

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

2022.09.05 | 第33期 | 总第1089期

柯桥·中国轻纺城 专版



P14
创意设计“等风来”
新锐力量持续崛起

中国即墨服装市场
牵手即墨市场 成就财富梦想

电话:0532-89061667
地址:青岛即墨区鹤山路920号

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



P12
透视多元化迷局, 变革中铸就品牌

P18
高性能纤维制品闪耀先进材料展

证券简称：远信工业
证券代码：301053

YOANTION[®] 远信工业

节能 环保 高效

铸就 远信品质 / 远信品牌

WWW.YOANTION.COM



Y9000型双层热风拉幅定形机

地址：浙江新昌澄潭工业区

电话：0575-86068888

传真：0575-86059666

E-MAIL: JUNSHAOCHEN@163.COM

展位号：H4C16
ITMA ASIA + CITME 2022

《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**
三家化纤龙头企业榜上有名
在纺织服装领域培育一批高端品牌
德州华源智能化高性能纤维高端定制生产线开工投产
- 08 **关注 Attention**
长三角一体化下的“安徽纺织经验”
- 10 **科教 Science**
为纺织“生力军”充电加油
- 12 **特别报道 Special**
透视多元化迷局，变革中铸就品牌
- 14 **柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City**
创意设计“等风来”新锐力量持续崛起
唯有坚定，与柯桥纺织同心共赢
文明城市迎检，中国轻纺城在行动
- 18 **化纤 Industry**
高性能纤维制品闪耀先进材料展
- 19 **长丝织造 Industry**
发现源头创新的澎湃动力
- 20 **集群 Cluster**
河南新野县：向纺织价值链高端挺进
- 22 **一线 Frontline**
科技创“星”“布”凡时尚
- 24 **指数 Index**
市场营销环比推升 价格指数小幅上涨
市场走货氛围好转，化纤指数小幅上涨

每周随笔

活下来

近日，任正非的一篇内部文章被曝光后，刷屏了。这篇文章，概括起来就三个字：活下来。从任正非口中说出“活下来”，可见华为遇到了前所未有的困难，目前一定是到了选择的十字路口。

面对国际风云变幻、疫情依然反复的形势，任正非判断，全球经济会持续衰退，消费能力也将大幅度下降。要想生存，华为应该改变思路 and 经营方针，从追求规模转向追求利润和现金流，保证渡过未来三年的危机：一定要把活下来作为最主要的纲领，在未来的几年应该缩减或者关闭不能产生价值和利润的业务，将人力物力财力集中到主航道上，鼓励大家积极争取利润，在战略关键机会上不惜代价投入，将钱花在刀刃上。

任正非的讲话道出了实体经济的艰辛。连华为这样实力雄厚的大企业都感受到了阵阵“寒气”，其他行业也自然都在经历着阵痛，我们纺织服装行业也不例外。据了解，多家企业上半年业绩大幅下降。

日前，森马服饰发布2022年中期报告。2022年1—6月，实现营业收入56.41亿元，同比下降13.43%；净利润8462.21万元，同比下降87.23%。太平鸟公布2022年上半年业绩预告，预计2022年半年度净利润1.33亿元，同比减少68%。歌力思公司预计净利润为4700万元左右，与上年同期相比减少约74.79%。

产能利用率很能说明企业实际生产情况，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。中国纺织工业联合会产业经济研究院在上半年行业经济运行分析中也表示，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。

实际上，华为面临的局面要比我们纺织恶劣得多，因为高技术企业有着更大的“卡脖子”风险。从这个角度来说，纺织业比高技术企业更加“成熟稳健”。在消费中，衣食住行，衣还是不可或缺的，经过多年的调整，纺织业已经形成了完整的产业链，在我国制造业中也是属于世界领先的行业。

但面对需求下降、供应链波动的影响，纺企同样面临“活下来”的考验。东纯兴集团今年春夏季订货会没开，订单锐减，秋冬季订货会是否能开也是未知数，公司的处境非常艰难。佛山市致兴纺织服装有限公司负责人也表示，市场消费需求整体萎缩，企业首先要考虑如何活下去。同时，相信这个市场还是会起来的，中国14亿人的消费未来依然有很大的潜力。

如何“活下来”？在近日举行的纺织企业座谈会上，大家都提到了企业在困难的时候要练好内功，要研究市场，做好产品结构调整，要加大技术投入，重视数字化转型。

一位企业家提出了本企业的策略：要保证现金流能正常运转，在困难的日子生存下来就能保存实力，等市场好转时就有能力做得更好。

新生

View point / 产经看点

近日发布的数据显示，7月份，装备制造业利润同比增长6.8%，增速较6月份加快2.7个百分点，连续3个月回升。

——国家统计局

前7个月，全国规模以上工业企业营业收入同比增长8.8%，保持较快增长；利润同比下降1.1%，上半年为增长1%。

——国家统计局

从4月1日大规模增值税留抵退税政策开始实施至8月15日，已有20131亿元退税款退到纳税人账户。大规模留抵退税存量留抵税额集中退还完成，效果持续显现。

——国家税务总局

最新数据显示，7月，我国外汇市场总计成交21.39万亿元人民币。其中，银行对客户市场成交3.29万亿元人民币，银行间市场成交18.10万亿元人民币。

——国家外汇管理局

2021年城镇单位人员工资较2012年翻了一倍，社会保险覆盖范围继续扩大，灵活就业人员权益保障不断完善。

——人社部



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

《财富》中国和福布斯中国首次发布 ESG 榜单

三家化纤龙头企业榜上有名

ESG 是英文 Environmental (环境)、Social (社会)、Governance (公司治理) 的缩写，是一种关注企业环境、社会、治理绩效而非财务绩效的投资理念和企业评价标准。基于 ESG 评价，投资者可以通过观测企业 ESG 绩效，评估其投资行为和对象(投资对象)在促进经济可持续发展、履行社会责任等方面的贡献。

8月23日，《财富》中国和福布斯中国双双首次发布 ESG 榜单引发关注。在这两份榜单中，共有三家纺织企业上榜，其中，盛虹集团、恒力集团上榜《财富》中国 ESG 影响力榜，荣盛控股上榜福布斯中国 ESG 50 榜单。

《财富》中国 ESG 影响力榜有 40 家企业上榜，其中有 32 家是《财富》世界 500 强或《财富》中国 500 强企业。它们在改善环境、保护员工、支持社区上做出了卓越的努力，它们的行业地位意味着它们的实践将对整个中国商业世界产生引领作用。

福布斯中国 ESG 50 遵循联合国 ESG 框架和原则，从 2022 福布斯全球企业 2000 强（依据全球上市公司当年的营收、利润、资产和市值四个方面指标来排名）中选取了在 ESG 层面先行一步的 50 家中国企业。

恒力集团的业务涉及炼油、石化、聚酯新材料和纺织全产业链，拥有全球产能最大的 PTA 工厂、最大的功能性纤维生产基地和织造企业。恒力研发的环境友好型聚酯材料可以应用于生物降解购物袋、快递袋、

一次性餐具和医疗用品，能够有效减少塑料污染。此外，它的下属企业还通过节能减排、减少固废排放、升级污水处理技术来应对环境挑战。恒力集团用实实在在的行动与社会共享发展成果，通过开展灾情援助、教育捐助、志愿者服务等活动，为创建更好的社区环境助力。

近年来，盛虹集团不断健全 ESG 体系，将环境保护、社会责任、公司治理列为重中之重。践行“双碳”目标，以世界一流标准，系统化推进绿色可持续发展，打造二氧化碳回收制新材料、再生纤维、光伏级 EVA 等全球领先的绿色产业项目集群，实现“国家绿色工厂”各产业基地全覆盖，一批绿色指标成为行业标杆。并通过制度建设和常态化举措，切实保障职工合法权益，积极参与慈善活动回馈社会；完善现代化企业制度，不断提升治理能力现代化水平，实现企业与社会的和谐统一发展。

浙江荣盛控股集团近年来以“碳中和”为契机践行绿色承诺，通过上下游联动，共促产业链绿色高质量发展：在“双碳”目标发布前，荣盛就已用实际行动探索企业的绿色发展：修订了《环境保护管理责任制》，全面落实“环保三同时”制度，发展循环经济，推进清洁生产；全力推进绿色低碳生产建设，加快子公司“绿色工厂”建设，加强碳排放管理，降低生产过程中 CO₂ 排放，积极践行绿色低碳发展理念。

(郭春花)

Direct / 直击

国家七部门发布品牌建设指导意见提出：

在纺织服装领域培育一批高端品牌

日前，国家发展改革委、工业和信息化部、农业农村部、商务部、国务院国资委、市场监管总局、国家知识产权局对外发布了《关于新时代推进品牌建设的指导意见》，明确了发展目标和具体举措。

意见提出要培育产业和区域品牌，壮大升级工业品牌。大力实施制造业“增品种、提品质、创品牌”行动，形成有影响力的“中国制造”卓著品牌，培育一批先进制造业集群品牌。引导装备制造业加快提质升级，推动产品供给向“产品+服务”转型，鼓励消费品行业发展个性化定制、规模定制，在汽车、纺织服装、消费类电子、家用电器、食品、化妆品等领域，培育一批高端品牌、“专精特新”企业。

在培育区域品牌方面，鼓励各地围绕区域优势特色产业，打造竞争力强、美誉度高的区域品牌。支持产业联盟、行业协会商会、企业等共建区域品牌，在商标标识、质量标准等方面加强协调，宣传推介区域品牌形象。构建区域品牌质量标准、认证和追溯体系，推动产业集群质量品牌提升。充分发挥集体商标、证明商标制度作用，加强区域品牌运用、价值评估和知识产权融资，强化区域品牌使用管理和保护。加强地理标志的品牌培育和展示推广，推动地理标志与特色产业、生态文明建设、历史文化遗产、乡村振兴等有机融合，提升区域品牌影响力和产品附加值。

意见还提出在提升技术和质量水平、塑造提升品牌形象、丰富品牌文化内涵、发挥大型骨干企业示范引领作用等方面支持企业实施品牌战略。此外，意见还要求鼓励品牌消费、引导品牌国际化、积极参与国际合作，以扩大品牌影响力。

多年来，中国纺织工业联合会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。对于中国纺织服装品牌建设，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲日前表示，要以科技和文化夯实品牌根基，塑造内在价值；要以数字和责任丰富品牌内涵，塑造未来价值；要以开放和共享提升品牌张力，塑造生态价值。(郝杰)

3 个月内密集召开 4 次纺织专题座谈会

浙江纺织发展提上新高度

8月22日，又一场以纺织为专题的座谈会在浙江省经信厅召开。这次参加的 11 家企业涉及原料、贸易、纺纱、织造、印染、针织、服装、家纺等代表性企业。

最近 3 个月来，浙江省省级经济主管部门密集召开了多场与纺织相关的专题会，对纺织行业的重视可见一斑。6月8日，浙江省经信厅召开化纤行业座谈会，落实省委省政府领导批示要求，共同分析研判当前行业面临形势，力求找准问题，精准施策；7月27日，浙江省举办“十链百场万企”系列对接活动之现代纺织产业链专场活动，展现全省现代纺织全产业链协同合作创新、促进共同富裕的实际成效；7月29日，浙江省发改委再次召开以化纤为专题的座谈会，把化纤行业纳入国家发改委行业观察。2021 年，浙江纺织工业总产值、营业收入呈现高速发展态势，双双突破万亿元，未来如何发展被提到了新高度。

今年以来，我国纺织行业面临的发展环境更为复杂严峻，企业生产经营受到很大影响。虽然上半年浙江省纺织服装出口 2885.5 亿元，同比增长 20.9%，位居全国第一。但不可否认的是，由于订单存在时间差，这些数据与企业实际感受有一定的差异。部分企业家坦言，今年这种情形是创业以来从未遇到的，堪称史上最难的一年。但即便如此，大家仍以经济周期分析，认为萧条时更要看到机会，互相鼓舞信心，展望未来。

会上，与会企业代表还就进一步提升纺织产业的定位、降低能耗成本、加强纺织产业链建设、抱团取暖等问题进行了沟通。(君容)

Company / 公司

德州华源 智能化高性能纤维高端定制生产线开工投产



项目定位于高性能纤维新材料的研发，整体技术达到国际领先水平。

8月27日，德州华源生态科技有限公司的智能化高性能纤维高端定制生产线项目在德州市德城区天衢工业园正式开工投产，该项目设计有两个三层立体车间，总设计规模 33 万锭，目前 2 号车间已投产 6.5 万锭，预计 9 月底 2 号车间将全部开齐，1 号车间预计 12 月底设备全部安装完毕投产。

据德州华源生态科技有限公司总经理李向东介绍，项目将高性能新材料、高端装备、信息技术、互联网+、大数据等重点发展领域相结合，

昇非将助力青岛纺织 打开行业新“风口”

近日，2022 青岛纺织服装产业大会暨青岛市纺织服装行业协会 25 周年志庆活动在青岛举办。

近年来，在青岛市纺织服装行业协会兼具专业性和创新性的引领之下，青岛纺织服装行业在新世纪的发展取得了有目共睹的进步。整个行业逐步从初级的出口代加工，向着品牌化、时尚化、数字化不断发展。多年来，涌现出了许多青岛本土的服装品牌，衍生出诸如青岛时装周、青岛创新节这样的时尚活动，并与国内众多纺织服装产业集群达成了诸多战略合作。

