

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

2019.08.26 | 第31期 | 总第943期



P14

汇生活·展未来

intertextile 秋冬家纺展
25年再起航



中国纺织工业联合会会刊
纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY



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 010-85872640
广告热线: 万晗 010-85872646



中国盛泽

第六届
江苏(盛泽)
纺织品博览会
6th Jiangsu Shengze
Textile Expo

2019.10.16-18
江苏·盛泽国际会展中心

展会热线 0512 63567801

www.taweekly.com

纺织服装周刊



CHANG FA
BUSINESS CENTER
长发商业中心

独家冠名单位：长发商业中心

协办单位：CFU创意时尚联盟

2019中国面料之星系列活动 正式启动



“中国面料之星用户满意面料产品调查活动”自2011年以来已连续举办8届，每年均得到数百家优秀面料企业的热情参与，今年第九届“中国面料之星系列活动”已经正式启动，现面向全国优秀面料企业征集产品，样品递交截止时间为9月1日。

本次活动将于9月底在上海举行的中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会期间举办2019中国面料之星颁奖仪式、面料趋势论坛、服装品牌对接会等系列活动。

奖项设立

创新开发奖 图纹色彩奖 时尚风格奖 市场价值奖 设计服务奖

面料参评报名表申请、商务合作咨询

“中国面料之星系列活动”组委会

联络人：赵国玲、雷蕾

15068579525/010-85872143

面料样品参评邮寄地址

北京市朝阳区东四环中路39号华业国际中心B座207

邮编：100025

雷蕾（收）

010-85872143

详情敬请关注纺织服装周刊官方网站首页

www.taweekly.com



关注纺织服装周刊微信公众号，了解更多

纺织服装周刊

2019  KEQIAO TEXTILE EXPO (AUTUMN),
SHAOXING CHINA

中国绍兴柯桥国际纺织品博览会(秋季)



世界纺织看中国
中国纺织在柯桥

2019.9.28-30
浙江绍兴国际会展中心

www.ctcte.com

主要展品：纺织面料、纺织机械、纺织辅料(原料)、家用纺织品、创意设计

展会热线：0575-84135583 81181395 81181389



纺织服务周刊

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

编委会名单

主任 王天凯

副主任 高 勇 孙瑞哲 徐文英 杨纪朝 夏令敏 陈伟康 王久新

委员（按姓氏笔画排序）

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

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 廖小萱
夏小云 徐晶鑫
美编 郭 淼
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：010-85872680 新闻热线：010-85872640

发行热线：010-85872668 传 真：010-85872601

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

广告发布登记许可号：京东工商广登字20170146号

本刊广告总代理：中纺网络信息技术有限公司

出版发行：《纺织服装周刊》杂志社

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

定价：每期人民币12元

欧洲合作媒体：textile

印度合作媒体：Inside Fashion

日本合作媒体：纤维News

台湾合作媒体：纺织时报

承印：北京中科印刷有限公司

法律顾问：大成律师事务所

中国制造，难以替代

上月下旬，第二十届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）暨美国TEXWORLD 服装面料展、纽约国际服装采购展、纽约国际家纺采购展在纽约举办。展会期间，中美两国展商和买家们的观点态度给人留下了深刻的印象。

美国家纺协会的法律顾问 Robert Leo 在展会论坛上表示，美国有85%的羽绒产品来自中国，只有5%来自美国，除非继续从中国进口，否则美国本土产能或其他国家都无法满足美国市场对羽绒产品的需求。

“中美贸易关系永远不会脱钩，无论发生什么，两国纺织业界彼此合作意愿强烈，纺织贸易也将继续进行，不会停止。” Under Armor 前运营高管 Wayne Buchen 在论坛现场即兴询问在座听众有谁正在同中国做生意，几乎全体举手。当他问到有谁正准备把中国的生意转移到别处时，只有一位举手。

“中美两国纺织经贸关系是捆绑在一起的，不能分割。”美国时尚产业协会会长 Julia Hughes 说，协会一直力求帮助会员企业降低风险，减少关税，缩小贸易摩擦所带来的影响。尽管一些美国企业已经或正准备在越南、孟加拉、印尼、印度等国家寻找新的供货渠道，但从整体数据上来看，由于这些国家供应能力有限，大量买家涌入带来的供不应求也会间接导致采购成本的增加。目前，中国仍是美国市场的主要供应国。

纽约展期间，笔者虽未在展会现场，却也正好在美国加州，并在当地各类零售实体店购物消费，直观感受到美国服装零售市场的现状。

首先，只要有服装的地方，就有中国制造。可以说，中国的服装产品遍布美国城市和乡村。无论是购物中心、百货商场、奥特莱斯、连锁超市乃至尾货大卖场，中国制造的服装无处不在，完全成了美国老百姓的“日常”。其次，中国的服装产品真的是物美价廉，但凡是品质和样式看得上眼的，很大概率是中国制造。在加州二线城市的一家梅西百货店，笔者看中了一款男士 T 恤，面料质地和色彩都很满意，翻开标签一看，Made in China！

“中国制造品质优，虽然价格不是最低，性价比却很高，这也是 Vice 一直在中国采购的原因。对于 Vice 来说，离开中国在其他国家进行采购困难很多，特别是考虑到供应链和生产技术因素。”此次纽约展上，Vice 常务副总裁 Mark Engebretson 坦言，从成本、基础设施、产业配套、政策法规、商业规则、信用问题等方面与东南亚几个国家做比较，中国仍是最佳选择。转移订单并不易操作，除了买家看重的生产技术、设计研发、质量价格外，完备的产业链、基础设施、物流交通、政策环境等都是“中国制造”不可替代的原因。

美国一家时尚机构在此前发布的《2019 年美国时尚行业基准研究报告》中给出了这样的预判：尽管中美经贸摩擦仍然持续，但在可预见的未来，中国仍将是美国最主要的纺织服装供应国。就可以生产的纺织服装品类广泛度而言，几乎没有与中国实力接近的竞争对手。

赵媛媛

CONTENTS

目录

6 资讯 INFOS

莱赛尔纤维产业发展有重要举措，《工厂设计标准》编制启动
庆共和国 70 年华诞，展新时代职工风采！
山西彩佳新厂落成，启动精益管理模式

8 关注 ATTENTION

80 岁的新党员，初心未改
一条小毛巾，几代人的情结
加强交流，深化服务，共促提升

12 科教 SCIENCE

快人一步赢先机 恒申以科技创新引领锦纶行业

18 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

打造竞争新平台 柯桥纺企试水资本市场
用简单的窗帘，给你一个有温度的家
稳外贸需打“组合拳”

22 大唐专版 DATANG

联手天猫，下好数字赋能这盘棋

24 行业 INDUSTRY

中泰：开启主动亮剑新阶段
以基地建设为引领，铸就行业“共生体”
把握市场趋势，提供可持续创新产品
科技成就面料之美
从单一到多元，演绎男装时尚趋势

32 展会 EXHIBITION

气象万变，户外服怎能置身事外？
功能化纤演绎纺织源头潮流
江苏霓裳 扬帆起航
步入“时尚升级”新时代

40 指数 INDEX

市场销售环比回升 价格小幅上涨
淡季持续深入 景气指数弱势下滑



10 关注 ATTENTION

兴城“泳”动时尚， 延展泳装产业发展内生动力

8 月 16 ～ 18 日，2019 中国（葫芦岛·兴城）国际沙滩·泳装文化博览会暨中国国际泳装展在兴城市比基尼国际会展中心举行。展会启动了中国泳装产业生态的创新引擎，实现了从功能单一的商贸展会向集文化创意、产品展示、渠道对接、生活方式于一体的、以产品为核心载体的“无界”新展会形态转型。



14 特别报道 SPECIAL

汇生活·展未来 intertextile 秋冬家纺展 25 年再起航

从 1995 年到 2019 年，intertextile 中国国际家用纺织品及辅料博览会已走过了 25 年。在这 25 年的岁月里，家纺展不仅为众多企业搭建起了产品展示、市场营销、贸易拓展的平台，更见证了我国家纺行业自改革开放以来蓬勃发展的历程，以及家纺行业变革突破的进程。8 月 28 ～ 31 日，2019 intertextile 中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会将于国家会展中心（上海）再次起航。

纺织服装周刊

莱赛尔纤维产业发展有重要举措，《工厂设计标准》编制启动

本刊记者 _ 郝杰

目前全球纤维加工量约为 1 亿吨，化纤在其中的占比约为 70%，其中绝大多数是合成纤维。2018 年，全球真正能够降解的纤维素纤维总产量不到 400 万吨，莱赛尔纤维不到 30 万吨。被誉为“21 世纪绿色纤维”的莱赛尔纤维，因其具有良好的经济效益和社会效益，是我国化纤工业“十二五”、“十三五”重点规划发展的生物基产品。

为贯彻落实国家标准化改革的要求，提高我国具有自主知识产权的莱赛尔纤维工程建设项目技术水平，规范设计市场，促进该领域的有序健康发展，8 月 20 日，纺织工程团体标准《莱赛尔纤维工厂设计标准》编制启动会在中国纺织科学研究院有限公司举办。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，中国纺织工业联合会副会长、中国化学纤维工业协会会长端小平，中国纺织工业联合会产业部副主任张军胜等领导，中国纺织科学研究院有限公司副总经理刘瑞彪、总经理助理刘剑，以及来自中国纺织勘察设计协会、中国工程建设标准化协会纺织分会、中国昆仑工程有限公司、恒天（江西）纺织设计院有限公司、山东省纺织设计院、上海纺织建筑设计研究院有限公司、北京维拓时代建筑设计股份有限公司、河南省纺织建筑设计院有限公司、河北中纺工程设计有限公司等相关单位的负责人参加了此次活动。

受中国纺织工业联合会委托，中国纺织科学研究院有限公司承担制定《莱赛尔纤维工厂设计标准》工程建设团体标准的主编任务。刘瑞彪在致辞中说，莱

赛尔纤维项目设计要求高、设计难度大。中纺院设计人员严格遵守国家有关工程建设法律法规，在百吨线、千吨线的设计基础上，最终出色地完成了万吨线工业化设计工作，为万吨级莱赛尔纤维项目优质、快速、顺利地投产打下了坚实的基础。该项目于 2017 年 8 月 29 日顺利通过中纺联组织的科技成果鉴定，3 位院士和行业专家一致认为该项目具有自主知识产权、全套装备国产化、实现了全线连续稳定运行，其整体技术达到了国际先进水平，中纺院具备了工程设计、工程实施和产业化快速推广的技术能力。2018 年，该项目获得纺织行业优秀工程设计一等奖。中纺院设计团队有能力完成莱赛尔纤维团标的编写工作，作为主编单位，中纺院将与参编单位一起，以国家设计规范为基础，保质、保量、按时完成团标的编制工作。

高勇表示，目前，中国莱赛尔纤维的发展势头很好，成为行业关注的焦点。在国内，中纺院莱赛尔纤维项目的体量最大，其规划于 2021 年建成 50 万吨产能，还有其他几家企业也在积极扩大规模。为应对日后莱赛尔纤维的爆发式增长，团体标准制定工作应该做在前面。在此背景下，由中纺院牵头制定《莱赛尔纤维



中国纺织工业联合会和中国纺织科学研究院有限公司签署了《莱赛尔纤维工厂设计标准》编写框架协议。

工厂设计标准》恰逢其时。他希望各家莱赛尔纤维生产企业和工程建设企业都参与到标准制定中来，就工厂设计建设的通用、共性问题进行探讨，共同建立生产规范标准。

在行业领导与业内专家的共同见证下，中国纺织工业联合会和中国纺织科学研究院有限公司签署了纺织工程团体标准《莱赛尔纤维工厂设计标准》编写框架协议。随后，张军胜宣读了编委会名单，高勇任编委会主任，中国纺织科学研究院有限公司董事长庄小雄任编委会副主任。

与会领导向编委会成员颁发了纺织工程团体标准《莱赛尔纤维工厂设计标准》编委会证书。最后，主编单位讲解了编制工作要求，编委会成员明确了工作进度计划及分工，讨论并通过了工作大纲。

庆共和国 70 年华诞，展新时代职工风采！

全国财贸轻纺烟草行业职工摄影作品巡展举行

8 月 19 日上午，“庆共和国七十年华诞 展新时代职工风采”——全国财贸轻纺烟草行业职工摄影作品巡展首站展出在上海纺织博物馆开幕。

本次巡展活动由中国财贸轻纺烟草工会主办，部分相关省级产业工会及企业工会联合承办，中国职工摄影家协会指导，上海市纺织工会承办首站巡展及开幕活动。影展自今年 6 月面向全国行业职工征集作品以来，共收到来自 19 个省（区、市）产业工会和中央企业工会选送的 2000 余幅照片。此次展出的 100 幅照片，是经过中国职工摄影家协会、中国财贸轻纺烟草工会共同组织专家进行评审选出的一等奖作品 6 幅，二等奖 12 幅，三等奖 20 幅，优秀奖 62 幅。这些作品，用镜头语言和独特视角展现了行业发展变化、劳动生产场景、职工美好生

活、祖国美好河山等内容。

此次摄影巡展的前序部分，还展示了新中国成立 70 年来，以郝建秀、张炳贵等全国著名劳动模范为代表的财贸轻纺烟草系统不同时期杰出职工风采。他们以爱岗敬业、争创一流、艰苦奋斗、勇于创新、淡泊名利、甘于奉献的精神立足岗位、建功立业，为行业亿万职工树立起不朽的丰碑。

为了让更多观众欣赏到影展作品，在上海首展结束后，巡展还将继续在全国总工会机关、中粮集团、安徽、湖北、广东、广西、重庆、天津、山东等 9 个站点进行为期三个月的巡回展出，网上影展也同步进行。为进一步增强活动效果，中国工人出版社以《匠心之美》为题，发行了此次巡展获奖摄影作品集。

（郭春花）

山西彩佳新厂落成 启动精益管理模式

近日，山西彩佳印染有限公司新厂落成庆典暨精益管理模式启动仪式在新厂区举行。来自全国各地 40 余家纺织印染行业企业的负责人或业务代表、行业协会及专业院校负责人以及彩佳全体员工，共计 400 余人参加活动。

山西彩佳印染有限公司是永济市第一家专业生产服装面料和功能性面料的印染企业。创立 23 年来，公司以创新发展，生产规模逐年壮大，生产能力由年产 1500 万米提高到 5000 万米；研发能力不断提升，截至 2019 年 5 月，荣获印染行业 23 项奖励，取得国家发明专利 4 项，被中国印染行业协会授予“中国染整功能性面料研发生产基地”。2016 年，公司为进一步适应市场发展需求，提高公司现代化水平和管理水平，在永济市工业园区征地 130 亩，建设科技型服装面料生产线。经过 3 年的艰苦努力，一座现代、绿色、花园式的印染工厂展现在永济大地。

为进一步提高员工素质，提升管理水平，公司同深圳 3A 企业管理顾问公司合作，引入并推行 6S 精益管理。精益管理模式的推行，必将促进企业管理提升到一个新的水平。（梁君威）

纺织服装周刊

建国70周年

纺织行业

纪念新中国成立70周年大型图片展



我和我的祖国

纺织行业纪念新中国成立70周年大型图片展

主题

以《我和我的祖国》为主题，通过独特视角来阐述中国纺织行业发展的过去、现在，及未来。以此表达“我”——中国纺织行业的一员，70年来与祖国共同成长经历及对未来美好生活的向往。

组织机构

主办单位：中国纺织工业联合会

承办单位：中国纺织摄影协会

征稿形式

- （1）单位稿件：各地方产业集群、专业市场、各大企业及产业研究开发、服装设计等机构以单位名义投稿；
- （2）个人稿件：行业员工、行业记者、服装设计师等以个人名义投稿；欢迎行业外媒体以及对中国纺织有着深厚情节的摄影师积极参与。（详见征稿启示）

展览形式

在全国或地方大型行业展会举行主展；地方行业活动中举行巡展、联展。

截稿日期：2019年10月31日

投稿邮箱：ctpa01@126.com; fzsyxh001@126.com

联系人：王春梅 崔小曼

电 话：010-85229183



80 岁的新党员，初心未改

谷守山 / 文

我叫谷守山,今年 80 岁,离开工作岗位 20 年了,在新中国成立 70 周年这个特殊节点,我成为了一名中国共产党预备党员。

我感恩父母的教养,给了我吃苦耐劳、坚强不怕困难的性格;我感恩我的老师,给了我艺术人品和知识;感恩党、感恩国家,让我享受甲等助学金完成了五年的大学学业。

1962 年,我毕业于中央工艺美术学院,全班十五人,十人分配在北京,我是其中之一,分配到北京一个很好的单位。当年新疆有一个名额,必须分配一人去,当时的陶瓷系支部书记王舒冰同志非常为难,我得知后主动请缨,他非常高兴地说:“你真是个好同志,写个入党申请书吧!”当时,工艺美术院为我办了欢送会。

到了新疆,我被分到乌鲁木齐市陶瓷玻璃综合厂,一干就是十八年。至今我都认为去新疆是对的,我为新疆轻工手工教育做了大量工作。王舒冰同志非常肯定我的工作,他说:“非常惋惜,去新疆前

没有解决你的组织问题。”后来他给我写了一幅字:艺林奇秀。

1980 年,我调到新疆工艺美术公司;1985 年调到新疆师范大学美术系,虽然教龄不长,但学生非常多。在厂里工作时,我手把手教了两名维族工人,后来他们考上了上海大学美术学院,毕业后回疆成为新疆艺术学院的骨干教师。在新疆期间,我用自己卖画、讲课的收入帮助下岗工人吴健创办玉雕厂,还帮助过贫困人群学习、就业、看病。总之 30 年间,我为新疆艺术设计和教育做了自己应该做的事情。

1992 年,我调到北京服装学院工作,与于伯龄教授合作“丝绸颜料和手绘技法”研究课题,并通过纺织工业部部级技术鉴定,入选 1993 年《中国科技大全》,在中国美术馆的展出得到很多新闻媒体报导。我还发表了很多作品,出版多部教材、专著、合著。

一直以来,我以党员标准严格要求自己,对党

忠诚,信念坚定。曾为联合国、人民大会堂、天安门、钓鱼台国宾馆等处及香港和澳门回归、奥运会、汶川大地震、希望工程、西部万里行等各种公益活动捐资捐画,在艺术创作上始终以人民性、民族性、时代性为艺术指导思想,不断创新,为新时代服务。

我感谢学校党组织,感谢我的老搭档邓书连以及老领导杨绍文、赵亮等同志对我的关心、教育与培养,特别是韩福华同志任学校老干办书记以来,让我感受到校党委对老同志的高度重视,让我们老同志感到非常温暖,让我再次萌发了要加入中国共产党的念头。

自 1962 年第一次递交入党申请书,时隔 55 年,2017 年我再次递交了入党申请书,一方面我要完成年轻时的梦想,成为一名正式的中国共产党党员;另一方面,在今天的大好形势下,尤其在国家“大国工匠”精神倡导下,我要发挥专业上的优势,在余生,为学校、为社会再做点力所能及的事。[TA]

(作者为北京服装学院原工艺美术系主任、教授)

一条小毛巾，几代人的情结

徐弘毅 / 文

在建国 70 周年来临之际,作为家纺界的新人,我感慨万千。我无疑是幸运的,不断得到行业前辈的指点,不断加深对公司品牌的了解,较快熟悉并融入了家纺大家庭。对于这一切,我要感谢我的启蒙师傅,他是同事口中的“大仙”,曾任家纺研发部经理的胥智渊。

记得刚到公司不久,有一天师傅带我去巡店,我既兴奋又紧张。伴着蒙蒙细雨,一上车他就与我攀谈起来:从 1978 年 12 月 18 日邓小平提出改革开放,到 1996 年苏州河沿岸改造一片片创意园区的构想;再到 1991 年 11 月 18 日龙头集团成立;1994 年 12 月 22 日改制为国有独资“上海民光国际企业有限公司”,1998 年注入龙头集团;2008 年 11 月 18 日“上海纺织品牌街”在制造局路 584 号揭牌开张;2010 年更名为“上海龙头家纺有限公司”;2016 年 9 月 30 日 MGHOME 民光家居生活馆在定西路开业;2018 年 2 月公司 414 毛巾荣获“2017 年度畅销金品”称号……不觉间已走过了 40 个年头。

车停在了定西路 1228 号,“这里是创新运营模式的 MGHOME 家居生活馆,现在上海一共 5 家,”他说到,“装修带宜家风,原木清新自然,毛巾浴巾、拖鞋家居服、储物收纳、日系餐具、厨房浴室及床

上用品等在这里你都能找到。”进门后我随手拿了一块毛巾,师傅说:“这是‘钟牌 414 毛巾’,中华老字号,寓意‘试一试’与‘使一世’。公司旗下拥有四个超 50 年历史的老字号,钟牌 414 就是其中之一,其余的是民光、凤凰以及皇后毛巾。”

一阵悦耳的门铃声惊醒了我,进来几位顾客,其中两位是外宾,巧的是他们要买毛巾留作纪念,于是师傅就介绍起来:“钟牌 414 毛巾诞生于 20 世纪 30 年代,是由李康年先生等人于 1937 年创立的中国萃众制造股份有限公司生产,标志很特别,取公司名称中‘萃众’二字组成钟的造型,当时宣传语为‘文质华贵,拔萃出众’,曾在上海国货展览会获特等奖,多次被评为‘上海市著名商标’及‘中华老字号’荣誉。现在我们除了销售保留款式以外,还推出 414 毛巾纪念版,此外我们也可以配备礼盒出售,您看怎么样?”

顾客走后,师傅告诉我:“我在家纺行业工作了近 40 年,主攻产品图案设计,受汪祖荫及周锡光两位教授启蒙,工作后从开剪、缝制、印染等工艺开始,一步步提升自己,我感受到了做自己喜欢的事的那种快乐。”转念,师傅又问起我:“你知道三原色吗?”见我一时答不上来,师傅便说:“红——春天,绿——夏天,蓝——秋天,加上白——冬天,

四季皆宜,过去一条卖 7 角 8 分。现有 6 大系列 180 多个品种,最近又尝试新玩法——奇妙毛巾(海綿瞬吸毛巾),特点为蓬松、柔软、吸水性强、不掉毛、毛圈高且长久用过依旧柔软如新。”

听着师傅自豪的话语,我手里抚摸着这款毛巾,感觉到不一般的份量,它一路走了这么多年,仍然挺立在公司产品的前线,绽放着自己独特而自然的光彩。

师傅突然转过头来,用低沉的声音对我说:“小徐,你要热爱这个品牌,才能真正了解它。我们公司还有很多这样的品牌,每一个都有故事,几天几夜说不完啊!”

