

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

2022.08.08 | 第29期 | 总第1085期



P08
送技术上门，为企业服务



P18
赋予土工建材产业
绿色、健康新格局



P10
探寻通往共同富裕的中国品牌发展之路

7月29日，2021中国纺织服装品牌大会在海宁举行。

P16
为稳定产业生态注入全新动力

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



纺织之光科技教育基金会 Textile Vision Science & Education Foundation

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

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

自1997年至今，科技教育公益活动支出超1亿元，对促进纺织科技教育事业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

社长 徐峰
总编辑 刘萍
副社长 葛江霞 刘嘉
社长助理 张尚南
副总编辑 袁春妹 万晗
高级顾问 胡晓玉

采编中心

主编 郭春花
主笔 郝杰
副主编 徐长杰
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 万晗(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

行政管理中心

总监 崔淑云
副总监 黄娜
办公室
主任 黄娜(兼)
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

广告发布登记通知书号: 京东工商广登字20170146号

出版单位: 《纺织服装周刊》杂志社有限公司

地址: 北京市东城区东四西大街46号院(100010)

定价: 每期人民币12元

日本合作媒体: 纤维News

印度合作媒体: Inside Fashion

欧洲合作媒体: Textile

台湾地区合作媒体: 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**
中国纺联党委召开 2022 年第七次中心组学习会
织梦非遗,“天才妈妈”设计共创计划走进贵州
27 个纺织服装品牌登上价值榜
双轮驱动发展,南山智尚上半年营收净利双增
- 08 **关注 Attention**
送技术上门,为企业服务
- 10 **特别报道 Special**
探寻通往共同富裕的中国品牌发展之路
- 12 **柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City**
数智成品 绿色新态
领跑功能性纺织品创新路
国家纺织面料馆首次开展研学游+职业初体验活动
“功能性产品开发与创新应用实战班”开讲
- 16 **盛泽专版 Shengze**
为稳定产业生态注入全新动力
- 18 **产业用 Industry**
推创新、强标准、拓应用,赋予土工建材产业绿色、健康新格局
- 20 **集群 Cluster**
兴城:泳动世界,打造泳装标准制定者和时尚风向标
- 22 **一线 Frontline**
科技创“星”布凡时尚
- 24 **观察 Observation**
强化文化自信才能被“标明出处”
- 25 **指数 Index**
夏日淡季营销续降 价格指数小幅下降
国际油价持续上涨 化纤指数小幅上升

每周随笔

研究技术的好时机

最近,笔者走访了福建的几家企业。了解到的情况是订单都有下降,只是程度不同而已。市场不好是客观事实,但企业的策略却是空前的一致,那就是在市场低谷时,进行技术提升。市场好的时候,大家都在忙着赶订单,无暇顾及其它。而当下,正是静下来研究技术的好时机。

这次走访是参加中国纺织工程学会组织高校专家走进企业的活动,旨在为企业解决技术难题。谈论的都是技术问题,但每家企业都是主要领导带领若干技术负责人或技术骨干参加交流。在泉州海天,总经理、技术中心副总、研发中心总监都在场;在祥华集团,执行总裁带领技术副总等多人参加交流;在华宝集团,总经理、技术负责人、多名分厂技术负责人一起座谈;在三六一度,总经理与研发中心负责人始终陪同介绍。企业的重视程度可见一斑。

采用什么工艺方案,使纯聚酯纤维的摇粒绒面料,在采用 GB/T 12703.1 和 12703.2 标准的检测条件下,其洗前洗后(10次或5次)的半衰期抗静电指标 $\leq 5s$,或电荷面密度 $< 7.0\mu C/m^2$?

如何使涤纶和锦纶交织的毛坏,在染整“双染”加工中,采用分散+酸性染料体系,能够稳定实现“牢度高”、“涤纶丝和尼龙丝上的颜色平顺”?

在传统的印花加工中,涤纶 DTY 长纤维造的毛巾结构的超细或克重较高(280g)品种,如出现色浆渗透性不良的异常,可从哪些方面着手改善?……

企业提出的技术问题非常专业和具体,尽管不会涉及什么高大上的理论,但都是在实际生产过程中遇到的,不解决就会对产品质量有着实质影响。专家们也都从各自的专业领域和知识积累给予详细解答,一时回答不了的,也承诺带回去再仔细研究。

对于企业来说,对新技术的渴望是显而易见的。能有这么多专家一起走进企业进行答疑解惑,让企业感到受益匪浅。有企业表示,企业的接触面相对比较窄,特别是不了解行业最新技术发展的状况,与专家面对面交流,能够解决实际技术问题,同时还能探讨产学研合作,非常有意义。有的企业知名度很高,但对当前某个领域的科技进步同样缺乏了解,特别是走访高校后,才发现原来有很多科技成果可以在企业应用,而这些成果又正是高校找不到应用场景的。

对于高校专家来讲,走进企业同样收获多多。了解了企业技术痛点和需求,这为未来科研方向提供了支持。对于年轻教师来讲,通过走进企业学习了纺纱、织造、染整、服装等各环节的工艺知识,走出学校的象牙塔,和企业一起成长,也是个很难得的学习机会。有专家表示,产学研用,用才是导向,科研要从企业需求出发才能发挥作用。

正如一位纺织院士对“产学研用”发表的看法:未来着力点还是以“需求”为导向,以“人才”为抓手,促进“研”和“学”围绕“用”发挥作用,加快产业高端化发展。

郭生

View point / 产经看点

7月份,制造业采购经理指数为49.0%,比上月下降1.2个百分点,位于临界点以下;非制造业商务活动指数和综合PMI产出指数分别为53.8%和52.5%,比上月下降0.9和1.6个百分点,连续两个月位于扩张区间。总体上看,我国经济景气水平有所回落,恢复基础尚需稳固。

——国家统计局

工业和信息化部、国家发展改革委、生态环境部近日联合印发《工业领域碳达峰实施方案》,提出到2025年,我国规模以上工业企业单位增加值能耗较2020年下降13.5%,重点行业二氧化碳排放强度明显下降。

——经济日报

数据显示,今年前7个月地方债发行规模达5.66万亿元。其中,剔除135亿元中小银行专项债后,新增专项债发行规模34540.13亿元。

——证券日报

中消协8月2日发布全国消协组织受理投诉情况统计,今年上半年,全国消协组织共受理消费者投诉551780件、同比增长5.71%,解决449786件、投诉解决率81.52%,为消费者挽回经济损失73863万元。

——新华社



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

中国纺联党委召开 2022 年第七次中心组学习会

7月25日，中国纺联党委召开中心组学习会，集体学习习近平总书记在新疆考察时的重要讲话精神、《习近平谈治国理政》第四卷、习近平总书记关于力戒形式主义、官僚主义的有关重要论述，研究部署中国纺联党委有关贯彻落实。中国纺联党委副书记、会长孙瑞哲，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华等领导班子成员，党委委员、纪委委员、各单位主要负责人，各基层党组织书记约50人参加了会议。会议由陈伟康主持。

会议集体学习了《习近平谈治国理政》第四卷部分内容。党委办公室主任邢冠蕾领读学习《心怀“国之大者”，切实把增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”落到行动上》等有关内容。

会议指出：《习近平谈治国理政》第四卷集中体现了习近平总书记对关系新时代党和国家事业发展的一系列重大理论和实践问题新的深邃思考和科学判断，集中展现了马克思主义中国化的最新成果，充分体现了我们党为推动构建人类命运共同体、共建美好世界做出的最新贡献。中国纺联全体党员干部要深刻领悟习近平总书记宏大的历史视野，牢记初心使命，对党忠诚、不负人民；要深刻领会“始终坚持人民至上”“共产党就是给人民办事的”坚定宣示和人民立场；要深刻领悟习近平总书记真挚的为民情怀，牢记纺织行业在步入“科技、时尚、绿色”由大到强的高质量发展时期矢志报国、不忘初心的家国情怀，在新时代为人民创造更加美好、和谐的幸福生活。

会上集体学习了习近平总书记在新疆考察时的重要讲话精神。会议指出：习近平总书记新疆重要讲话内涵丰富、思想深邃，对完整准确贯彻新时代党的治疆方略具有重要战略意义和现实指导意义，为做好涉疆各项工作提供了根本遵循，纺织行业要坚决落实党中央决策部署，紧密结合、准确贯彻新时代党的治疆方略，站在战略和全局高度认识新疆工作的重要性，从讲政治高度做好涉疆工作。

端小平通报了新疆工作开展的有关情况，就近期开展的新疆调研工作进行了介绍。

会上集体学习了习近平总书记关于力戒形式主义、官僚主义的有关重要论述。

会议指出：党的十八大以来，习近平总书记就力戒形式主义官僚主义作出一系列重要指示要求，党中央、国资委印发关于整治形式主义为基层减负专项工作机制的有关安排，充分体现了以习近平同志为核心的党中央整治形式主义官僚主义的鲜明态度和坚定决心。中国纺联全体党员干部要充分认识学习贯彻力戒形式主义、官僚主义重要指示精神，把力戒形式主义、官僚主义作为重要政治任务、常期任务，摆在突出位置，深刻认识形式主义官僚主义的实质和根源，自觉把思想和行动统一到党中央有关要求上来。

会上还开展了电视党课学习，集体观看了《党课开讲啦——伟大建党精神》视频，重温了坚持真理、坚守理想，践行初心、担当使命，不怕牺牲、英勇斗争，对党忠诚、不负人民的伟大建党精神。

陈伟康在会上通报了纺联各直属基层党组织关于庆祝中国共产党成立101周年开展的有关集体学习、主题党日活动的有关情况以及2022年上半年组织发展工作的情况，并提出工作要求。

孙瑞哲在总结讲话中指出：伟大建党精神是中国共产党的精神之源，是中国共产党团结带领中国人民进行一切奋斗、一切创造的精神动力，是中国共产党立党、兴党、强党的精神原点和思想基点，学习好、领悟好、践行好伟大建党精神，深刻领悟“两个确立”决定性意义，把增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”切实落到行动上。

孙瑞哲强调，中国纺联各基层党组织要积极组织全体党员深入学习领会习近平总书记在考察时的重要讲话精神，深刻把握其精神实质，深入贯彻落实到涉疆的行业工作中。各基层党组织要组织全体党员特别是党员领导干部认真通读《习近平谈治国理政》第四卷，把第四卷与前三卷作为一个整体，读原著学原文、悟原理知原义，深入学习领会《习近平谈治国理政》第四卷蕴含的丰富思想内涵，把学习成果转化为奋进新征程、建功新时代的工作举措和实际成效，推动纺织行业高质量发展的强大动力，以实际行动迎接党的二十大胜利召开。

孙瑞哲还就中国纺联近期的内部发展管理工作和行业工作通报了有关情况，提出了有关要求，强调各级领导干部必须树立大局观，提高政治站位，提升纪律意识，发挥好榜样的带头作用。(综编)

Scene / 现场

织梦非遗，“天才妈妈”设计共创计划走进贵州

为更好地巩固脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴战略，以《中共中央国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》中提出的“启动实施文化产业赋能乡村振兴计划”为指导思想，7月19—23日，中国妇女发展基金会“天才妈妈”项目在贵州省举办2022织梦非遗·“天才妈妈”公益探访活动。

“天才妈妈”项目组与中国纺织工业联合会传媒中心、北京751园区一同携手度兮、茧迹、BOTTLOOP抱朴等品牌企业的设计师、非遗传承专家及智慧城市综合开发专家、梦想工坊所在州市级妇联及非遗带头人等参加了此次公益探访活动。

“天才妈妈”项目的初衷是通过非物质文化遗产帮助女性在家乡就业，解决大山女性切实的就业需求。截至目前，“天才妈妈”公益项目已在全国建立了20家梦想工坊、3家非遗展示体验中心，覆盖蜡染、黎锦、木雕、刺绣等多种非遗手工艺，累计帮扶6500多名低收入女性居家就业，辐射带动6万人次受益。

为更好地打通非遗手工艺可持续发展的闭环，让妈妈们的工艺和供应链更有机地融合，本次公益探访团队专程深入剑河县绣绣&



“天才妈妈”项目希望通过非物质文化遗产帮助女性在家乡就业。

红绣、榕江县侗布和惠水县枫香染梦想工坊进行了调研考察。经过几天的现场交流学习，探访嘉宾们根据妈妈们在发展中遇到的难点、痛点以及未来发展规划的畅想，提出了针对性的解决方案。

未来，“天才妈妈”项目将不断创新升级，由原来的非遗保护机制向非遗品牌化战略发展，在保障产品品质的前提下，打造品牌核心竞争力，走出一条极具特色的“乡村振兴”高质量发展之路。(何劭)

Direct / 直击

2022 年中国 500 最具价值品牌榜揭晓

27 个纺织服装品牌登上价值榜

■ 本刊记者_郝杰

7月26日，世界品牌实验室（World Brand Lab）发布了2022年（第十九届）《中国500最具价值品牌》排行榜，共有来自食品饮料、建材、传媒、纺织服装、医药、机械等25个细分行业的品牌入选。从上榜品牌行业分布排名来看，纺织服装业以27个上榜品牌位居第七。

据世界品牌实验室介绍，根据入选品牌影响力范围大小，可按照全国性、世界性品牌进行划分。入选2022年《中国500最具价值品牌》的榜单中，具有全国范围内影响力的品牌有438个，占87.60%；具有世界性影响力的品牌有62个，所占比例为12.40%，具有世界影响力的品牌较去年有所增加，中国品牌在国际上的影响力逐年提高。上榜品牌的影响力分布与中国经济的双循环战略相一致，大部分中国品牌将扩大国内市场占有率作为主要目标，同时积极拓展海外市场。在纺织服装上榜品牌中，鄂尔多斯、恒力和魏桥被列入世界性品牌。

今年，鄂尔多斯品牌价值继续攀升，以1506.75亿元的品牌价值位列中国500最具价值品牌第51位，连续16年蝉联纺织服装行业第一。鄂尔多斯集团作为中国羊绒行业领导者、传承创新推动者，不仅为消费者提供了高品质的羊绒产品与服务，并且尊重自然，恢复草原生态和研发循环再生，关爱牧民、社群及员工的发展与福祉，始终秉持平衡生态环境与社会发展的理念，让来自美丽内蒙古草原的珍稀羊绒，成为更有温度、更有责任、更加有爱的羊绒。

