

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

2022.08.15 | 第30期 | 总第1086期



P16
立足原创设计，
赋能家纺时尚



P18
小北河镇：
用袜子链起全球市场

纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

影响
改变认知
服务
创造价值

《纺织服装周刊》官方网站：
www.taweekly.com

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



P08

**整装出发，
以更好的作风能力建设迎接党的二十大**

P10

2022年上半年我国纺织行业经济运行承压回升

東方時尚季

2022 青島時裝周

ORIENTAL FASHION SEASON
2022 QINGDAO FASHION WEEK

NEW POWER ORIGINAL
EMPOWERMENT

新锐力量——

原创赋能

举办时间: 2022
TIME > 08/19-08/22

举办地点 / HOST PLACE

海语东方室外水系秀场 (开幕式+闭幕式+发布秀)
中国 (国际) 时尚品牌交易中心·青岛 (买手订货会+论坛沙龙)
黄盒子美术馆 (《弄潮——黄盒子潮流艺术大展》+泛时尚活动)

联系电话
13678869677
13563220134



扫码关注
公众号预约



《纺织服装周刊》杂志社理事会

(排名不分先后)

理事长单位



副理事长单位



常务理事单位



理事单位



国际战略合作单位



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:

台湾地区合作媒体:

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*

6家涉纺企业榜上有名
《产业基础创新发展目录(2021年版)》正式发布
浙江化纤被列入重点行业观察范围，高质量发展迎来新指引

07

关注 *Attention*

姚穆：愿为纺织倾尽一生！

08

特别报道 *Special*

整装出发，以更好的作风能力建设迎接党的二十大
2022年上半年我国纺织行业经济运行承压回升

12

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

35家面料企业入围，“柯桥优选”品牌培育计划再启动
一布一生，锻造百年利泰！
产品+渠道，疫情下三年创效翻两番

16

家纺 *Industry*

立足原创设计，赋能家纺时尚

17

集群 *Cluster*

传“潜江裁缝”美名，打造新龙头产业
小北河镇：东北小镇用袜子链起全球市场

20

一线 *Frontline*

科技创“星”布凡时尚

23

展会 *Exhibition*

大唐袜业博览会牵手上海袜交会，9月开启双剑合璧

24

观察 *Observation*

新时期行业媒体夯实内容建设的策略分析

25

指数 *Index*

夏日淡季成交平淡 价格指数小幅下跌
市场淡季持续深入 景气指数弱势下滑

每周随笔

院士开课

近来天气炎热，行业的“温度”也直线上升。从柯桥到盛泽，从杭州艺尚小镇到湖北仙桃毛嘴镇，一个个行业盛典、订货展交流会相继举行，争分夺秒、马不停蹄，不怨天尤人、不服输认命的行业人“夏练三伏”练内功。

练功想要有进步，努力的方向很重要，是为明道也。因此，在盛泽举办的中国纺织服装品牌大会特别邀请中国工程院院士、武汉纺织大学校长徐卫林到会发布了《纺织服装品牌建设中的科技力量》报告。

一直从事科技工作的徐院士自称很少讲品牌，但因近来承担了一个软课题《纺织科技推动纺织服装品牌建设》，他在跟安踏、鲁泰等品牌企业的合作中有了更多的体会。他认为，纤维创新与性能的挖掘是促进品牌建设的基础。

院士开讲，深入浅出。从天然纤维到合成纤维，从再生纤维素纤维到功能性纤维，他将每一类纤维的特性、优劣、前景、瓶颈逐一道明。更从品牌端列举了红豆舒适衬衣、鲁泰针织衬衫，以及借鉴自登月国旗染色技术的安踏印花等多个实例，展示了纤维创新与挖掘的成果，令人振奋。龙头企业的前瞻性投入，产学研的互相牵引，正是不断创造新优势的良性循环。

科技引领绿色发展。徐卫林举例说牛仔是值得下力气突破的，如果能在纺纱时完成染色，就能对耗水巨大的洗衣环节来一场革命。

艺术设计与时尚固然重要，功能创新与特色建设也是促进品牌发展的重要抓手。“夏天的舒适快干，冬天的轻薄保暖，我认为这些都是永恒的话题，要通过材料的科技创新才能够解决提升。”与院士的话相映成趣的是，当设计师们被问及未来十年什么将对时尚业影响至深时，越来越多的人回答说：科技。

具体到服装的功能演进，徐卫林认为：“遮体避寒是基本要求，时尚美观是现实动力，而大健康将是服装未来的使命。”纺织品24小时与人相伴且直接接触身体，智能穿戴、功能性纺织等都将为行业“扩容”。推动融合创新和市场延展，大健康做好了，对行业意义非凡！

最后徐院士强调说：标准创新及牵引是促进品牌建设的关键力量。要成为品牌大国、纺织强国，必须在标准上做一些原创的工作。纺织业为什么给人一种低端的印象？他认为这跟纺织业的标准也有关系，我们的测试方法，“眼看、手摸”的仍较多，这就体现不出高端来。他举例说早年在香港理工大学研发的一种纺织品导电测试仪获得了国际国内专利，由此也建立了相应的国标。最高的竞争力也许就是标准的制定。

院士，是一国科技研发水平的象征，也是所研究领域、所在行业的骄傲，纺织行业亦是如此。前不久，本刊记者还专程采访了西安工程大学名誉校长姚穆院士。姚老入行70多年，异国许民，硕果累累，可谓将毕生精力献给了热爱的纺织事业。镜头前，他挥毫写下“我是纺织人”五个大字，他的言传身教，又给所有人上了生动一课！

刘萍

View point / 产经看点

今年前7个月，我国外贸进出口总值23.6万亿元，同比增长10.4%。其中，出口13.37万亿元，同比增长14.7%；进口10.23万亿元，同比增长5.3%。

——海关总署

上半年，轻工十类商品零售额33480亿元，同比增长2.1%。其中，生活必需品类产品表现较好，粮油食品类、饮料类、烟酒类商品零售类值同比分别增长9.9%、8.2%和6.7%。

——工信部

上半年新发放的企业类贷款中，民营企业贷款占比53.5%，新发放的民营企业贷款年化利率4.74%，同比下降0.57个百分点。

——银保监会

工信部等四部门联合发布《推进家居产业高质量发展行动方案》，将在家居领域大力推广绿色产品认证，鼓励企业针对农村市场开发个性化、定制化、健康化智能绿色家电产品。

——经济日报

最新数据显示，上半年，我国经常账户顺差1691亿美元，与同期国内生产总值之比为1.9%，继续处于合理均衡区间；顺差规模较去年同期增长45%，充分反映我国涉外经济韧性强、潜力足。

——国家外汇管理局



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

2022年《财富》世界500强排行榜揭晓

6家涉纺企业榜上有名

■ 本刊记者_徐长杰

8月3日,《财富》杂志发布了最新的世界500强排行榜。尽管新冠阴影依然笼罩全球,世界经济在疫情中艰难重启,今年《财富》世界500强排行榜企业的营业收入总和仍比上年大幅上涨19.2%(该榜单有史以来最大的涨幅),约为37.8万亿美元,接近中国和美国GDP之和。进入排行榜的门槛(最低销售收入)也从240亿美元跃升至286亿美元。

本次发布的《财富》世界500强排行榜中,恒力集团有限公司、浙江荣盛控股集团有限公司、山东魏桥创业集团有限公司、盛虹控股集团有限公司、浙江恒逸集团有限公司、新疆中泰(集团)有限责任公司6家涉及纺织的企业上榜。

恒力集团现拥有全球单体产能最大的PTA工厂之一、全球最大的功能性纤维生产基地和织造企业之一,员工达12万,建有国家“企业技术中心”,企业竞争力和产品品牌价值均列国际行业前列。恒力集团2021年总营收7323亿元,现位列世界500强第75位、中国企业500强第21位、中国民营企业500强第3位、中国制造业企业500强第6位,获国务院颁发的“国家科技进步奖”和“全国就业先进企业”等殊荣。

浙江荣盛控股集团是中国民营石化龙头企业之一,目前集团已布局从炼化、芳烃、烯烃到下游的精对苯二甲酸、MEG及聚酯、涤纶丝完整产业链。集团位于宁波、大连和海南的三个PTA生产基地具备1350万吨的年产能,近年规划超过2000万吨,是全球最大的PTA生产商之一。

位于集团杭州总部的聚酯纤维基地拥有110万吨聚酯及纺丝、加弹配套年产能,技术和装备具备国内先进水平,并在积极筹备新的差异化功能性纤维项目。

山东魏桥创业集团从2012年入选世界500强以来,已连续11年上榜。这标志着魏桥集团进入了全球特大型企业“俱乐部”,向着现代化、国际化的大型企业集团不断迈进,极大地提升了企业的品牌价值。2021年,魏桥集团大力实施“六大战略”,实现销售收入4130亿元,同比增长39%;利税339亿元,同比增长49%,主要经济指标均创历史新高,实现了“十四五”发展的良好开局。

盛虹控股集团有限公司专注实体经济发展,在已形成“炼化、聚酯、新材料”全产业链一体化布局的基础上,正在加速向世界领先的新能源、新材料高新技术产业集团迈进。

浙江恒逸集团有限公司是一家专业从事石油化工与化纤原料生产的现代大型民营企业。目前,恒逸集团聚酯年产能逾1000万吨,系全球首家;旗下控股企业PTA年产能(含在建项目)达2200万吨,居全球第一。

新疆中泰(集团)有限责任公司是新疆维吾尔自治区重点支持的优秀资源转换企业,拥有新疆中泰进出口贸易有限公司、中泰国际发展(香港)有限公司等45家全资、控股子公司、47家参股公司。公司主营聚氯乙烯树脂(PVC)、离子膜烧碱、粘胶纤维、粘胶纱等产品。

Direct / 直击

60位院士、1000余位专家参与编制

《产业基础创新发展目录(2021年版)》正式发布

日前,由中国工程院、国家制造强国建设战略咨询委员会指导,国家产业基础专家委员会编制的《产业基础创新发展目录(2021年版)》(以下简称《目录》)正式发布。《目录》由国家产业基础专家委员会组织60位院士,700余家行业协会/学会、高校与科研院所、重点企业,约1000余位专家参与,历时6个月研究,召开120余次专题研讨会,终形成1047条产品和技术清单。

《目录》针对国民经济建设、国防安全和人民幸福影响大的发展需求,确定了纺织、新材料、信息通信设备、基础软件及工业软件、机床与基础制造装备及机器人、环保低碳及资源综合利用装备等21个重点领域。

纺织领域编制组副组长、中国纺织机械协会副会长侯曦介绍说,此次《目录》在《工业“四基”发展目录(2016年版)》基础上,新增了工业基础软件,构成了“五基”(即基础零部件和元器件、基础材料、工业基础软件、基础制造工艺及装备、产业技术基础)创新发展目录。

侯曦表示,《目录》中纺织领域的产品和技术代表了未来3—5年行业发展的重点,主要解决技术产业化和长期卡脖子的问题。《目录》将主要作为政府部门制定政策的引导,以及金融机构投资的指导性目录,也将作为认定专精特新企业的参考标准之一。(郝杰)

浙江化纤被列入重点行业观察范围,高质量发展迎来新指引

近日,浙江省发改委产业处召开浙江省化纤行业专题座谈会,来自桐昆、恒逸、新凤鸣、荣盛、天圣、泉迪、古纤道、海利得、尤夫、华峰、华鼎等省内11家化纤重点企业及浙江省纺织行业协会的代表参会并先后作交流发言。

纺织产业是浙江省传统优势产业,也是浙江省着力打造的标志性产业链和世界级先进制造业集群,已形成由化学纤维、纺织印染和服装家纺等终端产品以及纺织专用装备组成的完整纺织产业链。其中,浙江化纤占到中国化纤产量近半壁江山,是全国化纤行业第一大省,也是世界最大的化纤生产基地。2021年全省规模以上化纤行业工业总产值3160亿元,化纤产量3210万吨,占全国化纤总产量49.2%、全球30%以上,产量居全国第一,涌现出一批技术装备先进、在国内外有较大影响力的化纤龙头企业。

与会代表认为,与2020年疫情之初的情况相比,今年的局面呈现多重困难叠加的特征,上半年纺织服装行业处于成本高涨、供给下降、需求低迷的处境;开工率下降,经济效益缩水,企业生产经营受到较大影响,整个行业出现“旺季不旺,淡季更淡”的景象。下半年,成本高涨对于化纤纺织产业链的影响将减弱,预计随着“金九银十”的到来,需求端对于市场的支撑作用将增强,但在居民消费倾向的影响下,下半年纺织服装行业难以重现高速增长。

浙江省发改委产业处处长余小艳在总结讲话中指出,此次国家发改委把浙江省化纤列入重点行业观察,成为行业样板,是由浙江省化纤产业特殊的地位决定的,必将对浙江省化纤产业产生积极的影响。(君容)



中国纺织行业首档大型系列短视频

《我是纺织人》第二季

中国工程院院士、西安工程大学名誉校长姚穆：
愿为纺织倾尽一生！

“希望我们所有的纺织产业工作者,都做最大的努力,为我们国家做出最大的贡献。”

