

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

2021.05.24 | 第18期 | 总第1026期

中国即墨服装市场

牵手即墨市场 成就财富梦想

电话:0532-89061667
地址:青岛即墨区鹤山路920号

日本纤维信息

Japan Index
2022 Spring/Summer

2020纺机联合展:
约20家日企亮相,展示独特纺机技术

日本检验机构发力中国市场

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



哪些纤维共性关键技术将获得突破?

P12

5月12日,“新阶段·新理念·新格局”先进纤维新材料科技创新高质量发展论坛在北京举行。

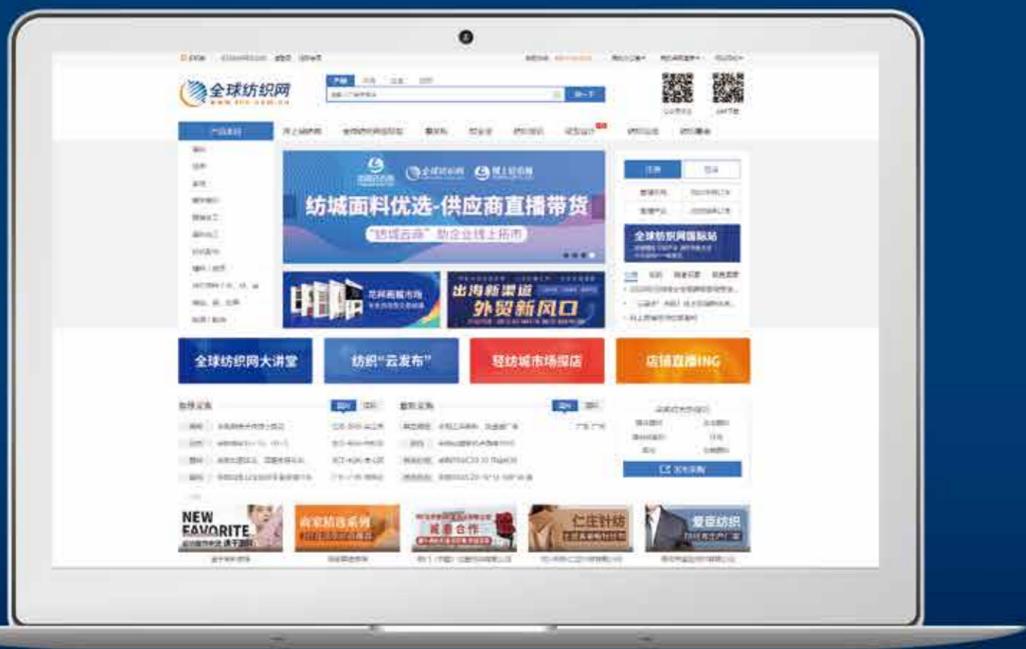
P16

传承匠心 创新时尚



做全球纺织品生意 上全球纺织网

☎ 热线电话 400-119-0123



浙江中国轻纺城集团股份有限公司旗下平台



扫码下载全球纺织网APP

(以上数据来源于企业)

TAIPEI INNOVATIVE TEXTILE APPLICATION SHOW 2021 台北纺织展 OCTOBER 13-15



TAIPEI NANGANG EXHIBITION CENTER 台北南港展览馆 1馆



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

社长	徐峰
总编辑	刘萍
副社长	葛江霞 刘嘉
社长助理	张尚南
副总编辑	袁春妹 万晗
高级顾问	胡晓玉 赵媛媛

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
美编	郭淼

新媒体部

资深摄影	关云鹤
美编	李举鼎

品牌推广中心

总监	吕杨
副总监	罗欣桐
主任	王振宇
执行专员	裴鑫榕

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

行政管理中心

总监	崔淑云
办公室	
主任	黄娜
副主任	刘萍
财务部	
主任	崔淑云(兼)
专员	张艳

市场发展中心

总监	万晗(兼)
副总监	章简
媒介主管	雷蕾
客户经理	张灼瑄
	夏小云

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

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

日本合作媒体: 纤维News

印度合作媒体: Inside Fashion

欧洲合作媒体: Textile

台湾地区合作媒体: 纺织时报

承印: 北京晟德印刷有限公司

目录 CONTENTS

P06 资讯 Infos

展现纺企科技、时尚、绿色新形象

武汉纺大耐高温弹性密封装置助力“天问一号”安全着陆

2021中国国际大学生时装周在北京举行

第30届中国真维斯杯休闲装设计大赛圆满收官

P08 关注 Attention

党建引领非公企业高质量发展

学党史 悟初心 促发展

P12 特别报道 Special

哪些纤维共性关键技术将获得突破?

P16 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

传承匠心 创新时尚

柯桥面料为何风靡市场?

走红色足迹 悟初心力量

P20 服装 Industry

以制造铸基，以设计为锋

P21 纺机 Industry

元丰机械：大破大立 “专” 酿新机

P22 品牌 Brand

为时尚青岛再添蓬勃生机

P23 一线 Frontline

新渠道为设计师品牌发展带来新机遇

陕西服装工程学院：重视实践，产教融合新思路办学

P24 观察 Observation

深入推进纺织行业数字化转型

P25 指数 Index

市场营销环比回升 价格指数小幅上涨

国际原油大幅回落 化纤指数小幅下跌

每周随笔

从人口红利向人才红利迁移

日前，笔者乘坐电梯遇到一位匆匆而行的快递小哥，随意聊了几句，得知他从事快递行业已经三年了，此前在一家企业工作。为什么放弃企业转而跑快递？小哥回答，企业工作比较单调，固定在一个地方没意思。做快递自由，到大城市见见世面，还可以接触很多人。小哥还说，其实收入也并没有很大差距。

近一段时间，不少社交媒体都在关注这一现象：到大城市送快递、送外卖，正在成为越来越多低学历年轻人的优先职业选项。与此同时，制造业里的年轻劳动力则在逐渐减少。

笔者在走访纺织企业时也能感受到，90后、00后一线员工正在减少。

第七次全国人口普查结果显示，我国16岁至59岁劳动年龄人口为8.8亿人，劳动年龄人口的总规模仍然较大。国家统计局局长宁吉喆给出的结论是：我国劳动力资源依然丰富，人口红利继续存在。

尽管人口红利依然存在，但现实的问题摆在面前，从事制造业的人口数量缺口还是比较大的。

这个问题不仅是纺织业的问题，而是整个制造业的问题。

对当今的年轻人来说，其工作理念已经发生较大转变，工资水平只是其职业选择的重要因素之一，时间与舒适度、灵活性等都成为新的重要影响因素。

随着社会发展，就业渠道的多样化，制造业劳动力减少已经形成趋势。破解制造业用工难的招数，无疑就是提高自动化、数字化、智能化水平，把劳动力不愿意从事的岗位，让机器替代。

但有一点不能否认，再自动化的技术，也需要人去控制，显然这对劳动力的素质提出了新的要求。

从人口普查结果看，劳动年龄人口素质显著提高。劳动年龄人口平均受教育年限从2010年的9.67年提高至10.75年；高中及以上受教育程度的人口达3.85亿人，占比为43.79%，比2010年提高了12.8个百分点。

今年4月，习近平总书记提出，加快构建现代职业教育体系，培养更多高素质技术技能人才、能工巧匠、大国工匠。为了提高企业技能人才的待遇，人力资源和社会保障部印发了《技能人才薪酬分配指引》，在薪酬体系、岗位工资、绩效工资、津贴单元、中长期激励设计等方面都提出了具体建议。对代表专业技能较高水平的技能人才，薪酬可达到工程技术类人员的较高薪酬水平，或者相当于中层管理岗位薪酬水平。

给了待遇，还要给地位。

今年全国五一劳动奖章表彰中，来自基层一线的劳动者占奖章总数的84.5%，明显向产业工人倾斜，一批纺织一线职工也位列其中。

今年，行业还将进行全国纺织劳模的评选工作，其中评选条件中有一条：评选重点面向生产基层一线，一线职工不低于劳动模范的60%。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲对此表示，推进行业人力资源从数量优势向质量优势过渡，从人口红利向人才红利迁移，需要在劳模表彰中既体现“工匠精神”与“创新能力”，同时优化行业人才结构。首先，要特别关注代际更替，解决用工难招工难等困扰行业发展的难题。

可见，尽管人口红利仍然存在，但人才红利才是未来行业取胜的关键。

新生

本周看点 View point

1—4月份，我国社会消费品零售总额13.8万亿元，同比增长29.6%，比2019年同期增长8.6%。4月份，消费市场继续呈现稳步恢复态势，传统消费提质升级，新型消费蓬勃发展，服务消费持续回暖，社零总额3.3万亿元，同比增长17.7%，比2019年同期增长8.8%。

——商务部新闻办公室

国家发改委、中央农办、国家乡村振兴局等30个部门日前联合印发《关于继续大力实施消费帮扶巩固拓展脱贫攻坚成果的指导意见》，精准对接脱贫地区和脱贫人口发展需要，推进消费帮扶提档升级。

——经济参考报

2020年全国城镇非私营单位就业人员年平均工资为97379元，比上年增加6878元，名义增长7.6%，增速比2019年回落2.2个百分点。扣除价格因素，2020年全国城镇非私营单位就业人员年平均工资实际增长5.2%。

——国家统计局

《人民日报》记者从2021世界电信和信息社会日大会上获悉：目前，我国行政村通光纤和4G的比例均超过了99%，今年底，力争实现未通宽带行政村动态清零。

——人民日报



纺织服装周刊
微信订阅号



纺织服装周刊
微信视频号



TA 潮报
微信订阅号



纺织机械
微信订阅号



纺织服装周刊
今日头条号



纺织服装周刊
网易号



纺织服装周刊
新浪微博

聚焦
FOCUS

展现纺企科技、时尚、绿色新形象

中纺摄协采风活动走进安莉芳山东工业园

■ 本刊记者_郝杰



中纺摄协一行9人走进安莉芳山东工业园采风。

业智能制造首批针织智能试点”。该智能仓引进的是世界领先技术的自动化、智能化配送流水线，可实现成品高速、自动分类分发和货物高效、自动存储，大大节省了人力。

采风活动中，采风团一行与安莉芳管理层进行了座谈，听取安莉芳集团执行董事、安莉

芳山东工业园总经理鹿群介绍安莉芳的发展历史。她说，安莉芳的发展历程也体现了中国改革开放的成就。如今传统产业正在走向时尚产业，这种转变并不仅仅体现在人工的减少，而是体现在生产线，以及整个供应链的变革。夏令敏介绍了中国纺织摄影协会的发展情况，他说，摄影协会一直以服务企业、服务行业为己任，通过会员的镜头记录企业的发展变化。他感谢安莉芳为摄影协会提供的学习和采风机会，希望摄影协会多组织走进企业的活动，树立行业转型升级的新形象。双方还就提高纺织职工摄影水平、培养摄影人才进行了交流。

随后，采风团一行先后深入成分分拣智能仓、物料仓、生产线以及大型中央空调地源热泵系统。造型独特的厂房、高大宽敞的生产车间、现代化的智能设备、严格的管理规范、宛如公园般的厂区……这一幕幕画面，让摄影团一行颇为震撼。大家非常珍惜这次采风活动，纷纷举起镜头，不断寻找最佳角度，捕捉园区内的动人瞬间。

5月15—16日，中国纺织摄影协会一行9人在中国纺织工业联合会副会长夏令敏带领下走进安莉芳山东工业园采风，进行摄影创作，展现“十四五”开局之年，纺织企业科技、时尚、绿色新形象。

安莉芳集团于1975年由郑敏泰先生创办于香港，至今已有四十六年历史，是知名的内衣企业，更是我国纺织行业践行科技、时尚、绿色新形象的标杆企业。成立于2005年的安莉芳山东工业园是安莉芳集团最大的生产基地。工业园在建立之初，就借用天然河道拦坝蓄水、营造湿地、广种植被，打造环境生态美；整个园区内实施地源热泵与节能工业建筑，花了大量的人力物力，先后建设了地板采暖、外墙保温、自动喷淋、天窗采光等智能化节能环保工程，这种环保式构造有效减少了大气污染物的排放，一年节能达70%以上，比传统空调系统效率高40%以上。

工业园内的中央智能仓是工业园标志性建筑，并被中国纺织工业联合会评为“中国纺织行

武汉纺大耐高温弹性密封装置助力“天问一号”安全着陆

5月15日7时18分，“天问一号”探测器成功着陆于火星乌托邦平原南部预选着陆区，我国首次火星探测任务着陆火星取得成功。

“天问一号”探测器着陆火星，迈出了我国星际探测征程的重要一步，实现了从地月系到行星际的跨越，在火星上首次留下中国人的印迹，这是我国航天事业发展的又一具有里程碑意义的进展。

武汉纺织大学教授徐卫林带领团队研制的“火星着陆巡视器耐高温弹性密封装置”，为着陆过程“魔鬼9分钟”中的姿态调整提供保障，深度助力“天问一号”探测器成功着陆火星，继成功研制嫦娥五号月面展示国旗后再次为中国航天事业贡献“纺大力量”。

据悉，“火星着陆巡视器耐高温弹性密封装置”由中国航天科技集团第五研究院委托武汉纺织大学研制。自2019年初团队接到紧急任务，武汉纺织大学团队成员刘可帅、郭维琪等在徐卫林带领下，用时14个月紧急攻关完成该项目。(陈墨)

动态 NEWS

77所院校参与、5000套作品发布

2021中国国际大学生时装周在北京举行

5月15日，由中国纺织工业联合会、教育部高等学校设计类专业教学指导委员会作为指导单位，由中国服装设计师协会、中国服装协会、中国纺织服装教育学会主办，751D·PARK北京时尚设计广场联合主办的2021中国国际大学生时装周在北京启幕。

本届大学生时装周以“智变”为主题，在为期6天的时间里，来自国内28个地区以及英国、澳大利亚、韩国、巴基斯坦、意大利、法国6个国家的77所中外院校的2000余名优秀毕业生，参与了35场专场发布、35场视频发布、2场专业大赛及高校时尚教育成果展等活动，共有约5000余套作品得到展示。其中，首次参与的中外院校有10所。

