

# 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

2023.02.06 | 第04期 | 总第1108期



**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



春节期间，纺织企业抢抓时间加快重点项目建设进度。

**P16**  
抓好当下 赢在起步 中国轻纺城喜迎兔年开门红





# T 纺织之光科技教育基金会

## Textile Vision Science & Education Foundation

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

截至2022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1710项、优秀教师和学生4557名、优秀教学成果奖2373项、针织内衣创新贡献奖136项、应用基础研究83项、科技成果推广339项、全国纺织行业技术能手337名、技能人才培育突出贡献奖16人及33家获奖单位。

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

**宗旨：科技进步 人才成长 产业升级**



纺织之光  
微信公众号



纺织之光科技推广  
云平台网站

(以上数据由基金会提供)

# 《纺织服装周刊》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 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 李雨霏

### 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 赵国玲  
副总监 赵玲玲  
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

## 目录 CONTENTS

### 06 资讯 *Infos*

加强务实合作，2023 国际纺联年会将于 11 月在中国柯桥召开  
2022 年我国外贸规模再创新高！纺织品服装出口达 3233.4 亿美元  
鲁泰入选第二批全国职业教育教师企业实践基地名单  
中国纺联团体标准项目计划征集聚焦六大方向  
舜天泰科和国欣家纺传递爱心接力棒

### 08 关注 *Attention*

中国纺联党委召开学习贯彻党的二十大精神研讨交流会  
传承精神，其志长存！  
怀念吴鹤松主任

### 12 特别报道 *Special*

以新作为破局 2023，纺企厉兵秣马迎接市场春回  
春节消费揭示经济复苏新动向！  
纺企踔厉奋发开新篇  
各地集中推出政策“大礼包”

### 16 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

抓好当下 赢在起步 中国轻纺城喜迎兔年开门红  
不负华年，向光而行！

### 20 化纤 *Industry*

陈新伟：发挥强大韧性，全面建设化纤强国

### 22 麻纺 *Industry*

董春兴：品质 + 创新，麻纺业提升“小而美”成色

### 23 品牌 *Brand*

高德康当选“全国优秀纺织企业家”

### 24 一线 *Frontline*

当好丝路新使者，讲好丝绸新故事

### 25 观察 *Observation*

纺织行业持续推动数字化转型

### 每周随笔

## 前“兔”似锦，有没有？

兔年正式开启！红火的年味尚未散去，而企业大都已经进入开工模式。当下这个兔年是否值得我们期待？

从去年年底到现在，各种渠道都能看到看涨中国的信息。1月底，《2023 年世界经济形势与展望》发布。在联合国的这份报告中，预测 2023 年世界经济增长将从 2022 年的约 3% 降至 1.9%，而中国经济却将带动区域经济增长，2023 年中国将超过西方经济体，经济增长有望达到 4.8%，而美国的经济可能仅会有 0.4% 的增长，欧盟的相关数据预期还要更低。

中国的能量的确不容小觑。公开数据显示，2022 年，中国 GDP 超过 121 万亿元人民币，同比增长 3%，人均 GDP 达到 85698 元，接近世界银行定义的高收入国家水平。对于 2023 年的经济发展，在全国 30 多个省区市中，有 4 个将 GDP 增长目标定在了 7% 以上，将目标定在 5%—6.5% 的占比最大，毫无疑问，这就意味着地方政府有保经济增长的信心和资源。

另据文旅部信息，2023 年春节假期，全国国内旅游出游人次就达到了 3.08 亿人次，实现国内旅游收入 3758.43 亿元。据公开数据，仅春节假期 6 天，宁波市重点监测的 50 家样本企业累计实现销售额就达到了 6.02 亿元，较 2019 年春节增长了 6%。

我们的内需确有挖潜的空间，与此同时，海外市场同样不乏亮点。

2022 年是“一带一路”倡议提出的十周年，十年间，我国面向“一带一路”的贸易年均增长达到 8.6%。据海关数据，2022 年，我国出口到“一带一路”国家和地区的纺织品服装总额达到了 3233.4 亿美元，同比增长了 2.6%，再创历史新高。RCEP 实施一年来，我国对 RCEP 其他 14 个成员国的进出口达到了 12.95 万亿元，占我国外贸进出口总值的 30.8%。据行业数据，2022 年前十个月，我国出口至 RCEP 区域市场的纺织品服装总额达 793.5 亿美元，同比增长了 14%。

从国内和海外的这些数据来看，灰暗的发展环境或将逐渐改变。不过，久经市场考验的纺织企业坚定前行绝不仅看数据，更多支撑源于务实的准备和行动。海佳机械董事长王安俭的想法应该可以代表一大批企业。他表示，无论外部环境如何，企业要做的一步一个脚印地向前。从增强内功，提高产品质量和性能，到明确目标，充分发挥自身优势主动作为，已成为大家的明确选择。

事实上，在我们围绕新年展望话题采访的数十家企业中，大比例都对未来的发展环境持不乐观态度，但这并不影响他们充满信心地继续前行。看得出，我们的企业早已习惯了市场的跌宕起伏，并学会了在摸爬滚打中升级自己的能力。

所以，有没有前途似锦，对于业界企业而言可能决策权不在别处。跨越风浪，负重前行，对于纺织企业来说已不仅仅是一种态度，更是一种能力！

高德康

### View point / 产经看点

2022 年，全国一般公共预算收入 203703 亿元，比上年增长 0.6%，扣除留抵退税因素后增长 9.1%；全国一般公共预算支出 260609 亿元，比上年增长 6.1%。

——财政部

2022 年，我国服务进出口总额 59801.9 亿元，同比增长 12.9%，服务贸易保持较快增长。

——商务部

2022 年，全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入 121805 亿元，比上年增长 0.9%。

——国家统计局

春节假期期间，全国邮政快递业揽收快递包裹约 4.1 亿件，与去年春节假期相比增长 5.1%；投递快递包裹 3.3 亿件，与去年春节假期相比增长 10.0%。

——国家邮政局

2022 年全国规模以上工业企业营业收入比上年增长 5.9%。

——国家统计局



纺织服装周刊  
微信订阅号



纺织服装周刊  
微信视频号



纺织服装融媒体  
抖音号



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

## 加强务实合作， 2023 国际纺联年会将于 11 月在中国柯桥召开

日前，国际纺织制造商联合会（以下简称：国际纺联）决策委员会视频会议在线上召开。国际纺联主席、中国纺织工业联合会（以下简称：中国纺联）会长孙瑞哲出席并主持会议。中国纺联副会长徐迎新、杨兆华，中国纺联外事办公室主任袁红萍、生产力促进部主任乔艳津、社会责任办公室主任阎岩，中国纺织机械协会会长顾平等一同出席会议。

在会议开幕发言中，孙瑞哲谈到，2022 年，全球纺织业继续坚持多边主义和经济全球化的正确方向，推动消除贸易、投资、技术壁垒，助力构建开放型世界经济；积极投身智能制造、数字经济、共享经济等带来的创新浪潮，探寻新的增长动力和发展路径；在保证产业安全的基础上，努力实现行业绿色、低碳、可持续发展；维护产业链供应链安全稳定，助力行业经济复苏和增长。

谈到国际纺联工作，孙瑞哲指出，2022 年，国际纺联组织了多场线上全球性行业会议，并在达沃斯举办了线下年会。一年来，成员间交流“不降温”、“不断线”，在抗击全球疫情中感悟生命的宝贵，在抵御

经济寒潮中感受合作的温度。

孙瑞哲强调，2023 年，国际纺联要继续引领全球纺织产业应对共同挑战，把握经济复苏的重要窗口，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。一是要坚定信心、顺应大势，做正确的事。继续推动成立国际纺联标准化委员会，回应行业的需要、期待和信任。二是要勇敢坚强、百折不挠，做开拓的事。把创新放在重要位置，继续推动建立全球研发中心和创新中心，推动智库建设，打造协同创新平台。三是要团结奋斗、风雨同舟，做共同的事。继续做好两个月一次的“全球纺织业调查”；组织好国际纺联 2023 中国柯桥年会，做好会议设计和保障，为世界纺织工业注入更多信心与力量。

会议讨论决定：2023 国际纺联年会将于 11 月 3 日至 6 日在中国柯桥举行，11 月 5 日举办大会开幕式。会议由国际纺联、中国纺联和绍兴市人民政府共同主办，绍兴市柯桥区人民政府承办。

（中国纺联外事办）

Direct / 直击

## 2022 年我国外贸规模再创新高！ 纺织品服装出口达 3233.4 亿美元

近日，国务院新闻办公室举行新闻发布会，介绍了 2022 年全年进出口情况。2022 年我国外贸实现了新的突破，进出口规模、质量、效益同步提升，成绩来之不易。2022 全年，我国货物进出口总值超过 42 万亿元人民币（折合 6.3 万亿美元），同比增长 7.7%（以美元计增长 4.4%），规模再上新台阶，中国已连续第六年保持货物贸易第一大国地位。

海关总署统计显示，2022 全年我国纺织品服装出口达 3233.4 亿美元，同比增长 2.6%（以人民币计同比增长 5.9%），再创历史新高。其中，纺织品出口 1479.5 亿美元，同比增长 2.0%（以人民币计同比增长 4.9%）；服装出口 1754.0 亿美元，同比增长 3.2%（以人民币计同比增长 6.7%）。

当前全球经济正在减速，衰退阴影涌现，海外主要经济体的服装零售承压。预计 2023 年上半年，行业对外贸易将面临较大压力。同时，挑战与机遇并存，进入新的一年，随着我国出入境政策的便利化调整，纺织服装企业获取海外订单的渠道将全面快速恢复，有利于企业在全市场化的激烈竞争中，充分发挥行业的全产业链优势和产品开发、高效生产等方面的快速反应能力，国际市场份额有望保持稳定。（徐长杰）

## 鲁泰入选第二批全国职业教育教师企业 实践基地名单

近日，教育部、工信部、国资委联合公布了第二批全国职业教育教师企业实践基地名单，鲁泰纺织股份有限公司作为纺织服装行业企业，成功入选本批次全国职业教育教师企业实践基地名单。

据了解，入选基地多为行业领域的龙头企业、领军企业，岗位群、产业链专业面覆盖广，包括纺织服装、农业、机械、交通运输、工业和信息化、旅游餐饮等 46 个行业领域和《职业教育专业目录》中的 18 个专业大类，在全国多个省份建有分公司，在职教教师培训方面具有丰富的资源和经验案例，能够为职教教师企业实践提供更广泛和更优质的选择。

职业教育教师企业实践基地是接纳职业学校教师实践的重要场所，有利于教师深入了解行业企业基本情况，熟悉企业操作规范和技能要求，学习生产实践新知识、新技术、新工艺、新材料、新设备、新标准，在构建现代职业教育体系、打造产教联合体、形成产教深度融合良好生态中具有不可或缺的重要作用。国家级职业教育教师企业实践基地，是职业教育教师企业实践体系的重要组成部分，发挥着“领头雁”的示范效应，意义重大。（郝杰）

## 中国纺联团体标准项目 计划征集聚焦六大方向

为快速响应纺织行业科技自主创新和产业高质量发展对标准的需求，加快构建与政府标准协同发展、协调配套的纺织团体标准体系，中国纺联标委会秘书处近日公开征集 2023 年度中国纺联团体标准项目计划。

项目计划围绕六大方向重点征集。新产业方面，加强纺织新材料和技术型、功能型、融合型创新产品以及新产业、新消费的标准制定。绿色低碳方面，聚焦双碳目标和重点任务，研究碳标签、碳核算核查、低碳技术与装备以及绿色低碳评价与管理等标准，加快制定纺织细分领域碳足迹产品种类规则标准。智能制造方面，围绕智能制造“七条线”示范工程，加快纺织智能制造标准研制，以团体标准先行先试，成熟后上升为行业标准。科技成果转化方面，鼓励先进结构与复合材料、柔性可穿戴等国家重点研发计划重点专项以及各层级各类型科技成果转化标准，以标准助推科技成果普惠应用。企标“领跑”方面，围绕国家发布的“领跑者”重点领域，加快纺织领域重点产品企标“领跑”中国纺联团体标准制定，支撑纺织领域企标领跑评估工作有效推进。标准样品方面，围绕纺织检测方法、仪器校准和质量控制等市场与创新需求，开展 CNTAC 团体标准样品研制工作，填补国家有证标准样品空白，并协调配套，形成体系。

申报单位登录纺织标准网（http://www.cnfzbz.org.cn）“CNTAC 标准工作平台”后即可申报项目。项目申报实行随时申报、定期受理办法。申报单位自愿申报，秘书处根据申报情况集中公示、立项。标准制定经费按市场化原则筹集。（陈斌）

Scene / 现场

“纺织之光·爱益行”温暖行动进行时：

## 舜天泰科和国欣家纺传递爱心接力棒

近日，在北京通州区“强棒天使棒球基地”，一批在这里接受培训的孩子们身着漂亮的羽绒服在镜头前摆出各种姿势，以此表达对捐赠者的感激。这些羽绒服由江苏舜天泰科服饰有限公司通过纺织之光科技教育基金会捐赠。

“强棒天使棒球基地”是前国家棒球队队长孙岭峰等爱心人士创建的中国第一支公益棒球队。主要资助全国范围内 6—17 岁处于困境的孩子，被资助孩子以集中培训的形式，通过创新型的体教融合训练，以及专业的棒球和艺术体操技能训练获得改变命运的机会，为未来职业发展方向和未来的就业提供机会。迄今，团队已获得了 20 余个全国性的比赛冠军，棒球和艺术体操给这群孩子的人生打开了新的可能性。

