

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

2023.07.24 | 第27期 | 总第1131期



7月11-13日举办的第37届Milano Unica (米兰面料展)上, 三维空间专区首次通过增强现实让参与者感受展会场景应用。

P14
先进纤维新材料未来技术怎么样? 院士专家给方向

2023 第十二届绍兴柯桥
THE 12TH SHAOXING KEQIAO

中国轻纺城窗帘布艺展览会

深入产业源头地 共建产业新生态

开展
时间

2023.8.1-3

绍兴国际会展中心（新馆）

Shaoxing International Convention & Exhibition Center



展览面积达30000平方米

300+行业源头供应展商

打造柯桥窗帘产业全生态链产销基地

● 展品包含窗帘、窗饰、成品帘、辅料、墙纸墙布墙饰、机械及软件、地毯、沙发布、酒店用品、床上用品、家居布艺、配套包装设计、建材、整体家居软装等涵盖整个产业链。



展会官方公众号



科技创星 布凡时尚

2023中国面料之星用户满意产品
调查活动正式启动

—— 欢迎参加

2023中国面料之星面料征集评选现已全面开启，本次活动由中国纺织工业联合会指导，《纺织服装周刊》杂志社主办，以不断满足市场需求为导向，其宗旨是发现、表彰、推广优秀的面料企业，提升新产品竞争力，搭建产业上下游精准对接专业服务平台。

2023年7月31日，面料征集截止

2023年8月初，举办评审会及知名服装品牌产业对接会

2023年8月28日，上海中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会首日举办发布仪式

2023年11月4日，中国绍兴柯桥国际纺织品面料辅料博览会(秋季)举办赛事静态展

中国面料之星调查活动组委会：

赛事统筹：赵国玲：13521507499 商务合作：雷蕾：13810445890

面料参评样品快递地址：雷蕾（收）13810445890

北京市东城区东四西大街46号院后楼207

备注：因收件场所限制，仅限顺丰快递，邮寄参评面料谢绝到付，如有到付将不予接收。

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
副主编 徐长杰
副主任 董笑妍
特邀主笔 郝杰
编辑/记者 李亚静 陶红
余辉 夏小云
美编 郭森

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)
主任 雷蕾
副主任 云娟娟
客户经理 张灼垣

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
副主任 王利
记者 边吉洁
周榆清

行政管理中心

总监 崔淑云
副总监 黄娜
办公室
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:

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**
中国纺联发起倡议:弘扬传承蜜桃精神,争做新时代最美奋斗者!
上半年全国纺织品服装出口同比下降
“纤维之路”对接下游双向提升
陕西纺织发展锚定新方向
- 08 **关注 Attention**
希望见证中国纺织科技的强盛
恒田企业:将绿色基因植入每一个细节
欧盟及英国纺织品服装市场消费近况分析
顶峰相见,赴可持续时尚与科技的审美之约
- 13 **话题 Topic**
轻量化、场景化,户外服饰风向再转
- 14 **特别报道 Special**
先进纤维新材料未来技术什么样?院士专家给方向
- 16 **柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City**
面料企业“憋大招”,提振消费热起来
曾福长:勇立潮头,以智能化赋能传统产业
中国轻纺城喜迎“半年红”奋战“全年红”!
色彩搭配+流行图案,纺织品陈列的正确打开方式
25家窗帘布艺优质企业走进西安
- 20 **纺机 Industry**
贸易环境严峻、供应链竞争激烈,中国纺机业梳理核心竞争力
纺机联合展将与业界共同挖掘行业新机遇
- 22 **化纤 Industry**
探访世界500强,深挖产业趋势信息差
- 23 **产业用 Industry**
触达C端,卫生和母婴用纺织品重新审视“危”与“机”
- 24 **面料 Industry**
科技创“星”“布”凡时尚
- 26 **指数 Index**
夏日淡季营销回缩 价格指数环比下跌

每周随笔

激发民营经济活力

7月19日《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》重磅出炉。这一文件,对民营经济定位作出重要表述:民营经济是推动中国式现代化的生力军,是高质量发展的重要基础,是推动我国全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标的重要力量。这一定位将民营企业与中国式现代化的宏伟目标直接关联,与高质量发展这一首要任务直接关联,凸显了民营经济的重要地位。

长期以来,民营经济在稳定增长、促进创新、增加就业、改善民生等方面发挥了积极作用,已经成为我国经济制度的内在要素,推动经济持续健康发展的重要力量。不论是在数量上还是税收、就业上,占比逐年提升。在外贸上,民企更是从2019年起成为第一大外贸主体,2022年占比达50.9%。

在纺织行业,民营经济占相当大的比例,纺织行业入选世界品牌500强的恒力、盛虹、魏桥也都是民营企业。在日前火热举行的巴黎展、纽约展上,中国纺织服装企业展团位居国家展团之首,展商数量创历史新高,迪尚集团、岱银服饰、罗曼罗兰、达利丝绸等纺织民营企业积极出海拓市,彰显了纺织行业和民营经济的活力与信心。

实际上,在发展民营经济这个问题上,党的十九大、二十大和去年的中央经济工作会议都作了强调,对此是旗帜鲜明、坚定不移的。

今年以来,从中央到地方,频繁对民营经济给予支持和肯定,传递出比黄金更珍贵的发展信心。今年6月,山东举行了多场民营企业家记者见面会,纺织行业的山东魏桥创业集团有限公司董事长张波就集团在推进经济高质量发展方面的突出举措作了详细阐述。在今年两会期间,来自纺织界的代表、鄂尔多斯集团总裁王臻提出了关于提振民营经济市场信心的建议,她认为,提振市场信心必须首先提振民营企业的信心,需进一步改善营商环境。

可以看到,不论是发展环境、支持力度还是环境保障,此次发布的意见都做了重点任务的部署:一是持续优化民营经济发展环境,二是加大对民营经济政策支持力度,三是强化民营经济发展法治保障,四是着力推动民营经济实现高质量发展,五是促进民营经济人士健康成长,六是持续营造关心促进民营经济发展壮大的社会氛围。

随着一系列促进民营经济发展的政策举措出台,我们有理由相信,民营经济的发展环境会越来越好,发展空间会越来越大。会有更多的机遇等待着有准备的人,纺织民营企业也必将以创新活力迎来更加广阔的发展舞台和光明的发展前景。

刘磊

View point / 产经看点

上半年,全国一般公共预算收入11.92万亿元,同比增长13.3%。其中税收收入9.96万亿元,同比增长16.5%;非税收入1.95万亿元,同比下降0.6%。

—— 财政部

今年上半年,我国货物贸易进出口同比增长2.1%,规模创历史新高,外贸进出口稳中提质,符合预期。

—— 海关总署

今年以来新设外资企业数量快速增长,上半年新设外商投资企业2.4万家,增长35.7%;实际使用外资7036.5亿元,下降2.7%。

—— 商务部

7月17日发布数据显示,上半年市场销售增势较好,社会消费品零售总额22.76万亿元,同比增长8.2%,比一季度加快2.4个百分点。

—— 国家统计局

中国人民银行相关负责人表示,上半年,金融机构各项贷款新增15.73万亿元,同比多增2.02万亿元,显示金融体系对实体经济的支持力度进一步加大。

—— 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

中国纺联发起倡议： 弘扬传承梦桃精神，争做新时代最美奋斗者！

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，大力弘扬劳模精神、劳动精神和工匠精神，中国纺织工业联合会继7月5日推出“全国纺织行业‘传承弘扬梦桃精神，争做新时代最美奋斗者’系列专题教育片”后，7月12日又发出《“弘扬传承梦桃精神，争做新时代最美奋斗者”倡议书》（以下简称《倡议书》），号召行业不忘初心、砥砺前行，不断传承发扬“梦桃精神”。

《倡议书》指出，纺织工业是国民经济与社会发展的支柱产业、解决民生与美化生活的基础产业、国际合作与融合发展的优势产业。纺织工业也是英模辈出、群英荟萃的行业，来自原西北国棉一厂的赵梦桃同志是中国第一代产业工人的杰出代表，是全国纺织战线的一面旗帜，她在平凡的岗位上挥洒辛勤与汗水、贡献智慧与力量，脚踏实地践行着“高标准、严要求、行动快、工作实、抢困难、送方便”和“不让一个伙伴掉队”的梦桃精神，用担当奉献织就了对祖国、对人民和对纺织行业的忠诚与热爱。“梦桃精神”是纺织精神谱系的重要组成部分，也是纺织行业代代相传的红色基因，是一座永续光芒的精神丰碑。

在赵梦桃同志的带动与影响下，“赵梦桃小组”命名60年以来，坚定不移听党话、跟党走，以产业实践生动诠释了创造的勇毅、奋斗的不息、志向的高远，书写了无愧于党、无愧于人民、无愧于时代的锦绣篇章。

2019年11月，习近平总书记对赵梦桃小组亲切勉励，希望大家继续以赵梦桃同志为榜样，在工作上勇于创新、甘于奉献、精益求精，争做新时代的最美奋斗者，把梦桃精神一代一代传下去。习近平总书记的亲切勉励，既是对赵梦桃小组的殷切期望，也是对2000万中国纺织人的巨大鞭策。

为此，中国纺织工业联合会向中国纺联各会员单位及广大纺织行业从业者发出倡议，要牢记习近平总书记的亲切勉励和重要嘱托，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，大力弘扬劳模精神、劳动精神和工匠精神，不忘初心、砥砺前行，不断传承发扬“梦桃精神”，撸起袖子加油干，争做新时代长征路上的不懈奋斗者，为建设纺织现代化强国再立新功！

（综编）

Direct / 直击

上半年全国纺织品服装出口 同比下降

根据海关总署统计快讯，今年上半年，全国纺织品服装出口1426.8亿美元，同比下降8.3%（以人民币计同比下降1.9%），降幅较一季度扩大1.6个百分点。其中，纺织品出口677亿美元，同比减少10.9%（以人民币计同比减少4.5%）；服装出口749.8亿美元，同比下降5.9%（以人民币计同比增长0.7%）。

今年二季度以来，行业外贸形势较为严峻，4月我国纺织品服装出口额同比增速明显放缓，并于5月落入负增长区间。6月当月，我国纺织品服装对全球出口269.9亿美元，同比减少12.7%（以人民币计同比下降8.8%），降幅较上月略有收窄。其中，纺织品出口115.7亿美元，同比减少12.9%（以人民币计同比减少9%）；服装出口154.2亿美元，同比下降12.5%（以人民币计同比减少8.7%）。

当前全球经济增长放缓，欧美等主要发达市场消费需求疲软，对进口纺织品服装需求呈现不同程度的下降。据美国商务部数据，今年前5个月，美国自全球进口纺织品服装同比缩减22.6%；欧盟统计局数据显示，今年1—4月，欧盟自全球进口纺织品服装金额同比减少12.1%。

展望下半年，全球零售市场总需求仍面临较大压力，在努力稳定和争取传统发达经济体订单的基础上，我国纺织服装外贸企业可积极开拓“一带一路”沿线国家市场，把握RCEP生效实施机遇，深入挖掘多元化市场的贸易增长潜力。（综编）

首批“专精特新”专板建设方案备案名单公示， 为中小企业提供金融支持

作为支持专精特新中小企业发展的系列重要举措之一，高质量建设区域性股权市场“专精特新”专板工作正加快推进。近日，中国证监会公示第一批区域性股权市场“专精特新”专板建设方案备案名单，北京股权交易中心等9家区域性股权市场在列。

这9家区域性股权市场分别为：北京股权交易中心、浙江省股权交易中心、江西联合股权交易中心、齐鲁股权交易中心、武汉股权托管交易中心、广东股权交易中心、重庆股份转让中心、宁波股权交易中心、青岛蓝海股权交易中心。

据了解，专精特新企业创新能力强、成长性好，是提升产业链竞争力和供应链稳定性的基础力量。去年11月，证监会办公厅、工信部办公厅联合印发《关于高质量建设区域性股权市场“专精特新”专板的指导意见》，提出通过建设区域性股权市场“专精特新”专板，支持专精特新企业高质量发展。

区域性股权市场的“专精特新”专板优先服务三类企业，包括：省级以上工业和信息化主管部门评价或认定的创新型中小企业、“专精特新”中小企业、专精特新“小巨人”企业；政府投资基金所投资的企业，私募股权和创业投资基金投资的中小企业；其他符合专精特新发展要求或具有相应潜力的企业。

根据《指导意见》，区域性股权市场应对专板企业建立分层管理体系，为各层企业提供与其特点和需求相适应的基础服务和综合金融服务，并根据情况每年调整企业所在层次和及时清退。

在提供融资服务方面，区域性股权市场将结合各层企业特点和需求，综合运用股权、债券、信贷以及地方金融工具，设计形成差异化的金融产品体系，组织开展融资对接活动，为企业提供综合金融服务，以企业获得融资总额、降低融资成本、优化融资渠道等来衡量服务能力。支持各地依托区域性股权市场建设中小企业融资综合服务平台，促进金融机构与中小企业融资对接。

据了解，我国区域性股权市场已初具规模，“专精特新”专板建设方案的出台有望补齐多层次资本市场的结构性短板，有助于建立多层次资本市场之间的有机联系，健全市场制度规则，推动专板规范运行，切实发挥服务中小微企业的功能作用。（郝杰）

Scene / 现场

“纤维之路”对接下游双向提升



“纤维之路”团队与下游品牌代表合影。

近日，纤维之路——2023中国纤维流行趋势对接交流活动携手桐昆集团、华峰化学、丰原生物走进上海，与劲霸男装股份有限公司、宜家贸易服务（中国）有限公司、adidas（阿迪达斯）、七匹狼针纺有限公司、维珍妮·合盈工作室、上海嘉麟杰纺织品股份有限公司、上海嘉乐股份有限公司等当地重点终端品牌展开面对面的交流，拉近纤维企业与下游品牌的距离，进一步发挥纤维品牌在服装、家纺等终端产品中的增值作用，促进双向提升企业效益，以实现产业链高质量发展。

作为“中国纤维流行趋势”的重要延伸活动，纤维之路——中国纤维流行趋势对接交流活动于2021年启动，两年来，已组织纤维企业与近20家服装品牌企业进行交流对接，切实搭建起了纤维企业与服装品牌沟通的桥梁，已成为中国化纤行业深入贯彻落实《关于化纤行业高质量发展的指导意见》的重要举措。

此次对接交流活动向下游品牌分享了本年度中国纤维流行趋势研究与发布的纤维品种。桐昆·中国纤维流行趋势2023/2024发布以“和合与共生”为主题，发布纤·绿意、纤·舒馨、纤·无限、纤·破壁四大篇章九大类流行纤维，共计30种新型流行纤维品种，全方位解读了纤维前沿技术和应用方向，为下游企业未来的面料选择提供趋势指引，也向大众诠释纤维融入时尚生活的无限可能。

