

# 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

2022.10.10 | 第37期 | 总第1093期

 柯桥·中国轻纺城 专版



P12  
放眼未来：  
拥抱变局，全力打造  
“国际纺都、杭绍星城”

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](http://www.taweekly.com)

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



SHENGZE FASHION

SHENGZE FASHION

2022 The 11<sup>th</sup>  
Jiangsu (Shengze) Textile Expo

第十一届  
江苏(盛泽)纺织品博览会

10/25-10/27 | 盛泽国际会展中心 |

咨询热线: 0512-63599692

第十一届  
江苏(盛泽)  
纺织品博览会  
The 11<sup>th</sup> Jiangsu (Shengze)  
Textile Expo



# 2022 中国·绍兴柯桥 纺织辅料/后整理展 TEXTILE ACCESSORIES/FINISHING

11月11日-13日  
绍兴国际会展中心

LATE OCTOBER EARLY NOVEMBER  
SHAOXING INTERNATIONAL CONVENTION  
AND EXHIBITION CENTER

与2022中国绍兴柯桥国际纺织品  
博览会(秋季)、绍兴纺机展、服装  
供应链展等多展联办展出

展位全额补贴  
多展联合举办

主办单位：浙江中国轻纺城集团股份有限公司  
承办单位：绍兴市柯桥区金柯桥展会有限公司



TEL (0575) 8552-8517/8552-8590/8552-8562

## 《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



# 纺织服装周刊

TEXTILE & APPAREL WEEKLY

2022年10月10日出版 第37期 总第1093期

主管：中国纺织工业联合会  
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

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  
廖小萱  
美编 郭淼

## 融媒体中心

总监 墨影  
资深摄影 关云鹤  
美编 李举鼎  
编辑/记者 许依莉

## 市场发展中心

总监 万晗(兼)  
副总监 章简  
媒介主管 雷蕾  
客户经理 张灼瑄  
武筱婷

## 品牌推广中心

总监 吕杨  
副总监 罗欣桐  
主任 王振宇  
执行专员 裴鑫榕

## 浙江运营中心

总监 赵玲玲  
副总监 赵国玲  
副主任 郭莹颖  
主任助理 王利

## 行政管理中心

总监 崔淑云  
副总监 黄娜  
办公室  
主任 黄娜(兼)  
副主任 刘萍  
财务部  
主任 崔淑云(兼)  
专员 张艳

## 热线电话

总编室: 010-85229395 新闻热线: 010-85229379  
发行热线: 010-85229023 传真: 010-85229422

国际标准刊号: ISSN 1674-196X 国内统一刊号: CN11-5472/TS

广告发布登记通知书号: 京东工商广登字20170146号

出版单位: 《纺织服装周刊》杂志社有限公司

地址: 北京市东城区东四西大街46号院(100010)

定价: 每期人民币12元

日本合作媒体: 纤维News

印度合作媒体: Inside Fashion

欧洲合作媒体: Textile

台湾地区合作媒体: 纺织时报

承印: 北京晟德印刷有限公司

## 本刊声明

本刊已许可中国知网、超星期刊域、博看网、龙源期刊以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含上述平台著作权使用费, 所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议, 请在投稿时说明, 本刊将按作者说明处理。

# 目录 CONTENTS

## 06 资讯 Infos

中国服装原创设计基地首秀出圈  
“十四五”期间在全国认定200个左右集群  
传统织染绣艺术与生活展即将亮相苏州盛泽  
掀起手编创意、创新、创业层层浪潮



## 08 特别报道 Special

聚焦气候变化与可持续的全球纺织价值链  
中国大陆三项目荣获首届国际纺联奖

## 12 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

放眼未来: 拥抱变局, 全力打造“国际纺都、杭绍星城”  
扩大“朋友圈”, 推动柯桥深度融入世界纺织发展格局  
观展破百万! 孔雀云展·国潮国风面料专场圆满收官  
“经纬大师”史艳走进柯桥纺企深入交流对接  
服装市场正式启动直播电商基地建设

## 16 关注 Attention

聚焦纺织业 ESG 建设 共创时尚可持续未来  
面向未来的生力军, 2022 中国服装成长型品牌在常熟发布

## 21 化纤 Industry

产量突破 2 万吨! 超高分子量聚乙烯纤维保持良好态势

## 22 印染 Industry

与行业同频“绿”动

## 23 品牌 Brand

波司登重新定义“轻薄羽绒服”

## 24 指数 Index

秋市营销震荡回缩 价格指数小幅下跌  
原油价格急跌 化纤指数小幅下跌

## 每周随笔

# 百事得其道者成

制造业是国家经济命脉所系。近日, 在安徽省合肥市举办的 2022 世界制造业大会上, 一系列国内外制造业领域的创新成果密集发布展示, 其中不乏来自纺织领域的科技创新。

中复神鹰碳纤维股份有限公司展出的碳纤维材料就吸引了观众好奇的目光。在“专精特新”展区, 一种能提取纤维素的漆棉分离技术令人印象深刻, 安徽省天助纺织科技集团股份有限公司开发的这项成果, 能将废旧衣物、边角料中的纤维素提取出来, 重新制成吸音板、湿中等, 减少了纺织行业污染和浪费。在吉祥三宝高科纺织有限公司展台, 一个小实验让许多观众驻足体验, 它展示了一块看似普通的面料, 却能既隔绝雨水又轻薄透气; 现场还展出了极寒热力绒、高保暖仿生材料等, 据悉, 极寒热力绒的直径远低于普通纤维, 能吸收、储存外界环境的热能, 再转化作用于人体, 实现快速升温效果。

在大会举行的十余场论坛中, 纺织服装产业发展论坛是为数不多的行业性论坛, 可见纺织服装在制造业中的重要地位。

透过世界制造业大会这扇窗口, 中国纺织业实现高质量发展的“新脉动”愈发强劲有力, 也为世界纺织业分享了更多机遇。

与此同时, 远在瑞士小镇达沃斯, 国际纺织制造商联合会 2022 年会成功举行。国际纺联主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲率领由 30 人组成的中国纺织代表团与会, 年会从“云端”回归“线下”, 体现着各国纺织界推动产业发展的意愿、共识与信心。

两年前, 孙瑞哲当选国际纺联主席, 他对世界纺织同仁说, 人类今天享有的繁荣, 是建立在文明进化、技术进步、历史智慧的基础上的。我们必须顺应趋势, 以更加开放务实的态度开展工作。在一起, 我们能将这项事业完成。

两年来, 全球纺织展现出产业链供应链的强大韧性与活力, 一组数据足以说明: 2021 年, 天然纤维、人造纤维和纺粘非织造布纤维市场规模增长 3.7% 至 1.271 亿吨; 世界天然纤维、人造纤维产量以 4.6% 的 3 年最快增速达到了 1.185 亿吨, 其中人造纤维增长 8.8% 至 8820 万吨。

国际纺联认为, 孙瑞哲在国际纺联主席职位上, 给予了堪称楷模的领导, 发挥了非常重要的作用, 带领各国纺织业界走到一起。因此, 国际纺联管理委员会会议经表决, 全票通过将现任国际纺联主席孙瑞哲的任期延长一年。

这项重要决定, 不仅是对孙瑞哲个人领导能力的认可, 也是对中国纺织业的认可, 这是中国纺织业的骄傲。

孙瑞哲在大会致辞中, 引用了一句古语, “万物得其本者生, 百事得其道者成”。这句话出自西汉史学家刘向的《说苑》, 大意是说: 世间万物, 只有保住根本才能生长; 一切事情, 只有符合道义才能成功。孙瑞哲借此强调开放合作才是推动全球纺织行业可持续发展的人间正道, 而这正是中国纺织业走向世界巅峰之“道”。

郭金



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

## View point / 产经看点

央行日前发布的报告显示, 人民币国际化各项指标总体向好, 人民币支付货币功能稳步提升, 投融资货币功能进一步深化, 储备货币功能不断上升, 计价货币功能逐步增强。

——人民日报

国家发展改革委近日发布数据, 2021 年, 中部和西部地区生产总值分别达到 25 万亿元、24 万亿元, 比 2012 年增加 13.5 万亿元、13.3 万亿元, 中西部地区经济增速连续多年高于东部地区, 区域发展相对差距持续缩小。

——经济日报

今年前 8 个月, 我国制造业贷款新增 3.7 万亿元, 增量为去年同期 1.8 倍。金融对实体经济重点领域和薄弱环节的信贷支持不断加强。

——银保监会

根据近期国际市场油价变化情况, 按照现行成品油价格形成机制, 即日起, 国内汽、柴油价格每吨分别降低 290 元和 280 元。

——国家发改委

人力资源社会保障部、财政部近日联合印发《国家级高技能人才培训基地和技能大师工作室建设项目实施方案》, 从 2022 年至 2025 年, 拟重点支持建设 400 个以上国家级高技能人才培训基地和 500 个以上国家级技能大师工作室。

——新华网

Focus / 聚焦

# 中国服装原创设计基地首秀出圈

## 2022 世界制造业大会举办纺织服装产业发展论坛

9月20—23日，2022世界制造业大会在安徽省合肥市举办。21日下午，本次大会重要的产业发展论坛——纺织服装产业发展论坛在瑶海区的中国服装原创设计基地会展中心召开。

论坛由中国纺织工业联合会指导，安徽省经济和信息化厅、合肥市人民政府主办，安徽省纺织行业协会、合肥市经济和信息化局、瑶海区人民政府承办。工信部、中国纺织工业联合会、安徽省、合肥市、瑶海区相关部门负责人，以及东华大学、北京服装学院等有关专业院校的专家学者，全国纺织服装行业企业代表，中国著名服装设计师、工艺美术大师等纺织业界人士参加本次论坛。与会人士围绕论坛“时尚赋能·原创赋能”主题，多维度全方位探讨全球纺织服装产业发展趋势，探寻数字技术赋能时尚产业转型升级路径。

会上，中国纺织工业联合会秘书长夏令敏，中国服装设计师协会副主席、东华大学教授卞向阳，设界科技集团董事长陆平一分别就推动纺织行业高质量发展、数字时代时尚产业的创新发展、原创设计赋能产业升级作主题演讲，引发行业企业的广泛共鸣。主办方表示，论坛旨在深入贯彻落实长三角一体化发展、中部地区高质量发展、“一带一路”建设等国家战略，结合2022世界制造业大会“制造世界、创造美好”主题，围绕纺织行业“科技、时尚、绿色”新定位，探讨增强产业创新能力，优化产业结构，助力纺织服装产业高质量发展和高水平合作，推动纺织服装产业数字化、网络化、智能化、绿色化发展。

作为本次论坛承办地的中国服装原创设计基地，本身就是安徽纺织服装产业蓬勃发展的成果和典型代表。基地所在的瑶海区作为合肥乃至安徽首屈一指的服装产业集聚地，近年来将合肥城市地标合肥火车站站前路一条街专业市场打造成安徽时尚街区，再以街区为基地打造中国服装原创设计基地。基地将通过整合纺织服装产业资源和要素，聚合



论坛多维度全方位探寻数字技术赋能时尚产业转型升级路径。

产学研专业力量，打造集设计、生产、展示、销售为一体的纺织服装产业集聚中心、城市品质生活中心、时尚潮流展示中心，引领安徽服装产业走向更高舞台和更广大天地。

出席本次论坛的纺织服装企业中，“皖军”力量令人关注。“没想到家乡的时尚产业、原创设计产业、原创品牌发展如此迅速，中国服装原创设计基地必将是一张代表安徽原创的名片，更是合肥的时尚封面。”中国十佳时装设计师杨子作为原创设计师代表出席论坛，当即达成合作意向。杭州星泽时装有限公司董事长邵龙松、杭州晨禾时装有限公司总经理程彬也均是纺织服装制造的“皖军”代表，此次均签约入驻中国服装原创设计基地，希望今后“背靠家乡走向世界”。

本次论坛成果丰硕，发布了2022年安徽省纺织服装企业50强，一批纺织服装院校与瑶海区达成产学研合作协议，中国服装原创设计基地先后与一批优质服装企业签署设计中心入驻协议，与一批安徽省工艺美术大师（名人）签署入驻协议，与一批国内优秀服装设计师代表签署入驻协议。签约设计师杨子还带来了中国服装原创设计基地的首场原创时装作品秀。（关堂所 解晓一）

## 传统织染绣艺术与生活展即将亮相苏州盛泽

日前，记者了解到，“锦绣中华 丝韵江南”传统织染绣艺术与生活展系列品牌活动将于10月25日—11月5日在盛泽举行。

该项活动作为中国苏州江南文化艺术·国际旅游节首次设置的“丝韵江南”板块重点活动，聚焦“锦绣中华 丝韵江南”传统织染绣艺术与生活展、“锦绣中华 时尚绸都”振兴传统工艺论坛两大部分，汇集全国优秀传统织染绣印染技艺精品，同时展开与江南文化对话，挖掘“丝绸”这一名片的深度内涵，扬起“江南丝绸文化”在全国传统织染绣行业的龙头，助力长三角文化产业集群的高质量发展。

与展览配套的“锦绣中华 时尚绸都”振兴传统工艺学术论坛，将延续“锦绣中华”品牌活动惯例，结合当地特色资源，聚集多领域嘉宾参会，共同探讨展览地区的传统织染绣与服饰文化发展。值得一提的是，论坛活动将在当地先蚕祠召开，并作为江南文化艺术节的一个重要主题日活动。

据悉，展览活动将以“锦绣中华”携手“江南文化”为契机，实现优质平台的双向赋能、品牌打造，探索纺织类非遗与现代时尚生活深度融合的新路径、新样本、新天地。（刘强）

## “十四五”期间在全国认定200个左右集群

日前，工信部发布《促进中小企业特色产业群发展暂行办法》，提出“十四五”期间，在全国范围内认定200个左右集群，引导和支持地方培育一批省级集群。

《办法》规定了集群的认定标准，即须满足具有较强核心竞争力、优质中小企业梯度培育成效显著、产业链供应链协作高效、协同创新能力较强、数字化转型效果明显、绿色化发展水平较高、开展高水平开放合作、治理和服务能力较强等八方面的要求。

