

# 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

2022.06.27 | 第23期 | 总第1079期



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 010-85229395  
● 广告热线：万晗 010-85229892







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：

万喆 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

广告

## 隆重推出：

# 2021 / 2022 《中国纺织工业发展报告》

由中国纺织工业联合会编著的《中国纺织工业发展报告》，是集权威性、前瞻性、研究性、指导性于一体的中国纺织行业白皮书。该书是集中反映中国纺织工业及棉、毛、麻、丝绸、化纤、长丝、印染、针织、服装、家纺、产业用、纺织机械制造各子行业年度发展与趋势预判的研究报告。自2001年出版发行以来，以其观点鲜明、内容丰富、数据翔实、指导性强等特点，深受行业内外人士的欢迎，已成为行业的品牌图书。

2021/2022《中国纺织工业发展报告》涵盖行业运行、高质量发展、“十四五”战略、行业研究、原料供求、统计资料等栏目。该书加强了百年变局下我国纺织行业外部形势变化、“十四五”时期发展战略以及高质量发展重点的研究，栏目多样可读，内容丰富翔实，视角开阔新颖，研究深入实际，具有较高的使用和参考价值。

该书主要面向国内外纺织行业及相关企业，各级政府与行业社团组织，以及金融与投资、贸易与咨询、科研与教育机构，极具参考、使用、研究和收藏价值。

2021/2022《中国纺织工业发展报告》将于2022年6月由中国纺织出版社有限公司正式出版，每本定价380元（含邮资），发行数量有限，欢迎订阅。

## 品牌图书 行业发布 每年推新

欢迎订阅 每本定价 **380元** 含快递费



订阅专线  **010-85229411 / 010-85229695**

本广告引用的相关数据和调查结果由中国纺织工业发展报告提供



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: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

- 06 **资讯 Infos**  
中国纺联有关负责人就美国实施涉疆棉花产品进口禁令发表谈话  
《中国服装行业知识产权保护自律公约》发布  
鲸行自在 时尚于心  
首届“红靴奖”鞋类设计大赛广招贤才
- 08 **关注 Attention**  
为行业绿色转型提供智慧支撑
- 09 **话题 Topic**  
纺企面向未来练内功再布局
- 10 **特别报道 Special**  
“纤维盛宴”大展科技绿色风  
聚焦纤维新内涵
- 14 **柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City**  
2022 柯桥春季纺博会不负等待盛大举行  
服务不停步,线上营销实现精准对接  
2022“布满全球”孔雀云展——功能性运动面料专场落幕  
用艺术讲述纺城故事
- 18 **集群 Cluster**  
兰溪:智改为引,打造产业链优势
- 20 **观察 Observation**  
中国轻纺城市场公共服务平台建设的实践和思考
- 22 **面料 Industry**  
科技创新 布凡时尚
- 24 **一线 Frontline**  
消费方式转变,驱动童装企业转型再升级
- 25 **指数 Index**  
夏市营销环比回缩 价格指数小幅下跌  
原油价格回落,化纤指数下跌

### 每周随笔

## 穿越古今 连接世界

最近三星堆很火,考古成果惊艳世界的同时,也为中华文明多元一体增添了实证。以丝绸为代表的纺织品,一直以来都是其中一个非常显著的趋同因素。

此次三星堆出土的丝绸填补了西南地区夏商时期无丝绸实物的空白,展现了文化交流、文明交汇的魅力,为世界文明发展史的研究提供了生动例证。

由古至今,纺织品素来都承载着国际交流合作的初心和愿景。在新冠疫情中,纺织业界同仁守望相助、共克时艰;在全球经济复苏中,纺织业关系国计民生,也被各国视为经济增长和稳定就业的重要引擎。全球纺织业比以往任何时候都更需要携手前行、共克时艰,通过加强全球合作与多边协调,共同维护全球供应链和行业安全,共同探索解决重要全球性问题的途径和方法。

当前,中国纺织工业实现了从量的积累到质的飞跃,形成了全球规模最大、配套最完整、不断转型升级的中国纺织产业链,是支撑世界纺织工业体系平稳运行的核心力量,也是国际品牌商依赖的重要消费市场。特别近年来,中国纺织业的对外贸易往来保持增长,国际间的投资合作不断深化,中国纺织企业参与共建“一带一路”硕果累累。

2000年以来,中国纺织服装行业对外直接投资总额超过110亿美元,其中70%以上流向“一带一路”沿线国家和地区。一批具有国际竞争优势的企业更加主动地进行国际化战略布局,从原料到最终产品,从对话到深度合作,行业走出去遍及100多个国家和地区,推动了全球纺织产业链的深度合作与共同发展。

面对当前国内外各种风险挑战,我们有理由、有底气相信中国纺织人必将团结一致,积极开拓国内国际两个市场,共同维护中国纺织产业链安全,以负责任产业实践推动“科技、时尚、绿色”的高质量发展,为世界经济企稳复苏提供强大动能、注入更多纺织力量。

中国纺织业界也必将不辱使命,与全球纺织业界同仁构建共利共赢的产业链、供应链,承袭古老文明中的发展智慧与世界人民世代相传的交流愿景。

刘嘉

### View point / 产经看点

今年前5个月,我国与俄罗斯、巴西、印度、南非四个金砖国家双边贸易持续增长,进出口总值1.31万亿元,同比增长12.1%。

——海关总署

1—5月份,社会消费品零售总额171689亿元,同比下降1.5%。其中,除汽车以外的消费品零售额155095亿元,下降0.5%。5月份,社会消费品零售总额33547亿元,同比下降6.7%。其中,除汽车以外的消费品零售额30361亿元,下降5.6%。

——国家统计局

近日,人民银行印发《关于支持外贸新业态跨境人民币结算的通知》,支持银行和支付机构更好服务外贸新业态发展,《通知》自2022年7月21日起实施。

——中国日报网

今年5月以来,全国税务机关累计帮助1564户企业有效实现采购,涉及金额55.7亿元。其中,帮助1209户制造业企业有效实现采购,涉及金额40.2亿元;支持上海企业复工复产成交项目187个,成交金额5.9亿元。据了解,税务机关充分运用增值税发票等税收数据,筛选确定原材料短缺或产品销路不畅的企业,为其寻找潜在供应商或采购商,促成供需匹配。

——央视网



纺织服装周刊  
微信订阅号



纺织服装周刊  
微信视频号



TA 潮报  
微信订阅号



纺织机械  
微信订阅号



纺织服装周刊  
今日头条号



纺织服装周刊  
网易号



纺织服装周刊  
新浪微博



## Focus / 聚焦

中国纺织工业联合会有关负责人

## 就美国实施涉疆棉花产品进口禁令发表谈话

美国东部时间6月21日,美国海关和边境保护局依据所谓“涉疆法案”,将中国新疆地区生产的全部产品均推定为所谓“强迫劳动”产品,并禁止进口与新疆相关的任何产品。对此,中国纺织工业联合会(以下简称“中国纺联”)有关负责人6月22日表示,美国所谓“维吾尔强迫劳动预防法案”正式执行,意味着新疆出产和制造的所有纺织服装产品均被美国海关认定为“强迫劳动”产品,除非进口商能够证明该产品在生产加工过程中不存在“强迫劳动”。美方制定并实施的所谓“维吾尔强迫劳动预防法案”,破坏了公平、公正、客观的国际经贸规则,严重、粗暴损害了我国纺织业界的整体利益,也将危害全球纺织产业的正常秩序,损害全球消费者权益,中国纺联表示强烈反对。

中国纺联有关负责人表示,新疆棉是全球业界公认的高品质天然纤维材料,约占全球棉花总产量的20%,是我国乃至全球纺织工业健康可持续发展的重要原料保障。美国政府打压新疆棉及其制品的行为,实质上不仅是对中国纺织产业链的恶意打压,也是在严重危害全球纺织产业链供应链的安全稳定,更是在损害全球纺织产业工人的切身利益,是以“人权”之名,行侵害数千万纺织产业工人“劳动权”之实。

中国纺联有关负责人指出,包括新疆纺织在内的中国纺织业不存在所谓“强迫劳动”。中国法律一直明确禁止强迫劳动,中国纺织企业始终严格遵守国家相关法律法规。中国纺联从2005年开始,始终致力于推动纺织行业社会责任建设。作为劳动密集型产业,劳动者权益保护一直是中国纺织行业社会责任体系建设的核心内容。新疆纺织行业协会于2021年1月就已发布《新疆棉纺织行业社会责任报告》,以详实的数据和资料充分说明了新疆地区的纺织工业并不存在所谓的“强迫劳动”。目前在新疆棉花播种的过程中,大部分地区综合机械化水平超过98%,所谓新疆棉存在“强迫劳动”也根本与事实不符。

中国纺联有关负责人表示,中国是全球规模最大的纺织服装生产国、消费国和出口国,是纺织产业链最为完整、门类最为齐全的国家,是支撑世界纺织工业体系平稳运行的核心力量,也是国际品牌商依赖的重要消费市场。我们坚信中国纺织业界必将团结一致,在我国政府部门的支持下,有力应对各种风险挑战,积极开拓国内国际两个市场,共同维护中国纺织产业链安全,以负责任产业实践推动“科技、时尚、绿色”的高质量发展。

## Scene / 现场



时尚周以动静秀展的形式展示了最新面料产品。

## 鲸行自在 时尚于心

首届国际面料时尚周在杭州举行

近日,以“布鲸蓝海,布梦全球,布局天下”为主题,为期3天的健丰-布鲸科技-布城2022首届国际面料时尚周在杭州健丰精品面料城举办。

500+原创秋冬新款面料样衣动静秀展,100+中高端现货品牌面料新品集中展示,500+品牌快反、电商、直播、实体服装企业到场观摩……本次活动以融通2022/2023秋冬流行趋势的核心概念“变革”,呈现“大人虎变,君子豹变”的面料设计思辨精神,将当前以及未来秋冬季时尚演绎出灵动变通的潮流意向。

据了解,本届国际面料时尚周由杭州四季青-健丰精品面料城、布鲸科技有限公司、布城联合主办,旨在一站式触发杭州服装产业和长三角纺织行业的联动效应。健丰市场管理有限公司董事长陆传根、布鲸科技董事长黄新建、布城董事长林成兴等嘉宾参加了开幕仪式并致辞。时尚周现场举办了多场超模动态秀、“多色的凝眸”静态模特展示秀,开展了《品牌运营》《疫情下的纺织行业战略规划》《色彩流行趋势》等多个专业讲座,同时主办方还帮助纺织服装供应链企业与银行、摄像、MCN机构、设计师机构等精准对接。(林晨莉)

## 首届“红靴奖”鞋类设计大赛广招贤才

近日,浙江省温州市启动首届“红靴奖”中国国际鞋类设计大赛。本次大赛将强化“以赛引才、以赛育才、以赛选才”机制,加快集聚一批海内外优秀设计人才,助力温州鞋业由“制造之都”向“时尚之都”蜕变。

大赛从6月份开始,持续到12月份,将开展总决赛路演、颁奖时尚大典、国际鞋业发展高峰论坛等活动,致力于搭建国际鞋业领域的高端交流平台,邀请国内外专家学者、企业家等共同探索中国鞋业时尚潮流新生态,擘画中国鞋业发展新蓝图,推动中国鞋业转型升级新发展。

本次大赛非常重视获奖选手奖励待遇,全程活动分别设置了红靴至尊奖、红靴至尚奖、红靴至美奖、红靴新锐奖等六大奖项。除了奖金,活动还将对全职来温州后经审核认定列入市特支计划“杰出人才”“设计名师”、市“卓越工程师”的人才,分别给予C类、D类、E类人才待遇。同时,包括获奖者在内的设计人才入选省级以上“引才计划”后,给予个人奖励和薪酬补助。入选省级以上“万人计划”给予个人奖励。

大赛还积极推动一站式服务,加快设计人才创业项目落地。其中,开辟大赛项目落地绿色通道,红靴至尊奖、红靴至尚奖、红靴至美奖于大赛结束一年内在温州创办企业的,对于符合相应条件的可列为领军型人才创业项目,给予创业启动资助。(潘潘)

## Direct / 直击

中国服装协会携28家品牌企业发起

## 《中国服装行业知识产权保护自律公约》发布

知识产权是创新成果的结晶,是国家软实力提升的重要组成部分。作为创新型产业,知识产权保护在服装行业转型升级和创新发展中起着重要作用,是激发企业文化创意、提高无形资产管理水平和营造良好产业创新生态的关键。

特别是进入数字经济时代,互联网新环境在大力推进产业创新发展的同时,服装行业侵权案件频发的风险持续加大,侵权手段和方式愈加多样化复杂化,知识产权保护面临着前所未有的新任务新要求。维护服装企业和品牌的知识产权迫在眉睫,构建适应新时期发展需要的时尚创意知识产权保护体系已成行业必须。

为了更好地保护企业知识产权,维护企业合法利益,中国服装协会特制订了《中国服装行业知识产权保护自律公约》(以下简称《自律公约》),得到28家中国服装品牌和企业积极响应联合发起,6月16日正式向全行业公开发布,共同倡导维护中国服装行业知识产权。

《自律公约》依据《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国专利法》等相关法律法规制定,符合《中国服装协会章程》的规定,结合行业发展情况,全面加强服装行业知识产权保护,维护行业公平竞争秩序,推动行业高质量发展。

《自律公约》提出,中国服装企业要全面增强知识产权保护意识,积极制定知识产权保护企业战略;要坚定不移地推动自主创新,大力提高企业知识创新和高质量发展水平;要自觉肩负知识产权保护责任,未经权利人许可不得使用或抄袭、仿冒权利人已经取得著作权的服装

设计图、服装效果图和服装样板;要勇于向侵权假冒行为亮剑,充分运用法律武器,坚决打击一切侵权行为。中国服装行业要建立健全行业知识产权违法行为惩戒机制,实施行业黑名单制度,通过新闻曝光、行业谴责等方式,以零容忍态度构筑行业自律的笼子,让违法者无处遁形;要积极融入国家构建的立法、司法、行政、行业协(商)会、仲裁调解机构、维权援助机构等立体保护网络,借助互联网、区块链等新技术,打造中国服装行业知识产权服务平台;要持续开展知识产权宣传、普及、教育工作,凝聚和形成知识产权保护的良好氛围,努力使尊重知识产权、维护知识产权成为行业企业的自觉行为。知识产权保护工作任重道远,需要全行业的积极参与和支持。《自律公约》必将大力提高企业知识创新和高质量发展水平,营造良好的产业创新生态,激发企业文化创意和无形资产管理动力,提升行业发展的软实力。

