

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

2020.08.31 | 第32期 | 总第992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: 010-85229379
联系人: 郭春花



P18

直播电商风口下,
纺企如何迎风起舞?



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



汇聚领军力量 共促行业发展

第四届中国产业用纺织品行业领军人物出炉

P22
有料才酷 为你而来



8月24-26日, 2020中国国际家用纺织品及辅料博览会在国家会展中心(上海)举办, 近千家参展企业展示了最新产品。



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

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

支持单位：华源生态科技有限公司

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》杂志社

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
廖小萱 夏小云
徐晶鑫
美编 郭森

新媒体部

资深摄影 关云鹤
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: [中纺网](#)

承印: 北京中科印刷有限公司

法律顾问: 大成律师事务所

终于等到你

“终于等到你!”进入8月下旬,展会、论坛等一场场行业活动轮番举行,各类经贸活动进入快车道,积蓄已久的行业热情正在快速释放,期盼、相聚的力量传递出了行业坚韧不拔的信心与行动。

8月24—26日,2020中国国际家用纺织品及辅料博览会在国家会展中心(上海)举行。展会面积达10万平方米,参展企业近千家。在现场,大部分企业都表示,自5、6月份以来,随着国内疫情趋稳,全球消费市场逐步复苏,企业生产经营逐渐好转,订单量激增,有些企业的订单甚至已排期到年底。而且预计到明年上半年,家纺产品的市场需求量仍会不断扩大。

此外,8月20—21日,“凌迪Style3D·2020中国服装论坛”圆满举行。以“大变革:信心与行动”为主题,两天时间里,论坛云集了行业领军人、时尚变革者、青春行动派、数字精英、文化学者,为我们描绘了一个富含活力与令人充满想象力的未来。

8月21—23日,2020海宁中国·国际家用纺织品(秋季)博览会在海宁中国家纺城举行。展会继续秉承“从一块布到一个家”的发展理念,全面展现海宁家纺新元素、新理念、新工艺、新产品等。

经历了蛰伏期,纺织服装行业即将迎来期盼已久的“金九银十”,行业内的好消息也接连而来。

近日,从虎门传来消息,虎门纺织服装业一口气确定了下半年的四项展会活动:第二十五届中国(虎门)国际服装交易会暨2020虎门时装周(秋季)将于11月19—22日举行,线上线下联动办展,推动商贸强势复苏;国家级服装印花“双会”——2020中国服装服饰印花发展大会暨2020中国国际服装服饰印花博览会,定于9月24—28日举行;2020第二届中国(虎门)纺织面辅料交易会定于11月5—7日举行,助力服装企业与面辅料企业对接;湾区品牌服装岁末乐购展计划于岁末年初2021年1月1—10日举行,将重点为服装企业缓解市场压力。

而接下来,9月2—4日,第十四届中国国际产业用纺织品及非织造布展览会(CINTE20)将在上海举行,第九届中国国际非织造布会议(CINC2020)也将在9月2—3日举行,不仅将全面展示产业用纺织品在抗击疫情中发挥的重要作用,还将为产业链未来的有序发展探索路径。

在9月23—25日,中国纺织“秋季联展”将集结面辅料、服装、纱线、针织四大专业展会,联动纺织产业上下游,开启“双循环”新格局,迎接决胜2020年度下半场的收官之战。

“破云而出的永远是光”,错失“金三银四”后,“金九银十”更显得弥足珍贵。在新的形势下,每一位行业开拓者、会展组织者、活动参与者,都是值得致敬的追光者。是你们,破云而出,迎风向前,照亮产业未来之路。

CONTENTS



10 关注 ATTENTION

中国(淮海)绿色纺织产业园 为行业注入新活力

纺织产业是江苏沛县的特色产业之一,2017年沛县被授予“中国粘胶纱生产基地县”称号。随着我国纺织行业转型升级步伐加快,沛县积极践行“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念,逐步做成国内最大、世界一流的纺织新材料、高品质纱、高档面料的生产交易中心,并带动整个纺织业转型升级,为打造淮海经济区最具竞争力的特色产业基地注入新的强大动力。

6 资讯 INFOS

隆庆祥新品发布:行走的山海经

8 关注 ATTENTION

提振信心,培育发展新动能

12 特别报道 SPECIAL

汇聚领军力量 共促行业发展

18 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

直播电商风口下,纺企如何迎风起舞?
乘风破浪,纺城“姐姐”不一般!

22 面料 INDUSTRY

有料才酷 为你而来
贴近市场,重塑更具可持续性的时尚产业

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

隆庆祥新品发布：行走的山海经



隆庆祥 2021 流行趋势暨定制新品发布会现场。

日前，高端定制老字号品牌隆庆祥举行了 2021 流行趋势暨定制新品发布会。源自中国古籍《山海经》的情景重现，描绘出隆庆祥本季新品的精髓，更携一股自然所赋予的奇妙能量而来。

本次发布在位于北京坊的“劝业场”举行，百年老牌与历史古建贴合的气韵，让彼此融为一体，互为辉映。接下来，隆庆祥会陆续在合肥、南京、河南等

全国各大区域市场开展线下巡回发布。

天空蓝、矿物黑、宝石红、大地黄、森林绿，斑斓的色系一扫疫情带来的阴郁，分别传导出从自然界中汲取的精华能量，呈现了商务系列、时装系列、中式系列三大风格，营造出现代的清雅与高级。

蓝色系、黑灰色系、红色系共同构成了本季的主色系，其中蓝色系又为最主打，多采用进口精纺高支纱面料，自信、优雅、沉静，诠释出经典商务系列的质感品味；

向来畅销的黑灰色系，总能坚守住自己的美学标准，多采用进口精纺、法兰绒、丝绒、灯芯绒、棉混纺面料，成为时装系列张力十足的个性表达；被视为中国色的红色系，满载着赤子之心与吉祥祝福，雕琢出中式系列的传统工艺求索；驼咖与绿色虽作为点缀色系，却是相当重要的存在。驼色系的含蓄温暖与绿色系的生机明亮，散发出清新的氧感。绿色系运用在商务

系列的格型上时，带来了极具艺术性的观感。

寻根中国传统手工艺文化，呈现非遗之大美。大量刺绣的运用，是隆庆祥本季发布新品的一大亮点。大量京秀结合欧式刺绣，传统中又尽显国际化的气场。所有绣花均为品牌原创设计，根据设计图、打版图纸一比一的设计、绘图，包括绣花的选色、选线、不同手法的穿插使用，以及钉珠都是全程跟踪调整，最终成就了一件件隆庆祥独有的作品。

作为曾为皇家制衣、拥有 400 余年家族制衣史的非遗老字号，隆庆祥的制衣历史可追溯至明朝，其先祖曾为隆庆帝定制袍服，得赐御封“袁式裁作”。至清代，因推动了满汉融合，获乾隆帝嘉奖，赐书“天庆祥瑞”。先祖将裁案制成匾额，改字号为“隆庆祥”。

如今的隆庆祥，凭借“量身定制，私人裁缝”、“1+1”量身定制贴心服务的核心优势，不断开拓全新的品牌发展格局，产品均为单人单版、单版单裁、单裁单做，以独一无二的专属性彰显尊贵荣耀。此次 2021 流行趋势暨定制新品发布，更走向了灵魂深处的探寻，表达了疫情带来的对于人与自然之间关系的反思，以大自然满溢的生命力与精神内涵，将隆庆祥浓厚的品牌文化作为核心语言，通过设计融合建立起联系，传递“循自然，得始终”的和谐理念。在这一过程中，也实现了品牌的又一次突破与蜕变。（林玲）

公司 | COMPANY

际华 3513：传承红色基因，走高质量发展之路

走进际华三五三实业有限公司的办公楼，首先映入眼帘的是一幅“增产节约”的题词，据悉，这是 1957 年 3 月 22 日朱德委员长到该厂视察时所题。1938 年，际华三五三实业有限公司成立于革命圣地延安原中共中央旧址。82 年来，际华三五三实业有限公司党委发挥自身优势，以特色企业文化传承好红色基因，弘扬革命传统和优良作风；以“红色教育基地”建设推动党性教育课堂向红色教育实景的延伸；以“创业型党建工程”凝聚改革攻坚合力，切实发挥好领头雁作用，以独特的一三文化引领广大党员守初心、担使命，始终保持敢打敢拼的战斗姿态，为企业持续、稳健发展凝聚攻坚力量。

传承红色基因，弘扬革命传统，是一三公司企业文化核心，为企业可持续、稳健发展凝聚了强大力量，储备了转型升级动力，为公司奋力开启新时代高质量发展新格局提供了重要支撑。公司先后被陕西省科技厅、财政厅、税务局认定为“陕西省 2019 年第一批高新技术企业”，被陕西省知识产权局评为“2019 年度陕西省知识产权优势企业”，连续获得新际华集团公司“生产经营红旗单位”、“五一劳动奖章”、际华集团股份有限公司“2019 年度生产经营贡献奖”；党的建设在坚持中深化、在巩固中提升、在创新中突破，公司党委连续获得“中央企业先进基层党组织”、“全国纺织行业党建工作先进单位”、“全国纺织行业思想政治工作先进单位”、“新际华集团先进基层党组织”荣誉称号。

面对新时代新挑战，公司依托自身优势，坚持把传承红色基因、弘扬革命传统作为一三独特企业文化建设的支撑，接续传承，以文化人，将红色基因渗进血液，融入血脉，深入推进“不忘初心、牢记使命”制度建设，坚定不移践行新发展理念走高质量发展道路，坚持不懈锤炼党员、干部忠诚干净担当的政治品格，为公司加快主业生产优化升级步伐、实现转型发展提供强有力的思想保障和精神动力。（桂兵）



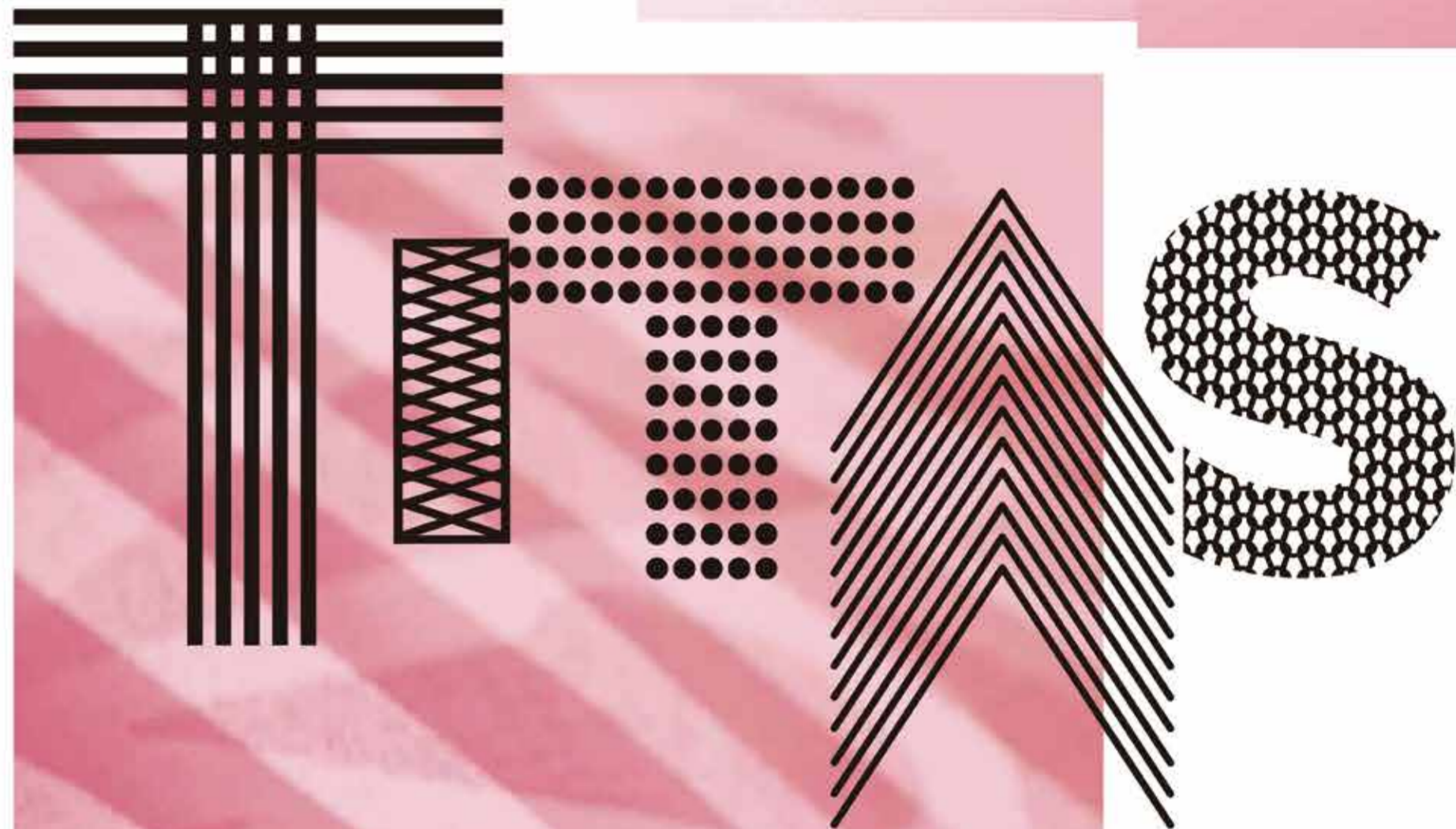
首家丙纶长丝企业创业板上市，蒙泰高新将步入发展快车道

8 月 24 日，创业板迎来历史性时刻，创业板改革并试点注册制的首批 18 家企业挂牌上市。国内丙纶长丝行业的龙头企业之一蒙泰高新就是其中的一员。

广东蒙泰高新纤维股份有限公司成立于 2013 年，是一家专业从事聚丙烯纤维的研发、生产和销售的高新技术企业。蒙泰高新近三年在国内丙纶长丝行业中的产量、市场占有率均名列前茅。虽然丙纶的总产量只占化纤总产量的一小部分，属于化纤小品种，但蒙泰高新始终致力于推动丙纶行业的持续发展，产品在工业滤布、土工布等工业领域以及箱包织带、水管布套、门窗毛条、服装等民用领域应用广泛，逐渐成为丙纶长丝行业的龙头企业，客户总数超千家。

