

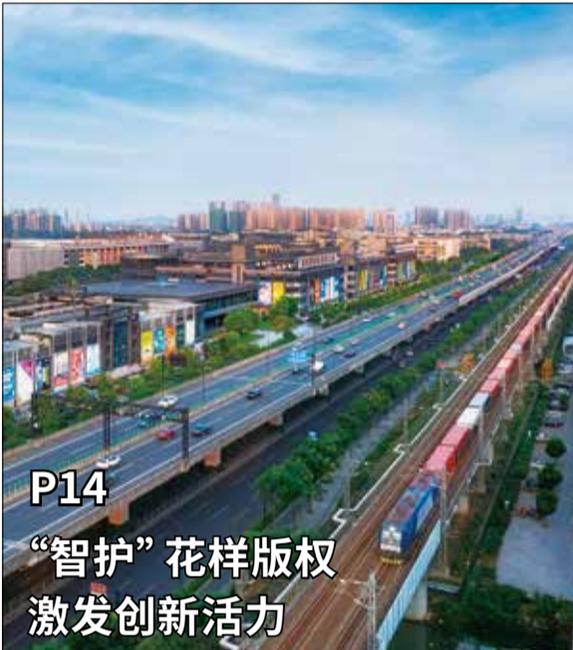
# 纺织服装周刊

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

2021.12.20 | 第47期 | 总第1055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

**P14**  
“智护”花样版权  
激发创新活力

**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](http://www.taweekly.com)

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




**P18**

## 聚焦“双碳”目标,小滤料助力蓝天梦!

**P12**

## 时尚武汉“汉·潮”起航

12月6—8日,2021年全国行业职业技能竞赛——全国纺织行业“阜宁杯”缝纫工(滤袋)职业技能竞赛全国决赛在阜宁举行。



证券简称：泰坦股份  
证券代码：003036



质量 创新  
快速反应



高速并纱机



直驱智能剑杆织机



气动短纤倍捻机



喷气织机



自动络筒机



智能转杯纺纱机



高速 / 高效 / 智能 / 降耗



▲ 针织内衣机



▲ 针织圆机



▲ 喷气织机



▲ 剑杆织机



浙江日发纺织机械股份有限公司  
ZHEJIANG RIFA TEXTILE MACHINERY CO., LTD.  
浙江新昌高新技术园区（南岩）日发数字科技园  
客服专线：400-999-8008  
www.rifatm.com

地址：浙江省新昌县泰坦大道99号 / 邮编：312500  
电话：0575-86288859 / http://www.chinataitan.com

浙江泰坦股份有限公司  
ZHEJIANG TAITAN CO., LTD.

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 许依莉  
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 邹莹颖  
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 张灼焯  
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: 台湾纺织

承印: 北京晟德印刷有限公司

# 目录 CONTENTS

## P06 资讯 Infos

深刻领会全会精神，推动行业改革发展  
汉川制造提出五年倍增计划  
推进党史学习教育走深走实  
雪莲羊绒及手编创意产品文化节举办

## P08 关注 Attention

“入世”20年，中国纺织在参与国际竞争中变强  
管理创新在路上



## P12 特别报道 Special

时尚武汉“汉·潮”起航

## P14 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

“智护”花样版权 激发创新活力  
羽绒服面料商如何为业绩加码?  
传达到心里 落实到行动  
全力打赢新一轮疫情防控阻击战

## P18 产业用 Industry

聚焦“双碳”目标，小滤料助力蓝天梦!

## P20 针织 Industry

协同创新，共促高质量发展

## P22 观察 Observation

奋力书写文化强国的汉服篇章

## P24 品牌 Brand

彰显民族品牌魅力!

## P25 指数 Index

冬市营销环比回升 价格小幅上涨  
市场成交量价平稳 指数小幅回暖

## 每周随笔

# 纾困帮扶“生态思维” 值得关注

原料价格上涨、订单不足、用工难用工贵、物流成本高企、新冠肺炎疫情多点散发……近来，一个个不利因素困扰着企业，特别是量大面广的中小企业，成本压力加大、经营困难加剧。

中小企业是国民经济和社会发展的主力军，在促进增长、保障就业、活跃市场、改善民生等方面发挥着重要作用。在纺织服装领域，中小企业在行业内占比超过90%以上，分布于全产业链的上中下游，是扩大就业、改善民生、促进创新创业、保持创造活力和发展韧性的重要力量。特别是大量“专精特新”中小企业，在技术、产品、管理、研发等方面处于行业先进水平，且具有各自独特的优势和亮点，因此也被喻为“隐形冠军”。

和过去的情况不同，近期中小企业陷入经营困境叠加了新冠肺炎疫情和多种因素的影响，最需要政策帮上一把。11月22日，《国务院办公厅关于进一步加大对中小企业纾困帮扶力度的通知》强调减轻企业负担，帮助企业渡过难关。12月1日，国务院常务会议部署措施加大对拖欠中小企业账款的整治力度。

对中小企业而言，纾困帮扶是“雪中送炭”，其重点在于政策的支持和落地，在于措施的强度和精度，更在于“生态思维”，营商环境对中小企业的孵化和培育值得关注。实际上，中小企业的活力不仅仅来源于肥沃的土壤，更有阳光雨露，还有环境因素等，因此要针对性地帮扶一批市场主体，同时基于生态思维优化整体环境。

中小企业营商环境的改善要有“温度”更要兼顾“精度”。

比如“一刀切”问题，近年来尽管纺织服装业“科技、时尚、绿色”的新定位、新形象深获认可，但由于部分中小企业暴露的问题，导致众多中小企业在改革转型发展中面临被“一刀切”的难题，并由此衍生更多的困境。而在“精度”方面，以中国轻纺城、吴江高新区（盛泽）、沭阳智能针织产业园、西平产业集聚区等为代表的经开区、高新区、产业园在过往经济发展进程中发挥了重要作用，且在未来的发展中被寄予厚望。营商环境的改善可以充分结合各类科技园区的产业发展定位、集聚企业特征、服务生态需求等，利用大数据等信息技术，精准施策，更快速、更有效地培育各具特色的产业集聚区。

中小企业有活力、有灵气，小企业也能办大事。中小企业健康发展，才能有纺织行业的高质量发展，才能为提升产业链供应链稳定性和竞争力、构建新发展格局凝聚更多正能量。

刘嘉

## 本周看点 View point

国家统计局12月15日发布数据显示，11月份，全国规模以上工业增加值同比增长3.8%，两年平均增长5.4%；社会消费品零售总额41043亿元，同比增长3.9%，两年平均增长4.4%；货物进出口总额37164亿元，同比增长20.5%。国民经济继续保持恢复态势，发展韧性不断增强。

——新华社

国家开发银行日前发布《实施绿色低碳金融战略 支持碳达峰碳中和行动方案》，提出到2025年开发银行绿色贷款占信贷资产比重较2020年底提高5个百分点以上，到2030年绿色贷款占信贷资产比重达到30%左右。

——上海证券报

中国人民银行近日发布金融统计数据报告显示：今年11月份，我国人民币贷款增加1.27万亿元。截至11月末，我国本外币贷款余额197.61万亿元，同比增长11.4%，人民币贷款余额191.56万亿元，同比增长11.7%。

——人民日报

据联商网零售研究中心统计，2021年11月全国新开业的商业项目数量33个（不含专业市场、家居商场、酒店及写字楼、纯商业街区，商业建筑面积≥2万㎡），与10月相比下降15%，同比下滑3%。

——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

## 深刻领会全会精神，推动行业改革发展

### 十九届六中全会精神国资国企系统宣讲报告会举办

中国纺联党委办公室 / 供稿



12月2日上午，根据国资委党委工作安排，中国纺联党委组织中国纺联各基层党组织全体党员集中收看学习贯彻党的十九届六中全会精神国资国企系统宣讲报告会。中央宣讲团成员、中央政策研究室主任江金权应邀作宣讲报告。国务院国资委党委书记、主任郝鹏主持报告会。

报告紧紧围绕学习贯彻党的十九届六中全会精神《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》和习近平总书记重要讲话精

神，从十个方面深入解读了制定决议的重大意义和决议的显著特点；系统讲述了党百年奋斗的“四个历史时期”辉煌历程，实现的“四个伟大飞跃”和“三个理论飞跃”，取得的“十三个方面”历史性成就；深刻阐释了“十个明确”的丰富内

涵、“两个确立”的决定性意义和党百年奋斗的“五个历史意义”“十条历史经验”；深入阐述了以史为鉴、开创未来，走好新的赶考之路根本要求。

大家一致认为，中央宣讲团成员、中央政策研究室主任江金权的宣讲报告政治站位高，系统权威，全面深入，内涵丰富，生动鲜活，令人深受教育和启发，让我们对全会的重大意义特别是“两个确立”的决定性意义有了更深刻的认识，对全会的主要精神、重要部署有了

更加全面的理解和更加准确的把握。

中国纺联党委将按照国务院国资委党委书记、主任郝鹏的要求，认真学习领会辅导报告精神，切实把思想认识统一到习近平总书记重要讲话和全会精神上来，把力量汇聚到全会确定的各项任务上来，切实增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，认真学习深刻领会全会精神，坚定信心，增强斗志，进一步推动行业改革发展和党的建设取得新成效，克服各种困难，切实做好各项年底工作，以优异成绩迎接党的二十大胜利召开。

中国纺联党委书记兼秘书长高勇前往国资委主会场参会，党委副书记、会长孙瑞哲，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华以及中国纺联党委委员、纪委委员、各直属基层党组织书记、各部门各单位主要负责人等40余人在中国纺联主会场收看宣讲直播，并分设42个分会场，共有600余名党员和部分职工代表学习观看。

中国纺联副会长夏令敏、孙淮滨及代管单位中因出差、就医等原因未能参加集中学习的中层干部也坚持用手机观看了宣讲报告会。

直击 DIRECT



## 推进党史学习教育走深走实

### 中国纺联党委举办十九届六中全会精神解读培训讲座

为深入学习贯彻党的十九届六中全会精神，推进党史学习教育走深走实，11月30日下午，中国纺联党委举办十九届六中全会精神解读培训讲座。现场直播国防大学教授、中国人民解放军少将金一南以《百年历程 苦难辉煌》为题的精彩课程。

金一南以中华民族的百年救亡、百年复兴为主线，用生动的语言，精彩的故事，丰富的史料和生动的历史细节，对中国共产党为什么能够胜利作了深刻讲解。讲座高屋建瓴、见解深刻，蕴含了厚重的历史责任感，具有很强的现实针对性，既是一场醍醐灌顶的优秀形势报告，也是一堂振聋发聩的优秀党课，对我们全面学习了解党的历史、提升党性修养，坚定理想信念，具有十分重要的指导意义。

本次专题培训形式为线上直播，中国纺联共设10个分会场。中国纺联党委书记高勇，党委副书记、会长孙瑞哲，中国纺联领导班子成员、党委委员、纪委委员及各基层党组织全体党员和部分职工代表共计600余人参加了培训。（中国纺联党办）

品牌 BRAND

## 温暖的陪伴

### 雪莲羊绒及手编创意产品文化节举办

12月1—3日，“温暖的陪伴”雪莲羊绒及手编创意产品文化节亮相北京财富购物中心，雪莲品牌秋冬羊绒新品服装服饰携手羊绒手工编织创意作品，为CBD商圈及全市广大消费者送上了一场今冬羊绒时尚与文化的综合体验。



雪莲羊绒服饰及手编作品吸引了众多消费者。

本季雪莲秋冬新品服装服饰，由中国时装设计“金顶奖”获得者、北京时装设计师协会会长、雪莲集团艺术总监房莹设计开发，力求向消费者传递出雪莲的品牌文化，努力形成区别于当下同质化的产品调性。活动现场营造了凸显品牌风格定位的氛围，让消费者感受到雪莲“品质、可信赖”的价值主张，同时与雪莲店铺形成联动，在文化节期间，为消费者提供服装搭配指导和互动，用心用情回馈新老客户的支持。

现场“雪莲杯”羊绒服饰及手编作品创意邀请赛历届获奖精品展及手编文创展吸引了众多消费者。依托雪莲文创事业和赛事的发展，手工编织创意产品逐渐被越来越多的消费者所喜爱，并成为雪莲品牌向消费者传递手工编织文化，增添生活趣味性的载体之一。活动期间，还安排了著名手工编织专家为财富购物中心会员、手工爱好者提供免费的饰品编织体验教学，充分让大家享受DIY带来的独特乐趣。（罗欣桐）

现场  
SCENE

## 汉川制造提出五年倍增计划

### 中国纺联产业集群调研组走访汉川

本刊记者\_吕杨

11月30日，中国纺织工业联合会产业集群试点考察调研组在湖北省汉川市通过走访浙商产业园、汉正服装城、汉正国际轻纺城、艾尔多姿服饰、天励服饰、雅利达制衣、鱼鹤制衣等典型企业，充分了解了当地服装产业的生产和发展情况。

在座谈会上，中国纺织工业联合会副会长、中国纺联产业集群工作委员会主任夏令敏，中国纺联产业集群工作委员会副主任谢青、中国纺织建设规划院总工程师张杰、中国服装协会副秘书长李昕，湖北省经济和信息化厅消费品工业处处长尹传铭，湖北省服装行业协会执行会长冯力，以及汉川市政协协主席、市纺织服装产业链链长曾耀华，汉川市委常委、副市长鞠鹏程等主要负责人和企业代表畅谈了感想。会议由中国纺联产业集群工作委员会秘书长张海燕主持。

