

纺织服装周刊

中国纺织工业联合会会刊 国际标准刊号: ISSN 1674-196X 国内统一刊号: CN11-5472/TS

2018.01.22 | 第04期 | 总第868期



P26

新男装经济演绎“他”时尚

官方网站

微信公众号

电子杂志

微博

手机报

《纺织服装周刊》
新媒体全覆盖

提供便捷、及时、
高效的信息服务

招商热线: 010-85872643
联系人: 李晓慧

RIFA 日发纺机

喷气、喷水、剑杆、毛巾系列无梭织机

RFJA30 喷气织机

地址: 山东省聊城市经济开发区中华路北首
电话: 0635-2999515 传真: 0635-8516735
客服中心: 400-999-8008

P8

引领东北三小时时尚产业生态圈

P12

责任扛于肩上 未来握在手中

1月16日, 2018哈尔滨时装周暨首届世界时尚设计师大会在哈尔滨西城红场圆满落幕。



T 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1997年建立的“钱之光科技教育基金”基础上，2008年7月由中国纺织工业联合会为发起人，在民政部登记的社团法人。主要奖励为纺织行业科技进步做出突出贡献的单位和个人，以及纺织教育战线上的优秀教师和学生，支持开展重大纺织应用基础科学研究和科技成果推广项目。

截至2017年底，已表彰奖励纺织科技奖1273项、优秀教师和学生共计3674名、优秀教学成果奖1114项、针织内衣创新贡献奖91项、应用基础研究48项、科技成果推广128项、全国纺织行业技术能手175名、技能人才培养突出贡献奖16人及23家获奖单位。自1997年至今用于公益活动支出约7000万元，对促进纺织科技教育事业发展起到了积极的推动作用。

宗旨 推进纺织工业科技进步 人才成长和产业升级 建设现代化纺织强国





打造装备旗舰 推动纺织发展

MAKE TEXTILE FLAGSHIP, PROMOTE TEXTILE DEVELOPMENT.



经纬纺织机械股份有限公司
JINGWEI TEXTILE MACHINERY CO.,LTD.

地址：中国北京市朝阳区亮马桥路39号第一上海中心7层
电话：86-10-84534078/79/80
网址：www.jwgf.com

邮编：100125
传真：86-10-84534135



纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

编委会名单

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

委员 (按姓氏笔画排序)

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

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

采编中心

主编 刘 嘉
副主编 郭春花
主笔 郝 杰
副主任 徐长杰
资深记者 董笑妍
编辑/记者 李亚静 蔡 倩

袁春妹 墨 影
余 辉 武筱婷
徐盼盼 廖小萱
夏小云 徐 瑶

美编 郭 森
摄影记者 关云鹤

新媒体部

编辑 李江敏
美编 李举鼎

行政管理中心

总监 郭也可(兼)

办公室

主任 黄 娜
副主任 刘 萍

财务部

主任 崔淑云
专员 张 艳

产业服务中心

总监 李晓慧
副总监 吕 杨
主任 李 芳 罗欣桐
项目主管 毕子健 赵大伟

品牌推广中心

总监 郭也可
副总监 刘 妍 孙 洁
主任助理 王振宇

市场运营中心

总监 万 略
副总监 章 简
主任 沈 静 010-85872653
媒介主管 雷 蕾 010-85872143
客户经理 张灼瑄 010-85872668

绍兴专刊部

主任 赵玲玲
副主任 赵国玲
主任助理 邬莹颖
记者 王 利 黄丽芳

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: 

印度合作媒体: Inside Fashion

日本合作媒体: 纤维News

台湾合作媒体: 

承印: 北京中科印刷有限公司

法律顾问: 大成律师事务所

跨界思维

有一些说法在当下十分流行:康师傅和统一方便面的销量急速下滑,但它们的对手不是白象、今麦郎,而是美团、饿了么等外卖;绿箭、益达等口香糖市场大幅萎缩,打败它们的也不是同行,而是微信和王者荣耀;1块钱的共享单车坏了黑车生意,也让大量自行车铺关门大吉;干掉小偷的不是警察,而是微信和支付宝……

