

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

2023.09.18 | 第35期 | 总第1139期



创新驱动 数智赋能

2023年现代化纺织产业集群高质量发展论坛暨 2023全国纺织产业集群工作会议

中国·合肥 | HEFEI·CHINA

2023年9月21日



YOANTION[®] 远信工业

节能 环保 高效

铸就 远信品质 / 远信品牌

WWW.YOANTION.COM



Y9000型双层热风拉幅定形机

地址：浙江新昌澄潭工业区

电话：0575-86068888

传真：0575-86059666

E-MAIL: JUNSHAOCHEN@163.COM

证券简称：远信工业

证券代码：301053



展位号：H5D34
中国国际纺织机械展览会
暨ITMA亚洲展览会

中国即墨服装市场

牵手即墨市场 成就财富梦想

电话：0532-89061667

地址：青岛即墨区鹤山路920号



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 郭淼

融媒体中心

总监 墨影
资深摄影 关云鹤
美编 李萃鼎
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: 台湾纺织

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 **关注 Attention**
构建互利共赢产业链供应链合作体系，增强区域产业发展韧性！

08 **资讯 Infos**
“织爱行动”助力乡村振兴
真维斯董事长杨勋再获“中华慈善奖”
纺织领域五个高校团队获“黄大年式教师团队”称号

09 **特别报道 Special**
创新驱动 数智赋能
安徽纺织产业：打造高质量发展重要增长极
安徽省望江县：建设长江中下游纺织服装第一县
望江服装城：打造长三角纺织服装产业理想承接地
望江县长岭镇：“小蚂蚁”如何搬出个“制造名镇”
孙村镇：品味风尚，小镇霓裳
达州市渠县：解码户外赛道，打造500亿级产业集群
致景科技：赋能纺织服装产业智变升级
飞榴科技：让做鞋服更简单
环思：用数字链接全产业链



18 **柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City**
让家纺消费热起来！看柯桥纺企如何走好这步棋
巾帽绽芳华，凝心逐梦绘家纺蓝图
“天天时尚”走进蒲荡夏村
全产业链工程师赋能市场转型升级
时尚创意进市场，论坛、走秀、静展轮番上演

22 **品牌 Brand**
打破商务与运动的界限

23 **时尚 Fashion**
白马采购节盛大启幕，焕发时尚之都新活力
悦跃生辉，2024春夏中国国际时装周提振行业信心
《时尚先行记》：一份不可复制的时代记录

25 **指数 Index**
市场营销微势推升 价格指数小幅上涨
接单量逐步升温 “50指数”小幅上升

每周随笔

“平均年龄下降13岁”

“职工平均年龄下降13岁”——这对于一家制造业企业、一家服装生产企业来说，无疑是件大事，它代表着人力储备、可持续发展。在广东中山沙溪这个中国休闲服装名镇，海澜之家、优衣库、安踏等60多个国内外知名品牌都建有生产基地。当地的服饰生产企业无一不通过智能化建设，不仅提高了效率，还使工人平均年龄下降了13岁。从服装到时尚，从传统到科技，沙溪的这家工厂给了我们信心。

再看高邮。2005年12月波司登制衣有限公司落户高邮经济开发区，次年投产，2007年就以税收4500万元成为高邮的纳税大户。从服装开始，波司登集团在高邮投资了纺织、物流、商业、酒店、工业园区、光伏等产业，2022年纳税超4亿元，占高邮一般公共预算收入的10%。这又是一个纺织产业致富一方的典型案例。

截至2020年底，高邮年加工各类服装超亿件，从业人员4万多人，本地工人占比90%以上，年人均收入6—8万元。

但如今的高邮，也面临产业革新，这既是转型升级的要求，也是企业的需求——因为传统工人的年龄越来越大。波司登制衣工人平均年龄45岁，有的已经干了30年。他们不可能一直干下去。要吸引年轻人进工厂，还应加快推动自动化、数字化、智能化。

2022年，我国制造业占全球制造业比重近30%，保持着世界第一制造大国的地位。但对年轻人来说，制造业多年来已非很多人的就业首选。

现在，似乎“齿轮开始转动”。《牛客2023春季校园招聘白皮书》显示，2023届春招学生中，首选智能制造行业的本科生占比18%，硕士生达到26.1%。

智联招聘数据也显示，2022年智能制造领域招聘职位数同比增长53.8%。2023年春季校招，比亚迪招纳了惊人的3.18万人。这些抱着试试看的心态来到重型机械制造厂、新能源企业、电车企业等的毕业生，渐渐发现“原来工厂不脏不乱，而且还井然有序”，甚至，制造业能包容更多的人，不同年龄、不同层次的。

中国纺织最新发布的《建设纺织现代化产业体系行动纲要(2022-2035年)》将“人力资源建设”列为七大行动之一，提出充分发挥人才第一资源对纺织现代化产业体系的支撑作用，创造有利于人才培养、引进并促进高质量就业的产业环境，到2035年拥有一批具备国际影响力的纺织科技领军人才、时尚设计领军人才和国际知名企业家，满足行业发展需求的高水平工程师和高技能人才队伍。

在“优化就业环境”方面，《行动纲要》特别提出要推动全社会形成有利于制造业发展的就业环境与社会氛围。广泛宣传现代化纺织工业情况，提升年轻一代对未来纺织产业发展的认同。

未来，我们要依照高质量发展的要求，不断提高全要素劳动生产率 and 价值创造能力。这是螺旋式的上升发展，也是纺织业的自我革命与超越。

刘萍

View point / 产经看点

市场监管总局近日修订出台了《企业标准化促进办法》，将于2024年1月1日起正式施行。修订的主要内容和亮点包括调整企业标准管理模式，构建企业标准政策体系，完善产品包装标准的明示要求等。

——经济日报

为了持续加大科技创新的支持力度，我国将聚焦科技创新的四方面税收优惠政策延续实施至2027年底。

——财政部

今年前8个月我国货物贸易进出口总值27.08万亿元。其中，8月当月进出口3.59万亿元，同比下降2.5%，环比增长3.9%。

——海关总署

截至8月末，我国外汇储备规模为31601亿美元，较7月末下降442亿美元，降幅为1.38%。

——国家外汇管理局

8月份，我国消费市场继续恢复，供求关系持续改善，全国居民消费价格指数(CPI)同比由上月下降0.3%转为上涨0.1%；环比上涨0.3%，涨幅比上月扩大0.1个百分点。

——国家统计局



纺织服装周刊
微信订阅号



纺织服装周刊
微信视频号



纺织服装融媒体
抖音号



纺织机械
微信订阅号



纺织服装周刊
今日头条号



纺织服装周刊
网易号



纺织服装周刊
新浪微博



与会代表合影。

构建互利共赢产业链供应链合作体系，增强区域产业发展韧性！

第十一届中韩日纤维产业合作会议在青岛举行

■ 本刊记者_徐长杰

2023年9月6日，第十一届中韩日纤维产业合作会议在中国青岛举行。会上，三方围绕中韩日纺织服装业发展现状与展望、后疫情时代纺织服装业的思考等议题进行了深入交流，并就共同促进纺织服装贸易往来，共同构筑互利共赢的产业链供应链合作体系，增强区域产业发展韧性等热点问题达成共识。

本次会议由中国纺织工业联合会、青岛市工业和信息化局主办，山东省纺织服装行业协会、青岛中纺亿联投资集团有限公司协办。韩国纤维产业联合会、日本纤维产业联盟率团出席会议。

提纲挈领 推进更深层次的务实合作

中韩日纤维产业合作会议自2010年首次举办至今，已经走过了十多年，不仅是三方纺织业界相互交流、寻求共识的重要平台，也是全球纺织产业链、供应链在精诚合作中不断发展前行的重要见证。中国纺织工业联合会秘书长夏令敏在致辞时谈到，推进高水平对外开放，是中国的核心发展战略，积极推动《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)等区域自贸平台的达成，展示了中国各行各业在开放合作、良性竞争中寻求高质量、可持续发展的决心。纺织工业是中国对外开放和国际化发展的先行产业，始终秉持深度融入全球的发展理念，大力推动自身转型升级，将建设稳定、先进、开放的中国纺织现代化产业体系作为促进全球产业链供应链健康、持续发展的重要一环。同时，中国纺织行业也始终愿与各国业界同仁和衷共济，千里同途。

韩国纤维产业联合会会长崔炳五在致辞时谈到，近三年来，全球纺织服装行业由于新冠疫情的影响，以及消费需求疲软、全球供应链重构，经历了产业格局的大变化。在此情况下，韩国纺织服装行业积极培育服装智能制造能力，构建元宇宙产业集群，推进制造现场的智能化、自动化，以及培养数字化人才等，通过不懈努力，推动纺织服装行业的创新与发展。

他还特别强调，中韩日三国的纺织服装行业就环保和数字化转型的价值给予更多关注与重视，并希望三国纺织行业在既有良好合作基础上，围绕对未来的创新性、革命性主题，就包括三方会议、论坛在内的合作项目推进更深层次的务实合作，实现更高层次的互利共赢。

日本纤维产业联盟副会长兼秘书长富吉贤一在致辞时谈到，新冠疫情对日本经济造成的影响也趋于稳定，经济活动正在向正常化状态演进。但是原材料、能源等的价格上涨成为企业活动和消费的不稳定因素。日本纤维行业坚定认为，为了提高经济增长率，有必要进行数字化转型和

碳中和改革。此外，在贸易领域推动区域经济合作，并将其视为进一步扩大面向全球市场的商流和创造需求的绝好机会。

他坚信中韩日三国的纤维产业是合作伙伴，为了能够共同成长和发展，应当携手共进，保持引领世界纤维产业的气概，强化相互间的信赖关系。

中国纺织工业联合会副秘书长兼外事办公室主任袁红萍，韩国纤维产业联合会常务副会长朱沼铃，日本纤维产业联盟副会长兼秘书长富吉贤一分别介绍了来自中韩日的参会代表。中国纺织工业联合会秘书长夏令敏主持了开幕环节。

主旨报告 构建富有韧性平稳运行的供应链体系

会上，国际纺织制造商联合会主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲作了题为“中国纺织业融入全球供应链体系的实践与展望”的主旨报告。孙瑞哲从“全球纺织供应链布局呈现调整新趋向”“中国纺织业融入全球，保障全球供应链平稳运行”“构建更加富有韧性的中韩日区域纺织供应链体系”“打造纺织现代化产业体系的中国实践”四个方面进行介绍。

他指出，当下全球纺织供应链布局呈现调整新趋向，这种趋向表现在中国纺织行业正在更广泛参与、更深入推动全球纺织产业链、供应链创新发展；全球纺织供应链制造端分布格局呈现分散化趋势，在新兴和发展中经济体布局加重；全球纺织供应链正在共同面临大时代变革，亟待增强发展韧性。

在“中国纺织业融入全球，保障全球供应链平稳运行”方面，孙瑞哲认为，中国纺织行业持续发展的过程，也是不断融入全球纺织产业体系、全力保障和支撑全球纺织供应链平稳运行的过程。首先，中国纺织制造能力建设，是全球纺织供给体系稳定的强大基础；其次，中国纺织全产业链体系结构升级，能够丰富全球终端市场纺织产品供应；第三，中国纺织产业加快国际化发展，能支持全球供应链布局调整升级。

他表示，中国是全球纺织供应链上的重要一环，中国纺织行业以市场化改革和对外开放为起点，汲取全球产业优质资源和先进经验实现长足发展，也为全球纺织产业发展贡献了自己的基础实力和创新能力。中国纺织行业与全球纺织供应链从来都是唇齿相依、休戚与共的，供应链的价值来自协同，创新的活力来自开放，中国纺织行业将始终践行开放合作、协同共进的初心，进一步融入全球纺织供应链体系，服务全球产业创新发展。

在介绍“构建更加富有韧性的中韩日区域纺织供应链体系”方面内容时，孙瑞哲谈到，中国与韩国、日本纺织产业的合作由来已久，相互间已建立起交织融合的产业链、供应链体系。现在，中国以先进、智能、绿色制造为核心特征的完整纺织产业链，与韩、日以高性能、功能化纤维产业链和现代时尚产业为主体的产业结构之间仍然具有互补性。同时，他还就中韩日三方纺织产业未来深化合作的方向提三方面建议：一是培育更加良好的经贸合作生态；二是打造区域协同创新优势；三是共同推进责任发展。

在“打造纺织现代化产业体系的中国实践”方面，孙瑞哲表示，中国纺织是全球纺织供应链的最稳定产出端，能够丰富全球终端市场纺织产品供应，支持全球纺织供应链布局调整升级。他还向与会代表介绍了建设纺织现代化产业体系的七项行动，即：推动行业进步的纺织科技创新、突出文化引领的纺织时尚升级、践行纺织绿色制造和履行社会责任、建立协调联动的纺织区域融通发展、推进双循环的国际化供应链提升、促进数字经济与纺织产业深度融合发展、支撑现代化发展的纺织人力资源建设等。

对话 1 中韩日纺织服装业发展现状与展望

在“纺织服装业发展现状与展望”议题中，三方代表介绍了疫情后各国纤维产业发展、疫情对纤维产业的影响，就进出口变化等问题交换了信息。韩国纤维产业联合会常务副会长朱沼铃主持该议题。

中国纺织工业联合会副会长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会会长徐迎新代表中方发言。他指出，2020—2022年，中国纺织行业在新冠疫情冲击下，充分发挥了完整产业体系的稳定运转优势，三年间产销形势基本平稳，出口竞争力得到释放，发展态势总体良好。但受国际市场需求疲弱影响，2023年以来，中国纺织行业发展压力有所增加，主要运行指标增长承压，企稳向好的基础仍待巩固。对于中国纺织业发展趋势与方向，他认为应顺应时代变革，融入时代大势，建立起适应时代要求、高质量、有韧性的现代化产业体系。预计到2035年，中国纺织业能够实现以推动高质量、现代化为核心的新发展。

韩国纤维产业联合会常务副会长朱沼铃表示，韩国的纤维产业为国家经济发展作出了很大贡献。据韩国纤维产业联合会统计，韩国拥有4.7万家纺织服装企业，从业人员达25万人，韩国服装贸易占全球贸易的1.5%，呈增长趋势。但同其他国家一样，韩国同样需要面对可持续性、数字化转型和供应链创新等问题。为此，韩国将努力构建纺织服装产业链资源循环型生态体系，通过开拓市场、增加投入，打造智能化生产系统，构建数字生态体系，由效率转向韧性，向可持续、稳定的产业链转型。

日本化学纤维协会会长大矢光雄介绍称，受新冠疫情的影响，日本主要纤维在服装消费方面大幅萎缩，2022年逐渐趋于平稳回暖。当前，日本的纺织产业需求正在恢复中。未来，日本纤维产业将从数字革命、人才、支援海外发展、可持续发展、贸易、强化信息传播力和品牌力及税制等方面强化产业基础。日本化学纤维协会将持续对PET回收、生化纤维、微塑料问题等进行探讨，此外，也会积极地参加各类研讨会，参与环保型纤维标准化作业、服装可追溯调查及开发纤维屑检测方法等。

