

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

2023.10.16 | 第38期 | 总第1142期

P12

抓住 RCEP 机遇,
持续增强国际合作竞争力



全国纺织行业

传承弘扬梦桃精神
争做新时代最美奋斗者

-专题教育片-



扫码观看



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



2023
12TH

第十六届全球纺织服装供应链大会
暨第十二届江苏（盛泽）纺织品博览会

The 16th Global Textile and Apparel Supply Chain Conference
The 12th Jiangsu (Shengze) Textile Expo

10.17



盛泽国际会展中心
Shengze International
Convention Centre

10.19



World Textile Merchandising
Conference
Keqiao Shaoxing China
世界商会·中国
绍兴柯桥

2023国际纺织制造商联合会中国绍兴柯桥大会

2023 ITMF Annual Conference Keqiao Shaoxing China

2023第六届世界布商大会

2023 6th World Textile Merchandising Conference

2023第二届新丝路故事汇·柯桥论坛

2023 2nd New Silk Road Stories · Keqiao Forum

2023中国绍兴柯桥国际纺织品博览会 (秋季)

2023 Keqiao Textile Expo (AUT), Shaoxing, China

2023柯桥时尚周 (秋季)

2023 Keqiao Fashion Week (AUT)

绿色、循环、数字化

Digitalization and Circularity 纺织工业新动源
Megatrends Shaping the Textile Industry

中国·绍兴柯桥

2023年11月03—10日

绿色、循环、数字化

Digitalization and Circularity 纺织工业新动源
Megatrends Shaping the Textile Industry

Keqiao Shaoxing China

November 03-10, 2023

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	张灼瑄

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: Textile

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*

行业科技奖励要走“四化”发展道路
走进摩洛哥和突尼斯，开辟行业跨境新蓝海
日发纺机自主研发辊筒预刺机亮相 CINTE23
猫人热八度 3.0 保暖内衣展现科技硬实力

08

关注 *Attention*

不负职责和使命，推动行业发展取得新突破
愉悦家纺：六位一体，领跑低碳发展新模式
自主可控，国产高性能纤维材料产业的不二法门

12

特别报道 *Special*

抓住 RCEP 机遇，持续增强国际合作竞争力

14

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

“丝路柯桥”联动全球纺织
用奋斗筑牢纺城精神脊梁
中国纺织时尚产业转型创新企业联展开启
2023 柯桥国际纺博会海外云商展扬帆东南亚
巾帼助力垃圾分类，美化环境护航亚运

18

盛泽专版 *Shengze*

六大看点带你预览第十二届江苏(盛泽)纺织品博览会

20

化纤 *Industry*

共促全球化纤行业繁荣发展

22

品牌 *Brand*

坦博尔高品质时尚羽绒系列上海全球首发

24

观察 *Observation*

基于博弈论的零售服装品牌线上线下冲突研究

25

指数 *Index*

秋市营销环比回落 价格指数环比下跌
面里料温和放量 指数小幅上升

每周随笔

从黄金周看“黄金眼”

今年的中秋国庆假期交出成绩单：国内旅游出游 8.26 亿人次，同比增长 71.3%，实现国内旅游收入 7534.3 亿元，同比增长 129.5%；全国营业性演出 44237 场，同比增长 227.68%，票房收入超 20 亿元，音乐节消费成为文旅消费的一大亮点；国家级夜间文化和旅游消费集聚区平均每夜客流量 5.76 万人次，同比增长 68.7%；假期前七天，全国重点监测零售和餐饮企业销售额同比增长 9%……

作为观察经济的一个窗口，假期蓬勃兴旺的市场展现出我国经济持续恢复、总体回升向好态势，让人感受到中国韧性强、潜力大、活力足的底气。按照中央经济工作会议部署，今年以来，各地各部门把恢复和扩大消费摆在优先位置，大力实施扩大内需战略，多举措推动消费稳定持续恢复。

持续高涨的居民出游意愿和丰富多彩的旅游供给带热市场，青银高速济南东服务区日均客流量超过 10 万人次。在“山东手造”旗舰店，章丘铁锅、草编颈椎枕、鲁锦服饰及文创……品类多样的商品吸引了众多游客。山东创新销售模式，将“山东手造”品牌引入高速公路服务区、景区、商超等，方便了更多消费者了解和购买。

在湖南常德市河街街区，“非遗节”系列活动精彩上演，人们在“国风+节庆”的沉浸式场景中穿着汉服感受非遗魅力、享受假期。纳入湖南省假日旅游统计监测的 24 家常德市旅游景区，8 天累计接待游客 60.07 万人次，同比增长 34.73%；实现营业收入 9720.14 万元，同比增长 29.13%。

此外，绿色、健康、智能类商品销售明显增长，个性特色、互动体验型服务消费持续升温。还有备受关注的运动健身：秦皇岛市开展帆船赛事、举办京津冀赛车节；杭州亚运会赛程贯穿整个长假，这个大 IP 更是带热“体育+旅游”；唯品会的运动、户外商品增长迅速，冲浪、潜水设备销量同比增长 87%，跑步服销量同比增长 153%，防晒衣销量同比增长 75%。

在亚运会精彩的开闭幕式展演上，在亚运颁奖的国际礼仪现场，在整洁舒适的亚运村宿舍居室中，以及在中秋国庆假期每一个热烈的消费场景中，服装家纺、产业用纺织品总不缺位，更时常成为亮点，体现着纺织业作为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那不可动摇的存在。而运动户外、功能健康、国风非遗、智能家纺、医卫保健……都是我们行业企业扩大消费的发力点、“黄金眼”。你，抓住商机了吗？

刘萍

View point / 产经看点

据对全国流通领域 9 大类 50 种重要生产资料市场价格的监测显示，2023 年 9 月下旬与 9 月中旬相比，23 种产品价格上涨，26 种下降，1 种持平。

——国家统计局

今年，中央财政对地方转移支付规模首次突破 10 万亿元。这笔资金被用于促进地区财政均衡、公共服务均等化，跟居民切身利益息息相关。

——人民日报

今年 1 至 8 月份，中央企业战略性新兴产业完成投资超 8400 亿元，同比增长约 30%，有力带动上下游企业共同发展。

——国务院国资委

9 月份中国电商物流指数为 112.3 点，比上月提高 1.2 点。电商物流总业务量增速由降转升。

——中国物流与采购联合会

2023 年中秋、国庆假期，全国跨区域人员流动量（包括营业性旅客运输人数和高速公路、普通国道非营业性小客车出行人数）累计 22.04 亿人次。其中，营业性旅客运输人数累计 4.58 亿人次，日均 5727.7 万人次。

——新华网



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

中国纺联科技奖励委员会工作会议提出：

行业科技奖励要走“四化”发展道路

本刊记者_郝杰



会议介绍了2023年度中国纺织工业联合会科技奖励工作情况。

10月9日，2023年度中国纺织工业联合会科学技术奖励委员会工作会议在京召开。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、副会长李陵申，中国工程院院士俞建勇、陈文兴、徐卫林等领导和委员30余人以线上线下相结合的方式参加了会议。会议由李陵申主持。

会上，中国纺联科技发展部副主任张传雄汇报了2023年度中国纺织工业联合会科技奖励工作情况。各位委员审议通过了2023年中国纺联科技奖建议授奖名单和《中国纺织工业联合会科学技术奖励办法》《中国纺织工业联合会科学技术奖励办法实施细则》的修订方案，并就中国纺联科技奖奖项设置、专家遴选、品牌提升、国际合作等方面积极建言献策，提出了很多宝贵意见。

李陵申在讲话中指出，纺织行业要认真落实深化科技评奖改革相关要求，激发各类人才创新活力，加快建设科技强国，实现高水平科技自立自强。中国纺联科技奖励办法和实施细则的修订将进一步提升科技奖励工作水平。他提出，各位委员要协助宣传中国纺联科技奖，扩大其影响力，同时也要对纺织之光科技教育基金会给予支持。

孙瑞哲在讲话中充分肯定了科技奖励工作在全行业科技创新中所发挥的重要作用，他指出，中国纺联科技奖要走好专业化、特色化、品牌化、国际化的“四化”发展道路，一是要坚持以科技创新质量、绩效、贡献为核心的评价导向，突出奖励真正为纺织行业作出创造性贡献的科学家和一线科技人员；二是要坚持学术性、荣誉性、专业性，控制奖励数量，提升奖励质量，避免与相关科技评价简单、直接挂钩；三是在持续完善行业科技专家库的基础上，遴选出高水平的专业组专家和评审委员会委员，通过科学、独立的评审机制评出业内同行认可的获奖者；同时也要放眼长远，持之以恒，打造行业科技奖的“百年老店”。专业化是行业科技奖的基础，特色化是行业科技奖的关键，随着奖项的公信力、影响力不断提升，相信品牌化、国际化也会水到渠成。

孙瑞哲强调，多学科交叉、多领域融合创新激发新产品、新业态乃至新产业不断涌现，中国纺联科技奖也需与时俱进，进一步拓展行业边界，吸引更多跨界专家和跨界优秀项目参与中国纺联科技奖的申报和评审中，依托跨界创新延展产业边界，推动融合创新与创新融合。

Scene / 现场

走进摩洛哥和突尼斯，开辟行业跨境新蓝海

本刊记者_董笑妍

9月17—24日，由中国纺织工业联合会特邀副会长杨世滨带领的代表团赴摩洛哥和突尼斯进行纺织服装投资调研和合作洽谈。代表团由中国印染行业协会和中国国际贸易促进委员会纺织行业分会共同组织，共有21名成员，包括行业协会、重要产业集群地协会单位，以及中国纺织服装行业优秀企业家代表，涵盖面料、印染、服装、专业市场等领域。

摩洛哥和突尼斯都是北非国家，纺织服装业对其出口创汇和拉动就业起到关键作用。两国都与中国签署了共建“一带一路”谅解备忘录。通过这次考察，代表团更加深入地了解了两个国家的纺织行业现状、发展趋势以及投资环境和政策，也探寻到与当地合作的最佳模式。

在与外方会谈中，杨世滨就代表团组成、中国纺织服装业情况、双边贸易情况以及中国纺织业境外投资情况逐一做介绍，并表达了代表团成员企业的境外投资和合作意愿。杨世滨指出，中国纺织业拥有完整的产业链，规模以上企业超3.6万户，全行业从业人员超过2000万人。2022年，中国年纤维加工总量超6000万吨，占全世界比重保持在50%以上；纺织品服装出口总额3409.5亿美元，占全世界比重稳定在三分之一以上；化学纤维产量占全世界比重超过70%。

突尼斯投资署(FIPA-TUNISIA)署长Jalel Tebib表示，突尼斯的纺织服装业非常具有投资和合作的潜力，并且也能成为中国企业对欧洲和非洲市场出口的投资和贸易平台。纺织和服装行业是突尼斯经济的支柱之一，有1530家企业，其中1200家为外向型出口企业。近年来，

突尼斯不断改善投资及营商环境，目前共吸引3900家外国企业落户。即便在新冠疫情期间，外国企业在突的投资额、企业数仍然稳步提升。

摩洛哥投资发展署(AMDIE)纺织和皮革部门主管Hind Saidi向代表团介绍了摩洛哥的投资环境。为促进对外贸易，摩洛哥近年与欧盟、美国、土耳其、突尼斯、埃及、约旦和阿联酋等国家和地区达成一系列自由贸易协定。

摩洛哥纺织和服装工业协会(AMITH)会长El Ansari Anass谈到，纺织服装业是摩洛哥解决就业最多的行业，从业人员22万人；全国共有1600多家纺织服装企业，产值占该国GDP的15%；出口额66亿美元，占到摩洛哥总出口额的1/4。西班牙的INDITEX是摩洛哥纺织服装企业最重要的客户，该公司在摩洛哥的订单数量近年来逐年提升。摩洛哥纺织服装业希望与中国纺织企业，尤其是纱线、面料、印染等企业建立长期合作关系，并希望中国企业能在摩洛哥投资建厂，实现两国行业的共赢发展。

值得一提的是，代表团在摩洛哥考察期间，摩洛哥投资部部长Mouhcine Jazouli亲自接见代表团，并表示摩洛哥一直重视与中国的合作。摩洛哥新建了专为中资企业打造的丹吉尔工业园，摩洛哥政府层面将通过实际行动表达对中国纺织业投资的迫切渴望。

此外，代表团还参观了当地纺织企业。通过考察并与当地纺织行业精英和企业负责人面对面交流，让中国企业更加深入地了解北非纺织行业的最新动态和发展趋势。

Product / 新品

日发纺机自主研发辊筒预刺机亮相CINTE23

近日，作为国内纺机装备领军企业代表，日发纺机自主研发的RFGT10型辊筒预刺机首次亮相第十六届中国国际产业用纺织品及非织造布展览会(CINTE23)，引起行业广泛关注。

日发创新研发的RFGT10型辊筒预刺机在本次展会虽是首次试水，但设备性能表现备受关注。据介绍，区别于托、剥网板静止不动的平板式针刺机，RFGT10型辊筒预刺机的创新性更为明显：具有旋转运动的托、剥网板；设计了上下两块针板，同上同下运动对纤网进行对刺，增加针刺密度；刺针做复合运动，其运动轨迹近似椭圆，刺针刺入纤网后与纤网同步运动，减少针痕；辊筒的动力来源采用双侧齿轮传动，传动稳定，故障率低；辊筒之间的距离0—20mm连续调节，适合多种厚度的纤网通过。

值得一提的是，辊筒预刺机技术即使在国际市场，也只有少数企业掌握。日发纺机自主研发成功后，将有力推动国内该领域技术的创新与发展。

据了解，RFGT10型辊筒预刺机无论在价格方面还是性能方面都很有竞争力，且日发纺机在售后服务方面的优势，一直深得用户认可。展会期间，不少新老客户看到这款设备都来询问，并表达了购买的意愿。

