

# 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

2020.01.13 | 第02期 | 总第962期



P8

新锐观点频频闪现, 见证现代“活潮绣”

P14

跌宕起伏纺织业, 机会在哪?



纺织服装周刊



### 营业时间

周一至周五: 8:00 — 18:00  
周六至周日: 8:00 — 20:00  
地址: 广州市环市西路184号

# HONGMIAN

纺织服装周刊

KAPOK INT'L FASHION CITY  
红棉国际时装城



[www.hongmian.com](http://www.hongmian.com)  
[weibo.com/hongmiancn](http://weibo.com/hongmiancn)

2020  
CTME

绍兴 / 柯桥

# 中国坯布纺织新材料展

China Textile Material Exhibition , Keqiao Shaoxing

纤维 · 纱线 · 坯布 · 染料助剂 · 后整理

2020.06  
**11-13**

柯桥 · 中国轻纺城国际会展中心

KEQIAO · CHINA TEXTILE CITY INTERNATIONAL  
CONVENTION & EXHIBITION CENTER



热线  
电话

400-819-0123

纺织服装周刊

## 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 翟燕驹

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 徐瑶  
墨影  
副主任 董笑妍  
编辑/记者 李亚静 陶红  
余辉 武筱婷  
徐盼盼 廖小童  
夏小云 徐晶鑫

类编 郭森  
资深摄影 关云鹤

## 新媒体部

主任助理 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: 010-85229892 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: 北京市东城区东四大街46号院(100010)

定价: 每册人民币12元

欧洲合作媒体: 

印度合作媒体: Inside Fashion

日本合作媒体: 纤维News

台湾合作媒体: 

承印: 北京中科印刷有限公司

法律顾问: 大成律师事务所

## 攀岩

刚刚过去的一年,世界变得愈发纷繁复杂。而正是这种背景,更衬托出中国经济发展的巨大韧性。

在新华社评出的2019年世界十大新闻中,有一条是“全球经济增长面临十年新低”。具体注解是这样的:10月中旬,国际货币基金组织(IMF)发布《世界经济展望报告》说,受一些国家贸易壁垒上升、贸易和地缘政治不确定性增加等因素影响,全球发达经济体和发展中经济体的经济增长同步放缓。IMF将2019年全球经济增长预期下调至3%,这意味着2019年全球经济增长将降至2008年国际金融危机以来最低水平。但IMF总裁格奥尔基耶娃表示,中国经济增速仍位于目标区间内,对世界经济增长的贡献率超过30%。

有分析人士认为,当前中国经济到了一个模式转换的节点,就是要从电梯模式切换为攀岩模式。过去我们理解这个世界的方式是:只要搭上电梯,就能往上走,而且非常确定。现在不同了,以往的那些稳定、确切的上升通道已不复存在,摆在我们面前的,是一座巨大的岩壁,下一步往哪里攀登,支点、抓手在哪里,每一步都在考验我们的创造力和选择能力。

中国经济的韧性是由其基本盘决定的:极其完备的基础设施、全球最大的供应链体系、世界最大的统一市场、从未中断的文明共识,以及这个国家超强的社会组织能力。理解中国经济的基本盘,必须把超大规模作为一个前提。而超大规模不仅仅是大,还意味着复杂。所谓复杂,就像在攀岩的时候,地形越复杂,支点、抓手就越多,向上攀援越容易。

如今中国经济各个领域,包括纺织服装行业,都在进行着一场转型升级、走高质量发展道路的革命。因此,在新的一年里,我们更要有徒手攀岩的勇气和信念。正如中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇所言,2020年将迎来纺织“十三五”和建设纺织强国的收官之年,面对国内外形势的不确定性,行业依然会保持平稳发展,呈现低速增长态势,形势或许比2019年更加困难。这就要求行业根据“科技、时尚、绿色”定位的要求,继续加大结构调整力度。

徒手攀岩,已不仅仅是克服困难,而是要习惯困难。新的一年,中国纺织服装行业继续向上攀登的路径和支点在哪里?中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在新年致辞中给出了明确答案:一是强化创新驱动,赋能产业发展新动力。聚焦关键共性技术、前沿引领技术,不断深化行业技术创新、产品创新和模式创新。二是完善产业布局,推进产业集群化发展。行业要以更高质量、更高效率建立全球比较优势,探索整合社会资源和举全行业之力的新型“举国体制”。三是开放为动能,拓展行业发展新空间。行业应抓住机遇,在开放中不断增强发展新动能、增创竞争新优势。

2020年已经到来。让我们携起手来,在实现第一个“百年奋斗目标”的决胜之年,直面挑战,不畏艰险,勇攀高峰!

赵媛媛

# CONTENTS

## 6 资讯 INFOS

纺织离退休老同志欢聚一堂,新春团拜迎瑞鼠  
第三届中国纺织非遗大会入选2019“中国非遗十大年度事件”

## 10 关注 ATTENTION

构建智能制造生态体系

## 12 科教 SCIENCE

每一份荣誉都值得珍惜  
全身心投入到教学事业中去

## 18 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

画好“同心圆”唱响“双城记”,柯桥争当“融杭接沪”示范区  
创意面料+诚意设计,能否实现“羽绒服自由”?  
轻纺城集团物流大厦投用柯桥首个ETC停车场

## 22 行业 INDUSTRY

凝聚创新力量,推进碳纤维发展  
于趋势问格局,于潮流谋发展,FACTA2019 雕刻时尚  
中国纺织业:波澜不惊稳步前行  
守自律底线 谋持续发展

## 28 地方 REGION

高起点描绘产业蓝图,河南服装奏响壮丽序曲

## 30 展会 EXHIBITION

一条牛仔裤的自救之路

## 32 品牌 BRAND

2019年波司登十大新闻出炉

## 33 一线 FRONTLINE

推进直纺涤纶柔性生产 助力化纤行业强国建设

## 36 设计 DESIGN

吴美萱:设计无国界

## 40 指数 INDEX

冬市销售继续回缩 价格小幅下跌  
织造开机率下滑 指数小幅下跌



## 8 关注 ATTENTION

### 新锐观点频频闪现, 见证现代“活潮绣”

2019年12月19日,“2019潮州市传统工艺工作站传承人对话活动暨刺绣文创集市”在潮州市文化馆非物质文化遗产展览馆召开。对话活动围绕“刺绣传承实践潮州”主题展开了深入探讨,同时宣布中国纺织工业联合会驻广东潮州传统工艺工作站驻地单位变更为潮州市文化馆。



## 14 特别报道 SPECIAL

### 跌宕起伏纺织业,机会在哪?

2019年,中国纺织服装行业的发展经历了不平凡的一年,服装、家纺、产业用这三大终端产业,直观性地描绘出纺织服装产业的真实发展形态。2020年,行业将面临怎样的机遇与挑战?辞旧迎新之际,本刊从三大终端产业的角度,总结2019发展特点,展望2020发展机遇。

纺织服装周刊

# 纺织离退休老同志欢聚一堂，新春团拜迎瑞鼠

本刊记者\_郝杰 文/摄



中纺联老领导及老同志参加新春团拜会。

她回顾了过去一年纺织离退休干部局所取得的成绩，她特别提到，2019年全局67位老干部、老党员获得党中央、国务院颁发的“庆祝中华人民共和国成立70周年纪念章”。她表示，过去一年成绩的取得，离不开广大老同志的积极参与和大力支持，离不开国资委党委、管理局党委的正确领导。在新的一年里，全局将进一步加强离退休干部政治建设、思想建设和党组织建设，落实

离退休干部政治待遇、生活待遇，用心用情做好服务。大力传承老同志不忘初心、牢记使命、永远奋斗的崇高精神，进一步激励老同志为党和国家事业作出新贡献，进一步发挥老干部工作制度优势，不断推动离退休干部工作更好地融入国家治理体系和治理能力现代化进程。

纺织机关服务中心主任周增根说，在过去的一年里，纺织机关服务中心始终把为老干部服务视为第一责任；在新的一年里，服务中心将继续提升服务，将老干部工作做在细处、落到实处。

中国纺织工业联合会副会长陈大鹏代表中纺联向

老领导、老干部送上新春的祝福。他介绍了去年行业的基本情况，2019年行业在挑战和下行压力下，依靠创新实现了平稳发展。目前，中国纺织工业在大多数指标上达到或超过世界先进水平，强国目标基本实现，这离不开老同志几代人的无私奉献。新的一年来临，面对挑战，将继续推动行业高质量发展，不辜负老同志们的期待。

国资委管理局党委书记张文宏介绍了中央企业去年经济运行的成绩后表示，广大离退休干部是党和国家的宝贵财富，是党执政兴国的重要资源，是推进中国特色社会主义伟大事业的重要力量。新的一年，国资委党委将一如既往地重视和支持离退休干部工作，积极为离退休干部工作创造良好条件。管理局系统各单位要始终把做好离退休干部工作作为“第一任务、第一责任”，及时把党和国家的关怀和温暖送到广大离退休干部的心坎上。希望老领导、老同志继续弘扬党的光荣传统和优良作风，为推进国资国企事业贡献智慧和力量，为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴中国梦作出新的更大贡献。

最后，老同志为大家表演了文艺节目。《春天的芭蕾》、《我和我的祖国》、《鼓浪屿之波》、《歌唱新时代》……嘹亮的歌声、优美的舞姿、绽放的笑容，展现了纺织老同志乐观积极、健康向上的精神风貌，抒发了对伟大祖国的赞美和对新时代美好生活的热爱。

金猪辞旧岁，瑞鼠迎新春。1月9日，北京日坛宾馆四层报告厅里欢歌笑语，载歌载舞，国资委纺织离退休干部局2020年新春团拜会在这里举行。中国纺织工业联合会会长杜钰洲、王天凯，原副会长许坤元，国资委管理局党委书记张文宏，一级巡视员张丽，人事局副局长黄文玉、机关党委副书记张兵，中国纺织工业联合会副会长陈大鹏，国资委纺织机关服务中心主任周增根、副主任王长波，中国纺织出版社有限公司董事会监事兼党办主任李菁等领导，以及在京的纺织老同志参加了团拜会。

国资委纺织离退休干部局局长李战红首先致辞，

## 第三届中国纺织非遗大会 入选 2019“中国非遗十大年度事件”

2019年12月29日，由文化和旅游部非遗司指导，光明日报、光明网主办的2019“中国非遗年度人物”暨中国非遗十大年度事件揭晓仪式在京举行。“第三届中国纺织非物质文化遗产大会成功举办”列入2019“中国非遗十大年度事件”，中国纺织非遗推广大使袁警卫获得2019中国非遗年度提名人物。文化和旅游部党组副书记、副部长李金早，非物质文化遗产司司长陈通，光明日报社总编辑张政、副总编辑陆先高，行业专家、知名艺术家以及传承人共150余人出席，中国纺织工业联合会副会长孙淮滨应邀代表纺织行业为年度提名人物揭晓和颁奖。

“第三届中国纺织非物质文化遗产大会成功举办”入选年度十大非遗事件，是对纺织行业非遗工作的肯定，也为2019年纺织行业非遗工作完美收官。据了解，2020年中纺联非遗办将立足于加强纺织非物质文化遗产保护传承工作，深入挖掘中华优秀传

统文化内涵，结合时代要求做好产品创新、渠道建设、走出去以及国际交流工作，让中华优秀传统文化和纺织文明有更美好的呈现。

2019年11月2-4日，以“开启纺织非遗传承发展新时代”为主题的第三届中国纺织非物质文化遗产大会在云南昆明学院举行。会议揭晓了2019年度中国纺织非遗推广大使，为第三届中国纺织非遗大会文创纪念品获奖作品颁奖，公布了“我与非遗”庆祝新中国成立七十周年微电影评选结果等。大会邀请了来自不同领域的知名专家、学者、设计师、企业家针对非遗走进生活、走出国门、衍生品的发展、品牌化、乡村扶贫以及文旅融合等方向进行了精彩演讲，由国家级传承人、设计师、专家学者、企业家参与的非遗对话“传承与设计”、“创新与发展”分两组论坛进行了对话和交流。

(综编)

## 2019年BSiEE本涩品牌 代言人出炉

近日，“我为本色代言”2019年BSiEE本涩品牌代言人总决赛在南京举办。从近2000位会员中脱颖而出候选人经过服装搭配展示、才艺展示、问答环节等三轮精彩比拼后，最终来自南京的王凌云、左溢丹和苏州的陈天玲三位会员获得BSiEE本涩品牌代言人的荣誉，其余五位进入总决赛的选手成为“BSiEE本涩天使”。

总决赛现场嘉宾云集、高朋满座，作为本涩品牌最亲密的合作者和见证者，现场各与会嘉宾对本次活动的举办给予了充分肯定和认可。据了解，BSiEE本涩品牌以打造规范、高效的全国性零售品牌管理公司为愿景，一直致力于提升会员服务及体验，在为每一位女性顾客带来个性舒适、潮流款式的同时，更注重提供专业细心的穿搭服务，创造一个舒适、自在、快乐发掘自己风格的氛围。

据悉，此次评出的BSiEE本涩品牌代言人任期为一年，她们将参加BSiEE本涩店头海报形象推广，作为BSiEE本涩上新服装拍摄的模特，参与BSiEE本涩美力学院定制培训课程，参与BSiEE本涩重要品牌活动，代表BSiEE本涩会员接受媒体采访，同时享有BSiEE本涩的最高会员尊享礼遇。

至此，历时两个多月的“我为本色代言”2019年BSiEE本涩品牌代言人招募活动圆满落幕，这是BSiEE本涩在品牌战略布局和会员服务提升方面的一次创新尝试，也是巩固会员情感联接的一场深度互动，让“美出本色”的品牌主张更加深入人心。(赵国玲)

纺织服装周刊

# T A W E E K L Y

周刊典藏 时尚评论

大咖来做客

品牌故事

## 纺织头条

微信号: fzfzzk



纺织服装周刊

看 产业实时资讯，  
听 行业精英箴言，  
观 流行趋势分析  
查 企业动态百科

# 关注 《纺织服装周刊》微信， 你就是行业大咖！





潮绣正在新老传承中焕发新的活力。

# 新锐观点频频闪现， 见证现代“活潮绣”

## 中纺联驻广东潮州传统工艺工作站年末再推重头戏

本刊记者\_董美妍 文/摄

潮绣不仅是一项具有悠久历史的刺绣工艺，更是一项具有活跃生命力的现代艺术，在中国纺织工业联合会驻广东潮州传统工艺工作站、潮州市相关部门及全体潮绣传承人的努力下，潮绣已经焕发出了新的活力。

2019年12月19日，由中国纺织工业联合会、广东省文化和旅游厅、潮州市文化广电旅游体育局指导，中纺联驻广东潮州传统工艺工作站主办，潮州市职业技术学校协办的“2019潮州市传统工艺工作站传承人对话活动暨刺绣文创集市”在潮州市文化馆非物质文化遗产展览馆召开。对话活动围绕“刺绣传承实践潮州”主题展开了深入探讨，同时宣布中国纺织工业联合会驻广东潮州传统工艺工作站驻地单位变更为潮州市文化馆。

中国纺织工业联合会副会长孙淮滨，潮州市文化广电旅游体育局局长伍茸、副局长黄奕湘，中纺联非遗办负责人、中纺联驻广东潮州传统工艺工作站站长陆茵，潮州市文化馆馆长、中纺联驻广东潮州传统工艺工作站常务副站长潘亚顺，潮州市文化广电旅游体育局非遗科科长陈育斌，中纺联驻广东潮州传统工艺工作站站长助理夏静静；潮州市职业技术学校校长许旭文，韩山师范学院陶瓷与非物质文化遗产学院服装设计系主任孟庆伟，潮州市百师园创意馆总经理林阳，广东禧宝婚纱晚礼服有限公司总经理吴学湘，潮州市湘桥区潮绣研究所所长詹惠娜，潮州市香聚绣品有限公司总经理余旭垒，潮绣青年设计师孙天诚，以及潮绣代表性传承人孙庆先、康惠芳、李淑英、卓桂芬、洪虹、余燕璇、宋忠勉、李静芳、刘瑞玲，潮州抽纱代表性传承人何可春、卢树楠等人出席并发言。对话活动由黄奕湘主持。

### 高屋建瓴，指明潮绣未来方向

孙淮滨在致辞中表示，文化是需要通过交流来激发活力的，本次对话活动意在通过交流探寻潮绣的未来发展之路。当下，传统文化正面临难得发展机遇，中纺联高度重视纺织非遗的传承与创新，中纺联驻广东潮州传统工艺工作站就是为了保护潮绣文化、振兴潮绣工艺而成立的。

孙淮滨指出，潮绣要树立自己新的发展目标，既为人民美好生活带来文化元素同时也要提振文化消费。因此，潮绣的研究推广工作需要进一步强化，一是加强基础性研究，分清楚什么该“守”什么该“变”；二是加强潮绣创新，真

正设计出为当代年轻人所喜爱的潮绣产品，并进行系列化、细分化开发；三是加强渠道建设，谋求跨界融合，丰富产品结构。在此过程中，中纺联将一如既往地支持潮州工作站及潮绣文化的发展。

伍茸致辞表示，潮州是国家首个工艺美术之都，潮绣作为其中重要的文化组成部分，始于唐代，风格明确于明清，在中国刺绣艺术中独树一帜。2017年中纺联驻广东潮州传统工艺工作站落户，自此以潮绣为重点，通过举办培训班、展览展示、典籍研究等诸多举措，推动了潮绣工艺的整体提高，并举办了影响深远的刺绣双年展。他希望本次对话活动和文创集市能够成为潮州工作站的有力延续，希望潮州工艺传承人们通过密切交流，使潮绣与现代生活实现更紧密的结合。

在明确本次对话活动的主要目的后，与会相关专家、传承人纷纷踊跃发言，孙淮滨也对部分发言进行了有针对性的点评、给予了中肯建议，会场形成了热烈的交流氛围。本次交流活动围绕潮绣教育教学、潮绣如何切入当下年轻人生活、潮绣如何与产业紧密结合、潮绣如何抱团对外发声等问题达成了共识，是一场卓有成效的交流互动。

### 潮绣教育，打造发展潮绣的人才链条

教育教学是首先摆在大家面前的问题，没有传承何谓创新，针对如何培养年轻一代潮绣接班人，潮绣国家级代表性传承人康惠芳表示，要培养学生对传统工艺的热爱与兴趣，希望职业高校教育倾向课程的实操性，增加工艺美术门类，而非只停留在理论阶段。康惠芳为在座嘉宾分享了一个案例，有一名从事传统文化学习的学生，大二休学一年专门向康惠芳学习潮绣，在经过一年的实操练习后重新回到学校进行理论深造，如今这位学生已经成立了自己的工作室，这才是传承人应有的态度。

作为教师的孟庆伟也发表了自己的看法，“非遗传承在我校是五大聚焦点之一，并为此成立了非遗工作室。由于前来学习的都是对潮绣充满热情的学生，师生互动也非常深入。在长期师生沟通中，我们找到了潮绣传承的三种教育方式，

即以师徒模式、交叉学习模式和老学生带新学生的阶梯模式。”随后，孟庆伟为在座嘉宾详细分享了三种教学模式的操作细节。

许旭文则建议，应该以赛促学、以赛促交，通过主题竞赛模式，激励学生为传统文化投入更多精力，同时，要探讨工、学、商的一体化，探讨择业就业与潮绣工艺需求的契合，这需要学校、企业及相关部门的更密切合作。

孙淮滨建议，可以挑选部分对潮绣达到痴迷程度的学生“开小灶”，一对一得到大师指导，进而培养真正可以带领潮绣前行的年轻领头人。同时，学校不仅要培养供给侧培养传承潮绣的工艺人才，也要培养传承潮绣的商业人才。

### “绣二代”崛起，推动潮绣的活化传承

潮绣如何切入当下年轻人的生活，是本次对话活动探讨的最重要问题，在座嘉宾中就有数位“90后”传承人发表了自己的先锋观点，引起了会场的热烈讨论。

孙天诚是一位年轻的“绣二代”，他提出了将数字IP与传统文化结合的观点，并已经投入实践。在孙天诚的分享中，他实现了潮绣与腾讯游戏的跨界结合，他的团队为一款腾讯游戏定制了游戏场景及人物的潮绣作品，并已投入市场，



刺绣文创集市现场。

让对潮绣了解甚微的部分年轻人，有机会接触这一传统文化。此外，他还在考虑开发潮绣手机壳等潮流产品，让潮绣真正切入年轻人的世界。

余旭垒也是一位“90后”传承人，她提出潮绣推广需要逆向思维。“首先，要考虑如何让昂贵的潮绣成为价格更易接受的小商品，实现商品的销售；从而让年轻人因为对这种小商品感兴趣，有兴趣了解什么是潮绣；进而愿意花时间学习潮绣，这样才能真正实现潮绣的就业和传承。”这一从商品而非工艺切入的发展思路，也体现了年轻一代传承人的全新观点。

孙淮滨高度重视年轻传承人的发言，并表示，不要阻止年轻人的奇思妙想，年轻人对生活的发现视角将有助于潮绣工艺的活化传承。

### 商业化运作，打造现代市场的“潮绣+”

当下的潮绣也许并非一件艺术作品，也可能成为商品上画龙点睛的装饰。如何实现潮绣的产业化需要引入先进思想。

孟庆伟提出，应将潮绣元素进行现代化改进，将潮绣进行交叉融合的作品可能要比纯潮绣更容易推广、也更容易受欢迎。

孙天诚有与富安娜艺术家家纺愉快合作的经历，并保持了长期的合作关系。作为“中国纺织非遗推广大使”，余燕璇也为大家分享了自己与服装设计的一次合作经历。知名设计师熊英将她的潮绣作品运用到服装设计之中，而获得了广泛好评，此类合作也是潮绣对外发声的一种渠道。