专项评审评出茵曼·女装设计奖、POP趋势·风格与创意奖以及男装设计奖、科技创新奖、可持续时尚奖、针织设计奖、工艺制作奖、面料运用奖、市场潜力奖、饰品搭配奖等多个单项奖。这些学生和作品，都是在校内经过了层层筛选脱颖而出的，他们为青春披上最美的外套，共同谱写新时代时尚韵律。

今年，2021中国国际大学生时装周在线上与线下都有内容，其中，中国国际时尚论坛版块呈现了6场切合时下热点的主题论坛。(苏密)

三十而励，从“新”出发！

第30届中国真维斯杯休闲装设计大赛圆满收官

5月16日，第30届中国真维斯杯休闲装设计大赛总决赛暨真维斯Z+ 新世代系列发布会亮相中国国际大学生时装周，在北京751D·PARK第一车间举行。

大赛组委会分别邀请了中国服装设计师协会副主席、北京服装学院教授刘元凤，金顶奖设计师王钰涛、刘勇、祁刚，苏宁集团PP视频设计总监崔鹏，真维斯品牌商品开发部总监黄国东担任本届大赛评委。

经过专业评审，最终来自西安美术学院的惠雪婷以作品《Big Data:2021》问鼎真维斯杯金奖，中央美术学院的程程元以作品《庖丁解字》摘得银奖，长沙师范学院的张可蒙凭借作品《UNDER CONSTRUCTION》获得铜奖，西安美术学院高颖莉以《检索·唐》摘得最佳网络人气奖。

为肯定真维斯集团及其董事长杨勋30年来对行业发展作出的贡献，中国服装设计师协会特别授予杨勋“中国时装设计人才培养杰出贡献人物”。(陈墨)



中国纺织服装大数据中心

中国纺织服装大数据中心是由中国纺织工业联合会主持，中国纺织工业联合会信息化部负责组织推进，中纺网络信息技术有限责任公司作为主要承建与实施单位的全国纺织行业数据汇聚、共享、应用平台。

中国纺织服装大数据中心架构：在北京设立全国中心，在重点省份设立省级中心和地级市中心，在重点产业集群设立数据平台。

中国纺织服装大数据中心功能：为政府宏观决策、区域经济发展、企业生产经营以及国际贸易竞争竞争力提升等提供数据支撑。

●数据采集和整合 ●数据存储和计算 ●数据分析和挖掘 ●数据展示和应用

数据平台建设、云 ERP/ERP、MES、纺织工业数据、相关政府部门统计数据、进出口数据、产业集群数据、纺织服装上市公司数据、电商数据……



充分发挥中国纺织服装大数据中心的平台作用，推动纺织服装行业数据汇聚，促进产业链、供应链数据融合，形成产业集群、省市、全行业基础大数据库，为政府、产业集群、纺织服装行业、企业提供数据分析、数据大屏展示、数据平台建设、解决方案推广、产融合作、供需对接等服务。

商务合作：
中国纺织工业联合会信息化部

王先生 010-85229046 13811957097
宋女士 010-85229513 13683184867
吴女士 010-85229541 13910583128



建党百年百人谈 书记谈党建

党建引领非公企业高质量发展

访鲁泰纺织股份有限公司党委书记刘子斌

本刊记者_徐长杰 通讯员_刘文洋 韦福鹏



刘子斌

习近平总书记在党的十九大报告中明确指出，中国共产党人的初心和使命，就是为中国人民谋幸福，为中华民族谋复兴。只有不忘初心，才能事业兴旺。“坚定不移跟党走，秉承家国情怀、纺织情怀，不忘初心、砥砺前行，实现百年梦想”——“衣”的初心，正是鲁泰纺织股份有限公司党委书记、董事长、总裁刘子斌深沉的情怀。

鲁泰纺织股份有限公司作为业界的领军型企业，是如何开展党建工作，又是如何以党建促发展的？为此，《纺织服装周刊》记者专访了刘子斌，听他娓娓道来党建引领非公企业高质量发展之路。

党建领航，扬帆世界

“衣”的初心是衣锦四海、经纬天下的开拓，是一面旗的引领、一块面料的事业、一件衣的温暖。每次给公司党员上党课，刘子斌必讲鲁泰的家国情怀和纺织情怀。“一直以来，鲁泰始终牢记‘创造财富、奉献社会、衣锦四海、经纬天下’的使命，把握时代大势，讲正气、走正道，聚焦实业、做精主业、打造精品，实现实业报国。这是我们矢志不渝的家国情怀；始终以振兴纺织产业为己任，致力于实现纺织强国梦，为人类创造健康、舒适、环保，过程可追溯、品质可信赖的绿色纺织品。这是我们矢志不渝的纺织情怀。”刘子斌如是说。

鲁泰，在改革开放的大潮到来时诞生，历经市场疲软、行业萧条、金融风暴……市场激烈竞争的考验和挑战，用30多年的时间，走出了山东，走出了中国，走向了世界，打造了一个中国的鲁泰、世界的鲁泰。鲁泰事业、鲁泰方向、鲁泰创造、鲁泰力量……为什么历经沧海横流不变？因为党建领航！

30年开拓，100年目标。鲁泰，在向未来深海的前进中，将走得更稳，行得更远，永远不会偏离航道，因为党建是最清最准最久最远的导航！跟党走，行稳致远。这就是红色引领的力量！

“五力”推动鲁泰发展

在鲁泰，党建就是引领力、生产力、创新力、凝聚力、民心力。
党建就是引领力——没有党建就没有鲁泰事业。“干好鲁泰的事

业，就是干好党的事业。”基于这种初心认识，鲁泰始终秉承“听党和国家的话，用大政方针指导企业发展”的理念，做到企业发展到哪里，党组织就建到哪里，充分发挥党组织的核心引领作用。

党建就是生产力——没有党建就没有鲁泰发展。抓党建就是抓生产力。鲁泰积极探索先进生产力的实现途径和方式，将组织优势转化为发展优势，让党建工作在生产经营中发挥重要作用，使党建工作成为生产力发展的有力推手，不断提高发展质量效益，释放发展活力。

党建就是创新力——没有党建就没有鲁泰创造。鲁泰以党建推进管理创新、科技创新、制度创新、文化创新等全方位创新，通过创新驱动发展，依靠管理增强合力，不断提高全要素生产率，着力提升“鲁泰制造”的品质和“鲁泰创造”的影响力。

党建就是凝聚力——没有党建就没有鲁泰力量。企业要发展，必须坚定“永远听党话、永远跟党走”的政治信念，基于这种初心认识，鲁泰汲取党建政治理论中的智慧，将党群建设与企业文化深度融合，始终发挥党的先进性，用榜样凝聚力量，用文化凝聚力量，用关怀凝聚力量。

党建就是民心力——没有党建就没有鲁泰担当。鲁泰自身发展的同时，勇于承担社会责任，支持公益事业，积极响应党和国家“乡村振兴”、“精准扶贫”战略，助力贫困群众加快脱贫致富步伐，以实际行动践行企业公民的责任和义务。

在鲁泰，有一个重阳送暖、关爱久久的故事。百善孝为先，孝为德之本。孝是中华民族的传统美德，做人以孝为根本，一个“孝”可以说贯穿整个中华民族的历史，然而传统孝道在老龄化社会的今天面临挑战，“留守老人”或“空巢老人”比比皆是。鲁泰在全社会积极践行敬老、养老、爱老、助老、扶老的良好社会风尚。2020年重阳节来临之际，刘子斌向淄川区百岁老人致以节日的问候和良好的祝愿，同时把党和政府的关怀以及企业的温暖送到了老人心中。



鲁泰将继续以党建引领新30年发展。

这是刘子斌及其家人在原来连续十四年捐款的基础上，继续向全区高龄老人捐款100万元，现已累计捐款1500万元。刘子斌表示，多年以来，鲁泰在党和国家大政方针的指引下，在各级党委政府的关心支持下，实现了健康快速发展。企业效益和个人收入提高后回报社会，是企业家和企业的社会责任，通过自身的努力，鲁泰让广大老年人能够老有所乐、安享晚年，享受到经济社会发展的成果。

听党和国家的话，用大政方针指导企业发展

从建厂之初5名党员到现如今800余名党员，30多年来，鲁泰始终秉承“听党和国家的话，用大政方针指导企业发展”的理念，按照非公企业党建“双强六好”的基本要求，大胆探索实践，逐步形成了“全覆盖两交叉三培养”的鲁泰党建工作法，走出了一条党建引领非公企业高质量发展之路。

全覆盖：企业发展到哪里，党组织就建设到哪里。“火车跑得快，全靠车头带”。公司党委坚持“一切工作到支部”、“支部建在一线”的鲜明导向，做到企业发展到哪里，党的组织就建设到哪里、党的工作就覆盖到哪里。公司新建工厂，在人员到位的同时，同步成立党组织，并严格按照政治坚定、德才兼备、能够团结带领广大职工完成各项任务的标准，选配强党组织书记，其中大多是事业部经理或工厂厂长。通过这一举措，党支部战斗堡垒作用得到充分发挥，党的领导和先进生产经营管理理念在公司实现了有机统一、有效落实。目前，公司全体干部和高管中党员分别占比69%、73%，220余名职工党员走上了基层管理岗位。

两交叉：党的领导和生产经营管理有机结合。在鲁泰，党委班子成员和各级党组织负责人实行“双向进入、交叉任职”，党委班子成员在董事会和监事会任职，各级党组织负责人在生产经营管理岗位任职，参与公司重大决策，实现了“政治核心”、“决策核心”、“生产经营管理核心”三合一。

三培养：把各方面优秀人才集聚到党的旗帜下。如何把各方面优秀人才集聚到党的旗帜下，是公司党委始终放在心上、抓在手上的一项重点工作。在党员发展方面，公司党委实行把生产经营管理能手中的积极分子培养成党员、把党员培养成生产经营管理能手、把生产经营管理能手中的党员培养成企业管理层和决策层成员“三培养”制度，变“职工被动找组织”为“组织主动找人才”，把班组长、生产经营管理一线技术骨干、高学历员工等作为党员发展重点，教育引导职工积极向党组织靠拢，逐步壮大了一支数量充足、质量优良

30多年来，鲁泰始终秉承“听党和国家的话，用大政方针指导企业发展”的理念，从建厂之初的5名党员，发展到如今已有800余名党员。

的入党积极分子队伍。同时，针对非公企业党员思想难统一、作用难发挥的问题，公司党委在坚持党员积分量化管理的基础上，实行党员亮承诺、亮身份、亮标准“三亮”制度，从创新活动载体入手，深入开展党员先锋岗、技术比武、“我为企业提合理化建议”等主题实践活动。

“党建+”增添企业发展新动力

一路凯歌，旗帜高擎。党建强则企业强，企业强则党建更强。公司党委始终坚持一手抓党建、一手抓发展，不断丰富党建引领高质量发展的内涵，企业竞争力、影响力与日俱增。自2014年以来，公司党委积极响应中央“一带一路”号召，全力打造“中国+东南亚”制造平台。目前，随着越南、柬埔寨、缅甸海外生产基地陆续投产，经营效益已逐步显现。公司还依托“国家级工业设计中心”平台，打造中国+欧洲+美国“大设计”平台，借助鲁泰美国纽约公司、意大利米兰办事处等全球时尚前沿平台的优势，在关注时尚趋势、调研市场需求的基础上，大力开发新型材料，形成了以面料为主体、服装为载体的鲁泰“大设计”，实现了制造由OEM向ODM和OBM的转型升级。

同时，公司党委持续加大科技创新力度，助力企业高质量发展。截至目前，获国家科技进步一等奖的“数字化筒子纱染色关键技术与装备”，以及从瑞士引进的国际上最先进的自动分绞机、穿纱机已全部投产，染色一次合格率达到95%以上，整体效率提高18%，吨纱综合能耗降低20%，工序自动化比重达到97%以上，工作效率提升8.6倍以上。淘汰落后产能、解放繁重劳动的背后，是动能转换、节能减排和产品质量的大幅提升，为企业下一个30年高质量发展积累了经验、增添了动力、奠定了坚实基础。

今年，围绕中国共产党成立100周年，鲁泰党委组织开展“七项重点活动”：开设党史学习网上课堂，在《鲁泰纺织报》和鲁泰集团公众号开设“学党史”专栏；组织百年党史学习辅导，开展“书记讲党课”活动，并邀请党史专家作专题辅导；组织开放式组织生活，采取“党建+团建”形式，赴教育实践基地参观学习；开展“建党100周年”主题征文活动；开展以“永远跟党走”为主题的庆祝成立100周年书画展；推动鲁泰“党建品牌”创建，紧贴企业特点，创新符合实际、经过检验、富有成效的特色党建品牌；开展“两优一先”评比表彰，评选表彰优秀共产党员、优秀党务工作者和先进基层党组织活动。

今年是“十四五”开局之年，也是鲁泰实现新30年发展极其重要的关键之年。面对新形势、新任务，鲁泰将立足新发展阶段，贯彻新发展理念，融入新发展格局，落实高质量发展要求，以客户为中心，弘扬奋斗精神，持续推进“提质增效”和“全面国际化”战略，聚焦聚力拓市场、调结构、建能力三大主题，坚定必胜信心，紧握奋斗之浆、高扬实干之帆，以孺子牛、拓荒牛、老黄牛的实干精神，将各项工作向前推进，以优异成绩向党的百年华诞献礼。TA



本次交流会带领企业重温初心使命，共同探索未来党建与科技创新相融合之道。

学党史 悟初心 促发展

全国产业用纺织品企业交流党建工作共话行业发展

本刊记者 王利

百年征程波澜壮阔，百年初心历久弥坚。在庆祝建党100周年之际，为全面贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，积极推进党建向基层延伸、向纵深拓展，充分展示全国产业用纺织品企业党建工作成果，5月11日，“庆祝建党100周年，促进产业高质量发展”全国产业用纺织品企业党建工作交流会在浙江温州龙港拉开序幕。

