

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

2022.08.22 | 第31期 | 总第1087期

 柯桥·中国轻纺城 专版



P12
产业向新，动能添绿
柯桥纺织解锁绿色发展密码



P20
海宁许村：
拓千亿时尚产业版图

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



**纺织科技创新仍处“三跑并存”，
四点建议引关注**

P16

8月10日，“纺织行业创新平台技术交流会暨产业用纺织品科研成果与人才培养发展论坛”在无锡举行。

P08

推行有效举措，力保行业平稳运行



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)



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY
主办单位



支持单位

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”是由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办，华源生态科技有限公司支持的最具影响力的全国性面料调查活动。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

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**
让公益成为照亮行业发展的光
化纤长丝织物分标委成立,《海岛丝织物》国家标准审定通过
首批8项纺织“领跑者”CNTAC团体标准发布实施
- 07 **关注 Attention**
“中国面料之星”见证行业创新之道
- 08 **特别报道 Special**
推行有效举措,力保行业平稳运行
上半年我国棉纺织行业展现较强发展韧性
总体形势严峻,化纤行业运行承压回升
产业用纺织品行业景气指数处于收缩区间
家纺行业各项指标恢复至上年同期水平
- 12 **柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City**
产业向新,动能添绿,柯桥纺织解锁绿色发展密码
打造不可替代的“小巨人”
中国轻纺城以高质量党建引领共富先行
聚焦新技术成果 共谋行业发展
- 16 **产业用 Industry**
纺织科技创新仍处“三跑并存”,四点建议引关注
- 18 **印染 Industry**
以创新践行“双碳”征程,印染行业在行动
- 19 **赛事 Competition**
传承中华服章之美,华服赛事再启幕
- 20 **集群 Cluster**
海宁许村: 拓千亿时尚产业版图
- 22 **一线 Frontline**
科技创“星”“布”凡时尚
以“三个着眼”提升纺企思想宣传效果
- 25 **指数 Index**
淡市营销环比小升 价格指数小幅上涨
进入传统淡季,“50指数”降幅明显

每周随笔

聚焦纺织新材料

“如今大家纷纷创新产品体系,深耕行业细分领域。”

“产品的适用领域多了,卖点多了,市场也就打开了,无论对国内还是国外客商,议价的时候就更有话语权。”

在近日举行的一场纺织新材料展上,一大批企业前来展示核心产品,特别是创新改性产品引发了众多采购商关注。

比如,作为中国特种纤维纱线领航者,德州恒丰集团带来一批特种纤维新品,从植物染纤维纱线,到蛋白质和氨基酸纤维纱线、面料,再到抑菌茯苓产品、抗菌珍珠仿羊绒面料,其抗菌抑菌、亲肤护肤等功能新品无一不契合当下的新消费趋势和生活方式。

当前,在面对“高成本、弱需求”的阶段性困境时,众多纺织企业更加注重科技创新和产品开发,持续推进产品、设备、工艺改造升级,以求平稳度过压力期,实现健康发展。

从宏观来看,新材料是最新科技成果的物质化体现,是催生新一代信息技术、新能源技术、智能制造技术、生物技术等战略性新兴产业的先导,具有先进性、支撑性、多样性、广泛性等特征,其研发水平及产业化规模已成为衡量一个国家经济社会发展、科技进步和国防实力的重要标志。

比如《我是纺织人》栏目近期出镜的海丽雅集团,这家企业从一根小小的头绳起家,创新研发的特种绳缆及装备,替代了进口产品,解决了“卡脖子”难题,成为国家载人潜水器“蛟龙号”、海洋科考船“科学号”、大型飞船返回舱、万米深渊级科考、“天问一号”火星探测器等“国之重器”的关键部位。

实际上,在新材料产业的发展中,类似海丽雅这样的专精特新“小巨人”企业占有重要的一席之地,既推动新材料产品快速投入市场应用,又弥补了产业链供应链关键环节的部分断点、堵点。据工信部数据,目前已公示的4762家专精特新“小巨人”企业中,从事与新材料相关业务的企业接近1000家。

但同时,新材料专精特新“小巨人”企业也面临着不少问题,比如新材料研发周期长、投入风险大等,在重大任务中,“小巨人”企业更多的是扮演“配角”,并且自身体量不大,多为民营企业,抗风险能力相对较弱。

对此,也有专家指出,让“小巨人”们担当更重要的角色,需要各方共同努力。比如,应健全完善政府公共服务、市场化服务和社会化公益服务相结合的服务体系;以工业园区等为载体,引导专精特新企业形成新材料产业集群,通过集群改变企业单打独斗的局面,形成发展合力;鼓励专精特新企业与大型龙头企业在产业链创新中形成融通发展机制,构建各具特色又有综合竞争力的新材料产业创新发展格局。



View point / 产经看点

我国将发行金融债券等筹资3000亿元,补充基础设施重点领域项目资本金,这有利于形成精准有效投资。

——国家发展改革委

国务院新闻办8月15日举行新闻发布会,介绍宏观经济形势。一系列数据显示,7月份,国民经济延续继续恢复的发展态势。从工业看,7月份,全国规模以上工业增加值同比增长3.8%,工业生产稳定增长;从服务业看,全国服务业生产指数同比增长0.6%,服务业继续恢复。

——人民网

7月份,全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨2.7%,涨幅比上月扩大0.2个百分点。

——国家统计局

国家能源局8月12日发布数据显示,前7个月,全社会用电量累计49303亿千瓦时,同比增长3.4%。

——经济日报

央行8月10日发布报告指出,加大稳健货币政策实施力度,发挥好货币政策工具的总量和结构双重功能,搞好跨周期调节,兼顾短期和长期、经济增长和物价稳定、内部均衡和外部均衡,坚持不搞“大水漫灌”,不超发货币。

——新华网



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

让公益成为照亮行业发展的光

纺织之光基金会走访桐昆集团、恒逸集团



纺织之光基金会走访团队与恒逸集团相关负责人合影。

为听取纺织之光科技教育基金会主席团主席的建议及意见，提升基金会服务行业科技、教育发展水平，8月11—12日，中国纺织工业联合会副秘书长、纺织之光科技教育基金会理事长叶志民，中国化学纤维工业协会副会长兼秘书长、纺织之光科技教育基金会理事关晓瑞等一行4人走访了“纺织之光”捐赠企业——桐昆集团股份有限公司和浙江恒逸集团有限公司。

成立40年来，桐昆集团深耕化纤主业，保持自身快速增长势头时也不忘践行企业社会责任，于2013年向纺织之光基金会捐赠了100万元，用于促进纺织行业科技、教育事业发展。在“科技兴企”战略的指导下，桐昆集团凭借20多年来对化纤生产技术的潜心钻研，在涤纶长丝的生产和研发方面一直走在国内前列，多项科研成果和高新技术产品填补国内空白。座谈会上，桐昆集团董事、副总裁、董秘，纺织之光科技教育基金会第三届主席团主席周军对于基金会的工作表示了充分认同与肯

定，认为行业中能有这样的公益组织对于科技发展、人才培养等方面起到了积极的促进作用。未来，他希望通过推动产业政策落地、与基金会合作成立专项基金等形式解决行业共性问题，提高绿色化、智能化发展水平，实现行业高质量发展。

早在2011年，恒逸集团就向纺织之光基金会捐赠了500万元，成为当时基金会收到的最大单笔企业捐赠，体现了恒逸集团反哺行业的企业家情怀。一直以来，恒逸集团专注于从事石油化工与化纤原料生产，按照后向一体化发展路径，确立了石化产业、石化贸易、石化金融、石化物流的“石化+”战略思想，并在同行中形成具有鲜明特色、富有竞争力的涤纶“双轮”驱动模式和“柱状型”产业结构。目前，恒逸集团聚酯年产能逾1000万吨，旗下控股企业PTA年产能达2200万吨。恒逸集团总裁倪德锋认为在“科技恒逸”发展阶段，借助基金会以及行业协会的大平台，将为恒逸集团提供来自科技与人才的强有力支撑。与此同时，恒逸集团也乐于与基金会以及化纤协会一道，探讨、摸索专项基金的运作形式，在为行业公益事业作出贡献、践行社会责任的同时，也为企业发展提供动力。

据了解，纺织之光基金会作为一个资助型的基金会，从成立至今资助纺织行业科技进步、人才培养的公益科技教育项目累计金额已经超过1亿元。同时，通过稳妥理财的方式，实现了基金会资金的保值增值，确保了基金会的可持续发展。（王菲）

Direct / 直击

化纤长丝织物分标委成立，《海岛丝织物》国家标准审定通过

8月10日，全国纺织品标准化技术委员会化纤长丝织物分技术委员会成立大会暨标准审定会于杭州召开。

会上，国家市场监督管理总局标准技术管理司食品消费品处处长马胜男、浙江省市场监督管理局标准化处调研员周福清发表讲话。同期举行了化纤长丝织物分标委揭牌仪式，颁发了委员及观察员证书。

本次会议审议通过了《化纤长丝织物分标委章程》《化纤长丝织物分标委秘书处工作细则》《化纤长丝织物标准体系框架及标准体系表》和《化纤长丝织物分标委未来三年工作规划及本年度工作计划》，以及《海岛丝织物》国家标准。

中国长丝织造协会会长王加毅建议，未来分标委应深入研究行业现状，加强标准化工作背景和目标分析，提高标准编写质量和效率；广泛开展标准宣贯，增强企业及全行业的标准化意识，提升企业参与标准化工作、贯彻执行标准的积极性和能动性；积极开展标准培训和交流活动，加强标准化人才队伍建设。

中国纺织工业联合会科技发展部副主任孙锡敏强调，标委会成立之后一是要做好行业调研工作、挖掘标准项目需求、抓好标准体系建设，二是要把好标准质量关、关注标准完成率和标准宣贯实施，三是要做好标委会内部管理、加强沟通协作、提升工作效率。

浙江丝绸科技有限公司常务副总经理李鹏代表秘书处承担单位发言表示，将全力支持秘书处各项工作，为我国化纤长丝织造产业从高速发展向高质量发展转型做出积极贡献。（王婷）

首批8项纺织“领跑者”CNTAC团体标准发布实施

根据《中国纺织工业联合会团体标准管理办法》的有关规定，日前中国纺织工业联合会批准公布T/CNTAC 97—2022《质量分级及“领跑者”评价要求 凉感面料床上用品》等8项纺织“领跑者”团体标准，标准自2022年9月1日起实施。

“领跑者”评价标准是开展企业标准“领跑者”评价工作的技术基础，是第三方机构制定“领跑者”评价方案并开展评价的技术依据，也是企业锚定“领跑者”目标并进行对标达标乃至超标的基准，具有十分重要的基础作用和导向作用。T/CNTAC 97—2022《质量分级及“领跑者”评价要求 凉感面料床上用品》等8项纺织“领跑者”标准，是中国纺织工业联合会与中国技术经济学会共同制定（双编号）的首批纺织“领跑者”标准，将纳入2022年国家“领跑者”评价标准目录，为国家级相关纺织产品的企业标准“领跑者”评价提供标准支撑。

（林芳）



本次评审会结合行业发展趋势及市场需求，精选推荐优质面料。



“中国面料之星”见证行业创新之道

■ 本刊记者_ 邬莹颖

作为供应链的重要一环，面料的创新设计，无疑对服装内涵的表达、时尚理念的彰显有着至关重要的影响。随着对科技含量、时尚风格、绿色环保的消费需求的日益增长，处于时尚源头、产业链前端的面料，其品种丰富度、品质满意度、品牌认可度成为新的衡量标尺。

8月10日，2022“科技创星·布凡时尚”中国面料之星评审会暨轻纺城纺织产业对接交流会在浙江中国轻纺城集团东市场分公司举行。来自近300家企业品牌的1200余块面料同台竞技，涵盖棉、毛、麻、丝、化纤、针织等细分领域，共同角逐评审会大奖、最佳科技创新奖、最佳图纹色彩奖、最具时尚风格奖、最具市场价值奖、最佳企业服务奖共计6个奖项。

本次活动由中国纺织工业联合会指导，《纺织服装周刊》杂志社、浙江中国轻纺城集团股份有限公司主办，绍兴市柯桥区金柯桥展会有限公司承办。

北京方圣时尚有限公司运营总监关明、苏州呱呱服饰有限公司设计总监张楠、杭州润姻服饰有限公司电商采购经理董明太、诗简（杭州）时装有限公司创意总监施杰、南京爱朗品牌管理有限公司设计总监杨洋、江苏阿仕顿服饰有限公司设计师褚明等知名服装品牌代表作为评委参与本次活动。

深耕行业十余载，引导产品开发与终端市场应用结合

据悉，“中国面料之星调查活动”是由中国纺织工业联合会指导，《纺织服装周刊》杂志社主办的最具行业影响力的面料赛事之一。中国面料之星系列活动致力于以市场需求为出发点，以引导产品开发与终端市场应用结合为重心，从媒体视角审视面料价值。

活动自2011年首届举办以来，见证了中国纺织服装行业10余年来的快速发展和巨大进步，以发现、表彰、推广优秀的面料产品及企业，搭建产业对接的专业平台为宗旨，为中国面料行业上下游精准对接和高质量发展注入了新的活力。

