

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

2021.09.06 | 第33期 | 总第1041期

RIFA 日发纺机
 纺前 / 纺纱 / 加捻 / 卷绕 / 织前 / 织造 / 非织造 / 针织系统



织造系列之剑杆织机

客户中心电话: 400-999-8008




P08
病毒变异?
这样的防护服给你安全保障!

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

2021

为“十四五”开局起好步， 纺织各行业展现韧性与活力

化纤 / 产业用纺织品 / 印染 / 纺织服装专业市场
 家用纺织品 / 茧丝绸 / 毛纺

P12

证券简称：远信工业
证券代码：301053

YOANTION[®] 远信工业

节能 环保 高效

铸就 远信品质 / 远信品牌

WWW.YOANTION.COM



Y9000型双层热风拉幅定形机

地址：浙江新昌澄潭工业区

电话：0575-86068888

传真：0575-86059666

E-MAIL: JUNSHAOCHEN@163.COM



广告

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
支持单位：
华源生态科技有限公司
青岛邦特生态纺织科技有限公司

有料才酷 为你而来

2021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10届，由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办，是目前行业里权威、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。

本次活动将于2021年10月在上海举行的中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会期间举办2021中国面料之星发布仪式等系列活动。

奖项设立

创新开发奖 图纹色彩奖 时尚风格奖 市场价值奖 设计服务奖

商务合作咨询

万晗 13466301587

面料参评报名表申请、“中国面料之星系列活动”组委会

联络人：赵国玲、雷蕾 15068579525/13810445890

面料参评样品邮寄地址

北京市东城区东四西大街46号院(100010)

雷蕾(收) 13810445890

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

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

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
副主任	郭莹颖
主任助理	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: 中国纺织网

承印: 北京晟德印刷有限公司

目录 CONTENTS

P06 资讯 Infos

山东推进纺织服装业发展三年行动方案发布
引导绿色消费,行业加速“双碳”行动
南山智尚与意大利米兰戈尼学院上海校区开启战略合作

P08 关注 Attention

病毒变异? 这样的防护服给你安全保障!
走“产教融合”发展之路
重新定义非遗时尚

P12 特别报道 Special

为“十四五”开局起好步, 纺织各行业展现韧性 with 活力

P18 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

赋智赋能,“柯桥优选”
科技为翼 时尚绽放
中国轻纺城国际面料采购中心整治无证无照成效显著
东升路市场首个家纺电商批发展示区盛大开业



P22 集群 Cluster

与时俱进,即墨纺织服装业勇立潮头

P23 品牌 Brand

波司登羽绒服规模全球第一

P24 一线 Frontline

高勋集团: 凭实力撬动需求

P25 指数 Index

市场行情继续回缩 价格小幅下跌
织造市场走货回暖 化纤指数小幅回升

每周随笔

精准补课

前不久, 央视对全国各地引导企业实施新一轮大规模技术改造情况进行了报道, 展现了技改对当前中国制造业能力和水平提升的重要意义。高端化、智能化、绿色化已成为新一轮技改的重点方向, 包括纺织行业在内的 12 个行业被列入国家重点技改领域。

事实上, 在纺织强国目标已基本完成的背景下, 中国纺织业成为了全国 26 类有代表性的制造业中 5 个整体达到世界先进水平的产业之一。对于行业而言, 制造水平和能力的提升, 也已成为行业总结过去几年发展成绩的重要落点。

提及此, 可以说每一位纺织人都能够拿出几个行业的智造标杆阐述一番, 从棉纺的江苏大生、武汉裕大华的数字化车间建设, 到化纤领域的福建百宏和印染领域的华纺智造项目等等。然而, 我们同样十分清楚, 这些企业和项目是行业中为数不多的智造榜样, 若转向行业更大范围, 2.0、3.0、4.0 多层及并存仍是当下行业智造的现状, 且不可否认, 行业里仍有一些企业甚至并不了解自己的制造水平处于哪个“段位”上, 即便要“补课”, 也不知道该从哪里补起。

多年来, 中国纺织业在探索智造提升的道路上一直在努力用数据说话, 而这些数据, 在很大程度上能够帮助我们看清现状, 更为准确地把握升级方向。比如由国家工业信息安全发展研究中心和中国纺联共同完成并发布的“纺织行业两化融合发展数据地图”, 其中的很多数据都能帮助行业企业找到自己在智造坐标体系中的位置。

该项目对行业 8600 多个样本进行了调查, 用数据展现、解析了近年来纺织行业两化融合的发展情况和水平。在其评估体系中, 重点围绕两化融合的“水平与能力”“效能与效益”两个方向展开, 评估体系框架涉及三级, 采集项目近 160 个。

据了解, 在纺织业制造能力大幅跃升的“十三五”期间, 行业两化融合发展水平实现了 15.9% 的增长, 五年间, 行业在“水平与能力”涉及的四个方面均取得了良好发展, “基础设施建设”增长了 14%, “单项应用”增长了 20.3%, “综合集成”增长了 30.1%, “协同与创新”增长了 29.1%。

其实, “数据地图”中的很多项目都能帮助企业对标行业制造水平。据项目调查分析, 在 2018—2020 年间, 行业生产设备数字化率及联网率分别达到 52.1%、45.3%, 高于全国制造业平均水平 2.2 和 1.8 个百分点。在研发设计方面, 行业的数字化研发设计工具普及率为 70.3%, 低于全国 2.7 个百分点。在生产制造方面, 行业关键工序数控化率 49.7%, 低于全国 2.4 个百分点。行业的 MES 及 ERP 的应用普及率分别为 24.6% 和 62.6%, 低于全国 0.9 和 1.7 个百分点。工业云平台的应用率方面, 纺织行业高于全国 1.4 个百分点, 为 50%。在个性化定制以及网络化协同方面, 纺织行业分别为 12.7% 和 41.7%, 高于全国 3 和 3.8 个百分点……

作为中国纺织行业一员, 当我们满怀期待地展望更加“科技、时尚、绿色”的产业新未来, 满怀期待地奔赴企业的新征程时, 自身制造能力的提升已刻不容缓, 智造的必修课需补齐。

本周看点 View point

8 月份, 中国制造业采购经理指数 (PMI) 为 50.1%, 继续位于临界点以上, 低于上月 0.3 个百分点, 制造业扩张力度有所减弱; 非制造业商务活动指数为 47.5%, 低于上月 5.8 个百分点, 降至临界点以下, 表明受近期多省多点疫情等因素影响, 非制造业景气度明显回落。
——国家统计局

“十四五”时期, 我国要实现城镇新增就业 5500 万人以上, 城镇调查失业率控制在 5.5% 以内, 就业局势总体平稳, 就业质量稳步提升, 结构性就业矛盾有效缓解, 创业带动就业动能持续释放, 风险应对能力显著增强。
——人民日报

近日, 中国互联网络信息中心 (CNNIC) 发布第 48 次《中国互联网络发展状况统计报告》。《报告》显示, 截至 2021 年 6 月, 我国网民规模达 10.11 亿, 较 2020 年 12 月增长 2175 万, 互联网普及率达 71.6%。超 10 亿用户接入互联网, 形成了全球最庞大、生机勃勃的数字社会。
——经济日报

8 月 30 日, 拉夏贝尔披露了 2021 年半年度报告。今年上半年拉夏贝尔公司实现营收 2.78 亿元, 同比下降 79.6%; 归属于上市公司股东的净利润 -2.37 亿元, 同比下降 67%。截至 2021 年 6 月 30 日, 公司共拥有 427 个线下经营网点, 较 2020 年底净减少 532 个。
——联商网



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

培育六大产业基地！

山东推进纺织服装业发展三年行动方案发布

山东是我国纺织服装大省，近年来更是从上至下高度重视这一强国富民产业的健康持续发展，加大力度扶持推进产业建设。为深入贯彻落实山东省工业和信息化厅等 11 部门《关于加快纺织服装产业高质量发展的意见》及“紧盯前沿、沿链谋划，龙头牵引、培育壮大，打造生态、集群发展”工作思路，8月26日，山东省工信厅正式印发《山东省纺织服装产业 2021-2023 年行动方案》（以下简称《方案》），指导未来山东纺织服装产业发展。

《方案》提出，基于各市产业基础与优势，山东纺织服装将依托重点企业，开展精准招商，增强产业链配套协作能力，重点建设 6 个全国知名产业基地。一是研发创意、品牌运营、展会赛事基地。依托青岛、济南、烟台、威海等市的研发、品牌优势，打造全国重要的纺织服装技术研发、时尚创意、品牌运营基地。二是新型纤维材料基地。依托烟台、潍坊、济南、青岛、泰安、威海等市技术与产品优势，重点发展芳纶、莱赛尔纤维、石墨烯纤维、海藻纤维等新材料，打造全国领先的高端纤维材料基地。三是高端纺织研发制造基地。依托滨州、淄博、德州、济宁、烟台、泰安、枣庄等市产业优势，加快多纤混纺纱线、多组分机织坯布、高端面料的技术研究，打造全国领先的高端纺织研发制造基地。四是智能绿色印染基地。依托泰安、青岛、滨州、淄博、烟台等市在智能化印染以及印染关键技术的领先优势，打造全国领先的智能化印染产业基地。五是时尚家纺服装基地。依托威海、潍坊、淄博、济宁、烟台等市设



山东纺织服装将依托重点企业重点建设 6 个全国知名产业基地。

计及品牌优势，打造全国重要的先进服装产业基地。依托滨州、潍坊、烟台等市创意设计及产品开发优势，打造全国重要的床上用品产业基地；依托聊城、潍坊、滨州等市毛巾行业的全国领先优势，打造全国重要的毛巾产业基地。六是高端产业用纺织品基地。依托德州、泰安、东营等市产品及技术优势，打造全国领先的高端产业用纺织品产业基地。

此外，《方案》还将围绕推动产业链优化提升、促进产业集群升级、提升创新能力、抓好重大项目建设、加快产业数字化转型、深入推进“三品”战略、强化人才培训和提高产业安全环保水平等，重点推动山东纺织服装产业发展。（林立）

公司
COMPANY

南山智尚与意大利马兰戈尼学院上海校区开启战略合作

8月26日，南山智尚与意大利马兰戈尼学院上海校区签署了战略合作协议，未来双方将从大赛合作、人才培养、产学研结合等方面深入合作，实现时尚、创意、科技、原创多维度交融，力推中国设计师走向国际市场。

南山智尚将依托马兰戈尼学院这所欧洲最具国际化和前瞻性的院校与上市企业优势，帮助设计人才实现就业、创业、创新以及设计成果落地孵化，积极推动正装设计行业的创新发展，培养出更多更优秀的世界级设计人才。

对于企业发展来说，不断推出新产品、新技术很重要，而掌握技术的人才最重要。面对新的形势和挑战，为提高企业管理水平，提高效率流程和流程创新，培养中国新一代青年设计师，为企业战略目标实现提供保障，山东南山智尚科技股份有限公司与马兰戈尼学院达成了人才培养合作计划。

据介绍，马兰戈尼学院于 1935 年在米兰成立，是专业教授服装、设计、艺术方向本硕课程的顶尖高等教育院校，在艺术、创作、管理和创新领域的课程属世界顶尖水平，见证了整个意大利时尚的崛起。

南山智尚是全球为数不多的毛纺织服装产业链一体化公司，拥有从羊毛到成衣完整的毛纺织服饰产业链。2008 年在意大利米兰设立研发中心，多年来在面料趋势研究、意大利服装技术研究方面成果斐然。

南山智尚以“科技创新”为核心驱动，一直以来非常注重校企合作，并取得了丰硕的成果，拥有“北服·南山中国职业装研究院”“南山·西安工程大学毛纺织研究院”等多个高水平创新平台。这次与马兰戈尼学院全方位合作，更将有助于培养正装设计顶尖人才，培育时尚设计新生力量，加快构建正装产业新发展格局。（夏小云）

捐赠 200 万元服装物资和 10 万元现金

河南鹿颜服饰驰援河南灾后重建

青山同道，共克时艰。近日，河南鹿颜服饰实业有限公司积极践行社会责任，秉持“鹿颜人，爱国爱家爱故乡，鹿颜人，重情重义重担当”的大爱精神，积极响



河南鹿颜服饰为人民群众提供重建家园的穿衣保障。

应国家号召，通过河南省青少年发展基金会为郑州等地捐赠价值 200 万元服装物资和 10 万元现金，为人民群众提供重建家园的穿衣保障。

目前，200 万元服装物资及 10 万元现金已到达河南受捐助的各地，正在灾区灾后重建工作中发挥着积极的作用。

7月18日以来，河南多地出现持续性强降雨天气，降水量突破历史极值，造成了巨大的人员和财产损失。暴雨之后疫情反弹，让人着实揪心。自河南暴雨灾情发生以来，鹿颜国际集团高度关注，多方主动对接了解受灾群体需求，并迅速响应积极行动，多批次驰援河南。

河南鹿颜服饰实业有限公司成立于 2019 年，位于河南省信阳市淮滨县产业集聚区。同年投资建设的淮滨临港（国际）服装城，是河南省内首个“生产、生活、生态”融合发展的百亿级服装产业新城项目。2020 年淮滨临港（国际）服装城成为河南省重点项目、河南省服装行业协会 1 号工程。

天灾无情，鹿颜有爱，河南鹿颜永远与家乡人民在一起。经历过风雨的家乡，在大家的共同努力下，一定会更加美丽。（夏小云）

直击
DIRECT

引导绿色消费，行业加速“双碳”行动

中国纺织服装行业全生命周期评价工作组（简称 CNTAC-LCA）自成立以来，以“全生命周期评价”为切入点为众多企业展示绿色产品全生命周期管理，近日取得新进展，公布了“爱慕儿童家居服碳足迹测评”报告。报告结果显示：三款使用零碳天丝™莫代尔纤维的爱慕儿童家居服，在莫代尔纤维生产阶段的碳足迹降为 0。其中 AK2416541 变形金刚漫画系列套头长袖睡衣的碳足迹值为 2.97 kgCO₂eq./ 件；AK2426541 变形金刚漫画系列长睡裤的碳足迹值为 2.37 kgCO₂eq./ 件；AK1446551 小马宝莉甜品美眉系列长睡裙的碳足迹值为 3.33 kgCO₂eq./ 件。也就是说三款儿童家居服，在到消费者手中之前所有环节中，分别向大气中释放了 2.97 千克、2.37 千克、3.33 千克的二氧化碳。

当前，碳中和、可持续发展已经成为全球产业的广泛共识和国际竞争的重大议题。中国向世界郑重承诺在 2030 年前实现“碳达峰”，努力争取在 2060 年前实现“碳中和”。为了推动绿色发展，2017 年中国纺织工业联合会启动“碳管理创新 2020 行动”，是中国最早提出碳中和目标的产业之一。2019 年中国纺织作为缔约方签署了联合国《时尚产业气候行动宪章》，参与时尚产业气候全球治理；并将“碳管理创新 2020 行动”升级为“气候创新 2030 行动”。一批行业领军企业和千亿级的产业集群已宣布加入该行动，5 万人次产业人群参与。

2020 年 5 月，中国纺织工业联合会社会责任办公室正式启动可持续纺织品“全生命周期评价”项目，联合兰精集团、伊芙丽、无锡一棉、松井纺织、滨康印染、水星家纺、白马集团、银仕来、愉悦家纺，开展兰精纤维—伊芙丽女装衬衣和兰精纤维—水星家纺产品测评工作。

2020 年 12 月 22 日，CNTAC-LCA 工作组正式成立，通过建立纺织产品全生命周期评价体系和环境足迹数据库，加快建立从终端品

牌端到原材料端全链条可追溯绿色产品环境信息披露体系，对从生产到消费全价值链产品绿色属性实行追溯与价值挖掘，持续推动全产业链制造高效化、清洁化、低碳化、可循环化发展。从而提升企业应对国际市场绿色壁垒的能力，支持消费者的绿色识别，引导绿色消费。经过发展，目前 CNTAC-LCA 工作组有 57 家机构成员，其中企业 46 家，学术机构及组织联盟 11 家，涵盖了纤维材料、纺织化学品、纺纱、织造、印染加工和服装生产的全产业链以及品牌和消费端。