《办法》还提出，各级中小企业主管部门重点围绕六个方面开展集群培育工作。一是提升集群主导产业优势，要精准定位集群主导产业，有针对性地固链强链补链延链；二是激发集群创新活力，构建多层次集群创新平台，集成和开放创新基础设施和服务资源；三是推进集群数字化升级，加强集群新型信息基础设施建设，建立健全工业互联网安全保障体系；四是加快集群绿色低碳转型，优化集群能源消费结构，推广清洁能源应用；五是深化集群开放合作，支持集群积极参与“一带一路”建设，深化人才、技术、资本、资源等合作；六是提升集群治理和服务能力，加强集群公共服务体系建设，丰富服务内容，提升服务质量，强化服务考核，建立“共商、共建、共享、共赢”的集群治理机制等。（贾磊）

Scene / 现场

# 掀起手编创意、创新、创业层层浪潮

## 第六届“雪莲杯”羊绒手工编织创意邀请赛落幕

近日，第六届“雪莲杯”羊绒手工编织创意邀请赛决赛在北京雪莲·亮点文创园落幕，入围“穿着类”和“家居生活类”两大组别的选手作品同场角逐金、银、铜奖以及最佳工艺奖和最具商业价值奖。

第六届“雪莲杯”羊绒手工编织创意邀请赛由北京服装纺织行业协会、北京时装设计师协会、北京时尚控股有限责任公司联合指导，北京市旅游行业协会支持，北京雪莲集团有限公司、北京时装周有限责任公司主办。作为2022北京时装周官方赛事活动，本届大赛自5月中旬启动，共收到来自全国近300家服装院校、行业内企业及人才、独立设计师以及从事手编工艺的民间艺人（团体）等报送的1286份参赛作品，参赛规模和作品水平达到历届之最。

“雪莲杯”手编大赛以文化、时尚和技艺为精神内核，通过创意创新，充分融合羊绒材质的手工编织技艺，六年来，收获了越来越多场景化、系列化、符合当代美学价值的编织创意作品，今年的决赛作品更是赢得了评委们的高度评价。

从一朝举旗到六载深耕，从独树一帜到国内一流，从技艺比拼到市场转化，“雪莲杯”手编大赛的商业化成果有目共睹，掀起全国手编创意、创新、创业的层层浪潮。对此，专家评委分析说，近几年有温度的手编产品之所以越来越受欢迎，离不开手工艺能抚慰快节奏生活产生的焦虑情绪，带给消费者从手到心的美好体验，将愉悦融入生活场景，大赛解

化的文创产品得以拥有更好的商业价值和市场魅力。

据雪莲集团有关赛事负责人介绍，经历六年的积累和两年的商业化试水，赛事文创产品落地服贸会、首钢园、北京时装周时尚北京展、财富购物中心……大赛优秀作品和文创产品逐渐趋于成熟，未来将会有更多融入雪莲品牌文化的文创产品、手编饰品、家居生活用品与消费者见面，让越来越多的人喜爱手编，感受手编文化带来的享受。

不仅如此，大赛也越来越多地受到时尚业界的持续关注和追捧。2022北京时装周首秀“雪莲·房莹高级定制”发布会上，设计师房莹在服装中创造性地加入了手编工艺，设计并邀请大赛获奖选手李意芳合作完成，手编元素与发布会高定服装相得益彰，更加凸显了传统文化、匠心工艺与现代时尚的完美交融。9月16日，设计师刘薇在《有凤来仪》主题大秀上，选取了本届金奖获得者吴周鑫/陈海荣的手工编织作品《凤来仪》作为搭配出现在秀场，通过对中国民间传统工艺的运用，体现出设计师基于民族文化自信视角下对传统文化的纵深探索。

大赛让更多有才华的设计师得以在这个平台上提升价值，让老字号品牌有了更丰富的内涵和外延，对于设计师人才吸纳和培养、品牌力的升级都有长远意义。砥砺前行，永续创新，让手编技艺和美学主张得以传播和发扬，让手编设计师有了更好的孕育土壤，也让老字号品牌雪莲的创新走得更远。（薛良）



设计师房莹设计并指导大赛参赛选手手工编织完成的作品，登上“雪莲&房莹高级定制”大秀。

Direct / 直击

广告

# 纺织服装周刊

TEXTILE & APPAREL WEEKLY

**· 行业信息+**

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

**· 媒体平台+**

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

**· 服务价值+**

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

● 《纺织服装周刊》官方网站：[www.taweekly.com](http://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：万喆 010-85229892    发行热线：章简 010-85229023

周刊官微

TA潮报



应对共同挑战，全球纺织产业要打造休戚与共的命运共同体。

# 聚焦气候变化 与可持续的全球纺织价值链

## 国际纺织制造商联合会2022年会在瑞士召开

中国纺联外事办 / 供稿



孙瑞哲

时隔三年，国际纺织制造商联合会（ITMF）年会从“云端”回归“线下”，在此期间，全球纺织行业克服压力、推动复苏，展现出了产业链供应链的强大韧性与活力。2022年9月，330余位全球纺织业界代表齐聚瑞士达沃斯，就纺织命运共同体、可持续发展、加强务实合作、供应链协同等方面，展开了卓有成效的磋商探讨。

9月17—20日，国际纺织制造商联合会（ITMF）2022年会在瑞士小镇达沃斯举行。会议以“气候变化与可持续的全球纺织价值链”为主题，在四天的时间里，来自35个国家和地区的330余名全球纺织业界代表济济一堂，针对影响当前纺织业复苏与发展的关键问题进行了深入探讨与交流。

国际纺联主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲率中国纺织代表团参加会议。中国纺织工业联合会副会长徐迎新、李陵申，中国纺织工业联合会社会责任办公室主任阎岩、科技发展部副主任张传雄、外事办公室国际组织处处长黄嵩，中国纺织机械协会会长顾平、秘书长丛政，及中国纺织集群、企业代表约30人出席会议。

### 把握经济复苏重要窗口，打造全球纺织命运共同体

孙瑞哲作大会开幕致辞。他首先谈到，时隔三年，年会终于从“云端”回归“线下”，全球纺织业相聚在美丽的瑞士达沃斯，这是一个好的开始，体现着各国（地区）推动产业发展的意愿、共识与信心。

他强调，疫情发生以来，国际形势中不稳定、不确定、不安全因素日益增多，相互叠加，世界进入新的动荡变革期。全球纺织行

业克服压力、推动复苏，展现出产业链供应链的强大韧性与活力。2021年，全球纺织工业实现了稳定增长，天然纤维、人造纤维和纺粘非织造布纤维市场规模增长3.7%至1.271亿吨；世界天然纤维、人造纤维产量以4.6%的3年最快增速达到了1.185亿吨，其中人造纤维增长8.8%至8820万吨。

他同时谈到，外部环境的不确定性使得产业发展面临更大压力。全球产业链合作受到阻碍、大宗商品价格波动、全球通胀长期持续、中下游市场需求低迷。特别是欧洲能源危机加剧了上游原料供应的风险。需求收缩与供给冲击交织，产业持续恢复基础尚待稳固。

孙瑞哲认为，应对共同挑战，把握经济复苏的重要窗口，全球纺织产业要打造休戚与共的命运共同体，加强务实合作，使全球纺织行业走上健康稳定的发展轨道。第一，我们要坚持共同繁荣，推动开放发展。第二，我们要顺应科技潮流，推动创新发展。第三，我们要融入数字经济，推动融合发展。第四，我们要践行“双碳”目标，推动绿色发展。第五，我们要坚持以人为本，推动责任发展。

在致辞中，孙瑞哲还重点谈到了国际纺联。他指出，当前，疫情反复延宕，地缘冲突加剧，断链脱钩以及粮食能源安全问题日益突出，人类面临前所未有的挑战。同时我们也看到，各国（地区）实现和平与稳定的期待并没有变，希望加快经济复苏和发展的诉求没有变，团结合作、共克时艰的精神也没有变。

孙瑞哲强调，新形势下，国际纺联作为世界纺织业重要的建设性力量，要继续忠于推动行业发展和追求人类进步的初心和使命；要秉持促进行业团结、服务行业发展的定位；要促进成员国间交流合作的稳定连贯。只要对行业有益的事情，国际纺联就应该义不容辞地做，并且做好。并提出几点建议：一是增强开拓意识，打开新局面；二是推动发展要务，谋求新成效；三是弘扬团结精神，强化新合作。

孙瑞哲强调，发展是人类社会的永恒主题。万物得其本者生，百事得其道者成。开放合作才是推动全球纺织行业可持续发展的正道。面向未来，我们要顺应历史发展潮流与全球化发展趋势，坚定信心、携手前行，我们的锦绣事业一定会有锦绣未来！

### 会议展开多方交流，再次谈到新疆问题

瑞士纺织联合会主席卡里利、瑞士纺织机械协会主席毛瑞尔分别发言，向与会各国代表表示欢迎，并介绍了近年来瑞士纺织和纺织机械领域在经济政策、技术、人才、可持续和设计等方面取得的成绩和面临的挑战，希望全球纺织业界加强对话与合作，推动全球纺织开放、自由、创新和可持续发展。

在四天的会议里，围绕“循环再利用”、“纤维-棉花和人造纤维”、“纺织（机械）工业在瑞士”、“可持续性和循环性——未来的商业模式”、“初创企业”、“供应链协同”等议题，与会代表进行了多方面的交流。

在“社会环境标准”议题环节，中国纺联社会责任办公室主任阎岩以“融合发展：社会和环境标准合作的途径”为题进行了发言。关于开发和实施自愿性可持续性标准（VSS），她呼吁，一是要提高标准制定过程中利益相关者的透明度和参与度；二是要加强VSS应用程序的能力建设；三是要与市场机制相结合，向在应用VSS方面表现良好的企业提供商业发展的鼓励支持。

年会期间，孙瑞哲作为国际纺联主席，主持召开了决策委员会会议、理事会议、管理委员会会议等一系列国际纺联工作会议。

国际纺联管理委员会会议经表决，全票通过将现任国际纺联主席孙瑞哲任期延长一年至2023年10月。会议认为，在全球纺织业面临来自经济、卫生和政治等方面等诸多挑战的关键时期，孙瑞哲在国际纺联主席职位上，给予了堪称楷模的领导，发挥了非常重要的作用，带领各国（地区）纺织业界走到一起；相信孙瑞哲将继续推进世界纺织工业不断向前发展。会议讨论成立标准化委员会工作组，由中国纺联副会长李陵申和国际纺联总干事克里斯汀·辛德勒担任召集人，就委员会组织框架和工作方向征求各方意见并形成进一步共识。

国际纺联决策委员会会议同期举行。会上，孙瑞哲再次谈到了新疆问题。他重申，今年6月21日生效的美国所谓“维吾尔强迫劳动预防法案”，作为单边制裁措施，是建立在新疆制造产品使用



年会现场。



与会领导合影。

了“强迫劳动”的假设的基础上，这种“有罪推定”并无确凿的事实依据并缺乏合法性基础。对包括溢达这样举世公认的优秀中国纺织企业的制裁，不仅损害中国纺织业的利益，也损害全球纺织产业链的利益，更损害全球消费者的利益。他同时表示，欢迎包括美国同业在内的国际品牌、机构实地走访考察新疆棉花产区、纺织服装工厂，独立了解、判断相关事实，中国纺织工业联合会愿为相关考察和贸易投资合作提供便利与协助。

### 召开专业委员会会议，就具体问题展开磋商

会议期间，国际纺联下设棉花、纺纱、纤维及纤维应用、家纺生产商委员会分别召开了专业委员会会议。

国际纺联决策委员会成员、中国纺联副会长徐迎新在主持家纺生产商委员会会议中谈到，当前，许多国家和地区面临通货膨胀高位运行，增长放缓，信贷紧缩，地缘政治冲突加剧，新冠肺炎疫情反复等多重挑战。与此同时，在新一轮技术革命和产业革命推动下，科技创新、数字经济、绿色发展正以前所未有的速度、规模与范围改变着产业的结构与生态。在此背景下，要利用好家纺生产商委员会平台作用，交流观点和分享最新实践，就如何应对当前和未来挑战提出想法和概念，为包括家纺产业在内的世界纺织工业强劲复苏、可持续发展注入稳定力量。

在纤维及纤维应用委员会会议上，国际纺联纤维及纤维应用委员会副主席、中国纺联副会长李陵申谈到，近几年，中国高性能纤维和产业用纺织品广泛应用于医疗健康、环境保护、土工建筑、安全防护、航空航天等领域，在国家经济建设和重点工程中发挥了重要作用。在新冠疫情期间，中国口罩、防护服等产品产能迅速扩大，为全球疫情防控作出了重要贡献。未来几年，中国纤维及制品行业将坚持以差异化、功能化、高性能为重点发展方向，强化产业链协同创新，致力于在科技的跨界融合和产品的应用拓展中实现更大的价值。

今年年会新增了“国际纺联奖项”颁奖环节。由东华大学和凯赛生物共同开发的项目——生物基聚酰胺56产业链成套技术开发，获得首届“国际纺联可持续和创新奖”；由中国纺联等9家行业组织共同搭建的平台——亚洲地区可持续纺织网络（STAR Network），以及由上海元彩科技有限公司开发的合作项目——Coloro全球色彩通用标准和端到端工作流程的开发，获得首届“国际纺联国际合作奖”。

会议同时发出邀请，2023国际纺联年会将于2023年10月在中国虹桥召开。

在达沃斯期间，代表团一行还先后应邀和欧瑞康聚合物加工解决方案板块CEO Georg Stausberg先生，格罗茨-贝克特（Groz-Beckert）执行副总裁Eric Schöller先生，纤维年鉴总裁Andreas Engelhardt先生，欧洲纺织机械协会主席Ernesto Maurer先生，非洲棉花和纺织工业联合会副主席Mohammad Kassem先生，以及埃及纺织工业协会成员企业会见会面，深入交换意见。

# 绿色发展，国际协作： 中国大陆三项目荣获首届国际纺联奖

中国纺联科技发展部 / 供稿

9月17—20日，国际纺织制造商联合会（ITMF）2022年会在瑞士达沃斯举行。国际纺联作为增进产业共识、强化全球价值链合作的重要平台，凝聚各国（地区）纺织业的建设性力量，有效推动了全球纺织业的开放、融合、创新和可持续发展。为了表彰在全球纺织业发展中作出突出贡献的公司/组织和个人，促进纺织业科技创新和国际合作的进一步发展，扩大国际纺联的引导力、公信力和影响力，经由国际纺联主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲提出，国际纺联决策委员会一致同意后，管理委员会批准设立了“国际纺联奖”。“国际纺联奖”于今年首次进行评选，并在年会上举办了颁奖仪式。

