

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

2023.02.13 | 第05期 | 总第1109期



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

影响
改变认知
服务
创造价值

《纺织服装周刊》官方网站:
www.taweekly.com

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





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)



中国轻纺城
China Textile City

2023 第十一届 绍兴柯桥

THE 11TH
KEQIAO
SHAOXING
CHINA

三链·一态·一基地
生产链 | 供应链 | 服务链

中国轻纺城窗帘布艺(墙布)展览会

2月27日-3月2日

我们相约 绍兴国际会展中心(新馆)

展览面积达26,000平方米

300+行业源头供应展商

打造柯桥源头生态产销基地

诚邀您的共同参与!

展品涵盖窗帘、窗纱、窗饰、成品帘、辅料、墙纸、墙布、墙饰、地毯、沙发布、床上用品、成品加工机械、配套包装设计、整体家居软装等。



关注官方公众号

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 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**
纺织服装专业市场将大力推进线上线下融合发展
《质量强国建设纲要》发布
- 07 **关注 Attention**
展品含金量高，观众翘首以盼
春日已至，时尚与采购携手共舞
以高质量供给引领和创造需求
- 10 **特别报道 Special**
承压前行，纺织行业稳定释放发展韧性
服装行业：面对放缓态势，需笃定信心、稳字当头
产业用纺织品行业：运行依旧承压，但景气指数回升
家纺行业：总体维稳，深化转型仍是时代主题
印染行业：发展环境仍较为严峻，平稳运行需持续加力
毛纺行业：在转折和挑战中前行
- 14 **柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City**
全面动起来、干起来、拼起来！
新的一年这样干！
抢开局、稳增长、抓落实，袁建走进柯桥纺企开展“助企开门红”活动
- 18 **盛泽专版 Shengze**
同比增长19%，盛泽外贸“敢”字争先
聚焦高质量发展，盛泽表彰先进企业冲刺“全年红”
- 20 **产业用 Industry**
李陵申：踔厉奋发产业用纺织的新征程
李桂梅：律回春渐，产业用纺织品行业新元肇启
- 22 **印染 Industry**
陈志华：机遇大于挑战，印染行业锚定目标勇毅前行
- 24 **长丝织造 Industry**
王加毅：坚持创新驱动发展，继续保持国际竞争优势
- 25 **纺机 Industry**
让石家庄纺机代表“宽重型特种织机”
- 26 **品牌 Brand**
波司登连续四年获企业标准“领跑者”证书

每周随笔

开年即加速

开年即加速，全力拼经济。这是2023年头一个月给人们留下的强烈印象。企业作为市场主体紧锣密鼓投入复工复产，各地政府部门组织一批又一批招商团“出海抢订单”，春节期间一些企业仍在加班加点保供应……免年经济冲刺“开门红”的背后，是社会普遍对今年抱有乐观预期的坚实支撑。

春节后开工第一天，各省市县政府、大中小企业等纷纷举行“新春第一会”，给政策、鼓干劲、立目标，一致传递出起步就冲刺、开工即满弓这样一种信号。慢进是退，不进更是退，只争朝夕。

主要受益于中国经济的强劲复苏，1月份中国制造业PMI为50.1%，环比上升3.1个百分点，成为阻止全球经济下行的主要推动力，全球制造业PMI止住了连续7个月环比下降的走势。而世界银行的最新报告，也上调了2023年世界经济(预期)增速0.2个百分点至2.9%。

这只是一个开始。国内外多家机构纷纷预测，中国今年第二季度的旅游市场有望迎来全面繁荣，这也将极大促进全球旅游业的复苏进程。如东南亚多国被视为“春节档大赢家”，未来欧洲等地也有望迎来越来越多的中国游客。

对未来的乐观预期，离不开中国庞大的市场、全面的产业体系、稳定的政策环境等要素。当然，与服务经济的迅速升温相比，居民整体消费信心的回升不那么容易。以纱线、面料等穿类产品的上游涤纶长丝来说，几家主要相关上市公司去年业绩大滑坡。这些企业都提到上游成本上升、终端需求不足的问题，也普遍存在开工率不足的现象。

中央经济工作会议明确提出，2023年要着力扩大国内需求，要把恢复和扩大消费摆在优先位置。前有工信部启动的“优供给促升级”系列活动，现有商务部确立2023年为“提振消费年”，都在助推内循环。稳内需，抓手在地产、消费和基建。特别是消费，其关键在于居民和企业长期信心的重塑。我们注意到，1月31日，中央政治局就加快构建新发展格局进行的集体学习中提到了“三有”概念，即：着力扩大有收入支撑的消费需求、有合理回报的投资需求、有本金和债务约束的金融需求。建立和完善扩大居民消费的长效机制，使居民有稳定收入能消费、无后顾之忧敢消费、消费环境优获得感强愿消费。

此外，行业内外不少专家都预测，今年全球贸易下行压力将进一步增加，尤其一季度出口下行压力大。但大环境不代表个体，事在人为。在刚刚闭幕的德国法兰克福国际家纺展上，海宁50多家企业和客户达成意向成交额超过2.3亿美元，远超预期，以致多家企业当场预订了2024年的展位。

2023年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，是实施“十四五”规划承上启下之年，更是我们提振信心、稳起步开新局之年。以开局红火为全年精彩打下坚实基础，行业在行动！

刘萍

View point / 产经看点

中共中央、国务院近日印发《质量强国建设纲要》，提出的主要目标是：到2035年，质量强国建设基础更加牢固，先进质量文化蔚然成风，质量和品牌综合实力达到更高水平。

——人民日报

2022年，我国全年外贸规模再创历史新高，货物进出口突破40万亿元，达42.1万亿元，增长7.7%。

——商务部

2022年，我国全年税务部门组织税费收入31.7万亿元，其中，税收收入16.1万亿元(未扣除出口退税)，社保费收入7.4万亿元，为国家治理提供了坚实的财力保障。

——国家税务总局

据中国物流与采购联合会消息，1月份我国电商物流指数为104.6点，比上月提高1.8个点，实现回升。

——中国新闻网

人社部等11个部门启动的“春风行动”正火热开展。截至1月31日，全国已累计举办各类招聘活动1.6万场，发布岗位1000万个，“点对点”输送务工人员40万人。

——经济日报



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

纺织服装专业市场将大力推进线上线下融合发展

线上线下融合是基于互联网技术工具形成的线上“人货场”平台和基于实体商业形态形成的线下“人货场”场景的融合、渗透和重构。纺织服装专业市场（以下简称专业市场）是集展示发布、原创设计、交易对接、信息交换、品牌孵化等功能于一体的“线下”实体平台。多年来，专业市场应用信息技术，发展数字经济，通过数智化升级、一体化融合和供应链协同，推动线上“人货场”平台和线下“人货场”场景互联互通和深度融合。线上线下融合已经成为专业市场优化升级创新发展的主要方向。

为进一步促进纺织服装流通高质量发展、加快推进专业市场线上线下融合发展，近日，中国纺织工业联合会流通分会发布了《关于推进纺织服装专业市场线上线下融合发展的指导意见》（以下简称《意见》）。

近年来，中国纺织流通分会积极践行数字经济国家战略，推进专业市场“四新”行动计划：推动商户企业通过数智化手段融合线上线下资源、渠道和流量，实现主体创新；推动专业市场通过管理、服务和数据融合，实现市场焕新；推动商圈开展数字设计、数字品牌、数字门店、数字市场和智慧商圈的建设，助力城市更新；推动专业市场创新供应链协同模式，实现产业革新。推动线上线下融合发展成为专

业市场“四新”行动计划的关键引擎和核心抓手。

《意见》要求，要坚持服务驱动和需求引领，坚持分类施策和滚动评估，坚持开放共享和安全有序，争取实现优化线上线下分工协同，促进公域私域精准营销，建立柔性快反供应链条，提升专业市场功能作用。

具体来说，一是要推进专业市场数智化升级，体现在建设智慧管理系统、建设智慧导购系统、建设流通数据中心、建设智慧物流系统。二是要推进专业市场融合化发展。体现在建设线下智慧门店、建设线上服务平台、建设数字智慧商圈、加强电商平台合作。三是要推进专业市场供应链协同。体现在强化集群市场协同、建设供应链选品中心等。

中国纺联流通分会相关负责人表示，接下来，流通分会将加强组织实施，积极发挥行业协会作用，建立工作机制，推动市场与数字服务机构、电子商务平台、社交平台的交流协作。还将按照先行先试、总结经验、推广复制的思路，结合各地市场发展阶段和实际需求，选择代表性专业市场，开展试点示范工作。通过行业网站、新媒体、行业活动等渠道，加强指导意见的宣传和解读，推广优秀试点案例、场景和技术，推动合作与交流。（综编）

Direct / 直击

《质量强国建设纲要》发布

近日，中共中央、国务院印发了《质量强国建设纲要》（以下简称《纲要》），并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。

《纲要》指出，建设质量强国是推动高质量发展、促进我国经济由大向强转变的重要举措，是满足人民美好生活需要的重要途径。当今世界正经历百年未有之大变局，新一轮科技革命和产业变革深入发展，引发质量理念、机制、实践的深刻变革。面对新形势新要求，必须把推动发展的立足点转到提高质量和效益上来，培育以技术、标准、品牌、质量、服务等为核心的经济发展新优势，推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变，坚定不移推进质量强国建设。

《纲要》提出的主要目标是：到2025年，质量整体水平进一步全面提高，中国品牌影响力稳步提升，人民群众质量获得感、满意度明显增强，质量推动经济社会发展的作用更加突出，质量强国建设取得阶段性成效。经济发展质量效益明显提升，产业质量竞争力持续增强，产品、工程、服务质量水平显著提升，品牌建设取得更大进展，质量基础设施更加现代高效，质量治理体系更加完善。到2035年，质量强国建设基础更加牢固，先进质量文化蔚然成风，质量和品牌综合实力达到更高水平。

《纲要》要求从增强质量发展创新动能、树立质量发展绿色导向、强化质量发展利民惠民三个方面推动经济质量效益型发展。（综编）

Company / 公司

魏桥创业集团争创首季开门红

近日，在山东省委、省政府召开的全省加力提速工业经济高质量发展大会上，魏桥集团一组漂亮的数字让人振奋。2022年，魏桥集团实现销售收入5040亿元、利润132亿元，上缴各级税金164亿元，销售收入和上缴税金均创历史最好水平。

2022年，山东魏桥创业集团在各级党委、政府的坚强领导下，克服各种困难挑战，加快新旧动能转换，使企业保持了稳定健康高质量发展的良好态势。目前，魏桥创业集团已发展成为一家拥有3家上市公司、国内外12个生产基地、10万名员工、2550亿元总资产的特大型企业。据了解，魏桥创业集团2023年第一季度将力争实现销售收入1400亿元，争取首季开门红。全年力争实现销售收入5500亿元、利润140亿元，努力实现更大突破。（周丹）

如意新制造、新时尚、新材料三大集团正式揭牌

日前，如意集团“启航新如意 开启新征程”2022年度总结表彰大会召开。会上，如意新制造、新时尚、新材料三大新集团隆重揭牌。

2022年在如意发展史上是极不寻常、极为不易、极不平凡的一年。回望过去三年，特别是去年一年，有涉滩之险，有爬坡之艰，有闯关之难。从应对流动性危机到全面进攻发力建设新如意，并取得决定性突破成就，集团沿着制定的未来三年发展规划稳步向前，建成了如意新制造、新时尚、新材料三大新集团。

如意集团相关负责人指出，未来集团将着力在产业、资本、债务重组、国际事业及集团总部管理“五大战场”巩固建设新如意，打好如意手上“先进设备与智能制造平台”“莱卡与高强聚乙烯”“高端品牌市场”三张王牌。保持生产经营稳定、内外销市场联动、订单饱和和干部职工队伍的稳定，保持科技创新能力、行业优势地位、细分领域的国际一流领先水平。（陈文斌）

展品含金量高，观众翘首以盼

第二十四届中国纺织品服装贸易展览会(纽约)开启海外第一站

美国东部时间1月31日—2月2日，由中国纺织工业联合会主办，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与法兰克福展览（北美）有限公司共同承办的第二十四届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）暨纽约服装面料展（TEXWORLD）、纽约国际服装采购展（APPAREL SOURCING）（以下简称“纽约展”）在纽约举行。作为“开年第一展，海外第一站”，本届纽约展及时响应、高效启动，全面助力纺织服装企业在2023年起步快跑，收获海外商贸“开门红”。

“知道这次纽约开展展，我早早就来到现场，再次见到了我中国的老朋友，十分激动。”“我知道中国企业都希望出来，我们也同样期待。”“生意又回来了，人气又回来了，这才是我们的纽约展。”“展商们带的产品都非常有看头，可以看出来他们为了这次开展做了很大努力。”

纽约展刚一开幕，到场的国际观众就纷纷忍不住表达了兴奋的心情。多年来在业内的有口皆碑，让纽约展早已成为美国专业买家采购下单的首选平台，本次纽约展线下回归，让受疫情影响的美国专业买家重拾期盼。展馆内商贸氛围浓郁，随处可见知名品牌买家的身影。

与海外买家“强势期待”相呼应，中国纺织服装企业也表现出了高涨的参展积极性。本届展会规模达1.1万平方米，吸引了来自全球



纽约展展会现场。

25个国家和地区的300余家企业参展，其中中国参展企业近200家。众多企业冲劲十足，希望在新年伊始“出海拓市”抢得市场先机。

展品看点颇多，含金量高，论坛区各类主题活动也人气爆棚，开展首日围绕可持续时尚、流行趋势、供应链发展、数字革命等主题的多场论坛均座无虚席。

此外，纽约展还搭建了尖端数字化线上展示空间，辅助展商线上参展、引入媒体现场直播，以多种交互方式，确保纽约展自身优势的持续输出，不断加快平台的数字化进程，为展会效果提供助力。（姜红）

春日已至，时尚与采购携手共舞

第二十六届中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)举办



巴黎展展会现场。

法国当地时间2月6—8日，由中国纺织工业联合会主办，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与法兰克福展览（法国）有限公司共同承办的第二十六届中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）暨巴黎国际服装服饰采购展（以下简称“巴黎展”）于巴黎勒布尔热展览中心举行。