作为国内知名的纺织设备专业生产企业，日发纺机在纺纱、织造等装备技术领域都拥有丰富经验，虽然在非织造设备领域还是新秀，但依托企业的技术创新和市场资源优势，在极短的时间内便展现出了企业的竞争力。日发纺机自2018年成立非织造板块后，开始向产业用纺织品相关领域进军，陆续上马了熔喷、水刺、针刺等非织造布生产线。此后，日发纺机抓住了非织造布市场的高速发展期，迅速在行业中打造出了自己的影响力。(袁春妹 李亚静)



猫人秋冬新品发布会。

猫人热八度3.0保暖内衣展现科技硬实力

近日，猫人热八度3.0保暖内衣在猫人秋冬新品发布会上亮相，凭借着航空面料加持、颠覆性的肌肤发热科技、中空翼暖保暖技术2.0升级以及科学配方，重新定义和诠释了保暖内衣标准。

猫人专研科技内衣25年，专注打造亲肤、时尚、舒适的极致科技体验。猫人热八度3.0是用航天科技材料做的“保暖内衣”，是在前两代基础上的颠覆与迭代，靠航天黑科技将热能释放，通过发热锁温双重技术升级加持，带来保暖惊喜。据悉，中空蓄热保温纤维本身不产生热量，但是却能够吸收人体体温的热能量后，释放出远红外能量，并反馈给人体，形成共振。

中空翼暖2.0技术升级，空气层蓄热则更保暖，同时双面采用高科技磨绒技术起绒，使得肌肤绒暖媲美羊绒更锁温，助力热八度3.0发热内衣蓄热保暖效果更好。

猫人热八度3.0保暖内衣是用航天科技材料——康纶航天纤维做的，具有无可比拟的抑菌性能，是我国航天员在空间站所穿运动训练服的常用材料，仅需5%的用量就可以使保暖内衣达到国标或行标5A级的抗菌效果(水洗100次后)。

发布会现场吸引了众多观众，并对猫人热八度3.0保暖内衣的吸汗、保暖、弹力、亲肤等性能表示高度认可。(万晗)



宁波时尚节

宁波服装节

第27届 宁波国际服装服饰博览会

10.19 周四 — 21 周六

宁波国际会展中心

码上参观

潮 涌 东 方 风 尚 宁 波

中国纺联党建工作

专栏

不负职责和使命，推动行业发展取得新突破

中国纺联党委召开学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育总结会



会议对巩固深化主题教育成果作出部署安排。

近日，中国纺联党委召开学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育总结会，深入学习贯彻习近平总书记关于主题教育系列重要讲话和重要指示批示精神，全面总结中国纺联党委主题教育成果和经验，对推动纺织行业高质量发展，巩固深化主题教育成果作出部署安排。国资委党委主题教育第十三巡回指导组组长谭星辉出席会议并讲话，中国纺联会长、党委副书记孙瑞哲作总结讲话，党委副书记陈伟康主持会议。

推动主题教育取得显著成效

孙瑞哲在总结报告中讲到，今年4月以来，在国资委党委第十三巡回指导组的精心指导帮助下，中国纺联党委把学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育作为重大政治任务摆到突出位置，党委领导班子带头落实党中央决策部署，积极带领各基层党组织按照“学思想、强党性、重实践、建新功”的总要求，坚持以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干，坚持学思用贯通、知信行统一，统筹部署，周密安排，系统推进中国纺联党委动员部署、理论学习、专题党课、调查研究、推动发展、检视问题、整改整治、教育整顿、专题民主生活会、建章立制、评估总结等十一项重点工作，提高政治站位，扎实开展工作，推动主题教育取得显著成效。

坚持常学常新，铸牢理想信念。中国纺联党委领导带头、联系实际，全面系统深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，更加自觉地在思想上政治上行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致。动员会后召开5次中心组学习，举办2期有600余名党员参加的主题教育读书班，组织各基层党组织集体学习、网络培训、专题培训、读书班等，将理论学习贯穿主题教育全过程，做到重点人员全覆盖。联合会领导以上率下，带头讲专题党课，中国纺联系统开展讲党课超过130人次，强化了理论武装，坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想铸牢理想信念之魂。

坚持求真务实，调查研究成果丰硕。党委结合纺织行业发展和联合会工作需要，统筹安排，明确了“两方面”调查研究工作共计15个调研项目，一是围绕《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035年）》的研究编制和习近平总书记关于纺织行业工作重要指示批示精神，提升行业高质量发展；二是中国纺联内部治理建设。全体会领导分头负责，通过召开调研座谈会、现场调研、问卷调查等多形式多层次调研近400次，赴产业基层调研总计343次，着力发现行业普遍性和规律性问题、涉及行业稳定发

展的关键性问题，进一步摸清了情况，有针对性地研究制定解决问题的思想和对策，解决了一批长期困扰行业的难点问题，取得明显成效，形成了一批指导、推动行业高质量发展的新思路和卓有成效的调研成果。

坚持动真碰硬，狠抓检视整改。结合巡视、审计、上年度民主生活会和主题教育调查研究的有关情况，形成问题清单。坚持边学习、边对照、边检视、边整改，从实际出发，紧盯突出问题，制定整改方案、编制整改台账，确定整改目标责任单位，细化整改措施，从严从实推进检视整改整治，把问题整改贯穿主题教育始终。

坚持严管严治，强化政治担当。认真开展干部队伍状况调研、稳抓教育整顿。通过制定《干部队伍教育整顿实施方案》开展自查自纠和警示教育，严肃要求广大党员干部要习惯在监督下工作，同时加强建章立制，推动9项规章制度的制订实施，完善巩固深化主题教育成果长效机制。

通过主题教育，中国纺联全体党员干部学思悟践，受到了全面深刻的政治教育、思想淬炼和精神洗礼，把主题教育激发的活力动力转化为加快纺织行业高质量发展的行动成效。进一步落实推进有关措施工作，形成了一批新的制度，制订了民生项目清单，加强人才队伍建设，开展“两优一先”评优表彰活动，选树身边优秀榜样。在全行业落实习总书记“争做新时代的最美奋斗者，把梦桃精神一代一代传下去”的重要指示，中国纺联在全行业、联合会内推动“梦桃精神”的传承弘扬。更强调明确了做“四有”行业组织，即：做讲政治有高度的行业组织；做专业强有影响的行业组织；做负责任有担当的行业组织；做受尊敬有威信的行业组织。以“不忘产业报国初心、牢记强国富民使命”，不负职责和使命，推动行业发展取得新突破，迈出新步伐。

进一步推动主题教育成果转化

谭星辉代表国资委党委第十三巡回指导组讲话。他充分肯定了中国纺联党委主题教育取得的成效，从五个方面对中国纺联党委主题教育取得的成效给予了充分肯定，指出中国纺联党委主题教育开展得好，质量高，并对下一步将主题教育成果转化提出了三点要求：

一是要持续加强党的创新理论学习。要组织党员、干部继续深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，常学常新，学深悟透，切实把党的创新理论转化为推动纺织行业高质量发展的实践力量，不断巩固主题教育成果。

二是要狠抓调研成果转化和整改任务落实。要对还未啃掉的“硬骨头”和尚未解决的老大难问题紧盯不放，持续深化“靶向治疗”，坚持不懈抓好整改，不彻底解决不罢休。要在建章立制上持续用力，以更优机制推动主题教育常态长效，确保制度机制立得住、落得实、行得远。

三是要持续在推动发展上取得新突破。进一步大兴务实之风和调查研究之风，不断提升政治能力、思维能力、实践能力，将主题教育激发的干事创业精气神落实到完成党的二十大部署的各项工作中去，用联合会及行业高质量发展的更多成果检验主题教育工作成效。

国资委党委主题教育第十三巡回指导组组长谭星辉及成员桂群英、尹太兵、李一樊到会指导。中国纺联领导班子成员、党委委员、纪委委员，各直属基层党组织书记，各部门、各单位主要负责人，中国纺联工会正副主席，团委书记，各基层党组织党建工作联络员约80余人参加会议。TA

（中国纺联党办 / 供稿）

“双碳”目标下的纺织企业绿色转型新闻调查

11

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



围绕产业结构和能源结构进行积极调整，愉悦家纺开展了一系列节能降碳行动。

愉悦家纺：六位一体，领跑低碳发展新模式

本刊记者_郭春花

今年3月，在工业和信息化部、水利部、国家发展改革委、市场监管总局等四部委联合发布的2022年重点用水企业、园区水效领跑者名单中，愉悦家纺有限公司凭借多年在节能减排方面取得的成绩而榜上有名。

愉悦家纺是全国首批节能减排与循环经济示范企业，中国纺织工业联合会“30·60中国时尚品牌碳中和加速计划”发起单位，近年来通过节能技术改造，不断朝着绿色生产、低碳环保的方向持续迈进，围绕低碳运营打造出了“低碳设计、低碳替代、低碳减量、低碳清洁、低碳循环、低碳消费”六位一体的特色低碳发展新模式，为行业树立了典范。

六位一体，走出特色低碳发展新道路

在愉悦家纺，节水增效、节能降碳是一以贯之的不懈追求。愉悦有个口号，叫“领跑低碳模式”。为什么要这样提？愉悦家纺有限公司党委书记、董事长刘曰兴说，低碳发展是愉悦一直坚持在做的一项工作。“按照国家双碳目标和黄河流域生态保护和高质量发展的要求，必须把做成绿色产业放在企业规划里面，当成企业生命去做。这个事早晚得做，晚做不如早做，这对提高企业在市场的整体竞争力也将起到助力作用。”

对于如何推进企业绿色低碳发展，刘曰兴提出了从低碳设计到低碳材料、低碳工艺、低碳产品，再到低碳消费方式，最后到低碳品牌，全周期连在一起去做的新模式，即六位一体为核心的“领跑低碳模式”。

一是低碳设计。愉悦依托国家级工业设计中心，搭建了包含设计企划、设计营销、设计研发和设计管理的矩阵式工业设计架构，从需求分析、定义设计、研发制造到上市营销、迭代升级方面，构建了产品全生命周期绿色低碳管理体系，形成低碳闭环。

二是低碳替代。愉悦在原材料、化学品、工艺、能源等方面大力探索低碳替代方案。在原材料方面重点开发天然纤维、莱赛尔、聚乳酸、再生涤纶、回收棉等低碳纤维；在化学品方面重点发展矿物质染料助剂、植物染料等天然、可降解、可循环的绿色染料助剂。在生产工艺上重点开展一系列低水耗、低能耗纺织印染技术工艺改造；在能源

方面将由燃煤为主，通过节能改造，向以太阳能为主，生物质能、地热能、氢能为辅的多元化清洁能源供应体系迈进。

三是低碳减量。通过在纺、织、印、染等全制造流程和电气能源保障环节，系统性开展自动化、信息化、智能化升级改造，最大化实现减量化目标。加大投入建设“纺织印染智能化改造与工业互联网平台建设项目”，深入推进智能化改造，提高工艺装备的先进性，打造新型智能化流水线。

四是低碳清洁。制定企业清洁生产改造提升计划，通过集成创新，加快清洁生产技术创新、成果转化与标准体系建设。到2030年，将建立完整的能源绿色低碳发展基本制度和管理体系，形成非化石能源，既基本满足能源需求增量，又规模化替代化石能源存量。

五是低碳循环。持续推动企业循环式生产、产业循环式组合，促进废物综合利用；积极推广集中供热供气、能量梯级利用、水资源循环使用；推进工业余热余压、废水废气废液资源化利用；在省级绿色工厂基础上，积极推进国家级绿色工厂建设，实现厂房集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化、建材绿色化，实现绿色低碳循环发展。

六是低碳消费。围绕引领低碳消费，公司通过加强原色、原生态、低碳绿色产品设计，推广应用再生棉纤维、原液着色纤维、生物基纤维、循环再利用化学纤维等绿色纤维使用比例，扩大绿色低碳纺织产品消费市场和服务供给；通过推动适度包装、循环包装、可降解包装、减塑禁塑行动，通过完善行业低碳纺织产品和服务标准体系、参与低碳纺织品标识认证体系，降低产品碳足迹，尝试引入产品碳标签，引导低碳消费；联合宜家等B端客户，将废旧纺织品制成工业产品循环利用；联合相关院所等，共同开展废旧军服的循环再生利用。

发挥产业链优势降能耗

牵一发而动全身，推进企业绿色低碳发展，势必会遇到各种困难和问题。愉悦家纺也不例外，不可避免地遇到了一系列困难和问题。特别是受当前国际形势影响，市场波动较大，国内能

源、原材料、用工、污水处理等各类成本大幅上涨，再加上能耗双控向碳排放双控转变的双重压力，愉悦家纺的运营成本出现较大增长。

在这种情况下，愉悦家纺围绕产业结构和能源结构进行积极调整，开展了一系列节能降碳行动，并充分发挥企业拥有全产业链生产制造能力的优势、纺织与健康相融合的双链驱动优势，建设数字工厂、创造健康产品，助力企业高质量可持续发展。

一是千方百计降单位能耗和控制能源总量，对高耗能通用设备技术改造、对余热的高效回收利用，走绿色低碳之路；二是通过加快技术创新、管理创优，千方百计练好“内功”降成本，走控量提质之路；三是加快数字化智能化改造，千方百计开拓国内外市场，走高质量发展之路，提高产品附加值和企业核心竞争力。

在愉悦家纺，从纤维材料、纺纱织造到印染整理和产品缝制，每一个板块都可以独立运行，同时又可以串联协同，从而保障品牌客户产品的质量、成本以及交期，塑造出了行业领先的愉悦品牌。这种全产业链的产品研发体系，为企业产品的节能降碳生产制造、持续创新提供了保障。

有信心率先完成“双碳”目标

对于多数企业来说，低碳发展肯定会遇到诸多问题，刘曰兴建议企业要用好国家和地方政府的红利政策，将当地生态环保政策与企业自身利益有机结合，实现经济利益与社会效益的协同发展。同时，企业还要紧紧围绕“双碳”发展目标，通过聚焦科技创新，将数字经济与传统制造业融合，将“制造业”转化为“智能制造业”，通过工业互联网、人工智能、大数据等新一代信息技术赋能绿色制造与管理，推动互联网与企业融合发展，提升企业绿色低碳生产水平。