2021 年 6 月 1 日启动“中国时尚品牌气候创新碳中和加速计划”，加速行业绿色低碳转型为中国双碳目标贡献产业力量。

本次以儿童家居服为主体，向供应链上游层层溯源，属于从“摇篮到大门”，突破了国内纺织服装行业碳足迹数据难以溯源的困境。测评结果由纺织服装行业产品全生命周期评价应用系统（LCAplus 系统）进行计算、生成报告。中国纺织工业联合会社会责任办公室负责本报告各产业链环节的协调，受疫情影响的原因，此次数据调研均采用线上调研的方式。数据来源包括企业数据（实际测量、生产统计或经验数据）、第三方数据（环保监测数据）、地图测算，以及 LCAplus 系统提供。目前市场上的有关碳足迹数据，大多不是实景测评，为了给业界和消费者提供可信的材料和产品环境足迹数据，本报告使用实景数据和背景数据两类，实景数据是通过现场收集、历史调档等方式得到的实际生产数据，主要包括生产过程中的能耗、产品原辅料的使用量、产品主要包装材料的使用和废物产生量，原料、主要包装从制造地到最终交货点的运输距离，以及产品从生产地到分销点的运输距离。背景数据包括主要辅料的生产数据、电力排放数据、不同运输类型造成的环境影响。

未来需要更多的纺织服装企业团结起来，关注碳足迹，引导消费者从挑选服装原材料开始，践行低碳绿色的生活方式。（夏小云）

广告

intertextile

SHANGHAI | SHENZHEN

上海
Shanghai

中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会

2021.10.9 - 11

国家会展中心(上海)
National Exhibition and Convention Center (Shanghai)

深圳
Shenzhen

大湾区国际纺织面料及辅料博览会

2021.11.3 - 5

深圳国际会展中心(宝安新馆)
Shenzhen World Exhibition & Convention Center, China (New Venue)

上海
Shanghai

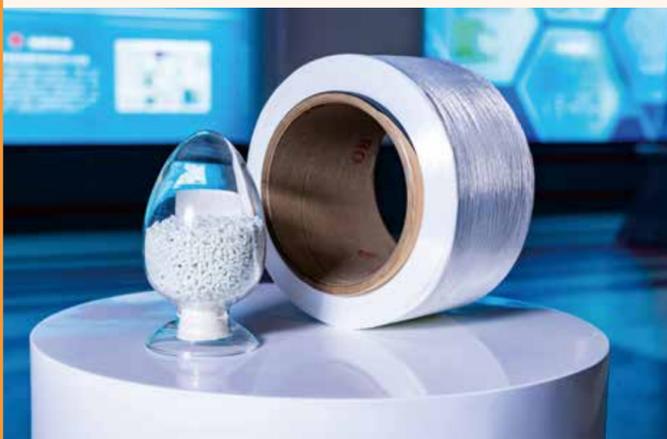
中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会

2022.3.9 - 11

国家会展中心(上海)
National Exhibition and Convention Center (Shanghai)

官方App

官方微信



福建永荣锦江股份有限公司研发出抗病毒锦纶。



杭州海嘉布艺有限公司生产出了具有阻隔防护功能的沙发布等产品。

先进功能纤维，为安全加码 系列报道②

病毒变异？ 这样的防护服给你安全保障！

■ 本刊记者_郭春花

从阿尔法到拉姆达，新冠病毒的变异速度之快令人忧虑。开发抗菌抗病毒防护服、可重复使用的防护服、高阻隔高舒适高强力的防护服，成为众多科研机构、纺织企业的研发重点。

纤维是当今人类发现的最重要材料之一，特别是用各类高科技手法制成的先进功能性纤维，天生不爱“循规蹈矩”，勇于挑战各种极限，助力防护服在抗菌抗病毒、可重复使用、高阻隔高舒适高强力方面取得了显著进展。

让抗菌抗病毒衣服飞入寻常百姓家

对于灭除每天接触的病毒细菌，平时人们已经养成了勤洗手的习惯，然而我们不能做到每天、每次进出换洗衣服。那如何减少衣物上携带的病毒细菌呢？穿上一款能够抗菌抗病毒的衣服，就一定会减少生病的可能。瞄准这个研究方向，各大科研院所、企业在抗菌抗病毒功能面料研发上下了工夫。

苏州大学联手天津工业大学、邯郸恒永防护洁净用品有限公司将纳米银与微纳米石墨烯相结合，制备出了微纳米结构复合杂化剂，发挥银与石墨烯协同抗菌、抗病毒以及防静电、密封阻隔等多效防护功能，研发出了具有自主知识产权的新型多功能防护非织材料及制品。据了解，该项目已申请了3项发明专利，取得了一系列技术成果。

福建永荣锦江股份有限公司经过团队的不懈努力，成功研发出了抗病毒锦纶。该产品已通过ISO 18184:2014《抗病毒纺织品测试标准》，抗病毒活性率高达99.97%。据了解，该产品是将载银介孔二氧化钛纳米复合材料引入到锦纶6纤维，制得了具有抗病毒功能的锦纶6纤维，该技术填补了目前市场上抗病毒锦纶6纤维的空白。

南通大学联合国内规模最大的涤纶长丝制造企业之一新风鸣集团股份有限公司，创新研发出了高效抗菌抗病毒涤纶纤维，对推动传统纺织品产业升级具有重要意义。据了解，该产品利用柔性改性技术在涤纶长丝面料经碱处理后形成0.05—3μm微孔，再将纳米银溶液吸附在其表面，形成纤维抗病毒的持久性和阴离子缓释性能，起到稳定高效杀灭细菌和病毒的作用。

杭州海嘉布艺有限公司作为一家专业开发和生产高档装饰面料和

家纺成品的综合性企业，近年来也加大了对新型纤维的应用，生产出了具有阻隔防护功能的沙发布、卷帘、壁布、围巾等产品。与其他企业不同，海嘉布艺利用多靶磁控喷射技术实现了在纤维、织造和非织造布表面规模化镀覆银层达到抗菌抗病毒的目的，其中利用含氟微孔膜作为滤芯实现对病毒的高效阻隔，赋予材料良好的透气性。

以“保护地球，拯救生命”为企业宗旨的北京赛欧兰阻燃纤维有限公司，联合北京服装学院创新性地将企业独有的硅氮系阻燃再生纤维素纤维（SOLFR纤维）引入了医用防护服用材料中。据了解，SOLFR纤维具有主动杀菌、杀病毒功能，该功能不是靠抗菌剂的引入，而是靠远红外发射基团进行的物理杀菌，具有安全、无毒副作用的特征。据项目相关负责人介绍，将SOLFR纤维打造成合适孔径的微孔复合膜，引入到防护服面料的外层，可起到良好的吸湿排汗功能。在内外双层材料的保护下，既让穿着者感觉舒适，又能拦截漏网的细菌和病毒。

为了应对不断变异的病毒，东华大学纤维材料改性国家重点实验室联手复旦大学科学技术研究院，利用新型共混熔融纺丝方法，制备出了纤维-HOF复合材料，用于制作面向化学试剂和新型病毒的医用防护服。据相关负责人介绍，该项目将使我国在面对潜在的化学武器战争中的处理能力达到世界先进水平（达到美国DARPA同类产品标准）。据了解，相比传统的防护服，这类新型防护服实现了一个革命性的突破——实现了对化学战剂和病毒进行主动性防御，从而达到便于清洗、减少残留、重复使用的目的。

可重复使用防护服给予医护人员有力保障

2020年初，由于疫情爆发突然，我国储备的防疫物资多是一次性用品，且数量有限，医护人员为了节约使用，穿上防护服以后都尽可能完成整个工作周期才脱下，有的甚至反复穿三四次才丢弃。为缓解一次性医用防护服消耗量大、生产周期长等导致的供应紧张，满足临床对可重复使用医用防护服的需求，降低医疗废物处理成本，不少企业加大了对可重复使用防护面料的研发。

江苏奥神新材料股份有限公司是专业从事高性能聚酰胺纤维及后道制品研发、生产的国家高新技术企业，针对此次疫情反映出的问题，企业创新性地采用干法纺丝技术生产医用聚酰胺纤维，制备聚酰胺医用防护服用基材，结合优选的医用防护服膜层材料，开发了基材与膜层的贴合技术，研制了可重复使用25次以上的医用防护服。

江苏阳光集团联合东华大学、江苏盛虹纺织品检测中心有限公司利用聚酯纤维的多样性开发出全聚酯防护面料。据项目相关负责人介

绍，该聚酯纤维不是普通聚酯纤维，而属于橘瓣型聚酯，通过纺粘技术将其压制成无纺布，通过水刺技术使得单根橘瓣型聚酯纤维分裂成多根超细聚酯纤维，增加了纤维比表面积，增强了无纺布的柔软性和透气性，重复10次机洗依然能保持良好的力学性能，以及维持4级防水等级，而且其断裂强力、断裂伸长率高于国标。而全聚酯的单一成分特性也为废弃后纺织制品的循环再生，提供了相对简单高效的资源化原料。

实际上，疫情爆发之前，我国已有多家企业生产出来了可重复使用的防护服，但这个领域的国家标准尚属空白，使用者缺少国标对照，难以评判产品的质量和性能，不得不大量使用一次性防护服。

对此，纺织工业标准化研究所和国家先进功能纤维创新中心通过调研，首次对可重复使用的医用防护用织物以及聚四氟乙烯新材料提出并制定了统一的质量标准，将进一步完善医疗卫生用纺织品和纺织新材料质量标准体系，填补了国内可重复使用医用防护织物领域的空白。



江苏奥神新材料股份有限公司采用干法纺丝技术制备了聚酰胺医用防护服用基材。

高阻隔高舒适高强力防护服解决传统难题

“每天最放松、舒服的时候，便是脱掉防护服的时刻。”一名医护人员的这句话不知让多少人泪目。我们知道密封性好当然能更好地防护病毒，但是却让穿着者极其不舒服。对于传统防护服不透气等一些弊端，新型纤维产业则有效解决了这一难题。

提到“蓝翔”，大家往往会想到挖掘机，但其实，在防护服装领域，还有一个全国知名品牌——“蓝翔”舒适性防静电病毒隔离面料。该产品由浙江蓝天海纺织服饰科技有限公司制造，是专门针对医用防护服不透气而研发的具有防静电、隔离病毒、透湿性好、可重复使用的多功能医用防护服面料。据了解，该面料试验紫外光暴晒五个循环（相当于10年），在75℃高温消毒洗涤下可重复使用5次以上，舒适性透湿量≥8000g/(m²·d)。项目通过了广州检验检测认证集团有限公司的相关检测，达到项目任务书的指标要求，其中隔离病毒与舒适度性能双优，已在南浔医院、湖州高铁出口等场所试用。

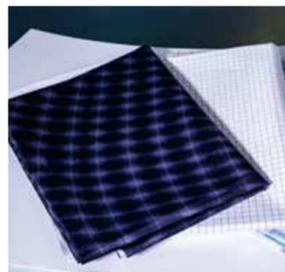
一般来说，传统的一次性医用防护服在力学强度方面尚有不足，医护人员在转运患者的时候需要进行大幅度大力气动作，这会导致部分一次性医用防护服出现撕裂，存在安全隐患。针对这一问题，大连瑞光非织造布集团有限公司研发出了复合高强防护用非织造布。

据该公司副董事长谷冬昭介绍，该产品将薄型木浆纤维层、双层薄型纺粘布和透气膜通过胶复合技术制成高强度、低克重的四层复合材料，具有明显的吸湿透气效果，通过第三方检测，强力、过滤效率、抗合成血液穿透性、透湿量、表面抗湿性、抗渗水性等指标符合GB19082标准。此外，项目产品木浆层采

用薄型湿法成网技术，木浆纤维中通过短纤维的添加，增加成网强力，水刺固结形成薄型的湿法木浆纤维层，突破湿法水刺薄型成网技术。目前项目已实现产业化。凭借在疫情防控物资保障方面做出的突出贡献，大连瑞光党支部被授予“全国抗击新冠肺炎疫情先进集体”和“全国先进基层党组织”。

天津工业大学则利用闪蒸纺制备出了符合医卫防护材料国际标准的闪蒸非织造医卫防护材料。据天津工业大学副教授夏磊介绍，上世纪50年代美国科学家发明了闪蒸纺技术，用这种方法制备的非织造布面料具有质轻、高强、防水、透气、耐撕裂、耐穿刺等特点，但该技术较为复杂，且产品主要从美国进口，我国亟需在该领域进行突破。天津工业大学对闪蒸纺技术的研究已经开展了十多年，在工艺、理论、设备、产品方面取得了一些进展，采用超分子量聚乙烯为成纤聚合物，用新型溶剂体系溶解后进行闪蒸纺丝，所制备的纳维纤维和非织造布强度更高，与传统产品相比，可应用的范围更广。据了解，目前天津工业大学研发团队在实验中还尝试着向纺丝液中添加其他功能性材料，成功制备出了具有多种功能性的纤维及非织造布，这种改进的实验方法更加拓宽了闪蒸纺非织造布的应用领域。

大连工业大学通过四个维度设计，即大分子结构设计、纤维复合形态设计、纤维超分子结构设计和织物结构设计，通过共聚合、复合纺丝、后整理、涂层组合技术，制备了具有微凸起高密结构、舒适、轻薄、抗菌和可重复使用的医疗防护用纤维及织物，解决了现有医疗防护用纤维及其制品舒适性差、消毒手段单一、不可重复使用的技术难题，为医疗防护服、手术服、隔离服等提供了一种新材料。□



浙江蓝天海纺织服饰科技有限公司制造出舒适性防静电病毒隔离面料。



大连瑞光非织造布集团有限公司研发出了复合高强防护用非织造布。



大连工业大学制备了舒适、轻薄、抗菌和可重复使用的医疗防护用纤维材料。

走“产教融合”发展之路

江西服装学院“国家一流本科专业”服装与服饰设计专业教学改革纪实

■ 本刊记者_董笑妍

人才是衡量一个国家综合国力的重要指标，也是每一所高校承前启后的历史使命。创校 30 年的江西服装学院在教学改革与实践中，以“产教融合”为指导，不断创新人才培养模式。

今年，根据《教育部办公厅关于公布 2020 年度国家级和省级一流本科专业建设点名单的通知》（教高厅函 2021-7 号），江西服装学院的服装与服饰设计、服装工程专业，双双入选国家级一流本科专业建设点，在 2021 年“软科”本科专业排名中，江西服装学院两个专业均获 B+，其中，服装与服饰设计专业更是在全国排名第 31 位。

在“产教融合”发展之路上，江西服装学院服装与服饰设计专业通过从教育者本身入手，筑基“产教融合”；通过课程设计剑指应用型人才，承载“产教融合”；通过共建校外实践教学基地，开拓“产教融合”；通过落脚行业一流设计人才输出，落实“产教融合”。

筑基“产教融合”，专业建设见成果

江西服装学院正式开办服装与服饰设计专业始于 1993 年，重点培养了从事设计研发、品牌企划、产品成型、商品陈列、服饰搭配、时尚买手、营销与管理等工作的高素质应用型人才。

经多年的建设与发展，服装与服饰设计专业一路披荆斩棘、屡获殊荣。2013 年获“江西省卓越工程师培养计划”，2018 年在江西省专业综合排名中位列第一，同年还被评为江西省一流本科专业。目前，该专业已经建设成为在江西有优势、全国有影响的江西服装学院龙头专业，成为江西省唯一一个推荐申报国家一流专业的服装与服饰设计专业，并最终于 2020 年获得国家一流专业建设点。

回首专业建设征程，江西服装学院服装设计学院院长闵悦表示：“服装与服饰设计专业面向行业最真实、最根本的需求，以提高学生实践和创新能力为重点，贯彻深化‘产教融合’理念，真正做到了打破常规课程体系，进行大胆革新，把该专业打造成了融人才培养、科学研究、技术创新、企业服务、学生创业等功能于一体的示范性人才培养实体。多年改革的成功，让我们所有人为之骄傲！”

承载“产教融合”，课程设计剑指应用型人才

服装与服饰设计专业的成功离不开产教融合理念贯穿始终，为了夯实与深化这一理念，学院构建出了一支“双师双能型”的教师团队。现有 9 名优秀教师被派往各高校攻读博士学位；近 3 年学院有计划、分批次选派青年教师参加各类培训和下企业顶岗实习 127 人次。

学院现有“省级教学名师”1 人，“省级青年骨干教师”2 人，“中国纺织服装行业人才建设先进个人”3 人，获得“纺织之光教师奖”1 人，校级优秀教师 22 人。同时，聘请了中国服装设计师协会原副主席张肇达、副主席武学伟，“金顶奖”获得者武学凯、祁刚、李小燕、刘薇等具有影响力的行业大咖及一批知名企业设计总监、设计师为企业导师。