其实这样的变化并不是今天才产生,遥想当年,数码相机的问世让柯达转变业务方向,智能手机的发展又让尼康退出中国;360直接把杀毒变成免费,间接淘汰了金山毒霸;余额宝的出台,变相抢了银行的饭碗;微信的出现,则使短信沦为收发验证码的工具……

我消灭你,与你无关,这是对“跨界打劫”最生动的描述。新模式创造了新生活,在这个飞速变化的时代,创新已经从“黑天鹅”到了“黑天鹅湖”,移动互联网和智能相关的设备快速发展,正急速改变着企业的价值创造模式,也改变了每个人的生活和消费模式。

跨界创新变革正在路上,你永远也不知道下个竞争对手从哪里冒出来,也很难猜到新兴的什么行业就打败了传统的哪个行业。不自我变革就只能等着别人来革命,打败自己的不一定是对手,而是路人。面对快速的变革,我们唯一能做的就是保持一个开阔的视野和敏锐的洞察力,面对新鲜事物多思考、多研究、多尝试,争取比别人早一点看到未来,早一点抓住机遇。

跨界无疑已成为当下最火的字眼,对于纺织服装行业来说也面临巨大冲击,不可回避和错过。让人欣喜的是,在纺织服装行业内,跨界的思维和尝试早已开始,并已在逐步开花结果。无论是企业间的跨界投资、收购和转型,产业的跨界布局,还是品牌间的跨界设计合作、跨界体验店开设,都让人看到了更多的发展模式和未来更多的可能性。当然,只要具备了这种意识,对于行业和企业来说,未来跨界的可能性还有很多。消费的多元化需求给企业提供了多元化产品的可能性,但唯有跳出行业看行业,实行一些超常规思维、超传统边际的运作,才能大胆嫁接,超越思维,实现共赢。

跨界诚然重要,但需要强调的是,跨界不是转行,我们需要的是跨界的人才、跨界的思维、跨界的设计、跨界的产品。从长远来看,专注主业升级转型的企业才会获得先机,但一味地坚守旧习,肯定毫无前景。

粗放的发展方式已经成为过去,纺织服装行业的发展前景,取决于未来发展模式的转变。未来的竞争,或许不只是产品的竞争、也不再是渠道的竞争,而是终端消费者的竞争,能持续拥有消费者、用户,才能立于不败之地。这也这就要求我们不仅要深入研究行业内的创新与趋势,更要扎根到正在深度变革的社会大环境中,从跨界到无界,从所谓的传统行业真正跨入科技行业、时尚行业、绿色行业,才能真正适应发展潮流,适应消费者的需求,实现更好更快更健康的发展。

徐峰

CONTENTS

目录

6 资讯 INFOS

以扎实步伐推进行业发展

回稳向好, 纺织品服装全年出口重拾增长

原色数码获得浙江省“文化+互联网”创新企业入围提名

苏丝股份再获“白名单”资质证书

共建新平台, 共享新未来!

8 关注 ATTENTION

引领东北三小时时尚产业生态圈

18 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

小配饰 大精彩 服装辅料为纺城增添新色彩

中国轻纺城 2018 海外对接第一站

2017 年中国轻纺城市场成交额再创新高

22 盛泽专版 SHENGZE

承前启后, 擦亮三张名片

24 昂一专版 ONE-A

ONE-A: 确保 Lyocell 纺丝溶液实现连续供应

26 展会 EXHIBITION

新男装经济演绎“他”时尚

28 行业 INDUSTRY

消费升级, 毛纺业迎来大机遇

生逢其时, 麻纺擂响战鼓再加劲

变世界加工厂为时尚策源地

长丝织造: 让绿色可持续发展接地气“火”起来

针织, 用设计强筋壮骨

一次独特的皮草时尚记忆

38 一线 FRONTLINE

江苏奕农生物股份: 纺织产业链条中的一支“劲旅”