吴学湘则建议，应该组织非遗传承人多去企业走走看看，激发双方的创作灵感，促进传承人与企业的更好结合。

本次对话活动还达成了潮绣应该抱团“走出去”的初步意向。宋忠勉、余燕璇分别表示，潮绣传承人每人都有自己的专长，不一定要成为全才，可以形成优势互补，只要大家通过充分的交流融合形成组织，便可以进行后续整合找到新的出路。康惠芳作为潮绣国家级代表性传承人在发言中表示愿意扛起潮绣大旗，在“走出去”和创新思想上率先垂范。一条新的潮绣发展之路在潮州工作站的持续努力和本次对话活动中逐渐明晰起来。

会议现场，一场集现场DIY、汉服展示、潮绣文创作品展示、潮州市职业技术学校作品展示的“刺绣文创集市”也同期举办，汇聚了众多专注于传统文化传承的学生以及对传统文化感兴趣的潮州市民，展现了潮州作为工艺美术之都的深厚文化氛围。

此外，前一晚还召开了“中国纺织工业联合会驻广东潮州传统工艺工作站”工作会议，会议就潮州工作站的组织机构调整、管理机制和具体工作安排等多项具体事宜，展开了深入坦诚的交流探讨并达成共识。

孙淮滨在认真听取黄奕湘对潮州工作站2019年工作的详细梳理与汇报后，对潮州工作站面临的问题、创新的思路及未来的方向给予了中肯的意见。

中纺联驻广东潮州传统工艺工作站新任站长陆茵在会上就潮绣文化传播、潮绣产业落地、如何发挥中国纺织非遗推广大使（潮绣代表）作用以及学术研究等具体问题提出了建议，并表示，潮州工作站应在现有培训、展览等工作基础上，再努力寻找亮点与创新点，以潮绣为窗口展示潮州的深厚文化力量。TA

纺织服装周刊



会议为 10 家单位颁发了 2019 全国纺织技术研发贡献奖。

# 构建智能制造生态体系

## 第四届全国纺织机器人应用高峰论坛暨服装产业智能化推进大会在宁波举行

本刊记者\_郭莹颖 文/摄

当前，智能制造正在成为推进“中国制造 2025”国家战略的重要举措。面对全新的发展环境，党的十九大提出建设网络强国、数字中国、智慧社会的发展战略，提出互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合的新目标，推行数字经济、共享经济等一系列发展新模式，以迎接新时代。面临关键技术突破、劳动力成本持续提升、劳动力结构性失衡等诸多问题，迫切需要以机器人科技为代表的智能技术为行业提质增效助力。

2019 年 12 月 20 日，第四届全国纺织机器人应用高峰论坛暨服装产业智能化推进大会在宁波举行。本次活动由中国纺织工程学会主办，浙江纺织服装职业技术学院、宁波智尚国际服装产业园、浙江壹布互联科技有限公司承办。

中国纺织工程学会副理事长龚进礼，宁波市经济与信息化局副局长方巍，宁波市科学技术协会副主席汤丹剑，宁波市经济与信息化局消费品处处长叶志刚，宁波市教育局高教处处长余志诚，浙江纺织服装职业技术学院副院长陈运能，宁波嘉乐投资控股有限公司、宁波智尚国际服装产业园董事长严厚国等领导嘉宾出席本次活动。来自全国纺织服装产业集群、商协会、企业、高校相关机构代表共计 200 余人参会。

### 加速价值驱动，实现高质量发展

第四届全国纺织机器人应用高峰论坛暨服装产业



智能化推进大会旨在为处于产业转型升级关键时期的纺织工业提供以机器人科技为代表的智能技术交流，为行业提质增效，助力行业突破技术、劳动力成本等结构性失衡的诸多问题。

龚进礼致辞表示，中国纺织工业几经产业变革与升级迭代，实现了全方位、深层次的发展。当前全球新一轮科技和产业革命方兴未艾，呈现出多点进发、相互渗透、交叉融合的特征。而智能设计、智能制造、智能科技将成为中国纺织工业加速价值驱动、实现高质量发展的创新引擎和助推器。

他强调，当今机器人已在社会许多领域发挥着积极作用，使用工业机器人代替人工操作将成为大势所趋，机器人的使用也将成为未来制造业自动化水平的一项重要标志。宁波作为“红帮裁缝”的发源地，纺织服装产业发展历史悠久，目前纺织服装产业集群初具规模，智能化改造、个性化定制已成行业常态。未来，通过服装产业智能化的推进，将带动宁波纺织服装实现更快、更好的发展。

方巍在致辞中表示，纺织服装是宁波传统优势产业，目前已形成从印染、高档面料、家纺、服装服饰、纺织机械装备等门类齐全、产业链完备的产业体系。近几年，纺织机器人应用以及服装产业智能化升级在宁波有广泛深入的基础，已形成一批纺织机器人研发生产企业、应用示范企业以及推广服务企业，极大地提升了纺织服装产业的竞争力。宁波纺织服装产业发展具有智能化、数字化转型加快，大企业平台化趋势明显，国际化合作经营进一步加强，服装时尚化转型开拓新局面等特点，助推宁波纺织服装行业从数量扩张向质量提升转变，工业产值稳步增长，品牌竞争力不断提升。

会上，中国纺织工程学会为 10 家中国纺织工程学会技术研发中心单位颁发 2019 全国纺织技术研发贡献奖，以表彰他们这一年的杰出工作。

### 坚持创新引领，撬动发展杠杆

民建中央委员、浙江大学教授郭吉丰以“智能制造与纺织服装产业”为主题，论述智能制造是先进技术和新一代信息技术的深度融合，贯穿产品、制造、服务全生命周期的各个环节及制造系统集成。实现制造数字化、网络化、智能化，将不断提升企业的产品质量、效益和服务水平，推动制造业创新、绿色、协调、开放和共享发展。

浙江壹布互联科技有限公司董事长陈思宇讲述了“服装智能制造 e 体化解决方案之宁波方案”，从纺织服装产业现状，服装智能制造之顶层设计、增效、降本，消费互联网到产业互联网等方面，阐明服装产业科技化、科技企业产业化是制造业智能化发展必经之路。

常州固高智能装备技术研究院有限公司董事长罗海江从日常生活变迁、针织装备新要求、针织装备控制要求、常州固高智能定位入手，介绍新消费趋势下针织装备控制技术要求关于个性化定制、交付时间短、高品质保证等新趋势。

中国纺织机械（集团）有限公司市场部副总经理闫循斌从智能化制造的发展趋势、智能化纺纱解决方案的创新与发展、裕大华项目应用案例分析、未来发展前瞻四方面阐述智能化纺纱工厂的实践应用。

广州简派软件联合创始人、首席产品官，江西脉动智能制造联合创始人、CEO，浙江衢州佰意智能制造 CEO 刘明光以“服装智能制造”为主题，介绍服装智能制造经历自动化设备的充分利用、制造数字化与信息化的实现、硬件与软件的高度融合、智能化代替人类工作四个阶段，最终目的是实现柔性供应链。

浙江纺织服装职业技术学院副院长、教授陈运能介绍了“纺织技术装备智能化及其挑战”，他认为人才、装备、创新、品牌是纺织服装制造业走向中高端的关键要素，产业需要有引导、有目的地逐点突破，实现自动化、信息化、数字化、精益化、智能化，点线面结合，落地落实，稳步推进。

当天下午，在宁波智尚国际服装产业园还举行了企业、专家对接交流座谈沙龙，各专家及参会代表们齐聚一堂，围绕智能制造等科技项目开展了深入的交流。之后，代表们还参观了宁波智尚国际服装产业园区的 5G 智能车间。TA

# 2020内蒙呼和浩特塔拉 骑士服时尚 设计大赛 Design

## 骑乐

大赛主题

个人信仰与民族文化意识的共荣是骑士精神的特质，用时尚的态度、创意的勇气驰骋在设计“辽阔草原”。

乐：可作马术的韵律之术，亦可表达骑士驭马的喜悦之心。

骑士服作为内蒙马文化一个必不可少的组成部分，承担了内蒙古民族文化和马文化展示和输出的重要责任。

作品征集

2020.1.2

2020.4.1

截稿(寄到日期)

专家初评

2020.4.9

入围作品公示

2020.4.10

决赛成衣制作

2020.4.11

2020.5月上旬

总决赛暨颁奖典礼

2020.5月中旬

呼和浩特

呼和浩特

### 奖项设置

金奖一名 100000元

银奖一名 50000元

铜奖一名 30000元

工艺制作奖一名 10000元

骑士之风设计奖一名 10000元

优秀奖五名 5000元/每人

备注：全部获奖选手将获得奖金、证书，以上所有奖金及个人所得税均由组委会代缴。

### 赛事资讯请关注

《纺织服装周刊》官网：<http://www.taweekly.com/>

中国纺织经济信息网：<http://www.ctei.cn/>

《纺织服装周刊》官方微信：fzfkz

咨询电话：王振宇 010-85229653；裴先生 010-85229657；

快递地址：北京市东城区东四西大街46号院《纺织服装周刊》杂志社 大赛组委会

王振宇 收 电话：18600345956

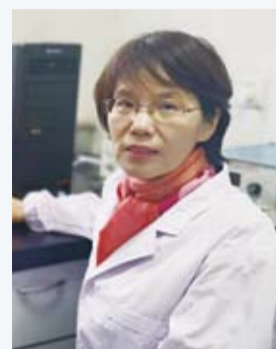
邮编：100010

纺织服装周刊

“纺织之光”2019年度教师奖获得者、西安工程大学纺织科学与工程学院高工陈美玉

## 每一份荣誉都值得珍惜

本刊记者\_郝杰 文/摄



陈美玉

从上大学到毕业后工作，陈美玉一直与纺织专业打交道。在她从教的16年里，从没有离开过教室和实验室，她一直在实验教学第一线。此次获得“纺织之光”2019年度教师奖也是她没有想到的，在她眼中，获奖更多的是一种鼓励。采访中，陈美玉并没有夸夸其谈，而是给人一种朴实、低调的印象。在这低调的背后却有着无数的荣誉：获国家发明专利授权15项，先后荣获国家科技进步二等奖1项，省部级及中国纺织工业联合会一等奖5项。相关学术论文荣获陕西省第10届自然科学优秀论文一等奖1项，陕西省第11届、13届自然科学优秀论文二等奖2项。并于2015—2016学年、2017—2018学年被评为校级优秀教师。

陈美玉1989年毕业于西北纺织工学院（即现在的西安工程大学）针织专业，毕业后在西安市第一织袜厂从事生产技术管理工作。2003年4月进入西安工程大学成为一名实验教师，负责实验教学及院士基地实验室管理工作。从教16年中，她主要承担非织造、纺织工程专业《纺织材料实验》课程教学、纺织工程专业课程设计和本科毕业设计指导、纺织材料与纺织品设计专业研究生课题指导等教学任务。学校对她的评价是：“爱岗敬业，勤奋努力，教书育人。”她在教学过程中注重与学生沟通、交流，不断更新教学方法，并将最新的科研成果融入教学内容中，收到了良好的教学效果。她积极投身教育改革，注重大学生创新创业能力的培养。2014年指导的大学生创新创业项目（省级）《特种行业防尘口罩的研究与开发》，评审成绩为优秀；2018年指导的大学生创新创业项目（国家级）项目《秣宇可降解多功能水果套

袋研发》，评审成绩为优秀。她还参编了高等教育“十一五”国家规划本科教材《纺织材料学》1部，指导了多届本科生的大学生创新创业项目。

在完成教学工作的同时，陈美玉积极投身科学研究工作，开展产、学、研合作研究，承担国家、省部级的纺织新材料以及纺织生产技术科研课题研究，在高温尾气过滤材料、静电纺、牛仔高效短流程纺纱技术、纺织性能检测装置等领域进行了研究，获国家发明专利授权13项，推动了我国相关领域的技术进步。其中，《工业排放烟气用聚四氟乙烯基过滤材料关键技术及产业化》荣获2017年度国家科技进步二等奖。此外，作为课题负责人承担中山市仕春纺织印染实业有限公司、山东岱纺织银集团股份有限公司、中国人民解放军62023部队、中国科学院化学研究所等横向科研项目6项，并有2项陕西省重点实验室项目通过验收鉴定。

由于纺织学科是西安工程大学的优势与特色，院士基地也是学校的重点和亮点，陈美玉在完成教师科学研究任务的基础上，还负责院士基地日常的实验室管理工作，以及院士基地所有仪器设备的实验测试工作。实验室面向全校本科教学、研究生培养以及教师科研试验全方位开放，涵盖的层次多，高性能的仪器设备多，面对繁琐的实验管理工作，陈美玉始终秉承着责任意识、学习意识、服务意识、创新意识，为博士、硕士研究生、本科生以及全体教师提供优质的实验检测服务，尽心尽责地做好本职工作。

16年的教学生涯，让陈美玉钟情教师这个职业，她说：“每一份荣誉都值得珍惜，同时也是一个新的起点。”

“纺织之光”2019年度教师奖获得者、西安工程大学纺织科学与工程学院教授郭嫣

## 全身心投入到教学事业中去

本刊记者\_郝杰 文/摄



郭嫣

谈及获奖的体会，郭嫣谦虚地说：“这是西安工程大学多年培养的结果，也是‘纺织之光’科技教育基金会对我的肯定和鼓励。”郭嫣，1988年毕业于西北纺织工学院机织专业，在企业工作了8年后，返回母校任教至今。30多年的从业经历，让她既有理论知识，又有实践经验，业务水平得到了校内专家的广泛认可。

郭嫣任教以来，注重师德师风的培养，爱岗敬业，以身作则，认真上好每堂课，以良好的教风带动和影响学生。她多次荣获西安工程大学优秀共产党员、教书育人先进个人等荣誉称号，2018年她还获得了陕西省高校优秀共产党员称号。

她努力钻研教学业务，在教学中注重将实践经验融入教学活动的各个环节，注重学生能力和素质的培养，将学生解决复杂工程问题能力的培养作为教学重点。她先后承担本科生课程“机织学”、“纺织工艺原理”、“织造质量控制与产品开发”、“纺织科技史”等5门本科课程的讲授工作，并承担本科生的生产实习、毕业实习、毕业（论文）设计指导工作；承担了硕士研究生“新型织造理论与技术”、“纺织工艺理论与新产品开发”、“纺织科技史”等3门

课程讲授工作；2016—2018年，年平均教学工作量达600多学时。

在教学研究活动中，郭嫣注重成果的凝练和应用，先后获得国家级和省级优秀教学成果奖11项，其中2017年积极参与到教学成果《面向纺织行业转型升级，“一强化三突出五融合”实践育人体系的构建与实施》的材料撰写工作，该成果2018年获国家级优秀教学成果二等奖，实现了西安工程大学建校以来国家级教学成果奖零的突破。

在做好教学工作的同时，郭嫣把大量精力投入到科研上，在“亚麻纤维化学改性及其织物抗褶皱性能研究”、“亚麻纤维化学改性工艺”、“色织提花系列面料的开发”、“毛纱上浆工艺研究”和“汽车用功能性纺织面料的开发”等多个科研项目中取得了成果。多年来，在学术刊物、国际会议上公开发表学术论文20余篇，其中EI检索1篇。一种超柔软机织毛巾的加工方法、一种具有丝绸光泽毛巾的加工方法等还获得了国家发明专利。

对于未来的打算，郭嫣表示，“要不忘教师的初心，全身心投入到教学事业中去，做一名有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心的好教师。”

# 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 010-85229892 新媒体热线：李江敏 010-85229737 广告热线：万晗 010-85229013 发行热线：章简 010-85229023

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

纺织服装周刊

GROUP COOPERATION

# 跌宕起伏纺织业， 机会在哪？

本刊记者\_刘嘉 郭春花 李亚静 徐晶鑫

2019年，中国纺织服装行业的发展经历了不平凡的一年，纺织人肩负使命，积极求变。服装、家纺、产业用这三大终端产业，不仅直观地描绘出纺织服装产业的真实发展形态，还为产业链上下游企业、市场提供了来自一线的数据信息反馈。

2020年，行业发展依然处于重要战略机遇期。在纺织“十三五”规划和建设纺织强国的收官之年，纺织行业将面临怎样的机遇与挑战，纺织人又将如何开启2020新征程？

辞旧迎新之际，本刊专访了中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏，中国纺织工业联合会副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申，中国纺织工业联合会副会长、中国家用纺织品行业协会会长杨兆华，从三大终端产业的角度，总结2019发展特点，展望2020发展机遇。



服装 APPAREL

## 创新而行， 攀登服装强国之巅

访中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏

2019年，机遇与挑战并存，荣耀与艰辛同在，对中国服装人而言，该如何总结2019，又如何开启2020新征程？中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏给出了答案，他指出，中国服装业正处于“战略重构”和“变革发展”的进程之中，以供给侧结构性改革为主线，以高质量发展为方向，以市场化、持续化的创新变革，保持了基本平稳发展。展望未来，中国服装人需以创新之心，坚韧之志，勇攀高峰，必将登上强国之巅。

### 调整变革期，行业迎政策、技术、需求利好

陈大鹏分析说，2019年中国服装业经历了三大考验——消费端的结构性变革、商业连接的变革、数字科技引发的制造协同变革；也迎来三大利好——政策利好、技术红利、需求潜力。行走在机遇与挑战之中，中国服装业不断调整、转型、升级，承压负重，迎难而上。

在需求端，消费增速放缓的背后，是消费市场从产品到生产方式、从品牌到价值主张的结构性变化，行业供给侧面临着结构性调整的考验。

在商业端，消费交互方式、消费链接口、消费商业逻辑都在发生巨变，如何调整步伐顺应新商业变革，成为考验。

在制造端，数字技术引发生产要素、生产关系、生产方式的变革，行业的协同制造正在发生从供应链经济走向网状经济的重塑，企业组织结构向内在的柔性和外在的协同改变，行业如何适应这一系列的变革，成为考验。

压力与动力相互转换，机遇与挑战相生相伴。中国服装业经历了三重考验的同时，也迎来三方面利好。

政策利好方面，国家宏观层面出台一系列政策推动实体经济发展，提升制造业水平，此外，“一带一路”建设、粤港澳大湾区建设、长三角一体化建设，也都为产业发展带来政策利好。

科技红利方面，数字技术给产业发展带来全新动能与重大机遇，人工智能、5G、区块链等信息技术的加速进化，促使互联网进入下半场——产业互联，带来产业链和价值链的重塑和改造，将为产业转型升级、破解矛盾提供全新的手段。

需求潜力方面，“面对市场压力，依然要看到中国市场巨大的空间和潜力。需求结构性变化的背后就是巨大的空间。”陈大鹏认为，市场分层、城镇化发展、娱乐经济、跨境电商、时尚环保、时尚健康、时尚科技、文化自信、国潮回归等关键词下，巨大的市场需求将是行业发展的重要支撑和利好。

### 协会工作，以价值服务推动行业高质量发展

作为行业人的“组织”，中国服装协会在行业变革深度调整期更添责任与使命。陈大鹏表示，2019年，中国服装协会围绕产业的新定位，聚焦产业新变化，以推进行业供给侧结构性改革为主要的方向，从四个方面开展了有针对性、有温度的服务工作，推动中国服装业的高质量发展。

**首先，推动行业技术进步。**该项工作是中国服装协会工作的重中之重。围绕推进智能制造，中服协通过发挥中国服装智能制造技术创新战略联盟的平台作用，推动“三衣两裤”全流程自动化技术的行业深化，发布九项智能制造团标等多重举措，推进工业互联网及数字技术在行业中的应用，推进行业柔性化、智能化新制造体系。

**第二，推动产业集群升级。**目前中服协授予的全国服装产业集群试点地区

共61个，一年来，围绕产业集群的升级发展，中服协从技术进步、人才培养、设计创意、社会责任、对接交流等方面推进升级发展，开展了多项工作。

**第三，推动产业制造升级。**2019年，中服协成立中国服装优质制造商联盟，实现“制造+互联网+数字化工具+新的运营模式”的结合。陈大鹏表示，未来，商业本质的回归，对于真正具备优质制造能力的中小企业而言，将是一个全新时代的开始。

**第四，推动产业链上下游的协同。**一年来，中服协各专委会的大量工作，以及各平台型的活动，均围绕着产业链上下游、关联产业、国内国际资源的协同与交流合作而展开，并以此推动产业集成创新。

### 新征程开启，行业迈入战略重构期和蓄势发展期

2020年，是“十三五”收官之年，是“十四五”的蓄势之年。我们该如何总结行业“十三五”，如何开启强国新征程？

陈大鹏总结说，在“十三五”期间，中国服装业在技术进步、模式创新、价值回归、发展理念、国际化等方面走在了前列，提升明显，《建设纺织强国纲要（2011—2020年）》规划的纺织强国目标已基本实现。

