

2026年紐約功能性紡織品展 (Functional Fabric Fair New York)

FUNCTIONAL
FABRIC FAIR
POWERED BY PERFORMANCEDAYS



曼哈頓中城賈維茨中心(Javits Center) 於2026年7月08日至09日，舉辦「美國紐約功能性紡織品展」(Functional Fabric Fair New York, FFF NY)，，本屆大會參展商超過150家，今年有39家台灣廠商參展。面對中東戰事推升原料成本、國際買主下單轉趨保守的雙重壓力，台灣業者此行選擇改以客製化能力與機能、環保並重的產品，主攻紐約與美東的設計師及小眾品牌市場。

雖然展期只有短短2天，但是台灣業者反映都很好，多表示買主的詢問熱度高，本次展會吸引超過 2,100 名來自頂尖機能與運動服飾品牌的服裝高層、產品開發人員、設計師與採購專業人士齊聚一堂，品牌包括 ALO Yoga、Brooks Brothers、Calvin Klein、Carhartt、Faherty Brand、Orvis、Ralph Lauren、Rhone、Tommy Hilfiger、Tommy John、Tory Burch、Vineyard Vines、WHOOP 等，展現出與會者的高品質與高度參與度。



FFF NY為結合流行與功能性專業紡織展，自2018年開辦以來獲展商與買主熱烈迴響，FFF NY雖然聚焦功能性紡織品，但是永續性也是參展要求。因為國際的服裝大品牌都在配合聯合國規定，布料製程要在2030年達到零碳排放量，或是布料要做到可回收再利用，所以即使歐洲與美國對於碳排放的要求不同，但是台灣紡織品業者通常在兩邊都有市場，因此製程自然朝Bluesign、GRS等綠色企業認證邁進。

紡織與服裝行業的全球競爭十分激烈，參展的台灣廠商普遍表示，只有堅持環保和技術兩方面的領先優勢，才有可能在市場的廝殺中突破重圍。

台灣紡織行業的優勢在於環保與高機能並進，並朝「生態紡織」(eco-textile)方向發展，不過近年來，中國大陸業者在品質、技術與服務方面都有了大幅進步，與價格低廉的東南亞業者均對台灣紡織與製衣行業形成了很大的競爭壓力。台灣既無棉花生產、勞動力成本也相對高，因此只有在功能性服裝布料的科技開發以及高標準環保認證方面能保持優勢。

隨著永續發展的議題不斷深入人心，台灣織布業者也愈發強調「環保」的重要性，幾乎每家廠商都會把「布料回收再利用」或「廢棄物提取纖維」等賣點突出展示。此次台灣參展業者的產品範圍涵蓋針織布料、平織布料、染整等，其中不乏台灣紡織業者研發的創新產品。

台灣目前的強項領域是功能性產品，例如防水透濕布料、高彈性材料、輕薄材料和戶外運動服飾。此外，台灣紡織業的另一著力點是環保材料的開發，從最早的回收寶特瓶纖維發展到現在的回收成衣和布料再製成纖維，形成閉環循環的紡織品開發，這是台灣目前著力發展的方向。



為協助會員廠拓展美國地區功能性紡織品市場，本會於114.9.18函全體會員廠調查參展意願，另於115.2.26公告獲貿易署參展補助內容，計有佳和、力鵬、美立信、泰昇、台灣富綢、海發6家廠商參與展出。本會並於115.6.12發函駐美投資貿易服務處派員蒞臨指導；感謝駐美投資貿易服務處至會場考察及指導。

因國外通膨導致國外參展費用提高，感謝政府今年起調高參展補助，本會得以協助會員廠拓展美國功能性紡織品市場。本會會員廠參展心得如下：

【泰昇貿易股份有限公司】：來客數增加，後續看好，客戶要新素材或是與眾不同功能性的布料，特別是4面彈布，很多客人都有明確的sourcing方向，雖然來的品牌大多都是小品牌，但也算是吸收到很多有用的客人名單，雖然市場的趨勢每年都在變化，但藉由這次參展豐富的經驗，為未來的產品開發提供了許多靈感。



