

纺织服装周刊

中国纺织工业联合会会刊 国际标准刊号：ISSN 1674-196X 国内统一刊号：CN11-5472/TS

2020.07.06 | 第24期 | 总第984期

官方网站

微信公众号

电子杂志

微博

手机报

《纺织服装周刊》
新媒体全覆盖

提供便捷、及时、
高效的信息服务

招商热线：010-85229373
联系人：李江敏



纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

TAWEEKLY

影响
改变认知
服务
创造价值

《纺织服装周刊》官方网站：
www.taweekly.com

● 新闻热线：刘嘉 010-85229892
● 广告热线：万喆 010-85229013





定义未来·寻找引路人

庆祝《纺织服装周刊》创刊20周年

百页特刊 — 全彩100页 回顾往昔 启迪未来

“寻找引路人” — 探访20位行业领袖 指引方向

“强国同行力量” — 集结纺织强国征程20家优秀企业/单位

有奖征文 — “我和周刊的故事”有奖征文



微信二维码

活动热线:010-85229892/85229379



中国轻纺城
CHINA TEXTILE CITY

2020 第七届
绍兴柯桥

中国轻纺城窗帘布艺展览会
中国轻纺城墙布展览会

7月30日-8月2日

绍兴市柯桥区中国轻纺城国际会展中心（老馆）

0575-81169717

重磅重启 创新前行

炎热七月，
与您相约柯桥



主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

编委会名单

主任 王天凯
副主任 高 勇 孙瑞哲 徐文英 杨纪朝 夏令敏 陈伟康 王久新

委员 (按姓氏笔画排序)

王加毅 王树田 叶志民 叶体亚 冯国平 朱北娜 乔艳津 许吉祥 孙晓音 孙淮滨 李进才
李陵中 李斌红 杨永元 杨兆华 杨 峻 陈大鹏 陈志华 张庆辉 张慧琴 郑伟良 倪阳生
袁红萍 徐迎新 钱 晋 徐 峰 梁 勇 黄淑媛 彭燕丽 端小平 翟燕驹

社长 钱 晋
常务副社长兼总编辑 徐 峰
副社长 刘 萍
副总编辑 葛江霞 刘 嘉
社长助理 张尚南 赵学君
高级顾问 胡晓玉 赵媛媛

总编助理 万 晗 袁春妹

采编中心

主编 郭春花
主笔 郝 杰
副主编 徐长杰 徐 瑶
墨 影
副主任 董笑妍
编辑/记者 李亚静 陶 红
余 辉 武筱婷
徐盼盼 廖小萱
夏小云 徐晶鑫
美编 郭 森
资深摄影 关云鹤

新媒体部

主任助理 李江敏
美编 李举鼎

浙江运营中心

总监 赵玲玲
副总监 赵国玲
主任助理 邹莹颖
记者 王 利 张 颖

热线电话

总 编 室: 010-85229892 新闻热线: 010-85229379
发行热线: 010-85229023 传 真: 010-85229422

国际标准刊号: ISSN 1674-196X 国内统一刊号: CN11-5472/TS

广告发布登记许可号: 京东工商广登字20170146号

本刊广告总代理: 中纺网络信息技术有限公司

出版发行: 《纺织服装周刊》杂志社

地址: 北京市东城区东四大街46号院(100010)

定价: 每期人民币12元

欧洲合作媒体: [textile](#)

印度合作媒体: Inside Fashion

日本合作媒体: 纤维News

台湾合作媒体: [纺织时报](#)

承印: 北京中科印刷有限公司

法律顾问: 大成律师事务所

走向我们的小康生活

“小康”这个源于《诗经》的古老词汇，承载着中华民族孜孜以求的美好梦想，寄托着中国人民对安定、幸福生活的不懈追求。

2020年，是全面建成小康社会的收官之年。对百姓来说，日子过好了，生活品质提高了，幸福感、获得感增强了，就是小康生活。中国纺织工业是“母亲行业”，不仅创造了大量就业岗位，产业发展更直接惠及“三农”，在脱贫攻坚战中取得了重大成果。

小康不小康，关键看老乡。“我很感谢兴民在弘德村建厂，在这里上班，我能陪在孩子和老人身边，又能挣钱养家。”小郑在吴忠兴民纺织的细纱车间当落纱工，这份工作让她充满干劲。在宁夏红寺堡区弘德村，像小郑这样在兴民上班的有230多人。

实际上，兴民纺织所属的恒丰集团积极响应党和国家的政策和号召，自2013年起在宁夏吴忠市投资建设厂7年来，先后投资建设了10家新型纺织工厂，总规模达到了70万锭，已为5300多人创造了就业岗位，每月发放员工工资达1600万元左右，改善了当地员工的生活消费水平。

在江苏华佳集团，从吴江到苏北，再到走出江苏，华佳的丝绸产业链先后踏足四川、广西、云南等地，用规模化、集约化的种养，建立了可持续的扶贫扶农链接模式：订单式农业模式、种养一体“返租倒承包”生产管理方式以及“专业化种养分离”生产管理方式。在惠及当地农户的同时，也引领当地产业高质量发展。

在河南，“巧媳妇工程”让众多农村留守妇女直接在家门口实现就业，并形成了基本运营模式：由行业协会牵头，由大企业带动、大品牌支撑、大订单拉动，“两化融合”起步，把中心工厂建在镇上，把卫星工厂沉到村里，在全省广大农村和新型社区建成星罗棋布的“卫星工厂”和“流水线班组、工段”，在劳动力资源丰富的县乡村，建设形成服装生产加工产业集群，把众多留守妇女组织起来，经过严格认真的工业化培训，成为现代产业工人。

在纺城柯桥，从一条“河边布街”，到万商云集的中国轻纺城市场，再到布满全球的国际纺织之都，柯桥用一次次的华丽转身，回应着时代的变迁，以一块布塑造出无数个财富神话，支撑起千万家庭的美好生活。

改革开放四十余年来，行业积蓄了敢做敢当、有胆有识的企业家，勤劳奋进、自强不息的技术能手队伍，履行责任、服务社会的行业人，他们使得纺织行业每天都在发生着鲜活动人的小康故事。

披荆斩棘复兴路，凝心聚力再出发。今天的中国，只要有梦想、有拼搏、有奋斗，一切美好的东西都能够创造出来。走向“科技、时尚、绿色”的纺织工业也必将乘势而上，开启新征程，为“决胜全面小康、决战脱贫攻坚”作出更大贡献。

刘嘉

CONTENTS

6 资讯 INFOS

大环境多变，但纺企谋求上市热情不减

8 关注 ATTENTION

一块布架起柯桥通往小康生活的桥梁

新型纤维将助力医护防护用品大变样！

河南淮滨产业集聚区：

开启“二次创业”新征程，让纺织产业中部崛起有底气

18 柯桥·中国轻纺城专版

CHINA TEXTILE CITY

聚力数字化转型，积蓄智慧纺城发展新动能

快时尚 & 高质量 柯桥纺织理性发展见成效

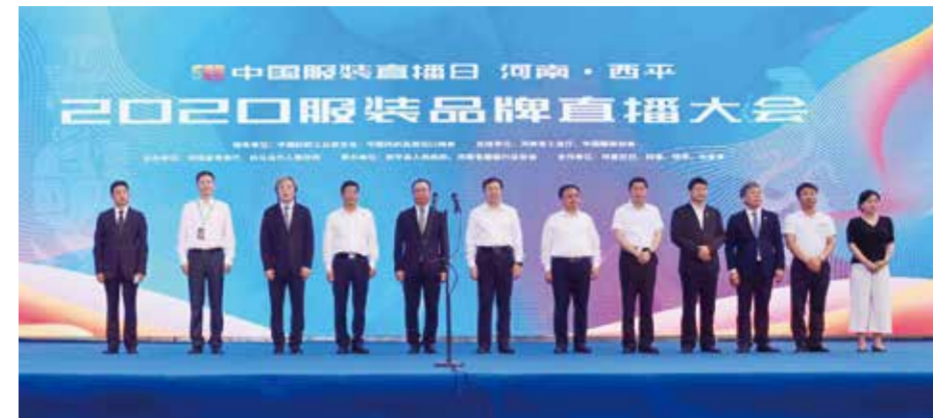
22 品牌 BRAND

专业匠心再出圈

24 指数 INDEX

端午假期成交下降 价格小幅下跌

传统淡季延续 化纤指数下跌



14 特别报道 SPECIAL

直播带货热潮下的行业行动

626 中国服装直播日交出服装直播经济的“河南答卷”

2020年是直播电商空前发展的一年，也是与各行各业深入融合的一年。6月26日，“626中国服装直播日暨助力河南服装产业——2020服装品牌直播大会”在河南省驻马店市西平县成功举办。河南服装行业抢抓机遇，突破创新，以极大的魄力与行业敏锐度，开启了河南乃至全国服装行业直播电商的新征程。

提升企业运营竞争力

订单全生态管理系统

创 | 新 | 未 | 来

痛点 临问题

- 订单准交率低
- 生产周期长
- 接单没竞争力
- 库存高
- 现金流紧张
- 生产过程不可控

订单全生态管理系统系中科院广电所与中纺网络联合开发，以 TOC 理论 + 人工智能技术为支撑，以提升订单准交、快交为目标，通过智能化的生产运营计划管理，帮助制造企业“打破数据孤岛、提供优化决策、促进业务协同、确保交期可控、加快反应速度、提升竞争能力、打造竞争优势、驱动业绩提升”，充分满足制造企业多品种、小批量、并行化、柔性生产的需要。

咨询电话: 13811957097 / 13717562390 / 13426020214

邮箱: wangzg@cntac.org.cn / xuewy@cntac.org.cn / zhanghn@cntac.org.cn

大环境多变, 但纺企谋求上市热情不减

2020—2021 年度纺织行业重点培育拟上市企业评审会举行

本刊记者_郝杰

产融合作是企业向更高层次发展的必然要求, 已成为企业做优做强的重要途径。虽然受到疫情冲击, 但纺织企业谋求上市的积极性不减。6月24日, 中国纺织工业联合会在京举行了“2020—2021 年度纺织行业重点培育拟上市企业评审会”。此次评审会专家组成员有中国纺织工业联合会副会长夏令敏、端小平, 中国纺联副秘书长、中国纺织工业企业管理协会常务副会长杨峻, 中国纺联财务部主任朱超, 中国纺织规划研究会常务副会长俞亦政, 上海凯石益正资产管理合伙人王兴奎。中国纺织工业企业管理协会副秘书长、投融资委员会秘书长白丽敏主持会议。

据了解, 今年2月14日, 中国证监会发布了《关于修改〈上市公司证券发行管理办法〉的决定》、《关于修改〈创业板上市公司证券发行管理暂行办法〉的决定》、《关于修改〈上市公司非公开发行股票实施细则〉的决定》。中国纺联根据文件精神, 结合工信部等相关部门关于多措并举拓宽融资渠道、大力推动产融合作, 促进产业稳增长、打造制造强国的要求, 以

及《纺织行业产融合作三年行动计划》的相关安排, 对行业内具有领先技术、良好发展潜力、符合产业政策、在资本市场有融资需求的优势企业进行了调查和征集。截至5月底, 共有32家企业提出申请。

中国纺联自2018年开展纺织行业重点培育拟上市企业工作以来, 共有近百家企业提出申请。迄今为止, 推荐名单

中有5家企业成功上市, 另有9家企业已经在会审核。疫情发生以来, 中国纺联与深圳证券交易所紧密沟通, 及时向交易所提供了在抗疫中做出突出贡献的拟上市企业名单, 深圳证券交易所明确表示将对这些拟上市企业给予高度关注和大力支持。

端小平在会上强调, 尽管受疫情影响, 但纺织行业产融合作工作没有停止, 此次评审增加了专业协会



中国纺联将推动有条件、有意愿的优质企业尽快完成上市。

评分环节, 体现了评审的专业性。他希望通过大家的努力, 让真正有发展潜力的优势企业走向资本市场。

夏令敏表示, 不少纺织企业对与资本结合意愿强烈, 中国纺联将推动有条件的优质企业尽快完成上市。

据介绍, 此次评审企业涉及化纤、纺机、印染、服装、产业用、棉纺、流通、针织、麻纺等专业领域, 最后推荐结果将于7月份公布。

直击 | DIRECT

国家先进功能纤维创新中心等 59 个重大项目在盛泽举行集中开工仪式



项目开工仪式现场。

创新引领高质量发展, 6月27日, 2020年吴江区半年度重大项目集中开工仪式在位于盛泽的国家先进功能纤维创新中心项目现场举办, 59个重大项目总投资达881.8亿元。至此, 苏州市吴江区省市重点项目实现了上半年全部开工。

苏州市吴江区委书记李铭出席仪式并讲话, 吴江区委副书记、代区长王国荣主持仪式, 吴江区领导徐晓枫、万利、王益冰、范建龙、李卫珍, 盛虹控股集团有限公司董事长缪汉根, 东华大学研究院副院长、国家先进功能纤维创新中心总经理王华平, 国家先进功能纤维创新中心主任王玉萍等人出席仪式。

其中, 吴江区盛泽镇此次共集中开工12个项目, 包括国家先进功能纤维创新中心、吴江纺织循环经济产业

园二期、岭邗智能制造及智慧供应链产业园、苏州宝格置业丽格广场、天玺产业园、苏州永纺生物质纤维纱线、龙桥新村四期安置房、盛泽新城实验小学(幼儿园)、绿威环保污泥无害化处置及综合利用、盛泽医院公共卫生综合楼、坛丘小学改扩建项目和学之客栈。

吴江区委常委、吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记王益冰指出, 近年来, 吴江高新区(盛泽镇)正在全面融入长三角生态绿色一体化发展示范区建设, 高标准推进循环经济产业园建设, 打造印染新标杆; 积极

推进“退二优二”, 加快新兴产业园建设, 促进产业结构优化; 坚持开放再出发, 以市场有机更新为着力点, 全力打造世界级高端纺织产业集群。

据悉, 国家先进功能纤维创新中心总投资11.5亿元, 是全国第13个国家级创新中心, 也是江苏省内第一个国家级创新中心, 同时也是全国第一家由民营企业牵头建设的国家级创新中心。

缪汉根作为重点项目单位代表在开工仪式上致辞。他表示, 创新中心将在吴江区委、区政府的正确领导和大力支持下, 加快建设步伐, 围绕先进基础纤维新材料、关键战略新兴纤维新材料和前沿纺织新材料, 重点攻克行业共性关键技术, 为支撑我国纤维产业升级和可持续发展、提升我国纺织纤维产业核心竞争力作出贡献。(杨华 陈静)

