

【新聞稿】

2025 年 9 月 10 日

臺灣時裝設計師品牌於東京時裝周及 TRANOÏ TOKYO 雙線發光

SEIVSON 於東京時裝周伸展臺發表全新系列，TANGTSUNGCHIEN、Zero Waste Fashion Story Wear 與 CHARINYEH 同步參與官方展演與 TRANOÏ TOKYO 國際貿易展，展現臺灣時尚產業多元創意與永續實踐。

Rakuten Fashion Week Tokyo(Rakuten FWT)是日本最重要的時尚盛事，第 20 屆東京時裝周以「Be the seam that connects the world」意在向組織 20 年的歷史致敬。本季共計 23 個品牌參與，20 場獨立品牌秀、3 場聯合品牌匯演，其中包含 5 個首次參展的品牌及 5 個海外品牌。

本季共有五個臺灣設計師品牌登上東京時裝周國際舞臺，展現臺灣時尚創意的多元樣貌。

其中，女裝設計師品牌 Seivson 第七度獲選，並已於 9 月 3 日 (東京時間下午 2 點)，在官方指定場地 Shibuya Hikarie Hall B 發表其 2026 春夏系列新作。以 Taiwan Select 為主軸串連西北影像股份有限公司等共計 10 家臺灣紡織供應鏈業者，發表 Seivson 2026 春夏系列《Afterlight》，以「纖維解構 x 女性身體痕跡」是最核心的符號，將服裝一場「解構到最小單位」的「纖維」的行為，透過布料的解體與重構。本次使用臺灣紡織廠商新技術 3D 立體印刷呈現血管浮動質感，編織骨架、纖維抽絲縫製表達女性身體的生命軌跡，此次發表共同向日本市場展現臺灣永續時尚開發實力。本季除了東京時裝周秀場發表外，Seivson 亦於 9 月 8 日至 9 月 9 日於原宿 MIL 2ND 舉辦 2026SS 展示會及 POP UP Store，廣邀日本買家及媒體人士蒞臨參觀及採購，加強後續接單效益。

臺灣設計師品牌 TANGTSUNGCHIEN、Zero Waste Fashion Story Wear、WooLeeX 參與本季 Global Fashion Collective 國際品牌匯演秀，以聯合發表形式首度亮相東京時裝周，透過各自風格迥異的創作語彙，展現臺灣時裝設計的創新力與永續思維。

TANGTSUNGCHIEN SS26 系列以《柔性鎧甲》為主題，將「柔軟」從脆弱的象徵重新建構為防護的語言。延續品牌一貫的建築性紡織語彙，本系列重新詮釋「柔和」與「堅韌」之間的關係。使用緞面、蕾絲等傳統上被視為纖細的材質，透過抽摺與層疊轉化為具有張力的體積，吸引日本媒體織研新聞、Parco 百貨買家等專業人士出席觀秀。

創立逾 40 年的品牌 CHARINYEH，首次移師東京發表 SS26 系列，品牌以臺灣文化為核心，擅長結合在地故事與詩意敘事，透過精緻剪裁與層次結構，轉譯民俗與情感記憶，呈現深植人心的東方美學與文化意涵。現場吸引包括大沢明花、小森リオ、Tsumi-re、小山

モモ等 4 位日本時尚領域的影響力人士、媒體 apparel web、織研新聞及日本知名選品店買家等專業人士蒞臨觀秀，展現品牌於國際市場的潛力與關注度。

由經濟部國際貿易署計畫支持、紡拓會主辦的 TRANOÏ TOKYO 聯合推廣活動，於 9 月 3 日至 4 日展出。來自臺灣的三大設計品牌—CHARINYEYH、TANGTSUNGCHIEN、Zero Waste Fashion Story Wear，以 TAIWAN SELECT 主題整合，於東京時裝周秀後舉辦品牌秀後展售活動，攜手將臺灣時尚推向國際舞臺，延續秀後接單效益。

