

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

2025.10.20 | 第38期 | 总第1238期



P32

ITMA ASIA+CITME SINGAPORE: 日本企业将重点展示和演示最新机型

丰岛公司将在11月的FISMA TOKYO展会上,展示其自主研发的AI自动量体系统“Virtual Standard AI Measure”。



Your Growth Partner



28-31 October 2025
Singapore Expo
www.itmaasiasingapore.com

Hall
H4-B301/302



村田机械株式会社



MSS
Muratec Smart Support
MSS
MSS Hub
Muratec 智能支持系统



涡流纺纱机
VORTEX
870EX
Spinning System



自动络筒机
Alcone
PROCESS CORNER

日本企业的东南亚战略： 不仅是生产基地，消费潜力也备受期待

东南亚对于日本纺织产业而言，是不可或缺的重要区域。尽管各国、各地区情况不同，但东南亚不仅是生产制造的基地，其消费潜力也备受期待。

泰国： 持续探索新角色

在以往日本纺织产业的东南亚战略中，泰国一直扮演着核心角色。但近年来，由于与中国及其他东南亚国家的竞争，其地位有所下降，泰国国内经济也缺乏活力。在此背景下，在泰国的日系纺织企业必须通过提升生产品种的附加值、扩充经营品类等方式，探索新的角色定位。

以服装用途为中心，大量中国产品持续涌入。因此，日系纺织企业普遍认为，泰国作为大宗通用纺织品的生产基地已无法生存，产品升级势在必行。以汽车相关领域为主的产业资材领域，仅靠在日本国内销售已前景堪忧，扩大从泰国到第三国的出口、开拓新品类和新用途已成为当务之急。在此情况下，东丽、帝人富瑞特、旭化成等合成纤维制造商在推进泰国设备投资的同时，也在不断提升生产品种的附加值。

东丽集团正推动将泰国转变为其在东南亚的研发型基地。帝人富瑞特集团除了提升涤纶短纤维和工业用涤纶长丝的附加值外，还增强了涤纶短切纤维的生产能力。旭化成公司则在泰国扩大其氨纶弹性纤维“ROICA”的功能性纱线和可持续原料纱线的生产。

在棉纺领域，Kurabo 集团旗下的纺织公司 Thai Kurabo 公司强化了新业务的开拓和新产品的开发。其染色加工子公司 Thai Textile Development and Finishing 公司则致力于通过加强产品开发，实现高附加值化并确保稳定的订单。

此外，为重构东南亚供应链所做的努力也必不可少。特别是作为进入前景广阔的印度市场的跳板，泰国的需求很高。在汽车相关领域，从泰国出口到墨西哥等北美市场的动向也在加速。包括这些动向在内，对泰国新角色的探索仍在继续。

印度尼西亚： 大型设备投资接连不断

近几年来，在印度尼西亚的日系纺织企业接连进行大型设备投资。在中国企业的面料和服装产品持续涌入该国市场的背景下，日系企业正通过完善体制，在当地生产能够与这些大宗商品形成差异化的高附加值产品，以期开拓新市场和新客户。

从 2023 年到 2025 年，日系纺织企业更新或引进生产设备的案例十分突出。多家企业引进了丝光机、裁剪机、最新的织机、纺纱机和连续染色机等。这些投资的共同目标是：提升生产效

率、降低成本，实现生产升级和产品高附加值化。

除了本土纺织企业的成长，印尼的人工成本也随着经济增长逐年上升。加之近年来中国经济调整，纺织企业加大力度将纺织品（棉、纱、面料、成衣）销往东南亚，日系企业面临的市场竞争压力加大。

除东丽集团、东海染工集团等少数企业外，大多数在印尼的日系纺织企业都以面向日本市场的面料和服装产品为主，这也是当前困境的背景之一。例如，许多在当地的日系企业主营职业装、商务衬衫、运动服的面料或成衣。但近年来，这些品类在日本市场的表现持续疲软。

近期唯一保持良好势头的是面向中东市场的民族服装面料，其日系品质得到了当地的认可。过去几年，几乎所有日系企业都表示对中东的销售形势良好。但近来，该市场中中国企业的产品也在增加，有声音指出，过去几年的旺盛需求似乎也已见顶。

如何利用以往的纺织业务经验，在控制成本的同时，提升在当地生产的面料和服务的附加值，将是日系企业未来成长的关键。同时，开拓除消费持续低迷的日本市场以外的新销路也成为当务之急。

越南： 内销及欧美市场等业务成果显现

在越南的日系纺织企业近期业绩总体保持平稳。尽管由于日本服装市场持续低迷，面向日本的服装生产和品控业务整体偏弱，但一些早已为内销及面向欧美等海外市场的外销做好准备日系企业，正开始收获成果。

伊藤忠商事集团的 Prominent (Vietnam) 公司业务正开花结果。这得益于伊藤忠商事通过其香港子公司 ITOCHU Textile Prominent (Asia) 公司让越南内销业务走上正轨，并收购了越南国家纺织服装集团 VINATEX 的股份，建立了战略性业务合作关系；同时，公司内部设立了研发中心，专注自主开发。公司业务包括面向本土品牌的 OEM/ODM，以及向当地面料贸易商和对日服装厂销售面料。受益于内销的扩大，公司 2025 年 3 月财年的净利润同比增长了 30%。

在辅料领域，岛田商事公司的越南子公司 Shimada Shoji (Vietnam) 公司在 2025 年 1—6 月也实现了营收和利润的同比增长。包括日本大型 SPA 在内的休闲服装、运动服和职业装等领域均有增长。虽然面向日本的业务占整体的 85%，但其余 15% 的欧美市场业务也在扩大。

不过，公司认为，鉴于中国大陆及台湾、韩国等地的辅料企业正不断进入越南，业务不太可能一直这样增长下去，因此正在寻求下一步对策。公司将以“适时、适当、适切”为宗旨，重新致力于与自有工厂及合作工厂共同推进产品开发，同时加强多方面举措，如在越南以外寻找新的采购来源、投入新辅料、通过参加展会向多方推介等。

Yagi 公司的越南子公司 Yagi Vietnam 公司，正致力于在纱线、面料、成衣等各个品类上扩大面向本土服装企业等的内销业务。公司通过参加当地展会等方式加强宣传，据称询盘也有增加的趋势。公司还与面料贸易子公司 Ichimen 公司合作，开始了在当地的面料储备业务。该业务主要面向本土服装企业，初期会精选品号，但备齐多种花色。构想是根据需求和市场反应逐步增加品号，并从 2026 年起正式推广。

Kurabo 集团的 Kurabo Vietnam 公司虽然面向主力 SPA 的面料销售陷入困境，但据称在财年下半期，有望扩大来自本土服装企业和服装厂的订单。为实现未来的业务扩张，公司将进一步加强与日本、泰国、印尼的集团公司合作，以实现差异化发展。