直击企业转型痛点, 国务院放大招支持出口转内销

6月22日, 国务院办公厅发布《关于支持出口产品转内销的实施意见》, 从加快转内销市场准入、促进“同线、同标、同质”发展、加强知识产权保障、搭建转内销平台、发挥有效投资带动作用、精准对接消费需求、提升转内销便利化水平、做好融资服务和支撑、加大保险支持力度、加强资金支持等方面推出十条举措, 力挺出口产品转内销。

分析指出, 在外需不足不稳的严峻挑战下, 支持出口转内销举措的出台, 在帮助企业渡过眼前难关的同时, 也有助于更好推动国内改革, 促进内外标准有效对接, 从而为外贸企业持续健康发展提供有力支持。

有专家认为, 此次出台十条措施的政策着力点在于: 一是促进内外销市场标准和制度对接, 帮助企业解决制度上的困难和障碍; 二是多措并举帮助企业产销精准对接, 拓展国内市场; 三是强化金融财税支持力度, 切实降低企业经营成本。

实际上, 这次疫情再次加速了企业转型, 转内销背后是多元化布局、品牌化探索、产业链供应链调整等市场主体的主动作为, 指向是实现高质量发展。(郝杰)

隆重推出: 2019/2020 《中国纺织工业发展报告》

由中国纺织工业联合会编著的《中国纺织工业发展报告》, 是集权威性、前瞻性、研究性、指导性于一身的中国纺织行业白皮书。该书是集中反映中国纺织工业及其棉、毛、麻纺织、丝绸、化纤、长丝织造、印染、服装、家用纺织品、针织、服装、产业用纺织品、纺织机械制造的全行业年度发展与趋势的研究报告。自2001年出版发行以来, 以其观点鲜明、内容丰富、数据翔实、指导性强, 深受行业内人士的欢迎, 已成为行业的品牌图书。

《2019/2020中国纺织工业发展报告》涵盖行业运行、高质量发展、70年足迹、行业研究、原料供求、统计资料等栏目。该书加强了新时代我国纺织行业外部形势变化及高质量发展的研究, 栏目多样可读、视角开阔新颖、研究深入实际, 具有较高的使用和参考价值。

该书主要面向国内外纺织行业及相关企业, 各级政府与行业社团组织, 以及金融与投资、贸易与咨询、科研与教育机构, 极具参考、使用、研究和收藏价值。

品牌图书 权威发布 每年推新

欢迎订阅 每本定价 **380元** 含邮资



订阅专线  010-85229411/010-85229695

本广告引用的相关数据和调查结果由中国纺织工业发展报告提供

开栏语：

2020年全面建成小康社会，是中国共产党对人民的庄严承诺。在党的领导下，全国各族人民接续奋斗，坚决打赢脱贫攻坚战，取得了历史性成就。中国纺织工业是“母亲行业”，不仅创造了大量就业岗位，产业发展更直接惠及“三农”，在脱贫攻坚战中取得了重大成果。

当前，行业积蓄了一批具有国际视野、履行责任、服务社会、造福百姓的企业，为积累社会财富、创造就业岗位、促进经济社会发展、增强综合国力作出了贡献。还锻造了一支能吃苦能打胜仗的行业和学校技术能手队伍，解决了贫困人口就业后的技能提升问题。

从本期起，《纺织服装周刊》特开设“走向我们的小康生活”主题采访报道专栏，围绕“决胜全面小康 决战脱贫攻坚”的重大主题，聚焦行业助力脱贫攻坚、经济发展、社会民生、生态环境等方面，讲述小康故事、纺织故事。



柯桥以一块布塑造出无数个财富神话，支撑起万千家庭的美好生活。

走向我们的小康生活

主题采访报道

河边布街变身国际纺都

一块布架起柯桥通往小康生活的桥梁

本刊记者_王利

从20世纪70年代末80年代初提出小康社会的战略构想，到十六大提出全面建设小康社会发展目标，再到2020年全面建成小康社会，在党的指引下，柯桥从一条“河边布街”到万商云集的中国轻纺城市场，再到布满全球的国际纺织之都，用一次次华丽转身回应着时代的变迁，以一块布塑造出无数个财富神话，支撑起万千家庭的美好生活。

当古越大地巧夺天工的纺织工艺，遇上改革开放的浩荡东风，一块布造就了布满全球、誉满天下的国际纺都——中国轻纺城。依托“产业+市场”的优势，柯桥形成了包含上游的聚酯、化纤原料，中游的织造染整，下游的服装、家纺和轻纺市场等一条完整的产业链和市场产销体系。柯桥纺织成为保民生、稳就业的支柱产业，在区域经济发展方面起着至关重要的作用。

站在新的历史起点，回望过去，30余年柯桥纺织经历了筚路蓝缕的艰辛，经历了转型升级的阵痛，终于迎来凤凰涅槃的灿烂与辉煌。面向未来，柯桥将全力打造“交易环境一流、开放水平一流、智慧应用一流、时尚氛围一流、文化融合一流”的新时期国际纺织之都，争创长三角区域先进制造业集聚区、示范区和引领区。

从“步满全球”到“布满全球”，一块布链动全球纺织

上世纪80年代初，一条自发形成的“河边布街”，播种下柯桥纺织今天的希望。一大批兜售布匹的小船户操着浓重的“绍普”话，开始了和外来商贾的原始交易。1988年，绍兴轻纺市场建成开业，柯桥的命运由此改变；1992年，以国字号冠名的“中国轻纺城”，开启了腾飞新征程。

1986年，34岁的沈安康看到了柯桥纺织业发展的潜力，果断入手6台织布机，在低矮的家庭作坊里，开启了自己的纺织生涯。随着生意不断扩大，1989年沈安康创办了纺织厂，置办10台机器，招聘30多名工人，每天用拖拉机将生产的面料运送给中国轻纺城的经营户。后来，全国各地采购商纷纷瞄准中国轻纺城市场，形势一片大好，在1993年，沈安康在市场租下一间铺面，抓住当时的流行趋势，主营印花面料，生意蒸蒸日上。

如今68岁的沈安康，仍然奋斗在纺织前沿，并在2011年创建绍兴柯桥老康绣品有限公司，主要生产金片绣，已成为中国轻纺城经营户及全国各地贸易商的优质供应商。在柯桥，如沈安康一般，以家庭作坊或一间小小铺面起步，最终布满全球、走向世界的案例大有人在，他们支撑起柯桥纺织发展的根基，也收获了自己美好的生活与梦想。

中国轻纺城党委书记、轻纺城建委主任冯华林告诉记者，2001年绍兴县城迁到柯桥后，柯桥经济迅速发展，一幢幢高楼大厦拔地而起，中国轻纺城也步入提升发展快车道。2006年，绍兴县组建了中国轻纺城建设管理委员会，把轻纺城作为绍兴县纺织产业的立业之本，全力推进“二次创业”，市场集群化、现代化、国际化步伐加快，中国轻纺城的产业集聚力、市场竞争力、国际影响力明显提升。

时至今日，中国轻纺城市场总面积达390万平方米，单体市场交易区25个，形成了仓储物流区、原料交易区、面料交易区、创新发展区、国际贸易区等“东西南北中”五大市场格局。中国轻纺城拥有经营户3万余户，经营品种5万余种，销售网络遍布192个国家和地区，日客流量达10万人次，全球每年有1/4的纺织面料在此交易，与全国近1/2的纺织企业建立产销关系。2019年，中国轻纺城市场群实现成交额2000.3亿元，柯桥区综合实力居全国百强区第十一位。

从“江南小镇”到“时尚之都”，一块布焕新城市面貌

量的扩张，让中国轻纺城坐稳了“头把交椅”；质的提升，让轻纺城实现了华丽转型。从靠价格竞争到大力投入创新研发，从廉价面料到各大秀场的时尚宠儿，如今的纺城立足纺织产业基础，时尚创意产业蓬勃发展，以时尚设计为核心，以时尚制造为基础，以时尚服务和时尚消费为目标，以自主品牌为标志，全面开启时尚柯桥建设新征程。

2008年，轻纺城的规模化优势释放殆尽、后劲不足，加之金融风暴的严重冲击，双重因素叠加之下，柯桥纺织产业转型升级迫在眉睫。基于打造“国际性纺织创意中心”的目标，柯桥区纺织工业创意设计基地作为核心载体启动建设，正式吹响了柯桥进军时尚创意产业的号角。

作为柯桥区“十三五”期间重点发展的“五大”产业之一，柯桥时尚创意产业成为拉伸当地纺织产业链条、培育经济新增长点、实现经济转型升级的重要支撑。2018年，柯桥区启动了新三年提升计划（2018-2020），由原F5创意园、科技园、中国轻纺城创意园等为基础的三园发展格局升级为“一核、两中心”模式，即以创意大厦、轻纺城创意园、中纺大厦、中纺国际时尚中心等为核心打造“时尚创意谷”；同时，打造以蓝印时尚小镇为主体的染整艺术中心和以绍兴纺织装备特色产业基地为主体的纺织装备设计创新中心。

今天的柯桥，在外界眼里是“开放、时尚、智慧、高端”的国际化大都市，是休闲宜居的时尚魅力之都、活力四射的创新创业之城，然而2000年以前的柯桥只是个水乡集镇，浙江凡特思纺织品有限公司总经理傅光铎回忆起曾经的情形，记忆犹新。“山阴路以北都是农村，路面坑坑洼洼、狭窄不平，一到下雨就泥泞难行，白天只有轻纺市场最热闹，到了晚上就一片寂静，整个柯桥色调相当单一，四周都是田野。”

“罗绮照亮纺城面庞，彩绸舞动世界各方，霓裳绽放原创光芒”，如今的纺城，交通便利、设施齐全，功能更加完善、生态环境优良，城市面貌焕然一新。一城轻纺、万众时尚，当前柯桥正以令人惊讶的速度赶赴米兰的时尚之约。

从“印染柯桥”到“休闲城市”，一块布书写可持续未来

印染是柯桥区经济支柱产业，为全区贡献了20%以上的财税总量，支撑起了中国轻纺城的优势地位，并创造了大量的就业岗位，但同时也是污染排放大户，纳管排放的工业污水中，80%是印染污水，还有大量污泥、废气产生。

为此，从2010年开始，柯桥区按照“绿化高端、世界领先”目标定位，启动实施印染产业集聚升级工程，重拳整治污染，推动节能减排，鼓励技术创新，到2018年从212家印染企业集聚整合成108家，形成了具有明显产业特色和较强国际竞争力的印染产业集群。

目前，柯桥正着力推进市区印染产业跨区域集聚提升工程，有效承接越城区印染企业，积极响应新一轮改造升级的号召，围绕提升设备工艺、加强科技创新、加快智能化改造、推进生态治理、强化安全生产、提高综合效益六个方



面，推进全城印染行业改造提升，推动印染企业集聚滨海后向高新化、智能化、绿色化发展。

如今的柯桥，以“纺织+”发展模式为主导，坚持生态优先，大力改善营商环境，绿水青山得以恢复，为柯桥文化旅游产业的发展提供了有力条件。为打造地方特色的文旅产业，深入挖掘地域产业优势元素，柯桥区秉持文化、旅游与纺织业融合互动的理念，文旅休闲产业发展蹄疾步稳，谱写了纺织产业与文旅融合的“柯桥篇章”。

近年来，柯桥建成了集成浙江国际赛车场、乔波冰雪世界、东方山水旅游综合体、鉴湖高尔夫球场等高端运动休闲场馆的省级体育特色小镇。2018年12月被认定为“世界休闲城市”，标志着绍兴柯桥正式成为继加拿大里士满市之后全球第二座“世界休闲城市”，也成为我国第一座获此殊荣的城市。今年柯桥收到了世界休闲组织发来的《世界休闲节申报成功函》，这标志着柯桥区成功申报首届世界休闲节，成为全球首个举办世界休闲节的城市。

以“国际纺都”闻名于世界，以文旅与产业跨界互动探索新增长极，是柯桥纺织转型升级的新路径。多年来，柯桥不断丰富发展经济和保护生态之间的辩证关系，在实践中将“绿水青山就是金山银山”化为生动的现实，成为千万纺企的自觉行动，共同谱写着柯桥纺织产业的可持续发展。

从“漂泊异乡”到“安居乐业”，一块布织出幸福小康

因为一块布，爱上一座城，有人漂泊异乡、有人远涉重洋，他们逐梦纺城、圆梦纺城，为中国轻纺城筑起了伟大的产业梦、国际梦。而这座城也不负众望，为这些人遮风挡雨，给予他们安居乐业、实现梦想的广阔天地。

1988年，20岁的山西小伙力尚于带着家里积攒的几千元现金来到柯桥，加入了卖布的大军。“大家都知道当时柯桥有句流行语，‘若要富，去卖布’，其实这只是上半句，柯桥以外的全国各地还有下半句，就是‘要卖布，找源头’，而柯桥就是这个源头。”力尚于说道。刚来柯桥的力尚于，为了节省开支住过茅草房、土墙房，每天骑着自行车穿梭在织布工厂和轻纺城市场，从柯桥进布，再卖到石家庄等地。

30余年后的今天，当初几千元的启动资金，早已在力尚于的手里翻了许多倍，成立了自己的公司——皮尔波澜，买下属于自己的房子，每年轻松实现数千万元销售额。随着力尚于的两个儿子力贵才和力人才加入公司，皮尔波澜的版图进一步扩大，外贸、服装等多元化发展，公司实力不断增强。从“漂泊异乡”到“安居乐业”，一块布织出了千万个“力尚于”的幸福生活。“是党的正确领导和柯桥政府的大力支持，成就了今天的国际纺都和千万卖布者的幸福生活。”力尚于感慨道。

对此，傅光铎也深有所感，“改革开放前，并不允许私自卖布，老百姓只能私下进行交易，那时候要买布就偷偷地过来，有介绍人领到阁楼，在那里看好，就抱两匹布走了。”做了40余年纺织贸易的傅光铎，见证了那段历史。直到进入上世纪80年代，改革春风吹来，浸润了柯桥的每一寸土地，伴随着改革开放的浪潮，柯桥的纺织产业逐渐从不敢见光的“灰色地带”走到阳光下。

在中国轻纺城，创业者见证着它的发展，也把最好的岁月留在了这里。如今的柯桥，依然是创业者的天堂，更成为了纺城人后代的故乡，为中国纺织服装产业培育了成千上万的纺织行业精英，推动中国纺织产业阔步向前。