泰昇買主洽談現場



【海發紡織工業股份有限公司】：本次展覽整體人流量相較前兩年略有減少，顯示全球經濟環境或產業周期可能影響了買家出席意願。然而，展商結構呈現多元化趨勢，來自不同國家的新展商明顯增加，其中包含埃及等新興市場的參展商，為展會帶來更多國際元素與潛在商機。

在布料偏好方面，客戶對天然纖維的興趣顯著提升。許多買家明確表示，希望在產品中加入一定比例的天然纖維，以呼應當前市場對無毒、環保、永續的重視，而非完全依賴化學纖維。此一趨勢反映全球消費者意識的提升，也為本公司未來產品開發方向提供了重要參考。

本次前來觀展的客群以中大型品牌為主，本公司將持續追蹤此類優質客戶，深化聯繫並積極開發合作機會。客群風格取向分析：多數客戶偏好都會休閒（Urban Casual）風格；對布料的需求以輕機能性為核心，同時高度重視時尚感與設計細節，例如：仿丹寧。



海發買主洽談現場



【佳和實業股份有限公司】：本次為公司首次參加FFF NY，過去主要參與波特蘭展，希望藉由此次參展進一步拓展北美市場及提升品牌曝光度。

本次展覽主要接觸 New Balance、Rhone、VV 等國際品牌，展覽期間人流穩定，以品牌採購、產品開發及材料研發人員為主，紐約當地客戶比例相對較少。

展會中可觀察到國際市場持續聚焦於永續、機能性、舒適性及創新材料等產品方向，品牌對產品的創新速度及市場反應要求日益提升，許多國際趨勢已逐漸成為市場標準，因此企業需持續掌握市場需求、強化產品研發及提升技術競爭力。

建議持續參與國際專業展覽，積極與國際品牌交流，持續投入永續機能性產品開發，以提升台灣紡織產業的國際競爭力及拓展更多海外合作機會。



佳和買主洽談現場



【美立信實業股份有限公司】：今年由於中東打仗關係，導致原物料供應不穩，布料價格大漲，品牌商下單數量減少或保守，此次於展場的訪客較去年少2~3成，此次來攤位洽談的客戶，除了原有的客戶(New Balance、Lily Pulitzer)也新增了一些跨領域的新客戶(包含：TROLL co clothing/網路工服銷售,CENTURY/Shark Ninja/消費性電子產品)，很多品牌皆是要於原有的產品線，新增關於成衣的領域，所以來此展覽搜集供應商資料。

春夏季節，客戶主要需要方向為輕量、手感好(棉感)，需要有wicking(吸濕快乾)、透氣的布種。後續開發產品會朝向輕量、彈性佳、減少塑膠微粒(Microplastic)為方向，當然3D立體效果，還是我們公司的差異化產品，繼續朝此方向開發。



美立信買主洽談現場



【台灣富綢纖維股份有限公司】此次展覽，中國展商比例大幅增加，與過往有相當大的差異。今年適逢世界盃足球的進行，部分客戶看展意願下降，因觀光客人潮眾多導致交通及住宿成本大幅上漲，今年比起去年有一定比例的人流差異，雖然如此，對於美國的品牌還是有一定吸引力，因此來客量差異不算太大，對於此展還是具有相當程度的信心。

台灣富綢買主洽談現場



【力鵬企業股份有限公司】設計師對單一可回收的環保材質表現出興趣，尤其是具備假彈效果的單一材質產品，因兼具彈性與環保特性，受到設計團隊積極詢問。單一布種可應用於多元終端產品，除西裝系列外，也廣泛應用於休閒服飾。女裝春夏布料仍可見 250gsm 以上商品，華夫格、方格外觀仍屬經典流行趨勢。與 Academy HOMBRE 團隊會議中，討論未來合作方向，包括：持續深化環保趨勢；供應商除了交布與報價外，也應主動提供符合市場趨勢的布料與技術；選布不再僅以價格為導向，而更重視設計、市場趨勢及永續性。



力鵬買主洽談現場

