

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

2018.11.19 | 第43期 | 总第907期



第23届中国(虎门)国际服装交易会 暨2018虎门时装周

THE 23RD CHINA(HUMEN) INTERNATIONAL FASHION FAIR
& 2018 HUMEN FASHION WEEK

11.22~11.25

咨询：0769 - 85505391
电话：0769 - 85505391



HONGMIAN FASHION WEEK

11.18

红棉国际男装周
暨2019春夏全品订货会
HONGMIAN MEN'S FASHION WEEK

红棉国际男装周 暨2019春夏全品订货会

于2018年11月18日
在红棉国际时装城盛大开幕



KAPDAK INT'L FASHION CITY
红棉国际时装城

地址：广州市环市西路184号
网址：www.hongmian.com
微博：weibo.com/hongmiancn





波司登

畅销全球72国

在全球，超2亿人次穿中国波司登！波司登，专注羽绒服42年，畅销美国、法国、意大利等72个国家。买专业羽绒服，当然波司登。

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

编委会名单

主任 王天凯
副主任 高 勇 孙瑞哲 徐文英 杨纪朝 夏令敏 陈伟康 王久新

委员 (按姓氏笔画排序)

王加毅 王树田 叶志民 叶体亚 冯国平 朱北娜 乔艳津 许吉祥 孙晓音 孙淮滨 李进才
李陵申 李斌红 杨永元 杨兆华 杨 峻 陈大鹏 陈志华 张庆辉 张慧琴 郑伟良 倪阳生
袁红萍 徐迎新 钱 晋 徐 峰 梁 勇 黄淑媛 彭燕丽 端小平 翟燕狗

社长 钱 晋
常务副社长兼总编辑 徐 峰
副社长 刘 萍
副总编辑 葛江霞 刘 嘉
社长助理 郭也可 赵学君
高级顾问 胡晓玉 赵媛媛

总编助理 万 晗 袁春妹

采编中心

主编 郭春花
主笔 郝 杰
副主编 徐长杰
副主任 董笑妍
编辑/记者 李亚静 陶 红
墨 影 余 辉
武筱婷 徐盼盼
徐 瑶 廖小萱
夏小云
美编 郭 淼
资深摄影 关云鹤

新媒体部

编辑 李江敏
美编 李举鼎

行政管理中心

总监 郭也可(兼)
办公室
主任 黄 娜
副主任 刘 萍
财务部
主任 崔淑云
专员 张 艳

热线电话

总 编 室: 010-85872680 新闻热线: 010-85872640
发行热线: 010-85872668 传 真: 010-85872601

国际标准刊号: ISSN 1674-196X 国内统一刊号: CN11-5472/TS

广告发布登记许可号: 京东工商广登字20170146号

本刊广告总代理: 中纺网络信息技术有限公司

出版发行: 《纺织服装周刊》杂志社

地址: 北京朝阳区东四环中路39号华业国际中心B座207二层(100025)

定价: 每期人民币12元

欧洲合作媒体: [textile](#)

印度合作媒体: [Inside Fashion](#)

日本合作媒体: [纤维News](#)

台湾合作媒体: [纺织时报](#)

承印: 北京中科印刷有限公司

法律顾问: 大成律师事务所

消费是“一片大海”

在首届中国国际进口博览会开幕式上,习近平主席说,“中国经济是一片大海,而不是一个小池塘。”以大海为喻,纵论中国经济非常形象,背后的支撑是我国13亿多人口的内需市场,是中等收入群体扩大孕育的大量消费升级的需求,是城乡区域发展不平衡蕴藏着的可观发展空间。

今年“双11”的消费盛况,直接验证了“大海般”的内需潜力。

笔者也在这天为家中老人采购了纸尿裤,采买的数量是平时的3倍,还在发愁到货后往哪里放;还为朋友选购了一台单反相机,当然价钱便宜了不少。据阿里数据显示,截至11月12日00点00分00秒,天猫“双11”全球狂欢节总成交2135亿元,超过2017年天猫“双11”全天成交额纪录,再创历史新高。这样井喷的消费潜力,又一次让人们惊叹。

今年以来有人说起消费降级,引发了各个社会群体的焦虑。然而“双11”的惊人消费,恐怕让那些说降级的人“打脸”了。

年年刷新的“双11”消费数据,某种程度上印证了我国消费内需的强劲势头。消费不仅要看量也要看质。在消费规模不断攀升的大背景下,消费结构也在自我迭代、优化升级。笔者家中的老人长期患病卧床,纸尿裤的需求成为家里的日常开销。而几年前,还不懂得消费纸尿裤,经常要洗衣服、洗床单。现在对纸尿裤的需求除去价格因素,更关注的是纸尿裤的厚度、吸水量、是否方便穿戴。

京东大数据也显示,2008年,消费者的消费还主要集中在用和住类商品上,到了今年,无论是广度还是深度,都在向全品类扩展,服装、美妆、食品等代表着品质化生活、消费升级的品类,订单量占比增长最快。

服饰无疑是历年“双11”消费的大头,同事为孩子买童装也在抱怨,优衣库几乎是分分钟断货。有媒体对大学生进行了“双11”网购的调查,大学生们都买了哪些东西?数据显示,“双11”当天,“衣帽服饰”“生活用品”和“零食水果”成为大学生们的首选,各占比74.54%、51.41%和20.93%。现在大学生消费也从一定程度上代表了未来社会的消费主流,作为行业人士,看到“衣帽服饰”是大学生们的首选,是不是该对未来充满信心?

笔者的朋友圈里,不少企业的朋友贴出了“双11”的战绩:波司登全渠道总销售额超7.4亿元,还给自己鼓劲:今天的最高目标是明天的最低要求;博洋家纺6.35亿元,他们在“双11”的狂欢中,不仅输出产品,还输出了服务;太平鸟8.18亿元,最近一单卖到了新疆乌恰县……

改革开放40年来,我国消费升级的步伐从未停止,从计划经济时期市场供应短缺、商品凭票限量供应到供应能力逐步上升、票证取消,再到如今供需双方匹配度日益提高。当下迎来了消费升级的窗口期,消费被提高到前所未有的战略高度。今年9月,中共中央、国务院发布《关于完善促进消费体制机制 进一步激发居民消费潜力的若干意见》;10月,国务院办公厅印发《完善促进消费体制机制实施方案(2018-2020年)》,为促进消费提质升级明确了主攻方向。

还是回到习主席的那句话,“中国经济是一片大海,而不是一个小池塘。”中国的消费市场无疑也是“一片大海”!

郭生

CONTENTS

6 资讯 INFOS

2017年度沪深两市纺织服装上市公司综合评估十强发布
江西万年绿色现代纺织产业园开园

8 关注 ATTENTION

科技,让纺织成为永续发展产业
刘庆年:“箭鹿梦”的缔造者

16 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

以大开放促大发展,打造新时期国际纺织之都
中缅“直通车”开进纺城

22 行业 INDUSTRY

种植面积小幅增长,机采率有待提升
面料新势力!看时尚男装的华丽变身

28 人物 FIGURE

一颗不安分的心,只为中国元素的苏醒、复兴……



12 特别报道 SPECIAL

如何看懂虎门服装年度大戏?

写在2018虎门服交会开幕前夕

2018年11月22~25日,第23届中国(虎门)国际服装交易会暨2018虎门时装周将在广东省东莞市虎门镇如期举行,一年一度的虎门服装服饰产业年度大戏即将开场!



2018 · MYANMAR
INTERNATIONAL
TEXTILE &
MACHINERY EXPO

2018中国纺织品(缅甸)品牌展
暨缅甸国际纺织及机械展

>> 报名热线 400-119-0123 <<

• 柯桥区企业,报名前100个摊位,展位费全免(每家企业限报2个摊位) •

2018年12月07-09日 缅甸(仰光)会议中心

展会官网 - www.mmtexfair.com



公司 | COMPANY



富润修订《六十条》，向员工吸纳建议。

坚持传承和创新 “枫桥经验”

富润控股集团《六十条》完成第九次修订

近日，《富润控股集团经常性思想政治工作条例》（《六十条》）已完成第九次修订行文并颁布。

本次修订共收到 40 多位员工和有关人士 50 多条意见建议，经归纳汇总，对五大方面的 20 多处作了修订，根据企业情况、政策变化与时俱进，更落细、落地、落实。

据介绍，《六十条》源于“枫桥经验”，它尊重职工的工匠精神、创新精神、卓越精神，从最初作为稳定企业发展的基本制度，逐渐提升为涵盖党建、文化、思想、公益等的跨界综合治理模式。

可以说，《六十条》是富润控股集团在多年实践中形成的行之有效的思想政治工作运作机制，集中体现了“以人为本”的管理思想和“富国润民”的理想，是构建和谐企业的重要载体，是必须长期坚持、深化、完善的一项基础性管理制度；是“枫桥经验”在富润集团的具体实践，体现“枫桥经验”的基本内涵和精神实质，也是“枫桥经验”企业版，2014 年率先通过党建质量管理体系认证。

本次修订目的在于推进“两学一做”学习教育常态化、制度化，按照集团三个“两手抓”方针，与时俱进提升企业思想政治工作，进一步密切党和群众的血肉联系，汇集广大干部职工的智慧。（陶红）

Datacolor 发布 全彩分光光度仪解决方案

提供色彩管理解决方案的全球领先企业 Datacolor 在其 48 年的发展过程中一直在研究如何更加精准、快速地进行色彩的传递，据悉，目前全球 80% 以上的品牌商都在使用 Datacolor 的产品。在不久前闭幕的中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会期间，该公司不仅进行了其纺织品和服装色彩管理解决方案的全面展示，还重磅推出了全新革新性产品——Datacolor SpectraVision（全彩分光光度仪）。

据悉，该解决方案能够让企业客观地测量和数字化地传达以前无法测量的材料颜色，包括多色印花、装饰、纱线、拉链和花边等，不仅能够大幅节省用户成本，还大大缩短了从概念到消费者的时间。该色彩解决方案包括先进的超光谱分光光度仪和一流的质量控制软件，通过一流的测量技术，进行色彩分析、报告、沟通，并最终呈现出理想的色彩结果。（袁春妹）

直击 | DIRECT

2017 年度沪深两市纺织服装上市公司 综合评估十强发布

近日，中国纺织服装行业上市公司董秘联 2018 如意年会暨董秘联执委会一届二次会议在山东省济宁市召开。本次会议由中国纺织规划研究会、山东如意时尚控股集团主办，山东如意毛纺织服装集团股份有限公司承办。

记者在会上获悉，目前沪深两市以纺织服装为主营的上市公司约 166 家，总市值 1.54 万亿元。企业户数和市值规模在沪深两市上市公司中的占比分别为 4.76% 和 2.72%；在科创板挂牌公司中，以纺织服装为主营的挂牌企业约 166 家，企业户数在股转系统全部挂牌企业中的占比 1.43%，市值占比 0.77%。

会上发布的“2017 年度沪深两市纺织服装上市公司运营发展绩效综合评估排名十强”分别为：北京大家科技股份有限公司、华懋（厦门）新材料科技股份有限公司、安正时尚集团股份有限公

司、比音勒芬服饰股份有限公司、上海水星家用纺织品股份有限公司、威海光威复合材料股份有限公司、杰克缝纫机股份有限公司、厦门延江新材料股份有限公司、深圳歌力思服饰股份有限公司、起步股份有限公司。

“2017 年度全国中小企业股转系统纺织服装挂牌公司运营发展绩效综合评估排名十强”分别为：江苏新泽奇机械股份有限公司、天纺标检测认证股份有限公司、小布涂涂文化创意（大连）股份有限公司、福建闽瑞环保纤维股份有限公司、铜陵松宝智能装备股份有限公司、杭州安致电子商务有限公司、杭州维欧艾丝绸股份有限公司、大连华阳新材料科技股份有限公司、辛迪亚制衣（大连）股份有限公司、安徽星星服装股份有限公司。

（郝杰）

聚焦 | FOCUS

传递丝路经纬力量 波司登荣获“行业贡献品牌”称号

近日，以改革开放 40 年中国纺织工业发展历程为主题的首届丝路论坛在浙江湖州举行。

论坛期间，由中国纺织工业联合会会刊《纺织服装周刊》、《中国纺织》联合发起的 2018 丝路经纬行业影响力榜单揭晓。一批行业贡献品牌、活力集群、创新市场以及产业园区经过严格的筛选光荣上榜，彰显丝路经纬的生动力量，为新时期开启新征程增添无穷动力。波司登股份有限公司荣获“2018 丝路经纬行业影响力行业贡献品牌”，展现引领产业发展的卓越实力和领军风采。

改革开放 40 年来，纺织服装业是我国发展最快的产业之一，中国纺织人的奉献拼搏精神已成为与时代同频共振的磅礴力量。波司登从 1976 年一个仅有 11 个农民、8 台家用缝纫机的村办缝纫组一路走来，历经 42 年持之以恒的匠心专注和创新发展，成长为中国规模最大的以羽绒服为主营业务的综合服装经营集团，专业度与美誉度在中国市场有目共睹。近年来，积极融入“一带一路”倡议，在全球市场竞争中迅速崛起，产品销往美国、法国、意大利等 72 个国家，累计销量超过 2 亿件。还勇担行业领军品牌的时代责任，带动羽绒工业从一个狭仄弱小的服装品类发展成为享有国际声誉、在全球市场具有较强竞争力的优势制造产业，创造了世界级的业务规模和“大国工匠”的品牌奇迹。

波司登品牌成长的历程与中国改革开放的



波司登 2018 新品。

事业同生共长，堪称中国纺织服装行业转型升级发展的缩影。2018 年，波司登升级竞争战略，聚焦资源全面重塑主品牌，凭借雄厚实力入选“CCTV 国家品牌计划—行业领跑者”、亮相纽约时装周、参展 2018 加拿大服装国际展，焕发出感动人心的新活力。通过加大品牌传播声量、升级门店形象、大力拓展主流商业体、全面提高产品品质并加强原创设计等，实现了营收利润双双大增，夯实和收割羽绒服领导品牌阵地。（王东）

现场 | SCENE



开园仪式现场。

江西万年绿色现代纺织产业园开园

11 月 13 日，江西万年绿色现代纺织产业园在江西万年县举行开园仪式。中国纺织工业联合会副会长、中国针织工业协会会长杨纪朝，江西上饶市政府副市长俞健，苏美达集团董事长、党委书记杨永清，世界绿色设计组织执委、光华设计基金会理事长张琦，中国纺织科学研究院原院长赵强，世界绿色设计组织纺织专业委员会主席迟宗君，中国纺织出版社党委书记董青松，中国麻纺织行业协会会长董春兴，中国印染行业协会专职副会长李瑞萍，深圳纺织行业协会会长刘士杰，北京服装学院研究生院原院长周永凯，苏美达吉杰纺织服装有限公司董事长范雯焯，中共万年县委书记潘表光，万年县县委副书记、县长吴树俭，以及苏美达集团相关企业负责人、国内纺织服装企业代表约 400 余人出席仪式。

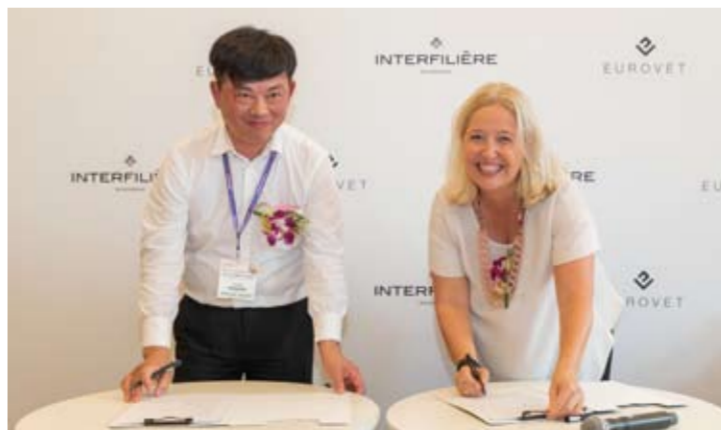
近年来，万年县抢抓产业转移和转型升级发展机遇，大力发展现代纺织等三大产业，加快推进纺织企业集聚集群发展，目前已基本形成了化纤、织造、印染、服装、箱包、制伞和家纺为一体的较为完整的产业链，各类关联企业 87 家，2017 年实现主营业务收入 110 亿元。为加速现代

纺织产业发展，万年县从去年开始启动了绿色现代纺织产业园建设。

万年县绿色现代纺织产业园规划面积 1600 余亩，总投资 40 亿元，集专业生产、印染加工、技术研发、产品检测、展览营销、人才培养、物流配送为一体。产业园由江苏苏美达集团有限公司、万年县政府、世界绿色设计组织纺织服装专业委员会合作共建。计划在未来 5 ~ 10 年内，园区将通过产业招商、龙头引领，有序承接重大纺织企业 20 家，使该园实现年产值 50 亿元以上，着力把该园打造成国内外纺织产业优化升级、辐射扩散、梯度转移和纵深发展的平台。

据悉，苏美达将投资 7 亿元，入驻万年绿色现代纺织产业园，布局纺织服装生产线。为做好产业园的开篇布局，苏美达吉杰万年项目推进座谈会同日举行。与会专家围绕产业集聚、产城融合、资源共享、产融互动模式如何推动；园区产品结构规划如何做到合理，综合市场竞争力更强大；产学研作为孵化器、加速器在实际中如何实现；如何集聚优秀人才；金融服务和资本环境如何打造；政府政策推动作用如何发挥等一系列问题进行了深入的探讨。（徐峰）

欧罗维特与晋江市泳装协会达成战略联盟



签约仪式。

近日，为了更好地布局全球市场，推动晋江泳装产业与国际市场的合作，晋江市泳装产业协会与欧罗维特签署战略合作协议，全力推动“晋江智造”走向全世界。

作为“中国泳装产业名城”，晋江泳装一直以产业规模大、配套齐全、聚集度高在全国占据

重要地位，涌现出如浩沙、劲派、劲峰、七彩狐、天资、号手、利碧兴等知名品牌和企业。目前，晋江泳装行业工业总产值已超过 273 亿元，出口总额达到 10 亿美元，年产泳装类产品 2.5 亿件，占全国泳装产业产值 35% 以上，占世界泳装市场份额超过 20%。

过去二十多年来，欧罗维特一直在世界各地举办国际贴身时尚原辅料展。此次，晋江市泳装产业协会组织敏行者、浪仕、浚世、劲峰等会员企业强势加盟上海展会，旨在加强与行业上下游优质企业的交流，探讨国内外趋势和技术分享，实现以上海为起点从而辐射全球市场的战略合作。（李芳）

北科建嘉兴创新园举办沙龙

近日，由嘉兴创新园发展有限公司和北科建资产管理（北京）有限公司联合主办，北京服装纺织行业协会、北京时装设计师协会承办的“设计服务 + 时尚产业趋势”分享沙龙活动在北科建嘉兴创新园顺利举办。北京服装纺织行业协会副会长、北京时装设计师协会副主席兼秘书长王文生，北京服装学院院长助理、北京北服资产管理有限公司董事长王琪，嘉兴秀洲国家高新区党工委副书记万宏焘，秀洲高新区管委会服务业与发展局常务副局长包薇，嘉兴市电子商务促进会、嘉兴市时尚行业协会的多位负责人及业内知名的专家、企业家、设计师和园区二十多家优秀企业代表参加了本次活动。

围绕时尚品牌的文化与创新，活动特约嘉宾与现场观众进行了分享与交流。针对时尚产业转型过程中常遇到的，如自主品牌的孵化方法、“品牌”可持续长久的发展途径等棘手问题，各位嘉宾都分享了自己的经验。

沙龙现场，北科建嘉兴创新园与北京服装纺织行业协会和北京时装设计师协会进行了战略合作签约仪式。本次签约致力于推动北京与嘉兴两地时尚产业的长期交流与合作，在全新的发展形势下，实现助推传统时尚企业转型升级的正面效应。

据悉，本次活动共吸引了来自北科建嘉兴创新园二十多家优秀企业参加，依托园区创新产业服务模式——优秀企业星级服务计划，北科建集团将以强大的资源整合优势，将北京最前沿的时尚设计资源带到嘉兴，既对接了嘉兴时尚产业供应链的优势资源，又实实在在帮助企业解决发展转型的难题，受到企业的一致好评。（刘磊）



国际间交流合作，促使经编产业发展焕发新生。

2019/2020 高端经编成型 产品流行趋势发布

近日，宜兴市艺蝶针织有限公司在江苏省宜兴市发布 2019/2020 高端经编成型产品流行趋势。

本次发布主题是经编成型产品与纬编产品对接，突出强化时尚性、舒适性与实用性。发布的系列产品涵盖色彩应用、造型设计两个方面。色彩应用方面：从国际趋势看，黑色、白色是永久流行色，偏暖色是未来主色调，各种灰色系列与灰色的混合系列产品将带来广阔的设计空间。造型设计方面：通过对织物弹性、密度、规格尺寸的有效控制可达到良好成形效果，通过平纹组织与各种提花组织、网孔结构的有机配合可体现时尚内涵。

本次发布得到业内广泛关注，国内外成型服饰设计领域和应用领域，特别是研发机构和生产企业的代表带来许多设计方案。与会专家认为，国际间设计合作与交流，特别是优势品牌和企业的长期合作与交流，使得经编成型产品的规格更加齐全、花纹越来越丰富、款式愈加多变。（徐长杰）



专栏语：2018年，中国迎来了改革开放40周年。40年来，中国纺织产业建立起了全世界最为完善的现代制造体系，多元资本在行业中竞相迸发活力，以满足消费需求为首要使命，做出了多维度、历史性的贡献。

历史赋予的机会我们把握住了，时代赋予的任务我们有待完成。党的十九大开启了中国发展的新时代，由高速增长转向高质量发展，是新时代中国经济发展的基本特征。中国纺织工业也进入高质量发展的新阶段和新征程，“科技、时尚、绿色”正成为中国纺织行业的新标签和新定位。为此，本刊特开设“壮阔东方潮，奋进新时代”中国纺织业改革开放40年回顾系列报道，梳理行业在科技、时尚、绿色方面所取得的成果、作出的努力。

壮阔东方潮，奋进新时代
中国纺织业改革开放40年回顾 科技

科技，让纺织成为永续发展产业

本刊记者 郝杰

应力传感、储热调温、生理信号检测、能量存储、半导体器件、仿生结构、变色材料……这些看似与纺织没有交集的词汇，在科学家眼里却与纺织新材料密切相关。

在不久前由中国科协主办的一次先进纺织材料论坛上，来自全国相关科研机构、高校的青年科学家为此进行了跨界、跨学科的交流。高科技的纤维材料可以用于纺织服装的调温，可以做电源为可穿戴产品供电，可以用于神经再生、器官修复、骨组织工程，可以用做能源发电，可制成传感器用于生理检测……凡是需要柔性材料的领域，科学家们首先会想到纤维。

华中科技大学教授陶光明是我国光纤领域的知名专家，在他看来，光纤已经发展到一定的极限，纺织纤维材料才是未来科技发展的新领域，纤维的未来将更加无缝地融入人们的生活，这也是他跨学科从研究光纤，到研究先进功能性纤维的原因。科学家们正在把研究的方向投向纺织纤维领域，在他们眼中，纺织纤维材料当属最前沿科技。

