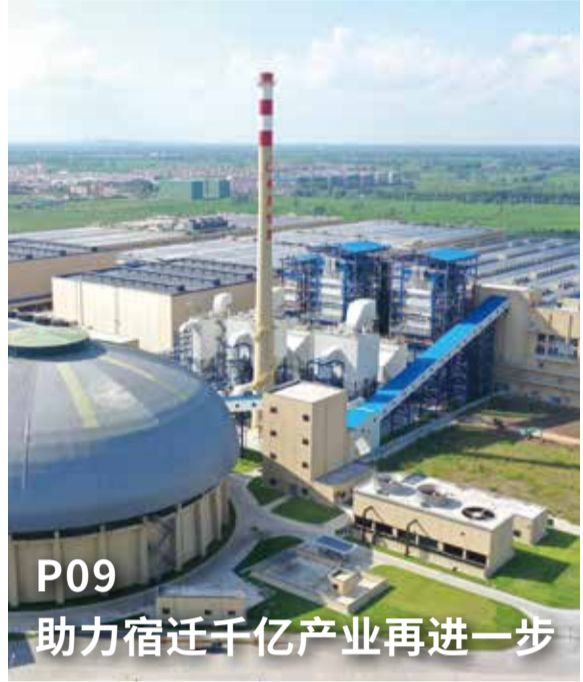


纺织服装周刊

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 2024.04.22 | 第15期 | 总第1167期



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

影响
改变认知
服务
创造价值

《纺织服装周刊》官方网站：
www.taweekly.com

● 新闻热线：刘嘉 010-85229395
● 广告热线：万皓 010-85229892



KQFW 2024 KEJIAO FASHION WEEK 柯桥时尚周

逐光而行

CHASING THE LIGHT

KEJIAO FASHION WEEK

2024柯桥时尚周 | 春季

05.05-05.09

© May 2024 ©

《纺织服装周刊》杂志社理事会

(排名不分先后)

理事长单位



副理事长单位



常务理事单位



理事单位



国际战略合作单位



AUTHORITATIVE FASHIONABLE PROFESSIONAL

权威 / 时尚 / 专业 / 为中国纺织服装行业发声

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

社长 徐峰
总编辑 刘萍
副社长 刘嘉
社长助理 张尚南
副总编辑 袁春妹 万晗
高级顾问 胡晓玉

总编助理 郭春花
采编中心
主编 徐长杰
副主任 董笑妍
特邀主笔 郝杰
主任助理 李亚静
编辑/记者 陶红 余辉
夏小云
美编 郭淼

品牌推广中心
总监 吕杨
副总监 罗欣桐
主任 王振宇
执行专员 裴鑫榕

浙江运营中心
总监 赵国玲
副主任 王利
记者 边吉洁
周榆清

融媒体中心
总监 墨影
资深摄影 关云鹤
美编 李举鼎
编辑/记者 许依莉 李雨霏

市场发展中心
总监 万晗(兼)
主任 雷蕾
副主任 云娟娟

行政管理中心
总监 崔淑云
副总监 黄娜
办公室
主任 刘萍
财务部
主任 崔淑云(兼)
主任助理 张艳

热线电话
总编室: 010-85229395 新闻热线: 010-85229379
发行热线: 010-85229026 传真: 010-85229422

国际标准刊号:ISSN 1674-196X 国内统一刊号:CN11-5472/TS
广告发布登记通知书号:京东工商广登字20170146号
出版单位:《纺织服装周刊》杂志社有限公司
地址:北京市东城区东四西大街46号院(100711)
定价:每期人民币12元
日本合作媒体:纤维News
印度合作媒体:Inside Fashion
欧洲合作媒体:Textile
台湾地区合作媒体:
承印:北京晟德印刷有限公司

本刊声明

本刊已许可中国知网、超星期刊域、博看网、龙源期刊以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含上述平台著作权使用费,所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议,请在投稿时说明,本刊将按作者说明处理。

06

资讯 *Infos*

《推动工业领域设备更新实施方案》发布,棉纺设备为重点
今年一季度全国纺织品服装出口同比增长 2%

08

关注 *Attention*

推动全面从严治党工作向纵深发展
恒阳化纤:助力宿迁千亿产业再进一步

10

特别报道 *Special*

涡流纺是“黄金赛道”?
为什么是涡流纺?
聚力求新,展现国产涡流纺优势
做强涡流纺需扎实创新
博采纺纱技术 扩大色纺优势
用涡流纺打造独树一帜的实力

14

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

合力迈向新赛道
功能性摇粒绒:从创新到可持续时尚
柯桥时尚闪耀中国国际时装周

18

封面故事 *Cover Story*

从马面裙到泼天的富贵,曹县做对了什么?

20

产业用 *Industry*

紧抓消费升级机遇,非织造擦拭材料探索新质发展之路

22

一线 *Frontline*

新乡化纤:做好新质生产力这篇大文章
《全国服装电商产业发展白皮书(2023)》在天门发布

24

展会 *Exhibition*

贴身服饰最大原产地尽展魅力

25

观察 *Observation*

浅谈纺织信息化系统在企业中的实施应用

26

指数 *Index*

春市营销略显回缩 价格指数环比微跌



万晗
《纺织服装周刊》副总编辑

NEW CHINESE STYLE 新中式：种一个有结果的因

前不久,作为国内最早提倡“中国美学”设计的中国国际时装周以及倡导中外时装设计交流与转化的上海时装周相继落下帷幕,这两个权威性时尚设计舞台呈现出一个共同特点:与“新中式”相关的活动超过一半。以“中国美学、非遗创新、国潮跨界”为主的“新中式”,成为了当下中国服装设计的话题暴风眼。

其实,在2023年下半年新中式风就已大火。抖音数据显示,#马面裙#话题的短视频播放量超200亿次,#新中式穿搭#话题的短视频播放量超过100亿次。新中式服装的搜索量同比增幅6476%,其中马面裙搜索同比增幅1292%。

抛开爆火的汉服、马面裙极致爆品不谈,当下,国内外知名时装品牌正在以更大的声量和品牌优势高调调入局新中式赛道。既包括以鄂尔多斯、劲霸、柒牌为代表的传统服装品牌,又有ZARA、阿迪达斯为代表的快时尚及运动品牌。时装品牌大多将新中式元素视为品牌设计的重要点缀,借此链接年轻用户。

新中式为传统服饰文化的传播打开了新窗口,也为中国品牌的发展提供了新思路。

以近几年定位“高端新国货”的劲霸为例,其高端系列KB HONG已连续5年、连续6次登陆米兰时装周官方日程,入驻米兰著名的Showroom,以“东方美学交融意式优雅”的核心设计理念,与欧洲消费者、时尚买手交流沟通。中国品牌的秀款设计都会输出当代中式美学,近年来,波司登、艺之卉、生活在左也

陆续登陆米兰、巴黎,为持续的文化输出与积累发挥了重要作用。

新中式的出圈出海不仅体现了国内消费市场的成熟和消费者对国产品牌信心的提升,还反映了国家对于本土品牌培育和“中国制造”转型升级的重视。

本季中国国际时装周上,中国领军服装与制造品牌衫衫、真维斯、大杨、际华、南山、迪尚、坦博尔同时亮相,作品中传递出致敬中国文化的设计元素,在休闲、西装、正装、工装、羽绒各品类诠释着中国当代年轻人的穿衣哲学,这都是对“新中式”着装的情感表达。

“新中式”的路要走得远,除了前沿设计师的趋势带动,更少不了像上述优秀制造型服装品牌的产品开发与生产,只有这样,趋势才将成为产品,通过大规模生产实现商品化、商业化、产业化,最终走向国际。

当然,“新中式”服装的发展还有更多问题要去解决,比如如何将中式风格日常化,让新中式的审美被更广泛接纳是需要思考的;同样,对文化的理解与运用,关系着是否能以新生代的视角演绎中国品牌,关系着一个服装品牌能否持续不断地让用户感知理解其设计语言。

“新中式”的爆火希望不是昙花一现,“它”不仅仅是祖国强大、文化自信与中国品牌坚持多年在海内外重要平台发布作品的果,更应该成为中国本土品牌抓住机遇、走向国际的因。

——证券日报

3月,中国“专精特新”创新指数达历史新高,较上年同期增长40.4%;“专精特新”扩张指数环比增长68.8%。一季度,创业企业经营活力指数同比增长8.9%。

——经济参考报

生态环境部近日修订发布《排污许可管理办法》,将于7月1日起施行,突出排污单位“全覆盖”、环境管理要素“全覆盖”、污染物排放管理“全覆盖”,明确对排污单位的大气污染物、水污染物、工业固体废物、工业噪声等污染物排放行为实行综合许可管理,夯实“一证式”的管理路径。

——科技日报



纺织服装周刊
微信订阅号



纺织服装周刊
微信视频号



纺织服装融媒体
抖音号



纺织机械
微信订阅号



纺织服装周刊
今日头条号



纺织服装周刊
网易号



纺织服装周刊
新浪微博

《推动工业领域设备更新实施方案》发布，棉纺设备为重点

■ 本刊记者_郝杰

4月9日，工信部等七部门联合印发《推动工业领域设备更新实施方案》，提出围绕推进新型工业化，以大规模设备更新为抓手，实施制造业技术改造升级工程，以数字化转型和绿色化升级为重点，推动制造业高端化、智能化、绿色化发展，为发展新质生产力，提高国民经济循环质量和水平提供有力支撑。

目标是到2027年，工业领域设备投资规模较2023年增长25%以上，规模以上工业企业数字化研发设计工具普及率、关键工序数控化率分别超过90%、75%，工业大省大市和重点园区规上工业企业数字化改造全覆盖，重点行业能效基准水平以下产能基本退出、主要用能设备能效基本达到节能水平，本质安全水平明显提升，创新产品加快推广应用，先进产能比重持续提升。

在重点任务中，《方案》提出实施先进设备更新行动，明确纺织行业更新转杯纺纱机等短流程纺织设备，细纱机、自动络筒机等棉纺设备。

在实施数字化转型行动方面，《方案》要求消费品制造业推广面向柔性生产、个性化定制等新模式智能装备。同时，加快建设智能工厂。加快新一代信息技术与制造全过程、全要素深度融合，推进制造技术突破、工艺创新、精益管理、业务流程再造。推动人工智能、第五代移动通信(5G)、边缘计算等新技术在制造环节深度应用，形成一批虚拟试验与调试、工艺数字化设计、智能在线检测等典型场景。推动设备联网和生产环节数字化链接，实现生产数据贯通化、制造柔性化和智能化管理，打造数字化车间。围绕生产、管理、服务等制造全过程开展智能化升级，优化组织结构和业务流程，打造智能工厂。充分发挥工业互联网标识解析体系作用，引导龙头企业带动上下游企业同步改造，打造智慧供应链。

在实施绿色装备推广行动方面，《方案》提出加快生产设备绿色化改造。推动重点用能行业、重点环节推广应用节能环保绿色装备。加快应用固废处理和节水设备。以主要工业固废产生行业

为重点，更新改造工业固废产生量偏高的工艺，升级工业固废和再生资源综合利用设备设施，提升工业资源节约集约利用水平。面向石化化工、钢铁、建材、纺织、造纸、皮革、食品等已出台取(用)水定额国家标准的行业，推进工业节水 and 废水循环利用，改造工业冷却循环系统和废水处理回用等系统，更新一批冷却塔等设备。

对于财税金融支持，《方案》提出加大工业领域设备更新和技术改造财政支持力度，将符合条件的重点项目纳入中央预算内投资等资金支持范围。加大对节能节水、环境保护、安全生产专用设备税收优惠支持力度，把数字化智能化改造纳入优惠范围。

设立科技创新和技术改造专项再贷款，引导金融机构加强对设备更新和技术改造的支持。发挥国家产融合作平台作用，编制工业企业技术改造升级导向计划，强化银企对接，向金融机构推荐有融资需求的技术改造重点项目，加大制造业中长期贷款投放。

今年一季度 全国纺织品服装出口同比增长 2%

根据海关总署统计快讯，一季度全国纺织品服装出口659.1亿美元，同比增长2.0%（以人民币计同比增长5.4%），高于我国货物贸易整体出口增速0.5个百分点。其中，纺织品出口320.9亿美元，同比上升2.6%（以人民币计同比增长6.1%）；服装出口338.2亿美元，同比增长1.4%（以人民币计同比上涨4.8%）。

3月当月，我国纺织品服装对全球出口208.2亿美元，受去年同期较高基数影响，同比下降17.2%（以人民币计同比下降13.8%）。其中，纺织品出口103.8亿美元，同比减少16.8%（以人民币计同比下降13.4%）；服装出口104.3亿美元，同比下降17.6%（以人民币计同比减少14.2%）。

1—2月，我国纺织行业对主要出口市场贸易实现稳定增长。其中，我国对东盟出口纺织品服装75.6亿美元，同比增长12.3%。特别是对柬埔寨、印度尼西亚和马来西亚出口额同比大幅上升42.4%、23.8%和14.7%。随着消费需求逐步释放，前2个月，我国对美国 and 欧盟出口的纺织品服装金额同比分别上涨19.3%和14.1%。但根据3月出口快报数据，预计对部分市场出口将出现下滑。

从整体趋势看，当前纺织行业外贸依然承压、外需恢复势头尚未企稳，行业仍需进一步加快外贸转型升级，培育竞争新优势。（联盟）

安庆聚力打造 望江纺织服装首位产业

近日，安庆市委、市政府在望江县举办第二十三期“宜咖吧”企业家沙龙，面对面听取企业意见建议，推动纺织服装产业高质量发展。

近年来，望江持续推动纺织服装产业集群发展，成为中国新兴纺织基地县、安徽省纺织服装第一县。“要制定科学的战略规划、可预期的发展目标，打造纺织服装产业的‘望江模式’”“要把望江童装产业方向定位好，然后聚合资源大力发展，实现弯道超车”“人是关键生产力，望江在外纺织服装产业人才有15万人，要千方百计把他们引回来”“政府要打造公平公正公开的营商环境，让企业‘心中无忧’”“政企协同发力，一定能把产业做旺做大，把望江纺织服装这张名片打出去”……在三个小时的时间里，大家围绕望江纺织服装产业发展畅所欲言，既谈发展也说建议，现场气氛热烈。

安庆市委书记张祥安指出，纺织服装永远是朝阳产业。经过多年发展，望江纺织服装产业集聚了一大批好企业和技能人才，有良好发展基础，未来大有可为。望江要下功夫打造有特色的纺织服装产业集群，要加强纺织服装产业招商力量，紧盯全国纺织服装产业集聚地点招商，提高招商精准度和实效性；要通过招引培育一批龙头企业、骨干企业，优化企业梯次格局，打造大中小并进、上下游贯通的企业方阵；要本着“缺什么补什么”的原则，聚焦产业链、供应链、生态链薄弱环节，全力以赴壮链强链延链补链，不断提升区域产业整体竞争力。要下本钱打造良好营商环境，政府既要建强园区平台，又要聚焦企业所需所盼，下大力气解决好产业发展中的堵点卡点问题，对企业提出的印染、质检、物流、人才等共性诉求，能解决的要立即解决，不能立即解决的要想方设法向上争取，以优质服务助推企业做大、产业做强。（安协）



Shapewear for
Every Body.
And Everybody.

