

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

2022.05.09 | 第16期 | 总第1072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




P16
品牌升级正当时
活用企划讲故事

纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

影响
改变认知
服务
创造价值

《纺织服装周刊》官方网站：
www.taweekly.com

● 新闻热线：刘嘉 010-85229395
● 广告热线：万喆 010-85229892



P08

为这些“硬核”纺织人点赞！

P12

构建现代产业体系，全面建设化纤强国

近日，2022年全国五一劳动奖表彰名单公布，此次获表彰的基层一线劳动者占奖章总数的65.9%。图为连云港飞雁毛毯有限责任公司织造车间挡车工在工作。





中国国际纺织机械展览会
暨ITMA亚洲展览会
ITMA ASIA + CITME 2022

商业平台 旗舰展会

2022.11.20-24

国家会展中心 中国·上海

报名日期: 2021年9月1日

报名网站: www.citme.com.cn

中国纺织机械协会是本展会受理中国大陆地区展商报名申请的官方机构,本展会在中国大陆地区没有其他任何形式的销售代理或渠道。



中国纺织机械协会 (CTMA)
北京泰格斯特国际展览展示有限公司
电话: +86 10 58220799 / 58220599 / 58221499 / 58221299 / 58221099
电子邮箱: ctma@ctma.net | itmaasiacitme1@bjitme.com



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



热线电话 400-119-0123

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 万哈
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
副主任 董笑妍
编辑/记者 李亚静 陶红
余辉 夏小云
廖小萱
美编 郭淼

融媒体中心

总监 墨影
资深摄影 关云鹤
美编 李举鼎
编辑/记者 许依莉

市场发展中心

总监 万哈(兼)
副总监 章简
媒介主管 雷蕾
客户经理 张灼瑄
武筱婷

品牌推广中心

总监 吕杨
副总监 罗欣桐
主任 王振宇
执行专员 裴鑫榕

浙江运营中心

总监 赵玲玲
副总监 赵国玲
副主任 郭莹颖
主任助理 王利
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

热线电话

总编室: 010-85229395 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: 北京市东城区东西大街46号院(100010)

定价: 每期人民币12元

日本合作媒体: 纤维News

印度合作媒体: Inside Fashion

欧洲合作媒体: Textile

台湾地区合作媒体: 纺织时报

承印: 北京晟德印刷有限公司

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

- 06 资讯 *Infos*
首批复工复产, 嘉麟杰、德福伦等上海纺企双线作战勇担当
国家明确加快生物基化纤发展, 盛虹已超前布局
- 08 关注 *Attention*
为这些“硬核”纺织人点赞!
疫情反复下, 纺企逆境破局
六问“全国统一大市场”
- 11 科教 *Science*
募集 52 万件物资驰援东华大学
- 12 特别报道 *Special*
构建现代产业体系, 全面建设化纤强国
统筹发展和安全, 加快转型升级
- 16 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*
品牌升级正当时 活用企划讲故事
从产品到管理用心打磨, 彰显 90 后纺织人的青春底色
保护知识产权 激发创新动能
- 20 集群 *Cluster*
虎门镇: 从全国优秀向世界领先迈进
- 22 观察 *Observation*
经受市场考验, 汉服步入产业化进程
- 23 一线 *Frontline*
“智慧红豆” 高质量转型背后的故事
时尚与数字共舞, 打造印花供应链生态闭环
- 26 指数 *Index*
春市营销环比推升 价格指数环比小涨



每周随笔

读懂 RCEP

近期, 随着国内疫情的多点爆发, 从订单减少到物流告急, 企业生产运营面对了较大的压力。不过, 正如那张网红海报所讲, “比疫情更可怕的是你有了疫情的心态”。虽是不可抗力, 但我们能做的绝不会是“躺平”, 有些信息和资源, 是值得我们认真梳理、对待的, 比如 RCEP。

这一协定从开始出现在人们视野到现在落地执行已经有一段时间了, 然而, 有专业人士表示, 纺织企业目前对于这一贸易协定的认识和应用还很少, 没有发挥出这个协定在行业企业中应有的作用。

就在 4 月中旬, 商务部还专门组织了一次为期三天的 RCEP 线上专题培训课, 从商务部国际司到中国贸促会, 从海关到多个行业国际贸易负责部门, 围绕这个话题进行了非常细致、深入的讲解, 让人们从中看到了 RCEP 带给中国各个行业和企业的机会。

从今年 1 月 1 日 RCEP 正式生效, 全球规模最大的自贸区也由此形成, 这个涉及了 15 个成员国, 覆盖全球约 30% 的人口总量、经济总量、贸易规模及资本流动规模的自贸区, 为所有成员国都带来了更具价值的贸易机会, 也为全球化区域合作注入了新的活力。

中国也在这一协定下拓展了国际合作空间。数据显示, 2021 年, 中国对 RCEP 其他 14 个成员国的进出口总额达到了 12.07 万亿元, 占我国外贸总值的 30.9%。

立足纺织行业, 有数据显示, 2020 年, RCEP 成员国向全球出口纺织品总额达 1866 亿美元, 占全球出口总额的 57%; 同期, 向全球出口服装总额 2088 亿美元, 占全球服装出口总额的 46.5%。这是个纺织产业优势非常明显的自贸区。

中国作为世界纺织大国, 在过去数十年的时间, 依托自身的全产业链优势在欧盟、美国、日本等国家和地区赢得了非常好的市场地位, 不过近年来, 我们在这些市场的表现却呈现逐步下滑的趋势。反观对东盟或是涵盖了东盟市场的 RCEP, 却展现出了良好的增势。

据行业统计机构发布数据显示, 2022 年 1-2 月, 中国对东盟出口纺织品服装 80.7 亿美元, 同比增长 21.8%。2021 年, 中国与其他 RCEP 成员国纺织品服装进出口贸易总额达到了 987.6 亿美元, 占同期中国纺织行业对外贸易总额的 28.7%, 其中, 对其他 14 个成员国的出口额为 870.4 亿美元, 占纺织行业出口总额的 28%。

虽然 RCEP 成员国目前所表现出来的是区域的制造优势, 在纺织品、服装等终端产品的消费能力不及欧美等发达国家, 但这个占据全球超三分之一人口比重的市场, 在未来的 10-15 年确是全球最具增长潜力的消费市场。

所以, 当下尽管很难, 我们可选的也并非只有无奈和等待, 对于 RCEP 的分析和行动方案制定, 会让我们有备无患这个大市场, 在危中找到自己的机遇。

袁晓峰

View point / 本周看点

据全国总工会 4 月 25 日消息, 今年决定表彰的全国五一劳动奖状 200 个、全国五一劳动奖章 966 个、全国工人先锋号 956 个。奖章人选产业工人比重突出, 占比达 40.1%。

——全国总工会

中国人民银行 4 月 25 日消息, 为提升金融机构外汇资金运用能力, 中国人民银行决定, 自 5 月 15 日起, 下调金融机构外汇存款准备金率 1 个百分点, 即外汇存款准备金率由现行的 9% 下调至 8%。

——中国人民银行

一季度, 我国有进出口实绩的外贸企业数量 43.2 万家, 同比增长 5.7%, 其中民营企业进出口增长 14.1%, 较外贸整体增速高 3.4 个百分点。

——经济日报

今年一季度, 我国网络零售市场总体运行平稳, 根据国家统计局的数据显示, 全国网上零售额达到 3.01 万亿元, 同比增长 6.6%, 其中实物商品网上零售额 2.53 万亿元, 同比增长 8.8%, 占社会消费品零售总额的比重为 23.2%, 较上年同期提升 1.3 个百分点。

——商务部

工信部、国家发展改革委近日发布《关于化纤工业高质量发展的指导意见》和《关于产业用纺织品行业高质量发展的指导意见》, 明确到 2025 年, 化纤行业构建高端化、智能化、绿色化现代产业体系, 全面建设化纤强国, 产业用纺织品行业综合竞争力进一步提升。

——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

Focus / 聚焦

首批复工复产，嘉麟杰、德福伦等上海纺企双线作战勇担当

日前，上海经信委发布《上海市工业企业复工复产疫情防控指引（第一版）》。指引发布一周内，666家重点企业已有70%实现了复工复产，企业的产能利用率也在不断提高。上海嘉麟杰纺织科技有限公司、上海德福伦新材料科技有限公司、上海精发实业股份有限公司、升欣（上海）纺织品科技有限公司等一批纺企被列为上海市第一批复工复产“白名单”单位。上海嘉麟杰纺织科技有限公司总裁杨世滨对此表示非常高兴，“这为我们外贸生产业务的重启带来了便利，我们可以开始双线作战，在继续生产防疫物资的同时，逐步恢复主业，力争保住今年的产值，同步取得社会效益和经济效益。”

上海嘉麟杰纺织科技有限公司位于金山区亭林镇，是一家国家高新技术企业，拥有员工近1500人，主要从事户外高端面料成衣的外贸业务。它是上海卫健委系统上药集团的保供单位，定点生产隔离服，现在最大日供量可以超过10万件。从3月28日起，包括多名高管在内的500名员工已经连续封闭生产三周有余。企业4月17日接到复工复产的通知，迅速制定防控措施，做好相关准备工作，在当地政府部门的指导和协助下，陆续召回居住于防范区的其余员工。

“我们严格区分生产区、生活区（含食堂、宿舍等），食堂实行错峰独立就餐、单向就餐、取餐保持1米距离，宿舍与工厂两点一线封闭管理（宿舍在工厂马路对面）；每日厂区、作业面、生活区每两小时一次不间断消杀，公共区间、卫生间每日由专人或轮值打扫，垃圾实行分类管理。”杨世滨说。

他介绍，疫情中，各方面原辅材料的物流不畅，幸亏企业一直有一个安全的备货周期。这次恢复生产后，现在产能大概接近正常情况的30%，估计到本周末能恢复到60%，下周基本就能够恢复到70%以上，这个速



嘉麟杰员工复工复产保供。

度是相当快了。订单之前已经超饱和，客户都非常焦急，现在生产快速恢复，给了客户很大的信心。

上海嘉麟杰纺织科技有限公司作为上海市公共卫生应急物资（隔离服）生产储备单位，迅速组建疫情防控小组，紧急做好原材料、人员调配工作，将用于外贸订单生产的设备紧急转产生产防疫用隔离服，最大化保障防疫物资供应。期间，作为企业带头人的杨世滨发挥共产党员先锋模范作用，带领企业党支部、团总支、工会等各个企业组织，各司其职，在企业中拧成一股绳，共克时艰。他与管理干部带领员工迅速完成产能转换，截止到目前，已为上海市及金山区抗疫提供200多万件（套）“铠甲”。

此外，嘉麟杰积极响应上海纺织协会的捐赠号召，紧急调拨2200件隔离服，分别捐赠给上海慈善基金会、上海市社会福利中心、同济大学医学院等机构和单位，以解决社区街道、高校等防疫物资紧缺的难题。（贺兰）

鄂尔多斯集团加入30·60碳中和加速计划

在第53个“世界地球日”当日，鄂尔多斯（羊绒）集团正式启动鄂尔多斯碳中和项目，宣布加入中国纺织工业联合会“30·60时尚气候创新碳中和加速计划”，进一步推动集团可持续发展进程，同时向中国绿色碳汇基金会时尚气候创新专项基金捐赠200万元，以支持中国纺织服装行业的气候创新工作，并发挥品牌影响力推动价值链伙伴和消费者积极参与产业和市场的绿色低碳可持续发展。

鄂尔多斯集团作为羊绒行业领先者，本次加入30·60碳中和加速计划，将以此为契机，主动开展气候变化治理和低碳转型工作，设立企业碳中和目标及实施路线图，构建绿色低碳生产经营模式。目前，集团联合中国纺织工业联合会社会责任办公室全面开展企业碳排放基线调查，并将进一步从源头牧场管理建设、原料采选制造、产品设计生产及品牌销售推广的全价值链条中，推进可持续科技及工艺创新，努力降低碳排放，实现低碳循环发展，落实鄂尔多斯集团可持续发展目标。同时，集团将推动产业链伙伴，共同促进低碳技术应用，构建碳中和生态圈，发挥品牌在产业链中的先导作用，助力羊绒产业绿色低碳转型和可持续发展。

未来，鄂尔多斯集团将在坚定集团可持续发展道路的同时继续加深与相关政府机构、学术科研机构、行业组织、企业的合作，群策群力为推动中国纺织服装行业实现“双碳”目标贡献力量。（郭春花）

Direct / 直击

《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》指出：要加大助企纾困力度

日前，国务院办公厅发布《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》，提出深入落实扶持制造业、小微企业和个体工商户的减税退税降费政策，推动金融系统通过降低利率、减少收费等多种措施，向实体经济让利。

金融方面，《意见》要求，引导金融机构优化信贷管理，对受疫情影响严重的行业企业给予融资支持，避免出现行业性限贷、抽贷、断贷。延续执行阶段性降低失业保险、工伤保险费率政策。对不裁员少裁员的企业，实施好失业保险稳岗返还政策。

此外，清理转供电环节不合理加价。采取切实有效措施制止乱收费、乱摊派、乱罚款行为。鼓励地方加大帮扶力度，支持各地区结合实际依法出台税费减免等措施，对特困行业实行用电阶段性优惠、暂缓缴纳养老保险费等政策，对承租非国有房屋的服务业小微企业和个体工商户给予适当帮扶，稳住更多消费服务市场主体。

《意见》还提出，支持各类劳动力市场、人才市场、零工市场建设，支持个体经营发展；并稳步提高劳动者工资性收入特别是城市工薪阶层、农民工收入水平，健全最低工资标准调整机制。

《意见》表示，积极推进实物消费提质升级。加强农业和制造业商品质量、品牌 and 标准建设，推动品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产。（郝杰）

Company / 公司

国家明确加快生物基化纤发展，盛虹已超前布局

近日，工信部、国家发改委发布了《关于化纤工业高质量发展的指导意见》。《指导意见》明确提出，到2025年，化纤工业绿色纤维占比提高到25%以上，生物基化学纤维和可降解纤维材料产量实现年均增长20%以上。