帝人富瑞特的泰国子公司 TPL 公司在推进设备投资的同时，也在提升生产品种的附加值。



一家在印度尼西亚的日系企业，其面向中东民族服装的坯布生产势头良好。

大型纺企的无纺布业务变革： 以结构性改革缩减规模

日本大型纺织企业正在推进其无纺布业务的结构性改革。该业务曾是拉动收益的火车头，但正所谓“好事多磨”。由于原材料和燃料价格飙升，以及与进口产品的竞争加剧，该业务的盈利能力不断恶化，企业已开始着手缩减业务规模，其中也包括海外生产基地。

卫生材料用 SB 业务持续合理化， 涤纶 SB 龙头企业被出售

在合成纤维制造商中，纺粘无纺布（SB）业务正陷入困境。它曾是引领日本无纺布产业的支柱，如今却成了拖累收益的包袱。根据日本经济产业省的纤维动态统计数据，2023 年（从 2024 年起不再公布按制造方法分类的数据）SB 和熔喷无纺布（MB）的产量为 65938 吨，同比下降 15.5%。这是所有制造方法中降幅最大的，与产量高峰期的 2015 年（110192 吨）相比，下降了约 40%。考虑到 2023 年无纺布总产量为 270284 吨（下降 7.8%），这可以说是相当大的减产幅度。

由于按制造方法分类，SB 仍然是规模最大的一类，因此其下滑对整体行业影响巨大。2024 年和 2025 年上半年产量很可能继续下降。不仅是国内生产，日系企业的海外生产也因与当地企业的竞争而陷入苦战。

拥有亚洲最大规模的东丽公司，已将其在韩国、中国、印度尼西亚和印度生产销售的聚丙烯 SB 业务定位为特定业务 / 公司的结构性改革项目（即“达尔文项目”，简称 D-Pro），并已着手优化生产规模。公司正在通过调整生产体系（如关停部分设备）来削减固定成本，同时推进差异化、开拓新用途、优化生产规模等措施。特别是将缩减韩国和中国子公司的生产规模，计划在 2025 财年上半年实现该业务的扭亏为盈。

规模仅次于东丽的三井化学与旭化成的合资公司——三井化学旭生活材料公司，正在推进其卫生材料用聚丙烯 SB 业务的合理化。原三井化学和原旭化成旗下的两家泰国子公司已将管理部门合并，并推动采购和物流的合理化。其国内制造子公司 Sunrex 工业公司也关停了部分不具竞争力的设备。同时，公司也在推进与现旭化成旗下的纺粘工厂（滋贺县守山市）的品牌整合。

东丽公司和三井化学旭生活材料公司的核心产品是纸尿裤等卫生材料。受少子化影响，日本国内的婴幼儿纸尿裤需求减少，而曾一度盛行的出口到中国的日本制纸尿裤也风光不再。日系卫生材料制造商在中国的销售陷入困境，加上与中国企业的竞争，导致收益持续低迷。

另一方面，涤纶 SB 领域也有新动向。日本国内最大的涤纶 SB 制造商（公布产能为 2 万吨）尤尼吉可公司，将于 2026 年 1 月将其包括 SB 在内的涤纶相关业务出售给 Seiren 公司。

Seiren 公司已表示有意退出无利润产品线，因此其 SB 业务有缩小的可能。

此外，还有一些企业正在推进将生产委托给中国等海外企业的进程，日本国内生产的萎缩已在所难免。海外生产基地能否在与当地企业的竞争中胜出，尚是未知数。日本的 SB 业务正面临一个重大的转折点。

SL 与进口品竞争激化， 企业相继退出

水刺无纺布（SL）领域正经历一波退出潮。各家退出企业的共同点是，其产品主要为一次性的生活资材和卫生材料。这些领域大多使用人造丝短纤 SL，而退出背后的原因是，从中国进口的 SL 增加，以及使用了同类 SL 的成品进口，导致竞争愈发激烈。此外，近几年来原材料和燃料价格的持续上涨也严重挤压了利润空间。

打响 SL 业务退出第一枪的是可乐丽公司。其子公司生产销售的干法无纺布（以 SL 为主，也包括化学粘合无纺布等）已于 2024 年 12 月底停产，并于 2025 年 3 月底停止销售。该公司也已大幅缩减其 MB 的产能。

紧接着，以 100% 纯棉为主要产品的尤尼吉可公司宣布退出 SL 业务，并已决定于 2025 年底将其出售给生产纸尿裤、卫生巾等卫生材料制造机械的瑞光公司。同样以 100% 纯棉为中心的 Nisshinbo Textile 公司也将于 2025 年 12 月底停产（部分产品的销售将通过外包生产继续）。

虽然不是 SL，但产品用途与 SL 相似的 Futamura Chemical 公司也宣布，将于 2026 年 3 月底退出其全球唯一的湿法短纤维纺粘法产品“TCF”。在 SL 的应用方面，日本国内的面膜市场正在迅速扩大，伴随酷暑而来的止汗湿巾需求也十分旺盛，但与进口产品的竞争异常激烈。

根据日本财务省的海关统计，从产能急剧扩张的中国进口的人造丝短纤无纺布，2017 年为 36191 吨，而到 2024 年已增至约两倍的 64355 吨。2025 年预计仍将保持 13.9% 的高位增长。

SL 以人造丝短纤等为主要原料，通过高压水流使纤维缠结成布。其最大特点是具有最接近机织物和针织物的质感，但生产过程需要使用大量的水，且干燥等工序比其他制造方法能耗更大。再加上近几年因原材料和燃料价格上



纸尿裤等卫生材料是聚丙烯 SB 的主要用途。



SL 多用于生活资材相关产品，与进口产品的竞争日益激烈。



尤尼吉可公司将冈崎事业所出售给了 Seiren 公司。

涨而进行的价格转移，据说加速了客户转向进口产品的进程。因此，这些企业的产量下降，盈利能力也随之恶化。

更严重的是，许多企业的设备已经老化，即便是定期维护也已接近极限，要继续经营就必须更新设备。在盈利艰难的情况下，进行巨额的设备投资风险巨大。这或许就是那些退出 SL 业务的企业所做出的判断。

ITMA ASIA+CITME SINGAPORE 2025：日本企业将重点展示和演示最新机型



ITMA ASIA+CITME SINGAPORE 2025 将于 2025 年 10 月 28 日至 31 日在 Singapore Expo 举行, 为期四天。该展览是亚洲最大的纺织机械展, 预计将有来自 30 个国家和地区的 800 多家参展商, 预计将吸引近 30000 名参观者, 各界对此展会寄予厚望。包括其中国子公司在内的众多日本纺织机械制造商和机械零部件制造商也将参加, 将重点展示和演示最新机型, 以彰显日本纺机企业的技术实力。