对话 2 后疫情时代纺织服装业的思考

在“后疫情时代纺织服装业的思考”议题中，三方代表就东方文化在当代时尚创新发展中的价值与作用、纤维产业数字化转型、可持续等方面内容进行深入探讨与交流。本议题由日本纤维产业联盟副会长兼秘书长富吉贤一主持。

中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏介绍了东方文化在当代时尚创新发展中的价值和作用。如何重塑东方文化内涵，打造具有世界影响的时尚生态？他认为首先要注重传统服饰文化的当代化表达，更要从内心深处做到文化自信。当前，以国风、国潮为代表的中国文化正在以前所未有之势释放商业价值。不仅如此，越来越多亚洲的品牌和设计师开始在世界舞台崭露头角，世界因多彩文明而生机勃勃。我们要不断创新合作模式，以共同构建具有全球影响力的东方时尚话语体系，携手共进，重整行装再出发。

韩国纤维产业联合会常务理事郑珉和介绍了韩国纺织服装业在数字



中韩日三方就多个热点问题达成共识。

化领域的探索和应用。数字技术能够创造纺织服装业新市场、提升生产效率、并提升客户价值。同时，数字化能够加快纺织服装工业价值链的循环经济。他介绍了韩国纺织服装工业在数字化方面的潜力，如大数据、AI、云计算、物联网、元宇宙，这些都能推进韩国纺织服装业价值链的创新。

韩国柯缳虚拟时尚股份有限公司副社长金光日为与会者展示了六种面料，三种是数字制作的面料，三种是真实的面料，他用此案例证明3D技术发展至今已真假难辨。在韩国，服装企业们一直在进行创新数字转型，营销数字化是韩国企业关心的重点。电商公司按销量顺序整理资料，用3D技术描述产品图片的详细信息并制作大部分产品。由于人力短缺、资源缺乏等要素，韩国在数字化转型方面变革快速，数字化专业人才的引用也加速了数字化转型的步伐。

韩国镗田实业株式会社总经理李宰源谈到，镗田实业数字化运营和物联网系统被广泛引进到针织工厂、印染工厂、服装生产缝制过程和自动化缝制系统中。镗田不仅拥有20万个材料数据库，还能提供时装品牌发布与成长的一体化服装生产服务。如基于售价和客户信息，推荐最合理的布料、缝纫、款式，还可以确认生产过程中所需预算的服装制造策展服务。在生产环节，还可以为以数据为基础的MD，提供数据综合分析自动化解决方案，自动地对产品、客户、渠道、推销数据进行可视化，提供图表，还可通过企业定制化的仪表盘即时确认KPI的达成率与分析报告等。

日本纤维产业联盟环境和安全问题委员会主任长保幸表示，当前，循环经济得到了广泛关注，化学品管理及解决纤维碎片的安全问题、全球变暖的脱碳问题、如何向循环经济过渡、确保生物多样性等有关全球环境的课题引起了社会各界的持续探讨。自2022年来，日本经济产业省先后推出了“新纤维愿景”“技术路线图”“纤维资源循环系统研讨会报告书”等多项政策，积极探讨向循环经济过渡的路径。今后，日本纺织协会还将从ESG等方面进一步理解市场需求，保障消费者的利益。

中国纺织工业联合会社会责任办公室主任阎岩介绍了中国纺织服装行业气候创新行动进展与实践。中国明确提出2030年“碳达峰”与2060年“碳中和”目标，可持续消费成为绿色转型发展的新动能。劲霸男装、李宁、太平鸟、罗莱家纺、鄂尔多斯等中国纺织企业也在积极开展双碳工作。此外，为了应对气候变化成果市场应用的标准化，中国纺联启动团体标准起草工作，《纺织碳标签技术规范》《零碳纺织产品评价技术规范》《纺织企业零碳工厂技术评价规范》将为行业打造一个更加系统化的平台，通过建设数据库，聚焦产品碳标签，制定系列标准，更好地服务企业实践，将行业工作走深走实。

会上，中韩日三方参会代表围绕众多热点话题进行了深入交流与探讨，并达成以下共识：后疫情时代，面对世界百年未有之大变局，三方应进一步加强交流互鉴，共同促进纺织服装贸易往来，共同构筑互利共赢的产业链供应链合作体系，增强区域产业发展韧性；三方将持续聚焦行业热点问题，推进多领域合作，包括中韩日纺织服装贸易自由化、时尚引领与创新、数字化技术、可持续发展行动等。为继续发挥三国纤维产业合作会议的平台作用，三方同意在韩国举办第十二届韩日中纤维产业合作会议。

会后，中韩日三方参会代表还参观了青岛东方时尚中心，并观看了东方时尚季·2023青岛时装周开幕式。TA

Focus / 聚焦

“织爱行动”助力乡村振兴

本刊记者_李亚静



多方参与“织爱行动”，共同编织爱的蓝图。

9月9日，“织爱行动”公益项目发布会暨中国国际时装周“织爱行动·约会天才妈妈”公益时尚秀在北京举行。本次活动由中国服装协会、中国服装设计师协会、纺织之光科技教育基金会主办，中国妇女发展基金会支持。中国纺织各部门、各相关专业协会负责人，中国妇女发展基金会代表，“织爱行动”捐赠单位代表，爱心企业、爱心人士、知名设计师、时尚博主以及媒体代表出席发布会。

中国纺联副会长、中国服装协会会长陈大鹏呼吁更多的纺织行业爱心企业积极参与“织爱行动”，希望“织爱行动”通过系统化、多元化的思路开展运作，不仅能够实现女性健康生活的公益倡导，推动传统非遗文化长足、有效发展，也通过纺织行业资源在推动发展地方特色经济、加快纺织非遗的系统性保护、弘扬中华优秀传统文化、推广纺织社会责任建设、引领现代时尚生活以及助力乡村振兴等方面贡献力量。

中国妇女发展基金会秘书长董葵表示，纺织行业的发展一直都离不开

“女性力量”的贡献，“织爱行动”融合了妇基会“母亲邮包”“天才妈妈”两大公益品牌项目的资源优势，是纺织行业同女性公益慈善的一次跨界联动。希望通过本次创新合作，讲好“织爱”故事，传播项目好声音，助力更多女性做时代的书写人、追梦的奋斗者。

纺织之光科技教育基金会理事长叶志民对“织爱行动”做了整体的介绍。“织爱行动”公益项目将充分发挥纺织之光基金会纺织服装行业资源优势，依托中国妇女发展基金会通过实施“织爱健康包”为困境家庭送关爱，并进行家风家教和健康生活宣讲倡导，同时开展传统手工艺文化传承保护，通过多元合作赋能的方式，让更多品牌企业以产品为媒介助力乡村振兴，促进公益项目良性循环，共同用一针一线编织爱的蓝图，助力乡村文化振兴。

发布会上，李宁（中国）体育用品有限公司、伯希和户外运动集团股份有限公司、广东启悦未来科技股份有限公司、北京青山百世服装集团有限公司等爱心企业作为首批参与“织爱行动”的企业代表共捐赠价值2100余万元的物资。

本次公益时尚秀的时装灵感源自“天才妈妈”梦想工坊的六种非遗手工艺——羌绣、枫香染、红绣、锡绣、苗绣和西兰卡普，知名设计师张凯惠通过时尚艺术表达展现非遗传统手工艺与现代时尚融合的美，为大众呈现了古老手工艺与现代时尚的激情碰撞。

据悉，2024春夏中国国际时装周期间，“织爱行动·约会天才妈妈”进行了公益特别呈现，现场开展了“爱心好物”直播间宣传义卖直播，非遗手工艺与品牌合作展示，“妈妈的手工课”非遗体验，天才妈妈 x 海马体大师《对话·肖像空间》互动快拍等系列活动。

Direct / 直击

真维斯董事长杨勋再获“中华慈善奖”

9月5日，由国家民政部主办评选的第十二届“中华慈善奖”表彰大会在京举行。旭日集团副董事长兼总经理、真维斯国际（香港）有限公司董事长杨勋荣获第十二届中华慈善奖“最具爱心捐赠个人”奖，这是其连续第三次获得该项荣誉。

据了解，“中华慈善奖”是中国公益慈善领域中的政府最高奖，由中华人民共和国民政部主办，旨在表彰在我国慈善领域，特别是在扶贫济困、科教文卫、应急救援等方面事迹突出、影响广泛的个人、单位、慈善项目和慈善信托等。自2005年设立至今，该奖项已连续举办十二届，成为中国慈善领域最权威、最有影响力、参与力度最高的奖项。（钟方）

第三届中国国际华服设计大赛决赛获奖作品出炉

9月4日，第三届中国国际华服设计大赛决赛在山东广播电视台举行。入围决赛的33件作品通过现场展示、评委打分，最终评出成衣金奖、银奖、铜奖以及虚拟金奖、最佳元素创新奖、最佳工艺奖、最佳网络人气奖、华服短视频奖等奖项。

专家评委一致认为，这次决赛评出的各类获奖作品水平显著提升，选手聚焦“中国色”主题，结合各地地域和民族文化特色，采用植物染色、手工串珠、皮雕、编织等传统技艺，并大胆运用现代科技手段对香云纱、粗布等面料进行创新重塑，呈现出多元化、高端化、国际化的风格。年轻的设计师们在注重设计感的同时，也更加注重实穿性和市场化需求，令人耳目一新，很好地体现了中华文化的深厚性、服装设计的专业性、国际潮流的时尚性、现代科技的时代性。

据了解，决赛评出的获奖作品于9月17日在意大利米兰进行颁奖和展演，并同步举办《尼山世界文明论坛·东西方服饰之美论坛》、《明清及现代华服展》等系列活动。（贺兰）

纺织领域五个高校团队获“黄大年式教师团队”称号

近日，教育部印发通知，公布第三批“全国高校黄大年式教师团队”创建示范活动入围名单，全国199个教师团队入选。江苏工程职业技术学院高端纺织教师团队、浙江理工大学纤维材料科学与工程教师团队、武汉纺织大学先进制造与纺织装备教师团队、湖南工艺美术职业学院湘绣传承与创新教师团队、成都纺织高等专科学校蜀绣文化与技艺传承创新教师团队共五个纺织领域团队获此殊荣。

黄大年同志是著名地球物理学家，生前担任吉林大学地球探测科学与技术学院教授、博士生导师。2009年，他毅然放弃国外优越条件回到祖国，刻苦钻研、勇于创新，取得了一系列重大科技成果，填补了多项国内技术空白。2017年1月8日，他不幸因病去世，年仅58岁。为引导广大教师持续向黄大年同志学习，教育部在全国推进黄大年式教师团队创建活动。

教育部将把第三批“全国高校黄大年式教师团队”创建情况作为一个重要观测指标，会同有关部门统筹加大团队建设支持力度，加强团队突出业绩和典型事迹的宣传。（郝杰）



创新驱动 数智赋能

2023年现代化纺织产业集群高质量发展论坛将于合肥召开

本刊记者_徐长杰 郭春花

制造业是立国之本、兴国之器、强国之基。

先进制造业是科技创新的主阵地、是未来世界经济的主导力量，彰显国家综合国力和核心竞争力，并日益成为全球各国角逐的焦点。发展先进制造业集群是建设制造强国的必然要求，也是加快发展现代产业体系、实现高质量发展的关键举措。在此大背景下，即将举办的2023年现代化纺织产业集群高质量发展论坛暨2023年全国纺织产业集群工作会议将聚集业内精英，赋能产业发展。

9月20—24日，世界制造业大会在安徽省合肥市举办。世界制造业大会是经国务院批准的重要国际会议，是现阶段安徽省的首位活动，将有力促进安徽制造业高质量发展，让世界更多分享中国制造机遇。本届大会以“智造世界·创造美好”为主题，致力打造安徽标志性、引领性、高能级的开放合作平台和具有国际影响力的制造业盛会。

9月21日，2023年现代化纺织产业集群高质量发展论坛暨2023年全国纺织产业集群工作会议，也将同期举办。本次纺织集群会议的召开，不仅为我国纺织产业高端化发展带来全新方向与抓手，也为世界制造业大会提供引发聚能影响力的宣传和推广平台。

本次会议将邀请全国纺织产业集群及知名企业负责人共聚安徽，为安徽省纺织产业集群搭建产业链上下游资源共享平台，赋能安徽省纺织服装产业创新发展，提升安徽省纺织服装产业集群的竞争力和产业链韧性。

本次会议由中国纺织工业联合会、安徽省人民政府主办，中国纺织工业联合会产业集群工作委员会、中国纺织工业企业管理协会、安徽省经济和信息化厅承办。会议将围绕科技创新、数智赋能、方式变革以及高质量推进现代化纺织产业集群建设等多个角度展开讨论。

融合数字经济，推进现代化纺织集群建设

党的二十大提出，要“建设现代化产业体系”“推进新型工业化”“加快建设制造强国”“推动战略性新兴产业融合集群发展”“促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群”。这对新时代培育发展世界级产业集群提出了新要求，也为探讨中国式产业集群发展路径、丰富完善中国特色产业集群理论提出了新命题。

近日，中国纺织工业联合会发布了《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035年）》，纲要中提出推进七项重点行动，其中一项即是促进数字经济和纺织产业融合发展行动。行动纲要中指出，发展数字经济是把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择。要推动人工智能、工业互联网、大数据、工业机器人等数字经济关键技术在纺织行业的融入与应用，提升行业的数字化、智能化基础能力。推

动数字变革下的新模式、新业态发展。

集群经济是纺织产业最鲜明的特征和最重要的形态。一直以来，产业集群是支撑行业转型升级的重要生态、行业服务区域战略的重要载体、产业要素高效循环的重要枢纽。引导全国纺织产业集群结构调整和可持续发展，推进纺织服装产业集群向高端化、数字化、智能化、品牌化和绿色化发展，已成为纺织行业的当务之急。

其中，加快“数字化转型”是纺织集群提升核心竞争力的主要路径，是中小微企业的必答题，也是集群从规模到效益的必由之路。

要素汇聚，提升安徽纺织服装集群竞争力

纺织工业作为国民经济的支柱产业和传统优势产业，市场化、国际化程度高，在基本建成纺织强国的现实基础上，要进一步助推纺织全产业链现代化水平的提升，集群力量必不可少。

2023年全国纺织产业集群工作会议选址在安徽召开，也是希望将产业发展融入区域重大发展战略当中，推动产业与区域发展联动，构建优势互补、高质量发展的区域经济布局 and 现代产业体系，形成东中西融通发展的生产力布局。