盛虹是目前国内最大的生物基PDO及PTT纤维生产制造商，创下了世界纺织PTT领域工艺技术史上的多项纪录。生产的PTT纤维产品从原材料到制造、使用、回收等全生命周期均实现绿色可循环，产品全生命周期碳排放降低15%。

党的十八大以来，生态文明建设被写入五位一体总体布局。2020年中国明确提出“双碳”目标。此次发布的《指导意见》也明确提出要扩大绿色纤维生产，构建清洁、低碳、循环的绿色制造体系。

响应国家生态文明建设和“双碳”目标，近年来盛虹以生态战略为引领，全力打造世界一流的绿色产品体系，引领行业绿色转型发展，走出一条生态、低碳、循环的“绿色盛虹”之路。

在宿迁盛虹新材料产业园，盛虹投建全球第一条从瓶片到纺丝的再生熔体直纺产线，全面投产后，年产50万吨再生涤纶丝，年消化350亿个旧塑料瓶，占全国回收总量的20%，被循环利用后等于节约380万吨原油。

在连云港盛虹石化产业园，加快建设三个“百万吨级”绿色项目，即百万吨级EVA光伏料、百万吨级丙烯腈、百万吨级绿色可降解材料，引领行业向价值链高端延伸，推动清洁能源转型。

目前盛虹旗下斯尔邦石化EVA年产能达30万吨，占国内总产能的16%；其中光伏级EVA产能超过20万吨，占全球光伏级EVA产量的



盛虹 PTT 生物基纤维生产车间。

25.6%，全球排名第一。丙烯腈下游产品，广泛应用于大型风电、航空航天、高铁等高端领域，目前斯尔邦丙烯腈整体产能78万吨/年，产能跃居国内第一，占国内总产能的22%。百万吨级绿色降解材料更是直指“双碳”目标。

加快绿色转型，既是企业提升竞争力的必然要求，也是中国制造业持续强化国际竞争力的核心所在。盛虹明确提出加快建设具有全球竞争力的世界一流企业，担当“双碳”目标的引领者，将“绿色、低碳、循环”打造成企业的核心竞争力，以可持续的高质量发展模式积极参与全球竞争，为中国制造业的转型升级贡献绿色动力。（郭春花）

· 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。

● 《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: 万喆 010-85229892 发行热线: 章简 010-85229023

纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY



周刊官微



TA潮报

广告

51

为这些“硬核”纺织人点赞！

2022年全国五一劳动奖和全国工人先锋号表彰名单公布

■ 本刊记者_郝杰

4月28日，2022年庆祝“五一”国际劳动节暨全国五一劳动奖和全国工人先锋号表彰大会以电视电话会议形式召开。中华全国总工会发布《关于表彰2022年全国五一劳动奖和全国工人先锋号的决定》，今年全总共表彰全国五一劳动奖状200个、全国五一劳动奖章966个、全国工人先锋号956个，其中单列35个奖章、3个先锋号名额，表彰全国职工职业技能大赛优胜者和国家重大工程项目的建设者。一批纺织企业和个人上榜。

据介绍，全国五一劳动奖和全国工人先锋号评选表彰始终面向基层、面向一线、面向普通劳动者，重点向产业工人倾斜。在常规表彰中，今年产业工人比重尤其突出，共计373名，占40.1%，高出规定比例5.1个百分点；基层一线的劳动者共计613人，占65.9%，其中农民工149人，占16.0%，高出规定比例6.0个百分点；科教人员204名，占21.9%，高出规定比例1.9个百分点。此外，企业负责人和县处级干部人数都在控制数内；机关企事业单位县处级干部17人，有14个省份没有推荐县处级干部。

从行业覆盖面看，表彰对象覆盖了国民经济行业分类中除“国际组织”之外的所有19个行业大类。其中，在常规表彰中，表彰对象最多的是“制造业”，占34.1%；“交通运输、仓储和邮政业”占10.9%；“公共管理、

社会保障和社会组织”占7.4%。从企业所有制看，非公有制企业及其职工在常规表彰的奖状、奖章和工人先锋号中的比例分别占42.0%、37.8%、39.8%，分别高出规定比例7.0、2.8和4.8个百分点，充分体现了对非公企业的高度重视。此外，表彰人选覆盖了19个民族，少数民族有77人，占8.3%；女性有203人，占21.8%。

据了解，自今年起增设单列表彰项目，今年有两项。第一项单列表彰全国职工职业技能大赛优胜者，今年授予奖章31个。第二项单列表彰在“一带一路”标志性工程——中老铁路建设中作出突出贡献的先进集体和个人，今年单列授予该项目奖章4个、先锋号3个。

中华全国总工会党组书记、副主席、书记处第一书记陈刚表示，进入新发展阶段，无论是贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展，还是促进全体人民共同富裕，归根到底要依靠辛勤劳动、诚实劳动、创造性劳动。新征程上，我们比以往任何时候都更加需要大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，充分发挥工人阶级主力军作用，带动全社会一起拼搏、一起奋斗，为夺取全面建设社会主义现代化国家新胜利汇聚强大正能量。

2022年全国五一劳动奖和全国工人先锋号表彰人选(集体)名单(纺织行业)

全国五一劳动奖状	
华峰集团有限公司	
福建永荣锦江股份有限公司	
安踏(中国)有限公司	
威海光威集团有限责任公司	
全国五一劳动奖章	
王春生 唐山三友集团有限公司党委书记、董事长、总经理，正高级工程师	
裴宝林 经纬智能纺织机械有限公司锭子厂工具设备修配班班长，高级技师	
齐巍 吉林化纤集团有限责任公司纺丝车间工艺乙班班长，技师	
钱琴芳(女) 盛虹集团有限公司生产技术部组长、工程师，高级工程师、高级工	
符爱芬(女) 江苏丹毛纺织股份有限公司产品研发中心主任，高级工程师、高级技师	
陆辉 梦百合家居科技股份有限公司仓储物流部经理	
蔡千忠 常州华利达服装集团有限公司技术部样板副经理，工程师、高级工	
张堂标 徐州斯尔克纤维科技股份有限公司技术员，工程师	
刘丽艳(女) 江苏阳光集团有限公司产品开发中心主任，高级工程师	
黎荣辉 赢家时装(赣州)有限公司IE部IE主管	
赵奇生 华纺股份有限公司副总工程师、电气车间主任，高级工程师	
姜正涛 即发集团有限公司纬编工，高级技师	
车社海 青岛宏大纺织机械有限责任公司总设计师，正高级工程师	
郭超 恒天重工股份有限公司加工事业部焊工班班长，高级技师	
邵小珍(女) 扶沟县昌茂纺织有限责任公司实验室技术员	
姜亚娟(女) 湖北枫树线业有限公司细纱值车工	
刘元华 德阳玻璃纤维厂生产技术负责人	
凌国青(女) 四川红旗丝绸有限公司缂丝技师，中级工	
陈双连(女) 浙江严牌过滤技术股份有限公司加工车间缝纫工	

全国工人先锋号	
北京东方雨虹防水技术股份有限公司高性能多材多层高分子卷材(HDPE)研发团队	
北京华美丽服饰有限公司生产运营部八组	
亚东(常州)科技有限公司黄海燕工作室	
江苏德顺纺织有限公司分条整经车间	
江苏新视界先进功能纤维创新中心有限公司综合运营部	
连云港神鹰复合材料科技有限公司张斯伟劳模创新工作室	
浙江盛泰服装集团股份有限公司计划部	
浙江云中马股份有限公司定型车间	
安徽宿州润达纺织(集团)有限公司细纱车间甲班	
卡宾服饰(中国)有限公司公共关系部	
江西昌硕户外休闲用品有限公司新纺材料研发组	
山东南山智尚科技股份有限公司精品线织造甲班	
河南省鑫晟纺织科技有限公司细纱车间乙班	
稳健医疗(崇阳)有限公司五车间崔凯丽组	
湖南拓福家纺有限公司缝纫车间	
稳健医疗用品股份有限公司疫情防控指挥部	
广东鸿基羽绒制品有限公司技术研发中心	
广东蒙泰高新纤维股份有限公司研发中心	
广东溢达纺织有限公司可水洗口罩研发及自动化口罩生产线研发团队	
宣汉正原微玻纤有限公司设备维修班组	
宜宾海丝特纤维有限责任公司电仪制造部电镜维修班	
西藏荣娜秀制衣有限公司制衣车间	
阿拉山口振德医用纺织有限公司纺织车间	
巴州金富特种纱业有限公司设备后纺维修车间湍流班组	
新疆月亮制衣有限公司缝纫班组	
新疆芳婷针织纺织有限责任公司针织厂裁剪班	

疫情下的应对之策 系列报道 2

疫情反复下，纺企逆境破局

■ 本刊记者_郝杰

按照往年的情况，春节过后纺织行业应该逐渐进入旺季，但今年随着国际形势突变，以及国内疫情反复，给企业生产经营造成了很大影响，企业面临原料短缺、订单不足、生产停滞等诸多困难。本刊记者通过深入采访了解到，不少纺织企业面对困难并没有抱怨，而是迎难而上，在危机中寻找机遇，在逆境中实现破局。

新乡化纤：

着眼疫情后市场，投资超细旦氨纶

近期，国内新冠肺炎疫情呈现点多、面广、频发的复杂形势。据了解，疫情对新乡化纤影响最大的是物流运输，公司多次出现供应紧张局面。公司为此提前做好相关车辆的跟踪服务，并在做好疫情防控的基础上，为货车司乘人员安排食宿，并尽快安排装卸货物，减少司乘人员在公司的逗留时间。经过多方协调，公司生产秩序保持正常。

销售方面受疫情和地区冲突影响，内销市场旺季不旺，主要市场开工率不足，新乡化纤销售人员积极增加与客户沟通频次和深度，提高服务客户的主动性。据新乡化纤4月13日披露的一季度业绩预告，公司预计实现归属上市公司股东的净利润4200万元—5000万元，比上年同期增长125.15%—168.04%。今年第一季度新乡化纤出口产品13984吨，出口创汇8671万美元。

在新乡化纤看来，未来随着疫情的缓解，内销市场将会出现爆发式增长。看好未来市场前景，4月6日，新乡化纤年产4万吨氨纶项目开工建设，同时年产3万吨氨纶项目实现投产。据介绍，项目建成后，将全部生产20旦以下的超细旦氨纶纤维。新乡化纤董事长部长金表示，新乡化纤甘做抗疫稳生产中的灯塔，将充分把握现代科技创新机遇，推动技术新突破，增强创新发展的能力。

吉林化纤：

优化流程和岗位，一季度销售收入逆势增长

作为化纤企业，吉林化纤必须保证连续生产，在疫情防控的严峻形势下，吉林化纤打响了一场“战疫情、稳运行、保安全”的战役，一季度工业总产值和销售收入均实现逆势增长。

近一个月来，吉林化纤腈纶公司的各条生产线一直处于高速运转当中。该公司总经理杜学春介绍，从3月4日起，腈纶公司就率先实施员工驻厂管理、厂区全封闭硬隔离，信息统计汇报组、核酸与消杀组、后勤保障组、安全保障组、生产保障组五个防疫工作组各司其职，确保生产经营井然有序。公司通过缩短流程、岗位合并、作业重组等方式，对各类资源进行整合再整合、优化再优化，成功以47%的员工实现了近100%的产能。2022年一季度工业产值、销售收入、利润均创造了历史同期最好水平，目前产品订单已经排到了6月末。

吉林化纤集团公司副总经理孙小君介绍，今年一季度，吉林化纤的碳纤维原丝、碳丝和复材产量也在逆势之下创下历史新高。通过产业链上下游持续开展优化攻关，实现了产量质量稳中有升、稳中有进。

吉林化纤一直保持着碳纤维板块满负荷运行，其中包括12条原丝线、12条碳化线以及下游拉挤板、碳布生产线。今年一季度，吉林化纤实现工业总产值40.4亿元，销售收入51.3亿元，同比分别增长23%和31%；纤维销量16.2万吨，同比增长14%。截止到4月8日，吉林化纤整体产能已经恢复到70%。吉林化纤集团公司董事长宋德武表示，公司近期将着眼于装置负荷提升及生产进度恢复，进一步推动全面复工复产。



雅兰纺织积极探索跨境电商业务，并获得了成交订单。

雅兰纺织：

加大客户服务，成功开发俄罗斯客户

自2020年初疫情暴发至今已第三年，旅游住宿业几经波折，疫情反复持续影响下，酒店行业遭受重创。作为家纺布草供应商企业，陕西雅兰纺织集团主要客户是西部高端酒店，公司也因此遭遇巨大冲击，面临的经营压力持续加剧。

面对疫情及严峻的市场形势，雅兰人并没有坐以待毙，而是积极应对，多措并举，综合施策。公司根据市场形势，决定把今年一季度定为“拜访季”，主动出击联络客户，了解需求，用真诚的服务和客户一起共克时艰。在公司董事长韩玲的带领下，雅兰纺织全体员工凝心聚力，正面迎战，竭力达成“拜访季”目标任务，他们用脚步丈量城市，躬身市场，鏖战一线。据统计，雅兰人的足迹遍布全国14省市27个地级市，拜访各类客户超过800家。

走访调查获得了大量一手市场数据，公司经过认真分析，着眼于疫情后市场发展，提出模式创新理念，即提高布草供应链数智化新模式服务区域市场的能力，推广易家租布草智能租赁新模式、新业态，提升布草供应链数字化管理能力。

雅兰还积极探索跨境电商开展国际贸易，通过产品创新“酒店产品家庭化”“外销转内销”的营销策略，及时组建跨境电商事业部，开展跨境线上直播，雅兰专利产品“零压力惰性枕”成为国际市场最受欢迎的爆款产品，同时，公司利用阿里国际站做直播采购，有效提升阿里新盘数量20%以上。通过各类询盘，获得成交订单。期间，雅兰还成功开发了俄罗斯客户，收获订单106万元。

韩玲表示，今年是雅兰纺织集团成立二十周年，同时也是雅兰“五五”规划开局之年。集团上下全面围绕“五五”战略目标，不懈奋斗，坚持聚焦“七化战略”，不断推动企业经营管理工作迈入高质量发展快速通道，打造国际优秀专业布草品牌，为陕西品牌、中国品质打造一枚靓丽名片。[1]

六问“全国统一大市场”

■ 本刊记者_徐长杰

日前,《加快建设全国统一大市场的意见》正式出台,提出我国将从基础制度建设、市场设施建设等方面打造全国统一的大市场。所谓“全国统一大市场”,通俗解释就是商品(包括货物和服务)和生产要素(包括资本、劳动力、技术、数据等)在全国各地区之间实现自由的、无障碍的流通,从而使资源能够流动到最有效率的区域,实现资源优化配置。“全国统一大市场”将给我们带来哪些改变?本文通过六大问题,为读者剖析统一大市场建设的缘由和目的。

No.1 《意见》的提出涉及了哪些问题?