展望2020年，陈大鹏认为，行业要向强国冲刺，加快推进行业高质量发展，仍需直面差距与不足，仍需在动能转换、基础能力、软实力、发展理念等方面持续发力。

**首先，实现动能转换。**中国服装业必须着眼于数字经济时代下的大变革，以数字化作为全新生产要素，拉动从企业到行业的数字化转型，构建数字化、智能化、信息化技术为核心的现代制造体系，推进制造技术、制造系统、制造方式的全面升级。

**第二，基础能力补短板。**围绕精益管理、精益制造、设计创意、艺术审美、商品企划、供应链管理、人力资源管理等方面的基础能力还需补足，全面提升，夯实基础，为行业走向中高端发展提供内在支撑。

**第三，紧抓新生代消费。**以95后为主要群体的消费新生代，正左右着未来消费的趋势走向。行业企业要将新生代消费者的体验、参与、创造融入企业新价值体系中。

**第四，提升行业软实力。**软实力是衡量产业竞争力的重要标志，是产业的灵魂和产业真正强大的高度所在。服装行业软实力的两个重要纬度是文化创造和责任发展。文化创造，即从产品到产业，从时尚话语权到文化自信，是产业价值创造力的支撑。责任发展，即从人本责任到市场责任到环境责任，以及人文情怀，是关乎可持续发展和构建受尊重的强国的重要路径和体现。

**第五，转变发展理念。**从根本上转向依靠内生动力带动增长的发展理念，提升核心的创新能力及价值制造、价值创造能力，专注、深耕一定是产业基业常青、持续发展的根基所在。特别是围绕产业链集成协同、集成创新，构建网状经济、数字经济、云经济、平台经济、共享经济下的产业新理念。

新一年，新征程行将开启，陈大鹏寄语行业人说：“我们现在处于百年未有之大变局，也是行业百年未有之大机遇，我们完全有理由对行业充满信心，提升数字化能力，持续务实创新，拥抱新消费，我们的发展空间巨大。大企业做强做好做善，小企业做美做专做特，以创新之心，坚韧之志，我们一定能登上强国之巅。”



## 产业用 *TECHTEXTILE*

# 打造世界纺织科技发展思想高地和产业高地

访中国纺织工业联合会副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申

时光如白驹过隙，转瞬即逝，不知不觉间，我们迎来了崭新的2020年。这一年是总结“十三五”成就、规划“十四五”路线的关键之年，在这个特殊时期，总结过去展望未来具有特别的意义。中国纺织工业联合会副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申就科技创新、产业用纺织品行业发展等方面进行了总结，并展望了新一年的发展方向。

### 坚持创新驱动，推进新时代纺织科技工作高质量发展

新中国成立70年来，我国纺织科技经历了“跟跑”到“跟跑与并跑并存”，再到目前“跟跑、并跑和领跑并存”三个阶段，大量科技成果得到国家认证，构建了完整的生产体系、产业链体系和科技创新平台体系，我国纺织行业整体竞争力得到明显提升。

针对当前时代潮流，李陵申从纺织行业的角度分析了新一年及未来科技创新的着力点。一是要紧跟时代科技潮流，主动融入发展大趋势。当前，以区块链技术落地的应用场景已从金融领域向实体经济领域延伸，区块链技术有望成为第四次工业革命的基础技术之一。在纺织产业中，区块链技术可贯穿产品的整个生命周期，不仅可以增强纺织服装价值链的透明度和可追溯性，还可以提高产品的可信度以及品牌度。

其次，科技元素已成为引导消费的重要力量。在纺织服装领域，“科技+”产品近年来逐渐增多，未来，纺织行业要在“科技革命”和“消费升级”浪潮中保持先机，必须不断加强对新材料、新技术等科技元素的应用研究和产业推广。

第三，一场基于纤维材料的工业革命对纺织的再认知。当下纤维材料的内涵已大大改变，未来纺织产业将在美化生活、医疗保健、环境保护、土工、建筑、国防军工、安全防护、交通工具、新能源、食品等众多领域不断拓宽应用范围。

具体到纺织服装领域，李陵申结合当前国际科技发展形势提出，在国家中长期科技发展规划和重点产业技术发展路线图研究的基础上，我国纺织工业未来将在相当长的一段时间内，围绕纤维新材料、先进纺织制品、绿色制造和智能制造四大方向开展科技攻关。

纤维新材料方面，重点突破基础纤维、关键战略纤维与前沿纤维制备及应用技术，研究开发先进功能、高仿真、生物基等基础纤维，高性能T1000、M55碳纤维、对位芳纶等关键战略纤维，以及纳米纤维、智能纤维、生物医用等前沿纤维。

先进纺织制品方面，重点发展应急与公共安全用纺织品、土工建筑用纺织品、海洋用纺织品、环境保护用纺织品、纺织复合材料、医卫健康用纺织品、高端消费纺织品。

纺织绿色制造方面，重点研究开发绿色化学品、高效纺织化学品利用及短流程印染技术、非水介质印染加工技术、低温节能印染新技术以及循环再生纤维利用技术。

纺织智能制造方面，重点研究纺织机器人、纺织智能检测、短流程纺织工艺、智能织造、智能染整、智能缝制等关键技术及装备，推进纺纱、化纤、印染、针织、非织造布、服装、家纺等智能工厂建设，形成纺织智能制造标准体系。

### 智能制造、绿色发展是产业用纺织品转型升级重要途径

2019年，我国纺织行业稳中承压，下行压力有所加大，产业用纺织品行

业成为纺织工业高质量发展的重要增长极。李陵申介绍，2019年1—9月，我国产业用纺织品行业规模以上企业的工业增加值同比增加7.4%，高于纺织行业和工业的同期增速。分领域看，非织造布、篷和帆布、过滤、土工、医卫用纺织品等分支继续保持了较高的水准。

土工布材料行业方面，新材料新技术的突破与应用，将促进土工用纺织品的领域拓展，形成更多的革命性替代，持续大规模的基础设施建设，将成为中国土工用纺织品的增长点。预计未来中国土工用纺织品将保持7.5%左右的增长，价值提升将成为推动中国土工用纺织品产业增长的重要动力。

纺织军民两用技术方面，2019年组织举办了首届“军服文化创意设计大赛”，发布了《2019中国纺织行业军民两用技术和产品目录》和“2019年度中国纺织工业联合会纺织行业军民两用技术创新成果”，进一步促进了纺织军民两用产品的技术创新和产业链协作，促进先进纺织科技和产品服务国防军队建设。未来，纺织军民两用技术工作需从完善纺织军民两用技术发展需求生成机制、整合纺织行业军民两用技术创新资源、推进纺织军民两用科技专项、推动纺织军民两用标准、开展纺织军民两用技术及产品示范园区和示范企业建设等方面重点开展。

李陵申提出，智能制造和绿色制造是“中国制造2025”的重点工作内容，也是产业用纺织品行业新一年乃至今后很长一段时期转型升级实现高质量发展的重要途径。在生产制造环节，企业需积极推进智能制造和绿色制造，加大先进装备和软件系统在生产过程中的应用，提升企业精细化管理能力，培育新的商业模式。

### 以党建引领行业高质量发展

2019年是新中国成立70周年，我国纺织行业实现快速增长，国营、民营企业不断发展壮大，涌现出一大批优秀骨干企业。总结经验不难发现，实现健康发展的优秀企业，都非常注重党组织建设，并建有健全的党的组织机构，公司的管理层和技术层的核心人物，绝大多数是党员。

李陵申介绍，党的十九大以来，我国产业用纺织品行业以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧紧抓住立德树人根本任务，加强和改进党对行业的领导，突出思想引领，夯实党建基础，强化思政实效，为行业企业党建和思政工作注入“源头活水”。2019年7月，中国产业用纺织品行业协会组织举办了全国产业用纺织品企业党建工作座谈会，交流了以党建工作加强行业创新的发展经验，探索了新时代加强企业党建工作的有效途径和方法。值得一提的是，中国产业用纺织品行业协会还被推选为“国资委行业协会党支部标准化、规范化建设试点单位”，并作为先进单位进行了经验交流。

对于行业企业未来的党建工作，李陵申提出四点建议：一是加强党建工作，推进行业高质量发展和秩序规范；二是深入调研，交流学习，总结和推广不同所有制企业党建工作的经验；三是结合行业强国建设，以党建引领和弘扬企业家精神、劳模精神、工匠精神；四是以党建工作为抓手，推动企业的文化建设和社会责任建设。

在新的一年里，李陵申提出，我们要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入实施创新驱动发展战略，为把中国纺织工业打造成引领世界纺织科技发展的思想高地和产业高地而努力奋斗！



## 家纺

# 秉持初心，推进家纺行业高质量发展

访中国纺织工业联合会副会长、中国家用纺织品行业协会会长杨兆华

在整体承压和稳中趋缓的一路艰辛与不懈努力中，中国家纺人送走2019迎来了2020。过去的一年，似乎每个人都在说：“我太南了”。“南”归“南”，但家纺人从未停下奋进的脚步，纺织行业已经连续数年历经困境，却依然能够在拼搏、勇气与担当中砥砺前行。

面对更加不确定的2020年，家纺行业将如何把握变革与机遇，将以怎样的姿态开启新征程？对此，中国纺织工业联合会副会长、中国家用纺织品行业协会会长杨兆华作为行业人作了分析。

### 新生态 新路径 新制造 助推家纺步入高质量发展轨道

2019年，在纺织行业下行压力有所加大的复杂局面影响下，家纺行业积极克服下行压力，围绕供给侧结构性改革，引导产业从新生态、新路径、新制造方面实现新突破，助推家纺步入高质量发展轨道，家纺行业实现了总体稳中趋缓的发展态势。

2019年，1—10月，1775家规模以上家纺企业主营业务收入实现1515.18亿元，同比下降0.23%，增速略有下降；内销方面，实现营收1076.9亿元，同比增加1.09%，保持稳定缓进；出口方面，实现出口交货值438.2亿元，同比下降3.33%；利润总额同比减少1.02%，利润率为4.43%，跟上年基本持平。部分产业集群、家纺企业通过打破固有模式、建设新渠道等方式实现了创新发展，找到了新的利润增长点。

杨兆华表示，这一年，中国家纺协会积极强化服务职能，从七个方面切实推动了家纺行业的高质量发展。

一是产业研究有的放矢。2019年中国家纺协会开展了“中美贸易摩擦跟踪”、“布艺产业专题”等专题研究，实地走访产业集群15个、企业60余家，切实发掘行业发展热点与痛点，为行业健康发展把脉护航。

二是质量标准规范引领。2019年是中国家纺协会连续第三年成功组织召开质量大会，围绕“品质家纺”主基调，完成了《家用纺织品分类》等14项国标、行标的报批工作；还从消费者角度出发，完成了《成品窗帘》等6项团体标准的制定工作，填补了市场空白。

三是展会赋能产业升级。这一年，两季家纺展共振产业上下游、跨界引领新潮流。春季展整合终端市场产业链、打造家纺品牌新高地，向C端延伸；秋季展则集聚行业优势资源，从布艺展示向生活方式传达转型升级。

四是行业会议务实求实效。从“2019中国家纺大会”等全行业交流会到“品牌布艺联盟”、“床品专委会年会”等专题座谈会，都在践行务实性、发展性及针对性。

五是文化活动求新求变。中国家纺协会以设计大赛、流行趋势、主题展会为抓手，积极推进家纺文化建设，活动不断求

新求变。

六是跨界合作与对外交流深度推进。2019年中国家纺协会与天猫家居、海尔等共同探讨行业渠道提升与服务升级；与中国纺机协会、中国缝制机械协会发起成立了“家纺智能制造创新联盟”；带着家具企业、软装设计机构走进集群，跨界合作更加务实落地。对外交流方面，组织南美出访团、巴基斯坦出访团等出访团组，积极互联互通，拓展国际发展空间。

七是党建工作持续深化，协会建设精益求精。打铁先得自身硬，中国家纺协会深入开展党建工作，并通过精细化管理、提升骨干、强化培训、扩大宣传等，提升了全体职工对行业发展态势的把握及为行业服务的能力。

### 强产品 强品牌 强科技 积极应对2020年的不确定性

展望2020，重任在肩。2020年是行业“十三五”发展规划的收官之年，也是我国全面建成小康社会的决胜阶段。国际国内诸多的不稳定性不确定性依然存在，科技的除旧布新加快了产业生态的变革，不同国家、区域、企业间的竞争力在快速刷新，这就要求家纺人顺应潮流，把握好时势，做强自己。

一是强产品。当前形势下，家纺人更要回归初心，回到产品本身。“科技、时尚、绿色”是纺织业的产业新定位，家纺企业要继续发扬工匠精神，围绕“科技、时尚、绿色”理念，营造家纺产品的功能性和多样化，满足消费者的个性化需求。并在做强产品的同时，做好产品服务，从“卖产品”到“卖生活方式”，实现企业转型升级，推动行业由生产型向生产服务型转变。

二是强品牌。即多层次、全方位推进品牌战略。从企业来讲，要增强品牌意识、提高品牌粘性、增加品牌流量、提升服务体验，真正创造出一批在消费市场上拥有知名度和消费引导能力的终端品牌，以满足消费者生活方式的改变和消费升级的需求。从行业来讲，要深化推进家纺产业集群区域品牌建设，实现区域品牌、制造品牌、消费品牌体系建设，力推“中国家纺”整体品牌打造，提高“中国家纺”的国际形象。

三是强科技。实现纺织制造业强国目标，必须依靠科技提高创新能力和创新效率。我们要强化对行业自主创新的服务能力，推动新纤维、新装备、新技术、新工艺在行业内的推广和应用，不断提高劳动效率，提升自动化水平，实现节能减排，推动行业技术进步和产业升级，淘汰落后产能，发展清洁生产，推进绿色标准体系建设，促进行业实现可持续发展。

杨兆华指出，“2020年，我们将实现第一个百年奋斗目标，并为实现第二个百年奋斗目标打好基础，这既是决胜期，也是攻坚期。只要在奋斗新时代的洪流中，不惧风雨，不畏险阻，一定会迎来我们所期望的高质量增长阶段。”



柯桥探索以更加开放的姿态融入长三角一体化，进一步做深做透绿色突围、人才引进、市场进化、产城融合等文章。

## 画好“同心圆”，唱响“双城记” 柯桥争当“融杭接沪”示范区

本刊记者\_ 鄂莹颖

“加快全面融入杭州，奋力争当‘融杭接沪示范区’”，这是2019年绍兴市柯桥区委一届六次全会提出的发展目标。2019年以来，柯桥区紧紧围绕“十强区”奋斗目标，高水平建设新时期“国际纺织之都”，高质量打造融杭接沪示范区，频频上演重点项目竞相起航、百舸争流的喜人景象。



近日，杭州中环绍兴柯桥段工程开工仪式的举行备受关注。作为柯桥区“融杭接沪示范区”的重大举措，项目的快速推进展示了交通融合的柯桥速度，为绍兴深入推进融杭接沪战略、为柯桥高质量打造“绍兴大城市建设的排头兵、接轨沪杭都市圈的桥头堡”提供有力支撑。

翻开地图，地处长三角南翼的柯桥，处于杭州半小时经济圈和上海1.5小时交通圈内，是沪杭都市圈的紧密层和重要节点。为抓住长三角一体化、浙江大湾区建设、杭绍甬一体化发展等叠加机遇，柯桥首先在意识站位上“融杭接沪”。

从2017年年初提出“打造接轨杭州都市圈的桥头堡”，到2018年提出“绍兴大城市建设的排头兵、接轨沪杭都市圈的桥头堡”发展战略，几字之差，柯桥进一步放大了区域发展的站位和格局，在新一轮“融杭接沪热”中抢占先机。

在纺织领域的发展上，如何充分发挥自身优势，分享产业转移、城市功能外溢带来的新一轮增长，抢占发展制高点？如何防止沪杭都市圈带来的“虹吸效应”，流失来之不易的高端人才、资源优势？柯桥探索以更加开放的姿态融入长三角一体化，进一步做深做透绿色突围、人才引进、市场进化、产城融合等文章，画好“同心圆”，唱响“双城记”。

### 破旧立新 布局“融杭接沪”产业

深化产业改造、转型升级，柯桥的传统产业正在焕发新枝。其中，印染产业的“绿色突围”是柯桥纺织业全面提升的核心工程。

2015年底，绍兴市委七届十次全会提出“绿色高端，世界领先”产业发展战略，滨海工业区开始“绿色变革之路”；2016年，柯桥成为绍兴印染产业整治的最大“试验田”，一举关掉64家印染企业，随后，柯桥区的所有印染企业全部搬迁至滨海工业区，形成印染集聚区；2018年，在腾退土地7000亩的情况下，每米印染布的附加值提高15%以上，行业税收同比增长10%。如今，柯桥举全区之力强势推进印染产业集聚升级工程，高标准建设蓝印时尚小镇。

以浙江迎丰科技股份有限公司为例，作为绍兴市工业亩均效益“领跑者”，迎丰印染130多亩的厂区面积创造了亩均税收100万元的纪录。在董事长傅双利看来，这与企业坚持的绿色高端发展理念不可分割。“绿色”体现在企业生产的每一个环节，坯布、染化料助剂等原料是安全可靠的，“三废”污染排放要控制在最少，生产工艺要优化改进，水电气能耗要能降则降，最终产品自然是绿色环保的。而迎丰科技只是柯桥印染产业“绿色突围”中的一个案例。

重整旗鼓，柯桥继续领跑现代纺织业。为主动承接沪杭都市圈的产业流动，柯桥区牢固树立“项目为王”的理念，以城市的转型带动产业的转型，柯桥吸引了一大批好项目、大项目、优质项目纷纷签约落户。2019年，柯桥区共有9个项目列入“省市县长项目”清单，项目数量和规模均为全市第一。

其中，绍兴国际会展中心项目不仅是柯桥区融杭接沪的重要设施，也是打造新时期“国际纺织之都”的重要平台之一。项目建成后，将成为沪杭地区信息交流、消费体验和行业前沿动态的展示平台，将有效带动客流、物流、资金流和信息流的全面聚集，为柯桥区的发展注入新的活力。2019中国绍兴柯桥国际纺织品博览会（秋季）作为绍兴国际会展中心的“处女秀”，以全新的气象，不忘初心再启航，为纺织行业上下游树立起“科技、时尚、绿色”新标杆。

### 人才引进 提升“融杭接沪”内涵

融杭接沪的核心是人才的流向。为充分发挥人才在项目引进、动能转换中的关键作用，对标杭州未来科技城，打造人才生态最优区，柯桥制定了高含金量的人才新政二十条和“金十条”，首创浙江省高端人才一卡通，打好项目引才、赛事引才、平台引才等组合拳，让人才能够引得进、留得住、用得好。

柯桥区坚持“科技强区、人才强区”战略，通过优化平台、金融服务、政策扶持等多项创新举措，让众多海内外人才走进柯桥、爱上柯桥、融入柯桥。

在这个过程中，园区平台、高校平台等载体的作用日益显现。2016年，绍兴金柯桥科技城（浙江“千人计划”绍兴产业园）正式挂牌成立。除此之外，柯桥区科技园、中国轻纺城创意园、F5创意园等一批科技创新平台纷纷建成投入使用，加快建设CBD创新中心、凤凰创新园等，帮助柯桥不断吸纳高层次人才。

以“赛”引才是柯桥区人才工作的一项创新举措，海外高层次人才创新创业大赛自2016年举办以来，共有40个项目从大赛中脱颖而出，其中25个项目落户绍兴金柯桥科技城（浙江“千人计划”绍兴产业园）创业投产。同时，柯桥区还举办了国家机器人发展论坛暨RoboCup机器人世界杯中国赛、全球物联网高峰论坛、南非及意大利项目路演等系列活动，向全国乃至全球传递柯桥求贤若渴的满满诚意。

如今，以“一轴双城、东创西城、北居南研”为空间布局的钱杨新城已经跃然纸上。柯桥区将进一步启动钱杨核心区建设，设立临杭创新园，规划中欧产业园，主动承接杭州产业、空港经济等外溢项目，培育发展融杭经济、临空经济……杭绍两地产业合作的项目载体正在迅速扩容，产业资源的跨区域流动也更为频繁。

### 产城融合 共赢“融杭接沪”未来

协同发展是长三角一体化的目标所在。柯桥把共享沪杭都市生活圈作为“融杭接沪”发展的出发点和落脚点，对标沪杭国际大都市城市功能布局、公共服务供给、城市形象品质，全面提升柯桥城市的首位度、开放度和满意度。

2019年12月，“2019上海·绍兴周”在上海落下帷幕。“上海·绍兴周”是2019年“绍兴周”系列收官之战，至此，“绍兴周”已走过杭州、宁波、深圳、北京、上海五城，为“长三角一体化”发展贡献绍兴力量。“丝路柯桥·布满全球”跟随“绍兴周”的步伐，走进杭州、宁波、深圳，通过产品发布、时尚走秀、精准对接等活动形式，全面彰显中国轻纺城“开放、时尚、智慧、高端”的崭新风貌。

对内，柯桥一直“以刀刃向内的自我革命精神”推动市场发展走在前列，不断优化硬件和软件配套，致力打造国际化、法制化、便利化的营商环境。深入推进“最多跑一次”改革；创优创强“三服务”工作，深入实施“中国轻纺城经营户素质提升工程”；推进纺织品花样版权保护，线上“瓦栏网”，线下中国轻纺城知识产权巡回审判庭；制定实施全国首个绿色印染团体标准——《绿色印染要求通则》，帮助企业积极应对中美贸易摩擦……

坐拥长江水，面向太平洋。中国东部的长三角区域，一个世界级的城市群冉冉升起。而一叶乌篷载着古城柯桥，青石板上烙印的足迹见证一代商人千里跋涉的艰辛，摇进了“长三角一体化”发展的新时代，奏响柯桥与沪杭协同发展的新乐章。TA