近年来，部分青岛纺织服装企业也顺应全球产能转移趋势，尝试勇敢地“走出去”。此次活动中，作为协会在海外产能转移方面的战略合作伙伴，昇非一体化产业园代表就旗下贝宁格吉贝产业园就园区基础建设、能源供应、物流服务、金融服务、可持续发展支持服务、生产营销辅助方面做了详尽的介绍，并表示将与协会精诚合作，助力青岛纺织服装行业在新形势下更好地前进。

贝宁格吉贝产业园是昇非与贝宁政府战略合作开发的一流的现代化产业园，已进驻企业 35 家。凭借着天然的棉花优势、透明的劳动力优势、良好的硬件设施，以及靠近欧美消费市场的优越地理位置等条件，贝宁格吉贝产业园吸引了众多企业家的关注。活动现场，昇非与绮丽、凤凰两家企业签署战略合作意向书，将展开良好合作。

据了解昇非负责非洲一体化产业园的开发与经营，同时也提供包括港口、机场、道路在内的非洲全面综合物流和基础设施的解决方案。(庞林)



长三角一体化下的“安徽纺织经验”

■ 本刊记者_徐长杰/文 关云鹤/摄

2022年是长三角一体化上升为国家战略的第四年，朝着打造具有全球影响力的世界级城市群发展目标，长三角一体化发展一直在加速。

近年来，借助长三角一体化发展国家战略，安徽纺织业积极主动融入长三角，承接东部产业转移机遇，通过跨区域合作共建、提供产业配套等多种形式，加速发展纺织业。现如今，纺织服装行业在皖发展已成燎原之势。

为进一步了解安徽纺织业的发展情况，总结长三角一体化发展下的“安徽纺织经验”，近日《纺织服装周刊》记者调研走访了安徽省安庆市望江县、蚌埠市五河县及合肥市瑶海区中国服装原创设计基地等一批具有突出发展特色的区县，对安徽纺织产业的发展现状进行了全方位扫描，将这些“安徽案例”提供给其他地区以及行业企业参考。

望江：捷足先登趟出纺织“致富路”

提起安徽纺织行业，安庆市望江县是一个无法绕开的存在。

望江县位于安徽省西南边缘、长江下游北岸，东南与东至县、江西省彭泽县隔江相望，西南与宿松共泊湖为邻，西北枕大、小茗山与太湖接壤，北依皖水与怀宁交界。

目前，安庆市已经将纺织服装产业作为八大产业链之一重点打造、加快推进。在安庆市，望江县的纺织行业发展尤为突出。据《纺织服装周刊》记者了解，望江县拥有纺织服装企业1008家，2021年，全县纺织服装行业实现总产值153亿元，其中规上纺织服装企业实现产值127.9亿元。继“做服装、到望江”家喻户晓后，“买服装、到望江”又成为望江纺织产业新的发展名片。

望江县委书记霍辉接受《纺织服装周刊》记者采访时表示，望江将纺织服装作为主导产业，如今产业集聚程度高、产业链更趋完备、产业分工更加细化。望江给自己的定位是：打造千亿级纺织服装产业集群，建成全国纺织服装名县。

8月中旬的华东地区炎热异常，而比天气更热的，是望江意达童装城日均40万单的童装生意。

近年来，“纺织+互联网”正颠覆产业原有的经营模式。在长三角一体化进程中，望江纺织业也因互联网打破了地理区位限制，实现资源的最优配置。

“前些年，有很多望江人在湖州做童装。而得益于互联网，做服装生意已经不再局限于地域的限制，很多人都回到自己的家乡望江来做。”35岁的返乡创业者汪余清在多个电商平台都开设了自己的门店，每天发货四五千单，带动了当地23家乡村服装车间的生产，2021年销售额突破5000万元。

意达童装城相关负责人檀淋淋表示，童装城在建时，互联网经济的发展还处在萌芽阶段，所以厂房主要是以“上厂下店”的模式搭建，谁也没想到，这里如今已成为日发快递40万件的电商基地。

记者走访童装城时，几场直播正在同时进行，原有的厂房经过简单改建，早已成为了一个个直播间。据悉，在意达童装城，像这样的

网上直播间有近百个，带动数千人走向致富路。

当然，在望江提到人民增收致富，就不得不提到申洲针织（安徽）有限公司。这家安徽省最大的纺织服装企业，每年生产服装近1亿件，2021年，企业产值突破100亿元，是名副其实的龙头企业。据悉，申洲（安徽）工厂的月均工资为6800元，不仅解决了当地10000多人的就业，还达到了30万元/亩的税收，足可以看出，纺织产业无论是在富民还是推动县域经济高质量发展方面，都发挥了重要作用。

“节假日逛商场的，会有一半是我们申洲的员工，尤其是双职工家庭，在望江的收入可以说非常可观。”申洲针织（安徽）有限公司党委书记、副总经理沈冬认为，望江不仅有成熟的纺织服装产业基础，更有成熟的产业工人队伍，为企业发展提供坚实基础，而企业10多年来也在积极承担起社会责任，回报社会。

如今，中国（望江）纺织服装产业新城、示范创业园、亮亮科技园、颐高智慧城等60余万平方米的多层标准化厂房正在陆续投入使用，望江纺织业集聚效应正在叠加。据悉，仅仅是一个投资150亿元的望江纺织服装产业新城，全部建成后可实现年产值400亿元，带动将近3万人就业。

不仅如此，与县城距离20公里左右的长岭镇，在发展纺织业方面已绘就了产业扶贫与乡村振兴底色。2019年，长岭镇的领导干部冒着风险，没有将扶贫资金输血式发放到农民手中，而是汇拢几个村的扶贫资金，以产业扶贫的形式实现造血式扶贫。

据悉，长岭镇先后投入各方资金共计1.05亿元，其中扶贫资金7949万元，兴建起了“长岭镇乡村振兴产业园”。如今，该产业园已入驻纺织服装企业10家，目前，一期、二期项目带动就业脱贫人口达160人，受益群众达480余人。长岭扶贫产业园为村集体年增收可突破500万元，并可望实现年税收3000万元以上。

可以说，望江县已经成为安徽省纺织行业融入长三角的桥头堡和先遣队。

五河：强链、补链中打造区域纺织全产业链

除了望江之外，蚌埠市五河县纺织行业也开始发力。

五河县，隶属安徽省蚌埠市，地处安徽省北部、淮河中下游，东接江苏省泗洪县，南与安徽省滁州市明光市、凤阳县接壤，西同蚌埠市和固镇县毗邻，北界泗县、灵璧县，总面积1428平方千米。

在安徽，纺织产业的发展素有“南望江、北五河”之说，那么五河纺织产业的发展又呈现出哪些特色？

五河将纺织服装作为县首位主导产业，全县共有纺织服装企业76家，其中规上企业29家，今年拟入规纺织服装企业15家以上，2021年，五河县纺织服装产值达31.6亿元。今年年初，五河县纺织服装特色产业基地获安徽省政府正式批复，标志着五河纺织服装产业已从单点分散转入抱团集聚发展新阶段。

记者关注到，得益于近年来苏北地区纺织产业的蓬勃发展，五河纺织企业的产业链配套也因长三角一体化而弥补了产业链的不足，跨区域间的纺织原材料采购、面料产品输出，都能够在短距离内实现。

8月的五河，热浪袭人。但在五河纺织产业集聚区项目建设工地，仍是一片火热的施工场景。

据介绍，五河纺织产业集聚区项目占地103.1亩，建设内容包括8栋框架结构、2栋钢结构标准化厂房、2栋11层人才公寓、污水处理、供热、供气等，经过加班加点施工，目前除一栋钢结构标准化厂房外，剩余建筑主体已经封顶，预计明年5月份项目整体交付使用。项目建

好后，将为入驻纺织企业量身定做车间厂房，实现签约即投产，推动纺织服装产业进一步延链补链强链。

可以看出，借助长三角一体化，五河纺织产业发展也在为自己强链、补链。五河县一直高度重视双招双引工作，如以华芳纺织、华运毛纺等为代表的棉纺、纺纱企业，已形成年产40万吨精纺、4万吨毛纺、5万吨精纺化纤生产能力，年产值达9亿元。

下一步，五河县将着力开始优化存量，招大引强，提升亩均效益，大力引进织布工艺先进、设备高端的大项目，以重大项目优化产业结构，加速产业升级，同时依托中游坯布项目，强化上下游产业链招商。“十四五”期间，五河县力争纺织服装形成百亿级产业规模。

五河县长刘中原在接受《纺织服装周刊》记者采访时表示，以往，五河的纺织企业多为织造企业，现如今，五河通过搭建产业园平台，已形成产业链上下游配套，逐步实现域内良性循环。今后，五河纺织产业发展将要走低成本、高效率的精细化路线，不再简单关注招引企业数量、规模，而是要以提高市场竞争力和附加值为最终目的。

未来，五河将持续引进纺织服装类企业，提高企业综合效益，加强配套设施建设，加强行业管理服务，加强“工招园”建设和营商环境建设，并推进开发区“五大工程”。五河县纺织要从低端向中高端产业链延伸，从制造原材料向终端产品转变，落实产业的高质量发展。

瑶海：中国服装原创设计基地引领未来

如果说望江、五河的纺织服装产业更多是为提振县域经济，提供就业和增加收入，那么位于合肥瑶海区的中国服装原创设计基地，则是想在全国纺织服装发展的洪流中，为安徽纺织产业谋得更多时尚话语权。

瑶海区位于合肥市老城区，是合肥老工业区，也是安徽纺织服装产业的摇篮（原安徽纺织总厂所在地）。辖区内站前路商圈是安徽省最重要的纺织服装商品流通集散中心，素有“安徽服饰第一街”美誉，聚集了白马服装城、中绿广场等数十个专业市场，2019年被中国纺织工业联合会授予“中国服装商贸名城”。

近年来，瑶海区按照安徽省第十一次党代会、合肥市第十二次党代会精神，建设“老工业基地产业转型示范区、老城区更新改造示范区、高质量发展千亿区”。依托站前路“安徽时尚街区”，引进培育原创设计产业、纺织工业互联平台，推动安徽服装产业从加工主导向原创设计转变，从规模经济向数字经济转变，从生产集成向消费集成转变。

记者了解到，中国服装原创设计基地以“新经济、新消费、新文旅”三大主题，整合安徽服装产业资源，实施“交通、产业、文旅+消费”三大焕新，打造时尚、人文、绿色、智慧小镇。助力瑶海区打造老工业基地产业转型示范区、老城区更新改造示范区、高质量发展“千亿区”。

如今，中国服装原创设计基地已以五洲商城作为启动区，一期五洲商城A区改造项目已开工建设，总投资约1.25亿元，9月底前可完成会议会展中心建设，拟举办世界制造业大会纺织服装产业发展论坛。12月底前完成街区改造，竣工移交。

合肥市瑶海区长童友好在接受《纺织服装周刊》记者采访时，对中国服装原创设计基地“新经济、新消费、新文旅”的三大定位进行了深入解读。

童友好认为，新经济、新消费更多的是经济业态和消费形态上的转变，借助工业互联网，赋能产业链实现溢出效益，从而实现第二产业和第三产业的良性互动，而基地就是搭建这样一种经济平台，促进一种新经济模式的形成；新文旅则是体验式消费带来的一种观感价值。以往的批发市场中人们关注更多的是货品，来去匆匆，而今后的专业市场则更贴近于旅游景点，能够深度融合消费及文旅，甚至成为数字化消费的体验场景，是对专业市场转型升级的一次重要探索和尝试。

在中国制造向中国创造的转型过程中，瑶海区的中国服装原创设计基地更加值得期待。

安徽纺织以点带面已成燎原之势

其实，纺织行业在安徽省的蓬勃发展并不偶然。

安徽省纺织行业协会执行会长叶梁在接受《纺织服装周刊》记者采访时表示，协会创办伊始就开始对全省纺织产业发展情况进行调研，并协助一些区县制定了纺织服装产业发展规划。

据了解，安徽省纺织行业协会通过对沿江产业带进行系统性集群式的规划，在合肥，要建立一个以时尚原创品牌设计、文化为中心的基地，同时推动皖北地区纺织智能制造的建设。“安徽大力承接产业转移，但是长三角纺织业的产业转移，前几年重心并不在安徽，而是在周边省份。”叶梁坦言，“安徽的纺织工业发展潜力并没有得到充分发掘。安徽这些年的发展可谓是‘裂变式’突飞猛进。安徽的形象也得到了很大提升。”叶梁说。

近年来，江浙等长三角地区纺织服装产业正有条不紊地进行着转型升级，部分纺织企业开始布局外移。在长三角一体化的成员中，安徽纺织产业与江浙这些过万亿的省份相比，无疑有着巨大发展潜力。可以说，发展纺织服装产业可以充分释放安徽区位优势、产业优势。

相信，在长三角一体化国家战略带动下，不久的将来，安徽纺织产业乘势而上，一定会实现纺织服装产业高质量发展，提升区域产业竞争力，将在长三角一体化进程中摸索出适合区域发展的“安徽经验”推广开来。TA

为纺织“生力军”充电加油

第二期“纺织之光”优秀学生研学夏令营侧记

■ 王杰 / 文

建功新时代，关键在人才。优秀青年人才是纺织行业的未来，是推动产业不断向前发展的生力军。今年是纺织之光科技教育基金会支持行业教育奖励 25 周年，自 1997 年起，纺织之光科技教育基金会已持续奖励 4381 名优秀师生，对促进纺织科技教育事业的发展，培养纺织人才起到了积极的推动作用。