对于愉悦家纺下一步的工作，刘曰兴说，要继续抢抓黄河流域生态保护和高质量发展、“双碳”等重大战略机遇，继续推进愉悦“双碳”发展。今年，愉悦计划投资3亿元，用于建设光电光热和水循环再利用项目，项目建成后一年相当于能够减排大约10万吨二氧化碳。“未来持续做下去，愉悦有信心成为行业第一个完成‘双碳’目标的企业。”刘曰兴信心满满。TA



大力发展高性能纤维产业,一直是我国化纤工业推进自主创新、转型升级的主攻方向,并在近年取得了重大突破。

自主可控， 国产高性能纤维材料产业的不二法门

本刊记者_郭春花

今年以来，加快建设具有完整性、先进性、安全性的现代化产业体系，被摆在越来越重要的位置。高性能纤维材料是关系国家战略安全的军民两用新型材料，是国防高科技产品中不可替代的关键材料，是交通运输、海洋工程等重大领域不可或缺的基础材料，是《中国制造2025》的关键基础材料，其完整性、先进性、安全性更加令人瞩目。

近日，在青岛举行的第八届中国先进材料产业博览会暨军民两用新材料大会上，中国纺织工业联合会副会长端小平对话中国科学院院士、南京理工大学教授陈光，东华大学教授徐桂银，江苏奥神新材料股份有限公司董事长王士华，中国化纤协会、中国复合材料协会技术专家、中复神鹰技术专家张定金，中车青岛四方机车车辆股份有限公司、国家工程研究中心副主任田爱琴，围绕如何建设自主可控的先进材料现代化产业体系展开了探讨。

国产高性能纤维材料令人自豪

作为纤维材料领域中的“金字塔”，高性能纤维材料的生产技术、装备、产品一直被发达国家封锁。大力发展高性能纤维产业，打破国外封锁与垄断，进一步提升我国军事装备实力和国民经济的产业升级，一直是我国化纤工业推进自主创新、转型升级的主攻方向，并在近年取得了重大突破。

“十三五”时期，我国高性能纤维新材料技术稳步提升，不断满足航空航天、国防军工、环境保护、医疗卫生等领域发展需求。碳纤维干喷湿纺和湿法纺丝工艺技术逐渐完善，生产效率进一步提升，高端产品品种逐步丰富，T1000级、M40、M40J、M55J等碳纤维已具备工程化制备能力，25K大丝束碳纤维实现产业化生产；千吨级对位芳纶工程化关键技术和装备取得突破，高强度、高模型对位芳纶产品实现国产化；高强高模聚酰亚胺纤维、间位芳纶、聚苯硫醚纤维、连续玄武岩纤维等实现快速发展。

碳纤维是这其中具有代表性的材料之一。张定金介绍，中复神鹰碳纤维公司十多年的发展，正好是国产碳纤维产业整体突破“从无到有”的阶段。公司立足自主创新，自主研发了PAN纤维快速均质预氧化、碳化集成技术，首次构建了具有自主知识产权的干喷湿纺千吨级高强/百吨级中模碳纤维产业化生产体系，成为我国首个、世界第三个攻克干喷湿纺工艺难题的企业，创新实现了T700级、T800级、T1000级

等不同级别碳纤维的工业化量产，成功填补了国内碳纤维高端技术的空白，打破了国外巨头在中国市场的长期垄断。2017年，公司“干喷湿纺千吨级高强/百吨级中模碳纤维产业化关键技术及应用”项目荣获国家科技进步一等奖，是我国碳纤维行业所获得的最高奖项。如今，中复神鹰的碳纤维已成功应用在航空航天、卫星、高铁等领域。

“在研发过程中，我们也遇到了一系列技术攻关，比如计量泵和喷丝板，这些都是国际封锁的关键技术装备。但在大家的努力下，这些问题都已经解决了。在碳纤维领域，我可以很自豪地告诉大家，我们已经基本解决了‘卡脖子’问题，碳纤维已经完全实现了国产化。”

奥神新材的聚酰亚胺纤维也是典型的国产化高性能纤维。王士华介绍，奥神新材从2006年联合东华大学从事聚酰亚胺纤维的研究，经过十多年的发展，建成了全球首条千吨级干法纺聚酰亚胺纤维生产线，2016年获得了国家科技进步二等奖，两次获得中国纺织工业联合会科技进步一等奖，拥有50多项发明专利。

“聚酰亚胺纤维成型难度非常大，全球真正能实现产业化的企业并不多。到目前为止，全世界产能也只有4000吨。现在我们可以生产各种类型的聚酰亚胺纤维，可用于高温过滤、气体分离、钢铁冶炼、垃圾焚烧、特种防护等领域。经过深度加工做成蜂窝材料后，还可以应用到航空航天领域，用途非常广泛。”王士华介绍。

自主可控须供需双方共同发力

一代材料，一代装备，一代产业。材料既是国民经济和人类社会发展的基础，也是带动传统产业创新升级和战略性新兴产业蓬勃发展的先导，将国产先进材料应用到装备中实现价值最大化、可持续化是更重要的。

陈光表示，材料的生产和设计，要遵循需求牵引、技术推动原则。材料的生产者与装备的设计者相辅相成。材料的生产者要根据市场需求来研究，装备的设计者要有独到的眼光来发现新材料；材料的生产者要将材料的优缺点展示给装备设计者，而装备设计者要靠智慧将材料的优势最大化，要靠智慧规避材料的劣势，同时要对材料生产者提出需求。

端小平提到，知己知彼百战不殆，要想把材料产业发展好，最重要的是要让材料生产者看到差距，根据这些差距有针对性地去分析问题、解决问题，而如何发现这个差距需要材料使用者的深度参与。

近三年来，受疫情和中美贸易摩擦影响，一些以前依赖进口的关键材料实现了国产化替代，并获得了高度认可，这其中就包括国产碳纤维。2020年，我国风力发电、光伏发电、氢能、航天航空、体育用品等领域开始使用国产碳纤维，创造了碳纤维全行业盈利的历史，并一直延续到今天。“通过实际应用国产碳纤维，使用方感受到了国产碳纤维的高性价比。”端小平介绍。

张定金也用数据证实了近年来国产碳纤维的推广情况。“2022年国产碳纤维使用量是4.5万吨，进口只有2.9万吨，今年也毫无疑问，国产肯定远远超过进口。”他介绍，我国研究开发碳纤维有其他国家无法比拟的优势，我们既有专门做碳纤维评估的机构，碳纤维企业也各有侧重点，有的专做民用，有的专做高性能，有的专门研究下一代产品，按照这个形势，今后我国碳纤维性能会更高更完美，用量会更大，并且能很快走向世界。

聚酰亚胺被誉为“高分子材料金字塔的顶端”，是目前能

够投入实际使用的耐高温性能最好的高分子材料。王士华介绍，聚酰亚胺纤维因为相对较轻，最初是用于高温过滤材料行业，后来开始拓广到特种防护领域，涉及航空航天、国防军工等，“以前我是天天在外跑市场，现在我都是坐在家里等客户来咨询。愿意试试聚酰亚胺纤维的领域越来越多。”

对于如何实现聚酰亚胺纤维生产的自主可控，王士华认为应从工艺和装备、原料、人才三个维度来看待，这三个条件奥神新材都已具备。首先，奥神新材拥有全球首条千吨级干法纺聚酰亚胺纤维生产线，拥有自主知识产权的工艺和装备；其次，所需原料均来自国产石油和化工产品；再次，公司非常注重人才队伍建设，拥有一支稳定的研发队伍。可以说，聚酰亚胺纤维可以真正实现自主可控。

徐桂银自加入东华大学以来，深深感受到当前国家对高性能纤维材料产业人才队伍建设的重视。他介绍，近年来国家鼓励高校老师下沉到一线企业去了解行业实际发展，高校也经常搭建平台吸引企业家来学校，互相交流痛点，开展合作，解决行业实际问题。“让专业的人做专业的事情，产业的安全性将大大提高。”徐桂银谈到。

端小平也呼吁各方要多多考察国产高性能纤维材料，多给国产企业一些机会，去体会一下它的高性价比。

作为高性能纤维材料的使用者，田爱琴表示，近年来，轨道交通装备一直在向高速化、轻量化、绿色环保等方向发展，这其中高性能纤维材料对于保障轨道交通的安全性、可靠性、舒适性以及运营效率起到了至关重要的作用。中车公司所在的高铁行业现在进入了持续创新阶段，核心技术就是应用好材料，给乘客更满意的舒适度以及体验感。对于下一代高铁制造，所需材料很可能是以碳纤维为主。希望将来的碳纤维既要有经济优势，又要保持稳定的优异性能，还希望具备更多的其他外部功能，比如隔热、降噪、阻燃、耐打等。

做好自身，不惧挑战迎接机遇

虽然当前我国高性能纤维材料发展较快，但仍存在不少亟需提升的地方。张定金介绍，“与发达国家相比，国产碳纤维还有不小的差距。日本东丽的T1100碳纤维经过了十几年才在去年实现千吨级量产，而我国的T1000碳纤维目前还是百吨级，在时间上有差距，在量级上有差距，需要我们重视。此外，我们在人才队伍和数据库方面的建设，也面临不小挑战。”

对于当前国产高性能纤维材料的发展，陈光用“机遇、挑战”四个字做了概括。他说，有挑战意味着有机遇，而机

遇总是留给有准备的人。材料研发者一定要加强自身的修炼，提前做好准备，迎接即将到来的机遇。

端小平最后谈到，中国的先进材料要真正实现高质量发展，真正变成先进，一方面需要材料研发者持续地投入和创新，久久为功，另一方面也需要使用方大胆使用，只有用了才知道差距，才知道问题在哪里，才知道怎么改进，怎么去提升中国的先进材料。只有供需双方携手，才能有更加美好的未来。TA





抓住 RCEP 机遇，持续增强国际合作竞争力

稳链固链 RCEP 纺织服装产业专题培训在雄安举办

■ 本刊记者_董笑妍

为贯彻落实党中央、国务院关于持续高质量实施 RCEP 的重要决策部署，受商务部委托，中国纺织工业联合会于 9 月 26—27 日在河北省雄安新区举办了《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP) 稳链固链系列

专题培训——纺织服装产业专场培训。本次培训由商务部主办，中国纺织工业联合会承办，河北省商务厅、雄安新区管委会为支持单位。商务部国际司处长傅波主持开班仪式。

▶ 开班动员：

加强产业链供应链的安全和韧性

RCEP 是涵盖全球人口最多、经贸规模最大、最具发展潜力的自由贸易区协定，当前，面向企业的 RCEP 专题培训必要而迫切，能够帮助企业抢抓 RCEP 机遇，获得更好的发展前景。

今年以来，商务部重点围绕加强产业链供应链的安全和韧性，选取了石化、机电、纺织服装、汽车等产业链条长、协定利用率高的行业开展 RCEP 专题培训，商务部国际司副司长赵春峰做开班动员时表示，培训的主要目的是帮助企业更好地利用协定优惠政策，深入参与区域合作。

当前我国面对的外部环境更趋复杂，国际产业分工格局正在深刻调整，企业的生产经营也可能面临新的挑战，RCEP 的签署实施有助于增强我国产业的国际竞争力，更好地应对外部风险挑战。

在推动实施 RCEP 方面，商务部第一时间发布了关于高质量实施 RCEP 的指导意见，调集资源加大宣传培训力度，同时搭建公共服务平台，并充分发挥各类展会作用，服务企业、帮助企业通过多种方式利用好协定。

关于如何用好 RCEP，赵春峰建议企业积极行动起来，一是抓住 RCEP 货物贸易降税带来的红利；二是用好区域原产地累积规则，深度参与供应链的动态调整；三是努力挖掘服务业和投资扩大开放带来的商机，不断推动技术进步产业升级；四是借助 RCEP 完善营商环境带来的利好，增强企业国际竞争力；五是进一步提高风险防范意识，善用合法手段。

面对当前世界经济诸多不确定性，RCEP 的全面生效为促进区域产业链供应链融合，推动地区经济协同发展注入了强劲动力。中国纺织工业联合会副会长徐迎新在致辞中表示，RCEP 也在为我国纺织服装企业发展创造更多制度红利。

首先，整体上看，整个 RCEP 地区在全球纺织品服装贸易中处于十

分重要的地位，未来在 RCEP 推动构建的亚太地区大市场内，产业合作潜力还将进一步释放；其次，在贸易方面，RCEP 对我国纺织行业稳外贸起到重要支撑作用，今年以来，行业对欧盟、美国、日本等传统市场出口降幅明显，但在 RCEP 的作用下，我国纺织业对东盟部分国家的出口持续扩大；第三，RCEP 的全面实施给纺织行业稳妥有序推动产能布局带来重大机遇，各国在分享市场、优势互补、合理配置资源等方面具有广泛的共同利益，进一步降低了投资壁垒。

近两年，中国纺织积极响应国家关于持续高质量实施 RCEP 的重要决策部署，通过多种方式引导企业加强区域内跨国投资合作。此次受商务部委托举办 RCEP 专题培训班，也将进一步提升企业国际化发展水平，为建设更加高效协同的纺织服装全产业链增添助力。

河北省商务厅党组成员、副厅长任会君在致辞中表示，本次培训班在河北雄安新区举办是对河北 RCEP 工作和纺织产业的支持肯定。以此次培训为契机，河北省将充分利用 RCEP 区域要素资源和市场空间，深化与 RCEP 成员国和兄弟省份的纺织服装产业合作，扩大经贸往来。同时也希望河北企业通过本次培训，有效运用关税减让、原产地累积、服务业和投资开放等惠企政策，更好地适应和融入 RCEP 区域大市场，为企业国际化经营和转型发展开拓更广阔的空间，实现更高质量的发展。

雄安新区党工委委员、管委会副主任陈峰在致辞中重点回顾了雄安新区的发展历程。雄安新区自贸试验区设立四年多来，已取得初步成效，外商投资起势良好，部分领域的区域协同发展探索形成全国示范。RCEP 的目标是达成现代、全面、高质量、互惠的新自贸协定，也会为雄安新区的外贸带来机遇与挑战，本次培训内容丰富、针对性强，为雄安新区的企业家提供了宝贵的学习机会。