同时，桐昆集团、华峰化学、丰原生物也就各自企业的创新产品进行了分享，并深入了解了下游品牌需求，交流产品开发经验，探索合作，实现创新共赢。

下游品牌企业对于此次对接交流活动非常关注，他们希望与纤维企业一道做化纤品类垂直一体化的整合，通过产业链上下游共创，合力解决行业难点，以确保先进的产品和差异化的竞争优势。他们对此次活动带来的丰富的纤维创新产品也非常感兴趣，纷纷表示接下来将选择相关的产品进行面料开发，尽快将其推向市场。（崔娟）

Region / 区域

助力产业转移承接、推进品牌建设

陕西纺织发展锚定新方向

7月7日，陕西省纺织行业协会五届二次理事会扩大会议在安康市召开。会议总结了2023年上半年陕西省纺织服装行业发展经验，交流讨论了下半年全省纺织服装产业发展新思路。

陕西省纺织行业协会会长严家民针对国内和陕西省产业发展形势指出，当前全国纺织行业处于低位恢复期，运行压力依然较大，尽管部分指标降幅持续收窄，但市场复苏形势有待进一步巩固，国际贸易环境仍不乐观，总体发展形势仍较为复杂。近年来陕西纺织服装产业规模稳步增长，国有纺织企业改制成效明显，民营资本加速成长，产业园区建设有序推进，在“南丝（陕南丝绸）、北毛（陕北毛纺）、关中棉（关中地区棉纺）”的传统产业格局上，逐步形成了功能性职业装、安全防护服、产业用纺织品等初具规模的特色纺织服装产业集群。但是当前也存在一些问题，一是原料价格大幅波动，二是企业运营成本偏高，三是产业内部协作不足，四是品牌影响力仍不足。

严家民强调，全省纺织服装企业要积极应对行业新形势和新问题，加快转换发展理念，以更加高昂的姿态迎接新挑战。协会下一步将着力加强产业引导、助力产业转移承接、推动招商、拓展产业园区发展；加强政策研究，及时提出有利于产业转移和集群发展的

行业政策建议；加强上下游对接合作，促进企业快速发展；推进产业集群和区域品牌建设，加强品牌评价和传播，不断推动陕西纺织服装产业高质量发展。

随后，安康西北纺织产业集团有限公司、西安（温州）纺织服装产业园、乾县纺织工业园、安康新乐祥纺织工贸公司、陕西可利雅纺织科技有限公司5家企业的代表进行了重点交流。

会上，安康市汉滨区五里工业集中区（安康城东新区）管委会主任唐志玖向大家介绍了园区的区位优势、招商引资政策和取得的显著成效。为了共促发展，陕西省纺织行业协会与汉滨区乡村振兴局签订助力乡村振兴框架协议，并授予西安（温州）纺织服装产业园、安康市汉滨区五里工业集中区、乾县工业园三个园区“陕西省纺织服装产业示范园区”称号。鉴于安康西北纺织产业（集团）有限公司在东部沿海地区纺织服装向陕西安康转移中做出的显著成绩，特授予安康西北纺织产业（集团）有限公司“沿海纺织服装产业转移突出贡献奖”。

下午，与会人员参观了五里工业集中区和西北纺织集团下属的纺织服装企业。（谢慧）

设计师 + 网红， 直播间里见“本色”

近日，满头银丝的70岁“绍兴阿姨”火了。在某社交平台上，她坐拥几十万粉丝，每次对于着装和日常生活的分享，总能轻轻松松引来众多追随者，而且她身着的各种提花工艺以及精细剪裁的服装被越来越多的粉丝强烈呼吁“上链接”。

“绍兴阿姨”的真实身份是著名服装设计师张伶俐的御用工艺师，是一位对刺绣、工艺和面料非常熟悉的行家里手。而张伶俐作为一名备受认可的设计师，曾为其供职的品牌赢得了最佳时尚女装大奖等殊荣。她还曾代表中国设计师受韩国世界杯组委会邀请，与其他著名设计师一同为世界杯举办专场发布活动。

谈起打造网红“绍兴阿姨”的契机，张伶俐表示，对设计师品牌来讲，需要被更多人看见，所以过去几年她一直在试水电商和网络直播带货，“绍兴阿姨”的形象气质正是她要找的IP。

目前，张伶俐和“绍兴阿姨”的直播间即将准备就绪，发布的服装涵盖简单而独特的结构、宽松流畅的廓型、至简至素却展现精致细节、具有独特标签等。她强调，直播间将打造设计师品牌的集合，目前已经集合了10余个设计师品牌，希望将“绍兴阿姨”着装崇尚的自然、轻松等城市里独特的“本色阶层”服饰及相关产品推荐给消费者。

（云娟娟）



中国纺织行业首档大型系列短视频

《我是纺织人》第三季

希望见证中国纺织科技的强盛

记中国工程院院士、东华大学校长俞建勇

■ 本刊记者_刘嘉 李雨霏



俞建勇

2013年，俞建勇当选为纺织领域最年轻的中国工程院院士。“希望能通过自己的努力，见证中国纺织科技的强盛”是他持之以恒并不懈奋斗的坚定信念。他说：“这是一种缘分，更是一种责任。”

感悟·纺织

俞建勇说，如果从接受纺织高等教育算起，他投身纺织已有42年。机缘巧合，他进入了新中国第一所纺织高等学府——华东纺织工学院（现东华大学），开启了纺织科技人生之旅。

他说，以纺织人的视角审视纺织，纵向看，纺织在人类社会、世界工业发展各阶段都留下了深刻的印记；横向看，纺织不仅立足民生领域，妆点美好生活，还面向航空航天、国防军工、环境保护、医疗卫生等众多领域，提供关键材料。因此可以说，纺织是与人类社会共存，永续发展的朝阳产业。

科研·纺织

正是在这样的感悟下，俞建勇带领科研学术团队苦心钻研，在天然纤维资源开发、化学纤维创制应用、纺织复合材料和纺织功能材料等方面取得了系列创新性成果，获国家技术发明二等奖、国家科技进步二等奖等国家级科技奖励。在他看来，纺织行业这些年发生了怎样的变化？未来的发展机遇会在哪里？

俞建勇说，近年来，我国纺织产业取得了长足进步，总量规模居世界第一，发展水平也进入到世界领先行列。建成了全世界最为完整的现代纺织制造产业体系和纺织教育体系；持续推动纺织科技创新，在纺织领域取得了一批影响深远的科技创新成果；不断丰富技术应用与创新生态，促进跨界创新、融合创新，赋能纺织行业成为我国制造业进入强国阵列的第一梯队。总体上，我国纺织产业正加快由劳动密集到技术密集、制造到创造、产品到品牌的转型升级，进入了高质量发展新阶段。

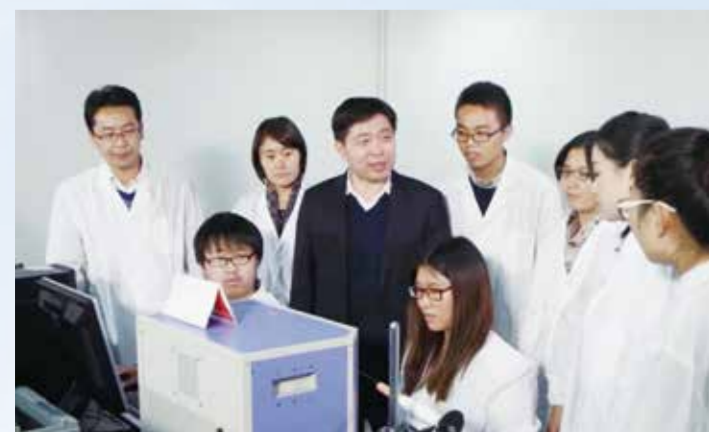
目前，我国正在以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。中国式现代化为纺织产业高质量发展提供了前所未有的机遇。作为纺织人，我们必须牢牢抓住人民日益增长的美好生活需要、国家绿色发展的需要、国防和安全发展需要，以及各行各业新发展需求，以创新为第一动力，加强纺织领域原创性应用基础研究，加快培养纺织科技创新复合型人才，不断发展高品质纺织、数字纺织、绿色纺织、新材料纺织和新应用纺织，推动纺织产业整体走向高端、智能、绿色。

育人·纺织

一路走来，俞建勇胸怀“国之大者”，以科技创新推动行业转型升级，扎根高等教育培养“纺织强国”建设者和接班人。

工作是他的至爱，带给他无限的乐趣。只要不去企业、不参加会议，他的身影总会出现在校园内，或规划工作、或科学研究、或学术讨论、或与学生交流等，常常乐此不疲、废寝忘食，甚至通宵达旦。因为睿智的头脑，他自信、务实；因为纯净的心灵，他快乐、谦和。如今，他最想对全体纺织人说的是什么呢？

俞建勇说，希望全体纺织人志存高远、脚踏实地，胸怀科技报国理想，以更大的责任和担当，行远自迩、踔厉奋进，合力谱写无愧历史、无愧时代、无愧先贤的新时代纺织强国锦绣华章。TA



一路走来，俞建勇扎根高等教育培养“纺织强国”建设者和接班人。

“双碳”目标下的纺织企业绿色转型新闻调查

5

指导单位：中国纺织工业联合会社会责任办公室

支持单位：山东魏桥创业集团有限公司



恒田企业始终重视绿色发展。



恒田企业： 将绿色基因植入每一个细节

■ 本刊记者_徐长杰

党的二十大报告指出，“要积极稳妥推进碳达峰碳中和”，这对于全面建设社会主义现代化国家、促进中华民族永续发展和构建人类命运共同体具有十分重大的意义。恒田企业将环境保护作为企业社会责任的重要内容，把全面有效的环境保护、最低的能源消耗、最优良的产品质量作为企业持续发展的目标。为此，该企业建立了一套完善的环境保护体系、安全生产体系、能源管理体系和环境保护应急处理预案，确保各环节各工序规范作业，排除危险因素。

6月13日，恒田企业发布了企业的《2022年可持续发展报告》，这是该企业连续十三年披露社会责任。在这份报告中，展现了恒田2022年在环境保护、社会责任、企业治理、以人为本等一系列问题上的行动与成果。

记者了解到，恒田企业成立于1995年，为香港全资有限责任公司。企业专业从事针织面料开发、生产、染色与销售，成衣设计、生产与销售。

企业总部位于江苏无锡，下辖多个子公司：无锡恒博纺织有限公司、无锡恒田纺织品有限公司、恒田仰光制衣有限公司、恒博（缅甸）服饰有限公司、阜宁恒康服饰有限公司、无锡恒田印染有限公司等，在国内、东南亚及非洲拥有多个生产基地。

恒田企业自成立至今，先后顺利通过了ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系，以及BSCI、SEDEXWRAP、GRS等认证，并始终坚持绿色发展，系纺织供应链绿色制造产业创新联盟成员，并首批加入“碳管理创新2020行动——碳排放计量”行动计划。同时，恒田企业不断加强智能制造、创新管理和可持续发展，推进企业转型升级。

将“双碳”贯穿可持续发展全过程

恒田企业一直坚持“双碳”目标引领绿色发展，把双碳理念贯穿可持续发展工作全过程，处理好企业发展和节能减排的关系。

企业根据自身经营情况和业务特性，以2021年为基准年，对企业海内外所有工厂和营业部开展碳排放数据核算工作，并从多方面着手，开展了一系列卓有成效的减碳工作。

如健全环境健康安全领导小组，成立环境管理小组和污水处理领导小组、污水处理管理小组，全面负责企业环保管理工作、污水处理日常运行和自主监测工作，减少对环境的污染和危害。如今，企业各生产基地污染物排放均稳定达到国家和地方规定的排放标准，并有效控制污染排放总量、单位产值综合能耗、水耗和主要污染物排放总量，达到同行领先水平。

此外，为满足环保管理要求，提升环保管理能力，企业于排放口、控制室安装监控，同时投入50余万元为废气处理设施安装三套废气自动监测系统，与环保系统平台联网进行实时监控。

在生产研发上，恒田企业聚焦低碳环保，采用可再生原料，积极开发生态科技面料。2021年，企业研发的面料在第四届中国生态环保面料设计大赛中获最佳生态环保产品市场应用奖。

在办公和生产上，恒田企业也注重细微之处的节能降耗处理，提升能源使用效率，从而降低碳排放量。比如设备电气化改造；淘汰老旧和高能耗的生产设备，引进低能耗、低功率设备；逐步采用新能源车（汽车、货

车等）作为燃油车替代；办公区和生产区更换LED节能灯具、加装能源回收系统、持续更新先进生产设备、改进生产工艺等，提升能源使用效率。

针对员工，恒田企业积极开展环保宣传和培训，并时刻提醒员工注意节约能源。同时，企业积极倡导“低碳环保、绿色办公”理念，在日常办公过程中贯彻落实节电、节水、节纸等行动。如安装节水盥洗器具和感应灯；使用办公自动化OA系统，推进无纸化办公；倡导双面打印复印及废纸再利用等措施。

用技术创新践行“绿色恒田”

“碳达峰碳中和”已经成为全球的竞争的新赛道，也是国家竞争力的重要体现，中国企业应该坚定不移地走生态优先、绿色低碳的高质量发展道路。

恒田各厂区建立了完整有效的能源管理制度、流程和文化体系。为落实日常的能源管理工作，更加积极有效地利用能源，企业严格根据发改委、工信部《关于万家企业节能低碳行动实施方案》和无锡市经济和信委委员会下达的公司“十三五”节能目标，建立健全节能机构，落实节能目标责任，圆满完成了“十三五”节能规划目标，节能1867.6吨标煤，完成率109.86%。

近年来，可持续发展成为全球共识，节能降耗是一项必须长期坚持的工作。恒田企业积极响应国家提出的双碳目标，加入LCA工作组，对产品进行全生命周期检测，致力于为客户提供产品各阶段的碳排放值，帮助品牌客户对产品减碳。对企业碳排放进行检测和管理，并持续研究减碳方案；积极参加中国纺联碳足迹、水管理、化学品管理等各项活动；不断完善和升级印染厂中水回用系统、废气治理设施等。并在总部及印染厂投建太阳能光伏项目，之后将逐步在企业海内外各工厂投入绿电，同时企业新建工厂也将全面使用绿电，使用清洁能源，降低能耗。

值得一提的是，恒田因多年来积极践行“绿色恒田”的经营战略，成为中国纺联实施“30·60碳中和加速计划”的30家重点企业之一。

此外，恒田企业秉承绿色发展理念，积极落实环保政策，打造绿色工厂。2022年9月，恒田企业在无锡成衣园区和印染园区投建太阳能光伏发电设备，并将于今年开始全面投入使用，预计每年可减少2900吨二氧化碳的排放。未来，恒田企业所有工厂都将投入太阳能发电设备，实现全面绿电。

自成立以来，恒田企业始终重视科技、时尚、绿色的经营战略，自发开展低碳活动和各项技术革新，带动企业更快更好地完成碳中和的大目标。同时将推动产业链的优化升级，共建绿色纺织，为国家的双碳目标贡献力量！TA