“非常幸运能在这里交到志同道合的好朋友，因为我们有共同的理想，相知恨晚，倾盖如故”、“通过这次夏令营活动，我们感受到了纺织行业悠久的历史 and 深厚的文化底蕴，感受到了纺织之光的精神传承与发展，坚定了自己成为纺织人的信心。”8 月 18 日，优秀学生代表北京服装学院的丁波和江南大学的董曼辰在第二期“纺织之光”优秀学生研学夏令营闭幕式上分享了三天的感触。

在这个火热的夏季，来自东华大学、天津工业大学、浙江理工大学、西安工程大学、北京服装学院、武汉纺织大学、中原工学院、苏州大学、江南大学、四川大学、大连工业大学、江西服装学院、江苏工程职业技术学院和成都纺织高等专科学校的 29 名优秀学子相约第二期“纺织之光”优秀学生研学夏令营，畅谈梦想，共话未来。

本次夏令营由纺织之光科技教育基金会、中国纺织服装教育学会、中国纺织工业联合会科技发展部联合主办，中国化学纤维工业协会、中国服装协会、中国流行色协会、中国纺织规划研究会协办。

纺织之光期盼人才涌现

建功新时代，关键在人才。优秀青年人才是纺织行业的未来，是推动产业不断向前发展的生力军。今年是纺织之光科技教育基金会支持行业教育奖励 25 周年，自 1997 年起，纺织之光科技教育基金会已持续奖励 4381 名优秀师生，对促进纺织科技教育事业的发展，培养纺织人才起到了积极的推动作用。

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在夏令营开幕式上表示，夏令营活动的目的—是为优秀学子扩大视野，提供进一步发展的机会；二是激励和影响更多的学生，树立爱纺织的理想，刻苦学习，修炼品格，为强国建设做好准备。

对于夏令营这一平台的作用，叶志民归纳为一个“缘”字，首先是与行业结缘，增强对纺织发展的认知和信心。新时代纺织工业走上强国之路，未来我们要强国恒强，不断创新与发展，纺织工业也提出了未来的定位与方向，就是“科技、时尚、绿色”；二是与优秀结缘，优秀的人聚在一起会更加优秀，不断进步；三是与公益结缘，加深对行业公益的认识，感受公益的力量，培养善良的品格。叶志民希望在纺织强国发展征程中，同学们能够闪烁出纺织的未来之光。

三天的夏令营时间虽然短暂，但是纺织之光科技教育基金会副理事长兼秘书长张翠竹对这些可爱的同学依依不舍，她说，“从第一天认识你们就觉得你们是一群有理想、有行动、有情怀、有爱好的青年，你们就是纺织业的未来。”

在总结本次夏令营时，张翠竹表示，本期活动筹备了 1 个多月时间，共安排了 9 场讲座、2 场论坛、2 场参观，夏令营学员是从 143 名同学优中选优的 29 位学生代表。本次研学活动希望为同学们打开纺织大门，拓展纺织知识，增强对纺织行业的热爱，投身纺织行业的热情，希望对一生选择都有积极作用。

行业形势、社会责任、就业变化……专家展现纺织全景图

作为纺织专业的夏令营，自然离不开行业。主办方为同学们请来了行业内的大咖授课，讲述行业发展形势、社会责任和就业情况。

纺织专业的就业关系到同学们的未来，因此也是同学们关注的焦点，为此中国纺织服装教育学会执行会长、纺织之光科技教育基金会副理事长倪阳生在主旨报告《纺织服装类专业毕业生就业情况介绍》中解答了同学们对于就业的疑问，指明了毕业后的方向。倪阳生表示，行业发展变化带来四大人才需求变化：一是高技术原料与智能纺织品开发人员需求大；二是纺织服装智能设备的开发和应用人才需求加大；三是产品开发设计与品质控制人员需求量大；四是绿色纺织理念推广与应用人才需求增大。

经过数十年的发展，中国纺织的形势如何？中国纺织工业联合会产业部副主任赵明霞以《我国纺织行业发展现状与展望》进行了讲解；纺织服装行业已经成为全球一体化的产业，如何让中国纺织服装行业成为受全球尊敬，并且能引领行业可持续发展？中国纺织信息中心副总经济师、中国纺织工业联合会社会责任办公室首席研究员兼副主任梁晓晖分享了《中国纺织服装行业的社会责任与可持续发展——全球机遇与挑战》报告。

在今年的北京冬奥会上，方方面面都有纺织品的踪影，高科技纺织品更是屡见不鲜，纺织人的共同努力让全世界感受到了“中国智造”的魅力，并亲眼见证了纺织大国一系列令人印象深刻、眼前一亮的科技“奇迹”。这次夏令营上，北京服装学院教授、天津工业大学顾问教授、兼



本次夏令营通过各种方式让学生领略了纺织“全景图”。

职博士生导师刘莉专门做了《我为冬奥做“战衣”——竞技体育中的纺织科学》的主旨发言；可穿戴技术、数据、自动化和实验室培育的材料将对人们未来的穿着产生重大影响。那么未来人们的穿着到底有多酷炫呢？东华大学科研院副院长、博导、教授王宏志在《智慧经纬，未来已来》的精彩课程中向同学们展示了未来智能化穿着的场景；武汉纺织大学博士曹根阳是研制出嫦娥五号“月面国旗”的徐卫林院士团队中的一员，他表示，与嫦娥三号、嫦娥四号以及玉兔月球车上的国旗采用了喷涂方式不同，嫦娥五号携带的国旗是一面可“打开”的“织物版”旗帜，因此这面国旗举世瞩目。

夏令营还特意安排线上参观波司登智能配送中心，并由波司登集团总裁助理夏泽晓主持。波司登儿童事业中心人群运营专家陈婉淇、波司登集团物流管理中心总监助理张瑞、波司登产品 BU 设计副总监冯鑫与夏令营优秀学子就“为何波司登一直专注只做羽绒服 72 年”、“未来纺织行业企业运营模式思路”、“纺织行业前沿技术如何在企业落地、生产”、“波司登智能制造工厂机器替代人的应用情况”等相关问题进行了现场交流。夏泽晓希望激发当今纺织行业年轻一代，自由探索，勇敢追梦。

配色美学、高效沟通、礼仪规范……生活化课程受益匪浅

同学们在这次夏令营中，除了学习纺织专业的知识，也聆听了诸如配色美学、高效沟通、礼仪规范这样的实战型课程，能够在今后更好地学习生活，融入社会。

夏令营中有很多学习设计相关专业的同学，因此国家一级色彩搭配师、中国流行色协会培训技术总监、培训部副主任王晓静带来《东西方的配色美学与搭配技法》与大家分享。王晓静通过对东西方色彩美学的分析，讲述色彩搭配的方法，结合 2023 数字薰衣草紫，分析未来流行趋势，从中国传统五色观讲解百变新中式。这一具有实战意义的课程让同学们获益匪浅。

沟通贯穿于生活之中，有效的沟通有利于提升学习和工作的效率。为了提升同学们的沟通能力，国家认证心理咨询师那丽辉向大家传授如何《高效沟通》，与大家一起探索高效沟通的奥秘。

礼仪是人类文化的结晶，是社会文明的标志，具有鲜明的时代特征与地方特色。历经岁月洗礼，热情待客、遵时守约、礼尚往来等优秀礼仪从古传承至今。美国时尚集团亚洲区总裁佰镛分享了《礼仪助力智慧生活》。她向同学们讲述了为何需要礼仪，因为礼仪是一个人的安身立命之本，懂得礼仪，才能充满自信，胸有成竹，处变不惊。

本期活动共安排了 9 场讲座、2 场论坛、2 场参观，夏令营学员是从 143 名同学优中选优的 29 位学生代表。本次研学活动希望为同学们打开纺织大门。



学生自主设计的夏令营“营服”。

因为热爱，所以成为纺织人

在夏令营闭幕典礼上，优秀学生代表表达了对行业的热爱。北京服装学院丁波谈到，“在这个优质的平台，我们首先遇到了基金会的老师，优秀的学长学姐和科研工作者、企业家，前辈们饮水思源，春风化雨，为我们这些刚进入纺织行业的新人指引方向。我也非常幸运能在这里交到志同道合的好朋友，和我们小组的六位成员从设计营服、自我介绍到一起听讲座，结束以后微信分享生活，我们因为有共同的理想，相知恨晚，倾盖如故。其次，本次夏令营最让我感动的是遇到了和我一样热爱纺织的一群人。我来自服装工程专业，学过设计，但不如服设同学的灵感泉涌，妙笔生辉；我学过材料，但没有纺织专业的同学深入的科研经历。曾经我长时间对自己的发展前途迷茫，但慢慢找到了功能服装设计这个方向，我热爱纺织行业，愿意做一个多领域的协同者与集成者，做出以人为本的设计，为民生问题献出自己的一份力量。”

江南大学董曼辰表示，“通过这次夏令营活动，感受到了纺织行业悠久的历史 and 深厚的文化底蕴，感受到了纺织科研人的严谨踏实和专家风范，感受到了纺织之光优秀学长学姐的关怀和问候，感受到了纺织之光的精神传承与发展，坚定了自己成为行业人才的信心。此外，我们还结识了很多新朋友，既有热情负责又无微不至的会务组老师们、又有来自全国各地不同年龄的营员。在精心组织的各项活动中，从互不相识成为了相谈甚欢的朋友，这都要感谢本次夏令营的领导、参会嘉宾、老师和往届学长学姐的无私奉献和真诚帮助。相信，本次夏令营对于所有人都会是一次难忘的经历。在今后的人生道路上，我们会牢记各位老师以及学长学姐的教诲，树立爱纺织的理想，奋力追梦并保持严谨的态度，为建设现代化纺织强国出一份力。”





本届论坛以“多元：品牌化的未来”为主题。

透视多元化迷局，变革中铸就品牌

凌迪 Style3D·2022 中国服装论坛精彩落幕

本刊记者 董笑妍 李亚静

在充斥着不确定性与可能性的当下，有志者正试图穿透迷雾、抓住本质，创造不负时代的品牌价值。8月19日，为期两天的凌迪Style3D·2022中国服装论坛在北京圆满落幕，为服装行业的前沿探索再添助力。以“多元：品牌化未来”为主题，论坛围绕元宇宙、元数据、元创新、元动力四大议题，汇聚跨领域思想者的见解、行业卓越践行者的经验，帮助服装企业建立确定性的内在体系，应对多元化的市场竞争，构筑今后十年的市场预判和长远格局。

本届论坛由中国服装协会主办、凌迪Style3D协办、北京盛世嘉年国际文化发展有限公司承办。

论坛首日，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、中国服装协会会长陈大鹏，中国服装协会顾问蒋衡杰、专职副会长周一奇、副会长兼秘书长焦培、专职副会长杨晓东，山东省纺织服装行业协会执行会长刘建国，大连市服装纺织协会会长刘向阳，北京服装纺织行业协会专职副会长王文生等领导、企业家代表和嘉宾出席了本次活动。

元宇宙：新世界诞生，在颠覆中重塑

在论坛“元宇宙：价值的创造与交付”议题中，重量级嘉宾场组成了一场“思想者大会”，为听众解答了元宇宙究竟是什么；游戏化社会隐藏着怎样的年轻化线索；新技术、新体验，如何重新定义市场机会，帮助服装企业看清技术演化的方向，找到通往未来的道路。

孙瑞哲在“拓深新变革 探元新未来”主题讲话中指出，当下大国关系深刻调整，经济形势错综复杂，产业结构的调整力度前所未有，在此背景下，今年上半年我国服装行业规模以上企业营业收入依旧实现了同比4.45%的增长，充分展现了中国服装行业坚定的生存意志、稳健的发展潜能。

随后，孙瑞哲与嘉宾分享了如下四方面内容：一是双循环探元，产业体系现代化。推动产业体系现代化是实现双循环的必由之路，而构建双循环新格局的关键，则在于坚持创新驱动。二是碳中和探元，增长模式绿色化。气候变化已成当今世界面临的共同挑战，而碳中和的关键在于重塑产业竞争规则，预示着产业正在迈入高质量发展的绿色轨道。三是元宇宙探元，数字世界真实化。数字经济是创设元宇宙的重要基石，消费元宇宙与产业元宇宙成为全球众多科技巨头的最新宏观目标和长久战略布局。我们正从数据互联网迈向空间互联网，服装行业需要开启与

高价值年轻消费者全新的互动方式和沟通界面。四是新消费探元，文化审美多元化。消费升级的本质是追求“高品质生活”，现代文明的演进正在带来生活方式、文化形态、审美能力等维度的深刻变革，当下服装品牌需要深入研究中国社会正在信仰什么、坚持什么、追求什么。他希望服装企业能够“在风险挑战中砥砺前行，在乱云飞渡中笃定前行，在一针一线中磨砺品牌，在正心明德中缔造奇迹”。

随后，凌迪科技Style3D创始人兼CEO刘柳、首席运营官COO陈鑫平以虚拟与现实结合的方式发布了“创新：虚拟现实的交点”的主题演讲；国科学院虚拟经济与数据科学研究中心研究组成员、远景智库数字大脑研究院院长刘锋作了“从数字大脑形成看元宇宙未来趋势”主题演讲；游戏研究学者、游戏化设计师刘梦霏以“游戏化社会的本质与未来”为题进行了分享；华东师范大学政治与国际关系学院院长、奇点政治研究院院长吴冠军分享了“从‘元宇宙’到‘量子实现’：重思人类生活的可能性”的主题演讲；中国社会科学院哲学所科技哲学研究室主任、研究员段伟文围绕这一主题分享，讲述元宇宙是虚拟与现实的相互入侵，涉及物理现实、社会现实与心理现实，是主题的自动化与“我能”的世界，而段伟文则以辩证的思维解读了元宇宙的概念与未来。