合体。合你。

Choose LYCRA® ADAPTIV
fiber.

选择莱卡®智合智纤。

Be Human. Kind.

合和众身之美。



关注莱卡公司

LYCRA® (莱卡®) 是莱卡公司拥有的商标



会议现场。

推动全面从严治党工作向纵深发展

中国纺联党委召开 2024 年全面从严治党工作会议

■ 中国纺联纪委办公室 / 供稿

4月3日下午,中国纺织工业联合会(简称“中国纺联”)党委召开2024年全面从严治党工作会议。中国纺联党委副书记、会长孙瑞哲,秘书长夏令敏,党委副书记陈伟康,纪委书记王久新,副会长陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、阎岩、梁鹏程以及中国纺联党委委员、纪委委员,各基层党组织书记、纪委书记、纪检委员等近70人参加了会议。会议由陈伟康主持。

推动中国纺联纪检工作高质量发展

本次会议的主题是深入学习贯彻党的二十大和二十届中央纪委三次全会精神,研究部署2024年全面从严治党工作任务。

首先,王久新布置了2024年纪委重点工作。他从深化创新理论武装;推进政治监督与政治建设有力贯通;深入开展纪律教育;纠“四风”树新风,持续营造风清气正的良好氛围;反腐倡廉,把“严”的主基调长期坚持下去;加强纪检监察组织和纪检队伍建设,提高履职尽责能力六个方面对2024年中国纺联纪委18项重点工作进行了安排。

王久新指出,2023年,中国纺联各级纪检组织认真落实联合会党委工作部署,准确把握职责定位,突出监督专责专责,持之以恒正风肃纪,积极发挥服务保障作用,党风廉政建设和反腐败工作取得新进展,进一步推动中国纺联全面从严治党工作向纵深发展。2024年,中国纺联纪委将继续以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的二十大和二十届中央纪委二次全会精神,深入落实二十届中央纪委三次全会精神,特别是习近平总书记关于党的自我革命的重要思想和全面从严治党战略方针,贯彻落实全国性行业协会商会党委有关纪检工作要求,巩固拓展主题教育和教育整顿成果,以党的政治建设

为统领,紧紧围绕坚决贯彻落实党中央重大决策部署,坚持稳中求进工作总基调和“严”的主基调,深刻把握新时代纪检工作新要求,在中国纺联党委领导下深化全面从严治党,切实履行监督基本职责、第一职责,精准监督、创新监督,巩固拓展作风建设成效,一体推进不敢腐、不能腐、不想腐。建设高素质专业化纪检干部队伍,推动中国纺联纪检工作高质量发展,为实现中国纺联年度工作目标任务提供坚强保障。

2024年突出抓好五个方面重点工作

孙瑞哲做了重要讲话。他指出,2023年中国纺联全面从严治党在五个方面取得新成效:一是深化学习教育,提高政治站位,加深思想认识;二是细化问题整改,坚持问题导向,防范重大风险;三是强化日常监督,纠“四风”树新风,抓重点抓经常;四是持续正风肃纪,深入推进“三不”一体建设;五是丰富培养方式,健全工作机制,加强队伍建设。

孙瑞哲表示,2023年中国纺联党委和各基层党组织以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的二十大和中央纪委二次、三次全会精神,以政治建设为统领,旗帜鲜明讲政治,不断加深对党的自我革命实践的领悟认识;以习近平总书记提出的“九个以”为实践要求,不断推进巡视整改和主题教育成果运用,健全全面从严治党体系;以新形势下破解高质量发展难题为目标,坚持问题导向,不断推动全面从严治党各项责任落实到位;以党建业务双融合、一体推进“三不腐”为落脚点,全面提升从严治党工作水平;以全的要求、严的基调、治的理念持续打造风清气正的发展环境,围绕中国纺联的使命职责,建设特有廉洁文化,为将联合会建设成讲政治有高度、专业强有影响、负责任有担当、

受尊敬有威信的“四有”社会组织提供坚强保障。他强调,中国纺联党委2024年要突出抓好五个方面的重点工作。一是要系统学习、深刻领悟习近平总书记关于党的自我革命重要思想;二是以学习贯彻新修订的《中国共产党纪律处分条例》为契机加强纪律教育,通过集中性纪律教育加强党员队伍建设;三是继续加强制度建设,不断完善监督体系;四是强化监督问责,压实党风廉政建设责任;五是强化作风建设,构建良好发展环境。

切实从思想上筑牢廉洁防线

会上,孙瑞哲代表中国纺联党委分别与中国纺织出版社有限公司党委、中国贸促会纺织行业分会党总支、中国棉纺协会党支部三家基层党组织负责人现场签署《党风廉政建设责任书》。

陈伟康就落实好本次会议精神向各基层党组织提出了三个方面的要求:一是提高政治站位抓好落实,要真抓好会议精神的学习传达和贯彻落实,确保全体党员干部把思想和行动统一到全面从严治党新精神、新要求;二是要压实责任推动落实,紧紧围绕全面从严治党的新部署、新要求和建设“四有”社会组织的目标,切实强化政治担当,压实工作责任,确保全面从严治党主体责任不折不扣落实到位;三是强化自律带头落实,要牢固树立正确的世界观、人生观、价值观、政绩观,深入落实廉洁从业各项规定,严守“底线”、不触“红线”、筑牢“防线”,切实做到思想务实、生活朴实、作风扎实。

本次会议既是贯彻落实党的二十大和二十届中央纪委三次全会精神,也是新形势下进一步做好中国纺联全面从严治党工作的内在要求,会议要求中国纺联广大党员领导干部要切实在思想上筑牢廉洁防线,提高纪律规矩意识,进一步增强拒腐防变能力。TA

恒阳化纤：助力宿迁千亿产业再进一步

■ 本刊记者_徐长杰

坐落于全国人口第二大县、花木之乡——沭阳的江苏桐昆恒阳化纤有限公司,正以蓬勃发展之态势迅速崛起。

从一片平地到现在的工业产业园区规模,项目全部建成后将具备年产240万吨新型纤维、年加工90万吨DTY纤维和25万吨高端面料坯布及7亿米绿色纺织面料,将带动就业超万人。

江苏桐昆恒阳化纤有限公司下设旭阳热电、晨阳污水、宏阳印染三家子公司,并配套码头项目,自2020年12月5日正式签约入驻以来,先后获得2022年宿迁市市级智能车间、宿迁市工业投资10强企业、2023年四星级上云企业等荣誉。在创新创造方面,取得了授权的实用新型专利14个,授权的发明专利1个,受理的发明专利12个等。

恒阳化纤在历经三年建设期后,2023年底已形成120万吨聚酯纤维、22.5万吨DTY纤维和4.3万吨高端面料坯布的生产能力,跑出了“宿迁新速度”、提升了“沭阳新效率”、创造了“桐昆加速度”,并在积极推动其他项目建设。

政企合力,实现项目流程新突破

沭阳素有“虞姬故里、花木之乡、江淮明珠”之称,这里优越的地理位置,悠久的历史背景,完善的配套要素保障,特别是优良的营商环境,深深打动着桐昆集团。

恒阳化纤进入当地办公后,仅用4个月的时间就开工建设,实现了“拿地即开工”的沭阳效率、宿迁速度。过程中也遇到了各种困难,例如土地征迁难度大、旭阳煤炭指标缺、旭阳废气指标少等,但是在各级政府的大力支持下,在前期项目小组的全力拼搏下,秉持着“事不过夜”的精神,积极配合第三方评价单位完善各项报告,最终在2021年7月9日取得热电环评批复,在报批的窗口期实现了新突破,给了项目组成员一剂强心

恒阳化纤

在历经三年建设期后,

2023年底已形成

120万吨聚酯纤维、

22.5万吨DTY纤维

和4.3万吨高端面料坯布

的生产能力,

跑出了“宿迁新速度”、

提升了“沭阳新效率”、

创造了“桐昆加速度”。



江苏桐昆恒阳化纤厂区。

针,各项付出都有了回报。

报批的顺利完成成为项目建设奠定了良好基础,但是三年建设期也是疫情三年的关键期,给项目带来了极大困难,人员管控及物资进出都经历了严峻考验。当地政府成立专班小组,采用特事特办,在确认好安全的前提下开通绿色通道,确保人员及物资顺利进场,严把进门关,做好现场人员管控,为项目建设做好安全护航。在确保安全的基础上,项目指挥部认真对照项目清单,狠抓项目推进,确保序时进度,做好要素保障,倒排工期,挂图作战,做到进度和质量两手抓、两手硬。在项目总指挥的带领下,项目在2022年4月实现了织造一车间投产,同年7月,220KV变电站投入使用及加弹一车间投产。为尽快实现产业加快投产,项目部克服各项困难,终于在2023年2月实现了热电一阶段投产和首套聚纺装置投产,标志着恒阳打通了从“热电—聚纺—加弹—织造”的全流程。紧接着其他三套聚纺装置投产,是全国唯一一家当年投产、当年实现120万吨新型功能纤维的企业。

为满足企业发展需要,政府投资实施通港大道、繁荣大道等道路工程,并为其配备污水管网、220KV双回路供电线路,新建第四实验小学,用于未来企业用工子女就近就读,当地小城市化建设有了很大提升,一系列举措也提升了企业后续投资信心。

全面打开销售新局,打造桐昆恒阳品牌

伴随着产能释放,打开市场是2024年度工作的重中之重,恒阳公司以优质的服务做好客户管理,以多样化的品种满足客户所需。恒阳产品系列丰富,涉及POY、FDY、DTY、坯布、短纤等,采用全球先进生产设备,不断优化生产工艺,完善生产现场管理,加强技术革新,精益

求精,精耕细作,力求在未来的市场中站稳脚跟,突破自我。

恒阳化纤作为江苏省重大产业项目,将大力推动科技创新。坚持数字赋能,发挥大企业示范引领作用,大力拓展智改数转网联,积极争创“专精特新”项目,加快推进数字化转型、智能制造发展,积极打造互联网标杆工厂、智能车间,加强校企合作,推动产学研项目合作,积极开展跨行业研究与合作,研究内容覆盖了纺织印染、污水处理、绿色再生、新能源、大数据等多个领域。特别是在技术开发领域,推动发明、实用新型专利等申报,为创新创造营造肥沃的土壤,强化创新人才培育和新产品研发,以新产品新工艺抢占市场,为产业创新发展打造新增长点,为宿迁市制造业扩容提质贡献力量。

作为桐昆集团延链、补链的重要一步,恒阳公司紧紧围绕国家战略和市场需求,全面贯彻党的二十大精神,积极完善产业布局,为打造百亿企业勇毅前行。据悉,桐昆恒阳短纤、印染项目已进入施工建设阶段,预计在本年度将释放新产能。

桐昆恒阳项目不仅是宿迁纺织服装产业强链优链项目,能够为宿迁高质量发展注入更多的新功能和活力,同时也是桐昆布局“十四五”,继续向产业链下游延伸、做到“一匹布”的重要一步,是桐昆积极融入国际国内双循环新发展格局的重要举措,更是对习近平总书记视察江苏作出的“加快产业基础高级化、产业链现代化”重要讲话指示精神的生动实践。

相信在当地政府和桐昆团队的共同努力下,该项目不仅能够引领当地经济的高速发展,更能为江苏北部地区经济注入新的活力,发挥项目优势和产业链龙头企业带动效应,紧紧围绕打造百亿级企业年度目标下功夫,为宿迁工业经济高质量发展作出更大贡献。TA



涡流纺是“黄金赛道”？

■ 本刊记者_袁春妹 夏小云

近年来，中国涡流纺产能快速攀升，全球占比超7成，吴江盛泽地区的涡流纺抱团发展尤为显著，企业动辄追加数百台涡流纺设备。行业企业持续入局涡流纺原因何在？大手笔投入的企业看到了什么机会？专注于涡流纺的企业又在如何布局？

● 产业观察

为什么是涡流纺？

这些年，行业企业普遍感觉国内纺纱新增项目在逐步减少，一些项目的角逐呈现白热化。然而，同一时期，国内涡流纺增速非常明显，设备进口量更是一路攀升，特别是近五年，涡流纺设备的进口量累计超过20万头，5年间的增量在当前国内涡流纺产能存量的占比超过了50%，中国全球涡流纺大国的地位已毋庸置疑。

踏准产业发展节奏

涡流纺何以能有如此表现？其实很多纺纱企业都给出了同样答案：流程短、效率高、用工少……正如中国棉纺织行业协会喷气涡流纺行业分会会长陈克勤所说，涡流纺很好地迎合了中国纺织产业发展的需要。

回看中国纺织产业近十年的发展状态不难发现，在锁定纺织强国建设的道路上，从增品种、提品质、创品牌到降本增效，再到深挖企业盈利能力，纺企一直在多维探索。

流程短、效率高、用工少、占地面积小……涡流纺所呈现出的优势几乎扣准了纺企高效奔赴高质量发展的多种诉求，特别是在近年江浙一带大力推进产业转型升级的背景下，企业积极主动的转型为涡流纺的快速发展提供了沃土。

项目值不值得投？其实没有谁能比企业算得更精准，投入产出比永远被放在首位。就涡流纺投资来说，有人进行过专门测算，以一条涡流纺生产线为例，配置8台涡流纺纱机及相关清梳联、

并条机等前纺设备，主机设备的投资较1万锭环锭纺设备的投资成本约增加10%；而在投产后的运营中，在减少用工、提升效率、绿色发展等方面，涡流纺却拥有较大优势，这使得涡流纺成为了一些纺企转型升级的优选。