全国产业用纺织品企业党建工作交流会由中国产业用纺织品行业协会主办，龙港市人民政府承办，华昊无纺布有限公司协办。会议邀请产业集群、企业等的基层党组织代表，在行业中开展党史学习教育，交流以党建强产业创新、以党建促行业升级，探索新时代基层党组织党建工作方法，引领产业高质量发展，以优异成绩迎接中国共产党成立100周年。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，中国纺联党委委员、副会长、中国产业用纺织品行业协会党支部书记、会长李陵申，中国纺织职工思想政治工作研究会会长、中国纺联办主任邢冠蕾，中国产业用纺织品行业协会副会长、党支部组织委员、纪检委员李桂梅，中国产业用纺织品行业协会党支部副书记、秘书长祝秀森，中国人民大学党史专业博士、浙江红船干部学院讲师李晓东；龙港市委书记郑建忠，市委副书记周燕伟，市委常委、两办主任黄贤满，副市长黄振国，组织部副部长缪朝阳，以及华昊无纺布有限公司董事长林友华，浙江华昊控股有限公司董事长林国华等领导嘉宾出席本次会议。会议由李桂梅主持。

会后，与会嘉宾参观了华昊无纺布有限公司工厂生产线和党群服务中心，了解该公司如何将党组织建设与企业发展目标紧密结合，通过党建带群建，实现党建工作与企业发展目标同向、同行、同价值的价值目标。

学习百年党史 汇聚行业力量

高勇在会上表示，在去年全国抗击新冠肺炎疫情表彰大会上，许多产业用纺织品企业获得表彰，他们在大灾大疫面前表现出担当和社会责任，是十八大以来产业用纺织品企业在全面提升党组织建设基础上，依靠坚强党组织战斗堡垒作用而做出的杰出贡献。学习党史要与纺织工业发展史相结合，在过去的一百年，我国纺织工业、纺织工人队伍、纺织工业中的各级党组织和党员做出了历史的贡献，涌现出赵梦桃、郝建秀、吴桂贤等一批劳动模范，凝练出“梦桃精神”、“郝建秀工作法”等先进理念，这些纺织行业宝贵的精神财富，激励着一代又一代的纺织人勇于创新、甘于奉献、精益求精，争做新时代最美奋斗者。

李陵申以“学党史、促发展，为建设纺织科技强国汇聚磅礴力量”

为主题，介绍了百年党史所构筑的中国精神、中国力量，如何助力中国科技发展和社会主义现代化新征程。学党史、悟思想、办实事、开新局，产业用纺织品行业承载着全面实现纺织科技强国梦的重担，最大的新局就是开启全面建设纺织科技强国的伟大事业。

李陵申表示，目前我国纺织科技“卡脖子”技术取得重大突破，纺织行业专利获奖、行业规模以上工业企业研发投入、行业标准制定等明显增多，但也面临行业基础研究能力薄弱、企业技术创新能力低、产业链集成创新相对薄弱等挑战。未来纺织科技发展要朝着高端化、高技术化、多元化、生态化和未知领域进军，成为实现产业基础能力创新的突破工程、核心共性技术创新的强基工程、高端替代工程应用技术的卓越工程，紧跟时代科技潮流，主动融入发展大势。

李晓东以“回顾建党历史 弘扬红船精神”为主题，分享了“红船精神”所提炼的精神力量。他表示，“红船精神”是开天辟地、敢为人先的首创精神，坚定理想信念、百折不挠的奋斗精神，立党为公、忠诚为民的奉献精神，也是中国共产党人在创建党的伟大实践中所形成的一种革命精神，即伟大的建党精神。这一精神内涵深刻、思想深邃、历久弥新，是共产党人薪火相传的精神源泉、红色基因。

强化红色引擎 推动转型发展

郑建忠表示，龙港是全国第一个“镇改市”，是国家新型城镇化改革的一面旗帜，已形成印刷包装、新型材料、绿色纺织等三大主导产业。近年来，龙港紧扣更好发挥实质作用，创新构建以龙港总商会党委为核心，以华昊、金田等4家头部企业党组织为示范，辐射带动N家会员企业的“1+4+N”非公企业党建共建模式，推动实现资源共享、功能互补、共同提高，让非公经济不断迸发新的活力。

在“抗疫情、促发展”中，龙港组建印刷包装产业链党建联盟，把战斗堡垒建在“链”上、服务保障抓在“线”上，引导企业抢抓疫情“窗口期”，迅速复工复产、危中寻机、赢得主动。站在新的发展起点，龙港的非公经济发展也正迎来一个新的历史机遇期，龙港将以非公企业党建的靓丽风采为党的百年华诞增光添彩。

林友华表示，高质量党建引领高质量发展，华昊公司自2003年创业至今，从一个小型纺粘企业成长为一家在全国具有较大影响的行业龙头企业，一直注重加强党建工作。2017年成立党总支以来，公司将党建工作与企业生产经营、员工队伍建设和践行社会责任深度融合，将支部建到了每一个厂区和车间，发挥党组织在生产经营中的战斗堡垒作用，全力打造“党企同心、发展同行”党建特色品牌，实现党建工作与企业发展同频共振。

弘扬抗疫精神 不忘初心使命

疫情就是命令，防控就是责任。新冠肺炎疫情爆发以来，在行业协会的有力组织下，诸多产业用纺织品企业迎难而上，投身抗疫一线，党员们冲锋在前，勇担责任，为全国取得抗击疫情的伟大胜利做出了重要贡献。

大连瑞光非织造布有限公司党支部书记、副总经理车美华作抗疫精神宣讲。疫情爆发后，大连瑞光服从国家和当地政府安排，大年初二开始复工，党员带头，号召全体员工发挥责任担当、国家大义、初心使命，积极参与全国抗疫战斗。在抗疫过程中，加强对党员干部的党性教育，调拨精锐力量，大力生产熔喷、纺粘、水刺产品，保障防护用品的全面供应。在全国抗击新冠肺炎疫情表彰大会上，瑞光获得了2020全国抗击新冠肺炎疫情先进集体、先进基层党组织两项殊荣。

永霏控股集团有限公司董事长贺伟林围绕“以冲锋在前的担当，彰显两个作用发挥”为主题，作抗疫精神宣讲。湖南永霏是一家研发、生产、销售特种防护装备的高新技术企业，在疫情爆发后，永霏第一时间响应号召，火线转产医用防护服，获得了湖南省首张医用一次性防护服生产许可证。在抗击疫情过程中，永霏党支部凸显战斗堡垒作用，党员凸显先锋模范作用，涌现出“质量守卫士”李雪辉、“最美孕妈”刘静等先进模范。仅仅40天，永霏高标准完成国家调拨医用防护服2.3万件、省调拨医用防护服15.2万套，有力支援了湖北抗疫前线，公司党支部也获得全国抗击新冠肺炎疫情先进集体称号。

分享党建案例 树立红色标杆

随着社会不断发展及时代不断进步，在建党100周年之际，我国改革



学党史、悟思想、办实事、开新局，产业用纺织品行业承载着全面实现纺织科技强国梦的重担，最大的新局就是开启全面建设纺织科技强国的伟大事业。

开放取得重大成就，党建工作也已进入全新阶段。对于企业而言，加强党的建设是企业的“根”和“魂”，只有不断完善和创新基层党建工作，才能提高站位、坚定立场，为企业发展不断注入活力动力。站在“十四五”新时期，基层党建工作如何更好地适应时代发展的需要？国有企业、公共平台、民营企业党建有何共性和特性呢？

福建福能南纺卫生材料有限公司党委书记、执行董事马信明从党建强根固魂、领航国企发展，党建坚强保证、引领转型发展，注重科技创新、增添发展后劲，融入生产经营、打造党建品牌，党建文化融合、增强企业合力五个方面，介绍了南纺作为50年老国企如何将党建与生产经营有机融合，把党建工作的“软实力”变成企业发展的“硬支撑”，如何发挥国企责任担当，在疫情中危中寻机、全力抗疫，把党建优势转化为推进复工复产、激励科技创新、带动转型升级的动力，助推企业高质量发展。

陕西省纺织科学研究院党委书记、院长刘强分享了公共平台党建工作案例。多年来，公司的党建工作主要围绕政治建设“提高度”、思想建设“拓广度”、组织建设“挖深度”、决策流程“增制度”、党建队伍“抓人才”、党风廉政建设“加力度”，以党建促发展。

华昊无纺布有限公司党总支专职副书记陈增杰以“党企同心、发展同行”为主题分享了民营企业党建工作案例。他介绍，围绕“党建引领、红色行动”，公司党建工作主要从四个方面展开：一是红色关爱凝聚员工之心，成立“红色基金”、开通“便民快车”、打造“温馨港湾”；二是红色激励引领发展之势，开展定向活动，激发新员工新动力，开展定向培训，提升员工综合素质，开展金点子活动，加强员工思维能力；三是红色助力扛起担当之责，深入村企结对、助力扶贫攻坚，热心公益事业、树立优质形象，坚守疫情防控、奉献社会大爱；四是红色引领助力企业发展，把党建工作与企业改革发展、经营管理深度融合。

会议最后，举行了党旗交接仪式，华昊无纺布有限公司董事长林友华将党旗传递给永霏控股集团有限公司董事长贺伟林，宣告2022年全国产业用纺织品企业党建工作交流会在湖南永霏召开。

忆百年党史、悟初心使命、促行业发展，历史是最好的教科书，中国革命历史是最好的营养剂。站在建党百年和“十四五”开局新征程，我国正开启全面建设社会主义现代化国家新征程。产业用纺织品行业作为纺织工业的子领域，也在锐意进取、勇于创造，在伟大征程上再创新的业绩，努力托起科技、时尚、绿色的纺织强国梦。本次会议带领大家重温初心使命、学习基层党组织党建工作先进模范、探索未来党建与科技创新相融合之道，是激发行业高质量发展的动力之源。TA



论坛发布了国家先进功能纤维创新中心阶段性研究成果、科研攻关基金项目成果，并介绍了未来发展路线等。



哪些纤维共性关键技术将获得突破？

先进纤维新材料科技创新高质量发展论坛发布创新“路线图”

■ 本刊记者_郭春花

5月12日，由国家先进功能纤维创新中心、东华大学主办，中国化学纤维工业协会、盛虹控股集团有限公司、国家先进功能纤维创新中心联盟单位协办的“新阶段·新理念·新格局”先进纤维新材料科技创新高质量发展论坛在北京隆重召开。

论坛发布了国家先进功能纤维创新中心阶段性研究成果、科研攻关基金项目成果，并介绍了未来发展路线等。在“十四五”开局、中国共产党建党100周年之际，活动的举办恰逢其时，意义重大。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、副会长端小平，工业和信息化部、江苏省工信厅相关领导，中国工程院院士蒋士成、俞建勇、王玉忠，中国科学院院士朱美芳，以及盛虹控股集团董事长缪汉根，国家先进功能纤维创新中心主任王玉萍、董事长梅锋、总经理王华平等来自国家省市区工信部门、中国纺织工业联合会、中国化学纤维工业协会、中国纺织机械协会、科研院所的相关领导，创新中心联盟及纤维纺织领域有关企事业单位负责人以及新闻媒体代表参加了会议。会议致辞和主题报告环节由端小平主持。



创新中心成果丰硕 助力关键核心技术攻关并转化

为落实制造强国战略，2016年工信部牵头启动建设制造业创新中心，于2019年正式成立国家先进功能纤维创新中心（以下简称“创新中心”），成为全国第13家国家级制造业创新中心。在工信部和江苏省工信厅指导下，创新中心得到部、省、市、区、镇各级政府大力支持，并获得中国纺织工业联合会和中国化学纤维工业协会的鼎力帮助。

作为创新中心的牵头企业之一，缪汉根在会上表示，两年多来，创新中心各项建设顺利推进，一批关键核心技术攻关取得突破并进入成果转化阶段。围绕功能纤维新材料、高端用纤维材料及纺织品、前沿纤维新材料等方向，创新中心已经建立起以“重点实验室”、“中试基地”、“国家级纺织品检测中心”等为支撑的技术创新供给体系；股东单位从9家增至14家，创新联盟单位从15家增至133家，涵盖了国内纺织纤维完整产业链，搭建起深度合作的产学研用协同创新体系；同时，中心瞄准先进功能纤维与信息、机械、生物等学科领域，进行技术突破与交叉融合，开展了一系列能力建设，探索搭建以产业链布局创新链的融合创新体系。

缪汉根介绍，作为创新中心的牵头组建方，盛虹集团始终将创新作为发展的源动力。近年来，盛虹集团陆续搭建了国家级企业技术中心、博士后科研工作站等一系列科研创新平台，形成了支撑创新发展的“最强大脑”。在超细纤维、PTT纤维、功能性纤维等领域的核心技术方面，不断打破国际垄断，在多个技术领域处于国际领先。

江苏省工业和信息化厅副厅长池宇在致辞时提到，纺织产业及化纤产业是江苏省产业结构的重要组成部分，江苏形成了密切协作配套的企业生态圈，还培育出一批特色化专业市场。未来江苏省工信厅将持续对国家先进功能纤维创新中心鼎力支持。

孙瑞哲在致辞时指出，经过多年发展，我国已成为全球品种覆盖面最广的高性能纤维生产国，产能占世界的比重超过三分之一。但与世界一流强国相比，我国纤维新材料发展仍有差距，关键共性技术供给不足，标准与知识产权布局相对滞后，不少高精尖领域仍有瓶颈与短板。“十四五”时期，中国纺织工业将纤维材料持续创新升级列为重点任务，以差别化多功能纤维、高性能纤维、生物基化学纤维为重要方向，加快推动纤维材料的高质量发展。

国家先进功能纤维创新中心是新时期推动以纤维为核心的全产业链协同创新的关键力量，本次论坛正是创新中心工作成效的一次集中呈现。以此为起点，相信中心未来将发挥更大作用，形成更多成果、凝聚更多力量。

面向未来，适应形势的新变化和发展的新要求，需要我们充分发挥创新平台作用与优势，加快推进先进纤维材料创新，带动全产业的高质量发展。对此，孙瑞哲提出三点期望：一是以质量为核心，加快形成引领性战略科技力量。二是以效率为核心，着力打造协同型产业创新生态。三是以价值为核心，逐步完善市场化的成果转化体系。

