



ITOCHU Corporation

# 纺织公司 概述

**ITOCHU**  
**ITOCHU**

## 2021~2023年度 中期经营计划 Brand-new Deal 2023

### 以“市场为导向”的业务转型

#### “利润在下游”

利润来源正从上游转向下游，当务之急是消除“产品纵向分割”导致的弊端。  
推进商业模式的升级、创造新的增长机遇。



### 强化对“可持续发展目标”的贡献与推进工作

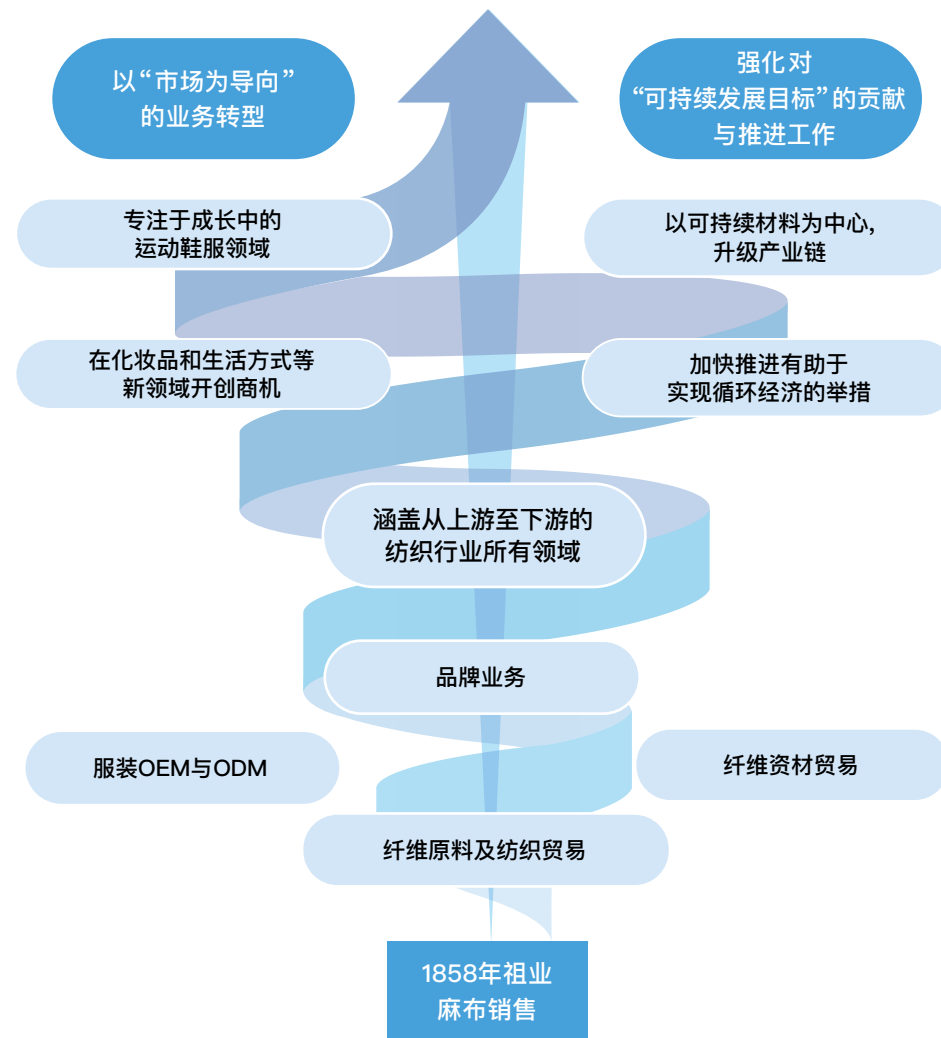
#### “三方有利的经营之道”