恒力集团“恒力”品牌以1108.56亿元列“中国500最具价值品牌”第58位，已连续5年上榜，且实现逆势品牌价值和排位的双提升，较去年增值201.81亿元，排名提升了8位。恒力集团紧紧围绕“建世界一流

Company / 公司

双轮驱动发展，南山智尚上半年营收净利双增

日前，南山智尚披露2022年半年报，报告期内，南山智尚实现营业收入7.8亿元，同比增长18.6%，实现归属于上市公司股东的净利润6970.03万元，同比增加16.27%，实现公司纺织服装业务的健康稳定发展。

此外，南山智尚2021年新建的600吨超高分子量聚乙烯项目于报告期内进行设备调试后实现量产，并已于7月份正式销售。这是南山智尚在高分子材料领域迈出的第一步，项目投产运营将助力企业实现双翼腾飞，打破公司成长的天花板。同时，南山智尚拟发行可转债募资推进二期年产3000吨超高分子量聚乙烯新材料建设项目。

报告期内，公司把握外贸市场逐渐恢复、订单量增加以及国内精纺厂订单充足的市场时机，提升产业结构，提高高附加值产品品类，在立足国内市场的同时，优化出口产品结构，持续提升公司高端纺织服装品牌影响力，将公司品牌推向国际。

与此同时，南山智尚还加快推进技改项目实施，报告期内，公司通过云尚工厂工业化智能生产技术进一步提升，加快公司智能化工厂建设步伐，形成领先同行业的制造实力。

在持续完善传统毛纺服饰一体化主业的同时，近两年南山智尚基于对纤维材料多年技术积累优势，进军新纤维材料领域，大力建设推进超高分子量聚乙烯项目，以实现公司双轮驱动发展。(陈佳)

罗莱生活发布碳中和愿景，以绿色引领家纺行业可持续发展

8月1日，罗莱生活发布企业碳中和路线图，力争在2028年实现碳达峰，2050年实现碳中和。

罗莱生活于2021年12月加入了中国纺织工业联合会启动的“中国时尚品牌气候创新碳中和加速计划”（30·60碳中和加速计划），并加入“时尚气候创新2030行动”，同时向中国绿色碳汇基金会时尚气候创新专项基金捐赠50万元，并发挥企业的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低碳发展。

罗莱生活为更好地践行自身制定的“双碳”目标，将气候变化纳入战略考量，加强碳排放的相关数据管理。在稳步推进企业2028碳达峰目标的过程中，进行园区扩建、产量提增、工艺优化、自动化设备替代等，并进一步科学地建立起气候改革政策及管理制度，将低碳运营有序融入日常运营中，以期真正将长期的绿色可持续发展落到实处。从碳达峰迈向碳中和，罗莱生活将适时开展零碳产品及零碳工厂试点，并计划于2040年实现100%电气化，2050年实现100%绿电。

未来，罗莱生活将在倡导消费者的可持续生活方式方面开展更多行动，以不断深化可持续理念。秉持着“让人们享受健康、舒适、美的家居生活”的使命，罗莱生活将进一步从原料选用、产品设计、工艺创新等方面推进低碳生产，并在成为行业可持续发展楷模的同时，携手行业各方伙伴共同为实现国家双碳目标助力。(李默)

送技术上门，为企业服务

中国纺织工程学会组织专家走进福建纺企

本刊记者_郝杰

功能性面料如何保持抗静电耐久性？摇粒绒面料水洗后既保持色牢度指标又保持防水指标，应采用什么工艺？有哪些方便适用的无水染色技术？……纺织企业在生产过程中，总能碰到类似需要破解的难题。

7月29—31日，中国纺织工程学会组织业内多位纺织服装和染整领域专家走进福建企业，送技术上门，解决企业在生产中遇到的技术难题，为企业答疑解惑。

本次专家组由中国纺织工程学会秘书长助理周腊权带队，成员包括中国纺织工程学会常务理事、江南大学纺织服装学院院长付少海，大连工业大学纺织与材料工程学院教授郑来久、副教授郑环达，东华大学化学化工与生物工程学院教授闵洁，石狮市中纺学服装及配饰产业研究院院长蔡涛，西安工程大学服装学院讲师李昕等。

走访的企业有中国纺织工程学会特邀副理事长单位泉州海天材料科技股份有限公司、理事单位石狮市祥华集团有限公司，以及福建当地的中国纺织工业联合会检测中心泉州实验室、石狮市中纺学服装及配饰产业研究院、华宝集团、三六一度。

每到一家企业，专家们参观企业展厅，走进生产车间，与企业领导和技术人员进行座谈交流。周腊权介绍说，走访活动的目的就是加强学会与企业的联系，利用学会作为团结广大纺织科技工作者平台的优势，组织行业专家对企业在科研开发、技术攻关和生产实际中遇到的问题进行答疑解惑、技术交流，以此促进高校与企业间的产学研结合，打通高校科研机构高新技术研发和企业实际应用场景之间的连接，服务纺织行业科技进步。

送技术上门，受企业青睐

染整是石狮、晋江纺织服装产业的核心环节，近年来，受原材料价格上涨、淘汰落后产能、环保高压驱动和有序用电控制产能等影响，泉州印染行业面临巨大考验，要么转型升级，要么淘汰出局。

《涤纶织物“闪染”免水洗加工关键技术》科技成果是江南大学与合作伙伴联合研发的。该技术发明了“闪染”免水洗工艺，做到了涤纶织物免水洗染色，实现了从进布到出布只需8分钟，连续快速染色，节水、节能、减排效果显著，为印染行业清洁化、智能化生产提供了新思路和新方法。目前，该技术已经在合作伙伴公司稳定运行3年，取得了良好的社会效益和经济效益。



中纺学带领专家走进企业，交流行业新技术发展方向。郝杰/摄

泉州海天材料科技股份有限公司对这项无水染色技术非常感兴趣，公司总经理苏玉碧表示，生态环保、绿色可持续是公司产品开发的重点和方向，为了减少印染环节的水耗，公司一直在关注少用水新技术的进展。下一步，公司将组织人员实地考察技术使用效果。

《纺织辅料超临界 CO₂ 无水染色技术》是大连工业大学纺织与材料工程学院历经二十余年研发的科技成果，郑环达介绍说，该项研究利用工业排放 CO₂ 替代水介质在超临界状态下进行聚酯纤维辅料清洁化染色，全过程无水染色，实现了纺织辅料印花技术创新。目前已在衬布、鞋材、织带、纽扣等产品得到应用，取得良好经济效益和社会效益。

三六一度行政中心总经理侯朝辉说，公司在10年前就在关注无水染色技术，目前染色依然是企业生产中的瓶颈。随着国家双碳政策的实施，各地新投资产能越来越难获得新的排放指标，无水染色发展潜力巨大。如果能实现产业化，对于地方产业升级意义重大。下一步三六一度将与专家密切沟通，希望进行合作。

李昕在走访中介绍了有关碳足迹的研究成果，该成果聚焦纺织产业碳足迹、水足迹、化学品足迹核算、评价和应用方法。对此，三六一度很感兴趣，侯朝辉表示，双碳战略是未来企业发展的重要方向。晋江政府已经对企业提出了相关要求，公司愿意为此做示范应用，还希望能参加有关标准的制定。

闵洁介绍的《纺织品功能整理新技术》也受到了走访企业的高度关注。

公共服务平台成为服务集群典范

专家组还走访了中国纺联检测中心泉州实验室、国家纺织面料馆石狮馆、石狮市中纺学服装及配饰产业研究院。据石狮市中纺学服装及配饰产业研究院总监郑福尔介绍，为了服务产业集群，从2010年开始，中国纺织工业联合会和当地政府建立了泉州纺织服装产业综合公共服务平台。中国纺联检测中心泉州实验室、国家纺织面料馆石狮馆、中国纺织信息中心石狮分中心，中国纺织工程学会与石狮市政府合作建设的石狮市中纺学服装及配饰产业研究院相继建立，形成了“一馆一院两中心”的纺织服装产业综合公共服务平台。该平台成为在产业集群地设立的一个以企业为主体、市场为导向、产学研用相结合的纺织科技协同创新平台，发挥了行业的组织和人才优势，为地方产业和企业提供一站式技术研发和服务，促进技术成果转化为生产力，

服务地方经济建设。目前，这个国家级公共服务平台可以为企业产品研发、认证、推广、检测、检验、技术咨询、验厂、验货等各项服务。

中国纺织工程学会参与建立的“一馆一院两中心”泉州纺织服装产业综合公共服务平台，有力地支持了地方纺织服装企业转型升级，是一种有效的产学研融合的组织机制，作为新型研发组织，其经验得到中国科协的肯定和认可，多次在中国科协相关会议上进行专题报告和推广。

专家组与研究院座谈交流中，大家还就应用问题如何转化为科学问题，科学问题如何与技术问题对接，如何利用好资本放大器作用，人才培养模式等问题进行了探讨。

围绕科技、时尚、绿色，企业升级见成效

泉州海天材料科技股份有限公司是一家集针织面料研发、织造、染整、印花及成衣生产销售于一体的纺织服装高新技术企业，主要服务的客户有优衣库、迪卡侬、哥伦比亚、H&M、Nautica、安踏、李宁等。苏玉碧介绍说，海天产品有面料和成衣两个板块，在面料方面，除了传统摇粒绒外，近几年海天还专注于生物基、功能性面料的集成创新及持续性的延伸开发与应用。在成衣板块，海天产品以针织 POLO 衫、T 恤、卫衣、外套、瑜伽服、轻运动服等为主。至今已合作近百家国内外知名品牌，年产能超 600 万件（套）。以成熟的四针六线（无缝车）工艺为优势，大大提高了运动产品的舒适性。

专家组一行参观了公司时尚梦工厂展厅。近两年海天主要围绕“科技、时尚、绿色”及国内外流行趋势主题，结合企业“运动、户外、休闲”等特色，扩展“商务休闲、内衣、时尚梦工厂单品”等方面的面料，为品牌客户量身定制进行面料开发。展厅中各种吸湿速干系列、生物质绿色环保 (PTT) 系列、中空保暖系列、再生涤纶系列、高科技功能性（竹炭）系列、Socorna 生物质绿色环保 (PDT) 系列、超仿棉系列、高性能保暖系列、智绘时尚系列产品，展示了海天强大的开发能力。

交流中，双方还就功能性面料的抗静电、除异味、耐水洗、防水性等问题进行探讨。海天表示，面料企业最为关注上游纤维领域的新进展，以及染化料的新产品，前端的创新才能为后端的组合提供可能。同时，新研发的设备要有通用性，否则使用中风险很大。

石狮市祥华集团有限公司有4家印染企业，主要从事印染加工业务。在走访中，该公司副总裁邱文力介绍说，近两年受疫情影响，市场有所变化，但对公司影响并不大，这得益于公司在两个方面进行了调整，一是产品方面，原来做普通产品，现在做中高端，以前做涤纶短纤面料，现在还做氨纶产品。二是在环保方面，围绕“绿色高端、国内领先”目标，推出针织面料染整生产线技术改造项目，主要引进具有国内先进水平的高温染布机、开幅压水吸水机、定型烘干机、试色机和自动称料等染整设备。该项目落地后，无论是产品质量，还是技术工艺都得到大幅提高。

邱文力坦言，印染企业面临的困难是人工缺少，而在设备方面尽管有改进，但并没有明显减少人工，因此实现印染行业智能制造是企业的期盼。

石狮华宝集团主要从事运动、休闲、户外、童装面料的漂染业务，安踏、鸿星尔克、乔丹等多家知名品牌是其客户，安踏为今年北京冬奥



带着问题来，带着问题走，此次专家走访活动受到企业欢迎。

会赞助的羽绒服面料即由华宝提供。该公司总经理刘德芳说，华宝从染整起家，多年来不断在装备、工艺方面进行升级，并且在污水处理方面进行投资。公司建有独立的研发队伍，每年都有大量新品推出，在市场上有很强的竞争力。

华宝对环保可降解、防寒材料、抗紫外线、抗静电、防蚊虫等功能性问题，以及面料处理过程中出现的瑕疵等问题较为关注，并与专家进行了细致交流。

在三六一度，专家们走进创新研发中心大楼，参观了运动装备人因工学研究中心。中心内有篮球场、羽毛球场、草坪足球场、跑道，并配有各种运动数据采集、分析处理设备。侯朝辉说，近几年，公司不断加大在科研上的投入，并持续加强对产品的创新和升级，以更好地助力运动爱好者提升运动表现。下一步，公司将推进智能化工厂项目。

三六一度较为关注棉、涤纶、粘胶、锦纶等原料在运动产品中的作用发挥，注重吸湿快干、发热、凉感、防护、环保可回收等功能的实现。

渴望新技术，打通产学研瓶颈

企业对新技术有强烈的需求，高校有大量的科研成果却找不到用武之地，这是当前科技成果转化普遍遇到的问题，如何破解？此次走访中，校企之间进行了深入探讨。

邱文力说，作为加工企业往往受制于客户，自己没有话语权，客户的要求不断提高，有些超出生产工艺限制。但企业对相关标准并不了解，无法与客户进行有效沟通。企业对新技术信息相对迟滞，单个企业请专家不容易，此次学会组织专家团队给企业上门送技术是一个很好的方式。

一直以来，三六一度与国内很多高校和科研机构都有合作，但如何深化合作仍是难题。“我们去武汉纺织大学走访了一次，看到很多适用的技术成果，我们以前都不知道。”该公司服装材料中心技术总监田友如说，“学校有成果，但缺少应用场景，我们恰恰可以提供应用场景，这些技术成果对提升产品功能和品质作用很大。因此，校企要多交流，开拓思路，双方共同寻找可以落地的项目。”

付少海对此表示，希望企业到江南大学走走，学校在智能可穿戴、功能性面料方面做了很多研究，但缺少应用场景和资金。他建议，企业可以像聘请法律顾问一样，聘请高校专家作为科技顾问，科技顾问可以随时为企业提供开发思路和研究成果，同时科研机构也从企业需求中找到科研项目研究方向，成为企业和院校之间的对接人。

