

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

2020.07.27 | 第27期 | 总第987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



P8
“巧媳妇工程”
撑起河南脱贫攻坚“半边天”

纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

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



P12

挺进大湾区，书写纺织服装行业新历史

P20

千里赴鹏城，只为鹏程万里

作为疫情后首个行业大展，首届大湾区国际纺织服装博览会吸引了众多行业人士前来采购洽谈。

2020 HONGMIAN MEN'S FASHION WEEK

直面浩瀚潮汐
抵达时尚本真



营业时间

周一至周五: 8:00 - 18:00

周六至周日: 8:00 - 20:00

地址: 广州市环市西路184号

www.hongmian.com



<红棉抖音号>



<红棉快手号>



<红棉公众号>

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, 如有到付将不予接收。

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

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
李陵申 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: 北京市东城区东四西大街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

抓好新动能, 继续打硬仗

改革, 往往由困难催生, 在破解难题中深化。

疫情考验之下, 云端会议、远程办公、智能施工等新模式让现实中的堵点难点迎刃而解, 智能制造、生命健康、新材料等新兴产业更激发出新的增长点。这些不仅有利于形成高品质的产业供给, 而且正在培育出高质量发展的新动能。

国家统计局日前公布的一组数字也点明了方向: 2019年我国经济发展新动能指数为3320, 比上年增长23.4%, 其中, 网络经济指数涨幅最高(42.0%), 对总指数增长的贡献率最大(80.5%)。

正是有了多年的互联网基建, 疫情下, “全民宅家购物”的数字经济才能迅速被各界接受和参与进来。全民性的在线选品、下单、定制、支付、交流、服务以及完整的线下快递配送体系, 使这种孕育已久的“线上线下”融合发展的新体系, 一下子覆盖到全国各个领域。

在随之而起的“全民直播”热潮下, 商贸流通专家王先庆提出了理性思考。他认为直播电商作为新技术背景下商贸变革的基本方向, 未来不仅会从纯粹的电子商务领域横向拓展到更多的行业领域, 还将“从商场、市场、广场直接延伸工厂、农场”, 形成更加完整的直播产业链。

而对于电商“头部产业”纺织服装服饰而言, 伴随着专业化、专家化、专门化的趋势, 直播电商将从形式主导变为内容主导, 并从现在的网红在直播间带货, 逐步转向各类专家、工程师、设计师、导购师等以各自的专业知识和专业能力去打动消费者, 引导消费和购买。

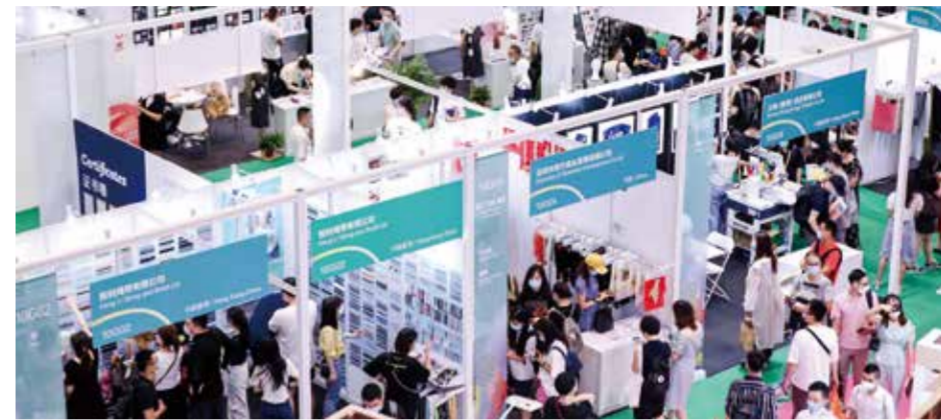
2020大湾区国际纺织服装服饰博览会极大提振了行业信心, 期间, 中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏在谈到直播时说, 片面地诉求“全网最低价”, 其实对产业价值是有损害的, 消费者不是追求“最便宜”, 他们希望买到最有性价比的东西, 包括性能、品质以及文化诉求。在可持续受到关注的当下, 性价比其实也是一种对“绿色时尚”的追求, 而落到生产制造环节之中的绿色环保才最有价值, 其背后最大的推手和最重要的力量是技术。

放眼国际市场, 拥有优衣库等品牌的日本迅销集团总市值正在逼近全球最大服装零售商ZARA母公司Inditex, 二者市值差距已从2017年夏季的约4倍缩小至目前的约1.4倍, 引发行业极大关注。不可忽视的原因之一是, 面对越来越挑剔的消费者, 在不同种类里, 优衣库分别提供最高性价比的商品, 这或许是它最深的“护城河”。当然, 迅销集团能够在疫情中表现不俗也得益于它在中国的积极布局。

近来, 中国市场呈现出逐步回稳态势, 充分展现出中国经济的强大韧性。在口罩等防疫纺织品的带动下, 上半年全国纺织服装整体出口也恢复正增长。但国际环境的不确定性仍在增加, 形势仍然严峻, 国内经济面临的困难挑战特别是就业压力仍十分突出, 下半年, 要准备继续打硬仗。

刘萍

CONTENTS



12 特别报道 SPECIAL

挺进大湾区, 书写纺织服装行业新历史

2020年在经历历史, 也在创造历史, 我们坚信中国纺织服装产业必将成功跨越当下变局、走向更广阔的未来。为此, 整个行业都在不断发力, 7月15—17日, 大湾区国际纺织面料及辅料博览会、大湾区国际服装服饰博览会、大湾区国际纺织纱线博览会、大湾区国际针织博览会共同构成了首届大湾区国际纺织服装服饰博览会, 齐聚新地点、开启新征程, 为纺织强国建设再添新动能。

6 资讯 INFOS

中国纺织抗击疫情相关工作获国资委高度肯定
守望相助 携手共探发展新空间

8 关注 ATTENTION

“巧媳妇工程”撑起河南脱贫攻坚“半边天”
海内外精英集聚盛泽 共推绸都高质量发展

16 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

走专精特新之路 培育行业“隐形冠军”
直击大湾区, 中国轻纺城展团实体参展显风采!

20 盛泽专版 SHENGZE

千里赴鹏城, 只为鹏程万里

22 面料 INDUSTRY

有料才酷 为你而来

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

中国纺联抗击疫情相关工作获国资委高度肯定

中国纺联党委办公室 / 供稿



调研会议现场。

7月13日，国资委协会党建局局长肖宗辉一行来到中国纺织工业联合会，对中国纺织工业联合会的行业工作、党建工作进行了调研指导。

参加调研会议的有国资委协会党建局局长肖宗辉、党建处处长龚治刚、人事处处长毛金锋、综合处干部裴毅东；中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，党委副书记、会长孙瑞哲，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新，副会长端小平、孙淮滨，纪委副书记、人力资源部主任孙晓音，党委办公室主任邢冠蕾，办公室主任段红等。

孙瑞哲首先对纺织行业的整体经济运行情况，中

国纺联在抗击新冠肺炎疫情、推进行业复工复产中做出的努力，中国纺联推进行业服务的总体思路、重点工作、工作中的特色和亮点，包括今年上半年行业工作中推出的一系列重要举措，以及内部建设的总体情况进行了介绍，同时也实事求是地反映了工作中遇到的困难。

陈伟康就中国纺联组织的基本情况、党建工作的总体情况、工作思路、工作方法、主要内容、去年和今年上半年开展的主要工作，以及工作中存在的不足和困难作了介绍。

王久新对中国纺联纪委组织基本情况，紧盯“四风”问题的情况，加大巡视整改成果自查、检查力度，推动整改工作落实情况，以及积极开展纪检委员培训等情况进行了汇报。

肖宗辉首先传达了国资委领导对中国纺联在抗击新冠肺炎疫情中所做的工作给予的充分肯定和感谢。同时，对中国纺联在配合国务院联防联控机制医疗物资保障组和国家安全部开展疫情防控工作，提供行业全面、实时信息，对接需求和供给，服务全国疫情防控大局等方面所做的工作予以肯定和表扬。并对中

国纺联党委在履行党委职责、加强党的建设、贯彻落实党中央部署、做到“两个维护”、认真落实巡视整改工作、党建工作主动作为创新有特色等方面予以了肯定，体现了中国纺联党委的高度政治担当。

肖宗辉在讲到下一步工作时指出：一是进一步加强党的建设，核心是加强党的领导。坚定信心，把党的建设放在首位，丝毫不动摇。二是提高党的建设质量，压实责任，开拓创新，迎难而上，在行业协会党建工作中要创新工作方式。三是落实巡视整改工作，提高认识，盯住重点，坚定不移进行问题整改，敢于碰真碰硬，确保巡视整改取得实效。

座谈结束后，肖宗辉一行在中国纺联领导陪同下到中国产业用纺织品行业协会调研。高勇向肖宗辉介绍了产业用协会党支部开展党支部工作标准化、规范化过程中进行党员示范岗位建设、阵地建设等一些具体做法，以及通过标准化、规范化建设增强产业用协会的凝聚力和战斗力，在抗击新冠肺炎疫情中发挥关键的政治保障作用情况。

肖宗辉对产业用协会开展的党支部标准化、规范化建设工作给予了充分肯定，同时，对产业用协会在抗击新冠肺炎疫情工作中的突出表现予以充分表扬，希望产业用协会在未来工作中立足行业优势，继续发挥突出作用。

守望相助 携手共探发展新空间

第24届杭州国际纺织服装供应链博览会即将举办

本刊记者_赵国玲 文/摄

目前，国内纺织市场开始步入复苏期，下半年该如何做正成为当下众多企业面临的最现实问题。

为缓解疫情冲击影响，由浙江省羊毛衫协会、杭州女装商会主办，杭州励业展览有限公司承办的“2020第24届中国（杭州）国际纺织服装供应链博览会”将于8月6-8日在杭州国际博览中心（G20峰会主场馆）再度起航，依托专业、落地、精准优势，非常时期，携手行业企业守望相助，共同促进上下游沟通，寻求市场新机遇。

杭州是中国电子商务的发源地，也是国内知名服装品牌集中区域，聚集了一大批极具市场竞争力与创新活力的服装企业。本届展会将充分发挥杭州“中国女装之都”、“电商之都”得天独厚的优势，全方位升级。

为更好地迎合市场需求，进一步适应消费升级，据了解，本届展会主办方在展区布局、展品内容规划等方面下足了功夫，将设置纺织面料展区、服装贴牌展区、原创设计师展区、流行纱线展区、时尚袜业展区等六大展区，展品品类更加丰富多元，涵盖各类流行纺织面料、时尚辅料、流行纱线、成衣贴牌、原创设计、时尚袜业等。目前已报名参展企业达700多家，展览面积将达3万平方米。

据悉，本届展会吸引了宁波中鑫、宁波纬一、吴江德伊、慈溪永佳、杭州沐维、江苏华越、吴江福华织造等知名企业，同时中国绸都网展团、佛山服装展团等也将集合行业优秀企业带来系列特色精品。

展会的价值不止于为参展企业提供产品展示和推广平台，也不止于为展商在信息互通、技术交流等方面提供便利，更在于满足两者的前提下为展商带来更多的商贸成效。

本届展会依托主办方20余届办展经验和丰富的行业资源积累，在采购商邀请、现场配套活动等方面也做出了新的探索。据主办方介绍，目前，除众多知名服装品牌受邀到场洽谈采购外，杭州女装商会参观团、浙江省羊毛衫协会参观团、杭州服装设计师协会参观团、温州商会参观团、平湖服装协会参观团、海宁袜业协会参观团、诸暨网商联合会袜业协会参观团、郑州服装协会参观团、成都服装协会参观团、上海服装协会参观团等也将悉数到场，互动对接。