新空间亟待开拓

虽然涡流纺被很多企业看好，从数据上看，也确实表现出了良好发展势头，但当深入对话行业企业时，我们仍旧感受到这个“小圈子”里较大的市场竞争压力。

在近几年的中国纺联联展中，大家可以明显察觉到，涡流纺纱线参展企业的数量在不断增加，更有企业将业务主体锁定在了涡流纺领域，坚定做专这类产品。

“你们公司的涡流纺产品有哪些独有特点和优势？”当记者将这样的问题抛向企业时，他们大多提到了高品质、差异化或高端化，然而具体到企业的产品特点描述时，却缺少有力的特色和亮点。据了解，目前国内的涡流纺纱线品类中，粘胶纱的占比仍是最大，也是当下涡流纺领域中竞争最为激烈的品类，主流纱支则在16S—60S之间。就当下涡流纺纱线约5%的国内纱线总产能占比来看，若大多数涡流纺纱线企业只能在这个范围里谋生，大家面对的竞争环境可想而知，别说利润，生存可能都将面临挑战。

其实，在涡流纺产品领域，行业企业尚有广

阔的创新空间。比如从纤维层面进行研发，为涡流纺提供更多纤维加工品类，或者在多组分方面加大开拓，为涡流纺纱线赋予更多性能，又或者通过加码色纺纱、纯棉纱为涡流纺品类扩容等等，都会为涡流纺企业带来更多机遇和发展空间。

设备支撑力不足

据不完全统计，目前中国涡流纺设备存量约4000台，其中95%来自日本村田公司。如此状况，相信会让很多企业为之感叹：能在细分市场一家独大如此之久，果然有技术、有实力。

放眼整个纺织产业链所涉及的设备，能够在某个领域形成压倒性优势的企业并不多，唯独涡流纺。虽然卓郎、立达、朗维、萨维奥等企业近年来推出了相关设备，但目前这些企业的涡流纺设备技术市场拓展尚待加强。面对当前国内纺织市场超75%的设备国产化率，国产涡流纺设备的创新能力明显不足，虽然有企业陆续投入研发，但至今未有成熟产品面世。而需求端对涡流纺设备的国产化寄予厚望。

从当前国内涡流纺产能增长情况来看，在设备采购端，大企业或集群的对话能力明显更强，有意涉足的小企业受限较大。在瞬息万变的 market 环境下，“等待”可能就意味着丢失机会，因此，希望更多的涡流纺设备企业加速与市场融合，跟上纺企的发展步伐，让中国的涡流纺更具活力和竞争力。

● 专家视点



聚力求新，展现国产涡流纺优势

访中国棉纺织行业协会副会长景慎全

近几年，中国棉纺织行业设备改造快速推进，三种纺纱方式都有不小的新增产能。“得益于纺纱速度快、占地面积小、用工少等特点，涡流纺在更大程度上满足了纺企的发展需求，行业认可度逐年提高，成为纺纱新增产能和技改项目的重要选择。”谈及国内涡流纺发展情况，中国棉纺织行业协会副会长景慎全如是说。

发展增势显著

“截至2023年，国内喷气涡流纺产能已超过36万头。特别是近年来，涡流纺纱线已逐步被下游认可，保持了较强的增长态势，并在某些品种上展现出替代环锭纺的一定趋势。”景慎全说。

据介绍，喷气涡流纺的发展一直受到重视，被列入国家《产业结构调整目录》中的鼓励类项目，同样中国棉纺织行业“十三五”“十四五”发展指导意见中，也将喷气涡流纺作为重点发展的纺纱技术。目前，国内喷气涡流纺产能的行业占比已经从2010年的约1%，上升到目前的超5%，产能主要分布在江苏、浙江、山东、新疆等地区。

“当前国内涡流纺主要布局在长三角地区，特别是盛泽地区已拥有全国远超一半的喷气涡流纺产能，成为了全球涡流纺最密集的区域。除此之外，苏北地区的涡流纺产能也在迅速增长。未来，国内的涡流纺将呈现遍地开花的局面。”景慎全说。

涡流纺进入中国以来，行业企业围绕这一新型纺纱形式不断进行产品创新。目前的涡流纺产品，除了常规的粘胶纱，更多的原料和工艺在不断引入，差异化产品迭出。

“涡流纺纱线领域在不断扩展，近来表现比较突出的品种是高支纱和包芯纱。以往，喷气涡

流纺的纱线支数主要是30S—40S，经过企业的不断尝试，目前已将纱支突破到100S—120S。随着喷气涡流纺包芯装置的成熟，近来喷气涡流纺包芯纱也成为行业企业开发的重点，市场上的喷气涡流纺包芯纱品种越来越多。”在景慎全看来，伴随国内纺纱企业加大研发投入，涡流纺纱线的品种会愈加丰富，应用领域也会持续拓展。

规避低端竞争

“中国的喷气涡流纺经过十几年的快速发展已初具规模，其发展前景被行业大多数人看好，与此同时也面临着机遇与挑战。”谈及当前国内涡流纺的显著增势以及企业良好的发展预期，景慎全如是说。

在他看来，目前涡流纺的整体规模仍相对较小。“虽然喷气涡流纺增速明显，但与环锭纺相比整体产能小、市场面窄，导致短期内产能集中度高，常规产品竞争激烈。此外，主要设备供应商产能有限，很多设备订单重点集中在一些产能较大的企业手中，在某种程度上限制了更多企业进入喷气涡流纺领域，也不利于喷气涡流纺市场的进一步开拓。”

此外，原料依存度高是国内涡流纺领域需要直面的课题。在景慎全看来，由于涡流纺生产效率，加工成本占总成本的比重将降低，这使得原料成本占比升高，原料价格的波动对企业生产的影响极大，最终影响了涡流纺企业的话语权。

再者，产品结构有待调整。景慎全表示，目前喷气涡流纺纱线品种结构与环锭纺相比过于简单，在大多数下游的认知中还只是部分环锭纺纱线的替代品。虽然一些有技术优势的企业在着力

研发差异化产品，但其占比仍较低。如何发挥喷气涡流纺纱线的特点、增强其竞争力，需要广大企业进一步探索。

“在当前的大环境下，涡流纺行业企业需要加大产品开发力度，拓展产品应用领域，增加产品附加值，避免陷入同质化竞争。”景慎全说。

合力谋求发展

“事实上，放眼全球，不止在中国，印度等国家的涡流纺也有明显增长。多年来，涡流纺纱线产品的创新主要源于中国，且预期更多的新增产能也会在中国。如何稳住、释放国产涡流纺产品的价值和优势，是我们努力在做的工作。”景慎全表示，中国棉纺织行业协会一直非常关注涡流纺的发展，在涡流纺产品推广、行业技术交流、产品标准体系建设等方面做了大量工作。

据了解，2023年底，中棉行协联合国内主要的涡流纺纱、纺机、原料企业及相关院校机构等，成立了中国棉纺织行业协会喷气涡流纺行业分会。未来该分会将在涡流纺产业发展研究、技术创新、产学研对接、流行趋势研究与推广、知识产权保护、标准化建设、绿色发展、行业自律等方面着力开展工作，推动中国喷气涡流纺产业的高质量发展。

“在涡流纺行业的发展中，装备技术是非常重要的支撑。我们希望喷气涡流纺设备企业能够进一步丰富设备供给，在产线配套方面进一步提升数据系统整合度。目前，国内也有一些纺机企业在发力喷气涡流纺设备，业界企业期待国产设备能够有所突破，包括国产配件在内，以更优的性能实现进口替代，降低纺纱企业的生产成本。”景慎全表示，产业链上下游的通力协作一定会让中国涡流纺产业释放出更大潜能。



● 涡流纺企业说 // // // //



中棉行协喷气涡流纺行业分会会长、吴江京奕集团董事长陈克勤：

做强涡流纺需扎实创新

在中棉行协喷气涡流纺行业分会会长、京奕集团董事长陈克勤看来，涡流纺增势明显，但“它”绝不是印钞机，有纺织行业项目普遍存在的投资大、回报周期长等特点；涡流纺也不是环锭纺的替代，“它”有自己的特点，与环锭纺共生、互补，“立足涡流纺，行业企业需要秉承专注和坚守的精神，以创新为依托，开拓更具价值的市场。”

合力破局

近年来，国内涡流纺发展迅速，在某些方面甚至表现出了“卷”，想要破局，需要行业合力。涡流纺分会成立后，凝聚行业力量，携手推动了国内涡流纺行业的持续健康发展。

陈克勤希望大家能够看到，涡流纺是一个值得关注的领域，但也有纺织行业的普遍特点：

投资大、回报周期长，需要大家有勤勤恳恳的“老黄牛”精神去坚守和耕耘，认真把产品做好。

他介绍到，京奕集团是国内涡流纺起步较早的企业之一，早在2010年就开始了涡流纺项目调研，2011年正式开工，2012年投产。首次项目规划100台，用了7年时间完成，此后陆续增加产能，目前拥有270台涡流纺设备，涡流纺纱线年产能14万吨。

立足涡流纺十多年来，京奕在产品技术研发方面做了大量工作，从新型纤维材料的应用到新工艺的探索，以及纱线结构创新等，不断探寻涡流纺纱线创新的更多可能，也因此逐步建立了在涡流纺领域中的产品和品牌特色。

近年来，围绕市场需求以及行业发展趋势，京奕加大了包括环保材料应用在内的探索，走出了一条“绿色智造”发展之路，积极传递“绿色

健康、低碳环保”的企业价值和产品理念，努力推进企业乃至行业的可持续发展。

探索无止境

有观点认为，涡流纺的发展空间就是对环锭纺的替代，“我觉得更准确的关系应该是互补而非替代，大家要理性看待。涡流纺行业企业的首要任务是寻找、发挥涡流纺的更多优势，围绕市场需求提出更多解决方案。”陈克勤认为，涡流纺仍有很多未知领域值得探索。

当前，国内涡流纺领域竞争激烈，京奕也在面对机遇和挑战。他们始终认为，竞争是好事，是催发企业前进的动力，若想赢得竞争就必须做好自己，不断去创新。京奕集团的做法是设定自己的目标，打造独到亮点，把控制高点。未来可能会增加产能投入，持续向前。



陈克勤谈到，在涡流纺领域，很多纺机企业和专家都在积极研发，希望设备企业能够加大创新力度，为涡流纺行业发展带来更多可能。相信在不久的将来，国产设备一定能推出更具性价比的产品。



图木舒克市东恒兴纺织科技有限公司
厂长王志洪：

用涡流纺打造 独树一帜的实力

图木舒克市东恒兴纺织科技有限公司从2017年涉足涡流纺产品，到如今拥有纯棉精梳、化纤、双组份、三组份，纱支覆盖了16S—60S的50多个涡流纺品种，日产能超60吨，其在企业内部的纱线产品总量中占比超过50%。

创新为器提高纱线品质

东恒兴纺织的涡流纺产品具有品种多、混纺产品丰富、纱线质量稳定、一致性好等特点。王志洪介绍到，公司的涡流纺产品没有管理和操作性疵疵，能够形成布面条干均匀、棉结少、毛羽少、耐磨性高的产品风格，已成为市场的高档产品。此类纱线织成的面料适合做内衣、运动服、家庭织物品等，拥有良好的市场前景。

从加工产品来看，涡流纺纺纱速度可达环锭纺的20倍以上；从纱线产品来看，涡流纺纱线由平行的芯组分和螺旋包缠的包缠组分构成，这种结构比环锭纱线稳定，具有较高的成纱强力；从设备适用性来看，涡流纺可适应不同纤维长度的短纤纱、混纺纱，适纺10tex—45tex的纯纺纱或混纺纱；从工艺来看，涡流纺的生产流程较短，产品制成率较高，且整个纺纱过程受到电子系统的监控，具有自动化程度高、噪音小、接头方便等优点，是所有短纤维纺纱中毛羽最少的方式，可以生产出具有抗起球、高耐磨性、反复洗涤不变形的优良织物。

近年来，涡流纺纱线逐渐向多种、多色、多品类纤维及多用途的方向发展。王志洪表示，近年来凡是重点开发新颖涡流纺纱线的企业，普遍都取得了良好的经济效益，产能也有相应的扩大。

值得一提的是，涡流纺对于原料的要求较高，如纤维长度、细度和整齐度等，导致原料的适应性和生产品种的广泛性不及环锭纺。东恒兴纺织通过与技术厂家进行联合试验、开发、设计现代化、人性化的纺纱专件，积极提高纱线品质。东恒兴纺织希望用创新思维开发涡流纺产品，拓展其应用领域，增加涡流纺的附加值，进一步提升涡流纺技术，形成自己独树一帜的实力。

需求为引加强产品质量把控

目前，纺织行业的市场竞争愈演愈烈，纺纱产品日趋薄利，各纺纱企业都在积极开拓利润空间，围绕“新、奇、特、优”进行产品开发，努力扩大企业自身的经济效益。作为新型纺纱技术，涡流纺目前还缺乏统一的行业标准，针织厂商普遍以织造时的布面风格、克重及织造时的断头情况，衡量涡流纺纱线的质量，这也是用户认可质量的最基本要求。

涡流纺纱线的质量控制须以满足用户的最终要求为目的。东恒兴纺织通过成纱的实物质量和物理指标两个方面控制涡流纺纱线的质量水平。王志洪表示，公司的涡流纺纱线自推向市场后便供不应求，赢得了客户的广泛赞誉，也因此让企业更加注重对产品质量的把控。未来公司计划利用现有设备和进行改造后的涡流纺设备，开发色纺纱、功能性混纺纱、多种天然纤维混纺纱、包芯纱和装饰及毛针织用纱等五大类涡流纺纱线，以及符合市场需求的新颖纱线品种，并将建立符合实际需求的涡流纺纱线质量控制体系。TA



浙江湖州威达集团股份有限公司董事长姚鋤强：

博采纺纱技术 扩大色纺优势



作为一家以现代新型色纺纱为主导产品的企业，威达30多年来专注于专业纺好一根纱的理念，在新型纺纱领域走出了一条集气流纺、涡流纺色纺纱为特色的发展之路。

筑牢根基

因涡流纺符合威达开发新型色纺纱线的发展方向——拥有独特的纱线结构、抗起毛起球、生产流程短等特点，2010年威达开始生产涡流纺产品，并于2014、2022年陆续引进日本村田公司的VORTEX870和VORTEX870EX涡流纺纱机，威达的涡流纺纱线产能及品质、品种有了新的提升，目前涡流纺产品约占产品总量的30%。姚鋤强介绍到，威达拥有气流纺和涡流纺两大生产基地，色纺纱年产能超3万吨。