中国轻纺城集团  
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP

股票代码：600790



打造新时期  
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台，您将获取更多资讯。



柯桥企业紧跟趋势，在羽绒服面料研发、品牌创意等方面发力。

## 创意面料 + 诚意设计，能否实现“羽绒服自由”？

本刊记者\_张颖 文/摄

眼下，中国大部分地区已经进入寒冬模式，大街上，出镜率最高的应该就是羽绒服了。然而近年来，不少人士在采购冬衣过程中发现，以往价格亲民的羽绒服悄然变成了“奢侈品”。以某国产品牌为例，新近发布的七款登峰系列产品，价格从5800元至11800元不等。对此，广大消费者直呼“买不起”。

羽绒服价格上涨，一方面源于国外羽绒品牌的进入，一定程度上抬升了消费者心理价位，另一方面源于消费升级带来的品牌化、高端化需求。为重新定义市场格局，企业纷纷在产品研发、品牌创意等方面发力。纵观柯桥“产业+市场”的独特优势，融合国际流行趋势与精湛科技工艺的羽绒服创意面料，追求匠心工艺与时尚设计的独立品牌，正不断交融崛起，碰撞出更具个性、更具时尚表现力的服饰，为年轻一代实现从物质价值到精神层面的“羽绒服自由”提供更多可能。

### 科技加持 绽放原产原创魅力

个性时代，一身小众新潮的羽绒服，让你成为寒冷冬日的焦点，除了精良的设计、工艺，面料亦承载着重要的“灵魂”作用。如今的纺城，富含创意与新意的高颜值、高内涵面料层出不穷，游走于科技与时尚之间的羽绒服面料尤能彰显柯桥原产原创的新魅力。

以“黑科技”为标签的绍兴羽鸣纺织科技有限公司，是一家专注羽绒服后工艺面料研发、生产、销售的创新型企业。“产品的科技元素更多体现在对新材料的运用。”羽鸣纺织销售经理金常燎认为，如今千篇一律的产品已吸引不了客户，设计师、品牌商在选择面料时往往更注重让人眼前一亮的元素，因此公司凭借多年在羽绒服面料工艺、后加工领域积累的经验，加大研发设计力量，以带有科技未来感的时尚创意引领市场。

在羽鸣纺织百余平米的时尚展厅，各类反光面料、透明面料、温变面料不断刷新着人们对羽绒服面料的认知。金常燎向记者介绍了一款公司最新研发的镜面效果面料，“一般此类产品很难平衡镜面效果与手感、色牢度、摩擦力之间的关系，而公司研发人员经过近3个月的反复调试，令面料呈现出时尚新潮的同时兼具抗冻耐裂、防钻绒、防水透气等功能。”

凭着持续不断的研发创新，羽鸣纺织每2—3天推出一款新品，内贸外销同步发展，并与多个独立品牌工作室深入合作。“公司完备的生产工艺体系有效保障了与国际接轨的高效率生产加工能力和产品品质。”金常燎表示，羽鸣纺织在30余年的市场竞争中建立了纺织厂、面料染整基地，目前拥有250台高速织机，30台先进染缸，6条后工艺生产线，日产量6万米，能达到出货快、交期短的个性化定制和小单快反要求。

### 时尚加持 延展品牌设计价值

当设计与市场结合，当产业与城市交融，柯桥的时尚创新之路越走越宽广。近年来，依托日益浓厚的时尚氛围和产业集地优势，越来越多的服装新锐设计师选择在柯桥“深耕厚植”，YING CHANG服装品牌主理人王瀛畅便是其中之一。

作为一位专注羽绒产品开发的设计师，王瀛畅曾任浙江百思寒羽绒服股份有限公司服装设计总监，推动了百思寒羽绒服品牌在电商领域的快速扩张。为探索更为广阔的创作空间，呈现更具个人风格的设计，她选择留在柯桥创立自己的服装品牌YING CHANG，同时成立绍兴璇溢服装有限公司。“柯桥面料原产地的优势让设计师能接触到最新的一手面料，这对激发服装设计的创作灵感大有裨益。”

YING CHANG的羽绒服大气、自由、洒脱、舒适，代表了设计师鲜明的个性特色和所要传达的价值理念。王瀛畅主张以发自内心的真诚设计带给消费者最真实的品质体验。她会追溯纱线的源头，她会亲自参与面料的开发，她会为版型不断修改数次。“羽绒服的设计不仅仅局限于款式，还包含色彩的搭配，细节的处理，更有对羽绒填充物蓬松度、清洁度、环保性等多方面的把控。”关注健康与可持续时尚的王瀛畅始终将绿色、有机、可循环的元素贯穿于服装设计。

除了羽绒服方面的定向研发和自主开发，YING CHANG品牌还延伸至西装、呢大衣、打底衫、打底裤等系列。该品牌运营以来在业内已形成了一定知名度，来自美国、法国等服装品牌、时尚博主的高端定制订单络绎不绝。“品牌明年的设计将加入亲子元素，开发一系列亲子羽绒服，带给消费者全新的体验和惊喜。”来自海南的王瀛畅表示，在柯桥这座时尚包容的城市发展自己的设计事业，占尽了天时地利人和，愿用自己的诚意作品为时尚柯桥增彩。TA



### 聚焦

## 轻纺城集团物流大厦投用柯桥首个 ETC 停车场

为提高ETC智能停车场覆盖率，浙江中国轻纺城集团股份有限公司倾力打造更便捷高效的停车体验，近日，物流大厦开放使用柯桥首个ETC停车场，率先实现不停车无感支付快速通行，车辆平均通行时间由原来的人工收费15秒缩短至3秒，停车服务与无感支付系统进一步融合。

记者在现场看到，在停车场进出口，竖着一个长条的盒子，上面写着“ETC”字样。装有ETC的车辆可快速离场，十分方便。后台数据显示，物流大厦停车场共设208个停车位，日均车流量600余辆。2019年12月27日试运营当天，物流大厦车流量共610次，其中扫描通过63辆装有ETC的车辆，共计收取ETC付费410元。

据现场工作人员介绍，为打通停车系统与ETC之间的技术壁垒，技术人员反复测试联调，进行业务逻辑优化。智慧市场的建设离不开智慧的物流生态圈，后期还将进一步完善调整。

目前，轻纺城集团下属各大市场停车场均支持多渠道线上支付，如支付宝、微信、银行卡等，经营户可自主选择，随意切换。从点到面，以市场智慧化管理，优化营商环境，推动“平安市场”、“诚信市场”建设。(邹莹颖 文/摄)



柯桥首个ETC停车场率先实现不停车无感支付快速通行。



恒鸣项目效果图。

## 柯桥重大项目建设稳步前行

近日，浙江永盛科技有限公司年产25万吨功能性聚酯薄膜扩建项目正在如火如荼地推进。其中一期第一条光学膜生产线主线设备部分正在进行安装，预计今年4月可出产品。该项目是破立并举、分类处理“僵尸企业”，盘活破产企业“沉睡”资产，实现资源再利用、价值再挖掘、活力再激发、增长点再培育的成功典型，也是柯桥传统制造业转型升级的重大成果之一。

近年来，柯桥区紧紧围绕“十强区”奋斗目标，牢固树立“项目为王”的理念，努力争当“融杭接沪示范区”，高水平建设新时期“国际纺织之都”，以城市的转型带动产业的转型，吸引了一大批好项目、大项目、优质项目纷纷签约落户。数据显示，2019年，柯桥区共实施现代产业重点项目150个，总投资1528亿元，其中新开工亿元以上现代产业项目48个，总投资519亿元，并有9个项目列入“市长项目”工程，占绍兴市的25.7%，项目数位列全市第一。

其中，绍兴恒鸣“年产140万吨功能性纤维智能生产线”项目是柯桥融杭接沪发展和产业升级的典型代表，也是2019年以来柯桥区第五个开工建设的市县重大项目。据悉，绍兴恒鸣“年产140万吨功能性纤维智能生产线”项目总投资60.5亿元，用地688.12亩，预计于今年9月投产，采用先进的智能制造和绿色制造技术，年产140万吨功能性纤维。投产后，预计可实现年销售收入168亿元，税收超10亿元。项目建成后，将为柯桥区构建产业链全、集聚度高、竞争力强的现代纺织生态发挥龙头带动作用。(邹莹颖)

## 无水印染技术在柯桥有新发展

近日，浙江工业大学之江学院特聘教授莫崧鹰研发了一台超临界二氧化碳小型实验装置，可进行无水印染实验。该装置既适合实际生产中的打样对照，也适合进一步研究的使用。

从可持续发展角度出发，传统印染业的改革势在必行。据介绍，无水印染过程与传统印染方法基本一样，不同的是用超临界二氧化碳流体代替水溶剂来溶解染料。印染结束后，无需处理废水，只需降低压力，二氧化碳就会变成原本的气体状态，可被回收用于下一次印染，剩下的染料也可回收，重复利用。整个过程大大节约用水，环保无污染。

同时，在超临界状态下，二氧化碳具有类似液体的高密度和接近气体的低粘度性质，并且具有无毒无害、无腐蚀性、原料易得、价格便宜、处理方便等特质，是一种很好的环保溶剂。作为一种环保型溶剂，超临界二氧化碳在萃取、染色、沉淀、反胶团、化学反应等方面都可以应用。

如今的柯桥，印染产业高新化、智能化、绿色化高质量发展的“号角”已经响起，越来越多印染企业主动自我更新，印染产业的升级道路越发清晰，无水印染就是其中的方向之一。在这个过程中，配套的小型试验装置必不可少，但设备涉及到超高压装置，如高压管道、高压泵、高压罐、高压阀门，成本较高。为解决这一问题，之江学院纺织环保工艺研发中心提供超临界二氧化碳的无水印染功能性、物料萃取合成、清洗、教学等一站式服务，为柯桥印染产业发展打开新天地。(邹莹颖)



无水印染是柯桥印染产业转型升级的方向之一。

纺织服装周刊



会议探讨了碳纤维产业未来发展方向。



与会领导为获奖代表颁奖。

# 凝聚创新力量，推进碳纤维发展

## 第二届中国“吉林化纤杯”碳纤维复合材料设计与应用创新创业大赛落幕

本刊记者\_陶红 文/摄

为深化国内大学生和科研人员对碳纤维复合材料的理解，增强创新意识，提高碳纤维及复合材料设计研发水平，加快国产碳纤维规模化应用，推动我国碳纤维产业发展，中国化学纤维工业协会联合吉林化纤集团有限责任公司于2019年12月20日在吉林举办了第二届中国“吉林化纤杯”碳纤维复合材料设计与应用创新创业大赛决赛、2019年大丝束碳纤维复合材料设计与应用创新发展论坛。

中国化学纤维工业协会副会长陈新伟，吉林市政府副秘书长李铁，吉林市科学技术局局长王德林、副局长宋家升，吉林市工信局副局长田继春，吉林化纤集团奇峰公司党委书记、总经理杨雪峰，北京化工大学教授徐桦华等领导嘉宾，以及吉林市科技局、工信局、经开区的有关领导，国内碳纤维生产及应用企业、高等院校、科研院所的有关人员，25支决赛团队代表共同参加了此次活动。

### 荣耀时刻，“吉林化纤杯”决赛颁奖

决赛现场，25支参赛团队通过现场演讲与答辩进行设计作品演示，大赛评审专家委员会进行现场评审和问询。决赛结束后，大赛组委会根据参赛作品的成绩水平、完成质量、答辩情况、专家评分情况进行了综合评议。

当日下午，2019年大丝束碳纤维复合材料设计与应用创新发展论坛举办。论坛上，中国化学纤维工业协会副秘书长吕佳滨宣读了获奖名单。吉林大学工业技术研究院的项目“碳纤维复合材料—铝合金组装式车轮关键技术研发与应用”、吉林国兴复合材料有限公司的项目“特种作业用耐高温 PAN 基预氧丝防火手套”荣获一等奖，奖金 20000 元。此外，本次大赛还评选出二等奖 6 名，奖金 10000 元；三等奖 11 名，奖金 5000 元；优秀奖 6 名，奖金 3000 元。

### 高端视角，前瞻行业发展动向

陈新伟在采访中表示，此次大赛的开展对提高国内碳纤维及复合材料设计研发水平，加快国产碳纤维规模化应用，推动我国碳纤维产业发展具有重要意义。

一是拓展了碳纤维设计思路、激发了创造力；二是培养选拔出一批优秀的设计人才；三是大赛作品对碳纤维应用创新具有示范性作用，大赛提出的竞赛主题、评选要求和评选标准等，可以挖掘出好的碳纤维设计创意并转换成可以量产应用的方案，对将来规模化应用国产碳纤维有着重要的意义。

宋家升在采访中表示，此次大赛是中国化学纤维工业协会和吉林化纤集团有限公司共同举办的第二次大赛，经过一年的总结和设计，本次大赛的征集方向有所拓展，项目征集从单一的高校扩充到科研单位、相关企业。从项目初审来看，参赛项目质量有所提高，个别项目与生产实际、市场应用结合程度非常高，尤其是进入决赛的 25 个项目，专家均给出了高度评价，这一定程度上也证明了项目团队确实花费了大量时间和精力进行研究和探讨，达到了大赛在碳纤维复合材料加工探索的目的，起到了引导和支持碳纤维研发、生产单位的研究和应用的作用。

杨雪峰在发言中表示，此次大赛旨在促进在校大学生、科研人员、技术人员对于碳纤维复合材料的理解认识，激发其创新意识，提高研究和动手能力，进一步推进我国碳纤维及复合材料产业发展。大赛的举办是碳纤维产业从创意到真正产业化的创新，是产业发展一个很好的方式。吉林化纤将认真跟踪获奖项目，联合下游企业尽快将成果进行落地转化，希望参赛团队能到吉林化纤参观，进一步了解碳纤维的性能，助力企业在做原丝、碳丝的过程中持续提升产品性能，达到下游应用创新和上游产品创新的完美结合。

### 专家报告，解析产业发展局势

在论坛的专家报告环节，北京化工大学教授徐桦华、苏州华特碳纤维有限公司总经理熊飞、江苏澳盛复合材料科技有限公司技术总监严兵、北航高性能碳纤维检测评价中心教授孙志杰、吉林碳谷碳纤维股份有限公司经理张海鸥 5 位行业专家带来了专题报告。

徐桦华作了题为“‘十四五’碳纤维技术发展展望”的报告，总结了国产碳纤维发展现状、存在问题、未

来发展重点方向。他强调，国产碳纤维“十四五”期间要重点考虑三方面：一是对标式发展，实现进口替代；二是加强创新研发，满足应用需求；三是提升纤维中间制品的设计制造能力和水平，培育发展高端复合材料应用市场。

熊飞作了题为“碳纤维在汽车上的应用和未来”的报告，分析了碳纤维在汽车应用的现状，特别指出目前设计与制造脱节是制约碳纤维材料在汽车领域应用的重要原因，详细介绍了碳纤维复合材料在汽车上的应用实践，探讨了如何驱动碳纤维复合材料在汽车领域的应用。

严兵作了题为“碳纤维及复合材料爆发前夜的思考”的报告，介绍了碳纤维优异性能，分析了碳纤维及复合材料在风电、汽车、建筑增强、体育器材、航天航空、轨道交通等领域的应用潜力，探讨了如何破解碳纤维发展之“局”，提出发展碳纤维产业一定要注重研发创新能力、人才队伍建设和产业链培育等。

孙志杰在题为“高性能碳纤维检测评价中心与国产纤维情况进展”的报告中表示，目前碳纤维的力学性能已基本达到国外同类产品的性能级别，但应用仍存在一定问题。他建议，一是针对航空和核能要求，严格控制碳纤维性能的批次内稳定性、批次间稳定性和长程稳定性；二是对于超强碳纤维的研发，应以复合材料使用性能和装备应用的结构效率为牵引，提高复合材料的综合性能；三是科学改进碳纤维的应用工艺性和耐环境性能，有效提高碳纤维向复合材料的性能转化率。

张海鸥作了题为“PAN 基大丝束原丝及碳纤维产业化技术与应用”的报告，分析了全球及国内碳纤维需求趋势，介绍了碳谷碳纤维公司概况、大丝束原丝及碳纤维技术、取得的创新成果。他指出，湿法纺丝是实现大丝束碳纤维高品质的有效途径之一，优化湿法纺丝技术关键在于：一是选择好二单、三单，解决氧化、碳化速度快慢的问题；二是重点提高聚合物、纺丝液洁净度；三是减少原丝缺陷，克服无机/有机杂质对碳化影响。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2019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1473项、优秀教师和学生4028名、优秀教学成果奖1555项、针织内衣创新贡献奖111项、应用基础研究55项、科技成果推广292项、全国纺织行业技术能手259名、技能人才培养突出贡献奖16人及28家获奖单位。

自1997年至今，科技教育公益活动支出9000余万元，对促进纺织科技教育事业起到了积极的推动作用。

宗旨 科技进步 人才成长 产业升级



纺织之光科技推广  
云平台微信



纺织之光科技推广  
云平台网站

纺织服装周刊



中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟  
FabricsChina  
Trend Forecast & Promotion  
Alliance

# 于趋势问格局,于潮流谋发展, FCTA 2019 雕铸时尚

任萌萌 / 文

文化软实力有多重要? 2019 年临近年底, 意大利奢侈品行业协会 (Altgamma Foundation) 宣布将成立中国俱乐部拓展中国市场, 同时美国时尚集团 Gap 却计划将 Old Navy 品牌移出中国区, 而阿里巴巴则已悄然将更多全球品牌容纳在天猫奢侈品平台 Luxury Pavilion。或聚焦中国或败走市场, 还有筑巢引凤式的“广纳百川”, 看似时尚产业波诡云谲, 然则背后的时尚文化正如推手一般, 与经济、政治等多种因素共同影响各品牌发展布局——消费群体认可怎样的创意、支持哪家的设计、信任如何的承诺、追捧哪些样式潮流等, 在物质生活日益丰沛的今天, 正逐步成为品牌竞争的关键。中

国纺织产业正迎来于潮流谋发展的新时代。

分析流行变迁, 把握潮流动向, 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”) 已经聚焦“流行趋势”超 3 年时间, 以专业研究体系和成果指导纺织品开发与推广, 不断探索更优发展路径。2019 年国内外时尚风云变幻, 趋势联盟从利益共赢、荣誉共享和格局共推三大层面不断进阶, 全面践行中国纺织产业“科技、时尚、绿色”的发展之路, 问道更强国际时尚话语权。如何于潮流谋发展? 趋势联盟正在不断优化答案。



好面料成为趋势联盟工作进一步彰显圈层价值的重要标志。

## 以产品立品牌, 在核心优势中浇筑一道时尚保障

时尚向来各花入各眼, 在产品纷繁的纺织服装领域, 一袭好料子的价值不亚于一套好设计。2019 年作为中国纺织产业高品质发展的重要一年, 以产品立品牌势在必行, 好面料成为趋势联盟工作进一步彰显圈层价值的重要标志。

从内涵到外延, 中国纺织面料流行趋势研究与发布体系推动趋势联盟将专业研究成果全面融入产品开发与推广, 深度滋养中国流行面料的时尚内涵, 在高品质基础上增加时尚内涵, 全力提升中国纺织产品的品牌价值。

**开发新品, 不惜雕琢之功。**在确定产品开发方向的环节, 趋势联盟各成员企业都可以获得纺织面料流行趋势专业研究团队的指导, 通过时尚万里行企业走访、流行趋势提案会等系列活动, 针对企业特色、产品优势进行沟通互动, 分享流行趋势最新研究成果, 溯源时尚变迁原由, 前瞻未来潮流, 指导产品开发。同时, 从潮流审美、市场竞争和效益把控等多个关键维度给予要点指导, 让产品开发有迹可循、效果可控, 还优选行业研究专家、知名设计师、服装品牌代表等智囊资源为趋势联盟企业的产品开发提供建议与反馈, 助力企业在开发阶段即把握市场动态, 以灵活调控生产规划。2019 年, 趋势联盟所有成员企业的产品开发都在不断沟通互动中进行, 实现了在时间维度的进一步提前, 为纺织产业链各环节企业的产品开发提供更多便利, 也让纺织面料产品在推向市场之前经历更多“磨砺”与优化。

**推广品牌, 锻造丰碑价值。**商场变迁已不是简单的“熙熙攘攘, 利来

利往”, 新时代消费模式不断革新, 纺织面料的推广之路也在进阶。趋势联盟可借力中国流行面料各项专业赛事进行推广, 中国纺织面料流行趋势发布体系正在为趋势联盟企业产品与品牌营造更广阔的推广空间和可能。从产品开发阶段的亮点呈现, 到春夏、秋冬展会季的系列宣传, 整体营造品牌传播的专业氛围: 其一, 在国际舞台炫动中国面料魅力, 如在法国巴黎的 TEXworld 纺织面料展上, 中国纺织面料流行趋势发布静态展让包括联盟面料在内的中国流行面料专业呈现, 享誉世界; 其二, 在国内市场造就全球时尚机遇, 越来越多的中国展会平台能联动世界, 中国国际辅料展为中国纺织面料流行趋势发布特设展区传递时尚、科技、可持续以及高品质等多视角的中国流行面料精品, 趋势联盟作为趋势发布的战略合作方, 能够借力展现的不止产品和品牌, 还有机遇和潜能。同时, 还有在浙江柯桥、福建石狮、广东虎门等多个纺织产业集群地的趋势发布, 全年春夏、秋冬两季的展示频次和体量, 让趋势联盟以流行趋势为引领享有了越来越多持续稳定而专业有效的曝光度; 其三, 多手段并举激发更大影响力, 静态展、动态秀和专项论坛多种线下活动先后推出, 同时段时尚、新闻等传统媒体和新媒体同步报道, 图文、音画结合内容设立各主题宣传, 打造全方位传播语境, 激活自传播能力, 强化趋势联盟各企业特色推广, 成就面向全球范围的优质品牌形象。