美丽北京人 靓出中国范儿

40 指数 INDEX

冬市营销继续推升 价格小幅上涨

节日提振信心 景气指数横向盘整

男装出口价格呈上走走势



10 关注 ATTENTION

纺织服装专业市场 转型升级六大方向

走进新时代、面向新形势, 我国纺织服装专业市场站在关键的历史拐点上。新一轮转型升级在延续和传承的基础上, 更具突破性和创新性, 以树立新定位、实现新目标为要务, 呈现六个明确方向:集约化、专业化、智慧化、品牌化、绿色化、国际化。



12 特别报道 SPECIAL

责任扛于肩上 未来握在手中

盘点纺织行业 2017 年度九大关键词

2018 年, 是中国纺织行业全面践行“科技、时尚、绿色”新定位的一年, 每个领域、每家企业都在新定位中找到了自己的发展目标, 在纺织强国建设中奋勇前行。本期特别报道盘点了纺织行业 2017 年度最值得记忆的九大关键词, 为新一年的发展提供参照。

以扎实步伐推进行业发展

中纺联信息统计部 2017 年终总结会召开

本刊记者 _袁春妹 / 文 关云鹤 / 摄



会议现场。

1 月 15 日上午，中国纺织工业联合会信息统计部 2017 年终总结会在中国纺织工业联合会新址中国人保寿险大厦 9 层第一会议室召开。中国纺织工业联合会副会长夏令敏，中纺联信息统计部主任翟燕驹、副主任李海燕等领导出席总结会。会上，中纺联流通分会、

中国纺织摄影协会、中纺网络信息技术有限公司、《纺织服装周刊》杂志社有限公司的负责人汇报了 2017 年工作和 2018 年规划。翟燕驹对信息统计部 2017 年的工作重点和 2018 年的工作方向进行了介绍并指出，未来信息统计部将持续推动行业大数据应用和行业两化深度融合及企业信息化建设，围绕行业的

云服务应用以及互联网（物联网）在行业的创新应用等方面继续发力。

夏令敏对各部门在 2017 年取得的成绩表示肯定，并对各部门未来的发展提出希望。他表示，2017 年中国纺织摄影协会在团队的努力下，行业影响力和凝聚

力不断增强，希望摄影协会未来能够引领“摄影艺术与时尚产业”更好地融合，推动纺织产业向时尚化转型。针对流通分会的工作，夏令敏表示“智慧商城”建设具有现实意义，是在新时期推动专业市场发展的重要抓手，希望流通分会要深入思考如何让“市场的智慧化”与“产业的智能化”进行有效连接。

2017 年中纺网络公司工作亮点体现在“指数建设”方面，“大数据”的建设体系越来越完善，夏令敏希望中纺网络公司未来要进一步梳理好，推动两化融合落地。

在谈及《纺织服装周刊》2017 年的工作时，夏令敏对其在媒体融合发展方面做出的探索表示肯定，并提出未来要继续探寻媒体的发展规律，以实现更好的发展。

展望 2018 年，夏令敏表示基于 2017 年行业发展总体情况，预期 2018 年行业仍将保持良好的发展态势，希望信息统计部要有重点、有节奏、扎实地推进各项工作，只要能够把工作扎实做好，就一定可以齐心协力创造出更加美好的未来。

回稳向好， 纺织品服装全年出口重拾增长

2017 年，在全球经济缓慢复苏、国内稳增长政策的双向带动下，纺织品服装出口持续回稳向好，在连续两年下降后再次恢复增长，步入稳定发展区间。

据海关总署发布的数据，按人民币计，2017 全年纺织品服装累计出口 18096.1 亿元，同比增长 4.3%，其中纺织品出口 7441.5 亿元，增长 7.4%，服装出口 10654.6 亿元，增长 2.3%。12 月当月出口 1589.8 亿元，同比下降 0.8%，其中纺织品出口 672.6 亿元，增长 7.4%，服装出口 917.2 亿元，下降 6.1%。