发布关键技术创新“路线图” 开创纤维材料新格局

如今，伴随着时代的发展，创新中心建设进入了新的历史阶段，也将融入新理念，开创新格局。

会议邀请中国工程院院士俞建勇作题为“新阶段·新理念·新格局—先进纤维新材料科技创新高质量发展”的主题报告，重点介绍了创新中心的能力建设和未来发展方向。

目前，创新中心新建了纳米纤维制备实验室、大数据智能实验室；新建万吨级无铈及阻燃聚酯纤维聚合、纺丝研发中试线1条；建设先进功能纤维检测与认证平台，促进纤维及制品功能评价、生态安全评价及社会责任评价，打造检测、标准及应用评价一体化的“先进功能纤维公共服务平台”。总体来看，创新中心在构建再生纺织可信平台、攻克纤维界面处理技术、突破无铈阻燃聚酯纤维制备技术、组织安全防护用纤维科研攻关等方面取得了一定发展。

在“十四五”的开局之年，创新中心及联盟制定了“十四五”关键技术创新路线图，主要聚焦纤维新材料、绿色要素、纤维材料大数据智能制造、标准体系四方面。

纤维新材料方面，基础纤维材料要突破复合、多组分、共混共聚等关键纺丝技术，制备先进功能纤维，实现功能化纤维批量生产、形成产业化工艺包、建立完整产业技术创新链；攻克微生物发酵单体制备技术，突破生物质纤维制备关键技术，攻克废旧纺织品再生技术等，建立规模化PLA、PTT、PA56生物质纤维生产线，建立化学法再生纤维产业化生产线。战略纤维材料要突破T1000级、M60J级碳纤维和48K大丝束碳纤维等产业化技术，实现原丝、碳丝、预浸布及复合材料等产业链一体化开发，研发沥青基等碳纤维。

绿色要素方面，绿色助剂要攻克纺丝油剂、纤维上浆剂等化学品品质提升与绿色制造技术开发聚酯用无铈催化剂，并进行产业化推广等，绿色功能材料要攻克阻燃剂、抗菌凉感等功能粉体、色母粒等功能材料制备技术开发与功能粉体的绿色应用技术等。

纤维材料大数据智能制造方面，高效高品质制造要攻克共聚改性、原位功能粉体添加技术、稳定化微量改性技术、感性聚酯熔体直纺和聚烯烃闪蒸纺等关键技术、高效柔性化、智能制造技术等。纺织智能系统与检测要实现化纤生产在线智能检测与染判、织物疵点在线监测与检验系统、智能巡检机器人与纺织MES系统等。

标准体系方面，系统认证要实现碳排放、碳足迹、水足迹等低碳认证，再生循环、可降解等生态认证，有毒有害化学品、生态安全等认证，全生命周期、社会责任认证等。产品及方法标准方面要建立基础纤维材料、高端纤维材料、前沿纤维材料及其制品各细分领域产品标准体系，围绕外观、理化性能、功能强化、生态安全、社会责任，建立方法标准体系等。

俞建勇最后提到，科技创新要面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求、面向人民生命健康，只有缩短从实验室到产业化的距离，才能更好地通过技术进步激发科技创新的内生动能。创新中心要发挥自身优势，争取到2030年能成为全球先进功能纤维产业顶级创新机构，支持产业引领国际产业发展。进一步拓展研究内容，围绕整个纺织产业薄弱环节进行攻关，最终实现纺织产业研究内容全覆盖。



院士专家坐镇 创新中心未来可期

创新中心发展新阶段离不开业内院士专家团队的悉心指导和耐心扶持，此次会议为中国工程院院士俞建勇、孙晋良、蒋士成、姚穆、王玉忠、陈文兴及中国科学院院士朱美芳颁发了国家先进功能纤维创新中心院士专家团队聘书。随后王华平主持了创新论坛环节。

在该环节，王玉忠作为“阻燃纤维及其纺织品”的专题报告。近年来，王玉忠带领团队重点研究了阻燃高分子材料、生物基与生物降解高分子材料、高分子材料的循环与升级回收。针对传统阻燃方法存在的织物阻燃后整理过程中的甲醛释放、阻燃织物的不耐水洗等问题，王玉忠团队研发了炭化阻燃抗熔滴的聚酯/尼龙纤维材料，取得了较好效果。未来，团队将与企业合作，争取在无铈无钛催化剂合成聚酯新技术、高强度阻燃纤维等方面实现工业化转化。

朱美芳作为“结构功能一体化防护纤维与制品”的专题报告。针对目前纤维材料面临的一系列挑战，朱美芳团队提出了有机/无机杂化纤维的概念，建立了有机/无机杂化纤维功能耦合和传递机制，开发了有机/无机杂化纤维的通用制备化技术。她还重点介绍了高效抗菌抗病毒纤维、聚乙烯微细纤维有限次高端医用防护服的研究进展。

东华大学科研院长丁彬作为“纳米纤维及其运用”的主题报告。他介绍，当前纳米纤维已成为各国纤维材料产业创新开发的重要方向之一，他带领团队按照一维柔性陶瓷纤维、二维纤维膜材料、三维纳米纤维气凝胶的思路，围绕高温隔热、空气过滤、防水透湿、油水分离、防寒保暖、吸音降噪、环境催化等特效应用进行了研究。

值得关注的是，国家先进功能纤维创新中心和盛虹控股集团于2020年3月共同设立了“盛虹·应急保障与公共安全用纤维材料及制品科研攻关项目”专项基金，并启动了“盛虹·应急保障与公共安全用纤维材料及其制品科研攻关项目”申报工作，重点聚焦应急保障与公共安全用纤维材料及其制品相关的科研攻关项目的研发。

经过一年多的研发攻关，6个口罩类项目、14项防护用先进功能纤维与制品类项目、10项防护用创新性纤维与制品类项目、1项防护用纤维及制品检测和评价类项目、共计31个科研项目取得了阶段性成果。会议同期还对创新中心的发展、科研攻关项目成果等进行了展示。TA

盛世·中国

大赛主题:

礼

中国是传承千年的礼仪之邦,礼仪文化博大精深,而服饰文化也是中国礼仪很重要的组成部分。古语有云“中国有礼仪之大,故称夏;有服章之美,谓之华”,服饰作为华夏文明中的重要组成部分,蕴含了深厚的底蕴与内涵。“为国以礼”“礼之正于国家也”——“礼”作为中华文明起源之根本,最能体现中华气韵之内涵。

首届华服设计大赛,以“礼”为题,通过现代与传统、文化与艺术

组织机构

指导单位:中国纺织工业联合会

主办单位:中国纺织工业企业管理协会

中国纺织工业联合会流通分会

中国服装设计师协会

中国纺织服装教育学会

成都嘉润置业集团

承办单位:《纺织服装周刊》杂志社

成都大成市场经营管理有限公司

“大成市场”杯 中国华服设计大赛

Chinese costume design competition

2021

5月6日至7月10日(截稿)

盛世·中国

奖项设置

金奖1名:36万元/名

银奖2名:10万元/名

铜奖2名:5万元/名

文化传承奖1名:2万元/名

创意价值奖1名:2万元/名

市场潜力奖1名:2万元/名

优秀作品奖5名:1万元/名

扫描二维码
下载报名表

盛世·中国

“池上锦”杯中国汉服设计大赛

DESIGN NEW CHARM

风韵

奖项设置

金奖1名	奖金:15万	网络人气1名	奖金:1万
银奖2名	奖金:5万/名	工艺制作奖1名	奖金:1万
铜奖3名	奖金:3万/名	市场潜力奖1名	奖金:1万
		优秀奖5名	奖金:0.5万/名

备注:全部获奖选手将获得奖金、证书,以上所有奖金及个人

大赛流程

大赛作品征集:2021年5月6日至2021年7月20日(截稿)
大赛初评:2021年7月底
总决赛成衣制作:公示期结束至9月中旬
总决赛暨颁奖典礼:2021年9月底

征稿对象

本次大赛面向国内外服装艺术院校师生及职业服装设计师征集参赛作品,每组作品的参赛选手限1人。

组织机构

指导单位: 中国纺织工业联合会	承办单位: 《纺织服装周刊》杂志社
主办单位: 中国纺织工业企业管理协会	成都大成市场经营管理有限公司
中国纺织工业联合会流通分会	中国纺织服装摄影协会
中国服装设计师协会	支持单位: 四川省服装(服饰)行业协会
中国纺织服装教育学会	成都嘉润置业集团

参赛指南

报名表下载地址:《纺织服装周刊》官网大赛区盛世中国系列赛事专区
投稿邮箱:sszgdscb@163.com
纸质稿件邮寄地址:北京市东城区东四西大街46号院中国纺织《纺织服装周刊》杂志社 王先生(收)
18600345956

赛事详情请关注

《纺织服装周刊》官网:<http://www.taweekly.com/>
中国纺织经济信息网:<http://www.ctei.cn/>
《纺织服装周刊》官方微信:fzfzkk
注:投稿需纸质版和电子版各1份。



扫描二维码下载报名表



时尚周期间，30余项线上线下活动轮番上演，精彩纷呈、亮点迭出。

传承匠心 创新时尚

2021 第九届柯桥时尚周打造多点开花的“最美窗口”

■ 本刊记者_ 郭莹颖

柯桥是一个水美、人美、业美的地方，因为时尚周，如今的柯桥更美。传承匠心，柯桥定能凝聚起创新时尚的向心力，5月6—9日，亮点迭出的2021 第九届柯桥时尚周充分展现了柯桥的时尚魅力与城市活力。

2021 第九届柯桥时尚周以“传承匠心·创新时尚”为主题，时尚周期间，各地客商云集柯桥，品牌发布会、时尚设计展、设计交流会、“柯桥优选”品牌计划、时尚大课堂五大板块30余项线上线下活动轮番上演，设计师也将创意和智慧留在了这个舞台，加速时尚前沿理念在柯桥落地生根，催化了时尚文化与创意思维在柯桥的化学反应。

本届柯桥时尚周由中国纺织工业联合会指导，绍兴市柯桥区人民政府主办，中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心、绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会、绍兴市柯桥区会展业发展中心、浙江中国轻纺城集团股份有限公司联合承办，呈现了一届精彩纷呈、亮点迭出的时尚盛宴。

柯桥区围绕新时期“国际纺织之都”目标，大力实施“322”制造业高质量发展行动，加快推动中国轻纺城转型升级，努力向着世界级现代纺织产业集群加速迈进。在坚定做大做强、夯实产业基础的同时，柯桥始终把转型的重心落在加快推进产业时尚化上。近年来，柯桥积极招引知名设计机构、设计人才（团队），仅2020年，就新引进时尚创意类企业25家、创意人才21名、时尚品牌22家，全区实现时尚创意营业收入达3.23亿元，同比增长10.5%，带动服务对象形成销售收入达381.9亿元，同比增长10.3%，为纺织产业发展注入了新活力。与此同时，作为时尚柯桥、时尚轻纺的最佳注解，柯桥时尚周历经七年的发展，正成为国际一流、引领未来的纺织时尚标志性品牌。

文化搭台，走出国潮自信

在5月6日的启幕秀中，中国十佳时装设计师邓兆萍、中国纺织非遗推广大使刘薇分别与绍兴市丝御服装科技

发展有限公司、浙江华晨印染有限公司合作共同拉开时尚周大幕。

将中国名绣“粤绣”及荷花、桃花、红棉、荔枝等自然花卉水果作为创作灵感，糅合江南与岭南两地风物，创作出红、白、黑三个系列的设计作品，并以独创的“先画后绣”艺术手法，在柔软的真丝等面料上恣意泼墨、随心点彩，以笔墨针线传神会意，邓兆萍的《绣江南》基于传统技艺与时尚的碰撞、融合与创新，描绘出了如梦如歌的江南水乡风情。

无独有偶，刘薇的《华晨·奇遇》将国际流行时尚与传统文化、民俗技艺重新排列组合，服装以可持续的绿色环保面料为基础，将多样化的混纺面料和环保印染工艺巧妙结合，运用时尚干练的廓形和非遗传统技艺，通过材料或硬挺或飘逸的质地对比，展现了当代女性独立坚定与柔和性感并存的精神气质。

除启幕秀外，绍兴兴谷纺织、浙江朗莎尔实业/浙江朗



莎尔维迪制衣、绍兴岁寒纺织、绍兴超邦纺织、绍兴金子、绍兴首格纺织、VDS平台、绍兴文理学院元培学院等柯桥本地品牌企业及院校轮番闪亮登场，以多场“特色化、个性化、品牌化”的动感发布，虚实相生、影像与服饰交织，造型多元、传统与现代对话，色彩斑斓、民族与时尚碰撞，依托企业品牌与设计师品牌的再生型设计与市场化运作，让中华优秀传统文化在纺织服装领域焕发出了新的光彩与活力。

中意合作，共探时尚趋势

启幕秀当天同期举行了中意青年未来时尚设计大赛启动仪式。2020年，在中意两国建交50周年之际，清华大学与米兰理工大学发起“中意青年创新创业年”活动。作为该项活动的重要内容，设计大赛旨在凝聚创新力量，探索全球前沿发展，促进教育链、人才链与产业链、创新链有机衔接，助力设计创新成果转化，为全球可持续发展注入新的动力。

本次赛事以“科技时尚”为主题，以“时尚设计”“时尚科技”“时尚生活”为三大参赛方向，将于10月世界布商大会召开期间举行大赛决赛暨颁奖典礼。

赛事将通过捕捉全球时尚前沿动态、联动院校产业优质资源、汇聚设计创新领军人才、打造国际设计交流平台、推动创新成果落地转化，进一步增进中意友谊，持续深化“时尚+制造”“时尚+设计”“时尚+服务”模式，进一步造浓柯桥的时尚味儿、提升柯桥的国际范儿。

荟萃“高精尖”，展现标杆作为

2021 柯桥时尚设计展作为本届时尚周的重头戏之一，由趋势色彩发布区、永续创新展示区、经纬大师作品展示区、时尚交流论坛区四部分构成。

2022 春夏的面料流行色、印染新技术、“黑科技”新玩法、环保新材料、童装新款、家纺新品、11位专家大咖讲解，集成新技术、新潮流、新理念，国际时尚流行趋势资讯、纺织科技创新产品、原创时尚设计成果、市场流行爆款产品一应俱全，有趣、有料、有品……全方位放大时尚柯桥IP。