——姚穆

本期《我是纺织人》迎来的是一位重磅嘉宾,他将毕生精力都投入到了纺织教学科研当中,他就是纺织行业泰斗——姚穆教授。

姚穆:纺织产业是我一生存在的主要原因,我还得为它终身服务。我们只有把毕生精力都放进去,才能够起到这方面作用。

我初中1942年到1945年,3年上学的学费、住宿费、生活费都是大生第一纺织公司提供的;高中毕业之后,我就直接上了南通纺织工业学院,从那时候算,到现在74年了。

记者手记

姚院士今年93岁了,由于身体原因很少出门,但他一直关注着社会动态,每天都会看《新闻联播》。

拍摄那天,我们约在了下午三点。当我们略提前一些到时,发现姚老已经穿好西服、打好领带在等我们。一时间我们心生愧疚,要是再早一些到就好了。

担心姚老身体,我们尽可能压缩采访时间,但老人家谈起纺织缘起,谈起纺织经历,我们明显感觉到了老人家的热忱,又不忍打断。看到姚老认真手写的回复题纲,我们更被这份认真深深感动。

姚老家里并不奢华,甚至可以说有些简陋,让人印象深刻的就是那满满两大墙壁的书。看看书的新旧程度就能明白,这些书被翻过了不止一遍,着实令人震撼。

70多年来,姚穆先生投身纺织,孜孜以求。新中国成立初期,百废待兴,师资缺乏,他就身兼数职,承担了六门课程、兼任实习工厂负责人,甚至自学了几十门基础课程、四门外语。即使身处逆境也没有一刻停步。

他在服装舒适性、军港呢、非典防护服、纺织原料和产品测试评价、产业用纺织品创新等众多领域中取得的成就令人瞩目。特别是在人体着装舒适性方面的研究,仍然是我国极地服、宇航服等特种功能服装面料设计与暖体假人设计等方面的理论基础。

姚穆:上世纪80年代中期,我们筹集了6000元人民币,和上海某医院合作,把人的身体皮肤,搞了一千多个切片,了解了中国人皮肤当中感觉神经元,有哪些品种,有哪些工作。我们一共找到了10个神经元,把每个神经元的作用和原理搞清楚,让我们知道了在衣服和皮肤的接触当中,怎样才能符合舒适、安全的要求。

在姚穆先生心中,纺织所解决的不仅是穿衣问题,更关系着各种行业的发展,值得他为之倾尽一生。

姚穆:我们给各种行业提供了非常重要的原料,而现在所有的飞机等各种装置的外壳增强材料都是用的纺织纤维。日本现在为了污水问题争论得很厉害,而解决污水问题最好的办法还是需要纺织材料!

对于纺织,姚穆先生爱得深沉,他希望这份承载民生、承载强国梦想的产业志向能够得到传承。

姚穆:纤维原料品种品质不能再出毛病了,所有培育的新品种,必须把它的性能全面考虑。我们学纺织是为了国家富强,为人民服务来工作的,一定要钻进去,要在现实情况之下,把根源找到,把问题从根源上解决,必须从基础上把原理搞清楚,从原理上解决问题,才能真正把工作做好。希望我们所有的纺织产业工作者,都做最大的努力,为我们国家做出最大的贡献。TA

老一辈纺织人,并不追求物质,对金钱也没有太多概念,听说姚老还会用纸币当书签。

第二天,在西安工程大学图书馆的姚穆院士文献研究室,我们有幸看到了姚老当年手写、油印的教材。上世纪五六十年代,到底是怎样的信仰才让前辈们如此?

回来后剪辑视频时,面对着诸多素材,我有些不知如何下手,每一句都舍不得减掉,但又不得不忍痛割爱。

这个短片中,我最最感动的那一幕是姚老谈到日本污水处理问题时,说“还是要用纺织材料解决”时那激动的一拍桌子!他93岁了,长时间的谈话会让气息不稳,但他那一拍桌,是真正的纺织人的底气、纺织人的精气神啊!(墨影)



中国纺联年年中总结会主会场。

整装出发，以更好的作风能力建设 迎接党的二十大

中国纺联 2022 年年中工作视频会议召开

■ 本刊记者_郭春花 李亚静 / 文 关云鹤 / 摄

今年以来纺织行业运行遇到了较大的困难，受疫情影响、物流不畅、消费不旺、内需订单不足，特别是四五月份以上海为中心的长三角这个纺织业最集中最发达的地区，受到的影响最大。此外，俄乌冲突造成原油和原材料价格的大起大落，增加了下游企业采购对行情研判的难度，也造成了一定损失。下半年，行业运行将面临哪些机遇和困难？行业企业应如何发展？带着这些问题，8月5日，中国纺织工业联合会组织召开了2022年年中工作视频会议，对2022年上半年纺织行业经济运行进行了分析总结，对下半年走势进行了预测分析，中国纺联领导分别介绍了各自分管工作的主要情况以及下一步重点工作安排。

中国纺联会长孙瑞哲，原会长杜钰洲，会领导夏令敏、陈伟康、王久新、徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华，以及专家咨询委员会委员、各部门及成员单位的主要负责人共400余人以线上线下相结合的方式参加了本次会议。本次会议设立1个主会场、33个分会场。上午和下午的会议分别由端小平和夏令敏主持。

上午，中国纺织工业联合会产业经济研究院相关负责人对2022年上半年纺织行业经济运行情况进行了分析，并展望下半年运行走势。中国棉纺织行业协会、中国化学纤维工业协会、中国针织工业协会、中国家用纺织品行业协会、中国服装协会、中国纺联流通分会相关负责人分别对各自领域上半年经济运行情况进行分析，并预测下半年运行走势。下午，中国纺联领导分别介绍了各自分管工作的主要情况以及下一步重点工作安排。

中国纺联会长孙瑞哲以《风清气正，团结一致向前看；守正创新，凝心聚力创未来》为题作总结发言。他强调，今天的会议是中国纺联第五届理事会换届以来的第一次工作总结，是在党的二十大召开前对于行业工作的一次系统梳理，是行业服务工作的整装待发、沙场点兵。在这个重要节点，我们迫切需要以时代观照我们的战斗力与战斗意志，发现问题、寻求突破。

转观念、强作风，扎扎实实干事创业

孙瑞哲表示，中国纺联围绕中心、服务大局，上半年工作卓有成效：调查研究，为行业健康发展提供科学引导；服务企业，为稳定经济大盘做出重要贡献；引导布局，促进区域协调发展和共同富裕；工作创新，塑造产业高质量发展的新优势；责任建设，涵养产业的可持续发展能力。

中国纺联始终坚持问题导向，标本兼治，推动作风建设和能力建设。兴爱党爱国之风，提升政治能力；兴公平公正之风，提升服务大局能力；兴求真务实之风，提升调查研究能力；兴勇于担当之风，提升攻坚克难能力；兴以人为本之风，提高群众工作能力；兴锐意创新之风，提高真抓实干能力。坚持实事求是、守正创新，推动理念引领和服务升级。把握发展主题，引领行业服务走向深入；把握结构调整，促进行业与区域同频共振；把握文化崛起，提升中国时尚影响力和话语权；把握创新潮流，引导行业布局未来发展；把握市场变化，助力行业延展发展空间。坚持结果导向，求真务实，推动机制完善和工作落实。完善党建机制，严格落实全面从严治党“两个责任”；完善用人机制，深入贯彻新时期党的组织路线；完善决策机制，充分发挥民主集中制的政治优势；完善工作机制，积极适应时代与产业发展要求。

对于如何做好下半年工作，孙瑞哲强调，要转观念、强作风、提能力、建机制，最终要落实到干事创业上、落实到具体工作上。刚刚结束的中央政治局会议指出做好下半年经济工作，要坚持稳中求进工作总基调，保持经济运行在合理区间，力争实现最好结果。中国纺联将以此为指导做好下半年行业工作，把握经济企稳回升的关键窗口期，务实创新，服务大局，以更好成绩迎接党的二十大胜利召开。

以安全与发展为核心，巩固回升向好趋势

稳定主体，推动行业健康发展。全面落实疫情要防住、经济要稳住、发展要安全的要求，在多重目标间寻求动态平衡，保市场主体、保社会生

产力。优化行业公共服务，整合政策、资源优势，开展助企纾困减负工作，把帮扶中小企业放到突出位置。强化专业服务，推动创新型中小企业、专精特新中小企业、专精特新“小巨人”企业相互衔接的梯度培育体系建设。围绕产业链开展服务与平台工作，推动形成大中小融通的良好生态。推动产融合作，做好优质企业上市培育推荐，充分发挥资本市场固链稳链强链和要素配置的作用。强化就业优先导向，围绕高校毕业生等重点群体开展就业对接服务，打造稳市场主体与稳就业民生的良性循环。

优化环境，蓄积产业发展势能。纺织服装行业发展与社会价值判断高度相关。我们要强化宣传引导，推动社会对纺织的再认识、推动世界对中国纺织的再认识。努力营造更加友好的国际国内发展环境，引导预期、树立信心，让企业敢干敢闯敢投。多渠道展现行业的新发展、新贡献、新愿景。讲好行业故事，让科技、时尚、绿色的纺织更加深入人心。通过国际纺联达沃斯年会、世界布商大会、“一带一路”纺织合作论坛、中日韩纺织产业交流等活动强化国际交流与合作，向世界展示中国纺织的责任担当。持续创新社会责任建设体系与工具方法，扩宽适用主体与领域，深化社会责任的国际交流与合作。高度关注“新疆问题”发展态势。加强调查研究，完成新疆纺织产业高质量发展指导目录，办好新疆纺织产业高质量发展大会，推动新疆纺织行业与企业的社会责任建设工作，维护新疆地区利益和产业利益。

以潜力与活力为核心，融入“双循环”格局

推动形成内外协同的市场循环。把握建设全国统一大市场的契机，充分挖掘我国“世界市场”的优势，引导要素资源的有序流动和高效配置。以技术服务、产品服务、品牌服务、市场服务，助力企业适应消费升级和市场调整。做好“百家纺织服装品牌企业（区域品牌）”遴选、十大纺织创新产品培育和推广等工作。做好秋季联展、纺机展、产业用纺织品展、大湾区展等的开展准备。开展专业市场跟踪、培育与服务工作，推动线上、线下市场融合发展。推动行业高水平对外开放，引导行业把握RCEP机遇，巩固传统市场，开拓新兴市场，扩大多边和区域贸易合作。优化创新线上办展模式，推动境外展会提质增效。推动跨境电商发展，增强中国品牌国际影响力。

推动形成东西互济的生产力布局。在双循环格局下推动产业与区域发展联动，在深化国际产能合作的同时，避免国内产业空心化。推动东部地区凝聚全球创新要素资源，发展创新中心、设计中心和消费中心，推进世界级产业集群先行区建设。引导中西部地区有序承接产业转移，培育形成一批特色制造基地。发挥边疆地区、民族地区的资源特色、产业特色和文化特色，发展特色纺织产业。不断拓展城市群建设和城乡融合发展的广度与深度，以中心带动周边，以产业结构优化、要素高效聚集带动城乡均衡协调发展。做好产业集群和产业园区的复查总结工作。从行业工作拓展、商贸对接、产业发展定向服务等方面着手，推动产业集群和园区工作创新升级。

以质量与效率为核心，提升价值创造能力

强化科技创新战略支撑。推动行业加大基础研究投入，以原创性、颠覆性技术创新支撑未来产业与产业未来。引导企业在纤维新材料、先进纺织制品、绿色制造、智能制造等关键共性技术及装备实现突破。持续推进以企业为主体、政产学研用深度融合的创新联合体建设。加大纺织之光科技教育基金会基础研究的支持。持续开展科技奖励与成果推广活动，促进科技创新和产业化应用。

强化时尚文化引领支撑。加强流行趋势研究与服务，利用人工智能等新技术赋能全产业链的设计开发工作。支持工业设计中心、创意设计集聚区建设。开展品牌服务与价值评价。开展非遗技能赛事相关工作，支持传统工艺工作站与非遗创新转化基地的创新发展。以“大师、大牌、大事”为抓手，提升中国国际时装周等平台的国际影响力，探索国际设计交易业务服务。

强化高素质人才支撑。强化人才服务，推动建立健全多层次的行业人才培养体系。开展专业技术人才知识更新工程和技能提升行动。持续开展大国工匠推荐活动，启动首批“最美纺织工”推树活动，弘扬传承



中国纺联会长孙瑞哲作总结发言。

好“梦桃精神”。坚持以赛促学、以赛促创、以赛促教，举办创新创业、职业技能等各类大赛，加大对优秀人才的表彰和宣传力度。

以数字与绿色为核心，完善产业发展生态

强化数字经济的支点作用，推动行业系统创新。以践行数字“三品”战略为重点，统筹推进全流程、全场景、全触点、全生命周期的数字化转型。落实《纺织行业数字化转型三年行动计划（2022-2024）》，推动工业互联网、新型大数据中心等行业信息基础设施建设，引导企业“上云、用数、赋智”。支持企业加强智慧设计、柔性制造、供应链协同等关键环节的集成创新和融合应用。深化行业公共服务，加快智能制造技术、装备及软件在中小企业的推广应用。持续开展智能制造企业试点示范和系统解决方案优秀集成商评选工作。积极引导内容电商、跨境电商、元宇宙应用等新业态有序发展。

强化双碳目标的战略引领，推进绿色低碳转型。以“双碳”目标为战略导向，平衡节奏与力度，先立后破，稳妥有序推动产业绿色低碳循环发展。全面推广“3060碳中和加速计划”，持续开展产品全生命周期评价项目。要重视资源利用的系统效率，引导构建规模化、高值化废弃纺织品循环利用体系。积极推动绿色制造，推广节能降耗关键技术应用，引导企业加快工艺流程、技术产品的绿色创新。开展绿色电力、低碳园区专题培训会。引导行业形成绿色发展与消费方式。发布中国服装行业绿色宣言暨零碳时尚。举办好绿色发展大会、可持续时尚周等活动。进一步完善行业绿色标准体系框架，协同推进节水、节能、综合利用、低碳领域标准制修订。