纺织业的科技属性正开始得到社会的认知，这得益于改革开放40年来的不断积淀，四十年的探索中，从尊重知识到科技创新，纺织行业把科技作为第一生产力，瞄准世界前沿，深化自主创新，取得了长足进步。特别是“十三五”以来，科技创新已经在全行业实施创新驱动战略过程中居于核心地位，纺织全产业链整体制造能力已达到国际先进水平。2016年，规模以上纺织企业全员劳动生产率为79.16万元/人，是1978年的44.5倍。纤维材料技术发展迅猛。碳纤维、芳纶等一批纤维自主技术打破了国外垄

断。纺织制造技术快速进步，开始向自动化、信息化、智能化迈进，科技成为实现纺织强国的重要支撑。基于新时期行业发展的特点，2017年年中，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲提出了行业发展的新定位：纺织业是创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业。“科技、时尚、绿色”自此成为中国纺织业的新标签。科技属性中，核心是以原创纤维材料为标志，包含品质提升、效率提高、成本降低等内涵。

以原创纤维材料为科技强大的标志

早在“十二五”末，中国纺织工业就提出，到“十三五”末，我国纺织科技创新水平实现由“跟跑、并行”为主向“并行、领跑”为主的转变。高性能纤维材料的水平是实现这一转变的关键标志。经过多年的不懈努力，到目前，我国高性能纤维品种齐全，产能规模已居世界前列。碳纤维、聚酰亚胺纤维、高性能聚乙烯纤维、高模量芳纶纤维、聚四氟乙烯纤维等生产工艺技术进步明显，实现了产业化，碳纤维、芳纶、玄武岩纤维等高水平研发体系初步形成。

提起原创纤维材料，最值得行业自豪的是具有完全自主知识产权的聚酰亚胺纤维。由于生产过程复杂，技术含量极高，聚酰亚胺纤维被誉为“金字塔尖上的纤维”。一直以来，世界上只有极少数公司实现了规模化生产，但生产工艺均采用湿法纺丝技术路线，江苏奥神新材料股份有限公司与东华大学通过产学研合作，经过十余年的基础科学和工程技术研究，在世界上首创了干法纺丝制备聚酰亚胺纤维的理论基础和技术集成，在此

基础上建成了国际上首条干法聚酰亚胺纤维1000吨级生产线。该项技术的突破，实现了我国高性能纤维研发开始从跟跑到自主创新的转变，对提升我国高性能纤维产业的研究、生产、应用水平具有重大意义。

Lyocell纤维是国际上公认的技术含量高，开发难度大的高科技项目，国外真正实现产业化且拥有知识产权的仅奥地利兰精公司一家。多年来，国内通过设备和技术引进，建成了万吨级Lyocell纤维生产线，普遍存在投资大、运行成本高、知识产权受制于人等情况。中国纺织科学研究院历经多年的研究开发，分别建成了百吨、千吨、万吨级规模示范线，形成了具有自主知识产权的Lyocell纤维成套工程化技术，打破了国外技术垄断，实现Lyocell纤维技术和装备的国产化，对带动我国化学纤维产业升级，从源头消除目前粘胶纤维生产工艺给环境带来的污染，提升我国纺织行业竞争力都将起到重要的作用。

由中复神鹰碳纤维有限责任公司等单位完成的“千吨级干喷湿纺高性能碳纤维产业化关键技术及自主装备”项目，建成了国内首条千吨规模T700/T800级碳纤维生产线，产品对提高我国军用高性能碳纤维自主保障能力，支撑国家战略性新兴产业发展具有重要的战略意义。

数十项成果获得国家科技至高荣誉

作为我国最权威的政府科技奖励，国家科学技术奖意味着科技界的最高荣誉。在纺织业，每年都有数十项纺织科技成果获奖，这是国家对纺织科技创新的认可。

据统计，改革开放以来，有数十项纺织科技成果获得国家科学技术奖。从2012年至2017年6年间，就有24项纺织成果获得国家科学技术奖，其中包括科学技术进步奖19项，技术发明奖5项，这些获奖成果涵盖了纤维材料、智能制造、纤维加工技术、废水治理、节能减排等领域，契合了纺织科技的发展方向。

荣获2014年度国家科学技术进步奖一等奖的“筒子纱数字化自动染色成套技术与装备”项目，无疑是纺织业获奖项目中的佼佼者。它集智能制造、绿色环保、提高劳动生产率于一身，通过染色工艺、装备、系统三大创新，实现了筒子纱染色从手工机械化、单机自动化到全流程数字化、系统自动化的跨越，使我国成为世界首家突破全流程自动化染色技术并实现工程化应用的国家。与此同时，筒子纱数字化自动染色成套技术大幅度提高了纺织染色的质量效率和节能减排水平，有助于推动印染行业实现优质高效染色，转型升级为集约化、规模化生产和低耗、低排放的绿色产业。

在大力促进智能制造、高技术材料、节能减排和绿色环保的同时，纺织行业也在积极探索用科技手段提升传统纤维的加工工艺技术，使传统纺织品不断焕发新的青春。

在2016年度国家科学技术进步奖二等奖获奖项目“苎麻生态高效纺织加工关键技术及产业化”中，华升集团与东华大学等院校合作，经过多年技术攻关，在高品质苎麻纤维培育、精细化苎麻纤维制备及高品质苎麻纤维染整技术、系列轻薄型苎麻纤维纺织品设计等方面进行了系列研究，突破了高品质苎麻纤维纺织加工过程的关键技术，在整个苎麻产业链上实现了提升，极大地提高了产品的档次与品质，让“中国草”走向了世界。

改革开放以来，特别是近年来，产业用纺织品行业快速发展，已经成为纺织行业发展新的经济增长极，科技创新发挥了重要的支撑作用。在历年国家科技奖获奖项目中，产业用科技成果占有相当多的比例。

原来生活和生产中排放掉的废水，经过一种特制的“膜”，

就能成为清亮的可以再次利用的水。这种经过“膜法”处理的水，可以提供城市景观用水，也可以用于企业冷却用水。实施这个“魔法”的就是天津工业大学的科技人员，他们凭借“高性能聚偏氟乙烯中空纤维膜制备及在污水资源化应用中的关键技术”这一项目的突破，打破了该领域长期被国外垄断的局面，主要指标达到了国际先进水平，使我国在水处理领域走在了世界前列，该项目获得了2012年度“国家技术发明二等奖”。

“纺织之光”助推行业科技进步

中国纺织业科技的强大，离不开纺织之光科技教育基金会的支持。行业历年获得国家科技奖的项目，基本都是从“纺织之光”中国纺织工业联合会科技奖中推荐而来。截止2017年底，共有1273项科技成果获得“纺织之光”中国纺织工业联合会科技奖。

为了提高纺织行业技术创新能力，夯实行业科技发展基础，中国纺织工业联合会早在2011年启动了“纺织之光”应用基础研究工作。该项工作重点支持高校、科研院所等研究单位，及其与企业合作开展的纺织领域应用基础研究，重点支持具有前瞻性和长远性意义的基础性研究；学科交叉、融合与渗透的纺织前沿技术研究；为解决行业共性、关键技术打基础的技术。七年来，纺织之光科技教育基金会每年投入大量资金用于行业关键共性技术的研究。近年来，在生物可降解、仿真等纤维材料方面，在医卫、过滤、结构增强，在环保、纺机等领域都取得了较大进展。然而基础研究项目要经过理论研究、实验室模拟、工业化实践等一系列过程，最终才能获得创新突破，这个过程往往需要漫长的时间。一旦取得突破，将给纺织科技应用带来巨大的变革。

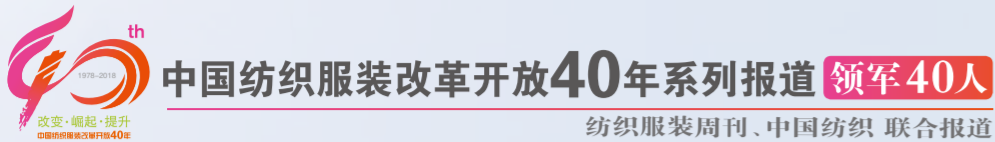
行业的科技创新层出不穷，而科技成果只有在行业中广泛应用、共享才能惠及更多企业，体现出科技成果的经济价值和社会价值。多年来，纺织之光科技教育基金会为此支持了数十场科技成果推广活动，共计推广了100多项科技成果，对行业科技进步起到了很大的促进作用。

从“十一五”时期的28项专项技术和10项成套设备攻关，到“十二五”时期的“十大类50项关键技术和110项先进适用技术”，再到“十三五”的“六大类30项共性关键技术和100项先进适用技术”，我国纺织工业在纤维材料、纺织、染整、产业用纺织品、纺织装备、信息化等领域取得了一系列创新成果，实现了全行业关键、共性技术的突破，行业自主创新能力、技术装备水平和产品开发能力跃升到新的高度。

站在改革开放40年的历史节点上，我国纺织工业正在要抓住新一轮科技革命和产业变革带来的重大机遇，围绕纺织“十三五”科技进步纲要确立的九大目标、五大任务和“30+100”重点方向，实现纺织科技的颠覆性突破。

纺织业在满足人民衣着消费需求的同时，正在向诸多领域渗透，纺织纤维材料无疑已经成为未来高科技的新领域。科技，让纺织业有了新标签，也让纺织业成为永续发展的产业。**TA**





中国纺织服装改革开放40年系列报道 领军40人

纺织服装周刊·中国纺织 联合报道

刘庆年：“箭鹿梦”的缔造者

本刊记者_徐峰

他领导的企业在建区之初，承担了全区2/3的经济总量，承担了1/3的税收收入；
他作为企业的领头人，辛苦耕耘，无私奉献，用企业家的责任担当，推动企业扬帆远航；
他退休以后，仍心系企业发展，为实现共同富裕发挥余热，尽显企业家本色、老党员风采……
他就是十一届全国人大代表、全国五一劳动奖章获得者、江苏箭鹿集团名誉董事长刘庆年。



刘庆年

在全国纺织行业系统，江苏箭鹿集团可以说是一个特殊的存在。建厂33年来，历经市场变幻，箭鹿始终保持国有企业的身份，从1985年创业起，企业历经“羊毛大战”、股份改造、“退二进三”等多次挑战，始终秉承“创业、创大业”的发展意识，一次又一次抓住机遇，实现弯道超越，将一个集体小厂办成上市公司。

箭鹿能走到今天，集团党委书记、名誉董事长刘庆年付出了最多的心血。在江苏省宿迁市，刘庆年是一个响当当的名字。他带领箭鹿人白手起家，一拼就是30年，把企业拉上了腾飞之路。

30年间，他也先后被评为优秀共产党员、省优秀企业家、省劳动模范、省勤政廉政好干部、省科技先进工作者，全国纺织系统优秀思想政治工作者，全国五一劳动奖章获得者，并连续当选江苏省九届、十届人大常委会委员，十一届全国人大代表。

2014年，中共宿城区委、宿城区人民政府在全区开展“企业学箭鹿、企业家学刘庆年”的活动，号召企业学习箭鹿创业求变的发展意识、自我创新的企业理念、创先争优的开拓精神；企业家学习刘庆年忘我工作、锲而不舍的奉献精神，与时俱进、追求卓越的进取精神，淡泊名利、朴实为人的优秀品质。

30年创业，30年风雨，既有奋斗的艰辛，更有收获的喜悦。站在30年的节点上，沐浴着改革开放40年的春风，就让我们一起深情回首，去再度感受箭鹿人在成长过程中用精神和信念创造的非凡业绩，去真切体会刘庆年在人生征途中心血和汗水谱写的光辉诗篇。

白手起家，创业艰辛，30年磨一“箭”

项王故里，两河之滨，有鹿崛起，势若飞箭。时针拨回到1985年，那时的刘庆年正值壮年，受原宿迁市宿城镇政府的委派，靠500万元贷款，带领数十名年轻的创业者，在大运河畔的一片茅草地上创立了箭鹿集团的前身——宿迁市第一毛纺织厂，也就是老宿迁人称之为的“一毛”。从此以后，以刘庆年为首的这帮创业者，便将自己的青春梦想和辛劳汗水挥洒在这片热土上。

当时，一无技术，二无人才，三无市场，刘庆年就依靠一个字——“拼”。他带领几十名创业者到上海学技术，到温州闯市场，仅用半年时间企业就正式投产，小小毛纺厂在宿迁大地上扎根发芽。

创业之路多艰辛，1989年，刚起步的箭鹿碰上“羊毛大战”。为了开拓市场，刘庆年带领销售人员半年内跑了6个省、20多个城市。在当时全国毛纺产品的

主要集散地温州，通过与一位个体老板大胆合作，并以生产速度快、产品质量好在温州打开了民品市场并站稳了脚跟。

为了能够有更稳定长期的市场，从1991年开始，刘庆年经过充分的市场调查和论证后，把目标转向军品、公安、铁路等制服市场，这一策略在实践中获得了巨大成功。仅1994年和1995年两年，企业制服面料生产就占整个生产量的80%，迎来了一个发展高潮。在逐步确立定位的过程中，企业规模也不断扩大，并在“宿迁市第一毛纺织厂”为核心层的基础上，组建了箭鹿集团，成为当时江苏省淮阴地区第一家省级乡镇企业集团。

在企业不断发展壮大的过程中，刘庆年一直保持清醒的头脑并不断调整深化，他深知，要打造百年品牌，还要靠产品质量。从1996年起，箭鹿逐步加大技术改造的力度，先后实施了“引进关键设备开发高支薄型产品”和“高支薄型产品生产线配套设备配置”技术项目。

2006年，箭鹿迎来又一个快速发展的机遇，按宿迁市城市整体规划要求，从运河边搬迁至宿城开发新区占地1000亩的箭鹿工业园。刘庆年以搬迁为机遇，更新生产设备，扩大生产规模。至2008年搬迁全面完成，形成了从洗毛、制条、纺纱、织造、染整到服装加工的全产业链一条龙生产格局，企业的规模得以大幅扩张，综合竞争实力进一步增强。

2008年的全球金融危机让箭鹿再次面临严峻挑战，行业面料的竞争也逐渐进入白热化阶段。为克服搬迁和国际金融危机带来的双重不利影响，2009年，箭鹿实施“品质量年、品牌推进年”活动，在抓产品开发同时，调整产业结构，加大品牌宣传推进力度，推动市场营销，全力打造“箭鹿”品牌。通过努力，集团销售收入、利税大幅增长并荣获“中国驰名商标”和“国家高新技术企业”。

2011年是箭鹿实现突破性跨越式发展的一年，无论是外销还是内销都取得了骄人的业绩。在全国铁路大换装工作中，箭鹿取得了占换装总量近1/3的310万米的面料订单，制衣公司还争取到了近30多万套铁路制服业务。同时又开拓了俄罗斯市场，出口额达1.3亿元。集团实现销售首次超10亿元达到10.2亿元，利润5230万元，入库税收超5000万元，创造了箭鹿历史最好水平。

也就在当年，政府确立箭鹿上市发展之路，筹备上市。目标确定，刘庆年以坚忍不拔的精神，解决了一个又一个难题和障碍。2014年1月24日，箭鹿股份在创业板成功挂牌上市，进一步增强职工对企业发展的信心，增强企业在市场上的竞争力。

刘庆年这一“拼”就拼了30年，把企业拉上了腾飞之路。如今箭鹿已发展为员工2600名、总资产10亿元的国家大型精毛纺企业、国家高新技术企业、全国重合同守信用企业。30年累计上缴国家税收近10亿元，拥有毛条、纱线、羊毛衫、面料、服装、皮鞋分厂，具有年产精纺呢绒1000万米、毛条5000吨、纱线3000吨、羊毛衫100万件、皮鞋120万双，各种西服、制服、休闲服150万套的生产能力。并荣获全国先进基层党组织、全国五一劳动奖状、全国模范劳动关系和谐企业、全国模范职工之家、全国三八红旗集体等十多个“国”字荣誉。

淡泊名利，勇担责任，一“花”独放不是春

30年的奋斗历程，刘庆年心中始终装着的是企业发展、社会责任、员工的冷暖。创业初期，企业逐步走上正轨，但随着市场竞争加剧，当时宿城镇部分



如今的箭鹿集团已成为全球知名的大型精毛纺企业。

“对于箭鹿梦，刘庆年这样解读：打造百年箭鹿的目的是实现共同富裕，实现共同富裕又是打造百年箭鹿的信仰。如今，他依然拼劲不减，坚持战斗在第一线，为打造百年箭鹿，实现职工幸福指数最高企业奋力拼搏！”

纺织企业因经营不善纷纷倒闭、破产，工人下岗、失业，给社会带来不利影响，也给政府带来很多困难。在1989～1997年八年中，箭鹿按照党委和政府要求，先后兼并收购停产、破产的五家企业，承担5000多万元银行贷款和2000多名下岗工人再就业。

1989年，当时的粗纺厂停产，政府让箭鹿兼并，刘庆年接到任务后二话没说，投入大量人物，抽调了四名高层干部到粗纺厂，当时粗纺厂缺什么，只要箭鹿有，就直接拿过去，包括原料、资金、设备等。1990年，箭鹿走入困难时期，依然继续支援，直至粗纺厂起死回生，现已发展成为宿城区出口规模最大的企业——宿迁神龙家纺。

1992～1997年，箭鹿又迎来了一个发展高潮，成立了集团公司，并先后按照政府的要求收购了停产破产的羊毛衫厂、麻纺厂、毛巾总厂、国营二布厂等企业，承担了全部债务和下岗工人。面对任务，刘庆年没有怨言，扛起了这些沉重的包袱，将总计2000多名下岗职工全部接收，并享受同箭鹿员工一样待遇。

多年以来，在发展生产的同时，刘庆年始终坚持环保先行是企业社会责任的基本点，主动承揽企业环境保护责任，投入巨资购买升级环保设备，建立污水处理厂。企业早在2004年就通过了ISO14001国际质量体系认证。30多年来，企业在环保上的投入资金超亿元。

自建厂以来，刘庆年一直以投身公益作为企业社会责任的坐标点，通过建立“爱心助学”班、职业技术“春蕾班”帮助贫困学生解决学习和就业困难，在修建箭鹿广场、宿城区古建筑物修复、抗洪救灾活动中等，多次为政府组织的公共卫生服务活动出人出力。30年来，箭鹿集团已累计向社会捐资捐物达3000多万元。

自箭鹿集团创建以来，刘庆年一直把人看成是企业第一要素，即便是一个普通员工，地位也会受到尊重，员工的生活也会备受呵护。为解决职工住房问题，集团投资600多万元，兴建了四栋宿舍楼，购买了6辆大巴车接送职工上下班。在箭鹿，凡是职工生病，刘庆年必定会安排相关领导去看望。

更值得一提的是，在20世纪末期的改制大潮中，刘庆年始终以企业发展



和职工利益为中心，在1998年把属于集体所有制的箭鹿变为国有企业，使全体员工成为国有企业职工，进一步增强了全体员工发展好企业的信心和荣誉感。2001年，宿迁市第一毛纺织厂改制为江苏箭鹿毛纺股份有限公司，成立了以股份制为主体的发展模式，当时在众多企业利用股改把企业变成个人的情况下，作为箭鹿创始人的刘庆年毅然决定把企业改制为国有股占75.9%的国有控股公司。股份制改革后，公司实行现代企业管理模式，抓管理、抓技改、抓市场，以创新的理念对企业进行一次大洗牌，使企业处处充满生机，企业发展得以不断提升。

文化引领，打造“百年箭鹿”，实现共同富裕

健康向上的企业文化是一个企业战无不胜的动力之源，刘庆年深得精髓。从建厂之初开始，他就十分重视企业文化对集团发展的促进作用，矢志不渝地大力加强和全力推动箭鹿文化建设，并取得了丰硕的成果。建立女子军乐团、每年举办迎七一合唱、举行体育运动会、拔河比赛等系列文化建活动，不仅丰富了职工文化生活，而且教育和提升了员工的综合素质，同时箭鹿企业文化强大的号召力和凝聚力，又把众多的员工发动起来、凝聚起来，汇集企业无比巨大的行动力量。

“岗位平凡，事业伟大，箭鹿集团是我家！织出军品壮军威，做出警服誉满华夏，誉满华夏！坚定信念，追求理想，誓把箭鹿做强做大，为了你的永远辉煌，我愿献出金色年华……”这是刘庆年亲自撰写的《箭鹿之歌》歌词。箭鹿从2004年推行“厂歌战略”，每天早上上班前以班组、科室为单位，集中唱一遍厂歌再开始工作。

随着企业规模的不断扩大，管理的重要性也不断凸显。在刘庆年的直接推动下，《箭鹿集团内部管理规定68条》、《箭鹿人行为规范46条》等制度相继出台。在此基础上，转换经营机制，建立激励约束机制，全面实施质量管理、成本管理、现场管理，管理把企业一步步推向发展的快车道。

箭鹿集团还把党务工作当作企业文化的重要组成部分，成为推动企业快速发展的重要力量。不仅如此，刘庆年还成立了市委党校箭鹿分校，借助党校的平台，加强对党员干部的培训、培养和教育。他说：“我自己再怎么能干，也比不上班子成员大家一起能干。集体的智慧和力量绝对是重要的。”他说，箭鹿30年来一步步发展壮大，成功之处不仅在于企业积累了10亿元资产，更在于拥有了一支朝气蓬勃、训练有素、技术熟练的员工队伍，特别是培养、锻炼了一支政治坚定、业务精通、管理有方的企业家队伍，他们和企业一同成长、一起成熟，兢兢业业，无私奉献，甘苦与共，共同创业，“这是我作为企业一把手和一班之长尤为感到欣慰的地方。”

30多年来，箭鹿人对刘庆年的称呼一直都是“刘书记”，即使现在他退休了，人们对他的称呼也是“老书记”。

在企业的发展过程中，刘庆年总结出了“以人为本，以质取胜，艰苦创业，无私奉献”的箭鹿精神；而在2014年他面临退休之际，他又提出了要实现“做大做强箭鹿，打造百年箭鹿，走共同富裕之路，实现人人健康幸福”的箭鹿梦。

对于箭鹿梦，刘庆年这样解读：打造百年箭鹿的目的是实现共同富裕，实现共同富裕又是打造百年箭鹿的信仰。如今，67岁的他，依然拼劲不减，坚持战斗在第一线，为打造百年箭鹿、实现职工幸福指数最高企业奋力拼搏！



一年一度的虎门服装服饰产业年度大戏即将开场!

如何看懂虎门服装年度大戏?

写在 2018 虎门服交会开幕前夕

本刊记者 _ 赵媛媛 通讯员 _ 涂姬妮

2018 年 11 月 22 ~ 25 日, 第 23 届中国(虎门)国际服装交易会暨 2018 虎门时装周将在广东省东莞市虎门镇如期举行, 一年一度的虎门服装服饰产业年度大戏即将开场!