在各花入各眼的纺织服装时尚圈, 趋势联盟正在流行趋势的滋养下打造时尚保障, 护航更长远的发展目标。

## 多品类融合多优势, 商脉、人脉、资源脉共聚一个圈层

趋势联盟 (Fabrics China Trend Forecast & Promotion Alliance, 缩写为 FCTA) 成立于 2016 年, 是由中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心发起, 联合纺织服装领域权威专家及国家纺织产品开发基地企业组建的纺织面料趋势研究、产品开发、品牌推广协作体系, 旨在培养和提升联盟企业以流行趋势为导向的产品企划能力, 建立最具影响力的专业推广平台, 树立联盟企业的行业时尚引领地位, 引导和推动全行业时尚创意水平提升, 实现将中国由“世界加工厂”变为“时尚策源地”的愿景。

至 2019 年, 趋势联盟已有成员企业 26 家, 涵盖纱线、面料、家纺三大维度的不同细分品类产品, 每家企业优势各异, 多层面展现当前中国流行面料的发展水准。

趋势联盟从纵、横两个层面邀约纺织服装产业链的优秀企业共聚, 在供需层面, 有新材料、差别化、毛衫三个方向的优秀纱线企业为面料生产企业提供材料支持, 同时纱线和面料生产又能参考对接消费端的家纺品牌。二十多个不同品类的纺织面料企业可以碰撞怎样的创意? 跨界共赢在趋势联盟圈

层有棉、麻、丝、毛和化纤等广阔的空间施展; 应对市场需求, 在流行趋势专业体系引领下, 趋势联盟有指向男装、女装、运动休闲不同市场的企业矩阵, 能从毛纺、化纤、针织、纬编等不同维度互为助力。如此一来, 优势互补不仅成为趋势联盟的一大特色, 也在成员企业的互动互补过程中, 加速来自决策层、科研层、生产管理层的优秀人才的再锻炼, 让不同优势的人脉、商脉、资源脉获得激发与延展, 形成孕育商机的肥沃土壤。

分类	趋势研究中心名称	企业名称
纱线	国家纺织新材料纱线流行趋势研究中心	山东联润新材料科技有限公司
	国家差别化功能性色纺纱流行趋势研究中心	德州华源生态科技有限公司
	国家毛衫纱线流行趋势研究与发布中心	威海市联桥国际合作集团有限公司
	国家原液着色差别化纱线流行趋势研究中心	上海纺织 (集团) 大丰纺织有限公司
	国家丝绸面料流行趋势研究中心	达利丝绸 (浙江) 有限公司
面料	国家毛纺产品流行趋势研究中心	江苏阳光集团
	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
	国家女装精毛纺面料流行趋势研究中心	江苏丹毛纺织股份有限公司
	国家毛针织面料流行趋势研究中心	浙江三德纺织服饰有限公司
	国家色织面料流行趋势研究中心	鲁泰纺织股份有限公司
	国家免烫印染面料流行趋势研究中心	鲁丰织染有限公司
	国家数码印花面料流行趋势研究中心	浙江红绿蓝纺织印染有限公司
	国家锦纶面料流行趋势研究中心	吴江福华织造有限公司
	国家女装化纤面料流行趋势研究中心	浙江宇华控股集团有限公司
	国家休闲针织面料流行趋势研究中心	广东健业纺织集团有限公司
	国家纬编针织面料流行趋势研究中心	浙江嘉名染整有限公司
	国家功能性针织面料流行趋势研究中心	无锡恒诺纺织科技有限公司
	国家针织防寒服面料流行趋势研究中心	苏州橄榄枝纺织品有限公司
	国家针织牛仔流行趋势研究中心	江阴市恒亮纺织有限公司
	国家差别化功能性针织面料流行趋势研究中心	广东兆天纺织科技有限公司
	国家人造草流行趋势研究中心	宁波纬一长毛绒有限公司
家纺	国家时装针织面料流行趋势研究中心	浙江彩虹庄印染有限公司
	国家化纤时装面料流行趋势研究中心	绍兴永盛工贸有限公司
	国家再生纤维素纤维女装面料流行趋势研究中心	浙江松井纺织有限公司
	国家大麻纺织面料流行趋势研究中心	浙江吉麻良丝新材料股份有限公司
	国家家纺 (床上用品) 流行趋势研究中心	宁波博洋家纺集团有限公司



趋势联盟邀约纺织服装优势企业共探未来发展方向。



## 博弈? 共赢? 格局? 期待更好的命题与答案

2019 年, 趋势联盟企业都获得了不俗的成绩, 与市场博弈、同潮流沉浮, 格局大势已经形成——中国正在由“世界加工厂”变为“时尚策源地”。

趋势联盟步履坚定, 正凝聚越来越多的优势力量共同唱响中国时尚话语权。回顾 2019 年的趋势联盟工作, 产品研发与推广深度结合中国纺织面料流行趋势研究与发布, 从内容维度和时间维度同步推进, 广泛融通科技智慧和多方资源, 也在流行趋势指导下不断优化内在逻辑与架构, 正在形成更为专业、时尚且有市场效力的系列化工作体系。这是一场卓越者的同行, 彼此滋养, 共同进步。

趋势引领, 雕铸时尚。趋势联盟 2019 年全力传递了丰富的产品信息和品牌内容, 潮流沉浮却无惧挑战, 期待 2020 年更好的发展命题, 合力探索更优发展答案。2019 再见, 2020 精彩继续! **FCTA**



纺织服装周刊

# 中国纺机业：波澜不惊稳步前行

## 访中国纺织机械协会会长顾平

本刊记者\_袁春妹



顾平

“依托中国这片纺织产业发展的沃土，中国纺机企业的务实创新能力正越来越强。”

2019年，对于中国纺机行业乃至整个纺织行业而言都可谓感触丰富的一年，从风云变幻的宏观形势，到跌宕起伏的市场环境，再到深度推进的产业调整，行业企业都面临了极大的运行压力和市场挑战。但中国纺机企业砥砺前行、理性应对，保持了行业总体平稳向好的发展状态。

### 智造树立标杆

2019年是中国纺织工业“十三五”规划收官的关键年，行业全力推进动能转换，用科技创新引领产业发展，深入推进转型升级和结构调整，产业高质量发展呈现出了新的面貌和特征。智能制造作为近几年行业发展的主旋律，棉纺、化纤、印染等七大智能化生产示范线建设均取得了可喜的成绩。

就棉纺行业而言，从江苏大生的数字化车间到武汉裕大华的智造项目，大家见证了中国纺织业的智能制造发展进程和成效，万锭用工降至十人，成为行业智造的新坐标。在推动行业智造发展的过程中，国产装备技术功不可没，展示出了中国纺机业不断提升的创新能力。当前，纺机企业不仅关注单机智能化的提升，还包括可服务纺企生产工序连续化以及车间智能化的技术创新，这些都将成为行业智造发展和优势塑造的重要支撑。

为了提升行业智造能力和水平，纺机协会依托中国智能制造系统解决方案供应商联盟纺织行业分盟、全国纺织机械与附件标准化技术委员会，融合行业内外智造技术资源，加强智能制造标准体系建设，推动行业智造持续发展。

### 需求启迪创新

从需求中寻找创新方向已经成为中国纺机行业企业的重要共识和运营思路。从2019年纺机市场表现可以看到无论智能化车间（工厂）建设，还是单机自动化和局部连续化、自动化、智能化的存量改造，都与纺织行业高效、高质量发展契合，并倒逼纺机企业加快产品研发，扩大产业链合作，不断创新产品。

2019年，纺机新产品项目鉴定超过20个，这些项目大都在智能化、自动化、高速、多功能、节能环保等方面凸显优势，锁定终端客户需求。值得关注的是，在这些鉴定项目中，有不少项目是纺机企业与纺织企业、院校多年合作联合推出的，反映出了当前产需同频越发紧密的合作关系。

作为纺机协会的一项重要工作目标，多年来，协会一直在多渠道推动纺机行业与上下游企业合作交流。2019年，协会通过各种活动大力推进同下游企业的沟通和对话，不仅为纺机企业寻找到了技术创新的方向，同样也让用户企业找到了精准服务客户的路径。目前，在很多单一产品生产企业中，有些设备

类型可多达数十个，“定制化”产品已经成为纺机企业的常态化服务。依托中国这片纺织产业发展的沃土，中国纺机企业的务实创新能力正越来越强。

### 市场导向发展

为了推动中国纺机业“两个市场”的高效拓展，协会一方面立足国内市场，通过各种会议、活动加大行业同下游各个行业和企业间的交流，将纺机新产品、技术以更快的速度向下游传递。多年来，国产装备的国内市场占有率不断提升，如今已超过80%的市场份额。作为展示中国装备技术创新成果的重要平台，每两年举办一届的中国纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会极大地发挥了其交流、推广平台的作用，不仅让中国纺机企业能够更加直观地了解新的装备技术的情况，数以万计的海外观众到访也让中国纺机企业不出“家门”便开拓了国际市场。

另一方面，除了国内主场的努力之外，纺机协会也在积极推动中国纺机企业走出去，广泛捕捉国际市场动向，扩大整合中国纺机重要出口市场的资源。2019年协会组织国内企业赴印尼、孟加拉、泰国、缅甸、印度等多个国家参展，推广中国纺机产品技术和品牌。备受业界关注的欧洲ITMA2019展会，中国展商数量超270家，创历史新高。同期，协会组织了140多人的考察团在欧洲多地与国外同行进行专业技术、经验交流，力促中国纺机企业的国际化能力提升。据统计，2019年前三季度，中国纺机行业进出口总额约54.33亿美元，其中出口28.42亿美元，同比增长2.20%，进口25.91亿美元，同比减少5.87%。数据背后是实力递增的中国纺机业。

### 平台建设优先

当前，纺织业正处于极其复杂的发展形势之中；未来，低迷的市场环境、激烈的全球化竞争仍将继续，中国纺机业如何更好地扛起支撑纺织业发展的责任，如何实现持续发展，是每个企业都必须面对并参与的。

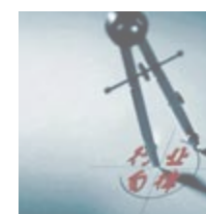
作为中国纺机行业的服务者，中国纺织机械协会自1990年成立以来就始终以服务行业和企业为己任。三十年来，从信息数据统计到行业运行评估，从引导科技创新到推动市场拓展，协会一直在围绕行业发展的切实需要进行工作布局。2019年协会迎来了第八届理事会，换届后的团队呈现出了年轻化、专业化的特点。这个团队将在未来的工作中更好地进行资源整合，持续提升协会服务力，在推动行业科技创新、市场拓展、影响力提升等方面搭建更多平台，让中国纺机业更好地融入中国经济的中高速发展状态之中，锁定高质量发展，夯实基础、壮大实力，竭力推进纺机强国建设。TA



中国纺织机械协会自成立以来就始终以服务行业和企业为己任。



用持续的创新推动圆纬机行业健康有序发展正逐渐成为行业主流。



## 守自律底线 谋持续发展

本刊记者\_墨影

为了更好地规范市场环境，从2016年开始，中国纺织机械协会织造机械分会、圆纬机行业分会、印染机械分会等陆续发出《行业自律倡议书》、《行业自律公约》，希望藉此净化行业生态、规范竞争秩序，如今已略见成效。这一纸公约正逐渐成为企业健康发展的“默契”，但行业自律发展仍任重道远。

持续多年白热化竞争的圆纬机行业，有序健康发展仍在路上。自2019年第二季度开始，圆纬机行业销量严重疲软。严峻的经济运行态势一直延续到现在，市场急剧停摆、库存积压、融资渠道停滞，大部分企业总体运行情况持续恶化，普遍面临着销量下降、资金紧张、应收账款居高不下的状况，形成当下圆纬机行业共同面对的艰难困局。

### 低价之下无赢家，行业如何才能突出重围？

据了解，2019年圆纬机行业低价竞争、各类销售策略打包倾销、低至20%甚至零首付等促销乱象屡见不鲜，泉州晋江、漳州、厦门等区域的一些企业恶性竞争现象尤其突出。有业内人士指出，低首付甚至零首付这种促销手段表面上看有利于购机者，实则是将不可见的风险转嫁于用户企业。这会使得盲目投机、信用等级低的企业进入针织纬编行业，无形中增加了购机合同的潜在违约率，导致行业中的低价竞争、资金无法回笼现象频发。放大到整个上下游行业市场，过度营销和市场投机加剧了圆纬机行业的“泡沫”累积，形成了恶性竞争的负循环，这种乱象实在令人扼腕。

行业自律关乎行业未来。如果一个行业始终被低价竞争的伤痛所困，所有行业从业者将很难翻越自我设置的藩篱。规范圆纬机行业市场的公平竞争，本是促进行业资源的优化配置实现市场竞争的优胜劣汰，但现实却出现了“劣币驱逐良币”的扭曲现象，低价之下实无赢家。有效开展自律工作的课题无法回避，只能直面。

### 还《自律公约》一份敬畏

2017年5月22日，中国纺织机械协会圆纬机行业分会在泉州成立，目的是适应并探索圆纬机行业发展的新形势与新要求，建立企业之间长期沟通的渠道，规范市场行为，促进我国圆纬机行业有序健康发展，探寻圆纬机设备企业的前行路径。两年多来，在两届执行会长的持续带领下，在全体会员单位的共同努力下，紧紧围绕行业管理，开展了一系列卓有成效的工作。

早在2017年8月4-5日，圆纬机行业分会第二次会长会议上，就已制定《圆纬机行业自律公约》并约定共同遵守。在《圆纬机行业自律公约》第五条销售方式中明确写到：“发货前收货款至少为合同总额的70%，余款期限不超过2年；给没有生意往来的客户发货前收货款至少为合同总额的80%，余款期限不超过1

年；通过信用信息的公开和共享，为会员企业规避风险提供服务，对因信用等级较差被列入黑名单的客户，建议公约成员一般不再销售。”可以看出反对低首付等不正当竞争是每一位自律公约者必须考虑的重要问题，是对行业健康良性发展的基本要求和约定。

自律公约的执行是一项长期、艰巨和复杂的任务，全体立约人的签字和承诺仅仅是个开始。需要企业实实在在地做好自律公约的履行、监督和管理的工作，需要充分发挥全体立约人的积极性和主动性；需要群策群力共同遵守并相互监督；更要充分发挥社会的舆论和监督作用，让客户了解《圆纬机行业自律公约》，从而使社会各界理解和支持行业发展，为改善针织纬编行业整体运行环境奠定广泛的社会基础。

当前，在严酷的市场竞争环境下，行业中仍旧有不少企业始终保持着对《自律公约》的敬畏之心，共同营造良好的市场环境，如卜硕机械、精镁机械作为前后两任执行会长单位，均带头遵守执行；美名格、克恩一里伯斯、圣东尼等外资企业亦是如此；凹凸、力可茂、国峰等企业也堪当自律正能量的代表。

但是，行业中仍存在一些严重不正当竞争情况，还在继续扰乱着市场秩序。无规矩不成方圆，这些不正当竞争已经引起圆纬机分会的高度重视，也已经向上级部门反映。中国纺织机械协会也表示，对于严重扰乱市场秩序的企业，今后协会在办理相关事务时会慎重考虑。

### 健康，健康，健康！

面对2019年整体下行的市场行情，优势企业的反馈是一致的：不应再仅仅围绕产品、价格纠缠不休，而是应发力于核心技术和品牌服务建设。用持续的创新推动圆纬机行业健康有序发展正逐渐成为行业主流。这样良性发展的苗头需要我们共同营造良好的环境去呵护其茁壮成长。

经过几次欧洲考察，业界企业已经在思考，欧洲纺机企业之所以不断引领着世界纺织机械技术的发展，除了政府和企业界重视科技进步以外，独特的技术创新体制和机制也是百年企业、隐形冠军的必备要素。因此，建立和巩固以政府推动、协会引导、企业参与、社会监督，适合中国国情的圆纬机良性发展机制刻不容缓。只有建立良好的市场运行秩序，用户的利益才能得到保障，主机厂和配套厂的权益也能得到维护。

在协会的有关指导下，经过两年多来的努力，圆纬机行业分会举行了丰富活动，初衷即希望圆纬机分会的企业能够通过走访交流见贤思齐，学习先进管理理念，对企业运营和发展思路有所启发，结合企业实际情况，尽可能地通过努力去缩小差距。

前方方向已指明，何需险走崎岖路？不忘初心，守住自律底线，前方坦途无限！TA

纺织服装周刊

近年来，河南服装‘产业转移’、‘产能为王’、‘巧媳妇工程’、‘高质量发展’叫响全国，‘乡村振兴’、‘县域经济’、‘集群发展’、‘对接国际’这些关键词也时常出现，让全国对河南服装产业有了新的认知。如今，在河南省服装行业协会的努力推动下，河南服装产业正向实现‘万亿产业’梦想坚定前行。”

# 高起点描绘产业蓝图，河南服装奏响壮丽序曲

## 2020年河南省时尚界新春音乐会上演华彩乐章

本刊记者\_董笑妍



河南服装产业正向实现“万亿产业”梦想坚定前行。

2019年12月27日，“绚丽中原2020年河南省时尚界新春音乐会”及在此基础上举办的“首届制造业国际化发展论坛暨区域营商环境圆桌对话”在郑州举行。系列活动邀请了国家安全生产监督管理局原副局长、中国安全生产协会会长赵铁锤，塔吉克斯坦共和国工商会前主席、塔吉克斯坦丝绸之路国际经济联盟主席沙里夫·萨伊德，国务院资深参事、第九届十届全国政协常委任玉岭，商务部市场研究院专家、原驻日本经济参赞唐淳风，民进中央经济委员会副主任、正和岛首席经济学家王林，河南省商务厅厅长张延明，河南省服装行业协会会长李刚等来自各级政府的领导、驻华外宾、河南省知名企业家、专家、媒体等300余人共聚一堂，聚焦河南服装制造业发展，共话新机遇，畅谈新未来。

### 坚守制造业，河南服装发展进入快车道

活动首先就当下河南省重点发展服装制造业的必要性给予了分析与肯定。赵铁锤表示，改革开放以来，我国制造业的快速发展一直有力推动着我国工业化和现代化进程，制造业是立国之本，决定着一个国家的综合实力和国际竞争力。近年来，河南大力发展服装制造业，首届制造业国际化发展论坛更是搭建了政府、行业、企业跨界交流的平台，促进了政企合作和政策对接，为行业高质量发展营造了新型生产关系。

“工业改变世界，制造创造价值。”李刚在论坛上再次重申了发展服装制造业的重要性。纵观历史，制造业是经济建设的主战场，是立国之本、兴国之器、强国之基，尤其是纺织、服装等传统制造业，仍是工业经济的主体，“按照习近平总书记‘一个国家一定要有正确的战略选择，我们的战略选择就是要继续抓好制造业’的重要指示，面对新一轮产业大变局，我们要顺应发展大势，全力转型升级，坚持‘科技、时尚、绿色’的新定位，努力打造河南服装先进制造业。”李刚强调说。



音乐会、论坛等系列活动精彩纷呈。

近年来，河南服装业紧紧围绕国家“扶贫攻坚”、“乡村振兴”战略，抢抓沿海服装产能转移重大机遇，坚持“产能为王”理念，全面整合资源，特色园区建设高潮迭起，“巧媳妇工程”持续发力，快速转化了70多万留守妇女成为服装产业工人，构建了现代劳动密集型先进优质产能，如今的河南服装业已经驶入了追赶全国先进的快车道。

### 定目标、绘蓝图，打造有序的万亿产业

河南服装产业厚积薄发，并非盲目求快，而是已经向着培养雄厚劳动力基础、全面高质量发展、构建产业集群、对标国际市场等多方面勾勒出了产业蓝图。李刚指出，河南服装业正处于快速发展的初级阶段，必须牢牢把握发展的阶段性特征，高起点承接产业转移、高水平引进企业，注重打造劳动密集型先进制造业，在管理理念、装备水平、设计研发、市场推广等全方位坚持高质量发展。

任玉岭在会上也同样点明了坚持高质量发展的重要性，“中国经济由高速增长转向高质量发展，其中制造业的高质量发展是最重要的一项内容，只有实现了制造业的高质量发展，才能支撑整体国民经济转向高质量发展。”在任玉岭看来，当今，数字经济的高速发展正为制造业提供新机遇，也带来新挑战。“应充分利用大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术改造传统制造业，形成智能生产和智慧制造蓬勃发展的局面，促进制造业各企业、各环节之间，生产与销售之间信息的联通与快速流动，努力形成协同效应，才能使生产更加契合消费者需求。”

在此基础上，产业集群的构建就有了实际落脚点，“要坚持连片发展，坚持集中、集约布局，打造世界服装工厂。”这是李刚对河南服装产业的又一要求，“要让河南服装大步迈进‘万亿产业’俱乐部，成为河南经济社会发展的骨干力量。”