结束一天的巡店后我才知道,几个月后师傅即将退休。此时雨停了,我不经意间抬头仰望,已是满天星空,我顿悟:今天师傅给我讲的不仅仅是一个品牌,一条小小的毛巾的故事,更是那些与共和国共同成长的青春故事。小小毛巾,凝聚着老一代品牌人对后来人的殷切期望。

我期待下一次巡店,期待自己去了解更多的品牌以及品牌背后的感人故事,期待自己加入为品牌而战的创新大军。我要为品牌出一份力,与祖国同行,愿祖国越来越强大。[TA]

(作者为上海龙头家纺有限公司党群部职员)

不忘初心，牢记使命 系列报道



与会成员深入交流，共担使命。

加强交流，深化服务，共促提升

中纺联第一联合党支部与中国纺织建设规划院、中国纺织信息中心开展主题教育调研交流

贺兰 / 文

近日,中纺联第一联合党支部分别前往中国纺织建设规划院、中国纺织信息中心,举行“不忘初心、牢记使命”主题教育调研交流会。与会代表们结合各自工作实际,围绕主题,展开了全面而深入的交流探讨,收获了很多颇具实际执行意义的意见和建议,并表示将落实到工作中去。

为了深入系统学习习近平新时代中国特色社会主义思想,认真贯彻落实习近平总书记在“不忘初心、牢记使命”主题教育工作会议上的重要讲话精神 and 党中央决策部署,按照中国纺织工业联合会“不忘初心、牢记使命”主题教育领导小组部署要求,8 月 9 日、8 月 13 日,中纺联第一联合党支部分别前往中国纺织建设规划院、中国纺织信息中心,共同举行“不忘初心、牢记使命”主题教育调研交流会。

深入交流，开创工作新思路

8 月 9 日,在中国纺织建设规划院,与会同志们纷纷发言,大家谈发现、找差距、析原因、明方向、理思路、提举措,坦诚务实,见人见事。调研交流会的召开,有力有效推进了“不忘初心、牢记使命”主题教育和与会单位、部门的重点工作,实现了“两手抓、两促进”。

中纺联第一联合党支部书记、中纺联副秘书长、中纺联外事办(台港澳办)主任袁红萍,中纺联第一联合党支部宣传委员、中纺联办公室主任段红,中纺联物业投资管理部副主任苏红,中纺联外事办(台港澳办)副主任杨永锋,中纺联办公室主任张秀娟,中纺联第一联合党支部组织委员、中纺联外事办(台港澳办)处长黄嵩,中纺联外事办(台港澳办)处长高沼木,中纺联办公室副处长吴振,中纺联物业投资管理部副处长张显智,与中国纺织建设规划院联合党委副书记、院长冯德虎,副院长刘彦威,总工程师郭宏钧以及规划院各对口部门负责人出席了本次会议。

中纺联第一联合党支部主要由联合会办公室、外事办(中国纺织国际交流中心、台港澳办)、物业投资管理部和上海办公室 4 个部门组成,现有正式党员 9 名,是中纺联对内对外的名片和窗口,为联合会和行业的中心工作服务,为联合会各成员单位和广大干部职工提供保障。

会上,冯德虎首先代表全院职工对中纺联第一联合党支部的到来表示了热烈的欢迎。

随后,中纺联第一联合党支部与中国纺织建设规划院分别对各自部门负责的主要工作进行了介绍,并结合工作实际,围绕“不忘初心、牢记使命”主题教育,在党建工作、办公室工作、外事服务工作以及后勤服务工作等方面进行了深入探讨。双方各自深刻反思、互补短板,

学经验、解疑惑、献良策,力争为中纺联第一联合党支部和中国纺织建设规划院各对口部门切实履行好指导、协调、管理和服务职能开创出一条新思路。

最后,与会人员纷纷表示,此次交流学习受益匪浅,不仅增进了中纺联第一联合党支部和中国纺织建设规划院对双方工作的了解,还获得了很多颇具实际执行意义的意见和建议,双方在会后将会对其进行整理和汇总,并结合实际工作情况,将整改真正落到实处。除此之外,双方还表示,日后将会共同推进这种“走出去、引进来”的调研交流活动常态化,继续不忘初心、牢记使命,为促进我国纺织行业高质量发展共同努力。

推进行业服务，用行动践行使命

8 月 13 日,中纺联第一联合党支部前往中国纺织信息中心进行调研。袁红萍、段红、苏红等 9 位同志,与中国纺织信息中心党委书记乔艳津,党委副书记胡松、伏广伟,纪委书记阎岩,党委委员李斌红、朱莎、张玮、李波,纺织产品开发中心副主任张彤,中国流行色协会秘书长贺显伟,以及信息中心党办、人力资源部、行政部代表共同参加了调研会议。

会上,乔艳津代表中国纺织信息中心党委对中纺联第一联合党支部的到来表示热烈欢迎并指出,联合会第一联合党支部外事办(台港澳办)、办公室和物投部以党建为引领,立足本职、强化管理、优化服务,为信息中心业务的开展给予了大量指导和帮助。她希望双方今后能进一步加强交流,共享党建资源,共促工作提升。

袁红萍在发言中感谢中国纺织信息中心党委共同促成了此次调研交流会。她表示,每次调研都是一次学习的深化、精神的洗礼、使命的升华。她要求,支部全体党员要认真学习中国纺织信息中心党委开拓进取的工作态度、务实肯干的工作作风,勇于检视自身工作中的问题,用担当诠释初心,用行动践行使命。

调研中,双方还就外事(台港澳)、办公室和物投部工作领域中,诸如对外(台港澳)工作培训、档案管理、营业执照注册地址变更等各单位普遍关注的热点问题和关键问题,进行了工作对接、政策解析、答疑解惑。[TA]

纺织服装周刊



开幕式现场。

兴城泳动时尚， 延展泳装产业发展内生动力

本刊记者 _ 李芳



8月16~18日,2019中国(葫芦岛·兴城)国际沙滩·泳装文化博览会暨中国国际泳装展在兴城市比基尼国际会展中心举行。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲,党委副书记陈伟康,科学技术部中国生产力促进中心协会理事长刘玉兰,中国城乡融合与人才开发研究中心执行主任王政道,北京服装学院校长贾荣林,中国商业联合会商业养老产业分会常务副会长陈大庆,北京时装周组委会副主任负天祥,中国纺织工业联合会副秘书长杨峻,中国纺织建设规划院院长冯德虎,中国纺织工业联合会办公室主任段红,中纺资产管理有限公司总经理赵向东,中国服装协会秘书长焦培;辽宁省工信厅副厅长冯文胜,辽宁省纺织服装协会会长王翀以及葫芦岛市委书记王健,市人民政府市长王力威,市政协主席石文光,市委副书记、秘书长严喜鹤,市委宣传部长冬梅,市人大常委会副主任王忠平,市人民政府副市长胡伟、黄晓霞,市人民政府秘书长宋晓东,兴城市委书记朱德义等领导嘉宾及企业代表等参加了此次活动。

2019中国国际泳装展由中国服装协会、中国针织工业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中纺资产管理有限公司、辽宁省商务厅、辽宁省纺织服装协会、中国国际贸易促进委员会辽宁省分会、葫芦岛市人民政府主办,兴城市人民政府、北京时尚博览国际展览有限公司、北京丝路经纬传媒文化有限公司、葫芦岛市格美文化传媒有限公司、葫芦岛市电子商务协会、兴城市泳装行业协会承办。

八大亮点 ——展会呈现泳装名城新面貌

2019中国国际泳装展以“无界·未来已来”为主题,启动了中国泳装产业生态的创新引擎,实现从功能单一的商贸展会向集文化创意、产品展示、渠道对接、生活方式于一体的、以产品为核心载体的“无界”新展会形态转型。

时尚之夜盛典,带来了兴城友好城市——韩国富平的传统舞蹈表演,突出商贸、文化交流;携手北京服装学院打造北服兴城时尚产业园,助力产学研创新;百年历史泳装品牌 Jantzen 带来摩登秀场展示,“明星青睐的时尚泳装”范德安呈上精彩泳装大秀;16家兴城知名泳装品牌凯迪龙、Adoreswim、奥斯鸟、昱浪舒、奇海、斯达威、NAKIAEOI、新丽雅、舒漫、三奇、金宏、卓妮姿、品诺特、翼鲤达、娇尼佛、亦美珊带来联合泳装秀。文化的泳动、时尚的泳动、潮流的涌动,兴城正吸引着全世界的目光。

今年展会展商突出“科技、时尚、绿色”这一核心理念,现场呈现八大亮点:一是以展示未来已来美好生活场景的国内外泳装品牌企业;二是原创设计师品牌外延扩大;三是智能化设备企业增多;四是配套企业新材料企业增多;五是国内外互联网平台精准对接;六是国内专业院校全面对接;七是首次设立原创设计师展位、原创设计师作品长廊,增强与企业合作的黏度;八是东辛庄制造生产基地参与本次展会,全面拉长兴城泳装产业链。

本届泳装展继续秉承“提升产业价值,培育新业态、

扩大城市影响”的办会宗旨,继续弘扬“梦想、激情、坚持”的城市精神。通过展会,致力将泳装展打造成为国际知名的展会品牌,向世界充分展示兴城“中国泳装名城”的独特魅力,加快推进兴城泳装产业转型升级,促进经贸、旅游、文化深度融合发展。展会不仅邀请国内外众多泳装、泛运动及产业链优秀企业参展,还运用数字化采集手段,建立泳装数据库;立足于泳装产业时尚前沿,探索细分品类展会的独特价值,助力兴城打造国际泳装时尚之都,为行业和企业的双赢创造无限商机。

兴城是“中国泳装名城”、“纺织产业集群创新发展示范区”,也是“中国服装行业‘十三五’创新产业示范基地”。兴城泳装发展30多年来,拥有生产企业1200余家,产品品类丰富,已经形成了泳装、瑜伽服、沙滩装、骑行服及面辅料配件等轻运动系列产品多元发展的格局,从业人员6万余人,年销售收入约120亿元,年产量达1.9亿件(套),产品远销俄罗斯、德国、美国、非洲、东南亚等多个国家和地区。目前占国际市场份额达25%以上,国内市场近40%的泳装来自兴城。

这里,是全球最大的泳装生产基地。可以说,兴城泳装在带动地方经济发展的同时,引领了全球泳装时尚风潮,更带动了当地相关产业的发展。在这样一个美好生活高度集合的滨海城市,不仅能享有堪称渤海湾最齐全的自然观光资源,也能享有休闲娱乐、温泉疗养、健康养老、创业经营等多元化生活。每当夏日来临,来自全国各地的人们欢聚于此,这座城市也跟着“躁动”起来。兴城以泳装产业之力,撬动了旅游业、地产业等产业的兴起繁盛,满足了人们对美好生活的向往。

新理念 ——更迭认知,以全球化思维推动产城融合发展

在新的发展时期中,兴城泳装产业也遇到了新的发展瓶颈和问题。未来已来,如何突破自身边界,获得内在张力,抓住新机遇,是每一位业内人士都在探索的问题。8月16日,作为今年泳装博览会的重头戏,泳·装趋势发展论坛在兴城比基尼展览展示中心召开,吸引了百余名业内大咖,围绕“新理念·新技术·新发展”主题,展开深入探讨交流。

本次论坛由中国纺织工业联合会传媒中心、兴城市人民政府以及中纺资产管理有限公司主办,兴城市泳装行业协会协办。

赵向东对兴城多年来的发展给予高度认可。他表示,兴城泳装产业历经三十多年的发展,已经成为国际国内视野中极具特色的闪亮符号。面对当前复杂的市场环境,他坦言,这或许是最坏的时期,但也是最好的时期,低迷期更需要不断寻求新的思路和发展方向,不断去探索和尝试,不断更迭我们的认知。就兴城未来发展,他建议首先要进行思维的革命,企业家们要有开放的格局,兼容并包的心态,博采众长;其次是技术的革命,第四次工业革命谁能把握技术创新的命脉,谁就能够拔得头筹;最后是信息的革命,大数据时代,只有走在趋势的前列,才能掌控发展的轨迹。

石文光在论坛上作了《兴城泳装产业二次创业与城市转型》的发言。在回顾了泳装产业发展以及兴城城市发展历程后,他谈到,城市转型要以产业为支撑,泳装产业所属的国际化、市场化、专业化以及产业联动价值,与城市转型的内在要求具有一致性,他建议在产业发展上,要构建“生产型集群——公共服务型集群——虚拟产业集群”逐步升级的“金字塔型复合产业集群”,加快生产氨纶、经编、印花、配料、包装直到终端销售所构成的闭环产业链条,推动实现泳装产业与聚酯氨纶产业联动发展,并不断完善产业链、提升价值链、



创造产品链。

Harriet Fleming 是 Jantzen Brands, Inc. 设计总监,对泳装趋势颇有研究。论坛上,她从科技、可持续发展、包容性、时尚以及影响力等方面为大家分享了2020年全球市场泳装趋势。她指出,防晒技术、塑形技术以及耐氯技术已成为消费者最为关注的几个方面,在新产品研发上,结合消费者实际需求才能获得更大市场。随着全球对绿色环保问题的关注,再生材料的应用也成为消费者选购品牌泳装的要求之一,她建议,企业在生产过程中,要注重选用更加环保的面料以及产品包装。此外,她还介绍了大码泳装的消费趋势以及视觉传达对品牌的影响,引发在座业内人士思考。

“创新是企业永恒的理念。”常州市纺织工程学会会长、常州旭荣针织印染有限公司 CSR 委员会执行总监张国成从企业人才配比、经营理念以及管理模式等几个方面进行了阐释。张国成介绍说,旭荣在人才建设方面,坚持30%研发、40%生产、30%营销比例,建立了营销、研发、制造一体化人才队伍,提升企业综合软实力,以三大一小经营理念,即大研发、大数据、大营销以及小生产,并结合“3+1”管理模式,让企业始终保持创新研发活力。

新技术 ——通过产业链创新提升产业内核

论坛期间,与会专家学者纷纷就兴城泳装产业未来发展献言献策。艾诗丽有限公司董事长王敏其为与会领导嘉宾介绍了全成形经编技术及产品。据了解,该技术通过经编机复杂的编织系统将纱线编织成各种立体成型结构,实现了原料——编织——服装一次成形完成的“织就穿”的全新生产模式,改变了传统针织服饰产品从坯布织造到裁剪、缝制的生产模式。通过智能控制系统,解决了原有劳动密集、用工成本高以及品质稳定等问题,实现了数字化生产流程,提高生产效率60%以上。王敏其坦言,当前数字化改造提升已成为全球纺织转型升级的战略目标,作为中国泳装产业的重要基地,兴城泳装要根据产业特点,加速推进智能制造。

浙江华峰氨纶股份有限公司市场部副部长刘京奇则围绕原料、创新角度为大家分享了泛泳装产品品牌升级源动力。“好的产品、好的客户体验是基础,需要在产品设计和开发方面有更多创新。”他坦言,差异化氨纶纤维材料将为泳装产品研发创新带来更多可能性。论坛上,刘京奇为大家——详解超耐氯氨纶、黑色氨纶纤维、低温酸性易染色氨纶、抗菌氨纶以及舒适氨纶等原料特性,希冀为企业新品开发带来更多探索。

新发展 ——同频共振身体力行,共创“泳装+”未来

近年来,兴城市紧紧围绕“建设泳装产品研发基地、生产基地和运营基地,努力成为泳装行业的标准制定者和发展风向标”目标,大力实施泳装产业提升工程,推动泳装全产业链发展、集群发展、高质量发展。作为行业顾问,中纺资产管理有限公司通过外部赋能,在人才引进、校企合作、产业链合作与拓展、引进技术等方面,助力兴城转型升级与产业提升,并组织召开泳装产业发展论坛等,邀请国内行业、高校、创新创业企业专家,对泳装产业把脉问诊,探讨解决问题的方案与路径。去年,中国纺织建设规划院组织编写了《葫芦岛兴城泳装产业发展三年行动方案(2019—2021)》,其中对北京服装学院兴城时尚产业园项目做了论述。在8月15日的比基尼小镇时尚之夜上,北京服装学院兴城时尚产业园正式启动,更加快了兴城泳装产业转型升级的步伐。

进入新时代,创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业已经成为中国纺织工业发展的新标签。在纺织服装产业向高质量发展迈进的过程中,在“满足人民美好生活新期待”的终极发展目标上,纺织服装产业时尚化、功能化、品牌化以及智能化的呼声越来越高。而一件泳装,不仅仅是一个产业发展的标识,更成为一个城市欣欣向荣不可或缺的元素,成为人们对美好生活的向往。

在新的时代背景下,在各级政府的大力支持下,兴城泳装正以“世界泳装产业的标准制定者”的姿态,以新理念引领新技术,推动产业实现高质量发展。作为新时代的引领者、践行者,作为拉动中国经济增长的重要力量,如何振兴市场,推动“中国制造”向“中国创造”提升,相信不少人心中有答案。

未来已来,兴城泳装产业革新将从这里再次出发。 

快人一步赢先机 恒申以科技创新引领锦纶行业

本刊记者 _ 郝杰

在锦纶领域，恒申控股集团无疑是产业的领先者，它的每一个动作都会引起国内外世界的瞩目，甚至影响着锦纶上下游产业的格局。2009 年，恒申在国内率先上马锦纶聚合项目，打破锦纶 6 聚合切片长期以来依赖进口的局面，带动了长乐乃至我国锦纶行业的快速发展。2018 年 10 月，恒申完成了对福邦特（原荷兰帝斯曼）己内酰胺的收购，成为全球规模最大的锦纶原料己内酰胺供应商，并率先打通“环己酮—己内酰胺—聚合—纺丝—加弹—整经—织造—染整”共 8 个环节的完整产业链。

这背后离不开恒申坚持科技创新的理念，以及敢为人先的魄力。其实早在 2011 年，恒申旗下的力恒锦纶科技有限公司就以“大容量聚酰胺 6 聚合及锦纶 6 全消光多孔旦纤维制造关键技术及装备”的科技创新获得“纺织之光”中国纺织工业联合会科学技术一等奖。如今，恒申旗下的长乐恒申合纤科技有限公司、长乐力恒锦纶科技有限公司与东华大学合作，又凭借“粗旦锦纶 6 单丝及分纤母丝纺牵一步法高速纺关键技术及装备”的科技成果，斩获“纺织之光”2018 年中国纺织工业联合会科学技术一等奖。

自主创新，生产效率提高 6 倍

粗旦锦纶 6 单丝及分纤母丝除了具有普通锦纶 6 的优良特性外，还具有纺织加工流程短、产品粗犷等特点，符合人们追求休闲、舒适、时尚的审美需求，广泛应用于休闲服装、装饰布、鞋材等领域。其中，粗旦锦纶 6 单丝具有中等工业丝的强度，耐磨性突出，织物回弹性优秀，非常适合用于开发军服、军用帐篷与雨披、军用绳索与织带等。

据项目完成人、恒申集团副总经理陈立军介绍，目前粗旦锦纶 6 单丝及分纤母丝的生产工艺正在由二步法向一步法过渡。二步法生产工艺和技术比较成熟，但纺丝速度较低、单机产量较低，产品可存放周期短，对平衡、存放环境的湿度要求高。而一

步法生产工艺可在同一台机器上先后完成纺丝成型、初生纤维牵取向、纤维热定型和卷绕等工艺流程，具有流程短、生产效率高、能耗低等优点。面对市场发展趋势，公司董事长陈建龙果断拍板，攻下一步法高速纺技术难题。

公司与东华大学组成项目研发团队，对粗旦锦纶 6 单丝及分纤母丝进一步高速纺加工关键技术及相关装备进行了深入研究，针对项目的目标与任务，对粗旦锦纶 6 单丝及分纤母丝的产业化生产关键技术、关键装备及纺丝动力学模拟等进行了大量的研究工作，并将研究成果在恒申合纤科技有限公司和力恒锦纶科技有限公司进行产业化应用。

这个过程并不是一帆风顺的，对于单丝来说，难点在于冷却和成型技术；对于母丝来说，最大的难点是分纤率，以往纤维要求的是抱合，而母丝要提高分纤率，是为了便于分开。这期间，一次次实验，一次次失败，产业化应用对企业的正常生产也有影响，陈建龙仍一如既往地对攻关团队完全信任和支持。技术人员锲而不舍地凭借着生产经验，进行工艺优化，最终攻下难关。实现了在 4800m/min 纺速下制备出单丝纤度可达 40D 的高品质单丝和分纤母丝，单位时间内的生产速度提高了 6 倍，开发出分纤母丝专用喷雾系统、两段式侧吹风箱与稳定侧吹风风速的气流整流复合冷却系统、油轮式上油系统等关键设备，形成了纺丝成套技术。

目前，公司已经拥有 6 条 64 个纺丝位和 1 个位试验生产线用以生产粗旦锦纶 6 单丝，形成了年产 6 千吨的产能，拥有 1 套 64 位粗旦锦纶 6 分纤母丝生产线，形成了年产 1.2 万吨的产能，实现了连续、稳定的生产运行。

科技的力量让产品质量又上一个新台阶，目前恒申的粗旦锦纶 6 单丝产品质量在国际上处于绝对领先水平；母丝产品做到了 10 万米断丝少于 3 次的同行业最高水平。一步法高速纺技术的应用让恒申的产品增

项目名称：粗旦锦纶 6 单丝及分纤母丝纺牵一步法高速纺关键技术与装备

主要完成单位：长乐恒申合纤科技有限公司、长乐力恒锦纶科技有限公司、东华大学

主要完成人：李发学、陈立军、刘智、丁闪明、吴德群、李云海、张振涛、高洁、袁如超、杨前方、毛行功、朱惠惠、赵杰

所获奖项：“纺织之光”2018 年中国纺织工业联合会科学技术一等奖

加了市场竞争优势，2018 年，公司单丝和母丝产品共销售 15956 吨，销售额达 37643 万元。

先人一步决策，做出来再说

对此，业内权威人士也给予高度评价，认为该研发成果提高了我国锦纶 6 的差别化率，推动了我国化纤装备的设计和应用水平，对增强我国锦纶产业的竞争优势及军队后勤保障建设起着重要推动作用。项目采用的一步法高速纺技术路线，具有高效、低耗、低排放、低成本、高品质特征，体现了资源节约、绿色环保、生态文明的发展理念。

谈及项目的成功，陈立军认为，这个项目来源于企业，先人一步动手，赢得了先机。“如果像一般科技项目，先花时间调研再做决策，产品早就不值钱了。”因此，快速决策是企业的灵魂。采访中，陈立军反复提到公司董事长陈建龙，正是陈建龙的全力支持，项目才得以顺利进行，特别是有人质疑产品性能、上生产线数量时，陈建龙总是给项目组打气：“别管他，做出来再说。”实践证明，单丝产品的功能在逐步改变用户使用习惯，从某种角度说是在引领消费。

企业的创新首先需要人的思想理念新，不因循守旧，需要一个坚定的领头人和经验丰富的技术团队。从头至尾，恒申集团董事长陈建龙关注着研发的全过程，充分信任研发团队，不断鞭策引导团队进行技术攻坚；团队的研发作用也不可忽视，大家经常在一起集思广益，以一种不走寻常路的理念在细节方面做了很多改变，最终成功完成该项目的研发任务。此外，下游客户的帮助也促使开发速度加快，使产品拥有更广阔的市场。

“创新不止，没有落后的行业，只有落后的产品。只有坚持不断创新，积极提升技术水平，开发新产品，企业才能保持活力，行业才能不断进步。”恒申的技术领头人陈立军带领他的科研团队，又把目光瞄向下一个创新项目。未来，业内将不断感受到恒申带来的新惊喜。TA



恒申依靠科技创新持续在锦纶领域保持领先。

海安 | 贺第二十一届江苏国际服装节！

近年来，海安紧紧围绕“枢纽海岸，物流天下”“产业高地，幸福之城”战略定位，以解放思想为引领，坚定不移践行高质量发展理念，主动作为，务实奋进，全力建设江苏东部综合交通枢纽、长三角北翼产业高地、全省创新驱动发展示范地区、宜居宜业幸福之城，经济社会保持了良好发展态势。全国中小城市综合实力百强榜、具投资潜力中小城市百强榜、全国工业百强县市排名分别列第 28 位、第 7 位、第 26 位。