带着问题来，又带着问题走，此次专家走访活动收获满满。周腊权表示，“专家走进会员企业”是学会创设的一项品牌活动，作为国家级学会和服务纺织行业技术进步的科技社团，搭建“产学研”交流平台，服务国家创新体系建设是学会的职责，组织专家与企业面对面交流是学会服务企业最直接的方式，受到企业欢迎。今后将在日常会员服务中进一步收集、整理、分析会员企业的需求，进一步加大走访的频次，从学会专家数据库中，挑选不同领域的专家，走访各类企业，把服务企业落到实处，为行业科技创新和转型升级助力。□



专家组与企业领导和技术人员进行座谈交流。郝杰/摄

TIPS

中国纺织工程学会“专家走进会员企业”活动简介

组织纺织科技工作者开展科技创新，搭建“产学研”交流平台，促进纺织科技成果转化应用，为企业提供技术支持，是中国纺织工程学会的重要工作之一。

从2021年开始，中国纺织工程学会加强会员服务力度，分层次、分领域、按专业对会员单位进行有针对性的服务，并开展了中纺学高端研习班、技术骨干培训、专家走进会员企业等专题咨询服务活动，受到企业普遍欢迎。

其中，“专家走进会员企业”活动旨在深入服务会员企业，交流行业新技术发展动向，切实解决企业在实际生产过程中的疑难问题。

五大话题引发深思 十位掌舵人输出观点

近年来,创新驱动、文化强国、绿色时尚等成为纺织服装行业发展的关键词。大会期间,十位品牌掌舵人围绕“品牌发展的创新与引领”“科技创新的趋势与启示”“文化驱动的向往与行动”“绿色生态的责任与担当”“品牌价值的思考与实践”五大新时代前沿话题进行了观点分享。

绍兴市柯桥区委常委、中国轻纺城党工委书记袁笑文梳理了中国轻纺城激荡三十年的发展历程。中国轻纺城通过功能优化、对外开放、数字赋能和时尚引领,书写了壮大发展的历程。走市场化之路、坚守改革创新之道、发挥联动发展之力,打造了全球规模最大的纺织品集散中心;聚人气、提品牌、创机制,建立起纺织领域双循环枢纽;变革市场交易、运行和治理模式,打造了新型智慧市场;最后,通过建成一流时尚平台、高质量时尚产业、形成浓厚时尚氛围,成就了具有国际影响力的时尚策源地。

晨风集团创始人、晨风服装设计平台总负责人尹国新以晨风纺织服装创意设计平台发展为例,详细介绍了生产链、创意设计平台、自主品牌的建设情况,并从时尚可持续探索绿色产业链。一路走来,晨风主要在三个方面发力:一是品质品位,二是快速反应,三是效率优先。

华为UCD中心首席用户体验设计总监梁俊以“多感官联觉体验”为题,介绍了华为在全场景智慧生活体验方面的创新实验。他介绍道,品牌需要有调性,结合天性、人性、心性和物性的联觉,从而多维度打造产品,赋予其更高层次价值。

杰克股份战略与投资部总经理李国策以“智能制造 产业互联”为题,阐释制造是品牌可持续发展的根基。杰克通过管理中心,可以实现服装企业上下游生产数据自动采集,软件应用协同,产能订单协同,构建服装产业终端用户数字工厂建设;智联缝制车间可实现综合效率提升20%—35%;数据采集与指令下发,对工艺、品质、效率、设备有效管理。

时尚文化馆编辑总监,《小时代》系列、《翻译官》系列等50余部影视作品服装造型设计指导与艺术总监黄薇从文化赋能时尚的角度,以“官囍·龙凤呈祥”等典型主题文创系列为例,阐述如何从传统文化中创新演绎符合现代审美的设计作品,如何将非遗元素应用融入到时尚品牌。她表示,

非物质文化遗产是中华民族的文脉和精髓,保护和传承非遗是自觉,更是责任。

中国航天建设集团有限公司航天文创中心科普内容室主任王君毅为大会带来“中国航天文创IP运营探索”的主题演讲。他提到,利用新消费的方式去做营销,基于产品、品牌和多领域跨界合作,航天文创在不断探索更多跨界营销的新玩法。利用新形式能够让更多的人了解航天科技,让更多人仰望星空,激发年轻人探索创新热情。

中国纺织工业联合会社会责任办公室主任阎岩聚焦绿色规则、绿色消费、绿色资本,分享了中国纺织服装品牌的探索、实践与展望。中国纺织把握两个统筹,在生产环节中采用降碳技术,提升降碳量;同时倡导循环经济,不仅让材料创新,也强调循环使用。2021年,中国纺织启动了“30·60中国时尚品牌气候创新碳中和加速计划”。她建议,在“双碳”目标下,品牌要以战略主动促转型,在“早”和“快”中抢得先机;创新驱动促转型,在“新”和“好”上构筑优势;以协同共赢促转型,在“利”和“责”上找准平衡。

山东魏桥创业集团有限公司执行董事、副总经理,魏桥纺织股份有限公司副董事长张艳红以“践行绿色发展 彰显魏桥责任担当”为题,介绍了魏桥在能源结构、循环经济、装备升级、科技创新及协同合作方面的成果,并表示,魏桥将坚持科创引领,着力打造“创新魏桥”“绿色魏桥”,以系统观念推动企业绿色可持续发展,建设世界领先的百年制造企业。

生活在左品牌创始人、汇美集团执行董事林栖从品牌的社会责任角度,分享了时尚品牌如何输出更高价值。她表示,主动承担社会责任来完成品牌营销的使命,是品牌打造的更高阶段和最前沿手段。品牌未来的机会在于,保持文化特色的创新力、人才及供应基地的支撑、诉说故事的能力,以及三维销售平台的构建。

GRACE CHEN 品牌创始人、瑰丝陈时装设计(上海)有限公司CEO陈野槐分享了中国设计师品牌探索之路。创意引领性时尚品牌的关键要素在于:产品体现创新、营销体现专业性、设计表达中国时尚的精神气质。通过全方位高水准的服务打造具有品质的设计,传递出自强气质的东方美学,以深度个性化服务满足消费者多元化需求。TA



会议期间发布了“纺织服装创意设计试点、示范园区(平台)”名单。



中国纺织授予浙江省海宁市“中国纺织产业共同富裕示范区”称号。



大会发布了《2021年中国纺织服装品牌发展报告》《纺织服装品牌建设中的科技力量》两大主题报告。

探寻通往共同富裕的中国品牌发展之路

2021中国纺织服装品牌大会在海宁举行

■ 本刊记者_万晗

7月29日,2021中国纺织服装品牌大会围绕“品牌引领 价值创造——通往共同富裕的中国品牌发展之路”这一主题,邀请国家有关部门、行业协会、优势品牌代表,商业领袖和专家学者等逾400人相聚浙江海宁,共同探寻通往共同富裕的中国品牌发展之路。会议线上同步直播关注度突破5.3万人次。

国际纺织制造商联合会主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲,中国纺织工业联合会副会长、品牌工作办公室主任杨兆华,工信部消费品工业司一级巡视员曹学军,工信部工业企业品牌培育专家组组长周宏宁,中共海宁市委书记曹国良,海宁市人民政府副市长王一鸣,中国工程院院士、武汉纺织大学校长徐卫林等领导嘉宾出席会议。中国纺织品牌工作办公室副主任屈飞主持会议。

本次大会由中国纺织工业联合会、海宁市人民政府主办,中国纺织工业联合会品牌工作办公室、海宁市时尚产业中心承办。

行业高端视点 指明品牌未来方向

2021中国纺织服装品牌大会为中国纺织服装品牌发展,提供了非常有力的观点交流平台。

曹国良致辞说,海宁的时尚产业既有厚实的发展底蕴,更有积极向未来的信心和拼劲。一直以来,海宁始终牢记习近平总书记的殷切嘱托,以时不我待、只争朝夕的干劲,以向涛而立、猛进如潮的精神,以勇立潮头、勇当表率的气魄,积极激活传统产业新优势,全力打

造时尚产业高质量发展新引擎,已经形成集皮革、纺织、经编、服装、袜业等五大产业于一体的“大时尚产业”发展格局。

曹学军在致辞中表示,疫情背景加速了纺织服装行业的变革,数字设计、数字营销、智慧供应链应用更加活跃。从线上线下的打通,到私域、社交、直播等新兴电商模式的激活,从传统纺织服装企业触网,到新兴品类、新兴品牌崛起,从交易形成大数据到数据挖掘推动定制化柔性生产,品牌发展也迎来了新阶段。她对于推动纺织行业实施好“三品”行动提出三点建议:一是加强产业链协同合作,提升产业链现代化水平;二是强化数字技术应用,提升品牌运营质量效率;三是增强文化自信,提升品牌国际影响力。

孙瑞哲肯定了品牌的重要地位和作用,品牌构筑生态、提升价值、凝聚共识,品牌高质量发展是行业高质量发展的重要标志;从市场变化、理念引领、体系变革三个维度,剖析了品牌建设迎来的最好历史时期;同时,就未来如何把握时代机遇、以品牌建设引领价值创造提出了三点建议:一是以科技和文化夯实品牌根基,塑造内在价值;二是以数字和责任丰富品牌内涵,塑造未来价值;三是开放和共享提升品牌张力,塑造生态价值。

两大权威发布 展现中国品牌发展硕果

品牌是供给侧与需求侧的结合体,是企业乃至国民经济综合竞争力的重要体现,加快品

牌发展是贯彻落实新发展理念,推进供给侧结构性改革的重要抓手,是培育经济发展新动能的重要途径。

多年来,中国纺织始终将品牌工作放在至关重要的位置,于2011年成立品牌工作办公室,致力于品牌战略规划研究与实施、品牌培育与推广,助推纺织服装品牌建设能力提升。大会同期,《2021年中国纺织服装品牌发展报告》《纺织服装品牌建设中的科技力量》两大主题重磅发布。

《中国纺织服装品牌发展报告》自2012年开始首发,该报告中梳理新特点,把脉新态势,展望新趋势,已成为行业品牌发展的风向标与重要工作指南。

杨兆华在大会现场发布了《2021年中国纺织服装品牌发展报告》。报告显示,在民族复兴大计打开更广阔的品牌市场空间、国内消费市场韧性继续显现、国货国潮受到广泛关注、营商环境持续向好等因素作用下,品牌发展的机遇环境更加利好。品牌运营迎来深度调整,呈现出一系列新面貌、新趋势,中国文化支撑当代时尚,科技创新铸强中国力量,责任发展点亮中国态度,创意园区促进提质增效。行业发展需借力数字技术,提升产业制造效率与品质、推动产业打造优势品牌、打造产业数字化平台,进一步实现“三品”战略目标。

生活在如此美好的时代,我们必须坚决捍卫今天来之不易的美好生活,努力实现中华民族伟大复兴“中国梦”。根本靠什么?就要靠经济社会的发展,特别是综合国力的提升,而综

合国力很大程度上取决于国家科技水平,科技水平反映了一个国家发展的整体水平。

徐卫林讲解了《纺织服装品牌建设中的科技力量》,梳理了代表性新型纤维材料的优异性能,提出纤维创新与性能的挖掘是促进品牌建设的基础;提炼了科技创新在纺织服装品牌中的典型应用,提出功能创新与特色建设是促进品牌建设的重要抓手;以智能穿戴纺织服装产品在运动、医疗保健、军事、发热保暖等生产、生活、生命领域的运用为例,提出纺织品服装在功能演进过程中,遮体避寒是基本要求,时尚美观是现实动力,大健康将是服装未来的使命。

会上,工信部发布了第五批“纺织服装创意设计试点园区(平台)”名单,首批“纺织服装创意设计示范园区(平台)”名单,以及通过复核的试点园区(平台)名单。自2016年工业和信息化部开展纺织服装创意设计园区(平台)试点示范工作以来,截至目前,共53家园区(平台)入围试点,9家园区(平台)入围示范。

中国纺织发布了“2022中国纺织服装品牌竞争力优势企业”名单,共57家企业入围,品牌价值合计达1.4万亿元;同时,授予浙江省海宁市“中国纺织产业共同富裕示范区”称号。





本届展会展现了前沿的新材料、新面料和新工艺，传达出行业良性发展的讯号。

数智成品 绿色新常态

2022 第十届绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺(墙布)展览会盛大举行

■ 本刊记者_ 邬莹颖

如今，纺织行业机遇与挑战并存，众多纺企奋力前行。纺织人在不断研发新品、拓展渠道、塑造品牌之时，发现“科技、时尚、绿色”早已悄然成为提升企业竞争力，助推产业升级的核心动力。

8月1—3日，2022 第十届绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺(墙布)展览会在绍兴国际会展中心(新馆)盛大举行。作为2022 下半年国内首个专业窗帘布艺行业线下展，本届展会以“数智成品·绿色新常态”为主题，对窗帘布艺企业开拓市场、重焕活力、提振信心起到至关重要的作用。根据现场门禁系统统计，3天共计吸引采购商客22856人次。

作为新品首发、商贸首选的全功能平台，本届柯桥窗帘布艺展充分发挥平台优势，从满足企业需求出发，集中力量打造高品质展会，筛选优质品牌企业参展、精准邀约优质买家和观众到会参观采购，紧扣当前形势，进一步凸显商贸平台功能，发布行业趋势和前沿设计，努力为行业企业疫后恢复发展蓄能赋能，呈现后疫情时代下家纺产业的高质量发展之路。

展会由中国家用纺织品行业协会、绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办，绍兴市柯桥区中国轻纺城窗帘布艺协会承办，浙江萤火虫会展有限公司执行，绍兴市柯桥区

区工商业联合会、绍兴市柯桥区会展业发展中心、网上轻纺城、全球纺织网、绍兴市柯桥区温岭商会支持。

现场设展位1200个，展览面积达1.8万平方米，特设墙布展示区、成品帘加工展示区、电商平台孵化区及展会直播间，帮助企业优化新的渠道模式，借助新媒体平台，引入数字化流量经济，实现多平台流量叠加，助力参展企业实现客户流量最大化。

展会首日，中国家用纺织品行业协会副会长兼秘书长吴永茜，柯桥区委常委、中国轻纺城党工委书记袁笑文和相关部门、单位负责人及来自全国各地的家纺行业协会代表、企业负责人出席了本次展览会。