本次评审会以“科技创星·布凡时尚”为主题，致力于结合行业发展趋势及市场需求，精选推荐优质面料，融合优质上下游资源，深度打造专业商贸对接。

评审专业把脉，高质量发展语境下的多元创新

活动中，评委们结合流行趋势，从各自的专业角度，就参评面料在主题契合度、创意思念、产品开发、科技应用、时尚创意、市场价值等方面的表现进行了严格的遴选和评判，带来专业意见和方向引导。

关明对一款名为“壹路花生”的面料竖起了大拇指，“这款面料的肌理手感制成衣后立体感更明显。类似的产品以前一般都是国外面料，在这次评审会上能够明显感受到面料企业的技术进步和对产品质量的不断追求。”

“面料企业学会讲品牌故事了。”张楠表示，这次评审面料中有几款中国元素的面料着实吸睛。“通过敦煌、琵琶等中国传统元素的体现，加上面料正反面不同工艺的处理，突破了传统文化与当代流行之间的壁垒。”

董明太已是第二次担任面料之星评审会

的评委，“相较于上次，能明显感受到在市场大环境的影响下，面料企业在研发面料时更注重以客户为中心，产品实用性更强。像这款‘醋酸+肌理’的面料，既有功能性的体现，同时兼具美观时尚，相信是很受市场欢迎的一款产品。”

施杰更注重面料产品如何把握基础与特色之间的平衡，“如何把基础产品利用创新元素变得有特色，又如何把不日常的产品通过‘降维’让普通消费者能够接受，才是面料企业不受内卷之痛的关键之一。”

“此次呈现的面料特征更侧重市场。”杨洋表示，像具备功能性的面料，如抗紫外线、吸湿排汗等，都能在评审现场看到。“也能感受到面料企业站在消费者角度，实现产品创新的决心和诚意。”

褚明首次担任面料之星评审会的评委，他对收到此次活动的邀请表示感谢，“对我来说，活动的召开不仅是对面料进行评审，这也是一次相互感受的机会，让我们知道来自全国优质面料企业的研发方向，对于我接下来的创作也有帮助。”

评审会最终评选结果将于10月21日在上海中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会首日揭晓。发布仪式上除了揭晓重要奖项外，还将邀请趋势专家、服装品牌企业、纤维企业代表等做重要分享，并同期举办新型面料趋势论坛、参赛面料企业静态展等一系列活动。TA

推行有效举措，力保行业平稳运行

2022年1—6月纺织服装行业运行分析(上)

2022年上半年，在国际地缘政治冲突、大宗商品价格波动、全球经济复苏进程减缓等国际大环境，和新一轮疫情反复、供应链运转不畅、消费市场有待进一步恢复等国内形势的双重压力下，中国纺织服装行业负重前行，各分行业纷纷推行有效举措，稳生产、拓市场，展现较强抗风险能力，力保产业平稳运行。

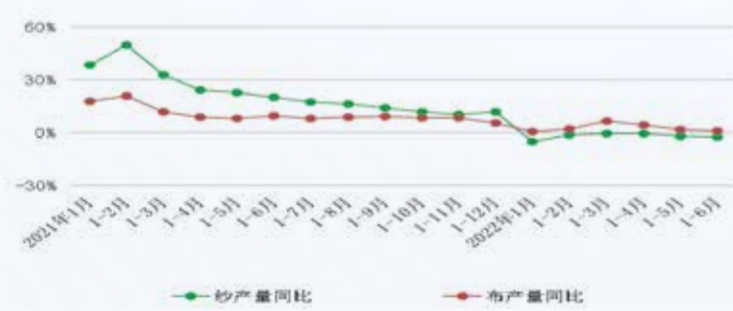
上半年我国棉纺织行业展现较强发展韧性

今年以来，新一轮疫情反复、俄乌局势升级、大宗商品价格剧烈波动、通胀高企，世界经济增长面临多重风险。国内宏观经济在稳增长政策效应的推动下，前两个月运行平稳，3—4月国内疫情持续散发、产业链供应链运转不畅，纺织市场消费需求低迷。5月以来，随着国内疫情防控形势总体向好，各项稳增长政策效应逐渐显现，企业复工复产有序推进，营收及出口同比仍保持增长态势，展现了棉纺织行业较强的发展韧性和抗风险能力。

生产有序推进

中国棉纺织行业协会跟踪数据显示，今年上半年跟踪企业纺纱和织造设备利用率与去年相比下降明显。整体看，以中小企业为主的集群企业设备利用率基本保持在70%左右，重点企业的设备利用率好于集群企业，其中纺纱设备利用率高于织造。跟踪重点企业纱产量累计同比下降2.4%，布产量同比表现相对好于纱产量，与去年同期布产量基数低于纱产量相关；集群企业纱、布产量累计同比分别下降2.9%和2.4%。终端市场持续冷清，纱、布销售量萎缩，累计同比分别下降4.9%和1.2%。

图1 2021年以来跟踪重点企业纱、布产量同比变化



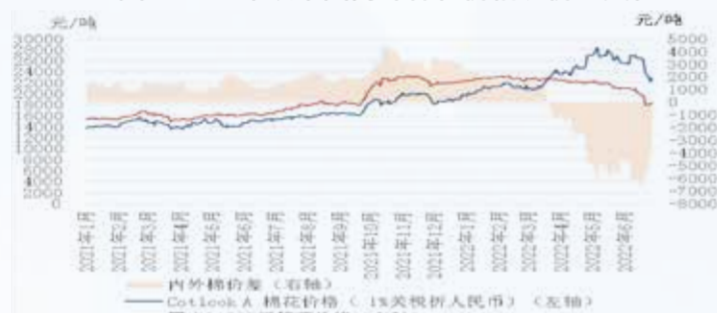
制图：中棉行协

原料价格大幅波动，企业逐步调整产品结构

棉花价格：今年以来，截至6月中旬，国内标准级棉花价格持续在20000—23000元/吨的区间高位震荡（近十年高位），6月下旬，随着市场对美国经济衰退的担忧加剧，国际棉价连续暴跌，国内棉花价格随之进入下行通道，6月30日价格跌至18000元/吨附近，较年初下跌17.8%。3月下旬开始，国际棉价反超国内棉价，内外棉价差持续倒挂，最高值超过6700元/吨。

短纤价格：粘胶短纤和涤纶短纤价格大幅上涨。6月底粘胶短纤价格较年初上涨25.1%；涤纶短纤较年初上涨20.8%。但今年上半年，棉花与粘胶短纤、涤纶短纤的平均价差处于历史高位，1—6月均价价差分别达到8137元/吨和13938元/吨。同时，从纱线销售情况看，纯化纤纱及混纺纱的销售整体好于纯棉纱，叠加涉疆问题，企业逐步调整产品结构，增加使用非棉纤维。

图2 2021年以来国内外棉花价格及价差变化



制图：中棉行协

经济效益持续承压，营收及出口仍保持增长

面对大幅波动的原料价格、弱需求、高库存，棉纺织企业经济效益持续承压。今年上半年，跟踪重点企业营业收入累计同比增长5.7%，增速较1—5月下降0.6个百分点；出口交货值累计同比增长6.9%，较1—5月下降2.3个百分点；利润总额同比下降19.0%，降幅较1—5月扩大4.1个百分点。

图3 2021年以来跟踪重点企业主要经济指标同比变化



制图：中棉行协

景气指数持续位于枯荣线下方。从分类指数看，在构成中国棉纺织景气指数的7项指数（原料采购、原料库存、生产、产品销售、产品库存、企业经营、企业信心）均位于枯荣线下方，且6月较5月进一步下降。

国际环境严峻复杂，国内市场有望回升

上半年，面对国内外复杂环境变化，棉纺织行业积极应对，加大非棉纤维应用，提升生产的连续化、自动化和智能化水平，在承压中前行。展望下半年，2022年6月，世界银行将2022年全球经济增长预期下调至2.9%，国际环境依然严峻复杂，全球经济增速回落。不过，6月份以来中国经济韧劲彰显，随着财政、货币、产业链供应链等一揽子稳增长政策的落地实施，下半年中国经济有望实现增速逐季回升。同时，区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）将促进我国棉纺织行业与东盟、日韩等国家的贸易合作。“金九银十”即将到来，期待市场出现转机。

总体形势严峻，化纤行业运行承压回升

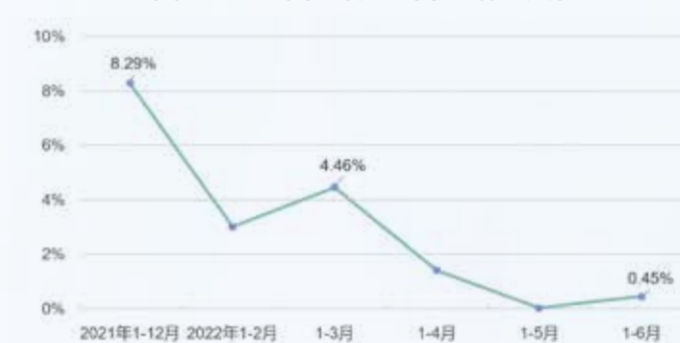
上半年，国内疫情反弹、国际地缘政治冲突等超预期突发因素对我国经济运行带来冲击，在此背景下，原油价格高位大幅波动，下游需求持续低迷，化纤行业总体生产经营形势严峻。但在国家一系列“稳增长”政策措施支撑下，纺织行业主要运行指标已经显现承压回升，预计下半年，随着政策措施的进一步落地见效，将为行业平稳运行、恢复向好带来更多积极影响。

行业运行基本情况

（一）产销情况

上半年，化纤行业总体开工负荷弱于去年同期，尤其在3月中旬之后有明显下滑，此后总体保持低负荷运行。国家统计局数据显示，今年以来化纤产量同比增速总体呈减缓趋势（图1），1—6月化纤产量3367万吨，同比实现微弱正增长。

图1 2022年化纤产量同比增速变化



数据来源：国家统计局、中国化学纤维工业协会

（二）市场价格

2022年以来，原油价格总体保持高位大幅波动，以涤纶为代表的化纤市场也呈现高位大幅波动走势。一方面，原油价格高位虽对化纤价格形成一定支撑，但下游需求持续低迷，因此化纤产品价格涨幅普遍小于上游原料（表1），利润空间被挤压；另一方面，原料和化纤产品价格的大幅波动增加了企业对行情判断和生产经营管理的难度。

表1 上半年化纤主要产品及原料价格变化

单位：美元，人民币元

产品及原料		1月4日	6月30日	1-6月涨幅
原油	WTI 期货	76.99	105.76	37.37%
聚酯链	PTA	4985	6720	34.80%
	MEG	4995	4463	-10.65%
	涤纶 POY	7150	8370	17.06%
	涤纶 FDY	7400	9010	21.76%
	涤纶短纤	7050	8515	20.78%
锦纶链	CPL	13950	13650	-2.15%
	锦纶切片	15270	15950	4.45%
	锦纶 POY	17100	17950	4.97%
锦纶 FDY	18050	19000	5.26%	
氨纶链	PTMEG	48125	34500	-28.31%
	40D 氨纶	59500	39000	-34.45%
粘胶纤维链	溶解浆	6700	9400	40.30%
	1.5D 粘胶短纤	12300	15390	25.12%
	120D 粘胶长丝	38250	41000	7.19%

数据来源：中国化纤协会整理

（三）进出口情况

据中国海关数据统计（表2），1—6月化纤主要产品合计进口量同比减少37.6%，一方面反映国内市场需求减弱，更重要的是国内化纤产品从品种和质量上已能够满足下游需求。在艰难形势下，化纤出口仍实现了正增长，1—6月主要产品合计出口量同比增加2.8%，反映出国际市场需求增加以及我国化纤产品竞争力的提高。

表2 2022年上半年化纤主要产品进出口情况

产品	进口量			出口量		
	1-6月(吨)	去年同期(吨)	同比	1-6月(吨)	去年同期(吨)	同比
涤纶长丝	48156	62595	-23.1%	1653114	1661116	-0.5%
涤纶短纤	45918	89870	-48.9%	499253	497702	0.3%
锦纶长丝	28812	33673	-14.4%	185875	147294	26.2%
腈纶	25387	41982	-39.5%	30986	13428	130.8%
粘胶长丝	179	534	-66.5%	59635	47710	25.0%
粘胶短纤	52052	97676	-46.7%	186839	170790	9.4%
氨纶	12422	14828	-16.2%	50391	54265	-7.1%
以上合计	212926	341158	-37.6%	2666093	2592305	2.8%
聚酯瓶片	29293	29074	0.8%	2152982	1484322	45.0%

数据来源：据中国海关数据整理

（四）终端市场

从终端消费来看，内需市场受疫情多发冲击一度表现有所波动，自5月以来，随着国内疫情得到有效控制，国家“促销费”政策显效，纺织内需消费正在恢复向好。

纺织外需市场稳定增长，中国海关数据显示，1—6月我国纺织品服装出口总额达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。

（五）经济效益

上半年，化纤行业利润空间被压缩，使得利润同比下降明显。据国家统计局数据，2022年1—6月化纤行业营业收入5367亿元，同比增加10.61%；营业成本同比增长16.35%，比营业收入增幅高5.74个百分点；实现利润总额164亿元，同比减少51.16%；行业亏损面达33.54%，亏损企业亏损额同比增长82.68%，比1—5月大幅收窄88.32个百分点。