江苏舜天泰科服饰有限公司得知“强棒天使”的情况后，积极响应“纺织之光·爱益行”温暖行动倡议，准备了一批漂亮的羽绒服，捐赠给孩子们。江苏舜天泰科服饰有限公司成立于 2002 年 2 月，是江苏舜天股份有限公司的控股子公司。主要经营女装类产品的出口，出口地区遍布南北美、欧洲及各新兴市场，并与 S.Oliver、Celio、Christian Berg、Jakes、Montego、McNeal、ARCTIC EXPEDITION、NUAGE、NIKKI JONES、VERO MODA、ONLY、PEACEBIRD 等品牌开展过合作。企业坚持不断开拓市场和开发产品，优化业务流程，整合公司内外部资源，不断提升服务能力，形成了以女装产品为主、内外市场兼顾的经营模式；始终注重企业社会责任，多次开展社会捐赠，在业内有着良好的口碑。值得关注的是，迎接新年之际又逢寒冬，“强棒天使棒球基地”的孩子们穿

上了由舜天泰科捐赠的羽绒服，绽放出了纯真笑容，也赋予这些衣服不一样的光彩。舜天泰科通过纺织之光科技教育基金会捐赠的这批服装，不仅温暖了孩子们的心，更展现出了纺织服装企业的人文关怀与责任感。

宁夏海原县地处宁夏中部，山大沟深，冬季异常寒冷。“纺织之光·爱益行”温暖行动惦记着那里的孩子和贫困群众。2022 年 12 月，河北国欣纯棉家纺有限公司积极响应中国家用纺织品行业协会的号召，携手纺织之光科技教育基金会向宁夏海原县的婴儿和贫困群众捐赠了棉衣、棉被 1157 件。

河北国欣纯棉家纺有限公司集研发、设计、生产、销售于一体，发展纯棉家纺，一直倡导“国欣纯棉，衣被天下”。“国欣”牌棉被芯所用棉花全部采用新农场自产的对花棉，数千亩对花棉经过上万名女工的巧手，一朵一朵去雄授粉，棉桃全部是高品质伏桃。棉桃生育期不使用有残留的农药，所以保证纯天然、无污染、无公害。

作为中国家用纺织品行业协会理事，国欣家纺深知肩上所承担的责任重大，任重道远。2021 年，由国欣家纺牵头，与中国家用纺织品行业协会共同起草了《可水洗棉被》和《精品纯棉被》两项团体标准。此外，国欣家纺还通过中国家用纺织品行业协会联合其他品牌厂家，共同起草《抗菌床上用品》行业标准，在促进行业健康规范发展中的作用愈发显著。

国欣家纺在企业不断发展的同时，不忘社会责任。此次捐赠是国欣家纺第二次参加“纺织之光·爱益行”活动，为贫困地区的同胞们送去成人、儿童以及婴幼儿的 1000 多套棉衣被物资。国欣家纺将会继续传递爱心接力棒，用国欣人的暖“芯”温暖到每一位需要的人。（郝杰）

广告

常熟纺织机械厂有限公司  
CHANGSHU TEXTILE MACHINERY FACTORY CO., LTD.

长方开口装置  
织出美好生活

公司网页  
公司公众号

联系地址：常熟市梅李镇通港路 381 号



# 中国纺联党委召开学习贯彻党的二十大精神研讨交流会

中国纺联党办 / 供稿



会议现场。

1月16日下午，中国纺联党委召开2023年第二次理论学习中心组学习会，深入学习中共中央总书记习近平在中共中央政治局民主生活会和二十届中央纪委二次全会上的重要讲话精神。中心组成员围绕党的二十大精神，对当前和今后一个时期全面准确贯彻落实党的二十大精神部署，系统推进行业改革发展各项任务进行了深入研讨。

中国纺联会长、党委副书记孙瑞哲，领导班子成员夏令敏、陈伟康、王久新、徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华，以及中国纺联党委委员、纪委委员、各直属基层党组织书记，各部门各单位主要负责人、中国纺联工会及团委主要负责人等60余人出席了会议。会议由党委副书记陈伟康主持。

会上全体中心组成员集体重点学习了中共中央总书记习近平在中共中央政治局民主生活会上重要讲话精神，中国纺联纪委书记孙晓音传达了中共中央总书记习近平在二十届中央纪委二次全会上的重要讲话精神。

在全面领会、重点学习、精心组织的基础上，16位中心组成员围绕学习贯彻党的二十大精神谈认识谈感受，结合2022年工作成绩和2023年工作目标任务，集思广益、统一思想、凝聚共识，完整准确全面领会党的二十大精神。通过交流大家体会到：党的二十大精神指明了中国未来发展方向，擘画了新时代新征程的宏伟蓝图，全体党员干部职工要在深学深思上下苦功，在真懂真信上铸忠诚，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，准确把握二十大所作出的重大战略部署，深刻领会新论断新观点背后的道理、哲理，要坚持学用贯通、知行合一，立足纺织行业工作实际，切实把二十大作出的重大决策部署付诸行动，奋力写好中国式现代化的纺织答卷。

中国纺联纪委书记王久新主持2023年度中国纺联党委党风廉政建设责任书签订仪式。根据中共中央《关于实行党风廉政建设责任制的规定》，党委副书记、会长孙瑞哲代表中国纺联党委在现场与中国纺织出版社有限公司党委等六家代管单位党组织书记签订了党风廉政建设目标责任书，其它直属基层党组织将在会后签订。

中国纺联秘书长夏令敏介绍了由工信部举办的2022纺织服装“优供给促升级”活动情况，对逐步实施运用网络信息化办公工作进行了布置，并对联合会各部门各单位春节期间的安全等工作提出了要求。

党委副书记陈伟康对中国纺联党委开展党的二十大精神宣讲、研讨活动，即将开展的党组织书记述职、民主生活会、组织生活会等工作提出了要求并进行了布置。

孙瑞哲最后总结讲到：学习贯彻党的二十大精神，是今年首要的政

治任务。中国纺联要全面加强思想政治建设，推动行业认识和行动凝聚到党的二十大确定的各项任务上来。在新时代新征程上，做好行业工作，必须始终坚持党的全面领导，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，以习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂，在全面学习、全面把握、全面落实党的二十大精神上下真功、见实效。

实现新时代新征程的目标任务，对于建设高水平现代化的行业组织提出了新的更高要求，对于各级领导干部的精神状态、能力素质、作风形象提出了新的更高要求。

**一、做讲政治、有高度的行业组织。**要旗帜鲜明讲政治。遇事多想政治要求，办事多想政治规矩，处事多想政治影响，切实把党的先进思想落实到行动上、贯彻到工作中。

要站位高远顾大局。要在国之大计、党之大计中服务和谋划产业发展。坚持小道理服从大道理，坚持算大账、算长远账，不打小算盘、不搞小聪明。

要立场坚定为人民。要充分认识纺织行业作为民生产业的特殊重要性。把兜住民生底线、增进人民福祉、稳步推进共同富裕作为产业发展的出发点和落脚点。

**二、做专业强、有影响的行业组织。**行业组织只有不断增强推动高质量发展本领、服务群众本领、防范化解风险本领，才能担当历史使命、不负人民重托。

要时刻保持创新意识，推动行业工作与新战略、新政策、新形势对接，与新模式、新技术、新业态融合。

要时刻秉持实践导向，不断缩小行业服务与高质量发展需求间的差距，不断提升服务体系与服务能力的现代化水平。

要时刻坚持系统观念，要善于在统筹速度和质量、发展和安全、国际和国内、当前与长远等重大关系中开展工作；要善于突破业务边界，将独立工作转变为系统工程。

**三、做负责任、有担当的行业组织。**党的二十大报告中把“坚持发扬斗争精神”作为必须牢牢把握的五个重大原则之一。增加历史自信、增进团结统一、增强斗争精神，是新时代新征程上做好行业工作的关键所在。要有居安思危的政治清醒，要有勇于斗争的奋进姿态。

**四、做受尊敬、有威信的行业组织。**协会要创造良好的干事创业环境，必须将全面从严治党落到实处，以党的纪律、党的要求来推动行业组织的作风建设。作风建设关键在做到清正廉洁。

要坚持公平公正。要树立正确的服务观、权力观，坚持为民用权、公正用权、依法用权、廉洁用权，将影响力、导向力、推荐权建立在为行业公平服务的全面性、为国家尽职尽责的全局性上，杜绝谋求特殊待遇，杜绝违规办会等行为。用好考核评价的指挥棒，公道用人，以事择人，重实干、重实绩、重公论。以德才论英雄、按勤绩比优劣、凭贡献排高低。

抓好“关键少数”。发挥领导干部在全面从严治党上的风向标作用，自觉遵守中央八项规定精神，主动接受监督、乐于接受监督，善于在监督下开展工作。自觉防止和反对个人主义、分散主义、自由主义、本位主义。以政治纪律为准则，杜绝党内政治生活不规范、组织生活平淡化、随意化的做法。促进形成清清爽爽的同志关系、规规矩矩的上下级关系、亲清统一的产业关系。

新的一年，中国纺联将坚持实事求是、尊重规律、系统观念、底线思维，稳中求进、坚定信心、抓主要矛盾，推动行业在新时代新征程上开好局、起好步。

## 支撑纺织工业智能制造新时代!

Leading textile industrial intelligent manufacturing new era

Hawk Vision®

国际领先的全幅扫描整花整纬技术,打造纺织品整花整纬新格局!

## Hawk Vision® 智能图像整花整纬机

荣获中国纺织工业联合会科学技术进步奖一等奖

——国家发明专利授权



发明专利号: ZL 2010 1 0132489.X

### 核心价值

运用了全新的科技手段,特别解决了纺织品花形变形问题和光电整纬机无法矫正的品种,超越了光电整纬和普通图像整纬的价值!

### 特别优势:

印花布、色织布、提花布等纺织品的整花; 厚重布料、斜纹布、磨毛布、针织布、牛仔布 数码印花上浆工艺、热转移印花工艺等的整纬; 从根本上提高了纺织品后整理质量水平。



## 针织定型自动克重在线测控

Intelligent online detection and control system of finishing gram weight of knitting goods



### 拥有先进的专利技术

实用新型专利号: ZL 2013 2 0428733.6

第十二批中国印染行业节能减排先进技术推荐目录产品

针织布由于自身织法和材质的原因,在加工整理过程中,容易被拉伸和缩宽变形,因此为了保证针织布的尺寸稳定,在拉幅或定型时必须严格控制进布的速度。定型机超喂控制系统采用工业相机作为检测元件,对运动中的织物进行监测,通过图像处理技术检测当前织物的纬密状况,并通过超喂调整系统实时调整纬密到理想状态,为实现高品质的纺织品提供保障。

国家印染数字化系统技术研发中心  
National Printing/Dyeing NC System Tech R&D Center

常州宏大科技(集团)  
Changzhou Hongda Technology (Group)

常州宏大智能装备产业发展研究院  
Changzhou Hongda Intelligent Equip Industry R&D Institute

全国免费客服热线: 400-085-8825

地址 ADD: 江苏省常州市国家高新技术产业开发区泰山路 220 号

电话 TEL: 0519-88856666 传真 FAX: 0519-85158666

Http://www.czongda.com.cn

E-mail: czongda@czongda.com.cn Zip: 213022





# 传承精神，其志长存！

## 吴鹤松同志追思座谈会在京举行

1月17日，原纺织工业部办公厅主任吴鹤松同志追思座谈会在京举行。吴鹤松同志于2022年8月份在京去世，享年93岁。

中国纺织工业联合会秘书长夏令敏、原副会长陈树津，国资委纺织离退休干部局局长李战红，中国纺织工业联合会办公室主任段红以及行业媒体代表等参加了座谈会。

夏令敏首先高度赞扬了吴鹤松同志对纺织行业的杰出贡献和家国情怀，特别是对其在纺织媒体建设以及行业信息化等方面所做的工作表示肯定。他表示，吴鹤松同志是一位德高望重、值得尊敬的老领导。召开追思座谈会，一方面是要深切缅怀，铭记吴老对纺织行业的贡献，学习他对行业的热情和赤诚，无私奉献、勇于担当的精神；一方面是要传承前辈精神，在传承与创新中加快构建全媒体传播体系，讲好新时代纺织故事，为中国式现代化纺织高质量发展再立新功。

李战红代表纺织离退休干部局表达了深切哀思，并回忆了与吴鹤松同志的生前交往。她表示，吴鹤松同志是一位特别值得尊敬的老领导、老专家、老党员，对党的事业无限忠诚，一生都在为纺织行业发

展殚精竭虑，耄耋之年依然笔耕不辍。召开吴鹤松同志追思座谈会很有意义，深切缅怀吴鹤松勤勉敬业的一生，不仅要传承老前辈的精神，更可以激励年轻一代爱岗敬业、无私奉献。传承和发扬老前辈的精神，是对他最好的纪念。

陈树津深切怀念了与吴鹤松同志一起工作的岁月。陈树津讲述，吴鹤松同志任办公厅主任期间按照纺织工业部党组的要求，筹备成立了中国纺织经济研究中心、中国纺织报、中国纺织职工思想政治工作研究会。中国纺织经济研究中心提出了很多纺织行业发展战略、经营策略、经济体制、经济法规等，研究成果形成用于实际的产业政策，比如在整个纺织系统实行“三个转移”，一是从以国内市场为主转移到保证国内市场的同时，着重抓出口创汇上来；二是出口纺织品要从以量取胜转移到以质取胜上来；三是从一般性生产转移到调整产品结构，发展最终产品，创造更多的附加值上来。陈树津表示，吴鹤松同志还主持了在全国首创的“中国纺织政治函授学院”的工作，该学院不仅让上千名纺织企业和单位负责政工工作的干部学习