下半年，中国共产党将召开第二十次全国代表大会，对全面建成社会主义现代化强国两步走战略安排进行宏观展望，科学谋划未来5年乃至更长时期党和国家事业发展的目标任务和大政方针。事关党和国家事业继往开来，事关中国特色社会主义前途命运，事关中华民族伟大复兴。

新的蓝图即将打开，行业的华章正在续写。随着新一届理事会产生，中国纺联的服务工作站在了新的起点上。昔日之得，不足以矜；今日之成，不容以自限。面对新的战略机遇、新的战略任务、新的战略阶段、新的战略要求、新的战略环境，中国纺联全体干部职工需要以时不我待、只争朝夕的责任担当，攻坚克难、奋发有为的精神状态，乘势而上、开创新未来。

要练就过硬作风，紧紧围绕严的主基调，不断自我净化、自我完善、自我革新、自我提高，以严于律己、淡泊名利的心态打造风清气正的环境，以沧海弄潮、舍我其谁的锐气激发前进动力。

要锻造过硬本领，紧紧围绕不平衡不充分的发展矛盾，服务行业补短板、强弱项、固底板、扬优势，推动行业实现更有效率、更加公平、更可持续、更为安全的发展与跨越。

要树立过硬信念，紧紧围绕党和国家工作大局，紧贴人民群众美好生活需要，牢记初心使命，引导产业发展服务共同富裕目标、服务中华民族伟大复兴。

养浩然正气，极风云大观；立磊落之志，怀日月皎然。让我们不忘产业报国初心、牢记强国富民使命。风清气正，团结一致向前进；守正创新，凝心聚力创未来。充分调动各方面积极性，以更优异的成绩，迎接党的二十大胜利召开！

2022 年上半年 我国纺织行业经济运行承压回升

今年以来，国际地缘政治冲突和国内疫情多发散发等超预期因素相互交织，我国纺织行业面临的发展环境更为复杂严峻。受疫情影响，4月份，纺织行业生产经营和供应链运转受到较大冲击，经济运行明显承压。5月以来，随着国内疫情防控形势逐渐平稳，生产、物流加快恢复正常，复商复市稳步推进，在国家一系列“稳增长”政策措施支撑下，纺织行业主要运行指标实现承压回升，展现了较强的发展韧性和抗风险能力。展望全年，纺织行业面临的发展形势错综复杂，纺织企业生产经营压力较为突出，行业全年实现平稳运行仍面临考验。

行业景气位于收缩区间，生产增速有所放缓

二季度以来，受国内疫情反弹、国际政治经济环境更趋复杂等因素影响，纺织行业先后面临局部地区阶段性停工停产、物流运转不畅、原料价格高位上涨等风险挑战，生产经营情况有所波动。在内外市场需求转弱的背景下，行业景气度进入收缩区间，但随着疫情防控形势渐趋平稳，企业产销逐步恢复，行业综合景气较一季度小幅回升。根据中国纺织工业联合会调查情况，2022年二季度纺织行业景气指数为46.3，较今年一季度回升3.7个百分点。

纺织行业产能利用率有所下降，生产增速放缓。根据国家统计局数据，上半年，纺织业、化纤业产能利用率分别为78%和84%，较上年同期分别回落1.7和2.1个百分点，但仍高于同期全国工业75.4%的产能利用水平。上半年，纺织行业规模以上企业工业增加值同比增长0.9%，增速较上年同期和今年一季度分别放缓8.7和4个百分点；产业链大部分环节生产实现正增长，化纤业和服装业工业增加值同比分别增长0.6%和4.4%。

内销市场逐步恢复，出口实现稳定增长

今年以来，受疫情多发散发冲击，我国纺织服装内销表现有所波动，一度呈现增速逐月放缓走势。5月以来，随着国内疫情得到有效控制，国家“促消费”政策显效，内需消费逐步恢复。根据国家统计局数据，上半年全国限额以上单位服装鞋帽、针纺织品类商品零售额同比减少6.5%，但降幅较今年1—5月收窄1.6个百分点。网络零售渠道增长相对平稳，上半年全国网上穿类商品零售额同比增长2.4%，较今年一季度回升1.5个百分点，扭转了自4月以来的负增长态势。

我国纺织服装出口总体实现稳定增长。中国海关数据显示，上半年我国纺织服装出口总额达1564.9亿美元，同比增长11.7%，在出口价格提升的支撑下，出口金额创历年同期最高水平。出口产品中，纺织品出口金额为763.2亿美元，同比增长11.3%；服装出口金额为801.7亿美元，同比增长12%。出口市场中，东南亚等国家的纺织供应链今年基本恢复正常运转，带动我国对其纱线、面料等产业链配套产品出口实现良好增长，上半年我国对东盟共出口纺织服装277.1亿美元，同比增长23.3%，其中纱线和面料出口增速分别达到29.9%和24.6%；我国对《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)成员国出口额达455.7亿美元，同比增长13.7%，表明RCEP生效实施有利于出口环境稳定向好。

企业效益持续承压，投资形势基本平稳

受到原料端价格高位波动和需求端市场动力转弱的双重挤压，今年以来纺织企业经济效益持续承压。根据国家统计局数据，上半年全国3.6万户规模以上纺织企业营业收入同比增长5.7%，产业链上绝大部分环节营业收入实现正增长，其中化纤、印染、长丝织造等行业营业收入增速均达到10%以上。在高成本、弱需求形势下，规模以上纺织企业利润总额同比减少17%，其中棉纺、化纤等上游行业利润规模有所缩减，印染、针织、服装、家纺、长丝织造等行业利润总额仍实现正增长。

在复杂发展形势下，纺织企业坚持深入推动转型升级，在智能化、绿色化技术改造升级以及区域布局调整等领域的有效投资实现平稳增长。根据国家统计局数据，上半年我国纺织业、化纤业和服装业固定资产投资完成额同比分别增长11.9%、31.9%和33.8%，其中纺织业投资增速较上年同期放缓3.3个百分点，化纤业和服装业投资增速较上年同期分别加快15.3和28个百分点。

发展形势仍然复杂，恢复基础仍需巩固

上半年，纺织行业努力克服各种超预期因素的影响，努力增强发展韧性和抗风险能力，主要经济运行指标虽承压下行，但呈现出逐步改善迹象。展望全年，纺织行业经济运行压力仍然较大，但仍具备恢复向好的基础。国内疫情防控形势总体可控，国家一系列扎实稳住经济政策成效持续显现，我国宏观经济有望进一步企稳回升，为内需市场改善回暖、产需循环保持畅通提供坚实基础。骨干企业在技术革新、业态创新、供应链更新等领域的探索将有助于激发行业运行活力和消费市场潜力，为纺织行业平稳复苏提供充足支撑。同时，我国纺织行业完整、先进制造体系优势仍然突出，在复杂发展形势下对于市场竞争力的稳定释放仍有重要积极作用。

同时也要看到，当前不稳定不确定因素仍然较多，纺织行业全年保持平稳运行还存在诸多困难，行业经济稳定恢复的基础仍需巩固。国际经济复苏同时面临地缘政治风险、通货膨胀压力、货币流动性收缩等复杂因素影响，下行压力增加，短期内难有显著改善。在高物价背景下，消费者实际购买力下降、能源高消费挤占衣着类消费支出等因素均对国际市场形成抑制性影响。东南亚、南亚等国纺织供应链加速恢复，使得我国纺织行业面临的国际竞争趋于激烈，诸多因素均将加大纺织行业出口保持平稳增长的压力。国内疫情影响尚未完全消除，消费场景受限、收入预期下行、消费信心不足等因素均将制约衣着类商品内需消费增长。在需求走弱的情况下，纺织行业供给端面临大宗原料价格高位波动、成本压力沿产业链传导困难等问题，企业生产经营压力预计仍较为突出。

纺织行业将继续贯彻落实党中央国务院的决策部署，坚持“稳中求进”的工作总基调，稳步释放多年深度调整转型所积累的发展韧性，不断激活高质量发展潜力，继续发挥好行业在保障生产供给、激发内需活力、改善就业与收入等方面的积极作用，努力巩固经济平稳恢复基础，保持经济运行在合理区间，以实际行动迎接党的二十大胜利召开！（中国纺织工业联合会产业经济研究院）

中国纤维
流行趋势
CHINA FIBERS
FASHION TRENDS

桐昆·中国纤维流行趋势

TONGKUN·CHINA FIBERS FASHION TRENDS

2023/2024

产品征集开始啦!

The product declaration has begun

主办单位：中国化学纤维工业协会、东华大学、中国棉纺织行业协会



扫描二维码
下载附件申报表

中国纤维流行趋势始终贯彻“创新、绿色、低碳、环保”的活动宗旨，遵循创新、协调、绿色、开放、共享五大理念，致力于将中国纤维品牌建设和新产品市场推广工作推向新阶段，打造联合上下游的全行业风向标。

申报截止日期：2022年8月15日
联系方式：中国化学纤维工业协会
市场推广部联系人：王永生 靳昕怡
手机：17710368286 15811208850
邮箱：ccfa_ft@vip.sina.com
地址：北京市朝阳区朝阳门北大街18号



“柯桥优选”旨在构建更加健全的品牌建设体系，着力打造成柯桥优质面料的集体品牌。

35 家面料企业入围，“柯桥优选”品牌培育计划再启动

本刊记者 王利

世界级的现代纺织产业集群地，需要有世界级的品牌作为支撑。近年来，柯桥区致力于将“柯桥优选”打造成柯桥产业集群的新名片，树立“柯桥优选”纺织品公共品牌信誉，在全国乃至世界范围内形成广泛认知，即：“柯桥优选”品牌，代表的就是品质、科技、绿色的面料。

8月2日，2022年“柯桥优选”品牌培育计划新闻发布会暨启动仪式在柯桥中纺CBD举行。活动由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办，上海设界商务信息咨询有限公司、上海归心谷创客空间管理有限公司承办。活动主办方代表、35家“柯桥优选”培育企业代表和20余家行业、地方媒体代表等共同参加本次活动。

演绎优选内涵，塑造集体品牌

近年来，柯桥区围绕“国际纺都”目标定位，按照“以产兴城、以城促产，融合发展”的总体思路，加快推动市场与产业、城市联动发展，实体市场与数字市场融合发展，国际市场与国内市场协同发展，纺城柯桥的影响力、竞争力不断提升。

然而，多年以来，柯桥面料品牌创建和品牌形象塑造滞后，严重拉低了柯桥面料市场的整体形象。“柯桥优选”品牌培育计划是柯桥区政府打造纺织品公共区域品牌的重大举措，也是轻纺城二次创业由织造到质造的必经之路，旨在切实落实纺织品公共品牌建设，促进产业集群转型升级，紧抓数字化改革红利，激发高质量发展新动能，借助品质、科技与绿色，提升柯桥区域品牌的内涵，盘活存量品牌，最

大化政府投入效益。

中国轻纺城建设管理委员会党工委委员裘裕顺指出，今年，“柯桥优选”品牌企业培育再度升级，以“提品质、增品种、创品牌”为导向，全面从“产品面料服务”和“企业人力培训服务”两个维度着手，进一步为企业提供深度品牌服务。此次入选的35家企业是柯桥面料品质标杆代表，希望能够以此次培育计划为契机，进一步对照标准、拉高标杆，演绎“科技、品质、绿色”的优选内涵，引领中国轻纺城提升品牌形象和品牌价值。同时，我们将以“柯桥优选”为载体，构建更加健全的品牌建设体系，将更多优质企业纳入到“柯桥优选”大家庭，着力打造成柯桥优质面料的集体品牌。

上海设界商务信息咨询有限公司董事长陆平一围绕如何把握好行业的增量、市场的流量和趋势的变量，推动“三量”在后疫情时代协调发展，分享了自己的思考。他指出，“柯桥优选”品牌培育计划围绕品牌新赋能、服务再升级，让好面料集聚形成规模效应，改变市场结构，从而转变为新增长力，帮助企业实现从坐商到行商转变，从品牌、营销、研发等多方面入手，提升产品附加值，逐步提升柯桥纺织的行业影响力和品牌价值。

严控入选标准，深化品牌服务

据了解，本次“柯桥优选”品牌培育计划面向柯桥纺织产业，入选征集标准有三方面：一是品牌毅力，即具备自主注册商标或品牌（面料品牌），重视自身品牌建设，主要负责人具备品牌化发展战略思维与决心；二是企业实力，即贸易类企业年销售3000万元以上，制造类企业年销售1亿元以上，主营产品特色鲜明、供应链稳定；三是创新能力，即企业注重产品创新，具备较完善产品开发体系，关注流行趋势，重视渠道、营销等多方面创新突破。

在企业自主报名基础上，通过招募、走访及综合评定，最终优选了35家柯桥优秀面料企业，其中25家为新企业，10家为去年进入培育名单的企业，成为2022年度“柯桥优选”品牌培育计划的培育对象。接下去，柯桥区轻纺城建管委将为35家“柯桥优选”培育企业提供系统化活动策划、面料专场直播、产品营销竞争力、品牌培训指导、成果发布会、人才培养、供应链品牌对接等扶持，将存量品牌活动和新设计活动融合打通，为打造“柯桥优选”品牌提供全面、整体服务。

上海设界信息咨询有限公司商务总监殷瑞翔针对面料服务计划进行详细介绍。他表示，将聚焦企业切实需求，围绕趋势共创、全程追踪、集成发布入手，从趋势出发、点对点辅导，每个环节跟踪培育，培育成果将以趋势主题汇编、集中展示、巡回发布等模式进行推广。

上海归心谷创客空间管理有限公司绍兴地区负责人吕瑜洁对人才培养内容进行详细介绍。下一步，将通过大咖授课、考察企业、深度对接、企业团建多元化方式，帮助企业培育人才，提升企业竞争力和综合实力。