TRANOÏ TOKYO 為東京時裝周 (Rakuten Fashion Week Tokyo) 官方指定之專業貿易展會，由法國 TRANOÏ 團隊策劃主辦。TRANOÏ 為巴黎時裝周唯一官方合作展，自 1991 年創辦以來，每年舉辦兩次，長年聚焦極具創意與原創性的設計師品牌，橫跨成衣、時尚配件與生活風格等領域，是國際間設計與商業交流的關鍵平臺。作為 TRANOÏ 的重要海外展會，TRANOÏ TOKYO 專注於歐亞地區的精選設計品牌，吸引來自全球的買家、媒體與時尚產業專業人士。近年來因日本成為國際品牌重點拓銷市場，TRANOI TOKYO 今年 9 月擴大舉辦，於東京國立代代木競技場舉行 SS26 展會，共有超過 170 個品牌參展，吸引來自日本、法國、韓國、印度、臺灣、美國、羅馬尼亞等多國參展，為目前東京最具聲量的服裝商展會，也是國際品牌尋找日本及其他亞洲買主的重要商貿平臺。

本次由紡拓會規劃聯合展位「TAIWAN SELECT」展出品牌皆以永續時尚、臺灣文化為核心價值，透過設計展現臺灣文化內涵與產業創新實力，展現國際市場對臺灣設計力的高度關注與期待。展覽期間共吸引超過 200 名的買家、媒體及其他時尚領域專業人士前來觀看，包括日本知名電商 ZOZO TOWN、選品店 WUT STORE、三越百貨、Fashion bible、apparel web、織研新聞等重要買家及媒體蒞臨現場，商機可期，今年臺灣品牌 10 月也將延續新作於臺北時裝週發表，共同創造臺日雙邊市場新商機。

- **TRANOI TOKYO**

日期：2025 年 9 月 3 日-4 日

時間：10:00-19:00(東京時間)

地點：Yoyogi National Stadium (1st Gymnasium),
2-1-1 Jinnan Shibuya-ku, Tokyo

聯合展位：TAIWAN SELECT-TAIPEI IN STYLE (U16)

- **Seivson 2026S/S 展示會&POP UP Store**

日期：2025 年 9 月 8 日-9 日

時間：12:30 ~ 18:00 (東京時間)

地點：MIL 2ND (ミルセカンド) 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 4-25-29 2F

【新聞聯絡】：

【紡拓會】 臺北市愛國東路 22 號 13 樓

電話：886-2-2341-7251 傳真: 886-2-2391-1648

劉孔倫專委兼科長 ext.2561、cecilia_liu@textiles.org.tw

黃馨慧專員 ext.2535、Hsin444@textiles.org.tw

【品牌 Seivson】

張先生 0913-317-214

seivson.official@gmail.com

【品牌 TANGTSUNGCHIEN】

唐小姐 Stephanie 0978506288

info@tangtsungchien.com

【品牌 Zero Waste Fashion Story Wear】

陳小姐 0989717470

kuan@story-wear.com

【品牌 CHARINYEH】

蘇小姐 0928034660

marketing@charinyeh.com

【Seivson】

- 品牌介紹：

Seivson 品牌來自法文單字「我們 Nos/生活 Vies」，以翻轉生活為概念，將兩組字翻轉後成為品牌名。品牌著名之不受限的一衣多穿設計，透過小零件拆卸，衣服可隨時變化成長短袖、風衣等，呈現出特殊的品牌風格。將生活平衡與不平衡之間，依然靈活而不受侷限的現代風格發揮淋漓盡致。Seivson 長期耕耘日本市場，於疫情間也持續在東京發表新系列受到日本大眾關注而成為日本市場外國人氣時裝品牌，同時為每季東京時裝周重點之一。

- SS26 系列介紹：

Seivson 來自臺灣——島嶼女人的聲音。

縫製女人，感性的儀式。

在這片島嶼與文化交會之地，承載東亞的紋理與多民族的記憶。

我們以衣為骨，記錄女人身體的痕跡與呼吸。

在東方，身體長久以來被教導要隱藏、要安靜。Seivson 選擇揭露。

Cut-out 的切割，不是誘惑，而是將脆弱化為力量；繁複的編織，不是裝點，而是骨架——艱難的工藝，正如女性生命的韌性。

2026 春夏《Afterlight》

在重量與輕盈之間，縫合女性從青春到熟齡的夢想與記憶。

在縫隙的微光裡，尋找真正的優雅。

【TANGTSUNGCHIEN】

- 品牌介紹：

TANGTSUNGCHIEN 為設計師唐宗謙於 2022 年創立的同名品牌，透過纖維語彙與文化敘事轉譯臺灣當代表達。設計風格融合詩性結構與文化象徵，關注服裝與身體、空間之間的節奏與張力。服裝不僅是遮蔽身體的外殼，更是承載記憶、身份與情感的容器。作品在柔與剛之間游移，建構安靜卻堅定的存在語言，展現當代表達中的敏感與力量。