会上，当地领导提出，“十四五”期间，汉川纺织服装产业要实现工业产值翻倍增长。参会代表从自身角度出发介绍了当地产业及企业发展现状，并对未来发展提出了意见和建议。

考察调研组一致认为汉川应聚焦完善的纺织服装链条、全产业，抓住产业转移机遇，全力搭建各个平台，特别是当地检测机构的建立，强化产业发展要素保障，推进产城融合，从而全面提升产业集群化水平；要充分发挥当地行业协会的作用，加强交流形成好的合作氛围；在加强供应链品牌培育的同时，利用龙头效应推动产业转型升级，通过媒体宣传、加强对外合作扩大“汉川制造”的区域品牌影响。

夏令敏在总结时强调，通过对汉川服装产业的了解首先感受到了各级政府的重视以及政策的支持，以此提振了企业家的信心；同时汉川服装有产业基础，“五园一城”发挥着重要作用，产业链比较齐全，企业聚集度相对较高，发展势头强劲，未来潜力巨大。对于产业未来的发展，他建议，第一要坚持品牌化的发展方



调研组走访汉川市，了解当地服装产业发展情况。

向，区域品牌的打造要系统化推进，坚持龙头企业带动集群化发展；第二企业需要快速提升管理水平，从存量上要增量；第三要加强公共服务平台的建设，特别为小微企业提供更多的公共服务；第四企业要走出去，政府、协会提供更多的机会，促使企业提升自身生产制造水平；第五，要加快企业数字化的进程以适应未来发展的竞争力；第六要重视人才的集聚，培育人才和吸引人才要双管齐下。

广告

### ·行业信息+

不断更新的行业信息库——借助新媒体平台，传播频率从每周延伸到每天每时，深度展现一个行业的产经脉络，形成了强大影响力。

### ·媒体平台+

全媒体平台同步传播——平面期刊《纺织服装周刊》，官方网站www.taweekly.com，拥有10万+用户的微信订阅号“纺织服装周刊”“TA潮报”，同步更新于今日头条、一点资讯等平台。

### ·服务价值+

呈现三大维度的服务产品——可以定制的行业传播解决方案、立足企业实际需求的活动推广、实现有效营销的新媒体整合传播。

(以上数据来源于企业)

●《纺织服装周刊》官方网站:www.taweekly.com

●新闻热线:郭春花 010-85229379 新媒体热线:刘嘉 010-85229892  
●广告热线:万晗 010-85229013 发行热线:章简 010-85229023

# 纺织服装周刊

TEXTILE & APPAREL WEEKLY



周刊官微



TA潮报



孙淮滨

# “入世”20年， 中国纺织在参与国际竞争中变强

访中国纺织工业联合会副会长孙淮滨

■ 本刊记者\_徐长杰

20年前的2001年12月11日，中国加入了世界贸易组织（WTO），从今天来看，仍是一个“里程碑”式的事件。20年过去了，今天的中国纺织业早已今非昔比，那么，加入WTO到底为中国纺织业带来了什么？又为中国纺织业开启了怎样的新里程？《纺织服装周刊》特别专访了中国纺织工业联合会副会长孙淮滨，解读“入世”20年来中国纺织业发生的一些深刻变化。



## 黄金增长的10年 贸易、投资自由为中国纺织带来重大机遇

“入世”是中国顺应经济全球化发展潮流作出的正确选择，不仅激活了自身发展的澎湃春潮，也激活了世界经济的勃勃生机。

20年前，德国一名经济学家曾分析，“现在在美国和欧盟这两大市场上，中国有两大类产品很有份额，都超过了50%，一类是鞋，一类是玩具。但中国还有一类产品在欧美市场上的优势并没有充分展现出来，它所占的份额比鞋和玩具要低得多，这个产品就是纺织品服装。”如今，“Made in China”乃至“Design in China”的纺织品服装早已成为全球消费市场不可或缺的重要组成部分。

对比今时今日中国纺织业在全球产业格局中的位置，孙淮滨分析认为，加入WTO带来的两大重要机遇是贸易自由化与投资自由化。

在加入WTO之前，出口配额一直是多数中国纺织企业难以逾越的鸿沟。孙淮滨表示，“入世”后中国纺织最大的机遇就是贸易自由化。打破了配额制的限制，让中国纺织产业迎来了新的贸易发展机遇。

2005年，制衡全球纺织服装贸易达40年之久的配额制寿终正寝。按照当时ATC协定，到2004年12月31日配额取消51%，从2005年1月1日开始，剩余的49%一次性全部取消，也就是说2005年开始，中国纺织开始进入无配额时代，也称后配额时代，中国开始享受到世界贸易组织成员的贸易自由化权益。

从加入WTO开始，中国纺织品的出口开始大幅度增长。“2001年，我国纺织品出口约为530亿美元，到2010年就达到了2500多亿，配额制取消带来的贸易自由化，推动了中国纺织业迎来‘黄金增长10年’。”2014年中国纺织品出口达到了有史以来的峰值——3069亿美元，可以说，这是中国制造在纺织国际竞争领域的充分体现。

第二个机遇是投资自由化。随着出口市场大门的打开，中国纺织企业通过产品走向国门的同时，开始寻求跨国发展，跨国配置产业链和供应链，这大大提高了中国纺织业经济全球化的发展水平，逐步形成了全球各大区域差异化布局的特点，也带动了资本输入国纺织生产、就业和消费的发展。

然而贸易自由化过程也并非一帆风顺。2001年，中国刚刚加入WTO，美国就开始限制中国纺织品进入；2003年，第一起对华特保案针对242段的纺织产品展开；2005年，配额全面取消后，欧美国又签署中欧、中美备忘录延长部分纺织品数量限制时间……

对此，孙淮滨谈到，中国加入WTO后，出口大幅增长，它改变了国际市场原有的贸易和利益格局，甚至有一些国家将贸易问题政治化，产生了贸易摩擦。

“我认为没有必要将贸易摩擦看得像洪水猛兽，只要有这种利益上的不平衡，或是利益结构的改变，就会有一些博弈的过程，这是很难避免的，但坚决反对把贸易问题政治化和无端制裁的行为。我们一方面要坚持平等、公平地参与国际竞争，另一方面也要适应一些国际潮流的变化，比如绿色发展、社会责任等，需要在这方面去适应甚至推动潮流发展。”孙淮滨指出，中国纺织业最终的目的是朝着经济全球化的方向来推动共同利益的实现，来推动合作和共赢。尤其是中国作为一个纺织生产大国、贸易大国，要站在更高的角度来维护世界市场秩序，推动乃至引领经济全球化下世界纺织经济的健康持续发展。

## 纺织强国目标基本实现 深度调整产业格局，推动高质量发展

“入世”20年，对中国纺织产业的重要性其实不仅仅是贸易本身，更为重要的是为中国纺织业带来了先进的技术和管理理念，通过学习、借鉴、改造、提升这些技术和管理，从跟跑、并跑到领跑，不断依靠科技自主创新，提升自身的生产力水平和管理能力；中国经济持续健康发展和人民生活水平不断提高，为中国纺织提供了强大的内需动力，从而让中国纺织实现了从纺织大国向强国崛起的伟大目标。

20年前，孙淮滨曾到新加坡参加亚洲纺机展，令他印象深刻的是当时很少有中国制造的产品参展，无论是可靠性、稳定性还是外观性等方面，都与国外企业产品差距非常大，国产设备还是那种多年不变的“国防绿”。当时，中国每年进口纺机和国产纺机的市场占有率是1:1，进口依存度非常高。

而在“入世”后的20年里，中国纺织机械一直在创新发展、取长补短，如今，中国纺织机械产品销售额国内市场占有率已经达到75%，根据联合国贸易统计数据库统计，中国纺织机械出口额2019年以来跃居全球第一。2020年规模以上纺织机械企业营业收入超过700亿元，出口额达到45亿美元。面对“用工、增效、提质”等方面的挑战和需求，中国纺机装备无论是连续化、自动化、智能化、绿色化还是外观等方面，都在不断精进。

孙淮滨回忆说，20年前曾在一次会议中谈到：美国、欧盟、日本国家和地区，都在出现民用、家用、产业用产品各占三分之一的局面；相反我们国家的衣着用产品要占70%，而家用纺织品、产业用两类合在一起只占30%，这是今后我们产业结构调整的一个非常重要的方向。2020年，我国民用、家用、产业用纤维的比重已达40:27:33。

纺织行业从传统的衣着领域向生产生活的各个领域延伸渗透，从原来的关乎人民的生活质量，延伸到关乎人民的生命质量、环境质量，纤维产品不仅局限于民用、家用领域，功能性纤维产品还广泛应用于航空航天、国防军工、风力发电、土木建筑、汽车工业、轨道交通、海洋工程、光缆通信、安全防护、环境保护、体育休闲等各个领域。

孙淮滨认为，经济的全球化不仅给中国纺织工业带来了很大的贸易和投资机会，同时，国内品牌也开始在国际舞台上有了自己的表达和呈现。显然，这种变化的背后是中国纺织产业链整体实力越来越强，科技创新能力和可持续发展能力以及品牌时尚度都在不断增强的体现，中国纺织已经走上了高质量发展轨道。



## 联动国际国内 中国纺织业步入双循环新发展格局

近年来，全球纺织业受全球金融危机的影响，增速放缓。尤其是近两年来，受疫情影响，全球纺织品进出口贸易更是受到了重创。但与此同时，中国纺织业从未停止前行的步伐，历经深度调整进入到高质量发展阶段。

2020年，新冠肺炎疫情肆虐全球，导致全球部分区域纺织产业链断裂。而我国纺织产业以良好的产业基础、稳定的产业结构。强大的产业韧性优势，积极灵活调整应对，为保障全球防疫物资、维持全球纺织产业链顺畅运转发挥了重要作用。仅2020年3—12月，我国对全球市场出口口罩2242亿只，相当于为中国以外的全球每个人提供了近40个口罩。

2021年，随着中国疫情防控形势好转，中国纺织业率先恢复发展，生产规模已恢复到疫情前水平，出口竞争力稳定释放，内需市场持续回暖，企业效益加速修复。目前中国纺织服装出口占据世界纺织出口的三分之一，在100多个国家和地区都有投资与合作，也涵盖了从原料、设备到最终产品的整个产业链。

当前，中国正在加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。作为中国扩大内需的“主引擎”与经济增长的“压舱石”，消费不仅为中国经济提供了强有力的支撑，也为世界经济复苏提供了强大动力，在构建新发展格局中发挥着重要作用。

据商务部副部长兼国际贸易谈判副代表王文文介绍，目前我国已经成为全球第二大消费市场，今年克服疫情影响，消费对经济增长的贡献率达到64.8%。此外，我国消费结构持续优化，升级类商品销售较快，绿色、健康消费不断扩大。

对此，孙淮滨表示，在双循环背景下，我们要坚持以内循环为主，但它不是把国门关闭，而是需要继续把门打开，进一步坚持开放，提高开放水平，利用国外的各种资源来弥补产业链中的不足，同时我们要参与“一带一路”建设，加强国际产能合作，把国内的一些产能通过国际市场来实现，让国际国内联动起来，这既是对中国经济的贡献，也是对世界经济的贡献。TA

# 管理创新在路上

## 中纺企协十届三次理事会热议 40 年发展

■ 本刊记者\_郝杰 文/摄

中国纺织工业企业管理协会（简称“中纺企协”）于1981年8月成立，至今已经40年。40年来，中纺企协和广大纺织企业一道，努力推进企业改革和管理创新，推进现代企业制度的建立。40年来，管理创新在中国纺织工业由弱到强的发展过程中发挥了重要作用。



本次会议总结了今年行业发展特点，指明了2022年前进方向。图为主会场。

12月8日，中国纺织工业企业管理协会十届三次理事会暨全国纺织企业管理创新40年视频会议举行。会议设北京主会场和各地分会场，来自全国各地的240多家理事单位代表参会。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中国纺联副会长、中纺企协会长夏令敏，中国纺联原副会长陈树津，中国纺联副秘书长、中纺企协副会长叶志明，中纺企协常务副会长谢青，中国服装协会常务副会长杨金纯，中纺企协副会长徐建华、张海燕，中国长丝织造协会副会长廖梦虎、中国服装设计师协会副主席谢方明、中国纺联流通分会副会长于敏静、中国印染行业协会副会长张怀东、中国针织工业协会副会长张希成、中国纺织规划研究会秘书长余湘频、中纺资产管理有限公司副总经理房娜等在主会场或者通过视频参会。中纺企协秘书长朱国学主持会议。

### 发布工作报告，明确工作重点

谢青作中纺企协2021年工作报告，并介绍2022年工作安排。2021年，中纺企协以服务企业和企业家，提升企业现代化管理水平为首要任务，稳步推进各项工作。一是发挥支撑作用，深入开展调研诊断；二是发挥桥梁作用，积极促进交流合作；三是发挥窗口功能，大力支持创先争优；四是提升党建工作质量，完善协会组织架构。

谢青介绍到，2022年中纺企协的重点工作是：以新理念谋划新思路、展现新作为，不断提高党建工作科学化水平；以新思维关注新热点、挖潜新模式，不断提高调查研究成果实际效用；以新优势促进对接和协同，不断提升产业运行效率；以新视角增强平台功能，不断提升重大活动影响力；以新高度开展审定性工作，营造尊重企业家、爱护企业家的良好氛围；以新面貌开展各项服务，围绕企业管理和企业家服务做好各项支撑工作。

徐建华作理事、常务理事、副会长增补情况说明。会议增补王青翠等7人为第十届理事会理事，郭也可等3人为第十届理事会常务理事，朱国学、余湘频等为第十届理事会副会长。

张海燕宣读《关于发布推广第十届全国纺织企业管理创新成果及管理创新成果主创者的决定》。

无锡一棉纺织集团有限公司董事长周晔珺、波司登控股集团副总裁王晨华分别作企业管理创新经验分享。

周晔珺畅谈了参加国务院经济形势座谈会的感悟。李克强总理高度认可纺织业，认为中国纺织是在国际上具有领先优势的产业之一。要鼓励研发，鼓励创新，政策支持研发费用加计扣除，提升行业国际竞争力。提出为中小微企业和个体工商户纾困解难，在延续制度性减税、落实已定缓税政策的同时，研究采取新的组合式、阶段性减税降费措施。同时要稳出口，稳增长，抓住