“国际纺联奖”每年评选一次，分为“可持续和创新奖”、“国际合作奖”两个奖项，“可持续和创新奖”用以表彰纺织行业的可持续和创新成就，重点关注在严格可持续标准和尊重环境条件下的创新、设计、开发和生产，授予在创新和可持续发展的综合领域显著改善纺织制造业的公司/组织或个人；“国际合作奖”根据联合国《2030年可持续发展议程》17项可持续发展目标（SDGs）的价值判断，表彰纺织行业在国际合作领域取得的进展，授予通过国际合作显著改善纺织制造业的公司/组织或个人。

由东华大学和凯赛生物共同开发的项目——生物基聚酰胺56产业链成套技术开发，获得首届“国际纺联可持续和创新奖”；由中国纺联等9家行业组织共同搭建的平台——亚洲地区可持续纺织网络（STAR Network），以及由上海元彩科技有限公司开发的合作项目——Coloro全球色彩通用标准和端对端工作流程的开发，获得首届“国际纺联国际合作奖”。

## TIPS

### 关于国际纺联

国际纺织制造商联合会（ITMF），简称“国际纺联”，成立于1904年，是世界上历史最为悠久的非政府组织之一，总部设在瑞士苏黎世，成员来自世界上主要国家和地区的行业组织以及全球知名纺织和服装制造企业，所涉及领域涵盖整个纺织产业链。中国纺联于2008年8月成为中国纺织业在ITMF的唯一国家代表，中国纺联的加入，增强了ITMF在全球纺织产业领域的代表性和权威性，有效推动了世界纺织产业的和谐发展，有力促进了主要纺织生产国间的沟通、交流与合作，使世界纺织产业的生产与贸易更加健康和更具可持续性。

### 2022年度“国际纺联奖”中国大陆获奖项目简介

#### ITMF 可持续和创新奖：生物基聚酰胺 56 产业链成套技术开发

生物基 PA56 由生物基戊二胺和石油基己二酸经缩聚而成，戊二胺以淀粉为原料通过微生物发酵法制备。项目运用基因编辑及关键酶定向进化技术，获得高产戊二胺生产菌株，开发了戊二胺绿色高效纯化集成工艺，突破了生物基 PA56 连续聚合、熔体直接纺丝、织物染整等关键技术，设计集成了发酵、提纯以及 PA56 聚合、纺丝的全套装备，在全球率先实现了生物基 1,5-戊二胺、PA56、纤维以及面料的产业化。

目前已经形成 50kt/a 的 1,5-戊二胺、100kt/a 的 PA56 以及 30kt/a 的短纤维生产能力。生物基 PA56 纤维具有优异吸湿性、柔软舒适性及低温可染性等特性，可广泛应用于服装、家纺、箱包、轮胎帘子线等领域，相对于石油基 PA66 纤维，生物基 PA56 可有效降低 CO<sub>2</sub> 的排放，远期有望成为继涤纶、锦纶 6 和 66 之后的化纤品种。



#### ITMF 国际合作奖：亚洲地区可持续纺织网络 (STAR Network)



亚洲地区可持续纺织网络（Sustainable Textiles of the Asian Region Network，简称 STAR 网络）是第一个由亚洲区域的纺织服装生产商行业组织携手成立的，致力于合作推进区域内行业可持续发展的产业联盟网络。

2016年，中国、柬埔寨、缅甸、孟加拉国、越南和巴基斯坦等6个亚洲主要纺织服装生产国的9个成员组织在上海联合发起成立了 STAR 网络，致力于开展对话和建立机制，以交流最佳实践，推动亚洲纺织服装行业和供应链的可持续发展。据估计，STAR 网络所覆盖的制造商，其出口量占全球服装出口总额的 60% 以上。

#### ITMF 国际合作奖：Coloro 全球色彩通用标准和端对端工作流程的开发



Coloro 以建立科学、完善的色彩研发应用理论系统为先导，以制订国家及行业色彩标准为基准，以开发标准化的色彩研发应用工具为手段，通过应用研究、协同创新、人才培养与产业推广，助力优秀企业色彩创新能力的提升，推动各行业色彩创新工作的科学化、专业化与系统化发展。

2016年，开发者与国际流行趋势领导者 WGSN 一起合作，针对其全球 80 家核心用户进行了关于色彩应用的调研，最终开发出一个统一的系统和解决方案，提供了一个全球色彩标准和规范，以及完整的跨学科解决方案和大数据数字应用。全球纺织服装行业已有超过 300 家品牌、3000 家供应商和上百万用户在使用 Coloro，在全色彩价值链中建立起信任、透明和信心，最小化污染和排放。TA

YOANTION<sup>®</sup> 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



放眼未来，中国轻纺城积极拥抱变局，一幅科技、时尚、绿色、开放、共富的蓝图正徐徐铺开。

纺城30年，旧貌换新颜 3

# 放眼未来：拥抱变局，全力打造“国际纺都、杭绍星城”

■ 本刊记者\_王利

不谋全局者，不足以谋一域；不谋万世者，不足以谋一时。当前，百年变局加速演进，世纪疫情催生新业态，低碳革命孕育新动能，信息技术激发新变革，区域发展步入新赛道，纺城柯桥将面临更高层次、更大范围、更加激烈的竞争。立足当下、放眼未来，中国轻纺城兼顾全局、拥抱变局，聚力于更高质量的产业体系，聚力于更负责任的发展模式。

根据《中国轻纺城发展“十四五”规划》，中国轻纺城将围绕“提升双能，增强双力”的发展思路和目标，提升轻纺城专业市场功能，增强轻纺城服务效能，强化轻纺城时尚引领力，拓展轻纺城国际影响力，挖掘市场增量，吸引商贸流量，推动轻纺城从市场集群向现代纺织产业综合体转变，形成轻纺城转型升级和创新发展的新动能，塑造轻纺城发展的新格局。

与此同时，在数字化、低碳化浪潮下，纺城柯桥还将大力推动信息化和工业化的高层次的深度结合，有序推进“数字轻纺城”和“数字物流港”两大项目，着力推进“水韵纺都”城乡风貌样板区建设，全力打造柯桥城市新地标，致力于构建更加现代化、更具开放度、更有时尚味、更富竞争力的“国际纺都、杭绍星城”。

## 提升“双能”，挖掘市场增量

轻纺城实体市场是柯桥面料流通的主要渠道之一，凭借经营产品集中、品类丰富、款式新颖等优势，有着不可替代的作用。跃上新时代的关口，传统市场的集聚优势正逐步弱化，如何在存量的市场寻找增量，是中国轻纺城面临的新机遇、新挑战。

对此，中国轻纺城正从提升专业市场功能和提升配套服务效能入手。一方面，围绕专业市场的转型升级，以赋能为核心，通过交易模式转变、功能提升、业态多元化和服务多样化，实现专业市场从传统交易服务提供商向现代产业综合服务提供商转变；另一方面，加快支撑轻纺城转型升级配套服务体系，重点构建现代智慧物流服务体系、完善现代金融服务、强化人才引育和推动市场智慧管理服务，提升配套服务效能。

为招商降市、繁荣市场，吸引优质市场经营户回流乐业，中国轻纺城积极推动划行规市、新业态集聚，一个个专区先后涌现。如：东升路市场的毛纺面料专区和展示、商务办公区，联合市场的精品服装面料展示洽谈专区，北市场的专业蕾丝、网布面料专区，天汇市场的窗帘、窗纱电商专区，服装市场的小单快反专区、电商直播基地，坯布市场的公司化交易区，南区市场粗纺呢绒专区，国际面料采购中心花布专区等，进一步优化营商环境，提升市场功能。

如今的中国轻纺城市场发展效应不断叠加，不仅仅是一个脚步匆匆的纺织市场，更是集采购、休闲、住宿、电商等新业态于一体，拥有一流硬件设施、交易环境、管理服务等特色优势的“一站式”现代化市场综合体。日前，中国轻纺城坯布市场继引进开元美途酒店、机器人炒菜餐厅、十足便利店后再出奇招，引进首家咖啡休闲吧，为顾客提供了洽谈场所和休闲新空间。而坯布市场的创新举措正是轻纺城各大市场不断优化营商环境、丰富市场业态、完善市场布局的缩影。

轻纺城建管委相关负责人表示，下一步，将持续深化“三服务”，推动市场规模持续扩大，线上交易份额占比持续提升，市场商品结构逐步优化，经营主体层次、商铺能级、市场能级全面跃升，致力打造线上线下市场融合化、交易环境便利化、营商环境国际化、服务功能综合化、市场管理智慧化的国际一流新型专业市场。

## 增强“双力”，吸引商贸流量

近年来，受疫情反复、国际形势、原料起伏等多重因素影响，虽然中国轻纺城市场群成交额稳中有进，但仍然存在订单减少、库存增加等问题。为此，中国轻纺城通过时尚样板区打造、时尚纺织创意设计提升、时尚标杆企业和品牌培育、时尚产业发展服务平台完善，增强时尚引领力，通过加强国际市场开拓，持续推动展会建设，加快跨境电商贸易模式、市场采购贸易方式的创新实践，提升轻纺城国际影响力，从而吸引商贸流量，推动市场持续繁荣。

当前，纺城柯桥正加快推进“水韵纺都”城市风貌样板区规划建设，全力打造柯桥城市新地标，增强时尚引领力是其中的关键一环。漫步于中国轻纺城各大市场，门店外精致时尚的橱窗风格，门店内色彩、款式、搭配等细节呈现，新材料、新工艺、功能性、时尚化的产品内涵，无不引人入胜，时尚氛围愈加浓郁，致力于为来往客商提供集设计、展示、旅游、体验、购物等为一体全新的“沉浸式”体验感。

如今的柯桥，以发展时尚创意产业为抢占行业制高点的突破口，以天天时尚平台、“柯桥优选”品牌培育计划、创意设计人才“经纬计划”等多元活动和重要举措为着力点，引导创新要素向时尚面料、时尚研发等企业集聚，并大力推动时尚产业服务平台建设，时尚标杆企业、时尚纺织品牌和时尚创意人才如雨后春笋般，层出不穷、百花齐放。

在打造“国际纺都、杭绍星城”的新征程中，如何持续提升轻纺城国际影响力也尤为重要。围绕对外开放，纺城积极探索新业态新模式，深化市场采购贸易方式和跨境电商综试区两大国字号试点，抢



中国轻纺城致力于为来往客商提供全新的“沉浸式”体验感。

抓政策窗口期，积极破解贸易壁垒，最大限度发挥叠加效应，打造外贸高质量发展的“新引擎”。同时，不断优化“专业展会+专业市场”办展模式，推进专业市场与专业展会及纺织产业之间的协同联动，持续加强展会带动作用，以更加自信、开放的姿态奋进新时代、拥抱全世界。

记者获悉，围绕增强时尚引领力和国际影响力，下一步，纺城柯桥还将在市场打造时尚专区，深化版权保护，积极打造贯穿人才链、创意链、产业链的纺织产业协同创新生态系统，并继续实施“纺城海外火种”计划，持续深化“丝路柯桥·布满全球”行动，提升柯桥面料附加值，帮助企业和经营户开拓更广阔的市场。

## 推进“两化”，把握发展变量

数字化浪潮势不可挡，成为世界百年未有之大变局的关键变量。在此背景下，中国轻纺城进一步推进新一代信息技术与纺织工业的深度融合，以信息化带动工业化、以工业化促进信息化，把握变量、趋势而上。

为进一步深化数字化改革，探索数据增值渠道，自2020年底，轻纺城集团筹备启动“数字轻纺城”项目建设，逐步培育壮大“数字孪生”轻纺市场。随着营业房管理系统、物业管理系统、智能停车系统、智慧用电系统、智能消防管理系统、智能安防（监控）系统、市场人员档案管理系统、智慧物流系统、商户智慧化管理系统、市场诚信管理系统、智能预警推送系统、“市场慧眼”数据中台、内部管理系统、系统管理14大系统陆续上线并投入使用，轻纺城市场数字化发展水平持续升级。目前“数字轻纺城”二期项目正深入推进，促进市场管理更加智慧化、服务更加精准化。

在“数字轻纺城”项目建设过程中，“数字物流港”项目也在同步有序推进，着力建设集联运、智能仓储、异地货站、跨境电商、市场采购贸易等功能于一体的数字物流港，提供一体化线上物流服务，整合柯桥的物流产业，打破“低小散乱”的行业现状。同时，着手搭建轻纺城智慧物流货运平台，通过将物流业务信息化、集约化手段统筹管理，使市场货物流转秩序化、托运业务高效化、物流价格透明化，真正实现“人在城中走，货在云中游”的良好效果。

在纺城，数字化浪潮愈演愈烈，许多纺织企业应时而动，数字化车间、智慧工厂、智能管理、云上拓市……撕下行业“脏脏累”的标签，让纺织人更体面地劳动。在滨海印染集聚区，企业早已从“传统染缸”升级为“智慧工厂”，实现车间设备与信息化调度、监控、管理系统的一体化和多部门、多系统的数据交互，一改往日的“脏乱臭”，取而代之的是干净整洁；在轻纺城各市场门市，以“金蚕宝贝店管理系统”为代表的智能软件正在普及，企业管理全面智慧升级，直播、线上发布等新业态进一步拓宽销售和品宣渠道。

三十而立向未来，风华正茂再出发。当历史翻开新的一页，回首中国轻纺城发展历程，“一块布”汇聚了一群人，一群人造就了一座城，一座城建起千万个幸福之家；放眼未来，一幅科技、时尚、绿色、开放、共富的蓝图正徐徐铺开，继续书写中国轻纺城新的辉煌。



中国轻纺城集团  
股票代码：600790



打造新时期  
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台，您将获取更多资讯。

Focus / 聚焦

## 扩大“朋友圈”， 推动柯桥深度融入世界纺织发展格局

国际纺织制造商联合会 2023 年会将在柯桥召开

■ 本刊记者\_ 鄂莹颖 通讯员\_ 许镜蕾

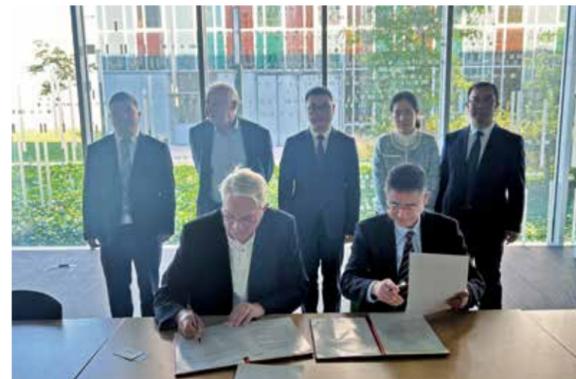
当地时间 9 月 18—20 日，国际纺织制造商联合会 2022 年会在瑞士达沃斯举办。国际纺织制造商联合会主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲作主旨演讲。柯桥区委副书记、区长袁建代表 2023 年年会主办地柯桥应邀出席本次年会并致辞。柯桥区政府办、商务局、市场监管局、轻纺城建管委主要负责人及区内受邀的纺织印染企业代表一起参加活动。