下一步,中国服装协会将进一步联合立法、司法、行政、仲裁调解机构、维权援助机构等,借助互联网、区块链等新技术,打造中国服装行业知识产权保护平台,形成全行业知识产权管理体系,提升行业知识产权创造、运用、保护和管理水平。同时将策划一系列“知识产权保护”专题报道,通过对品牌、企业、设计师以及相关机构的采访,直击行业知识产权的热点与痛点,也通过一个个案例,聚焦知识产权相关话题,创造良好的知识产权保护氛围,共同推动产业健康发展。(综编)

广告

## 纺织服装周刊

TEXTILE & APPAREL WEEKLY

**· 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:万晗 010-85229892 发行热线:章简 010-85229023

周刊官微

TA潮报





启动会以线上线下相结合的方式举行，设立北京、上海两个会场。图为上海会场、北京会场。

## 为行业绿色转型提供智慧支撑

### 中国工程院“纺织产业双碳发展战略及技术路线图”咨询项目启动

■ 本刊记者\_郝杰

据统计，2019年纺织产业能源消费总量达1.07亿吨标准煤，占到制造业的4.0%；制造业细分的31个门类中，纺织业能源消费居第6位。为落实我国碳达峰、碳中和战略目标，加快纺织产业科技创新和低碳转型，同时也为全球纺织产业的发展提供中国方案，中国工程院设立了“纺织产业双碳发展战略及技术路线图”重点研究咨询项目。

6月15日，中国工程院咨询项目“纺织产业双碳发展战略及技术路线图”启动会以线上线下相结合的方式举行，会议设立北京、上海两个会场。工业和信息化部消费品工业司一级巡视员曹学军，中国纺织工业联合会副会长李陵申、中国工程院环境与轻纺工程学部副部长唐海英，中国工程院院士孙晋良、蒋士成、陈文兴、徐卫林、徐祖信，国家发改委能源研究所能源环境与气候变化研究中心主任熊华文，以及来自行业协会、高校院所的50余名专家出席会议。会议由中国工程院院士俞建勇主持。

#### 项目将为行业低碳可持续发展提供强有力支撑

项目组负责人俞建勇院士介绍了项目总体情况。他讲到，实现碳达峰、碳中和，是我国着力解决资源环境约束突出问题、实现中华民族永续发展的必然选择，更是纺织行业未来可持续发展的必然选择。中国工程院设立的“纺织产业双碳发展战略及技术路线图”是学部重点研究咨询项目，项目依托东华大学实施，课题组成员由纺织领域院士，行业协会、高校和科研院所的专家组成。项目将通过对我国纺织产业碳排放现状以及产业链关键环节减排技术、纺织原材料碳排放系数和废旧原料循环利用碳排放效益等的研究，形成纺织行业低碳发展技术路线图，并提出我国纺织行业低碳转型发展政策建议和措施。通过咨询研究，为我国纺织生产装备低碳化、加工工艺路线低碳化再造、纺织原材料低碳化及循环利用、纺织产业绿色低碳可持续发展提供强有力的支撑。

项目的四个课题组（总体组、化纤制造业组、纺织业组、服装服饰业及碳足迹组）分别汇报了项目咨询研究的思路、内容框架、研究方案、预期目标、研究工作安排。

纺织工业科学技术发展中心副主任张传雄介绍了项目研究背景、研究主要内容及目标、研究思路及方法、组织管理与进度安排。中国化学纤维工业协会副会长吕佳滨、中国印染行业协会会长陈志华、中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅、中国棉纺织行业协会会长董奎勇、中国纺织工业联合会社会责任办公室主任阎岩分别代表化纤制造业组、纺织业组印染子课题、纺织业组非织造

子课题、纺织业组纺纱织造子课题、服装服饰业及碳足迹组做课题报告。

中国工程院院士孙晋良、蒋士成、陈文兴、徐卫林、徐祖信，国家发改委能源研究所能源环境与气候变化研究中心主任熊华文，中国石油和化工联合会副主任李永亮，中国棉纺织行业协会监事长朱北娜，中国毛纺织行业协会会长刘家强，中国纺联产业部副主任程皓，中国纺织机械协会副会长侯曦对咨询研究工作积极建言献策，就项目研究的总体框架、重点研究方向以及预期绩效等方面提出了重要的意见和建议。

#### 纺织行业绿色低碳发展要循序渐进、持续发力

唐海英在发言中讲到，“纺织产业双碳发展战略及技术路线图”咨询项目的研究意义非凡，在短时间内高质量完成项目需要坚持有所为、有所不为的原则，后续还可以进行滚动研究。降碳、减排和回收利用也是纺织行业研究的重要方面，此项目可与能源方面的专家开展合作研究。

当前行业处于多重压力叠加的关键期和绿色低碳发展的攻关期，李陵申在发言中表示，纺织行业绿色低碳发展要先立后破、循序渐进、持续发力，务实推动行业在高质量发展中迈上新台阶。中国纺联及专业协会将借助本咨询项目不断完善绿色发展规划、指导意见和行动纲领等顶层设计，制定相关绿色标准和强化检测、计量认证等指标管理，把实现减污降碳协同增效作为促进行业绿色转型的总抓手，切实解决好推进绿色发展科技支撑不足的问题。

曹学军指出，咨询项目立项及时，对纺织行业绿色发展意义重大。去年12月，工业和信息化部印发《“十四五”工业绿色发展规划》，为“十四五”工业绿色发展制定了路线图。纺织行业是工业的重要领域，此项目研究非常重要，将成为纺织行业低碳转型的顶层设计和行业高质量发展的重要支撑。曹学军还对项目研究提出了具体建议，她表示，工信部消费品工业司将全力支持“纺织产业双碳发展战略及技术路线图”咨询项目研究，并对项目完成充满期待。[1]

## 数据表现超预期，经济运行向正常回归

# 纺企面向未来练内功再布局

■ 本刊记者\_郝杰

6月12日，为期3天的柯桥纺博会成功落幕，为今年行业展会陆续展出了个好头；在广州，第九届红棉国际时装周焕新登场，开启线下原创品牌秀；业内翘首以盼的秋季大展也定下了日期，各种行业会议也在线上线下开启……进入6月，行业开始恢复忙碌，好消息也逐渐增多。

#### 数据超预期，企业信心渐恢复

海关总署发布5月出口数据，全国纺织品服装出口292.3亿美元，同比增长20.4%，环比增长23.9%。其中，纺织品出口140.3亿美元，同比增长15.8%，环比增长14.4%。服装出口152亿美元，同比增长24.9%，环比增长34.2%。在大家最为悲观的5月，向好的出口数据无疑给了行业极大的振奋。

今年以来，确实存在国内部分行业订单流出和产业外迁现象。商务部对外贸易司司长李兴乾日前表示，这些订单流出的规模是可控的，影响是有限的。部分产业外迁符合经济规律，中国已经连续13年位居全球货物贸易出口第一大国，随着国内产业持续升级，要素结构在发生变化，一些企业主动进行全球布局，将他们一部分制造环节转移到国外，这是贸易投资分工合作的正常现象。

从整体上看，5月份全国出口3082.5亿美元，增长了16.9%。其中，民营企业进出口快速增长、比重提升。

民营企业以中小企业为主，日前，中国中小企业协会发布我国中小企业经济运行情况。数据显示，5月，中国中小企业发展指数为88.2，环比微降0.1点，降幅较上月有所收窄。

调查显示，5月中小企业开工状况虽仍处低位，但已有所好转。完全开工的企业占20.05%，开工率在75%—100%之间的占14.30%，在50%—75%之间的占21.25%。与前月相比，完全开工企业占比增加2.2个百分点、未开工企业占比减少2.1个百分点。中国中小企业协会常务副会长马彬表示，随着一系列助企纾困政策落地见效，中小企业经济运行有望回升到合理区间。

最新发布的中国采购经理指数也显示，5月份，制造业采购经理指数、非制造业商务活动指数和综合PMI产出指数同步回升，分别为49.6%、47.8%和48.4%，虽低于临界点，但明显高于4月2.2、5.9和5.7个百分点。表明近期疫情形势和国际局势变化等因素对经济运行造成较大冲击，但随着高效统筹疫情防控和经济社会发展成效显现，我国经济景气水平较4月份有所改善。

5月份全国CPI环比下降，同比涨幅与前月相同，说明消费市场供应总体充足；PPI环比和同比涨幅均继续回落。国家统计局城市司高级统计师董莉娟解读说，5月份，各地区各部门高效统筹疫情防控和经济社会发展，保障重点产业链供应链畅通稳定。

行业的数据也印证了回暖的迹象。中国纺联流通分会景气监测结果显示，今年5月，全国纺织服装专业市场管理者景气指数为50.70，比4月的48.76上升1.94个百分点；专业市场商户景气指数为50.07，比4月的48.92上升1.15个百分点。5月份，专业市场景气继续回暖，管理者景气、商户景气均回升至50以上。

中国纺联近期围绕疫情组织对数百家重点纺织企业以及东部十余个产业集群、中西部产业园区进行了调查，结果显示企业复工复产稳步推进。调查数据显示，5月中旬前棉纺行业55%的被调查企业开工负荷

不到80%，5月中旬后约56.5%的被调查企业开机率在90%以上。

数据的趋稳，说明国家稳经济一揽子措施正在产生效果，助推经济运行向好因素增多，企业信心也在逐渐增强。不少纺织企业迎难而上，主动出击，全力保订单，让利不让市场，订单应接尽接。瞄准市场高地与细分市场，加强供应链研发合作，积极调整产品结构，开发差异化、高值低耗产品。苦练内功，通过信息化管理等手段深挖提升潜力。立足长远，不断进行设备技改，推进企业智能化改造。

国家发改委表示，随着疫情得到有效防控，复工复产扎实推进，正常的经济秩序将快速恢复，经济运行会很快回归正常轨道。

#### 悄然再布局，做好长期应对准备

对于行业今后的发展，中国纺联会长孙瑞哲近日表示，行业企业要更加有目的地努力，练内功、再布局，孙瑞哲建议企业“有实力向上游走、有耐心向下游走、有胆量跨界走、看不清跟紧走”。

实际上，不少企业已经根据形势和自身特点，悄然进行新的布局。

6月6日，万事利集团旗下万事利丝绸数码印花人工智能工厂项目——杭州万事利智能科技有限公司正式奠基。该项目总投资近10亿元，将引入一系列具有国际领先水准的国内外先进生产智能设备，规划年产能1000万米印花面料。万事利将打造业界最有智慧的数码印花工厂。公司董事长屠红燕对未来充满着信心，她表示，这是万事利丝绸的一个新起点，万事利将打造一个真正丝绸人的产业未来。

日前，新野纺织发布公告，拟以自有资金1.5亿元分别投资设立3家全资子公司，在新型纺纱、新型面料、针织染整领域发力。此举意在深度拓展公司细分产品的市场，逐步向下游迈进。此外，公司还与厦门建发生活资材正式合作，根据协议，双方将在纺织原料供应链服务领域建立长期、全面的战略合作关系。双方将通过优势互补，强强联合，提升在纺织行业的影响力。

桐昆集团结合市场对纺织产品的需求状况，加之自身延链、补链、强链的发展需求，日前决定分别启动安徽佑顺年产120万吨轻量舒感功能性差别化纤维项目和中昆新材料2×60万吨/年天然气制乙二醇项目，总投资达157亿元。预计到“十四五”末，桐昆聚酯产能可达1000万吨/年。桐昆表示，建设高水平的合成气制乙二醇项目，丰富公司的产业链，可以实现企业的进一步壮大，降低用于聚酯生产的原料乙二醇价格波动带来的风险。

看好越南经济基础相对稳固、劳动力资源丰富等优势，日前，鲁泰纺织决定投资7.81亿在越南开建3000万米高档面料产品线项目。鲁泰董事长刘子斌表示，鲁泰将以“领先面料为核心的全球化服装解决方案供应商”为发展新坐标，向着未来启航。

今年2月，新乡化纤年产一万吨生物质纤维素纤维项目在新疆奠基。5月，公司决定建设10万吨高品质超细旦氨纶纤维项目，目的是将“白鹭”牌氨纶打造成国内氨纶行业高质量产品品牌之一，同时扩大差别化氨纶纤维产品占比，提高公司在差别化氨纶细分市场竞争优势。

尽管最低谷可能已经过去，但企业家们普遍认为，市场恢复还需要一定的时间，需要做好较为长期的应对准备。孙瑞哲提出，要有更落地的政策与更市场化的措施，并要更大力度促进内需，进行更有目的的努力。要有效推动各项政策的落地，让优惠政策切实落到企业，特别是对就业、出口优势明显的代表性行业，应该进行有针对性的政策支持。[1]

23.9%

5月全国纺织品服装出口292.3亿美元，同比增长20.4%，环比增长23.9%。





中国纤维流行趋势发布在引导化纤行业科技创新、绿色发展、品牌建设等方面发挥了积极作用。

# 纤维盛宴 大展科技绿色风

桐昆·中国纤维流行趋势 2022/2023 发布会展示最新成果

■ 本刊记者\_郭春花

6月20日，无界与同行——桐昆·中国纤维流行趋势 2022/2023 发布会在“云端”启幕。活动伊始，一声声饱含情感的“纤动世界，美丽中国”诉说着指导者、主办者、参与者对这个象征中国化纤行业乃至国际化纤维行业新产品开发风向标的高度认可。

工业和信息化部消费品司一级巡视员曹学军，中国纺织工业联合会副会长端小平，中国化学纤维工业协会会长陈新伟，中国棉纺织行业协会监事长朱北娜，东华大学研究员王华平，桐昆集团股份有限公司副董事长陈蕾等领导嘉宾，国家发改委、工信部、科技部、国务院国资委、中国纺联及各专业协会代表，以及纤维行业品牌、上下游产业链、行业著名设计师、时尚界品牌、媒体代表等共聚云端盛会，在科技、时尚、绿色跨界融汇的奇妙旅程中，一起见证了最新年度纤维流行趋势的荣光时刻。