海安纺织业概况

海安，中国纺织产业基地、全国茧丝绸服装家纺产业知名品牌示范区、国家时尚锦纶示范基地、中国化纤混纺精品基地、江苏省纺织产业基地、江苏纺织服装跨江发展产业基地、江苏省色织产业基地。纺织工业占工业经济总量的40%。海安现有1300多家纺织、丝绸、化纤、服装企业，形成完整产业链，产品销往全国各地，出口世界近百个国家和地区。纺织企业，吸纳数万名从业人员，色织布产量占全国产量的1/8，年产色织布产量列全国前三位、江苏名列前茅，现有棉纺锭100多万枚，拥有从纺织技术发达的国家和地区引进的先进技术装备，产品销往全国各地，出口世界近百个国家和地区，为地方经济的发展做出卓越贡献。在中国纺织工业联合会公布的中国纺织服装企业竞争力500强企业名单中，江苏联发纺织股份有限公司、鑫缘茧丝绸集团股份有限公司、江苏华强纺织有限公司、南通双弘纺织有限公司、江苏文凤化纤集团有限公司等企业榜上有名。



纺织服装周刊



家纺展见证了我国家纺行业自改革开放以来蓬勃发展的历程。图为往届展会。

intertextile
SHANGHAI home textiles

汇生活·展未来 intertextile 秋冬家纺展25年再起航

本刊记者 李亚静 徐瑶

从1995年到2019年，intertextile中国国际家用纺织品及辅料博览会已走过了25年。在这25年的岁月里，家纺展不仅为众多企业搭建起了产品展示、市场营销、贸易拓展的平台，更见证了我国家纺行业自改革开放以来蓬勃发展的历程，以及家纺行业变革突破的进程。经过25年的风雨洗礼，intertextile家纺展已经形成大家居资源的全新跨界融合的平台，勾勒出整体家居大定制时代的全新面貌。可以说，如今的intertextile家纺展已成为国内外企业展现实力的最佳舞台，以及业内最具口碑的行业盛会。

25年来，intertextile家纺展见证了业内企业的成长，也实现了自身的跨越发展，它既是行业的风向标也是潮流的策源地。25年来，从超

势到大赛，从艺术展到跨界融合，从产品展示到场景展示，从成品交付到成品销售……intertextile家纺展一直在理想的路上不断前行。25年来，intertextile家纺展每年都会展示家纺产品之突破、工艺之创新，凭借其规模与服务让业界为之震撼！

8月28～31日，作为商务部引导支持的115家重点品牌展会之一，2019 intertextile 中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会将于国家会展中心（上海）再次起航。本届展会由中国纺织工业联合会指导，中国家用纺织品行业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、法兰克福展览（香港）有限公司共同主办，北京优尚博展国际家纺展览有限公司和法兰克福展览（香港）有限公司承办。

25年，更大的舞台承载更多的梦想

历经25年的发展，intertextile家纺展已经从最初的4000平方米扩大到了170000平方米，今年，intertextile秋冬家纺展依旧吸引了上千家参展商汇聚在国家会展中心（上海），25个国家和地区的参展企业，带着让品牌“一展精彩”的梦想而来。七大展馆展出窗帘布、沙发布、墙纸墙布、遮阳窗饰、地毯、皮革制品及辅料、家饰等各种家纺品类。

作为亚太地区首屈一指的家纺展会，成熟丰富的内外销采购渠道，是多年来让国内外展商蜂拥而至的重要原因。于展商而言，intertextile家纺展最大利好就是这里有丰富且专业的观众资源。从整体来看，展会观众需求多元化、诉求专业化，是海内外展商不可多得的宝贵资源。本届预计将吸引来自100多个国家

和地区的专业观众到场观展采购，涵盖海内外室内设计师、家具制造商、建筑装修承包商、酒店采购商以及各类贸易商等。

今年，intertextile秋冬家纺展依旧占据国家会展中心（上海）七大展馆，分别为：北厅（成品窗帘馆）、3号馆（海宁布艺馆）、4.1号馆（国际馆）、5.1号馆（魅力品牌馆）、6.1号馆（余杭布艺馆）、7.1号馆（家居面料馆）、8.1号馆（时尚家居馆）。

值得一提的是，在品牌馆内，95%的参展商都将做整体配套场景展示，和心、民辉、小轩窗、舒雅达、升丽、奥德赛、玛雅、巴贝、宝盛华庭、诺华等企业都将以整体配套形式在品牌馆惊艳亮相，为观众献上一场视觉盛宴。除有众多企业的积极参与之外，更有产业集

群的集结竞技。海宁、余杭、湖州、桐乡、绍兴等多个产业集群也将在此展示区域品牌发展原动力。其中，海宁、余杭等产业集群作为秋冬家纺展的“老朋友”，一直以专注、专业的态度，凭借优良的产品打造区域品牌，彰显品牌魅力。绍兴、湖州、桐乡等产业集群也凭借其有力的市场占有率，为展会带来多品类产品。

此外，海外国家和地区也将一如既往地以展团形式重装出击，以国际化产品及趋势助力家纺产业转型升级。为了更好地满足如今中国消费者日益变化的消费需求和方式，海外展商们将带来多种材质、不同类别的高品质产品。例如，整体软装、床品/卫浴/厨房及餐桌用品、品牌布艺、窗帘、面料及墙纸，以及设计师沙龙等。

25年，从需求出发把脉行业方向

25年来，intertextile家纺展见证了行业变革的每一个重要时刻，并且始终走在家纺行业前沿，其倡导的终端创新、产品创新等理念一直引领着家纺企业前行。作为亚洲最大的家纺专业平台之一，主办方一直致力于与企业一起营造向上的力量。

在展会创立初期，intertextile家纺展向行业引入了“家用纺织品”的概念，启发并推动了中国家纺行业的长足发展，也改变了几乎全国都在使用“国民床单”的面貌，开启了家居生活时代。

25年后的今天，intertextile家纺展已在“家纺”的基础上实现了“大家纺”、“大家居”演进，参展企业和展品种类呈现出多元化的样貌。于行业及企业而言，intertextile家纺展如今已不仅仅是单纯的提供交易、交流的平台，而是一个可提供一站式服务及消费方案的资源整合平台。

近几年，intertextile家纺展极力推进家纺行业与其他行业进行跨界合作，实现家居整合，寻求共

赢发展，尤其是与家具行业一直保持着密切的联系，并在展会上组织设立跨界特色展区、高端对接论坛等，甚至将合作延伸到了展会之外。

今年，intertextile秋冬家纺展将继续与家具行业深化合作，共邀请了6家来自“名家具”的企业参展，通过两家专业设计机构的打造，将整个展区设计成家居生活馆的形式，让展区成为生活方式的潮流发布之地。同时，软体家装行业前五名的企业也将悉数到场，届时，索菲亚、尚品宅配、欧派等知名全屋定制品牌将与家纺企业一起，做整体家居方案提供商。

今年展会的另一大亮点是位于北厅的“成品帘展区”。成品帘话题在行业内受关注度日渐攀升，对于这一新生物种，大家存在许多发展困惑。为帮助企业了解成品帘、助推行业发展成品帘，“成品帘展区”的设立将成为成品窗帘行业发展势头强劲的“信号”，一批专业生产成品窗帘的企业在家纺展上聚集，势必

会成为带动成品窗帘市场发展的重要推力。另外，展会今年还将扩大“OEM成品展区”的展示面积，这一区域的扩大将有助于巩固intertextile秋冬家纺展作为全线条家纺类别展会的地位。

2019 intertextile秋冬家纺展还将延续整体软装、海外品牌布艺以及商用/工装定制纺织品这三大主题区域。整体软装这一类别的设置，将有助于消费者快速找到居家体验一站式解决方案，满足现代青年群体对于快节奏、高品质的追求；海外品牌布艺区则能满足中国新中产阶级群体对于品牌产品的高品质需求，在这一展区将展出拥有悠久历史并享誉全球的品牌布艺；商用/工装定制纺织品将解读纺织品家用装饰以外的其他功能，例如防水、防霉、遮阳、减噪、阻燃等。这类纺织品经常用于酒店、高档餐厅、剧院等人群密集的公共场合。这一产品类别的展出将更好地向展商和专业观众普及商用/工装定制纺织品这一理念。

25年，广阔资源链动产业上下游

25年来，intertextile家纺展一直利用多变的现场活动形式来配合行业发展趋势，体现展会不变的宗旨：更好地服务于参展商、服务于行业。

对于一个优秀的行业展会平台来说，集聚资源是基础，运用资源是能力，整合资源则是优势。intertextile家纺展正具备了这种能力和优势。25年来，intertextile家纺展每年都会根据当下的行业趋势和热点话题举办各种论坛与现场活动，链动产业上下游，集结各方资源，为家纺行业及企业指点迷津、寻找方向、促进合作。

今年最大的惊喜是高质量的展会配套活动，众多海内外顶尖设计师、艺术家、行业精英齐聚上海，从多元的领域和角度，以设计之名展开一系列沟通交流；展会期间发布的流行趋势以及趋势解读，成为企业进行产品研发极具价值的参照。

2019 intertextile秋冬家纺展结合了当下行业发展需要、特点及趋势，整合国内外资源，带来了四大板块活动。

一是“设计风向标”。该活动板块将视野聚焦在“设计”领域。在国内外优秀设计师的引领下，看传

统工艺如何走进现代生活，看想象力如何满足市场需求，看单一面料如何演变成全屋定制。具体活动包括：安德马丁国际室内设计峰会；国际时尚家居流行趋势发布；商用/工装定制纺织品论坛；“为喜欢的生活而设计”圆桌会议。

二是“渠道放大镜”。该活动板块聚焦在“制造大国要转变成制造强国”背景下，家纺企业是出口还是内销？加盟还是经销？贴牌还是创牌？批量还是零售？现场，主办方将邀请众多渠道商现场支招，为企业量身提供多种模式。具体活动包括：线上设计及采购平台展示区以及相关论坛；家纺&家具TOP商贸配对。

三是“技术最前线”。科技、时尚、绿色是中国纺织行业的新定位，本次intertextile家纺展将聚焦家纺行业的科技热点，通过数码印花论坛、数码印花微工厂以及行业领先的家纺技术等活动，分享最前沿的家纺技术。具体活动包括：数码印花微工厂与论坛、智慧工厂，以及绿色家纺主题论坛。

四是“跨界赋能”。“家居跨界”早已是业界经常提及的话题，而且愈演愈烈。目前，中国的软

装行业正面临着大洗牌，家居行业单品类经营模式蓄势向定制化转型。市场变、需求变，时刻肩负行业责任的intertextile家纺展，将继续引导家纺企业实现跨界。具体活动包括：设计实战培训讲座、家纺IP授权论坛。

展会现场，众多重量级大咖将一同探索在新时代、新家纺引领下的新生活消费方式。沈雷、梁志天、吴滨、孟也、蒋国兴、刘荣禄、梁景华、崔树、王心宴这些知名设计师都将来到展会现场，与参展企业和观众进行交流，日本国宝级设计师喜多俊之及国内新锐设计师周游也将首次来到展会。备受消费者喜爱的线上平台好好住、建E室内设计网、集智互联、安邸等不仅会参与话题讨论，还将参加“线上设计及采购平台展示区”。

8月28～31日，这些精彩的活动都将在2019 intertextile秋冬家纺展上开启。“老时间”、“老地点”，不论5年、15年还是25年，甚至更久，intertextile家纺展会一直坚守初心，从观众和展商的需求出发，汇聚当下生活方式，展示未来家居趋势，助推整个行业实现高质量发展。

纺织服装周刊

· 集群篇 ·

擦亮集群金字招牌 四大展团硬核参展

实现 1+1>2 的效果,是家纺产业集群抱团参展的一大优势,国内各大家纺产业集群一直深谙此理。2019 intertextile 秋冬家纺展开幕在即,四大展团——余杭、海宁、柯桥、大麻已整装待发,今年他们将带来哪些硬核产品、又将如何展示产业集群的发展亮点?

余杭展团：向着“服务未来”目标迈进,余杭家纺信心满满

本届展会上,余杭家纺展团将携近 170 家企业集中亮相 6.1 号余杭布艺馆及 5.1 号魅力品牌馆,在 13000 平方米的参展面积内,凸显“余杭家纺”的品牌优势。

余杭家纺产业协会秘书长王敏红表示,历届 intertextile 家纺展上,余杭家纺展团都有许多创新产品和创新技术。今年,余杭家纺的最大亮点是,展商实现了从提供“高品质产品”向“高品质服务”转变,将卖“一块布”变为服务一个产业,从“中国制造”向“中国服务”前进。

展会期间,余杭展团将呈现出产业发展的四个亮点。
亮点一,重视色彩设计,突出视觉体验。重视色彩设计是推动余杭家纺产业向时尚产业迈进的重要一步,更是时尚余杭的视觉体现。参展商将带来深受新一代消费者青睐的高颜值产品。此外,对色彩的重视并不拘泥于产品,还体现在展位布置中。余杭展团的特装展位仍将保持色彩亮丽、高端大气的风格,而标摊展位将统一以黝黑、时尚灰为主色调,实行“标摊精装”。

亮点二,贴近市场需求,关注高频热点。近年来,成品帘、全屋定制等产业高频热词,让余杭企业看到了机会。

企业持续研究、追踪新一代消费者的消费需求和特点,纷纷通过设计、科技、创新提升产品附加值,辅以更优化的售后服务,加速进行产业布局和市场开拓。优雅生活成品帘品牌的推出、生产商御龙阁整体软装解决方案的发布等都体现了这一市场趋向。

亮点三,尽展品牌优势,区域抱团发展。余杭家纺产业集群孕育出了奥坦斯、中亚、艾可、柯力达等一大批知名品牌。每年余杭家纺产业协会都会在展前进行精心筹划,今年希望通过家纺展平台,擦亮余杭家纺区域名牌。展会期间,余杭展团将集中推出集群视频宣传片、展团特刊、展团地图、大型户外广告等,让专业观众认识余杭、记住余杭。

亮点四,服务角色转换,优化展商服务。本次参展,余杭展团将根据参展企业产品品类进行清晰的区位划分,集中展示余杭家纺的装饰布国际产业优势。更重要的目的在于让专业观众可以迅速找到目标产品,实现精准对接。此外,展团内还将设置“展商加油站”作为专业观众休息区,并提供免费饮料等贴心服务。

海宁展团：展示集群综合实力,擦亮海宁家纺区域名牌

近年来,国内家纺企业正在积极布局“大家居”,作为“中国布艺名镇”、全国规模和影响力最大的家纺布艺生产基地,海宁家纺产业集群拥有从一块布到一个家、从平面的设计到立体的设计的全产业链环节,向家居迈进,海宁拥有天然优势。

intertextile 家纺展是行业发展的风向标,也是家纺产业集群及企业擦亮金字招牌的重要平台,海宁展团一直是展会的忠实伙伴,多年来坚持积极参展。

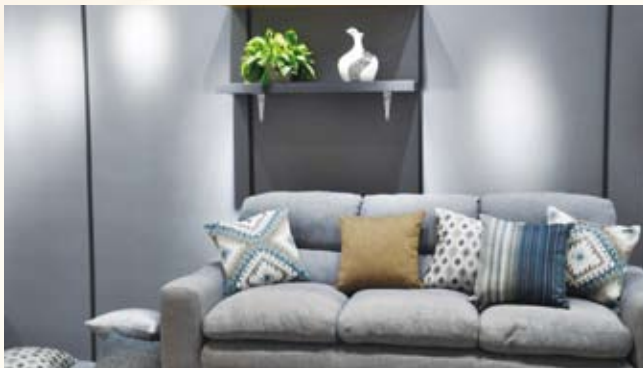
近年来家纺展一直在推动大家居模式落地,成品帘概念也由此受到业界关注,海宁市家用纺织品行业协会秘书长汤奇楠表示,依托集群强大的产业支撑,海宁一直坚持通过展会平台,积极推进大家居进程,促进产业与市场的进一步对接,同时抓住成品帘发展契机,拓展新的市场空间,积极扩大“海宁家纺”区域名牌的知名度和美誉度。

秋冬家纺展开幕在即,海宁家纺展团将携 222 家家纺企业,在国家会展中心(上海)3 号馆和 NH 馆北厅、约

16000 平方米的净面积内,集中展示提花窗帘布、沙发布、工程布、墙布、服装面料等软装家居布艺产品。

汤奇楠谈到,展会是海宁展示集群整体实力及企业独特个性的平台,届时海宁展团内的企业展位将进行统一包装和宣传,以积极凸显集群气势与实力。如在每家企业展位上悬挂“海宁家纺”广告牌,吸引更多客商前来海宁馆参观、洽谈业务、采购产品;在展会现场将发布收录了海宁集群 100 多家企业、详细介绍企业发展历程、产品特点、厂貌风采的“2019 海宁家纺特刊”,让客商了解海宁家纺深厚的产业历史及不断创新的企业精神。

海宁家用纺织品行业协会一直坚持“服务于产业,服务于企业”,协会办公室副主任许培源表示,针对本次秋季家纺展,协会对参展企业进行了严格的挑选和资格认定,审核标准包括产品创新意识强、行业影响力强、品牌信誉良好等。协会将鼓励并扶持区域内企业积极参展,积极参与行业活动,继续扩大海宁家纺这一区域名牌的影响力。



四大集群将携优势企业参展。

柯桥展团：聚焦成品帘,塑造共享产业生态圈

近年来“成品帘”业态发展势头迅猛,在具有行业风向标的 intertextile 家纺展中,直接划出了成品帘专区,其热度可见一斑。

作为展会常客,柯桥展团今年的参展主题就瞄准了成品帘。中国轻纺城窗帘布艺协会秘书长赵君会表示,成品帘不仅是一个产品,更是一种产业链重塑。柯桥展团将围绕成品帘产销新模式,重新定义企业在产业链中的定位。

他谈到,本届展会,展团将从设计端、制作端、设备端、营销端、服务端进行全方面打造,并且同步进行线上线下推广、联合营销,即目标客户与柯桥展团中的一家企业合作就可共享整个展团资源,力求让目标客户与柯桥展团内的企业在一

个产业生态圈内实现合作。

中国轻纺城拥有 8000 余家窗帘布艺企业,窗帘窗纱经营户主要分布在北联、天汇、北市场等市场区域,经营面积达 24 万多平方米,他们是柯桥家纺布艺产业发展的坚实后盾。

赵君会表示,柯桥培育成品帘有着扎实的市场基础,中国轻纺城目前以打造“中国成品帘产销培育基地”为目标。对于即将亮相 intertextile 秋冬家纺展的企业,柯桥展团进行了严格筛选,筛选标准包括:企业必须具有服务及创新能力、产品必须覆盖在“成品帘”产业链内等。

据悉,本次 intertextile 秋冬家纺展,柯桥展团将携帘创优家、众茂、红山芋、金蝉、新东方、昌达、军胜等 20 多家优势企业及品牌亮相 NH 馆北厅,全面展示成品帘、绣花布艺、紫色布等产品。

大麻展团：鼓励企业走出去,增加曝光率

作为 intertextile 家纺展的“粉丝”之一,大麻展团多年来连续组织企业积极参展,通过参展,大麻镇不仅扩大了生产及经营规模,更擦亮了大麻布艺的区域名牌。

据悉,本次参展 intertextile 秋冬家纺展,大麻展团集结了集群内的 57 家企业,将在 5500 平方米的展示面积中一展集群风采。

大麻镇经发中心主任程林飞表示,大麻是“中国家纺布艺名镇”、“中国沙发布生产基地”,家纺布艺产业是大麻镇工业经济的支柱产业,具有家纺产业链齐全、产业集聚效应明显、家纺工业功能区发展迅速、企业管理水平高等优势。经过多年沉淀,大麻布艺产业的生产工艺和水平受到合作客商及用户广泛认可。

谈及展会,程林飞表示,每年展会,大麻镇都会组织优势企业参展,与此同时,也会积极助力新兴企业成长,毕竟任何品牌都会经历从小变大的过程。今年,飞帆纺织、米高迪布艺、雅雅纺织、鑫宝莱纺织、杰尼丝纺织等都将 在展会中亮相。在展会期间实现成功引流,是大麻展团急需解决的问题,今年将通过发放小礼品、举办有效对接等形式积极破题。

值得关注的是,近年中美贸易摩擦引起了市场波动,虽然大麻镇企业的出口市场主要集中在欧洲、俄罗斯、中东等国家和地区,并未受到直接影响,但是随着与大麻合作的沙 沙企业的产品销售受阻,大麻企业也会受到间接影响。程林飞谈到,未来,需要居安思危,积极寻求解决之法。

“积极参展是解决这一困境的有效方式之一。”程林飞表示,越是有困难,越是要增加曝光率,让企业积极走出去,拓展更大的市场空间。

· 品牌篇 ·

“取悦”消费者, 家纺品牌各出奇招

随着消费升级,新一代消费者的消费特点和习惯也发生了改变。对布艺企业来说,这既是机遇也是挑战。据企业反馈,目前国内市场上,现代、时尚、素雅的产品更受欢迎。那么,在“老牌”家纺展中,家纺企业将如何俘获新一代消费者的芳心?