▶ 专题讲座：

希望企业将 RCEP 纳入未来发展规划

本次培训特别邀请了各相关领域专家就 RCEP 整体情况、货物贸易及原产地规则、区域内纺织服装产业链合作现状、企业如何在境外开展负责的海外投资及风险管理、纺织服装企业生产力跨国布局经验分享等内容进行了详细解读，帮助企业全方位理清思路。培训自报名之日起，就获得了众多纺织服装企业、行业机构的高度关注和积极参与。来自全国多个省市的纺织服装企业中高层管理人员、国际业务负责人及相关代表约 120 人参加了本次培训；同时，全部课程在线同步直播，反响热烈。

商务部国际司副处长、二级调研员魏青首先带来了“RCEP 整体情况和主要内容介绍”，RCEP 包括 15 个成员国，是全球最大的自贸区。自 2022 年第一年实施以来，有力促进了我国对外贸易投资的稳中向好，2023 年上半年，也持续为我国对外贸易贡献了增量。RCEP 包含了 20 个章节，4 部分承诺表共 56 个附件。魏青希望企业能提高使用协定的主动意识，研判和锁定 RCEP 带来的关税优惠机遇，吃透用好原产地区域累积规则，持续增强国际竞争本领。

商务部研究院亚洲研究所副所长袁波在主题为“RCEP 货物贸易规则和市场准入承诺解读”的讲座中建议，应对挑战与竞争，纺织服装企业不断推进研发创新，以数字化转型解决劳动力问题，积极提升品牌附加值和溢价。袁波分析，对企业来说，一方面要利用好规则，另一方面要了解区域高标准的要求。对纺织服装行业而言，绿色制造也是未来关注的重点；此外，还要更加关注知识产权相关章节，运用好规则，保护自身原创品牌。

中国贸促会贸易推广交流中心自贸协定推广处负责人孙盛合作“RCEP 原产地规则解读和享惠通关实务”分享，因为当前各自自贸协定间存在交叉，原产地规则形成了意大利面条效应，越来越复杂，需要企业从根本上了解这些规则。RCEP 是迄今我国最全面、水平最高的自贸协定，成果之一就是关税减让，其中 8 个国家实行“统一减让”，7 个国家实行“国别减让”。RCEP 原产地规则下，农林牧渔矿等属于完全获得或生产 (WO)，工业制成品情况则更加复杂，实行实质性改变标准 (含有非原产地成分)，其中包括了税则归类改变、区域价值成分、化学反应规则三种判定标准。

中国纺织产业部副主任赵明霞在“RCEP 区域纺织服装全产业链合作现状与稳链建议”专题讲座中，从行业层面对 RCEP 产业链发展情况和区域特点进行相关梳理，介绍了 RCEP 主要成员国纺织服装产业发展情况，并详解了中国纺织全产业链深度参与国际分工合作及全面融入国际纺织供应链体系现状。赵明霞对 RCEP 产业链发展合作给出建议：不要盲目追求扩大产能，而要致力于与各地区建立合理分工、安全可靠、持续有韧性的供应链。

中国印染行业协会副会长兼秘书长林琳分享了“我国纺织面料



丰富的培训内容受到企业的高度认可。

与印染产业在 RCEP 地区的发展情况与布局机遇”内容。近年来，中国纺织面料对 RCEP 成员国出口整体呈现逐步增长态势，以越南、印尼、柬埔寨为主的东盟国家是中国印染行业的投资绿地。RCEP 实施后对中国印染行业而言带来的机遇包括形成更高水平对外开放格局、增强贸易投资和产业协同、减缓全产业链对外转移等。

中国纺织国际贸易办公室副主任刘耀中在“RCEP 纺织业链投资形势与建议”的讲座中，对中国纺织业对外投资情况进行概述，并列相关全球优质资源收购与国际合作案例。他介绍了 RCEP 地区整体纺织服装产业发展情况和 RCEP 国家纺织业发展及中资企业投资案例。在新的发展格局带来新的发展机遇下，他还对纺织企业对外投资重点给出相关建议。

中国纺织产业经济研究院副院长刘欣在“RCEP 背景下中国服装贸易现状及趋势展望”专题讲座中表示，从 2000 年到 2022 年，20 多年间中国纺织品服装出口格局发生了巨大变化，美欧、东盟市场占比均明显增加；服装及衣着附件类占比从近 70% 下降到了 54%，纺织制品类从 13% 上升到了近 30%，说明我国在纤维应用领域实现了极大丰富；在 RCEP 成员国中，越南、柬埔寨等新兴市场出口占比明显增加，整体而言贸易更趋紧密。展望未来国际贸易趋势，“低增长、高风险”态势依旧显著，但 RCEP 不仅有利于中国、也有利于东亚、东南亚形成具有全球竞争力的纺织服装产业制造中心和消费中心。

中国纺织社会责任办公室副主任、首席研究员梁晓晖在主题为“区域视角下的中国纺织服装行业负责任海外投资”的讲座中，对中国投资布局与社会环境风险情况特点进行阐述，以实例讲解如何应对当前社会责任的政治化、国际供应链的公平性危机以及国际供应链责任对中国纺织服装贸易的影响，以及在供应链责任国际治理的变局下，应怎样建立起公共治理共识。

南通东润实业有限公司副总经理汤永荣作“纺织服装企业在 RCEP 地区进行生产力跨国布局的经验分享”，公司在柬埔寨经营的几年里总结出了以下几点供参会嘉宾参考，一是中柬政府关系好，在柬埔寨投资的中国企业占比较高；二是柬工资水平虽然逐年上升，但目前仍低于国内，未来几年有继续投资的空间；三是服装加工业是柬埔寨最大工业产业，具备一定的产业基础；四是柬埔寨纺织资源相对匮乏，面料仍依赖进口，当地产业急需染整配套。

最后，商务部国际司副处长、二级调研员魏青为本次培训做总结发言。她表示，商务部为办好本次培训进行了精心设计和动员，中国纺织作为承办单位为培训的成功举办付出了大量努力。本次培训在课程设计上涵盖了专业知识、实践指导以及企业案例等多层面内容，干货多、实操性强，培训达到了预期目标和效果。希望各位学员和更多企业能够真正重视 RCEP，将 RCEP 纳入企业未来发展规划中，抓住 RCEP 带来的巨大机遇。IT

TIPS

《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP) 自 2020 年签署以来，为中国经济发展带来了广泛而深远的影响。2023 年 6 月 2 日，《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP) 对菲律宾正式生效，自此 RCEP 对东盟 10 国和澳大利亚、中国、日本、韩国、新西兰等共 15 个签署国全面生效。

作为 RCEP 区域合作的前导产业和重点领域，纺织行业的高质量发展无疑受益于该协定的实施，迎来了更加广阔的发展前景。对于中国纺织行业、企业而言，深入理解 RCEP 并让其在其自身发展中发挥指导性作用，对于未来至关重要。



2022年，世界布商大会主题大会为马仕秀等十位柯桥纺织领军人物颁发了中国轻纺城三十周年功勋人物奖。

2023 世界布商大会
一带一路

“丝路柯桥”联动全球纺织

本刊记者_王利

“一带一路”是当今世界深受瞩目的国际合作平台，和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢的丝路精神，链接起中华民族伟大复兴的中国梦与构建人类命运共同体的美好梦想。作为当之无愧的丝路先锋，纺城柯桥以布为媒，深耕新丝路建设，是推动共建“一带一路”高质量发展的生力军。

绵延数千年、跨越上万里，柯桥面料漂洋过海、服务全球，为东西方文明互鉴作出卓越贡献。每年，全球有将近四分之一的纺织品在柯桥交易，远销 200 余个国家和地区。柯桥不仅是浙江省首个单行业出口突破 130 亿美元的县（市、区），还成功创建为国家外贸转型升级专业型示范基地。中国轻纺城是浙江改革开放的一张“金名片”，是柯桥纺织走向世界的“重要窗口”。

彩绸舞动世界各方，丝路铺出梦的方向。从“河边布街”到“国际纺都”，纺城柯桥的成长史，本身就是新丝路故事

中最精彩动人的篇章。而纺城柯桥今天的成就，离不开曾经开拓进取、奋勇拼搏的前辈，他们秉持着绍兴柯桥人特有的胆剑精神、围涂精神、四千精神，让轻纺城这艘巨轮领航在世界纺织的蓝海，书写了无数个“无中生有”的创业佳话，创造了“布满全球”的丝路传奇。

薪火传承，步履不停。在“一带一路”倡议提出十周年之际，第二届新丝路故事汇·柯桥论坛、中国纺织业“一带一路”大会等国际盛会将于 11 月在柯桥隆重举办，与 2023 第六届世界布商大会相辅相成，为现代化“国际纺都”建设添上浓墨重彩的一笔，擘画新丝路上纺城柯桥再次腾飞的美好蓝图。

本期，“新路上的纺城追梦人”栏目带大家一起了解一位 80 年代荣获全国劳动模范，深耕纺织行业 50 余年的华舍纺织老前辈，解密“四千精神”背后荡气回肠的逐梦之旅。



新路上的纺城追梦人 6

用奋斗筑牢纺城精神脊梁

访浙江华天实业有限公司董事长马仕秀

本刊记者_王利 文/摄

“日出华舍万丈绸”，华舍以纺织起家，是柯桥区首个纺机无梭化乡镇、浙江省首个“亿元乡镇”、全国首批“明星镇”，也是“四千精神”的发源地。浙江华天实业有限公司董事长马仕秀作为地道的柯桥华舍人，见证了柯桥乡镇企业的迅速崛起和中国轻纺城的发展壮大，更从中实现了自己的人生价值和纺织梦想。

马仕秀 1944 年出生于华舍蜀阜村，这位即将迈入耄耋之年的老人，经历过筚路蓝缕、栉风沐雨，坚持与时俱进、不断创新，至今仍然以斗志昂扬的状态奋战在做强实体经济的一线，努力发挥着自己的光和热。他的每一个决策都紧跟时代步伐，干在实处、走在前列，并率先从传统纺织转战功能性新材料领域，用一生的不懈奋斗，诠释一位老纺织人的执着和奉献。

老手艺是财富，“土设备”打天下

“我的父母都是农民，那时候村里人很多都会一些纺织手艺，我上学的书包就是母亲亲手缝制的，一直用到小学毕业。我 15 岁初中毕业后就参加工作，做过民办老师，当过生产队会计，1972 年被组织任命为红卫纺织厂（后更名为绍兴县第二纺织厂）厂长，开启了一生的纺织生涯。”聊到那个年代，马仕秀如同开启了时光回溯机，生动而富有感情地为记者讲述了一段艰苦奋斗历程。

“我刚接手红卫纺织厂时可谓一穷二白，一无资金二无设备三无原料，庆幸的是还有 16 张脚踏手拉铁木机和一批手工纺织的工人。”面对这样的情形，马仕秀并没有退缩，没有设备自己造，没有原料出去找。当时，马仕秀从朋友那打听到杭州和平竹器厂有人造废丝下脚料，于是他决定去杭州看看，发现这些废丝可以整理一下做纺织原料。纺织厂原料有了，厂里这些老纺织工人手艺不错，就开始生产纺织品。

有了原料和工人，织布机不足怎么办？马仕秀告诉记者，工人们克服一切困难自己造，用木板作为机架的底部，用两根一样长的木棍固定在底部木板两侧当支撑杆，在支撑杆的上方，固定一根横杆，作为织布机的横梁，在横梁的中间位置固定一个织布框架，这样一个简单而实用的“土设备”就造好了。

产品做好没有销路怎么办？“那时候我们全国各地跑，出差得开介绍信，火车上基本没座位，一般就缩在座位底下，到了那边就跑工厂。由于经营得好，产品适销对路，纺织厂在我接手当年就实现产值 10 万元。到 1978 年，纺织厂已有 60 台木机，实现利润 15 万元，到 1979 年时企业产值达 3000 万，净利润达 45 万元，成为改革开放之初绍兴县内的奇迹，村里的老百姓一个月就可以赚 10—20 元，蜀阜村成为浙江省第一个产值超千万元村。”马仕秀说道。

紧跟时代步伐，一路创新前行

随着改革开放的春雷响彻全国大地，绍兴县乡镇企业异军突起，迎来传统纺织业大发展机遇的同时，也面临更大的竞争压力，许多社队企业走上了面向市场需求的开放式办厂路子。马仕秀主动转变发展思路，一方面不断开发新产品，另一方面尝试到上海、北京等大城市开拓市场。

“时代在变、需求在变，只要跟着国家政策和市场需求走总不会错。”马仕秀告诉记者，1989 至 1991 年间，绍兴县第二纺织厂先后开发新产品 120 余项，其中通过省级鉴定的就有 15 项，每年开发新产品的产值和利润均占全厂产值、利润的 70% 以上，其中“华美缎”更是获得了纺织工业部“七五”期间优秀新产品二等奖。

1989 年，马仕秀荣获全国劳动模范，并与国家领导人合影。1991 年，绍兴县第二纺织厂已发展成拥有职工 1300 多人、厂房面积 4 万多平方米、固定资产 1080 万元、年产各类化纤织物 600 多万米的省级先进企业。这一年，马仕秀被评为全国乡镇优秀企业家。



马仕秀

进入上世纪 90 年代，马仕秀意识到，企业要做大做强就要学习国外先进技术，引进先进的机器设备。“我当时去意、美、日等国参观，他们的纺织设备非常先进，工业化也非常发达，对我震撼非常大。”马仕秀说道。

1994 年，凭借着改革开放和社会主义市场经济体制改革的强劲东风，马仕秀又创建了浙江华天实业有限公司。1997 年，他又创建了华翔纺织厂，从欧洲引进 400 余台先进的剑杆和喷气织机。2000 年前后，马仕秀敏锐地看到了纺织外贸的潜力，开始组建外贸团队，致力于让公司生产的面料走向国门、走向世界。

