

# 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

2022.03.28 | 第11期 | 总第1067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**  
纺城职场新变化  
把握新机会,畅想新未来

**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



## 疫情常态化防控下, 纺企打好保卫战

P20

当前,全国各地疫情呈现点多多源多发态势,  
面对这场突如其来的疫情“倒春寒”,  
纺织服装行业上下齐心协力,共同织牢疫情防控保护网。

## ·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 010-85229395  
广告热线:万晗 010-85229892 发行热线:章简 010-85229023



# 轻纺城好面料专区

- 汇聚纺城好面料,放心采,轻松卖 -

- 实力厂商
- 优选面料
- 一手货源
- 海量现货

上万款精品  
面料已入驻



扫码下载全球纺织网APP  
直达好面料



周刊官微



TA潮报

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 墨影  
副主任 董笑妍  
编辑/记者 李亚静 陶红  
余辉 夏小云  
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  
记者 林晨莉

## 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 张灼垣  
武筱婷

## 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: Textile

承印: 北京晟德印刷有限公司

## 本刊声明

本刊已许可中国知网、超星期刊域、博看网、龙源期刊以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含上述平台著作权使用费, 所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议, 请在投稿时说明, 本刊将按作者说明处理。

# 目录 CONTENTS

## P06 资讯 Infos

超过 320 亿美元, 较 2020 年增加 21%!  
中国纺织非遗办牵头制定《扎染服饰》团体标准  
“跑步的味道”引领国潮风尚  
两家涉纺基地入选国家新型工业化产业示范基地名单

## P08 关注 Attention

“集群试点”20 年, 戮力同心铸就产业强国!

## P10 特别报道 Special

12 个关键词解读“两会”里的纺织大事  
两会凝聚信心, 纺织业发展将紧抓七大窗口期



## P14 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

纺城职场新变化, 把握新机会, 畅想新未来  
“她力量”, 让“柯桥面料”走向世界  
柯桥区“全链条”建设知识产权保护新高地  
服装市场推进小单快反专区以点扩面招商工作

## P18 行业 Industry

工业互联网如何在产业集群与企业实施落地?

## P20 一线 Frontline

疫情常态化防控下, 纺企打好保卫战  
发起抗疫捐赠, 彰显纺织力量  
专注解决纺企的“卡脖子”问题  
德国莱默尔 E+L: 为染整行业高质发展护航

## P25 品牌 Brand

从连续下滑到翻番增长, 真维斯打下“翻身第一仗”

## P26 指数 Index

春市营销震荡回升 价格指数环比小涨

## 每周随笔

# 开年“成绩单”

近日发布的数据显示, 2022 年 1—2 月份, 国民经济持续稳定恢复, 新动能继续成长, 高质量发展取得新进展, 中国纺织服装出口继续保持较快发展。

国家统计局发布的数据显示, 2022 年 1—2 月份, 全国规模以上工业增加值同比增长 7.5%, 比 2021 年 12 月份加快 3.2 个百分点, 高技术制造业、装备制造业增加值同比分别增长 14.4%、9.6%。在工业生产加快的同时, 市场销售回升, 固定资产投资增长加快, 货物进出口较快增长, 贸易结构持续改善, 就业形势总体稳定, 居民消费价格温和上涨。

在国际合作和融合发展中, 2021 年中国纺织服装出口创下历史最高水平。今年前两个月, 中国纺织服装出口继续保持较快发展。据海关总署统计, 今年 1—2 月, 我国纺织品服装出口 502 亿美元, 同比增长 8.9% (以人民币计同比增长 6.3%), 其中, 纺织品出口 247.4 亿美元, 同比增长 11.9% (以人民币计同比增长 9.3%), 延续自去年第四季度以来的良好增长态势; 服装出口继续平稳增长, 前 2 个月出口 254.6 亿美元, 同比增长 6.1% (以人民币计同比增长 3.7%)。

开年“成绩单”令人充满信心。事实充分证明, 中国经济韧性强、潜力大、空间广, 中国纺织业长期向好的基本面不会改变。

在稳字当头的 2022 年, 保持经济平稳发展、完成全年目标任务, 还有很多有利条件。比如, 我国在疫情防控中积累了丰富经验, 采取的一系列措施能够有效阻断疫情传播, 疫情对经济的影响会逐步得到控制; 比如, RCEP 加速落地生效, 各地企业受益受惠, 为企业生产经营和高质量发展释放良好信号; 再比如, 为助力中小企业搭上数字化转型快车, 广东、江苏等中小企业集中的省份正纷纷出台政策破解企业转型之困。尽管国际环境复杂多变, 但我国经济韧性强、潜力大的特点不会改变。

同时也要看到, 展望全年, 行业发展仍面临多重压力, 还需爬坡过坎。大中小企业和产业链各环节的分化加剧, 规模以下企业和中下游企业的盈利能力不足, 存在部分依赖进口的天然纤维原料供给安全问题, 贸易保护主义等因素也增加了出口的不确定性。

越是面对挑战, 越要坚定信心、毕力同心, 把握发展窗口期和机遇期, 赢得发展主动权, 保障产业稳定发展, 延展产业发展空间, 实现产业创新引领, 推动高质量发展, 进一步打造国际竞争新优势, 劈波斩浪、行稳致远。

刘磊

## 本周看点 View point

2012—2021 年, 我国民营企业数量从 1085.7 万户增长到 4457.5 万户, 10 年间翻了两番, 民营企业 在企业总量中的占比由 79.4% 提高到 92.1%, 在稳定增长、促进创新、增加就业、改善民生等方面发挥了重要作用, 成为推动经济社会发展的重要力量。

——人民日报

1 月至 2 月, 我国电信业务收入累计完成 2586 亿元, 同比增长 9%, 增速同比提升 3.2 个百分点。按照上年不变价计算的电信业务总量同比增长 23.4%。

——工信部

截至 2 月末, 全国地方政府债务余额 316364 亿元。其中, 一般债务 139809 亿元, 专项债务 176555 亿元; 政府债券 314742 亿元, 非政府债券形式存量政府债务 1622 亿元。

——财政部

近期发布的《2020—2021 中国数字出版产业年度报告》显示, 2020 年我国数字出版产业整体收入达到 11781.67 亿元。其中, 互联网期刊、电子书、数字报纸的总收入为 94.03 亿元, 移动阅读等实现收入 2448.36 亿元。

——经济日报



纺织服装周刊  
微信订阅号



纺织服装周刊  
微信视频号



TA 潮报  
微信订阅号



纺织机械  
微信订阅号



纺织服装周刊  
今日头条号



纺织服装周刊  
网易号



纺织服装周刊  
新浪微博

聚焦  
FOCUS

# 超过 320 亿美元，较 2020 年增加 21%！

## 2021 年中国对欧盟服装成衣出口情况分析

根据中国海关数据显示，2021 年中国向欧盟出口服装及衣着附件产品超过 320 亿美元，较 2020 年增加 21%。出口前五位的国家分别为：德国 19%，法国 15%，荷兰 13%，西班牙 11%，意大利 8%。2021 年欧盟 27 国从中国进口主要服装产品依次为（按照价值由高到低）：裤子、毛衫、大衣、上衣、连衣裙、睡衣裤、内衣裤、T 恤衫、衬衫、婴儿服装等。

2021 年中国向欧盟服装服饰产品的出口情况持续好转，大部分产品类别均已超过疫情前水平。受到疫情影响的个别品类，如外出类、办公等正式场合服装的需求，也将伴随着欧洲各国全面恢复正常逐步提振。

欧盟从中国进口裤类产品超过疫情前水平。2021 年进口额为 44 亿美元，较 2019 年提高 14.3%。法国从中国进口该产品较疫情前增长 49%。

包括德国、法国、西班牙、荷兰、意大利在内，欧洲主要国家从中国进口的毛衫、套头衫产品已经恢复到疫情前水平。2021 年欧盟从中国进口毛衫产品达到 43.9 亿美元，较 2019 年增长 8.9%。2021 年法国从中国进口毛衫 6.68 亿美元，较 2019 年增长 14.6%。

欧洲主要国家从中国进口的女士连衣裙产品超过疫情前水平。2021

年该产品从中国进口额达到 20 亿美元，比疫情前增长 31.4%。法国从中国进口连衣裙较疫情前增长 86%。

2021 年欧洲从中国进口的上衣类产品总额超过 20 亿美元，已经恢复疫情前水平。法国从中国进口上衣产品较疫情前增长 65.8%。

欧盟从中国进口 T 恤衫，略高于疫情前水平。2021 年从中国进口总额 11 亿美元，较 2019 年增长 11.4%。其中，荷兰、法国增幅分别为 39% 和 26.5%。

欧盟从中国进口衬衫类产品增长强劲，2021 年超过 10 亿美元。2021 年法国从中国进口衬衫产品总额比疫情前增长 50%。

近两年，欧洲市场对便服套装的市场需求显著。2021 年，欧盟该产品从中国进口额为 2.68 亿美元，是 2019 年进口额的 2.4 倍。其中，法国从中国进口该产品较疫情前增长 2.8 倍。

欧洲从中国进口羽绒服较上年增长了 19.6%，仍然没有恢复疫情前水平。其中，法国进口较疫情前增长 19.1%。

欧洲从中国进口西服套装产品呈现下滑趋势。此类产品的进口额仅恢复到疫情前的一半。（综编）

### 动态 NEWS



## 中国纺联非遗办 牵头制定《扎染服饰》团体标准

扎染，古称扎缬、绞缬、夹缬和染缬，是我国古代纺织品种的一种“防染法”染花工艺，也是中国传统而独特的手工染色技术之一。目前，云南大理白族扎染技艺和四川自贡扎染技艺被列入国家级非物质文化遗产名录，共有 3 名扎染技艺国家级代表性传承人。

现代生活中，扎染作为一种特殊的传统工艺形式，在设计师和手艺人的巧妙构思下，通过配色和纹样设计进行创新，已被广泛地运用到日常穿着的服装服饰中。但与之相关的扎染服饰产品的标准尚属空白，一定程度上影响了扎染服饰产品的市场规范和工业化、产业化发展。因此，起草扎染服饰的相关标准十分必要。

《扎染服饰》团体标准制定工作由中国纺联非遗办申报，经中国纺联标准化技术委员会组织立项审查投票，正式列入中国纺联 CNTAC 团体标准项目制定计划（计划号 202202-CNTAC04）。该标准的制定，将为扎染服饰产品的品质提供技术依据，对规范企业生产、保护消费者利益和促进行业健康发展具有十分重要的意义。作为团体标准制定单位，中国纺联非遗办欢迎相关企业、机构及传承人等共同参与此项标准的研究、编制、检验和推广工作。（陈锋）

### 新品 PRODUCT

## “跑步的味道”引领国潮风尚

特步 321 跑步节推出 160X3.0、破风背心等系列产品

3 月 20 日，特步在其天猫直播间开启第七届特步 321 跑步节暨新品云发布会，通过“云呼吸，跑步的味道”这一理念与跑者沟通，并发布新一代马拉松专业跑鞋 160X3.0、更适合日常跑步的减震旋 9.0 跑鞋，以及破风背心等产品。

据了解，321 跑步节，是由特步发起打造的首个属于全民的跑步节日，倡导轻松趣跑，跑出健康，让更多的人爱上跑步。每一年，特步都会发起一个主题活动，从 2016 年“我真跑者”开始，321 跑步节已经走进第七个年头。

前些年很多跑者选择跑鞋总会迷恋于国外品牌，觉得国外牌子技术强、知名度高、穿着有面子。但随着跑步里程增加，对跑鞋知识的了解更广，跑者逐步认识了解到国内也有很好的跑鞋。中国有可以和国外媲美的跑鞋品牌，有更适合于中国人脚型的好跑鞋。

在 2021 年中国马拉松百强榜单中，前 10 名中有 7 名穿着特步 160X 系列跑鞋。男子前 100 名中，160X 系列占据 25 名，女子前 100 名中，160X 系列占据 14 席。2021 年推出的 160X2.0 系列横扫权威杂志《跑者世界》多个奖项，并予以特步“国货之光”的肯定。

市场一直关注 160X3.0 的进展，对特步在竞速领域的持续发力有颇多期待。据介绍，160X3.0 更轻、更稳、更弹。这双跑鞋搭载全新科技减震推进系统：采用双层动力巢 PB 中底科技和滚动式推进碳板，加厚和减重双重，在轻量 and 回弹之中令减震推进系统能充分助力跑者。

在特步发布的新品中，减震旋 9.0 最契合大众日常跑步需求。以共享单双层镂空设计为灵感，减震旋 9.0 鞋底双倍减震功能令大众跑鞋也可体验科技快感。

此次特步还推出了破风背心、T 恤、短裤、防风衣等跑者服装。据了解，破风背心采用无车缝线设计，面料更加注重吸湿排汗性能。

发布会上一同发布的还有特步首款数字藏品“160X-Metaverse”，以 160X 作为数字典藏品的灵感，将成为连接所有热爱跑步、热爱生活、憧憬未来的人们下一个前沿与交互生态产品。

据了解，160X-Metaverse 是特步第一个数字产品，也是特步第一次尝试进入虚拟领域，这也意味着，特步成为国内第一家开启跑步元宇宙的运动用品品牌。

用专业带动大众，陪伴跑者感受生活、探索未来，或许正是“跑步专家”轻松上阵，参与头部之争的制胜法宝。（郝杰）

直击  
DIRECT

# 两家涉纺基地入选国家新型工业化产业示范基地名单

3 月 15 日，工信部公布第十批国家新型工业化产业示范基地名单，全国共有 33 个经济技术开发区、产业园、产业集聚区榜上有名，涉及领域主要包括：装备制造业、原材料工业、消费品工业、电子信息产业、软件和信息服务、高技术转化应用，以及其他领域。

其中两家涉及纺织基地入选：装备制造（冰雪装备）·河北张家口冰雪运动装备产业园成为“专业化细分领域竞争力强的特色产业示范基地”，纺织（医用品）·湖北仙桃高新技术产业开发区成为“规模效益突出的优势产业示范基地”。

工信部表示，各示范基地要进一步聚焦主导产业，提高产业集聚集群发展水平，提升产业链供应链稳定性和竞争力，参加示范基地发展质量评价，发挥好引领带动作用。工信部将加强对示范基地的分级分类指导，组织开展发展质量评价和动态调整，加大典型经验宣传交流力度，支持示范基地按照高端化、智能化、绿色化的要求，在新型工业化道路上加快探索。

据了解，新型工业化产业示范基地是指按照新型工业化内涵要求建设提升、达到先进水平的产业集聚区。在省级示范基地的基础上，按照国家级示范基地的标准，好中选优，遴选创建一批国家级示范基地，参与更高层次合作与竞争。到 2025 年，示范基地的核心竞争力和品牌影

响力不断增强，卓越提升计划取得明显进展，一批具有全球影响力和竞争力的先进制造基地成为我国制造强国建设的重要标志和支撑。

张家口冰雪运动装备产业园于 2018 年正式启动建设，首期重点建设了占地 435 亩、总投资 11.42 亿元、总建筑面积 24.7 万平方米的示范区。据介绍，该产业园重点引进的产业领域为三类，一是轻装备类，包括滑雪头盔、滑雪眼镜、滑雪服、滑雪杖、滑雪鞋、滑雪板等；二是重装备类，包括造雪机、压雪车、索道、魔毯输送机、雪地摩托车等；三是相关产业，包括体育运动器材、康复训练装备、运动休闲服饰等。