ITMA ASIA+CITME 是全球规模最大的纺织机械展览会之一, 它是由欧洲每四年举办一次的 ITMA 的亚洲版 ITMA ASIA 与中国代表性的国际纺织机械展览会 CITME 合并而成的。虽然 ITMA ASIA 曾单独在新加坡举办过展览, 但与 CITME 合并后在新加坡举办尚属首次。预计将吸引来自东南亚、南亚和中东地区的参与者。

该展览会涵盖了从原料到纺纱、针梭织、染色整理、缝纫、数码印花、自动化和回收利用等 19 个产品领域, 覆盖了整个纺织和服装行业, 被誉为亚洲地区最重要的技术采购平台。参观者不仅可以通过最新的实体机器演示直接比较和评估技术, 还可以从世界领先的制造商那里获得专业的建议 and 解决方案。此外, 他们还可以高效地探索各个领域的创新技术。

10 月 30 日, 展会期间将同期举办“ITMA Sustainability Forum”, 届时全球专家将以“纺织工业的绿色转型”为主题发表演讲。

村田机械 (H4-B301/302) 增加自动络筒机的筒子供给数量 涡流纺纱机将实机生产多色混色纱线

村田机械公司将以“Right Choice, Bright Future”为主题, 推出其最新型号的自动络筒机、涡流纺纱机, 并为客户提供长期支持其纱线生产的解决方案。

自动络筒机“PROCESS CONER Alcone”(托盘型 24 锭) 是在彻底追求生产效率、操作便捷性和节能性基础上开发的最新机型。本次展会将展出产品线中新增的双滑槽类型。通过在机器两侧配置垂直输送带并设置两个滑槽装置, 将管纱的最大供给能力提升至每分钟 54 个。与去年一样, 公司将在同一台机械上同时搭载槽筒式和积极摇臂式两种方式, 以多种纱线品种和装置进行现场演示。

涡流纺纱机“VORTEX 870 EX”(16 锭) 不仅能实现每分钟 550 米的高速纺纱, 还可以生产多种纱线品种和纱支。近年来, 用于将长丝插入芯部的包芯纱装置也发展迅速, 使得提案范围进一步扩大。本次展会上, 公司将现场演示生产可持续的混色纱线“Core Color”, 并展示一台机械同时生产多种颜色的能力。

由涡流纺纱机制成的“VORTEX”纱线具有毛羽少、不易起球等多种优异特性, 包括约 250 家“VORTEX 合作伙伴”在内, 全球纺纱公司和服装制造商将其作为差异化策略予以采用。展会还将展出多种多样的面料和产品样品, 为客户的产品开发提供灵感。

此外, 公司还将宣传可通过 IT 技术提升现场竞争力的“Muratec Smart Support (MSS)”的丰富功能, 并介绍为满足多品种、小批量生产需求而设计的升级部件, 以及旨在让客户长期放心使用产品的维护配件。



自动络筒机配备了两个滑槽装置, 最大可实现每分钟供给 54 个筒子。

TMT 机械 (H4-B301/302) 现场演示最新一代加弹机“ATF-G1”以独家技术实现差异化

作为化学纤维机械领域的全球领军企业, TMT 机械始终倾听用户与市场的声音, 不断优化。公司以“The One & Only Technology”为目标, 持续挑战更高水平的技术, 开发能打动客户、同时实现高性能与高产能的设备, 迈向更大的飞跃。

本次展会以“Beyond 20 Years, Toward New Growth & Next Innovation”为主题, 展出已有实绩的下一代加弹机“ATF-G1”, 并以不久后升级至第二代、第三代为设想, 与客户深入交流, 持续追求新的价值。

“ATF-G1”将以第一代实机展出。此次首次展示可对应量产机构想的 R/L 左右两侧合计 40 位锭位机型。该机采用低机台、紧凑化的机台布局, 配置可实现节能的 1st 加热器以及支持高生产率的多段卷绕系统, 强调以其他公司所不具备的技术实现差异化。

此外, 公司还将通过宣传影像介绍面向加弹机的 POY 包装供给方案、自动化设备, 以及理想中的未来化纤工厂。

就 2025 年的销售形势而言, 在市场转冷与“特朗普关税”影响叠加之下, 化纤主力市场中国的投资意愿出现调整。除了涤纶, 锦纶市场也呈现阶段性降温, 已经没有以前那种强劲势头了。另一方面, 来自印度的询单旺盛, 无论是大型企业、老牌企业还是中坚企业, 投资计划均呈增加趋势。展望 2026 年, 公司一方面力争完全拿下中国最大型企业的投资项目, 另一方面将在活力充沛的印度市场扩大接单。

随着“ATF-G1”的投放, 加弹机业务将不仅在中国, 更将以亚洲为核心扩大销售, 力争提升市场份额。



在去年的上海 ITMA ASIA + CITME 展会上, 该公司展台曾迎来中国大型化纤企业的高层到访。

化纤喷丝板制作所 (H3-D306) 推出中空纤维膜用喷丝板方案 新开发了喷丝板孔检查和清洁装置

化纤喷丝板制作所公司以制造化学纤维和无纺布用的喷丝板为核心业务, 自 1948 年成立以来, 持续为全球客户供货。凭借近 80 年的供应经验和独特的加工技术, 公司能够满足高精度、短交期等多样化的市场需求。近年来, 公司进一步发展其加工技术, 并积极挑战化学、半导体、医疗、能源等纺织行业以外的各种应用领域。

本次展会上, 除了展示利用公司内部试验设备纺制的、独家开发的复合长丝纱线的横截面图以及无纺布样品外, 公司还将介绍用于人工透析、血液净化、气体分离、水处理等多种用途的中空纤维膜用喷丝板。此外, 公司还新开发了喷丝板孔检查和清洁装置, 并将展出实体样品。

复合纤维丝横截面能够再现异形度高的复杂截面形状, 有望在使用了不同种类聚合物的各种应用中得到推广。而中空纤维膜喷丝板则活用了高精度的加工技术, 其特点不仅在于单个零件的精度, 更在于内件和外件极高的装配精度(同心度)。公司内部 NIPS 试验设备也能对此进行验证。喷丝板孔检查和清洁装置则是一台能同时完成喷丝板孔的观察和清洁工作的单元设备。

关于公司 2025 年度的销售情况, 在纤维、无纺布等大宗商品方面, 虽然有缓慢的复苏迹象, 但整体仍持续低迷。在此情况下, 公司正努力通过可实现差异化的高附加值产品来弥补。展望 2026 年, 考虑到中国经济动向、美国关税等可能导致世界经济减速的风险, 公司将为增强市场竞争力而进一步降低成本, 并为推广公司独有技术而加紧新产品的开发。



企业将展出使用自有试验设备生产的无纺布样品。



ITMA ASIA
ITMA ASIA + CITME
SINGAPORE 2025
Booth : H5-D302

福原集团企业是一家跨国公司。在日本不仅拥有研究和生产针织圆机的基地; 且独自拥有制作圆机用织针、沉降片的专业工厂。数十年来, 产品一直顺畅销往包括中国、欧洲、美国在内的世界各国。我们将一如既往地继续向福原圆机用户提供安心和满意的服务。