曹学军认为，中国纤维流行趋势研究和发布是推动行业高质量发展的重要抓手，在引导化纤行业科技创新、绿色发展、品牌建设等方面发挥了积极作用。十余年来，参与趋势发布的企业范围越来越广，影响力逐年扩大，发布的主题越来越能体现行业发展脉搏，已成为产业链协同创新合作的重要平台，成为推动化纤高质量发展的标志性活动，获得了产业链上下游企业的认可。

陈新伟在采访中谈了对中国纤维流行趋势发布举办11年的感受。他说，一路走来，中国

纤维流行趋势可以总结为“变”与“不变”。“变”的是发布、传播及产业链对接方式。“不变”的是初心与使命。中国纤维流行趋势发布初衷是满足需求、创造需求和引领需求，即从满足基本需求，到从行业的角度去创造需求，再到引领整个产业链有更好的需求，充分发掘发展潜力，进而向世界展示中国纤维的发展趋势和中国化纤工业的实力。

朱北娜在采访中说，中国纱线流行趋势是中国纤维流行趋势在产业链上的延伸，两者的流行趋势具有相通性。做这个延伸，其实也体现出中国纤维流行趋势推广的深入性。今年中国纱线流行趋势发布的亮点有三个方面值得关注，一是绿色低碳，选用的纤维原料本身具有绿色属性；二是功能性与差异化，在纱线的创新上选用中国纤维流行趋势发布的相关产品，通过上下游联动实现流行纤维在纱线领域的推广；三是高品质，通过创新纱线结构，突破纺纱瓶颈技术，或是选用不同品种、更好品质的纤维原料，得到各项指标过硬、附加值较高的纱线产品，引领市场发展，满足消费需求。

桐昆·中国纤维流行趋势由工业和信息化部消费品司指导，中国化学纤维工业协会、东华大学、中国棉纺织行业协会主办，桐昆集团协办。活动通过央视网、快手直播“民生消费”、中国化学纤维工业协会视频号、纤维新视界直播间、纱线展 yarnexpo 小程序等平台同步进行直播。

## 无界与同行 发布八大流行纤维

万物共生，美美与共。今年的云发布以“无界与同行”为主题，发布“纤·自然本源”、“纤·蝶变新生”两大篇章，八大类流行纤维，31家企业共计29种纤维。

在“无界与同行”主题之下，高品质生物基化学纤维、差异化循环再利用化学纤维、多元抑菌纤维入选“纤·自然本源”篇章。农、林、海洋废弃物、副产物资源，在纤维载体上塑造新的定义；废旧纺织品等再利用后，叠加新技术变废为宝、传承新生，传递绿色动能，为可持续时尚增添科技力量；植物活性成分、纳米咖啡碳、非溶出型的天然稀土矿物……抑菌纤维天然亲肤、安全友好，具备抗病毒、远红外保健等功效，为消费者搭建健康纤之“盾”。

低温易染纤维、保暖纤维、舒弹保型纤维、安全防护纤维、专用型高性能纤维入选“纤·蝶变新生”篇章。低温易染的环保属性、轻盈透气的体贴入微、超强复原的弹力保持，诠释着纤维呵护身心、以人为本的初心；快速升温、优异阻燃、抗紫外、耐水洗和耐磨等防护效能多位一体，碳纤维、芳纶等高性能纤维及其复合材料更是在工艺方面不断突破，打破了国外垄断，它们在航空航天、轨道交通、新能源、建筑增强、海陆风电、安全防护等领域大放异彩，在“上天入地”的旅程中支撑中国制造、助力落实“双碳”目标、满足人们对美好生活的追求。

在发布两大篇章、八大类流行纤维后，中国纱线流行趋势发布了最新年度流行纱线。作为结合中国纤维流行趋势在产业链上延伸而开展的趋势研究与发布活动，中国纱线流行趋势今年的核心关键词是“创新·绿色·低碳·环保·时尚”，其中融合工艺技术、时尚文化、市场竞争、品牌文化等诸多要素，与中国纤维流行趋势互相支撑，相得益彰。

## 科技与时尚 演绎纤维传奇故事

纤维故事，咏唱不息。变幻莫测的光影、多彩面料的褶皱、衣袂若现的情结，完美融入与古今、未来的和谐对话。这就是今年桐昆·中国纤维流行趋势携手著名设计师胡社光为业界呈现的纤维时尚大秀。胡社光从事服装设计将近40年时间，一直希望能够把中国的文化、中国的新风貌通过时尚的表达方式推向世界，也正是这种情怀促成了他与中国纤维流行趋势的合作。

本次跨界大秀，胡社光亲自构思设计主题定制服装，设计过程紧密结合发布主题、两大篇章八大类流行纤维的内涵外延，尽显纤维之美、纤维之魅。在纤·自然本源篇大秀中，身穿东方传统服饰的少女，从巍巍青山中徐徐走来，无处不彰显着自然之美，非遗汉绣老绣片与高定服装的完美结合，更使悠悠纤丝贯穿古今，奔向未来。在纤·蝶变新生篇大秀中，胡社光以未来宇宙为主题——织·天宫，以“无界与同行”为设计理念，以同色系的撞色拼接设计，彰显了一种简约却又富有层次的时尚之美、梦幻之美。

胡社光表示，“其实面料就好像是有生命一般，会诉说自己的故事，我要做的就是让它贴近生活，同时又高于生活。这次的服装设计中，我用桐昆集团最新的功能纤维面料制作了发布会专属定制服装，通过科技与纤维的融合，呈现中国纤维科技的发展趋势，赋予服装更多的科技含量，延展纤维之于终端的更多可能性。”

对于此次与纤维领域的牵手，他感慨颇深，“让纤维走进生活，让纤维改变生活，时尚是不可或缺的媒介。这次和中国纤维流行趋势发布的合作，也让我深入了解了功能纤维、高性能纤维、绿色纤维等，让我更相信科学技术、制造工艺的革新本身对时尚就是一种冲击。以此次携手为契机，我希望可以把中国纤维带到世界时尚舞台，让全世界的人们都爱上中国纤维进而爱上中国纤维，这是我的骄傲，也是中国纤维的骄傲。”



今年的云发布以“无界与同行”为主题，发布“纤·自然本源”“纤·蝶变新生”两大篇章。

## 融合与贯通 构筑产业链“生态圈”

涓泉归海，大道同行。当前，我国纺织工业正朝着科技、时尚、绿色的方向转型升级，全产业链协同创新、共同打造行业软实力需要上下游各个环节共同努力。从源头来看，中国纤维流行趋势为纺织工业在转型升级的关键阶段实现上下游产业链、渠道、价值链的融合创新提供了卓有成效的新模式和新思路。从终端来看，随着中国纤维流行趋势的影响力和覆盖面越来越广，更多的下游企业也纷纷加入其中，上下游实现了更为密切的直接对接、合作，实现和合共生，共享共赢。特别是通过主题沙龙、论坛、纤维之路等对接活动，已经有化纤企业为李宁、361°、九牧王、愉悦家纺等品牌企业提供差异化服务。在此过程中，纤维生产、分配、流通、消费各环节逐步贯通，并在一定程度上形成需求牵引供给、供给创造需求的产业链良性循环，使更多好产品被人们所熟知、使用，对促进国内内循环做出了应有贡献。

在云发布“2022年最佳年度合作伙伴颁奖仪式”环节，桐昆·中国纤维流行趋势以视频形式发布了与中国纤维企业在新型纤维和绿色纤维开发与应用方面达成深入有效合作的下游企业名单。此外，杭州嘉溢制衣有限公司等35家企业被评为优秀年度合作伙伴。

作为中国纤维流行趋势的合作单位，桐昆集团已和行业内同行40余年，2021年桐昆集团主动接力冠名中国纤维流行趋势。对于一年多来的合作，桐昆集团副董事长陈蕾由衷地表示，通过携手中国纤维流行趋势开展了很多活动，收获满满，感触良多。

她表示，中国纤维流行趋势汇聚了上下游产业链的创新活力，把单一产业链的事变成了一群人共同的事，并为各方共同确定了一个面向未来发展的主题，共同提升产业链的价值，打造全产业链的国际竞争优势，并形成了围绕纤维的创新与未来运用的共同生态圈。“桐昆，珍惜搭建平台的机会，很愿意贡献自己的一份心力，以体现大企业的责任和担当；愿以手中的绵绵长丝为媒，与各位同行、同路人携手共进，共同推动中国纺织工业高质量发展。”陈蕾说出了桐昆人的心声。

本次活动共吸引了60余家综合媒体、纺织服装产业链专业媒体、时尚媒体、视频媒体等参会并进行全面报道，精彩纷呈的发布持续引发观众在线热议，为云发布带来黏性联动传播效应。





# 聚焦纤维新内涵

## 深度解读桐昆·中国纤维流行趋势 2022/2023 发布会背后的故事

■ 本刊记者\_郭春花

桐昆·中国纤维流行趋势 2022/2023 以“无界与共生”为主题，发布了“纤·自然本源”、“纤·蝶变新生”两大篇章，八大类流行纤维，31 家企业共计 29 种纤维。

那么“无界与共生”这个主题是如何生成的？“纤·自然本源”“纤·蝶变新生”两大篇章是如何划分的？八大纤维又是如何选出来的？发布会当晚，东华大学研究员王华平做客“纤维新视界直播间”，深度解读桐昆·中国纤维流行趋势 2022/2023 背后的故事，希望以此启发行业企业去思考中国纤维的发展，也希望消费者对纤维流行元素有更深入的了解。

### 趋势主题触发纤维新内涵

流行趋势，顾名思义就是要顺应大势大事，中国纤维流行趋势也不例外，在趋势发布方面，对当前的大势大事做了深入的研究分析。

2021 年，第一个百年奋斗目标——全面建成小康社会，在建党 100 周年这个特殊节点圆满实现。王华平分析，这看似是个历史机遇，但更重要的是体现出中国真正从大国走向强国。特别是中国纺织行业，已处于世界先进水平，这意味着我国纺织强国目标基本实现。这一年，航天航空领域也有诸多成果，“天问一号”成功着陆火星、神舟十三号载人飞船带着三位航天员在空间站停留 6 个月，创造最长纪录。“这意味着我们与太空的距离越来越小，我们现在就可以想象，人类如何登上火星，登陆火星后需要做什么，我们的纤维纺织品能做什么？”王华平分析到，再比如，东京奥运会传递出的“更快、更高、更强”理念，给纤维纺织产品能带来什么思考？如今倡导的“更和谐”，以及“云南大象一路向北”现象，可以让人联想到要关注生物多样性，关注自身，关注和谐。在这样的形势下，纤维纺织品又能做哪些贡献？

“无人化传播”“体育元宇宙”“冰立方”“清洁能源”“功能智能装、可穿戴设备”……特别是举世瞩目的 2022 北京冬奥会给中国纤维流行趋势发布带来更深的思考。“这些关键词透露的不仅仅是科技，更有人与万物的关系。”王华平举例，新兴传播、智能技术让观众可以全方

位实时收看运动员比赛，人工智能、机器人体现出了中国科技的力量，特别是功能性和智能可穿戴纺织品，更是体现出了纺织科技力量。

王华平谈到，基于对大势大事的深入研究，中国纤维流行趋势发布提出了很多热点词汇，包括高质量发展、疫苗、共享经济、微塑料、碳达峰、区块链、可降解、碳中和、犀牛智造等。“主题不仅要有热度，更要有内涵，要让更多的人，包括消费者、参与者对纤维所体现的这个主题有很深的印象，并且还要体现所推荐纤维品种的特性。基于此，最终提出了‘无界与共生’这个主题。”

他解释，无界包括时空无界，中国纤维制造分布在不同的领域，可以在世界上任何一个地方包括太空使用；万物无界，从原料端到应用端，从智能制造到生物技术，中国纤维打破惯性，冲破界限，给人们带来幸福生活；视野无界，中国纤维以宽阔的胸怀，从强到更强，不断刷新对人类的贡献力。共生包括科技共生，中国纤维从跟跑、并跑到领跑，迎来了高质量内涵式发展；时尚共生，中国纤维激活创造潜力，点亮消费需求；绿色共生，中国纤维探寻自我突破的绿色转型，建设和谐自然美丽中国。

结合“无界与共生”的主题，最终选定了“纤·自然本源”和“纤·蝶变新生”两个篇章。

### 八大类 29 种纤维获推介

桐昆·中国纤维流行趋势 2022/2023 发布的八大类 29 种流行纤维，充分考虑了当前及未来的流行元素。王华平认为，流行元素不流行，效果说了算。流行元素不仅要让大家记住，还要激起消费欲望。为此，中国纤维流行趋势发布团队通过各种渠道和平台，对流行元素进行了预测调研。

基于对流行元素的调查和消费端的共性需求，以及纤维产品是否具备流行的条件，比如产品是否实现了产业化，是否成熟，后道应用是否被认可等方面，中国纤维流行趋势发布团队推介了八大类 29 种纤维。

王华平解读到，“纤·自然本源”篇章倡导将自然之源的生命周期延长，反哺和谐环境，使得工业时代下天然元素得到延续。农业、林业、海洋废弃物、副产物资源，在纤维载体上塑造新的定义；植物精粹、纳米生物炭、稀土矿物质元素，赋予纤维全新动能。废旧聚酯、废



旧纺织品再利用后，叠加新技术变废为宝、传承新生，实现质的飞跃。珍惜自然馈赠，生物基、循环再利用宣言引领全球纺织品新消费趋势，创见环保可持续的精彩世界。为此，“纤·自然本源”篇章发布了高品质生物基化学纤维、多元抑菌纤维、差异化循环再利用化学纤维三大类纤维。

其中，高品质生物基化学纤维重点体现天然原料、高效绿色高值化特点，推介了中空聚乳酸纤维、柔软抗老化双组份复合聚乳酸纤维、抗原纤化莱赛尔、抗原纤化抑菌莱赛尔纤维、莱赛尔长丝五种纤维。

多元抑菌纤维重点体现天然功能材料融入纤维显身手特点，推介了 PA/PHBV 共混纤维、艾草改性抑菌聚酯纤维、咖啡碳细旦聚酰胺 6 纤维、稀土抑菌再生纤维素纤维四种纤维。