安徽纺织具有良好的产业基础，原材料、劳动力资源等要素成本优势突出，同时在承接产业梯度转移、积极开拓国际市场方面具有有利条件，后发潜力巨大。

近年来，长三角地区纺织服装产业正有条不紊地转型升级，部分纺织企业开始外移布局。而对于深度融入长三角发展的安徽来说，承接产业转移不仅有着先天的地缘优势，更有着资源要素和人力优势的支撑。

当下，安徽纺织产业集群发展已初具雏形与规模。特别是随着安徽省把纺织服装纳入制造强省“7+5”重点产业，予以重点扶持、重点发展，将在高性能、高功能性纤维材料和高端纺织面料及创意设计等领域实现重大突破。“十三五”以来，安徽省已形成了以安庆、阜阳、亳州、池州、蚌埠、六安等地为代表的诸多新兴纺织产业集群地，如今承接产业转移的趋势日益加快，安徽已被众多纺织服装企业视为新的价值洼地。



安徽纺织产业正在统筹全局、加快发展。

安徽纺织产业： 打造高质量发展重要增长极

党的二十大开启了以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的新征程，提出到 2035 年要建成现代化经济体系，形成新发展格局。这也是中国式现代化在纺织行业实践的根本要求。近年来，安徽省委省政府已把纺织服装纳入制造强省“7+5”重点产业，积极主动融入长三角一体化国家战略，承接东部产业转移，通过跨区域合作共建、提供产业配套等多种形式，加速形成产业链、创新链、资本链、人才链“四链合一”的发展生态。

► “安徽纺织”名片愈加响亮

今年 4 月，2023 合肥时装周的成功举办被誉为“安徽时尚产业发展的标志性事件和中国时尚产业在中部崛起的标志性事件”，有力地促进了中国时尚版图的完整构建；在全球瞩目的北京 2022 年冬奥会上，仿鹅绒结构高保暖絮片、聚乳酸可降解餐盘等等安徽纺织元素为冬奥助力，一桩桩成绩让“安徽纺织”这一名片越来越响亮。

近年来，安徽纺织产业通过加快行业智能制造转型，加快自主品牌建设培育，深入实施“三品”战略，积极搭建各类展销平台，加大“精品安徽”央视宣传等措施，在构建产业体系和扩大产业集群规模方面取得了耀眼成绩。

产业体系更加完善。安徽省纺织行业依托“双循环”发展形成了完备的现代制造产业体系，具有较强的自主配套能力，在国际、国内两个市场上均具有良好竞争力。产业范围涵盖纺织、服装服饰、化纤等，产业链较为完整。

产业集群更具规模。围绕纺织产业链发展，安徽纺织形成了芜湖孙村、宿州朱仙庄、六安丁集、蚌埠固镇、安庆天堂镇、望江长岭镇等一批纺织服装产业集群专业镇。岳西、望江、宿松、瑶海、芜湖孙村镇和望江长岭分别被中国纺织工业联合会授予“中国手工家纺名城”、“中国新型纺织基地”、“中国新兴纺织产业基地”、“中国服装商贸名城”、“中国服装出口名镇”、“中国服装棉纺织制造名镇”称号。此外，利辛县也于今年 9 月通过了“中国新兴纺织产业基地县”申报评审。

创新能力更进一步。在创新成果方面，安徽纺织产业在高功能性纤维材料、高端纺织面料及创意设计等领域实现重大突破。丰原聚乳酸纤维、吉祥三宝“仿鹅绒”絮片等一批高科技产品，填补了行业发展空白；“红爱云时尚创意设计平台”被工业和信息化部确定为纺织服装创意设计试点平台。

科技赋能加速推进。智能工厂建设取得积极进展，智能制造水平明显提升。红爱服饰、阿里巴巴迅犀智能工厂等大规模个性化定制、服务型制造成为行业发展的新亮点。华茂棉纺智能工厂获评工信部智能制造试点示范项目，成为行业样板。

围绕目前取得的成就，安徽纺织正通过优化产业布局、培育链主企业、加快自动化智能化转型升级等措施，着力打造全国重要增长极。

► 迎接新机遇，“安徽纺织”未来可期

“十四五”以来，安徽以“科技、时尚、绿色”为主线，全力推动纺织服装产业高质量发展，在服务全国构建新发展格局中体现安徽担当。安徽纺织“十四五”规划提出，力争到 2025 年，全省纺织工业总产值突破 2000 亿元；发展质量和效益达到国内先进水平，力争形成 1—2 家百亿龙头企业。

对于如何实现这样的目标，安徽纺织有着清晰的发展路径：

首先是要全力挖增量，培育新增长。一是支持新产业。支持聚乳酸纤维和仿鹅绒保暖絮片等新材料发展，适时召开新产品上下游对接会。推深做实产业用纺织品“一链一策”实施方案，强化重点领域提升。二是构建新动能。鼓励企业积极开展数字化转型升级，构建行业发展新动能。三是开拓新市场。一方面，积极开拓非欧美市场，合理利用 RCEP 等国际规则框架，努力为“走出去”的企业提供相关服务；另一方面，依托“中国服装原创基地”建设、服装设计大赛，补齐原创设计短板，以自主品牌建设带动内销市场消费升级。四是打造新平台。围绕产业用纺织品、家纺、羽绒等产业优势领域，积极打造丁集婚纱、六安羽毛、桐城家纺、新塘羽绒等产业集群发展新平台。五是培育新业态。鼓励企业利用电商平台、直播带货、场景体验、自媒体等新方式，打造线上线下融合发展新业态。

其次是要全力稳存量，稳传统市场。一是稳住基本盘。根据现有的产业基础和比较优势，深挖纺织业、服装服饰业两大板块新增量。二是稳承接转移。进一步发挥临近东部沿海纺织业发达地区等优势，稳步承接产业转移，加快实现与长三角产业链协同发展。三是稳外贸主体。立足国内纺织服装大市场，拓展国内外新市场，充分调动行业协会和有进出口实绩的外贸企业积极性。

第三是全力强保障，优发展环境。一是优金融支持。进一步拓宽纺织行业融资渠道，扩大企业直接融资，鼓励发展各种行业性融资平台。对就业贡献能力强的纺织行业采取差异化的税收举措，加大减税力度。二是优助企服务。加强行业调研，进一步关注行业新产品研发、订单转移、劳动用工趋势等，帮助企业协调解决生产要素保障、新产品开发、上下游产业链衔接等问题，优化服务环境。三是优监测预警。强化监测分析，进一步发挥行业“头部企业、专精特新、小微企业”监测点的作用，定期研究分析重点行业发展动态、经贸环境、市场趋势等信息，建立快速反应的预警机制，促进行业平稳发展。

对于如何实现这样的目标，安徽纺织有着清晰的发展路径：

安徽省望江县： 建设长江中下游纺织服装第一县

安徽省安庆市望江县位于长江下游北岸，皖鄂赣三省交界处，承东启西、连南接北、通江达海，地处武汉、南京、杭州、合肥、南昌五大省会城市的中心位置，是长三角和珠三角地区经济对接的交汇地，东部沿海向内地产业转移的必经之地，是全国新兴纺织产业基地县、优质棉生产出口基地县、安徽纺织服装第一县。

纺织服装业既是该县传统产业，也是该县的主导产业，已稳居望江县工业的“半壁江山”。在望江，规上工业总产值、财政税收、群众就业的主要途径多是纺织服装行业。

► 探索产业与城市发展深度融合

望江县紧紧围绕“一带一路”和长三角一体化发展战略，按照“提升纺织、主攻面料、打通印染、塑造品牌”的发展要求，加快构建从头到脚、从里到外、从老到少、从夏到春的“四从四到”的全品类、全产业链纺织服装产业发展格局。从顶层设计和价值链规划开始，聚集优质企业形成产业集群和全产业链的优势格局，以望江服装城等重点项目为载体，打造长三角纺织服装产业一体化示范区，推动了县域纺织服装产业的转型升级，实现了高质量发展。

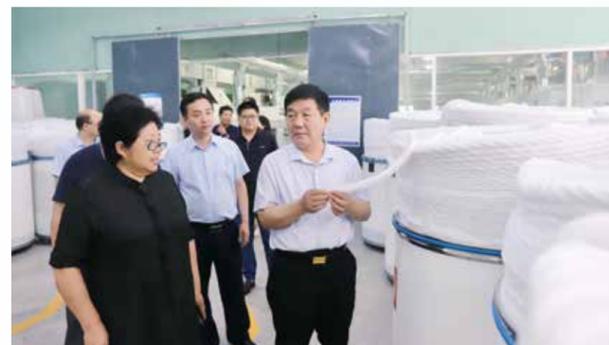
近年来，望江县纺织服装产业集群规模不断壮大，全县拥有环锭纺 34.5 万锭、气流纺 2.5 万头、织机 2000 余台、服装生产加工设备 3 万台（套），年可轧花 10 万吨、生产纱线 13.4 万吨、服装 5 亿件，已形成纺纱、织造、印染到面料、服装、销售的完整产业链。纺织服装产业效益持续提升，全县纺织服装企业达 1014 家，发展了 3000 多家童装电商中小微企业，年销售规模近 80 亿元，打造了马其顿等童装品牌 60 余个，带动了全县三分之一的人口就业。

望江县纺织服装产业集群（基地）被安徽省人民政府授予安徽省县域特色产业（基地）称号，是阿迪达斯、耐克、优衣库、李宁、巴拉巴拉等国内外知名品牌的生产基地。

2022 年，望江县纺织服装产业产值突破 150 亿元；2023 年上半年，全县纺织服装出口突破 1000 万美元。接下来，望江将进一步优化营商环境，加强产业政策支持，打造童装时尚之都，推动纺织服装产业高质量发展。



望江县积极拓展当地纺织服装产业影响力。



安庆市望江县委书记汪久清（右一）在车间。

► 擦亮“做服装、到望江”产业名片

安庆市望江县委书记汪久清在接受《纺织服装周刊》记者采访时表示，望江县将按照“提升纺织、主攻面料、打通印染、塑造品牌”的产业发展思路，朝着“四从四到”制造销售体系迈进，打造千亿纺织服装产业集群，建设长江中下游纺织服装第一县。

一是坚定不移做大产业规模。坚持规划引领、项目为王，建立纺织服装产业链工作专班，制定《望江县纺织服装产业“十四五”规划发展》，配套制定《三年行动方案》，绘制纺织服装“产业链图谱”和“招商图谱”，推动实现精准招商。加速构建“头部企业+中小企业”的生态圈，深耕长三角、珠三角等重点区域，与绍兴、常州等地头部企业共建示范产业园、纺织服装产业新城，吸纳小微企业入驻孵化。目前，望江县已集聚纺织服装企业 1014 家，其中规模以上企业 44 家，从业人员 10 万余人，年生产服装 5 亿件。

二是坚定不移做长产业链条。按照“提升纺纱、主攻面料、打通印染、塑造品牌”发展思路，持续延链补链强链，今年成功招引 12 亿元的纺纱织布生产基地项目和 10 亿元的高档羽绒服项目。培育发展电商企业，打造专业直播团队，目前有电商主体 2500 余家，直播团队 1152 个，形成从棉花制种到成衣到销售的纺织服装全产业链。

三是坚定不移做优营商环境。坚持“墙内的事情企业办、墙外的事情政府办”，健全县领导包保联系重点企业（项目）机制，强化纺织服装重点项目土地、能耗、环境容量等资源要素保障。完善稳企纾困、工业提质扩量增效行动、“四上”企业培育等政策体系，设立 2 亿元首位产业发展投资基金、5000 万元工业产业引导基金、4000 万元中小企业发展专项资金，支持纺织服装产业项目建设。今年以来，兑现涉及纺织服装企业政策资金 883 万元。

四是坚定不移做响产业品牌。借助申洲（安徽）针织有限公司等规模以上纺织服装企业，与高等院校、科研院所共建产业技术创新联盟，建成纺织品检验检测公共服务中心，提升产品质量，做响北极熊、美淘兔等服装品牌。利用展览会、推介会等平台，开展知名服装企业看望江、童装秀等活动，充分展示产业发展成果和发展愿景，实现“会展+”，更好服务招商引资。今年 3 月圆满承办 2023 中国（安庆·望江）现代纺织服装产业展览会。1—8 月，累计招商引进亿元以上纺织服装项目 15 个，总投资 31.9 亿元。“做服装、到望江”产业品牌持续擦亮，“买服装、到望江”成为望江新名片。

望江服装城： 打造长三角纺织服装产业理想承接地

随着社会经济的发展和人民生活水平的提高，纺织服装产业面临着转型升级的需求和挑战。如何抓住机遇，应对挑战，实现高质量发展，是纺织服装人亟待解决的现实问题。

作为长三角区域中心位置的纺织大县，安徽省安庆市望江县纺织服装产业发展历史悠久。县内拥有产业人口达20万以上，纺织服装企业1014家，并发展了3000多家童装电商中小微企业，年销售规模近80亿元，打造了马其顿等童装品牌60余个。纺织服装产业产值占全县规模工业总产值比重的58%，是当之无愧的首位产业。

在这样的背景下，望江县经济开发区内，一座集服装生产、展示、销售、物流、电商、直播、非遗与传承等功能于一体的现代化智慧型产业园区——望江服装城应运而生。



除了助力当地产业发展，望江服装城还将目光投向了非遗传承。

▶ 借转移东风，成产业洼地

望江服装城是由安徽国联纺织服装产业园发展有限公司在望江县重点建设的项目。该项目的规划建设围绕长三角一体化发展战略，实现全产业链建设，功能配套齐全，分区明细，由“六大中心·两个园区”组成。旨在打造一个集生产、销售、服务于一体的纺织服装产业转移升级示范区，为长三角地区纺织服装产业转型升级提供优质的平台和支持。

望江服装城远景规划用地达2600亩，总建筑面积600万平方米，分四期开发。它不仅是一个生产基地，更是全方位的服务平台。无论是服装品牌的设计、打样、裁剪、印染等生产环节，还是物流、电商、直播等销售渠道，以及展会、培训、交流等相关活动，望江服装城都能为纺织服装产业人提供一站式解决方案。同时，望江服装城也注重非遗文化的传承和创新，将传统工艺与现代时尚相结合，打造出独具特色的服装产品。项目建成后，将成为县域经济持续发展的新型产业明星。

目前，项目一期一二标段已建设完成并盛大开工，三五六标段工程即将动工兴建。截止发稿日，园区内已有近500家服装企业入驻，入驻率高达80%以上，其中200多家企业开展了电商直播业务，在抖音等网络平台每天播出近千场直播节目，吸引数百万观众。

望江服装城自落地伊始，就对身在外地的望江籍成功人士产生了“虹吸效应”，一大批望江籍企业家洞察到望江服装城将为望江带来新的发展机遇，纷纷作出回乡再创业的决定，助力望江县纺织服装产业再上新台阶。