开展首日，观众预登记已超过7000人，来自法国、英国、西班牙、意大利、德国等国家和地区的专业观众早早进馆参观洽谈，很多观众表示是在了解到现场将有大批中国企业参展后，才决定到场观展的。展馆内、展台里，商贸互动高频密集，专业买家熙熙攘攘，中国纺织服装企业三年的积累、欧盟纺织服装市场需求的沉淀，都于本届巴黎展春季的线下回归得到充分的展示和释放。

本届巴黎展共有来自20余个国家和地区近750家企业进行展出，其中中国企业430家，占总数的57%。再次深度联通欧盟纺织供应链条，对于纺织外贸人来说，也是责任和担当。

中国纺织工业联合会生产力促进部主任、中国纺织信息中心主任乔艳津，国家纺织产品开发中心主任李斌红走访了国家纺织产品开发

基地会员参展企业，并在Fashion from China趋势区与前来详细了解的专业买家进行推广和交流，不少专业人士纷纷对该趋势区展示出的中国时尚与设计力量表示了高度赞赏。

多年来，中国纺织服装企业在巴黎展这个平台上集中展示与宣传中国纺织服装自主品牌，不仅高效联通了海外市场，也积极传递了中国纺织服装行业的品牌自信和文化自信。巴黎展早已成为中国纺织企业开启“广角镜头”亮相国际市场的重要平台。

此外，巴黎展凭借专业性和多元化优势，多年来深受纺织服装外贸企业和欧洲主流商贸界认可。因此，过去三年中除2020年9月秋季展暂停线下实体展示改为线上之外，线下展示、商贸交流从未断档。作为欧洲较早恢复举办的纺织类展览会，2022年春季巴黎展重回勒布尔热展览中心，即刻迎来了200多家纺织服装参展商加盟，2022年秋季巴黎展参展商数量再次翻倍。

2023年开年随着各类政策不断优化调整，主办方积极响应国内纺织服装外贸企业需求，全力以赴推进线下展筹备工作。最终430家国内纺织服装企业纷纷踏上欧洲商贸旅程。本届展览会不仅为中国纺织外贸企业再次疏通了国际渠道，也帮助他们收获了对未来更加坚定的发展信心，还让国际市场看到了中国纺织供应链的韧性。

巴黎国际面料辅料采购展（Texworld）、巴黎国际服装服饰采购展（Apparel Sourcing）、技术与科技纺织展（Avantex）、牛仔展（Denim）、围巾配饰展（Scarf & Shawls）同期同地举办。从纺织原材料、各类服装服饰用织物到品种繁多的服装服饰，品牌展览之间形成了良好的垂直产业链上下游协同互动关系，方便欧洲买家一站式的采购需求。

纺织外贸的春日篇章已开启，再度深耕国际市场的中国纺织企业秋日可期。第二十七届中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）暨巴黎国际服装服饰采购展将于7月3—5日在巴黎凡尔赛门博览中心举办，期待与新老朋友再度相聚。（王晓）

2022 纺织服装
优供给促升级
系列报道

以高质量供给引领和创造需求

山东省工信厅党组成员、副厅长王晓谈“优供给促升级”

■ 本刊记者_郭春花



王晓

2022年，工业和信息化部在纺织服装行业开展了“2022 纺织服装‘优供给促升级’系列活动”，中国纺织工业联合会联合各地政府结合当地纺织服装行业实际发展情况举办了一系列卓有成效的会议活动，提振了行业信心，缓解了企业压力。其中，山东省在此次系列活动中收获颇多。

《纺织服装周刊》记者专访了山东省工业和信息化厅党组成员、副厅长王晓，听他介绍了山东省如何结合“优供给促升级”系列活动促进当地产业发展，并对做好下一步的优促活动提出建议。

“优供给促升级”系列活动 可谓雪中送炭、恰逢其时

TAweekly: 请您简单介绍一下山东省纺织服装产业的发展情况。2022年对纺织工业来说是比较艰难的一年，在这样的背景下，您是如何看待“优供给促升级”活动？

王晓: 山东省作为纺织服装产业大省，产业基础较好、链条完整、体系完备，产业规模、企业数量、集群数量、产品产量等均居全国同行业前列。纺织服装产业在全省16市都有分布，形成了涵盖棉纺、毛纺、麻纺、丝绸、针织、印染、家纺、产业用纺织品、服装服饰等细分领域完整的产业体系。拥有魏桥、迪尚、即发、鲁泰等全国知名度较高的龙头骨干企业，以及一大批专注细分领域、具有较强竞争力的“专精特新”企业。拥有一大批国家级纺织服装创意设计示范试点园区、单项冠军企业、工业设计中心、企业技术中心等。纱、布产量占全国的10%以上，其中，棉纱、棉布产量居全国第一位。

山东省委、省政府一直高度重视纺织服装产业发展，2022年将现代轻工纺织产业纳入新旧动能转换“十强”产业体系，举全省之力，以硬核之策，加快推动产业优化升级、焕发新机。

2022年受疫情多点散发、外部环境急剧变化、原料成本上涨、市场需求低迷等不利因素综合影响，我国纺织服装行业在供需两端持续承压，经济下行压力持续加大，亟需从供需两侧齐发力，以稳住行业发



展基本盘。

在这种困难时期和关键时刻，工信部推出“优供给促升级”系列活动，可谓雪中送炭、恰逢其时。这有利于维护产业链供应链稳定，有利于促进产业、产品升级，有利于提升行业绿色发展水平，有利于提升企业创意设计水平，有利于提振行业发展信心，也有利于从供给侧扩大市场需求。

多方合力促进行业高质量平稳发展

TAweekly: 2022年3月，山东正式将现代轻工纺织产业列入新旧动能转换十强产业，提出实施产业链供应链优化升级、科技研发创新提速等六大行动。您认为此次“优供给促升级”系列活动，与山东新旧动能转换等一系列促进纺织服装行业发展的政策有着怎样的联系？山东省主要开展了哪些工作？

王晓: 此次工信部开展的“优供给促升级”系列活动与山东一系列促进纺织服装行业发展的政策措施在目标上可以说是一致的，系列活动给我们带来了新的发展思路和理念。在后续工作中，我们将在工信部的引领下，持续深化纺织服装行业供给侧结构性改革，深入实施“三品”战略，加快高端化、智能化、绿色化改造提升，不断促进行业高质量平稳发展。

2022年，山东省将现代轻工纺织产业纳入“十强”产业，我们以此为契机，适时出台了《现代轻工纺织产业2022年行动计划》，提出了产业链供应链优化升级、科技研发创新提速、智能化转型、稳市场扩消费、产业集群升级和人才强企六大行动，以着力优化提升产业链水平，增强行业综合竞争力，完善产业生态。

在工信部消费品工业司支持指导下，我们重点开展了以下五方面工作：

一是聚焦完善顶层设计，着力提升产业发展合力。成立产业链推进专班，建立健全横向协同、纵向联动的标志性产业链链长制推进体系。确立魏桥、迪尚、即发、鲁泰4家链主企业并培优培强。

二是聚焦优化产业生态，着力提升产业发展韧性。



山东纺织服装产业将持续深化供给侧改革，提升供给体系韧性，实现高质量发展。

着力抓好标志性产业链的重大技术攻关、重点项目推进、重点平台建设和重大活动举办，不断提高产业链自主可控能力和产业链现代化水平。

重大技术方面，即发集团进一步优化超临界CO₂无水染色技术产业化项目控制方案，缩短了染色时间。重点项目方面，抓好魏桥纺织纺纱厂智能化升级改造等23个重点项目建设。

重点平台方面，由卡奥斯海织云自主研发打造的超轻量生产管理SaaS化产品-服装云智造系统，可以有效解决中小微服装企业在订单管理、生产追踪、工资核算等方面的痛点问题。

重大活动方面，开展纺织服装产业链“专精特新”企业供应链固链交流对接、山东省纺织服装行业“三品”行动高峰论坛、第三届中国国际纺织原料博览会等活动，推动产业链上下游企业对接、大中小企业协同发展、企业与高校产学研合作，进一步打造协同发展的优良产业生态。

三是聚焦提升产业附加值，着力提升产业设计水平。举办了首届“省长杯”工业设计大赛纺织服装分赛，构建“大赛+宣介+培训”全流程推动方案，作品申报数量达1200件，共评选出35件金银铜获奖作品。

四是聚焦推动转型升级，着力推动数智赋能。推动成立了纺织服装全产业链工业互联网联盟、纺织纤维产业链联盟，建立完善数字化转型常态化对接机制，利用线上线下渠道，开展数字化转型诊断赋能活动。大力培育行业工业互联网平台，举办工业互联网平台赋能山东轻工纺织产业高质量发展对接会议，推广企业数字化转型典型经验，促进企业与服务商的对接合作。

五是聚焦优化产业供给，着力抓好“三品”行动。举办“新轻纺享生活”现代轻工纺织“三品”消费季活动，从供给端发力，推动企业增品种、提品质、创品牌。活动得到了工信部的高度肯定，被列为2022“三品”全国行首站。特别值得一提的是，“三品”消费季系列活动中的“沂口服装文化艺术节”被工信部列为“优供给促升级”的一项活动，这是对我们工作的充分肯定和极大鼓舞。该活动目前已成功连续举办了十届，影响力逐年增大。

未来应以高质量供给引领和创造需求

TAweekly: 2023年，随着我国疫情防控政策的优化调整，行业将迎来怎样的发展机遇？从“优供给促升级”的角度看，山东省对纺织服装行业发展将有哪些举措？

王晓: 高质量的供给是人们向往的美好生活的重要组成部分，也是产业发展的最终目的之一。随着当代消费的快速升级和国内外消费市场环境变化，以消费者为中心，已经成为产业转型的必由之路。纺织服装产品是与人民生活息息相关的终端消费品，只有把握消费升级趋势，围绕消费升级方向，努力增加高品质供给，不断满足人民日益增长的美好生活需要，才能带动整个产业走向高质量、可持续、有未来的发展之路。

可以看到的是，随着我国疫情防控政策的优化调整，经济确定性将会进一步提高，市场信心将会逐步恢复，消费预计将会出现明显反弹，而此时优质的市场供给将会更显重要。因此，希望工信部以后能多举办此类活动，以高质量供给引领和创造需求，促进全国纺织服装产业升级、产品升级、消费升级。山东省也将乘势而上，积极作为，抢抓后疫情时代经济发展新机遇和窗口期，持续深化供给侧改革，深入实施“三品”战略，着力提升纺织服装行业产品品种丰富度、产品品质满意度和产品品牌认可度，以高质量供给更好满足人民群众消费升级需要，以高质量供给助力行业稳增长、促发展、增信心。

今后我们将坚定行业发展信心，持续深化供给侧改革，提升供给体系韧性，促进山东纺织服装行业实现高质量发展。

一是着力优化产业生态，提升产业链水平。通过强化链主企业集聚效应，打造协同发展产业链条，构建共御风险的紧密利益共同体。通过抓好重点项目建设，以大项目、好项目牵引带动产业链优化提升。通过举办产业链供应链上下游对接活动，引导产业链上下游企业协同配套，提高产业链供应链稳定性和韧性。

二是加快产业数字化转型，激发消费新活力。积极打造数字化转型典型案例和应用场景，以示范带引领，加快推进企业数字化转型步伐。加快工业互联网平台建设和应用推广，推进构建制造业发展新生态，释放平台赋能价值，提升数字赋能消费水平。扎实推进数字化人才引育工作，为产业智能化数字化转型提供坚实的人才支撑。

三是深入实施“三品”战略，助力消费升级。推出一批数字“三品”典型案例，以典型示范引领推动“三品”行动在山东做深做实。持续推进“新轻纺享生活”现代轻工纺织“三品”消费季活动开展，通过优质供给满足消费升级需求，进一步引领、扩大消费市场。

四是抓创意设计，促产业综合竞争力提升。大力推进创意设计平台建设，完善公共服务体系，深化政产学研合作，提高研发设计成果转移转化成效。以“省长杯”工业设计大赛纺织服装分赛等赛事为引领，提升企业创意设计能力，培育一批高端品牌，增强品牌消费引领作用。TA



承压前行， 纺织行业稳定释放发展韧性

2022 中国纺织各行业经济运行分析

纵观 2022 年，国内外经济环境都呈现较大压力，国内疫情反复、消费需求低迷，全球经济持续走弱、通货膨胀、地缘政治动荡，交织成了纺织行业发展的整体背景。但“难”字当头，各分行业并未随波逐流，而是奋楫笃行，敏锐捕捉市场动态，坚持开拓创新，稳定释放发展韧性。随着国家稳经济、促消费系列政策的逐步落地，2023 年虽然压力依旧存在，但企业的发展信心已然树立，将努力推动行业平稳向好发展。

服装行业

2022 中国服装行业经济运行分析

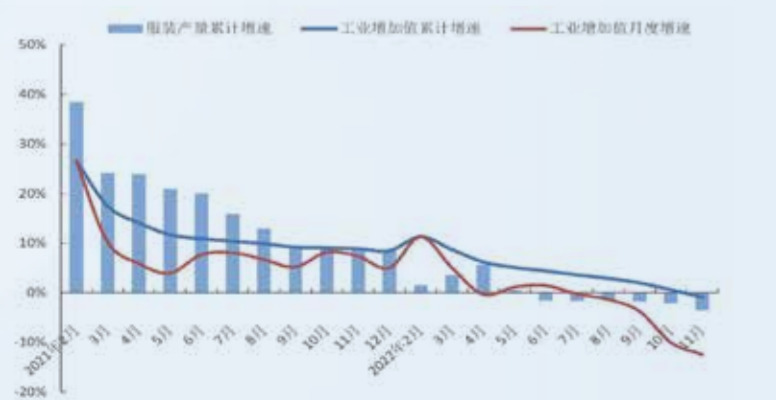
面对放缓态势，需笃定信心、稳字当头

2022 年以来，我国服装行业经济运行总体呈现持续放缓态势，尤其是进入 11 月，国际环境更趋严峻复杂，全球经济继续走弱，国内外市场需求收缩趋势更加明显，行业经济运行受到较大冲击。但服装行业企业需笃定信心、稳字当头，不断增强产业链供应链的安全可控和竞争力，努力推进行业平稳恢复和高质量发展。