共建“柯桥优选”，协同抱团发展

浙江懿纱纺织科技有限公司市场总监孙磊表示，作为柯桥本土生长的本地企业，非常高兴能看到政府创新求变、主动出击的态势，也很愿意积极参与“柯桥优选”品牌培育计划。近几年疫情反复，



“柯桥优选”将致力打造“国内领先、国际一流”的纺织品区域公共品牌。

市场充满了不确定性，大家需要抱团取暖，相信不远的将来，“柯桥优选”品牌将成为柯桥的又一金名片。懿纱纺织愿与各界同仁一起从“设计力、时尚力、营销力、品牌力”等方面共同努力，为推动柯桥面料创新升级、品牌赋能贡献自己的绵薄之力。

绍兴乾雍纺织有限公司总经理萧兴水表示，很高兴入选“柯桥优选”品牌企业培育计划，政府提出的打造柯桥集体品牌非常具有前瞻意识和战略眼光，我们愿意参与其中，互相加持，共同壮大，成为“柯桥优选”品牌的头部代表企业，也非常感谢主办方搭建的这个培育平台，给很多处于转型期企业一个上升学习通道。“柯桥优选”品牌企业培育是一个不错的起点，入选的35家企业可以相互学习取经、抱团发展，从而获得更大的力量。

“柯桥优选”纺织品区域公共品牌创建有助于推动柯桥建设世界级的现代纺织产业集群地，助推柯桥纺织转型升级，这也是一项长期性、战略性工作，是柯桥区在生产要素产品领域创建区域公共品牌的一次创新探索。未来，“柯桥优选”品牌培育计划将携手入选企业持续发力，致力打造“国内领先、国际一流”的纺织品区域公共品牌。ITA

2022 柯桥优选 品牌培育计划-培育企业



绍兴瑞采纺织有限公司	绍兴永盛工贸有限公司	浙江懿纱纺织科技有限公司	浙江大树纺织科技有限公司	浙江策源地纺织有限公司
绍兴市元无纺织有限公司	浙江乾鑫纺织科技有限公司	绍兴瑞兴纺织有限公司	浙江朗贝尼纺织科技有限公司	浙江惠达纺织服装有限公司
浙江瑞禾纺织科技有限公司	绍兴乾通纺织有限公司	绍兴柯桥利泰村衫有限公司	绍兴恩在贸易有限公司	绍兴纤锦纺织有限公司
绍兴柯桥翔牛纺织有限公司	绍兴乾雍纺织有限公司	绍兴市搜尚纺织有限公司	绍兴常雅纺织有限公司	浙江东田纺织有限公司
绍兴福壹服饰有限公司	绍兴纤登纺织有限公司	绍兴柯桥云翔纺织有限公司	绍兴市帝姿纺织有限公司	绍兴鑫缘隆纺织有限公司
绍兴金鸽针织有限公司	绍兴柯桥盛世天宇商贸有限公司	绍兴乐古古纺织科技有限公司	绍兴乐统纺织有限公司	绍兴尚庄纺织有限公司
绍兴米顺纺织有限公司	绍兴市柯桥区奇趣纺织有限公司	浙江益众纺织服饰有限公司	绍兴市富通进出口有限公司	绍兴优慕纺织有限公司



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 ⑪

一布一生，锻造百年利泰！

访绍兴柯桥利泰衬衫布有限公司董事长陈振国

■ 本刊记者_王利 文/摄

从单一的原料、款式、色彩，到多组分混纺、多功能兼具、花型时尚百变……衬衫面料的演变是我国纺织行业日新月异、转型升级的生动写照。而绍兴柯桥利泰衬衫布有限公司董事长陈振国作为深耕衬衫面料 30 余载的老企业家，是衬衫面料革新的推动者，也是柯桥纺织乃至中国纺织不断发展壮大的见证者、参与者。



陈振国

1957 年出生于广东普宁。普宁地属潮汕平原，是中国最大的衬衫生产基地，也是粤东地区最大的交通中转站和陆路口岸。从小就与父母、兄弟姐妹以纺麻为生的陈振国，与纺织结下不解之缘。1989 年，在绍兴轻纺市场开业第二年，陈振国姐弟几人到柯桥采购面料，被这里雄厚的纺织产业基础和良好市场营商环境所吸引，从此频繁来往普宁和柯桥两地，并逐步扎根纺城，开始包机台织布，在西市场设立门市部，主营衬衫面料，开启了在柯桥的逐梦之旅。

用一生专注，做一块好布。从最初跑量的“的确良”面料，到自主研发出超细旦、莫代尔、天丝纤维等天然舒适衬衫布，再到竹纤维、天莲、太极石等新材料功能性面料，陈振国紧跟时代步伐和消费升级需求，敢为人先、创新前行，把一块衬衫布做精做专做强，在细分领域走出一条独具特色的新发展路径。

因为专注 所以专业

作为普宁最早一批到柯桥扎根的布商，30 余年来，随着中国轻纺城的发展跃升，陈振国经历了一代代纺织设备的更新迭代，一次次产品的品质飞跃，一场场技术的变革创新，却始终专注衬衫布，通过自主研发、原料优化、工艺改善、色彩前瞻等创新举措，让原本单调的衬衫布绽放出不一样的风采。

“那时候‘的确良’面料在市场非常紧俏，而柯桥随着乡镇企业崛起，这类面料生产能力强，价格有竞争优势，我们姐弟几人基本每周都会采购十多万米运回家乡售卖。后来，我们在西市场设立了门市部，是当时唯二的两家潮汕经营户。我们的产品凭借色彩丰富，吸引了周边的步森、开尔、洛兹、雅戈尔等男装品牌青睐，生意越来越好，于是在 1996 年底成立了绍兴柯桥利泰衬衫布有限公司，在 2008 年成立绍兴柯桥利泰进出口有限公司，开始进军海外市场。”陈振国说道。

在开启公司化、规模化运营后，利泰步入了发展快车道。1999 年，在市场上衬衫面料普遍以棉、涤纶或者涤棉混纺为主时，陈振国已经布局差异化、高端化产品路线，从原材料开始把关，研发出超细旦、莫代尔、天丝纤维等舒适高端面料，一度引起下游市场的轰动，让利泰在衬衫布领域崭露头角。

利泰的第二次腾飞契机则要追溯到 2003 年大胆尝试竹纤维面料的开发应用。据陈振国回忆，当时接到一位上海客户 15 万米订单，需要竹、棉、涤三合一的混纺面料，然而由于竹纤维提取技术还不成熟，多次试验下来，面临诸多问题，这个订单也以赔偿告终。直到 2009 年，吉林化纤攻克了技术难关，再次找到利泰合作开发天竹纤维面料，终于在 2010 年顺利开发出竹纤维色织面料。

凭借垂感好、天然抗菌、防臭、丝绸手感等优势，竹纤维面料逐步打开男装衬衣市场，利泰顺势推出“竹绸纺”“真竹”面料品牌，不断壮大产品矩阵，被天竹联盟授予“衬衫面料开发基地”“休闲面料开发基地”。一路走来，利泰不仅与国内利郎、红豆、海澜之家等诸多知名品牌达成长期战略合作，产品还远销东南亚、欧美等诸多国家，迎来跨越式发展，奠定了在衬衫布领域的影响力和知名度。

匠心传承 创新不止

时代在变、初心不改。三十余载磨一剑，在陈振国的带领下，利泰衬衫布用品品质和诚信收获了商业伙伴的肯定和业界的良好口碑，成为行业内深受认可的“衬衫布专家”。如今，年逾花甲的陈振国逐步退居二线，随着儿女长大成才加入公司，注入新鲜血液的利泰正孕育着再次腾飞的新动能。

匠心传承、创新不止。“未来是年轻人的舞台，目前公司管理架构已经重新调整，更多的大小事务由孩子们掌舵。下一步，以产品创新和渠道拓展为主攻方向，公司将全面优化服务方式、塑造企业品牌、加强产业链合作，重塑新格局下利泰衬衫布新优势，为客户创造更具价值的柔性化精细化解决方案。”陈振国说道。

在产品创新方面，利泰专门组建研发团队，每年将 20% 的利润用于新品开发，每个月可推出百余个新品。一方面，从原料应用和成分配比下功夫，最新研发出天莲、太极石、冰氨、太舒、芦荟等天然功能性产品；另一方面从面料后整理入手，推出免烫、三防产品。同时，注重色彩、花型创新，与 POP、COLORO、WGSN 等专业趋势机构合作，让利泰衬衫面料始终走在时尚前沿。

在渠道拓展方面，利泰积极拥抱数字化浪潮，大力布局跨境电商和线上直播，通过内销外贸两条腿走路，实现平稳发展。近年来，公司不仅在阿里巴巴国际站开设店铺，还与全球纺织网大力合作，推动线上线下“双渠道”融合发展，抢抓国内国外“双循环”市场商机，不断扩大利泰衬衫布的市场占有率。

独行者速，众行者远。值得一提的是，陈振国不仅是利泰创始人，也是绍兴潮汕商会的执行会长，带动了一大批潮汕布商逐梦纺城、圆梦纺城，如今享誉全球的“国际纺都”背后也有他们的一份力量。TA

“圆梦三十年 最美纺城人”系列报道 ⑫

产品 + 渠道，疫情下三年创效翻两番

访绍兴市九艺纺织品有限公司总经理王顺钢

■ 本刊记者_王利 文/摄

在疫情之下的这三年里，有的企业生存艰难、有的企业被迫关停，更多的企业以此为契机苦练内功、逆势布局。绍兴市九艺纺织品有限公司在 90 后创始人王顺钢的带领下，创出三年营业额翻两番的“奇迹”，在疫情大考中交出企业发展的优秀答卷。



王顺钢

出生于 1991 年，九艺（谐音）纺织也因此而得名，他坚信只要不断努力、不断创新，新一代纺织人也可以创造出属于自己的一番天地。九艺纺织成立于 2016 年，是一家充满活力的年轻企业，成立短短几年时间以令人惊讶的速度不断弯道超车，成为中国轻纺城市市场里的标杆企业之一。2020 年九艺纺织实现营业收入翻一番，2021 年同比增长近 60%，预计 2022 年将再次增长 60%。如此亮眼的成绩背后究竟潜藏着怎样的成功秘诀？

九艺纺织专注婴童面料细分领域，从成立之初就确定了“健康、安全、绿色”的产品研发方向，产品以有机棉、天然彩棉为主，并不断开发各种天然纤维混纺面料，希望以微薄之力守护千万婴幼儿的健康。更值得关注的是，柯桥大部分纺企都以实体企业为主，在不断发展过程中拓展线上新渠道，推动线上线下融合发展，而王顺钢却以逆向思维反其道而行之，以电商起步，深挖线上潜力与机遇，成就了疫情下九艺纺织的逆势上扬。

深耕细分领域 打造特色产品体系

作为土生土长的纺城人，王顺钢从小就看着父母和身边的亲戚长辈如何依托市场一家小小的门店把生意做强做大。他在不断成长的过程中，也见证了中国轻纺城的每一步变化，与纺织结下不解之缘。2013 年，大学实习期的王顺钢正面临择业的问题，纺织行业自然成为不二选择。

产品是企业核心竞争力，是赢得市场占有率的关键。“我父母主营毛巾布，多年来积累了稳定的客户群体，构建起成熟的经营体系，但是我并不愿意在他们的羽翼下发展，我希望通过自己独立的选择与努力成就属于自己的事业。经过多方背调和思考，决定专注 0—3 岁婴童面料，我相信随着二胎政策开放，婴童面料一定会迎来发展春天。”王顺钢说道。

从 2011 年底的双独二胎政策，到 2013 年底的单独二胎政策，

再到 2015 年底的全面二胎政策，政策放开带来的红利，让婴童面料成为纺织业发展的“新蓝海”，王顺钢也因此取得显著成绩。2016 年，正值“十三五”的开局之年，也是二胎政策全面开放的第一年，王顺钢积极抢抓发展先机，成立绍兴市九艺纺织品有限公司，进一步做深婴童面料大文章。

王顺钢认为，婴幼儿是家庭的未来，也是祖国的未来，他们的健康牵动着国与家的神经，经营婴童面料首先要考虑社会责任，要从关爱孩子健康安全理念出发。因此，九艺纺织的产品以纯天然无污染的有机棉和天然彩棉为主，从纤维纱线源头开始把关，采用通过 GOTS（全球有机纺织标准）检测和 SGS（全球领先检测机构）检测的原料，每款新品都会进行第三方权威检测，全部达到 A 类标准才会向市场推广。

创新是企业发展的不竭动力。多年来，九艺纺织始终坚持原创设计，与专业的设计机构和研发机构合作，每月都会针对当下需求和趋势推出新款，形成独具特色的产品体系。为满足疫情下市场对抗菌功能性面料的需求，九艺纺织研发出棉与芦荟、艾草、竹纤维等混纺的产品，不仅天然亲肤、安全环保，还兼具抗菌功能，深受品牌客户青睐。

做强电商渠道 构建新型商业模式

疫情之下，实体门店普遍面临困境，许多柯桥纺织企业纷纷把目光转向电商、直播等线上渠道，以此寻求破局之道。而以电商起步的九艺纺织，经过多年的积淀和布局，迎来飞速发展期，并不断拓展线下实体店和仓储，致力于通过线上引流、线下服务深度融合，构建新型商业模式。

据了解，目前九艺纺织在阿里巴巴有 13 个网店，在全球纺织网有两个店铺，在阿里巴巴国际站也有两个店铺，公司 80% 以上的订单都是通过线上引流到线下，从而达成深度合作。随着线上业务持续增长，九艺纺织积极布局线下实体仓储和配套服务团队，目前在中国轻纺城针织面料市场和东市场均设置门店和展厅，2021 年还打造了 2000 多平方米的大型仓库，所有热销产品都备有现货，进一步提升企业快速反应能力。