以所有利益相关方都可受益为目标的经营之道，创建可持续发展社会。  
通过主业，为维持稳定生活、改善环境等“可持续发展目标”做贡献。



## 纺织公司成长战略

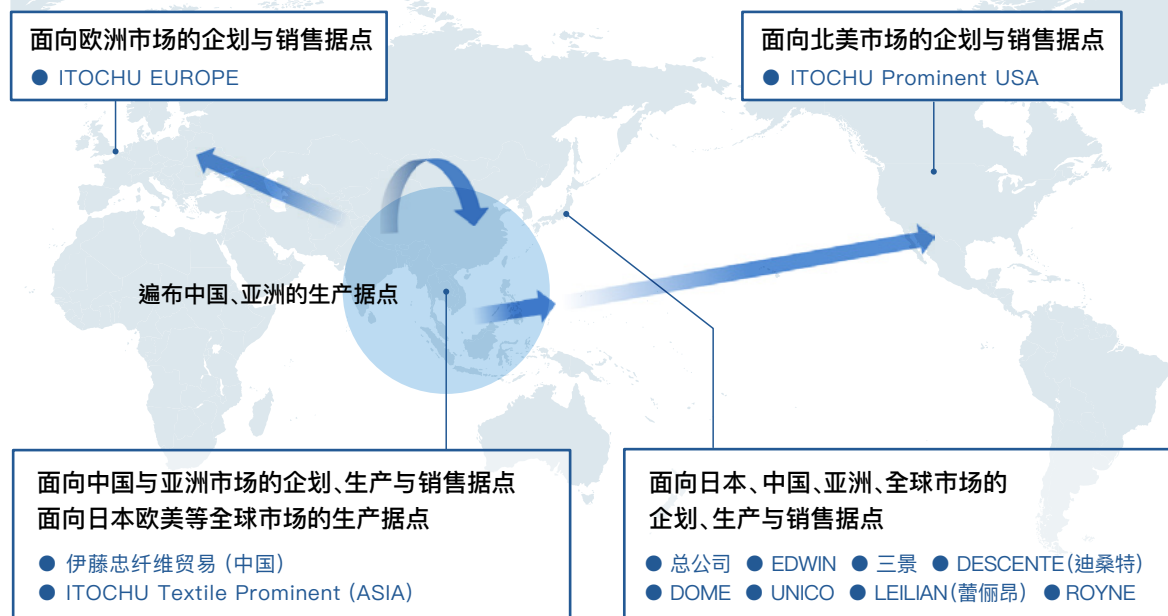
### 具体举措



## 在全球范围内开展服装、品牌、纤维资材·生活日用品等3大领域的业务

### 面料、服饰资材、成品服装

经营商品：纤维原料、面料、服饰资材、纺织成品等



### 纤维资材

经营商品：卫生材料、汽车内饰材料、电子材料、建材等用途的纤维资材，以及生活日用品

根据顾客需求与据点特性，  
构建本地供应链  
(主要地区：中国·亚洲)



### 品牌业务



- 总公司 ● CORONET ● JOI'X CORPORATION ● SCABAL Japan ● itochu fashion system ● CONVERSE Japan ● RBKJ
- ITOCHU Prominent USA ● ITOCHU EUROPE ● 伊藤忠纤维贸易 (中国) ● ITOCHU Textile Prominent (ASIA)