差异化循环再利用化学纤维重点体现再生循环、品质可信专业化特点，推介了循环再利用 PET/PTT 双组份复合纤维、仿鹿皮循环再利用聚酯纤维、抑菌阻燃循环再利用聚酯纤维、可追溯循环再利用再生纤维素纤维四种纤维。

“纤·蝶变新生”篇章倡导利用科技创新助力纤维高效抑菌、快速升温、形状记忆、抗紫外等功能升级。低温易染的环保属性、轻盈透气的体贴入微、超强复原的弹力保持，纤维呵护身心，诠释以人为本。质量之魂、存于匠心，在碳纤维、芳纶等高性能纤维及其复合材料工艺方面不断突破，打破了国外垄断，产品可“上

天入地”，应用包括从新能源到汽车、无人机、航天工程，支撑中国制造助力“双碳”。纤维关系日新月异的未来，聚力我们向往的生活。为此，“纤·蝶变新生”篇章发布了低温易染纤维、保暖纤维、舒弹保型纤维、安全防护纤维、专用型高性能纤维五大类纤维。

其中，低温易染纤维重点体现生态绿色更靓丽的特点，推介了钛系阳离子可染聚酯纤维、阳离子循环再利用聚酯纤维两种纤维。

保暖纤维重点体现保暖呵护精细化的特点，推介了蓄热保暖仿羊绒聚酯纤维、远红外聚酰胺 6 纤维两种纤维。

舒弹保型纤维重点体现弹性体验再升级特点，推介了抑菌氨纶、低旦数氨纶、温感形状记忆氨纶、双组份复合聚酯弹性纤维四种纤维。

安全防护纤维重点体现防护场景多元化的特点，推介了光谱发热抑菌阻燃聚酯纤维、阻燃高强聚酰胺 6 纤维、高强抗紫外聚酯工业丝三种纤维。

专用型高性能纤维重点体现工程应用正当时的特点，推介了毫米级超高分子量聚乙烯超短纤维、HF40T 高强中模碳纤维、QM4050 高强高模碳纤维、原液着色间位芳纶、高强高伸对位芳纶五种纤维。

中国纤维流行趋势发布举办 11 年来，围绕创新主题，不仅关注产业发展，更关注环境、生态，带领纤维行业走出了一条独特的纤维之路，更带领行业从纤维大国走向纤维强国。TA



### 桐昆·中国纤维流行趋势 2022/2023 入选纤维

#### 纤·自然本源

入选纤维	纤维名称	企业	品牌	品牌英文
高品质生物基化学纤维	中空聚乳酸纤维	安徽丰原生物纤维股份有限公司	柠檬树	Lemon Tree
	柔软抗老化双组份复合聚乳酸纤维	苏州金泉新材料股份有限公司	绿纶	PLON
	抗原纤化莱赛尔纤维	中纺院绿色纤维股份公司	绿纤	G-FIBER
		保定天鹅新型纤维制造有限公司	元丝	ORICELL
	抗原纤化抑菌莱赛尔纤维	山东金英利新材料科技股份有限公司	瑛赛尔	Incell
莱赛尔长丝	浙江华峰龙赛尔纤维科技有限公司	龙赛尔	LONGCELL	
多元抑菌纤维	PA/PHBV 共混纤维	南京禾素时代抗菌材料科技有限公司	禾素时代	BIOsericaERA
	艾草改性抑菌聚酯纤维	青岛百草新材料股份有限公司	百草	Byherb
	咖啡碳细旦聚酰胺 6 纤维	福建凯邦锦纶科技有限公司	凯邦	KaiBang
	稀土抑菌再生纤维素纤维	山东银鹰化纤有限公司	翎鹰	LARAYON
差异化循环再利用化学纤维	循环再利用 PET/PTT 双组份复合纤维	东方盛虹·国望高科	盛虹	Memory
	仿鹿皮循环再利用聚酯纤维	苏州龙杰特种纤维股份有限公司	龙杰	Loo Gee
	抑菌阻燃循环再利用聚酯纤维	上海德福伦新材料科技有限公司	绿地纶	Redilon
	可追溯循环再利用再生纤维素纤维	吉林化纤集团有限责任公司	EcoJilin	EcoJilin

#### 纤·蝶变新生

入选纤维	纤维名称	企业	品牌	品牌英文
低温易染纤维	钛系阳离子可染聚酯纤维	新凤鸣集团股份有限公司	易染钛纤	FENG MING
	阳离子循环再利用聚酯纤维	浙江佳人新材料有限公司	佳人	GREEN CIRCLE
保暖纤维	蓄热保暖仿羊绒聚酯纤维	浙江桐昆新材料研究院有限公司	桐昆	GOLD COCK
	远红外聚酰胺 6 纤维	广东新会美达锦纶股份有限公司	达暖纶	MEIDA
舒弹保型纤维	抑菌氨纶	华峰化学股份有限公司	千禧	QIANXI
	低旦数氨纶	新乡化纤股份有限公司	白鹭	Bailu
	温感形状记忆氨纶	连云港杜钟神奥神氨纶有限公司	奥神	AOSHEN
	双组份复合聚酯弹性纤维	江苏鑫博高分子材料有限公司	鑫博纤维	XINBOW POLYMER
安全防护纤维	光谱发热抑菌阻燃聚酯纤维	浙江桐昆新材料研究院有限公司	桐昆	GOLD COCK
	阻燃高强聚酰胺 6 纤维	恒申控股集团有限公司	恒申	HSCC
	高强抗紫外聚酯工业丝	浙江尤夫高新纤维股份有限公司	尤夫	UNIFULL
专用型高性能纤维	毫米级超高分子量聚乙烯超短纤维	山东大川新材料有限公司	大川	DACHUAN
		星宇安防科技股份有限公司	星宇	XINGYU
	HF40T 高强中模碳纤维	江苏恒神股份有限公司	恒神	HS
	QM4050 高强高模碳纤维	威海拓展纤维有限公司	拓展	TZ
	原液着色间位芳纶	烟台泰和新材料股份有限公司	泰美达	Tametar
高强高伸对位芳纶	中芳新材料有限公司	维科华	VICWA	





柯桥区领导参观展会现场。



2022 柯桥春季纺博会打响今年国内专业纺织面料线下展“第一枪”。

# 提信心 稳发展 抢先机

## 2022 柯桥春季纺博会不负等待盛大举行

■ 本刊记者\_王利



道阻且长，行则将至。6月10—12日，为期3天的2022中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会（春季）在绍兴国际会展中心盛大举行，打响2022年国内专业纺织面料线下展“第一枪”。

本届纺博会由中国纺织工业联合会、中国商业联合会指导，中国纺织品进出口商会协办，绍兴市柯桥区中国轻纺城市建设管理委员会、绍兴市柯桥区会展业发展中心、绍兴市柯桥区国际赛会服务中心主办，中国轻纺城展会有限公司、上海歌华展览服务有限公司承办。按照“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”的要求，本届纺博会坚持安全办展，筑牢疫情防控墙。面对疫情反复严峻形势，柯桥纺织依然表现出顽强的韧性和卓越的创新精神，通过举办线下的展会，用实际行动统筹推进疫情防控与经济发展，提振纺织行业信心。

展会以“国际、时尚、绿色、高端”为主题，共设1385个展位，540余家浙江省内外知名企业参展，展览面积达2.6万平方米。纺织面料、时尚设计、印花工业、功能性纺织品四大展区交相辉映，吸引了国内10余个采购商团、知名品牌和许多柯桥常驻外商到场采购。此外，本届春季纺博会同步推出“数字纺博”、线上采购对接会，通过线上线下深度融合，助力采供双方抢抓“双渠道”“双循环”新机遇。

展会期间，柯桥区委书记陈豪，区委副书记、区长袁建，区人大主任朱晓董，区政协主席吴海洋，区委副书记陈利华，区委常委、中国轻纺城党工委书记袁笑文等领导参观展会现场。



### 品牌力：名企汇聚 精品荟萃

2022 柯桥春季纺博会

随着柯桥纺博会影响力提升和辐射效应扩大，越来越多的参展商把这个展会作为企业发布新品、树立品牌、拓展渠道的重要平台。本届纺博会不仅得到浙江木林森、绍兴鼎记、乾雍纺织等浙江省内企业积极参与，更吸引了山东如意集团、杜邦贸易、爱慕股份、四川川棉等国内知名品牌企业纷至沓来。女装、牛仔、正装、休闲装等多个品类的40万余款潮流面料惊艳亮相，名企汇聚、精品荟萃。

观展期间，领导一行参观了绍兴乾雍纺织有限公司展位，该公司总经理萧兴水介绍了公司的发展情况、客户群体和优势特色。据介绍，北京2022冬奥会和冬残奥会的技术官员、工作人员、志愿者等赛时制服面料的印花均由乾雍纺织提供。作为国家锦纶（尼龙）数码直喷印花研发生产基地、浙江省“专精特新”中小企业，该公司集面料设计、花型设计到款式设计于一体，是Lululemon、North

Face、Armani、Nike、安踏、李宁等国内外知名品牌的数码直喷印花面料供应商。

领导一行还参观了2022国际纺织企业创新设计展。作为本届纺博会的“展中展”之一，该展以“绿色新尚·科创未来”为主题，集结了浙江天圣、杜邦、赛得利、无锡一棉、山东如意、达利丝绸、康赛妮、探路者、三六一度、爱慕、赢家等国内产业链上下游知名企业，带来最前沿的新材料、新面料、新服装等创新研发成果，从源头到终端展现了一个锐意进取的科技、时尚、绿色生态圈。

在绍兴市华邦本白现货超市展位上，领导一行了解了该公司的情况。据负责人杨明华介绍，公司在柯桥、广州等地设有多个门市，主营本白（半漂布）印花底布，集研发、生产和销售于一体，拥有千余品种、千万现货，产品质量好、供应链反应速度快，一直在努力打造印花底布第一品牌。

### 感知力：创新驱动 趋势共享

2022 柯桥春季纺博会

上半年，面对俄乌冲突、疫情反复、原料涨价等严峻的国内外形势，外贸企业的发展现状如何？在“双碳”目标、消费升级的多元重叠背景下，企业应该如何调整产品结构，把握发展先机？本届纺博会继续坚持以“引领全球纺织趋势，展现时尚科技魅力，推动产业转型升级，搭建供需贸易平台”为办展理念，增强产业竞争优势，引领行业发展趋势。

作为柯桥纺织外贸领军企业之一，绍兴木林森纺织有限公司主营各类棉类产品，90%的业务为外贸，东南亚是其最大外销市场。领导一行了解了该公司订单状况和出口形势，并鼓励其不断创新，稳步发展。木林森纺织负责人黄勇表示，虽然今年国内外形势严峻，受到物流运输、汇率波动、原料涨价等不利因素影响，但公司发展状况良好、稳中有进，与去年同期相比订单呈增长趋势。

无独有偶，同样以外贸为主的浙江布创纺织集团有限

公司今年也保持着良好发展态势。据负责人钱水江介绍，公司产品出口遍布东南亚、俄罗斯、中东、非洲等50多个国家和地区，今年销售情况仍然略有增长。在开启集团化运营后，公司在时尚展示、设计创意、品牌营销等方面发力创新，积极打造人棉产业链企业，产品深受“一带一路”沿线国家青睐。

在当前的市场行情下，在国外销售火爆的面料都具备什么特点？2022海外市场采购趋势展（亚洲）展出了在孟加拉、马来西亚、印尼、泰国、越南、日本等十个国家畅销的150余个爆款，这些面料原产地基本来自柯桥厂家。据该展位负责人韩俊介绍，通过视频展示各国的纺织行情和产品流行趋势，让柯桥企业足不出户、看遍世界，同时每块面料都有客户信息，如果来参观的企业也能生产类似面料，可进一步交流对接，实现动态成果转化、趋势共享。

### 影响力：一展多元 聚力前行

2022 柯桥春季纺博会

作为集新品发布、行业交流、趋势共享的多元化、专业化、国际化商贸大平台，本次纺博会以全产业链视角发力，形成以展会带动数字经济、时尚创意、多元活动、文旅融合的“一展多元”会展经济新格局，深入探索新业态、新模式、新机遇。

本届纺博会同步推出“数字纺博”云直播活动，广大客商可在抖音“柯桥会展”看直播、逛展会，聆听纺织大咖趋势分享，第一视角感受展会现场氛围；同时，推出线上采购对接会，为40余家纺博会参展企业提供线上采购对接服务，帮助参展企业在线拓展内外销渠道，立体打造永不落幕的商贸交流平台。

“会展+文旅”成为本届纺博会时尚看点。在“老绍兴·金柯桥”文旅展厅，领导一行参观了柯桥优秀传统文化旅游产品和资源，越窑青瓷、王星记扇、花雕酒等众多非遗产品，还了解了柯桥自闭症画家毕昌煜的时尚作品。

这些产品展示传统与现代、文旅与纺织产业跨界融合的新趋势，彰显了柯桥作为历史文化名城的新时期国际纺都风采。

纺博会期间，中国（绍兴）功能性纺织品论坛、2022柯桥数码印花技术论坛、中国轻纺城纺织面料上下游产业链对接会（后整理）、2022中国柯桥国际纺织品印花工业展览会、时尚设计展等多项配套活动同期精彩绽放，延伸展会内涵，为采供双方提供更具价值的服务，引领行业企业创新前行。

以梦为马，未来可期。本次纺博会攻坚克难、蓄力启航，疫情防控与经济发展两手抓、两手硬，在特殊时期刺破迷雾、播种未来，为纺织行业发展保“元气”，为产业转型升级增“底气”，为企业逆势突围提信心，以领跑竞跑之姿，充分发挥“头雁”作用，助力柯桥在共富路上跑出“加速度”，全力打造世界级现代纺织产业集群，以此献礼党的二十大。TA



中国轻纺城集团  
股票代码：600790



打造新时期  
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台，您将获取更多资讯。



## Focus / 聚焦

## 服务不停步，线上营销实现精准对接

“丝路柯桥·布满全球”线上精准对接会——摩洛哥专场精彩来袭

■ 本刊记者\_ 郭莹颖



对接会现场。

“精准！”这是近日柯桥面料供应商参加“丝路柯桥·布满全球”线上精准对接会——摩洛哥专场后的最直观感受。在疫情反复的当下，如何开发海外客户、开拓稳定的新渠道是纺织外贸企业最迫切的需求。