小家居、大融合 创新引领行业自信向前

近年来，随着窗帘布艺市场的不断充实和完善，消费者对家纺产品的需求不断多元化，仅仅外形美观已远不能满

足消费者挑选产品的高标准、严要求，新材料、高科技元素的运用，成为今年窗帘布艺产业的一大流行趋势。随之，科技化、时尚化、绿色化产品应运而生，产品结构已由过去的“经济实用型”向“功能性、装饰性、保健性、环保性”多元化方向转化。

本届展会还展现了前沿的新材料、新面料和新工艺，在展现产品特色及品牌创新的同时，也传达出行业良性发展的讯号及一个疫情下锐意进取的行业生态圈。

展会期间，与会领导一行先后走访了意盛豪庭、军胜纺织、红山玉、昌达布业等柯桥知名窗帘布艺企业展位。在嘉禾尚品展位，公司负责人孙德华介绍，嘉禾尚品主营各类中高端窗纱，此次共带来1000多款展品，其中还有应后疫情市场研发的“粒子健康科技”产品、100%全亚麻高端产品等，也呼应了本次展会主题“数智成品·绿色新常态”。孙德华表示，“像今年法式风、小清新风的产品非常受欢迎。”记者在该公司展位看到，这类产品以白纱为主，装饰各类珍珠、花边，十分复古浪漫。

此外，好时光、众茂·赢帘、伊方布业等也纷纷带来了全新产品，领导一行就产品创新、成品帘深化、上下游互动等方面给出专业意见。

不难看出，柯桥窗帘布艺展以强大的新品首发功能，助力行业的复苏与发展，集中展示行业前沿的新设计、新工艺、新技术和新理念，引领行业在后疫情时代加速转型升级，助力企业创新产品研发，更好满足市场不断升级的消费需求。

高品质、数字化 整合行业资源系统发展

数字会展时代已然到来，近年来，窗帘布艺展不断深化展会数字化功能，以线上展和线下展双轮驱动模式，助力行业向线上发展，帮助参展企业拓宽渠道，捕获更多、更广的商机。

本届展会邀请窗帘行业直播专家刘中欣为众茂·赢帘、军胜纺织、昌达布业、好时光、凤舞华庭、港色阳光纱业、朗圣纱业、凡尚纱业、新天意、兴迪纺织等30余家参展企业线下巡馆直播，带领线上客商“云逛展”，扩大展会影响力，增强参展企业曝光度，带动和刺激窗帘布艺市场消费。同时，通过线上线下联动的展览方式，使国内、海外同频共振，让不能到场的客商、采购商，利用云展会观展，达成商贸合作。

浪博轩家纺自几年前就开始尝试直播拓客，据负责人李雅文介绍，公司主做溜金雕印等绒类窗帘产品，主攻中高端市场，但因为自产自销，所以在价格上又比同类公司占有优势。“直播不是

“本届窗帘布艺展以‘数智成品·绿色新常态’为主题，对企业开拓市场、重焕活力、提振信心起到至关重要的作用。”



心血来潮的事，还是需要我们花精力、花心思去做好产品，研究客户群需求。这次也十分高兴展会能给我们提供这样好的展示机会。”

“这次我们带来了今年很流行的侘寂风产品，年轻消费者可以多关注一下我们的直播互动，我们的产品在面料功能性等方面有一定优势。”在军胜纺织展位，负责人刘胜男熟练地介绍起自家产品。“其实也不光是我们，直播或者做小视频如今已经成为柯桥家纺企业的常态，这也是我们一直会坚持下去的事情。”

强信心、树品牌 大舞台承载大梦想

柯桥窗帘布艺展发展到如今已经是第十届，已经从原先单纯的窗帘布艺产品，实现了家纺、家居的全面布局，参展企业和产品种类呈现出多元化样貌。于行业企业而言，展会已经不仅仅是单纯的商贸对接平台，而是可提供一站式服务及消费方案的资源整合平台。

在视英台纺织展位，总经理楼飞午向领导一行介绍公司的发展近况。他表示，随着后疫情时代消费需求的转变以及年轻消费者的个性化需求，在保证产品质量和服务的基础上，自己的经营理念在近几年也发生转变。“我们在满足客户零售、批发、加工、定制、跨界服务等需求上，越来越注重树品牌、讲故事。在疫情反复的当下，今年业绩已经达到了去年同期80%，实属不易，也让我对下半年的发展充满信心。”

武梦丽是一位来自河南许昌的采购商，她在当地开了一家窗帘布艺专营店，“这是我第一次来柯桥窗帘布艺展采购，这次也是特地过来的。之前本身也一直和柯桥企业有合作，这次刚好有机会过来实地参观学习，对我来说这是一次难得机会，相信接下来我们和柯桥的合作会更紧密。”

此次，本届柯桥窗帘布艺展利用丰富的现场活动，更好地服务于参展商、服务于行业。展会期间举办了“数智成品·绿色新常态产业链发展论坛”“成品时代软装流量发展论坛”“整案软装产业培训基地揭牌仪式”“品牌主题分享”“行业导师独家分享”“网红巡馆直播”等多项配套活动，对中国轻纺城窗帘布艺的现状和未来进行全面梳理和深入解读，力求实现产学研结合、产业共融的局面，进一步打响“柯桥窗帘布艺”区域品牌，于企业、行业而言，新的发展契机也随之涌现。

大舞台承载大梦想。作为柯桥窗帘布艺区域品牌建设代表的窗帘布艺展，其成功举办对于产业有着不容忽视的作用。与此同时，它也见证着整个柯桥乃至行业蓬勃发展的历程，见证着企业一路走来的汗水与微笑。从窗帘布艺产品到成品帘打造、直播助力、品牌建设、跨界合作等，柯桥窗帘布艺展倡导的每一个理念对企业如同航标灯，更引领着行业的前进步伐。而本届展会奉行的“数智成品·绿色新常态”主题，将为企业、行业树立新的风向标，为打造现代化“国际纺都、杭绍星城”提供不懈助力。TA



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



打造新时期 国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台，您将获取更多资讯。

“圆梦三十年 最美纺城人”系列报道 ⑩

领跑功能性纺织品创新路

访浙江尚正纺织科技有限公司总经理舒灵龙

■ 林晨莉 / 文 赵国玲 / 摄



礼赞纺城 30 周年

我认为，整个柯桥纺织业未来的发展方向，在于纺织品的产品质量和附加值的提升。

——舒灵龙

20 世纪 90 年代以来，中国轻纺城迎来送往了一批又一批戮力奋斗的创业者，浙江尚正纺织科技有限公司总经理舒灵龙便是其中之一。

舒灵龙带领尚正纺织以“功能性”“可持续”构建起独特的产品力，依靠多年来不间断地产品升级，创造了丰硕的科技创新成果和可观的业绩增长，以极具市场价值、创新实力、绿色环保的产品先后赢得了国内外多家知名服装品牌的青睐，2020 年更是成功入选全国纺织行业首批“专精特新”中小企业培育库和中国纺织服装行业年度精锐榜“十大可持续发展榜样”。

调研学习，纺织行业大有可为

舒灵龙是浙江台州人，2005 年来到绍兴求学，就读于某高校电工专业。初出茅庐的舒灵龙对创业抱有极大的热情，还没毕业就曾赶赴台州、义乌、诸暨等地开展实习、调研。

一次，舒灵龙在乡邻口中听闻“中国轻纺城是一个创业宝地”，便萌生了到轻纺城实地调研的念头。他辗转来到当时的北市场，从一位同乡口中得知“作为关乎吃穿住行的产业，纺织行业大有可为”，这是他第一次对“纺织”产生了好奇。

回校后，舒灵龙潜心钻研，通过自学，他对纺织行业建立了系统认知，并且对纺织新材料产生了浓厚兴趣。

万事开头难，毕业后刚进入纺织行业的舒灵龙，从业之旅并非一帆风顺，还一度在产品品质上栽过跟头。他吸取失败经验并痛下决心：一定要诚信做事，把产品品质做到位。2012 年，他重新创立公司，并组建了外贸团队，取名“尚正纺织”——崇尚正义，以体现其在所有公司事务上的诚实与真诚。

为何选择摇粒绒作为出口贸易的主打产品？

舒灵龙告诉记者，这源于一位台湾客户的大力举荐。事实上，摇粒绒是一款不可多得的好“面料”。产品风格简约，摇粒面蓬松柔软

不易起球，反面的组织纹理清晰、弹性良好，是防风保暖的绝佳选择，在场景上很好地契合了运动人士对面料轻薄、速干、保暖的需求，是户外运动者的绝佳伙伴。

摇粒绒的价格也很亲民，很多服装品牌都对它喜爱有加，多方考虑下，舒灵龙最终决定专注于研发和生产中高端摇粒绒。

瞄准细分市场，功能面料打开销路

2014 年，功能面料仍是一个新领域。在场景应用的多元化和个性化趋势下，国外市场掀起一股功能运动面料的热潮。舒灵龙结合市场需求和自己的研发方向，瞄准软壳面料等新型运动面料市场，开始在功能性领域尝试创新。

功夫不负有心人，功能性产品的推出在海外反响热烈。由此，尚正纺织的功能性面料外销之路得以迅速打开。令舒灵龙记忆犹新的是，曾有国外客户提出让尚正纺织为其开发一款能够瞬时提高保暖性的面料，该面料将用于牧马人座下的“马鞍”。经过长期的研发和测试，尚正纺织的摇粒绒在“吸光发热”性能上已达到行业领先水平。

近年来，尚正纺织仍在逐年加大针对“功能性”新材料的研发力度，每年在创新研发上的投入逾百万元；成立了专属新材料实验室，以此保证公司在功能性面料领域的领先地位；与高校保持密切合作，大力研发功能性应用新材料。此外，在团队建设方面，尚正纺织为快速提升团队专业素养，每周三都会对员工进行新产品的分享和技能提升。

在团队的通力合作下，2022 年尚正纺织的销量依然保持着稳健的前进步调。通过不断创新，公司的功能性面料库实现极大丰富，诸如凉感、石墨烯、再生环保、阻燃、护肤保健、能量、恒温、防蚊虫等系列的功能性面料，得到了海外中高端市场的认可。

发力内销市场，低碳环保助力未来

低碳环保是纺织品未来发展的主旋律。舒灵龙意识到，国内市场慢慢开始对新材料、可持续面料、绿色环保概念产品心生向往，市场需要更多的低碳环保产品来打开新思路。

为此，尚正纺织开始筹备拓展国内市场。尚正纺织将拓展内销市场的主打产品定位于功能性摇粒绒系列，力求以高端、专业的精品现货服务国内服装企业。

“在功能性和可持续面料领域，我们的价格更有优势，出货速度很快。”舒灵龙介绍，以舒灵龙同名产品“舒灵绒”为例，该产品目前已经注册产品商标，产品集合了发热、抗菌、抗静电、抗疲劳、低碳环保（无水）等功能于一身，在供货上力图保证 5—7 天交货，同时价格仍保持摇粒绒产品一贯的亲民特质，专供童装家居服、校服等领域使用。

行而不辍，未来可期。尚正纺织在创立初期，就确定了可持续发展的绿色发展愿景，并立志成为轻纺城纺织行业在环保功能领域的领先者。

“包括公司功能性面料和可持续系列在内，我们十年来一直在做的，就是不停升级产品。”舒灵龙认为，在可预见的未来，中国轻纺城的面料品质和产品附加值将实现质的提升。创业在柯桥，成长在轻纺城，尚正纺织将继续以创新为第一生产力，加大功能性、可持续面料的研发生产，以效率变革、创新变革为中国轻纺城的高质量发展注入动力。[TA]

Focus / 聚焦

国家纺织面料馆首次开展研学游 + 职业初体验活动

■ 本刊记者_ 郭莹颖 文 / 摄

“大家请走过来，这台仪器能够帮助检验工程师更精准地了解面料缩水率……”近日，在专业讲解师的带领下，元培中学新初二(2)班学生作为首批“织”行少年来到国家纺织面料馆，学习纺织供应链及纺织品检测相关知识。这也是国家纺织面料馆首次开展研学游 + 职业初体验活动，让学生们通过参观学习、体验活动等方式，亲身感受家乡纺织产业的蓬勃生命力。

在国家纺织面料馆纺织科普研学基地长廊，学生们第一次脱离课本，触摸纱线、面料，对纺织行业有了更具象的认知。从衣着起源开始了解，到纤维的展示、纱线的认知、织机的发展、染色的方式，全方位了解一块布料孕育的全过程。

除传统纺织科普之外，馆内还陈列了多种“黑科技”面料，比如温变、光变面料。学生们使用紫外线光照“光变”面料，面料花纹立即由紫变蓝；再使用手掌挤压“温变”面料，面料花纹遇热消失。功能性的“黑科技”面料颠覆了学生们对传统纺织的印象，大大激发了对纺织行业的兴趣。

此外，馆内还开展了非遗文化手工扎染体验活动，并让学生们在实验室根据自己的兴趣进行分组，分别在成分、化学、物理、羽绒等检测实验室开展工作，体验检测工程师的日常工作，感受纺织行业严谨专业的一面。

国家纺织面料馆副总经理沈殷表示，纺织产业如今已经是创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业和责任导向的绿色产业，柯桥纺织在



活动现场。

全国乃至全球纺织产业中的地位不言而喻。希望通过本次“职业初体验”纺织科普研学游活动，让学生们走出校园，迈入社会，通过了解和体验柯桥的支柱产业，认可家乡的特色产业，引导学生逐步形成正确的价值观，清晰未来职业规划，培养优秀品格，提高关键能力，帮助学生在人生的关键时刻“扣好第一颗扣子”，切身获得职业初体验。

后期，国家纺织面料馆“职业初体验”纺织科普研学游活动将持续开展，为下一代更好地认识纺织行业、引导职业规划出力。

“功能性产品开发与创新应用实战班”开讲

近日，柯桥天天时尚——时尚交流活动之“功能性产品开发与创新应用实战班”在中国轻纺城国际面料采购中心火热开讲。本次活动以“功能性”为切入点，对功能性纺织产品市场趋势、消费者痛点、产品开发方向、环保纤维创新应用等维度进行了深度解读。

活动由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办，中国轻纺城创意产业服务中心、中国轻纺城国际面料采购中心等承办。吸进了来自绍兴炫颜纺织品有限公司、绍兴市聚嘉纺织品有限公司、绍兴丰旺纺织品有限公司、绍兴典韵纺织品有限公司、绍兴凯明纺织品有限公司等近 60 余位代表参加。