因为一座城，倾注半生情，有人功成身退、有人继续奔跑，他们前赴后继、代代相承，为中国轻纺城贴上“开放、时尚、智慧、高端”的独特标签。以一块布为支点，柯桥撬开了通往世界的大门，架起了通往幸福小康生活的桥梁。☞

战疫之基 医用纤维未来走向
系列报道(三)

新型纤维 将助力医卫防护用品大变样！

本刊记者_郭春花

新冠肺炎疫情的爆发让医疗与卫生用品再次显示了其重要性和不可或缺性。随着民众对医卫防护用品需求的不断增长，以及国家对医卫防护用品研发的日益重视，医卫防护用品将迎来利好机遇。未来医卫防护用品将如何发展？作为基础材料的纤维应该如何发力？本期，我们邀请到三位专家共同探讨医卫防护用品的发展前景。

本期嘉宾



朱美芳
中国科学院院士、纤维材料改性
国家重点实验室主任



靳向煜
东华大学教授、博导，教育部
产业用纺织品研究中心副主任



王华平
东华大学研究院副院长、国家
先进功能纤维创新中心总经理

TAweekly：经过此次疫情，人们的个人安全防护意识逐渐增强，公众对于防护用品的重视程度有所提升，您认为今后医卫防护用品的前景如何，纤维材料产业应在哪些方面发力？

靳向煜：此次疫情过后，人们对防花粉、防雾霾、防流感、防病菌等不同功能口罩的需求会不断增加，这将带动整个口罩行业的产品质量持续提升与生产规模不断扩大。建议国内口罩、防护服生产企业应该进一步提升产品品质，尤其是加强技术装备智能化和品牌的建设，并在防护性和舒适性这两大关键性能上逐步做到最优化的平衡。

以口罩为例，它的原材料主要由纺粘非织造材料、熔喷非织造材料、热风非织造布、针刺非织造材料，以及耳带、鼻梁条等辅料构成。其中，熔喷非织造材料作为口罩的核心过滤层，具有纤维细度小、孔径小、比表面积大、孔隙率高等特点，使熔喷非织造材料具有一定的透气性与优良的过滤功能。

特别是我国在经过2003年的“非典”、2009年甲流H1N1以及2014年前后的雾霾事件后，熔喷非织造过滤材料技术快速发展，逐步建立起了聚丙烯树脂原料、纺熔设备制造、纺粘/熔喷法生产、口罩加工等完整的工业制造体系，整体技术实力已达到国际先进水平。生产高效低阻熔喷过滤材料的关键技术主要有以下几点。

一是熔喷纤维直径纳米化技术。通过改良喷丝板结构设计并与选用高熔指聚合物切片的方法，减小熔喷材料直径，提高过滤效率。

二是驻极处理技术。在熔喷过滤材料的产业化生产中，驻极技术尤为重要。驻极处理可在不影响材料结构和不增加过滤阻力的情况下，显著提高过滤效率。我国驻极技术种类较多，电晕驻极技术最为常见，另外还有水驻极与热气流驻极等技术。在电晕驻极中，75℃环境中驻极效果更好，温度越高，驻极电荷可以从“浅阱”移动到“深阱”中，使电荷存储更加稳定；温度升高后可提高电荷迁移率，使更多的电荷存储到材料内部，提高电荷存储量；同时，加热状态下可以降低空气湿度，延缓电荷衰减。

三是聚合物改性技术。通过无机物、有机物改性树脂的方法，增强驻极

效果，可提高熔喷材料的过滤性能的时效性。采用聚合物改性及增能助剂添加技术，可突破熔喷非织造滤料存放时效短的共性技术问题，大大提升我国防护产品的战略储备能力。

上述指标对口罩滤材提出了较高要求，需要滤料生产企业具备一定的技术实力和生产经验积累。本次疫情期间新进熔喷行业的企业如要生产优质的口罩用滤材，需要加强理论、工艺技术、聚合物性能研究，或进行相关装备技术改造。未来，口罩和防护服行业竞争激烈，在供过于求的市场环境下，品质好的产品才能立于不败之地。

王华平：随着人们追求健康生活和自我保护意识的不断增强，消费者对医卫防护材料特别是医用口罩及一次性医用防护服的需求量将快速增长。同时，随着全球气候的变化，国际社会对医用防护纤维材料需求也将不断增加，但从目前全球范围来看，高品质及专业医用防护材料仍然存在巨大的缺口。

近年来，生物医用及防护材料已逐渐成为快速发展的新兴产业。在2013—2020年期间，国外医卫防护材料的年均增长率为8%，我国的年均增长率为22%，市场需求及产业增长迅速。随着社会的不断发展，医疗事业不仅对医卫防护材料的防护阻隔性能提出了越来越高的要求，而且对舒适性、卫生及防护性能也有定性定量的标准要求。因此，加速我国医卫防护纤维材料的研发是推动我国和谐、稳定、小康社会建设的迫切需求。

我国医用纺织品行业的发展从2000年之后才真正进入快速增长期。2009年产量达到59.5万吨，2010年超过70万吨。自2019年以来，许多医用纺织品企业发布了扩大生产和投产的计划，行业内并购频繁。随着国内医用纺织品市场需求的增加和各种行业标准的引入和提高，市场进一步规范，逐步进入健康稳定的发展阶段。在未来15—20年里，该行业将增长15%以上。高品质与专业化等高端医用纺织品已成为该行业的主要投资方向之一。根据相关数据显示，2018年中国医用纺织品消费需求超过50万吨，到2020年将超过60万吨，而经过这次全国性的新冠肺炎疫情，这一数字将会变得更大。

TAweekly：新冠肺炎疫情期间，一线医护人员被不透气的防护服浸湿的头发、衣裤，被口罩勒出勒痕的脸颊频频出现在公众视野中，不少医护人员表示，“每天最放松、舒服的时候，便是脱掉防护服的时刻。”我们知道密封性好当然能更好地防护病毒，但是透气等一些弊端能否革除？纤维产业作为基础材料应如何改进？

王华平：现有防护服透气性差，口罩勒得太紧，让医护人员感到很不舒服，这其实给防护材料研究指出了新方向。比如像运动员穿的衣服，其透水性可达10kg/m²/d，如果将同样的材料、结构用到防护服上来，是不是能够达到要求？再比如口罩用弹性纤维材料，如果能研发出恒应力的材料，就会减少对医护人员脸部的伤害。

科研要真正面向需求，尤其对于工科来说。研究人员要多关注一线问题，研究实际工作环境条件下的应用机理，而不是在实验室中闭门造车。中国创造需要在细节上进行突破，有很多小创新、大市场的东西值得我们去做。

朱美芳：面对突如其来的新冠肺炎疫情，东华大学的纤维材料改性国家重点实验室急国家所急，紧急启动了“新型冠状病毒医卫防护材料应急专项”科技攻关，其中的一个重点任务目标就是，让护目镜、防护服穿戴后不再感觉难受，让一线医护人员能够更舒服地工作。

我们的应急科技项目主要涉及医用防护口罩滤料、护目镜、防护服面料等医用防护制品和卫生用品材料开发；防护材料的防护性改善研究；防护材料的安全卫生性改善研究；防护材料的服用性、舒适性改善研究等等。还有一项研究也很值得期待，就是要开发一种具有灭病毒、传感、显色功能的智能防护口罩。

纤维是当今人类发现的最重要材料之一，纤维的“进化过程”亦是人类与自然环境抗争、适应的过程。特别是用各类高科技手法制成的新型纤维，天生不爱“循规蹈矩”，勇于挑战厚度、抗菌能力、耐火耐热性等各种极限，这意味着未来的医卫防护用品、服装等将被注入越来越多的特殊功能。

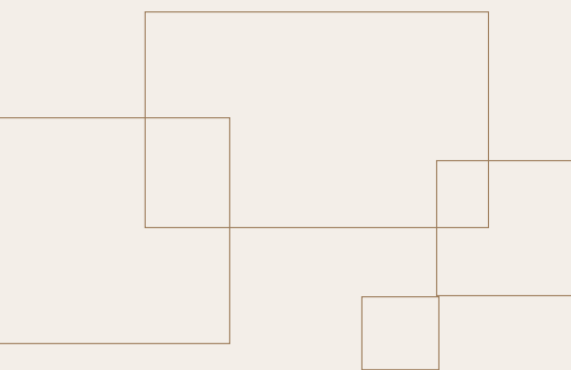
TAweekly：这几年我国医卫防护用品有什么进展？您认为未来医卫防护用品的发展趋势是什么？

王华平：相对于欧美等国，我国医用防护材料起步较晚，在国内医疗机构除了部分有特殊需求的手术外，大部分医生一般首选棉布手术衣。传统的棉手术衣在干燥状态下可阻隔一定量的微生物，但在沾血或潮湿状态下防护效果大大降低，无法阻隔病原菌渗透防护服，极易对人体造成感染。

我国在2003年“非典”期间，由解放军后勤部军需装备研究所和相关公司合力设计开发了一种能对病毒穿透织物侵袭肌体起到一定防护作用的SERS防护服，用Crosstech材料制成防水透气抗菌服装。但由于医疗机构采购技术的审核标准较低，所以当时市场的主流还是选用传统的手术衣。

我国复合材料手术衣在近几年发展迅速，复合材料手术衣具有重量轻、防水、透气的优势。如果将用于制作冲锋衣的防水透气功能的复合材料应用在手术衣上，便能兼具防护与舒适的功能。虽然复合材料手术衣的成本高于全棉手术衣，但复合材料手术衣可以多次洗涤，可重复利用性更高。目前国内外使用的手术服面料大都采用聚丙烯纺粘—熔喷—纺粘复合非织造布。该材料经“三防”整理后，一方面能够有效防水、防污、防渗透，阻隔性能优异，免除了造成大量医护人员因为医疗织物引起的感染问题；另一方面解决了一次性防护服防护性能差、透气性差问题，更解决了废弃医用织物处理产生的环境污染和一次性无纺布医用织物高成本问题。

总体来看，国际上医用纺织科技产品的发展方向势必朝着可降解、复合化、功能化、微细化、智能化方向发展。生物医用纺织材料的发展除了加强前沿基础研究外，还要提高我国高端生物医用纺织品原创及自主创新能力。今后要保障产品从原料到制造再到使用全过程的认证，除了使产品具有抗菌性等表面活性技术，还要解决应对未来外科微创手术、伤口缝合前消毒等新要求的关键技术，以顺应医疗市场拓展的潮流。



TAweekly：请您设想一下未来口罩、防护服等医卫防护用品将是怎样的？

靳向煜：口罩和防护服、隔离服、膜各类相关材料要立足于国产化。在各种先进材料和技术的发展下，未来的防护服可以是采用正压防护体系智能化设计，即防护服自身携带风机、电池及过滤单元，靠这些单元往防护服内输送无毒的空气。这样不仅能大幅提高防护服的安全性，还能够提供穿戴者呼吸用的新鲜空气，将热量与水蒸气带走，降低起雾，提高穿着舒适性。为方便沟通，其内部也可以配置智能化装备如蓝牙、对讲机等。

相信上述的研发方向已有新的研究进展。无论是非织造基布覆膜而成的医用防护服面料，还是闪蒸法制备而成的医用防护服面料，由于多采用PP和PE作为主要原料，该面料容易摩擦起静电，影响医护过程中的使用性能。因此一般在完成面料生产后，需要进行抗静电处理。SFS或SF覆膜非织造材料也是采用抗静电剂整理的方法，赋予材料抗静电性能。而新型的木浆复合水刺非织造技术生产的防护材料由于含有亲水性纤维木浆，不需要再经过任何抗静电整理。

防护服必须具备良好的防护性和满足不同使用场合的功能性，如阻燃隔热、防辐射、耐酸耐碱性、抗撕裂和刺穿、液体阻隔性、气密性等。根据不同防护目的、应用场合以及防护原理，设计和制造防护服需要满足以上一种或多种功能性以达到所需的防护效果。

朱美芳：在未来人类抗击病毒的战斗中，“新型纤维”有望大显身手。比如，在健身房里做运动，外套随手一搁；去公共浴池泡澡，内衣往更衣箱里一塞。在公共场所不经意的举动，往往会让你置身于病菌威胁中。如今不用为此提心吊胆了，因为一系列抗菌服和抗菌制品已经面市，穿上它就能抵御细菌侵入。那么，在此基础上，是否能利用新型纤维做出一件“抗病毒服”，它自身就能消灭新冠病毒，并可重复循环使用，医护人员也不必再担心“浪费”而长时间不喝水、不上厕所了。又比如，现在我们戴口罩只是起到隔离病毒的作用，能否用上“新型纤维”，让未来的口罩可以直接杀死病毒；或者，当某一病毒侵袭的时候，口罩能够变色预警。

TAweekly：非常感谢三位专家的讲解，相信在各位专家的引导下，在产业链上下游各单位的配合下，我国医卫防护用品将取得更大的发展成果。**TA**



园区深度行

园区档案

名称：淮滨县产业集聚区
区域：河南省淮滨县
建设时间：2009年
特色：化学纤维



“淮滨织造”正成为纺织产业的“硬通货”。

河南淮滨产业集聚区： 开启“二次创业”新征程， 让纺织产业中部崛起有底气

本刊记者_徐长杰

2008年，淮滨与第一家化纤纺织港商成功签约，第一台织机在这里成功落地，自此，淮滨县便与纺织服装产业结下了不解之缘。

淮滨产业集聚区正是众多纺服企业的生根之地。

《纺织服装周刊》记者了解到，淮滨的工业体系以经纺、造船、食品三大板块为主，而位于淮滨新城区东北部的淮滨县产业集聚区，就涵盖了其中的轻纺与食品两大产业。

不积跬步无以至千里，截至目前，集聚区入驻企业171家，其中规模以上企业132家。2019年，完成固定资产投资53.3亿元；实现规模以上工业企业主营业务收入205亿元；实现工业增加值40亿元；实现税收4亿元；从业人员达27387人。

让“淮滨织造”成为产业“硬通货”

近年来，淮滨县提出了“工业强县”战略，其中纺织服装产业是淮滨县的主导产业。围绕这一主导产业，淮滨县产业集聚区已建成浙商纺织园、苏商纺织园、纺织科技试验基地等众多“园中园”，现入驻纺织服装企业百余家，特别是随着2个超百亿的中国淮滨临港服装城、3平方公里智能服装小镇等项目陆续落地，“淮滨织造”正成为纺织产业的“硬通货”。