常言道, 外行看热闹, 内行看门道。一年一度的虎门服交会暨时装周犹如一场年度大戏, 传递出虎门乃至整个服装服饰行业的最新动态。要想看懂虎门服装这场大戏, 不仅要听台词唱腔, 戏中角色关系和故事背景更是不可不知。

一个小镇两张名片

从“虎门销烟”到“虎门服装”, 一段可歌可泣的历史, 一个蓬勃发展的产业, 赋予了虎门这个南国小镇远高于其行政区划级别的辨识度和影响力。从 1978 年全国首家“三来一补”企业的诞生, 到 1996 年全国首个乡镇级服装交易会, 改革开放 40 年的积淀, 服交会 23 年的历练, 让虎门拥有了一张闪光的现代名片。

改革开放 40 年来, 虎门大力发展服装服饰产业, 使虎门服装发生了从无到有、由小到大、由弱到强的变化, 形成了规模庞大的产业集群、配套完善的产业链条、成熟发达的市场体系。

截至 2017 年底, 虎门拥有服装服饰生产加工企业 2200 多家, 总生产面积 251 万平方米, 从业人员超过 20 万人, 年产服装约 4 亿件(套), 年工业总产值约 450 亿元。全镇除 2200 多家生产加工

企业外, 另有面辅料企业, 物流、绣花、印染、洗水等配套企业, 以及咨询、培训、设计、策划等配套服务机构共 1000 余家, 形成了集研发、设计、生产、销售、服务于一体的完整产业链。

虎门有服装服饰及面辅料市场区域面积约 7 平方公里, 总经营面积 245 万平方米, 有 40 个专业市场、1.5 万经营户, 年销售额超 900 亿元。有各类服装服饰注册品牌 50000 多个, 有中国驰名商标 2 个, 广东省著名商标、名牌产品 19 个, 形成了以以纯为龙头, 包括三木比迪、快鱼、欧点、卡曼、乔帛、意澳、衣讯、纽方、鸢娜尔、男眼、欧悦德、欧恰恰等数十家涵盖女装、童装、男装、休闲装的知名品牌方阵。

近年来, 特别是党的十八大之后, 虎门服装服饰产业的转型升级搞得风生水起。电子商务、童装产业、时尚文化、公共服务……业界看到了一个老牌服装服饰产业集群的全新活力。

早在 2013 年, 虎门就与阿里巴巴联手, 共同举办了首届中国(虎门)国际服装网上交易会, 开创虎门服装线上线下全营销发展的新格局, 从 2015 年开始, 同期举行虎门国际电商节, 拓展虎门服交会的宣传广度和深度, 对提升虎门区域品牌价值发挥了积极的推动作用。2015 年, 虎门被国家商务部认定为全国首个服装类“国家电子商务示范基地”。2017 年, 虎门服装服饰业通过第三方平台实现的网上销售额约为 415 亿元。

2013 年, 虎门镇政府正式对外公布《关于大力扶持童装业发展的实施意见》, 多措并举地扶持童装企业做大做强, 鼓励虎门童装企业创建品牌, 有计划、有步骤地培育一批国家级、省级童装名牌。2013 年底, 虎门镇被中国纺织工业联合会和中国服装协会授予“中国童装名镇”称号。至此, 虎门在继 2002 年获“中国女装名镇”之后, 变身“双料”名镇。

2014 年, 首届虎门时装周诞生了, 与虎门服交会同期举办。可以说, 时装周概念的引入, 意味着虎门服交会已经成长为以服装设计师以及时尚品牌最新产品发布会为核心的动态展示活动, 一年一度的虎门服交会的内涵, 也开始由展示交易向时尚文化延伸。

2017 年初成立的“虎门服装服饰产业管理委员会”和“虎门会展中心有限公司”更是虎门服装服饰产业发展中的一件大事。正如虎门镇副镇长黄沛民所言: “这是虎门镇党委政府扶持服装产业发展的一个重要举措。”虎门服装服饰产业管理委员会主任谭志强也表示, 产业管理委员会是虎门为整合全镇服装服饰业资源而倾力构建的全产业链公共服务机构; 会展中心则是虎门提升商贸会展业的重要抓手, 两者均是促进虎门服装服饰业转型升级的重要助推器。

如今的虎门已是享誉国内外的以女装、童装、休闲装为特色的“中国服装服饰名城”, 荣获了“中国女装名镇”、“中国童装名镇”、“全国服装(休闲服)产业知名品牌创建示范区”、首批“全国纺织模范产业集群”、首批“中国服装产业示范集群”、“国家电子商务示范基地”、“国家火炬计划服装设计与制造产业基地”、“中国百佳产业集群”等多项国家级荣誉。

此外, 2017 ~ 2018 年, 虎门荣获“全球纺织服装供应链大会十周年杰出贡献奖”、“2017-2018 年度纺织行业创新示范集群”、“2017 中国纺织服装行业年度精锐榜十大活力集群”、“2018 丝路经纬行业影响力榜十大活力集群”。

一场大戏“五多三高”

本届服交会活动丰富多彩, 让人充满期待。组委会努力将本届服交会打造成一个亮点突出、精彩纷呈的时尚盛宴, 呈现“五多三高”之特点。

主题为“创新·时尚·绿色”的本届服交会展场总面积达 30 多万平方米, 主会场设在虎门会展中心, 同时还设有 20 多个分会场, 包含镇内各大服装商场、面辅料市场、小商品市场、电商园区等。

本届服交会的活动有“五多三高”之特点。具体可以分解为:

参展新企业、知名企业、一线品牌多。包括电商巨头阿里巴巴, 知名设计研发机构睿时尚, 国际品牌 Polli Folie, 中国十大童装品牌、中国驰名商标小猪班纳, 智能监测服装品牌墨子星等外地实力优质企业纷纷参展, 本土参展企业除了一些实力派老企业, 如龙头企业以纯、童装领头羊三苑宜友、设计师品牌代表意澳、时尚女装乔帛等, 更涌现一些近年来发展势头强劲的新企业, 包括潮流女装奥盈纪元、JA, 中国风时尚品牌来龙、忆花寻等, 新企业占参展企业总数的 40%。

专业外商多。借力欧美工商会和广东跨采展览公司, 全球性招募服装专业采购商亲临展会, 与参展企业进行采购对接。预计有 110 多

家外籍客商报名参会, 相比去年实现大幅增长。

创新型企业多。来自全国各地的著名设计师工作室、设计师品牌将举办设计师原创展, 还有来自广州的智能监测服装品牌墨子星、服装定制企业新视线公司等纷纷报名参展, 这类科技型、创意型企业在参展企业中占比达 20%。

客商区域多。参展企业和专业观众区域广泛, 来自海内外多个国家、地区。参展企业除了本土优质企业, 更有来自北京、上海、广州、深圳、湖北等地的实力企业及品牌, 采购商来自全球数十个国家, 专业观众为来自江苏以及成都、上海、广州等外省市的设计师品牌或品牌企业, 也有常熟、盛泽、石狮等全国知名纺织服装产业集群的主要负责人。

创新举措多。今年推出了不少创新举措, 一是展位将引入时下最流行的直播营销, 而不再局限于静态展示与招商加盟、现场交易。一方面, 由本土电商界的领头羊大莹服装电商商家带来直播销售, 展示当今批发行业的新型销售模式, 另一方面, 将网红与直播这两大热门元素完美融合, 打造网红直播销售。二是采用抖音等最前沿的宣传方式来推介虎门服装这一传统又时尚的产业。宣传方面与时俱进, 在继续采用全国权威行业媒体、大众媒体、国内十余家省级电视台和本土主流媒体的基础上, 加强新媒体推广, 引入知名视频媒体等现场直播, 其中包括腾讯、今日头条、东方头条、凤凰新闻、爱奇艺、奇秀、六间房等。

“五多”之后是“三高”, 看看都是哪三高?

时尚度认可度高。本届展会时尚度再升级, 国际味儿、创意味儿更浓, 而且本土企业对时装周的认可度更高。2018 虎门时装周将以“虎门杯”国际青年设计(女装)大赛为重头戏, 结合十余场国际时尚流行趋势发布, 打造国际味儿、创意味儿十足的时装周, 进一步推动国际化合作的创新。

街景视觉冲击力高。本届服交会在街景布置上, 色调鲜明又有特色, 以代表环保的绿色, 象征时尚的黑色、紫色, 科技感十足的银白色, 喜庆的红色为主色调; 节点突出, 集虎门镇中心区、服交会主会场、虎门主要干道、滨海大道、各高速出入口组成点、线、面结构进行街景布置, 使客商还未到虎门就提前感知虎门浓烈的时尚氛围与热情好客; 造型时尚有内涵, “新启航”之船、“汇·聚”之柱、“焦点”之眼等, 蕴含着对服交会、虎门服装产业的特色展示与美好寄托; 加之动感灯光所打造出的独特光影, 力图彰显本届虎门服交会“科技、时尚、绿色”的主题特色与服装名城的时尚、大气与热情。

城市发展聚焦度更高。本届服交会将采用全方位、多角度的宣传, 在围绕整个虎门服装服饰产业及本届服交会来推广的基础上, 加大对虎门城市形象的宣传力度, 使虎门的城市发展聚焦度更高。特邀广东电视台精英团队大制作大手笔为虎门拍摄新一期的城市形象宣传片, 届时在服交会期间播放, 展现虎门以服装为台, 以城市为主的建设成就与全新形象, 全面彰显虎门新时代下城市建设、经济腾飞新风貌。

如今, “科技、时尚、绿色”已成为中国纺织服装行业的新标签。虎门服装服饰业正围绕“创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业”这一行业发展新定位, 通过“科技驱动、设计牵动、品牌带动、园区拉动、产业链促动”, 大力推进产业转型升级, 加快推动服装服饰业从制造业向创意产业、时尚产业、绿色产业、文化产业转变, 推进产业高质量发展, 引领行业续航前行。



虎门服交会已经成长为以服装设计师以及时尚品牌最新产品发布会为核心的动态展示活动, 图为往届服交会发布秀。

最新的虎门 最新的时尚

第 23 届虎门服交会部分参展品牌巡礼

走过 23 年的发展历程，如今的虎门服交会和时装周已经成为众多时尚品牌心仪的优质展示平台。无论是新锐的还是经典的，这些时尚品牌看中的是虎门在服装服饰行业和时尚界的影响力。限于篇幅，在本届服交会众多参展企业中，我们甄选出 10 家各具特色的品牌，帮助读者了解最新的虎门、最新的时尚。

意澳：时尚的“行者”，自然的“歌者”

今年的服交会，虎门时尚女装意澳将以“行者”为主题再度亮相，本季新品更注重品质与匠心，呈现更年轻化、时尚化的特点。而在不久前，意澳举办了主题为“歌者”的 2019 春夏新品发布会。

这两大主题生动概括了意澳品牌的发展之路。多年来，意澳一直倡导“回归自然”、延续优质的面料以及匠心的设计，紧贴市场需求，不断在自然与流行元素的碰撞中探索发现更多新鲜感觉，走出了一条独特的时尚之路，正所谓：时尚的“行者”，自然的“歌者”。（涂姮娥）

“森虎儿”：践行“国家品牌计划”的新锐童装

虎门服交会开幕在即，东莞市森图服饰有限公司旗下“森虎儿”品牌整装待发，将以最佳姿态，带来全新童装产品。公司董事长李新华表示，公司围绕着重研发、重品质、重服务的经营方针，将加大面料的检测及产品的检验力度，提升产品质量，为终端加盟商及消费者提供更好的高性价比的产品和营销服务。

李新华强调，品牌曾荣获 CCTV《发现品牌》、“2018 年度行业新锐品牌”大奖，这是对“森虎儿”品牌的最大认可，未来，品牌将再接再厉，携手更多的中国优选品牌共同践行“国家品牌计划”。（张文德）

ECA：让优雅不再遥远

星城国际（香港）实业集团有限公司董事长陈敬太表示，每年的虎门服交会都是一次服装行业盛会，在即将举行的第 23 届虎门服交会期间，“ECA 优雅艺术 新奢品牌”将以全新的时装与艺术画廊、摄影等相结合的形式进行展位布展，将 ECA “优雅、艺术、新奢、简约”的品牌理念体现得更为突出。

据悉，ECA 品牌致力于为中国都市优雅女性，打造具有国际风范又蕴含东方女性典雅之美的时装，为她们提供适合各种场合的服饰搭配、高性价比的产品和最佳服务的场景体验。（张文德）

Zimple：携手华为为时尚环保发声

今年服交会期间，Zimple 将在其 2019 “探然寻艺”春夏时尚发布会上正式宣布其与华为一同为时尚环保发声，并将服装时尚与现代科技进行融合，展现智能生活的时尚感，将华为实用性、技能化的产品做更艺术的呈现。

这是继去年与摩拜合作之后，Zimple 的又一次跨界。“此次服交会，Zimple 的跨界合作远不止于华为手机，还有众多 Zimple 严选的创意生活产品将亮相。” Zimple 品牌创始人阮志雄表示，“Zimple 现阶段除了服装之外，更有意打造围绕绿色生活的生活馆。”（涂姮娥 王咏诗）

阿漫琳：演绎趣味生活方式

AMANLIN（阿漫琳）是卡雯琳（东莞）服饰有限公司从卡卡琳（英国）公司代理、引进的主打品牌，公司在国内拥有经营权及生产权。自进入中国市场后，AMANLIN 一直致力于打造“时尚、趣味、休闲、女人、个性”五大元素的多元化产品，主张通过多元化的着装演绎趣味的生活方式、传播趣味的生活态度。

公司董事长陈建泉表示，AMANLIN 品牌的核心竞争力是不搞商业模式，用产品说话。目前，AMANLIN 主要采取线上线下互动的 O2O 线上品牌体验馆。本次服交会，AMANLIN 将展示时尚女装的最佳姿态。（张文德）



意澳

ECA

阿漫琳



森虎儿

奥盈纪元



Zimple

墨子星



JA

来龙唐装

忆花寻

奥盈纪元：打造轻奢女装双优品牌

东莞奥盈纪元服饰有限公司旗下 ANOTHER ONE 品牌是高街运动风与优雅奢华元素相互渗透的组合，采用的是当下非常流行的混搭风格。公司董事长翟志辉表示，即将亮相虎门服交会，ANOTHER ONE 品牌做了充足准备。ANOTHER ONE 将发扬工匠精神，期望能为更多中国女性带来最美的一面，希望用五年的时间，打造一个既有品牌魅力又有产品魅力的双优品牌。

对于未来，翟志辉强调，ANOTHER ONE 品牌创立两年来，一直在不断调整与升级，并在优化团队的同时，用更多的精力做好产品、服务好客户，让全国的每一个 ANOTHER ONE 网点都有很好的业绩表现。（张文德）

忆花寻：演绎民族风的花样年华

2006 年，有着浓烈中国文化基因的民族风服饰品牌“忆花寻”诞生。带着将古今完美融合的强烈使命感，忆花寻服饰公司也在这一年成立。

如今，忆花寻早已拥有了万千拥趸，品牌发展也迎来了花样年华。结合市场需求，公司在“忆花寻”的基础上，推出“言笙记”、“听雨闲”两大姊妹品牌，形成三花齐放的品牌格局。时至今日，忆花寻公司已拥有连锁店 200 多家，遍及广东、广西、浙江、湖北、四川、江西、福建、云南等多个省份。（涂姮娥 王咏诗）

JA：时尚新锐发力服交会

本次服交会上，衣讯展位将以前卫概念馆形象呈现，突出“科技、未来”之感，旨在展示 EXUN 和 JA 冬季新品及品牌形象。作为本次的新锐势力，JA 品牌以高街时尚为核心，通过独特的钻石轮廓，构成全新的视觉元素，以精湛的工艺打造完美细节，体现 JA 独特的生活格调。

衣讯董事长薛宗雄表示，未来衣讯将全力打造旗下前卫高街品牌“JA”、摩登新潮品牌“EXUN”、都市新贵品牌“HT2”这三大女装品牌，以多元维度重新定义现代时尚生活形态，打造多品牌共发展的“时尚女装品牌生态圈”，坚持在艺术创意中引领时尚潮流，演绎国际新势力。（涂姮娥）

来龙唐装：一种流动的东方文化精髓

一股古朴中国风将在虎门服交会期间带来不一样的视觉体检，在服装界，来龙唐装走着与时装截然不同的市场路线。

来龙唐装是来龙中式服装公司旗下主打品牌，服饰工艺来源于清末宫廷，在保留中国传统元素的织锦缎、盘扣、刺绣基础上，融入了时尚和洋装的元素，用东方经典神韵与现代流行创意相结合，做出兼具时尚与中华文化底蕴的服装。来龙公司负责人强调，希望通过来龙唐装，让每一个中国人重新体验到一种流动的东方文化精髓。（张文德）

墨子星：一款智能服装的神奇之处

墨子星智能科技公司针对中老年人研发了一款服装：墨子星健康监测智能服装。该公司负责人表示，这不是一件普通的衣服，其面料采用自主设计的“墨玺面料”，内嵌“微循环智能传感器”，可对人体的心血管、心率、血压、血氧、呼吸等进行实时监测，用户可在“墨子星健康管家 APP”实时查看，当身体出现某些异常时，APP 会主动推送预警信息，以防止发生更严重的后果。

本届虎门服交会期间，专业观众可以共同见证这一智能服装的神奇之处。（涂姮娥） TA



中国轻纺城展团首个欧洲自办展成功举办。

以大开放促大发展， 打造新时期国际纺织之都

中国轻纺城展团走进意大利举办首个欧洲自办展

本刊记者_王利 通讯员_滕玉芳

为积极践行“一带一路”倡议，推动中国轻纺城提升发展，打造新时期国际纺织之都，由中国轻纺城建设管理委员会牵头，全球纺织网、网上轻纺城自2017年起开展“丝路柯桥·布满全球”活动，旨在带领本地纺织企业走出去，开拓海外市场，提升纺城国际影响力。在2018首届世界布商大会上，“丝路柯桥·布满全球”行动计划正式启动，“魅力绍兴—中国轻纺城展览”作为行动计划启动后的海外首站成功举办。

意大利时间11月9日上午，“魅力绍兴—中国轻纺城展览”在意大利那不勒斯举行，总面积约为1500平方米。该展览会以展示轻纺城面料为主，同时配套展示绍兴文化、艺术、旅游（含文化旅游景点、书画、丝绸、珍珠、青瓷、黄酒、茶叶等）等元素，展现绍兴柯桥独特魅力。展会期间还举办了“一带一路”时尚梦论坛活动，丰富展会内容，提高整体展览效果。此外，柯桥展团还探访了欧洲最大的B2B商业分销系统——CIS商城，参观了与CIS商城有着紧密协作与互补关系的坎帕尼亚物流枢纽，并参加普拉托对接会，与当地服装企业面对面交流。

本次活动由绍兴市人民政府主办、绍兴市柯桥区人民政府承

办，由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会、浙江中国轻纺城集团股份有限公司、浙江天丝时尚管理有限公司执行，全球纺织网、网上轻纺城负责组织落实，同时也得到意大利纺织服装工业协会、那不勒斯工业联合会、意大利IUAD时尚学院、INTERPORTO CAMPANO工业园区、CIS商贸城等的大力支持。

展会现场火爆 中意企业友谊持续升温

本次展会，中国轻纺城精锐齐出，集结绍兴柯桥昌鑫纺织、利国泰进出口有限公司、中多控股、宇翔布业、万叶纺织、吉麻良丝、科旺纺织、腾辉纺织等30余家企业抱团参展，以5000多

款柯桥优质面料震撼亮相。展品涵盖麂皮绒、雪纺、绣花、亚麻、牛仔、印花、衬衫、风衣、西装等各类面料，吸引了众多来自意大利纺织服装品牌代表、买手、设计师等前来观展对接。

展会持续一整天，现场KOCCA和F.lli Albanese等诸多知名意大利服装品牌纷至沓来。各展位人潮如织，找样、询价、合作洽谈……热闹非凡。据了解，本次前来参加展会的不少意大利品牌此前便与柯桥企业有过合作，本次家门口的展会不仅让他们找到了优质的合作伙伴，还一睹了纺城文化特色。

展会当日，浙江中国轻纺城集团股份有限公司董事长葛梅荣，全球纺织网/网上轻纺城CEO韩冲等人与意大利领导嘉宾参观展会现场。火爆的现场，让双方领导对于未来的合作发展充满信心。

“意大利制造”以其精良品质享誉全球，意大利的服装品牌众多，设计资源丰富，对于正在打造“开放、时尚、智慧、高端”形象的纺城而言，在面料、设计等多方面都有着很大的合作空间。今年5月，中欧时尚梦工厂在柯桥落地，意味着在人才、研发、品牌、信息、市场等方面，柯桥企业与意大利等欧洲企业将开启深度零距离接轨。本次魅力绍兴—中国轻纺城展览在那不勒斯举行，更是开启了一次中意企业的“亲密接触”，必将进一步促进双方合作共赢。

时尚梦论坛 推动双方零距离接轨

意大利时间11月9日下午，作为展会的重要配套活动，“一带一路”时尚梦论坛在展会现场举办，150多位来自中意双方的纺织专业人士、纺织行业协会嘉宾及面料、服装企业负责人齐聚一堂，探寻柯桥与意大利纺织产业合作新方向、新未来。

中国驻意大利文化旅游部主任杨博，那不勒斯工业联合会服装行业协会会长Carlo Casillo，那不勒斯市议员、展览中心总裁Giuseppe Oliviero，

IUAD优爱得时尚学院院长Michele Lettieri，浙江中国轻纺城集团股份有限公司董事长葛梅荣、北市场分公司总经理朱建栋、北联市场分公司总经理鲍传森，全球纺织网/网上轻纺城CEO韩冲，中国银行罗马分行行长李东，意大利福建华商会会长郭建清，意大利鞋业协会会长许建成，意大利著名品牌运营师ENRICA MECCHIA，意大利帕里奥律师事务所律师徐呈辉等领导嘉宾出席本次论坛。

值得关注的是，论坛上中意双方就柯桥中国轻纺城与那不勒斯会展中心战略合作签署备忘录，中欧时尚梦工厂与意大利设计师团队代表就战略合作进行签约。

Carlo Casillo在致辞中对中意双方就柯桥中国轻纺城展团表示热烈欢迎，对于双方合作前景十分看好。对此，葛梅荣表示，中国轻纺城正着力打造“开放、时尚、智慧、高端”的现代化轻纺城，在海外对接方面，近年来，轻纺城沿“一带一路”已走过缅甸、越南、巴基斯坦等众多国家和地区，此次走进意大利那不勒斯，相信必将成为中意双方企业合作的良好开端。

韩冲向在场嘉宾介绍了绍兴柯桥的区域概况、人文历史及产业特色，从智慧、时尚、开放三方面向意大利嘉宾详细介绍了轻纺城近年来的发展状况，指出纺织产业是柯桥的支柱产业，也是柯桥的一张国际性名片。韩冲表示，全球纺织网正基于互联网构建纺织行业快速供应链，海外贸易综合服务平台也正在积极建设中，期望为国内企业和海外企业带来更多贸易对接的机会。

在互动环节，不少中意双方企业热情交流，沟通彼此产业合作、需求的疑问。短短2个多小时的论坛，柯桥纺织企业与意大利纺织服装企业收获满满，为双方进一步合作播下希望的种子。

作为本次活动的主要执行方之一，浙江天丝时尚管理有限公司董事长兼中欧时尚梦工厂负责人黄艳挺表示，魅力绍兴—中国轻纺城展览暨“一带一路”时尚梦论坛是围绕绍兴柯桥的传统产业转型升级和国际化发展需求所打造的。通过双方面对面交流，可以使柯桥的产业资源、产能规模、专业市场等优势与意大利的人才、品牌、国际营销等资源要素得到最低成本、最有效的优化配置。这对柯桥纺织企业寻找国际商机、拓展国际视野、提升产品品质及塑造自身品牌等都有着重要意义，将极大促进中国轻纺城国际化发展，助力时尚纺都建设。

开启新丝路之旅 普拉托对接会成效显著

绍兴柯桥中国轻纺城展团在展会成功举办后，继续开启新的意大利丝路之旅，前往罗马、佛罗伦萨、米兰等多地实地走访考察当地市场与企业。意大利时间11月11日下午，一行人前往意大利纺织服装集聚区普拉托参加对接会，与100多家当地纺织服装企业对接接单需求。

