



「2021臺北時裝週AW21」永續時尚開展秀

亞洲首場 永續主題時尚大秀

紡織時尚產業力挺臺灣永續美學 向國際發聲

亞洲第一場永續主題大秀 全球首場實體面對觀眾的時裝週

2021年臺北時裝週即將邁入第四年，首度以一年兩季發表的頻率銜接國際節奏。上半年「2021年臺北時裝週AW21」自3月10日至3月15日在松山文創園區及會外場地盛大展開。今(11)日在官方主場松山文創園區舉辦「永續時尚開展秀」，由文化部部長李永得、文化部次長李連權、經濟部國際貿易局局長江文若、教育部師資培育及藝術教育司副司長李毓娟、臺北市政府文化局副局長陳譽馨、紡拓會董事長王文淵、名譽董事長徐旭東等攜手一同為「2021臺北時裝週AW21」揭開序幕。今(11)日開幕大秀，媒合臺灣實力頂尖的機能布廠與優秀設計師共同協作，使用友善環境的永續性材料做為設計基底，更是亞洲首度以永續為主軸的時裝系列大秀，全新主題帶來耳目一新的服裝展演。

文化部長李永得指出SS21的時裝週以全新展演型態獲得許多國際曝光，今年也將延續去年的聲量，疫情危機下我們也能準備充份、從容面對，「2021臺北時裝週AW21」將是全球第一場開放大量賓客觀賞時裝週，這些都歸因於所有品牌及整體社會的安定。李永得部長更感性地表達誠摯的謝意給與所有業界先進，也期盼「臺北時裝週」在與政府各部門攜手合作下能扮演更積極的角色，成為產官學界的溝通平台。

六位設計師首度發表全新系列 共同展演永續時尚

「永續時尚開展秀」作為開幕大秀，將與6位頂尖設計師合作，串聯在地優異紡織大廠，以永續視角詮釋服裝的多樣貌，以及未來可持續發展的目標。如#DAMUR加入升級再造(upcycling)概念，專注在2nd value chain織品再生價值鏈的應用與發展；WEAVISM織本主義秉持以天然纖維機能化的初衷，開發許多新的環保機能布種；oqLiq以廢棄牡蠣殼及回收寶特瓶，透過高溫與奈米技術處理，抽絲成紗，兼具保暖、透氣等功能；JUST IN XX透過再設計、再製造、再利用的方式將服裝解構重組，喚起人們對環境的重視；Claudia Wang運用永續環保素材，以3D虛擬即視科技對版，減少服裝工序的浪費；DYC TEAM透過獨特的丹寧緹花和機能性素材，打造高實穿性兼具設計感的風格穿搭。6位臺灣設計師品牌與臺灣實力頂尖的布料廠商傾力合作，在永續設計與環境友善的大命題下，分別進行發想與創作，帶來全新與突破性的服裝展演。透過這樣創新的友善



合作，希望能為未來臺灣服裝產業拋磚引玉，在滿足市場需求的前提下，亦能為環境帶來正面而長遠的影響。

永續時尚開場影片 從產業角度展望新氣象

「2021臺北時裝週AW21」永續時尚開展秀以可持續性為核心，希望讓每一個服裝系列不僅擁有外觀的賞心悅目，更能傳遞不同視角來詮釋各自對世界、環境、社會、文化的洞察與體會。開場影片透過半紀錄片方式，一覽臺灣時尚產業在上、中、下游的整合，同時穿插6位設計師對於永續時尚的宣言，以及他們如何透過創作改變時尚產業。期許未來能從產業供應端、品牌設計端到消費端達成一個循環經濟生態：紡織廠從原料「減量化」把關，服裝品牌重複使用已有資源並減低生產耗能達到「再循環」，最後消費者選購並「再利用」產品以提高資源使用效率，並且持續行銷臺灣設計師品牌、推展國際交流並提高市場能見度。在全球疫情持續的現況下，化困難為轉機，發揚臺灣時尚美學，透過創新的觀點重新連結世界。

看見臺灣紡織實力 打造永續新價值

臺灣紡織以卓越機能紡織品技術傲視全球，在環保永續議題上，臺灣紡織業亦不斷創新，積極發展各項可減少資源、能源消耗及二氧化碳排放以及利用新形態生物可分解材料，能促使化纖廢棄物或是回收再製品等新興技術，落實減少溫室氣體排放，邁向低碳社會目標；更進一步，促使時尚產業關注的不只是服裝本身，而是更廣大的產業生態系，透過臺灣時尚產業在上、中、下游整合，期許串聯時尚產業供應端、設計端到消費端，形成一個永續時尚產業鏈，為地球永續盡一份心力。

去年在疫情襲擊各國之後，全球時尚樣貌已逐漸改變，臺北成為少數可舉辦實體秀的城市，2020年10月舉辦的「2020臺北時裝週SS21」以RE:CONNEXT為主題，呼籲產業再連結、再出發。今年，臺北時裝週更進一步思考與人本、環境、文化的新關係，隨著環境友善意識抬頭，永續發展已然成為全球重要的趨勢與各界共同面臨的議題，因此今年臺北時裝週的整體發展策略將以可持續性為目標，串聯紡織業、設計師、消費者等產業鏈，攜手上中下游共同開發與創作，並重新定義溝通核心—以「機能、永續、跨界、多元、人文」五大訴求出發，匯集臺灣設計師的創意能量、產業鏈的整合，以跨界多元的展演形式，將臺灣獨有的創意觀點向世界發聲。臺北時裝週期望未來以永續發展為經、時尚為緯，並以永續時尚的行動者在全球時裝週中佔有一席之地。

力推時尚產業發展 協助品牌拓增海外市場商機

為協力推動我國時尚產業發展，提升時尚品牌國際能見度、鏈結亞洲時尚採購季節，文化部與經濟部再度攜手，於松山文創園區2號倉庫規劃辦理「服飾品國際買主採購洽



Taiwan Textile Federation
紡 拓 會

談會」，以直播方式進行線上媒合商洽，搭配專業模特兒協助品牌業者發表最新設計，並安排多國語言(英、法、日、中)專人協助國際VIP買家，如：法國知名選品店Merci、kiliwatch、CAPSULE STORE、Jogging、美國紐約知名時尚概念店3NY、日本知名時裝集團Baycrew' s Group、PARCO、Desperado、United Arrows、香港Lane Crawford百貨國際採購、新加坡ISETAN百貨等多位國際買家視訊互動商洽，建立虛實整合國際行銷推廣模式，為品牌業者在疫情時代下與國際接軌，強化品牌實戰經驗，增進臺灣服飾品業者與海外通路建立策略合作商機。

新聞聯絡人：

中華民國紡織業拓展會

鄭偉霖專員

電話：02-2341-7251分機2964

Jim@textiles.org.tw

林怡伶副科長

電話：02-2336-7599分機51

grace@textiles.org.tw