谈及电商成功的经验，王顺钢表示，做电商就是一个大浪淘沙的过程，可能不像实体门店很快就能见到成效，一定要有耐心，坚持下来总会有收获。同时，因为面料是产业链的中间环节，直接完成交易不太现实，线上更多是引流和品牌塑造作用，一定要保证图片和实物吻合，让客户“所见即所得”、“所见立即得”，高度重视产品质量与反应速度，让客户建立信赖感与依赖感。

对于未来发展规划，王顺钢心中早有“一盘棋”。他表示，一方面深耕婴童面料不动摇，守护下一代健康安全的初心不改变，从原材料、花型、工艺等多方面入手不断打磨产品，注重原创设计与保护，打破产品边界，从 0—3 岁婴幼儿面料向中童面料延伸。另一方面，做强电商渠道，从线上店铺向直播、抖音微信小视频、小红书等多渠道进军，创新营销模式、升级服务水平，进一步提升企业综合实力和市场竞争能力。TA



20年来,“海宁家纺杯”参赛作品的质与量逐年提高,行业关注度逐步提升。

立足原创设计,赋能家纺时尚

“海宁家纺杯”2022 中国国际家用纺织品创意设计大赛结果出炉

■ 本刊记者_李亚静 通讯员_徐晶鑫 朱美静

近日,“海宁家纺杯”2022 中国国际家用纺织品创意设计大赛在浙江省海宁市完成了“创意画稿组”和“整体软装设计组”的全部评审工作。

大赛共收到“家纺创意画稿组”的123家参赛单位作品1840幅;“整体软装设计组”的50家参赛单位作品524幅。在浙江省海宁市公证处的全程监督下,经过专家评审委员会的层层遴选,以及根据大赛规则,优秀奖以上获奖作品在中家纺官网上公示一周后,最终确定“家纺创意画稿组”评选出金奖1名、银奖3名、铜奖5名、评审团奖4名、优秀奖18名、入围奖若干;“整体软装设计组”评选出金奖1名、银奖3名、铜奖5名、评审团奖4名、优秀奖20名、入围奖若干。

今年大赛的主题是“东方·潮”,旨在以东方文化美学为核心,强调家用纺织品设计在融合东方文化与世界潮流的基础上,创新家纺文化的新潮流,引领家纺设计的新潮流,掀起家纺美学的新潮流。

值得关注的是,今年是大赛举办的20周年,20年来大赛组委会共收到来自海内外参赛作品32633件,吸引了近2万名设计师参与,在行业内形成了广泛的号召力和影响力。作为家纺设计类国家级竞赛,“海宁家纺杯”创意设计大赛始终立足原创设计,赋能家纺时尚,为广大设计师搭建起专业的家用纺织设计竞技平台,更为产业的设计创新注入新创意、新潮流。

本届大赛由中国家用纺织品行业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、法兰克福展览(香港)有限公司、浙江省海宁市人民政府主办,中国家用纺织品行业协会设计师分会、海宁市许村镇人民政府承办,海宁市家用纺织品行业协会、海宁中国家纺城股份有限公司、海宁市许村镇时尚产业新生代联合会协办,得到了中国版权协会、中国版权保护中心的支持。

为家纺设计注入新生力量,为设计新锐指明方向

本届大赛评委阵容强大。中国纺织工业联合会副会长、中国家用纺织品行业协会监事长杨兆华担任评审委员会主任,中国家用纺织品行业协会副会长兼秘书长、高级工艺美术师王易为评审委员会执行主任。清华大学美术学院教授贾京生担任新闻发言人。

杨兆华表示,大赛始终秉承以时尚创新为方向,以培育人才为目的,以文化传承为使命,以服务行业为宗旨,为大家纺行业设计师和纺织专业院校师生搭建一个成功的交流和展示平台,为行业的设计创新发展不断注入新生力量,为要进入和希望进入这个行业的设计新锐指明方向。

家纺行业“十四五”发展指导意见中指出,要大力发展时尚特色的现代家纺产业,壮大行业设计师队伍,打造引领消费潮流的新兴产业业态。“海宁家纺杯”大赛20年长盛不衰,得益于许村镇一直以来的大力支持,大赛更反哺了许村家纺设计产业的创新发展。纺织品设计的提升将是实现许村家纺乃至整个行业转型升级的重要手段和内在驱动力。新时期下,“海宁家纺杯”大赛将紧抓发展新机遇,继续助推家纺原创设计发展,践行行业发掘和输送设计人才的宗旨,努力为家纺行业转型升级贡献更大力量。

海宁市许村镇人民政府副镇长王水鑫表示,20年来,大赛在协会、政府、院校、企业等多方的共同努力和支持下,规模不断扩大,影响力不断升级,在家纺乃至整个纺织领域产生了较强的品牌影响力和平台效力。借助大赛的推动力量,许村围绕行业企业的可持续发展,不断匹配整合资源,提升布艺产业设计核心竞争力,把产业转型、产业提升这篇文章做深、做实、做细。

贾京生表示,20年来大赛经历了启动设计、激活设计、深化设计三个重要发展阶段,实现了从无到有、从小到大、从量到质的转变、提升与飞跃。作为最具权威性、专业性和影响力的行业赛事,“海宁家纺杯”创意设计大赛推动了中国家纺行业的发展进程,提升了中国家纺设计师的创新水平,增强了中国家纺企业的原创意识,搭建了企业院校联动共进的平台。

兼顾实用性与艺术性,让家纺作品更能打动人心

由行业协会代表、高校教师、企业设计师等组成的创意画稿组与整体软装设计组的评委们,对参赛作品的实用性与艺术性进行了全方位考评。

创意画稿组的评委提到,针对“东方·潮”主题,参赛选手们从多种视角进行活态挖掘,体现了年轻一代的文化自信以及对于中国文化的热爱,通过设计推新潜移默化地推动了文化生命力的延续。

同时,作品表现手法及风格较为多元,当然工艺实现形式及产品载体应用方面还有提升空间。希望未来高校和企业的合作模式可以更加多元和深入,通过协同育人更好地培养具有创新能力的高素质设计人才。有评委建议,新锐设计师可从两方面提升自己:一是充分发挥个性化和创造力,二是注重实际需求,让创意真正落地。

设计作品的市场化没有捷径可走,只有多看、多了解当下的流行趋势、流行作品,才能更好地把握市场脉搏。实用性方面,需要在生活中观察使用者的真正需求,不断积累,建立起对家纺产品设计的直观认识和感受,并把这种感受运用到实物产品的设计中。

整体软装设计组的评比中,评委们提到,今年的参赛作品无论从色彩、色调、内容、图案设计,还是整体的质感把握上,都展现出了青年一代设计师对美好生活和温馨家居的理解。

也有评委表示被作品中呈现出的年轻、创意、激情、参与感、专业性所打动。感动之余,她建议不要只是简单罗列传统元素、自然元素于作品中,应该把各种元素重新打磨,让作品具有韵味和层次感,这样才能打动人心。

20年来,参赛作品的质与量逐年提高,行业关注度逐步提升。对行业而言,大赛对行业发展具有很大的推动作用,赛事中涌现的好作品甚至可以直接应用到企业生产中,提升产品附加值。同时,大赛的举办也培养和造就了更多的家纺设计人才为企业所用,对企业设计创新起到了积极推动作用。TA

传“潜江裁缝”美名,打造新龙头产业

■ 本刊记者_董笑妍

湖北省潜江市的裁缝制衣历史悠久,改革开放以来随着服装行业的不断发展,10余万潜江裁缝大军活跃于全国,潜江裁缝也因此成为了响彻全国的十大劳务品牌之一。

如今,借由潜江裁缝的行业基础,潜江市纺织服装产业正在谋求更大发展。当下潜江拥有纺织服装企业近400家,从业人数达3万余人,但规模以上企业占比较小。为将纺织服装产业打造成为当地新的“龙头产业”,潜江市政府在与中国纺织工业联合会进行深入沟通后,确立了“做规划、建园区、成立协会”三管齐下的产业推动方案。

众多举措可见潜江发展决心,今后,潜江将贯彻纺织服装产业“人口集中、产业集聚、功能集成、要素集约”的发展理念,抢抓纺织服装产业向中部转移的重大历史机遇,打造新的千亿级产业集群。

擦亮潜江裁缝名片 谋求集群化发展路径

为进一步聚集潜江纺织服装产业发展人气,擦亮“潜江裁缝”金字招牌,8月2—4日,由中国服装协会、湖北省服装行业协会指导,潜江市纺织服装产业协会主办,湖北中伦国际纺织城有限公司冠名的“潜江裁缝剪绣天下——2022中伦·首届潜江裁缝节”正式举办,正可谓“裁缝节搭台,产业唱戏,招商引资”。

本届潜江裁缝节以“擦亮劳务品牌,振兴裁缝之乡;打造产业集群,建设服装名城”为主要目的,系列活动包括了2022中伦·首届潜江裁缝节VI设计大赛、寻找最美潜江裁缝暨服装职业技能大赛、“荆风楚韵”服装模特大赛、纺织服装产业发展座谈会、重要客商会见活动、粤楚国际服饰时尚(潜江)产业园开工仪式等丰富内容。

8月4日上午举行的2022中伦·首届潜江裁缝节开幕式上,中国纺织建设规划院院长冯德虎,中国纺织工业联合会产业园区工作办公室副主任、中国纺织工业企业管理协会常务副会长谢青,中国服装协会常务副会长杨金纯;湖北省人社厅副厅长、一级巡视员董长麒,湖北省纤维检验局局长林松金,湖北省服装行业协会会长冯力;潜江市委书记向斌,市委副书记、市长盛文军等领导嘉宾出席活动。

盛文军首先在致辞中表示,“潜江裁缝节”作为一场业内交流的盛会,必将推动潜江市纺织服装产业的进一步发展。近年来,潜江市正在为打造千亿级纺织服装产业集群而努力,相信潜江裁缝必将在其中发挥更大、更优的作用,也诚挚邀请全国纺织服装企业入驻潜江,共同缔造行业盛世。

“对中西部地区谋求纺织服装产业发展而言,以产业园区为载体,与成熟地区紧密协同,积极融入全球纺织产业供应链,是积极的发展路径。”谢青宣读了中国纺织工业联合会“关于潜江高新技术产业园区列为‘全国纺织服装产业园区(试点)’的决定”并表示,潜江高新技术产业园区已经确定了以潜江市纺织服装核心产业园为重点,打造休闲户外服装高端制造基地、中国电商品牌服装快反中心、中部优质纺织加工基地的目标。希



首届“潜江裁缝节”开幕式现场。



潜江高新技术产业园被列为“全国纺织服装产业园区(试点)”。

望潜江高新技术产业园区在新发展时期,进一步优化资源配置,坚持数智化、绿色化、品牌化方向,为我国纺织行业的高质量发展做出贡献。

开幕式上,中南财经政法大学劳务品牌发展研究中心教授李波发布了“潜江裁缝劳务品牌价值”。当日,共有42个招商项目在本次潜江裁缝节开幕式上完成签约仪式,合同总引资达77.75亿元。潜江将以链接全国的发展魄力,一方面,依靠十万潜江裁缝的人力资源基础和高标准配套设施,吸引全国优质企业入驻;另一方面,依靠优质企业的带动作用发挥“鲶鱼效应”,激活当地纺织服装企业再进一步,最终实现培育百家规上企业,打造千亿级产业集群。

聚集产业智慧 探讨潜江未来

在裁缝节开幕前夕,8月3日下午还召开了“潜江裁缝 剪绣天下——2022中伦·潜江纺织服装产业发展研讨会”,为今后发展出谋划策。

潜江市经信局局长王舒伟介绍潜江市纺织服装产业的发展情况时谈到,纺织服装产业是潜江市的优势产业、特色产业,产业发展有着深厚基础,另有10万余名潜江裁缝活跃在全国各地。如今,为发展潜江纺织服装产业,当地政府着力于高标准编制产业规划;出台精准有效产业政策;优化布局产业承接平台;持续助力产业品牌打造;大力引导产业转型发展;持续优化产业营商环境,力争打造千亿级产业集群。

杨金纯围绕服装行业的现状及发展走势发表讲话表示,即使经受了疫情的长期考验,中国依旧毋庸置疑是全球最大的服装生产国、消费国。随着上半年疫情逐步得到控制和各方面政策的支持,5月底我国服装内销降幅正在收窄,相信在疫情持续可控的情况下,今年下半年内销能够实现逐步恢复。据统计,上半年全行业规模以上企业利润率偏低,但令人振奋的是,行业的固定资产投资实现了较大增长,这说明在疫情压力下很多服装企业依旧加大了对生产硬件、智能化设备的投资,这体现了服装企业对未来的信心。因此,他希望各地政府对当地服装企业的发展给予更多的重视与包容。

谢青则谈到,发展纺织服装产业首先要打造好顶层设计,要有专门的政策措施、专业的园区、专业的协会,通过详尽的规划帮助潜江纺织服装产业实现提升。他重点强调了“存量”与“增量”两个问题。第一做好存量,政府层面应该考虑怎样培育当地龙头企业,重点培育一批有决心做大做强企业,形成能够验证成功路径的第一梯队;当企业遇到用工、产业升级、人均效益等一系列问题时,政府应该用什么政策措施去解决问题。第二做大增量,当地政府应该建立完善的服务体系,着力招商引资,多走出去、多看、多学习,真正顺应行业的发展规律,借鉴沿海成功案例,找到自己快速发展的道路。