同时，展会现场除举办VIP精准客户对接会外，还将结合当下新型营销渠道及行业热点，举办社群营销公开课、直播供应链论坛及“十佳”时装设计师联合动态发布秀等多场活动。

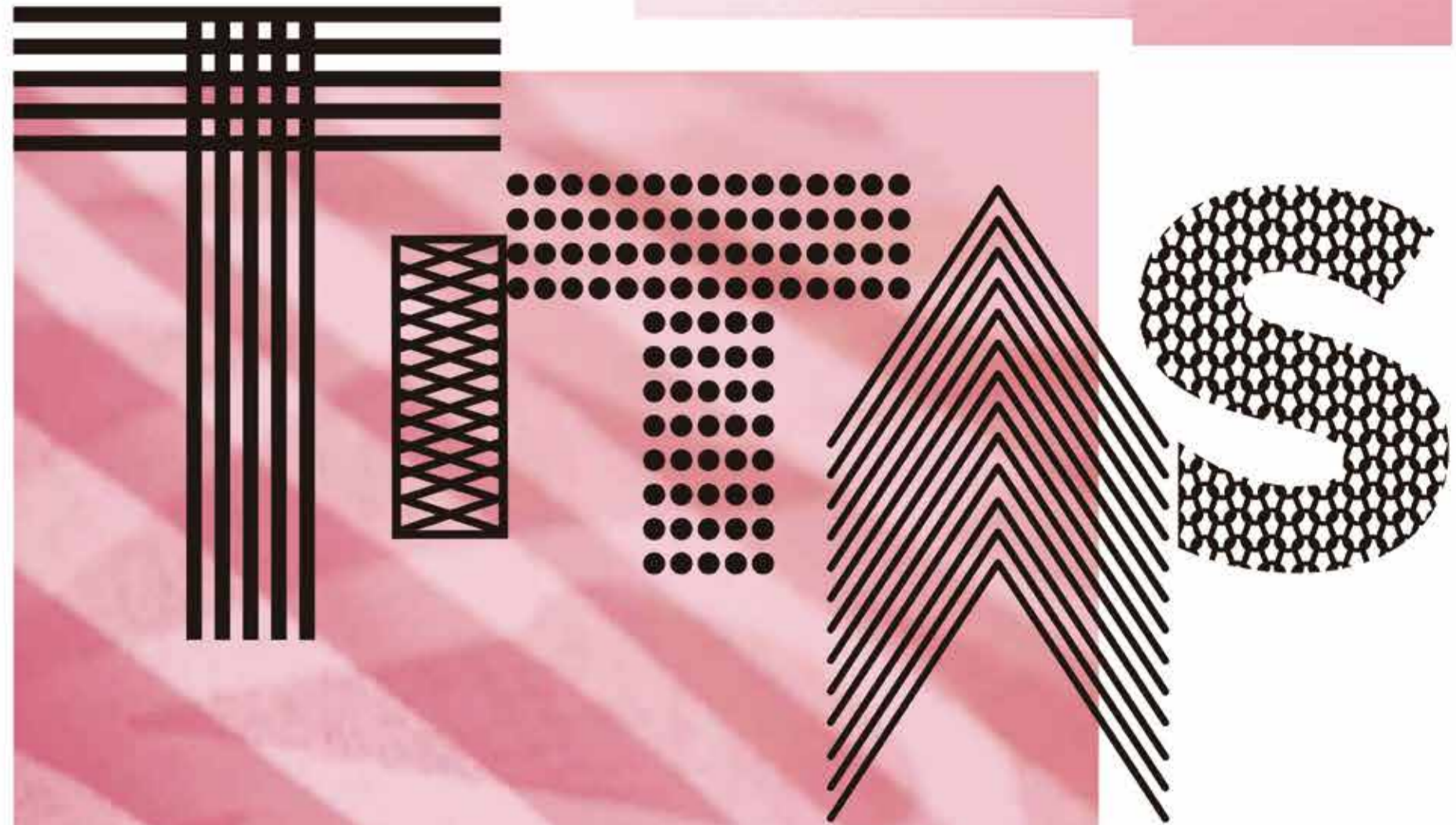


往届展会现场。

值得一提的是，为给广大客商提供一个安全卫生的参展环境，展会主办方结合展会实际，将针对不同群体制定严格详细的疫情防控操作手册，同时在展馆通道设置、人员流量控制、展馆日常消毒等方面也将进一步系统完善防控体系。

多年来，杭州国际纺织服装供应链博览会秉承“实效性”和“接地气”的办展态度，以品牌发展理念、时尚创意展品、多元落地活动赢得了良好口碑。相信本届展会也必将成为产业链上下游企业互动沟通、寻找合作新商机的重要平台。

TAIPEI INNOVATIVE
TEXTILE APPLICATION SHOW
2020台北纺织展
OCTOBER 13-15



TAIPEI NANGANG
EXHIBITION CENTER

台北南港展览馆 1馆



走向我们的小康生活

主题采访报道

“巧媳妇工程”撑起河南脱贫攻坚“半边天”

本刊记者_陶红

在河南省开封市尉氏县门楼任乡要家村的扶贫车间里，钱慧云麻利地将衣服袖子套在缝纫机上，为袖子车边，几秒钟便车好一件，码在面前的“衣山”上。每个月，她仅凭服装计件就能挣到2000元，再加上加班费和每月全勤奖等，全年算下来平均月工资额可达4000元。

作为“巧媳妇工程”在兰考县桐乡街道引进的第一家企业——立山服饰的第一批员工，尚惠霞凭着十多年在外从事服装生产的经验担任了生产部经理，实现了不用到大城市就能找到一份理想工作的梦想。

袁春丽是新蔡县宋岗乡长杨庄的一名军嫂。2013年，她了解到新蔡县恒源制衣需要扩大生产规模，在“巧媳妇工程”的帮助下，她在自己家里办起了一个小小的服装加工厂。如今，她的欣源制衣厂已发展到厂房1500平方米、员工近200人的规模，被授予“新蔡县巧媳妇生产基地”“新蔡县扶贫产业基地”的称号。

自河南“巧媳妇工程”实施以来，这样生动鲜活的故事每天都在发生。放眼河南，有成千上万名像钱慧云、尚惠霞、袁春丽这样的“巧媳妇”，也有众多像要家村这样的乡镇村庄。



据统计，目前“巧媳妇工程”在河南省建成“巧媳妇工厂”6800多个，带动近20万贫困家庭脱贫。

小车间助力大扶贫 共建成6800多个工厂，每年营收达1500亿元

从2011年开始，河南省服装行业协会敏锐把握产业发展趋势，紧密结合河南具体实际，担当责任、主动作为，在全省大力推动实施“巧媳妇工程”，为脱贫攻坚、乡村振兴探索路径。

自此，一个服装行业的转型壮举，一个承上启下的扶贫新模式，由此拉开了序幕。

成立于2018年的博杰巧媳妇服饰加工厂，属于潢川县政府招商引资项目。该工厂位于春申街道办事处五里村八里桥附近，总投资300万、占地3亩、建筑面积1480平方米，拥有3个服装生产车间和优秀的设计团队，现有员工80人，生产设备200多台，专业技术人员30多人。企业以设计生产为主，来料加工为辅，实行订单式加工，与全国上百家商超及品牌服装厂家建立了良好的业务合作关系。

该企业自成立以来，发挥了积极的带动作用，不仅培训了一批心灵手巧的服装产业工人，还主动参与全县脱贫攻坚工作，以吸纳贫困妇女就业为己任，工厂20%以上女员工均来自全县各乡镇贫困村。目前，博杰服饰加工厂还在隆古、付店两乡镇建立了服装加工站点，投入生产设备120台，提供140个就业岗位，帮助周边13名建档立卡贫困妇女就近就业，保证其月收入2500元以上，实现了贫困家庭稳定增收。

每天早上送完孩子上学，固始县徐集乡花集村的刘加琴便来到离家300米、成友再生资源公司的“巧媳妇工程扶贫车间”里开始工作。在这里，她每月收入能达到2000元，家里生活得到很大改善。

目前，仅刘加琴所在的固始县徐集乡就已在花集、八庙、堰沟等10个村建立起13个“巧媳妇工程扶贫车间”，共吸纳400多人就业。“小车间培育大产业，小车间助力大扶贫，小车间连接大市场，小车间孕育大希望。”该乡党委书记许松说，把扶贫车间设在贫困户家门口，既解决了贫困户就业难题，增加了贫困户收入，又破解了普遍存在的企业用工难，并壮大了村集体经济，可谓三方共赢。如此坚持发展下去，何愁贫困不除、农民不富，乡村不兴？

据统计，目前“巧媳妇工程”在河南全省158个县、区全面展开，建成大大小小的“巧媳妇工厂”6800多个，使70多万留守妇女转化成为合格产

业工人，带动近20万贫困家庭脱贫，优质产能每年营收达1500亿元。

通过“巧媳妇工程”，“巧媳妇”实现了家门口就业，拿上工资、致富家庭，更有的化茧成蝶、管理企业、创办企业、带富他人。她们不仅生活质量得到很大的提升，精神面貌也发生着喜人改变；而这些村镇也找到了脱贫攻坚、发展经济的有效抓手，活力十足、欣欣向荣。

打造快速脱贫发展通道 5年内扶贫1000万“巧媳妇”、脱贫4000万人口

河南是传统的纺织大省，也是承接纺织服装产业由东部向中西部转移的大省。“巧媳妇工程”红红火火地实施离不开河南省相关组织、单位及政策等方面的扶持。

2012年，河南省服装行业协会组织骨干力量，在河南省服装行业协会会长李刚等领导带领下，先后深入鹤壁、商丘、周口、南阳、洛阳、驻马店、平顶山、信阳、许昌等市的近百个县、乡（镇）、500多个行政村，进行了深入细致的调研工作。于是，把服装工厂直接下沉到乡镇乃至村庄，让众多农村留守妇女直接在家门口实现就业的“巧媳妇工程”，在河南服装协会的研究、设计、推动下逐渐成型落地。

2013年，河南省服装行业协会携手河南省妇女联合会开始推动“巧媳妇工程”，工程项目从服装扩展到相关行业，结合各地的实际，鞋帽、食品、手工、家政服务等行业也采用这一模式；2015年，双方联合实施了“巧媳妇工程百万行动计划”，在河南省农村留守妇女集中地区、贫困县和贫困乡村大力推进实施“巧媳妇工程”。

与此同时，随着“脱贫攻坚战”的全面打响，河南省服装行业协会积极担当、主动作为，提出“一台缝纫机致富一家人”的理念，把“巧媳妇工程”与脱贫攻坚、产业扶贫紧密结合，在河南省妇联和河南省扶贫开发办公室的支持下，进一步扩大该工程在贫困乡村的有效覆盖，有意识地将引进的企业向贫困地区倾斜，招收的“巧媳妇”向贫困人口倾斜，助力当地脱贫攻坚，让更多的农村留守妇女、贫困人口早日脱贫致富。

2017年，“河南服装巧媳妇工程产业扶贫现场会”顺利召开，会议提出在全省广泛推广“巧媳妇工程”服装产业扶贫“运营模式”。目前，该模式已经在兰考、商水、浚县、鹤山区、西平、孟津、柘城、柘川、息县、汝南等十几个县、区建设了一大批“巧媳妇工程”服装产业集群扶贫点。现在，分布在众多贫困村镇的“扶贫车间”和“巧媳妇卫星工厂”已成为同义词。

当然，“巧媳妇工程”的推广实施除了需要政府决策部门的政策支持，也离不开河南省服装行业协会创造的更大的公共服务平台。为了使巧媳妇足够“巧”，河南省服装行业协会成立了河南服装管理人才技师培训学校，并与地方政府合作设立分校，计划每年培训服装、家纺技工3万人以上、短训巧媳妇10万人以上，为承接产业转移做好人才准备。

此外，“巧媳妇工程”并不仅仅局限在河南。2016年1月18日，中国巧媳妇工程产业联盟在郑州成立。它由中西部十二省、市、自治区的十五家省级服装纺织品行业协会联合发起并共同组建，决意将“巧媳妇工

实践证明，“巧媳妇工程”不仅能促进行业发展，更能作为县域经济发展、脱贫攻坚、乡村振兴的重要抓手。”

振兴县域经济 打造可复制推广的“产业脱贫”成功模式

自“巧媳妇工程”开展以来，始终坚持以智能制造为导向，将产业产能下沉到劳动力来源地，将最先进的服装科技装备带到河南广大乡村；以创新的混合所有制模式，发展农村集体经济；以建立中心基地+卫星工厂的实施形式，安排农村剩余劳动力在家门口上班，吸引外出务工人员返乡就业，全面实现人人有活干、人人有钱赚，一台缝纫机、致富一家人。

实践证明，“巧媳妇工程”不仅能促进行业发展，更能作为县域经济发展、脱贫攻坚、乡村振兴的重要抓手。但是，“巧媳妇工程”实施以来虽然取得了显著的成绩，也遇到不少困难和问题。

目前，“巧媳妇工程”虽然在全省158个县（市区）都有开展，但推进的速度和各县市区的重视程度差距还很大。据测算，全省仅留守妇女的数量就在600万人以上。这一“富矿”其实只挖掘了冰山一角。

下一步，河南省服装行业协会将加快谋划，大力推进。一是强化沟通，扩大宣传。加强与各地党委政府的沟通，营造政策环境，加快招商引资，加速服装产业在各县、乡（镇）的贫困地区集聚。二是建立互动机制，服务招商引资。协会将更加注重政、企、社团三方互动，建立与各地妇联、扶贫办公室的联合推进机制，发挥专业和渠道优势，助力产业扶贫。三是培育服装名镇，打造产业集群。持续推进服装企业产能下沉到劳动力集中的县、乡（镇），着力在人口大镇发展劳动密集型的服装产业集群。四是强化行业引领，围绕万亿产业目标，加快转型升级。

河南省服装行业协会会长李刚也表示，“巧媳妇工程”坚持产业化扶贫、技能化就业、专业化培训、智能化生产的发展原则，致力于培育优质产能。以扶贫带动就业，以订单拉动制造，以系统化专业培训降低技能门槛，以贫困劳动力汇成工段班组，以智能化工厂打造乡村优质产能。未来协会将努力在供给侧改革中做到三个创新：产业扶贫的机制创新、智能制造技术在服装行业的应用创新、“世界服装工厂计划”+“数字化产能国际交易平台技术”的嫁接创新。

不久的将来，“巧媳妇工程”一定会具备再整合的高度，对应的资源和资金、人才和渠道将不再是问题。到那时，将会培育锻造一支规模巨大的新时代产业工人队伍，集体经济、共同富裕、土地流转、城镇化建设都将顺势而成。

河南省服装行业协会也将不断探索、勇于实践，把“巧媳妇工程”真正做成老百姓的幸福工程、孩子们的希望工程、家庭的稳定工程、社会的和谐工程，更好地融入乡村振兴，为实现农民永久脱贫发挥更大作用，争取将“巧媳妇工程”打造成为不仅在服装行业、还在其他劳动密集型行业，不仅在河南省、还要在所有适宜的地区都成为可复制推广的成功模式。□



来自海内外的 60 余名创新创业精英相聚盛泽，共同奏响“相聚绸都、创业盛泽”的序曲。

海内外精英集聚盛泽 共推绸都高质量发展

2020 时尚之都·创新发展高峰论坛举办

本刊记者_郭春花

为深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，大力实施创新驱动和人才优先发展战略，集聚高层次创业人才，聚力助推吴江高新区（盛泽镇）高质量发展走在时代前列，7月10日，由江苏省苏州市吴江高新区（盛泽镇）党工委、管委会主办，吴江高新区（盛泽镇）国际精英创新创业洽谈会组委会、国家先进功能纤维创新中心承办的吴江高新区（盛泽镇）国际精英创新创业洽谈会——2020 时尚之都·创新发展高峰论坛在盛泽召开。