柯桥区大力实施“322”制造业高质量发展行动，在坚定做大做强、夯实产业基础的同时，始终把转型的重心落在加快推进产业时尚化上。



其中，经纬大师作品展示区集结柯桥原创，集成展示了“2021/2022 秋冬纺织品纹样设计趋势”以及设计师陈翔飞、兰天、杨子田三位柯桥引进的优秀服装设计师的系列作品。这也是时尚设计展首次携手经纬计划设计大师，旨在打造中外行业设计人才最佳跳板，为纺织新材料、面料及花型、服装服饰、家居布艺等各领域领军人才展示最新成果提供平台，为柯桥企业树立标杆性引导。

未来已来，柯桥优选品牌推进

5月7—9日，由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会发起的“柯桥优选”品牌推进计划在时尚周期间正式启动。

“柯桥优选”品牌推进计划面向柯桥纺织产业，结合“柯桥优选”品牌战略定位，通过审核自主注册品牌（面料品牌）能力、主营产品特色鲜明、供应链稳定、产品创新能力等全面完整的企业评选标准，透过多维度全面挖掘出20家柯桥优秀代表面料企业，将一一对应为20家柯桥优质面料企业提供全方位的品牌升级服务，通过长期跟踪服务，提高柯桥纺织企业品牌力。

“柯桥优选”品牌推进计划是对去年受疫情影响顺势推出的“柯桥优选”直播计划的升级。今年的推进计划在原有基础上，将赋予柯桥区域品牌“科技、时尚、绿色”的新内涵，服务内容主要是通过系统化活动策划，以面料专场直播、产品营销竞争力、品牌培训指导、成果发布会、供应链品牌对接等形式，将存量品牌活动和新设计活动融合打通，更全面地为品牌宣传打造整体服务。

在疫后新时期，柯桥时尚周的举办再次推动了柯桥整个产业生态的时尚升级。柯桥以提升价值链、优化生态链、完善服务链为导向，坚守“科技、时尚、绿色”的产业定位，把文化传承与产业创新作为新一轮变革的重要助力，大力发展基于中华文化基因根脉与当代科学技术进步的新业态、新模式，实现纺织工业文化引领生产方式、推动生活方式的演变，全面推动纺织产业的改造提升和创新发展。TA

中国轻纺城集团
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP
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。

柯桥面料为何风靡市场？

听 2021 绍兴柯桥春季纺博会采购商怎么说

■ 本刊记者_王利 文/摄

5月的柯桥风和日丽、阳光和煦，一场链动全国纺织行业的盛会在这里拉开大幕。2021中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会(春季)(简称:2021柯桥春季纺博会)期间,展馆内依旧人潮如织、谈笑风生,热闹的氛围折射出后疫情时代再度回归的2021柯桥春季纺博会欣欣向荣的蓬勃之姿。

精准商贸对接是打通供需两端的重要手段,也是提升商贸成效的重要途径,更是助力行业克难前行的新动力。为此,本届展会主办方聚焦双循环新格局和新市场环境下的商贸模式,在观众邀约上

充分利用多年积累的数十万客商数据资源,面向国内买家精准招商,积极发挥我国超大规模优势和内需潜力。展会现场,采购商阵容庞大,青岛、厦门、天津、沈阳、深圳等全国各地的知名品牌纷至沓来。

那么,在新阶段、新格局背景下,采购商有哪些新的需求?为何每届柯桥纺博会都能吸引全国各地采购商慕名而来?他们对柯桥纺博会和柯桥面料如何评价?《纺织服装周刊》记者面对面采访了多家采购商,带大家一起透视市场动态,了解采购需求。

江苏苏豪国际集团股份有限公司面料开发经理王思勇:

充实面料库,洞悉新趋势



江苏苏豪国际集团是一家以国际贸易为龙头、实业发展为基础、内外贸并举的大型综合性国际贸易产业集团公司。在纺织服装板块,旗下有7家子公司从事服装设计、出口,业务遍布欧美、东南亚等全球各地。

对于这样一家大型的集团企业,需要的面料品类和数量都是极其庞大的。“苏豪国际专设面料中心,主要负责采集包含棉麻毛丝、化纤、新材料在内的全品类的面料,充实面料库,以供公司服装设计部门挑选,目前公司面料库已经有六千余个品种,其中很大一部分产品来源于柯桥。”王思勇说道。

据了解,苏豪国际所需的针织类面料,70%—80%来源于柯桥,而柯桥纺博会作为集商贸、科技、时尚、可持续发展、行业交流于一体的多元化、专业化、国际化展贸大平台,是苏豪国际面料开发者了解柯桥面料的有效窗口。王思勇表示,此次参加柯桥纺博会,不仅收获了许多优质的面料供应商,也挖掘到更多时尚前沿资讯,对后期面料采集有着重要的作用。

山东千榕家纺有限公司总经理张伟:

携手创新,合作共赢



山东千榕家纺有限公司是集研发、生产、销售于一体的专业家用纺织品企业。公司坚持以设计创新为核心,拥有经验丰富的设计师60多名,每年推出新产品3000多种,花稿近万种,产品远销美国、欧洲、日本、中东、澳大利亚、新加坡等80多个国家和地区。

参与本次纺博会,千榕家纺总经理张伟亲自带队,携采购和设计团队一起前来,希望寻找自主研发能力较强的面料企业,发挥产业链上下游协作的力量,共同创新。后疫情时代,人们对健康尤为关注,为迎合市场需求,千榕家纺正大力研发抗菌、防螨等新型功能性产品,因而本次的采购需求更多地着眼于高端功能性和符合可持续发展的绿色环保面料。

“这次参加纺博会发现变化非常大,展会、展品整体质量都有很大提升,越来越多的功能性和原创设计类面料亮相。目前,我们已经与好几家供应商达成初步合作意向,相信接下来会有深入合作,尤其是一家石墨烯新材料企业,与我们后续开发方向有很高契合度。”张伟说道。

聊城市慢设计服装有限公司总经理谢鹏:

柯桥面料,不变的选择



时代在变,企业布局在变,市场需求也在变,而柯桥面料却是聊城市慢设计服装有限公司不变的选择。聊城市慢设计服装有限公司是一家集原创设计、生产、销售为一体的服装企业,公司所需面料90%以上来源于柯桥。公司总经理谢鹏,同时也是聊城服装协会会长,几乎每届柯桥纺博会他都会亲自带队前来,本次更是组织了近20家协会会员企业组团前来采购。

谢鹏表示,本次参展希望采购罗布、牛奶丝等面料,通过逛展很快锁定了所需的产品和合适的供应商。值得一提的是,他对于本次推出的数字纺博会,感触颇深。“疫情后,数字经济快速崛起,柯桥纺博会紧跟时代和行业发展趋势,直播逛展、线上论坛、云端展会,多渠道推广引流,抢抓更多商机,这也是我们公司目前正在尝试的方向。”谢鹏说道。

谢鹏不仅自己积极参加柯桥纺博会,也不遗余力地带动更多会员企业前来,他希望通过纺博会引领大家了解面料流行趋势、行业发展大势,给企业后续产品开发带来有效的思路启迪,让聊城服装与柯桥面料优势互补,携手共赢。

南京伊诗品牌管理有限公司开发经理徐蔓:

新起点,携手向未来



南京伊诗品牌管理有限公司作为一家新成立的年轻品牌,对于此次柯桥纺博会之行怀着极大的期待。据了解,公司今年开始正式运营,以瑜伽服、泳衣、牛仔褲、家居服等各类服装的设计开发为主,致力于全品类、多元化发展。

徐蔓介绍到,在伊诗品牌成立之前,她一直是柯桥纺博会的铁杆粉丝,每次参展都能发现新亮点,“柯桥纺博会以柯桥纺织集群为依托,汇集了全国各地优质面料,品类丰富、设计新颖、性价比高,是下游服装设计品牌采购面料的理想平台。”

本次展会,公司希望采购适合设计夹克的梭织面料、运动类弹力针织面料、牛仔面料等。徜徉在柯桥纺博会面料海洋,徐蔓和同事凭着娴熟的业务技巧,很快找到了几家心仪的产品。徐蔓表示,目前与一家牛仔企业已经达成了初步的合作意向,后续会进一步接洽。新公司、新起点,未来柯桥将成为支持我们一路前行的大后方。☑

聚焦 FOCUS 走红色足迹 悟初心力量

■ 本刊记者_王利 文/摄

追溯红色记忆,明确初心使命。为庆祝中国共产党成立100周年,深入推进党史学习教育,缅怀革命先烈,传承红色精神,近日,中国轻纺城建设管理委员会组织委行政事业、企业党员开展“走红色足迹、学百年党史”主题活动,回顾了革命烈士用鲜血和生命谱写的壮烈历史篇章,激励大家铭记和继承革命烈士的伟大遗志。

活动首站来到柯桥区烈士陵园,在庄严肃穆的革命烈士纪念碑前,大家整齐列队,神情肃穆,怀着对革命烈士无限崇敬的心情,向革命先烈鞠躬、敬献菊花,表达为保家卫国而献出青春热血的革命英烈们的深深哀悼和缅怀。在烈士纪念碑前,党员同志面向鲜红的党旗举起右手,“我志愿加入中国共产党,拥护党的纲领,遵守党的章程,履行党的义务……”,再次重温入党誓词,表达了为党的事业奋斗终身的决心。

祭扫烈士陵园后,一行人来到柯桥古镇,透过“一河二街”、“骑楼商业街”、“三桥四水”、“绍兴台门”等古镇记忆,感受“柯桥水街”旧时集市的盛况,欣赏在历史传承中绽放新颜的“城市新客厅”的古镇新貌。此外,参观了柯桥区非物质文化遗产馆、古桥博物馆,感受非遗的魅力,透过这些桥的发展变迁,了解柯桥的社会文化进程。并乘坐鉴湖号参观浙东古运河、古纤道和太平桥,感悟柯桥纺织如何在悠悠鉴湖水中慢慢摇桨开启水上丝路之旅。

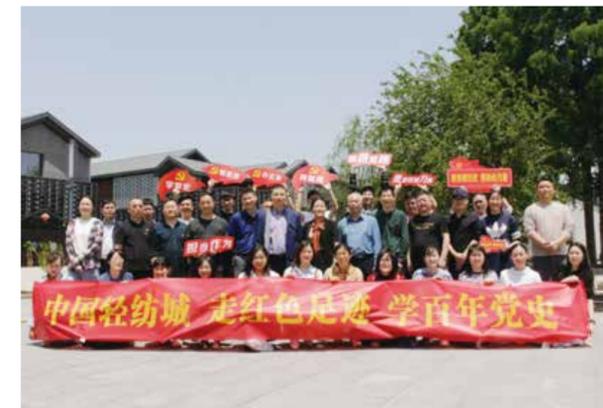
“上世纪80年代初,绍兴县乡镇轻纺工业异军突起,一条不过四五百米长的狭长临河小街成了柯桥最繁华的商贸中心。1988年,‘绍兴轻纺市场’开业,1992年正式更名为‘中国轻纺城’,成为全国首个冠名‘中国’的专业市场……经历筚路蓝缕的艰辛和转型升级的阵痛,如今‘开放、时尚、智慧、高端’成为纺城新标签。”作为柯桥纺织发展的亲历者,中国轻纺城建设管理委员会副主任杨章龙深情讲述了在党和政府的正确领导下,随着改革开放的深化,中国轻纺城的发展蜕变历程,引导年轻党员们从纺城发展历史中感悟初心力量,在传承中开创新局。

轻纺城“数字市场”现场建设即将启动

近日,轻纺城“数字市场”项目在柯桥区公共资源交易中心圆满完成招标工作。轻纺城集团与中标单位、指挥中心装修项目施工单位召开了项目对接会,进一步明确了各单位的分工职责,三方就人员分配、施工进度安排、项目实施细节等问题做了深入细致的探讨。“数字市场”项目即将进入现场建设阶段,标志着轻纺城集团在“数智轻纺城”建设的进程中迈出了坚实有力的一步。

据了解,今年以来,轻纺城集团统筹协调,有序推进数字市场建设各项工作。目前程序开发、硬件建设、数据采集等方面已取得了阶段性成效,营业房系统、物业管理系统、智慧用电管理系统与智能消防管理系统等已实现上线运行或测试,数字展示大屏、智慧停车系统与数据中台等正在积极的筹备开发中,网上轻纺城APP拓展开发了市场服务模块并上线经营户实名认证、物业缴费、电费预充值、停车年卡办理等子模块。

轻纺城集团相关负责人表示,轻纺城数字市场项目是公司响应柯桥区数字改革大会号召,提升精准化智慧化水平的重要抓手,致力于打造一个基础设施科技化、运营管理精细化、公共服务人性化、经营业态多元化、决策判断数字化的新型数字化产业市场,让交易更通畅,让管理更高效,让市场更具活力,为新时期纺城再次腾飞插上“数字翅膀”。(王利)



主题活动留影。

最后,一行人参观了柯桥区档案馆,聆听工作人员讲解。一段段珍贵的文字,一幅幅泛黄的老照片,一件件承载了历史记忆的物品,真实记录了100年来柯桥发展的历史轨迹,展示了柯桥区(原绍兴县)党组织从诞生到成熟、不断发展壮大的光辉历程。参观中,党员们从红色记忆中深刻领悟中国共产党为中国人民谋幸福、为中华民族谋复兴的初心与使命。

初心如磐,代代相承。中国轻纺城党工委书记、轻纺城建管委副主任钱苗娣表示,本次活动既是一堂生动的党史学习教育课,更是一次深刻的思想洗礼和灵魂净化,希望党员同志们从革命先烈的榜样精神中汲取力量、传承发展,从纺城发展的历史中重温初心、奋勇向前,用实际行动来发扬传承革命先烈和老一辈顽强无畏的精神,以更热情饱满的精神状态投入到工作当中,为柯桥“领跑全市、竞跑全省”和打造新时期“国际纺织之都”贡献力量,以优异成绩献礼建党100周年。

“五化”提升见成效 营商环境再优化

近日,浙江省市场监管局市场处四级调研员杨益星率考核组到中国轻纺城,考核验收北联市场、坯布市场等多个市场的“五化”提升工作,绍兴市、柯桥区相关领导陪同验收。考核组认真对照《专业市场五化改造标准》,以便利化、智慧化、人性化、特色化、规范化为依据,对各市场进行了实地走访。