仙桃高新技术产业开发区前身为仙桃经济开发区，创建于 1991 年，2015 年 9 月成为国家高新区，成为全国第三家在县级城市设立的国家高新区，非织造布产业园是高新区内的重要产业。疫情期间累计贡献湖北全省 80%、全国 40% 的防护物资。非织造布产业已成为仙桃第一支柱产业。仙桃是全国最大的非织造布生产、加工和出口基地，产品涵盖建筑、医疗、日用、环保、电子、汽车、航空航天等 32 大类 130 多个品种，培育了以恒天嘉华、新鑫为代表的一批非织造布骨干企业。仙桃力争“十四五”期末，形成知名品牌 40 个以上、规上企业 200 家、集群规模 1000 亿元的国内领先、世界一流的非织造布产业集群。

（郝杰）

### 热点 HOTSPOT

## 人社部等十部门启动实施百万就业见习岗位募集计划，提供补贴、税费支持

3 月 15 日，人社部、教育部等十部门印发《关于实施百万就业见习岗位募集计划的通知》，部署启动实施百万就业见习岗位募集计划，进一步推进就业见习工作，帮助高校毕业生等群体提升就业能力。

《通知》提出，充分发挥政府有关部门、社会各方面力量，全年募集不少于 100 万个就业见习岗位，为青年提供充足见习机会。多渠道搭建见习供需对接平台，畅通岗位募集渠道，力争把有意愿的用人单位、高校毕业生和失业青年都组织到见习活动中。完善落实就业见习政策，强化跟踪服务，提高就业见习的规范性、知晓度和吸引力，帮助更多青年通过见习积累经验、及早就业。

《通知》明确三方面支持政策。一是补贴支持。见习对象为离校 2 年内未就业高校毕业生和 16—24 岁失业青年。见习期间，由见习单位为见习人员提供基本生活费、办理人身意外伤害保险，并承担对见习人员的指导管理费用。对吸纳见习的单位，按规定给予就业见习补贴。对见习期满留用率达到 50% 以上的见习单位，可适当提高见习补贴标准。将对见习期满与见习人员签订劳动合同的，给予见习单位剩余期限见习补贴政策延续至 2022 年底。

二是税费支持。见习单位支出的见习补贴相关费用，不计入社会保险缴费基数。符合税收法律及其有关规定的支出，可以在计算企业所得税应纳税所得额时扣除。

三是激励推动。开展国家级就业见习示范单位评选，优先激励参加本次计划并表现突出的各类单位。对计划组织实施到位、募集岗位多、岗位质量好、实施效果佳的省份，纳入就业工作督查激励统筹考虑。

《通知》要求，见习岗位尽可能覆盖不同行业，重点提高管理、技术、科研类岗位比重，更好发挥青年所学所长。各地要迅速对接辖区内各类企事业单位、社会组织、政府投资项目和科研项目，重点挖掘本地特色产业、现代服务业、高端制造业等领域见习岗位信息，及时掌握见习单位类型、见习岗位数量和专业技能要求。

科技、工业和信息化、民政、商务、国有资产监督管理、工商联等部门要立足部门职能职责，发挥行业优势，鼓励各类用人单位设立见习岗位。

另外，各地要多渠道汇总发布本地区见习单位目录和见习岗位清单，开展就业见习进园区、进社区、进市场。多方式开展专场招募、双向洽谈、直播带岗等活动，并在各类招聘会、就业服务专项活动中推出见习岗位。（郝杰）

## 2022 中国纺联 春季联展展期调整

近期国内疫情已波及多个省市，防控形势严峻。为切实落实上海市人民政府对疫情防控工作的最新指示，保障各方的健康和切身利益，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会经过慎重考虑，并与多方沟通协调决定，原定于 2022 年 4 月 14—16 日在国家会展中心（上海）举办的“2022 中国纺联春季联展”五展展期有所调整。

展期调整如下：

中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会、中国国际纺织纱线（春夏）展览会、中国国际家用纺织品（春夏）博览会、中国国际针织（春夏）博览会将并入“2022 中国纺联秋季联展”，于 2022 年 8 月 29—31 日在国家会展中心（上海）举办。

中国国际服装服饰博览会（春季）将延期至 2022 年 5 月 20—22 日，于南京国际博览中心举办。

组委会表示将与各方保持紧密沟通，竭力做好后续筹备与服务工作，为呈现高品质行业展会全力以赴。（秦凌）

“十四五” 集群启征程

策划：《纺织服装周刊》  
协办：中国纺联产业集群工作委员会

第五次全国纺织集群试点复查深度行系列报道



夏令敏

## “集群试点”20年，戮力同心铸就产业强国！

访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

本刊记者\_徐长杰



2002年，中国纺织工业联合会就开启了“集群试点”工作。当时，社会上还没有意识到产业正在以集聚的形态发展，但中国纺织工业联合会敏锐把握产业发展脉搏，积极为集群发展搭建平台，让集群服务先行一步。

如今，中国纺联集群工作已行进在了第20年的征程路上，又恰逢中国纺联开展第五次全国纺织产业集群复查，在这样的历史节点上，我们理应对中国纺织集群工作走过的20年进行梳理。回望过去，是为了更好地面向未来。近日，《纺织服装周刊》专访了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。

### 从浙江、广东“试点”推向全国

2001年有很多让人难忘的记忆，当萨马兰奇庄重宣布第二十九届奥运会举办地为北京的时候，当我们经历了15年零4个月的漫长等待，中国在一片掌声中获得通过、加入WTO的时候……在那时我们似乎就可以看出，中国经济通往快车道的闸门正在打开，而此时的中国纺织业，也在闸门打开的前夜做着充分准备。

2001年底、2002年初，时任中国纺织工业协会会长的杜钰洲一行在调研过程中发现，浙江省的纺织产业集聚特点非常突出，如绍兴、萧山已经初具规模，产业链上下游也形成了完整的市场化配套，宁波、湖州、嘉兴等地产业的集聚也开始显现。特别是绍兴柯桥，其纺织印染产业不仅具备了相当的规模，中国轻纺城的市场集散能力和辐射力在全国也有着响当当的名号。

众所周知，上世纪90年代以前纺织产业大多是国有企业，压锭重组改革之后，民营企业广泛兴起，当时仅浙江省与纺织有关的注册企业和个体工商户就有20多万户，那么就全国产业集群来说，企业的总数量可能就远远不止20万户。

夏令敏介绍说，这些注册商户中除了直接参与纺织生产加工的企业外，也包括一些纺织贸易企业，他们都是以纺织产业为生，对当时地方经济的发展起到了重要的推动和促进作用，特别是企业的集聚，让当地纺织产业的生态更加活跃。当时的中国纺织工业协会敏锐地意识到，协会要服务的不仅是产业、企业，更要关注产业集群、区域产业生态的发展与成长，并为此开始着手准备。

2001年底和2002年初，当时的中国纺织工业协会开始对全国的纺织产业集群做摸底调研。

2002年12月24日，中国纺织工业协会在北京召开纺织产业集群地区镇长座谈会，主题就是如何做好纺织产业集群试点工作。并在北京人民大会堂召开“全国纺织基地市（县）、特色城（镇）产业集群发展研讨会”，正式宣布浙江省绍兴县等38个市（县、区）、镇为中国纺织工业协会产业集群试点地区，并授予了相应的产业基地市县和特色城镇称号。

不得不说，在当时很多人还没有关注到产业经济正在以一种集聚形态发展的时候，时任中国纺织工业协会会长的杜钰洲就率先提出要在产业集群做好公共服务，要调动地方政府和各方面的积极性，共同推动产业集群的健康发展。由此，开启了由行业协会到地方政府、到

行业各方、再到各类机构围绕产业集群开展服务的先河。

2004年12月3日，全国纺织集群产业创新现场会在佛山市南海区西樵镇召开，交流推广产业集群升级示范区的建设发展经验，并研讨全国纺织行业如何应对后配额时代的机遇和挑战。中国纺织工业协会和广东省政府还在西樵同时召开全省产业集群建设现场会，研究如何加快广东省产业集群建设，提升产业竞争力。

正是在这样的基础上，经过积极推广产业集群试点服务工作，中国纺织工业联合会不断吸收了更多地区县市、城镇参与到产业集群试点共建工作中来。到2021年共有210个地方政府与中国纺织工业联合会建立了产业集群试点共建关系。这210个地区，正是中国纺织工业发展中最坚实的产业基础。

### 从区域经济到融入全球

2001年，中国加入WTO，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2100多亿美元，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，这是中国制造能力在纺织国际竞争领域的充分体现。

而这也正是中国纺织集群快速崛起的“黄金十年”。这期间，无论是企业的积极性还是生产能力，都得到有效释放。与此同时，国内经济发展欣欣向荣，也进一步带动了集群的发展，为纺织产业和集群在参与国际竞争中提供了有利机会。

夏令敏谈到：“实际上，这个时候纺织产业集群的中小企业生产的就已不仅仅是所谓的内销的低档产品，因为这时的企业已经参与到国际竞争当中，他们的产品是有一定竞争力的。”可以说，全球任何一个订单需求，都能够快速地在集群企业当中得到响应，供应链的配套能力让产业的协同效率非常之高，也让集群始终保持旺盛的生命力。

这些年来，纺织产业集群一直在中国经济的发展中扮演着重要角色，这其中，不仅仅是大企业在产业发展过程中所发挥的龙头引领，中小企业的快速成长也为集群发展构建起了良好的产业生态，从而壮大产业集群，提升区域产业整体竞争力。

夏令敏表示，从2002年“集群试点”工作起步到如今，中国纺织工业联合会一直在为纺织集群发展进行着深度的服务，主要体现在以下几个方面：

一是推动地方政府相关部门重视、关注纺织服装产业集群的发展。如企业遇到了困难、问题，协会会同地方政府一道，倾斜更多的资源力量支持中小企业发展，帮助企业解决问题、度过难关。

二是协同有关机构服务集群发展。中国纺联从国家协会层面同各个专业协会各个部门、一直到地方省市级行业组织，都提供相应平台，引导相应机构来共同服务于产业集群各项工作。

三是对产业集群发展情况的跟踪研究。行业协会对产业发展情况的掌握多来源于生产一线，而占整个产业半壁江山的产业集群是产业发展的重要风向标，因此协会的一项重要工作就是对集群发展情况进行跟踪分析梳理研究，以便更好地服务集群及产业。

集群化发展是我国纺织服装产业最突出的特征，也是全行业高速高效成长的重要因素。回望“集群试点”工作20年，中国纺织集群正成为持续激发经济活力的重要产业力量。从“区域化”到“全球化”，纺织集群正成为持续塑造开放生态的重要产业力量。

如今，产业集群已成为纺织行业新型社会化生产方式的组成部分，充分体现了我国纺织服装产业的整体制造水平、科技应用水平和产业竞争力水平，在有效配置生产要素资源、提升企业运行效率、促进行业健康可持续发展等方面发挥着重要作用。尤其是在市场的推动下，近年来，产业集群科技创新不断涌现新成果，区域品牌影响力获得新提升，两化深度融合进入新阶段，公共服务平台建设达到了新高度，纺织产业集群高质量发展、升级发展的特征越发明显。

事实上，纺织产业集群在人才培养、科技创新以及公共服务平台建设上同样取得了显著成绩。“十三五”期间，纺织产业集群实现了良好的发展，产业结构明显分化、分工合作步伐加快、资源集聚效应明显、创新能力不断增强、制造水平有效提升、行业效益大幅增长，国际影响力和竞争力进一步加强。

二十年征途漫漫，夙兴夜寐风雨兼程；新时期征程再启，披坚执锐跨山越海。

当下，我国纺织集群正以更大的勇气和构建世界级产业集群的决心加速前进。夏令敏表示，面对当前形势，要放眼国际市场、立足内需市场，加快建设现代化的纺织产业集群；要立足产业特色专长，强化创新赋能，加快完善全域产业生态；要立足本业核心、融合信息和科技手段，加快打造新经济增长极；更要立足当前产业链核心基础，进一步发挥东、中、西部产业资源要素配套优势，促进新阶段的产业集群、产业园区科学合理布局。TA



这些年来，纺织产业集群一直在中国经济的发展中扮演着重要角色。

纺织春之声

2022全国两会专栏

# 12个关键词 解读“两会”里的纺织大事

■ 本刊记者\_郭春花

今年两会，来自纺织行业两会代表委员带来了行业呼声。数字化转型、国际合作、强化本土品牌软实力、落实“双碳”、支持中小微企业发展、拓宽纺织新材料研发及应用、人才培育……本刊汇总了代表委员的精彩提案议案，归纳出12个关键词，解读“两会”里的纺织大事，以飨读者。

## 关键词1 数字化转型

未来纺织行业要保持高质量发展，必须加快数字化转型步伐，以新一代信息技术促进纺织行业向数字化、智能化转型升级。

全国人大代表、江苏阳光集团党委书记陈丽芬表示，集群化发展是我国纺织产业的突出特征，建议设立国家数字化纺织服装产业集群创新发展中心；在纺织行业内遴选20个具有不同特色的优势产业集群作为重点，开展数字化转型公共服务能力建设，打造数字化转型示范产业集群，服务超过10000家大中小纺织企业，带动行业加快转型升级。

## 关键词2 国际合作

中国纺织业具备与各成员国扩大贸易往来、加强区域投资互动的坚实基础。但是目前纺织行业外经合作层次和质量还不够高，企业主动整合国际、国内优质资源的能力还不够，海外供应链体系的建设还严重不足。

为此，全国人大代表、东方国际集团东方国际创业股份有限公司副总经理王伟建议，支持引导企业积极参与与区域产业链供应链国际布局重构，高质量建设更加紧密、高效、互利共赢的纺织产能合作体系；鼓励引导企业主动整合RCEP区域内优质资源，与国内产业链形成协调互补，支持高端环节的国际项目合作；支持跨境电商供应链体系建设，鼓励企业发展海外仓、海外分市场。

此外，中非之间在纺织服装产业领域建立全方位互利共赢合作具备良好基础和较大发展空间。为此，全国人大代表、江苏阳光集团党委书记陈丽芬建议，一是制定“一带一路”制造业合作先行先试鼓励目录，将纺织服装业列为中非合作重点推荐产业。二是出台综合政策，鼓励纺织服装企业在具备合作潜力的非洲国家进行以我为主的纺织产业链合作。三是加强对非纺织合作项目支持。四是鼓励支持在多国搭建中非纺织品服装贸易合作平台。五是支持行业协会开展“民间外交”，为中非产业间合作提供相关服务，引导企业负责任地“走出去”。

## 关键词3 强化本土品牌软实力

当前，中国纺织工业正在积极对标“国民经济和社会发展的支柱产业、解决民生和美化生活的基础产业、国际合作与融合发展的优势产业”新定位。为强化本土品牌软实力，提升时尚话语权，全国政协委员、真维斯国际（香港）有限公司董事长杨勋提出以下五点建议提案：