江苏省苏州市吴江区委常委、吴江高新区党委书记、盛泽镇党委书记王益冰，吴江区委组织部副部长、区委区级机关工委书记周雪荣，国家先进功能纤维创新中心主任王玉萍，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副总经理梅锋，同济大学教授、循环经济研究所所长杜欢政，吴江高新区管委会副主任、盛泽镇党委副书记、人大主席赵菊观，吴江高新区管委会副主任、盛泽镇党委副书记、中国东方丝绸市场管委会主任张建华等相关单位领导，以及来自海内外的 60 余名创新创业精英相聚盛泽，共同奏响“相聚绸都、创业盛泽”的序曲。

全力打造功能性纤维“创新之核”

王益冰在致辞中谈到，作为时尚之都，盛泽全面融入一体化发展示范区建设，积极践行打造世界级高端纺织产业集群的新使命，以“绿”为底色，创新引领、时尚赋能，以产业强、市场活、城市美为主线，全面提速创新引

领的“时尚之都”建设，全面展示创新链与产业链共进、时尚创意与现代纺织共融的发展成效，推动纺织产业向价值链高端攀升。

王益冰表示，作为省级高新区，盛泽大力实施创新驱动和人才优先发展战略，推动产业链、创新链、人才链深度融合，全力打造长三角功能性纤维“创新之核”，全面提升城市创新气质。同时，盛泽依托长三角区域一体化发展国家战略，依托沪苏湖高铁开工建设带来的历史机遇，加速形成与上海的“同城效应”，积极营造优质高效创新创业环境，加速高层次创业人才集聚，打造了数字化人才“专列”、定制化“优秀人才服务卡”，让天下英才近悦远来，深耕盛泽，共享盛泽的发展成果。

为宣传推介吴江高新区创业环境和人才政策，诚邀海内外高层次创新创业人才携带科技项目和智慧成果，与创新载体、创业资本进行对接洽谈，会上，吴江高新区（盛泽镇）经济发展和改革局相关负责人金一安向大家全面介绍了吴江区的创业环境和科技人才政策。活动现场播放了吴江高新区（盛泽镇）城市形象宣传片、国家先进功能纤维创新中心纤维新材料宣传片，并推介了吴江高新区（盛泽镇）创新创业环境。

据介绍，盛泽镇地处长三角和太湖地区的中心地带，区位优势明显，沪苏湖高铁盛泽高铁站即将开通，交通便捷，拥有千亿级产业、千亿级市场和千亿级企业，产业基础雄厚，城市功能齐全，创新创业氛围浓厚。近年来，秉承科技、时尚、绿色的发展理念，盛泽的纺织产业链进一步向时尚创意设计延伸，致力于打造创新体系完善、多元活力迸发的“时尚之都”。盛泽积

极构建产学研技术创新、成果转移的体系，紧抓人才引进，促进“智力创新”。区域内建有国家级科技企业孵化器 1 个、“国家级人才工作站”2 个、院士工作站 1 个、博士后科研工作站 17 个，并建设国家先进功能纤维创新中心，通过推进新材料研发打造面料“硅谷”。

其中，国家先进功能纤维创新中心是于 2019 年 6 月 25 日正式获国家工业和信息化部发文批复、组建的全国第 13 家国家级制造业创新中心。其主要目标和任务方向是：围绕高端用纤维材料及纺织品、功能纤维新材料、前沿纤维新材料等领域，构建功能性纤维高效成形中试与产业化平台、前沿纤维培育与孵化平台、纤维工程设计与应用集成平台等；重点攻克碳纤维、对位芳纶、聚酰亚胺等及其复合材料设计、加工、制造一体化技术、纤维材料高效柔性化制备技术，研发前沿纤维新材料等行业共性关键技术，提升我国纺织纤维产业的核心竞争力。

创新中心采用“江苏新视界先进功能纤维创新中心有限公司+国家先进功能纤维创新中心联盟”的模式运行，汇聚了行业领域顶尖院士领衔的科学家团队和聚酯纤维产业链、聚酰胺纤维产业链、高性能纤维产业链等领军企业，具有强大的引领性和创新力。

搭建平台，推动纤维产业发展

本次会议现场还举行了中俄（盛泽）新一代信息技术联合创新中心离岸孵化器合作签约仪式。吴江高新区管委会副主任、盛泽镇党委副书记、中国东方丝绸市场管委会主任张建华与俄罗斯 TEZZLE 公司销售总监尼克进行“云上”签约。据了解，盛泽与 TEZZLE 公司就新一代信息技术联合创新中心离岸孵化器合作项目签约后，TEZZLE 公司将负责为盛泽引荐俄方科技型孵化型项目、协助俄方转移项目技术、促使俄方需产业化的成熟项目在盛泽落地，盛泽则提供园区载体、厂房和相关政策等支持。双方在确定战略合作的基础上，下一步将共建中俄科技孵化基地。通过项目合作，盛泽镇计划打造长三角一体化示范区产学研共建平台高地、集聚高端创新人才、建设优质创新创业载体、打造营商服务国际品牌、实行优特项目“N+1”特殊支持政策。

国家先进功能纤维创新中心自落户盛泽以来，紧密结合国家战略布局，努力突破行业关键共性技术及核心技术，打破国外垄断，强强联合，取得了令人鼓舞的成效。本次会议现场，由国家先进功能纤维创新中心打造的绳缆网带技术协同创新公共服务平台、碳纤维复合材料试验技术协同创新公共服务平台正式启动。

据介绍，这两大平台作为国家创新载体，将整合行业资源，共享试验平台。绳缆网带技术协同创新公共服务平台可为客户提供技术咨询、从事高附加值产品开发，旨在解决关键技术问题，提高自主创新能力，促进产业升级发展、可持续发展；碳纤维复合材料试验技术协同创新公共服务平台将开展以碳纤维为代表的高性能纤维及复合材料测试评价服务，以及关键共性测试技术与能力的开发应用，旨在打造试验制、检测、评价及项目孵化为一体的技术协同创新公共服务平台。

精彩讲座，分享前沿技术资讯

为让与会代表了解行业最新发展情况，本次会议还邀请到了国内外纺

织及相关行业重量级专家教授，他们带来了各自领域内最专业、最前沿的精彩专题讲座。

中国工程院院士蒋士成通过视频连线，阐述了“纤维材料前沿技术发展趋势”。他用流畅简洁的言语，深入浅出地分析了纺织化新材料的发展趋势。关于纤维材料的未来，蒋士成说，纤维材料已成为全球发展最快和最活跃的科学技术领域之一，低碳的纤维材料将引领未来发展方向，现代纤维材料应用领域已经超越了传统的纤维产业，成为先进制造业、智能与功能消费流、医疗健康、环保、防护、现代建筑业与农业新能源关键技术材料的核心层。蒋士成指出，纤维创新技术的方向为高端化、高技术化、多元化和生态化。

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介绍了高性能纤维在绳缆网带领域的应用，并提出了发展趋势和建议。他认为，未来，用于绳缆网带领域的高性能纤维原料体系将呈现固定化、专业化的趋势，应开发与高性能纤维相匹配的纺丝油剂、上浆剂和纤维表征技术，以提升产品适用性，实现在国防、交通、能源等领域的规模化应用；呈现产品高性能化、专业化、结构功能一体化的趋势，应设计研发耐蠕变、高强高模、防裂、抗菌、耐磨防咬、抗老化、使用寿命长与高可靠性等新型专业化高性能纤维品种；还将呈现低成本化、绿色化、智能化制造的趋势。为此，行业需创新发展模式，加大投融资及产业孵化力量，建立中国特色的产业创新体系，强化资本融合，强化后道应用对接、专业化、规模化定制。

鲁普耐特集团有限公司总工程师、中国绳网研发基地技术负责人姜润喜讲解了高性能纤维绳缆的性能特征与产品开发概况。当前，高性能纤维绳缆总体呈现原料来源丰富、品种规格齐全、生产企业众多、应用领域宽广、后发优势明显的优势，但也存在高端产品较少、生产管理粗放、装备水平偏低、技术力量薄弱等不足。通过对比国际先进产品，姜润喜提出，未来绳缆产品应朝着高性能化、轻量化、功能化、智能化、多领域应用开发的方向发展。

法国鲁贝国立高等纺织工程学院教授曾宪奕通过视频的形式讲述了在大数据和人工智能环境下纺织产业供应链的创新，并用数据评估了数字化平台效果。他认为，纤维和纺织生产供应链的智能化数字平台，可帮助纤维和纺织企业全程追溯其生产各环节，优化企业内组织，并通过获取的数据预测市场需求；帮助企业建立个性化推荐系统，向设计师推荐符合其功能和时尚需求的产品，并通过虚拟产品的评估和设计师互动，优化设计和面料产品；帮助企业建立自己的资源库，成为企业的永久资产；帮助设计师根据企业的具体情况建立产品系列和时尚主题；帮助纤维企业组织虚拟时装秀，经常性展示新的产品；吸引国际上的设计师，按照国际化概念来设计新产品系列。

同济大学教授、循环经济研究所所长杜欢政带来了“绿色发展引领可持续时尚”的见解。他首先介绍了绿色发展、发展资源循环利用产业的重要性，以具体案例的形式介绍了如何利用政策、技术、商业实现整体的绿色发展，并介绍了资源循环利用产业发展模式和案例。

除了各位业内专家的精彩分享，活动现场还邀请了企业代表、人才代表及相关平台代表与主讲嘉宾进行交流、互动。[A]



本次会议现场，由国家先进功能纤维创新中心打造的绳缆网带技术协同创新公共服务平台、碳纤维复合材料试验技术协同创新公共服务平台正式启动。

挺进大湾区， 书写纺织服装行业新历史

首届大湾区国际纺织服装服饰博览会在深圳举行

本刊记者 陶红 董笑妍 王利 徐长杰

2020年在经历历史，也在创造历史，我们坚信中国纺织服装产业必将成功跨越当下变局、走向更广阔的未来。为此，整个行业都在不断发力，7月15—17日，大湾区国际纺织面料及辅料博览会、大湾区国际服装服饰博览会、大湾区国际纺织纱线博览会、大湾区国际针织博览会共同构成了首届大湾区国际纺织服装服饰博览会，齐集新地点、开启新征程，为纺织强国建设再添新动能。

intertextile
SHENZHEN apparel fabrics

共释能，同铸链

展会现场，爆满的流量、不绝于耳的交谈、琳琅满目的展品、火热的商贸氛围……似乎加速了时光的流逝。3天时间匆匆而过，首届大湾区国际纺织面料及辅料博览会（简称大湾区面辅料展）落下帷幕，这股行业热浪从线下辐射至线上，撼动着业内人士的朋友圈，给非常时期的行业注入了生机与活力。

高能买家，硬核商贸

此次展会，主办方组织了数十个阵容豪华的“超级买家团”，其中包括服装品牌设计师、品牌采购、买手、设计师品牌主理人、网红品牌主理人、电商平台采购决策人等专业买家，他们都选择了大湾区面辅料展作为疫后第一站，纷纷到场接洽采购。

为了引导展商更快适应华南市场采购特点，大湾区面辅料展主办方在展前特别提示参展企业对快速供货细节进行标签化，并在展位醒目位置标注，同时展商们也积极筹备，带来了大量富含科技元素、绿色快反的产品，引起买家热烈互动。

此外，众多展商也携实力企业与展品亮相展会。国家纺织产品开发基地企业展馆集结了基地各领域的领军企业，以面料为载体彰显了中国纺织的创新成果；绍兴越城区展馆携近80家企业集中亮相，展示了绍兴纺织走向世界的积极姿态；盛泽展馆携百余家企业，以1600余平方米的展位登场，展现了“中国绸都”的全新风采。

“产品卖脱销了！”是的，你没听错，浙江三德服饰有限公司营销中心总监尹卫建告诉记者，展会期间公司现场成交20多单，此次参展带来的部分泡泡羊毛面料、无感针织羊毛面料都卖脱销了。据介绍，该公司主营毛针织面料，拥有意大利毛纺面料开发及生产体系，这几款卖脱销的面料有几个共同特点——全羊毛、肌理感强、呢子风格、产品IP化。

“我们公司是阿里巴巴天猫超级女装面料供应商，因此此次带来的天猫超级IP系列产品也是观众询问较多的产品，如Q-Tec美肤保湿羊毛系列、



大湾区面辅料展现场。

Zero无感零压抗皱羊毛系列等。此次参展接待了老客户，积累了新客户，也接触了更多线上成长型客户，收获很大。”尹卫建表示。

参加展会，企业最关心、最迫切的非订单莫属，而商贸实效，正是intertextile的“拿手项目”。展会现场洋溢着商贸接洽的浓厚氛围，交换名片、加微信、剪样、记编号、算价格、谈交货……随处可见的商务洽谈，彰显出纺织面料市场的无限活力，以及纺织人的高涨热情。

线上线下，展现新机

面对全新的国际产业布局、零售方式与消费需求，面辅料企业需要洞悉更多前沿资讯与市场动态。展会期间，超级买家论坛、中国纺织面料流行趋势发布及可持续发展专题研讨会等活动，为面辅料企业提供了行动指南，在时尚前沿之城，涌起时尚浪潮。

此外，展会也实现了线上线下双轨展示。线上模式并不是从2020年才开始的，但却在这个时期开始蓬勃发展，主办方早已谋定了“线上+线下”结合的双重模式。

展商展品在线，随时交互联络，同全球买家互动；通过直播看展、图片看展等渠道，为买家提供感受更多展商风采的平台窗口；此外，展会期间还特别安排了参展商与买家的在线商贸配对，邀请孟加拉国、印度、越南、英国等国的买家，与现场展商进行超过25场在线会议，打破地域界限，重启海外市场。