（六）固定资产投资

据国家统计局数据，1—6月化纤行业固定资产投资额同比增加31.9%，与2021年全年增速基本持平（图2），一定程度上反映出企业对未来发展具备足够信心。

图2 2008年以来化纤行业固定资产投资增速变化



数据来源：国家统计局

下半年行业运行走势预测

从成本端来看，下半年原油市场不确定性仍较强，但偏空的概率在增加，价格中心可能低于上半年。原油价格下跌将会减轻化纤企业原料成本和能源成本压力，但企业需要控制好库存，警惕库存贬值影响到企业的账面效益。

从消费端来看，纺织行业已呈现出逐步改善迹象，具备恢复向好的基础。而外需市场面临东南亚等国的竞争，预计下半年我国纺织品服装出口保持稳定增长的压力增加。

总体来讲，预计下半年化纤行业运行压力仍然较大，行业将继续负重前行，预计化纤行业营业收入同比仍有望表现为增长态势，整体盈利水平较上半年存在改善预期。



从绿色设计、新技术应用，到精益化管理、智能化转型，柯桥纺织正逐步推进产品全生命周期绿色发展。

双碳目标下的柯桥力量 系列报道 2

产业向新，动能添绿 柯桥纺织解锁绿色发展密码

■ 本刊记者_ 郭莹颖

绿色发展作为全球共识，已经开始深刻影响纺织服装产业的成本结构、竞争优势与价值逻辑。作为与消费者紧密联系的产业，纺织服装产业直接向社会传递着价值理念，是绿色与可持续发展的先导产业。柯桥纺织把握绿色发展模式快速形成窗口期，创新要素和市场资源正向绿色经济加速集聚。

今年6月，一场围绕绿色、低碳的时尚微型秀在柯桥举行，展示了佳人新材料、滨康印染、东进新材料等企业从旧衣回收，到再生纤维、绿色印染，再到时尚国际品牌的“旧衣换新装”全过程。现场还成立了柯桥区绿色低碳产业链联盟，倡导更多行业企业加入到“双碳”行动中。

这只是近年来柯桥纺织切实落实“双碳”行动的一个缩影。柯桥作为全国纺织印染重镇，经过几十年的岁月洗涤，已经发展成了全球规模最大、经营品种最多的纺织品集散中心和全国最大的纺织品生产基地，形成了“化纤丝—织造—印染—后整理—服装”的完整产业链。近年来，随着环保、绿色可持续发展理念的深入，柯桥纺织企业不断与时俱进，从绿色面料、数字生产、节能项目、人才引进等方面转型升级，适应市场格局的变化，切实践行“双碳”目标，引导生产及消费方式的低碳转型，将柯桥纺织推上更大的舞台。

绿风徐来，环保面料华美蜕变

免水洗天然植物印花面料、极适无烫衬衣面料、智能印花面料、储能夜光系列、光敏变色面料等各类绿色环保、科技感十足的时尚面料在如今的中国轻纺城应有尽有。柯桥纺织企业从纤维材料、面料到家纺、服装，具象化地展示了产品的全生命周期，传达可持续发展的理念，引导生产及消费方式的低碳转型。

绍兴嘉鑫针纺科技有限公司通过聚焦纱线纤维，以开发具有抗菌性能的产品见长，其面料抗菌性检测报告显示，产品具有抗大肠杆菌、葡萄球菌等菌群的作用，而其使用的纱线抗菌率达到了90%以上。为了增加产品的市场化元素，公司在罗马布和哥弟纹的基础上融入了一些时尚创新元素使面料更吸睛。对于秋冬季的羊绒、羊毛混纺类面料，公司通过在纱线纤维中加入火山岩、石墨烯等成分增强其保暖

性，而莫代尔、天丝、木浆纤维等天然环保的纤维素纤维则是嘉鑫纺织的面料产品中不可或缺的元素。

无独有偶，浙江三川纺织科技有限公司从成立之初就重视对新材料的应用。推动功能性纤维在针织、梭织领域的应用，是三川纺织坚持的发展道路。为了创新石墨烯在面料领域的应用，三川纺织将石墨烯纤维与其他新型纤维混纺，推出具有永久抗菌、抗紫外、去异味、防静电等多重功能的新型功能衬衫面料。

三川纺织总经理江一玮介绍，衬衫面料讲究手感细腻、亲肤性和透气性，“因此我们决定使用超细纤维，并和行业优质前端纤维企业建立了长期合作关系。超细纤维中所包含的生物基可降解材料，能赋予面料舒适、永久保型、抗菌除异味等特性，从而最终打造出符合国际趋势的集商务、休闲于一体的西装面料。”

可以看出，在绿色转型的过程中，越来越多的柯桥企业在研发中更加强“科技、时尚、绿色”，面料材质已不再局限于单一纤维或结构，而是通过新工艺和功能性面料的结合，让产品性能获得显著提升。

多元创新，纵深化发展是必选项

近年来，随着碳达峰碳中和目标的提出，柯桥区越来越多纺织企业加入到“双碳”行动中，一方面在源头上使用再生纤维等，另一方面，生产过程通过搭载数字智能、安装光伏太阳能、采购绿电等形式，实现低碳、零碳产业链发展，把绿色、低碳理念贯穿到柯桥面料生产中，与产业发展深度融合走向纵深，呈现新的特征。

数字经济，是柯桥纺织落实“双碳”行动的通用性、基础性支撑，从原料生产、纺织染整再到流通与服务，数字应用的全场景化、专业化正成为重要趋势。今年是浙江宝纺印染有限公司建厂20周年，宝纺印染以智慧工厂建设为契机，争取技改创新、节能降耗实现新突破。

作为国家高新技术企业，多年来，宝纺印染始终坚持创新发展，在数智转型的驱动下，宝纺自主研发的双幅双层水洗设备与自动贴标及检验设备，因省水、省汽、省电、减员、减排效果50%以上，以“高效节能仿蜡染印花布后整理技术”立项，进入第十五批中国印染行业节能减排先进技术推荐目录。为全方位打造绿色标杆，宝纺印染在生产环境上也始终秉持“绿色青山就是金山银山”的发展理念，先后投入数千万改造车间、厂区，打造花园式车间、公园式工厂，把整洁工作标准化、常态化。

随着柯桥印染产业转型升级，这几年印染企业环保理念也在不断提升，不断加大清洁能源的使用，践行绿色发展。今年，浙江滨康印染有限公司购买了300万千瓦时的“绿电”，同时在屋顶厂房新建了一个光伏项目，这也是公司几年来全

产业链零碳行动的项目之一。2022年，该公司实现零碳排放的全产业链产能达1000万平米，占总产能10%，预测二氧化碳减排将达1万多吨；到2030年，将达到5000万平米，占总产能50%，预测二氧化碳减排将达5万多吨。

滨康印染并非柯桥区唯一购买绿电、自产绿电的企业，去年，迎丰股份也购入了270万千瓦时绿电。印染企业在绿色生产的过程中需要绿电，同时也利用自身优势产生绿电。其中，屋顶分布式光伏项目受到越来越多印染企业追捧。在柯桥，东进新材料、永通印花、爱利斯印染、瑞雪蓝印等多家纺织印染企业正在积极安装或筹备厂区屋顶分布式光伏项目。去年，柯桥区还发布了《整区屋顶分布式光伏开发试点实施方案》，进行政策的有力引导。

从绿色设计的融入、新技术的应用、精益化的管理、数字化智能化的转型，柯桥纺织正逐步推进产品全生命周期的绿色发展。

聚焦人才，用加法培育增长新动能

建设现代纺织鉴湖实验室、推行新型产业用地(M0)政策、打造人才创新聚集区……当前，以人才强区、创新强区为首位战略，柯桥在人才引育、平台建设、政策扶持、服务保障、机制优化上全线发力，全面构建起有利于高层次人才创新创业项目的政策环境和公共服务体系。通过营造良好的创新人才生态环境，让一个人、一家企业的梦想汇集于此，并不断融合蝶变，为全省高质量发展建设共同富裕示范区贡献更多“柯桥力量”。

5月，中国·绍兴第七届海内外高层次人才创新创业大赛启动仪式暨2022柯桥创新创业环境推介会在柯桥举行。本届大赛将围绕柯桥“1+3”支柱性产业，定向开设新材料、纺织科技等专场分站赛，重点行业海外创新专场赛，以及基金专场分站赛等多场赛事，将分别在西安、上海、苏州、柯桥等地举办。作为绍兴市最高级别、最具规模、最有影响力的海内外引才赛事，海创大赛现已成为绍兴市人才招引的重要品牌活动之一。

聚焦到纺织产业，近年来，“柯桥优选”面料品牌计划、创意设计人才“经纬计划”等品牌化发展建设也创新不断，形成了以纺织创意设计为核心的时尚产业生态链。

积极“招兵买马”，柯桥纺企也在行动。今年，浙江理工大学绍兴柯桥研究院引育企业——浙江普娜拉纺织科技有限公司的博士创新站，被认定为2021年度绍兴市博士创新站。公司在建成博士创新站后，进一步加强了产品创新研发力度，围绕企业核心产品申报发明专利，实现了实用新型专利和发明专利“两条腿”走路。

浙江技立新材料股份有限公司专注研发功能性纺织助剂、纤维和纱线等，公司仅用两年时间便评上国家高新技术企业，究其原因，负责人杨世玉表示，公司联合东华大学国家染整中心、浙江理工大学及纺织行业染整节能减排重点实验室等，形成了从产品设计到性能测试再到应用评估的一体化产品研发体系。在与国内外企业院校合作的同时，技立新材料也十分注重招才引智，建立了一支由教授、博士等组成的技术骨干团队，并成立了由院士领衔的绍兴市专家工作站，不断壮大研发力量。

坚实的产业基础、完备的产业体系、良好的政策环境赋予了柯桥纺织强大的韧性与活力。柯桥以“绿色高端、世界领先”为方向，走出了一条经济价值、社会价值、生态价值高度统一的产城融合之路，打造新时期区域稳步推进共同富裕的标杆与旗帜。 **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。

“圆梦三十年 最美纺城人”系列报道 13

打造不可替代的“小巨人”

访中多控股有限公司董事长吴荣国

■ 林晨莉 / 文 赵国玲 / 摄



吴荣国

没有人会相信一家全国无区域控股集团竟然只研发生产一款面料。更别提它的企业故事发生在浩瀚的面料王国——中国轻纺城。事实上，从创办企业那一刻起，中多控股有限公司董事长吴荣国就坚定地將麂皮绒面料定位为企业的研发方向和核心产品。

作为全国唯一一家被中国纺织工业联合会、中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心联合授予的“国家麂皮绒纺织产品开发基地”和中国纺织行业首批专精特新企业，中多控股始终坚持市场引领、价值导向、科技创新、人才为先、合理布局，通过自主创新走上专精特新可持续发展道路。

单一产品：为什么选择麂皮绒？

吴荣国是名副其实的“纺二代”。上世纪90年代，吴荣国的父辈作为第一代出海的乐清人带着乡亲们走南闯北，最终来到柯桥轻纺市场谋生。当时，尚在求学的吴荣国追随父亲来到此地，一度被轻纺城的繁荣景象所震撼。

成立公司，是他为自己谋得的第一份工作。2004年，抱着在父辈的创业地重新创业的情怀，吴荣国回到柯桥并建立了自己的公司，历经2007年注册品牌，2012年组建浙江中多控股集团有限公司，到了2016年，公司已成为由国家工商总局批准的全国无区域型控股公司。

选择主打产品是吴荣国创业初期的重心。当时，柯桥市场上流通的面料有上万种，大部分面料的生产准入门槛较低。一家卖得不错的面料，不久就会被很多同行效仿。在他眼中，老一辈柯桥人的营商之道靠的是市场敏锐度，但仅仅依靠终端的行情反馈来铺货，而非真正洞察客户需求，是不可持续的。

经过一段时间的调研，麂皮绒面料逐渐走进吴荣国和公司团队的视线。首先，麂皮绒相对市场来说属于新品种，时尚属性强，同时，麂皮绒的技术壁垒更高，不同批次染色出缸的大货缩率、毛效、手感都不同，且色牢度较低……种种“卡脖子”的难题令不少同行望而却步，生产层面可能面临的高风险劝退了不少行业精英。其次，上世纪90年代末期，市场的大繁荣为从业者们提供了丰富选择，鲜少有人愿意将精力投入单一产品的研发与技术突破。

就是这样一块“硬骨头”，在吴荣国看来却成了“香饽饽”。他分析，一旦能够疏通麂皮绒技术上的“断点”、“堵点”，打通麂皮绒的产业链，拿到高品质麂皮绒的专利，那么这将是一件具有长远价值、难以被替代、能够为之奋斗的终生事业。

不断突破：麂皮绒的千变万化

于中多控股而言，在产品层面不断突破，展现产品的更多可能，是中多控股走向多元、拓宽业务边界的决胜法宝。

打造“千变麂皮绒”为中多控股打开了赢面。集团已经形成集麂皮绒面料研发、生产、成衣配套、销售环节的精细化管理和创新研发系统，并率先建立起以麂皮绒面料为主题的生活馆，馆内充分展现了麂皮绒面料是如何在服装、家纺、家居、鞋帽、手套、背包、箱包上应用的，更全方位、多领域地呈现麂皮绒面料的用途和魅力。