欧盟及英国纺织品服装市场消费近况分析

■ 张倩 / 文

欧盟是我国纺织行业重要的出口市场之一，我国对欧盟出口纺织品服装金额占全行业出口的比重曾于2009年达到21.6%的峰值，规模超过美国。此后，欧盟在我国纺织品服装出口额中的占比逐渐下降，直至2021年被东盟超越，2022年比重已降至14.4%。2023年以来，我国对欧盟出口纺织品服装规模继续减少，根据中国海关数据，1—4月我国对欧盟出口纺织品服装107亿美元，同比下降20.5%，出口额占全行业的比重降至11.5%。

英国曾是欧盟市场的重要组成部分，2020年底正式完成脱欧。英国脱欧后，欧盟的纺织品服装进口总额缩减了约15%，2022年我国共对英国出口纺织品服装76.3亿美元。2023年1—4月，我国对英国出口纺织品服装18.2亿美元，同比减少13.4%。

今年以来，我国纺织行业对欧盟及英国市场出口均有所下滑，与其宏观经济走势及进口采购格局关系密切。

消费环境分析

货币数次加息，加剧经济疲弱，个人收入增长欠佳，消费基础不稳。

2023年以来，欧洲央行加息三次，基准利率从3%增加至3.75%，与2022年年中时的零利率相比提升显著；英国央行今年也已两度加息，基准利率升至4.5%，均已达到2008年国际金融危机以来的最高利率水平。利率升高增加借贷成本，使得投资和消费两大需求复苏受到制约，引发经济疲弱，个人收入增长随之放缓。2023年一季度，德国GDP同比下降0.2%，英国和法国GDP同比分别仅增长0.2%、0.9%，增速分别较上年同期下降4.3、10.4、3.6个百分点。一季度，德国家庭可支配收入同比增长4.7%，英国员工名义薪酬同比增长5.2%，分别较上年同期下降4和3.7个百分点，法国家庭实际购买力环比下降0.4%。此外，根据英国阿斯达连锁超市的报告，5月份有80%的英国家庭可支配收入下降，40%的英国家庭陷入负收入状况，实际收入不足以支付账单和生活必需品消费。

表1：欧元区基准利率调整情况

截止日期	欧元区央行基准利率	截止日期	英国央行基准利率
2016-2022年6月	0%	2020年3月~2021年11月	0.10%
2022年7月	0.50%	2021年12月	0.25%
9月	1.25%	2022年3月	0.75%
11月	2.0%	5月	1.0%
12月	2.50%	6月	1.25%
2023年2月	3.0%	8月	1.75%
3月	3.50%	9月	2.25%
5月	3.75%	11月	3.0%
		12月	3.50%
		2023年3月	4.25%
		5月	4.50%

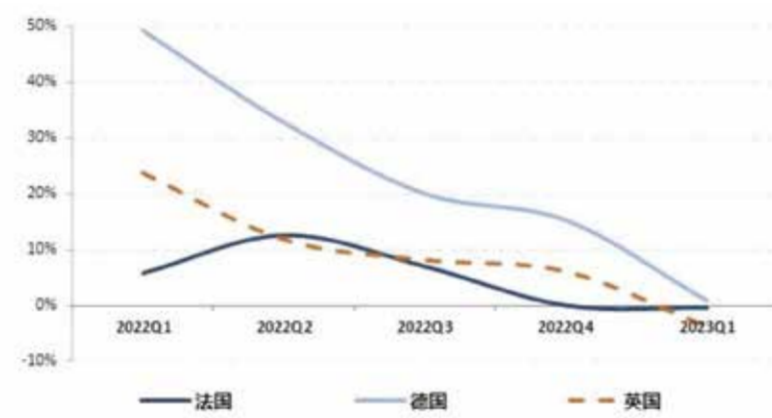
数据来源：国际清算银行

物价整体高位，服装服饰产品价格震荡走高，削弱实际购买力。

受到流动性过剩及供给短缺等因素影响，2022以来，欧洲国家普遍面临较为严重的通货膨胀压力，尽管欧元区及英国自2022年以来频繁通过加息抑制物价上涨，近期欧盟和英国的通货膨胀率也从2022年下半年高点的10%以上回落至7%—9%，但仍远远高于2%左右的正常通胀水平。高物价明显抬高生活成本，抑制了消费需求的增长。2023年一季度，德国家庭最终消费同比下降1%，英国家庭实际消费支出无增长；法国家庭最终消费环比下降0.1%，剔除价格因素后的个人消费数量环比下降0.6%。

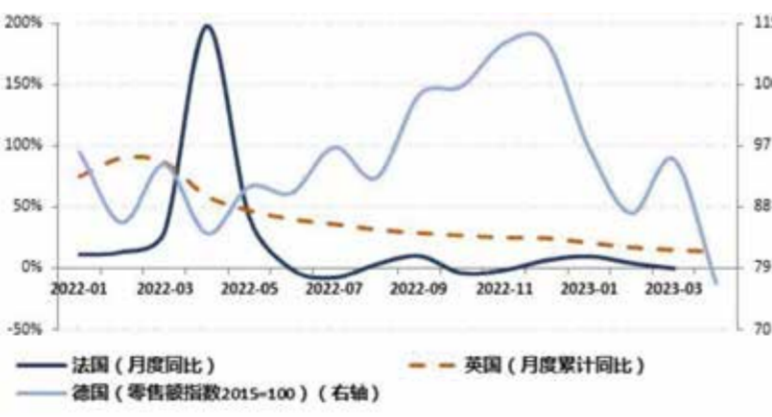
而从服装消费价格来看，法国、德国和英国不但没有随通胀压力缓解而逐步回落，反而呈现震荡上行走势，在家庭收入增长欠佳背景下，高物价对于服装消费的抑制作用明显。2023年一季度，德国家庭服装鞋履消费支出同比增长0.9%，法国、英国家庭服装鞋履消费支出分别同比下降0.4%、3.8%，增速较上年同期分别回落48.4、6.2、27.4个百分点。2023年3月，法国服装相关产品零售额同比减少0.1%，4月德国服装相关产品零售额同比减少8.7%；前4个月英国服装相关产品零售额同比增长13.4%，增速较上年同期放缓45.3个百分点，如果剔除价格上涨因素，实际零售量基本为零增长。

图1：法国、德国、英国家庭服装鞋履消费支出累计同比增速



数据来源：法国国家统计与经济研究所、德国联邦统计局、英国国家统计局

图2：法国、德国、英国家庭服装皮革鞋履产品零售增速



数据来源：法国国家统计与经济研究所、德国联邦统计局、英国国家统计局

进口态势分析

当前欧盟内部贸易纺织品服装进口额有所增长，自外部进口则有所减少。

欧盟纺织服装产品消费市场容量较大，且由于欧盟在纺织品服装方面的自主供给逐步减少，自外部进口是欧盟满足消费需求的重要途径。1999年，自外部进口占欧盟纺织品服装进口总额的比重尚不足一半，仅为41.8%，此后逐年提升，2010年起占比超过50%，直至2021年再次回落到50%以下。自2016年起，欧盟每年从外部进口纺织品服装金额均超过1000亿美元，2022年进口金额为1539亿美元。

2023年以来，欧盟自外部进口纺织品服装的需求有所下滑，内部贸易则保持增长，一季度共自外部进口纺织品服装330亿美元，同比减少7.9%，所占比重下降至46.8%；欧盟内部贸易纺织品服装进口额为375亿美元，同比增长6.9%。分国别看，一季度，德国、法国从欧

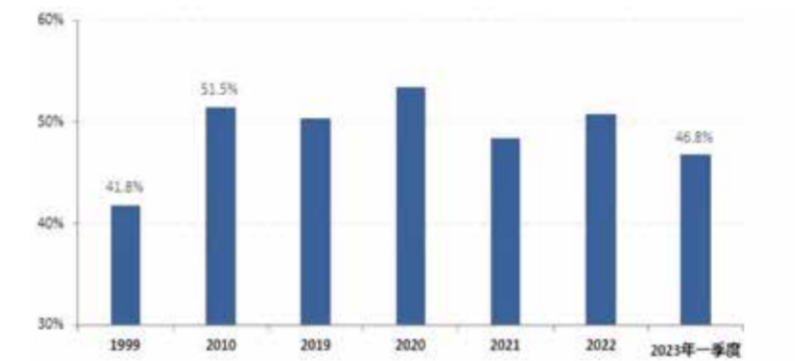
盟内部进口纺织品服装同比分别增长3.7%、10.3%，自欧盟外部进口纺织品服装同比分别减少0.3%、9.9%。

英国自欧盟进口纺织品服装降幅明显小于自欧盟外进口。

英国的纺织品服装进口贸易以对欧盟外部的贸易为主。2022年，英国共进口纺织品服装276.1亿英镑，其中自欧盟进口仅占32%，68%为自欧盟外部进口，比2010年70.5%的峰值略有降低。从数据来看，脱欧对于英国与欧盟之间的纺织品服装贸易往来并没有产生明显影响。

2023年1—4月，英国共进口纺织品服装71.6亿英镑，其中从欧盟进口纺织品服装的金额同比减少4.7%，从欧盟外部进口纺织品服装的金额同比减少14.5%，从欧盟外部的进口额占比也同比下降3.8个百分点降至63.5%。

图3：欧盟自外部进口纺织品服装占纺织品服装进口总额比重



数据来源：欧盟统计局

图4：2023年一季度法国、德国、英国纺织品服装进口额增速



数据来源：法国国家统计与经济研究所、德国联邦统计局、英国国家统计局

近年来，我国在欧盟及英国纺织品服装进口市场中占比逐年下降。

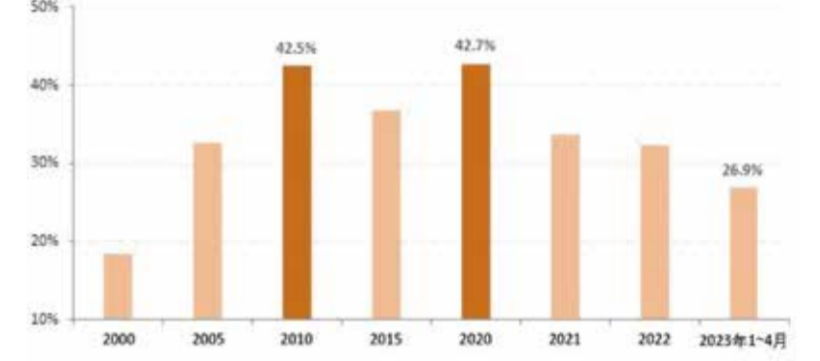
2020年以前，我国在欧盟纺织品服装进口市场中占比于2010年达到42.5%的峰值，此后逐年下降，2019年已降至31.1%。新冠肺炎疫情爆发，引发欧盟口罩、防护服等产品需求迅速增长，防疫物资大量进口将我国在欧盟纺织品服装进口市场中所占份额重新拉升至42.7%的高位。但此后，随着防疫物资需求从峰值回落，加上国际贸易环境日趋复杂，我国出口的纺织品服装在欧盟所占市场份额重回下降轨道，2022年为32.3%。在我国市场份额下降的同时，孟加拉、印度、巴基斯坦等南亚三国市场份额提升最为明显。2010年，上述南亚三国纺织品服装仅占欧盟进口市场的18.5%，2022年该比重提升至26.7%。

自美国所谓“涉疆法案”生效以来，我国纺织行业对外贸易环境

更加复杂严峻。2022年9月，欧盟委员会通过所谓“强迫劳动禁令”草案，建议欧盟采取措施禁止在欧盟市场上使用强迫劳动制造的产品。尽管目前欧盟仍未公布该草案的进展及生效时间，但很多采购商出于规避风险考虑，调整削减了自我国的直接进口规模，同时间接促使我国纺织企业增加海外产能，影响了我国纺织品服装的直接出口规模。

2023年1—4月，在欧盟进口的纺织品服装中，我国所占市场份额仅为26.9%，较上年同期下降4.1个百分点，已被南亚三国合计占比反超2.3个百分点。从国别角度看，我国在欧盟主要成员国法国、德国纺织品服装进口市场中所占的份额均有所下降，在英国的进口市场占比也呈相同走势。2023年1—4月，我国出口的纺织品服装在法国、德国和英国进口市场中所占比重分别为27.5%、23.5%和26.6%，较上年同期分别下降4.6、4.6和4.1个百分点。

图5：我国纺织品服装在欧盟进口市场中所占比重



数据来源：欧盟统计局

表2：我国纺织品服装在欧盟及部分国家进口市场中所占比重

	欧盟	法国	英国	德国
2022年1~4月	31.0%	32.1%	30.7%	28.1%
2023年1~4月	26.9%	27.5%	26.6%	23.5%
增减百分点	-4.1	-4.6	-4.1	-4.6

数据来源：欧盟统计局、法国国家统计与经济研究所、德国联邦统计局、英国国家统计局

TIPS

欧盟约有4.5亿人口，人均GDP 3.8万美元，每年个人服装鞋履消费支出金额超过3600亿美元，是世界最为重要的纺织品服装消费市场之一。其中，德国、法国、西班牙、荷兰是规模较大的纺织品服装消费和进口市场，德国与法国家庭服装鞋履消费支出金额合计约占欧盟的40%。

欧盟有一定的纺织品服装生产供给能力，但消费市场容量更大，除欧盟内部贸易循环满足部分需求外，每年还需从欧盟外部进口约1500亿美元的纺织品服装。

英国于2020年完成脱欧，其服装相关产品消费容量与德国相当，从欧盟外部进口纺织品服装金额与法国相当。TA



顶峰相见， 赴可持续时尚与科技的审美之约

第37届 Milano Unica 释放重要信号

■ 本刊记者_王振宇

2023年年初，人们纷纷用“产业狂飙”一词来形容经济恢复期的极速回升，也关注着世界范围内纺织展会频频释放的新信号。一贯在此领域领先的意大利，在保持高阶时尚审美水准的前提下，将“可持续”和“虚拟现实”纳入了议事日程，这也成为本届 Milano Unica（米兰面料展）的重要看点。

当地时间7月11—13日，第37届 Milano Unica 在意大利米兰 Fiera Milano Rho 成功举办。403家意大利公司和78家外国公司展示了各自专业领域最新的内容和项目，此外还有81个特殊区域，为562家参展商提供更卓越的服务。其中，精选的高端纺织及配饰公司向国际市场展示其2024/2025秋冬系列精致创新的男装和女装。创新创意、科技功能等丰富多样的主题专区，吸引了来自意大利本土以及欧洲其他国家、亚洲、美国等诸多国家、地区的专业观众。

时尚可持续，友好的有序创意循环

本届 Milano Unica 为期三天，主办方对展位进行了重新设计，展位采用具有现代感的材料和几何形状，让人联想到织物的质感；展会的创意可持续发展区反映了纺织和时尚配饰行业不断增长、果断和稳定的承诺，并强化了意大利制造产品在提供日益创新的内容的同时尊重地球及其居民的卓越品质。