金蝉：外看风格,内重功能

“从今年产品的加工方式来看,消费者更注重细节,所以今年的产品展示,我们会开发一些小的配饰、物件来呼应主产品。”浙江金蝉布艺有限公司代表解读了近年来的市场行情。

从终端来看,目前的消费主流还是以纯色产品为主,今年开始,金蝉会在纯色产品的加工过程中,做一些细节处理。后期金蝉的产品也会从配饰、辅料入手,让产品的展现层次更加丰富。

定位中高端的金蝉,将在展会期间带来奢华的欧式产品,色调明快、韵味十足的中式产品,以及具有轻奢、北欧风的系列产品。值得一提的是,展会期间,金蝉将设置专门针对服务加盟店开发的设计软件,以及除甲醛窗帘的专门展示区,以功能性产品为观展者带来全新的观展体验。

美登斯：以整体软装方案传递幸福感

本次展会美登斯展位将分为三个品牌的展示区。产品以布艺整体软装设计展示为主,涵盖窗帘、墙布、抱枕、家具。展示以店中店、加盟模板店实体体验为主。主要新品风格以后现代简约时尚为主,包含 5 大主题(乐章几何、自然肌理、热带环礁、摩登都市、璀璨年华),尽力去表现各种富于个性化的文化内涵。图案上以几何、肌理、自然元素为主,采用凌乱和自由构图方式,同时在色彩运用上打破紫色、工整的配色规律桎梏,运用黄色、红色、橙色、绿色等,传达欢愉、强烈且幸福情感的正面效果。

据了解,美登斯今年还有一个亮点,即招商加盟的启动。未来美登斯会有自己专门的团队,提供从市场研发、采购、设计到销售的一站式服务。透过各项资源整合及连锁经营,建立起国内外家纺选材中心,充分把美登斯的品牌价值与效益传递给客户。

新丝路：无缝墙布无暇呈现

渗胶、拼缝难、对花不齐……这些都是传统墙布的缺点,那么,有没有不用水胶、无缝的墙布呢?热胶烫贴上墙可以十分方便地将宽幅墙布粘合在墙上,这得益于透水性和防潮性俱佳的无缝墙布贴合技术。家纺展期间,“新丝路”就将携这一技术亮相。

其实,新丝路所带来的惊喜不止于此。墙布背面有黏性,运输过程中容易被黏连,新丝路的研发团队研发出了全新的运输包装;体验式消费的需求日趋强烈,实景展示可直观看到上墙效果,新丝路又研发出一片片可换式的墙布展示框……

新丝路拥有“白璧”、“新丝路白璧”等多个品牌。“白璧”无缝墙布的寓意就是清秀、清新、清纯,达到一种无可挑剔的境界。“新丝路白璧”是在白璧的基础上冠以公司名字而来。本次展会,新丝路白璧的 2019 年新品将主推纯色主题,以细腻纹理、清新色彩为亮点,全力打造个性化的家居舒适空间。TA





柯桥开辟出了一条依托资本市场推动区域经济转型升级的道路。

打造竞争新平台 柯桥纺企试水资本市场

本刊记者 邬莹颖

全国中小企业股份转让系统（新三板）的大热并不是一个新话题，这是近几年来中小微企业竞相拥抱资本市场的真实写照，作为民营经济发源地之一的柯桥同样如此。

新三板的打开，为柯桥众多纺织企业注入了极大的“活性因子”，在柯桥新三板挂牌高潮迭起。今年上半年，浙江吉麻良丝新材料股份有限公司在全国股转系统（新三板）挂牌公开转让折射出柯桥纺织企业对资本的渴望。此前，浙江乐高实业股份有限公司、浙江富米丽家纺股份有限公司、绍兴沐家家居科技股份有限公司、浙江巴鲁特服饰股份有限公司、绍兴百思寒电子商务股份有限公司等纺织企业也已登上了新三板的舞台。

为了让企业积极拥抱资本市场，柯桥政府早在 2015 年就提出了《加快企业股改上市三年计划》。对于大多数企业来说，挂牌股权交易中心或者新三板，是登高的跳板，可以借助全新的场外资本市场和多元化的融资渠道，提升企业的品牌知名度和影响力，增强企业多渠道融资能力。尤其是挂牌新三板，通过股改，可以使企业进入资本市场，进一步规范运作，有助于企业自身现代化制度的完善，是

企业快速成长的必由之路。

随着改革的持续推进，不少企业内心出现微妙的变化，新三板到底能不能融到资？企业挂牌新三板之后又剑指何方？

持续冲击新三板

事实上，如此多的纺织企业忙着上市并非没来由。当前，一边是国际一二线大牌和时尚品牌加速抢占中国零售市场，一边是天猫、淘宝为代表的电商大肆瓜分实体市场“蛋糕”，加之国内外市场变化以及原料、用工成本持续上涨，多重因素和压力之下，国内纺织服装企业这两年经历着转型升级带来的持续阵痛。在此背景下，企业为了寻求突破，加速冲击资本市场，可以说是“压力下的救赎”。

“通过新三板，用资本的力量壮大企业实现快速奔跑。”这是纺企代表在接受《纺织服装周刊》记者采访时的一致

观点。近年来，柯桥纺织企业心怀进一步做大做强的决心，开始搏击资本市场。借助这些资本，柯桥上市、挂牌企业开始走上裂变扩张、转型发展之路，同时也带动促进了产业链相关企业的迅猛发展。

浙江富米丽家纺股份有限公司于 2017 年成功挂牌新三板，作为一家集研发、设计、生产、贸易于一体的家纺生产型贸易企业，专注各类居家类、户外类家纺，产品畅销法国、美国、巴西等欧美国家和地区，年出口额保持在亿元以上。董事长闻安发表示，“资本市场是个助推器，能让你站在制高点去规划企业，让企业有方向有推动力，挂牌新三板是传统企业转型的最佳表现之一。进入资本市场，对于富米丽家纺而言，不仅在于融资发展，更在于进一步规范提升企业自身发展。”

这是柯桥纺企进军新三板的缩影，新三板融资“磁石”和转板“跳板”的作用吸引着越来越多企业组团“掘金”。绍兴沐家家居科技股份有限公司主要从事家居织品的生产和销售，产品包括窗帘、靠垫、沙发套、桌布、围裙及布料等。董秘黄丽颖坦言，企业若是想进入资本市场，从 IPO 进入难度系数比较大。相对而言，新三板就属于捷径。“新三板上市条件比 IPO 简单，对企业年产值和盈利能力没有明确要求，企业只需具有持续经营能力、存续满 2 年，主营业务突出高科技等要求即可。”

热潮背后的冷思考

尽管柯桥纺织企业进军新三板的热度不减，但也有些企业，在新三板这个资本市场并没有获得预期计划中的融资。一方面，上市存在诸多问题，比如股东的利益分配难以调和。虽然上市之后的运营要求更加规范，企业出现决策错误的风险降低了，但是从上市前的“一个人说了算”到上市后的每一个重大决策必须通过董事会流程，这也会导致企业家与股东之间的矛盾。另一方面，上市企业财务信息的公开也是一把双刃剑，竞争对手能直接窥见企业的发展机密。

“你企业的核心竞争力是什么，你又凭什么留住企业的核心人才？”黄丽颖抛出的问题，戳中了中小企业的痛点。事实上，在“双创”的浪潮下，柯桥个体创业呈现高发的态势，在一定程度上也为纺织企业留人增加难度。黄丽颖表示，挂牌新三板后，沐家居完善了组织架构，通过股权激励的方式，留住了核心人才。同时，因为公司客户群针对欧美国家及地区，主要通过跨境电商进行业务拓展。跨境专业人才难觅，这就需要企业带头人参与其中，组建团队，培养专业的跨境电商人才。“柯桥的纺织企业应该尽快转变‘家族企业’观念，用现代化手段治理企业，这才是发展之道。”

富米丽家纺也经历过初期粗放式发展的阵痛，但最终

走出了一条自主品牌之路。公司自 2014 年起，陆续在法国、美国、巴西等国家和地区先后注册了国际商标。随着企业品牌国际知名度的提高，为公司开创 B2C 跨境电商奠定了坚实的基础。2017 年，公司成立“富米丽”跨境电商部，成功开通“亚马逊”美国站、加拿大站，成为公司新的增长极。闻安发表示，柯桥新三板纺织企业中还比较少见科技型主导企业，如果纺织企业能够借助品牌、科技、互联网这样的概念，或许能给柯桥纺织带来更多想象空间。

勤练“内功”应万变

眼下，新三板出台后的分层制度，成为挂牌企业关注的焦点，根据分层方案，符合净利润、成长性、市值等要求的公司将被分入创新层，其他公司则进入基础层。换言之，分层制度助推了挂牌企业之间的分化，在一定程度上创新层优先挑选了业绩相对较好的企业，拉开了企业之间的距离，对于一些挂牌后无交易、无市场的新三板企业如同惊雷。其实，企业要做大做强不仅只有上市这条路，这是捷径但并非绝对。

皮尔·波澜毛纺织服饰有限公司在 2016 年成功挂牌上海股权托管交易中心股权报价系统（Q 版）。总经理力尚于认为，试水资本市场只是企业发展过程中的一个阶段，公司希望为长期的投资者负责，希望上市后发展更加稳健，能够带来更加长远的回报。但是，登陆资本市场是一场刀尖上的芭蕾，漂亮但也危险，是否能够走得长远，就要看企业的“硬功夫”了。

作为一家专业经营男女装毛料的纺织品贸易公司，皮尔·波澜具有较强的产品研发能力，且随时可以供应现货，因此深受采购商喜爱。“公司目前拥有价值几千万元的现货，每款面料品种都有几千米备货，下午五点半之前钱款进来就可以当天发货。”力尚于认为现货模式填补了市场空缺，“谁拥有现货谁就拥有市场。”

近年来，面料采购表现出小批量、多批次、高品质、时尚化的发展趋势，因此，皮尔·波澜延伸产业链，发展服装高级私人订制服务，通过掌控原料采购、面料研发、服装定制等环节，为客户提供一条龙的定制服务。此外，力尚于还准备在柯桥跨境电商园区开设一个 600 平方米的展厅，进行面料及成衣展示，方便采购商找到对口面料，快速组织服装生产。

人而有格，城市依然。柯桥作为杭州湾经济区的重要节点城市，其便捷的区位优势，让柯桥开放、包容的城市性格更加鲜明，铸就了别具一格的城市竞争力。抢抓开放型经济的历史性机遇，提高国际竞争力，这是柯桥推动经济发展迈向新台阶的“金钥匙”。正是有了这份开放和包容，柯桥在不断演绎资本浙军“柯桥板块”神话中，开辟出了一条依托资本市场，推动区域经济转型升级的道路。TA



纺织服装周刊

用简单的窗帘，给你一个有温度的家

本刊记者 _ 邹莹颖

2019 绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会（秋季）（以下简称“柯桥秋季窗帘布艺展”）已经落下帷幕。虽然新模式不断涌现，但目前而言，窗帘布艺仍然是一个以传统渠道分销为主的行业，客商们需要看到更时尚、更有品位的产品。这一点，柯桥秋季窗帘布艺展上的产品从工艺到材质，从细节到整体，满足了人们对一个温暖的家的美好遐想。

《纺织服装周刊》记者打卡本届展会，解锁四大展区、解读生活方式，带领大家欣赏如何用美美的布艺布置心爱的家，深深地扎入生活，过得简单、纯粹。



本届柯桥秋季窗帘布艺展汇聚了一批集聚创新概念、创造能力和创意表达的实力品牌。施斌 摄

解锁四大展区：

本届柯桥秋季窗帘布艺展汇聚了一批集聚创新理念、创造能力和创意表达的实力品牌，四大展区联袂展出高颜值、高品质、高实力的新物种、新理念，提供多样家居采购选择和多元生活方式选择。

成品帘集中展示区

为打造中国轻纺城成为“中国成品帘产销培育基地”，展会共邀请成品帘企业 35 家，对接生产、辅料、机械、软件、设计各个领域，集结各个行业的成品帘相关企业组成成品帘产业链展团，形成以成品帘为主导及相关配套企业一同入驻的融合模式。

窗帘窗纱集中展示区

本届展会参展企业共计 228 家，成品帘企业 35 家，窗帘布艺配套机械企业 5 家，窗帘布艺配套软件企业 2 家，窗帘窗纱仍是展会主产品。而在柯桥中国轻纺城，共有 8000 余家窗帘布艺企业，窗帘窗纱经营户主

解读生活方式：

在消费升级的浪潮下，中国家庭对家居体验提出了更高的要求。好的家居体验，不再只是关乎户型条件、区位环境、一桌一椅、一瓢一羹，它从功能延伸到了审美和艺术，最终指向人们的生活方式。

这其中，窗帘产品已不仅仅是满足生活的必需品，更多的是一种新的时尚和生活方式的体现，窗帘布艺产业也在不断寻找改革出新的思路。在本届柯桥秋季窗帘布艺展上，窗帘产品最先吸引人们注意的是颜色和图案。窗帘布艺企业把自己融入到大众心理中去，通过选择不同的风格、题材、造型手段、色彩处理方式等，使窗帘产品达到消费者的审美标准和采购需求。

轻奢欧式

年轻奢风依旧受欢迎，不同的是材质有了提升，色彩的搭配透过微妙的对比，达到一种透明感。低亮度的颜色，给人一种沉稳感与奢华感，这是今年最大的特色。虽然不同的展位有不同风格，但不少展商都选择了素雅的色系。本届柯桥秋季窗帘布艺展上，暗灰色系大行其道。尤其是在橘黄灯光的点缀下，各种灰色的面料反射出一种柔和的光芒，色彩

要分布在北联、天汇、北市场等专业市场，窗帘窗纱区域品牌氛围浓厚。

论坛展示区

展会现场设有中国轻纺城成品帘培育基地论坛区，邀请阿里巴巴官方直播负责人等知名平台人士参与论坛活动，讨论如何运营店铺、带动流量、维系粉丝，对中国轻纺城成品帘市场的现状和未来进行全面梳理和深入解读。

企业宣传展示区

在论坛展示区外围，有一面特别的企业宣传墙，分门别类地展示着展会成品帘金牌布艺供应商、成品帘金牌设备供应商、成品帘金牌窗纱供应商、成品帘金牌软件供应商、成品帘高成长性品牌、成品帘优秀创新品牌等，创造成品帘培育环境，突出展会“‘帘’入万家，‘成’就生活”主题。

和工艺都得到完美的呈现。这种灰不但不沉闷，还有一种淡淡的通透感，这种品味与色调将深得高端住宅与酒店的青睐。

诗意中式

从本届柯桥秋季窗帘布艺展中的新式窗帘来看，灰蓝色、灰绿色及灰黄色最受青睐。在讲究文化融合的混搭年代，有的帘头设计是地道的中式韵味，有的则偏欧式情调，但这些看似只是装饰的帘头，某种程度上也起到了画龙点睛的效果。不少参展企业以帘头以及“印花+绣花”的工艺，融入了诸如祥云、古钟、牡丹、喜鹊、平安扣等图形，栩栩如生，跃然“窗”上。

现代简约

从受访参展商的反馈来看，现代简约是目前最受年轻一代消费者喜爱的窗帘风格之一。现代简约风主要从颜色和图案体现，颜色方面，现代简约窗帘通常是纯色系列，以浅色系为主，如白色、米黄色、浅蓝色、灰色等，深色系窗帘有暖黄色、咖啡色、深棕色等。图案方面，现代简约窗帘多采用条纹、几何体、波纹、波点等简单的图案。TA

聚焦

柯桥产业基金撬动发展“金杠杆”

近日，浙江梅盛实业股份有限公司“六年磨一剑”的水性超纤革项目正式投产，一条年产 1000 万米水性超纤革生产线及 2600 万米超纤麂皮绒生产线开足马力，社会效益和经济效益十分可观。

为培育支持纺织类新兴经济企业，柯桥区政府产业基金专门设立了“转型升级产业基金”。水性超纤革项目因技术含量高，对经济转型升级促进作用大，成为政府产业基金重点支持的高端纺织产业项目。该转型升级基金设立 3.5 亿元规模的高端制造项目基金，其中政府出资 1 亿元，引入社会资本 2.5 亿元，短短 3 个月时间，3.5 亿元 1 期资金全部到位，项目顺利推进。

近年来，柯桥区通过设立转型升级产业基金、先进制造产业投资基金等方式，积极整合产业资源，大力培育高端纺织产业项目、智能制造纺织技术服务项目。今年以来，柯桥区更是以重点工作清单式管理为主要工作方式，立足柯

桥产业发展总体目标，建立了以转型升级基金为母基金，多个不同产业类型共同发展的子基金模式，通过母子基金链式传导放大，吸引更多资金投资柯桥。

截至目前，母基金下已设转型升级基金、科技人才基金、文化创新基金、新兴产业基金和中科院联动创新基金等多支子基金，共投资高端制造产业、新兴智能产业、环保节能产业等领域的重点项目 42 只，项目总规模达到 60 亿元，其中政府资金到位 15 亿元，直接或间接带动社会股权投资 166 亿元，科技与柯桥经济的深度融合实现“加速度”。

接下来，柯桥区将围绕以高端纺织、时尚创意、先进装备制造、建筑产业现代化、旅游等五大千亿产业集群为主的“5+3+4”现代产业体系构建，聚焦新旧动能转换，进一步优化举措，推动基金更高效率转化为有效投资，更好发挥政府产业基金的引导示范作用，以促进产业结构持续优化。（邹莹颖）



工商联所属商会改革为柯桥纺织高质量发展贡献力量。

商会改革，为柯桥纺织高质量发展贡献力量

近期，柯桥区召开工商联所属商会改革和发展工作动员部署会议。

工商联所属商会改革是社会组织管理制度改革的重要内容，是加强和改进非公有制经济领域统战工作的重要举措。作为浙江省工商联所属商会改革和发展 5 个综合改革试点地区之一，柯桥区制定了《柯桥区关于促进工商联所属商会改革和发展的实施方案》，要求加强党对商会的领导、完善商会的职能作用、规范商会自身建设、

改进联系服务方式、精心组织确保实效。

同时，立足柯桥区纺织工业优势，将先期推进纺织产业链行业类商会改革和发展，努力提升纺织印染行业类商会的发展质量、管理水平与服务能力，采用行业发展、商会建设和区域经济深度融合、协同发展，进而整体带动工商联所属商会改革和发展，为柯桥纺织高质量发展贡献力量。

（邹莹颖）

一线柯桥

稳外贸需打“组合拳”

本刊记者 _ 邹莹颖

今年上半年，柯桥区自营出口 397.03 亿元，同比增加 15.47%，增幅高于浙江省 8.87 个百分点。其中，向“一带一路”参与国家和地区出口 227.9 亿元，占全区外贸出口的 57.4%。柯桥区外贸发展稳中向好，“一带一路”市场贸易发展势头进一步巩固。

据悉，今年以来，柯桥区累计组织 160 多家企业赴摩洛哥、埃及、土耳其以及中亚五国等地开展经贸对接活动，在缅甸、巴基斯坦等国办展营销活动，并对接欧洲纺织服装市场，在意大利米兰开设“丝路柯桥·米兰馆”。下半年将继续组织柯桥企业参加海内外重要纺织展会，如 9 月上海展、11 月埃塞俄比亚展、11 月菲律宾马尼拉展、12 月缅甸展等，引导柯桥企业在“一带一路”沿线国家及地区建立营销网络。

税政千万条，减税退税第一条。柯桥在打响“丝路柯桥·布满全球”知名度、提升中国轻纺城在海外市场的品牌形象的同时，积极落实新一轮退税服务，使得柯桥外贸经济的发展再添一把火。

尤其是在如今中美贸易摩擦背景下，柯桥区加大稳外贸“组合拳”的实施力度，使各项扶持举措能真正落地，比如推出出口退税“动态体检”服务，提升企业管理类别等一系列退税服务。此外，还通过税企咨询平台、税企邮箱、点对点短信等发布提醒服务信息，做好最新政策宣传，积极落实“出口退税天天退”，提高出口企业资金周转率。

据统计，今年 1~6 月，柯桥区出口企业平均退税办理时间 3.68 天，较去年同期的 6.14 天减少 2.46 天，提速超 40%。7 月退税时间再次提速，平均退税办理时间缩短为 2.86 天。多措并举之下，今年上半年，在出口退税率下调的情况下，柯桥区实现出口退税 54.18 亿元，同比增长 8.36%，继续领跑浙江省各区县。退税服务的不断优化提升，实实在在的为企业发展减轻了负担，以柯桥区外贸出口龙头企业浙江凡特思纺织品有限公司为例，“凡特思”今年已累计退税 7855 万元，仅 7 月退税近 1500 万元。

如何顺利开拓国外新兴市场，在笔者看来，关键还是得靠创新。正如“凡特思”总经理傅光祥所说，“过去拼资源、拼价格、拼劳动力，现在拼新技术、新理念、新管理。”柯桥通过一块面料衍生的开拓创新，正实现从“借船出海”向“同船远航”的身份转变，向世界递出柯桥纺织产业的闪亮名片。



袜艺大唐旗舰店的创建是袜业产业在市场网络化进程中的积极探索。

**聚焦高质量 拥抱数字化 大唐袜业数字化改造提升 系列报道**

联手天猫，下好数字赋能这盘棋

袜艺大唐旗舰店创建，预计未来 3 年销售 10 亿元

本刊记者 _ 李芳 通讯员 _ 周旦 张坚永

近年来，大唐袜业通过“创意+”、“设计+”不断向微笑曲线两端延伸，随着大唐袜业“互联网+”的推进，高效灵活的线上线下并行发展模式得到实施。

日前，浙江省诸暨市委召开十六届八次全体（扩大）会议。会议强调，要下好数字赋能先手棋，始终将传统产业作为数字经济的突破点、新兴产业作为数字经济的制高点、科技创新作为数字经济的支撑点，坚持装备自动化、生产智能化、管理信息化、市场网络化、数字产业化“五化联动”，努力在动能转换上有新进展，加快打造“数字诸暨”。而前不久，天猫产业带平台——袜艺大唐旗舰店的创建，正是袜业产业在市场网络化进程中的积极探索，将大大提升行业整体经济效益。

大唐袜业电商发展日趋成熟

很多企业卖掉产品，但不清楚到底是谁在买自己的产品，而大数据可以为企业解决这一问题。在大唐，有这样一家公司——卡拉美拉品牌管理有限公司，被业内人士称赞“做到了电商的最高境界”。据了解，卡拉美拉与第三方专业机构合作，搭建了BI系统，即商务智能，所有数据都通过网络汇总、反馈和分析，用数据指导生产端，给企业提供了更为精准的市场信息。

卡拉美拉的产品非常丰富，每年开发 800 ~ 1000 个新产品。依靠大数据平台，公司能准确地了解消费群体所在地，不同地区的消费习惯、喜好等。卡拉美拉高层可以查到每个产品的实时销售和利润情况。“有的产品动销率高，有的产品毛利润高，有的产品动销率一般但毛利润高等，我都可以查到，并迅速做出决策。”

该公司董事长钟耀栋说。

数据化运行，扁平化管理，卡拉美拉颠覆了袜业企业的传统运作模式，而原创设计和互联网品牌成为新零售时代做电商的基础。近年来，大唐袜业通过“创意+”、“设计+”不断向微笑曲线两端延伸，产品品类日渐丰富，设计深受大众消费者的喜爱。随着大唐袜业“互联网+”的推进，大唐已实施高效灵活的线上线下并行发展模式。

整个大唐街道，线上销售逐年增长，2015 年是大唐袜业线上销售的爆发年。这一年，方田电商园投入运行，大唐街道袜业电子商务联合会成立，大唐街道的电商们改变单打独斗模式，走上抱团发展的新路子。2015 年 10 月，趁着第十二届中国国际袜业博览会举行之际，大唐街道与阿里巴巴联合举办了首届网上袜博会，阿里巴巴网站开辟了袜业专场专栏，并把袜博会聚焦于首页。大唐街道挑选了 100 家电商企业参加活动，在网上展示的同时，还开辟线下展示区，把线上热销的产品进行现场展示，让消费者、采购商、经销商能直观地体验到电子商务购物带来的便利。

近年来，诸暨市持续发展电商平台，特别是在特色小镇的建设中，大唐袜业也紧紧抓住这一契机。众创空间是小镇的电商群落生态区，将“电商园、大学生创业园、中国针织原料市场、物流园区”等项目紧密串联，建设袜业大数据平台，定期发布袜业指数，成为全球袜业指数的数据库。对此，众创空间一方面在营

销方式上借助电商平台快速精准推送市场；另一方面利用大数据中心，通过大数据分析反哺企业，让企业主动适应市场，调整生产、工艺和产品，精准地服务市场。

目前，大唐街道有 3000 多家电商企业，年销售额达 50 亿元，其中，方田电商园有 110 家电商企业。大唐街道党委书记田海斌说，改革开放以来，大唐街道已持续投入超过 30 亿元改造袜业市场。大唐袜业依托实体市场和电商园，采取线上线下“两条腿”走路模式，极大地推动了袜业产业的繁荣。

从单兵作战到整合产业带平台

前不久，卡拉美拉公司又做了一件大事，联合天猫打造了新一代的 B2C 袜业产业带升级的购物平台。天猫产业带平台——袜艺大唐旗舰店，目前也是国内唯一一家以内衣袜品产业带和天猫战略合作的 B2C 平台。自 7 月份启动招商以来，男袜品牌素人工作室、运动袜品牌阿格莱德等几十家企业纷纷参与，首批将选择 10 ~ 20 家有优质产能和产品的企业加盟，涵盖工厂、品牌、电商三大类型企业。

钟耀栋认为，大唐袜业产业相对比较成熟，但由于大唐袜业的历史发展等原因，供应链资源分散，资源配置效率低。放眼行业来看，更多的企业是单兵作战。对产业进行资源整合，将有利于提高整个行业的经营效益。