服装生产明显回落

2022 年以来，受各类不利因素影响，我国服装行业生产增速持续放缓，规模以上企业工业增加值和服装产量降幅逐渐加深。根据国家统计局数据，2022 年 1—11 月，服装行业规模以上企业工业增加值同比下降 0.9%，增速比 2021 年同期放缓 9.8 个百分点，7 月以来各月服装行业规模以上企业工业增加值降幅持续加深，10 月、11 月降幅达 10% 和 12.4%。同期，规模以上企业服装产量 211.6 亿件，同比下降 3.42%，降幅比上半年扩大 1.94 个百分点，比 2021 年同期下滑 11.95 个百分点。

图1 2022年1—11月服装行业生产增速情况



数据来源：国家统计局

内销市场持续承压

受国内疫情多地散发、需求减弱等因素影响，我国服装内销市场明显下滑，5 月限额以上单位服装类商品零售额累计降幅达 10.1%。自 6

月开始，受益于各级政府高效统筹疫情防控和经济社会发展，以及促销政策发力显效，服装内销呈现改善恢复趋势，连续 4 个月降幅收窄。10 月和 11 月，由于疫情大面积反弹，居民外出购物、社交活动减少，服装内销市场再次受到冲击。

根据国家统计局数据，2022 年 1—11 月，我国限额以上单位服装类商品零售额累计 8294.6 亿元，同比下降 6.9%，降幅比上半年收窄 1.1 个百分点，比 2021 年同期下滑 23.3 个百分点。根据中华全国商业信息中心统计，2022 年 1—11 月，全国重点大型零售企业服装零售额和零售量同比分别下降 12.3% 和 16.2%；穿类商品网上零售额同比增长 3.4%，增速比上半年加快 1.0 个百分点，比 2021 年同期放缓 7.7 个百分点。

出口保持小幅增长

从全年来看，2022 年以来，我国服装出口规模在去年高基数的基础上继续保持小幅增长，但是从月度出口来看，服装出口增速呈现了前高后低的变化趋势。前 7 个月服装出口保持较快增长，但是自 8 月开始服装出口增速明显放缓，9 月服装出口转为负增长，10 月、11 月出口降幅达 16.8% 和 14.4%。

根据中国海关数据，2022 年 1—11 月，我国累计完成服装及衣着附件出口 1605.27 亿美元，同比增长 4.2%，增速比前上半年放缓 7.8 个百分点；服装出口量跌价升，服装出口数量 286.7 亿件，同比下降 1.6%，服装出口平均单价 4.63 美元/件，同比增长 10.2%。

企业效益降幅加深

2022 年 11 月，受国内疫情大面积反弹冲击，服装行业产销循环受限，行业经济运行严重承压。根据国家统计局数据，2022 年 1—11 月，我国服装行业规模以上企业 13224 家，实现营业收入 13076.9 亿元，同比下降 3.3%，增速比上半年下滑 7.8 个百分点，比 2021 年同期下滑 11 个百分点；利润总额 657.6 亿元，同比下降 7.4%，增速比上半年下滑 11.4 个百分点，比 2021 年同期下滑 20 个百分点。行业亏损面扩大，运行效率放缓，成本居高不下导致企业盈利难以提升。2022 年 1—11 月，服装

行业规模以上企业亏损面达 20.45%，比 2021 年同期扩大 1.43 个百分点，亏损企业亏损额同比增长 7.4%；营业收入利润率为 5.03%，比 2021 年同期下降 0.23 个百分点。

图2 2022年1—11月服装行业主要效益指标情况



数据来源：国家统计局

投资保持较快增长

2022 年以来，我国服装行业固定资产投资保持快速增长态势，但增速有所放缓。根据国家统计局数据，2022 年 1—11 月，我国服装行业固定资产投资完成额同比增长 28.1%，增速比上半年放缓 5.7 个百分点，比 2021 年同期提升 26.6 个百分点，高于纺织业和制造业整体水平 22.7 和 18.8 个百分点。

图3 2022年1—11月服装行业
固定资产投资增速情况



数据来源：国家统计局

2023 年国内外市场形势分析

国际市场，一方面，全球经济衰退风险持续上升，WTO 发布最新全球货物贸易晴雨表指数为 96.2，处于临界点以下的收缩态势，表明商品贸易需求疲弱且增长动力不足。另一方面，全球产业链供应链深度调整，全球化竞争加剧。虽然中国仍是欧美等国服装企业最主要的采购来源地，但在东南亚和南亚国家的采购额持续增加，这将进一步加剧我国服装出口下行压力。

国内市场，尽管我国服装企业经营压力持续上涨，但随着国家各项扩内需促消费系列政策逐步落地显效，消费需求将不断释放，国内市场将逐渐回暖。2022 年 12 月 14 日，中共中央、国务院印发了《扩大内需战略规划纲要（2022—2035 年）》；随后，国家发展改革委印发《“十四五”扩大内需战略实施方案》，两份文件围绕全面促进消费、加快消费提质升级等提出了具体举措。同时，服装企业也加大多元化布局力度，不断创新商业模式，通过社交营销、直播视频、网上带货等多种方式提升营销和盈利能力。

面对复杂严峻的国内外发展形势，服装企业要坚定信心、稳中求进，持续增强创新能力，加快转型升级，优化产品结构，提升企业市场竞争力。同时，要紧紧抓住 RCEP 带来的发展机遇，加大开拓东盟等“一带一路”沿线市场，通过全球化布局来应对不确定性的挑战。

产业用纺织品行业 2022 中国产业用纺织品行业经济运行分析

运行依旧承压， 但景气指数回升

2022 年以来，国内疫情反复、地缘政治动荡、通货膨胀水平上升等因素对产业用纺织品行业的平稳运行造成较大冲击。2022 年，产业用纺织品行业的工业增加值保持增长，景气指数升至 57.3，重回荣枯线以上；行业的生产和销售保持相对稳定，但盈利下行压力较大。

总体情况较 2022 上半年有所好转

市场需求方面，根据中国产业用纺织品行业协会调研，2022 年产业用纺织品行业的国内市场需求指数和国际市场需求指数分别为 45.0 和 40.2，较 2022 年上半年均有所回升。企业在手订单两极分化现象较为严重，大中型企业的手订单更加稳定充足；小微企业在手订单大多仅能支撑一个月以内甚至半个月以内的生产。

生产方面，市场需求的复苏带动产业用纺织品行业的产能利用率持续提升，根据协会统计，2022 年样本企业的产能利用率超过 70% 的比重达到 73.2%。非织造布企业的产能利用率较上半年有所好转，根据国家统计局数据，1—11 月规模以上企业的非织造布产量同比增长 0.1%，自 2021 年 8 月以来首次恢复增长；规模以上企业的帘子布产量同比下降 5.4%。

经济效益方面，2022 年 1—11 月产业用纺织品行业规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比下降 0.3% 和 10.4%，利润率为 4.6%，同比下降 0.5 个百分点。分领域看，1—11 月非织造布规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比下降 1.6% 和 31.8%，利润率为 3.3%，同比下降 1.5 个百分点；绳、索、缆规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比下降 4.4% 和 10.3%，利润率为 4.6%，同比下降 0.3 个百分点；纺织带、帘子布规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比下降 5.7% 和 3.2%，利润率为 5.5%，同比增长 0.1 个百分点；篷、帆布规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长 2.3% 和 21.6%，6.5% 的利润率为行业最高水平；过滤、土工用纺织品所在的其他产业用纺织品规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长 5.7% 和 13.1%，利润率为 6.1%，同比增长 0.4 个百分点。

表1 2022年1—11月产业用纺织品行业运行
主要经济指标（规模以上）

项目	单位	产业用	非织造布	绳、索、缆	纺织带和帘子布	篷、帆布	其他产业用
营业收入	±%	-0.26	-1.60	-4.38	-5.72	2.29	5.67
营业成本	±%	0.78	0.45	-4.42	-5.74	1.11	6.34
毛利率	%	14.66	13.69	14.05	15.07	16.58	15.80
利润总额	±%	-10.38	-31.82	-10.32	-3.24	21.60	13.13
利润率	%	4.58	3.28	4.59	5.49	6.48	6.07
	±百分点	-0.52	-1.45	-0.30	0.14	1.03	0.40

数据来源：据国家统计局数据整理

国际贸易吃紧但未来信心回升

国际贸易方面，根据中国海关数据，2022 年 1—11 月我国产业用纺织品行业的出口额（海关 8 位 HS 编码统计数据）为 407.8 亿美元，同比下降 14.6%；1—11 月行业进口额为 56.6 亿美元，同比下降 15.2%。分产品来看，产业用涂层织物是目前行业最大的出口产品，出口额达到 45.9 亿美元，同比增长 21%，毡布/帐篷出口额为 41.2 亿美元，同比增长 3%，增幅已明显收窄；线绳（缆）带纺织品、帆布、革基布等传统产品出口形势良好，出口额分别同比增长 9.7%、24.6%、10.2%。非织造布及相关制品方面，卷材出口 36.7 亿美元，同比下降 11.6%，出口量 110.9 万吨，同比下降 11.9%；口罩与化纤非织造布制防护用品的出口额分别同比下降 72.3% 和 50.6%；国际市场对一次性卫生用品需求旺盛，出口额达到 27.1 亿美元，同比增长 20.3%。

2023 年，经济运行环境依旧复杂，但疫情防控措施的优化调整以及一系列稳内需、促消费政策的陆续出台，将为我国内需市场的复苏注入新动力。协会调研结果显示，企业对 2023 年行业发展的信心指数为 66.4，较上半年大幅回升。预计，2023 年我国产业用纺织品行业的生产和销售将平稳增长，盈利能力保持基本稳定；行业固定资产投资的将向设备升级、智能化改造以及绿色制造等方面转移；行业出口有望迎来复苏。

总体维稳，深化转型仍是时代主题

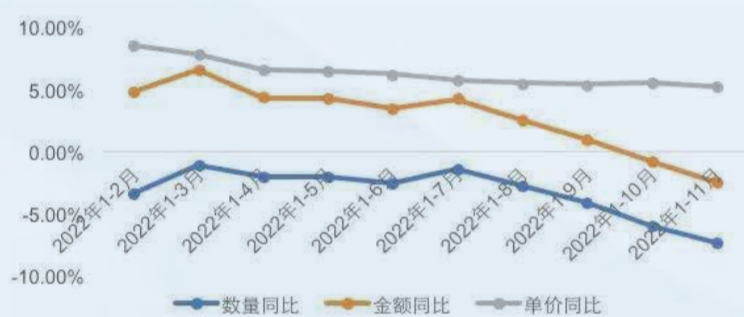
2022年，受能源短缺、通胀高企、地缘冲突长期化等影响，全球经济趋于下行态势。国内疫情几经反复，家纺行业产销规模有所收缩，盈利情况总体稳定。外贸订单回流红利消退对行业出口造成影响；内销市场总体维稳，展现行业发展韧性，行业总体运行稳中承压。

出口下行，内销维稳

一、出口下行趋势明显。

据中国海关数据统计，2022年1—11月出口家纺产品共计424.51亿美元，同比下降2.5%；其中，出口数量同比下降7.33%，出口单价同比增长5.22%。受订单回流红利消失，疫情多点频发给企业生产经营带来压力，以及全球经济低迷、消费疲软等因素的影响，我国家纺产品出口下行趋势明显。2022年以来，单月出口额同比增速逐月收窄，8月份以后出口额环比增速连续收窄。

图1 2022年以来我国家纺产品出口数量、金额、单价同比走势



从主要出口市场看，美欧日传统市场需求疲软。2022年1—11月我国对美欧日市场出口家纺产品178.05亿美元，同比下降13.21%，降幅显著。新兴市场尤其是东盟市场则具有韧性，1—11月，我国对东盟市场出口家纺产品74.88亿美元，同比增长14.89%，其中数量同比增长10.54%，单价同比增长3.93%。

二、内销总体趋于平稳。

2022年一季度由于原料成本压力、国内疫情多点蔓延导致的生产及物流压力。严重影响企业订单，行业效益出现大幅回落。随着国内疫情防控形势向好，行业运行逐渐恢复，但压力犹存，家纺企业开工率基本维持在80%上下。

据国家统计局数据显示，1—11月家纺企业主营业务收入同比下降3.38%，利润总额同比小幅增长1.02%。内销产值与上年同期总体保持持平，前11个月同比略降1%。

图2 2022年1—11月规模以上家纺企业内销产值增长趋势



数据来源：国家统计局

发展环境仍较为严峻，平稳运行需持续加力

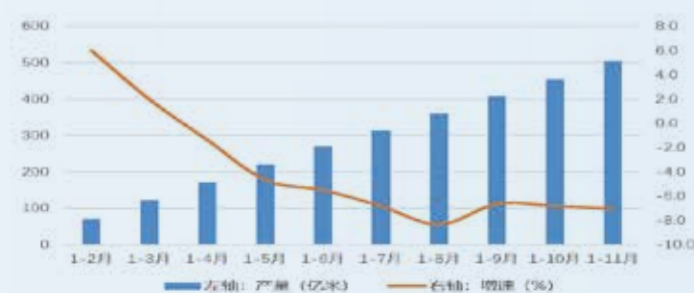
2022年在多重超预期因素影响下，1—11月，规模以上印染企业印染布产量降幅进一步扩大，行业运行效益有所下滑，主要印染产品出口增速继续放缓，印染行业运行仍面临较大压力。

产量降幅继续扩大，部分指标增速放缓

根据国家统计局数据，2022年1—11月，印染行业规模以上企业印染布产量504.35亿米，同比减少7.05%，降幅较1—10月扩大0.25个百分点；环比来看，11月当月规模以上印染企业印染布产量49.78亿米，较10月份提高3.99%。

2022年1—11月，规模以上印染企业三费比例6.32%，同比降低0.39个百分点，其中，棉印染企业为6.18%，化纤印染企业为7.21%；产成品周转率16.81次/年，同比放缓0.51%；应收账款周转率8.43次/年，

图1 2022年以来规模以上印染企业印染布产量及增速情况



同比提高0.04%；总资产周转率1.02次/年，同比提高0.60%。与1—10月相比，1—11月，印染行业产成品周转率降幅收窄1.46个百分点，但仍呈负增长态势，应收账款周转率增幅回落0.91个百分点，表明在多重因素影响下，当前印染行业运行效率仍然偏低。