面向新兴产业，做强实体经济

“在时代的浪潮中，一定要做顺势而为的事情。”马仕秀的每一步决策都将华天实业的发展推向更广阔的天地。“十五”规划期间，我国大力推动高新技术产业发展，马仕秀以前瞻的目光率先布局，在 2002 年创办了绍兴翔宇绿色包装有限公司，项目总投资 15 亿元，占地 300 亩，6 条德国进口的 BOPET 薄膜生产线可以年产 15 万吨 BOPET 薄膜，产品远销欧美、亚洲等世界各地。

事业发展没有止境，实业报国没有穷期。迈上新时代关口，年近 80 岁的老人并没有停下前行的步伐，先后成立了上海沪越贸易有限公司、绍兴翔越新材料有限公司等多家企业。2021 年马仕秀创建浙江宇越新材料有限公司，投资 100 亿元攻克年产 60 万吨光学级功能性膜材料制造项目，总占地面积近千亩，规划设计引进国外的 2 条 30 万吨光学级聚酯原料装置和 12 条光学膜生产线，一期将于 2024 年下半年投产。

马仕秀告诉记者，该项目被列为 2022 年浙江省特别重大产业项目和省市县长项目，也是贯彻落实党中央“共同富裕”精神的“柯桥——江山山海协作产业飞地”的首个启动项目，致力于打破光学基膜被美、日、韩技术垄断的现状，战略布局光学基膜产业的核心环节，聚焦高性能聚酯薄膜领域，为全球电子显示、光伏新能源、锂离子电池行业提供高端基膜的解决方案。

一代人有一代人的使命，一代人有一代人的担当。2022 年，世界布商大会主题大会为马仕秀等十余位柯桥纺织领军人物颁发了中国轻纺城三十周年功勋人物奖。他们，不仅是中国轻纺城成长的见证者，更是中国轻纺城不断跃升腾飞的精神支点。马仕秀感慨道，未来是年轻人的天下，相信柯桥的明天会更好。TA



中国轻纺城集团
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP
股票代码：600790

Focus / 聚焦

中国纺织时尚产业转型升级创新企业联展开启

■ 本刊记者_边吉洁 文 / 摄

近日,由中国轻纺城建管委、清华大学中意设计创新基地联合主办的中国纺织时尚产业转型升级创新企业联展在柯桥中意未来时尚馆举行。联展以“联萌”为主题,寓意联动产学研,萌生新能量,旨在推动产业转型升级,共同创造新的能量和动力,推动柯桥纺织时尚产业实现长足发展。

中意未来时尚馆作为中意设计创新基地的重要载体,积极推动中意两国在时尚领域的合作与交流,为纺织时尚企业提供创新设计、品牌推广、市场拓展等的全方位支持。在中意未来时尚馆内,材质各异、色彩不同的纺织面料竞相呈现在眼前,展品在灯光照射和时尚的陈列布局中,充分展现了柯桥纺织时尚产业的发展趋势和无限创意。

据了解,本次联展汇聚了金点子纺织、景硕纺织、利国泰、尚正新材料等20余家柯桥纺织企业的近百件面料和服装作品,涵盖纺织面料、服装设计、家居纺织品等多个领域的创新产品和技术。值得一提的是,展览不仅有传统的棉、麻、丝等面料,还特别展示了多款具有创新技术和环保概念的新型面料品种,积极响应当前对于可持续发展的要求,也满足了全球不同市场的各种需求。

此次联展从9月23日持续至10月28日,为期一个多月。活动期间,中意未来时尚馆参观者络绎不绝,许多柯桥纺织企业期待一睹柯桥纺织时尚产业的先进技术和创新成果,感受柯桥纺织时尚产业的魅力。

作为清华大学中意设计创新基地“中国纺织时尚产业转型升级”



近百件柯桥纺织创新展品同台竞艳。

学习项目的延伸,此次联展积极发挥了促进产学研合作,推动产业转型升级的作用,不仅为柯桥纺织时尚产业提供了展示自我、互相学习、共享资源的平台,通过这种联动,纺织企业间更实现了互相了解、深入合作、取长补短、共同提升。另外,企业还可以引进先进的技术和理念,促进人才培养和技能提升,为企业的可持续发展注入活力。

轻纺城建管委相关负责人表示,此次联展为中意两国在纺织时尚领域的交流与合作搭建了桥梁,双方将共同探讨可持续发展的路径和策略,进一步加深两国之间的友谊与合作,同时促进两国在时尚创新领域的互补优势和协同发展,引导提升行业整体创新水平和综合实力,推动两国纺织时尚产业不断向前发展。

2023 柯桥国际纺博会海外云商展扬帆东南亚

近日,2023“丝路柯桥·直播全球”绍兴柯桥国际纺博会海外云商展(东南亚站)成功举行。此次展会汇聚了越南、新加坡等“一带一路”沿线国家的众多品牌采购方与柯桥优质纺织企业,通过云端无界沟通平台,进行了深入交流,共同探寻纺织经贸合作机会。

在云商展上,绍兴唐丝纺织品有限公司、绍兴柯桥利国泰进出口有限公司等52家面料企业详细介绍了产品的设计理念与特点,针对东南亚的气候、地域特征,在线展示了1200余款符合采购需求、兼具功能与品质的面料产品,涵盖棉花、亚麻、羊毛、聚酯纤维、再生纤维、丝绸、人造丝、天丝、皮革等多个品类,为采购商提供了多样选择。

同时,150余家东南亚服装、配饰及家纺品牌与贸易公司的采购商通过观看直播、浏览产品、查询企业信息,借助一对一私信、在线留言等配套辅助功能,积极参与线上交易配对与深入交流,为后续合作奠定了良好基础。

其中,绍兴诗露进出口有限公司展示了以亚麻、莫代尔、竹纤维、天丝为原材料的天然环保产品。“这些面料吸湿排汗、透气凉爽,很适合东南亚的热带气候,参加云商展活动不仅展

示了公司的产品,也利于新市场的开拓。”公司业务经理谭玲说道。浙江神盾纺织有限公司则主要展出了柔软舒适易打理的抗菌丝女装面料,公司董事长助理安迪表示,公司一直想在外贸领域取得突破,云商展为企业获悉国外品牌采购商需求提供了难得机会,对企业的面料产品开发工作具有指导意义。

此外,主办方还专门在“TEXFUTURE VIETNAM 越南精品纺织面辅料展览会”开设了云商展面料线下展示区,40余家纺织企业的近500款优秀面料同步展出,让采购商从实际触感、功能等方面体验面料特性,为采购商与面料企业的对接提供更真实的体验。

据统计,本次云商展注册采购商累计284人,线上洽谈高达959次,一对一视频会议47场,达成合作意向及调样意向218次,对接效果成效显著,供需双方表达出强烈合作意向。

本次云商展助推了中国与东南亚国家纺织经贸合作的进程,为柯桥纺织拓展了新的外贸路径。通过云端互联,中国与东南亚纺织服装企业间的沟通链条得以缩短,双方的合作变得便捷高效。同时也为双方企业提供了更多商机,使他们在更广泛的领域内开展合作成为可能。(边吉洁)

入选浙江省服务业高质量发展典型 轻纺城数字化建设再上新台阶

■ 本刊记者_周榆清

近日,浙江省发展和改革委员会公布了24个贯彻落实服务业高质量发展“百千万”工程典型的经验做法,36个服务业数字赋能、跨界融合、模式创新和新型消费培育的优秀案例。其中,中国轻纺城集团股份有限公司“筑数字轻纺城产业平台 推动传统市场焕发新机——柯桥中国轻纺城数字打造新型产业市场新实践”成功入选“数字赋能”模块典型案例,为绍兴市唯一入选案例。

作为中国轻纺城的“数字孪生”市场,数字轻纺城自2020年12月初启动筹备以来,在系统设计和落地应用方面成效显著。今年以来,中国轻纺城集团积极响应柯桥区委、区政府关于数字市场三期建设的指示,从多点发力,全力以赴推进数实共生,深化数字市场迭代升级。

在线上平台建设方面,“全球纺织网”“网上轻纺城”两大网站持续进行技术革新与运营提升,举办多场面料、成品类月月新品活动,今年以来推出“国风汉服面料”“春夏新品窗帘”等孔雀云展10余场,聚集供应商千余家,吸引采购商线上访问达数百万人次,受到了市场经营户及采购企业的广泛好评。

在线上拓市工具、市场服务管理和集团业务支撑的迭代方面,强化“小哥找布”运营,上线“小哥找布”3.2.0版本,实现集团所属市场“小哥找布”业务全覆盖,促进“小哥找布”走进广州中大市场;同时推动“金蚕宝宝”门店管理系统扩面,研发金蚕宝宝中小企业实用版,开发报价、2D试衣、仓库管理等全新功能。

在物流方面,轻纺数字物流港8月初完成了公共智能立体仓室内设备



中国轻纺城集团多点发力,全力以赴推进数实共生。图为轻纺城指挥中心。

试运行工作,“利可达”智慧物流平台在轻纺城核心市场周边建立了市场集货点进行统一揽收,与“数字轻纺城”平台无缝对接,为经营户提供了更加快速、便捷和个性化的仓储和配送服务。

本次入选肯定了中国轻纺城在数字化建设领域做出的努力,不仅展示出柯桥区域产业发展的特色亮点和发展成果,还为进一步构建优质高效服务业新体系,高效推进服务业高质量发展“百千万”工程做出了重要贡献。

数字轻纺城的建设,加速了中国轻纺城“服务市场+壮大产业”一体化发展进程。依托中国轻纺城数字管理模式为产业市场提供的“复刻模板”,利用市场数据挖掘潜力,将有效解决跨产业合作的难题,有助于推动纺织产业的健康发展。

巾帼助力垃圾分类,美化环境护航亚运

丹桂飘香话丰收,亚运赛事动心弦。近日,中国轻纺城建设管理委员会围绕“巾帼同心 亚运同行”活动主题,开展“万人做志愿”系列活动,组织“巾帼志愿 护航亚运”活动助力垃圾分类,充分发挥巾帼志愿者的模范带头作用,护航亚运盛会。

活动现场,轻纺城建管委的巾帼志愿者们首先接受了与垃圾分类相关的知识培训。随后,她们前往位于柯桥街道红建社区的生活垃圾“定时定点”分类投放点,通过现场指导、实际操作、探讨交流等形式,引导社区居民正确分类投放生活垃圾,并在途中用钳子捡拾垃圾。

以志愿之光为亚运添彩,为城市添美。本次活动依托捡拾垃圾、宣传垃圾分类知识、引导垃圾正确投放等多种方式,弘扬了“绿色亚运”的核心理念。同时,紧扣党建带妇建,充分发挥柯桥区巾帼志愿者妇女群众的力量,对广大居民树立垃圾分类理念产生了正面推动作用,助力垃圾分类工作做实做深,进一步展现出柯桥活力、文明和奋进的良好风貌。(周榆清 文 / 摄)



妇联志愿者们捡拾垃圾。

做好“一日督导员”, 助力打造“洁美纺都”

为积极响应绍兴市“迎亚运”垃圾分类百日攻坚行动总体要求,努力营造干净整洁优美的宜居环境,造浓绿色亚运氛围,近日,中国轻纺城党工委组织开展垃圾分类“一日督导员”与垃圾分类线上考学活动。

“您好!生活垃圾分类后分别扔到相应分类垃圾桶内可以节约资源,保护环境!”“在生活中常见到可回收垃圾、厨余垃圾、有害垃圾、其他垃圾可以这样归类……”在柯桥街道红建社区湖景中央花园小区督导点位,党员干部们化身垃圾分类督导员,对过往扔垃圾的居民进行指导和监督,并为居民宣讲讲解垃圾分类知识,劝阻垃圾混装混投的不文明现象。

随后,党员干部们深入轻纺城天汇市场,向市场经营户重点介绍了垃圾分类的重要性和分类方法,引导商户扫码参与垃圾分类线上考学活动,使商户增强对垃圾分类相关知识的了解,以打造更加洁序净美的市场营商环境。

此次活动效果显著,督导员们身体力行,充分发挥党员先锋模范作用,指导居民们垃圾分类投放得当,使垃圾分类质量得到提高,为打造“洁美纺都”提供坚强的组织保障,提升居民们垃圾分类意识的同时,推动形成人人参与垃圾分类工作的良好风气。(周榆清)



10月17—19日，第十二届江苏（盛泽）纺织博览会将在盛泽国际会展中心拉开帷幕。图为往届展会。

链动全球 新意盎然

六大看点带你预览第十二届江苏(盛泽)纺织博览会

■ 通讯员_陈洁瑶

历经多年的探索与沉淀，盛泽纺博会已经成为全国乃至全球纺织面料行业互鉴交流、引领行业趋势的重要展会。9年来，通过盛泽纺博会，盛泽企业向世界全方位展示出“原产、原创、生态、流行”的纺织产品。也正是在一届又一届展会的持续加持下，盛泽不断完善丝绸纺织产业体系，打造出“从一滴油到一匹布”“从一根丝到一个品牌”的完整产业链。

10月17—19日，第十二届江苏（盛泽）纺织博览会将在盛泽国际会展中心拉开帷幕。年年岁岁名相似，岁岁年年意不同。作为行业风向标和洞悉行业发展新趋势的专业性

展会，盛泽纺博会坚持创新理念、拓展视野，使得展会常办常新。本届盛泽纺博会同样别出心裁，精彩纷呈。

据介绍，本届盛泽纺博会将打造一条从原料纱线、染化料及印染助剂、印花品及印花机械，到面料、里料、现货的全产业链，为产业发展注入内生动力、焕活发展生机。在线下展的同时，盛泽纺博会将继续举办“云展会”，作为线下实体展会的延伸，用数字科技助力行业间高效对接，实现线上线下双向联动，将盛泽优质面料更好地展示给全球采购商。