“未来 5 ~ 10 年，产业趋势将从移动互联网向产业互联网方向发展。大唐作为袜业全球产业带集聚地，非常适合走在变革的前列。”钟耀栋说，在转型过程中，大唐不同类型的袜业企业需要有针对性地解决痛点问题：工厂型企业大多依托于传统的订单模式，缺乏电商团队，没有专业的渠道运营经验；而品牌型企业拥有产品知名度，但其企业管理需要大量的成本。通过袜艺大唐旗舰店将所有资源集中配置后，可为工厂企业提供运营团队，开拓互联网渠道；品牌企业可通过系统性仓储物流服务等，优化管理，提高曝光率，降低管理成本，实现效率最大化。关于搭建“产业互联网”平台，钟耀栋总结出 4 个要素：一是运营方必须非常熟悉产业各个环节；二是拥有强大的行业资源整合能力；三是有非常丰富的互联网运营经验、技术和资源；四是具备完整的仓储物流平台。“早在 2017 年，我就有了建立产业带平台的想法。今年，天猫平台正在打造产业带集群，刚好与我们的想法一拍即合。”卡拉美拉在去年“双 11”期间销售额达 1500 万元，其丰富的行业运营经验，为合作提供了保障。

据悉，袜艺大唐旗舰店将发挥电商专业运营、管理、人才的优势，逐步整合行业上下游资源，为袜企提供天猫领域的综合服务。除了整体运营旗舰店之外，该平台还将提供产品开发、品牌宣传、营销推广、物流配送、售后服务等一系列配套服务。

为了实现平台价值最大化，袜艺大唐旗舰店提出并营建了一种新型合作伙伴关系“Supplier as a seller”，简称“商家”。在这种新型合作伙伴关系中，供应商的角色从商品提供者转换为深度合作型商家，供应商除了要推荐最适合消费者的高质量商品以外，还需要在推荐商品审核通过后，自主完成库存管理、商品定价、商品汰换等业务作业，最大限度调动供应商的积极性，从而更好地满足消费者需求。

“我们给旗舰店取名袜艺大唐，销售各种品牌、类型的袜子，类似于天猫上的银泰百货旗舰店，吸引不同袜业企业入驻，以一个综合体的形式，提高产品丰富度，增加客流量。”钟耀栋介绍，该平台以大唐袜艺为切入点，向国内外展示袜业产业带、商家、运营团队和仓储配送团队，通过集中仓储和统一配送，大幅减少中间环节，将高质量商品直送到消费者手中，实现多方价值最大化。

钟耀栋坦言，2019 年，我们的目标在于完成平台的基础准备工作；2020 年，全力冲刺，通过平台流量支持、政府政策支持、商家全力配合、线上线下新零售搭配等方式，在未来三年，袜艺大唐旗舰店计划实现 10 亿元的销售规模，预计曝光量 1 亿次，成为中国袜业产业领先的 B2C 平台。

产业数字化带来思考

“物联网、芯片、人工智能、大数据、云计算，所有这些都会像蒸汽机、石油改变手工业一样，改变今天制造业的生产车间。”在去年召开的云栖大会上，阿里巴巴集团创始人马云曾这样阐释他对于制造业革新的思考。要打通生产与消费两端，数据的流通、技术的赋能最为关键。中国工程院院士谭建荣指出，随着互联网的发展，市场需求由过去的批量化生产转变为定制化生产，人们的消费需求从大众化转向高端化，过去的劳动密集型生产已经无法适应新环境。为此，越来越多的企业选择依靠数字化、网络化和智能化，实现转型升级。

智能制造、5G、云平台……新一代科技革命的兴起，深刻影响着全球制造业格局，一场由数字化转型带来的产业变革已然开启征程。近年来，国家相继出台了各项政策，鼓励并支持工业互联网发展。2016 年，国务院印发《关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》，将“推动制造企业与互联网企业在发展理念、产业体系、生产模式、业务模式等方面全面融合”列为基本原则。在 2018 年工业和信息化部印发的《工业互联网发展行动计划（2018—2020 年）》里，又明确提出 2018 ~ 2020 年是我国工业互联网建设起步阶段。

诸暨是传统块状经济大市、强市。“大唐袜机响，天下一双袜”，大唐街道不仅是中国袜业之乡，更是享誉全球的国际袜都，每年生产的袜子总量，占全国的 65% 以上、全球的 1/3。在这样一个袜业产业高度集中的地区，如何通过数字化改造提升工程，保持产业发展活力，是每一个人都思考的问题。

今年，围绕产业数字化、数字产业化，诸暨市全面实施数字经济“一号工程”，《数字经济五年倍增计划》、《“与杭同城”三年行动计划》等一系列实而又实的措施举措接连而来，加速新旧动能转换。记者了解到，今年上半年，诸暨市上下深入推进“数字经济”一号工程，精准发力产业数字化，加快推动传统产业数字化、智能化改造，实现规上工业数字经济增加值 4 亿元，增长 4.2%；实现高新技术产业投资额增长 45.7%；新增工业机器人 293 台，完成计划的 87.5%。数字经济新动能加快形成，进一步推进袜业产业数字化改造提升工程。

与天猫的合作是大唐袜业产业带数字化转型升级的又一创新举措。近年来，针对制造业的痛点，阿里等电商平台已与上下游链条上的生产、加工、物流、服务等一系列环节协同发展，在对制造业品牌赋能的过程中打出了“组合拳”。阿里也相继启动天天工厂项目和 C2M 产区计划，阿里国际站也推出更多数字化产品，利用大数据和物联网技术，将“推式”供应链转变为“拉式”供应链，以此满足消费者对产品个性化、高性价比的要求。

对外经贸大学教授、博士生导师王健认为，生产和消费不能完全匹配，是传统制造业一直以来的痛点，对产业带进行数字化改造的过程中，通过产业带数字化赋能，将会在传统产业带物理集聚形态的基础上，形成新型的产业集聚和协同效应，必将为产业发展创造新的生态环境，为国民经济带来新的发展机遇。■

纺织服装周刊



CV 联盟成员企业行



中泰纺织集团用短短三年时间成为了行业绿色发展的典型。

中泰：开启主动亮剑新阶段

宁翠娟 / 文

在新疆，有这样一家再生纤维素纤维企业，三年做了三件事，用震惊行业的速度实现了华丽转身。2016 年，该企业进行环保项目改造，并通过国家环保督查的“国考”；2017 年，进行扩能改造，包括 8 万吨纤维产能的释放；2018 年，进行核心设备的改造以及溶解浆的优化，不断提升产品质量。这三件事花费了近 15 亿元，环环相扣，层层递进。此外，由于地处新疆，这家企业更是将国企担当扛在肩头，先后接受南疆转移就业人员 300 余名，实现这些少数民族员工由贫困地区农民向现代产业工人的转变，为维护民族团结和新疆地区稳定作出贡献。

8 月 7 ~ 9 日，再生纤维素纤维行业绿色发展联盟（以下简称“CV 联盟”）走进这家企业——新疆中泰纺织集团有限公司（以下简称“中泰纺织集团”），进行了深入的技术交流，并参观了中泰纺织集团、巴州金富特种纱业有限公司、新疆富丽震纶棉纺有限公司，实地感受了其带给行业的震撼。

中国化学纤维工业协会副会长姜俊周，中国纺织工业联合会社会责任办公室可持续发展部主任胡柯华，中国化学纤维工业协会纤维素纤维分会原秘书长田克、秘书长张子听以及中泰纺织集团、唐山三友、赛得利、宜宾丝丽雅、吉林化纤、新乡化纤、山东银鹰化纤等 16 家 CV 联盟成员单位及行业龙头企业代表参加了此次活动。

立足新疆，因地制宜，实现废水零排放

中泰纺织集团的前身为新疆富丽达纤维有限公司，由新疆中泰化学股份有限公司于 2016 年对新疆富丽达全资收购，并于 2019 年获批更名而诞生。“能走到今天，真的不容易。”中泰纺织集团党委书记、董事长冯文军说，“我们刚刚接手新疆富丽达的时候，就面临着严峻的环保问题，如果这个问题当时不解决，这个企业可能就不存在了。所以，在那一年，我们投入了大量的资金，兴建了七大环保项目，才从环保风暴中生存了下来。”

在中泰纺织集团的厂区，冯文军向大家详细介绍了这七大环保项目——酸站脱盐项目、锅炉烟气脱硫项目、二硫化碳回收利用项目、浆粕车间碱回收及半纤维素提取项目、废水综合治理工程污水深度处理项目、废水综合治理工程新建污泥脱水间项目以及废水综合治理工程反渗透脱盐环保项目，并展示了项目所取得的成果。

例如污泥脱水，每天脱出绝干泥 300 吨，含水 45% 以下，送到动力中心锅炉焚烧；利用回用水和浓盐水，生产纯水，减少原水用量 633 万立方米 / 年，减少外排水 1.2 万立方米 / 天；CS₂ 整体回收效率提升到 80% 以上，同步降低尾气 VOC 排放浓度；每天回收折百碱液 100 吨，生产半纤维素粉 20 吨，降低烧碱消耗，降低废水 COD；每天生产元明粉 350 吨，直接降低排水含盐 8000mg/L；SS 降低至 20mg/L 以下，出水 COD 降到 50 ~ 30mg/L，达到国家一级 A 标准等。

“建设一个园区，绿化一片戈壁。”立足新疆，因地制宜，中泰纺织集团在废水零排放上更是交出了一份独有的答卷。根据尾水综合利用需求，将其群克消纳地划分为不同的功能区，蓄水防渗透区—人工湿地—生态养殖区串联，各分区之间设置溢流坝跌水曝气，消纳地四周岸边为生态养殖区。经处理达到一级标准的尾水通过 73 千米的外排管道排入群克消纳地，经过近 3 年的排放，目前已形成水域面积约 4970 平方米。该绿色发展末端综合治理工程建立了群克绿色发展新模式，解决了现有尾水排放进入群克沙漠的环保政策瓶颈，引领行业在沙漠干旱地区发展建立新的规范和标准。

此外，中泰纺织集团还有多个环保战略先导型研发及建设项目，如酸性废水综合利用装置，可使全厂污水排放含盐大幅度降低。该项目是行业里“第一个吃螃蟹”的项目，建成后将对整个行业具有示范作用。并且，处理后的尾水将更有利于群克消纳地的综合治理，更有益于发展“绿色下游”景观产业。

CV 联盟的成立是一件非常正确的事

“CV 联盟成立于行业内外交困的时期，内是环保力度从严，外是国外媒体质疑。我认为，在这种情况下，联盟的成立是一件非常正确的事，有利于行业可持续、高质量发展。联盟让更多再生纤维素纤维企业打开大门、信息共享，促进了行业健康发展；同时联盟也制定标准、统一步调，提升了行业绿色发展的水平。从原料可降解以及环保生产的角度来说，再生纤维素纤维是很有竞争力的产品。当前，在转型升级和中美贸易摩擦叠加的情况下，中泰纺织集团紧跟联盟步伐，练好内功，为未来发展蓄力。”冯文军说。

目前，中泰纺织集团已形成年产 38 万吨纤维素纤维、9 万吨浆粕、30 万吨硫酸、20 万吨元明粉的产业规模，配套建设 76 兆瓦的动力站，并通过控股巴州

金富、富丽震纶两家纱线企业，逐步打造 350 万吨纱线产能，实现产业链的延伸，同时依托中泰集团优势，在浆粕、烧碱、次氯酸钠、双氧水等物资的采购及产品销售方面，大力发展循环经济。

对于未来的发展，冯文军表示，面对复杂多变的市场环境，中泰纺织集团积极倡导，进一步推进贸易联合战略，建立粘胶、纱线、织布价格联动机制，彼此依存、共担风险、抱团取暖，最大化保障产业链的市场占有率和产品竞争力；进一步推进产业联动战略，利用“丝绸之路经济带核心区”的区位优势，与国内优势品牌企业强强联合，有效承接国内产业转移，计划在疆内多点布局纺纱、织布产业，不断延伸产业链、提升价值链、打通供应链；进一步推进优势联袂战略，采取资源共享、相互参股、上下联合等形式，在江浙打造产品研发、技能培训、物流贸易基地，共同打造“中国纺织企业命运共同体”，实现共担风险、相互依存、共赢发展。

主动亮剑已成普遍共识

在 8 月 8 日的会议上，张子听解读了 CV 联盟的缘起和主要工作，强调未来行业要通过标准对溶解浆的采购进行要求，早日实践行业的可持续原材料采购，同时行业将进一步提高生产过程的指标要求，双管齐下推动行业的可持续发展。他表示，CV 联盟将在再生纤维素纤维行业绿色发展三年行动计划的框架下，建立行业信息发布平台、绿色产业链共享平台、可持续发展管理平台、节能减排技术推广平台，为行业可持续发展做好支撑。在此过程中，CV 盟也将通过花园工厂、品牌对接会、媒体专访等形式主动发声，将行业可持续发展的形象展现给品牌商和消费者，走出自己的可持续发展道路。同时联盟还将进一步编制“联盟路线图 2025”，提出行业未来的可持续愿景，进一步引领行业提升可持续发展绩效。

如何客观、有力地展示行业可持续发展成果？胡柯华通过解读中国纺织产业的绿色化转型的数据供给与供应链应用，给出了切实可行的解决方案，即一切用数据说话。为此，中纺联社责办针对纺织行业正在完善一站式信息和管理集成的定制系统。社责办与 CV 联合打造的再生纤维素纤维行业模块将为未来行业信息可视化提供支持。CV 联盟副理事长单位——赛得利下游业务及企业发展副总裁冯昕表示，如今，数据就是生产力，就是话语权。CV 通过数据化治理方案，可



CV 联盟绿色生产万里行活动走进中泰纺织集团。

以变被动为主动，不再完全依靠国际上的第三方认证标准，而是主动掌握数据，用新的模式去解决问题。

随后，姜俊周作会议总结，他认为，通过 CV 联盟对各个企业的实地走访以及企业间的技术交流可以看出，再生纤维素纤维行业正在朝着可持续发展的方向大步迈进，尤其在节能减排、循环利用等方面取得了非常好的成效。此次 CV 联盟绿色生产万里行活动走进中泰纺织集团，其在环保生产上投入的人力、物力、财力，以及结合当地实际情况做出的创新实践，非常值得大家学习。化学纤维的可降解问题将是“十四五”期间纺织行业关注的重要课题，这将为再生纤维素纤维行业带来新的发展机遇。行业要把握这一历史机遇，通过 CV 联盟以及企业自身加大宣传，主动发声，将再生纤维素纤维行业天然来源、自然降解的可持续发展新形象展示给品牌商和消费者。

对此，与会代表纷纷表示，如今的再生纤维素纤维行业早已不是当初的再生纤维素纤维行业了，我们应该主动亮剑，让品牌商和消费者看到中国再生纤维素纤维行业的新面貌，也让世界看到中国再生纤维素纤维行业的新面貌。ITA

时尚多彩 · 美好未来

宁波时尚节

2019 宁波时尚节

2019 Ningbo Fashion Festival

暨第 23 届宁波国际服装节

宁波国际会展中心

2019-10.24-27

hnpd 华博会展 © 0574-87371588

纺织服装周刊

以基地建设为引领，铸就行业“共生体”

中国产业用纺织品行业产品研发基地／中心工作会议助推行业升级

本刊记者 _ 王利 文 / 摄

中国产业用纺织品行业产品研发基地／中心工作自开展以来，在产品开发、科技创新、质量提升、品牌建设、产业链延伸等方面都取得了显著成果，各基地／中心成为了行业各细分领域的领航者，并始终保持着示范引领的作用，全方位为中国产业用纺织品行业发展提供科技智慧。

8月8日，2019年中国产业用纺织品行业产品研发基地／中心工作会议在安徽省滁州市琅琊区召开，中国产业用纺织品行业协会领导、滁州市琅琊区政府领导及基地／中心代表参加会议。

基地建设与企业发 展： 创新永远在路上

滁州市琅琊区委常委、常务副区长马晓光在致辞中表示，琅琊区交通便利、资源丰富、产业集聚，区位优势十分明显，特别是在非织造材料产业方面，琅琊是“中国非织造材料产业承接转移示范基地”，是滁州市“新型功能纺织材料产业集聚发展基地”。目前基地已形成从水刺热风等无纺布前端产业，至母婴用品、护理卫生用品、车用无纺材料、工程无纺材料等高附加值产业领域的规模化非织造材料产业集群。

天鼎丰控股有限公司董事长聂松林对企业的质量管理与成本控制进行分享，从成本、人才、品牌、管理、创新和团队等方面介绍了经验。天鼎丰作为全球胎基布生产领袖企业、首批智能制造示范企业，引领着行业发展的方向。他表示，企业创新永远在路上，天鼎丰现已拥有22条全球领先的“一步法”聚酯纺粘针刺胎基布生产线，2016年，天鼎丰建成了国内首条年产8000吨的高强粗旦聚丙烯长丝针刺土工布生产线，填补了国内土工合成材料市场一项重大空白。

安徽省滁州市琅琊区投资促进局局长朱建介绍了琅琊区非织造材料产业基地工作开展情况。他指出，自2017年基地成立以来，通过坚持环境优先、政策引领、项目带动、服务至上等一系列行之有效的举措，基地呈现出“建设速度加快、企业发展加快、产业链集聚加快、发展质量趋优”的发展态势。2018年基地企业总产值达20亿元，完成税收约1亿元，累计完成固定资产投资约20亿元，目前基地已投产和在建的非织造布生产线共计31条，产能10万吨。

陕西西丰纺织技术研究有限公司总经理李世雄对产品开发策略与基地建设经验进行了分享。他表示，基地发挥单位技术优势和行业影响力，深入开展安全防护用纺织品领域技术研究、产品开发、检测服务、对外技术交流与合作，积极推进安全防护用纺织品技术进步与产业升级。他指出，基地建设的方向是不断加大科研资金投入，加强科研、检测基础建设；扩大科技创新人才的培养和交流，加强高层次、跨学科、复合型人才引进培养；充分依靠产学研联合，统筹共享科技资源，开展军事防护装备、航空航天防护装备、智能可穿戴系统等跨学科合作，促进技术成果转移转化。

在交流环节，传化集团、大连华纶、鲁普耐特集团、大连华阳等基地企业代表踊跃发言，根据公司内部的发展情况和创新举措，从人才、设备、研发技术、新材料等多维度、全方位为中国产业用纺织品行业发展提供企业智慧。



基地企业代表踊跃发言。



会议指出并强调了 中国产业用纺织品行业未来的研发方向。

行业大势与对策： 融入国家战略，强化能力建设

中国产业用纺织品行业协会副秘书长、产业研究部主任季建兵对我国产业用纺织品行业国际贸易情况进行了分析。他指出，中美贸易摩擦对产业用纺织品行业发展的长期影响表现在对美市场出口额持续降低、改变全球产业竞争格局、重构全球产业供应链体系三方面。同时，季建兵还提出，以科技为核心推动中国产业升级、培育和开拓强大的内需市场、发展多元化国际市场、有序推进国际产业布局等应对中美贸易摩擦的建议。

中国产业用纺织品行业协会副秘书长、行业发展部主任段守江围绕中国产业用纺织品行业产品研发基地／中心的建设情况、服务情况和工作计划作汇报。段守江介绍，截至目前，行业内共建有基地／中心25家，遍及陕西、浙江、广东、山东、江苏、福建、辽宁、安徽、湖北等地。目前，针对这25家产品研发基地／中心，协会已经初步形成了高校项目对接会、展会期间新产品发布会、高等教育培训班、科技项目申报、奖项申报、协会重要会议推介“六位一体”的服务模式。

中国产业用纺织品行业协会副会长郑俊林表示，今年年初，协会组织了产品研发基地／中心的需求调研活动，特别针对企业关注的质量管理、产品开发、平台建设等要点问题展开了相关调研。通过调研，深入了解了各基地企业的真实需求，调动协会内部资源提供有效解决方案；整合社会资源，提供人才服务；精准对接需求，加强产学研合作；对企业进行重点精准服务，帮助企业对接资源；成立行业技术创新联盟，构建上下游一体化。

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在总结中指出，在过去几年里，诸多基地企业对行业创新发展和转型升级做出巨大贡献，推动中国产业用纺织品行业高速、高质量发展。“但我们也应该清醒地看到，行业的发展也面临着不少挑战，尤其是在中美贸易摩擦背景下，很长一段时间内行业出口将面临着下滑和潜在压力。”

对于行业发展，李陵申提出以下方向：一是能力建设，基地企业应从加大研发投入、自主知识产权储备等方面入手，强化内部能力建设；二是引领示范，积极参加大型国际会议、展会等，把企业发展融入国家战略和中国纺织行业发展大局，提升企业影响力和示范引领作用；三是行业服务，相关负责人要在创新基地服务和管理等方面下功夫，还可以组织基地到国外参观科研院所，分析行业差距和自身短板，推动结构调整和产业升级。

会后，与会代表还参观了安徽金春无纺布股份有限公司，了解了基地企业智能制造发展新方向。 **ITA**

把握市场趋势，提供可持续创新产品

本刊记者 _ 徐盼盼

在2019年中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会上，美棉将和中国纺织信息中心、中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟以可持续性为主题，通过视频、动态演示、文字等多种形式展示美国棉花公司近年来在环境保护方面取得的进展和研究成果。

随着可持续的生活方式、绿色环保的消费理念日渐深入人心，作为天然纤维，棉花及棉制品越来越受到消费者的欢迎。

“此次大赛再创新高，参评棉纺奖的产品大大超出了预期。今年是美棉第三年与中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心合作，我们期望通过大赛这样一个专业平台来推广棉花及棉制品，鼓励中国的棉纺企业开发、应用和推广更好的棉质面料，同时在多个环节进行创新。比如使用节能减排的工艺、减少产品生产环节对环境的影响、提高产品质量、增加棉产品的附加值等等。”在近日举行的中国国际面料设计大赛第42届（2020/2021秋冬）中国流行面料入围评审会上，作为评委之一的美国棉花公司亚洲供应链营销副总监林蓓谈道。

据了解，中国国际面料设计大赛与美国棉花公司（简称美棉）已连续三年开展合作设立“棉纺奖”（包括“最佳棉纺工艺品质奖”、“最佳棉纺科技创新奖”），向广大纺织服装面料企业征集优质的棉纺创新产品。在进一步深化和推动棉纺细分领域的产品开发与棉纺技术运用的同时，赛事通过棉纺面料流行趋势的注入与引导以及棉纺创新产品的推广，为棉纺织行业注入了全新的开发理念，引领了棉纺制品的新风尚。

拓展功能性面料创新空间

作为全球信赖的棉花，美国棉花具有优秀的可持续性和可追溯性，可以为棉纺织供应链提供优质的天然纤维，满足纺织企业和零售品牌商对于可持续性发展的需求。

林蓓在采访中特别提到，作为研发和推广纺织技术的公司，美棉研发了很多棉制品的后整理技术来赋予棉制品更多的功能性。然而，目前棉纺企业在面料功能性方面，尤其是棉质面料的功能性方面的研发相对较少，但是市场上对功能性的棉制品需求量很大。随着消费者生活方式的转变，全球运动休闲服装销售大幅度增长，消费者对服装的防污、防褪色、防异味、耐穿性等功能性基本诉求也在逐步上升，在这些方面企业还有很大的进步空间。

对此，林蓓结合美国棉花公司发布的2020/2021秋冬流行趋势，对纺织企业新一季的产品开发提出了几点建议。“第一，让设计个性化，拥有强烈的设计感。第二，对舒适性有所追求。消费者在不同穿着场景下，穿着服装都不希望因为款式而牺牲舒适性，所以人性化的设计，就是要把舒适性面料设计出不同的场景风格。第三，科技技术为绿色服务，企业要在产品加工和使用的过程中减少对环境的影响。第四，企业需要挖掘故事元素，让品牌设计富有内涵。”