元数据：已知条件是数字化，服装产业如何求解？

如今，数字化成为焦点，在“元数据：技术的基石与生态”议题中，来自数字领域与时尚领域的达人们以“数字先行者峰会”、“围炉热话”两个活动环节，探讨了如何进行有效流量布局；打造线上线下双向赋能的全渠道体验；如何让数据高效转化为生产力，为企业全方位厘清产业互联网时代的战略、能力与价值。

“我国正处于第三次顶层架构设计的转轨期，国家企业逐步成型，地方政府正从全能型向服务型转型，这对中国经济将产生源于底层的深远影响。”产业互联网/产业金融专家、数字化转型研究院联席院长张其亮在“无边界企业：数字时代下的平台化转型”主题演讲中指出，“企业的边界正在消失。”这种边界的消失基于两大基础：统一市场和平台经济。

统一市场正在到来，产业互联网必然有效促成中国要素市场的大统一，带领中国这个世界工厂实现经济转型，进入下一个增长的30年；而平台经济，可以使每家企业都能打造自身的行业平台，或者选择加入该行业的某个平台，成为行业的要素之一。在这两大基础之上，未来的企业将再无地域与信息的边界。

中国传媒大学新闻学院教授、博士生导师、中国传媒大学调查统计研究所所长、大数据挖掘与社会计算实验室主任沈浩讲述了“数字虚拟人与媒介的延伸”；Particle Fever粒子狂热创始人、创意总监林海分享了自身对于品牌的思考，解答了是什么成就了粒子狂热；施华洛世奇大中华区B2B总负责人林庭荫表示，施华洛世奇利用科学和魔法的力量为人类和我们的星球重塑现实；小白T联合创始人胡智颖在做“新基建长出新品牌”主题演讲表示，一个服装品牌的成功需要两大要素，一是过硬的产品，二是优质的内容；KataWorld CEO张卓然讲述了KataWorld品牌“从产品创新到模式创新”的底层逻辑。

在“围炉热话”环节，INXX联合创始人铁手，朗姿股份有限公司执行副总裁王国祥，高田时尚集团董事长、米修缇品牌创始人高淑丽，日着品牌创始人、CEO张禄建，上海逸红颜旗袍创始人马碧玉，洲升CHAU·RISING品牌创始人、创意总监刘超颖共6位嘉宾，以对话形式继续探讨了服装行业数字化变革、新媒体环境下如何提高流量与增量等问题。

元创新：消费池就在眼前，不必去远方寻觅

在“元创新：市场的边界与阈值”议题环节，时尚品牌的运营者、时尚场景的打造者、时尚领域的投资者在此进行观点碰撞，呈现上“X SUMMIT青年领航之星炽热盛典”、“围炉热话”两场精彩活动，从圈层出发，解析当下多元化的消费景观；找到产品研发的源头；寻找新的品牌增长空间；拓宽品牌文化视域，用实践告知听众，消费池就在眼前从未远离。

苇草智酷创始合伙人、信息社会50人论坛执行主席段永朝通过“数字世界的三个基本问题”主题演讲，以提问的形式道出了对数字时代社会经济的深入思考；场景方法论提出者、场景实验室创始人吴声分享了以“时尚消费的场景新周期”为题的演讲；知名趋势营销专家、知萌咨询机构创始人兼CEO肖明超在主题演讲“从内在绽放到心域流量：新消费趋势中的服装品牌创新机会”中指出，现在的消费者越来越重视精致品质，追逐意义消费与“心价比”，需要感官滋养，从而实现向内求索和极致健康；上海沙涓时装科技有限公司总经理、Sandriver羊绒品牌创始人郭秀玲分享了“中国品牌国际化路径”主题；青山资本执行总监艾笑在主题分享“从意识形态的变化看服装品牌的发展”中，从影视剧入手，讲述了时代思潮与品牌崛起的关系。

在围炉热话环节，MASHAMA CEO首席执行官孙盼，Nobaday创始人&CEO刘奉喜，SONGMONT品牌主理人付崧，消化设计Digest Design创始人/设计师杜凌，夹生：HALF-MADE联合创始人、总设计师阴思培，Bronze Lucia品牌创始人及设计总监陆玺娅，Christopher Raxxy主理人沈威廉，古良文化公司CEO、古良吉吉品牌创始人古良共8位嘉宾围绕新圈层崛起带来了哪些新变化等问题，分享了各自发掘新消费、新市场的经验之谈。

元动力：坚定信心，做最好的自己

在议题“元动力：时空的折叠与超越”环节，所有观点落脚于品牌力的打造，这个纷繁的世界将把产业带向何方；如何打造具有独特审美和先进能力的中国品牌；如何确定找到新时期立身之本，跨界学者、品牌掌舵人从不同领域透视问题本质，带来“商业创新者峰会”、“主题对话”两场重要活动。

中国科学院大学经管学院教授、网络经济专家吕本富就“增长的逻辑——竹节管理的哲学”主题，阐释了“竹节哲学”，并将其演化为数字竹节、信息化竹节、平台化竹节和智能化竹节；吕本富以日本本田的典型“竹节式”成长为例，表示企业的智慧成长就像竹节，有机遇时快速形成中空，抵抗风险时又形成竹节，“空+节”相得益彰，兼顾了速度和风险；清华大学教授、未来实验室首席研究员、建筑师、建筑写作者、艺术策展人唐克扬通过讲解曾经主理过的设计实例，分享了关于“日常空间的无限创新”思考；中国社会科学院世界宗教研究所研究员卢国龙在“庄子之‘自然’——宽容个性的共性规则”主题演讲中指出，如今，当我们强调共性、普遍性，强调降低成本、提高效率时，我们失去了个性创造力。

在主题对话环节，上海兆妩品牌管理有限公司董事长孙青锋，大杨集团有限责任公司党委书记、总经理胡冬梅，密扇品牌创始人、CEO冯光，北京方圣时尚科技集团董事长王涛，浙江米卡实业控股有限公司总裁罗永晖5位品牌负责人，围绕数字化、绿色化双驱动下的服装品牌，如何提高品牌审美与识别度等问题展开讨论。

随后，论坛来到了“非凡时尚人物2022年度致敬”环节。“非凡时尚人物”创办于2009年，秉承“致敬造物者”的核心意旨，在全球范围内推崇传统手工艺与先锋艺术的跨界融合，表达生活、生命、生态的时尚真义。非凡时尚人物2022年度获奖者为：嵌瓷大师陈三火、锁绣技艺传承人万兴勋、纤维艺术大师林乐成、陕北民俗传承人王建领、竹编大师张宪平。

陈大鹏在发表闭幕讲话时表示，当前，世界百年未有之大变局和中华民族伟大复兴的战略全局，共同构成了我们行业发展的宏大背景。大变革、大调整中蕴含着大转折、大机遇，需要我们的企业在两个大局中厘清时代发展的大势，并在对大势的把握中，确定独特自我的构建与塑造。

作为一个中国企业应该看到，国家走向强大的背景为我们的发展所带来的强大支撑；作为一个中国的服装企业应该看到，改革开放40多年我们构建的全球规模最大、产业链配套最完整的产业体系，这就是我们在数字经济时代创新发展的强大基础；作为一个要赢得未来的中国服装企业应该看到，双循环、碳中和、元宇宙、新消费在今天形成了历史性的交汇，为我们的发展提供了最大的确定性机遇，注入着无限的创造性活力。

所以，尽管当前我们的确是面对着变革中的挑战和压力，但是我们理由、有底气相信：中国实现从世界服装制造强国向时尚强国转变的大趋势不会改变，中国服装产业在数字经济时代转型升级、实现高质量发展的大趋势不会改变，中国服装产业诞生体现产业创新活力、人文精神和中华文化力量的世界级品牌群体的大趋势不会改变。

要坚定信心，积极应变，做好自己。

在新世界、新技术、新渠道、新内核的合力之下，中国服装论坛的再度起航，以纵观服装圈内外近30年的敏锐视觉，再次主导了服装产业与跨界力量的思维碰撞，展开了对商业市场中无限可能性的观察与展望，聊聊数据或可点醒世人，真正将时尚融入消费生活的每个环节！[174](#)



创意设计“等风来” 新锐力量持续崛起

绍兴市柯桥区创意设计人才“经纬计划”（第五批）入选名单公布

■ 本刊记者_ 郭莹颖

优秀，需要被看见。才华，需要露出光芒。好作品，需要大舞台。

根据《绍兴市柯桥区创意设计人才“经纬计划”实施意见（试行）》（柯人才办〔2020〕5号）、《绍兴市柯桥区创意设计人才“经纬计划”（第五批）参评申报公告》（轻管委〔2022〕11号），以及《中意未来时尚创新中心合作项目》等文件精神，经对申报对象及用人单位提交的材料进行申报受理、资格审查、答辩评审、结果公示等评审程序后，近日，绍兴市柯桥区创意设计人才“经纬计划”（第五批）入选名单公布，共37位创意设计人才入选，其中A类4位，B类33位，持续为柯桥创意设计产业“添砖加瓦”。

“经纬计划”一般每年评审两次，申报领域为在纺织新材料、面料及花型、服装服饰、家居布艺、纺织装备等从事设计开发工作，专业能力突出，并在该领域有较大影响力或突出贡献的高端创意设计人才。入选人才在柯桥区创业创新的，按照创业A类、创业B类、创新A类、创新B类分别

给予最高100万元、60万元、60万元、30万元资助，资助时间最长为3年。在资助期和资助限额内，人才可根据实际情况申请符合条件的政策扶持内容。同一企业享受政策的创业人才不超过1个、创新人才不超过2个。

走出特色路，走出创新路，这是柯桥打造现代化“国际纺都、杭绍星城”的必然要求，也是新旧动能转换和高质量发展的内在之义。如果说引进一批批创意设计人才是在做“加法”，那么“经纬计划”的周期性评审则是在做“乘法”，以落地项目的形式聚合，形成柯桥纺织产业链的生态。

作为全国纺织产业重地，柯桥如今在时尚产业中的话语更加多元和有力。“经纬计划”的持续进步，得益于产业和内容支撑。从时尚发布到本土设计师和时尚品牌百舸争流，到贯穿整个创意产业链的多元化形态内容，柯桥元素、柯桥概念、柯桥故事、柯桥本土文化不断在时尚设计中孵化、传播、消费和衍生，打造多层次的文化创意和设计服务市场，从而产生无限价值。

绍兴市柯桥区创意设计人才“经纬计划”（第五批）A类人才推介：



夏婧

2007年获得施华洛世奇创意大赛金奖、中国新锐设计师新人奖；曾任III VIVINIKO首席设计师，陪伴品牌从3000万业绩增长到3亿多；与敦煌研究院合作项目。

夏婧目前是S.E.R.Y品牌主理人，作为2021年新兴成立的女装品牌，该品牌以20年代女性名字命名，以淡色彩系的产品色调，采用生态友好型面料，体现都市度假、都市休闲的场景。品牌以“运动+通勤”为主风格，适用年龄跨度大，突出当下女性独立、自信、自由、乐观的形象。

“我们在这之前一直和柯桥面料有合作，此次入选经纬计划更加拉近了公司和柯桥的距离。”在近几年的合作中，夏婧感受到柯桥纺织企业以及产业在转型过程中的态度和努力，“面料企业已经不仅仅只是售卖产品，他们从产品研发端开始，就倾注了自己对于面料及服装的认知，在与他们的沟通中，我也能获得很多设计灵感。”接下来，夏婧将从设计师品牌和文化创意项目着手，与柯桥进行二次互动，希望能与柯桥本土供应链产生合作。



芮倚伊

中华人民共和国国防部维和事务中心视觉系统设计者，G20（二十国集团）青年企业家联盟菁英人才，APEC（亚太经合组织）未来之声创变者青年人才，全球设计界奥斯卡奖 IF DESIGN AWARD 获奖者，纽约时装周品牌 Anna Sui（安娜苏）前设计师。

“用视觉触发灵感”是芮倚伊（艺名：莫灵月 Molinyar）一直秉持的探索方向。芮倚伊致力于通过视觉艺术启迪心灵的感知力，以新锐视觉艺术为表达方式，前沿的科技为媒介，通过艺术展览、秀演等各类衍生设计为呈现方式，以夸张大胆的色彩和流动的线条为视觉语言，表达她对于当前人类世界环境、经济、社会发展前沿问题的思考，以及对于寻求地球可持续性发展方向和寻求全人类共同福祉的探索。

目前，芮倚伊及团队正在筹划一个新的智能时装品牌，希望能够将自己的设计优势与柯桥的产业优势结合起来，从而创造新的爆点。芮倚伊表示，“柯桥作为亚洲最大的面料市场，是所有设计师该去走一走、看一看，并且产生灵感创意的地方。我也将以此次入选经纬计划为起点，将智能时装品牌的根据地设立在柯桥，以此加强与中国轻纺城的合作，也希望自己能能为这个城市、这个产业的发展献一份力。”



支晨

2017年获得波兰 Lodz Young Fashion 的金奖，也是进入决赛的唯一一张亚洲面孔。曾荣获英国 Fashion Scout Onesto Watch Award、国际羊毛局 WOOL MARK 亚洲区优胜者、英国 Fashion Scout Merit Award、福布斯中国 30 UNDER30 精英榜上榜者等荣誉。