RCEP生效实施的契机，进一步扩大对外开放，完善增值税留抵退税、进出口支持政策等，保持人民币汇率在合理均衡水平上基本稳定。随后，周晔珺分享了企业向劳动高效型转化的经验。

王晨华介绍了波司登创新内涵及举措。一是激活品牌力量，开启品牌升级战略。二是设计赋能，实现领先新突破，整合国际化优势资源，推动产品时尚化。三是渠道优化，扩大内需新空间，探索新零售运营，培育粉丝经济价值链。四是数智制胜，点燃转型新引擎，全链协同，构建优质快反供应链体系。

### 加强管理创新，建设新发展格局

中纺企协自建会起，就把推动企业改革和管理作为主要任务。夏令敏以“管理创新在路上”为题对全国纺织服装企业管理创新40年进行了总结。他评价说，中国纺织行业企业的管理创新始终坚持以人为本，为行业培养了大批优秀人才，打造了庞大的生产、技术、管理、运营队伍。中国纺织企业的管理创新始终以提高企业的竞争能力为目标，不断提高生产运营效率，降低成本，增加效益。中国纺织企业的管理创新始终以技术发展作为支撑。信息技术的快速迭代为企业管理水平提升、组织结构优化、运营效率提升提供了强有力的支撑。数字化、网络化、智能化已在全行业深度融合。

在回顾了改革开放推进企业管理现代化探索与实践后，夏令敏提出新时代管理创新的主题与路径。今后，纺织企业还要加强管理创新，保证持续的技术创新能力；加强管理创新，加快数字化进程，也通过数字化进一步推动管理创新；加强管理创新，促进产品开发，促进品质提升；加强管理创新，增强绿色可持续发展能力。

企业管理创新应着重在供给侧结构性改革上发力，以创新为引擎，完善产业链、供应链，助力建设新发展格局。围绕这一中心任务，他建议企业加强以下四方面工作：一是推进管理创新，要顺应数字化、网络化、智能化趋势，加快推进两化融合。二是推进管理创新，要紧扣消费者需求和市场潮流，提升快速反应能力。三是推进管理创新，要坚持绿色发展，促进“双碳”目标落地。四是推进管理创新，要加强人才队伍建设。

### 新的发展阶段，要有新的作为

孙瑞哲以“融入时代大潮 服务企业发展”为主题作报告。他分析了行业形势和发展情况，并对企业发展提出建议。孙瑞哲指出，今年纺织行业总体实现了平稳健康发展，也表现出了强大韧性和活力，为稳经济、保民生、促就业、防风险做出了突出贡献。

对于2022年行业走势，孙瑞哲认为，行业具备了平稳向好的条件和基础，但是要看到形势依然错综复杂，发达国家就业和消费改善的势头有所减弱，国际市场需求回暖依然面临压力。另外，大宗商品的价格依然在高位运行。通货膨胀的预期在增强，将影响到政策走势，所以，不稳定不确定的因素仍在增多。预计2022年纺织行业将回归到低速运行态势，纺织行业的发展把维稳作为明年工作的重点。

孙瑞哲提出，企业要关注四个方向：一是坚持创新驱动，重点形成科技创新的发展新动力。二是坚持数字化转型，打造数字经济体系新优势。三是坚持“双碳”目标，抢占绿色发展的高地。四是坚持内外协同，构建优势互补的发展新循环。TA

# DELLMA

## 缔尔玛





1.2021 武汉时装周时尚高峰论坛上，“时尚买手联盟”正式成立。  
2. 韩国时尚趋势发布等国际元素的融入，扩大了武汉在海外“朋友圈”的文化影响力。  
3.4. 劳伦斯·许、张肇达等知名设计师亮相武汉时装周，充分展现了武汉的时尚活力。  
5. 2021 武汉时装周时尚高峰论坛展开了关于时尚与产业的探讨。

# 时尚武汉“汉·潮”起航

## 2021 武汉时装周盛大举行

■ 本刊记者\_吕杨

2021 武汉时装周以“汉·潮”为主题，在拥抱传统文化，用行动演绎中国自信、武汉自信、时尚自信三大特性方面着重发力，就文化传承、艺术跨界、原创设计等话题不断探索，展现了武汉时装周在时尚领域的影响力与创造活力。

12月3—6日，2021 武汉时装周在湖北省武汉市江汉区红 T 时尚创业街区盛大举行。时装周由武汉市人民政府主办，武汉市发展和改革委员会、江汉区人民政府承办，武汉市城投集团运营管理。

4天的时间里，13位设计师、10家成衣品牌，从开幕大秀到23场时尚秀，武汉时装周尽显中国传统文化底色。

### 推动武汉时尚产业高质量发展

中国纺织工业联合会副会长徐迎新表示，今年正值“十四五”开局之年，在全面建成小康社会的基础上，人民群众对美好生活的需要持续释放，行业也明确了2035年远景目标：要成为世界纺织科技的主要驱动者、全球时尚的重要引领者和可持续发展的有力推进者。武汉作为一座具有变革和开放精神的国际化城市，在以往的发展历程中曾创造过多个第一，武汉也因时尚而精彩。作为中国最早建立现代纺织服装工业的城市之一，武汉有着坚实的产业基础、完整的产业链条、完备的产业配套，也有着引领魅力城市的时尚基因。武汉时装周以时尚语言传递城市风貌，十年不懈发展的品牌魅力，不仅成为武汉时尚产业的活力引擎，更成为拉动产业发展、宣传城市形象的国际性平台。

他还希望，在共同推动武汉时尚产业的高质量发展上，要以文化创意赋能产业创新；以数字经济赋能产业升级；以消费扩容

赋能产业发展；以区位优势赋能产业重塑。

武汉市人民政府党组成员王清华在致辞时强调，时尚产业的发展对于提升城市品位和塑造城市品牌具有重要的推动作用。本届时装周以“汉·潮”为主题，融合了本土时尚、历史传承和时代创新，在坚持弘扬传统文化的同时，突出思路创新，引入更多国际资源，加速构建时尚国际交往平台，彰显城市魅力，引领时尚生活，这是武汉时装周的初心和担当。自2012年诞生之初，武汉时装周始终与城市的发展同频共振。十年来，武汉时装周作为深耕宣传城市和培育时尚消费的主阵地，已经成为中部地区最大的时尚产业发展平台。十年来，武汉以创意时尚带动产业发展，服务业增加值即将突破万亿元，2020年占GDP的比重超过了60%，吸纳社会就业超过了70%，正在迈入服务经济时代。十年来，武汉一直在建设国家中心城市、长江经济带核心城市、国际化大都市的征程上昂首阔步，越走越有国际风范。今天的武汉，生机无限、活力迸发。在经历疫情的大考后，英雄城市克难攻坚的精神特质深入人心，经济社会稳步发展，擦亮了武汉疫后重振的风采。

2021 武汉时装周从中国自信、武汉自信、时尚自信三大特性出发，以时尚的角度讲述中华文化故事，拥抱中国传统文化，极力探索“汉·潮之美”，呈现出一个万象更新、蓬勃向上的时尚行业新生态。

### 共话时尚语境下 传统文化的传承与创新

值得一提的是，时装周开幕大秀打破了以成熟商业品牌开幕的惯例，两位知名设计师劳伦斯·许和张肇达突然联合打造新颖的沉浸式时尚秀演，设计灵感均来源于中国传统服饰——汉服。中华民族传统服饰在武汉时装周上以新锐的风格得以演绎，凭风华素羽，造霓裳华服，对细节的考究、对面料的追求、对剪裁的苛刻，无一不展现着中华民族传统服饰在当代的时尚生命力，生动诠释新时代中国时尚的崭新内涵。

本届时装周舞美设计充满传统文化元素和质感，充分彰显武汉建设国际化大都市的气魄情怀。无论是内容上的精益求精，还是呈现上的至臻至善，都力求在传播中国美学、助推武汉时尚行业发展中，激荡起大众对时尚行业掀起“汉·潮”美好未来的全新期待。

2021 武汉时装周堪称吹响了设计师名师的“集结号”。知名设计师劳伦斯·许、华人时尚文化大使、双“金顶奖”设计师张肇达等13位优秀设计师倾情集结，通过非凡的创意形象展现武汉城市活力和在时尚领域的发展进步，“让世界看见武汉美”成为设计师们的共同追求。

时装周闭幕式上，组委会为8位设计师颁发了“新锐设计奖”，他们平均年龄在30岁左右，显示出了武汉新生代本土设计力量的强大活力；劳伦斯·许和张肇达两位大师获得“时尚推动奖”；组委会还颁发了“十佳模特奖”。

23场时尚大秀中，武汉本土设计师也将具有武汉本土特色的传统文化服饰带上秀场，演绎他们心中的武汉风情。据介绍，今年的23场品牌发布秀首发比例超七成，发布近500套新款服装，达到历史新高。以“首发”引领，将进一步提升武汉时装周的时尚原创力、品牌集聚力和产业辐射力。

此外，本届时装周还呈现出强烈的传承传统文化色彩，掀起了“汉服”为代表的中华传统服饰时尚风潮。时装周期间设置了非遗秀场，武汉商学院非遗刺绣传承人工作室带来的绣上艺美和方依依带来的旗袍惊喜亮相。他们带领观众穿越时空，去到属于衣香鬓影的旗袍年代，遇见百年前繁华比肩“芝加哥”的大汉口，进行了一次关于“汉·潮”风尚的对话。

### “汉·潮”是武汉的潮，是汉文化的潮

“汉·潮”是武汉的潮，是汉文化的潮，是中华上下五千年面向世界的潮。现如今年轻人越来越喜欢汉服文化，甚至外国友人也以穿汉服为时髦。从设计之都展开的武汉传统元素正在复苏，在时尚魅力的推动下，向着国际化时尚大都市奔跑。

疫情让中小服装品牌反思经营模式和发展策略

略，这几乎成为整个行业的共识。本届武汉时装周重点推动设计师品牌与供应链的对接以及数字化转型，积极扶持武汉本土设计师和中小服装企业品牌。

本届时装周首次实现全线“线上线下一体化”，23场时尚秀均落地即秀即买模式，这是近年来武汉时装周追随新消费浪潮的涌起，积极布局产业发展，让更多新锐时尚品牌站到消费者面前的重要举措。

国潮，是寻找传统文化与产品的关联，将民族元素与产品视觉表达相结合所做出的跨界吸睛流量创新，而“汉·潮”涌动，则是将武汉传统文化、城市文化、地标元素与流行产品深度融合，重新将精华提炼得出绝美元素，打造全新的品牌体验，培养出受年轻消费者青睐的新品牌。

本届时装周推出了武汉时尚地图，发掘本土“宝藏店铺”，大力推介本土品牌，并在时尚高峰论坛上成立“时尚买手联盟”。另一方面在线下深化商圈合作，开展时尚主题秀、快闪秀、儿童模特大赛、潮流派对等创意活动，满足市民多样的时尚消费需求。韩国时尚趋势发布等国际元素的融入，也将进一步加快武汉时装周的国际交往步伐，扩大海外“朋友圈”文化影响力。

在全球疫情形势仍未得到全面控制的当下，全球各大线下时装周活动刚从一整年的停摆中缓慢恢复。而武汉时装周此次的成功举办，既得益于防疫政策的成功，又玉成于武汉这座城市的不懈努力，可以说，此次2021 武汉时装周里所展现的“汉·潮之美”是国家之美、时代之美、武汉之美。相信“汉·潮”会指向新的时代坐标，新一代的时尚力量，将会在武汉未来涌起更加滚滚的大潮。

### 十年踔厉奋发，十年活力澎湃

今年是武汉时装周创办的第十年，2021 武汉时装周在推动时尚产业发展的道路上，“WE ARE SAILING”。

十年前，武汉时装周首次举办。从最初邀请国外大牌来武汉走秀，到如今影响力直线上升，成为时尚人士不可错过的一站，武汉时装周在推动打造城市名片、时尚产业发展的道路上从未止步。十年间，武汉时装周作为城市文化品牌多次破壁出圈，所带来的影响力已渗透至城市的各行各业，成为展示武汉国际形象的靓丽名片。

十年间，武汉时装周推进了从T台到产业的转换，进一步完善了时装周商贸对接功能，确立了“创意设计”与商业落地并重”的核心定位。

先后搭建动静态展销体系，线上线下融合销售，SHOWROOM推广，江汉区出台“首店经济”政策予以扶持，助推20多个设计师品牌落地，帮助创新设计品牌探索艺术与商业结合的可能性，十年来武汉时装周成为孕育大批年轻时尚设计师成长的丰厚土壤。

十年来，武汉时装周始终致力于通过聚集时尚品牌、推广前卫理念、广泛结合社交媒体，发挥提振消费的更大价值。武汉时装周组委会负责人表示，武汉时装周一直在探索符合自身发展的道路，力争通过时装周平台服务好城市发展、产业创新的方方面面。

十年如一，武汉时装周从未放弃对时尚与美的追求。在时尚的道路上，武汉时装周不断注入时尚潮流文化，活跃文化内涵，带着自信坚毅与对未来的希冀，坚定展示着武汉速度与武汉信心。武汉不仅是交通枢纽，更是交织文化与时尚的纽带，连通国内与国际，传统文化与世界碰撞的花火，将使武汉时装周绽放异彩。民族的也是世界的，武汉将以“汉·潮”风尚为起点走向新征程。TA