针对大湾区面辅料展商商贸圈高热的现象，连续两天走访展会的中国纺织工业联合会副会长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会会长徐迎新表示：“疫情让纺织行业上半年展会逐一延迟或取消，作为中国纺联首个线下展会，2020大湾区国际纺织服装服饰博览会肩负重任。本次展会合理运用直播等新型传播渠道，扩大了展会传播边界，构建了全新、充满活力的产业协同机制，持续推动行业转方式、调结构、增动力，为推动纺织高质量发展、行业经济增长带来更多机遇。”

在机遇与挑战并存的2020年，intertextile一直在着力搭建释能平台，帮助企业柔性落地商贸需求。首站展会更是如及时雨一般帮助纺织企业对接市场，直面买家，走向未来。



CHIC2020大湾区展是中国服装产业蓬勃生命力的生动呈现。

CHIC
SHENZHEN

聚力重启产业未来，合和共生新消费时代

筑梦大湾区，奋进“新常态”。7月17日，2020大湾区国际服装服饰博览会（简称CHIC2020大湾区展）大幕落下，通过线上线下联动，三天时间，线下展吸引了42374人次的专业观众到场参观，而线上展更创下了超18万访问量的新高度。自此，也拉开了CHIC一年三季展的序幕，每一年在上海举办的春展、秋展以及在深圳举办的大湾区展都会如约而至。

展区之美，强势出击

在2020年这个特殊的时间节点，CHIC2020大湾区展依托专业、高效、协同的优势，破浪而来，这是中国服装产业蓬勃生命力的生动呈现，是中国服装行业聚力重启的有力信号，也是中国服装人的信心表现。

展馆内，最美女装展区的繁多商品承载着不同的文化属性，每一种属性都有对应的价值认同与生活状态，展现出了支撑中国女装设计的内部骨架。

时尚男装展区，商务、休闲、日常、运动分区明晰，将沉稳与创意、奢华与简约的平衡驾驭得炉火纯青，直观呈现了中国男士今日之精神面貌。

匠心皮羽展区主打可持续循环时尚，汇集了大量设计前沿、生产环保、易降解的时尚皮羽品牌。

设计力量展区是传播中国文化、成就中国时尚的希望，这里有数不尽的优秀设计和支撑设计的热血一代。

ODM智造展区展示了中国服装制造的专业度，很多展商都在单一品类上做到了极致，在供应链统筹发展的大趋势下，特精专企业拥有更广阔未来。

时尚定制展区每一处细节都是设计师审美和大数据计算的无缝衔接，更个性、更便捷、更准确，让定制成为更多人的可能。

烂漫童装展区内天然面料与功能性面料各有亮点，将时尚设计与安全环保融于一身，深度贴合儿童消费者的需求。

流行配饰展区除了首饰、围巾等传统品类外，

近几年品类飞速拓展，更多融合了生活类产品，成就“一站式”展会。

箱包鞋履展区是满足当下消费者整体造型需求的最大利器，与服装展商的完美配合也极大拓展了展会的内容边界。

潮流品牌展区充分展现了跨界、联动的“破壁”能力，大热现象、新奇口号、二次元、泛文化都能一一呈现于服装之上。

链接未来展区用数据解析时尚，为服装品牌提供了全套智能解决方案，以迎合消费导向的市场。

牛仔世界展区“设计创新”与“技术革新”两手抓、两手都要硬，让经典永不落幕。

火爆商贸，双轨驱动

商贸对接是CHIC永恒不变的主题，在本届展会上，主办方同样诚意邀请了买手、设计师集成店、百货、电商平台等专业渠道商到场参观洽谈，在各种高频商贸对接中，助力参展企业打通供需堵点，激发内需市场活力。

在商家VIP俱乐部，必要商城、网易严选、速卖通等头部电商平台负责人纷纷出席商贸对接会，现场提问声不绝于耳。

“从上午忙到现在，连口水都没喝。”ENJOY集合店负责人在参加完商贸对接会后，看似抱怨地说了一句，但脸上的笑意已经透露出对接效果的满意。同样忙碌的情况还发生在狮之谦、NEXY.CO等品牌负责人身上。

作为顶级潮流运动风格服饰品牌，JOMA对于供应商的要求比较高，但一场对接会下来，就看中了三四个契合的合作伙伴。品牌负责人卢滔表示：“原本因为疫情有点担心参展效果，但结果大大超出预期，接下来我们会去工厂实地调查，确认未来合作方向。”

花手箱是CHIC的老朋友，在CHIC2020大湾区展确定展期后，执行董事江世祥就计划着前来参与。“我觉得CHIC2020大湾区展是一个比较全

面的展会，所以我们这次一是寻找合适的合作伙伴，二是了解下当下行业发展，更新自身发展思路。”

受国际疫情影响，今年大量海外展商无法亲临现场，而这样的遗憾通过线上展得以弥补。展会期间，国内展商在展位上通过视频直播与来自意大利、巴基斯坦等国家的5批海外采购商进行一对一精准对接，中方展示的企业专长和产品细节引起了外商的强烈兴趣，一些外商当即询价并主动索要联系方式，便于进一步对接。

重磅活动，年度盛会

如何在全球范围内助推中国时尚产业孵化“世界级品牌”，是CHIC大湾区展全新的定位与使命，此次在展会中呈现的活动紧扣这一主题，带来了一场场充满智慧与启迪的思想盛宴。

首发阵容是闻名业内的盛会——2020中国服装论坛·大湾区峰会。峰会以激发“品牌力”为目标，紧紧抓住全球化、数字化、年轻化赋予的增长空间，深化“争创中国的世界级品牌”构想，助力中国服装以“品牌力”撬动全球市场。

同时，展会联手WWD和《中国服饰》杂志，以“CREATE TOMORROW#向世界发声#”为主题，在三天时间里带来了8场高质量的对话和沙龙。

2020中国校服产业研究中心年会致力于引导相关各方践行先进校服文化理念、重视质量提升和技术创新，推动校服产业向品牌化、规模化、精细化的高质量发展模式转型升级，同时加强了校服产业相关方的沟通交流和互信合作。

作为全国标杆性产业集聚区，大浪时尚小镇带来了一场时尚街区招商推介会，同时，中国服装协会女装专委会年度活动也与大浪时尚小镇一起聚力重启风采之夜。

2020年，CHIC大湾区展破浪而来，借粤港澳大湾区建设之势，迎时尚产业之机。巨大的市场规模、完整的产业链体系和完备的产业基础设施更是CHIC面对一切压力与困难的底气与信心。

yarnexpo 实效超预期, 决胜下半场

7月17日, 首届 yarnexpo 大湾区国际纺织纱线博览会(简称 yarnexpo 大湾区纱线展)完美落幕, 许多展商和买家带着志与期待而来, 满载欣喜与收获而归, 直言本次展会效果超出预期、不虚此行, 对于2020年下半年订单回归与行业全面复苏意义重大。

都说大危机蕴藏大机遇, 逛完 yarnexpo 大湾区纱线展可以深刻感受到这句话不是鼓舞人心的口号, 而是经得起市场检验的真理。今年以来, 新冠肺炎疫情全球蔓延使得纺织行业供需两端经受着前所未有的冲击, 倒逼纤维纱线企业沉下心来谋变革, 研发出与众不同的产品, 向着专精特新的新方向迈进, 下好破局先手棋。

精品荟萃 万众创新

本次前来参展的企业每家都有着自己的优势和特色, 瞄准当下消费者对大健康、环保、舒适度、功能性等迫切需求, 产品更多在新材料、高品质、多功能方面做文章, 纤维从单一组分向多组分转变, 更注重效益和应用, 呈现出“万纤争鸣”的盛况。

M.ORO Cashmere 作为河北南冠科技有限公司旗下的高端羊绒纱线品牌, 是 Loro Piana、Burberry、Doriano、Andre Maurice 等目前众多世界顶级羊绒奢侈品牌的优势供应商, 拥有从有机牧场到精品羊绒纱线完整的产业链条。本届展会上, M.ORO Cashmere 主推的亲肤系列产品, 将羊绒与绢、丝等混纺, 保留原生态色彩, 呈现出自然、环保的精品纱线, 深受下游品牌青睐。

青岛百草新材料股份有限公司将生物科技与现代纺织工艺相结合, 创造性地研发生产功能性、差别化再生纤维素纤维, 致力成为世界生物纤维领航者。本次带来的亚麻、罗布麻、薄荷、艾草、薰衣草、茶纤维等产品, 具有天然植物抗菌、草本保健、生态环保等多重功效, 迎合了后疫情时代市场对大健康产品的需求,

展位现场客流不断。

值得关注的是, 本次展会现场除了少数大型企业, 诸多小而精、小而专的企业也各有千秋, 万众创新成为常态。比如, 成立于2018年的青岛源海新材料科技有限公司, 专业从事海藻纤维及系列产品的研发、生产、销售, 产品兼具阻燃、抗菌、吸湿排汗、防辐射等多元功能, 荣获多项专利及奖项。

精准对接 高效互动

商贸对接的火爆场景是折射行业活力的一面镜子, 上下游企业面对面的交流将碰撞出未来的无数商机火花。yarnexpo 大湾区纱线展现场, 随处可见形色匆匆寻找心仪产品的身影, 随处可闻高谈阔论、询价洽谈的声音, 涌动着行业复苏的希望和力量。

湖北东岗纺织科技股份有限公司是集羽毛纱科研、生产和销售为一体的高新技术纺织企业, 本次展出的高速带子纱、羽毛纱、段染带子纱等收到良好的市场反响, 开展首日接待客流量千余人次。公司董事长柯琦昆告诉记者, 公司原本出口占比90%, 受疫情影响海外销售量急剧下滑, 本次展会是今年公司外贸转内销的第一展, 从现场的客流量和与客户交流的情况来看, 预计将给下半年带来约20%的内销增长量。

杭州优标科技有限公司副总经理张涛对记者说:“按原来的预测, 我们带来了500份宣传资料, 没想到一天半时间就发完了, 现场效果比我们预期的好太多。”据了解, 杭州优标70%客户集中在广东, 疫情之后, 人们对天然健康产品需求更甚, 该公司带来的天莲纤维、小麦蛋白纤维、备长炭麻灰纱、物理抗菌纤维等大健康系列纤维, 推广起来比疫情之前更容易为市场所接受。

除了各展位的自由商贸对接, 展会主办方还邀请多个超级买家团助阵, 设置了贵宾买家区, 打通上下游供应链。同时, 本次展会第一

次尝试将实体展和线上直播展相结合, 迈出了线上线下融合互动的坚实步伐, 让展会对接更加精准高效。

趋势引领 破浪前行

yarnexpo 大湾区纱线展不仅是推广新品、会见新老客户、发掘商机的直接高效平台, 更是观察趋势风向、获取最新资讯的前沿高地。本次展会设置了中国纤维流行趋势展示区, 举行了纺织材料创新论坛, 一定程度上为企业厘清了后疫情时代发展方向。

中国纤维流行趋势静态展区的内容非常丰富, 包括盛虹·中国纤维流行趋势2020/2021入选产品展示、绿色纤维标志认证企业产品展示、2020/2021春夏原液着色色彩流行趋势发布、2020/2021中国纱线流行趋势纱线展等, 以“科技、时尚、绿色”的视角, 诠释纺织科技最前沿的趋势。

纤维新视界-纺织材料创新论坛现场, 18场专业报告精彩呈现。高校教授、企业大咖、行业专家等, 通过科学严谨的数据分析、深入浅出的讲解, 结合展会现场展示, 对中国纤维流行趋势2020/2021入选产品、可持续及功能性纤维等高端产品进行了详细解读, 以多元的思维和创新的观点启迪未来之变。

道阻且长, 行则将至。2020年是全面建成小康社会和“十三五”规划收官之年, 也是实现纺织强国纲要目标的决胜之年, 面对风云变幻的世界, 本次展会凝聚守望相助的行业力量, 发扬危中寻机的行业精神, 承载市场复苏的行业期许。纤维纱线展商乘风破浪、披荆斩棘, 向世界传递着中国迈向纺织强国征程中纺织源头企业的责任担当和英雄本色。

yarnexpo 大湾区纱线展圆满落幕, 而更多的商机正在孕育萌发, 行业的复苏之势将从纺织源头向产业链蔓延, 助力中国纺织决胜2020下半场。



PH Value Shenzhen 为行业破局与变革提供创新思维指引。



为行业破局提供创新思维

7月15-17日, 首届大湾区国际针织博览会(简称 PH Value Shenzhen)在深圳国际会展中心10号馆举办。针织行业领先的上下游企业、科研院所, 为业界带来了包含针织衫/羊毛衫/羊绒衫、内衣/家居服、T恤/运动装等在内的新技术、新产品、新应用, 向行业展示了针织最具优势的材料、技术、设计与服务, 为行业破局与变革提供创新思维指引。

作为纺织服装行业的重要组成部分, 针织行业近年来正以强劲的势头迎接市场变化。通过加速产品研发、设计提升、产业升级, 行业打出了“时尚针织, 品味生活”的时代口号。

面对疫情影响, 针织行业也在不断探索时代背景下的市场新需求, 越来越紧随市场乃至前瞻趋势的创新研发、文化加码的针织产品, 正在让整个针织产业变得百花齐放、精彩纷呈。

本届展会, “中国内衣名镇”——广东中山小榄, 携小镇宝路易、英第爱纳、海的服饰等优质企业抱团展示, 让业界看到了小榄内衣名镇在生产、设计、研发上的实力; 此外, 大朗巷头毛织街、东莞欧丽致、广东鸿泰、天竹联盟、中山汇棉等当地企业的“本土作战”, 也让我们对大湾区针织内衣企业的品类丰富性、技术领先性与时尚设计, 以及大湾区针织内衣产业的巨大市场充满信心。除了针织内衣行业上下游的传统展商外, 展会还加入了五邑大学、浙江理工大学、华南理工大学以及 CKRC 组成的科研院所展区。