ZI II CI IEN 品牌由设计师支晨创立，品牌以“将设计变为生活必需品”为核心，旨在将艺术以轻松的语言注入设计，模糊美术馆与生活的边界。品牌用大胆的用色塑造了明亮新潮、浪漫随性、古灵精怪的女性形象。她们生活在艺术里，是充满自我意识和自尊的现代女性。支晨表示，设计是软实力和价值观输出的载体，一个聚焦的符号、品牌可以简单但成系统地传递一种生活语言，例如品牌代表的哲理、选择、观点等。“希望可以逐渐改变大家对设计传统认识，让中国设计在不同的空间时间里都是最好的设计。”

“柯桥对于我来说是一个全新的市场和知识领域，我很开心能够认识这个地方。”通过参评此次经纬计划，支晨对中国轻纺城有了第一次认识。“我对于如何参与到柯桥这个产业中有很多天马行空的设想，比如根据柯桥纺织产业的特点成立工作室，比如开辟一个专门针对柯桥面料的服装品牌……这个城市本身就充满现代化和文化气息，对于我的设计梦想有了更多可实现的依据。但首先还是想落地先与柯桥当地的面料企业产生合作，了解大家是否会有灵感的碰撞，届时再进行多维度的补充和创新。” 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 15

中国轻纺城临安商会会长曹天龙： 唯有坚定，与柯桥纺织同心共赢

■ 本刊记者_ 郭莹颖

中国轻纺城30年波澜壮阔的腾飞，也是其中决策者、管理者、服务者、生产者、经营者的奋斗经历。“新”、“老”柯桥人，用经纬交织的锦绣，为中国轻纺城的发展谋篇布局。

曹天龙就是其中的代表人物之一。自2000年来到柯桥后，一路艰辛跋涉，从对纺织了解不深到成为窗帘家纺专家，从小小的卖布摊主成为窗帘市场的规模经营者。如今的曹天龙不仅是绍兴通盛印染有限公司负责人、北联市场“第一印象”窗帘品牌负责人，同时还是中国轻纺城临安商会会长、柯桥区第二届人大代表、人大常委会委员。他一面不断通过产品创新、延伸产业链，为繁荣中国轻纺城经济献出自己的一份力量；另一方面，又积极履行商会会长、人大代表的职责，当好中国轻纺城经营户的代言人。他对柯桥的热爱、柯桥对他的反哺，“养”在布匹上，根植骨子里。

“精织”一块布，事业版图再扩张

2000年，中国轻纺城随着群体市场的再次细分，持续保持良好稳健的发展势头。曹天龙看中轻纺城的发展前景，在那一年来到柯桥开启了自己的“轻纺人生”。

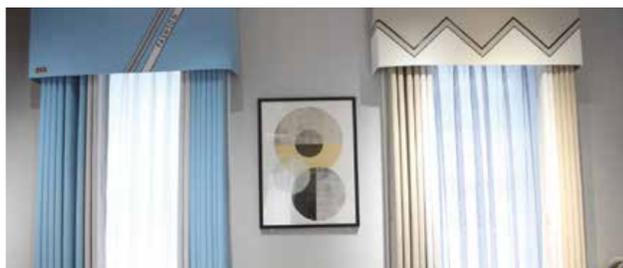
曹天龙认为，任何事情的执行，都要先有智慧，再加上点魄力。当时，他对整个市场和纺织产品都缺乏专业了解，在将产品定位为家纺窗帘后，他通过不断考察、学习，开发了2.8米特宽幅窗帘，创新原有的1.6米窄幅窗帘销售，赚得了自己在家纺领域的“第一桶金”，并先后在北市场、联合市场、北联市场设立门市部，扩大市场占有率。

随着生意越做越大，曹天龙意识到产业既要向上游配套，又要打通下游资源通路，通过拓展产业链，提高核心竞争力。因此，于2017年起与人合作，创办了绍兴通盛印染有限公司，开始了大刀阔斧的转型发展之路。2021年产值达12亿元，在围绕“科技、时尚、绿色”发展的基础上，致力将窗帘产品做精、做专、做实、做强。

以商会为纽带，加快市场培育

2005年，中国轻纺城临安商会成立。曹天龙几乎是全票通过被推选为会长，截至今年，已经是他连任会长的第18个年头。他说：“商会是为会员服务，帮助企业搭建和政府沟通的桥梁和纽带。”

敢闯敢试，敢为人先。2006年，联合市场新建落成，面临着招商隆市的现实问题。曹天龙在知晓这一情况后，和政府及市场公司联手，主动号召会员企业加入该市场。在一个半月的时间内，市场新开业300多间门市，并形成“家纺用品贸易区”，为市场后期招商隆市吃下了一颗“定心丸”。这一举措也为市场发展提供借鉴，通过发挥拳头产品的优势，划行规市，合理开发市场空间。在2011年，临安商会同样对北联市场的招商隆市作出贡献，加速中国轻纺城窗帘布艺产业的发展。



礼赞纺城30周年

中国轻纺城30年的发展，同时也是柯桥纺织经济的发展，是柯桥支柱经济的发展，是柯桥城市的发展，是不断朝着打造“国际纺都、杭绍星城”的新目标奋进的过程。
——曹天龙

为商会做好服务工作，这是他担任会长的初心。目前，整个商会共有会员企业300多家，从商会会员孩子异地求学到会员的执照申办等，他都尽心尽力给予帮助。他不停奔波于政府部门和相关单位之间，为商会会员谋求政策优惠，实现共赢。在他的带领下，临安商会的会员们齐心协力，同舟共济，为中国轻纺城窗帘市场的繁荣做出了自己的贡献。

履行代表职责，服务大局显担当

2006年起，曹天龙当选为绍兴市第十三届、十四届人大代表，柯桥区第一届人大代表，现为柯桥区第二届人大代表，是轻纺市场众多经营户的“代言人”。

作为中国轻纺城市场的人大代表，曹天龙就轻纺城商户广泛关注的市场经营环境、公共交通、社会教育、城市发展等热点问题，听取方方面面的意见，并深入实地进行调研，经过认真梳理、归纳、总结，以代表建议的形式提出，要求政府解决。

今年，柯桥区委区政府提出要把柯桥打造成新时期的“国际纺都、杭绍星城”新目标，他又提出了《关于保障中国轻纺城市场繁荣 助推柯桥经济发展的建议》。建议中提出，纺织作为柯桥经济的主导产业，轻纺市场是经济发展的重要平台，它对带动柯桥纺织产业链起到至关重要的作用，希望加大投入改善市场经营环境、招商隆市力度和留住有实力的经营户，以确保中国轻纺城市场发展的持续繁荣。

谈及如何平衡事业与使命，曹天龙坦言，唯有坚定不移地做下去才会实现希望。或许正是这种不断探求、勇于面对挑战的精神，让他看到了他人不曾领略的风景。以曹天龙为代表的“新”柯桥人，将继续见证“国际纺都”以海纳百川之心，高昂向上之姿，继往开来之势，谱写开放、共赢的新篇章！

Focus/ 聚焦

文明城市迎检，中国轻纺城在行动

为深入推进全国文明城市创建提升工作，进一步落实柯桥区文明办做好全国文明城市总评迎检的工作要求，8月22日，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会组织召开了中国轻纺城深化创建全国文明城市工作推进部署会议。轻纺城建管委相关人员，开发经营集团、股份公司分管和各民营市场负责人，以及市场监管局轻纺城分局、派出所、交警中队、托运中队、综合行政执法中队等相关派驻部门负责人参加本次会议。

中国轻纺城党工委副书记、轻纺城建管委副主任钱苗娣逐条解读了中国轻纺城文明城市迎检评测要求标准，并针对市场安全、环境卫生、消防禁烟、规范停车、公益广告、投诉电话、节约用水、文明如厕等标准内容，进行责任分解，将责任主体落实到相关部门和个人，形成职责明确、各司其职、上下联动的工作新格局，确保各项举措落实落细，不留盲点、不留死角，全面推动文明城市建设向更深层次、更高水平发展。

轻纺城建管委相关处室负责人围绕工作部署作补充讲解。现场，各相关单位负责人认真听取迎检工作业务辅导，并表态将站在市场和经营户的角度抓工作、想问题、办实事，出实招、下硬功，常态化、长效化推进文明城市创建工作，营造更优营商环境，确保高标准完成国测迎检工作。



会议现场。

钱苗娣表示，文明城市创建是一场持久战，更是一场攻坚战。站在轻纺城冠名“中国”30周年新起点，要以文明城市迎检为契机，打造文明市场，持续擦亮中国轻纺城这张“金名片”，要坚定一条心、卯足一股劲、下好“一盘棋”，全面推动下沉一线，严格对标对表，查漏补缺整改到位，展现轻纺城良好形象，奋力交出国测高分答卷，为“国际纺都、杭绍星城”建设凝聚强大精神力量。（王利 文/摄）

柯桥区入选 国家知识产权强县建设示范县

近日，国家知识产权局公布国家知识产权强县建设示范县评定结果公示名单，浙江省有6个，柯桥区成为绍兴市唯一首批入选示范县。这是柯桥区继2022年先后被授予知识产权保护先进集体、全国第一批知识产权纠纷快速处理试点区后又一个国家级荣誉。

作为全国知名纺织产业集群，柯桥依靠庞大的轻纺城市场体量以及十余年的知产保护工作，在知识产权领域创造了极其丰硕的价值。近年来，柯桥以纺织全产业链知识产权保护为抓手，打通知识产权创造、运用、保护、管理、服务“全链条”，健全知识产权综合管理体制，构建全面协同保护体系，将进一步激发柯桥纺织行业企业的创新动力和活力。

为切实帮助市场经营户解决维权时间长、成本高的难点和痛点，柯桥积极构筑集行政保护、司法保护、仲裁调解、行业自律“四位一体”的知识产权保护体系，建立专利侵权纠纷案件的巡回审判法庭，设置“市场纠纷直通车”，推行“简易维权”新模式，将市场纠纷调解与司法确认程序无缝衔接。同时，在市场内设立知识产权多元调解室，实现调解力量多元化，确保矛盾纠纷化解“最多跑一地”。

在浙江省高质量推进数字化改革的大背景下，柯桥知识产权保护也搭上了数字化快车，研发建成全国首个“中国纺织面料花样版权数据中心及AI比对系统”，并应用于中国绍兴柯桥（纺织）知识产权快速维权中心，加快纺织类外观设计专利审查和授权，授权时间由6个月压缩至7天内完成，实现柯桥区专利授权“加速度”。

近年来，随着柯桥市场创意产业的蓬勃发展和原创版权意识的不断提升，柯桥不断完善知识产权保护体系，在花样版权保护中实现“突围”升级，进一步优化营商环境，打造贯穿人才链、创意链、产业链、金融链的纺织产业协同创新生态系统，构建知识产权保护“柯桥模式”。（王利）

破译色彩奥秘， 8月柯桥天天时尚活动来助力

近日，由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办的柯桥天天时尚——时尚交流活动“2023/24秋冬色彩企划专题培训实战班”在浙江绍兴柯桥中国女装面料流行趋势研究院精彩开讲。活动聚焦产品开发与营销，以色彩流行趋势、色彩设计逻辑、色彩企划思维、市场消费需求为精准“靶心”，展开系统性的专业培训，帮助柯桥面料企业提升色彩运用能力。

活动邀请到中国应用色彩体系 Coloro 营销总监顾春林、中国应用色彩体系 Coloro 色彩专家赖正亮、中国应用色彩体系 Coloro 色彩专家丁胃佳三位专家，分别围绕《如何精准有效地进行颜色企划和开发》、《2023/24秋冬流行色解读》、《色彩对消费者的影响和对消费行为的引导》主题，分享了先进的颜色管理方法，前瞻2023/24秋冬国际流行色与五大关键流行色，并剖析了趋势色彩对市场产生的影响。

活动现场，浙江神盾纺织有限公司、绍兴市柯桥区奥中纺织有限公司、绍兴市晶远花型设计有限公司、浙江策源地纺织品有限公司、绍兴市聚嘉纺织品有限公司、浙江朗贝尼纺织科技有限公司等柯桥优秀面料企业近60人参加，认真听取专家讲解，对活动实效高度认可。诸多企业代表反馈，通过本次学习对新一季的产品色彩研发有了新的思考，对色彩管理与应用方法有了深入了解，也明白了如何用优秀的色彩搭配触动消费者情绪。

（王利）

高性能纤维制品闪耀先进材料展

国家先进功能纤维创新中心携联盟单位亮相 2022 中国先进材料产业博览会

■ 本刊记者_陶红 文/摄



国家先进功能纤维创新中心联合多家联盟单位参展，以安全防护、应急保障等五大场景展示了纤维制品的多种应用途径。

发展战略性新兴产业、探索尖端技术领域，先进材料是基础也是先导。8月25—27日，2022中国先进材料产业博览会暨第7届军民两用新材料大会在青岛世界博览城隆重举行。

本届博览会以“先进材料引领高端装备发展”为主题，展览面积约2万平方米，集中展示航空、高铁、航天、海工、兵器、船舶、核电、化工、电子、汽车等领域使用的高强度、高模量、超轻、防弹防刺防割、防辐射、耐高温、阻燃、超导热、耐烧蚀、防震、吸能、透波吸波、超耐磨、超耐腐蚀、磁性、超导电及屏蔽绝缘、压缩回弹、密封、高强韧等高性能和超高性能材料及制品，以及高性能特种材料相关实验、检测设备及服务，全方位展现我国先进材料及装备领域的新技术、新工艺、新方案。

