

新闻稿

总结报告
中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会
中国, 国家会展中心(上海)
2018年3月14日至16日

2018年3月22日

陈培茹小姐
电话: +852 2230 9252
paula.tan@hongkong.messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com.hk
www.intertextileapparel.com

ITSAS18 FR SC

更多参展商, 更多买家, 更为丰硕的业务成果: Intertextile 上海面辅料展买家数量增长了 15%, 再创新高

总结如下: 中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会(下称 Intertextile 上海面辅料展)是促进全球纺织业发展, 提高业务成果方面不容置疑的领航者。这一场全球采购盛会于上周五成功在国家会展中心(上海)落下帷幕, 来自 104 个国家和地区的 82,314 位买家莅临现场¹(2017年: 71,450 位, 103 个国家和地区), 同比增长了 15%; 同时, 今年展会共计有 3,386 家来自 22 个国家和地区的参展商参展(2017年: 3,341 家, 26 个国家和地区)。今年, 来自中国香港、韩国、日本及印度的买家数量录得强劲的增长, 他们亦是本届买家数量最多的前四位国家和地区, 而意大利和巴基斯坦也打进今年买家数目的前十位, 分别居于第八和第十位, 与美国、中国台湾、俄罗斯和英国同样榜上有名。

“在去年十月秋冬展买家数量录得强劲增长, 以及最近几个月全球纺织业发展前景普遍看好的背景下, 我们就预期今年的展会能够取得可喜的成果; 然而, 愈来愈多参展商和买家给予展会充分信任, 并将展会视为主要业务平台的这个成绩已经完全超出了我们的预期,” 法兰克福展览(香港)有限公司高级总经理温婷女士在展会结束后表示。

“我们认为展会成果之所以超出预期, 是因为展会的规模是其他同业展会无法比拟的, 但最重要的是, 展会每年都为各参展商提供了更多业务机会, 例如与来自世界各地的新客户接洽并获得实际订单和业务成果等。根据本届展会买家的质量和数量, 以及参展商向我们反映的实际交易成果, 本届展会作为行业春夏季节的开始, 不负众望地再创佳绩。”

许多参展商都深有体会, 其中包括首次参展的法国蕾丝参展商 Jean Bracq。“我们参加展会是为了将我们的蕾丝产品推广到全球市场,” 出口商务负责人 Philippe Larrieu 先生说。“来自中国、澳洲、印度、法国和美国等的许多客户到访我们展台, 仅在展会第一天, 我们就接洽了 60 次样品询价! 甚至连我们的产品目录都发放一空, 结

法兰克福展览(香港)有限公司
香港湾仔港湾道 26 号
华润大厦 35 楼

¹数字包括从中国国际纺织纱线(春夏)展览会、中国国际家用纺织面料及辅料(春夏)博览会、中国国际服装服饰博览会(CHIC), 以及中国国际针织博览会(PH Value)到场的买家。

果太出乎意料了。在本届展会上，我们不仅结识了新的买家，而且还接待了在巴黎展会上经常遇到的现有客户。”

与 2017 年一样，本届展会共设有七个展馆，占地面积 187,000 平方米，展品琳琅满目，品类齐全，从女装、男装、正装、衬衫、内衣及泳装面料到高档羊毛面料、原创印花设计、功能及运动面料、可持续性产品及服务、数码印花技术、服装及流行辅料等。另外，本届部分展区皆有所增长，其中精品毛纺展区的参展商数量比去年翻了一番，反映了春夏新品采用羊毛面料的新趋势。无独有偶，跃动牛仔的海外展区面积也增加了一倍，而辅料视界的海外展区规模亦增长了 73%。

参展商反馈

时尚欧洲馆

“这是我们首次参展，我对观众的素质印象深刻。尽管我们销售的是高端产品，但来参观的买家还是很感兴趣。第一天我们就接待了 30 多个买家，我认为多数买家都会下单。与其他展会相比，我认为展会的买家态度更诚恳，对于达成交易更感兴趣，而不仅仅是了解市场趋势。”

Irina De Giorgi 女士，销售经理，Ideas by Glarotex AG，瑞士

法国展区

“第一天确实很重要，我们当时就接到了几个订单，而且还结识了很多新客户，大多数都是中国客户，还有一些其他国家的客户。到目前为止，我们对展会成果感到非常满意，许多客户来到展台，大大提升了我们在这里的知名度。这次展会确实非常棒，很重要的一点是，参观展会的客户涉及范围非常广泛。而我个人也非常喜欢展会，规模大，空间敞亮，相比其他展会，这里令人感觉轻松点。”

Marion Dumas 女士，出口销售，Malhia Kent，法国

日本展团

“这是我们第一次参展，展会的规模使我们印象深刻，大量观众来我们的展台，第一天约有 85 人，第二天约有 100 人。虽然多数都是中国买家，但也有香港的采购公司和服装公司，以及欧洲买家。由于世界各地的众多买家都在此进行采购，我们认为这是一场非常有帮助，有效和重要的展会。我们借此机会能够发掘新的客户。毫无疑问，这是纺织业春夏季最好的展会。”