蒙泰高新此次在创业板上市，其募资将用于年产 2.3 万吨聚丙烯纤维扩产项目、研发中心建设项目等方面，是公司现有业务的扩展和延伸。项目的实施对扩大公司生产规模，提升公司核心竞争力，提高盈利水平，实现公司发展战略目标具有重要意义。（沈海）

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





会议明确了未来工作方向。

提振信心，培育发展新动能

中纺企协十届二次常务理事扩大会议举行

本刊记者_郝杰 陶红 / 文 郝杰 / 摄

当前，国际形势异常复杂严峻，我国发展面临前所未有的挑战。地缘政治、疫情、数字经济、恐怖主义、社会责任、气候变化等因素正深刻改变着社会经济的发展轨迹。纺织企业需要探索共渡难关、协同发展的新路径，以提振行业信心，促进创新发展。

8月12日，中国纺织工业企业管理协会十届二次常务理事扩大视频会议在北京举行，会议以“新形势、新思考、新方向”为主题，分析了国内外形势，回顾了上半年的工作，探讨了企业如何降低疫情影响、化危为机的新举措，并明确了未来工作方向。

中国企业联合会、中国企业家协会常务副会长兼理事长朱宏任，中国纺联会长孙瑞哲，工业和信息化部消费品工业司副司长曹学军，中国纺联专家咨询委员会委员、中纺企协原常务副会长陈树津，中纺企协常务副会长杨峻，副会长谢青、王进军、叶志民、俞亦政、徐建华，以及各副会长单位、常务理事单位和部分理事单位代表，产业集群、园区、科研院所代表分别在线上线下参加了会议。会议由中纺企协秘书长朱国学主持。

产业链协同配合， 为保障抗疫物资贡献力量

朱宏任在致辞时表示，面对疫情防控中口罩、防护服等纺织类相关物资急需的状况，中国纺联勇于担当、主动作为，积极组织纺织企业日夜奋战，为重要防疫物资与服务的保障做出重大贡献。

对于纺织行业的发展机遇，朱宏任谈了三点认识：一是于变局中开新局，中国纺织行业有不惧困难风险的基因，有责任担当的传承。二是于危机中抓新机，纺织行业应把满足国内需求作为发展的出发点和落脚点，加快构建完整的内需体系；大力推进纺织服装领域的科技创新、管理创新及其他各方面创新；着力用数字化手段优化纺织服装生产、分配、流通、消费的生产链、供应链，逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的纺织服装行业新发展格局，培育新形势下我国参与国际合作和竞争新优势。三是于协力中聚新力，要加强纺织服装行业各类资源的协同配合，增强产业政策与实施举措的灵活性、协调性、配套性，努力取得最大协同效应。

曹学军在致辞中说，以纺织行业为主的口罩、防护服的迅速转产扩产，不仅为国内外疫情防控做出重要贡献，也成为今年纺织行业保就业、保产业链稳定、保市场主体的重要支撑。现阶段，纺织行业要着重研究推动以下四方面工作：

- 一是着力推动扩大国内消费。当前要推动线上线下协同融合，推动线下消费回升，应突出标准引领，提升纺织服装质量水平，培育产业链管理能力强、有市场认可度的品牌，适应消费升级趋势，加快培育新的消费热点。
- 二是提升产业链供应链现代化水平。应用好行业创新资源，加快关键核心技术攻关，再造产业链竞争新优势。
- 三是推动数字化智能化改造提升。要进一步开展数字化、网络化、智能化改造，加强数据集成应用，推动建设工业互联网平台和行业大数据中心，使数字化改造成为行业发展的新动能，切实提高集成化改造成效水平。
- 四是研究谋划产业发展新空间。针对全球产业格局和供应链调整趋势，要研究谋划“十四五”纺织行业发展战略，优化产业产品结构，探讨中国纺织国际化发展的新思路，立足国内大循环促进国内国际双循环，拓展中国纺织行业发展空间。

行业协会清晰定位， 树立新时代纺织企业家精神

在行业形势报告环节，孙瑞哲表示，新时代的企业家作为已突破传统的企业管理范畴，而扩展到经济社会发展层面，成为决定经济转型发展、新旧动能转换的重要推动力。特别是民营经济占主导地位的中国纺织服装行业，更应该关心爱护民营企业企业家。

在分析了中国纺织工业现状及面临的形势后，孙瑞哲说，尽管外部形势严峻复杂，但中国纺织工业长期向好的基本面没有改变，仍处在重要的战略机遇期。行业仍然具备很多适应“双循环”新发展格局的积极因素和显著优势，如产业体系优势、内需市场优势、数字经济优势、科技创新优势。

对于企业在新格局中找到立足点、寻求新突破的关键，孙瑞哲提出了五大要点，一是要立足长远发展，不断强化企业基础能力；二是立足国内市场，加快构建完整的内需体系；三是立足科技创新，持续锻造硬核竞争优势；四是立足数字经济，逐步转变传统发展范式；五是立足社会责任，全面夯实可持续发展根基。

孙瑞哲还表示，树立新时代纺织企业家精神，一要强化爱国情怀，将企业发展与国家发展结合起来；二要强化创新思想，深刻认识“创新是引领发展的第一动力”，以创新推动企业向价值链中高端迈进；三要强化诚信精神，以诚信守法促进协同发展；四要强化担当意识，深刻认识“任何企业存在于社会之中，都是社会的企业”，使企业在保就业、保民生中发挥更大作用。

杨峻总结了中纺企协上半年的工作，并提出了下半年工作重点。他说，面对发展道路上的困难和挑战，中纺企协在中国纺织工业联合会领导下，在第十届理事会全体成员的大力支持下，以服务企业和企业家、提升企业现代化管理水平为主要任务，充分发挥桥梁纽带作用，着力创新工作模式、提高工作水平，坚定信心与广大会员单位共渡难关。上半年中纺企协发挥桥梁作用，做政府的好助手。通过考察、调研，助力企业纾困，编制发展规划，为政策制定提供依据，协助地方发展产业。挖潜平台功能，推广优秀成果，开展专题培训，促进信息交流，为会员单位创造更多机会。

针对百年变局深化、新冠疫情蔓延，世界经济承受着前所未有的压力，杨峻提出做好协会工作必须牢牢把握政治方向、行业定位，紧密依靠全体会员单位。要重点关注市场变化，关注供应链、产业链、价值链变化，关注管理提升和变革，关注科技进步的力量；要大力推进企业管理创新，弘扬企业家精神。

杨峻指出，中纺企协下半年将重点加强党建工作、发挥桥梁纽带作用、为行业推先争优、探索创新服务、促进区域经济协调发展、提升咨询规划水平，策划并举办集群、园区、理事年会。

随后，王进军作了关于2020年会费收取调整情况的说明和增补常务理事、理事情况介绍。

企业高瞻远瞩， 创新求变培育发展新动能

在嘉宾分享环节，宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司董事长张江平，山东魏桥创业集团有限公司党委书记、总经理张红霞，北京方圣时尚科技集团董事长王涛分别带来了不同主题的分。

在“求新求变，布局未来”主题报告中，张江平介绍了太平鸟2020年上半年的业绩和战略布局情况。据张江平介绍，2020年上半年太平鸟营业收入为32.17亿元，与去年同期相比增加3%，净利润为1.21亿元。

盈利的背后离不开企业的创新和前瞻布局，张江平表示，今年上半年，太平鸟积极提升品牌内涵，占领青年心智；实施产品研发平行线，坚持年轻多元的产品表达，明星款种草；在商品作战模式上不断突破，启动数字抱团作战。此外，集团还在新零售方面发力，致力全渠道融合，打造“3+1层”立体作战模式；抢占直播电商，企业与头部主播合作的同时开始培养自有主播；组织变革，创新激励机制，以高目标为牵引、内部抱团，积极践行“多打粮食多分钱”的理念。

疫情之下，“危”“机”并存，抱团作战才能强者更强。关于布局新未来，张江平表示，一是太平鸟时尚中心启用；二是新战略、新组织、新激励；三是数字抱团新打法；四是创客新机制，孵化新品牌；五是ALL IN直播电商和社交电商。

在“聚焦数字化创新，培育发展新动能”主题报告中，张红霞从两个方面介绍了魏桥的数字化创新建设方向和成果。

一是加快智能化、信息化步伐，大力推进智慧工厂建设。建立了独具魏桥特色的专家知识库和配棉系统，实现了全方位立体化的订单管理，实现了实时成本分析和准确成本核算，建立了无缝化纤维区域物流系统，首次建立了全流程的质量及设备在线检测与监控体系，建成了全过程质量可追溯透明工厂。

二是加快智能化产品研发，大力推进智能产品应用。魏桥积极拓展技术创新领域，积极拓展健康防护功能产品和智能穿戴产品，积极拓展产学研合作。

新一轮科技革命和产业变革方兴未艾，正在推动制造业进入“智能化”时代。围绕着不断提升企业的智能制造水平，魏桥持续加大智能化改造力度，相继建设了智能化紧密纺工厂、绿色智能一体化纺织生产线，实现了“生产全程智能化”“控制系统智慧化”“在线监测信息化”“制造过程绿色化”，整体技术达到国际领先水平，为纺织产业智能化发展发挥了示范引领作用。

王涛作“新形势、新思考、新方向”主题报告，介绍了北京方圣时尚科技集团的战略定位、管理创新和产品创新、智能制造以及未来发展规划。

北京方圣时尚科技集团是立足纺织服装时尚产业，以品牌运营、“智能制造+产业园运营”、信息科技、医疗防护为产业核心的多元化时尚文化集团。王涛表示，集团的未来战略定位是“搭建产业链生态组织和品牌运营平台”，其中包括三个核心战略，一是开放创新，建立学习型组织；二是聚焦高端智能制造；三是以移动互联网和信息技术为依托的品牌运营体系搭建。

在管理创新和产品创新方面，王涛指出，集团坚持与全国多家高等院校科研机构进行校企合作、形成战略联盟；坚持紧跟政策指引，与国际化高端研发科研团队深度合作、引进顶尖行业人才；坚持走自主创新的道路，持有两百余项国内有效专利，其中十余项为发明专利。

此外，王涛还表示，服装行业的业务协同平台的核心价值是行业业务信息首次拥有标准化版本，该平台从根本上提高以角色为基础的异地异构的服装从业人员的协同效率，重塑行业供应链的协同生态，推动行业资源的可选性优化配置。

产业园区

园区深度行

园区档案

名称：中国（淮海）绿色纺织产业园
区域：江苏沛县
建设时间：2006年
特色：粘胶纱生产基地



中国（淮海）绿色纺织产业园将重点招引莱赛尔配套下游企业，促进产业集群升级。

中国（淮海）绿色纺织产业园 为行业注入新活力

访江苏沛县经济开发区党工委副书记、管委会副主任杨琦

本刊记者_吕杨 / 文 裴鑫格 / 摄

纺织产业是江苏沛县的特色产业之一，2017年沛县被授予“中国粘胶纱生产基地县”称号。随着我国纺织行业转型升级步伐加快，沛县积极践行“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念，逐步做成国内最大、世界一流的纺织新材料、高品质纱、高档面料的生产交易中心，并带动整个纺织业转型升级，为打造淮海经济区最具竞争力的特色产业基地注入新的强大动力。

淮海经济区建设助推产业提升

2017年6月，国务院批复徐州城市总体规划，正式定位徐州为淮海经济区中心城市。2018年11月，国务院批准《淮河生态经济带发展规划》，意味着淮海经济区发展上升为国家战略。徐州发展纺织新材料是落实习近平总书记视察徐州，“把徐州建成淮海经济区中心城市”指示的具体措施之一，也是加快推动徐州进入“GDP万亿俱乐部”的重要产业，对加快建设淮海经济区中心城市，具有重要的引领推动作用。

众所周知，江苏省纺织服装产业链配套趋于完整，专业分工和协作程度有效提升，“区域品牌”逐步形成，成为行业的重要支撑。而纺织产业是沛县的特色产业之一，沛县是我国三大“中国粘胶纱生产基地县”之一，粘胶纱产能仅次于福建长乐，位居全国第二。但福建长乐的纺织企业规模大，生产技术先进、产品档次高，仅新华源、华锦、锦源3家环锭纺就达到了300万锭的规模。

据江苏沛县经济开发区党工委副书记、管委会副主任杨琦介绍，沛县气流纺企业起步于上世纪90年代，目前全县纺织企业173家，已形成以纱线为主、织布和服装制造为辅的产业链条。沛县经济开发区位于沛县城区西部和南部，于2001年12月成立，2006年经省政府批准为省级开发区，规划占地52.6平方公里，已建设形成了“九纵十五横”路网框架和“一区多园四中心”园区布局。按照“北连沛北，东接新区，南连沛敬，西接沛丰”的发展格局，总体用地规模将发展到105.31平方公里。园区以绿色发展为核心，围绕原料绿色、生产