袁建在致辞中表示，柯桥被誉为托在“一块布”上的城市，长期深耕纺织、厚植优势，目前已经建成了中国产能最大、产业链最完整、设备最先进的现代纺织产业体系，集聚了全国 1/3 的绿色印染产能，并拥有全球最大的轻纺市场——中国轻纺城。近年来，柯桥锚定“国际纺都”新目标新定位，坚持“互惠共享、互利共赢”价值理念，坚定“创新引领、创意驱动”转型方向，持续扩大产业和经贸“朋友圈”，推动柯桥深度融入世界纺织发展格局和国际纺织经贸体系。

袁建在大会上发出诚挚邀请。他表示，国际纺织制造商联合会 2023 年会决定在柯桥召开，是国际纺织制造商联合会对接柯桥纺织的充分肯定和信任。柯桥将协同中国纺织工业联合会，坚持“开放创新、团结合作”理念，全力提供国际一流服务环境，积极搭建开放合作平台，努力为全球纺织应对疫情挑战、实现可持续发展贡献力量，一定把国际纺联年会办成一届高规格高质量的纺织盛会。

年会期间，袁建还与瑞士纺织品协会主席、瑞士纺织机械协会主席及两个协会的秘书长进行了座谈。袁建在座谈会上表示，瑞士、柯桥均为全球纺织产业支柱地区，希望今后双方在产业链整合、技术交流、市场开拓等方面加强合作，共同推动纺织产业健康绿色发展。

此外，当地时间 9 月 21 日上午，袁建一行赶赴位于法国图尔昆的欧洲纺织品创新中心实地参观，并与中心 CEO 帕斯卡尔·德尼扎特等进行商务洽谈。现场，双方还签订了推动纺织品创新和可持续友好合作备忘录。



柯桥与欧洲纺织品创新中心签约合作。

座谈会上，袁建首先邀请帕斯卡尔·德尼扎特出席 2023 年在柯桥召开的国际纺织制造商联合会年会并作主题报告。随后，双方就纺织产业的未来发展，双方的合作领域和前进方向进行了深入探讨。袁建表示，作为中国最大的纺织产业集群，柯桥拥有化纤、印染、面料、服装、家纺、市场等完整的纺织产业链。近年来，柯桥一直致力于打造国内一流现代纺织技术研发创新策源地，不断提升柯桥纺织产业的国际竞争力。袁建表示，欧洲纺织品创新中心长期致力于纺织产业的应用技术研究和创新，在材料性能、数字化转型等方面都有着丰富的经验和创新能力，期待能与中心开展长期合作，为柯桥纺织产业高质量发展蓄势聚能。

帕斯卡尔·德尼扎特介绍了欧洲纺织品创新中心的基本情况，并表示，材料创新是纺织走向绿色可持续发展的必然之路，柯桥拥有材料创新的强烈意识并一直为此努力，必将引领世界纺织产业更快地发展。

## 观展破百万！孔雀云展·国潮国风面料专场圆满收官

9 月 19—21 日，为期 3 天的中国轻纺城孔雀云展·国潮国风面料专场为大家带来一场不一样的国风体验。随着各地国风文化节活动的盛行，旗袍、汉服、唐装等国风服装市场快速成长，国风面料潮流随之席卷纺织圈。本次中国轻纺城孔雀云展·国潮国风面料专场，由浙江中国轻纺城集团股份有限公司主办，全球纺织网、网上轻纺城、绍兴市柯桥区金柯桥展会有限公司承办，携轻纺城优质国风面料产品展开云上对接，助推古风原创面料供应商线上拓市。

本场展会设“国风之梦”高品质面料专区及“后工艺”、“梭织”、“针织”专区，特别是在国风之梦专区，以花鸟为主流花型，以水墨、重彩、工笔、浅绛、写意等艺术手法，展现出一批绝美国画艺术花型，以原创花型触发古装设计灵感的效果。活动共吸引以裕颂纺织、麦莎纺织、流昌纺织等为代表的 60 家轻纺城优质企业、千款国风花型精彩亮相，参展面料包括香云纱、红云纱、天丝、赛云纱、仿真丝、亚麻、苎麻及各类后工艺面料。截至 21 日下午 4 时，累计访问量破百万，免费

剪样超百款。

“公司主营香云纱印花、真丝提花绣花、罗缎等，不仅适合旗袍、汉服等古典风格，也适合新中式的女装。”金丝路丝绸负责人叶春燕表示，“直播带货”模式有利于企业拓宽市场、提高知名度，也节约了采供双方的时间成本。

为进一步提升云展采供交流，展会推出免费剪样活动，每位入场采购商均可获得 6 次免费剪样福利，不仅让采购商可以足不出户线上观展，更让采购商拥有与线下展同样的剪样收获。

中国轻纺城·孔雀云展使用全球纺织网自行开发的展会平台，与全球纺织网 APP 无缝衔接，功能集面料展示、在线询盘、自主直播、多方群聊（视频）、发布采购、精准匹配、在线引流、资源分享于一体，也可供第三方展会公司线上办展使用。据悉，10 月还将举行软装家纺面料云展暨婚庆专场。

(鄂莹颖)

Direct / 直击

## “经纬大师”史艳走进柯桥纺企深入交流对接

■ 本刊记者\_ 鄂莹颖

9 月 14 日，柯桥天天时尚系列活动“经纬大师走进柯桥企业专题交流会”持续“探店”。此次，经纬大师——衫也晴之（SAYAANNO）品牌创始人史艳走进万姿科技有限公司、绍兴市嘉利隆纺织品有限公司、绍兴乐古古纺织科技有限公司、浙江神盾纺织有限公司四家柯桥优质面料品牌企业。活动带动品牌服装与面料产业在设计、研发方面的全面接轨，激发更多创意灵感，走好柯桥纺织自下而上的转型升级战略之路。

史艳一行深入柯桥优秀面料企业参观、对接，一方面感受到了全球知名的优秀面料产业集群、优秀面料品牌的核心竞争力，另一方面通过互动交流，为提升柯桥纺织文化创意和时尚内涵，推动经纬人才与柯桥面料合作提供了更多可能。

史艳是浙江工业大学之江学院服装与服饰设计专业的一名教师，专注于立体裁剪、平面裁剪等课程。同时作为衫也晴之（SAYAANNO）品牌创始人，她曾获中国年轻服装设计师创业大赛“年度十强设计师”等多项大奖，是柯桥区创意设计人才“经纬计划”（第二批）人才之一。

史艳介绍，此次走访企业主要是为自己的品牌在下一届柯桥时尚周发布甄选面料。“这次主要想挑选一些礼服、走秀款面料，通过实地走访后，这几家企业的产品都十分契合我的需求。也感谢政府和相关平台给予我这次机会，让我能够和柯桥纺企面对面互动，互通有无。”

参与此次活动，也让史艳真切地感受到柯桥纺织转型升级、积极创新的诚意和姿态。“这次对接的负责人有主管产品研发的、有企业管理的、有负责营销的，涉及好几个岗位职务，但无论是哪个版块，都能通过他们的思维输出，了解柯桥纺织企业正在打破原有的固化模式，提升产品本身的内涵。”

在万姿科技，公司相关负责人黄承琼表示，在主打“功能性+设计”、“舒适性+设计”的产品基础上，针对采购需求可以一对一进行延展定制，满足客户需求。在与嘉利隆纺织的对接过程中，史艳还对嘉利



“经纬大师”史艳（左）与嘉利隆纺织负责人对接沟通。

隆纺织的下一步发展提出自己的建议：以衬衫面料为主导，可以在确定主题的基础上，结合流行趋势，以款式、版型、生产工艺为新思路，呈现不同的产品系列。乐古古纺织的“醋酸+真丝”、“醋酸+针织”、“醋酸+氨纶”、“醋酸+羊毛”等“醋酸+”产品十分齐全，公司总经理顾礼胤认为在以产品为导向的基础上，设计师能够来到纺织一线了解面料的源头和特性，更能在设计服装的时候体现面料价值，促成面料和服装的双向结合。神盾纺织主打色纺生态元素面料、聚酯粘纤混纺面料、针织休闲运动面料、锦氨聚纤功能面料四大系列产品，公司董事长助理安迪表示公司之前一直就有和不同品类的设计师互动，通过他们对面料的选择洞察，可以帮助公司对后期研发新品提供方向。

纺织与设计双向赋能，设计人才正迫切地希望能够与柯桥建立联系，打开合作新市场。对此柯桥十分欢迎，并将更好地承担起新发展格局战略支点的时代角色。在这个过程中，政府不断搭建对接新平台，设计人才带来设计新理念，企业带来研发新产品，新动能的不断涌现，必将带领柯桥纺织走向一个更辉煌的未来。

## 服装市场正式启动直播电商基地建设

为积极抢抓数字经济红利和电商直播风口，近日，中国轻纺城服装市场分公司与直播电商运营商浙江好牛集团有限公司正式签订直播电商基地运营合作协议，标志着柯桥中国轻纺城首个直播电商基地建设正式启动，帮助经营户进一步拓展营销渠道，激发实体市场新活力。

据了解，基地将重点打造直播电商中心、直播供应链选品中心、直播培训孵化中心及直播服务中心四大直播中心，为入驻企业、商户提供直播辅导、直播培训、办公场地、货源服务、公共直播间、共享



服装市场电商直播区。

空间、企业综合服务、电商综合服务等一系列直播电商专业化服务。预计未来三年内，将在市场区域打造 1 个网络零售额超 8 亿元的直播电商基地，孵化 10 个直播电商销售额超千万的本地企业，培训直播电商人才 1800 名。

目前基地各项工作正有序推进中，重点招商意向入驻客户 35 户，需求面积 3800 平方米，已完成公共区域硬件装修改造、空调设备安装调试等相关工作。首期入驻商户预计可完成基地入驻率 50%。为帮助经营户更好地掌握直播技能，基地联合北京字节跳动科技有限公司、柯桥区电子商务促进会、浙江多看信息科技有限公司等企业共同举办了柯桥居家布艺抖音直播电商培训会，探讨了如何利用抖音做好直播电商、直播最新方向及玩法。

中国轻纺城服装市场分公司相关负责人表示，基地定位于推进直播电商与本地优势产业的深度融合，致力打造面向终端销售的窗帘窗纱、服装面料、家居用品、土特产、绍兴黄酒等本地特色产业产品直播供应链体系，积极探索培育服装服饰直播快消体系，促进直播电商在专业市场领域的场景化应用，丰富市场现有业态，推动市场业态的迭代升级，推进市场商贸全面繁荣。(王利/文 赵国玲/摄)



研讨会现场。

# 聚焦纺织业ESG建设 共创时尚可持续未来

本刊记者\_徐长杰

在我国提出“双碳”目标后,企业逐步将 ESG 评级标准纳入发展路径之中。围绕环境 (Environmental)、社会 (Social)、公司治理 (Governance) 三个层面的 ESG 建设已经被很多企业上升至战略高度。

近年来,创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念日益深入人心,随着“十四五”规划中推动高质量发展、促进经济社会全面绿色低碳转型的提出,全社会对 ESG 可持续发展理念的关注达到了前所未有的高度。那么对于纺织服装行业,ESG 体系构建将对行业发展产生怎样的影响,企业又将采取怎样的举措?

9月23日,由中国纺织工业联合会、新华网主办,《纺织服装周刊》杂志社协办的“聚焦纺织业 ESG 建设 共创时尚可持续未来”主题研讨会在北京以“线下研讨+线上直播”的形式举办。

中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏,中国纺织工业联合会社会责任办公室主任阎岩,内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司总经理张磊,溢达中国控股有限公司总经理陈海英,劲霸男装 CEO 兼创意总监洪伯明等相关协会领导及企业代表作为特邀嘉宾出席了此次研讨会。

与会嘉宾围绕 ESG 体系构建的趋势、企业实施 ESG 管理的举措、ESG 构建与经济效益之间的平衡、ESG 构建对可持续时尚产业发展的意义等问题进行了深入交流讨论。

近年来,全球 ESG 的发展与建设备受关注,中国也在加快推进,在“双碳”背景下,您如何看待这一趋势?

**陈大鹏:** 首先,ESG 是体现可持续发展理念的一个非常重要的评价体系,它不仅关注效益指标、经济指标,还考量企业的生态环境保护、社会责任、治理成效等可持续发展指标。

如今,全球 ESG 发展趋势持续升温,ESG 在中国推进的速度也在加快。与此同时,为贯彻落实“双碳”目标,我国政策、金融、监管等支撑体系在加快完善,激励与约束力度也在持续加大,“双碳”战略的实施与 ESG 发展相辅相成。从纺织服装产业角度来看,这一趋势体现在三个方面:

第一,应对气候变化,是“双碳”战略的目标,也是 ESG 中环境责

任的重要内容,两者相互促进。因此我们要加快构建责任导向的绿色产业,建立健全绿色低碳循环的产业体系,发挥“双碳”目标与 ESG 的协同效应。

第二,在“双碳”背景下,监管机构对企业 ESG 信息披露的要求越来越高,这就要求上市企业、发债企业要披露自身环境责任信息,其中就包括“碳”信息,未来,ESG 信息披露将成为企业的一门必修课。

第三,在“双碳”背景下,资本市场对企业的 ESG 披露越来越重视,意味着资本将在推动企业 ESG 治理上发挥重要作用,有利于推动企业履责。

总体来讲,我认为 ESG 建设发展步伐一定会进一步加快,并落地于“双碳”战略,助推产业在全新发展时期实现高质量发展。

ESG 的发展与建设正在加快推进,纺织服装行业是我国较早开展社会责任建设工作的行业,十几年来成绩显著,那么社会责任与 ESG 之间是什么关系?行业的社会责任工作会对行业 ESG 的发展起到什么作用?