淮滨县产业集聚区管委会常务副主任徐懋在接受记者采访时谈到：“近年来，淮滨咬定青山不放松，大抓产业不动摇，培育形成了纺织服装特色产业，实现了从无到有起步、从小到大成长、从弱到强蝶变。特别是化纤纺织产业，现拥有化纤纺织企业97家，其中规模以上企业33家，投产和签约的喷水织机达3万台，约占全省的60%（河南约5万台），年生产能力10多亿米。”记者获悉，2019年，淮滨县纺织产业产值96亿元，占全区工业总量的40.4%。服装产业拥有企业42家，其中规模以上企业11家，主要有君子林服饰、苏美达服装、九牛服饰等企业，年加工服装2000万件，产值23亿元，占全区工业总产值的9.7%。

充沛的人力资源也在为淮滨纺织服装产业的发展助力，淮滨城乡拥有富余劳动力39.7万人，常年在外务工31.1万人，其中纺织服装熟练工10万人左右。周边县市人口密集，100公里范围内市县人口近千万。

淮滨更有“重商、亲商、富商”的营商环境。淮滨党政领导秉持“你投资，我服务；你发财，我发展”的工作理念，当好“店小二”，做好“服务员”。落实联审联批、多评合一审批模式，实施全程代办制，做到企业与职能部门、企业与企业“两个零接触”。

汗水铸就荣誉，成绩彰显实力。近年来，淮滨县产业集聚区先后荣获河南省产业集聚区5A级最佳投资服务“金星奖”、河南省最具竞争力产业集群“金星奖”、河南省百亿产业集群30强、河南省5A级“最具投资价值营商环境集聚区”金星奖、河南十佳特色产业名片集聚区、河南省产业集群商标品牌培育基地、中国针织服装产业转移示范区、中国新兴纺织产业基地县和河南高质量发展产业集聚区称号。

“疫情防控期间，既有危机也有机会，我们做好‘店小二’，建立起了适应于防疫的经济社会发展秩序，在企业全部复工复产的基础上，加大招商力度，实现了恢复性增长。”

——淮滨县产业集聚区管委会常务副主任徐懋



疫情期间实现恢复性增长

进入2020年，疫情之下的发展挑战重重，纺织服装行业未来的发展形势也出现诸多变化。淮滨集聚区受到了哪些影响？复工复产情况如何？徐懋一一回应了外界的关切和期待。他表示，防控是复工的前提，各企业都认真落实防控要求，高标准精细化管理。

如今，淮滨县产业集聚区规模以上企业全部复工复产，小微企业复工复产率达到99%。在疫情初期，企业普遍存在用工难、人员出行难、物资运输难、疫情防控难等难题。在政府的指导帮助下，广大企业立足自身实际，积极创造条件，克服各种困难，及时复工复产。

“新冠肺炎疫情发生后，企业时刻关注疫情发展动态和政府管控措施调整，并敏锐地意识到，疫情防控是第一位，但复工复产也势在必行，于是，他们早早开始谋划复工事宜。各企业及时成立了疫情防控工作领导小组，夯实责任，各司其职，各负其责，为集聚区复工复产工作打下了良好基础。”徐懋表示，与此同时，面对疫情困局，集聚区认真贯彻落实国家、省市出台的政策措施，淮滨县还制定出台《支持中小企业发展十六条》，保障企业“欠费不停供”，不抽贷、断贷、压贷，新增优惠贷款，缓交或减免房租，保证了企业及时复工达产。3月中旬，集聚区规模以上企业复工率就达到了100%。同时，集聚区化危为机，抓招工促生产，采取“互联网+就业”模式，动员滞留在家人员通过网上招工报名（从报名之日到上岗期间，由政府给予每天50元补贴，即1500元/月，满三个月一次性生活补助600元），足不出户就完成了自主择业，实现了疫情防控和招工工作两不误，网上招工报名13103人，是去年现场招工报名的三倍。

“我们的复工复产做法被省人大常委会副主任、市委书记乔新江点名表扬，省督导组督导时也给予了很高的评价，认为我们领会精神透、落实行动快、工作标准高、复工效果好。园区各企业也对政府的所作所为给予了高度肯定，并在疫情防控期间积极捐款捐物，支持政府开展疫情防控。”徐懋自豪地介绍道。

不过他也指出，目前，园区企业仍旧普遍存在市场萎缩、订单减少、回款变慢、流资不足、创新不强、转型困难等问题，与去年同期相比，企业订单下降50%以上。尤其是纺织和服装业，以前外贸订单较多，个别企业占比达到70%以上，受疫情影响，外贸订单基本没有或者之前签订的订单也被取消，压力传导国内市场竞争加剧，产品利润大幅下降，企业经营比较困难。

“疫情防控期间，既有危机也有机会，我们做好‘店小二’，建立起了适应于防疫防控的经济社会发展秩序，在企业全部复工复产的基础上，加大招商力度，实现了恢复性增长。”徐懋透露，疫情期间，淮滨县已签约项目16个，8家企业已落地投产。



开启“二次创业”新征程

完成复工复产后，淮滨集聚区开始谋划未来。

根据园区规划和2020年建设计划，今年，淮滨集聚区给自己设定了几项任务：加快路网管网建设，今年计划新修规划九路、规划三路、立城大道往北延伸线、红云路往北延伸线等道路；加快“区中园”建设，今年基本完成嘉兴纺织产业园、苏州纺织产业园、淮滨绣花产业园、临港纺织产业园等政府投资项目，方便企业入驻发展；加快中西部纺织品交易市场建设，今年全部完成交易中心、物流中心项目建设；启动化纺研发中心、纺织品检验检测中心建设；加快推进染整产业园项目，力争尽早开工建设。

徐懋坦言，“下一步，产业集聚区将按照省市要求加快改革步伐，突破制约产业集聚区发展的体制机制障碍，激发改革创新活力和内生动力，通过抓招商、抓项目、抓产业、抓转型、转服务，推动产业集聚区‘二次创业’，实现高质量发展。”在采访时，徐懋也向记者透露了集聚区2020年的发展目标：完成固定资产投资61.8亿元左右，同比增长15%，其中工业投资完成52亿元，同比增长38.6%；实现规模以上工业企业主营业务收入229亿元，同比增长12%；实现工业增加值45.8亿元，同比增长11%；规模以上工业从业人员达到28000人，同比增长9%；实现税收4.4亿元，同比增长11%；新上规模以上企业30家以上。

实际上，受疫情、经济形势、产业转移和同质化竞争等多种因素影响，集聚区今年的招商形势与前几年相比有所趋缓。这其中既有信息不畅，招商范围窄，高价值的线索不多、大项目少，尤其是亿元以上项目、带动能力强的项目不多的情况，也有集群化链条式项目不多，高新技术项目缺乏的问题。

但招商工作不能耽搁。疫情形势下，淮滨县充分利用钉钉、微信和腾讯等网络平台，通过亲情招商、线上招商、委托招商、以商招商等方式，让更多的投资商在足不出户的情况下了解淮滨营商环境和招商政策。对此，徐懋表示：“也希望通过媒体宣传我们的优惠政策、发展环境、产业基础、发展前景，让更多的客商认识淮滨、喜欢淮滨、发展淮滨；希望协会发挥专业优势和桥梁纽带作用，在宣传推介淮滨的同时帮助我们招商选商，助推淮滨县产业集聚区‘二次创业’和淮滨经济高质量发展。”

6月28日，淮滨临港国际服装城举行了奠基仪式。据悉，该项目规划面积500亩，计划投资20亿元，建设厂房面积约40万平方米，紧邻省内唯一、距长江最近、拥有3000吨通航能力的淮滨港。淮滨临港国际服装城项目既做品牌，也做代工；既做内贸，也做外贸；注重品牌服装终端产品、高端档次，将实现劳动密集型先进制造业，安置2万—2.5万人就业。

客观地说，在信阳市的几个县城中，淮滨的纺织服装产业发展势头最劲。淮滨的优势在于，能够站在高起点布局，明确发展方向，但淮滨也需因地制宜地提炼出属于自己的发展特色，不落入循规蹈矩的模式中。

如今，淮滨集聚区正在构建自己的核心竞争力，让我们拭目以待。TA



四大活动联袂举行，“直播日”震撼登场



“626 中国服装直播日”现场气氛热烈、成绩可观。

直播带货 热潮下的行业行动

626 中国服装直播日交出服装直播经济的“河南答卷”

本刊记者_董笑妍

2020 年是直播电商空前发展的一年，也是与各行各业深度融合的一年。河南服装行业抢抓机遇，突破创新，以极大的魄力与行业敏锐度，开启了河南乃至全国服装行业直播电商的新征程。

6 月 26 日，由中国纺织工业联合会、中国纺织品进出口商会指导，中国服装协会、河南省工信厅支持，河南省商务厅、驻马店市人民政府主办，河南省服装行业协会、西平县人民政府共同承办的“626 中国服装直播日暨助力河南服装产业——

2020 服装品牌直播大会”在河南省驻马店市西平县成功举办。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中国服装协会专职副会长周一奇；河南省商务厅副厅长高翔，河南省工信厅总工程师姚延岭，驻马店市委常委、常务副市长金冬江，信阳市人民政府副市长李正军，黄淮学院党委书记李国胜、校长刘先省、副校长耿红琴，荆州市沙市区委书记刘辉萍，驻马店市西平县委书记聂晓光、县长李全喜，以及来自全国各地相关协会的领导干部出席活动。河南省服装行业协会会长李刚主持活动。

6 月 26 日上午，来自全国各地的 120 余家企业组成“百人考察团”前往西平嫫祖服装新城参观服装园区及西平城市建设；当天下午，“大变局下纺织服装行业的创新发展”高峰论坛在西平县召开；晚上，重头戏“626 中国服装直播日暨助力河南服装产业——2020 服装品牌直播大会”精彩上演。随后，27 日上午，“中国服装直播基地发展圆桌会议”也在西平召开，全面总结了直播日活动取得的优异成绩，以及对河南乃至中国服装直播经济发展产生的重要意义，共同引领行业应对大变局，保持大格局，高位谋大局。

据测算，本次“626 中国服装直播日”活动期间，直播总观看人数达 1500 万人次，曝光量近 1.2 亿次，订单量达 50 多万单，交易总额超 3400 万元，成果丰硕。

前所未有之大变局，带来前所未有之新机遇

2020 年是中国纺织服装行业砥砺前行的关键年，也是行业创新谋变的关键年，对此，孙瑞哲指出，百年变局深化，新冠疫情蔓延，世界经济发展承受着前所未有的压力，全球经济增长前景仍有高度不确定性。在此大环境下，我国政府与行业都在勇担责任，中国纺织服装行业作为中国重要的实体经济部门，正在“六稳”、“六保”中发挥重要作用。而在全力保障平稳运行的同时，行业也在抢抓机遇、进行全新实践，其中就包括直播电商。

据统计，2020 年淘宝参与直播电商的行业分布中，纺织服装行业占比位列第一，直播电商是行业正在深度参与的前沿市场。孙瑞哲肯定了直播电商作为中国纺织服装行业的新实践所发挥的重大作用，并倡导行业聚焦体系化、市场化、数字化、可持续创新，打造产业新供给、形成产业新循环、培育产业新功能、创造产业新价值。

高翔也表示，突如其来的新冠肺炎疫情，对河南经济发展造成了巨大影响，面对当下局势，河南省正在尝试以电商、直播等新模式寻求突围。“我们要抓住疫情带来的直播电商经济风口，将产业优势转化为经济发展优势，推广河南产品、打造河南品牌，进一步助推河南制造业稳健快速走向全国、走向世界。”

“现阶段，河南服装行业正需要依托产业优势，在直播电商新渠道上积极作为。”李刚站在行业发展角度，为大家加油鼓劲，“上一轮电商发展，我们河南落后了，这一轮直播就要积极地弯道超车，迎头赶上，我们信心十足！”

搭乘直播电商快车，河南西平已做好准备

河南纺织服装行业要借助直播电商迎头赶上并非纸上谈兵，实际上，上至市场大环境、河南省政府，下至地方政府、各大企业都为打造直播电商平台打下了坚实基础、做好了充足准备。



各大主播热情直播，开辟品牌推广新渠道。

河南省副省长何金平虽然未到现场，但做出了重要指示，“626 中国服装直播日”是河南省深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，统筹推进疫情防控和经济社会发展，扎实做好“六稳”工作，全面落实“六保”任务的重大举措。他希望以本次直播日为契机，积极利用新业态加快河南省服装产业发展，为推动河南经济社会高质量发展做出新的贡献。

“近年来，以驻马店市西平县为代表的各服装产业集群地，已经成为河南省工业转型升级中的重要力量。”姚延岭指出，受疫情冲击，服装行业向网络化、智能化转型的方向更加明朗，此次直播日活动选择在驻马店市西平县举办，说明西平已为探索新模式打下了牢固的产业基础。

金冬江表示，西平县作为嫫祖文化之乡和中国服饰文明的起源地，服装产业具有深厚的文化底蕴和坚实的产业基础。近年来，西平县主动融入国家“一带一路”建设，积极承接产业转移，高标准规划建设了嫫祖服装新城，全力推动纺织服装业做大做强。本次直播日是资源与平台的一次深度融合，必将为西平服装产业带来重大发展机遇。

聂晓光也表示，西平县将借助此次活动进一步完善产品供应链，加快培育服装产业区域优势、流量优势、品牌优势，支持外地网红到西平带货直播，积极培育西平本土直播带货达人，利用数字经济新优势，打响西平服装影响力。

喧腾鼎沸，服装行业直播经济方兴未艾

在政府支持、市场助推、行业摩拳擦掌的火热氛围中，万众瞩目的“626 中国服装直播日暨助力河南服装产业——2020 服装品牌直播大会”正式在西平智尚公园拉开帷幕，现场喧腾鼎沸，好一派欣欣向荣景象。

李全喜对本次直播日做简要介绍并表示：“这是中国服装业界前所未有的大事盛事，西平县承办此次活动彰显了发展服装产业的决心和态度，我们要积极促消费、稳就业，为产业站台、为品牌背书。”

当晚，百企千店万货齐备，直播网红“大 V”到位，据悉，本次直播日共有 130 余家企业、118 名网红主播携万件高性价比产品，在 100 多间直播间内同时开播。阿里巴巴（淘宝）、抖音、快手、水多多等四大电商平台同步引流；浙江森马集团、广州铭瑜服饰、中山芭蒂欧服装、郑州云顶服饰、娅丽达服饰、艾炫服饰以及爱慕服饰、领秀服饰、歌锦服饰、棉娃娃服饰等知名企业携主播同台竞技；“罗拉密码”、“跑腿界的小彭哥”、“河南柯教授”等千万级粉丝“网红天团”同时在线带货，为粉丝送去了重磅福利。