笹仓健二先生，销售代表，株式会社 播，日本

中国台湾展团

“展会不但是我们进军大陆市场的重要途径，而且使我们有机会结识世界各地的客户。包括知名体育品牌李宁在内的多个重要客户莅临了我们展台，其中 30% 的买家来自欧洲，美洲和东南亚国家，我们获得了多个未来开展合作的机会。许多客户纷纷询问我们最新推出的环保功能面料。”

吴健民先生，业务总监，纤登企业股份有限公司，中国台湾

韩国纺织中心展团

“第一天非常忙碌。展团迎来了众多买家，参展商们确信会在展会后收到多个订单。这些买家都是诚恳的贸易商，他们当中既有老客户，也有新客户。既有中国买家，也有海外买家。对我们来说，这是一场卓有成效的商品交易会。我们参加展会已经超过 10 年了，亲眼目睹了中国不断发展的市场潜力。在这里，你总能开发出新客户。”

柳洪根先生，市场部总经理，韩国纺织中心展团主办方，韩国

精品毛纺展区

“我们的目标买家是中国最顶级，最高端的定制服装商。在这次展会上，我们确实接待了许多寻求欧洲高端供应商的定制买家。多数都是来自中国，但我们也结识了来自印度，东南亚甚至英国的买家，我认为欧洲行家在 Intertextile 上海面辅料展中的参与度会越来越高。不仅在参展商，而且在观众方面，展会的重要性逐渐超过了某些在法国和意大利举办而历史悠久的展会，这表明业界的关注点正逐步从欧洲转向亚洲。中国买家越来越精明，也越来越有鉴赏力，他们更了解自己需要什么以及如何区分品质，而这一点也有利于我们。中国许多客户具有较强的消费能力，因此我们的产品价格不是问题。我们不可能不参展，如今精品毛纺区的所有大牌行家都到齐了。本届展会上，我们的展位总是挤满了观众，有时观众都无法进来，甚至要排队！”

Josh Lane 先生，远东地区经理，Holland & Sherry，英国

“我们每年都会参展，而买家数量不断增加，因此我们每次都会扩大展台面积。今年上海展会的成果要优于巴黎展会。在这里，我们一天之内接待的潜在客户数量相当于在巴黎展会三天内接待的数量。这是一场非常优秀的展会，不但具有业务成效，而且组织有方。它是业内众所周知的重要展会，因此积极参展对于我们的营销和品牌推广非常重要。总的来说，今年的成果非常不错，比去年更好。我们结识了来自中国，日本，韩国和美国的买家，其中包括优衣库等一些知名品牌。我们也收到许多样品询价，我认为大多询价会转为订单。”

Daniel Gun Fischman 先生，纺织业务部出口经理，Aris Industrial S.A., 秘鲁

花样设计区

“我们非常注重中国市场，而 Intertextile 上海面辅料展为我们拓展中国市场业务提供了良机。到访展台的买家都是行家，我们不需要详细地向他们介绍产品。尽管我们的设计价格不菲，但这里的买家还是当场下单，平均每位买家购买三种产品。我们在欧洲展会上也有接洽中国买家，但类型完全不同。这里的买家汇集了品牌商和制造商，事实上是整个行业，涉及了从高端品牌到制造商，再到工厂，全面覆盖了市场各个范畴。今年的交易成果不错。我们单个销售的业务增多，购买少量产品的客户增加。目前我们拥有了更加多样化的客户群，更有助于我们的业务拓展。同样令人欣喜的是，我们还接待了去年秋冬展上

中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会
2018年3月14至16日

的回头客。Intertextile 上海面辅料展是规模最大，最精彩的贸易展会，没有到别处参展的理由。”

Joel Sernagiotto 先生，东岸业务总监，Liz Casella，美国

跃动牛仔

“我们得到来自世界各地的买家非常好的反应，而我们将通过本届展会开发新的客户，公司很高兴能再次参展并得到了回报。在前三届展会中，我们共开发了八位新客户，而在本届展会上，我们已经达成了两笔交易。每一次参展对我们来说都非常值得，因为不但能够联系现有的客户，而且还有机会开发新的客户。能够在展会中成功销售产品非常有成就感！我们很喜欢这一规模宏大的盛会，展品涵盖了牛仔，面料，纱线以及各类辅料。展会划分为不同的区域，主题突出，因此我们知道来跃动牛仔区的买家都具有这方面需求，到场的都是目标明确的客户。”

Rizwan Hafeez 先生，营销经理，Diamond Denim by Sapphire，巴基斯坦

功能面料区

“Intertextile 上海面辅料展是纺织行业最知名的展会，因此我们选择在此发布我们的新产品。其中一项荣获了‘中国面料奖’，吸引了不少买家到我们展台驻足参观。我们利用这场展会来提升我们的品牌，同时结识新客户。我们视展会为一个国际化平台，在此结识了来自服装厂和服装品牌的许多专业买家，其中有 20% 为海外买家。”