看点1

权威发布，话行业热点 全球纺织服装供应链大会

据介绍，本届盛泽纺博会的核心亮点在于全球纺织服装供应链大会。

全球纺织服装供应链大会集国内外纺织服装经济管理、设计、营销等企业领袖与专家于一堂，共同探索纺织服装供应链的管理方法和发展方向。大会通过全体大会、主题演讲、平行活动、高端对话等兼容并蓄、多元立体的交流形式，发表独立的思想，分享成功的品牌供应链管理案例和实践，探讨实用的供应链合作方式，引发新思考、新认识，催生更多有价值的建议和启发。

看点2

搭平台，促成交 盛泽面料品牌对接会 & 品牌服装产业链 订货会

本届展会与中国纺织信息中心和中国服装协会合作，分别举办盛泽面料品牌对接会和中国品牌服装产业链订货会。活动的各个环节都将严格做到按需对接、环环相扣，保证面料商与采购商做到一对一精准对接。

主办方将提前展示今年参展的优质面料企业资料（企业介绍、主营产品、最新产品等），为企业与采购商搭建高效对接平台，方便双方在展会现场的品牌订货区进行一对一精准对接合作。

看点3

两展联办，链接上下游 2023江苏（盛泽）纺织新材料及印花展

2023江苏（盛泽）纺织新材料及印花展将与江苏（盛泽）纺织博览会同期举办。该展览将展示最新的纺织原料和印花技术，链接纺织行业上下游，布局全产业链。观众在参加盛泽纺博会的同时，也能够一窥行业新材料与新印花技术的发展趋势。

此次展览不仅是产品展示平台，也是信息交流和合作的平台，将全方位推动行业向前发展。

看点4

时尚引领，推动产业高质量发展 三场重磅大赛轮番上演

本届盛泽纺博会将延续“展会+秀、赛、会、商”模式，以“科技、时尚、绿色”的发展理念，融合盛泽面料演绎的多场赛事，全方位展示盛泽最新纺织产品及创新成果。2023第六届中国生态环保面料设计大赛、2023“中华杯·时尚盛泽”数字艺术应用设计大赛将在展会期间轮番上演，2023“盛泽织造”品牌面料时装设计邀请赛成果展将以静态展的形式展出，让观众充分感受“盛泽织造”的时尚魅力，全面彰显盛泽“时尚之都”的创新实践。

看点5

品牌发声，定义行业品类赛道 “盛泽织造”品牌馆开馆、品牌建设成果展 & 秀

“盛泽织造”品牌馆将在纺博会期间正式开馆，同时“盛泽织造”品牌建设成果展也将于纺博会期间举办，展出盛泽品牌建设成果。此外，同期还会通过秀演形式举办品牌建设成果秀，让观众从视觉角度更直观地感受盛泽面料的时尚性和引领性，吸引合作伙伴和买方的关注，从而树立盛泽丝绸纺织产业时尚趋势引领地位。

届时，将根据盛泽四大主题品类面料（话东方、新通勤、可持续、现未来），拟结合24/25秋冬流行趋势内容，于纺博会现场进行盛泽四大主题面料展示，同期举行24/25盛泽面料流行趋势发布，定义行业品类赛道，向外界发出“世界面料看盛泽”的品牌之声。

看点6

线上线下融合发展 “云”上逛展会、直播看面料

本届盛泽纺博会将继续采用线上线下同步展览模式，将在“东纺云APP”上举办云展会。无论身处何地，只要有网络连接，观众都能与展商共同见证行业的创新与进步。

展会期间，将在现场设置独立直播间，各类新技术、新产品将通过对话的形式进行线上推广。作为线下实体展会的延伸，用数字科技助力行业间高效对接，实现线上线下双向联动，让更多互动和碰撞协同落地。

随着电商模式高速发展，“网红直播”这种新的营销模式也迅速走红。本届展会期间，网红主播将进行现场直播，助力线上观众实时了解展会动态，也能为展商带来更多与观众突破地域限制的互动交流机会。



TIPS

展会信息：

本届盛泽纺博会将于10月17—19日在盛泽国际会展中心拉开帷幕，同期还将举办2023江苏（盛泽）纺织新材料及印花展。

展会规模：

总展出面积20000平方米左右，折合标准展位共设近450个展位。

展区分布：

主馆一楼为纺织新材料及印花馆，分为纺织新材料及印花展区和面料展区。其中纺织新材料及印花展区主要展出纤维纱线、染化料及印染助剂、印花品及印花设备，面料展区则分为时尚女装区、功能/户外面料区、现货区等。

主馆二楼主要围绕时尚打造多元化展，设有Fabrics China Space中国纺织面料时尚创新展示空间、“中华杯时尚盛泽2023”静态展、“盛泽织造”品牌建设成果展、MINI秀台、2023“盛泽织造”品牌面料时装设计邀请赛成果展、品牌订货会展区、光地企业展区和精品面料展区。



时尚之都 美丽盛泽



国际化纤会议吸引全球化纤业界同仁深入探讨时代变革下行业发展的多样性、差异性、复杂性、规律性和长期性。

共促全球化纤行业繁荣发展

第 29 届中国国际化纤会议暨第 10 届中国碳谷碳纤维产业大会在吉林召开

■ 本刊记者 陶红

目前，全球范围内的化纤企业盈利趋于稳定，市场波动减弱。“在渡过最近一两年的困难后，我坚定地看好中国以及全球化纤产业中长期的发展，以及稳定的盈利预期。”中国纺织工业联合会副会长端小平在第 29 届中国国际化纤会议（吉林 2023）暨第 10 届中国碳谷碳纤维产业大会上表示，对化纤工业的发展充满信心。

“当前，行业发展既要正视困难，又要坚定信心。对化纤行业来讲，我们有党的坚强领导和中国特色社会主义制度的显著优势，我们有超大规模的市场优势和内需潜力，我们有规模最大、门类最全、配套最完备的纺织产业体系，我国化纤行业已成为全球纺织产业链不可或缺的重要一极。”工业和信息化部消费品工业司副司长王孝洋对于行业再上新台阶提出三点建议：一是发挥国内产业链完整性优势，做高质量发展的引领者；二是紧抓新材料发展机遇，做推动东北全面振兴的建设者；三是发挥行业龙头企业的影响力，做全球合作发展的推动者。

据悉，在吉林市召开的这场国际化纤会议，以“共促全球化纤行业繁荣发展”为主题，吸引全球化纤业界同仁实现了面对面相聚，共同围绕全球化纤工业科技创新、绿色低碳、品牌建设、可持续发展，以及碳纤维的技术、生产、应用等内容，深入探讨在时代变革下行业发展的多样性、差异性、复杂性、规律性和长期性，共创化纤行业高质量发展锦绣华章。

会议由中国纺织工业联合会、吉林市人民政府主办，吉林省工业和信息化厅、吉林省科学技术厅指导，中国化学纤维工业协会、中国纺织国际交流中心、吉林化纤集团有限责任公司共同承办，吉林碳谷碳纤维股份有限公司、吉林国兴碳纤维有限公司、吉林国兴复合材料有限公司支持。

专注长期，解码可持续发展

新形势下，可持续发展已成为全球关注的焦点，亦成为全球化纤行业的发展目标之一。如何实现可持续发展，既是当下面临的一大挑战，也蕴含着极大机遇。

端小平从供需关系、科技、绿色三方面探讨了化纤工业的可持续性。对于供需关系的可持续，端小平认为全球纤维消费量仍有增长空间，中国化纤的增长速度会由于基数的原因以及全球化纤、纺织产业分工的调整而出现下降，将和全球增速基本保持同步或稍低于全球的增长速度。基于此，只要不出现颠覆性的技术和产品，全球化纤产业供需格局在未来较长一段时间内将保持相对稳定。

对于科技的可持续，端小平认为，科技使化纤在与天然纤维竞争中获得了比较优势，并推动化纤行业的持续进步和发展；多功能、差异化、低成本是化纤行业技术进步的永恒主题；高性能纤维、生物基纤维、前瞻性的技术持续成为行业科技进步的亮点；数字化、智能化催生第四次工业革命，纺织化纤行业也不例外，“我个人认为数字化、智能化极有可能成为竞争的分水岭。既要毫不犹豫地拥抱它，也要避免落入陷阱。”

对于绿色的可持续，端小平建议，要建设纺织品的回收再利用体系；要重视生产过程本身的节能减排，要采用绿色能源，尤其在工业园区，还要发展利他性的产品，“总之，要应用创新技术、创新理念与创新机制，主动探索可持续低碳经济发展模式，从多个方面推动持续节能减排，最终推动行业企业实现‘双碳’目标。”

中国科学院院士、东华大学材料科学与工程学院院长朱美芳介绍了新形势下纤维新材料技术的创新发展。新材料将推动行业变革和升级。基于此，她介绍了多种创新纤维，包括特种碳纤维、芳杂环聚合物纤维材料、功能调温纤维、功能抗污纤维、功能传感纤维、功能防护纤维，以及多种绿色低碳纤维等。她指出，数字技术和实体技术深度融合是未来纤维的发展趋势。畅想未来，一根纤维可以链接起互联网、信号传感、卫星通讯、智能制造、5G 设备、可穿戴电子、健康防护、疾病诊疗等各个方面的信息，做到“一根纤维连接你我他，链接地空星辰大海”。

全面振兴，吉林步入“上升期”

作为我国最早开展碳纤维研制的省份，经过 50 多年的发展，吉林已成为国内三大碳纤维及复合材料产业聚集地之一。吉林省政协副主席蔡国伟谈到，今年以来，吉林省全力打造龙头企业、全力开展关键核心技术攻关、全力优化产业生态。未来，吉林省将牢牢扭住自主创新“牛鼻子”，不断丰富拓展应用场景，加快打造较为完善的产业链和产业集群，材料产业、碳纤维产业应用融合等基地。

目前，吉林化纤原丝、碳丝产量居行业前列，碳纤维板块产值自 2020 年以来已连续三年实现翻倍。吉林市委书记胡斌表示，未来吉林将发展碳纤维产业作为转变经济增长方式、优化产业结构的一项重要战略举措，加快实施吉林化纤 40 万吨碳纤维全产业链、1 万吨高端碳纤维材料等重点项目，全面进军碳纤维复材领域，开辟大丝束碳纤维与汽车轻量化、航空航天、新能源、冰雪装备等领域融合发展新赛道，打造世界最大的碳纤维产业基地。

吉林化纤集团有限公司董事长宋德武在《吉林市纤维材料高质量发展》报告中介绍了公司基本情况、四大系列纤维及其未来定位等。他谈到，吉林化纤将立足四大纤维主业，持续推进人造丝、腈纶、竹纤维传统产业高端化、智能化、绿色化升级，碳纤维战略新兴产业融合集群发展。“吉林化纤四大纤维增长非常迅速，非常可期”。两个“非常”是宋德武的信心所在。

汇聚全球合力，共促行业繁荣

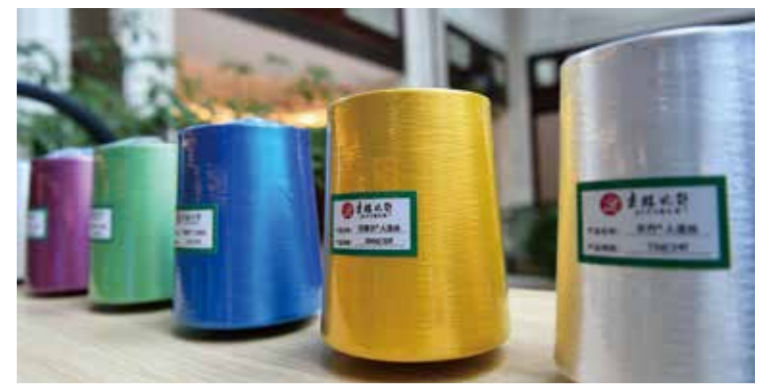
欧洲人造纤维协会理事长 Frédéric Van Houte 表示，欧洲的可持续和循环纺织品战略包括可持续发展、转型之路、贸易政策审议三大方向。此外，欧盟循环纺织品战略关键行动涵盖《可持续产品生态设计法规》，可依此采取有关可持续生产和消费行动、废物垃圾回收相关行动等，“无论是现在还是将来，可持续发展都是欧盟的首要任务。欧洲人造纤维行业一直在通过创新、转型和改革积极应对这一问题。”

日本化学纤维协会执行副会长兼理事长富吉贤一在题为《日本纺织业的循环经济展望和技术发展路线图》的报告中介绍了日本纺织业可持续发展政策、技术路线图进展、具体行动以及日本化纤协会实现纺织品的循环体系、环保纤维标准化工作等的具体举措。富吉贤一表示，实现循环经济和可持续发展，有必要在全球纺织供应链内积极采取行动，如建立可追溯系统。

韩国化纤协会商务政策办公室主任、韩国纺织产业碳中和中心秘书长郑昌勳介绍了 K-ETS（韩国碳排放权交易体系）对韩国化纤工业的影响。近年来，围绕碳主题的全球贸易新规则不断增加，以碳中和为导向的经济秩序和市场环境正在逐渐形成。K-ETS 开始于 2015 年，其发展共分为三个阶段：第一阶段（2015—2017 年）100% 免费分配；第二阶段（2018—2020 年）免费发放 97% 的配额，3% 拍卖出售；第三阶段（2021—2025 年）配额免费分配比例降低至 90%，10% 拍卖出售。此外，韩国碳中和委员会于 2021 年 5 月成立，并于 8 月宣布“2050 年碳中和草案”。

泰国人造纤维工业协会名誉会长 Mayuree Didpakdeechol 表示，泰国化纤工业在高端汽车、航空航天、健康和卫生、安全纺织品和体育用品等高性能材料应用领域拥有更多机遇。同时，在绿色转型方面，其采取的主要措施包括推广绿色制造标志（如全球再生标准、OEKO-TEX 标准、全球有机纺织品标准、泰国温室气体组织等）以及推动绿色制造技术发展等。泰国的可持续发展目标是：在 2030 年达到温室气体排放峰值，力争在 21 世纪下半叶及早实现温室气体净零排放，到 2065 年实现碳中和。