疫情之下, 健康理念觉醒

随着国民对品质生活要求的提升, 源于天然材质的产品越来越受到追捧。疫情影响下,

消费者对健康、舒适、亲肤的需求不断增长, 针织产品也更加关爱大众健康。

深圳天竹生态服饰有限公司本届展会上就以“健康生活 远离病毒”为主题, 带来了天竹、艾维、竹丽尔、竹原素等天然纤维产品, 其天然抗菌、舒适健康、生态环保的绿色健康、可持续优势, 满足了疫情大背景下的市场及消费者对健康、无菌的需求。公司营销总监周扬表示:“疫情期间, 企业希望借机更大力度地推广天竹系列纤维。天竹纤维自带抑菌性, 吸湿透气性比棉强三倍, 又有堪比莫代尔的柔软性, 且价格比棉更低, 在天然纤维面料中占有极大的优势, 有很大的市场等待我们挖掘。”

主推自主品牌、结合订单业务的英第爱纳也将蒲公英、草珊瑚、薄荷、板蓝根、艾草等五种兼具药用功效的绿色草本植物融入内裤产品中, 赋予产品抗菌抑菌、养护的功能体验, 在展会上反应热烈。作为一家外销转型内销市场的企业, 英第爱纳销售总监苏教升在接受记者采访时表示:“目前外销市场饱和, 国内市场成长空间大, 经过这几年的转型, 我们目前的内外销比已达到6比4, 并进一步向国内市场倾斜。近几年, 国内消费者的观念在提升, 对内衣的舒适度要求也在提升, 尤其是疫情影响, 健康功能性内裤市场也会迎来进一步扩大。”

时尚+文化, 聚焦软实力提升

如今, 时尚已成为了人们生活中的必需品, 而文化与时尚的融合, 也更加让美有了实质的载体。近年来, 大力加速针织时尚进程的 PH Value, 一直在多头并举地创造针织与时尚文

化的融合, 特别是现代年轻潮流文化的融入, 已成为“老牌企业”抓住年轻消费群体的抓手。

来自潮汕的广东鸿泰时尚服饰股份有限公司创新性地将潮汕艺术元素融入时装设计中, 赋予毛衫时尚、文化双重气质, 也为针织产业提供了艺术文化的升级方向。该公司设计总监蔡涵表示:“针织工艺比梭织更难表达艺术风格, 把针织品做成艺术品是一件非常考验功夫的事情, 要求设计师有常年累月的工作经验。”

展会上, 浙江理工大学服装学院教授胡迅创立的时尚研发中心 HX DESIGN STUDIO, 采用与浙江地方特色戏曲艺术“新昌调腔”相结合的设计作品, 为观众呈现出了文化与艺术相融合的无限可能性。

拥有20年历史的老牌内裤企业中山市络华制衣有限公司, 处于由父辈向“企二代”交接转型的过程中, 如何突破原有的传统市场, 抓住年轻化消费群体? 络华的年青一代代表李子荣、胡华健选择了将年轻潮流文化融入产品中, 用个性、趣味的标签定义每一季的最新产品, 从种草“有为青年”, 到发现酷衣卫的“茶多酚”……年轻化的潮流文案瞬间让这个老牌跨越20年的岁月隔阂, 焕发青春活力。

如同“针织”二字给人的温柔想象, 针织产业向来是充满包容性的产业, 它从不排外, 时刻汲取着外界的色彩来点缀自己; 也从不故步自封, 不断向外延伸自己的“躯体”, 与更广阔的世界交汇相融。

如今, 首届大湾区国际针织博览会圆满落幕, 但关于针织行业的向上腾飞之路, 却永无止境。☑



yarnexpo 大湾区纱线展对2020年下半年行业全面复苏意义重大。



随着“专精特新”中小企业队伍不断扩大，未来会有更多单项冠军从中产生，成为撑起柯桥纺织的新脊梁。

走专精特新之路 培育行业“隐形冠军”

本刊记者_ 邬莹颖

从“小而多”到“精而强”，在柯桥这块传统纺织产业的土地上，近年来，一批以“专精特新”见长的中小微企业，正快速成长为行业高质量发展的“小巨人”。

纺织行业“专精特新” 中小企业名单（第一批）（柯桥企业）

企业名称	特色产品
绍兴豪春纺织科技有限公司	蓝光制网机
绍兴勤辉针织工业园有限公司	竹纤维系列西装面料
浙江东进新材料有限公司	防水透湿功能性面料
浙江吉麻良丝新材料股份有限公司	精梳大（汉）麻棉混纺纱
浙江尚正纺织科技有限公司	功能性运动面料
浙江原色数码科技有限公司	印花图案设计与配色
中多控股有限公司	麂皮绒

（排名不分先后）

近日，中国纺织工业联合会发布纺织行业“专精特新”中小企业名单（第一批）。第一批“专精特新”中小企业申报共有104家企业提交了申报材料，经过企业申报和协会推荐、实地考察、审核等程序，最终审核通过企业95家，涵盖了产业用纺织品、纺机、家纺等11个分行业以及行业数字化服务等领域，在地域分布上涵盖了19个省（自治区、直辖市），在行业和地区上都具有一定的代表性。柯桥共有“勤辉针织”“东进新材料”“尚正纺织”等7家纺织企业入选全国纺织行业首批“专精特新”中小企业培育库，彰显柯桥中小纺织企业在高质量发展道路上的核心竞争力。

专精特新，顾名思义，就是要扎根于某个行业领域，并具有较强的创新能力和创造活力。这也是柯桥纺织优势凸显的一个亮点。如今，在风云变幻的市场大潮中，企业要发展，面对着诸多“诱惑”，如何抉择，是摆在不少柯桥中小企业面前的重要问题。而对于专精特新企业而言，他们的选择是：深耕本行业，做精做实。这样的企业究竟有怎样的特点，又给柯桥纺织行业注入怎样的活力呢？

深耕细分市场，小产业做出大文章

于无声处听惊雷，在小产业做大文章。虽不是耳熟能详的企业“大象”，但这些“隐形冠军”在各自的细分市场中，敢于投入研发与技改，精准定位核心业务，因而甚至比不少行业巨擘掌握着更多话语权，这也正是柯桥“专精特新”中小企业潜心修炼的“核心秘籍”。

中多控股有限公司是柯桥一家专业生产麂皮绒面料的纺织企业，董事长吴荣国表示，公司自2004年成立以来，专注开发麂皮绒产品。“我们要把产品做到不像麂皮绒的麂皮绒。”为此，公司十分重视新产品的技术研发和创新投入，其每年在创新方面投入达数百万元，并与意大利、法国、日本等国家的优秀面料、服装设计师合作，及时捕捉国际流行趋势。现在的中多控股，各类麂皮绒产品月生产量近300万米。

在业界，中多控股有着不可动摇的行业地位，是名副其实的“隐形冠军”。作为全国唯一一家获得“国家麂皮绒纺织产品开发基地”称号的纺织企业，中多控股为了不断加强在面料织造、染色工艺、后整理工艺等方面的创新开发力度，将产品打造出了鲜明的风格特点，公司从国外引进成套的自动化生产线及设备，有效保证与国际接轨的高效率生产加工能力和产品品质。

浙江尚正纺织科技有限公司以功能性运动面料见长，目前正在研发一款可降解面料，可以进行任何类型的加工，作为一种新型纺织材料，能够创造出高质量的着眼于环境和未来的产品。总经理舒灵龙表示，公司从生产第一款凉感面料到现在能够自主研发纱线，从添加助剂到真正达到功能性标准，为的就是做深细分领域，从用户出发，从原料本身做到舒适、透气、易洗、快干，这也契合行业科技、时尚、绿色的定位和趋势。

中多控股、尚正纺织在各自领域的专注和创新正是柯桥中小企业践行“专精特新”发展道路的一个缩影。事实上，“专精特新”中小企业不显山、不露水，却正在发挥开疆辟土的作用。

坚守工匠精神，让传统工艺开出绚烂之花

以特色产品为龙头、以专业化分工为纽带，不管企业规模大小，照样能在各自领域“独领风骚”。这样一批在细分行业里的“隐形冠军”，他们用极致的工匠精神，依靠“专精特新”迅速占领行业龙头。

随着纺织产业的发展，企业及消费者对绿色环保、可持续的关注度不断提高，竹纤维作为中国特色的天然纤维，具有自主知识产权，与棉、麻、丝、毛等天然纤维共同服务产业。绍兴勤辉针织工业园有限公司总经理金艳琦表示，近年来，竹纤维在内衣、毛巾等产品中的运用已经非常普遍，公司通过研发创新竹纤维西装面料，致力于填补竹纤维的运用空白。不但实现了西装服饰面料的运用，填补了在西装领域中运用的空白，还发挥了竹纤维作为西装面料的功能性和优越性，兼具较强的抗菌、防紫外线等功效，同时最大程度保证西装面料的优越垂感和抗皱特性。

Jack wolfskin、patagonia、lafuma……在位于滨海工业区的浙江东进新材料有限公司档案里，众多国际一线运动品牌赫然在列，东进新材料常年为这些国际品牌提供面料，主要是运动功能性面料。能够与国际一线运动品牌合作，东进新材料有自己的法宝，那就是不断研发先进的面料，打造专业的研发团队。近些年，公司还取得美国宇航局（NASA）的技术，做出具有保暖、抗菌、吸湿功能的面料。

据公司董事长陈明贤介绍，公司的特色产品防水透湿功能性面料具有防泼水、耐静水压、防风及透湿功能。自公司创立以来，陈明贤一直坚持初心——严把面料质量关。为国内外知名运动品牌“联姻”，东进新材料投入500多万元建起实验室，可以比肩国际第三方检测机构，公司的内部标准不少都大大高于客户要求。2016年东进新材料通过瑞士“蓝标”认证，目前更将目光瞄准The north face、Lululemon、Canada geoges等国际知名户外、运动品牌，希望在将来有更大突破。

在柯桥，中小企业不再是落后、小型产业的代名词，高附加值、高技术含量的“隐形冠军”类企业正以精雕细琢的专注精神，深入当地各自细分领域的毛细血管之中，并以科技驱动为力量向更深处溯源，成为地方经济转型、新旧动能转换生生不息的力量所在。



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。



厚植“隐形冠军”沃土，培育更多“小巨人”企业

行业将“专精特新”中小企业作为专门类别予以重点扶持，并以此为导向，推动中小微企业群体在质量和效益方面有新突破。浙江省也把培育一批“专精特新”和“隐形冠军”中小企业，列入省政府《中国制造 2025 浙江行动纲要》，并作为 2020 年建成制造强省的主要目标之一。对于柯桥中小纺织企业来说，从最初盲目铺展的“粗放式发展”，到钻之弥坚的“专精特新”之路，中小企业竞逐“隐形冠军”的背后，是面对新形势的主动“变阵”，同时也是对自身发展的路径探索。

在浙江原色数码科技有限公司，借助公司自主研发的“图来旺”印花分色和模拟试衣软件，工作人员轻点鼠标，马上就可实现分色、配色、尺寸标注、排版、格式转化、虚拟试衣等功能。据总经理张为海介绍，他 1993 年进入纺织行业，2008 年开始专注数码印花领域走上“专精特新”发展之路，带领公司团队构建一个从设计、分色、打样到面料成品，联通上下游产业链的数码印花生态圈。“对于我们来说，要实现专精特新，就是要尽量在细分市场领域把产品做到专业、做到极致。”

虽然“专精特新”中小企业有广阔的市场前景，但也面临诸多发展的共性难题，如生产要素成本上升较快、融资难融资贵、税费负担较重、制度性交易成本高等等。柯桥区也推出一系列举措，从税费优惠、资金奖补、融资支持、开拓市场、降低成本等方面给予中小企业全方位支持。这些措施，目的都是树立政策导向，引导中小企业继续专注主业，进而向高附加值的领域前行。

今年柯桥区提出制造业高质量发展“步鱼计划”，鼓励企业以步鱼之“专”，深入行业细分领域，做精做专产品。深入落实浙江省“雄鹰行动”，促进中小企业“上规升级”、“专精特新”发展，推动每个产业集群重点产业链核心环节，实现“隐形冠军”企业全覆盖，培育一批国家级“单项冠军”企业(产品)和“小巨人”企业，力争每年新增规上企业 120 家以上，到 2022 年，新培育“隐形冠军”企业 20 家，新增“专精特新”企业 1200 家，着力形成大中小企业融通发展的良好格局。目前全区累计已有 900 余家企业进入省“专精特新”企业培育库。我们有理由相信，随着“专精特新”中小企业队伍不断扩大，未来会有更多单项冠军从中产生，成为撑起柯桥纺织的新脊梁。[TA]

记者手记

“专精特新”中小企业有大作为

专精特新，强调专业化、精细化、特色化、新颖化，是中小企业走出困境、出奇制胜的重要法宝。特别是今年突遇疫情冲击，中小企业生产经营进一步承压，生存愈发艰难，更应坚持走好“专精特新”发展道路，才能在激烈的市场竞争中占有一席之地。

在柯桥，中小纺织企业在供应链中扮演了极其重要的角色，但却常常因为技术、质量不过关，即我们通常所指的只能“跑量”，难以与大型企业建立良好的合作关系。而“专精特新”则是促进大中小企业融通发展的重要途径。中小企业通过“专精特新”突破核心技术、提升产品质量，有能力成为品牌服装企业合格的供应商，才能与大型企业建立长久稳定的合作关系，进而实现供应链、创新链、数据链等各方面多角度的融通关系。