北京大学经济学院教授章政:
《意见》提出“统一大市场”的概念,重点聚焦丰富市场内涵、优化市场服务、提高市场支撑等方面,力图通过打造统一、高效、优质的市场体系,把扩大内需、循环畅通、提档升级等作为中国市场经济发展的未来目标。这些目标的提出不仅是市场实践的需要,也是市场发展的前提。受到新冠疫情冲击和国内外不确定因素的影响,目前的市场体系已经满足不了经济发展的需要,甚至市场本身的问题已成为了经济发展的阻碍。长期以来,我们总把市场认为是一种自然形成的东西,实际上市场本身也需要建设、需要调节、需要深化和不断升级。经济高质量发展和质量引领,需要一个更高水准的市场条件来保障,这就涉及“破和立”的问题。

No.2 建设“全国统一大市场”需要注意什么?

商务部原副部长、中国国际经济交流中心副理事长魏建国:
建设“统一大市场”要明确“三个关系”。首先是大市场 and 强市场的关系。我们的市场很大,但大而不强。主要表现在资源的配置偏不足;资金周转速度不够快;还存在地方保护主义,一些地方市场还是小而全的自我循环。
其次是大市场和各省市地区小市场的关系,即统一大市场的“统一性”与区域性的关系。《意见》明确,统一大市场的统一,并非整齐划一,而是在维护全国统一大市场的前提下,结合区域重大战略和区域协调发展战略的实施,优先开展区域市场一体化建设。
另外还有统一大市场和双循环畅通的关系。要把国内大市场在双循环经济发展格局中的关键作用发挥出来,用足用好超大规模市场优势,让需求更好地引领优化供给,让供给更好地服务扩大需求。

No.3 当下反映出的物流问题,在建设“全国统一大市场”的过程中会否得到破解?

中欧陆家嘴国际金融研究院副院长、中欧国际工商学院政研室副主任刘功润:
虽然加快建设全国统一大市场并不是专门针对疫情冲击而出台的,但在疫情的持续影响下,市场上存在的制度规则不统一、要素资源流动不畅通、地方保护盛行等问题更为显现。特别是有些地方打着“内循环”旗号搞地区经济,甚至以防疫为由设置壁垒、限制物流,与全国统一大市场建设要求背道而驰。
“疏”胜于“堵”。按照逻辑推论,即便受疫情影响,如果所有物流环节都能实现无缝对接,通过系统化的闭环管理,还是能够做到“畅”其流的。当然,这里极大考验管理者的水平,尤其还取决于各割裂条块环节之间的系统兼容性能。从这个意义上说,建立破除局部利益壁垒、盘活要素资源的统一大市场就显得至关重要了。“形成协同效应”是统一大市场建设的题中要义,也恰是物流困局的破解之道。

No.4 不搞自我小循环和促进区域一体化矛盾吗?

中国政策科学研究会经济政策委员会副主任徐洪才:
《意见》提出,京津冀、长三角等区域,优先开展区域市场一体化建设工作;同时提到,“不搞‘小而全’的自我小循环”,这两者看似矛盾,但其实是对立统一的关系。
全国统一大市场并不意味着“一刀切”。各地情况不同,从生产力的空间布局来看,区域经济一体化是大势所趋,有利于生产要素的有效集聚、效率的提高。要遵循经济发展的客观规律:经济总是在打破旧平衡、建立新平衡的过程中得到发展。
全国统一大市场不能直接与平均主义画上等号。要遵循经济发展的客观规律,一方面促进区域经济发展的一体化,另一方面加快建设全国统一大市场,在更大范围内促进生产要素的自由流动,提高资源配置效率。

No.5 “全国统一大市场”和计划经济有什么区别?

南京大学长江产业经济研究院院长刘志彪:
高效规范的全国统一大市场,全国的政策具有统一性、规则具有一致性、执行具有协同性,这种市场能够以社会福利最大化有效配置资源。公平竞争的全国统一大市场,具有非垄断性、公平交易特性和作用的竞争场所和竞争机制。充分开放的全国统一大市场,不存在各种人为的、制度化的封锁和封闭现象,不仅国内各区域之间、产业之间不存在制度性的进入和退出壁垒,而且也向外国实行对等的相互开放的政策,资源要素商品可以实现顺畅的低成本流动。
建设全国统一大市场,不是指建设任何经济事务都由中央统一决策的大市场,这样就演化为新计划经济体制了。而是要按照中央关于社会主义市场经济体制建设目标的要求,理解为以价格机制为基础统一协调和决定资源配置的大市场。

No.6 建设“全国统一大市场”是否会因区域差异而有所不同?

中央财经大学国际经济与贸易学院教授李瑞琴:
实现商品和要素在全国范围内自由、无障碍流通,就是要降低或取消由于自然因素、技术因素和制度因素带来的阻碍资源跨地区流动的障碍。
《意见》中提到的“推进市场设施高标准联通”“一步规范不当市场竞争和市场干预行为”等,就是要通过增加交通运输、信息通讯等基础设施建设,规范不当市场竞争和市场干预行为,提高市场交易效率,进而降低自然性市场分割和技术性市场分割;而“强化市场基础制度规则统一”“推进市场监管公平统一”等,是要通过消除地方保护、优化制度设计减少制度性市场分割。TA

纺织之光基金会、中产协发起倡议

募集 52 万件物资驰援东华大学

■ 本刊记者_郝杰



捐赠物资已顺利送达东华大学。

近期,上海市正处在疫情防控关键时期,上海疫情牵动了全体纺织人的心。4月11日,纺织之光科技教育基金会在中国纺联各相关专业协会、企事业单位中发起为东华大学募捐的倡议,号召纺织人向正在与疫情抗争的东华大学捐款、捐物,齐心抗疫,共克时艰。

倡议在行业内发布后,不少企业及个人表达捐助愿望。倡议书发布的第二天,经中国产业用纺织品行业协会、中产协非织绿盟协调联络,稳健医疗 & 全棉时代、隆泰医疗、优全护理 & 金三发三家企业迅速行动,携手纺织之光基金会向东华大学捐赠抗疫物资。随即,三家企业连夜紧急备货,并由纺织之光基金会和中产协协调打通进入上海的货运通道。截至目前,三家企业的捐赠物资已经顺利到达东华大学,并完成消杀工作,陆续为师生们发放。

稳健医疗:

24 小时不停机,为东华大学送去 20500 支抗原检测试剂

针对东华大学疫情防控需要,稳健医疗携手纺织之光基金会向东华大学捐赠了 20500 支最新研发的新型冠状病毒(2019-nCoV)抗原检测试剂。据了解,目前,抗原检测试剂盒已开始陆续发放到东华大学师生手中。

抗原检测作为常规核酸检测的补充力量,可以释放一部分聚集检测的压力,降低高风险区的交叉感染风险,在当前疫情大面积发作的时期,用户可以在家用检测试剂盒自己完成测试,为政府的防疫工作提供了便利。稳健集团与亚辉龙生物科技公司合作并成功开发了新型冠状病毒抗原检测试剂盒。4月13日,稳健医疗推出的检测试剂盒已经上线国内线上渠道和 OTC 渠道,并且与上海抗原检测数字化平台“疫测达”完成了信息接通,支持用户把自测结果上传到“疫测达”。

除了在抗原检测试剂产品上的努力,稳健医疗员工深知肩负“医疗守护健康”的使命和责任,克服重重困难,稳生产、保供应,生产端 7500 余名员工已连续两个月 24 小时不停机生产。此外,稳健集团还积极向社会各界进行公益捐赠,将防疫物资送到最需要的地方。今年以来,已向社会各界公益捐赠防疫物资 6 个批次,物资总价值超过 157 万元。

疫情下,稳健集团为了对全体员工给予鼓励和传递信心,4月14日,公司向全体员工发出了一封题为《抗击疫情,拥抱春天》的内部信,号召员工们坚定战胜疫情的信心,众志成城,同心抗疫,一起携手静候春暖花开。

稳健医疗是一家以“棉”为核心,通过“winner 稳健医疗”“Purcotton 全棉时代”“PureH2B 津梁生活”三大品牌实现医疗及消费板块协同发展的大健康企业。通过持续创新和不断拓展产业边界,稳健医疗已从单一的医用耗材生产企业发展成为以棉为核心原材料,主要从事棉类产品的研发、生产、销售,覆盖医疗卫生、个人护理、家庭护理、母婴护理、家纺服饰等多领域的大健康领军企业。

隆泰医疗:

捐赠 30 余万件物资与东华大学共筑生命防线

此次浙江隆泰医疗科技股份有限公司携手纺织之光科技教育基金会向东华大学捐赠 30 万只一次性医用口罩和 2000 瓶手消毒剂。

隆泰医疗负责人表示,作为一个有情怀的企业,取之社会、回报社会是隆泰医疗的抱负和使命。此次疫情来势汹汹,我们能做的很少,但是作为有责任、有担当的企业,隆泰医疗组建“防疫守护志愿队”加班加点、高效地筹备 30 万个一次性使用医用口罩,2000 瓶爱护净®手消毒剂。隆泰医疗不忘初心、牢记使命,尽企业所能出一份绵薄之力,伸出援手、众志成城、共克时艰。希望我们的绵薄之力能为上海抗疫添砖加瓦,希望疫情早日成为过去式。

浙江隆泰医疗科技股份有限公司是一家专门从事高端医用敷料研发、生产、销售的高新技术企业,产品涉及伤口护理、穿刺护理、造口护理、消毒、急救、微创等十二大系列,拥有亚洲最大的高端医用敷料、造口护理品等医疗用品生产基地,产品百分之七十以上出口到欧美等几十个国家和地区。

优全护理:

捐赠酒精湿巾 20 万片,彰显企业社会责任

得知纺织之光基金会和中产协、中产协非织绿盟发出捐赠倡议后,金三发集团积极响应倡议号召,董事长严华荣当即指示下属浙江优全护理科技股份有限公司联系捐赠事宜,承担企业社会责任,为东华大学抗疫贡献力量。此次浙江优全护理科技股份有限公司携手纺织之光基金会向东华大学捐赠了酒精湿巾 20.16 万片。

浙江优全护理科技股份有限公司是一家集专业研发、生产、销售个人护理品于一体的科技型企业。依托亚洲最大的医疗卫生用非织造布生产商金三发集团的强大实力背景,秉承“优全护理,全优生活”的理念,研制生产的护理用品覆盖婴儿、医疗、美容卸妆、家庭及清洁护理等领域,产品的种类包括湿巾、干巾、纸尿裤、拉拉裤等。

据了解,因上海疫情防控要求,无通行证外地货运车辆不允许进入上海市辖区。纺织之光基金会与中产协积极想办法,经协调组织,由捐赠单位浙江隆泰医疗科技股份有限公司配合协调转运场地和车辆,将稳健医疗 & 全棉时代和优全护理 & 金三发的捐赠物资由各自工厂送到浙江湖州德清隆泰医疗产业园,再由隆泰医疗员工进行统一打包消杀后,于 4 月 15 日下午,将 875 箱、52 万余件防疫物资进行装车,并于当晚火速送达东华大学上海松江校区,在指定消杀隔离区完成静置消杀工作后,第一时间将爱心企业捐赠的防疫物资陆续发放给东华大学师生。

企业担当,爱心先行。一箱箱、一件件抗疫物资体现的不仅仅是纺织人奉献出的爱心,更是扛起了一份沉甸甸的社会责任。TA

构建现代产业体系， 全面建设化纤强国

工信部、发改委联合发布
《关于化纤工业高质量发展的指导意见》



C H E M I C A L F I B R E

推动化纤工业高质量发展，对深化纺织行业供给侧结构性改革，满足消费升级需求，服务战略性新兴产业发展具有重要意义。

▶ 解读

我国化纤产量占全球总产量的70%，化纤占我国纺织纤维加工总量的84%，先进功能纤维、高性能纤维等化纤新材料是纺织行业稳定发展和持续创新的核心支撑，也是新材料产业重要组成部分。推动化纤工业高质量发展，对深化纺织行业供给侧结构性改革，满足消费升级需求，服务战略性新兴产业发展具有重要意义。

为进一步加强行业指导，推进产业基础高级化和产业链现代化，锻造长板优势，推动高质量发展，4月21日，工业和信息化部、国家发展和改革委员会联合发布《关于化纤工业高质量发展的指导意见》（以下简称《指导意见》）。

《指导意见》提出了一系列高质量发展的目标，从产业链创新、高端化发展、数字化智能化改造、绿色低碳转型、实施“三品”战略等方面，提出五项重点任务，并提出了五个方面的保障措施。



为便于理解《指导意见》内容，做好贯彻实施工作，工业和信息化部现就相关问题解读如下。

一 《指导意见》编制背景

我国化纤产量占全球总产量的70%，化纤占我国纺织纤维加工总量的84%，先进功能纤维、高性能纤维等化纤新材料是纺织行业稳定发展和持续创新的核心支撑，也是新材料产业重要组成部分。推动化纤工业高质量发展，对深化纺织行业供给侧结构性改革，满足消费升级需求，服务战略性新兴产业发展具有重要意义。

“十四五”时期，我国化纤工业发展环境面临深刻复杂变化，自主创新能力不强、产品附加值较低、部分关键原料和装备存在短板等问题对行业制约越发凸显，双碳目标任务对化纤工业低碳转型和可持续发展提出更高要求，亟需通过编制发布《指导意见》进一步加强行业指导，推进产业基础高级化和产业链现代化，锻造长板优势，推动高质量发展。