此次活动由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办，甄选鸿图纺织、美先进出口、衣云纺织等25家来自柯桥轻纺城、贸易公司的优质企业和 Marwa、AKSAL 等25家摩洛哥专业买方进行1对1深度精准速配，同时配有专业翻译，为纺企开展高效便捷的商贸对接提供通道。活动共持续3天，产品主要以阿拉伯长袍面料、时尚面料、衬衫面料、家纺面料、提花面料、绣花面料、印花面料等为主。

据前期市场调查显示，纺织服装业作为摩洛哥重要的传统支柱

产业和工业部门中最大的就业产业（提供17.5万个工作岗位，占全国27%），贡献了该国工业生产总值的25%，约占GDP比重9%。摩洛哥现有纺织企业约1900家，纺织品服装年出口额超过30亿美元，主要面向欧洲市场，法国、西班牙、意大利等国的一些知名品牌都有在摩洛哥加工生产，为Zara、H&M和其他欧洲零售商等提供了大量的快时尚服装。对于纺织重镇中国轻纺城而言，摩洛哥市场值得深挖。

绍兴鸿图纺织科技有限公司参加这个活动就是为了“试探”摩洛哥市场，负责人张海表示，公司主要生产针织、梭织类面料，出口东南亚、欧洲等国家和地区。“我们之前没有接触过摩洛哥市场，首日对接了6家客户，效果非常好。活动主办方前期准备工作很到位，对接过程中都是精准匹配，极大提高了合作成功率。”据悉，目前已经有摩洛哥客户抛出“橄榄枝”让公司寄去样布准备下一步合作。

而对于第一次参加线上对接会的绍兴柯桥衣云纺织有限公司负责人王洁钧来说，此次经历给他接下来的营销渠道打开了新大门。“以前总觉得面料对接在线上并不合适，但经过这次体验我总结出，只要供需双方足够专业，前期匹配精准，我们彼此对产品的介绍认识是没有问题的。还是要感谢政府，感谢相关部门，理解我们的需求，为我们搭建平台带来实效。”

近年来，受疫情反复影响，中国轻纺城及时调整对接策略，在庞大的线下实体市场基础上，适时开展远程在线对接，通过“屏对屏”代替“面对面”，“线连线”代替“手握手”的方式，实现推介“不见面”、洽谈“不断线”、“云对接”、“云服务”，确保转型升级不停步。

## 2022“布满全球”孔雀云展——功能性运动面料专场落幕

近日，2022布满全球孔雀云展——功能性运动面料专场活动成功举办。本次活动由浙江中国轻纺城集团股份有限公司主办，金柯桥展会、全球纺织网、网上轻纺城承办。

今年国内疫情呈多点散发态势，多地社区居家隔离管控，因此催生一波健身热潮，全民健身使得运动面料相关产业发展态势良好。本次“布满全球”线上精品展——功能性运动面料专场活动紧跟时事热点，为贸易双方提供了一个高效沟通平台。

三天展期内，共吸引伟利达纺织、晓晓布业、鸿丰亿纺织等56家参展商，展出1000余款优质功能性运动面料，展品图片+视频直播的形式，助力采购商足不出户云观展。展会期间，交易双方友好互动，询单量可观，截至25日4点，此次展会访问量超90万人次，热门产品点击量近5万次，直播观看人次超4.5万，实现了完美收官。

伟利达纺织相关负责人表示，“眼下正是销售旺季，平台工作人员提前来门市拍摄相关面料，再帮助我们上传到云展页面，可以说是‘一条龙’

服务。活动确实有实效，这期间已经有客户通过云展联系过我们。这种线上连接的方式很难得，特别是在疫情反复的当下。这种活动方式我们以后还会积极参与。”

值得一提的是，此次活动以“孔雀云展”平台为载体，该平台为轻纺城集团自主研发，集面料展示、在线询盘、自主直播、多方群聊（视频）、发布采购、免费索样、精准匹配、在线引流、资源分享于一体，配有系统智能可进行大数据匹配，为采购双方精准推送，可以极大提升参展效率，让采购商足不出户、云上观展，轻松实现采购对接。

通过本次2022“布满全球”孔雀云展——功能性运动面料专场活动，轻纺城集团为经营户开辟了新的贸易渠道，为交易双方提供了新商机，自主搭建的“孔雀平台”使得交易更加便捷顺畅。下一步，集团将紧扣“市场、数字、投资”三大战略，立足实际、精准施策，助商降市、服务市场，促进市场全面繁荣，实现中国轻纺城高质量发展。（郭莹颖）



“孔雀云展”平台可让采购商足不出户、云上观展。

## 用艺术讲述纺城故事

■ 本刊记者\_ 王利



多元的艺术主题诠释纺城之美。

《丝路柯桥》、《悠悠鉴湖水 浓浓轻纺情》、《城市之光》、《纺城雄风起》……5月25日，“国际纺都·喜迎二十大”中国轻纺城冠名30周年绍兴名家邀请展在柯桥美术馆拉开帷幕，一幅幅栩栩如生的画作，生动体现了30年来“纺城人”奋斗史和柯桥发展变迁史。

今年是党的二十大召开之年，也是轻纺城冠名“中国”的30周年，更是“国际纺都、杭绍星城”建设新征程起步之年。本次展览由中共绍兴市柯桥区委宣传部、绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员

会、绍兴市柯桥区文学艺术界联合会共同主办。该展览免费向所有市民开放，时间从5月25日至6月20日。

据了解，经过绍兴籍艺术家们的精心创作，本次共有6位国家级会员、30位省级会员的七十余件主题作品参展。这些作品以纺城30年的尘封岁月为灵感源泉，涵盖取材自然、蕴含古法的国画，用笔细腻、色彩协调的油画，生动感人、用情至深的风俗画等，以历史、现实、世界的深入对比，用艺术的形式讲述纺城故事，讴歌纺城精神，体现纺城风尚，诠释纺城之美。

值得一提的是，此次展览特邀浙江画院专职画师、绍兴文理学院艺术学院硕士研究生导师、中国美术家协会会员吕国钢，其创作的560x220cm大作《丝路柯桥》，用小写意的表现手法反映中国轻纺城市场迭代升级的景象，以时尚走秀、商贸洽谈等画面，取广角视野表现柯桥纺织产业链发展，彰显了“丝路柯桥”的城市魅力。

中国轻纺城建管委相关负责人表示，在轻纺城冠名“中国”的30周年之际，本次举办绍兴名家邀请展，用多元的艺术主题，从多元、务实、开放、兼容、创新的纺城视角，讲述中国轻纺城从河边布街到布满全球的华丽转身，绘就柯桥打造共同富裕示范先行区的美好愿景，对于加快构建更加现代化、更具开放度、更有时尚味、更富竞争力的“国际纺都、杭绍星城”具有重要意义。

## 轻纺“数字物流港”有序推进

近日，由浙江中国轻纺城集团股份有限公司全力推进的“数字物流港”一期项目及公共立体智能仓建设项目，桩基工程已全部完成。

据轻纺城集团相关负责人介绍，公共立体智能仓应用于布匹非常少见，布匹长短不一属于非标化，针对纺织品货物的特殊规格，轻纺城集团专门去苏州、无锡等地考察，定制了符合轻纺城布匹的托盘，保证了长度在1.8米及以下的布匹都可以使用。届时，这里将容纳1万余个存储单元，满足轻纺城市场内80%以上存储需求。

作为中国轻纺城纺织产业链的配套环节，轻纺数字物流港项目计划总投资32亿元，总建筑面积约93万平方米，集联托运、智能仓储、异地货站、跨境电商、市场采购贸易等功能于一体。该项目建成后，柯桥区现代化物流信息体系及现代物流生态圈将迎来新的腾飞，助推传统物流向数字、智能物流发展转型。此外，还将搭建起轻纺城智慧物流货运平台，通过将物流业务信息化、集约化统筹管理，使市场货物流转秩序化、托运业务高效化、物流价格透明化。

“数字物流港”作为中国轻纺城两大战略导向之一，是轻纺城集团坚持数字化路径的重要实践。未来，随着供应链数字化实践的不断深入，该“数字物流港”将全面提升柯桥纺织产业的供应链竞争力，为柯桥领跑竞跑、共富先行作出积极贡献。

(林晨莉)

## 2022 两岸(绍兴)数字时尚创新论坛线上举行

近日，作为2022柯桥时尚周（春季）配套活动，2022两岸（绍兴）数字时尚创新论坛于线上举行。

本次活动由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会与绍兴市海峡两岸经济文化交流协会共同发起。活动以在元宇宙语境下，设计与产业链、设计与产品之间的关系正在被重新定义，数字科技的涌现赋予了时尚产业发展更多的想象空间为背景，旨在凝聚两岸时尚产业年轻设计师创新的力量，促进青年创意、创新、创业交流与合作。

论坛以主题为“Virtual Fashion Show 时尚三维虚拟秀-MARS·LUCY”的三维虚拟服装秀开场，主讲人以实际案例讲解了元宇宙在服装行业的真实应用。

时尚数字化专家、元宇宙与时尚耦合专家齐聚线上论坛，围绕“人与万物的3D数字分身元宇宙时代的基础要素地位”“从抖音大数据看时尚产业数字化转型”“将现实中的新款面料、新款服装融合到元宇宙环境下的数字分身服装”等主题与案例，进行了精彩演讲与高端圆桌探讨，专业探讨在持续推进柯桥纺织产业转型升级的同时，运用数字化手段积极赋能管理与设计创新，让元宇宙的务实应用开拓时尚产业的宏观视野，带给纺织服装业界同行更宏观的时尚数字新发展，并实现产业整体共享共富的价值共赢。在论坛线下中纺CBD现场，星创享设计师平台的入驻设计师展出2022最新作品，呈现多元化的产业前后端资源。

(郭莹颖)



## 逐梦“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 13

# 兰溪： 智改为引，打造产业链优势

本刊记者\_袁春妹 通讯员\_方凯

如果对近三年来纺织产业集群的创新发展模式进行总结，浙江兰溪应该是首屈一指的智造升级典范。在推进集群的产业发展方面，兰溪一改“智能制造”以往的“高大上”模式，用有效的中小企业升级撬动集群转型，让纺织业发展释放出了新的能量与光辉。

经过三年高强度的“智改升级”，浙江兰溪已经成为纺织产业集群中对“智造”感触最深、行动最有效的集群之一。这场升级之战，几乎牵动了兰溪所有的产业资源，也收获了集群新的发展。



兰溪用有效的中小企业升级撬动集群转型，让纺织业发展释放出了新的能量与光辉。

### 焕发兰溪新生

作为以棉纺织为主，并已逐步形成纺纱、织造、印染、成衣等较完整产业链的集群，兰溪拥有“中国织造名城”“中国纺织产业基地市”“中国牛仔面料出口共建基地”等11个国家级、省级金名片，产业特色和优势非常明显。2021年，集群规上企业产值约260亿元，同比增长约20%，“专精特新”中小企业5家，“小巨人”企业1家。

据了解，目前兰溪市拥有民营纺织企业500多家，涌现出“万舟系”“英麒系”“威臣系”等一批集团型龙头企业，且在纺纱、织造、印染、服装和家纺终端产品，以及产业用纺织品等细分领域已逐步形成新优势，兰溪步入了以棉纺织为特色，以集群化为竞争优势的新发展格局。

2021年，万舟、立马云山、金梭等13家企业上榜2020年度全国棉纺织行业营业收入百强名单，兰溪入围该年度百强名单的企业数量较上年新增2家。万舟纺织、鑫海纺织、七星纺织、威臣纺织在2020年度百强名单中的排名均较上年有大幅提升，与此同时，金梭、鑫兰、腾马3家企业也成功入围2020年全国牛仔布产品主营业务收入15强企业名单，分别位居第2位、第3位和第11位。目前，集群内拥有营业收入达亿元以上企业56家，超10亿元的企业13家。

如今的兰溪纺织业已呈现出“小企业、大群体”、“小产品、大产业”的良好发展状态。地区产业经济规模逐年攀升，纯棉弹力休闲面料产量居全国前列，牛仔布产量居浙江省第一位，各类毛巾总产量居全国同级县市前列，兰溪已展现出纺织业规模化协调发展的新优势。



### 依特色强优势

兰溪在全面推进地区纺织业的转型升级，从多元化做产品，到点线面升级装备技术，再到研发创新能力的打造，兰溪纺织业的可持续发展能力在持续提升。

在产品创新方面，不断推陈出新，产品由以往单一全棉面料，发展成目前全棉、弹力、休闲等特色面料并行。据了解，目前兰溪全棉休闲弹力面料已在国内市场占据极高份额，在广东、福建等重点面料市场已形成“弹力面料找兰溪”的集群品牌效应。此外，兰溪在色织面料、产业用布、功能性面料等产品方面也有了新的提升。与此同时，在原料选择上，从原来的单一纯棉，到现在亚麻、天丝等纤维的广泛应用，极大丰富了集群的产品类别。

在设备升级方面，集群企业在纺纱、织造等生产环节设备的自动化、数字化和智能化水平不断提升，很多世界一流设备在集群得到了广泛应用。以丰田喷气织机为例，该地区拥有近2万台，占丰田喷气织机国内销量比重非常大。在纺纱工艺环节，目前兰溪纺纱企业万锭用工不到20人，处于全国先进水平。

在创新能力培育方面，兰溪先后与东华大学、天津工业大学、浙江理工大学等国内8所纺织院校、科研机构签订产学研合作协议；与浙江省纺织工程学会合作成立兰溪纺织产业学会企业联合体；与浙江理工大学合作成立兰溪纺织研究院。目前，兰溪纺织业拥有国家级高新技术企业38家，省级高新技术企业研发中心17家，省级企业研究院5家，省级科技型中小企业65家，省级企业技术中心4家。浙江合一织造有限公司入选工信部第二批国家级专精特新“小巨人”企业；2021年，浙江鑫兰纺织有限公司、浙江九舜纺织有限公司的“涡流纺经弹牛仔面料制备关键技术及产业化”项目获中国纺织工业联合会科技进步一等奖。