M-LEC7KS

三工位选针双面电脑提花机

寸数	: 30"	- 38"
给纱口数	: 72F	- 84F
针距	: 18G	- 40G



中国关联公司

福原技术服务(香港)有限公司
香港新界荃湾德士古道98号五方集团中心17字楼
TEL : (852) 2408-9106 FAX : (852) 2407-6097

福原(东莞)贸易有限公司
中国东莞市虎门镇虎门大道96号黄河中心大厦东方时代广场1806
TEL : (86) 0769-8502-0810 FAX : (86) 0769-8161-7073

福原圆机(上海)贸易有限公司
中国上海市长宁区延安西路2067号仲盛金融中心1902室
TEL : (86) 021-6278-9656 FAX : (86) 021-6278-9661

福原圆机(上海)贸易有限公司 青岛分公司
中国山东省青岛市城阳区正阳中路192号国贸大厦6楼636号室
TEL : (86) 532-5555-0285 FAX : (86) 532-5555-0281



运用超微米技术的先进技术。

Support the State-of-art Technology
by Submicron Technology.

DELICATE SCALE





ITMA ASIA + CITME
SINGAPORE 2025

10.28 tue ~ 10.31 fri
SINGAPORE EXPO

株式会社化纤喷丝板制作所 KASEN NOZZLE Mfg.co.ltd.
大阪市北区西天满6-3-17
tel / +81-6313-2557 web / kasen.co.jp



web



去年在上海举办的 ITMA ASIA+CITME 2024 上的该公司的展位。

福原产业贸易（H5-D302） 以“和”之理念推介日本制造 双面针织机采用新开发选针机构

福原产业贸易公司是一家拥有超过百年历史的专业圆编机制造商。公司坚持 100% 日本制造，销售网络遍布全球，并以客户满意为宗旨，持续供应高品质的圆编机。

本次展会，公司将延续以往 ITMA ASIA+CITME 的展位形象，同时强调“和”的理念。在展出最新电脑提花机的同时，推介“MADE IN JAPAN”的优势，旨在实现与同行业其他公司的差异化。

展出的 M-LEC7KS 三工位选针电脑双面提花机是一款采用了新开发的选针机构的双面针织机，其针筒为三工位选针。本次展出的机器规格为 40 针，比传统 36 针更为精细。该机型可织造出如丝绸般手感、轻薄的提花面料。机器本体也实现了紧凑化、节能化，操作也得到简化。

关于 2025 年的销售情况，年初以来因美国总统特朗普的关税问题成为话题，市场持续处于观望状态，订单也因此较为低迷。据称，近来随着关税税率的确定，市场已开始趋于稳定。然而，由于各国普遍感觉“关税高昂”，公司分析认为市场的观望情绪可能还将持续。

在此背景下，福原产业贸易公司致力于通过提升圆编机的精度、性能和功能性，实现与同行业其他公司的差异化，从而提高客户满意度。此外，开发以节能、省人为目标的圆编机，是公司当前的一大课题。公司也将为客户充实和完善售后服务。

KONICA MINOLTA（H6-D302） 强调“打印机、喷头、墨水”一体研发

自 1999 年起，KONICA MINOLTA 公司便作为资深厂商开发并销售喷墨纺织品印花机。发挥其“打印机、喷头、墨水三位一体开发”的优势，除时装领域外，还重点强调对传统服饰、毛巾等广泛面料的适配能力。此外，将展示可削减前处理工序的活性染料用前处理墨水“O' ROBE”，以及即将投放的颜料墨水。

本次主推产品为适用于“Nassenger”10e 与 8 的打印喷头 KM1024iSAE。专为纺织领域开发的该喷头与墨滴喷射控制技术相结合，可在小、中、大三种墨滴尺寸中自由选择，在抑制颗粒感的同时实现顺滑打印。并通过湿式清洁稳定喷嘴性能，延长喷头寿命，内置温度传感器也可维持发色稳定。

面向“Nassenger”SP-1e 的喷头 KM1024iSAE-S，在实现顺滑打印、湿式清洁与温度传感器带来的发色稳定等共同特点之外，还采用专为面料应用开发的模块化喷头设计，提升单 Pass 机型原本不可更改的横向分辨率，从而实现高精度图案的再现。

展台还将同步展示多样面料的打印样品。采用颜料墨水“ViROBE”的“火消半纏”、采用分散染料墨水的和服，以及使用活性染料用在线前处理墨水 O' ROBE 的毛巾等。

丰田自动织机（H3-B204） 实机演示最新环锭纺纱机与喷气织机

丰田自动织机公司将现场展示并演示采用最新技术的环锭纺纱机“RX300”和喷气织机“JAT910”，以推介其卓越的技术实力、节能性能及泛用性。

环锭纺纱机“RX300”兼具高节能性和高泛用性。该机型搭载了新型紧密纺系统，在原有功能基础上进一步扩展了泛用性，可追求适用于各种原料和用途的品质，实现了纱线品质的提升。喷气织机“JAT910”凭借最新的引纬系统，拥有出色的节能性能和织造性能，并通过公司独有的电子开口装置，实现了高品质和高速化。

关于 2025 年的销售状况，公司认为由于特朗普政府的关税政策，投资环境严峻。目前也未见 2026 年市场有复苏的迹象，预计严峻的状况将持续。在此背景下，公司计划致力于满足日益增长的节能、省人化需求，并以此实现与不断崛起的中国产机械的差异化。

丰田自动织机的特点在于其长年积累的雄厚技术实力，以及覆盖全球的完善的售后服务。

Mimaki Engineering（H6-B201） 数字打印的打包式提案

Mimaki Engineering 公司将提出数字打印的一体化打包方案。配备最新的 DTF（Direct To Film）方式、升华转印打印、印花颜料打印等各类系统。

“TS200-1600”即使是首次使用热升华转印打印机的场所也能轻松实现高质量打印。搭载了高密度、高精细的单个打印头，可呈现均匀而出色的高浓度色彩与精细设计。

“TRAPIS”由该公司的喷墨打印机、专用墨水、专用转印纸以及推荐的欧洲厂商生产的专用转印机构成。通过“打印+转印”即可完成的简化印花工艺，操作便捷。

“TxF300-75”是用于制作转印膜、最大打印宽幅为 80 厘米的 DTF 打印机。其采用铝箔包装的脱气墨水设计，并配备白墨循环机构，从而改善相关问题；在延续以往机型可靠、稳定运行功能的同时，实现最高约 3 倍的生产效率。

津田驹工业（H2-A311） 推出毛巾专用织机“ZAX001neo”

津田驹工业公司将实机展出旗下“ZAX001neo 系列”中专为毛巾织造设计的新机型“ZAX001neo Terry 喷气织机”。该系列织机在节能、降低环境负荷的同时，极致追求高生产效率与高品质。