到了相关的知识，提高了工作水平，更获得了国家认可的学历和职称。在陈树津的心目中，吴鹤松同志是一个把身心全部奉献给我国纺织事业的领导。吴鹤松同志退休后也没有离开纺织行业，他组织陈义方、张国和、薛庆时等老同志先后编写了多部反映中国纺织工业面貌、重要历史时刻的书籍。他们更是倾尽全力，花费几年时间，编写了反映中国纺织百余年历史的《中国纺织工业发展历程研究（1880—2016）》，长达81.2万字，此书被国家新闻出版署列为“国家出版基金项目‘十三五’重点图书”。

段红表示，虽然吴鹤松同志已经离我们而去，但是他体现出的老一代纺织人“不忘初心，产业报国”的家国情怀，以及“超越自我，不为名利”的勤劳自强精神，值得我们永远学习，在今后工作中一定要将这一精神传承发扬下去。

夏令敏在总结发言时表示，此次追思座谈会，就是要深切缅怀吴



追思座谈会现场。

鹤松同志，传承老前辈的精神，把这种精神发扬光大，成为我们新时期建设纺织强国的内动力。概括起来，一是专业精神，不断学习、笔耕不辍；二是奉献精神，无私忘我、爱岗敬业；三是创新精神，敢于创新、勇于开拓。正是在这一精神的引领下，我们的行业，特别是纺织行业媒体，才有了0到1的突破和创新，披荆斩棘，乘风破浪。新时期，我们要站在巨人的肩膀上，有所创新、有所创造，讲好新时代纺织故事，让更多人了解纺织、认识纺织，助力中国式现代化纺织高质量发展。（钟纺）TA

# 怀念吴鹤松主任

■ 陈树津 / 文

原纺织工业部办公厅主任吴鹤松同志于2022年8月份在京去世，享年93岁。几个月以来，老主任的音容笑貌一直萦绕在我的思绪和脑海之中。老主任整整大我二十岁，是我深深敬爱的前辈。

1978年3月25日，我从天津纺织系统调到北京国家纺织工业部工作，第一位接见我的领导就是吴主任，当时他任纺织工业部政策研究室副主任。从这天开始至二十世纪九十年代初这十几年时间里，我一直在他的直接领导下工作。

在我的心目中，吴主任是一位具有相当高水平的领导。

上个世纪八、九十年代，正是改革开放初期，邓小平同志设计了改革开放总体的方向、原则，但是具体到每条战线、每个行业、每个部门应该如何实行，完全有赖于各个战线、行业甚至单位本身的探索和创造。无疑，纺织工业这条路如何走好，作为全国纺织工业的领导机关，纺织工业部担负着历史的重任，而部里的政策研究室又有着特殊的地位。吴主任带领一批长期研究纺织行业问题的专家，为部领导担负起“智囊团”的作用。而作为“智囊团”的组织者，如果没有领略全局的视野，没有深厚的行业管理经验，没有对改革前沿动态的掌握和勇于创新敢走新路的精神，是组织不好这项工作的。这期间，吴主任做了大量的工作。

例如成立“纺织工业经济研究中心”。上世纪八十年代初，振兴纺织业再度成为国民经济发展的关键一环。面临新情况、新问题，迫切需要把整个纺织系统的调研力量组织起来，探索改革开放新时期推进纺织业发展的新思路、新政策。部领导决定成立“纺织工业

经济研究中心”，以办公厅原有调研力量为基础（1982年政策研究室与办公厅合并），加上从各业务司局抽调的一批专家，组成以研究纺织业实际问题见长的研究队伍，由办公厅主任吴鹤松和资深经济学家俞鲤庭主持，同时，由部领导出面，聘请马洪、于光远、陶力、苏星、季崇威、郑戈恒、张彦宁、吴俊扬、董辅初等三十多位国内著名经济学家为“研究中心”顾问，并请地方上纺织主管部门、纺织高校、经济研究机构等为“研究中心”成员单位，一起研究纺织行业发展战略、经营策略、经济体制、经济法规等，研究成果形成用于实际的产业政策。经过一段时间的研究取得丰硕成果。如调整产业结构，致力于深加工，发展“三大类”最终产品，使之成为纺织业的三大支柱；在整个纺织系统实行“三个转移”，一是以国内市场为主转移到保证国内市场的同时，着重抓出口创汇上来，二是出口纺织品要从以量取胜转移到以质取胜上来，三是所有一般性生产转移到调整产品结构，发展最终产品，创造更多的附加值上来；充分肯定乡镇纺织服装业特别是产业集中地区的地位和作用，并通过适当的政策扶持、行业管理、信息服务，引导其健康持续发展；宣传“由买方市场转向卖方市场”的判断，使纺织业的生产与销售较早适应卖方市场新形势，取得主动等等。

那十几年，每年都要开一次全国纺织厅（局）长会议，总结过去一年工作，部署下一年工作。会议之前，部党组还要向党中央、国务院书面汇报一次工作，请求帮助解决的问题，这样就势必形成一个“汇报提纲”、一个“部领导讲话”，这两个文件起草任务都

由研究室来承担（1982年后由调研处承担），这些任务都是在吴主任领导下完成的。

在我的心目中，吴主任是一位组织力极强的领导。

1982年国家机关进行一次精简机构的改革，部里政策研究室与办公厅合并，吴主任担任办公厅主任。办公厅有十几个处室，包括值班室、机要室、调研一处、调研二处、秘书处、财务处、档案处、信访处、基建处、接待处、保卫处等。除此之外，吴主任任职期间还按照部党组的要求，筹备成立了“中国纺织经济研究中心”、“中国纺织报”、“中国纺织职工思想政治工作研究会”，并且都非常好地运转起来。吴主任还主持了在全国首创的“中国纺织政治函授学院”的工作，这个学院使得上千名纺织企业和单位负责政工工作的干部不仅学习到了相关的知识，提高了工作水平，而且还获得了国家认可的学历和职称，前途充满了希望。这些都显示了吴主任超强的组织能力。

八、九十年代的纺织工业管理体制是这样的：国家有纺织工业部，省级有纺织工业厅（局），地市级有纺织工业局，县级有纺织工业公司，各个机关都有综合部门——办公室。而办公室主任大多是当地主管部门的栋梁，个个能文能武，尤以“笔杆子”著称。如上海市局施颐馨、江苏省厅庠群、山东省厅周铁民、湖北省厅王润生、河南省厅张鹤亭、辽宁省厅顾石民、北京市局张耀之、天津市局张连山等等。吴主任每年都主持召开一次“全国纺织工业厅局办公室主任会议”，每次开会各地都踊跃参加，一起研究交流行业经济工作和行政工作。每次会议办公室主任都是感到收获很大，了解了许多新信息、新情况、新经验，对回去后指导工作，做好参谋助手，很有帮助。

吴主任历来十分重视发挥中央新闻单位媒体记者的作用。记者到部里采访，他经常亲自接待，适当时机，他还把各路记者组织起来，搞成采访团，到全国主要纺织工业城市、基地或企业进行大规模采访，让记者们了解全国纺织工业的新动向、新经验，也包括存在的困难和问题。那时新华社有“内参组”，专门通过“动态清样”和“内部参考”

向中央领导直接反馈重大情况，吴主任与这些记者都很熟悉，如新华社陈日同志、张超同志、李安定同志，人民日报的李茜同志、莫新元同志等。纺织工业的许多情况就是通过这个渠道反映上去的，这也使得中央能及时了解纺织工业的情况。

在我的心目中，吴主任是一个把身心全部奉献给我国纺织事业的领导。

吴主任一直都是在想工作、干工作，没有休息日、八小时工作时间的概念，也没有游山玩水的想法。我跟吴主任出差数十次（那时单位出差时间都很长，一般10天左右），印象中大概有三次休闲活动。一次是在湖北沙市调查国企改革情况，中间赶上一个星期天，我们看了一场沙市京剧团演出的《红鬃烈马》；一次是在杭州调研，赶上中间“五一”休假一天，我们在西湖逛公园，并在苏堤漫步时与陈云同志和几位随员相遇；还有一次在苏州调研，恰逢周末，晚上看了一场苏州评弹演出，记得当时他和陈义方同志一边听一边点头，有时还开怀大笑，而我却是一头雾水（听不懂苏州方言），难得吴主任有这样的時候。

吴主任退休后一直没有闲着，他组织陈义方、张国和、薛庆时等老同志先后编写了多部反映中国纺织工业面貌、重要历史时刻的书籍。特别是八十岁以后（四人均是如此），他们更是倾尽全力，花费几年时间，编写了反映中国纺织百余年历史的《中国纺织工业发展历程研究（1880—2016）》，长达81.2万字，此书被国家出版署列为“国家出版基金项目‘十三五’重点图书”。

吴主任是我人生中的榜样。TA

（本文作者曾任纺织工业部政策研究室处员，办公厅秘书处副处长、处长，部长办公室主任，办公厅副主任。1998年国家机关机构改革后曾任国家纺织工业局企业改革司司长，中国纺织工业联合会党委副书记、副会长。）



# 以新作为破局 2023， 纺企厉兵秣马迎接市场春回

■ 本刊记者\_陶红 董笑妍 徐长杰



2023年春节,是2020年以来首个不再倡导“就地过年”的春节,“返乡潮”叠加各地出台的刺激消费政策,使得兔年春节年味浓、人气旺,消费市场“开门红”,交出了三年来最亮眼的成绩单,彰显了中国消费市场的潜力和韧性。

国家税务总局最新增值税发票数据显示,今年春节假期(1月21—27日),全国消费相关行业销售收入与上年春节假期相比增长12.2%。其中,商品消费和服务消费同比分别增长10%和13.5%,生活必需品、家居升级类商品、旅游服务等消费增长较快。

“过新年,穿新衣”,百货业人士表示,趁降温契机,羽绒、羊绒、冲锋衣、保暖内衣类等均被带旺。

春节消费数据不仅是提振市场的一剂“强心针”,也敏锐客观地反映出了消费趋势的各种变化。中央经济工作会议指出,要把恢复和扩大消费摆在优先位置。商超企业销售额稳步回升,城市商圈、乡镇市集再现人潮涌动,满满的新春“购物车”,折射着国内消费市场的巨大潜力和活力,展现着中国经济的光明前景。

增强消费能力,改善消费条件,创新消费场景,今年消费市场将持续恢复,未来可期。对于纺织服装企业来说,企业三年来养精蓄锐,早已摩拳擦掌准备迎接市场的复苏。而各地政府更是紧锣密鼓地出台政策,为企业生产经营保驾护航。

## 春节消费揭示经济复苏新动向!

全国各大重点城市(地区)的春节消费数据,用一个字来形容就是“爆”,让大家更直观感受到兔年春节的“兔”飞猛进。

春节消费,各大商圈成为发力重点。支付宝数据显示,杭州湖滨银泰in77、杭州武林商圈、长沙五一广场、长沙坡子街、厦门中山路中华城、长沙都正街、重庆解放碑、重庆山城巷、南京夫子庙、南京新街口等知名商圈火热异常,消费增速位列全国前十。让我们来看看,各地都是如何各出妙招激活消费的?

### 各大商圈,八仙过海显神通

杭城各大商圈积极组织各类消费活动,以武林商圈为例,春节期间在武林广场为广大市民带来了精彩的烟花秀;银泰百货新春季推出小票当钱花、新春季五福券等硬核优惠举措,带动了服装、化妆品等商品的热销。

广州太古汇奢侈品专柜门前均排起了长队伍。以年初三到初五为例,香奈儿、LV门店的人流最旺,其次爱马仕、Gucci、Prada的门店也搭起“排队区域”。市民陈先生说,年初一到初三均在天河区域的商场购物吃饭,开车入停车场时均约40分钟,笑言“人多到爆”。

“过新年,穿新衣”,广百股份推出新年红时尚服饰系列,包括红色毛衣、儿童拜年服饰、红色内衣等,拉动服装销售突破5000万元。广州友谊各款时尚服饰也同样走俏,精品大牌服饰同比上升65%,其中女士服饰尤为突出,大年初一众多专柜销售翻番。另外,御寒保暖商品销售同比上升20%,百货业内人士表示,趁降温契机,羽绒、羊绒、冲锋衣、保暖内衣类等均被带旺。

此外,各地的促进消费活动同期上马,多管齐下,共筑繁荣景象。

春节期间,多个数字人民币试点地区将数字人民币推广与“扩内需”相结合。据不完全统计,北京、杭州、深圳、济南等10余个试点地区开展了“数字人民币消费券”发放活动。

1月18日起,济南首次发放数字人民币消费券,均为零售、住宿、餐饮类,共3种面额,分别是满200元减60元、满100减30元、满50元减10元。

宁波也加大力度发放春节专属消费券,1月份发放金额在首期2亿元基础上加码至6亿元,目前已核销1.2亿元,撬动销售金额12.34亿元,以真金白银激发市场活力,加快释放居民消费潜力。

安徽以线上线下相结合的方式,组织开展了“徽动消费迎新春过大年”系列活动400余场,累计发放消费券近4000万元,消费市场加快回暖。从市场监测情况看,春节期间全省消费市场供应充足、价格稳定,尤其是购物中心销售增长明显。

时至今日,开通数字人民币的商户数量仍在扩容。截至春节前后,数字人民币App上的子钱包已支持美团、京东、淘宝、亿通行、饿了么、天猫超市、携程、顺丰、快手等90多个商户平台接收数字人民币,覆盖吃喝玩乐、衣食住行等多个场景。

### 透过春节数据,研读消费趋势

春节消费数据不仅是提振市场的一剂“强心针”,也敏锐客观地反映出了消费趋势的各种变化。

从地域上看,春节期间各地消费市场都呈现出旺盛的活力,京东销售情况显示,截至1月26日,2023春节期间成交额占比最高

的省市是广东省、江苏省、北京市、四川省和山东省。

同时,消费者在疫情期间培养起来的一些短途出行需求也仍然存在,不少人选择开展滑雪、露营等近郊游,《年货趋势报告》显示,露营交易总额同比增长134.5%。

今年“年货节”期间,天猫超市猫包搜索量环比暴增60%。和宠物一起过年,宠物年夜饭、宠物洗护用品、宠物新衣也必不可少,天猫超市上宠物年夜饭销量同比增长20%、新年服饰销量同比增长50%。