- SS26 系列介紹

TANGTSUNGCHIEN 在 SS26 發表《柔性鎧甲》，將「柔軟」從脆弱的象徵重新建構為防護的語言。延續品牌一貫的建築性紡織語彙，本系列重新詮釋「柔和」與「堅韌」之間的關係。緞面、蕾絲等傳統上被視為纖細的材質，透過抽摺與層疊被轉化為具有張力的體積，製造出親密與鎧甲之間的觸覺對抗。每一套造型如同柔軟的殼層，溫柔地包覆身體，卻明確地保持自身結構與輪廓。

本系列探問「穿上情感」究竟意味著什麼。

衣服不再是表演性的外裝，而是一種映照內在情緒臨界的感知之物。垂墜中蘊含緊繃，無重的剪影中蘊含流動。身體不是被掩藏，而是在衣服中「居住」，在模組化的結構中游移於雕塑與肌膚之間。

《柔性鎧甲》提出疑問：在這個喧囂的世界裡，柔和是否能成為力量的姿態？

【Zero Waste Fashion Story Wear】

- 品牌介紹：

Zero Waste Fashion Story Wear 落實 Upcycle Design with Social Impact(社會影響力的升級設計) 結合臺灣紡織廠、回收牛仔褲跟衣物建構廢棄布料銀行，生產線結合在地裁縫師、腦麻家庭以及二度就業婦女，製成在地手工製作永續工作基地，以打造臺灣成為「亞洲永續時尚產業標竿」為品牌願景。結合「時尚產業」X「環保產業」X「社會企業」，讓升級設計成為如同品牌精神「Be Cool & Be Kind」，以牛仔文化的精神注入於品牌 DNA 當中，跳脫出傳統時裝框架，不被時間拘束的款式、提倡不忘初衷的意念。立志為了社會與議題奮鬥的時裝品牌。

- SS26 系列介紹：

「Story of Taiwan 永續潮臺時尚」表述出台灣人堅韌的意志、不忘初衷的情懷
「時尚是文化的載體」潮臺時尚映照出的正是這片土地的歷史、現在與未來。如同各種布料經緯交錯，「潮臺時尚」正不斷在台灣人的各種日常裡流動：向傳統致敬、迎接新世代、擁抱多元文化，交織出當代台灣的價值觀與態度。

Story Wear 於 2025 年帶著充滿台灣在地人情與堅韌的「永續潮臺時尚」進軍東京時裝週，延續品牌一貫的零廢永續理念，本季主題聚焦「苦澀中始終良善的精神」。系列精神 Slogan：「O sakacipinang ko olah (阿美族母語) Love is the answer」、「O sakaci' edil ko olah (阿美族母語) 因為愛，所以發光」透過藝術跨界力量、台灣民間故事、地方信仰與無數平凡英雄共同編織出台灣敘事，宣告台灣軟實力蛻變的新風貌。

【CHARINYEYH】

- 品牌介紹：

CHARINYEYH 由葉珈伶於 1985 年創立，以轉譯臺灣文化為核心，融合東方美學與當代表達。其設計語言結合雕塑感剪裁、象徵性圖紋與情感層次，喚起對記憶、身分與身體的共鳴。品牌強調永續精神，選用獲歐盟認證的環保布料，追求服裝的長效性與情感延續性。CHARINYEYH 致力於透過結構、質地與敘事，在全球語境中重塑臺灣時尚語言，持續拓展跨文化對話與材質創新，成為具有在地根源與國際視野的文化時尚節點。CHARINYEYH 的永續實踐，是從時間與節奏的觀點出發，強調設計的長效性、多層次穿搭與情感延續性。