会议期间,与会代表还走访了潜江市佳兴服饰有限公司、湖北幸福服装有限公司、潜江市多美制衣有限公司等企业。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 20

小北河镇： 东北小镇用袜子链起全球市场

本刊记者_徐长杰

小北河镇素有“千年渡口，百年古镇”之称，改革开放初期，诞生新中国第一块国产“的确良”的辽阳市轻纺工业发达，不少人利用当地的纱线原料，空闲时间织袜换钱。如今，小北河人用30多年的时间，硬是把足尖上不起眼的小袜子做成了大产业，形成了具有一定规模的生产、销售产业集群，让袜业成为富民强镇的支柱产业。

近日，辽宁辽阳小北河镇党委书记张忠臣在接受《纺织服装周刊》记者采访时介绍，目前小北河镇共有织袜企业206家，电脑织机2.5万台，安排就业2万余人；年产袜子25亿双，棉袜产量仅次于吉林省辽源市，居全国第二位，产值近32亿元；产业整体规模位居全国第四位。

小北河镇袜业产业不仅规模大、产品价格低、品质好，如今更是以前瞻性的眼光和国际视野，立足国际国内两个市场，积极融入双循环新发展格局。据介绍，在浙江大唐全国袜业城和义乌小商品城，就有100余家实体店销售小北河棉袜，小北河袜品还远销韩国、日本、俄罗斯等多个国家和地区。



小北河人用30多年的时间，硬是把足尖上不起眼的小袜子做成了大产业。



东北小镇 32 亿元的袜业生意

如今，小北河袜业正在带动中国袜业实现更高水平更高质量的发展。

2018年5月，小北河袜业小镇入围辽宁省第一批11个省级产业特色小镇创建单位；2019年，首次以“辽宁小北河袜业产业集群”形式参加了春、秋两季广交会，成为全国参展的9个产业集群之一，共接待国外客商800余人次，总计接到国外订单1000余万双。2020年，小北河袜业企业参加省政府举办的辽宁国际投资贸易洽谈会，荣获“辽宁品牌”企业称号；2021年成功申请“中国袜业名镇”产业集群称号，并由中国纺织工业联合会在“大连服博会”上现场授牌，小北河袜产品在国内外知名度和影响力正不断提升……

记者了解到，小北河镇206家袜业企业相对集中在小北河镇区及通气湾村，占总量的近54%。企业以生产棉袜为主，年产值约32亿元，利润约占25%，年利税约400万元。经轻工部门注册具有自主知识产权的商标467个。现有外贸出口实绩的企业3家，2021年出口额约2500万元人民币。通过浙江诸暨、大唐等地贸易商销往国外的销售额近5亿元人民币。

目前，小北河袜业集群中行业龙头型企业有辽宁木色袜业有限公司、辽阳金棉花袜业有限公司、辽宁保利袜业、辽阳娜娜袜业有限公司等。

辽宁木色袜业有限公司注重转型升级，每年投入大量设计资金，企业负责人坚持打造自主品牌，实施品牌战略。2020年以来，积极进驻东北亚园区发展，并带头参加“广交会”和大连服博会等展会，引领小北河袜业知名度不断提高。

辽阳金棉花袜业有限公司和辽宁保利袜业是小北河镇以外贸为主的袜业企业，两家企业积极探索建立“海外仓”模式，并通过“一带一路”、中东欧班列作为小北河棉袜拓展了对外销售的渠道。

辽阳娜娜袜业是一家以童袜生产为主的袜业企业，集群中童袜领域的龙头企业，在集群中乃至全国具有一定的竞争优势，为产业集群打造特色化、差异化发展起到了引领带头作用。

如今，随着东北亚轻工产业基地、小北河袜业城的建成，小北河袜业产业逐步由分散的小型加工厂向园区集聚，正加快实现规范化、集约化发展。以袜业城为集中展销的商贸功能区，正为全国袜业企业提供批发市场、仓储物流、检验检测等多个服务平台。



到“十四五”期末，小北河袜业产业技术创新能力将接近国内领先水平，大中型企业基本实现企业信息化，关键技术取得进展。

六大举措布局袜业未来

当然，目前小北河袜业产业发展也遇到了一些亟待破解的问题，如缺少袜业产业规划；袜业产业链仍不够完备和健全；品牌效应较低以及入园企业优势不明显等。近年来，还面临着劳动力成本虚高等问题，袜业产业发展受到阻碍。

谈及小北河袜业未来的发展方向，张忠臣表示，未来，小北河袜业产业将从以下几个方面开展工作：

第一，着手编制袜业产业规划。目前，小北河镇正在按照县财政审定的编制费价格履行招标程序，加快推进产业规划编制工作，丰富城镇功能，助力袜业产业快速发展。

第二，进一步加大招商引资力度。瞄准产业链短板，着力引进原材料生产、袜机制造等优质配套企业，完善袜业产业链条，降低生产成本。同时，以节能环保，创新及绿色发展为重点，依靠科技进步和技术创新，逐步进行产业升级和技术改造。实现对科技化、功能化、舒适化袜子产品的研制，提高产品技术含量和企业创新能力。

第三，培育名优品牌。重点扶持品牌大户。梳理出镇内品牌大户，重点扶持，并帮助完善品牌名称，培育自主品牌，形成拳头品牌。提升产品研发和设计能力，努力开发可以满足不同消费层的产品，在市场上打造出自己特有品牌，摆脱对代加工的依赖性，更加饱满的占据袜子市场，提高产品利润空间，开拓国际市场。在品牌创建过程中，建立起“企业为主体、市场为导向、政府为推手”的发展机制，政府相关部门要为品牌建设搭建平台，搞好服务；支持品牌大户做强做大，兼并零散户。加大政策支持力度。在金融、税收、财政上给予一定的政策支持，鼓励生产经营者创产业名牌，走品牌创业之路。

第四，全力加快推进项目建设。助推产业转型升级，着力推进东北亚轻工产业基地、东北亚园区产业大厦、爱索智慧空压、小北河特大桥改造、大市场改造、镇区集中供水、亿兴商务酒店二期、九年一贯制寄宿学校等亿元重点项目建设，同时，完善镇区管网等基础设施，为招商引资和企业经营营造良好营商环境。

第五，研究制定更多入园企业支持政策。着力凸显入园优势，减少企业生产成本。同时，支持入园企业做大做强，提升市场核心竞争力，逐步实现袜业产业规模化、集约化、数字化发展。

第六，多渠道降低企业成本。一是研究制定升规企业纳税奖励办法，助推企业早日升规入统，走上规范化发展道路。税务部门要加大税收征缴力度，严厉打击企业避税行为。二是制定奖励办法，将本级留税奖励给升规企业，减轻企业负担，提高企业升规意愿。三是待东北亚园区产业大厦建成后，引入山区乡镇剩余劳动力入驻园区，以降低园区企业劳动力成本。四是尽快打造袜业产业物流仓，切实降低企业物流、快递成本。

努力奔赴 40 亿双“小目标”

如今，纺织产业两化融合正如火如荼地进行，袜业产业探索“互联网+”的也不在少数。小北河袜业产业也在进行着积极的尝试。据张忠臣介绍，小北河企业——鸿米科技有限公司希望通过打造小北河IP、搭建产业电商平台、大数据中心等，着力解决袜业企业物流成本高及退换货问题，目前已通过县工信局向市工信局申报，拟于近期到省工信厅备案，并计划今年10月份实施。

2019年2月，中国一百岁集团打造的总投资50亿元的辽宁东北亚轻工产业基地项目落户小北河镇，项目包括标准化厂房、定制化厂房、电子商务中心、创意研发中心、外贸出口及物流仓储基地、污水处理、轻工产品印染等产业相关配套设施，建成后将集中500家中小企业实现集约化、规模化发展。目前，百岁集团已与省联通公司在工业互联网方面已初步达成合作协议，公司计划以木色袜业为试点，尽快安装硬件设施，并于年底前全面铺开。

近年来，通过大力开展招商引资工作，小北河袜业项目的建设，着力解决了小北河地域“有袜厂无市场”的问题，坚持“以商为主、突出服务”，通过盘活闲置资产，着力建设商贸功能区。将为全国袜业企业提供批发市场、仓储物流、检验检测等多个服务平台，弥补东北地区袜业商贸功能欠缺的发展短板。

面向“十四五”，小北河袜业产业也将开启新的篇章。张忠臣表示，按照辽阳县政府“学诸暨、比辽源”的袜业产业发展要求，到“十四五”期末，小北河袜业产业装备和技术将基本达到国内先进水平，产品在国际市场的占有率大幅提高，建成国内领先、产业集聚规模大、专业协作化水平高、配套功能完善，集生产、研发、交易、信息为一体的技术先进、研发能力强、涵盖面广、附加值高的先进袜业制造基地、研发基地和贸易中心。

到“十四五”末，小北河袜业企业预计将达300余家，其中规模以上企业50家；袜子产量达40亿双，袜业产值实现50亿元。袜业产业上下游企业集聚于此，企业生产经营健康有序，从研发设计、纺丝、织袜，到染整、绣花、包装、营销等各环节的百余家企业构成完整的袜业产业链。袜子产业技术创新能力接近国内领先水平，大中型企业基本实现企业信息化，关键技术取得进展。成功申报国家级袜业特色小镇，产业集群功能、层次得到巨大提升，产业园区在国内市场上具有一定的占有率和竞争力。

小北河中国袜业名镇是辽宁省纺织服装行业非常有特色的一个产业集聚地，汇聚了一批非常有活力、非常有发展潜力的袜企。相信在未来的发展中，小北河中国袜业名镇能够通过探索品牌化、数字化、国际化、绿色化的发展路径，坚持科技创新，加快人才集聚，提升市场竞争能力，不断将袜业产业做优做强，为地方经济发展、行业提升做出新贡献。TA



关注面料之星
俱乐部公众号，
了解更多信息

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。

德州恒丰纺织有限公司



面料名称：M/铜70/30 50支
原料成分：莫代尔 70%、铜纤维 30%
产品特点：莫代尔纤维手感柔软，悬垂性好，穿着舒适。铜纤维是一种功能性抗菌纤维，抗菌效果良好，两种纤维混纺织成的面料，透气舒适，高效抗菌抑菌。
应用领域：女装、内衣、家居服、童装



面料名称：A/薄荷60/40 40支
原料成分：腈纶 60%、薄荷 40%
产品特点：薄荷纤维采用独有专利技术，3A级持久抗菌。纤维截面呈椭圆形，有丝光感、触感柔顺。防螨防霉，干净健康，高效抑制霉菌螨虫滋生，防止霉变褪色异味。
应用领域：女装、内衣、家居服、童装

绍兴庐纹纺织品有限公司



面料名称：TR字母
原料成分：P100%
产品特点：凹凸感强，通过纱线的粗细比例来体现。色泽更加体现颜色的多样性，面料具有良好的硬挺性，耐化学性好，具有较好的耐热性、热塑性、耐光性，以及良好的可塑性。
应用领域：女装、休闲装



面料名称：延墨
原料成分：P100%
产品特点：此面料为数码印花产品，图案颜色更加饱满细腻，犹如夕阳西下，让美好的一瞬保留。经过压绉处理，让视觉更有层次感，像浪花一样一层接一层。
应用领域：女装、休闲装

常州恒利宝纳米新材料科技有限公司



面料名称：石墨烯衬衫面料
原料成分：石墨烯锦纶 12%、常规涤纶 88%
产品特点：抗污力强，衣服穿久后领口上的黄色污渍，抹上普通肥皂就会以肉眼可见的速度溶解，清洗不费力。此款面料穿在身上有持续凉感，抗菌抑菌。
应用领域：男装、女装



面料名称：石墨烯锦纶网眼面料
原料成分：石墨烯涤纶 35%、锦纶 65%
产品特点：正面为灰色网眼面料，反面为白色网眼面料，双层透气孔，这款面料拥有远红外、屏蔽热成像的功能。此款面料做出的衣服，可以屏蔽掉人体红外。
应用领域：男装、女装、休闲装

绍兴中维纺织品有限公司



面料名称：仙女织印花
原料成分：P 100%
产品特点：面料轻薄柔软，使用豹纹做印花，更显潮流。
应用领域：女装、童装



面料名称：小清新绣花条纹
原料成分：L70%、C30%
产品特点：面料柔软，颜色鲜艳，上面的小绣花让面料更出众。
应用领域：女装、休闲装、童装

佛山市顺德区天之润针织有限公司



面料名称：S00150
原料成分：汉麻 55%、棉 45%
产品特点：40S/1*2 双纱汉麻 55% 棉 45% 单珠地布（淡碱缩），74"X180G/M2。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：S00268
原料成分：Cotton78%、Sorona5%、Spandex7%
产品特点：40S/1 棉 +50D/32F Sorona+40D 拉架珠地双面布（食毛），60"X330G/M2，利用有接触凉感，Sorona与棉的交织，改善面料的舒适性。
应用领域：男装、女装、休闲装

绍兴菲逊纺织发展有限公司



面料名称：春夏的芬芳
原料成分：C100%
产品特点：流行镂空元素提花，隐约透视，增加神秘感。
应用领域：女装

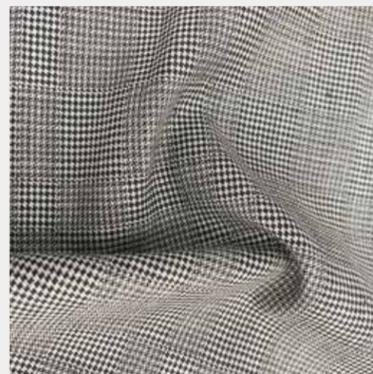


面料名称：白地青花瓷
原料成分：T100%
产品特点：75D 假捻丝织出的牙签条纹理，凹凸相间，细腻，条子纹理，弹力自然，穿着舒适。
应用领域：女装

江苏澳洋纺织实业有限公司



面料名称：混纺花呢
原料成分：W43%、P57%
产品特点：通过单、双层不同的组织运用，再配以白色与藏青色纱线不同排列，形成鸟眼、风车等不同风格的面料。经过后整理特殊的工艺整理使得该面料立体感强，蓬松饱满。
应用领域：休闲装