值得一提的还有,低线级市场成为今年春节消费的亮点。支付宝《2023春节假期消费趋势》显示,低线级市场在春节期间的消费体现出强劲的增长力,近三年低线级市场成交额占比逐年提升,与2021年春节相比,2023年4—6线市场成交额占比提升了10%。

支付宝数据也显示,三线及以下城市消费金额同比去年春节涨幅近20%,涨幅超过一、二线城市。

京东数据进一步显示,2023年春节期间低线级市场消费者的客单价有明显提升。一方面,在城里打拼的年轻人返乡过年,带动了家乡的消费能力;另一方面,电商渠道的下沉和基础设施的完善,让越来越多的乡镇用户在过节期间也能随时随地享受到电商的便利服务,进一步拉动了低线级市场的消费增长。

不同线级市场的消费者春节期间线上购买的商品也有所差异。京东销售情况显示,春节期间,高线级市场消费者更偏爱购买生鲜、鲜花、宠物生活品类的商品,而低线级市场消费者则更偏好购买手机通讯、家用电器和家装建材品类的商品。这也进一步反映出,在城里打拼的年轻人在回到家乡后,带动亲人们也能随时随地享受到电商的优质商品和便利服务。

中央经济工作会议指出,要把恢复和扩大消费摆在优先位置。商超企业销售额稳步回升,城市商圈、乡镇市集再现人潮涌动,满满的新春“购物车”,折射着国内消费市场的巨大潜力和活力,展现着中国经济的光明前景。

## 春节期间各地消费增长较快

### 北京

北京市商务局发布春节消费数据显示,假日期间,大兴机场商圈、前门大栅栏商圈、西红门商圈客流量同比分别增长99.5%、45.1%、31%。值得关注的是,首店加速落地激发消费新动能,其中北京SKP旗下DT51入驻20余个全国首发品牌;潮牌集合店33 Trente Trois全国首店亮相北京朝阳合生汇。

### 上海

据消费市场大数据实验室(上海)监测显示,春节期间(1月20—26日),上海全市线下消费支付金额323亿元,环比节前增速明显提升11.8个百分点;线上消费支付金额198亿元,比去年农历同期增长9.4%。上海全市36个商圈的线下客流总量达到2914万人次,消费金额排名前三商圈分别为南京西路、南京东路和陆家嘴。

### 广州

1月21—27日,广州市北京路步行街春节期间累计人流343万人次,同比去年春节增长38%,预计总营业额3.45亿元,同比增长19.4%。正佳广场春节期间商场客流同比去年呈现两位数增长,年初一客流同比去年增长25%。

### 杭州

据杭州市商务局监测统计,春节期间(1月20—26日),全市消费总金额为149.97亿元,同比2022年增长21.6%,同比2019年增长61%。春节消费市场呈现“年味氛围浓郁、促销活动精彩、消费强势回暖”的特点。据监测,25家大型商场营收7.32亿元,同比增长36.2%,其中杭州大厦、湖滨银泰in77两大核心商场增幅分别高达86.7%、77.2%。

### 成都

据成都零售商协会数据,1月21—27日,成都市30家重点商贸零售企业客流量1246.51万人次,同比增长5.66%;实现商品销售额11.74亿元,同比增长5.92%。万象城、银泰中心in99、王府井百货、仁和新城等18家百货商场和购物中心春节期间客流量347.87万人次,同比增长5.31%,实现销售额4.42亿元,比去年同期增长4.04%,其中,黄金珠宝、服装服饰、家电数码等商品成为畅销商品。

### 武汉

据武汉市江汉路步行街区综合服务中心智慧街区数据平台显示,整个春节期间,街区累计客流预计达156万人次,较2022年春节增长约93%。其中,武汉市本地游客占比达到85%,18—30岁的年轻人占比近一半。

### 西安

陕西省商务厅对全省570家零售和餐饮样本企业监测数据显示,春节期间监测企业销售额13.5亿元,同比增长6.2%;404家零售样本企业商品零售额12.5亿元,同比增长4.1%。西安市开元商城、SKP、老城根、赛格购物中心、金鹰国际等10家重点商贸综合体春节期间客流量295.2万人,同比增长46.7%。

### 沈阳

沈阳市商务局相关统计数据显示,截至1月26日抽样监测的12家重点商场、超市春节期间累计销售额1.94亿元,同比增长17.3%。



关云鹤/摄





纺织企业纷纷夺取“好彩头”，全力冲刺开门红。

## 纺企踔厉奋发开新篇

2023年是全面落实党的二十大精神起步开局之年，意义非凡，十分关键。面对新的战略机遇和任务、新的战略阶段和要求，众多纺织企业以时不我待、奋发有为的精神状态，乘势而上，积极部署新年发展规划，以实干开创新未来。

### 生产不停歇，奋战“开门红”

今年春节期间，在荣盛石化子公司浙石化的车间和厂房里，也是一派繁忙景象。手写的“福”字以及红色挂饰喜气盈盈地装扮着车间，但是一线工作人员没有一丝懈怠，在岗位上记录着各类数据和参数，加足马力生产。

据介绍，开足马力生产的，正是被用于口罩生产的聚丙烯材料，“随着疫情防控政策变化，口罩需求增长，为保障口罩供应，稳定原料价格，我们第一时间将聚丙烯装置转产口罩原料。”荣盛集团相关负责人说，聚丙烯制成的高熔指无纺布专用料是生产口罩的重要原料，这一材料还可用于生产一次性手术服、隔离服、被单、液体吸收垫、输液注射所用的输液瓶和注射器等。

荣盛石化子公司浙石化拥有四套聚丙烯生产装置，共计产能180万吨/年。为保障医疗防控物资原料需求，稳定原料价格，浙石化及时增加聚丙烯高熔指无纺布的市场供应。

今年春节，企业荣盛集团以及下属各子公司基本保持正常生产，“春节期间，我们员工总体在岗率在平时的95%左右，我们公司倡导鼓励员工平时轮流休年假，这样可以避免出现节假日离岗休假员工过多的情况，春节大家的生产积极性都很高。”荣盛控股办公室主任卢铭说。

近年，随着浙石化炼化一体化项目一期全面投产、二期陆续投产，荣盛进一步完善石化全产业链，市场竞争力和抗风险能力显著提升。荣盛集团负责人表示，接下来集团将积极布局高端石化新材料领域，持续提升自身的创新驱动能力。

### 披荆斩棘，勇攀高峰

新年肇启，万象更新。正值新春佳节之际，鹰游集团董事长张国良发出新春贺词，为鹰游集团的辞旧迎新规划了前景未来。

2022年是鹰游集团、中复神鹰具有里程碑意义、大发展大变化的一年。中复神鹰历经十八年的艰苦奋斗，4月在上交所科创板成功挂牌上市，成为科创板第一家碳纤维上市公司。同年，西宁2.4万吨生产线稳步推进全线投产，取得了突破性社会效益和经济效益。更为可喜的是，年产3万吨高性能碳纤维建设项目已签约落户。

展望2023年，集团将抓主抓重、精准突破、靶向施策强科技，依靠科技创新催生发展新动能、塑造发展新优势。大力推进高附加值“拳头”产品研发，突破全产业链“卡脖子”技术难题。

### 开局就是决战，起步就要冲刺

1月28日，春节后的第一个工作日，位于大连长兴岛的恒力重工产业园举行运营仪式，标志着恒力重工向着打造世界一流绿色船舶建造及高端装备制造基地的目标，迈出里程碑式的一步，同时也意味着恒力集团在新时代东北振兴中再落关键一子，在深耕实体经济中再迎新的跨越。

恒力集团董事长、总裁陈建华表示，今年是恒力来到大连长兴岛的第13年，恒力重工产业园的正式运营既是2023年开局“第一棒”，也是新春“开门红”，开启了恒力在长兴岛“二次创业”的新征程，也迎来了石油化工和高端临海装备制造优势互补、协同发展的新局面。

开局就是决战，起步就要冲刺。自2022年7月恒力集团成立恒力重工集团以来，恒力集团迎难而上挺进高端临海装备制造业，充分利用其先进的产业链和管理理念等优势，调动多年积累的国内外高精尖人才和产业资源，致力打造世界一流绿色船舶建造及高端装备制造基地。

### 全力以赴，夺取新胜利

1月27日，鲁泰集团举行了2023年新春团拜会，集团党委书记、董事长、总裁刘子斌向全体员工及家人致以节日的祝福。

刘子斌在讲话中指出，2023年，鲁泰集团新三十年发展将进入第二个五年，进入一个崭新的阶段。后疫情时代已经开启，这对于公司来说非常关键、非常重要。公司要深刻把握面临的经济形势，坚持市场导向，围绕提高质量效益目标，全面提升经营管理能力，实现企业健康稳定持续发展。

他强调，要紧紧围绕2023年度经营计划，坚持以客户为中心，发挥营销拉动作用，全力实现订单回升、增长；以产品线为主体，深入推进两大战略，提高交付能力及运营效率；以经营为核心，加强业务支撑与服务，提高管理和保障水平。

春节长假过后，纺织服装企业迅速调整状态，正以奋勇争先的姿态，抢抓发展机遇，提振士气，紧盯全年工作目标，落实各项重点任务，为新的一年工作开好头、起好步，描绘出一幅朝气蓬勃的“春耕图”。

## 各地集中推出政策“大礼包”

进入“十四五”，纺织行业在转型升级中进一步树立起崭新形象，行业的健康发展得到国家和社会的进一步重视。近日，全国各地纷纷出台相关政策规划，明确了利好纺织服装行业稳中求进、高质量发展的多项措施，纺织服装行业企业须结合自身实际，抢抓新一轮发展机遇。

### 浙江印发实施意见

#### 促进浙江省纺织产业高质量发展

浙江省经济和信息化厅近日印发《关于促进浙江省纺织产业高质量发展的实施意见》。

《意见》提出，到2025年，浙江省纺织产业规模以上企业实现营业收入超过1.2万亿元，化纤、印染、服装等重点领域国内领先地位更加巩固，高端羊毛（绒）、丝绸等传统优势产业持续提质增效，产业用纺织品等战略性新兴产业实现突破引领，在全球纺织产业网络中的领先优势进一步增强，努力把浙江打造成纺织产业输出数字化转型成果的先进制造地，促进共同富裕和高品质就业的引领示范地，汇集全球纺织产业高端要素的资源集聚地，引领国内纺织产业深度参与国际竞争的创新策源地，拥有时尚话语权的品牌集萃地。

### 广西出台28条措施

#### 巩固回升向好势头 加力振作工业经济

近日，广西壮族自治区印发《关于巩固回升向好势头 加力振作工业经济的政策措施》，包括夯实工业经济向好增长基础、加快制造业转型升级、强化重点产业稳定发展、推动区域工业经济协调发展、培育壮大优质企业、优化企业发展环境、保障措施等七方面28条措施。该政策措施自2023年1月1日起实施，有效期1年。

《措施》明确，鼓励工业企业在守住疫情防控和安全生产底线的前提下，加大2023年排产生产力度。

对产值排全区前500名企业中的制造业企业、自治区工业和信息化厅认定的工业龙头企业在2023年第一、第二、第三、第四季度当季工业总产值超过2亿元且累计增速不低于12%的；对工业和信息化部认定的专精特新“小巨人”企业及单项冠军企业在2023年第一、第二、第三、第四季度当季工业总产值超过5000万元且累计增速不低于12%的，均按不超过当季度产值同比增量的1%予以奖励，每家企业全年最高奖励不超过500万元。

此外，鼓励工业企业通过中欧班列扩大出口，对通过中欧班列出口的规模以上制造业企业按2023年工业总产值总量和增速给予一定补贴，最高不超过200万元。

### 广东召开高质量发展大会

#### 全力推动有效投资落地落实

兔年首个工作日，广东省委、省政府召开全省高质量发展大会。这是广东省委、省政府2023新春开年召开的第一场会议，也是近年来广东省召开的规模最大的会议。

大会主会场参会人数达1000人，其中参会企业超500家。同时，大会以视频直播的形式开至全省各地市、县（市、区），分会场参会人数达2.5万人。

此次大会围绕狠抓重点项目、重大平台建设，全力推动有效投资落地落实；以实体经济为本，坚持制造业当家，努力建设制造强省；加快实施创新驱动发展战略，实现高水平科技自立自强；深入实施“百县千镇万村高质量发展工程”，全面推进乡村振兴，破解城乡区域发展不平衡难题；发挥金融“活水”作用，赋能实体经济高质量发展；坚持“五外联动”，不断开创对外开放新格局；深化放管服改革，努力创建一流营商环境；推动房地产业平稳健康发展等主题展开研讨，以高质量发展的步步推进，探索中国式现代化的广东路径。

### 江苏省“一号文件”引热议

#### 《关于推动经济运行率先整体好转的若干政策措施》发布

近日，江苏省2023年“一号文件”在网上热传。江苏省政府发布的《关于推动经济运行率先整体好转的若干政策措施》，其中包括诸多改善社会心理预期、提振发展信心的务实举措。

“一号文件”指出，要持续加大财税支持力度，自2023年1月1日至12月31日，对月销售额10万元以下（含本数）的增值税小规模纳税人，免征增值税。免征符合条件的科技企业孵化器、大学科技园和众创空间孵化服务增值税，对其自用及提供给在孵对象使用的房产、土地免征房产税和城镇土地使用税。符合条件的创投企业和天使投资个人对初创科技型企业投资的，按投资额70%抵扣应纳税所得额。