行业盈利进一步下滑，运行效益有待改善

2022年1—11月，规模以上印染企业营业收入2825.40亿元，同比增长5.97%，较1—10月回落1.41个百分点；实现利润总额112.98亿元，同比降低9.66%，降幅较1—10月扩大5.30个百分点；成本费用利润率4.27%，同比降低0.76个百分点；销售利润率4%，同比降低0.69个百分点，降幅较1—10月扩大0.21个百分点；完成出口交货值359.63亿元，同比增长1.67%。

2022年1—11月，行业营业收入保持增长，但增速呈现“前高后低”态势。利润总额增速整体呈现下滑态势，1—11月利润总额增速降幅较1—10月扩大5.30个百分点，亏损企业亏损总额大幅增长，反映出在多重不利因素影响下，印染企业经营压力明显加大，行业运行效益有待改善。

外贸出口保持增长，但增速逐步回落

根据中国海关统计数据，2022年1—11月，印染八大类产品出口数量273.37亿米，同比增长7.83%，增速较1—10月回落0.84个百分点；

子行业情况分析

从家纺主要细分行业看，三大细分行业床上用品、毛巾、布艺呈现局面略有不同。床上用品行业整体维持平稳，毛巾行业呈持续收缩态势，布艺行业增幅回落。

床上用品行业总体平稳运行。国家统计局数据显示，1—11月床上用品企业营业收入同比下降7%；利润总额同比增长4.29%。协会跟踪统计的100余家床上用品企业1—11月主营业务收入同比增长3.75%，利润总额同比增长12.43%。

毛巾行业总体呈收缩态势。据国家统计局数据显示，1—11月规模以上毛巾企业营业收入同比小幅增长1.13%，利润总额同比下降15.05%。据协会跟踪的30家毛巾样本企业和产业集群数据显示，毛巾企业主营业务收入同比下降4.22%，利润总额同比下降9.96%。

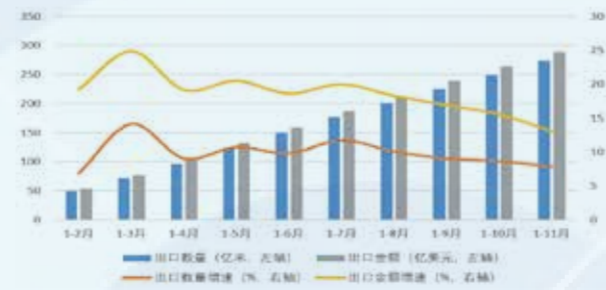
2022年布艺增长出现拐点，在近几年始终保持高速增长的基础上出现回落。据国家统计局数据显示，1—11月规模以上布艺企业营业收入同比下降3.33%，利润总额同比增长14.59%；协会跟踪统计的100余家布艺企业2022年前11个月营业收入同比小幅增长2.91%，较2022年前几个月恢复正增长。利润总额同比下降3.09%，降幅较2022年前几个月逐渐收窄。

总体来看，2022年家纺行业总体保持平稳运行态势，但压力仍然较大。深化转型升级，提高发展韧性，化解风险挑战，仍是行业发展主题。

出口金额289.32亿美元，同比增长13.09%，增速较1—10月回落2.46个百分点；出口平均单价1.06美元/米，同比提高4.88%。

2022年，我国印染八大类产品出口增速在一季度达到峰值后呈现波动下行态势，主要受世界经济下行影响，居民收入增长放缓，消费者实际购买力削弱，国际市场需求收缩态势逐步显现。

图2 2022年以来我国印染八大类产品出口情况



展望未来，一方面，随着国家层面适时调整优化疫情防控政策及一揽子促消费稳增长政策措施持续发力，消费市场信心有望加快恢复，产需循环效率将进一步提升，行业内销市场有望保持平稳恢复态势；另一方面，全球经济前景黯淡、地缘局势复杂演变、主要经济体通货膨胀仍处于高位等风险因素将加剧全球经济衰退风险，国际需求有可能进一步收缩，行业出口将继续承压。

(本专题资料来源：中国服装协会、中国产业用纺织品行业协会、中国家用纺织品行业协会、中国印染行业协会、中国毛纺织行业协会)

在转折和挑战中前行

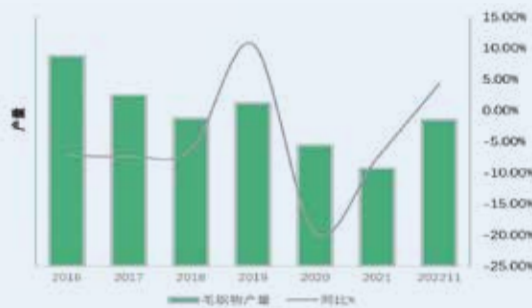
2022年，世界经济仍处低迷，全年疫情多次起伏，国际政治局势影响深刻。毛纺行业的发展经历了突如其来的转折和猝不及防的挑战，全年形势逐步放缓，运行质效水平趋于下滑。在困难波动的形势下，行业坚持开拓创新，稳定释放发展韧性，在复杂的形势下取得行业发展的新成效。

生产承压波动，全年生产实现企稳

受到经济和疫情的压力影响，毛纺产品的生产形势呈现波动，全年二季度和四季度有两次明显波动。其中，毛纱线受波动影响较大，4月、10月和11月的月生产水平均有明显的下滑，1—11月，规模以上企业毛纱线产量同比略有下滑，跌幅为0.8%。

毛织物生产也受到一定压力，四季度以来累计产量增速明显下滑。但从1—11月累计数据来看，毛织物产量同比增长4.3%，已恢复至疫情前水平。

图1 规模以上企业毛织物产量与同比变化情况



国内消费市场受压，出口支撑市场增长

2022年毛纺产品国内市场消费形势有明显放缓。观察毛纺产品内外销市场情况，2022年，毛纺产品内销占比呈现下滑。截至11月，毛纺产品内销比例约为57%，较2021年毛纺产品的内销比例同比下滑约5个百分点。

出口市场则成为2022年毛纺产品消费市场的重要支撑。2022年1—11月，毛纺原料及制品（不含地毯）累计出口额96亿美元，同比增长7.1%。主要毛纺中间产品增长较快，1—11月毛织物出口额4.8亿美元，同比增长50%，羊毛条出口额4.7亿美元，同比增长42%，无毛绒出口额4.4亿美元，同比增长50%。

图2 中国毛纺行业原料与制品流向图



国际产业布局转移变化，毛纺行业迈入新发展格局

2022年对于中国发展是不平凡的一年，也是中国毛纺行业发展中特别的一年。随着疫情政策的变化，国际往来的恢复，毛纺行业也经历或正在经历新的变化。

1. 全球毛纺产业链结构变化，产能转移逐步开始。

过去五年中，全球毛纺的产业链结构发生变化，中端产品的加工产能逐步开始向东南亚等地转移。产能的转移，在中国出口毛条的主要目的地的变化上得到体现。2022年1—11月，中国向东盟出口羊毛条3418吨，同比增长43%，占羊毛条出口量的9%，较2018年扩大了6个百分点。随着毛纺资本的国际化布局不断开展，未来毛纱线、甚至毛织物的产能将进一步发生转移。

2. 毛纺终端消费市场仍处恢复区间，中国毛纺产品地位如故。

2022年，毛纺产品的主要消费市场欧盟、美国、日本等均呈现较快的增长。2022年1—11月，美国市场进口毛纺产品总额为41亿美元，同比增长30.5%；日本市场进口毛纺产品总额约13亿美元，同比增长14.8%；1—9月，欧盟对区外毛纺产品进口总额为36亿欧元，同比增长45.6%。

中国毛纺产品在欧、美、日等主要毛纺消费市场的占有率变化不大。除因四季度疫情影响有所调整，基本保持稳定。

3. 毛纺规模与原料结构调整，面向新的发展格局和潜在市场。

2019—2022年，中国年进口羊毛总量均未超过30万吨，除了疫情运输影响，也有毛纺行业规模调整、原料加工结构变化的因素。面对新的形势和新的格局，行业创新发展与产业升级是开发新的市场发展的重要驱动力。

新的一年，毛纺行业将面临发展的新局面，各种不稳定因素仍然存在，发展压力仍然突出。赋能提升、创新创造，仍是行业谋求新发展的主题。TA



大会重点安排部署了新一年的工作任务。

全面动起来、干起来、拼起来!

2023 轻纺城建管委干部大会吹响全年奋进冲锋号

本刊记者_鄂莹颖 文/摄

新年开工跑出加速度，拼速度更要拼质量，着眼当前更谋划长远。各地的“新春第一会”上，“高质量发展”无疑是高频关键词。

节后上班第二天，柯桥区委召开全区干部大会暨“2023 大抓落实年”动员部署大会，对新的一年如何抓好落实进行了专题部署并提出明确要求，释放了在大抓落实中谱写“全省竞跑、示范先行”新篇章的强烈信号，吹响了全面开启建设现代化“国际纺都、杭绍星城”、打造中国式现代化县域样板新征程的奋进号角。

结合全区干部大会暨“2023 大抓落实年”动员部署大会精神，2月2日，2023 轻纺城建管委干部大会召开，聚焦“全省竞跑、示范先行”新目标新要求，安排部署新一年的工作任务，以更加昂扬的精神、旺盛的斗志、优良的服务、扎实的工作，



奋力推进中国轻纺城新一轮大发展、大提升、大跨越。会议还表彰了 2022 年度中国轻纺城市场各类先进单位、委级先进个人。

柯桥区委常委、中国轻纺城党工委书记袁笑文出席会议并作重要讲话。中国轻纺城党工委书记、建管委主任王峻峰作工作报告。委机关行政事业全体人员、直属企业主要负责人，开发经营集团、轻纺城股份公司负责人，派驻轻纺城相关部门主要负责人，民营（集体）市场代表，受表彰的先进集体及个人代表等参会。

盘点成绩、鼓足斗志 坚定抓落实的信心和决心

会议从强化底线思维，发展基础更加坚实；拓展开放合作，行业地位更加凸显；优化功能布局，市场能级更加强大；创新服务举措，贸易渠道更加畅通；做强时尚产业，内生动力更加强劲；团结拼搏，发展合力更加凝聚等方面肯定了轻纺城市场过去一年取得的突出成绩。

2022 年是党的二十大胜利召开之年，也是中国轻纺城冠名三十周年。这一年轻纺城建管委紧紧抓住中国轻纺城冠名三十周年这一契机，以党的二十大精神为指引，坚决落实柯桥区委、区政府的决策部署，主动作为，担当实干、奋力争先，各项工作取得了新突破、新成效，为全面开启现代化“国际纺都”建设新征程打下了坚实的基础。



袁笑文

柯桥区委常委、中国轻纺城党工委书记 袁笑文：

围绕“三高地”“五中心”目标，加快建设现代化“国际纺都、杭绍星城”

2023 年是贯彻党的二十大精神开局之年，是“八八战略”实施 20 周年，也是“十四五”规划承上启下的关键之年，希望大家以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，全面贯彻落实柯桥区委、区政府的决策部署，围绕“三高地”“五中心”目标，进一步深化认识、抢抓机遇，加快推进中国轻纺城跃升发展，为打造现代化“国际纺都、杭绍星城”作出更大贡献。

一、坚定信心决心。中国轻纺城是浙江改革开放的一张“金名片”，是柯桥的立城之本、产业之基，当前中国轻纺城的发展正处在重要的历史关口，我们一定要提高站位，坚定信心、保持定力，奋力开启中国轻纺城高质量发展新征程。

二、增强定力合力。打造“国际纺都”需要政府和企业共同努力，轻纺城建管委、股份公司、开发经营集团和各市场职能部门既要强化责任担当，结合自身实际发挥好职能作用，又要牢固树立“一盘棋”意识。广大企业和市场经营户是轻纺城创新发展的主体，要在轻纺城转型升级中发挥主力军作用，积极投身创新创业，坚持守法诚信经营，以自身实际行动把中国轻纺城这张“金名片”擦得更亮。

三、坚持实干创新。中国轻纺城发展工作不仅是一项系统工程，更是一项创新工程。要考虑如何更好地发挥好政府与市场这两只手的作用，一方面政府如何进一步整合资源、优化服务；另一方面如何更好地调动市场主体的积极性创造性，充分发挥市场的力量，使轻纺城更加协调健康发展。

王峻峰表示，在肯定成绩的同时，对照上级要求、先进产业集群和群众期盼，特别是对标现代化“国际纺都、杭绍新城”战略定位和“三高地”“五中心”目标任务，轻纺城市场还存在一系列问题。比如：由于市场业主多元，市场管理机制还不够统一、不够协调，部分市场管理仍然不规范、不到位；市场主体综合创新能力偏弱，创新研发投入不足，创新型人才缺乏；经营方式仍较为传统，经营理念和经营模式有待提升；知名品牌、高端产品有效供给不足，产品结构有待进一步调整等，需要进一步提高认识、坚定信心、全力破解。

聚焦重点、善谋善干 厘清抓落实的方向和目标

挑战面前，中国轻纺城干劲十足，豪情满怀，因为看准了方向，也就充满了希望。2023 年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，是实施“十四五”规划承上启下之年，也是把握政策叠加机遇推动轻纺城更快更好发展的关键之年。中国轻纺城必须抢抓时间窗口，紧紧围绕“国际纺都、杭绍星城”战略定位，对照“三高地”“五中心”目标任务，乘势而上、奋勇向前，加快推进中国轻纺城新一轮大提升大发展，坚定不移走出一条具有纺城特色的高质量发展之路。会议对新一年的工作提出五方面要求：

坚持扩大开放，不断拓展市场发展空间。全力以赴办好国际纺织盛会，高标准办好 2023 国际纺联年会、第六届世界布商大会、第二届新丝路故事汇·柯桥论坛等重大活动；精益求精办好时尚活动，大力推动“柯桥时尚周”国际化、专业化、品牌化、市场化，同时围绕“天天时尚”目标，常态化举办各类活动；大力培育专业纺织展，培育窗帘布艺、创意设计、墙布墙纸等产业展。

坚持改造提升，全力推动市场迭代升级。持续重塑市场风貌，深入推进“水韵纺都”二期项目建设；推进市场功能提升，持续优化市场经营业态，引育特色专营区，积极规划建设商业配套；优化市场营销环境，持续开展针对市场环境秩序、无证无照、花样版权等整治行动。