对接会上，葛梅荣向前来采购的普拉托企业简要介绍了本次中国轻纺城展团出行意大利的系列活动，并表达了柯桥纺织企业与普拉托纺织服装企业的合作意向。韩冲则向在场企业介绍了全球纺织网海外贸易综合服务平台的建设情况，表示全球纺织网将不断组织更多组团展、自办展、对接会等活动，搭建更为广阔的海外贸易对接平台。

据了解，普拉托是意大利中北部城市，是欧洲具有数百年历史的纺织品生产销售集散地，如今在欧洲纺织品和时尚领域声名显赫。国轻纺城作为全球最大的纺织品集散中心，与普拉托有着极大的契合点。普拉托创造出辉煌的纺织成就，华人企业发挥了无以替代的作用。据统计，普拉托华人企业发展到近6000家，大都从事纺织品制造销售和原料供应。本次对接会由普拉托华人商会承办，将有效推动双方的情感交流、优势互补，携手共助纺织业新发展。

本次意大利之行是“丝路柯桥·布满全球”行动计划正式启动后的海外首站，也是中国轻纺城在欧洲举行的首个自办展，不仅有利于推动绍兴柯桥与意大利纺织产业及城市文化交流，搭建起双方持续合作的友谊桥梁，也为与欧洲其它国家的合作交流提供借鉴。

近年来，柯桥坚持“走出去”与“引进来”策略，持续开展中国轻纺城海外贸易对接活动。目前，已在缅甸、越南、美国、巴基斯坦、孟加拉等开展了自办展、组团展、对接会、商贸论坛等丰富多彩的活动，并与当地政府、商协会、大型企业初步建立了合作基础。同时，通过举办采购之旅、沙龙论坛等互动对接活动，邀请“一带一路”沿线服装企业带着采购需求来访柯桥。

据中国轻纺城建设管理委员会相关负责人介绍，今年12月还将参加第二届缅甸国际纺织展，明年还计划前往韩国、越南等举办专场对接会，进一步提升中国轻纺城整体品牌形象及知名度，探索新丝路，打造新时期国际纺织之都。



纺城有家
共铸梦想

欢迎关注“纺城有家”官方微信平台，您将获取柯桥中国轻纺城更多资讯。

中缅“直通车”开进纺城

2019 缅甸投资峰会在柯桥举行

本刊记者_张颖



本次活动吸引了柯桥 120 余家纺织企业前来交流。

11月6日,2019 缅甸投资峰会·浙江站在柯桥举行,来自缅甸的政府机构、工商联、商会、企业等相关人士为柯桥纺织企业带来了缅甸投资环境、纺织服装工业发展环境的最新资讯,吸引了 120 余家本土企业前来交流。

本次活动由缅甸工商会联合会(UMFCCI)主办,全球纺织网、网上轻纺城承办,绍兴市柯桥区商务局、绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会、绍兴市柯桥区工商业联合会协办。活动旨在通过中缅双方交流互通,帮助柯桥企业发掘缅甸的商业潜力,进一步开拓海外市场。

绍兴市柯桥区委常委、统战部长王静静,绍兴市柯桥区工商联(总商会)主席陈瑾,绍兴市柯桥区商务局副局长汪伟昌,绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会党工委副书记、副主任徐海芳,浙江中国轻纺城集团股份有限公司副总经理、浙江中国轻纺城网络有限公司董事长王百通等领导参加本次活动。

掘金缅甸,抢抓“一带一路”新契机

会上,王静静致辞欢迎缅甸客人的到来,她表示,柯桥作为全球纺织产业的重要基地,正在全力建设新时期国际纺织之都,缅甸作为东南亚纺织产业新兴地,近年来与柯桥中国轻纺城具有较多的商贸往来。希望通过此次活动,双方加强合作,全力推进中缅两国的“一带一路”建设。

缅甸工商联副总裁/副主席 U Thein Han 在致辞中介绍道,缅甸工商联是缅甸国家级私营企业联合组织,致力于为缅甸企业搭建与缅甸政府沟通的桥梁,也是促进国际与本土投资者与缅甸中央和地方政府会面合作的平台。目前,缅甸的纺织工业集中在服装加工上,非常欢迎中国的纺织企业到缅甸投资合作。

随后,Salween 集团创始人 Sylvia Mackaige 为在座企业具体介绍了当前缅甸纺织工业环境,并对即将于 2019 年 1 月 28 ~ 29 日在缅甸内比都举行的 2019 年缅甸投资峰会进行了具体阐述。她指出,2019 年缅甸投资峰会是一个全缅政府机构与行业协会支持的重要活动,纺织服装板块是其中一项重要内容,并盛情邀请柯桥企业届时亲临峰会现场,与缅甸各地政府部门、相关机构直接沟通交流合作事宜。

缅甸投资与公司管理机构董事 Soe Myint Aun 则为企业分析了《新缅甸公司法》,帮助企业了解在缅经商的一些法律法规上的契机与注意事项。他表示,缅甸的纺织业正蓬勃发展,缅甸对于企业及投资者的政策十分利好,热切欢迎中国企业到缅投资发展。

据了解,缅甸被认为是东南亚最后一个前沿市场,其市场潜力吸引了众多投资者涌入。缅甸丰富的土地资源与劳动力资源,使其制造业发

展快速,从纺织服装产业来看,缅甸的经济中心仰光周边聚集了大片纺织服装加工工业区,而拥有仰光之外重要沿海港口资源的伊洛瓦底省勃生工业城,将成为缅甸纺织服装加工、印染等产业的新兴集聚区。已在缅甸投资办厂 5 年的缅甸大华化纤有限公司总经理徐建军告诉记者,缅甸劳动力成本优势明显,治安环境良好,非常适合纺织服装这类劳动密集型企业投资发展。

扩大开放,提升“丝路柯桥”新层级

在互动环节,柯桥纺织企业纷纷提问,咨询了解在缅甸投资的签证、土地所有权、环保标准、治安环境等问题,缅甸嘉宾详细作答,并分享了自身在开展对缅贸易过程中所取得的经验与碰到问题,活动持续两个多小时。绍兴后码纺织品有限公司总经理赵红华表示,在国内市场竞争力加大的情况下,提早开发缅甸新兴市场,发展空间很大,特别是通过中缅政府及行业协会的牵头组织,有更多政策利好,更有利于企业发展。

据了解,活动前期,浙江中国轻纺城集团股份有限公司副总经理、浙江中国轻纺城网络有限公司董事长王百通与参加此次活动的缅甸嘉宾进行了深入沟通,他表示,缅甸纺织业的迅速发展对于柯桥纺织企业有着很大吸引力,但由于前期直接贸易接触较少,企业也保持着谨慎观望的态度,因此,能让企业了解到更多缅甸的行业状况、政策法规、土地及人力资源情况,必将助推柯桥与缅甸纺织贸易的合作进程,促使双方互利合作迈向新的历史高度。

值得一提的是,第二届中国轻纺城自办的缅甸展——2018 年中国纺织品(缅甸)品牌展将于 12 月 7 ~ 9 日在缅甸举办,又将为中缅纺织企业带来新一轮直接交流合作的机会,进一步打响中国轻纺城区域品牌。

近年来,柯桥区加大开放步伐,通过“走出去”与“引进来”相结合的模式,实现最大程度的资源共享、优势互补、合作共赢。为抢抓“一带一路”契机,柯桥积极实施“丝路柯桥”三年布展规划,推行“政企联动、抱团参展”模式,带领企业“走出去”。

去年底,柯桥带领企业前往缅甸仰光举行了首个海外自办展——2017 缅甸国际纺织展。今年以来,柯桥中国轻纺城已成功举办了越南对接会、孟加拉展、巴基斯坦展、上海春夏展、深圳展、美国拉斯维加斯展等多个国内外贸易对接活动,汇聚“面料王国”的时尚势力,助力企业开拓无限商机。



与会嘉宾认真听会。

聚焦

长发联手设界,打造柯桥时尚新版图

时尚快反供应链互联共享产业论坛在柯桥举行

本刊记者_赵国玲



本次论坛借助设界平台力求重塑柯桥时尚产业版图。

近日,由长发商业中心与设界联袂打造的“时尚快反供应链互联共享产业论坛”在柯桥长发商业中心·设界众创空间成功举办。论坛现场,多位行业大咖将当前行业最炙手可热的前沿趋势与市场动态进行了深入浅出的精彩分享,引发全场共鸣,互动连连。

长发商业董事长段克俭、副总经理蔡满,逸尚云联信息技术股份有限公司总裁陆平一,逸尚云联信息技术股份有限公司副总裁、设界空间联合创始人

人张巍,柯桥街道党工委副书记罗耀,柯桥街道经发办主任姚佳丽及浙江理工大学国际时尚研究所执行所长朱伟明,传梭智造创始人陈建志等企业单位代表、行业专家、设计师等嘉宾悉数到场。

“长发商业中心积极响应政府‘时尚柯桥’的转型升级号召,完美打造 4 万平方米超大创意设计引擎地,为柯桥时尚产业赋能助力,以独树一帜的业态模式开启柯桥全时尚新篇章。”蔡满在致辞中表示,长发商业虽撬不动整个产业链,但会成为产业链中的助推剂。后期,长发商业将着力定位打造设计研发、快反打版、高定展贸等业态,致力于成为服装产业一体互联、全时尚 ODM 中心。

张巍在致辞中也表达了自己的看法,“设界”作为各地服装产业全链条助力加速器,集大数据、设计、智造、展示、互动等多元化功能为一体,依托设界模式创新等五大优势及共享趋势、共享数据等六大共享体系赋能配套,打造柯桥首家“互联网+”

国际时尚服装创意地,开启全新商业模式,将柯桥从产业发源地打造成为时尚策源地。

随后朱伟明、陈建志、张巍分别作了题为“移动互联网下设计创新与共享”、“快反产能互联智能制造供应链”、“产业创新服务互联共享”的主题分享。

朱伟明通过剖析时尚设计碎片化,分析移动互联网下创新设计与共享机遇,阐述移动互联网下消费需求变化,提出了时尚产业创新创业设计人才共享孵化模式;辅导阿里巴巴服装供应链平台建设的陈建志从国际快时尚品牌入驻中国打开新零售发展之路入手浅析,指出要以数据赋能、快反变革、重构供应链流程等方式打通行业屏障;张巍则以设界项目的打造经验与运营新模式,带领在场嘉宾共同挖掘产业运营赋能项目的超前运营模式,探究在共享经济大背景下赋能产业所蕴藏的无限商业价值。

本次论坛借助设界平台,依托长发商业中心背景,力求重塑柯桥时尚产业版图,使柯桥当地纺织产业与时尚元素进行多维度融合,在注入全新活力的同时,助推传统纺织产业转型升级。

设计融入生活,回归优雅自然之美

左拉惊艳亮相 2019SS 杭州国际时尚周

本刊记者_赵国玲 王利

近日,2019SS 杭州国际时尚周在杭州艺尚小镇隆重上演。柯桥作为时尚纺都,诸多企业携最新产品惊艳亮相,一展纺城时尚魅力。

作为纺城最具潜力的实力时尚品牌,左拉设计以一场精彩的服装品牌秀让台下观众眼前一亮、掌声连连。现场 45 套大衣、百余单品以时下最流行的樱花粉、紫罗兰、高级灰、经典黑等为主色调,将真丝与羊驼毛等材料创造性地融入了羊毛服装,手感舒适、上身轻盈飘逸,落肩式的设计更显大师范,为秋冬女装流行趋势树立了新的时尚风向标。

左拉时装设计有限公司成立于 2011 年,曾多次荣获“柯桥区十佳设计机构”荣誉。作为一家集设计研发、生产制造、供应链整合、服装 ODM 业务于一体的专业服装设计,左拉设计在时尚女装方面拥有强大的研发能力,支持小单快反、贴牌、加盟等模式,自成立以来,凭借对流行趋势专业前瞻的分析能力和设计能力,为众多国内外中高端品牌、时尚电商等提供了具有市场竞争力的设计与产品。

据左拉设计总监屠俊透露,这 45 套服装由公

司全体成员耗时数月精心打造而成,也是左拉多年沉淀的结晶,设计、打版、加工制作等所有环节都是纯手工制作,在面料选择和工艺设计上更是别出心裁。“我们的每一款设计都是源于对生活的感悟,对自然的热爱,传递的是一种积极向上的生活及艺术态度。在设计上注重产品细节,将经典元素与现代时尚相结合,采用落肩式设计,在保持原有经典的基础上,尽显女性精致优雅和独特魅力。”

本次品牌秀以“自然映像”为主题,量感廓形和飘逸纱裙结合,既神秘又优雅浪漫。明度较低的喜马拉雅盐粉色与月光石紫色中加入蓝色,产生视觉碰撞,令女装充满神秘感;优雅经典的系带装饰回归,赋予简约单品以随性典雅的格调;褶皱装饰灵感借鉴自然界美丽魔幻的真菌,塑造轻盈量感;透明薄纱点缀出朦胧感,水波纹经纱真丝则呈现模糊效果,营造出梦幻神秘的场景。

屠俊表示,左拉设计的理念不但是走进女性的衣橱,还深入生活的各个层面,探索优雅的时品味与生活情趣。简洁、优雅、舒适的款式,搭配低

调的色彩,精致时尚的设计细节,结合天然舒适的面料,缔造出都市女性一种独立自信的优雅风,以自成一格的生活态度传递对时尚的见解。

在谈及公司未来发展规划时屠俊表示,当前服装企业的竞争已经逐渐演变成对时尚文化、艺术设计和顾客体验的竞争。后期,公司将以原创设计创新、纺织材料创新为突破口,融合时尚文化及艺术元素,不断推动整个服装工艺的改进与创新。同时作为柯桥本土品牌,公司还将充分发挥中国轻纺城强大的纺织产能优势,悠久的历史文化底蕴,不断完善供应链条,在更好地推动柯桥时尚面料研发和服饰产业发展的同时,给消费者提供更极致性价比的产品。ITV



宁波国际服装节：

哪些“黑科技”更受欢迎？

本刊记者 - 吕杨

刚刚落幕的第二十二届宁波国际服装节，在宁波掀起一股时尚浪潮，来自11个国家和地区的265家企业、300多个品牌参与了展览展示、商贸洽谈、时尚发布三大板块活动。其中，哪些品牌带来了先进技术、领先概念以及最新流行趋势？让我们细细品味。

“智造”助力圣瑞思快速发展



“智造新时代，创新迎未来”作为第22届宁波国际服装节的主线，贯穿始终，随处可见当今服装业发展的新理念、新潮流、新技术和新前景，尤其在“触·未来”智能设备馆所展示的各种智慧生产模式和智能工厂案例都在诉说着智能制造的新时代已经到来。浙江瑞晟智能科技股份有限公司成为本次活动中“智造”主题最好的代名词。

“未来的服装企业竞争主要靠什么？不是管理，也不是人员，而是数据化。”公司总经理刘九生如是说。

浙江瑞晟智能科技股份有限公司是一家致力于数字化智能高端装备制造的高科技新三板上市企业。公司产品线涵盖工业生产数据实时采集系统、智能生产与后整吊挂系统、智能物流配送系统、智能生产分拣系统、智能仓储与物流系统、大数

据集成系统、智能生产辅助机器人系统、缝制自动化专用设备等系列。而浙江瑞晟旗下全资子公司宁波圣瑞思工业自动化有限公司深耕智能服装与家纺吊挂系统多年，现已形成以自主核心技术、关键零部件、智能产品及行业系统解决方案为一体的完整产业链。

刘九生表示，此次已经是公司第九次参加宁波服装节，宁波圣瑞思发展至今已有15年之久，最近7年的发展尤为快速，主要就是得益于公司的智能产品具备以下三个特点：一是减少物流搬运对人工的依赖，二是数据做到全程自动化采集，三是实现空中物流的现代化摆放，而这三个特点恰好符合现代服装产业向智能制造转型升级的需求。九牧王、海澜之家等服装品牌都在使用宁波圣瑞思开发的智能系统。

流行趋势“无界”融入宁波

第22届宁波国际服装节上，“2019/2020秋冬中国纺织面料流行趋势”同期发布，以静态展的形式呈现了“无界”核心概念下的“创·无恒”“归·相容”“异·本体”三大主题，全方位呈现中国纺织面料的靓丽风貌，前瞻未来时尚潮流。

此次流行趋势发布静态展设置在宁波国际会展中心的4号馆“悦·夏景”面辅料展示区，由中国纺织工业联合会、中国服装协会、宁波市人民政府主办，宁波市经济和信息化委员会牵头，宁波市服装协会承办，其中流行趋势系列内容由中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心共同发布，中国流行面料工程、COLORO 共同支持，国家纺织产品开发基地、中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟、中国流行面料技术创新联盟、中国时尚同盟、中国纺织服装品牌园、WGSN 战略合作。

在深度融合季节特色的百余平米展位空间中，超过600款优秀纺织面料产品按照趋势主题进行系列呈现，清晰传递以“无界”为核心概念的2019/2020秋冬中国纺织面料流行趋势。



爱法贝让文化 IP 赋能服装



10月20日，爱法贝“小爱小优的美丽新发现”发布会在宁波国际服装节上举行。爱法贝的“小爱小优的美丽新发现”是法国和意大利童装风格在中国的汇集，由Alphabet和U-JAR两个品牌以集合店的形式在市场中进行呈现，打造爱和美的温暖空间。

爱优集合店目前在中国拥有300多家店铺，线上也有庞大的销售规模，目前已经成为国内中高端领域的知名品牌，未来，品牌将着重线上线下一体化的新零售模式，打造小爱和小优的IP形象，传递微笑，传递美，传递爱。

宁波百慕品牌管理有限公司总经理江海润在谈及创立品牌IP的初衷时表示，希望每一位顾客走进店里，不光能看到衣服，更能感受到爱和温暖，下一步，小爱和小优的美丽衣橱也会逐渐推广出去，让爱法贝成为每一位宝贝的“美丽衣橱”。“爱法贝和很多成熟的IP比起来还差很多，但我们有服装、有主营产品类作为自己的承载项，这正是我们的优势所在。”

对于“爱法贝IP是否会考虑不同品类授权”的问题，江海润表示，目前IP暂时只服务于自有品牌和产品，在未来爱法贝不排除与其他品牌的嫁接，爱法贝愿意引进，也愿意谋求更多的合作，但希望保留自有品牌的独特性，爱法贝所传递的精神，内含品牌记忆点，永远都不会变。TA



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年建立的“钱之光科技教育基金”基础上，2008年7月由中国纺织工业联合会为发起人，在民政部登记的社団法人。主要奖励为纺织行业科技进步做出突出贡献的单位和个人，以及纺织教育战线上的优秀教师和学生，支持开展重大纺织应用基础科学研究和科技成果推广项目。

截至2017年底，已表彰奖励纺织科技奖1273项、优秀教师和学生共计3674名、优秀教学成果奖1114项、针织内衣创新贡献奖91项、应用基础研究48项、科技成果推广146项、全国纺织行业技术能手175名、技能人才培育突出贡献奖16人及23家获奖单位。自1997年至今用于公益活动支出约7000万元，对促进纺织科技教育事业起到了积极的推动作用。

宗旨 推进纺织工业科技进步 人才成长和产业升级 建设现代化纺织强国

www.fzjfh.com

(上述内容及数据由纺织之光科技教育基金会提供)



“纺织之光”
科技推广云平台二维码

种植面积小幅增长,机采率有待提升

新疆棉花及纺织产业链调研后记

中国棉纺织行业协会_欧阳夏子 杨秋蕾 / 文

十九大报告中指出,要把提高供给体系质量作为主攻方向,深化供给侧结构性改革。经过一年多的时间,我国纺织产业供给侧改革已经初现成效,尤其在棉花供给方面,在国家宏观调控下,充分发挥市场机制,稳定了棉花面积与产量,棉花品质稳步回升,缩小了国内外棉花价差,对提高纺织产业竞争力发挥了积极的作用。

10月24日至11月2日,中国棉纺织行业协会随国务院发展研究中心在新疆开展了一次以棉花供给侧改革为主题的调研活动,重点关注棉花种植、棉花加工以及新疆纺织产业可持续发展等问题。

一、新疆棉花种植情况

新疆是我国重要的植棉区,目前其棉花产量占全国的80%以上,年均产量约在500万吨。

据新疆自治区有关数据统计,2018年,新疆棉花种植面积小幅增长,预计达3963万亩,其中兵团棉花种植面积约占1/3。从单产情况看,2018年地方皮棉单产预计为120公斤/亩,兵团皮棉单产预计为160公斤/亩,受天气影响较上年有所下降,但棉花品质稳中有升。截至10月30日,新疆棉花累计加工量159.7万吨,同比下降6.1%,其中地方棉花加工量为106.8万吨,同比下降3.5%,兵团棉花加工量为52.9万吨,同比下降10.9%。

二、棉花交售状况

每年的10月是新疆棉花集中上市的时间,调研组在新疆调研期间,南北疆的棉花交售进度略有不同,南疆棉花交售率约达50%,北疆交售率约达90%以上,而南疆籽棉交售价格在6.8~7.2元/公斤,比北疆高1元/公斤以上。北疆以机采棉为主,机采率达92%以上,南疆则仍以手摘棉为主,成本偏高。

在调研中了解到,2018年北疆棉花种植面积小幅增长,产量也保持增长,南疆个别地区受霜降影响单产下降,但是新疆棉花整体品质较去年有所提高。南疆部分棉花加工厂反映,当前下游企业棉花采购不积极,棉花收购价偏高,按期货合约价格为参考,加工厂无法顺价销售,企业表现悲观。

三、棉花种植成本情况

从棉花交售进度来看,北疆机采棉交售基本完成,南疆则相对迟缓,这与天气因素有重要关联,但关键还是价格。

南北疆棉花有一个较大的区别,即采摘方式的不同。北疆地大而广,适合机械化种植。在“提质增效降本增效”的供给侧改革的推动下,北疆大力发展机采棉,引导棉花种植向优势产区集中,规范种植管理、培育适合机械采摘的棉花品种,大幅减少用工,降低人工成本,同时,棉花单产和品质稳步提高。相较之下,南疆土地零散,地块平整度不够,农民种植水平参差不齐,因而机械化程度低。

近几年,新疆种棉农资和物化成本较为稳定,用工是成本增长的主要因素。据南疆种棉户反映,如南疆摘花工工资按2.3元/公斤支付,按1亩地350公斤计算,每亩的摘花采摘成本就高达800元,约占种棉成本的一半。另外,种棉成本中还包括种子、化肥、地膜、用水和土地管理成本等,此类成本相对稳定。

四、新疆纺织运行特点及期盼

据自治区经信委数据统计,截至2018年6月底,新疆棉纺锭数1893万锭,织机17000余台,服装加工能力达3.68亿件,粘胶纤维产能达85万吨。调研组从纺纱企业处了解到,新疆的纺织企业处于用棉相对充裕阶段,以消化陈棉为主,订购的部分新棉也没有投入生产。据有关部门统计,新棉上市以来,新疆皮棉仅销售12.5万吨。与此同时,全国范围内,下游企业需求较为清淡,因而纺纱生产整体销售较为缓慢,产品库存有一定上升。

随着棉花库存的逐步下降,企业担心疆内棉花全部运出疆后,导致疆内纺织企业无棉花可用,因此希望完善新疆的储备机制,确保疆内纺纱企业的用棉稳定。其次,在政策方面,新疆纺织企业也处于各种“不确定”因素中,包括出疆补贴等政策,希望能够尽早发布,并且保持政策的稳定性。第三,新疆纺织服装企业集中反映的用工问题较为突出,企业在员工培训上投入较大的人力物力,即便如此,工人的流失率仍较高,对企业的稳定经营带来风险,因此建议在工人培训方面,继续给予纺织企业补贴以及更大的支持力度。在全国开展“高征低扣”改革时期,疆内纺织企业也迫切希望加快推进“高征低扣”在新疆的改革,减轻企业赋税。