威达的涡流纺产品主要以色纺纱为主，产品包括全棉色纺纱、粘纤色纺纱、涤纶及其混纺色纺纱、腈毛混纺色纺纱，麻、绢丝等混纺色纺纱，花色纱以及功能性、差别化等新材料的各类麻灰

系列及彩色系列色纺纱。多年来，威达已形成较强产品优势：

第一，快速反应能力强。色纺纱订单需经过打样、客户确认、生产、交付等环节，因公司设有省级技术研发中心，拥有经验丰富的技术研发团队，从收到客户订单到交付，一般10吨左右订单3—5天即可完成交付。

第二，产品时尚、多样化。色纺产品色彩丰富、色泽亮丽，个性化、时尚化、多样化的类别符合当今服饰发展趋势。

第三，降成本、提质增效。色纺纱产品的开发和应用，使整个产业供应链速度加快，工艺流程缩短，大大降低了生产链之间的制造成本。

第四，产品低碳、绿色环保。色纺纱色彩丰满、亮丽，可减轻环境负担。

第五，应用领域广。随着色纺产品优势的释放，除服饰、家纺等应用领域，也在向产业用、装饰材料等领域拓展。除各种短纤纱线交织，与粘胶、涤纶、氨纶等长丝交织产品日趋增多。



扩大优势

从最初的单一粘胶纤维扩展到多种纤维混纺，涡流纺的支数范围、应用领域在不断扩大，涡流纺产品已在市场上占据一席之地。

然而其发展仍面临机遇与挑战并存，在技术、能耗等方面仍存可探索空间。姚鋤强表示，威达将充分发挥自身优势，进一步加大对涡流纺产品的研发，应用新材料、新功能，开发具有特色优势的产品，并加快市场转化与应用。对涡流纺产品的产能提升，公司做了进一步规划。

多年来，威达的涡流纺设备运行正常，生产效率相对稳定，对设备的维护保养技术力量较强，设备状态保持完好。姚鋤强谈到，“希望未来设备企业能够围绕新材料的利用，拓展设备性能，增强设备适纺能力。我们期待与设备企业加强联合，优化设备使用效果，共同开创新工艺、新技术，让涡流纺设备优势再上新台阶。”





对接会以面对面形式，打通了两地供应链、创新链。

合力迈向新赛道

“丝路柯桥·布满全球”走进天门精准产业对接会圆满举办

本刊记者_王利

2024年是实施“十四五”规划的重要一年，也是柯桥奋力打造现代化“国际纺都”、全面建设“五大中心”的关键一年。围绕建设纺织现代化产业体系的方向，纺城柯桥大力培育新质生产力，持续推进“丝路柯桥·布满全球”行动计划，推动产业链上下游和产业集群优势互补、协同创新，充分挖掘国内超大市场规模优势和内需潜力，合力迈向高质量发展新赛道。



活动现场，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会与天门市服装电商行业协会共同签署战略合作协议。

4月11日，“丝路柯桥·布满全球”走进天门精准产业对接会成功举办。万姿科技、金点子纺织、凤凰庄、利泰衬衫布等30家柯桥优质面料企业深入中国服装电商产业示范基地——天门，与当地服装企业、服装加工厂、设计师、面料批发商等近百家客商进行面对面对接，打造了一场商贸成效显著、精品、精准、精专类特色产业对接交流会。

多方携手聚合力

未来的竞争是供应链、服务链、创新链、价值链的综合竞争，纺织产业链上下游只有秉承求进、求变、求新的精神，走合作共赢之路，才能迎来更好的发展。纺织面料、服装分别是柯桥、天门的传统支柱产业，双方携手将爆发出1+1>2的发展合力，畅通产业链“内循环”经济。

绍兴市柯桥区中国轻纺城党工委委员、中国轻纺城建设管理委员会副主任余锦然致辞指出，近年来柯桥区积极围绕“市场+产业+科创”三大优势，全力打造纺织领域“五大中心”，加快构建更加现代化、更具开放度、更有时尚味、更富竞争力的“国际纺都”。接下来将持续推进“丝路柯桥·布满全球”行动，与全国纺织集群和世界重要纺织国家搭建交流、展示和推广的良好平台，以实际行动推动柯桥纺织融入“双循环”新格局。5月6—8日，作为UFI认证的纺织品专业展会——绍兴柯桥春季国际纺博会将盛大举行，余锦然在对接会现场向与会嘉宾发出诚挚邀请。

“本次对接会只是双方合作的一个开端，我们将以此为契机，不遗余力地为两地纺织服装企业牵线搭桥，形成长期合作关系。”湖北省天门市商务局局长黄彩庭指出，2023年天门签约纺织服装类项目92个，总投资超200亿元，新增服装电商市场主体1400多家，全年服装电商销售量近5亿件、交易额400亿元，5年内增长超过

30倍，抖音、拼多多女装版块销售量、快递业务总量湖北排名第一，小香风女装销售量全网排名第一，荣获“中国服装电商产业示范基地”称号。

正如中国纺织工业联合会流通分会副会长兼秘书长王水元所言，2024年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年，围绕建设纺织现代化产业体系的方向，发展新质生产力是推动行业高质量发展的内在要求和根本动力。全国有超过200个纺织产业集群试点，每个集群都有自己的优势，如果能协同创新、优势互补，将爆发出巨大的发展合力，推动各产业集群质与量两翼齐飞，形成更先进的生产力。中国纺织流通分会也将一如既往地产业上下游提供商贸对接、品牌成长等相关服务，加快形成新质生产力。

活动现场，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会与天门市服装电商行业协会共同签署战略合作协议，双方将秉承共同发展、诚信合作的宗旨，通过战略合作、双向互动，加强纺织产业集群之间的交流与合作，进一步推进中国纺织产业发展，提升行业整体实力和品牌形象。

面料创新添动力

从棉麻毛丝到纺织新材料，从单一组分到多组分混纺，从常规面料到功能性“黑科技”，从染色面料到印花、绣花、烫金等后整理工艺……本次对接会，数千款面料品类多元、品质高端，彰显柯桥纺织“科技、时尚、绿色”发展的蓬勃生态。

作为“丝路柯桥·布满全球”系列活动的老朋友，绍兴金点子纺织科技有限公司带来了近80款以印花为主的夏季女装时尚面料，深受天门当地服装电商品牌青睐。“天门对于我们来说还是一个空白市场，具有很大的开发潜力，听说天门是‘中国服装电商产业示范基地’，本次带来的产品都是非常适合电商平台的，底布基本都有现货，下单3至5天即可出货，花型方面特地带来了时下非常流行的新中式国潮风格印花，希望以此为契机，成功进军天门市场。”金点子纺织销售经理张余玲说道。

在绍兴标点纺织科技股份有限公司的展架前，许多服装企业对公司带来的混纺纱线毛绒面料、可降解毛绒面料、全棉质毛绒面料、动物毛绒面料等一系列毛绒一体结构新品非常感兴趣。“该系列产品由公司自主研发的双面针织剪毛一体机（发明专利号：ZL201510309741.2）织造而成，突破原材料应用的局限，克服化纤长丝做毛绒的行业缺陷，可以采用全棉、莱赛尔、桑蚕丝、竹纤维等各类天然短纤混纺纱制作毛绒部分，让产品融合不同原料的优势，拓展应用场景。同时可有效缩短后整

理4—6个工序环节，实现‘一洗一定一块绒’的极简毛绒面料工艺。”公司总经理刘娜说道。

值得一提的是，在传统对接会的基础上，活动首次尝试引进了浙江图布科技的“数字色卡”小程序技术。“数字色卡”制作完成企业只需带少量面料挂钩，扫数字色卡二维码即可看到商铺所有产品，同期二维码留在天门，当地企业可看到商铺持续更新上传新品，打造永不落幕的对接会。据了解，“数字色卡”小程序专为解决市场实体商铺空间有限、入店客户短时间内无法全面了解面料信息、销售员无法实时将新品推送给每个客户、手机拍摄无法保证色彩的准确性等难点而开发，具有数字化面料展示、数字名片设置、模拟试衣、数据研判等功能，可打破时空限制，让传统色卡数字化、色彩显示标准化、面料属性特点化、数据排序可靠化，进一步降低传统色卡面料成本，挖掘潜在客户。

作为全球规模最大、经营品种最多的纺织品集散中心，中国轻纺城市场经营户3万余户，经营品种5万余种，销售网络遍布全球206个国家和地区，全球每年有1/4的纺织面料在此交易，与全国近1/2的纺织企业建立产销关系。目前，中国轻纺城充分发挥在全国同类专业市场中的龙头引领地位，积极参与全国统一大市场建设，统筹推进我国纺织产业链上下游产业集群优势互补、协同创新，打造竞争新优势。

终端释能谋共赢

近年来，天门市抢抓纺织服装产业转移和在外劳动力回流的机遇，深入实施“创赢天门”“乐业天门”工程，积极打造国投产业园、龙腾服装小镇、天门电商产业园等6个纺织服装产业集聚区，初步形成完整产业链，目前全市有纺织服装类市场主体5000多家，其中服装电商2000余家。

作为“中国服装电商产业示范基地”，天门依靠纺织服装传统产业优势和地缘优势，大力发展服装电商产业，构建“买全球、卖全球”的发展格局，已形成初具规模效应的服装电商产业生态圈。天门服装产业优势明显、实力企业众多、市场活力十足，产业需求旺盛，对上游的创新型、具有市场竞争力的优秀面料有着较高需求。

“我们主要在电商平台直播销售时尚女装，每天可卖出数千件产品，有自己的服装加工厂，面料一半以上都是与柯桥企业合作的。本次来参加对接会主要想找一些性价比

高的小香风面料和最新的面料，已经加了四五家企业微信，后续将深入对接交流，希望能达成有效合作。”联胜传媒运营总监熊梓豪说道。

“我们与柯桥一直有长期合作，专门派了人员常驻柯桥进行采购，今天看了柯桥企业带来的面料非常震撼，时尚度、个性化和质量方面都很好。”老屋地制衣厂总经理张亮说道。据介绍，老屋地制衣厂平均每天在抖音、拼多多电商平台可售出五六千件服装，对各种小香风、雪纺等面料都有极大需求。

对接会之余，组委会组织柯桥纺企走进天门国投产业园，走访了莱衣服饰、甜妞服饰等多家园区内服装电商企业，进一步深化产业链上下游合作交流。本次对接会充分展现了绍兴柯桥与湖北天门纺织服装产业上下游之间的深度合作与探索，将有效发挥产业链各环节的资源优势，为培育新质生产力奠定更强大的产业基础。TA



柯桥面料 说话 3

功能性摇粒绒：从创新到可持续时尚

访浙江尚正纺织科技有限公司副总经理叶美贞

■ 本刊记者_周榆清 文/摄

在臃肿的羽绒服和厚重的棉外套之间，有这样一种面料，不仅防风保暖、轻便透气，而且价格亲民，曾被《时代周刊》评为“20世纪最具影响力的百大发明之一”。近年来，版型和配色的改良升级更是重新激活了它的时尚DNA，在温度与风度之间找到完美平衡，使之成为人们冬天衣柜中必不可少的一件单品，它就是——摇粒绒。

随着科技的不断发展，消费者对于产品性价比的追求越来越高。在柯桥这个“面料王国”，许多专注摇粒绒面料的纺织企业一方面不断向技术的广度和深度进军，解决“卡脖子”技术难题，另一方面以品质、服务等方面的综合竞争优势提高市场占有率，助推柯桥纺织加快向产业链价值链中高端跃升。

浙江尚正纺织科技有限公司作为其中代表之一，坚持“功能性摇粒绒实力厂家”的定位，从单一的涤纶面料到石墨烯、火山泥等新型原料在涤纶产品上的应用，发展成为集新材料开发、涤纶针织面料研发、设计、生产和贸易于一体的企业，产品先后赢得了国内外多家服装品牌的青睐。在与该公司副总经理叶美贞的交流中，可以洞见尚正纺织稳步前进的“秘诀”，亦是一众面料企业为之努力的方向。

创新为核，向自然要答案

摇粒绒也叫羊丽绒，属于人工合成纤维。顾名思义，其性能无限贴近羊毛，有着羊毛的柔软触感，在同等质量下，御寒性也远高于羊毛和棉花。在尚正纺织的展厅里，适合不同场合穿着的运动面料依次陈列，多个系列产品满满都是“黑科技”。

当被问及为何选择专注研发和生产中高端摇粒绒，叶美贞告诉记者，摇粒绒面料风格简约，面料正面蓬松密集而又不易掉毛、起球，反面稀疏匀称、弹性良好，是防风保暖的绝佳选择。“在实际应用中，它完美满足了运动人士对面料轻薄、速干和保暖的需求，成为户外运动爱好者的首选伴侣。同时，亲民的价格让每个人都能负担得起，就像尚正纺织一样，既普通又实用。”她说道。

然而，在公司成立之初，摇粒绒面料市场已相对成熟，行业内公认的现有优质产品都来自中国台湾和韩国。要想在激烈的市场角逐中立足于不败之地，必须不断推陈出新，生产适销对路的产品。2015年，尚正纺织瞄准功能性赛道，将功能纱线运用到织物中，为普通的涤纶产品注入新的生命力。

经过不懈的努力，功能性产品发布后迅速在海外市场引起热烈反响。随着近年来国内市场逐渐对新型材料、可持续面料和绿色环保产品产生浓厚的兴趣，市场对低碳环保产品的需求也在不断增加。于是，尚正纺织将功能性摇粒绒系列作为主打产品，以高端、专业的精品现货服务国内服装企业。

与此同时，逐年加大针对“功能性”新材料的研发力度，成立了专属新材料实验室，与高校保持密切合作，打通原材料到纤维、纱线到面料及检验的全产业链，有效促进面料性能提升……依靠多年不间断地对产品进行升级，尚正纺织取得了丰富的科技创新成果和显著的业绩增长，并成功入选第一批纺织行业“专精特新”中小企业、“浙江省科技型企业”等，以创新筑牢了企业的发展根基。



尚正纺织将功能性摇粒绒系列作为主打产品服务国内服装企业。

面料的可持续革新

在大多数人的印象里，功能性面料只是实用的化身，一般为“刚需”存在，与时尚潮流并不搭边。叶美贞却不以为然，在她看来，功能性摇粒绒在纺织面料走向可持续性时尚的道路大有可为。