欧瑞康聚合物加工解决方案板块 CEO Georg Stausberg、欧瑞康中国区总裁王军通过问答形式阐述了“以多元化业务模式和强化应变能力，在未来的纺机市场取得成功”的秘诀。Georg Stausberg 表示，面对严峻的市场环境，欧瑞康早已开始考虑业务的多元化，通过扩大产品组分，以减少对单个强势产品系列的依赖。多年来，欧瑞康已从过去的机械制造商逐步发展成为化纤综合设备单一来源供应商，并最终成为聚合物加工领域可持续生产解决方案的提供商。



聚焦碳纤维，科技 + 应用场景双赋能

国内碳纤维行业目前的发展情况如何？北京化工大学教授徐桦华介绍，近年来我国碳纤维行业的发展形势非常好，形成了粘胶基、沥青基、聚丙烯腈（PAN）基三类齐全的碳纤维制备体系。针对我国碳纤维技术的创新方向，徐桦华建议，要形成均衡化的碳纤维制备技术；要继续支持大丝束碳纤维发展；要研发新型原丝制备技术；要研发高效纺丝技术；要研发径向结构均质化的粗直径纤维制备技术；要确保纤维束平稳运行的装备技术。

德国亚琛大学纺织技术研究院助理研究员 Deniz Yesilyurt 分享到，随着人们对氢气储罐及其回收利用越来越感兴趣，现在已能够从中回收高质量的连续纤维。然而，缺乏表面活性的再生纤维对基质的粘附力较低，并且未上浆的纤维可能会在退解过程中受损。为解决这些问题，德国亚琛大学开发了一种新方法，通过优化碳纤维的表面处理和上浆，降低碳纤维的回收损失并提高回收效率等。

双碳目标下，轻质材料的重要性与日俱增。碳纤维的密度只有钢的 1/3，并且碳纤维及其增强复合材料具有十分优异的力学性能，然而高昂的生产成本限制了下游应用。德国亚琛大学纺织技术研究院助理研究员刘子文在题为《通过聚丙烯腈原丝热化学预处理降低碳纤维生产成本》的报告中介绍了一种创新方法：利用低成本的 KMnO4 或 N2 作为预处理介质可以将碳纤维的稳定化时间缩短 20%、能源成本降低 20%、纤维损耗减少 5%，缩短将聚丙烯腈热转化为碳纤维的工艺时间，提高转化效率，从而最终达到降低碳纤维生产过程中能耗和成本的目的。

中国一汽研发总院高端汽车集成与控制国家重点实验室副主任叶福恒指出，轻量化是汽车节能减排的重要途径之一，碳纤维复合材料以其轻质高强、设计集成度高和抗疲劳性能优异等性能优点，成为汽车深度轻量化的理想材料。先进的量产制造技术助推规模化应用。同时，混合使用连续和非连续纤维，可以拓展复合材料的应用范围，实现异形实体部件的复材化；回收技术则进一步完善产业链。面向未来的产业化、规模化应用，他表示，需要产业链协同共进，构建低成本开发路径，突破关键共性技术，打造高价值应用场景。

北京科泰克科技有限责任公司技术总监赵亮介绍了碳纤维复合材料车载储氢气瓶研发进展及应用。目前应用最广泛、最便捷的车载储氢技术为高压气态储氢。世界各国均将 70MPa 高压气态储氢列为发展目标和研究重点。针对 70MPa 车载高压储氢瓶车载技术要求，我国仍需突破高压储氢瓶、瓶口组合阀关键技术，建立设计、工艺、测试规范等。他表示，纤维的选择是决定气瓶性能的关键，碳纤维全缠绕结构，具有容重比小、单位质量储氢密度高等优点，并且采用缠绕线形的细化设计可以提升气瓶的综合性能。TA

定义户外新趋势

坦博尔高品质时尚羽绒系列上海全球首发

■ 本刊记者 罗欣桐

9月21日, 国货高品质羽绒服品牌坦博尔全新系列于上海全球首发。发布会以“新自然 心自由——坦博尔定义户外新趋势”为主题, 沿袭坦博尔品牌的高山美学与户外哲学, 融入硬核科技与多元设计, 围绕“山野露营”“城市探索”“生活滑雪”三大场景, 全新定义户外时尚羽绒服新趋势。

中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏, 中科院创业投资公司董事长、中国科学院生物物理研究所研究员、中国企业家俱乐部副理事长吴乐斌, 山东省青州市委副书记、市长田永全, 中国服装设计师协会专职副主席谢方明, 中国纺联新闻中心副主任、《纺织服装周刊》杂志社社长徐峰, 山东省纺织服装行业协会执行会长刘建国等领导嘉宾出席发布会。

更高品质更多场景 定义户外时尚羽绒新趋势

本次发布会从坦博尔品牌的户外基因中汲取灵感, 以沉浸式造境形式, 真实还原“山野露营”“城市探索”“生活滑雪”三大场景, 全新定义户外时尚羽绒服趋势。百余款户外时尚羽绒服新品, 融合了专业实用的功能与时尚百搭的设计, 打破城市生活和户外运动穿着的边界, 让更多户外爱好者坦然上阵、轻行致远。

自然感与科技感交互相融的秀场, 以光辉橙、苔原绿、山峦灰等多元色彩传递源自户外的感官体验: 层林尽染的山峦、黄褐如暮的沙漠、灰黑亮泽的山岩, 以及纯白圣洁的雪域之巅, 以人与自然沿途作伴的瑰丽光景, 唤醒观众内心深处的渴望, 直观展示坦博尔如何以高品质羽绒解锁户外多元场景。

比如, 深受坦博尔品牌用户喜爱的明星单品、坦博尔户外轻行系列冲锋羽绒服, 得益于 Dermizax 户外科技面料能实现 20000mm 高耐水压的特殊无孔质膜、10000g/m²·24hrs(B-1 法) 卓越的防水透湿性能, 以及全身接缝压胶、银膜蓄热内里 30s 升温 2—3 度等硬核性能加持, 不仅具有暴雨级防水性能, 还能提供更高的能量回馈, 为户外人带来“轻暖透湿”“无惧风雨”“一衣三穿”的出色体验, 轻松在日常通勤、山野露营与户外徒步之间随心切换。

户外人追寻的从来不止登顶时的满足和喜悦, 更是前往目的地途中与自然同频的极致心境。坦博尔深谙登峰凌空的真义, 始终以匠心打造经典, 将高品质羽绒服与户外精神融为一体。比如, 作为坦博尔羽绒服家族 Pro 级明星产品, 坦博尔鹅绒滑雪服系列不仅具有强大的专业户外防护功能, 采用了绒子含量 90%、清洁度 800+、蓬松度 18cm 的轻奢鹅绒, 搭载 Dermizax 和 TORAYDELTY™ 户外科技面料以及空气流动科技系统等出色性能, 穿上即是价值体验。

除了基于面料与科技的功能升级, 本场发布会也展示了坦博尔同样重磅的设计升级。由坦博尔与前 GUCCI 图案设计师联名合作的城市运动、时尚运动大师写意印花系列羽绒服, 在双方崭新的创意交融下, 以“足量充绒”保证温度, 又沿袭“潮流大廓形”设计体现时髦风度。特别是卓然大气、简洁明朗的大师原创雪山印花图案, 轻松打破羽绒服“单一、笨重”的刻板印象。



携手新生代唱将 以热爱释放自由真我

发布会现场, 当红艺人、新生代“唱将”希林娜依·高作为坦博尔特邀秀嘉宾活力现身, 并亲自搭配、演绎坦博尔全新户外轻行系列羽绒服风格 look, 在互动体验区打卡解锁三大户外场景的运动乐趣。还有众多知名潮流博主也加入到这场多面精彩的户外运动时尚之旅, 共同走近坦博尔品牌背后的山系底蕴, 释放户外热爱, 演绎时尚真我。

从台上到台下, 坦博尔精心打造的三大场景氛围, 让来宾沉浸式感受户外运动的乐趣, “新自然 心自由”的主题概念获得完美诠释。活动当晚, 坦博尔官方直播间同步呈献趋势大秀; 坦博尔全系列新品同步登陆坦博尔天猫官方旗舰店, 全国 1000+ 门店也将同步发售。

以品牌价值升级 推动中国羽绒服高质量发展

坦博尔秉承大国工匠精神, 24 年来专注高品质羽绒服, 拥有 2 大研发中心、94 件原创版权设计, 产品远销全球 40 多个国家, 线下门店超过 1000 家, 国内羽绒服市场占有率稳居行业前列。

陈大鹏表示, 坦博尔在户外羽绒服专业性和行业前瞻性的引领下, 深度践行坦博尔品牌勇攀高峰、与自然共生的价值理念, 融合新工艺、新技术、新设计, 以高品质户外时尚羽绒服, 为中国羽绒服行业的高质量发展带来积极推动作用。

未来, 以“国货高品质户外时尚羽绒服品牌”为新起点, 坦博尔将继续秉持对户外运动的无限热爱, 探索环保科技面料与前沿技术, 链接全球高端时尚资源, 为坦博尔品牌用户带来“更高品质”“更多场景”的极致体验。TA



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

基于博弈论的零售服装品牌 线上线下的冲突研究

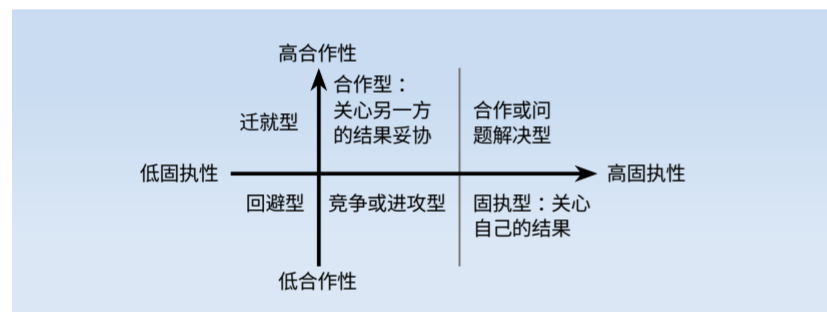
■ 赵雅彬 / 文

随着网络技术的发展，服装零售业的线上和线下渠道快速崛起，行业变革不可避免。现实中，传统线下零售商、采用线上线下双渠道策略的零售商以及纯线上零售商并存。这样的多渠道环境，导致线上线下在定价和销售上展开激烈竞争，严重扰乱了整个营销体系。实现线上线下整合已成为全球零售业的重要发展方向。

渠道冲突管理现状

如何有效管理和化解渠道冲突，是营销学界长期关注的研究重点。早在 20 世纪 70 年代，学者肯尼思·托马斯就提出了解决渠道冲突的概念模型。这个模型使用了渠道成员的固执性程度和合作性程度作为关键变量，并将渠道成员处理渠道冲突的不同谈判方式进行了分类，包括迁就类型、攻击类型、妥协类型、回避类型、竞争类型和解决问题类型等。该模型为理解和处理渠道冲突提供了有价值的分析框架。

图 1 肯尼思·托马斯的解决渠道冲突的概念模型



针对渠道冲突问题，有人认为，渠道冲突会对企业的资源配置效率和利润分配效率产生很大负面影响，渠道冲突的主要原因在于渠道系统内部不同成员之间存在信息不对称问题。如果能够将渠道内部的信息、决策制定和业务操作进行有效整合，便可以在一定程度上减少渠道成员之间的信息不对称，从而有效解决渠道冲突问题。

而从渠道成员的行为视角分析问题，个体渠道成员追求自身理性利益最大化的目标与整个渠道系统利益最大化目标的不一致，是导致渠道冲突与竞争的最根本原因。稳定的收益机制可以让渠道企业安心经营，有效的激励和惩罚机制可以促进渠道系统内部各企业自觉维护渠道秩序和利益分配规则。在制造商与零售商组成的两阶段供应链体系下，不同的定价模式对应最优的定价策略和库存策略，而系统协调一致定价是最优方式。

渠道冲突与零售服装品牌发展

线上和线下渠道都渴望实现利润最大化，由此导致一系列问题。渠道冲突的根本原因在于渠道中的各方都希望追求自身的最大利益。然而，在实际的市场渠道体系中，由于缺乏有效的沟通机制和约束力，这种恶性竞争所引发的冲突不仅妨碍了集体利益的实现，还导致整个渠道体系的效率下降和回报减少。

目前，传统品牌销售渠道主要依赖于线下分销，而线上销售的激增直接影响了线下渠道。渠道冲突是传统商业模式的产物，在这种模式下，线下渠道代理商众多，产品价格相对较高，并采用期货制度，这导致产品研发周期延长、供应链反应迟缓、产销效率不高。

未来，传统品牌将朝着线上线下融合的 O2O 运营模式迈进，这将成为品牌发展的趋势。O2O 的实现标志着品牌商业模式的重构。对于零售服装品牌来说，线上线下渠道冲突主要表现在以下几个方面：

1. 消费者重叠：线上与线下渠道的冲突最初源于消费者的双重涉足，

这可视作冲突的起因。随着网络传播速度的迅猛、便捷性的提高以及中间环节的精简，线上渠道因价格上的竞争优势而吸引了更多消费者，与此同时，也对传统线下渠道造成了挤压，导致线下渠道的消费者流失。一些服装企业采取了通过完全区分线上和线下渠道销售的方式来解决客户重叠问题。线上和线下渠道的广泛普及导致许多消费者将实体店视为“试衣间”，在实体店试穿后再在线上购买，这种行为损害了线下渠道的盈利，从而加剧冲突。

2. 产品串货：鉴于零售服装品牌的销售渠道体系复杂多样，产品常常同时通过直营店、加盟店和经销商等多层次渠道进行销售。在这个复杂的渠道网络中，各级经销商可能会采用价格差异化策略，而且线上销售通常不受地理区域限制，这容易对区域经销商产生竞争冲击。

3. 价格冲击：由于网络营销传播的特点和优势，线上销售渠道无需承担物流和仓储成本，并且不需要支付昂贵的营销费用，这导致了相同风格的产品在线上销售的价格通常比线下店铺更为优惠。这种情况使得线下渠道的竞争力减弱，销售额下降，同时线上低价销售也对品牌形象产生了严重冲击。因此，一些服装品牌采取了线上线下一体化策略，确保产品和价格一致，同时推出了线上下单、线下取货购物模式，缓解价格竞争压力。