一是从需求管理入手，倡导公平竞争，提升国货采购意识，提升本土品牌软实力；二是从源头塑造入手，强化产业链上游“中国面料”品牌培育与时尚话语权塑造；三是从平台建设入手，推动本土纺织工业设计的平台构建与设计价值的市场转换；四是从精神内涵入手，深入弘扬纺织工业文化的时代新精神与发展新典型；五是从文化生态入手，鼓励加强中国纺织时尚的大众消费认知与话语体系。

## 关键词4 落实“双碳”目标

碳达峰和碳中和将成为纺织行业绿色发展未来最具影响力的研究与开拓领域。为支持纺织行业有序推进低碳绿色发展，助力国家实现碳达峰和碳中和目标，全国人大代表、江苏阳光集团党委书记陈丽芬建议，稳经济增长和“双碳”目标应相协调，加大节能减排技术开发和推广力度，加强中小企业碳排放服务，支持纺织行业绿色发展服务平台建设，享受国家参与碳交易及分配的有关政策。

中国是全球最大的纺织服装生产国和消费国，每年纤维消费总量约3000万吨，但因体制机制、回收体系、分拣方式、技术和标准等原因，再生原料以PET瓶片和工业废料为主，来自城乡居民旧衣物数量较少，废旧纺织品再利用总体效率偏低。全国人大代表、新乡白鹭投资集团有限公司党委书记、董事长邵长金建议，建设废旧纺织品资源循环利用产业须引入市场化机制，建设以中心城市为载体的废旧纺织品回收分拣基地，搭建废旧纺织品资源循环利用服务平台，推动先进技术、装备研发和产业化应用试点示范，纺织资源综合利用标准化全面统筹管理，加大废旧纺织品再生利用的宣传舆论引导力。

## 关键词5 支持中小微企业发展

当下，中小微企业的生存与发展普遍比较艰难。为此，全国人大代表、湖北天门纺织机械股份有限公司董事长沈方勇建议各级政府和相关部门进一步加大对中小微企业的支持力度，帮助企业稳定队伍，确保生存，持续发展。

对于“专精特新”企业目前存在的问题，全国人大代表、森马集团董事长邱光和建议：给予专精特新企业更大力度的政策支持，大力发展优质的科技型中小企业，积极拓宽企业融入产业链渠道，建设专精特新企业培育平台。同时，对于如何做好行业稳就业和高质量就业，邱光和还提出推动“家庭友好政策”的建议：在纺织行业面临劳动力资源持续紧缺的困难下，企业应进一步保障女性权益、推动女性员工的平等就业和劳动保护，建设更加人性化的企业文化。

## 关键词6 拓宽纺织新材料研发及应用

近年来，我国高性能纤维取得了长足进步，为进一步推动国产高性能纤维材料发展与应用，全国政协委员、南通大学校长施卫东建议，要进一步完善高性能纤维材料发展顶层设计，加大对高性能纤维龙头企业支持力度，推动高性能纤维材料在高端领域应用，支持高性能纤维生产应用技术装备攻关，优先能耗指标和绿电配给。

针对工业织材领域存在的问题，全国人大代表、湖北天门纺织机械股份有限公司董事长沈方勇建议：加大工业织材产业应用的政策支持力度，加强工业织材技术装备的联合攻关，建立完善工业织材及装备标准化体系，加强工业织材领域的人才队伍建设。

为进一步加强产业用纺织品行业战略基础能力建设，引导和支持行业发展，全国人大代表、森马集团董事长邱光和建议：一是进一步加强产业用纺织品行业标准化建设，建议成立全国产业用纺织品标准化技术委员会，加强产业链上下游和行业间的协调和交流；二是亟需成立先进技术纺织品国家制造业创新中心，建议成立先进技术纺织品国家制造业创新中心，提高产业用纺织品装备制造和生产工艺的自主创新能力，突破产业用纺织品制造业发展瓶颈。

## 关键词7 人才培育

目前，纺织行业劳动力资源持续紧缺，老龄化现象突出。同时纺织工人队伍不仅要适应科技创新成为企业支撑的形势要求，也要适应数字经济成为企业支撑的形势要求。

为此，全国人大代表、石家庄常山北明恒盛纺织分公司织造车间教检工冯丽朝建议相关部门利用互联网平台组织企业对有条件的职工进行有针对性的职业培训，加强面向传统实体经济企业的公共服务，提供技术研发、创意设计等创新型的服务能力。

近年来，劳模工匠政治地位明显提升，技能形成体系日趋完善，但同时也存在着激励作用不足、持续性不够、示范作用不强、导向作用不明确的问题。为此，全国人大代表、德州恒丰仁和纺织集团有限公司高级技能教练王晓菲建议，以中共中央、国务院名义设立劳模工匠国家专项津贴，切实加大对劳模工匠的经济激励，体现党和国家对劳模工匠的关心爱护，巩固工人阶级的领导地位，增强劳模工匠的获得感、成就感和幸福感。

## 关键词8 发挥行业协会优势 建设科技创新平台

科技创新平台是支撑全社会创新活动的重要载体和核心力量，是提升科技核心竞争力的有效途径。行业协会学会作为联结政府、企业和市场的桥梁和纽带，是推动行业科技创新平台建设、满足企业创新发展需求的重要力量。但是，这些行业平台还不属于国家认可的科技创新平台范畴，协会没有推荐申报国家级科技创新平台的资格和渠道，这种情况不利于从整个行业层面对科技创新体系进行统筹规划和系统布局。

为充分发挥行业协会学会在科技创新中的作用、功能和优势，全国人大代表、德州恒丰仁和纺织集团有限公司高级技能教练王晓菲，全国人大代表、江苏箭鹿毛纺股份有限公司织造车间值班长高苏娟建议，给予具备条件的行业学会协会推荐申报国家科技创新平台的资格；将具备条件的行业协会学会评定的科技创新平台纳入国家认可的创新平台体系；让具备条件的行业协会学会在科技创新平台的运营和管理中充分发挥作用。

## 关键词9 原料保障

当前，化学纤维原料高度依赖石油资源存在产业安全隐患，棉花产业在新疆集中度过高存在产业安全隐患。为了加强纺织产业原料保障，维护产业安全稳定，全国人大代表、新乡白鹭投资集团有限公司党委书记、董事长邵长金提出建议：加快推动现代煤化工与化纤产业融合发展，加快培育发展生物基化学纤维制造业，适度恢复内地棉花产业，保障棉花安全供应。

针对生态环境问题，全国人大代表、邵阳纺织机械有限公司副总工程师兼总设计师吴继发建议有关政府部门完善相关政策措施，加快推动现代煤化工和生物可降解材料的发展，以维护产业链供应链安全稳定。主要落实在：加快推动煤化工产业转型升级，适度鼓励发展煤化工来源的化纤原料，平衡好能耗控制与产业发展之间的关系，避免一刀切管理。对于推动生物可降解材料发展方面，做好生物可降解材料发展的顶层设计，加大财政资金支持力度，支持科技创新来提高生物可降解材料技术水平，并进一步加大生物可降解材料的应用推广。

## 关键词10 促进新疆棉消费，推动双循环

新疆棉能否稳定生产不仅影响当地农业的发展利益，同时也关系着我国纺织产业链安全及相关产品国际竞争优势。全国人大代表、森马集团董事长邱光和，全国人大代表、湖北天门纺织机械股份有限公司董事长沈方勇建议有关政府部门以扩大新疆棉及制品国内消费为主要抓手，以最终消费稳固新疆棉的生产、供给，畅通新疆棉及制品的国内循环。

全国人大代表、新乡白鹭投资集团有限公司党委书记、董事长邵长金则建议积极推出“新疆长绒棉”“兵团优质棉花”等地理标志产品，建立具有可持续性的品牌认知IP。开展专项消费促销活动，扩大以新疆棉为原料制成的纺织服装在国内零售市场的积极消费。

在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新格局下，推进自主品牌消费、拉动内需成为重要支撑。为此，全国人大代表、滨州亚光家纺有限公司总经理王红星建议设立“中国纺织服装品牌消费节”，发挥行业专业化展会平台的现有资源优势，同时借助重大节日开展多种形式的品牌展销活动。

## 关键词11 可持续发展

印染行业是纺织工业产业链不可或缺的重要环节，为纺织工业高质量发展提供了重要技术支撑，是纺织工业绿色低碳发展的重要体现。

为进一步推动印染行业转型升级，实现可持续发展，保障我国纺织工业产业链安全，充分发挥纺织产业链体系优势，全国人大代表、石家庄常山纺织股份有限公司恒盛分公司教检工冯丽朝建议，要加大对印染行业技术改造的支持力度，适当放宽技改投资门槛；支持印染工业园区建设，推进印染企业向园区集聚。

## 关键词12 非遗助力乡村振兴

目前，纺织非遗助力乡村振兴具备良好的条件，同时也面临着干问题需要解决。

全国政协委员、南通大学校长施卫东建议，一是努力提升传承人的技艺能力，积极鼓励在乡村培养一批纺织非遗产业带头人、经营管理者队伍，成为发展产业的中坚力量，带动传承人群走向产业化、市场化道路；二是优化生产组织和布局结构，吸引国有央企或者社会资本到纺织非遗资源密集的民族地区投资建立特色小镇和产业园区，逐步形成完整产业链；三是健全传承发展创新发展链条，应用政策和市场机制把在乡村的纺织非遗传承人与设计师、制造商、品牌商、渠道商链接起来，形成完整的传承发展链条；四是充分发挥行业组织作用，引导各类资源向乡村和民族地区配置，让纺织非遗产业形成属地化发展格局。

# 两会凝聚信心， 纺织业发展将紧抓七大窗口期

■ 本刊记者\_郝杰

2022年全国两会不负使命完成了各项议程，纺织业代表委员和全国近5000名各界代表委员一起，认真履行职责，察国计民生大势、谋改革发展良策、绘民族复兴蓝图。

尽管今年我国发展面临的风险挑战明显增多，政府工作报告给了我们迎接挑战的信心：越是困难越要坚定信心、越要真抓实干，必须爬坡过坎！同时，信心的背后是底气：我国经济长期向好的基本面不会改变，持续发展具有多方面有利条件，特别是亿万人民有追求美好生活的强烈愿望、创业创新的巨大潜能、共克时艰的坚定意志，我们还积累了应对重大风险挑战的丰富经验。中国经济一定能顶住下行压力，必将行稳致远。

有挑战，同时也伴随着机遇。中国纺联会长孙瑞哲提醒行业，把握好发展的窗口期、战略机遇期，才能赢得发展的主动权。

## 01 要把握文化自信树立的窗口期

今年两会，代表委员们普遍感受到，随着我国文化事业和文化产业的不断发展，人们的精神文化生活不断丰富，文化自信不断增强。

全国人大代表乔进双梅带着自己关于彝绣扶持的建议，着一身精心设计、改良后的传统彝族服饰，来到了北京会场。作为2020“中国非遗年度人物”，乔进双梅是四川马边彝族自治县花间刺绣专业合作社的一名刺绣工，这套漂亮的服饰，由乔进双梅和姐妹们合作完成。“乡亲们增了收，日子越来越红火，对彝绣也越来越有信心。”乔进双梅认为，这就是文化自信的一种表现。如今，这股自信的风已经吹遍了大小凉山。

全国政协委员杨勋提出，需要以文化自信为基础，在更大程度上重视我国纺织服装自主品牌的软实力建设。围绕“大师、大事、大牌”，联动本土企业文化与纺织家国情怀，深入挖掘中国纺织工业文化的特色故事，整合文学、艺术、影视、音乐创作等文化资源的全方位配套，引导国际国内消费者对我国纺织工业文化“科技、时尚、绿色”的价值认可与美誉度认同。

## 02 要把握共同富裕成为核心逻辑的窗口期

共同富裕是全体人民的富裕。要实现城市更新与乡村振兴的同频共振，根本途径就是要推动城乡的产业衔接与转换。以民生产业服务民生改善，以产业特色带动特色区域，行业要融入共同富裕的历史大势，服务共同富裕的共同愿景。

今年政府工作报告指出，“要坚持以人民为中心的发展思想，依靠共同富裕，扎实推进共同富裕，不断实现人民对美好生活的向往。”再次明确了推进共同富裕是中国“十四五”时期的重大任务。

全国人大代表李培林认为，要把乡村振兴、缩小城乡差距作为推进共同富裕的重点，补上城乡差距这个短板，让广大农民普遍富裕起来，摆脱低收入状况。城乡收入差距是我国整体收入差距最重要的影响因素。而没有农业、农村和农民的现代化，就不可能有国家的现代化。

就业对共同富裕具有不可或缺的作用。“就业，关乎企业运营、宏观经济，同时也连接着千家万户、民生冷暖，稳就业在经济发展中被摆在突出位置。企业在承载就业创业方面发挥着重要作用。”全国人大代表余东说。

## 03 要把握全球产业格局重新调整的窗口期

疫情之下，面对全球产业链的深刻调整，我们需要融入世界经济的大潮，以更加多元化的思路，开拓新市场、拓展新渠道。

政府工作报告提出，扩大高水平对外开放，推动外贸外资平稳发展。充分利用两个市场两种资源，不断拓展对外经贸合作，以高水平开放促进深层次改革、推动高质量发展。多措并举稳定外贸，加快发展外贸新业态新模式，充分发挥跨境电商作用，支持建设一批海外仓。

据介绍，近年来跨境电商在外贸中的占比持续提升，尤其在疫情冲击下为稳外贸发挥了重要作用。全国人大代表张建华表示，面对新的国际国内市场环境，外贸企业要苦练内功、创新发展，加快转型升级步伐。比如大力发展跨境电商等新模式、新业态。此外，外贸企业可以抓住数字经济的机遇，通过数字化技术，提升外贸产业链的运转效率。

全国人大代表王伟认为，纺织行业外经作层次和质量还不够高，企业主动整合国际国内优质资源的能力也还较弱，海外供应链体系的建设则严重不足。王伟提出建议，支持引导企业积极参与区域产业链供应链国际布局重构，高质量建设更加紧密、高效、互利共赢的纺织产能合作体系。

王伟建议，进一步完善跨境电商发展环境和政策体系，发展具有显著区域和专业化特征的跨境电商园区，形成区域特征明显的产业生态区，试点中国企业公共海外仓的设施建设，集聚资源，降低成本。同时，拓展海外仓的投融资渠道，建议支持有实力的国有资本企业、金融机构等创新应用区块链、大数据技术、创新海外仓供应链金融服务，研发有针对性的海外仓企业贷款、融资产品。

## 04 要把握数字化与城镇化协同发展的窗口期

数字经济是畅通经济循环、激活发展动能、增强经济韧性的强劲引擎。纺织产业集群的发展融入区域数字化转型，有助于化解转型动力与能力不足的问题。

政府工作报告提出，促进数字经济发展。加强数字中国建设整体布局。建设数字信息基础设施，推进5G规模化应用，促进产业数字化转型，发展智慧城市、数字乡村。加快发展工业互联网，培育壮大集成电路、人工智能等数字产业，提升关键软硬件技术创新和供给能力。完善数字经济治理，释放数据要素潜力，更好赋能经济发展、丰富人民生活。