过程绿色、产品绿色、环境绿色，建设绿色纺织产业园区。

杨琦坦言，沛县纺织企业数量虽然多，但纺织产业存在“小、散、弱、低”等问题。“我县纺织企业大都规模偏小，虽然环锭纺近230万锭，但平均到每个企业不到3万锭，其中10万锭以上企业仅有5家，5万锭以上企业只有7家，大群体、小个体特征十分明显。纺织企业布局比较散，不像吴江盛泽镇、福建长乐那样集中”。特别是随着人工成本的逐渐提高，原有的一些地方优势正在逐步消失，产业结构不优，生产成本增加，抗风险能力弱的特点暴露出来。存在原材料和市场两头在外的现象，产品只能做大路货，沦为代工厂，产品附加值低、产能占比低，产品抗风险能力低，科技创新能力低。

为此，中国（淮海）绿色纺织产业园项目应运而生。产业园在明晰产业定位、优化业态布局、延伸产业链、提升产业层次，切实提高产业发展的广度与深度，增强产业集群的实力与竞争力的同时，加速纺织产业链的延伸，促进产业集群升级，致力将沛县打造成千亿级产业集群、世界级高端纺织新材料基地。

杨琦表示，沛县将利用5年的时间，组建沛县纺纱、织布、无纺布3个产业集团，纺纱集团计划新上200万锭产能、产值超100亿元，织布集团计划新上5000台（套）设备、产值超100亿元，无纺布集团新上50万吨、产值超100亿元，打造1个国内一流的现代纺织产业园。到2025年底，纺织产业逐步实现集中入园，园区纺织产业应税销售收入占全县纺织业的80%以上。

“紧紧围绕‘打造淮海经济区最具竞争力特色产业基地’为主线，通过建设一个核心、打造一个载体、办好一个论坛、引进一个链条的‘四轮驱动’，打造世界级高端纺织新材料基地。”

——江苏沛县经济开发区党工委副书记、管委会副主任杨琦



精准定位 向绿色纤维华丽转身

纺织新材料是近年来采用高技术工艺及设备制造生产出来的高技术纤维、高技术面料和高技术产业用纺织品。纺织行业“十三五”规划提出了加快绿色发展进程的具体目标和任务，将形成纺织行业绿色制造体系。《长丝织造产业“十三五”发展指导意见》也指出“十三五”期间长丝产业发展将以差异化、功能化、健康化、时尚化为产品开发主方向，坚持把质量效益、品牌建设、节能减排、绿色发展、两化融合与智能制造有机结合，充分挖掘内需市场潜力、努力拓展国际市场空间，继续保持长丝织造产业在纺织面料中的竞争优势。

其中生物基纤维是当今绿色纤维的典范，目前国内生物基纤维的应用已处于快速发展阶段，代表品种莱赛尔（Lyocell）纤维饱受市场好评。奥地利兰精集团在莱赛尔纤维行业具有垄断地位，其年产量约23万吨。随着2018年兰精集团专利到期，打破了其垄断地位，世界莱赛尔纤维迎来了井喷式发展新时期。

莱赛尔（Lyocell）纤维俗称“天丝”，沛县江苏金荣泰新材料科技有限公司注册产品命名为“华丝”，被国际纺织业界誉为“二十一世纪绿色纤维”，是50年来人造纤维史上最具有价值的产品，国家“十三五”重点研发项目，也是我国从纺织大国迈向纺织强国的重要标志性技术之一。莱赛尔纤维原料是自然界中取之不尽用之不竭的可溶解木浆，生产过程无化学反应，所用溶剂无毒、废弃物可生物降解。目前，发达国家已逐步用莱赛尔纤维取代了粘胶纤维。

截至2019年中国莱赛尔纤维市场规模为35亿元，同比增长33%。发展莱赛尔纤维新材料已经上升到国家战略，中国通用集团将在3年内将莱赛尔产能做到80万吨，5年内做到150万吨。从市场需求来看，如果仅满足高端纤维需求，莱赛尔纤维潜在的需求量约为108万吨，如能满足高性价比的替代需求，替代粘胶纱，则需求量可以放大到445万吨。

沛县计划将莱赛尔产能达到100万吨，其中金荣泰2020—2023年规划产能为50万吨，计划投资121亿元，全部投产年后开票销售收入不低于80亿元，年创税收不低于5亿元，带动就业1000余人。该项目于2018年8月签约，2019年2月开工建设，已启动两条莱赛尔纤维生产线。金荣泰的正式投产标志着沛县纺织产业由传统粘胶纤维向绿色纤维的华丽转身。



四轮驱动 打造世界级高端纺织新材料基地

谈及沛县发展纺织新材料产业的未来方向，杨琦表示，政府将紧紧围绕“打造淮海经济区最具竞争力特色产业基地”为主线，通过建设一个核心（金荣泰“华丝”产品新核心）、打造一个载体（中国（淮海）绿色纺织产业园新载体）、办好一个论坛（一个国家级论坛）、引进一个链条（强链补链、以商引商、精准招商）的“四轮驱动”，打造世界级高端纺织新材料基地。

中国（淮海）绿色纺织产业园立足于纺织行业“科技、时尚、绿色”的新定位，在一个园区内建立从莱赛尔新材料—纺纱—织造—印染—无纺布—服装—家纺—市场交易的门对门集成供应链，积极吸引产业链上下游龙头企业入驻，以研发创新、市场交易、仓储物流、电子商务等生产性服务业为主要支撑，构建技术保障、物流通畅、服务完善的绿色纺织产业体系，打造中国纺织新材料特色产业基地。

园区将形成“一中心、多组团”的功能布局结构，在园区中部，利用西环路便捷的交通条件设置生产服务中心，具有生产研发、商务服务和居住配套等功能。园区包括纺纱区、织布区、无纺布区、无水印染区、服装家纺区、仓储交易区、纺织设备区七大板块。

据了解，园区将采用国际最先进技术及标准，购置德国、法国、瑞士、日本等国际领先纺织设备，打造智能化生产基地，10年内打造投资超600亿元、产值超2000亿元、税收超100亿元、工业用电量超50亿度，实现10万人就业的全产业链纺织产业园。在此基础上，承接长三角的产业转移、整合华东地区纺织产业，配套建设数字化物流基地，逐步做成国内最大、世界一流的“华丝”新材料、高品质纱、高档面料的现货交易平台，组建国家级纺织品期货交易中心。

此外，2019年10月15日，中国（淮海）绿色纤维高峰论坛在江苏沛县举办。沛县政府计划将以“绿色制造、协调发展”为主题的“中国纺织新材料产业发展高峰论坛”会址永久落户江苏沛县，并与中国纺织工业联合会会刊《纺织服装周刊》签订10年合作协议，持续推进中国纺织新材料特色产业基地建设，打响沛县纺织产业区域品牌和莱赛尔“华丝”新材料的知名度、美誉度，共同打造世界级莱赛尔“华丝”产业基地。

杨琦还指出，针对沛县纺织业设备落后、缺少高端纺织研究院（室）等现状，政府将充分整合各方纺织资源，建设现代新型纺织产业研发基地和生产贸易中心，鼓励原有纺织项目更新设备，联合重组、抱团进园，逐步将纺织产业做大做强。

他也强调，沛县将依托中国纺织工业联合会的强大行业资源，重点招引莱赛尔配套的下游企业和其他新材料产业项目；积极与中国纺织科学研究院进行沟通交流，将技术创新成果早日进行转化。同时围绕现有项目，积极招引国内外的大型纺织企业、先进机械制造企业来纺织产业园落户创业。

莱赛尔产品尚处在初期发展阶段，未来几年将会经历一个井喷式发展。沛县将紧紧抓住这一历史机遇，坚持“工业立县、产业强县”不动摇，积极践行新发展理念，聚焦产业转型，聚力创新驱动，将沛县打造成千亿级产业集群、世界级高端纺织新材料基地。TA

汇聚领军力量 共促行业发展

第四届中国产业用纺织品行业领军人物出炉

策划 / 郭春花 韩竞

执行 / 郭春花 韩竞 王宁 赵东瑾

随着我国产业用纺织品行业的高质量发展，行业涌现出一批优秀的企业家、管理者和科研工作者。尤其2020年新冠疫情突发，业界同仁肩负行业责任，众志成城、团结一心，为抗疫生产研发贡献行业力量。

在今年“十三五”收官在即、“十四五”蓝图铺开之际，中国产业用纺织品行业协会组织了“第四届中国产业用纺织品行业领军人物”评选。本次评选继续以行业优秀人物为榜样，向作出突出贡献的企业家、管理者和科研工作者致敬，以他们的创新精神和领军行动，引领行业圆梦“纺织强国”。同时，为表彰行业高质量发展过程中涌现出的青年企业家、青年科技骨干，本届行业领军人物评选活动特别增加了对青年领军人物的推选。

近日，评审委员会经过严格评审，最终评选出20位领军人物（含青年领军人物）。为让大家了解这些领军人物在行业中的领军效应、持续贡献率以及责任感和使命意识，共同促进行业发展，《纺织服装周刊》特将他们的创新感悟与优秀经验刊发于此，以飨读者。

“第四届中国产业用纺织品行业领军人物”名单

(按姓氏笔画排序)

于木村 江苏省阜宁县阜城街道 党委书记

阜宁环保滤料产业集群隶属于江苏省阜宁县阜城街道，阜城面积80平方公里，人口32万，有“家的理念、环保滤料、十里风光带”阜城“三宝”。在阜城街道党委书记于木村的带领下，阜宁环保材料产业集群近年来硕果累累。凭借突出的成绩，于木村2016年被选为盐城市党代表、市人大代表、阜宁县党代表；2015—2019年连续5年被中共阜宁县委、县政府记“三等功”；2017年2月、2018年2月两次被县委、县政府表彰为“综合先进个人”；2017年荣获中国纺织工业联合会“集群工作先进个人”；2019年获盐城市综合先进个人、市招商引资功臣、市军分区党管武装先进个人。

目前，阜宁环保材料产业集群已成长为全国最大的全产业链环保滤料集群，有环保滤料类企业176家，产值达48.5亿元，是“中国滤料名镇”、“中国纺织行业十大特色产业集群”、“中国纺织技能永久性竞赛基地”，持续举办中国（阜宁）滤料节，并发布全国滤料行业首个公约《阜城公约》，资产总额超90亿元。



于木村



万玉峰



马金芳



邓伟添



刘永刚



严华荣



刘仁才

马金芳 宜禾股份有限公司 董事长

马金芳于1983年创立了宜禾股份有限公司，经历30余年的栉风沐雨、孜孜耕耘，公司不断发展壮大，成为国内最大的职业装企业、全国服装百强企业、中国职业装十大领军企业、国家高新技术企业，并与部队、法院、检察院、公安、税务、航空航天、兵器工业、电力、石油、化工、冶金等行业企业保持着良好的战略合作关系。

企业的健康快速发展，离不开掌舵者的管理智慧和辛勤付出，宜禾也一样。在马金芳的带领下，企业瞄准职业服装市场，从最初的单一工装生产到如今能够为市场提供职业时装、职业工装、职业制服、职业防护服等全系列职业装备产品的设计、研发、生产。为了解决职业服装产品材料单一问题，马金芳带领宜禾和东华大学合作成立了“新材料和高端职业装研发中心”，致力于特种防护功能纤维及高端职业装的开发与应用，填补了多项国内空白。2004年，马金芳开始实施品牌国际化战略，在品牌国际化战略的指引下有序开展各项工作，2010年，宜禾又投资独家创建了中国职业装博物馆，2020年创建了“宜禾时尚体验馆”，全面、系统地展示了宜禾系列产品，丰富和拓展了宜禾文化产业的内涵和外延。

邓伟添 佛山市南海必得福无纺布 有限公司副总裁

20多年来，邓伟添专注无纺布行业，凭借对行业的专注，对市场敏锐的洞察力，不断创新的精神，在行业中稳扎根基，带领企业从工业领域转型发展至高端医用领域。

邓伟添主导研发弹性系列无纺布、天丝超柔软系列无纺布等创新产品研发，为医疗卫生行业提供不断创新、降本增效的解决方案，拥有《弹性复合无纺布》、《镀膜抗菌服》、《多纺丝装置的中央供气系统》、《镀膜抗菌布料》、《镀膜抗菌口罩》等20多项实用型专利。

2020年1月疫情初期，邓伟添凭着对非典、埃博拉病毒、猪流感等多次疫情的应急医疗防护物资供应的经验，从农历腊月二十六就组织佛山、江苏泗阳两地全体员工复工复产，轮班不停机生产疫情紧缺物资，包括无纺布材料、医用防护服、隔离衣、口罩等相关产品。之后，他舍小家顾大家，不顾个人安危再次飞往江苏泗阳，组织安排赶制防疫物资。在保证国内疫情防控医用物资充足的情况下，邓伟添同时积极筹备国际防疫物资援助，组织江苏工厂新增机台设备，扩大出口产品。

刘仁才 常熟市振泰无纺机械有限公司 总经理

刘仁才17岁时就怀揣梦想只身前往上海、江苏，在1997年创建了振泰无纺布公司。建厂23年来，常熟振泰在刘仁才的带领下，由一个个体户无纺布厂发展成集针刺无纺布、针刺无纺机械、水刺无纺布、水刺无纺机械、熔喷无纺布、熔喷无纺设备多系列产品为一体的无纺产业链。