五、新疆发展探索

新疆在棉花、纺织及相关产业方面的改革创新显著,包括加快土地流转,推动合作社等发展上下游合作模式。以南疆为例,尽管与北疆相比机采率很低,但已从过去的5%提高到2017年的20%,土地流转问题的逐步解决为机采棉的推广发挥了重要作用。同时,目前棉花品种过多,部分地区较为杂乱,也为发展大规模机采带来一定阻碍。未来,新疆将继续普及机械化种植,积极引导棉农种植优良品种,尤其在机采棉棉种培育、机器设备补贴以及土地流转和平整方面,需要政府及有关部门通力协作。

为推动新疆棉花及纺织产业高质量发展,在创新棉花补贴模式方面,新疆也有许多尝试。包括在塔城地区沙湾县、昌吉州玛纳斯县、博州精河县、巴州尉犁县、阿克苏地区阿克苏市、喀什地区麦盖提县等6个县市,开展棉花目标价格补贴与质量挂钩试点,研究制定棉花“保险+期货”试点方案,全面提升市场自主运行水平,激发棉花产业两端深度融合。由于试点处于探索期,效果还未完全显现,此外,棉农认知水平还有待提升,科学种植短期内还不能完全实现。尽管如此,棉农及纺织企业对此种补贴创新表示期待,并希望进一步完善,使之能在全疆推广,真正让棉农以及纺织企业受益。☑



选择宏业 选择放心

国家功能性差别化纤维纱线产品开发基地

ISO9001质量管理体系 ISO14001环境管理体系认证、CU有机棉认证、BCI会员企业
纯棉针织系列纱线连续被中国棉纺织行业协会和中国针织工业协会评为“用户信得过优等产品”

主打产品:

羊毛、羊绒、亚麻、绢丝等纯纺或混纺纱线。其中:毛类产品有羊毛、兔毛、羊绒、驼绒、牛绒等,可与天丝、木代尔、棉、腈纶、锦纶等各种高档、新型纤维(含中长纤维)任意比例混纺,纱支最细可纺到140 Nm;雪花纱、聚成纺(多彩花式纱)。

高档差别化纱线针织面料、高支高密针织面料、针织制衣。

高性能阻燃纱线、色纺(半精纺)纱线、高档牛仔OE纱、针织用OE纱。

营销承诺:

质量放心、交期放心、服务放心

企业文化:

“三老四严”的工作作风,勇于拼搏的敬业精神,做精、做专、做强的发展理念,顾客至上的服务意识

经营理念:

诚信、合作、互惠、共赢

我们秉承“以客户为中心”的服务理念,以“与客户共同创造价值”为宗旨,竭尽一切可能,真诚为您服务。

愿景:

打造民族知名品牌。

齐鲁宏业纺织集团有限公司

地址:山东省济南市商河县商中路26号 | 邮编:251600 | 网址:www.hongyegroup.cn | E-mail:qlhyjt@163.com
电话:0531-84880488 84817188 | 传真:0531-84880469、84888668

走近中国产业用纺织品行业领军人物 系列报道

靳向煜： 以教学带动科研，用科研反哺教学

本刊记者 _ 陶红



靳向煜

作为东华大学教授，靳向煜一直致力于加强非织造学科基础研究，而作为东华大学非织造研究发展中心主任，靳向煜一直致力于非织造材料与工程学科研究。双重身份赋予了靳向煜双重的使命，在人才培养模式、项目研发技术向成果转化方面，靳向煜做了哪些努力？

教学与科研的“齐头并进”，赋予了靳向煜教师、科研工作者的双重身份。今年，作为在产业用纺织品行业作出突出贡献的专家学者、科研者，靳向煜当选“第三届中国产业用纺织品行业领军人物”。

探索新型人才培养模式

产业用纺织品是经专门设计、具有工程结构特点和特定应用领域的纺织品，作为产业用纺织品的最大品类，非织造材料的产量在我国产业用纺织品行业中占比已达到 50% 以上。也正是由于非织造材料具有特殊的结构和高效率的生产技术，使其性价比非常高，应用范围极其广泛。作为东华大学教授，多年来，靳向煜一直致力于加强非织造学科基础研究。

在专业建设方面，靳向煜建立了东华大学非织造材料与工程专业，培养专业人才；并主讲《非织造工艺理论》、《土工合成材料技术及应用》等 4 门课程；主编的教育部国家规划教材《非织造学》（第一版至第三版）荣获了中国纺织工业联合会科学技术奖；主编的纺织高等教育规划教材《非织造学实验教程》荣获了中国纺织服装教育学会优秀教材奖。

在教学改革方面，靳向煜注重实践教学，坚持理论联系实际，注重培养复合型、工程型人才。他曾主持多项国家省部级重大科研项目，让更多的本科生、硕士生参与课题研究工作，提高专业人才培养质量。围绕研究课题的同时，培养了一批博士、研究生，在论文、专利、解决企业实际工程技术问题等方面都取得了较突出的成绩。

“我的学生毕业后或就职于 3M、杜邦、宝洁、金佰利、花王、兰精等世界 500 强企业的研发部门；或在美康康尔大学、江南大学、苏州大学等高校从事教学工作；或在国家纺织服装重点检测机构、海关、国内非织造企业工作，他们均已成为国家非织造行业的技术、研发、营销、管理方面的骨干力量。当然这也充分体现了教学与科研双向发展在复合型、工程型人才培养模式上的优势。”谈及教学经验与收获，靳向煜自豪地说道，“作为高校教师必须坚持科研与教学双向发展，坚持以教学为主，在不断提高教学业务水平的基础上，以教学带动科研，用科研反哺促进教学，把最新的科研专业知

识传授给学生。其中包含大量生动的工程技术案例，令学生们听了很受益，我也很有成就感。”

从全球范围来看，非织造技术和工业已经走向成熟，市场的需求不再只是数量上的满足，而是对技术、工艺和设备提出了更高要求，这也对非织造行业发展和教学方向提出了新的要求。

靳向煜指出，未来，非织造行业发展应以创新为动力，以质量为基础，以市场需求为导向，加强质量标准建设，培育行业知名品牌；推进产业结构调整，提高企业竞争力；加强产需衔接，构建新型智能产业供应链；推进绿色制造，发展循环经济；注重科技进步和多学科交叉融合发展，充分把握内需市场增长和消费升级两大发展机遇，加速推进我国非织造行业实现质的飞跃。

助力项目研发实现成果转化

近期，由靳向煜主持完成的“十二五”国家支撑计划课题“医用防护非织造材料关键技术及产业化”通过对生物医用、健康护理卫生用、功能防护用非织造材料在纤网成形、多梯度复合、节能减排及后整理技术等领域的理论基础研究和自主创新，突破了多模头纺熔复合、宽幅熔体分配理论、双组份纺粘工艺、气流拉伸过程控制、节能减排型工程应用、水射流多向缠结加固、聚烯烃阻隔材料后整理等关键技术。

该项目技术的突破大大增强了我国产业用纺织品行业产品的功能设计、应用设计、外观设计能力，有效提升了我国医用防护服、功能性医卫等材料制备技术水平，大幅提升了产品质量和档次。同时，充分满足了我国针对重大疫情、突发灾害对防护产品的需求，提升人民的医疗卫生健康水平，取得了显著的社会效益。

值得一提的是，该项目研发的关键技术已全面实现成果转化，课题参加单位已完成熔喷超细多梯度成型、平网复合热风穿透粘合、高效节能水刺缠结、防护材料多功能后整理、医疗临床用系列敷料、婴儿（成人）尿裤和湿巾等多条生产示范线的建设。

靳向煜介绍道，浙江宝仁和中非织造有限公司已建成功能性医卫材料产业化示范基地，绍兴县庄洁无纺材料有限公司已建成热风穿透粘合和高效节能水刺非织造材料产业化示范基地，绍兴振德医用敷料有限公司已建成熔喷非织造材料和医用三抗非织造材料产业化示范基地，绍兴唯尔福妇幼用品有限公司已建成妇婴用品产业化示范基地，山东颐诺生物科技有限公司已建成生物纤维医用敷料产业化示范基地，并拥有了 10 亿只/年高效低阻口罩、1400 万套/年医用“三抗”防护服、3000 吨/年妇婴卫生用品双网复合导流层材料、80000 吨/年水刺功能性医卫材料的生产能力。

谈及项目成果转化应用效果，靳向煜自豪地说：“通过成果转化开发的熔喷超细纤维滤料、医用手术服和防护服、导向吸湿手术医用材料、天然蚕丝纤维功能性非织造材料、复合导流层材料、生物纤维医用敷料等系列医卫防护非织造材料及制品，已实现产业化应用，并得到客户认可。”

在科技与经济高速发展的 21 世纪，高速、高产、高效依旧是非织造行业共同追求的目标，非织造资源的再利用空间巨大，符合低投入、低成本的原则，高速梳理技术和针刺加固技术的研究和开发、水刺加固工艺的低能耗研究以及热粘合加固工艺的高速化、低能耗研究将会是未来的研究重点。

靳向煜表示，“未来将侧重于非织造工艺技术与智能化、生物质非织造材料结构性能与产业化、多功能非织造材料及性能评价、医卫非织造材料加工技术与工程设计、土工合成材料研究与环境工程应用等方面的研究。”



奥神新材开发的产品已经成功应用于环保高温除尘、特种防护以及结构与复合材料等领域。

王士华： 为高性能纤维增加“竞争砝码”

本刊记者 _ 李江敏



王士华

说到纤维，普通人想到的只是衣服及各类编织物。其实，纤维是当今人类发现的最重要材料之一。航天器、飞机、导弹、高铁等高精尖设备，无一离不开纤维。

聚酰胺纤维作为近年来产业化开发的一种新型高性能纤维材料，因性能优良而备受关注，但其生产成本以及对合成工艺的高要求限制了其发展。而说起对于聚酰胺纤维的研发和创新，江苏奥神新材料股份有限公司董事长王士华则最有发言权。

以实干推动产业发展

对于企业，王士华介绍说：“江苏奥神新材料股份有限公司是一家集聚酰胺高性能纤维及其后道制品的研发、生产、销售为一体的国家高新技术企业，成立于 2011 年，产品广泛应用于环保高温除尘、特种防护以及结构与复合材料领域。公司建有江苏省聚酰胺纤维材料工程技术研究中心、江苏省聚酰胺材料工程研究中心、连云港市工业企业技术中心，开展聚酰胺纤维及其制品的研发工作，近五年累计投入研发费用近 2000 万元。”

多年来，经过公司研发团队的不断努力，在聚酰胺纤维后道产品研发方面取得新突破：如聚酰胺特种防护抓绒面料、聚酰胺新型消防员灭火防护服、聚酰胺特战头盔套、聚酰胺保暖被、聚酰胺防火毯、聚酰胺抗菌保暖毯、聚酰胺隔热防护手套等多个产品。

目前，公司开发的产品已成功应用于各行业：在环保领域，产品成功用于高温烟气过滤材料、装备水泥、钢铁冶炼等生产线，有效降低了 PM2.5 的排放，为大气治理提供了有效解决方案；在特种防护领域，开发的防护面料在国际上首次应用于军警防护服装，已成功列装森林武警 15 式战斗服、15 武警特战头盔套、消防员灭火防护服，有效增强了军警部队单兵的作战能力，保护战士的生命安全；在航空航天领域，产品已成功应用于某型号战术导弹的绝热层、透波性雷达罩、核设施防护层、特种电缆护套等。

在王士华的带领下，研发团队联合东华大学纤维材料改性国家重点实验室创新性采用干法纺聚酰胺纤维工艺技术，首次提出并建立了“反应纺丝”新机理，建成了全球首条千吨级干法纺聚酰胺纤维生产线，并拥有聚酰胺纤维工艺技术及全套装备的自主知

识产权。目前，该项目产品已成功应用于耐高温滤材等领域，有效推动了高性能纤维国产化的跨越式发展，取得了显著的经济和社会效益。2015 年，该项技术成果获得中国纺织工业联合会科学技术一等奖。2016 年，又获得国家科技进步二等奖。

聚酰胺纤维应用技术的成功突破快速提升了我国环保产业、国防军工、航空航天等关键领域的核心竞争力。王士华认为，科技创新只有起点，没有终点。他表示：“加速推广我国自主研发生产的材料在国防军工、航空航天、环保产业得到更多的应用，才能实现企业自身经济价值和社会价值，为建设科技强国、航天强国、美丽中国做出一份贡献。”

在时代潮流中“破题”突围

近年来，我国产业用纺织品行业快速发展，市场应用不断拓展，质量效益不断改善，成为纺织工业的重要经济增长极，在满足消费升级需求、加快纺织工业结构调整、促进国民经济发展等相关领域做出了积极贡献。王士华表示，产业用纺织品行业发展应注重科技创新和知识产权保护。

当前，科技创新是产业用纺织品行业不断成长的动力，在发展过程中，行业需要紧跟时代潮流，与国际接轨，不断推广和应用新技术、新工艺，尝试新产品。而知识产权是行业企业扩展壮大的有力保障。产业用纺织品行业应大胆尝试运用并推荐新材料、新技术，构建纤维材料上下游产业链，搭建企业交流载体，共同推动行业及高性能纤维特别是聚酰胺纤维的高效发展。

随着国家对环保的要求越来越高、对特种防护人员的防护越来越重视和工业阻燃隔热领域对阻燃隔热要求不断提高，高温过滤、特种防护和工业阻燃隔热等领域对聚酰胺产业用纺织品的需求越来越大，江苏奥神为了满足不同领域日益增长的聚酰胺纤维需求，制定了未来 3 ~ 5 年的发展规划，将在世界首条工业化生产的干法纺聚酰胺生产工艺技术基础上，进行纤维改性研究、工艺技术优化及产品应用开发，同时建成年产 3000 吨聚酰胺生产线。

谈及未来规划，王士华说：“在目前不断开发民用产品的基础上，公司将开发军用产品，拓展公司产品应用市场，为我国国防军工、航空航天的发展提供不可或缺的战略材料。同时，在生产经营过程中，注重环境保护，维护社会稳定，为构建社会主义和谐社会贡献一份力量。”



趋势联盟优秀产品 男装面料系列

面料新势力! 看时尚男装的华丽变身

中国纺织信息中心 | 彭丽桦

在时代的变革与创新之间,时尚男装正进行华丽变身,推动着相应品类面料新势力的崛起,并潜移默化于设计生产环节的一点一滴。中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟(以下简称“趋势联盟”)中的企业在男装面料的研发与生产中锐意创新,众多优秀产品正是这股时尚潮流中的佼佼者,紧跟消费者的审美情趣,展现轻奢、时尚、简约的绅士风度,其所彰显的品位映射每位男士独一无二的时尚风骨。这其中有哪些亮点值得关注?本期展示来自趋势联盟企业的系列化面料产品匹配相应秀场款式,揭启男装时尚华丽变身的精彩看点。

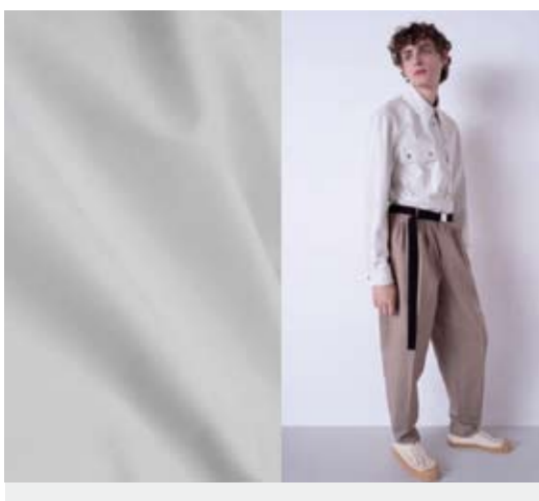
印染免烫面料

面料来自国家免烫印染面料流行趋势研究中心——鲁丰织染有限公司



极地白系列

精选优质的新疆长绒棉织造而成,表面光洁细腻、雅致高端;采用绿色加工技术和专利增白技术,在余热回收、中水回用、碱回收和液氨回收等方面成效显著,面料底白更白、牢度更高、质量更稳定,具有艺术品般的极致质感。



爱体肤系列

在该系列设计中,将“自然”作为关键,精选天然优质棉花生产,触感柔软舒适;利用鲁丰独有的环保加工工艺,安全健康,免烫等级达3.0级以上,面料不仅吸湿性好,且极易护理,实现了绿色与时尚的完美结合。



超级免烫系列

以绿色健康为前提,力求实现免烫易护理与高端品质的平衡,采用优质长绒棉织造,柔软舒适;拥有自主知识产权的加工工艺处于世界领先水平,面料经过10次水洗后,在AATCC124标准检测下平整度可达4级以上,并可有效改善面料的可缝性,真正实现了“洗可穿、平如初”的完美效果,消除了纯棉服饰的打理之忧。

精毛纺面料

面料来自国家男装精毛纺面料流行趋势研究中心——山东如意毛纺服装集团股份有限公司

新绅士系列

从“甄选原料、优选格纹、光感肌理”三个方面,打造新绅士的独有风格。选用澳大利亚3A级有机牧场的优质美丽诺羊毛(平均细度15.0~16.0微米),细度均匀、卷曲密集、滑柔且富有弹性,为面料的优异品质奠定了基础;国际一流的装备配置,为面料精准的工艺生产提供了技术支撑;智能低温染色技术最大限度地保护了羊毛纤维的性能发挥,数字化生产监控为面料的精益品质提供了全面保障。

面料的色彩以灰、蓝为主,花型丰富、品质高端,四季皆宜。



新功能系列

以“生态、功能、科技”为核心,从“Protection、Travel、Stretch”三个方面,为人们提供更加现代化的舒适实用的时尚着装。

Self-protection技术可赋予服装优异的拒水、拒油性能,杜绝各种干污、花粉的侵袭,彻底消除电子的产生,对敏感人群形成有效保护。

Travel技术可赋予面料高强耐磨、自由伸展、抗皱易护理等多重性能,在持久穿着下依然保持平整。动,可舒展休闲;静,可笔挺正坐,该技术面料满足了商务旅行人士的多重需求。

Wash-wear技术采用如意的自主研发专利技术,打破了传统羊毛套西不可机洗的瓶颈,机洗后,无熨烫便可穿着。



色织面料

面料来自国家色织面料流行趋势研究中心——鲁泰纺织股份有限公司



生物舒适系列

以追求面料的极致舒适和绿色环保为根本,100%采用植物种子油表面活性剂,5天内可达到92%的生物分解效果,与传统的石油化工产品相比在“碳足迹”和“水足迹”方面表现突出;产品具有更加优越的吸湿排汗效果,柔软丝滑的触感带给穿着者身心愉悦的体验。



四面弹系列

采用高性能弹性纤维,实现了面料具备经纬双向弹力——经向弹力大于10%、纬向弹力达15%~20%,舒适性极佳,且柔软透气;将四面弹与抗菌、吸湿速干等功能性整理相结合,极大提高了产品的附加值和服用价值。



德绒系列

采用世界先进环保的干法纺丝工艺制成的异型细旦腈纶纤维织造,具有超细的细度和双T型横截面,是目前独一无二的优质腈纶纤维;其制成的面料具有柔软蓬松、轻便保暖、透湿透气等特点;值得一提的是,与同等厚度的面料相比,该系列面料不仅质量更轻,更具有好似羊绒一般的触感;低碳节能,将绿色、品质与时尚的统一最大化发挥。

再生纤维素纤维类差别化面料

面料来自国家再生纤维素纤维差别化面料流行趋势研究中心——富丽达集团控股有限公司



TR格纹系列

采用强捻纱、花式纱等不同类型的色纺纱进行织造,打造出风格迥异的大尺寸格纹效果;通过水洗工艺,有效改善了面料的手感,强化了色彩、纹理的表现;面料挺括有型、保暖性好、性价比高,在秋冬男士西装、大衣、夹克等领域应用广泛。



天丝系列

以天丝、麻等天然原料为主,面料兼具棉的柔软度和吸湿透气性,丝绸的雅致光泽和亲肤舒适性,毛织物的光滑与垂感,且价格优势明显,在秋冬季外套和衬衫的应用中大受欢迎。



醋酸系列

与棉麻等天然织物相比,吸湿透气性、回弹性、抗静电性和抗起毛起球性能更好,更加柔软舒适;与丝绸相比,风格类似,但色彩更加艳丽、触感柔滑;与三醋酸面料相比,其生产成本明显降低。该面料十分适合在外套、衬衫以及服装里料等领域应用。TA

一颗不安分的心， 只为中国元素的苏醒、复兴……

记第 22 届中国时装设计“金顶奖”获得者赵卉洲

本刊记者_徐长杰

从 2015 年起，设计师赵卉洲似乎在国内媒体上消失了踪影，她去了哪里？这三年来又在做什么？终于，在中国国际时装周（2019 春夏）上她正式回归，并一举拿下第 22 届中国时装设计“金顶奖”。不忘初心的她以实际行动告诉大家，这三年来赴米兰游学、与行家切磋，她都收获了些许。当年，初出茅庐的赵卉洲许下了创立品牌的愿望；兜兜转转的 20 年，不仅梦想得以成真，设计回馈给她的，其实比想象的还要多……



赵卉洲

1996 年，刚刚大学毕业的赵卉洲便来到了当时时尚因子最为活跃的深圳，她心里默默地种下了一份希望：“如果有一天，我也能有自己的服装品牌和专卖店，还有一大群喜欢我品牌的人，那将是一件多么快乐的事情。”

梦想要由行动来丰满。那个看起来柔柔弱弱的小女孩，却有着敢说敢干的魄力，1997 年，赵卉洲创立“艺之卉”，迈出了自己的第一步。是的，每一次比别人多走的那一步，就是拉开与他人“差之千里”的那段距离。

“每次回想当时的自己，既心疼又有点欣慰，扛着重重的布料，为了省两块钱与出租车司机‘杀价’。那个时候的我，会把每一分钱都花在刀刃上，因为我清楚，我的事业，我的梦想，需要无数个两块钱来支撑。”赵卉洲回忆时说。

远行，让西方认可东方设计

一开始，赵卉洲只是单纯地设计自己喜欢的衣服，但是随着见识的增长、品牌的发展，她的设计动力转变为——在当代时尚体系中，如何对东方美学的根和魂进行阐释与浸透。

2014 年对赵卉洲来说是不寻常的一年，这一年，她成为北京 APEC 会议领导人服装的核心主创设计师之一。与 APEC 结缘，似乎为她后来的决定埋下了伏笔。当年她就说：“在西方服装界统领世界时尚的今天，中国服装代表的东方气质或许还有很长的路要走。在 APEC，我们只是播下一颗种子，期望它赶快发芽、成长，直至开花。用国际化元素表达东方韵味，这是我一生的职业追求。”

“让西方认可东方设计！”怀揣着这份理想与期待，在北京 APEC 会议后的第二年，赵卉洲带着全新的原创设计品牌 HUI 登陆欧洲大陆。不过后来她坦言：“出了国才知道，原先眼中的那种东方元素，西方时装周压根儿就不认！”

赵卉洲认为这其中的关键，便是要让东方元素有国际化的表达，而这首先就要以产品背后的可持续发展作为重要参考。中外时尚业的差别或者说差距，也许根本就不在于理念，真正与国际时尚体系中的精英同场切磋、比试交流，才能快速开阔视野，与国际先进理念接轨，并由此反观自己、审视来路，去粗取精、提升成长。狭路相逢，对战高手，也才能一窥门径、技艺飞升。