该机型搭载了具备卓越节能性能的“SYSTEM S・Plus”“SYSTEM EOS”，以及可实现超高速性能的“Neo Weft Insertion System”。这些技术在高维度上实现了节能与超高速这两个相互矛盾的性能。其强韧的机架结构“TAP Tsudakoma Advanced Platform”和“Cam Beating System”相结合，即使是高难度的织物，也能支持高品位的织造和稳定的运转。

此外，通过优化新型齿轮箱和连杆机构，实现毛圈织造转速的提高。同时采用油浴方式，提升了齿轮箱内部件的耐久性。“Cam Beating System”采用了专为毛巾织造优化的凸轮曲线，不仅实现了高生产效率和高品位的毛巾织造，还能完成高难度的引纬，并可以期待省气和省压带来的节能效果。

来自街角 2025 年 8 月下旬—9 月东京流行趋势

原宿 融合多样化的款式，不受常识束缚的时尚。



23 岁 · 美发师。佩斯利透视上衣叠穿紫红色蕾丝裙，在原宿阳光下闪耀的古灵精怪女性风格。用包包增添一丝俏皮感。



26 岁 · 酒店职员。蕾丝小背心搭配宽松牛仔褲，重新演绎 Y2K 风格。点缀 Supreme 标识，棒球帽和靴子的搭配，巧妙融合街头风和性感气息。

表参道 高端品牌店铺云集，洗练现代的流行感觉。



美发师 / 公关。黑色长款连衣裙以紫色肩带点亮全身，充满神秘感。酒红色乐福鞋悄然释放独特气质。



25 岁 · 模特 / 服装店员。碎花短款连衣裙搭配皮靴，营造英伦甜美风。细腰带 + 黑色托特包勾勒利落落比例，打造秋日街头成熟风格。

银座 奢侈品品牌的包和手表是必备品，最近与快时尚的混搭也很普遍。



24 岁 · 演员。极简黑色吊带裙搭配腰系衬衫，露腿造型展现健康大胆的魅力。短靴增添都市感的随性气质。



31 岁 · 公司职员。奥甘迪上浮现沉浸式印花图案，融合摩登与艺术，以极简配饰打造轻盈造型。

涩谷 敏锐反应新文化，能了解到日本年轻人的“现在”。



20 岁 · 美发师。花卉蕾丝背心搭配中裤，甜酷平衡恰到好处。用厚底运动鞋打造活力十足的造型。



24 岁 · 模特。基本款黑色 T 恤+宽腿牛仔褲，配上框架眼镜与米色包散发知性氛围。随性发型演绎中性休闲风格。

代官山 不轻易追随流行的沉稳街区，普通人与设计师的距离感很近。



19 岁 · 模特。金属质感吊带裙叠加蕾丝，闪耀摩登光泽。颈圈与厚底鞋交织出摇滚与柔美的夜晚余韵。



20 岁 · 学生。黑色衬衫裙叠穿蕾丝褲，光泽与透明感的对比营造出静谧的性感。链条与头饰成为都会女孩的时尚标识。



A-Girl's 通过扩展业务领域 与环境应对提升价值

圆编面料制造批发商 A-Girl's 公司正加速推进提升企业价值的举措。

其中一项是扩展业务领域，新进入横编针织及成衣领域；另一项是推动可持续发展，公司已于 8 月取得国际有机棉认证“GOTS 认证”，进一步强化主营产品环保应对。

该公司在 7 月于意大利米兰举办的面料展会“Milano Unica 2026 秋冬展”上，首次展示了横编面料及制品。通过与新潟县五泉市的横编制造公司合作，专注高针数针织产品的制造，并获得了样品订单请求等高度评价。

与一般横编面料及制品的不同之处在于，公司活用了用于圆编面料的独家纱线。例如，采用印度超长棉（苏文棉）制成的“Lotus”纱线与尼龙复合的圈圈纱，以及再生纤维素纤维“Tencel”与羊绒的复合纱，打造出极具“A-Girl's 特色”的面料与制品。

公司还强化了对日益增加的成衣需求的应对能力。凭借能够将圆编面料进行本缝加工的优势，并与擅长领口制品的福井县越前市缝制企业 Monster 公司建立了合作关系。Monster 公司曾涉足礼服衬衫的制造，因此也可承接织物的缝制业务。

A-Girl's 公司社长山下智广表示：“Monster 公司拥有经验丰富、技术水平极高的工匠。我们不仅止于交付成品，而是能够实现更高层次的制造。”将面料优势与缝制优势结合，吸引国内外需求。

在可持续发展方面，公司已取得有机棉国际标准“GOTS 认证”。作为对海外企业销售面料不可或缺的举措，公司用约一年时间完成准备。山下社长强调：“我们也对员工进行了意识改革。这不仅提升了商品的价值，也提升了公司的整体价值。”

在环保举措上，公司还开发了利用“Lotus”的 B・C 级纱线再生的新产品。通过将 B・C 级纱线回收为棉，与原生“Lotus”混纺，成功生产出 70 支单纱等细纱。同时，公司还将积极活用结构蛋白质材料“Brewed Protein”。



企业在展览会上介绍横编织物等。

Jun “Salon Adam et Eve” 年销售 24 亿日元， 支撑来自产地企业

Jun 公司旗下的女装品牌“Salon Adam et Eve”业绩表现良好。

本期（截至 2025 年 9 月）的年销售额预计将达到 24 亿日元（同比增长 20%），成功吸引了具有高时尚敏感度的成年消费群体。品牌负责人、部门主管山本矿平表示，五年后目标是“将规模扩大至 50 亿日元”。

目前，品牌拥有 6 家独立门店和 4 家生活方式类复合店，近日又在 NEWoMan 高轮与惠比寿 Atre 新开两家独立店，总店铺数达到 12 家。门店布局集中在大都市圈，锁定了偏好进口品牌和高感度设计师品牌的成年消费群体。

约三年前，品牌对商品 MD 进行了刷新，同时对品牌本身进行重构。此前客单价在 9 千至 1 万日元之间，重构后维持在原来的 2 至 2.5 倍。

通过提升时尚敏感度，强调高品质素材与可持续概念，品牌强化了面向成年女性的推广，核心客户群为 40 岁左右女性。

品牌凭借直观打动女性的品质、精益求精的工艺以及可持续的原料采购获得支持。

商品 MD 的核心在于利用日本产地的面料与稀有加工技术。春夏季，国产商品占比超过整体的四成。与和歌山市纪南莫大小工厂公司合作开发的五分袖罗纹 T 恤售出 1300 件；与另一家企业合作的透视材质开衫则卖出 4200 件，成为热销商品。

秋冬季，品牌推出采用爱知县一宫市 T'accac 公司大衣面料的外套。山本表示：“这是一种由旧式织机织造的高档面料，手感极为上乘。”此外，还从桐生、米泽、播州、北陆等地采购素材，也有与从事涤纶、尼龙高密度织物业务的福井县坂井市的第一织物公司合作的实绩。