“一号文件”显示，江苏省工业和信息产业转型升级专项资金安排12亿元，支持工业企业开展免费诊断、高端化改造升级、智能制造及工业互联网标杆示范和融合应用创新等项目建设，推动中小企业上云用平台，加快制造业智能化改造和数字化转型。安排9.5亿元省战略性新兴产业发展专项资金，围绕省“十四五”战略性新兴产业发展规划确定的产业体系，采取定额补助和拨改投相结合的方式支持战略性新兴产业融合集群发展。

根据“一号文件”，江苏省将设立100亿元规模中小微企业纾困增产增效专项资金贷款，省财政对普惠金融发展专项资金中安排贴息资金1亿元，用于支持中小微企业纾困发展、增产增效。依托人民银行应收账款融资服务平台，为供应链上下游中小微企业提供融资支持。

充分发挥省综合金融服务平台和省级企业征信服务平台作用，力争推动银行机构依托企业征信投放中小微企业信用类贷款2500亿元，省财政对服务平台给予适当奖补支持，人民银行南京分行在再贷款、再贴现政策方面对相关金融机构给予一定倾斜。支持符合条件的法人银行机构发行永续债、二级资本债以及小微、双创等专项金融债补充资本金和中长期资金，缓解贷款资本约束，提升信贷投放能力。

文件指出，要统筹使用中央贴息资金和省有关专项资金，落实设备购置与更新改造贷款贴息政策，对符合条件的项目给予2.5个百分点的贴息、期限2年。实施支持制造业、服务业、社会服务领域和中小微企业、个体工商户等更新改造设备优化政策，支持省内各银行以更优惠的利率积极投放中长期贷款，重点支持市场化的社会投资特别是民间投资项目，引导资金投向科技创新、先进制造业与现代服务业融合发展等重点领域和关键环节。

值得关注的是，“一号文件”指出要发挥区域性股权市场与全国股转系统绿色通道审查机制、全国股转系统与北京证券交易所挂牌上市直联机制优势，支持符合条件的“专精特新”企业挂牌、上市。[TA]

（本专题部分内容整合自企业、地方政府公开信息）





柯桥纺织人信心十足，均表示今年要继续做多面料种类，做优面料功能，增强企业市场竞争力。

“初八当天，中国轻纺城东市场、北市场、北联市场等各大专业市场纷纷开门迎客，开市首日市场平均开门率达53%，其中，北联市场开门率达98%。”

### 新年伊始，国际纺都向世界问好

“新年好！开市第一天我们迎来了开门红，接了一个老客户的单子。其实去年年底也有好几笔客户已经付款还没发货的单子，再加上今年是疫情开放后的第一年，相信生意肯定会好上加好。”北市场金幸灯芯绒的负责人谭美云满脸喜气，显然对于这一刻的到来已经等待多时。这也是中国轻纺城各大市场经营户此时的心情。

记者看到，一大早，市场内经营户卯足干劲，开张迎客，准备“讨个好彩头”。不少店铺正忙着新年除尘、摆放样品，不时有顾客前来选购，大家互道新年好，一派红火景象。

其中，北联市场作为目前国内最大、交易最集中、品种最齐全、价格最具优势的窗帘窗纱布艺龙头市场，春节一过便迎来采购旺季，这是市场开启“全年旺季”的一个缩影。

在北联市场“爱美丽”门市，负责人徐芳向记者分享自己从业13年来的心得。“我们主要通过‘产品、创新、服务、品控’四大关键词让自己的路越走越远、越走越宽，现在的客户和市场，不仅需要满足他们的需求，同时也需要我们从多维度主动带领流行趋势和产品开发。”据悉，“爱美丽”其实在初七就已经正式开业，“初七的门市营业就很火爆，当天就开了很多单，有老客户也有新面孔，我们对今年的形势很有信心！”

“新年好！新年好！”许女士专门从湖北武汉赶来，只为一睹疫情开放后，中国轻纺城市场的新面貌。“三年了，我们终于可以再好走走、逛逛、看看这个市场。我们这次主要想采购风格独特、差异化的窗帘产品，也能从与经营户沟通中感受到，这个市场的产品越来越年轻，品牌意识越来越强。”

### 各美其美，形象升级焕新期待

中国轻纺城作为柯桥区经济高质量发展的主阵地、领头羊，高标准建设“水韵纺都”城乡风貌样板区，全力打造柯桥城市新地标。一方面围绕功能优化，加强对传统市场的改造，创新发展，进一步营造良好的营商环境；另一方面，做好产城协同文章，以市场带动城市的发展，

提升“国际纺都”功能品质。

在市场中，记者发现越来越多的门市已经完成或正在重新装修，在这个过程中寻找新的风格和特点。欧美范、中国风、现代型、田园风等门市装修各有味道，使人眼花缭乱。经营户们专门聘请设计师进行门面装修，力求做到个性和艺术的统一。在市场内随意逛一逛，你就会发现，就算是简单的一盏灯、一扇门，也蕴含了他们的心血。

“布·空间”门市以“场景化”商品规划模式的装修风格吸引过往客商的目光，门口的3D斑马形象、立体logo设置以及统一的色调，把核心产品的描述、品牌价值的赋能一一体现。据门市负责人罗爱芳介绍，公司主营各类羊毛窗帘，产品极具厚重感，适用于别墅、联排、大平层等大面积家装。“体验感是现在实体门市的核心竞争力之一，店铺更要着力在场景、产品、搭配、服务等各方面提供良好的体验，丰富和提升门店的功能。”

纵观如今的中国轻纺城，实体门市仍然具有不可替代的优势。实体门市的转型靠的不只是紧跟时代潮流的创新，还有对品牌文化、品牌价值理念的坚守，无论何时，回归产品本身才能让一个企业在变幻多端的市场中站稳脚跟。

### 聚焦商机，差异化道路有出路

党的二十大开启了中华民族伟大复兴的新征程。统筹国际大势与国内大局，行业发展面临新的战略机遇、新的战略任务、新的战略阶段、新的战略要求、新的战略环境。柯桥纺企在新的形势中，思考创新工作，寻求发展路径。

相比往年，中国轻纺城市场经营户心态更加积极主动，有的在年前就前往外地甚至国外寻找新产品及合作伙伴，开拓贸易新商机。

“过年期间其实一直在线上接单子，一开工，物流和生产都在持续跟上，争取把过去三年损失的业绩加倍补回来。”绍兴贾思敏纺织负责人安伦十分看好今年的形势，“这从过年期间客户的下单情况就能略知一二，好在我们备好了充足的现货，现在陆续准备发货。”据悉，贾思敏纺织主营各类童装面料，往年以内销为主，稳扎稳打，在国内各大童装市场均有客户。随着疫情后的开放，安伦坦言自己在过年期间也积极布局外贸业务。“虽然大家对接下来的市场都抱有很大期望和信心，但得承认市场中‘大鱼吃小鱼’的趋势会越来越明显，特别是对于中小型纺织企业来说，如果纯粹依靠以前的价格竞争将会失去优势。在这场竞争中，聚焦差异化、品牌化、服务化的企业将脱颖而出。”

记者从中国轻纺城建设管理委员会了解到，初八当天，中国轻纺城东市场、北市场、北联市场等各大专业市场纷纷开门迎客，开市首日市场平均开门率达53%，其中，北联市场开门率达98%。热闹的中国轻纺城又回来啦！



# 抓好当下 赢在起步 中国轻纺城喜迎兔年开门红

■ 本刊记者\_ 鄂莹颖 文 / 摄

“走出‘舒适区’，持续关注市场新动向、新问题、新热点、新要求，寻找经营突破口！”这是农历新年伊始，《纺织服装周刊》记者在走访柯桥中国轻纺城北联市场、北市场、东市场、联合市场等各大市场时，市场经营户对于新一年的期盼。

衣食住行，以衣为先。作为永恒产业，纺织行业关系着国计民生，在稳定经济发展、平衡国际收支、创造就业空间、促进民生改善等方面发挥着无可替代的作用，是国民经济中的稳定器、压舱石。1月29日大年初八，柯桥中国轻纺城迎来兔年新春开市第一天，势必将为中国纺织市场的复苏输入一股强劲动能。而对于市场发展中最关键的纺织企业来说，他们始终在通过勤奋进取、改革创新，让纺织行业保持良好的发展势头。扎根在纺城大地的实业家们是柯桥发展的重要支柱，过去、现在、未来都在不断地为“家乡”发展作贡献。

采访中，不少纺织企业的负责人坦言，企业取得的“开门红”既得益于回暖的市场行情，更源于相关部门无微不至的关怀和支持。据悉，为了保证轻纺城顺利开市营业，助力经营户争创“开门红”，中国轻纺城建管委及各大市场公司早部署早落实，在节前就制定了完善的开市方案，确保水、电等基础配套及时到位。在柯桥纺织行业高歌猛进的发展进程中，柯桥纺织人也信心十足，均表示今年要继续做多面料种类，做优面料功能，做精面料品质，以创新为主动力，增强企业市场竞争力，在经济高质量发展、纺织产业转型升级的新的一年收获更多成果。







2023年,围绕打造现代化“国际纺都”的核心目标,纺城柯桥将重塑发展新引擎,书写好中国式现代化柯桥答卷,以新担当新作为谱写纺城新华章。

# 不负华年,向光而行!

## 2022年中国轻纺城交出靓丽答卷

本刊记者\_王利



艰难方显勇毅,磨砺始得玉成。2022年是极不平凡的一年。这一年,党的二十大胜利召开,纺城柯桥勇闯中国式现代化区域实践新路子,争当中国式现代化建设的城市范例;这一年,中国轻纺城喜迎冠名“中国”30周年,奋力谱写现代化“国际纺都、杭绍星城”新篇章;这一年,面对严峻的国内外形势,纺城柯桥统筹推进疫情防控和经济发展,展现出强大韧性和潜力……

数据显示,2022年,轻纺城市场群实现成交额2501.76亿元,增长6.96%,其中面料市场成交额1826.38亿元,增长8.38%;轻纺城网上实现成交额809.13亿元,增长15.31%,轻纺城线上线下成交额超3300亿元。新注册市场主体6262家,净增2632家,其中新注册企业1902家,净增1167家。良好的成绩背后,是纺城柯桥以党建为引领,重新审视“科技、时尚、绿色”新定位,开放融通之路越走越宽、创新发展之路越走越顺、绿色转型之路越走越深、数字赋能之路越走越远。

寻新机,谋增量。回首2022年,中国轻纺城在持续承压中砥砺前行,各大盛会圆满举行、大型项目落地转化、线上线下同步发展、商贸往来稳中有进……立足“产业+市场”的独特优势,纺城柯桥对标世界级现代纺织产业集群,牢牢把握纺织价值链微笑曲线的两端,努力为全球纺织发展贡献柯桥智慧、柯桥方案。

### 亮点1 市场功能不断优化

中国轻纺城作为产业之本、立城之基,始终处于行业龙头地位。2022年,中国轻纺城一方面优化营商环境、完善配套设施、丰富市场业态,全面深化“三服务”,优化市场“小门”管控措施,市场软硬件水平持续提升,打造良好的创新生态;另一方面提升经营户素质,培育更多充满生机、持续稳定经营的市场主体,挖掘企业的内生动力,探索新模式、新路径,把巩固市场主业作为纺城创新发展的“主战场”。

高效推进“水韵纺都”城市风貌样板区创建,运河两岸环境提升工程、东市场和联合市场立面改造、古镇区块的沿河环境提升和立面改造、沿线亮化工程等项目已基本完工,正式列入省风貌办第三批省级风貌样板区名单;推动划行规市、新业态集聚,通过打造市场专营区,推动直播电商基地建设,吸引优质经营户入驻、回归;中国轻纺城经营户素质提升工程第33、34期培训如期开班,从经营户的痛点、难点出发,紧跟时代需求……2022年,中国轻纺城全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。

### 亮点2 开放包容拥抱世界

不拒众流,方为江海。2022年以来,纺城柯桥以大开放促发展,牢牢抓住“双循环”新格局、“一带一路”机遇,围绕展馆设立、涉外服务、合作交流,加快“走出去”与“引进来”深度国际化,助力柯桥纺织企业占先机、抢市场,形成更大范围、更宽领域、更深层次的对外开放格局。

深入推进“丝路柯桥·布满全球”行动,组织开展中亚网上云展、中国-摩洛哥网上对接会等网上对接活动,共有1200多名轻纺城市场经营户与海内外知名品牌买家开展“一对一”高效对接;持续推进市场采购贸易方式国家级试点工作,目前联网平台共备案各类主体2408家,2022年累计结关货值44.84亿美元,其中柯桥区27.41亿美元,同比增长53.99%;首趟中欧班列“柯桥号”经霍尔果斯铁路口岸出境,开启柯桥海铁联运时代,拓宽对外贸易大通道;绍兴柯桥轻纺城海外市场促进会先后在美国、韩国、越南设立企业联合办事处……2022年,纺城柯桥积极融入全球产业链、开辟新市场,向世界不断释放“柯桥印象”。

### 亮点3 会展经济活力迸发

以会兴业,以展促商。“会展+产业”的良性互动,推动了柯桥纺织持续繁荣和产业转型升级。2022年,柯桥会展经济活力迸发,形成由2022新丝路故事汇·柯桥论坛、第五届世界布商大会、纺博会、时尚周四大纺织盛会领衔,其他大型会议、展览会、论坛等百花齐放的新气象,释放会展经济新活力。

2022新丝路故事汇·柯桥论坛以“讲好‘一带一路’故事、共享‘一带一路’机遇”为主题,汇聚合作共赢正能量;第五届世界布商大会以“融通成就全球价值”为主题,全球布商、纺织界专家学者等线上线下与会,共促全球纺织产业链循环畅通、交流合作;柯桥春季和秋季纺博会、窗帘展、坯布新材料展等成功举办,用实际行动统筹推进疫情防控与经济发展,提振纺织行业信心;柯桥春季和秋季时尚周聚集国内外时尚精英、本土精锐品牌……为世界纺织变革、创新、交流、合作提供更大舞台,有力展示柯桥纺织行业话语权和国际影响力,带动了柯桥纺织产业链延伸,促进柯桥纺织深度融入国内国际“双循环”。