兰溪纺织业依托地区特色产业的持续升级，强化了集群的产业优势。

### 强链补链优化产业

为了提升兰溪纺织业的综合实力，集群进行了产业结构的调整和优化，从原来的织造独大，向产业链两端延伸，加大包括纺纱和终端产品环节的提升，集群产业链渐趋完整、产业结构更加合理。地区政府瞄准集群纺织业发展的短板弱项，开展纺织业产业链延伸、差异化发展、平台建设招商等方面工作。

在吸引延链补链新项目方面，目前已引入萧山美信布业落地兰溪，形成了年产1万吨高端针织大提花面料的生产能力；投资1.5亿元的凯杰布业二期项目，也很好丰富了兰溪的产品类别；总投资12亿元的新奥华纺织项目落地兰溪，可实现年产6.5万吨涡流纺差异化纱线，同样是兰溪纺织产业差异化、高端化发展的助力。在推进地区纺织行业重点项目建设方面，目前集群正着力推进金梭、鑫兰、群星、长隆等一批企业的产能倍增项目，这些项目在有效提升企业竞争力的同时，也为集群纺织业的可持续发展提供了新动能。

在补链过程中，兰溪建设了印染产业园。通过整合盘活部分批而未用的废水排放量、主要污染物许可量COD、氨氮排放量等要素资源指标，以兰创集团为操作主体，借鉴工业地产开发模式，打造时尚纺织科技（印染）产业园，补上了印染一环。

围绕产业链优势的打造，兰溪依托龙头企业组建上下游共同体，强化区域内产业链上下游的合力作用。集群建立了产业链储备项目库，目前在库项目已有16个，其中5个项目被列入浙江省产业链协同创新项目库，九舜纺织被列为浙江省产业链上下游企业共同体。

此外，兰溪还搭建起了棉纺织供应链平台和产业创新服务综合体。引进浙江物产化工集团有限公司，借助其成熟可复制的聚酯“原材料贸易+供应链金融服务”模式，建立具有兰溪特色的“棉纱贸易、仓储、物流、金融”等多位一体纺织供应链平台。目前，已累计为26家纺织企业提供了供应链解决方案，共完成棉纱采购交易135笔。

在打造集群棉纺织产业创新服务综合体方面，按照“科研+产业+资本”的运作模式，成立兰创科技创新服务有限公司，打造集“创意设计、研究开发、检验检测、成果推广”等公共服务为一体的创新服务综合体平台。目前，国家级纺织品质量检验中心、浙江省智能制造专家委员会、浙江理工大学兰溪纺织研究院等22个创新服务实体已进驻，成为了兰溪纺织业可持续发展的有力支撑。

### 智造引领升级产业

作为推动集群高质量发展的重要路径，兰溪依托智能制造示范城市建设，通过三大举措将地区纺织行业打造成为“行业可推广、全国有影响”的产业示范。

一是遴选30家智能制造试点企业先行开展智能化改造工作，以标杆引领作用带动行业百企提升。制定3年计划实施方案，出台专项激励资金管理办法，对列入纺织行业智能制造试点的企业，按软性、硬件及上云投入50%和新增设备购置费用的10%给予补助，提高企业智能化改造信心。

二是引进浙江省智能制造专家委员会专家团队和10家软件服务商，对集群企业开展专项智能化改造诊断服务，解决数据提取难、共享难、利用难等痛点，实现不同型号设备间的互联互通。集群还推进了纺织工业互联网平台建设，以企业实际需求为导向，开展平台建设需求调查摸底。目前，兰溪纺织行业云平台的功能模块已上线。

三是“百企提升”活动全面铺开，纺织云平台建设全力推进，探索构建兰溪织造（棉纺织）产业大脑。目前，累计已完成41家纺织企业的智能化改造，其中第一、二批试点30家，百企提升11家。

为了提升集群的服务保障能力，兰溪还同步构建了数字产业园。以传统产业智能化改造需求滋养数字产业，通过引入包括天纵、天富等在内的10家智能制造服务团队力量，实现数字智能本地服务，建设集纺织智造、人工智能应用、云平台服务、智造培训、服务创新等为一体的纺织数字产业园，形成地区新的数字产业。

### 迎难而上持续提升

面向高质量发展目标，兰溪纺织产业的发展之路仍需面对包括供应不足、价格不稳、市场集中、产品单一、附加值低、竞争力弱等方面的问题。未来，兰溪仍需围绕集群产业发展状况，多举措推进纺织业的持续升级。

**其一，深化智能制造，打造纺织工业互联网平台。**以企业实际需求为导向，选取有实力、有业绩的天纵联合团队为纺织行业工业互联网平台建设主体，统一智造标准，激发企业进行上平台进行智能化改造的意愿。根据企业需要，上线数据采集、报表、生产、销售等功能模块APP，以多元化服务推进中小企业生产经营管理的数字化转型，力争实现全市500多家纺织企业的跟踪服务，将100多家纺织规模以上企业打造成为核心用户，实现平台联网织机设备超过2万台。

**其二，打造兰溪织造（棉纺织）产业大脑。**围绕“立足兰溪、覆盖全省、服务全行业”的目标，依托政府产业治理平台、企业数字赋能平台、公共服务增值平台，打造织造（棉纺织）行业产业大脑1.0，为兰溪企业量身打造数字化解决方案，推动企业核心业务和关键设备上云上平台，实现生产过程的集约高效、动态优化、安全可靠和绿色低碳，赋能兰溪产业的高质量发展。

**其三，围绕稳供应、降成本和金融创新加快推进纺织供应链平台建设。**一是，构建好平台集采模式，通过定位中高端纱线品牌、让利企业、快捷仓储物流等方式树立平台优势，使平台真正在实体经济模式上落地；二是，降低企业运营成本，开展存货质押、票据池、信用证等金融业务，优化企业付款方式，降低企业综合生产成本；三是，推进金融创新，在产业数据平台建立基础上，探索信用金融模式，实现以企业真实运营状况为基础的融资模式。

**其四，加快时尚纺织科技（印染）产业园建设。**充分发挥平台优势，在全面梳理兰溪纺织产业链的基础上，打通兰溪市纺织产业链在印染等环节的断点、堵点，有效推动兰溪市纺织产业链的迭代升级，最终实现集群纺织产业链固链强链目标。TA





# 中国轻纺城市场公共服务平台建设的实践和思考

浙江中国轻纺城集团股份有限公司\_王百通/文

专业市场公共服务平台是专为市场举办方和经营户带来实际经济效益、减少运营成本的市场监管与服务体系。市场公共服务平台建设得好不好，将直接影响到市场的核心竞争力，决定市场的可持续发展潜力。因此，中国轻纺城市场历来十分重视公共服务平台建设，从必要性、重要性和功能性入手，不断完善平台建设，丰富平台内容，发挥平台作用，取得了较好效果。

## 一、市场持续发展体现公共服务平台建设必要性

市场要具备可持续发展力，建设市场公共服务平台是必要的，作为专业市场必须建设自己的公共服务平台体系。中国轻纺城可持续发展能力的增强，就是市场公共服务平台通过对“三条链”的作用体现的。

**1. 有助于完善纺织产业链。**研究表明，产业集群地专业市场，必须要有完整的上下游产业链，才能够确保一个大规模专业市场的发展。中国轻纺城市场作为产业集群地型专业市场，不仅通过海量的面料经销提升了柯桥的面料生产加工能力，也依托这一优势带动了上游的化纤原料和下游的服装家纺成品生产，从而延伸完备了柯桥的纺织产业链。目前，以中国轻纺城面料市场为中心，涵盖纺织产业各个环节的全品类纺织经销体系已经建立，包括钱清轻纺原料市场、坯布市场、服装家纺市场等在内的上下游全品种市场格局已初步形成。

**2. 有助于丰富市场配套链。**市场持续发展，配套很重要。专业市场的公共服务平台本身就包含了一部分配套服务环节，市场的配



中国轻纺城市场历来十分重视公共服务平台建设。

套链必将随着公共平台建设的不断深入而日益丰富。当前中国轻纺城市场配套链建设主要集中在仓储物流、海关商检、审批服务、中介机构等方面，其中轻纺城国际物流中心和仓储中心基本承担了轻纺城市场日常货物集散中转任务，在建的中国轻纺城数字物流港将进一步承担纺织品集散、配送、仓储等功能，同时配以海关、商检等服务，将成为中国轻纺城新的核心物流配套中心。同时，为市场服务的各类中介机构包括检测、财务、翻译、评估、认证、代理等均在不断引进发展中。

**3. 有助于完善市场服务链。**由政府主导的市场公共服务平台在市场经营中通过政策制定、信息共享、金融服务来发挥其调控经营、服务市场的作用。中国轻纺城市场公共平台是以政府为主导，所以在调节市场运行中通过政策这一有形之手发挥作用。近年来，柯桥

“柯桥纺织产业的任何变化都会因市场的公共性而在市场贸易中得到精准的体现，可以说，市场的需求在主导着产业的发展，而从从业者要想敏锐感知到市场的变化，就必须通过市场公共平台来全面把握。”

区委区政府不断出台各类市场扶持政策，收集整理全国各地市场信息资源，为市场经营户提供有效参考。创新金融赋能模式，为市场经营户解决融资困难，出台营业房租赁权质押贷款政策，发挥中国轻纺城担保公司作用，为经营户拓展融资渠道。

## 二、市场核心竞争力彰显公共服务平台建设重要性

要提升市场核心竞争力，必须拥有贸易活动足够活跃的实体市场、科学完备的管理服务体系和保证市场独特性的创新能力。满足上述条件，有赖于一个完备的市场公共服务平台的建立。中国轻纺城市场核心竞争力的提升也得益于这三方面要素。

**1. 不断推动市场繁荣隆市。**很多专业市场在起步之初都会遇到招商有难度、隆市有困难的问题，一些地区的市场以单体名义进行招商，各市场间没有统一的招商政策和规划，缺少整体市场的集聚影响力。针对这种情况，轻纺城市场充分发挥市场公共平台的公共载体功能，整合市场区内各单体市场，以中国轻纺城整体概念作为招商隆市载体。事实证明，在中国轻纺城这一公共载体基础上，各新建改建市场的招商效果都比较理想。无论窗帘窗纱市场还是新建的国际面料采购中心，都做到了市场硬件建成即实现开业，并且不断繁荣。

**2. 逐步完善市场管理服务。**市场竞争力的提升，很大程度上取决于市场环境的改善，无论是市场的设施配置还是经营秩序维护都离不开高效完备的市场管理服务体系。以轻纺城市场为例，通过扩大市场公共空间、安装中央空调、安装市场电子信息查询系统（触摸屏）、设置面料公共展示区等，使市场硬件设施水平得到提高。在提升市场软环境方面，透明市场信息，规范营业房流转秩序，加大恶意炒房打击力度；投运中国轻纺城审批服务中心，实行一揽子受理一站式服务；出台国内首个市场知识产权保护意见，开展花样、面料登记注册；出台专业市场管理办法，建立健全市场业主办会与职能部门联席会议制度，开展以市场交通、消防安全、流动摊点、户外广告、人力手拉车等为重点的专项集中整治。市场的经营环境改善了，招商留商的吸引力和集聚力也就增强了。

**3. 有力推动市场创新创造。**市场要生存发展，一定要有其特有的支柱产业和拳头品牌，当一个市场不能在同类市场中拥有独一无二的优势资源时，作为市场调节载体之一的公共服务平台就会敏锐感知到市场的变化，从而发挥其调节作用，推动市场去主动寻找新的优势增长点，而这寻找过程无疑就是创新创造的过程。随着国内各地大型纺织品市场不断建设运营，中国轻纺城原有的集聚优势受到挑战。因此，加大技术投入，提高产品档次，加快创新步伐，走高端化之路，成为当前中国轻纺城最为紧迫的任务。当前，旨在提升产品档次的纺织创意产业不断发展，国内权威纺织高校纷纷与轻纺城开展产学研合作，东华大学、西安理工、浙江理工等高校研究院纷纷落户轻纺城。

## 三、探索市场发展新路突出公共服务平台建设功能性

随着现代贸易、流通方式的转变，专业市场未来的发展也必将发生变化，无论是产业集群地市场还是产品集散地市场，探索一条适合自身特点的现代市场发展之路都尤为重要。市场公共服务平台的引导服务功能恰好可以为现代市场探索发展新路提供有效帮助。

**1. 推进市场信息服务建设。**权威、高效、及时、广泛的信息服务对一个市场探索发展新路来讲至关重要。因此，中国轻纺城在信

息服务方面花大力气、作大文章：连续举办 20 余年的“纺博会”作为一个信息、贸易的交流平台，其作用越来越重要，新型展会为市场贸易带来新方向、新思路。连续 15 年发布的中国柯桥纺织指数，为市场提供了全面、高效的产业信息，同时积累了庞大的纺织产业数据。

**2. 引导市场贸易业态创新。**随着数字化的不断发展，新型电子商务模式不断创新，无论是传统电商还是新型直播带货，都为市场贸易带来了前所未有的改变。根据市场贸易需求，中国轻纺城一直以来线上线下融合发展。早在 2011 年就建设了覆盖整个中国轻纺城实体市场的“网上轻纺城”，当前网上轻纺城不断推出“金蚕宝宝”门店系统、“好面料频道”、“热词库”、“云展”等新型电子商务工具和系统，为传统贸易带来新型公共助力。

**3. 引领产业转型升级方向。**对柯桥纺织产业转型升级而言，关键是加快产业结构调整，走集群化、高端化、国际化之路。结合当前实际，应该充分发挥中国轻纺城市场公共服务平台作用，为产业转型升级不断提供有效助力。前面已经提到，一个由政府全面主导的公共服务体系，能有效完善市场服务链，但其作用并不仅限于此，它还可以起到通过引领市场发展方向，进而影响产业发展方向的作用。

就目前轻纺城市场经营的产品情况来看，有相当一部分产品还处于高成本、低科技含量、低附加值的水平，经营利润难以实现有效增加。此时，引导市场走高端化之路，鼓励企业科技创新，促进支撑市场的轻纺产业转型升级便成为首要任务。而在转型升级过程中，产业的发展方向由什么来确定是十分重要的。柯桥纺织产业的任何变化都会因市场的公共性而在市场贸易中得到精准的体现，可以说，市场的需求在主导着产业的发展，而从从业者要想敏锐感知到市场的变化，就必须通过市场公共平台来全面把握。