按美元计，2017 全年累计出口 2669.5 亿美元，增长 1.5%，其中纺织品出口 1097.7 亿美元，增长 4.5%，服装出口 1571.8 亿美元，微降 0.4%。12 月当月出口 240.1 亿美元，增长 2.5%，其中纺织品出口 101.6 亿美元，增长 10.9%，服装出口 138.5 亿美元，下降 2.9%。

不仅是纺织品服装出口重拾增长，2017 年，我国外贸总体超预期实现了全年增长。商务部对外贸易司司长任鸿斌分析，去年我国进出口实现较快增长源于五大因素：国际市场回暖；国内经济稳中向好带动进口持续增加；政策效应进一步显现；企业结构调整和动力转换加快；2016 年我国进出口额基数较低。

对于 2018 年的外贸形势，任鸿斌认为，从总体外部环境看，随着全球经济复苏的势头进一步稳固，总需求在增加。同时，国内经济稳中向好的发展势头将为我国外贸发展提供坚实的支撑。当然，也存在一些不确定、不稳定因素。部分国家逆全球化、贸易投资保护主义抬头，确实给世界经济的稳定发展带来不和谐声音。下一步，商务部将深化外贸领域供给侧结构性改革，强化横向协作、纵向联动，积极扩大进口。（郭春花）

两部委印发国家新材料生产应用示范、 测试评价平台建设方案

为贯彻落实《新材料产业发展指南》，加快新材料产业重点平台建设，工业和信息化部、财政部联合制定了《国家新材料生产应用示范平台建设方案》、《国家新材料测试评价平台建设方案》，并经国家新材料产业发展领导小组审议通过，于 2018 年 1 月 16 日印发。

《国家新材料生产应用示范平台建设方案》提出要以新材料生产企业和应用企业为主联合组建，吸收产业链相关单位，衔接已有国家科技创新基地，打破技术与行业壁垒，

实现新材料与终端产品协同联动。围绕《新材料产业发展指南》明确的十大重点，力争到 2020 年在关键领域建立 20 家左右。

《国家新材料测试评价平台建设方案》提出到 2020 年，建设具备统筹协调、资源共享和认证服务等功能的主中心。在先进基础材料、关键战略材料和前沿新材料等领域，建成若干个行业中心；根据产业集聚现状，布局一批区域中心；重点新材料的测试评价问题得到基本解决。（郭春花）

我国将降低企业境外所得税负

财政部、国家税务总局日前联合印发的《关于完善企业境外所得税收抵免政策问题的通知》明确，在现行分国（地区）别不分项抵免方法（分国抵免法）的基础上，增加不分国（地区）别不分项的综合抵免方法（综合抵免法），并适当扩大抵免层级。

根据 2008 年起施行的企业所得税法及其实施条例和 2009 年印发的《财政部 国家税务总局关于企业境外所得税收抵免有关问题的通知》，我国现行政策允许企业境外所得缴

纳的所得税在一定限额内抵减其应纳税额，具体采取分国抵免法，并对我国企业在境外缴纳所得税的抵免层级规定不能超过三层。

但随着国家“一带一路”建设的推进以及我国企业境外投资日益增加，现行分国抵免法已经难以完全适应新的发展形势需要。两部门在通知中赋予纳税人选择权，对境外投资所得可自行选择综合抵免法或分国抵免法，但一经选择，5 年内不得改变。同时，将抵免层级由三层扩大至五层。（苏荣）