安徽国联纺织服装产业园发展有限公司董事长王小志表示：“我选择在望江建设望江服装城项目并不是一时冲动或盲目跟风，而是基于对纺织服装产业转移趋势和望江县优势的深入分析判断。一方面是家乡情怀，我一直在外经商创业，但也时时关注望江的发展。后来在望江县政府的鼓励和支持下，决定返乡创业，为建设家乡贡献自己的点滴力量。另一方面，长三角纺织服装产业转移是大势所趋，望江作为童装产业优势县，无论是从地理区位还是产业基础角度，都是我再次创业的最好选择。”

▶ 项目落地，助力经济、文化并行

2022年安徽省十佳文旅项目——云上金顶数字创意产业园是落户望江服装城的重大项目之一，也是望江县非遗保护和发展的载体。该项目位于望江服装城核心区域，总投资10.8亿元，总占地面积约200亩，规划总建筑面积约16万平方米，利用约5年（2022年—2026年）时间、分三期建成“三大基地、一个产业园、一个示范区”，即非遗摄影及短视频拍摄基地、非遗电商孵化基地、非遗创意直播基地、非遗跨境电商数字产业园和非遗文创应用示范区。

云上金顶致力于打造一个集非遗保护与传承、非遗应用、数字创意产业于一体的综合性平台，一期建成并达产后，预计年营业收入超7.9亿元，年税收超6千万元。预计带动超20家摄影及短视频拍摄企业、350家电商及跨境电商企业、400家以上直播企业以及20家非遗应用研究院及设计工作室入驻园区。建成后，可成为望江县经济开发区的新地标和新名片。

云上金顶不仅保护了望江县的国家级非物质文化遗产，也为当地群众提供了就业、增加了收入。项目邀请国家级非物质文化遗产望江挑花传承人王世福签约入驻，通过建立国家级非遗望江挑花馆、非遗工坊等平台，为挑花传承人和爱好者提供展示、学习、创新应用的机会，同时也为挑花产品提供了更广阔的市场和销售渠道。

该项目还计划与王世福共同开发以挑花为元素的一系列文创产品，如服装、饰品、家居用品等，将传统的挑花技艺与现代设计理念相结合，打造出具有时尚感和艺术性的新型产品，让更多的人了解和喜爱望江挑花，为纺织服装产业赋能增值。

望江服装城是一个汇聚梦想和机遇的梦幻之地，也是一个充满活力和创造力的风水宝地。未来，望江服装城和云上金顶项目将不断创新、发展、壮大，为望江县乃至长三角地区的纺织服装产业高质量发展做出更大的贡献。



长岭镇以蚂蚁搬家的精神打造出了中国服装棉纺织制造名镇。

望江县长岭镇： “小蚂蚁”如何搬出个“制造名镇”

蚂蚁搬家，想必大家都见过：一群小小的蚂蚁，一毫一毫前行，一点一点搬运，最终拥有了硕大的巢穴、充足的食物。

望江县长岭镇的干部们就是如此，每年“搬”来一点土地、“搬”来一点资金、“搬”来一点企业，五年时间“搬”来了个产业园，“搬”出了个制造名镇。

▶ 如何“搬”来18栋厂房？

将时间拉回2019年，这个位于处太湖、宿松、望江三县交界处的长岭镇可谓地处偏远、先天平平，其产业发展也是如此，结构单一、基础薄弱、经济发展乏力。

如何实现乡村振兴？镇村两级为此展开了一轮又一轮的头脑风暴，“要集中力量，抱团取暖，由此探索出‘统筹资金、合力建园’的乡镇小微产业园模式。”长岭镇党委书记汪结冰说。

乡村建园，谈何容易，土地就是横亘在眼前最需解决的问题。土地红线不能突破，农用地转为建设用地被严格控制，怎么办？长岭镇党委班子“螺蛳壳里做道场”，研究政策、吃透政策，城乡建设用地增减挂钩、耕地占补平衡、自主开发项目……但凡能想到的“招”、能跑到的“指标”一个不落，在落实最严格的耕地保护政策的基础上，想方设法弥补建设用地的不足。

“这一片之前是旱地。”长岭镇党委副书记何海明指着园区内的厂房告诉记者，“只要有指标，我们就启动征迁，然后从别的地方补充同等数量的耕地。”

从2019年开始，30亩、40亩、60亩……如小蚂蚁搬家一样，一年一年地攒，一年一年地啃，产业园从最初的一期建到了如今的五期，标准化厂房从最初的4栋建到了如今的18栋……

▶ 如何“搬”来上亿建设资金？

征地、园区建设、配套完善，哪个环节都要钱，对于财力并不富余的长岭镇，钱从何而来？“集中力量办大事，融合资金创基地。”汪结冰给出答案。

长岭镇辖有17个村，在不改变扶贫资金和乡村振兴衔接资金用途和管理要求前提下，分年度统筹整合村级扶贫资金、衔接资金和部门财政资金支持产业园项目建设，累计整合资金1.89亿元。

“镇、村协商共建，采取股份制经营，确定17个村集体股东，通过合同明确各村资产产权归属，按照出资额比例进行收益分配；同时，我们镇成立了安徽省丰盈产业发展有限公司，明确专人负责产业园的运营管理工作。”何海明详细阐述了出资和运作模式。

这样的统筹集中，不仅保证了持续性投入，带来了资产的规模化，更有效避免了前期扶贫、衔接资金项目“小弱散”，抗风险能力差的弊端。

就这样，100万、200万……一个村一个村地攒，一年接着一年地攒，17个村五年攒出了1.74亿元，长岭镇投入1530万元，才有了如今产业园内越来越多的标准化厂房，越来越完备的基础设施，还有了员工宿舍、健身房……

▶ 如何“搬”出7家规上工业企业？

有了厂房，企业从何而来？

“产业定位是关键。”何海明犹记得2019年建园之初，关于产业定位大家有过分歧、有过争论，但最终在多方论证和调查研究之后还是决定发展纺织服装。原因有三：一是望江县是传统产棉大县，这是原料优势；二是望江县有大小纺织服装制造企业近千家，纺纱、织布、服装生产、印染、水洗、销售产业链条齐全，这是产业优势；三是望江县拥有产业工人17万人，这是人力资源优势。

很快，实践便证明了这个决定的正确性。2019年长岭镇启动产业园建设，一共建设4栋标准化厂房。“我们边建边招商，当时已经和外边两家企业谈好，一家租赁两栋。但厂房即将建成之时疫情爆发，只有一家企业租赁一栋，其他三栋眼见着就要闲置。”何海明回忆说，“镇党委当机立断决定降低产业园入驻门槛，暂时放宽了企业设备工艺标准的要求。”

就这样，在外经商多年的本镇人周纪和带着他的二手设备入驻了园区。入园这个选择，让周纪和的生产管理发生了翻天覆地的变化。“标准化厂房，无微不至的服务，大到政策支持、用工招工，小到夜间巡逻、卫生保洁，面面俱到。”他自己也由此化身为产业园“代言人”，“以商招商”引来了4家企业入园。

在园区经过几年心无旁骛的生产经营，周纪和早已淘汰了最初的二手设备、完成了技改，产值也从入园时的5000万，到今年冲刺1.5亿元。

而建园之初那个唯一的招商引资企业——望江硕丰纺织有限公司，已经成为这个园区投资最大、产值最高的企业。“当时完全是抱着试试看的心态来的，只投了2条生产线。”公司总经理汪振华说，“现在已经有12条生产线了，产值也从最初的2000万壮大到现在的8亿元。”

“比如说，我们这是集体土地，没办法用厂房抵押贷款，镇里就想想办法，让我信用贷款500万，不需要任何抵押物；比如说，今年受整体行情影响，回款慢，流动资金紧张，镇里又帮我们到县资金池争取到了400万的过桥资金……”汪振华滔滔不绝地向记者讲述着。

像这样，一家一家引入，一年一年壮大，如同小蚂蚁搬家，产业园内陆续“搬”来了18家企业，“搬”出了7家规上企业，长岭镇也“搬”成了中国服装棉纺织制造名镇。



孙村镇被誉为安徽纺织服装第一镇。

孙村镇：品味风尚，小镇霓裳

安徽省芜湖市繁昌区的孙村镇，有一个江南小镇，小镇不大，却是“中国服装制造出口名镇”，被誉为“安徽纺织服装第一镇”，它就是位于繁昌区的孙村镇。

安徽纺织服装第一镇

孙村镇，是一个历史悠久的小镇，也是皖南特色的旅游小镇。约 240 万年前，亚欧大陆最早古人类活动遗址“人字洞”就位于这里，见证了人类的沧桑巨变。抗日战争时期，谭震林率新四军三支队在这里打击日寇，塘口坝血战的胜利名垂青史。而真正让孙村镇在业内名扬天下的，还是这里勤劳淳朴的人们，和他们奋斗不息的精神，以及日臻完善的园区体系。

孙村镇位于长江南岸，地处长江经济带中部，是长三角地区重要门户，连接长江中下游和中西部地区重要通道，是安徽省全面融入长三角国家战略的核心区域，区位优势明显，同时被合肥经济区和南京经济圈覆盖，毗邻 40 多座大中城市，4 亿人口的巨大消费市场，强大的市场辐射能力为企业提供了广阔的发展空间。

孙村镇的服装产业起步于上世纪 80 年代末。1988 年成立了第一家镇办集体服装企业——繁昌县针织服装厂；到上世纪 90 年代中期，已有 3 家规模服装企业，10 多家配套企业，初步形成服装产业发展基础。

从第一家镇办企业到逐步形成服装产业链集群，2016 年，孙村镇的服装销售收入进入百亿军团，经过近 30 多年聚集发展，孙村镇已形成集纺织、染整、制线、水洗、印花、成衣加工、包装和物流等为一体的纺织服装产业链条，年加工生产能力达 2 亿件套以上。



打造最贴心产业园区

整个芜湖市繁昌区的纺织服装产业集群地主要在孙村园区，并仍在不断调规扩容。园区内，道路、绿化、电力、供水、排污、通讯、燃气、蒸汽等配套设施完备，园区承载能力不断增强。现拥有纺织服装及相关配套企业近 300 家，其中法人公司 230 家，个体近 70 家，其中规上企业 53 家，纺织服装产业直接从业人员 3 万余人。作为繁昌区的传统优势产业，在保证税收、稳定就业等方面起到了十分重要的作用。

历久弥新，小镇孙村有着自身的魅力。园区内硬件设施完备，政策扶持力度强，“一站式”为企业服务快速高效。园区始终坚持“百分之一”工作法，以服务好现有企业就是招商引资为思路，坚持“围墙内的事企业负责，围墙外的事园区负责”原则，落实“不见面审批，最多跑一次”政策，当好企业需求帮办员、安全环保宣传员、非公党建指导员，努力创造一流的营商环境，以多方位的奖补政策，激励民营经济创新发展。

近年来，孙村镇从来料加工、贴牌生产到创立自主品牌，从跑订单到建立“互联网+电商”营销新模式，顺应时代发展，砥砺前行。小镇直播间停人不停机，在淘宝、天猫、京东、拼多多、抖音、快手等线上平台都有所斩获。

今年，孙村镇还开展了“淘服节·休闲创客沙龙”、行业技能大赛、创新论坛等活动进行业内交流，并实施人才战略，为行业发展提供人才保障。

明星企业带来无限可能

如今，孙村镇园区内已经入驻了很多明星企业，以各自特色发展实现市场突围：安徽中天纺织科技股份有限公司成立于 1997 年，由原大型国营芜湖印染厂改制而来，是解放军军需被装材料一级供应商、军需装备科研承制商及军需功能纺织材料试验基地。

芜湖市华阳服装集团是一家集针织/梭织服装研究、设计、制作和贸易于一体的大型民营企业集团。技术力量雄厚，有包括资深服装设计师、工艺师在内的各类专业技术人员 300 余名。长期合作的客户和品牌主要有 Costco、GAP、H&M、Levi's、Qvc、C&A、Target 等，公司已通过 WRAP、SEDEX、GRS 认证。

芜湖乐驼智能制造有限公司由意大利 LOTO 集团投资设立，是集纺织服装研发、设计、生产、加工、出口、销售于一体的服装企业。主要生产羽绒服、棉衣、夹克等外套类服装，为世界各著名服装品牌提供服务与生产支持，销售网络遍布欧洲各国及美国多个区域。

安徽省泽乾服饰集团有限公司已形成设计织造、面料开发、印花、成衣一条龙服装生产模式。一直以来为世界各大知名品牌生产高端服装产品，获得 ISO9000、ADIDAS、BSCI、WRAP 等多家认证，深受客户好评。公司与李宁、特步、PUMA、无印良品、CK 等知名品牌长期合作，2022 年还创立了自主品牌 IACTS。

星光不问赶路人，对历史的最好纪念，就是创造新的历史。而孙村镇始终踏在时代奋斗的浪潮上，怀揣信义，广邀天下朋友，在新的历史征程中不断追光向前。

达州市渠县：解码户外赛道，打造 500 亿级产业集群

从零散的家庭作坊到规模大、外向度高的产业集群，从单一加工型生产企业转变为多元融合型发展企业，渠县深度聚焦户外纺织服装产业新赛道，全力打造“中国西部轻纺服饰时尚之都”。经过短短几年的发展，全县拥有户外纺织服装企业 129 家，从业人员 1 万余人，成功创建“国家外贸转型升级基地”“中国西部服装服饰产业承接基地”“四川省国际品牌服装加工‘智’造基地”和“四川省户外服装生产基地”，一座魅力四射的轻纺服饰时尚之都正加速崛起。

立足中西部，聚势轻纺服饰

面对复杂的市场竞争局势，小县城如何破局重生，又如何打造出“中国户外纺织服装名城”？

渠县是成渝经济圈的结合点，区位优势突出、人力资源丰富，服装服饰产业发展潜力无限。近年来，渠县抢抓四川省委、省政府把食品轻纺产业纳入“六大优势产业”和“深入推进新型工业化，加快建设现代化产业体系”“培育形成六大万亿级产业”战略契机，立足产业基础、区域交通、人力资源优势，将轻纺服饰定位为渠县“首位产业”，出台《建设中国西部轻纺服饰时尚之都的决定》《渠县纺织服装产业 2023—2025 发展规划》，全力建设“中国西部轻纺服饰时尚之都”。

渠县大力引进行业“单打冠军”“隐形冠军”“链主型”企业，四川贵康服装有限公司犀牛智造合作工厂、安踏合作伙伴嘉源体育、兴安泰（森马）服饰、铭圳纺织、航彩纺织、鑫富纺织等龙头企业竞相落地渠县，坚持“链主企业+产业集群”双轮驱动，注重企业、产品、品牌的“梯度培育”，既让规模企业“顶天立地”，又使微型企业“铺天盖地”，全县 129 户轻纺服饰企业中，轻纺服饰类乡村共富工坊 58 家，规上服装服饰企业 32 家，其中户外服装服饰规上企业 20 家，年总产能 3600 万件、产值 43.1 亿元。