结合流行趋势可持续发展

据悉，美棉每年会发布春夏、秋冬两季流行趋势，该趋势并不单纯立足服装色彩或面料，而是通过一些生活方式的情报收集，来提取或者预判新的流行趋势



大赛评审团成员及行业专家合影。

主题，并做出颜色选择、面料运用等相应信息的呼应。林蓓介绍到：“美棉的流行趋势发布，是从颜色、面料、款式等细节的微观角度，去诠释其重要性。此次大赛，很多面料在颜色、花型等方面，做了很有设计感的研发。不管是对生产商、品牌商、零售商，还是对消费者而言，把握时尚趋势、流行趋势，都是至关重要的。”

除了流行趋势发布外，美棉还始终关注人们生活方式的变化。当前，在工作压力、生活压力的影响下，休闲、轻松、简单、务实的穿衣方式更符合更多人对健康生活方式的追求，而这种生活方式的改变也影响着千禧一代主流消费者及Z代的未来主流消费群体的购物习惯，将促使品牌商、零售商为此做出相应的改变，来满足消费者这种着装心理诉求。

与此同时，消费者对服装品牌商、零售商也提出了“环保可持续性”的诉求，越来越多的消费者开始倾向于选择对环境友好的产品。

“在2019年中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会上，美棉将和中国纺织信息中心、中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟以可持续性为主题，基于本次面料设计大赛优秀入围面料和棉纺奖项获奖面料，参加2020/2021秋冬中国纺织面料流行趋势发布动态秀演。同时公司也将在流行趋势面料展示区设立以可持续性为主题的展位，通过视频、动态演示、文字等多种形式展示美国棉花公司近年来在环境保护方面取得的进展和研究成果。为什么我们要推广棉制品？棉是由纤维素制成的，纤维素是一种有机化合物，是植物细胞壁和植物纤维的基础。这意味着它可以相对快速地分解。在棉花生产方面，种植者在减少环境影响的同时，取得了显著的产量增长。例如，美国的大部分棉花生产（超过60%）都是在没有灌溉的情况下完成的，因为这些植物只使用自然降雨进行种植。灌溉只是在干旱期补充自然降雨的不足。杀虫剂的使用量比上一代棉衣减少了50%。与其他化纤产品相比，棉花具有无可比拟的巨大优越性，也符合当前行业环保的发展趋势。”林蓓说道。

促进产业链协同共进

面对当前的污染问题，时尚行业中的很多品牌方、生产型企业、实验室等，正在从环保面料、服装循环到商业模式等多个角度进行研究探索，希望能对环境保护作出努力。

调查显示，大多数消费者表示了解面料成分信息将会影响他们的服装购买决策，并愿意全额购买以可持续或环保方式生产的服装。在与服装品牌合作推广、推动设计师采用天然纤维方面，美棉也采取了一系列的措施。

林蓓说：“中国是全球纺织行业用棉量最大的国家。中国用棉的增长量也是最大的。中国对于棉花和全球棉花供应链是影响深远、举足轻重的。美棉从公司1997年成立至今，中国团队始终致力于不断深入整个纺织供应链的各个环节提供棉花供求、纤维质量和消费者研究趋势等相关信息，发布产品流行趋势预测，广泛传播供应链方面的知识，同时提供包括农业研究，纤维加工、面料开发、染色和整理的研究成果和技术服务。”

据了解，从2018年至今，美棉和“时尚背后的秘密”IP大咖合作开展的秘密课堂活动，结合美国棉花公司在流行趋势、零售市场调查等方面的信息资源，以IP公号为平台进行多维度宣传推广，为时尚企业、品牌、产业链提供服务；2019年6~12月，美国棉花公司和宁波博洋家纺集团联合推广棉花标识及吊牌，覆盖博洋家纺全国677家实体店，以店铺陈列，微信公众号等线上线下形式向消费者宣传棉的各项益处；2019年5月美国棉花公司在香港举办的“棉—创新成就卓越”活动，内容涵盖产业链的重要领域包括全球市场展望、可持续性、微塑料颗粒、数字化产业链、技术与创新等，来自亚洲的近30家合作伙伴现场展示了创新棉制品，为买家提供良机以认识新的供应商并了解最新的棉制品……

目前，美棉已经和安路、FILA、美特斯邦威、九牧王、棉花共和国、全棉时代等众多知名纺织服装品牌达成合作关系。 **ITA**

纺织服装周刊



长发商业·2019 中国面料之星
参评面料系列报道（五）

纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY



科技成就面料之美

本刊记者_雷蕾 / 文 章简 / 摄

长发商业·2019 中国面料之星系列活动是由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办，长发商业中心独家冠名、CFU 创意时尚联盟协办的最具影响力的面料调查活动，活动自7月份正式启动以来，已经陆续收到全国各大面料企业寄来的参评面料。

本期报道，我们将向大家介绍鲁丰织染有限公司、江苏金辰针纺织有限公司、吴江市百达丝绸喷织厂、浙江汇明提花织造股份有限公司、绍兴彩色橡纺织科技有限公司、山东瑞福生科技有限公司、湖南华升株洲雪松有限公司、浙江尚正纺织科技有限公司、浙江原色数码科技有限公司、石狮市仟佰纺织科技有限公司、绍兴市妮采纺织品有限公司、济南圣泉集团股份有限公司、陕西金瑞烯科技发展有限公司带来的最新面料。这些面料涵盖了男装、女装、休闲装、家居服、童装等领域，在传统织染工艺的基础上进行了多种创新，尤其是一些新材料的应用，使产品形成了鲜明的风格特点，在舒适性、功能性及时尚环保等方面得到进一步完善。

鲁丰织染有限公司

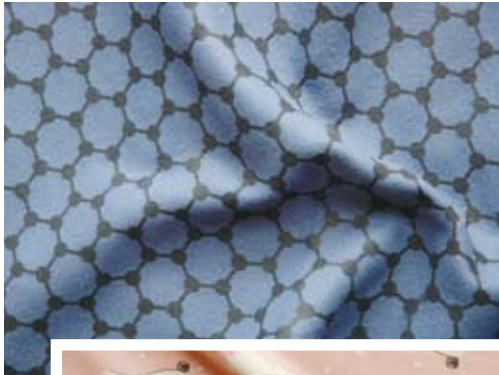


面料名称：闲假假日
原料成分：BCICOTTON55%、POLYESTER45%
产品特点：以BCI优质棉和低温着色聚酯纤维为原料，结合三种不同的纺纱工艺，使得底布通过一次染色就能呈现出多次染色的效果。
技术创新点：使用无盐染色技术，实现染色不用盐、染料利用率较有盐染色提升10%左右、节约水资源30%、能耗节约25%。



面料名称：神秘假日
原料成分：COTTON95%、SPANDEX5%
产品特点：选用褶皱弹力高支面料，手感顺滑细腻、布面光泽、舒适透气、悬垂自然，尽显对神秘的向往与憧憬。
技术创新点：选用公司自产的新疆天山棉，棉纤维长度可达40mm。采用专利技术纯棉免烫数码喷墨印花技术，积极开发绿色低能耗、低排放、高附加值、高品质的纺织品。

江苏金辰针纺织有限公司



面料名称：ME—石墨烯印花双面起绒布
原料成分：150DT/144F24%、150DT/144F50/50 阳离子46%、100DT/96F30%
产品特点：以全涤起绒双面布为基底，印上石墨烯六角分子印花，看到布面第一眼未来科技感扑面而来。
技术创新点：石墨烯不仅薄而且强度高，电阻率小、导热性和导电性好，具有低温远红外、抗菌抑菌、吸湿导湿、防静电抗紫外、耐洗涤等特点。



面料名称：MB—智能调温印花汗布
原料成分：30SJC/R(调温微胶囊 97.6 F)70/30
产品特点：通过粘胶纤维内的微胶囊调温纤维来延缓温度的变化，这款面料主要针对婴幼儿研发。
技术创新点：通过仿丝光工艺，将相变的特殊聚合物与粘胶纤维结合形成粘胶调温纤维。

吴江市百达丝绸喷织厂

面料名称：肌丝弹
原料成分：N88%、SP12%
产品特点：轻薄、弹性丰富、手感滑爽、有冰凉感。
技术创新点：消光细丹机包加氨纶+四面弹，对材料生产、织造工艺和染色整理工艺都是创新。



面料名称：舒丝弹
原料成分：N80%、SP20%
产品特点：轻薄、弹性丰富、手感滑爽、有冰凉感。
技术创新点：消光细丹机包加氨纶+四面弹，对材料生产、织造工艺和染色整理工艺都是创新。



浙江汇明提花织造股份有限公司



料名称：波涛汹涌
原料成分：P0100%
产品特点：舒适、透气、立体感十足，适用于高档女装、连衣裙、套装、装饰用的材料。
技术创新点：提花的沉降起伏、线状的结合、组织的多样，形成凹凸感极强的面料。



面料名称：并蒂太阳花
原料成分：P070%、RA20%、醋酸10%
产品特点：手感饱满厚实，立体感十足，适用于高档女装、连衣裙、小套装、装饰用的材料。
技术创新点：采用环保染色工艺，保证了染色对面料的紧密程度，体现了花型的精细度。

绍兴彩色橡纺织科技有限公司

面料名称：花团锦簇
产品特点：经纱和纬纱相互交织沉浮形成不同的图案，凹凸有致、质地柔软，具有细腻、爽滑的独特质感；光泽度好、悬垂性及透气性好、色牢度高、花纹突出，有立体感、质地厚实，手感柔润爽滑；耐磨，不起球。
技术创新点：运用提花交织的表现手法，表现出油画风格的花卉，使花纹更具立体感，别有一番风味。



面料名称：花繁叶茂
产品特点：经纱和纬纱相互交织沉浮形成不同的图案，凹凸有致、质地柔软，具有细腻、爽滑的独特质感；光泽度好、悬垂性及透气性好、色牢度高、花纹突出，有立体感、质地厚实，手感柔润爽滑；耐磨，不起球。
技术创新点：运用提花交织的表现手法，加入雪尼尔面料点缀。



山东瑞福生科技有限公司



面料名称：圈圆双面格呢
原料成分：骆马绒5%、羊毛70%、涤纶20%、锦纶5%
产品特点：双面格花呢，手感柔软、格型靓丽、保暖性强、立体感强。



面料名称：女士春风呢
原料成分：羊毛72%、涤纶18%、粘胶6%、锦纶4%
产品特点：双面格花呢，格型新颖、大方，风格别致、性价比高，符合市场趋势。

湖南华升株洲雪松有限公司



面料名称：苎麻棉斜纹布
原料成分：苎麻37%、棉63%
产品特点：面料肌理感强，集吸湿快干、抗菌抑菌为一体。
技术创新点：数码印花。



面料名称：麻粘提花布
原料成分：苎麻20%、棉56%、粘胶19%、亚麻5%
产品特点：采用一定比例不同纱线搭配，使面料具有怀旧风格。
技术创新点：生物酶处理。

浙江尚正纺织科技有限公司



面料名称：锦涤氨蝴蝶网布
原料成分：N50%、P37%、SP13%
产品特点：穿着舒适、轻盈、光滑、凉感、抗紫外线、透气透湿能力强。
技术创新点：使用再生涤纶、锦纶、氨纶织造而成，纱线采用捋纱工艺，将多种功能融合在一起。



面料名称：再生防水剪毛绒
原料成分：Recycled Poly100%
产品特点：防水、保暖、色彩鲜明。
技术创新点：采用防水工艺，使得面料具有防水功能，面料采用再生涤纶纤维织造，十分环保。

浙江原色数码科技有限公司



面料名称：BM-CA521—F

原料成分：全棉针织布

产品特点：具有良好的吸湿性、透气性，穿着舒适，手感柔软、光泽柔和；保湿性良好、耐热性良好，耐碱性。



面料名称：19B07153

原料成分：全涤双面斜

产品特点：强度高、耐热性好、绝热性好、热塑性好、滑爽挺阔、易洗快干；耐磨性好、耐光性好、耐腐蚀、抗酸碱性好、色牢度好。

石狮市仟佰纺织科技有限公司



面料名称：冬温风尚

原料成分：保暖纤维 34%、天丝 24%、棉 24%、V18%

产品特点：具有散发热量的功能，面料具有骨感、保暖、悬垂性好、绿色环保；反面抓绒，抗寒。

技术创新点：采用异形断面涤纶和 VLOFT 纤维素纤维，该纤维具有吸湿发热功能。



面料名称：算纹如水

原料成分：竹纤维 41%、涤 57%、氨纶 2%

产品特点：面料光滑，具有透气、抗静电、染色绚丽等特性。

技术创新点：使用热转移印花工艺，仿色织，运用经典流行的烧花处理。

绍兴市铌采纺织品有限公司



面料名称：雅丝绒

原料成分：N45%、PU55%

产品特点：抗皱感和保形性特别好，耐磨不起球、干净利落；舒适保暖，质感很细腻，手感柔和，耐磨度非常高。

技术创新点：经过反复试样、多次工艺设计、品质测试，最终锁定最重磅工艺的一款面料。

面料名称：时尚光感

原料成分：N49%、PU51%

产品特点：微带闪光与丝绸光泽，手感中带有绒面的丝滑垂感，具有创意性。

技术创新点：TPU 与尼龙全低弹丝的完美贴合，经过水洗后形成的肌理感和微绉成为整个光面感的点睛之笔。



济南圣泉集团股份有限公司

面料名称：生物质石墨烯单向导湿砂干布

原料成分：聚酯 100%（内含生物质石墨烯）

产品特点：持久抑菌，利用独特的制备工艺，使其多次洗涤后抑菌特点不衰减；单向导湿砂干，防紫外线。

技术创新点：面料使用生物质石墨烯材料，结合环保染色后整工艺，提升了面料的功能性。



面料名称：生物质石墨烯高仿羊羔绒面料

原料成分：聚酯 100%（内含生物质石墨烯）

产品特点：持久抑菌，利用独特的制备工艺，使其多次洗涤后抑菌特点不衰减；单向导湿砂干，防紫外线。

技术创新点：外层采用高仿羊羔绒风格特殊生产工艺，内层采用先进复合工艺将生物质石墨烯聚酯摇粒绒进行复合。

陕西金瑞烯科技发展有限公司



面料名称：石墨烯舒弹丝面料

原料成分：石墨烯涤纶纤维 50%、涤纶纤维 50%

产品特点：创新研发的矿物质石墨烯纤维。

技术创新点：矿物质石墨烯纤维除了具有一般纤维的常规特性外，还具备国际先进水平的低温远红外、持久抑菌、吸湿透气等作用，被誉为“划时代的革命性纤维”。

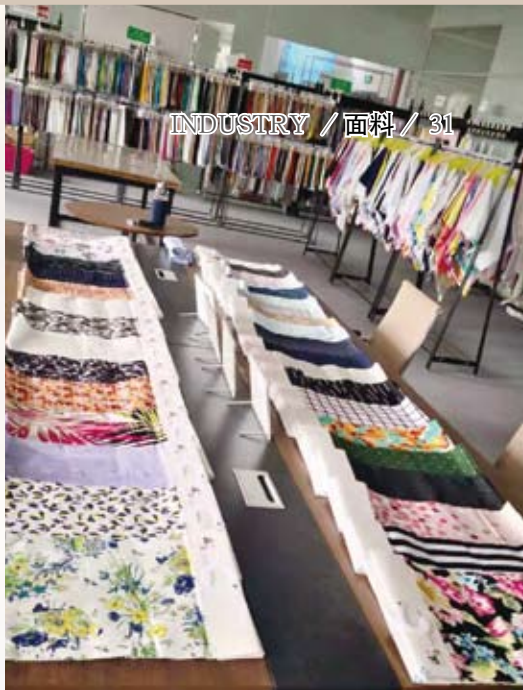


面料名称：石墨烯真丝面料

原料成分：桑蚕丝 35%、石墨烯人棉长丝 65%

产品特点：创新研发的矿物质石墨烯纤维。

技术创新点：矿物质石墨烯纤维除了具有一般纤维的常规特性外，还具备国际先进水平的低温远红外、持久抑菌、吸湿透气等作用，被誉为“划时代的革命性纤维”。



随着消费升级、男性自主审美意识的觉醒，男装发展趋势越来越多元。



长发商业·2019 中国面料之星

纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY

CHANG FA
BUSINESS CENTER
长发商业中心

从单一到多元，演绎男装时尚趋势

本刊记者 _ 王利

“男人不止一面”，这是一句广告语，也是对当下时尚男装最好的形容。曾几何时，黑白灰的西装、衬衫、夹克作为男性的标配，征服了几代人。近年来，随着消费升级、男性自主审美意识的觉醒，他们开始寻求更为自我的个性表达。随之而来的是商务、休闲、运动、潮牌等各种经典与潮流男装的日新月异。

“长发商业·2019 中国面料之星系列活动”自 7 月份正式启动以来，陆续收到全国各地面料企业寄来的参评面料。男装面料作为其中的亮点之一，与各类功能性面料、印花面料、天然纤维面料等，将纺织行业“科技、时尚、绿色”新定位展现得淋漓尽致。前瞻未来，男装趋势潜藏着怎样的变化与规律？面料企业如何在时间、风格、文化、责任的交错中坚定发展方向？

要品质，也要个性与功能

商务正装是男人衣橱里必不可少的单品，作为商务精英，或许内心也呼唤自然与渴望真我，但需要西装革履的场合也难以避免。不过如今的商务男装也并非一成不变，不少正装品牌紧跟趋势，打破体制化、雷同化，品质、个性与功能三箭齐发。

相对于女性的百变由心，男性的精致内敛更见审美功力。正如山东南山智尚科技股份有限公司总工程师刘刚中所言，未来个性化、时尚化是男装市场的主要趋势，高级定制、工业化定制将成为男装经营的特色模式，消费升级不是简单的款式更新，而是更注重内在品质保障与个性化消费需求的满足。据刘刚中介绍，羊毛正装作为公司的特色产品，近年来一改传统的黑、蓝、灰形象，在款式和面料上下功夫，从面料的功能性、工艺技术入手，让服装不仅时尚大气，还兼具纳米防污、抗紫外线、吸湿排汗、抗菌防异味等特色功能。

石狮仟佰纺织科技有限公司是专业的衬衣面料供应商，与七匹狼、九牧王、雅戈尔等国内诸多知

名男装品牌均有合作。本次仟佰纺织选送的参评产品以男装功能性面料为主，其中一款名为“雪窖冰天”的面料，由雅赛尔、冰凉丝、舒弹纱混纺而成，凉爽丝滑、吸湿排汗，并采用了仿丝整理工艺，攻克了传统衬衣易皱的难题。

该公司总经理张兴旺认为，舒适、易打理、安全健康是目前很多男性消费者对衬衣的共同诉求，因此，仟佰纺织一方面从再生纤维和天然纤维入手，生产健康环保面料；另一方面不断提高工艺技术，通过改良印花、烂花等工艺，让面料兼具功能性和时尚感。

紧跟趋势，也兼顾健康、环保

与女性相比，男性消费更趋理性，他们不仅追求时尚，更关注服装的舒适度、面料材质是否健康环保。因此，许多男装品牌在面料选择上也随之变化，这对下游面料供应商提出了更高的要求。在这样的变化中，面料企业紧跟趋势，纷纷从纤维研发着手，通过跨界融合，演绎时尚新风貌。

南京禾素时代抗菌材料科技有限公司也参加了面料之星系列活动，据透露，该公司选送了以禾素纤维为核心材料的禾素抗菌面料。该面料具有无添加、绿色抗菌的特点，符合低碳环保的可持续发展理念，可广泛用于户外运动装、衬衣、男士贴身衣物等。据该公司总经理陈健介绍，禾素纤维是以玉米中的淀粉为原料，经生物工程转化形成生物基材料 PHBV 核心材料，经过特有纺丝工艺制作而成的新型纤维。该面料在与细菌接触后，可破坏有害菌的细胞壁，抑制细菌滋生，从而真正达到抗菌防臭的功效。

紧跟潮流，也兼顾健康、环保，是很多消费者的共同需求。据江苏阿仕顿服饰有限公司商品总监张广运介绍，阿仕顿致力于打造城市休闲男装第一品牌，展示自信、自然、从容的个人魅力和积极进取的品质生活追求。近年来，阿仕顿男装根据消费

需求的变化，不仅在设计上下功夫，在面料选择上也严格把关，对于面料的起毛起球、色牢度等提出了较高的要求，同时也关注面料吸湿排汗、抗菌、免烫等常规功能，保证服装的舒适性与安全性。

中性风潮，引领男装新潮流

在新的时代背景和审美观念下，男性的着装已经不再刻意地表现强悍、硬朗、笔挺，加入柔性之美的设计使男装有了新的突破。犹如人们对女装中性化客观接受一样，对于男性服装的审美也更具包容性。

北京顺美服装股份有限公司产品经理张鸿语表示，过去几年间，设计师们中性风的“跨界”尝试成果已经初见端倪。在女装倡导放松轮廓的同时，男装界却开始了“收紧之风”。这主要体现在面料上，近年来流行的女性花纹、闪光和特殊肌理的纱料、丝绸以及针织物、毛织物逐步被设计师运用到男装的设计上，使着装者看起来更加细腻温柔、生动洒脱；天然材质的面料成为材料的首选，棉、麻、丝的运用为男装带来更加舒适、凉爽和洒脱的感觉。

男性审美的变化也让面料供应商的开发方向发生转变。本次中国面料之星系列活动，绍兴瑞采纺织品有限公司选送的面料以莫代尔、棉、天丝等成分为主，手感爽滑、细腻、悬垂性好。其中一款还采用了婴儿肌肤感表面整理技术，让面料更具亲肤感。“未来男装和女装面料的界限会越来越模糊，公司的产品大部分都是男装、女装、休闲装通用，今后将更加注重科技感、高级感、舒适感和功能性的体现。”该公司总经理杨敬翔说道。

目前，“长发商业·2019 中国面料之星系列活动”征集工作已全面截止，9 月初，评审会将隆重举行，来自国内多个一线品牌的供应链及设计总监组成的评审团将秉着公平公正公开的原则，甄选出真正的“中国面料之星”。届时，各类男装面料也将大放异彩，刷新业界对男装趋势的认知。[72]

CHIC 2019 (秋季)
预热报道 (四)

气象万变， 户外服怎能置身事外？

本刊记者 _ 董笑妍

越来越多的户外品牌热心社会公益了。户外品牌 REI 在“黑色星期五”购物节关门歇业，倡议消费者不要沉溺于购物；The North Face 提出“墙是用来攀爬的”宣传主题，反对国际上越来越多对移民进行限制和驱逐的“筑墙行为”……

减少“远离尘嚣”、“勇攀高峰”的宣传词，对于社会话题不再置身事外，户外品牌们建立起了和大众更紧密的情感联系，也吐露出了想进入大众日常视野的“潜台词”。

其实，户外功能性服装的常态化时代已经到来。登山、滑雪、徒步……服务于专业运动的户外功能性服装正在揭开“高冷”的面纱，用功能与设计关注消费者的需求，带来普通服装无法满足的“温柔”体验。



户外功能性服装正在揭开“高冷”的面纱，带来普通服装无法满足的“温柔”体验。

从纤维入手，打造核心竞争力

户外功能性产品的“日常化”不等于降低标准，反而需要企业更细致地研发与调整，才能满足大众消费者的“琐碎”需求。

科研作为功能性服装的源动力，是每家企业的投入重心。可喜的是，相比于面料后整理和款式设计等后道工序，如今的本土企业们更重视从原材料——纤维入手，为产品赋予更多可能性与更强生命力。