“未来童装在选材上会更加注重环保，功能性面料具有全方位呵护孩子身心健康的作用；而趣味性的面料设计，不仅可满足基本穿着需求，也可以展示儿童的天真活泼，起到寓教于衣的效果。”叶美贞说道。

父母以自己的冷热感知去增减孩子的衣物判断准不准确？孩子们天性活泼好动，无形中增加接触细菌和真菌的概率怎么办？到户外玩耍，如何避免日晒刺激孩子们娇嫩的肌肤？尚正纺织集发热、抗菌、防静电、抗疲劳、低碳环保（无水）等功能于一身的舒灵绒™给出了答案。

据了解，舒灵绒™经过两年的时间研发而成，并于2022年正式取得注册产品商标。受火山砂浴体验的启发，舒灵绒技术纱线从火山砂中提取的天然活性粒子，在吸收光谱中的红外（IR）光提供能量的同时，储存人体发出的能量。当身体感到寒冷时，能量就会释放出来；当人体感到湿热时，活性粒子利用红外能量去除水分，使人体的核心温度始终保持在37度左右，达到冷热平衡。

这款面料不仅将家长关心的隐形需求点一一解决，让他们为功能性买单，而且背后贯穿始终的环保理念和推动人与自然和谐共存的附加价值，还具有一定的教育意义。如此这般，以服装面料的力量传递并践行绿色消费理念，号召大众从选择一件可持续商品开始，让绿色消费从概念走向实践，岂不妙哉？

从材料源头到引领需求，尚正纺织从未停止前进的步伐。下一步，公司也将继续以创新为第一动力，进一步加强功能性摇粒绒和可持续面料的研发与生产，提高效率、推动创新，为建设现代化“国际纺都、杭绍星城”贡献力量。TA

Focus / 聚焦

柯桥时尚闪耀中国国际时装周

近日，AW24中国国际时装周的“星光之夜”在北京751D·PA RK举行。柯桥区“经纬计划”创意人才孙瑶携高级定制品牌NANCY'孙2024秋冬系列“洛神赋·邂逅”主题大秀亮相中国国际时装周，并荣获“国风影响力”奖项。

本次时装周以“赋”为主题，持续聚焦中国美学、非遗创新、国潮跨界、绿色可持续、数智时尚、知识产权等价值高点。孙瑶展示的NANCY'孙2024秋冬系列，通过现代都市女性的视角，重新诠释传统神话中对爱与美的向往，将古典文化与当代时尚完美结合，打造出一系列充满东方诗意与浪漫的服饰。

在色彩上，设计师孙瑶选择了柔和的粉色、经典的蓝绿色、富贵的红金黑色等，犹如岩石中的花朵，强韧中蕴藏温和，柔软中包含坚毅。在面料选择上，精心挑选了醋酸、色纺T/R、弹性丝等高级材质，并巧妙融入亮片元素，为服装增添了华丽感，彰显出女性的高贵与典雅气质。在工艺上，她将写意花卉如幽兰、秋菊、芙蓉、春松及神兽图案用中国传统刺绣与经典法式刺绣相结合，同时装饰上采用传统手工盘扣与花扣相结合，彰显了服装工艺的精致细腻，也是对新中式轻奢风格的最佳注解。

以时尚为引领，以人才强产业。近年来，以孙瑶等为代表的“经



近年来，以孙瑶（左四）等为代表的“经纬计划”创意人才，在时尚秀场上频频亮相。

纬计划”创意人才，在时尚秀场上频频亮相，携柯桥面料闪耀于各大时尚盛会，展现出了柯桥纺织产业的独特魅力和无限潜力，柯桥时尚逐渐成为行业瞩目焦点。作为设计创新和品牌培育的优质平台，“经纬计划”汇聚了一批批优秀设计师，他们与柯桥纺企紧密合作，共同开发创作出众多优秀作品，推动了柯桥纺织产业的时尚跃变，推动柯桥纺织产业迈向更加时尚化、产业化的新高度。（边吉洁）

柯桥区会展业发展中心：“量质并举”助推国际纺织会展中心建设

2024年一季度，柯桥会展活动精彩纷呈。2024第十三届绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会、2024柯桥国际纺织工业展览会、2024柯桥国际纺织品印花工业展览会……各行各业展现最新风貌，经济活力势头强劲，为纺城高质量发展注入动力。

今年以来，柯桥区会展业发展中心积极谋划推动会展业高质量发展，通过整合优质资源、强化招引推介，促进在柯桥举办展览活动“量质提升”。据了解，2024年全年计划在绍兴国际会展中心举办各类展览活动32场，截至目前，已举办4场，其中纺织产业类3场。

创新机制“引展”，促进固链补链强链。柯桥区会展业发展中心一方面充分发挥展馆资源优势，坚持本土培育和外部引进相结合；另一方面专门成立12人招商团队，常态化开展场馆推介、展会招引工作，大力宣传柯桥会展营商环境，推行柔性引展模式，全面统筹办展备案登记、会展奖励政策、行业管理服务等制度。截至目前，已在安徽、山东等地开展推介会，新引进展览活动4场。

精细管理“优展”，主动下好服务先手棋。围绕场馆运营探索多元化展馆服务，柯桥区会展业发展中心健全交通、物流、餐饮、会务、知识产权维护等服务体系，为展览、会议和自办展项目提供更高效优质服务支撑。

数智融合“育展”，积极推进“浙里探馆”建设。重点推进中国轻纺城窗帘布艺展览会、TSCI国际纺织供应链工业博览会等向品牌化、国际化发展，并孵化扶持新兴纺织产业展。“当前，中国轻纺城窗帘布艺展览会已开始UFI认证申请，力争到年底实现在柯桥举办国际认证展会不少于3场。”柯桥区会展业发展中心有关负责人说道。

近年来，柯桥区高度重视会展业发展，将会展业作为现代服务业的主导产业重点发展。接下来，柯桥区会展业发展中心将持续提升会展业专业化、国际化水平，构建形成“展、会、秀、赛、节”五位一体综合性会展业发展格局，全力打造国际纺织会展中心，走出一条展产融合、以展兴城的发展路径。（周榆清）

《乐清人在柯桥》新书发布

近日，记录中国轻纺城乐清商人创业史的《乐清人在柯桥》新书发布会在浙江工业大学之江学院举行。该书由浙江工业大学之江学院和绍兴市布商研究中心联合编著，郑雅萍研究员担任主编，浙江大学出版社出版，记录了一代代乐清人在柯桥筚路蓝缕的创业史、奋斗史以及乐清商会的发展史，成为见证与研究中国轻纺城的重要史料。

“没有温州乐清人，就没有中国轻纺城。”这句在纺城柯桥广为流传的话语，道出了乐清对轻纺城发展的巨大贡献。从最初的一群乐清人初到正在起步的绍兴轻纺市场，到如今的五万多名乐商在这片土地上辛勤耕耘，凭借着“勤奋、聪明、好学、敢为天下先”的精神，多年来他们在轻纺城这片热土上不断开拓创新，将简单的纺织品买卖发展为多产业、多领域的综合贸易，产值突破千亿元，足迹遍布轻纺城的每一个角落。

乐清商会成立于1992年，是柯桥与乐清两地交流的桥梁，更是中国轻纺城发展中的重要力量。商会从最初的几个人发展到现在的数千人，从自发组成的社团成长为全国“四好商会”，并在第五届世界布商大会上荣获“中国轻纺城冠名30年功勋奖”，这些荣誉是对商会多年来辛勤付出的肯定，更是对乐商在中国轻纺城发展中所起到的关键作用的认可。

乐清商会会长吴建春表示，乐清商会将继续积极投身公益事业，回报社会，响应“乡村振兴”“共同富裕”号召。同时，商会也会秉承“四千”精神，锐意进取，协助轻纺城开展招商工作，支持市场升级改造，为建设纺城贡献青春和力量。（边吉洁）

从马面裙到泼天的富贵，曹县做对了什么？

■ 本刊记者_云娟娟

在历史的长河与现代潮流的交响乐章中，曹县如一颗璀璨的明星，以其深邃的文化底蕴和独特的时尚气质，划破天际，跃升为全球风尚的新焦点。在这里，古老的传统与现代的创新交织在一起，形成了一幅美丽而富有魅力的画卷，吸引着世界的目光。



曹县人凭借坚韧不拔的创业精神，推动了汉服、演出服产业的迅猛崛起。



再破圈—— 从曹县出发，走向世界

近日，“龙年战袍”热搜酷生产基地、火出圈的“网红”曹县，以一场璀璨夺目的第二届曹县汉服文化节暨2024春夏款新品发布会，再度聚焦全国乃至全球目光。那一袭袭流淌着古韵的马面裙，如同被时光轻轻唤醒的诗篇，不仅深入挖掘和演绎了中华传统服饰文化的魅力，更生动诠释了“中国原创汉服生产之都”的实力。

在为期一周的活动中，100余家汉服企业带来了550款春夏新款汉服。这些新品吸引了314位来自全国50多个城市的汉服经销商和926名主播达人。此外，20多所高校和专业协会的专家们也参与了此次活动，为汉服产业注入了新的智慧和力量。

文化节期间，51场丰富多彩的活动接连上演，包括汉服走秀、巡游等，吸引了1.5万余名观众到场参与。线上线下药销售异常火爆，参展企业的曝光率实现了指数级增长，店铺平均增粉近万个。现场订单金额达到了5100万元，意向订单数量也超过800个，预计可完成销售额1.6亿元。

值得一提的是，不久前的春节期间，曹县马面裙的销售额更是实现了惊人的增长，平均每家企业每日售出的马面裙数量竟然多达600余条，客流量暴涨三倍。这一火爆盛景甚至在周边的海宁等纺织重镇引起了巨大反响，超百家海宁企业纷纷转型，积极投入到汉服及相关面料的生产，夜以继日地赶制马面裙面料，希望能够在一片繁荣的市场中分得一杯羹。与此同时，今年以来，为曹县马面裙提供面料供应的绍兴柯桥商家纷纷表示，目前整个新中式面料全部面临断货，谁有面料谁挣钱。

据统计，2023年曹县全年汉服网络销售额高达72.15亿元，占据全国汉服市场的半壁江山。马面裙作为汉服的一种品类，更是以其独特的魅力和亲民的价格赢得了消费者的持续青睐，彰显了曹县服饰产业的市场竞争力，也进一步证明了传统文化与现代市场需求的完美结合。



内生力—— 裙裾飞扬下的曹县模式

曹县汉服产业的崛起，特别是马面裙这一新中式服装的盛行，绝非偶然。曹县县委书记赵福龙自豪地称，曹县已经构建了全面而稳固的汉服产业链生态闭环，汇聚了超过两千家相关企业、万余家网店、千余台印花机与三千余台绣花机，汉服从业人员近十万，形成了五公里范围内的强大产业集群效应，并在2023年占据了全国汉服市场份额的半壁江山。其中，以马面裙为核心的龙年拜年服系列，仅新春期间的销售额就突破了3亿元大关。这一完整的产业链条和品牌孵化体系，不仅推动了曹县纺织、妆造、物流等相关行业的蓬勃发展，更在全国乃至全球范围内引领了新中式文化的潮流。

据统计，曹县2282家汉服相关企业中，专注于马面裙设计与制造的企业数量约达1500家，直接从业人员达6万人，占整个汉服产业劳动力的比重超过六成。这种规模化和集群化的产业布局，使得曹县在设计研发、原料供应、生产加工到市场营销的全产业链中占据领先地位，为马面裙的高效生产和市场推广提供了坚实支撑。

曹县电子商务服务中心主任张龙飞指出，曹县马面裙的火爆早在去年就已初见端倪。他解释说：“一店带一户，一户带一街，一街带一村，一村带一镇，一镇带全县，这是我们总结出来的曹县发展模式。”近十多年来，曹县人凭借坚韧不拔的创业精神，使得每个家庭都能深度参与到产业链中，推动了汉服、演出服产业的迅猛崛起。

2023年，曹县汉服产业不仅带动了超过10万人的就业，网络销售额更是达到了惊人的72.15亿元，成为了曹县乃至全国经济增长的新引擎。

曹县马面裙产业的繁荣发展，离不开当地政府的深谋远虑和积极行动。政府通过举办汉服文化节等精心策划的活动，不仅强化了地区品牌形象，还创建了交流展示的舞台，为马面裙的推广打下了牢固根基。同时，政府积极推动政企合作，鼓励企业创新技术，显著提高了产品质量和生产效率，全方位的扶持策略确保了产业的快速发展。

此外，曹县还敏锐把握住数字经济经济发展机遇，大力发展直播电商，通过构建电商环境、调整产业结构、提供服务支持、对接直播平台和培养直播人才，构建起规模化、集约化的产业布局，为马面裙的高效生产和市场推广奠定了坚实基础。



常态美—— 文化美与时尚美双向奔赴

相较于西方“精英传奇式”的时尚叙事，马面裙等新中式风格的崛起，体现了一种从下至上的“草根式”时尚态度。这种时尚态度无需重量级品牌的引领，也少有设计大师的助推，却以其自然融入人们日常生活的姿态，成为了生活美学中不可或缺的一部分。事实上，马面裙的火爆，离不开其内在的独特魅力和文化价值。

浙江凯喜雅时迈服饰科技有限公司总经理王鹏铨表示，马面裙等新中式服饰的兴起，摒弃了西方时装叙事中的激烈反抗和冲突元素。它以和谐中庸的姿态，让现代女性能够毫无违和感地转换穿搭风格，从西装衬衫到充满东方韵味的新中式服饰，这种转变不仅彰显了时尚选择的多样性，更体现了中华文化血脉的觉醒和文化自信的力量。

此外，马面裙以其精致的设计和深厚的文化底蕴，跨越四季，成为时尚与传统的完美结合。它适应春秋的温婉，冬季的暖意，夏季的轻盈，无论配上保暖内搭或轻薄上衣，都能展现四季变换中的穿搭智慧。其精致的剪裁和包容性的宽松轮廓，赋予了不同体型的女性以优雅与自信，每个人在马面裙的映照下，都能绽放独一无二的韵味和魅力。这种融合古典与现代的特质，让马面裙从宫廷的瑰宝走向大众的日常生活，完成了从华丽殿堂到人间烟火的优雅过渡。