二 《指导意见》的总体思路和目标

《指导意见》坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以高质量发展为主题，以深化供给侧结构性改革为主线，以科技创新为动力，以满足纺织工业和战略性新兴产业需要为目的，推动行业规模继续保持合理增长，创新能力不断增强，绿色制造体系不断完善，数字化转型取得明显成效，进一步巩固和提升化纤工业对纺织产业链的引领作用和对战略性新兴产业的服务能力，构建智能化、绿色化、高端化现代产业体系。

《指导意见》按照“创新驱动，塑造优势；优化结构，开放合作；绿色发展，循环低碳；引领纺织，服务前沿”的基本原则，提出了一系列高质量发展的目标。推动化纤工业创新能力不断增强，行业研发经费投入强度达到2%，高性能纤维研发制造能力满足国家战略需求。数字化转型取得明显成效，企



业经营管理数字化普及率达80%，关键工序数控化率达80%。绿色制造体系不断完善，绿色纤维占比提高到25%以上，生物基化学纤维和可降解纤维材料产量年均增长20%以上，废旧资源综合利用水平和规模进一步发展，行业碳排放强度明显降低。到2025年，规模以上化纤企业工业增加值年均增长5%，化纤产量在全球占比基本稳定，形成一批具备较强竞争力的龙头企业，构建高端化、智能化、绿色化现代产业体系，全面建设化纤强国。

三 《指导意见》重点任务

《指导意见》围绕发展目标，从产业链创新、高端化发展、数字化智能化改造、绿色低碳转型、实施“三品”战略等方面，提出五项重点任务。

一是提升产业链创新发展水平。筑牢创新基础，形成企业为主体、市场为导向、产学研深度融合的科技创新体系。增强国家级、省级先进功能纤维创新中心服务能力及企业技术中心创新能力。加强关键装备、关键原辅料技术攻关，增强产业链安全稳定性。落实国家区域发展战略，优化区域布局。鼓励企业完善全球产业链布局，提高利用外资的水平和质量，优化国际合作模式。培育优质企业，鼓励企业通过兼并重组优化生产要素配置，实施业务流程再造和技术升级改造。促进大中小企业融通发展，培育专精特新“小巨人”企业和单项冠军企业。

二是推动纤维新材料高端化发展。提高常规纤维附加值，实现常规纤维高品质、智能化、绿色化生产，推进生物医用纤维产业化、高端化应用。加强生产全流程质量管控，促进优质产品供给，满足消费升级和个性化需求。提升高性能纤维质量一致性和批次稳定性，进一步扩大高性能纤维在航空航天、风力和光伏发电、海洋工程、环境保护、安全防护、土工建筑、交通运输等领域应用。提升生物基化学纤维单体及原料纯度，实现规模化、低成本生产。支持可降解脂肪族聚酯纤维等可降解纤维材料关键技术装备攻关，引导下游应用。

三是加快数字化智能化改造。加强智能装备研发应用，推进大集成、低能耗智能物流、自动落筒、自动包装等装备研发及应用。加快涤纶加弹设备自动头装置及在线质量监测系统的研发及应用，提高涤纶、氨纶、锦纶的纺丝、卷绕装备智能化水平。推动新兴数字技术在化纤企业的应用，提升企业研发设计、生产制造、仓储物流等产业链各环节数字化水平。鼓励重点企业打造主数据、实时数据、应用程序、标识解析、管理信息系统、商务智能一体化集成的工业互联网平台，推动产业链上下游企业通过工业互联网平台实现资源数据共享，加强供需对接，促进全产业链协同开发

和协同应用。

四是推进绿色低碳转型。促进节能低碳发展，鼓励企业优化能源结构，制定化纤行业碳达峰路线图，明确行业降碳实施路径，加快化纤工业绿色工厂、绿色产品、绿色供应链、绿色园区建设，开展水效和能效领跑者示范企业建设，推动碳足迹核算和社会责任建设。提高循环利用水平，推动废旧纺织品高值化利用的关键技术突破和产业化发展，加大对废旧军服、校服、警服、工装等制服的回收利用力度，鼓励相关企业建立回收利用体系。严格能效约束，完善化纤行业绿色制造标准体系，依法依规加快淘汰高能耗、高水耗、高排放的落后生产工艺和设备，为优化供给结构提供空间。

五是实施增品种提品质创品牌“三品”战略。以技术为核心，以需求为导向，开发性能和品质优异的产品，为消费者提供个性化、时尚化、功能化、绿色化产品，持续扩大中高端产品有效供给。完善国标、行标、团标、企标协调发展的化纤标准体系，充分发挥团体标准引导产业发展、激发创新活力的作用。扩大“中国纤维流行趋势”和“绿色纤维”的品牌影响。提升消费者对国货纤维和企业品牌的认知度，推进中国纤维及企业品牌的国际化。鼓励企业建立品牌培育管理体系，加强品牌管理团队建设，深化上下游产业深度合作，扩大品牌影响力。

四 《指导意见》保障措施

为推进各项目标和重点任务的顺利实施，《指导意见》提出了五个方面的保障措施。

一是强化政策支持引导。加大对高性能纤维、生物基化学纤维、再生化学纤维及可降解纤维材料等支持力度，鼓励科研院所、高校、企业联合申报国家专项，加快技术研发和成果转化。

二是加大财政金融支持。统筹现有渠道，发挥银行业金融机构、国家产融合作平台作用，加大对技术创新、绿色发展、数字化转型、公共服务等方面支持力度，支持符合条件的企业上市融资和发行债券融资。

三是完善公共服务体系。发挥政府、协会、企业等各方合力，提升公共服务水平和能力，培育产业技术、知识产权、数字化服务等公共服务平台。

四是优化队伍结构。培养学术、技术和经营管理领军人物，壮大高技能人才队伍，培育具备技术、经贸、管理等知识的复合型人才。

五是发挥行业协会作用。支持行业协会推动行业自律，加强信息发布，引导资金投向，促进规范发展，协调推动指导意见贯彻落实。TA

统筹发展和安全， 加快转型升级

工信部、发改委联合发布

《关于产业用纺织品行业高质量发展的指导意见》



INDUSTRIAL TEXTILES

“十三五”期间，产业用纺织品纤维加工量占我国纺织纤维加工总量的比重由 25.3% 提高到 33%。



解读

为便于理解《指导意见》内容，做好贯彻实施工作，工业和信息化部现就相关问题解读如下。

一 《指导意见》编制背景

产业用纺织品是指用于工业、农业、基础建设、医疗卫生、环境保护等领域的结构性、功能性纺织材料及制品，是战略性新兴产业重要组成部分，是全球纺织科技创新的重点领域，有较大发展潜力。“十三五”期间，产业用纺织品纤维加工量占我国纺织纤维加工总量的比重由 25.3% 提高到 33%，航天服、深海绳缆、口罩、防护服等产业用纺织品在国家重点工程、新冠疫情防控中作出了重要贡献。

“十四五”时期，行业发展面临要素保障趋紧、产品出口承压、生产成本上涨、外部环境复杂等新情况，加快产业用纺织品行业发展是扩大内需、畅通产业链循环、拓展纺织行业发展空间的重要发力点。据此，我们研究编制了《指导意见》，旨在推动产业用纺织品行业加强协同创新，加快研发高性能产品，积极拓展产业用纺织品在航空航天、医疗健康、应急救援、海洋渔业等领域应用，促进产业用纺织品行业高质量发展，有力保障纺织行业平稳运行。

二 《指导意见》的总体思路和目标

《指导意见》坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，以高质量发展为主题，供给侧结构性改革为主线，科技创新为动力，满足国民经济各领域需求为重点，统筹发展和安全，加快产业用纺织品高端化、数字化、绿色化、服务化转型升级。

《指导意见》按照“坚持创新引领、坚持需求导向、坚持结构优化、坚持合作共赢”的基本原则，提出了产业用纺织品行业高质量发展的目标。到 2025 年，规模以上产业用纺织品企业工业增加值年均增长 6% 左右，3—5 家企业进入全球产业用纺织品第一梯队。科技创新能力明显提升，行业骨干企业研发经费占主营业务收入比重达到 3%，循环再利用纤维及生物质纤维应用占比达到 15%，非织造布企业关键工序数控化率达到 70%，智能制造和绿色制造对行业提质增效作用明显，行业综合竞争力进一步提升。

三 《指导意见》重点任务

《指导意见》围绕发展目标，从科技创新、产业结构、两化融合、绿色发展、标准引领等方面，提出五项重点任务。

一是强化科技创新，稳固产业发展基础。开展非织造布基础研究，推动纳米、微米纤维非织造布技术产业化。推动强链补链联合攻关。梳理重点产品产业链图谱，支持龙头企业组织上下游企业协同开发。完善多层次科技创新体系。打造新型创新平台，建设行业重点技术研发基地，加快科技成果转化应用。

二是加快产业结构升级，推进产业高端化。鼓励企业加快技术改造，开拓产品在多领域的高端化应用。培育创新能力突出、具有生态主导权和核心竞争力的龙头企业。加强大中小企业多维度协作，形成良好产业生态。推动产业集群建设高水平公共服务平台，加快要素资源引进力度和更新速度，优化产品结构，提高集群产业链配套能力和核心竞争能力。

三是促进两化融合，培育新业态新模式。推进数字化智能化制造，加大关键环节数字化、网络化改造，推进数字化工厂建设。开发推广体育运动、医疗健康、安全防护用智能可穿戴产品，拓展智能纺织品应用领域。推进区域性、行业性工业互联网平台建设，开发行业专用工业 APP，提高产业链协同制造能力和应急快速反应能力。

四是坚持绿色发展，提高资源利用效率。围绕碳达峰、碳中和战略目标，制定产业用纺织品节能减碳行动方案。发展环境友好产品，提高天然纤维、再生纤维素纤维等应用比例，开展可生物降解非织造布及制品认证工作。加强废旧纺织品循环利用，提高循环再利用纤维在土工建筑、交通工具、包装、农业等领域应用比例。

五是坚持标准引领，完善质量保障能力。推进上下游企业标准协同研究发布，积极参与国际标准制修订工作，加大国际标准转化力度，提高标准国际化水平。支持企业完善质量管理体系建设，逐步缩小国内外产品质量差距。鼓励社会组织等第三方机构开展质量评估，推动高端品质认证和质量评价工作，培育优质品牌。

四 《指导意见》重点领域提升行动

为推进五项重点任务顺利落地落实，《指导意见》部署了高品质非织造布、安全防护与应急救援用纺织品、航空航天用高性能纺织品、海洋产业与渔业用纺织品、医疗健康用纺织品、交通运输及安全工具用纺织品、土工建筑用纺织品、过滤用纺织品等八个重点领域提升行动。

一是高品质非织造布。加快传统非织造布差异化、功能化、系列化发展。大力推广环境友好非织造布技术及产品。

二是安全防护与应急救援用纺织品。大力发展高性能个体防护装备，推动应急救援装备现代化。培育满足国内外需求的个体防护装备综合性企业。

三是航空航天用高性能纺织品。开发高性能纺织复合材料和柔性纺织复合材料，提高行业配套航空航天工程的能力。

四是海洋产业与渔业用纺织品。加强海洋产业用特种绳缆网产品技术攻关，提高产品比强度、耐腐蚀、耐老化等性能。加快产

品模拟测试、实际工况测试和示范应用。

五是医疗健康用纺织品。加快可降解医卫护理纺织材料的研发攻关，加快健康、养老用纺织品的应用推广。

六是交通运输用纺织品。开发高品质汽车内饰材料和轻量化材料，加强再生材料在车内饰件中的高值化应用。

七是土工建筑用纺织品。开发新型高性能土工建筑用纺织品，研发推广碳纤维建筑补强材料，推广阻燃、吸音、保温、装饰非织造墙面材料。

八是过滤用纺织品。开展超净过滤等高性能材料的研发攻关，加快废旧过滤材料及产品回用技术的研发推广。

五 《指导意见》保障措施

为推进各项目标和重点任务、重点领域提升行动的顺利实施，《指导意见》提出了五个方面的保障措施。

一是加大政策支持。鼓励科研院所、高校、企业合力推动技术研发和成果转化，发挥国家产融合作平台、金融机构作用为企业创新提供支持，培育创新能力突出的企业。

二是营造良好发展环境。加快公共服务平台建设，规范行业有序竞争，支持各地建设特色鲜明的产业用纺织品示范基地。

三是加强人才队伍建设。培养学术、技术和经营管理领军人物，打造具有专业背景和实践经验丰富的高素质技术人才队伍，培育现代化管理人才。

四是深化跨行业交流合作。与重点应用领域加强交流，开展技术创新、标准研制、示范应用等合作，加强产业用纺织品在医疗卫生、土工建筑、环境保护、交通运输等领域的推广应用。

五是充分发挥行业协会作用。支持行业协会推动行业自律，加强信息发布，开展产需对接，推动跨界合作，协调推动《指导意见》贯彻落实。TA

产业用纺织品是指用于工业、农业、基础建设、医疗卫生、环境保护等领域的结构性、功能性纺织材料及制品，是战略性新兴产业重要组成部分，是全球纺织科技创新的重点领域，有较大发展潜力。

为推动产业用纺织品行业加强协同创新，加快研发高性能产品，积极拓展产业用纺织品在航空航天、医疗健康、应急救援、海洋渔业等领域应用，促进产业用纺织品行业高质量发展，有力保障纺织行业平稳运行，4月21日，工业和信息化部、国家发展和改革委员会联合发布了《关于产业用纺织品行业高质量发展的指导意见》（以下简称《指导意见》）。

《指导意见》提出了一系列高质量发展的目标，从科技创新、产业结构、两化融合、绿色发展、标准引领等方面，提出五项重点任务；部署了高品质非织造布、安全防护与应急救援用纺织品、航空航天用高性能纺织品、海洋产业与渔业用纺织品、医疗健康用纺织品、交通运输及安全工具用纺织品、土工建筑用纺织品、过滤用纺织品等八个重点领域提升行动。





