

# 2025年德國法蘭克福家用紡織品展 (Heimtextil 2025)



德國法蘭克福家用紡織品展於2025年1月14日~17日在法蘭克福展覽中心舉行，為德國法蘭克福商展公司所舉辦的全球最大規模家用紡織品展。德國 Heimtextil 展是每年國際家用紡織品展覽中最早展出的展覽，展出的潮流趨勢深受國際產品開發商、家具製造商、品牌商及設計師的重視，也為臺灣廠商提供了與國際買主接洽交流的最佳平臺。

2025 年更是吸引了全球各地142個國家、3,000多個展商參展，展示面積達 215,308 平方公尺，為期四天的展期有超過50,000名買家親臨現場。本屆 Heimtextil 的國際展商比例增至96%，十大參展商包括中國、印度、巴基斯坦、土耳其、德國、義大利、西班牙、葡萄牙和比利時；海外訪客比例提升至84%，涵蓋阿根廷、法國、英國、印度、義大利、日本、加拿大、荷蘭、瑞典、南韓、西班牙、美國和阿聯酋等，均獲得增長。



主辦單位法蘭克福展覽集團的董事會成員Detlef Braun指出，Heimtextil在穩定成長的同時，國際化水平也達到了新高度。展會不僅為企業提供市場曝光機會，更讓參展商能夠發掘潛在合作夥伴，拓展全球業務關係。

一年一度的Heimtextil，本屆Heimtextil特別邀請知名建築設計師Patricia Urquiola為展會打造以永續性為核心的沉浸式體驗裝置《among-us》，以紡織為載體，讓人與人之間的溫度能夠跨越種族國界、語言文化，為與會者帶來的全新體驗。

此外，25/26 Heimtextil的趨勢色彩以及布料靈感展區由義大利米蘭的設計平台Alcova操刀，主題「未來進行式」(Future Continuous)回顧過去、展望未來，以自然的視角詮釋出家用紡織的美學語言，成為設計與文化的重要參考標杆。此外，展覽內容也涵蓋了AI驅動設計、可持續生產流程以及未來室內設計等各類主題。

隨著Heimtextil 2025的圓滿落幕，無論是參展商還是參觀者都對此次展會表現出極高的滿意度：其中，81%的參展商表示實現了參展目標，而參觀者的滿意度更是首度突破94%。參觀者在展館停留時間也有所增長，表明他們的參與度有所加深。眾多頂級決策者的到場也反映了參觀者的高質量和專業性。地毯與地墊展區以國際化、高品質和多樣性獲得了高度評價。參觀者可以在多個展廳內欣賞到來自全球頂尖地毯供應商的精選優質產品，而這些展品也完美融入了Heimtextil的整體展示氛圍之中。通過參與展會，不僅買家、室內設計師、室內建築師和裝飾設計師能從中受益，來自世界各地的專業地毯採購商也能通過地毯與紡織品室內設計領域產生的協同效應促進業務發展、開拓新機遇。



## Patricia Urquiola：紡織品室內設計的前沿理念

Heimtextil 2025通過一項備受矚目的合作，將紡織品室內設計推向了全新的高度，並讓參觀者對全球設計趨勢和當地市場需求有了更深刻的見解。設計師兼建築師Patricia Urquiola通過沉浸式裝置“among-us”展示了前衛的紡織品設計。該空間不僅營造出獨特的氛圍，還採用了功能性設計原則，向酒店和零售行業的決策者展示了紡織品解決方案在建築和室內設計中的巨大潛力。“among-us”為未來生活環境的設計提供了新穎思路，將抽象的空間理念轉化為現實體驗。