原色数码获得浙江省“文化 + 互联网” 创新企业入围提名

近日，浙江省“文化 + 互联网”创新企业路演活动在杭州举办。根据公开、公平、公正，社会效益与经济效益相统一和选特择优扶强原则，评委在企业引领能力、研发能力、可持续发展能力、竞争能力和综合表现能力共五大指标上打分，从 300 多家参与企业中评选出 37 家最佳创新企业参与路演。

绍兴原色数码科技有限公司作为绍兴地区唯一拥有路演机会的企业，获得了由浙江省文化改

革发展工作领导小组颁发的浙江省“文化 + 互联网”创新企业入围提名的荣誉。原色数码负责人张为海表示：“这项荣誉是对绍兴原色数码科技这么多年来发展的肯定，也是鼓励原色保持发展势头，在发挥先锋模范作用、带领企业上下做好本职工作的同时，为社会力所能及地做出贡献。绍兴原色数码科技秉承着‘以人为本，科技创新’的发展原则，将再接再厉，再创辉煌。”（赵国玲）

康赛妮联手西门子 打造中国毛纺行业首家智能工厂

近日，康赛妮集团与德国西门子公司就“年产 1500 吨精品羊绒纱线智能工厂项目”举行揭牌启动仪式，携手打造中国毛纺行业第一家智能工厂。在该项目中，西门子公司将在信息化规划、自动化规划、工厂规划仿真和精益管理等方面为康赛妮公司全新的智能工厂提供全面的规划咨询以及落地实施方案与支持。

该项目占地面积 32 亩，建筑面积 5 万余平

方米，计划全新引进 10 条全智能化生产线，旨在打造一个综合体智能化羊绒纱线生产工业示范区。目前，该项目已经进入实质性建设阶段。康赛妮集团董事长、总裁薛惊理表示，与西门子公司合作，是一次划时代的合作，不仅是康赛妮企业“二次创业”和企业向更高的层次追求轻松管理、快乐工作的开始，更对整个毛纺和羊绒产业具有重要的引领和示范意义。（郭春花）

共建新平台，共享新未来！

“时尚背后的秘密”落户上海世贸设计谷

艾利 / 文

1 月 17 日，“时尚背后的秘密”联合全球服装产业九大企业共创共建的产业赋能项目正式启动。该项目实体上海服装体验中心选址上海世贸商城六楼时尚设计谷，从筹备到落成历时近一年，集中了世界一流服装产业研发用主要软硬件设施和专业资源。

开幕当天，来自 Alvanon、Browzwear、TG3D、兰精纤维上海有限公司、美国棉花公司、ISKO、中国服装网、上海逸尚云联信息技术公司等合作伙伴的代表分别与“时尚背后的秘密”主理人刘佩芳签约，寓意将齐心协力在这个创新型共享共荣的平台上，为行业发展做出贡献。

启动仪式上，中国服装协会副秘书长、产业创新项目负责人李昕从科技、文化等方面谈了服装行业的新方向，充分肯定了“时尚背后的秘密”产业赋能项目。他表示，“时尚背后的秘密”产业赋能项目拥有新理念、新媒体、新境界，在做平台方面有着得天独厚的地理优势，同时引入了 Alvanon、Browzwear、TG3D 三

维人体扫描仪等国际领先技术，这是技术引领的共享体，是高级模式的创新平台。

刘佩芳介绍，“时尚背后的秘密”以公号为先导，拥抱趋势，整合行业资源和专业优势，尝试多维度开拓，为时尚企业、品牌和产业链提供精准服务。2017 年 4 月 12 日“时尚背后的秘密”首次举办了 2017 时尚科技峰会并宣布正式启动。短短一年间，持续关注行业发展，不仅输出原创内容，还不断探路，酝酿寻找合作伙伴，共建产业赋能新平台。

据了解，“时尚背后的秘密”上海服装体验中心拥有服装设计研发需要的关键软硬件设备和各种专业资源，未来将通过“时尚背后的秘密”公号预约，向服装企业、品牌和设计师开放。