全国政协委员贺强在《关于促进中小企业数字化转型的提案》中提出，除了给中小企业“输血”，更要想方设法增强其“造血”功能、培育它们的自我发展能力。数字化转型进程中，应该培育一批兼具数字技术能力和实体经济属性、对推动数字化转型具有较强促进作用的新型实体企业，让它们在深入产业链和供应链的过程中为中小企业数字化转型提供有针对性的解决方案。

全国人大代表陈丽芬认为，未来纺织行业要保持高质量发展，必须加快产业集群的数字化转型步伐，以新一代信息技术促进纺织产业集群向数字化、智能化转型升级，打造一批数字化的世界级纺织产业集群。建议由工信部牵头，设立国家数字化纺织服装产业集群创新发展中心。在纺织行业内遴选20个具有不同特色的优势产业集群作为重点，开展数字化转型公共服务能力建设，打造数字化转型示范产业集群，服务超过10000家大中小纺织企业，带动行业加快转型升级。

## 05 要把握绿色发展模式快速形成的窗口期

绿色发展作为全球共识，开始深刻影响产业的成本结构、竞争优势与价值逻辑。要实现绿色供给与需求的良性循环，一方面需要帮助企业提升绿色产品供给能力，另一方面要加强消费者教育和市场培养。击穿阈值需要持续的资金与政策支持。

政府工作报告提出，持续改善生态环境，推动绿色低碳发展。加强污染治理和生态保护修复，处理好发展和减排关系，促进人与自然和谐共生。推进绿色低碳技术研发和推广应用，建设绿色制造和服务体系。推动能耗“双控”向碳排放总量和强度“双控”转变，完善减污降碳激励约束政策，加快形成绿色生产生活方式。

全国两会期间，如何实现“双碳”目标成了代表委员们关注的焦点。“双碳转型将会推动一场绿色工业革命，而其基础在于绿色，底色是绿色。”全国人大代表张雷说，在中国西部，包括北部区域，有着丰富的风电和光伏的可再生能源资源，可以成为绿色工业革命的重要载体。而绿色工业革命不仅承载了整个东部产业的转移，也有机会发展未来新的工业体系。2022年两会期间，张雷提交了关于让零碳产业园成为绿色工业革命的重要载体，推动区域平衡发展和共同富裕的建议。

全国人大代表部长金建议，建设废旧纺织品资源循环利用产业须引入市场化机制、建设以中心城市为载体的废旧纺织品回收分拣基地、搭建废旧纺织品资源循环利用服务平台、推动先进技术、装备研发和产业化应用试点示范等。

## 06 要把握创新驱动发展的窗口期

产业创新不再是一座孤岛。科技与设计创新集成，工具与平台升级迭代，多元化、异质性的创新要素融合重构，成为产业实现指数型增长的驱动力。重大创新往往源于对经济和社会发展突出问题的认知与解决。消费需求的发掘正成为产业发现创新信号、凝练创新问题的重要途径。“从0到1”的突破可以牵动全产业链的创新。

政府工作报告中提出，深入实施创新驱动发展战略，巩固壮大实体经济根基。推进科技创新，促进产业优化升级，突破供给约束堵点，依靠创新提高发展质量。强化企业创新主体地位，持续推进关键核心技术攻关，深化产学研用结合。落实好各类创新激励政策，以促进企业加大研发投入，培育壮大新动能。

全国人大代表郝旭建议，要围绕产业链部署创新链，围绕创新链完善资金链，构建以企业为主体、市场为导向、产学研深度融合的技术创新体系。要充分发挥企业在科技创新成果转化中的主体作用，推动建立权责清晰、优势互补、利益共享、风险共担的合作机制，引导科技成果转化各类主体加强知识产权运用和保护，把更多科技成果应用在转型发展主战场。

全国人大代表王红星建议，要鼓励优质社会资本支持企业转型升级。要加强公共服务，支持重点纺织产业集群及园区公共服务平台建设和升级，提高面向企业提供技术研发、创意设计、工业互联网等创新服务的能力，提供免费技术推广、教育培训等服务，促进企业健康发展。

全国人大代表卢庆国表示，实现高质量发展和科技创新的推动落实，必须充分发挥企业的主体作用。对行业内龙头企业国家重点实验室建设、国家科技奖励评审等方面向企业倾斜，突出企业的创新主体地位，鼓励企业更好发挥创新主体作用。

## 07 要把握人口结构性变化的窗口期

人口的变化决定着劳动供给和市场需求，影响着创新能力和发展空间。虽然我国人力资本不断丰富，但制造业技能型人才缺口却呈扩大趋势，这种趋势正在影响未来行业人才的接续。

政府工作报告中提出，继续开展大规模职业技能培训，共建共享一批公共实训基地。使用1000亿元失业保险基金支持稳岗和培训，加快培养制造业高质量发展的急需人才，让更多劳动者掌握一技之长、让三百六十行行行人才辈出。

全国人大代表何菲建议，加大对社会办学的支持力度，积极探索企业与社会联合办学模式，结合各省制造业的实际需求，能够为企业定向输送高技能人才和普通的产业工人，让产业工人也能跟上时代步伐。希望加强指导，引导和激励企业完善岗位培训体系，制定产业工人高技能人才的中长期发展规划，不断提高他们的素质和能力。

全国人大代表冯丽朝以自己所处的纺织行业为例介绍，目前，纺织行业劳动力资源持续紧缺，老龄化现象突出，将面临青黄不接的局面。年轻一代的“90后”和“00后”流动性非常大，为此，她建议，依托《“十四五”职业技能培训规划》，发挥各级职业技能培训平台的作用，利用互联网平台组织企业对有条件的职工进行有针对性的职业培训，增加全省、全国劳动竞赛的频次，提高员工的创新能力和创造力。“让企业、职工和支持竞赛开展的单位都受益，让技师、高级技师、特级技师在企业遍地开花，助力企业高质量发展。”TA



为抢抓“人才”机遇，柯桥企业对内通过开展培训助力员工成长，对外通过引进“新”人为企业发展赋能。

# 纺城职场新变化 把握新机会，畅想新未来

■ 本刊记者\_林晨莉

每年的三、四月，是中国轻纺城纺织行业人员就业市场的旺季。

基于“人才代表了企业的战略和发展方向”的共识，我们关注到：近年来，服装设计人员、品牌业务人员、产品企划人员等传统产销之外的新职位，正悄然跻身企招聘的用人清单。同时，在纺织面料成品化导向影响之下，纺织企业的平台电商运营岗位已趋向成熟和稳定。

众所周知，人才是实现共同富裕不可或缺的“资源”。近年来，柯桥正积极抢抓全球人才流动窗口期和长三角人才一体化机遇期，大力引进“高精尖缺”人才和领军型创新创业团队，构建起覆盖全球的“人才地图”。作为世界级的现代纺织产业集群，中国轻纺城亟需打好“人才”这张牌。

那么，身处活跃的纺织产业中心，纺织企业如何抢抓“人才”机遇，最大程度发挥人才的优势？在当下的中国轻纺城，纺织人才的现状如何？行业人才进阶的方向在哪里？竞争逐步白热化的互联网背景下，企业如何纵深电商赛道，招新纳才，有效拓展业务？在这个充满变数的时代，纺织人员需要掌握什么技能？

## 服装、设计岗位成标配

纺织面料企业招聘服装打版师、服装设计人员，已不是什么新鲜事。

在绍兴本地招聘热门网站E网，开年后，相当数量的纺织企业发布了对这一类岗位的招聘需求。鉴于在面料产品展示环节和对成衣问题解决方案的优势，服装设计人员已成为柯桥纺织企业的标配。纺织企业们争相敞开大门，拥抱服装设计人员的加入。

尽管产品不同，但利用设计提高产品附加值已成为发展的共识。位于柯桥专营麂皮绒产品的中多控股有限公司，一直希望把经营触角逐步延伸到服装领域。企业不断进行优秀设计师的招募，建立打版、制衣体系，致力于在纺织行业与服装加工产业上下游建立对接，形成流畅的品牌打造和服装打版服务一体化。

“对优秀人才的集聚，中多控股有自己的招聘诀窍。”中多控股集团董事长吴荣国告诉记者，梧高凤必至，花香蝶自来。企业想要吸引优秀人才的加入，需要强练内功，如形成强大的产品开发力、专业领域的话语权，持续进行知名度升级，实现品质和服务能力的突破等。

3月以来，浙江大树纺织科技有限公司进行了一波紧张的人员优化和团队调整。公司设计师团队目前配备了30余人，除了国外高级花型设计师6人，还与多家知名设计公司进行合作，拥有行业一流的设计开发能力，试图打造有热点赋能的时尚前沿面料。

“你可以本身就很专业，也可以变得专业。”公司总经理邵灵彬告诉记者，公司为在职员工提供了各种形式的内训，不仅是设计人员，所有员工都可以通过探究学习，从企业完善的流水线中汲取有用的知识，日常提高时尚意识，捕捉时尚潮流以提升整体专业度。公司配备了完善的自有生产车间、专业实验室，以及产品研发、自媒体、花型设计团队，使员工得以在日常的工作实践中全方位接触纺织专业知识。此外，公司还为员工购买了EMBA线上课程，任何有学习意愿的人都可以参与课程，在学习了解商业的基本理论，如何控制风险和成本，订单产生的意义以及企业发展的基本规律。

## 企划、品牌经营走红

除了服装设计岗位，品牌、营销、企业策划人员岗位，跃升为2022年纺织企业人才引进的热门位。

近年来，品牌的背景和价值在柯桥纺织企业中已经有了充分的讨论。信息大爆炸时代，如何以创意吸引客户的眼球，十分考验企划人员的想象力和创新力。事实上，通过想法、点子和创意的“交互”，企业的生产力便有可能实现有效释放。对纺织企业来说，企划和品牌经营代表着企业对软实力的打造，投射到日常工作，需要企业人员将对产品的认知，淬炼成有创意的营销和图文并茂的内涵输出。

对该类人员的选择上，企业更青睐30岁以内，活力四射、奇招百出的青年。浙江懿纱纺织科技有限公司的招聘页规划了对企划人员的需求详情。以岗位技能为例，懿纱纺织认为企划人员需具备服装色彩搭配、基础陈列手法，以及手绘或电脑绘图、PS等软件操作能力。同时，要求学历在本科以上，优先选择营销、新闻、设计、服装设计类应届生。

人才的引进为企业创造了更多元的赢面。作为国家新合纤时装面料产品开发基地，秉承“成为最懂市场需求的面料技术输出公司”的愿景，懿纱纺织多年来与东华大学、武汉纺织大学等纺织院校建立了长期的校企合作关系。公司的面料企划、成衣研发和市场营销，经过经年累月的实践，已发展成公司的业务强项。目前旗下已拥有懿纱、汇姿、奕派三个品牌，2021年荣获公共区域品牌“柯桥优选”，是柯桥纺织行业为数不多的集面料研发、面料企划服务输出、成衣设计开发、供应链管理以及面料贸易于一体的综合性面料服务公司。



**人才是实现共同富裕不可或缺的“资源”。近年来，柯桥正积极抢抓全球人才流动窗口期和长三角人才一体化机遇期，大力引进“高精尖缺”人才和领军型创新创业团队，构建起覆盖全球的“人才地图”。**

## 不能割舍的电商运营

如果说企业的业务版图是绍兴人在年三十准备的一桌热气腾腾的年夜饭，电子商务一定会是大家眼中的那碗蒸汽扣肉——最不愿意割舍的存在。这种对电商平台不能割舍的情绪同样影响人才市场。

传统的纺织企业通过电商人才的招募，可开启业务版图的新天地。以柯桥区出口销售额多年的冠军浙江凡特思集团为例，一开年，该公司HR就在人才招聘网站挂出1.2W—2W的高薪，诚聘电商运营主管，负责淘宝、天猫、拼多多店铺的整体运营统筹，同时召集客服、电商经理、运营等各具体岗位。

企业对运营人才的要求也在同步提高。例如拥有强大新材料研发能力，深耕中高端休闲时尚女装面料的“柯桥优选”实力面料品牌——浙江朗贝尼纺织科技有限公司，今年也在积极布局新平台。公司特别招收电商运营，还特别强调运营人员必须拥有5—7年的平台运营经验。

高薪和高要求体现了纺织企业备战电商平台、争夺市场的决心。在柯桥，一些成熟电商企业也在招纳新人，为开拓新市场做准备。

绍兴内特纺织品有限公司是纺织制成品抱枕的海外卖家，以美国亚马逊为主营平台，在该品类的排名中长期保持靠前。近年来遭受疫情和行情的双重夹击，业务受到冲击，2021年利润几近砍半。2022年，内特纺织准备招聘德、日语种的电商运营。

“做跨境电商运营不需要什么特殊资质，有责任心基本就可以胜任。”经营者陈译告诉《纺织服装周刊》记者，一个运营每日的工作范畴包括写详情页、编辑文案、兼职客服、产品上架发货、做销量等。员工进入公司都会接受电商运营方法培训。“相比有工作经验的运营，我更愿意选择应届生。”她认为，电商人员最紧要的是责任心，应届生可塑性相对较强，在岗可实现长期稳定发展。TA

## 记者手记

### 元技能与终身成长

事实上，无论什么行业，都需要从业者具备两项元技能。在采访中，大树纺织总经理邵灵彬一再强调，纺织人的元技能首先体现在探究学习的能力上。在有限的资源中，打通自身对产业链的认知，实现触类旁通，这才是企业真正青睐的“人才”。

“只要功夫深，铁棒磨成针。”强劲的学习力背后，隐藏着深层次的驱动力。这就涉及人的情感层面——对行业的热爱。没有热爱，就缺乏动力；没有热爱，何来责任与担当。记者认为，除了优秀，任何一位从业者都需扪心自问是否热爱行业，之后才是交际能力、知识结构、团队合作、抗压和情绪管理等其他能力的提升。自我的审度，能力的培养，专业度的累积，如此种种的能力，都需要从业者在工作中持续精进，真正激活行业向阳而生。(林晨莉)

CHINA TEXTILE CITY 15

中国轻纺城集团  
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP  
股票代码：600790

打造新时期  
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台，您将获取更多资讯。



“圆梦三十年 最美纺城人”系列报道 ②

# “她力量”，让“柯桥面料”走向世界

访浙江莉莎贝拉纺织服饰有限公司总经理夏燕红

■ 本刊记者\_王利



夏燕红

“巾帼不让须眉，红颜更胜儿郎！”在中国轻纺城发展的30余年里，有这样一股不可或缺的力量，她们挺拔又温柔，勇于挑战创新，不断学习进步，有力撑起了纺城发展的“半边天”，是新时代不可或缺的“她力量”。浙江莉莎贝拉纺织服饰有限公司总经理夏燕红就是其中的典型代表。

2003年，20岁的夏燕红怀着对纺织行业的热爱和对美好生活的期待，开启纺织旅程，一干就是20年。时至今日，夏燕红凭借纺织成就当选柯桥区人大代表、欧洲华侨华人青年联合总会秘书长，成为柯桥10余家纺织工贸一体企业的创始人，公司销售网络遍布全球192个国家和地区，并在意大利、法国、土耳其、巴西、墨西哥等重点国家设立海外仓，致力于让“中国制造”闪耀全球，让“柯桥面料”走向世界。