学院创新教学方式，带领学生实现从作品到商品的转化。

值得指出的是，学院与企业紧密合作，对课程内容、教学方法手段、教学评价方式等进行了大胆改革与创新，带领学生实现从作品到商品的转化，称之为“作品后时代”。

学院通过校企共建课程和毕业设计两个平台，导入了不同的企业研发项目，由学校老师和企业导师共同指导学生完成企业下一季的产品开发，通过企业选款会和创新创业教育两种形式将作品转化为商品。通过产教融合项目教学，培养学生将专业理论应用于工作实际的转化能力，为日后的实际工作奠定能力基础，有效缩短就业适应期。

开拓“产教融合”，共建校外实践教学基地

完善实践教学条件，也是保证学生能力培养、提高应用型本科人才培养质量的重要物质基础。服装设计学院先后与上海歌衫服饰公司、厦门三维衣膜服饰公司、上海卡斯顿服饰公司等多家服装企业共建校内专项工作室，服装设计学院的校内实验教学中心被评为“江西省人才培养模式创新实验区”。

服装设计学院积极整合社会资源，改革人才培养模式，先后与盛泽镇人民政府、共青城市人民政府、意法集团、利郎集团、海澜集团、红豆实业等共建集“学生实践教学基地、教师产学研基地、企业导师来源地、学生就业基地”为一体的校外实践基地 107 个，保证了服装与服饰设计专业有足够数量且稳定的实习实训教学基地。

其中，产教融合、协同创新成果《“官产学”协同培养服装应用型人才—校地协同育人机制的建立与实践创新》课题获江西省教学成果一等奖。

落实“产教融合”，输送“行业一流”设计人才

落脚人才，是高校的根本。在教学的过程中，服装设计学院注重对学生动手能力的培养，推行“小作业、大作品”的教学方式，让同一学期中的多门专业课程实现跨课程合作，完成一件“大作品”，帮助学生融会贯通，养成综合解决实际问题的思维逻辑。

到学期末，会按班级进行“课程汇报展”，并从中推选优秀作品，参加一年一度的“中国国际大学生时装周”。此外，还会通过校内校外作品展览，培养学生的创造力、应变能力、拼搏精神和综合素质，为行业、为社会真正输出“行业一流”的设计人才。

闵悦表示，如今，正是服装设计学院加强国家一流本科专业建设的关键时刻，今后还要全面落实“以本为本、四个回归”，坚持立德树人，切实巩固人才培养的中心地位和本科课堂教学的基础地位，把课程思政教学工作贯穿于人才培养的整个过程。学院将积极整合优质的教育资源，着力促进与各级政府部门、企事业单位的合作办学、协同育人、合作就业、协助发展，强化合作教学；不断提高人才培养的目标达成率和社会满意度，培育适应时代发展和社会需要的高素质应用型人才。TA

重新定义非遗时尚

“华艺杯”全国纺织非遗扎染职业技能邀请赛启动

■ 本刊记者_徐长杰

为全面贯彻落实习近平总书记关于在全社会弘扬精益求精的工匠精神、激励技能成才、技能报国的讲话精神，以及中办、国办联合印发《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》推进非遗保护工作的要求，8 月 24 日，由中国纺织工业联合会与海安市人民政府指导，中国纺织工业联合会非遗办公室、江苏华艺集团主办的“华艺杯”全国纺织非遗扎染职业技能邀请赛启动暨媒体吹风会在北京召开。

本次大赛以“扎染与当代生活”为主题，充分发挥扎染职业技能竞赛在促进技能人才培养、推动职业技能在企业、行业传承发展中的积极作用，以促进纺织非遗扎染技艺转化为文化软实力，激发和推动纺织传统工艺走进当代生活。

中国纺织工业联合会副会长孙淮滨，中国纺联非遗办副主任、新闻中心办公室副主任陆茵，清华大学美术学院长聘教授、博士生导师、印染实验室主任贾京生，江苏华艺集团董事长邵卫国，江苏华艺集团企管中心总经理葛坤锋等领导和嘉宾及媒体代表出席了本次会议。

为扎染传承设立创新赛道

会上，孙淮滨分别从国家、行业和企业三个层面谈了举办全国纺织非遗扎染职业技能邀请赛的重要意义。他首先谈到，近日，中办、国办联合印发《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》，这是对非遗保护工作前所未有的高度重视。《意见》将提振传统工艺提到战略高度，作为纺织非遗的传统工艺也有了新的历史使命。

他还谈到，如今中国纺织工业基本实现《2020 建设纺织强国纲要》相关目标，但作为“纺织强国”，在科技创新、品牌建设、绿色发展等方面，与一些世界强国相比还有一定的差距。品牌建设离不开文化，更离不开传统文化。要在传统文化的传承发展上构造民族品牌的文化软实力。提升纺织非遗和传统工艺的传承能力，也是提升纺织行业文化软实力的重要组成部分。

除此之外，孙淮滨还指出，在消费领域，消费者对“国潮”的兴趣越来越浓厚，传统工艺与国潮有一定的文化相关性，甚至是一项重要支撑。纺织行业应该在满足消费者对传统文化、传统工艺和国潮需求的趋势下，为人们追求美好生活贡献一些力量。

最后他强调，人是非遗传承的核心，非遗传承也要与时俱进，赛事平台的搭建，能够加强扎染文化的交流，有利于促进传统工艺的发展。同时，通过赛事能够挖掘扎染优秀技能人才。

本次赛事裁判长、评委会主任贾京生介绍了本次大赛的相关情况。他表示，此次赛事属



会议现场。

“人是非遗传承的核心，非遗传承要与时俱进。赛事平台的搭建，能够加强扎染文化的交流，有利于促进传统工艺的发展。”

国内首创，既是技能大赛，又是艺术大赛，同时还是推广非遗文化的大赛，将技术、学术和传统文化全方位结合，也期待有更多优秀人才涌现出来，并以此为起点，共同推动非遗扎染技艺的发展，重新定义非遗时尚。

会上，邵卫国介绍了华艺集团在扎染传承方面所做的工作，他谈到，华艺集团一直在探寻非遗时尚化的拓展，不断汲取传统“染织绣”纺织非遗精华，创造性地运用、创新和发展了建立在现代企业制度与科学管理之上的“艺术染整”市场化实践，并将产品视觉差异化创意、面料艺术再造与时尚跨界创新成果，广泛应用于纺织服装领域。

“扎染有着非常大的创新空间，是一个融合度非常高的非遗技艺，将民族文化与现代时尚文化的嫁接融合在国内服装领域，非遗时尚的市场空间很大，非常有前景。”邵卫国表示，举办“华艺杯”全国纺织非遗扎染职业技能邀请赛，希望以比技能、促传承、比创新、促发展作为切入点，为打造行业和国家级赛事打好基础。一是加快纺织非遗时尚资源的数字化、智能化赋能；二是通过此次赛事拓展纺织非遗时尚工艺技术本身的体系化、标准化，联合行业相关企业共同制定艺术染整行业标准；三是做好品牌时尚化，通过赛事推广艺术染整的价值区别于工业印染审美特征的工艺定位，从成衣角度重塑集团旗下自主原创女装“弄影”品牌形象，探寻产品差别化的竞争路径；四是深度整合纺织非遗时尚产业链，加快对传统文化传承的市场化、平台化进程。

发掘人才让非遗技艺薪火相传

记者在会上获悉，本次大赛分为初选和决赛两个阶段。部分参赛选手会通过主办方定向邀请参赛，同时也可自主报名参赛。参赛选手主要面向全国范围内扎染技艺传承人（扎染技术人员）、

扎染企业相关工种的从业人员以及全国高校纺织服装类专业、艺术类、设计类相关专业的在校学生。

大赛于 8 月 24 日开启报名通道，并将于 9 月中下旬完成初选，10 月 11—13 日在江苏海安进行决赛。大赛将坚持公开、公正、公平，以交流经验、切磋技艺、提高技能、挖掘扎染优秀技能人才为原则。在初选阶段，大赛评委和裁判员委员会将对报名人员进行信息审核，根据大赛要求，结合个人信息与所提交的扎染作品内容择优确定进入决赛名单；在决赛阶段，则分为笔试和设计制作两个赛事环节，笔试主要考察参赛者的扎染相关基本知识，设计与制作则需要参赛者在熟练掌握扎染技法基础上，在设计创作方面有所创新。

据悉，本届大赛设一、二、三等奖及优秀奖、入围奖等奖项，将为获奖选手颁发证书及设计制作补贴。

不同于其他工业化产品，非遗的每件产品都是独一无二的，非遗纺织品既要保留传统技艺，又要呈现其创新性，因此将扎染作为职业技能竞赛，在赛制上就进行了多重的考量。本次赛事是纺织非遗在技能竞赛方面的首次尝试与探索，下一步，中国纺联非遗办将在此基础上，进一步细化赛事标准与规则，助推纺织非遗技能竞赛进入国赛体系，为纺织非遗传承人搭建更高舞台。

发布会上，主办方还就大赛的赛制、项目的亮点和特点等情况向媒体一一作了回应。

相信此次扎染职业技能竞赛，一方面能够让更多人了解纺织非遗扎染技艺，另一方面，能够进一步发掘和培养扎染技艺传承人。对于纺织非遗来说，只有保护好非遗传承人，非遗技艺才能够薪火相传，通过举办大赛，不仅能够弘扬工匠精神，更能够激励传承人，从而让扎染在传承中焕发新生。TA

为“十四五”开局起好步， 纺织各行业展现韧性与活力

8月25日，中国纺织工业联合会2021年上半年经济运行分析视频会议在北京召开。会议分析，2021年上半年纺织行业经济运行总体来看增速尚未完全恢复，行业仍需持续努力。作为工业体系中市场化程度最高的行业，纺织行业经济运行数据的市场敏感性比较高。基于此，主要分行业基于自身的特殊性，对本行业进行了更加深入、全面、细化的分析，对全行业集中关注的焦点问题进行了重点研究，从而形成对整个纺织行业发展比较明确的提示。本期特刊登部分行业上半年经济运行分析，为行业企业提供信息参考。

2021年上半年化纤行业运行分析：

整体运行态势良好，主要指标回升较快

2021年上半年，我国经济持续稳定恢复，纺织服装内需市场得到明显改善，国际市场需求也有所回暖，国际油价的持续攀升为化纤行业提供强有力的成本支撑。化纤行业经济运行整体态势保持良好，主要运行指标出现较快回升。展望全年，化纤行业运行仍将面临诸多考验，行业需要加快推进高质量发展，为“十四五”开好局、起好步。

一、生产保持稳定增长

上半年，化纤行业总体开工负荷较2020年同期明显提升，固然有2020年同期基数较低的因素，但和近几年来同期水平相比也是处于高位。据国家统计局数据，2021年1—6月，化纤产量为3337万吨，同比增加17.12%。为了避免由于2020年低基数而造成的高增长对行业运行态势的误判，我们以2019年上半年为基期，采用几何平均法计算（下同），化纤产量两年平均增速为9.10%。

分月度来看，随着去年春节后行业复工复产的快速推进，化纤产量基数快速提高，导致今年1—6月的产量同比增速逐月回落。

二、成本支撑明显

2021年以来，大宗商品市场持续走强，1—6月国际油价持续上涨，WTI原油价格由年初的50美元/桶左右，6月份突破70美元/桶，超过新冠疫情爆发之前的油价水平。

受原油价格走高影响，化纤成本随之节节攀升，1—6月化纤市场价格涨幅明显。据中纤网数据，6月底化纤主要产品价格较年初有不同程度的上涨，但对比产业链各环节产品价格涨幅，可以看到化纤产品价格涨幅普遍小于其主要原料和原油涨幅，因此可以判断1—6月化纤市场是成本推动型上涨。

分产品来看，涤纶、锦纶和粘胶短纤三个最主要的大类产品，一、二季度行情差异明显，一季度在原油上涨、流动性释放、投机性需求增加等多方面因素影响下，行情出现明显上涨，多数产品于2月底或3月初达到上半年最高点；二季度持续阴跌，工厂频繁促销出货。

三、化纤出口大幅增加

随着全球贸易需求逐渐恢复，1—6月化纤产品出口量大幅增加。一方面是由于2020年同期的低基数效应，另一方面国际市场需求确实有所增加，印度、越南、缅甸等东南亚国家疫情失控，部分订单回流中国。据中国海关数据统计，1—6月，化纤主要品种涤纶长丝、涤纶短纤、

锦纶长丝、氨纶等产品出口量同比大幅增加，并且超过疫情前2019年的同期数据。

表1 化纤主要产品出口量统计

	2021年1—6月(万吨)	2020年1—6月(万吨)	同比	2019年1—6月(万吨)	与2019年1—6月比	两年平均增速
涤纶长丝	166.11	114.17	45.49%	134.07	23.90%	11.31%
涤纶短纤	49.77	33.82	47.16%	50.17	-0.80%	-0.40%
锦纶长丝	14.73	10.26	43.57%	12.88	14.36%	6.94%
氨纶	5.43	3.37	61.13%	3.66	48.36%	21.80%
粘胶短纤	17.08	15.98	6.88%	16.84	1.43%	0.71%
以上总计	253.12	177.6	42.52%	217.62	16.31%	7.85%

（信息来源：中国海关）

四、终端市场稳步复苏

2021年以来，我国国民经济稳中向好带动纺织服装内需市场稳步恢复。根据国家统计局数据，1—6月，全国限额以上服装鞋帽、针纺织品类销售额同比增长33.7%，两年平均增长3.7%；全国网上穿类商品零售额同比增长24.1%，增速较2020年同期提高27个百分点，两年平均增长9.8%。

出口方面，中国海关快报数据显示，1—6月我国纺织服装合计出口金额为1400.9亿美元，同比增长12.1%，两年平均增长6.2%，其中服装出口形势持续好转，1—6月累计出口金额达715.3亿美元，同比大幅增长40.3%，两年平均增长4.4%，占纺织服装出口总额的比重由2020年同期的40.8%上升至51.1%；纺织品出口金额随着国外防疫物资需求减少而缩减，1—6月累计出口金额为685.6亿美元，同比减少7.4%，两年平均增长8.1%。

五、经济效益持续增长

上半年，化纤行业整体经济效益较2020年同期大幅增长，二季度较一季度有所下降。

近几年化纤行业的供给侧结构性改革成效显著，落后产能逐步淘汰，新增产能也得到有效控制，产能增长速度明显放缓，行业供需格局得以改善，这也是化纤行业能够快速复苏实现效益大幅增长的根源。此外，原料和产品价格持续上升，库存盘盈也为企业贡献了一定的利润。

据国家统计局数据，1—6月，化纤行业实现营业收入4760.12亿元，同比增加35.05%，两年平均增速5.37%；利润总额326.58亿元，同比增加387.77%，两年平均增速56.44%；营业收入利润率为6.86%，

（转下页）

2021年上半年产业用纺织品行业运行分析：

主要指标增速回落，盈利结构理性调整

2020年由于防疫物资需求的推动，我国产业用纺织品行业经历了一轮高速增长，为2021年行业的发展积累了较大的基数。同时，随着全球疫情形势的变化，防疫物资的需求已经大幅下降，口罩、防护服以及相关原辅材料产业的收入和利润增速在2021年出现大幅回调，带动整个行业主要经济指标增速下降。

一、市场需求和生产下降

根据中国产业用纺织品行业协会对会员企业展开的调研，40%的企业表示国内外市场需求出现了不同程度的下降，上半年国内和国际市场需求指数只有49.0和43.4，均处于收缩区间，其中医疗卫生行业的国内和国际市场的需求指数只有31.4和34.8，在行业中处于最低水平。与防疫物资关联度不大的领域，其需求则呈现出比较明显的恢复态势，如线带、衬布的需求指数分别达到69.9和60.0，交通工具用纺织品的需求指数达到57.1。

由于需求下降，企业的开工率普遍下降。根据调研，27.5%的企业表示能够满足负荷生产，36%的企业表示产能利用率在80%左右，18.8%的企业产能利用率为60%左右，17.6%的企业产能利用率低于40%。

根据国家统计局数据，2021年1—6月规模以上企业非织造布的产量为297.1万吨，尽管同比增长4.9%，但增速正逐月下降；帘子布的产量则出现比较强劲的反弹，达到41.0万吨，同比增长34.7%。

二、经营状况大幅调整

根据国家统计局数据，2021年1—6月，我国产业用纺织品行业规模以上企业的工业增加值同比下降17.3%，但如果去除疫情因素，行业工业增加值两年间依然平均增长14.2%。行业规模以上企业的营业收入达到1445.3亿元，同比下降6.02%，利润总额82.0亿元，同比下降58.9%，利润率5.7%，同比下降7.3个百分点。行业的营业收入和利润总额增长速度虽然大幅下调，但盈利水平相比历史同期依然处于比较理想的状态，在当期纺织行业内仅低于化纤和纺机。