渠县轻纺服饰品类多样涵盖防风衣、滑雪服、雨衣、夹克等 13 个系列品种，目前已拥有晋恒、天露、恒辉、渠之秀等自主品牌 20 余个，国际国内知名合作品牌 33 个，产品远销美国、加拿大及欧洲等多个国家和地区。

为进一步夯实产业基础，做大做强产业，渠县打造产城融合强载体——西部轻纺服饰产业城，目前已建成 100 万平方米标准化厂房、5 万平方米职工倒班房、12 万平方米职工限价房，1 万平方米职工食堂已投入使用，配套学校、医院也在加快推进。如今，产业城内已聚集 42 家轻纺服饰品牌企业，东丽集团、弘曲线业等一批优势链主企业正深度对接洽谈。不仅是在产业城，在渠县宝城镇、三汇镇、土溪镇等乡镇的多个“共富工坊”内，飞针走线的忙碌场景比比皆是，渠县轻纺产业热度不断升温。

为了鼓励更多企业加入轻纺服饰产业集群，渠县把要素保障作为支持产业发展的生命线。县委县政府先后出台轻纺服饰产业“发展十条”“用工十条”，园区标准化厂房实施前三年免租、后两年减半，同时，持续深化“最多跑一次”改革，全过程推进效率革命，实现“一枚印章管审批”、企业办事不出园等制度优势。



渠县正在全力打造中国西部轻纺服饰时尚之都。

建圈强链，赋能产业壮大经济

未来，渠县还将突出新型工业化主导地位，持续强化政策支撑、提高产业能级、壮大产业集群，力争 2027 年轻纺服饰企业达 200 家以上，总产值实现 500 亿元，全力构建“中国户外纺织服装名城”特色产业集群。

一是全产业链发展户外纺织。加快印染环评修编准入，强化园区“飞地合作”模式，探索专业分工、基地协作、订单合作等，建设 200 亩渠县印染产业园。深入开展延链补链专项行动，积极引进服装面料生产、印染、设计、成衣制造等配套产业，构建纺纱、织布、印染、服饰全产业链。

二是打造中国户外纺织服装名城。坚持“政府引领、行业主导、企业主体”工作推进机制，以西部轻纺服饰产业联盟为纽带，推动渠县“中国户外纺织服装名城”逐步成型。积极依托全省特色产业园区（轻纺服饰）、国家外贸转型升级基地等平台，大力承接东部产业转移，打造“中国户外纺织服装名城”特色产业集群。

三是加快推进产业集群集聚发展。进一步建强园区载体，建设 400 亩生活配套区，打造 50 平方公里省级百强经开区。充分利用立体交通网络优势，打造“一枢纽（多式联运物流枢纽）、两中心（渠县西部服装服饰贸易港、三汇物流中心）、三服务站（涌兴、有庆、临巴）、N 服务点（村级网点）”的物流空间布局。目前，渠县正规划建设现代智慧物流产业园、纺纱织布及面料辅料产业园、渠县服装服饰省别合作园区、西部服装服饰贸易港等产业重点项目。

四是持续提高区域品牌影响力。深入贯彻“数字强国”“网络强国”“科技强国”发展理念，建立“渠县织造”地标品牌，加快推进户外纺织服装订单中心、设计中心、检验中心等“十大公共服务平台”建设，打响渠县纺织服装“全新招牌”，融入纺织服装行业智能制造“朋友圈”。

岁月积淀底蕴，实干铸就辉煌。渠县纺织服装人在持续奋斗着，在新一轮发展竞争中占得先机、赢得主动。渠县将继续坚持轻纺服饰“首位产业”首位发展，深入推进新型工业化，加快建设现代化轻纺服饰产业体系，推动产业走向更高质量发展道路。

► 先锋企业推介

致景科技：赋能纺织服装产业智变升级

致景科技成立于 2013 年，是领先的纺织服装产业互联网企业、国家高新技术企业。旗下拥有“百布”“全布”“天工”“飞梭智纺”“致景金条”“致景智慧仓物流园”“致景纺织智造园”等业务板块，致力于通过大数据、云计算、物联网等新一代信息技术，全面打通纺织服装行业的信息流、物流和资金流，构建纺织服装纵向一体化的数智化综合服务平台。

创立初始，致景科技专注解决行业“找布难”的问题，通过链接上游供应商，建立标准化的布料信息库，再运用准确的技术系统进行高效匹配，完成交易闭环。从“百布”到“全布”，是致景科技深入纺织行业上游生产制造环节的重要一跃。依托自研的“全布”纺织工业互联网平台和“飞梭智纺”工业互联网数智化系统，以纺织生产制造为核心，全面打通纺织行业原料采购、纱线、坯布、染整等生产交易环节，形成纺织产业链采购、生产、销售、交易、金融、仓储、物流等业务环节数据互通、产能协同、资源共享。目前，“飞梭智纺”已接入全国 9000 多家纺织企业、70 多万台织机。

在完成上中游的原材料生产制造数智化升级、布匹流通信息高效匹配后，致景科技开始布局下游服装制造环节，通过“天工”一站式服装智能制造云平台为服装企业提供柔性供应链服务，以云设计、云版房、云工厂构建服装制造全链条环节，构建服装出款速度快、面辅料交付快的小单快反服务体系。“天工”平台中有诸多数智化工具，Fashion 3D 软件从服装设计初期的制版环节切入，解决服装制造在设计阶段“出款流程复杂、反复、周期长”的痛点；易菲系统则通过 RFID 电子工票，结合 ERP 生产管理数据，帮助服装企业自动高效地采集生产流程数据，提高生产效率、改善现场管理、提升综合管理水平。

此外，致景科技还通过汇聚产业链资源，实现了产业链上下游企业间协同，为纺织服装企业提供科技金融解决方案，解决“融资难、融资贵”的痛点。

在创新仓储物流服务上，“致景智慧仓物流园”立足纺织服装产业链，第一次将大规模自动化设备以及平台化运营模式投入到纺织仓储环节，为优化和重铸纺织面料“仓储管理 +



致景科技充分发挥纺织产业链整合优势，助力产业发展。

物流配送”打造数智化管理运营模式，实现管理智能化、服务便利化、运营智慧化。

集群化方面，致景科技在四川宜宾市等中西部地区与政府共建致景纺织智造园，大幅降低了纺织生产成本，助力纺织产业转移。在绿色化方面，致景科技以绿色园区体系管理要求和碳足迹管理标准、LCA 可持续发展理念为依托，建设创新绿色工业园区管理、监控和评估系统，推动行业低碳循环发展。

未来，致景科技将继续发挥纺织产业链集成整合能力，为纺织服装产业的数智化转型及柔性供应链发展提供扎实的服务与数字底座，构建“数字化 + 智能化 + 集群化”的良好产业生态。

环思：用数字链接全产业链

在纺织行业，从一根丝，到一匹布，再到成衣，最后到消费者手上，这其中需要流经数家企业。当前纺织服装业，有时即便一个小小标码都是各有标准、各成数据，这是传统纺织业的一个“短板”，也是转型升级的一个改革方向。

“如果有统一标准、统一数据贯穿纺织行业，纺织企业的效率还能有进一步的飞跃。”绍兴环思公司负责人介绍说，环思以打造智慧型产业领航者为目标，专注纺织产业，以智能制造为手段，打通纺织全产业链、生产制造关键环节的数据流，并开展生产模式、商业模式的变革，实现纺织行业劳动生产率、柔性生产效率的大幅提升，以及产品质量、资源能耗的改善，从而助推我国纺织行业向高端化发展。

绍兴环思智慧科技股份有限公司于 2002 年在上海注册成立，并于 2005 年注册成立绍兴环思公司，2016 年 12 月成功挂牌新三板。公司主营业务为纺织全产业链信息化软硬件的研发、销售及配套服务，已发展成为全球领先的纺织行业智能制造方案提供商。



环思已经成长为了国内领先的纺织行业管理软件开发商。

环思作为一家覆盖全产业链的信息化公司，拥有纺织服装全产业链数字化管理信息系统，可为纺织企业提供自主研发的 ERP 管理软件、MES 及 IOT 等辅助功能模块，以及实施及运维服务等信息化、智能化综合服务产品。

“环思”开发的智慧工厂、产业互联网等产品覆盖了纺、织、染整、服装、贸易等各个环节，是国内可提供全纺织产业链信息一体化的软件企业。

突破性的技术创新，让环思荣耀加身，先后获得中国纺织行业信息化成果奖（解决方案奖）一等奖、中国纺织行业工业互联网

网平台示范项目、中国纺织第二批纺织行业“专精特新”中小企业、中国纺织纺织服装行业数字化转型解决方案重点推广企业等荣誉。公司还入选了工信部第一批财政支持中小企业数字化转型试点平台名录。

经过二十年的耕耘，环思已拥有超 500 人的专业技术团队，积累了 4000 多家行业信息化案例，其中包括鄂尔多斯、山东如意、罗莱家纺、雅戈尔、安踏等近 50 家上市公司。

公司目前在上海、杭州、兰溪、青岛、广州等全国纺织集聚地设立子公司与办事处，已从单一的企业数字化服务供应商成长为国内领先的纺织行业管理软件开发商。TA

飞榴科技：让做鞋服更简单



飞榴科技凭借 AI 技术为鞋服产业带来变革。

入选 2023 年中国数字新消费“供应链管理最佳服务商”榜单、入选世界经济论坛“2023 年全球 100 家技术先锋公司”榜单、成为“亚马逊云科技创业加速器”首批入营企业、作为阿迪达斯全球供应链软件服务商受邀出席阿迪达斯北亚地区峰会……今年以来，苏州飞榴科技有限公司凭借对 AI（人工智能）技术的变革应用屡获殊荣。

飞榴科技成立于 2016 年，是一家专注于鞋服产业互联网的高新技术企业。致力于 AI 技术在鞋服供应链领域的应用，旗下拥有针聪明、衣览、黑袋子 app 等 SaaS 产品，提供涵盖鞋服智能制造、供应链协同、智慧营销等全产业链数智化解决方案，构建鞋服产供销一体

化产业互联网服务平台。

飞榴科技创始人兼 CEO 费翔从小在服装工厂长大，后来，他和伙伴们投入到了服装供应链领域研究中，从生产端切入，将 AI 技术引入服装工厂，用数字化手段管理生产，锻造柔性生产的能力。秉承“世界是我们的工厂，让做衣服更简单”这一愿景，飞榴科技自主研发出了基于快速部署的轻量级 SaaS 化应用——SewSmart 针聪明智慧生产协同系统，该系统在不影响工厂正常生产的情况下，3 天左右即可完成上线使用。

费翔表示，成本和效率是压在传统鞋服企业头顶上的两座大山，SewSmart 智慧生产协同系统从生产制造端入手，通过“轻改造”的方式帮助企业建立柔性快速反应生产能力，促进敏捷制造、精益管理，这也是大多数鞋服企业拥抱数字化变革的第一步。

“未来，我们将把通用型模型做成基础模型，然后在每个垂直行业复制，其运营核心是数据、场景以及算法，以此形成闭环。”费翔表示，除了鞋服行业之外，所有离散型制造，AI 模型都能适用。因为连续性制造相对稳定，

其整个流程是固定的。而离散型制造中工人的熟练程度依然占主要部分，通过 AI 技术模拟熟练的工人，可以同时实现效率与成本最优解。过去培养一个熟练工人可能需要十多年，使用 AI 技术模拟后，只要几天即可。

在对鞋服产业持续不断的深耕与挖掘中，飞榴科技也实现了从单一制造向综合服务能力的跨越，以智慧交易为核心的“黑袋子”APP 广纳海量鞋服产业资源，为产业链上下游提供“智能推款、选款组货、供应链生产”一站式服务。而最新推出的衣览 SCM 则切入品牌企业供应链协同管理痛点，帮助构建智慧、协同、高效的柔性快速反应供应链体系，还能与 SewSmart 和“黑袋子”联动起来，促进整个产业链的高效率、高周转、高盈利。

目前，飞榴旗下产品除应用于阿迪达斯、斯凯奇、维多利亚的秘密等国际知名时尚品牌的一线代工厂外，还广泛应用于常熟、东莞、宁波、丹东、南通、义乌等多个服装产业带签约落地的近千家居服数智化工厂，赋能区域传统服装产业数字化转型，惠及数万服装工厂一线产业员工。

世界羊绒看中国 中国羊绒看清河

清河羊绒 QINGHE CASHMERE

中国羊绒之都 清河

羊绒小镇

WELCOME



让家纺消费热起来！ 看柯桥纺企如何走好这一步棋

■ 本刊记者_边吉洁 文/摄

作为柯桥纺织产业链中的一个重要类别，柯桥家纺面料产业在时代发展中不断蜕变成长，如今，已形成了从单一品类延伸到床上用品、窗帘窗纱、酒店用品、布艺装饰等的完整产业链，具有独特优势，成为中国轻纺城最具特色和潜力的支柱型产业之一，更在全国家纺行业中占有一席之地。

日前，商务部等13部门发布《关于促进家居消费若干措施的通知》，致力于释放家居消费潜力，着力构建“大家居”生态体系。家纺作为家居消费的重要领域之一，在拉动消费、扩大内需方面扮演着不可或缺的重要角色。

那么，这么多的重磅政策出台，又给柯桥家纺市场带来了怎样的变化呢？《纺织服装周刊》记者深入市场与家纺面料经营户面对面交流，发现柯桥许多具有前瞻性思维的家纺企业早已开始了全新的探索，借助功能、时尚、消费新趋势，提升服务质量，拓展销售渠道，争做家纺行业“生力军”。



专注健康，为美好生活护航

随着生活水平的提高，和对健康生活品质的追求，人们越来越关注产品的安全性、舒适性与环保性，家纺市场作为以客户为导向的消费市场，关注消费者需求，已经深入家纺企业发展的基因之中。

今年，中国睡眠研究会在《中国睡眠研究报告2023》指出，受访人群中大多存在着不同程度的睡眠困扰。睡眠时长有待增加，睡眠质量自评有待提升。“家纺产品与人们的睡眠健康密不可分，消费者对家纺床品的品质、功能性等方面十分关注。”绍兴柯桥金蝶纺织品有限公司总经理张伟芳说，“金蝶纺织一直以来都致力于提供优质、舒适的产品。推出速暖睡眠面料和毛感产品，也是金蝶纺织对这一承诺的体现，让更多的消费者能够体验到这些优秀的产品，享受到优质睡眠的乐趣。”

基于“助力健康生活”的理念，金蝶纺织今年下半年主推的速暖睡眠面料——速暖针织德羊绒，凭借创新科技打造核心竞争力，给肌肤带来更高效的暖度提升，手感也比纯棉更柔软细腻，舒适感会使人更轻松、快速地进入熟睡状态。这种面料尤其适合秋冬季使用，在与肌肤接触所带来的瞬间暖感提升达3℃，拥有真正贴肤即暖的超级触感体验。