中国绍兴柯桥（纺织）知识产权快速维权中心通过AI赋能，加快纺织类外观设计专利审查和授权，跑出7天专利授权“加速度”。

# “智护”花样版权 激发创新活力

## 柯桥以 AI 赋能跑出 7 天专利授权“加速度”

■ 本刊记者\_王利

创新是引领发展的第一动力，保护知识产权就是保护创新。近年来，我国全面加强知识产权保护工作，从顶层设计到实际落地、从国际合作到市场竞争、从法治提升到社会舆论等，大力营造市场化、法治化、国际化营商环境，激发各类市场主体创新活力，加快建设国际知识产权保护高地，对激励创新、打造品牌、规范市场秩序、扩大对外开放发挥了重要作用。

柯桥作为全球知名纺织产业集群，随着时尚创意能力的提升，每天都有大量的新花型诞生，如何保护花样版权对于提升企业原创积极性，激发产业创新活力尤为重要。近日，中国绍兴柯桥（纺织）知识产权快速维权中心（以下简称“快维中心”）通过国家知识产权局验收，全国首家纺织行业知识产权快速维权中心的正式投入使用，打通了知识产权创造、运用、保护、管理、服务的全链条，推动了建设支撑国际一流营商环境的知识产权保护体系的进程。去年以来，柯桥区积极拥抱浙江省数字化改革浪潮，研发建成全国首个“中国纺织面料花样版权数据中心及AI比对系统”。而“快维中心”通过AI赋能，搭建起纺织品“花样数治”应用平台，加快纺织类外观设计专利审查和授权，授权时间由6个月压缩至7天内，实现了柯桥区专利授权“加速度”。

### 数字赋能 开启版权保护 AI 时代

在浙江省高质量推进数字化改革的大背景下，柯桥知识产权保护也搭上了数字化快车，与区域纺织优势产业发

展紧密结合，以全国首个花样版权AI对比系统为牵引，不断完善保护体系，在花样版权保护中实现“突围”升级，优化市场营销环境，推动纺织创意产业良性发展。

作为国家知识产权强县工程试点区，柯桥依靠庞大的市场体量以及十余年的知产保护工作，在知识产权领域创造的价值极其丰硕。但因花样版权维权时间长、人工比对精确度不高、侵权违法成本低等原因，也存在花型设计企业登记意愿不强现象。作为花样版权AI对比系统的研发负责人，浙江工业大学之江学院博士郑德均深知花样版权保护对于柯桥纺织行业发展的重要性。

“花样版权AI对比系统针对布料图案版权抄袭、篡改、异地重复登记等现象，建立‘一图一ID’数字‘身份证’，进行‘户籍式管理’，可实现‘秒级’查询反馈，即使是将设计元素全部打乱，重新编排，也可以进行溯源。还可对花样的创新度、相似度等提供详尽、量化的比对分析报告，细致到每个小结构和框角，准确率达99%，使纺织面料花样版权可以更快、更精准、更及时得到保护。”郑德均说道。

据了解，花样版权AI对比系统最多可同时进行数十个

花样的批量比对，并作出比对鉴定报告，让信息技术精确甄别替代人工感官识别。该系统自全面投入运行以来，已收录浙江各地近10年登记的花样版权图案10.6万件，入库比对花型10706张，AI比对11.42亿次，成功鉴定重复和盗版登记花样1600余个，占比10.91%，其中异地重复登记占比达8.46%，成功破解重复登记、盗仿登记的历史难题。

### 多方联动 构建全面协同保护体系

知识产权保护是一项系统工程，覆盖领域广、涉及方面多，需要打通知识产权创造、运用、保护、管理、服务全链条，健全知识产权综合管理体制，构建全面协同保护体系。为进一步加强花样版权保护力度，柯桥区积极探索多功能跨层级、跨部门、跨门类、跨区域的全面协同保护体系，合力提升知识产权价值，转化智力成果。

据柯桥区市场监管局党委书记、局长娄东寅介绍，“‘快维中心’为经营户提供纺织类外观设计专利的确权、授权，7天内就可完成纺织类外观设计专利审查和授权，方便、快速、精准。同时，提供花型图案版权、商标、专利等知识产权的维权‘全生命周期’一站式服务，将原分散在工商、科技、文广、质监等部门的知识产权管理职能统一归口由市场监管局管理。”

为切实帮助市场经营户解决维权时间长、成本高的难点和痛点，柯桥积极构筑集行政保护、司法保护、仲裁调解、行业自律“四位一体”的知识产权保护体系，建立专司花样版权纠纷案件的巡回审判法庭，设置“市场纠纷直通车”，推行“简易维权”新模式，将市场纠纷调解与司法确认程序无缝衔接。同时，在市场内设立知识产权多元调解室，实现调解力量多元化，确保纠纷矛盾化解“最多跑一地”。

“2019年，柯桥联络山东潍坊、江苏南通、广东佛山等全国主要纺织产地，签署《四省纺织品花样版权保护联盟协作机制》，形成纺织品市场版权保护‘协作联合体’，开创全国花样版权保护领域跨省合作先河。接下来，我们希望让花样版权AI对比系统率先在这四地进行试用，并逐步推向全国，打通各地信息孤岛，在案件移送、取证、送达和执行等方面，实现互相协作、信息互通、资源共享，构建协同保护体系。”娄东寅说道。

今年以来，柯桥区新增专利授权1327件，其中发明专利授权145件，同比增长367.7%，累计获得各类专利

### “快维中心”7天内就可完成外观设计专利授权，被侵权后会有相关人员协助处理，确权、授权、维权快速有力，对创新型企业而言无疑多了一层保障。



41639件，其中纺织类约占70%；1—10月，柯桥区知识产权保护中心共受理花样版权登记申请7871件，较去年同期增长60%以上，知识产权保护工作取得显著成效。娄东寅表示，未来柯桥的花样版权保护工作将进一步夯实阵地联盟建设，形成多部门、多地区携手合作的大协同大保护格局。

### 高效落地 打造国际一流营商环境

作为中国轻纺城纺织全产业链的核心节点，花样图案设计一直是市场创意产业的重中之重。“快维中心”依托花样版权AI比对系统，为许多原创设计能力较强的企业撑起一把有效“保护伞”，并带动更多企业形成自主研发意识，营造尊重原创良好氛围，打造国际一流营商环境。

作为“国家数码印花产品开发基地”，浙江红绿蓝纺织印染有限公司是一家集研发、生产、销售中高档女装印花面料于一体的印染企业，每天可开发20—25只新花型，以产品创新推动公司的可持续发展。公司大量的原创设计花型在赢得国内外客户青睐的同时，也面临被同行模仿的困扰。在得知柯桥成立“快维中心”后，该公司立刻提交了备案申请，早早准备好了外观设计专利注册所需的资料和最新研发的花型样本。

“以前我们很多热销花型都进行了花样版权登记，但是花样版权难被认定、在被侵权时取证困难，时间和人力成本高，很难维权。新花型的流行时间不长，拼的就是时效性，注册最少需要一个月，甚至几个月，如果被侵权后走司法程序，等法院判下来，这个花型也已经过时了。‘快维中心’7天内就可完成外观设计专利授权，被侵权后也会有相关人员协助处理，确权、授权、维权快速，对创新型企业而言无疑多了一层保障。”红绿蓝纺织办公室主任陶海军说道。

自“快维中心”投入使用后，柯桥掀起了外观设计专利申请的热潮，越来越多的企业以行动践行对原创设计的尊重。绍兴市振尹纺织品有限公司主营棉、人棉、可再生类针织、梭织、印花、绣花等多元差异化产品，曾经多次想申请版权或专利，却因为注册时间长、维权成本高而放弃。“‘快维中心’成立后，我们积极提交了备案申请，希望新产品得到有效保护，也为柯桥知识产权保护工作贡献一份力量，共同营造良好的创新氛围。”振尹纺织总经理俞振威说道。

在高水平打造新时期“国际纺织之都”过程中，知识产权的培育与保护对推动“产业+市场”的独特优势将愈发重要。随着“快维中心”和花样版权AI比对系统作用不断显现，将进一步激发柯桥纺织行业企业的创新动力和活力，打造贯穿人才链、创意链、产业链、金融链的纺织产业协同创新生态系统，构建知识产权保护“柯桥模式”，助力纺织时尚创意产业蓬勃发展，以“领跑竞跑”的使命担当推动柯桥纺织高质量发展。TA



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。

# 羽绒服面料商如何为业绩加码？

## 中国轻纺城羽绒服面料产业发展观察

■ 实习记者\_林晨莉 文/摄

中国轻纺城一直以来以时尚女装面料闻名，而季节性较强的羽绒服面料，正逐渐跳脱季节因素，成为强化中国轻纺城女装面料魅力印象的瞩目焦点。

尤其是近年来，得益于渠道变革、科技创新等举措，羽绒服终端市场迎来一波利好。以国内羽绒服龙头品牌波司登为例，今年“双11”波司登实现了全渠道销售额突破27.8亿元的业绩，并且在之后的线上线下销售中，始终保持着高曝光率和市场热度。这得益于波

司登通过一系列尖端科技，提升了品牌的价值属性，其发布的登峰系列羽绒服（1.0、2.0）在羽绒、面料、设计、工艺等方面下了功夫，各项指标均以行业顶尖水准呈现，刷新了顶级羽绒服的配置水准，带动了产业链上下游供应商的信心。

位于产业链上游的羽绒服面料商，是终端羽绒服品牌实现创新和良好业绩的重要助力。在千亿级产业集群中国轻纺城，羽绒服面料企业为提升核心竞争力，走出了怎样的特色化创新之路？

### 路线一：延伸产业链条，始终聚焦“用户”

近年来，以浙江点线面纺织品有限公司为代表的羽绒服面料企业深耕女装领域，以消费者需求为核心，致力于改革传统制造，走在行业数字化改造前端。前身是染厂的点线面纺织，于2007年独立发展成为羽绒服面料及成衣加工厂，经历了从数码印花、羽绒印花到羽绒面料供应和羽绒成衣出品等一系列发展、变化，在2019年完成了近50%的业绩增长，即使是在疫情影响严峻的2021年，依然保持着20%—30%的业绩增长，长期与雅莹、音儿、卓雅等四季女装面料企业保持良好合作关系。

该公司董事长赵玉峰告诉记者，业绩的快速增长，秘诀在于在行业中摸爬滚打一段时间后摸准了行业脉搏——面料商与供应商、品牌商之间应该携手共进，共同面对终端“用户”，只有携手合作伙伴找准、抓住终端用户的需求，才能实现业绩增长。

他举例道，“从用户角度来看，如今的消费者，购买羽绒服的核心诉求，已不止于保暖，而是更多地倾向于时尚、舒适、功能等综合性元素。”

为了适应市场需要，点线面纺织近年来积极进行了全产业链布局。赵玉峰谈到，公司准备在轻纺城外围筹建一家品质要求比肩东丽、帝人同等标准的印染加工厂。通过印染这一后整工序，提升公司的销量。

“打个比方，目前我们的市场、用户需求已经达到4.0，但工厂和企业的制造能力还在1.5—2.0之间。双方得不到有效匹配和弥合。”赵玉峰希望打造一个可提供稳定品质的生产链。

在销售端，点线面纺织与阿里巴巴的“犀牛智造”建立了合作关系，承接大淘系的资源。犀牛智造工厂是具有互联网公司特色的“数字化工厂”，积极打造柔性供应链公共服务平台，相比传统工厂的“以产定销”模式，犀牛工厂走的是以消费者需求为中心的“以销定产”之路。点线面纺织通过对接“犀牛智造”的大数据资源，及时洞察商家需求和终端流行趋势，在羽绒服面料、概念款的打造、供应链的梳理等方面，实现了效率与业绩的双提升。

在常态化疫情防控和中国制造业升级的关键时期，发展壮大工业数据经济，加快制造业结构性改革，是实现高质量发展的必由之路。致力于建设新时期“国际纺织之都”、全力打造“数智轻纺城”的中国轻纺城，正在革新传统生产模式，领跑以数字化引擎赋能纺织产业高质量发展的大潮流，始终走在第一线。



### 路线二：做精做深面料的科技属性

在中国轻纺城，羽绒服面料企业的转型着力点各不相同，区别于以点线面纺织为首的向产业链上下游延伸的发展路线，更有企业专注于提升面料的工艺和特性，做精做深面料的科技属性。

面料的功能性是后疫情时代行业企业的关注重点。在羽绒服面料方面，除了三防（防水、防尘、防油）外，防静电、吸湿、排汗、抗菌、防紫外线等功能也在同步上线。

位于轻纺城联合市场C区4楼、专营羽绒服面料的绍兴风向标纺织品有限公司就是功能性面料的领军者之一。

今年，风向标纺织新推出的“感光”“夜光”两款功能性羽绒服面料受到市场追捧。其产品一度被淘宝一姐薇娅选中，成为直播间的座上宾和明星同款。风向标纺织销售总监董令鹤告诉记者，“‘感光’羽绒服面料在室内看上去和普通数码印花没什么两样，但是到了室外，隐藏的花型就会显现出来，具有很强的视觉冲击感。”

董令鹤进一步介绍到，“这种功能性面料很适合直播间和线上销售，能够快速激起消费者的兴趣。底布使用的仍是传统羽绒服面料，其巧妙之处在于花型隐藏在面料纱线中，原料一遇紫外线就会产生化学反应，并且在不同角度下会呈现出不同的颜色。”

“夜光”面料是风向标纺织的另一款吸睛面料，据介绍，光线充足时“夜光”面料毫不起眼，在无光源时，则会呈现萤火虫般的华丽效果，因而得名。

功能类面料的崛起，虽然仍待市场检验，但其特殊性和差异化，不仅极大地吸引着消费者，也在一定程度上延续羽绒服面料品类的生命力。董令鹤表示，目前，诸如高梵、鸭鸭等羽绒服品牌都在持续增加与风向标纺织的合作。作为创立于2019年的面料企业，公司正在以1000%的业绩增速构建自己的销售版图。

今年或许又是一个暖冬，但对羽绒服面料来说，求新求变的差异化之路，开拓与守成的创业精神，正在不断为轻纺城时尚女装的美好前景和未来注入新鲜能量，也为持续孵化创新企业的“产地”中国轻纺城的未来加码赋能。TA