中国先进材料产业博览会坚持学术与应用并重，引领与推动并重，创新与发展并重，自2016年至今已连续成功举办六届。本届博览会由中国和平利用军工技术协会、青岛市委军民融合发展委员会办公室、武汉理工大学、全联科技装备业商会、中国纺织工业联合会主办，青岛市西海岸新区管委会、武汉理工大学青岛研究院、军工资源网、国家先进功能纤维创新中心、粉末冶金产业技术创新战略联盟承办。

展会现场，专门设置了高校及科研院所新材料科研成果展示区，重点展示国内高等院校及科研院所所在新材料领域的最新科研成果。其中，国家先进功能纤维创新中心和中芳新材料有限公司等展示了纺织纤维材料领域的最新研发成果。

五大场景，展示高性能纤维应用领域

作为联合承办单位，国家先进功能纤维创新中心联合多家联盟单位参展，以安全防护、应急保障、轻量高强、健康生态、智能发热体验区五大场景展示了纤维制品的多种应用途径。

安全防护展示了对位芳纶、芳酰胺、聚酰胺纤维、PA66等纤维制品。其中，聚酰胺纤维阻燃性能优异、耐高低温、隔热保暖，可作为高温粉尘滤材、电绝缘材料、各类耐高温阻燃防护服、降落伞、蜂窝结构及热封材料、复合材料增强剂及抗辐射材料。

应急保障展示了医用一次性防护服、防疫包、一次性使用隔离衣、医用帽、聚乳酸口罩等应急保障防护纤维制品。应急保障防护纤维主要是指面对突发公共事件，满足个体及功能防护用纺织品。纤维是其组成防护用纺织品基本单元，分为应急生物防护纤维、应急化学防护纤维、应急核防护纤维。

轻量高强展示了碳纤维、超高分子量聚乙烯纤维(UHMWPE)、芳纶蜂窝复合材料等制品。超高分子量聚乙烯纤维(UHMWPE)具有重量轻、耐冲击性能好、耐磨损、耐低温、耐化学腐蚀等优异特性，广泛应用于航空航天、航海、电子、兵露、造船、建材、体育、医疗等诸多领域。

健康生态展示了瑜伽服、防晒衣、石墨烯基布多效面膜、PLA体能训练服、吸湿排汗抗菌纤维及制品等。据了解，吸湿排汗纤维及制品通过微量改性高效共混技术添加纳米级银系抗菌材料，纤维截面采用异形“十”断面，具有高表面积及沟槽，利用纤维导沟结构的毛细作用，有效传输或扩散汗水并带入空气形成冷却，且吸收皮肤表层湿气，保持皮肤干爽，再加上对大肠杆菌、葡萄球菌、白念球菌具有99%以上抑菌率，纤维具有永久性抗菌效果。

智能发热体验区展示了加热马甲、加热钓鱼裤、加热毛毯等产品。其中，发热马甲采用弹性防水复合面料，配合保暖絮片，加热片运用柔性碳纳米管、石墨烯电热组件作为心电-热转换材料，具有智能控温、舒适无异物感，3秒快速升温、可耐受40次水洗等优点，在低电压源驱动下，辐射波长5-20微米的远红外线，可穿透皮下4mm处，其产生的热效应具有保暖和理疗作用。

记者在展会现场还看到，在中芳新材料有限公司展位，询问参观者络绎不绝，作为专业从事芳纶纤维及其复合材料研发与生产的国家级高新技术企业，中芳新材料拥有对位芳纶、间位芳纶、聚酰胺酰三大高性能纤维为主导的九大产品体系。本次博览会集中展示了从芳纶纤维、织物、芳纶纸、树脂、预浸料、芳纶蜂窝芯、复合材料要件、航空复合材料结构件等纤维制品。

在吉林化纤集团展位，可以看到不同规格的原丝、碳丝。据介绍，6K、12K、15K、25K、35K、50K碳纤维，具有良好的集束性、展纱性，低毛羽、强度高、刚度高，其主导产品35K、25K、15K力学性能优异。GX500系列产品得到下游客户的高度认可，15K产品达到了GX700水平，在下游拉挤板、预浸料、编织布领域广泛应用，终端产品主要应用于风电叶片、光伏发电、绿电新能源、建筑补强、体育休闲、航空航天等领域。

把握新机遇，前瞻布局新材料

随着产业升级，很多材料的应用步入快速增长阶段，市场需求的巨大牵引促进了半导体材料、碳纤维和特种合金、能源材料、新一代功能材料等材料的发展进步和未来布局。

本届博览会以“1场主论坛+9场分论坛”为参会者开启新材料的新篇章。来自各领域的十多位院士专家做了精彩报告，解读材料领域发展的最新动向。

在主论坛第7届军民两用新材料大会上，中国工程院院士、国家新材料产业发展专家咨询委员会主任干勇从国内外发展形势、重点发展方向及目标、平台建设三方面发表了“重点新材料研发及平台建设”的演讲。

全球新材料产业发展迅速，产业规模不断扩大。干勇表示，据统计，2020年全球新材料产值达3.2万亿美元。全球新材料产业已形成三级梯队竞争格局，各国产业发展各有所长。现阶段，材料领域发展进入关键窗口期，面临重大机遇。

在谈及平台建设思路时，他指出，一是要系统有序推进国家重点实验室优化重组，二是加快构建以国家实验室为核心引领的创新体系，三是探索灵活高效的国家创新平台建设运行机制。

此外，来自中国工程院、中国钢研科技集团、科技部高技术研究发展中心、国防大学国防经济研究中心等单位的院士、专家也共同探讨了高端装备相关材料领域发展的最新动向。TA



展会实现了线上线下双渠道展览、销售，帮助企业打造品牌，拓宽销路。

发现源头创新的澎湃动力

第四届中国(绍兴)纺织新材料展举行

■ 本刊记者_邬莹颖

8月12—14日，为期三天的第四届中国(绍兴)纺织新材料展在绍兴国际会展中心顺利举行。作为纺织上游新材料领域专业型展会，中国纺织新材料展自2018年创办以来，立足绍兴柯桥纺织产业集群优势，联合全国纤维头部企业与优秀的新材料创新研发型企业，以推动上游纤维纱线创新应用转化为核心，逐步向织造、印染、面料、后整理等供应链环节延伸，打造纺织全产业链盛会。

展馆内设置新材料、新织造、新设备、新面料、后整理五大特色展区及主形象区、论坛区，汇聚300多家产业链各环节专业展商企业，展品包含纤维、纱线、坯布、纺机、新型面料、辅料、印染助剂、后整理技术等领域，展品总量达10万余款。展会采用线上线下相结合的展销方式，实现线上线下双渠道展览、销售，帮助企业打造品牌，拓宽销路。

本届展会由中国长丝织造协会、绍兴市柯桥区会展业发展中心主办，柯桥中国轻纺城展会有限公司、浙江三博会展股份有限公司联合主办。

传递品牌力量，展示品质形象

在新材料展区，众多头部企业核心产能产品、创新型纤维美学品牌产品、革命性纤维改性产品等特色展品引发采购商关注。在新织造展区，聚集了来自湖州、盛泽、新乡等地的大型纺织织造企业。在新设备展区，代表国内智能纺织机械水平的新昌智能纺机亮相。在新面料展区，生产工艺与原创花型相结合的新型面料给采购商带来新的灵感。在后整理展区，从后加工工艺入手的功能面料格外引人注目。五大产业链展区各具特色，又互相联动。

面对复杂的国内外形势，今年是快速发展的长丝织造行业难得的“冷静期”。企业在面对“高成本、弱需求”的阶段性困境时，主动调整发展方向，利用好相关政策及措施，更加注重科技创新、产品开发和品质提升，持续推进产品、设备、工艺改造升级，加强企业精细化管理，积极挖掘新需求、开发新产品、拓展新应用，充分发挥自身竞争优势，在国内外市场主动作为，平稳度过压力期，实现行业健康发展。此次展会，中国长丝织造协会携吴江市天缘纺织有限公司、正凯纺织有限公司、江苏步行者环保新材料有限公司、吴江广宇纺织有限公司、徐州荣盛达纤维制品科技有限公司等近30家企业参展。

值得一提的是，“中国面料之星”首次组团，携绍兴欧蕾纺织品有限公司、浙江惠达纺织服装有限公司、绍兴市九艺纺织品有限公司等20余家面

料企业参展。“中国面料之星系列活动”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。作为权威、专业的面料赛事，“中国面料之星系列活动”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，以市场需求为出发点，引导产品开发与终端市场应用结合。

以协同创新，促双循环发展

以此次产业链企业集聚为契机，展会联合中国长丝织造协会、浙江省纺织面料设计协会、中国轻纺城集团、新昌智能纺织印染装备行业协会、新乡国家经济技术开发区、江南大学柯桥轻纺产业技术中心等，在展会期间，集中召开中国长丝织造产业供应链大会、中国绍兴纺织新材料论坛、中国轻纺城市场对接会、新乡纺织服装产业主题活动、江南大学2022纺织虚拟仿真与服装数字化技术论坛等行业活动。

其中，第三届中国长丝织造产业供应链大会在8月12日召开，探寻后疫情时代纺织行业创新协同、智慧协同、资源协同的发展良策与解决方案。

中国长丝织造协会会长王加毅在大会主题报告《以协同创新 促双循环发展》中表示，我国长丝织造产业是具有国际竞争优势的纺织产业，是全球化纤长丝织物最大供应国。今年以来，长丝织造行业各主要经济指标仍在持续恢复中，加之原料、用工等成本上涨，利润空间明显被挤压，盈利能力仍未恢复至疫情前水平，企业面临更多挑战，行业平稳运行仍有一定压力。据国家统计局统计，2022年上半年，我国规模以上纺织业及印染精加工营业收入同比增长11.5%，高于纺织全行业整体水平(5.7%)；利润总额同比增长23.2%(纺织全行业利润总额同比减少17%)；利润率为2.9%，较上年同期提高0.28个百分点。

放眼纺织行业，产业供应链非常长，涉及的内容也非常广泛，但正因为如此，机会和突破点也会很多，产业协同带来的全链价值提升空间也非常大。可通过选定中心企业、明确合作原则、主动融入双循环来实现供应链的协同。从而实现自我加压、激发企业内生动力；协作开发新产品，提升市场反应速度；开拓稳定的销售渠道，增强生产经营的计划性；有效控制库存，提高资金运行效率；通过强强联合，增强企业竞争力等五方面成效。

在大会交流环节，多位纺织服装相关领域的专家学者畅谈服装行业现状、发展趋势、数字化应用、低碳环保实践等，为供应链紧密协作的创新发展提供思想启迪与价值引领。TA

“十四五” 集群启征程

策划：《纺织服装周刊》
协办：中国纺织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 23

河南新野县： 向纺织价值链高端挺进

■ 本刊记者_徐长杰 雷蕾

今年上半年，新野县规模以上纺织服装企业实现产值 54.8 亿元，同比增长 18.4%。新野纺织服装产业纱锭规模达 200 万锭，产品远销广东、江苏、福建等 20 多个省市及美国、欧盟、日本等 16 个国家和地区，特别是新纺公司建成投产的 3 万吨针织面料染整项目，打通了全县纺织服装产业染整瓶颈，形成全产业链格局，实现纺织服装产业“质”的飞跃。

纺织服装产业是新野传统优势产业，也是县域工业经济的支柱产业。新野纺织服装产业坚持“提升纺纱、主攻面料、打通印染、发展终端、塑造品牌”的发展思路，着力克服当前新冠肺炎疫情、中美贸易摩擦等不利因素影响，强力开展延链补链强链行动。近年来，新野县委、县政府更是坚持以聚焦制造业高质量发展为主攻方向，做优做强纺织服装主导产业，培育形成了以上市企业新纺公司为龙头的百亿级纺织服装产业。

近日，新野县人民政府党组成员、县先进制造业开发区管委会主任肖星接受了《纺织服装周刊》记者的采访，就新野纺织服装产业发展情况进行了详细介绍。

龙头企业 带动集群步入发展快轨

肖星表示，“十三五”期间，新野县按照“提升纺纱、主攻面料、打通印染、发展终端、塑造品牌”的发展思路，打造了以新纺公司、罗蒙服饰为龙头、62 家企业为群体的纺织服装产业集群。目前，新野县拥有规模以上纺织服装企业 43 家，纱锭规模达 200 万锭，年织布 2.2 亿米，年产服装 1000 万件，棉纺织规模位居全省首位、全国前 20 位，并被中国纺织工业联合会确定为中国棉纺织名城，被河南省政府确定为重点扶持纺织服装产业集群，被国家工信部确定为产业集群区域品牌建设试点单位。2021 年，全县规模以上纺织服装企业完成产值 96 亿元，实现利税 2.6 亿元。

记者了解到，目前新野已经汇聚了新纺公司、河南罗蒙服饰公司、华星科创公司、鹏升纺织公司、康达纺织公司、好事多服装公司等一批规模大、效益好、竞争力强的龙头骨干企业。

骨干企业上马新项目、大项目，更是带动了新野纺织服装产业的进一步转型升级。如新纺公司建设了总投资额 5 亿元的 12 万锭智能纺纱生产线、总投资额 7.5 亿元的 3 万吨高档针织服装面料生产线以