该中心启动之后的第一个大动作就是和 Alvanon



苏丝产品环保优质。

苏丝股份再获 “白名单”资质证书

2018 的元旦钟声刚刚敲过，江苏苏丝丝绸股份有限公司就有新禧，再次以安全、环保、优良的丝绸产品品质，获得由中国纺织工业联合会颁发的国家“白名单”资质证书。

“白名单”管理体系是由中国纺织工业联合会与日本纤维产业联盟共同建立、面向日本市场的管理体系。通过申请并获得“白名单”资质的企业，都可被进入该体系的日本进口商认可，其产品出口日本时无需对特定偶氮染料进行检测，从而节省了出口企业的成本，保障了对日贸易的畅通。

近年来，苏丝股份能够以提升质量、环保安全为己任，切实抓好丝绸产品的优质安全生产，先后通过了 ISO9001 质量管理体系和 ISO14001 环境体系的认证，实现了企业产品与国际市场的接轨。2010 年还通过了欧盟卫生环保标准 OEKO100-200 的认证，使苏丝产品可顺利出口欧美、日本等发达国家市场，为苏丝的持久、稳定发展奠定了坚实的基础。（通讯员 _徐军）



“时尚背后的秘密”联合九大企业共创共建的上海服装体验中心正式启动。

公司共同发起中国人体数据大调查，目标是收集 30000 个中国大型城市常住人口的身材数据，并最终发布一套中国标准人台，为中国的服装企业生产更合体的服装提供解决方案。

据悉，“时尚背后的秘密”2018 年的计划除了中国人体数据调查，上海服装体验中心空间共享、秘课堂、秘沙龙、秘专访等系列活动都将陆续展开。作为新物种，目前很难用一个既有的“标签”去给“时尚背后的秘密”下定义，她是共享空间，也是咨询平台；是媒体渠道，也是推广路径，有着无限可能。共创共建，共享共荣，是时代的精神，也是时尚的姿态。

引领东北三小时时尚产业生态圈

2018 哈尔滨时装周上演 46 个国家 138 位设计师 54 场大秀

本报记者 万喆

1月12～16日，2018 哈尔滨时装周通过系列活动，不断将城市时尚基因转化为生产力，形成以哈尔滨为引领的东北三小时时尚产业生态圈，为中国服装产业的供给侧结构性改革探索一条新的发展路径。

1月16日，由中国纺织工业联合会、黑龙江省人民政府指导，哈尔滨市人民政府、中国服装协会、中国服装设计师协会和黑龙江省服装行业协会联合主办，黑龙江省文化厅、黑龙江省商务厅、西城红场协办，中国国际贸易促进委员会哈尔滨分会、南岗区人民政府和红博商业共同承办的主题为“美好生活 时尚全城”的2018 哈尔滨时装周暨首届世界时尚设计师大会在哈尔滨西城红场圆满落下帷幕。

中国纺织工业联合会、中国服装协会会长孙瑞哲，中纺联副会长、中服协常务副会长陈大鹏，中国服装设计师协会主席张庆辉，哈尔滨市委副书记艾立明，哈尔滨市委常委、副市长张万平，俄罗斯驻沈阳总领事馆总领事帕尔托夫·谢尔盖·尤里耶维奇，法国驻沈阳总领事馆文化参赞李岚以及白俄罗斯时装周国际部负责人 DARYA RADCHYKAVA、加拿大温哥华时装周主席 DJAMAL ABDOURAHMAN、西班牙马尔贝拉时装周主席 JULIO CESAR BATTAGLIA、斯洛伐克时装周主席 LENKA SUCHOVA、俄罗斯莫斯科时尚协会主席 OLEG KOROTYSHEV 和来自法国、俄罗斯、美国、日本等 46 个国家和地区的 138 位设计师，10 个国家的时尚买手，全国各地服装行业协会的负责人，国内外 30 多所艺术院校的专家学者以及国内外百余家知名新闻媒体等领导和嘉宾出席了本次活动。