浙江凯洛琪服饰有限公司是一家从内衣企业向内外衣搭配过渡的功能性服装企业，“原本人们对内衣、外衣的材质要求有很大差别，内衣材质更注重亲肤、弹性、柔软、发热、凉感等功能。如今我们正努力将内衣的产品特性应用于贴肤外穿的服装，据此开发出的凉感防晒衣已获得明显效益，今年仅该组产品产值就达到 1000 万。”浙江凯洛琪服饰有限公司销售主管罗子谦说。

凯洛琪服饰最初是以保暖类内衣起步，随着中国消费市场对抗性服装的需求逐步加大、细化，2014 年公司开始研发发热、吸湿、凉感、速干等功能性内衣；2018 年公司又制定了“贴肤舒适、内外百搭”的发展方向，突破内衣、外衣的产品局限，研发功能性服装。

“凯洛琪的外衣产品主要以贴身类为主，通过与皮肤的直接接触，最大化产品功能性体验。”罗子谦介绍说，内衣的纱线处理有其独到之处，对此公司有 10 多年的研发经验，应用于外衣也是得心应手。

如今，从纱线把控、面料研发，到染整处理、产品设计、成衣缝制，凯洛琪全程参与其中，并致力于通过协同研发，将内衣功能性与外穿服装需求合理结合。

罗子谦举例说：“现在很多运动休闲裤空具外形，却并不能满足运动的舒适需求，察觉到这一需求漏洞，凯洛琪从纱线改性入手，推出了自主研发的速干裤。”普通男士速干裤都是“一裤一料”，然而生活中消费者对于裤子前后片的功能需求是不同的。比如，很多男士出汗量较大，开车或久坐后，后片会有汗渍，因此凯洛琪的速干裤前后材质不同，前片面料防皱、挺括，后片面料通风、吸汗、不粘身，大大满足了日常功能性需求。

此外，为了突破内衣面料软而无型的局限，凯洛琪服饰又推出了“外硬内软”的贴身 T 恤，精选的纱线与组织结构，使面料同时满足了外部美观与内里亲肤凉感的细致要求。对于“核心科技”的掌握，给了凯洛琪未来无限可能，据悉，凯洛琪还将继续扩大功能性贴肤服装的研发，至 2020 年，将全面形成“内外百搭”的产品格局。



遵循“用户思维”，产业链重构进行时

户外行业用“用户思维”思考“现代生活”正在给予消费者更美好的穿着体验。“户外运动和都市日常的边界已不再明显，将功能性与设计融合，让一件户外功能性产品能够满足消费者无论室内室外、白天黑夜、晴天雨天的全部需求，就是飘逸纺织的全天候产品理念。”吴江市飘逸纺织有限公司市场部总监方嘉燕如是说。

除了企业的产品突破，能对用户诉求进行快速反应，还需行业协同共进。“自从进入转型期，我们就经常听到，户外产业链各环节都在感叹生意不好做。发展初期依靠信息不对称实现赢利的企业们，如今想获得可持续发展，就需要打破信息和技术壁垒，让上游好技术最终成为消费者手里的产品，让消费者需求顺利传达到上游技术研发中去。”方嘉燕说，“值得庆幸的是，多年的国际代加工经验，为整个中国户外产业链打下了良好的技术基础。”

飘逸纺织是一家以户外功能性面料生产为主，兼顾从纱线研发至服装生产的“一站式”解决方案供应商。从 2012 年开始，飘逸纺织就创立了“无边界合作组织”，致力于打破行业边界，围绕产品和用户需求形成一个生态闭环，让好技术能够有效地落地。

Iwarm 系列就是在这种模式中诞生的，它结合了新材料——碳纳米管薄膜与电子元器件、程序算法、纺织材料、服装设计生产于一身，综合行业多方力量，最终成为了一件又一件具有稳定安全性、防水洗性、实现手机精准控温的时尚智能温控服装，直达消费者手中。

“中国的众多基础科研项目因为无法实用化而被搁置，这是资源的极大浪费，也是行业的极大损失，‘无边界合作组织’正是要减少内耗、避免损失，让消费者的需求可以直接反映到产业链的各环节。”方嘉燕如是说。

户外企业想要赢得市场就要不停地思考如何给用户带来更好产品。飘逸纺织的专利面料 T8 是一种特别的涤纶面料，它不含氨纶，仅通过自身充分卷曲的特殊纤维结构，就能带来高弹性、棉爽触感、饱满色彩以及速干功能，它的研发过程就充分体现了企业的“用户思维”。

飘逸纺织研发 T8 面料的过程中，在不停地思考如何给用户带来舒适触感、穿着自由度的同时，还要解决传统含氨纶的锦纶面料、涤纶面料的使用痛点。“我们甚至会在材料研发过程中，就设想它适合做成什么类型的衣服，与什么功能来结合，并最终以成衣形式来推广 T8 面料。”方嘉燕说，“今天，我们仍在根据用户需求把 T8 面料系列进行迭代、延伸。”

户外风“浸润”日常生活

在很多消费者的潜意识里，不会把户外功能性服装作为日常采购的第一选择，他们认为只有特定环境下，才需要这些“装备”。实则不然，户外功能性服装早已“润物细无声”地进入日常生活，大众青睐的优衣库就是一家将户外功能日常化的超级品牌。

在韩国，也早已出现了户外服装日常化、潮流化的趋势。与韩国户外服饰市场一起成长起来的 HUE DESIGN STUDIO (HDS) 公司社长金多忍说，户外品牌正在逐渐转为日常运动风格，未来还会与都市休闲类服饰结合，从而共同发展。

“以 The North Face 为例，近年来其产品有明显的休闲化和年轻化转变。除了功能性面料的研发外，这些户外品牌也更注重时尚度和风格化，深入研发更具有美感的缝纫技术等。”金多忍说，“同时，也有更多年轻化的男装品牌和运动装品牌，青睐户外功能性服装，谋求与户外企业联合开发，想要借此开拓新需求。”

HDS 正是这样一家有着十多年发展经验，兼顾功能性与日常化的专业户外服装供应商。“我们拥有多年的户外服饰与高尔夫服饰生产经验，生产基地主要位于享有关税减免政策的越南等东南亚国家，在品质与价格方面拥有雄厚竞争力。”

“本次参加 CHIC2019（秋季）正是因为看好中国户外功能性服装市场。”金多忍说，“如今，也有大量中国服装品牌需要开发日常化的户外服装产品系列，我们可以为其提供完整的产品供应方案。”

从源头抓研发，建立更加完善透明的产业链，将功能性推向日常生活，沿着这一发展思路，户外产业链与其说是满足用户需求，不如说是挖掘用户需求的一众品牌的集合。9 月 25 ~ 27 日，CHIC2019 秋季展“时尚男装”展区中，就将汇集这样一批带有原生 DNA 的户外功能性企业，为中国户外服装协同发展指明出路…… 



纺织服装周刊



“功能化纤区”近年来呈现出百花齐放的盛景，共同推动我国化纤行业高质量发展。图为往届展会。

功能化纤演绎纺织源头潮流

本刊记者 王利

从纤维到面料，从生产到市场，从衣被天下到国防军工、交通运输、医疗健康、新能源开发等各个领域，小纤维发挥着大作用。当前，经济新旧动能转换，在新一轮科技革命和产业革命的背景下，化纤工业作为战略新兴产业的重要组成部分，被赋予了新的时代内涵。

2019 中国国际纺织纱线（秋冬）展览会（以下简称 2019yarnexpo 秋冬纱线展）将于 9 月 25 ~ 27 日在国家会展中心（上海）8.2 号馆举行。“功能化纤区”再一次成为本届纱线展的重磅组成，主办单位将携手国内 200 余家化纤企业倾力打造一场化纤盛宴，届时上海德福伦、浙江佳人、南京禾素、广东蒙泰等知名纤维企业将携带拳头产品惊艳亮相。

“功能化纤区”分为“中国纤维流行趋势 2019/2020”、“多元功能”、“绿色环保”、“产业联盟”四个主题展区，绿色、功能、健康、时尚相互辉映。在这个汇聚全球先进纤维纱线企业的国际舞台上，中国化纤将通过“科技、时尚、绿色”的跨界融合，致敬新中国成立 70 周年，演绎纺织源头的潮流风向。

那么，2019yarnexpo 秋冬纱线展有哪些化纤新品即将亮相？展商们对于纱线展有着怎样的期待？“功能化纤区”又将给下游企业传递出哪些新思维、新方向呢？

上天入地，展示中国纤维科技力量

曾经，人们提到纺织纤维，就会想到服装，然而随着科技日新月异的发展，纤维的维度早已越过服装这一领域。尤其是化纤产品，它可以成为“时尚大款”，也可以“上天入地”、“七十二变”，渗透人们生活的方方面面，展示着中国纺织科技的力量。

在 2019yarnexpo 秋冬纱线展上，上海安凸阻燃纤维有限公司研发的全球首款永久无卤阻燃锦纶纤维 CESALON 纤维系列将震撼亮相，除了 CESALON 永久无卤阻燃锦纶高强长丝、CESALON 永久无卤阻燃锦纶短纤，还将带来混纺无熔穿阻燃尼龙系列、无卤无磷 BCF 航空纱等新品。据公司总经理付常俊介绍，该公司产品具有高强度、低烟低毒的特性，且 100%

可回收，绿色环保无二次污染，可广泛用于航空、高铁、单兵装备和劳保用品等多个领域。

连续 10 多次参加 yarnexpo 纱线展的“铁杆粉丝”——广东蒙泰高新纤维股份有限公司，本次将再出新招，带来更多惊喜。据该公司生产总监陈光明介绍，本次除了将展示具有单向导湿排汗、轻盈保暖、舒适凉爽的细旦、超细旦丙纶 DTY 功能纤维之外，还将主推 3 个产业用纺织品纤维：高强低熔点丙纶长丝，用于制作耐酸碱环境的土工布、过滤布等；高强低熔点丙纶单丝，用于制造远洋捕捞节能渔具；兼有长丝和短纤纱两者性能的空气变形丙纶丝，用于制造高档工艺布、沙发布、地毯布等。

福建赛隆科技有限公司除了展示再生普通涤纶 DTY/FDY，也将带来抗菌、阻燃、远红外、石墨烯、异型截面等再生涤纶功能性纤维。

如今我国的化纤行业，敢于创新突破的企业不在少数，每届 yarnexpo 纱线展如同新老展商“大比拼”的赛场，共同推动行业向着高质量发展迈进。

绿色健康，引领纺织行业新时尚

随着我国社会经济水平的提高，民众消费理性回归。在服饰选择上，“随大流”的快时尚消费冲动减退，产品的舒适度、健康安全成为新的卖点，引领纺织行业新时尚，因此绿色健康纤维也随之兴起。说到绿色健康纤维，很多人可能会不由自主地想到棉、麻、毛、丝等天然纤维。而作为社会生活最为重要的材料之一，化纤产业不断刷新人们的认知，通过新技术、新材料的突破带给人们绿色健康生活。

上海德福伦化纤有限公司前身是始建于 1966 年的上海第十化学纤维厂，是国内首家涤纶短纤维专业生产企业。作为一家老牌化纤企业，上海德福

曾经，人们提到纺织纤维，就会想到服装，然而随着科技日新月异的发展，纤维的维度早已越过服装这一领域，展示着中国纺织科技的力量。”

伦深知“逆水行舟、不进则退”的道理，创新的脚步从未止步。据了解，公司已经是第 7 次参展，即将亮相的葆莱聚乳酸纤维及原液着色葆莱聚乳酸纤维是 100% 生物基合成热塑性纤维，因其广泛的生物质原料来源、绿色的生产过程、可降解性及优良的综合性能，备受青睐，可广泛应用于品牌内衣、婴儿服饰、防寒服、床上用品等家居领域。此外，GRS 再生无染差别化聚酯纤维、原液着色聚酯纤维系列、里奥竹™ 纤维、调温纤维等多个系列新品也将同期登场。

无独有偶，同样第 7 次参加 yarnexpo 纱线展的杭州奔马化纤纺丝有限公司每次展会都能收获大波订单，还认识了诸多海外品牌商。本次展会，该公司将再次有备而来，原液着色纤维、环保再生涤纶短纤维、阳离子常温常压可染改性纤维、超仿棉易丝隆纤维、吸湿排汗玛可丝纤维、扁平三角异形截面纤维、无磷阻燃纤维等新型纤维都将同时亮相。“我们以绿色、环保、健康的功能性产品为主，yarnexpo 纱线展为我们提供了良好的上下游对接平台，希望通过本届展会获得更多的客户资源与订单，同时加强行业交流，吸收前沿的产品创新趋势，提升自我。”公司总经理周丽英说。

在化纤行业，科技创新、绿色环保并不仅仅集中于少数大型的企业，众志成城、大众创新成为一种常态。南京禾素时代抗菌材料科技有限公司是一家新生企业，以纯天然抗菌“禾素纤维”为基材，研发出可用于纺织品、婴儿护理、化妆用品、服装、日用品、鞋、袜、卫生用品等领域的产品。首次参展将以特装展位惊艳亮相，带来禾素抗菌纱线、布料以及终端新品的垂直产业链展示。该公司总经理陈健表示，禾素纤维是以植物中的淀粉为原料，经生物工程转化形成生物基材料 PHBV 核心材料，经过特有纺丝工艺制作而成的无添加绿色抗菌纤维，希望能通过此次展会打响公司品牌，挖掘客户，将绿色健康理念传递给更多下游客户和消费者。

循环再生，可持续发展备受关注

随着环保政策的越来越严格，可持续发展的呼声越来越高，循环再利用化学纤维正逐步崛起。循环再利用化学纤维，是“绿色纤维”的重要品种之一，其典型特征是符合循环经济发展理念。本届展会，循环再生纤维、低碳环保产品将再一次成为展会亮点，体现了诸多企业对可持续发展的执着追求和责任担当。

浙江佳人新材料有限公司是循环再生纤维领域的先行者，每届 yarnexpo 纱线展所展示的再生系列产品，都能引发行业的思考。随着该公司独有化学法循环再生技术日益成熟，不仅能确保再生产品的品质可达到原生产品的水平，使用后的涤纶纺织品又可以作为原料进行再次循环再利用，真正实现了循环利用。该公司营销总监柴立



在化纤行业，科技创新、绿色环保并不仅仅集中于少数大型的企业，众志成城、大众创新成为一种常态。

萍介绍，本届展会上将主推再生无锑环保涤纶、再生阳离子产品及常规再生产品，可广泛用于运动服装、家纺、汽车内饰等多行业。

值得欣慰的是，在化纤行业，如浙江佳人新材料有限公司一般热衷于可持续发展的企业越来越多。多次参加 yarnexpo 纱线展的福建省长乐市立峰纺织有限公司也一直以“低碳、环保、循环经济”为发展方向。记者了解到，该公司专注于再生环保型“仿大化”聚酯纤维，拥有从生产、纺纱，到织布、印染的完整产业链。本次展会将带来纯涤纶、仿大化纤维、纯棉纱、人棉纱、涤棉纱、涤粘纱、OE 纱，以及各种单纱和双纱、环保短纤等。

浙江华欣新材料股份有限公司专注于多色系环保纺织新材料研发和生产，经过近几年不断发展和大量投入，形成了“以从源头节能减排的经营理念为核心，以多色系产品工艺技术持续开发和生产管理一体化为基础，以数字化立体仓储和现代物流为保障的多色系环保新材料创新体系”。本次展会该公司早早便预定了特装展位，将重磅推出具有 GIS 认证的涤纶再生纤维，让环保再生理念深入人心。

循环再生、原液着色、植物染、智能制造、高性能……将成为“功能化纤区”的关键词。浙江正凯化纤有限公司的涤纶有色丝 50D—450D 常规及高 F 产品、绍兴佳力化纤新材料有限公司的中强工业丝 150D—1000D 黑白多类产品、杭州昌翔化纤新材料有限公司的 T400 超弹性锦纶皮芯纤维、杭州博立格纤维有限公司的涤纶丝 DTY50D—600D 本白及黑色产品、晋江市晋发化纤织造有限公司的涤纶低弹色纺和仿锦纶高弹色纺、杭州萧山东隆化纤有限公司的 DTY 有色高弹丝都是本届展会的热点产品，“功能化纤区”将呈现出百花齐放的盛景，共同推动我国化纤行业可持续发展。

趋势引领，感知行业发展方向

每届 yarnexpo 纱线展上，“功能化纤区”不仅展示了新产品、新技术，更让下游企业看到纺织源头积极应对挑战，顺应行业发展大势，通过创新驱动进行供给侧改革，满足市场新需求的决心与信心，同时，还专门设置了“中国纤维流行趋势 2019/2020”主题展区，传递纤维源头最新思维，启迪纺织业未来发展智慧。

据了解，“中国纤维流行趋势主题展区”由“中国纤维流行趋势 2019/2020 概念区”、“中国纤维流行趋势”入选企业和“纺织材料创新论坛”组成。“中国纤维流行趋势主题展区”集中展示入选中国纤维流行趋势 2019/2020 的新型纤维，将纤维最新技术、多元应用及前沿趋势传递给纤维行业及下游客户，通过原料端的趋势分析引领消费需求，实现精、优、新、特的化纤产品信息零距离传递，并为上下游企业搭建沟通交流的平台。

“纺织材料创新论坛”邀请高校教授、企业大咖、行业专家学者，通过科学严谨的报告解读、深入浅出的对话交流、下游客户的切身体验，对中国纤维流行趋势 2019/2020 入选产品、智能纺织发展方向、绿色纺织应用需求、纺织研发最新趋势等内容进行近距离解读。入选企业高品质的产品展示和精心打造的品牌形象，将使纤维趋势产品被客户更广泛地认知和认可。

党的十九大报告指出，中国特色社会主义进入新时代，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。面对消费升级和行业转型升级，化纤作为纺织之源以及国防军工、交通运输等各行各业的基础材料，是满足人民美好生活需求的重要源泉。yarnexpo 纱线展作为亚洲规模最大、产品覆盖全、最具影响力的纺织上游专业展，为行业上下游凝心聚力、共赢未来搭建起有效桥梁和平台。TA

纺织服装周刊



36 / 展会 / EXHIBITION



往届展会现场。

江苏霓裳 扬帆起航

第二十一届江苏国际服装节举办在即

本刊记者 _ 陶红

江苏国际服装节的成功举办，促进了江苏会展经济的快速发展，为江苏纺织服装行业搭建了一个品牌成长、时尚发布、国际交流和产业合作的平台，在推动行业经济发展、加快自主品牌和集群品牌建设，提升江苏时尚地位、扩大区域影响力等方面做出了突出的贡献。

2019 年是新中国成立 70 周年，创办于上世纪末的江苏国际服装节，今年进入第二十一个年头。二十一年风雨兼程，江苏国际服装节成长为江苏省的品牌展会、中国纺织服装行业的十大展会之一，为江苏纺织服装产业培育了一批批享誉国内外的自主品牌，打造了一批批高水平的产业集群，吸引了一批批引领时尚潮流和行业发展的优秀人才，为推动纺织服装产业迈向中高端不断注入新的活力。

据了解，由江苏省人民政府主办，江苏省工业和信息厅、江苏省纺织工业协会承办的第二十一届江苏国际服装节（以下简称“服装节”）将于 9 月 6 ~ 8 日在南京举办，继续以“品牌江苏、时尚江苏”为主题，突出自主品牌、时尚引领、创意设计和互联网营销，紧跟世界时尚潮流，加快推进纺织产业发展。

届时，众多江苏服装品牌、企业等将纷纷亮相，展示新趋势、新产品、新技术。

终端集结展示品牌力

多年来，江苏国际服装节坚持以“品牌江苏、时尚江苏”为宗旨，紧扣行业发展趋势，不断创新，在推动行业发展、加快自主品牌和产业集群建设、提高江苏时尚地位、扩大区域影响力等方面作出了积极贡献。江苏国际服装节也成为江苏省纺织行业品牌建设、企业开拓市场的重要平台，上下游产业链衔接、业界信息交流和展示科技创新的重要窗口。本届服装节也不例外，将有诸多知名品牌、新锐品牌参与其中，呈现“品牌江苏”的实力与活力。

作为拥有 43 年历史的知名羽绒服品牌，波司登今年也将继续参展。

近年来，波司登把握供给侧改革以及消费升级的大趋势，回归创业初心，明确战略定位，聚焦核心主业，围绕顾客价值，激活品牌力量。2018 年以来，波司登启动全新战略，聚焦核心资源，回归羽绒服主业，放大品牌竞争优势，整合全球资源，激活广大消费者

的认知，强化“波司登 = 羽绒服”的专业优势，实现“波司登温暖全世界”的使命，在新时代奏响中国民族品牌发展的“最强音”。

集自主研发、生产、销售为一体的专业化服饰文化创意企业——苏州诗淇服饰有限公司，创建于 1996 年，公司产品品类涵盖羊绒、羊毛、貂皮大衣、四季服装等。该公司旗下服饰品牌法诗菲今年也将参展，重点推出当季新品。

据了解，法诗菲多年来坚持“时尚经典，源自法国”的品牌战略定位，将东方传统服饰文化和西方美学有机结合，产品深受消费者喜爱，法诗菲逐渐成为都市成熟女性的首选品牌，商标先后被认定为“中国驰名商标”、“江苏省著名商标”。

源头创新凸显时尚力

纺织服装产业是制造业，同时也是都市产业、时尚产业、文化产业、创意产业，纺织品不仅是用来遮体御寒的产品，它还是文化的载体、生活方式的载体。二十一年初心不改，江苏国际服装节持续托举品牌与时尚，品牌建设成效显著，江苏时尚地位也日益提升。

这也促使江苏服装企业开始从创意的源头入手，创新面料研发，加速江苏时尚产业的创新蜕变。

作为一家以黄麻纤维为核心的、集天然纤维及相关产品的研发、生产和销售于一体的企业，苏州筑麻一生新材料科技有限公司形成了拥有 500 多种黄麻产品系列的产业格局。该公司充分挖掘黄麻纤维天然、抗菌、抑螨、防霉、防潮、透气、导湿等功能，将绿色黄麻应用到软体家具、家居家纺、汽车内饰板材、家装建材等多个领域，引领黄麻应用新时尚。

本届服装节，苏州筑麻一生将携黄麻墙面装饰板、黄麻地毯、黄麻床垫、黄麻窗帘等家居家纺产品参加展会，展示家居家居产品新风尚。

苏州湖盛纺织有限公司主要生产销售各类色丁大

提花、中高精密提花面料、单丝提花、烂花弹力提花、双层提花、色丁四面弹、色织锦缎系列，产品主要用于时尚女装、新款童装、复古唐装、民族服装、戏服等。此次参展将带来公司最新研发的面料。

此外，吴江市顺凯纺织有限公司、泰州万邦无纺业有限公司、苏州尚轩纺织科技有限公司等多家面料生产商也将前瞻国内外潮流热点，从色彩搭配、组织设计、服装风格以及最新生活方式等多维度为面料注入时尚新意。

产业升级彰显智造力

近几年，随着《中国制造 2025》、智能制造、三品战略、江苏新制造的提出，对江苏纺织服装行业的发展、江苏国际服装节的举办提出了新的要求和挑战，也带来了新的发展机遇和思路。江苏如何从一个制造业大省走向“智造”大省？如何让江苏的纺织品更具市场竞争力？本届服装节将给出答案。

苏州天顺制衣有限公司主要生产高档手缝羊毛、羊绒、轻裘等各类成衣。据介绍，公司现拥有多条高档手缝流水线，并以欧洲专业手缝成衣检测标准的技术管控体系和操作标准严格要求生产，年产手缝双面呢系列产品 20 万件，产品深受 Max Mara、Joseph、Acne、卓雅、海澜之家、哥哥等国内外一线品牌的青睐。