## 将独一无二的 特有产品推向全球

### ● 时装服装第一部门

设有纺织资材课、工装课、牛仔休闲服装课，通过面料、服饰资材及纺织产品的企划、生产、销售，在日本及海外构建全产业链。

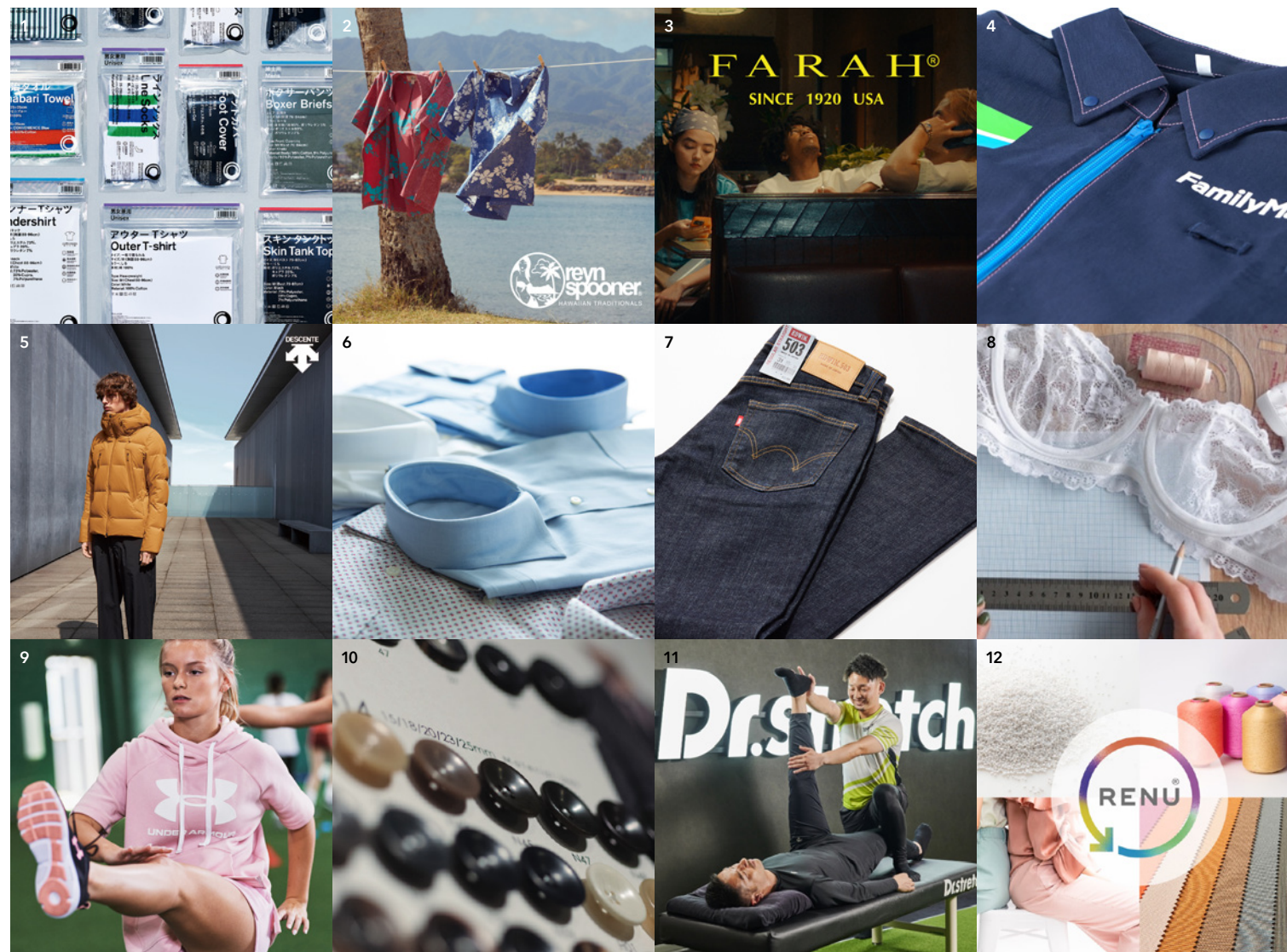
### ● 时装服装第二部门

由运动装课和内衣课组成。以运动服和内衣的素材提案为起点，推进缝制、物流在内的ODM整体业务。

### ● 时装服装第三部门

由时装服装课、纤维原料课、服装零售课组成。致力于构建从独树一帜的可持续材料到成品的全球化产业链，提高企业竞争力。

以可持续材料为核心、构建具有主导权的产业链。  
在全球开展从纤维原料、服饰资材到男女时装、运动服、工装、内衣等各种时装相关业务。



1. Convenience Wear
2. reyn spooner
3. FARAH
4. 工装
5. DESCENTE (迪桑特)
6. 衬衫
7. EDWIN
8. 内衣
9. UNDER ARMOUR
10. 三景辅料
11. Dr.Stretch
12. RENU (原料品牌)