除了独有的文化之美、百变风格和生活化的应用，曹县马面裙的魅力还在于实惠的价格与卓越的品质。这座小城中的马面裙，价位通常在200至500元之间，物超所值。正如曹县商家任先生直播间的爆款“喜上眉梢”马面裙，售价180元，以亲民的价格和高质感，赢得了众多顾客的青睐，真正让传统之美走进了千家万户。

境界—— 从“一时红”迈向“长久红”

随着新中式服饰风潮在全球时尚界掀起热潮，各大服装企业纷纷涌入，希冀在此中觅得商业突破。然而，繁荣之下暗藏隐忧。据蕾丝界的蔡老板透露，当前至少八成厂商投身国风服饰生产，但令人诧异的是，退货率也很高。杭州福歌歌品牌的负责人也表达了同样的忧虑，直言新中式市场已呈现饱和状态。

退货率飙升的背后，反映出多重问题。蔡老板分析，国风服饰非人人皆可驾驭。也有供应商指出，许多厂商为迎合市场，过分追求表面的新中式元素，却忽视了文化内涵与品质。他们选用廉价面料，虽加入刺绣等工艺，但仅模仿了新中式的外观，未能传达其精神实质。这可能导致消费者对新中式的期望下降，对整个行业产生消极影响。

曹县作为此领域的代表性地区，同样面临挑战。春节期间，当地生产能力无法满足直播销售的旺盛需求。为解决供需矛盾，曹县采取预售模式限制销量，并积极扩充产能、提升生产效率，引进新设备、扩大招聘，制定长远发展策略。

山东省服装设计协会会长、曹县汉服设计研究院院长周锦表示，曹县电商发展稳定，产业转型顺利，但在生产环境和原创性方面仍有提升空间。她建议马面裙设计应结合文化形制等研究，打造中国时尚和生活方式的流行趋势，同时注重绿色、低碳、环保。近两年，周锦曾带领曹县汉服亮相意大利、新西兰等国家，向世界展示中国华服之美。

如何走向“一直红”？赵福龙深知，要使马面裙产业持续繁荣，必须兼顾品质与品牌建设。因此，曹县成立了行业协会以强化行业规范，设立知识产权快速维权中心，坚决保护原创设计。目前，曹县的原创设计比例迅速攀升，专注于提升产品质量和塑造知名品牌。

此外，曹县规划了一系列重大项目，如e裳之都·曹县数字经济产业园、农村电商园区及投资上百亿的e裳之都·中国（曹县）华服智创城，致力于通过“一镇”“一区”“一城”“一院”的高质发展模式，将新中式风尚推向国际。同时，曹县正打造“e裳之都·曹县汉服”和“曹县汉服”两大品牌，以及启动“e裳之都·中国（曹县）华服智创城”项目，目标也是建成全国最大的华服制造基地，推动产业升级。

曹县马面裙的成功转型，不仅揭示了传统产业转型的可行路径，也成为了文化产业与实体经济融合发展的典范。政府、企业、设计师的共同努力使得文化与产业交相辉映，共同铸就未来的辉煌。曹县正致力于提升社会文明、壮大产业规模、优化产品结构、推动绿色低碳的高质量发展，希望将“一时红”变成“长久红”。这不仅传统与现代的完美结合，也是传统文化在现代社会中重焕生机与活力的生动例证。

(中共曹县县委宣传部、曹县电子商务服务中心 / 供图)



向“新”提“质”



卫生用品产品结构正在发生调整，精细化、绿色化、高端化、多元化正在引领行业发展。

紧抓消费升级机遇， 非织造擦拭材料探索新质发展之路

本刊记者_李亚静

“洁肤巾、卸妆巾、湿厕纸用完就丢，怎样才能没有负担地消费？”“马桶又堵了？你没买对吧！”随着人们对干巾、柔巾、湿巾、湿厕纸、厨房纸巾等消费需求的不断增加，如何推进非织造擦拭材料及卫生和母婴用品的环保处理及可持续发展，成为非织造卫生用品行业的关注焦点。

“于擦拭材料而言，可持续发展是行业的重要课题，行业历经以利润为中心到人本主义的发展历程，而今更强调的是人与自然和谐共处，注重环境友好、社会责任以及产业融合创新发展。”于4月2—3日在上海召开的2024亚洲擦拭材料大会暨卫生和母婴用品创新峰会上，中国纺织工业联合会副会长李陵申表示，擦拭材料及卫生和母婴用品是“四个面向”之一，面向人民生命健康，其影响因素包括经济发展和消费升级、人口红利和年龄结构、材料科技与环境友好。

探索符合行业特性的新质生产力之路，是擦拭材料、卫生和母婴用品等一次性卫生用品的共同方向。



1 消费升级催生个性化、多元化机遇

“2023年我国非织造布行业处于疫后调整阶段。据中产协初步统计，2023年我国非织造布产量约814万吨，与2022年基本持平。”中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅发布《中国非织造卫生材料可持续发展之路》报告提到，2023年行业经济运行呈现前降后升走势，海外市场对我国非织造布卷材的需求回暖，越南、韩国、日本、美国和印度尼西亚是我国非织造布的重点出口市场，行业投资呈现比较明显的周期性。其中，一次性卫生用品（尿裤、卫生巾等）海外市场保持活跃，出口额达到33.2亿美元，同比增长11.7%；湿巾出口7.5亿美元，同比增长13.6%。

值得一提的是，随着我国人口结构的变化，卫生用品产品结构正在发生调整，精细化、绿色化、高端化、多元化正在引领行业发展。

女性卫生用品市场份额保持稳定。女性消费者在产品功能性、材料安全性、产品体验感等方面产生的新需求，持续推动着女性卫生用品向中高端方面发展；

婴儿纸尿裤（片）占比下降。随着鼓励生育政策的不断落地以及精细化、个性化育儿理念的深入人心，我国婴儿纸尿裤市场正不断衍生出新的细分赛道，市场增长的驱动因素正由人口红利转变为产品创新、消费升级；

成人失禁用品市场份额稳步提升。随着我国60岁以上人口比重的提高、消费观念的转变以及

政策红利的催化，成人失禁用品市场将由市场导入期向成长期转化；

非织造擦拭材料市场份额大幅增加。2023年中国非织造擦拭材料总计消耗非织造布约90万吨，市场规模约290亿元。2023年主流电商平台线上干、湿巾销售总额超过150亿元，同比增长约15%。我国非织造擦拭材料行业在质量提升、产品创新、绿色发展与应用拓展等方面保持活跃，湿厕纸、卸妆湿巾等针对特殊使用场景、特殊人群的细分赛道不断涌现，产品趋向多元化发展。

李桂梅提到，未来一次性卫生用品市场规模将持续扩大，细分领域不断丰富是行业新动态；绿色制造将成为影响行业发展转型的重要力量；品牌化、多元化、专业化发展是行业发展趋势；科技创新始终是行业发展的主旋律和重要推动力。

与此同时，北美擦拭巾行业也保持了增长势头，美国非织造布协会会长Tony Fragnito表示，伴随产品功能性、便利性以及市场拓展方面的提升，擦拭巾行业将保持强劲发展动力。韩国市场的可拓展空间也较大。韩国千佑T&C创始人、董事长金代原表示，韩国市场的擦拭产品目前主要以湿巾为主，价格竞争白热化。柔巾市场刚刚起步，未来发展空间巨大。随着韩国家庭收入的不增长，家庭擦拭产品需求量将会增加。

新质生产力本身就是绿色生产力。行业企业积极从绿色原料及制品、绿色生产技术、绿色发展体系，延续至终端零售商与消费者的新选择等方面，着力打造绿色生态体系。

2 从源头赋能产业绿色发展动力

新质生产力本身就是绿色生产力。作为绿色导向型产业，擦拭材料、卫生和母婴用品等一次性卫生用品产业的发展以绿色低碳及多种工艺复合技术为主。行业企业积极从绿色原料及制品、绿色生产技术、绿色发展体系，延续至终端零售商与消费者的新选择等方面，着力打造绿色生态体系。

选择可降解、易降解型纤维为原料将成为未来非织造擦拭材料的发展趋势。天津工业大学教授钱晓明提到，吸附性和可擦拭性是擦拭材料的主要性能，可借助科技力量通过拓展原料选择、扩大比表面积等方式提升擦拭效果。他还提到，行业企业应在满足消费需求的同时，展现责任担当，降低纤维使用量，避免产能过剩。

莱赛尔作为可生物降解的植物基纤维，其环保性和纤维性能表现，高度符合擦拭行业对纤维原材料的绿色期望。赛得利集团副总裁刘涛表示，希望莱赛尔的加入，能够丰富市场选择，为行业创新与发展注入新的活力。

浙江金三发集团有限公司是中产协卫生和母婴用品分会会长单位，高度聚焦医卫非织造材料、护理用品两大业务板块。中产协卫生和母婴用品分会会长、金三发集团 & 优全股份董事长严华荣提到，在擦拭用非织造材料及终端产品方面，开发无塑化可降解非织造材料、新型擦拭材料的工艺及技术将是重要发展方向。面临新的市场环境，优全护理将围绕“开发个性化产品、坚持绿色发展”两个方向进行布局。

直抵终端，母婴品牌Babycare积极践行ESG发展理念，率先推出零碳产品。杭州白贝壳实业股份有限公司高级战略采购总监辛志伟透露，Babycare目前已与9家世界级原料商达成战略合作，建立了可反向推动改革的供应链格局。

无塑化是不容忽视的绿色课题。Smithers亚太区项目总监陆尉斌提出，欧盟委员会于2018年推出了一次性塑料指令，女性卫生用品和擦拭巾已纳入一次性塑料指令。以欧洲为首所有非织造擦拭巾价值链参与者都开始开发和推出无塑非织造擦拭巾。他重点指出，除了生产环节，包装环节的无塑化不容小觑。虽然补充包装+可重复使用包装容器等可以最大限度地减少塑料使用，但不能做到完全无塑，企业可积极探索使用可回收包装、消费后回收包装、可重复使用的包装容器、重量更轻/包装更薄、可生物降解/可堆肥包装等措施，降低环境负担。



3 建立直抵终端的绿色生态体系

行业人士认为，引导消费终端形成绿色环保的消费习惯，是打造直抵终端绿色生态体系、形成新质生产力的关键。

为了让消费者认识到擦拭材料、卫生和母婴用品等非织造布及制品的正确打开方式，中国产业用纺织品行业协会非织造产业绿色发展创新联盟正在着力推进致力于解决上述问题的“可生物降解”“可冲散”认证及标签推广等工作。非织绿盟的两项认证工作将有效规范行业行为和市场秩序，引导绿色消费，这对可持续发展具有重要意义。

非织绿盟的认证工作范围显示，目前已有34家企业通过“可生物降解”认证，6家企业通过“可冲散”认证。“可生物降解”涵盖以非织造布为原料制成的各类干巾、柔巾、湿巾、化妆棉、面膜布、擦拭布等。“可冲散”则包括湿厕纸、婴儿擦拭巾、擦拭纸、女性卫生用品、湿巾、家庭清洁擦拭巾等一次性非织造产品。

为推动非织造擦拭行业的可持续发展、共同为保护地球环境贡献力量，中产协还携手11家非织造擦拭产业链重点企业，共同向行业发出“中国非织造擦拭行业可持续发展行动倡议”。

值得一提的是，中产协多年来持续从平台建设、相关标准、非织造领域绿色发展体系、“可生物降解”和“可冲散”认证、品质溯源码等方面进行探索。李桂梅指出，“非织造卫生材料行业可持续发展是一项长期的系统工作，需要多方共同行动，共担社会责任。”TA

新乡化纤：做好新质生产力这篇大文章

■ 张冬霞 / 文

在生机勃勃的春天里，举国上下围绕新质生产力、科技创新、“双碳”战略、新能源产业、数字经济等热点话题谈改革，论创新，议民生，话未来……让我们一起来听听新乡化纤集团党委书记、董事长邵长金对于培育新质生产力的规划与展望。

以“小切口”推动产业“大变革”

近年来，我国纺织行业在技术突破、绿色环保等方面取得了长足进展，但在转型升级进程中，仍面临多方面的问题与挑战。

面对旧动能、老套发展路径等，传统产业结构优化、产业层次升级是必行之路。“传统产业需要政策引领、专业指导，帮助企业有效发挥市场主体作用，突破新旧动能转换的技术瓶颈，以差异化、高端化产品提升经济附加值，实现传统产业链条重构，打造传统产业竞争新优势。”邵长金建议相关部门能深入基层一线，摸清企业实际情况，了解发展需求，拿出更大魄力、动用更好资源，支持传统行业进一步适应市场竞争新环境，不断探索传统产业升级新路径。

结合新质生产力与传统产业之间的辩证关系，邵长金进一步表示，传统产业是现代化产业体系的基底，根据传统产业的产业基础发展新质生产力是推动传统产业高质量发展的内在要求和重要着力点，能够有力推动传统产业提升生产力发展水平，是抢占新一轮全球科技革命和产业变革制高点、开辟发展新领域新赛道、培育发展新动能、增强竞争新优势的战略选择。

企业该如何作为？邵长金认为，不仅要通过创新发展新质生产力，也要加强科技创新成果的转化，加强科技创新和产业创新深度融合，及时将科技创新成果应用到具体产业和产业链上，抓住机遇围绕发展新质生产力布局产业链，强化与产业上下游对接协作，大力推进产业链条重塑，加强谋划布局，项目化、具体化务实推进，在更大范围内联动构建创新链产业链供应链，以“小切口”推动纺织产业“大改革”，深刻改变产业比较优势和竞争优势，增强企业发展的内生动力和活力。

以“科技+绿色”撬动产业升级蝶变

近年来，众多纺织化纤企业加入推动“科技+绿色”发展行列。邵长金谈到，建议政府有关部门进一步加强调查研究，选择部分有代表性的传统制造企业，指导支持其数字化转型升级，并对转型升级绩效跟踪评价，真正起到示范引领作用，推动传统制造业高质量发展。绿色化方面需要政策引领、专业指导、科技赋能，他建议当前纺织行业要着力在推进高水平科技自立自强、新型原材料研发、战略性重塑纤维产业链条等方面下功夫，以科技创新引领现代化产业体系建设，推动传统产业焕新，加快传统产业迈向全球价值