直播期间，百余名网红奋楫争先，政府及行业领导也纷纷走进直播间，站在镜头前与粉丝互动，体现了“人民政府为人民，民生产业促民生”的政府担当，为河南服装站台背书，为河南品牌实力打 call。

经过长达 3 个小时高热度直播聚焦，流量持续呈现爆发式增长，展现出了新型模式的蓬勃生命力，以及河南服装行业的无限可能。沈阳杰恩盛科技有限公司董事长邵宏洁也来到了直播现场，他说：“本次活动对中国纺织服装行业具有空前的意义，因此我们高度重视，特地前来河南。”邵宏洁亲自在微信、抖音、快手、微博等直播间在线答疑解惑，还分享了新产品、新技术，和大家共同探讨服装行业的发展趋势。

场内，诺曼琦的“侯姐直播间”热闹非凡、下单不断，诺曼琦创始人侯东美作为一名从河南走出去的服装企业家，一直心系家乡建设，曾先后多次助力河南服装行业发展，这次诺曼琦也是第一个报名参加直播大会。

侯东美还向记者分享了她开启直播以来的心路历程。“侯姐直播间”不仅打开了诺曼琦在直播行业的名声，提高了产品销售额，同时也促使企业成功从传统线下销售模式转型“互联网+”模式，开创了诺曼琦 2020 新生态。

可见，中国服装行业直播经济在消费市场的促进下、政府行业相关部门的支持下、企业品牌的大力投入下方兴未艾，潜力无穷。



繁荣直播的背后是服装供应链的支撑。

品牌云集、成交可观，直播大会展现可期未来！

直播总观看人数达 1500 万人次，订单量达 50 多万单，交易总额超 3400 万元……这是“626 中国服装直播日暨助力河南服装产业——2020 服装品牌直播大会”最终交出的优异成绩单，也预示着未来中国服装产业在直播电商领域大有可为。

气氛热烈、订单如潮，直播当晚精彩不断

当晚的直播现场热闹非凡，回想当时，郑州云顶服饰有限公司（主营产品“逸阳”）新媒体总监林梦瑶对记者说，公司对此次活动非常重视，提前两周就开始进行产品及活动策划，当晚带去了店铺主推的 TOP30 产品，如“黑科技”冰氧吧牛仔面料女裤、桑蚕丝面料产品等，品牌官方搭配师亲自上阵，为粉丝讲解流行色彩及流行穿搭，公司董事长刘涛更是亲临直播间“花式宠粉”，氛围非常火热，当日直播间的转化率也较往常明显提升。

带来最新热卖产品，展示讲解不遗余力的不只是逸阳，当晚所有品牌都使出了自己的“杀手锏”。优哈优哈女包带来了各大爆款，当晚更是创下了单款售出 2000 件的直播佳绩。杭州优哈实业有限公司总经理胡挺说，借助主办方力邀的流量主播“罗拉密码”，在短短几分钟内这款女包就卖出了 2000 件，让大家真正认识到了直播新模式的无限潜力。森马品牌特邀了当地知名网红主播在抖音直播间带货，森马郑州系统的零售商家们也齐上阵，零售商家坦言，此次直播日活动不仅仅是直播带货，更建立了当地网红资源平台，他们希望借助政府窗口，更好地传播森马品牌力量，提振业绩。

CCTV1 对本次直播日活动进行了专门报道，其中还出现了一名普通服装女工的身影，她的直播虽然略显紧张但也颇有生气，她代表着河南“巧媳妇”也代表着河南服装生产一线群体，她就是郑州领秀服饰有限公司旗下“梦舒雅”品牌女工焦新莹。除了聘请主播，领秀服饰还将一线人员推向镜头前，彰显了企业团结活泼的文化氛围。

郑州领秀服饰有限公司总经理陈勇刚在接受记者采访时表示，在这次直播日活动中深刻感受到了政府的支持力度，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、河南省商务厅副厅长高翔、河南省服装行业协会会长李刚等领导纷纷“下场”，为企业站台背书。

“当领导们出现在镜头前时，直播间互动中立即出现了‘领导好亲切啊’、‘领导的衣服真好啊’之类的发言，气氛非常欢乐融洽。”林梦瑶也由衷感谢行业

和地方政府领导对河南服装产业发展的关心和支持，“本次直播日是政府提供的非常大的曝光窗口，是机遇也是挑战，我们会把握好当下时机，巧借政府搭建的平台转型升级，营造良好的直播经济环境，这也是我们服装企业的必然使命。”

系统把握直播经济，中国服装产业在路上

这次直播日活动只是一个开端，近段时间来，服装品牌纷纷聚焦直播电商，以直播为导向调整企业的构架与发展布局。为了更好地抢占私域流量市场，森马郑州系统正在积极开展线上零售业务，以直播为抓手，在小程序、O2O 等多个线上渠道寻找业绩增量。林梦瑶表示：“目前，公司开拓的直播平台有淘宝、抖音、快手、拼多多、微信，现阶段淘宝和拼多多直播正在稳定快速增长，下一步会更加注重抖音和快手直播。”

胡挺则表示：“未来一到两年内，我们的目标是让直播渠道销售占比达到 40%—50%，如今公司已经投入了大量人力物力。”

但开平台、找主播只是表层行动，服装企业开拓直播渠道的底层支持，则是与之相应的供应链打造。“直播渠道的突发性、灵活性注定了企业必须全力打造快反系统，以往的流水线作业无法适应新的市场需求，公司为此要进行的调整才是真正的大动作。”胡挺说。

陈勇刚也持相同观点，领秀服饰的小单快反系统早在几年前就已在搭建中，如今的柔性供应链已经成为了领秀服饰谋求未来发展的“杀手锏”之一。

“将电商、直播产生的随机订单随时并入生产流程，是对企业供应链的极大挑战，因此领秀服饰正与京东、阿里巴巴等软件系统开发商全力合作，搭建基于生产线快速反应的后台管理系统，我们称之为‘云工厂’；另外，我们将旗下所有工厂按大单、中单、小单分配了不同的生产线，以达到企业生产如臂使指的最终效果。”

此外，陈勇刚还建议，当地政府应以此次直播日为契机，大力招募一批自带流量的服装品牌与主播团队，形成长期效应，将河南西平的直播氛围、直播平台打造起来，最终促成河南服装借势直播经济的产业崛起。

而这也正是行业、政府想要达到的真正目的，为此，6月27日，中国服装直播基地发展圆桌会议正式召开，经过热烈探讨，最终签署了“中国服装直播日·西平共识”，中国服装产业直播经济在这里迈出了重要一步！

深入探讨，让服装直播行稳致远

热火朝天的直播日不是结束而是开始，在6月27日的中国服装直播基地发展圆桌会议上，河南省相关领导和行业领导、专家、企业家们纷纷坐下来，就直播经济的持续化、规范化展开了热烈讨论，为河南服装产业真正搭乘直播电商这班快车，展开了最理性、最实际的研究探索。

阿里巴巴集团战略发展部总监王延哲预言，下一步直播电商可能会进入“场景化”直播，由企业老板开启直播间，让消费者“云”进入厂家，更加直观看到生产过程，让消费者更放心。因此，未来直播要实现产业化发展，建立直播产业基地，培养人才，从而吸引外出务工的服装人返乡创业。

河南省服装行业协会会长李刚明确了打造一个直播基地的具体工作有哪些，他从基地必备的条件、人才的吸收与培养、政府的扶持、行业的引领等诸方面进行了阐述，为河南服装直播电商发展梳理了具体措施。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在会上作重要讲话：“‘中国服装直播日’是一个非常好的概念，也为下一步将这项工作变成行业自身推广的固定节目打下了非常好的基础。在这里，我想谈两点感想。

“第一，直播早已蔚然成风，‘626’做了一次行业系统性的植入。纺织服装行业一直是趋势的创造者、先行者，所以在数字经济的大潮之下，行业要探索新的经济模式，比如说直播经济。我们现在要思考的是，如何实现行业跨越式发展，如何把握这种新经济给我们带来的新机遇。比如说，太平鸟已在专门探讨如何把直播和整个产品营销体系实现全方位对接的问题。像西平这样的转移承接地，更应思考如何在这轮新发展过程中抢占先机。西平发展电商直播园区在政策上已经考虑得非常全面，接下来要迅速行动起来。与此同时，整个纺织服装行业都要利用电商直播平台，进一步理顺产业链、供应链，探索如何实现柔性化供应链和电商直播平台的有机结合，这是对我们更深层次的挑战。

“第二，必须思考要如何行稳致远的问题。如果没有规范，任何行业都可能形成恶性竞争，将优秀商业模式早早扼杀在摇篮里。直播电商毕竟起步时间不长，一旦新鲜劲过去，其他问题就会不断暴露出来，要实现可持续发展，我建议共同发起一个倡议，倡议如何规范直播电商的发展。利用首届‘中国服装直播日’的机会，起草关于电商直播的西平宣言，为直播电商的发展创造更好空间。”

正应了孙瑞哲的建议，“中国服装直播日·西平共识”正式落地，本项共识就加强行业自律、提升产品和服务品质、建设产业公共服务平台、以行业为纽带促进供应链发展等 10 项问题达成了共识，为纺织服装行业直播电商持续化、规范化发展奠定了理论基础与实践准则，同时也为“626 中国服装直播日暨助力河南服装产业——2020 服装品牌直播大会”画上了圆满句号。TA



圆桌会议现场。

TIPS

中国服装直播日·西平共识

为认真落实《中华人民共和国电子商务法》，规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展，践行社会主义核心价值观，共建供应链协同体系、共建电商诚信体系，我们共同发出如下倡议：

1. 严格遵守国家法律、法规和政策，坚持诚信守法经营，科学合理利用网络资源，共同打造诚信网络，维护健康有序的网络秩序。

2. 加强行业自律，共同抵制刷单炒信、恶意差评、刷单骗补的失信行为，自觉接受社会监督，提升行业公信力。

3. 强化从业人员诚信教育，探索建立诚信档案，提高从业人员职业素养、业务能力和诚信水平。

4. 不断提升产品和服务品质，满足消费者对品质的需求，不弄虚作假，不误导欺瞒用户，不侵犯个人隐私，保护消费者权益。

5. 建设产业公共服务平台，建立机制，加强合作，共同打造协同发展示范区、建设营商环境高地。

6. 以行业组织为纽带，促进纺织服装产业带、供应链、农村电商、直播电商、物流快速协同发展，构建具有竞争力和区域带动力的电子商务产业生态圈。

7. 提高服务能力，履行服务承诺，创新服务方式，不为违法失信行为提供便利和技术支持。

8. 承诺当好诚信主体。建立健全诚信自律机制，恪守信息真实性原则，完善信息发布审核制度和从业人员诚信考核制度，不断提升从业者素养，维护电商诚信环境。

9. 积极建立网络投诉举报和异议申诉机制，及时受理用户对“炒信”行为的举报与投诉，妥善处理异议申诉，定期披露网络失信行为信息，共同营造文明诚信的消费环境，携手建设信用中国。

10. 我们将以 626 中国服装直播日活动为契机，从自身做起，自觉、自律、践行责任，兑现承诺，赋能更多合作伙伴，推动中国服装电子商务高质量发展，为打造服装强国不懈奋斗。



以“最多跑一次”改革为统领，智慧服务的多元扩充为纺城带来的不仅是量的递增，还有轻纺城整体品牌的提升。

最多跑一次 跑出新高度 智慧篇

聚力数字化转型， 积蓄智慧纺城发展新动能

本刊记者_ 郭莹颖

在互联网时代，让数据代替人“跑”，变线下“跑”为线上“跑”，是实现办事“最多跑一次”甚至“一次都不用跑”的基础。中国轻纺城基于互联网、云计算、大数据等新技术建设聚力数字化转型，是信息化创新发展和生态文明建设深度融合的迫切需求。

近日，根据《国务院办公厅秘书局关于依托全国一体化在线政务服务平台开展电子证照应用试点工作的通知》及《浙江省大数据发展管理局关于开展国家电子证照应用试点工作的通知》，柯桥区被列入国家电子证照应用试点区，这意味着柯桥区大数据发展迎来新机遇。

近年来，柯桥区综合运用互联网+技术应用、数据资源共享、大数据支撑、人工智能辅助等手段，实现提高办事效能、增加办事透明度、规范办事流程。尤其是日前区政府与阿里云计算有限公司签订了全面战略合作协议，将共同推进基于城市大脑的智慧城市建设，加速使5G技术、AI技术、数字化技术应用于城市管理、安防、政务等各个领域，进一步提升社会治理能力。

深化“最多跑一次”就是要让数据更好地跑起来。为此，柯桥区推动实施了轻纺城智慧治理三年行动计划，依托“网上轻纺城”平台，开发中国轻纺城市场电子导航地图，完善“有布”APP功能，建立“纺织产业大数据中心”，形成“中国轻纺城经济运行云图”，为各市场主体提供更加精准的供求信息支持。柯桥区

还进一步完善了市场智慧综合治理中心功能，为市场安全、有序、健康发展提供了重要保障。

一键集成，智慧服务

随着柯桥区不断做深融杭接沪大文章，建设智慧市场也愈发重要。近日，中国轻纺城东升路市场创新开启“一户一码”管理，助力市场智慧化建设。市场利用大数据为每家门市部都设置了一个专属二维码，既方便了经营户缴费，市场管理工作效率也得到极大提高。“我们在这个市场已经十多年了，以前交水电费要跑银行很不方便，还浪费很多的时间。”绍兴叁六纺织品有限公司营销部总经理陈方表示，如今用手机扫一扫二维码，门牌号、付款金额等信息立马就跳出来，几秒钟就能付好款，十分便捷。

东升路市场的喜人变化是中国轻纺城积极探索“智慧+服务”新模式的一个缩影。据了解，为方便经营户实时快捷支付市场物业费、电费等相关费用，中国轻纺城积极开发并推广智慧化收费系统，目前下属市场所有窗口收费类项目均支持微信、支付宝等

支付。同时，深入推广和应用停车场无感支付、动态二维码支付。这种“智慧+服务”新模式不仅简化了经营户办理缴费手续的流程，也通过实时查询、实时缴费和实时销账等功能提高了工作效能，为全力打造智慧化市场添砖加瓦。