聚焦  
FOCUS

## 传达到心里 落实到行动

### 轻纺城建管委召开贯彻落实省委“六讲六做”大宣讲活动动员部署会

■ 本刊记者\_郭莹颖 文/摄

为深入学习贯彻党的十九届六中全会精神，结合柯桥区委书记陈豪在中国轻纺城宣讲全会精神时强调的“轻纺城作为柯桥区经济高质量发展的主阵地、领头雁，要勇挑重担、勇当标杆，真正把党的十九届六中全会精神转化为柯桥高质量发展的生动实践、强大力量，为柯桥领跑竞跑、共富先行作出新的更大贡献”的会议精神，12月2日，中国轻纺城建管委召开贯彻落实省委“六讲六做”大宣讲活动动员部署会。

委机关全体行政事业人员、区开发经营集团和轻纺城股份公司分管负责人、派驻机构负责人、委直属企业党组织负责人、市场党委所属党组织负责人共计100余人参加本次会议。部署会由中国轻纺城党工委副书记、轻纺城建管委副主任钱苗娣主持。

钱苗娣在会上部署中国轻纺城贯彻落实省委“六讲六做”大宣讲活动方案。大宣讲活动的总体目标在于围绕深入学习贯彻党的十九届六中全会精神，依托“六讲六做”大宣讲活动总牵引，充分发挥“纺城有家”“纺城百晓金”等学习宣讲品牌作用，把六中全会精神转化为干事创业的强大动力，为中国轻纺城高质量发展而不懈奋斗。

在明确大宣讲活动的主要内容下，通过组织领导干部示范讲、专家学者深入讲、新闻记者贴近讲、基层干部入户讲、青年群体互动讲、特色团队志愿讲的大宣讲活动，推动全会精神更好走进千家万户。为此，建管委在举行动员部署会的基础上，积极组建全委1+6“大宣讲团”，开展领导干部宣讲活动，开展集中性培训，实施宣讲全覆盖行动，深入推进群众性宣讲宣传，确保宣讲活动落地、取得实效。

会上，青年党员代表、市场支部代表、市场经营户代表、派驻单位代表、媒体代表等宣讲代表结合自身实际，分别作表态发言。

中国轻纺城党工委副书记、轻纺城建管委主任冯华林在动员会上强调：一要提高思想认识，以更高的政治站位深入开展大宣讲活动。开展“六讲六做”大宣讲，是浙江学习宣传贯彻党的十九届六中全会精神的省域方案、特色载体，是浙江充分彰显红色根脉的政治责任、争当学懂弄通



会议现场。

做实六中全会精神排头兵的具体行动。要深刻理解省、市、区委重要部署精神，以高度的政治责任感和使命感抓紧抓好抓实成效。

二要深入学习领会，讲深讲透党的十九届六中全会精神。要讲深讲透，“两个确立”是党和国家根本利益之所在，实现中华民族伟大复兴之所需；要讲深讲透，总结党的百年奋斗重大成就和历史经验；要讲深讲透，党的百年奋斗的主题主线和重大成就；要讲深讲透，中国特色社会主义进入新时代的历史性成就和历史性变革；要讲深讲透，党的百年奋斗的历史意义和历史经验；要讲深讲透，以史为鉴、开创未来的重要要求。

三要加强宣传报道，牢牢把握学习宣传的重点内容。理论宣讲是将科学理论转化为生动实践最重要的桥梁通道。各党组织要充分借鉴和运用成功经验，积极创新办法、拓宽渠道，要带头宣讲出力度，分类宣讲出深度，全员宣讲出热度。

下一阶段，中国轻纺城将持续掀起六中全会精神大学习、大宣讲、大落实的热潮，把学习热情和宣讲成效转化为推动中国轻纺城高质量发展的生动实践、强大力量。

## 全力打赢新一轮疫情防控阻击战

### 轻纺城建管委召开市场疫情防控工作会议

■ 本刊记者\_郭莹颖

当前新冠肺炎疫情形势严峻，为坚决阻断疫情传播渠道、科学精准有效防控疫情，12月10日，中国轻纺城建管委召开市场疫情防控工作会议，传达贯彻市区两级疫情防控工作的会议精神，并就下一步疫情防控工作进行部署。

轻纺城建管委全体班子成员，开发经营集团公司，轻纺城股份公司分管负责人，各营市场主要负责人，派驻部门（轻纺市场派出所、巡特警托运中队、轻纺城交警中队、轻纺城市场监管分局）主要负责人参会。会议由中国轻纺城党工委副书记、轻纺城建管委副主任钱苗娣主持。

会议听取了各市场业主就近期疫情防控工作专题汇报，各市场主体目前已从宣传工作落实、公共场所疫情防控、防疫物资储备、应急方案制定等方面严抓疫情防控。

轻纺城建管委副主任罗为民布置当前市场疫情防控工作。罗为民表示，各市场要守好小门，确保市场在防控一级响应期间有序运行、和谐

稳定；要值好班，实行24小时应急值守，保持应急状态，压实工作责任；要督查好，各市场要安排人员进行巡逻督查，确保力量在岗位，充分发挥网格员的作用；要做好应急预案，及时修订完善疫情防控期间的应急预案，备足备好应急力量和物资。

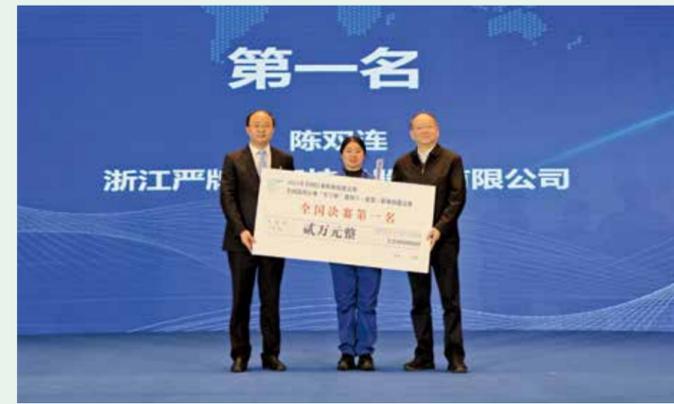
中国轻纺城党工委副书记、轻纺城建管委主任冯华林就市区两级疫情防控工作的会议精神进行传达，并对市场从严守护防疫线作出强调。冯华林表示，中国轻纺城作为柯桥城市形象的“金名片”和经济发展的“核动力”，要在确保疫情有效稳控的前提下，全力稳市场、稳经济、稳发展。各市场要做到认识再提高，全面紧起来、严起来、动起来；短板再补齐，落实落细各市场管控要求，严格落实公共场所的测体温、戴口罩、查验“两码”等防控措施，守牢“小门”，牢牢掌握疫情防控主动权；责任再落实，充分做到建管委的督查责任、企业的主体责任、有关部门的相关责任等三方责任到位，继续向着建设新时期“国际纺织之都”的目标勇往直前。



论坛的举办，将有效促进环保滤料产业的高质量发展。



会议期间举行了中国（阜宁）绿色低碳产业示范园启动仪式。



与会领导为第一名获得者颁发“全国纺织行业技术能手”奖杯、荣誉证书和奖金。



中国产业用纺织品行业协会为阜宁授予了“十三五”优秀公共服务平台牌匾。

# 聚焦“双碳”目标，小滤料助力蓝天梦！

## 第七届阜宁滤料节系列活动落幕

■ 本刊记者\_王利

“十四五”时期，我国滤料产业坚持绿色低碳发展理念，大力发展以环保滤料产业为代表的绿色产业和绿色经济，聚焦全产业链，走好“双碳”目标之下的高质量发展新路径。阜宁作为全国最大的环保滤料产业集群，积极培育绿色产业的沃土，切实把生态优势转化为发展优势，为推进行业绿色可持续发展提供了阜宁方案。

12月8日，由2021年第七届中国（阜宁）环保新材料创新论坛、2021年全国行业职业技能竞赛——全国纺织行业“阜宁杯”缝纫工（滤袋）职业技能竞赛全国总决赛、中国产业用纺织品行业协会过滤与分离用纺织品分会会员大会、中国产业用纺织品行业协会集群工作会议、中国产业用纺织品行业研发基地复评等系列系列活动组成的第七届中国（阜宁）滤料节系列活动圆满闭幕。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、副会长李陵申，中国工程院院土孙晋良，中国财贸轻纺烟草工会二级巡视员吕杰，中国纺联人力资源部副主任、纺织行业职业技能鉴定指导中心主任孙晓音，中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅等行业、院校领导嘉宾，以及盐城市副市长唐敬，阜宁县委书记张利华，县委副书记、代县长许根林等当地领导出席第七届中国（阜宁）环保新材料创新论坛暨第二届中国纺织行业“阜宁杯”职业技能竞赛颁奖典礼。

### 第七届中国（阜宁）环保新材料创新论坛：探索绿色产业新路径

唐敬在论坛上介绍说，阜宁有全国唯一的环保滤料智能制造试点示范园区，全国环保滤料行业仅有的“森源”“志荣”“蓝宇”3个驰名商标，国家级研发、检测、培训、展览（大数据）等4大中心。2020年，阜宁环保滤料产业园开票销售超70亿元，在全国环保滤料产业市场的占有率达42.5%，产品远销17个国家和地区。未来，希望阜宁坚持绿色发展、创新引领、优化服务不动摇，打通“产学研用”通道，探索创新链、产业链深度融合，在全国绿色产业发展的版图上烙下浓厚的“盐阜印记”。

张利华表示，近年来，阜宁牢固树立绿色低碳发展理念，努力走好“双碳”目标下绿色产业发展新路径，形成了从基础滤布、高性能纤维材料生产到环保装备设计、研发、施工、运维服务等全产业链，环保滤料产业园荣获全国纺织产业集群创新发展示范地区，现有各类环保滤料企业391家。“十四五”时期，阜宁将突出创新赋能，转型升级步伐加快，突出服务赋能，发展环境持续优化，着力把环保滤料产业打造成阜宁绿色产业新标杆。

高勇指出，“十三五”期间，我国过滤与分离用纺织品的产量由2016年的121万吨增长到2020年的161.8万吨，年均增长率达到7.5%。“十四五”时期，我国滤料产业仍然要筑牢产业发展基础、强化科技创新力量、推进产业优化升级、培育新产业新业态、坚持绿色化发展等，在引进消化吸收的基础上，依靠自主创新补短板，做到自主可控，巩固行业在高温过滤领域内的优势，加快多功能一体化、工业烟尘碳捕集等过滤材料新产品、新技术的研发攻关和应用示范，关注废旧过滤材料及产品回用技术的研发推广。

孙晋良表示，日前，大数据产业、工业绿色发展等多个“十四五”规划相继发布，为我国产业用纺织品行业发展指明了前进的方向。环保滤料产业是阜城街道支柱产业，经过多年不断发展，已成为全国最大的环保滤料产业集群。今后，要按照产业基础高级化、产业链现代化的总要求，加强共性基础技术研究，梯度培育优质企业，加大废旧纺织品循环利用力度，推进我国产业用纺织品产业集群发展。

在第七届中国（阜宁）环保新材料创新论坛上，许根林作阜宁县环保滤料产业发展推介。同时，阜宁环保滤料“十四五”发展规划发布。中国产业用纺织品行业协会为阜宁授予了“十三五”优秀公共服务平台牌匾；举行中国（阜宁）绿色低碳产业示范园启动仪式；6个重大项目成功完成签约仪式。

### “阜宁杯”闭幕式：以赛育才，撬动小滤料大发展

12月8日，2021年全国行业职业技能竞赛——全国纺织行业“阜宁杯”缝纫工（滤袋）职业技能竞赛全国总决赛圆满闭幕。活动由中国纺织工业联合会、中国就业培训技术指导中心、中国财贸轻纺烟草工会共同主办，中国产业用纺织品行业协会承办，江苏省盐城市阜宁县人民政府、江苏省盐城市总工会、中国非织造布（阜宁）职业技能培训中心协办，纺织之光科技教育基金会、江苏蓝天环保集团有限公司支持。

来自北部赛区、东中部赛区和东南部赛区的36家企业的66名选手经过层层选拔进入决赛，经过激烈角逐取得良好成绩，在专业领域绽放光彩，充分展示自己高超技艺技能和良好的精神风貌。作为大赛

总裁判长，柳静献首先进行了专业点评，孙晓音宣读各项表彰决定：现场，授予阜宁县人民政府“2021年全国纺织行业‘阜宁杯’缝纫工（滤袋）职业技能竞赛突出贡献单位”；授予阜宁县人民政府阜城街道办事处和辽宁省纺织服装协会“2021年全国纺织行业‘阜宁杯’缝纫工（滤袋）职业技能竞赛优秀组织单位”；授予江苏蓝天环保集团股份有限公司“2021年全国产业用纺织品行业技能人才培育突出贡献单位”；授予郁宗琪、李士亮、王娟“2021年全国纺织行业‘阜宁杯’缝纫工（滤袋）职业技能竞赛优秀裁判员”；授予柳静献、段守江等15名裁判员执裁贡献奖。

经过激烈角逐，浙江严牌过滤技术股份有限公司陈双连高分夺冠，江苏蓝宇环境工程有限公司许凤娟获第二名，南京玻璃纤维研究设计院有限公司江宁分公司王学琴获第三名。按照人力资源社会保障部有关规定和举办本次竞赛的通知中具体奖励办法，对竞赛全国决赛前三名的选手还将授予“全国技术能手”荣誉称号；获奖人员的表彰将纳入高技能人才表彰计划。