坚持兴商隆市，确保市场持续繁荣发展。加快市场“走出去”，深入实施“丝路柯桥·布满全球”行动，全面打响“轻纺城”品牌；持续深化“请进来”，出台系统化招商政策；推进贸易“便利化”，深入实施轻纺城市场采购贸易方式试点。

坚持时尚引领，全力激活市场创新动能。大力发展时尚创意产业，积极推进复旦科技园柯桥创新中心、全球纺织色彩中心等平台建设；加快培育柯桥区域品牌，在 2022 年认定“柯桥优选”品牌面料类、窗帘



大会表彰了 2022 年度先进单位及个人。

类试点企业各 8 家的基础上，继续拓展面料类、窗帘类试点企业各 8 家，同时试点谋划印染企业类品牌培育工作；持续集聚时尚创意机构和人才，制定专门的招商政策，深入实施创意设计人才“经纬计划”。

坚持数字赋能，加快构建现代化纺城体系。推进现代物流体系建设，扎实推进轻纺数字物流港建设，同步推进配套智能化管理系统建设；拓展数字市场建设，在国有市场数字化建设的基础上，推进集体和民营市场数字化改革；实施“直播纺城”行动，以服装市场直播电商区为试点，加快营造电商直播带货氛围。TA



中国轻纺城集团

股票代码：600790

新的一年这样干！

轻纺城集团 2023 年经济工作会议释放重要信号

■ 本刊记者_ 邬莹颖

“在勠力同心中激发轻纺城集团高质量发展的强大正能量，奋力谱写中国式现代化的‘国际纺都、杭绍星城’新篇章，为推进中国式现代化柯桥新实践贡献力量！”1月28日，春节后上班第一天，浙江中国轻纺城集团股份有限公司2023年经济工作会议召开，总结回顾了集团过去一年经济工作成效与经验，分析当前存在的困难和面临的形势，部署今年集团经济工作思路、目标和措施，动员集团上下解放思想、增强信心、积极作为、开拓创新，全面推进各项工作实现更大突破。会议对去年涌现出来的先进集体和先进个人进行了表彰，六位部门、分子公司负责人分别作典型发言。

轻纺城集团全体员工共计570余人参会。本次会议由轻纺城集团党委副书记、总经理王百通主持。



会议现场。

2022

持之以恒创实绩、促发展，为各项重点工作画上圆满句号

抓经济就是抓发展，明确“2022年怎么看”，要看到优势、发现差距，坚定发展信心。会上，轻纺城集团党委书记、董事长潘建华以“创新担当、实干高效，为推进中国式现代化柯桥新实践贡献力量”为主题作工作报告。

潘建华表示，2022年是中国轻纺城冠名30周年，也是轻纺城集团成立的第30个年头。在这意义重大的一年里，集团在柯桥区委区政府正确领导下，在全体职工干部的共同努力下，立足中国轻纺城发展主阵地，围绕“一二三四五”发展战略，践行“创新、担当、实干、高效”企业文化核心思想，架起“市场、数字、投资”三驾马车，在市场培育、物流提质、数实融合、项目投资、市值管理、国企改革等方面取得了丰硕成果，在“国际纺都、杭绍星城”新征程和打造“两个先行”的道路上领跑竞跑、奋发有为。2022年轻纺城集团各项经济指标呈现出稳中有进的发展态势，以稳定、市场、数字、创新、改革为发展关键词，整体工作创新不断、亮点频出。

2022年，轻纺城集团获评创建全国优化升级数字化示范市场、中国纺织服装产业流通共同富裕示范市场、绍兴市2021年度“改革开放创新发展突出贡献奖”先进集体、柯桥街道经济发展贡献十强企业等荣誉，入选2021年度浙江省数字赋能促进新业态新模式典型企业和平台名单、浙江省商联会副会长单位。公司的数字物流港项目入选浙江省重点建设项目、浙江省“4+1”重大项目建设计划、2021年柯桥区项目竞赛优胜项目，持之以恒创实绩、促发展，为各项重点工作画上圆满句号。

在肯定成绩的同时，也应当正视当前的各种困难，主要是受国际形势和新冠疫情影响，对供需结构造成冲击，暴露出的服务运营能力不强、配套功能建设滞后、市场发展不平衡、品牌打造不足、中高端商户数量较少、数字化应用覆盖面不够等问题，需要进一步提高站位，解放思想，创新方法，落实举措，逐步予以解决。

2023

以“行动派”姿态，在全方位高质量发展上取得新突破

以高质量发展为中心，明确“2023年怎么干”，要铆足干劲、比学赶超，担当时代使命。此次会议又有哪些新提法？释放了哪些新信号？

会议明确地提出了2023年轻纺城集团要全力以赴发展市场集群、推进数实共生、提高办展水平、优化园区功能、做好续建新建项目、拓展投资方向、建设物流平台、推进改革攻坚的奋斗目标和具体措施：

全力以赴发展市场集群，提升实体产业综合实力。具体表现为推动硬件设施建设、力促市场服务提质、抓实抓牢招商降市、强化政策制度保障。

全力以赴推进数实共生，深化数字市场迭代升级。具体表现为深化线上平台建设、强化“小哥找布”运营、推动“金蚕宝宝”扩面、推进产业数字化建设、探索纺织服装“元宇宙”。

全力以赴提高办展水平，打造以展促市良好格局。具体表现为加强办会服务、加深区域合作、开拓境外展会、举办专题发布。

全力以赴优化园区功能，提升物流保供能力。具体表现为做好仓储招商留商工作、保障两大外综平台运行、深入发展异地货站模式。

全力以赴做好续建新建，加速重大项目落地投运。具体表现为轻纺数字物流港建设、轻纺智谷数码印花产业园区建设、柯桥铁路口岸配套建设。

全力以赴拓展投资方向，促进多元业态跨界融合。具体表现为力促经营业务多元拓展、找准赛道加强股权投资、延续深化市值管理工作。

全力以赴建设物流平台，打造智慧物流闭环体系。具体表现为启动平台正式运行、推动平台推广覆盖、提升平台服务能力。

全力以赴推进改革攻坚，释放国企发展强劲动力。具体表现为深化党建纪检工作、建立市场化经营机制、提升内部治理效率。

人勤春来早。开放的市场环境下，轻纺城集团将会一件事情接着一件事情办，一年接着一年干，全力以赴统筹发展和安全，千方百计做优市场、做大投资、做新产业，争当柯桥区在中国式现代化道路上的先锋。TA

Focus / 聚焦

抢开局、稳增长、抓落实 袁建走进柯桥纺企开展“助企开门红”活动

近日，柯桥区委副书记、区长袁建走进绍兴乾雍纺织有限公司、浙江布创纺织集团有限公司、浙江小轩窗家居股份有限公司等多家柯桥纺企，开展“助企开门红”活动，强调要把党的二十大精神、中央经济工作会议精神贯彻落实到企业高质量发展中，全力确保高质量“开门红”“开门稳”，为实现全年目标任务奠定坚实基础。

在绍兴乾雍纺织有限公司，袁建参观了企业样品展示间和生产车间，详细询问了企业的生产经营状况。绍兴乾雍纺织有限公司不仅是国家锦纶（尼龙）数码直喷印花研发生产基地、浙江省“专精特新”中小企业，还是北京2022冬奥会和冬残奥会赛时制服装备的生产供应链企业，拥有强大的研发创新能力。据了解，大年初七刚开工，乾雍纺织便加大马力赶制亚运会制服装备印花面料订单，多条生产线上的工人有条不紊地忙碌着，全力以赴赶订单、抢市场。

作为全球知名的人造棉供应商，浙江布创纺织集团有限公司产品远销遍布东南亚、俄罗斯、中东、非洲等全球各地，与“一带一路”沿线国家建立友好合作关系，积极挖掘多双边贸易潜力。袁建详细了解企业发展中遇到的难点痛点，并提出建设性意见，鼓励企业要坚定信心、咬定目标，抓住“双循环”新格局机遇，拓展国际国内市场，进一步提升行业话语权和国际地位。

浙江小轩窗家居股份有限公司在国内首创“1+1”窗帘+壁纸/壁布整体软装模式，产品在研发、设计、生产源头即完成壁纸/壁布与窗



袁建(右二)走访多家纺织企业。

帘的搭配设计，在国内家纺领域拥有极高的知名度。袁建鼓励企业在新材料、新技术、新模式、数字化等方面持续创新，力争实现更大发展。

新年新气象，奋进新征程。当前，纺城柯桥正以开局就加速、起步就争先的姿态，全力抢开局、稳增长、抓落实。相信通过持续深化“助企开门红”活动，将进一步帮助企业疏通堵点、难点，激发市场主体更大发展活力，确保全年开好局、起好步，加速推进“国际纺都、杭绍星城”建设步伐。

完善配套设施 优化营商环境 中国轻纺城老市场增设休息区

“时隔一年再次来中国轻纺城市场找样，发现很多门店都装修升级了，市场休息区也更多了，采购体验非常好。”近日，一位驾车来中国轻纺城市场找样的采购商发出这样的感叹。的确，近年来，中国轻纺城的专业市场功能和配套服务效能不断提升，整个市场焕发出蓬勃生机。

为推进市场设施配套升级，打造优质营商环境，近期，东升路市场在老市场增设了市场休息区。休息区位于老市场北面，共由14张休息椅组成，便于往来客商和经营户休息，同时也为市场增添了一道靓丽的风景线。

东升路市场分公司相关负责人表示，市场营销环境是经营户创新发展的沃土，也是吸引采购商集聚采购的基础，东升路市场将继续做好硬件设施和服务品质“双提升”，致力打造一站式、沉浸式的全新采购体验，从而更好地服务客商、服务市场经营户，助力市场提质升级、繁荣兴旺。

老市场的创新举措正是中国轻纺城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。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。

以数字化助发展， 全球纺织网持续发力

近日，浙江中国轻纺城网络有限公司举办2023年度首场运营大会，深入贯彻落实中国轻纺城集团年度经济工作会议会议精神，全力以赴推进数实共生，深化数字市场迭代升级。

结合轻纺城集团年度经济工作会议精神，本次会议重申了小哥找布日活单、金蚕宝宝资源导入、数字乡村项目建设、探索元宇宙等网络公司相关工作，要求各部门厘清思路、创新思维、狠抓落实，以营销转化为目标导向，以数据分析推动平台深度运营。

据了解，目前网络公司围绕“小哥找布”“月月新品”“孔雀云展”三大运营手段，相关运营工作已火热展开。中国轻纺城市场新春开市后小哥找布订单量已快速提升，月月新品、孔雀云展全年计划已向用户正式发布。接下来，公司将切实开展平台升级迭代与精细化运营，推动金蚕宝宝、小哥找布、月月新品、孔雀云展的融合发展，同时做好数字轻纺城、数字乡村等项目技术保障工作。

网络公司相关负责人表示，当前数字经济迎来了最好的发展时机，公司将运用数字化手段，为轻纺城“数字市场”建设提供技术支撑，为纺城企业创造更多价值，深化线上线下渠道融合，在风起“云”涌的新格局、新机遇下，帮助纺城经营户乘风破浪、踏“云”而起。

(本版整理_王利)



盛泽纺企正以“四敢”精神迈开奔赴春天的脚步。

同比增长19%， 盛泽外贸“敢”字争先

盛泽纺企敢闯敢为实现外贸逆势上扬

■ 潘振宇 / 文

日前，盛泽传来好消息，2022年盛泽外贸进出口总额27.06亿美元，增长19%，其中出口23.96亿美元，增长20%，进口3.1亿美元，增长10%。盛泽外贸增速持续逆势上扬，亮点的背后我们看到一个字——“敢”！

积极出海，逆势上扬

大年初十，中国东方丝绸市场在鞭炮声中迎来开市。作为外贸进出口大户，江苏罗曼罗兰集团户外新材有限公司总经理江南又一次赶赴美国“抢单”，以饱满的热情抓订单、拓销路、忙生产，跑好新春“第一棒”。

无独有偶，这两天，盛泽另一家外贸型企业苏州雅柏纺织有限公司派驻南美地区的驻点业务员们也陆续“出海”，再次激发起企业干事创业、敢闯敢为的活力。

近年来，包括罗曼罗兰户外、雅柏纺织在内，盛泽外贸企业以敢闯敢为的劲头奋力逆流而上，较好地实现了在疫情当下的突围。而这些外贸企业不仅仅是盛泽民营经济活力的体现，也是稳住盛泽外贸经济大盘逆势“飘红”的重要支撑。

那么，正着力打造“世界级高端丝绸纺织产业创新集群”的盛泽，是如何在疫情压力下化解危机的？

“外贸经济逆势而上，得益于我们紧扣‘一体化’和‘高质量’两个关键，聚焦新发展理念，与企业一道坚定纺织产业不动摇，才能乘风破浪敢于向前。”中国东方丝绸市场管

理办公室、贸易促进局相关负责人表示，近年来，盛泽镇抢抓加快长三角一体化、市域一体化、城乡一体化建设机遇，紧紧围绕市场、产业、城乡三大有机更新，加大工贸一体化、内外贸一体化建设，全面推动空间重构、资源重组、品质重塑，加快推动盛泽纺织产业高质量发展步伐。

谈及外贸正向着大幅增长，该负责人认为，“偶然中，也是必然。”他说，在1月29日吴江区召开的“新春第一会”上，提出全区上下以“四敢”精神迈步新征程，盛泽一直在以“敢”成就过去，通过全体外贸企业的不懈努力，获得了极其不易的成绩。目前，全镇有进出口实绩企业超900家，其中已形成亮晋（雅柏）、京奕、荣吉、搜阳等一批优质的外贸力量。

四点支撑，构筑盛泽外贸底气

在疫情形势“吃紧”的三年时间里，盛泽外贸经济保持着强有力的韧劲，通过一个“敢”字，连续在低迷的市场环境中实现有效增长。据分析，究其原因主要有以下四个方面：

一是完善的产业链支撑。目前，盛泽镇已形成以丝绸为源头，“从一滴油到一匹布”“从一根丝到一个品牌”的完整纺织产业链，依托产业优势、时尚赋能、绿色发展等叠加因素，让广大外贸企业敢干、敢闯，啃下硬骨头、开拓新局面。