同样，作为全国知名的一级面料生产商的浙江伊家亿家纺科技有限公司也时刻关注着消费者对健康生活的需求变化。“随着消费

升级，消费者对家纺产品的安全性、环保性提出了更高的要求，目前我们的产品采用了兰精天丝纤维、植物纤维等，活性印染的印染工艺，无有害物质添加，环保且安全。”销售经理陈阳说道。

引进最先进的纺织技术，开发最新颖的纺织产品，伊家亿家纺在面料研发上下足了功夫，产品涵盖空气纤维面料、天丝面料、纯棉面料、混纺面料等多个品类，从纯棉到混纺，从常规到具有透气透湿、除菌除螨等功能性，实现了高端品质、绿色环保、舒适健康，为消费者提供更安心、多元的选择。

深度挖掘需求，为品质生活赋能，家纺企业围绕需求持续性地开展新品研发，在材料、科技等多维度焕新产品，最终实现着与消费者的双向奔赴。

温暖入心，在简约中寻求别致

《庄子·天道》有言：“素朴而天下莫能与之争美”。的确，现代社会中，高端时装、摄影艺术、电影表现手法等往往通过单一色彩来体现出高级感。极简才是极美，相比起奢华艳丽的色彩，极简风、简单时尚更被现在的年轻群体所偏爱。而这样的风格，自然也成为了家纺市场流行的趋势。

在金蝶纺织的门店里，陈列着的大多是纯色产品，虽然看似朴素低调，但又透露着一种经典品质感。“我们的客户群体年龄集中在30—50岁之间，在系统的调研客户需求后发现，偏素雅、经典的风格更容易被他们所接受。”张伟芳说道。凭借近30年的品牌运营经验，张伟芳表示，简单的设计反而能够长存于市场，有时作为面料源头供应商要在客户能接受的程度上去慢慢创新，不能流行什么就去做什么，改变太快反而会失去客户。

据介绍，金蝶纺织已推出今年下半年新品，主要推出的毛感面料基本为灰色、淡紫、浅粉等纯色产品，暖色调的色彩将惬意和治愈的感觉表现得淋漓尽致，将舒适质感与精致低调完美结合，

十分符合他们客户群体追求简单、高品质生活的需求。

同样瞄准简约风市场的爱丽佳家纺也有着自己的应对策略。其负责人卢文广告诉记者：“以往床品基本以印花为主，现在偏向于纯色，但单一的纯色过于单调，因此我们打破陈规，创新思维，在纯色的基础上采用了暗提花、剪花等工艺，使产品更具美感与精致感。”

卢文广特别介绍了今年新推出的“臻慕丝·提花”和“臻慕丝·剪绣”高端系列，只见提花暗纹的设计让花型在灯光下若影若现，低调不失气质。据介绍，臻慕丝系列主打新中式、欧式风格，每一款花型和面料都经过了反复的考量与修改，使精致的花纹与面料材质完美结合，相得益彰。

在简约中寻求变化，在经典中创新设计，像金蝶纺织、爱丽佳家纺这样的众多家纺企业顺应潮流，瞄准市场的真实需求，精心打造出贴近消费者内心的产品，才能在市场中获得份额，维持企业的长久经营。

赋能前端，打造一站式营销服务

客户是企业生存和发展的核心资源，企业要长期经营，必须拥有长期留存的客户，而好的服务是长期留住客户的关键。特别是产品在价格、品质相差无几的情况下，服务是客户最看重的部分。

在客户运营方面，爱丽佳家纺就有自己的门道。“服务是第一位的，先服务好老客户，再通过老客户介绍新客户，口碑相传，让爱丽佳家纺在行业内有了好口碑，别的新客户就会主动找上门来和我们合作。”卢文广说道。据了解，爱丽佳家纺已在全国拥有200多家城市加盟店，并通过客户细分，做到了一城市一店，同时提供最好的运营扶持服务，使每个城市的加盟店都有自己独有的拳头产品，在促进加盟店成长的同时，也避免了加盟店之间的竞争。从客户需求出发，让客户与爱丽佳家纺建立了相互信赖、共同发展的长期关系。

此外，在向客户推广产品时，爱丽佳家纺会提前准备好各类产品的详细资料，包括产品的照片、视频、产品优势及应用领域介绍等，为客户做好前端基础工作，使客户快速了解产品并向终端消费者进行推广。卢文广表示，近年来，市场行情整体不稳，爱丽佳家纺把维护好客户作为企业的首要任务，因此市场消费持续低迷中，爱丽佳家纺依旧能保持着销售额的稳定和新客户的增加。

无独有偶，伊家亿家纺也致力于制定整店输出合作计划，从图纸设计、店面装修、开业运营提供一整套合作运营方案，使合作乡镇面料小店在形象设计、营销模式上提升。此外单一小店还能加入品牌的销售网络，提升产品销售业绩，实现盈



柯桥家纺企业始终围绕满足市场需求实施变革。

利的增加。

据了解，在伊家亿家纺总部设有大型展厅、五星级旗舰店和成品店，同时还拥有大型仓储中心，为前端销售提供了高效便捷的仓储物流系统。“伊家亿家纺的产品销售网络覆盖全国30个省市，同品类产品市场销量也名列前茅。未来，伊家亿家纺将继续探索新的合作模式，与更多的乡镇小店合作，以此提升品牌影响力和市场竞争力。”陈阳说。

无论是通过打造新产品、新场景还是提供新服务，柯桥家纺企业的共同方向都是向着满足市场需求在实施变革。随着消费者需求的不断变化和市场竞争的加剧，企业基于自身的属性特点，向上下游延伸，探索属于自己的发展道路，在流行趋势发布、产品研发设计、品牌营销服务等方面发力，深入地理解消费者的真实需求和痛点，共同为消费者提供更全面的解决方案。□



新丝路上的纺城追梦人 ⑤

巾帼绽芳华，凝心逐梦绘家纺蓝图

访浙江闻翔家纺服饰有限公司创始人洪孟飞

■ 本刊记者_边吉洁



洪孟飞

创业，从来不是一件简单的事，其中充斥着各种未知与困难，没有人会随随便便成功。浙江闻翔家纺服饰有限公司创始人洪孟飞，就是这芸芸创业者中的一员。创业维艰，多年的拼搏之路，让洪孟飞身上散发着敢打敢拼、积极向上的精神力量，坚韧、自信、投入，巾帼不让须眉。

创业之初，凭一根扁担就敢挑着服装面料进广交会推广营销，有一台旧的经编机就敢接单生产，在洪孟飞的带领下，闻翔家纺从无到有，从弱到强，历经二十余年风雨，贯彻“诚信、合作、传承、创新”的企业精神，稳扎稳打，成长为一家集经编织造、针织、绣花，拥有专业研发、先进加工生产线的优秀企业。

二十余年间，闻翔家纺先后获得了“浙江省知名品牌”、“浙江省成长型企业”、“中国经编企业创新企业”、“《窗帘用经编面料》行业标准起草单位”、“国家火炬计划项目单位”等荣誉，成绩斐然。服装面料、窗帘、台布、水溶花边等产品也远销美国、加拿大、新西兰、马来西亚、澳大利亚、日本及欧洲、南美等国家和地区，凭着良好的信誉和优异的产品质量，深得国内外客户的信任与青睐。

主动创新，于变革中抢占先机

近年来，随着家纺终端消费者对产品多样化、功能性、环保属性等要求的提高，全球家纺行业处在不断变革之中。窗帘作为家纺不可或缺的一部分，也开始注重个性化、环保健康、智能化、功能性等需求。为应对全球市场变化，洪孟飞主动出击，带领闻翔家纺抢占风口，以需求为导向，将产品的品类、功能提升到更高水准。

“随着消费市场的健康环保要求越来越高，我们在窗帘材质中加入了更多环保健康元素，例如负氧离子技术、光触媒技术等；在智能化方面有需求，我们就加入了可远程控制、自动开合、语音控制等设计，使得窗帘的使用更加便捷智能化；在产品功能拓展上，除了常规的遮光和防窥视外，增加了隔音、保温、防蚊等多种功能，为客户提供更多样的选择。另外我们十分关注客户个性化需求，提供定制化服务，让他们可以根据自身喜好，结合家装搭配来定制窗帘的颜色、款式等。”洪孟飞说道。

据了解，为应对全球纺织行业绿色、低碳、可持续发展的主旋律，近年来，闻翔家纺从企业实际出发，开展可持续发展创新工作，建设投运纺织科技研发中心，与多所高校院所建立长期合作关系，重点研发高质量纺织品染整技术、节能减排染整技术和印染行业智能制造技术，为绿色低碳发展打牢坚实技术基础，全力打造“现代、高端、绿色、智慧”的纺织产业园区。

行稳致远，专业是长远发展的根基

对于一家企业来说，专业性无处不在。在激烈的市场竞争中，每一家企业为了生存与延续，必须手握独家绝活，将产品做精、做细、做深，才能在市场上占有一席之地。

企业要永续经营，只有靠专业化，洪孟飞深谙此理，“我们企业核心竞争力就在于专业。我的管理理念一直是把专业的事交给专业的人来做。正因不断打磨专业性，别人走三年的路，闻翔用一年就走完了。”

据介绍，闻翔家纺的专业体现在两个方面：一是人才的专业。闻翔家纺与浙江理工大学、东华大学等高等院校建立人才输送计划，为企业长期发展所需专业人才储备了力量。在技术、生产、研发、设计部门都配备了各领域的佼佼者，每个部门专人专项，各司其职，把各个人才的优势与力量发挥到极致。另外公司每年投入大量资金用于公司团队的学习，提升团队的专业素养和创新能力，实现团队和公司的持续成长。二是产品的专业。工欲善其事必先利其器，闻翔家纺每年会投入大量的精力进行设备的升级。为了产品升级，闻翔家纺先后创办了闻翔家纺、闻翔机械、闻翔针织、闻翔研发中心，形成了窗帘产业链的全面发展，拥有了在产品功能、颜色、设计、工艺上的全方位创新能力。

汇聚众力，帘创共享铺满全球

近年来，世界经济不景气导致的全球市场购买力下降，中国的外贸出口面临着诸多挑战。闻翔家纺作为一个深耕外贸多年的企业，自然也身处其中。对于如何应对这一困境，洪孟飞有着自己的思考，“在我看来，需要品牌实力整体的提升，包括原创设计、趋势发布、产品质量等方面。汇聚众多行业力量，一同打造一个拥有国际影响力和话语权的品牌。”

多年来，洪孟飞去到世界各地，看过国外无数品牌，她发现，国外许多百年老店，规模和质量远不及国内企业，但品牌运营却做得很好。而反观国内窗帘行业，经过这么多年的发展，仍没有代表性的品牌出现。大部分企业品牌意识缺乏，还处于给国外品牌商代理、贴牌阶段，企业利润低，难以生存。

面对如此现状，洪孟飞雷厉风行，以柯桥产业基地为依托，由闻翔家纺牵头成立了200多家窗帘窗纱企业联盟的“闻翔帘铺”，意喻“帘创共享·铺满全球”。这一平台，创新经营模式，融合优质的经销商、供应商，聚合资源，做到专业细分、专长发挥，最终实现全产业链优化赋能、利益共享。

在当地政府的支持下，闻翔家纺正集数百家企业之力，以帘铺平台为依托持续引入并转化国内外市场流量，为优质窗帘企业、国货品牌的建设提供指引与动力。据悉，闻翔帘铺计划在十年内，在全球打造1000个体验馆、1万个网点、10万名分销人员，实现帘铺服务全球覆盖。TA



Focus / 聚焦

“天天时尚”走进蒲荡夏村

■ 本刊记者_边吉洁

近日，由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办的柯桥“天天时尚”系列活动——2023Y' MIN“自我”新品发布会在杨汛桥街道蒲荡夏村 CALL BLOCK 豪车俱乐部盛大举行。

活动由柯桥“天天时尚”携手 Y' MIN 品牌和柯桥亨达丝绸纺织有限公司、和睦纺织有限公司、乘盛纺织有限公司、纬衣纺织有限公司、恒峰纺织有限公司五家面料企业联合呈现，推出轻便的秋装和大气冬装两个系列。模特们身着靓丽新品，为观众带来一场集合了时尚与科技、年轻力量与独特设计的视觉盛宴。

发布会上，设计师张倩雅表示，品牌的产品特别选用了柯桥的羽绒面料，这种轻薄且更具科技感的秋冬功能性发热面料，保暖效果更佳，穿着体验更舒适，完美诠释了时尚与功能的融合。

此次活动柯桥面料企业和设计师强强联合，是“时尚+文旅+直播”的一次新尝试，为柯桥纺织带来了可贵的机遇，为时尚文旅的发展指引了方向。这种企业与设计师的双向赋能合作，一方面为设计师提供了更多选择，借助柯桥面料企业的资源和技术，呈现出更优秀的



新品发布会现场。

作品；另一方面，柯桥面料企业也可以通过与设计师的合作，创新设计理念，提升市场洞察力和产品竞争力。

近年来，随着“天天时尚”系列活动持续开展，越来越多的独立设计师走进柯桥，走进柯桥面料企业，促进了独立设计师与柯桥企业之间的互动和交流，为柯桥的纺织业发展注入了新的动力，也为柯桥纺织带来了更多的时尚创新和惊喜。

全产业链工程师赋能市场转型升级

近日，“产教融合·协同创新——全产业链工程师赋能市场转型升级”活动在中国轻纺城集团所属联合市场顺利举行，来自纺织科研机构专家学者及部分市场商户受邀参加本次活动。

活动现场，绍兴市纺织工程学会理事长段亚峰教授作了题为“基于现实场景数字元素的面料花样设计方法”的演讲；浙江理工大学绍兴柯桥研究院总工程师沈一峰教授讲解了“纺织品数字化卡助力企业行销天下”；西安工程大学柯桥纺织产业创新研究院副院长、高级工程师魏乾阳就“智能取色重塑色彩感知力”为在座观众介绍了便携式测色仪这一技术成果。此外，绍兴数智科技有限公司总经理周超对“浙里工程师”多元跨场景应用技术进行了推介。

今年初，中国轻纺城集团股份有限公司推出了2023“布行天下”系列活动，依托常态化举办新品、潮品发布会、隆市对接会等形式，双线并行优化市场营销环境，推进市场迭代升级。据了解，截至目前公司已举办各类隆市活动45场次，新品发布会14场次。

本次活动围绕资源共享、数转智改、交互服务等内容，以市场为导向，以企业为主体，为到场的市场经营户演绎和评析了数字化应用技术，有助于激发现代纺织市场无限的动力和可能性。活动相关负责人表示，接下来公司将切实发挥“市场+产业”的独特优势，从服务经营户的多元需求、助推纺城企业转型升级角度出发，继续推动柯桥纺织产业向高端化、品牌化、时尚化、数字化、绿色化迈进。

(周榆清)