根据《纺织行业职业技能竞赛管理办法》的有关规定，中国纺织工业联合会决定授予全国总决赛第1至6名的6位同志“全国纺织行业技术能手”荣誉称号。中国产业用纺织品行业协会和纺织行业职业技能鉴定指导中心决定，授予获得全国总决赛第7至18名的12位同志“全国产业用纺织品行业技术能手”荣誉称号，授予获得第19至30名的12位同志“全国产业用纺织品行业滤袋缝纫操作能手”荣誉称号，授予获得第31至66名的36位选手“2021年全国纺织行业‘阜宁杯’缝纫工（滤袋）职业技能竞赛优秀操作选手”。并颁发奖杯、荣誉证书和奖金，前6名奖金由纺织之光科技教育基金会、阜宁县人民政府提供，其余奖金由阜宁县人民政府提供。

根据《纺织行业职业技能竞赛管理办法》的有关规定，纺织行业职业技能鉴定指导中心决定：全国总决赛获得第1—3名的选手按规定晋升技师职业技能等级；获得第4—15名的选手按规定晋升高级工职业技能等级；获得第16—18名的选手，在同等条件下优先晋升高级工职业技能等级。

李陵申总结指出，作为国家二类比赛，缝纫工（滤袋）竞赛是操作技术的风向标，为行业的人才培养提供导向，在选拔人才的同时加强了人才队伍建设。人才建设是纺织强国建设的关键，也是企业可持续发展的战略，而具备较高理论知识和熟练技术的一线操作队伍建设是人才队伍建设的关键。本次竞赛通过促进滤袋操作工操作理论知识、操作技能的提高及先进经验的推广，实现互相促进、共同提高，充分营造了一个尊重知识、尊重人才的良好风尚，必将对行业发展产生深远影响。TA

### 同期活动 精彩纷呈

**换届选举：**12月8日，中产协过滤与分离用纺织品分会会员大会同期召开。李桂梅、夏前军、王屹、柳静献、段守江、李昱昊等中产协及分会领导嘉宾，以及中产协过滤与分离用纺织品分会会员企业代表等出席会议。际华集团股份有限公司总经理夏前军作为中产协过滤与分离用纺织品分会会长作第二届理事会工作报告。中产协过滤与分离用纺织品分会第二届理事会至今工作已满5年，本次会议进行分会换届，经过大会选举，南京玻璃纤维研究院有限公司总经理王屹当选为会长，黄碧野等10人当选为副会长，柳静献当选为秘书长，陈凤利等40人当选为理事。

**集群会议：**12月7日，中国产业用纺织品行业协会集群工作会议召开，李桂梅、段守江及全国产业集群地区代表30余人参加会议。段守江从纺织产业集群类型、工作机制和下一步重点任务等方面作产业集群现状与发展的工作报告，与会代表交流了各自集群发展的优势及成绩、遇到的问题及对策，共话推动高质量发展。为实现“开放、共享、合作、共创”的可持续发展，李桂梅建议一要重视区域品牌，产业集群相关部门要带动企业走出来推广区域名片；二要关注“双碳”战略下的产业安全，行业协会将进一步为集群产业服务好，推动好。

**基地复评：**12月6日，中产协在阜宁组织召开两家产业用纺织品行业研发基地的复评工作，高勇、李陵申、李桂梅及相关行业专家参加。专家组分别对依托江苏恒环保科技有限公司设立的中国环保滤料基研发中心、依托江苏氟美斯环保节能新材料有限公司设立的中国环保用过滤材料研发基地进行了复评，对两基地在过去三年取得成绩表示肯定。

产品研发基地是技术创新和引领示范的创新载体，在推动企业进步、引领行业发展方面具有重要作用。行业领导和评审专家建议企业继续加大创新研发投入，带动业态升级；重视效率和效益双提升，提升管理水平；加强行业交流和产学研合作，发挥引领示范作用。8日现场，李桂梅为“中国环保滤料基研发中心——江苏恒环保科技有限公司”和“中国环保用过滤材料研发基地——江苏氟美斯环保节能新材料有限公司”两家基地授牌。

**技术创新：**清华大学教授李俊华作“工业烟气减排降碳技术及工程应用”主旨报告，该项目荣获2021年度国家科技进步一等奖。

此外，东北大学教授柳静献、南京玻璃纤维研究设计院有限公司膜材料公司副总经理费传军、冶金工业规划研究院环保中心刘坤坤、矿冶科技集团有限公司环境工程研究设计所大气治理工程部主任童震松、清华大学盐城环境工程技术研发中心主任助理单良，分别围绕“烟气碳捕集排放用超净除尘滤料研究”“超低排放用过滤材料开发及应用”“‘双碳’背景下钢铁环保产业新机遇”“有色行业冶炼烟气颗粒物污染治理现状及展望”“‘双碳’背景下工业烟气除尘脱硝一体化过滤材料的开发”作会议报告。

# 协同创新，共促高质量发展

## 中针协七届二次理事会在辽源举行

■ 本刊记者\_郝杰

在一系列不确定、不利因素下，针织行业创新求变，开拓进取，保持了稳中向好的发展趋势。面向“十四五”，行业正在把握新时期行业热点、重点问题，有效推动中国针织行业智能化、数字化转型升级与高质量发展。



会议现场。

12月10日，中国针织工业协会第七届第二次理事会暨第三次常务理事扩大会在吉林省辽源市举行。会议由中国针织工业协会主办、辽源市人民政府承办，辽源袜业园区协办，并得到了常熟市印染商会的大力支持。因疫情原因，会议在张家港、桐乡濮院、佛山张槎、山东海阳、中山小榄、东莞大朗、常熟古里等集群组织设立了网络视频分会场，与大会同步进行。会议以“协同创新，共促发展”为主题，分析了当前的经济形势，对未来行业发展进行了展望。

中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏，辽源市市委常委、常务副市长吴波，中国针织工业协会会长林云峰，中国针织工业协会副会长兼秘书长、中国服装协会副会长翟静，吉林省针织工业协会会长、吉林省东北林业纺织工业园发展有限公司董事长兼总经理田中君，广东奥丽内衣集团有限公司总裁兼艺术总监何炳祥，上海信诺服饰有限公司董事长史可杰，海宁市袜子行业协会会长庄爻松，即发集团有限公司副总经理于希超，中国针织工业协会专家技术委员会常务副主任、上海嘉麟杰纺织科技有限公司副总经理杨启东，东北师范大学经济与管理学院副教授田巍，北京中创碳投科技有限公司咨询事业部总监孟兵站等领导嘉宾，以及来自地方政府、行业协会、科研院所、企业的嘉宾在主会场或线上参加会议。中国针织工业协会副会长张希成主持会议。

### 高端致辞： 守正创新，一如既往坚定前行

辽源是中国袜业名城，辽源袜业正在以针织服装高附加值先进制造业基地为目标，努力迈向高质量发展的新阶段。吴波在致辞中说，纺织服装行业作为充分市场化的产业，正以强大的韧性和市场化的理念，持续深度调整转型，加快数字技术和产业的融合发展，积极推进构建“双循环”的新发展格局，全面进入到战略重构、创新蜕变和产业能级提升的产业变革新时期。此次会议的召开充分体现了协会对辽源纺织袜业发展的高度重视和鼎力支持，充分体现了协会积极应对外部风险挑战、着力破解发展难题的勇气和担当，必将为辽源推动整个行业全面绿色转型发展提供新思路、带来新契机。

陈大鹏致辞表示，今年以来，尽管纺织服装行业面临着困难、压力和挑战，但整个行业正以强大的韧性，持续转变发展方式，聚焦产业本质，不断加快数字技术和产业的深度融合，转型、调整创新都在不断深化，总体运行良性平稳，保持着持续稳定的恢复性增长，效率

和效益在不断提升。在这样一个全新的时代，大变革之中，大多数企业都朝着新的更高的发展目标，守正创新，一如既往坚定前行，这是行业发展最大的亮点。

他指出，今年是“十四五”开局之年，中国纺织服装产业也站在了攀登全球时尚产业制高点的新的历史起点上，这是一个全新的时代和全新的发展时期，需要全行业深刻认知数字经济时代产业变革的新方向、新特征和新逻辑，深刻认知新时代行业发展所面对的新机遇和新挑战，深刻认知在国家走向强盛的背景下，产业所肩负的责任和使命。他强调，把责任赋予在产品品牌之上，并根植到企业的文化价值观和愿景之中，成就有温度和伟大的企业，必定是新时代产业软实力构建的重要体现。

### 发布报告： 创新求变，行业稳中向好

林云峰作协会工作报告，他详细分析了今年行业经济运行、总结了协会工作，提出了行业发展趋势。他以大量的数据对今年以来针织行业发展状况进行了分析，认为在国内局部疫情反复、能耗双控，国外疫情严峻、国际贸易摩擦加剧、原材料、海运价格高企等一系列不利因素下，行业创新求变，开拓进取，保持了稳中向好的发展趋势。2022年行业将回归经济增长低速运行、转型升级持续深入的常态化复苏轨道。

对于协会今年工作，林云峰总结概括了五个方面，一是科技创新，推动行业绿色可持续发展；二是以展促贸，助力行业内外双循环；三是趋势先导，引领行业时尚化发展；四是标准建设，助推产业转型升级；五是培育育才，加强行业技能人才队伍建设。

对于行业未来发展，林云峰认为，在不确定性成为外部环境的主基调下，行业要更多地在效率和安全的平衡中强化布局，保障自身在全球价值链中的位置。企业需要加快融入以国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进的新发展格局。通过持续的技术升级、产品升级、模式升级、服务升级，精准把握消费者的需求，有效满足人民日益增长的美好生活需要。通过自身持续创新升级的确定性，化解外部环境的不确定性。

### 观点分享： 紧抓疫情防控，致力实现碳中和

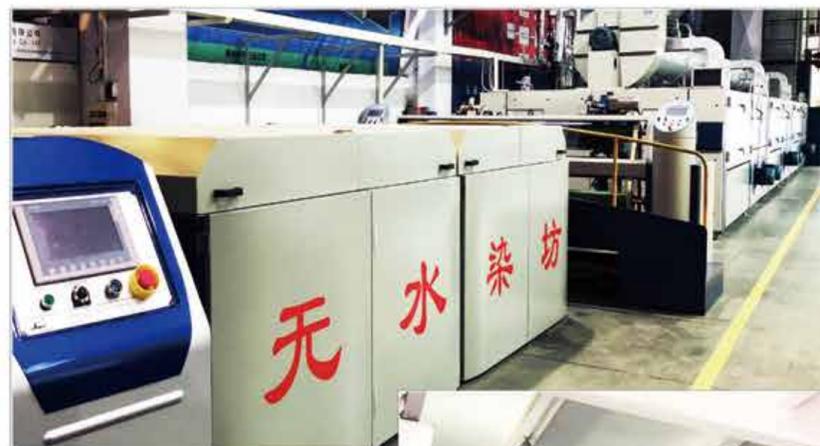
田巍以“气候变化、疫情防控下的国际国内经济形势分析—压力和机遇并存中的经济政策解读”为题进行了分享。他表示，为应对气候变化，各国开始实施环保政策，限制某些行业的发展，将会带来相关市场的波动。他强调，世界未来最重要的任务之一是应对气候变化，而当下最重要的任务是疫情防控。中国抗疫的成功，不仅实现了经济的高速发展，还向世界展示了中国经济强劲的复苏能力及韧性。结合当前国家经济政策和行业发展趋势，他说，中国绿色能源技术革命的时代已经来临，疫情终将成为过去时，期待“碳中和”尽早实现。

孟兵站分享了“双碳背景下纺织企业发展战略思考”。他认为，双碳目标也会带来发展机遇，碳达峰与碳中和将为现有产业带来新的需求，同时也会创造新的机会，甚至带动新的产业发展。孟兵站还介绍了碳排放概念以及如何进行碳交易，提出了纺织企业碳中和行动建议：科学设定碳中和目标，实施短期、中期、长期路径和方法。

理事会上，张希成就增补会员进行了通报。当日下午，大会还举办了2021中国（辽源）棉袜品牌高质量发展交流论坛，并组织参观东北辽源袜业园。FA



东莞市金银丰机械实业有限公司  
广东智创无水染坊科技有限公司  
Nowater® Dyeing Technology Co.,LTD



世界自然基金会“气候创行者”  
“纺织之光”科技进步一等奖  
广东省科学技术奖技术发明奖



染料·工艺·装备  
定量施液（30%）轧车  
无逸散焙蒸固色装备  
涤·棉 针织·梭织

广东·东莞·厚街

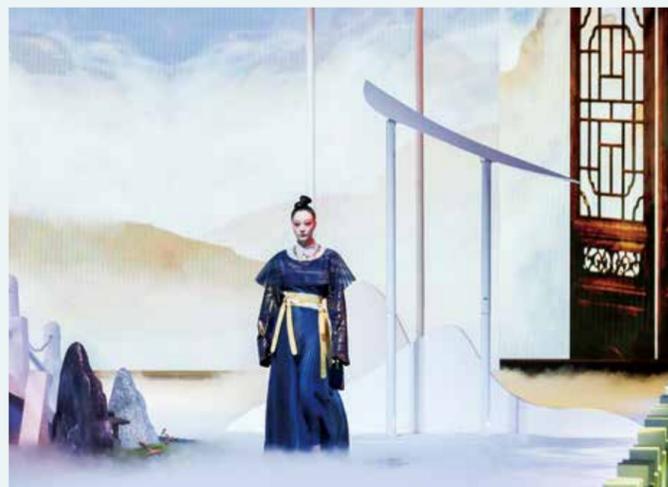
Email:kingfull@kingfull.com  
Web:www.nowaterdyeing.com  
Tel:+86-769-85911093  
Moible:13602350111

(以上数据由企业提供)



Low Padding rate :30%  
No escape steaming  
Cotton · Polyester  
Knitting · Woven