加快数字化、智能化转型也是柯桥纺织企业实现“专精特新”发展的重要抓手。这在此次疫情期间众多柯桥纺织企业谋求突破，积极参与线上直播、创新管理模式中可见一斑。

中小企业虽小，却是柯桥经济发展的毛细血管和神经末梢，中小强则经济强。柯桥“专精特新”纺织企业在发展过程中不必急于盲目扩大规模，而要继续专注于做深做细做专，不断在产业发展的关键节点上掌握核心技术，进而对行业发展产生更深远的影响。(邹莹颖)

聚焦

直击大湾区，中国轻纺城展团实体参展显风采！

本刊记者_张颖

7月15—17日，2020大湾区国际纺织面料及辅料博览会(以下简称“大湾区面料展”)在深圳国际会展中心举办。“丝路柯桥·布满全球”中国轻纺城展团携绍兴柯桥酷发纺织品有限公司、浙江绍兴东大多元纺织发展有限公司、绍兴柯桥联源纺织品有限公司等22家柯桥优选面料企业亮相。这是今年疫情以来柯桥纺织企业首次以实体抱团形式走进线下行业大展，意在乘“大湾区”之风，展“面料王国”之姿，踏浪前行，抢抓后疫情时代发展新机遇。

本次参展由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办，浙江中国轻纺城集团股份有限公司承办，集团旗下全球纺织网、网上轻纺城、易纺会展具体执行。展会现场，“中国轻纺城优选企业面料展厅”面积达165平方米，万余款蕾丝、绣花、醋酸、莫代尔、莱卡、天丝等原产原创面料传递着柯桥纺织企业“科技、时尚、绿色”的崭新风貌。展厅前人流涌动、商机无限，不少企业在接待客商的同时进行着线上直播展销。采购商在这里不仅可以直观体验到现货面料快速采购的高效便捷，也可后续在线上观看相关企业的新品直播。据统计，开展首日，展厅共接待采购商6000余人次。

绍兴驰美富莱雅纺织品有限公司此次参展带来了新近研发的人丝、天丝、铜氨丝等200余款中高端女装面料，总经理俞兴祥告诉记者，公司客户集聚在深圳一带，借着展会的机会正好会会老朋友，接触新客户。他说：“今年外贸形势不佳，公司着重开拓国内市场，产品多针对国内客户开发，线下展会面对面沟通可以更加深入挖掘客户需求。”

以精纺羊毛面料为主营特色的绍兴皮尔波澜纺织品有限公司在现场收获了不少客商关注，销售总监力贵才表示：“柯桥企业抱团参展，以中国轻纺城整体形象展出，吸引力强，给客户以信心，半天就吸引意向客户十余个。”



今年疫情发生以来，柯桥纺织企业首次以实体抱团形式走进线下行业大展。

此次大湾区面料展在延伸 intertextile 上海展的品牌优势上，以粤港澳大湾区为窗口，为沉寂了半年的纺织服装行业下了一场兼具效率与效益的“及时雨”。中国轻纺城展团亲历其中，有效提振了信心，对推动柯桥纺织企业快速把握长三角和大湾区优势资源，增强交流合作，扩大内需市场，提升整体竞争力带来积极影响。据悉，此次参展作为柯桥今年“丝路柯桥·布满全球”系列活动的线下首站，拉开了中国轻纺城下半年加速奔跑的序幕，也启迪柯桥纺织产业积极谋变，融汇高效协同的产业链资源，不断提高抗风险能力，为全力打造新时期“国际纺织之都”赋能。



柯桥印染企业围绕“高新化、智能化、绿色化”发展要求转型升级。

智能印染、绿色印染为柯桥纺织赋能

近日，记者获悉绍兴永通印花有限公司将与西纺织产业创新研究院以及西安德高印染自动化有限公司三方共同合作，开展纺织印染智能工厂整体解决方案项目，通过产学研合作助推印染产业智能化发展。

围绕印染企业“高新化、智能化、绿色化”发展要求，柯桥自去年便出台全域印染企业改造提升行动方案，大力推进印染企业全域改造提升，数字化、智能化改造成为柯桥印染企业发展实施的重要路径。据悉，目前“迎丰科技”“宝纺印染”“英吉利印染”等都已进行了智能化改造提升。

印染产业作为柯桥的主导产业、优势产业，近年来面对传统高污染、高能耗、高排放的“三高”症状，柯桥印染企业重新洗牌，以“绿色高端、世界领先”的产业定位开启新一轮转型升级。据了解，近5年柯桥全区淘汰落后印染产能38.16亿米，环保设备投资超15亿元，国际先进设备应用比重由30%升至60%，全区规上工业增加值综合能耗同比下降8.1%，每米印染布附加值提高15%以上。柯桥纺织印染业正通过不断革新升级，推动整个行业向着国际高端跃升。(张颖)

柯桥外贸出口6月实现正增长

据海关数据显示，今年6月份柯桥外贸出口达76.02亿元，同比增长8.21%，环比增长68.79%。这是今年新冠疫情发生以来，出口额首次实现正增长，为柯桥外贸回暖带来信心。

纺织业作为柯桥外贸的主体，面对全球疫情冲击，柯桥政府和企业上下同心，共克时艰。

为帮助外贸企业解决保规模、稳订单、降成本、促融资等难题，柯桥区出台10大行动稳外贸拓市场。同时，根据疫情发展趋势，柯桥及时调配4200万元参展补助资金，组织企业参与各级各类“云展会”、“直播带货”等贸易新模式；鼓励企业积极投保出口信用保险，发挥“小微企业政府联保平台”作用，出口风险防范资金增至3500万元，目前已为2989家小微企业投保出口信用保险；深化银政联动，举办知识产权质押融资等专场银企对接会，目前授信合计5.8亿元；正式开通跨境电商“9610”出口业务，加快跨境电商等新业态发展。

柯桥纺织外贸企业依托产业集群地优势，积极在危机中探寻发展新契机。通过多元化市场布局和创新产品，化被动为主动，踏上抗风险赛道。浙江力笙进出口有限公司在疫情发生后，迅速调转“船头”，生产经营口罩、防护服、手套等防疫物资，销往欧洲、南美洲等市场，带动外贸企稳回升；绍兴市泽浩纺织品有限公司积极保订单、保市场、保履约，以创新新产品和高效的出货优势不断创造新增长点。

防“疫”不停，战“疫”不止，作为国家级外贸转型升级基地，柯桥仍将继续深练内功、上下求索，引领企业“由内而外”迸发创新活力，以强劲的韧性与活力应对未知的挑战。(张颖)



大湾区纺博会上，高勇一行参观盛泽展位。

千里赴鹏城，只为鹏程万里

盛泽 151 家企业参加大湾区纺博会

通讯员_范明娟 黄正

深圳，别名鹏城，是中国第一个经济特区，是改革开放的窗口。2020年，在新冠肺炎疫情发生、行业运行承压负重、期待回暖的背景下，中国东方丝绸市场组团乘风破浪，前往深圳参展，被赋予了一番别样的意义。

7月15—17日，为期三天的大湾区国际纺织服装服饰博览会（以下简称“大湾区纺博会”）在深圳国际会展中心（宝安新馆）举行。由中国东方丝绸市场组织、151家参展企业参与的盛泽展团再次整装出征，以1600多平方米的展区全方位展现盛泽面料“原产、原创、生态、流行”的时尚特点，展示“中国丝绸第一镇”转型升级最新成果。

盛泽展团面料夺人眼球，企业实力强劲

参加本届大湾区纺博会的盛泽展团包括盛虹、华佳、欧梦尼亚、紫荆花、恒信织造、总信纺织、协和纺织、文晖纺织、凯灵纺织等众多盛泽的优秀企业，其阵容强大、面料品类多、产品档次高，诸多国内外采购商纷至沓来，选购理想的时尚面料。

在盛泽展团专区，全涤、尼龙、天丝、人丝、大提花、醋酸、全棉、环保再生纤维以及真丝等各类面料产品星罗棋布，集中展现了盛泽面料时尚性强、科技含量高的技术实力。参展的盛泽休闲面料不仅具有功能性、时尚性的传统优势，更在新材料运用和技术创新上凸显独创之处，充分体现出盛泽面料企业对流行趋势的超前引领意识。

展会首日，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、会长孙瑞哲、原会长王天凯在吴江区委常委、吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记、中国东方丝绸市场党工委书记王益冰，吴江高新区管委会副主任、盛泽镇党委副书记、中国东方丝绸市场管委会主任张建华等的陪同下先后调研了盛泽展团，并参观了参展企业，勉励企业要做足功课、打响企业品牌。

据中国东方丝绸市场管理办公室主任孙建华介绍，此次盛泽共有151家纺织面料企业赴深圳参展，展位面积1674平方米，无论是企业数量还是参展规模，都比去年有所扩容。

为集中展示盛泽织造实力，打响盛泽纺织面料在全国乃至全世界的知名度，本届盛泽展团采用“统一规划、抱团发展”模式集体亮相，并在每个摊位上用显著的标识展示“丝绸古镇”“纺织名城”“时尚之都”三张靓丽名片，进一步展示盛泽面料品牌。

提振产业发展信心，盛泽要做“专精特新”

近年来，随着盛泽镇纺织产业转型升级步伐的加快，广大纺织企业的创新能力也越来越强。在展会上，盛泽纺织企业纷纷在采购商面前拿出自己的拳头产品，带来最新款、最科技、最环保的流

行面料。这些极具时尚感和现代感的面料不仅满足了市场的多元化需求，也兼顾了穿着舒适与环保健康的未来服装潮流趋势。

在这次展会上，欧梦尼亚精心准备，携带公司数百款“拳头”面料亮相。该公司董事长王志良说，企业规模虽不大，但属于“高精尖”型纺织企业。深圳一直是时尚女装面料的标杆，公司想凭借研发的新产品与深圳的服装企业碰撞出更多的“火花”，并将盛泽的产品推向全国乃至全球的时尚前沿。目前，该公司展示的一些最新设计开发的压绉、烫金的裙子面料得到了诸多服装采购企业的关注。

吴江麦步纺织品有限公司是一家以时尚女装面料为主打的企业，此次展会，公司带来了印花系列、剪花系列、绣花系列、尼龙系列、仿醋酸系列等几百款面料，款式新潮，时尚感极强。“我们基本上每年都参加intertextile面辅料展会，也非常看好这个平台，今年我们展位的面积也比较大。”该公司总经理沈平告诉记者。

“我们这次带来了再生面料、复合丝面料等200多款产品，今天接待了不少问询的客户。”吴江文晖纺织有限公司经理张春辉告诉记者，他们公司以时装面料为主打产品，注重开发环保、新型、再生面料。记者在现场看到，该公司带来了石墨烯面料、醋酸面料、棉感和绒感面料等，产品多样、功能性强。

“虽然我们的展位面积不大，展示的产品种类也不多，但都是公司的主打产品和最新产品，包括弹力面料、TPU雨衣面料、热感面料、反光面料、石墨烯抗菌面料等。”苏州市琛帛纺织科技有限公司总经理张金辉向记者展示了公司的一款热感面料，只要将手放在面料上，原本本色的一块面料就变了颜色，科技感十足。

对于盛泽纺织企业的未来发展，王益冰指出，要对未来纺织业发展充满信心，在品牌运作时，一是不能做“小而散”，而要做“专精特新”；二是要充分重视研发面料和服装设计，企业发展定位要准确且要高端，尤其是可以利用政府的设计师平台，打造自身品牌；三是要进一步提高面料的附加值，在面料后道工艺方面做足文章，充分利用盛泽产地优势和资源优势，把企业品牌做大做强。

深度融入大湾区，盛泽纺织正扛旗走向世界

机遇总是给有准备的人。盛泽展团参展企业推出的特色面料不仅在展会现场深受好评，那些早已化身时装出现在服装展的特色面料，更彰显出盛泽纺织企业已深度融入粤港澳大湾区发展机遇之中。

在本届纺博会上，吴江盛伟紫荆花纺织有限公司董事长周建春收获颇丰。作为intertextile面辅料展的“常客”，紫荆花纺织为参与此次纺博会，提前2个多月就开始准备，并携带新开发的80多款时尚面料和流行新品面料集中展示，如石墨烯、尼龙、印花等产品。尤其是新开发的石墨烯面料一经展出便收到了良好的效果，该面料既有时尚元素，又有抗菌和导电功能，展会首日成功吸引了10个意向客户。

本次大湾区纺博会上，四个专业展会联动举行。在大湾区国际服装服饰博览会上，很多人发现，参展的服装企业所用的面料不少产自盛泽。对此，王益冰表示，期待更多的服装企业能与盛泽面料企业开展“点对点”合作，他建议服装企业与盛泽面料企业共同开展研发合作，共促发展，实现双赢。

实际上，为了帮助企业更好地了解市场的最新动向，近年来，中国东方丝绸市场不断加大力度，支持企业走出去，扛着“盛泽展团”这面大旗，率领盛泽地区的规模企业走向全国、走向世界。

此次盛泽展团的“走出去”与最前沿的深圳市场合作，其意义在于：一方面可以汲取深圳最时尚的流行趋势“养分”；另一方面将盛泽“丝绸古镇、纺织名城、时尚之都”的三张靓丽名片进一步推向全国乃至全世界，努力使盛泽成为具有世界纺织竞争力的时尚之都。

“盛泽是全球最大的纺织集群地，近年来正朝着时尚之都的目标奋进；通过与时尚、创新相结合，盛泽面料更具创新活力，更有发展前景。”孙建华表示，全国各大纺博会一直是盛泽纺织企业拓展客户、创新发展的有力抓手。每次展会，盛泽展团集中展示盛泽最好的面料，有效扩大了企业的影响力，提升了区域品牌凝聚力，增强了市场竞争力。[1]