为此，河南省各县市都在结合自身特色打造差异

化的产业集群，如长垣市正在规划高标准的职业装小镇，吸引服装行业高端人才入驻；淮滨县在服装业已具规模的基础上，打造了全新产业园区，并完善政府相关政策制度；潢川县主抓交通物流，形成招商引资、集聚发展的产业洼地；新密市正在筹建国家出口外贸转型升级基地，已经落地一大批高质量服装产业项目……

### 多方发力，推动产业国际化进程

服装产业作为中国外贸的优势产业，在国际上已具有一定话语权，同时，随着国家“一带一路”建设的不断推进，河南想要打造万亿级服装产业，国际化是必由之路。唐淳风表示，“一带一路”建设对我国经济的整体发展起到了巨大的推进作用，一方面突破了国际贸易保护，另一方面在国内也促进了内地与沿海的沟通，这为制造业发展提供了一个开放、便利、国际化的发展空间。

张延明表示，近年来，河南在制造业国际化发展方面打下了扎实基础。2019年，河南省委省政府召开全省对外开放大会，河南省商务厅贯彻落实大会精神，未来将携手河南服协推进河南省服装制造业的高质量发展。

李刚也表示，要坚定新发展理念，站位河南，放眼世界，加快提升产业发展的国际化水平，采取“两换两培育”模式，以政策换贸易、以资源换贸易；培育外贸企业、培育外贸人才，打造外贸加工基地，构建外贸加工体系。

沙里夫·萨伊德作为受邀外宾也表达了自身观点，他认为，首届制造业国际化发展论坛是在自由、有利的环境下举行的，这对于有针对性地讨论开放发展、互利合作是一个非常合适的机会，塔吉克斯坦愿与中国在制造业领域展开更深入合作。

此外，河南省服装行业协会国际化工作委员会也在论坛上正式成立。李刚为河南省服装行业协会国际化

工作委员会会长李慧进行了授牌。李慧说，未来，河南服协国际化工作委员会将帮助河南制造和河南品牌主动系统地开拓全球市场，同时为各级政府，特别是地方政府提供“民间智囊+高端策划+高效执行”的外经贸咨询服务。通过打造专业化、国际化团队，对国内外政府、商协会、企业资源的系统整合，打造成为“引进来”和“走出去”最专业、最实战和最具影响力的专业委员会。

### 诚意满满，摆政策、展实力促进招商

在对河南服装产业发展思路进行详细梳理后，本次活动上，河南各级政府也展现出了大力支持服装产业的巨大诚意，各级政府相关负责人纷纷现身论坛，让本次活动成为了推动服装产业发展的卓有成效的交流平台。

新密市委副书记、市长张红伟表示，新密正在筹划创建国家出口外贸转型升级基地，全力打造公平公正、透明高效的营商环境，压缩项目建设时间。站在高起点的谋划，使新密落地了一大批高质量服装产业项目，同时希望更多企业家来新密投资发展。

长垣市委常委、常务副市长刘文君表示，长垣的服装行业非常年轻，目前全市有服装企业500多家，从业人员2万多人。在未来创新方面，长垣市将高标准规划职业装小镇，在河南省服装行业协会的指导下，邀请哈工大专业人才做布局，将小镇做大、做精、做强。

“营商环境好不好，物流要素不可小觑。”信阳市潢川县县长兰恩民表示，潢川被誉为鄂豫皖三省交界处的“金三角”，近几年潢川县也在大力发展服装制造业，并将其作为主导产业，未来潢川将加快商贸物流枢纽建设，真正把潢川打造成招商引资的洼地。

据信阳市淮滨县副县长王新江介绍，近年来，在河南省服装行业协会的指导下，淮滨县服装产业发展的步子迈得越来越快。“自淮滨县开始大力发展服装

产业后，入驻的企业没有一个因为法治环境不完善而倒下，因为淮滨县始终将企业家的利益放在重要位置，力求不辜负每一位企业家的期待。在此，我们诚挚邀请各位企业家多去淮滨看看，了解淮滨，选择淮滨。”

李刚总结说：“任何一个地方的营商环境对于产业和经济的发展都非常重要，河南服装产业的加速发展与河南各县政府不断优化营商环境密不可分。未来随着消费的不断升级，营商环境将不单单是政府的事情，也是行业和企业的事情，我们现在要做的就是全力将三股力量汇聚到一起，打造更好的营商环境。”

### 出彩“巧媳妇”，筑就产业发展的底气

论坛圆满结束后，2020年河南省时尚界新春音乐会奏起华彩乐章，并将“巧媳妇工程”作为了一场音乐会的重点内容。在音乐演奏、服装展演、《嫁妆故里的女人》电影启动等精彩环节中，70名优秀“巧媳妇”的倾情演出显得尤为接地气、提士气。在音乐会的压轴环节，由郑州爱乐乐团联合70名“巧媳妇”共同为现场观众演奏了一曲恢宏大气的交响乐，将现场氛围推向高潮。

河南服装行业有许许多多追梦人，她们用双手描绘着自己的锦绣人生，她们用双肩扛起了行业起飞的梦想，她们就是河南服装行业的“巧媳妇”。她们走出家庭走进厂房，向着河南服装“万亿产业”的目标，奉献出了自己的力量。

据了解，河南省服装行业协会的“巧媳妇工程”，花开全省158个县区，建成了6800多个“巧媳妇工程点”，被河南省领导称赞为扶贫攻坚的“铁抓手”，产业发展的“摇钱树”。这些优秀巧媳妇代表，多次被评为“科技致富女标兵”、“城乡优秀创业女性”，多次获得“优秀员工”、“最佳奉献奖”等各种荣誉称号，有的还被授予“巾帼建功标兵”、“精准扶贫先进个人”。

李刚说，“巧媳妇工程”是河南发展服装的优势基础，必须紧抓不放。“我们要在全省范围内大力推动‘巧媳妇工程’，采用‘产能下沉、工厂进村’的模式，用好河南的劳动力资源，把存量资源转化为优质资源；同时，高起点做好产业工人的技能培训，高起点运用新装备、新技术，从而实现劳动力资源优化和生产装备的智能化，真正构建优质产能。”

此外，“厅长市长推电商、书记县长卖服装”也成为了本次活动的一大看点，领导们纷纷为河南本土服装企业站台，利用直播帮助企业提业绩，现场一片欢声笑语、热闹非凡，体现出了河南服装产业开放融合的发展特质。ITV



论坛现场。

纺织服装周刊

CHIC2020 (春季)展  
预热报道之一

# 一条牛仔裤的自救之路

苏密 / 文

一个成年人一年要喝多少水? 约 1000 升。但生产一条牛仔裤却需要几倍于这个数字的水……

2016 年德国纪录片《牛仔裤的代价》曾引起一片哗然，一时间在人们眼中高污染、高排放成为牛仔纺织产品的“原罪”。在保护环境成为行业共识、在时尚界倡导可持续发展的当下，牛仔制造产业应该如何自我救赎，迎难而上? 日前，即将参展 CHIC2020 (春季) —— 上海国际潮流品牌展牛仔区域的一批相关企业向记者倾诉了牛仔圈里的大实话。

## 水果染剂，从源头减负

全球每销售 3 条牛仔裤，就有 1 条来自广州新塘。中国“牛仔裤之都”广州新塘的牛仔制造业受到的震动无疑也是最大。广州市程轩意服装有限公司做了 16 年牛仔裤，亲身经历了牛仔产业从浮动到颠覆的巨大变化。

“2017 年之前牛仔业的波动主要来自服饰品牌对牛仔品类的调整，属于内部影响。2017 年之后政府愈发重视环保，我们的产业链发生了翻天覆地的变化。”程轩意副总经理郭卫杰说。2017 年如同一道分水岭，在绿色环保为导向的产业发展趋势下，一时间新塘大型水洗厂大批外迁到江西于都、广西玉林等地，面料印染、水洗等重要制造环节首当其冲，“年产能百万件以上的企业几乎消失殆尽。”

外迁后的水洗厂在防治高污染上投入了大量财力，有的工厂打造占地十亩的污水处理系统，工业水过滤分离后成为洗衣服、冲马桶等生活中水。这些环境测评达标的工厂掌握了牛仔制造商的命脉，即使前期投入巨大，但也是转型必须要经历的“阵痛”。

除了水洗之外，前期印染也是牛仔制造业污染“重灾区”。郭卫杰给记者介绍了几家面料制造公司的创新型产品——水果染剂。“他们在针织染色中用苹果、石榴来染色，效果很好。”去年这些新型面料产值增长迅速，虽然不多但为牛仔面料的改造提供了借鉴。“牛仔加工工艺还有一些技术难关未能突破，但从根源解决污染问题是大势所趋。”

目前，新塘牛仔产能已被削减 60%，产能低了但品质高了。郭卫杰说：“牛仔生产不会消失更不会被取缔，相信两三年后新型牛仔制造业会有稳定发展。”

## 自主品牌，转变经营模式

面对牛仔制造业“三高”顽疾，佛山市顺德区意起服饰有限公司要从 ODM 企业转型为服装品牌公司，为产品赋能。“虽然我们不愁订单，但在大环境下经营模式要改变。”公司总经理薛留金说。

这个“大环境”就是指纺织制造业向东南亚转移的大浪潮。

意起服饰有限公司外贸订单占比过半，意大利、澳大利亚、美国、南非、俄罗斯等国每年都有大量订单急需工厂生产，一些与公司合作的大品牌会把生产分配给人工费用低廉的东南亚国家。意起服饰除了要解决生产过程中的

污染问题，还要权衡造价成本。薛留金说：“以前我们是‘Made in China’，在大数据时代作为牛仔行业如果我们没有转型，之后的造价成本会越来越高。”

为了发展公司自有品牌，意起服饰从原来保守型接单转变为“走出去”接订单，通过参加展会接触更多客户信息，对产品设计上逐渐从牛仔专业过渡为泛牛仔。“品牌产品设计采用牛仔与针织、梭织结合，结合流行趋势开发更多时尚化牛仔全品类服饰。”薛留金举例说，蕾丝、雪纺与牛仔拼接的单品销路很好，公司正在对之前专业牛仔系列加以设计改造，用更多的新品来吸引年轻消费者。

## 苦练内功，文化沉淀有生机

除了要通过生产制造上的“生死考验”，牛仔还要经受住消费市场的分流。牛仔服曾经在大众眼中是新潮的象征，一度成为年轻人的标配。但随着不同文化间的壁垒被打破，各种风格的服装出现在大众视野，挤压了传统牛仔服饰品牌的生存空间。在市场激烈竞争中，牛仔服如何成功吸引年轻消费者?

上海南河服饰有限公司从 2005 年开始与国内外牛仔品牌合作，公司为品牌提供设计、研发及大货生产，公司总经理王一丹对牛仔有更深的理解，“牛仔产品的开发过程与其他品类很不一样，设计师要跟一线工厂沟通来驱动创意。重点在于面料和水洗环节的结合，以及版型和细节的把控。”正是牛仔“差之毫厘，谬以千里”的生产特性决定了能在市场站稳脚跟的牛仔服品牌一定要专心、专业、专情。

对于吸引年轻消费者，王一丹认为牛仔服品牌需要做好两点：首先是迎合市场，其次是引领市场。他说：“单纯地迎合他们很容易，但不是长久之计，这也是很多品牌昙花一现的原因。缺乏核心价值传递的品牌是无法永远迎合年轻消费者的。”

王一丹以美国、日本和欧洲进行举例：美国是牛仔的故乡，品牌是在讲述牛仔家乡的历史；日本品牌是在美国牛仔的基础上不断做经典的牛仔复刻，用工匠精神超越了美国牛仔土著文化；欧洲品牌诠释了时尚牛仔，强调了高级感及适穿性。这三大牛仔流派通过梳理各自的品牌心智而成功引领了市场，除了他们自身拥有的硬件条件之外，时间的累积是必不可少的。

时间的沉淀，是成为经典牛仔品牌的必要条件。“Levi's 为什么没变化，因为这个版型穿在它对应的消费者身上不会有问题。很多品牌产品就是缺少了沉淀这道工序。”王一丹解释说。

对中国的消费者来说，牛仔服属于舶来品，但它的生产制造、产业变革及面临的转型“大考”紧紧地牵动了一批服装人的心，即使在如此艰难的环境中，仍然有很多牛仔制造企业不言放弃。在即将开启的 CHIC2020 (春季) 中，他们从社会责任、生产材料、环境投资等方面入手解决行业痛点，推动牛仔行业的绿色制造变革之路。TA

# 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](http://www.taweekly.com)，拥有 10 万+ 用户的微信订阅号“纺织服装周刊”“TA 潮报”，同步更新于今日头条、一点资讯等平台。

## · 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活动推广、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](http://www.taweekly.com)

新闻热线: 刘嘉 010-85229892

新媒体热线: 李江敏 010-85229373

广告热线: 万晗 010-85229013

发行热线: 章简 010-85229023



纺织服装周刊

# 2019年波司登十大新闻出炉

陈墨 / 文

70载春华秋实，43年创业创新。2019年，波司登坚持品牌引领，赋能品牌升级，驱动品销合一，全面提升品牌的全球影响力和话语权，书写了壮阔恢弘的时代奋斗之歌。相信是成功的起点，坚持是成功的终点，2020年波司登人将以登峰者的姿态，绽放中国时尚，勇攀时代高峰，在践行“百年品牌、千亿梦想”的征程中赓续初心、砥砺前行！



## 1 发力品牌，共赢未来，波司登集团召开 2019 年度工作大会

2019年4月17日，“发力品牌，共赢未来”——2019波司登集团年度大会明确企业使命、发展愿景和战略目标，号召全体波司登人弘扬新时代奋斗精神，担当创新创造光荣使命，为实现“百年品牌、千亿梦想”不懈奋斗，以优异的业绩向新中国成立70周年献礼。

## 2 波司登品牌价值 243.02 亿元，位居纺织服装鞋帽行业第一

2019年5月9日，中国品牌价值评价信息发布暨中国品牌建设高峰论坛揭晓各大行业品牌价值排名榜单。波司登品牌价值达243.02亿元、品牌强度达982，位居纺织服装鞋帽行业第一。波司登以大国工匠的标准，推动品牌重塑升级，引领中国品牌高质量发展。

## 3 赋能终端赢战市场，波司登打造专家型店长团队

2019年7月22日至9月4日间，波司登集团先后开办两期店长大训，为全国近2500名店长深度赋能，强化终端运营及管理，打造专业高素质店长团队，引导店长们聚焦用户、聚集能量，突破思维、深耕终端，做好品牌代言人和门店专家，立志完成业绩目标。

## 4 “星空艺术”一枝独秀，米兰时装周最强阵容齐聚波司登

2019年9月19日，波司登作为首个中国羽绒服品牌登陆米兰时装周发布时尚大秀，奥斯卡影后妮可·基德曼、国际超模肯豆等时尚权威齐聚助阵。“星空、极寒、地表”三大系列用美学服饰对话世界，展现了中国品牌的专业精神和设计实力。

## 5 劳模伉俪同获 70 周年纪念章，《我和我的祖国》致敬新时代

2019年9月27日，全国劳动模范高德康、梅冬同志同获中共中央、国务院、中央军委颁发的“庆祝中华人民共和国成立70周年”纪念章。波司登集团党委策划、中央电视台录制波司登版《我和我的祖国》，波司登人深情唱响新时代赞歌，祝愿伟大祖国繁荣昌盛。

## 6 波司登入选全国“万企帮万村”精准扶贫行动先进民营企业

2019年10月17日，波司登集团被全国工商联、国务院扶贫办表彰为全国“万企帮万村”精准扶贫行动先进民营企业，高德康同志受到中央政治局委员、国务院副总理胡春华亲切接见。《激发品牌力量，践行社会责任》入选中国民营企业社会责任优秀案例。

## 7 43 年专业力作，波司登发布“登峰系列”全球顶配羽绒服

2019年10月30日，波司登在上海全球首发登峰系列高端产品。以世界著名高峰为设计灵感，集合众多行业领先的设计理念、新兴科技和创新工艺，经过489道工序制作而成，突破羽绒服工艺与制作极限，成为名副其实的全球顶配羽绒服，在业界引发轰动效应。



## 8 单店中国服装行业第一，波司登 10 亿元销售领跑“双 11”

2019年“双11”，波司登羽绒服量价双升、战绩亮眼：天猫旗舰店7分钟销售额破亿元，78分钟突破上年同期全天销售额；单店全天销售额突破6.5亿元，较上年同期增长58%，位居中国服装品牌第一名。波司登全渠道销售额逾10亿元，擦亮了服装行业的“中国名片”。

## 9 以创新设计引领高质量发展，波司登获批国家级工业设计中心

2019年10月30日，波司登工业设计中心被工业和信息化部公布为第四批国家级工业设计中心，这是国家对企业工业设计中心的最高认可。波司登紧扣产业升级，强化设计资源整合，全面提升工业设计能力和时尚话语权，引领中国羽绒服服装潮流风向和变革趋势。

## 10 创新融合共探羽绒服美学，联名国际时装大师演绎巅峰时尚

2019年冬，波司登携手法国国宝级设计大师、爱马仕黄金时代缔造者让·保罗·高缇耶，时尚设计大师高田贤三，以及世界知名时装设计师埃尼奥·卡帕萨，合作发布高定设计联名系列，演绎出全新羽绒服美学，赢得海内外众多名人、明星点赞“种草”。



# 推进直纺涤纶柔性生产 助力化纤行业强国建设

## 访无锡聚新科技有限公司董事长顾自江

本刊记者\_郭春花



顾自江

2019年是新中国成立70周年，70年来我国纺织化纤发生了根本性变化，从当年的缺衣少穿到如今涤纶、锦纶、再生纤维素纤维和循环再利用化学纤维等常规化纤品种差别化、功能化水平不断提高，从服装以绿、蓝、黑、灰为主色调到色彩斑斓颜色艳丽，从“的确良”到高科技多功能服装，中国纤维品种日益丰富满足了人民生活的需要，这其中离不开化纤行业与母粒、油剂及助剂等上游创新要素的融合与互动。在化纤科技的创新要素进步中，被誉为熔体直纺行业大变革的熔体注射技术发挥的作用不可小觑。

熔体注射技术是指在化纤熔体直接纺过程中，通过特别设计的装备和工艺技术手段加入另一种改性物质（如有色母粒、改性母粒等）进行生产差别化及功能性纤维的技术，实现了大容量聚酯涤纶纤维的柔性化生产，助力我国化纤行业高质量发展。提到熔体注射技术，行业人多会提到无锡聚新科技有限公司。这家名不见经传的企业，从关注化纤差别化制造到目前占据涤纶直纺行业90%市场份额，经历了许多辛酸甘苦。聚新自2010年成功推出熔体注射系统至今已有十年，先后在国内多家著名熔体直纺生产企业进行熔体注射系统的设备技术改造，并在此基础上提出了化纤熔体注射技术整体解决方案，得到了应用企业的一致认可。对被行业誉为“熔体直纺行业大变革”，一向低调的无锡聚新董事长顾自江只是谦虚地笑了：“我们只是比别人抢了个先机。”

70年来我国纺织化纤发生的根本性变化，离不开化纤创新要素的融合与互动。这其中被誉为熔体直纺行业大变革的熔体注射技术发挥的作用不可小觑。”

## 功存化纤而人不知——化纤功能化及差异化发展的好伙伴

化纤工业的发展，离不开国家的高度重视和政策的大力支持。1999—2004年，国家发展改革委、原国家经贸委持续实施了“差别化化学纤维”国债技改专项，加快推动化纤行业技术进步和产品升级。然而，占据我国化纤业绝大部分的聚酯纤维主要采用熔体直纺工艺生产，而该工艺由于生产灵活性差、品种结构单一，无法满足市场特殊功能高附加值品种需求。虽然聚酯纤维的另一种生产工艺切片纺产品可以满足市场的多样化需求，但这种生产工艺由于母粒在管道内停留时间难以控制，可能使纤维物理指标无法满足后道织造要求。为此，行业一直在寻找通过在熔体直纺管道上增加辅助设备直接添加改性剂，从而使聚酯与改性剂共混纺生产多种差别化功能化纤维的生产方法。

顾自江很敏锐地看到了这一商机，开始研究这一装置。“当时国外有一些这样的装置，但是他们仅仅就是把母粒打进去，依靠静态混合器来混合，效果并不好，只能做一些短纤产品，产品质量也不太高，不适用于长丝产品。”顾自江介绍，“这个装置很关键的地方就是混合器，如果混合程度不够，产品就有色差，效果就不好，甚



国内90%的熔体直纺企业都安装了聚新熔体注射系统。

至是不合格；混合时间太长，打入的母粒就会降解，纺丝就会出现断头，所以混合的度必须掌握好。”

之后，顾自江就带领企业潜心研发，先后在各化纤企业试生产、搞研发，终于在2010年成功研制出国内首款具有自主知识产权的熔体注射系统，该系统采用动态混合器，有效解决了上述问题。系统研发成功后，桐昆、恒力、恒逸、盛虹、厦门翔鹭等国内大型熔体直纺企业纷纷引进，在很大程度上提升了企业的市场竞争力。目前，国内90%的熔体直纺企业都是聚新的客户，甚至韩国、马来西亚、印度、印尼、泰国、土耳其、中国台湾等国家和地区的化纤企业中也处处可见聚新的产品。