三位面料产品开发专家围绕功能性产品市场趋势、产品设计、材料应用展开主题分享，帮助中国轻纺城商户企业明晰功能性面料产品的开发方向和产品附加值提升的创新之道。

从冬奥会的成功举办到神舟十四号载人航天飞船的成功发射，从医疗防护到消防救灾……功能性纺织产品不仅在医疗卫生、安全防护、环境保护、基础设施建设等民生产业方面发挥着重要作用，也是航空航天、国防军工等国家战略安全的重要支撑，功能性纺织产品的开发与应用已成为中国纺织服装产业的大势所趋。此次活动的举办，使柯桥面料企业对功能性产品的创新应用有了更全面的认知，创新思路的同时也拓宽了产品开发路径。(郭莹颖)

2022 “布满全球”孔雀云展——秋冬时尚女装面料专场举行

7 月 20—23 日，2022 “布满全球”孔雀云展——秋冬时尚女装面料专场活动成功举行。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、全球纺织网承办。三天展期内，50 余家参展商共展出 1000 余款秋冬时尚女装运动面料，展会访问量超 100 万人次，直播场次达 59 次，索样近百次。

时尚需提前，潮流需预判，秋冬女装开始进入准备阶段，本次秋冬时尚女装面料专场活动应季而来。为进一步提升云展效果，轻纺城集团在总结回顾上期存在问题的基础上，对“孔雀云展”平台系统进行了优化升级。此次展会新增了视频介绍功能，展商可自行上传拍摄好的面料视频，视频能更直观地展示面料细节，解决了文字和图片无法详细展示面料的问题，吸引了更多的采购商咨询。

美其服饰以快时尚面料为主，每个月推出千余款花型。负责人黄晓燕表示，“全民直播时代，我们不能落下，这次参展是好的契机。”澳穗纺织此次参展准备了 12 种产品，包括新款火山岩面料，火山岩成分能让面料自发热，同时保持良好的排湿性，在线下市场很受欢迎。为了让客户真切地感受到面料材质、手感，公司准备了充足的样品，后续会免费寄样给有需要的客户。

轻纺城集团通过自主搭建的“孔雀云展”平台，使得此次云展交易更加便捷顺畅，也为经营户线上销售开辟新渠道，为采购双方提供了新商机。据悉，“孔雀云展”平台与全球纺织网 APP 无缝衔接，功能集面料展示、在线询盘、自主直播、多方群聊（视频）、发布采购、精准匹配、在线引流、资源分享于一体，多维度提供沉浸式服务，轻纺城集团目前已通过该平台成功举办多场云展。(郭莹颖)



孙瑞哲、唐晓东、贾荣林、徐卫林、沈春荣、韩平、邵峰共同启动 2022 盛泽时尚周。

为稳定产业生态注入全新动力

2022 盛泽时尚周圆满举行

本刊记者_刘嘉 通讯员_潘振宇

为期三天的 2022 盛泽时尚周，以“丝韵东方·时尚盛泽”为主题，以“线上+线下”的方式，呈现 17 场时尚发布秀、4 场云直播、3 场峰会论坛、2 场专业赛事，以及线上云展会和线下对接会，融汇产业实力、市场活动与城市魅力于一体，为疫情下稳定产业生态，注入信心、底气、动力。

7 月 26—29 日，2022 盛泽时尚周在吴江盛泽圆满举行。本届盛泽时尚周继续采用“线上+线下”方式。线下，以时尚秀演为主，由 3 名金顶奖设计师、5 名十佳时装设计师、5 名本土独立设计师、6 名法国设计师、18 家本土品牌和 4 家定制品牌联袂上演时尚大秀。线上，以精品展销为主，超 300 家企业通过云展会和云直播展示近万款产品。

三天时间里，嘉宾云集，熠熠生辉。国际纺织制造商联合会主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中国纺织工业联合会副会长徐迎新、陈大鹏，江苏省纺织工业协会会长韩平，上海时尚产业发展中心理事长邵峰，中国工程院院士、武汉纺织大学校长徐卫林，北京服装学院院长贾荣林，苏州市领导唐晓东，吴江区委领导徐晓枫、盛红明、李斌、沈春荣、倪绍徐、戴丹、李卫珍、李红、沈向东，以及盛泽镇领导徐惠林、张建华、吴伟红、赵菊观、钟永林等出席活动。

本手+妙手 生产、生活、生态相融共生

经过 2 年多的沉淀积累，盛泽时尚周锋芒初现。

孙瑞哲评价说，盛泽时尚周的举办，不仅是疫情下稳定产业生态、促进产业平稳健康发展的有益探索，更是融入国

内统一大市场、国内国际双循环的创新实践，是盛泽纺织创新发展的又一次展现与升华。

孙瑞哲表示，着眼未来，希望盛泽纺织实现新飞跃，建立新功勋。一是求真务实，坚持稳中有进。围绕创高端、补短板、寻新机，增强硬实力，补齐产业短板，锻造发展长板，打造以先进功能纤维为核心的新的千亿级产业。二是守正创新，推动数智转型。围绕上云、用数、赋智，提升巧实力。以工业互联网平台服务型制造助推智慧柔性供应链，探索数字模式创新和业态创新。三是独树一帜，提升品牌价值。围绕大师、大牌、大事塑造软实力，强化本地企业自主品牌影响力，以独具区域特色、符号风格的文化赋能品牌生态。四是立意高远，推动责任发展。围绕以人为本、绿色发展、公平竞争，强化责任感，提高就业带动能力，维护市场秩序，建立绿色低碳循环的产业体系。

近年来，盛泽镇以千亿级产业集群、千亿级专业市场、千亿级龙头企业的“本手”筑基，以时尚赋能、品牌赋新、数字赋智的“妙手”加持，借着长三角一体化发展和大运河文化带建设国家战略的东风，加速城市更新和产业转型升级。

本届盛泽时尚周还集中举行了一系列仪式活动，如中国

时尚指数联合发布启动仪式、吴江高新区（盛泽镇）与北京服装学院战略合作签约仪式、2022 盛泽丝绸旅游文化节启动仪式、2022 中华杯·时尚盛泽数字艺术应用设计大赛启动仪式、2022 第五届中国生态环保面料设计大赛启动仪式，这些举措无一不昭示着盛泽大力探索生产、生活、生态相融共生之路，全力谱写一体化高质量发展新篇章的决心与行动。

原产+原创 擦亮“时尚之都 美丽盛泽”名片

一场场精彩绝伦的走秀，引领推动盛泽向着时尚之都加速前行。本届时尚周，盛泽本土 18 家品牌、4 家高级定制品牌、6 家国际品牌，携手 3 名金顶奖设计师、5 名全国十佳时装设计师、6 名法国设计师，立足盛泽原产原创优质面料，融汇时尚创意设计，以潮流款型引领行业发展，擦亮“时尚之都 美丽盛泽”名片。

7 月 28 日晚，“丝路绸都·时尚之夜”在盛泽的地标性生态公园——潜龙渠华丽上演，这是盛泽时尚周首次尝试户外大秀，时尚秀演与城市自然美景的相映成趣，展示了美丽盛泽“产城商、农文旅”的融合发展方案。

首次参加秀演的欧梦尼亚负责人王志良说，以往他们一直专注于面料的研发与生产，看到盛泽时尚周的宣传力度和效应越来越好，还能帮助企业撮合与金顶、十佳等设计师的合作，就第一时间报名参加。

盛亚荣是盛泽首位中国十佳时装设计师，也是新旗艺品牌设计总监。在他的设计中，中国传统文化、服饰工艺无处不在，旗袍盘扣、手工包边、强烈的色彩，甚至耳环、项链等配饰常常成为点睛之笔。本届时尚周秀演聚焦“茧源”主题，以桑树为媒，以蚕茧为介，26 款改良女装、礼服、套装等成衣系列，更加鲜明运用盘扣饰品、手工抽褶等传统符号，演绎时尚丝绸文化，继续用“一根蚕丝”讲述自己的品牌故事。

作为时尚周的常客，吴江紫晶花纺织公司借此获得了大量面料创新灵感和活力。总经理周建春感慨说，时尚周见证了紫晶花的设计之路，通过与时尚大咖、业界精英学习交流，有更多时尚元素融入到新的设计中。本届时尚周联合中国十佳时装设计师孙德春推出“运动时装发布会”，围绕运动、防寒、轻护卫三大主题，30 套服装全都采用可再生可降解的盛泽面料，倡导环保低碳新时尚。



设计峰会、高峰论坛等重磅活动为盛泽添动能、增动力。

线上+线下 为转型升级添动能、增动力

纺织产业是盛泽的“根”与“魂”。盛泽镇砥砺前行，打造了“从一滴油到一匹布”“从一根丝到一个品牌”的完整纺织产业链，形成了千亿级产业集群、千亿级市场和千亿级企业齐头并进的良好态势。拥有恒力、盛虹两家“世界 500 强”企业，全镇拥有工商贸市场主体超 2 万家，年产纺织品超 130 亿米，纺丝能力 320 万吨，纺纱能力近 20 万吨。

本届盛泽时尚周上，“秀、展、赛、会、商”五大板块互动，商业氛围更浓。超 300 家企业通过云展会和云直播推出近万款产品，一批最新工艺技术、低碳绿色面料等，充分展示了我国纺织服装产业转型升级新成果。

第二届中国设计峰会、2022 国际先进功能性纤维时尚可持续高峰论坛、第五届中国服装定制高峰论坛等重磅活动在本届盛泽时尚周期间轮番上演，来自业界的专家学者、企业家围绕可持续时尚、设计突围、数字化升级、产业链协同等热点交锋碰撞，为盛泽添动能、增动力。

“云直播”依托腾讯视频、抖音号、东方云、POP 课堂等四个平台，分为“话东方”CHINA SILK、“现未来”功能科技面料、“女人美”女装时尚面料、“可持续”再生环保面料 4 个主题，每个主题 6 家企业，邀请全国时尚大咖、业界专家走进企业展厅，与企业人士轻松对话，推介面料商品，并且给出应用建议。

精彩永不止步，时尚永不落幕。本届盛泽时尚周将时尚资源与纺织产业深度融合，创意设计与原创面料深度联动，推动了产业实力、市场活力、小镇魅力的相融共聚，让江南韵、小镇美、现代化相得益彰。

奋楫三载结硕果，继往开来再扬帆，“时尚之都、美丽盛泽”的新篇章值得期待。TA



一场场精彩绝伦的走秀，引领推动盛泽向着时尚之都加速前行。

时尚之都
美丽盛泽



会议现场。

推创新、强标准、拓应用，赋予土工建材产业绿色、健康新格局

中产协土工建筑材料分会第三届二次理事扩大会议召开

本刊记者_李亚静

7月26日，中国产业用纺织品行业协会（以下简称“中产协”）土工建筑材料分会第三届二次理事扩大会议暨第六届土工建筑工程设计创新论坛在山东德州召开。此次会议由中产协和德州市人民政府主办，中产协土工建筑材料分会和陵城区人民政府承办，天鼎丰控股有限公司和光山白鲨针布有限公司协办。

中国纺织工业联合会副会长李陵申，中国工程院院士孙晋良，中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅，中产协土工建筑材料分会会长聂松林，德州市人大常委会党组副书记、副主任，德州市特色轻工纺织产业链链长景文新，德州市副市长、陵城区委书记田晨光等领导嘉宾，以及中国社会科学院、交通运输部、国家化学建筑材料测试中心、北京建筑大学、天津大学等专家学者，土工建筑材料行业产业链的企事业单位、科研院所代表共同在线上参会。

宏观展望 坚定信心、淬炼匠心

李陵申为土工建筑材料行业未来发展提出四点建议：一是坚定“提升科技创新能力，加强关键技术突破”的信心。二是砥砺“提升产品品质，优化供给服务体系”的初心。三是淬炼“数字化、智能化转型，赋能全产业链新业态”的匠心。四是树立“绿色制造推动行业可持续发展”的恒心。

李陵申表示，随着“无限替代”的梦想成真和产业用纺织品在更多未知应用领域的拓展，未来行业将在科技的跨界融合和应用的深入发展中实现产业的价值重塑，并从根本上改变产业生态，为行业注入更深远意义的时代注解。希望行业骨干企业弘扬奋进文化，肩负引领责任，拓展创新应用，培育集成优势，共同赋予土工建筑材料产业绿色低碳、健康有序的高质量发展格局。

孙晋良以视频形式对大会的召开表示祝贺，并表示，近年来土工建筑材料行业一直保持稳中向上的快速发展趋势。我国正在构建的国内、国际双循环相互促进新发展格局，为产业链上下游提供了广阔的国内外市场。创新是行业高质量发展的核心驱动力，行业应进一步加强共性基础研究，完善多层次科技创新体系，以创新赋能行业发展，通过结构调整和差异化发展，提升自身竞争力，让产品稳步提升、工程质量不断提高、应用领域不断拓展，为美丽中国建设贡献新的力量。

景文新在致辞中表示，纺织产业是德州的优势传统产业，产业集群发展迅速，形成了比较完整的产业链，拥有规模以上纺织企业181家。其中，产业用纺织品规模以上企业31家，包括宏祥新材料、天鼎丰非织造布等一批行业优势企业。景文新介绍，对特色轻工纺织产业，按照“特色做特、传统做新、集群做大、龙头做强”的总体思路，精准打通供应链堵点、断点，畅通产业循环、市场循环，推动大中小企业、内外贸配套协作，各环节协同发展，不断推动产业提档升级、做优做强。

发布报告 助力行业多元化转型

聂松林在分会2021年度工作报告中提到，2021年，我国土工建筑材料在交通基础设施领域的应用占比为35%，在水利水电领域的应用占比为31%，在环保领域的应用占比为13%，在其他领域的应用占比为21%。由此可见，土工建筑材料应用行业的多元化为其自身持续快速发展提供了基础。一年来，分会在中产协指导下，从开展行业调研、深入统计分析、加强技术交流、强化标准建设、拓展跨界对接、广泛宣传推广等多方面服务会员、服务行业，完成各项工作。