自成立以来，振泰始终坚持可持续战略，不跨行业，保持定力，集中精力，务实创新。在刘仁才的带领下，振泰近三年来实现了快速发展。2018年公司销售收入不到2亿元，2019年销售收入3.5亿元，2020年上半年实现销售收入5亿元，全年销售收入预计突破10亿元。

此外，振泰企业还弘扬传统美德，扶贫济困，振泰不织布分别捐款4万元和6万元，振泰机械分别捐款20万元和3万元。

振泰在风雨曲折、风险挑战的每一个关键发展阶段，始终坚持：朴实无华，不忘初心，放飞梦想，砥砺前行，只要信心不滑坡，办法总比困难多。

刘永刚 湖北万里防护用品有限公司 董事长

2020年1月新冠病毒爆发初期，刘永刚就带领湖北万里防护用品有限公司积极安抚广大市民，向社会保证全力生产高质的医用防护口罩和医用防护服。之后，湖北省政府相关领导先后莅临企业指导防疫物资生产工作，企业受到了高度的肯定和赞扬。

今年上半年以来，在刘永刚的领导下，万里防护企业为抗疫工作供应医用防护服12万多件，医用口罩7000多万只，销售各种医用及防护口罩6亿多只，各种防护服600多万件，在湖北省商务厅外贸防疫物资排行榜位列全省第二名、仙桃市第一名。今年以来，企业向社会各界捐赠口罩和防护服等防疫物资价值100多万元，收到了湖北省新型冠状病毒感染肺炎疫情防控指挥部发来的感谢信。

此外，刘永刚作为仙桃市政协常委，多次提出《诚信是壮大企业的法宝》、《培养新时代企业家精神，激发创新创业活力》等提案，受到了相关领导的高度赞扬。

严华荣 浙江金三发集团有限公司 董事长

30多年创业历程，严华荣披荆斩棘白手起家打造了一个从非织造布到终端护理用品产业链的金三发集团。创建至今，公司始终坚持产品自主研发与创新技术理念相结合，培育出“贝能”、“孩子盟”、“净净优+”、“优裤”、“汉城故事”、“诗帛”等一系列婴儿及女性护理知名品牌。产品覆盖婴儿纸尿裤、婴儿湿巾、婴儿洗护及女性护理四大类。

严华荣始终把市场营销作为企业经营的出发点和落脚点，在营销策略方面，重点抓营销队伍建设和销售网络建设，形成了一个覆盖全球的营销网络。公司的产品已经覆盖了全国，并且远销国外覆盖全球各大洲。

2020年新型冠状病毒突然爆发，金三发在严华荣的带领下主动承担起防疫工作，为下游企业口罩、防护服的生产提供保障，为新型冠状病毒防控做最大的努力。



李志辉



杨正香



沈明



宋道



陆诗德



周星余



钱晓明



徐辉



聂松林

李志辉 北京量子金舟无纺技术有限公司 董事长

李志辉 1990 年正式进入非织造行业，从事设备设计、产品开发工作。2004 年创办北京量子金舟无纺技术有限公司并参与国内首条 SMS 生产线设备研发工作且取得成功，长期专业从事熔喷工艺、技术、装备及相关产品的研发工作，具有丰富的理论和实践经验。李志辉是 17 项专利发明人，参与制订我国首个“熔喷非织造布行业标准”，曾荣获中国产业用纺织品行业协会颁发的“行业发展推动奖”，中国纺熔非织造布行业“优秀推动奖”。

在今年全国突发疫情之际，李志辉组织动员本企业员工在大年初三复工复产，全力以赴开足马力生产紧急防疫物资——医用防护口罩用熔喷过滤材料。截至 6 月 30 日，共生产出了近 1000 吨高品质的口罩用熔喷布，供应全国近百家口罩生产企业，向行业相关企业提供了 40 多台熔喷设备，有力保障了医用防护口罩市场供应，为全国防疫抗疫工作作出了杰出贡献，被工信部列为全国第一批“重点防疫物资供应单位”，并受到工信部、国务院联防联控机制医疗物资保障组、天津市政府、北京市政府部门的表扬。

杨正香 江苏恒生环保科技有限公司 董事长

2013 年 1 月，杨正香在阜宁县投资创办江苏恒生环保科技有限公司，几年来，她敢于创新、勤于开拓，坚持走科技兴企之路，率先引进德国最先进的卡尔迈耶经编机和比利时高速剑杆机，与高校进行产学研合作，聘请高校教授领衔组建多学科科研团队，致力于机织、针织及复合结构新型环保滤料基布的开发。目前企业已拥有各类专利 25 项，其中发明专利 3 项，PCT 专利 1 项，实用新型专利 21 项。公司为国家高新技术企业，2017 年由中国产业用纺织品行业协会命名为“中国环保滤料基布研发中心”，2018 年被评为盐城市“专精特新”企业，2019 年获中国纺联“产品开发贡献奖”，2020 年入选中国纺联发布的“专精特新”企业。

杨正香有强烈的社会责任感和使命感，2016 年阜宁发生特大龙卷风自然灾害时，她向阜宁重灾区捐款十万元，同时组织公司志愿者积极履行社会责任。2020 年初新冠疫情发生后，她立即组织公司上下爱心捐助，先后筹集价值 8 万多元的 N95 医用口罩物资和资金，为一线送去关爱和温暖。同时她还组织强化疫情防控措施，加快实现复工复产，并克服因困难在疫情面前不减员、不减薪，为就业和社会稳定作出了积极贡献，践行了人大代表和劳模的责任担当。

沈明 鲁普耐特集团有限公司 董事长

沈明于 2002 年创建鲁普耐特集团，经过十几年的发展，集团公司研发生产的产品涵盖“绳、网、线、带”四大类别，现已成为规模庞大、技术力量雄厚、产品种类齐全的综合集团。他领导下的鲁普耐特集团有限公司，被认定为国家级高新技术企业，山东省“制造业单项冠军”企业，2018 年出口量居同行业全国排名第一（据海关出口数据）。

鲁普耐特作为绳网行业的代表，沈明提出“振兴中国绳业，铸就国际品牌，为人类提供安全放心的绳网产品”的使命。在中国产业用纺织品行业协会的指导下，鲁普耐特联合发起成立第一个全国性的绳网行业组织——中国产业用纺织品行业协会绳（网）网分会，并搭建起国际绳网产业的技术交流平台，推动了中国绳网产业的发展和转型升级。

公司产品出口行业排名第一位，连续多年被行业协会评选为 500 强单位，获得了中国产业用纺织品行业协会颁发的“产品开发贡献奖”“纺织人才培养先进单位”，沈明被评选为“第二届中国产业用纺织品行业领军人物”“国家万人计划专家”。

宋道 天津泰达洁净材料有限公司 董事长

新冠肺炎疫情发生以来，医用口罩成为全国防疫工作的重要战略物资，宋道第一时间动员部署，以“战时思维”带领公司全体职工开足马力，全力以赴投入到防疫物资的生产供应。同时，宋道坚持提产的同时要提高质量，要为医护人员及民众提供更高的防护等级，尽最大能力保护人民群众的生命安全。在国家发改委到泰达洁净视察提出全国最缺能进红区的口罩之后，宋道当即决定组建项目组，以解国家燃眉之急，紧急抽调公司各个岗位的技术骨干，用短短十几天的时间完成了 10 万级洁净室建设、设备采购、样品送检、产品包装设计、建立体系文件、完成产品注册等诸多工作，仅用一个月时间，取得医用防护口罩注册证及医疗器械生产许可证，为抗疫前线医护人员提供有力保障，产品被统一调拨至湖北武汉等地及对外捐赠援助。

在生产的同时，宋道以创新研发、持续领跑为战略思想，带领泰达洁净通过对现有设备进行整体改造升级，开发了高性能呼吸过滤材料，该技术获得了天津市科技进步一等奖。他积极参与编制了 T/CNTAC55-2020 T/CNITA 09104-2020《民用卫生口罩标准》GB/T 38880-2020《儿童口罩技术规范》，并推出了儿童卫生口罩滤芯及儿童防护口罩滤芯，为降低儿童心肺负担、提高儿童口罩技术水平作出了贡献。

陆诗德 泰安路德工程材料有限公司 总经理

陆诗德于 2002 年 4 月创建泰安路德工程材料有限公司，在他的带领下，企业从成立之初仅有 10 余名员工、注册资本 50 万元的微型企业，发展成为拥有员工 380 余人、注册资本 13800 万元的中型规模企业。2014 年，为紧抓市场机遇、实现企业的跨越式发展，陆诗德成立山东路德新材料股份有限公司，为进一步实现产品转型升级、扩大产能，2019 年实施了“高性能碳纤维土工格栅及高性能复合材料”项目。通过本项目的实施，将实现碳纤维土工格栅、聚丙烯长丝纺粘针刺土工布的国产化生产，替代进口，推动我国基础设施建设工程，助力“交通强国”战略的推进实施。

作为公司带头人，陆诗德十分热心社会公益事业。在他的倡导下，公司出资 65 万元为南阳关村修建一条爱心富民路，为南阳关村民生生活提供便利；出资 40 万元建设光伏电站，进行精准扶贫。并先后在山东农业大学、山东科技大学、山东交通学院出资设立“路德奖学金”，在企业内部设立“金秋助学”活动，助力学子顺利完成学业。公司在其带领下先后被授予泰安市履行社会责任示范企业、泰安市践行社会责任爱心企业称号。

周星余 山东星宇手套有限公司 总经理

由周星余创立的山东星宇手套有限公司是浸渍手套行业内的首家国家高新技术企业、中国最大的生产商和供货商，产品市场占有率连续十余年全国同行业排名第一位，上榜首批山东省制造业单项冠军企业、山东省隐形冠军企业。2019 年，公司主营业务收入 14 亿元，利税 2.3 亿元。近年来，周星余先后荣获“中国诚信企业家”、“山东省农民工之星”、“潍坊市优秀民营企业家”、“潍坊市富民兴潍劳动奖章”等荣誉称号。

2015 年，周星余作为第一起草人，主持起草国家标准《织物浸渍胶乳防护手套》(GB/T32103-2015)，填补了浸渍手套行业国家标准的空白。截至目前，周星余主持起草国家标准 2 项，团体标准 1 项，填补了浸渍手套行业空白；承担省市级技术创新项目 6 项；作为第一发明人取得授权专利 94 项，其中发明专利 23 项。

今年疫情爆发，一次性安全防护手套作为隔绝传染的重要用品，瞬时供不应求。周星余立即决定，将公司现有所有库存无偿捐赠给高密市慈善总会，用于疫情防控。疫情期间，企业生产的安全防护手套产品部分免费捐助给周边社区、街道等机构，部分坚持不获利的方式销售到大众手中。

聂松林 天鼎丰控股有限公司 董事长

多年来，聂松林坚持“心忧天下、敢为人先，挑战极限、超越自我，追求卓越、奉献社会”的人生理念，在开拓创新中谋求企业发展，在奋勇争先中铸就事业辉煌，在无私奉献中勇于担当。

他运筹帷幄，致力于将天鼎丰打造成高设计水平、高档次配置、高质量运营、最强最大的非织造布品牌。他提倡有效利用信息化产业系统，降本节支，节能环保。他注重精细管理，聘请专家组织推进企业 6S 管理。他关爱民生，大爱无疆，2011 年开始，公司坚持每年为敬老院送去取暖煤、油、面粉、电器等慰问品。

今年疫情面前，在聂松林的领导下，天鼎丰公司陆续支援建设了雷神山医院、大亚湾“方舱医院”、深圳市第三人民医院二期工程应急院区建设等项目。

这一切对于聂松林来说，仅仅是开始，因为他立志要带领企业实现“世界无纺布制造领先水平，全球胎基布生产领袖企业”的愿景。

钱晓明 天津工业大学 教授

钱晓明一直紧跟国际学科前沿，致力于非织造材料的结构与性能的研究，研究非织造材料的结构与物质、能量传递的关系；同时大力推广非织造材料复合与组成技术，研发新型非织造材料成形方法、加工关键技术与装备，开发具有不同结构的高性能、高功能非织造材料，为非织造材料与工程学科的发展作出了贡献。

在此基础上，钱晓明研发了具有自主知识产权的绿色高效生产超细纤维非织造材料的关键技术、装备及应用体系，开发了高纤超细纤维非织造材料在服装服饰、卫生健康等领域的产业化应用，打破了国外在此领域的技术垄断。

疫情期间，钱晓明充分发挥专业优势，与相关企业开发疫情中“卡脖子”的熔喷设备和熔喷布，奋战 100 天实现了熔喷设备量产，熔喷布的过滤效率可达到双 99 水平；同时在开发出传统中草药与现代纺织技术的结合途径与方法的基础上，研发出具有天然抗菌抑菌作用的艾草非织造材料，用于防护服、口罩、干湿擦巾等医疗防护物资。

徐辉 安徽元琛环保科技有限公司 董事长

2005 年，敢想敢干的徐辉成立了安徽元琛环保科技有限公司，面向国家重大需求，专注于环保领域技术研发及应用，在工业烟气除尘、脱硝、循环经济、智慧环保等领域开拓创新；致力于引领行业技术前沿，促进环保行业新业态融合，目前是全国唯一一家同时具备高效除尘过滤材料和 SCR 脱硝催化剂研发、设计、生产以及废旧催化剂回收和再生资质的企业，具有 CNAS 和 CMA 检测资质，已成为大气污染治理行业的领军企业。