及总投资 5635 万元的服装面料生产线技改、总投资 1.2 亿元的纺纱生产线技改项目；华星科创公司新增 25 万锭特种纱、500 台喷气织机项目，已新上 6 万锭特种纱和 410 台高档喷气织机，6 万锭智能纱项目正在建设；鹏升公司“退城入园”项目已搬迁 6.5 万纱锭、新上 3 万纱锭、30 台大圆织机及 200 万件高档服装生产线；河南罗蒙服饰公司新上了年产 300 万件衬衣和 20 万件羽绒服生产线；壹沙贝尔公司新上了年产 10 万件高档婚纱、礼服生产线；好事多（南阳）服装公司新上年产 600 万件牛仔裤生产线项目；娜瑛服装公司新上了年产 600 万套服装生产线项目等，这些重点项目的实施，延伸完善了纺织服装产业链条。

肖星介绍称，今年上半年，新野县规模以上纺织服装企业实现产值 54.8 亿元，同比增长 18.4%。新野纺织服装产业纱锭规模达 200 万锭，产品远销广东、江苏、福建等 20 多个省市及美国、欧盟、日本等 16 个国家和地区，特别是新纺公司建成投产的 3 万吨针织面料染整项目，打通了全县纺织服装产业染整瓶颈，形成全产业链格局，实现纺织服装产业“质”的飞跃。

产业布局 由单一纺织向终端服装拓展

当然，新野纺织服装产业集群在发展过程中还存在一些个性和共性问题。如核心产品结构相对单一，县内企业的产品多为棉纱、坯布和初级服装等，产品趋同性强，品种相对单一。就整个产业链而言，产业链上游的纺纱、织布等占比较大，产业链下游的服装类企业规模不大、产品附加值较低，极易受到国内行业形势的影响，抵御市场风险能力不强；自主创新能力不强。纺织服装产业的科研技术支撑平台和人才、资本等服务保障体系还不完善，产业层次整体较低，产品研发创新能力相对薄弱。

与此同时，新野也受行业普遍问题的困扰。企业用工短缺、员工老龄化问题突出，融资难、融资贵问题持续存在。二季度以来，国内纺织市场下游消费持续不振，棉花价格大幅下跌，为应对市场的不确定性风险，多数企业基本按单限量生产。

为破解这些难题，新野纺织服装产业对下一步发展厘清思路：

一是明确发展重点。纺纱方面，将大力提升传统棉纺业水平，稳定提升纯棉纱线产品质量，开发棉、化纤以及多种成分混纺的功能性纱线，提高常规纤维优质化和系列化程度。引导企业加快设备更新换代，支持企业采用清梳联合机、紧密纺纱机，全自动络筒机等先进设备；

面料方面，提高面料档次，丰富面料品种，提升纯棉、涤棉混纺、涤棉交织等梭织面料产品质量，积极引进丝光面料、印花针织面料等中高档针织面料项目，重点发展高支高密度的平纹类、斜纹类、小提花类、弹力类产品，加快生产特宽幅高档印染面料。努力开发非织造布、



骨干企业上马新项目、大项目，更是带动了新野纺织服装产业的进一步转型升级。

家用纺织品和产业用纺织品，加快新纺公司新上医用卫生非织造布生产线，引导华星科创加强对家用纺织品的研究。大力推广使用喷气织机、剑杆织机和片梭织机，推进分质用水、中水回用、余热回收、纺织废弃物高值化回用等节能减排降污新技术推广应用，提升智能化、绿色化水平；

印染方面，依托新纺公司发展高水平、规模化针织面料染整，推广涂料染色、数码印花、转移印花等工艺技术，开发散纤维染色、纱线染色等产品，加强生态纺织品的前处理技术、无害染色和印花技术、后整理技术、高档面料的功能性整理技术。积极发挥新纺公司染整印染项目产业链带动力，以中间关键环节带动集聚上下游，大力引进家居服饰、面料服装、床上用品等项目；

服装方面，放大“中国棉纺织名城”品牌效应，突出“以市场带制造，以设计提品质，以引进扩品种”，做大西装、婚纱礼服规模，积极拓展童装、运动服装等领域，鼓励企业与服装设计机构合作加快新品迭代，引导企业依托电商平台发展定制服装。

二是强化要素保障。首先是持续开展政银企对接服务，引导各金融机构创新金融服务，积极协调金融机构加大对纺织服装企业的信贷支持力度。坚持“招工就是招商”的理念，建立纺织服装企业用工情况动态监测机制，常态化组织企业用工招聘会，加强劳务对接，全力做好纺织服装产业用工保障。

其次是坚持先筑巢、再引凤，加快“标准地”出让改革，加快推进 30 万平标准化厂房三期项目建设，真正实现“土地等项目、厂房等企业”。

三是开展好“万人助万企”活动。坚持“企业服务日”和“畅聊早餐会”制度，持续推进“万人助万企”活动深入开展，包联干部要加强对企业的服务，做好企业纾困解难工作，指导企业制定措施，帮助企业克服困难，推动企业稳产增产。同时加强对工业企业疫情防控督导，落实人物环境同防，严格执行隔离、检测、消毒消杀等措施，实现全链条、全方位、全过程闭环管控，严防疫情输入。

与此同时，新野县还将强力实施品牌带动战略，深入开展“质量标杆进企业”活动，在企业中推行卓越绩效管理模式，引导支持企业增品种、提质量、创品牌，推动产业链完善和价值链提升，进一步打响“中国棉纺织名城”金字招牌。

如今，新野县进一步健全了纺织服装产业链长制工作机制，由县级领导干部牵头，深入梳理整个产业链发展现状，绘制产业链图谱和招商图谱，大力开展招商引资“一号工程”，先后引进罗蒙服饰、好事多牛仔服装、汉帛羊毛纱、壹沙贝尔婚纱、佰信服饰等一批服装生产项目，补齐产业链中的服装加工短板，加快了由纺织大县向纺织服装大县的转变。

形成更强创新力 打造更强产业链

如今，“十四五”已快过半，新野纺织距高质量发展新阶段的目标也越来越近，肖星表示，“十四五”时期，新野纺织将循序渐进走过三个时期：

产业突破期。随着“两轮两翼”战略的深入实施，纺织服装、农副产品加工等传统产业改造升级不断推进，光电电子信息、玩具制造等新兴产业大力发展，以肉牛、蔬菜为核心的现代农业将得到有效提升，以农村电商为特色的现代服务业快速发展，具有新野特色的现代产业体系将基本形成。

潜力释放期。新野品牌、生态、人文等资源丰富，这些资源优势将随着经济社会发展以及交通条件改善，其价值将得到充分显现，更多的市场主体将把新野作为战略性布局的重要选择，潜在的优势将真正变成现实的发展优势。

区位变革期。郑渝高铁全线建成通车，新野正式迈入“高铁时代”，区位条件将发生根本性变化。这有利于新野加快融入大郑州都市区、南阳大城市建设，深度接轨成渝经济圈，吸引更多的资金、信息、人才等资源流入，有利于提升在区域经济竞争合作中的地位。

《新野县国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》明确提出，要推动全县制造业迈向中高端，坚持高端提升和低端优化并重，聚焦“三主三高”重点产业领域，推动产业价值链不断优化和产品层次提升，大力发展“新野智造”、“新野精造”、“新野新造”，增强产业核心竞争力，推动新野制造业实现新跨越。着力做大做强纺织服装主导产业，坚持按照“拓展纺纱、提档面料、提升服装、塑造品牌”的发展思路，突出纺纱、面料、印染及服装 4 个重点建设领域，大力引进实施功能性纱线、面料、家纺、服装等产业链项目，以新纺公司、罗蒙服饰、华星科创为龙头，加大技术改造、装备提升、科技攻关、产品研发力度，实施高端化、智能化、绿色化、服务化改造，全面提升产业链整体竞争力，加快实现纺织服装产业提质发展，重塑产业创新力、竞争力。

未来，新野将继续深入研究制定产业发展规划，绘制产业链图谱和招商图谱，延链补链强链，推动骨干企业从供应商向集成商转变，形成更强创新力、更高附加值的产业链，构筑水平分工、垂直整合、协同创新的链式发展格局，培育更多的专精特新、单项冠军、“瞪羚”企业和“独角兽”企业，力争到 2025 年，纺织服装产业总产值达到 200 亿元规模，打造全国有影响的现代轻纺新城。17A





2022 中国面料之星
参评企业产品系列报道 (十一)



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。

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。

无锡恒诺纺织科技有限公司



面料名称：锦逸彩长条麻灰汗布
原料成分：N83.9%、SP16.1%
产品特点：高密单面织机织造，面料轻薄透气，手感爽滑，亲肤凉感，应用一隔一方式织造，形成长条形时尚麻灰风格，适合夏季T恤。
应用领域：男装、女装



面料名称：锦逸彩高弹夹层
原料成分：Nylon 70%、SP30%
产品特点：高密双面织机织造，锦纶材料结合高氨纶比例的应用，赋予面料柔滑细腻手感，和极致的弹性及回复性能，面料弹性及回复性均能达到针织瑜伽服行业标准优秀品要求。
应用领域：男装、女装

居上方工作室



面料名称：服装家纺特种褶皱 1
原料成分：P100%
产品特点：雪纺面料质地轻薄透明，手感柔爽富有弹性，外观清淡雅洁，具有良好的透气性和悬垂性，穿着飘逸、舒适。很适合拼接做女装和女裙、服装饰品。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装



面料名称：服装家纺特种褶皱 2
原料成分：P100%
产品特点：丽丝绒舒适亲肤且有丝滑的触感，是生产服装以及坐垫的优质材料，面料紧密厚实耐磨，织物不易破损也不容易起球和缩水。经过手工编织，使面料呈现出不一样的精致感，花型成型后，再经过复合使花型不容易变形。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装

北京花香麻生物科技发展有限公司



面料名称：茶棉混纺半漂
原料成分：茶纤维 45%、棉 55%
产品特点：靠茶纤维湿法纺丝技术的先进性。茶纤维长丝应用领域与市场需求对标芳香型织物面料、芳香饰品等高附加值产品，可与其他纤维混纺，赋予高价值的同时，降低应用成本。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



面料名称：红茶古罐
原料成分：茶纤维 35%、聚酯 65%
产品特点：采用茶叶全组分湿法纺丝，纯物理作用解纤纳米化和物理交联纤维重组产生茶纤维长丝。无需纤维素提纯、溶解、再生的复杂工艺。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装

连云港鹰游新立成纺织科技有限公司



面料名称：灰白渐变鱼鳞绒
原料成分：涤纶超无光扁平 FDY 75/36
产品特点：白坯剖幅成鱼鳞形状，达到常规后整理剪花效果，节省工序，解决能源，仿真效果好，产品柔软舒适，保暖抗皱。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



面料名称：高低毛水貂绒
原料成分：超无光扁平 FDY 75/36
产品特点：仿真毛面料，平滑细腻，舒适保暖。高低毛效果使面料更加高端大气，背面可复合各种面料，如法兰绒，双面效果更加适应市场。
应用领域：男装、女装、休闲装

苏州金尚豪纺织有限公司



面料名称：甜蜜果
原料成分：P100%
产品特点：此款面料用最简单的原料搭配非常组织，采用整浆并穿扒等工艺在多臂机上织造而成。
应用领域：休闲装

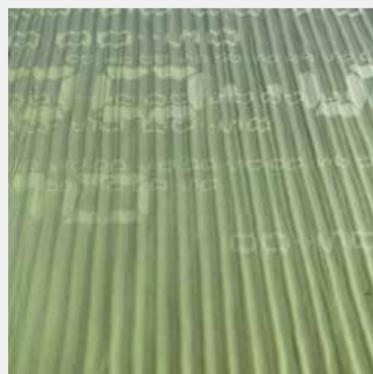


面料名称：伯伦菲
原料成分：P100%
产品特点：采用整浆并穿扒等工艺在平机上织造而成，半光低弹丝和钻石丝按比例交织而成，形成一个钻石格子，面料轻薄清爽，挺括，悬垂性好。
应用领域：休闲装

绍兴乾通纺织有限公司



面料名称：鲨鱼皮
原料成分：面 PU100%、底 T100%
产品特点：皮革印花起皱工艺+夜光通道印花工艺，两块面料给人截然不同的感觉，同时防水、防绒、免洗，色彩亮丽。
应用领域：男装、女装、童装



面料名称：春亚纺
原料成分：T100%
产品特点：价格实惠，可塑性强，胆布、面布都可以用。
应用领域：男装、女装、童装

绍兴市柯桥区米尚纺织品有限公司



面料名称：2160
原料成分：C75%、N21%、SP4%
产品特点：采用优质长绒棉纱与锦氨包芯纱交织，肌理清晰，挺括度高，特色经弹梭织，不仅适合做各种休闲运动时装，还有修身的效果，不易变形。
应用领域：女装、休闲装、童装



面料名称：0216
原料成分：醋酸 57%、天丝 43%
产品特点：采用美国伊士曼三醋酸与兰精天丝交织，有真丝的亲肤性，色彩鲜艳，清凉透气，质感饱满垂坠，不起静电不起球，适用于职场通勤、时装、休闲服装，高级质感。
应用领域：女装、休闲装、童装

浙江美欣达纺织印染科技有限公司



面料名称：水墨江南
原料成分：莱赛尔 50%、棉 50%
产品特点：采用天然棉纤维与源自森林的莱赛尔纤维相结合，面料环保，经过特殊染整工艺处理，使得面料轻薄紧密，柔软飘逸，布面叠加水墨印花，突显江南水乡韵味，更具中国风味。
应用领域：女装