据预测，近五年中国土工建筑材料行业市场规模年复合增长率约为13.75%，到2025年中国土工建筑材料行业市场规模近800亿元。聂松林强调，土工建筑材料行业亟需深入研讨可持续工程和绿色工程，可持续工程更多关注耐久性，绿色工程更多聚焦生态与环境，两者相近但有所不同。行业企业应该加大研发和生产，推动土工建筑材料在环境、资源、防灾和生态领域的应用，致力于环境友好、满足子孙后代需求，提供更高质、高效的产品和设计方案，更好实现人类与自然和谐共处。

“创新是行业高质量发展的核心驱动力，行业应进一步加强共性基础研究，完善多层次科技创新体系，以创新赋能行业发展，让产品稳步提升、工程质量不断提高、应用领域不断拓展。”

签约合作 推动区域产业高质量发展

田晨光介绍，土工合成材料已成为陵城区的优势主导产业，目前，全区从事土工材料生产经营的企业达300余家，从业人员超1.5万。近年来陵城区高度重视土工合成材料产业的发展，加大政策支持，强化服务保障，持续推动产业转型升级、高质量发展。产业集群发展呈现“产品品种齐全，市场占有率高；工艺设备先进，科技含量高；企业配套协作，产业链条完整；集群发展迅速，骨干带动明显”四大特点。未来，陵城区将紧紧围绕打造全国闻名的土工合成材料生产基地这一目标，全力实施“11152”工程，努力为中国土工合成材料行业发展贡献陵城力量。

会议期间还举行了区域品牌培育、投资建设、科研创新以及应用拓展的多项合作签约，此次签约对于推进区域产业发展意义重大。在适度超前建设的要求下，中国正在迎来新一轮强劲的基建投资周期，土工建筑材料行业服务于国家建设，正蓄势待发。

落实“十四五”明确行业未来发展路径

李桂梅作了题为“2022年产业用纺织品行业现状和高质量发展方向”的主旨报告，从当前产业用纺织品行业运行现状、产业用纺织品行业高质量发展解读、土工建筑用纺织品行业高质量发展建议三个方面进行了阐述和解读。

针对土工建筑用纺织品行业的高质量发展，李桂梅给出建议：推动行业创新能力建设。积极参与“国家先进技术纺织品创新中心”的筹建，加强产品的研发和推广，着力企业梯度培育等工作。

加强标准体系协同建设。推进上下游标准协同，加快重点领域标准体系研究和重点标准制修订。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。

积极引导行业绿色发展。探索产业绿色创新发展新模式、新路径，推动转型升级绿色发展，营造绿色创新发展生态。逐步开展绿色企业、绿色园区、绿色供应链，以及能源管理体系、碳足迹、碳核查等研究和试点示范工作。

推动智能化数字化转型。土工建筑用纺织品企业要通过引入先进装备和信息技术提高产品质量，降低生产能耗；积极引入信息化管理软件，提高运营效率；有条件的大型企业推动智能工厂建设，突破企业内部和上下游之间的数字壁垒，实现多平台互联互通。

拓宽跨领域应用市场。积极开拓基础设施建设和房地产市场，关注老旧建筑修复和补强、环境工程和生态修复、海洋工程、“一带一路”沿线市场等。



会上举行了区域品牌培育、投资建设等多项合作签约。

创新论坛 推创新、强标准、拓应用

国际土工合成材料学会（IGS）前主席 Daniele Cazzuffi 以视频形式作了题为“聚焦土工合成材料与环境关系的最新国际进展”的报告。他谈到，研究表明，与传统的建筑替代技术相比，土工合成材料提供了巨大的环境效益。在土工合成材料很多重要的应用中，二氧化碳的排放量平均减少高达75%，甚至可以达到88%。同时，土工合成材料是耐久使用的最佳典范之一，通常会取代生命周期不确定的材料。基于土工合成材料提供的良好成本及收益平衡，因此需要不断减少其负面影响。

中国社科院经济所研究员、中国社科院大学教授王宏森以“全球化退潮中的‘滞’与‘涨’”为题，分析了当前国内外宏观经济形势。在稳经济大盘的组合政策带动下，下半年中国经济有望企稳回稳而转向复苏增长。《十四五规划纲要》中明确了国内基建的“风口”，包括新基建工程、交通、能源、水网、新型城镇化等领域是投资的重点，也是新一代基建投资提质增效的重大契机，新基建为老基建赋能，新老基建融合发展的新局面将进一步打开。

天鼎丰控股有限公司董事长向锋在会上介绍，天鼎丰旗下拥有4家全资子公司，在山东德州、安徽滁州、湖南常德共建有4处生产基地。公司拥有40余条全球领先的“一步法”聚酯纺粘针刺胎基布生产线。主营业务涉及防水卷材聚酯胎基布、高强粗旦聚丙烯土工布、高性能非织造土工合成材料等多个领域，非织造布年生产能力达25万吨。天鼎丰技术总监刘冲介绍了高强粗旦聚丙烯纺粘针刺土工布的性能优势及其应用情况。聚丙烯纺粘针刺土工布项目被国家科技部列为“九五”攻关项目，2017年该项目实现重大突破，通过攻克关键技术难点，投资2.0亿元，建成万吨级生产线1条，在国内首次实现了高强粗旦聚丙烯纺粘针刺土工布产业化生产。

光山白鲨针布有限公司董事长张永钢在分享中说，白鲨建厂六十年来，从转制时期产值不足百万元，到2021年产值近5亿。由单一生产弹花齿条逐渐成长为纺织行业提供一千多个品种的梳理针布器材的专业公司。白鲨针布毛无纺梳理技术部部长任太平作了题为“金属针布在土工合成材料中的梳理应用”的报告。当前，客户对网面均匀度、生产效率、针布使用寿命等需求要求越来越高，新型“境泉”工艺应用生产的针布本身的特点和优势十分适合这种需求。

交通运输部公路科学研究院研究员周兴业以“聚合物短切纤维制品在沥青路面建养工程中的研究和应用”为题进行了分享。结合实验数据、案例分析，周兴业介绍到，聚合物纤维应用于沥青路面可充分挖掘纤维材料的潜能，下一步应扩大纤维在交通基础设施中应用规模；相关技术对于促进纤维产业链延伸，提高纤维材料在道路新建和养护领域的应用水平，最终实现路面服务能力和耐久性的提升，具有重要意义。

重庆市智翔铺道技术工程有限公司研究员、首席专家王民作了题为“浇注式沥青混合料加劲技术研究与应用”的报告。分别介绍了浇注式沥青混合料的应用现状，浇注式沥青混合料加劲技术，试验段及工程应用情况，目前遇到的问题与挑战。该项技术还将继续研究混合料的温度敏感、控制成本、有效提升承载能力等方面。

国家化学建筑材料测试中心主任者东梅就土工合成材料现有的标准体系、国内外标准的现状进行了介绍，并对土工合成材料标准体系建设提出建议：国内土工合成材料在行业标准化工作方面，完成标准体系框架设计；尽快完成老旧标准的修订工作；开展国内国际对标工作，开展缺失试验标准的研究和制定工作；开展新产品标准研究与制定工作；积极参与标准化工作，上下游协调一致，国内和国际一致。

天津大学副教授刘景锦以“软土地基改进真空预压技术研究进展及应用”为题进行了分享。我国沿海地区、沿河地带以及内陆的沿湖地带分布着大量的淤泥质软土地层，存在“三高两低”的工程特性，因此明确软土地基工程特性，探究地基加固处理新技术非常必要。

北京建筑大学副校长李俊奇作视频报告，对水环境治理视角下的土工织物渗透性能研究应用情况进行了梳理。据介绍，土工织物的选用除了外部环境条件外，还要考虑渗透能力、耐久性、孔径、抗拉力、耐穿力、吸水率、介电常数等自身因素。对透水铺装结构中有砂层时，加铺土工布可缓解中砂流失堵塞铺装内部结构，有利于透水铺装更持久地排水。TA

“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 19

兴城：泳动世界， 打造泳装标准制定者和时尚风向标

本刊记者 武筱婷

有人说，全球每销售4件泳装，其中就有1件产自葫芦岛兴城市，这话不假。

兴城市作为我国三大泳装基地之一，是辽宁葫芦岛全力打造的特色产业。2010年9月，葫芦岛兴城市被中国纺织工业联合会、中国服装协会授予“中国泳装名城”称号，成为这座城市一张靓丽的名片。

近年来，辽宁省各级政府对兴城泳装产业的建设与发展高度重视，提出要将兴城泳装打造成泳装标准的制定者和泳装发展的风向标，建成世界泳装之都。

据悉，葫芦岛和兴城市先后出台多项支持泳装产业发展的政策意见，实施支持泳装产业发展专项扶持资金，启动泳装产业指数发布，组织召开泳装产业发展论坛，邀请国内行业、高校、创新创业企业专家，对行业现状及未来发展新优势、研发设计和品牌创建、产业基金建立等方面展开深入研讨。



兴城通过发布产业指数、与高校共建产业基地、入驻电商平台，全力推动泳装产业发展。

依托产业基础，构建新商业体系

2019年，中纺资产管理有限公司组织中国纺织建设规划院编写《葫芦岛兴城泳装产业发展三年行动方案(2019-2021)》。三年来，在政府的大力推动下，兴城泳装发展取得一定的成效。

据统计，截至2021年末，兴城地区泳装企业共登记市场主体4828户，其中生产企业有1659户，规模以上企业15户，实现年均产量1.7亿件(套)，从业人员6万余人；拥有成熟稳定的销售渠道，产品远销俄、美、韩、东南亚等140多个国家和地区，占国际市场份额的25%以上，占国内市场近40%，占网上泳装出货量的80%；线上网店3万余家，覆盖了阿里巴巴、京东、唯品会、亚马逊等国内外互联网销售平台，年网上销售额可达40亿元。

自2011年至今，兴城共连续举办十一届国际泳装沙滩博览会和九届国际泳装展。自2020年新冠肺炎疫情爆发以来，兴城市政府创新发展举办中国国际泳装线上云展，取得了较好效果，为在不可抗拒条件下举办大型博览会提供了经验和做法。

“中国·兴城泳装产业指数”是中国泳装第一个产业指数，通过对标本企业的筛选、数据采集和分析的基础上编制发布中国兴城泳装指数，2019—2021年共发布12期指数，为政府掌握产业发展状况、制定产业政策、引导产业发展提供了科学依据，也为泳装生产企业及市场各方提供信息咨询服务，帮助他们提高经营决策的科学性，引领泳装产业发展趋势和时尚潮流。

此外，兴城还拥有生产和研发运营专业化基地。研发中心与北京服装学院合作，创建了北服产业园。斯达威产业园以深耕国际市场为主，创建了辽宁省仅有的2个综合型工业互联网5G二级节点之一。英华产业园以品牌运营为主，主要是搭建国际化泳装平台孵化品牌，拥有成熟的电商运营体系。泳装电商随着泳装产业发展不断壮大，兴城泳装销售网店已达3万家，A型保税仓建设完成，17个海外仓投入运营。

众多知名品牌汇聚，亦是兴城的产业优势。兴城泳装产业集群目前已经形成了泳装、瑜伽服、沙滩装、骑行服及面辅料配件等轻运动系列产品，注册商标达1325个，其中全国驰名商标3个、辽宁省名牌产品10个、辽宁省著名商标28个。“蝶姿”、“凯迪龙”、“波尼士”等品牌已经在意、法、俄、韩等国注册。

在全国泳装电子商务销售中，兴城出货占80%，阿里巴巴、京东、唯品会、亚马逊、eBay、Wish等国内外电商平台实现了销售全覆盖。2021年，抖音平台授权葫芦岛电商直播基地并更名为“葫芦岛抖音电商直播基地”，目前入驻90余家企业。汇集带货主播1000人、产品2万种，成为集优势产品和物流配送、集网红培养和带货主播、集新媒体资源和大数据整合于一体，全国知名的直播、短视频经济总部，实现“买全国、卖全国”的新商业体系。



加强平台建设，激发转型活力

长期以来，兴城市政府高度重视泳装产业发展，持续加大对泳装企业的扶持和支持力度，积极推动公共服务平台项目建设，不断完善服务功能，深化产品研发，延伸产业链。

例如，借助英华“小城品牌园”大数据分析平台推进泳装品牌孵化，积极做好兴城泳装地域品牌的创意策划和宣传，逐步将葫芦岛兴城建设成全国泳装品牌孵化中心。辽宁英华纺织服饰集团有限公司于2019年8月开始建设“小城品牌园”，该项目2019年8月动工，一期主要采用自运营模式，将全产业链引入其中，同时引进国际、国内知名品牌入驻。目前，已与西班牙4个品牌和国内10余个品牌洽谈，小城品牌园已进入试运营阶段。

斯达威泳装超级产业园于2019年投入使用，集泳装设计、生产、仓储、销售、人才培养于一体，为多业态全产业链的现代化泳装产业共生平台，秉承兴城泳装的规模优势、分工优势、纯集聚优势，进一步整合零散泳装势力，为泳装产业全新赋能，为众多中小企业搭建好平台，彰显“小企业、大群体”的规模效应，同时实现产业的转型升级，进一步完善产业链条向上、向下发展，形成全闭环的产业大集群。

由12家泳装骨干企业自发组织、建设的兴城环外泳装产业园，坚持走生态化、差异化、特色化、集约化、品牌化、智慧化发展道路。该产业园于2020年投入使用，呈现出良好发展态势。

值得一提的是，兴城市的快速、有序发展，背后同样有行业协会作为支撑。在葫芦岛、兴城两级政府的推动下，在中国服装协会、辽宁省纺织服装协会的关心下，2011年3月兴城市泳装行业协会成立。按照“上情下达、下情上达、互通有无、约束自律”的原则，兴城市泳装行业协会很好发挥了桥梁和纽带作用，加强企业之间、企业和政府之间的沟通和交流，极大促进了泳装产业的转型升级。

2019年至今，兴城市泳装行业协会先后举办2020、2021中国国际泳装展(云展)、2021葫芦岛市首届泳装行业制版师大赛、2021海外买手线上采洽会、意大利艾莉兹圆点花型工作室线上贸易对接会、智能化服装设备展示推广区富山新品推介会等500余场商贸对接、推介活动。