## 热爱+责任，同心共圆纺织梦

热爱创造奇迹，责任奋斗致远。在夏燕红看来，纺织行业是一个很有魅力的行业，真正可以满足人们的美好生活期待，选择进入纺织行业是始于热爱，20年如一日的坚持不懈是源于责任，不断做大做强是忠于梦想。

回首入行之初，那时的夏燕红是一名意气风发的追梦少女，时常骑着一辆“小毛驴”穿梭于中国轻纺城各大市场，流连于面料的海洋，寻找不同种类的样布，然后独闯香港深水埗面料市场进行推销。幸运总会眷顾努力奋斗的人，几个月后夏燕红就接到500余万的订单，赚到了人生的第一桶金。

后来，随着中国轻纺城国际地位不断提升，越来越多的外国人涌入柯桥，这为夏燕红拓展海外市场提供了契机，从此一路生花，业务版图不断扩大。“那时候柯桥会英语的纺织人不多，经常可以听到市场里操着蹩脚英语和半英半汉的语言艰难沟通，我有语言基础，有时在市场寻找面料还会帮助他们翻译，语言的优势让我抓住了更多的机会。我还经常去国外旅游，了解各地风土人情的同时，逐步把市场拓展到中东、南美洲、欧美等国家和地区。”夏燕红说道。

二十年磨一剑，如今夏燕红经营的纺织公司及工厂多达十余家，主营牛奶丝、花灰绒、粗针、印花、绣片等各类时装面料，以及毛巾、浴巾、地毯等生活用品，拥有300余名国内外员工，配备百余台圆机，设立近10个海外仓，集研发、生产、销售于一体，成为许多国内外品牌的长期供应商。

“越往前走越不敢懈怠，我身后不仅有父母、亲人、员工，还有我资助的一群孩子，我希望通过我的努力，为追逐纺织梦和美好生活的年轻人提供一个平台，为对生活充满希望的困难家庭孩子带去更多温暖。”从家庭责任到企业责任，再到社会责任，对于夏燕红而言，这不是压力，而是不断前行的动力，更是与员工、客户携手逐梦圆梦的过程。

## 专注+创新，塑造核心竞争力

专注成就卓越，创新引领未来。作为柯桥外贸的龙头企业，浙江莉莎贝拉纺织服饰有限公司多年来围绕“一块布”合纵连横，一方面沿着垂直产业链条上下求索，从面料的原材料、生产设备和终端成品等多维度入手，不断完善产业链；另一方面横向拓展销售渠道，推动线上线下“双渠道”融合，外贸内销“两条腿”走路，积极融入“双循环”新格局。

据了解，早在十余年前，夏燕红了解到普通塑料袋自然分解需要200年以上，会造成极大的环境污染，而玉米纤维只需要6个月到一年左右就可以在自然环境下百分之百降解，十分环保，自此夏燕红组建研发团队，开始涉足玉米纤维领域。2012年研发团队成功开发“玉米垃圾袋”，虽这款产品价格是普通塑料袋的近3倍，但依然受到德国、法国、意大利等海外客户热捧。为迎合后疫情时代的大健康需求，近年来，夏燕红逐步拓展玉米纤维应用领域，推出天然抗菌可降解面料，用于内衣、居家服、毛巾等贴身用品，市场反馈良好。

除了涉足上游纤维领域，夏燕红还从下游终端成品和品牌塑造方面下工夫，借助淘宝和亚马逊等线上平台，打开国内外市场。据了解，该公司生产的毛巾、浴巾、地毯，从关注消费者健康出发，材质柔软、细腻、舒适，凭借超高的质量和性价比畅销全球。此外，夏燕红还收购了一个意大利高端时装定制品牌“Sara Flora”，并建立了服装加工厂，组建专业的设计和服务团队，让柯桥面料以高定时装形式华丽亮相国际市场。

谈及未来规划，夏燕红表示，做外贸就是要用“中国制造”开拓国际市场，在国内投资、消费，拉动内需经济。公司计划今年内把圆机数量增加到300—500台，提升智能化程度，增强生产力，并在更多国家逐步设立海外仓，畅通内部产销“小循环”，带动外贸“大循环”，扩大“柯桥面料”的全球覆盖率，为柯桥区奋力打造“国际纺都、杭绍星城”贡献绵薄之力。TA



聚焦 FOCUS

## 柯桥区“全链条”建设知识产权保护新高地

近日，浙江省政府办公厅对2021年度全省5个县乡法治政府建设特别项目和40个县乡法治政府建设“最佳实践”项目予以通报表彰。柯桥区纺织产业知识产权全链条保护光荣上榜。

近年来，柯桥区坚持把实施知识产权强市战略作为推进经济社会高质量发展的重要支撑，以纺织全产业链知识产权发展为抓手，通过高位引领、集成改革、聚焦转化等举措，建立以企业为主体、市场为导向的产学研紧密结合的区域创新体系，在突破制约知识产权发展的授权慢、变现难、维权不易等“瓶颈”中，打通知识产权创造、运用、保护、管理、服务“全链条”，实现了为柯桥纺织产业高质量发展的“保驾护航”。

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全方位的知识保护工作，在知识产权领域创造的价值极其丰硕。如率先在中国轻纺城成立花样版权保护办公室，建设全国首家全纺织业知识产权快速维权中心，成立浙江首个区级知识产权保护中心，建成投运全国首个“中国纺织面料花样数据中心及AI比对系统”，发布浙江首个知识产权领域司法行政数字化协作应用“AI智审”，制定浙江首个著作权质押融资贴息实施细则，发放全国首笔纺织品花样版权质押融资，推动纺织品版权融资模式标准化等，进一步激发柯桥纺织行业企业的创新动力和活力。（邹莹颖）



## 服装市场推进小单快反专区以点扩面招商工作

为加快集聚市场人气商气，做大做强小单快反专区经营规模，近日，中国轻纺城服装服饰市场计划在2021年成功招商引进小单快反专区的基础上，重新规划场地，通过以点扩面方式全力推进小单快反招商工作，努力扩大招商渠道，链动上下流产业链，全力推动市场迭代升级，赋予专业市场“新价值”。

服装市场以浙江中国轻纺城集团2022年经济工作会议精神为指导方针，紧紧围绕集团公司“市场、数字、投资”三大战略，结合服装市场经营格局和实际情况，早谋划、早打算，精心梳理招商思路和市场招商举措，把招商引商作为今年市场的“一号工程”。目前服装市场已经成功招商引进4家优质的小单快反商户，出租营业房14间，实现了新年招商的“开门红”。

为顺利推进并圆满完成今年的招商目标任务，市场将推进做好加强领导、明确责任；主动出击、拓宽渠道；功能齐全、完善配套；转变作风、提升服务；强化考核、督查推动等五方面工作，创新经营模式，融合市场多元化业态的线上线下销售模式，以此撬动市场的招商增量。

（邹莹颖 通讯员\_徐炯）

## 聚焦招商隆市，助力“水韵纺都”建设

今年，为全力推动“水韵纺都”建设，浙江中国轻纺城集团股份有限公司对市场招商隆市工作提出了新的要求，包括引进优秀产业基地的厂家和商户、优质经营户回归等。近日，轻纺城集团组织召开市场招商隆市、交通配套等重点工作推进会，各市场负责人、集团企管部负责人和有关人员参会。

会议围绕各市场分子公司的前期调研、市场改造提升、招商隆市初步设想、智能电表改造项目完善工作等板块工作，明确了今后工作的重点和方向。会议提出，各市场要结合实际，利用现有条件深入开展考察调研分析，明确招商方向、业态，经营产品类型，提出有吸引力、可操作性的优惠政策。

市场的提升发展和客流量的进一步增加，离不开交通配套的合理规划，会议还结合前期市场区域电瓶车来源地信息的摸排调研情况，征求各市场对运河区域观光电瓶车及市场区域交通专线车运营的意见建议。各市场纷纷建言献策，分析利弊，对运营线路、行程时间及营运安全等提出建议。

2022年，轻纺城集团将围绕“国际纺都、杭绍星城”目标定位，重点在系统谋划、扩大开放、深化改革、优化服务、积极招引、统筹协调等方面下工夫，全力打造“水韵纺都”柯桥城市新地标。（邹莹颖）

## “金蚕宝宝”V1.5版本上线

近日，“金蚕宝宝”小程序和“金蚕宝宝”小程序的全新版本V1.5上线，小程序新增多个经营户实用功能。

作为“数字轻纺城”二期建设重要成果之一，“金蚕宝宝”是为助力广大经营户线上托市，便利经营户日常经营而打造的小程序。小程序自上线以来，受到了广大纺织企业和经营户的关注和喜爱。本次升级，旨在更好地服务面料采供双方，满足用户更深层次的需求。目前，小程序已有13718家供应商实名入驻，样品数达60056件，月访问量达1438025人次。

改版后，“金蚕宝宝”优化了供应商端的经营分析页面，经营数据、样品数据、订单数据一目了然。市场经营户不仅可以查看门店访客记录，还能及时添加访客为联系人，进行后续的沟通、交易。与此同时，如果访客想进一步了解面料详情，还需完善登记信息，让获客变得更简单。

此外，针对不少采购商要求商家为产品提供相应的检测证书，新版“金蚕宝宝”还增加了全新的面料检测功能。供应商可在线发起面料检测、付款、查看检测结果并上传检验报告。待面料检测公司正式入驻后，采购商便可以随时上线查看报告。

本次更新也对新建样品界面、打印标签样式等作了优化，同时，为提升用户体验，金蚕宝宝积分商城也正在筹备中。（林晨莉）

## 推进纺织业两化深度融合

中国纺织信息化部协办 系列报道 5



殷强

## 工业互联网如何在产业集群与企业实施落地？

访中国纺织工业联合会信息化部副主任、中纺网络信息技术有限责任公司董事长殷强

本刊记者\_李亚静

两化融合是纺织行业“十四五”期间的一项重要工作，也是制造强国建设的主线。作为最早开展两化融合探索的行业之一，纺织行业近30项技术标准被列入工信部相关应用专项，多家企业列入工业互联网平台试点示范，棉纺、印染、化纤等数字化车间生产线得到推广，个性化定制、柔性化生产模式广泛开展。但纺织全行业两化融合仍处于初级阶段，工业互联网平台资源集聚与服务的深度和广度还需要进一步提升，平台赋能行业发展尚在探索。

**TAweekly：**中纺网络信息技术有限责任公司（以下简称“中纺网络”）在两化融合方面做了哪些探索？

**殷强：**两化融合是信息化与工业化两个历史进程的交汇点，是实现生产力、生产方式、生产关系不断变革的重要途径。在推动纺织行业两化融合进程方面，中纺网络具有行业、专业、资源等多方优势，并且具有丰富的项目实践与落地经验。

**行业优势：**在中国纺织工业联合会的领导下，公司一直专注于纺织行业的信息化项目建设，凭借丰富的行业经验、强大的技术实力和优质的项目服务，获得了众多企业的认可和广泛的赞誉，多次荣获中国纺织工业联合会的表彰。

**专业优势：**针对纺织行业特点，中纺网络在行业垂直领域先后开发出了适合纺织行业、产业集群、专业市场、企业应用的ERP、纺织云超、中国纺织服装大数据中心等系统产品和服务平台。拥有经验丰富、充满活力的纺织行业企业信息化建设项目实施队伍，可以为行业、企业提供优质的服务。

**资源优势：**在中国纺织工业联合会的指导和支持下，公司能够有效整合第三方优质资源和平台，有效解决纺织服装企业在两化融合水平提升和数字化转型过程中的问题和困惑，进行精准、高效的服务对接，从而赋能产业发展。

服务纺织行业20余年，中纺网络始终以推动行业信息化建设及应用推广为“初心使命”，ERP系列产品覆盖棉纺、毛纺、化纤、服装等众多子行业，力求帮助纺织企业实现资源、知识、能力等的管理与整合，规范业务流程，降低企业经营成本，提升企业管理效率和反应速度，助力企业进行数字化转型，赋能行业高质量发展。

**TAweekly：**目前来看，纺织企业、集群在推进信息化与工业化融合方面欠缺的是什么？

**殷强：**纺织行业的两化融合取得了一定进展，但同时在工业互

联网平台资源集聚与服务的深度和广度方面还需要进一步提升，平台赋能行业发展尚在探索。可以说，无论是企业还是集群，面对新一代信息技术与制造业融合发展的契机，普遍存在两化融合提升和数字化转型路径不清、方法不明，实施效果难以评价，治理体系混乱等难点、痛点，缺乏行之有效的企业数字化转型诊断工具及与需求契合的解决方案。

网平台资源集聚与服务的深度和广度方面还需要进一步提升，平台赋能行业发展尚在探索。可以说，无论是企业还是集群，面对新一代信息技术与制造业融合发展的契机，普遍存在两化融合提升和数字化转型路径不清、方法不明，实施效果难以评价，治理体系混乱等难点、痛点，缺乏行之有效的企业数字化转型诊断工具及与需求契合的解决方案。

具体可分解为：第一，缺少信息化管理思维和顶层设计。在企业和产业集群中，信息化和工业化的融合提升往往是“一把手”工程，但在诸多行业企业特别是中小企业中，企业老板的固有思维很难转变。产业集群在信息化提升和数字化转型中又缺少专业的顶层设计，造成了不同地区信息化水平的良莠不齐。

但随着新一代信息技术的应用和产业转型的加剧，市场在倒逼企业和产业集群进行提升。数字化转型已经不是“选择题”而是“必答题”，是企业生存发展的重要途径和必由之路。

第二，缺少专业人才。在两化融合的实施过程中，由于企业缺少既懂纺织又懂信息化的专业人才，在信息化建设过程中经常出现理解误区，这造成了诸多企业在使用相关软件时，只能进行简单的数据统计分析，无法真正帮助企业进行管理和生产的提升。

第三，数据要素价值没有充分发挥。纺织行业产业链长、产品与工序多，因此数据繁杂，整合难度较大。其中，中小企业两化融合水平相对较低，大型企业两化融合水平虽相对较高，但数据孤岛现象仍存，且相对封闭，不能有效发挥数据流动的价值。

**TAweekly：**截至目前，中纺网络落地了哪些工业互联网项目？

**殷强：**提起纺织行业的工业互联网项目，首当其冲的是中国纺织服装大数据中心。中国纺织服装大数据中心由中国纺织工业联合会主办，中国纺织工业联合会信息化部负责组织实施，中纺网络信息技术有限责任公司作为主要承建单位，是全国纺织行业数据汇聚、共享、应用

平台。其以数据中心为平台，以数据工坊为商业模式，以纺织产业集群为土壤，以大数据服务和产业提升为重点，为政府、产业集群和行业企业提供服务。如“数据工坊”作为产业数字化孵化和服务平台，其内部空间包含中国纺织服装大数据中心省级中心/产业集群地中心、纺织服装行业数字产业孵化平台（行业解决方案展厅+办公区域）、数据展示平台（数据大屏+展示软件）、企业数字化信息化培训平台（中纺云课堂大讲堂）等。

目前，中纺网络已经签约合作了中国纺织服装大数据中心山东中心、江苏中心、河南中心、安徽中心、湖南中心五个省级中心和兰溪产业集群地中心，并服务了“中国·叠石桥家纺指数”“中国·常熟男装指数”“中国·濮院指数”“张家港纺织产业指数”，积累、分析、挖掘了大量行业数据价值。下一步各行业指数将逐步升级为数据中心，力求更好地服务产业发展。