考核组从市场“三服务”、场内外环境卫生、硬件设施、管理制度、人员配备、经营户台账和信用管理等方面逐一进行了查看,对市场的提升创建工作给予了充分肯定,并提出了相关建议。考核组希望各市场以此为契机,进一步加强创建工作,着力推进轻纺城提档升级,全面提升市场管理和服务水平。

据了解,自去年《中国轻纺城市场服务“五化”提升全省试点实施方案》正式实施以来,中国轻纺城市场坚持以人为本的发展思想,推进“最多跑一次”改革延伸覆盖,实现中国轻纺城市场基础设施配套完备、商品琳琅满目、绿色时尚、交易方式快捷便利、管理模式公开透明、营商环境优越一流,努力构建“便利化、智慧化、人性化、特色化、规范化”为一体的市场服务新体系,“五化”提升成效显著,为打造新时期“国际纺织之都”再建新功。(王利)

以制造铸基，以设计为锋

2021 中国服装论坛高端制造与设计协同创新峰会在于都举办

■ 本刊记者_董笑妍

本次峰会围绕新时期服装产业的高质量发展与动力变革，广集众智谋良策，深入探讨如何全面提升服装产业核心创新能力、持续发展能力和资源配置能力，探索人与自然和谐共生的发展模式和产业体系，汇聚品牌与制造力量，共同推动服装产业在“十四五”开局之年迈出新步伐、见到新成效。

5月10—11日，在第5个中国品牌日来临之际，聚焦“高质量制造 品牌再出发”主题，由中国服装协会主办，于都县人民政府、北京盛世嘉年华国际文化发展有限公司承办的2021中国服装论坛高端制造与设计协同创新峰会在江西于都举办。

中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏，中国服装协会副会长兼秘书长焦培、副秘书长李昕；江西省于都县委书记陈阳山，于都县委副书记、县人民政府县长黄法，于都县委副书记、县人民政府副县长高新强，于都县委副书记、县人民政府副县长姜超，于都县委副书记、组织部部长李赣兴，于都人大常委会主任黄小龙，于都县政协主席肖惜才及县四套班子其他领导和相关单位主要领导，以及来自全国各地服装协会、企业代表等500余人参加活动。

擘画蓝图，向世界“制高点”攀登

当前，随着我国开启全面建设社会主义现代化国家的新征程，身处全方位强国建设战略机遇期和高质量品牌发展重要窗口期的服装产业该如何把握新机遇，追梦再出发？

陈大鹏表示，作为中国县域经济迈向高质量发展的一个鲜活缩影和样板，于都近年来紧抓高质量制造这一产业重要环节，协同终端品牌打造数字化、柔性化供应链，构建高质量产业的产业配套体系和全新的产业生态，不仅重新定义着数字经济时代的高质量制造，推动着制造品牌和区域品牌的协同发展，也为产业的渠道创新和商业模式创新展现出更多的可能与空间。

据陈阳山介绍，于都县在去年提出并实施“核心工厂+卫星工厂”模式，目前已初步完成羽绒单品和牛仔各1家核心工厂的建设。而后于都县将全面推动具备成为核心工厂基础的近百家供应链企业和近3000家小微企业实现智能化、数字化升级，并围绕高品质制造需求，与品牌企业合作共建单品类工艺标准和质量标准，打造世界级品牌的高端制造高地，打响于都时尚之都品牌效应。

按照于都纺织服装产业集群规划，到2023年，将达到“千亿服装产业集群”的目标。为此，于都出台一系列政策措施，进行全方位扶持保障。黄法表示，于都近年来专注于服装业的发展，打造了五大投资优势。第一是政策好，第二是成本低，第三是功能齐，第四是环境优，第五是势头强。

峰会现场，不少嘉宾、企业代表表示，入驻于都以来深感产业环境与配套不断提升，政府服务贴心到位。“现在，全国的服装企业不是在来于都的路上，就是在回于都的路上，服装界俨然已出现‘于都现象’。”



本次峰会为于都乃至全国纺织服装产业的创新发展广集众智谋良策。

事实上，从2020年到2021年，中国服装论坛高端制造与设计协同创新峰会持续在于都举办，就是意在加速提升以于都为代表的制造基地的品牌服务能力和创新协同效应，汇集先进的制造资源、品牌资源，构建一个多元、开放、务实的交流、对接和合作平台，不断推进产业基础高级化、产业链现代化，夯实世界服装制造强国的根基，开启时尚强国建设新篇章。

品牌再出发：需求侧的新机遇

站在新的历史起点，面对新产品、新业态、新模式的涌现不断创造新的消费需求，如何把握其间的商业逻辑，将机遇转化为现实？峰会汇聚品牌创新思考与产业实践智慧，带来众多嘉宾的前沿洞见。

在“未来品牌企业需要怎样的‘增长底盘’”主题演讲中，汇美集团董事长、茵曼品牌创始人方建华表示，服装企业要想提升零售效率，关键是要转变传统观念，以科技为驱动实现高效运营。“未来的企业一定是把管理权交给系统，让系统结合数据、算法、逻辑做精准的商业决策。”

青岛酷特智能股份有限公司董事长兼总裁张蕴蓝表示，通过十多年来海量的数据积累，酷特智能推出针对童装的“魔幻工厂”，其产品实现轻定制，可以对版型进行多角度升级，如加大裤腰量，解决孩子蹲下露腰、卡裆问题；再如膝盖处的特殊处理，保护孩子膝盖并加强“大长腿”视觉效果，同时裤子都应用绿色面料，让产品真正代表舒适与自由。

LangerChen 创始人及总经理陈君梅表示，一个可持续时尚高端生产基地的六大关键点是：具有安居乐业理念的对制造业有耐心的区域政府，有毅力有核心竞争力的品牌主理人及运营团队，熟练且忠诚的中层专业人士，熟练且勤奋的一线员工，配套的高端2次加工基地，配套的诚信及品质理念为导向的教育培训基地。

森马集团供应链总经理周荣星阐述了供应链的核心痛点是资源匹配和协同效率的问题，要基于协同的利益分享，打破微笑曲线分工模式，从分工创造效率走向协同创造效率，以顾客需求驱动数字化供应链条，转变企业思维，从关注截流转为关注整个链条的价值要素，以此实现整体周转利益的最大化。

在圆桌对话环节，一众嘉宾围绕十四五规划提出的“开展中国品牌创建行动，率先在服装、家纺等消费品领域培育一批高端品牌”，探讨如何抓住这个历史性发展机遇，提升品牌影响力和国际竞争力，以引领新浪潮。

在奉献了精彩的思想盛宴后，峰会主办方还搭建开放的对接交流平台，于当晚举行2021中国服装论坛高端制造与设计协同创新峰会“于都之夜”活动，并组织嘉宾参观长征出发地纪念馆、走访当地企业及园区。TA



元丰机械：大破大立“专”酿新机

■ 本刊记者_墨影 文/摄

“现在你们看到的厂房，很快就会被全部重新规划，这片是精加工车间，那片是仓库。”听着连云港元丰机械制造有限公司总经理徐睿晗满是热情的介绍，似乎一个完成蜕变的元丰机械就在眼前。

徐睿晗期盼了太久的日子终于越来越近了。

打破平衡

从2008年创办企业开始，元丰机械的市场定位就十分清晰——只做割圈绒圆机。“如今，我们已经在这个领域沉淀了十多年，无论是品牌影响力还是市场认可度都已经具备一定基础，但从长远发展角度来看，还远远不够，我们应该再迈一个台阶了！”徐睿晗清楚，尽管元丰机械一直保持着相对稳定的增速，但做企业如逆水行舟不进则退，只有打破固有的条条框框，在技术、生产、管理多维度大破大立，才可能走出原地踏步的迷局，以更高的产品品质、品牌定位去冲刺爆发期。

打破平衡、突破瓶颈的意识萌芽，徐睿晗几年前就有，然而苦于人才缺乏，他有心无力。但如今不同了，优秀人才作为新鲜血液给了元丰机械新的生机。“原来我们是相对稳固的闭环，如果贸然打开一扇门，而背后没有支撑，根本应付不来。现在有了人才，感觉窗户被推开了，我敢面对外面的世界了！”徐睿晗的语气里是掩饰不住的底气与期待。

徐睿晗吸收到元丰机械的人才只是纵横圆机领域的“老把式”，尽管到岗时间不长，但已给企业带来了明显的起色，生产流程的规范、管理制度的完善、技术创新机制的重塑等方面面的规划，让元丰机械犹如打通了“任督二脉”，后劲儿奔涌。“如果按照以前的生产管理系统，即使加班加点满负荷生产，全年也只能生产六七百台设备，人员疲惫不堪，产品质量也可能参差不齐。但在大刀阔斧的内部挖潜以后，公司实现了精益生产，2021年预计产能可达1500台以上。”

当然，产能的翻倍并非徐睿晗最在意的，他更想要的是一支快速反应、高效研发的技术力量。“特别是近一年来的疫情冲击，我们也在考虑企业的抗风险能力到底在哪？答案最终还是指向了创新研发。现在市场竞争的关键就是新产品，产品开发体系、开发效率、开发品质，关系着我们能否在角逐中胜出，能否引领割圈绒圆机市场。”这才是元丰机械的“雄心”，他们已经在产品多样化上卯足了劲儿，甚至可以为客户的不同诉求，进行“私人定制”设备方案，在拉近与客户互动距离的同时，强化自身开发力度。

“在纺机行业，想要迈太大台阶，实现颠覆性发展并不现实，我们想以这样的大破大立建立一个良性发展机制，积跬步致千里。”徐睿晗在“野心”之外，更有理智。



“在纺机行业，想要迈太大台阶，实现颠覆性发展并不现实，我们想以这样的大破大立建立一个良性发展机制，积跬步致千里。”

专注、专业、专造

“我可以很自信地说，只要做绒类产品的客户有上新机的规划，基本上都会打电话来找我们询价、了解情况。”深耕割圈绒圆机领域十多年，元丰机械已经稳稳跻身于该领域的第一梯队。这也是让徐睿晗格外庆幸的，当初只是为了满足客户需求而进入的割圈绒圆机市场，竟一做就是十几年。

“一个行业不通过十几年的沉淀想做好是不可能的，投机性地去去做其他事情也不是我们的风格，我们就是要实实在在、踏踏实实地专注在一个领域，将来才会有更大的发展空间。”都说十年磨一剑，元丰机械也是如此。从2010年1月16日搬入现厂址，到现在已满十年，十年的行业阅历给了徐睿晗更深的感悟，“专注在一个行业其实是最省心的，只要用心，永远是有机遇的，但最怕的就是三心二意，如果我中途去做双面机、螺纹机，那永远不能深刻体会到绒类市场的发展趋势，也不会有今天的成绩。”元丰机械相信继续在这个行业沉下心来再做十年，是完全没有问题的。

徐睿晗的分析不无道理，如果元丰机械擅入其他圆机领域，也只能靠价格竞争，以卵击石。而绒类圆机本身还有很大的开发空间与发展前景，又何必去另起炉灶？

“当前，绒类产品的终端应用越来越广，家纺、服装、玩具绒等等，用量越来越大，市场前景广阔。记得上世纪八十年代，割圈绒类圆机还只有8路针慢慢摇，随着用户需求不断提高，细分机型越来越多，仅我们自己开发的就有十几种，加之提花技术的崛起，给了绒类圆机更多可能。”据了解，目前元丰机械正在开发的新产品有很多，在徐睿晗的大脑中，还有不少新产品开发方向，他相信如果这些技术能够顺利落地，将极大丰富绒类圆

机市场，满足更多细分客户的高质量要求。

“我相信未来十年，绒类产品一定会迎来爆发期！”徐睿晗相信自己的判断，相信元丰机械专注、专业、专造的坚持，更相信企业即将迸发出引领市场的能量。

乱象之痛

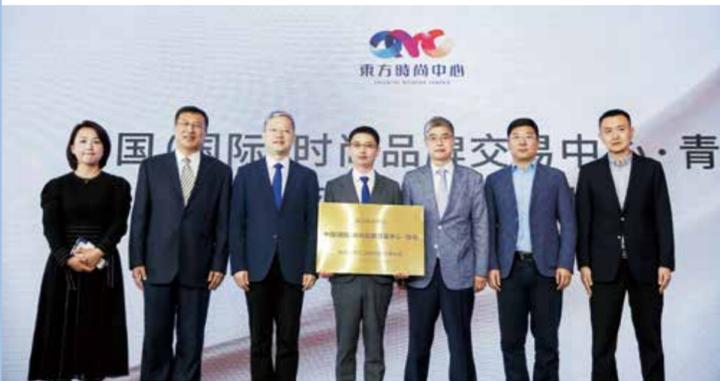
有信心不代表没有顾虑。虽然元丰机械在努力避开竞争的红海，想在绒类圆机这一细分领域独辟蹊径，但行业发展的乱象仍让他们气愤又无奈。

“现在行业中抄袭仿造风气盛行，有很多开发能力比较强但销售环节薄弱的企业，太容易被抢去先机，苦苦研发出来的技术、新品被肆无忌惮地模仿，到头来为他人做了嫁衣。我们经历过不少这样的事情，其中仅一个产品因此造成的损失就有3000万！”徐睿晗甚至听客户说过有些同行在推销时直接以“我们和元丰机械的产品是完全一样的”为噱头。

“我们有一款高密机，在河北市场卖得尤其火爆，刚开始利润也算可观，但后来一些小厂蜂拥进入，导致价格直接划入低位，想溯源追责都没办法。”对此元丰机械深恶痛绝。徐睿晗表示，其实如果每个企业都能发挥各自优势去钻研市场需求，进行研发，多些自律，行业自然而然就好了，也完全不用担心市场问题，但现实往往更“骨感”。

“我们能做的也只是尽可能地申请专利，但以知识产权保护现状来看，申报专利也只能是保证存在纠纷时，别人告不了自己，但真正被伤害的时候依旧是略显苍白。”和众多具有自主创新能力的企业一样，元丰机械期待、渴望更深层次的知识产权保护制度护航。