幸运的是，经过深入思考的赵卉洲避开许多设计师恋栈于服装表象设计的弯路，她跳出服装设计，着力于扩大国际化视野，而不是先考虑品牌的市场占有率。“第一次走向国际的舞台，与其说忐忑，不如说心里更多的

可能是期待，因为大多数的思考和时间都留给了知识的汲取，我像一块脱水的海绵，疯狂地开始吸收西方的服装文化，与国外设计师寻求合作，确保 HUI 从骨血中达到东西方兼容。”

2015 年 9 月，2016 米兰春夏时装周如期而至，赵卉洲作为那届米兰时装周上第一位来自中国的设计师，携 HUI“记忆的空盒子”系列时装，成为时装周上的意外惊喜。HUI 吸纳与培养了来自世界各地、匠心独运的服饰工艺传承人，创新发掘与再创造，并以独具东方特色的“非遗”元素连续征战三届米兰时装周，重新定义了中西合并的时尚之美。

在米兰首秀大获成功之后，赵卉洲入乡随俗进驻国际 showroom，针对全球售卖产品，实实在在走市场化路线。此时的赵卉洲，本可以继续享受国外时尚行业优质资源，但她不安分的心又发声了——回国！

归来，传承与复兴“中国精髓”

内心中这样的想法一旦迸发，便无法阻止。

2018 年 6 月，在北京恭王府，人们看到久违的赵卉洲出现在“锦绣中华—中国非物质文化遗产服饰秀”开幕式上。作为一直致力将中国传统文化与现代时尚产业相结合，并推崇中国原创设计品牌，把独特的东西方气质进行融会贯通的赵卉洲，在这场开幕大秀上，独创了挑绣的精致工艺手法来描绘原始图腾，只为体现东方传统工艺与西方设计新潮理念的平衡。

“将苗绣做成产业，才能让神秘的审美观念和趣味为人所知。”赵卉洲认为，设计中非遗元素的增加，既要有传统文化的影子，又要从中看到未来。非物质文化遗产正是“中国匠心”的灵魂所在，保护与传承正在飞速流失的手工艺，让更多后人能看到“非遗”的神韵和风采，这是 HUI 所带来的新的意义。

时隔半年后的 11 月 1 日，赵卉洲又携中国原创设计品牌 EACHWAY & HUI 全新 2019 春夏系“Girl Up”强势登陆中国国际时装周，与 140 个品牌、150 位中外设计师同台竞技。

在这一次的发布秀中，我们能够看到作品中国际大牌所具有的风骨；而作为有着品牌支撑的艺之卉，它同时对产品需求端有着深刻洞察力。朋友圈中赞叹这一次赵卉洲的“不一样”，似乎注定她这一次的回归，是王者的归来。

历经三年的沉淀，借由“美人鱼”的蜕变，HUI&EACHWAY 在鸟巢文化中心上演了一场充满女性



独立意识的时装盛宴。在赵卉洲的作品上，我们清晰可见她欧洲游学这份履历的印记。而最令人惊叹的是，曾经飘逸出尘的 EACHWAY 摆脱了时代的印记，俘获大批 Z 时代粉丝，越活越年轻了。

“服装最直接地表达人的心理转变，现代的年轻人穿衣多元化，特别是女性消费者重心由生活转移到工作，在穿戴上势必会产生多项选择。这为中国原创设计师的崛起，提供了巨大发展空间。”赵卉洲由衷地说。

从这场秀中，也不难窥见赵卉洲的初心。“我总是能深刻地感受到‘传承’带给我内心的力量。好的设计需要匠心，让更多后人能看到‘非遗’的匠心和风采，是一个设计师的社会责任所在。”路漫漫其修远，赵卉洲无比希望中国本土品牌也能像国际奢侈品牌那般，始终能坚守品牌传承的力量。

三年间，赵卉洲行走于国际国内，深度认知和体验着东西方文化，用东方人性看西方，以西方观念读东方，不断为品牌增添“有东方底蕴的国际化基因”。结合东西方审美的国际视野，渐渐对服装与设计看得通透的赵卉洲，作品自然有了与众不同的风韵，而也正因此，她一举斩获了第 22 届中国时装设计“金顶奖”。

“站上金顶奖的领奖台，开心？激动？紧张？因为对于奖项，对于梦想，各种能想到的情绪，早就在我心里上演了千千万万遍，这个在服装行业的最高奖项，就像是电影界的‘奥斯卡’一样，可能正是因为这么久对于梦想的追求和执着，反而能够让我如今更加淡定自若的站在领奖台，一袭白衣，我的心中各种复杂的情绪油然而生，满满的感激。2018 年 11 月 2 日，真的是给了我一个巨大的惊喜。这一切对我来说，好像来得并不晚，‘恰如其时’刚刚好，是一个句号，也是我开启下一新篇章的起点。”赵卉洲如是说。

把“中国设计”带上国际舞台

作为全国的女装产业重镇，深圳这个设计之都为艺之卉品牌提供了源源不断的活力，对市场迭代的认知也让赵卉洲对 EACHWAY、HUI 的定位有了全新的思考。她认为，生命需要迭代，一个已创立 20 年的品牌更需要持续创新力，拥有可持续发展的价值观，重视文化软实力。

此番赵卉洲率领旗下品牌 EACHWAY、HUI 自鹏城翩然抵京，是品牌从“活力与爆发”到“融合与底蕴”的升级展现。深圳与北京虽气质有所不同，但作为中国原创设计服装的输出重镇，两者有着共同的目标，那就是将中国的原创设计推向国际舞台。

赵卉洲用“服装设计师的培养皿”来形容深圳与北京，未来企业旗下的品牌会为更多热爱传统文化、有创新精神

的年轻设计师搭建一个实现梦想的平台，让“中国设计”不断有新鲜血液注入且持续流淌。

正如多年来，艺之卉时尚集团除却在服饰产业、传媒产业与创意产业上不断引领行业发展，更把民族文化作为根基和笃定的设计理念，“这是一代代服装设计师的积累与成长，这种共同的归属感，是每一位服装设计从业者的骄傲。”赵卉洲告诉记者。

谈及艺之卉相较于其他品牌的“别致之处”，赵卉洲告诉记者，在她看来，一条鱼或是一朵花，都是有灵性的。“刺绣是中国民族文化中的最特别的‘细胞’之一，每年我们都会吸纳与培养来自世界各地、匠心独运的服饰工艺传承人。”据了解，赵卉洲所带领的设计团队数年如一日奔赴偏远地区，与绣娘们进行交流。在随贵州省妇联联合会前往贫困乡村考察期间，其不仅在当地资助建立了汇聚 100 多位绣娘的工坊，更将绣娘们古朴的作品运用在全新的时装设计中。

时代在变，人们的审美观念在变，服装潮流、时尚的风格趋势在变，但历经 21 年发展蜕变的艺之卉时尚集团，始终坚信“设计可以改变生活”。纵观以全新的视角、表达方式与受众沟通、于中国国际时装周耀世而出的艺之卉品牌，我们不难发现，“气质的精准拿捏与塑造”成了显著的“卉式标签”。

未来，艺之卉将把市场与企业战略布局主要聚焦在“精准定位消费人群、满足受众消费需求”两个方面。赵卉洲表示，艺之卉旗下的品牌更是浇筑了“设计灵魂、设计力量、设计风格”的原创设计品牌，以此达到风格与市场相互平衡的消费需求，在满足美的同时，不断为受众带来全新的生活美学体验。

从堆满画笔、弥漫着丙烯味道的画室，走进时装设计师的工作室；从灯火通明、凝结着无数心血的裁剪工作台，走向世界各大时装周的舞台，有梦想的人、有梦想支撑的事业自然与众不同。

艺之卉时尚集团的创始人兼首席设计师、首位登上米兰时装周的中国女装设计师、2014 亚太经济合作组织会议服装设计师、艺之卉新锐美术馆馆长、中国十佳时装设计师、“金顶奖”设计师……在诸多头衔标签与荣誉光环的背后，赵卉洲更有着自己对未来的规划：“我想要把中国设计真正带到国际舞台，让世界认识与了解我们的创新文化与匠心精神，而不止是中国传统的手工艺。”

要做到这一点，可持续的创新、中国文化的彰显力、设计语言的表达等，都缺一不可。对中国设计的未来，这个看似柔弱、实则强大的小女子有信心。TA



设计让时尚创意生根发芽

中国首届“原色杯”时尚女装印花图案设计大赛颁奖典礼暨新品发布会举行

本刊记者_张颖

在不断引导传统纺织产业向着“文化引领的时尚产业”转变的新时代，原创设计是时尚发展的源动力，也是产业转型升级的“助推器”。



嘉宾合影。

11月8日，中国首届“原色杯”时尚女装印花图案设计大赛颁奖典礼暨新品发布会在柯桥F5时尚发布厅举行。50幅优选花型设计作品通过动态时装发布，将原创设计与商业市场巧妙融合，在秀场上迸发出别具创意的时尚火花。

中国印刷技术协会网印及制像分会理事长沈春燕、东华大学教授、博士生导师、上海时尚之都促进中心主任下向阳，绍兴原色数码科技有限公司董事长张为海，以及柯桥区相关负责人，来自广东、上海、湖北等全国多个高校的专家，众多纺织企业、服装品牌商代表等200余人云集颁奖典礼，共同见证新生代设计力量的生动活力。

本次大赛由中国印刷技术协会主办，中国印刷技术协会网印及制像分会、绍兴原色数码科技有限公司承办，旨在挖掘服装面料印花图案设计人才，展现当下中国设计力量，为面料、印花工艺技术和设备器材、服装设计师提供一个展现的平台，推动服装印花行业健康可持续发展。

时尚演绎 聚焦设计新势力崛起

首届“原色杯”时尚女装印花图案设计大赛以“时尚、创意、保护、共享”为主题，以“原色”为方向，以引导产品开发与终端市场应用领域对接为目标。大赛历经5个多月征集、评选，产生了金、银、铜等各大奖项。为更好地推广本次大赛优秀选手作品，也为更好地吸引上下游企业的目光，真正将参赛选手的作品转化为具有商业价值的产品，主办方特将精选出的50幅获奖花型作品，结合面料开发、服装定制，以模特成衣走秀形式，呈现出花型设计的巨大魅力。

在颁奖典礼上，获奖选手作品秀演分为青春活力秀、魅力帅酷秀、中国风情秀三大系列，通过立体生动的模特演绎，诠释出新生代设计力量的无限创造力，

碰撞出产业链上下游的创意融合。本次大赛金奖获得者夏姚丽表示：“作为湖北美术学院的大四学生，我能够在此类全国性大赛中获奖深感荣幸。特别是设计的花型作品能被做成服装，提早实现了设计师的梦想，为将来从事纺织服装设计积累了宝贵经验。”

据了解，大赛自今年5月启动以来，吸引了北京服装学院、东华大学、鲁迅美术学院、湖北美术学院等多所高校、纺织服装印花图案设计单位、工作室、个人及美术爱好者的踊跃参与，报名参赛院校20余家，参赛作品近千幅。大赛以倡导原创、保护原创、应用原创为宗旨，参赛选手多为高校学生，作品设计大胆新颖，创意百出，具有极高的原创性。

设计引领 链动上下游合力创新

当前，我国服装印花产业发展还存在着创意支撑力不足等缺陷，但同时也具有自身的巨大优势，即完整的产业链条、产业链的融合创新、原创设计人才的集聚及知识产权保护的不断完善。本届大赛立足于中国轻纺城这一全球最大的纺织品交易集散中心，依托产业集群和市场优势，将原创设计人才、上下游产业链、权威专家、交易平台、一线市场等多方资源整合。

据了解，此次大赛获奖作品的秀演面料由柯桥区鑫门纺织有限公司加工生产，服装由嘉兴福步进出口有限公司设计定制。大胆新颖、创意百出的花型图案经由面料、服装巧妙融合，打造了优秀服装设计与时尚创意面料、时尚花型设计的珠联璧合之作，为现场观众带来了一场美轮美奂的视觉盛宴。

下向阳对本次大赛给予了高度评价：“大赛十分契合时尚产业链如何更好地从图案创意到服装成品的应用，也符合当前柯桥时尚创意产业的发展热潮。大赛将原创性的时尚设计与传统的纺织服装深入结合，是一次非常不错的产学研相结合的尝试。”

融合共进 助力产业转型升级

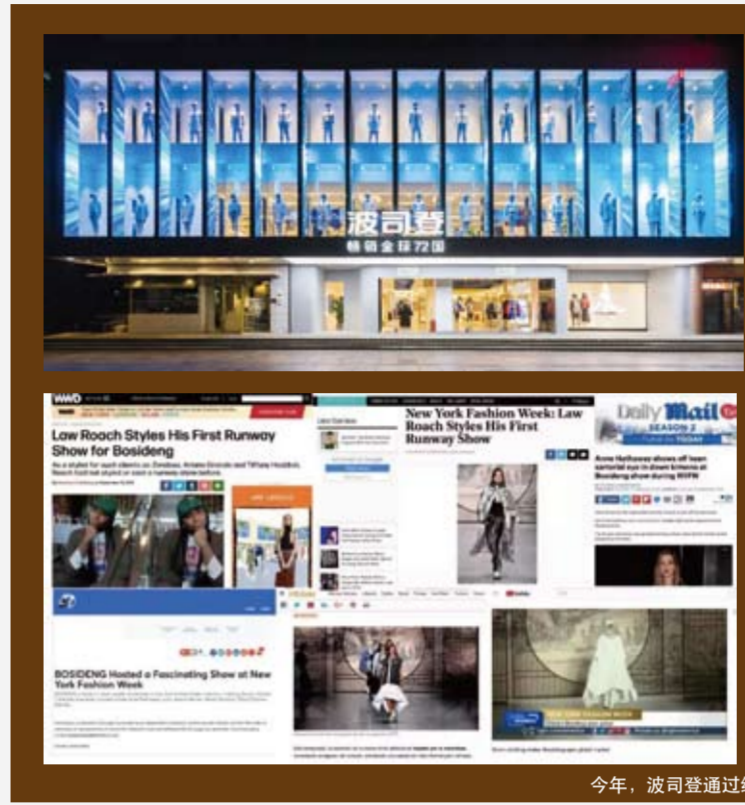
大赛致力于搭建中国服装印花图案设计平台，拓宽设计师的艺术视野和创新理念及人文精神，让有思想的设计师绽放光彩。作为此次大赛承办方，绍兴原色数码科技有限公司把具有自主知识产权的自动配色软件、模拟试衣软件、秋风分色软件、原色分色格式PS插件等面向参赛选手免费开放，同时，参赛选手可免费申请入驻花型设计交易平台图来旺(www.tulaiwang.com)进行原创稿件的上传、售卖等。权威的专业赛事，丰厚的参赛回馈，高效智能的专业软件，极大吸引了全国优秀设计人才的广泛关注，并深受好评。

大赛主办方依托行业发展趋势、下游市场采购需求等因素，通过网络投票结合和专家评审，产生了多项大奖。颁奖典礼现场，金、银、铜奖以及优秀奖、提名奖、最佳商业奖、最佳创意奖、最佳色彩奖八大奖项正式揭晓。获奖的新晋花型设计师，除了收获丰厚的奖金以及象征着荣誉的奖杯和证书外，作品突出的选手还收到原色数码为其颁发的聘书，成为原色数码专业花型设计交易平台“图来旺”的线上人才，实现合作共赢。这也意味着全国各地的设计创意人才可以通过“图来旺”这一线上众创空间，表达创意态度，演绎时尚风范，实现人生价值。

在不断引导传统纺织产业向着“文化引领的时尚产业”转变的新时代，原创设计是时尚发展的源动力，是产业转型升级的“助推器”。张为海表示：“大赛带来的关注度将进一步吸引优秀的设计人才和团队来到原色数码，来到纺织之都柯桥创新创业，为公司带来转型升级的新动力，为柯桥时尚创意产业发展注入新能量。”



获奖作品被制成成衣进行展示。



今年，波司登通过线下门店升级、在国际时装周举行发布秀等形式，掀起新一轮的羽绒服销售热潮。

线上抢购线下排队，波司登为何再度火爆？

徐雁朋 / 文

天猫“双11”购物节期间，波司登成为首家预售破亿的服装品牌，正式开后，销售额一小时突破2亿元；与国际三大知名设计师推出联名款，一经上线就被抢购一空；线下百店齐开，大排长龙更是常态。昔日的“中国羽皇”，是如何追逐浪潮、紧跟时代发展步伐的？

在许多曾经家喻户晓的服装品牌逐渐“淡出”大众视野之际，一个成为70后、80后童年记忆中的羽绒服品牌波司登却顺势而上，42年历久弥新，呈现一派畅销景象。

波司登再次“火”了

过去几年，波司登似乎成了消费者心中“上一代的记忆”。而今年，不少消费者纷纷表示，波司登“霸屏”模式开启，不管是作为唯一入选国家品牌计划的服装品牌，还是登上纽约时装周、推出设计师联名款、植入综艺节目等动作，都很难让人不去关注它。

线下门店焕然一新，大排长龙已是常态，不少热销单品更是出现“上线即售罄”的情况。“双11”期间，波司登线上天猫旗舰店的销售额一小时突破2亿元，超越2017年全年业绩，最终，波司登“双11”全线上线上总销售额超7.4亿元。

明星达人更是难掩对波司登的喜爱，陈意涵、莫文蔚、郭品超身穿今年最流行的PUFF系列，“猩红女巫”、“精灵王子”、“流汗女神”Adrienne Ho、陈立农、欧阳娜娜等也穿上“波司登x国际设计师联名款”系列，引得粉丝们纷纷去get同款。此前的纽约时装周发布秀、国际设计师联名款发布秀等，更是引爆海内外市场。

波司登真的“变”了

消费市场总是在不停变化，创新是引领品牌未来走得更远的原动力。今年，波司登聚焦羽绒服主业，全面从产品、渠道和品牌力方面，进行自我革新。

波司登强化拳头优势，携手国际一流供应商和设计师，在设计、原料、技术、工艺、性能等方面持续优化与创新。不久前与Ralph Lauren前设计总监Tim Coppens、师从山本耀司的Ennio Capasa、LV和巴黎世家前设计师Antonin Tron合作，推出“波司登x国际设计师联名款”系列就是重要举措之一。

此外，今年波司登新推出的PUFF系列、极寒系列、迪士尼合作系列等羽绒服，融合当下时尚元素和顶级技术工艺，兼顾保暖和时尚的品质设计，也受到海内外时尚达人的追捧。

不仅产品变化明显，波司登门店形象也焕然一新，10月20日，波司登上海南京东路旗舰店盛大开业，与此同时，在全国各大城市核心商业街区中，百家波司登店铺也同时开业，上海南京东路、北京西单商场、杭州杭大商场、成都春熙路等全国地标性商圈都出现了全新形象的波司登门店。据悉，全新升级的旗舰店形象由法国顶级设计师团队倾心打造，旨在构建一个一站式的购物体验中心。

品牌力的打造上，波司登亦大步向前。9月受邀登上纽约时装周主场走秀，吸引了一众大牌明星的目光，此外还携手迪士尼、漫威、无敌破坏王等大IP推出联名款，植入热门综艺《跑男》等，这不仅是波司登品牌的一次自我革新，更标志着波司登荣耀回归主流。

“中国名片”畅销全球72国

其实，波司登能迅速回归大众视野，引爆主流人群，离不开42年来对羽绒服的专注和积淀以及在羽绒、面料、工艺、版型等方面的不断创新。

波司登与MONCLER采用同一羽绒供应商，拿蓬松度来说，480+是入门级，而波司登最高可达800+，堪称5A级羽绒。每一件羽绒服至少经过62位工艺师、150道以上的工序，并用专利技术达成跑绒难题新突破，针孔更微细，缝制更精密，每3厘米高达13针。此外，每一款羽绒服都能通过-30℃极寒等三大极端测试。质量上的精益求精，也使波司登屡获国内外权威大奖，成为羽绒服行业标准的制定者与推动者。

可靠的产品品质与设计还为波司登开拓国际市场奠定了扎实的基础。从1999年迈出国际化第一步起，波司登已畅销美国、法国、意大利等72个国家，全球累计销量突破2亿件，充分证明了波司登在行业中的领跑地位。

波司登董事局主席兼总裁高德康表示，波司登专注羽绒服领域42年，积累了强大的品牌声誉，目前产品的优质和专业已经赢得市场和消费者认可，引领了行业发展。

从亮相纽约时装周、百店齐开，到推出设计师联名款、“双11”销售额创历史新高，今年波司登迎来发展新高潮。未来波司登将继续前行，赢得更多消费者的青睐。

直面文化与市场，设计从未止步

中国国际时装周（2019 春夏系列）精彩回顾

本刊记者_吕杨 陶红 董笑妍 罗欣桐 雷蕾 / 文 关云鹤 / 摄

不久落下帷幕的中国国际时装周（2019 春夏系列）不仅是一系列时装发布，更为时尚界带来了新的触动。围绕个性化、绿色化消费浪潮，直面互联网、大数据带来的影响，聚焦中国传统文化的传承创新，设计师们展开了多元思考，用作品呈现出了各自的答案。



木棉道以中国传统文化为根源着力创新。

心随意动，自在飞花

木棉道国服首秀中国国际时装周

一身身剪裁得体、做工精致的丝麻面料木棉道设计作品在金秋十月飘然而至，大气优雅地登上中国国际时装周（2019 春夏系列）百花争艳的 T 台。

经年流转，始终如一，传承、创新和弘扬中华文化传统，是木棉道设计总监徐爱东坚持不变的情怀。正因为有“古为今用”、“古为我用”的坚持守望，才有了这次呈现在舞台上独一无二、让人惊叹的亮点——巨幅蜡绘青花作品“自在飞花”。

历史悠久的民间手工艺传统蜡染色彩单一、对比强烈，木棉道高级设计师经过反复尝试、摸索创新，终于用独创的蜡绘工艺使其发生了质的变化，再结合中国画的手绘，神奇地创作出了与传统蜡染工艺完全不同的、巧夺天工的精彩画面——不论是出水芙蓉般淡雅清新的蓝底青花，或是姹紫嫣红、花团锦簇的富贵牡丹，亦或是热情奔放的英雄花木棉都让人惊叹。

本场秀的另一个看点是独一无二的手绘山水系列。设计师在白色丝麻上手绘出一幅大型水墨山水图，依山顺水精心剪裁，借助山水画崇高而空灵的境界，设计出了五套轻盈飘逸的服装，给观者一种滚滚红尘之外超然自在、宁静安详的美感。

“心随意动，自在飞花”，随着木棉道的这场秀，观众在这繁华闹市中寻找到了一个心静自在之处。



白鹿语·傅文洁： 重新定义优雅时尚

10月25日，白鹿语·傅文洁时装发布会在751D·PARK第一车间优雅上演，这是白鹿语从伦敦时装周归来后举办的首次发布，也是白鹿语首次在国内顶级时尚发布 T 台上亮相。此次白鹿语发布主题为“海德奇缘”，发布会以素描感的英国王室狩猎场海德公园为背景，分为“茉莉花开”、“英伦畅想”、“天鹅之羽”、“树深见鹿”四个系列。

白鹿语首席设计师傅文洁介绍说，此次发布会的灵感来自于三个方面：一是吉祥象征的“鹿”，二是一个象征中英友好的美丽故事，三是白鹿语的伦敦时装周之行。

自然、灵动、创新、潮流，白鹿语展现着对于优雅时尚的新定义，更释放着新生时尚品牌势不可挡、朝气蓬勃的活力。据介绍，自2016年创办以来，白鹿语遵从“少即是多”的简约主义设计理念，同时严格把控高品质高效率的生产供应体系，给消费者提供极致性价比的产品。