除此之外，中国轻纺城在深入推进“三服务”活动过程中，结合市场优势，抓服务、破难题、促发展，以多项智慧化举措，助力工作取得实效。为加强市场消防安全工作，提高火情防控自救能力，中国轻纺城加快推进智慧消防建设，积极开展调研工作，详细了解智慧消防平台建设及管理经验，同时根据市场、物流现状，首先在北市场试点安装无线烟感，并设立无线烟感管理平台，可及时感知火情并发出报警信号。

以“最多跑一次”改革为统领，智慧服务的多元扩充为纺城带来的不仅是量的递增，还有轻纺城整体品牌的提升。商贸对接呈现一派欣欣向荣的景象，有关市场营业房租收费、市场环境秩序整治、消防安全提升等工作均可通过掌上集成有序平稳推进，广大经营户安心主业，市场保持稳定运行态势。

一网互联，智慧交易

中国轻纺城作为国内专业市场开展智慧应用的探路者，早在2011年便成立网上轻纺城，致力于帮助供应商建立网上商铺，发布产品信息，并面向全球采购商采集订单需求，实现供需双方产品信息、企业信息、订单信息的精准对接。数据显示，目前“网上轻纺城”拥有注册会员206万个，企业会员62万个，建立网上商铺91146家，日访问量达230万次。在此基础上，中国轻纺城进一步开发“有布”APP平台，以“网上划行归市”为导向，整合市场实体店和“网上轻纺城”虚拟商铺资源，建立线上展示与线下体验相融合的采购模式，通过“一键发布纺织产品、一键拍照找布找版、海量面料精准匹配”体系，实现市场买卖信息智能推送、实时对接，累计下载量已达178336人次。

“互联网+智慧交易”也弥补了因疫情带来的交易局限，改变着中国轻纺城公共服务的面貌。近日，中国轻纺城北市场北外圈、圆大厅、中厅等显著位置，悬挂了很多市场经营户的直幅、巨幅广告。东润纺织总经理杨淑华告诉记者，市场从3月份开始免费为经营户提供宣传窗口，每批30户，她刚好赶上了第二波。“这样的宣传给我们带来了许多新客户，前几天有一个山东客户来市场采购，就是看到我们的广告后到店里来看面料，还采了样。”

市场一方面做好宣传服务，另一方面还为经营户提供线上免费直播，第一批30多家经营户通过云端新面料直播推广，均收获了不少订单。绍兴聚尚纺织品有限公司总经理陈娟经营羽绒服面料10多年，她表示，“因为疫情的关系，好多外地客户无法来到市场，云端直播给我们提供了很好的宣传平台。最近市场也比以前繁荣了，前来寻找面料的客商多了不少，单子也在陆续下了。”



走在如今的中国轻纺城，会发现不仅是北市场，北联市场、东市场LED大屏幕以及分布在各大市场主要通道口的市场服务触摸屏上总能看到各类云对接会的精彩回顾，这是网上轻纺城采用线上线下“双轮驱动”方式，为纺城企业多渠道推广和引流。

据悉，网上轻纺城自2月起着力开发线上B2B直播互动技术，开启了云展会、云直播、云对接、云发布等多系列零接触的高效对接和沟通服务项目，截至5月底共组织纺织类专业直播60余场次，企业自主直播百余场，并为柯桥企业组织了4场新产品云发布会以及声势浩大的多场次海内外云展会和云对接会，助力企业破“疫”克难。

一体运行，智慧管理

“最多跑一次”改革也让中国轻纺城更加规范化、法治化。中国轻纺城花样版权登记管理保护办公室作为浙江省首个专业市场综合性知识产权保护机构，在花样版权创造、保护、运用、管理和服务上付出了巨大努力，促使市场环境和创新生态不断改善，知识产权规模和质量显著提升。

结合“最多跑一次”改革，轻纺城花样办不断创新服务方式。在设立中国轻纺城纺织品仲裁调解中心和柯桥区知识产权保护庭中国轻纺城巡回法庭的基础上，联合法院推行“简易维权”新模式，即轻纺城花样办接到无经济赔偿要求的侵权投诉后可直接移送法庭，实现行政保护与司法保护的无缝对接。同时于去年推出中国轻纺城花样版权数据中心和花样图型应用比对系统，该系统设有花样图案检索、比对等模块，具备“秒级”查询反馈和输出比对报告等功能。数据库前期将建成花样版权达500万至1000万个的容量库，为每个花样建立唯一的“指纹”特征和“身份”识别码（ID号码），以解决花样重复登记的问题，有效应用于版权查询和溯源。

为高效对接法律服务资源和满足市场经营户的法律需求，中国轻纺城建设管理委员会联合柯桥区司法局创新法律服务方式，除了开展“律师进市场”活动，还在轻纺城智慧治理中心引进公共法律服务人工智能自助机，提供“指尖上”的优质法律服务。经营户只需轻点电子屏幕，即可根据提示享受智能咨询、法律文书下载、赔偿计算、律师视频咨询等各类法律服务。值得一提的是，中国轻纺城还开展“法律体检”活动，发布“智慧企业法治体检平台”。据相关负责人介绍，从4月份开始，经营户或企业关注“柯桥区普法”微信公众号，点击“掌上服务”版块中的“智慧公共法律服务”，进入“智能评估-企业法律风险”版块就能进行免费在线法治体检。平台能对不同类型公司进行合同风险、企业财税、基础管理、劳动人事、知识产权等5种法律风险检测，精准助力经营户根据实际情况预判自身法律风险。

伴随着柯桥智慧城市建设的升级，新的运营模式应运而生，政企关系也有了较大变化。在此背景下，中国轻纺城也经历角色转变，同时扮演城市资源整合者、运营服务生态建立者和市场化运营主导者，逐步实现市场管理智能化和产城融合的城市发展一体化，未来的纺城公共服务创新还将更加精彩。TA



中国轻纺城集团

股票代码：600790



打造新时期
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台，您将获取更多资讯。



快时尚 & 高质量 柯桥纺织理性发展见成效

本刊记者_王利文/摄

近年来，随着经济发展进入新常态和消费升级，曾风靡一时的快时尚品牌也进入转型期。NewLook、Forever21 相继退出中国，拉夏贝尔去年也被传关店多家。今年以来，受疫情影响，ZARA 的母公司西班牙服装巨头 Inditex 计划将于 2020 年及 2021 年关闭 1000—1200 间实体分店。快时尚的黄金时代真的即将落下帷幕吗？



从网友的反馈来看，除去今年的不可抗力因素，一些快时尚品牌关闭或业绩下滑的主要原因在于“设计老土”、“质量不行”、“价格昂贵”。许多快时尚品牌在快速扩张规模的同时，其质量问题也多次被诟病。为了挽回颓势，各大品牌各出奇招，借助功能、绿色、新材料等新趋势以求突出重围。不过，仅靠品牌效应和噱头无法支撑企业长久发展，服装本质不可忽视，而面料作为服装的载体，其重要性无可替代。

那么，快时尚品牌的现状如何，面料供应商又有何连锁反应？作为供应商如何配合上游服装企业转型升级，迎来新的发展春天？《纺织服装周刊》记者深入中国轻纺城市场，与面料经营户面对面交流，了解到诸多企业都有着准确的定位和理性发展方向，不跟风、不浮躁，脚踏实地严抓面料品质，并不断加入创新元素，在过去一年都取得显著的成绩，面对今年曲折的开局也在积极创新求变、蛰伏蓄力。

品质与价格兼容 在多元要素中找到平衡点

或许有人认为，快时尚品牌最大的特点是快速反应、价位低廉、符合流行趋势，品质并不是很重要。但其实任何产品，质量是最基础的生命线。快时尚不仅要快和时尚，更要在市场快速反应机制、生产质量把控及价格之间寻找到最佳的平衡点。强调品质化，既是消费者对美好生活的要求，也是行业高质量发展的基石。

十年前，作为布二代的李艳成立了自己的公司——绍兴卓墨纺织有限公司，主营人丝、天丝、莫代尔、棉麻等天然纤维面料，主攻中高端品牌市场。“我父亲的企业主营涤纶、TR 等裤料，不过我认为随着消费水平的提高，舒适感、体验感会越来越受到消费者的重视，于是选择了在当时比较冷门的产品。”李艳说道。

十年来，卓墨纺织先后与 ZARA 等诸多国际品牌及海澜之家、七匹狼、安踏、江南布衣等国内品牌均有合作，还曾是英国皇室某品牌的专业供应商。然而在与品牌合作的过程中，卓墨纺织的产品定位逐渐从偏高端转向了中端，这与许多企业的发展方向背道而驰，可卓墨纺织的销售额却在逐年提升，2019 年增长了 15% 左右。

“刚成立公司时是比较理想主义的，觉得高品质、高时尚的产品，价格昂贵

很正常，但是随着不断的探索和个人对行业了解的加深，才领悟到大众消费者才是一个企业和行业发展的主体，好的产品不能只服务于少数人，而是要面向广大民众，同时不能降低产品质量。”李艳说道。

近年来，在李艳的带领下，卓墨纺织通过对材料结构组合、面料后整理工艺的改善，研发出天丝麻、莫代尔棉等交织面料，成本降低，而品质、舒适度却在不断提升。同时，该公司还引入雅赛尔纤维，研发出仿莫代尔、天丝手感的新产品。据李艳介绍，雅赛尔纤维由 100% 纯天然木浆制成，可降解，环境负荷小，具有吸湿性好、色彩艳丽、亲肤感强等特点，成本比莫代尔和天丝低，深受广大消费者青睐。

正如“低价良品，品质保证”是优衣库的经营理念，卓墨纺织也致力于打造“平民轻奢品”，将好的品质和健康的理念带给更多消费者。如今，该公司的客户不仅有高端品牌，也有快时尚品牌、二批商、电商等多维度群体，品质一如既往，销售渠道不断拓展，在快反、时尚、品质、价格和社会责任中找到了平衡点。

快反与时尚同行 在变化中找准潮流风向

我国有强大的制造生产能力，为什么很多消费者还喜欢去海外买买买呢？我国服装市场从来不缺产品，缺少的是能让消费者眼前一亮的好的产品，服装品牌也从来不缺供应商，缺少的是品质稳定、配合度高、创新能力强的优质供应商。

走进位于东市场的桥筠布业，色彩斑斓的糖果色和清新优雅的印花面料瞬间吸引了记者的眼球。据了解，桥筠布业主营各类春夏女装面料，专设研发团队，在千变万化的潮流中寻找市场规律，每个月都会不定期推出适量新款。

时尚潮流瞬息万变，跟随趋势不如超前引领。据门市部负责人杨晶晶介绍，公司产品主要针对年轻群体，色彩靓丽而不失时尚大方，颜色的饱和度、印花面料底布和花型搭配都是研发人员前瞻未来趋势的设计结晶。目前热销的爆款面料，都是在 2019 年研发出来的，现已完成下半年的新款开发。据公司内部统计，2019 年销售额增长近 30%。今年虽然行情有变，但公司静下心来谋创新，有望在后疫情时代迎来更长足发展。

随着消费者对个性化、时尚化的追求，不管是快时尚品牌还是二批商，对面料的需求都开始向着小批量、多品种、多变化、快交期、高附加值转型。“我们在做精做强常规产品的基础上，不断根据消费需求的变化加入新元素，从产品的原料组合、色彩、花型设计、质感等多方面创新升级，并根据对市场的感知和敏锐度，不同的款式备不同数量的现货，从而无缝快速满足客户和消费者需求。”杨晶晶说道。

的确，创新和快反是面料供应商的必备要素，位于联合市场的清晨纺织总经理万霞对此也深有体会。万霞回忆，十多年前，她刚从事纺织行业时，棉麻青年素色布非常畅销，但慢慢地便没有了销路。于是清晨纺织不断创新，在传统青年布的基础上，尝试研发了斜纹、磨毛、竹节、

提花、剪花等工艺，热销产品常备现货，进一步拓宽产品的应用领域和销售渠道，提升产品的时尚感和附加值，取得良好的市场反响。

变是永恒不变的规律，中国轻纺城诸多市场经营户深谙此道。从跟随欧美及韩国的流行趋势，到自主研发创新，甚至引领潮流风向，柯桥面料企业越来越有自信，助力纺城时尚创意产业蓬勃发展。

国潮与环保来袭 从卖布变身文化代言

近年来在时尚界，中国风潮扶摇直上，带着中国文化特色的服装也成为国际时尚周的一抹亮色，中国风元素、现代时尚、西方文化的结合，让国潮走向世界。国潮的崛起是新生代消费者和纺织行业的文化自信。而具有中国元素的面料包括丝绸、绣花、麻织物等，见证了我国五千年的非凡历史为世界文明做出的贡献。

在中国轻纺城市场，很多面料经营户可能最初只为追求经济利益，然而随着品牌意识的觉醒和产品创新的需要，不少经营户一方面致力打造品牌形象和企业文化，另一方面从五千年的文化底蕴中汲取创新灵感，从单纯卖布者变身文化代言人。

位于联合市场的绍兴东尚进出口有限公司旗下品牌“若述棉麻”专营棉麻布料十余载，从最初的普通素色麻布到染色、印花、绣花、剪花、交织等工艺百花齐放。公司总经理王一斌表示，麻文化作为东方服饰文明的重要标志，在中国历史悠久，若述棉麻以棉麻为载体，诠释着对绿色环保的责任，述说着麻的历史，以工艺的变化体现着社会变革与审美变迁。

随着国潮和环保风潮来袭，若述棉麻迎来了跨越式发展，产品远销加拿大、欧美以及孟加拉、迪拜、越南、泰国等“一带一路”沿线国家。“我的父亲曾经在江苏的麻纺厂上班，我对于麻一直有着特殊的感情。刚来柯桥时我们以卖素色粗麻布为主，后来成立了公司和品牌，公司体系和工艺技术不断完善，我希望在不断的创新中将麻文化发扬光大，在经济和社会价值上实现双赢。”王一斌说道。

据王一斌介绍，若述棉麻从 2015 年向高端转型，将棉麻与羊绒、天丝、桑蚕丝等纤维混纺，并通过石磨染、植物染工艺，让产品兼具吸湿排汗、亲肤感强、环保性能好等多重优势，与 H&M、优衣库、劲霸、vero moda 等国内外品牌建立长期合作。今年以来，受疫情影响，许多企业对于大健康产业趋之若鹜，而若述棉麻的产品凭借天然的绿色安全，早已领先一步，赢得市场青睐。