需要正视的是，中国纺织服装大数据中心的建设是一个长期的过程。《纺织行业“十四五”发展纲要》中明确提出，将继续推进新一代信息技术与纺织工业的深度融合，加快行业数字化转型，“到2025年初步建成中国纺织服装大数据中心”。

产业集群地数据中心的建设需经过调研、项目方案、专家论证、中心建设、发布等步骤，实施周期为6个月至1年不等。

在ERP方面，中纺网络推出了四级产品系列，分别是用于高端信息化需求的VIP量身定制版产品，用于纺织各行业专注信息化需求建设的Pro行业版产品，用于提升经营管理信息化需求的Plus适用版产品和用于常规信息化建设的Mini版产品。实施周期从2周至6个月不等。

**TAweekly：**中纺网络可为企业、集群提供哪些服务？落地步骤是怎样的？

**殷强：**为了进一步推进纺织行业两化深度融合，中纺网络经多年沉淀，自研和汇聚了大量纺织行业数字化转型解决方案，研发了数字化转型咨询诊断工具及数字化转型成熟度评估方法与规范，支撑中国纺织打造行业级的纺织行业数字化转型解决方案及应用推广公共服务平台，为企业提供诊断咨询、需求对接、专业培训、撮合交易、顶层设计等服务，助力纺织企业“上云用数赋智”，促进企业转型升级与高质量发展，提升企业核心竞争能力。

**落地步骤：**与产业集群合作，通过对集群内数字化转型咨询诊断或成熟度评估，为企业精准画像，找出企业的短板与不足，对接解决方案，撮合交易，配合地方政府精准施策，补齐发展短板。

**实施周期：**按需确定，一般实施周期为2周到1年不等。



中国纺织服装大数据中心是全国纺织行业的数据汇聚、共享、应用平台。

**TAweekly：**请谈谈中国纺织行业工业互联网联盟对推动两化融合的作用与意义。

**殷强：**中国纺织行业工业互联网联盟是在遵循新时代中国特色社会主义思想、协调、绿色、开放、共享发展理念下，积极推动纺织行业工业互联网发展和应用，共同探索行业工业互联网的新模式和新机制，促进相关主体之间的交流和深度合作，促进供需对接和知识共享，形成优势互补，切实解决企业现实问题，有效推进纺织工业与互联网的深度融合，形成专业化、协同化、国际化的合作平台。

联盟将就以下重点方向开展工作：

第一，研究纺织行业工业互联网发展趋势和重点内容，向政府有关部门提出发展纺织行业工业互联网的政策意见和建议；受政府相关部门委托，承担纺织行业工业互联网咨询服务和政策、技术、产业、市场导向工作。

第二，推进纺织行业工业互联网标准的制定和应用。

第三，受企事业单位委托，开展纺织行业工业互联网研究应用、项目规划、可行性方案等论证与咨询。

第四，通过多种方式，宣传和推介纺织行业工业互联网的成功做法和先进经验。

第五，加强交流学习合作，促进纺织行业工业互联网发展。

第六，维护成员单位的合法权益，反映行业内相关企业的诉求，协调工业互联网发展中出现的问题。

中国纺织行业工业互联网联盟集合了行业解决方案服务商、大中型企业等，能够为企业信息化建设提供全方位、立体化的服务。同时，大中型企业也能借助联盟平台分享自身的信息化建设经验，形成示范效应。工业互联网联盟是数据工坊的有力支撑。

## 结语

工业互联网是数字化转型的一种形态或工具。数字化转型围绕深化应用新一代信息技术，激发数据要素创新驱动潜能，建设提升信息时代生存和发展能力，加速业务优化与重构，创造、传递并获取新价值，实现转型升级和创新发展的过程。企业通过数字化转型，可进一步促进工业互联网的发展。

当前环境下，企业应重视数字化转型能力建设，利用好工业互联网工具，从发展战略、新型能力、系统性解决方案、治理体系及业务创新转型等需求出发，加强企业内外部资源、知识、能力等的整合力度，形成应对不确定性变化的本领或者能力。**TA**

# 疫情常态化防控下，纺企打好保卫战

■ 本刊记者\_陶红

当前，全国各地疫情呈现点多、面广、频发态势，各地区陆续出现确诊病例，疫情防控形势陡然严峻了起来。面对这场突如其来的疫情“倒春寒”，纺织服装行业上下齐心协力，共同织牢疫情防控保护网。

## 桐昆：保稳定、保畅通、保供应



在这场没有硝烟的战争中，桐昆人身处其中，上下同欲，攻坚克难，“桐”心战疫，守好“安全门”，各级政府领导也给予了桐昆极大的关心与支持，助力企业平稳运行。

桐昆集团连续下发从严从紧加强疫情防控的通知，并对各企业落实情况专项督查，确保严防严控万无一失。在此过程中，上有集团领导的高度重视、严格要求，中有各企业的严格落实、严密管控，下有全体桐昆人的积极配合和大力支持，“桐”心战疫，守住了桐昆的“安全门”，也确保了员工的稳定和生产的平稳运行。

两年疫情突发时刻的物流管控仿佛还在眼前，然而，久经疫情考验，无论是相关政府部门还是企业，都已有了应对之举。面对此次疫情的严格管控，集团相关领导提前谋划，协调各方，与各相关部门积极对接配合，同时，集团各企业所在地区的各级政府领导急企业所急、想企业所想，多

次上门服务，指导企业在做好疫情防控确保安全的同时，保障物流畅通、产业链畅通。中共桐乡市委副书记、市长王坚及市委常委、副市长穆运安等先后莅临桐昆集团及其下属企业关心疫情防控和物流保障工作。

疫情的发展谁也不能精准预料，为保安全，防控措施只能从严从紧，宁可十防九空，不可失防万一。严密的防控措施，难免会对工作与生活带来一定的影响和不便。但是，我们看到，桐昆人小心翼翼不敢松懈、默默付出顾全大局，始终坚守岗位在为企业的平稳快速发展努力奋斗；桐昆集团认可尊重员工的付出，呵护员工的生活，做好了生产物资的供应和员工生活物资的保障，始终为给员工提供稳定的工作、保障员工安稳的家庭生活而努力。

正是所有人的精诚团结、“桐”心战疫、“桐”向而行，才筑牢了疫情防控的铜墙铁壁。

## 魏桥创业：拼搏 敬业 温暖 速度 奉献

哪有什么白衣天使，只不过是一群平凡人穿上了载着使命的白大褂，在这场与时间赛跑的疫情防控阻击战中，他们都是冲锋一线的“战士”，哪里需要他们就奔赴哪里，同病魔奋力搏击……

杨经伟是魏桥集团医务服务中心的一名医护人员，主要负责核酸采样工作及采样现场的沟通协调。和集团公司所有的医护人员一样，她每天工作在10小时左右，早晨穿上隔离服后，便不再喝水进食，中午根据现场情况可能有20分钟的休息，有时忙了中饭也顾不上吃。

只要现场有采样人员，无论多晚，杨经伟和同事们都会一直在岗，他们每人每天检测人数都在1000人次以上。“各小组注意，明天早上7点前务必完成各自检测点的搭建……”深夜，一道紧急通知，将进入梦乡的后勤保障人员唤醒。没有丝毫的犹豫，没有半点的怨言，一条条信息，一道道指令，迅速转化为实际行动……凌晨5点左右，50个检测点全部搭建完毕。看到一夜之间冒出的检测点，职工和家属们无不称赞说，这就是魏桥速度，这效率真没得说！

在全员核酸检测现场，党员、干部、职工、志愿者们化身大白投入到战疫中。在众多忙碌的身影中，我们认出了宏杰十分厂厂长袁爱莲，“今

天早上6点多我就来了，我在检测现场，可随时调度车间生产情况，现在车间生产运行平稳。特殊时期，作为一名党员干部，就要身先士卒，哪儿需要就到哪里去，我们分厂有10多人在检查现场帮忙，哎呀！不说了，得赶紧去忙……”

有着近30年党龄的志愿者田化利是一名退休教师，他跟随女儿居住在宏儒公司二园二生活区。被问及为何要做志愿者，田化利说道，“我们都是魏桥创业的受益者，作为一名老党员，必须有这个觉悟啊！报名加入战斗行列，为疫情防控做力所能及的事情，这是我应尽的责任。”

3月16日一大早，在宏杰公司二生活区，劳累了小半夜的后勤保障人员和志愿者，趁着检测还没开始的间隙，正靠在篮球架等处小憩。这时，随着一声“你们辛苦了”，只见一名职工用特制的大盘子，端来了两大盘冒着热气的水饺，送到了大家的手中。

“我就在这个楼上住，看到你们为了搭建检测点忙活了小半夜，非常感动，我和家人一大早就抓紧时间包了些水饺，趁热吃吧！驱驱寒意，你们为了大家，真是太辛苦了！”

致敬！奋战在抗疫一线的所有魏桥创业人，你们拼搏、奉献的样子最美！



## 东方国际：坚决打赢疫情防控阻击战

3月17日晚，东方国际集团党委书记、董事长童继生，总裁季胜君，总工程师薛继凤一行赴龙头股份三枪工业城督导检查防疫物资生产、销售开展情况，向奋战在一线的工作人员送上亲切慰问。

晚8点，三枪工业城医疗卫生事业部车间内灯火通明，车间工人开足马力赶制医用、民用防护服、口罩、隔离衣、帽子、鞋套等防疫物资。童继生一行察看了口罩和防护服生产车间，向车间主任了解了工作状况，代表集团感谢大家的努力，叮嘱大家注重身体、加强自我防护。

童继生听取了龙头股份党委书记、总经理倪国华，技术总监李天剑关于目前“三枪”防疫物资的生产、销售实况，以及公司正在开展的防疫物资全员营销活动进展情况。他详细询问了产品、价格，提出要充分发挥各级党组织的组织优势和群众工作优势，号召广大党员干部职工，特别是发挥团员青年的生力军、突击队作用，为销售防疫物资、提升公司业绩作出积极贡献，集团也会发挥力量助力龙头股份三枪集团共同推广防疫物资。三枪集团要找准对策、加快速度，加大防疫物资的推广和销售力度，尤其是对当下流行的花式口罩，要找到突破口，

提升销售。

疫情发生后，口罩、防护服、隔离服作为重要的防疫物资，市场货源告急，根据市政府和东方国际集团的相关工作要求，三枪集团第一时间响应，成立了公司疫情防控工作领导小组和工作小组，部署疫情防控工作和防疫物资的生产、销售工作。随着上海各区隔离管控覆盖面加大，员工不断接到所在社区居家闭环核酸检测要求，人手紧缺对防疫物资的生产产生较大影响。

与此同时，受限于原料紧缺，公司医用防护服面料库存告急，后续保持全线生产遇到困难。3月5日以来，三枪工业城生产车间的工人已经10多天没有回过家，每天工作超过12小时，一天三餐吃在食堂，晚上在办公室临时搭起的木板床上休息，正是他们的付出为“三枪”的防疫物资生产争取了时间、赢得了主动。

疫情尚未过去，防疫战斗也还在继续，“三枪”将继续发扬集团“四个顽强、四个不怕、四个特能”的企业作风，在疫情中坚守初心，在防控中担当使命，以实际行动坚守和弘扬“爱国、第一、时尚、健康”的企业文化，全力服务上海市疫情防控大局。

## 恒力：防疫生产两不误，有“硬核”更有温度

沈梦婷，恒力化纤员工，也是恒力化纤核酸采样点上的核酸采样志愿者协调组组长。3月18日早上5点，沈梦婷便从桃源家中驱车赶来公司，安排协调核酸采样志愿服务各项工作。一边安排志愿者服务，一边协调采样医务人员的需求，一边组织工作人员准备发放防疫物资，一到公司，沈梦婷就迅速投入到防疫工作中。

3月18日，盛泽镇开展区域核酸采样工作，一大早，全镇各核酸采样点迅速、安全、高效、有序开展核酸检测。恒力化纤作为当地龙头企业，本次需核酸采样的员工及家属有上万人，不少员工在做完核酸采样后还要投入到紧张的生产中。因此，在恒力化纤生活区团员服务中心内，原定6点开始的采样工作，5:30不到待采样的人员就已经排起了长队。

沈梦婷告诉记者，3月17日，在接到吴江区疫情防控指挥部的通知后，恒力(苏州)产业园在当晚6点多就组织完成了前期准备工作，包括场地准备、防疫物资领用等。汲取了前几次全员核酸采样的工作经验，这次的准备工作相当充分，本轮核酸采样工作也相当顺利。

在本轮恒力化纤核酸采样点上，恒力共投入50多名志愿者。沈梦婷看到眼前的“顺利”情景倍感欣慰，“我们提前准备，就是为了确保员工在做完核酸采样后能及时返岗，实现生产和疫情防控‘两不误’。”

从2月14日到2月22日的五轮核酸检测，再到新一轮的防疫志愿者服务，沈梦婷全心投入志愿服务的身影令人动容，正是如这位90后女孩一般的防疫人员，这些天来“硬核”且温暖的坚守，才保证了防疫生产两不误。

## 际华 3543：迅速进入“战时状态”

3月8日，际华3543公司接到内地支援香港抗疫情工作专班医疗物资工作组紧急生产1000万只KN95立体防护口罩的调令，要求3月18日交货。正当公司紧锣密鼓进行生产部署的同时，涿州市“封城、封路、居家隔离”，严峻的防疫形势打乱了公司的正常安排。

疫情就是命令，防疫就是责任。公司上下迅速进入“战时状态”，经过连续八天的高强度攻坚战，终于提前一天完成此次光荣而艰巨的任务。

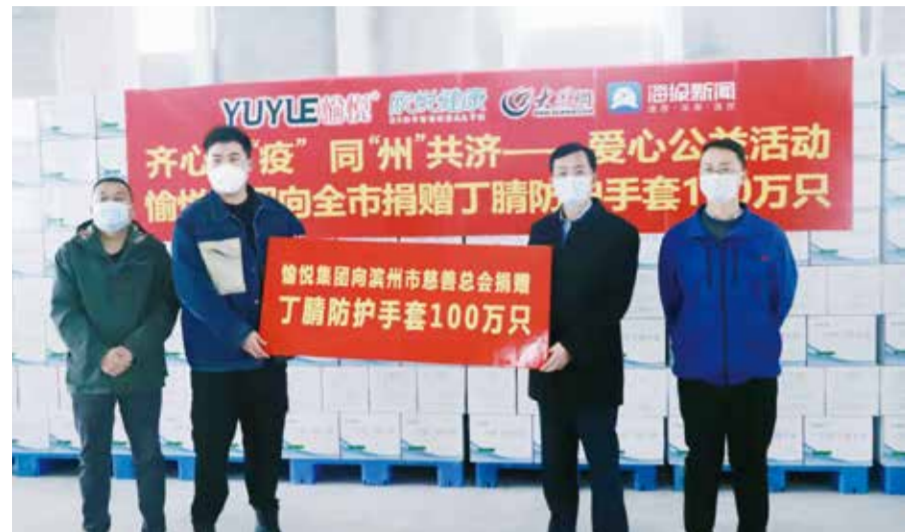
3月16日晚10时，随着最后6车KN95立体防护口罩发往深圳，际华3543公司担负的1000万只援港口罩生产任务全部完成，并且提前交付。