**阎岩:** 在我个人来看,企业社会责任和 ESG 有两点是一致的,一是它们的最终目标一致。企业社会责任是企业追求经济利益为主要目标之外,考虑、承担对所有利益相关方的责任,包括供应链伙伴、员工、社区甚至地方政府。ESG 其实是一种投资理念,是除企业经济效益为主要目标之外,关注到社会环境和治理绩效综合表现的一种投资理念。他们都要企业以全面均衡的可持续发展为目标。

二是信息披露的手段。企业在推进社会责任的过程中非常讲究沟通手

段,所以在整个供应链伙伴甚至更广泛的利益合作伙伴关系上,都是以社会责任报告作为最重要的沟通手段。ESG 的三个非财务指标也需要有一种手段去衡量,这就需要企业以报告的形式呈现,所以无论社会责任还是 ESG 都将信息披露作为一种手段。当然,两者也有不同之处,不同之处有以下三点:

第一,视角不同。企业社会责任是利益相关方视角,但对 ESG 来说,则是从投资者角度出发。

第二,应用场景不同。企业社会责任视角宽泛,应用场景更广泛;而对 ESG 来说,它是一种责任投资的态度,更多的体现在资本市场上,偏窄一些。

第三,企业社会责任更多是企业自发地着眼于长远可持续发展、风险识别、风险防控、整体管理能力提升角度出发的,ESG 则是从环境社会和公司治理这个角度出发,是为响应监管要求所做的一个行动。

对于行业社会责任工作对 ESG 起到的作用,我认为,首先是纺织服装行业社会责任机制的完善和工作体系的规范,对行业推动 ESG 提供了制度上强有力的支撑。

其次,从研究方面来看,因为我们有关于社会责任方面深入研究的经验和积累,所以对 ESG 的研究也打下了非常好的基础,为行业推动 ESG 提供了技术保障和理论指引。

第三,从行业 ESG 信息披露上来说,在响应国家“双碳”战略背景下,我们启动了行业气候创新行动、时尚产业气候先锋行动、“3060”行动等,已经帮助 20 多家企业做自己的“双碳”战略规划并帮助他们改进了企业 ESG 相关的治理。如今,行业关注 ESG 已经蔚然成风。

鄂尔多斯作为中国羊绒行业可持续发展的引领者,一直秉持着绿色科技时尚的产品开发理念,在您看来 ESG 体系的建设对鄂尔多斯发展的意义是什么?

**张磊:** ESG 是一个非常长远的体系和系统复杂的工程,它有一套特别完整的生态体系。鄂尔多斯作为上市公司,也需要处理企业同员工、供应链上下游的各种关系,此外我们还要为股东创造价值,其实这些都符合 ESG 的理念。

ESG 对鄂尔多斯的意义所在,我认为有两点,第一,必须要全员参与,因为 ESG 是一个战略,不是一个应用策略或简单目标。

第二,因为鄂尔多斯也是一个全产业链企业,我们是从事牧场到市场,要让一线工人理解绿色制造,让设计师用绿色设计来体现产品的环保理念,才能把社会责任和绿色制造的内容传递给消费者。

下面我从几个方面来阐述鄂尔多斯在 ESG 上的一些具体行动:

在环境方面,上世纪 90 年代初,我们就开始关注牧场建设,因为我们相信只有好的牧场才能有好的山羊、好的羊绒,它是一个良性生态循环。

2018 年,我们提出集团的可持续发展战略,从八个方面提升集团在可持续发展的整体能力。在原料端,我们同牧民进行了非常深入的合作,帮助他们建立高品质种羊的培育体系;在消费端,我们产品的全生命周期碳足迹会在 2030 年实现,同时还开展了“大衣换小衣”等服务,与消费者开展了羊绒可持续活动,提升羊绒的可持续发展。



ESG 价值创造是一项长远且复杂的系统工程,溢达集团一直通过各种方式来实现可持续发展,您认为企业应该如何实施 ESG 管理,创造 ESG 价值?

**陈海英:** ESG 确实是一项复杂工程,不能一蹴而就,在溢达,可持续发展始终是植根于公司的战略核心,公司在做每一项决定或选择时,都会认真地思考它可能带来的影响,特别是对环境产生的影响。

在这样一个愿景和战略核心的指导下,溢达在可持续发展方面开展工作是比较早的,2013 年溢达就成立了一个可持续发展委员会,并会监督具体的措施实施。

当然,除了可持续发展委员会从上而下的监管外,我们也非常相信每个员工都具有推动变革的能力。这就要讲到溢达的企业文化,经过公司文化的传承,每个员工都秉持同样的理念,对于一个几万人的企业来讲很不容易,却非常有意义。公司文化有 5 大内容,其中之一就是环境意识。

我分享一个溢达最近的项目:去年,公司成功研发出了无水印花技术,无水印花是用一种绿色可循环的有机溶剂来代替水作为介质的染色技术,整个过程可以节省 100% 的盐、95.8% 的水,节能 39.3%,对于活性染料的利用率也从原来的 60% 提升到 97%。我们也做了一些测算,如果我国现在全行业使用无水染色技术,每年可以节省 194 个西湖的水量。

如今,经过不懈努力,我们这项技术已经实现了工业化突破。我们已经在广东佛山高明的工厂建立了一条年产 3000 吨棉纱的无水印花生产线。

随着 ESG 的推行,探索长期价值增长,兼顾经济与社会效益的投资方式,已经成为了衡量企业价值的新标准。劲霸作为一家践行长期主义的品牌,您认为中国 ESG 体系构建对于劲霸的企业发展会产生哪些影响?

**洪伯明:** ESG 体系如今已成为社会各界的普遍共识,在这样一个基础上,它会带来外部环境、广大消费群体以及利益相关方对于企业要求的变化,我觉得这既是机遇又是挑战。

机遇在哪里?我认为 ESG 会倒逼一些企业站在共生共赢的角度去做长期投入。劲霸虽不是上市公司,但我们其实也在用 ESG 的体系去倒逼管理。

ESG 体系是一种基于长期主义引导企业发展方向,走向利他角度的战略指导,它要去平衡经济效益和社会价值之间的关系,所以我认为在帮助企业品牌塑造上 ESG 会发挥出巨大的社会价值。

另一方面,除了一部分已经相对成熟的关于 ESG 的体系标准外,未来的中国品牌也需要结合中国本土的市场特色和社会文化环境去探索出属于中国品牌自己的 ESG 独特道路。

中国企业正在逐步将 ESG 纳入发展战略,同时行业协会也在助力纺织服装行业的绿色发展,引领行业的高质量发展。您认为 ESG 发展对纺织服装行业会产生哪些影响和改变?

**陈大鹏:** ESG 的发展,将深刻影响行业绿色低碳转型进程,助推行业高质量发展。

一方面,ESG 的深入发展,有助于推动行业企业发展理念的改变。ESG 理念引导企业更多地关注环境、社会、公司治理绩效而非仅仅关注财务绩效,即要实现环境责任、社会责任和经济效益的高度统一,这与绿色发展理念的内涵高度契合。ESG 理念的传播和渗透,有助于强化纺织服装企业对绿色发展理念的理解与认同,进而激发企业实现绿色可持续发展的内生动力。近年来,越来越多的纺织服装领军企业将责任价值融入企业发展理念,并积极开展创新实践,如在纺织产品开发中更加注重环境影响,在生产经营中更加关注员工健康,在供应链建设中更加注重成员企业的责任绩效等等。

另一方面,ESG 的深入发展,有助于推动行业企业价值追求的改变。以责任价值为导向的 ESG 投资,能够直接影响企业的价值追求,即更加



陈大鹏



阎岩



张磊



陈海英



洪伯明

关注环境价值与社会价值的创造。作为全球资本市场的一种鲜明价值取向和重要发展趋势，ESG 投资使得责任价值正在成为企业价值创造和竞争优势的重要来源。众多品牌领军企业已将责任价值融入自身发展战略，开始制定并实施自己的“双碳”战略规划。

第三，ESG 的深入发展，有助于推动行业企业生产方式的改变。践行 ESG，企业需要将环境责任和社会责任贯穿于生产、经营、管理活动的全过程，不断提升责任履行能力和责任风险管控能力。转变生产方式，最为关键。目前，行业领军企业率先行动，成效显著，但总体推进行业绿色制造体系建设，提升行业整体 ESG 水平，任务依然艰巨。

综上所述，正确认识 ESG 对纺织服装行业发展的重要作用，有利于增强行业 ESG 发展的信心，有利于行业 ESG 工作的开展，才能发挥 ESG 对行业实现高质量、可持续发展的推动作用。

我们能看到中国纺织工业联合会在 ESG 的发展上已经有所行动，那么中国纺织具体都开展了哪些工作？现在进展如何呢？

**阎岩：**具体工作我觉得可以从至少四个方面来说：

第一，就是标准体系的构建上。要有标准体系，就要有评判指标。在过去构建社会责任管理体系的基础之上，我们以社会责任办为主体，协同行业整个价值链的上下游，已经做了一个 ESG 信息披露指引团标。

第二，就是推广 ESG 信息。ESG 不光是一个报告的问题，它的核心是能力建设，所以要帮助行业内的企业做好 ESG 信息的披露。为此，我们做了大量培训，旨在帮助企业能够全面了解 ESG 的概念，以及在今后的融资市场上，如何更好地发挥出中国纺织服装行业的特点和优势。

第三，是在信息披露的应用上，上市公司的 ESG 报告响应监管需求，但是有更多的头部企业，他们的 ESG 信息披露是一种使用场景上的需求，所以我们搭建了行业平台，让投资、金融和企业能够在价值链层面达成更好的协同。

第四，我们做了很多针对性的个性化项目，比如专项深入地帮助企业提升 ESG 能力等。

相信随着各项工作的展开，ESG 体系建设将会更加完善，而纺织服装企业的实践也非常重要的。鄂尔多斯作为中国民营经济的中坚力量，从企业角度来说，应该如何构建企业内部 ESG 体系？

**张磊：**ESG 不仅仅是一份对外披露的报告，更是一系列长期、系统的实践，可以较为直观地反映出企业的可持续发展能力。作为中国民营经济的中坚力量，鄂尔多斯 2018 年就制定了可持续发展的行动纲领 ERDOS WAY，从 8 个方面围绕供应链、品牌和员工三个维度打造从牧场到消费者、从羊群到零售的羊绒全产业链可持续行动。从内部和外部双管齐下，构建具有鄂尔多斯特色的全产业链、全员参与的 ESG 体系，努力走好以生态优先、绿色发展为导向的高质量发展新路。

当然，我们在生产制造端也做了大量的绿色改造，包括节能用水、植物染色以及染料助剂去化学化和去重金属化，让整个生产制造更绿色。

此外，在终端消费领域，我们建设了全国的售后服务中心，帮消费者去养护羊绒服装，这种养护服务其实也体现了可持续理念。在包装方面，我们尽量使用可降解包装，物流环节则用一些可重复利用的材料等，所以说从牧场到市场整个环节我们做了很多实践。

作为一家棉纺巨头，溢达集团面对 ESG 体系建立的大趋势有何具体的计划和部署？

**陈海英：**很多年前我们就关注到，如果不做出改变，中国纺织服装行业的传统生产方式已经很难健康的可持续下去，行业该何去何从，如何把它转变成一支积极的发展力量？

在这里我想分享溢达的一个例子，几年前，溢达在桂林兴建了一个可持续发展园林，名字叫“十如”，我们希望在园区打造一个可持续发展模式。

在这个园区里，可持续发展概念体现在方方面面，比如很多车间采用了大面积、低辐射的玻璃幕墙，既采光又节能，同时，在屋顶采用很多光导系统，也是把自然光引入室内，用科技改变了传统的照明。园区很多建筑的外廊加装了竹制木板，这些竹片按照不同角度旋转，一方面从视觉上会产生色彩斑斓的效果，另一方面，清风可以穿过竹板吹到廊内，使廊道时刻保持一种很凉爽的感觉，这都证明工业生产和自然环境是可以和谐共生的。

与此同时，园区还使用大量的自动化、智能化设备，也采用了最前沿的软硬件解决方案，并且园区实现了零工业废水排放。

劲霸男装在发展过程当中也一直致力于践行企业社会责任，在您看来中国 ESG 体系构建对劲霸在践行企业社会责任理念和行动上会产生哪些启发？

**洪伯明：**ESG 体系实际上是对什么是好企业有了一个更明确、更容易达到共识的标准。

劲霸是伴随着改革开放成长起来的品牌，历经三代人传承，传承的不仅是财富，更多的是企业文化价值。同样，劲霸有一个梦想是百年劲霸基业常青，其实同 ESG 的可持续观念非常相近。

ESG 体系给我一种启示，让我更加感受和理解到父辈对于实业的家国情怀，对于长期主义的坚守。

ESG 的价值在哪里？我认为这种整体共识能更好地让企业负责任，企业核心管理层对于可持续践行意愿会更好地传递给员工，同时利益合作伙也能以产品为媒介更好地走向市场与更广泛的消费者去建立联系。

ESG 体系的经济价值、社会价值包括人文价值对企业发展是有很大帮助的，尤其是劲霸近年来在推动品牌升级的过程当中，提出了“高端新国货”这样一个品牌战略，在 ESG 的共识下，能够更好地构建自己的时尚话语权，我觉得这就是 ESG 体系和整个当下的社会共识给到我们的一些启示和对未来的笃定感。

中国企业 ESG 发展现在正在驶入快车道，鄂尔多斯正在努力走好以生态优先绿色发展为导向的高质量发展新路，但在企业发展过程当中，必然会面对 ESG 构建与经济效益之间的问题，请问您会如何平衡这种关系？

**张磊：**首先我觉得 ESG 不能用经济效益去衡量，它一定是从社会的责任、从文化价值这种更高的角度去看待。

从投入角度来看，比如科技进步能够带动企业高质量发展从而带来效益的提升，是能够从效益上看到递增的，但有一些投入是看不到的，

比如在牧场建设上。实际上这种投入短期内很难看到效益，不仅要给牧民补贴，很多提供给牧民的种羊也都是免费的，还包括很多的养殖技术、草种研究的投入等等。但长久来看，我们还能够在羊绒领域是全球最好的资源。

在上世纪 80 年代初，鄂尔多斯创始人就提出要“立民族志气，创世界名牌”的企业理想，这种理想和信念一直在推动集团几万人努力把鄂尔多斯这个品牌做好，这其实也是 ESG 除了外在的环境治理，也包含的文化内涵的部分。