企业对当前的调整有较为理性的认知。根据协会调研，近16%的企业表示利润下降超过50%；对利润下降超过20%的65家企业进一步调查表明，40%的企业认为这是2020年行业高速增长的正常调整，需要1—2年的时间才能走出本轮调整期。

分领域看，1—6月规模以上非织造布企业的营业收入和利润总额分别同比下降15.6%和70.5%，利润率为5.9%，同比下降11.0个百分点；绳、索、缆规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长21.1%和37.7%，利润率为4.2%，同比增加0.5个百分点；纺织带、帘子布规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长27.1%和176.1%，利润率为5.7%，同比增加3.1个百分点；篷、帆布规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长36.1%和48.6%，利润率为5.9%，同比增加0.5个百分点；医疗卫生、过滤、土工用纺织品所在的其他产业用纺织品规模以上企业的营业收

（接上页）

同比提高4.96个百分点，较2019年同期提高3.75个百分点；行业亏损面22.00%，同比收窄20.75个百分点，较2019年同期收窄4.52个百分点；亏损企业亏损额为27.11亿元，同比减少60.42%，两年平均减少12.77%。

六、固定资产投资恢复增长

据国家统计局数据，1—6月，化纤行业实际完成固定资产投资同比增加16.6%。新增产能仍大多集中在龙头企业，其规模化优势得到进一步巩固。随着新增产能的逐步投放，行业供需矛盾将阶段性显现，但是无序竞争明显扭转，行业自律行为大幅提高。

入和利润总额分别同比下降15.3%和61.1%，利润率为5.4%，同比下降6.3个百分点。

三、防疫物资出口大幅下降

根据中国海关数据，1—6月，我国化纤非织造布制防护服（含医用防护服）出口15.8亿美元，同比下降53.9%；未列名纺织制成品（含口罩）出口69.2亿美元，同比下降78.8%。

非防疫物资的出口体现了强劲的复苏势头。出口非织造布、特种纱线、线、绳、索、缆及其制品（海关商品综合分类第56章产品）价值42.2亿美元，同比增长32.1%，其中出口非织造布23.9亿美元，同比增长31.3%，出口量73.4万吨，同比增长52.6%；工业用纺织品（海关商品综合分类第59章产品）出口额为43.1亿美元，同比增长42.6%。

四、困难与挑战

对于行业当前面临的主要外部挑战，56.4%的企业认为原材料价格的过快上涨挤压了企业的盈利空间；52.1%的企业认为产能过快扩张引起行业过度竞争，产品价格下行压力大。企业对来自低成本国家的竞争普遍持乐观态度，企业对自身的创新能力、产品质量和客户关系有较强的信心。

从当前全球对防疫物资的需求来看，对行业发展的影响主要体现在三个方面。首先，防疫物资产能的大规模扩张刺激了行业在口罩、防护服领域的产品开发和品牌建设，推动了行业的进步，也加快了行业的创新步伐和先进产能的导入速度，与此同时，相当一批缺乏竞争力的生产线将会退出；其次，疫情改变了各国、专业人士以及大众对口罩、防护服、消毒产品的看法，改变了医用纺织品的产业格局，使这类小产品进入战略视野，尽管全球防疫物资的需求不断波动，但口罩、防护服和消毒湿巾的市场规模相比疫情前大幅增加，且市场更加成熟；第三，行业企业在经历了疫情考验后，积累了应对重大公共卫生事件的经验，部分企业的经济实力得到明显增强，有能力研发新产品、拓展新市场和扩张先进产能，但相应地，行业企业间的分化在疫情过后进一步加剧。

后市预测

企业对于行业全年运行的预期比较谨慎，根据协会调研，受访企业的全年订单指数基本与上半年保持一致并处于收缩区间，收入指数和利润指数与上半年相比略有提升但仍徘徊于荣枯线附近。防疫物资需求大幅下降对行业的影响将在下半年进一步显现，预计全年行业的纤维加工量将下降5%—10%；行业的营业收入和利润总额的降幅还将进一步扩大，但其绝对值会高于疫情前的水平；行业的盈利水平回归正常但会继续在纺织行业内保持较高的水平；口罩、防护服等防疫物资的出口将持续下降，非防疫物资的出口会延续反弹趋势。

后市预测

展望下半年，受国际油价走势、疫情反复等不确定因素影响，化纤市场波动性可能会增加。出于对高油价下减产力度和对下游需求的担忧，7月油价已经出现了明显震荡，后续上涨压力加大，但预计对化纤成本端仍有支撑。

国内外疫情的反复仍将对终端消费和海运市场产生较大的影响，也增加了终端市场复苏的不确定性。下半年随着化纤新增装置的投产将不断加大下游市场压力，预计三季度，在传统旺季预期下，化纤行业仍能保持良好的运行态势，但四季度回落风险较大。预计全年化纤产量、出口、经济效益等运行指标仍将明显好于2020年。

2021 年上半年印染行业运行分析：

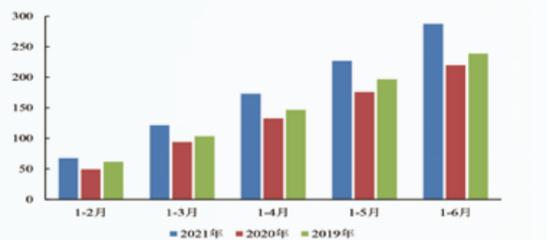
生产形势不断向好，企业效益逐步改善

2021 年上半年，我国统筹疫情防控和经济社会发展成果持续巩固，印染行业生产形势不断向好，企业效益逐步改善，出口保持较快增长，经济运行态势整体稳中向好。同时也要看到，当前国外疫情形势出现反复，国内多地也出现疫情局部反弹，国际大宗商品价格上涨对行业生产经营造成影响，行业发展形势仍然错综复杂，行业稳定恢复仍面临多方面考验。

一、生产形势不断向好，发展动能持续增强

2021 年以来，我国印染行业产能利用率始终保持在较高水平，产量规模较疫情前有明显提高。根据国家统计局数据，2021 年上半年，规模以上印染企业印染布产量 287.43 亿米，同比大幅增长 25.93%，较 2019 年同期增长 20.41%。行业生产实现较快复苏，一方面是因为国内疫情防控形势基本平稳，为企业有序开展各项生产经营活动提供了有力保障；另一方面得益于国内外市场需求持续释放，消费拉动作用不断增强，今年上半年，全国限额以上服装鞋帽、针纺织品类销售额同比增长 33.7%，服装累计出口额同比大幅增长 40.3%，国内外消费市场循环畅通成为行业稳定复苏的重要支撑。

图1 2019—2021年上半年规模以上印染企业
印染布产量 (单位:亿米)



(信息来源:国家统计局)

二、发展质效持续改善，恢复基础仍需巩固

根据国家统计局数据，上半年，规模以上印染企业三费比例 7.03%，同比降低 0.39 个百分点。其中，棉印染企业为 6.75%，化纤印染企业为 9.00%；产成品周转率 18.64 次/年，同比提高 21.45%；应收账款周转率 8.60 次/年，同比提高 18.13%；总资产周转率 1.00 次/年，同比提高 18.30%，反映出当前行业产销衔接更加顺畅，运行质量得到持续改善。今年以来，随着企业生产经营逐步趋于正常化，行业主要运行质量指标在上年同期低基数基础上实现明显恢复性增长，但部分指标与疫情前仍有明显差距。与 2019 年同期相比，2021 年上半年，规模以上印染企业三费比例提高 0.26 个百分点，产成品周转率和总资产周转率分别降低 11.64% 和 9.35%，应收账款周转率提高 6.18%，行业运行质量实现稳定提升的基础仍需进一步巩固。

表1 2021年上半年规模以上印染企业主要运行指标

主要运行指标	较 2020 年同期	较 2019 年同期
三费比例 (%)	7.03 降低 0.39 个百分点	提高 0.26 个百分点
产成品周转率 (次/年)	18.64 提高 21.45%	降低 11.64%
应收账款周转率 (次/年)	8.60 提高 18.13%	提高 6.18%
总资产周转率 (次/年)	1.00 提高 18.30%	降低 9.35%

(信息来源:国家统计局)

根据国家统计局数据，上半年，全国 1550 家规模以上印染企业实现营业收入 1351.20 亿元，同比增长 27.02%；实现利润总额 52.13 亿元，同比大幅增长 53.76%；成本费用利润率 4.09%，同比提高 0.75 个百分点；销售利润率 3.86%，同比提高 0.67 个百分点；亏损企业户

数为 458 户，亏损面 29.55%，同比收窄 12.91 个百分点；亏损企业亏损总额 11.25 亿元，同比减少 38.68%；完成出口交货值 182.03 亿元，同比增长 19.10%，反映出当前企业盈利能力加快恢复，经营效益持续改善。与 2019 年同期相比，2021 年上半年，规模以上印染企业营业收入减少 0.73%，利润总额减少 12.50%，成本费用利润率降低 0.55 个百分点，销售利润率降低 0.52 个百分点，亏损面扩大 5.93 个百分点，亏损总额增长 8.95%，出口交货值减少 9.17%。

整体来看，在国内外市场逐步回暖的带动下，行业经济效益实现持续恢复，上半年规上印染企业营业收入与疫情前已基本持平，但由于今年以来原材料、用工成本、海运费用等出现明显上涨，企业经营成本增加，利润空间受到挤压，行业利润总额和销售利润率与 2019 年同期的差距依然明显，行业实现全面复苏仍面临诸多挑战。

表2 2021年上半年规模以上印染企业主要经济指标

主要经济指标	较 2020 年同期	较 2019 年同期
营业收入 (亿元)	1351.20 增长 27.02%	减少 0.73%
利润总额 (亿元)	52.13 增长 53.76%	减少 12.50%
成本费用利润率 (%)	4.09 提高 0.75 个百分点	降低 0.55 个百分点
销售利润率 (%)	3.86 提高 0.67 个百分点	降低 0.52 个百分点
亏损面 (%)	29.55 收窄 12.91 个百分点	扩大 5.93 个百分点
亏损总额 (亿元)	11.25 减少 38.68%	增长 8.95%

(信息来源:国家统计局)

三、出口延续增长势头，外贸形势保持良好

今年以来，国家先后出台了一系列稳外贸政策举措，推出有效措施支持企业拓市场、增订单，印染行业出口保持较快增长态势，出口规模较疫情前亦实现正增长，尤其值得关注的是，印染八大类产品出口平均单价自疫情以来首次实现正增长。根据中国海关 HS8 位码统计数据，2021 年上半年，印染八大类产品出口数量 136.37 亿米，同比增长 40.66%；出口金额 134.17 亿美元，同比增长 41.33%；出口平均单价 0.98 美元/米，同比增长 0.47%。与 2019 年同期相比，出口数量、出口金额分别增长 4.87% 和 0.47%，出口平均单价则下降 4.19%，反映出行业出口市场竞争依然激烈。

表3 2021年上半年印染八大类产品出口情况

品种	数量 (亿米)	同比变化	金额 (亿美元)	同比变化	单价 (美元/米)	同比变化
纯棉染色布	8.06	42.79%	15.10	48.27%	1.87	3.84%
纯棉印花布	8.35	26.85%	9.77	31.62%	1.17	3.76%
棉混纺染色布	1.84	15.51%	3.64	20.30%	1.98	4.14%
棉混纺印花布	0.33	49.71%	0.64	38.66%	1.94	-7.38%
合成纤维织物	90.10	50.59%	76.94	49.60%	0.85	-0.66%
涤纶短纤维织物	6.07	29.10%	5.42	40.87%	0.89	9.12%
T/C 印染布	6.70	13.87%	8.63	29.52%	1.29	13.74%
人纤短纤维织物	14.94	19.49%	14.02	17.94%	0.94	-1.30%
合计	136.37	40.66%	134.17	41.33%	0.98	0.47%

(信息来源:中国海关)

后市预测

总体来看，上半年印染行业经济运行持续稳定恢复，为全年实现平稳运行打下了良好基础。为应对未来行业发展面临的外部环境的不确定性，下一步行业应进一步巩固规模优势，发挥完备的制造产业体系优势，持续推进供给侧结构性改革，加快形成创新驱动的柔性供给体系，以材料创新、工艺创新、产品创新，持续提高产品附加值，提升行业抗风险能力和发展韧性，进一步巩固行业经济运行稳步向好的基础。

2021 年上半年纺织服装专业市场运行分析：

重点市场“转危为机”，恢复常态经营水平

一、2021 年上半年专业市场总体运行情况

2021 年上半年，中国纺联流通分会重点监测的 46 家纺织服装专业市场(含市场群)总成交额达到 5967.00 亿元，同比增长 43.93%，比 2019 年同期增长 11.52%。其中，35 家市场成交额同比上涨，占总成交额的 97.76%，平均增幅为 49.41%；11 家市场成交额同比下降，占总成交额的 2.24%，平均降幅为 44.68%。

我国纺织服装专业市场逐渐适应了长期开展疫情防控工作的同时，有条不紊地进行日常交易，重点监测市场成交额基本恢复至疫情前正常水平。其中，部分市场敏锐判断国际政治经济形势及贸易趋势变化，深刻洞察国内消费市场的新变化，积极迎合我国消费者的新需求，通过经营模式创新和业务板块拓展，出色地转危为机，实现了成交额的新突破。上半年重点监测市场成交额超出 2019 年同期 11.52 个百分点，正是这部分先进市场创新升级、逆势上涨的结果。“后疫情时代”带给专业市场的不仅仅是挑战，更是创新蝶变的新机遇。

(一) 市场运行效率分析。2021 年上半年重点监测的 46 家纺织服装专业市场平均运行效率(年化)为 53601.50 元/平米，同比增长 42.80%，相比 2019 年同期增长 10.61%；平均商铺效率(年化)为 409.63 万元/铺，同比增长 43.27%，相比 2019 年同期增长 11.52%。

(二) 市场区域结构分析。上半年，46 家重点监测市场中，东部地区专业市场成交额为 5244.15 亿元，同比增长 41.76%，相比 2019 年同期增长 13.06%，占到专业市场总成交额的 87.89%；中部地区专业市场成交额为 503.06 亿元，同比增长 57.15%，相比 2019 年同期增长 2.20%，占到专业市场总成交额的 8.43%；西部地区专业市场成交额为 219.79 亿元，同比增长 74.11%，相比 2019 年同期增长 1.29%，占到专业市场总成交额的 3.68%。

表1 46家重点监测市场区域成交额分析

指标	东部地区	中部地区	西部地区
成交额 (亿元)	5244.15	503.06	219.79
占比 (%)	87.89	8.43	3.68
同比增幅 (%)	41.76	57.15	74.11
同 2019 年增幅 (%)	13.06	2.20	1.29

(信息来源:中国纺联流通分会)

(三) 流通层级结构分析。46 家重点监测市场单位中包括 27 家产地型专业市场、19 家销地型专业市场。2021 年上半年，27 家产地型市场成交额达到 5319.59 亿元，占总成交额的 89.15%，同比增长 44.72%，相比 2019 年同期增长 14.80%；18 家销地型市场成交额为 647.41 亿元，占总成交额的 10.85%，同比增长 37.81%，相比 2019 年同期下降 9.68%。

二、2021 年上半年数据分析

(一) 线上线下加速融合促进交易增长。专业市场管理者及商户对线上销售的理念，从疫情影响下的被动接纳到现阶段的主动参与、积极创新，市场人实现了一次理念转型。2021 年上半年，纺织服装专业市场持续巩固和优化线上线下融合发展的新模式、新业态，在 2020 年的基础上进一步拓展外延、精准服务，在市场内积极打造电商供货基地、网红孵化基地、直播服务平台、线下体验中心等新服务、新业态，鼓励商户拥抱直播电商、社交电商等新渠道。如濮院、西柳、常熟、石狮、即墨等各地服装类专业市场扩大电商板块，将线上交易尤其是直播电商由商户的自发行为转变为市场的重点服务类别，以商

圈之合力，推动直播电商的规范化、常态化、可持续发展；武汉汉正街市场通过武汉跨境电商服务资源中心引入跨境电商业务板块，积极引导商户尝试跨境电商，成为国际、国内双循环相互促进的受益者，不仅缓解了新冠肺炎疫情带来的影响，在 2021 年上半年也创造了可观的市场增量。

(二) 市场及商户品牌化发展水平明显提升。2021 年上半年，我国纺织服装专业市场及商户的品牌化经营意识明显提升。处于产业链上游的生产制造型商户积极通过设备更新和技术升级提高产品品质，提升产品附加值。盛泽、柯桥、叠石桥等地专业市场商圈实现了产品结构的调整和档次的升级，部分低端生产制造环节外迁和转型，中高端供应链比例加大，产品档次结构整体提档，附加值明显提升。如中国东方丝绸市场的大批商户从白坯布生产向深加工成品面料转型，大大提高了产品附加值，推动了当地产业发展。