同时，为了淡化消费者和客户对麂皮绒面料厚实、不透气的刻板印象，中多控股在环保再生麂皮绒、高牢度定制麂皮绒和功能性麂皮绒上进行深入开发，不仅改变了传统麂皮绒面料的低色牢度、不亲肤、厚实不透气等缺陷，还赋予了麂皮绒发热、耐磨、防静电、3A抗菌、远红外等多项功能。

近年来，经过纺织行业权威测评，集团先后通过GRS环保再生、ISO9001质量管理体系、OEKO-TEX100、AAA信用体系等认证。此外，中多控股更是作为第一起草单位，主持制定完成了T/CNTAC 88—2021《针织人造麂皮绒》团体标准并已正式实施。

“麂皮绒的重要价值在于它的毛效、垂感、手感和时尚度，这是其他产品不可取代的特性。”吴荣国自豪地说，“曾经有领导来我公司考察后感叹，‘你们已经把麂皮绒做得不像麂皮绒了’。这是对我最大的肯定。”

18年专注：占领价值链制高点

没有技术的独立，就没有产业的独立。“产品研发的前瞻性思维最初源于对客户需求的深入探究。”吴荣国告诉记者说，作为服装的上游企业，纺织面料企业要做的就是将客户的需求挖深挖透，给予及时引导及升级。“不可复制的技术和高端的产品为我们赢得了忠实的客户，而在18年孜孜不倦的专注研发和提档升级后，我们也能够反哺客户，为他们带来更高附加值。”

为做优、做强主营产业链，中多控股成立了技术研发中心，并从意大利、美国、韩国、日本等国引进了成套自动化化纤、印染、压皱、复合设备及生产线，从而保证了与国际接轨的高效生产力和产品品质。

依托于中国轻纺城女装面料基地的优势地位，集团目前已成为ARMANI、GUCCI、LV、HERMES以及国内200多家一二线品牌的供应商。如今，中多控股依然活跃在麂皮绒面料的尖端技术领域，以精细化、专业化优势，成为面料界的麂皮绒“小巨人”。TA



党建引领 品牌赋能 1

中国轻纺城以高质量党建引领共富先行

■ 本刊记者 邬莹颖

如何在共富先行的跑道上，牢牢把握机遇，让产业发展更有速度也更有温度？中国轻纺城积极创新实践，突出党建引领、品牌赋能，让现代化“国际纺都、杭绍星城”建设的“大蓝图”与中国轻纺城专业市场千商万户的“小幸福”同频共振。

党建强，产业发展则更有力量。6月，中国轻纺城党建工作会议暨“七一”表彰大会的召开释放了强烈信号。会上，中国轻纺城“党建引领、品牌赋能”活动正式部署，中国轻纺城将利用三年左右时间，通过开展“党建引领、品牌赋能”活动，努力实现“一支部一品牌”，并计划每年评选10个具有特色亮点、代表性强的示范党建品牌。

“党建引领、品牌赋能”活动围绕党建品牌建设“抓什么、怎么抓”问题，立足两新党建工作中心任务、品牌现实基础和创新潜力，抓培育、树标杆、促提升，培树一批具有鲜明时代特征、被党员会员商户广泛认可、感召力强的党建示范品牌，使全体纺城人追求自身富裕的同时，以产业报国为价值取向，争做有责任、有情怀、有自信的纺织人，争当“最美奋斗者”、“共富先行者”。

基层党建需要与时俱进、创新载体、培育品牌，以品牌的力量更好地暖人心聚人心。这其中，“纺城有家”作为中国轻纺城市场党建的旗帜，具有“家国担当”、“共富先行”的品牌内涵。“纺城有家”

的显著特色和亮点，在于做好市场党建品牌创建工作，对于解决新时期市场党建工作面临的新情况、新问题，解决基层党组织和党员队伍中存在的突出问题，推进市场党建工作制度创新、实践创新，具有重要的理论和实践意义。同时也能极大地增进干群之间的信任，从根本上消弭难点、堵点、痛点，以真心真情共建连心桥。

快速奔跑在共富先行的路上，需要每个党组织能够成为“纺城有家”品牌建设的有机组成部分。为进一步传承“艰苦奋斗、实干拼搏”的“纺城精神”、发扬“时不我待、只争朝夕”的“纺城速度”、赓续“家国担当、共富先行”的“纺城根脉”，中国轻纺城还创新发布“布行天下 纺城有家”活动视频。用时尚动感的品牌IP方式，直指纺城的过去、现在、未来，讲述在党建基础上，经纬纵横间，柯桥人如何在辽阔的布面上织出一阙锦绣的时代之歌！

一个党建品牌能否长期地开展下去，是否能够得到群众的认可、干部职工的认可，关键取决于党建品牌能否融合当前各项重点工作，发挥党建助推作用。中国轻纺城党建工作将持续深化“品牌+”的影响，始终围绕发展转、紧贴行业转、精准对接需求转，打通基层党建“最后一公里”、服务群众的“最后一厘米”，释放执行“强度”，激发干部“热度”，提升服务“温度”，使党建工作有形有力落地有声，为加快打造现代化“国际纺都、杭绍星城”提供坚强保障。TA

聚焦新技术成果 共谋行业发展

2022 中国绍兴纺织印染协同创新论坛在柯桥举办

为推进绍兴纺织印染行业“科技、时尚、绿色”高质量发展，以纺织印染新技术、新科技实现全行业协同创新、转型升级，近日，由绍兴市柯桥区人民政府主办，中共绍兴市柯桥区委人才办、绍兴市柯桥区科学技术局、绍兴市柯桥区印染产业集聚升级服务中心等承办的2022中国绍兴纺织印染协同创新论坛在柯桥举行。

来自全国相关高校的专家学者、科研大咖及绍兴柯桥众多纺织印染企业代表约200人齐聚一堂，共襄纺织印染行业新技术、新成果盛宴。论坛现场，浙江省现代纺织技术创新中心常务副主任、日本工程院院士倪庆清，柯桥区人民政府副区长陈钧分别致辞。

“大纺织产业是柯桥的母亲产业、支柱产业，柯桥印染产能约占全国的1/3，拥有全国最大绿色印染基地——蓝印小镇、省级印染产业工程师协同创新中心，目前正在加快推进浙江省现代纺织技术创新中心的建设。”陈钧在致辞中表示，相信通过本次论坛的交流，能够为柯桥大纺织行业输送更多前沿技术，为提升柯桥大纺织产业高质量发展水平持续赋能。

中国工程院院士、武汉纺织大学校长徐卫林围绕“纺织科技的现状及发展趋势”主题，从纺织工业碳排放、纺织智能制造、短流程织造技术、节能减排措施、环保染色技术、废弃纺织品回收等方面发表主旨演讲。他表示，大健康将是服装未来的使命，标准创新及牵引力将是促进品牌建设的关键力量。

接下来，东华大学研究员王黎明带来“静电纺非织造材料宏量制备关键技术与产业化”报告；江南大学教授付少海带来“涤纶织物‘闪



论坛现场。

染’免水洗加工关键技术”报告；西安工程大学教授徐成书带来“纤维素纤维制品节水、减排与盐回用染色新技术”报告；浙江理工大学研究员郭玉海带来“医疗软器械关键技术开发”报告。

论坛现场还公布了柯桥区印染产业工程师协同创新星级评定管理办法，染整工程专业中级技术职务任职资格评审办法以及选聘柯桥纺织印染全产业链全职工程师的实施办法。

作为本次论坛的重要配套活动，一个聚焦新型面料、新材料和智能装备的“小而美”展会同期举行。除20多家新面料、新材料、智能装备企业参与外，还有柯桥众多研究院参展，其中绍兴柯桥印染产业工程师协同创新中心的亮相分外亮眼。（赵国玲 文 / 摄）TA



会议现场。

纺织科技创新仍处“三跑并存”，四点建议引关注

■ 本刊记者_李亚静

提高科技成果转移转化成效、促进新技术产业化应用、推动产业链和校企合作融通创新……本届纺织行业创新平台技术交流会暨产业用纺织品科研成果与人才培养发展论坛致力于搭建科技、人才与产业融合的交流平台。

8月10日，纺织行业创新平台技术交流会暨产业用纺织品科研成果与人才培养发展论坛在无锡举行。本次活动由中国纺织工业联合会科技发展部、中国产业用纺织品行业协会主办，江南大学承办，国家先进印染技术创新中心、纺织行业现代染整技术重点实验室、纺织行业喷墨印花技术重点实验室、纺织行业纺纱技术重点实验室、纺织行业抗菌纺织品重点实验室支持。

中国纺织工业联合会副会长李陵申，江南大学副校长顾正彪、原副校长高卫东，中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅，中国纺织工业联合会科技发展部副主任张传雄等领导嘉宾出席会议。上午和下午的会议分别由中国纺织科技发展部科技创新处处长冯丽、中产协副会长兼秘书长祝秀森主持。

会议发布了2021年纺织行业创新平台名单及纺织行业创新平台(2018年)评估通过名单。2021年认定纺织行业创新平台13家,包括嘉兴学院“纺织行业仿生功能纤维重点实验室”等7家纺织行业重点实验室、北京邦维高科特种纺织品有限责任公司“纺织行业特种防护技术创新中心”等6家纺织行业技术创新中心。此外,武汉纺织大学“纺织行业纱线及其功能化重点实验室”等18个重点实验室、安徽华茂集团有限公司“纺织行业环锭纺纱技术创新中心”等7个技术创新中心通过评估。

李陵申针对行业科技平台建设、科技成果转化以及产业用纺织品研发创新提出四点建议:一是夯实科技创新能力基础,推进高层次科技创新平台建设;二是畅通科技成果转移转化链条,构建质量和效率优先的科技创新体系;三是把握科技发展趋势,实现产业用纺织品技术体系自主可控;四是坚持人才引领发展,加快建设高水平科技创新人才队伍。此外,在目前“双碳”发展战略背景下,行业科技工作者需要更加关注低碳和绿色技术体系研究;对于行业企业来说,未来需要更加重视和发展ESG,以更好实现企业发展与环境保护的协同发展。

顾正彪在致辞中介绍了学校及纺织学科情况,他指出,在国家持续推进战略性新兴产业发展、构建双循环新发展格局的背景下,产业用纺

织品行业已成为全球纺织科技创新的重点领域,迎来了新的发展机遇,同时也面临着严峻挑战。如何推进纺织重点领域关键技术突破与创新,增强绿色低碳循环发展新动力,对于推动产业用纺织品行业转型升级、提升行业核心竞争力具有重要指导意义。

夯实创新能力,推进高层次科技创新平台建设

创新平台是集聚创新资源、汇聚创新人才、开展技术创新的有效载体和提升科技核心竞争力的有效途径。

张传雄表示,严进严管将成为纺织行业创新平台建设新要求,跨界融合将成为创新平台建设新方向,协同互动将成为创新平台主体参与新方式,数字绿色赋能将成为创新平台提质增效新路径。目前我国纺织行业科技创新依然处于以跟跑为主的“三跑并存”状态。未来,纺织消费品多功能化开发、跨界融合协同创新研发、高端纺织装备开发与数字化转型、绿色低碳技术和产品推广应用将成为纺织行业科技创新的四大方向。

“科研平台是学科评估的重要组成部分,是科技创新、提升科研能力的重要载体,是汇聚科技人才、培养科技人才的重要载体。平台建设对高校发展至关重要。”江南大学纺织科学与工程学院院长、教授付少海指出,高校可通过建设学术委员会、相对稳定的科学研究队伍、相对完善的管理和运行制度、设立相关课题、定期开展学术活动等,完善科研平台的管理制度和运行机制。

江南大学的最新科研成果包括:夜光纤维制备及标准、浅色导电纤维、废弃聚酯回收及利用、新型纺纱技术、多通道数控环锭纺纱设备及全色谱彩色纺纱技术、浆纱技术、经编装备集成控制系统关键技术与产业化、针织设计与仿真系统关键技术与产业化等。江南大学纺织科学与工程学院副院长、教授潘如如表示,希望这些科研成果可以在产业应用方面得到深入合作。

科技创新是“十四五”期间产业用纺织品行业的重点任务之一。中

李陵申针对行业科技研发提出四点建议:一是夯实科技创新能力基础,二是畅通科技成果转移转化链条,三是把握科技发展趋势,四是坚持人才引领发展。



创新平台建设是促进产业用纺织品行业发展的有效途径。

产协总工程师李昱昊主要介绍了行业科技工作概况,并谈到,行业科技成果的确认和科技类奖项荣誉,对于提高企业核心竞争力、提升企业综合实力、争取各级科技及政策支持等具有重要意义。标准是促进科技进步的重要途径,是掌握话语权的重要工具。有利于保证产品、工程、服务质量,促进产业链上下游沟通衔接,提高企业管理基础,加强国际交流和贸易合作。“十四五”期间,行业将围绕产业用纺织品《指导意见》中五项重点任务及八大重点领域展开,推动行业高质量发展。

值得关注的是,致力于可持续发展的ESG指标体系及能力提升平台,也是行业平台建设的一项重要工作。中国妇联社会责任办公室首席研究员、中国纺织信息中心副总经济师梁晓晖表示,当前,全球对(企业)责任发展的重视程度在持续增加,推动责任发展的环境正在发生趋势性变化。经过近20年的发展和应用,ESG体系已具有了通用、量化、全面、系统等基本特征,目前市场对本地化的ESG支持工具的需求与日俱增。