女装创意展区在不断扩大的空间表达了对女性优雅和现代风格的渴望。在独特面料、高品质纱线、天然混纺和精美配饰中，高科技材料脱颖而出，散发着永恒的魅力。

科技功能展区更是打破时尚边界，各类功能性纤维纱线融合展示出了诸多具有科技含量的、全新设计理念的新产品，表达了意大利时尚业从印花、色彩、版型等传统优势领域向机模型科技方向转型的信号。

意大利对外贸易委员会 ITA 协助促成本届米兰面料展媒体之行，Milano Unica 展会主席在采访中表示：“意大利纺织品领域的持续领先主要基于‘四个友好’：以人为本的工人待遇友好与尊重；生产过程中对环境，特别是水资源排污等方面的友好；对化工标准严格把控，对人体健康安全友好；坚持纤维原料的严选，对天然动植物的友好。”

有效叙事，虚拟现实在纺织领域的新趋势

米兰的纺织业动态一直备受全球同行关注。近年来随着信息技术的飞速发展，虚拟现实领域不断取得新的突破，但虚拟现实等新技术如何与纺织业结合？本届米兰面料展进行了积极的尝试。

作为顶尖展览会，本届米兰面料展主办方与普华永道意大利公司合作，

特设了虚拟现实体验区，以即将到来的2024/2025秋冬季节为特色，呈现全新的沉浸式体验，参观者首次在 Milano Unica 这个纺织类展览会上感受到虚拟现实与纺织商贸的有趣结合。

该专区创建了一个三维空间，参与者可以在其中像现实一样移动、共享和互动，消除了其空间限制。当参与者戴上装备后，将会出现一个叙事声音，邀请其参加展会，并呈现现有的新产品，陪伴参观者探索元宇宙中的新体验。作为一种全新的互动方式，主办方表示：“采用虚拟现实技术能够将活动的影响力扩展到沉浸式空间，从而增强其全球可及性和包容性。凭借前所未有的故事讲述方式，我们能够为行业运营商创造一个引人入胜的旅程。”

显然，元宇宙之旅将放大专业参展观众的体验，旨在传递当下米兰时尚业的价值导向与最新的潮流趋势。“通过讲述这37届以来 Milano Unica 的价值观传承，表达意大利面料始终与卓越的意大利制造、创意可持续性、可追溯性和不断创新的价值观联系在一起。这是一种全新的沟通渠道，它无疑为品牌提供了一个机会，使其内容不仅针对一直以来的目标受众，而且吸引了新一代受众，传播效果明显增强。我们为自己设定的目标不是在虚拟现实再现现实，而是丰富展会的体验并放大展会的独特价值。”展会主席说道。

据悉，该项目还将在展览结束之后的一段时间内保持在线状态，观众可以通过键盘和鼠标或移动设备从网络进行访问。

其实对于信息技术的创新应用米兰面料展一直不遗余力，2020年8月就推出了名为 e-MilanoUnica Connect 的线上展示平台。通过对参展企业和产品进行分类创建搜索功能，可以检索商品，也可以通过聊天和视频会议进行交流，使从选材到谈判在线上完成变成了可能。

国际面料的发展创新趋势，各国所呈现的织造能力、创意理念、发展重心以及所处梯队等等受到国际局势及经济影响，但品质和创新依然是大多数企业选择面料的心理基础。对于意大利本土面料所呈现的创新成果和品质保障，大多专业观众给予肯定，其中中国企业代表表示看好中意两国之间在纺织服装领域的良性互动，希望在经济复苏阶段有更好的发展前景。“我想借此机会对意大利外交和国际合作部以及意大利贸易机构 ICE 对国际化的促进表示深切的感谢，感谢他们为我们的活动每年的发展做出了贡献，提供越来越合格的服务和越来越多的国际活动。不仅为我们带来了更多出席人数，加强了认知，而且证实了 Milano Unica 是支持品质化发展和全球业务的真正本地地标。”Milano Unica 总经理 Massimo Mosiello 如是说。ITA

轻量化、场景化，户外服饰风向再转

■ 本刊记者_董笑妍

赛艇、桨板、陆冲……今夏，越来越多的小众户外运动引来爆发式的关注与参与。有业内人士表示，户外热助推了运动生活化的潮流发展，以飞盘、露营、滑板、陆冲为代表的户外活动，弱化了运动装备的专用属性，使其更加日常，这为行业发展带来深远影响，也将成为户外服饰商家们的新机会。

小众运动，各自突围

近日，淘宝天猫运动户外发布了首个运动户外行业“追新”榜单《TS100》。数据显示，2022年时露营在淘宝成为新的100亿规模细分市场；进入2023年，这增长势头依旧持续，今年一季度，露营、骑行等细分市场，在较高市场规模情况下再实现接近50%的增长；桨板、冲浪、皮划艇等新兴户外运动受到广大消费者追捧。

《TS100》新品榜中有约30%是国产新品，主要集中在滑板、露营、骑行、垂钓等新型运动领域。

在今年蕉下联合艾瑞咨询发布的《轻量化户外行业白皮书》中，也首次提出并定义了轻量化户外行业。

轻量化户外的“轻”体现在多个维度：参与者的心态更“轻”了，人们运动的诉求是放松愉悦，而非挑战自我；运动方式更“轻”了，专业性被极大降低；时间占用也“轻”了，扔飞盘、溯溪、公园露营，只需要把业余时间抽出部分即可；决策变“轻”了，不需要长周期的准备，说走就走。这些趋势最终也指向了消费端，户外装备也需要变“轻”。

迪卡侬中国副总裁黄敏谈到，小众运动已成为新的生活方式，越来越多的运动品牌出现在购物中心一楼的黄金位置。从经济规律来看，当人均GDP达到1万美元时，消费市场就开始从物质需求转换为精神需求。“小众运动的出圈是经济规律的必然产物，小众运动能够满足大家不同的精神需求。”

圈层文化，扩圈与破圈

在被问及“从成交量来看，运动户外装备行业有哪些新趋势？”时，淘宝天猫运动户外行业总经理米澜表示：“我们发现，整个运动户外行业的圈层属性越来越明显，每年都在不断涌现出新趋势、新运动，比如在社交媒体上大火的飞盘、陆冲等。此外，传统主题运动也在演变成更小众的玩法，如在跑步圈层，越野跑异军突起；健身圈层更注重轻健身、家庭健身等。总体而言，更专业的小众运动吸引广泛人群参与，圈层化和社交化明显，时尚和专业紧密贴合，专业化与场景化需求进一步升级与细分，成为这一波运动消费热潮的鲜明特征。”

“户外热再度‘扩圈’，我们也鼓励品牌商家们牢牢抓住时下的新趋势，深度合作淘宝天猫平台，我们会帮助各位商家持续破圈、扩圈，不断积累沉淀品牌资产和人群资产。”米澜如是说。

防晒、防晒，还是防晒

由于飞盘、赛艇等都是需要长时间暴露在户外的运动项目，《轻量化户外行业白皮书》数据显示，户外防护成为人们参加户外运动时首要考虑的因素，65.3%的参与者提及这点，比例超出了“亲近自然”和“愉悦感”等选项。

因此，防晒用品在户外购物的整体渗透率高达88.9%。在消费者的轻量化户外用品购买情况中，前10位有5种产品都与防晒有关，包括防晒帽、防晒服、防晒伞、防晒口罩等。

对防晒护肤要求的提升，间接影响了人们对户外运动的强度偏好，这一趋势在《轻量化户外行业白皮书》中也有呈现，即偏轻量化的户外运动更符合大众对于户外运动的期待。



不卖单品，卖场景

还有一个明确的营销风向是：户外品类目前更倾向于卖场景，而不是卖单品。

在线上页面，相比于陈列单品，当前入局的品牌更愿意呈现适合特定户外场景的固定搭配。蕉下在其天猫旗舰店中就重点呈现了“周末踏青”“山间溯溪”“草坪飞盘”等场景下的产品搭配；骆驼的线上产品分类里也有清晰的“徒步”“溯溪”场景呈现；小红书在分享户外穿搭时，更是把场景作为产品筛选的第一选项。

《轻量化户外行业白皮书》显示，在轻量化户外中，人们对产品的需求是多元且复合的，根据艾瑞咨询统计，消费者购买轻量化户外用品主要期待排在前三位的是多功能、易收纳和日常可穿搭。不少品牌也洞察到了新趋势，尝试在复合功能性上下功夫。这对传统大品牌具有一定挑战，其极致的专业性和功能性对于轻量化户外需求而言，属于“功能过剩”。

但重场景取代重单品的营销思路，也为企业带来了新的问题，比如之前还在攒飞盘局的人可能转身爱上了匹克球，因此，品牌不能专为某个特定场景打造产品，而是要提炼场景共性，让产品能够适配多变的户外需求。

一些新生户外品牌洞察了其中微妙的平衡，2016年诞生的厦门品牌 URBAN FORES 就是以独特的轻户外风格为基调。自诞生初期就将诸如 COOLMAX、GORE-TEX 等常见于户外品牌的科技面料，搭载于多款休闲单品之上，此外，品牌还刻意将男女之间的服饰设计界限模糊，以适应更多场景需求。如果你和你的伴侣都热衷户外文化，那 URBAN FOREST 一定会成为不错的选择。

蕉下的策略是把户外场景做透，形成包括疲劳防护、寒冷防护、暴汗防护在内的科技搭配，并在产品上进行复用，实现一物多用的多功能集成和跨品类拓展。

优衣库强调的更多是紫外线阻隔率、独家科技面料和大众生活场景，强调产品不受流行趋势摆布，和日常生活衔接。简言之，尽管做的是一样的品类，但各个品牌都选择了自己擅长的发力方向，试图占住“自己的圈层”，圈定“自己的消费者”，实现辨识度。ITA



会议以尖端科技视角为行业发展提供助力。

先进纤维新材料未来技术什么样？ 院士专家给方向

本刊记者_陶红

纤维是纺织的“芯片”，先进纤维新材料是纺织产业科技创新的高度凝结、时尚表达的优质承载、可持续发展的硬核支撑。新一轮科技革命和产业变革的推动下，让我们跟随专家的脚步，看看直指未来的纤维到底是什么样子？

近年来，我国在生物医用、大健康、智能可穿戴、前沿性等纤维新材料研究预测及产业战略布局，积极发挥纤维新材料多学科交叉、创新性和颠覆性强的特点，提升纤维新材料产业科技创新、支撑保障、关键技术、绿色要素、可持续发展等基础能力，同时，将先进纤维新材料等未来技术与产业发展充分结合，以此促进先进纤维新材料产业的跨越式发展。

7月10日，以“纤维改变世界 创新引领变革”为主题的“2023中国·先进纤维新材料未来技术发展国际学术会议”在苏州盛泽召开。业界知名院士、国内外纤维及材料领域高校和院所专家学者等共同探讨先进纤维新材料及未来技术发展特点、方向、对策及潜在的合作模式，为先进纤维新材料未来技术发展、科技创新领域的发展献计献策。

本次会议由国家先进功能纤维创新中心、纺织行业智能纤维技术与制品重点实验室主办，创新中心联盟、江苏新视界检验检测认证有限公司、苏州市高性能纤维材料行业协会、苏州市智能纤维与可穿戴技术创新联合体协办。会上发布了长三角生态纺织一体化高质量发展战略研究成果；正式启动了国家先进功能纤维创新中心高性能纤维及纸基材料产业化技术协同创新公共服务平台。

产业链协同，构筑我国纤维材料先发优势

纤维是纺织的“芯片”，随着科学技术的进步，纤维材料逐渐超越穿衣和美感等传统概念，应用领域得到进一步拓展，纤维材料的研究朝着智能化、功能化、绿色化方向迅猛发展。

“在新一轮科技革命和产业变革的推动下，我国纤维材料产业正以高质量发展为导向，通过多学科交叉、多领域融合创新，不断丰富自身内涵，带动产业转型升级。”中国纺织工业联合会副会长端小平表示，纤维新材料未来技术发展要充分发挥科技创新引领作用，要持续关注技术绿色低碳发展，要大力提高纤维材料数智度。

具体表现在，积极发挥纤维新材料创新性和颠覆性强的特点，提升纤维新材料产业科技创新、关键技术、绿色要素、可持续发展等技术实力，进一步加强材料、装备、技术的创新，补短板，锻长板，大力发展先进功能性纤维、高性能纤维、生物基纤维、前沿纤维新材料，不断推动产业基础高级化；要提升绿色低碳技术研发的关注度，以绿色链驱动技术链，以技术链强化产业链；大力发展生物可降解、循环再利用等纤维新材料，完善行业规范和评价体系建设，助力推动行业碳达峰和碳中和；加强工业互联网、人工智能、大数据等智能制造共性关键技术应用研发，

搭建纤维材料研发、生产、应用全链条的透明可信的数字化平台，推动资源重构和跨界创新，加速产业升级和价值重塑。

加快研发实力创新，聚焦纤维新材料，推动关键核心技术突破与技术迭代能力提升，打造协同型产业创新生态，助力我国构筑先发优势，在日趋激烈的国际竞争格局中占得先机，成为产业链各端义不容辞的责任与使命。

近年来，盛泽始终深耕丝绸纺织主导产业，形成了千亿级产业、千亿级市场、千亿级企业的强大产业集群，构建了面料与材料共舞、纤维与终端连通的产业格局。现阶段，盛泽正以纤维材料创新带动纺织产业整体焕新、全面升级。

据吴江区委常委、吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记沈春荣介绍，近年来，盛泽加快布局先进纤维产业发展，国家级多功能纤维创新中心中试基地正式投用，完成了无梯、阻燃聚酯纤维制备等多项省交办的基础性研究任务，建成功能聚酯及生物聚酯聚合与成形等实验室；还与东华大学、武汉纺织大学等高校院所深入合作，推动高端人才加速集聚、产学研深度融合；坚持生态优先、绿色发展，大力开发生态面料、生态材料，推出可降解纤维、生物纤维等绿色纤维，不断拓展纤维领域行业话语权。



会议现场。

产学研结合，探索先进纤维发展新趋势

掌握尖端科技才能掌握行业话语权，中国企业及研究机构正在这条道路上砥砺前行，为布局全球化市场扎根根基。

生物医用纤维是用于对生物体进行诊断、治疗、修复或替换其病损组织、器官或增进其功能的纤维材料。中国工程院院士、武汉纺织大学校长徐卫林介绍了生物医用纤维技术及发展趋势，目前，生物医用纤维面临原料的选择、制备工艺、纤维设计及其应用上的挑战，随着生物医用纤维技术的日益成熟，纤维基移植体可独立或参与制成人工器官或组织的替代物，可提供体外/外培养支架、干细胞再生器官、3D打印血管支架等，生物医用纤维呈现出可加工性强、功能性强、应用广泛等发展趋势。