Lowwater® for better



汉服的复兴，意味着人民群众过上更加美好的生活。

## 奋力书写文化强国的 汉服篇章

■ 唐建军 / 文



本版配图为盛世中国——“池上锦”杯中国汉服设计大赛相关活动资料图。

汉服，又名华服。狭义上，是华夏民族的古老传统服饰；广义上，是以护体衣物为物质形式，以中华优秀传统文化为内核的综合文化符号体系。汉服伴随古老的中华文明而生，历经数千年风雨，已经融入中华民族的血脉，是民族历史、文化和精神的载体，是中华民族独有的文化宝藏，与中华传统饮食、建筑和汉字汉语等共同构筑恢宏的中华文化大厦，是文化自信的重要依据，是中华民族伟大复兴的重要依靠，是文化强国建设的重要组成部分。

《春秋左传·正义》有言：“中国有礼仪之大，故称夏；有服章之美，谓之华。”作为中华优秀传统文化形象体系的重要表征，汉服以中华传统哲学思想，包含古人关于自然与宇宙的知识、宗教信仰、理想追求、族群历史、制度仪范、美学倾向、手工技艺等多方面内容。其作品是中华传统哲学思想的外化，包含中华文化精神、中华制度文明、中华传统服饰形制三个组成部分，具有不可替代的思想价值、政治价值、社会价值、艺术价值和经济价值。汉服复兴与国学复兴、中医复兴、传统礼仪节庆复兴共同构成弥补中华优秀传统文化短板的整体复兴。

汉服是中华传统服饰的主干。作为国粹，汉服贯通中国历史各代王朝、地域，是全体华夏儿女共同创造、共享用的，稳定存在的民族文化体系。自《周礼》制定完整系统的衣冠礼制后，汉服始终

代表中华民族的国家形象，为古代中国赢得“衣冠上国”“礼仪之邦”“锦绣中华”等诸多美誉。狭义的汉服断代三百余载，即使枝节在今天依然巧夺天工、价值连城。包括南京云锦木机妆花手工织造技艺、蚕桑习俗等入选联合国教科文组织非遗名录的服饰类项目达12项，列入国家级的则达225项。在中华优秀传统文化浪潮奔涌的时代条件下，价值被重新发现的汉服必然会焕发出迷人丰采，填补中华民族至今没有正式服饰的空白。

汉服蕴含着由道法自然、天人合一、阴阳五行、以右为尊等核心概念构筑的中华话语系统，具有浓郁的中国特色。汉服自古礼服褒衣博带，常服短衣宽袖，具有文雅而恢宏、正直而宽厚、仁爱而洒脱的内在品格，显示了鲜明的中国风格。汉服轻形式重精神，轻虚幻重体验，雍容典雅，深邃灵动，体现了中国人追求随心所欲不逾矩、含蓄蕴藉守太和的审美理想，具有独特的中国气派。

汉服的复兴，意味着人民群众过上更加美好的生活。一是更优物质生活的获得。在人类文明视域下，衣食住行，衣排首位。在向第二个百年目标奋进的过程中，汉服不仅是一件裹体御寒的衣服，更是讲究面料、做工、格调的人体第二款皮肤，是整个社会恩格尔指数下降带来红利的体现。二是更高精神文化生活的享有。汉服的回归不是穿越，而是在认知、礼仪、节庆等方面与历史的真正打通，是文化生活的丰富，审美素养的提升，精神品位的强化。一套汉服，坐着是一个文化修为的展柜，走着是个人魅力的T台。三是更为明确的中华民族身份的确立。日韩印等皆以服饰为全球化背景下民族身份建构的重要途径。只有全方位确立中国人的身份，全

体国民自豪地穿上代表当代中华文化精神的标志性服饰，中华民族的现代化才能在真正意义上完成，中华民族才能毫无愧色地迈入现代化国家门槛。

汉服的复兴，标志中华民族共同体的有效构建。汉服凝聚着博大精深的文化内涵，寄托着持久浓烈的民族感情，焕发着璀璨夺目的艺术光华，不可能因朝代的更替而湮灭。从五千多年的中华文明史看，汉服的退隐只是暂时现象。当下的汉服复兴，实质是汉服中断发展后的重启，是对传统文化结构性难点的深刻梳理，对一体多元文化格局的重大完善。具有代表当代中华民族统一气质的新时代汉服的出现，对于深化有关民族关系的历史事件的认识，抚平民族冲突造成的历史创伤，冰释兄弟民族潜意识中的宿嫌，增进中华各民族的同胞感情，增强国家认同、民族认同、文化认同具有里程碑式的意义。

汉服的复兴，昭示着中华民族形象的最终完善。民俗学家钟敬文曾说过，服装在中国社会中不仅是生活文化的一部分，往往同时还是一种政治符号，其中蕴含着很多象征性和意识形态的理念或其背景。世界上2000多个民族罕见没有自己民族服饰的。在我国56个民族中，汉族是唯一没有代表性服饰的民族，这对于拥有悠久历史和高度文明、占14亿人口92%的主体民族来说，对于中华民族来说，都是十分遗憾的。在中华服饰体系中，无论从时间长度、内涵厚度、影响广度以及市场热度上看，汉服最能代表中华服饰，代表中华服饰未来的发展方向。随着新时代汉服的面世和推广，华夏民族的优美形象将闪亮在世界各民族面前，使世界民族之林的风光更加靓丽。这必将受到其他民族的尊重和祝福，成为中华民族文化史上，以及中华文化走出去进程中的大事。

新时代复兴汉服已具备充分条件。**社会心理上，中华优秀传统文化复兴思潮强劲。**进入新时代以来，中国政府大力推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，实施中华优秀传统文化传承发展工程，对中华优秀传统文化的重视程度达到百年来前所未有的高度。作为中华民族新时代航船的舵手，习近平总书记更是对中华优秀传统文化情有独钟，他高屋建瓴夯实其国家民族根基的基础地位，一以贯之肯定其深厚的思想精神作用，画龙点睛提出创造性转化、创新性发展等关键举措，为保护传承中华优秀传统文化提供了根本遵循，为全国人民树立了礼敬传统、守护传统、弘扬传统的榜样。伴随中国成为最大的发展中国家，尤其是去年以来在抗疫方面取得的成就，爱国、爱党、爱历史、爱传统文化正成为民族自觉，大众对中华民族文化、精神、气节的认同和回归直线上升，全社会凝聚力和向心力极大提升，汉服新国风一路高歌猛进。

**供求关系上，服装产业供需两旺。**我国服装年产量达700多亿件，建立起完备的服装产业体系。在全球疫情严峻态势下，我国服装行业表现出顽强的韧性和卓越的创新精神，产品供给能力、科技创新能力、资源配置能力稳步提升，中国制造正向中国创造转变，中国速度向中国质量转变，中国产品向中国品牌转变，有信心有能力建成对全球有创造、有贡献、有推动的时尚强国。截至去年10月，抖音上排名第一的汉服话题累计播放422.9亿次，微博上“汉服”话题阅读量达41亿次；B站汉服频道精选视频的播放量累计11亿次，话题栏浏览量达1.6亿次。包括海外在

**具有代表当代中华民族统一气质的新时代汉服的出现，对于增强国家认同、民族认同、文化认同具有里程碑式的意义。**



内的潜在汉服用户达4.15亿人。2019年国潮服装的市场规模达6000多亿元。“汉尚华莲”淘宝店年销售金额达8000万元，其他如“重回汉唐”“十三余”“兰若庭”等均达到千万以上。

按照2035年建成社会主义文化强国的目标，**复兴汉服一是要加强理论研究。**认识上，汉服不是静态的出土文物，而是活态的社会习俗。如果说传统汉服是汉民族的服饰，新时代汉服则是以传统汉服为基本规范，吸收其他民族服饰元素，适合当代人着装需要，承载中华民族共同体的文化基因，象征整个中华民族的共同符号。理论上，加强汉服研究阐释工作，着力构建有中国底蕴、中国特色的汉服理论体系和话语体系。属性上，汉服包括文化属性与自然属性，文化属性构成汉服的精神价值，自然属性构成汉服的经济社会价值。轻视自然属性，汉服复兴没有根基；轻视文化属性，汉服复兴不能持续。

**二是发挥多方力量。**衣冠制度是重要的国家制度，各个华夏朝代都以继承汉衣冠为神圣的国家大事，《二十四史》因此专门编纂了《舆服志》。作为国家行为，2017年，中共中央办公厅、国务院办公厅发布《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》，提出要“实施中华节庆礼仪服装服饰计划，设计制作展现中华民族独特文化魅力的系列服装服饰”，“研究提出承接传统习俗、符合现代文明要求的社会礼仪、服装服饰、文明用语规范”，对传统服饰振兴做出总体部署。要落实这些要求，可以制定好汉服复兴的行动计划，做好顶层设计，安排好汉服复兴的时间表、任务书，形成中央主管文明建设的部门、文化和旅游部门、新闻媒体以及其他相关部门协同发展的格局。

**三是分步推广应用。**在场景上，由艺术服而礼服而常服。当前汉服穿戴还是属于在特定文化空间展示艺术美的范畴，今后可将汉服作为礼服向国家、社会、人生仪式，以及文化、教育、科技等行业机关和企事业单位工作场所推广，最后推向人民群众的日常生活起居。在类别上，由国服而行业服而常服，发挥国家权威机构和典范人物的引领作用。在人群上，从目前Z世代汉服主流人群破圈，由青年而儿童而其他。在地域上，则由都市而城镇而乡村；季节上，由春秋服而寒暑服；国别上，由国人而国际人士，最终形成覆盖全社会、全人生、全天候的文化景观。

站在中国共产党第二个百年起点上，顺应中华民族从站起来、富起来到强起来的时代大潮，有理由相信，有唯一健在文明古国浩荡而持久的传统文化复兴思潮作为消费动力，有最大发展中国家充沛的资本投入，有制造业大国无与伦比的产品生产能力，有中华民族共同体世居的960多万平方公里的消费市场前景，有中国特色社会主义现代化强国共同富裕的购买力保障，汉服复兴作为中华民族伟大复兴的一部分，已经踏入不可逆转的时代轨道，汉服梦一定会成为社会主义文化强国愿景中最绚丽、最欢快的篇章！

（作者为文化和旅游部民族民间文艺发展中心副主任）

# 彰显民族品牌魅力！

## 波司登惊艳 2021 中国企业家博鳌论坛

■ 陈墨 / 文

波司登专注羽绒服 45 年,秉持“勇攀高峰、永争第一”的登峰精神,坚持品牌引领的发展模式,发挥数字赋能价值增长的作用,推动羽绒服从单一保暖功能向科技化、时装化、绿色化变革,实现羽绒服规模全球第一,引领中国羽绒服行业高质量、可持续发展。

12 月 2—4 日,主题为“共谋数字发展,共赢绿色发展”的 2021 中国企业家博鳌论坛在海南博鳌举行。论坛由新华社民族品牌工程办公室、新华网、新华社新闻信息中心、中国经济信息社、中国财富传媒集团、新华社新媒体中心、新华每日电讯和半月谈杂志社联合举办,邀请各方领导及知名经济学家、企业家深度思考、前瞻判断,剖析中国经济的内生动力,突破产业发展瓶颈,共谋“十四五”中国经济高质量发展新篇章。

波司登国际控股有限公司董事局主席兼总裁高德康应邀与会并接受 2021 中国企业家博鳌论坛专访,分享波司登创业 45 年的创业心路,交流数字赋能、绿色发展的前沿思想和创新路径,展望中国品牌高质量发展的美好蓝图。

### 以数字化加快“双碳”进程 让“波司登温暖全世界”

当前,数字化、绿色化汇流奔涌,纺织服装行业创新密集活跃,波司登积极对接“双碳”战略目标,携手全球合作伙伴和创新资源,推进品牌升级、智能化改造、绿色转型和数字化经营。高德康表示,数字化能力作为品牌建立长期竞争力的基础设施,已成为中国制造面向未来最确定的趋势和机遇。波司登在新零售、大数据、智慧门店等领域深度发力,在行业内率先完成“上云”转型,赢得了第一波数字化红利。

随着国家明确将智能制造作为制造强国建设的主攻方向,波司登数字化转型正加速从零售前端向后端制造渗透。波司登独立研发了拥有自主知识产权的软件系统和大数据中心,建成了服装行业最先进的智能制造生产基地和智能配送中心,实现商品一体化、全国一盘货。特别是在经历疫情之后,聚焦新零售能力建设、商品快反能力和数据中台建设,打通“人货场”“产销存”,今年“双 11”波司登集团羽绒服业务全渠道销售 27.8 亿元,GMV 同比增长 53%,成为时代主流人群首选的羽绒服品牌。

碳达峰、碳中和是中国对世界的庄严承诺。当绿色环保成为消费偏好,环境共治变为投资倾向,循环低碳列为产业方向,科技、时尚、绿色发展成为“十四五”中国服装行业再出发的战略机遇,可以肯定的是,未来市场增量空间巨大。

高德康表示,“波司登温暖全世界”不仅是波司登人矢志不渝的初心使命,更代表了品牌对环境、对社会的郑重承诺和履责能力。波司登率先将羽绒服品质对标国际标准,引领全行业向绿色环保转型。针对研发、生产、物流、服务的全过程,推进碳排放量化和碳目标考核,全面覆盖“绿色管理”。同时,发挥行业领军责任,以负责任的供应链打造协同共生的产业生态,促进产品碳足迹持续优化,入围中国首个“可持续时尚践行者”名录,为引领行业绿色发展注入新活力。



波司登国际控股有限公司董事局主席兼总裁高德康(左)接受 2021 中国企业家博鳌论坛专访。

### 肩负领航者责任 闪耀博鳌夜空,惊艳世界之窗

引领时代发展,是创新者的底色,更是领航者的责任。为期 3 天的 2021 中国企业家博鳌论坛吸引了上千家企业代表云聚。波司登以动态发布与静态展示两种形式,展现了民族品牌的实力。在超级发布会中,首次发布了风衣羽绒服,赢得满堂彩;冰雪国潮馆全程“靓妆”迎宾,众多与会领导嘉宾以及来自娃哈哈集团、月星集团、一汽红旗、高通中国、今世缘、小仙炖等的知名企业家、高管高度认同波司登的品牌升级策略,自愿自发为优秀的民族品牌站台发声。