在徐辉的领导下，元琛科技已经步入了快速发展的轨道，形成了科学的内部管理机制及和谐、高效的企业文化，塑造了一支优秀的产品设计、开发、管理和建设队伍，并积极与国际资本开展战略合作，在环保行业中具有强大的竞争力和广泛的知名度。在疫情期间，徐辉积极响应国家需求，带领全体员工在公司现有生产基础上进行防疫物资生产，有效缓解了市场物资紧缺现状。

“第四届中国产业用纺织品行业（青年） 领军人物”名单

（按姓氏笔画排序）



王向钦



郑海刚



谷冬昭



高政

王向钦 广州检验检测认证集团有限公司 高技术产品检测中心主任

自参加工作以来，王向钦充分发挥其技术专长，秉持创新驱动发展的理念，致力于产业用纺织品检测技术研发及标准化工作，主持/参与制定各类标准 20 余项、主持/参加研发项目 10 余项，有力推动了产业用纺织品行业的规范发展和技术进步。为单位建设国内第一家“中国产业用纺织品行业测试中心（广东）”，在产业用纺织品检测领域提供了有力的技术支撑。

2020 年，在疫情防控产品检测需求激增、突发情况紧急复杂的严峻时刻，以王向钦为代表的党员干部充分发挥党员的先锋模范作用迅速响应，她自正月初二起便把刚满一岁的小孩托付家人照料，“舍小家为大家”，以身作则到岗启动应急检测，带领技术团队梳理并优化服务流程，从样品受理、任务分派、检验检测、报告出具等环节搭建起一条疫情防控产品检测“快速通道”。

随着我国疫情形势的全面好转，以及境外疫情形势日益严峻，很多口罩企业的销售由内销转为出口，王向钦通过直播间讲解了防疫口罩国内外标准差异及检测常见问题，指导企业正确理解国内外标准及政策。

从制定新标准到研发新技术，再到搭建服务平台、带领团队共战疫情，她一步一个脚印，不断开拓进取，切实贯彻国家方针政策，创新驱动发展，推动行业转型升级。

谷冬昭 大连瑞光非织造布集团有限公司 总经理

怀揣着热爱祖国、报效国家的梦想，留学毕业后谷冬昭选择了回国，投身到他所热爱的非织造布行业。年轻有为的他积极践行集团董事长提出的“存量以创新促转型升级，增量以发展促结构调整”的战略方针，在市场开发、产品创新、管理升级、品质提升等方面取得了显著的成绩，在他的带领下，大连瑞光在世界非织造布卷材供应商 40 强中位居第 28 位。

自 2016 年加入瑞光集团，他潜心扎根于基层工作中，整天奔波于车间各台设备之间，刻苦钻研设备原理和构造，遇到不懂的问题虚心请教技术人员，开始用他的执着和热情书写他与瑞光的成长史。他以极短的时间掌握了集团所有设备的构造原理和生产流程，并亲自挂帅研发中心，将管理重心放在企业发展战略制定、新产品研发方面，对产品结构调整、绿色智能制造、企业发展方向予以了调整和明确。

谷冬昭有着 90 后的创新意识，在很多关键改革中都有被采纳的真知灼见；他有着一般 90 后不具备的吃苦精神，经常后半夜回家，全年几乎无休，披星戴月，持之以恒；他对行业有一种热爱，对于行业发展也有一种使命感，始终秉承着“专心、专业、专注”的理念，坚守实业、聚焦主业，将非织造布作为事业的开始，也作为他一生为之奋斗的事业。

郑海刚 潍坊驼王实业有限公司 总经理

郑海刚自创办企业以来，坚持以“诚实守信、不断改善、克勤克俭、永续经营”为理念，领导企业坚持改革创新依靠科技进步与科学管理。公司经过近几年的快速发展已初具规模，提供就业岗位 150 个，也由此带动了物流、餐饮、住宿、纸管、包装等许多配套企业，从而带动地方经济发展，为当地经济建设作出了一定的贡献。

凭借出色的成绩，郑海刚 2016 年获得寿光市优秀青年企业家、2017 年获得潍坊市优秀青年企业家、2018 年被寿光市政府评为先进工作者、2018 年被评为寿光市劳模并且在 2019 年 11 月获得了“全国优秀纺织青年企业家”荣誉称号。

在郑海刚的带领下，公司热心于慈善事业，多次捐款城镇公路建设、路灯照明、养老院和新农村改造建设，在 2018 年寿光洪灾中带领全厂职工为灾区捐款，积极参加台头镇助学基金会，为台头镇中小学优秀三好学生及困难学生多次捐款资助学业，参加寿光市社会福利院、寿光市特殊教育学校的各项慈善活动，连续获得道德模范、先进纳税企业、捐资助学先进单位、公益事业突出贡献等荣誉称号。

高政 南京玻璃纤维研究设计院有限公司 膜材料公司总经理

作为膜材料公司领头人，高政牢记习近平总书记“绿水青山就是金山银山”的指示，坚持创新发展，致力于环保领域产业拓展，以打造行业第一作为公司的奋斗目标。近年来，他始终坚守以市场需求引导技术创新，以推动行业发展为己任，组织团队率先突破超净排放覆膜滤料制备技术，先后开发出 PPS、芳纶基化纤维针刺毡覆膜滤料，应用于电力、水泥等行业，实现多行业烟气粉尘超低排放，突破高过滤比玻璃纤维湿法产品制备技术，成功研制出多品种玻璃纤维湿法产品，满足了洁净行业及电池行业的高端需求。

高政于 2010 年获得优秀文明职工标兵称号；2011 与 2012 年连续两年获得优秀文明职工；2016 年荣获优秀管理者；2019 年荣获中材科技劳动模范；“反吹风大布袋”于 2012 年获中材集团科技进步二等奖；“一种电厂燃煤烟尘低排放 PPS 覆膜滤料的研制”于 2016 年获得“巨石杯”全国建材行业技术革新一等奖（技术开发类）；“工业除尘滤料后处理过程关键工艺的精细控制”于 2017 年获“济大杯”全国建材行业技术革新一等奖；“高耐酸、耐折玻纤布覆膜滤料后处理技术的开发与应用”于 2018 年获中国建材集团技术革新二等奖。TA



长发国际将向全品类供应链基地、网红孵化基地、直播电商服务中心等多功能商业综合体转型。

柯桥首个网红电商基地 落户长发国际

本刊记者_郭莹颖

8 月 7 日，“星聚柯桥 红动今夏”星易购网红电商基地启动大会暨项目分销推荐大会在柯桥长发国际时尚中心隆重举行。这个项目启动背后，是长发国际在面对直播电商大潮时，对自身角色、定位、功能的重新思考。作为传统商业形态，其本身正经历转型升级，试图从原来的时尚创意服务平台向全品类供应链基地、网红孵化基地、直播电商服务中心等多功能商业综合体转变。

随着“互联网+”时代的到来，以及自媒体平台的不不断发展，网红代表人士已成为具有重要社会影响力的一支新生力量。他们不仅在引导、组织网络舆情等方面具有独特优势，也逐渐形成产业链，创造出越来越高的经济价值。近年来，直播电商已成为促进和重构传统经济产业的重要力量。特别是受疫情影响，直播电商对柯桥纺织服装产业的销售、推广等起到积极的推动作用。

长发国际努力抢抓风口，培植网红经济。长发国际时尚中心常务副总经理蔡满在大会致辞中表示，柯桥纺织服装产业基础雄厚，文化底蕴深厚，面对疫情冲击，柯桥表现出了极强的韧性和创新力，积极引入新型营销模式助力企业发展。星易购网红电商基地的诞生，是长发国际产业链的进一步完善，也是应当下正火的电商带货而生的新项目，更是长发国际未来为柯桥当地面料产业服务的新方向。

头部平台纷纷切入产业带

近些年来，随着线上销售渠道的兴起，传统产业平台的经营模式受到一定挑战。所有商业形态要解决的核心问题都是销售，传统产业平台是通过集中商户和货品资源吸引消费者进行选购，而这种线下销售场景在时间、空间上比较受限，时间上只

能覆盖“早八晚五”，空间上只能覆盖商贸城周边 300—500 公里的商业圈。

线上线下融合发展是长发国际既定的发展战略，而年初的疫情就像一个加速器，倒逼着长发国际加快转型步伐。

活动现场，长发国际与浙江绍兴智铂文化传播有限公司、云集直播电商选品中心、播之道新电商培训机构、绍兴潮创文化创意发展有限公司共同签订战略合作协议。

从传统商业形态来看，长发国际的优势在于拥有纺织服装产业的供应链资源，依托供应链资源又打造了具备一定体量的交易平台。整个长发国际时尚中心实际上承载了从服装原料供应到设计、研发、生产、加工、市场销售的全产业链供应体系。各大平台切入产业带，目的也在于引入更多有研发、设计、生产和销售能力的企业入驻。

为更好地服务产业及企业需求，除一楼的六间共享直播间外，长发国际还将在三楼打造 5000 平方米的网红电商基地，目前浙江绍兴智铂文化传播有限公司已入驻该基地，开展素人网红打造与培训工作。

网红孵化 + 电商供货并进

星易购网红电商基地旨在针对柯桥当地产业需求打造 toB 的面料直播服务以及一系列的主播培训工作，在帮助柯桥纺织企业开拓营销新路径的同时，让纺织企业负责人成为自己产品的代言人。据悉，长发国际还将着手打造网红电商基地的另一个核心——选品中心。未来，该选品中心所有产品将具备完整的供应链信息，当主播拿到一件衣服后，通过阅读产品的“身份证”信息，产品的设计主题、面料选取、穿搭配饰、产品特性等信息将全部体现，

极大地方便了直播服务，降低了直播成本。

帮助商家转型直播带货是长发国际探索线上线下融合发展的第一步，如何通过“人”和“货”的组合繁荣整个柯桥直播电商生态，则是它正在持续探索和实践的议题。

从“人”的角度来说，除了商家转型带货主播之外，星易购网红电商直播基地还在大量整合和吸引各地的网红直播资源。

目前传统商家转型线上销售还是会遇到一些痛点、难点，因为不是每一个商家最终都能转型成为大网红，而单靠店铺直播也不能解决所有销售问题，所以合作外部网红主播也成为商家拓展出货渠道的有效路径。从商家发展品牌的角度来看，原先很多依靠线下门店做品牌的商家也开始与头部网红对接合作。

而从“货”的角度看，扩充供应链资源也成为当下长发国际时尚中心运营直播电商的重要方向。长发国际其实是一个搭建舞台的角色，当它同时抓住直播平台、带货主播、供应链等核心资源时，直播电商运营模式也将在短时间内迅速跑通。

直播电商在重构“人货场”的同时，也影响着上游制造端的生产模式。直播电商模式进一步激活和打通了整个生产链条，而各大机构的入驻也对产业带在设计研发、生产制造、物流仓储、售后服务等领域提出了新的要求，反向推动柯桥纺织产业各个环节升级。

后期，依托柯桥当地厚重的产业优势，结合自身多年整合的产业链资源，长发国际将与国内众多优质的 MCN 机构合作，将星易购网红电商基地打造为集直播、展示、销售、培训为一体的一站式专业直播服务平台，切实帮助纺织服装企业打开“直播+电商”销售新渠道。TA



柯桥纺织企业积极探索直播电商新渠道。

直播电商风口下， 纺企如何迎风起舞？

本刊记者_张颖

今年的新冠疫情让餐饮、旅游、电影等线下行业蒙上了一层灰暗色彩，而直播电商行业却如一抹“星光”，飞速发展，特别火爆。一时间，官员、企业家、明星纷纷当起主播亲自带货，各地结合产业特色的直播电商活动如火如荼地开展。直播电商正从初期的带有娱乐性质的小打小闹，开始呈现出全民参与、趋势化、产业化的特质，成为经济发展的新风口。

与传统电商相比，直播电商能更全面地呈现产品，是信息的终极形态。有人称2020年是直播电商元年，也是与各行各业深度融合的一年。对于纺织服装产业而言，如何抓住直播带货、短视频营销这波趋势红利，在“疫”境之下突出重围、拓市创效是当下众多企业关心的问题。

在全球最大的纺织品集散中心柯桥，记者在走访中深刻感受到政府和企业对于“全民直播”热潮背后涌动的变化保持着敏锐的感知，并在变化中探寻属于自己的机遇。为更好展现柯桥纺织在直播电商新渠道上的创新探索、积极作为，本刊将通过具体的企业营销实例，为希望拓展业务、升级营销模式的纺织企业带来借鉴与启发。

推进直播常态化，流量变现终有时

传统纺织企业要不要制作短视频进行线上营销？作为产业链中间产品的面料要不要进行线上直播？原先，这些问题都可以慢慢考虑。而今，疫情加速了企业“云”端探索的脚步。绍兴衣天下纺织有限公司是柯桥一家主营时尚女装印花面料的外贸企业，年初疫情发生后，外贸出口一度面临严峻考验。“那时业务一下子停滞下来，但客户关系要维系，产品销路需开拓，企业要生存必须主动出击，迎合时代趋势以不变应万变。”总经理胡夏燕表示，在全民直播热潮下，自己和业务员也化身主播在样品间试水直播。

每次直播2—3个小时，不间断输出特色新品，不遗余力介绍公司亮点……由于衣天下纺织客户基本都是外商，公司把精力重点放在海外直播上，通过阿里巴巴国际站、Instagram和Facebook等网络平台用流利的英语进行企业宣传和产品展示。“直播前期的宣传和预告非常重要，我们会制作小视频或者海报持续预告直播时间和主题精准吸粉，也会在当天某个短视频流量特别大的时候抓住机遇开设直播