香祥响向·屈汀南： 拒绝“曾经以为”

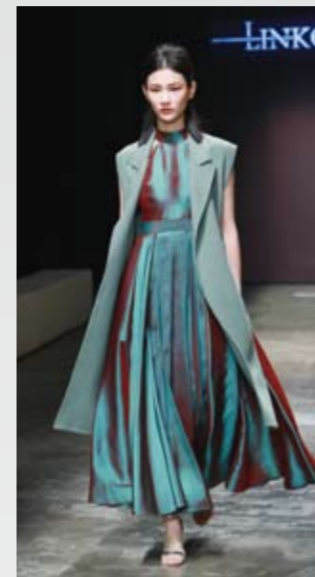
10月27日，有近千年历史的非物质文化遗产香云纱亮相本届时装周，中国十佳设计师屈汀南携手香祥响向香云纱高端服装品牌团队出席并发布品牌的4个系列。

香祥响向品牌由创始人欧阳凤婷联合中国知名服装设计师屈汀南、熊猫传媒创始人申展、前Dior服装设计师刑刑宝宝、顺德女企业家协会会长劳艳贞、“环球夫人”全国总冠军卢思澄共同创立，致力于中国非遗香云纱工艺的传承，以新姿态向世界展示香云纱文化服装。

香祥响向时装品牌起源于香云纱发源地广东顺德伦教，颠覆性改革香云纱染整工艺，秉承“自然为本，传统时尚化”理念，在传承古老工艺的基础上，以创新理念改良传统，用全新方式演绎并打造香云纱高端时装，引领东方新时尚服装潮流。



灵犀·李倩： 一场时尚与艺术的邂逅



10月27日，高级成衣品牌 Link Chic 灵犀·李在时装周上举办了 LINK·万物跨界艺术展及 LINK·万物 Link Chic 2019 高级成衣新品发布会。

Link Chic 灵犀·李以“LINK 万象”为主题，发布会现场也匠心独具的布置成了一个时尚与艺术结合的画廊。Link Chic 灵犀·李尤其注重女性的穿着感受，在本季的秋冬成衣系列中，多采用上好的有光泽的真丝面料或柔软的羊毛面料，并且大量采用了色彩拼接、面料拼接的创新性工艺，用无处不在的细节塑造去表达服装蕴含的情感。让穿着 Link Chic 灵犀·李的女人拥有直抵内心的满足感，形成自己独特的高级法式风格和品味。

THE YIAN STUDIOS·陆恩华： 童装是幸福的传承

陆恩华的2019春夏季系列产品的设计主题是“幸福的根基”。为塑造传承幸福的根基，陆恩华以传统元素为基调，裁剪简洁，用色大胆，借助服装本身所具有的色彩张力来突显少儿茁壮成长之势；而薄纱的运用，则借由“蜉蝣之羽，衣裳楚楚”的典故，暗示时光荏苒，就跟孩子一样，需要家长们的呵护。

同时本季的服装依旧延续了品牌一直以来在设计中对中国传统文化的结合与运用，力求能够开发出属于中国孩子自己的、有中国文化特色的童装产品，把中国传统文化的元素更好传承下去。



YAMIDO·蒋硕： 谁还没有一个童话梦？



YAMIDO·蒋硕发布的系列设计主题为“童话人间，如你所愿”。服装风格犹如一个个从童话里走出来的人物。孩子的童年离不开童话故事陪伴，孩子从王子公主的故事认识了一个美丽多彩的、被上天眷顾的童话世界。每一件衣服，让孩子们自己选择主题，根据孩子的自身特点和气质量身设计、制作。真正做到想孩子所想，不掺杂任何大人的强加。设计师希望穿上 YAMIDO 的孩子在童话和欢笑里长大，愿孩子们的一生如童话般美好。

孩子们的想法天马行空，是需要被爱、被呵护的，而 YAMIDO 的设计将是永远讲不完的童话故事，一路伴你同行。

如何塑造时尚产业新生态？ 北京时尚论坛给你答案

本届时装周上，由中国服装设计师协会主办、东方时尚中心特别支持的“北京时尚论坛—塑造时尚产业新生态”在751D·PARK 79 罐举行，邀请了海内外知名品牌创始人、设计师、重量级企业家、院校专家学者、时尚媒体齐聚北京，代表行业发声。

中国服装设计师协会主席张庆辉在致辞中表示，本次论坛的主题是“塑造时尚产业新生态”，其中有两方面值得大家关注，一是关于时尚的可持续发展；二是时尚的未來性。

工业和信息化部消费品工业司副司长曹学军表示，塑造时尚产业新生态需要关注以下几点：一是加强科技与时尚的融合；二是加强传统文化与创新；三是加强产品品质、品牌建设；四是加强设计人才的培养启用。

随后，中纺亿联时尚产业投资集团董事总经理、青岛西海岸东方时尚季组委会秘书长王林、依文集团董事长夏华、HAH 品牌创始人 Sharleen Ernster、“时尚革命”创始人和全球运营总监 Carry Somers 等嘉宾分别作主题演讲，并围绕“构建时尚产业可持续发展新生态”、“借力资本与创意园区汇聚时尚产业新力量”等话题展开深入探讨。



众多专家学者代表行业发声。

青春“趣”共享

第27届中国真维斯杯休闲装设计大赛完美收官

10月27日，第27届中国真维斯杯休闲装设计大赛总决赛亮相中国国际时装周舞台，本届主题——“趣·共享”，旨在通过设计传达时下最新、最热的共享时代。中国真维斯杯休闲装设计大赛由中国服装设计师协会、中国服装协会、真维斯国际（香港）有限公司共同主办，迄今为止已经成功举办了26届。

本届真维斯杯总决赛评审团，由清华美术学院博士生导师李当岐，“金顶奖”设计师祁刚、王玉涛、李小燕，新锐设计师范然，香港时装设计师协会主席杨棋彬，真维斯服饰（中国）有限公司商品开发部总监黄国东7位国内外著名时装设计师及时尚界人士组成。评审团以“专业+慎重”的视角，寻找、挖掘、定位新一届的设计新星。

今年组委会收到来自全国各地160多所院校的投稿逾5000份。现场，从东、南、西、北四大赛区成功晋级的20位设计新秀巅峰对决，最终来自东华大学的刘欣妍夺得本届冠军，以一组《BAG&LIFE》的设计佳作捧得本届金奖。

真维斯在不断打造专业性设计赛事的同时，也展现着品牌青春活力的一面。大赛现场还对外发布了最新的童装及亲子装，随后发布的是真维斯2018冬季羽绒系列，立足于当下市场经济环境，真维斯坚持不断创新改革，把大赛与市场发展相结合，打造具有“真维斯名片”效应的国际化知名专业性设计赛事。



评审团以“专业+慎重”的视角，寻找新一届的设计新星。

第27届中国真维斯杯休闲装设计大赛总决赛获奖名单

名次	院校	姓名	作品名
金奖	东华大学	刘欣妍	《BAG&LIFE》
银奖	泉州纺织服装学院	胡振涛	《some dreams we stick together》
铜奖	香港理工大学针织设计与科技专业	杨庭乐	《TAKE AWAY》
优秀奖	北京服装学院	吴玮宗	《made in 92》
	扬州大学	黄紫琴 / 顾妍妍	《狂欢者 Carnival》
网络人气奖	湖北理工学院	孙思宇	《信息时代》

从源头开始，服务每一条裤子

Jeanologia 为中国企业提供可持续解决方案

本刊记者 徐盼盼

作为一家西班牙公司，Jeanologia 在中国发展已十多年的历史。目前，每十家中国牛仔裤企业就有一家在使用该公司的技术，其服务的品牌包括 GAP、美国鹰、H & M、优衣库、李维斯、Primark、Lee、Wrangler、G-Star 等全球品牌，以及美特斯邦威、太平鸟等中国品牌。

在 2018 中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会上，Jeanologia 展示了从服装面料到成衣处理的各种解决方案，旨在促进中国纺织业实现可持续发展。目前，Jeanologia 的客户遍布五大洲 60 多个国家，其机器和服务出口占总收入的 90%。

Jeanologia 展示的最新产品 G2Dynamic 在不使用水和化学品的前提下，重新定义了织物处理工艺。该预处理工艺可通过激光加工、臭氧和电子流程改善生产工艺，在提高生产效率的同时提供可持续发展产品；其展出的 Laundry 5.Zero 可保证零污染生产，可节省 85% 用水量。

公司亚太区董事 Borja Trenor 强调：“凭借公司的创新技术，中国纺织企业将能够减少对环境的影响并降低生产成本，克服对未来至关重要的这两项挑战：劳动力成本不断上升以及生产时更严格的环境要求。这不仅仅是一种趋势，更是一种需求。”

目前，中国纺织行业正朝着这个方向努力前行，但要实现更高质量和可持续生产，还有很长的路要走。“我们的目标是为中国纺织业的数字化转型做出贡献，让我们共同努力，确保可持续性和技术成为工业 DNA 的一部分。” Jeanologia 亚太区总监表示，“通过我们的技术，可实现牛仔裤的脱水和排毒，并实现真正的绿色革命。”

据介绍，G2Dynamic 重新定义了织物处理工艺，不使用水或化学品，彻底改变织物处理的方式。此外，经过这种革命性工艺处理过的织物更便于进行成衣处理，加工更快、更高效，从而获得更高的可持续性和更好的效益。

Laundry 5.Zero 可保证零污染的成衣处理，涵盖了新技术时代中国纺织业的各项所需，实现了五个零加工（零排放、零手工刮痕、零 PP 喷涂、零石洗和



凭借 Jeanologia 的创新技术，中国纺织企业将能够减少对环境的影响并降低生产成本。

零漂白），在综合成本和保障工人健康的前提下，缩短了生产时间并提升了产品的外观和质量。

Borja Trenor 指出：“通过这些新技术，我们完成了从面料到成衣处理的循环，为中国市场提供完整的解决方案，帮助企业减少环境影响、降低成本并兼顾工人的健康。”

从源头开始，服务每一条裤子，Jeanologia 从未停止努力。ITV

中秘两国商业文化新焦点

“秘鲁之家”落户北京

本刊记者 董笑妍



“秘鲁之家”是秘鲁在中国开展商务推广和旅游推广的窗口。

11月3日，“秘鲁之家”落户仪式在北京三里屯工三广场举行。秘鲁外贸和旅游部、秘鲁商务部、秘鲁贸促会等相关负责人以及秘鲁驻华使馆商务参赞等嘉宾出席落户仪式。

秘鲁之家，两国交流新平台

“秘鲁之家”是秘鲁在中国开展商务推广和旅游推广的窗口。此次“秘鲁之家”择址落户北京工三广场，不仅因为这里是汇聚了世界顶级品牌商业高端地标的综合体，而且周边的三里屯地区聚集了大量时尚潮流

与休闲娱乐资源，对潮流变化与健康的生活方式有着敏锐的触觉，时尚氛围浓郁。

在落户仪式上，秘鲁驻华大使 Luis Quesada 重点介绍了秘鲁的发展现状以及特色产业，并对中秘两国的文化商业交流给予了极大肯定。

中国城市商业网点建设管理联合会会长宜春雷表示，秘鲁与中国虽距离遥远但关系密切，两国建交近 50 年，在商业、贸易、文化等方面交流频繁，友谊深厚。宜春雷详细介绍了中秘贸易现状，并表示

在中国“一带一路”倡议下，中秘两国在农业、商业、旅游、文化等方面将有更长久的交流之路。

随后，秘鲁商务处全球驻外办公室负责人 Teresa Mera、秘鲁外贸和促进委员会会长 Luis Torres、World link 沃德林克（天津）国际贸易有限公司总经理黄朝晖等嘉宾也分别发表讲话，对“秘鲁之家”的落成表示期待与信心。

据悉，“秘鲁之家”此次落户工三广场后，将为中国消费者近距离了解秘鲁优质的农产品、有机食品和特色商品提供一个平台，其中包括水果、蔬菜、皮斯

科酒、咖啡、羊驼产品、服饰和手工艺品等，“秘鲁之家”是提供全方位展示和销售的平台，将为中国消费者提供近距离了解和体验秘鲁优质产品的场所。

World link 获独家实体店授权

“秘鲁之家”落成仪式上，秘鲁外贸和旅游部部长授予 World link 沃德林克（天津）国际贸易有限公司总经理黄朝晖“秘中友好使者”荣誉，以此表彰黄朝晖对促进秘中贸易与交流所做出的努力和贡献。秘鲁政府还颁发给沃德林克（天津）国际贸易有限公司秘鲁“皮斯科酒”、“咖啡”、“超级食品”国家认证标识。

沃德林克（天津）国际贸易有限公司是一家专注于 B2B 跨境一般贸易、B2C 跨境购交易、海外服装及配饰甄选进口及链接海外品牌与中国市场商业开发的国际贸易公司。长久以来，World link 一直致力于秘鲁羊驼产品在中国市场的推广，帮助更多中国消费者能像在秘鲁一样购买到优秀的羊驼毛制品。

随后，活动上还举行了来自秘鲁的时尚服装品牌 ANNTARAH、Itala testino、Simple 的现场走秀。在秀后的采访中，活动上品牌设计师们也纷纷表达了对中国市场的期待，希望秘鲁亲近自然又带有本国特色的设计能够以北京“秘鲁之家”为起点走向全国。ITV

三刊联动

覆盖全产业链

纺织服装周刊杂志社旗下三大刊物《纺织服装周刊》、《纺织机械》、《家纺时代》，从纤维纱线到纺机设备，从纺染织印到服装家纺，全面覆盖纺织行业读者用户群。

与纺织服装周刊杂志社合作
一次获得多重行业关注！



中国纺织机械协会会刊



中国纺织工业联合会会刊



中国家用纺织品行业协会会刊



纺织机械微信



纺织服装周刊微信



家纺时代微信

新闻热线：刘嘉 010-85872640 新媒体热线：李江敏 010-85872631 广告热线：万晗 010-85872646 发行热线：章简 010-85872699

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com





与会领导和嘉宾参观 TITAS 2018。



来自 12 个国家和地区的 456 家厂商参加 TITAS 2018。

TITAS 2018 展出环保功能 x 创新智慧纺织品

为供采双方打造共赢商机

台湾《纺织月刊》/ 供稿

第 22 届台北纺织展（简称 TITAS）已于 10 月 18 日圆满闭幕，三天展期共吸引来自中国大陆、香港及台湾，法国、土耳其、瑞士、瑞典、德国、日本、韩国、印度、新加坡等 12 个国家和地区共 456 家厂商参展，展出规模达 1003 个展位，更邀请逾百家国际品牌商采购代表来台，与参展商进行超过千场的一对一采购洽谈会，为参展商创造庞大商机。

在 TITAS 2018 开幕典礼上，台湾纺拓会董事长詹正田致辞时表示，台湾纺织产业已成功转型为全球高科技创新产业的楷模，许多国际知名运动与户外品牌都是采用台湾的功能性面料。此外，顺应工业 4.0 智慧化潮流，今年展会更特别增设智慧专区，整合呈现智慧纺织、智慧生产、智慧解决方案等方面的创新与研发成果，期望通过与台北市针车公会的合作展出，共同携手发展纺织业自动化及智慧化。

台湾纺拓会名誉董事长徐旭东则表示，远东新世纪公司新开发

出海洋废弃物回收纱等环保功能产品，以应对全球永续环保议题，并希望纺织业共同为环保及智能制造努力。

纺织携手科技展创意 打造智能价值链体系

今年的 TITAS 从“永续环保、功能应用、智能纺织、智能制造”四大主轴出发，展出具有高新技术及高质量的智慧功能兼具环保与流行的纺织品。今年增设智慧纺织专区，从“智慧纺织品”领域扩大延伸及深化至“智能生产应用”与“智能解决方案”，藉以塑造智慧纺织体系，应对即将到来的纺织业自动化与智能化发展，从而得以快速反应且满足市场需求。专区设置展示区、互动区及发布区，以不同形态呈现智能纺织品的发展概况与未来趋势。

本届 TITAS 上亮相的智能纺织系列有：温控保健、定位功能、电疗照护缓痛、警示用穿戴式智慧热感衣与导电织物；借助科技创新来突破生产智慧化思维的色彩品控软硬件；以 IT、AI、RFID 软件作为系统解决方案，结合光、电、热的微处理器，以超越传统服饰对于供给的限制，进而实现新型多重功能织物在多样化与多元应用的层次领域。



TITAS 核心主题之一的“智能制造”，广受国际媒体大幅报道，并受国际采购商青睐，而异军突起、绽放光芒的针车缝制设备企业，在应对工业 4.0、提升生产力、缩短生产流程和全力朝向自动化发展的“智能制造”道路上，已然与本届展会的另一核心主题“智能纺织”相互辉映、并驾齐驱，共同联手创造出新的商机动能。

海内外厂商齐聚一堂 高值创新纺织品尽显

本届台湾参展商包括：台塑企业、远东新世纪、新光化纤、新光纺织、南纬实业、台南纺织、宜进实业、旭荣集团、儒鸿企业、福盈科技、鼎基、台湾永光、菁华工业、佳纺公司、昊纺公司、尚益染整、三洋纺织，以及工业技术研究院、纺织产业综合研究所、南台湾纺织研发联盟、台湾优质内衣联盟、产纺协会及纺纱、人造纤维制造、毛纺织、丝织、织布、针织、丝绸印染、棉布印染、制衣、织袜、手套、帽子、毛巾、不织布、台北市针车等研究机构与公（协）会的会员厂商。

为给展商与采购商提供一次到位的服务，主办单位今年特别与台北市针车商业同业公会合作，邀请台湾缝制机械企业参展，助力纺织成衣产业供应链体系朝向智能制造升级。在成衣智能制造方面，邀请了缝制设备企业如高林、台湾欧西玛、名匠公司等，展出省时省力且高效率的成衣缝制自动化及智能化设备。由针车缝制机械企业所展出的产品特色——智能制造，不仅在展会现场引领风潮，更在台湾纺织成衣业掀起新一波的焦点话题与商机。

其他展商则以日本、韩国及中国大陆最具规模，例如：日本三木理研持续来台参展，Unitika 和纤维评价技术协议会则是首度参展；韩国大邱庆北纺织产业联合会持续组团参展，并有韩国 Dain Sky 及 Ibigeng 两家企业首次参展；中国大陆展团亦不缺席，例如，作为中国大陆毛纺行业最具竞争力且为

行业前十强的标杆企业山东康平纳，带来了环保、节能与提升生产效率的优质服务与产品；集合织造、印染、后整理、检测等研发、生产、贸易于一体的常熟中州，是中国大陆高密轻量针织布生产厂家之一，以防寒服面料赢得客户肯定。还有土耳其 ISKO、瑞典 Polygiene、法国 Protechnic、德国 Emtec、瑞士 bluesign technologies 等。此外，印度工商总会（FICCI）与印度政府合作组团参展，众多厂商联合展示印度最高质量的纤维、长丝和纱线、面料、OEM/ODM 服装，以及周边配料等纺织产品及相关技术。在海外参观团部分，越南纺织服装协会（VITAS）今年继续组团来台参观，以进一步建立双赢与共创互利的合作契机。

采购洽谈会共创双赢 研讨会透视产业趋势

今年，中美贸易摩擦给行业发展带来一定影响，全球国际品牌寻求转单效应陆续浮现。本届 TITAS 亮点之一为邀请到许多户外及运动领域的专业级品牌商，有来自 19 个国家和地区共 106 个国际品牌采购代表应邀来台，与 160 家台湾纺织业参展商进行了超过千场的一对一采购洽谈会，为参展商与各国品牌商搭建了洽谈的平台。

热门采购项目包括：吸湿排汗、快干、防水透气、贴合、涂布、轻量以及环保、科技、时尚的针、梭织功能性面料与拉链、纽扣、织带；此外，以快速反应、更能满足市场需求的特色智能纺织系列，例如：温控保健、电疗照护缓痛、高效能成衣缝制智慧化设备，都是采购商们的关注重点。

首度来台参与采购洽谈会的有：美国户外品牌 OUTDOOR RESEARCH、狩猎领导通路品牌 CABELA'S、户外服装品牌 KHANGRI、法国运动及户外集团 BOARDRIDERS、英国自行车服装品牌 ENDURA、知名运动服装集团 UMBRO、加拿大自行车及三铁品牌 LOUIS GARNEAU，以及中国大陆运动品牌李宁等专业采购商。

在功能性纺织品的应用已跨足时尚领域之际，流行时尚品牌如美国 COACH、RALPH LAUREN、PERRY ELLIS、KASPER 等，都是连续多年来来台采购的国际重量级品牌，今年香港知名时尚集团 L.T 及美国休闲时尚品牌 CLUB MONACO 亦受邀来台。产业用及家用纺织品市场亦持续成长中，今年 TITAS 邀请到美国工作服 CINTAS 集团、英国童车品牌 BRITAX、巴西知名家用纺织品 COTEMINAS、丹麦全球知名鞋类品牌 ECCO 以及法国运动休闲鞋品牌 DC SHOES 等具有国际领导地位的品牌，为本届参展商带来新商机。

本届 TITAS 共举办 11 场研讨会，包括：台湾纺拓会发布的“智能型纺织品创新趋势”；丝织公会、丝绸印染公会及产纺协会合办的“台湾纺织品新趋势发布会”；毛纺织公会发布的“创新毛纺织品推广交流会”；纺织产业综合研究发布的“台湾功能性纺织品的下一步”；国际羊毛局发布的“运动与功能羊毛的挑战”；爱克智慧科技的“时尚未来—建构您的因特网”；台湾检验科技的“ZDHC 及功能性纺织品相关测试介绍”；土耳其 ISKO 公司“ISKO ARQUAS 运动系列和创新模式”；星展银行“中美贸易摩擦对全球经济影响及企业应对策略”；以及新纤维、新技术发展趋势等各项议题的研讨会，吸引了众多企业与会。

近年来，TITAS 持续推升台湾纺织业的竞争力，积极协助企业拓展国际市场，为参展商与品牌商创造双赢。台北纺织展 TITAS 将于 2019 年 10 月 15 ~ 17 日再度登场，届时欢迎各位纺织业界同仁共襄盛举，一同开创美好未来。





台湾重点厂商一览

台塑企业

台塑企业以“科技智能, 创值永续”为参展主题。“台塑企业馆”由台化、台塑、南亚与福懋公司共同展出, 涵盖五大形象区: 时尚 & 羽绒、流行运动、户外运动、休闲生活、产业材料, 呈现出台塑企业主力产品全方位的应用发展, 同时展出最新纱线与面料。

台塑企业主要产品涵盖七项纤维: 聚酯纤维、聚酰胺纤维、粘胶纤维、弹性纤维、碳纤维、聚丙烯纤维、功能纤维。通过福懋公司的搭配运用, 并以“福懋成品布”系列, 展现出融合科技绿能、引领时尚的创新纺织品, 见证环保与质量超凡的台塑企业纤维系列产品形象。

远东新世纪

远东新世纪与品牌合作开发的聚酯织物无水染色技术, 是利用可重复使用的二氧化碳超临界流体取代水, 在高温高压复杂的循环流程中将染料注入面料或纤维, 不产生染整废水, 并节省能源及染色所需化学品。今年更开发出无水染尼龙的技术, 让尼龙染色更环保。