服装家纺类专业市场商户通过提升原创设计水平、丰富品牌文化内涵、加强产品研发力度、突出细分品类特色等多种努力，实现了产品品质的提升，稳步向品牌化经营转型。如广州红棉国际时装城、杭州四季青市场、常熟服装城等市场积极通过开展产业服务、引入平台机构合作、举办各类活动、推动跨界合作等方式，提升商户的原创设计和品牌文化水平；濮院、即墨、虎门、西柳等地专业市场则通过积极推动特色品类发展，优化商户结构，提升柔性供应链水平，扩大抱团合力效应，以特色品类为引擎实现市场成交额的新突破，实现商圈品牌、区域品牌价值的提升。

(三) 商户优化供应链提升运营效率。近年来，我国消费环境发生新变化。一方面，线上消费需求在 2020 年出现爆发式增长，逐渐成为年轻一代消费者的首要选择和生活方式；另一方面，消费者需求个性化、渠道多元化、订单碎片化等复杂的消费趋势日渐凸显。消费端的深刻变化对纺织服装企业的供应链布局协同、管理应用能力和水平提出了更高的要求，市场竞争也由企业间竞争向供应链竞争、平台化竞争转型。

数据显示，2021 年上半年，重点监测的产地型市场成交额比 2019 年同期增长 14.80%，而销地型市场成交额与 2019 年相比则出现了下滑。为适应新的竞争环境，提升自身核心竞争力，我国纺织服装专业市场商户积极进行供应链优化，整合产业上下游的优质资源，促进供需精准匹配，降低企业经营和交易成本，全面提升产品和服务的质量，提高企业运营效率。尤其是产地型专业市场，依托背靠产业集群的集聚性优势，加强商圈与集群间的协同，通过渠道管理提升供应链柔性管理能力，并且出现了越来越多的以设计、订单、生产制造、金融服务等不同模式驱动的各类供应链平台，取得了良好的成果。

后市预测

从成交额看，我国纺织服装专业市场整体经营情况已基本恢复至疫情前水平，部分市场表现突出，逆势上涨，市场交易情况甚至超过疫情前的水平。

三季度，建党 100 周年、东京奥运会等全民关注的焦点话题不断升温，我国消费者的文化自信和民族自豪感空前提升，对国货、国潮的需求持续高涨；另一方面，全国各地暴雨频发、疫情散点式爆发，仍然干扰着市场的日常运营和活动开展。机遇与挑战并存已成为专业市场人面临的长期课题，专业市场要在变动中保持稳定，稳定中积极创新“转危为机”，不断寻求新的突破口、增长点，全面提升专业市场的线上线下流量和市场流通效率。

后市预测

从成交额看，我国纺织服装专业市场整体经营情况已基本恢复至疫情前水平，部分市场表现突出，逆势上涨，市场交易情况甚至超过疫情前的水平。

三季度，建党 100 周年、东京奥运会等全民关注的焦点话题不断升温，我国消费者的文化自信和民族自豪感空前提升，对国货、国潮的需求持续高涨；另一方面，全国各地暴雨频发、疫情散点式爆发，仍然干扰着市场的日常运营和活动开展。机遇与挑战并存已成为专业市场人面临的长期课题，专业市场要在变动中保持稳定，稳定中积极创新“转危为机”，不断寻求新的突破口、增长点，全面提升专业市场的线上线下流量和市场流通效率。

43.93%

1—6月，中国纺联流通分会重点监测的46家纺织服装专业市场(含市场群)总成交额达5967.00亿元，同比增长43.93%。

2021 年上半年家用纺织品行业运行分析：

国内稳定持续向好，国际不确定性增加

今年上半年，随着国内经济稳定持续向好，家纺行业总体保持了较好的增长局面。在国内需求不断复苏和行业企业积极应对风险的共同作用下，行业出口实现大幅增长，内销保持有序发展。但与此同时，受全球新冠肺炎疫情疫情影响，国际经济贸易环境复杂多变，市场需求不确定性增加，对家纺行业发展预判仍趋于谨慎。

一、行业总体稳定向好

今年上半年，家纺行业主营业务收入保持稳定增长。中国家用纺织品行业协会跟踪统计的 13 个产业集群 1—6 月主营业务收入同比增长 10.99%。跟踪统计的 240 家样本企业 1—6 月主营业务收入同比增长 22.86%，较一季度增速提高了 8.5 个百分点。从各月累计增长情况看，上半年家纺样本企业主营业务收入增幅逐渐提升，行业整体呈现稳定向好态势。

二、出口市场持续增长

随着国际需求的不断增长，我国家纺企业应对外部环境的能力不断增强，家纺产品出口呈现较强活力，出口家纺产品数量和价格实现双增长，出口额较疫情之前的正常水平依然实现较好增势。据中国海关数据统计，今年上半年家纺产品出口共计 219.12 亿美元，同比增长 53.89%，较疫情前的 2019 年同期增长 19.99%。

传统市场和新兴市场均呈现强劲增势，出口额较疫情前的正常水平仍实现大幅提升。占份额最大的美国市场需求量暴增，今年上半年我国出口美国家纺产品共计 54.83 亿美元，同比增长 53.92%，且

较 2019 年同期增长 28.18%，涨幅最大。此外传统市场中，对欧盟出口 28.68 亿美元，同比增长 45.84%；对日本出口 14.63 亿美元，同比增长 14.39%，较 2019 年增长 5.18%。新兴市场中，东盟和俄罗斯市场表现突出：今年上半年我国对东盟出口家纺产品同比增长 61.24%；对俄罗斯出口同比增长 58.96%。

从出口产品情况看，今年上半年地毯、床上用品、毯子和布艺产品出口表现较为突出，出口额较 2019 年同期均实现超过 20% 的增长幅度。

三、内销持续健康发展

今年上半年，随着宏观经济环境持续改善，居民消费两年平均增速有所加快，国内线上线下消费市场销售良好，家纺行业内销保持稳定增长。协会跟踪统计的 240 家样本企业内销产值同比增长 12.56%，较一季度提升了 4.28 个百分点。二季度家纺企业生产情况持续向好，订单量持续增加，产成品库存量较之前有所提升。据中国纺联“企业经营调查问卷”结果显示，二季度家纺样本企业产品的平均售价基本保持持平，有一半的家纺样本企业二季度订货需求量较上季度有所提升。

四、行业效益增势稳定

今年上半年，随着我国统筹疫情防控成果持续巩固，国内经济稳中向好，家纺行业经济运行质量较好，行业效益增势稳定。协会跟踪统计的 240 家样本企业上半年利润总额同比增长 22.46%，利润率为

18.85%，丝印染加工实现利润 1.09 亿元，同比增长 113.07%。

以上数据显示，与 2020 年同期相比，今年上半年的行业经济指标有明显改善，行业亏损面大幅缩减，低于纺织行业 7.4 个百分点，显示出行业运行质效正在逐步转好。

三、丝绸贸易情况

1. 内销市场持续增长。据商务部监测，1—6 月全国 50 家丝绸样本企业销售额为 14.83 亿元，同比增长 33.99%。**2. 出口市场逐步回暖。**据中国海关统计，2021 年 1—6 月，全国真丝绸商品出口 5.87 亿美元，同比增长 6.25%，占全国纺织品服装出口额的 0.41%，同期纺织品服装出口额同比增长 12.79%。**3. 进口需求大幅增长。**据中国海关统计数据显示，2021 年 1—6 月全国真丝绸商品进口 2.11 亿美元，同比增长 105.39%，同期纺织品服装进口额同比增长 25.63%。

四、茧丝价格稳步回升

2021 年以来，受国际市场刚需逐渐恢复，国内消费需求升温，部分企业囤货惜售，市场原料供应偏紧等因素的影响，茧丝价格持续上涨，至 5 月底干茧和生丝的价格分别达到了 14.84 万元/吨和 44.97 万元/吨，较去年年底上涨幅度分别达到 36.90% 和 36.89%。鉴于上半年茧丝原料价格快速上涨，而国内外丝绸消费尚未得到有效恢复，为加强茧丝市场宏观调控，商务部于 5 月 31 日发布公告以公开方式投放 900.49 吨储

5.59%，与上年同期保持持平。

从主要子行业情况看，布艺行业和床上用品行业效益相对较好。协会跟踪统计的样本企业中，布艺企业 1—6 月利润总额同比增长 31.75%，高于统计样本企业平均水平；利润率为 5.33%。统计的床品样本企业利润总额同比增长 23.89%；利润率高于统计样本企业平均水平，达 5.99%。

后市预测

对家纺行业总体运行状况，家纺企业普遍持谨慎乐观态度。受全球新冠肺炎疫情疫情影响，国际经济贸易环境复杂多变，市场需求不确定性增加，企业更加关注国际市场变化。“国际市场需求不足”和“成本上涨”是家纺企业当前最关注的问题。

今年以来，受海外航运事故连锁反应影响导致的货仓紧张、货柜价格陡增给出口企业带来巨大挑战。全球疫情持续反复、人民币升值等给出口企业带来的压力一直持续，在一定程度上增加了出口企业的外部风险。同时，企业受到当前原料价格持续上涨的压力，家纺企业对原料成本关注度提升。

后市预测

综合判断，预计 2021 年下半年国内主要丝绸产品的产量稳中有升，工业经济增速有所放缓，丝绸内销市场保持稳定增长，丝绸商品出口维持小幅增长态势，行业经济景气度有望改善。

鉴于目前行业面临的外部环境仍然复杂严峻，内外市场消费需求增长动能整体偏弱，大宗商品价格上涨压力较大，企业生产经营困难较多，行业经济运行中不确定不稳定性因素仍然不容忽视。为此，建议行业和企业要密切关注国内外经济形势变化，抢抓国家扩大内需战略机遇，加快培育丝绸内需体系，依托强大国内市场，贯通生产、研发、设计、流通、消费各环节，形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡，以新技术、新业态、新模式为产业转型升级注入强大动能。同时，不断优化丝绸出口商品结构，推动从价值链低端向中高端升级，进一步巩固提升国际竞争力。

后市预测

在后疫情时代，毛纺行业复苏形势虽已逐步稳固，但未来的发展仍面对诸多不确定因素的影响。一是由于市场需求的变化，过去的三到五年间，织造类产品的生产一直处于较低水平，面料企业产能利用率持续处于不饱和状态，生产效益逐步恢复还需要一定的时间和市场机遇。二是毛纺原料的品质和供应量持续影响着行业的发展，还需要寻求更为积极稳妥的产业链供给解决方案，以稳固毛纺行业已有的市场份额。总之，2021 年将是毛纺行业继续迎接挑战，推动行业质量变革、效率变革、动力变革的关键时期，理顺供给与需求、传统技术改造与新技术利用、旧动能转换与新动能培育等诸多关系，是真正实现从中低速增长迈入高质量发展新阶段摆在行业面前新的任务。

2021 年上半年，毛纺行业在复杂多变的内外环境下，从上至下的产业链都面临着包括国际形势、运营成本、市场需求等多种挑战。随着产业循环持续畅通、运行效益不断改善，二季度以来毛纺行业的整体复苏态势更加稳健，市场需求与利润空间等呈现明显的反弹，行业生产、出口、运行等方面均有向好表现。

2021 年上半年毛纺行业运行分析：

国内市场稳健发展，国际市场初现复苏

2021 年上半年，毛纺行业在复杂多变的内外环境下，从上至下的产业链都面临着包括国际形势、运营成本、市场需求等多种挑战。随着产业循环持续畅通、运行效益不断改善，二季度以来毛纺行业的整体复苏态势更加稳健，市场需求与利润空间等呈现明显的反弹，行业生产、出口、运行等方面均有向好表现。

一、毛纺产品消费市场

1. 国际消费市场恢复，重点市场产品结构调整。国际毛纺消费市场从二季度起开始呈现稳步恢复。今年以来，美国市场在国际毛纺消费市场中，一直呈现一枝独秀状态，进口毛纺产品持续保持 10% 左右的增速。但是，毛纺服装类产品的消费整体依然低于上年水平，美国市场上毛纺产品的主要消费增速来自毛纺家纺产品的增长，尤其是羊毛地毯的需求恢复较快。欧盟市场的毛纺消费水平也在进入二季度后呈现较好的回升，对以毛纺服装、毛条纱线为主的需求逐步恢复。

2. 国内消费市场复苏持续稳固，服装消费势头良好。与国际消费市场的初现复苏相比，国内消费市场进一步巩固了去年以来的复苏态势，网络与实体商店的服装商品销售持续均呈现良好势头。根据国家统计局数据，实体商店服装鞋帽类商品零售总额同比增长 33.7%，穿类商品网上零售额增长 24.1%。

二、毛纺行业情况

1. 毛纺生产逐步恢复。在 market 需求的驱动下，2021 年上半年整体毛纺生产比较饱满，呈现逐步恢复及增长的水平。其中，毛纱线的生产呈现快速的反弹，1—6 月产量总计 8.4 万吨，同比增长 16.2%，增速为近 10 年最高水平。毛织物产量 1.2 亿米，同比下跌 11.1%，跌幅较 2020 年水平呈现回调。

2. 毛纺出口形势复苏，出口市场趋于多元。随着全球毛纺消费市场的复苏，二季度行业的出口形势不断好转。以纱线、毛针织服装为首的多类毛纺产品出口需求都有明显的回升。1—6 月，毛纺原料及制品出口合计 51.6 亿美元，同比增长 43.7%，增幅较一季度扩大了 13.8 个百分点。毛纺产品的出口市场更趋于多元化，传统的出口市场占比不断下滑，排名前五的欧盟、日本、美国、中国香港及东盟等出口市场总份额跌至 64%，较疫情前低了近 10 个百分点。

3. 行业利润由负转正，初步走出亏损局面。在上半年较好的复苏形势下，1—6 月，845 家规模以上毛纺织及染整精加工企业累计营业收入 683 亿元，同比增长 33.3%，高于纺织业平均水平 14 个百分点。二季度，毛纺织业终于走出了全行业的亏损状态，实现利润总额 3.9 亿元，平均利润率 0.57%。

从行业的整体平均水平来看，毛纺织企业资金流动性较上年同期均有明显的提高，流动资产周转率和应收账款周转率同比分别增长了 0.4 和 1 个百分点。但是整体负债水平有进一步提高的趋势，行业资产负债率为 60.5%，同比增长了 2 个百分点。毛纺织企业对资金使用更加积极。

4. 原料加工量较快恢复。随着生产与出口形势的好转，今年上半年，各类原料价格整体呈现快速走高，6 月趋于平稳，上半年原料的总体加工量趋近疫情前的水平。1—6 月，进口羊毛总量 15.3 万吨，同比增长 32.34%，较 2019 年同期降低 7%。进口的集中度呈现进一步提高趋势，前 7 位的羊毛进口国份额由 2018 年的 81% 增至今年上半年的 91%。

后市预测

在后疫情时代，毛纺行业复苏形势虽已逐步稳固，但未来的发展仍面对诸多不确定因素的影响。一是由于市场需求的变化，过去的三到五年间，织造类产品的生产一直处于较低水平，面料企业产能利用率持续处于不饱和状态，生产效益逐步恢复还需要一定的时间和市场机遇。二是毛纺原料的品质和供应量持续影响着行业的发展，还需要寻求更为积极稳妥的产业链供给解决方案，以稳固毛纺行业已有的市场份额。总之，2021 年将是毛纺行业继续迎接挑战，推动行业质量变革、效率变革、动力变革的关键时期，理顺供给与需求、传统技术改造与新技术利用、旧动能转换与新动能培育等诸多关系，是真正实现从中低速增长迈入高质量发展新阶段摆在行业面前新的任务。

2021 年上半年茧丝绸行业运行分析：

展现较强发展韧性，挑战不容忽视

2021 年上半年，行业经济展现了较强的发展韧性与活力，为“十四五”开新局起好步打下了基础，但行业发展面临的风险和挑战依然不容忽视。

一、主要产品产量基本稳定

2021 年 1—6 月，据国家统计局对全国规模以上企业统计数据显示，丝产量 22859 吨，同比下降 3.7%，较去年同期降幅收窄 18.05 个百分点。其中，绢丝产量 1492 吨，同比下降 3.17%。绸缎产量 18437 万米，同比下降 5.53%，较去年同期降幅收窄 7.86 个百分点；蚕丝被产量 1269 万条，同比增长 28.33%，2020 年同期下降 37.51%。