## 躬履艰难而节乃见——化纤行业快速发展的好伙伴

差别化、功能性纤维的生产是化纤行业高质量发展的重要指标之一，因此功能性母粒的研制和生产，也成为了行业的热点。随着聚新动态混合的熔体注射系统在直纺生产线的成功应用，有色母粒产品在化纤生产方面的应用范围由切片纺拓展到熔体直纺生产线上，实现了量大面广。

浙江恒逸聚合物有限公司是国内第一家运用无锡聚新熔体注射系统开发黑丝产品的企业，目前拥有二十多套该装置，是国内拥有量最大的企业。谈到与恒逸一起开发黑丝产品时，顾自江介绍，当时市场上大型化纤企业的全消光长丝竞争力非常强，恒逸面临着转型升级开发新品的挑战，决定开发市场需求较大的黑丝产品。但是相比其他色丝生产工艺，黑丝有很多问题，其浓度相对更大，流动性差，容易堵塞喷嘴口。“经过3年的不断研发、试验，2013年我们两家终于开出了一套黑丝生产系统，其中的困难和艰辛现在看来觉得真是不可思议，可以说恒逸帮助我们在系统研发上取得了跨越性的进步。”

恒逸聚合物总经理助理王新刚也谈到：“一路走来，我认为聚新的这套装置可以说是化纤直纺行业的一个里程碑，它对行业发展的贡献是显而易见的。”首先，促进了化纤行业的技术升级，提升了化纤产品档次；其次，减少了产品更换时带来的消耗，传统的切片纺在更换色母粒时会产生大量的过渡丝而导致产品有色差，而在线注射系统在换产品时废丝量少从而避免了这个问题；第三，节约了国家资源，如果不是直纺在线添加改造取得成功，近年来，预计会有近300万吨的切片纺生产线诞生，必将产生无数的重复投资；第四，引领中国化纤行业走向世界，从跟跑走向了领跑。

## 百尺竿头更进一步——化纤智造时代的熔体注射整体解决方案

虽然已经取得了很不错的成绩，但顾自江并没有满足于现状，而是紧跟行业智能发展，将精力又放在了如何帮助化纤企业降低成本、提升核心竞争力——研发与化纤智能制造相对接的熔体注射系统。

对于聚新熔体注射系统广泛的市场占有率，顾自江坦言也存在被抄袭的问题，但是他并不放在心上，因为他自信聚新最关键的环节是不会被抄袭的，那就是十年的数据积累。

“在这十年中，我们一直在采集用户企业的使用数据，从而形成了一套智能诊断系统。用户只要一有问题，数据就可以体现出来，我们就能立刻做出诊断并改进。”目前，这套智能诊断系统已成功应用在了熔体注射系统上，得到了用户的高度认可。

## 联合骨干力量，推动缝制技术升级

### 台湾纺拓会成立缝制技术联盟

为联合台湾缝制创新技术相关产业实现结盟合作，台湾纺拓会缝制技术研发中心积极推动缝制技术联盟的成立，希望借由技术交流，整合缝制技术的骨干力量，改善产业相关的技术问题，提升缝制技术研发能量，带动产业快速发展，达到“技术合作、持续共荣”的目的。

近年来，台湾纺拓会投入人力及设备，研发缝制技术以强化台湾功能性纺织品的竞争优势，并于2019年12月26日在纺拓大楼举办了缝制技术联盟会员大会暨缝制技术研发成果展示、推广与技术分享。

纺拓会缝制技术研发中心是纺织业技术研发整合平台，为提升与强化产业技术，积极联合功能性纺织品上中下游相关从业者实现合作，并成立纺织品“缝制技术联盟”，带动产业加速发展。

目前联盟成员有南纬、聚阳、德式马、旭荣、鼎森、港岱、达新、高林（银箭牌缝机）、星菱缝机、青松、新垫、台湾东洋纺、得力、兴采、东丰纤维、德富制针、邑新、大千针车、垦青、永迦、巨松、亨嵘、宏谛、杰凡尼、湛珈、信誉、厚达、普俐鸿、巨一、宏神、台湾华培、健男、山欣、全销、大内、丰盈、台湾华可等近40家企业，涵



缝制技术联盟将带动产业实现快速发展。

盖台湾纺织业上中下游厂商，凸显出缝制技术对纺织产业的重要性。活动当日，主办方为缝制技术联盟成员颁发会员证书，并分享了缝制技术研发成果，力求大力提升缝制企业的研发能力，以及纺织产业的国际竞争力。

值得关注的是，现场发布的缝制技术研发成果，以功能性纺织品缝制技术为核心，深化并缝、无缝贴合与导模缝制技术等三大研究主题，力求推进企业大力提高设备的精致化及自动化。后续将透过技术转移方式，推广研发成果。TA

## 可持续、功能性纺织品成主角

### 台湾企业携优势产品亮相 2019 年伦敦 Textfusion 秋冬展



展会期间，台湾展区吸引了英国及部分欧盟国家采购商的关注，后续订单金额将达 100 万美元。

为助力企业拓展市场，日前，台湾纺拓会带领维隆、奕信、东纤、宁美、棉品、毅荃、鑫廷、宝结、皇益、昀冠等 10 家台湾企业，参加了 2019 年伦敦 Textfusion 秋冬展，在功能性纺织品展区，企业展示了各种使用环保素材制成的兼具流行性及功能性布料，成功擦亮区域招牌。

台湾纺织业以优越的研发创新能力闻名，是功能性纺织品研发专家，此次参展再度成为功能性纺织品专区的主角。根据台湾纺拓会现场调查显示，到访台湾馆的采购商，以设计师、布料批发商、成衣制造商及采购代表为主，预估后续订单金额将达 100 万美元。

根据主办方发布的信息，本届展会吸引了来自英国、意大利、

土耳其、韩国、印度、巴基斯坦、斯里兰卡，以及中国内地、中国香港、中国台湾等 10 余个国家及地区的品牌商参展，展区分为时尚纺织品及辅料、功能性纺织品及成衣展区，展品中不乏以环保为主题，致力于节能减排及可持续生产的产品。据统计，展会中 85% 的采购商来自英国，其余则来自欧洲及中东等地区。鉴于市场环境等因素，部份英国采购商持观望态度，然而，台湾厂商对于英国时尚轻功能性 (Athleisure) 的市场需求仍保持信心，台湾展区吸引了英国本地及部分欧盟国家的采购代表进行采购对接，包括 John Lewis 及 AllSaints 等公司。

展出期间，棉品实业展示了具有可持续特性的棉纺织品，该产品除了在加工过程中导入绿色能源概念、使用汽电共生及瓦斯燃烧外，产品采用天然染及环保染的染整工序，大大降低了对水、时间、能源的需求，有效降低了制造过程产生的环境污染，在强调可持续生产的欧洲市场上，备受青睐。此外，毅荃展出的刺绣蕾丝，以独特的刺绣技法搭配部分珠串亮片点缀，吸引许多采购商的驻足。TA

# 紡織 TAIWAN TEXTILE MONTHLY 月刊

### 亚洲专业之中文纺织杂志

纺拓会出版之《纺织月刊》自 1996 年创刊以来，已成为中文纺织专业杂志的优秀品牌，订阅厂商遍布亚洲市场，包括中国内地、中国香港等。

### 提供即时丰富的纺织资讯

《纺织月刊》内容提供即时丰富的纺织资讯，内容如：“专家论坛”、“专题报导”、“市场讲座”、“纺织统计”、“设计研发”、“流行时尚”、“永续时尚”、“产业动态”及“国际大展”等，协助您掌握全球纺织产业及市场的新脉动，领先一步与世界接轨。

### 《纺织月刊》每期精选报道内容皆刊登于月刊官网，欢迎上网浏览！

如果您欲了解月刊内容与订购方式，欢迎前往官网 (<http://monthly.textiles.org.tw/>) 查阅各期精华文章，更欢迎您加入订阅！

### 《纺织月刊》研讨会或发布会规划服务

《纺织月刊》可依个别厂商需求，规划办理品牌、市场、产品、技术、环保等专题研讨会或产品发布会，邀请相关专家暨厂商参加，并将活动内容摘要报道于《纺织月刊》中，以协助业者寻求商机、开拓市场。

订阅专线：+886-2-23417251#2362 张小姐

E-mail: [ya\\_ling@textiles.org.tw](mailto:ya_ling@textiles.org.tw)





吴美萱

## 吴美萱：设计无国界

老罗 / 文

“什么是好设计？好设计就是被公众接受的。”

观念论认为，没有脱离于人的意识而能独立存在的东  
西。当我们说一个杯子存在，意味着你看见了杯子的颜色，  
摸到了杯子的温度，闻到了杯子里茶水的味道等等。颜色、  
温度、味道，这些都是你的感知经验，都不能离开人的  
意识。

与毕业于美国纽约帕森斯时装艺术学院服装设计系  
的吴美萱谈设计也是这样。她的成长经历、教育背景、  
审美情趣、职业追求……在“设计”的规定情境中展开，  
一一被我们“看见”。那个因“舒朗创始人之女”身份而  
被熟知的吴美萱，正在以独立设计师的“人设”重新介  
绍自己。

采访前，吴美萱作为首个亮相斯洛伐克时装周的中国  
设计师，举行了个人同名品牌 MEIXUAN WU 时装发布。  
秀场上，一个个霸气、优雅、神秘的 power woman（权  
力女性）形象迎面而来。在时装的语言中，女权主义的  
表现载体不局限于硬朗线条和醒目垫肩裁剪，或者深重  
色系的表达，而当代女性的内心强大更体现在其对着装  
取向的自信和表达。吴美萱说，MEIXUAN WU 希望塑  
造一个强大、自信的女性形象——用服装去表现女性的  
性灵美感和温柔之美的同时，突出女性的内心力量与自  
信风度。

### 生命力——品牌的最高价值

近十年，一大批中国设计师从欧美国家学成归来，有  
的进入了本地企业，有的创办了自主品牌，有的登上了  
海内外时装周，有的成了淘宝店主。虽然名利双收的不  
算多，但本土市场对独立设计师持续上升的渴望度与包  
容度，正在让中国独立设计师这个群体不断壮大。

当前，中国设计在全球范围内受到前所未有的关注，  
中国新锐设计师快速成长。在美国接受高等时装设计教  
育、长期受美国文化熏陶的吴美萱，对时装设计的价值  
认知和对当下中国独立设计师发展环境的理解，带有一  
种近乎克制的理性。

她谈到，“国内的时装周、电商、买手店及  
SHOWROOM 等时装运营模式存在很大的完善空间，对  
于设计师来讲，如果你决定把设计，或者服装设计作为  
未来的事业发展，至关重要的一点是：设计师通常拥有  
足够的想象力，但其实脚踏实地的商业理念以及对营销  
策略的了解，是作为设计师品牌必须具备的个人素质，是产  
品能否被市场接受的衡量条件。”

“我个人一直坚信的理念是：什么是好设计？好的  
设计就是能够被公众接受的。简单来说，就是你的产品能  
卖出去、有足够并且源源不断的消费者去购买你的设计。  
保持风格是一件好事，展示了你的坚持，但在坚持的同时，  
如何去倾听市场大众的声音，并且理性地去接受、融合  
到未来的产品中，则决定着你的品牌是否可持续发展下  
去、你的风格以及你作为设计师个人能否被公众一直宠  
爱。可持续发展这个关键词，是各行各业、各个领域都  
需要重视的。”

### 与时装业保持“安全”距离

在商言商、审慎进取的思维方式，让吴美萱能够以  
一种更“安全”的距离进入时装市场。这种商业因子是  
否“遗传”自她知名的服装企业家父亲？吴美萱坦言，  
成长在一个服装世家，她对美学和设计的认知在潜移默化  
中受到影响，各项资源优势也给予她实现设计理念的  
机会。“父亲经常会对我的设计提意见，我也很愿意听  
他的观点。”被问到“如果父亲对自己的设计提出质疑怎  
么办？”她巧妙地回答，“父亲的这些意见会在我的脑子  
里打一个转。”

“商业价值”、“可持续发展”、“市场接受度”等词语  
频繁出现在采访中。当人们谈论时装，“西方与中国的  
市场差异”永远是话题中心。然而，在吴美萱眼中，西  
方和国内的时装商业逻辑其实不存在差异。“因为商业  
的最终目的就是盈利，差异主要是存在于文化。不同文  
化背景下大家对美的理解不一样，像我所倡导的，设计  
和美学从来不存在对错，好的设计师会去理解不同国家  
的思想理念，从中结合，或者说从中完善产品链。”

### 让设计无界，让艺术自由

国内时装业主流对独立设计师的认可度逐渐提升，尤  
其在一线城市，大众的审美和消费水平已经与市场齐  
步前行。吴美萱认为，随着中国的国家实力在国际范围  
被认知，中国设计在此大环境中也得到了好的影响和带  
动。“中国独立设计师应该趁这个机会，在展示自己风格  
的同时，推出具有民族文化设计感的产品系列，把品牌  
故事讲好，卖产品的同时，其实就是在推广一个品牌的  
故事。”

比如，在斯洛伐克时装周，主办方既展示了中国传统  
服饰旗袍，也邀请了吴美萱这样的中国新锐设计师展示  
当代中国时装。“我感到荣耀并且感谢中国外交部选择我  
作为设计师代表，这是对我个人以及我设计的认可。活  
动给了我和斯洛伐克设计师亲身交流的机会，看到他们  
的设计也证明了我的看法——设计是无国界的，艺术是  
唯一一个人有充分自由权去想象和理解的介质。”

在吴美萱眼中，每个人都是设计师。不论你的职业身  
份是否为“设计师”，每个人都是其生命及生活方式的设  
计师。回归到个人价值追求，吴美萱希望让 MEIXUAN  
WU 忠于风格，以独立设计师品牌的定位持续运营，这  
与她未来重返舒朗大家庭的职业规划并行不悖。“未来我  
打算回归舒朗，为我的家人以及公司做一份贡献，把自  
己在海外多年接受到的西方文化带入舒朗，以设计创意  
作为切入点进入公司具体运营中，与此同时也会持续发  
展我的个人品牌。”

“舒朗作为中国时尚行业的领航代表，有多年的文化  
沉淀以及客户群，如何能在保持舒朗品牌理念的同时，  
更高层次地去保持原有、创新未来，更紧密地紧贴全球  
时装风格，是我的目标。”面对外界的猜疑，吴美萱显然  
有备而来——她的所有努力，都是为了证实未来。TA

MEIXUAN WU  
品牌服装。

# 提升企业运营竞争力

# 订单全生态 管理系统

## 创 | 新 | 未 | 来

### 痛点 问题

订单准交率低

生产周期长

接单没竞争力

库存高

现金流紧张

生产过程不可控

订单全生态管理系统系中科院广电所与中纺网络联合开发，以 TOC 理论 + 人工智能  
技术为支撑，以提升订单准交、快交为目标，通过智能化的生产运营计划管理，帮  
助制造企业“打破数据孤岛、提供优化决策、促进业务协同、确保交期可控、加快反  
应速度、提升竞争能力、打造竞争优势、驱动业绩提升”，充分满足制造企业多品种、  
小批量、并行化、柔性生产的需要。

咨询电话：

13811957097 / 13717562390 / 13426020214

邮箱：

wangzg@cntac.org.cn / xuewy@cntac.org.cn / zhanghn@cntac.org.cn



纺织服装周刊



2019年11月大型零售企业服装零售价格同比增长3.6%

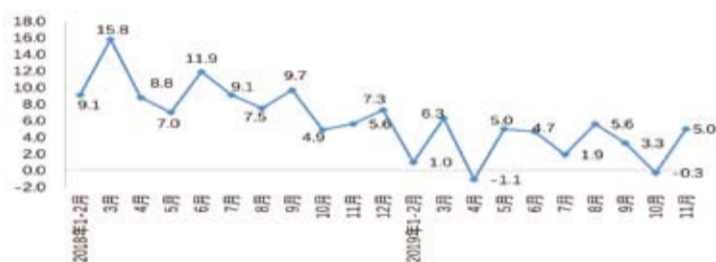
# 零售额增速小幅回暖，童装增势向好

中华全国商业信息中心 / 数据来源及分析

## 市场纵览

根据国家统计局的数据，2019年11月我国限额以上单位商品零售中，服装类商品零售类值同比增长5.0%，该增速相比上年同期下降了0.6个百分点，相比上月增速提升了5.3个百分点。

图1 2018—2019年限上单位服装类商品零售类值月度增速 (%)

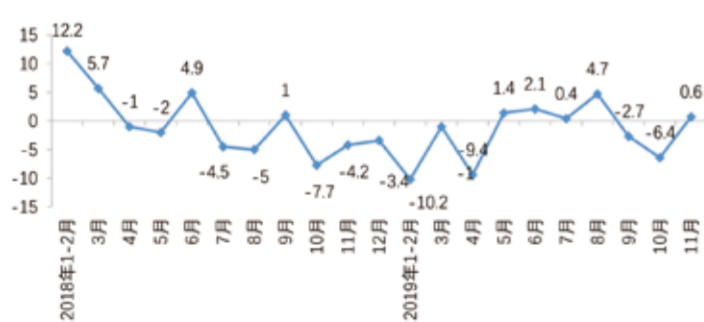


数据来源：国家统计局

根据国家统计局的数据，2019年11月我国服装类商品居民消费价格同比上涨1.2%，涨幅低于上年同期0.4个百分点，环比回落0.2个百分点。另据中华全国商业信息中心的统计数据，2019年11月份全国重点大型零售企业服装零售价格较上年同期增长3.6%。

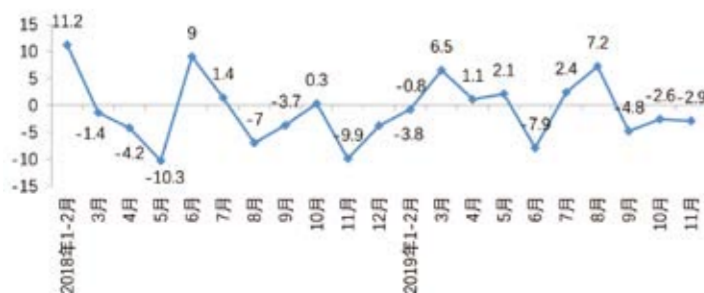
根据中华全国商业信息中心的统计数据，2019年11月份全国重点大型零售企业服装零售额同比增长0.6%，增速高于上年同期8.3个百分点；全国重点大型零售企业服装零售量同比下降2.9%，降幅较上年同期收窄7个百分点。

图2 2018—2019年全国重点大型零售企业服装类商品各月零售额增速 (%)



数据来源：中华全国商业信息中心

图3 2018—2019年全国重点大型零售企业服装类商品各月零售量增速 (%)



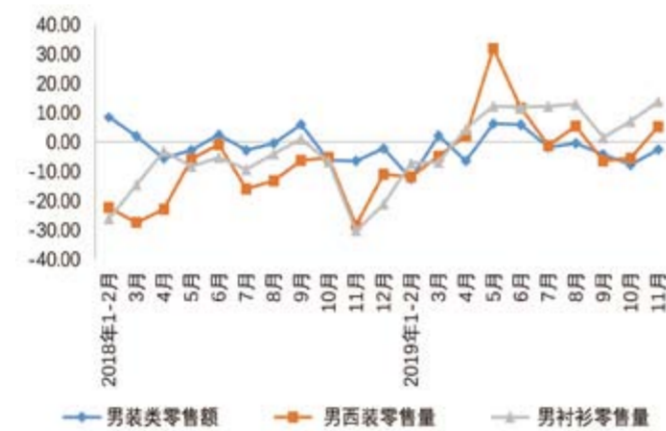
数据来源：中华全国商业信息中心

## 主品类份额

### 男装

中华全国商业信息中心统计数据，2019年11月全国重点大型零售企业男装零售额同比下降2.6%，降幅相比上年同期收窄了3.9个百分点。

图4 2018—2019年各月全国重点大型零售企业男装销售增速 (%)

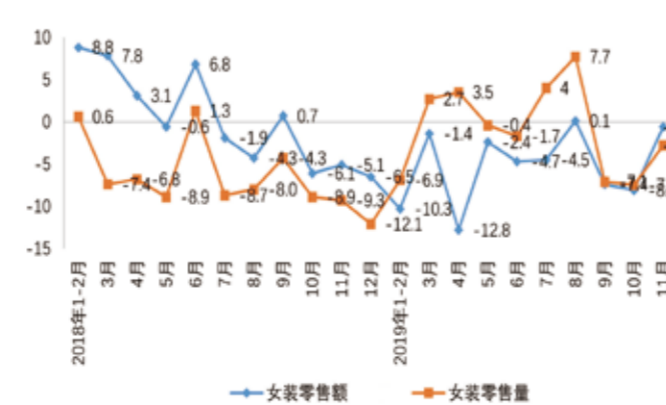


数据来源：中华全国商业信息中心

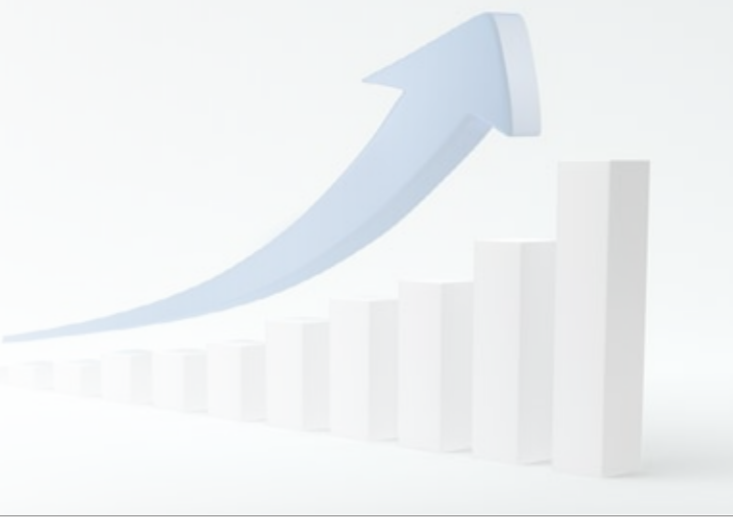
### 女装

中华全国商业信息中心统计数据，2019年11月全国重点大型零售企业女装零售额同比下降0.6%，降幅相比上年同期收窄了4.5个百分点；零售量同比下降2.8%，降幅相比上年同期收窄了6.5个百分点。