### 亮点4 时尚产业蓬勃发展

一块布,托起了柯桥蓬勃发展的产业经济,也托起了柯桥的美丽中国梦。2022年,柯桥成功入选国家知识产权强县建设示范县,积极打造国内时尚产业发展的先行区和浙江省时尚产业转型升级的示范区。数据显示,2022年,柯桥区纺织工业设计基地企业设计服务性营收3.79亿元,同比增长8.1%,带动服务对象形成销售收入449.23亿元,同比增长8.2%。

柯桥“天天时尚”活动焕新升级,以“柯桥时尚大讲堂”、“柯桥时尚地标秀”、“轻纺市场深服务”、“经纬企业时尚汇”和“天天时尚交互平台”五大模块的31场活动贯穿全程,聚焦设计交流、技术研讨、人才培训、产业对接、时尚发布等多个维度;创意设计人才“经纬计划”持续推进,吸引更多高端人才汇聚柯桥;扎实推进“柯桥优选”纺织品区域公共品牌建设,对35家企业进行品牌策划、营销运营推广等培训;加快时尚平台建设,引进中国纺织信息中心浙江分中心、全球纺织色彩中心、必维绿色认证华东总部项目等6个重大平台项目……2022年,柯桥以创意设计赋能产业链价值,持续提升时尚创造力与影响力。



### 亮点5 数字经济成果显著

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。2022年,中国轻纺城把握变量、趁势而上,进一步深化数字化改革,探索数据增值渠道,推动市场运营、线上拓市、管理服务、金融业务、物流平台智慧化转型,撕下行业苦脏累的标签,让纺织人更体面地劳动。

“数字轻纺城”和“数字物流港”两大项目持续推进,深度挖掘数据价值,进一步提升纺城数字化、智慧化程度;工厂车间升级为“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;线上直播、展会、对接会、大讲堂等同步推进,帮助企业线上线下“双渠道”抢抓商机,进一步拓宽销售和品宣渠道……2022年,纺城柯桥用数字化新引擎赋能纺织产业高质量发展,不断创新招商隆市新业态,积极打造供应链金融服务新模式,为传统面料市场注入新活力、新动能。

### 亮点6 党建水平全面提升

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想、中央和省市区党建工作系列会议精神,深化和传承习近平总书记考察中国轻纺城指示批示精神,2022年,中国轻纺城积极推动“纺城有家”党建品牌建设,部署《布行天下纺城有家》“党建引领、品牌赋能”活动,通过现场观摩、经验交流、召开会议等方式,让基层党组织通过现场看、现场悟、现场学,履行好“第一责任”,带领大家扛起主责、抓好主业、当好主角,全面推动基层党建重点任务落地见效。

“中国轻纺城红色根脉宣讲团”成立,全面开展红色宣讲;组织开展“中国轻纺城浙江省第十五次党代会精神专题讲座”;举办中国轻纺城党建工作会议暨“七一”表彰大会;参观新昌梁柏台红色教育基地、嵊州浙东清风馆等红色教育基地,举办主题党日活动……2022年,中国轻纺城努力以高质量党建引领推动高质量发展,为加快打造现代化“国际纺都、杭绍星城”提供坚强保障,以优异的成绩庆祝党的二十大胜利召开。

点点星火,汇聚成炬。2022年,纺城人用奋斗创造奇迹,用汗水浇灌梦想,不负时代、不负华年,聚焦“底线思维”,坚决筑牢市场繁荣根基,在统筹推进疫情防控和经济发展中交出靓丽成绩单。2023年,围绕打造现代化“国际纺都”的核心目标,纺城柯桥将积极推动二十大精神在柯桥落地落实落细,重塑发展新引擎,书写好中国式现代化柯桥答卷,以新担当新作为谱写纺城新华章。TA



回顾 2022 奋进 2023

中国化学纤维工业协会会长 陈新伟：

# 发挥强大韧性，全面建设化纤强国

本刊记者 郭春花



陈新伟

2022年以来，面对复杂严峻的国内外形势和多重因素影响，化纤行业承压运行。原油价格高位大幅波动，下游需求持续低迷，化纤行业总体生产经营形势严峻，企业增收不增利的现象普遍存在。但在这样的环境下，化纤行业表现出了强大韧性，行业发展也不乏亮点。近日，《纺织服装周刊》专访了中国化学纤维工业协会会长陈新伟，分析行业发展成绩背后的原因，展望2023年发展前景。

## 行业承压运行，亦不乏亮点

2022年，受多方面因素影响，化纤行业运行遭遇前所未有的挑战，总体生产经营形势严峻。2022年化纤行业总体开工负荷弱于2021年，产销压力加大，部分产品库存保持高位。根据国家统计局数据，2022年1—11月化纤产量6177万吨，同比微降0.1%。其中，二季度增速降幅明显，三季度降至负增长。行业盈利压力尤为突出，企业增收不增利。国家统计局数据显示，2022年1—11月化纤行业营业收入同比增加6.4%，但利润总额同比减少65.05%；营收利润率为2.13%，较2021年下降4个百分点。化纤贡献利润占纺织行业利润的12.5%。

究其原因，陈新伟谈到，最核心的影响因素是需求不足。2022年纺织行业经济运行总体呈现放缓态势，从化纤下游主要行业的开机率来看，普遍较上年同期有所下降。此外，受疫情反复影响，国内外供应链运转和企业复工复产不确定性增大，给化纤企业特别是小企业正常生产经营带来很大阻力。原油价格高位大幅波动也严重拖累了化纤市场。上半年，原油价格震荡上涨，最高涨幅超过60%，大幅增加了化纤行业的原料成本和能源成本，挤压企业利润并且占用大量流动资金。下半年，原油价格快速下跌，一度跌回年初水平，企业原料成本虽然大幅减少，但化纤市场失去支撑，产品价格持续下跌造成销售更为困难，同时，库存贬值也严重侵蚀企业的利润。

陈新伟介绍，即使在这样严峻的发展形势下，化纤行业运行也不乏亮点。一是国内碳纤维行业依然保持高景气度，市场需求保持增加，产能规模快速增长，生产线基本满负荷运行，多个新项目争分夺秒赶工期。根据重点企业反馈，前三季度主营收入、利润均较上年同期有较大增长，



预计全行业仍可实现整体盈利。二是在国家新发展理念和“双碳”目标的指引下，生物基纤维产业规模保持较快增长，如聚乳酸纤维关键技术不断取得突破，受到更多关注，莱赛尔纤维产业发展态势明显转好；三是差异化、功能化纤维的研发步伐在加速，那些产品开发做得好、品牌做得好、国际化程度高的大企业相对来说效益较好，受市场波动的影响更小；四是化纤出口依然保持良好的增长态势，在2022年这种艰难形势下，化纤出口增长反映出国际市场需求增加以及我国化纤产品竞争力的提高。根据中国海关数据统计，1—11月化纤主要产品合计出口量同比增加9.44%，比“十三五”（2015年）以来的年均增速（7.3%）提升2.1个百分点。其中，腈纶出口量强势增长，1—11月同比增加203.75%。此外，聚酯瓶片出口也表现亮眼，继2021年出口量同比增长36%之后，2022年1—11月继续大幅增长42.99%，俄罗斯、菲律宾、土耳其、阿尔及利亚和秘鲁为前五大出口市场。

## 稳步构建高端化、智能化、绿色化现代产业体系

2022年对于化纤行业来说，最重要的事情莫过于工信部、发改委两部委联合发布了《关于化纤工业高质量发展的指导意见》。《指导意见》提出了一系列高质量发展的目标，指导化纤行业构建高端化、智能化、绿色化现代产业体系，全面建设化纤强国。陈新伟表示，两部委发布的《指导意见》，是国家部委自2006年“十一五”以来，连续4次以国家产业政策形式出台推动化纤工业发展的规划或指导意见，彰显了对化纤工业的高度重视。此次《指导意见》的出台，是国家部委立足新起点，向全行业做出了最有力动员，充分体现了国家大力推进化纤工业高质量发展的决心和信心，必将对我国化纤工业发展产生深远影响。

同时，《中国化纤行业发展规划研究（2021-2025）》（化纤黄皮书）出版发行，本书涵盖了化纤工业“十四五”科技发展纲要，汇聚了中国化纤行业“十四五”期间行业发展战略的研究成果，为行业下一步发展提出参考。

总体来说，在国家部委的指导和全行业的努力下，2022年，化纤行业在科技、绿色、品牌方面取得了诸多成果。

**科技创新卓有成效。**一批科技成果获评行业科学技术奖和国家专利奖。神马实业、中纺院等单位联合完成的“高强聚酰胺66工业丝连续聚合多头直纺技术开发及产业化应用”，潍坊欣龙、青岛大学等完成的“基于万吨级生产线无机/有机复合阻燃纤维素纤维技术集成研究”等5个项目获评“纺织之光”中国纺织工业联合会科技进步奖一等奖；唐山三友承担的“高效低耗莱赛尔纤维生产技术与产品开发”，中纺院、浙江金彩等完成的“铜系抗菌防霉驱螨纤维工业化技术开发及应用”等8个项目获评科技进步奖二等奖。此外，还有多家化纤企业获得中国纺织的新产品开发贡献奖，丰富了纤维新产品供给，满足下游多样化需求。

行业在高端化、智能化发展方面取得了显著成绩。面



2022年，化纤行业在科技、绿色、品牌方面取得了诸多成果。

对新形势，全行业注重研发新技术推动全行业向高端化、智能化和绿色化发展。如粘胶行业研发了多效闪蒸、蒸汽梯级利用、含硫废水高效分离等节能减排技术；莱赛尔纤维行业研发了高效溶解、连续高效纺丝、低成本低能耗溶剂回收等技术，并且开发了功能性差别化纤维产品，不仅降低了生产能耗，同时还提高了产品性能和附加值。

在数字化转型升级方面，聚酯龙头企业建立了PTA-聚酯-纺丝-贸易的聚酯纤维全产业链工业互联网平台体系，研发了数据驱动的纤维高效生产全流程智能管控技术，实现了规模化柔性化绿色化生产，以及高值高效的精细化管理。

在高性能纤维技术方面，研发了干法纺PAN基碳纤维原丝制备关键技术，丰富了我国PAN基碳纤维原丝制备工艺路线。48K以上大丝束碳纤维，高强型、高模型对位芳纶，超高强型、耐切割型超高分子量聚乙烯纤维等关键技术及装备也实现了突破，进一步提升了国产高性能纤维生产应用水平，以及关键装备自主保障。

恒逸基金引领行业科技创新方向。中国化学纤维工业协会·恒逸基金自2013年设立至今十年来，持续围绕先进纤维新材料、关键战略纤维材料、前沿纤维新材料、先进结构材料、产业用纺织品、智能制造、绿色制造、纤维材料应用研究，发表了诸多论文，提出了诸多软课题，探索行业发展前沿。

**绿色发展再结硕果。**新凤鸣、海利环保获评工业产品绿色设计示范企业；芮邦·中国纤维零碳行动2022绿色纤维制品可信平台（简称STCP）在线发布，助力维护绿色纤维、纺织品市场秩序，旨在打造国际一流的认证平台；再生纤维素纤维绿色发展联盟（CV联盟）成员企业赛得利、三友化纤、丝丽雅等发布《可持续发展报告》，积极践行“双碳”战略；绿色纤维认证工作继续推进，截至目前，绿色纤维及制品认证企业达40家，认证产品覆盖再生涤纶、Lyocell纤维、壳聚糖纤维、PTT纤维、聚乳酸纤维、原液着色锦纶、涤纶、丙纶、芳纶、聚酰胺纤维、循环再利用化学纤维制品、原液着色化学纤维制品等。协会牵头组织完成的团体标准《绿色纤维制品认证技术要求》（T/CCFA 02009-2022）于10月1日实施；绿色工厂标准体系、绿色设计产品标准体系正在稳步推进。协会辅导的三友化纤获评省级绿色工厂，奔马化纤获评省级绿色低碳工厂。

《中国化纤行业绿色发展与环境保护（2021-2025）》（化纤白皮书）出版发行，本书梳理了行业在“十三五”期间取得的绿色发展成绩，收录了碳排放、废旧纺织品再利用、重点品种挥发性有机物等内容，可为化纤行业践行绿色低碳循环发展理念、促进行业绿色转型提供参考。

**品牌建设持续推进。**桐昆·中国纤维流行趋势活动继续引领化纤生态圈协同创新，并在桐昆·中国纤维流行趋势2022/2023发布会上发布八大类流行纤维。作为“中国纤维流行趋势”的重要延伸活动，纤维之路活动走进下游企业，分享桐昆·中国纤维流行趋势2022/2023发布的纤维品种，了解了终端品牌在产品研发中的痛点、难点，探讨协同创新的可行路径，为发挥创新纤维在终端产品中的增值作用打下了基础。云上纤维之路千禧®论“弹”系列活动亦为

华锋与下游企业加强交流、增进了解、对接需求等搭建了桥梁。

此外，盛虹集团、吉林化纤、唐山三友等14家化纤企业入选工信部重点培育纺织服装百家品牌名单（2022版），化纤企业的品牌培育建设工作成效显著。

## 落实二十大精神，迈向化纤强国

2022年，党的二十大胜利召开，为纺织行业高质量发展提供了行动指南。特别是二十大报告提出高质量发展等方向，《关于化纤工业高质量发展的指导意见》与二十大报告提出的发展思路是契合的，这为化纤行业未来发展带来了诸多机遇。对于如何把握这些机遇，陈新伟从行业企业的角度分别提出了建议。