4. 利益分配冲突：依据 O2O 模式的独特特点，零售服装品牌采用线上下单、线下取货的一体化方式，迫切需要解决同一品牌下销售人员的利益分配问题，否则将严重影响线上线下店员的积极性。从 O2O 模式的角度看，不论是从线上引流到线下，还是从线下引流到线上，都牵涉到业绩与利润的分配难题。一种解决方法是将线上客服与线下导购员的业绩纳入一个共同的绩效考核体系中，这需要线下导购员和线上客服之间的密切协作。这种协作方式不仅有助于更好推广品牌的 O2O 平台，还能让消费者获取更多的优惠信息，提供更卓越的服务；有助于推动品牌的 O2O 平台发展，更好满足消费者的需求。

零售服装品牌线上线下渠道价格博弈

线上和线下渠道需巧妙运用价格策略以吸引消费者并最大化盈利，这是渠道销售商亟需考虑的议题。1929 年，哈罗德·霍特林提出，价格或产品定价的不稳定性并非垄断市场的核心特征。线上线下价格主要取决于消费者在线上线下购买的成本，包括服装成本、交通成本和时间成本等。

实现渠道资源优化配置的策略路径，可以采取以下 3 种方式——

独特化战略：通过在线上和线下采用不同品牌或产品，避免价格竞争和消费者重叠，实现差异化。

综合性策略：在线上和线下渠道之间形成共同利益，提供便捷的购物体验，包括在线查看商品、下单、线下取货和相关服务。品牌引导线上顾客走向线下，实现 O2O 客户流量互通、会员互通、商品互通和支付互通，确保渠道和谐共处。一体化策略要求线上和线下服装款式、价格和促销一致，有助于化解渠道冲突。

大数据策略：O2O 双渠道主营销功能可跟踪交易并收集数据。零售服装品牌通过积累大量交易数据，深入挖掘顾客的消费习惯和需求，了解顾客的喜好、分布和基本特征等信息，更有针对性地制定市场策略、提高产品质量，增强需求预测和精确营销能力。

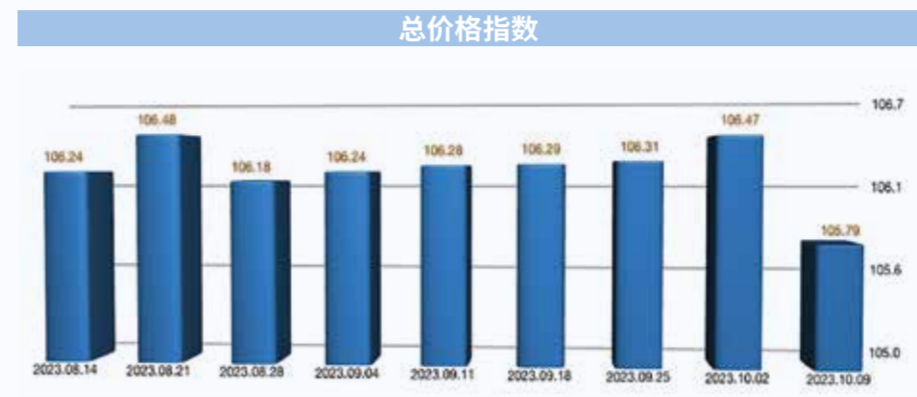
综上所述，线上线下融合是大势所趋。零售企业通过观念更新与战略优化，可以实现渠道价值最大化，推动行业转型升级。未来研究可基于模型，继续探究更细致的渠道协调机制，为管理决策提供更多依据。TA

（作者为中国服装协会副秘书长兼会员部主任）

秋市营销环比回落 价格指数环比下跌

20231009 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20231009 期纺织品价格指数收报于 105.79 点，环比下跌 0.64%，较年初下跌 0.72%，同比下跌 1.39%。



2023 年 1—9 月，中国轻纺城面料市场实现成交额 1541.33 亿元，同比上升 12.06%；网上市场实现成交额 721.93 亿元，同比增长 8.46%。

近期，中国轻纺城秋市营销环比回落，其中：原料市场价量环比下跌，坯布市场价量明显回落，服装面料市场布匹价量环比回落，家纺类产品成交价量环比下跌，辅料价量环比回升。

原料价量环比下跌，涤纶环比下跌，纯棉纱稳跌互现

据监测，本期原料价格指数收报于 83.54 点，环比下跌 0.31%，较年初上涨 0.49%，同比下跌 1.86%。

聚酯原料环比下行，涤纶成交环比下跌。本期涤纶原料价格指数环比下跌，华东地区 PTA 现货主流 5950 元/吨，环比下跌 220 元/吨左右；MEG 主流 3957.5 元/吨，环比下跌 92.5 元/吨左右；聚酯切片市场报价环比下跌，江浙地区半光切片现金或三月承兑 7050 元/吨左右，环比下跌 100 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝成交环比下降，价格稳跌互现，POY 报价 8040 元/吨，环比下跌 10 元/吨；FDY 报价 9200 元/吨，环比持平；DTY 报价 9340 元/吨，环比下跌 10 元/吨。本周国内涤纶市场行情呈现环比下跌走势，江浙涤纶长丝成交环比下降。目前终端纺织市场需求仍显不足，因国庆长假，下游织造企业放假增加，订单承接仍显不足，与往年相比继续偏淡。下游织造行业观望情绪依然较浓，江浙织机开工率环比下滑，市场心态依旧不足。

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 7565 元/吨，环比下跌 150 元/吨。纯涤纱市场报价基本稳定，32S 纯涤纱报 11900 元/吨左右，环比持平；45S 纯涤纱报 12800 元/吨左右，环比持平。

纯棉纱价格稳跌互现，人棉纱价格基本稳定。近期，萧绍地区纯棉纱市场价格稳跌互现，销售环比回缩，纯棉纱行情环比下跌，市场成交氛围局部下降。气流纺 10S 纯棉纱报价 16400 元/吨，环比下跌 30 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报价 24570 元/吨，环比持平；精梳 40S 纯棉纱报价 27725 元/吨，环比持平。下游纱线市场目前行情继续偏淡，心态依旧不足。部分织造企业纯棉纱用量仍以“随用随买、按单采购”居多，未现大量补库、囤积原料现象。

近期，粘胶短纤原料价格基本稳定，成交环比回缩，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13550 元/吨左右，环比持平。人棉纱价格基本稳定，30S 人棉纱价格报 17050 元/吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 18200 元/吨左右，环比持平。

坯布行情明显回落，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 121.03 点，环比下跌 1.12%，较年初下跌 2.81%，同比下跌 3.42%。

近期，坯布市场营销明显回落，连日成交呈现环比下跌走势，秋季产品坯布交投环比下行，新增订单环比下降，企业排单率环比回落。其中：混纺纤维坯布行情明显回落，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比下跌；化学纤维坯布现货成交和订单发货环比回缩，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比回缩；

天然纤维坯布需求环比回缩，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缩，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，本期服装面料类价格指数收报于 116.37 点，环比下跌 0.76%，较年初下跌 0.63%，同比下跌 0.47%。

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，秋季面料成交环比回落，初冬季面料下单局部下降，服装面料价格指数环比下跌。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、粘胶面料、锦棉面料成交价量不等量下跌，拉动服装面料价格指数环比下跌。

家纺市场环比回落，价格指数环比下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.93 点，环比下跌 0.22%，较年初上涨 0.06%，同比上涨 0.27%。

本期家纺类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回落，轻纺城家纺市场行情震荡下行，整体市场价格环比下跌。大众色洋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：日用家纺类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈环比下跌走势；窗帘类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈环比下跌走势；床上用品类现货成交和订单发货环比回落，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 132.54 点，环比上涨 0.78%，较年初下跌 0.46%，同比下跌 1.10%。

本期服饰辅料类价格指数环比上涨。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情震荡上行，现货成交和订单发货呈现环比回升走势，价格指数环比上涨。花边类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；衬料类行情环比回升，价格指数呈环比上涨走势；服装里料类行情环比回升，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。国庆长假后部分织造企业市场信心恢复了不少。织造端行情局部回升，因“双 11”的服装早已进入生产阶段，纺织市场走货速度加快，秋冬家纺面料走货势头较好，高弹春亚纺、常规春亚纺、T400、T800 等秋冬类面料和里料品种也可见一斑。羽绒服面料成交开始增加，订单数量局部增长。针织订单整体开机率良好，梭织的防寒休闲面料、家纺面料等需求量将环比增加。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

面里料温和放量 指数小幅上升

2023年9月25—29日商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”一周点评

据对350家被采价单位反馈的数据监测分析,本周商务部中国·盛泽丝绸化纤指数小幅上升。其中,化纤总指数收盘于100.87点,与上周相比上升了0.03点;化纤面料价格指数小幅上升,收盘于100.80点,与上周相比上升了0.01点;化学纤维价格指数小幅上升,收盘于111.08点,与上周相比上升了0.05点。

图1 盛泽市场化纤类产品价格指数



化纤面料市场行情分析

本周化纤面料价格指数小幅上升,收盘于100.80点,与上周相比上升了0.01点。从中国绸都网监测的样本企业可以看出,面里料行情保持平稳。本周坯布走货数量与价格皆保持平稳,旺季氛围略显疲软。里料方面,涤塔夫动销,舒美绸销量上升,提花里料表现不俗。面料类,春亚纺势头较好,喷气面料深受市场欢迎,总体成交温和和放量。

里料行情:本周里料市场成交量总体平稳,但是价格走势也呈“平稳”态势。例如,170T、180T、190T涤塔夫价格分别持续在上周的1.28元/米、1.37元/米、1.48元/米;相比而言,涤塔夫的290T市场动销明显,下游织造产销平衡。210T、230T轻盈纺近来出货畅快,价格走势目前趋稳。前期半弹春亚纺销售略好,因此刺激下游企业生产积极性产能膨胀,导致价格走势略显疲软。市场上喷水舒美绸、喷水五枚缎在本周走势独特,呈现出“量升”的态势。其中,一款用于礼盒包装材料的五枚缎布料销量攀升。五枚缎布料经向采用涤纶长丝75D三角异型有光丝,纬线采用涤纶100D低弹丝,选用缎面组织在喷水织机上织造,先后经过预缩、定型、染色等工艺加工而成。坯布幅宽为150cm,克重为80g/m²,坯布价格比较稳定,目前在1.70元/米左右。

提花里料表现不俗,特别是“人丝交织、阳离子丝”交织提花里料为里料市场增色不少。“彩旗纺”价廉物美,织造企业产销两旺,市场吸引了不少客户,主要用于各类彩旗、横幅等广告用布,也用于制作小学生红领巾。从织造用原料看,涤纶DTY黑丝和网络丝被大量采用,生产提花黑丝里料。估计在10月中旬以后销量将有所拓展。

面料行情:本周面料行情与上周相比显露出“温和放量”交易势头,价格走势维持平稳。消光春亚纺面料的销量在本周内有所抬头,尤其是240T系列采购坯布量增多,主要用于与针织布复合。提花类面料的销售也在显山露水,求购者增多,市场呈放量走强。市场针织经编面料相继动销;无光绒、花点绒、短毛绒、金光绒产销率上升。

而喷气面料常规品种的锦棉布规格110X76、138X89市场表现供大于求,价格走势震荡调整,但是是一些特殊规格近来订单增多,例如一款棉与T400交织弹性面料,颇受国内外客商欢迎。该织物不但拥有全棉织物的亲肤,还有T400织物的弹性功能,适宜于制作衬衣、裙装、休闲装、睡衣、家居家纺用布等。时下,此布料不仅销往国内城乡,而且成衣远销东南亚、南亚等国家。薄型仿真丝面料销量节节减退,但是面料价格暂时平稳。阳离子丝交织面料市场问津者颇多,

但市场批量性交易尚未出现。预计中秋国庆期间面料价格呈平稳趋势,销量会适度下降。

从商务部盛泽指数可以看出,临近假期,行情略显疲软,部分工厂提前放假,织造工厂负荷略下降至75.8%。坯布库存方面,市场成交尚可,坯布流通性好,故工厂内坯布库存稳定在34.8天。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数小幅上升,收盘于111.08点,与上周相比上升了0.05点。

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



本周国际油价先跌后涨。由于俄罗斯和沙特已宣布将减产期限延长至年底,石油供应依然紧张。本月稍早,油价触及2023年高点,此前沙特表示,将在年底前继续减产100万桶/日,俄罗斯也表示将采取行动,出口量减少30万桶/日。截至9月27日收盘,纽约商品交易所11月交货的轻质原油期货价格上涨3.29美元,收于每桶93.68美元,涨幅为3.64%;11月交货的伦敦布伦特原油期货价格上涨2.59美元,收于每桶96.55美元,涨幅为2.76。

PTA方面,本周PTA价格小幅下跌,目前PTA主流报价在6100—6200元/吨左右自提。本周PTA表现出现回落,下游支撑减弱,预计PTA未来或维持稳定。

乙二醇方面,本周乙二醇价格小幅下降,目前主流报价在4000—4100元/吨左右。近期乙二醇受高库存压制,买气下降,未来乙二醇价格或保持区间波动。

涤纶长丝方面,国内涤纶长丝工厂轮番优惠促销,市场交投气氛较上周有所回暖。

开工率方面,PTA平均开工率在83.08%,较上周下跌1.42%;聚酯方面,聚酯平均负荷为86.21%,较上周回落0.46%。中秋国庆长假来临,部分工厂提前放假,织造开机率有所下降,在75.8%左右。

产销方面,临近放假,工厂备货增多,产销上升。然考虑到下游需求略显疲软,叠加放假停工,涤纶价格或趋弱。

库存方面,根据绸都网统计数据来看,现如今聚酯市场整体库存集中在13—23天;具体产品方面,POY库存至15—23天,FDY库存至13—22天,DTY库存至11—22天。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 通同行 做生意
扫描二维码 即可下载指数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

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