对纺织企业来讲，活用企划思维就是讲好企业的品牌“故事”，最高效全面地向客户展现产品。

品牌升级正当时 活用企划讲故事

本刊记者_林晨莉 文/摄

大到区域公共品牌的选拔,小到面料“精品”的推出,时尚纺都柯桥近年来的品牌路径正在不断优化。

近两个月来,疫情发生呈星点状分布,纺织产业在物流、生产、供货等多端多链受阻,市场贸易和订单量较往年缩水严重,纺织品贸易竞争愈发激烈。如何在行情走低、激烈角逐的市场中保证企业的生存和发展,及时抓住客户的心智,以差异化、品牌化建立产品区隔,实现企业的长期价值?企划,为柯桥纺织企业提供了解决方案。

缺乏企划思维的产品,就如同散装在塑料袋里的饮料。对纺织企业来讲,活用企划思维就是讲好企业的品牌“故事”,最高效全面地向客户展现产品。这就需要纺织从业者激发创意,有效地运用手中有限的资源,选定可行的方案,达成预定目标或解决企业的难题。

从中国轻纺城面料商户和纺织企业的应用来看,目前,面料企划、品牌企划、营销企划正处于纺织企业需求的大发展阶段。随着商户们品牌意识的强化,不少商户和纺织企业逐步从线上色卡、流行趋势、展厅陈列、产品开发、成品设计、成衣方案、营销推广、后期服务等方向入手,或借助专业设计公司,或组建自有团队和人员,以输出优质的产品创意为载体,加速企业品牌迭代升级。

面料企划：巧用工具讲故事

数字技术的发展,为柯桥纺织企业讲好品牌故事提供了多元的手段。在中国轻纺城市场,商户们的企划意识有了显著提升。纺织企业纷纷开始应用数字化工具如线上自媒体、社交媒体、APP平台等,在新媒体端布局赛道,丰富自己的产品故事。

公众号推文目前是面料企划中较热门的应用。在中国轻纺城东市场和北市场都设有门市的多来米纺织从去年年底开始尝试在公众号做企划推文。公司主营梭织涤纶提花面料,其布面效果的个性化风格适用制作成小衫和连衣裙,公司主要面向全国二批客户和网络快反小单供货。每周,门市销售人员会整理出一批公司的主推产品或新品,交由第三方的设计师团队进行包装。3、4天后,一篇集电子色卡、成衣方案、色彩搭配、应用场景于一体的产品推文就会出炉。

面料企划大大提高了产品的流通效率。“因为疫情,很多客商来不了柯桥。通过推文我们可以将创意集成化地输出,客人不仅能够透过视频、图文看到我们的产品效果、颜色,汲取创意、设计的灵感,也便利了他们随时随地上线挑选产品,调取相应的米样来打版。”多来米纺织门市主管吴姗姗告诉记者。

如今,商户们目标一致:更全面地展示产品。由于面料本身囊括了色彩、图案、花色等属性,而面料企划的制作则会根据相关属性延展不同品类、适合不同场景的成衣款式,为设计师提供富含创意的构思和落地的实际呈现。目前商户们的面料企划应用内容有产品开发企划、面料的系列企划、成衣单品系列企划、单个主推产品的故事描述、根据客户需求推出产品组合等。

品牌企划：建立品质标尺

对于品牌而言,企划不只是包装,同时,也是为面料产品建立品质标尺,从宏观上把控产品生产的“产品经理”。

浙江凤凰庄时尚科技集团有限公司一直以来是中国轻纺城面料品牌输出的标杆企业。公司是市场最早一批运用成衣陈列和面料企划的公司之一。为打造一体化的产品形象,公司专门成立服装企划部,负责从面料产品说明、色卡、成衣推广到门店布置等整体的企划方案和一体化呈现。公司近年来还推出微商城、公众号、抖音号、小红书定期的视频号,以对外服务公司广大客群。

“面料、成衣企划,最终还是要回归产品,服务于产品销售。”浙江凤凰庄东市场门市销售负责人廖婧认为,GIF、图文、视频,无论以何种形式推出和呈现,最终都要回归到产品品质的凸显和价值的打造。经历了早期的单一跑量产品、中期主要服务国内品牌客户,5年前,浙江凤凰庄将产品进行筛选和聚焦,推出几款主打产品,重回并扎根市场,纵深快反客户、开拓电商赛道。疫情以来,公司营收状况良好,业绩不降反升。

在浙江凤凰庄的东市场门市,类目丰富的企划册和风格多样的墙板吸引了客商的目光。每一份产品介绍,首先突出的是产品名称和最核心的卖点,其次才是详尽的产品说明和图片,风格多样以及成衣方案、上身效果。“拿到这样直观的产品册,客户对产品从质量、价格到附加值,就会有一个更全面的认识,大大缩短了客户的决策过程。”廖婧介绍,“像直播这样大众喜闻乐见的形式,它的功能也是为了引流。客户决策的根本在于产品,熟知面料特性的人都知道,即便是纱线上细微的调节都会在布面和手感上有区别。”

评价一块面料的优异与否很大程度上取决于面料的观感和

触感,位于东市场的米彩纺织负责人陈瑶也深以为意。近年来,公司在企划方面做深内功,高薪聘用资深服装设计师搭建企划团队,并重新对产品册和色卡册进行优化,着重提升产品的时尚感,以满足企业内部和市场同行对产品和公司形象方面的各项需求。

“品牌服装客户最认可的还是企业的产品——即企业的核心竞争力。”陈瑶告诉《纺织服装周刊》记者,作为一家国内一二线时装品牌的面料供货商,公司保证所有米彩出品的大货均通过美标标准检验。同时加强在产品开发环节对面料的深入调研,在流行色的取用上,米彩纺织拒绝盲从流行,而是结合自身产品特性从流行趋势选用适合自家产品的颜色进行现货的准备。经营女装面料十多年来,米彩纺织以稳定的品质和前瞻的流行语言,赢得影儿时尚集团、太平鸟、伊芙丽等一线品牌女装的青睐。



渠道企划：重视长期主义

无论什么品牌,那些占据着消费者心智认知的优势,坚持着品牌长期主义,善于把握渠道的人才才能成为赢家。如今,传统的实体渠道策略正在被改进,以电子商务、移动端为主的新渠道企划正在助力企业的品牌建设事半功倍。

浙江依云纺织科技有限公司是纺城企业中渠道企划应用的典型。作为一家主营高端内衣面料、婴童面料的纺织企业,2020年,公司创立成品品牌“今式”,凭借多年为曼妮芬、李宁、以纯、英氏、安奈儿等国内外一二线内衣品牌以及高标准婴童品牌生产面料的深厚经验,着力为消费者提供内衣和家居服为主的产品。企业目前主要通过电商平台和私域渠道,如移动端平台、共创代理、私域直播等渠道进行铺设。

要成功地创造价值就要成功地传递价值。主打“天然、绿色、舒适”健康消费理念,今年,公司主推一款名为智能记忆钛圈乳胶内衣新品。据了解,该产品能够满足360度的智能超弹柔感和智能感温记忆、“零”压迫感,能够根据温度变化自动调节形状,帮助女性提升松弛下垂的乳房。品牌创始人周红丽告诉记者,很多第三方和品牌找到依云希望能够将这些高品质

产品以贴牌的方式出售,但是都被她婉拒了。

为了成就自己的品牌理想,实现品牌建设的长期主义,公司倾向于选择认可产品品质以及品牌理念的平台进行代卖。在产品方面,周红丽将公司的前端优势最大化,为消费者争取相比大品牌更短的生产周期和更便利的服务。“普通人也会做低价买卖,但是创建品牌需要的是天分、信念和锲而不舍的精神。”周红丽坚信品牌的长期价值。

对今式而言,目前私域社群和平台代卖是比较不错的销售模式。“相比在大平台上投资,我们的产品私域上的复购率在90%以上,产品的转化率相当可观。”周红丽告诉记者,对于目前公司主打的营销渠道,作为创始人的她需要在社群当中进行日常的维护和经营,从而保证社群的互动和质量,利用社群强有力的用户黏度,与用户建立长期的信任关系,持续强化品牌的价值链动。

相信伴随中国轻纺城面料品牌整体水平的提高,未来的优质企业和商户需要更多优质企划的支持和助益。在迈向时尚纺都的征途中,利用数字化工具和数字化商业模式,活用企划“讲故事”,扩大与竞争对手的差异化优势,势必成为未来中国轻纺城纺织企业新的解题思路。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。

“圆梦三十年 最美纺城人”系列报道 ⑥

从产品到管理用心打磨， 彰显 90 后纺织人的青春底色

访绍兴市柯桥区米尚纺织品有限公司总经理陈晓婷

■ 本刊记者 许依莉

2015年，陈晓婷设计专业毕业后就从父母手中接管了米尚纺织品有限公司，如今已经7年了。作为90后新一代纺织人，陈晓婷颇为自豪地说，家里三代人都从事纺织行业，从爷爷到爸爸再到她自己，三代人完整地见证了轻纺城的发展与壮大。在她的记忆里，是柯桥国际轻纺城陪伴着她共经风雨，一同成长。

对于20多年前轻纺城的样子，陈晓婷的印象主要来源于长辈们的口中。20多年前的轻纺城是一个棚子搭起来的小市场，随着市场规模扩大，产品品类增多，如今的柯桥中国轻纺城已然成为国际化纺都，与之前棚子里的小市场相比有了翻天覆地的变化。

2019中国轻纺城市场党群工作会议上，米尚纺织荣获“区级青年文明号”，对此陈晓婷感到无比骄傲，她认为柯桥作为国际纺织品制造和贸易中心，吸引着各个国家和地区的纺织商人络绎不绝地来到这里寻觅商机，每个人都通过不断探索追求着创新和升级，“国际纺都”的名号当之无愧。

坚持高质量生产，深挖多元化需求

“衣食住行”中的衣，与我们的生活息息相关。随着人民生活水平的提升，传统面料在功能性方面广泛发展，融入了可持续性等功能性先进科学技术的纺织品普遍受到消费者的青睐。

设计专业的求学经历更是给陈晓婷带来了不一样的思考，她希望对产品理解不局限在某一个点上，而是不断碰撞挖掘出新的东西。不管从产品生产上还是从客户角度，她希望能够将这些串成品牌故事，形成独特的公司文化。接管米尚纺织以来，所有衣服的细节如扣子、辅料等，都是陈晓婷一一确定。受到家里影响，她从小便非常关注流行趋势和时尚前沿信息，之前经常去香港、韩国和日本寻找设计灵感，每年都会定期去英国和欧洲看展。在思想的碰撞中，她对设计的思考也趋于成熟。

陈晓婷正式掌舵米尚纺织后用了两年时间进行团队的打磨和产品定位的调整，让产品更趋于时尚前沿，把自己学到的设计专业知识和看待问题的独特视角运用到了公司的管理层面，对延续多年的面料销售方式进行全新升级。陈晓婷给予米尚纺织全新的宗旨：舒适、休闲又富于时尚。面对疫情下原料价格上涨和宣传缩减等问题，她坚持高质量发展，注重产品的开发和品质，从原料、加工到成品层层把关，确保产品的品质稳定如一。

一块面料，多种可能。在陈晓婷的带领下，米尚在传统面料基础上深挖面料多元化需求，以品质说话，用更好的原料、优质的进口纱线等碰撞在一起，寻求多功能性的服饰。据陈晓婷介绍，这种混合原料的新尝试到了现在这个阶段一般要使用四、五种成分混合，通过这种方式重新研发出来的新型面料在保留常规面料的性能之外，还需兼顾功能性、可持续性、易打理等特点。这种复合面料可以满足更多款式和消费需求。陈晓婷还规定米尚纺织在生产源头使用天然性的环保材料，这些原

料相对于涤纶和人造丝对环境造成的污染较小，并逐渐淘汰耗能工艺，引进先进智能设备，做到降低污染，绿色生产。

基于面料的功能性和呈现效果，米尚会设计开发不同风格的样衣，如偏休闲类和时尚类以及通勤装，带给客户全新体验。陈晓婷介绍，米尚面料呈现以成衣为主，每年公司会定期把研发的成衣拿到展示会上进行走秀。样衣会基于生产的面料进行研发。



陈晓婷

促进时尚跃变，增强消费体验

柯桥引入“互联网+产业”的新模式，将线上销售作为传播渠道。浙江中国轻纺城集团股份有限公司旗下拥有网上轻纺城、全球纺织网两大纺织B2B电商网站，并已开发了网上轻纺城、全球纺织网和有布三个APP产品。立足于网站和APP的建设，有效实现有形市场和网上市场的互动发展，建立网上商铺9万余家，为市场经营户免费提供网上虚拟摊位。

米尚纺织集设计、研发、生产于一体，专业生产高密度交织男女时装面料。在陈晓婷的带领下，米尚公司制定订单和快反相结合的模式，合作了轻纺城集团纺城面料优选直播平台，并将自己设计的成衣照片上传至云端，在直播过程中等待买家的咨询与下单。在直播中陈晓婷会将面料和成衣同步呈现，客户可以清晰直观地看到由米尚研发的面料以及这种面料做成的成衣，充分了解到米尚强大的研发生产能力。在这个时候，陈晓婷不仅是设计师，也是主播。如今，米尚纺织已从昔日传统跑量的门市部，转变为中高端服饰品牌的供应商，客户囊括国内前沿女装品牌、个人工作室、电商品牌以及一些杭派女装品牌，这和陈晓婷带领米尚的时尚跃变和创新是分不开的。

面对疫情下原料价格上涨、终端客户销售延迟等问题，陈晓婷显得沉稳坦然，米尚纺织每一季都会邀请核心客户开展时尚沙龙活动，进行内部的小型服装展示，这是米尚纺织深入服务的一部分，优秀的企划书往往就此诞生。米尚纺织打算趁疫情时期节奏放慢来潜心打磨产品，保持上下游沟通顺畅，深挖客户的需求，并深入挑选优质客户建立战略合作。陈晓婷说，因为米尚纺织从事中高端的产品研发和生产，面对疫情下市场萎缩的情况更要坚持品质，在产品品质上严格把关。