铝/水反应是具有巨大潜力的现场制氢技术。日本工程院院士、日本东京大学特任教授古月文志介绍了纳米纤维素在铝/水反应制氢中的催化作用和机理，讲解了使用纳米纤维素促进铝/水反应制氢的绿色新技术，纳米纤维素的制备方法、构造特征与表征方法、催化机理及在铝/水反应制氢中的应用。据了解，苛性钠是用于铝/水反应制氢的常用催化剂，其所需添加量通常是铝的重量的1.5倍，苛性钠的强腐蚀性是铝/水反应制氢技术的最大痛点。

聚合物纳米纤维有着极为广阔的应用前景，也是全球竞争激烈的高端新材料。在题为“聚合物熔体微分静电纺丝技术及电纺纱线制备”的报告中，北京化工大学教授、机电工程学院院长杨卫民介绍了熔体微分静电纺丝技术、多场耦合电纺纤维超细化调控技术、熔体电纺纳米纤维膜宏量制备技术、熔体微分电纺原位成纱技术等关键技术难点和创新点。其中，首创的熔体微分静电纺丝技术不仅在国内外率先实现了“零溶剂”纳米纤维工业化绿色制造，而且在纤维平均直径相当的前提下，生产效率从公斤级大幅提高到吨级水平。

跨界融合，共创纤维材料发展机遇

此次会上，国家先进功能纤维创新中心高性能纤维及纸基材料产业化技术协同创新公共服务平台启动。该平台由国家先进功能纤维创新中心及广东省化学纤维研究所有限公司、广东省造纸研究所有限公司与创新中心联盟单位共同打造。作为国家创新载体，将整合行业资源，解决高性能纤维及纸基材料领域的关键技术问题，提高行业自主创新能力，促进产业升级发展和可持续发展，打造以高性能纤维及纸基材料试验试制、检测、评价及项目孵化为一体的技术协同创新公共服务平台。该平台主要目标是解决当前行业内关键技术和“卡脖子”技术问题。

同时，会议还发布了长三角生态纺织一体化高质量发展战略研究成果。国家先进功能纤维创新中心地处长三角核心区，为配合实施《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》江苏方案，创新中心联合同济大学、东华大学、中国纺织建设规划院、中国化学纤维工业协会共同编制了《长三角生态纺织一体化高质量发展白皮书》。

光催化膜反应器是近年来发展起来的一种新型的膜反应器。澳大利亚迪肯大学前沿材料研究院教授孔令学介绍了光催化化学活化编织碳纤维多层结构沉积研究，光催化膜反应器为两层结构，可在一个集成单元中同时分离和转化二氧化碳为其他化学物质，但其性能受到光催化剂填料在聚合物基体中的团聚的限制。为克服这一限制，在研究中制备了三层pmr，将Ti-V/Ce双金属氧化物的纳米多孔异质结喷射在整齐/活性炭纤维布上，然后用Pebax1657涂层，该混合系统的各个组成部分都得到了改进。

随着人工智能、大数据等技术的蓬勃发展，服装作为人体的第二层皮肤，成为可穿戴电子产品的重要载体。东华大学科学技术研究院副院长、教授王宏志介绍了面向智能服装的可穿戴电子器件，围绕智能变色、传感、能量存储与转化、致动器件，讲解了可穿戴电子器件的低维化柔性化、集成化思路和策略，致力于从功能材料的选取、器件结构的设计入手，交叉纺织、微电子、计算机等学科，推动可穿戴电子产品与服装的融合。目前，高度智能、多功能一体化、高度融合的智能服装仍是迫切需求。

科学涉及对自然及其机制的系统和哲学研究，而艺术则涉及美和情感的表达。从纺织行业的角度来看，如何从科技领域中获取艺术和文化具有重要意义。在题为“设计在科技主导的世界之道——设计科研的美学”的主题演讲中，英国皇家艺术学会院士、香港理工大学教授李鹏围绕对客户体验的理解、社会需求和过去以预测未来，重点探讨美学对科学的作用。她表示，美学研究方法以用户为中心的角度解决复杂问题，并发展新思维，启发新的可能性，目前研究带来的发现、发明和发展已被世界上许多大型纺织企业采用，实现了有效和切实的知识转移和市场应用。

面料企业“憋大招”，提振消费热起来

■ 本刊记者_周榆清 文/摄

党的二十大报告提出，要着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用；中央经济工作会议强调，要把恢复和扩大消费摆在优先位置。2023年是商务部确立的“消费提振年”，从中央到地方，从政府到企业，一系列支持商贸企业发展的利好政策陆续出台，提升了消费信心，活跃了消费市场。

从供给角度出发，提振消费的关键在于以产品和服务为抓手，提高供给质量。近日，《纺织服装周刊》记者采访了多家柯桥优质面料企业，通过面对面交流，了解面料作为纺织服装产业链承上启下的关键环节，是如何优化供给、为“消费提振”赋能提效的。

乘势而上促消费，迎风起航觅商机。作为领跑复苏的重点，纺织服装产业链上下游企业迭代产品、拓展市场的热情持续高涨。今年以来，柯桥面料企业顺应消费需求升级趋势，向“尚”融合焕新面料设计、完善服务加快全渠道产品布局、讲好品牌故事满足多样化的消费需求，在恢复和扩大消费中发挥了重要作用。

着眼“兴趣电商”，依托数字化手段实现产品推广

作为纺织行业践行中国式现代化的生动缩影，柯桥在高质量发展方面步履不停，走在时代前列。近年来，为加快本地传统产业转型升级，优化市场生态体系，中国轻纺城充分发挥直播电商推进市场融合发展的创新作用，成立中国轻纺城服装市场直播电商基地，进一步突出“专业市场+直播电商”特色，助力柯桥纺织企业“云端”拓路。

凭借强大的资源优势及统筹能力，中国轻纺城服装市场直播电商基地为企业全方位一站式提供直播电商服务，吸引了2家千万级商家、15家百万级商家入驻基地，累计签约商户34家。绍兴澳邦科技有限公司就是其中的一员。

新一代电商消费者的消费习惯逐渐从“需求购物”实现到“兴趣购物”的跨越，电商行业格局发生着巨大的改变。2015年，澳邦科技总经理魏民前聆到“兴趣电商”的商机红利，毅然决定成立公司，依托新兴平台，主营苏韵香云纱系列产品，承接服装打版、来样定制等业务。据了解，公司目前共有7个直播间，每个直播间团队人数在2-4人不等，直播平台涵盖淘宝、抖音、拼多多、小红书、微信视频号等。此外，因香云纱制作过程繁复，出货周期较长，为实现当天下单、当天发货的快速反应，

公司热销花型基本备有现货，同时配备专业售后服务团队，在最短时间内解决相关问题。

伴随“新中式”“国潮风”的兴起，喜爱古风穿着的青年和热衷丝绸面料的女性日渐增多，素有“软黄金”之称的香云纱面料被越来越多服装设计师进行创新演绎，走进人们的日常生活，不断焕发出生机活力。

“小红书、淘宝平台的消费者更加年轻化，而在抖音平台中，公司客户占比的60%都是50岁以上的女性。因此，澳邦科技针对各个平台不同年龄阶段的客户群体，从零开始对主播进行产品话术、短视频引流拉新、放福利等内容的培训，细分人群变换‘打法’，定制化差异化内容脚本进行直播讲解。”魏民介绍道。

兴趣电商带来了平台技术和商品流通系统的革新，凭借这些变迁升级，对于青年消费群体，澳邦科技通过打造沉浸式场景，如以在线直播购物、短视频直播带货等年轻人更感兴趣的方式，提升其购物体验；而对于“银发族”消费群体，则根据中老年人观看及使用社交媒体的习惯，使他们享受到智慧生活带来的便利与情感上的满足，更好地融入数字化社会，从而使产品的客户辐射范围更广泛、触达人更精准。



纺城柯桥从供给端精准发力积极推动“消费提振”。

完善链路服务，“先客户之忧”精进研发能力

“实现成功和幸福的关键，就是要有‘利他’之心”，日本著名企业家稻盛和夫如是说。绍兴柯桥区瀚云桥纺织科技有限公司是一家集研发、生产、服务于一体的企业，主营人丝、亚麻、羊毛、醋酸交织等时装面料。公司从原材料的筛选到工艺的创新设计，每一个环节都是高标准、严要求，以匠人之心做好每款产品。

作为全国十大优秀面料设计师之一，瀚云桥纺织总经理吴元军本着利他原则赋能行业生态。从纺织小白成长为行业先锋，吴元军走访了全国将近90%的纺织面料市场，深入产业链上游纺纱、织造、染整等环节，与厂家深度互动，同时密切关注下游面料应用、服务稳定等内容，始终紧紧抓住从认知端即以客户需求为导向开发产品，围绕设计手法的创意设计优势、款式服装的要求以及面料特色进行产品创新，实现真正意义上的链路全覆盖，促进产业链上下游企业的协同创新。

纺织业是全方位开发产业链、提高生产能力的行业，今后的竞争还将是产业链之间的较量，加速产业资源整合已成为必然。“设计、实验、迭代、试样……一块面料最终呈现在客户面前，需要前期完善各项服务，让客户少担心不担心。而我做的无非就是把产业链中的优质资源集中起来，为行业发展贡献自己的光和热。”吴元军说道。

瀚云桥纺织始终践行“客户第一、创新致远、务实敬业、诚信立足、勇于拼搏、追求卓越”的核心价值观，与客户、员工共同成长，致力做纺织服装业的优秀面料供应平台。吴元军表示，下一步，公司将保持当前的研发优势，关注下游服装成衣领域，继续为行业、社会创造价值，让更多的人知道中国也可以做高端面料。

讲好品牌故事，专注可持续产品引导理念升级

“让自己家的面料真正走向国门，让世界看到来自中国的面料臻品。”绍兴米顺纺织品有限公司总经理王泽顺也有同样的愿景。弧形线条与几何形状在空间中交织，带来趣味横生的服装陈列，纯净极简的色卡版式尽显质感与韵味……走进米顺纺织的面料展厅，可以从细枝末节处洞见王泽顺对公司及产品的清晰定位和极致要求。

近年来，伴随绿色发展理念深入人心，以大健康、可降解、可循环再生等为特点的绿色纤维备受人们的青睐和追捧。王泽顺深知绿色环保的重要性，自公司成立以来，坚持可持续发展理念，聚焦中高端醋酸系列面料，秉持着“绿色”初心和让更多的消费者穿上高端面料的期许，采用来自美国伊士曼公司兼具环保和高性价比的二醋酸纤维Naia™，不断精进自主创新能力，以醋酸面料为主线，同时研发醋酸与人造丝、棉等纤维交织的其他产品，开辟与真丝、羊毛等天然蛋白质纤维混纺的高端系列面料，积极扩展中高端产品线，以令人惊讶的增长速度得到了客户的广泛认可，目前已成为玛丝菲尔、歌力思、雅莹等多个一线女装品牌的面料供应商。

在产品日趋同质化的今天，赋予品牌理念化的文化定位，讲好自己的品牌故事，对于激发消费者心智、获得消费者认同乃至企业的长期发展具有决定性的作用。因此，企业在塑造品牌形象的过程中，往往输出着某种价值观，让更多潜在的消费者能够了解品牌及其所传递的理念。

“千禧一代社会责任感强，纵观奢侈品品牌的发展态势，愈来愈多的‘大牌’正在加大关注‘Z世代’发出的声音，以拟人化的品牌形象和同理心内容引起新一代消费领域主力军的共鸣。”王泽顺常到国外参加时装周、展会等活动，外出采风了解时尚趋势、汲取设计灵感的同时也在探索中国面料品牌的进取之道。“米顺纺织当前在努力践行的，正是倡导追求品质、精致的生活理念，打造中国高端女装面料品牌，与认可品牌文化的潜在消费者形成更深层次的链接，与消费者实现同频共振，从而提升消费者对品牌的忠诚度，引导他们消费理念的变化升级。”王泽顺说道。

行而不辍，履践致远。为了推动柯桥纺织产业的提质倍增，澳邦科技、瀚云桥纺织、米顺纺织等柯桥面料企业火力全开，依托更充分的政策供给，以更丰富的产品供给、更优化的服务供给为基础，注重满足消费者多元化需求，提升适应市场变化的响应能力，不断推出优质产品，开拓新兴市场，赢得良好口碑，促进稳定增长。未来已来，在消费持续复苏的大背景下，纺城柯桥将继续踔厉奋发，从供给端精准发力积极推动“消费提振”，为助力柯桥纺织产业提质增效做出更大贡献。TA



柯桥企业努力讲好自己的品牌故事。



曾福长： 勇立潮头，以智能化赋能传统产业

■ 本刊记者_边吉洁



人物名片

曾福长，福建省漳州市平和人，出生于1980年9月，2013年8月入党，现任浙江信福智能科技有限公司董事长、中国轻纺城福建商会副会长、绍兴市智能制造协会副会长、绍兴市数字经济促进会副会长。曾福长积极参与福建商会党支部活动，在慈善的道路上不断前行，被评为“外联扶贫好党员”；2016年加入绍兴树人服务队，经常探望孤寡老人、贫困学生和退伍老兵；2019年成立了“黄田村奖教奖学基金会”，热心人才培养，为教育事业发展尽自己的绵薄之力。

“**诚以待人、毅以处事；生命不息、奋斗不止。**”

新时代赋予新使命，新使命需要新担当。当前正处在传统纺织行业智能化转型升级发展的关键时期，既是转型期，也是机遇期，作为一名共产党员，浙江信福智能科技有限公司董事长曾福长勇立潮头，走在时代的前列，争做时代的弄潮儿，积极拥抱数智化浪潮，以功成不必在我的精神境界和功成必定有我的历史担当，赋能传统纺织行业转型升级。

敢为人先，拥抱数智化

曾福长常说，公司能发展到如今的规模，得益于党的正确引领，得益于国家政策的扶持。作为创业成功人物之一，曾福长凭着把握趋势、抢抓商机的能力，于2014年在瞬息万变的时代紧抓行业风口，乘着数智化的改革浪潮，转变企业发展路径，进行了产业改造升级，将信福智能科技从一家从事纺织面料检验、包装的传统企业转型为专业从事企业数字化智能化改造的服务商企业，针对传统制造业的痛点，快速提出解决方案，为企业提供更好的服务。

曾福长表示，一家纺织企业经过智能化改造后，可大幅度节省劳动力，节约生产成本，生产效率在原来的基础上可提升30%—40%，智能化改造和数字化升级会给纺织这样的传统行业带来许多好处，是提升企业未来竞争力的制胜法宝，也是制造业发展必然的趋势。

如今，信福智能科技已拥有多项发明专利和实用新型专利，自主研发工业机器人及成套自动化装备制造，以适配性和低成本打开市场，用国产装备为企业智能化改造提供有力支撑，在技术上填补了行业空白。此外，信福智能科技还与浙江工业大学、绍兴职业技术学院、绍兴市机器人服务中心等高校、研究机构建立合作关系，持续深耕智能化改造领域，为传统产业转型升级提供强劲动力。