这背后，无不体现着盛泽企业家们敢于“走出去”的气魄，为靓丽成绩单增光添彩。

二是优质的营商环境“土壤”。良好的营商环境是促进产业高质量发展的重要基础。尤其在疫情期间，除了政府层面为支持企业加速复工复产，出台多项扶持外贸企业的抗疫政策，梳理90多家外贸出口大户“白名单”，通过“苏货通”保障外贸物流顺畅外，更重要的是盛泽企业家身上有着做“孤勇者”的勇气，敢于发展、奋勇向前。以翔步纺织为例，正是源于对盛泽产业、市场和优质营商环境的认可，三年疫情期间，该企业将产品设计开发和订单运营发展中心从北京、雄安集体搬迁到了盛泽。

三是政策的叠加效应。近年来，盛泽镇重点发挥好中国东方丝绸市场国际贸易集聚区引领作用，同时整合中国东方丝绸市场产业链资源，加大政策支持力度、强化外贸企业招商、提升外贸服务意识，紧盯美国、欧洲市场，开拓“一带一路”新兴市场，通过政策扶持、企业奖励、培训孵化、跨境电商培育、“出海”参展和“抢单”、扩大外贸“朋友圈”等措施，外贸发展赋能成效明显。

四是活跃的企业主体。充满活力的外贸企业是外贸逆势上扬的原动力。外贸企业面对“海运吃紧”“供需失衡”等复杂的外部环境，以敢干敢闯的劲头克服重重困难，奋力逆流而上。以罗曼罗兰户外为例，在2022年，该公司以“强干劲”“强研发”“强沟通”的“三大法宝”，一年两次“逆行”走出国门，拜访6个国家和地区的客户，实现了全年净销售额同比增长30%。同样，雅柏纺织在去年外贸实现骄人业绩的同时，已经谋划自主更新，优化存量资源，打造工贸一体化发展的新格局。

加大扶持力度，迎接新格局的到来

骄人成绩的背后，是盛泽企业家敢于担当的定力和魄力。从三年前疫情爆发，企业主体纷纷主动参与疫情防控，从稳定生产到全面复工复产后主动“出海”抢单……一系列应时而变的操作成就了今天这份“成绩单”。

“外贸发展是盛泽产业提档升级中不可或缺的一支力量，必须提振企业发展信心，稳定外贸增长预期。”该负责人说，下一步，盛泽镇将进一步加大对外贸型企业的扶持力度；大力促进B2B跨境电商产业发展，培育更多优质的外贸企业群体；加大产业海外布局，鼓励头部企业扩大参加展会范围，以及建立海外仓，加大线上销售、线上参展以拓展市场，实现外贸企业在更高层次应对后疫情时代的竞争。

新时代，新机遇。如今，盛泽，正在产业迭代的浪潮中，迎来高质量发展新格局。同时，城市有机更新重新构筑、“产业+高铁”叠加驱动，广大企业家正以“四敢”精神迈开奔赴春天的脚步。TA



大会现场。

聚焦高质量发展， 盛泽表彰先进企业冲刺“全年红”

2月3日，吴江高新区（盛泽镇）召开“聚焦高质量 促进快转型 奋发新实践”动员大会暨新春经济工作表彰大会。会议提出聚焦高质量发展主题，以“四敢”担当，振奋精神、实干作为，增强赶早的意识、争先的锐气，凝心聚力做好全年经济发展工作。会上，恒力、盛虹等一大批“敢干”纺织企业获得荣誉，登上光荣榜。

会上，吴江区委常委、副区长、吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记沈春荣表示2022年，盛泽镇在以习近平总书记为核心的党中央的坚强领导下，认真落实省市区委部署要求，以迎接党的二十大、学习宣传贯彻党的二十大精神为主线，共同迎战一系列困难挑战，推动全镇发展行稳致远。

全年实现一般公共预算收入32亿元；工业总产值850亿元，增长2.40%；工业开票销售1258亿元，增长6.1%；全社会固定资产投资90亿元，增长22%，其中工业投资44亿元，增长20.43%；限额以上批发额4840亿元，增长8.6%；进出口总额27.06亿美元，增长19%，其中出口23.96亿美元，增长20%，进口3.1亿美元，增长10%；中国东方丝绸市场交易额超1500亿元，增长6.93%。

沈春荣表示，2022年，盛泽镇统筹疫情防控和经济社会发展，交出双优答卷；深耕硬技术和软实力，加快转型步伐；聚焦绿色发展和安全发展，狠抓攻坚突破；深化有机更新和改革创新，激活发展活力；推进城市提质和乡村振兴，增进民生幸福。

展望新的一年，沈春荣指出，新一年新气象、新征程新使命，做好今年经济发展工作任务艰巨、意义重大，必须认清形势、主动作为、积极进取，打造更多盛泽高质量发展竞争新优势。

一要在把握宏观发展形势的同时找准微观发展定位，坚定信心、找准定位，专心致志办好自己的事，持续把丝绸纺织产业做强做优做深做精，始终占据发展主动。

二要在科学应对风险挑战的同时主动抢抓发展机遇，抓住转型升级，主动更新、主动转型、主动升级，走出符合现代化要求的高质量发展新路，塑造丝绸纺织产业在盛泽发展的新传奇。

三要在专注主业苦练内功的同时革新理念勤修外功，共同专注做好丝绸纺织产业转型升级这项事业。苦练内功就是要把产业技术、产品质量提升上去，不断向产业链、创新链、价值链高端攀升；勤修外功就是要更加注重产业软实力的培育，打造更多盛泽品牌、盛泽标准，将丝绸文化与时尚产业嫁接起来，赋能产业发展。（王宗文）TA

时尚之都
美丽盛泽

2023 产纺展望

2023

* 栏目支持：安德里茨(中国)有限公司、常州市武进广宇花辊机械有限公司

开栏语：

胜景伴春至，佳绩渡岁来。为深入贯彻落实党的二十大精神，把脉行业发展大势，中国产业用纺织品行业协会联合《纺织服装周刊》特推出“2023产纺展望”专栏。将通过中国纺织工业联合会、中国产业用纺织品行业协会领导寄语，以及中国产业用纺织品行业协会下设各分会会长专访的形式，全面展示2022行业创新发展情况，共同探讨2023行业发展规划。一元复始开新宇，万象更新谱新篇！愿行业同仁携手共进，开启全新的2023！

中国纺织工业联合会副会长 李陵申：

踔厉奋发产业用纺织的新征程

本刊记者_李亚静 通讯员_徐瑶



李陵申

党的二十大擘画了以中国式现代化推进中华民族伟大复兴的宏伟蓝图，发出了为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴而团结奋斗的伟大号召。“踔厉奋发、勇毅前行，努力创造更加灿烂的明天。”习近平总书记的话语，激发我们拼搏的干劲。

砥砺前行十年路

十年砥砺前行，征程波澜壮阔。新时代十年的伟大变革，在党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、中华民族发展史上具有里程碑意义。

党的二十大报告指出，“坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，推进新型工业化，加快建设制造强国、质量强国”。发展实体经济离不开科技创新的助力，这为制造业发展和科技革命带来了新的机遇。

十年来，我国加快推进科技自立自强，进入创新型国家行列。全社会研发经费支出从一万亿元增加到二万八千亿元，居世界第二位，研发人员总量居世界首位。2022年全球创新指数报告显示，中国排名第11位，连续十年稳步提升，位居36个中高收入经济体之首，也是唯一进入前30的发展中国家。

我国纺织行业已成为全球纺织科技创新重要贡献者。2021年纺织行业新增授权专利8.1万件；申请PCT专利占国内总量1.24%，高于国际纺织行业平均水平；近5年行业SCI论文和高倍引科技论文分别占全球的29.7%和51.6%；纺织行业上市公司研发强度为1.63%，高出制造业平均水平。十年来，产业用纺织品产业发展规模强劲、结构多元合理、质量效益显著、发展空间广阔、创新贡献突出，而且国际间伸缩能力强。其高质量发展，得益于国家产业政策支持、科技创新驱动、产业体系配套、内需市场牵引、国际比较优势等多方面。

蓝图绘就期未来

“蓝图已经绘就，号角已经吹响。”当前最重要的任务，就是撸起袖子加油干，心往一处想、劲往一处使，把党的二十大作出的重大决策部署付诸行动、见之于成效。

党的二十大报告中，科技创新是贯穿全文的一个关键词、高频词，既体现在科技创新的核心地位上，也体现在现代化建设各项部署之中。纺织业作为中国最具潜力率先跨入世界制造强国行列的工业之一，将进一步强

化科技创新，以国家战略需求为导向，集聚力量进行原创性、引领性科技攻关，积极打造原创技术“策源地”，坚决打赢关键核心技术攻坚战，真正推动制造强国发展战略的实施。未来的行业创新将从纤维新材料、先进纺织制品、绿色制造、智能制造与装备等方面，着力践行以高端制造推动行业转型升级、以数字经济赋能产业创新变革、以绿色制造推动行业可持续发展的新趋势。

国家倡导实施产业基础高级化和产业链提升工程，产业用纺织品作为国家战略新兴产业的基础产业，顺势进入快速发展的机遇期和窗口期。国家科技创新的公共服务平台建设、基础应用研究突破和标准体系完善，对于促进行业发展均起到了重要的引导推动作用。全行业将筑牢创新在产业发展全局中处于核心地位，形成合力实现突破，为促进行业进步和保障产业链安全保驾护航。

赶考路上新征程

在向第二个百年奋斗目标进军的关键时刻，党的二十大为中国未来发展的诸多重大问题指明了路径和方案。全面建设社会主义现代化，是一项伟大而艰巨的事业。新征程上，增强志气、骨气、底气，知难而进、迎难而上，我们就一定能在新的赶考之路上创造新的历史伟业。

2035年我国将实现高水平科技自立自强，进入创新型国家前列。科技创新，要坚持面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求、面向人民生命健康。纺织工业科技创新需努力实现技术体系自主可控；畅通科技成果转移转化链条，构建质量和效率优先的科技创新体系；强化企业创新主体地位，促进各类创新要素向企业集聚；夯实科技创新能力基础，推进高层次科技创新平台建设；提升人才引领发展，加快建设高水平科技创新人才队伍。

同时，随着全社会对产业用纺织品的全新再认识，给行业发展带来更广泛的应用空间。未来，行业竞争将着力呈现技术优势、替代优势、品质优势和主导优势。行业科技努力实现产业基础能力创新的突破工程、核心共性技术创新的强基工程和高端应用技术创新的卓越工程，不仅为纺织工业新增长极贡献力量，而且更好地服务国民经济高质量发展的愿景。

许党报国、踔厉奋发、守正创新、埋头苦干，行业同仁以只争朝夕的使命感，携手迈向产业用纺织品的新征程！**ITA**

中国产业用纺织品行业协会会长 李桂梅：

律回春渐，产业用纺织品行业新元肇启

本刊记者_李亚静 通讯员_徐瑶



李桂梅

律回春渐，新元肇启！

2022年，党的二十大胜利召开，意义重大，影响深远，开启了中国式现代化的新篇章，为中国纺织工业未来发展提供了根本遵循。产业用纺织品行业亦将明确方向、坚定信心，踔厉奋发、勇毅前行。

2022年，疫情反复，加之结构成本上升等不利因素影响，给行业发展带来诸多挑战。但产业用纺织品行业以高质量发展为主题，供给侧结构性改革为主线，科技创新为动力，满足国民经济各领域需求为重点，稳中求进，不断推进产业用纺织品行业高端化、数字化、绿色化、服务化转型升级。

科技春潮迭起

2022这一年，科技春潮迭起。行业科技创新体系日益完善，科技创新平台不断丰富，产业链集成创新能力显著提升，科技创新成果不断涌现。

协会积极围绕行业科技创新驱动，大力推动行业绿色制造、智能制造，引导行业提高核心竞争力、提升综合实力、助力行业可持续高质量发展。

协会重点推动创新体系建设，逐步建立和完善涵盖国家、地方和企业的立体化产业用纺织品行业创新体系，加快关键技术突破、科研成果转化和高端应用推广等工作。强化科技创新对产业发展的引领作用，加强产业基础、共性关键技术、高端替代应用创新，加大新技术应用力度，推动业态变革、价值创造和结构升级。

迈向深蓝、守护健康、绿水青山……产业用纺织品的科技力量无处不在！

绿色春潮涌动

2022这一年，绿色春潮涌动。在“双碳”目标的指引下，从生产到消费、从理念到规则，中国经济社会发展开始加快绿色低碳转型。纺织行业发布了《纺织行业推进碳达峰、碳中和行动框架方案》，启动了“30·60中国时尚品牌气候创新碳中和加速计划”。行业将绿色发展作为产业定位和赢得未来的战略选择。

协会践行绿色发展理念，积极开展双碳研究、绿色工厂培育、绿色设计产品、节能减碳技术培训，碳核查、碳足迹以及《非织造布行业低碳发展技术路线图》研究等绿色制造相关工作。

中产协非织造产业绿色发展创新联盟以绿色发展为纽带，在联盟建设、标准支撑、品牌培育、宣传推广和荣誉竞赛等方面，赢得了行业的广泛关注和认可。联盟以标准助推行业发展，聚焦能耗、水质、绿色产品等行业重点，进一步夯实行业绿色发展基础；以品牌培育催生硕果，持续推进“可生物降解”“可冲散”等认证工作，并围绕行业绿色低碳可持续理念等进行大众科普和观念引导；以成果彰显行业风采，积极组织成员单位申报绿色发展、科技创新和产品推广等相关荣誉，引导行业节能低碳发展。

低碳发展、认证聚合、成果推广……产业用纺织品行业正踏绿前行！

发展春意渐浓

2022这一年，发展春意渐浓。这一年，行业指导方向明确。工信部、国家发改委联合印发《关于产业用纺织品行业高质量发展的指导意见》，这是两部委第三次联合发布国家层面的行业指导规划，充分体现产业用纺织品行业在纺织强国建设中的重要地位。

这一年，发展阶段有据可循。协会面向“十四五”行业发展新态势、新需求，积极研究行业政策和技术发展趋势，通过产业链关键技术难题攻关，发布核心技术目录、产业链图谱，打造新型创新平台等引导行业高质量发展。