2021年已来，正在重塑中的元丰机械将以全新的姿态、专注的精神，迎接下一个十年绒类市场的爆发。TA



与会领导为东方时尚中心授牌。



2021 首届中韩原创设计师品牌交易会是两国时尚产业之间开展沟通、交流与商贸合作的创新平台。

为时尚青岛再添蓬勃生机

2021 首届中韩原创设计师品牌交易会在青岛举行

本刊记者_罗欣桐

5月8日,2021 首届中韩原创设计师品牌交易会在青岛东方时尚中心正式启幕。本届交易会由中国纺织工业联合会流通分会指导,青岛中纺亿联时尚产业投资集团、《纺织服装周刊》杂志社主办,韩国驻华文化院支持,共同打造一场“永不落幕”的时尚展会,为时尚青岛再添蓬勃生机。交易会现场买手云集,来自全国的各大媒体、时尚界人士同步到场。

中国纺织工业联合会副会长、流通分会会长夏令敏,韩国驻华大使馆公使衔参赞、韩国文化院院长金辰坤,中国纺联新闻中心副主任、《纺织服装周刊》杂志社社长徐峰,中国纺联流通分会秘书长王水元,国家(青岛)军民融合创新示范区古镇口核心区工委委员、副主任张舵,青岛亿联控股集团董事长刘强,青岛中纺亿联时尚产业投资集团有限公司执行董事王林,GAROSU LIFESTYLE 营销总监郑美花等领导嘉宾出席活动。

中国(国际)时尚品牌交易中心·青岛落户东方时尚中心

王林表示,面对全球疫情下的新形势和新环境,东方时尚中心着力打造中国(国际)时尚品牌交易中心项目,旨在推动国际时尚产业发展与交流,通过整合中外优秀设计师的产品与服务,满足国内市场对高品质时尚产品的需求。

“中韩原创设计师品牌交易会首先向我们展示了文化创意无国界,中韩乃至东亚文化是相通的,彼此之间可以充分启发、互补。”金辰坤对交易会开幕表示诚挚的祝贺,他认为,韩国原创设计加上中国消费市场,合作共赢,商机无限。

活动现场,夏令敏表示,2021 首届中韩原创设计师品牌交易会是中韩两国时尚产业之间开展沟通、交流与商贸合作的创新平台,这种跨区域、跨城市、跨国界的大协同、大流通模式,是中国纺织服装产业高质量发展的战略路径,构筑起了中国时尚产业的新高地,也将为国内外双循

环新发展格局的构建发挥更加重要的作用。

当日,夏令敏为东方时尚中心授牌,中国(国际)时尚品牌交易中心·青岛在青岛西海岸正式落成。

全亚洲新品首发 打开时尚交易新模式

据了解,本届中韩原创设计师品牌交易会结合中韩流行趋势和韩国设计师的设计理念,汇聚1500 余款商品,100% 韩国原创,60% 是中国首发款,商品品类涉及女装、配饰、包包等。

同时,本届交易会在全国首创“商品+美学+服务”模式,结合当下买手的迫切需求,创新打造沉浸式订货环境。通过“感受-观察-思考-行动”的全体验模式,根据买手属性及店铺定位提供针对性指导、潮流元素解读、现场搭配互动,让每一位买手都能够充分理解和感受商品的卖点,并关联自己的核心客户需求,捕捉潮流商机。并且,此次交易会一件/三件起批,对于有起订量标准的商品可通过拼单等方式帮助买手解决后期的柔性供应。

通过原创发掘时尚本真,与国际潮流接轨,此次交易会打造更满足买手需求体验的全方位立

体潮流盛会,为国内买手提供长续稳定的多品类、多风格的商品服务,给国内消费市场注入时尚活力。交易会持续至5月10日,其中5月9日的活动主题为“中韩商品对接会”,由中方买手和韩方供应商针对商品需求、客户需求进行深入沟通。5月10日举行的“中国品牌 源创东方——中国纺织服装品牌建设系列活动”,联动原创品牌展示、上下游对接、设计师沙龙、线下体验消费及线上直播五个版块,充分展现中国品牌的时尚与自信的同时,为“中国设计”发声。

尽管当今疫情对传统消费和时尚产业造成巨大冲击,但危机下蕴藏全新机遇。本届中韩原创设计师品牌交易会集中体现了以东方时尚中心为代表的中国时尚产业力求突破的决心,更传达了为原创保护、为原创设计发声的时尚态度。作为中国首座智慧型全体验时尚创意产业生态园,东方时尚中心的负责人表示,本届交易会只是发展中的第一步,未

来东方时尚中心还会将更多、更好的设计师与原创作品引入青岛,为青岛乃至全国各地的买手提供更优质的服务,而中国(国际)时尚品牌交易中心·青岛将全力整合优质资源,赋能时尚产业升级,助力城市经济高质量发展。TA

1500 余款

本次中韩原创设计师品牌交易会共汇聚1500 余款商品,100% 韩国原创,60% 是中国首发款。



“魔镜市场情报：深入分析舆情、深度解读数据”系列报道之五

新渠道为设计师品牌发展带来新机遇

本刊记者_李亚静

随着90后、00后的崛起,新的消费需求呈现个性化、潮流化、圈层化,原创设计师品牌以独特的设计理念与表达见长,正好契合了其中部分人群的需求。

线上设计师女装品牌(以下统称:设计师品牌)大致可以分为以下3类:知名品牌与设计师联名、买手店、设计师个人品牌。

需要关注的是,直播电商的崛起,为设计师品牌的发展带来了更多可能性,借助与头部主播的跨界合作,实现了双赢效果。

例如,今年4月,头部主播李佳琦、薇娅分别参与了上海时装周的设计师品牌发布。据悉,李佳琦携手LABELHOOD 蕾虎呈现了“中国设计‘琦’袭之夜”直播秀,薇娅启用“即秀即买”模式,携手ITIB 举办设计师联名发布秀。

对品牌来说,订单才是硬通货。二位主播的加入不仅带来了超千万元的订单,更推高了设计师品牌的影响力。

的确,新渠道带来的传播效果和销售业绩,夯实了设计师品牌及产品的群众基础,但去除头部主播的个人IP加持,线上设计师品牌表

现如何?

首先,设计师款相关产品涉及行业类别繁多,以服装、家具等最为明显。魔镜市场情报分析了近两个滚动年(2019.05—2021.04)设计师款相关产品的销售数据,服装行业设计师款商品销售额占线上总额的31%,其中女装品类在服装行业的占比更是高达82%。

近两个滚动年,设计师款女装呈持续上涨趋势,2021 滚动年(2020.05—2021.04)销售额达27.1 亿元,占女装市场0.6%,同比增长62%,超过设计师款服装整体增长率(53%),也超过女装整体同比增长率(20%)。销售额增长的同时,设计师款女装的规模也在不断扩大,同比2020 滚动年,品牌数量增加45%。

根据魔镜市场情报数据,设计师款女装元素各异,风格突出。元素方面,印花、不规则、刺绣、撞色等被应用较多;风格方面,复古、重工、暗黑等个人色彩较为突出;材质方面,羊毛、真丝、纯棉、羊绒等材质占比较多,趋于高端优质化。

大胆的元素运用、突出的风格特点、高

档材质的集合,也意味着设计师款服装的价格高企。

根据魔镜市场情报分析,2021 滚动年女装整体品类均价为129 元,销售额集中在250 元以下价格段;反观设计师款女装,2021 滚动年均价为654 元,1000 元以上价位段销售额较高,这也是为何女装设计师品牌在女装大类中占比较小。

值得关注的是,根据魔镜市场情报数据,近两个滚动年,优衣库、波司登的市场份额占比有所下降,传统品牌失去的市场份额,正在被新兴设计师品牌店、买手店、潮牌店分流。

此外,根据头部主播的直播间数据显示,薇娅直播间销售额翻番的一个重要原因在于选品,他们选择了具有设计感但又不夸张,且性价比较高的服装款式,这类产品面向的人群画像与粉丝消费习惯具有极高匹配度。

在性价比与个性之间,每个设计师品牌的定位、调性均不同。选择大众还是小众,不可一概而论,是要引领潮流,还是平衡消费群体的消费能力,需要具体问题具体分析。TA

(文中数据由魔镜市场情报分析提供)

陕西服装工程学院：重视实践，产教融合新思路办学

本刊记者_吕杨文/摄

5月12日,由中国纺织工业联合会副会长夏令敏、中国纺织工业企业管理协会顾问杨峻、中国纺联产业集群工作委员会秘书长张海燕等人组成的调研组,在陕西省纺织行业协会副会长兼秘书长严家民的陪同下,通过对陕西服装工程学院的走访、调研,充分了解了学校在产学研方面的发展现状。

陕西服装工程学院常务副校长李望国、副校长吴俊林等接待了调研组一行并详细汇报了学院的教学创新和发展情况。创建于1994 年的陕西服装工程学院,历经27 年风雨历程,始终秉持“市场化思维、国际化视野、特色化发展”的办学理念,坚持校企合作、产教融合办学模式,积极主动服务社会。学院多年以来坚持一手抓教学,培养高质量人才;一手抓校企合作,促进产教深度融合。特别是在抗击新冠肺炎疫情期间,学院发挥专业优势,带领学院专业技术团队主动承担防护服的产品研发任务,勇于担当社会责任,并取得了产教融合的丰富经验。

在陕西服装工程学院服装学院考察时,该院执行院长、现代服装产业学院院长徐彬向夏令敏一行介绍了服装学院的发展情况。该院作为学校

专业特色最为鲜明的二级学院,现有4 个本科专业(服装设计与工程专业、服装与服饰设计专业、宝石及材料工艺学专业、表演专业)和5 个专科专业(人物形象设计专业、首饰设计与工艺专业、服装与服饰设计专业、表演专业、空中乘务专业),已逐渐形成了辐射纺织服装产业中游和下游的专业群。

徐彬还重点介绍了服装学院实践教学条件:2016 年服装实验教学中心被批准为“省级服装实验教学示范中心”,拥有27 个专业实验室、4 个工作室、2 个校内实习基地,实验室总面积9000 余平方米,实验设备总值2900 余万元,可以满足该院4 个本科专业和3 个专科专业的实践教学;2019 年服装专业虚拟仿真实验中心被批准为“省级虚拟仿真实验中心”;此外学院还与陕西咸阳杜克普服装有限公司、报喜鸟集团上海宝鸟服饰有限公司等18 家企事业单位签订了校企合作协议,为学生的实习和就业提供了良好条件。



夏令敏一行调研陕西服装工程学院。

在参观了学院的服装实验教学中心、现代服装产业学院数字运营中心、陕服智造综合实践中心和创新创业中心后,夏令敏一行对学校以育人质量引领发展的办学特色和民办高等教育在就业、质量、招生等方面所做的探索给予了高度肯定。夏令敏希望未来学院能继续突出理论与应用、实践相结合的教育模式,强化服装艺术特色,加强科技成果转化,更好地服务地方中小企业。

此外,调研组还参观了学院内的季羨林国学院。TA



深入推进纺织行业数字化转型

■ 吴迪 / 文

当前，国际经济政治格局发生深刻调整，国际经贸合作机制出现新的改变，全球产业分工合作格局发生重要变化。与此同时，全球科技创新空前活跃，新一代信息技术蓬勃发展，引领新兴产业加速成长，有望为世界经济增长注入新的动力。

我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的关键时期。在新的发展时期，发展条件深刻变化，加快建设数字经济，深入实施制造强国战略，实现数字化转型，成为“十四五”时期的重点任务。

纺织行业实现高质量发展的战略选择

数字化转型是以数据为核心驱动要素，通过新一代信息技术深化应用，推动资源配置方式、生产组织模式、商业运行业态、价值创造机制的深刻变革，形成数字经济体系的重要历史进程。其中产业数字化转型针对各个行业产业链上下游的全要素数字化升级、转型和再造，是新形势下纺织行业改造提升传统动能、培育发展新动能的重要手段，也是实现高质量发展的战略选择。

面对复杂多变的发展环境，我国纺织行业站在强国目标基本实现的基础上，立足国家发展战略要求，精准把握国际产业格局调整特征，深入推进数字化转型，充分发挥新一代信息技术的创新引领作用，强化制造体系的优势，培育新业态、新模式的应用，解决好产业链、供应链短板，在新格局中开辟新局面，实现新时期的高质量发展。

纺织行业多年来开展信息化建设，从信息技术推广，发展到两化深度融合阶段，为当前的数字化转型形成了技术积淀，奠定了坚实的基础。近年来智能制造不断取得成效，在智能生产线、大规模定制等领域形成一大批试点示范，日益成为纺织工业转型的重要内容和发展趋势。数字化转型不仅是这些成果的延续，更是在新时期的新理念和新发展。作为构建现代化产业体系的有效抓手，数字化转型将推动纺织行业产品、装备、工艺、管理、服务的智能化步伐不断加快，推动形成新的创新体系、生产方式和产业形态，智能

制造、网络制造、绿色制造、服务型制造等新模式不断形成，数字经济、平台经济、共享经济等新业态竞相出现，产业转型升级加速迈向更广范围、更深层次、更高水平。

推进数字化转型，重要的是把握纺织行业的特点，明确推进的领域和路径。智能制造作为主攻方向，在智能化装备、智能化生产线、智能化管理和智能化服务等方面继续推进；工业互联网平台成为全要素、全产业链和全价值链连接的载体和枢纽，加快构建开放共赢的产业新业态；物联网、云计算、大数据、人工智能、区块链等新一代信息技术融合发展，在行业的各个领域发挥创新引领作用。纺织企业具有这些方面的迫切需求和实施基础，在政府和行业组织的积极引导下，相关解决方案供应商也在积极行动，相信未来会孵化出一批数字化转型的示范企业。

智能制造始终是主攻方向

智能制造一直是纺织行业转型升级的主攻方向。化纤、棉纺、印染、针织、服装等细分行业的智能化生产线取得明显成效，智能制造系统试点示范企业卓有成效，个性化定制走向实际应用，服务型制造转型开始起步……互联网、大数据、人工智能应用全面开展，在各个方面取得了重大进展。