未来，公司计划将国产商品比例提高至五成。通过将与日本产地合作的商品内容化，在门店与电商平台进行推广。始终考虑商务上向产地的循环，强调“持续合作”。在女装市场中，能够长久穿着并永不过时的服装需求正在上升，这也为国产商品带来了机会。今秋冬的羊毛大衣定价区间为 6 至 8 万日元，面料从尾州采购。



企业在 NEWMan 高轮开设的新店铺。

癒 toRi 18 追求手工与机械的融合

牛仔裤加工企业癒 toRi 18 公司追求利用传统手工加工与激光等科技的加工开发。去年，公司在总部所在的仓敷市儿岛地区新建了一座工厂，并引进了 3 台激光加工机。在确保人力资源的同时，加大设备投资，力争扩大业务规模。

公司将儿岛地区一栋原有的两层建筑改装为新工厂，投资额约 1 亿 5000 万日元。工厂已于去年夏季开始运转，配备 3 台激光加工机。新工厂内不仅设有样品缝制与熨烫压烫空间，还设立了财务部门和 OEM 团队，并计划设置展示复古牛仔裤等产品的展厅。

总部工厂主要负责公司强项的传统手工打磨加工，而新工厂则以激光等机械加工为主。公司推动两者结合的开发。社长畝尾贤一表示：“与其说是用激光提高生产效率，不如说是以手工感的方式去运用它，从而专注于提升品质。”

受牛仔趋势影响，本财年销售额呈增长态势。他强调：“在好的时期也要为下一步做好准备”，因此正推进人才招聘与培养，



新工厂引进的激光加工机。

以及设备投资。

公司正加强培养制作激光加工数据的技术人员，并聘用年轻人和管理层等，完善人才培养体系。目前公司有约 70 名员工，他表示“至少还需要再增加 10 至 15 人”，并在持续推进人才招聘。

公司也在推进设备投资。今年 11 月将在新工厂新增 2 台激光加工机，并计划引进喷墨打印机。随着总部工厂逐渐趋于拥挤，公司也在考虑新建专门用于打磨加工的工厂。畝尾社长表示：“为了雇用更多年轻人，我们希望建设一个环境完善、清洁的工厂。”

联合展会“CENTER” 为时装设计师创造机会

时装联合展会“CENTER”于 9 月 8 日至 9 日在东京涩谷 Stream Hall 首次举办。该展会由精选店“RforD”代表近藤弘一自发主办，共有 48 组独立系时装设计师参加，旨在推动行业活性化。

中规模的联合展会——以实力派设计师为主的展会原本就呈减少趋势，新冠疫情更使这一趋势加剧。近藤因应合作设计师的需求决定举办此次联合展，并降低展位费用以鼓励参与。虽然准备时间短暂，未能寻找到赞助商，但仍得到了众多设计师的支持。

参展的“SAORI UEKI”设计师植木沙织表示：“虽然存在课题，但参加是值得的。独立系设计师缺乏参展的平台，希望这个展会能持续下去。”

主打手工针织服饰的“rurumu”（设计师东佳苗）也表示：“联合展会本来就很少，希望它能逐步增强影响力。”除了行业相关人士专门的观展日，还设置了面向一般消费者的开放日。许多品牌接到高价外套的订单，一些设计师表示利用涩谷这一地段举办展会收获颇丰。

另一方面，宣传和吸引买家的集客能力仍是挑战。虽然以 SNS 和网站为宣传渠道，但由于准备期短，预想中的核心买家来访有限。近藤表示：“希望在解决问题的



船场 Textile 展位。

同时，继续举办联合展会，提供以往联合展会未曾有的发现与邂逅。”

作为独特尝试，本次还邀请了来自“上海时装周”官方活动“MODE 上海服装服饰展”的 13 个精选品牌参展。其中不少品牌尚无日本合作伙伴。参展的“RAXXY”设计师 William Shen 表示：“我们能够展示融合中国传统文化的高端羽绒服。虽然目前已在欧美市场扩展渠道，但今后也想正式进军日本市场。”

Kansai Fashion Association, co-op 面料部会的区域・商用品牌“船场 Textile”也参展。本次共有宇仁纤维公司、大津毛织公司、清原公司、Cosmo Textile 公司、Sunwell 公司、柴屋公司、北高公司等 9 家公司参加。北高公司福田唯人表示：“能够与国内外设计师建立联系非常宝贵。将成品与面料结合的联合展会很少见，在交流中也获得了许多新的启发。”



企业丰富了上装产品样品，增强现场体验。

KAIHARA 以“精益求精的牛仔布” 把握需求

日本最大的牛仔布制造商 KAIHARA 公司正在强化利用其在原料、织造、染色等方面积累的专业技术，推出“精益求精的牛仔布”以满足市场需求。公司在东京 Office 举办了时隔两年的第二次单独展，发布了最新开发的面料案例。

其中之一是黑色牛仔布“Ghost Black”。传统黑色牛仔布所使用的硫化染料容易渗色，难以呈现靛蓝牛仔布所特有的“芯白”效果。而“Ghost Black”通过染色技术，使其如同靛蓝牛仔布一样，芯白部分清晰而显著。该面料不仅加工性能优良，还具有较高的保色性。

公司还展示了注重加工感的牛仔布。基于“20 世纪 60 年代日本仍从美国进口牛仔布，当时 A 级牛仔布并未流入日本市场”的设定，重现了那个时代的质感——通过双幅牛仔布再现出点状褪色的粗节感。

除了复古风格的牛仔布，KAIHARA 也推出了注重功能性的牛仔布。在市场对四季皆宜的面料需求不断增加的背景下，公司开发出采用住友化学公司固体聚合物型温度调节材料“COMFORMER”的牛仔布。该材料在高温环境下能吸收热量，在低温环境下则释放热量，同时具备速干性能，从而弥补牛仔布的不足。此外，公司还展示了采用住友化学公司的生物来源靛蓝染料的牛仔布。

除牛仔布外，公司还准备了其他面料。例如，通过整理加工赋予白坯布独特效果的面料：使用备长炭为原料的颜料涂层布料展现出独特的起皱感；经过油质涂层处理的布料则具有独特的滑润感，并能在加工后保持。

本次展会相比上一次，增加了更多上装的产品样品，让来访者可以实际试穿，从而直观感受面料特性。上一次仅展示成品样品，而此次还准备了挂样布，以更深入地传达面料内容。生产管理本部市场企划室长前原章浩表示：“由于试穿样品丰富，（与上次相比）来访者的反应更为热烈”，展现了良好反响。

Seiren 承继纤维事业，首年度力争实现盈利

Seiren 公司会长川田达男于 9 月 10 日在东京召开记者会，阐述了承继尤尼吉可公司纤维事业（冈崎事业所）的方向性。公司将推进包括设备维护与更新在内的结构改革、新业务投资以及退出亏损领域等措施，打造“不再出现赤字”的经营体质，力争从首个年度（2026 财年）开始实现盈利。