## 在全球开展 品牌业务和纤维资材业务

从品牌的进口、许可，到企业并购等，构建复合型商业模式，同时在全球开展从产业纤维到无纺布的各种纤维资材相关业务。

### ● 品牌市场营销第一部

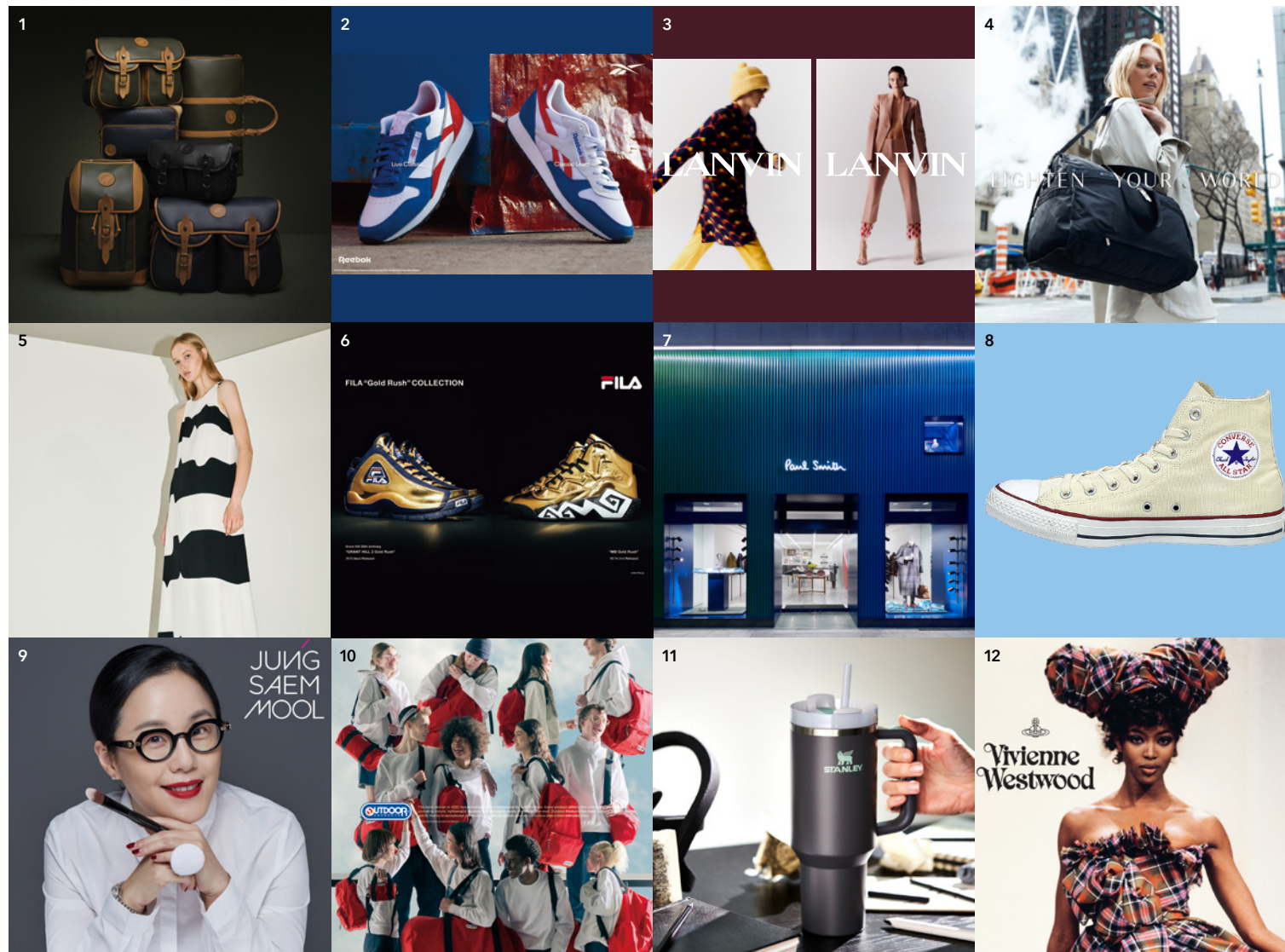
以奢侈品品牌和运动品牌为中心开展业务。经营服装、鞋类以及日常生活相关的各类商品。

### ● 品牌市场营销第二部

将品牌业务开展至日本以外、以亚洲为中心的新兴市场。奢侈品品牌和轻奢品牌外，还专注于包类业务。

### ● 纤维资材·生活方式部

在全球开展包括各种汽车用纤维材料、卫生材料、电子材料、窗帘及地毯等内饰领域的多类资材相关业务。



1. HUNTING WORLD
2. Reebok
3. LANVIN
4. LeSportsac
5. mila schön
6. FILA
7. Paul Smith
8. CONVERSE
9. JUNG SAEM MOOL
10. OUTDOOR PRODUCTS
11. STANLEY
12. Vivienne Westwood

## 伊藤忠商事株式会社

创业 1858年  
设立 1949年12月1日  
东京总公司 邮编107-8077  
东京都港区北青山2-5-1  
TEL : 03-3497-2121  
大阪总公司 邮编530-8448  
大阪市北区梅田3-1-3  
TEL : 06-7638-2121  
分支机构数 日本国内7处,海外86处  
资本金 253,448百万日元  
职员人数 4,200名  
网址 <https://www.itochu.co.jp/cn/>

## 纺织公司组织 (截至2023年4月1日)