因此，当市场需求呼唤产品高端化的时候，为推动纺织产业向这一目标发展，中国轻纺城便有了打造创意产业基地，鼓励企业科技创新、提升产品档次等一系列举措，全面加强与国内国际科研院所、高等院校、创意机构等的交流合作，着力引进国内外知名纺织服装设计师和专业设计机构，从产业链的各个环节强化公共服务的引领作用。TA



连续举办 20 余年的“纺博会”作用越来越重要，为市场贸易带来新方向、新思路。



轻纺城通过布局线上渠道，为传统贸易带来新型公共助力。





2022 中国面料之星  
参评企业产品系列报道 (一)



关注面料之星  
俱乐部公众号，  
了解更多详情

# 科技创新 布凡时尚

本刊记者\_雷蕾/文 关云鹤/摄

2022“中国面料之星”用户最满意产品调查活动是由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办的最具影响力的全国性面料调查活动，自今年5月启动以来，已陆续收到全国各大面料企业参评产品。

为进一步发现、推广优秀面料企业，活动组委会根据参评企业提交面料信息表完善程度、参评产品市场迎合度等标准，经初步筛选，借助《纺织服装周刊》杂志、官微、官网等载体进行免费推广报道。

本期推介的面料在现有织染工艺的基础上进行了多种创新，尤其是一些新材料的应用，使产品形成了鲜明风格，在舒适性、功能性及时尚环保等方面实现了进一步提升。

## ▶ 湖南华升纺织科技有限公司

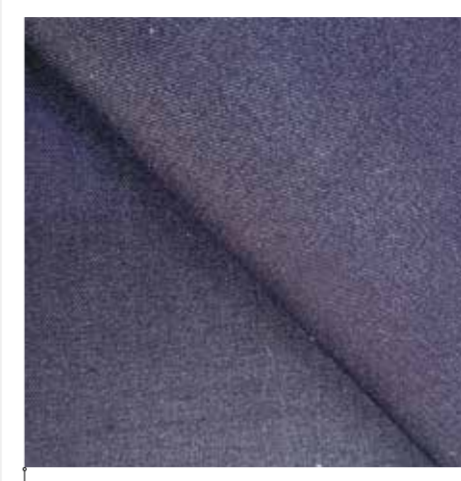


**面料名称:** 跳跃格纹  
**原料成分:** L60%、T40%  
**产品特点:** 面料采用亚麻天丝，干爽透气，光泽明亮，天然环保。经典格纹，颜色跳跃，充满朝气。  
**应用领域:** 男装、女装、休闲装

**面料名称:** 田园日记  
**原料成分:** L100%  
**产品特点:** 色织纯亚麻格纹布天然环保，吸湿透气，干爽快干，迎合消费者对大自然的热爱。  
**应用领域:** 男装、女装、休闲装



## ▶ 陕西锦澜科技有限公司



**面料名称:** 冰氧吧防静电牛仔面料  
**原料成分:** 冰氧吧纤维 26%、精梳棉 73.5%、导电丝 0.5%  
**产品特点:** 采用高技术冰氧吧纤维，瞬间吸收并蒸发汗液，通过高传导率和热扩散率，把热量直接从肌肤表层转移出去，接触瞬间就有凉意滋生。  
**应用领域:** 男装、女装

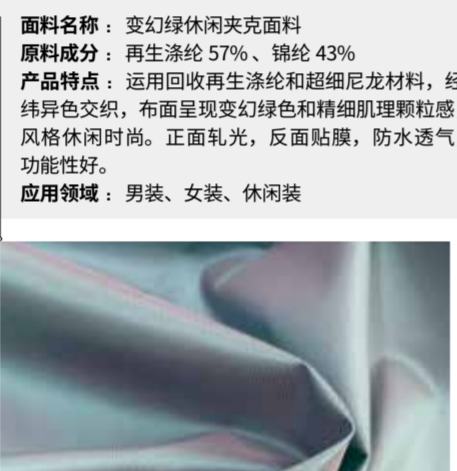


**面料名称:** 棉天丝纶三合一防静电面料  
**原料成分:** 棉 52%、天丝 27.5%、涤纶 20%、导电丝 0.5%  
**产品特点:** 天丝赋予面料飘逸灵动、触感独特的律动感；功能性超仿棉纤维不仅赋予面料吸湿速干性能，也增加了面料不易起皱、便于打理的特质。  
**应用领域:** 男装、女装

## ▶ 雅戈尔服装制造有限公司



**面料名称:** 羊毛花灰细格  
**原料成分:** 羊毛 100%  
**产品特点:** 手感干爽软糯，亲肤透气舒适，浅灰底色布面搭配经纬异色白线形成精致细格，颇具视觉效果，风格时尚休闲。  
**应用领域:** 男装、女装、休闲装



**面料名称:** 变幻绿休闲夹克面料  
**原料成分:** 再生涤纶 57%、锦纶 43%  
**产品特点:** 运用回收再生涤纶和超细尼龙材料，经纬异色交织，布面呈现变幻绿色和精细肌理颗粒感，风格休闲时尚。正面轧光，反面贴膜，防水透气，功能性好。  
**应用领域:** 男装、女装、休闲装

## ▶ 沈阳杰恩盛科技有限公司

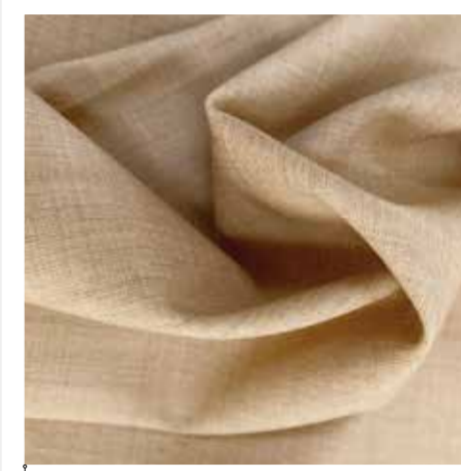


**面料名称:** 胜毛®冰氧吧裤面料 (DJ486453)  
**原料成分:** 冰氧 37%、聚酯 39%、再生纤维素 17%、氨纶 7%  
**产品特点:** 产品采用胜毛®制作工艺，成品面料干湿磨色牢度可达 4—5 级。采用独特的包芯纱工艺，使面料具有良好的舒适性、抗皱性以及保型性。  
**应用领域:** 男装、女装、休闲装

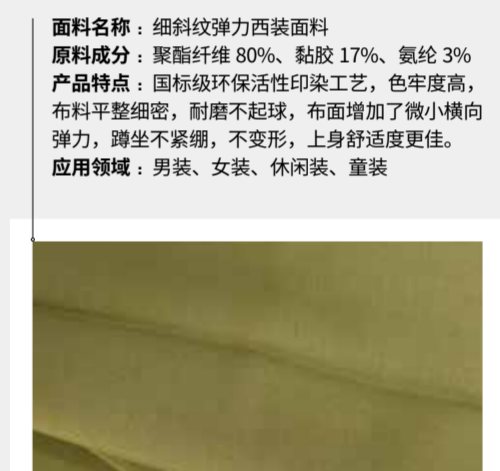


**面料名称:** 胜毛®冰氧吧裤面料 (DJ486481)  
**原料成分:** 冰氧 25%、聚酯 48%、再生纤维素 21%、氨纶 6%  
**产品特点:** 木浆纤维的亲肤性为人体皮肤表面提供更佳的穿着体验，吸湿透气，抗皱性、保型性强。成品穿着极度轻薄舒适。  
**应用领域:** 男装、女装、休闲装

## ▶ 绍兴市大熙纺织品有限公司



**面料名称:** 弹力羊毛西装面料  
**原料成分:** 聚酯纤维 73%、黏胶 6%、羊毛 7%、氨纶 4%  
**产品特点:** 涤纶与羊毛混纺面料手感舒适，毛质柔软；兼具涤纶混纺尺寸稳定、不易皱的特点；透气、舒适、挺括。  
**应用领域:** 男装、女装、休闲装、童装



**面料名称:** 细斜纹弹力西装面料  
**原料成分:** 聚酯纤维 80%、黏胶 17%、氨纶 3%  
**产品特点:** 国标级环保活性印染工艺，色牢度高，布料平整细密，耐磨不起球，布面增加了微小横向弹力，蹲坐不紧绷，不变形，上身舒适度更佳。  
**应用领域:** 男装、女装、休闲装、童装

## ▶ 绍兴瑞采纺织品有限公司



**面料名称:** 棉锦弹力府绸  
**原料成分:** C65%、N31%、SP4%  
**产品特点:** 柔软度极佳，品质优良，透气性佳，手感蓬松有棉感，给肌肤带来自然的呵护。  
**应用领域:** 女装



**面料名称:** 80支高级精梳棉锦弹力贡缎  
**原料成分:** C72%、N26%、SP2%  
**产品特点:** 采用 80 支精梳长绒棉与锦纶纤维交织的贡缎，面料光泽感强，手感柔软、质地细腻。氨纶的加入带来良好的透气性。  
**应用领域:** 女装

## ▶ 绍兴市蝶客诗纺织科技有限公司



**面料名称:** 水密码卫士  
**原料成分:** T100%  
**产品特点:** 本产品采用色织雪尼尔与麻灰丝叠编而成，正面花纹如河水清澈见底，垂感好，透气，富有肌理效果，时尚性强。  
**应用领域:** 男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



**面料名称:** 网链锁爱  
**原料成分:** T100%  
**产品特点:** 面料采用针织大提花编织而成，既有色织的效果，又有提花的风格，不掉绒、不变形、不起球，垂感好、透气亲肤。  
**应用领域:** 男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装

## ▶ 苏州新曼丰新材料科技有限公司



**面料名称:** 生物基巴黎丝双色  
**原料成分:** P73%、N27%  
**产品特点:** 采用生物基原料绿色环保，钻石科技视觉效果强，手感柔软舒适亲肤，金属感强，双层双色效果，防水性能好。  
**应用领域:** 男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



**面料名称:** 韩国金光条  
**原料成分:** P 100%  
**产品特点:** 采用特种钻石丝，视觉感强烈，组织风格肌理大胆创新。几何图形新颖，防水透气，适用于户外休闲、商务通勤、棉服羽绒服滑雪服等。  
**应用领域:** 男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



# 消费方式转变，驱动童装企业转型再升级

■ 田磊阳 / 文

最新公布的人口调查数据显示，我国少儿人口比重上升，0至14岁儿童占比达17.95%。对于纺织产业来说，童装是绕不开的话题，山东青岛即墨作为童装重要产区，对于市场的反馈最有发言权。本期，青岛禾雀童装董事长刘云峰为我们分析即墨童装企业面临的机遇和挑战，深度探究童装产业的发展趋势、存在问题及应对措施。

纺织服装产业一直是即墨的传统产业和支柱产业，早在2002年，即墨就被中国纺织工业联合会授予“中国针织名城”称号。

在发展针织行业的同时，即墨有一批数量可观的企业开始涉足童装生产，在一系列政策的支持下，即墨童装行业发展迅速。据统计，早在2015年，即墨就拥有童装电商企业1.2万家，实现网络销售超60亿元，居全国县级市首位。

作为全国最大的针织服装加工优质制造基地，童装产业是即墨针织服装产业的重要一极，近几年异军突起。发挥针织名城优势，目前即墨所产童装主要以针织产品为主，包含针织内衣、家居服品类及针织卫衣卫裤等，也有少量企业生产梭织产品，但占比较小。即墨童装传承了青岛多年来外贸加工品质高的优良传统，主要以面料好、做工细致闻名，以其“安全、品质、时尚”的特质成为全国重要的童装生产基地之一。目前主要销往东北、华北、华东等地区，长江以北是即墨童装的主要销售区域。

## 童装企业应对疫情大考 促进新零售转型

近两年，由于新冠肺炎疫情的反复爆发，多家童装企业都表示，企业经营受到较大影响。一方面终端零售商对市场信心不足，不敢订货或进货，另一方面消费需求萎缩也是影响童装市场的一个关键因素。企业目前遇到的问题，主要就是销路不畅，市场需求大幅缩小。这一影响反映到供应链端，产生的结果就是订单不足。今年即墨出现了严重的订单不足情况，众

多小的加工点无单可做，生存岌岌可危。以往一厂难求，技术工人短缺的现象今年完全不存在了，这是即墨多年以来不曾出现的情况。

随着数字经济的发展，童装营销模式发生了根本性变革。从销售渠道来看，逐步形成了实体和线上渠道共存的局面。近几年电商的发展和线上直播热潮，使得实体批发的份额已经有很大一部分被直播抢走，线下实体后劲严重不足。由于疫情，更多的童装企业转变了销售思路，他们走进线上直播间，通过直播的方式对接专业买家及消费者。

## 童装企业提升品牌竞争力 严把安全质量关

近两年，童装市场发生根本性变化。一方面，线上直播交易大幅增长，成为新的增长点；另一方面要求童装企业提升产品的品质和品牌竞争优势。

随着消费迭代升级，80、90后年轻妈妈成为购买主力，新生代父母具有消费力较高、品牌意识较强等特点。他们对儿童日常开支的消费行为逐渐转换为价格敏感度低、对产品质量及个性化的追求不断提升等特征，这对童装行业的供给端创新带来较大考验。很多童装企业开始加大在品牌建设方面的投入，除了增加广告宣传，还利用展会、新媒体等手段，对品牌进行宣传推广，同时通过各种行业会议、论坛以及“成长型品牌”评选等行业内活动，引导有意向、有能力的企业，向着品牌化的路线发展，并收到了一定成效。

相对于成人服装，家长更乐意为品质好的

童装产品买单。可以说，对童装来讲，最重要的就是安全。童装安全来自于两个方面，一个是面料的安全，另一个是设计的安全。比如童装对绳带长短有严格的要求，不能在设计方面埋下安全隐患。面料是童装安全的命门，婴幼儿群体的脆弱性不只表现于内在，他们的肌肤比成人娇嫩，对外穿产品也不能有丝毫松懈。童装企业要高度重视产品质量，对产品原材料和成品进行严格的质量检测，确保产品品质，促进童装产业高质量发展。