我们都说“没有伟大的企业只有伟大的时代”，当下就是如果你不做 ESG 就没办法跟上时代，所以想要跟上时代，你必须要做 ESG。

同样面对这种问题，溢达又是如何处理好减排和发展的关系的，又给企业带来怎样的改变呢？

**陈海英：**在这样的环境和背景下，2021 年 11 月，溢达集团郑重承诺，我们将在 2035 年实现减排 50%，2050 年达成温室气体的净零排放。

对于更具挑战的净零排放，这确实需要公司投入更多资源，以更强力度以及跨行业合作来共同来达成这个目标。去年溢达内部也成立了一个创投部门，寻找一些同溢达理念相同、价值相同的合作伙伴。

最近，溢达与合作伙伴正在开发一款纺织产业的双碳数字化的能源管理系统，这套系统是基于溢达自身多年来的能源管理实践，希望可以为纺织行业提供一个透明的标准和体系，建立一个覆盖行业上下游的数字化碳排放管理平台，从而提升碳足迹的可信度。

谈到变化，我认为很直观的就是工人的变化。以前纺织行业大多都是人工劳动，现在我们就把更多的科技投入到企业当中，使得很多的工人开始转变成技术人员，提高他们的竞争力，提高他们的收入，让他们拥有更好的生活，也就是说我们纺织服装行业完全可以提供更优质就业。

至于说发展和减排的关系，我们觉得发展和减排完全不冲突，甚至是可以相辅相成、互相促进。比如溢达有很多能源管理系统，一方面可以在线管理，及时发现异常情况，提升我们对能源管理的效率；另一方面，我们也投资了很多光伏发电，不但可以通过绿色能源减少碳排放，同时也可以节约成本。

另外，如果公司有一个非常低碳绿色环保的环境，其实也可以吸引更多的年轻人才加入企业，长远来讲，你也会吸引更多的生意，因为他们与你同样的可持续发展理念，是有助于企业发展的。

面对全球碳减排趋势，绿色低碳可持续发展越来越受关注，劲霸男装也曾经表示过希望成为中国男装可持续价值生态样板，这与 ESG 体系有很多共同之处，劲霸在企业可持续发展方面有哪些具体的思考和举措呢？

**洪伯明：**在刚刚过去的中国国际时装周上，我们发起了一个关于构建东方美学体系下的可持续价值生态的论坛。

我们希望可持续价值这件事不单纯地只是从绿色环保一个点去沟通，而是把人文、美学、价值生产整个商业链条之间的相关方融合在一起，借这样一个平台去跟大家去探讨。

我也是设计师，我感觉到越来越多的设计师非常有使命感，希望能在可持续、东方美学的复兴和发展以及中式哲学这种人与自然之间天然合一的观



ESG 建设是社会的需要也是行业的需要。

念去更好的做设计，去更好的创造价值以及更好的去发声。

我们认为的可持续，它未来有三个方面很重要：就是自然之美、人文之美和商业之美。ESG 和可持续环保的这一理念，非常符合当下的全球经济。其实现在强大的企业很多，但有温度的企业还可以更多，我觉得这是我们想要去做的。

我希望在践行 ESG 和可持续的过程当中，能让企业品牌和合作伙伴真正地感受到是在做有温度、有价值、值得长期去投入的事情，然后在长期投入的过程当中能得到自然而然的满足感和反哺，这样就可以更长期的向前推动。

说到可持续时尚，ESG 构建对可持续时尚产业的发展有什么重要意义？您认为实现可持续时尚产业发展的关键是什么呢？

**阎岩：**可持续时尚产业是由经济个体来构成的，这样投资理念导向产生的影响，体现在两方面：

一是对于时尚产业中的每一个个体。比如监管体系上，已经把 ESG 信息披露纳入到监管，所以对于在市场主体中的领军企业，特别是上市公司投身于 ESG 工作的积极性会被极大地激发出来。

二是对于经济实体来说，经济实体如果想要行稳致远，管理能力非常重要，管理能力又是看不见摸不着的，但在 ESG 信息披露时，它会以 ESG 报告这样一种强制性的手段去让你关注你的管理。

在时尚产业的 ESG 推动发展方面，关键点我觉得有三个：

第一个是理念。从生产制造端来说，鄂尔多斯、溢达和劲霸这三家有代表性的制造企业和品牌企业理念已经走在前列，不管是劲霸的基业常青、鄂尔多斯的立民族志气，还是溢达的青山绿水，其实都是理念，没有理念的指导，所有的行动会丧失方向，没有理念的经济实体是行而不远的。

第二是科技。在良好的可持续生产加工中体现的是背后的技术，如果没有技术的进步，我们再好的可持续发展理念也是没有核心支撑的。也就是说时尚产业的可持续发展一定是以技术为内核。

第三是人才。时尚产业近年来发展迅猛，无论是消费量还是时尚产业规模都在快速发展，需要有人才队伍作为支撑，而人才队伍的提升也将带动整个产业全方位的提升。

那么最后，请陈会长为我们做一个总结发言。

**陈大鹏：**ESG 是大势所趋，行业推进 ESG 的建设，对于行业实现高质量可持续发展是非常有意义的。

纺织服装行业正处在全新的发展时期，我们从制造强国走向时尚强国，在软实力提升方面，这是一个重要体现。

当然，我们要看到在国家“双碳”战略背景下，推进 ESG 的建设其实也是产业责任的体现，所以我们要顺应这个趋势、积极作为，行业要加快相关体系建设，企业也要加快提升治理和管理能力。

最后，感谢社会各界对于中国纺织服装产业发展的支持，同时在今后的发展中，我们也希望大家能够积极地参与和推动行业的 ESG 建设，推动行业高质量的发展。TA

# 面向未来的生力军， 2022中国服装成长型品牌在常熟发布

■ 本刊记者\_吕杨

在百年变局和世纪疫情的相互作用下，满足人民对美好生活的新期待是所有服装人的不断探索与实践。聚焦新消费，构建新格局，赋能新品牌，是新经济环境下服装品牌的发展新路径。从孵化到壮大，成长型品牌从未停止脚步。



与会领导嘉宾合影。

9月26日，“新消费 新未来 新品牌——2022中国服装成长型品牌发布大会”在江苏常熟举行。本次大会旨在积极探索品牌建设创新路径，助力品牌在新消费经济环境下，开启发展新思路，提升市场核心竞争力。

中国纺织工业联合会秘书长、中国纺联流通分会会长夏令敏，中国服装协会常务副会长杨金纯，中国纺织工业企业管理协会常务副会长、中国纺联流通分会副会长谢青，中国纺联流通分会副会长徐建华，中国纺联新闻中心副主任、《纺织服装周刊》杂志社社长徐峰，中国纺联流通分会副会长于敏静、秘书长王永元，江苏省纺织工业协会会长韩平、名誉会长谢明，江苏省服装协会会长龚慧娟、名誉会长郁冰，常熟市人大常委会党组副书记、副主任张建强，常熟服装城党工委书记许晓挺，党工委委员、管委会副主任顾辛辛，常熟服装城集团党委书记、董事长夏明宝，集团党委副书记、总经理陆志刚，常熟市纺织服装协会常务副秘书长夏迪虎等嘉宾和来自各中国服装品牌孵化基地的负责人、中国服装成长型品牌和优秀渠道商们出席了本次活动。

## 锚定新目标，成长型品牌一路前行

张建强在致辞时首先对各位嘉宾的到来表示欢迎，他指出，作为常熟市三大支柱产业之一的纺织服装产业拥有千亿级的产业集群。当前，常熟纺织服装产业依托于自身的纺织服装优势基础，建立了成熟发达的商贸体系和配套完善的产业链体系，涌现出大批优秀服装品牌。今年是“十四五”的关键之年，常熟纺织服装产业在面向消费升级、商业变革以及新一轮技术革命时，将适应双循环发展新格局，切实加快纺织服装产业转型的升级步伐，完善新定位、

拓展新功能，增强常熟纺织服装产业与全国重点集群商圈间的交流合作，进一步打造高端纺织产业集群。

谢青在致辞中表示，当前，外部市场环境不确定性较大，在疫情多点散发和国际环境影响下，服装行业在市场拓展、产品研发、技术创新等方面不断突破，取得了一定的成绩。作为国民经济和社会发展的支柱产业，解决民生和美化生活的基础产业，国际协作和融合发展的优势产业，中国纺织服装产业正在按照“科技、时尚、绿色”的目标要求，稳步推进结构优化调整和产业升级。聚焦新消费，构建新格局，赋能新品牌，这是新经济环境下，服装品牌的发展新路径。从孵化到壮大，成长型品牌从未停止脚步。

## 新消费环境下，创新营销是关键

在主题演讲环节，嘉宾们从“行业创新、数智化转型、品牌重塑”三大议题切入，旨在助力产业和企业重获传统品牌新价值，提升核心竞争力。

浙江理工大学服装学院专任教师、浙江省创意设计协会时尚设计分会秘书长陆希的“打造品牌时尚消费‘新生态’”主题演讲，从时尚消费角度出发对服装行业与企业转型之间的关系进行深入分析。她强调，时尚消费作为一种社会心理现象，当前人们更加注重追求风格、追求舒适度、追求生活的仪式感、追求小众以及追求可持续。

京东科技京东云泛零售北区商务总监孙琳通过“技术驱动营销创新”演讲表明，数字时尚产业作为引领数字新消费的创新先锋、紧密连接着实体经济与数字产业的新业态，会更加积极开放、拥抱创新。

新物云 CEO、裂帛副总裁王浩宇以“电商直播驱动的智慧供应链应用实践”为题，深度剖析了当前直播用户持续增长、服装零售渠道也随之发生转变的情况下，服装品牌如何重构。

以“新消费环境下，传统品牌创新营销新方向”为主题的对话环节，中国服装品牌孵化基地代表桐乡市濮院针织产业园管委会副主任王海波、中国十佳时装设计师屠俊、设计谷品牌总经理李坊海、飞榴科技联合创始人兼首席产品官刘珂分别从自身角度阐述了如何将现代潮流与传统产业有机融合，推进产业高质量发展。

## 努力终有收获，行业标杆获肯定

中国纺联流通分会品牌发展部副主任邱辰薇在现场发布了《2022中国服装成长型品牌成长趋势报告》。当前，中国服装成长型品牌呈现了品牌化建设成效明显、新生代消费群体在成长、供应链渠道构建新体系等发展趋势。未来，流通分会品牌发展部将继续加强对成长型品牌的培育与服务工作，包括加强对原创设计的支持力度，加强对品牌供应链生态体系的构建支持，通过不断推升品牌企业的原创设计水平和专业化能力，持续推进成长型品牌的创新发展。

于敏静宣读《关于发布2022年度“中国服装成长型品牌”和“中国服装品牌优秀渠道商”推荐榜单的决定》。最终，Rama ape、T.Y.P、伊莱雅特等59个自主服装品牌被推荐为“2022年度中国服装成长型品牌”；并推荐CHANUN婵之云、MEGG、love potion、麦谷风等21个自主服装品牌为“2022年度中国服装成长型品牌——原创设计师品牌”；推荐辉致、梓嫣等8个自主服装品牌为“2022年度中国服装成长型品牌——电子商务品牌”；推荐安徽依之元纺织品有限公司、杭州优田服饰有限公司等10个服装品牌代理商为“2022年度中国服装品牌优秀渠道商”。

值得一提的是，今年又有江苏常熟服装城、常熟新东方男装城、常熟天虹服装城、金指数品牌服装广场等18家单位成为“中国服装品牌孵化基地”。

中国服装成长型品牌推荐工作是中国纺织工业联合会流通分会和中国服装协会共同开展的一项全国性、专业性的行业推荐，从2010年到2022年全行业累计推荐“中国服装成长型品牌”数量为1048家；推荐“中国服装品牌优秀渠道商”数量为303家。TA

# 产量突破2万吨！ 超高分子量聚乙烯纤维保持良好态势

■ 王军锋 / 文

9月21—22日，2022年中国化学纤维工业协会超高分子量聚乙烯纤维分会年会暨行业高质量发展研讨会在江苏盐城举行。本次会议由中国化学纤维工业协会、盐城国家高新技术产业开发区主办，江苏神鹤科技发展有限公司、中国化学纤维工业协会超高分子量聚乙烯纤维分会承办。会议旨在进一步发挥超高分子量聚乙烯纤维行业发展需求，增强行业凝聚力，促进我国超高分子量聚乙烯纤维行业高质量发展。

中国工程院院士蒋士成，中国科学院院士、东华大学材料科学与工程学院院长朱美芳，中国化学纤维工业协会会长陈新伟，国家发改委产业司原巡视员贺燕丽，盐城市副市长、盐都区委书记、盐城高新区党工委书记王娟，中国化学纤维工业协会超高分子量聚乙烯纤维分会轮值会长、江苏神鹤科技发展有限公司董事长郭子贤，以及来自国内主要超高分子量聚乙烯纤维产业链上下游的企业家、专家学者、技术骨干、媒体记者等参加了会议。会议由中国化学纤维工业协会副会长吕佳滨主持。

会上，按照有关规定，经分会年会通过，江苏神鹤科技发展有限公司董事长郭子贤当选第二届轮值会长，同益中、仪征化纤、九州星际、湖南中泰、锦尼玛、神特新材、星宇安防、南通强生、千禧龙纤为分会副会长单位。

## 立足当下，明确行业发展目标

王娟在致辞中简要介绍了近年来盐城和盐城高新区经济社会发展情况。她希望在座的各位专家、企业家朋友借此机会多到盐城走一走、看一看，实地考察产业发展，体验大美湿地风光，

寻找合作商机，实现共赢发展。

朱美芳在致辞中说，近两年，超高分子量聚乙烯纤维行业虽受疫情影响，但仍保持了良好发展态势，产量突破2万吨，在各应用领域用量都有不同程度增长。她表示，超高分子量聚乙烯纤维行业实现高质量发展必须要提高高端产品的产量和质量，加强可持续研究，注重原始创新突破。希望各位企业家充分讨论、积极互动，为推动超高分子量聚乙烯纤维行业高质量发展凝聚行业共识、建言献策，合力谱写行业发展新篇章。