二、运行质效明显改善

据国家统计局对 574 家丝绸纺织及精加工规模以上企业统计，1—6 月全行业营业收入 303.3 亿元，同比增长 10.36%，增速较去年同期提高了 27.05 个百分点。其中，缫丝加工营业收入 123.52 亿元，同比增长 11.16%；丝织加工营业收入 148.75 亿元，同比增长 7.21%；丝印染营业收入 31.04 亿元，同比增长 24.3%。

1—6 月全行业实现利润 11.99 亿元，同比增长 112.14%，增速较去年同期提高了 144.51 个百分点。其中，缫丝加工实现利润 5.6 亿元，同比增长 671.88%，丝织加工实现利润 5.3 亿元，同比增长



咨询委员会汇聚了标准制定权威、学术界领军人才和时尚界、品牌营销界大咖，以及本地优质品牌企业家。



会上，与会领导为决策咨询委员会主任委员、副主任委员颁发聘书。



赋智赋能，“柯桥优选”

纺织品区域公共品牌战略决策咨询委员会成立

■ 本刊记者_ 邬莹颖 文 / 摄

为进一步加快推进纺织品区域公共品牌“柯桥优选”建设，8月19日，纺织品区域公共品牌战略决策咨询委员会第一次全体会议在柯桥区行政中心举行。

柯桥区委府办、宣传部、财政局、商务局、市场监管局、绍兴海关监管三科、轻纺城建管委、轻纺城股份公司、区开发经营集团主要负责人，纺织品区域公共品牌战略决策咨询委员会全体委员参加本次会议。柯桥区委书记、区长陈豪在会上作讲话。会议由柯桥区副区长方优美主持。会上，陈豪为决策咨询委员会主任委员蒋建平，副主任委员吴海燕、沈蕾颁发了聘书。

柯桥纺织产业历史悠久，基础雄厚，产业链完整，具有“市场+印染”的独特优势，正全力打造世界级现代纺织产业集群和新时期国际纺织之都。中国轻纺城虽然是全球规模最大的纺织品集散中心，但缺少名牌名品的问题日益明显，迫切需要通过实施“品牌战略”，从战略层面推动产业品牌化发展，大力引导企业从单纯的“生产加工商”、“面辅料供应商”向集材料创新、工艺革新、产品日新月异于一体的“品牌合作商”转变，引领产业整体提升，推进纺织品区域公共品牌“柯桥优选”建设成为当下柯桥区的重中之重。

全产业链品牌体系正在形成

会上，方优美宣读了纺织品区域公共品牌战略决策咨询委员会成员名单。据悉，此次成立的决策咨询委员会成员既有标准制定权威、学术界领军人才和时尚界、品牌营销界大咖，也有本地优质品牌企业家。决策咨询委员会将不定期召开会议，对区域公共品牌发展战略、标准体系、传播与营销等方面进行评价或决策建议。

中国轻纺城党工委书记、轻纺城建管委主任冯华林汇报了纺织品区域公共品牌建设筹备工作进展及决策咨询主要事项。冯华林介绍，柯桥区已组建纺织品区域公共品牌“柯桥优选”工作专班及筹备小组，专班筹备小组正式运行以来，从调查研究、商标注册、标准制定、包装提升、品牌培育入手，高效推进纺织品区域公共品牌战略各项前期工作，部分已取得进展和阶段性成效。

冯华林表示，目前，纺织品区域公共品牌创建尚处于调查研究和整体架构设计阶段，面临着区域公共品牌创建的路径与策略、运营模式选择、标准及评价体系建设、纺织品外包装形象整体提升等方面的决策研究。

品牌培育及评价体系日臻完善

近年来，柯桥正着力培育壮大一批具有核心竞争力的创新型时尚标杆企业，提升轻纺城品牌影响力。持续推进时尚品牌建设，做大做强“柯桥优选”，向墙布、窗帘、设计等纺织产业链上的优质企业延伸，着力将“柯桥优选”建设为柯桥品牌库。同时通过产品开发体系、产品质量标准体系、供应链合作、品牌推广等形式，发挥“柯桥优选”企业头部效应，推动轻纺城区域品牌、高端品牌及小众特色品牌培育。

目前，柯桥已正式启动“柯桥优选”集体商标注册工作。同时，从“选牌”和“选品”两个维度开展标准研究与制定工作。“选牌”方面，主要聚焦“四个力”（即：品牌毅力、企业实力、创新能力、时尚活力）开展标准制订。“选品”方面，已联合必维检测起草完成《“柯桥优选”面料国际通用标准》和《“柯桥优选”-粘胶面料质量检测标准》。

现场，与会人员围绕会议主题、决策咨询事项等内容进行了交流讨论。各方代表对纺织品区域公共品牌创建工作表示充分肯定，并建议从理论体系入手，通过理清品牌建设的定位、目标、对象，在总结原有困境和问题的基础上，明确客户群体和需求，结合数字化和跨区域化的全域性链接，从标准建设、产城文旅、设计趋势等方面推动区域公共品牌建设，不断扩大柯桥优选的竞争力。

浙江省标准化研究院标准研究中心主任蒋建平表示，从国家层面看，做大做强中国品牌获得了空前关注。经济竞争的最高阶段是标准之争，标准之争直接体现在标准体系上。对于柯桥纺织而言，标准评价体系需直观呈现品牌价值，为市场带来参考，为产业及企业指明方向。标准体系的制定，将加快柯桥纺织公共品牌的高质量发展。对志在全球的柯桥纺织品区域公共品牌来说，核心技术是驱动力，标准体系是话语权。纺织品区域公共品牌不仅要成为标准的追求者，还要成为标准的制定者。

中国美术学院纺织服装研究院院长吴海燕认为，近年来，中国纺织行业品牌与科技创新的联系也越发紧密。一方面，企业在科研上的投入逐渐提升；另一方面，智能化仍是当前乃至今后很长一段时期科技进步的重要方向，一些传统纺织企业开始探索智能化转型。在模式创新的探索过程中，行业品牌不仅加大了对消费者需求的研究，通过基础资源构建，还在互联网技术发展的基础上探寻着更多可能。柯桥纺织品牌还可从共享经济、社交经济、IP跨界合作等模式进行探索，将产品从单纯的纺织面料扩展到产城文旅、生活方式等多个领域，拓宽消费者关注点。

“品牌的跨界经营成为常态，改变着企业品牌的内涵与外延。”长三角创意经济专委会秘书长沈蕾认为，柯桥纺织具有雄厚的历史基础，柯桥政府和纺织企业可以通过时尚创意推广、人才引进、数字经济、开放经济和文旅合作等方面，与长江三角洲城市进行创意合作联盟。

纺织品区域公共品牌战略决策咨询委员会将不定期召开会议，对区域公共品牌发展战略、标准体系、传播与营销等方面进行评价或决策建议。

品牌发展需更贴近市场

用好科学合理的品牌培育和评价体系，才能为柯桥纺织经济“把脉问诊”，推动品牌做大做强。今天，柯桥纺织享誉全球，柯桥纺织多点开花，柯桥纺织海外圈粉，柯桥纺织崭露头角……由这些禀赋汇聚而成的品牌力量在世界舞台绽放出夺目光彩。但也要看到，柯桥纺织只有把握市场发展规律、经济发展趋势，才能推动品牌经济战略性增长。

华东理工大学艺术与设计研究所所长程建新、浙江省时尚产业联合会秘书长朱伟明、上海亨谦实业发展有限公司首席顾问师陈建志、“设界”联合创始人兼总经理张巍分别从打造完整生态环境、赋能柯桥纺织IP、串联时尚创意产业链、把控设计趋势等方面进行阐述，希冀从各方各级形成合力，推动纺织品区域公共品牌做大做强，助力柯桥纺织迈向高质量发展的步子更稳、底气更足。

陈豪在充分肯定前阶段工作后指出，打造纺织品区域公共品牌是加快中国轻纺城转型升级、建设国际纺织之都的内在要求，各级各部门、各行业企业主体要勇于开拓创新，积极探索实践。

他强调，要形成品牌战略共识，结合产业发展优势，创新商业模式，坚定不移推进品牌战略。要切实发挥决策咨询委员会作用，支持决策咨询委员参与课题研究、标准制定、平台运营、营销策划、规划方案设计等工作，推动扩大“柯桥优选”影响力；要制定品牌发展规划，按近期、中期、远期制定清晰的目标愿景、任务举措，系统梳理现有资源，着重研究重点领域、突破方向；要科学制定标准，提高标准的公信力、认知度，建业内领先的完善标准体系；要重视品牌运营，建立客观公正的品牌准入退出、分类分级、评价反馈等机制；要严格抓好品牌管理，加强质量监管，严格准入门槛，稳定产品品质，切实增强品牌辨识度；要抓好品牌营销，强化品牌文化内涵，推动融入双循环大格局，持续擦亮品质基底，各方通力协作，努力将“柯桥优选”打造为“国内领先、国际一流”的纺织品区域公共品牌。

世界级的现代纺织产业集群地，需要有世界级的品牌作为支撑，纺织品区域公共品牌创建有助于推动柯桥建设世界级的现代纺织产业集群地，助推柯桥纺织转型升级，这也是一项长期性、战略性工作，是柯桥区在生产要素产品领域创建区域公共品牌的一次创新探索，让公共品牌建设在柯桥落地生根、开花结果。 [T]



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。



柯桥材料科技专题赛的举办，是纺织服装行业创新创业力量的成功汇聚。

科技为翼 时尚绽放

■ 本刊记者_王利

7月23日，2021年“创客丝路 创新设界”中国纺织服装中小企业创新创业大赛的材料科技专题赛在柯桥成功举办。本次大赛由中国纺织工业联合会主办，纺织人才交流培训中心和绍兴设界科技有限公司联合承办。作为重要赛事之一，此次柯桥“材料科技”专题赛由大赛组委会和中国轻纺城建设管理委员会联合执行。该赛事坚持纺织服装行业的“双循环”发展路径，旨在发挥纺织服装行业的传统与创新相结合优势，激发行业全产业链创新创业的热情，打造纺织服装行业的新平台、新模式，营造全行业共同参与协同创新的良好氛围。

中国产业用纺织品行业协会副会长李桂梅，中国纺织工业联合会纺织人才交流培训中心处长方伟铭，中国纺联科技发展部部长张放军，中国纺联纺织人才交流培训中心项目主管王贵宝，浙江省纺织面料设计协会副会长张井波，绍兴市柯桥区开发经营集团有限公司党委书记、董事长单崇军，绍兴市柯桥区委组织部人才办专职副主任沈国华，绍兴市柯桥区招商投资促进中心副主任姜宏霞，中国轻纺城建管委创意产业服务中心主任徐舒，设界-时尚产业创新综合服务体董事长陆平一等领导，大赛组织机构代表、参赛选手、柯桥企业家、投资机构和专业媒体代表约100人参加了专题赛。

广纳天下英才 激发创新潜力

方伟铭指出，自2019年创办纺织行业双创大赛开始，中国纺联纺织人才交流培训中心汇聚行业创客资源，努力提升中小企业创新意识，激发行业创新潜力，营造行业创新创业的良好生态。目前，创新创业大赛已经成为纺织行业创客和产业集群开展项目孵化、产融对接的公共服务平台，对发掘和培育优秀项目和优秀团队，发挥科技创新和制度创新双轮驱动起到了积极促进作用。本次专题赛以“科技为翼，时尚绽放”为主题，以双创大赛为切入点，期待更多科技、时尚、绿色、环保的新产品和新技术为产业注入新动能，激励和促进纺织产业体系高质量发展。

姜宏霞从“变”、“美”、“机”三个方面作柯桥投资环境推介，围绕经济发展、纺织行业进步、城市品质提升、区域发展机遇等方面具体介绍。柯桥地处长三角南翼，位于杭州、上海、宁波的中心区位，地理位置优越、产业优势明显、交通运输便利，是长三角最具活力的地区之一。30余年来，柯桥从一条河边布街发展为全球最大的纺织品交易市场，去年中国轻纺城市场群线上线下交易额超过2700亿元。近年来，柯桥以海纳百川、开放包容的心态，念好“两

业经”、唱好“双城记”，本次大赛许多项目与柯桥产业匹配度较高，希望更多的高质量项目落户柯桥，推动传统产业转型升级和新兴产业开拓发展。

沈国华表示，当前柯桥正处于“领跑全市、竞跑全省”，建设共同富裕示范区的阶段，对人才的渴望比以往任何时候都要强烈，而吸引天下英才共建柯桥，政策引领尤为重要。沈国华围绕人才创业扶持、人才就业福利、人才服务保障三方面解读了柯桥区人才创新创业政策，从普通大学到外国顶尖人才“全覆盖”，从项目启动资金到生产、生活“全保障”。

尖端项目对决 汇聚创客资源

凭借金融、政策、服务等资源的有力支持，大赛吸引到众多创新创业项目报名参赛，经过层层筛选，其中20个优秀项目参加了本次专题赛。各团队分别从企业/项目的创新技术水平、项目商业价值和团队实力等方面进行展示和分享，行业专家、知名机构的资深投资人和产业专家为企业提供全方位、多角度的专业指导和前景分析。

专题赛项目涵盖人工智能、抗菌抗病毒纤维、植物染技术、冷隔热材料、废旧纺织品的新型复合聚酯吸声型材、CPS抗病毒新材料技术、高热防护消防面料的开发及关键技术等新材料、新技术、新理念。经过激烈的角逐，各参赛项目分别获得不同奖项，产生入围决赛名单。这些企业将享受大赛对接的政策支持、投资机构支持、媒体宣传机会和千亿级纺织服装时尚产业集群资源。

上海设界商务总监杨立夫表示，大赛基于落实纺织行业“十四五”时期发展目标，希望挖掘创新项目对接到各大产业集群，激活纺织服装行业创新活力，提升行业技术创新能力，发挥高校科研水平，吸引资金创新投入，以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求。柯桥作为全球知名纺织产业集群，近年来大力推进产业转型升级，在科技创新、时尚创意、绿色发展等方面取得显著成效，希望通过本次大赛对接到更多优秀材料科技项目和人才，从材料源头赋能柯桥纺织产业。

行业发展，源头先行。柯桥材料科技专题赛的举办，是纺织服装行业创新创业力量的成功汇聚。与会代表将以大赛为契机，为创新型企业和创新团队、创新项目提供资源对接平台，探索更多应用场景，认准市场、支持项目切实落地，推动世界级纺织产业集群建设，为纺织服装行业高质量发展注入新动能。TA



规范化、制度化、数字化

中国轻纺城国际面料采购中心整治无证无照成效显著



本次无证无照经营户专项整治行动干在实处，走在前列。

近日，记者获悉，自今年5月下旬中国轻纺城建设管理委员会发布《中国轻纺城传统市场区无证无照经营户专项整治行动实施方案》以来，在轻纺城建管委市场发展处的牵头带领下，各市场分公司积极推进整治工作，轻纺市场派出所、轻纺城市场监管分局、柯桥税务分局轻纺城市场片区等各相关部门联动发力，取得显著整治成效，进一步维护市场良好经营秩序，促进公平竞争，保护市场经营户和采购商合法权益。

中国轻纺城国际面料采购中心作为中国轻纺城传统市场区新生代纺织专业市场，在本次无证无照经营户专项整治行动中干在实处、走在前列，起到良好的标杆示范作用。为认真落实整治工作，该市场成立整治领导小组，并下设整治、政策答疑、协调联络、财务审核等四个专项工作小组，确保任务分配到人，工作落到实处。据统计，自开展无证无照经营户专项整治行动以来，国际面料采购中心新增办理执照38户（44间），执照地址变更1户（1间）。

浙江乾鑫纺织科技有限公司负责人告诉记者，公司前不久刚在市场注册，正是看好市场日益繁荣的发展前景和良好的营商环境，特地将公司选择落户在中国轻纺城，公司今年销售额预计在4000万元以上。

中国轻纺城西市场开发经营有限公司相关负责人表示，市场公司希望以无证无照专项整治行动为契机，通过摸底调查、宣传发动、集中整治、总结扫尾等阶段性工作，让市场经营秩序更加规范化、法制化，最终实现长效管理考核机制，进一步完善市场营销环境，提升市场整体形象，努力创建和谐、有序、健康、可持续发展的国际化专业市场。

轻纺城建管委相关负责人表示，在中国轻纺城传统市场区开展无证无照经营户专项整治行动，是规范轻纺城有形市场的经营秩序，营造公正公平的交易环境，促进轻纺市场繁荣有序发展的有效举措。目前，中国轻纺城正全力打造“数字市场”，通过开展专项整治行动，建立市场经营户基础信息库，可为数字市场建设全面铺开做好铺垫，对于推动招商隆市、线上线下两个市场融合发展有着长远的意义。（王利 文 / 摄）