## 预判童装未来发展路径 提供扶持与服务

相比于男装、女装、休闲装等，童装一直是服装品类中的优势门类，从各个官方渠道公布的数据可以看出，大多时间段童装的销售均处于正增长区间。

童装的市场表现，既源于终端的拉动，更有来自上游的质量与设计支撑。刘云峰对童装产业的未来发展有着独到判断，他表示，未来童装市场将出现两极发展趋势：一极是向下发展，降低利润做线上的跑量；另一极是向上发展，提高产品附加值走品牌路线。

因此对于集群发展来说，一方面需要扶持引导，落地有关优惠政策，扶持童装企业做大做强；另一方面需要搞好服务，诸如电商培训、设计师对接等，为广大中小企业实现线上线下两条腿走路搭建平台、提供便利。TA

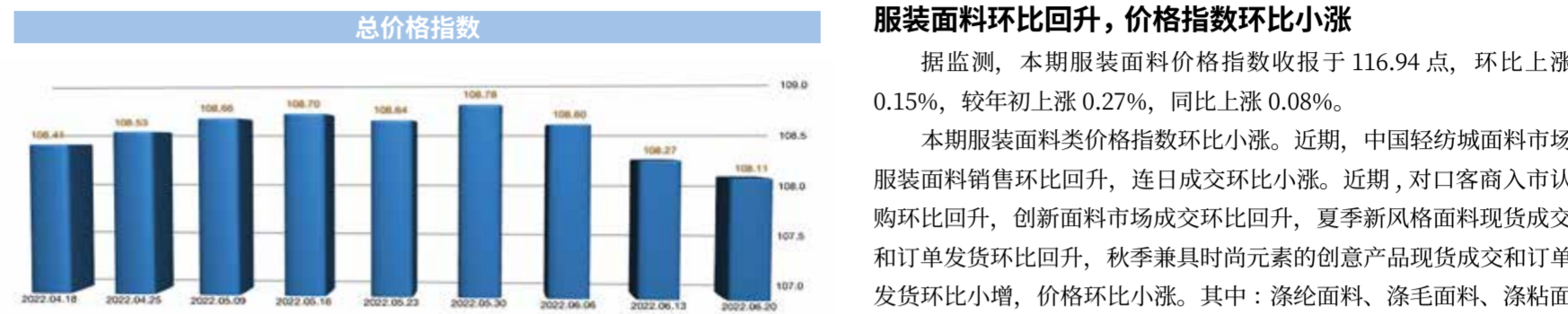


禾雀品牌童装。

# 夏市营销环比回缩 价格指数小幅下跌

## 20220620 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220620期纺织品价格指数收报于108.11点，环比下跌0.15%，较年初上涨0.47%，同比上涨0.56%。



近期，中国轻纺城夏市营销环比回缩，其中：原料市场价量环比下跌，坯布市场价量环比回缩，服装面料市场布匹价量环比小升，家纺类产品成交价量环比小升，辅料价量环比下跌。

## 原料价量环比下跌，涤纶环比下跌，纯棉纱稳跌互现

据监测，本期原料价格指数收报于89.42点，环比下跌0.50%，较年初上涨0.96%，同比上涨2.28%。

**聚酯原料涨跌互现，涤纶价格稳跌互现。**本期涤纶原料价格指数环比下跌，华东地区PTA现货主流7235元/吨，环比下跌515元/吨左右；MEG主流5152.5元/吨，环比上涨32.5元/吨左右；聚酯切片市场报价环比下跌，江浙地区半光切片现金或三月承兑8350元/吨左右，环比下跌225元/吨。近期，萧绍地区涤纶长丝价格环比下跌，POY报价9070元/吨，环比下跌130元/吨左右；DTY报价10500元/吨，环比持平；FDY报价10150元/吨，环比持平。因上游聚酯切片价格环比下跌，涤纶长丝价格稳跌互现，需求恢复速度不及预期，且即将进入行业淡季，预期订单偏空，产品库存偏高，下游压力较大。

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8950元/吨，环比下跌175元/吨。纯涤纱市场报价环比下跌，32S纯涤纱报13050元/吨左右，环比下跌130元/吨；45S纯涤纱报14200元/吨左右，环比下跌300元/吨。

**纯棉纱价格稳跌互现，人棉纱价格稳涨互现。**近期，萧绍地区纯棉纱市场报价稳跌互现，销售局部仍显回缩。气流纺10S纯棉纱报价17100元/吨，环比持平；普梳32S纯棉纱报价27770元/吨，环比下跌280元/吨；精梳40S纯棉纱报价31100元/吨，环比下跌400元/吨。目前，纺企的棉纱库存处在历史高位，国内棉纱价格震荡偏弱，导致棉纱内外盘价差进一步拉大。主要原因是我国出口表现偏弱，越南、印度等国的出口却表现良好。因此，棉纱需求能否彻底扭转此前的低迷仍要看后市需求，否则中期弱勢难改。

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15400元/吨左右，环比上涨50元/吨。人棉纱价格稳涨互现，30S人棉纱价格报18600元/吨左右，环比上涨80元/吨；40S人棉纱报19800元/吨左右，环比持平。

## 坯布行情环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于121.58点，环比下跌0.38%，较年初上涨0.04%，同比下跌0.81%。

近期，市场营销环比回缩，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单逐日回缩，坯布价量环比下跌。其中：化学纤维坯布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，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回缩；天然纤维坯布需求环比回缩，价格指数呈环比下跌走势，纯棉纱卡坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比回缩，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

## 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116.94点，环比上涨0.15%，较年初上涨0.27%，同比上涨0.08%。

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，连日成交环比小涨。近期，对口客商入市认购环比回升，创新面料市场成交环比回升，夏季新风格面料现货成交和订单发货环比回升，秋季兼具时尚元素的创意产品现货成交和订单发货环比小增，价格环比小涨。其中：涤纶面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、粘胶面料、粘毛面料、锦纶面料成交价量不等量上涨，拉动服装面料价格指数环比小涨。

## 家纺市场环比回升，价格指数环比小涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于101.75点，环比上涨0.13%，较年初下跌0.11%，同比下跌0.19%。

本期家纺类价格指数环比小涨。近期，轻纺城家纺市场营销环比回升，价格环比小涨，创新色洋花型面料现货成交量和订单发货量环比回升，兼具时尚元素创意产品现货成交和订单发货环比回升，价格指数环比小涨。其中：床上用品类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈环比上涨走势；窗纱类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈环比微涨走势；日用家纺类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈环比微涨走势，拉动家纺类总体价格指数环比小涨。

## 市场行情环比回缩，辅料指数环比下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于135.88点，环比下跌0.41%，较年初上涨3.95%，同比上涨3.47%。

本期服饰辅料类价格指数环比下跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回缩，因下游企业备货环比下降，市场成交逐日下滑，现货成交和订单发货呈现环比下降走势，价格指数环比下跌。服装里料类行情明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；带类行情环比回缩，价格指数呈环比下跌走势；花边类行情环比回缩，价格指数呈环比下跌走势；线绳类行情环比回缩，价格指数呈环比下跌走势，拉动辅料类总体价格指数环比下跌。

## 后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因夏日淡季临近，部分服装厂家布匹采购环比减少，下游服装生产企业、家纺生产企业服装订单环比减少，纺织品市场观望情绪较浓。因下游需求下降，部分贸易商和织造厂家大众产品订单仍显不足，织造企业开机率逐步下降，印染企业产出环比下降，市场行情走势局部偏淡，预计大众产品认购踊跃度将环比下降，整体市场成交将呈现环比小跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

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





# 原油价格回落，化纤指数下跌

2022年6月13—17日商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”一周点评

据对350家被采价单位反馈的数据监测分析，本周商务部中国·盛泽丝绸化纤指数小幅下跌。其中，化纤总指数收盘于100.62点，与上周相比下降了1.15点；化纤面料价格指数小幅下降，收盘于100.79点，与上周相比下降了1.28点；化学纤维价格指数小幅下降，收盘于110.07点，与上周相比下降了1点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上升，收盘于105.98点，与上周相比上升了0.25点。

盛泽市场化纤类产品价格指数



## 化纤面料市场行情分析

本周化纤面料价格指数小幅下降，收盘于100.79点，与上周相比下降了1.28点。

**里料行情：**本周，受近期涤纶长丝上涨的拉动，常规“平喷”里料价格走势从17日起出现回升，市场交易量持续上周水平，例如，轻盈纺210T价格由上周末的1.53元/米，上涨至目前的1.55元/米。其中，190T“涤塔夫”成交量尤为放大，此规格的布料适用面广，既可用于中档服饰里料，又可用作涂层面料，因此下游织造企业上机生产量较多，有效推动了涤纶长丝市场FDY68D的销量。而半弹“春亚纺”170T、190T产品由于库存量较大，市场上有略微提价的行情。喷水涤美丽、舒美绸的交易呈“量价平稳”态势。涤棉里料的走势在需求烘托和上游原料的涨势下，市场价格出现了上行态势，各规格均有0.02—0.03元/米上涨。

针织经编网眼的里料市场交易量回升，而且价格走势均呈上翘状态。提花类里料市场出货一般，其中一款阳离子提花里布订货者与日俱增，该产品经纬线采用阳离子FDY63D原料，密度为137×84；织物采用提花组织在喷水（双臂带龙头）织机上交织而成。织造工艺比同类型产品风格富有创意，布面立体感强，质地也略胜一筹。坯布经染色后，具有色牢度好、手感极佳等特点，适宜配制皮件装、高档箱包以及各类休闲服饰的里布。布面幅宽为150cm，现市场成交价在4.50元/米左右。据经营人士透露，阳离子提花里布以新赢得市场，预计后市销路会持续拓展，而且会推动阳离子FDY63D销量攀升。

从下游织造生产情况来看，按目前涤纶长丝价位测算里料织物微亏，里料产销率达100%以上，处在一种良好状态，目前的涤纶长丝价格下游织造环节难以接受，因此需要时间来消化，预计下周里料市场仍有“稳中微升”行情。

**面料行情：**本周，面料市场呈现出“量价微升”行情，主要体现在休闲高弹面料上，尤其是喷水的锦纶类塔丝隆市场成交呈上升之势。前期热销仿真丝面料，热销程度出现下降；而海岛的麂皮绒，在家纺面料需求的拉动下，近期市场上再展风采，其中，一款经向麂皮绒绣花销量节节攀升，该面料经线采用海岛复合丝105D，纬线采用涤纶DTY200D/96F，织物采用五枚组织结构在喷水织机上交织而成。坯布经预处理和染色后，再经电脑绣花采用有光人造丝线绣上胭脂花、小枝叶等图案，面料极富美感、色泽艳丽、不易褪色。

针织经编面料的短毛绒、不倒绒近来市场出货略有上升；圈绒、光丝绒、荧光布等也能走动。其中，“荧光标志布”目前产销两旺，不但国内市场畅销，而且有一定数量出口外销；而经编的金光绒、花点绒、仿棉绒等市场出

现滞销迹象。在该市场上“牛津布”规格品种多，在本周内粗弹丝牛津布普遍畅销，坯布染色后再经防水涂层等特色加工后，各行各业的需求量在增大，特别是箱包的需求增幅明显。中远期来看下半年防寒面料行情将有交易量放大的趋势。

从商务部盛泽指数可以看出，下游织造企业开机率保持震荡稳定。目前生产成本较高，使得利润较弱、订单有限，厂家生产积极性偏弱，故开机率回落至66.5%。本周市场接单气氛走低，贸易商囤货积极性也开始下降，因此坯布库存回升至35天左右。

## 化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数小幅下降，收盘于110.07点，与上周相比下降了1点。本周，国际油价先跌后涨，整体稍有回落。北京时间6月16日凌晨，美联储公布最新利率决议，将联邦基准利率上调75BP至1.5%—1.75%区间，这是1994年以来美联储单次最大幅度的加息，原油应声下跌，跌至两周内低位。但随后，美国宣布对伊朗能源行业实施新的制裁，国际原油期货价格在隔夜市场收涨。截至当天收盘，纽约商品交易所7月交货的轻质原油期货价格上涨2.28美元，收于每桶117.59美元，涨幅为1.98%。8月交货的伦敦布伦特原油期货价格上涨1.30美元，收于每桶119.81美元，涨幅为1.10%。

PTA方面，本周PTA价格直线下跌，目前PTA主流报价在7200—7300元/吨自提。由于国际油价下跌，PTA跟随国际原油下跌，加之下游织造行业买气下行，预计PTA市场或继续震荡走弱。

乙二醇方面，本周乙二醇价格走高，目前主流报价在5135—5180元/吨之间。PTA走低的情况下，大量资金进入乙二醇市场，带动了乙二醇价格，但乙二醇整体基本面偏弱，因此未来走势相对看空。

涤纶长丝方面，由于成本端暴跌，涤纶长丝跟随原料下落，然现金流亏损程度加重，在需求端没有强力支撑的情况下，涤纶长丝跟随成本波动。下游用户目前原料库存充足，刚需补货为主，涤纶长丝产销继续下降。

开工率方面，PTA平均开工率在69.4%，较上周上涨了2.1%；实时开工率在70%，实时有效开工率在78.4%。聚酯方面，聚酯平均负荷为84.5%，较上周回落0.5%。目前生产成本较高，使得利润较弱、订单有限，厂家生产积极性偏弱。近期织造开机率在66.5%左右。

产销方面，本周原油价格持续回落，前期厂家补仓过后买气不足，聚酯产销持续低迷，产销平均在3成左右。

库存方面，根据绸都网统计数据，现如今聚酯市场整体库存集中在26—29天；具体产品方面，POY库存至25—30天，FDY库存至20—26天，DTY库存则至24—26天。

## 蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上升，收盘于105.98点，与上周相比上升了0.25点。

本周高品质生丝整体价格有所升高，成交量良好。宏观上，国家统计局最新数据显示，5月份国民经济运行呈现恢复势头，预计到6月份逐步回归常态，并有一定的缓慢上升。**TA**

**Tex.com 中国绸都网**

指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：<http://index.168tex.com/> 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通同行 做生意  
扫二维码 立即下载纺织APP

# 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

(以上数据由基金会提供)