深耕绿色体系研究,推动行业可持续进程

先进印染技术为产业用纺织品行业的转型升级提供了源动力,有利于提高产品附加值,节能降耗,促进行业发展。同时,这也是行业发展的必经之路,为“双碳”目标的实现作出行业贡献。

“目前,先进印染技术得到了大力研究和发展,部分技术已经成熟并产业化(如酶退浆、活化及催化低温漂白等),部分技术已经建立了生产示范线(如超临界二氧化碳流体染色技术、棉针织物平幅连续染色技术等),部分技术还停留在研发阶段(如结构色技术、智能可穿戴纺织品等)。”东华大学研究员、生态纺织教育部重点实验室主任徐红根据纺织品印染加工流程从前处理技术、染色技术、功能整理技术、生物质技术4个方面介绍了印染技术的发展及应用方向。

原液着色技术是江南大学纺织科学与工程学院的重要研发方向。付少海分享道,针对粘合剂与颜料混混体系应用存在的问题,学院研发了纳米包覆颜料(新型着色剂),着力探索涂料印花和浸轧连续染色关键技术、喷墨印花墨水及其印花工艺;利用“湿法纺丝纤维原液着色关键技术”开发了高稳定度纳米颜料,建立的模型成功预测了纳米颜料在纤维中的分布状态及其对纤维颜色、力学性能的影响规律,为提升着色纤维的品质提供参考等。



奋楫核心技术攻关,推进成果转化与跨界发展

功能性纤维材料、纺织结构材料、航空航天纺织材料……加强纺织新材料的开发与应用转化,是产业用纺织品行业实现科技创新的重要方式。

如今极端环境频发,传统户外降温产品难以满足极端湿热环境下的人体降温需求,降温服饰将有巨大市场。华中科技大学武汉光电国家研究中心和材料科学与工程学院特聘教授陶光明表示,基于此,华中科技大学运动与健康智能化团队提出了一种基于形态学分级设计的无源降温超材料技术,可在户外暴晒环境为人或物实现零能耗的辐射降温。团队与相关企业合作建立了“从一颗高分子颗粒到一块布”的全流程示范线,正在多个国家级平台的支持下进行深入研发和应用。

纤维材料的一个重要发展方向是——细化,借此可以提升应用性能,拓宽应用领域。东华大学科学技术研究院院长、教授丁彬从一维柔性陶瓷纤维、二维纤维膜材料、三维纳米纤维气凝胶,重点阐述了“功能纳米纤维材料”的技术原理与应用情况。他介绍到,把陶瓷纤维做的比丝绸还柔软,用这种柔性陶瓷纤维做成的隔热材料,可克服传统颗粒隔热材料易脱落的问题,可广泛应用于航空航天、建筑等众多领域。

江南大学纺织科学与工程学院副院长、教授黄锋林以“功能性纤维材料研究与产业用纤维制品开发”为题,分别介绍了团队对纤维隔膜材料、抗菌抗病毒功能纺织品的研究及产业化。他谈到,锂硫电池的高比容量使其成为下一代高能量密度电池的候选者,然而其商业化进程仍面临诸多挑战,通过物理磁控沉积技术对隔膜进行改性,可有效降低电池能量密度,提升电池性能。

航天器用纤维及织物材料需具备复杂的结构构型与多样的编织形式,同时,复杂的空间射线、高低温、高真空等服役环境对纤维提出多指标要求。中国空间技术研究院物资部副总师高鸿表示,在航天材料的应用转化中,需要以材料为维度,依据材料种类和应用背景建立材料评价体系;以环境为维度,依据环境对敏感类材料建立数据和评估方法,建立材料—工艺—设计协调配合、迭代式验证模式。

3D编织材料具有结构高性能化/多元化、结构/功能一体化、大尺寸复杂构件净成形、面外性能优异等优点,是与增材并行的主流制造技术。江南大学研究员、工学博士张典堂以“先进3D编织材料及在航空航天深海应用”为题进行了分享。他说,未来将致力于一些具有挑战性的研究内容:材料—结构—功能多尺度设计、多场耦合环境下3D编织材料损伤机制及量化、预制体结构精细调控及成形装备自动化等。

随着新一轮科技革命深入发展,纤维新材料以高性能、多功能、轻量化、柔性化优势替代传统材料,为纺织行业实现价值提升提供重要路径。正如江南大学教育部针织技术工程研究中心主任、教授蒋高明谈到,我们要抓住新一轮产业革命的机遇,迅速融入“智能制造”与“绿色制造”行动计划,以“双循环驱动·多维度创新”加快行业自主创新能力的提升,加大新材料、新工艺、新装备等核心技术的攻关,提高纺织产业的国际竞争力。TA

以创新践行“双碳”征程， 印染行业在行动

■ 本刊记者_董笑妍

近几年，在“双碳”背景下，我国印染行业碳排放量实现了逐年下降，但尚未完全摆脱高能耗、高排放的现状。面对双碳目标，印染行业正通过绿色布局，将全生命周期绿色化技术管理加速融入整个产业链体系。

“提高印染行业用能效率，减少能源消耗，可以通过结构调整、产品替代、工艺改造、行为改变等多种路径来实现。”工信部电子第五研究所潍坊赛宝工业技术研究院科技发展部副主任慈玉辉指出。沿此路径，众多中国印染相关企业正在以不断的探索响应国家“双碳”目标，展现出累累硕果。

从无水染到数码印， 多项关键技术突破剑指“双碳”

今年6月，工信部发出了《工业和信息化部等六部门关于印发工业能效提升行动计划的通知》，《行动计划》明确提出纺织行业节能提效改造升级的重点方向，其中就包括推广低能耗印染装备，及应用低温印染、小浴比染色、针织物连续印染等先进工艺。

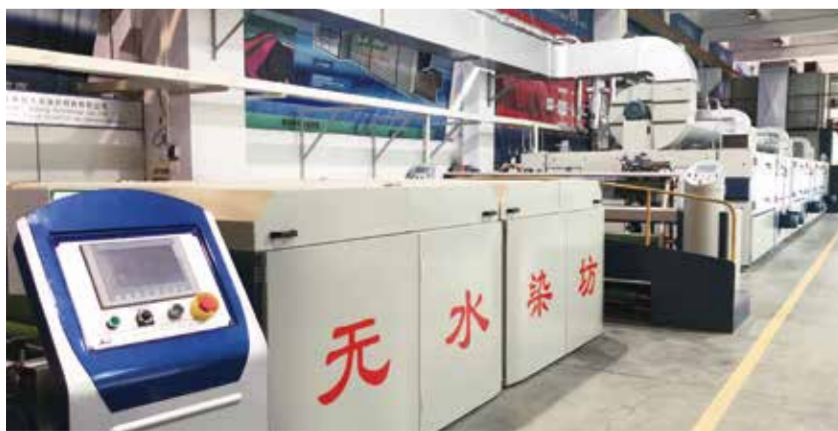
印染行业工艺复杂、参数多、生产及管理控制要素多，每一个环节的关键技术都能有力推动行业低碳发展。

日前，国家先进印染技术创新中心主任毛志平在讲座中就举例了几种契合低碳生产要求的印染先进技术：生物酶退浆精练相比传统高温强碱退浆精练具有节能、减少化学品使用等优点；催化、活化低温漂白技术能显著降低处理温度、缩短处理时间；超临界CO₂流体染色技术（无水染色）在国内正被广泛研究，其特点是在节能减排的同时还能有效提高染色的效率和品质；液态分散染料相比传统粉状分散染料减少了分散剂占比，能明显降低有机污水排放量，结合分散染料免水洗染色技术、分散染料染色脚水循环使用技术等的应用，能达到很好的节能减碳效果；活性染料低碳染色技术具有减少污水排放、提高固色率等优点；数码喷墨印花技术目前已经较为成熟，印花过程不用色浆、节水减排。这些创新技术每迈进一步背后，都有无数科研人员的失败经验与不懈努力。

以时下聚焦的“无水染色”技术为例，该技术意味着无需再对纱线进行前处理和染色后处理，整个印染过程无水，也无需再添加助染盐等其他化工材料，就可达到甚至超过传统水介质染色的效果，且有机溶剂循环利用率超过99%。

2021年6月，青岛即发集团的超临界CO₂流体染色示范生产线就开始试运行，现年产能可达1000吨，将染色效率从传统水染的8—12小时缩短至3—4小时。

在近期举办的第三届国际染料和助剂线上展销会上，广东智创无水染坊科技有限公司主推的棉织物的无水染色技术也吸引了众多观众，咨询对



广东智创无水染坊科技有限公司的“分散染料无水染色技术及设备”被专家组鉴定为“达到国际领先水平”。

接络绎不绝。

今年5月，广东溢达纺织有限公司承担的“极性/非极性二元非水介质染色技术（无水染色技术）研究和产业化示范”也成功通过国家科技部验收。该项目负责人介绍说，团队先后攻克色牢度、染色均匀度、溶剂回收等多项难关，并最终建立了第一条可年产3000吨的棉纱无水染色生产示范线。据悉，该项目具有完整的自主知识产权，已申请国家发明专利27件。

与此同时，数码喷墨印花技术与设备已日趋成熟。尽管目前圆网印花和平网印花设备依然占据主导地位，但随着绿色印染转型的推进，数码喷墨印花不断进化，发展空间巨大。

之前数码印花相比传统印花最明显的缺点就是印花速度较慢，如今的数码喷墨印花已从扫描机向SinglePa技术发展，速度得到显著提升。宏华数码的VEGA8000DI高速高精智能数码喷墨印花机的喷印速度已高达630m/h。

此外，数码印花还将色牢度、精度、稳定性、可靠性以及环保等纳入开发目标，爱普生推出的MonnaLisa Evo Tre16工业级直喷数码印花机采用的Genesta原装墨水就是主打成分安全环保。

浙江红绿蓝纺织印染有限公司常务副总经理莫林祥对此表示：“印染行业绿色发展是大势所趋，企业必须加大投入、积极应对。红绿蓝十分看好数码印花，尤其是在疫情之下，数码印花小批快反的优势更加凸显，为印花行业带来了新的市场增长点。”

向管理要绿色， 节能减排贯穿生产全过程

“双碳”目标下，除了科技创新外，印染企业纷纷通过管理创新谋求绿色化、节能化发展。“印染行业既传统又有未来。”深圳市3A企业管理顾问股份有限公司董事长刘承元指出，当前，印染企业间竞争力差距较大，精益化智能化建设将是决胜市场的关键，也是实现低碳发展的重要手段。

“目前，纵观国际上较先进的染整数控系统，以德国Sedo Treepoint为例，其ColorMaster系统可将染色的一次成功率提高到95%，EnergyMaster能耗监测系统可实现能耗的规划与测量，帮助企业节水45%、能耗降低30%。”毛志平介绍说。

而国内的探索与研发也在步步紧追。在日前举办的第十一届全国印染管理创新年会上，三技精密技术（广东）股份有限公司三技克朗茨副总经理潘文就介绍，三技推出的“云平台”、“生产管家”系统等一系列数字化平台与IT模块产品，可为客户提供湿整理、染色、后整理等工业云平台软件，帮助企业提高效率的同时实现低碳化发展。他以定型机新品T1886E为例，表示该产品可有效节能达15%以上。

杭州开源风云信息技术有限公司总经理赵万强表示，公司致力于为印染企业提供精细化、便于对接的车间机台及配套工程连接架构协议、机台在线采集及控制系统、全自动电脑调浆系统等，这些系统均可实现精准监控，帮助企业节能增效。

“近年来，面对诸多挑战和冲击，宁纺也进行了一系列创新与改革，围绕提升生产效率、降低消耗，将排放指标分解到了每个机台、每个班次。”河北宁纺集团有限责任公司印染分公司总工刘建伟如是说。

行业的绿色低碳转型关系着产业的根基与框架，决定着产业的底蕴和后劲。印染作为纺织产业链上不可或缺的重要环节，必将在此征途上不断革新，以“双碳”目标规划自身未来，成为“科技、时尚、绿色”纺织强国的重要支撑。TA



大赛初评现场。

传承中华服章之美，华服赛事再启幕

第二届中国国际华服设计大赛初评在北京举行

■ 贺兰 / 文

近年来，“中国风”设计引领全球时尚风潮，中华服饰内在的文化精神和东方意蕴，展现出强大的生命力。从传统文化到当代时尚，中华美学的创造性转化、创新性发展，成为增强文化自信的基石，发挥着沟通世界、传递价值的作用。在此背景下，8月10日，第二届中国国际华服设计大赛初评在北京举行，经过严肃、认真、专业的评审，共有30组作品从1423组参赛作品中脱颖而出，成功晋级终评。

本届大赛由中国服装设计师协会、山东省归国华侨联合会、山东省服装设计协会、山东广播电视台主办，济南明府城文旅投资控股有限公司、山东广播电视台综合广播、太阳鸟（山东）文化教育发展有限公司协办。大赛以“衣裳风尚”为主题，通过挖掘具有国际视野、创新思维、时代审美的民族传统服饰文化传承人，将传统服饰与优秀文化不断传承创新，绽放服章之美、礼赞中华之盛。

参赛作品设计独到、来源广泛

据悉，大赛连续举办两届，以其公正、权威性在行业内外形成了较大影响，所以今年的大赛引起了海内外华人服装设计师及服装设计爱好者的广泛关注。赛事在参赛规模和参赛范围上都超过了往年，上至耕耘多年的资深服装设计师，下至初出茅庐的职场新人，都对本次大赛表现出浓厚兴趣。