国家“十四五”规划将智能制造定义为产业数字化的重要应用场景，“促进设备联网、生产环节数字化连接和供应链协同响应，推进生产数据贯通化、制造柔性化、产品个性化、管理智能化。”纺织行业要以目标和问题为导向，采取重点措施，加快研发智能制造关键共性技术，大力开展面向各个行业的智能制造产业化推广，着力提高智能制造系统的智能化水平。在重点领域方面，应培育更多行业的智能化生产线试点示范，大范围推广大规模个性化定制，加快服务型制造转型步伐，有规划地开展数字车间、智能工厂的建设，推动企业的数字化转型。

加快工业互联网创新发展

近年来，纺织行业在工业互联网平台建设、

工业 APP 开发、行业解决方案形成，以及应用模式创新等方面取得了一定的成效。在平台建设方面，地方政府主导的区域和纺织集群平台，纺织龙头企业的服务与产业链协同平台，与大型跨行业、跨领域平台相互影响，相互促进；工业 APP 针对产品全生命周期实际需求，随着工业互联网的加速发展，得到了越来越广泛的应用，并且形成了面向各个细分行业的解决方案。

随着技术、产业、应用的创新突破和协同推进，工业互联网加快创新发展，将成为纺织行业数字化转型的关键支撑。要加快工业互联网在纺织企业的应用，实现企业各层级数据资源的端到端集成；依托工业互联网平台开展数据集成应用，实现企业生产与运营管理的智能决策和深度优化；鼓励企业通过工业互联网平台整合资源，构建设计、生产与供应链资源有效组织的协同制造体系；推广和普及基于工业互联网的智能化生产、网络化协同、个性化定制、服务化延伸、数字化管理等新模式、新业态。

新一代信息技术融入各个领域

数字化转型是引领新一轮科技革命和产业变革的重要引擎，新一代信息技术是新一轮科技革命中创新最活跃、交叉最密集、渗透性最强的领域。党中央、国务院对于推动新一代信息技术与制造业深度融合做出了战略部署，国家发改委的推进“上云用数赋智”行动，针对云计算、大数据、人工智能的融合提出了路径和措施。

纺织行业要深化新一代信息技术在各个领域的推广应用，物联网实现人、机、物的泛在连接，大幅提高交易效率和生产效率；云服务实现行业资源的共享，加快构建开放共赢的产业新业态；大数据成为新的生产要素，带动资金、技术、人才等资源的优化配置；人工智能加速向研发、生产、管理、服务等环节渗透，提高各个环节的智能化水平；区块链切实应用于纺织供应链管理，增强供应链透明度和企业信任度。 **IT**

(作者为中国纺织工业联合会产业部原副主任)

市场营销环比回升 价格指数小幅上涨

20210517 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20210517 纺织品价格指数收报于 107.81 点，环比上涨 0.19%，较年初上涨 3.22%，同比上涨 3.74%。



近期，中国轻纺城市营销环比回升，其中：原料市场价量环比微升，坯布市场价量环比小升，服装面料市场布匹价量小幅上涨，家纺类产品成交量小幅回升，辅料价量环比持平。

原料价量环比微升，涤纶价格环比下跌，纯棉纱价格环比推升

据监测，本期原料价格指数收报于 87.41 点，环比上涨 0.06%，较年初上涨 9.13%，同比上涨 12.28%。

聚酯原料涨跌互现，涤纶价格环比下跌。本期涤纶原料价格指数环比下跌，华东地区 PTA 现货主流 4720—4760 元/吨，环比下跌 40—80 元/吨左右；MEG 主流 5060—5122.5 元/吨，环比上涨 275—337.5 元/吨左右；聚酯切片市场报价基本稳定，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6050 元/吨左右，环比持平。萧绍地区涤纶长丝价格环比下跌，POY 报价 7550 元/吨，环比持平；FDY 报价 8250—8350 元/吨，环比下跌 50—150 元/吨左右；DTY 报价 8775—8800 元/吨，环比下跌 100—125 元/吨左右。

近期，涤纶短纤价环比下跌，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 6725 元/吨，环比下跌 300 元/吨左右。纯涤纱市场报价基本稳定，局部稳中有涨，32S 纯涤纱报 11810 元/吨左右，环比上涨 90 元/吨左右；45S 纯涤纱报 12800 元/吨左右，环比持平。

纯棉纱价格环比推升，人棉纱价格基本稳定。近期，萧绍地区纯棉纱市场报价环比推升，局部有所上涨，气流纺 10S 纯棉纱报价 14070—14080 元/吨，环比上涨 260—270 元/吨左右；普梳 32S 纯棉纱报价 25070—25100 元/吨，环比上涨 470—500 元/吨左右；精梳 40S 纯棉纱报价 28800—28830 元/吨，环比上涨 490—520 元/吨左右。新疆大风再起，棉花市场震荡上移。因棉花行情支撑，纯棉纱市场销售相对尚可，价格呈现上涨走势，整体走货一般。

近期，粘胶短纤原料价格环比下跌，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 14250 元/吨左右，环比下跌 50 元/吨左右。人棉纱价格基本稳定，30S 人棉纱价格报 17600 元/吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 18700 元/吨左右，环比持平。

坯布行情环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 123.77 点，环比上涨 0.41%，较年初上涨 3.92%，同比上涨 2.05%。

本期坯布类价格指数呈环比上涨走势。近期市场营销环比回升，坯布厂家订单环比增加，坯布价格小幅上涨。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货呈现环比持平走势，价量基本稳定。衬料类行情环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；花边类行情环比回升，价格指数呈微幅上涨走势；线绳类行情环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势；服装里料类行情环比回缩，价格指数呈微幅下跌走势；致使辅料类总体价格指数环比持平。

涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比回升；拉动坯布类总体价格指数环比小涨。

服装面料环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.06 点，环比上涨 0.16%，较年初上涨 0.27%，同比上涨 0.51%。

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，创新面料市场成交环比增加，价量小幅上涨。夏季面料下单局部增加，价格小幅上涨。其中：涤纶面料、涤棉面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、锦纶面料、麻粘面料成交量不等量上涨，拉动服装面料类总体价格指数小幅上涨。

家纺市场环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 102.04 点，环比上涨 0.22%，较年初上涨 0.02%，同比上涨 0.10%。

本期家纺类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城家纺市场成交环比回升，价格环比小涨。创新色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比回升，兼具时尚元素创意产品现货成交和订单发货环比增加，价量小幅上涨。其中：窗纱类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；床上用品类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈小幅上涨走势；日用家纺类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈微幅上涨走势；窗帘类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈微幅上涨走势；拉动家纺类总体价格指数小幅上涨。

市场行情基本稳定，辅料指数环比持平

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 131.63 点，环比持平，较年初上涨 0.50%，同比上涨 2.27%。

本期服饰辅料类价格指数环比持平。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情基本稳定，因下游企业备货基本稳定，市场成交环比持平，现货成交和订单发货呈现环比持平走势，价量基本稳定。衬料类行情环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；花边类行情环比回升，价格指数呈微幅上涨走势；线绳类行情环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势；服装里料类行情环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势；带类行情环比回缩，价格指数呈微幅下跌走势；致使辅料类总体价格指数环比持平。

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。因部分贸易商和织造厂家新风格产品订单有所增加，预计创新创意产品认购踊跃度将环比增加，整体市场成交将呈现环比小升走势。随着夏装面料现货成交和秋装面料订单发货的局部小增，二级市场和服饰生产企业采购将环比小增，新款面料上市品种继续增加，创新创意产品价格呈小幅上行走势。 **IT**

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

国际原油大幅回落 化纤指数小幅下跌

2021年5月10—14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下跌。其中,化纤总指数收盘于100.36点,与上周相比下降了0.25点;化纤面料价格指数小幅下跌,收盘于99.24点,与上周相比下降了0.21点;化学纤维价格指数小幅下降,收盘于104.52点,与上周相比下跌了0.3点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上升,收盘于107.54点,与上周相比上涨了0.42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下跌,收盘于99.24点,与上周相比下降了0.21点。

里料织物:这一周,里料常规品种坯布交易量有所回落。半弹春亚纺系列销售价格平稳状态,成交量呈现出下跌迹象。尼丝纺的里料类190T、210T在本周内报价稳定,市场交易量由于价位偏高显得一般。针织经编网眼布里料市场交易量稍有抬升。提花里料市场成交量尚可,主要用于箱包、皮件等的装饰用料,其需求有所增长,其中,一款阳离子提花里料颇有特色市场走俏,该产品织造工艺比同类型提花里料富有创意,布面立体感强,质地也略胜一筹。涤棉里料出货平稳,而且上游原料的纯涤纱和涤纶DTY丝价格均有震荡下滑,涤棉里料价格走势起伏不定。从里料市场行情总体看,交易价格走势“稳中趋降”,产销率较低里料坯布社会库存有所增量。业内人士认为,随着上游涤纶原料价格下滑,里料织物的价格还将呈同步下调,但出现幅度较大的“跳水”下跌可能性极小,可能将进入限产阶段。

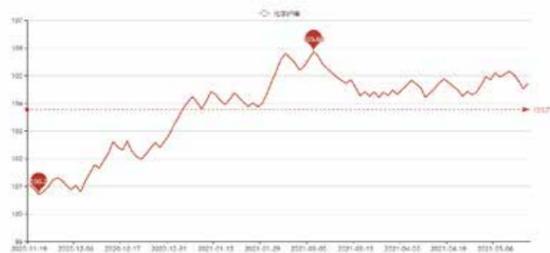
面料情况:一周来,虽然外贸订单并不多,但是内需仿真丝印花面料较为畅销。从成交品种看,“塔丝隆”系列面料和锦涤桃皮绒销售较好,其中,格子塔丝隆面料较为热销。喷气面料的市场份额有所拓展,但产品市场现货交易以小订单为主,上市品种不仅仅是锦棉系列,还有人丝交织产品和纯棉纱交织产品、棉氨弹力布等,近日来外地客商看样订货陆续增多。例如,一款斜纹“富贵绒”市场较为动销,坯布价格在6.50元/T,据称产品主要销往辽宁海城、武汉以及织里童装生产基地。针织经编面料的丝光绒近来市场出货频繁,更为可喜的是,此面料已广泛应用于运动装制作。

市场主流的全弹春亚纺、桃皮绒面料呈“两极分化”,平纹产品销量持续萎缩;而提花、提条、提格春亚纺和斜纹桃皮绒等产品的销售却相对稳定。近来市场上的各类仿真丝强捻印花、烫金面料持续热销局面,其中,烫金双打麻交易活跃,它是一种佐幟系列面料,适合制作春夏秋装饰产品。该产品先经环保染色后,再采用精湛的烫金工艺,印烫出惹人喜爱的朵朵小花,成为面料中引人注目的亮点。烫金面料符合环保要求,深受女士青睐,该面料门幅为170cm,织物克重为220克,坯布价格在4.40元/米。它具有亚麻风格、悬垂性好、挺而不皱、色泽纯正等特点,适宜制作女士春夏时令套装、裙装、单衣上装等。预计下周面料行情以平稳调整为主。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数小幅下降,收盘于104.52点,与上周相比下降了0.3点。

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



本周国际油价大幅回落,远离上周创下的3月上、中旬以来高位,主要是因全球第三大原油进口国印度新冠危机引发担忧,压制了国际能源署(IEA)和石油输出国组织(OPEC)预测需求将强劲复苏带来的涨势。但近期巴以矛盾不断升级,已经导致7年来以色列和巴勒斯坦之间最严重的冲突。如果事态升级影响到更广泛的中东紧张局势,可能会进一步导致油价上涨。截至13日收盘,WTI 6月原油期货结算价收跌2.26美元/桶,跌幅3.42%,报63.82美元/桶。布伦特7月原油期货收跌2.27美元/桶,跌幅3.27%,报67.05美元/桶。两种原油基准近月合约结算价格均创下4月份以来的最低水平。

PTA方面,本周PTA价格小幅回落。由于国际油价在本周大幅下跌,同时终端纺织市场逐渐进入淡季,聚酯原料需求减弱,PTA价格开始下跌。目前PTA内盘市场成交商谈围绕在4650—4750元/吨。

涤纶长丝方面,本周涤纶长丝价格维稳,13日部分原料厂进行了降价促销,一定程度上推动了原料走货,但14日优惠取消,涤纶价格恢复常态。

开工率方面,本周PTA周平均开工率集中在72%,较上周下跌1.2%;实时开工率在73.8%,实时有效开工率为81.1%。聚酯方面,本周聚酯平均负荷集中在92.8%,较上周下降0.9%。织造方面,近期织造厂家开机率略微下降至74%左右。

产销方面,本周聚酯产销表现一般,仅在13日聚酯工厂大促销期间,涤纶平均产销在300%左右,其余时间平均产销在1—3成。

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9—23天;具体产品方面,POY库存至6—9天,FDY库存至9—14天附近,而DTY库存则至12—26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上升,收盘于107.54点,与上周相比上涨了0.42点。

本月全国春茧开始全面上市,得益于良好的天气情况,收购价格整体呈现低开高走的态势。现货面上,4A等普通级生丝按照盘面价格进行订货。高品质生丝报价普遍提高。随着春茧的收购价格逐步上涨,茧丝行情得到一定程度的提振,同时随着下游订单的好转,带动终端织造企业开工率回升,进一步助推蚕茧行情。但目前心态较不稳定,南方已收购春茧地区的丝厂对走不走货比较犹豫,将要收购春茧的地区困惑于下面如何收购春茧。综合来看,预计下周蚕茧指数将小幅上升。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



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月注册成为全国纺织行业性基金会,注册资金2000万元。

截至2020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1556项、优秀教师和学生4205名、优秀教学成果奖1726项、针织内衣创新贡献奖118项、应用基础研究63项、科技成果推广306项、全国纺织行业技术能手283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超1亿元,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

SAURER.

ITMA Asia展览会上将呈现自动化创新技术。

从单机到全厂

我们的机器正在变得越来越智能,例如,凭借自动化操作指引技术及以RFID射频识别技术为基础的智能物流系统,操作人员可以更为轻松地进行工作。对于希望实现全厂自动化的客户而言,卓郎是您理想的合作伙伴。我们的管纱及筒纱运输系统以及自动码垛机可确保您的生产流程始终保持领先,同时所有生产数据均可通过Senses数字化工厂管理系统进行全面控制。



欢迎莅临ITMA Asia + CITME 2020 8号馆 参观卓郎F01展台

saurer.com