兴城市泳装行业协会与辽宁省运动户外纺织服装产业联盟、丹东市纺织服装协会共同承办2021年丹东·葫芦岛纺织服装行业首场对接会；组织兴城两级政府领导和行业企业前往上海、海宁、杭州、丹东等地考察18次；接待国家、省、市及各相关部门和国内外客商调研考察65次、500余人；召开座谈会55次，召开培训48场、1765人次，培训课程涵盖抖音直播、国内电商、跨境电商、泳装打版、机械设备维修、服装设计等。截至目前，行业协会协助泳装企业共计提交外观专利申请1288件，下发授权通知书827件。



兴城市政府积极推动公共服务平台项目建设。



兴城通过优化布局和调整产品结构，使泳装占有更大市场份额。

突破三大瓶颈，将自主创新作为重中之重

从长远来看，兴城市泳装集群仍存在较大发展空间，三大问题有待突破。

一是产业集群的产业链不完善。存在泳装生产企业的简单集聚，基本上属于横向联系的产业集群，产业链上下游不完善，尤其是上游产业链，集群效益发挥不够。生产环节衔接不紧密，产业链过短，没有形成有利于集群发展的专业化分工协作体系和竞争合作机制。如纺织织造等原材料及成品、印染等不能满足兴城泳装产业发展。

二是科技创新能力不强，缺乏可持续发展能力。产业集群内绝大多数企业缺乏创新动力和能力，集群内多为中小微型企业，进行创新需要投入大量成本，还具有很大的风险性，集群内泳装企业为规避风险不愿开展自主创新。同时泳装企业多为劳动密集型产业，缺乏研究、开发、设计等创新人才，独立研发能力不强，绝大部分泳装企业成为了代加工厂。

三是智能制造转型意识不强。企业仍以劳动密集型工业模式为主，智能制造意识不强，劳动力需求较大，企业无数字化智能化改造认识，而招工难又成为了企业发展的瓶颈，智能制造转型迫在眉睫。

针对以上三大问题，兴城市政府提出三条应对措施：

一是吸引上游企业入驻兴城。集群整治，优化产业布局。通过“依法退出一批，整合升级一批，培育壮大一批”，实现家庭作坊式生产向专业化生产转变。通过提供技术改造、金融扶持、供应链整合等措施，对作坊式加工企业提升，打造多个泳装智能制造融合示范园区，集工业厂房、仓储物流、孵化中心、库房及基本设施于一体的泳装产业园区。

引导企业调整产品结构。结合兴城市泳装企业自身能力及市场情况，引导泳装企业紧跟时尚，根据流行色、流行款式、流行面料等不断调整产品结构，注重服装产品科技含量、文化内涵的提升；追求高档化、品牌化的服装品位；追求时尚化、个性化的服装款式；采用新奇化、多样化的服装面料；达到高安全性能、高环保的服装质量。

兴城通过优化布局和调整产品结构，使泳装产销在市场占有更大的份额，进一步提升兴城泳装在全国的知名度，吸引域外上下游企业入驻。

二是增强企业科技创新能力，推进泳装持续发展。引导企业走“高新技术”和“专精特新”发展之路。鼓励泳装企业加强产学研合作和自主创新，研发专精特新产品，应用专精特新技术，提升产品档次和品质，提高产品知名度和市场影响力，增强企业竞争力和整体素质。

通过培育一批“专精特新”和“高新技术”中小企业，引导泳装企业专注核心业务，聚焦细分领域，加大研发投入，提升专业化生产、服务和协作配套能力，提高企业市场占有率和专业化水平，增强中小企业与大企业融通创新、协同发展能力。

三是推进泳装企业提质升级。按照辽宁省“数字辽宁，智造强省”的总体方针，加快推进兴城泳装智能化、数字化改造。依托斯达威集团旗下兴标壹网络科技有限公司，建设并运营国家工业互联网标识解析综合型二级节点(葫芦岛)的优势，以标识科技为支撑，以设计创新为引领，着力打造“原创、时尚、智造、绿色”数字化泳装产业集群。不断加快市场转型、产业升级和供应链创意，从品质升级、产业链整合、数字化转型、新零售模式等方向着手，带领兴城泳装品牌、商企和传统专业市场寻找新方向、构建新未来。TA



关注面料之星
 俱乐部公众号，
 了解更详细

科技创“星” 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纺织企业参评产品。

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。

绿色发展，源头先行。本期推广的面料均采用了兰精零碳天丝™品牌纤维。据悉，零碳天丝™纤维获得了可持续性全球权威标准认证，保证了零碳纤维的透明度和可追溯性。其已在内衣、外衣、牛仔、家纺等细分领域和众多知名服装、家纺品牌中实现了广泛应用。

杭州新生印染有限公司



面料名称：零碳莫代尔涤四面弹
原料成分：M(true carbon zero)54%、P42%、SP4%
产品特点：经纱使用新生定制纱线科腾丝，棉感，弹性大，回复性好，纬纱使用兰精零碳莫代尔，环保亲肤。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：零碳莫代尔涤纬弹
原料成分：M(true carbon zero)65%、T31%、SP4%
产品特点：以绿色环保可降解的零碳纤维为原料，单起平纹为基础组织进行织造。采用弹性纤维的包缠加工技术，提高织物表面平整度，赋予面料优良弹性。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服

东莞永愉针织有限公司



面料名称：高针罗纹
原料成分：莫代尔 79%、氨纶 21%
产品特点：采用高针高密针织大圆机，使用 120 支超细莫代尔与 30D 氨纶交织，手感柔软，经纬向开度及回复性好。布面平整，抑制面料卷边和绞线，可做自由裁。
应用领域：男装、内衣、家居服



面料名称：超细绒双面布
原料成分：莫代尔 59%、尼龙 34%、氨纶 7%
产品特点：采用高针高密针织大圆机，使用 80 支超细莫代尔与 40D 功能尼龙交织，手感软绵，布面光洁细腻，超细绒感，具有抗菌远紫外线功能，可做异形裁。
应用领域：男装、休闲装

广东兆天纺织科技有限公司



面料名称：或多或少
原料成分：棉 32.40%、莱赛尔纤维 32.30%、聚酯纤维 29.30%、氨纶 6.00%
产品特点：经典的抽坑罗纹结构。莱赛尔为兰精零碳系列，对环境友好。手感挺、滑，布面高弹，体感舒适。
应用领域：女装、休闲装、内衣、家居服



面料名称：曾几何时
原料成分：莫代尔 60.80%、聚酯纤维 33.00%、氨纶 6.20%
产品特点：经典的几何叠加图案。莫代尔为兰精零碳系列，对环境友好。手感轻柔，布面高弹，体感舒适。
应用领域：女装、休闲装、内衣、家居服

浙江松井纺织有限公司



面料名称：莫代尔粗斜纹针织
原料成分：零碳莫代尔 57%、涤纶 39%、氨纶 4%
产品特点：吸湿透气，手感轻柔细腻。零碳助力时尚，可生物降解面料，弹力十足。
应用领域：女装、休闲装



面料名称：莫代尔轻薄针织面料
原料成分：零碳莫代尔 69%、涤纶 31%
产品特点：手感柔软，吸湿透气，细腻轻柔。零碳助力时尚，可生物降解面料，弹力十足。
应用领域：女装

诸城裕民针织有限公司



面料名称：中国红
原料成分：腈纶羊毛保暖双面
产品特点：40S 腈纶莫代尔羊毛，28 针高针设备织布。双面烫毛，腈纶羊毛保暖舒适。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：小熊猫
原料成分：MODAL46%、COTTON46%、Pu8%
产品特点：40S 棉 50× 零碳莫代尔 50，布面光洁。零碳莫代尔生态环保，且面料挺括有骨。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装

亚东(常州)科技有限公司



面料名称：减碳科技复古骑兵斜
原料成分：LYOCELL32%、C68%
产品特点：零碳原料环保，同时赋予产品内涵和深度。纹理清晰干练的骑兵斜纹肌理感，经典且中性的外观，使该面料适用性广泛，可塑性极强。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装



面料名称：减碳科技现代格子布
原料成分：LYOCELL64%、C33%、SP3%
产品特点：零碳原料响应环保方针。户外工装的经典格子肌理搭配天丝的质感，使面料保留了传承感，更有了都市感和高级感。面料柔韧挺括，可塑性极强。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装

中山民展纺织有限公司

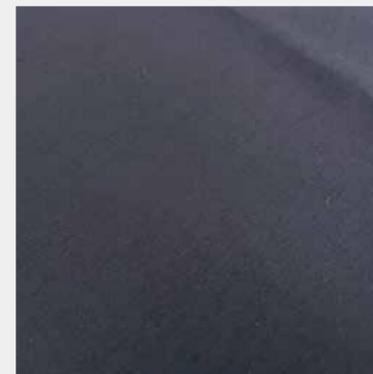


面料名称：液氨莫代尔、棉细柔弹性卫衣
原料成分：莫代尔 48%、棉 47%、氨纶 5%
产品特点：采用兰精零碳莫代尔和精梳棉混纺纤维，搭配氨纶，紧密织造的一款厚实弹力罗马路布。布面紧致细腻，布纹清晰，经液氨冷冻整理，面料色泽鲜艳，蓬松丝滑。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



面料名称：零碳莫代尔细腻罗马路布
原料成分：莫代尔 69%、锦纶 25%、氨纶 6%
产品特点：采用兰精零碳莫代尔纤维搭配锦纶弹性复合纤维，高针高密织造的一款厚实弹力罗马路布。布面紧致细腻，蓬松清爽，四面超弹亲肤自由无束缚。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装

嵊州盛泰针织有限公司



面料名称：棉 / 零碳莫代尔弹力空气层
原料成分：COTTON/MODAL60/40(79.20%)、SPANDEX(6.80%)、POLYESTER(14.00%) 空气层
产品特点：产品层面采用棉 / 零碳莫代尔 60/40 混纺纱与莱卡氨纶交织，织造出具有里、中、外三层的织物结构。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：远红外发热提花毛圈
原料成分：COTTON/MODAL60/40(28.6%)、COTTON(59.0%)、POLYESTER(12.4%)
产品特点：产品正面呈现立体提花风格，反面为常规毛圈组织。同时面料使用零碳莫代尔纱线，有效减少环境污染。
应用领域：男装、休闲装

迪奥新品被指抄袭马面裙

强化文化自信才能被“标明出处”

本刊记者_徐长杰

近年来，随着中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展深入推进，中国纺织非遗工作得到快速发展，纺织非遗产品也越来越得到消费市场的关注和喜爱。但与此同时，纺织非遗传承和保护工作也面临着前所未有的挑战。

近日，迪奥推出一条标价2.9万元的中长半身裙，前后片交叠剪裁，与中国传统马面裙的版型相似，但其官方介绍称，“采用标志性的Dior廓形”，随即引发网友议论，相关话题也冲上热搜榜。

查看迪奥公司网站可以看到涉事服饰产品说明中称：这款半裙采用标志性的Dior廓形，是一款全新的优雅时尚单品。但网友们似乎并不买账，因为所谓的Dior廓形确实与华服马面裙非常相似且有很多细节雷同。

视觉相似难以判定抄袭

众所周知，中国的服装有一个特点：从实用出发，兼具实用和美观。很多结构的起源都是有实际功能的，很少因为纯装饰做一个夸张离奇毫无用的设计。马面裙就很典型。

事实上，服装作为实用型为主的物品，很难以版权去保护，两款服装在视觉上的相似并不意味着其在现有法律框架内被判定为抄袭，这也是为什么时尚界有那么多的“搬运工”存在。虽然法律上迪奥不构成抄袭，但网友认为更严重的问题在于其“文化”。

鞋服行业独立分析师程伟雄表示，由于马面裙没有申请图形专利，也并非明显的主流时尚文化象征，如果品牌方或者拥有方没有申请知识产权保护，这种文化元素只能说是借鉴而不能界定为“抄袭”，一般而言，抄袭模仿指的是款式甚至面辅料都基本一致。

也就是说，虽然马面裙毋庸置疑是中国传统服饰，但因为不曾被申请相关权利，从现代法律的角度来讲是没有任何条例可以保护它的，外来文化借鉴无可避免。同样的，我们也可以去借鉴国外那些优秀的传统文化，为己所用。

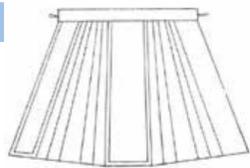
TIPS

马面裙

宋代以来，中国对于女性外形审美的一个要求是纤细修长婉约。外形纤细的马面裙就是很好的设计。前后4块重叠，形成了两个光面，这样方便起居坐卧。坐下时，坐在光面上，不至于产生太大的褶子，而把褶子放到两边又方便行走。活动时裙摆打开，站定后收敛，骑马时不妨碍骑蹬，又不让里边的裤装显露出来，这样巧妙的设计结合了使用功能和美感美观。

马面裙整体呈固定结构——两片式、四裙门，四个裙门两两重合，侧面打褶，中间裙门重合而成的光面就是“马面”。而受争议的迪奥裙装，可以看到明显的两片式、褶裥设计。

2021年10月出版的《汉服通论》中写道，马面裙曾是明代女性裙装中最基本的款式，它吸收了宋代“旋裙”的设计灵感，将布幅连缀的方式由“一片式”改为前后各有重合的两片，让穿着者行动起来更方便，裙前裙后的“光面”则适合展示精美的工艺。



当然，也有不少网友们担忧，一旦迪奥就所谓“经典Dior廓形设计”申请了版权，我们以后再使用马面裙制式的服装是否会被认定为侵权？

“道德是道德，法律是法律。”山东海扬律师事务所知识产权律师国建全表示，如果迪奥真的去申请外观设计专利或者登记版权，只要符合授权条件，就可以申请到权利保护，“我们不能因为这种道德层面的谴责去阻止法律程序的正常进行。”

假设迪奥真的拿到了专利，我们还是通过相关举证来使之无效的可能。“已经取得专利权和商标权的知识产权，可以通过一定的程序给它无效掉，无效掉的这专利权或商标权，在法律上就视为事实不存在。”国建全提到。

建立文化自信才能自己定义时尚并向外输出

对此，长期研究古代服饰复原，参与、组织多项服饰复原与博物馆展出策划，曾担任节目和影视作品服装指导的陈诗宇表示，如今，从普通大众到从业者，很多人认为中国传统服饰元素是土的需要进行改良，西方的才是现代的、才是洋气高级的。