推出公司的拳头产品。”胡夏燕说。

基于直播电商的快速发展态势，今年衣天下纺织在公司内部积极培养、孵化直播和短视频人才，同时设立直播部门将其常态化运营。胡夏燕还常常带领团队参加纺织直播培训讲座，提升专业水平，开阔眼界。她认为，首先要在不同的平台增加曝光率吸粉，沉淀一批真正的买家，他们才是今后直播带货的购买主力。而要做到持续不断的直播和短视频输出，就需要专人做专事。

经过一段时间积累，衣天下纺织的直播新模式吸引了一些客户通过邮件进行产品问询，其中一位菲律宾客商还下了近70吨的印花面料订单。胡夏燕相信，坚持不间断直播积攒的人气和流量最终将“变现”成订单。

记者点评：随着直播日趋常态化，企业直播逐渐成为企业营销的重要模式。直播、短视频等数字化营销手段有助于将庞大的公域流量转化为私域流量，将线上与线下渠道充分打通、深度融合，是企业扩大市场、提升竞争力的新“利器”。

多元探索，让直播无处不在

在无视频不生活的当下，各类云展会、云直播、云对接会、云发布、云课堂等多系列“零”接触的线上直播项目逐渐渗透到纺织服装行业的各个领域。

绍兴誉欣纺织品有限公司在不久前举行的大湾区国际纺织面料及辅料博览会现场进行了线上直播展销，通过线上线下相结合的模式最大限度地与客商互动。“展会直播一方面是吸引现场采购商的注意力，一方面也方便疫情影响未到场的客户在线上观看公司的新品，增强客户粘性。”誉欣纺织销售经理乔双全表示，这是他首次尝试在展会上开设直播，比较新奇有效，增加了一定的粉丝，宣传了企业形象。

誉欣纺织公司主营涤纶类高密度染色、涂层、印花面料，产品应用于服装、箱包、雨伞、帐篷等多个领域。乔双全认为将公司产品的广泛性与线上场景直播、短视频营销相结合大有可为，是公司下一步发展的重点。

同样，浙江恒路纺织科技有限公司首次以直播的形式参加了浙江出口网上交易会（韩国站—纺织面料专场），与韩国采购商在云端进行接单对接，产生了不错的效果。“直播能够全方位展示产品，拉近了与客户的距离，特别是实时的提问解答非常高效直观。”恒路纺织总经理赵嵘嵘表示，今年深切感受到直播电商的力量，公司在门店销售的基础上快速推进线上布局。

除了在网上轻纺城开设站点外，恒路纺织重点加大了对抖音平台的探索。赵嵘嵘认为，线上庞大的流量基数意味着无限的获客可能。因此，他将公司主营的内衣、卫衣、打底衫面料做成丰富有趣的短视频，持续发布在线上平台，再结合大数据推荐的精准粉丝，已产生了不少询盘、下单的客户，为企业扩大市场打开了新大门。

记者点评：5G时代的到来，使人们的生活消费习惯发生重大转变，传统企业的生产和营销模式也面临新一轮变化。今年以来，纺织企业更加关注数字化潮流带来的力量与价值，加速线上线下融合，向数字化运营不断迈进。

要直播，更要做好“内容”

直播电商已经是互联网商业世界里不容回避的趋势。当企业一蜂窝涌入直播、短视频大军，随之而来的直播内容缺乏吸引力、主播带货不流畅、目标客户不精准、流量转化效果低等问题又让大部分企业在试水之后难再坚持。于企业而言，直播电商并不是一个谁都可以轻易上手的工具，强大的直播带货背后必然有专业支撑。

柯桥皓质华瑶纺织品设计有限公司今年在线上直播拓市方面积极行动，以专业化运营先声夺人赢市场。4月份，公司高薪聘请了专业花型面料推荐师为主播，每天都用流利的英语和标准的普通话进行新品面料直播；6月份，“皓质华瑶的创意空间”公司官方抖音号上线，注册5天，上线4条内容，获1.7万粉丝。目前，公司形成了3个专业主播24小时不间断直播的态势，线上已累计粉丝60万，每天的直播销售金额稳步增长。

作为一家集花型设计、面料设计研发、面料在成衣上的应用、成衣设计研发于一体的创新型全产业链纺织品公司，皓质华瑶在营销模式的创新上也保持着先锋姿态。“年初公司便开始在国内外网络平台直播吸粉，先后花费上百万在线上平台搭建、流量投放等方面。”皓质华瑶总经理苏醒表示，优质的直播内容输出需要专业化运作，一段时间后成效也会随之而来。她举例说，公司一款夏季全印花长裙在抖音平台直播后销售量达到了近5000单，带动了公司花型、面料全产业链的运转。

据苏醒介绍，公司在线上直播的产品以小众的全印花女装为主，面料以中高端的真丝、羊绒为特色，后期还将开发全印花类的男装。“无论营销模式怎么变，最终还是靠产品说话。”苏醒认为，优势产品才是直播内容的核心，公司强大的面料开发及花型设计能力，正是直播产生销售裂变的基本盘。

记者点评：直播、短视频等云模式突破了时间和地域的限制，覆盖了更为庞大的客户人群，流量大曝光是新模式下隐藏的机遇和挑战。但无论这世界如何喧嚣，直播只是一种渠道，产品才是根本，专注自己的核心能力，专心做好内容，争取做到某一细分领域的头部，才是企业正确的着力点。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。



乘风破浪， 纺城“姐姐”不一般！

本刊记者_张颖

这个夏天，姐姐们好火！看了《乘风破浪的姐姐》后，很多人表示在她们身上感受到了30+姐姐们独有的魅力。乘风破浪并不止表现在舞台上唱唱跳跳，更是女性不惧年龄、打破常规、突破自我的时代宣言。

随着女性社会地位、文化素养和经济能力不断提高，新时代女性史无前例地被赋予更多的角色和职能，她们成就家庭、影响消费，参与决定世界的经济形态，“她力量”正影响着经济、文化、生活等各个领域。但无论怎样，她们首先都是“自己”，敢于为自己的梦想耕耘，敢于在被人定义过、有了相对固定的工作模式后还能选择一种不一样的方式重新证明自己；她们在任何时候都不放弃工作、学习和成长……

现实比舞台更精彩。在风起云涌的纺织服装行业，在商贾云集的中国轻纺城，亦不乏在各自工作和生活领域披荆斩棘、闪闪发光的女性，她们如涓涓细流般蕴含隐忍而坚韧的力量，实现着自我价值，创造着财富增长，推动着柯桥纺织走向更远、更广阔的未来。



梦想驱动，用爱浇灌事业

出镜人：浙江依云纺织有限公司总经理周红丽

做印染化工时立志要做到行业顶尖，她做到了；做婴童面料时，立志要做到柯桥高端，转变部分业内人士对柯桥面料低质廉价的固有印象，她做到了；如今，她开始涉足内衣、家居品牌，立志要打破常规，证明做面料的人也可以做品牌。她就是周红丽，浙江依云纺织有限公司总经理，也是两个孩子的母亲。

周红丽身上似乎有着用不完的能量，聊到刚起步的品牌，她总是眼里有光。“我们的品牌名叫‘花听言’，富有文化内涵，产品是主打健康、舒适的内衣和家居服。”周红丽谈到，做品牌是她的终极梦想。依云纺织经过多年积淀已成功跻身耐克、李宁、以纯、迪士尼等国内外知名品牌的优质供应商体系，在资金、团队相对成熟的前提下，公司擅长的婴童面料同样适用于内衣和家居服。

而做内衣的缘起，是她对14岁女儿的爱心。“青春期阶段的少女基于她们害羞的心理特征，内衣往往很难买，我

就想能不能用自己开发的面料做一款适合这一阶段少女的小背心。”周红丽说，经过反复调研、调试、研发，目前这款棉不透湿的少女小背心面料由莫代尔、铜纤维等天然抗菌材料制成，特别是背心的垫片一改传统的化纤材质，采用100%蚕丝，具有透气、透湿、天然恒温的功效，非常受市场欢迎。

“除了少女小背心，具有‘云感’的天然乳胶内衣、筒时尚、轻文艺的家居服都是品牌的核心产品。”周红丽表示，目前“花听言”300平方米的展厅正在施工中，新的团队建设、品牌运营等等这一切对她来说又是全新的开始。“每周我都会抽出两天时间去杭州系统学习新零售，品牌直播、小红书种草、抖音运营等一切年轻人喜欢的玩法都在我的学习范畴中。”

世界很大，新事物层出不穷，探索也永不止步。喜欢中国传统文化，每天坚持早起健身的周红丽始终保持着一份好奇心、进取心，并乐在其中。她告诉记者，一直以来在事业上的多次转身，并且有所得，是梦想驱动，是坚持利他原则，也是保持专注、持之以恒的最终结果。



拓宽边界，以百分百热爱坚定前行

出镜人：绍兴雅禾纺织品有限公司销售总监郑微玲

从自由单纯的文艺女青年到对市场做出快速决策的销售总监，从莽撞的纺织小白到接力雅禾纺织的领头人，这一路郑微玲走了十多年。“曾经刚接手门市生意时也会对多砍5毛价格的客户不屑一顾，但渐渐意识到这不光是一份生计，也承载着老一辈的希冀，不能怠慢任何一位客户。”郑微玲说，角色变了，心态也随之转变，所谓的做一行爱一行也许就是这样。

出身纺织世家的郑微玲，肩上总比同龄人多一份责任感与使命感，而她更愿意把它说成是一种热爱。因为热爱，她时常保持极高的时尚敏锐度，翻阅时尚杂志、浏览时尚网站，亲自钻研每一季流行色、流行款式，最终转化成面料新品；因为热爱，她反复与设计团队沟通磨合，用心打造每一款产品样衣，以便客户直观采购；因为热爱，她精心布置门店橱窗陈列，以每月一更新吸引设计师到访。她总是不遗余力地拓宽自己的边界，以百分百热爱坚定前行。

作为一家专注高档条纹面料设计、开发、生产和销售的老牌纺企，雅禾纺织拥有自主品牌“锦昉泰禾”。如今在郑微玲的引领下，公司的内销业务不断扩大，品牌的文化内涵和价值体系不断丰富。“以匠人之心，琢绢帛之影”“演绎时尚条纹艺术”等，无论是公司标语还是宣传语都透着一股文

艺范，在残酷激烈的市场竞争中给人耳目一新的感觉。有心的她懂得将自己的爱好所长融入工作的点滴细节中，永远保持学习的状态，也永远保持创造的动力。

“旅行、阅读、瑜伽、花草是我丰富生活，让自己归零出发的有效方式。”郑微玲说，用恬淡的文艺之心应对随时而来的挑战，这是多年来她在商海沉浮间练就的良好心态。对于今年新冠肺炎疫情带来的严重冲击，她仍带领团队迎难而上、积极行动，通过不断研发新品和提升服务坚持在自己的专业里奋力耕耘，为自己热爱的事和想要的人生而努力。



勤奋专注，做个有辨识度的“帽子姐”

出镜人：绍兴华族纺织品有限公司总经理段爱华

纺织专业出身，做过最普通的面料质检、跟单质检，到生产跟单、面料开发，再到业务跟单、销售，最后创业，近20年来，段爱华每天的生活都是“与面料共舞”。今年，她还开始直播卖货，以“帽子姐”身份活跃在抖音平台。“我觉得从事纺织工作，就像进入了一个大学堂，有太多的知识需要学习，从纺纱到织造再到印染后整理，每块布料每个工艺都不一样，我喜欢这种研究探索的感觉！”段爱华说。

2008年，段爱华才算真正实现自己的创业梦，成立绍兴华族纺织品有限公司，主营梭织、针织、染色、印花面料。她坚信女性也可以拥有自己的事业，只要坚定信念，持之以恒的努力一定会有正向的收获，任何时候都不晚。在“勤奋+专注+坚持+创新”的优势发挥下，段爱华的公司业务遍布国内外，产品品类丰富，花型更新快速，能满足客户的多种需求。

喜欢不断挑战自我，永不给自己设限是段爱华身上的显著特质。她认为在纺织领域永远是学习再学习的阶段，只是每个阶段的学习内容不同而已。“最初学习纺织知识，现在不仅要更新纺织知识还要学习管理技能、掌握新型营销技巧等等。我非常享受用一个新知来让自己保持不断前进的状态。”

对于时下热门的电商直播，段爱华早已玩得游刃有余。在抖音直播间，时常能看到她化身主播，以热情饱满的状态介绍自家公司和产品，同时分享自己的创业创新故事，激励更多女性寻找自己热爱的事业，实现自我价值。为了提高辨识度，每次直播时她都会戴上一顶大大的帽子，时间久了就成为了她的标签，网友们亲切地称她为“帽子姐”。

“从去年开始公司在印花面料的基础上增加了服装项目，客户可以看服装款式订面料或者直接订服装。”段爱华说，未来还想做一场公司的时装发布秀，在全国各地设立面料分销点，服装代理点……“帽子姐”的想法很多，一步一步实现自己内心想要的，又何尝不是一种成功。TA





长发国际·2020 中国面料之星
参评企业产品系列报道 (七)



有料才酷 为你而来

本刊记者_雷蕾 / 文 关云鹤 / 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，德州华源生态科技有限公司支持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。

本期将向大家介绍泉州海天材料科技股份有限公司、浙江吉麻良丝新材料股份有限公司、佛山市马大生纺织有限公司、绍兴华标工贸有限公司、青岛尼希米生物科技有限公司、绍兴柯桥福铄纺织有限公司、山东瑞福生科技有限公司、苏州多田纺织科技有限公司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的提升。