54 场极致大秀汇聚各国时尚精华

5 天时间里，在西城红场，来自 46 个国家的 138 位设计师带来了 54 场大秀。本届时装周秀场舞美灯光由新加坡知名秀导团队打造，现场超级震撼。

伴随炫目的灯光，由印度尼西亚设计师 PriyoOktaviano、黎巴嫩设计师 Gaby Charbachy、澳大利亚设计师 BettyTran、中国 NE TIGER（东北虎）品牌创始人张志峰以不同的文化视角和时尚元素，带来了一场东西方文化碰撞与融合的开幕大秀，点亮了整个时装周，更为此次哈尔滨时装周拉开了大幕。

而闭幕式大秀由新加坡的 FREDERICK LEE、法国的 Xuan Thu Nguyen、英国的 David Longshaw / Kirsty Ward 三个国家的知名设计师拉开帷幕，并在中国设计师 Lisa（权红梅）带来的嫁日·花样年华的品牌秀中落下帷幕。

本届 2018 哈尔滨时装周组委会对 54 场大秀进行认真评选和广泛征集，评选出哈尔滨时装周最佳化妆造型奖、新面孔模特大奖、特殊贡献奖、最受消费者欢迎奖、年度设计师奖、新锐设计师奖等各项大奖。

与往年不同的是，本届时装周邀请全体市民参与了“开大会、看大秀、拍大片、购独有款、

赢大奖”等活动。因此，闭幕式上还颁发了百姓时尚节奖项，并产生了匠人之星奖、大学生创行实践奖、时尚达人奖、国际设计师美女代言奖、传播转发奖等奖项。

闭幕式上，中国纺织工业联合会特邀副会长、黑龙江省服装行业协会会长、2018 哈尔滨时装周组委会副秘书长、红博商业总经理王丽梅表示，这届时装周收获了友谊、达成了共识、深化了合作、传递着爱：“46 个国家 138 位设计师，和我们一起，在进行时尚互动的过程中，也真诚地进行了友谊交流，大家一致把哈尔滨时装周作为全球时尚的大家庭、大舞台。”

本次时装周期间，中国服装设计师协会、黑龙江省服装行业协会、哈尔滨市妇联与红博商业联合发起了哈尔滨时装周精准扶贫“两帮两学”公益行动。“两帮”即帮设计、帮销路；“两学”即学手艺、学匠心。据悉，首期将投入 100 万元启动资金，围绕哈市精准扶贫攻坚战总体部署，利用中国服装设计师协会的行业师资力量，每月定期组织举办技能手艺类培训课堂、创业项目对接、渠道开发贴补、商业落地等活动，引导贫困妇女用巧手摆脱贫穷，用匠心变得美丽，激发参与就业创业的内生动力。

“首届世界时尚设计师大会”加快时尚设计转化

与往年不同的是，2018 哈尔滨时装周还举行了规模空前的首届世界时尚设计师大会。

为期 3 天的大会上，来自国内外的时装行业协会负责人、专家学者、设计师等围绕时尚前沿、AI 智能美学等话题进行了主题交流，为与会者带来了意想不到的头脑风暴。

孙瑞哲对首届世界时尚设计师大会的召开表示祝贺，并对多年来哈尔滨时尚的创新引领表示肯定。他表示，中国经济发展进入新时代的基本特征是由高速增长转向高质量发展，这对时尚产业提出了新课题。本次会议以“时尚设计·生产力”为主题，将时尚设计放在发展生产力的高度，是非常有意义的探索。

面对新时代下纺织服装发展的新定位、新机遇，他指出，时尚设计作为行业发展的战略高地之一，是推进质量变革、效率变革、动力变革，实现高质量发展的重要途径。纺织服装行业要克服社会上存在的“傲慢与偏见”，推翻“微利行业、汗水经济”这些传统印象，需要在时尚设计上下功夫。