新乡化纤在纺织新材料领域取得了丰硕成果。

邵长金表示，根据传统产业的产业基础发展新质生产力是推动传统产业高质量发展的内在要求和重要着力点，能够有力推动传统产业提升生产力发展水平。

链中高端步伐。

具体到公司的高质量发展之路，邵长金也作了详细介绍。当前纺织原料领域的科技创新正推动着纤维产业高质量发展，新乡化纤借助企业资源、科研单位、战略合作伙伴等多方优势，建立协同创新联盟，在纺织新材料领域，致力于绿色低碳、循环、时尚等方面开展合作，取得了丰硕成果；与西南交通大学合作，采用DT绿色复合溶剂进行废旧棉纺织品种循环利用（ByluRecel纤维），实现了废旧布草循环再生变废为宝，为行业绿色低碳发展找到了一条新路径；与中科院过程工程研究所合作研发出离子液纤维，是一种新型再生纤维素纤维（首赛尔纤维），也是一种绿色新材料；遵循非木原料纤维素纤维的探索研究，发现将菌草用于纤维制造可实现以草代木。

数字化方面，近年来新乡化纤着力推进智能制造、工业互联网、大数据、工业机器人等数字经济关键技术在生产中的融入与应用，致力于建设国内领先、国际先进、以客户为中心、实现传统制造向智慧生产转型的数字化工厂，实现劳动生产率极大提高、产业结构快速优化升级。其中，纤维素长丝连续纺生产线和差别化氨纶生产线居国际领先水平，氨纶系统全部实现机器人落丝、自动分拣和智能仓储的融合运用。

2023年11月，新乡化纤被认定为国家高新技术企业，所得税税率由25%变更为15%。对于国家的政策扶持，邵长金认为，国家对高新技术企业的税收政策扶持是在以政府收入的“减法”，换取企业效益的“加法”和市场活力的“乘法”，财政支出向创新驱动倾斜，是一项利国利民举措，有利于为传统企业转型升级增添动力，激发企业自主创新的热情，进而催生新技术、新业态、新模式。

绿色是一把“金钥匙”。邵长金表示，新乡化纤正在着力推进新型原材料研发、再生纤维素纤维领域加大研发成果转化和产业化应用，首次将菌草应用于生物质纤维领域，以原创性、颠覆性科技创新开辟“以草代木”新领域新赛道。菌草产业链条的建设，将成为新乡化纤向高端化、绿色化转型升级的突破口，提升在纤维行业的竞争力和话语权。目前，新乡化纤“年产5000吨菌草生物质纤维产业化研发中试项目”已进入施工阶段，力争今年三季度建成投产。

此外，新乡化纤开发的首赛尔纤维制作全过程绿色环保，无“三废”排放，可循环再利用，且纤维强力高，织物尺寸稳定性好，纤维不产生原纤化，适宜制作高端面料；ByluRecel产品可实现生物基纺织品的循环利用，降低了环境污染，减少资源消耗；零碳再生纤维素纤维研发小组通过LCA“碳足迹”计算和节能改造、光伏应用、回收再利用浆粕、碳交易等措施，成功推出零碳产品；BaiLu-ECO®纤维实现纺织品的闭环生产，减少树木砍伐，降低碳排放量。得益于在可持续领域的不断耕耘，新乡化纤连续两年获得了Canopy“完整深绿色衬衫”最高等级评价。此外，正在全力推进的DT溶剂法废旧纺织品循环再利用研究，实现了酒店废旧布草的绿色循环应用，获得了中国纺织环环委颁发的“可持续时尚绿色产业突破奖”。

对于未来发展，邵长金信心十足，“我们将持续以科技创新、绿色发展创造经济增长新亮点，以新质生产力增强高质量发展新动能，进一步发挥市场需求优势、成本优势、功能优势，着力构建绿色供应链体系，加快构建纺织原料高端化、智能化、绿色化现代生物质产业体系，为全产业链条可持续高质量发展创造更大更新空间。”TA

《全国服装电商产业发展白皮书（2023）》在 天门发布

近日，由中国纺织工业联合会流通分会、中国纺织服装电子商务联盟·天门代表处、天门市服装电商行业协会联合编制的《全国服装电商产业发展白皮书（2023）》（以下简称《电商白皮书》），独家授权“中国服装电商产业示范基地”湖北天门正式发布。《电商白皮书》中提出，2023年，我国服装网络零售额达23000亿元，同比增长11.11%；我国服装跨境电商出口额达4870亿元，同比增长17.63%。

2023年，中央经济工作会议提出要以科技创新推动产业创新，特别是要催生新产业、新模式、新动能，发展新质生产力。中国纺联也提出“以新质生产力赋能纺织现代化产业体系建设”，强调要培养壮大终端消费，大力发展数字消费、国货“潮品”等，积极打造纺织服装消费新领域，借助平台经济打造消费新场景。服装电子商务作为纺织服装行业中蕴藏最多新模式、新动能、新场景的新兴业态之一，受到广泛关注。

为全面梳理总结我国服装电商产业发展阶段、现状、特点、趋势、模式以及重点任务，中国纺联流通分会联合中国纺织服装电子商务联盟·天门代表处、天门市服装电商行业协会成

立编委会，研究编制《电商白皮书》，旨在为行业电商理清发展逻辑、指引发展方向、提供发展思路。

天门服装电商产业集群是服装电商推动产业发展、活跃地方经济的代表性集群。近年来，天门市服装电商产业发展迅猛，集聚效应显现。2023年，天门服装电商行业从销售额、销售量、网店数量、跨境电商等方面，都实现了跨越式发展。据介绍，2023年，天门服装电商企业平台注册商铺数量突破1万家，商家遍布各大内销以及跨境平台；天门服装电商年销售总额400亿元，同比增长80%以上；服装电商年销售量5亿件，同比增长70%以上；跨境电商平台年交易量超50亿元，在2022年的基础上翻了一番。此次，《电商白皮书》联合天门共同发布，也是鼓励推动我国服装电商集群发展的应有之义。

《电商白皮书》指出，目前的服装电商发展现状表现为零售电商百花齐放，批发电商方兴未艾；传统电商守正创新，新型电商爆发增长；跨境平台快速崛起，跨境企业勇毅前行。2018—2023年，我国服装网络零售额从14400亿元增长到23000亿元，年度同比增幅由高速

增长转为中速增长；2023年，我国服装企业通过专业市场渠道为线上平台服装经销商家的供货额为5560亿元，占专业市场渠道服装总成交额的比重从2018年的25%上升到36.99%，专业市场渠道线上线下融合进程进一步加快，电商供货正在成为专业市场的重要流通渠道之一；2019—2023年，我国服装跨境电商出口额由1455亿元增长至4870亿元，实现跨越式发展，服装品类在我国跨境电商出口总额的占比也从18.23%提高到26.61%，服装品类影响力明显提升。

《电商白皮书》还指出了服装电商产业下一阶段的发展趋势，包括各大平台积极扶植本土原创品牌、信息技术全面推动消费体验的提升、各大平台的商家结构将进一步调整、传统电商和新型电商将进一步融合等新趋势、新特点，并提出推动服装电商产业创新发展、推动服装电商产业协同发展、推动服装电商产业品牌化升级、推动服装电商产业数智化转型、推动服装电商产业国际化拓展、推动服装电商产业人才体系建设等六大重点任务，并通过附件展示了集群市场对各类电商模式的应用方法，分享了优秀案例。（流通分会）

产销两旺，永荣股份拼出首季开门红

近日，从永荣股份传出消息，2024年一季度，公司产销量指标达成率113%，效益指标达成率195%，出口销量完成预期110.7%，3月刷新单月出口最高历史记录。

永荣股份始终坚守“锁定高端，聚焦转型”的营销策略，矢志成为高品质、高性能产品的领航者，满足高端市场的持续增长需求，推动公司业务的蜕变与升级。在实践中，永荣股份通过深度解析市场信息，敏锐捕捉机遇，紧跟行业潮流，一季度纺丝销量达成率高达108%，确保公司在市场竞争中屹立不倒。在产品推广上，永荣股份聚焦于高精尖的“三根纱”产品系列，以卓越性能和品质，满足客户的多元化、个性化需求。凭借优质的产品和服务，永荣股份成功建立了稳定的客户群体，为公司在锦纶行业的长期发展奠定了坚实基础。

在国际业务领域，永荣股份再创佳绩，一季度外贸销量更是创历史新高。这不仅体现了公司市场竞争力和国际影响力的体现，更是公司创新、品质、服务经营理念的彰显。永荣股份将持续优化产品结构和市场布局，以卓越品质和一流服务赢得国际客户的赞誉和信任。

（郭春花）

“员工视企业为家，我视员工为亲人”，箭鹿集团企业管理以人为本



演讲现场。

管理干部如何视员工为亲人抓好管理，带领全体员工超额完成2024年目标任务？4月8日，箭鹿集团党委召开“员工视企业为家，我视员工为亲人，干部职工一条心，超额完成2024年目标任务演讲会”，通过高管及生产主要负责同志演讲，形成干部职工一条心，激发全体员工的凝聚力和创造力。

会上，箭鹿集团党委书记、董事长刘伟说，当前集团迎来了较好的发展形势，国内国际订单充足，生产满负荷运行，更需要全体干部职工同心同德干工作，为企业发展共同努力奋斗。员工是企业发展的基石，干事创业关键靠“人”，员工如何视企业为家，以主人翁的姿态投入到工作中，需要我们全体干部视员工为亲人抓好管理。今年是集团大发展的一年，要在大抓生产经营的基础上，加大技术创新，继续扩大生产线，优化产品结构，提高生产产能，满足订单需求；加大创新力度，推进智能化设备改造，提升市场竞争力。同时，加大品牌建设，与国际市场合作开发创品牌，在南京、上海等城市开设直营店，全面提升品牌形象。

刘伟希望全体干部职工抓住发展机遇大干快上，以更加饱满的激情投入到二季度生产经营工作中，为超额完成2024年的各项任务目标努力奋斗。

活动中，六位主要管理干部围绕“员工视企业为家，我视员工为亲人”为主题，结合如何开展各自主管工作进行了演讲。（路言）

贴身服饰最大原产地尽展魅力

第三届潮汕服博会释放经济活力

■ 本刊记者_徐长杰

汕头是全国最大的内衣、家居服和毛衫生产基地，拥有完整的上下游产业链和设计开发能力。依托这一优势，潮汕服博会用不到3年的时间，成为全国贴身服饰最大原产地展会，推动潮汕地区纺织服装产业商贸发展至新高度。

3月28—30日，以“三生万物”为主题的第三届潮汕国际纺织服装博览会在广东汕头博览中心举行。现场人潮如织，参观人次同比增长46%。展会规模近10万平方米，设立12个展馆、21大展区，吸引近800家企业参展。其中，本地展商占比达55.2%，外地展商占比44.8%，超10万新品、爆品参展。展会期间，50余场品牌秀、10余场活动轮番上演。

以新质生产力赋能产业

汕头是全国最大的内衣、家居服和毛衫生产基地，拥有完整的上下游产业链和设计开发能力，是国内贴身服饰领域最大原产地。广东省商务厅副厅长双德会表示，希望汕头以第三届服博会为契机，发扬工匠精神，创新推动纺织服装产业集群化、高端化和国际化，助力广东加快建设世界级先进纺织服装产业强省。

汕头将加紧出台关于纺织服装产业高质量发展的实施意见，全力建设全国“技术最好、成本最低、速度最快、在途最短”的先进服装制造业基地。汕头市委副书记、市长曾凤保表示，汕头将用心用情服务企业做大做强，深入实施“百亿企业、千亿产业”培育计划，在优惠政策、资金投入、科技创新、用地用工等方面持续加大支持力度，让更多企业享受到政策红利；持续优化营商环境，构建亲清政商关系，让企业在汕发展更加省心、安心、舒心。

中国纺织工业联合会副会长徐迎新表示，2024年是我国实现“十四五”规划目标任务的关键一年。在新形势下，汕头纺织服装行业更应当加快以新质生产力赋能现代化产业体系建设，走在推进新型工业化的前列。同时，他提出三点希望，一是激发科技创新活力，推动科技创新与产业创新深度融合，点燃高质量发展内生动力。二是打造绿色经济动力，发展以低碳、资源效率等为特征的绿色生产力。三是以文化赋能品牌发展，推动以文化为核心的产品创新与业态融合。

释放产业带经济活力

首届潮汕服博会上，纺织服装“四大工程”正式发布，让越来越多目光聚焦在这座海滨之城。一年多来，在汕头市委、市政府的大力支持和推动下，“四大工程”规划图正一步步转化为汕头加快发展的“实景图”。汕头国际纺织城是汕头良好营商环境的标杆案例，会上，汕头市副市长彭聪恩从效率最佳、规模最大、链条最全、产品最优、人气最旺等方面对其作了推介。

汕头市纺织服装产业协会会长翁创杰表示，经过两年的发展，第三届潮汕服博会已成为全国最大的贴身衣物和毛衫原产地展会，首创“日展夜播”模式，齐聚国内外主流电商。第四届服博会将搬迁至汕头国际会展中心举行，期待全球的纺织服装企业和采购商继续关注并积极参与。

为充分发挥汕头的产业集群优势开展交流合作，推动纺织服装产业在供应链对接和市场拓展等方面的深度融合，共同促进行业健康发展，开幕式上举行了多项合作项目签约仪式，32家国内外企业与汕头20多家企业及协会达成了意向采购签约。

现场还举行了“抖音电商金产地计划启动仪式”“‘跨境赋能 产业汕升’千企出海计划启动仪式”，汕头市纺织服装产业协会、汕头市电子商务产业协会将携手各大国内、跨境电商平台深度赋能产业带，助推纺织服装企业拓市场、塑品牌、提销量，更好地释放产业带经济活力。

为借助“一带一路”发展机遇，把更多的品牌企业推向全球，“一带一路‘潮品世界行’”全球巡展活动正式启动。活动将采取“走出去”与“请进来”，继续加强与一带一路共建国家的合作，高水平推动纺织产业发展，



服博会吸引了来自全球的客商聚焦汕头。

深化全球携手、潮侨联动，以全球资源服务全球市场，助力纺织产业共同走向世界。

链接全球市场，打造行业风向标

全国最大贴身衣物原产地展会，缔造行业奇迹。从首届的3万平方米规模，到第二届的5万平方米，今年第三届潮汕服博会规模扩大至10万平方米，以每年翻一番的增长速度，用不到3年的时间，成为全国贴身服饰最大原产地展会，填补了粤东地区大型展会的空白，推动潮汕地区纺织服装产业商贸发展至新高度。