泉州海天材料科技股份有限公司



面料名称: 光感变色龙
原料成分: T16.5% Soroma83.5%
产品特点: 采用色纺纱原料与光变纤维，面料会遇光变色，使面料色彩丰富、饱满柔和，自然弹不易变形，满足消费者对时尚的追求。
应用领域: 男装、女装、休闲装



面料名称: 防护服面料
原料成分: T97.7% 白导电丝 2.3%
产品特点: 织物通过抗菌、防水整理贴合TPU花膜，形成一道抗菌、抗病毒屏障。手感柔软，透湿性好，耐曲折、抗拉性强，穿着舒适。
应用领域: 男装、女装、休闲装

浙江吉麻良丝新材料股份有限公司



面料名称: 大麻超高分子量聚乙烯纤维凉感条纹
原料成分: 乙纶 38.4% 棉 27.9% 涤纶 19.7%
大麻 8.6% 莱赛尔 5.4%
产品特点: 400D超高分子量聚乙烯纤维材料，双面双层组织，590克平方米克重，面料厚实。具有高于不锈钢和金属钛的超高导热率，用其制成的面料具有良好的散热性、独特的持续凉感特性。
应用领域: 内衣、家居服



面料名称: 高支棉大麻丝光双面
原料成分: 棉 81% 大麻 19%
产品特点: 高支棉大麻纱线 60S, 双面组织，丝光处理，不刺痒，手感舒适，运用一种对大麻纤维进行生物和化学联合一次脱胶的方法，减少一定的碳排放量。在后整理时通过相应的水温和时间控制来调控布料的手感，使面料的手感和功能性得以同时体现。
应用领域: 男装、内衣、家居服

佛山市马大生纺织有限公司

面料名称: WX8972
原料成分: 棉 88% 聚酯纤维 6% 涤纶 3% 粘胶 2% 氨纶 1%
产品特点: 该产品采用两种颜色的经纱纬纱，纬纱采用双芯纱，保持了面料良好的回弹性，通过特殊的组织使面料呈现出不同的经向效果。结合不同的牛仔水洗效果，变化会更加丰富，产品有自然的拼接效果，更加彰显个性。
应用领域: 女装、休闲装



面料名称: AC108903
原料成分: 棉 42% 莫代尔 29% 涤纶 17% 粘胶 12%
产品特点: 该产品采用兰精天丝超柔做经纱，绳染染色，纬纱采用活性染藏青色，看起来很硬挺，实际很有棉感，加上工艺设计是牛仔，有怀旧感觉，颜色整体很饱满。
应用领域: 男装、休闲装



绍兴华标工贸有限公司



面料名称: R0156-K2
原料成分: CUPRO67% VISCOSE33%
产品特点: 铜氨缎面，通过特殊工艺处理，既保持面料的舒适度，做到不易褶皱，且环保可自然降解。此款面料具有透气性、吸湿排汗、抗静电、飘逸、手感舒适、颜色高雅，适合做连衣裙、休闲裤等。
应用领域: 女装

面料名称: R0147-X
原料成分: CUPRO 100%
产品特点: 铜氨顺纤维是类似泡泡纱的织物，先后经过打线、强捻、预缩、环保染色等深加工而成，其起绉效果好，面料透气性佳、吸湿排汗、抗静电、手感舒适、清爽，可自然降解，悬垂性佳，适合做连衣裙等。
应用领域: 女装



青岛尼希米生物科技有限公司

面料名称: 锌护盾全棉抗菌梭织面料
原料成分: 棉 100%
产品特点: 全新一代植物锌离子抗菌抗病毒技术，植物科技和锌技术相融合，从而形成具有永久耐洗性的抗菌抗病毒的含锌高科技天然健康功能，且不会脱落，属于0溶出性生物抗菌。永久性抗菌抑菌，永久性耐水洗、抗病毒、防螨抗过敏、防臭自清洁、释放锌元素。
应用领域: 男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



面料名称: 锌护盾全棉抗菌针织面料
原料成分: 棉 100%
产品特点: 全新一代植物锌离子抗菌抗病毒技术，植物科技和锌技术相融合，从而形成具有永久耐洗性的抗菌抗病毒的含锌高科技天然健康功能，而且不会脱落，属于0溶出性生物抗菌。永久性抗菌抑菌，永久性耐水洗、抗病毒、防螨抗过敏、防臭自清洁、释放锌元素。
应用领域: 男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



绍兴柯桥福铄纺织有限公司



面料名称: 皓辉
原料成分: 100%Terylene(涤纶)，亮片
产品特点: 这款面料的创新点是将高光亮片以涤纶穿孔绣在面料上，被一端固定在面料上的亮片，其形态会上下左右各个方向摆动。恰是运用了这种不规则的摆动，让面料产生一种犹如镶着碎钻的、多种角度、多种亮度的璀璨光华。该面料为涤纶丝亮片绣花面料，将涤纶丝重复绣在底布上，达到结穗流苏的效果，与亮片组合达到立体的效果。
应用领域: 女装、休闲装、童装

面料名称: 林隐
原料成分: poly100%
产品特点: 该面料为绣花面料，用色统一柔和，体现着中式清雅。面料绣面光洁顺滑，整体层次分明，适用于中高端女装及礼服。从透明亮片，到单线叶纹，再到密实的枝干，层次感依次递增，用工艺和材料本身的特点，营造出立体丰富的效果。
应用领域: 女装、休闲装、内衣、家居服、童装



山东瑞福生科技有限公司



面料名称: 女士香风双面呢
原料成分: 羊毛 80% 锦纶 14% 竹纤维 6%
产品特点: 这个产品正面是股纱与大肚冰岛纱在特殊组织的基础上交错织造，使产品纹路新颖、个性；反面是素色，让产品看起来“花而不乱”。该产品保暖性强，性价比高。由特殊纱线、特殊组织织造而成，丰富的色彩交相辉映，使这款面料抽象中富有层次，立体感强，使产品具有“潮”感。
应用领域: 女装、休闲装




面料名称: 斜纹双面休闲呢
原料成分: 羊毛 85% 锦纶 15%
产品特点: 这款产品突破了纯斜纹面料的呆板，在斜纹基础上增添了横纹，使面料新颖、个性。使用澳毛原料，采用合股纱线，使产品手感厚实，保暖性强，性价比高。颜色清新淡雅，具有高级简约的精致感。
应用领域: 女装、休闲装

苏州多田纺织科技有限公司



面料名称: 绿色主义
原料成分: 涤纶 100%
产品特点: 质地轻薄，布面滑爽，富有弹性；采用意大利高速数码印花工艺；采用环保染色、防静电加工；抽象主义几何花型搭配流行时尚流行色系，稳重大方。
应用领域: 女装、休闲装



面料名称: 金枝玉叶
原料成分: 涤纶 100%
产品特点: 质地轻薄，布面刺绣后有肌理感，黑底绿叶的植物花型印花搭配金色色绣。绣纹结合时尚印花元素，面料端庄富有质感。采用环保染色、防静电加工。
应用领域: 女装、休闲装、童装 

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。

贴近市场， 重塑更具可持续性的时尚产业

优可丝·2020 中国时尚面料设计大赛评审会于柯桥举行

本刊记者_ 邬莹颖

8月12日，在浙江绍兴柯桥举行的“优可丝®·2020 中国时尚面料设计大赛评审会”上，来自纺织服装各领域的14位专家对2500余块参评面料进行了多维度的综合评审与严格遴选，同时就后疫情时期如何通过产品创新创造新亮点和增值点给出了宝贵建议。

国家纺织产品开发中心主任李斌红，中国纺织信息中心副主任李波，国家纺织产品开发中心总工程师陈宝建，柯桥区中国轻纺城创意产业服务中心主任徐舒、副主任阮春萍，赛得利公司市场营销总监李孝琴、战略营销总监陈健出席本次活动。

“中国时尚面料设计大赛”于2017年首次举办，今年是第四届。本届大赛由中国纺织工业联合会指导，中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心、中国轻纺城建设管理委员会共同主办，绍兴华颐瑞佳纺织科技有限公司、中国女装面料流行趋势研究院承办，赛得利公司冠名赞助。在往届常规赛事活动基础上，大赛增设了“优可丝®市场应用奖”、“优可丝®绿色织造奖”，旨在推动再生纤维素纤维技术的创新应用与可持续时尚的创新发展。

筑平台 创新绩

2020年，中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心与柯桥、赛得利基于推动可持续时尚创新、提升时尚话语竞争力、共创时尚策源地的共识与愿景，再度达成密切合作。三方集成标杆效应为赛事从行业平台、产业资源、纤维源头三个层面构建完整的集成创新体系，鼓励和引导企业从纤维材料的源头建立产品开发生新模式，有机融合科技、时尚、绿色的元素，展现企业在“疫境”中以新应变的强大创造力。

本届大赛参赛企业共300余家，参评产品达2500余块，较2019年略有增长。“在疫情时期能取得这样的成果，一方面体现出大赛组委会付出的巨大努力，另一方面也凸显出企业疫中蓄能、创新求变的强大韧劲和坚定信念。”李波在致辞中指出，坚持举办第四届“中国时尚面料设计大赛”，一是对产业未来的发展依然充满信心，二是越是艰难险阻之下越要凝聚行业创新的力量，共克时艰、逆势突围。

徐舒在会上对柯桥纺织产业进行整体介绍的同时，从时尚产业、贸易出口、市场集群三个维度讲述柯桥在疫情时期的稳健发展。他指出，柯桥着眼于未来趋势发力时尚产业，推动产业时尚转型，极大提升了产业的时尚度与创新度。基于良好的产业基础和强大的发展韧劲与后劲，柯桥2020年上半年的外贸出口实现了正增长，市场集群成交额从5月开始实现同比增长。面对疫情，柯桥企业迅速应变转型，集群化发展的竞争优势更为凸显。

陈健在致辞中表示，作为全球规模领先的再生纤维素纤维生产商之一，赛得利一直将产品研发、产业链合作、可持续发展作为企业发展的重中之重。赛得利围绕行业“绿色、科技、时尚”的定位不断推陈出新，运用新技术、新组合来推动产业链的协同共赢，持续加强与产业链各个环节的伙伴合作，从纤维功能、纱线配比到织造设计，全面提升中国纺织行业的竞争力、生命力。

优可丝纤维：创造美好生活

本届赛事设置的“优可丝®市场应用奖”、“优可丝®绿色织造奖”均对产品中的优可丝®纤维含量作出了要求。在优可丝®申报产品区域中可见，桑蚕丝、棉、舒弹丝、苎麻、sorona、莱卡、莫代尔、涤纶、锦纶、氨纶、腈纶、苈麻、亚麻等与优可丝®纤维混纺或是100%优可丝®纤维的产品在外观、手感、质感、色彩、风格、功能等方面表现得尤为亮眼。

优可丝®纤维的性能有何优越之处？会上，赛得利公司市场经理颜荟对赛得利优可丝®系列产品进行了系统介绍。其中，优可丝®BV可以和棉、涤纶、锦纶、腈纶、麻、羊毛等纤维进行混纺或交织以实现不同风格和功能。优可丝®安泰贝®抗菌纤维能够有效抑菌、消除异味且抗敏安全，与不同纤维混纺抗菌性能依然表现良好。优可丝®菁彩纤维采用原液着色工艺能够使色彩鲜亮，色牢度佳且节能环保。赛得利®FINEX 纤生代™循环再生纤维源于植物类回收衣料以及国际权威认证的木源，100%生物基可快速降解。赛得利莱赛尔纤维强度高，具有良好的吸湿性、亲肤性、抗菌性、可生物降解性以及透气性，在纺织品的服用、家用、产业用三大终端领域具有极其广泛的应用前景。

获奖结果9月揭晓

来自中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心、上海壹样服饰有限公司、EACHWAY（艺之卉）时尚集团、波司登国际服饰（中国）有限公司、法国品牌ébahir、伊芙丽、浙江理工大学、罗莱生活科技股份有限公司、韩都衣舍电子商务集团股份有限公司、上海铭岩服饰有限公司、地素时尚股份有限公司、门神设计机构的纺织品开发专家、色彩和流行趋势研究专家、服装品牌和设计师、采购商代表等强势阵容组成的评审团，本着严格的评审标准和评审规则，从时尚性、创新性、商业性等多个维度对参赛作品进行了严苛的专业评选。

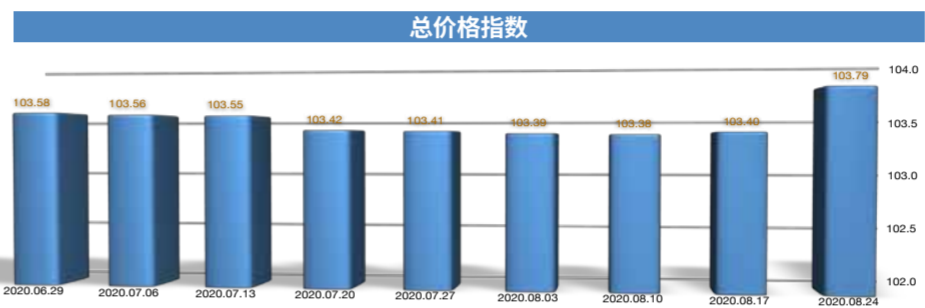
李斌红在总结中指出，大赛既是产品创新竞技的平台，也是产业发展情况的缩影。本届大赛充分体现了三大特征：良好的产业基础，是企业创新的沃土；优异的纤维材料，是产品创新的前提；动态的市场需求，是产品创新的风向标。中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心通过中国流行面料技术创新联盟、流行趋势研究与发布联盟以及线上时尚培训课程等专业引导，使得参赛企业对流行趋势、市场需求的把握能力显著提升。本届参赛企业除了加大可持续纤维材料的应用和功能性产品开发外，主要从两个维度着力，一是致力基本款的品质提升，二是把握时尚度更有分寸感。面对疫情之下不确定的经济形势，企业唯有不断优化创新管理体系、提升协同创新能力才能赢得市场话语权，实现可持续发展。