在关键时刻，广大职工挺身而出、勇挑重担，际华3543公司集中精锐力量，不讲条件、不惜代价，统筹调度资源，与时间赛跑抢工期、抓进度，扎实有效推进防疫及生产工作，充分彰显了央企担当、央企速度、央企精神。[1]

# 发起抗疫捐赠，彰显纺织力量

■ 本刊记者\_郭春花

这个春季，全国多地疫情反复，相比于之前的点状散发、单链传播，本轮疫情形势较为严峻，防疫难度空前。纺织服装企业在保证安全生产的同时，再次发起硬核驰援，捐赠防疫物资与专项资金，助力各地打赢疫情防控阻击战！



## 愉悦集团： 捐赠 100 万只丁腈防护手套

为支援山东省滨州市疫情防控，3月21日，愉悦集团向滨州市慈善总会捐赠 100 万只丁腈防护手套。

疫情发生后，愉悦集团响应各级党委政府号召，利用“大家纺”和“大健康”双产业链优势，昼夜赶制各类防疫物资，驰援抗疫一线。愉悦集团生产的防疫专用床垫、枕具、睡袋等物资第一时间保供全市方舱医院，生产的医用外科口罩、医用防护服、次氯酸消毒液等源源不断运往全市防疫一线。

自 2020 年疫情发生以来，愉悦集团先后在支援全国战疫、东京奥运会及北京冬奥会防疫保障等方面屡建功勋，先后受到国家体育总局、全国工商联、山东省委省政府、滨州市委市政府的表彰嘉奖。

## 即发集团： 践行民族企业的使命与担当

3月14日，即墨区慈善总会在创智新区科创中心举行抗击新冠肺炎疫情捐款仪式，即墨区慈善总会会长孙铸，副会长兼秘书长、民政局局长宋修强出席捐款仪式。仪式上，即发集团捐款 30 万元定向用于莱西疫情防控。孙铸向即发集团表示感谢。

即发集团副总经理周遵琳表示：“近日，莱西严峻的疫情形势牵动即发人的心，为莱西抗疫尽一份绵薄之力是我们义不容辞的责任。即发一直致力于慈善事业，2020 年疫情发生后，企业捐款 200 万用于即墨疫情防控。”

长期以来，即发集团在不断做大做强主业的同时，积极投身公益慈善，履行社会责任，先后在扶贫攻坚、救灾抗疫、捐资助教、济困助学等社会公益和慈善事业方面，以高度的社会责任感践行着民族企业的使命与担当。据悉，此项捐款已于 3 月 14 日当天转赠莱西市慈善总会。

## 银鹰化纤： 助力医护人员开展防疫工作

面对山东省潍坊市疫情防控的严峻形势与防疫压力，3月15日，银鹰化纤公司党委书记、董事长李勇指示，紧急采购口罩、医护手套、酒精、84 消毒液、矿泉水等物资助力防疫工作。捐赠现场，朝阳街道工作人员对银鹰化纤捐赠防疫物资的善举表示了感谢，并承诺将第一时间调配到防疫工作一线，助力医护人员开展防疫工作。

自疫情发生以来，银鹰化纤公司党委一直高度重视，要求各单位严格落实上级政府部门防疫政策，切实做好企业疫情防控工作，密切关注疫情动态，坚决打赢疫情防控阻击战。

## 盛虹石化产业集团： 捐赠专项资金 1500 万元

3月12日，盛虹石化产业集团通过连云港市红十字会捐赠专项资金 1500 万元，助力港城抗疫工作。

连云港本轮疫情爆发后，盛虹石化时刻关注疫情发展情况，在了解到全市专业救护车十分紧缺后，立刻与市相关部门取得联系，决定捐赠资金用于救护车采购。据了解，本次盛虹石化捐赠资金将用于采购 30 台监护型救护车、10 台负压型救护车以及配套设备，连云港市卫健委将通过便利渠道安排采购，确保车辆及时到位，尽快投入抗疫战斗。

## 鹰游纺机、中复神鹰： 服从全市防疫领导，行动听从指挥

3月15日，鹰游集团积极响应连云港市市委抗疫部署，在抗疫的关键时刻，鹰游纺机通过连云港市红十字会向市抗疫部门捐款 200 万元，中复神鹰通过连云港市红十字会向市抗疫部门捐款 100 万元，共计 300 万元。据悉，本次捐赠资金将用于市、县、区疫情防控工作。

疫情发生以来，鹰游集团迅速响应市委、市政府号召，严格落实疫情防控各项措施，积极参与各项抗疫工作，以实际行动践行社会责任与企业担当。鹰游集团董事长张国良号召全体员工，“一切服从全市防疫领导，一切行动听从指挥”，同舟共济，坚决打赢这场疫情防控战，早日恢复经济和社会生活的正常状态。

## 青岛市纺织服装行业协会： 三批物资紧急驰援莱西抗击疫情

3月12日，青岛市纺织服装行业协会接市民政局通报，莱西一线防疫人员紧缺内衣、袜子、洗漱用品等生活物资，希望青岛市纺织服装行业协会能发动会员企业捐助。

在协会的大力号召下，广大会员企业积极响应，48 小时内征集到第一批约 5 吨价值 13 余万元物资，并于 3 月 14 日由碧海公司专车送达莱西。3 月 14 日下午，协会组织了第二次紧急驰援，青岛市纺织服装行业协会会长杨为东组织调度工作，弘鹏纺织科技公司捐赠的 400 条女式内衣和依美时尚国际贸易公司捐赠的 460 套洗漱用品、615 套内衣装车完成，于 3 月 15 日由碧海公司提供的专车送达莱西。

在接到莱西抗疫前线指挥部仍然紧缺袜子和内衣等物资指令后，协会紧急启运第三批支援莱西抗疫爱心物资，包括由副会长单位绮丽集团协调到的 2000 双抗菌袜子，以及副会长单位青岛百草新材料公司捐赠的数百套大生物抗菌内衣。3 月 18 日第三批物资顺利到达莱西交接点。

## 龙福环能： 捐赠 2000 条防寒毛毯助力疫情防控

天气突变，气温骤降，抗疫遭遇“倒春寒”。龙福环能公司与阳信人民同在，不畏新冠，共同抗击疫情，不畏浴火重生的艰难，尽龙福所能。3月16日，龙福环能连夜组织员工赶装 2000 条防寒毛毯，为抗疫一线送去温暖，为战胜疫情贡献龙福之力。TA

# 专注解决纺企的“卡脖子”问题

访北自所(北京)科技发展有限公司董事、总经理王勇

■ 本刊记者\_袁春妹



王勇

近三年来，北自科技订单始终保持稳步增长，尽管遭遇了各种大环境带来的困难，但他们准确把握纺织业转型升级的重心，围绕智造每年新增订单量均超过 20%。

## 危局创新 打破垄断

对于复杂的市场环境和纺织业未来发展，北自科技董事、总经理王勇没有太多顾虑而是充满信心。在他看来，中国向好的经济走势以及纺织业高质量发展的目标，对于北自科技来

说意味着更多机会。“疫情以来海外订单的回流，使国内企业特别是纤维制造行业面对了极大的产能压力，再加上用工难、要素成本上升等问题，在更大程度上加速了企业转型步伐。”王勇表示，企业该做的就是拿出更适合市场需求的产品技术。

据悉，北自科技研制的“化纤长丝制造智能物流全流程成套技术及装备”，首次构建了贯穿化纤长丝制造物流全流程系统，同步研发的 14 种高端数字化智能装备，实现了化纤制造落丝、转运、平衡、分拣、分级包装，以及仓储和发货全流程物流的信息化、自动化和智能化，打破了国外垄断局面。该系统提升了化纤长丝企业的生产效率和产品竞争力，为应对订单爆发式增长提供了有力保障，也成为北自科技订单增量的重要助力。

## 深度拓展智造技术应用

5G、数据中心、人工智能等新基建，需要更多关联数字化理念，只有企业实现数字化才能将“工业 4.0、云计算”等真正实现，而这也将是北自科技未来发展的重心。据此，北自科技未来将在国内市场着力两个方面的工作。

其一，深耕行业，加大研发投入，持续开发自动化产品、产线解决方案。“纺织产业链长，涉及的产品、工艺繁多。我们将在持续深入研究工艺的前提下，通过采用数字化建模、仿真等技术手段，不断改进工艺环节的难点、痛点乃至对工艺进行重构，形成完善的工艺。在此基础上，我们会继续研发新的自动化解决方案，从基础做起，解决行业‘卡脖子’问题。”王勇说。

其二，对现有产品进行数字化提升。据介绍，为满足客户多样化、个性化、高质量、快交货等需求，北自科技将通过数字孪生技术对现有产品进行数字化升级，优化产品再设计，提供虚拟调试和培训，进一步优化调度系统，提升产品远程运维能力，提高产品的功能、效率和效益赋能。



## 用户谈

福建百宏聚纤科技实业有限公司总裁吴金鏊：

## 智慧物流与仓储，提效不止 30%

**TAweekly**：百宏公司与北自科技合作了哪些项目？取得了哪些收效？

**吴金鏊**：合作项目是智能物流与仓储系统，主要由智能自动落丝线、智能自动包装线和智能仓储系统等部份组成。

通过实施化纤智能化物流系统，解决了百宏公司在化纤生产与后道物流之间信息传递不及时、物流滞后等难题。有效减少了生产用工，生产效率提高了 30.12%，产品不良率从 3% 降低至 1%，从而降低了运营成本。同时，北自科技为我们培养了大量自动化方面的工程师，为企业打造了智能化生产体系。

**TAweekly**：如何评价与北自科技的合作？

**吴金鏊**：百宏公司从 2014 年开始便与北自科技展开合作，从最初的一条纺丝全自动落筒线，到全自动包装线，再到整个公司的智能物流生产系统，双方合作完成验收的工信部新模式项目以全部国产化技术和装备打破了国外的垄断，为百宏公司高质量发展提供助力。此外，我们从聚酯纤维物流系统的合作延伸到了国内首个聚酯薄膜立体库的开发，实现了深度、战略性合作。

新凤鸣集团股份有限公司副总裁赵春财：

## 智造让企业每年少支出 7 亿元

**TAweekly**：在智造转型中，企业做了哪些工作？

**赵春财**：涤纶长丝产品品质一致性要求高，但因生产流程长，传统作业模式在用工、产品品质把控以及加工效率等方面面对诸多困难。自 2003 年，新凤鸣就开始了自动化生产体系建设，2009 年启动了“机器换人”项目，成为业界熔体直纺长丝领域中最早开发应用自动落筒和自动包装系统的企业。近年来，公司启动了“互联网+”为主线的“55211”智能化工程，力争在“十四五”期间全面完成智能工厂建设。

**TAweekly**：与北自科技的合作取得了哪些收效？

**赵春财**：面对生产所遇问题，新凤鸣以智慧物流为抓手，实现了涤纶长丝从工艺设计、卷装作业、质量管控、动力工程等生产关键环节自动化、数字化、智能化。

近年来，我们与北自科技一起研制了涤纶长丝智能化生产关键技术装备，形成了长丝卷装的全流程一体化解决方案。

目前，新凤鸣已将机器人广泛应用于从聚酯检测、飘丝识别、纺丝落筒、自动包装、立体存储等关键工艺环节，实现了企业全链条的自动化作业和智能化管理。5G 技术的良好应用，有效提高了企业数据采集效率。与此同时，集“主数据、实时数据、ERP、MES、大数据及辅助决策和工业 APP”于一体的“凤平台”建成。总体而言，“十三五”期间，企业人均产量提升了一倍，产品质量实现大幅提升。TA

# 德国莱默尔 E+L： 为染整行业高质发展护航

■ 本刊记者\_武筱婷 通讯员\_高佳佳



赖正忠

印染后整理是提高织物附加价值的关键环节，也是纺织行业转型升级的重点，而热定型则是印染后整理的关键。因此，控制好定型机工艺条件是关乎织物品质的重中之重。

拥有百年历史的德国莱默尔 E+L 公司一直致力于自动化控制工程的研究，其自动化控制产品应用于染整后整理加工过程，对定型机工艺条件的控制助益良多。日前，本刊记者采访了莱默尔（浙江）自动化控制技术有限公司销售总监赖正忠，就定型机加工工艺及印染行业发展进行了解读。

**TAweekly**：您如何看待定型机在针织物加工工艺方面的价值？

**赖正忠**：定型机对针织物加工工序及产品质量都起着非常关键的作用。定型机可以稳定织物，减少布面的内应力，消除在织造及印染加工过程中所产生的拉伸变形，通过定型机拉幅对织物纵向及横向进行拉伸，以确保线圈的最大稳固性，使织物平整，尺寸稳定，便于加工；可去除皱痕，防止织物中的氨纶在前处理湿热条件下发生收缩，减少甚至克服皱纹的产生；控制克重，利用机械运转张力，超喂、拉幅及控制，使针织物缩水率、平方米克重等达到要求；在定型机上针铁前有展边装置，在进烘箱前有浆边装置，在烘箱后有切边装置，可以实现幅宽定型及布边加工，完成针织物浆边、切边、固定幅宽等工作，防止和减少卷边瑕疵的产品；完成纬斜、纬弧、花高、花型的调整，利用经纬整花等设备在进定型机烘箱前，将织物的纬斜、花型不正等不良问题调整一致，以符合加工要求；完成如织物加白，上防静电剂、泼水防风等其他工序；完成针织物后整理，改善布面风格和手感，实现门幅一致、手感柔软等其他功能性要求。

**TAweekly**：您如何看待印染行业的未来发展？莱默尔将发挥怎样的作用？

**赖正忠**：我认为，未来的印染行业会朝着生产设备自动化、工艺流程数字化、综合管理智能化的方向发展。自德国在2013年汉诺威工业博览会上正式推出“工业4.0”战略后，各行业企业为了提高自身竞争力，在新一轮的工业革命中占领先机，纷纷提出各自的产业智能化蓝图。

近年来，得益于大数据、云平台、5G等技术的逐渐成熟，印染行业借助数控技术及智能化工业4.0互联网的发展，赋予了印染这一传统工艺新的活力。

德国莱默尔（E+L）公司聚焦行业自动化、智能化解决方案，针对各个领域实际情况自主研发了多款优质产品。通过这些产品的应用，使印染行业工艺标准化、流程数控化，更多地以设备代替人工，减少各个工艺流程的人为误差，提高品质、降低能耗、进而降低成本，提高产业本身的竞争力，使客户得到永续发展。

## 产品技术推介

### ELTENS 张力测量控制系统

针织物因为其织物结构关系，在加工过程中对张力控制尤为重要。莱默尔 PD25 系列的张力测量控制系统，可在全幅范围内保持张力均匀，最大限度减少或降低针织物的纬向偏移及伤害。

### ELFEED 布边追踪系统

莱默尔 KRS60 布边追踪系统采用分辨率 0.1mmCCD 的红外线传感器，结合其展边装置和动态控制相结合，始终确保幅面的精准上针，以其优良的动态性能和出色的效率深得用户信赖。