这一年，平台建设有序推进。协会积极推进“国家先进技术纺织品创新中心”“全国产业用纺织品标准化技术委员会”筹建等相关工作。“中国产业用纺织品行业协会先进技术纺织品创新联盟”的成立是行业加大创新力度、推动产业竞争力提升的重要举措，也是行业打造科技创新平台和创建国家创新中心的重要基础。

这一年，产业融通开拓新局。“中国产业用纺织品行业协会医疗与健康分会”正式成立。医疗与健康用纺织品对于保障人民生命安全、提高健康福祉具有重要意义，是产业用纺织品行业的重要发展方向和增长点。

这一年，“优促”升级充满活力。纺织服装“三品”战略深入实施，产业用纺织品行业多维活动齐发力，提振了行业信心，以实际行动献礼二十大……

2022，波澜起伏！

2023，峰回路转！

神州春潮起，奋进正当时

神州春潮起，奋进正当时。2023年，我国产业用纺织品行业将进入深度调整期，稳中求进，行稳致远！疫情退去，行业的生产和销售将恢复中速增长，盈利能力有所改善；行业固定资产投资的重心将向设备升级、智能化改造以及绿色制造等方面转移；行业出口有望迎来复苏。

2023年，行业将坚持创新驱动发展，持续推动行业科技创新体系建设，加快实现高水平科技自立自强。持续打造国家级创新平台，深入推进产学研用合作，加强原创性引领性技术研发，开辟行业发展新领域新赛道，不断营造具有竞争力的新生态、新业态。行业将不断探索完善科技成果转化机制，让自主创新更广泛地融入产业链创新链，服务行业所需，为产业用纺织品的高质量发展提供力量支撑。

2023年，协会将一如既往地秉承“广业与崇德并重，服务与聚人兼顾”的办会理念，在党建引领下开启新征程。用创新服务助力行业稳健发展，用绿色理念推动行业转型实践，用责任担当焕发行业发展动能，用健全机制激发行业创新活力，用优质平台凝聚行业奋进力量，与广大会员单位共同开创产业用纺织品行业更加美好的未来！

功到秋华实，2023，新元肇启！**ITA**

◎ 回顾 2022 奋进 2023

中国印染行业协会会长 陈志华：

机遇大于挑战， 印染行业锚定目标勇毅前行

■ 本刊记者_董笑妍



陈志华

在 2022 这极不平凡的一年里，印染行业的发展经受了诸多客观因素的压力，但也展现出了面向未来的活力与韧性，产品出口逆势增长、转型升级持续推进、优秀企业树立典范，整个行业锚定数字化、品质化、绿色化发展目标，为建设社会主义现代化国家贡献印染力量。在此间，中国印染行业协会也做出了不懈努力，开展了很多务实性、创新性、前瞻性的工作，发挥了重要作用。开年之际，《纺织服装周刊》专访了中国印染行业协会会长陈志华，让我们跟随他的讲述，回顾 2022，奋进 2023！

2022 压力客观存在，但不乏发展亮点

TAweekly：请您介绍一下 2022 年印染行业发展的总体情况？

陈志华：2022 年是极不平凡的一年。俄乌冲突持续演变，引发能源、基础原材料等大宗商品价格高位震荡，印染企业生产成本压力凸显；欧美等主要经济体在通货膨胀压力下加快收紧货币政策，世界经济下行压力加大；新冠疫情多发频发对行业正常生产经营造成冲击的同时，也显著抑制了纺织品服装的终端消费，需求不足导致印染企业产能利用率整体处于低位。正因多种超预期因素的交织叠加，行业面临的发展压力明显加大。

2022 年 1—11 月，印染行业 1715 家规模以上企业印染布产量 504.35 亿米，同比减少 7.05%；实现营业收入 2825.40 亿元，同比增长 5.97%；实现利润总额 112.98 亿元，同比降低 9.66%；销售利润率 4.00%，同比降低 0.69 个百分点；行业亏损面 32.30%，同比扩大 7.85 个百分点，亏损企业亏损总额同比增长 77.39%。

从以上数据可以看出，2022 年印染行业经济运行明显承压，尤其是经营效益方面，部分企业出现较大亏损情况。但面对困境，行业保持了战略定力，行业企业积极主动拓展多元化国际市场，推动行业外贸出口实现较快增长，彰显出行业的发展韧性和活力。

TAweekly：2022 年，在您看来，印染行业发展有哪些亮点值得一提？

陈志华：2022 年印染行业面临的发展压力客观存在，但也不乏发展亮点。

一是主要产品出口逆势增长。2022 年 1—11 月，印染八大类产品出口量达 273.37 亿米，同比增长 7.83%；出口金额 289.32 亿美元，同比增长 13.09%；出口平均单价 1.06 美元/米，同比提高 4.88%。在国际市场需求增加及原料驱动成品价格上涨因素的推动下，出口金额创下同期历史新高。

二是行业转型升级态势持续。面对复杂严峻的国内

外形势，印染企业在精益化管理、绿色化转型、智能化升级等方面进行了卓有成效的思考和实践，行业发展的内生动力进一步增强。2022 年，协会成功举办了管理年会、环保年会等行业会议，企业代表、院校专家围绕各会议主题从管理创新、技术研发、装备升级、信息化改造等方面展开深入交流和成果分享，行业企业于变局中开新局、在困境中谋发展的态势持续彰显。

三是优秀企业示范引领作用持续增强。2022 年，有 21 家印染企业进入工信部“《印染行业规范条件（2017 版）》企业名单（第五批）”，5 家印染企业入围工信部“水效领跑者”名单，2 家印染企业上榜工信部、发改委等四部门联合发布的“2022 年度智能制造优秀场景”名单。在公示的 2022 年度中国纺织工业联合会科学技术奖中，印染领域 4 项技术获得科技进步一等奖，8 项技术获得科技进步二等奖。行业先进典型企业示范带动作用进一步增强。

TAweekly：2022 年，印染行业协会做了哪些重点工作？您认为这对行业发展起到了怎样的作用？

陈志华：2022 年，面对百年变局和世纪疫情相互叠加的复杂局面，协会的行业服务工作经受了重大考验，开展了很多务实性、创新性、前瞻性的工作，在为行业纾困解难、推动行业平稳发展、引领行业转型升级等方面发挥了重要作用。

一是开展行业调研，反映企业诉求，多措并举为企业排忧解难。2022 年，协会开展了多项专题调研，深入了解企业发展情况，及时准确反映企业问题诉求，以期行业谋求更多政策支持；宣传贯彻中央稳经济一揽子政策措施，助力政策、战略实施落地，推进印染企业应知尽知、应享尽享。

二是搭建行业交流合作平台，助推行业转型升级。2022 年，协会克服疫情等不利影响，成功召开管理年会、环保年会、四新会、数码峰会等品牌会议，拓宽行业企业、科研院所交流合作渠道，推动行业向绿色化、智能化、高端化转型，为行业高质量发展注入新动能。

三是深化产业研究工作，把握行业发展趋势。2022 年，协会继续做好行业经济运行分析工作，为政府相关部门制定产业政策及行业企业、相关行业了解行业经济发展现状提供依据和参考；研究编写《中国印染行业绿色发展报告》，引导企业形成绿色发展共识，推进行业绿色低碳转型；开展行业碳排放情况研究、数码喷墨印花发展研究、印染面料开发情况与趋势研究、复合功能性面料发展情况研究等专题研究工作，形成了一批具有战略性、前瞻性、实效性的研究成果，有力支持了政府决策、行业服务和企业发展。

四是加强行业标准工作，引导行业规范化发展。

2022 年，印染行业标准工作不断深入，完成 6 项行业标准的制修订工作，新立项 11 项行业标准；启动协会团体标准工作，成立了协会团体标准技术委员会，研究编制了协会团体标准体系框架，完成 4 项团体标准的立项工作。

五是树立行业标杆，发挥典范引领作用。2022 年，协会继续推进印染企业规范公告管理工作，开展印染企业 30 强征集发布工作，开展“中国印染行业优秀面料”评审发布展示工作，培育“中国印染行业协会产品研发生产基地”。通过树立行业标杆，引导更多企业向优势企业靠拢，激发行业发展活力。

2023 发展方向明确，将力争稳定复苏

TAweekly：2023 年，结合党的二十大、结合宏观经济形势，您认为印染行业将面临哪些机遇？企业应如何抓住这些机遇？

陈志华：党的二十大描绘了全面建设社会主义现代化国家的宏伟蓝图，同时也为印染行业的发展提供了行动指南。二十大报告提出，要“加快构建新发展格局，着力推动高质量发展”，要“增进民生福祉，提高人民生活品质”，要“推动绿色发展，促进人与自然和谐共生”。贯彻落实这些发展要求是印染行业迈向高质量发展的必由之路，新时期行业在数字化智能化升级、品质化高端化跃升、低碳化绿色化转型等方面都将面临新的发展机遇。

第一，行业企业要顺应数字经济时代发展潮流，加快推广应用自动化、数字化、智能化生产装备，积极探索云计算、人工智能、大数据、物联网、5G、区块链等新一代信息技术在生产制造过程中的应用，着力提高全要素生产率，加快建设现代化产业体系。

第二，行业企业要以市场需求为导向，持续深化供给侧结构性改革，加快开发功能化、时尚化、生态化、智能化的高性能印染新产品，不断满足人民日益增长的美好生活需要，增强国内大循环的

内生动力和可靠性，提升国际循环的质量和水平，推动产业价值链升级。

第三，行业企业要坚持绿色发展理念，践行责任导向的绿色产业定位，加强污染防治，加大节能减排工艺、技术和装备的研发应用，推广废水废气中热能、水资源、染化料等的回收利用技术，研发印染废水低成本深度处理及回用技术，提高资源利用效率，加快发展方式绿色转型。

TAweekly：请您展望一下 2023 年的印染行业发展，您对 2023 年有哪些期许？

陈志华：当前，我国面临的宏观经济形势仍然比较严峻，但我们依然能看到有利前景。我国经济韧性强、潜力大、活力足，国家层面适时调整疫情防控相关政策，按下了经济复苏的“快进键”。可以预见的是，2023 年印染行业发展质效有望实现平稳回升，但出口增速回落压力会有所加大。

一方面，强大的内需消费市场将为印染行业稳定复苏提供有力支撑。新阶段疫情防控政策优化，居民消费场景得到有效改善，人们的消费热情正在回归。中央经济工作会议明确提出，2023 年要着力扩大国内需求，要把恢复和扩大消费摆在优先位置。国家层面稳增长促消费政策持续发力，有望全面提振市场信心，激发行业市场活力，在消费升级背景下，企业仍大有可为。

另一方面，站在全球的角度看，2023 年全球经济很可能显著放缓，外部需求会进一步趋弱，行业出口面临的压力有所加大。欧美等经济体通胀压力仍维持高位，2023 年仍将实行紧缩的货币政策，这在很大程度上制约了国际市场的需求增长，行业出口承压。

总体看，机遇与挑战同在，但机遇大于挑战，行业有基础、有能力实现稳定复苏。行业企业需要做的就是不忘初心，坚定信心，保持耐心，专注主业，开拓创新，为推进中国式现代化贡献行业力量。TA

再获国家级荣誉， “盛虹智慧印染平台”获评服务型制造示范平台

近期，工信部发布了第四批服务型制造示范名单。盛虹集团有限公司自主研发的“全生命周期智慧化印染服务平台”入选名单，被评为国家级服务型制造示范平台。这是“盛虹智慧印染平台”获得的第二个国家级荣誉。

盛虹全生命周期智慧

化印染服务平台，是链通全流程、全生命周期、全产业链的一体化服务型制造平台。实现了从“坯布进仓—印染生产—成品储存—客户提货—质量管理”的供应链全程管控；“在线下单—进度实时获取—物流追溯—财务对账”的全生命周期管理；“织造企业—印染企业—贸易商—服装厂—品牌商”的全产业链供给侧信息精准对接和纺织专业技术共享。

平台通过打造开放协同一体化的数字化生态圈，带动了供应链上下游企业“触网”和数字化升级。截至 2022 年底，平台完成开发工业 APP 25 个，提供微服务数量 15 个，服务企业超 2500 家，平台注册用户超过 1.2 万个。

践行卓越，引领未来。盛虹将进一步发挥行业领先的“数智化”优势，通过世界一流的数字化生态平台，赋能行业管理创新变革，引领纺织行业转型升级和高质量发展，锻造新征程上新的核心竞争力。（苏密）



这是盛虹智慧印染平台获得的第二个国家级荣誉。

印染行业再添 智能制造优秀场景

近日，工信部、国家发改委、财政部、市场监管总局四部委联合公布了 2022 年度国家智能制造试点示范工厂揭榜单位和优秀场景名单。

印染行业的福建省宏港纺织科技有限公司和福建凤竹纺织科技股份有限公司上榜“2022 年度智能制造优秀场景名单”。

四部委为贯彻落实《“十四五”智能制造发展规划》联合开展 2022 年度智能制造试点示范行动，目的是遴选一批智能制造优秀场景，以揭榜挂帅方式建设一批智能制造示范工厂，树立一批各行业、各领域的排头兵，推进智能制造高质量发展。

其中智能制造优秀场景，指依托工厂或车间，面向单个或多个制造环节提炼关键需求，遴选一批可复制、可推广的智能制造优秀场景，围绕技术、装备、工艺、软件等要素打造智能制造单元级解决方案。（张良）

“纵观近两年发展，机遇与挑战同在，但机遇大于挑战，印染行业有基础、有能力实现稳定复苏。”

回顾 2022 奋进 2023

中国长丝织造协会会长 王加毅：

坚持创新驱动发展， 继续保持国际竞争优势

■ 本刊记者_陶红



王加毅

岁月经纬，编织出极不平凡的 2022 年图景。岁末年初，《纺织服装周刊》记者专访中国长丝织造协会会长王加毅，记录在这样一个特别的年份里，中国长丝织造行业与时代同频，埋头耕耘，在坚强坚定中韧性生长，在创新创造中砥砺前行的历程。挺过艰难时刻，中国长丝织造协会的工作也实现了稳中有进、进中提质，迎来了全新局面。