蔡瑞峰先生，业务部经理，泰庆纺织股份有限公司，中国台湾

数码印花区

“展会对我们而言具有很大的潜力，可以发掘出很多潜在客户，以达成交易。昨天我们展位上接待了源源不断的买家，他们前来了解我们的技术以及他们利用印花技术的可能性，展会成果非常不错；买家的素质也很高，我见到有许多拥有优质产品的新潜在买家。在机械展览会上，买家通常会查看产品细节，因为他们比较熟悉这个行业，而在这里，买家主要是了解适用于他们业务的新产品和解决方案。总的来说，本届展会为我们进军纺织行业提供了一个非常好的平台。”

欧士玮先生，商务经理，都福（上海）实业有限公司（MS 印花解决方案公司），意大利

辅料视界

“到场的买家素质都很高。我们结识了 H&M 和 Zara 等知名品牌客户，还有买家直接向我们下单订货。这是一场领导性的展会，所以我们每年都参展。”

陈文先生，项目经理，上海饰的网络科技有限公司，中国

潮流趋势区

“在这里我们可以结识了很多时尚买家和设计师。我们认为这场展会是一个重要的平台，使公司能够发掘新的机会，加强与现有客户的联系，同时了解市场发展趋势。我们发现今年观众的数量和质量都有所

提升，所有莅临我们展台的买家都具有趋势咨询服务的强烈需求和明确的要求。”

胡阳先生，市场经理，中国达帛商务咨询（上海）有限公司，中国

买家反馈

“本届展会使我们全面了解了市场发展动态。我们需要寻找各类产品，而展会涉及的产品范围十分全面，所以非常不错。而且展会非常有利于发掘新的供应商，你总能找到与之开展合作的新供应商。展会的各展区分布合理而有效。我们的针织研发团队前往纱线展参观，同时发现功能面料区和跃动牛仔区也大有帮助。功能面料区的创新很有趣，而我们一直在寻求新的创新。展会的分类规划的确很有帮助，只需一个上午，我们便轻松地解决了衬衫面料方面的所有需求。”

Michelle Klein 女士，面料研发经理，American Eagle Outfitters，美国

“我们来展会的目的是寻找新品面料，以及与新的供应商进行合作，而这一目的已经实现。每届展会上，我们都会参观 60 到 70 个参展商展位，其中一半是新客户。我们最喜欢的展会部分是流行趋势区。每次我们都会先参观这一展区，选择我们感兴趣的面料，然后再拜访相对的展商。展会也是我们结识各类供应商很好的平台。”

陈淑仪女士，Senior Business Unit Head，杭州安丝曼贸易有限公司，中国

“参观展会是发掘新供应商的‘开端’，也是与各公司建立合作关系的‘开端’。在这里能够全面地了解谁是真正的制造商，以及谁有可能在海外结识的代理。在这里，我们可以结识在其他展会上无法遇到的人，因为在其他展会上通常结识的只是代理商，而参加本展会可以获得直接联系方式，更便于与供应商打交道。时间是时装行业的关键因素，所以能直接联系非常重要。”

Nicola Grosso 先生，全球面料及配料研发经理，布克兄弟，美国

2018 年中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会将于 9 月 27 至 29 日在国家会展中心（上海）举行。

中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会由法兰克福展览（香港）有限公司、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会及中国纺织资讯中心联合主办。如欲得知更多展会详情，请浏览：

www.intertextileapparel.com。

有关法兰克福展览公司全球服装纺织品展览会的详情，请浏览：

<http://texpertise-network.messefrankfurt.com>。

中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会
2018 年 3 月 14 至 16 日

-完-

致编辑:

欢迎下载展会照片:

http://www.hk.messefrankfurt.com/hongkong/zh-cn/media/textiles-technologies/intertextile_shanghai_apparel_fabrics_spring/media.html

更多媒体资料及展会照片:

http://www.hk.messefrankfurt.com/hongkong/zh-cn/media/textiles-technologies/intertextile_shanghai_apparel_fabrics_spring/news.html

关注 Intertextile 上海面辅料展的社交平台:

www.facebook.com/intertextile.shanghai

<https://twitter.com/Intertextile>

www.linkedin.com/in/intertextileapparel

法兰克福展览集团简介

法兰克福展览集团是全球最大的拥有自主展览场地的展会主办机构，其业务覆盖展览会、会议及活动，在全球约 30 个地区聘用逾 2,500*名员工，每年营业额约 6.61*亿欧元。集团与众多相关行业领域保持紧密联系，配合庞大的国际行销网路，高效满足客户的全方位需求。多元化的服务呈现在活动现场及网路管道的各个环节，确保遍布世界各地的客户在策划、组织及进行活动时，能持续享受到高品质及灵活性；可提供的服务类型包括租用展览场地、展会搭建、市场推广、人力安排以及餐饮供应。集团总部位于德国法兰克福市，由该市和黑森州政府分别控股 60%和 40%。

*初步数字(2017)

有关公司进一步资料，请浏览网页：

www.messefrankfurt.com.hk | www.congressfrankfurt.de | www.festhalle.de