对于行业来说，应从以下五方面着力推动行业高质量发展。一是要提升产业链创新发展水平，如筑牢创新基础、加强区域布局、培育领航企业；二是要推动纤维新材料高端化发展，如提高常规纤维附加值、提升高性能纤维生产应用水平、加快生物基化学纤维和可降解纤维材料发展；三是要加快智能化数字化改造，如加强智能装备研发应用、开展智能工厂建设、推进企业数字化转型；四是要实现发展方式绿色低碳转型，如开展绿色工厂、绿色产品、绿色供应链建设，推进节能低碳发展、提高循环利用水平，扩大绿色纤维生产，构建清洁、低碳、循环的绿色制造体系；五是要实施增品种提品质创品牌“三品”战略，如优化供给结构、强化标准支撑、推进品牌建设等。增加优质产品供给，优化高性能纤维生产应用体系，培育纤维知名品牌，拓展纤维应用领域，从原料端引领纺织价值提升，服务战略性新兴产业发展。

对于企业来说，一要关注环境变化和政策走势，制定应对策略和有效的竞争策略；二要练好内功，增强自身发展韧性；三要做好绿色低碳转型，如围绕节能降耗、国家“双碳”战略做文章，降本增效；四要加快推进信息化智能化建设；五要在产品创新上积极寻求突破和调整，提高产品附加值；六要全面提升生产管理水平，打造高效敏捷的运转能力，助力降本增效；七要着眼长远，制定企业中长期发展战略。

陈新伟表示，2023年，随着国家疫情防控政策的调整和优化，预计在短期内，化纤行业和企业可能面临更大的挑战，渡过这个痛苦期以后，行业可能进入相对良性的发展局面。2023年是全面贯彻落实党的二十大精神的关键之年，也是“十四五”承上启下的关键之年，化纤行业要继续贯彻落实好《关于化纤工业高质量发展的指导意见》的总体要求和重点任务，向高端化、智能化、绿色化的高质量发展迈进。

具体到化纤行业运行，一是要开展行业自律，防范运行风险，现阶段以降低库存和稳定市场为主，避免无效的恶性竞争，保障企业现金流资金链安全。二是企业要统筹好疫情防控和生产经营，保障正常生产。三是继续深化供给侧改革，依法依规淘汰落后产能和兼并重组，同时适当控制新增产能速度和投放节奏。四是推动产品研发创新，引领需求，创造需求。总之，要在当前复杂环境下坚持稳中求进。TA

“2023年，随着国家疫情防控政策的调整和优化，预计在短期内，化纤行业和企业可能面临更大的挑战，渡过这个痛苦期以后，行业可能进入相对良性的发展局面。”



回顾 2022 奋进 2023

中国麻纺织行业协会会长 董春兴：

## 品质+创新，麻纺业提升“小而美”成色

本刊记者\_郭春花



董春兴

2022年，复杂严峻的国内外经济与市场形势，以及多重超预期因素的挑战，给中国麻纺织行业发展带来了较大冲击和影响。但麻纺行业在困难和挑战中坚持创新、开拓，整体延续了恢复发展态势，总体发展平稳运行，特别是在营业收入和利润总额增幅方面成为纺织行业的双料冠军。岁末年初，中国麻纺织行业协会会长董春兴接受了《纺织服装周刊》专访，解读麻纺行业发展情况，展望2023年发展形势。

### 原料成本高企带动产业链受益 行业未来发展需谨慎

相比棉纺、化纤等这些肩负国家重要民生产业重责的大行业，董春兴将麻纺行业形容为有特色、提高人民生活品质的产业。而这样一个小而美的行业在2022年的困难形势下，营业收入和利润总额增幅方面在纺织行业内排名第一。

“2022年1—11月，麻纺行业规模以上企业营业收入增长超过了16%，利润总额同比增幅为54%，在全行业内排名是第一。”董春兴分析，这个双料冠军的获得基于多方面的原因。一是因为麻纺行业总体规模小，规模以上企业只有260多家，在全行业内占比仅0.7%，正是因为行业集中度高，企业创新力度强，再加上上年基数低，所以整体数据看起来不错。二是因为麻纺原料在2022年大幅涨价，带动了纱线、面料等整个产业链的效益。比如行业中最大的亚麻产业，其原料进口价格一路高涨，甚至达到了历史最高峰，而企业多有半年或者七八个月的库存，其利润空间大多来源于此。而亚麻原料的紧缺和价格上涨，也带动了大麻原料的上涨，带动行业经济效益有所提升。

虽然亚麻纺织品市场出现了强劲反弹，但行业也面临着国内产能扩张势头明显、国际国内通胀压力加大、市场变量因素不断增加的形势。董春兴提到，过高的价格会抑制市场需求，将给行业整体的市场经营带来一定的风险，市场的不确定性将快速增加，企业经营的压力也将进一步增大。为此，麻纺协会在2022年11月发出倡议，呼吁行业控制产能，以销定产，理性采购原料，把握好市场的主动权。企业在经营中冷静判断现有的市场情况，客观分析市场信息，采取理性的市场贸易行为，在经营决策过程中要谨慎施策，避免盲目性、冲动性的市场行为。

麻纺行业是一个以出口为主的行业，尤其是在2022年，由于国内疫情影响，麻纺行业的市场主要集中在出口，且增幅相较2021年有大幅提高。“实际上，为避免风险，近几年来麻纺协会通过各种形式一直在国内市场宣传麻文化、麻产品，倡导拓展国内市场，希望内外销能达到一个相对平衡状态。但近三年来，由于疫情影响内销市场起色并不大。随着国内疫情防控政策的调整优化，希望接下来行业在开拓内销上能上一个新台阶。”董春兴说。

### 困难形势下，创新成就行业亮点

2022年，企业虽然面临了较为困难的形势，但是一些优势企业依然依靠创新在各自领域里取得了一定成就，成为行业的一大亮点。

董春兴介绍，2022年，青岛汉泰、金达控股、铜陵华源参加了法国PV展，向全球展示了亚麻、大麻、麻有机棉、麻涤、麻天丝等时尚环保的天丝亚麻面料、亚麻粘胶弹力系列面料、纯亚麻青年布面料、亚麻色织系列面料、纯亚麻印花系列。“中国纺织行业有资格参加PV展的企业大约有40多家，麻纺行业就占据了三家，占7.5%。这说明麻纺行业是一个创新力比较强的行业。”董春兴说。

在绿色可持续发展方面，麻纺行业也有不错成绩。2022年12月，金达控股获得国际测试、检验和认证机构SGS颁发的2021年度PAS2060碳中和宣告核证声明CN22/00004480，成为中国麻纺织行业内第一家实现碳中和的企业，是中国麻纺织行业的里程碑事件，开启麻纺“零碳”新纪元。2022年，金达控股旗下1000吨瑞优亚麻纱产品亦获碳中和宣告核证声明CN22/0000471，证实金达已制定碳足迹管理计划，实现更高的环保标准，致力于在企业社会责任践行之路上提供更好的可持续解决方案。

此外，中国独有的苧麻纤维材料获得了较大的应用。前不久，波音和中国商用飞机有限责任公司宣布，两家公司正在合作开展一个可持续发展项目，开发并测试可用于生产民用飞机客舱部件的苧麻纤维增强聚乳酸基复合材料(RRP)。相关专家表示，与用于制造民用飞机客舱部件的传统塑料相比，RRP具有重量轻、强度高、100%可降解等优点。相信随着各个领域对苧麻纤维材料应用的增加，苧麻产业将会迎来更好的发展。

### 重品质，提升企业整体竞争力

对于企业下一步的发展，董春兴特别强调，企业要想长久生存，质量、品种、效益都要兼顾，特别是质量要放在第一位。在保证优良品质前提下，去开发新产品、新花型、新功能，这样才能保持企业的健康长久发展。此外，麻纺企业如何进一步扩大麻制品内需市场，融入双循环战略，抵御出口变化带来的风险；如何在新形势下提高生产效率提升产品品质，如何快速融入绿色制造、引导绿色消费，打造绿色麻纺生态；麻纺企业如何平稳增长、打造新增长点，都是行业需要重点考虑的问题。

展望2023年，董春兴认为，随着国内疫情防控政策的调整优化，生活秩序逐步恢复，贸易形势逐步向好，给麻纺织品的销售带来很多有利条件。但是原料价格高企、环保压力加大等都有不确定影响。麻纺织行业会随国内外经济走势而波动，机会与困难并存，总体仍会保持相对平稳运行的态势。TA



2023年，国内疫情防控政策的调整优化将给麻纺织品的销售带来很多有利条件。



高德康创业46年来，不忘“登峰”信念，坚守实体经济，专注核心主业，引领波司登成长为中国市场家喻户晓的羽绒服第一品牌。



## 高德康当选“全国优秀纺织企业家”

陈默 / 文



高德康

岁末年终，中国纺织工业联合会公布了2021—2022年度全国优秀纺织企业家评选决定。波司登创始人、波司登国际控股有限公司董事局主席兼总裁高德康荣获“全国优秀纺织企业家”称号。

全国优秀纺织企业家评审活动以弘扬企业家精神为宗旨，选树和推广一批在爱国敬业、诚信守法、开拓创新、经营管理和履行责任等方面具有突出表现的优秀企业家。本次评审经过推选、初审和评审委员会评审等环节，确定40位同志为2021—2022年度全国优秀纺织企业家。

### 企业家是经济与市场活力重要主体

企业家是经济活动的重要主体，是市场经济中的关键和特殊人才。市场活力来自于企业，特别是来自于企业家，来自于企业家精神。

高德康深耕羽绒服领域46年，1976年以8台缝纫机起家创业，1992年成功注册自主品牌“波司登”。创业46年来，不忘“登峰”信念，坚守实体经济，专注核心主业，引领波司登成长为中国市场家喻户晓的羽绒服第一品牌。特别是2018年以来，高德康重新明确波司登品牌战略定位，聚焦主航道、聚焦主品牌，坚持品牌引领的发展模式，全力开拓中高端羽绒服市场，让公司重回羽绒服赛道巅峰。

2021/2022财年，波司登实现营收162.14亿元，同比增长20%；净利润同比增长20.6%至20.62亿元，整体毛利率达60.1%。波司登品牌势能持续提升，连续两年(2021、2022)入选Brand Finance“2022全球最具价值服饰品牌排行榜50强”，彰显品牌实力以及在全球羽绒服行业中的影响力。

### 经营品牌，就是满足消费者对美好生活期待

在高德康看来，经营品牌，就是经营消费者的感觉。品牌要历久弥新，不仅在于深厚的历史底蕴，更需要持续的创新，始终拥抱新潮流，拥抱新趋势。

2022年积极应对疫情延宕反复、全球需求收缩等不利因素影响，波司登切实做好疫情防控和生产经营工作，立足“全球领先的羽绒服专家”品牌定位，不断推进产品创新、品牌升级、模式创新、技术创新等，满足

消费者对美好生活的期待，实现了业务可持续及稳健增长。“更多样、更轻暖、更时尚”轻薄羽绒服，实现面料和设计上的颠覆性创新，舒适户外系列羽绒服包揽五项国际大奖，跨界联名Maserati打造破圈创新范本，全球首家品牌体验店焕新多元消费场景，推动ESG建设和“双碳”战略创新实践，实现时尚和品牌的可持续发展。

同时，从战略长远发展角度推动数字化变革，将数字化变革确定为一把手工程，以消费者需求为中心，加快从传统经营管理向数字化经营管理转型，荣获国家级智能制造示范工厂、全国首批“数字领航”企业、“2022年全国供应链创新与应用示范企业”。在双11、双12购物狂欢节中，波司登不负众望蝉联佳绩，实现电商总成交额的持续提升，蝉联多个排行榜“冠军”，持续领跑服装品牌。

### 将温暖传递给世界的每个角落

“心中有温暖，行动有力量。实业报国、品牌强国是我们这一代企业家流淌在血液里的情怀。”高德康说。

高德康一方面不断增强员工的获得感、幸福感和安全感；另外一方面积极履行社会责任，热心慈善公益，助力乡村振兴，推动共享企业发展成果。多年来，高德康及波司登累计捐款捐物超12亿元，将一件件公益汇聚成冬日暖流，不断涌入人们的心田，也正将温暖传递给世界的每个角落。

服装产业是美好生活产业，满足人们对美好生活的向往，是品牌发展最大的红利和生产力。高德康表示，企业家一定要有发展的定力和韧性，要坚持长期主义，在爱国、创新、诚信、社会责任和国际视野等方面不断提升自己，努力把企业发展得更好，为社会创造更多的价值，在共同富裕的道路上承担更多社会责任。

站在新的历史起点，波司登人将深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，积极融入国家发展大局和产业升级大势，在加快全球领先的羽绒服专家新征程上自信自强、守正创新，踔厉奋发、勇毅前行，为加快建设纺织强国、推进纺织行业高质量发展做贡献。TA



# 当好丝路新使者，讲好丝绸新故事

访中国丝绸服装文化集团有限公司总经理董健

■ 本刊记者\_郭春花



董健

2022年是国企改革三年行动的收官之年，也是中国丝绸服装文化集团有限公司混改正式启航的发展元年。这一年，公司的混改方案正式落地实施，成功引入光大信托与星东方文旅集团两家新股东，公司正式更名为中国丝绸服装文化集团。那么混改让这家国企发生了怎样的变化？对未来发展有何推动作用？企业将迎来怎样的发展？近日，《纺织服装周刊》记者专访了中国丝绸服装文化集团有限公司总经理董健，