远东新世纪研发不含氟元素的疏水快干 PET 长纤, 完全符合 ZDHC 规范, 不增加后段染整的负担, 充分展现对环境友好的一面, 并能维持长效疏水快干效果, 是应用于水分管理纺织面料的最佳选择。

高林公司

高林主打应对多样成衣缝制工程的半自动化、全自动化设备, 强调省力省时且高效率的人机协作, 同时展出全系列畅销全球的银箭牌 (SiRUBA) 工业用缝纫机。

藉由全新口号“Sew Much Better”, 高林推出求新求远、更聪明与便



利的产品系列与服务网络, 建构了全新在线产品电子商务网站, 让客户可以轻松下单; 此外, 强化了官方手机 APP 功能, 拉近在售后服务上与客户沟通距离, 同时利用业界首创的产品 QR 码扫描, 提供产品官方认证服务, 希望带领业界对抗市场上猖獗的仿冒品。

台湾欧西玛

台湾欧西玛为知名的优秀成衣服装、纺织机械设备制造商, 专业生产各式高速全自动裁剪机、全自动拉布机、连续式检针机、全自动平板式压印机、商标转印机、无缝服装上胶/贴胶机等设备, 目前营运处分别设在中国大陆及台湾、泰国、越南, 代理经销范围遍布全球。

40 年来集团始终“以质量求生存、以质量求发展、以服务求信誉”来满足顾客、回报顾客。

新光合纤 / 新光纺织

新光集团于本届展会宣布两个特别消息: 1. 新光与品牌 Thread 建立了合作关系, 而 Thread 有个特殊要求, 即人道关怀, 友善社会; 2. 为了呼应世界对重金属议题的重视, 今年起新光将陆续把聚酯反应所用催化剂“铋”全面改成不含重金属成分的全新催化剂, 该全新催化剂不但保持了聚酯纤维原本的物性与色相, 更解决了重金属残留的疑虑, 提供更安全、更环保的产品。

南纬实业

南纬实业生产销售据点遍布北美洲、非洲、中国大陆及东南亚, 垂直整合供应链涵盖设计研发、纱线、布料、贴合、成衣及家纺等范畴。近年来将创新研发的重点着力于智慧纺织、功能面料及环保永续相关商品, 将运动时尚及智慧功能融入平日的生活之中, 应对各种不同环境气候, 提升使用者的穿着体验。

台南纺织

台南纺织展出与 UMORFIL 优肤美配合开发的长纤产品“UMORFIL T”与短纤产品“UMORFIL t”。经过测试, UMORFIL T 的含水率为一一般聚酯的三倍, 同时保有聚酯的耐热性与坚韧度, 使 UMORFIL 成为弹性更佳且亲肤保湿、可生物降解的仿生功能材料。

南纺展出多组功能混纺纱种, 并与各大布厂开发出多款样布。南纺用成熟的纺纱技术, 利用多种新旧材料, 展现老企业活泼的一面和与时俱进的决心。

宜进集团

今年宜进集团偕同旗下宏洲纤维、宜进实业及光明丝织, 共同以功能、环保永续为主题, 于会场发布与 DAZZEON 戴隆公司携手运用纳米科技在

纺织纤维产业上进行合作开发的第一项产品——纳米铜抗菌纤维, 进军功能性抗菌纤维产品市场, 为纺织产业提供新一代健康纤维纱线。

宜进集团将积极以“创新, 永续、舒适、健康生活”作为新一季的新产品开发方向, 灵活运用复合聚酯原料展现产品差异化, 加强纺织产业上下游资源整合, 并持续与世界服饰品牌商联系接轨。

旭荣集团

旭荣集团今年以五大分区 Urban Casual、Athleisure、Functional、Outdoor、New Development 展出。呼应现在运动与休闲市场、甚至是时装市场无界限的混搭风潮, 在材料、款式轮廓、用色上都能够交相应用, “舒适性”及具备“良好手感”是各大品牌及采购商的主要要求; 旭荣依循此市场趋势, 研发创新面料及设计精美的样衣, 作为亮点展示。

随着对环保议题的持续关注, 运动品牌龙头及时装品牌皆同时对外宣布 2022 年前所有服饰单品将全面采用 Recycle Poly 素材, 旭荣集团也展出使用 Eco-Poly、Recycle Poly 的精美针织面料。

儒鸿企业

儒鸿专精研发与生产高功能面料及服装, 拥有垂直整合染整、织布、成衣的供应链, 秉持一贯高质量的生产技术, 为全球客户提供优质创新的产品与服务, 提高消费者舒适的穿着感受, 并以符合国际环保标准的生产流程, 降低对地球环境的污染, 达到企业与环境和谐, 迈向永续经营之路。

儒鸿今年以功能性面料最重要的 5 个元素 (快干速率、透气性、水分管理、轻量化及可塑性) 为整个展览的主轴, 结合计算机自动化与织纹设计, 将科技与工艺同时呈现在消费者衣着上。

福盈科技

2014 年 JINTEX 取得超过 200 个产品的 bluesign 认证, 且在 ZDHC GATEWAY 平台拥有超过 150 个 3 星级产品, 更成为亚洲区第一个正式加入 ZDHC 的会员, 并在 2016 年担任 ZDHC 化学品安全管控训练讲习示范单位, 为绿色纺织规范担任重要的把关角色。

JINTEX 福盈科技化学身为台湾首屈一指的纺织及皮革特化化学品的生产商, 在绿色化学层面长年耕耘, 陆续推出各式无毒, 符合 EHS 的环保产品, 尔更携手瑞士 BST 推出 miDori 系列环保生质助剂, 并持续增加净味抗菌、凉感、防蚊等高阶加工助剂。

昊纺公司

昊纺公司主要营业项目为功能性布料 ODM/OEM, 获得了各大品牌的支持, 并且开发出 Stone Cold 冷石凉感、Coffee Charcoal 咖啡碳等专利技术。今年昊纺的版图正式拓展至韩国及越南。本届 TITAS 昊纺带来了非电



子式智能面料 (此面料会根据环境的不同而调节面料本身所拥有的功能), 根据美国 ASTM 测试, 其差异度可达 17% 以上。

佳纺公司

佳纺的明星产品 Rich-Y 抗菌除臭、抗紫外线长效型多功能纱, 在市场上已有多家品牌广泛使用。今年更推出 Eco-Rich, 以回收宝特瓶结合 Rich-Y 功效的环保抗菌、抗紫外线多功能纱, 让原本的功能纱增加了友善环境性能。研发团队开发出回收废弃尼龙纱, 重新制作原抽型色纱, 比一般染色尼龙面料更加节能减碳, 由于是以粒子上色的面料, 在制作过程达到省水、省电 80% 以上的环保效益, 可大大减少碳排放量。

菁华工业

菁华工业的热销产品为圆编针织功能性面料, 如 Sweater Fleece、Kore Stretch 等, 都广受客户好评, 在传统刷毛布之外, 以创意技术和设计结合节能环保的材质, 成功吸引市场目光。近期开发出的 Bio Core 系列天然纤维混纺布, 可自然分解, 达到环保永续功能, 并具有天然纤维的柔软触感, 质感细致美观, 是菁华本年度的主打产品。

此外, 菁华更开发兼具功能性及舒适度的新一代功能面料, 如吸湿快干面料、控温纱、凉感纱、医疗功能纱, 以及吸光发热纱等技术领先产品。

台湾永光

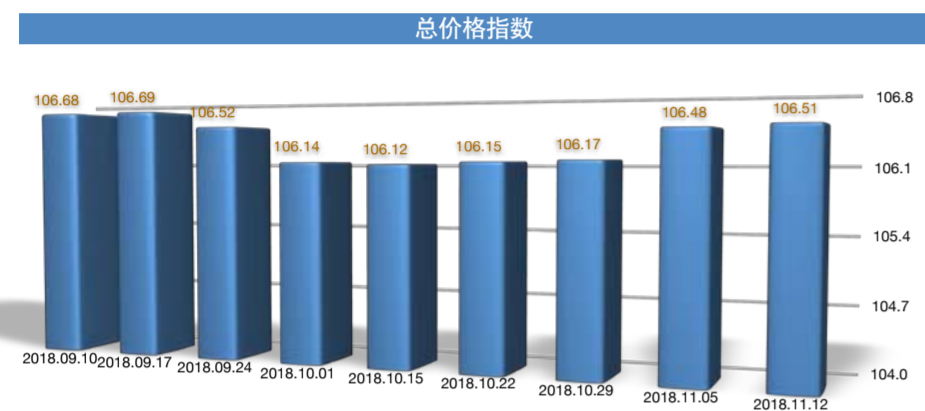
服务“尼龙产业”是今年永光化学参加 TITAS 的主轴。永光化学尼龙织物的染色有可以多种方式进行, 包括浸染、连续染色、印花染色或最新的数字喷墨印花染色, 每种染色过程对于染料要求都不相同, 不同织物用途, 需要不同类型的染料。永光化学在尼龙染色领域上, 提供的不只是染料, 而是染色过程的整体解决方案。

永光化学提供各类功能面料所需的 PUR 贴合剂, 例如: Everset PA 超高牢度型酸性染料、Everacid S 极度鲜艳酸性染料、Everacid X 有效改善染色废水酸性染料、Evereco PUR 高效能湿气反应型贴合剂。TA

市场销售微势推升 价格微幅上涨

20181112 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20181112期纺织品价格指数收报于106.51点，环比上涨0.03%，较年初上涨0.49%，同比上涨0.64%。



据统计月报显示：2018年10月份中国轻纺城纺织品市场成交量为98522万米，环比上涨76.90%，同比上涨30.44%；1~10月份累计总成交量549579万米，同比上涨12.73%。10月份中国轻纺城纺织品市场成交额为1317565万元，环比上涨50.38%，同比上涨10.40%；1~10月份累计总成交额8496782万元，同比上涨11.78%。

近期，中国轻纺城市场营销微势推升，其中原料市场行情微幅下跌，坯布市场销量小幅推升，服装面料市场布匹价格微幅下跌，家纺类产品成交价格微幅上涨，辅料行情明显回落。

原料行情微幅下跌，涤纶继续下跌、纯棉纱行情仍显平淡

据监测，本期原料价格指数收报于85.45点，环比下跌0.02%，较年初上涨2.87%，同比上涨2.84%。

聚酯原料价格环比回缩，涤纶行情继续下跌。本期涤纶原料价格指数继续下跌。上游聚酯原料行情仍以疲态下行为主，价格继续疲弱下行，近期华东地区PTA现货主流6800元/吨，MEG主流6300元/吨左右，聚酯切片市场报价继续下跌，聚酯切片江浙地区半光切片现金或三月承兑8400~8500元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交仍有回缩，FDY厂家报价继续下跌，大有光丝价继续下跌，细旦丝价继续下跌。DTY价格和成交双双下跌，DTY多孔丝价继续下跌。近期涤纶短纤价格继续下跌，成交继续回缩，现江浙地区1.4D×38MM主流现9350元/吨左右；涤纶短纤价格继续处于震荡下跌阶段，下游采购仍显低迷。纯涤纱市场价格继续下跌，江浙地区32S主流在14250元/吨左右，50S主流18000元/吨左右。

纯棉纱价稳中有跌，人棉纱行情亦持续弱势。近期，纱线行情总体不佳，价格稳中有跌，11月以来，纯棉纱由暗跌转为明跌，很多厂商为了去库存，小幅下调纯棉纱价格。萧绍地区纯棉纱市场气氛多显平淡，报价疲弱下跌。纱价全线下跌，利空因素进一步释放。常规棉纱销量难有起色，价格依然处于100~200元/吨的下滑阶段。涤棉纱受下游需求影响，销量也有所下降。生产大路货以产定销的企业，库存有所增加；而以销定产的纺企则后续订单严重不足，目前基本靠前期订单维持生产。

粘胶短纤预期继续走低，价格跌势明显。受低价消息冲击，看跌心态加剧，采购越加谨慎。业内主流中端工厂近期多酝酿限停产。人棉纱价小幅下降，人棉纱行情亦持续弱势，下游纺企反馈坯布走量乏力，库存积压严重，部分限停产现象增多。

坯布行情环比推升，价格指数小幅上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于118.44点，环比上涨0.36%，较年初下跌0.19%，同比下跌0.47%。

本期坯布类价格指数呈小幅上涨走势。因目前纺织市场行情局部环比推升，订单局部增加，秋季坯布下单环比回缩，初冬季坯布下单局部性有所增加，部分坯布企业产出小幅推升，因下游实际需求小幅增加，部分坯布销量小幅增长。其中：混纺纤维坯布需求环比推升，价格指数呈小幅上涨走势，T/C涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场销量小幅推升；化学纤维坯布现货成交和下单环比推升，价格指数呈小幅上涨走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶经坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价格环比推升，拉动坯布类总体价格指数小幅上涨。

服装面料销售环比回缩，价格指数微幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于117.71点，环比下跌0.01%，较年初下跌0.37%，同比上涨0.05%。

服装面料类价格指数微幅下跌，近期，轻纺城传统市场销售环比回缩，部分中小经营商户大众跑量面料价格微幅下跌，如纯棉面料、粘毛面料、麻粘面料等成交价格不等量下跌。其中纯棉面料现货上市量环比回缩，成交批次局部下降，连日销量呈小幅下跌走势。目前织造生产或加工企业产出环比下降，从近期销售情况来看，因下游需求局部回缩，纯棉面料成交局部下降，跑量产品价格呈现环比小跌走势。但传统市场局部营销仍有走畅亮点，部分布业公司和规模性经营商户创新面料下单仍显踊跃，相对制约了服装面料指数下跌幅度。

家纺营销环比推升，价格指数微幅上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于102.20点，环比上涨0.06%，较年初下跌0.49%，同比下跌0.33%。

本期家纺类价格指数微幅上涨，近期轻纺城家纺市场营销环比推升，创新色洋花型面料订单发送量环比小增，兼具时尚元素的创意产品现货成交环比增长。其中：床上用品成交环比推升，价格指数呈微幅上涨走势；窗纱现货成交和订单发货环比推升，小批量多品种色洋花型成交环比小增，中批量成交局部小幅推升，较大批量成交局部亦有小幅增长，价格指数呈微幅上涨走势；窗帘布成交环比推升，涤纶有光FDY提花定位印花窗帘布、半光FDY提花定位印花窗帘布、DTY提花窗帘布、(FDY+DTY)印花绣花窗帘布成交局部小幅推升，价格指数小幅上涨，拉动家纺类总体价格指数微幅上涨。

市场需求环比回落，辅料指数明显下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于130.45点，环比下跌1.01%，较年初下跌0.11%，同比下跌0.14%。

本期服饰辅料类价格指数明显下跌，近期轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回落，至目前现货成交和订单发货明显回落。衬料类行情环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；服装里料类成交继续回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；花边类行情环比小跌，价格指数呈小幅下跌走势，拉动辅料类总体价格指数明显下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。受内需拉动和“一带一路”沿线国家纺织品服装出口趋好形势，创新面料供给有所增加，市场营销震荡上行，兼具时尚元素的创意产品后市营销环比推升，新风格面料市场行情走势局部销量环比推升，南北客商认购踊跃度将震荡小升。后市随着季节的更替，秋季面料成交继续下行，初冬季面料成交小幅上升，服饰生产企业御寒加厚型面料订单局部小增，织造企业开机率继续保持，印染企业产出局部增长，预计传统市场成交将震荡上行，整体市场成交将呈现震荡小升走势。☑

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

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

周刊+



· 行业信息+

不断更新的行业信息库——借助新媒体平台，传播频率从每周延伸到每天每时，深度展现一个行业的产经脉络，形成了强大影响力。

· 媒体平台+

全媒体平台同步传播——平面期刊《纺织服装周刊》，官方网站www.taweekly.com，拥有10万+用户的微信订阅号“纺织服装周刊”、“TA潮报”，VIVA电子杂志，同步更新于今日头条、一点资讯等平台，全新登陆映客、花椒等直播平台。

· 服务价值+

呈现三大维度的服务产品——可以定制的行业传播解决方案、立足企业实际需求的推广、实现有效营销的新媒体整合传播。

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

新闻热线：刘嘉 010-85872640

新媒体热线：李江敏 010-85872630

广告热线：万晗 010-85872646

发行热线：章简 010-85872699



市场总体运营较为稳定

2018年10月份商务部中国·盛泽丝绸化纤指数“50指数”分析

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家丝绸化纤制造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：2018年10月份，盛泽“50指数”收于1262.76点，与上月相比上调了4.59点，小幅上涨0.36%。

图1 盛泽市场“50指数”走势图



影响“50指数”走强的因素分析

1. 下游织机开机率变化不大，市场刚需仍有支撑。虽然进入10月后，面料市场并没有迎来往年曾出现的火爆行情，但是在“双11”效应的刺激下，面料市场局部交投依然顺畅。月内织造市场开机率整体变化不大，没有大面积停减产动作，市场整体开机维持在8成上下。虽然织造市场10月行情有所走淡，但是由于织造厂家整体库存不高，厂家生产积极性尚可。

2. 10月全国纺织品服装出口同比增长7.26%，出口额达232.566亿美元。2018年10月，我国出口纺织品服装约232.566亿美元，同比增加7.26%，环比减少12.60%。其中出口纺织纱线、织物及制品97.436亿美元，同比增加6.08%，环比减少8.08%；出口服装及衣着附件135.13亿美元，同比增加8.13%，环比减少15.59%。

3. 原料市场冷清，面料利润好转。10月，原料市场相对冷清，市场成交缓慢，涤纶整体库存难有明显的下降，价格阴跌。受此影响，面料利润似乎有所好转。如仿真丝系列中，随着涤纶FDY价格小幅走低，雪纺的利润空间略有好转，厂家出货意向较强。塔丝隆系列中，锦纶塔丝隆受原料锦纶DTY价格下跌的影响，成本较前期有所下跌。总体来说面料利润较前期有所好转。

4. 冬季面料局部畅销。从市场来看，中秋节过后，面料市场整体恢复较为缓慢，但下游市场需求尚可，尤其是羽绒服、休闲面料，其中超细旦尼丝纺、高密春亚纺、锦棉、涤棉等面料厂家生产积极性提高，另外家纺面料，如桃皮绒系列等市场行情呈现向好态势。

虽然“50指数”呈现走强态势，但是也应该看到市场背后仍然存在部分利空因素。

10月的国际油价犹如坐上了“过山车”，月初的时候还在疯涨，舆论还担心会不会超过100美元，结果到了下半月，又开始了疯狂跳水。PTA期货主力合约日K线八日连阴，创下了近5年最长连阴纪录，在PTA的带动下，涤纶长丝的价格也在缓慢下跌。但是对于面料市场而言，下游服装、家纺市场恢复缓慢，贸易商、厂家压价频繁，价格提升空间微乎其微。即使如此，对织造企业来说，现在的原料价格还是太高。今年的涤纶长丝价格相比去年同期高了2300元/吨(去年同期FDY150D的价格在8600元/吨，如今的价格接近

10900元)。一米布在原料的成本上就高了四分之一，加上逐年上涨的租金、水电、印染、人工等费用，坯布面料的成本上涨非常夸张。

影响“50指数”走势的具体因素分析

注：以下四类曲线图表(平均销售总额、平均销售重量、平均原材料购入金额、平均总工资)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。

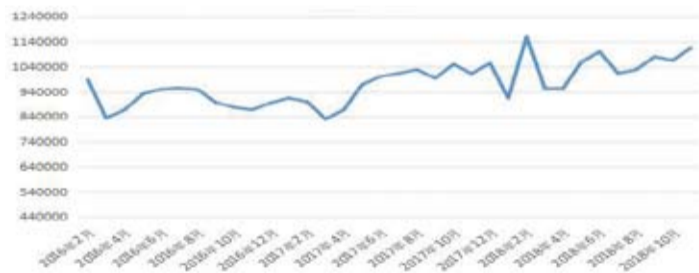
平均销售总额显示“50企业”销售量、以及产品价格变化。分析可见，10月“50企业”平均销售总额收于1202.1436，与9月份相比下跌了38.2158点，跌幅为3.10%。10月份原料价格不断下行，成本面表现较弱，下游对原料的采购积极性不高，10月总体来说原料的销售情况差强人意。面料市场方面，10月原料价格虽然变化不大，但实际成交重心下移，在原料的压制下，坯布价格也出现松动，此外面料成交量的回落，共同拖累了平均销售总额的走低。

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。分析可见，10月份“50企业”平均销售重量收于477.8982，与9月相比下跌了20.499，跌幅约为4.12%。这表明10月份市场整体销售总量低于9月份，其主要原因在于双节放假效应及常规面料销势放缓，终端市场采购量减少抑制了平均销售重量。

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。分析可见，10月份“50企业”平均原材料购入金额收于790.4294，相比9月下跌了126.5936点，跌幅为13.80%。10月上游原料市场基本处于僵持状态，大部分织造厂家不敢贸然出手，原料囤货投机的操作不再，多数按需采购随用随买。虽然涤纶价格处于低位，但业内人士大多看空后市，因此对原料的采购积极性较为一般。

分析可见，10月份“50企业”**平均总工资**收于1114687.835点，较9月份上涨了49540.6092，涨幅为4.65%。10月平均总工资的上涨主要是由于多数厂家发放前一个月的奖金，而9月份员工接单量有所上升，奖金随之走高。另外，加上多数厂家三季度奖金发放，从而提高了平均工资水平。

图2 平均总工资走势图



后市预测

总体来看，10月份面料市场交易气氛尚可维持，盛泽地区“50企业”凭借过硬的技术、资金、人员优势，总体运营较为稳定。虽然“金九银十”并没有很旺，但11月以来面料市场行情走淡更为明显，厂家库存在不断增加是不争的事实。随着冬季订单的逐渐减少，市场订单再度转入小批量多批次形式，因此11月份“50指数”或将延续弱势回调态势。TA

 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 立即下载纺织通APP



“星”耀东方 “布”凡时尚

寻找 耀眼 的星

评委会大奖



图纹色彩奖



时尚风格奖



市场价值奖



设计服务奖



创新开发奖



(以上排名不分先后)

东方时尚中心 2018“中国面料之星” 获奖企业荣耀发布

近日，由《纺织服装周刊》杂志社主办、东方时尚中心冠名的2018年度“中国面料之星”用户满意面料产品调查活动颁奖典礼在2018中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会隆重举行。

历时4个月，数百家企业近千款面料产品参与调查活动，经过层层甄选，评委会大奖、创新开发奖、图纹色彩奖等花落43家优质企业，引发行业极大关注。

精 锐榜

TOP 10
OF
THE YEAR

寻找榜样先锋

荣耀终归这里

2018中国纺织服装行业年度精锐榜

十大新闻事件 十大年度人物 十大创新企业 十大优势品牌
十大特色集群 十大服务平台 十大活力市场 十大装备先锋

岁末临近，回眸荡气回肠的2018年，中国纺织服装行业在迎来改革开放40周年之际蓄力前行，发挥了国民经济的支柱产业作用，不断满足人民对美好生活的需要，在国际竞争中影响并改变着世界。

在这当中有哪些技术创新改变了行业？有哪些品牌走出国门走向国际？哪些集群为区域经济插上了腾飞的翅膀，哪些市场与平台引发了模式的变革，又有哪些人物与事件值得铭记……

12月24日，中国纺织工业联合会会刊《纺织服装周刊》将连续第十年揭晓中国纺织服装行业年度精锐榜，并将于2019年3月13日在上海开幕的中纺联春季联展期间举办隆重的颁奖典礼。

活动咨询及材料申报请致电
《纺织服装周刊》杂志社

010-85872646/2640/2625

年终十大岁末加冕