热心公益，勇担社会责任

2010年，曾福长离开家乡福建，只身来到柯桥创业，在亲戚朋友的影响下，毅然决定投身于纺织行业，创办了浙江信福智能科技有限公司。在多年的努力拼搏下，公司规模日益发展壮大。

致富不忘本，曾福长在做好企业的同时，

承担起一定的社会责任，为社会奉献出一份爱心。他以共产党员企业家的家国情怀和责任担当，发挥着先锋模范作用。他用自己的行动，尽己所能地持续为社会注入正能量，深入践行共创共享幸福美好生活的时代要求。

言之易、行之难，为了帮助更多生活困苦的人，曾福长积极主动参与各类社会公益事业活动，多方位关心支持社会公益事业。近几年来，他陆续向柯桥区安昌街道民工子弟学校捐赠校服与乐器；加入绍兴树人服务队至今，每年都去看望孤寡老人、贫困学生和退伍老兵；在福建老家九峰镇黄田村，出资8万元发起成立奖教奖学基金会等。疫情期间，曾福长积极行动起来，捐款捐物，在携手社会各界共抗疫情中发挥了积极的带头作用，荣获“外联扶贫好党员”称号。曾福长以持之以恒的实际行动，潜移默化地感染和影响着越来越多的人。

以身作则，让红色引擎迸发动力

在生活上，曾福长始终牢记自己是一名党员，自觉地用党员的条件要求自己 and 规范自己，不断地学习和充实自己，进一步加强党性，全面提高自身的素质；在公司管理上，曾福长把党的方针政策和纪律要求的核心思想有机地融入到公司治理的各环节中，把党的精神传达给公司员工，承担管理者的责任，做有情怀、有担当的企业家。

在曾福长的理念中，始终把善待员工工作为公司大事来抓，站在员工的角度思考问题，遇事不责难，而是一起面对，解决问题。还会因人制宜，根据员工不同的能力、经验安排不同的工作，让所有的员工都能在适合的岗位上发挥自己的长处，实现自我价值。

在曾福长的带领下，信福智能科技全公司上下齐心协力，实现了员工与企业共同成长、共同进步、共同发展的共赢局面，企业也实现了质与效的全面提升与创新发展。如今的信福智能科技凭借先进的经营理念、专业的团队和过硬的技术优势，服务生活家电、厨卫卫浴、化纤、纺织织造、印染等多个行业领域，拥有吉利汽车、迎丰科技、大发布业等一大批知名客户，还被认定为经信委“智能装备”指定工程服务公司。TA

Focus / 聚焦

“线上线下”成交额超1800亿元， 中国轻纺城喜迎“半年红” 奋战“全年红”！

■ 本刊记者_王利

随着国内市场的恢复和扩大，以及“双循环”战略的不断深入，今年以来，柯桥纺织行业表现出强大的韧性和爆发力。近日，中国轻纺城上半年“中考”成绩出炉，1—6月，轻纺城市场群实现成交额1355.96亿元，同比增长11.07%；网上实现成交额445.87亿元，同比增长10.52%。“线上线下”成交额超1800亿元，再创历年新高。

政企同心，高歌猛进。作为柯桥外贸纺织领军企业，今年上半年，浙江实在纺织科技有限公司销售额突破5000万美元，下半年有望持续增长。“公司拥有强大的研发设计团队，从原料开始把关，集设计、开发、印染和检测于一体，不断做强老产品，开发新产品，天丝罗马、超柔系列、假粘丝系列、人棉汗布、全棉汗布、针织提花、梭织人棉平布印花、针织乱麻等每类产品都有其独特的优势。”公司董事长唐华良说道。

实在在纺织良好的发展成绩是政企同心协力、不断创新的缩影。大力开展“丝路柯桥·布满全球”行动、持续引育各类特色专营区、深入实施市场采购贸易方式试点、扎实推进轻纺数字物流港项目建设、持续深化水韵纺都二期项目、成功举办春季时尚周并持续推进“天天时尚”系列活动……

上半年，中国轻纺城在柯桥区委、区政府的领导下，围绕“国际纺都、杭绍星城”战略定位，坚持做优市场、放大优势，大力推进轻纺城新一轮大提升大发展，不断发挥市场的集聚效应、龙头效应，确保了轻纺城持续繁荣稳定发展。

据了解，上半年市场采购贸易高速发展，开通“市场采购+海铁联运”新路线，截至6月30日，全市通过市场采购贸易方式出口34968单，达32.18亿美元，同比增长85.6%，其中柯桥区出口25745单，货值合计23.62亿美元，同比增长108.7%，出口遍布166个国家和地区。同时，1—6月，轻纺城市场创意产业成效显著，创意设计基地企业设计服务性营收2.11亿元，同比增长6.4%。

中国轻纺城建管委相关负责人表示，下半年将高规格办好2023国际纺织制造商联合会中国绍兴柯桥年会、第六届世界布商大会、2023第二届新丝路故事汇·柯桥论坛，深化“柯桥优选”区域公共品牌建设，进一步挖掘细分领域，打造墙布和印花两个“柯桥优选”全新系列，并积极完善创意设计人才“经纬计划”，为积极构建现代化纺织产业体系贡献柯桥力量。

色彩搭配 + 流行图案， 纺织品陈列的正确打开方式

在纺织行业中，纺织品陈列展示是吸引客户眼球和提升销售的重要手段。色彩搭配与图案就是关键要素。正确运用色彩、图案搭配能够为纺织品陈列带来强有力的视觉冲击力，提升客户的采购欲望。

近日，由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办的纺织品陈列趋势的系统化培训在绍兴柯桥中国轻纺城国际面料采购中心开展，老鲍纺织、筱鲁纺织、金点子纺织、策源地纺织、三闾纺织等纺织企业的60余位代表参加了活动。

活动现场，特邀专家法国品牌ebahir设计总监李春江就设计工作中对于色彩三要素的把控与企业代表们进行了交流。他表示，色调、饱和度、明度是用来判定不同颜色的依据，统一的标准有利于提高沟通效率，将视觉感受客观地传达给合作方。米兰理工大学设计学院客座教授Lorenzo Morganti则指出时尚潮流与流行色更迭十分迅速，企业应遵循趋势变化的规律，通过品牌故事传达产品在色彩风格中蕴含的情绪价值。互动环节中，企业积极参与，纷纷表达了各自在纺织品陈列中的观点与困惑。

本次活动以流行艺术风格、流行图案、流行色为核心，为柯桥纺织企业做好企业展厅建设与门市面料陈列提供了有创意、易操作的时尚新方法，让企业在空间展示、面料陈列方式、新品推介上获得了更高效的解决方案，有效助力企业更好地展示产品独具匠心的设计创意与时尚设计理念。(边吉洁)



对接会现场。

25家窗帘布艺优质企业走进西安

“帘”通西安，“链”接世界。为搭建行业上下游交流平台，提供面对面交流，帮助参展企业拓展营销渠道，促进产业链上下游间深度合作，近日，中国轻纺城纺织面料上下游产业链对接会——窗帘布艺产业西安专场活动在西安顺利举办。

活动组织了25家窗帘及配套产业优质企业联展，覆盖窗帘、窗纱、成品帘、辅料、窗帘机械等全产业链，并邀请陕西当地批发商、零售商、窗帘教育机构、设计师及家居类门店合作商等100多位嘉宾及专业采购商参会交流。

本次活动特邀6位领导大咖、专家学者分享发言，并举办了舍然(西安)校友会成立仪式、上下游商贸洽谈交流等活动。现场企业凭借出色的产品品质及先进的生产工艺，获得了各地窗帘经销商的青睐与认可，整场对接会达成意向订单近200单。活动现场还进行线上的同步直播，抖音等直播平台累计观看量近1.8万人次。本次对接会的成功举办，将为实现两个城市产业集群的交流和共融，突破地域边界，发挥产业优势，助力窗帘市场产销两旺起到积极促进作用。

此外，2023第十二届绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会将于8月1—3日在绍兴国际会展中心(新馆)举办。对接会现场，中国轻纺城窗帘布艺协会向西安窗帘经销商发出来柯桥观展的诚挚邀请，希望进一步促进两地企业的商贸交流，实现优势互补、资源共享、共同发展，提升双方产业集群的影响力，携手开创互利共赢新局面。(李娜)

贸易环境严峻、供应链竞争激烈，中国纺机业梳理核心竞争力

■ 本刊记者_夏小云 墨影

经济衰退及购买力下降，地缘政治因素导致贸易环境较为严峻，供应链竞争更为激烈……当前纺织行业的对外贸易面临的挑战不容小觑。中国纺织工业联合会副会长徐迎新在7月7日召开的中国纺织机械行业科技大会暨第二十六届中国纺织工程学会纺机器材专业委员会二次会议上指出，当前全球经济环境不容乐观，源自全产业链长达四十年的持续付出与积累，我国纺织行业的全球出口领先地位依然稳固，但行业主要出口市场及出口产品结构发生了变化，东盟继续成为行业第一大出口市场。

RCEP将更加深入推动中国与东盟间的产业分工合作，带动纺织业上下游产品双向贸易增长。“RCEP国家已经成为纺织行业投资的重要目的地。纺机企业要积极开拓自贸伙伴国市场，把握机遇寻找市场增量，同时关注部分进口产品关税下降带来的竞争风险，在较长过渡期内做好内功，不断提高技术水平和产品质量。”徐迎新表示，今年以来国内经济持续向好，尽管对外贸易有挑战，但企业正在充分发挥活力，主动作为，积极抓订单、拓市场，相信在“双循环”格局下，纺机企业将大有作为。

确实，在以从容心态应对复杂经济环境的同时，企业要想实现健康发展，还是要在“练内功”上主动作为，更好地推动纺机原创性、引领性技术的开发和创新。

“六大重点工程项目”推动行业科技进步

2023年进入了“十四五”中期节点，也是推动纺机行业科技进步非常关键的一年，只有清楚地掌握“十四五”执行进展，及时发现存在的问题并采取相应对策，才能更充满信心地再出发，确保“十四五”各项目标任务的达成。

中国纺织机械协会副会长侯曦对《纺织机械行业“十四五”发展指导性意见》中六个专栏的主要实施情况做了介绍：

在纺织绿色生产装备重点工程方面，涤纶机织物与针织物连续染色生产线已完成，大容量莱赛尔纤维成套装备进展顺利，正在攻关非原纤化莱赛尔纤维成套装备和莱赛尔纤维长丝成套装备等。

诸多纺织智能加工装备重点工程进展顺利，包括高速卷绕头“刚柔耦合”关键技术与装备，自动化、连续化短流程纺纱关键技术与成套设备，印染厂物料智能化输送装备与系统等。

多种高技术纺织品装备重点工程进展顺利，包括大丝束高性能碳纤维成套装备及产业化应用，高速多轴向经编机，长丝纺粘针刺非织造布成套装备等。

纺机企业智造升级重点工程也在不断推进，织机制造智能工厂基于新生产流程，开展数字化生产模式研发；开发了包括生产设备互联互通、生产过程集中管控等信息化系统，实现织造机械生产制造全流程信息化和自动化。

纺织机械共性技术重点工程方面突破明显，纺织用高速非标轴承智能化生产及自动化装配进展顺利，解决了纺织非标专用轴承的自动化装配技术难题；建立了单釜年产五万吨大容量莱赛尔纤维的多尺度、多学科、多领域的薄膜蒸发模拟系统。

此外，纺织机械标准体系重点工程也取得了阶段性成果。《纺织装



纺机科技大会现场。

备互联互通与互操作第2部分：纺纱》、《纺织装备互联互通与互操作第3部分：化纤》等国家标准计划已下达，正在编制过程中。2021年中国纺织机械协会成立了纺织机械协会团体标准化技术委员会，建立了十三大类团标体系，重点是智能制造和绿色制造。

智造升级加速行业高质量发展

近几年，国内纺织机械的技术和创新水平不断进步，而纺织产业高质量发展离不开行业智造升级，在本次科技大会上，围绕智能制造、数字孪生、工业机器视觉系统等智能化话题进行的探讨，也让人感受到了产业链共同发力带来的巨大能量。

“十四五智能制造发展需要新一代信息技术与先进制造技术的深度融合。”机械工业仪器仪表综合技术经济研究所所长欧阳劲松在大会上对智能制造“十四五”发展进行了分析。“十四五”智能制造推进重点朝向两个方向：第一个是生产制造智能化，核心目标是以国际视野发展智能制造，构建与国际标准体系兼容的数据底座，主动融入全球产业链、供应链，提高产品和服务的国际竞争力；第二个方向是装备智能化发展，包含装备数字化和智能检测装备两个方面。

如今，一个新趋势越来越明显，制造业企业“数据资产”正在逐渐取代“固定资产”的地位，成为企业数字化转型和持续经营的关键。北京华盛天隆信息技术有限公司武汉分公司总经理张秋念在会上谈到，近年来企业数据安全事件层出不穷，“十四五”时期，需要聚焦智能制造长期存在的问题，突破功能安全与信息安全的安一体化保障技术。为了更好地实现企业数据化转型中的数据保护，亟需运用新一代信息技术促使传统企业向智慧企业转型：首先，通过大数据和分析建立核心竞争优势；其次通过云计算重新塑造企业业务模式；最后通过移动和社交技术构建互动参与体系。

东华大学教授岳晓丽、浙江理工大学教授吴震宇、盛古(上海)科技有限公司总经理李飞等多位专家、企业家，还就针织物平幅印染典型设备设计与控制技术、织物增强复材构件设计与制造、工业机器视觉系统应用等议题展开探讨。

此外，会上还颁发了中国纺织工程学会纺机器材专业委员会新增委员证书，并进行了纺织数字化制造创新中心推介项目签约。ITA

纺机联合展将与业界共同挖掘行业新机遇

访中国国际贸促会纺织行业分会常务副会长梁鹏程

■ 本刊记者_徐长杰



梁鹏程

近日，无论是6月份刚刚结束的ITMA 2023还是即将于11月举行的中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会（以下简称“纺机联合展”），都为纺织行业释放出了积极信号——参展商数量较上届均有所增长，反映出行业企业积极谋发展的信心。如果说米兰ITMA是全球纺织装备企业首发新品的舞台，那么即将于11月在中国举办的纺机联合展无疑就是让产品落地、进入市场的最直接通道。

《纺织服装周刊》记者日前专访了中国国际贸易促进委员会纺织行业分会常务副会长、北京泰格斯特国际展览展示有限公司副董事长兼总经理梁鹏程。他不仅介绍了本届纺机联合展的筹备情况，更是为参展商和观众提炼出本届展会即将呈现的诸多亮点。

