

日本服装产业博览会2024年展会时间

产品名称	日本服装产业博览会2024年展会时间
公司名称	上海贸升展览服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市莲花南路1951号格兰大厦403室
联系电话	13341773848 13341773848

产品详情

2024日本东京国际服装服饰展览会

FASHION WORLD 2024

秋季时间：2024年10月15-17日

春季时间：2024年04月17-19日

展会地点：东京有明国际展览中心（TOKYO BIG SIGHT）

主办单位：Reed Exhibitions Japan Ltd（日本励展）

组展单位：上海贸升展览服务有限公司—日本展服务商

展览范围1.服装类：服装及家纺：各类女装、男装、童装、休闲装、职业装、婚纱、晚装、内衣、袜子、裘皮、羊绒羽绒、针织及梭织服装、各种服装面料、辅料、家用纺织品、窗帘、毛巾、布艺、坐垫、枕头及配件等2.服饰配饰：围巾、手套、帽子、鞋、箱包、皮具、手袋、服饰与配饰等3.面料类：丝、棉、毛、织带、针织、化纤、内/泳衣面料、蕾丝、功能性辅料等。日本服装展001中日双边纺织品服装贸易 纺织品是我对日出口的传统大宗商品，日本是中国*大纺织品出口市场，同时中国也是日纺织品的的主要进口国。目前，我国的纺织服装产品在日本进口中已拥有**占有率。截至2004年，包括中国香港特区在内的中国对日纺织品出口总额约达180多亿美元，(其中我国香港出口日本10多亿美元)，占日

本进口总额的70%以上。日本向中国出口的纺织品总额为32亿美元，占其出口总额的40%以上。在日本的服装市场上，已经形成“中国人做，日本人穿”的局面。我国出口到日本的服装现在是一位的。日本纺织品服装市场潜力很大，且没有配额限制。在日本纺织品服装进口市场上，中国产品占70%左右，并具有较强的价格和质量竞争力。中国已成为日本成衣和各类纺织品进口的主要来源地。我国两纱两布产品除棉纱是日本第4大供应国外，其他三类商品均为日本第-大供应国，市场占有率均超过50%。棉花布和T/C花布均为日本的第二大供应国，市场占有率分别为24.63%和13.97%。人造棉布排名第三，化纤布排名第一。日本男装制造商现在希望把中国作为其精纺西装衣料的主要来源地，仅2005年上半年，日本服装商从中国购买了5800万平方米的精纺毛料，比去年同期增长58.6%。我国服装占日进口份额从1993年的62.1%增长到2004年的95%，10年增长近30个百分点。但近年来我出口数量扩张较快，价格不升反降。日本大型百货店伊势丹认为，我布、丝质面料，特别是西装、大衣等重面料制造水平较低，加之附属品质量较差是成衣档次难以提升的主要原因。日本*大超市之-的大荣认为，我企业过分倚赖价格优势，疏于开发及提高面料水平，非针织领域新面料的推出速度较慢。据日本纺织品进口协会分析，由于近年日本服装市场需求不振，始于20世纪90年代初的日本成衣缝制行业对华投资、加工返销可能暂告- -段落，日本纺织服装行业对华投资将进入“废旧建新”的调整期，以往态度谨慎的染色等行业可能加入投资队伍。以往熨烫等服装后整理工序- -般要在进口到日本后完成，现在日商为降低成本、加快上市周期，开始要求在我国内完成直到*终包装的所有工序，以便在抵达日本后直接上市销售。追求品牌、价值仍是日本服装消费市场今后的潮流。近年日本市场与低价商品并存，服装消费“两极分化“加剧。由于消费者实质经济能力并未下降，对于符合喜好的品牌产品，即使价格高昂也愿购买。我服装产品已逐步从质次价廉"进入“物美价廉”阶段，但缺乏品牌这一"“软肋”，成为我深度开拓市场的严重障碍。从2002-2004年上半年出口统计数据看，中国对日出口纺织品服装除2002年略有下降，自2003年始，纺织品服装对日出口均保持在12%以上的增幅，其中纺织品的平均增幅达到了14%，服装增幅达到了13%以上:在纺织品中毛制、棉制和化纤制产品平均增幅*大，2004年上半年，麻制纺织品增幅达到了20%;在服装中棉制、化纤制产品增幅*大，所有品种的服装都有一个较大的升幅。此外，我国出口日本的纺机升幅较大，近两年平均升幅超过了120%，但总近两年来，中国对日进口纺织品服装一直保持超过10%的增幅，其中纺织品平均增幅超过了16%:服装保持下降趋势，平均减少12%;但由于在中日纺织品服装进口贸易中，纺织品占了**比例，因而进口显示增幅较大。这说明日本纺织品对我国存在比较明显的出口优势。在进口纺织品中丝制、毛制、棉制和化纤制产品都保持了较高增幅。

另据调查，消费者购买进口服装主要渠道是百货店(36.5%)和专卖店(33.9%)。而目前我主要销售渠道仍为超市，如大荣进口服装中我占90%，我在伊势丹等百货店份额仅占约10%。日本市场流行周期大大缩短，变化迅速，只有多品种、小批量、短周期产品才能适应其要求。时尚性较强的产品大都只有很短的销售期，超过期限，商品价值就会大打折扣。因此，日本进口商对质量、交货期要求十分严格。我企业加强生产管理，确保如期、足量交货，保证产品质量，是我在与东南亚其它纺织服装出口国的竞争中保持优势的关键。中国和日本之间的纺织品服装贸易在中日双边贸易中占有重要地位，从以下的统计数字就可以看出:日本纺织服装企业的对华投资 由于日本国内高昂的生产成本，加上劳动力工资水平位于***列，日本纺织服装产业近年来注重实施海外战略。目前日本中小型成衣厂商纷纷进入中国及其他亚洲国家设厂，日本**的岐阜地区成衣厂几乎都先后将其国内部分或全部转移到中国的上海、江苏南通以及苏州等地，中低档面料在中国采购，面料及辅料则采取来料加工复出口的方式进行，在当地雇用的员工已达2万人。许多日本大型服装生产企业都计划进一步扩大海外生产线，实行从生产到零售的一-一条龙经营方式，避开日本国内复杂的流通环节，自行组织新产品的开发和设计。 由于我国纺织服装行业的劳动成本远远低于欧、美、日等发达国家同行业的水平，并且纺织服装行业的基础条件比较好，日本越来越多的纺织服装企业为了提高竞争力和生存的需要，将把生产基地转向中国。2003年日本对中国纺织领域的投资额为1.01亿美元，较2002年增长36.5%，占对中国制造业投资的4.1%。但是，日本对亚洲纺织业投资的近7成集中在中国。日本经历了1998年至2000年的徘徊之后，对中国纺织业投资又开始大幅增长。中国加入世贸后，日本纺织服装企业的对华投资开始转向在中国建立加工厂及销售点。2005年9月，日本东丽株式会社在上海闵行紫竹科学园区成立东丽纤维研究所(中国)有限公司上海分公司，同时对财通总公司用于纤维研究的科研设备加以扩充，使东丽公司在上海、南通两地进行科研设施的建设费用达到1.2亿元人民币，这是迄今为止纺织组团单位服务1.办理团组人员邀请函和相关国家的入境签证。2.统筹企业参展的对外联络、宣传广告及筹划工作。3.根据参展企业需求组织经贸及投资洽谈会、专题讲座、参观访问及专题考察等活动。4.负责展览场地的租赁，摊位基本搭建、提供特装、租赁道具等服务。5.负责展会行程的制定及团体人员的食住行，的展会行程订制团队，让您的展会之旅舒适舒心。