征集开启后，通过线上渠道，组委会每天都能收到几十份参赛作品的设计图，有时高达120份。最终，共收到来自国内和国际的稿件1423份，其中，国内稿件1412份，来自27个省、市、自治区以及澳门特别行政区；国际稿件11份，分别来自英国、意大利和日本。

本次初评评委阵容强大，由清华大学米兰艺术设计学院执行院长、清华大学美术学院染服系主任、博士生导师臧迎春，北京服装学院科技处处长王永进，浙江理工大学服装学院院长、博士生导师崔荣荣，山东工艺美术学院服装学院院长李杰，“金顶奖”设计师、北京玫瑰黛薇服装有限公司艺术总监刘薇，中国十佳时装设计师、北京蓝伯吉纳高级时装有限公司设计总监崔游，故宫博物院学术委员会委员、故宫博物院服饰织绣研究所所长严勇组成了全方位、多维度的强大评审团。

从初评现场来看，本次大赛的参赛图稿作品体现出风格多样、立意新

颖、色彩丰富等特点，很多选手在对传统性和创意性的临界点的把握上都相当到位，在款式上既保留了传统中华服饰的精华和韵味，又融入了简约时尚的现代设计理念。另外，他们在面料的选用上也呈现出多样性，对轻薄的绉、挺括的麻及坚韧的裘皮等多种面料都有运用，无论是风格的多元化还是色彩及面料的多样性，都符合目前华服设计的流行趋势。

面对各有千秋的设计图稿，评审专家们似乎犯了“选择困难症”。评委们反复穿行在设计图稿之间，对于第一遍记录下的优秀作品，再进行第二第三次的核准，慎重再慎重地做出选择。经过7位评委仔细、反复地斟酌，最终30组作品脱颖而出。

以设计彰显文化魅力，大赛助力传承创新

通过评审，专家们表示，本届大赛呈现出的几个显著特征非常值得关注。

第一，投稿的数量众多，与国内同类大赛相比，是投稿数量最多的大赛之一。这充分反映了当年轻年有着强烈的意愿，积极参与到中华优秀传统文化传承与创新的过程当中。

第二，参赛作品表现的手法更加多元。这显示了年轻服装设计师对于中华优秀传统文化与现代生活的结合，正在进行着全面的探索和实践。

第三，传统文化产品与市场结合的趋势更加明显。这表明更多的年轻人在日常的生活当中，在未来的产品设计当中，愿意以中华文化作为核心的设计方向，并将产品更多地推向市场。

第四，科技化水平更高。很多学生运用最新的数字虚拟技术进行设计，将服饰设计和未来时尚科技充分结合。这为大赛未来采用数字化的呈现打下了坚实的基础。

由此，专家们认为，本届大赛体现出来的这些特征，对于推动我国服装设计行业的产学研深度融入，对于满足人们对美好生活的向往和追求，对于助力中华优秀传统文化走向世界、实现中西文化交流互鉴都具有十分重要的意义。

接下来，第二届中国国际华服设计大赛初评评审结果将在媒体上进行公示，接受社会各界的监督。第二届中国国际华服设计大赛决赛预计将于11月在山东举行。TA



家纺布艺已经成为许村引以为傲的一张“金名片”。

“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 21

海宁许村：拓千亿时尚产业版图

本刊记者_夏小云

“世界布艺看中国，中国布艺看许村”。作为中国布艺名镇，海宁许村镇是国内最大的家纺面料生产基地、全球最大的提花家纺产销中心。如今，许村正在全力拓展千亿时尚产业版图，打造世界级家纺产业集群先行区。

海宁许村镇现有市场经营主体 2 万余家，家纺企业 2700 余家，其中规模以上企业 179 个，家纺从业人数 3.68 万人。据统计，全镇有剑杆织机 26810 台，其中 15800 台达到先进水平，进口织机 8900 台；有印染企业 13 家，印染生产线 83 条；面料年加工能力达 22.5 亿米。

海宁许村家纺产业经过 40 年的蓬勃发展，拥有一批行业骨干企业，产品从窗帘布、沙发布等装饰面料发展到成品窗帘、墙布、床上用品、桌布、台毯、枕头、垫子、浴帘等多种布艺家纺制品，形成了从织造、印染、后整理到成品、流通的完整家纺产业链。家纺布艺工业总产值曾占到全镇工业总产值的 90% 以上，已经成为当地引以为傲的一张“金名片”。

内外销并举实现跨越式发展

海宁许村的专业市场一直走在行业前列，陆续建成了被面专业市场、被面装饰布专业市场、海宁中国家纺装饰城，2013 年又投资 5.98 亿元建设了集市场经营、展览展示、总部商务、信息发布、平台建设于一体的家纺城国际贸易中心，着力打造大家纺、大家居一站式采购平台和展示平台。

许村利用专业市场平台每年举办海宁家纺博览会，至今已举办 21 届，成为了全球纺织

领域具有较高知名度和较大影响力的产地型家纺布艺专业展会。站在“十四五”新起点，海宁将加速构建更具竞争力的现代产业体系，实施先进制造业集群化发展，通过数字赋能、时尚赋能、服务赋能，推进海宁家纺跨越式发展。

紧贴市场发展是海宁家纺产业的特色，形成了内外并举拓市场的局面。内销市场上许村面料遍及全国各地，打造出了一大批国内有影响力的品牌。海外市场方面，一批优势企业也在扩大许村布艺的渗透力，开始在海外设立仓库、设计中心等。

据悉，自 2010 年起，海宁许村在全国及海外设立经销点 2105 个。最多的时候，许村有 1.5 万人在外销售，他们不但替许村企业卖布，还带回了市场的第一手信息，帮助企业指导产品生产。有人评价，“凡是开窗帘店的地方，就有许村人”。这种说法，一点也不为过。

家纺产业焕发勃勃生机

“大产业、小企业”是海宁家纺的特点。目前，在许村的家纺企业中，主营收入在 2000 万元以上的有 179 家；2000 万—5000 万元的企业有 112 家；5000 万元以上的企业有 67 家。中小企业在许村家纺产业的起步与成长的过程中发挥了积极的作用。

当然许村也有不少龙头企业充分发挥纺织产业的示范引领作用，借助龙头企业先进的理念、技术、设备、管理、市场等独特优势，许村推动产业链向高端和下游延伸，提升产品附加值，做大做强规模产能。

浙江华德利纺织印染有限公司具有印染行业 30 余年的生产经验，是海宁市规模最大的染整企业和龙头企业，先后被评为国家高新技术企业、浙江省级高新技术企业研究院、嘉兴市技术中心。

主营高性能沙发面料的浙江玛雅布业有限公司，与众多世界知名沙发制造商及家居面料销售商达成深入、持久的战略合作，被评为国内纺织服装 500 强企业，公司凭借优秀的设计研发实力，不断提高产品质量，提升品牌，逐渐优化产品。

浙江斯泰堡纺织有限公司主要生产装饰布、绒布，作为高新技术企业，截至 2021 年该企业已拥有 30 个专利。

浙江艾诺纺织科技有限公司主要以沙发和软床面料为主，以自主品牌经编绒类、棉麻类、科技布、细麻类的沙发面料为基础，持续实现品牌裂变，打造品牌矩阵，成为行业黑马。

这些龙头企业的精细化制造和向终端延伸的发展，将利于许村推进企业与产业的品牌建设。



向时尚创意转型

在当下的市场环境下，只有大力发展时尚特色的现代家纺产业，方能在市场竞争中取胜。许村家纺企业深刻领悟到其中重要性，更多地关注设计，紧跟市场趋势变化，从市场中取材，并借助市场考察、展会考察、海外考察等方式，提升自身的创新、创意能力。

为提升集群的时尚产业属性，实现海宁许村的高质量转型，2003 年以来，许村政府与中国家用纺织品行业协会已经合办 18 届“海宁家纺杯中国国际家用纺织品创意设计大赛”，为集群的时尚化升级提供了支撑，为产业的设计创新注入新创意、新潮流。

回顾许村家纺发展历程我们发现，当地政府不仅在推进集群时尚转型、打造区域品牌过程中发挥着重要作用，同时在政府的领导下，海宁家纺协会、许村商会在服务企业发展与提升方面也发挥了积极作用，加快促进了产业提升。

布局“十四五”，推进产业升级

访海宁许村镇副镇长王水鑫

海宁许村要更好地构建世界级产业集群，一定要把握好“十四五”发展关键期，那么究竟该如何优化产业布局呢？

TAweekly：在拓展千亿时尚产业版图方面，海宁许村面临哪些突出问题？

王水鑫：海宁许村要更好地拓展千亿时尚产业版图，需要有效地解决知名品牌缺乏，找准产品优势与定位，产业链配套以及缺少人才等几大突出问题。

首先，缺乏知名品牌。“海宁家纺”作为整体品牌在全国拥有一定的知名度，但缺少有影响力的制造品牌，更缺少终端品牌。销售渠道也偏单一，缺少互联网发展思维，线上线下融合度不高，现代物流服务体系尚未形成。

其次，布艺方向定位不清晰。当前，受市场影响，原有大提花产品档次高但受众面偏小，市场占比不高；而价格较低产品质量参差不齐，竞争力较弱。另外，设计创新能力不足，产品多处在供应链中上游，与消费者的接触不多，附加值低。

第三，人才严重缺乏。由于居住环境与其他设施不完备，导致高端人才招不到、留不住。另一方面，存在用工紧缺，一线工人招工困难的问题。

第四，产业链配套不完善。最为明显的是印染配套不齐全，目前，许村印染企业只服务大批量的常规印染，对个性化、高端化的产品缺乏配套印染企业。另外，窗帘成品化是趋势，但许村远没有形成高效的成品帘产业链，与江苏南通等地区的生产缝制线相比没有竞争优势。

TAweekly：海宁许村在如何推进创建世界级家纺产业集群先行区这项工作？

王水鑫：目前，海宁许村的产业转型升级主要从四方面着手：

一、确立时尚是家纺布艺追求的永恒主题。时尚化发展将是布艺产业提升的方向。以创意设计为核心，以科技创新为驱动，以品牌建设为依托，以可持续发展为指针，通过时尚资源的集成创新与生态构建，打造引领消费潮流的新型产业业态。培育一批时尚重点企业和时尚重点品牌，加快发展个性化定制，做大做强时尚布艺产业。

二、数字化转型助推企业现代化建设。通过数字技术在家纺布艺产业的应用，从多方面改善生产环节的供给能力。在研发设计领域，通过采用虚拟仿真、人工智能等数字技术，加速科学研究进程与科技成果的工程化、产业化。在生产作业现场，依托物联网、大数据、工业互联网、人工智能等数字技术，实现对设备、生产线、车间乃至整个工厂全方位的无缝对接、智能管控。在品质管控方面，通过人工智能技术的应用，提升质检效率和水平，有效提升优良品率。

三、共享经济促进集群产业升级。未来海宁许村将加快推进共享经济探索与实施，围绕区域产业发展需求，建设产业服务共享平台。一是创新能力共享。围绕中小企业、创业企业灵活多样且低成本的创新需

求，发展汇聚社会多元化智力资源的产品设计与开发能力共享。二是服务功能共享。满足中小企业物流仓储、产品检测、设备维护、验货厂、供应链管理、数据存储与分析等企业普遍存在的共性服务需求。三是技术支持共享。开发和推广成本低、周期短、适用面广的数字化解决方案，加快推进中小企业上云。

四、品牌建设带动产业规模扩张。布艺产业在新的时期，要建立多层次的品牌立体格局，形成加工制造品牌、终端消费品牌、区域品牌及国际化品牌的共同发展。不断强化品牌基础能力提升，培养一批生产制造品牌；不断强化软实力建设与国际化运营，做强一批终端消费品牌；不断强化内部协同与特色构建，提升一批区域品牌美誉度和影响力；着力打造世界品牌，鼓励优秀企业开展商标海外注册、品牌兼并收购以及品牌国际化推广等活动，推进行业世界品牌建设进程。

TAweekly：面向“十四五”，海宁许村家纺产业集群将在哪些方面发力？

王水鑫：“十四五”期间，要实现纺织工业的创意高密集、资源高融合、产品高附加值，缔造时尚强国的中国精神、中国价值与中国话语权，主要从以下三个方面发力：

首先，确立科技创新与设计提升目标。提升以智能预测、智能设计、智能时尚供应链、智能营销为一体的时尚产业链综合管理能力；加强新材料、新工艺、新技术与产业时尚发展的融合，引导个性化定制与柔性制造技术广泛应用；加大创新研发投入，注重提高企业研发设计人员占比，工业设计投入占企业研发投入比例达到 30% 以上，实现发明专利、实用新型专利、外观设计专利授权量持续增长。

其次，实现文化赋能与品牌建设。培育一批体现新时代精神和中华优秀传统文化的纺织大工匠、工艺美术大师、行业设计人才，重点推广 100 位纺织工业文化先锋人物；培育一批品牌竞争力优势企业，推动企业品牌与区域品牌协调发展，百亿元以上品牌价值企业超过 40 家，重点培育 3—5 个时尚品牌集团跻身国际知名品牌阵营，培育千亿以上品牌价值产业集群，提升区域品牌。