评审会最终评选出了金奖、银奖、铜奖、时尚色彩奖、创新科技奖、优可丝®市场应用奖、优可丝®绿色织造奖等奖项。据悉，大赛获奖名单将于9月在“中国流行面料”官方微信号及相关媒体上同步揭晓，10月将于柯桥举行颁奖典礼及获奖产品展示活动。TA

市场销售环比推升 价格小幅上涨

20200824 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20200824 期纺织品价格指数收报于103.79点，环比上涨0.38%，较年初下跌1.28%，同比下跌1.56%。



近期，中国轻纺城市场营销环比推升，其中：原料市场价量小幅上涨，坯布市场价量环比小升，服装面料市场布匹价量小幅回升，家纺类产品成交价量环比小跌，辅料行情明显上涨。

原料价量小幅上涨，涤纶环比小跌，纯棉纱行情稳中推升

据监测，本期原料价格指数收报于76.77点，环比上涨0.29%，较年初下跌5.51%，同比下跌7.38%。

聚酯行情多显震荡，涤纶行情环比小跌。本期涤纶原料价格指数环比小跌，华东地区PTA现货主流3535—3555元/吨，MEG主流3695—3725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4625元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格环比下跌，POY报价环比跌幅在145—150元/吨，FDY价格环比持平，DTY价格环比跌幅在50元/吨左右。我国聚酯产品始终被反倾销所困扰，聚酯行业仍旧存在一定的出口壁垒；中美贸易关系仍旧紧张，其他部分纺织国家将对我国纺织品服装形成一定竞争。我国涤纶长丝产品以内销为主，但是随着国内产能的扩张，特别是今年以来新投产产能释放，将加剧行业产能过剩。

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5450—5480元/吨，跌幅在50—80元/吨，成交价重心环比下跌。近期纯涤纱市场报价有稳有涨，32S纯涤纱报9350元/吨左右，报价环比持平；45S纯涤纱报10550—10600元/吨，报价环比上涨50—100元/吨。

纯棉纱行情震荡上行，人棉纱价格稳中回缩。近期，纯棉纱整体行情局部小增，价格基本稳定。萧绍地区纯棉纱市场报价基本稳定，成交局部小增。8月以来，部分贸易企业反映接单情况有所好转，采购商下单频率增加。下单的订单都是以秋冬面料为主，由于秋冬面料的应季需求，部分地区的出口订单增加。近期纱厂对中高端新疆棉需求相对较好，尤其是双28以上新疆生产建设兵团机采棉，采购频次和数量均有提升，多家企业也上调了100—200元/吨不等。由于担忧疫情影响新疆棉移库，内地部分仓库优质资源的出货量也相应有所提高。

近期，粘胶短纤原料价格局部稳中小涨，粘胶短纤1.5D×38MM中端实际中心价为8460—8465元/吨，价格环比涨幅在100—105元/吨。近期人棉纱价格局部稳中回缩，30S人棉纱价格报11520元/吨左右，价格环比跌幅在20—30元/吨；40S人棉纱报12800元/吨左右，价格环比持平；人棉纱行情环比下跌，价格仍然以低迷为主。

坯布行情环比推升，价格指数小幅上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于121.33点，环比上涨0.10%，较年初上涨1.21%，同比上涨1.92%。

本期坯布类价格指数呈小幅上涨走势。近期，市场营销环比推升，坯布厂家订单环比小增，坯布价格小幅上涨。其中：混纺纤维坯布行情环比推升，价格指数呈小幅上涨走势；天然纤维坯布营销环比推升，价格指数呈小幅上涨走势；化学纤维坯布现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈微幅上涨走势，拉动坯布类总体价格指数小幅上涨。近期绍兴地区印染企业平均开机率为73.6%，常规坯布进仓较多，氨纶、涤塔夫、尼丝纺、麂皮绒等面料较为走俏，占据仓库数量。这波秋冬面料行情的持续性，可以维持至8月底—9月初，虽然整个内销市场并没有突破性的大改变，但很多供应商开始打样频繁，实质性订单增多。外贸市场也在逐渐适应国际局势变化之后开始好转，尤其秋冬面料订单的到达，逐渐打开了局面，销量开始向好，秋冬坯布需求环比增加。

服装面料销售环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于116.84点，环比上涨0.59%，较年初下跌0.31%，同比下跌0.14%。

本期服装面料类价格指数小幅上涨。近期中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回升，创新面料价格环比上涨，兼具时尚元素的创意产品价格环比上涨。近期，秋季服装面料现货成交和订单发货环比回升，初冬季服装面料订单发货环比小增，价格环比小涨。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤毛面料、涤氨面料、粘胶面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉面料成交价量不等量上涨，拉动服装面料类总体价格指数小幅上涨。近期，传统市场有所回暖，整体订单环比增加趋势明显，虽订单量依然不及往年同期，但行业坯布库存、面料库存及原料库存呈现环比小幅下滑趋势。内贸与外贸订单均有起色，外贸方面欧洲及中东等地订单仍占比较大。

家纺市场局部回缩，价格指数环比小跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于101.95点，环比下跌0.30%，较年初上涨0.48%，同比上涨0.20%。

本期家纺类价格指数环比小跌。近期，轻纺城家纺市场成交局部回缩，价格环比小跌。大众色洋花型面料现货成交量和订单发货量环比回落，跑量产品现货成交和订单发货环比下降。其中：窗纱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；日用家纺类现货成交和订单发货继续下降，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小跌。

市场行情明显回升，辅料指数环比上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于131.70点，环比上涨1.14%，较年初下跌0.05%，同比上涨1.21%。

本期服饰辅料类价格指数环比上涨。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情明显回升，因下游企业备货环比增加，现货成交和订单发货呈现环比回升走势。服装里料类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；线绳类行情环比推升，价格指数呈一定幅度上涨走势，拉动辅料类总体价格指数环比上涨。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。因下游需求局部小增，后市行情走势局部顺畅。秋季面料供给环比增加，秋季面料现货成交环比增长，初冬季面料批量试单局部小增，南北客商认购踊跃度将震荡小升，市场营销走势局部小增，后市轻纺城传统市场营销将逐日出淡，整体市场成交将呈现震荡小升走势。虽然“金九银十”快要到来，但预计“成色”无法与历年相比。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

成交气氛偏淡 化纤指数小幅走跌

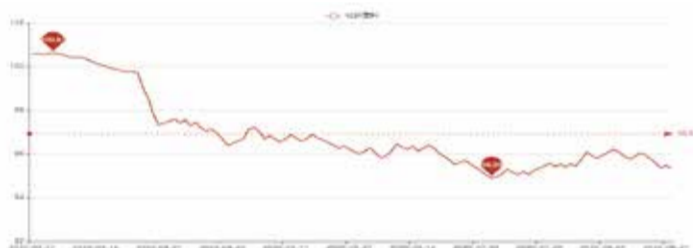
2020年8月17-21日商务部中国·盛泽丝绸化纤指数一周点评

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96.21点,与上周相比,下降了0.56点;化纤面料价格指数小幅走低,收盘于95.48点,与上周相比,下降了0.58点;化学纤维价格指数小幅走低,收盘于100.08点,与上周相比,下降了0.55点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅走高,收盘于101.8点,与上周相比,上涨了0.2点。

化纤面料市场行情分析

化纤面料价格指数小幅走低,收盘于95.48点,与上周相比,下降了0.58点。

盛泽市场化纤面料价格指数走势



从中国绸都网监测的样本企业看出,本周里面料市场成交与上周变化不大,市场呈现小批量、多批次的状态。

原料方面,本周里料市场成交量与上周相比基本持平,价格也大多走稳。具体来看,高密涤纶夫走货好于前期,成交集中在290T、300T等,价格变化不大;舒美绸、斜纹绸在本周成交气氛不如上周,下游采购稍有回落;提花里料用于箱包面料需求较好,大多销往海宁等地,用于箱包面料生产,其中黑丝提花里料销量较为突出;半弹春夏纺成交一般,但高弹春夏纺走货较好,市场库存有所下降;针织经编网眼里料成交稍有上升,价格走势平稳;人丝、天丝里料成交表现一般;醋酸里料近期品牌商仍有拿货,市场产能少,所以成交较为热闹。

面料方面,本周面料市场局部成交仍小幅回升,秋冬服装面料打样、询价好于前期,可实际下达的订单量仍呈现“小批量、多批次”的格局。具体来看,本周成交仍集中在T400和T800面料,成交依旧活跃,下游采购多用于制作防寒服面料;仿记忆面料在本周成交有所放大,尤其是棉感斜纹仿记忆近期走货较好,下游采购多用于制作裤装、女士时装、套装等;针织麂皮绒面料走货仍旧顺畅,下游采购多用于时尚鞋服,价格与前期变化不大;桃皮绒面料本周成交多集中在斜纹桃皮绒,下游采购可用于制作家纺产品、沙滩裤等;四面弹系列中,涤纶四面弹以其较好的性价比受到了下游客商青睐,下游采购多用于制作男女外套、裤子、户外类服装等,近期市场上一款英伦斜表现突出,下游采购操作频繁,带动了市场走货热度;喷气面料整体变化不大,锦棉、涤锦棉稍有好转,但是厂家仍表现库存压力较大;仿真丝系列依旧走货不畅,大多数厂家在生产库存。

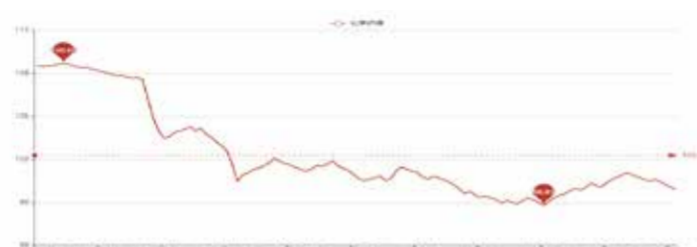
从商务部盛泽指数可以看出,本周市场表现不一,局部秋冬服装面料成交较前期走弱,弹力类面料仍有一定的销量。此外,随着高温天气的持续,工人生产积极性不佳,厂家也有降负、放假操作,不过放假多为个例,现盛泽地区开机率稍有下滑,维持在6成偏上。大多数厂家产销仍难以做平,因此去库存难度较大,目前盛泽地区还布库存继续维持在45—46天左右。随着9月到来,市场对后市预期稍有好转,但外贸环境仍较为恶劣,市场心态难以全面提振。

化纤原料市场行情分析

化学纤维价格指数小幅走低,收盘于100.08点,与上周相比,下降了0.55点。

本周国际油价处于变化率震荡上升趋势。一方面,伊拉克表示在8月和9月额外减产40万桶/日,以弥补过去三个月的过度生产。另一方面,国际能源署(IEA)于近期下调2020年石油需求预估,称疫情导致航空旅行减少,将使今年的全球石油需求减少810万桶/日。此外,石油输出国组织盟友(OPEC+)消息人士表示,7月OPEC+减产协议执行率预计在97%左右。据路透社20日消息,因担心石油需求复苏缓慢,石油输出国组织(OPEC)及其盟友(OPEC+)向产量超出目标的产油国施压,要求它们在8—9月进一步减产。截至8月20日,纽约商品交易所9月交货的轻质原油期货价格下跌0.35美元,收于每桶42.58美元,跌幅为0.82%。10月交货的伦敦布伦特原油期货价格下跌0.47美元,收于每桶44.90美元,跌幅为1.04%。PX方面,本周PX价格整体小幅下跌,截至周五,亚洲PX下跌至533美元/吨FOB韩国和551美元/吨CFR中国。欧洲PX下跌至451美元/吨FOB鹿特丹。

盛泽市场化学纤维价格指数走势



开工率方面,本周PTA周平均开工率集中在77.9%,较上周上涨了0.4%;实时开工率在80.3%,实时有效开工率85.6%。聚酯方面,本期聚酯平均负荷集中在91.2%,较上周上涨了0.3%。织造方面,近期织造厂家开机率稍有下滑,至63%左右。

产销方面,本周涤纶长丝产销清淡,下游备货力度一般,多观望为主,涤纶长丝产销维持在6成附近。

库存方面,从中国绸都网统计数据来看,现如今聚酯市场整体库存集中在33—41天;具体产品方面,其中POY库存至11—18天,FDY库存至22—32天附近,而DTY库存则至30—41天左右。

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走高,收盘于101.8点,与上周相比,上涨了0.2点。

蚕茧丝绸类产品价格指数走势



现货面上,中低等级生丝报价提高,询价还价气氛有所升温。来自印巴市场的询价气氛近日也有所抬头,印度的疫情面临进一步爆发,随着印度重启经济,印度国内绸厂有进一步复产动静,国内丝价较前期有所提高,对流转消化本国前期几乎停滞运转的积压生丝原料有一定促进作用。据了解,目前中国生丝普货对印度市场报价在每公斤38—38.5美元。面向印度的越南市场本周蚕茧收购价也有提高,对印度生丝报价和出口量均较前期有所增加。不过,影响中国国内丝价走势的,仍旧是整体的需求量。ITA

168tex.com 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