面对后疫情时代瞬息万变的国内外市场环境,中国品牌准确识变、科学应变、主动求变,持续提升品牌在全国乃至全球竞争力与影响力。从羽绒服品类发展看,高端化趋势明显,头部品牌虹吸效应更加显现。这是一个品牌觉醒的时代,也是品牌强国的盛世。

### 聚焦主航道与主品牌, 攀登品牌和业绩新高峰

当下,外部环境各种不确定因素交织,在所有不确定性中有两个非常确定的机会:一是数字化,二是内需市场的消费升级。国人在消费领域的文化自信持续高涨,人们越来越爱用国货。14 亿中国人对美好生活有着更多期待,扩大内需,引导消费健康发展,国内总需求长期提升,未来的机会点就是中国品牌的突破点。

目前,世界权威调研机构欧睿国际发布全球羽绒服调研报告,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。波司登集团 2021/22 财年年中财报显示:上半年录得收入人民币 53.9 亿元,同比增长 15.6%;其中波司登主品牌录得收入人民币 32.5 亿元,同比增长 19.1%。集团经营业绩、盈利能力持续攀升,再一次验证波司登羽绒服全球领先水平。

从长远来看,波司登向中高端转型的趋势和战略不会变。波司登将坚持全球创新,赋能品质升级,把主要精力聚焦在产品创新和价值创造上,努力在自己最擅长的领域,盯住一个品类,做到全球领先,以更“高”和“值”的产品及服务引领消费新趋势,满足时代主流消费者的美好生活需要。

站在“两个一百年”的历史交汇点上,中国的国际话语权、中国品牌的世界影响力与日俱增。波司登将坚定“聚焦主航道、聚焦主品牌”的战略定位,聚焦顾客价值,聚焦数智经营,整合全球创新资源,以国际化中高端视角升级品牌,以产品的深度支撑品牌的高度,成为全球消费者首选的羽绒服品牌,不懈攀登品牌和业绩“全球领先”的新高峰,真正在全球市场叫响“世界羽绒服、中国波司登”。**TA**

# 冬市营销环比回升 价格小幅上涨

## 20211213 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20211213 期纺织品价格指数收报于 108.27 点,环比上涨 0.13%,较年初上涨 3.66%,同比上涨 3.66%。



近期,中国轻纺城冬市营销环比回升,其中:原料市场价量环比下跌,坯布市场价量环比回升,服装面料市场布匹价量微幅下跌,家纺类产品成交量微势回升,辅料价量环比回升。

### 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 89.42 点,环比下跌 0.18%,较年初上涨 11.64%,同比上涨 12.07%。

**聚酯原料环比回升,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 4700 元/吨,环比上涨 280 元/吨左右;MEG 主流 4987.5 元/吨,环比上涨 60 元/吨左右;聚酯切片市场报价环比回升,江浙地区半光切片现金或三月承兑 6125 元/吨左右,环比上涨 125 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格环比下跌,POY 报价 7075 元/吨,环比下跌 155 元/吨左右;FDY 报价 7750 元/吨,环比下跌 200 元/吨左右;DTY 报价 8600 元/吨,环比下跌 250 元/吨左右。近日浙江局部地区疫情反复,物流运输受限,相应地区的生产企业也存降负预期。近日部分厂商装置减产,涤纶长丝行业开工率再度下降,整体开机率在 8 成以下,而目前冬季订单已告罄,春季订单稀少,涤纶长丝目前行业开工已处于同期相对较低的水平。

近期,涤纶短纤价格环比上涨,江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 6900 元/吨,环比上涨 100 元/吨左右。纯涤纱市场报价稳跌互现,32S 纯涤纱报 11850 元/吨左右,环比下跌 150 元/吨左右;45S 纯涤纱报 12900 元/吨左右,环比持平。近期江浙涤纶短纤厂家报价局部下调,商谈出货,交投气氛清淡。

**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,销售仍显不足。气流纺 10S 纯棉纱报价 17000 元/吨,环比下跌 200 元/吨;普梳 32S 纯棉纱报价 28310 元/吨,环比下跌 190 元/吨;精梳 40S 纯棉纱报价 31800 元/吨,环比下跌 180 元/吨。萧绍地区纯棉纱市场继续观望,成交清淡,价格多有下跌。纯棉纱行情继续向下,目前市场主要以小批量高配及精梳类为主,缺乏大单支撑。上游棉花现货价格经过大跌后企稳,下游市场变化不大,需求不佳仍是主要问题。2022 年一季度我国棉纺织、服装、外贸公司预计排单的情况低于预期。

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 12750 元/吨左右,环比下跌 100 元/吨左右。近期粘胶短纤市场乏力下行,厂商报价环比下跌,实际价格稳中下挫持续,看实际订单成交。人棉纱市场整体依然以疲乏淡势为主,市场成交仍显偏淡。30S 人棉纱价格报 18050 元/吨左右,环比下跌 300 元/吨左右;40S 人棉纱报 19300 元/吨左右,环比下跌 200 元/吨左右。

### 坯布行情环比回升,价格指数环比上涨

据监测,本期坯布价格指数收报于 122.79 点,环比上涨 0.87%,较年初上涨 3.10%,同比上涨 3.14%。

近期市场营销环比回升,连日成交环比上涨,坯布厂家订单环比增加,坯布价量环比增长。整体市场走货环比回升,坯布厂家库存环比下降,利润空间环比回升。其中:化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回升,价格指数呈一定幅度上涨走势,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

布成交量环比回升;天然纤维坯布需求环比推升,价格指数呈小幅上涨走势,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推升,拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

### 服装面料环比回缩,价格指数微幅下跌

据监测,本期服装面料价格指数收报于 117.01 点,环比下跌 0.03%,较年初上涨 0.23%,同比下跌 0.04%。

本期服装面料类价格指数环比微跌。近期,中国轻纺城面料市场服装面料销售继续回缩,连日成交微幅下跌。大众面料市场成交继续回缩,初冬季大众面料现货成交和订单发货环比下跌,春季跑量产品现货成交和订单发货环比下跌,价格环比微跌。其中:涤纶面料、涤棉面料、涤氨面料、粘毛面料、锦纶面料成交量不等量下跌,拉动服装面料价格指数环比微跌。

### 家纺市场微势回升,价格指数微幅上涨

据监测,本期家纺类价格指数收报于 101.72 点,环比上涨 0.01%,较年初下跌 0.29%,同比下跌 0.21%。

本期家纺类价格指数微幅上涨。近期,轻纺城家纺市场成交微势回升,价格环比微涨,创新色洋花型面料现货成交量和订单发送量环比推升,兼具时尚元素的创意产品现货成交和订单发货环比小增,价格微幅上涨。其中:日用家纺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;窗纱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微幅上涨。

### 市场行情环比回升,辅料指数环比上涨

据监测,本期服饰辅料类价格指数收报于 132.08 点,环比上涨 1.02%,较年初上涨 0.85%,同比上涨 1.65%。

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

### 后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。因市场订单稍显好转,织厂、染厂产出环比增加,主要是冬季面料的补单和新年春夏季面料订单的备货,春季面料订单局部增加。又因国内外疫情影响,局部性订单仍显不足。后市冬季面料成交环比小增,春季面料下单局部增加,织造企业开机率局部小增,印染企业产出环比增加,预计传统市场成交将震荡推升,整体市场成交将呈现震荡小升走势。**TA**

发布单位:中华人民共和国商务部

编制单位:中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

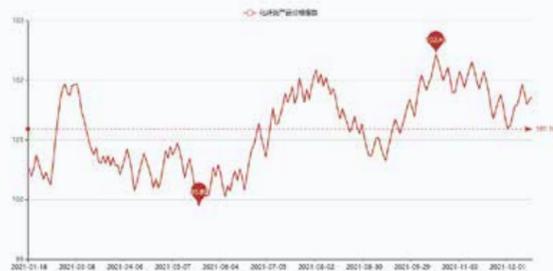
电话: 0575-84125158 联系人:尉轶男 传真: 0575-84785651

# 市场成交量价平稳 指数小幅回暖

## 2021年12月6—10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涨。其中,化纤总指数收盘于101.78点,与上周相比上升了0.38点;化纤面料价格指数小幅上升,收盘于99.51点,与上周相比上升了0.20点;化学纤维价格指数小幅上升,收盘于107.49点,与上周相比上升了0.53点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上升,收盘于107.97点,与上周相比上升了0.15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升,收盘于99.51点,与上周相比上升了0.20点。

**里料情况:**本周市场交易呈“量价平稳”之势。从里料常规平纹织物市场价格走势看,具有代表性的170T涤塔夫和170T半弹春亚纺价格维持着上周水平,分别为1.22元/米、1.40元/米。“轻盈纺”出货量不大,价格走势保持平稳不变,其中,一款210T轻盈纺近期最为畅销。该产品用作里料面料均可,原料规格为50D×50D,在喷水织机上平纹组织而成。本周市场上一些斜纹、缎纹面料虽然销量回升,但价格难以上涨,尤其是五枚缎销量明显,此布料染成金黄色可用于包装材料。涤棉系列里料价格销售平稳,成交量出现回升迹象。人丝舒美绸、人丝美丽绸等人丝交织里料市场呈挟量走动。彩旗纺和高密春亚纺方面,近年来各地“旗蓬”生产厂家要货者颇多,市场出货量明显增加。另外,从当地印染厂了解,最近里料色泽将以深色系为主,预计下周里料的行情将以平稳态势为主。

**面料情况:**本周防寒面料呈现出“补单销量上升”行情。高密消光尼丝纺、高密锦涤纺、高密消光涤塔夫、320T以上规格的消光春亚纺等市场成交呈现小幅放量态势,T400面料织造厂家、生产厂家生产稳定,而全弹桃皮绒、平纹春亚纺在本周内市场销量不大,下游织厂坯布库存量略升。“塔丝隆”系列面料销售可观,其中,提花塔丝隆系列面料的“消光蜂巢塔丝隆”和咪咪格塔丝隆消光较为动销。喷气面料的平纹市场现货交易较差,而“锦棉”系列的锦棉布纬弹小提花等带龙头织物,市场上出货频繁。尼丝纺常规面料中一些平纹销量不大,而菱形格尼丝纺等市场呈动销势头,尼龙面料价格普遍下调,主因是受上游原料下跌影响。最近,盛泽市场上陈列的箱包面料琳琅满目,五彩缤纷。记者获悉,今年应市的箱包面料不断推陈出新,除了往年的老品种牛津布等动销外,近来又有一种提花新品箱包面料问市走俏。市场薄型仿真丝面料大部分品种有价无市,但一款“雪纺纱”头巾面料颇为动销。预计下周面料价格将适度盘整,估计交易量大幅上升的难度较大。

从商务部盛泽指数可以看出,下游织造企业开机率平稳。近期内销订单骤降,外销市场订单逐渐疲软,相比上周整体走货数量下降。在开工率稳定的情况下,坯布开始小幅上升。目前盛泽地区织造开工率稳定在70%左右;市场走货一般,整体坯布库存上升至31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升,收盘于107.49点,与上周相比上升了0.53点。

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



因市场相信奥密克戎新冠病毒变异毒株不会损害全球经济增长,以及俄乌两国紧张局势和伊朗核协议会谈陷入僵局等因素,缓解了供应过剩担忧,支撑了油价。但随着奥密克戎变异毒株快速传播,市场担忧可能会实施更多防疫限制措施,进而削弱原油需求,油价因此反转大幅下挫。截至12月9日收盘,WTI1月原油期货收跌1.42美元,跌幅1.96%,报70.94美元/桶。布伦特2月原油期货收跌1.40美元,跌幅1.84%,报74.42美元/桶。

PTA方面,本周PTA价格持续上涨。PTA期现价格在原油企稳反弹的情况下,出现小幅反弹。现货流动性收紧,且PTA价格下跌后,贸易商及工厂有一定补货需求。若下游开始补库,则自下而上的正反馈形成,将对行情产生较为持久的推动作用。

涤纶长丝方面,本周涤纶长丝涨跌互现。原料PTA市场行情继续反弹,成本端利好支撑,提振涤纶长丝市场。但聚酯厂家出现分歧,部分跟随原料开始拉涨,部分依旧促销。原料市场PTA装置仍有计划进入检修,成本端利好支撑犹存,预计短期涤纶长丝价格将以偏暖运行为主。

开工率方面,PTA平均开工率在64.7%,较上周下降7.9%;实时开工率在62.2%,实时有效开工率为68.8%。聚酯方面,聚酯平均负荷下降0.3%至85.1%。织造方面,坯布走货数量减少,近期织造开机率与上周相比维持在72%左右。

产销方面,本周市场涤纶产销有所放量,但补仓过后下游再次退居后市保持观望,受成本端支撑涤纶价格有50元/吨的小幅上调,产销整体偏弱,整体产销在4—7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19—29天;具体产品方面,POY库存至19—22天,FDY库存至19—20天,而DTY库存则至20—28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上升,收盘于107.97点,与上周相比上升了0.15点。

本周盘面生丝价格继续小幅震荡,现货面持续平静波动。丝绵在进口绵、网上消费特点、需求面等多种因素影响下,整体近期有所走缓。**TA**

**Tex.com 中国绸都网**

指数主管单位:中华人民共和国商务部

指数编制发布单位:中国绸都网

网址: <http://index.168tex.com/> 联系人:张强

电话:0512-63086536 传真:0512-63506703



知纺织 通用行 做生意  
扫二维码 即下载纺织通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

证券简称：远信工业  
证券代码：301053

YOANTION<sup>®</sup> 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