蒋士成以线上视频形式致辞。他表示，面对新一轮的科技革命和产业变革，行业要坚持创新驱动、协同共进、绿色发展，进一步推动超高分子量聚乙烯纤维产业高质量发展，形成具有更强创新力、更安全可靠产业链供应链，满足军民两用需求，服务战略性新兴产业发展。

陈新伟表示，当前国内超高分子量聚乙烯纤维行业发展形势较好，近年来产量基本保持稳步增长，功能性超高分子量聚乙烯纤维制备技术不断突破，国产成套装备生产效率持续提高，节能降耗水平进一步提升。陈新伟指出，目前行业初步形成了梯队式发展，这有利于精准对接和充分发挥不同梯队企业各自作用，提升行业整体水平。

他强调，超高分子量聚乙烯纤维行业的良性发展还要更多关注民用市场拓展，研判进一步提高规模化应用的细分领域，明确制约瓶颈，有针对性的找准突破点，抢占市场先机。最后，陈新伟呼吁企业要抓住行业形势好、经济效益好的机会，提前做好战略布局，进一步提高技术成熟度，以便在未来发展中占据优势。同时也希望新一届分会持续贯彻新发展理念，为行业提供参谋，为企业做好服务，促进超高分子量聚乙烯纤维行业的高质量发展。

“近两年，超高分子量聚乙烯纤维行业虽受疫情影响，但仍保持了良好发展态势，产量突破2万吨，在各应用领域用量都有不同程度增长。”



年会现场。

## 专家聚首，共探超高分子量聚乙烯纤维更多可能

此次会议邀请了多位行业专家、企业家与参会代表共同分享和探讨中国超高分子量聚乙烯纤维科技创新与产业发展。

东华大学教授王依民介绍了国外超高分子量聚乙烯纤维工艺技术路线、研发历程和发展现状，国内冻胶纺丝和干法纺丝工艺技术研发历程和产业现状，重点介绍了荷兰DSM公司的产品特性和应用领域，最后结合我国超高分子量聚乙烯纤维发展实际，提出了未来发展建议。

中国兵器工业金属材料理化检测中心研究员王绪财针对目前抗弹装备轻量化、高防护性发展的迫切需求，介绍了超高分子量聚乙烯纤维在抗弹装备中的应用及其抗弹性能检测相关工作。

山东鲁普耐特集团副总经理姜润喜介绍了绳网的发展简史、超高分子量聚乙烯纤维绳网产品性能特征、影响高性能纤维绳网性能的主要因素，展示了超高分子量聚乙烯纤维绳网在航运与平台系泊、海上能源、起重吊装、海洋渔业养殖、海上设置安全防护等海洋产业领域的应用现状与前景。

江苏神鹤科技发展有限公司副总经理王新鹏指出，分析超高分子量聚乙烯分子晶体结构对做好生产过程控制和产品性能控制非常重要，在此基础上他分析了国内外现有生产技术和装备存在的不足，提出了神鹤科技为提高超高分子量聚乙烯纤维生产效率，提升产品品质，降低生产成本以及增强安全防护所采取的技术措施。

江南大学教授蒋高明重点介绍了超高分子量聚乙烯纤维在安全防护、建筑、海洋、纺织、医疗、航空和体育等各领域的创新应用，并指出其未来开发应用的趋势。

东南大学教授陈力分析了超高分子量聚乙烯纤维层合板在子弹和弹片侵彻作用下的变形破坏特性与抗侵彻性能，建议行业建立统一产品标号等规范标准，以扩大其在防护工程方面的应用。

汇鸿（南通）安全用品有限公司技术总监陈伟新介绍了国内超高分子量聚乙烯纤维在防护手套应用的趋势，与国外同类产品防护性能的比较，并对超高分子量聚乙烯纤维未来在安全防护手套、护袖及服装等用品上的应用进行了展望。

9月21日，中国化学纤维工业协会超高分子量聚乙烯纤维分会还召开了闭门会议，深入交流了当前行业发展现状，面临的机遇和挑战，并对产品创新、拓展下游应用领域、绿色生产、智能制造和行业自律等提出了富有建设性的意见和建议。TA

# 与行业同频“绿”动

## 赛得利莱赛尔印染技术交流会举办

■ 本刊记者\_董笑妍

莱赛尔纤维作为一种新型纤维原料，在当下“双碳”目标、绿色发展的大环境下，逐渐绽放出属于自己的华彩。近年来，其凭借自身绿色属性，兼具天然纤维和合成纤维的优良性能，在纺织服装等众多领域得到推广应用。其中，莱赛尔纤维印染加工技术的创新应用，是其推广的重要环节之一，将有效打通上下游企业间的堵点，助力莱赛尔纺织产品的市场竞争力升级。



会议现场。

近日，由中国印染行业协会主办、赛得利集团协办的“赛得利莱赛尔印染技术交流会”于第二十一届国际染料工业及有机颜料、纺织化学品展览会期间举行。会议就莱赛尔纤维在印染加工中的技术难点及解决方案进行了深入探讨和交流。

中国印染行业协会会长陈志华、副会长兼秘书长林琳，赛得利集团副总裁刘涛、莱赛尔市场总监李孝琴，青岛大学教授房宽峻，杭州卓达染整有限公司总经理叶民，盛虹集团有限公司总工程师钱琴芳，山东魏桥特宽幅印染有限公司厂长刘文辉，赛得利集团莱赛尔市场经理潘燕华、莱赛尔技术服务部长刘文涛、产品研发高级经理付忠诚等嘉宾及相关企业代表参加了本次会议。

### 推动莱赛尔纤维印染加工新突破

陈志华致辞时首先对赛得利集团在莱赛尔领域所作出的贡献表示肯定。他表示，莱赛尔纤维作为一种新型纤维原料，凭借其原材料可再生、废弃后可降解的独特优势以及兼具天然纤维和合成纤维的多种优良性能，在服装、家纺、产业用等领域得到逐步推广和应用，但同时莱赛尔纺织产品在生产及应用过程中依然存在一些难点和问题，需要加快攻关和解决。

他强调，印染行业作为纺织工业产业链上承上启下的关键环节，为服装、家纺、产业用等终端产业提供重要的技术支撑，印染产业水平是纺织强国的重要体现。此次会议的召开，旨在聚焦莱赛尔纤维在印染加工中的技术难点，充分发挥产业链优势，凝聚行业智识，推动莱赛尔纤维印染加工技术取得新突破，更好地促进莱赛尔纤维在印染行业的应用。

刘涛致辞时表示，当下，绿色低碳已经成为纺织行业发展的主旋律之一，莱赛尔纤维作为具有代表性的绿色纤维在这种大环境下，其应用也越来越广泛。赛得利集团是纤维素纤维行业的领航者之一，集团始终致力于以卓越的产品性能为客户提供最好的保障。近年来，赛得利集团逐步加大在莱赛尔项目上的布局与投入，预计明年集团的莱赛尔产量将达22万吨，此后平均每年还会增加10—15万吨。因此，随着莱赛尔纤维的产能逐步释放、价格更加亲民，其在各类纺织物中的应用也将越来越广泛。

付忠诚以“莱赛尔纤维生产及应用分享”为题，结合企业发展，从遇见未“莱”，市场发展机遇；绿动未“莱”，莱赛尔纤维基本特性与染整；舒享棉“莱”，赛得利莱赛尔纤维特性助力棉莱搭配品质升级三方面进行了分享。他介绍，“双碳”背景下，可生物降解材料成为时尚新主角，可持续时尚成为服装制造业的方向。他强调，莱赛尔作为全流程绿色纤维，未来产业规模与市场需求将迅速释放，市场潜力巨大。他从莱赛尔纤维的基本特性出发，介绍了棉莱搭配实现产品品质升级的开发思路，并深度挖掘了莱赛尔的优势价值点，未来莱赛尔将赋予经典全棉新生力。

### 深化产业链上下游技术合作

青岛大学教授房宽峻以“莱赛尔纤维纺织品原纤化防控方法与染整加工工艺”为题，从莱赛尔纤维的结构和性能，莱赛尔织物的平幅染整加工，莱赛尔织物的绳状染整加工三个方面进行了分享。他介绍，莱赛尔纤维虽然属于大家很熟悉的纤维素纤维大类，但对其微结构很多人并没有很好掌握。他从莱赛尔纤维的分子结构、形态结构、聚集态结构层次、晶态结构、力学性能、吸湿性、抱水性等多方面进行了详细分析。随后，他从连续染整加工的特点、织物前处理、梭织物染色、树脂整理的防原纤化效果等要点入手，讲解了莱赛尔织物的平幅染整加工工艺；从绳状染整的特点、针织物的特点、针织物染整加工流程、针织物的前处理、针织物的染色等要点入手，讲解了莱赛尔织物的绳状染整加工工艺。

杭州卓达染整有限公司副总经理应浩以“莱赛尔纤维染色加工的技术要点及难点”为题结合企业实际应用，就莱赛尔纤维与其特征、染色流程、纤维性能—原纤化、莱赛尔印染要点、常见质量问题和未来趋势进行了分享。他介绍，莱赛尔染色过程中最显著的特征就是膨润性大。莱赛尔通过溢流、气流染色会形成原纤，后整理可获得独特的桃皮绒风格，手感比较丰满，垂悬性较好；以卷染、冷轧染等平幅方式染色的成品，布面光泽性好，清爽，有冰凉感。结合莱赛尔特性和染色过程中的实际问题，他指出，莱赛尔纤维与棉、麻等纤维混纺，交织的纤维色差问题比较突出，同色染色必须做到双组分纤维染色一致，即色光、色牢度一致，因此在使用染料时要仔细筛选。莱赛尔纤维的湿膨润性，使布在湿状态发硬，经摩擦、加压和折叠等作用下极易产生折痕、擦伤、色斑等疵点。原纤化产生的桃皮绒风格决定了其干湿磨、色牢度较差。

山东魏桥特宽幅印染有限公司厂长刘文辉以“莱赛尔面料的开发及工艺探索”结合企业实际应用进行了分享。他表示，莱赛尔纤维的化学组成、染色性、热学性质均与棉相似，且具有良好的吸湿性、亲肤性、透气性、可生物降解性。在纺织品的服装、家纺、产业用三大终端领域具有极其广泛的应用前景。在染整过程中，莱赛尔纤维面料服用染色性能良好、抗起球好，缩水率小。针对莱赛尔的特性和市场反馈，今后魏桥纺织将加大莱赛尔面料的开发及工艺探索，进行莱赛尔面料的磨毛整理，使得面料兼具真丝和羊毛的双重华丽质感，同时还将开发高支高密的面料。

近年来，赛得利集团专注于解决莱赛尔纱线端、面料端、染整端的关键技术瓶颈，联合专业高等院校、科研院所和纺织产业链上下游企业开展技术攻关，创新成果显著。此次会议必将深化产业链上下游相关企业的务实合作，加快莱赛尔技术进步，促进行业高质量、绿色低碳发展。TA



## 波司登重新定义“轻薄羽绒服”

■ 苏莹 / 文

9月21日，“波司登重新定义轻薄羽绒服”发布会在上海举办，以大秀形式演绎全新轻薄羽绒服系列，掀起品类革新浪潮。现场群星璀璨，一众明星、艺术家、时尚主编等出席活动，共同见证了波司登“重新定义轻薄羽绒服”掀起中国羽绒服行业风云的重磅时刻。

发布会上，波司登正式揭秘如何重新定义轻薄羽绒服：受跨领域的灵感启发，大胆创想羽绒服与经典时尚单品、创新羽绒拼接、艺术化绗线设计的跨界组合，并在兼顾外观时尚的同时，攻克了不同材质拼接技术及含绒量等难题，保持专业级别的轻暖，成功开创春秋冬三季轻薄羽绒更多样、更时尚、更轻暖的革新。

现场，演员 Angelababy 杨颖称赞：“波司登46年专注羽绒行业，为我们展示了中国品牌的实力与创新力”；歌手、演员郑秀妍也表示，规模全球领先的波司登“令人钦佩”，可以带领整个羽绒服行业创造更多惊喜；国际超模金大川直言作为一名中国模特，一直为波司登感到自豪，“近距离看到了波司登国际一流的实力，重新定义的轻薄羽绒服势必会成为时尚圈的热门话题。”

《时尚芭莎》时装主编兼《MiniBAZAAR》执行主编卫甜、《嘉人》CEO兼编辑总监孙赛赛亦纷纷盛赞，波司登作为羽绒服全球行业引领者，向世界展示了中国品牌的张力，期待波司登未来再创惊喜。

### 三大设计创新 + 五大轻暖科技，重新定义轻薄羽绒服

近年来，轻薄羽绒服以其“薄+暖”的特性大行其道，迅速占领市场。然而，随着时代的发展，市场对时尚的需求日益膨胀，款式单一的传统轻薄羽绒服逐渐显露出痛点：多年来停留在“细绗线”设计上，缺乏变化与创新；过于基础的版型也限制了穿搭场景，难以满足消费者日新月异的个性化审美需求。同时，市面上出现一些传统轻薄羽绒服为求轻薄而减弱了保暖性能。基于此，波司登认为轻薄羽绒服的革新势在必行。

**设计创新一，跨界经典时尚单品。**为打破传统轻薄羽绒服一成不变的局面，波司登将卫衣、针织等经典时尚单品与羽绒创新融合为一体，让经典与时尚、功能与美感有机结合。

而针织作为经典且实用的保暖品类，也给予了波司登设计师团队灵感。为使针织与羽绒“无缝结合”，波司登在选材与工艺上下足了苦工，在200多种纱线中层层筛选出拥有“钻石天鹅绒”之称的多丽绒，通过“一体缝合成型技术”，为成衣注入高级质感。令轻薄羽绒服的选择不止一面，满足个性所需，轻松应对不同穿着场合。

**设计创新二，创新式羽绒拼接。**拼接亦是波司登此次重新定义轻薄羽绒服重要的设计语言。波司登由唐朝“水田衣”所应用的拼接手法汲取灵感，在羽绒服中融入中国时尚精髓，并将多种不同触感、功能的面料与羽绒结合。

由于不同材质之间缩水率、色牢度及面料延展差异的不同，拼接难度大，波司登进行了上百次的尝试，最终突破了种种难点，得以实现更丰富的款式选择，满足轻薄羽绒服更轻暖、更时尚的双重要求。

**设计创新三，艺术化绗线设计。**为突破传统轻薄羽绒服一成不变的“横竖线条”设计，波司登以抽象几何艺术图形介入艺术绗缝设计。绗缝起源于法兰西马赛，流行于贵族圈层，如今也是时尚舞台常见的视觉符号。同时，绗线疏密程度及排布形式也影响着羽绒服的保暖性：绗线越规律，针孔越密集，羽绒服的保暖性越强。