TAweekly：请介绍一下 2022 年长丝织造行业的总体发展情况。

王加毅：2022 年是聚变之年，也是转折之年。新冠疫情冲击，地缘政治影响，世界经济持续低迷，风雨如晦的外部环境下，各种风险挑战远超预期。长丝织造行业以韧性与耐心经受住了考验，挺过了艰难时刻，行业发展呈现出稳中有进态势。

一是企业效益持续承压。据国家统计局统计，2022 年前三季度，我国规上化纤织造及印染精加工营业收入同比增长 9.39%，高于纺织全行业整体水平（3.1%）；利润总额同比下滑 2.72%，优于纺织全行业利润总额同比下降情况（23.6%）；利润率为 2.65%，较上年同期减少 0.33 个百分点。2022 年以来，在国际政治经济形势严峻、国内疫情多点散发等超预期因素影响下，加之原料价格高位震荡、用工成本增加等，长丝织造行业主要经济指标承压回升，但盈利能力不足。

二是生产阶段性波动。2022 年以来，受疫情影响我国长丝织造行业生产经营总体处于限产控量的波动状态，尤其是二季度，产业链终端整体疲软，整体维持低强度运行的态势。进入三季度，生产终端订单有小幅季节性回升，长丝织造企业产能利用率上升。综合来看，据各产业集群统计，2022 年前三季度化纤长丝织造产量同比减少 3.85%。

三是出口稳定增长。2022 年 1—10 月，我国化纤长丝织造行业出口保持良好增长。据中国海关数据，1—10 月，我国化纤长丝织造物累计出口 181.19 亿米，同比增长 15.65%，较 2019 年同期增长 28.42%。平均价格为 0.95 美元/米，同比增长 9%，较 2019 年同期增长 6.74%。

四是内需逐步回暖。1—10 月，受疫情影响，纺织服装内需市场增长速度较上年同期有所放缓。国家统计局数据显示，1—10 月我国限额以上服装鞋帽、针纺织品类商品零售额同比减少 4.4%，降幅较上半年收窄 2.1 个百分点。网络零售渠道保持稳定增长，1—10 月全国网上穿类商品零售额同比增长 5.3%，增速较上半年加快 2.9 个百分点。随着国家稳增长促消费政策发力，纺织服装内销呈现改善向好趋向。

五是原料价格仍需关注。2022 年 1—11 月，受俄乌冲突、欧佩克减产等国际政治经济因素影响，原油价格波动明显，导致化纤原料价格震荡。目前聚酯原料及长丝产品已经开始理性回调，

未来走势尚不明朗。加之春节放假，企业家需谨慎购买原料，合理安排生产，避免因库存积压导致成本端压力增加。

TAweekly：2022 年以来，长丝织造行业发展有哪些亮点值得一提？

王加毅：2022 年尽管受国际政治经济形势严峻、国内疫情多点散发等因素影响，我国化纤长丝织造行业出口仍保持良好的增长态势。1—10 月，我国化纤长丝织造物累计 181.19 亿米，同比增长 15.65%，较疫情之前的 2019 年同期还增长了 28.42%。

三年疫情以来，我国长丝织造行业出口持续保持稳定的增长态势，至少说明两点：一是我国长丝织造产业是具有国际竞争优势的纺织产业；二是国际社会对化纤长丝织物的需求仍在增长，且尚未受到国际政治经济因素影响。

此外，企业在产品创新、技术进步方面，普遍表现为意识明显提升、步伐在加快、投入在增长。

TAweekly：结合二十大提出的方向，长丝织造行业将面临哪些机遇？行业协会应如何抓住这些机遇开展工作？

王加毅：党的二十大报告指出：全面建设社会主义现代化国家，创新是第一动力，必须深入实施创新驱动发展战略。要巩固优势产业领先地位，加快建设世界一流企业。

进入新发展阶段提出了新的更高要求，为我国长丝织造产业继续保持国际竞争优势，需要全行业认真做好以下几个方面工作：一是围绕产品创新打造核心竞争力；二是围绕绿色生产进行全面布局；三是围绕节能降耗细化企业管理；四是围绕行业规范健全标准建设；五是围绕协同创新加强行业合作。

TAweekly：结合宏观经济形势，请您谈谈 2023 年对长丝织造行业企业而言有哪些发展重点和值得注意的问题？

王加毅：在当前和可预见的未来，科技对于实现行业绿色低碳转型将继续发挥举足轻重的作用。行业企业要坚定不移地以数字与绿色为核心，勇挑实现“碳达峰、碳中和”的时代重任，把科技创新转化为行业转型升级的内生动力和绿色发展的切入点、发力点和突破点，不断激发行业绿色发展新动能，推动全行业发展行稳致远。

2023 年长丝织造行业发展重点和值得注意的问题有：一是更加重视科技创新与技术改造；二是全行业要保持合理的产能增长速度；三是进一步提升人才培养意识和培养力度；四是鼓励管理基础较好的企业争创世界一流企业。

TAweekly：请展望一下 2023 年长丝织造行业的发展前景。

王加毅：在消除疫情影响后，2023 年我国长丝织造行业总体运行情况为产能全面恢复，效益合理回归。全行业会不断提升创新驱动、绿色低碳发展水平，以绿色为底色，以科技为支撑，实现更高水平、更可持续的高质量发展。TA

纺机 这十年 ③

让石家庄纺机代表“宽重型特种织机”

■ 本刊记者_墨影

在过去的十年里，石家庄纺织机械有限责任公司发生了“质”的变化，通过不断的产品创新与管理创新，企业实现逐步升级，将关键技术掌握在自己手中。如今在宽重型特种织机领域，石家庄纺机的国内市场占比已达 70% 以上，并不断拓展海外市场，向世界先进行列迈进。

“现在国内凡有需要宽重型特种织机的，首先想到的就是石家庄纺机的产品。”这样一句看似平淡的评价，对于石家庄纺织机械有限责任公司而言，是市场的认可，更是不竭的发展动力。

TAweekly：如何总结过去十年企业的发展？

石家庄纺机：十年来，石家庄纺机发生了“质”的变化，主要加工能力基本实现数控化；主要产品从“仿造”走向了创新，并形成了具有自主知识产权的系列化产品；成本、计划管理逐步推行 ERP 系统管理；技术管理实行了图文档网络化管理，管理水平上了一个新的台阶。

TAweekly：过去十年，企业的市场拓展情况如何？

石家庄纺机：过去十年，我们大力开拓国内国外两个市场，如今在国内市场，我们占据了 70% 以上份额；国际市场也拓展到了印度、东南亚、俄罗斯等国家和地区。

TAweekly：十年来，企业在技术创新方面取得了哪些成绩？

石家庄纺机：十年来，我们在技术创新方面取得的突出成绩有：一是从“仿造”进入创新，形成了拥有自主知识产权的系列化特种织机产品，填补了国家多个产品空白。

二是从“中低档”产品逐步提升到了“中高档”产品，从“中低速”提升到了“中高速”，正在向国际水平靠近。

三是在产品核心技术方面实现了突破。特种织机全部实行了“无梭化”（环形织机除外），全部实现了伺服剑杆引纬技术；为了提高织机速度，还攻克了重型宽幅织机打纬凸轮的技术难题，打破技术壁垒，自行研发了重型高速开口装置。这些核心技术的突破，为宽重型织机高速化提供了保证，使得我们的特种织机在技术上处于国内领先地位。

TAweekly：过去十年，企业确立了怎样的品牌形象？

石家庄纺机：过去十年，我们始终秉承了“用户第一”“市场导向”的宗旨，“想用户所想，急用户所急”。只要是用户需要的，就是我们致力开发制造的，这使我们的产品性能、质量上始终处于领先地位，因而赢得了用户的信任，获得了好评。先后获得中国纺织机械协会授予的“宽重型织机研发中心”及河北省高新技术企业等荣誉称号。



十年来，石家庄纺机在细分领域行稳致远。

TAweekly：这十年，企业围绕高质量发展做了哪些努力？

石家庄纺机：十年来，为了企业不断高质量发展，我们花巨资更新了关键加工设备，成立数控精密加工车间，保证关键零部件的加工质量；下大力气提升主导产品宽重型织机的技术水平，向高速、高效、智能化方面努力，特种织机入纬率由过去的三、四百米提升到当前七、八百米，并在故障显示、参数自由输入的基础上，逐步实现远程控制、瞬时张力控制等功能，并向操作少人化、无人化努力。

同时，针对宽重型产业用特种织机市场小的短板，公司一方面积极拓展特种织机市场，开发更宽应用范围的宽重型织机，另一方面向下游特殊行业发展，做“锅”也做“饭”，利用设备优势，为企业争取更大的发展空间。经过几年的发展，已取得明显的效果。

TAweekly：回顾十年发展，企业有哪些重要时刻？

石家庄纺机：印象最深的事情，还是在产品升级中的艰辛。

一是 2012 年宽重型织机由液压引纬、气动引纬改造为伺服剑杆引纬的过程中，由于初期经验不足，第一台织机出现了技术问题，用户不理解，找到公司要求退货，还要诉诸法律。为了解决技术问题，我们组织技术人员全力攻关，最终使问题得到解决，用户很满意，而且后来主动要求把原来液压引纬的织机全部升级为剑杆引纬。

另一件事是 2015 年开始，由于人工成本增加，用户对织机效率提出了更高要求，根据市场需要，我们也提出了生产高速织机的目标。高速织机要求把凸轮打纬变为凸轮打纬。但在重型织机上的凸轮曲线如何设计才能在提高速度的同时，又能提供足够的打纬力，成为了关键问题。第一台样机失败了，第二台同样不理想。为了解决这个问题，公司采取了“请进来、走出去”的办法，在机械、电气技术人员的共同努力下，经过六年时间，总算得到了解决，使公司高速织机进入了市场，织机水平得到了一个质的提升。这个技术难题的解决，使我们深刻认识到核心技术对于企业发展是何等的重要。

TAweekly：展望未来，企业有哪些期待和规划？

石家庄纺机：面向未来，我们的目标是领先国内同类织机水平，进入世界先进行列，使石家庄纺机不但成为中国的著名品牌，也成为世界先进品牌，为中国和世界的产业用纺织品贡献一份力量。TA



波司登连续四年 获企业标准“领跑者”证书

■ 苏密 / 文



46年来，波司登作为全球知名的羽绒服装品牌企业，致力于瞄准国际先进标准，不断增强自主创新能力，参与多项标准制定，建设实验室、工作站全面升级品牌软硬件实力。生产看领跑，消费选领跑，波司登以标准化建设助力行业高质量发展。

近日，中国标准化研究院在“企业标准领跑者管理信息平台”公布了2022年入选企业标准“领跑者”名单，波司登羽绒服装有限公司企业标准 Q/320581GPC006-2022《高品质羽绒服装》经评定机构评估，入选该名单并获颁证书。

这已是波司登连续四年荣获企业标准“领跑者”证书，展现了其行业领先的企业技术标准，也将助力企业标准化战略纵深发展，增加中高端产品和服务有效供给，提升羽绒服专家品牌形象和市场竞争能力，助推产业高质量发展。

在标准化的道路上砥砺前行

企业标准“领跑者”，指产品或服务标准的核心指标处于领先水平企业。企业标准“领跑者”制度是经国务院批准，由国家市场监督管理总局、发改委、财政部等8部委联合实施的一项标准化鼓励性政策，由中国标准化研究院组织第三方权威机构评估并发布。旨在通过标准引领，增加中高端产品和服务有效供给，对深化标准化工作改革、推动经济新旧动能转换、供给侧结构性改革和培育一批具有创新能力的排头兵企业具有重要作用。

波司登作为全球知名的羽绒服装品牌企业，专注羽绒领域46年，致力于瞄准国际先进标准，不断增强自主创新能力，通过不同的场景打造和技术革新，推动羽绒服从单一保暖功能向科技化、时装化变革，为国内外消费者提供更专业、更科技的羽绒服产品，引领和带动了羽绒服行业的发展。

目前，波司登已建成国家级工业设计中心、国家级博士后科研工作站、IDFB认可实验室、CNAS认证实验室、省级企业技术中心、省级工程技术研究中心，持续开展标准比对分析、对标达标提升等活动，提高标准制修订水平，并通过打造全国领先的极地环境模拟验证实验室，全面升级原材料专家实验室的软硬件能力，承接南极科考、登峰产品的技术、质量服务。

企业累计参与24项国际标准、12项国家标准、4项行业标准、8项团体标准制修订工作，拥有各类专利483项（含发明、实用新型及外观专利）。

确立全球领先地位，波司登精准施策

产品品牌发展的核心竞争力。在波司登创始人高德康看来，要确立全球领先的羽绒服专家品牌定位，不仅要有专业的羽绒制作工艺和专业的羽绒知识，还要在此基础上拥有制定行业标准的能力与强大的创新能力，才能不断创新引领行业发展和时尚潮流。

2022年，波司登集团坚定“聚焦主航道、聚焦主品牌”的战略方向，立足“产品专业化创新”与“消费者体验突破”两大重点，不断拓展羽绒服无限可能，实现品牌引领感知以及品销最大化目标，对不同产品系列进行链接消费者的精准开发。

“重新定义轻薄羽绒服”“首创波司登风衣羽绒服再升级”“舒适户外羽绒服”等创新产品一经推出就受到国内外消费者的一致认可与喜爱，并获得美国MUSE设计金奖、德国红点奖、美国工业设计优秀奖（IDEA设计奖）、意大利A奖和ISPO全球设计大奖等诸多荣誉，让行业和消费者看到品牌的创新与研发实力。波司登连续两年入选Brand Finance“全球最具价值服饰品牌排行榜50强”，成功迈入全球中高端价值服饰品牌第一梯队。

坚守温暖使命，踔厉奋发前行。党的二十大报告提出，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。标准引领着时代的进步，波司登集团将继续深耕羽绒服领域，坚持以使命为根基，以顾客为中心，以品牌为引领，以创新为驱动，立足更高站位，对标更高标准，进一步完善企业标准领跑者制度，不断满足消费者对中高端羽绒服更多的期待与追求，领跑羽绒服产业转型升级和全面质量提升，成为世界羽绒服标准引领、创新研发的先锋力量。TA



漳州市永良针纺机械有限公司

永良配件，品质优良

三角 中心组 针筒 铸件



公司名称: 漳州市永良针纺机械有限公司

地址: 漳州市华安经济开发区九龙工业园正兴路15号

电话: 0596-7280098



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……



**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