川田会长表示，事业承继的目的在于有效利用冈崎事业所的区位、设备、技术力与人力资源，从而推动 SEIREN 集团的成长。他强调：“约 500 名员工的就业维持极为重要，我们将负起责任来应对。”

承继事业规模约 500 亿日元，但其中包含许多亏损领域，“听说每年亏损约 11 亿日元。果断退出不盈利领域，确保稳定盈利。”因此，公司计划将事业规模在近期压缩至 200 亿—300 亿日元，并以聚酯聚合、纺粘无纺布、产业用纤维及高强度纤维为核心展开。作为结构改革的一环，公司计划在设备维护、更新、撤除及生产自动化方面投资 100 亿日元。此外，还将在汽车材料、碳纤维、建筑材料、半导体等成长领域，于三年内追加 100 亿—120 亿日元的新投资。集团整体三年投资预计达 300 亿日元。

关于业务现状，川田会长指出，目前主要以纱线、短纤、无纺布等销售为主，附加值不足。承继之后，公司将增加更接近最终产品形态的销售，并利用靠近汽车相关企业的地理优势，强化车用业务。

随着退出亏损领域，预计设备使用空间将缩减至现有的 50%—60%，空出的部分将积极用于新业务。同时，该事业所占地约 32 万平方米，公司也在考虑将其作为物流据点加以利用。在人员方面，公司计划自 2026 年财年起启动应届毕业生招聘。

TSI Holdings 机车夹克盛夏依旧畅销

TSI Holdings 公司旗下的美国时尚品牌表现强劲。以皮夹克和牛仔单品为主力的“Schott”销售额同比增长 20%，源自美国空军服饰的休闲品牌“AVIREX”的销售额也超过去年。

“Schott”自 1913 年创业以来，一直坚持生产美国制造的厚重皮夹克，并因持续坚守品牌理念而备受支持。TSI Holdings 集团旗下负责该品牌的上野商会公司的工藤淳平课长补佐表示：“即使在炎热的夏天，机车夹克依然畅销，成功捕捉到提前购买的需求。”

近年来的美式休闲与复古潮流也

成为顺风助力，“无论年龄层，粗犷的皮夹克都备受追捧。”同时，该品牌在保持美国制造稀缺性的同时，仍以低于 20 万日元的价格区间推出单排扣、双排扣机车夹克，这也是一大特色。

产品采用能体现复古岁月感的皮革，在拉链等辅料上也精益求精。此外，老款山核桃牛仔夹克与工装背带裤也成为畅销单品。通过织造表现的细条花纹纹以及美式的尺码比例，吸引了越来越多的男女回头客。

另一方面，“AVIREX”也因美式休闲热潮而再度带动飞行夹克的销售。上野商会公司于 1986 年取得了“AVIREX”在日本的独家销售权，并开启业务。当年上映的电影《壮志凌云》（Top Gun）中，汤姆·克鲁斯身穿飞行夹克，引发了一场轰动性的潮流。

1994 年，公司与“AVIREX”签订授权协议，开始针对日本市场企划外套、内搭、裤装等产品，并拓展至女装与童装，逐步扩大粉丝群体。公司表示：“除了钟情于原版设计的核心粉丝之外，品牌的知名度也向家庭群体扩散。”



“Schott”机车夹克。

Mertex Indonesia 设备迁移，承接“Palpa”的生产

Shikibo 公司在印度尼西亚的纺纱·加工子公司——Mertex Indonesia 公司，已从尤尼吉可公司接手多层结构纱“Palpa”的生产。随着尤尼吉可公司决定关闭其位于印度尼西亚的纺纱工厂 Unitex 公司，必要的生产设备已完成迁移，近日已开始试生产。

“Palpa”是一种以涤纶纤维为芯、由棉包覆的结构性纱线，是尤尼吉可公司推出并迎来 50 周年的产品。它兼具涤纶与棉的优点，被广泛应用于服装等各类缝制品。此前，该产品由冈山县总社市的尤尼吉可常盘工厂和 Unitex 公司生产。作为尤尼吉可公司纤维事业转让的一部分，Shikibo 公司已于今年 6 月宣布接手“Palpa”的商权和客户资源。

Mertex Indonesia 公司已在 9 月前将 Unitex 公司位于茂物的部分生产设备迁往莫佐克尔托，接收为纺纱前准备工序的机械。目前正在试产需求量较大的 65% 涤纶·35% 棉混 30 支单纱的“Palpa”，近期将转入量产。“Palpa”根据芯纤维与包覆纤维原料的不同，拥有多种规格，但是否由 Mertex Indonesia 公司全面接手所有品号的生产尚未决定。

Mertex Indonesia 公司以环锭纺为主，拥有约 5 万锭，主要生产 35—40 支纱。近期产量约为每月 1000 包左右。本次迁移中，并未从 Unitex 公司接收纺纱机，原因是其与 Mertex Indonesia 公司现有纺纱机在功能和性能上多有重叠。

KURABO 强化开发，推动“Smartfit”实现倍增

KURABO 公司的 UNIFORM 事业部正专注于提供契合最终用户需求的面料供应。通过与直接向用户提出建议为主体的高温风险与健康管理系统“Smartfit”联动，并与职业装一同提案，将现场声音反映到面料开发中。同时也加强 QR 对应，推动订单增长。

2025 财年上半年（4—9 月），随着服装厂商的库存调整告一段落，预计面料销量将超过上期。然而，由于此前价格上涨的影响，制服的配发数量减少，销售量的恢复低于预期。

定制订单因与服装厂商和销售代理商的合作加强而大幅增长。即使是合成纤维为主的厂商，也逐渐开始采用棉/尼龙混纺等新产品，从而支撑整体销量。通过“让客户感受到棉的价值”的提案，棉混纺面料的订单得到提升。

上期销量翻倍的高透气·高弹力面料“JETAIR”本期仍保持良好势头。阻燃面料“BREVANO”也表现稳健，并逐渐扩展至与其他材料组合的复合型产品。

随着爱知县安城市安城工厂的关闭，设备正向印尼和泰国转移。在制服面料生产较多的 Thai Kurabo 公司，公司储备了纱线和坯布，以确保稳定供应。

7 月上线的工装专用电商网站“NEW LIFE WORKERS”起步顺利。该网站销售面料供应厂家的目录定番商品及使用公司希望进一步推广的面料的自有品牌产品。其中部分定番商品甚至收到了来自海外的订单。

下半年，公司将利用德岛工厂扩大 QR 对应，并大幅增加坯布储备量，以强化快速响应体制。“Smartfit”因已被大型企业采用而赢得信赖，主要在制造业中，导入企业数与使用人数较去年实现倍增。12 月将在“福冈工业展”上，加强面向安全卫生负责人的提案。