新颖的创意、大胆的想法，融入中式美学的创新设计、放大文化元素的创新方式，面料服装的材质和设计，展示了文化产业的旺盛活力和中国制造背后的文化力量。如今的柯桥纺织业在快时尚和高质量间找到了平衡点，步入理性发展新阶段。2020 年是新十年的开端，在变与不变的时尚潮流中，柯桥纺织将乘风破浪，不断提升国际影响力和时尚地位，彰显中国迈入纺织强国的底气。TA





波司登携手法国殿堂级设计大师高缇耶推出联名系列。



疫情期间,波司登捐赠超 15 万件高品质羽绒服。

专业匠心再出圈

波司登 2019/2020 财年营收破百亿创新高

陈墨 / 文

6月23日,波司登集团正式对外公布其2019/2020财年业绩。数据显示,得益于产品创新及对市场需求的精准洞察,波司登再次逆势突围,集团于2019/2020财年录得经营收入121.9亿元,同比上涨17.4%,创历史新高;归属股东净利润约人民币12亿元,同比增长22.6%。其中,波司登品牌羽绒服业务依然为集团营收增长的最大引擎,营收占比高达78%。

波司登财报亮眼

据波司登2019/2020财报显示,截至2020年3月31日,集团经营收入为人民币121.9亿元,较上年同期上升17.4%;毛利大幅上升21.7%至人民币67.1亿元,毛利率增加1.9个百分点至55%。

值得注意的是,其羽绒服业务收入为人民币95.1亿元,较上年同期上升24.2%,主品牌波司登羽绒服收入同比上升22.7%至人民币84亿元,贡献占比保持业务增长前列,为集团发展最大的增长驱动。

2019年,国内经济环境面临着复杂多变的形势冲击,就服装行业而言,内销服装销售量呈逐年下降趋势,外销服装出口市场量价齐跌,整体服装业备受挑战。业内人士表示,波司登在市场寒冬期还能取得佳绩,其专注羽绒服44年的实力积淀功不可没,而波司登紧跟消费环境和市场趋势的敏锐洞察,更是其取得增长的最佳助力。

“内外兼修”的波司登

在服装市场整体趋势不景气的大环境下,品牌获得增长的难度相比往年是倍增的。而波司登稳扎稳打、立足自身品牌基因,成功突破,展现增长拐点。

产品力持续见长。正如业界的整体共识,波司登的优势在于对产品的44年深耕和匠心专注,通过高品质的专业羽绒服给予市场以刺激,最大化满足消费者的需求,由此转化为品牌增长的动力。

纵观2019年的波司登,从合作意大利“星空艺术家”登陆米兰时装周,向世界展示中国羽绒服的匠心魅力,到携手法国殿堂级设计大师高缇耶推出联名系列,波司登洞察消费升级下的用户喜好,以兼备国际时尚潮流和专业品质的羽绒服刷新消费者认知。加之其推出的登峰系列,受到中国登山队、南北极科考队认可、青睐,更是淋漓尽致地展现了波司登的专业实力,重新定

义了专业羽绒服。

由此可见,持续的产品升级无疑是波司登业绩稳定增长的一大砝码。

数智化实现闭环赋能。如果说产品的升级迭代是波司登保证营收稳定的坚实壁垒,那么优质快反的供应链体系,则让波司登真正实现了进可攻、退可守。这一点从波司登应对疫情挑战的做法中便可看出端倪。

面对2020年突如其来的新冠疫情,除了面向包括湖北武汉在内的疫情较严重、深受“倒春寒”困扰的全国各大省市抗疫一线工作人员,捐赠超15万件总价值3亿元的高品质羽绒服,贯彻“温暖全世界”的品牌使命外,波司登在零售端亦做出了行之有效的应对举措——依赖于品牌在零售数字平台、供应链数字平台、物流数字平台等方面的基础,采取离店销售、无接触服务等灵活模式,更好地链接消费者,为全球消费者提供更为安全、多样的消费体验。

据了解,数智化建设是波司登未来的一大发力点,其中携手阿里巴巴打造全域数据中台是波司登在2020年加码品牌建设的重要举措。波司登以数字化营销赋能新零售,驱动品牌“内调外销”,实现线上线下全网全渠道融合的同时,助力品牌为消费者提供更加精准的互动和服务。这一连串打法之下,可以看出,波司登得以在市场中保持优势地位,离不开其内外兼修的战略布局。

被波司登“鼓舞”的资本市场

大环境的冲击让2020年的起步变得困难,各大行业皆在蓄势待发与休养生息中徘徊,而波司登2019/2020财年财报的公布,却让资本市场提振了不少信心。波司登被纳入恒生综合大中型股指数成份股及素有全球投资风向标的MSCI中国指数成份股,并获得美银美林等境外知名券商的首次覆盖,给予“买入”评级。

此外,波司登44年对羽绒服初心的坚守与不断探索创新,还收获了市场一致的优质口碑。全球前三的市场调研机构益普索数据显示,波司登在中国消费者中认知度高达97%,成为消费者心智中的羽绒服第一品牌;凭借着在羽绒服设计及专业上的创新升级,波司登在2019年还荣获新浪时尚2019风格大赏时装周“年度全球最受欢迎羽绒服”。

长远来看,每一次挑战都是扩张的机遇,如何转危为机,实现品牌升级,企业的打法各不相同,但我们理由相信,作为中国服装行业头部企业的波司登,即使有此次疫情的“横空截击”,也挡不住其领跑未来的发展趋势。**TA**

禾素纤维： 领跑抗菌新赛道，迎接大健康风口

本刊记者_王利

在今年的全国两会上,疫情防控、民生保障、全面建成小康社会等成为热点议题。悠悠民生、健康最大,没有全民健康,就没有全面小康。经过这次疫情,口罩、消毒湿巾、抗菌和环保类产品成为人们的日常生活用品,这背后是全民健康理念从口号深入人心的实践。纺织工业作为重要的民生产业,在全面健康和全面小康的道路上,发挥着不可替代的作用。

禾素纤维由天安集团与中科院微生物研究所、中科院宁波材料技术与工程研究所、香港理工大学等多家知名院校与研究机构合作研发,以其绿色抗菌、抗病毒等优异性能,赢得纺织、医疗、卫生等多领域关注,领跑大健康时代新赛道。在近日举办的纺织新材料创新论坛——“铿锵三人行”访谈节目中,“禾素纤维”的主要研究人员、香港理工大学纺织及制衣学讲座教授陶肖明,从研发历程、抗病毒原理、应用领域等多方面剖析禾素纤维,认为其发展大有可为。

多元领域跨界融合,为健康护航

生活中无处不在的细菌困扰,总是令人防不胜防。据陶肖明介绍,禾素纤维基于聚乳酸(PLA)和聚羟基丁酸戊酸共聚物(PHBV)两种生物基可降解高分子树脂,通过流变改性,反应性共混和熔融纺丝制备而成,可实现天然、无添加、绿色环保抗菌。禾素纤维可破坏有害菌的细胞壁,抑制、灭杀细菌,颠覆了长久以来依靠添加抗菌剂来达到抗菌效果的传统方式。

南京禾素时代抗菌材料科技有限公司是天安集团旗下的一家中外合资企业,以禾素纤维为基材,研发出纺织服装、家纺用品、母婴用品、化妆品、卫生用品等一系列抗菌新产品,多元领域跨界融合,全方位守护人们的健康。

中医学认为,脚是人类的第二心脏,健康和养生要从脚开始。人的双脚通过血管、神经和穴位与全身连接,脚心汗腺发达,每天滋生650多种数以百万计的细菌、真菌,除导致脚气、脚臭外,还与许多人体器官的病变有密切的关系。为此,禾素时代推出了禾素抗菌袜,采用天然抗菌纤维——禾素纤维,通过破坏有害细菌的细胞壁从而杀死细菌抑制脚臭,改善脚部的小环境。禾素抗菌袜经过99次洗涤抗菌效果依旧达99%,效果持久强劲符合国家AAA级标准,无疑是夏季运动达人的最佳伴侣。

女性经期身体免疫力下降,容易受到细菌的侵害,而禾素时代研发的禾素抗菌卫生巾、卫生护垫,不添加任何化学抗菌剂就可以持久抗菌,并且干爽、不反渗,无粘腻感,全心呵护“半边天”的健康;疫情让人们对健康的关注达到新高度,每天都在用的毛巾中具有抗菌作用就显得尤为重要,禾素抗菌毛巾中不仅具有天然绿色抗菌性,且亲肤感强、柔软舒适,深受千万家庭青睐……

据了解,当产品中禾素纤维含量在15%左右时,抗菌性能达到抑制大肠杆菌≥95%、金黄色葡萄球菌≥95%、白色念珠菌≥95%,对耐甲氧西林金黄色葡萄球菌(超级细菌)同样具有99%的抑制效果。禾素时代总经理陈健表示,市场对健康的需求绝对不会是昙花一现,在未来的竞争格局中,健康肯定是绕不过去的关键词,未来公司将以“禾素纤维”为基材,进一步丰富“禾素抗菌家”主题产品,为人们的健康护航。



禾素纤维推出的抗菌产品深受消费者青睐。



解锁抗病毒“新技能”,为防疫助力

根据最新研究发现,禾素纤维不仅具有超强的抗菌性能,还具有良好的消杀病毒性能,对肺炎杆菌灭活率达99%以上,对多种流感病毒、手足口病毒和脊髓灰质炎病毒的抗病毒活性率均为90%以上。在特殊时期,这项新发现意义重大,对于常态化疫情防控和医疗、卫生等行业长远发展将起到极大的助推作用。

今年以来,全球公共卫生事件不断蔓延,各国的医疗防护物资纷纷“告急”,出现了供不应求的情况。禾素时代作为划时代全生物基抗菌品牌,积极承担社会责任,分别推出禾素75%酒精湿巾、禾素抗菌口罩、禾素抗菌防护服等产品,在满足国内需求时,还积极对接国外需求,为全球共同抗击疫情做出贡献。

近期,禾素75%酒精湿巾批量销往海外,为禾素时代拓展国际化版图奠定基础。据了解,禾素75%酒精湿巾对病毒有高效灭活性,采用半交叉工艺,能够有效锁住酒精,使用时间更长,可自然降解,丢弃后不会对环境造成任何污染。其使用的水是经过反渗透技术+6级过滤循环处理的RO纯水,属于透析等级医疗用水,不含荧光增白剂和香精,对皮肤没有刺激性,即使是孕妇、儿童,也都可以放心使用。

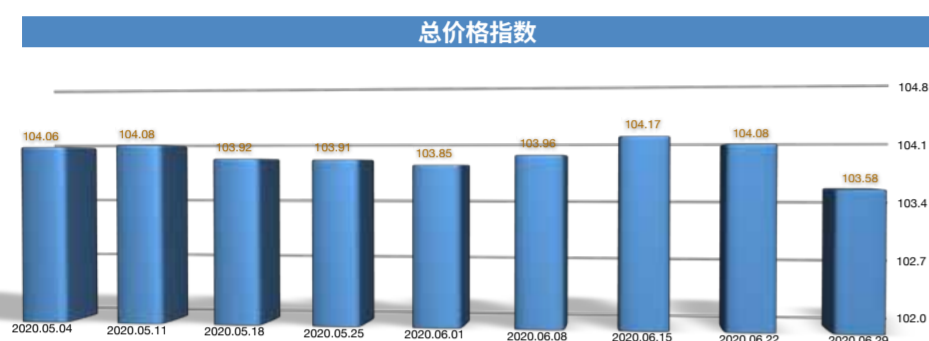
值得一提的是,禾素时代首创的禾素抗菌口罩,在传统口罩基础上多一层禾素生物基抗菌无纺布,不仅能过滤有害细菌及病毒,并对多种病毒和细菌具有高效的灭活效果。经广东省微生物分析检测中心检测,对H1N1甲型流感病毒抗病毒活性为99.11%,对H3N2甲型流感病毒抗病毒活性率为99.39%,对手足口病毒抗病毒活性率为92.06%,对脊髓灰质炎病毒抗病毒活性率为93.86%。

据陶肖明介绍,目前正在实验将“禾素纤维”广泛应用于医院、老人院床上用品及服装领域,将有效减少病菌交叉感染。陶肖明表示,禾素纤维的抗菌抗病毒性能处于国际领先水平,从源头到终端产品,其核心技术都是国人自主研发,拥有自主知识产权,是中国抗菌纤维代表,也是中国企业以科技、绿色走向世界的典范。**TA**

端午假期成交下降 价格小幅下跌

20200629 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20200629 期纺织品价格指数收报于 103.58 点，环比下跌 0.48%，较年初下跌 1.48%，同比下跌 2.10%。



近期，中国轻纺城端午假期成交下降，其中：原料市场量价小幅下跌，坯布市场量价明显下跌，服装面料市场布匹量价小幅下跌，家纺类产品成交价量微幅下跌，辅料行情环比回落。

原料价量小幅下跌，涤纶环比下跌，纯棉纱价格稳中回缩

据监测，本期原料价格指数收报于 77.18 点，环比下跌 0.32%，较年初下跌 5.01%，同比下跌 7.80%。

聚酯行情震荡回缩，涤纶行情环比下跌。本期涤纶原料价格指数环比下跌，华东地区 PTA 现货主流 3610 元/吨，MEG 主流 3565 元/吨左右，聚酯切片市场报价环比下跌，江浙地区半光切片现金或三月承兑 4775 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格下跌，POY、FDY、DTY 报价环比下跌。涤纶长丝市场各个产品行情呈现小幅下跌态势，纺织行业逐渐进入传统淡季，原料采购积极性不高，整体成交气氛一般，对价格形成拖累。正值特殊之年的淡季之时，大部分织造企业开始大幅度下调开机率，江浙织机综合开机率下调，前期还保证开机率的工厂似乎统一在近期放假，整个市场到处可见放假停产。

近期涤纶短纤价格环比下跌，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 5765 元/吨，跌幅在 115 元/吨左右，成交价重心环比下跌，一单一谈；面临纺织传统淡季，涤纶短纤价量出现下跌，现货价量环比下跌。近期纯涤纱市场报价基本稳定，32S 纯涤纱报 10000 元/吨左右，报价基本稳定；45S 纯涤纱报 11200 元/吨左右，报价基本稳定。