在柯桥，像陈晓婷一样的年轻企业家不在少数，漂亮地接过米尚纺织这个沉重的接力棒，她始终坚持创新高质量发展，用开放和独特的视角给予企业时尚跃变。TA

Focus / 聚焦

保护知识产权 激发创新动能



揭牌仪式现场。

在第22个世界知识产权日来临之际，浙江工业大学之江学院知识产权学院在柯桥区揭牌，成为绍兴市首家县（市、区）级知识产权学院，标志着柯桥区打造知识产权强国建设先行区开启新征程。柯桥区委常委袁笑文出席揭牌仪式。

之江学院迁建柯桥以来，聚焦知识产权保护，致力于打造高水平知识产权教学研究机构、人才培养基地和社会服务中心，为激发

纺织行业创新活力提供源源不断的动力。近年来，之江学院团队研发建成全国首个“中国纺织面料花样版权数据中心及AI比对系统”，并应用于中国绍兴柯桥（纺织）知识产权快速维权中心，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天内完成，实现柯桥区专利授权“加速度”。

据了解，之江学院知识产权学院将通过三年创建规划，到2025年，正式实现成立知识产权学院并招生，填补绍兴市尚无知识产权人才专业培养的空白，实现专业性人才培养、社会化专业服务的无缝对接。该学院的成立，致力于为柯桥区相关产业和企业提供知识产权的研究和服务提供新的平台，推动地方知识产权保护，助力以纺织为代表的地方产业高质量发展。

作为国家知识产权强县工程试点区，柯桥依靠庞大的轻纺城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了极其丰硕的价值。尤其是在纺织花样版权保护领域，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”。(王利)

云上寻商机，畅通双循环

近日，第131届中国进出口商品交易会（广交会）在线上成功举办，展期为10天。柯桥区共有160家企业线上参展，寻求合作新商机。其中，绍兴柯桥振东实业有限公司、浙江凯尔海针服饰有限公司等诸多柯桥纺企积极参与，展品涵盖绒布、天丝、蕾丝、莫代尔等最新产品，让“柯桥制造”优质产品“云上”亮相。

绍兴柯桥振东实业有限公司几乎每年都会参加广交会。公司是一家主营保暖绒布面料的集工贸于一体的纺织企业，外贸销售市场以南美洲为主。据公司总经理金良平介绍，公司在广交会认识的客商不仅专业，而且都比较稳固，借助广交会这个平台，近年来公司得到了长足持续发展。

在浙江凯尔海针服饰有限公司的直播间内，摆放着补光灯、中控台等各类直播设备，工作人员正对着镜头介绍新品。本次线上展，凯尔海针共准备了500余款快时尚服饰，新品占到五成以上，其中具有吸湿排汗的天丝类功能性时装备受青睐。据总经理金晓波介绍，公司是一家集服装设计、生产、销售一体化的大型服装企业，为多家国际知名服装品牌提供ODM（原创设计）和OEM（贴牌）服务，产品远销东南亚、欧美等国家和地区。本届广交会期间，该公司还组织了5场直播，更好地推介新品。

据悉，本届广交会以“联通国内国际双循环”为主题，展览内容包括线上展示平台、供采对接服务、跨境电商专区三部分，按照16大类商品设置50个展区，境内外参展企业2.5万余家。作为国内三大知名面料展会之一，广交会面料展一直深受柯桥纺织企业青睐，本次展会严峻的形势下，创新服务模式，为柯桥纺企提供了推广新品、畅通国内外渠道的良好机遇。(林晨莉)

解密色彩趋势 探索潮流方向



2023春夏中国纺织面料流行色布卡。

色彩是服装特殊的语言符号和艺术表现形式，在面料设计中的重要性不言而喻。近日，Fabrics China联合COLORO共同发布了2023春夏中国纺织面料流行色布卡(trend-box)，开启新一季色彩趋势与潮流动向。

据了解，新一季的趋势色布卡

陈列于柯桥创意大厦的中国女装面料流行趋势研究院，致力于为纺城服装面料企业预判色彩未来趋势，提升开发创新能力。据了解，2023春夏季关键色彩共包含44票流行色，围绕本季核心概念“拓”展现出“自由之境”、“欢愉绿洲”、“溯源时空”、“灵境能量”四大趋势主题，8个关键色要点，以饱满纯正的色布卡实样，准确展现新一季趋势的色彩表现，探寻从灵感到色彩的微妙关系。

据中国女装面料流行趋势研究院相关负责人介绍，除了色布卡实样，还搭配趋势手册和流行趋势指导应用资料盘，涵盖时尚趋势文字解读、色彩灵感图片、KEY COLOR、面料详解内容，全方位解读色彩运用，帮助企业深入解析流行趋势和色彩运用规则。目前，最新的trend-box线下只能从柯桥的中国女装面料流行趋势研究院订购，已有多家专注研发创新的柯桥纺织企业提前预定。

在国内外疫情反复的情况下，行业展会、新品发布会、时尚周等线下活动暂停，企业获取前沿资讯的渠道受阻，2023春夏中国纺织面料流行色布卡通过线上线下双渠道联合发布，无疑为纺织企业提供了了解最新趋势的良好机遇。而研究院作为柯桥唯一拥有销售权的线下实体机构，将更好地帮助纺城企业抢占市场先机，走在时尚潮流前沿。(王利)



“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 6

“世界级服装产业集群先行区”虎门镇： 从全国优秀向世界领先迈进

■ 本刊记者_徐长杰

改革开放 40 多年来，虎门大力发展服装服饰产业，形成了规模庞大的产业集群、配套完善的产业链条、成熟发达的市场体系，成为享誉国内外的以女装、童装、休闲装为特色的“中国服装服饰名城”。

截至 2021 年底，虎门有服装服饰生产企业 3100 多家，总生产面积 251 万平方米，从业人员超过 20 万人，年工业总产值约 410 亿元；有服装服饰及面辅料市场区域面积约 7 平方公里，总经营面积 245 万平方米，有 40 个专业市场、1.5 万经营户，年销售额超 830 亿元。

全镇除 3100 多家生产企业外，另有面辅料企业，物流、绣花、印染、洗水等配套企业，以及咨询、培训、设计、策划等配套服务机构共 1000 余家，形成了集研发、设计、生产、销售、服务于一体的完整产业链，实现全环节生产销售及配套。

近年来，中国纺联在全国知名产业集群中建设“世界级纺织服装产业集群先行区”，虎门于 2019 年与中国纺联正式携手合作共建“世界级服装产业集群先行区”，且是 12 个世界级产业集群先行区共建试点中唯一突出“服装产业”的集群地，充分说明了虎门的服装服饰产业在全国范围内的重要作用。

强平台，让服装产业乘风破浪

虎门服装产业的蓬勃发展，既有市场需求的催化又有政府方面的积极引导与布局。

其实，虎门镇政府一直以来非常重视服装服饰产业，还将其作为强镇富民的龙头产业予以规划、引导、扶持、推进，不断推动产业转型升级。虎门服装服饰业的发展，带旺了餐饮、运输、旅游、零售、房地产等行业，全镇有 4 家五星级及五星级标准酒店。每天到虎门进行商贸活动、旅游观光及购物的达 20 多万人，加上本地常住人口近百万，形成了规模庞大的消费群体。

为进一步完善公共服务能力水平，虎门镇联合中国纺联、东华大学、海事大学、地方龙头企业富民集团等战略合作伙伴，于 2012 年开始建设“虎门服装技术创新中心”。据悉，该创新中心设有国家面料馆虎门分馆、中纺联检测中心虎门实验室、虎门服装创意设计孵化器、虎门服装设计研发中心、虎门服装技术创新中心、虎门电商产业园、虎门服装设计师廊、虎门会展中心、万科创意时尚公社、虎门服装技术培训中心等 10 大创新服务平台，能够推动产业向高端化、智能化发展，成效显著。该项目被工信部评为“国家中小企业公共服务示范平台”，被中国纺织工业协会（现“中国纺联”）评为“纺织行业中小企业公共服务示范平台”，被广东省科技厅认定为“国家级科技企业孵化器培育单位”和“广东省新型研发机构”，被认定为东莞市专业镇创新服务平台，同时更名为“东莞市虎门服装协同创新中心”。

为促进产业创新创意发展，虎门发挥服装创意设计孵化器、万科创意时尚公社等平台作用，培植了数百名创意型设计师，包括中国十佳时装设计师、广东省十佳时装设计师等。

此外，虎门还积极推进云平台建设，完善虎门服装云平台、服装云

设计交易平台、服装品牌设计数据库、服装电商供应链云服务平台、服装电商一体化平台、在线服装图书馆等。虎门电商产业园的“服装设计与互联网+产业孵化器”被科技部认定为“国家级科技企业孵化器”，是全国首个“服装设计与互联网+产业孵化器”。

近年来，虎门还着力谋划建设聚集程度高、创新能力强、供应链配套完善的新型服装产业生态园区或企业总部、创意中心，以提升产业承载能力，如大力推进虎门高铁站 TOD 时尚产业研发及展销中心、大湾区国际时尚谷、大湾区衣流时尚产业园三大项目建设。

做活会展经济，服务产业发展。虎门会展中心以虎门的服装等优势产业为主导，每年举办各类展览、会议等活动 100 多场，年均吸引约 80 万人次到场参与，基本形成了产业与展会互动的格局。近年来，虎门还出台了一系列扶持政策，助推产业高质量发展，尤其是针对服装产业的“四名”工程相关政策即将出台。

树品牌，塑造时尚产业新形象

如今，全球市场的不稳定性更加剧了服装市场激烈竞争，品牌不仅能够使产品增值，也是重要的无形资产，是服装企业抢占市场的重要手段之一。

近些年，虎门服装品牌集聚效应明显，至 2021 年，虎门镇有各类服装服饰注册品牌 50000 多个，有中国驰名商标 2 个，广东省著名商标、名牌产品 19 个，形成了以以纯为龙头，包括三木比迪、快鱼、欧点、卡蔓、乔帛、意澳、祈祈、纽方、鸢娜尔、思咖、欧锐德、巴迪小虎、森虎儿、欧恰恰等数十家知名品牌的方阵。

虎门的龙头企业以纯集团 2021 年产值 76.3 亿元，营收 60.1 亿元。在以纯的带动下，虎门培育聚集了服装设计师约 2 万人，除了中国十佳时装设计师、欧点品牌创始人兼设计总监徐花，广东省十佳时装设计师、卡蔓品牌联合创始人卡文，纽方、意澳、艾加茜等知名品牌研发团队，还不乏像偏闻工作室等在虎门成长起来的拥有 300 多人的设计团队，甚至还吸引了知名海外企业来此设立研发中心，如巴基斯坦行业巨头马苏德纺织有限公司产品研发中心于 2017 年落户虎门。以纯还严格把关产品品质，建立了国内民营服装企业第一家“质量检测中心”，在其示范带动下，虎门服装企业都高度重视产品质量，越也、巴迪小虎等纷纷建立企业内部的质检中心，对产品原材料和成品进行严格的质量检测，确保产品品质。

虎门以金字塔型的企业品牌，促进了服装产业的集聚与优化，形成了具有虎门特色的产业集群标识，提升整个产业集群的核心竞争力与品牌影响力，如，成功打造了“虎门服装”、“虎门休闲服”、“虎门童装”、“虎门服装电商”、“虎门服装交易会”、“大湾区时装周”等区域品牌。

未来，虎门还将通过各种手段来提升区域品牌影响力，并进一步打造虎门服装企业的自有品牌，塑造虎门在全球时尚产业中的新形象。



虎门以服装等优势产业为主导做活展会经济，与产业发展形成良好互动。

数字化，赋能虎门产业升级

“互联网+”时代的到来，转变了人们社会经济发展思维，同时也促进模式不断创新和融合，单一模式已不适应企业发展，如今，虎门服装服饰行业也基本实现了线上与线下融合。

通过大力推动有形市场与无形市场同步发展、线上与线下良性互动，虎门镇已发展成为中国服装服饰电商重要基地。2015 年 7 月，虎门镇被国家商务部评为“国家电子商务示范基地”，成为全国首个服装类国家级电子商务示范基地。

目前虎门镇已建以虎门电商产业园为龙头的电商园（区、城）共 7 个，总建筑面积超过 28 万平方米。落户或签约入驻的电商企业近 3000 家，是目前东莞市最具产业特色和基础的电商基地，基本实现了全产业链电商化。2021 年，虎门镇通过第三方平台实现网上销售额 556 亿元，增长 7.3%；全镇从事电子商务的企业及个体户超过 10000 家，其中经营服装服饰的达 90%，全年快递业务量超过 6.4 亿票。

虎门镇不少企业通过装备升级和技术创新，开发新型智能产品，涌现了一批科技创新成果：以纯集团个性化定制服装商业生态平台，实现全过程数据化驱动和网络化运作；欧点、乾道、贝娜丝、奔踏、峻邦、老虎服饰等多家企业运用模板化生产、自动吊挂系统、自动裁床等设备，促进供应链的快速运转；圣天虹、墨子星等开发出具备实时监测身体状况、实时定位和一键呼救、调节冷暖等功能的智能穿戴服装服饰产品；卡蔓女装与中国十佳时装设计师邓兆萍联合开发出高新技术纤维材料聚酰亚胺新技术防火针织毛衣；戴世拉链开发出具备防盗、防丢、众寻等功能的新颖智能拉链；峰峰织带推出光感系列、温感系列等科技新产品。

虎门服装正以智能科技为抓手促进产业转型升级，通过实施“虎门服装工业 4.0”，积极与科研院所、研发机构合作，推动互联网、大数据、人工智能等信息网络技术与行业的深度融合，推动服装产业向功能性、高端化、智能化、时尚化发展，成效明显。

进一步突破发展瓶颈，探寻产业新机遇

专访虎门服装服饰产业管理委员会主任谭志强

TAweekly: 目前，虎门在产业发展中感受到了哪些瓶颈？

谭志强: 发展空间受到制约。虎门有服装服饰企业 3100 多家，但虎门土地资源的紧缺，使虎门不少有实力、有潜力、有影响力的服装企业不得已向外地转移或向外地分散投资运营。