时尚创意进市场，论坛、走秀、静态展轮番上演

2024 纺织面料的时尚趋势是什么？企业应该如何进行面料创新设计？近日，由中国轻纺城建设管理委员会主办的时尚创意论坛暨浙江原色 2024 春夏新品发布秀活动在中国轻纺城联合市场 5 楼时尚发布厅顺利开展。活动以时尚论坛、时尚走秀、静态展示的形式，为纺城经营户带来全新的创意设计思路。

活动现场，原中国男装设计交易中心创意总监、趋势研究员王楠在“时尚流行趋势赋能面料设计——2024 春夏面料设计热点解析”中提出“3D 打印+面料智能”纺织品、数字艺术、可持续设计将会是 2024 春夏面料设计的热点。她详细讲解了 2023 至 2025 春夏色彩演变与前沿的流行元素，解析了色彩、图案在面料设计中的实际应用。

浙江原色数码科技有限公司总经理助理孔燕以“图布智能试衣，赋予面料新呈现”为主题，具象化展示了软件功能、专业的模拟试衣功能为纺织企业呈现产品特色时带来的便捷，并针对性地为企业提出可行策略与创新的构思。互动环节中，企业积极参与，纷纷表达了各自在纺织品创意设计中的困惑与观点。

此外，由浙江原色数码科技有限公司带来的 2024 春夏新品发布秀精彩上演，通过多维度的品牌设计变化与现场精彩成衣展示秀，呈现出鲜活动感的视觉盛宴。动静结合，在活动现场更有绍兴彩色棉纺织科技有限公司带来零距离静态展，展出了多款手绘面料，展品将手绘元素创新性融入花型设计，令其独具欣赏性和独特性，吸引了大批参与人员的围观。

此次活动，让时尚创意与纺织服装产业链中各个环节紧密链接，透过专业对话激发创意灵感，助力柯桥打造时尚策源地，为柯桥时尚经济建设提供新方向。(边吉洁)



打破商务与运动的界限

GXG 秋冬发布会重新定义时尚通勤标准

■ 本刊记者_万晗

中国职场青年们该如何通过得体的服装表达自我，怎样去寻找一款“战衣”满足上下班的通勤情景，这是中国4亿职场人不停思考的问题，也是中国服装行业新的细分市场与赛道。9月5日，确定全新品牌定位“更适合通勤的青年休闲男装”的GXG，通过一场“零压通勤秋冬新品发布会”，精彩诠释何谓“刚刚好”的职场风尚。

这是继5月28日该品牌在战略发布会上提出全新品牌概念——“上班穿GXG刚刚好”之后的首次大型公开亮相，全网上直播间累计253.1万人次观看。

无论是将写字楼变成了沉浸式秀场，还是令人期待的“零压系列+大师系列”秋冬新品的惊艳亮相，或是品牌代言人龚俊及明星秀团的云端与现场助力，都在向中国的年轻消费者清晰传达一个生活理念：职场形象需要得体，通勤服装可以时尚。

“零压”&“大师”王炸系列

缓解职场压力释放激情

当今中国职场的青年主力军已进入80后为辅、90后为主的年代，千禧一代初入社会，家庭生活传导的生存压力与职业理想带来的憧憬，让中国职场情绪价值一直都有二元性：压力与激情。而GXG本次大秀推出的“零压系列”与“大师系列”刚好满足上述的中国职场男人的两大情绪价值。

“零压”产品曾在今年夏季取得了惊艳的成绩单，其单款爆品曾创下了同比增长570%的佳绩，本季秋冬零压新品主打“轻盈”，比如多年来一直处于市场领先地位的羽绒品类，个别款的重量只相当于一个手机；另一方面，本季新品还将易打理、轻盈、防污防皱等科技面料应用于羽绒、毛衫及大衣，为职场人节省了大量的服装整理时间。如此一来，轻盈、易打理的秋冬新品带给职场人的使用感受必将是“毫无压力”。

高品质也是男人着装的必备要素，男人的衣柜里可能服装不多，但希望上身即精品，每个男人心中都有属于自己的一个大牌与大师。

“大师”产品出自大师朱塞佩（Giuseppe Marretta）之手，这位之前在Giorgio Armani供职七年的首席设计师，擅长在针织和毛衫领域带来惊艳设计，从本次GXG发布会大秀的新品来看，高品质的面料与工艺、舒适简约的版型极具国际大牌范，将带给职场年轻人一番奢华体验，将国内通勤着装的品质与设计拉升至新高度。

新晋代言人破圈入职

打赢年轻职场人心智之战

卓越的系列产品、国际级设计大师，自然少不了时尚先锋的关注与参与，8月29日，GXG官宣娱乐圈新青年代表龚俊以代言人身份入职，官宣后

至今相关话题在微博平台阅读量已高达8.4亿，互动次数破1336.8万。

后者本身具有的高话题度与时尚形象，无疑非常契合志在“诠释职场通勤态度，解锁职场新视角”的GXG，目前在线上全网渠道、线下的各大专卖店，都能看到龚俊这位职场新青年高频出现的TVC广告、形象大片与新品LOOK，“名牌、名师、明星”的品牌印记令走进商场、穿梭在写字楼之间的男女青年们驻足。

在发布会上，GXG携手王阳、王传君、王安宇、杨天真、James等明星与GXG碰撞出诙谐、犀利的职场态度表达。发布会现场，我们看到了品牌赋予不同人群对职场时尚态度与服装表达的多样性，也对品牌不断传达的“通勤可以更时尚”的理念理解越来越深。

可以看出，善于与年轻消费者沟通的GXG以明星们为纽带，创意短视频为内容，意在快速链接年轻消费人群，抢占目标消费者心智，让“上班穿GXG刚刚好”的品牌理念精准走进中国广大的职场消费场景。

专注赛道、渠道升级

为年轻人打造职场新风尚

GXG战略合作伙伴分众传媒的董事长江南春早前谈到，区别于其他百亿服装品牌如波司登、安踏、九牧王打造单品类品牌冠军，GXG定位通勤、职场的消费情景，这个市场既精准又庞大，是一个极具潜力的细分赛道，市场也足够大。

正如慕尚集团副总裁、GXG品牌总经理吴磊在5月战略发布会上的金句：中国绝大多数男人都要上班，他们都需要找到一个“更适合通勤的青年休闲男装”品牌，而GXG就是他们的不二之选。

除了GXG一直领先业界的线上渠道优势，GXG的线下店铺设计与陈列形式也进行了全新视觉与空间升级。据了解，GXG有78.6%的门店位于一线、强二线和二线城市，分布于24个城市的5万平方米以上购物中心内，进驻了众多消费力强的成熟商圈。

由此，GXG在今年取得了理想的市场效益，慕尚集团总裁、GXG品牌创始人余勇介绍，今年上半年财报显示，公司上半年业绩为四年来最佳，保持了两位数的快速增长。

中国年轻人的职场男装需要好的解决方案，通勤服饰更需要“刚刚好”的时尚表达与匠心打造，随着GXG“更适合通勤的青年休闲男装”定位的提出，能否重新定义中国通勤男装新标准，让我们拭目以待。[TA](#)



白马采购节盛大启幕，焕发时尚之都新活力

9月8日，时尚源点·2023广州白马服装采购节暨广州市正品正货在市场活动在白马全新打造的时尚空间越尚·16 Space盛大启幕。本届采购节以“知识产权保护促进正品原创、数智变革引领产业融合发展”为主旨，开展广州市“正品正货在市场”宣传、全国纺织服装青年联盟创设、原创品牌联合发布、全国纺织服装专业市场数智化发展圆桌会议、百团千人采购对接会、“1+N”供应链（面辅料、箱包）对接会等系列活动，进一步激发消费新活力，为纺织服装行业高质量发展增添新动力。

开幕式上，广州市正品正货在市场活动将白马作为首站正式启动，建设知识产权保护示范区，展示正品广货，打造正品原创放心入驻、采购商放心采购的优质消费环境。广州市越秀区政府和广东省知识产权保护中心签订《广州市越秀区人民政府与广东省知识产权保护中心关于加强知识产权合作框架协议》，为“广州商标审查协作中心（广东省知识产权开发与服务中心）越秀便民服务站”揭牌。

作为正品正货的首站市场，白马站在成立三十周年的全新起点上，以“中国品牌服装国际交易中心”的全新定位和“时尚白马、品质首选”的价值主张进行品牌迭代升级，持续推进知识产权保护建设，制定“四好”产品标准严格品牌的准入、对原创品牌进行认证、重拳打击仿版侵权的行为、加强对原创服装版权的保护，打造中国原创设计品牌基地，引入广东省十佳与众多新锐设计师品牌，对品牌进行培育和孵化，携手品牌商供给高品质粤派服饰货源，擦亮中国服装品牌“黄埔军校”的金字招牌。

采购节期间，白马携手场内邦唯、美其美约、栀子花开、岸上、凡蒂尼、达尔特、唯异等多家原创设计品牌，带来联袂大秀，在倡导原创设计、培育品牌知识产权保护意识的同时，为专业市场的原创设计品牌发出最有力的时尚强音。

为实现纺织服装行业的商贸对接、产销联动，搭建供需双方对接平台，白马在采购节期间邀请了全国多地专业市场的精准采购商开展百团



与会领导和嘉宾见证白马采购节启动。

千人对接会，900+家商户齐发2023秋冬新品和采批政策，市场推出报交通、包住宿、享美食、免停车等百万级重磅补贴，并有专业买手以“设计师品牌、单品类品牌、精品女装、高端男装”四条采购专线免费带逛的形式，实现优质货源的精准匹配对接，让沟通更简单，让采购更直接。

本次采购节除了服装采购对接，白马还与广州国际轻纺城、深圳·上上城国际面料辅料交易中心、浙江中国轻纺城、越秀·中港皮具城等上下游供应链市场近百个品牌开展2023广州白马“1+N”供应链采购对接会。多场专业对接会将促进服装、面辅料、箱包多类型产品的交易，助力采购对接与产业发展同频共振，实现优势互补，开拓服务边界与渠道，驱动产业链各核心环节的资源联动。

锐意创新，亮点不断。白马采购节以全新的方式为采购商带来不一样的体验，以实际行动坚持创新驱动，实现产业链关键要素的整合，促进采购贸易的同时，做好纺织服装行业创新变革的开拓者，引领服装专业市场的发展与升级，为广州千年商都焕发时尚之都新活力作出示范。（罗欣桐）[TA](#)

悦跃生辉，2024 春夏中国国际时装周提振行业信心

9月7—16日，以“悦跃生辉”为主题的2024春夏中国国际时装周在京举行，有超过130场时尚活动在北京751D·PARK、北京饭店等多地接力上演。让人振奋的阵容和规模、快节奏的时尚日程，以及国际时尚资源的回归，展现出中国时尚行业焕新自信与活力。

本季中国国际时装周秀场阵容强劲，秀场多元，各圈层共创璀璨星光。米休芙、劲霸男装、特步、鸿星尔克、真维斯、361度、安踏等头部国民品牌带来重磅秀场；张肇达、武学伟、武学凯、计文波、王钰涛、刘勇等“金顶奖”设计师及一众中国十佳时装设计师呈献星级秀场；10+3 SHOWROOM青年设计师基地计划入围品牌、先锋设计师品牌打造自带流量和“热搜体质”的前卫秀场；“童话小镇”呈现国内优秀童装品牌在时装周倡导下围绕健康、安全、时尚理念设计的各具特色童装作品。

产业集群持续以时尚视角发力高质量发展，在本季时装周上，可以感受到产业热地积极应对挑战、提升设计创新、链条协同发展的信心和魄力。比如，本季时装周联动“中国绸都”江苏盛泽、“皮草之都”浙江海宁、“中国布艺名镇”浙江海宁许村、非遗香云纱产地广东南沙榄核、“中国羊绒防寒服名城”陕西榆林、“冲锋衣之都”浙江三门、河北廊坊“云裳小镇”等重要产业集群地，展示与“金顶奖”设计师、中国最佳/十佳时装设计师、新锐设计师、年轻设计人才等跨界合作成果，以秀为媒、以提升设计生产力为核心，加强产业与时尚设计的嵌合，引领产业升级焕新。

趋势发布、引领潮流，一直是中国国际时装周的重要功能和特点，本季更是如此。前进、黑牡丹、致兴、如意、天虹、赛得利联合推出中国牛仔面料流行趋势发布，盛泽织造携手天缘发布中国可持续锦纶时装流行趋势，恒信、天唯、欧梦尼亚联合发布中国轻奢女装流行趋势，新生SUNTEX中国时尚女装流行趋势发布等，设计师和原创品牌从上游端进行融合创新。

作为中国国际时装周首发、首秀、首展内容的官方配套商贸展会，2024春夏DHUB设计汇以“智能·绿动”为主题，携手海内外先锋时装力量，特别呈现多个重磅活动。

第12届10+3 SHOWROOM青年设计师基地计划入围品牌集体亮相，同场展出的还有13位从2023年荣获中国国际大学生时装周单项奖的优秀毕业生及第28届新人奖获得者中入选的全新“未来之星”优秀设计师作品。PARURES可穿戴再生艺术品展览，将满足Z世代对未来的智能化科技与可持续时尚畅想。

本季DHUB还带来了“自然而然 Grow with the Nature——哥本哈根皮草之皮草时装艺术展”。

此外，时装周借合作平台发力，链接引入多家MCN机构，邀请主播达人走进秀场和展会探店选品，为“选品+MCN机构+线上直播销售”的数字化产业发展蓄势。在9月16日，丝韵东方盛泽之夜——中国国际时装周闭幕式暨中国时尚大奖2023年度颁奖典礼，为本季时装周画上圆满句点。（欣闻）[TA](#)



↑ 1985年，该书作者采访在京举办时装发布秀的日本著名服装设计师小筱顺子。

↑ 2001年，该书作者应邀采访法国高级时装公会主席哥巴赫。

↑ 2002年，该书作者出席“衡韵杯”中国唐装设计大赛。

↑ 2004年，该书作者担任深圳安利芳国际内衣设计大赛评委时作点评发言。

↑ 2019年，该书作者在深圳国际时装周上与“金顶奖”设计师刘洋合影。

《时尚先行记》：一份不可复制的时代记录

■ 辛雯 / 文

近日，记录改革年代中国时尚业进程的《时尚先行记》一书由经济日报出版社出版。

中国纺织服装工业体系与新中国共同成长，也是改革开放的重要窗口。进入21世纪，行业在全球价值链的地位稳步提升，产业规模优势、体系优势不断强化，行业生产制造能力与国际贸易规模稳居世界首位。中国工程院研究表明，纺织服装行业是我国制造业处于世界先进水平的五个行业之一。

时尚浪潮奔涌，最美的风景是人。在这一波澜壮阔的时代进程中，涌现了一大批个性张扬、敢为人先、长袖善舞的弄潮儿。《时尚先行记》的作者仲建春作为《服装时报》创办人、中国纺织报原总编辑、高级编辑、知名时尚媒体人、时尚媒体领军者之一，他所写下的带着阳光般热情的文字，让我们再次感受到那个时代分外熟悉而又打动人的温度。