值得一提的是，苏州天顺制衣有限公司积极实施智能化工厂转型，通过系统软硬件集成，智能排单、智能调度等数字化手段，实现服装业务在线化、网络化、智能化，将原大批量生产模式，转变为连续、小批量、个性化、柔性高效的生产模式，通过 MES 生产信息化管理系统，服装从下单到上身，仅需 10 天时间。

本届服装节，苏州天顺制衣将集中展示智能化生产系统和当季新产品。

此外，盛虹控股集团有限公司也将携自主研发的化纤行业首台套生产智能物流系统出场，展示“全球差异化纤维专家”的权威形象。TA

YóANTION[®] 远信工业

节能环保热风拉幅定形机



地址：浙江新昌澄潭工业区

电话：0575-86068888

传真：0575-86059666

E-mail: junshaochen@163.com

展位号W2A18

第十九届上海国际纺织工业展览会

—— 铸就 远信品质 / 远信品牌 ——
www.yoantion.com

纺织服装周刊

步入“时尚升级”新时代

2019 宁波时尚节展前报道“飞行采访”实录(一)

本刊记者 吕杨 文 / 摄

今年 10 月, 宁波时尚节将以“时尚多彩·美好未来”为主题, 融合全球视角与本土特色, 呈现最流行的时尚趋势, 搭建时尚界的沟通桥梁, 推动国内外更广范围、更深程度和更高层次的交流合作与共同发展。日前, 本刊记者来到浙江, 深入几家报名参展企业探营。

从创立至今 23 年, 宁波服装节一直立足于服装, 聚焦行业变化与发展, 秉持务实创新的态度和精益求精的服务, 致力于成为品牌、市场和消费者资源汇聚与思想交锋的发声平台。在行业向“科技、时尚、绿色”转型的大趋势下, 组委会积极创新求变, 今年正式将“宁波服装节”提升为“宁波时尚节暨服装节”。

据了解, 本届时尚节以“时尚多彩·美好未来”为主题, 以弘扬时尚文化底蘊, 汇聚时尚创新资源, 塑造时尚企业品牌, 倡导绿色、健康、文化、创新、包容的时尚理念, 推动时尚产业高质量发展为宗旨, 致力于与众多优质时尚品牌及企业一起, 推动中国服装行业步入“时尚升级”的新时代。

打造产业创新服务示范综合体

“云裳谷”是由知名服装品牌公司斐戈集团于 2018 年 6 月发起, 由高端智库、知名高校、科研院所、金融机构、投资基金等共同打造的纺织服装产业创新服务综合体, 去年已被批准为宁波市首个纺织服装产业创新服务综合体建设单位。

斐戈集团基于自身对服装行业的多年经验, 深知服装企业的需求和痛点。聚集更多纺织服装产业链的相关企业, 实现资源的有效整合, 让入园的中小微企业不仅是租户, 也是资源的共享者, 通过链式互动打造中小微企业的“蓄力池”, 这是云裳谷成立的初衷。也正是这个初衷, 让云裳谷早早锁定了招商范围。

据斐戈集团股份有限公司总裁助理、宁波云裳谷时尚科技有限公司执行董事施美介绍, 入驻该园区的中小微企业必须专注于纺织服装产业链上下游密切相关的细分领域, 比如设计研发、进出口贸易、市场营销、电子商务、广告传媒以及文化创意等。

为了给入驻企业提供全产业链的资源和服务, 云裳谷配备了设计创意中心、技术研发中心、面辅料供应中心等, 并设置了别具一格的共享空间, 有创意咖啡吧、气质书吧、洽谈会议室、多功能路演厅、产品摄影棚等, 还配套了联合秘书、时尚餐厅、人才公寓等。“入驻企业需要的财税代理、法律咨询、检验检测、基础人事、企业培训、政策咨询等综合服务, 也都可



本届时尚节将倡导绿色、健康、文化、创新、包容的时尚理念。

以在平台上寻求帮助。”

目前, 云裳谷已完成一期的整改扩建, 共 1.6 万平方米, 目前入驻企业 40 余家, 二期工程建设即将启动, 规划 5 万多平方米空间, 预计可招商 150 ~ 200 家企业。计划园区入驻企业中创意设计类占比 30%, 国内外贸易类占 60%, 产业链相关配套占 10%。

科技助推服饰产业智能转型

浙江瑞晟智能科技股份有限公司是一家致力于数字化智能高端装备制造的高科技“新三板”上市企业。公司产品线涵盖工业生产数据实时采集系统、智能生产与后整吊挂系统、智能物流配送系统、智能生产分拣系统、智能仓储与物流系统、大数据集成系统、智能生产辅助机器人系统、缝制自动化专用设备 8 大系列。

瑞晟智能自成立以来, 一直专注于工业自动化系统的研发和技术创新, 公司对内厚积薄发、稳抓技术与管理, 对外锐意进取、积极开拓市场与渠道。经过多年发展, 在深耕智能服装与家纺吊挂系统市场下, 进一步研发和开拓新产品市场, 现已形成集自主核心技术、关键零部件、智能产品及行业系统解决方案为一体的完整产业链。

公司副总经理刘九生表示: “2019 年我们对整体营销思维进行了改变, 针对不同的企业推荐不同的方案并分步实施, 让企业可以根据自己的利润空间及管理模式选择先采购哪款设备。2019 宁波时尚节上, 瑞晟智能也将携系列产品展示数据集成高端智能装备制造成果, 瑞晟的悬挂系统有 50

系列、70 系列、80 系列、100 系列等将一一陈列出来。”

智能制造成为广大服装生产企业转型升级必须面对的课题。加快推广智能制造模式, 是中国服装产业应对新一轮科技革命和产业变革, 推进供给侧结构性改革的必然要求。作为一家数据集成高端智能装备制造企业, 瑞晟智能经过十几年的发展, 已经有了深厚的经验与实践积淀, 在未来也将继续专注智能制造。

在纺织服装产业中, 科技的力量一直支撑着产业的进步与发展。位于东海之滨、杭州湾畔的苹果工业园区的苹果(中国)有限公司, 成立于 2004 年 8 月, 总投资 3000 万美元, 是集生产销售、品牌经营、连锁加盟、文化传播于一体的集团型企业, 在国内享有较高知名度。

公司董事长兼总裁施银焕表示, 苹果品牌 2019 秋冬新的亮点将从鞋起步, 融入新科技、新技术、新材料, 引领品牌和产品逐步向年轻化、时尚化发展。2019 时尚轻运动智能平衡鞋将在 9 月份推向市场, 该产品采用苹果集团华银联合科技股份有限公司与中国工程院院士俞梦孙领衔的全军航空医学工程重点实验室共同合作的科技成果。把绿色生态环保健康的新技术“Balanceban 培仑兹”融入穿戴产品中, 应用该项技术的产品经穿戴后可自我智能调节体验传感, 强化力量和平衡, 使苹果时尚轻运动智能平衡鞋在 2019 更具特色与卖点。

在以鞋品类科技起步的同时公司还在服装项目中下足功夫, 把该项“培仑兹”科技用最佳设计融入应用, 使苹果服饰在男装运动休闲、牛仔户外系列产品中以时尚的设计、领先的科技示人, 把服饰做成富含文化内涵、科学技术、环境公益的创新产品, 以迎合消费者对美好生活的新需求。[7A]



纺织之光科技教育基金会

extile Vision Science & Education Foundation



纺织之光科技教育基金会 是在 1996 年设立的钱之光科技教育基金的基础上, 由一批拥有高度使命感和责任感, 愿为中国纺织行业科教进步作贡献的优秀纺织企事业单位和个人捐资建立的。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。

使命: 推进纺织工业科技进步 人才成长和产业升级

热忱欢迎企事业单位和有识之士积极捐赠和支持基金会

开户名称: 纺织之光科技教育基金会
开户行: 工商银行北京金街支行
账号: 0200235109000013297

地址: 北京市朝阳区朝阳门北大街 18 号
邮编: 100020
电话: 010-85229936 / 9610 / 9326
传真: 010-85229540
邮箱: fzjzh@cntac.org.cn
网址: www.fzjzh.com



纺织之光科技推广
云平台微信

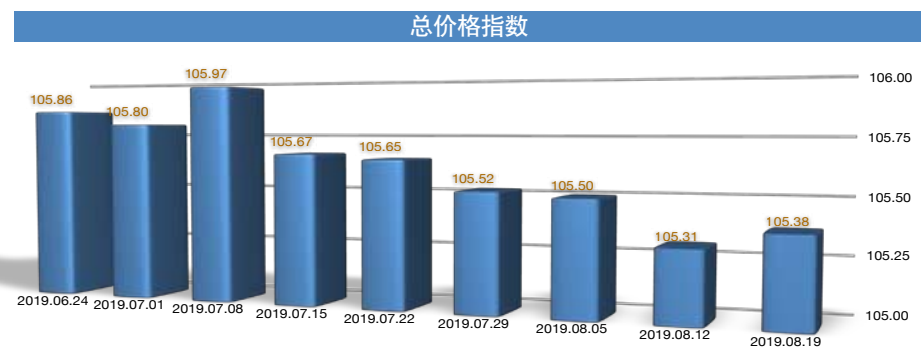


纺织之光科技推广
云平台网站

市场销售环比回升 价格微幅上涨

20190819 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20190819 期纺织品价格指数收报于 105.38 点，环比上涨 0.07%，较年初下跌 0.58%，同比下跌 0.73%。



据统计月报显示：2019 年 7 月份中国轻纺城纺织品市场成交量为 47587 万米，环比下跌 14.23%，同比上涨 16.04%；1～7 月份累计总成交量 407745 万米，同比上涨 15.95%。7 月份中国轻纺城纺织品市场成交额为 745447 万元，环比下跌 15.02%，同比上涨 16.57%；1～7 月份累计总成交额 6446475 万元，同比上涨 14.83%。

近期，中国轻纺城市场营销环比回升，其中：原料市场价格小幅回升，坯布市场价小幅下跌，服装面料市场布匹价值小幅回升，家纺类产品成交价值小幅下跌，辅料行情小幅上涨。

原料价格小幅回升，涤纶小幅上涨、纯棉纱行情基本稳定

据监测，本期原料价格指数收报于 82.85 点，环比上涨 0.17%，较年初下跌 2.48%，同比下跌 2.45%。

聚酯原料行情震荡回升，涤纶行情环比上涨。本期涤纶原料价格指数小幅上涨。上游聚酯原料行情震荡回升，近期华东地区 PTA 现货主流 5300 元/吨，MEG 主流 4435 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 6775 元/吨左右。美方决定推迟部分产品的加征关税，因此全球市场异动，国际油价在收到中美贸易出现转机的消息之后持续升温，并且带动了一系列下游产品。近期，萧绍地区涤纶市场行情环比回升，厂家报价局部上涨，POY、FDY、DTY 价格局部上涨，聚酯产销上升。国际油价强势上扬，上游 PTA 环比推升，聚酯产业链从上游至下游层层递进，多方推动，聚酯主流厂家纷纷拉涨报价，取消前期优惠，涤纶长丝市场主流产品报价普涨 100～200 元/吨。近期，涤纶短纤价格环比上涨，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 7245 元/吨。

纯棉纱行情基本稳定，人棉纱行情相对平淡。近期，棉花期货品种价格环比上涨，但棉花现货市场表现依旧平静甚至小幅下滑，仅储备棉成交量提价升。纱线市场却因区域不同，企业开工率及对市场看法存在分歧。因棉价继续下行空间有限，不能过分看空市场。萧绍地区纯棉纱市场气氛以观望为主，报价基本稳定，纯棉纱市场整体行情以观望整理为主。人棉纱类产品交投量无法带动，人棉纱库存水平在 20 天左右，目前市场实际消耗量基本进展有限，市场商家补货心态难振，导致市场行情仍显平淡。

坯布行情继续回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 118.78 点，环比下跌 0.18%，较年初上涨 0.28%，同比上涨 0.43%。

本期坯布类价格指数呈小幅下跌走势。近期，因终端市场需求不足，坯布厂家订单继续回缩，夏季坯布下单局部下降，秋季坯布下单局部回缩，实际成交继续下降；纺企大众品种出货仍有回缩，成交量呈现环比下跌走势。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价值环比回落；天然纤维坯布需求继续回缩，价格指数呈小幅下跌走势，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继续回缩，拉动坯布类总体价格指数小幅下跌。

服装面料销售环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.96 点，环比上涨 0.11%，较年初上涨 0.15%，同比下跌 0.25%。

服装面料类价格指数小幅上涨。近期，下游服装生产企业布匹采购局部增加，轻纺城市场发货环比增长；秋季创新产品现货成交和订单发货局部增加，新风格面料市场需求环比回升，兼具时尚元素创意产品成交环比上行，价格环比小升，致整体轻纺城服装面料市场销售逐日小增。其中：纯棉面料、粘胶面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉面料成交价值不等量上涨。近期，轻纺城市场锦纶面料现货上市量环比增加，成交批次局部增长，连日销量呈一定幅度推升走势，夏季创新锦纶面料现货成交和订单发货环比回升，秋季创意锦纶面料订单发货环比增加，新风格锦纶面料成交价值呈一定幅度上涨走势。

家纺营销继续回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.63 点，环比下跌 0.12%，较年初下跌 0.42%，同比下跌 0.44%。

本期家纺类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城家纺市场营销局部回缩，大众色泽花型面料订单发送量环比回落，跑量产品现货成交和订单发货环比下降，价格小幅下跌。其中：日用家纺类成交继续回缩，价格指数呈小幅下跌走势；床上用品成交继续回缩，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，小批量多品种色泽花型成交环比小跌，中批量成交局部小跌，较大批量成交局部亦有小幅回落，价格指数呈小幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数小幅下跌。窗帘类行情滞畅互现，价格指数环比持平。

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 131.34 点，环比上涨 0.54%，较年初下跌 0.87%，同比下跌 0.95%。

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小幅增长走势。花边类行情明显攀升，价格指数呈一定幅度上涨走势；衬料类行情环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，拉动辅料类总体价格指数小幅上涨。但线绳类、服装里料类、带类行情环比回缩，相对制约了服饰辅料类总体价格指数的上涨幅度。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。美国计划推迟部分产品关税，贸易消息有所好转。因下游需求局部小增，市场行情走势局部顺畅。后市秋季面料供给环比增加，秋季面料现货成交环比增长，初冬季面料批量试单局部小增，南北客商认购踊跃度将震荡小升，后市轻纺城传统市场营销将逐日出淡，整体市场成交将呈现震荡小升走势。■

发布单位：中华人民共和国商务部
编制单位：中国轻纺城建设管理委员会
“中国·柯桥纺织指数”编制办公室
中文网址：http://www.kqindex.cn/ 英文网址：http://en.kqindex.cn/
电话：0575-84125158 联系人：尉铁男 传真：0575-84785651



选择宏业 选择放心

国家功能性差别化纤维纱线产品开发基地

ISO9001质量管理体系 ISO14001环境管理体系认证、CU有机棉认证、BCI会员企业

纯棉针织系列纱线连续被中国棉纺织行业协会和中国针织工业协会评为“用户信得过优等产品”

主打产品：

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

高档差别化纱线针织面料、高支高密针织面料、针织制衣。

高性能阻燃纱线、色纺（半精纺）纱线、高档牛仔OE纱、针织用OE纱。

营销承诺：

质量放心、交期放心、服务放心

企业文化：

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

经营理念：

诚信、合作、互惠、共赢

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

愿景：

打造民族知名品牌。

齐鲁宏业纺织集团有限公司

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

纺织服装周刊

淡季持续深入 景气指数弱势下滑

2019 年 7 月份商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”市场景气点评

据商务部中国·盛泽丝绸化纤指数（下称“盛泽指数”）监测显示，2019 年 7 月份盛泽市场月度景气指数全线下跌。数据显示：2019 年 7 月份市场整体景气指数为 102.68 点，与上月相比下跌了 1.78 点。从分类产品市场景气指数来看，化纤类产品 7 月份市场景气指数为 102.2 点，较 6 月份下跌了 1.63 点；丝绸类产品景气指数收在 108.24 点，较上月下跌了 0.30 点。

图1 盛泽市场月度景气指数走势图

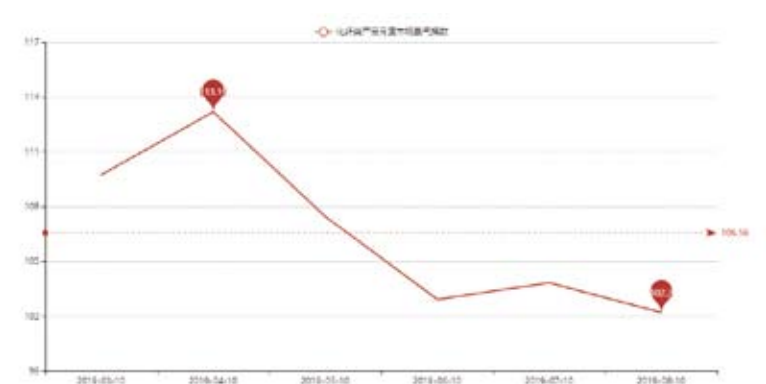


可以看出，7 月份市场淡季持续深入，市场心态不佳，厂家操作更偏谨慎，市场常规品种产能仍然过剩，目前纺织市场整体呈现供大于求的局面。蚕茧丝绸同样如此，在整体气氛持续低迷的情况下，景气指数持续走低。

影响化纤类产品景气度的因素分析

2019 年 7 月，化纤类产品市场景气指数为 102.2 点，较 6 月份下跌了 1.63 点。

图2 盛泽市场化纤类产品景气指数走势图



1. PTA 跌停，涤纶长丝深受其害。7 月 23 日 PTA 期货主力 1909 合约价格再度跌停，收报 5504 元 / 吨，创下 6 月 21 日以来新低，跌 290 元或 5.01%。而这样的暴跌依旧在继续，23 日晚，1909 合约再次破了 6 月 18 日的低位，跌 170 元或 3.06%。在 PTA 跌停的影响下，部分聚酯厂家多有降价操作；7 月下旬涤纶长丝市场主流厂家报价下跌幅度进一步扩大。从具体价格也可以看出，虽然月内涤纶长丝各产品价格略有攀升，但同比而言，跌势更为明显。如 DTY150D 去年同期价格在 10950 元 / 吨，近来价格直接跌破万元位，大幅下降了 1400 元 / 吨至 9550 元 / 吨，跌幅达到了 12.8%。而 FDY150D 市场报价也走低至 8450 元 / 吨附近，同比大幅下跌了近 1300 元 / 吨，下跌幅度在 13.3%。

2. 7 月原料市场暴涨暴跌，织造厂家积极性受挫。7 月初原料暴涨，不少厂家趁机备货，原料库存从之前的 7 ~ 15 天上升至 25 ~ 35 天左右。之后原料行情急转直下，不少纺织老板表示，高价买来的原料，用于生产低价的坯布，亏了。至此之后，很多厂家多谨慎操作，不敢随意购入原料。

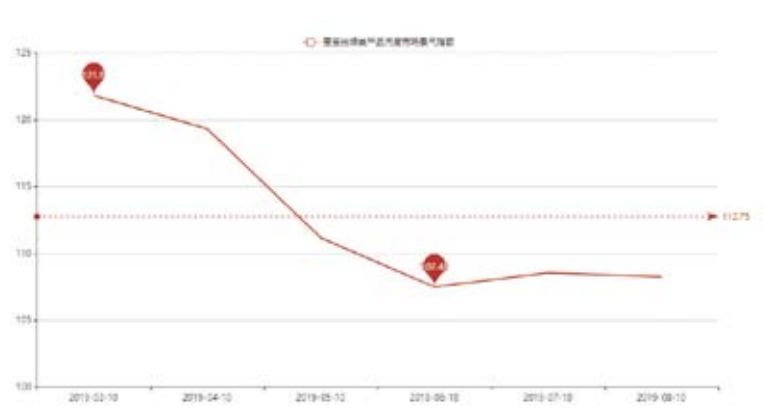
原料市场不稳定，让原本利润不佳的织造厂家“担惊受怕”，怕一不小心就会贬值，生产积极性受挫。

3. 库存维持高位，织造厂家压力较大。今年产能过剩是一个老生常谈的话题，到了 7 月淡季，行情继续走淡，大多数厂家尤其是生产常规化纤面料的厂家库存压力较大。据中国绸都网监测的样本企业数据显示，7 月底大多数生产大路货产品的厂家库存在 1.5 个月到 2 个月左右，压力较大。7、8 月淡季深入，去库存进程受阻，厂家的生产积极性更是受到打压。而市场对面料的需求也缩减了许多，很多厂家表示，无订单可做。

影响蚕茧丝绸类产品景气度的因素分析

7 月，蚕茧丝绸类产品景气指数收在 108.24 点，较上月下跌了 0.30 点。

图3 盛泽市场蚕茧丝绸类产品景气指数走势图



1. 7 月丝价上涨，厂家成本攀升。在天气酷热、需求趋弱的情况下，茧丝价格震荡走弱成为常态。然而，在这个公认的淡季之中，市场价格却连续惊现高位，使得市场供给成为了本轮价格上涨的最大逻辑，但同时，也抑制了下游成本核算后的下单积极性，加大了后市行情延续的不确定性，应谨慎对待。前事不忘后事之师，最终价格趋势的形成仍需要需求端来确认，这是被反复证明的。

2. 需求趋弱抑制丝价持续上涨。现货面上，茧丝交易气氛仍较为热烈。进入盛夏，杭嘉湖片织造企业组织员工旅游或休高温假的情况陆续多起来，但企业并不敢放太长假，毕竟工人难招，然而内销淡季需求限制了成本的转嫁。

在销售情况不佳的前提下，快速攀升的成本很难向产业链的下方传递，这成为制约后期茧丝原料价格上涨的主要因素。

后市预测

综合来看，7 月市场淡季气氛持续深入，纺织市场经历着终端市场需求不佳、同质化竞争严重、原料波动导致市场利润走低等情况，在多方利空因素影响下，市场或仍将面临较大压力，预计 8 月市场将维持平淡。TA



指数主管单位：中华人民共和国商务部
指数编制发布单位：中国绸都网
网址：<http://index.168tex.com/> 联系人：张强
电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通同行 做生意
扫描二维码 即刻下载纺讯通APP

纺织服务周刊

纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY

还在为会上推广品牌找方向？
还在为文案图片视频而苦恼？
还在为寻找展会商机而困惑？
.....

携手《纺织服装周刊》 开启“不凡”之旅

2019年9月25-27日，中纺联秋季四展将于上海国家会展中心举办，中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会、中国国际服装服饰博览会（秋冬）、中国国际纺织纱线（秋冬）博览会、中国国际针织（秋冬）博览会四大展会期间，《纺织服装周刊》将为您量身定制营销推广解决方案，打造属于您的不凡之旅！

展会特刊、周刊官微、周刊官网三端齐发

中纺联会刊覆盖全展馆；官微、官网瞬时报道展会盛况

整合传播：展会推广一站式解决方案

策略文案策划执行，百家权威媒体助力传播

玩转短视频，新媒体时代取胜之匙

短视频策划拍摄剪辑播出，让你的参展从此与众不同

广告合作：010-85872646

活动合作：010-85872139

新闻线索：010-85872635

订阅合作：010-85872699

SAURER.

驱动创新创造.

从个性化到数字化

在卓郎，我们为驱动众多伟大创新而感到自豪，从个性化咨询到全球领先的在线服务，我们始终致力于为我们的客户创造长期价值。



www.saurer.com

纺织服装周刊