面料名称：全毛花呢
原料成分：W100%
产品特点：利用黑和浅灰色纱线在经典的鸟眼组织上进行深浅变化交织，形成变幻的格型面料，给人沉稳、高端大气的感觉。
应用领域：休闲装

绍兴市元无纺品有限公司



面料名称：彩云间
原料成分：T41%、再生 T30%、R22%、SP7%
产品特点：由雅赛尔混纺包芯纱和再生毛型粗旦涤纶弹性纤维交织成四面弹面料。面料柔顺，挺括有型，抗皱易打理，成型塑身好，尽显优雅大气而不失活泼。新颖别致的灯芯条风格，纹理清晰而立体，有动感。
应用领域：女装



面料名称：蓝风冰情
原料成分：冰氨聚酯 32%、再生 T42%、R22%、SP4%
产品特点：由再生粗旦涤纶粘胶纤维和太极石公司冰氨纤维交织而成，手感柔软顺滑，触感冰凉而凉感持久，吸湿亲肤，抗皱易打理，适合连衣裙、衬衣等。
应用领域：女装

杭州铭和丝绸有限公司



面料名称：四月江南
原料成分：桑蚕丝 15.5%、大麻 35%、人棉 49.5%
产品特点：底布采用桑蚕丝和大麻、人棉交织而成，面料整体的悬垂性能好。使用数码印花工艺，花型艳丽与清雅并存，妩媚与恬静相融，面料整体顺滑、飘逸，透气性强。
应用领域：女装、休闲装



面料名称：盛世浮华
原料成分：尼龙 20%、羊毛 80%
产品特点：以锦纶和羊毛为主原料，采用提花工艺织造而成，面料主色调鲜艳明快，整体花型柔媚细腻、纤弱柔和，使整个面料风格趋于美化、繁复化。面料手感硬挺、粗犷。布面纹理 3D 立体感，透气性强，抗皱耐穿。
应用领域：女装、童装

绍兴岁寒纺织品有限公司



面料名称：仿醋酸 V 字母提花
原料成分：P97%、SP3%
产品特点：这款涤氨提花，融入了仿醋酸外观、人丝的手感，给人耳目一新的感觉，可以做高档的裙装、POLO 衫等。
应用领域：男装、女装



面料名称：1*1 羊绒混纺罗纹
原料成分：莫代尔 37%、腈纶 38%、羊绒蛋白 15%、羊毛 6%、氨纶 4%
产品特点：柔软舒适的 1*1 罗纹，高混纺比例，不仅含有莫代尔、羊毛等成分，还融入了羊绒蛋白成分，柔软亲肤。
应用领域：男装、女装、内衣、家居服、童装

杭州圣玛特毛呢有限公司



面料名称：单面蓝格短顺呢
原料成分：羊毛 90%、羊绒 10%
产品特点：织造组织为 2/2 右斜单层，颜色为散毛染色富有层次感。面料手感柔软、糯滑。面料克重 310 克/米，适合休闲装等。
应用领域：男装、女装



面料名称：单面阿尔巴卡
原料成分：羊毛 31%、牛绒 69%
产品特点：染整采用浙江制造“品”字标产品制作工艺。
应用领域：男装、女装

绍兴中多纺织复合有限公司



面料名称：简约时尚
原料成分：T85%、SP15%
产品特点：麂皮绒面料结合精致的图案，打造简约低调、沉稳气息的款式，彰显时尚的格调与品位。
应用领域：男装、休闲装



面料名称：高鹿绒
原料成分：T85%、SP15%
产品特点：麂皮绒面料结合精致的图案打造简约低调、沉稳气息的款式，彰显时尚的格调与品位，在保有廓形外观的同时兼顾时尚性与功能保暖性。
应用领域：男装、女装、休闲装

大唐袜业博览会牵手上海袜交会，9月开启双剑合璧

■ 本刊记者_徐长杰

8月5日，诸暨市“稳进提质”系列活动在京举行。记者从会上获悉，今年诸暨市委市政府创新思路，以“四节联办”的形式统筹2022年度重大节会，目前各项活动开展顺利。本次节会以系列活动的形式开展，从4月开始，至10月结束，共策划了7项主题活动，多元融合展成效，全民参与氛围浓。其中，第十六届中国大唐国际袜业博览会暨2022上海国际袜业采购交易会将于9月6—8日在美丽的西施故里——诸暨举办。

中国纺织工业联合会副会长陈大鹏，中国针织工业协会会长林云峰、副会长兼秘书长瞿静；诸暨市人民政府市长张昆仑，市委常委、统战部部长楼闻，市人民政府副市长陈益峰等领导及《纺织服装周刊》等50余家媒体代表出席了本次活动。

袜业带动共富的“诸暨路径”

诸暨是时尚袜都，诸暨大唐袜业产量占全国的65%、全世界的35%。中国·大唐国际袜业博览会作为袜业行业内历史最为悠久的大型博览会，自1999年以来已成功举办15届。

陈大鹏在致辞时谈到，中国·大唐国际袜业博览会是大唐袜业展示形象的重要窗口。特别是2019年第十四届袜博会以来，大唐袜博会不断完善功能定位，不断进行市场化探索，不断提升专业化服务水平，促进国内外袜业行业企业家和设计师的交流对接，稳步走在时尚及流行趋势最前沿，为国内外知名企业和买家了解、开拓中国市场提供机会，也有助于中国袜业产业提高自主创新能力，提升袜业产业的整体水平。

上海国际袜业采购交易会作为国内外知名的专业性行业展会，始终致力于服务全球袜业企业，为参展商和采购商构建高效、便捷的贸易交流平台。2022年中国·大唐国际袜业博览会首次携手上海国际袜交会，强强联手，双剑合璧，必将成为大唐袜博会发展史上的重要里程碑，也将是上海袜交会历史上最富有特色的一届盛会。

张昆仑致辞并发出邀请。他表示，四十年时间，诸暨乡间的一双袜、一粒珠，走上了国际秀场引领潮流，大唐、山下湖这些小镇，也因此成就了中国袜业之都、中国珍珠之都的盛名。他强调，当前浙江大地正在全力推动高质量发展建设共同富裕示范区，“稳进提质”是主旋律。今年以来，诸暨高效统筹疫情防控和经济社会发展，“稳”的基础持续夯实，“进”的动能加快培育。今后，诸暨将致力于集群联动、创新驱动、改革撬动、项目带动。希望以此活动为契机，乘势而上、蓄势待发，全力推动诸暨高质量发展、竞争力提升、现代化先行，率先走出一条共富示范的“诸暨路径”。

袜博会聚焦“办展市场化、内容多元化、平台集成化”

会上，陈益峰就“四节联办”相关活动及筹备情况进行了介绍。他还向与会人员介绍了本次袜博会筹备情况：

办展突出市场化。在第十五届袜博会成功举办的基础上，本届袜博会



大唐袜业已从一个扎堆式的块状产业，成长为一个具备产学研销完整产业链的现代化产业集群。

整合各方流量资源，发挥专业化办展优势，无论是规模还是展商流量均为历届之最。展会面积达15000平米，展位500余个，预计将吸引近200家高品质参展企业和超1万名观众莅临现场。

内容呈现多元化。本届袜博会将举办第三届“大唐杯”国际袜业机械装备大赛、诸暨袜子产业带跨境电商发展研讨会、云上袜博会、2022绍兴跨境电商行业发展论坛、袜业大脑APP发布活动、袜业供应链产品展销会等6项活动，从设计个性化、产业数字化、装备自动化、销售多元化等多角度展示诸暨袜业产业发展成果。

平台整合集成化。第十六届中国·大唐国际袜博会将携手上海国际袜业采购交易会同期同地召开，有效集成两大平台超强凝聚力，实现信息互通、资源共享，以全新的面貌打造诸暨袜业金名片。

2023—2024 中国袜品流行趋势发布

本次活动期间还举办了由中国针织工业协会、诸暨市人民政府大唐街道办事处联合发布的2023—2024中国袜品流行趋势发布秀。

发布秀共有四个系列：萌动、共衍、拓宇、守护。走秀集合了大唐袜业多家企业的流行产品，并结合了国际流行热点和大唐袜业核心研发产品，呈现了中国袜业的未来潮流动向，生动体现出了大唐袜业从“袜业”到“袜艺”的转变。

会后，诸暨市袜业协会会长、浙江袜业有限公司创始人洪冬英接受《纺织服装周刊》记者采访时谈到，大唐袜业经过几代人的努力，目前已形成了三大独有优势。

一是产业链的协同优势。大唐袜业的核心竞争力，就是产业链完备。全球最大的袜业生产基地、全球最大的袜子物流中心、全球最大的袜业智能装备生产基地、全球袜艺设计中心，能为全球客商提供“一站式”的采购服务。机械原料、研发设计、生产经销、线上线下一应俱全。订单反应更快，生产性价比更高。

二是生产链的数智优势。目前大唐是全球最大的织缝翻一体袜机生产基地，年生产能力达1万多台。如今诸暨还努力扩大数字化装备在一线企业的应用，目前已经建成袜业数字化车间87个。接下来还有袜业大脑的深度学习、应用，确保大唐袜业在今后的发展中，不断巩固全球领先地位。

三是创新链的孵化优势。随着袜业大脑的深度学习、应用，袜业创新服务综合体的不断提升，袜业产业工程师协同创新中心作用的不断完善，大唐袜业将形成日益强大的袜业智库，大唐袜业创新、研发、设计上的孵化力优势会越来越明显。

世界袜业看中国，中国袜业看大唐。如今，大唐袜业已从一个扎堆式的块状产业成长为一个具备产学研销完整产业链的现代化产业集群，成为区域发展的重要产业、支柱产业和富民产业。相信本届袜博会的成功举办必将为国内外袜业行业提供更多交流与合作的机会，必将进一步推动袜业经济蓬勃发展，进一步提升诸暨“国际袜都”的美好形象。TA

新时期行业媒体夯实内容建设的策略分析

■ 王晴颖 / 文

行业媒体脱胎于产业，扎根于产业，服务于产业，既是产业经济重要的价值推手，同时也是新闻战线的生力军。新时期下，中国纺织服装行业构建内涵式增长的新优势，需要行业媒体匹配高质量的内容建设。就其策略分析来看，未来应通过重点平衡时效性与深度性，平衡专业度与大众影响力，以及平衡传统媒介与新媒介优势，提升内容竞争力，融合产业高质量发展。

当前，以产经行业报为主体的行业媒体数量较多，地位显著，与党报、都市报并驾齐驱，互为补充力量。可以说，行业媒体的良性运转，对中国经济的高质量发展，以及社会舆论氛围的健康营造，均起到了重要的“助推器”和“压舱石”作用。

2020年，中国工程院对我国制造业26个行业同制造业强国做了对比和分析，并得出结论：我国有5个行业处于世界先进水平，其中，纺织工业榜上有名。伴随着中国纺织服装产业的“由大变强”，同时面临后疫情时代的严峻考验，中国纺织服装产业规模增长的发展优势亟待让位于内涵式增长的新优势，产业处于关键转型期。另一方面，产业培育内涵式增长的发展新优势，亟需行业媒体通过与时俱进的内容建设，提供高质量的内容服务，以更好地实现专业媒介与产业发展的目标融合、资源融合与价值融合。

一、平衡时效性与深度性

现如今，行业报道采编的时效性要求大大提高，需要行业媒体的采编人员具有高度的新闻敏感性，更高效的信息处理能力。与此同时，区别于大众媒体，行业媒体扎根产业土壤，具有特色的“产业人格”，因此对内容建设的专业性、深度性与适用性也具有特殊的要求。据此，行业媒体更需要双向平衡内容产出的时效性与深度性，以内容的专业性与权威性，设定不可替代、不可复制的内容优势作为差异化竞争的壁垒，通过凸显内容的“精”、“专”、“深”与“新”，塑造自身媒介的专业话语权，凝聚企业的价值共识与观念认同，打造专业读者对专业媒介的阅读黏度与“向心力”。

如纺织服装行业媒体《纺织服装流行趋势展望》的创新实践。作为国内纺织服装行业唯一以流行趋势研究为导向的设计类期刊，除了及时跟踪具有时效性的新闻资讯与行业事件报道，该杂志同时在栏目板块中，逐步增加了“流行趋势分析”与“时尚社评”的比重，以彰显设计类媒体独立、独特、独到的美学见解与产品开发“方法论”，以此凸显行业媒体的“深度”与“态度”。

一方面，深化专业分析与潮流研究：通过对纺织服装产业链上下游的生活方式、色彩、纤维、纱线、面料、服装等流行趋势的专业研究，为纺织、服装企业的产品设计和开发提供指导性的依据和参考信息。另一方面，深化专业点评与模式提炼：通过对时尚品牌与独立设计师当季新品的技术解读与美学鉴赏，科学引导纺织服装供给侧改革的审美标准与价值主张。