他表示：“这是我们纺织服装行业媒体人奉献给行业的一份心意。几十年始终如一，激情燃烧的爱，让我记录下了这一代纺织服装时尚先行者们奋斗前行的足迹。同时，我们也应当向站在改革开放最前沿的行业媒体人致敬！”

作者以时尚媒体人独到的眼光、深度的见解和流畅的文笔，记录了时尚时装行业重要的大事与人物。书中分为《名人往事》《时装天地》《时尚潮头》《时装周记》《老总写真》《品牌心路》《设计霓裳》《先锋媒体》《记者岁月》《百味人生》等章节。逐篇读来，感受到鲜活的律动，让人读之不肯掩卷，掩卷不能掩思。这种魔力从何而来？究其根本，在于一个“先”字。

作者是我国时尚服装媒体界走出国门现场采访巴黎、米兰、伦敦时装周的前行者，自此敲开了以巴黎为首的世界五大时装周对我国封闭百年的大门，实现了与国际时尚“亲密接触”的破冰之旅。随着中外时尚交流的开启，我国开始有了中国国际时装周及上海、北京、深圳等一批以城市命名的时装周；中国时装品牌、时装设计师频繁走秀世界各大时装周，中西时尚文化交流渐入佳境。

1994年，作者作为主要领导者参与创办了国内第一张时尚服装报《服装时报》，在20世纪90年代誉满大江南北；2008年参与创办了时尚刊物《时尚北京》杂志，成为弘扬宣传中华时尚文化的一面旗帜。

就是这一系列令人惊叹的“先”字串联起的背后的精彩故事，让人感慨、敬佩、反复吟读。

当代时尚行业固然精彩，但系统、完整描摹这段发展史的著作少之又少，而在此基础上能够以思辨的眼光、透过纷繁的现象探求内在规律者，更付之阙如。本书的出版，恰好弥补了这一遗憾。因为这本书，人们会惊奇地发现，时尚不仅具有炫目的光与影，更有深刻的思与道。

长期以来，中国时尚业如何通过自己的美学表达和产业实践，建立属于中国人自己的时尚范式？本书作者将语境置放于时尚自信、文化自信的大坐标中，透过这一篇篇佳作，你能感受到他灼灼的时尚之思和拳拳的时尚之爱。作者在书中不仅讲述“时尚是什么”，更试图解决“时尚为什么”的问题，将时尚赋予别样的精神内涵和历史经纬，使读者对“文化自信、时尚先行”有了更深刻的认识和更深入思考。古人云：文以载道，本书所阐发的时尚之道，就是伴随改革开放四十余年征途不断走向文化自信、自强的时尚规律，就是采撷时尚大潮中敢于追梦、勇于圆梦的弄潮人的心海浪花，就是一段启迪现实、昭示未来的具有特殊温度的“时尚史记”。

作为我国最早开拓时尚服装报刊的先行媒体人，作者也是那段激情燃烧的时尚岁月的见证者、参与者、记录者，也是推动者。这种经历殊为难得，不可复制。更为可贵的是，他手中那支笔从未停歇，从某种意义上说，这洋洋洒洒的数十万字，是他用多年的职业素养、专业积淀为肥料，培育出的枝繁叶茂、姹紫嫣红的时尚百花园，人们徜徉其间，会强烈感受到一个时代时尚之花的光荣绽放，背后是奋斗和奉献的心血，有着昭示未来的弥足珍贵的“先行价值”。《时尚先行记》是作者献给那个时代也是献给未来的最好礼物，是改革大潮的一朵奔腾的浪花，更是值得时尚从业者和一切心怀家国的人们用心品读的一本好书。TA



市场营销微势推升 价格指数微幅上涨

20230911 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20230911期纺织品价格指数收报于106.28点，环比上涨0.04%，较年初下跌0.26%，同比下跌0.84%。



2023年1—8月，中国轻纺城面料市场实现成交额1327.62亿元，同比上升11.28%；网上市场实现成交额624.91亿元，同比增长8.09%。

近期，中国轻纺城市场营销微势推升，其中：原料市场价量环比小涨，坯布市场价量明显回升，服装面料市场布匹价量环比回落，家纺类产品成交量环比回落，辅料价量环比回升。

原料价量环比小涨，涤纶环比上涨，纯棉纱稳涨互现

据监测，本期原料价格指数收报于83.45点，环比上涨0.11%，较年初上涨0.38%，同比下跌1.44%。

聚酯原料环比推升，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6176元/吨，环比上涨13元/吨左右；MEG主流4105元/吨，环比上涨105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7100元/吨左右，环比上涨150元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨，POY报价7900元/吨，环比上涨175元/吨；FDY报价9050元/吨，环比上涨200元/吨；DTY报价9350元/吨，环比上涨100元/吨。近期国内涤纶长丝市场行情环比上涨，江浙地区主流涤纶工厂涤纶长丝震荡推升，成本端支撑增强。江浙地区化纤综综合开工率在63%附近，原料备货积极性也有抬升，对涤纶长丝市场带来刚需支撑。

近期，涤纶短纤价格环比下跌，江浙1.4D×38MM直纺涤纶短纤中心价在7525元/吨，环比下跌75元/吨。纯涤纱市场报价环比上涨，32S纯涤纱报11900元/吨左右，环比上涨100元/吨；45S纯涤纱报12700元/吨左右，环比上涨100元/吨。

纯棉纱价格稳涨互现，人棉纱价格稳涨互现。近期，萧绍地区纯棉纱市场价格稳涨互现，销售局部小增，纯棉纱行情环比推升，市场成交氛围局部小增。气流纺10S纯棉纱报价16550元/吨，环比持平；普梳32S纯棉纱报价24570元/吨，环比上涨185元/吨；精梳40S纯棉纱报价27725元/吨，环比上涨250元/吨。在今年减产预期下，同时随着国家恢复和扩大消费措施公布，市场信心得到了提振，棉花行情高位震荡运行。国内供给略紧，虽有储备棉抛售，但短时间内难以缓解供应端的紧张。需求端暂未明显好转，下游订单情况一般，市场对“金九银十”的预期观望加大。

近期，粘胶短纤原料价格环比上涨，粘胶短纤1.5D×38MM中端实际中心价为13400元/吨左右，环比上涨50元/吨。人棉纱价格稳涨互现，30S人棉纱价格报17050元/吨左右，环比上涨100元/吨；40S人棉纱报18100元/吨左右，环比持平。

坯布行情明显回升，价格指数环比上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于123.26点，环比上涨1.18%，较年初下跌1.02%，同比下跌1.47%。

近期，坯布市场营销明显回升，连日成交呈现环比增加走势，坯布厂家订单环比增长，坯布价量环比回升。近期市场，秋季产品坯布交投环比上行，坯布市场行情震荡上行，织厂订单环比增加。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回升，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶约坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交量环比回升；混纺纤维坯布行情明显回升，T/C涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、

涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比上涨；天然纤维坯布需求环比推升，纯棉纱坯布、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推升，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比回落，价格指数环比下跌

据监测，本期服装面料类价格指数收报于116.73点，环比下跌0.45%，较年初下跌0.32%，同比下跌0.29%。

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，因市场需求相对不足，部分南北商贾现货成交和下单环比回缩，市场成交环比下行，连日价量环比下跌。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、锦棉面料成交量不等量下跌，拉动服装面料价格指数环比下跌。

家纺市场环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于101.54点，环比下跌0.48%，较年初下跌0.32%，同比下跌0.21%。

本期家纺类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回缩，轻纺城家纺市场行情震荡下行，整体市场价格环比下跌。大众色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比回缩，跑量产品现货成交和订单发货量环比下降，价格指数环比下跌。其中：床上用品类现货成交和订单发货明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；窗帘类现货成交和订单发货环比回缩，价格指数呈环比下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比下跌。

市场行情环比回升，辅料指数环比上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于133.49点，环比上涨0.57%，较年初上涨0.26%，同比下跌1.03%。

本期服饰辅料类价格指数环比上涨。近期，市场成交环比回升，轻纺城传统市场服饰辅料行情震荡上行，因下游企业备货环比回升，市场成交逐日增加，现货成交和订单发货呈现环比增长走势，价格指数环比上涨。服装里料类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；带类行情环比回升，价格指数呈环比上涨走势；线绳类行情环比推升，价格指数呈环比上涨走势；衬料类行情环比回升，价格指数呈环比上涨走势，拉动辅料类总体价格指数环比上涨。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。市场内许多供应商打样下单将继续增加，实质性订单将继续小增。后市整个内销市场营销将环比小增，内需市场也将局部小增，尤以秋冬面料订单仍将继续增加，销售将继续推升，秋冬面料需求仍将有所增加。因“金九”时节，市场行情将有所改善，因此后市创新面料价格维持震荡上行的可能性依然较大。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

电话：0575-84125158 联系人：尉铁男 传真：0575-84785651

接单量逐步升温 “50 指数” 小幅上升

2023 年 8 月商务部中国·盛泽丝绸化纤指数“50 指数”述评

盛泽“50 指数”从时序上反映了盛泽地区纺织产业发展的总体状况。从某种意义上讲，也反映了企业的景气状况。它是盛泽地区生产规模最大或者较大的 50 家丝绸化纤企业的净现金流为依据，按月度统计发布。盛泽“50 指数”反映了盛泽地区主要企业的经营效益波动情况，在一定程度上反映了企业竞争能力的变化。盛泽“50 指数”采用定基指数法，即以 2007 年 8 月为基准期，从纵向的角度提供一个标杆，为企业和市场研究人员提供一个参考基准。

据国家商务部中国·盛泽丝绸化纤指数（下称“盛泽指数”）监测数据显示：2023 年 8 月份，盛泽“50 指数”小幅上升，收于 1020.9 点，与 2023 年 7 月份相比上升了 2.08 点，涨幅为 0.20%。

图1 盛泽市场“50指数”走势图



影响“50 指数”走势的因素分析

1. 淡季临近结束，市场订单增多。8 月内贸市场订单逐渐启动。整体来看，本月订单数量较上月增多，特别是月初一段时间，终端下单量远好于 7 月，市场逐渐摆脱淡季。

2. 涤丝放量，织造企业备战旺季。进入 8 月，随着内外贸订单的启动，原料备货积极性抬升，多数工厂原料备货时间在 9 月中旬，较长者在 9 月底。市场随着“金九银十”逐渐恢复，一定程度上提振了下游用户心态，织造开工负荷将维持坚挺。

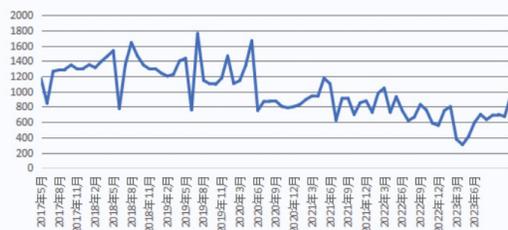
3. 坯布价格小幅上涨。随着订单的增多，坯布价格有所起色，特别是锦纶类产品，在 8 月开始多有涨价，现已在原来价格基础上涨价 0.2 元左右。

“50 企业”分项指标变化分析

四类曲线图表（平均销售总额、平均销售重量、平均原材料购入金额、平均工资）均为“50 企业”分项指标综合变化趋势，曲线仅反映盛泽地区主要企业的经营效益波动情况，在一定程度上反映了企业竞争能力的变化。

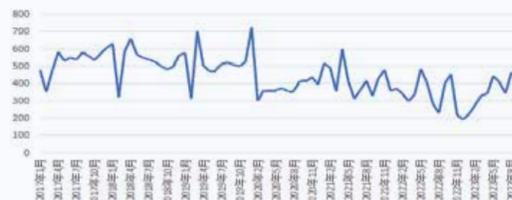
平均销售总额显示“50 企业”销售量以及产品价格变化。从平均销售总额曲线走势图可以看出，8 月“50 企业”平均销售总额收于 939.3134 点，与 7 月份相比上升了 266.8668 点，涨幅为 39.69%。进入 8 月，由于订单量明显比 7 月增多，又临近旺季，刺激了不少织造厂家提前备货的热情，但也有部分企业表示，资金压力大，坚持随买随用。因此平均销售总额有所上升。

图2 盛泽市场平均销售总额走势图



平均销售重量显示“50 企业”销售布匹、原料的数量，进而显示市场活跃度。从平均销售重量曲线走势图可以看出，8 月份“50 企业”平均销售重量收于 460.0952 点，与 7 月相比上升了 119.5086 点，涨幅约为 32.09%。进入 8 月，由于临近旺季织造企业多有备原料，现货商多有备货，因此整体走货情况好于 7 月，平均销售重量有所上升。

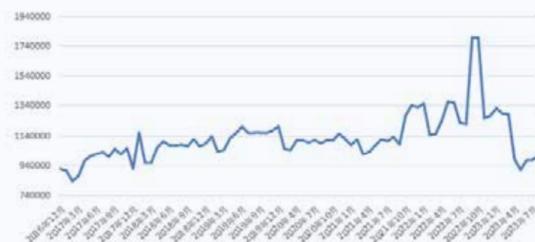
图3 盛泽市场平均销售重量走势图



平均原材料购入金额显示当月企业采购情况以及生产积极性。从平均原材料购入金额曲线走势图可以看出，8 月份“50 企业”平均原材料购入金额较 7 月有所上升，收于 720.5862 点，上升了 174.7196 点。进入 8 月，在国际原油和 PTA 的强势支撑下，涤纶长丝等原材料价格跟随上涨。在旺季临近的提振下，8 月的涤纶交投气氛得以提振，总体平均原材料购入金额高于 7 月。

从平均工资曲线走势图可以看出，8 月份“50 企业”平均工资较 7 月份有所上升，收于 1003745.4704 点，上升了 27035.0004 点，涨幅为 2.77%。8 月整体开机率有所上升，主要是因为 7 月行情较淡，大部分织造企业对工人排班进行了调整，大多减少了工作时间，而 8 月重新调整增长了工作时间，所以 8 月平均工资高于 7 月。

图4 盛泽市场平均工资走势图



后市预测

综合来看，多数织造厂商反馈内外贸订单接单量较前期升温，面料订单以及冬季服装订单询盘询价活跃。当前来看，内贸订单依然高于外贸订单，外贸新单稍有启动，然考虑到价格方面，仍在高权阶段。下游染厂考虑到亚运会因素影响，近期白坯进仓明显增多，多处于忙碌阶段，积极交付客户订单。整体来看，短期内市场处于相对忙碌和恢复阶段，后续可持续性仍需进一步观察。TA

168tex.com 中国绸都网

指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：<http://index.168tex.com/> 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通用行 微生意
扫描二维码 即可下载新通APP



中国纺织服装大数据中心

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

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

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

●数据采集和整合 ●数据存储和计算 ●数据分析和挖掘 ●数据展示和应用

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



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

商务合作：
中国纺织工业联合会信息化部

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



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