### ELCUT 布边切边装置

莱默尔 BTA8 切边装置安装在定型机出布段，带自动探测布边功能，可更精准地按要求宽度切除布边，减少损耗，以达效益最大化。

### ELSMART 织物导正和扩幅系统

莱默尔 SW 之平幅织物导正系统，利用板条移动来导正织物，使其在正确位置入布。可根据不同织物选择相应的板条表面材质，并选配幅面张力控制同步马达，以便在后续加工中保持恒定的布面张力，在加工过程中对材料所产生的内应力小，因此几乎适用于所有纺织品生产。

### ELCOUNT 织物密度测量控制系统

莱默尔 ELCOUNT 织物密度测量控制系统采用高分辨率的 CCD 矩阵相机，对布料进行无接触侦测，通过 FFT（Fast Fourier Transformation）进行织物组织结构的精确识别，并和定型机的超喂系统结合，自动控制织物纬密，确保产品品质的统一和稳定。

### ELPATTERN 经纬整花系统

通常情况下，纺织品幅面经过不同的加工生产流程，会因张力不均衡而产生纬斜、弯弧、花型变形、花型间距不一等缺点，而在诸如烘干、热定型、涂覆或印花等工艺流程之前，都需要对此加以修正。

莱默尔的纺织品矫正系统，利用高分辨率的智能 CCD 相机及专用于图案识别的矩阵彩色摄像头，通过 FFT（Fast Fourier Transformation）进行织物组织结构的精确识别，并由执行机构对变形及控制花型间距进行矫正。

### ELHygro Air 排气湿度自动控制系统

定型机是印染后整理的关键设备，但同时能耗也很大，印染行业加工过程中，热定型的能耗约占 40%，但定型机工作中织物消耗的热量仅占 29%，机体热能消耗占 10%，废弃排放的热能达到 61%。莱默尔排气控制系统，就是专门降低废气排放耗能的一个控制系统，此系统可以控制排气中的含水量，控制排气，以保持热能的最大利用率。

### EL Hygro Matic Plus 残留水分自动控制系统

该控制系统能够保证材料的正确含水率，并以此提升产品质量，通过避免材料过于干燥，降低能源损耗，提高烘干效率。

### EL Temp Monitoring 布面温度控制系统

使用红外线温度传感器，精确测量烘箱内织物温度，控制织物热定型的温度和时间，以达到织物的最佳手感、外观等品质要求。 **TA**

# 从连续下滑到翻番增长， 真维斯打下“翻身第一仗”

■ 本刊记者\_徐长杰

真维斯，这个第一个将专卖店带到中国内地的品牌，经历了高速增长后，却因市场的巨大变化一路下滑。然而在近三年，真维斯急转掉头，改变了与供应链合作模式，2021 年实现了近 100% 的增长，据真维斯董事长杨勋预测，2022 年，真维斯仍有可能在此基础上实现翻番增长。为了深入了解真维斯与供应链的合作模式，《纺织服装周刊》记者采访了真维斯国际（香港）有限公司董事兼副总经理、旭日商贸（中国）有限公司惠州真维斯电贸分公司总经理刘伟文。

## 01 真维斯正与 SPA 营销模式告别

记者了解到，刘伟文先后参与真维斯服饰三次重要战略转型调整，曾带领真维斯在行业内率先开展电子商务业务。

刘伟文谈到，真维斯自 1993 年到内地发展，参考的就是美国 GAP 品牌的营销模式，也就是自主品牌专业零售商经营模式（Specialty retailer of Private label Apparel）——企业全程参与商品（设计）企划、生产、物流、销售等产业环节的一体化商业模式，实际上 ZARA、H&M、优衣库等应用的都是这一模式。刘伟文表示，该模式最大的弊端是从开发到销售的周期较长，甚至是当季销售过后就要开始策划未来三年同季的货品，因此无论是流行趋势把握还是市场反应都非常滞后。

业界有一个极端的说法，过季的服装和过期的食品一样是要扔掉的。这说明服装产品的季节性、周期短、变化快，特别是互联网快速发展的时代，消费者对时尚的把握也非常敏感，对服装产品快速迭代的需求更是空前。刘伟文表示，近几年互联网继续以前所未有的速度及力度在颠覆市场既有的游戏规则，从早年对传统销售管道布局上的冲击，即网购的火速兴起，转而延伸至产业的上游，即供应链的改革上。

## 02 与供应链“联营销售”

2019 年伊始，真维斯电商公司化被动为主动，在经营模式上引入平台思维，积极发展“联营销售”新模式经营。该模式是设立在电子商务上的一种新型交易模式，是一个以节省厂商销售成本和帮助下游经销商采购链资源整合的运作模式。

真维斯电商发挥多年来在线上线下已建立的品牌优势及顾客基础，与外界服装供应链生产商协同发展网上业务，除常规采购外，辅以联营销售模式，以快速产品开发及快速补货机制捕捉市场热销产品，务求以最高时效向顾客提供物超所值的时尚产品。

这种崭新的商业模式，其实是引入了“品牌生态圈”理念：针对传统“单线供应链模式”中供方导向、讯息不畅、决策迟延等痛点，转变为以消费者为中心，透过数据分享系统，实现信息共享、决策下放，由品牌方、平台方、供应链合作方三方直接分享供需信息，并以联合营销、利润分享机制，激发三方主动性，透过联营合作及代运营等新模式进行多平台、多品牌扩张，并发展服装以外的延伸品类及子品牌。

刘伟文表示，这种“生态圈”会将消费端的大数据和资讯完全公开与上游供应商分享，具体到款型、每款的单价以及在不同平台的销售量等信息。同时，在开季之前，真维斯会与上游供应商共同商议比如品种的比例等，但真维斯仍会向供应商提供潮流趋势、版型、流行色等基础的品牌定调，上游供应商可根据真维斯相关的信息去准备相应的面料。在互联网时代，真维斯很容易精确拿到其品牌消费群体的画像和消费习惯，基于此，再与供应商沟通下订单量的多少。

目前，真维斯在天猫、微信小程序、唯品会、拼多多、淘宝网、抖音、快手等均已开设网店，建立了全面打通线上线下的全渠道经营模式；同时创新业务模式，通过 M2B 经营模式、O2O 销售模式、授权业务、直播营销等完善公司电子商务的运营发展。

过去，品牌方的最大困境是库存太多，在现在这种模式下，不仅供应



目前，真维斯建立了全面打通线上线下的全渠道经营模式。

商能够快速回款，库存风险也降低很多，对于供应商来说，他们可以和品牌商共同获利，最大限度调动起他们的积极性。比如供应商为了有充足的时间安排生产，过去要 21—28 天才可以翻单，但在新的合作模式下，供应商则能够做到 7—10 天快速翻单。

## 03 走稳两线并行，进军私域流量赛道

对于当前电商平台白热化的竞争，品牌方或许有着更多的发言权。刘伟文谈到目前的一种现象，以往，像天猫、京东等传统电商平台的销售量要占到电商的 80% 左右，但近几年来则下降到 30%，唯品会、拼多多、抖音、快手等特卖、直播平台则实现大幅增长，如 2021 年初真维斯开始运作抖音，目前已经占到电商销售总额的 20% 左右。

刘伟文举例称，当时有一款牛仔裤，在传统电商平台上计划能够销售 2000—3000 条，但在抖音平台实现了 24 万条的销售量，究其原因，在于相应的消费群体在这里较为集中。

谈及未来服装品牌电商的发展趋势，刘伟文认为，“如今传统电商平台已逐渐失去了流量红利，未来红利在于如何利用工业互联网改进供给侧效率，所以过去两年，真维斯一直在供应链端发力。我认为从消费物联网到工业互联网，能够满足消费端的快速反应，同时保证成本的控制，品质方面的把控传统品牌也一直有着供应链的优势。”

刘伟文还谈到，如今，真维斯也在积极部署私域流量领域，这一领域和实体店将会非常密切。谈及未来是否会收缩线下门店，刘伟文说到：“对于真维斯来说，实体和线上将会并行。因为对于消费者来说，如果仅有电商，那么可能会对品牌的品质、形象存在一定担忧。”对于外界认为真维斯不够时尚等话题，刘伟文也指出，真维斯是一个大众品牌，倡导的是物超所值的品牌理念。

从近两年的销售数据来看，真维斯似乎已经更加时尚并受到了消费者的青睐，2020—2021 两年间，真维斯的产品品类也由成人装发展至童装、内衣、箱包、鞋及两个子品牌合计 7 大业务版图，充分发挥了集团多年来在线下已建立的品牌优势以至零售及供应链管理的经验。

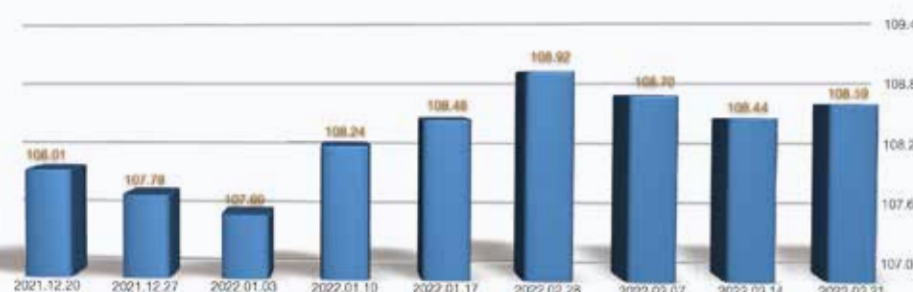
无论是供应链合作模式的改变还是业务版图的扩张，都显现出了真维斯力挽狂澜的能力和决心，2022 年能否实现再翻番，让我们拭目以待！ **TA**

# 春市营销震荡回升 价格指数环比小涨

## 20220321 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220321 期纺织品价格指数收报于 108.59 点，环比上涨 0.14%，较年初上涨 0.92%，同比上涨 1.04%。

总价格指数



近期，中国轻纺城春市营销震荡回升，其中：原料市场价格环比小跌，坯布市场量价环比回升，服装面料市场布匹量价环比小升，家纺类产品成交量小幅下跌，辅料量价环比回升。

### 原料量价环比小跌，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 90.65 点，环比下跌 0.30%，较年初上涨 2.35%，同比上涨 2.39%。

**聚酯原料环比回缩，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 5705 元/吨，环比下跌 460 元/吨左右；MEG 主流 5057.5 元/吨，环比下跌 265 元/吨左右；聚酯切片市场报价震荡回缩，江浙地区半光切片现金或三月承兑 7050 元/吨左右，环比下跌 250 元/吨左右。近期，萧绍地区涤纶长丝价格环比下跌，PTA、MEG 和聚酯切片价格环比下跌，涤纶长丝价格环比下跌。在目前供应多、需求弱、库存高的现状下，涤纶长丝市场价格环比回缩。

近期，涤纶短纤价格环比下跌，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 7650 元/吨，环比下跌 300 元/吨左右。纯涤纱市场报价环比下跌，32S 纯涤纱报 12980 元/吨左右，环比下跌 470 元/吨左右；45S 纯涤纱报 14100 元/吨左右，环比下跌 400 元/吨左右。纯涤纱价格偏弱下行，下游刚需采购、逢低买入，纺企成交重心不断下探。

**纯棉纱价格环比下跌，人棉纱价格基本稳定。**近期，萧绍地区纯棉纱市场报价环比下跌，销售局部震荡回缩。气流纺 10S 纯棉纱报价 16655 元/吨，环比下跌 5 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报价 29015 元/吨，环比下跌 25 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 32460 元/吨，环比下跌 30 元/吨。近期，纯棉纱价格环比下跌，市场销售不如预期，订单进入并不多，织厂利润空间有所下滑，接单并不大。

近期，粘胶短纤原料价格环比上涨，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13400 元/吨左右，环比上涨 200 元/吨。30S 人棉纱价格报 18050 元/吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 19200 元/吨左右，环比持平。

### 坯布行情环比回升，价格指数环比小涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 122.75 点，环比上涨 0.46%，较年初上涨 1.00%，同比上涨 2.16%。

近期，市场营销环比回升，连日成交呈现震荡小升走势，坯布厂家订单环比小增，坯布量价环比小涨。因下游需求环比回升，坯布端整体行情环比小增，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涨，拉动坯布类总体价格指数环比小涨。

### 服装面料环比回升，价格指数环比小涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.74 点，环比上涨 0.27%，较年初上涨 0.09%，同比下跌 0.09%。

本期服装面料类价格指数环比小涨。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回升，连日成交环比小增。创新面料市场成交环比增加，春季新风格面料现货成交和订单发货环比增长，夏季兼具时尚元素创意产品现货成交和订单发货环比回升，价格小幅上涨。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤粘面料、涤氨面料、粘胶面料、粘毛面料、麻粘面料成交量不等量上涨，拉动服装面料价格指数小幅上涨。

### 家纺市场环比回缩，价格指数微幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.93 点，环比下跌 0.09%，较年初上涨 0.07%，同比上涨 0.02%。

本期家纺类价格指数环比微跌。近期，轻纺城家纺市场成交环比回缩，价格微幅下跌，大众色洋花型面料现货成交量和订单发送量环比回缩，跑量产品现货成交和订单发货环比下跌，价格微幅下跌。其中：窗帘类现货成交和订单发货明显下降，价格指数呈一定幅度下跌走势，拉动家纺类总体价格指数微幅下跌。

### 市场行情环比回升，辅料指数环比小涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 133.24 点，环比上涨 0.79%，较年初上涨 1.93%，同比上涨 0.77%。

本期服饰辅料类价格指数环比小涨。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。衬料类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；花边类行情环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类行情环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；线绳类行情环比推升，价格指数呈小幅上涨走势，拉动辅料类总体价格指数呈环比小涨走势。

### 后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡小升走势。后市春季面料供给环比增加，现货成交和订单发货环比小增，夏季面料局部批量下单增加，织造企业开机率局部小增，印染企业产出环比增加；预计创新创意产品认购踊跃度将环比小增，整体市场成交将呈现逐日小升走势。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



# 中国纺织服装大数据中心

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

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

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

●数据采集和整合 ●数据存储和计算 ●数据分析和挖掘 ●数据展示和应用

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



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

商务合作：

中国纺织工业联合会信息化部

王先生 010-85229046 13811957097

宋女士 010-85229513 13683184867

吴女士 010-85229541 13910583128



# T 纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

纺织之光科技教育基金会是在1996年设立的“钱之光科技教育基金”的基础上，由一批拥有高度使命感和责任感，愿为中国纺织行业科教进步作贡献的优秀纺织企事业单位和个人捐赠资金成立的。2008年5月在民政部登记注册成为全国纺织行业性基金会，注册资金2000万元。

截至2021年底，纺织之光科技教育基金会已支持表彰奖励纺织科技奖1632项、优秀教师和学生4381名、优秀教学成果奖2167项、针织内衣创新贡献奖127项、应用基础研究73项、科技成果推广339项、全国纺织行业技术能手313名、技能人才培育突出贡献奖16人及33家获奖单位。

自1997年至今，科技教育公益活动支出超1亿元，对促进纺织科技教育事业发展起到了积极的推动作用。

**宗旨 科技进步 人才成长 产业升级**



纺织之光  
微信公众号



纺织之光科技推广  
云平台网站

(以上数据由基金会提供)