## Alcova精心呈現Heimtextil Trends 25/26趨勢展：引領行業前行的路線圖

作為行業重要的靈感源泉，Heimtextil 25/26趨勢展將根據當前市場狀況及消費者的節儉趨勢引導零售業調整其產品線。米蘭設計平台Alcova策劃的趨勢展示區首次亮相，就為行業提供了關鍵性的解決方案。以“將來進行時 (Future Continuous)”作為主題，強調了現代色彩、材料特性、技術和生產工藝的重要性。“自然不均勻 (Naturally Uneven)”、“徹底重構 (Radically Restructured)”和“再生 (Regenerative)”等趨勢反映了消費者對於持久、優質且符合倫理和生態標準產品的關注。今年的色彩調色板準確捕捉到了這一趨勢——色調包括復甦泥色 (Revival Mud)、綠色新政色 (New Green Deal) 和共生森林色 (Syntropic Forest)。

among-us



## 從人工智能到循環經濟：Heimtextil——全球知識中心

Heimtextil通過140多場講座、研討會和導覽活動，致力於促進知識交流，助力行業與零售商以韌性適應市場變化，並利用創新技術取得競爭優勢。紡織品及紡織技術展副總裁Olaf Schmidt先生表示：“我們展會的內容精準對接全球紡織品市場及其消費者的需求。憑藉零售專場（Retail Stage）和紡織專場（Texpertise Stage），我們能夠通過強大的新合作伙伴關係為行業帶來收益，特別是為業內人士提升再循環生產工藝、未來導向的室內趨勢以及人工智能驅動設計等領域的專業知識。”參加者通過親臨展會活動，能夠了解到了人工智能帶來的商機，以及它如何為傳統紡織品生產和客戶服務增彩。此外，行業專家還分享了建立可持續商業伙伴關係以減少碳排放的最佳實踐案例。Heimtextil不僅展示了開創性的設計和室內趨勢，更是強調了一個全面的概念，促進了零售、酒店和室內設計領域的經濟增長潛力。Olaf Schmidt先生補充道，“這使得Heimtextil成為整個紡織品室內設計領域終身學習的全球知識中心。”

## Heimtextil 2026：進一步推動轉型和紡織品設計

下一屆Heimtextil將繼續推動紡織室內設計的邊界向前發展：2026年，Patricia Urquiola將在Heimtextil展示其更加大膽且前瞻性的設計理念，進一步提升基於紡織品的空間設計標準。Alcova Milano平台將繼續開展創新材料和新興美學的全球趨勢研究，在探索紡織品影響力的同時討論產業面臨的機遇與挑戰，並將這些寶貴資訊轉化為Heimtextil趨勢預測公開發布，從而為行業創造更大的價值。



為協助會員廠拓展歐洲地區家用紡織品市場，本會於113.9.13函全體會員廠調查參展意願，另於114.1.14公告獲貿易署參展補助內容，計有富潤、力麗、力鵬、佳世興、峰駿、其洋等6家廠商參與展出。本會並於113.12.23發函駐法蘭克福辦事處經濟組派員蒞臨指導；感謝駐法蘭克福辦事處經濟組洪敬庭組長至會場考察及指導。

貿易署提供補助經費，本會得以協助會員廠拓展歐洲家飾布市場，會員廠表示肯定。本會會員廠參展心得與建議如下：

**【力麗企業股份有限公司/力鵬企業股份有限公司】**：今年展期較往年晚一週開展，原因是若依照往年開展日期，今年客人仍在放假期間，卻又剛好跟法國的Masion&Objet展重疊，有些客人短暫停德國家紡展，因而今年展場人潮較往年減少。以往6館是亞洲館，主要國家有台灣、中國、印度、土耳其，展示窗簾、抱枕，疫情前到去年2024，中國參展商一直是最多家數，人聲最熱鬧最吵雜的攤位。但今年中國參展家數明顯減少，進到攤位坐下來洽談的景象也不復以往，人聲也安靜消音許多。放眼望去印度、土耳其參展家數有增加，臺灣今年參展的家數也是減少的。跟荷蘭代理聊到歐洲景氣，歐洲三大經濟大國，英、德、法經濟低迷，通膨仍然高，對於川普即將上任，各國買家持觀望態度，在訂單產品上，會再三斟酌。