制服面料的海外拓展也在加快。6 月参加泰国“SAFE@WORK”展会时，销售业绩已有所增长，9 月首次参加在印度举办的“OSHINDIA”，在印度，公司计划立足本地市场及面向中东的需求，重点推广阻燃素材，拓展销售渠道。

中日韩纤维产业合作会议 携手构建公平贸易秩序与可持续发展

第 12 届中日韩纤维产业合作会议于 9 月 23 日在韩国釜山召开。日本纤维产业连盟、中国纺织工业联合会、韩国纺织产业联合会共同出席。三方就各自的现状与课题进行了报告与讨论，并就“构建公平贸易秩序的必要性”、“为实现可持续发展而加强合作”、“扩大会议主题与交流范围”等达成共识。

会议出席者包括日本纤维产业连盟会长日觉昭广、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、韩国纺织产业联合会会长崔炳五等。三方分别汇报了各自纺织产业的现状与前景，同时，韩国纺织产业联合会就“技术纺织品”、日本纤维产业连盟就“可持续发展”、中国纺织工业联合会就“供应链伙伴关系”进行了专题报告。会议鲜明地表明，以美国关税政策为背景，维护和重建贸易秩序已成为重要议题。

经过讨论，三方在以下方面达成一致并签署联合声明：

① 在保护主义抬头、全球贸易秩序动



三方签署联合声明。

摇的背景下，三国认识到增强供应链恢复力以及在通商贸易问题上加强合作的重要性，确认包括中日韩自由贸易协定（FTA）在内，构建稳定且公平的贸易秩序的必要性；

② 为实现纺织时尚产业的可持续发展，将加强在循环经济、ESG（环境、社会、公司治理）议题、智能制造、数字革命等方面的专家交流与合作；

③ 通过三国会议，努力扩大交流范围与议题，例如介绍先进技术、产品与企业的优秀案例，举办专题演讲等特别环节。

此外，会议决定下一届将在日本举办。

Texfuture Tokyo 功能与可持续性素材展观众超出预期

以功能性与可持续性素材为主题的专业展会“Texfuture Tokyo”在东京都内举办。本次首届展会有来自国内外的 50 多家企业参展。以在体育领域扩大销售为目标的企业尤为引人注目，参展商纷纷表示：“与新客户建立了联系，超出了预期。”

展会于 9 月 10 日至 11 日在东京国际论坛大楼举行，为期两天。由于是首次举办，开幕首日便人潮涌动，许多参展商表示“来访观众比预想的还要多”。作为专业展会，参展者与来访者双方更容易锁定目标群体。

住友金属矿山公司展示了采用近红外线吸收纳米微粒的材料技术“SOLAMENT”。通过吸收太阳光中的近红外线实现遮热与发热效果。在服装用途方面，公司推出了掺入纳米粒子的涤纶纤维。

浚定名古屋公司女装面料第 14 课展示了“RIBON”系列。该系列集合了多种功能性素材，包括蓄热保暖材料“Warmdart”和近红外线阻隔材料“Trubeaute”等。

KAJI 集团展示了旗下面料品牌“KAJIF”。除了采用比以往更细的超细合成纤维织造的面料外，还推出了经纬使用和



住友金属矿山公司的“SOLAMENT”。

纸纱线的织物“KAJIF Papercloth”。该纱线以内芯为合成纤维，并以和纸包覆，能够制成 70 支纱（毛纺支数）。

开发与销售高功能纤维的 V&A JAPAN 公司已在海外参展中取得成果，此次参展旨在“扩大国内客户群”。公司聚焦高功能性素材，围绕轻量、透湿防水以及日本制造（北陆产地织造与染色）进行提案。

毛检试验认证中心公司则介绍了自家可进行的功能性测试，包括紫外线遮蔽、防透视性、有机性等，并阐释了羊毛所具备的功能性。据称，对功能性测试的关注度很高，“有参展企业表示希望在吸湿发热等方面进行测试”。



柳井康治（左）和小笠原一郎。

UNIQLO 加快拓展企业工装 与制服业务

UNIQLO 公司 9 月 2 日宣布，将强化面向企业、学校、体育相关领域的“制服事业”。自 2000 年代初期以来，公司以线上服务为主轴展开业务，预计到 2026 年 8 月期，制服会员数将突破 2 万件。在此背景下，公司新设立了 UNIFORM & CUSTOMIZE 部门，建立起能一站式满足客户需求的体系。

在东京召开的记者会上，迅销公司取締役集团上席执行役員柳井康治表示：“在少子老龄化和国内市场日趋成熟的情况下，制服市场蕴含商机。我们将在制服领域也成为压倒性的第一。”

他分析指出，自新冠疫情以来，无论工作还是休闲，人们对“舒适生活”的需求高涨，企业和学校希望能以合理的价格购入功能性服装。同时，由于酷暑、暖冬等气候变化的影响，对功能性服饰的需求也日益增强。

该公司对制服的调查，客户提出最多的要求是“价格便宜”“材料品质好”“便于活动”，这些需求正好与 UNIQLO 的产品特征契合。长期以来，人们普遍认为制作工作服、制服、运动服等必须从零开始设计和采购材料，但调查显示，市场实际上需要的正是 UNIQLO 的功能性和设计。

柳井表示：“我们并未设定销售额等具体数字目标。但我们要将制服打造为 UNIQLO 的核心业务。在国内夯实基础后，还要在海外拓展业务。”

基本做法是以 UNIQLO 现有服装为基础，添加企业 Logo 等丝网印刷、刺绣、转印工艺，同时也为部分企业提供原创服装制作。例如公司向从事空间设计的乃村工艺社公司提供了夹克、裤子、衬衫、POLO 衫等原创服装。

这些服装在透气性、伸缩性、除臭等功能上进行了强化，获得员工好评。记者会上，神奈川丰田汽车公司、雪印 MEGMILK 公司等也表示：“设计性提升了员工的积极性。”其中，雪印 MEGMILK 因有冷库作业，采用了具备防水与透湿功能的“Blocktech Parka”，内搭吸水性良好的“Airism”珠地 POLO 衫，用于夏季活动时也“减轻了身体负担”。

在秋冬季，公司还可提供高功能中棉材料“PuffTech”、Hybrid Down Outerwear、经典抓绒及“Heattech”系列。今后，公司将在合作工厂设立专用生产线，以应对制服制作中的规格变更。新设立的 UNIFORM & CUSTOMIZE 部门负责人小笠原一郎表示：“丰富的产品结构和尺码选择也是我们的优势。”



作品名称《FLY ME TO THE CARTON》

本作品使用奥司维®制作

中国美术学院

服装设计专业 李士本科

麻理博设计 & 制作

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 瑞丰广场8楼
电话: +86(21)32518558 传真: +86(21)32518668
URL: www.toray.cn

ultrasuede® 奥司维
Beautiful Possibilities