第三，践行绿色发展目标。组织一批企业践行时尚产品生命周期管理，以绿色原料、绿色设计、绿色生产、绿色消费为抓手，形成纺织行业绿色制造和绿色消费的可持续发展生态。

未来五年，海宁许村将加速家纺产业时尚化转型和高质量发展，培育家纺产业上市公司 2 家、行业龙头企业 10 家、产值 10 亿元企业 2 家，全力拓展千亿时尚产业版图，同心协力打造世界级家纺产业集群先行区。TA



关注面料之星俱乐部公众号，
了解更多详情

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，华源生态科技有限公司支持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。

绿色发展，源头先行。本期推介面料均采用了兰精差异化特种纤维素纤维，运用面广，绿色环保，在内衣、外穿衣、牛仔、家纺等细分领域和众多知名服装家纺品牌逐步得到广泛应用。

▶ 奔达纺织集团



面料名称: 无疆之休
原料成分: Lenzing - Indigo Modal
产品特点: 采用兰精最新原液着色莫代尔纤维，独特靛蓝颜色，具有与天丝™莫代尔相同的性能及手感，其耐磨擦色牢度相比传统靛蓝产品更优异。是可降解、可堆肥的环保纤维。
应用领域: 男装、女装、休闲装、童装



面料名称: 天“艺”无缝
原料成分: Lenzing - Matte Lyocell
产品特点: 兰精莱赛尔亚光纤维是一种含消光剂混合物的原纤化莱赛尔牛仔布的光泽，非常适用于轻质牛仔面料，其纤维获得 OEKO-TEX 标准 100 认证，产品等级为一级。
应用领域: 男装、女装、休闲装、童装

▶ 常州东恒印染有限公司



面料名称: 亚光天丝™ 纤维棉畅想
原料成分: cotton 56%、TENCEL™ Lyocell Matte 44%
产品特点: 亚光天丝™ 纤维面料具有棉的柔软、标准天丝™ 纤维的光泽，面料的制作过程没有任何污染。
应用领域: 男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



面料名称: 亚光天丝™ 纤维棉斜纹
原料成分: TENCEL™ Lyocell Matte 100%
产品特点: 亚光天丝™ 纤维柔软亲肤、手感柔滑，简约不失自然美感。斜纹的肌理精致有型，还可促进体温调节功能，吸湿效果超卓，令人心旷神怡。
应用领域: 男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装

▶ 达利(中国)有限公司



面料名称: 渐变普鲁士格
原料成分: 兰精™ 环生纤™ 100%
产品特点: “斜纹组织+渐变色织小方格”使布面色彩丰富、透气感好，100% 兰精™ 环生纤™ 原料环保且手感柔软舒适，具有良好的悬垂性，适用于衬衫及连衣裙。
应用领域: 女装、童装



面料名称: 天丝™ × 羊毛肌理皱
原料成分: 天丝™ 56%、羊毛 24%、尼龙 17%、氨纶 3%
产品特点: 天丝™ 莱赛尔 A100 与丝光羊毛混纺，再与锦包氨交织，利用组织结构和锦包氨的弹力，得到肌理感强的皱褶。
应用领域: 女装、休闲装、内衣、家居服、童装

▶ 黑牡丹纺织有限公司



面料名称: 玉软花柔
原料成分: 莱赛尔 62%、棉 27%、涤 11%
产品特点: 经纱使用兰精莱赛尔亚光纤维，其纤维是专门为散射光和减少不必要眩光而设计的，并且与普通的兰精莱赛尔纤维一样，在土壤、水和海洋条件下可完全生物降解。
应用领域: 男装、内衣、家居服



面料名称: 告白秋意
原料成分: 莱赛尔 100%
产品特点: 面料采用 100% 兰精莱赛尔亚光纤维，降低传统莱赛尔牛仔布面的光泽，赋予面料独特的光洁度，使面料表面更柔和，又兼具天丝™ 的触感。
应用领域: 男装、内衣、家居服

▶ 仁和纺织有限公司



面料名称: 彩色条子
原料成分: 再生涤 41%、兰精环保黏胶 37%、再生棉 22%
产品特点: 再生环保系列，减少污染，清凉舒爽，适合夏天穿着，一般不会出现褶皱情况，洗后不需要熨烫。
应用领域: 男装、女装、休闲装



面料名称: 彩色格仔
原料成分: 兰精环保黏胶 56%、棉 42%、氨纶 2%
产品特点: 双抓毛布透气，手感穿着舒适，弹性好，耐磨性较强，绒毛间能大量地储存空气，保暖性能良好。
应用领域: 男装、女装、休闲装

▶ 开平达丰纺织印染服装有限公司



面料名称: 万紫千红
原料成分: 兰精环保黏胶
产品特点: 兰精™ 环生纤™ 粘胶纤维以可再生木源作为原材料，相比于一股粘胶纤维的生产减少 50% 的碳排放量和水污染，手感舒适、绿色环保。
应用领域: 女装、休闲装



面料名称: 翰墨流离
原料成分: Lenzing-Indigo Modal
产品特点: 采用兰精的最新原液着色莫代尔纤维，相比传统靛蓝染色工艺，新靛蓝技术的应用减少了水、化学品、能源的使用，手感舒适，耐穿不褪色，绿色环保。
应用领域: 男装、女装、休闲装

▶ 鲁泰纺织股份有限公司



面料名称: 更新海岸线
原料成分: ORGANIC 58%、TENCEL™ × REFIBRA™ 42%
产品特点: 本产品由棉与兰精天丝™ x 悦菲纤™ 纤维交织而成，面料亲肤舒适，绿色环保可降解。面料可快速将水汽引导排出，生产流程环保天然，将消费者废置衣物再利用。
应用领域: 男装、女装、休闲装

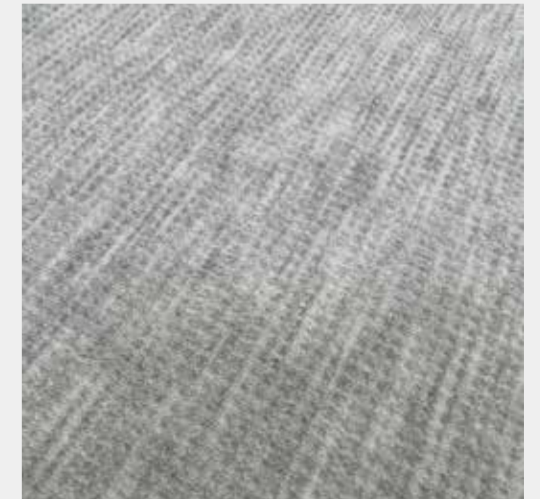


面料名称: 重塑未来
原料成分: ORGANIC 80%、TENCEL™ × REFIBRA™ 20%
产品特点: 本产品含有兰精天丝™ x 悦菲纤™ 纤维，将消费者废置衣物再利用，面料触感光滑柔软，保暖性能优异；面料染色过程无盐无碱，颜色时尚自然，不易掉色。
应用领域: 男装、女装、休闲装、内衣、家居服

▶ 浙江嘉名染整有限公司



面料名称: 空气层
原料成分: 兰精莫代尔 47%、涤纶 46%、氨纶 7%
产品特点: 采用三明治空气层结构，面料轻盈，触感厚实。里层采用聚酯纤维，增加面料强度降低成本，面层采用兰精莫代尔，环保舒适。
应用领域: 女装、内衣、家居服



面料名称: 华夫格
原料成分: 兰精天丝™ 莱赛尔 57%、涤纶 37%、氨纶 6%
产品特点: 将天丝™ 运用到华夫格面料中，增加面料舒适度，表面华夫格组织风格更显质感，休闲随意的穿搭风格，给人一种自由感。
应用领域: 女装、内衣、家居服

以“三个着眼”提升纺企思想宣传效果

■ 河北宁纺集团有限责任公司 _ 侯立山 / 文

思想工作担负着“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的职责使命，多方着眼，搞好思想工作，对提高纺织企业队伍凝聚力、促进行业和企业高质量发展意义重大。

着眼搞好愿景教育，画好职企“同心圆”

“上下一心，其利断金。”将企业愿景和职工愿景结合起来，画好发展“同心圆”，是企业思想工作的重要任务。要加强行业愿景教育，让职工充分了解，纺织行业是我国国民经济的重要支柱产业和国际竞争优势企业，要加强企业使命、发展愿景和战略、核心价值观、经营理念、企业精神等教育，教育职工将个人幸福和企业发展结合起来，增强职工文化认同感和主人翁责任感。

以河北宁纺集团为例，他们努力搞好理想信念教育。建厂不久，就提出了“四步走”的发展战略，并积极谋划民生实事，使职工工作有劲头、生活有奔头。企业发展一步一重天。近年来，他们又提出了“党建引领、文化铸魂、创新驱动、绿色发展”的指导思想，总结提炼出“干毛巾”精神等十种传统精神，加强了典型人物和典型经验选树工作，进一步增强队伍的凝聚力和向心力。

着眼搞好阵地建设，抢占宣传“新高地”

思想宣传要着眼内容，更要着眼手段，着眼阵地建设。特别是具有光荣发展传统的纺织企业，应按照“坚守老阵地、抢占新阵地”的思路，坚持纸媒新媒一起抓、硬件软件一起上、线上线下相结合，不断抢占宣传“新高地”，打造全方位、立体化思想宣传体系。

一是坚守并改进传统纸媒，通过创新版面设计、提高报道质量、增加互动栏目等方式，增强可读性和吸引力。同时，加大与主流媒体合作力度，利用更高平台传递企业声音、讲好企业故事。二是加强网站、微信公众号、视频号、微信群、抖音、快手平台等新媒体建设，策划推出微电影、短视频、图片集等产品，以“短、平、快”顺应大众信息了解新需求。三是在

做好各类媒体的同时，开展各类主题宣讲、事迹报告、典型表彰等活动，使职工润物无声地受到“感染”。四是打造展馆、文化长廊等立体化、可感化宣传阵地，使受众通过身临其境近距离参观、零距离触摸，受到精神触动。

近年来，河北宁纺集团倾力打造思想宣传矩阵，成效显著。如编辑出版了《宁纺四十年》等系列丛书，努力提高内刊《宁纺报》和企业微信公众号质量，新老媒体多次在行业获奖。去年以来，精心打造了以初心馆、创业馆和青年馆为主要内容的“红色传统文化教育基地”，组织职工零距离感受党的奋斗历程，重温创业峥嵘岁月，教育职工听党话、跟党走，传承企业精神，投身企业高质量发展。

着眼搞好队伍建设，夯实工作“总基础”

培养和造就一批思想宣传人才，是搞好这项工作的总基础。纺织企业要充分利用年轻人多才、思维活跃的优势，搞好队伍建设。通过“引进+培养”，组建宣传队伍，建立专兼结合，遍布分公司、车间、班组的思想宣传队伍；通过加强网络、书本学习和邀请权威专家理论传授、专业人员实务讲课等途径，提升思想宣传人员业务水平；通过建立绩效考核制度，提高他们的工作积极性，激励他们弘扬主旋律、发现“真善美”，多出成果、出好成果。

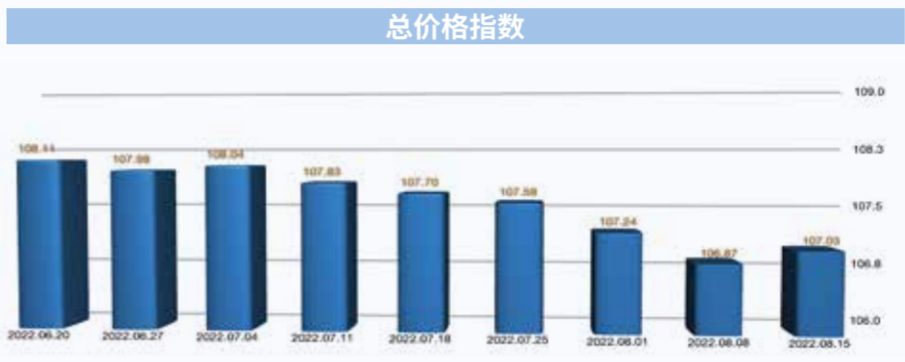
在河北宁纺集团，通过设立新闻中心、工会文化宣传委员会、建立宣传员队伍和奖惩机制等途径，形成了“主管领导把方向、宣传干事办实事、宣传人员采信息”的工作局面。宣传员采编一线动态，宣传部门负责稿件润色和发布，主管领导负责导向把关，各层级明确分工而又密切配合，从而做到了上情下达、下情上达、内情外达，达到了及时统一职工思想、营造积极向上文化环境和争取外部有利舆论氛围的效果。

总之，加强新时代纺织企业思想工作，探索永无止境。要深入研究纺织行业特点、时代任务和职工队伍具体情况，精准发力，积极作为，为推动行业和企业发展作出应有贡献。TA

淡市营销环比小升 价格指数小幅上涨

20220815 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220815 期纺织品价格指数收报于 107.03 点，环比上涨 0.15%，较年初下跌 0.53%，同比下跌 1.69%。



