤类	29765	91%	5147	92%
男睡衣类	4607	92%	3744	91%
其他男式内衣	871	93%	214	95%
男式内衣小计	68512	93%	41709	93%
女衬裙类	643	124%	232	107%
女睡衣类	6958	113%	6657	111%
女式内衣类	98	200%	94	229%
其他女式内衣	1132	79%	264	73%
女式内衣小计	8831	109%	7247	110%
梭织服装总计	570188	101%	518778	102%
针梭织总计	1632172	98%	1014547	99%

(数据来源:由日本纤维输入组合根据日本国财务省贸易统计制成)

您要在日本提高对贵公司的认知度,请让我们来帮助您!

日文版《纖維ニュース(Sen-i News)》欢迎刊登广告!

尊敬的《日本纤维信息》的读者!
有计划扩大向日本出口或与日本企业进行合作、合意的您,为了在日本提高对贵公司的认知度,《纖維ニュース(Sen-i News)》刊登广告能有效地提高贵公司在日本市场上的认知度。
《纖維ニュース(Sen-i News)》创刊于1950年,是发行量约6万8000份的日报。
大纤株式会社还发行季刊《atb》(英文)等杂志。
请随时与我们联系。



《纖維ニュース(Sen-i News)》概要
编辑宗旨 以正确、及时、公正为原则,全面分析报道纤维·纺织·服装业界信息。
特色 本刊是为纤维·纺织·服装企业、团体、个人等,提供多方面业界信息的综合性日报。
创刊 1950年4月27日
发行形式 日报(除周六、周日及日本法定休息日外)
版数 小报
使用语言 日语
发行份数 68,000份(2017年4月现在)
读者构成 (按行业分类)
流通·服装企业 32%
纤维厂家·纺纱厂家·贸易商社 23%
织布厂家 18%
织造批发商 10%
印染·纺织机械厂家 7%
团体·其它 10%
*据本公司调查

联系方式:DAISEN Ltd.
电邮:cnp@sen-i-news.co.jp



日本DAISEN株式会社创业于1955年,发行纺织专业日报《纖維ニュース》,及时报道日本纺织行业动态。
现已推出微信公众号服务,介绍日本纺织企业的面料新作及动态,以更好地发挥中日纺织产业桥梁的作用。敬请关注!

TORAY 东丽
Innovation by Chemistry



本作品由奥司维®制作
北京服装学院
服装与服饰专业（运动服装设计方向）
2018届本科毕业生
李风华 设计

东丽株式会社
东丽（中国）投资有限公司

上海市静安区南京西路1601号 越洋广场8楼
电话：+86(21)3251 8558 传真：+86(21)32518668
URL <http://www.toray.cn>

ultrasuede® 奥司维®
Beautiful Possibilities