力麗、力鵬買主洽談現場

【富潤有限公司】：今年攤位展館回到6.2，台灣館今年參加的廠商位置比較集中，安排於走道兩側，整體觀察展期前兩天參觀人潮有比去年稍好，後兩天觀展人潮較少。富潤的位置算是在走道前中段，在面向走道區的主展區塊，增加了多幅大窗的展示，於顏色及布種配置上有協調性的調整，使窗簾整體表現看起來質感提升，相較去年的表現方式看起來較為豐富，也更能體現不同布底本身的柔軟度及視覺效果。另外改變了繡布呈現花版的方式，客人會在牆面前停留欣賞花版並且觸摸繡布上面的布底，進行交流，呈現的反應效果還不錯。沙發區的部分，日後可以增加沙發的基底，直接放置於地面上較容易被忽略沒看到。產品線的標示也是吸引客人走進攤位或前來詢問的一項誘因，可以增加更多簡單但明瞭的重點標示。本次到攤位參觀的客戶，主要詢問的產品類別為BLACK OUT、寬幅產品、窗紗、防火布底、以及印花胚。詢問印花胚的客人比較有興趣的都是比較天然感的布底，以及想找尋絨布的印花胚。因應數位印花機日漸普及，大部份的客人都能自己生產印花，相對帶動及提升了市場對於印花胚的需求，日後在開發與搜尋布料上，或許我們能在印花胚上多作琢磨與增加不同印花布底供客人挑選。展會最後一天會有較多參展商於攤位間走動，有一家參展商前來詢問印花胚需求，挑選的布底主要是看起來較天然材質的布底，後續將整理目前運行中的印花胚布底並討論價格重新評估空間，以利爭取潛在買主合作的機會。



富潤買主洽談現場



【佳世興實業股份有限公司】：這次因為後面幾天跟巴黎展撞到日期，客人比以往少一點到攤位拜訪及挑選新樣品，不過還是有幾位新客戶到攤位上，今年佳世興也帶來很多新的樣品，希望可以拓展更多地區的新客人。目前台灣紡織業雖然還是不容易，加上中國低價產品及低最少生產量等競爭，廠商更需要時間按部就班地開發與其不同的產品線，踏實認真做出每塊布料。藉著參展能更靠近顧客，了解客戶的想法及市場的需求，回來跟工廠討論後再從開發重新做起，如此周而復始地完成每一件樣品。這次來訪的客戶還是希望有一些獨特且具區隔化的產品，手感軟、防火、高遮光度都是客人基本的要求，而廠商還要有別人無法取代或是一些困難度較高的產品，才可避免價格上的競爭，畢竟佳世興不是可以以價格為優勢的公司。最後，還是希望可以得到政府更多的支持及贊助，一起將台灣家飾拓展外銷市場。



佳世興買主洽談現場



【其洋股份有限公司】：其洋主要展出產品為：紙麻編織簾、竹製百葉簾及竹捲簾等家飾用品。這次展會參觀人數比去年多，後兩天觀展人潮較少，主要來自歐美及各國連鎖超商、採購商和經銷商，另有企業集團採購人員，帶來大量商機。其洋也運用展覽會場設有多種不同的市場推廣平台，例如產品示範及發佈活動等，直接向買家介紹本公司產品及新款式。本次參展已有許多買家陸續來函詢問報價，相信必可增加更多新客戶及訂單。希望公會或政府單位能提供更多平台或補助方案，讓廠商可以多參展或是利用公用平台自我行銷及介紹商品，以增加國際能見度和品質推薦。



其洋買主洽談現場

### 【峰駿金屬有限公司】

人流不如去年，今年因為有研發新產品，所以有新客人。希望政府能多多支持本土企業，補助多一點讓企業走向全世界。



峰駿買主洽談現場