凝心聚力 蓄势待发

东升路市场首个家纺电商批发展示区盛大开业

随着数字经济持续快速发展，当下正处于“万物皆可播，人人皆主播”的时代，直播带货作为后疫情时代发展迅猛的电商形式，已成为一种新的经济业态。8月11日，“金凤凰家纺秋季新品发布暨新模式推荐会”在中国轻纺城东升路市场B区5楼举办。这意味着东升路市场首个家纺电商批发展示区盛大开业，并将开启加速线上线下融合发展新时代。

据了解，浙江金凤凰家纺有限公司成立于2004年，是集设计、销售、服务为一体的床上用品面料专业供应商，公司秉承“简约、华美、时尚”的设计风格，产品涵盖舒肤绒、宝宝绒、真丝、100支数码品臻棉、双层纱提花、素色等多系列产品，以及各类最新功能性产品。该公司的花型都是自主研发，在坚持原创设计的同时，吸收国际家纺设计理念和风格，融合东方艺术美学，设计出更适合各地区、各层次消费者的印花图案，充分满足广大客户的多元化需求。

“电商直播是大势所趋，也是市场方一直引导我们经营户转型升级的方向。公司本次开业的家纺电商批发展示区近2000平米，设立16个区，每个区以不同的风格特色和产品类别呈现，都可以作为独立的直播区域，后期还将设立专业的直播厅。展示区面向全国各地所有客户和周边地区想要创业经商的人士开放，可提供场地、产品、直播设备、一件代发等一站式服务，希望与大家携手共进、互利共赢。”金凤凰家纺总经理丁永根说道。

开业当天，来自全国各地的近200名零售客户先后来到展示区选款，对本次新发布的产品和生活馆形式的展厅布置非常满意，许多客户现场拍摄照片和视频，并进行抖音直播，第一时间把最新产品分享给消费者。来自余姚梦烨家纺的吕女士表示，公司门店销售的产品90%以上来自



展示厅内景。

金凤凰家纺，深受消费者青睐，如今金凤凰家纺推出“市场+展厅+电商”的新模式，也为我们后续开拓市场提供了新的渠道。

东升路市场分公司总经理朱建栋表示，推动市场繁荣兴旺、稳定发展是经营户和市场公司的共同目标。当前中国轻纺城正全力打造“数字市场”，东升路市场分公司也积极配合，并创新智慧服务模式，引导经营户适应迅速变化的市场需求，抢抓行业发展先机。首个家纺电商批发展示区开业只是一个起点，希望通过树立标杆，吸引更多家纺企业入驻，未来要将B区4楼和5楼打造为轻纺城市场规模最大、家纺产品品类最全、配套服务最完善的家纺产品供货基地，为以后夜市开放提供条件。（王利 文 / 摄）

与时俱进，即墨纺织服装业勇立潮头

■ 即墨国际商贸城管理委员会、即墨市场建设服务中心_田磊阳 / 文

时代更迭，沧海桑田。在党的领导下，我们看到了一代代即墨纺织人勇于拼搏、奋发有为、健康向上的精神风貌，看到了一代代即墨纺织人热爱纺织、奉献纺织的浓浓情怀，看到了一代代即墨纺织人以改革为动力、以创新为活力，阔步迈向新时代的豪情壮志。

青岛是中国最早的纺织工业基地之一，曾与上海、天津一起被誉为“上青天”，至今仍让人引以为豪。它在蓬勃发展的同时，带动了即墨等周边地区纺织企业的繁荣，并逐步形成了全国单体面积最大、综合实力和竞争力稳居全国十大服装市场前三的即墨服装批发市场。即墨服装产业的迅速发展离不开优质的原料产地、发达的纺织工业以及政府的引导和支持。

千年商都，纺织产业繁荣兴盛

即墨素有“千年商都”之称。新中国成立以来，素有经商传统的即墨人民，从经营服装开始，由“头发换针”的货郎鼓，摇出了一个纺织发达、商品荟萃、特色鲜明、商贾云集、名扬全国的“江北最大市场集群”。

民国初期，即墨县城设立第一家成衣铺，手工制作便服。1937年前后，即墨的服装店增加到5家。这一时期，独具民族风格和地方特色的即墨镶花边发展兴旺，仅在即墨城的私营花边庄就有45家之多，1936年成立了“即墨花边同业公会”。

与此同时，北方的棉纺织业发展势头较为迅猛，使整个纺织业处在兴旺的环境之中。但在第二次世界大战期间，纺织和花边业日益凋零。新中国成立后，大力革故鼎新，国内棉纺织品供不应求，逐渐复苏，花边行业又重新风靡欧美及东南亚一带，这为即墨纺织服装业发展提供了坚实的产业支撑。2016年即墨镶花边传统手工技艺被山东省人民政府评为第四批省级非物质文化遗产代表项目。

十一届三中全会之后，个体、私营经济迅速兴起，尤其是在1980年，即墨乡镇一些农民开始从事个体服装生产、家庭加工，参与即墨城河滩农贸大集，在共济街南端河滩上形成了一个服装市口。即墨县委县政府顺应形势发展，是年，南关村60户服装生产个体户首获营业执照。随后，服装生产个体户迅速增加，至年底，工商部门发放营业执照上千户。嗣后，服装加工业户迅速扩大到即墨城区及周边的留村乡、大信村乡等6个乡镇，有167个村成为依托服装批发市场生产经营服装的专业村。1983年，由于场地狭小，无法容纳不断增加的业户和纷纷涌来的客商，即墨县委县政府投资50万元，在墨水河滩修了河中河，平整场地，将河滩建成了一个初具规模的服装批发市场。

市场发展之快、规模之大，很快就使河滩市场变得拥挤不堪，河滩市场在规模上已难以适应即墨服装批发市场的发展。于是，在鹤山路贸易区南侧、横河北岸建设了一个占地3.2万平方米、水泥摊位4850米、玻璃钢瓦棚1.05万平方米、铺设水泥路面1.6万平方米、摊位4500个、防雨防晒的新市场，并于1987年10月1日正式开业，1000多家服装经营户迁到新市场。即墨服装生产群体迅速形成，且各具特色，初步呈现以大信村童装、即墨镇青年装、留村乡针织品为主体的三大生产基地。

1993年，即墨市委、市政府确立了建设一处国内规模较大、设施先进的现代化室内服装批发市场的目标。1994年，占地8万平方米、总投资1亿元的大型室内市场建成。市场正面为5层办公、商住楼，市场内为上下两层的交易大厅，设置摊位6480个，成为沟通大江南北、辐射长城内外的大型服装集散中心。

在之后的十几年内，市场经营业户不断增多，市场爆满，寸土寸金，已无法满足市场向更大规模、更高层次发展。为满足新的需求，即墨市又规划建设了占地354亩、建筑面积27.5万平方米、投资6.25亿元、建有大小商铺7168间的新服装批发市场，一跃成为全国单体面积最大的专业服装批发市场，其综合实力和竞争力稳居全国前三。

集聚动能，实现跨越再升级

说起即墨的纺织服装业，不得不提青岛即发集团。1955年，7名社员在即墨段村以5间草房成立了年产值500元的农村手工业合作社，这就是即发集团的前身。随着国际化纤维假发在上世纪70年代的飞速发展，当时还是一个以头发加工为主的集体小厂的即发，受到了巨大的冲击，传统档发产品的出口出现大量滞销。陈玉兰当时30刚出头，凭着骨子里那股不服输的“闯劲儿”，她果断地提出：不跟国际上的冲击较劲儿，调整档发生产的出口，开拓别的路子，上新品种的生产线，加快行业拓展。那时开始，即发的产品丰富了起来，企业经济效益直线上升。

随后，陈玉兰被一致选举为厂长。1981年初，受出口配额的限制，当初把企业从生死线上拉回来的主导产品劳保手套一度停产，企业又一次面临生死存亡的紧急关头。陈玉兰毅然去日本，这也是即墨的第一个企业出国学习小组。3个月的学习期不到，陈玉兰就按捺不住提前回国。1982年，她办起了即墨第一个来料加工项目，继而与日本兵库县贸易株式会社签订了即墨第一个针织内衣补偿贸易项目，企业实现了跨行业经营的关键转移，年产值从几百万元发展到了上千万元，一跃成为即墨市产值利税大户。“即发能够在当时摆脱困境，发展成今天的规模，是因为有了中国的改革开放，有了民族企业40年来从未止息的黄金机遇。”即发集团董事长陈玉兰说。

66年的艰辛跋涉，即发集团用时光雕刻出“中华老字号”的历久弥新，一举成为全国品种最全的发制品和中国大型纺织服装制造基地。

回首往昔，潮起潮落。在即墨，无数的纺织人将传统的家庭手工业服装业发展成为极具地域特色的纺织服装业，最终经过时代的积淀和几代纺织人的努力奋斗，造就了今天即墨纺织服装产业的兴盛。如今的即墨已经成为名扬海外的“中国针织名城”、“中国童装名城”。

今后，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，即墨纺织人将牢记初心，奋发作为，不断集聚发展新动能，推动纺织业实现新一轮跨越提升。TA



波司登严控品质、兼顾设计，全球影响力不断提升。

欧睿国际发布 2020 全球羽绒服调研报告：

波司登羽绒服规模全球第一

■ 陈墨 / 文

日前，世界权威市场调查机构欧睿国际刚刚完成2020年羽绒服产品零售渠道销售额、销售量统计，结果显示，波司登羽绒服规模全球第一，销售额、销售量同时位列第一，这意味着波司登已位列全球羽绒服第一梯队。

波司登专注羽绒服45年以来，以专业品质和设计，畅销全球72国，赢得消费者认可。此次认证，也充分显示了来自全球羽绒服市场的肯定。

聚焦羽绒服赛道，实现规模全球领先

根据中国服装协会数据显示，2019年中国羽绒服市场规模就已达1209亿元，2020年市场规模更是突破1300亿元，预计2022年中国羽绒服市场将达到1621亿元。不断增长的羽绒服市场空间给羽绒服品牌带来机遇。

与此同时，头部品牌竞争也愈发激烈。羽绒服作为功能性服装，行业准入门槛有一定的技术竞争壁垒，而波司登作为专注羽绒服45年的专业羽绒服品牌，具备领跑羽绒服赛道的先天优势。

自2018确立“聚焦主航道、聚焦主品牌”战略以后，波司登龙头优势更加凸显，凭借明确的战略指引和“品牌引领”的发展模式，夯实了其全球领先地位。波司登2020/2021财报显示，截至2021年3月31日，波司登营收净利均创历史新高，分别为人民币135.165亿元、17.096亿元，同比分别增长10.9%、42.1%。

至此，波司登已连续5年实现营收、利润双增长。此次欧睿国际认证波司登羽绒服规模全球领先。

凸显专业品质，畅销全球72国

如今，整合国际资源、利用科技手段，推动产品突破创新，满足消费者日益高涨的消费需求，已成为品牌的立身之本。波司登凭借专业优势，不仅在产品品质上突破创新，更参与行业标准的制定。通过提高品质，提升行业标准，降低消费者选择门槛，引领羽绒服行业高质量发展。

波司登 2020/2021 财报显示，截至 2021 年 3 月 31 日，波司登营收净利均创历史新高，分别为人民币 135.165 亿元、17.096 亿元，同比分别增长 10.9%、42.1%。



波司登羽绒服规模全球第一，位列全球羽绒服第一梯队。

2019年，波司登推出的全球顶配羽绒服“登峰系列”，助力中国登山队成功登顶8848.86米的珠穆朗玛峰，彰显了其在羽绒服专业领域的极致突破。这款羽绒服也凭借蓬松度1000鹅绒、“世纪之布”GORE-TEX面料、航空材料气凝胶、生命探测仪等行业领先科技与设计，与新疆无人机等高精尖产品共同斩获2020年第四届“中国优秀工业设计奖”金奖，成为羽绒服行业品质标杆。

也正是因为专业实力，波司登连续22年成功助力中国登山队，多次成功助力南极、北极科考队，挑战严寒。2020年又联合南极科考推出“专业保暖系列”，将专业和科技应用于大众保暖，同时也助力中国第36、37次南极科考成功进行。

兼顾品质与设计，是波司登赢得全球72国市场、深受消费者青睐的真正内核。

波司登联合诸多国际设计师共同打造合作系列和联名款。例如，人们所熟知的前Ralph Lauren设计总监Tim Coppens，师从山本耀司的Ennio Capasa，前路易威登、纪梵希主设计师Antonin Tron等，都曾与波司登合作推出设计师联名系列。

与波司登二度合作的爱马仕黄金时代缔造者高缙耶曾作出这样的评价：“我很喜欢波司登在羽绒服上的专注，中国品牌的工匠精神令我惊叹。这是一次美学的创新融合，也是我与波司登专业精神高度契合的疯狂碰撞。”

至今，波司登拥有专利231项，参与23项国际标准、11项国家标准、4项行业标准的制修订工作，制定各类企业技术标准218项，承担国际羽绒羽毛局（IDFB）中国理事单位、国际标准化组织/服装尺寸系列和代号技术委员会（ISO/TC133）秘书处等国际标准制定工作，引领羽绒服行业高品质发展，助力品牌斩获全球消费者和市场的认可。

在今年4月，国际五大品牌价值评估权威机构之一Brand Finance公布的“2021全球最具价值服饰品牌排行榜50强（Brand Finance Apparel 50 2021）”中，波司登首次登榜，品牌影响力的提升，已成为波司登羽绒服规模扩大的有力推手。

随着羽绒服市场端的持续扩容，全球20%的头部品牌占领80%的市场，波司登以专业创新和设计创新，构筑了面向国际的可持续发展动能，羽绒服规模全球第一，头部品牌优势凸显。波司登的成就，彰显了民族品牌的全球影响力正在稳步提升的趋势，未来，亦期待更多的国货品牌在世界舞台焕发生机与活力，成为闪耀世界的中国力量。TA



高勋集团：凭实力撬动需求

■ 本刊记者_袁春妹 通讯员_李竞军

回首 2020 年,对于高勋绿色智能装备(广州)有限公司而言并不轻松。作为一家“外向型”企业,因疫情,他们遭遇过海外订单骤减,面对过国内订单延误等状况,然而,以创新为杠杆,他们依然撬动了市场需求。

订单断崖式下滑,资金压力巨大……这或许是 2020 年无数个企业都曾面对过的窘境,正是这些考验,让一些优秀企业应对市场波动的能力得以显现。

修内功, 应困局

正如高勋集团董事长萧振林所说,全球都在面对疫情带来的危机,没有企业能独善其身,但这并不意味着我们就得坐以待毙,“危”中同样可以寻“机”。

针对普遍性的海外订单下滑,以及始终不明朗的市场状况,高勋集团高度关注着疫苗普及、国家疫情应对政策、政府金融手段等因素的变化,分析不同地区的市场状态,力争及时把握住海外市场机会。高勋集团的主动应对措施,表现在练内功,努力通过精细管理降低成本、提升效率,以及本着“科技、创新”的精神,提升自身的竞争力等。

据介绍,通过对市场的分析,高勋集团迅速进行了经营方针的调整。其一,加大国内销售力度。基于国内疫情缓解,海外订单回流,高勋集团针对部分设备推出折扣优惠的临时销售策略,抓住了 2020 年下半年的短暂高峰期。其二,销售方式更加灵活。加大与银行、客户、设备制造商三者之间的设备租赁与融资为一体的付款方式,大幅减轻客户设备采购的资金周转压力。

此外,企业还通过练内功提升企业应对困难的能力。其一是稳人心。虽然因疫情,企业面对了极大的运营压力,但高勋集团作为一个有沉淀、有担当的企业,并没有裁员减负,高勋相信,人心同样是企业持续发展的重要动力。其二,科技创新促销路。用科技创新引领行业发展是高勋集团立足市场高点的策略,针对 2020 年市场趋势,企业加大、加快新机型的研发,推出了两款针对轻薄、高端布种染色的超低浴比柔流染色机。

推新品, 赢机遇

应对疫情,企业方法各异,高勋在疫情下推出了两款新机——HSK 低浴比喷射式柔流染布机和 HRK 低浴比吸入式柔流染布机,而今这两款产品已经得到了良好的市场反馈,并进行了持续升级。

据介绍,高勋集团推出的 HRK 和 HSK 两款柔流染色机,主要是针对新合纤、高密度织物、超细纤维、涤氨、锦氨、记忆布、超轻薄布种加工,应用范围涵盖针织梭织布种。目前市场上同类机型的浴比大都超过 1:10,且存在单缸染色载量低,产品适应性窄,染色过程中布面容易出现烫伤、折痕、鸡爪痕等状况。