- SS26 系列介紹：

CHARINYEYH 2026 春夏系列《祛濕補氣》，靈感源自中醫「補氣化濕、固本培元」的養生核心觀念。臺灣作為四面環海的海島型國家，氣候終年濕熱，環境濕氣與體內濕氣往往交互影響。現代人的生活型態長時間處於冷氣密閉空間、久坐、作息紊亂與高壓狀態，極易形成「氣虛夾濕」的體質。本系列從中醫五行調理與自然療癒哲學出發，轉化為服裝的語言與結構。我們相信衣著不只是外在包覆，更是一種氣場流動、一道身心療癒的溫柔氣流，潤物無聲地陪伴穿著者走向內在平衡。系列重點包括刺繡經絡走線、拔罐浮雕痕跡，以及模擬氣血流動的剪裁結構，並結合金屬飾件與本草印花。

【附錄照片】



品牌 TANGTSUNGCHIEN SS26 日本東京時裝周海外聯合推廣活動照片



品牌 CHARINYEH SS26 日本東京時裝周海外聯合推廣活動照片



品牌 SEIVSON SS26 日本東京時裝周海外聯合推廣活動照片



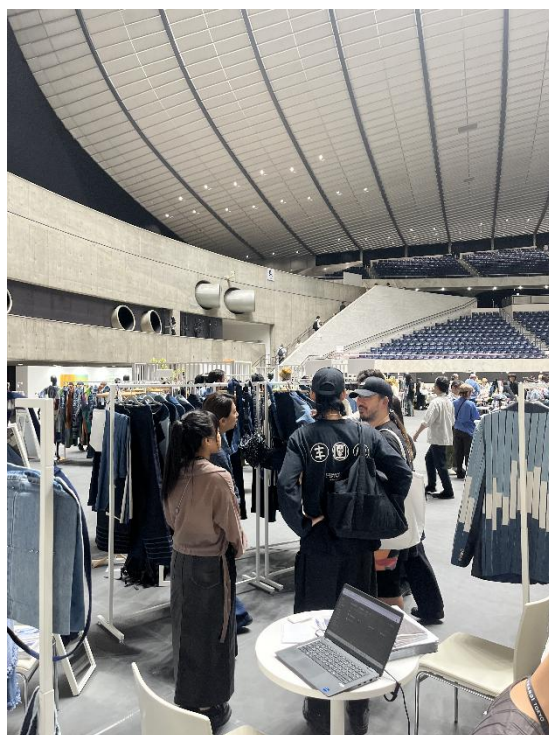
品牌 SEIVSON SS26 日本東京時裝周海外聯合推廣活動-應用臺灣廠商西北印花 Kornit 3D 立體印花技術



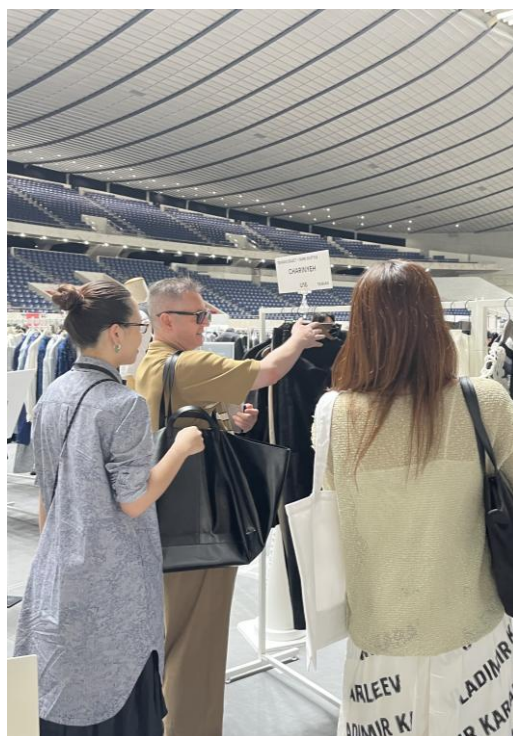
Tranoi Tokyo 聯合推廣活動現場照片



TRANOI TOKYO 聯合推廣活動-品牌 TANGTSUNGCHIEN 接待買家



TRANOI TOKYO 聯合推廣活動-品牌 Zero Waste Fashion Story Wear 接待買家



TRANOI TOKYO 聯合推廣活動-品牌 CHARINYE 接待買家