解读企业取得的成绩，展望未来发展规划。

## 在国企改革征程上奋勇争先

中国丝绸服装文化集团的母公司为中国中丝集团有限公司，其前身为1946年在上海设立的中国蚕丝公司，是深耕丝绸主业的唯一央企。自新中国诞生起，中丝集团就鼎力襄助国家创汇复兴，中间几经改制，矢志不忘繁盛丝绸国器的光荣使命。改革开放的风云激荡创造了中国经济发展奇迹，新时代的丝绸与中华服装在更高层次上走向世界的文化自信道路，积淀了“中国丝绸，联结世界”的人类命运共同体梦想实现的精神厚土。2019年7月，经国务院批准，中国中丝集团有限公司与中国保利集团有限公司实施重组，成为中国保利集团有限公司的全资子公司。旗下中国丝绸服装文化集团2021年完成混合所有制改革，引入外部资本力量，将中央企业的实力、金融企业的信誉、民营企业的活力有机地融合，为构建具有壁垒优势的央企品牌发展奠定了坚实的基础。

谈到公司的混改方案，董健介绍，公司混改不仅仅是“混股权”，更是“改机制”。混改后的公司充分发挥资源禀赋优势，法人治理结构与制度体系建设双管齐下。能力决定岗位、效率决定绩效、贡献决定薪酬，两年来，公司深入开展了三项制度改革，企业内生动力获得全面增强。

对于公司混改过程中发生的变化，董健用三句话做了精准概括：让干部能上能下、让员工能进能出、让收入能增能减。具体来看，主要体现在以下方面。

**让干部能上能下：**混改过程中，在中丝集团子公司中率先全面推广市场化选聘和契约化管理，从公司总经理到业务事业部以及职能部门、副职岗位，面向社会公开招才引贤，与企业经理层和事业部负责人签订责任书，科学合理设置契约化指标。形成“人人有目标，事事有分工，件件有落实”的良性竞争循环和创业干事的气氛。

**让员工能进能出：**根据企业定编的岗位职责，健全差异化考核评价机制，对不胜任者实行刚性退出，对违法违规违纪者合规处理甚至解除劳动合同。

**让收入能增能减：**薪酬分配全面突出市场化，不再简单“唯身份”、“看职级”，员工月收入波动进一步扩大，中层干部薪酬拉开差距。2020年以来，虽然有新冠疫情等外部挑战，但在岗职工平均收入依然保持稳定增长。

## 以创新产品讲好丝绸新故事

2022年，中国丝绸服装文化集团除了在深化国有企业改革的征程上奋勇争先，还在北京冬奥会上向世界展示中华服饰之美；在职业装板块稳健成长，积极探索新模式；在丝绸文创版图上踏浪前行，硕果丰盈。

董健介绍，公司荣幸承制了2022年北京冬奥会颁奖仪式礼服与体育展示服装。面对工艺挑战和极致紧迫的工期，公司攻坚克难，圆满交付了集石墨烯保暖高科技与中华非遗匠心品质的冬奥会特款定制礼仪服装，以及京剧国潮风格的体育展示演出服、特勤人员工作服等，在世界舞台上展示了中华服饰的大美气象和文化自信的东道主形象，受到了冬奥组委会官方服务商的高度赞扬。

在职业装板块，公司稳健成长，积极探索新模式。依托张肇达、楚艳、劳伦斯·许、马艳丽、刘薇、侯若玮等知名签约设计师的创意力量和成熟的服务运营体系，持续为保利发展、泸州银行、保利置业、中茶成员企业、北京及新乡政企机构、中小学校等客户，提供高质量的职业装定制与时装高级定制服务。在新乡市展开“央地合作”新模式探索，派驻在地事业部与合作方组建灵活的“快反小组”，统筹服务当地的公共市政等政企单位，无缝对接职业装定制需求。2022年初试锋芒，2023年该模式将在其他地市快速复制。

在丝绸文创版图上，公司踏浪前行，硕果丰盈。公司以品牌全局视野与政企机构共建文创新事业，联动IP、设计、传播、营销、产品，打造文创精品。陆续与濮阳、新乡、南阳、北京大学、清华大学文学院、中央美术学院等建立文创产业战略合作，并陆续出品雄安礼物（水佩风裳）、濮阳礼物（中华龙源系列）、北大礼物（燕园春绿、紫金秋韵、交泰祥、君子竹、杏坛秋）等丝绸文创衍生品。组建数字文化事业部，积极探索布局数字丝绸艺术文创、NFT艺术与数字虚拟人等前沿创新业务。丝以载道，守正出奇，从文化和创意角度，为客户提供更多品牌塑造与形象推广可能。

## 发挥混改优势为丝绸国粹续彩

中国保利集团始终坚持“美好生活领创者”的品牌定位，以“领创”的积极姿态，努力争当人民美好生活的创造者、服务者和引领者，带领旗下成员企业，致力于为广大人民群众提供“高端、高质、高品”的产品和服务，满足人民对美好生活的向往，让消费者感受到来自保利品牌的价值。作为保利成员企业，“保国利民”的精神DNA深深镌刻在公司成长壮大的里程碑上。

2023年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，也是公司混改成效深化行动年。站在新的历史起点，董健表示，未来公司将充分发挥混改优势，围绕“锻长补短、积厚成器、追求卓越”主线，坚持用理念精确、治理精准、技术精湛、过程精细、结果精致、产品精美、服务精心、品牌精彩的“八维精益”作为攻坚破题的武器，不断求索突破改革的深度，将中国丝绸服装文化集团打造成为治理规范、机制先进、业绩突出、品牌卓越的国际化大型企业。更要牢记“保国利民，追求卓越”的崇高使命，以格局更新新国潮，以业务更精进的新气象，在澎湃的改革春潮中书写新丝路的历史记忆点，在广阔的文化时尚产业舞台为绵延5000年的锦绣文章续彩。



# 纺织行业持续推动数字化转型

■ 吴迪 / 文

过去的2022年，国内外各种风险挑战远超预期。纺织行业面临各种压力，攻坚克难，保持了行业发展的整体平稳，而持续不断的数字化转型是一个重要的驱动力。数字化转型不仅是纺织行业多年来信息化建设一系列成果的延续，更是在新时期的新理念和新发展。展望2023，纺织行业将在智能制造、工业互联网创新应用、新一代信息技术推广等领域获得新进展。

## 总结 2022

### 智能制造向终端产业延伸

智能制造是纺织行业数字化转型的主攻方向，智能化生产线一直是备受关注的核心领域，前一阶段以化纤、纺纱等上游产业为主，近年来逐步向服装、家纺等下游终端产业延伸，并充分考虑了终端消费产品的特点，取得了一系列进展。

魏桥嘉家纺与东华大学等单位合作，建设了床品高效短流程示范工厂，包括智能裁剪、缝制、打包等智能化生产线。其中开发了面料疵点智能在线检测技术、产品载具自动变轨分流与多轨并行智能吊挂技术、自动打包入库一体化智能技术、数据驱动的床品生产多要素智能管控技术等，明显提高了生产效率。

大杨集团建设了多条由智能化生产设备组建的西装规模化柔性定制生产线，借助于互联网与大数据系统，开发了量体标准和量体数据系统、千万级版型数据库、字典式编码统一物料管理系统，不仅满足了单裁定制业务的生产工艺要求，而且实现了大批量生产与单量单裁定制生产的柔性组织，满足了企业规模化定制生产的需求。

另外，在智能化装备方面，杰克公司研发了用于服装智能化生产的智能裁剪设备、智能吊挂协同、物联网模板机和自动化缝制单元等配套设备；青岛双清推出了采用创新技术的全智能筒纱输送与包装系统。

### 工业互联网创新应用重在集成服务

工业互联网的融合应用2022年在一些行业龙头企业的推动下取得了一系列成果，体现了数字化转型着力点的效果。

桐昆集团投入应用的化纤行业工业互联网平台，覆盖五大业态和28家工厂的工业互联网平台，建立了“五横四纵”的数字化管理体系。通过大数据、人工智能、5G等技术综合应用，集成了研发设计、采购供应、生产制造、经营管理、仓储物流等多领域，实现了全链条、跨领域、跨区域的融合发展。

红豆集团建设了纺织服装工业互联网平台，以产品个性化、设计协同化、供应敏捷化、制造柔性化、决策智能化为标准，集成了数字化生产、经营、管理的一体化平台，带动上下游纺织服装供应链企业数百家入驻平台，接入多种设备和纺织服装工业App，推进纺织企业“智改数转”。

### 新一代信息技术融入新领域

在数字化转型过程中，新一代信息技术不断在新的领域推广应用，优化资源配置，实现资源共享，提升智能化水平。

中国纺织信息中心运用云计算和人工智能等技术，建设了纺织品颜色智慧云系统，通过颜色分析和企划，实现产品设计的自动化与数字化，应用于纺织、服装企业和相关教育机构、设计工作室，有效降低了企业颜色研发的成本。

惠州学院与旭日商贸公司合作，应用云计算、大数据等技术，开展品牌服装生产链适配新营销模式的技术研究，开发了适配新零售模式的服装生产制造云平台，建立了与国内主要电商平台接口，打通了服装产业上下游及各方合作企业。

## 展望 2023

### 深入推进数字化转型行业规划

2023年是实施《纺织行业数字化转型三年行动计划（2022-2024）》的关键一年，行业组织将加大培育先进、推广示范的力度。推进措施包括促进智能制造、智慧设计、智慧营销创新发展，组织、遴选行业数字化转型解决方案，发布相关解决方案重点推广名录，推进行业工业互联网平台、示范基地和重点实验室的建设，推动中国纺织服装大数据中心建设，深化新一代信息技术在行业的融合应用。

### 培育推广数字化转型解决方案

针对纺织行业共性需求和主要细分行业特点，以研发设计、生产计划调度、质量管控、仓储配送、绿色环保、市场营销、模式创新等关键环节和以数字化车间、智能工厂集成化应用为重点，培育并形成一批符合行业需求、应用效果显著的数字化转型解决方案进行推广应用，并纳入重点推广名录，进行试点示范，同时支持行业内外解决方案提供商不断提高供给能力和服务水平。

大力研发共性关键技术，针对生产制造流程中关键技术装备、数字化车间、智能化工厂、智能化服务的开发和应用领域，形成重大科技成果，提高我国纺织数字化转型的自主创新水平。

着力提高面向各个细分行业的智能制造的产业化水平，推动装备、自动化、软件、信息技术等不同领域企业协同创新，推动纺织产业链各环节企业分工协作、共同发展，逐步形成纺织各个领域龙头企业先行推进、一大批定位于细分领域的“专精特新”企业深度参与的发展生态。

### 全方位推进工业互联网平台建设

面向龙头企业内外部一体化管控、细分领域专业化服务、产业链供应链资源优化配置等方面进一步提升平台服务能力，有力辐射行业上下游、产业集群的中小企业，打造贯通纺织行业工业互联网平台体系。

鼓励企业对外通过工业互联网平台整合资源，逐步构建设计、生产与供应链资源有效组织的协同制造体系；对内依托工业互联网平台深入开展数据集成应用，实现企业生产与运营管理的智能决策和深度优化。

### 深化新一代信息技术与纺织工业融合发展

新一代信息技术与纺织工业融合发展作为数字化转型的主线，贯穿于各个细分行业和技术领域。物联网、云计算、大数据、人工智能，以及区块链、数字孪生等技术日新月异，在国民经济各个领域的成果应用引人注目。纺织行业要实现融合发展，至关重要的一点是要把握纺织行业的特点，针对企业的行业化需求。

一是着力提升创新能力。发挥行业规划引导的作用，坚持产学研结合，加大行业化基础技术和核心技术攻关力度，加强专业技术人才培养和创新团队建设；二是积极推广，深化技术应用。组织开展应用试点示范，在数字化转型解决方案中突出新一代信息技术的引领作用；三是培育产业生态。建立相关产业技术联盟，汇聚优势资源，加快培育具有竞争力的行业化产品和骨干企业，发展新一代信息技术的技术开发、技术培训、测试认证、投融资等服务。



# 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



中国即墨市场

视频号



中国即墨市场

公众号



即墨市场

牵手即墨市场, 成就财富梦想

使用最新版抖音扫码, 关注@即墨市场

抖音



## 中国纺织服装大数据中心

中国纺织服装大数据中心是由中国纺织工业联合会主持,中国纺织工业联合会信息化部负责组织推进,中纺网络信息技术有限责任公司作为主要承建与实施单位的全国纺织行业数据汇聚、共享、应用平台。

中国纺织服装大数据中心架构:在北京设立全国中心,在重点省份设立省级中心和地级市中心,在重点产业集群设立数据平台。

中国纺织服装大数据中心功能:为政府宏观决策、区域经济发展、企业生产经营以及国际贸易竞争竞争力提升等提供数据支撑。

- 数据采集和整合
- 数据存储和计算
- 数据分析和挖掘
- 数据展示和应用

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



推动  
纺织服装  
工业数据全面采集

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

推进  
纺织工业数据  
分类分级  
传输交互

- ◇数据分类分级
- ◇标准建设
- ◇工业互联网标识解析二级节点

协同  
推进纺织服装  
大中小企业  
应用、发展

- ◇纺织云超
- ◇中纺云课堂

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

商务合作:  
中国纺织工业联合会信息化部

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





浙江泰坦股份有限公司  
ZHEJIANG TAITAN CO., LTD.

证券简称：泰坦股份  
证券代码：003036



# 高速 高效 智能 降耗



TZL-C30 自动络筒机



TSB-50高速并纱机



TT-8001 数码高速喷气织机



TQF-K80转杯纺纱机



TDN-160 短纤倍捻机



TT-828 数码高速剑杆织机



TQF-568 转杯纺纱机



TDN-150 短纤倍捻机



TT-858 直驱智能剑杆织机

地址：浙江省新昌县泰坦大道99号  
电话：0575-86288859

邮编：312500  
HTTP：[//www.chinataitan.com](http://www.chinataitan.com)