陈诗宇认为，此前所谓的中国风，大多只是元素的使用，人们忘记了最根本的东西，不知道中国服装结构特征是什么。

“美这个东西有什么绝对的标准呢？无非是话语权在谁手里，这个定义美的标准就在谁的手里。现在时尚的定义在这些大牌的手里，他说什么是美的就是美的。中国传统服装其实是一个巨大宝库，为什么我们自己不把它好好用起来呢？”

实际上，汉服经过这十几年的发展，其实淘汰掉了一些款式，比如十几年前汉服活动刚刚兴起时大家都很喜欢汉代曲裾裙。高足家具的起居习惯是在宋代后才形成的，汉代以前是席居的，室内都有席子，所以大家能够穿着拖地的长袍在室内移动。但现代大家坐在凳子上，还要挤地铁、坐车，曲裾裙是不可能的了，跨不上车，进地铁都要被门给夹住了。

二十年前，大家对于中国传统元素服饰的认知是非常少的。今天绝大多数人都知道的传统服饰款式当时可能都不知道，也是通过这十几年一点一点的挖掘，一点点的重现，一点点的讨论，包括一些争议，甚至包括淘汰掉一些品种，大家渐渐形成一些共识。

汉服重获关注也就是十几年时间，进入主流视野也没几年。从人才培养来说，一个本科生都要四年。而现在无论是服装行业还是服装院校，在版型教学、制作上完全是西方体系，甚至是完全不教中国版型。中国的绝大多数设计师做不了传统服饰复原，因为复原所需要的专业积累非常高，可能学界都还没做到这个地步，更不用说设计师的转换。但只要设计师愿意了解，转变观念，再加上一定时间的积淀，好的美学和设计教育，未来是可以做到的。

因此，陈诗宇呼吁，要对我们的传统服饰文化有自信力和感知力，“只有建立了文化自信，可以自己定义时尚、向外输出，才不会像今天这样被随便拿走。”

他认为话语权的建立要通过以下几个步骤实现：

首先要对本国文化进行全盘梳理，更加直观全面地了解历史上是怎样做的，有什么样的源流，是如何演变的。

第二是解读。让大家知道、感受到其中蕴藏的美感、逻辑和哲学。这就需要大量的学者、爱好者、包括影视剧等大众传媒进行传播。

第三就是有了良好基础，有了基本认知度，也建立起一定的文化自信，我们就可以自己定义中国人的时尚，然后再向外输出，而不是像今天这样被随手拿走。TA

夏日淡季营销续降 价格指数小幅下跌

20220801 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220801期纺织品价格指数收报于107.24点，环比下跌0.33%，较年初下跌0.33%，同比下跌0.96%。



近期，中国轻纺城夏日淡季营销续降，其中：原料市场价量环比下跌，坯布市场价量环比下跌，服装面料市场布匹价量微幅下跌，家纺类产品成交价量环比小跌，辅料价量小幅下跌。

原料价量环比下跌，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85.92点，环比下跌0.51%，较年初下跌2.99%，同比下跌4.36%。

聚酯原料震荡上行，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6180元/吨，环比上涨380元/吨左右；MEG主流4367.5元/吨，环比上涨90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7250元/吨左右，环比上涨150元/吨。近期，萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨，POY报价8000元/吨，环比上涨200元/吨左右；DTY报价9300元/吨，环比上涨200元/吨左右；FDY报价8950元/吨，环比上涨100元/吨左右。近期国际油价震荡推升，聚酯切片市场环比推升，涤纶价格震荡上扬。近期随着上游原料的飘红，涤纶长丝市场价格迎来一波反弹。但目前行业处于淡季，且南方高温用电处于高峰，浙江省部分下游企业收到限电通知，当前多数织造工厂开机率处于低位，江浙地区织机综合开机率维持在50%附近。

纯棉纱价格环比下跌，人棉纱价格环比下跌。近期，萧绍地区纯棉纱市场报价环比下跌，销售局部多显低迷。气流纺10S纯棉纱报价15980元/吨，环比下跌20元/吨；普梳32S纯棉纱报价24550元/吨，环比下跌50元/吨；精梳40S纯棉纱报价27050元/吨，环比下跌100元/吨。纯棉纱现货市场持续疲软，部分纱厂停止对外报价，纺企成品库存继续累积。行业淡季下，纯棉纱市场延续弱势行情，交投继续回缩，纺织企业整体开机率继续下滑。预计短期纯棉纱行情继续承压运行。

近期，粘胶短纤原料价格环比下跌，粘胶短纤1.5D×38MM中端实际中心价为15050元/吨左右，环比下跌250元/吨。粘胶短纤价格继续下跌，局部呈现有价无市态势，工厂库存增加，行情继续下行。多数厂商报价继续下跌，尽管粘胶短纤工厂、贸易商积极发货，但下游多数因库存有限消极接货，工厂接单数量有限，产销平稳。人棉纱价格环比下跌，30S人棉纱价格报18200元/吨左右，环比下跌360元/吨；40S人棉纱报19400元/吨左右，环比下跌300元/吨。人棉纱需求继续清淡，价格继续弱势下跌，呈现有价无市态势，工厂库存增加，厂家心态谨慎，人气较低迷，交投清淡，行业整体库存仍有上升。

坯布行情环比回落，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于123.58点，环比下跌0.68%，较年初上涨1.69%，同比上涨1.27%。

近期，市场营销环比回落，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单环比下行，坯布价量环比下跌。坯布市场呈现弱势行情，坯布交投环比回落，纺织企业整体开机率继续下滑。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比回落；混纺纤维坯布行情环比回缩，价格

指数呈小幅下跌走势，T/C涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比回缩，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

服装面料环比回缩，价格指数微幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于116.88点，环比下跌0.08%，较年初上涨0.21%，同比下跌0.15%。

本期服装面料类价格指数微幅下跌。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。近期，因高温酷暑天气，夏日淡季深入，对口客商入市认购环比下降，大众面料市场成交环比下跌，夏季大众面料现货成交和订单发货环比下降，秋季跑量产品现货成交和订单发货环比下降，价格环比微跌。其中：纯棉面料、涤棉面料、涤锦面料、涤氨面料、粘胶面料、粘毛面料成交价量不等量下跌，拉动服装面料价格指数微幅下跌。

家纺市场环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于101.57点，环比下跌0.22%，较年初下跌0.28%，同比下跌0.24%。

本期家纺类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城家纺市场营销环比回落，价格环比小跌。大众色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比回落，跑量产品现货成交和订单发货环比小跌，价格指数小幅下跌。其中：日用家纺类现货成交和订单发货环比下降，价格指数呈环比下跌走势；床上用品类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈环比下跌走势；窗纱类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈环比小跌走势；窗帘类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈环比小跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比小跌。

市场行情继续回缩，辅料指数环比小跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于134.84点，环比下跌0.28%，较年初上涨3.15%，同比上涨3.21%。

本期服饰辅料类价格指数环比小跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情继续回缩，因下游企业备货继续下降，市场成交逐日回缩，现货成交和订单发货呈现继续下跌走势，价格指数环比小跌。衬料类行情明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；带类行情环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势，拉动辅料类总体价格指数环比小跌。

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。因下游需求继续下降，传统市场常规面料和大众面料销售低迷，后市夏季面料供给继续回缩，现货成交继续下降，秋季面料采购局部仍显不足；织造企业开机率继续下降，印染企业产出继续回缩，南北客商认购踊跃度仍将震荡小跌，市场行情走势局部继续偏淡，整体市场成交将呈现震荡小跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

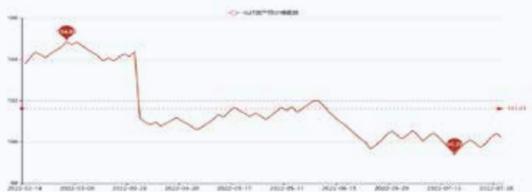
电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651

国际油价持续上涨 化纤指数小幅上升

2022年7月25—29日商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”一周点评

据对350家被采价单位反馈的数据监测分析,本周商务部中国·盛泽丝绸化纤指数小幅上升。其中,化纤总指数收盘于100.22点,与上周相比上涨了0.48点;化纤面料价格指数小幅上升,收盘于100.14点,与上周相比上涨了0.43点;化学纤维价格指数小幅上升,收盘于109.87点,与上周相比上涨了0.55点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下降,收盘于107.1点,与上周相比下降了0.43点。

图1 盛泽市场化纤类产品价格指数



化纤面料市场行情分析

化纤面料价格指数小幅上升,收盘于100.14点,与上周相比上涨了0.43点。从中国绸都网监测的样本企业可以看出,本周里面料销售较上周持平,市场整体走货氛围依旧偏淡,原料价格虽有回调,但坯布面料价格企稳。目前喷水织造的里料产销率略显不平,面料稍有放量,但订单依旧不足,短期内回升困难。

里料行情:本周里料市场销量不大,市场整体价位呈暂平稳状态。例如,170T、180T、190T 涤塔夫报价分别在1.28元/米、1.37元/米、1.48元/米,与上周价位持平;半弹春夏纺170T、190T价格与上周相比持平,目前市场报价在1.43元/米、1.65元/米。轻盈纺210T市场出货频率加快,价格也较平稳。五枚缎产品的销售因受床上用品及家居装饰的用量增长推动,价格走势相对平稳。

提花里料新品层出不穷,“提花黑丝布”市场已形成一大类里料产品,提花图案繁多,选用涤纶长丝原料,主要以FDY63D和DTY75D黑丝在喷水龙头织机交织而成,近日市场交易稍显活跃,市场呈“短平快、小批量”交易方式,产品主要销往江苏常熟、浙江杭州等地。格子涤塔夫目前上市规格繁多、格型丰富,有菱形格、小方格等,随着气温的降低,需求量也会随之增大,预计后市销量将继续攀升。锦涤纺的里料类市场销量维持稳定,但产品价格走势难于提升。预计下周里料销量难以上升,而价格走势首先缺少下游需求,其次常规里料产品货源充足,估计里料价格将有弱稳趋势。

面料行情:本周面料行情略有好转,市场成交量维持在中等水平,但是喷气类产品销售局面不错,如棉锦类产品相对表现较好,但是还有常规“绒类”织物行情疲软态势再度显现,桃皮绒类产品则销量较好。

复合面料在本周内动销量有小幅回落,产品有“粉点复合、胶点复合、电绣复合”等。超细旦面料是近几年市场上的明星产品,用超细旦面料制作的服装有较好的悬垂性和丰满度。目前面料的外贸订单批量性不多,内需市场正处在缓慢恢复阶段,市场主流品种销售偏弱,价格走势维持暂平稳。预计下周面料行情将小幅提升。

从商务部盛泽指数可以看出,下游织造企业开机率回升。目前内贸品牌类秋冬季服装订单小单打样升温,局部织造生产基地负荷略有提升,本周开机率上升至61%。本周市场订单少量释放,部分坯布品种走货速度加快,但总体产销变化不大,因此坯布库存维持在37天左右。

化纤原料市场行情分析

化学纤维价格指数小幅上升,收盘于109.87点,与上周相比上涨了0.55点。

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



本周,国际油价持续上涨。美国能源信息署(EIA)的最新数据显示,在供应方面,上周美国原油库存减少452.3万桶,降幅远超预期的103.7万桶。而上周美国汽油需求反弹8.5%。随着七国集团意图在12月5日之前对俄罗斯石油出口设置价格上限,国际油价也得到了支撑。俄罗斯已将通过主要管道“北溪一号”输往欧洲的天然气供应量削减至管道总产能的仅20%,这可能导致更多天然气用户转用原油。截至7月28日收盘,纽约商品交易所9月交货的轻质原油期货价格下跌0.84美元,收于每桶96.42美元,跌幅为0.86%。9月交货的伦敦布伦特原油期货价格上涨0.52美元,收于每桶107.14美元,涨幅为0.49%。

PTA方面,本周PTA价格先涨后跌,目前PTA主流报价在5600—5700元/吨自提。国际油价出现明显波动,下游聚酯工厂因为限电开机率大跌,本周PTA价格继续下滑,预计PTA市场或继续震荡走弱。

乙二醇方面,本周乙二醇价格小幅上涨,目前主流报价在4400—4500元/吨之间。乙二醇整体基本面不佳,下游需求不足,一旦失去原油支撑,未来整体走势看空。

开工率方面,PTA平均开工率在69.29%,较上周下跌了2.61%;聚酯方面,聚酯平均负荷为80.65%,较上周上涨0.15%。本周少量秋冬面料订单开始下达,织造厂家开始备货,故开机率有所回升,近期织造开机率在61%左右。

产销方面,本周涤纶长丝跟随原料涨势,震荡上扬,下游用户抵触情绪较高,刚需采购,涤纶长丝周均产销率下降,平均产销在5—6成。

库存方面,根据绸都网统计数据来看,现如今聚酯市场整体库存集中在22—26天。具体产品方面,POY库存至22—28天,FDY库存至17—24天,DTY库存则至20—25天。

蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下降,收盘于107.1点,与上周相比下降了0.43点。

本周盘面继续小幅向下寻求支撑。各主力合约均小幅收跌,持仓变化不明显,买卖双方观望态势。技术指标上,生丝指数和主力合约都处于调整震荡态势之中。现货面上,本周低品质生丝跟随盘面价格有所波动。对印度市场的丝类和绸类出口上,印度市场继续消化前期库存。对今年的订单后续性,仍需结合多方面密切关注。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
扫描二维码 立即下载纺织APP

·行业信息+

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

·媒体平台+

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

·服务价值+

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

(以上数据来源于企业)

《纺织服装周刊》官方网站: www.taweekly.com

新闻热线:郭春花 010-85229379 新媒体热线:刘嘉 010-85229395

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



周刊官微



TA潮报



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

科技创星 布凡时尚

2022中国面料之星俱乐部 正式启动

“中国面料之星用户满意产品调查活动”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。

发布仪式将于2022年10月21日，在上海中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会首日举办。

俱乐部年度服务：

1. 会员将参加中国面料之星发布暨论坛活动1次及2场线下服装品牌对接会。
2. 会员进入专属社群，对接百家优秀服装品牌，开拓市场渠道。
3. 会员享受在《纺织服装周刊》的官微、官网、杂志、社群四端畅享年度推广。

商务合作咨询：

万晗 13466301578 赵国玲 15068579525

入会咨询：

雷蕾 13810445890 张灼瑄 13691474950



面料之星二维码

关注面料之星公众号，了解更多