图5 2018—2019年各月全国重点大型零售企业女装销售增速 (%)



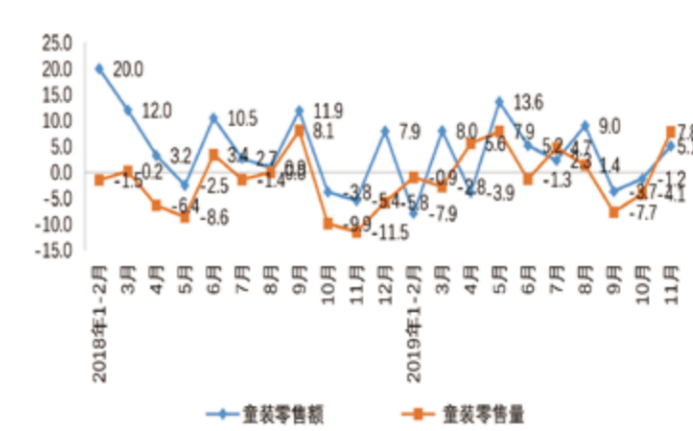
数据来源：中华全国商业信息中心



### 童装

根据中华全国商业信息中心统计数据，2019年11月全国重点大型零售企业童装零售额同比增长5.1%，增速相比上年同期提升了8.9个百分点；零售量同比增长7.8%，增速相比上年同期实现大幅提升。

图6 2018—2019年各月全国重点大型零售企业童装销售增速 (%)

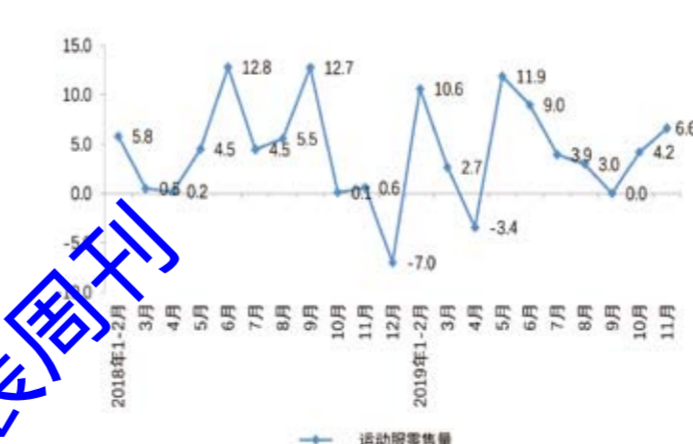


数据来源：中华全国商业信息中心

### 运动服

根据中华全国商业信息中心统计数据，2019年11月全国重点大型零售企业运动服零售量同比增长6.6%，增速相比上年同期提升了6.0个百分点，相比上月提升了2.4个百分点。

图7 2018—2019年各月全国重点大型零售企业运动服销售增速 (%)

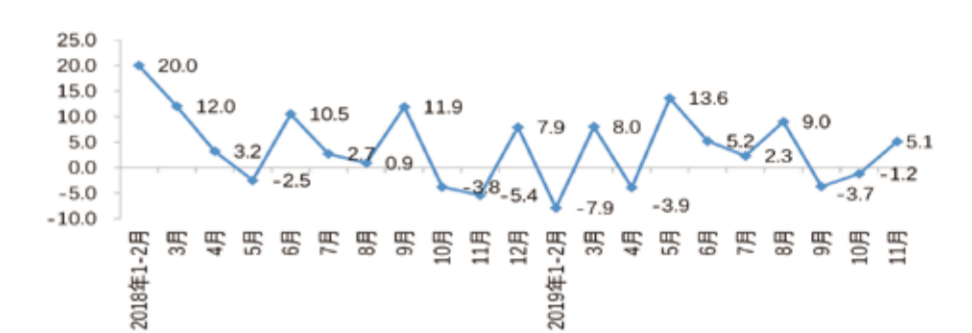


数据来源：中华全国商业信息中心

## 童装市场

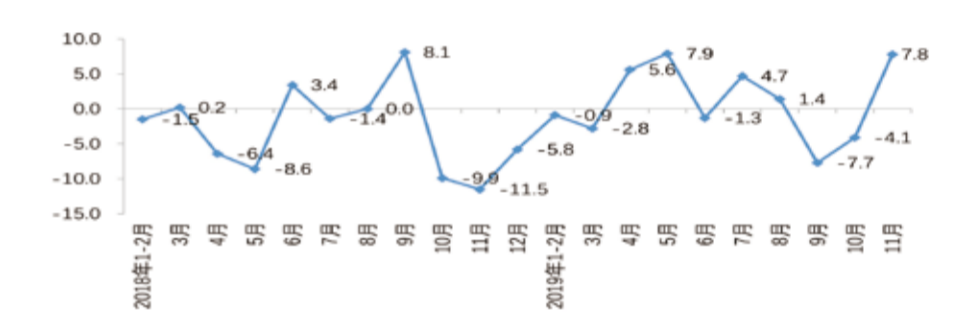
根据中华全国商业信息中心统计数据，2019年11月全国重点大型零售企业童装零售额同比增长5.1%，零售量同比增长7.8%。

图8 2018—2019年全国重点大型零售企业童装类商品各月零售额增速 (%)



数据来源：中华全国商业信息中心

图9 2018—2019年全国重点大型零售企业童装类商品各月零售量增速 (%)



数据来源：中华全国商业信息中心

## 分地区销售情况

从四大地区童装零售增长情况来看，2019年11月，零售额方面，东部地区同比增长11.2%，东北地区增长1.9%，中部和西部地区均不及上年同期。零售量方面，除中部地区外，其他三大地区童装零售量均实现同比正增长。

2019年11月份不同地区市场童装销售增速情况 (%)

指标	东部地区	中部地区	西部地区	东北地区
零售额	11.2	-14.8	-2.3	1.9
零售量	4.7	-15.3	24.3	16.7

数据来源：中华全国商业信息中心

## 分城市销售情况

分线城市看，2019年11月份，童装零售额方面，除三线城市外，一线、二线城市童装零售额均高于上年同期。零售量方面，一线城市增长16.2%，情况相对较好，二线城市也实现了同比正增长，三线城市不及上年同期。

2019年11月份不同城市市场童装销售增速情况 (%)

指标	一线城市	二线城市	三线城市
零售额	8.9	9.9	-7.4
零售量	16.2	9.0	-5.6

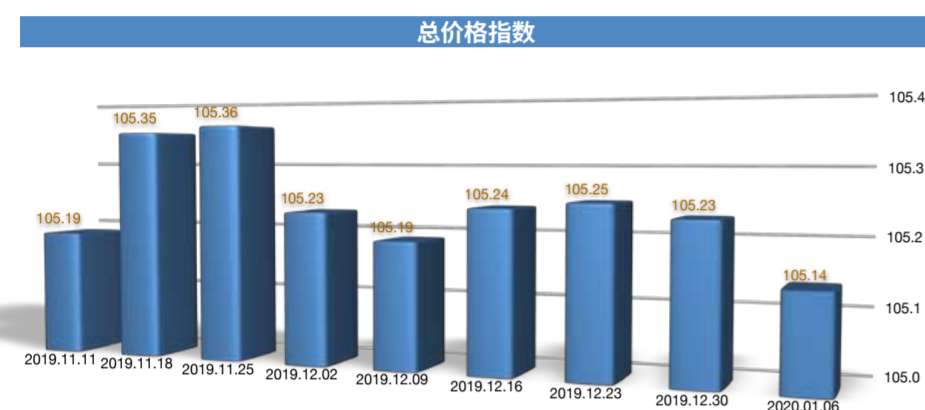
数据来源：中华全国商业信息中心



# 冬市销售继续回缩 价格微幅下跌

## 20200106 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20200106 期纺织价格指数收报于 105.14 点，环比下跌 0.09%，同比下跌 0.80%。



据统计月报显示：2019 年 12 月份中国轻纺城纺织品市场成交量为 129588 万米，环比上涨 15.55%，同比上涨 7.41%；1—12 月份累计成交量 846625 万米，同比上涨 9.01%。12 月份中国轻纺城纺织品市场成交额为 2264272 万元，环比上涨 21.29%，同比上涨 15.70%；1—12 月份累计成交额 13791701 万元，同比上涨 13.61%。

近期，中国轻纺城冬市营销继续回缩，其中：原料市场销量小幅下跌，坯布市场销量环比小升，服装面料市场布匹销量小幅下跌，家纺类产品成交量环比微跌，辅料行情小幅上涨。

### 原料价量小幅下跌，涤纶环小跌、纯棉纱行情仍显平淡

据监测，本期原料价格指数收报于 81.25 点，环比下跌 0.21%，同比下跌 4.37%。

**聚酯行情多显震荡，涤纶行情环小跌。**本期涤纶原料价格指数小幅下跌。上游聚酯原料行情多显震荡，近期华东地区 PTA 现货主流 4845—4850 元/吨，MEG 主流 4980—4990 元/吨，聚酯切片市场报价多显震荡，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6300—6325 元/吨。萧绍地区涤纶市场行情局部企稳，POY 价格环小跌，FDY、DTY 报价环持平。涤纶长丝跟进乏力，利润逐渐萎缩，FDY 在盈亏平衡线附近徘徊。近期涤纶短纤价格环小跌，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 7005 元/吨。涤纶短纤行情偏弱，各厂去库存压力仍相对较大，补库仍不够积极。近期纯涤纱市场报价基本稳定，32S 纯涤纱报 11300 元/吨左右，价格基本稳定；45S 纯涤纱报 12300 元/吨左右，价格基本稳定。

**纯棉纱需求逐日减弱，人棉纱价格稳中整理。**年内棉花市场基于下游企业普遍需求乏力，资金短缺，整体以随用随买为主。冀鲁豫地区的纱线市场的订单逐渐减少，尽管最近纱线市场常规品种受原料价格上涨的带动，棉纱价格有上调迹象。萧绍地区纯棉纱市场总体仍不太乐观，成交气氛平淡，小单走货为主，以普梳纱为主，纱厂报价盘整，局部稳中略坚持。

近期，粘胶短纤原料价格稍有上行，但幅度不大，销售仍显低沉，市场多显观望心态；目前粘胶短纤 1.5D×38mm 中端实际中心价在 9450 元/吨左右。近期人棉纱纱厂年前抛货继续增加，30S 人棉纱价格报 13950 元/吨左右，价格基本稳定；40S 人棉纱报 15100 元/吨左右，价格下跌 100 元/吨左右，大单成交价有优惠商谈。

### 坯布行情环比回升，价格指数环小涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 119.88 点，环比上涨 0.16%，同比上涨 1.21%。

本期坯布类价格指数呈环比回升走势。近期，因市场营销局部回升，坯布厂家订单环比小增，冬季坯布下单环比下降，春季订单环比增加，实际成交环比小增，坯布价格环小涨。其中：混纺纤维坯布行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，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环比回升；天然纤维坯布需求环比回升，价格指数呈小幅回升走势，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小升，拉动坯布类总体价格指数环小涨。

### 服装面料销售环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.20 点，环比下跌 0.15%，同比上涨 0.36%。

本期服装面料类价格指数小幅下跌。新年元旦后，轻纺城传统市场冬季加厚型面料成交继续回缩，冬市成交局部继续走淡，冬春品种分化格局明显。随着农历年终的临近，部分中小经营门市冬季现货分批及时销空，以结账、清账、追讨欠账款为主，赊账发货明显下降，连日市场成交环比回落。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤毛面料、粘胶面料、粘毛面料、锦纶面料、麻粘面料成交量不等量下跌，拉动服装面料类总体价格指数小幅下跌。

### 家纺营销继续回缩，价格指数环微跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.46 点，环比下跌 0.08%，同比下跌 0.59%。

本期家纺类价格指数环微跌。近期，轻纺城家纺市场销售局部继续显现不足，价格环微跌。目前，随着农历年终的临近，轻纺城家纺市场营销滞畅互现，大众色洋花型面料订单发送量环比回缩，跑量产品现货成交和订单发货环比下降。其中：床上用品类成交环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势；窗纱类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈小幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环微跌。

### 市场行情环比回升，辅料指数小幅上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 131.77 点，环比上涨 0.31%，同比下跌 0.54%。

本期服饰辅料类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回升，至目前下游企业备货局部回升，现货成交和订单发货呈现环比小增走势。带类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；线绳类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；衬料类行情明显攀升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类成交环比回升，价格指数呈小幅上涨走势，拉动辅料类总体价格指数小幅上涨。

### 后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡下跌走势，因行情不景气，许多面料商存在观望心理，囤货谨慎。在织造市场下单数量减少、后劲不足的情况下，市场或将呈现环比下行走势。1 月 10 日以后传统市场部分中小经营户将开始返乡离场，部分供应市场的厂家将开始减少货源或停止送货到市场。后市冬季面料成交环比下降，春季面料下单相对有限，织造企业开机率明显下降，印染企业产出明显下降，部分中小纺企放假较往年有所提前，预计传统市场成交将震荡回缩，整体市场成交将呈现震荡下跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651



微信号：tachaobao



微信号：fzfzk

# 潮报

他的时尚，她的时尚，TA的时尚，关于时尚的新潮播报尽在TA潮报  
接地气的时尚产业新闻，本土原创的设计推广平台  
《纺织服装周刊》(TAweekly)出品，行业品质，精良之作



www.taweekly.com

纺织服装周刊

# 织造开机率下滑 指数小幅下跌

## 2019年12月30日至2020年1月3日商务部中国·盛泽丝绸化纤指数点评

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下跌。其中，化纤总指数收盘于103.97点，与上周相比下跌了0.05点；化纤面料价格指数小幅下跌，收盘于100.63点，与上周相比下跌了0.14点；化学纤维价格指数小幅上涨，收盘于108.93点，与上周相比上涨了0.03点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上涨，收盘于104.28点，与上周相比上涨了0.08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

化纤面料价格指数收盘于100.63点，与上周相比下跌了0.14点。

里料方面，本周里料市场成交走淡。具体来看，本周涤纶塔夫、春亚纺等常规产品走货一般，价格维持上周水平，其中190T涤纶塔夫报价在1元/米左右；五枚缎系列表现稳定，下游多为散单采购；用于箱包产品的提花里料表现稳定，其中以黑丝提花里料成交较为突出，下游采购主要用于箱包的生产，多发往海宁等地，价格也维持前期；经编网眼系列表现稳定，其中一款吸湿排汗功能的网眼布很有市场，主要发往广东、上海、福建等地。

面料方面，本周面料市场成交多呈现“小批量”格局，市场整体新单表现一般，不少企业表示2020年春节后接单并不乐观，目前手头可执行的前期订单也已进入尾声。具体来看，弹力面料依旧表现较好，尤其是四面弹系列，下游采购多用于制作休闲装、套装或者运动装，后市仍有一定的市场；仿真丝系列本周成交有所走弱，且以雪纺、乱麻居多，厂家的主要任务是完成前期订单的发货，喷气面料本周走货不佳，前期走货尚可的锦棉、涤棉等产品也表现滞销，市场价格处于平稳；尼丝纺系列本周出货尚可，由于原料上涨幅度过大，带动了坯布报价略有上调。由于暖冬，羽绒服并不适销，但幻彩珠光尼丝纺还有一定的销量，该面料经过特殊后整理，布面呈现幻彩效果，多用于羽绒服面料上，手感细腻柔软、质地轻薄、垂悬挺括，因此广受市场青睐；此外，春亚纺、桃皮绒等产品走货不佳；家纺面料成交也缺乏亮点产品，常规仿麻系列需求较弱，价格也难以上涨。

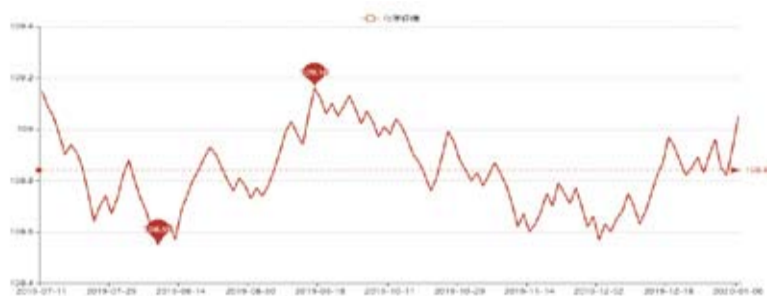
从商务部盛泽指数可以看出，临近春节假期，市场小部分厂家开始放假，市场开机率有所下滑，现盛泽地区喷水、喷气织机开机率大致在7成左右；坯布方面，随着市场成交进入尾声，厂家走货不多，库存小幅上升，现盛泽地区坯布库存在38—39天左右。进入12月中旬，大部分厂家即将放假，工人返乡，市场气氛将继续走弱。

### 化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数小幅上涨，收盘于108.93点，与上周相比上涨了0.03点。

本周国际油价延续涨势。2019年倒数第二个交易日，欧美原油期货在清淡的交易中收低。然而，伊拉克局势导致其纳西里油田暂时关闭，欧美原油期货盘中一度上涨至3个月来最高价位。随后，中东紧张局势加剧，有迹象显示中美贸易关系有所改善，欧佩克开始深入减产，贸易商担心供应紧张，石油需求随着经济改善而增长，欧美原油期货在2020年首个交易日小幅上

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



涨，1月2日，纽约商品期货交易所西得克萨斯轻油2020年2月期货结算价每桶61.18美元，比前一交易日上涨0.12美元，涨幅0.2%；伦敦洲际交易所布伦特原油2020年3月期货结算价每桶66.25美元，比前一交易日上涨0.25美元，涨幅0.4%。PX方面，本周PX价格弱势震荡，截至1月3日，亚洲PX跌6.41至817.67FOB韩国和834.67CFR中国，欧洲PX跌7.75美元至744FOB鹿特丹。

PTA方面，周初，在PX缺货的带动下以及原油的强势支撑下，PTA盘面延续涨势，冲破5000点。然而短短两日，受到浙石化4000万吨/年炼化一体化项目投产的冲击，PTA期货再次跌入下跌通道。同样，PTA现货价格整体有所下调，截至1月3日，内盘市场成交商谈围绕在4836—4847元/吨附近。涤纶长丝方面，本周涤纶长丝市场偏稳运行，主流厂家价格重心趋稳；截至1月3日，POY75D/36F主流厂家报价至7200—7300元/吨附近，FDY50D/24F产品报价则略升至9100元/吨附近。

产销方面，上游成本面和下游需求疲软，本周聚酯产销表现一般，市场主流产销基本围绕在5成附近。

库存方面，本周聚酯市场整体库存略有上升，从中国绸都网统计数据来看，现如今聚酯市场整体库存集中在10—19天；具体产品方面，POY库存至4—8天，FDY库存至8—13天附近，而DTY库存则至15—20天左右。

### 蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上涨，收盘于104.28点，与上周相比上涨了0.08点。本周丝绸价格弱势调整，目前下游整体现货市场交易平平，坯布市场气氛回落，坯布走货速度减缓。但蚕茧丝绸类面料走货有所松动，春夏装逐步开始生产，丝绸面料指数也有所回升。

图3 盛泽市场蚕茧丝绸类产品价格指数



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

纺织服务周刊

世界纺织看中国 中国纺织在柯桥

# 2020

5.6-8

浙江绍兴国际会展中心



KEQIAO TEXTILE EXPO (SPRING),  
SHAOXING CHINA

## 中国绍兴柯桥国际 纺织品面辅料博览会（春季）



主要展品：纺织面料（辅料）、家用纺织品、创意设计

展会热线：0575-84135583 81181389

纺织服务周刊



# 精锐十年 岁末绽放

## 2019中国纺织服装行业年度精锐榜发布仪式

主办单位:《纺织服装周刊》杂志社

支持单位:长发国际时尚中心

在岁末年初之际,本刊以媒体的视角回望行业发展轨迹,连续第十年发布“中国纺织服装行业年度精锐榜”,并在十年之际,隆重推出年度“科技驱动榜样”、“时尚引领榜样”、“可持续发展榜样”,与“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、十大产业园区(平台)、十大活力市场、十大装备先锋”榜单共同发布。

在这份榜单中,不乏务实创新的科技先锋,不乏敢为人先的时尚榜样,不乏带领行业可持续发展的磅礴力量,在他们的引领下,中国纺织业正在迎来一个更美好的明天。

2020年3月11日,在上海开幕的中纺联春季五展上举办隆重的发布仪式。届时所有代表单位将在中国纺织工业联合会领导、展会重要嘉宾、权威媒体面前共享荣耀时刻。

3月11日 上海国家会展中心  
让我们共同见证

更多详情请关注《纺织服装周刊》官微、官网  
欢迎致电

85229013/9892/9489

寻找榜样力量  
荣耀终归这里

纺织服装周刊