数字、绿色、融合将成最大看点

据悉，本届纺机联合展参展商数量将超过1400家，来自意大利、德国、瑞士、日本、韩国、比利时、印度等24个国家和地区，展出规模超过16万平方米，与上届展会相比，本届参展商数量增加了15%，海外参展商则接近20%。从参展报名和展品信息提交来看：本届纺机联合展呈现趋势和关注重点主要是数字变革、绿色发展、新兴产业跨界融合。

首先是聚焦“数字变革”。纺织服装产业在把握本轮科技和产业变革机遇期中，展出的设备、解决方案大多以“数字经济”为内驱动力，推进数字基础设施建设，加快产业数字化、智能化、高效迭代升级。

其次是聚焦“绿色发展”。在发展过程中，纺机企业凝聚了绿色发展共识，把“双碳”发展目标贯彻到设备端，把绿色转型与数字化转型紧密结合起来，为行业加速构建全产业链生态体系、全生命周期管理体系、回收循环利用体系等。

第三是聚焦“新兴产业跨界融合”。以电子信息、新型显示、云存储为代表的工业高质量发展领域，正加速发展壮大。纺织服装产业正在加速培育经济新业态、商业新模式、市场新链接。与新兴产业相融合发展的理念和趋势，以及消费端倒逼的新业态、新模式作用到设备端所呈现的新变化，也将在本届展览会中得到呈现。

展会服务再上新台阶

为更好地助力纺机企业进行贸易交流和市场拓展，本届展会将为纺机企业带来高质量、精准的专业观众，打造高效、专业的商贸洽谈环境和展示平台，通过活动宣传帮助参展商获得更多关注和商机。

梁鹏程介绍说，在服务方面以提高观展体验为目标。在观众入场方面，可通过关注微信“国际纺织机械展服务号”，登陆注册信息并支付票款，官网全球网上支付系统同时开通，方便观众在线支付，随时自行打印票证。“展商客户票”(Guest Ticket)系统也将继续开通，展商可在此系统中为自己的客户申请参观券。同时优化人流入口，这些都能保证观众快捷入馆，省时省力。

其次是打造安全、高效的洽谈环境。知识产权保护也是大会现场服务的一项重要举措。近几届展览知识产权办公室阵容不断升级，由

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国纺织机械协会、欧洲纺机制造商委员会三方主办方以及上海知识产权局组成工作团队。团队成员具备极其专业的背景和经验，在帮助企业保护知识产权、解决现场纠纷、优化洽谈环境上起到了重要的作用。

多元服务精准触达纺机用户

纺机联合展举办至今，每届都能吸引到10余万人次国内外专业观众到场采购洽谈，大牌云集，是纺机业界最佳商贸平台也是最好的社交场。今年展览会主办方仍然延续疫情期间2020年展会的优惠政策，对参展商邀请的客户给予门票补贴，对参观团组给予更优惠的待遇。

梁鹏程表示：“今年展会还是全力推广预登记系统。展会目前预登记观众人数涨幅显著，已有来自印度、巴基斯坦、孟加拉、韩国、日本、巴西、尼日利亚、俄罗斯、土耳其等30多个国家和地区的众多优质纺机用户相继注册，也可以看到众多国内知名企业观众已完成登记。咨询展会签证的邮件和电话量同比超过了2018纺机联合展，印度、韩国、日本、泰国等国家的多家行业组织、协会机构已确定组团参观展会。”

在团组邀请方面，为便利团组观众提前安排观展行程，高效组团参观，组委会专门开通团组邀请注册系统，该系统面向行业协会、政府机构、专业市场、专业院校、科研机构及纺织企业等非参展单位统一开放；对于主要海外观众来源国，主办方则是派专人前去推介邀请。7月中旬，相关团队即将前往印度、孟加拉、印尼、巴基斯坦、土耳其等国进行多城市推介活动，并与当地行业组织开展交流访问，推进海外行业组织组团参观邀请工作。多年来纺机联合展上，参展企业均会大力邀请客户到场参观洽谈。为此，主办方一直致力于为广大参展企业邀请客户参观提供更好的服务和便利条件，在参展企业中得到了良好的反馈。

同时，主办方还将通过在多地举办的纺织相关下游论坛、活动上大力推介本届展览会，并通过稿件、广告、电子新闻报、EDM邮件、facebook、微信等方式和渠道高频次不间断曝光，并在各类论坛、会议上积极推广展览会，将第一手信息快速传递给全球业界，精准触达纺机用户。

当前，全球主要消费国面临通胀的挑战，以中国为代表的制造国面临需求不足，对于中国纺织业来说最重要的是挖掘新需求和提振信心。开年以来，中国纺联春季联展五大展会同频共振，30余万人次全球各地的专业观众纷至沓来；7月初，中国纺织品服装贸易展(巴黎)上，有来自27个国家和地区的1364家展商参展，其中中国展商占整个参展企业的71.3%，展现了中国纺织强大韧性、全力稳住外贸基本盘。

“国内外纺机贸易、行业交流、经贸合作都需要专业、高效的商贸平台来释能、助力。”梁鹏程表示，组委会也在紧锣密鼓推进各项筹备工作，确保纺机联合展能够进一步激活行业增长新动能，与行业一同见证发展潜力与前行信心。ITA

探访世界500强，深挖产业趋势信息差

2023 纺织高训班第四次课程分量十足

本刊记者_云娟娟

7月8—9日，2023全国纺织复合人才培养工程高级培训班第四次课程在江苏盛泽开课。本次课程围绕多个主题展开学习与探讨，同时走进国家先进功能纤维创新中心，世界500强企业盛虹集团、恒力集团，以及吴江福华织造有限公司(福华世家)交流。丰富的课程为学员们提供了宝贵的实践经验和思想启示。

理论学习

解读产业趋势前沿的关键要素

理论授课环节，三位行业专家、教授通过纺织产业趋势前沿的精彩分享，为学员们揭示了纺织产业现代化发展的关键要素。

国家先进功能纤维创新中心主任王玉萍在“纤维新材料趋势与创新”的主题报告中，从纺织行业发展的现状与特点、科技驱动下“从0到1”的突破、新战略·新格局·新动力引领高质量发展态势、纤维新材料领域创新发展典型案例、凝聚创新资源打造新型创新载体、纤维领域十大新兴技术以及纤维领域技术发展趋势七个方面展开介绍。王玉萍表示，未来，纳米纤维、生物基纤维、可降解纤维、导电纤维、吸附纤维、耐温纤维、循环再利用纤维等纤维新材料是支撑智能、绿色、可持续发展的关键。纤维新材料行业亟需在纺织纤维新材料、绿色要素研发技术、先进纤维及制品技术、纤维材料大数据智能制造技术、标准体系建设等方向补齐短板，从而推动我国纺织制造业从“大而强”走向高端引领。

东华大学科研院副院长王宏志在“纺今日，织未来”的主题演讲中，通过国内外案例就智能时代、智能服装进行深入讲解，并分享了东华大学目前的科研实践与方向，包括在柔性变色、柔性变形、柔性传感、柔性能源等方面的大量实践案例。他指出，当前智能化服装发展具有巨大的商业潜力和市场需求，但也面临如稳定性、舒适性、隐私性、互操作性等问题的挑战。他表示，以大数据和信息集成为基础，涵盖纳米技术、绿色能源、人工智能、可穿戴设备等新兴突破性技术领域，正推动人类进入智能化时代。未来，服装将成为人、社会、自然的智能媒介。

香港理工大学高等研究院副院长、时装及纺织学院教授李鹏在“纺织中‘月亮和六便士’”主题演讲中，以跨学科产学研结合的方式向学员们讲授了服装的发展史、好设计的设计标准、减碳经济、流行趋势、纺织产业未来发展趋势以及其在香港理工大学的科研方向和成果展示等。她表示，服装的本质一是防护、二是表达，所以好的设计是既有使用价值，又要超越使用价值。纺织产业未来的发展是将设计与技术融合、将设计与市场需求融合、将设计与社会发展规律融合。生动有趣的演讲不仅让现场学员倍感愉快、互动不断，也让大家更深入地了解了纺织与美学、纺织与智能、纺织与环境的前世今生。



高训班学员认真学习。

企业参观

揭秘世界500强等纺企的成功秘诀

理论学习之余，学员先后来到国家先进功能纤维创新中心、盛虹集团·国望高科、恒力集团、吴江福华织造有限公司(福华世家)参观学习，深入了解现代纺织研发中心、龙头企业发展现状。

在国家先进功能纤维创新中心，王玉萍为纺织高训班学员们详细介绍了创新中心的功能纤维新材料、高端用纤维材料及纺织品、前沿纤维新材料三大研究领域，以及在关键共性技术、基础材料、核心工艺等方面的硬核技术，同时也分享了先进功能纤维及应用、智能制造、再生绿色以及未来畅想等。她指出，建设制造业创新中心是积极应对全球新一轮工业革命的战略选择，是补齐我国制造业创新体系短板的根本措施。

盛虹·国望高科党群服务中心位于江苏国望高科纤维有限公司生活区内，是盛虹集团的党建阵地之一。学员们纷纷被这个世界500强企业的无数个第一深深震撼：国内首家运营上下游联合装置的化工民企，光伏级EVA产能全球第一；国内首家运用丙烯腈装置的民企，丙烯腈产能全球第一；国内首家具有完全知识产权生产生物基PDO及PTT纤维新材料的公司；1600万吨/年炼化一体化项目，单套装置规模全国第一……

怀着激动的心情，学员们拜访了又一家全球500强企业恒力集团。进入恒力集团展厅，大家就被恒力寻梦之旅震撼了，彼时的“恒力集团”尚“驮”在恒力集团董事长陈建华的自行车上走街串巷，29年后的恒力集团已跻身世界500强企业。再往里走步入恒力梦立方区域，学员们更被那无数个一分钟深深震撼：一分钟，生产PTA33吨，年产能1700万吨；一分钟，产出面料7610米，年产量40亿米，32000台机构建的纺织生产基地……正如陈建华所言，恒力正用世界一流的创新引领能力、人才队伍、现代治理能力，加快建设世界一流企业。

福华世家是集面料研发、织造、后整理为一体的大型纺织企业，公司先后获得国家锦纶面料开发基地、国家锦纶面料流行趋势研究中心、中国绿色产品认证、江苏省高新技术企业等荣誉称号。在总经理李大庆带领下，学员们亲眼目睹了福华世家整经、上浆、并轴、穿综、织造、检验等过程，感叹于福华世家现代化生产线、精细的工艺流程。

短短两天时间，参与培训的各界专家、学者和企业代表们不仅深入研讨了纺织领域的最新技术和发展趋势，更加强了彼此之间的交流与合作。TA



中国纺织工业联合会原会长王天凯(中)为十强企业颁奖。

触达C端，卫生和母婴用纺织品重新审视“危”与“机”

本刊记者_李亚静

近年来，随着育儿理念的更新，个人健康护理意识的加强，以及人们追求舒适、便捷、轻松的生活方式，带动了卫生和母婴用品行业的蓬勃发展。受消费升级以及疫情对消费习惯的影响，高质量、多功能的产品越来越受到消费者的青睐，各类产品向细分领域延伸的趋势也愈加明显，产业用纺织品行业正面临着一波新的机遇。

卫生和母婴用纺织品是产业用纺织品行业中最接近终端的领域，同时也是非织造布最大的应用市场。得益于科技创新、消费升级等多重推动，卫生和母婴用纺织品行业在近年来迎来了快速发展期，产能迅速释放。行业发展既面临调整和挑战，也拥有新的机遇。一方面，新生儿出生率下滑，人口红利有逐渐减退的趋势；另一方面随着疫情的放开以及三孩政策的出台，行业也面临着一波新的机遇。

绿色、健康是重要方向

绿色、健康是卫生和母婴用品的重要方向，要实现该性能，首先可从纤维材料环节进行探索和应用。

卫生与母婴用品所用的非织造卫生材料创新方法，主要包括原料创新、技术创新和应用创新，原料是创新的关键，非织造后整理技术是创新的重点。教育部高等学校纺织类专业教学指导委员会非织造材料与工程分会主任、天津工业大学教授钱晓明表示，近年来，非织造卫生材料在质量提升、产品创新与应用拓展等方面保持活跃。他还重点介绍了艾草粘胶纤维一次卫生用非织造材料的应用开发、新型热风非织造面层材料的技术创新以及PP生物可降解技术的研究进展与应用。

针对绿色、健康方向，中国纺织工业联合会副会长李陵申提到，在材料方面，可拓展植物纤维、纤维素纤维、绿色纤维等，在加工过程中，尽可能减少对功能性注剂、油剂的运用。需要明确的是，对卫生和母婴用品来说，首当其冲的是保证其安全性能，功能、舒适等性能应服从于安全性能。由行业协会牵头的绿色产品认证和绿色标准制定，有效促进了行业的有序发展。

而针对人口红利减退等不利因素，李陵申表示，近年来出生率下降、人口红利优势减少等忧虑始终困扰着产业发展，但应理性看待，行业增速适度放缓表明行业本身处在调整期，这是产业发展由量变向质变转移的信号。随着线下销售的复苏，以及新的营销手段、模式加持，未来，卫生和母婴用纺织品行业蕴含着较大的能量和拓展空间。

“十强企业”引领品牌塑造

品牌承载着产品的品质与价值，对消费领域来说，“品牌=信任”。在卫生和母婴用品领域，随着消费升级和市场细分，国内自主品牌逐渐增加，并与消费者逐步建立信任关系。

恒安(中国)卫生用品有限公司等企业入选“2023年度中国产业用纺织品行业卫生和母婴用品竞争力十强企业”，晋江恒安家庭生活用纸有限公司等企业入选“2023年度中国产业用纺织品行业卫生和母婴用品非织造擦拭材料综合竞争力十强企业”，云南登康贝比母婴用品有限公司等企业入选“2023年度中国产业用纺织品行业卫生和母婴用品零售渠道十强”，贵州福星今童商贸有限公司等企业入选“2023年度中国产业用纺织品行业卫生和母婴用品批销渠道十强”……在日前召开的中国产业用纺织品行业协会卫生和母婴用品分会第二次会员大会暨第二届一次理事会上，发布了“2023年度中国产业用纺织品行业卫生和母婴用品竞争力企业”名单。

在推动纺织行业现代化产业体系建设与卫生和母婴用品行业高质量发展方面，李陵申建议，“要聚焦共性关键技术，开展基础研究，激活行业科技创新内生动力；要以‘双碳’目标为战略导向，构建全产业链绿色体系，大力开发推广环境友好产品和可生物降解一次性卫生用品，并由此不断完善ESG体系建设；要加大关键环节数字化、网络化改造，加强移动互联网、人工智能、区块链、云计算、大数据等新一代信息技术与行业融合创新应用；要以消费需求为导向，做对的产品，给消费者提供更加便利和人性化的购物及产品体验。”

“面对机遇与挑战，行业企业应对标世界一流企业，在产品卓越、品牌卓越方面做到与国际接轨，力争在创新领先、治理现代化等方面达到世界领先水平。”中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅强调。