实体市场老化，转型升级困难。一方面，虎门虽有 40 个专业服装服饰市场，但是缺乏统一规划，已不适应产业发展的承载和新消费时代的需求，亟待改造升级。另一方面，虽然近年来电商蓬勃发展，但由于传统服装品牌与目前电商品牌定位的差异性，以及其销售网络与模式的特殊性，中高端服装品牌难以在短期内成功转型电商。

高端人才及研发机构引进难。虎门目前尚缺乏起着牵引和聚集功能的大型抓手，即大型产业引领平台和机构，加之虎门城市环境、时尚氛围等难以与北、上、广、深等大城市媲美，导致高端研发人才引进难、留住难。

小微企业众多，知名品牌屈指可数。目前，虎门服装企业小微的多，大中型的少，知名品牌少。全镇有各类服装服饰注册品牌 50000 多个，但历年来评为中国驰名商标、广东省著名商标、名牌产品仅 21 个。

TAweekly: 您觉得需要哪些举措来破解这些问题？

谭志强: 我认为，首先要打造重点高端产业项目，提升产业承载能力。通过打造以“虎门高铁站 TOD 时尚产业研发及展销中心+大湾区国际时尚谷+大湾区衣流时尚产业园”三大重点项目为主、其他项目为辅的服装高端产业园项目，强化产业集聚区的载体功能。

举办各类展会，创新展贸平台。在虎门服交会的基础上，举办大湾区时装周、国家级服装印花“双会”（即中国服装服饰印花发展大会暨中国国际服装服饰印花博览会）、中国（虎门）纺织面料辅料交易会等，为本土企业搭建更优质的展贸平台，帮助企业扩大市场份额，降低经营成本，快速掌握行业新趋势，助力塑造品牌竞争新优势。

促进创新创意，活跃时尚氛围。倾力打造设计师等时尚创意人才聚集平台，推进创新创意发展。在虎门服装创意设计孵化器、万科创意时尚公社等平台的基础上，引入上海“设界”、深圳中纺云等大型创意人才孵化平台及产业引领平台；举办大湾区时装周及众多创意赛事，包括“虎门杯”国际青年设计（女装）大赛、中国（虎门）国际童装网上设计大赛等，活跃虎门时尚氛围，引领时尚文化潮流，培育挖掘时尚人才；搭建设计师资源共享交流平台，举办流行趋势发布会、原创设计 & 原创货品展示交易会、时尚买手节等活动，助力设计师把握流行趋势，提升创意水平，促进设计成果的转化与人才的交流，弥补设计研发短板，提高服装快时尚运转效率与市场竞争力。

线上线下联动，助力企业降本拓市场。组织企业借助国际平台拓展国内外市场，树立品牌形象；引导鼓励企业发展电商，拓展线上市场，促进企业从传统生产经营的模式转向“互联网+产业”的模式，推进有形市场与无形市场同步发展、线上与线下良性互动。

TAweekly: 面向“十四五”，虎门集群将在哪些方面发力？

谭志强: “十四五”期间，虎门将着力从以下方面进行突破：拓空间，建设产业落地载体；强品牌，助力企业抢占市场；兴市场，打造新型商业综合体；搭平台，提升公共服务水平；提链条，提高产业链运作效率；降成本，减轻企业经营负担。

其实，突破这些发展瓶颈，不仅仅是着眼于“十四五”，而更是对产业做的较为长远的规划。如在拓空间方面，将全力拓展一批高品质、低成本的产业空间，在构建三大重点服装产业园区的基础上，通过城市更新和“三旧”改造拓展产业空间，创建一个企业可长期承租的生产环境，稳定经营；在强品牌上，将在本土培植和引进上同步做文章；在兴市场方面，既有对现有市场的升级改造，打造智慧商圈，又有在虎门高铁站 TOD 项目等处建设新型商业综合体；在搭平台上，除了完善现有公共平台功能，还要借助中国纺联引入国家级服务平台，招引上海“设界”、深圳中纺云等业界顶尖平台。

从行业发展潜力来说，服装是极具创新力、效益高、附加值大、发展潜力大的产业。就虎门而言，“十四五”期间，虎门将紧抓与中国纺联共建世界级纺织服装产业集群先行区的契机，加快导入支持服装服饰产业发展的各类服务平台，积极整合旅游资源与服装资源，以服装时尚为引领，以历史文化为灵魂，以现代旅游为载体，促进三大产业的深度融合，打造独具虎门服装产业特色的旅游品牌，促进虎门的服装服饰产业向更高质量发展，从全国优秀向世界领先迈进。□



谭志强

经受市场考验，汉服步入产业化进程

■ 本刊记者 董笑妍

近一年多来，汉服圈遭遇的一些变故，让曾经预言汉服有望跳出圈子成为常服并走向大众的人们有了一些踟蹰。

2021年年中，老牌汉服品牌兰若庭发微博称进行品牌重组，淘宝店铺也随之关闭；今年1月中旬，在小红书上有多篇安利的花笺溪发博决定闭店；3月，因性价比高被汉服爱好者称为“白菜店铺”的衣锦九都汉服，同样发布消息决定正式闭店清仓，还有梨花渡、棠川纪等等。除了这些圈内熟知的品牌外，更有一些小汉服店在默默无声中退出了。

一时间唱衰者有之，依旧坚定看好者亦有之。

暂且不说对汉服文化的支持与喜爱，冷静看待这个产业，从井喷似的消费爆发，到有序的市场推进，汉服产业正在经历一个从无序到有序的过程，在这过程中必然会出现增长放缓与优胜劣汰。

只有热爱，尚不足够

与其他服饰品类有所不同，很多汉服品牌的成立初衷与其说是商业行为，不如说是因为热爱。这些创业者最初也不是从商者。

2016年，一个90后的姑娘“小豆蔻儿”（本名连雨馨）创立了汉服品牌“十三余”。最初，小豆蔻儿只是在微博、B站上分享自己的古装盘发教程，获得高播放量，随后她因对汉服的热爱而萌生了开网店的念头。此后数年几经波折，也曾尝到过高成本导致售价过高、版型不合、材质问题、大量差评、负债等苦头，但一路走来也收获大量汉服粉丝的认可与追随，最终站稳了脚跟。

另一个汉服品牌“绮楚集”，成立于2019年，由几位在校大学生联合创立，由于清新偏日常款的设计风格以及较为亲民的价格，在汉服圈里备受欢迎，经常有绮楚集粉丝在小红书上晒产品与日常服饰的混搭。

在2021年，这两家品牌迎来了各自截然不同的命运。十三余宣布完成了过亿元A轮融资，投资方甚至包括人们耳熟能详的哔哩哔哩和泡泡玛特；而绮楚集，由于几位创始人毕业后拿到了心仪的offer各奔东西，而宣告闭店。

也许这就是很多汉服初创者、初创品牌的真实写照。这本是一个因热爱而聚集的圈子，有人坚守创牌初心，有人经历过便慢慢看淡，也有人因商业化准备不足黯然离场……显然，一种商品要实现产业化发展，只有热爱是不够的，如何进一步拓宽汉服文化影响范围，实现全产业链规模效应，是如今每一个汉服品牌、相关集群正在面临的问题。



如今汉服正在告别野蛮生长，并开始向专业化、品牌化方向发展。

资本注入，秩序重塑

汉服文化兴起后，有更多的资本开始下场，他们的举措与变革从另一个角度推进着汉服产业的发展。

被戏称为“宇宙中心”的曹县，是我国最大的表演服饰生产地，2020年暴发的疫情导致很多演出中断，演出服市场爆冷，曹县转型迫在眉睫，汉服成为新的突破口。

如今，曹县的汉服销售额已经占到全国的三分之一。全县共有汉服及上下游相关企业2000多家，当地汉服产业从业者近10万。虽然发展如此迅速，但初期粗放式经营带来的问题也不少。曹县的汉服产业因缺龙头、缺品牌、初期山寨抄袭等问题而备受诟病。

但这一现象，在曹县政府的重视下逐渐按下了“休止键”。目前，曹县正在建设E裳小镇二期、大集镇电商产业园三期，此外，一个名为“曹县汉服协会”的民间组织也正在政府的协助下有条不紊地筹备中。在种种政策红利支持下，曹县逐步重视原创，政府牵头大量招聘设计人才，当地不少企业主正尝试更多激活产业发展的各种可能。在曹县，汉服产业的产业化、集群化持续推进，正在形成从创意设计、原材料、款式、制版、印花、生产到电商销售、售后的一条完整汉服产业链。

有从生产入手的产业集群，也有从文化入手的产业集群，成都正是最具代表性的一个。作为中国最大的汉服消费城市，成都同时拥有雄厚的品牌实力。在“2021年中国汉服品牌TOP10”榜单中，成都独占4席，分别是如梦霓裳、钟灵记、都城南庄和重回汉唐。

借助成都富集品牌与消费的洼地效应，2020年8月，当地政府就在荷花池商圈核心地带着手打造集文化、产业、商贸、旅游于一体的“池上锦”汉服特色产业街区，并于去年10月正式开街。

除了聚集全国汉服头部品牌外，该街区还计划利用汉服相关设计、展示、研究机构的时尚资源，按“设计销售在金牛，生产制造在周边”的布局，构建中国最大的汉服产业集群，将街区打造为国内及国际知名文创品牌。

虽然汉服目前商业模式尚未成熟，仍然以小规模自产自销为主，也存在着渠道局限、单量小、工艺复杂利润较低、缺乏权威行业标准、山寨问题等因素的限制。但更多地方政府、商业资本的进入，正在奠定汉服坚实的发展基础。我们相信，当下的震荡只是产业深度调整的过程。一个产业的兴起，往往既要有“运筹帷幄”的上层统筹，也要有“徐徐图之”的底层耐性，汉服市场正在路上。TA



推进纺织业两化深度融合

■ 中国纺联信息化部协办 系列报道 8

红豆的数字化转型，为工厂的生产、物流、质检等方面带来了新技术的赋能。

“智慧红豆”高质量转型背后的故事

■ 王文婷 / 文

作为新一代信息技术与制造业深度融合产物，“工业互联网”连续5年被写入政府工作报告。纺织服装行业作为工业互联网建设应用最能够取得显著效果的行业之一，在推动我国工业转型升级中发挥越来越重要的作用。《纺织行业“十四五”发展纲要》中提到，要实现产业基础高级化、产业链现代化和制造能力高端化。对于众多纺织服装企业而言，数字化转型是危中寻机的必然选择，也是经济社会发展的大势所趋。

推进“智慧红豆”战略 收获累累硕果

2016年开始，红豆集团主动拥抱数字经济，启动“智慧红豆”战略，努力推进信息化与工业化深度融合，走在了行业前列。2021年，国家工信部将“红豆工业互联网平台服装行业典型应用”项目列入新一代信息技术与制造业融合发展试点示范名单。

2022年初，红豆集团旗下上市公司红豆股份（股票代码：600400）获得两化融合管理体系升级版AAA级评定证书，顺利通过国家工业和信息化部（GB/T23001-2017）《信息化和工业化融合管理体系要求》及T/AIITRE10003-2020《信息化和工业化融合管理体系新型能力分级要求》体系认证。截至目前，全国通过两化融合管理体系升级版AAA级贯标认证的企业仅有36家。

早在2017年，红豆集团成立红豆工业互联网有限公司，以“智慧企业”为牵引，专注于物联网科技、智能科技、电子信息技术、通信技术和自动化技术。公司在全力打造全产业链的同时，建设了财务管理、生产管理、进销存管理、资产管理、人力资源管理、供应链管理、客户关系管理等现代企业管理信息化系统。公司重点研发打造的红豆——纺织服装工业互联网平台，是云计算、大数据、物联网、人工智能等新兴领域技术与服装生产制造深度融合下的综合性大型工业互联网平台。

该平台主体基于开源通用IT技术构建，解决了纺织服装企业在实现智能生产、智能服务、智能产品等数字化转型过程中遇到的共性基础技术难题，为开发者提供了工业应用创新合作的生态共赢环境。2018年8月，该平台被列为首批纺织行业工业互联网平台试点项目。同年12月，平台又入选国家工信部工业互联网平台集成创新应用试点示范项目，也是唯一平台类入选项目。

智能工厂+智慧车间+AI智能量体仓 红豆数字化转型步入快车道

以红豆——纺织服装工业互联网平台为依托，红豆集团在纺织服装板块大力开展数字化改造和升级。以红豆西服智能工厂为例，该工厂是红豆工业互联网平台及智慧工厂落地试点示范项目。自成立以来，其以产品个性化、设计协同化、供应敏捷化、制造柔性化、决策智能化为标准，建立

智慧工厂生产体系，搭建了数字化生产管理一体化平台。

红豆西服智能工厂也是红豆集团与无锡联通打造的首个服装行业5G智能柔性工厂。其生产系统打破了传统产线的强耦合关系，依据订单工艺和工人技能雷达监控，采用动态虚拟产线形式优化产线组合，通过内部系统发送指令到5G AGV小车，实现自动化物流配送及动态产线调节，全面消除线平衡损耗，带来质效变化提升，赋能真柔性智造能力升级。完成智能改造升级后，该工厂单耗成本下降10%，提高生产效率20%，在制品减少30%。可以说，数字化的转型，为工厂的生产、物流、质检等方面带来了新技术的赋能。

此外，红豆还建成了红豆衬衫厂智慧车间，通过智能化设备的投入使用，使得整体生产效率提高了20%。红豆运动装智能工厂引入GIM服装智能制造软件云服务，搭建红豆数字化运营中心，打造从生产到出货的“48小时工厂”，获2021年“无锡市级专精特新小巨人企业”称号。2021年3月，红豆股份智能配送中心成功奠基，是智慧红豆建设最重要的项目，也是红豆股份以智能制造为驱动成功向产业链各端点发力的重要成果。

除了“后端”工厂智能化，“前端”门店也在智能化方面作了诸多改造。比如，红豆工业互联网公司推出的BANJO定制的AI智能量体仓，其AI智能量体+远程试衣技术，打通了从门店量体到生产再到发货的服装生产完整链条，为消费者提供高效的私人定制服务。

2021年9月，红豆集团以“建设基于5G技术的智能工厂的实践——实现服装柔性生产及质量管控的经验”，成功入选中国质量协会发布的2021年全国质量标杆名单，成为江苏省唯一获此殊荣的纺织企业。