二、平衡专业度与大众影响力

专业内容的细分定位，对于行业媒体的传播影响力而言，是一把“双刃剑”。许多行业媒体局限于“墙内开花墙内香”，将大众读者拒之门外。然而，基于中国纺织服装产业“满足人民对美好生活新期待”的发展愿景，不断促进“生产、生活、生态”三者合一的观念倡导，行业媒体正在逐步从自身的专业圈中走出，从供给侧走到消费端，以更适宜普通大众的叙事方式，争取大众读者对纺织服装行业的特色文化、品牌理念与生活方式的情感认同，通过向大众消费层面的审美教育与行业宣传，提升消费层面的文化自信。

如纺织服装行业媒体《纺织服装周刊》的创新实践。2020年，中国

纺织工业联合会与中央广播电视台总台合作的《穿衣革命》系列片，记录70年间大众服饰消费变迁，讲述中国纺织行业70年的发展变化。针对这一重大主题宣传，《纺织服装周刊》抢抓实效、迅速调动采编力量，深入采访片子主创人员，多角度挖掘背后的创作故事，生动讲述新中国70周年纺织人、纺织企业的光荣与梦想，通过讲好纺织服装产业领域内的“中国故事”，面向社会，鲜活而又真诚地展现了纺织行业在新时代的新形象，成功“出圈”，实现了传播效果与社会效果的双丰收。

三、平衡传统媒介与新媒介优势

新经济条件下，数字化传播(Digital Communication)与经济社会数字化相伴而生，是以数字技术为支撑、以数字媒体为呈现形式、以数字方式连接、以数字空间交互，并以数字资源赋能的一种传播模式，以达到全天候、跨地域、多维度、高精度传播的目标。在纺织服装行业的发展语境下，数字时尚驱动下的新媒介，同样通过内容的高频创建、即时发布与快速传播，表现出比传统媒介更高效、更广泛与更精准的传播效果。据此，行业媒体助推产业高质量发展，应综合平衡传统媒介与新媒介的价值功能，实现从纸质版、电子版、网络版、手机版等多个渠道的全方位营销与多媒体互动，以引爆潜在目标人群的多场景触点，同时将最适合的内容，个性化地推送，直至抵达最精准的人群。

如《纺织服装流行趋势展望》杂志，立足于新媒介对内容建设的多元化承载，积极融合并平衡了传统媒介与新媒介在内容生产与传播方面的优势。主要体现在：

其一，依托传统纸质期刊的升级改版，积极开展线下读者沙龙与趋势研究的学术型研讨。其二，积极加强《纺织服装流行趋势展望》的网站建设与微信公众号平台建设，同时借助新媒介的延伸，为订阅客户提供增值服务，包括提供色彩应用、趋势主题策划、产品开发企划、趋势视觉营销、培训等附加服务。其三，统合传统媒介与新媒介的专业优势，积极研发数字时尚设计管理工具，拓展新型内容服务，为企业创新产品开发提供有力支持。如，于2021年正式推出人工智能图案设计平台。该项目中，杂志作为平台的特约智库，联动中国纺织信息中心基于虚拟现实和混合现实技术，探索面料与服装协同设计系统研发与应用，充分发挥了对行业发展的专业智库作用。^[1A]

参考文献：

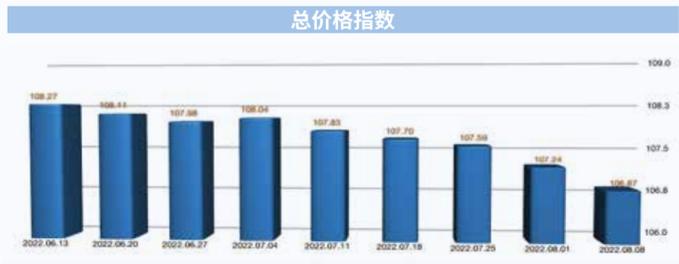
- [1] 徐峰：《行业媒体转型突围的基本方略及路径探析》，《新闻前哨》，2021年第6期
- [2] 姚国章：《数字化传播的概念框架与发展之道》，《科技传播》，2021年第11期
- [3] 王志中：《智媒时代的行业媒体传播力建设探究》，《报林》，2021年第3期
- [4] 张阳春：《视觉传播视域下新媒体产品传播力的提升》，《新媒体研究》，2021年第19期

(作者为《纺织服装流行趋势展望》副主编)

夏日淡市成交平淡 价格指数小幅下跌

20220808 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220808期纺织品价格指数收报于106.87点，环比下跌0.35%，较年初下跌0.68%，同比下跌1.48%。



2022年1—7月，中国轻纺城面料市场实现成交额1041.19亿元，同比上升8.10%；网上市场实现成交额490.73亿元，同比增长15.73%。

近期，中国轻纺城夏日淡市成交平淡，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小幅下跌，家纺类产品成交量环比持平，辅料价量明显上涨。

原料价量环比下跌，涤纶环比下跌，纯棉纱环比下跌

据监测，本期原料价格指数收报于85.37点，环比下跌0.64%，较年初下跌3.61%，同比下跌5.29%。

聚酯原料震荡下行，涤纶价格环比下跌。本期涤纶原料价格指数环比下跌，华东地区PTA现货主流6045元/吨，环比下跌135元/吨左右；MEG主流4130元/吨，环比下跌237.5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7200元/吨左右，环比下跌50元/吨。近期，萧绍地区涤纶长丝价格稳跌互现，POY报价7935元/吨，环比下跌65元/吨左右；DTY、FDY环比持平。因上游聚酯原料行情下跌，涤纶长丝市场价格稳中有软。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7675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11800元/吨左右，环比下跌100元/吨；45S纯涤纱报12900元/吨左右，环比下跌100元/吨。

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15970元/吨，环比下跌10元/吨；普梳32S纯棉纱报价24350元/吨，环比下跌200元/吨；精梳40S纯棉纱报价26800元/吨，环比下跌250元/吨。上游棉花行情震荡，市场观望，纺企随用随买，下游坯布市场延续弱势行情，织厂低价走货现象较多，终端消费上需求不足，纺织企业开工意愿下降。

近期，粘胶短纤原料价格基本稳定，粘胶短纤1.5D×38MM中端实际中心价为15050元/吨左右，环比持平。尽管粘胶短纤工厂、贸易商积极发货，但下游多数因库容有限消极接货，工厂签单数量有限，产销平稳，继续陷入僵持，多数纱厂粘胶短纤价格基本稳定。人棉纱价格环比下跌，30S人棉纱价格报17980元/吨左右，环比下跌220元/吨；40S人棉纱报19100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。

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122.36点，环比下跌0.99%，较年初上涨0.68%，同比下跌0.59%。

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，坯布交投环比下降，纺织企业整体开机率继续下滑。其中：天然纤维坯布需求明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，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落；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、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交量环比回缩，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

服装面料继续回缩，价格指数微幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于116.83点，环比下跌0.04%，较年初上涨0.17%，同比下跌0.07%。

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继续回缩，连日成交环比下跌。近期，夏日淡市深入，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：涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、锦纶面料、麻粘面料成交量不等量下跌，拉动服装面料价格指数微幅下跌。

家纺市场涨跌互现，价格指数环比持平

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

本期家纺类价格指数环比持平。近期，轻纺城家纺市场行情涨跌互现，整体市场价格基本稳定。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；窗帘类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈环比小涨走势；日用家纺类现货成交和订单发货继续下降，价格指数呈环比小跌走势；窗纱类现货成交和订单发货继续回缩，价格指数呈环比小跌走势，致使家纺类总体价格指数环比持平。

市场行情明显回升，辅料指数环比上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于136.37点，环比上涨1.13%，较年初上涨4.32%，同比上涨5.28%。

本期服饰辅料类价格指数环比上涨。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情明显回升，因下游企业备货环比增加，市场成交逐日增长，现货成交和订单发货呈现一定幅度回升走势，价格指数环比上涨。衬料类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；带类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；花边类行情环比推升，价格指数呈环比上涨走势，拉动辅料类总体价格指数环比上涨。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因下游需求继续下降，原料行情继续低迷，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，夏季面料现货成交继续下降，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。^[1A]

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

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

市场淡季持续深入 景气指数弱势下滑

2022年7月份商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”市场景气点评

据商务部中国·盛泽丝绸化纤指数(下称“盛泽指数”)监测显示,受国际油价走跌及传统淡季的影响,2022年7月份盛泽市场月度景气指数有所下降。数据显示:2022年7月份市场整体景气指数为91.81点,与上月相比下跌了1.16点,跌幅为1.26%。从分类产品市场景气指数来看,化纤类产品7月份市场景气指数为89.53点,较上月下降了0.62点,跌幅为0.69%;丝绸类产品景气指数较上月下跌了0.18点,收在103.8点。

图1 盛泽市场整体景气指数走势图

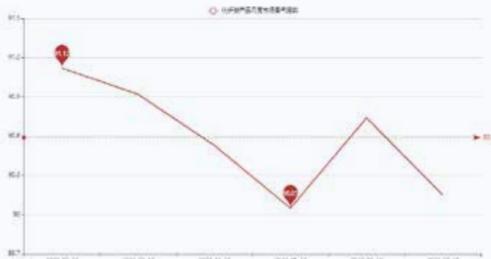


分析可见,7月是传统淡季,企业的接单气氛持续下滑,上下游整体成交低迷。国内方面,新单下达有限且零散,织造企业开工率下降,处于长期观望状态。国外方面,订单零星下达,但整体数量有限。原料方面,涤纶长丝随着国际原油价格的下降而重心下移,下游企业购买谨慎,产销一般。

影响化纤产品景气指数的因素分析

化纤类产品7月份市场景气指数为89.53点,较上月下降了0.62点,跌幅为0.69%。

图2 盛泽市场化纤类产品景气指数走势图



分析可见,7月总体成交气氛较6月有所下降,且几乎所有指标都下跌。这主要由于7月是传统淡季,市场整体缺乏热销面料且利润低迷,使得工厂生产积极性不高。今年夏季高温较多,不少织造、印染企业选择降低开工。国际油价持续下降,涤纶长丝价格不断走跌,坯布价格也稍有回落,从而导致化纤类景气指数小幅下滑。

同比来看,今年7月所有经营指标均有所下降,这更多的是由于今年全球经济局势不佳,海外需求缩减严重,企业接单大幅降低,坯布库存不断累库,企业现金流紧张。市场难掩利润亏损局面,坯布价格上调难度加大,织造厂商生产积极性不佳,订单难以跟进,缺乏大单。

1. 原油持续走跌,聚酯原料下降。7月,美随着经济衰退担忧日益升温,叠加强势美元等不利因素,国际油价继续从高位回落。月中,美国总统拜登中东之行未能达成原油增产协议,国际油价出现一定反弹。但随着欧元同样开始加息,原油延续下跌态势。聚酯原料价格则随之失去成本面

支撑而下跌。然下游逐渐进入传统淡季,即使聚酯工厂多次促销,织造企业的采购积极性依旧不高,涤丝产销一般。

2. 进入传统淡季,订单需求减少。7月以来,是纺织市场的传统淡季,下游服装生产企业、家纺生产企业服装订单走弱,纺织品市场观望情绪较浓,多数客户刚需打样拿货,并未有实质性大货下达。外贸订单情况稍好,欧美国家部分秋冬服装订单刚需已下达,交付时间缩短,多为加急订单,然而数量不多,后续持续性有待观望。

3. 企业资金链紧张,经营压力增大。受到疫情影响,今年市场整体订单表现不佳,不少织造企业资金压力较往年更大,一方面厂里产销难以做平,库存持续上升占用企业流动资金;另一方面原料价格上涨,货款回收缓慢,企业资金周转压力较大。部分织造企业为了减少开支和库存选择降低开机率,从而削弱了对涤丝的需求。

影响丝绸产品景气指数的因素分析

丝绸类产品7月景气指数下跌,较上月下跌了0.18点,收在103.8点。

从蚕茧丝绸产品二级景气数据分析,7月总体成交气氛较6月略有下降,产品销售价格、贷款拖欠、顾客人气与上月持平,市场总体判断、进货成本、销售总量、产品库存、盈利(亏损)变化、流动资金周转、企业融资、店员工资等指标下降,产品订货指标上升。

同比来看,今年的市场行情较去年有所降低。其中市场总体判断、产品订货、产品库存、盈利(亏损)变化、流动资金周转、企业融资、贷款拖欠、顾客人气、产品创新、运输成本、资源供应、货物发运、总体经营等指标下跌,进货成本、店员工资指标增加,销售总量指标与去年持平。

1. 罕见高温天气下,蚕茧上市受影响。由于今年罕见高温天气影响,上半年广西等地后三批次的蚕茧上市表现不如意,广西缫丝厂家对区外收购蚕茧的驱动性增强。

2. 7月纺织外贸表现良好,未来或遭遇更多挑战。根据海关总署统计快讯,今年1—7月,全国纺织品服装出口1893.5亿美元,同比增长12.4%(以人民币计同比增长12.7%),增速较上半年增加0.7个百分点。其中,纺织品出口898.0亿美元,同比增长11.9%(以人民币计同比增速相同);服装出口995.6亿美元,同比增长12.9%(以人民币计同比增长13.5%)。

7月当月,我国纺织品服装对全球出口332.2亿美元,同比增长17.6%(以人民币计同比增长23.6%)。其中,纺织品出口135.8亿美元,同比增长16.2%(以人民币计同比增长22.2%),增速较上月提高8.2个百分点;服装出口196.4亿美元,同比增长18.5%(以人民币计同比增长24.7%),保持自5月以来的良好增长态势。

后市预测

综合来看,7月整体市场行情下降,订单数量减少。而8月将持续淡季,但较7月或许会有反弹。国际油价延续跌势,成本面松动,聚酯原料再次下滑。高温天气延续,企业开工受到影响。往年8月秋冬面料开始备货,预计8月丝绸化纤指数将略有反弹。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 下载最新APP



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:

万喆 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



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)