作为推动产业发展的重要力量，中产协卫生和母婴用品分会选举产生了第二届理事会领导班子成员，大会选出了桂兴等73位理事，选举浙江金三发集团有限公司董事长严华荣为第二届理事会会长，河南省百蓓佳卫生用品有限公司总经理王军华等23人当选为第二届理事会副会长，中产协产业研究部副主任白晓当选为第二届理事会秘书长。大会成立了卫生和母婴用品分会专家委员会，并聘请39名高校教授、企业家和专业技术人员担任分会专家委员会委员。

“力争把卫生和母婴用品分会办成一个更专业、更广泛、资源更丰富的社会组织，努力开创我国卫生和母婴用品行业的新局面。”第二届理事会会长严华荣提出，分会下一步的工作重点将从推进品牌培育、坚持自主创新、倡导绿色发展、强化标准引领、加强组织建设、建立良好的政企关系六个方面持续发力。TA



2023 中国面料之星
参选企业产品系列报道 (三)



关注面料之星俱乐部公众号，
了解更多详情

科技创星 布凡时尚

本刊记者_雷蕾 / 文 关云鹤 / 摄

为进一步发现推广优秀面料企业，“中国面料之星”用户最满意产品调查活动组委会根据参选企业提交面料信息表完善程度、参选产品市场迎合度等标准，经初步筛选，借助《纺织服装周刊》杂志、官微、官网等载体进行免费推广报道。

2023“中国面料之星”用户最满意产品调查活动是由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办的最具影响力的全国性面料调查活动，自今年5月启动以来，已陆续收到全国各大面料企业参选产品。

本期推介的面料在现有染整工艺的基础上进行了多种创新，尤其是一些新材料的应用，使产品形成了鲜明风格，在舒适性、功能性及时尚环保等方面实现了进一步提升。

南通东屹高新纤维科技有限公司



面料名称：宝丽格一号
原料成分：P 100%
产品特点：面料拥有皱格纹理，细腻时尚，高弹纱线经过特殊织造工艺使面料具备天然的弹性和棉花般的清爽手感，穿着时有极佳延展性和挺括感，高度契合当下服装用料的三大趋势——棉感、弹力、超细。
应用领域：女装、休闲装



面料名称：小格奶油丝
原料成分：N 85%、氨纶 15%
产品特点：面料采用细旦高F纱线，德国进口织机搭载新一代织造技术，在纺纱过程中加大纱线的棉感，有针对性地打造出细腻的竖条肌理。
应用领域：男装、女装、休闲装

绍兴柯桥盛世天宇商贸有限公司



面料名称：TY8307
原料成分：涤纶 100%
产品特点：面料肌理采用浮雕设计，触感柔软亲肤，手感舒适度高，成衣效果高级有品质，非常适合秋冬羽绒、棉服时装外套等。
应用领域：男装、女装、童装



面料名称：TY7313
原料成分：涤纶 88%、尼龙 12%
产品特点：面料色彩柔和丰富、立体感强、挺括有型、不易皱，手感扎实垂感自然、肌理紧致，成衣上身效果舒适，小格花型经典百搭，做风衣、派克、男女装等均可。
应用领域：男装、女装、童装

雅戈尔服装制造有限公司



面料名称：湖绿大提花面料
原料成分：棉 100%
产品特点：经纬向都采用 50S 单纱，液氨整理，使面料柔软亲肤，舒适透气；颜色清新自然，搭配独特的大提花花型，穿着休闲时尚。
应用领域：男装、休闲装



面料名称：冰氨酷甲壳素天丝莫代尔弹力面料
原料成分：25% 莫代尔、25% 聚酯纤维、25% 粘纤、23% 莱赛尔、2% 氨纶
产品特点：经向采用 50S 超细粘纤漆混纺纱线，纬向采用天丝莫代尔，使得面料更显张力，柔软亲肤，舒适透气。“液氨+纯净+仿丝绸”整理，让布面光洁，手感顺滑。
应用领域：男装、休闲装

浙江富润纺织有限公司



面料名称：浮光紫影
原料成分：再生涤纶 43%、羊毛 32%、PTT 15%、天丝 10%
产品特点：面料采用防缩羊毛、涤纶、天丝、PTT 多组份原料混纺而成，攻克多组份染色及梳理的纺纱技术难题。天丝增添服用性、舒适性，金丝带入亮眼元素。
应用领域：女装、休闲装



面料名称：川流不息
原料成分：羊毛 89%、锦纶 6%、莱卡 5%
产品特点：面料改变了经竖纬横的传统风格，新颖的织法诠释了女性曲线美，增添了面料灵活性。结合特定的后处理工艺，赋予面料手感柔软、丰满、有弹性、保暖、轻便、色泽柔和等特点。
应用领域：女装、休闲装、童装

佛山市顺德区西布朗纺织实业有限公司



面料名称：牛仔莱赛尔品种
原料成分：棉 33.6%、莱赛尔纤维 66.4%
产品特点：手感滑润的莱赛尔牛仔面料呈现娴静舒适风格特征；沉稳内敛的靛蓝色经典又耐看，面料亲肤而又透气，手感顺滑舒适，带有微微清凉感。
应用领域：男装、女装、童装



面料名称：牛仔雪尼尔品种
原料成分：棉 51%、聚酯纤维 49%
产品特点：面料选择“山字纹”纹理特殊织法，结合雪尼尔底面，能提供舒适的穿着质感。提花结构宛如一级级的阶梯，使该款面料似一幅意境抽象图，充满无限创意。
应用领域：男装、女装、童装

浙江三川纺织科技有限公司



面料名称：青山碧水
原料成分：雅赛尔(粘纤) 65%、石墨烯(聚酯纤维) 22%、舒弹纶(聚酯纤维) 13%
产品特点：雅赛尔纤维是用南美桉木提炼的再生纤维基纤维，天然环保，具有天然免烫易打理、吸湿排汗性能好、亲肤舒适、防静电、抗起毛起球等优点。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装



面料名称：墨上云城
原料成分：抗菌纱 43.5%、舒弹丝 30%、莱赛尔 16.5%、莫代尔 10%
产品特点：原材料从淀粉材料中提取，是全球唯一生物基弹性短纤维，舒适弹性，永久保型，抗皱性能好。纤维的抗菌率达 90% 以上，水洗 50 次抗菌效果仍然优异。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装

浙江嘉欣丝绸股份有限公司

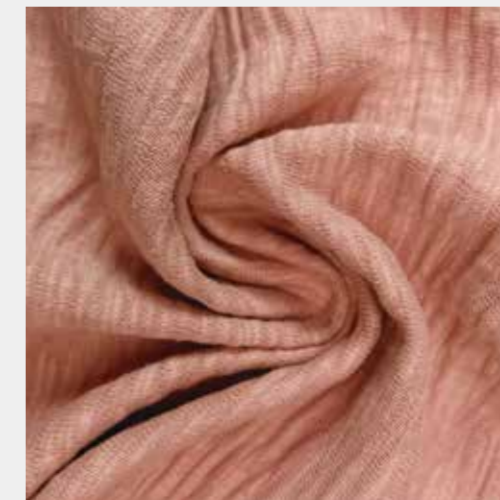


面料名称：落叶纷飞
原料成分：LUXE 68%、NYLON 32%
产品特点：面料以锦纶单丝为经向，兰精天丝长丝 LUXE72D 为纬向，采用大提花织造工艺、溢流染色，成品全幅 147 厘米，克重 59g/m²。
应用领域：女装



面料名称：天丝长丝素绉缎
原料成分：SILK 55%、LUXE 45%
产品特点：面料以桑蚕丝为经向，兰精天丝长丝 LUXE72D 为纬向，采用真丝素绉缎织造工艺、溢流染色，成品全幅 140 厘米，克重 20m/m。
应用领域：女装、内衣、家居服

绍兴岁寒纺织品有限公司



面料名称：棉涤双面提花
原料成分：C 68%、P 30%、SP 2%
产品特点：橡皮粉的双面立体提花摸上去有独特触感，编织细腻有层次，适合做外套及卫衣等。
应用领域：女装、休闲装



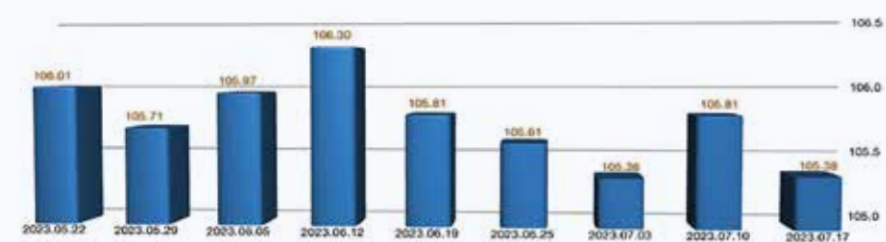
面料名称：锦氨菱形网
原料成分：N 88%、SP 12%
产品特点：菱形格样式的网布清凉透气，舒适柔软不易皱，手感顺滑，适合做运动装背心等。
应用领域：内衣、家居服

夏日淡市营销回缩 价格指数环比下跌

20230717 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20230717 期纺织品价格指数收报于 105.38 点，环比下跌 0.41%，较年初下跌 1.11%，同比下跌 2.15%。

总价格指数



近期，中国轻纺城夏日淡市营销回缩，其中：原料市场量价环比微跌，坯布市场量价明显回落，服装面料市场布匹量价环比回落，家纺类产品成交量价环比回升，辅料量价环比回缩。

原料量价环比微跌，涤纶环比推升，纯棉纱稳跌互现

据监测，本期原料价格指数收报于 82.44 点，环比下跌 0.06%，较年初下跌 0.83%，同比下跌 5.24%。

聚酯原料震荡推升，涤纶价格环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比上涨，华东地区 PTA 现货主流 5947 元/吨，环比上涨 309 元/吨左右；MEG 主流 3997.5 元/吨，环比上涨 100 元/吨左右；聚酯切片市场报价环比上涨，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6900 元/吨左右，环比上涨 200 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨，POY 报价 7530 元/吨，环比上涨 180 元/吨；FDY 报价 8700 元/吨，环比上涨 250 元/吨；DTY 报价 9100 元/吨，环比上涨 225 元/吨。近期夏季高温石油需求升温，成本推涨，涤纶延续涨势。目前成本端支撑较强，7 月涤纶长丝开启上涨之路，且 6 月底多次促销后涤纶长丝企业库存水平偏低，随着聚酯原料成本不断上升，涤纶长丝多数型号现金流压缩，企业低价惜售，市场成交重心逐渐上探。

纯棉纱价格稳跌互现，人棉纱价格环比下跌。近期，萧绍地区纯棉纱市场价格稳跌互现，销售局部下降，纯棉纱行情环比下跌，市场成交氛围局部回缩。气流纺 10S 纯棉纱报价 16380 元/吨，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 23865 元/吨，环比下跌 45 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 27030 元/吨，环比下跌 30 元/吨。棉花市场再起骚动，供应偏紧利好再次发酵，现货价格展露上涨势头。但淡季行情之下，纯棉纱企业成本压力骤然上升，价格走向却表现不一，部分低价货源亏损程度加剧。目前大部分企业选择继续横盘观望，随行就市出货。另外，近日，虽棉花现货价格上涨，但部分配棉成本较低企业继续抓单为主，实盘成交价格仍商谈略低。

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 12850 元/吨左右，环比持平。因下游需求疲软，纱厂观望心态较浓，采购意向清淡。在终端需求仍未有明显改善的情况下，市场将进入观望调整期。人棉纱价格环比下跌，30S 人棉纱价格报 16770 元/吨左右，环比下跌 60 元/吨；40S 人棉纱报 17800 元/吨左右，环比下跌 100 元/吨。人棉纱销售继续偏淡，纱厂亏损下生产积极性不高，整体开工负荷仍有下降趋势。因下游需求清淡，纱厂出货下降，产品库存压力继续增加。

坯布行情环比回落，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 120.84 点，环比下跌 1.01%，较年初下跌 2.96%，同比下跌 2.58%。

近期，坯布市场营销环比回落，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单环比回缩，坯布量价环比下跌。近期市场，夏秋季产品坯布交投环比下行，坯布市场行情局部回落。其中：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价环比回落；混纺纤维坯布行情环比回缩，T/C 涤棉纺坯布、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下跌；天然纤维坯布需求环比回落，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，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

服装面料环比回落，价格指数环比下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.36 点，环比下跌 0.39%，较年初下跌 0.64%，同比下跌 0.44%。

本期服装面料类价格指数环比下跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回落，因高温酷暑天气，夏日淡市深入，对口客商入市认购环比下降，服装面料价格指数环比下跌。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤毛面料、涤粘面料、粘毛面料、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环比下跌。

家纺市场环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 102.00 点，环比上涨 0.31%，较年初上涨 0.13%，同比上涨 0.29%。

本期家纺类价格指数环比上涨。近期，市场成交环比回升，轻纺城家纺市场行情震荡回升，整体市场价格环比上涨。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，价格指数呈环比上涨走势；日用家纺类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈环比上涨走势；窗纱类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈环比微涨走势，拉动家纺类总体价格指数环比上涨。

市场行情环比回落，辅料指数环比下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 132.17 点，环比下跌 0.80%，较年初下跌 0.74%，同比下跌 2.44%。

本期服饰辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回落，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回缩，因下游企业备货环比下降，市场成交逐日回落，现货成交和订单发货呈现环比下降走势，价格指数环比下跌。带类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；衬料类行情明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；线绳类行情环比回落，价格指数呈环比下跌走势；服装里料类行情环比回落，价格指数呈环比下跌走势，拉动辅料类总体价格指数环比下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因高温酷暑天气，夏日淡市深入，纺织品市场观望情绪较浓。传统市场常规面料和大众面料销售仍显低迷，后市夏季面料供给将环比回缩，夏季面料现货成交将环比下降，秋季面料采购局部显现不足；织造企业开机率将逐步下降，印染企业产出回缩，南北客商认购踊跃度仍将震荡小跌，市场行情走势局部将继续偏淡，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



中国轻纺城 服装市场 直播电商基地

全方位一站式直播电商服务

四大中心

直播电商中心、供应链选品中心、培训孵化中心和公共服务中心

九项服务

货源选品、办公场地、直播培训、直播辅导、达人带货、活动交流、直播人才、电商综合、公共配套

基地首期面积 (2万M²)

年GMV: 1.5亿

直播团队孵化

入驻及服务商家数量:1000+

0租金0物业费

免费入门直播培训+资深导师付费直播培训

政策支持 + 中国轻纺城 服装市场 + 好牛电商

三方共建



关注公众号



关注抖音



关注牛选

地址：中国轻纺城服装市场D区E区4楼

*GMV、直播销售成交额；以上数据由中国轻纺城服装市场直播电商基地提供



T 纺织之光科技教育基金会

extile 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4558名、优秀教学成果奖2397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325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