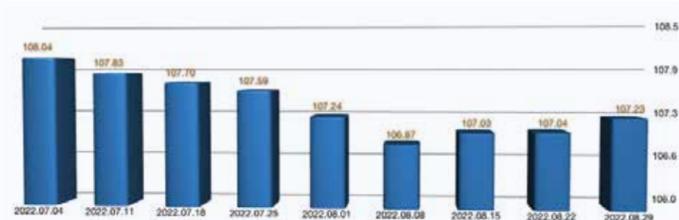
面料名称：万花筒
原料成分：粘胶 70%、莱赛尔 30%
产品特点：纤维的特性使得面料柔软悬垂，飘逸，亲肤透气，有很好的吸湿性，结合新型的数码技术，赋予面料科技感风格，画面新颖，立体感强，视觉效果突出。
应用领域：女装

市场营销环比推升 价格指数小幅上涨

20220829 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220829 期纺织品价格指数收报于 107.23 点, 环比上涨 0.18%, 较年初下跌 0.34%, 同比下跌 0.86%。

总价格指数



近期, 中国轻纺城市场营销环比推升, 其中: 原料市场价量环比小跌, 坯布市场价量环比推升, 服装面料市场布匹价量小幅回升, 家纺类产品成交价量环比小升, 辅料价量环比上涨。

原料价量环比小跌, 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 84.74 点, 环比下跌 0.12%, 较年初下跌 4.32%, 同比下跌 5.72%。

聚酯原料稳涨互现, 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 6285 元/吨, 环比上涨 220 元/吨左右; MEG 主流 3997.5 元/吨, 环比上涨 107.5 元/吨左右; 聚酯切片市场报价基本稳定, 江浙地区半光切片现金或三月承兑 7075 元/吨左右, 环比持平。近期, 萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨, POY 报价 7980 元/吨, 环比上涨 50 元/吨左右; DTY 报价 9450 元/吨, 环比上涨 150 元/吨左右; FDY 报价 9050 元/吨, 环比上涨 100 元/吨左右。下游纺企刚需补货的同时追加了部分原料备货, 对涤纶价格形成支撑, 萧绍地区涤纶价格环比上涨, 短期行情延续偏强走势。从目前需求终端来看, 纺织服装消费仍显有限, 维持刚需为主。终端织造订单方面仍显不足, 对原料备货保持谨慎。近期, 涤纶短纤价格环比上涨, 江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 7550 元/吨, 环比上涨 100 元/吨。纯涤纱市场报价环比下跌, 32S 纯涤纱报 11600 元/吨左右, 环比下跌 80 元/吨; 45S 纯涤纱报 12700 元/吨左右, 环比下跌 100 元/吨。

纯棉纱价格环比下跌, 人棉纱价格基本稳定。近期, 萧绍地区纯棉纱市场报价环比下跌, 销售局部仍显低迷。气流纺 10S 纯棉纱报价 15650 元/吨, 环比下跌 130 元/吨; 普梳 32S 纯棉纱报价 23600 元/吨, 环比下跌 520 元/吨; 精梳 40S 纯棉纱报价 25950 元/吨, 环比下跌 550 元/吨。纯棉纱市场行情继续下滑, 价格环比下跌, 出货氛围继续偏弱, 纺企库存压力依然较大, 下游需求仍显低迷。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 14600 元/吨左右, 环比持平。人棉纱价格基本稳定, 30S 人棉纱报价 17800 元/吨左右, 环比持平; 40S 人棉纱报 19000 元/吨左右, 环比持平。

坯布行情环比推升, 价格指数环比上涨

据监测, 本期坯布价格指数收报于 125.27 点, 环比上涨 0.75%, 较年初上涨 3.08%, 同比上涨 2.83%。

近期, 市场营销环比推升, 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。坯布市场继续呈现环比推升行情, 坯布交投环比增加, 纺织企业整体开机率环比增加。其中: 化学纤维坯布现货成交和订单发货明显推升, 价格指数呈一定幅度上涨走势, 涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比推升; 混纺纤维坯布行情明显推升, 价格指数呈一定幅

度上涨走势, T/C 涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比推升, 拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比回升, 价格指数小幅上涨

据监测, 本期服装面料价格指数收报于 117.04 点, 环比上涨 0.10%, 较年初上涨 0.35%, 同比上涨 0.20%。

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, 连日成交环比小涨。近期, 高温酷暑天气有所缓和, 对口客商入市认购环比增加, 创新面料市场成交环比回升, 秋季新风格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: 涤纶面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、粘胶面料、锦棉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。

家纺市场环比回升, 价格指数环比小涨

据监测, 本期家纺类价格指数收报于 101.87 点, 环比上涨 0.11%, 较年初上涨 0.01%, 同比上涨 0.22%。

本期家纺类价格指数环比小涨。近期, 轻纺城家纺市场行情环比回升, 整体市场价格环比小涨。创新色洋花型面料现货成交量和订单发货量环比回升, 兼具时尚元素的创意产品现货成交和订单发货环比增加, 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, 拉动家纺类总体价格指数环比小涨。

市场行情环比回升, 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 135.08 点, 环比上涨 0.30%, 较年初上涨 3.34%, 同比上涨 2.89%。

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环比回升, 因下游企业备货环比增加, 市场成交逐日增量, 现货成交和订单发货呈现环比回升走势, 价格指数环比上涨。带类行情明显回升, 价格指数呈一定幅度上涨走势; 衬料类行情明显推升, 价格指数呈一定幅度上涨走势; 线绳类行情环比回升, 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升走势。后市内销市场营销将环比小增, 市场内许多供应商打样下单将继续增加, 轻纺城传统市场将逐日出淡, 实质性订单将继续小增。外贸市场也将继续小增, 尤以秋冬面料订单增加为主。产业链终端的纺织企业受成品库存较高及销售回款周期拉长影响, 导致资金压力加大。后市创新面料价格维持震荡上行的可能较大。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



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能力提升等提供数据支撑。

●数据采集和整合 ●数据存储和计算 ●数据分析和挖掘 ●数据展示和应用

数据平台建设、云 ERP/ERP、MES、纺织工业数据、相关政府部门统计数据、进出口数据、产业集群数据、纺织服装上市公司数据、电商数据……



充分发挥中国纺织服装大数据中心的平台作用, 推动纺织服装行业数据汇聚, 促进产业链、供应链数据融合, 形成产业集群、省市、全行业基础大数据库, 为政府、产业集群、纺织服装行业、企业提供数据分析、数据大屏展示、数据平台建设、解决方案推广、产融合作、供需对接等服务。

商务合作:
中国纺织工业联合会信息化部

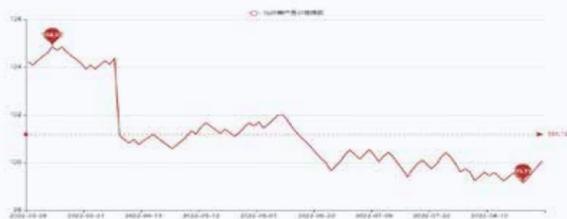
王先生 010-85229046 13811957097
宋女士 010-85229513 13683184867
吴女士 010-85229541 13910583128

市场走货氛围好转，化纤指数小幅上涨

2022年8月22—26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涨。其中，化纤总指数收盘于100.06点，与上周相比上升了0.69点；化纤面料价格指数小幅上升，收盘于100.05点，与上周相比上升了0.64点；化学纤维价格指数小幅上升，收盘于109.72点，与上周相比上升了0.8点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上涨，收盘于107.52点，与上周相比上升了0.26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

本周化纤面料价格指数小幅上升，收盘于100.05点，与上周相比上升了0.64点。从中国绸都网监测的样本企业看出，本周面料销售较上周小幅攀升，市场整体走货氛围略有好转。斜纹绸、舒美绸、涤美丽等里料销量上升，T400、塔丝隆、桃皮绒等面料也较为热销，随着销量的回升，后期价格也有抬升的空间。

里料行情：本周虽然里料市场成交量小幅攀升，但市场整体价位显得平稳。从里料常规平纹织物市场价格走势看，具有代表性的170T半弹春亚纺和170T涤塔夫价格分别为1.43元/米、1.28元/米，维持上周价位水平。“涤塔夫”系列在本周内出货量有所放大，主要体现在190T、210T上，市场走俏，价格平稳。斜纹绸、舒美绸、涤美丽市场出货量有上行势头，其中，喷水美丽绸在需求拉动下，布价出现上翘。

提花、提格里料报价依旧平稳，但是新品种已开始露面。“尼丝纺”和“锦涤纺”类中里料产品，近阶段市场交易量表现平稳，而“尼丝纺”报价平稳，实际成交价格略有相让，其中210T“尼丝纺”价格在3.38元/米左右。从交易动态看，近来市场上防水雨具面料出货顺畅、交投活跃，产品主要销往武汉、常熟、常州、杭州等地。据调查，目前里料市场供大于求，里料坯布库存较多。从里料市场总体行情看，里料价格运行平稳，但是目前原料价格有震荡下行，从成本角度看，下游织造生产微利或接近保本线，目前的里料销售虽有上升，但是行情转旺尚需时日。预计下周里料行情将维持平稳。

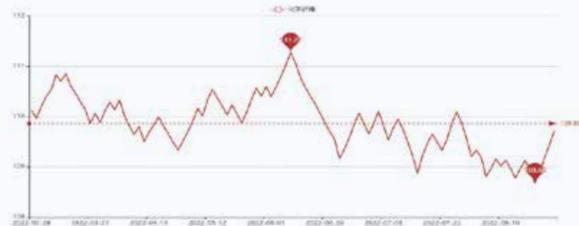
面料行情：本周外贸订单批量性不多，内需市场正处在季节交替阶段，市场热点产品开始显露，T400面料客商颇感兴趣。其中，消光T400破卡面料深受众多客商垂青。“塔丝隆”系列面料和涤锦桃皮绒销售也可以，其中，格子、提条塔丝隆面料市场较为热销。海岛丝梭织麂皮绒系列面料目前销售量放大，而针织经编面料的麂皮绒近来销售乏力。全弹春亚纺、全弹桃皮绒在本周内有所表现，而拉动其涤纶DTY75D/72F网络丝销量放大。色丁系列面料销售在上周呈现放量迹象，而水洗绒产能增长销售受阻。仿真丝面料除了佐幪麻、雪纺（宽幅）市场动销外，大部分品种销量持续回落。目前面料外贸订单略有增加，但单一批量性不大。预计面料整体行情以平稳态势为主，但是T400系列面料在持续畅销之下，估计价格将有上抬趋势。

从商务部盛泽指数可以看出，下游织造企业开机率小幅回升。随着高温放假、限电等情况有所缓解，部分工厂重新开机，且订单有所松动，本周开机率回升至60.4%。本周市场订单部分释放，外贸订单好转明显，内销市场打样增加，因此坯布库存小幅下降至36.7天左右。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格小幅上升，收盘于109.72点，与上周相比上升了0.8点。

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



本周国际油价先涨后跌。由于主要产油国可能减产、伊核协议重启进程不畅、俄罗斯出口中断以及美国炼油厂部分关闭，供应紧张担忧加剧。此外，沙特能源大臣表示，石油输出国组织及其盟友(OPEC+)必要时将通过减产来捍卫价格。截至8月26日收盘，纽约商品交易所10月交货的轻质原油期货价格下跌2.37美元，收于每桶92.52美元，跌幅为2.50%；10月交货的伦敦布伦特原油期货价格下跌1.88美元，收于每桶99.34美元，跌幅为1.86%。

PTA方面，本周PTA价格先涨后跌，目前PTA主流报价在6200—6300元/吨左右自提。本周原油价格大涨，带动了PTA价格上涨，但目前PTA去库存情况减弱，PTA开机率出现反弹，预计PTA市场未来或转为弱势。

乙二醇方面，本周乙二醇价格小幅上涨，目前主流报价在4000—4100元/吨之间。乙二醇开机率持续下滑，库存缩减，未来整体走势走强。

涤纶长丝方面，本周涤纶价格小幅上涨。本周原油方面有所回升，PTA方面价格大幅上升，因此涤纶长丝跟随上游波动，小幅上升。

开工率方面，PTA平均开工率在70.79%，较上周上涨了2.79%；聚酯方面，聚酯平均负荷为81.6%，较上周上升0.99%。本周因气温有所回升，部分高温放假厂家重新开工，织机开机率有所回升。近期织造开机率在60.4%左右。

产销方面，本周涤纶长丝有所好转，23日出现产销超百行情，其余时间产销多在3—5成。

库存方面，根据中国绸都网统计数据来看，现如今聚酯市场整体库存集中在25—29天；具体产品方面，POY库存至25—29天，FDY库存至19—28天，而DTY库存则至23—28天。

蚕茧丝绸市场行情分析

蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上涨，收盘于107.52点，与上周相比上升了0.26点。本周各茧丝指数均略收红，现货面上，各等级生丝整体持稳运行。买卖双方各持理由，交易态度都不算太积极，等待全国秋茧规模上市的情况。条吐前期价格都很稳定，近期反映条吐价格上涨，绢丝市场仍较好。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 微生慧
扫描二维码 获取下载数据APP



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

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

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

自1997年至今，科技教育公益活动支出超1亿元，对促进纺织科技教育事业起到了积极的推动作用。

宗旨 科技进步 人才成长 产业升级



纺织之光
微信公众号



纺织之光科技推广
云平台网站



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY
主办单位



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 张灼璋 13691474950



面料之星二维码

关注面料之星公众号，了解更多