链接全球市场，展示全产业链资源优势。汕头是全球产业链最完整、供应链最先进的核心基地之一，构建了从纺纱、织造、染整、辅料到成品的完整产业链，本次服博会是汕头产业链打造从50公里内由一滴原油、一根纱线到一件成衣的完整产业链对接国际市场的一次展现机会，体现了中国供应链的聚集实力。

汇聚15大产业集群，打造行业风向标。第三届潮汕服博会汇聚了来自义乌、东阳、诸暨、长乐、盐步、小榄、普宁、广州、深圳、东莞、晋江、青岛、江苏、汕头等全国15个贴身服饰及针织产业集群。集群展团带领当地优质龙头企业 and 工厂亮相，展现各地特色产品和品牌，打造时尚产业前沿风向标。

首创“日展夜播”模式，解锁营销新场景。为进一步赋能展会，潮汕服博会充分利用场地和资源优势，通过白天做展览、晚上做直播的创新展播模式，B2B展览+B2B2C直播，打破传统展会时间和空间限制，将线上和线下充分结合，首创行业日展夜播新模式。

国际大咖助阵，吹响国际化号角。开幕式秀场上，法国著名高定品牌设计师Livia Stoianova和Yassen Samouilov共同参与“潮起东方3.0”开幕大秀的设计和演绎，展现了极富创意与艺术感的视觉盛宴。

电商平台齐聚，深度赋能产业带。作为国内最大规模的贴身服饰原产地展会，本届展会吸引了众多国内、跨境主流电商平台踊跃参与，抖音电商、天猫、亚马逊、速卖通、LAZADA、TikTok Shop、虾皮、1688、小红书等电商平台悉数参展，助力“汕”货卖全球。

同时，逛潮汕服饰，品潮汕美食，赏潮汕文化，打造“产业+文旅+美食”展示平台，服博会吸引着来自全球的客商聚焦汕头，为今年两大潮团盛会成功举办做铺垫。

第三届潮汕服博会由汕头市人民政府、中国纺织工业联合会指导，中国针织工业协会、汕头市纺织服装产业协会联合主办，汇聚全国乃至海外的厂家与采购商共同探索行业的发展新路径，积极布局2024年的发展蓝图，期待在瞬息万变的市场环境中捕捉到更多的发展机遇，以前瞻性的视野、创新的理念、扎实的步伐，踏上推动纺织服装行业高质量发展的新征程。[TA]

浅谈纺织信息化系统在企业中的实施应用

■ 刘斌 / 文

随着信息技术应用在纺织行业中的不断普及和深入，企业的信息化建设也在不断发展和演进；伴随新型智能终端的加速普及，以5G为代表的通讯技术的迅猛发展，更是出现了一批与该信息技术紧密相关的先进管理系统。纺织企业该如何从茫茫软件的海洋中选择一款适合自己的系统呢？

纺织企业的管理具有特殊性和复杂性，其信息化应用也随行业特点而定，在功能上较其他行业有很多不同要求。综合分析来看，根据所处细分领域不同、所属供应链环节不同，纺织企业对信息化的需求存在较大的差异。大多纺织企业会根据未来的短期及长期业务发展目标，对所需的信息化进行基础设施构建及系统建设规划。

信息化需综合考量多方面因素

现如今，信息化产品多种多样，可选择余地非常多，技术已不是问题。因此，企业更需要在信息化建设方面进行全面考量，综合考虑因素包括：总体拥有成本、系统的可扩展性、后续的维护升级等。具体分析可见，信息化系统项目有如下特点：

首选优化现有项目，避免盲目上新项目。

在现有系统能够正常运行的前提下，找出不足，挖掘需求和发展规划，慎重选项新项目替代。大多数情况下对原有的系统进行优化完善可能比新上一套系统对业务的帮助更大。上过ERP软件的企业都知道“微笑曲线”，这是企业对ERP软件信心的变化过程：系统启动之前信心最高；从实施开始到业务磨合期，不管是信心还是士气都会降到最低；随着业务磨合的深入和对ERP系统理解的深刻，系统使用者对系统也逐渐有了新的认识。每上一套新的系统都会经历这一过程，且很漫长。所以除非企业有足够的心理准备和经验，否则应当避免上新项目代替，尤其是高投入的预期不明确的项目。

选择最合适的而不是最昂贵的平台，只有合适的才是最好的。服装行业有“量体裁衣”，其目的是实现更好效果，与之匹配的是高消费。企业也需要在“高消费的合身”与“低消费的凑合”之间寻求一种平衡。当下，市面上有很多成熟的软件，在选择更专业化软件的同时，

更要考量量身定制的可扩展性。通用性软件成本很低，如不可扩展，或者二次开发费用很高，就需要综合考量产品选型，不应图一时便宜造成日后麻烦。

企业选择的合作伙伴应具备一定条件。首选具有纺织行业经验的企业，并能及时为企业提供全面、切合实际、高水平的具有纺织行业属性的专业信息化应用解决方案，只有这样才能为企业成功实施信息化建设提供可靠保证，才能让软件系统真正适应企业要求，助力企业产生最大的效益。

信息化系统需契合企业实际

纺织企业到底需要怎样的ERP系统？综合来看，纺织企业的信息化需求具有多样性，需要具体问题具体分析。

1. 从企业发展的角度看。

企业的发展可划分为四个阶段：起步阶段、发展阶段、成熟阶段、国际化阶段。在不同阶段，企业对信息化的认识和需求是不同的，为满足不同阶段的发展需求，他们会选择各类功能软件。

例如：为加强了对资金流的控制、对财务票据的管理，企业会引入财务管理软件；为紧密各部门信息流转，提高办公效率，企业会引入OA办公自动化软件；为提高产品质量和档次，很多企业会引入质量管理软件，进而对原材料、产品的质量进行严格把控。如对于纺纱企业来说，配棉尤为重要。为了降低成本、保障配棉质量，很多企业会引入配棉管理软件，对配棉进行辅助控制。工艺是企业技术核心，大多企业对工艺的管控都是极为严格的，为保障对核心技术的把控与提升改造，很多企业都会花费大量精力，引进或自主研发符合企业特性的工艺管理软件。物流控制也是企业信息化建设的关键，企业会引进进销存软件，对原材料、机物料、产成品进行管理控制。为加强对生产过程的管控，很多企业会引进生产管理软件和生产在线监控软件。这些信息系统在企业生产工艺管理、市场营销、进销存管理、技术开发等方面都发挥了很大作用，提高了企业的信息化水平和管理水平，也提高了企业的综合竞争能力。

2. 从企业内部不同层面的需求看。

分析可见，企业内部处于不同层级或板块的人员对信息系统的需求和认识各不相同。例如：高层管

理人员希望系统能够覆盖企业经营、生产的各个方面，越全越好，中层管理人员希望系统能够解决复杂的运算问题，具体操作人员希望越简单越好，系统管理人员则希望系统有良好的扩展性和灵活性。企业的需求往往参差不齐，但越是大而全的系统功能，操作流程就越复杂，上线实施也越困难。万事开头难，只有上线成功才有继续的可能，因此系统的选型上线应从解决底层实际问题出发，循序渐进地推进，切勿大而全地推进。

ERP是信息化建设首选

随着中国纺织产业的快速发展，广大中小企业迅速提升，无论是产品开发、生产管理、市场营销，还是物流控制、财务管理等，都按照市场客观要求应用信息技术，不断规范提高管理水平，增强竞争力。

网络信息技术在企业现代化管理中的作用将越来越明显，构建内部物流及生产管控平台，是提高效率、保证交期、降低内耗、全面数字化转型的基础。我国的纺织企业如何采用信息技术，使管理模式科学化、现代化，已是迫在眉睫的问题。纺织企业信息化对企业搭建信息平台、规范基础管理、整合各种资源、提高资源运作效率等具有重要意义。

本人从事信息化工作20年，从过往的项目中得出的经验是，做好信息化建设，人才是关键。企业需配备专业的计算机人才和管理人才，才能事半功倍地推进信息化建设。值得关注的是，如果企业的管理水平尚未达到一定层次和基础，建议不要盲目建立ERP，但是ERP仍然是企业进行信息化建设的首选。信息化工作虽然不能解决企业面临的所有问题，但是没有信息化，企业就不能及时发现问题、分析问题、解决问题。

同时，企业的信息化工作是需要不断发展和完善的，就如同企业的市场开拓、产品研发、设备更新、人才培养等，这些投入对企业来说同等重要。需要管理者注意的是，信息化工作并不是一劳永逸的，市场在变化、企业在发展、信息技术更在腾飞，需要不断跟进新技术发展趋势。在如今的数字时代，很难想象不进行数字化转型，企业该如何生存发展。[TA]

(作者单位：中纺网络信息技术有限责任公司)

春市营销略显回缩 价格指数环比微跌

20240415 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20240415 期纺织品价格指数收报于 104.96 点，环比下跌 0.02%，较年初下跌 0.17%，同比下跌 1.30%。



近期，中国轻纺城春市营销略显回缩，其中：原料市场价量环比小跌，坯布市场价量环比回缩，服装面料市场布匹价量微幅上涨，家纺类产品成交价量微幅下跌，辅料价量环比小跌。

原料价量环比小跌，涤纶环比微涨，纯棉纱稳跌互现

据监测，本期原料价格指数收报于 82.56 点，环比下跌 0.10%，较年初上涨 0.65%，同比下跌 0.54%。

聚酯原料涨跌互现，涤纶行情环比微涨。本期涤纶原料价格环比微涨，华东地区 PTA 现货主流 5940 元/吨，环比下跌 64 元/吨左右；MEG 主流 4432.5 元/吨，环比下跌 70 元/吨左右；聚酯切片市场报价环比上涨，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6975 元/吨左右，环比上涨 25 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝成交环比小增，价格环比小涨，POY 报价 7700 元/吨，环比上涨 50 元/吨；FDY 报价 8900 元/吨，环比上涨 50 元/吨；DTY 报价 9100 元/吨，环比上涨 75 元/吨。国内涤纶长丝市场价格环比小涨，江浙地区主流涤纶长丝工厂实单成交环比小升，但因上游聚酯原料价格涨跌互现，江浙地区织造企业备货以刚需为主，整体市场成交仍显不足。涤纶原料成交走势局部小增，涤纶长丝价格环比小涨。

近期，涤纶短纤价格环比下跌，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 7380 元/吨，环比下跌 60 元/吨。浙江地区涤纶短纤市场行情环比下行，实单商谈，下游按需采购，市场交易气氛显现不足。纯棉纱市场报价稳涨互现，32S 纯涤纱报 11850 元/吨左右，环比上涨 95 元/吨；45S 纯涤纱报 12900 元/吨左右，环比持平。

纯棉纱价格稳跌互现，人棉纱价格环比下跌。近期，萧绍地区纯棉纱市场成交局部回缩，价格稳跌互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16450 元/吨，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 23175 元/吨，环比下跌 25 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 26690 元/吨，环比持平。下游客户刚需采购，市场行情起色相对有限，内销不足。

近期，粘胶短纤原料价格环比下跌，成交环比回缩，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13300 元/吨左右，环比下跌 150 元/吨。下游人棉纱市场行情呈环比下行走势，市场成交环比回缩，价格环比下跌。30S 人棉纱价格报 17280 元/吨左右，环比下跌 20 元/吨；40S 人棉纱报 18600 元/吨左右，环比下跌 100 元/吨。

坯布行情环比回落，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 116.58 点，环比下跌 0.11%，较年初下跌 2.93%，同比下跌 4.97%。

近期，坯布市场营销环比回缩，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单环比回缩，坯布价量环比下跌。近期坯布市场延续清淡走势，订单乏力，价格有议价空间，企业对后市持谨慎观望态度。其中：

化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回缩，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比下跌，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

服装面料环比微升，价格指数环比微涨

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 117.22 点，环比上涨 0.06%，较年初上涨 0.66%，同比下跌 0.20%。

本期服装面料类价格指数环比微涨。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比微升，春季面料补货环比微增，夏季面料下单局部微升，清明假期后至今对客商入市认购局部小增，服装面料价格指数环比微涨。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、粘胶面料、锦纶面料成交价量不等量上涨，拉动服装面料价格指数环比微涨。

家纺市场略显回缩，价格指数环比微跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.33 点，环比下跌 0.05%，较年初下跌 0.52%，同比下跌 0.58%。

本期家纺类价格指数环比微跌。近期，家纺市场行情环比微跌，轻纺城家纺市场成交略显回缩，整体市场价格环比微跌，大众色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比下降，跑量产品现货成交和订单发货量环比回缩，价格指数环比微跌。其中：窗纱类现货成交和订单发货量环比回缩，价格指数呈环比下跌走势；床上用品类现货成交和订单发货量环比回落，价格指数呈环比下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比微跌。

市场行情继续回缩，辅料指数环比下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 129.09 点，环比下跌 0.18%，较年初下跌 1.93%，同比下跌 2.50%。

本期服饰辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交继续回缩，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比下行，价格指数环比下跌。衬料类行情明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；花边类行情环比回缩，价格指数呈环比下跌走势；服装里料类行情环比下降，价格指数呈环比下跌走势，拉动辅料类总体价格指数环比下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡小升走势。因部分贸易商和织造厂家创新产品订单将有所增加，后市春夏季面料供给将有所推升，春夏季面料现货成交和订单发货将局部小增，织造企业开机率将环比推升，印染企业产出将环比小增，预计创新产品认购踊跃度将环比增加，整体市场成交将呈现震荡小升走势。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



纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

纺织之光科技教育基金会是在1996年设立的“钱之光科技教育基金”的基础上，由一批拥有高度使命感和责任感，愿为中国纺织行业科教进步作贡献的优秀纺织企事业单位和个人捐赠资金成立的。2008年5月在民政部登记注册成为全国纺织行业性基金会，注册资金2000万元。

截至2022年底，纺织之光科技教育基金会已支持表彰奖励纺织科技奖1710项、优秀教师和学生4558名、优秀教学成果奖2397项、针织内衣创新贡献奖136项、应用基础研究83项、科技成果推广339项、全国纺织行业技术能手325名、技能人才培养突出贡献奖16人及33家获奖单位。

自1997年至今，科技教育公益活动支出超1亿元，对促进纺织科技教育事业起到了积极的推动作用。

宗旨：科技进步 人才成长 产业升级



纺织之光
微信公众号



纺织之光科技推广
云平台网站

发货选我

LIKEDA LOGISTICS

< 货通天下，立可到达 >

—— 全国范围线路一键可查，发货就上利可达 ——



扫码即可一键下单

电话：400 606 5018

您值得信赖的专业市场物流