以“红豆智慧方案” 助力更多企业从传统经济转向数字经济

2022年1月江苏两会期间，江苏省十二届政协常委、红豆集团董事局主席周海江向大会提交《推进制造业“智改数转”》提案。呼吁政府持续发力，加速制造业整个生态“智改数转”进程，让数字为制造业高质量发展全面赋能。

目前，红豆集团正加快以数字技术深度融入企业生产运营各环节，重塑传统产业形态。不久的将来，将实现全链路的智能化，销售端运用大数据构建精准营销，生产上则积极建设智能车间，产品研发借助数字化应用向高端化升级。从数字化转型中寻找突破，不断延展产业数字化、数字产业化的空间，红豆集团数字化转型步入快车道。

不仅如此，“红豆智慧方案”还将助力更多企业从传统经济转向数字经济，提升中国服装产业软实力，助推中国制造业进一步加速提质。红豆——纺织服装工业互联网平台为开发者提供了工业应用创新合作的生态共赢环境，预计可带动上下游纺织服装供应链企业600家入驻平台，接入设备20万台（套），纺织服装行业工业APP1000个，实现交易额100亿元。TA



张为海

时尚与数字共舞， 打造印花供应链生态闭环

专访浙江原色数码科技有限公司总经理张为海

■ 本刊记者_王利

无印花不时尚，印花是纺织圈经久不衰的流行元素。当大家身着时尚优雅印花服饰，是否了解这些印花图案的美是如何绽放的？面料常见的印花工艺分为圆网印花、平网印花、热转移印花、数码印花等多种类别，以流程相对较少的数码印花为例，大致需要经过花型设计、分色、制网、调色、印花、蒸化、水洗、定型、加柔等近十个环节，一块原创印花面料才能诞生。

浙江原色数码科技有限公司总经理张为海作为深耕面料印花领域30年的“技术派”专家，深知一款高端原创印花面料的来之不易。那么，能否借助AI智能软件、系统简化流程，节省每个环节所需的人力、沟通、技术成本等，让印花工艺更简单高效呢？为此，原色数码多年来一直专注于研发花型设计、分色、交易AI智能平台，希望真正为纺织印花行业带来变革与提升。

近年来，原色数码研发的秋风分色软件、“图来旺”花样大脑、“图来宝”区块链数字化存证系统等相继上线使用，成为一家深耕数码印花全产业链的智能制造综合服务平台，先后荣获多项国家级荣誉。张为海表示，下一步将依托秋风分色软件、“图来旺”花样大脑、“图来宝”数字化存证系统，打造“纺图之家”ERP印花精细化管理系统，打通设计、分色到成品印花面料、版权保护各环节数据孤岛，以数字化构建印花供应链生态圈闭环。

30年磨一剑 专注成就人生价值

有人说，成功的秘诀在于永不改变既定的目标。张为海对此深表赞同，30年来以坚持与专注追逐人生理想，成就不凡价值。1993年，张为海入行从事图案设计与分色工作，经过自己的不懈努力，在1994年得到公司重用，选派到韩国交流学习。正是这段韩国之行打开了张为海的视野与格局，为之后个人成长奠定了基础。

“上世纪90年代韩国已经开始运用一款国外引进的图案设计分色软件，虽然现在看来那款软件存在很多问题，但在当时国内还是纯手工设计、分色的情况下，它已经非常高效、便捷了。”张为海说道。那时的交流学习体验已在他心里埋下了研发国人自己设计分色软件的种子。

直到2004年，张为海来到中国轻纺城考察市场，结识了当地专注分色软件设计的技术人员姚先生，这颗种子彻底生根发芽，不断壮大。2006年，张为海只身来到柯桥，受当地纺织产业集聚优势和营商环境吸引，决定在此长期发展，并于2009年成立浙江原色数码科技有限公司。“初遇姚先生时，他已经研发出图案分色软件雏形，却因遇到瓶颈不能深入，我们双方经过深入了解一拍即合，决定一起完善这款软件，这才有了后来的秋风分色软件。”张为海说道。

据了解，“秋风分色软件”是一款提供从图案分色、版权存证、上传网站平台一条龙服务的软件，兼容PS、金昌格式，实现自动配色，一键小片、一键加网、一键标尺寸、一键单色图排版、模拟试衣等功能。客户使用可完成样稿（布样）扫描输入、拼接、接回头、圆整、并色、描稿分色、纹纹处理、花样设计、印花工艺处理（缩扩点）、发排出片、小样打印等等一系列复杂工艺，可提升70%左右工作效率，得到国内许多纺织设计与印花企业的青睐。

解决了设计与分色难题，海量的花稿如何更便捷交易、如何保护原创版权？为此，2015年，原色数码花费3年时间建设的“图来旺”网站上线，目前已上传10万余款精品花稿，其中4万余款原创花型，客户可线上交易、线上发布任务定制花型。此外，原色数码利用区块链+CAD技术，最新推出的“图来宝”数字版权备案存证系统，可实时存证，有效地解决了产权溯源及恶意抢注等众多问题，重塑花样版权保护新优势。

整合印花供应链 探索智能解决方案

目前，原色数码成为国内领先的专业数码印花解决方案服务商，在优化数码印花生产工艺、融合印花产业链条、开发应用智能化印花软件等方面独树一帜，对助推印花行业转型升级产生了积极影响。公司以技术为依托，先后承建“全国纺织印花分色制版技术研发中心”、“中国科协创新驱动助力工程学会技术研发服务站”、“中国纺织印花图案分色研发基地”等，推动产学研融合发展。

不过张为海并不满足于现有成就，一直走在创新前行的路上。随着行业企业供应链数字化转型的浪潮愈演愈烈，从中大企业到小微企业，无一不在进行数字变革探索。张为海也思考着如何化零为整，整合现有的秋风分色软件、“图来旺”花样大脑、“图来宝”数字化存证系统等智能软件，打造ERP印花精细化管理系统，实现功能互通与延伸，为客户提供一站式智能解决方案。

据了解，“纺图之家”ERP印花精细化管理系统将涵盖企业行政管理、花样版权存证管理、生产流程管理、仓库管理、财务管理、总经办、综合办等全方位功能，实现印花设计、分色、交易、生产、版权保护各环节数据的动态实时查询和有机联动，以及企业内部人员、订单、财务、设备、审批、后勤管理等一体化和多部门、多系统的数据交互，让原创设计与印花生产实现无缝对接，让企业内部管理更加高效智能。

谈及未来方向，张为海表示，时尚潮流瞬息万变，行业发展奔涌向前，但原色数码推动印花行业企业时尚跃变、智慧升级的初衷不变，我们将聚力打造“图来旺”数码印花面料定制的工业互联网平台及纺织图案色彩大数据中心，畅通印花供应链生态闭环，以时尚化、数字化深度融合，推动整个印花行业迈向高质量发展。TA



原色数码的ERP印花精细化管理系统，能为客户提供一站式智能解决方案。

中国即墨服装市场

牵手即墨市场 成就财富梦想

电话:0532-89061667

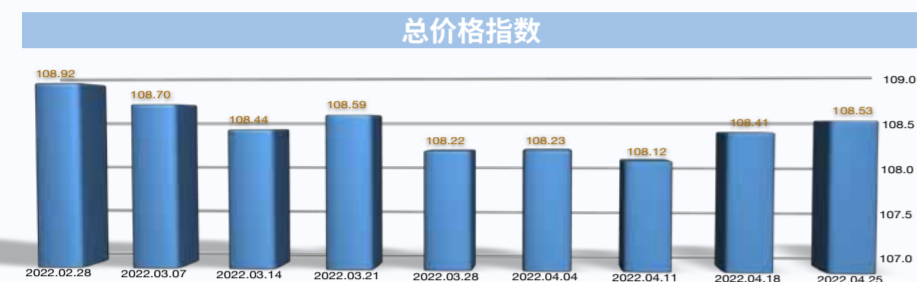
地址:青岛即墨区鹤山路920号



春市营销环比推升 价格指数环比小涨

20220425 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220425 期纺织品价格指数收报于 108.53 点，环比上涨 0.11%，较年初上涨 0.86%，同比上涨 0.61%。



近期，中国轻纺城春市营销环比推升，其中：原料市场价量环比上涨，坯布市场价量环比推升，服装面料市场布匹价量环比下跌，家纺类产品成交价量环比下跌，辅料价量环比推升。

原料价量环比上涨，涤纶环比上涨，纯棉纱环比下跌

据监测，本期原料价格指数收报于 90.12 点，环比上涨 0.11%，较年初上涨 1.75%，同比上涨 3.09%。

聚酯原料环比推升，涤纶价格环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比上涨，华东地区 PTA 现货主流 6275 元/吨，环比上涨 95 元/吨左右；MEG 主流 4920 元/吨，环比上涨 110 元/吨左右；聚酯切片市场报价环比上涨，江浙地区半光切片现金或三月承兑 7400 元/吨左右，环比上涨 125 元/吨。近期，萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨，POY 报价 7935 元/吨，环比上涨 175 元/吨左右；DTY 报价 9500 元/吨，环比上涨 150 元/吨左右；FDY 报价 9150 元/吨，环比上涨 300 元/吨左右。涤纶长丝市场震荡上行为主，主流工厂公布集中降负消息后，涤纶长丝产能利用率急剧下滑至 7 成附近，限产后，随着原料端震荡偏强，涤纶长丝价格止跌转涨。目前涤纶长丝短期内开工或呈现窄幅震荡运行，中小型企业尚存减产预期。

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 7975 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 12750 元/吨左右，环比下跌 50 元/吨；45S 纯涤纱报 13900 元/吨左右，环比持平。直纺涤纶近期再度上涨，纯涤纱无力跟涨，价格持稳为主。

纯棉纱价格环比下跌，人棉纱价格环比上涨。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 16520 元/吨，环比下跌 10 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报价 28340 元/吨，环比下跌 140 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 31880 元/吨，环比下跌 200 元/吨。在国内疫情没有完全稳定的情况下，棉纱价格依然偏弱，国内棉纱下游需求持续疲弱，棉纱价格处于阴跌状态。

近期，粘胶短纤原料价格基本稳定，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 14200 元/吨左右，环比持平。由于苏州吴江、浙江嘉兴、山东高密、徐州沛县等地仍在进行疫情防控管理状态，粘胶短纤和人棉纱的流通速度仍然缓慢。人棉纱价格环比上涨，30S 人棉纱价格报 18200 元/吨左右，环比上涨 350 元/吨；40S 人棉纱报 19200 元/吨左右，环比上涨 200 元/吨。

坯布行情震荡推升，价格指数环比上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 122.54 点，环比上涨 0.72%，较年初上涨 0.83%，同比下跌 1.25%。

近期，市场营销震荡推升，连日成交呈现环比上涨走势，坯布厂家订单环比推升，坯布价量环比上涨。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶约坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比推升；混纺纤维坯布行情环比推升，价格指数呈环比上涨走势，T/C 涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比推升，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比回缩，价格指数环比小跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.99 点，环比下跌 0.11%，较年初

初上涨 0.31%，同比下跌 0.10%。

本期服装面料类价格指数环比小跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，连日成交环比小跌。大众面料市场成交环比下降，春季大众面料现货成交和订单发货环比小跌，夏季跑量产品现货成交和订单发货环比下降，价格小幅下跌。其中：纯棉面料、涤粘面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉面料成交价量不等量下跌，拉动服装面料价格指数小幅下跌。

家纺市场环比下降，价格指数环比下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.65 点，环比下跌 0.47%，较年初下跌 0.21%，同比下跌 0.32%。

本期家纺类价格指数环比下跌。近期，轻纺城家纺市场营销环比下降，价格环比下跌，大众色花型面料现货成交量和订单发送量环比下降，跑量产品现货成交和订单发货环比下跌，价格指数环比下跌。其中：床上用品类现货成交和订单发货明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；日用家纺类现货成交和订单发货环比下降，价格指数呈一定幅度下跌走势；窗帘类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；窗帘类现货成交和订单发货环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比下跌。

市场行情继续推升，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 136.28 点，环比上涨 0.82%，较年初上涨 4.25%，同比上涨 3.93%。

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继续推升，因下游企业备货环比增加，市场成交逐日增加，现货成交和订单发货呈现环比推升走势，价格指数环比上涨。衬料类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；花边类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类行情环比推升，价格指数呈环比上涨走势；带类行情环比推升，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跌走势，因“五一”假期，部分南北商贾逐日返乡离场，后市春季面料现货成交和订单发货局部下降。因今年疫情和俄乌冲突加剧，下游新订单接单情况不佳，下游需求将局部显现不足，市场行情走势平淡，面料认购踊跃度将有所下降；又因部分贸易商和织造厂家订单局部减量，后市春季面料供给有所下降，现货成交和订单发货继续回缩，春季面料局部批量下单下降，织造企业开机率局部回缩，印染企业产出显现不足，预计大众产品认购踊跃度将环比下降，后市整体市场成交将震荡小跌。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



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、技能人才培养突出贡献奖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



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

科技创星 布凡时尚

2022中国面料之星用户满意产品 调查活动正式启动

“中国面料之星活动”自2011年来已连续举办11届，由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办。其宗旨是发现、表彰、推广优秀的面料产品及企业，搭建产业上下游对接的专业平台。

本次活动将于2022年8月29日，在上海中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会首日举办发布仪式。

新增亮点：

“中国面料之星俱乐部”全面启动，会员优享最新流行趋势、面料采购信息、直面对接服装品牌；
1场论坛、2场线下对接会，资源精准对接。

奖项设立：

创新开发奖、图纹色彩奖、时尚风格奖、市场价值奖、设计服务奖

商务合作咨询：

万晗 13466301578

“中国面料之星系列活动”组委会：

赵国玲：15068579525 雷蕾：13810445890

面料参评样品邮寄地址：

北京市东城区东四西大街46号（100010）雷蕾收

备注：因收件场所限制，仅限顺丰快递，邮寄参评面料谢绝到付，如有到付将不予接收

详情关注纺织服装周刊官方网站首页
WWW.TAWEEKLY.COM



周刊二维码

关注纺织服装周刊公众号，了解更多