波司登在传承古老绗缝手艺的基础上，历经上百种排布方案视觉测试，终于探索出适当的绗缝形式。通过羽绒绗线交织塑造3D效果，呈现轻盈时尚的视觉线条，在提升时尚美感的同时，让羽绒服变得更轻薄，更舒适保暖。

除了设计上的突破创新，波司登更融合“五大轻暖科技”，通过创新性多层保温空气层面料、超轻裸肤面料、国际认证优质鹅绒、德国防钻绒技术以及智能防寒工艺，攻克了一系列难题，重新定义轻薄羽绒服。

波司登这一打破传统、引领品类变革的创举，还斩获了权威国际大奖。日前，波司登重新定义轻薄羽绒服获“全球十大设计创新金奖”——法国NDA设计大奖。该奖项每年度在全球超1000多件设计作品中筛选，旨在发掘世界各地令人耳目一新的艺术创作，足见波司登轻薄羽绒服的设计实力和国际影响力。

### 引领羽绒服革命，波司登从未止步

回溯46年品牌发展之路，波司登以突破创新的精神、专注专业的态度，在时代的浪潮中，通过一次次羽绒服革新走向全球领先的行业地位。

1995年，波司登率先提出羽绒服“时装化”，让防寒服从“厚、重、肿”向“轻、薄、美”转型，引领了行业时装革新；2001年，波司登推出一系列具有智能化保暖特征的羽绒服，发起了防寒服绿色环保的变革。如今，波司登又凭借“重新定义轻薄羽绒服”开启羽绒服行业第三次革新，抢占今年秋冬时尚的话语权，稳固全球领先的行业地位。

46年深耕羽绒服行业，波司登业已成为强势领跑全球羽绒服市场的中国品牌。2021年，波司登首次入选国际品牌价值评估权威机构Brand Finance发布的“2021全球最具价值服饰品牌排行榜50强”，并被世界权威调研机构欧睿国际（Euromonitor）认证“波司登羽绒服规模全球领先”，销售额、销售量同时位列领先。

自身业绩取得长足发展外，波司登亦积极推行公益，践行企业社会责任，多年来累计向社会捐款捐物超过12亿元，以全球领先实力“温暖全世界”。

未来，波司登还会为行业带来更多创意和惊喜，拓宽行业边界，携手更多中国品牌屹立世界舞台。TA

# 秋市营销震荡回缩 价格指数小幅下跌

## 20220926 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220926 期纺织品价格指数收报于 107.13 点，环比下跌 0.30%，较年初下跌 0.44%，同比下跌 1.00%。



近期，中国轻纺城秋市营销震荡回缩，其中：原料市场量价环比微跌，坯布市场量价明显回落，服装面料市场布匹价格小幅下跌，家纺类产品成交量环比微涨，辅料量价环比推升。

### 原料量价环比微跌，涤纶环比下跌，纯棉纱环比上涨

据监测，本期原料价格指数收报于 85.27 点，环比下跌 0.08%，较年初下跌 3.73%，同比下跌 3.79%。

**聚酯原料环比回缩，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 6545 元/吨，环比下跌 230 元/吨左右；MEG 主流 4285 元/吨，环比下跌 125 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 7275 元/吨左右，环比持平。近期，萧绍地区涤纶长丝价格环比下跌，POY 报价 8100 元/吨，环比下跌 50 元/吨左右；DTY 报价 9600 元/吨，环比下跌 50 元/吨左右；FDY 报价 9150 元/吨，环比下跌 50 元/吨左右。近期，萧绍地区涤纶长丝价格环比下跌。从目前需求终端来看，纺织服装消费仍维持刚需为主，需求相对不足。终端织造订单方面局部显示不足，秋冬面料局部下单不足，对原料备货仍保持谨慎态度。

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 7825 元/吨，环比下跌 25 元/吨。纯涤纱市场报价稳涨互现，32S 纯涤纱报 11700 元/吨左右，环比上涨 150 元/吨；45S 纯涤纱报 12800 元/吨左右，环比持平。

**纯棉纱价格环比上涨，人棉纱价格稳跌互现。**近期，萧绍地区纯棉纱市场报价环比上涨，销售局部有所增加。气流纺 10S 纯棉纱报价 15800 元/吨，环比上涨 100 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报价 23800 元/吨，环比上涨 150 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 26250 元/吨，环比上涨 150 元/吨。纯棉纱现货价格环比上涨，市场走货较好，纱厂开工提升利润有所修复，当前纱厂依旧去库存为主。

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 14050 元/吨左右，环比持平。粘胶短纤弱势运行，价格环比持平，且订单不足，目前下游纱厂开工率仍显不足，对于原料补库积极性不高，粘胶短纤产业链仍显弱势，市场销售仍显不足。人棉纱价格稳跌互现，30S 人棉纱价格报 17600 元/吨左右，环比下跌 200 元/吨；40S 人棉纱报 18700 元/吨左右，环比持平。人棉纱主流价重心下浮，部分品种价格企稳，交投气氛一般，多数仍刚需采购为主，工厂开工率有所提升，至 7 成附近，整体库存仍高，但本周略微有出现下降。

### 坯布行情明显回落，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 123.62 点，环比下跌 1.46%，较年初上涨 1.72%，同比下跌 0.16%。

近期，坯布市场营销明显回落，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单环比回落，坯布量价环比下跌。因下游需求环比回落，坯布端整体行情逐日下降，整体市场走货环比下降，坯布厂家库存环比上升，利润空间环比回缩。其中：天然纤维坯布需求明显回落，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落，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交量环比回落；混纺纤维坯布行情明显回落，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、

涤麻坯布、锦棉麻坯布市场量价环比回落，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

### 服装面料略显回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.03 点，环比下跌 0.01%，较年初上涨 0.34%，同比下跌 0.03%。

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略显回缩，连日成交环比微跌。近期，对客商入市认购显示不足，大众面料市场成交环比回缩，秋季大众面料现货成交和订单发货环比回缩，初冬季跑量产品订单发货环比下降，价格环比微跌。其中：涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、粘胶面料、锦纶面料、锦棉面料、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。

### 家纺市场环比回升，价格指数环比微涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.70 点，环比上涨 0.06%，较年初下跌 0.16%，同比下跌 0.07%。

本期家纺类价格指数环比微涨。近期，轻纺城家纺市场行情环比回升，整体市场价格微幅上涨。创新色花型面料现货成交量和订单发送量环比回升，兼具时尚元素的创意产品现货成交和订单发货环比增加，价格指数微幅上涨。其中：床上用品类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈环比上涨走势；窗帘类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈微幅上涨走势，拉动家纺类总体价格指数环比微涨。

### 市场行情环比推升，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 135.94 点，环比上涨 0.68%，较年初上涨 3.99%，同比上涨 3.10%。

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推升，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环比推升走势，价格指数环比上涨。花边类行情明显回升，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；服装里料类行情环比推升，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。国庆长假轻纺城南北商贾返乡离场，织造工厂放假有所增加，往日的“金九”已过去，纺织市场并没有达到业内的预期，旺季不旺的状态成了纺织市场的新常态。因海外疫情仍未完全控制，服装出口仍有一定阻力，后续订单能否延续未可知。因下游需求局部回缩，常规面料、大众面料供给有所回落，订单亦将小幅下行，整体市场成交将呈现震荡小跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

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



# 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



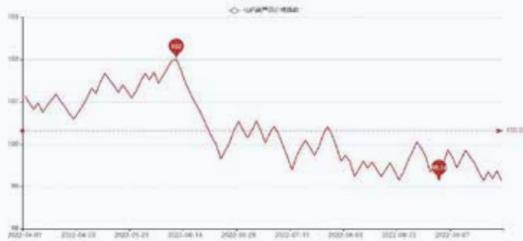
纺织之光科技推广  
云平台网站

# 原油价格急跌 化纤指数小幅下跌

## 2022年9月19—23日商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”一周点评

据对350家被采价单位反馈的数据监测分析，本周商务部中国·盛泽丝绸化纤指数小幅下降。其中，化纤总指数收盘于99.15点，与上周相比下降了0.18点；化纤面料价格指数小幅下降，收盘于99.2点，与上周相比下降了0.17点；化学纤维价格指数小幅下降，收盘于108.74点，与上周相比下降了0.19点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下跌，收盘于107.98点，与上周相比下跌了0.11点。

图1 盛泽市场化纤类产品价格指数



### 化纤面料市场行情分析

化纤面料价格指数小幅下降，收盘于99.2点，与上周相比下降了0.17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保持平稳态势，市场整体走货氛围一般。春夏纺、T400、桃皮绒等面料销量略有放量，但价格依旧平稳，抬升困难。

**里料行情：**本周该市场交易呈“量价平稳”之势。从里料常规平纹织物市场价格走势看，具有代表性的170T涤塔夫和170T半弹春夏纺价格分别为1.28元/米、1.43元/米，维持着上周水平。“轻盈纺”在本周内出货量还是不大，而价格走势保持平稳不变，其中，一款210T轻盈纺近期最为好销。一些斜纹、缎纹近来虽然销量回升，但是价格难于上涨，尤其是五枚缎交易量明显，此布料染色金黄色用于包装材料，例如，目前大量用于食品等礼盒的内包装。

涤棉系列里料的销售价格平稳，成交量却出现回升迹象。人丝舒美绸、人丝美丽绸等人丝织里料市场呈缩量走动。此外，彩旗纺和高密春夏纺等各地“旗类”生产厂家要货者颇多，市场出货量明显增加。另外，从当地印染厂了解，最近里料色泽将以深色系为主。预计下周里料行情将以平稳态势为主。

**面料行情：**本周休闲面料呈现出量微升行情，高密消光尼丝纺、高密锦涤纺、高密消光涤塔夫、320T以上规格的消光春夏纺等市场成交呈现小幅放量态势，织造厂家生产厂家进入生产旺季，而全弹桃皮绒、平纹春夏纺在本周内市场销量不大，下游织厂坯布库存量略升。“塔丝隆”系列面料销售可观，其中，提花塔丝隆系列面料的“消光蜂巢塔丝隆”和咪咪格塔丝隆消光较为动销。喷气面料的平纹市场现货交易较差，而“锦棉”系列的锦棉布纬弹小提花等龙头织物，市场上出货频繁。尼丝纺常规面料一些平纹销量不大，而菱形格尼丝纺等市场呈动销势头。

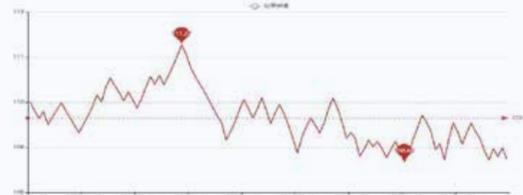
最近，在盛泽市场上陈列的箱包面料，琳琅满目、五彩缤纷，让人耳目一新。从该市场获悉，今年应市的箱包面料也不断推陈出新，除了往年的老品种牛津布等动销外，近来又有一种提花新品箱包面料问市走俏。仿记忆面料、T400产品在本周市场销量持续上升，尤其是T400面料形成系列化，最近面料市场颇为畅销。而绒类的卡丹绒、绉绒等近来不但买盘不旺，而且市场供大于求严重制约其价格走势。预计下周面料行情将适度盘整。

从商务部盛泽指数可以看出，下游织造企业开机率维稳。“金九”出现熄火态势，新单再次下达不畅，企业开工积极性一般，本周开机率稳定在69.3%。织造市场出现新单断层趋势，下游用户多反馈后续新单衔接不畅，市场成交量下降，因此坯布库存小幅回升至35.3天左右。

### 化纤原料市场行情分析

化学纤维价格指数小幅下降，收盘于108.74点，与上周相比下降了0.19点。

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



本周国际油价先跌后反弹。近期主导国际油价下探的主因在于宏观因素扰动较多，虽然供应偏紧、利多因素有所支撑，但原油期货“探了个底”更多是对弱需求的高度担忧。截至9月22日收盘，纽约商品交易所11月交货的轻质原油期货价格上涨0.55美元，收于每桶83.49美元，涨幅为0.66%；11月交货的伦敦布伦特原油期货价格上涨0.63美元，收于每桶90.46美元，涨幅为0.70%。

PTA方面，本周PTA价格基本企稳，目前PTA主流报价在6500—6600元/吨自提。本周PX供应继续紧张，PTA在高利润的情况下开工率却出现下滑，PTA价格受到支撑，预计PTA市场未来略微偏强。

乙二醇方面，本周乙二醇价格小幅下滑，目前主流报价在4300—4400元/吨之间。乙二醇开机率走稳，下游需求增长，未来整体走势平稳。

涤纶长丝方面，本周涤纶价格小幅下跌，各规格下跌幅度在50元/吨左右，成本相对坚挺，涤纶长丝利润低位，然下游需求维持刚性，但是产销一般，市场总体趋稳震荡。

开工率方面，PTA平均开工率在63.2%，较上周上升了3%；聚酯方面，聚酯平均负荷为83.1%，与上周保持一致。本周因秋冬面料订单数量增加，整体开工积极性回升。近期织造开机率在69.3%左右。

产销方面，本周涤纶长丝销量偏弱，织造厂家多刚需补货，虽周内市场氛围局部好转，然持续时间较短、产销偏低，整体产销环比上周小幅下降。

库存方面，根据绸都网统计数据来看，现如今聚酯市场整体库存集中在22—26天；具体产品方面，POY库存至22—26天，FDY库存至16—25天，而DTY库存则至20—25天。

### 蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下跌，收盘于107.98点，与上周相比下跌了0.11点。

本周部分企业的外销单仍在陆续生产交货之中。外销单的延续情况和内销单的走货动静仍在牵制着高品质生丝的价格高度。

展望四季度，外部环境更趋严峻复杂，全球流动性收缩对最终需求的抑制作用、通胀及部分地区能源价格高企对纺织服装产品消费的不利影响将进一步显现，出口市场可能面临波动风险。在成本影响下，内需回暖力度将是后市运行要素的关键，国内市场将成为稳定行业发展大盘的中坚力量。TA

Tex.com 中国绸都网

指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：<http://index.168tex.com/> 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通同行 做生意  
扫描二维码 立即下载纺织APP



# 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



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”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具有影响力的全国性面料调查活动。其宗旨是发现、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。

### 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