盛泽展团采用“统一规划、抱团发展”模式集体亮相，集中展示盛泽最好的面料。



长发国际·2020 中国面料之星
参评企业产品系列报道 (二)

长发国际时尚中心
CHANG FA FASHION CENTER

有料才酷 为你而来

本刊记者_雷蕾 / 文 章简 / 摄

长发国际·2020 中国面料之星用户满意产品调查活动是由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办，长发国际时尚中心独家冠名的最具影响力的全国性面料调查活动，自6月下旬启动以来，已陆续收到全国各大面料企业参评产品。

为进一步发现、推广优秀面料企业，切实搭建产业上下游精准对接的专业服务平台，不断满足市场需求，活动组委会将根据参评企业提交面料信息表完善程度、参评产品市场迎合度等标准，经初步筛选，借助《纺织服装周刊》杂志、官微、官网等载体进行免费推广报道。

本期向大家介绍山东南山智尚、绍兴皮尔波澜、魏桥纺织、绍兴水乡、吴江盛伟紫荆花、绍兴缘之绘、陕西金瑞烯、浙江草木、山东如意、绍兴迈宝、浙江布衣、绍兴金点子、苏州金尚豪带来的最新面料产品。这些面料涵盖了男装、女装、休闲装、家居服、童装等领域，在现有织染工艺的基础上进行了多种创新，尤其是一些新材料的应用，使得产品形成了鲜明的风格特点，在舒适性、功能性及时尚环保等方面得到了进一步提升。

山东南山智尚科技股份有限公司



面料名称: 传奇
原料成分: 绵羊毛 95% 桑蚕丝 5%
产品特点: 本产品使用半精纺纱与竹节粗细纱相结合，采用透孔组织，增加织物透气性，同时织物呢面更立体休闲。织物中混入少量的丝，改善织物呢面光洁度，后整理采用 CIMI 缩呢工艺 + 平洗连煮工艺结合的方式，保证织物手感风格。烘呢阶段加入抗皱助剂，保证织物的抗皱性能。
应用领域: 男装



面料名称: 自然之雅
原料成分: 山羊绒 100%
产品特点: 本产品使用 100% 原色紫羊绒，不需染色，环保。后整理采用顺毛整理（拉毛）工艺，在烘呢阶段加入环保柔软羊毛保护剂，使面料更蓬松，柔软。采用开式蒸呢技术与 KD 蒸呢技术相结合的工艺方式，使得面料尺寸稳定性更高。
应用领域: 男装

绍兴皮尔波澜纺织品有限公司



面料名称: 高级高支精纺毛料
原料成分: 美丽诺羊毛 石墨烯聚酯纤维
产品特点: 冬款面料，具有活性，环保功能。
应用领域: 男装、女装、休闲装、工装



面料名称: 高级高支精纺毛料
原料成分: 美丽诺羊毛 石墨烯聚酯纤维
应用领域: 男装、女装、休闲装

魏桥纺织股份有限公司

面料名称: 纯棉永久抗菌牛仔
原料成分: 棉 100%
产品特点: 产品选用抗菌棉纤维与常规棉纤维搭配应用。1. 面料持久抗菌，水洗 100 次后抑菌率仍达 99%；2. 产品 100% 纯棉材质，面料轻薄、舒适透气。
应用领域: 内衣、家居服



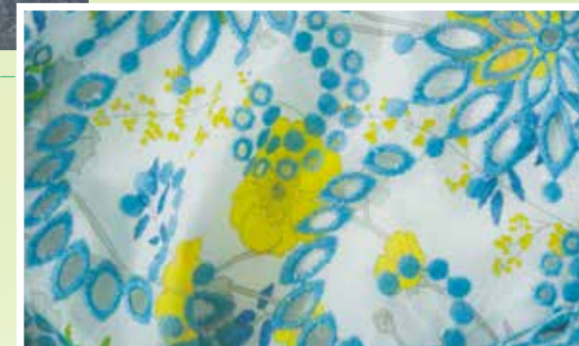
面料名称: 卓尔不凡
原料成分: 国产莱赛尔 100%
产品特点: 产品通过紧密赛络的纺纱形式，实现国产莱赛尔 80 支纱线开发及应用。1. 100% 纤维素材质绿色环保，高支高密面料轻盈柔软、亲肤舒适、吸湿透气；2. 莱赛尔精梳工艺紧密赛络纺生产，面料品质卓越。
应用领域: 女装



绍兴水乡纺织科技有限公司

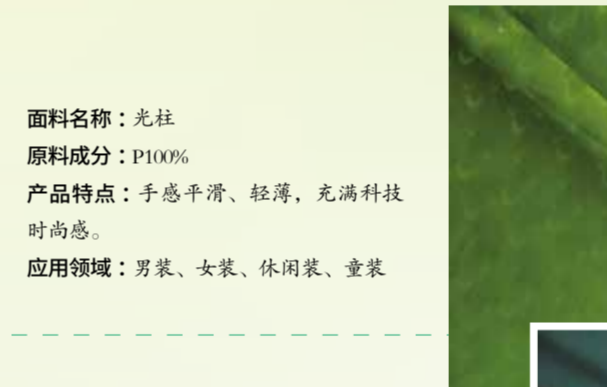


面料名称: CPT 牛仔
原料成分: 棉 48% 涤纶 43% 天丝 6% 氨 3%
产品特点: 采用棉涤天丝混纺材料，用色织工艺织造而成，产品经砂洗呈现出经典的竹节牛仔风格，手感柔软滑爽，富有弹性。四种材质的原料混纺组织，兼顾棉的吸湿透气和涤的挺括。
应用领域: 女装



面料名称: 印花亦绣花
原料成分: 棉 80% 涤 20%
产品特点: 设计灵感来自大自然的植物花草，采用 60 支精棉底布，经过活性印花后，再用色线打孔绣花，用水溶煮退和低温定性新染整技术，保持面料的特有风格和鲜亮色。
应用领域: 女装

吴江盛伟紫荆花纺织有限公司



面料名称: 光柱
原料成分: P100%
产品特点: 手感平滑、轻薄，充满科技时尚感。
应用领域: 男装、女装、休闲装、童装



面料名称: 平纹经纬 T400
原料成分: Sorona100%
产品特点: 手感舒适，有弹性、面料挺括，可再生、环保、保形。
应用领域: 男装、休闲装、童装

绍兴市缘之绘纺织品有限公司



面料名称: 单面亮片丝提花烫金
原料成分: P97% SP3%
产品特点: 时尚靓丽，特色鲜明。
应用领域: 女装



面料名称: 银丝提花冲片
原料成分: P95% SP5%
产品特点: 时尚靓丽，特色鲜明。
应用领域: 女装

陕西金瑞烯科技发展有限公司

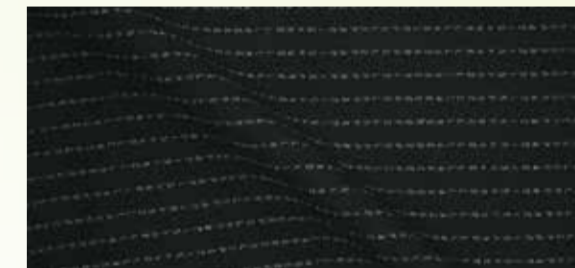


面料名称: 石墨烯衬衣面料
原料成分: 石墨烯棉 100%
产品特点: 具有多项优质功能，例如：1. 低温远红外功能；2. 抗菌抑菌功能；3. 防静电功能；4. 防紫外线功能；5. 吸湿透气功能。
应用领域: 男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



面料名称: 石墨烯西装面料
原料成分: 羊毛 50% 石墨烯涤纶 42% 桑蚕丝 5% 莱卡 2%
产品特点: 是一种智能多功能新型面料，具备诸多功能特点，包括：低温远红外、抗菌抑菌、防静电、防紫外线、吸湿透气等。
应用领域: 男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装

浙江草木纺织科技有限公司



面料名称: R/T 双面小提花
原料成分: 粘胶 54% 涤纶 40% 氨纶 6%
产品特点: 该款面料是提花组织，克重 405g/m²，门幅 163cm，手感干爽有弹性。
应用领域: 女装



面料名称: 黑白彩条
原料成分: 再生涤纶 48.5% 锦纶 23% 粘胶 15.7% 阳离子可染涤纶 12.8%
产品特点: 该款面料是双面组织，克重 490g/m²，门幅 150cm。采用 10 支阳/A/R 混纺色纱，400D 可再生 DTY 原料，在粗针双面机上用可再生环保涤纶与 10 支腈纶混纺纱线编织斜纹风格，面料厚实、保暖。
应用领域: 女装

山东如意数码科技印染有限公司

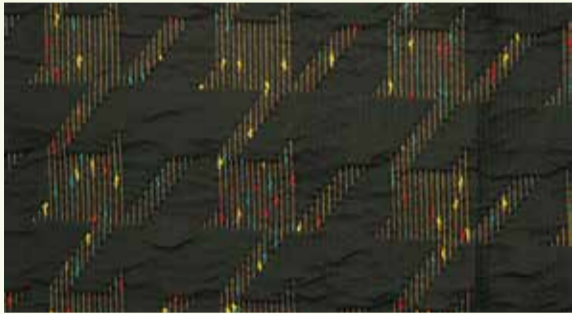


面料名称：速鹿仙踪
原料成分：棉锦弹力贡缎
产品特点：采用绿色环保的生态原材料。亮点包括：1.Single Pass；2.数码活性直喷；3.色彩艳丽，色牢度好。
应用领域：女装



面料名称：韶华倾负
原料成分：人棉乱麻提花
产品特点：采用绿色环保的生态原材料。亮点包括：1.Single Pass；2.数码活性直喷；3.色彩艳丽，色牢度好。
应用领域：女装

浙江布衣纺织品有限公司



面料名称：千鸟格提花面料
原料成分：涤 100%
产品特点：色织提花机制造，立体感强。经典的千鸟格风格加上新颖的特种纱，呈现出不一样的效果。
应用领域：女装

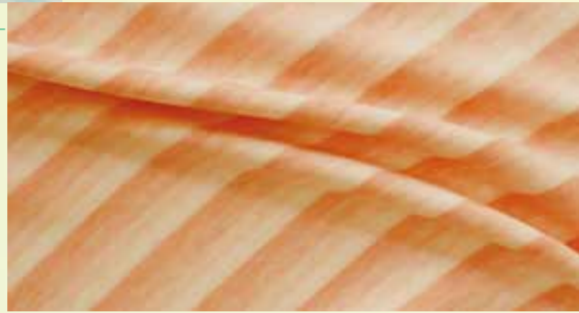


面料名称：点点提花面料
原料成分：涤 61% 锦纶 39%
产品特点：面料色泽柔和，手感柔软舒适，点点泡泡提花立体感强。布身成凹凸状泡泡点子提花。
应用领域：女装

绍兴迈宝科技有限公司



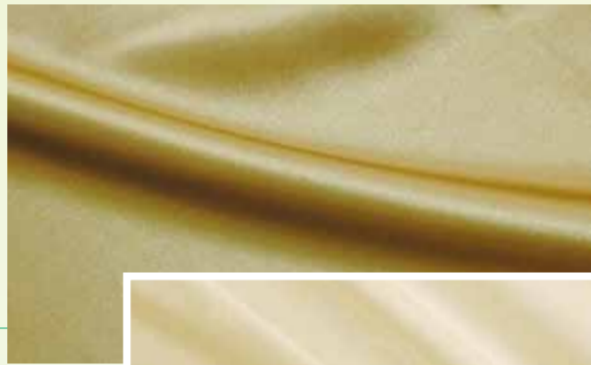
面料名称：“清水染”梭织色纺条纹衬衫全棉面料
原料成分：C100%
产品特点：1.极速上染，瞬间见效；2.健康环保，绿色天然；3.炫彩缤纷，光泽亮丽；4.色纺上品，染出来的色纺纱效果凸显都市休闲风范；5.天然可降解和“清水染色”结合，时尚与环保并存，柔软亲肤且性价比极高。
应用领域：男装



面料名称：“清水染”针织内衣渐变全棉双面汗布
原料成分：C100%
产品特点：1.极速上染，瞬间见效；2.健康环保，绿色天然；3.炫彩缤纷，光泽亮丽；4.色纺上品，染出来的色纺纱效果凸显都市休闲风范；5.天然可降解和“清水染色”结合，时尚与环保并存，柔软亲肤且性价比极高。
应用领域：内衣、家居服、童装

绍兴金点子纺织科技有限公司

面料名称：醋酸交织
原料成分：醋酸 76% 涤纶 24%
产品特点：醋酸涤纶交织，通过织造与染整工艺处理，解决了醋酸长丝的强度问题。耐冲击强度高，弹性好，织物不褶皱，尺寸稳定性好，耐热性好，吸水性好，耐磨性好，耐光性好，耐酸碱，不怕霉。
应用领域：女装



面料名称：CY人造提花
原料成分：人丝 100%
产品特点：人丝面料是绿色纺织品，生态环保且安全，透气性好，吸湿透汗，面料富有凉爽感，亲肤性能好，舒适性好而且抗静电。
应用领域：女装



苏州金尚豪纺织有限公司



面料名称：行云流水
原料成分：涤纶 90% 锦纶 10%
产品特点：纬向采用高收缩涤纶复合丝，使用开纤技术使面料更加柔软。采用分条整经和倍捻等工艺在平机上织造而成。
应用领域：男装、女装、休闲装