纯棉纱价格稳中回缩，人棉纱价格稳中回软。萧绍地区纯棉纱市场报价基本稳定，局部稳中回软，成交仍显偏淡。最近原料价格相对稳定，销售量一般，基本下游还是根据资金和订单情况随用随买。纯棉纱市场继续走弱，销量逐日走低，产成品库存有所增加，常规品种出货较慢，走货以国内秋冬季订单用中低支普梳品种相对较多；而适用于高端面料用的精梳品种销售相对困难；有很多纺企为适应内销市场需求，主动改变品种结构，降低品种等级来跟随市场走势。东南亚疫情并没完全控制住，但为了经济，印巴越等国也在逐渐恢复产能，近期纱线进口量正在逐步恢复甚至增加，各棉纱进口国外盘价格也有不同程度上涨。

近期，粘胶短纤原料价格环比持平，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 8800 元/吨左右，价格基本稳定。近期人棉纱价格局部稳中回软，30S 人棉纱价格报 12220 元/吨左右，价格局部性跌幅在 10—20 元/吨；40S 人棉纱报 13400 元/吨左右，价格下跌 100 元/吨左右；人棉纱行情局部稳中下跌。

坯布行情环比下降，价格指数明显下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 120.27 点，环比下跌 1.77%，较年初上涨 0.33%，同比上涨 0.63%。

本期坯布类价格指数呈明显下跌走势。近期，市场营销环比回缩，坯布厂家订单环比下降，坯布价格明显下跌。其中：混纺纤维坯布行情继续下降，价格指数呈一定幅度下跌走势；化学纤维坯布现货成交和订单发货环比下降，价格指数呈一定幅度下跌走势，拉动坯布类总体价格指数明显下跌。淡季气氛愈加深入，市场缺乏亮点产品支撑，市场成交表现不佳。尤其是常规产品方面，织造厂家坯布库存已经达到了近几年来的高位水平。目前表现更为严峻的是织造企业，坯布市场近期行情一直表现不佳，销售价格多呈现亏损局面，而且订单不足，库存上升。

服装面料销售环比回缩，价格指数微幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.58 点，环比下跌 0.06%，较年初下跌 0.53%，同比下跌 0.34%。

本期服装面料类价格指数微幅下跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，大众面料价格环比下跌，跑量产品价量环比回缩。至端午假期，服装面料现货成交和订单发货有所回落，价格环比下跌。其中：涤纶面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉面料成交价量不等量下跌，拉动服装面料类总体价格指数微幅下跌。国外疫情依旧在扩散，而疫情导致服装企业亏损的现象也仍在继续。国内疫情已基本控制，但终端需求却依然难以恢复。去年服装企业的下单模式变化为“小批量，多批次”，但从今年的情况来看，服装企业也正经历着前所未有的境遇，“小批量”或许都难以为继。

家纺营销环比回落，价格指数微幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.79 点，环比下跌 0.03%，较年初上涨 0.33%，同比上涨 0.16%。

本期家纺类价格指数微幅下跌。近期，轻纺城家纺市场销售环比回落，价格环比微跌。大众色洋花型面料现货成交量和订单发送量环比回落，跑量产品现货成交和订单发货环比下降，价格环比小跌。其中：窗帘类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；床上用品类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈微幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比微跌。

市场行情环比回落，辅料指数小幅下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 129.61 点，环比下跌 0.61%，较年初下跌 1.64%，同比下跌 1.16%。

本期服饰辅料类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回落，因下游企业备货环比下降，现货成交和订单发货呈环比回缩走势。服装里料类成交环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；衬料类行情环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；线绳类行情继续回缩，价格指数呈小幅下跌走势；花边类行情环比回落，价格指数呈小幅下跌走势，拉动辅料类总体价格指数小幅下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因国内市场需求淡季延续，外销市场仍显疲弱，部分贸易商和织造厂家大众产品订单仍显不足，后市夏季面料供给继续回缩，夏季大众面料现货成交和订单发货局部下降，秋季跑量产品订单发货局部显现不足，织造企业开机率逐步下降，印染企业产出环比下降，市场行情走势局部偏淡。预计大众产品认购踊跃度将环比下降，整体市场成交将呈现环比小跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

中文网址：<http://www.kqindex.cn/> 英文网址：<http://en.kqindex.cn/>

电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651



纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

纺织之光科技教育基金会是在1996年设立的“钱之光科技教育基金”的基础上，由一批拥有高度使命感和责任感，愿为中国纺织行业科教进步作贡献的优秀纺织企事业单位和个人捐赠资金成立的。2008年5月在民政部登记注册成为全国纺织行业性基金会，注册资金2000万元。

截至2019年底，纺织之光科技教育基金会已支持表彰奖励纺织科技奖1473项、优秀教师和学生4028名、优秀教学成果奖1555项、针织内衣创新贡献奖111项、应用基础研究55项、科技成果推广292项、全国纺织行业技术能手259名、技能人才培养突出贡献奖16人及28家获奖单位。

自1997年至今，科技教育公益活动支出9000余万元，对促进纺织科技教育事业发展起到了积极的推动作用。

宗旨：科技进步 人才成长 产业升级



纺织之光科技推广
云平台微信



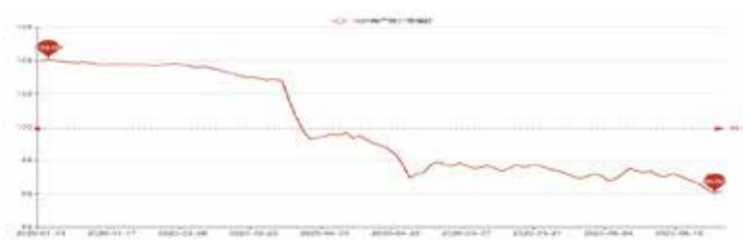
纺织之光科技推广
云平台网站

传统淡季延续 化纤指数下跌

2020年6月22—26日商务部中国·盛泽丝绸化纤指数一周点评

据对350家被采价单位反馈的数据监测分析,本周商务部中国·盛泽丝绸化纤指数小幅走低。其中,化纤总指数收盘于96.25点,与上周相比下降了0.64点;化纤面料价格指数小幅走低,收盘于95.5点,与上周相比下降了0.55点;化学纤维价格指数有所下降,收盘于99.95点,与上周相比下降了0.65点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下降,收盘于101.47点,与上周相比下降了0.2点。

图1 盛泽市场化纤类产品价格指数



化纤面料市场行情分析

本周化纤面料价格指数小幅走低,收盘于95.5点,与上周相比下降了0.55点。里面料市场成交走弱,市场热点产品不多。

里料方面,本周里料成交趋于弱势,市场产销难以做平。具体来看,涤塔夫系列需求不如前期,前期热销的210T、290T等都以小单、散单为主,厂家为了出货稍有让利,目前市场上210T货源不多;春亚纺系列中,用于制作羽绒服内胆的330T春亚纺表现较好,市场时有走货;轻盈纺系列表现不一,其中210T轻盈纺需求稍有放大;尼丝纺系列整体表现一般,集中在210T尼丝纺系列;提花里料成交量稍有放大,主要销往海宁、常熟等地;网眼里料销量较前期有所回升,市场成交交易呈“小批量、多批次”格局,主要销往常熟、织里等地。

面料方面,本周面料市场成交表现一般,春夏轻薄型面料成交继续走弱,休闲弹力面料销售好于前期。具体来看,仿真丝系列中,仿醋酸、SHP系列成交尚可,价格变化不大,雪纺、乱麻等走货不佳,市场库存稍有上升;四面弹系列有一定的销量,但是与往年同期相比,今年订单仍有一定比例的萎缩,其中尼龙四面弹需求较为稳定,如一款40D尼龙四面弹,吸湿快干,防紫外线且弹力透气,可用于做防晒衣等;此外去年的爆款T800和T400系列在近期出现动销势头,下游采购多用于制作女装、防寒服系列;牛津布系列走货呈现分化,其中长丝牛津布和全弹牛津布用于制作帐篷、雨具等;塔丝隆系列本周成交平稳,其中涤纶塔丝隆量价稳定,成交集中在178T等规格;桃皮绒系列本周走货一般,下游采购多压价,成交主流集中在144F斜纹产品。

从商务部盛泽指数可以看出,本周市场处于端午节放假前后,市场无亮点可寻,整体信心不足,库存仍有上升,目前盛泽地区坯布库存稍有上升,在44天左右,因受到端午节假期影响,开机率下降至6成左右。进入7月,市场淡季气氛深入,市场交投气氛会进一步下降,预计后市行情或将进一步走弱。

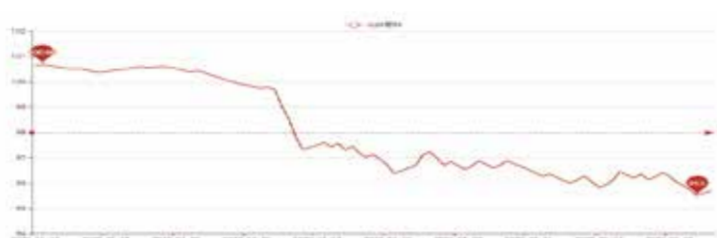
化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数有所下降,收盘于99.95点,与上周相比下降了0.65点。

本周国际油价已经收盘,纽约原油期货本周下跌3.4%。总体来看,市场原油需求已经有所复苏,这持续支撑了油价的反弹,本周美原油一度站稳40美元上方,创下3个半月来新高,不过随着美国疫情的继续恶化,市场担忧情绪再度升级,油价涨势头反转重新下跌。截至6月26日收盘,纽约商品交易所8月交货的轻质原油期货价格下跌0.23美元,收于每桶38.49美元,跌幅为0.59%。8月交货的伦敦布伦特原油期货价格下跌0.03美元,收于每桶41.02美元,跌幅为0.07%。PX方面,本周PX价格整体小幅上涨,截至26日,亚洲PX上涨至534美元/吨FOB韩国和552美元/吨CFR中国。欧洲PX上涨至475美元/吨FOB鹿特丹。

PTA方面,本周PTA开始涨跌不一,国际油价波动明显,市场对涤纶长

图2 盛泽市场化学纤维产品价格指数



丝买气略有下滑。截至26日,内盘市场成交商谈围绕在3620—3640元/吨。涤纶长丝方面,本周涤纶长丝价格小幅下跌;截至26日,POY 75D/36F主流厂家报价下跌至5700—5800元/吨,而FDY 50D/24F产品报价稳定在7300—7400元/吨。

本周PX亏损幅度较上周略有缩减,目前其亏损空间降低至179美元/吨。PTA方面,PTA市场表现低迷,目前其盈利空间缩减至4元/吨。乙二醇方面,继续亏损,目前亏损扩大38美元/吨。涤纶长丝方面,本周涤纶各产品价格重心略有下调,各产品利润均被稀释;FDY方面,目前其利润缩减至335元/吨;POY 150D方面,利润空间降至96元/吨,DTY 150D也同样利润稀释,目前利润空间降至18元/吨。

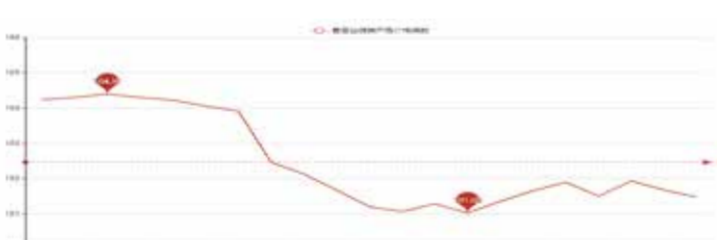
开工率方面,本周PTA周平均开工率集中在81.1%,较上周上涨了3.1%;实时开工率在83.5%,实时有效开工率89.2%。聚酯方面,本期聚酯平均负荷集中在90.6%,较上周持平。织造方面,产销难以做平,织机开机率下滑,稍降至62%左右。

产销方面,本周涤纶长丝产销持续低迷,织造厂家开机率下滑,对涤纶需求较低,平时维持在3—5成。23日,由于聚酯工厂POY产品降价促销,产销有所分化,POY产品成交火热,产销超百。

蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下降,收盘于101.47点,与上周相比下降了0.2点。

图3 盛泽市场蚕茧丝绸类产品价格指数



在广西地方政府加强宏观调控、维护蚕农和丝绸利益具体做法消息的带动下,近日生丝盘面价格有所走高。中长期来看,流动性宽松和基本面改善,会引导价格的上涨。

现货面上,仍保持不温不火态势,本周各等级生丝现货成交价格整体均较上周有所下跌。下游外贸恢复不明显,内贸渐入淡季,导致订单仍跟不上。本周生丝指数下跌2.74%。6月份以来,在多重因素影响下,生丝指数整体保持区间震荡态势。TA

中国绸都网

指数主管单位:中华人民共和国商务部

指数编制发布单位:中国绸都网

网址: <http://index.168tex.com/> 联系人:张强

电话:0512-63086536 传真:0512-63506703



知纺织 通同行 做生意
扫描二维码 立即下载纺织通APP

有料才酷 为你而来

2020中国面料之星用户满意产品调查活动正式启动

“中国面料之星用户满意产品调查活动”已经连续举办9届,是目前行业里较权威、专业、高品质的面料调查活动。以不断满足市场需求为导向,旨在发现、表彰、推广优秀的面料企业,提升新产品竞争力,搭建产业上下游精准对接的专业服务平台。

2020年第十届“中国面料之星用户满意产品调查活动”,面向全国优秀面料企业征集产品,将对参选面料生态环保、科技含量、时尚趋势、工艺创新及市场潜力等方面重点关注。活动报名2020年8月25日截止并将于9月底中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会等行业联展期间举办发布仪式及系列延展活动。

指导单位:中国纺织工业联合会

主办单位:《纺织服装周刊》杂志社

独家冠名单位:长发国际时尚中心

参评面料邮寄地址:

雷蕾(收)13810445890

北京市东城区东四西大街46号后楼210《纺织服装周刊》杂志

备注:因收件场所限制,企业请优先发EMS,其次顺丰,邮寄参评面料谢绝到付,如有到付将不接收。

参评表申请、系列活动参与、商务合作咨询:

“中国面料之星系列活动”组委会

赵国玲 15068579525/13521507499

详情关注纺织服装周刊官方网站首页

WWW.TAWEEKLY.COM



周刊二维码

关注纺织服装周刊公众号,了解更多

SAURER.

创造完美筒纱。



Autoconer – 络筒先锋。

卓郎拥有超过60年的络筒经验。新型多联式细络联 MultiLink带来更多的灵活性；升级的SmartSplicer捻接器家族使您获益更多。由传感器控制的智能络筒工艺和自动化解方案，将轻松满足您后道客户的严苛要求。

saurer.com