同时,高勋集团推出的这两款新机染色浴比低至 1:4,单管最高载



高勋在疫情下积聚实力,推新品、谋未来。

量可达 350kg,节能环保特性突出,染色成本大幅降低,对客户来说,设备的适用面更广,可一机多用,经济效益明显增加。目前,新中纺集团、美欣达、广东兆联、台湾裕源集团等企业在试用后已批量订购,两款设备均已在市场上得到了客户的高度评价和认可。

在高勋集团看来,企业发展要顺势而为,不仅要关心政治、经济走向,更应该读懂客户的需求趋势。就拿 2021 年高勋的良好开局来说,订单主要集中在“新材料、新技术、新工艺”带来的市场需求上,使得低能耗、低排放,适用新纤维、新面料、新工艺的染色装备广受客户追捧。

在国家“双循环”新发展格局下,高勋集团早已做好布局:国内市场,节能新工艺、环保新产品、针对新材料的装备投放市场一代,技术储备一代已经完成。海外市场,以有效降低客户生产成本、满足高附加值产品需求的相关产品推广为主,提升订单成功率和市场占有率。

依托引领行业的先进产品技术以及良好的市场布局,截至采访时,高勋集团 2021 年 6 月份之前的订单已经处于饱和状态。

聚信心, 谋未来

关注下游动向一直是纺机企业的工作重点,在高勋集团的分析中,当下纺织行业的现状主要是品质需求提高、生产成本提升、节能环保要求严格以及企业利润率降低,其中的矛盾有愈加尖锐之势,一方面要求越来越高,另一方面生产制造能力提升缓慢,再加上各种成本不断上涨,导致企业生存越来越难。

作为设备企业,高勋集团认为当务之急是针对这些矛盾,加大在新材料、新装备、新工艺等方面的创新力度,能够踏实、有针对性地推出更具创新性和应用价值的装备,满足行业和企业发展的迫切需求。

基于这样的形势分析,2021 年高勋集团继续秉持“创新引领未来、科技造就品牌”的经营理念,坚持走“研发创新,引领行业”的道路。萧振林表示,企业竞争的核心是自主创新能力,因此,要保持可持续发展的资本就必须不断进行产品、技术创新。据了解,高勋集团已立项投入经费进行新材料、新技术和新工艺的研发与应用研究,目前已取得阶段性成果。

“优质的售后服务是获取客户信赖、决胜市场的尖兵利器。”萧振林表示,为此,高勋集团会在 2021 年进一步提升企业的售后服务质量。据介绍,今年高勋集团将实施以主动售后服务促销售的市场运营方式,采用多种手段、追求服务细节。

“今年的市场需求应该会逐步转暖。随着疫苗注射普及率的提高,国际间的贸易往来政策应该会慢慢放宽松。再加上高勋的新产品技术已逐步向市场推广并收获了良好的市场认可,预计今年我们的订单量会较 2020 年翻一番。”

高勋的信心源于大势,更源于企业自身的实力。TA

市场行情继续回缩 价格小幅下跌

20210830 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20210830 期纺织品价格指数收报于 108.16 点,环比下跌 0.43%,较年初上涨 3.55%,同比上涨 4.64%。



近期,中国轻纺城市场行情继续回缩,其中:原料市场价量环比下跌,坯布市场价量明显下跌,服装面料市场布匹价量小幅回缩,家纺类产品成交量小幅下跌,辅料价量环比小跌。

原料价量环比下跌, 涤纶环比下跌, 纯棉纱环比下跌

据监测,本期原料价格指数收报于 89.88 点,环比下跌 0.52%,较年初上涨 12.21%,同比上涨 17.60%。

聚酯原料继续回缩, 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 4955 元/吨,环比下跌 15 元/吨左右;MEG 主流 5047.5 元/吨,环比上涨 7.5 元/吨左右;聚酯切片市场报价环比下跌,江浙地区半光切片现金或三月承兑 6350 元/吨左右,环比下跌 100 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格环比下跌,POY 报价 7500 元/吨,环比下跌 20 元/吨左右;FDY 报价 8450 元/吨,环比下跌 100 元/吨左右;DTY 报价 8950 元/吨,环比下跌 225 元/吨左右。8 月下旬仍处传统需求淡季,涤纶长丝龙头企业陆续发布减产计划,在供应缩减的预期下,涤纶长丝依旧让利促销,但下游用户尚未完全消化库存,因而采购规模缩小。

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为 6850 元/吨,环比下跌 75 元/吨左右。纯涤纱市场报价环比下跌,32S 纯涤纱报 11950 元/吨左右,环比下跌 100 元/吨左右;45S 纯涤纱报 13100 元/吨左右,环比下跌 200 元/吨左右。江浙地区 1.4D×38MM 涤纶短纤相比月初又下跌 400—450 元/吨。主要原因一是受国际原油价格持续走低,上游聚酯类原材料价格整理下滑;二是中、下游市场需求平淡,内外销市场均有所下滑。

纯棉纱价格环比下跌, 人棉纱价格稳跌互现。近期,萧绍地区纯棉纱市场报价环比下跌,销售环比下降。气流纺 10S 纯棉纱报价 15500 元/吨,环比下跌 120 元/吨;普梳 32S 纯棉纱报价 27100 元/吨,环比下跌 200 元/吨;精梳 40S 纯棉纱报价 30450 元/吨,环比下跌 350 元/吨。受储备棉轮出政策调整影响,近期棉花、棉纱期价大幅回调。原本表现强势的纱线端,整体行情有所转弱。当前纯棉纱现货市场交投气氛不佳,成交量下降。

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 13150 元/吨左右,环比下跌 200 元/吨左右。人棉纱价格稳跌互现,部分品种环比下跌。40S 人棉纱报 19000 元/吨左右,环比持平;30S 人棉纱价格报 17800 元/吨左右,环比下跌 100 元/吨左右。粘胶短纤市场虽然厂家报价相对平稳,但出货有所不足,实际交易价格有所松动。

坯布行情继续回缩, 价格指数明显下跌

据监测,本期坯布价格指数收报于 121.82 点,环比下跌 1.18%,较年初上涨 2.28%,同比上涨 1.78%。

近期市场营销继续回缩,坯布厂家订单继续下降,坯布价格明显下降。因下游需求继续下降,坯布端整体行情继续回缩,坯布厂家库存增加,利润空间继续压缩。其中:混纺纤维坯布需求继续回缩,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、锦棉麻坯布市场价量继续下跌;化学纤维坯布现货成交和订单发货继续回缩,价格指数呈一定幅度下跌走势,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

价量继续下跌;天然纤维坯布需求环比回落,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小跌,拉动坯布类总体价格指数明显下跌。

服装面料继续回缩, 价格指数小幅下跌

据监测,本期服装面料价格指数收报于 116.81 点,环比下跌 0.14%,较年初上涨 0.06%,同比持平。

本期服装面料类价格指数小幅下跌。近期,受国内外疫情影响,对客商入市采购继续下降,网上直播接单仍显不足,中国轻纺城面料市场服装面料销售继续回缩,大众面料市场成交继续下降,价量小幅下跌。夏季面料现货成交和订单发货局部下降,秋季面料现货成交和订单发货环比小跌,价格小幅下跌。其中:纯棉面料、涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、粘胶面料、粘毛面料、麻粘面料成交量不等量下跌,拉动服装面料类总体价格指数小幅下跌。

家纺市场继续回缩, 价格指数小幅下跌

据监测,本期家纺类价格指数收报于 101.65 点,环比下跌 0.15%,较年初下跌 0.36%,同比下跌 0.17%。

本期家纺类价格指数小幅下跌。近期,轻纺城家纺市场成交继续回缩,价格环比小跌,大众色花型面料现货成交量和订单发送量环比下降,跑量产品现货成交和订单发货继续下降,价格小幅下跌。其中: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;窗帘类现货成交和订单发货环比回落,价格指数呈小幅下跌走势;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,拉动家纺类总体价格指数小幅下跌。

市场行情环比回落, 辅料指数小幅下跌

据监测,本期服饰辅料类价格指数收报于 131.28 点,环比下跌 0.17%,较年初上涨 0.24%,同比上涨 0.27%。

本期服饰辅料类价格指数小幅下跌。近期,轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回落,下游企业备货环比回缩,市场成交逐日下降,现货成交和订单发货呈现环比回落走势,价格小幅下跌。服装里料类行情环比回落,价格指数呈一定幅度下跌走势;线绳类行情环比回落,价格指数呈小幅下跌走势,拉动辅料类总体价格指数小幅下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因内需不足,外单不多,下游需求继续下降,市场行情走势继续显现不足。秋季面料供给环比回缩,现货成交环比小跌,初冬季面料批量试单局部回缩,南北客商认购踊跃度将震荡小跌,市场行情走势局部回缩,后市轻纺城传统市场营销仍将逐步小跌,整体市场成交将呈现震荡小跌走势。TA

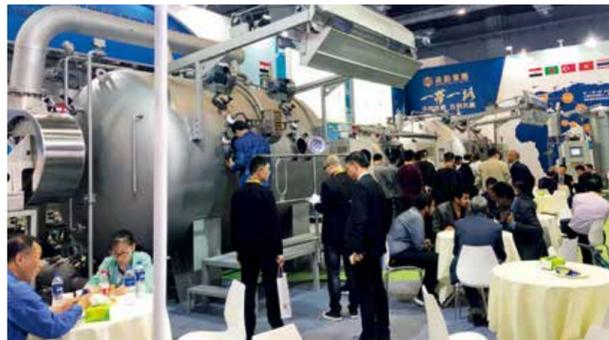
发布单位: 中华人民共和国商务部

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

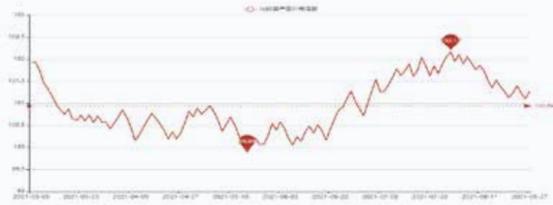


织造市场走货回暖 化纤指数小幅回升

2021年8月23—27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上升。其中，化纤总指数收盘于101.27点，与上周相比上升了0.14点；化纤面料价格指数小幅上涨，收盘于99.35点，与上周相比上升了0.09点；化学纤维价格指数小幅上升，收盘于106.65点，与上周相比上涨了0.20点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下跌，收盘于108.70点，与上周相比下跌了0.19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上涨，收盘于99.35点，与上周相比上升了0.09点。

里料织物：本周里料市场销售平淡，但可喜的是产品价格维持平稳。市场品种出货量显示，五枚缎、色丁等产品在市场上依旧具有一定的销量，但每单成交量却呈减量趋势。针织网眼里料的走货与前期销售形势出现小幅下降，但其中一款迷彩网布销量尚可。涤塔夫系列里料产品中，具有代表性的190T销售价较为平稳。格子涤塔夫产品市场交易量买盘增加。提花织造的里料动销仍有上升，价格走势仍维持在上周价位。经编网眼布呈放量动销。目前喷水织造的里料销售虽然相对平稳，但其交易量的拓展尚需时日。预计下周里料的行情将继续呈平稳为主。

面料情况：本周市场交易呈现淡畅相间，动销的产品主要以秋装面料为主，如棉锦、塔丝隆等。牛津布系列产品表现出良好销售势头，从目前箱包面料市场销售状况来看，锦纶牛津布的前景似乎更被看好，下游购买者日渐增多。锦涤丝交织面料销售活跃。喷织麂皮绒交易量也在展开，目前面料行情外贸订单有所回升，但是单一批量性不大。淡销的产品主要集中在仿真丝系列，大部分仿真丝面料的销售逐渐离场。今年面料总体行情同比不及去年同期，预计下周面料市场这种动态还将延续至9月上、中旬。

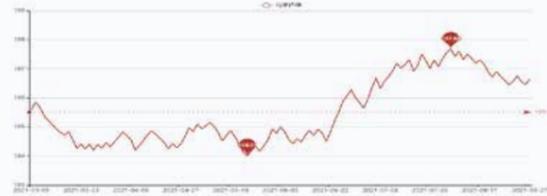
从商务部盛泽指数可以看出，下游淡季行情尚未完全结束，纺织市场成交气氛整体一般，下游面料订单依旧偏弱。本周原料市场出现松动，涤纶产品价格再次促销且小幅回落。氨纶原料价格小幅松动，四面弹类订单开始再次增加，但总体走货表现不大。目前盛泽地区织造开工率稳定在70%左右，市场走货依旧不佳，现在整体坯布库存再次小幅涨至40天左右。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数小幅上涨，收盘于106.65点，与上周相比上涨了0.20点。

本周美国原油库存连续第三周下降，而整体燃料需求上升至2020年3月以来最高，这直接提振了油价，三天累计上涨幅度约10%。不过，德尔塔变异毒株在全球范围内的扩散，依然压制原油的需求，油价在冲高后出现回调。尽管需求较前期普遍的乐观预期有一定差距，实际恢复未能达到预期，但年底前依旧是去库存的预期，OPEC+限产依旧存在，整体上行行情形成了支撑。但需要注意的是，市场的情绪在本轮震荡回调之后有所改变。就目前的市场行情来看，疫情仍继续抑制原油需求，市场对需求复苏的担忧重燃，对油价无疑会带来压制，短期的刺激难以支撑油价持续走强。截至26日，纽约商品交易所10月交货的轻质原油期货价格下跌0.94美元，收于每桶67.42美元，跌幅为1.38%；10月交货的伦敦布伦特原油期货价

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



格下跌1.18美元，收于每桶71.07美元，跌幅为1.63%。

PTA方面，本周PTA以小幅下跌为主。近期美原油60美元/桶附近企稳反弹，成本端对PTA价格的打压难以持续。从加工差角度来看，随着PTA价格下挫，PTA加工差从800元/吨高位回落至600元/吨附近，跌至部分装置的盈亏平衡点，但一体化装置仍有盈利。另外，浙江石化原料供应有所恢复，PX开工率回升，PTA加工差或持稳，PTA装置检修意愿会减弱。目前PTA主流报价在4900—5000元/吨，在成本、供需的双重利好提振下，预计近期PTA将震荡上行。

涤纶长丝方面，本周涤纶长丝小幅下跌。下游刚需采购为主，出货一般。终端需求持续疲弱，按目前长丝周度促销的节奏，成交重心仍维持较低水平。若后期仍无明显利好因素提振，涤纶长丝市场将难以出现大幅上涨走势，预计短期内涤纶长丝市场仍延续促销模式，价格区间震荡为主。

开工率方面，本周PTA周平均开工率在71.8%，较上期抬升1.2%；实时开工率在74.4%，实时有效开工率82.3%。聚酯方面，本周聚酯平均负荷集中在86.2%，小幅上升。织造方面，近期织造开机率稳定在70%。

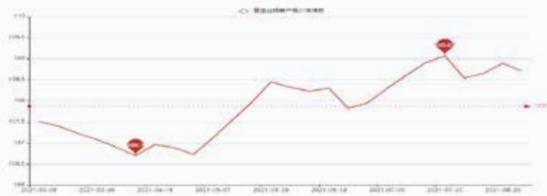
产销方面，本周市场涤纶成交气氛冷清，价格稳中有跌，同时因为淡季，下游纺织企业采购积极性不高，小批量成交居多，谨慎观望心态占据主流，部分厂家虽有降价，但整体产销仍旧只有2—4成左右。

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19—29天；具体产品方面，POY库存至16—25天，FDY库存至19—21天，而DTY库存则至22—30天。

蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下跌，收盘于108.70点，与上周相比下跌了0.19点。

图3 盛泽市场蚕茧丝绸类产品价格指数



本周盘面呈现窄幅波动，现货面上生丝出货仍处于淡季中的正常水平，价格小幅波动。进入8月下旬，蚕桑生产将全面开始。TA

1688 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.1688.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
 extile Vision Science & Education Foundation

科技进步 人才成长 产业升级



1996-2021

成立25载



纺织之光微信公众号 纺织之光科技教育基金会官网 纺织之光科技推广云平台网站

SAURER.

卓越准备。



全新智能梳棉机Autocard

卓郎新型智能梳棉机Autocard拥有4.2平米超大梳理面积，产量比上一代机型提升18%。创新的MTA匀整系统大幅提高生条质量，并可帮助减少纺纱流程；不降速换筒功能，可显著降低换筒时对生条质量的不良影响，并提高产量。Autocard为纤维准备创造更多价值，从而提高纺纱的效率和质量，提高客户效益。

saurer.com