近期，中国轻纺城淡市营销环比小升，其中：原料市场价量环比下跌，坯布市场价量环比回升，服装面料市场布匹价量小幅上涨，家纺类产品成交价量环比上涨，辅料价量环比下跌。

原料价量环比下跌，涤纶环比下跌，纯棉纱环比下跌

据监测，本期原料价格指数收报于 85.05 点，环比下跌 0.37%，较年初下跌 3.97%，同比下跌 5.60%。

聚酯原料涨跌互现，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 6085 元/吨，环比上涨 40 元/吨左右；MEG 主流 4087.5 元/吨，环比下跌 42.5 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 7125 元/吨左右，环比下跌 75 元/吨。近期，萧绍地区涤纶长丝价格环比下跌，POY 报价 7870 元/吨，环比下跌 65 元/吨左右；DTY 报价 9200 元/吨，环比下跌 100 元/吨左右；FDY 报价 8950 元/吨，环比下跌 100 元/吨左右。近期聚酯切片市场行情环比下跌，涤纶价格环比下跌。因上游聚酯原料行情回软，涤纶长丝市场价格局部走软。目前行业仍处于淡季，目前多数织造工厂开机率仍显不足，江浙地区织机综合开机率仍显不足。

近期，涤纶短纤价格环比下跌，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 7650 元/吨，环比下跌 25 元/吨。纯涤纱市场报价稳跌互现，32S 纯涤纱报 11700 元/吨左右，环比下跌 100 元/吨；45S 纯涤纱报 12900 元/吨左右，环比持平。

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 15780 元/吨，环比下跌 120 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报价 24220 元/吨，环比下跌 130 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 26600 元/吨，环比下跌 200 元/吨。纯棉纱市场行情继续下滑，走货氛围偏弱，纺企库存压力当前较大，下游需求低迷，市场信心不足。

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。粘胶短纤价格基本稳定，局部继续呈现有价无市态势，工厂库存继续增加。人棉纱价格稳跌互现，30S 人棉纱价格报 17900 元/吨左右，环比下跌 80 元/吨；40S 人棉纱报 19100 元/吨左右，环比持平。

坯布行情环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 123.29 点，环比上涨 0.76%，较年初上涨 1.45%，同比下跌 0.92%。

近期，市场营销环比回升，连日成交呈现环比上涨走势，坯布厂家订单环比增加，坯布价量环比增长。坯布市场呈现环比回升行情，坯布交投环比增加，纺织企业整体开机率环比回升。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比回升；天然纤维坯布需求明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，纯棉纱坯布、

纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比回升，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.09 点，环比上涨 0.22%，较年初上涨 0.39%，同比下跌 0.16%。

本期服装面料类价格指数小幅上涨。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回升，连日成交环比小升。近期，淡市营销环比回升，对客商入市认购环比增加，创新面料市场成交环比回升，秋季创新面料现货成交和订单发货环比回升，初冬季兼具时尚元素的创意产品订单发货环比增加，价格环比小涨。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、粘毛面料、麻粘面料成交价量不等量上涨，拉动服装面料价格指数小幅上涨。

家纺市场环比增加，价格指数环比上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.87 点，环比上涨 0.30%，较年初上涨 0.01%，同比下跌 0.02%。

本期家纺类价格指数环比上涨。近期，轻纺城家纺市场行情环比增加，整体市场价格环比上涨。创新色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比推升，兼具时尚元素的创意产品现货成交和订单发货环比推升，价格指数环比上涨。其中：窗纱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；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；日用家纺类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈环比上涨走势，拉动家纺类总体价格指数环比上涨。

市场行情环比回落，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 135.91 点，环比下跌 0.34%，较年初上涨 3.97%，同比上涨 3.85%。

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落，因下游企业备货环比下降，市场成交逐日下行，现货成交和订单发货呈现环比回落走势，价格指数环比下跌。带类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；衬料类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；花边类行情环比回落，价格指数呈环比下跌走势；服装里料类行情环比回落，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升走势。因下游需求局部小增，市场行情走势局部顺畅。秋季面料供给环比增加，秋季面料现货成交环比增长，初冬季面料批量试单局部小增，南北客商认购踊跃度将震荡小升，市场行情走势局部顺畅，后市轻纺城传统市场营销将逐步增加，整体市场成交将呈现震荡小升走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

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

创新赋能，绿色产品再升级

本意纺织科技携系列新品闪耀新材料展

■ 本刊记者 _ 赵国玲

8 月 12—14 日，第四届中国（绍兴）纺织新材料展在绍兴国际会展中心举办。作为新型科技创新力量的代表，位于 D49 展位的浙江本意纺织科技有限公司，携其“科技一体绒”绿色产品矩阵精彩亮相，吸引了大批新老客户前来参观咨询。

“一体绒，顾名思义，即通过技术和设备创新，实现产品一体织造。”本意纺织科技联合创始人黄承君向记者介绍，与市场常规复合工艺相比，一体织造意味着连续性工艺设计，其产品可能产生的碳足迹将远低于原先低产高耗的方式。

据了解，在本次展会上，本意纺织科技重磅推出三个“绿色科技”新品系列——基础性保暖功能为主打的“雪尼尔一体绒”系列，棉纱材质和涤纶纤维自由组合的“棉舒绒”系列以及免去了繁琐的拉毛环节的“两面绒”系列。三个系列都具备一体绒的优势：免复合健康环保、亲肤柔糯、轻薄保暖、柔软挺括、分子简单、吸湿透气、消除静电、缝制简单、机器适应性强等属性。同时，每个系列又各具特色。

“雪尼尔一体绒”系列产品丰富，包括雪羊绒、雪极绒、雪舒绒、欧棉一体绒等面料。高级雪尼尔涤纶材质的使用，使得纤维的蓬松度最大程度发挥，为消费者带来冬季极致舒适体验。

“棉舒绒”系列带来了棉纱材质和涤纶纤维的自由组合，赋予一体绒个性化、风格化的布面肌理，天然棉纱更是增加了面料的舒适度。

而“两面绒”系列产品的特性在于免去了繁琐的拉毛环节，克服了常规双面毛绒拉毛掉毛的弊端，双面品质、多面风格，设计师可以根据品牌调性自由进行搭配。

“继先后参加宁波纺织服装供应链博览会、杭州纺织服装供应链博览会等行业专业展览会后，本意纺织科技一体绒产品在市场上引起了极大的反响。”黄承君表示，一体绒以其环保、节能减排的理念很快受到了市场和客户的喜爱。通过对产品和工艺的创新设计，产品颠覆性地替代了复合面料的胶水作业，剔除了胶水刺激性对人体的伤害和生产过程中对环境造成的污染，同时大大提高了生产效率，缩短生产周期。TA

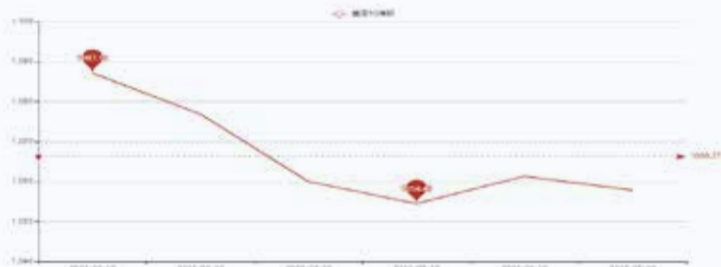
进入传统淡季，“50 指数”降幅明显

2022 年 7 月份商务部中国·盛泽丝绸化纤指数“50 指数”述评

盛泽“50 指数”从时序上反映了盛泽地区纺织产业发展的总体状况。从某种意义上讲，也反映了企业的景气状况。它是以盛泽地区生产规模最大或者较大的 50 家丝绸化纤织造企业的净现金流为依据，按月度统计发布。盛泽“50 指数”反映了盛泽地区主要企业的经营效益波动情况，在一定程度上反映了企业竞争能力的变化。盛泽“50 指数”采用定基指数法，即以 2007 年 8 月为基准期，从纵向的角度提供一个标杆，为企业和市场研究人员提供一个参考基准。

据国家商务部中国·盛泽丝绸化纤指数（下称“盛泽指数”）监测数据显示：2022 年 7 月份，盛泽“50 指数”大幅下降，收于 1047.59 点，相比上月下降了 10.23 点，降幅为 0.98%。

图1 盛泽市场“50指数”走势图



影响“50 指数”走势的因素分析

1. 市场进入淡季，订单数量减少。上半年受疫情影响，织造企业接单情况普遍不佳，且利润情况并不理想。7月是下游织造最淡的一个月份，坯布走货断崖式下跌。贸易商手头订单稀少，新单跟进不足。淡季气氛深入，大部分织造厂家以销库存为主，大订单基本没有，小订单也是零零散散，市场走货开始缓慢。

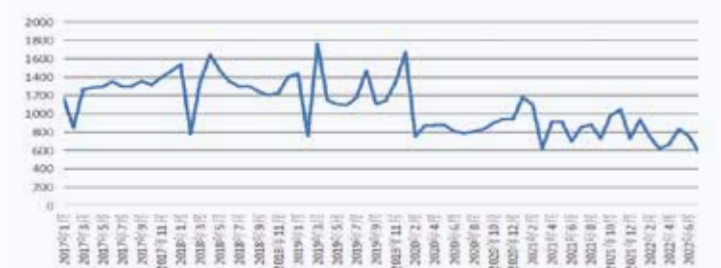
2. 高温天放假，开机率下滑。7月持续的高温天气下，江浙地区频繁限电，织造企业停机现象较为明显，整个7月织机开机率维持在6成左右，工人工作时间也多由“两班制”变为“三班制”，停产放假时有发生。订单被延期，下游企业出货慢，市场整体观望气氛浓烈。

3. 涤纶价格回落，产销持续低迷。7月聚酯进入行业淡季，需求疲弱的特征进一步显现，加上原油价格明显回落，成本端的下滑导致涤纶价格持续下滑，聚酯工厂库存累加，然而，下游订单不足，原料备货积极性不高，涤纶工厂促销效果不如人意。伴随库存压力逐渐增大，部分涤纶长丝工厂也陆续开展了减产行为。

“50 企业”分项指标变化趋势分析

平均销售总额、平均销售重量、平均原材料购入金额、平均总工资走势均为 50 企业分项指标综合变化趋势，曲线仅反映盛泽地区主要企业的经营效益波动情况，在一定程度上反映了企业竞争能力的变化。

图2 盛泽市场平均销售总额走势图



平均销售总额显示“50 企业”销售量以及产品价格变化。分析可见，7月“50 企业”平均销售总额收于 586.9612 点，与 6 月份相比下降了 171.7722 点，降幅为 22.65%。进入 7 月，开机率下滑明显，坯布销售一

般的情况下，自然对于原料的采购积极性也变得一般，因此 7 月涤纶长丝产销出现回落，即使价格还在高位，但总体销售总额比上月有所走跌，因此 7 月份的平均销售总额要低于 6 月份。

平均销售重量显示“50 企业”销售布匹、原料的数量，进而显示市场活跃度。分析可见，7 月份“50 企业”平均销售重量收于 281.03 点，与 6 月相比下降了 122.8324 点，跌幅约为 30.41%。7 月原料方面价格有所回落，下游织造厂家买气不足，因此仍按照刚需购买。而织造市场整体淡季气氛仍在，厂家接单不多，常规产品出货较为困难，因此 7 月份的平均销售重量要低于 6 月份。

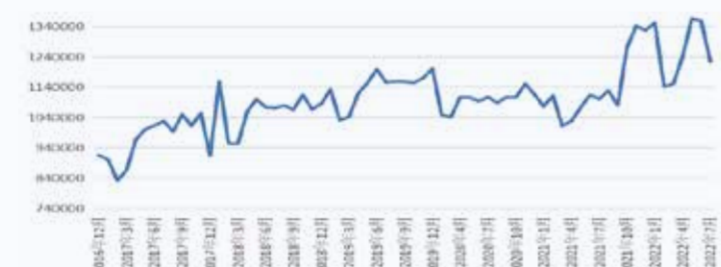
图3 盛泽市场平均销售重量走势图



平均原材料购入金额显示当月企业采购情况以及生产积极性。分析可见，7 月份“50 企业”平均原材料购入金额与 6 月相比有所下降，收于 495.8448 点，下降了 67.5192 点，降幅为 11.99%。进入 7 月，市场正式进入淡季，织造厂家接单困难，聚酯库存难以消化并且由于价格下跌，下游用户杀跌情绪浓厚，多以刚需购入，产销低迷，所以 7 月平均原材料购入金额低于 6 月。

从平均总工资曲线走势图可以看出，7 月份“50 企业”平均总工资较 6 月份稍有下降，收于 1223515.9 点，下降了 135223.0524 点，降幅为 9.95%。进入 7 月，织造厂家的开机率受行情回落和高温天气影响而下降，不少工厂将员工从两班倒转为三班倒，夜贴奖金变低，还有不少企业选择放假，因此 7 月平均总工资稍低于 6 月。

图4 盛泽市场平均总工资走势图



后市预测

总体来看，相比 6 月份，7 月的市场行情随着天气升温而逐渐走淡，订单数量逐渐减少。7、8 月是传统淡季，市场走货或相对偏弱，但随着旺季的接近，相信 8 月市场并不会太过平淡，因此预计 8 月“50 指数”或将维持稳定。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 微生意
扫描二维码 即可下载纺织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



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……



**推动
纺织服装
工业数据全面采集**

- ◇咨询诊断
- ◇数据平台建设
- ◇云 ERP/ERP
- ◇衣云智慧商贸

**推进
纺织工业数据
分类分级
传输交互**

- ◇数据分类分级
- ◇标准建设
- ◇工业互联网标识解析二级节点

**协同
推进纺织服装
大中小企业
应用、发展**

- ◇纺织云超
- ◇中纺云课堂

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

(以上数据来源于企业)