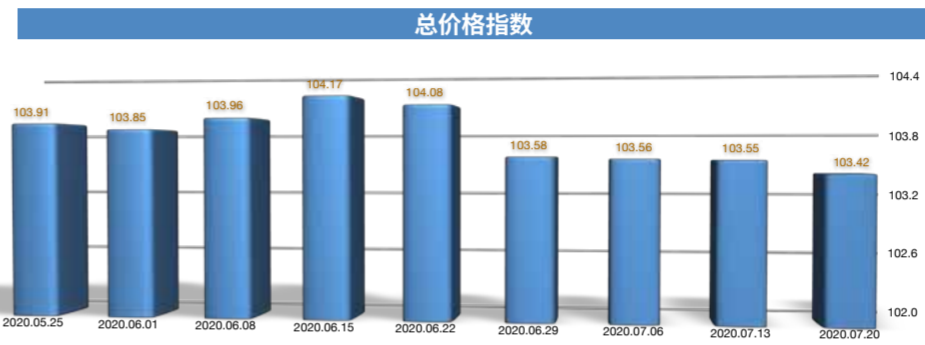
面料名称：蛇紫嫣红
原料成分：涤纶 40% 锦纶 60%
产品特点：面料经纬采用锦涤交织，布面呈现双色效果，既简约又大方。采用整浆并、穿扒等工艺在凸轮机上织造而成。
应用领域：男装、休闲装 **TA**

本栏目刊登企业为经活动组委会初选适合报道的企业，与是否获奖无关。最终获奖名单由赛事评审委员会最终裁定，并于 9 月在中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会现场举办发布仪式。

夏日淡季成交下降 价格小幅下跌

20200720 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20200720 期纺织品价格指数收报于 103.42 点，环比下跌 0.13%，较年初下跌 1.64%，同比下跌 2.11%。



近期，中国轻纺城夏日淡季成交下降，其中：原料市场价值量微幅下跌，坯布市场价值量环比小跌，服装面料市场布匹价值量微势回升，家纺类产品成交价值量小幅下跌，辅料行情环比小升。

原料价值量微幅下跌，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 76.63 点，环比下跌 0.09%，较年初下跌 5.69%，同比下跌 7.80%。

聚酯行情多显震荡，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 3515—3535 元/吨，MEG 主流 3470—3475 元/吨，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 4475 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格有稳有跌，POY 报价环比下跌，POY 跌幅在 20—30 元/吨，FDY 价格环比持平，DTY 价格环比持平。按照惯例，夏季多为涤纶长丝需求淡季，企业库存也将达到年内高点，而今年受公共卫生事件影响，涤纶长丝企业库存压力持续增加，而下游加弹、织造、印染行业已听闻部分企业存在停车放假的计划。

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 5345—5355 元/吨，跌幅在 120—180 元/吨，成交价重心环比下跌；涤纶短纤价格连连有所下跌，目前出口订单销量不及预期，国内市场又是传统淡季，在供强需弱的背景下，未来涤纶短纤供应压力将逐步增加，原料端强势依旧无法挽回价格的持续走弱，市场依旧不足。近期纯涤纱市场报价环比下跌，32S 纯涤纱报 9350 元/吨左右，报价环比下跌 300—450 元/吨；45S 纯涤纱报 10700 元/吨左右，报价环比下跌 300 元/吨。

纯棉纱价格稳中回缩，人棉纱价格稳中回软。上游棉花市场始终难以重启，客观上拖累纱线，截至 7 月中旬，内地“双 29”新疆机采棉和“双 28”相比前一周价格重心再跌约 100 元/吨。近期，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。纱线市场价格跌幅趋缓，但销售清淡，纱厂以出货为主，减停产继续。纯棉纱价格仍然以低迷为主，行情更加让人担忧。自 6 月初以来，纯棉常规纱报价累计下跌 500—700 元/吨，进入 7 月份之后继续呈现缓慢走低。纯棉精梳纱同样呈现下行走势。

近期，粘胶短纤原料价格稳中局部下跌，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 8500—8600 元/吨，价格环比跌幅在 100—160 元/吨。目前，粘胶短纤的主流报价处于下跌通道，近期人棉纱价格局部稳中回软，30S 人棉纱价格报 12000—12020 元/吨，价格环比跌幅在 50—80 元/吨；40S 人棉纱报 13100 元/吨左右，价格环比下跌 100—200 元/吨。

坯布行情环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 120.28 点，环比下跌 0.65%，较年初上涨 0.33%，同比上涨 0.97%。

本期坯布类价格指数呈小幅下跌走势。近期，随着坯布库存再次回升，企业让利促销活动再次提上日程。截至目前，由于订单少、经营亏损，不少坯布企业正在着手放假。据了解，由于订单少，整个浙江地区停产放假企业已超过 40%，部分未放假企业也是举步维艰。其中：混纺纤维坯布行情环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价值量环比回落；化学纤维坯布现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈小幅下跌走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价值量环比回落；天然纤维坯布营销环比回落，价格指数呈小幅

下跌走势，纯棉纱卡坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比回落，拉动坯布类总体价格指数小幅下跌。

服装面料销售微势回升，价格指数微幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.64 点，环比上涨 0.08%，较年初下跌 0.48%，同比下跌 0.52%。

本期服装面料类价格指数微幅上涨。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售微势回升，创新面料价格环比小增，兼具时尚元素创意产品价值量环比增长。近期，服装面料现货成交和订单发货略有回升，价格环比微涨。其中：涤纶面料、涤锦面料、粘毛面料、锦棉面料、麻粘面料成交价值量不等量上涨，拉动服装面料类总体价格指数微幅上涨。

家纺营销环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.91 点，环比下跌 0.16%，较年初上涨 0.44%，同比上涨 0.12%。

本期家纺类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城家纺市场销售环比回落，价格小幅下跌。大众色泽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，价格环比下跌。其中：日用家纺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继续回缩，价格指数呈小幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比小跌。

市场行情环比回升，辅料指数小幅上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 129.09 点，环比上涨 0.12%，较年初下跌 2.03%，同比下跌 1.40%。

本期服饰辅料类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回升，因下游企业备货环比小增，现货成交和订单发货呈现环比回升走势。花边类行情环比推升，价格指数呈小幅上涨走势；服装里料类行情环比回升，价格指数呈小幅上涨走势，拉动辅料类总体价格指数小幅上涨。

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。因国外疫情仍在发酵，居民对于服装、家纺等非必需品的需求持续下降，对面料需求逐步减少，纺织企业步履维艰。正值特殊之年的夏日淡季，下游需求继续下降，后市夏季面料供给环比回缩，夏季面料现货成交环比下降，秋季面料采购局部显现不足；今年淡季受疫情影响，外单不足，部分企业着手放假，南北客商认购踊跃度仍将震荡小跌，预计市场行走势局部继续偏淡，整体市场成交将呈现震荡小跌走势。 **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

市场交投气氛好转 指数小幅回暖

2020年6月份商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”市场景气点评

据商务部中国·盛泽丝绸化纤指数（下称“盛泽指数”）监测显示，受到市场交投气氛好转的带动，2020年6月份盛泽市场月度景气指数继续上涨。数据显示：2020年6月份市场整体景气指数为75.54点，与上月相比上涨了1.01点，涨幅为1.34%。从分类产品市场景气指数来看，化纤类产品6月份市场景气指数为76.34点，较上月上涨了1.14点，涨幅为1.49%；而丝绸类产品景气指数也小幅上调，较上月上涨了2.09点，收在88.11点。

图1 盛泽市场月度市场景气指数走势图



分析可见，6月市场景气度小幅回升，主要是海外经济活动逐渐重启，市场订单稍有好转从而带动了市场走货。蚕茧丝绸则受到部分高质量产品需求较好带动，指数也小幅回暖。

影响化纤产品景气指数的因素分析

分析可见，6月总体交投气氛稍好于前期。具体来看，市场总体判断涨幅超15%，其他数据也出现不同程度的好转，如销售总量、产品订货、产品库存、盈利（亏损）变化、流动资金周转、企业融资、贷款拖欠、顾客人气、店员工资、运输成本、货物发运等指标表现好于前期。而进货成本、产品销售价格等二类指标较前期有所下跌。同比来看，今年6月行情不如去年同期，在跟踪的二类指标中，只有进货成本好于前期，其他指标全线走弱。

1. 全球原油需求改善，涤纶长丝价格环比上涨。6月初，受OPEC会议提前召开且可能会延长的影响，目前970万桶/日的减产至少两个月，原油价格冲高，从而带动了聚酯原料整个重心上涨，同时在宏观预期偏好转暖的情况下，下游买盘也给到一定支撑，涤纶长丝在此提振下，上半月表现较好，但是下半月受到产销表现平平的影响，涤纶长丝价格稍有回调，不过与5月相比，价格仍有一定的上涨。

2. 外贸市场部分恢复，仿真丝局部走好。进入6月，织造市场整体表现温吞，但是局部也有热点产品，尤其是外贸市场，部分仿真丝走货好于前期。具体来看，SPH破卡销售如日中天，日出万米坯布；复合丝乱麻需求旺盛，甚至导致原料POY一货难求；佐积麻迎来一波订单，中东地区需求量大。除了原料上涨对坯布成本有支撑之外，海外部分市场恢复也导致订单有所好转，造成了仿真丝反季节销售的现象。

3. 企业融资成本下降，缓解企业经营压力。今年受到疫情影响，市场整体订单表现不佳，不少织造企业资金压力较往年更大，一方面产销难以平衡，库存持续上升占用企业流动资金；另一方面原料价格上涨，货款回收缓慢，企业资金周转压力较大。

为了应对疫情冲击，央行持续提高货币政策“直达性”，除3000亿元疫情专项再贷款外，今年央行增加了支小支农再贷款再贴现额度1.5万亿元。央行出手，降低再贷款与再贴现利率，降低了银行支持小微/涉农企业信贷与票据资金的成本，提高银行调降对小微企业与涉农企业贷款的意愿。

4. 外贸“至暗时刻”已过，6月出口数据好于预期。疫情之下，中国率先复工复产，快速补齐全球供应链短板。数据显示，上半年，我国外贸进出口虽下降3.2%，但降幅较一季度明显收窄了3.3个百分点。其中，6月份当月进出口实现年内首次双双正增长。据海关统计，2020年6月我国出口纺织纱线、

织物及制品161.568亿美元；2020年1—6月我国出口纺织纱线、织物及制品741.033亿美元，同比增长27.8%。

影响丝绸产品景气指数的因素分析

分析可见，6月市场景气指数小幅走高，其中市场总体判断、产品订货、顾客人气这三个二级指标上涨幅度均超20%，其他指标如销售总量、企业融资、货物发运、资源供应指标环比上涨；而进货成本、产品销售价格、盈利（亏损）变化等指标不如前期，尤其是盈利（亏损）变化指标下降幅度较大，跌幅超10%。从同比数据来看，今年的二级指标中，只有店员工资和运输成本同比好转，其他指标均有不同程度的下调。

图2 盛泽市场丝绸产品景气指数走势图



1. 市场涨跌不一，高质量成交价仍较好。进入6月，蚕茧价格涨跌不一，截至最后一个交易日，210325合约上涨0.09报收于29.19万元。现货面上，6月下旬以来，淡季特征愈发明显。试运行的高品质生丝走货仍较慢，谈判艰难。部分工厂在实力支撑下应对压价挺价意愿仍较强，部分工厂出点货回收点资金，部分工厂在整体下跌中有老客户基础和质量要求，成交价仍较好。

2. 国家政策扶持，6月宏观数据向好。疫情之下，丝绸等服装家纺类的盈利能力受到很大影响，尤其是外贸出口方面，在目前印度疫情发展态势下，对印巴市场的丝类和绸类出口压力连续较大。为了应对疫情冲击，国务院办公厅发布《关于支持出口产品转内销的实施意见》，中低等级丝类主产区的地方政府也在精准及时地逐步落实政策维护行业发展。

此外，6月的宏观数据向好，2020年6月制造业PMI 50.9，市场预期50.4，前值50.6；非制造业PMI 54.4，前值53.6。服务业PMI超预期大幅回升，这是本次PMI的最大亮点。制造业PMI已经回到历史高位景气区间。

后市预测

上半年疫情是影响纺织行业最大的“黑天鹅”，下半年亦如此，全球经济尚未恢复，这也导致全球贸易的好转时间点充满未知。为了遏制新冠肺炎疫情病例的回升，多国开始继续实施“禁令”暂停复工复产计划，外贸订单要想在下半年大面积恢复难度较大。此外，从企业自身而言，长期接单不畅也造成了企业目前库存高企，市场去库存难度较大，资金周转缓慢，再加上7月原本就是纺织市场的传统淡季，预计7月景气指数好转不易，将呈现小幅下跌的状态。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 即刻下载纺织通APP

紡織 TAIWAN TEXTILE MONTHLY 月刊

亚洲专业之中文纺织杂志

纺拓会出版之《纺织月刊》自1996年创刊以来，已成为中文纺织专业杂志的优秀品牌，订阅厂商遍布亚洲市场，包括中国内地、中国香港等。

提供即时丰富的纺织资讯

《纺织月刊》内容提供即时丰富的纺织资讯，内容如：“专家论坛”、“专题报导”、“市场讲座”、“纺织统计”、“设计研发”、“流行时尚”、“永续时尚”、“产业动态”及“国际大展”等，协助您掌握全球纺织产业及市场的新脉动，领先一步与世界接轨。

《纺织月刊》每期精选报道内容皆刊登于月刊官网，欢迎上网浏览！

如果您欲了解月刊内容与订购方式，欢迎前往官网（<http://monthly.textiles.org.tw/>）查阅各期精华文章，更欢迎您加入订阅！

《纺织月刊》研讨会或发布会规划服务

《纺织月刊》可依个别厂商需求，规划办理品牌、市场、产品、技术、环保等专题研讨会或产品发布会，邀请相关专家及厂商参加，并将活动内容摘要报道于《纺织月刊》中，以协助业者寻求商机、开拓市场。

订阅专线：+886-2-23417251#2362 张小姐

E-mail：ya_ling@textiles.org.tw



Taiwan Textile Federation
纺拓会



T 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