他强调，当前，新一轮科技革命和产业变革与世界范围内的政治经济调整正在形成历史性交汇，使得时尚设计呈现出新趋势与新变化——快速迭代、植根本土、个性多元、信息驱动、责任担当……要适应新形势下的新变化，促进时尚设计转化为现实生产力，实现行业高质量发展，可以从文化、人才、平台三个维度发力，即树立文化自信，厚植价值之本；强化人才培养，筑牢发展之基；推动平台建设，融汇资源之力。

香港理工大学电子计算学系系主任、人体生物特征识别研究

中心主任张大鹏以“AI 智能时尚发展方向”为题，就如何利用人工智能设计服装、如何让人工智能演绎时代时尚、如何用 AI 让复杂的审美变得更简单以及 AI 美学时尚设计理念等话题进行了主题演讲。张大鹏认为，通过人工智能产生新的美学，可以通过审美科学标准化、审美客观化、审美智能化，使整个美学提高到一个新的高度，通过人工智能可以创造出全新的美学风格。作为哈尔滨人，他希望家乡能够构建成“美都”，让任何人到哈尔滨来都可以找到美的自信、美的尊严、美的生活，建立美的产业，使哈尔滨更美好。

鲁迅美术学院常务副院长常树雄以“融合·新生”为题，对艺术与品牌、艺术与时尚、艺术与设计融合后所产生的新艺术呈现方式进行了阐述。他认为，艺术家和品牌的合作是近些年经常出现的一种艺术与商业结合的呈现方式。艺术与设计的融合，是让原本不相干或者是矛盾的元素在一起擦出火花和奇妙创意，它能带来数倍于以往的影响力，它能让一个企业转换生存空间而大放异彩，能让一个品牌在短时间内迈上行业巅峰。

中国服装设计师协会副主席、中国金顶奖设计师、厦门国际时尚联合会主席计文波以“共享资源、引领时尚”为题作了主题发言。此外，来自印度的时尚男装品牌 MR AJAY KUMAR 首席执行官兼业务总监 LavanyaVenkatraman、爱沙尼亚品牌 REBELLIONAIRES 首席设计师 Xenia Joost 和俄罗斯莫斯科时尚协会主席 OLEG KOROTYSHEV 分别围绕设计的创新与产业的融合等主题作了演讲。

“东北三小时时尚圈”+“国际 AI 智能时尚美学”定义新坐标

在本次大会上，辽宁省纺织服装行业协会、吉林省服装设计师协会、黑龙江省服装行业协会、西城红场签约成立了“东北三小时时尚产业带协同发展促进委员会”；中国服装协会、中国服装设计师协会、黑龙江省服装行业协会、鲁迅美术学院、法国巴黎时装艺术学院、香港理工大学、深圳市中识创新科技有限公司、银联商务股份有限公司黑龙江分公司、北京盛世嘉年国际文化发展有限公司、人类学时尚实验室、西城红场美好生活产业园签约成立“国际 AI 智能时尚美学研究院暨美好生活市场预测实验室”。这两项机构的签约成立，将使得哈尔滨作为“一带一路”时尚高地的国际地位越来越具有话语权。

此外，大会还举行了中国服装设计师协会学术委员会圆桌会议。首届世界时尚设计师大会期间还举行了主题为“哈尔滨时尚产业的发展之路”、“设计的传承与创新——为生产力注魂”的会议，多项务实落地而精彩纷呈的活动进一步提升了哈尔滨时尚资

源的汇聚。

世界时尚设计师大会的召开并永久落户西城红场，让世界各地的时装行业协会、设计师和专家学者有了一个头脑风暴的平台，为时尚设计注入灵魂特质，进而全面提升时尚产业层次、推进时尚经济发展。同时，为全球终端品牌、生产制造商、材料供应商、时尚买手等搭建起了一个市场平台，把时尚转化为市场，为中国时尚产业转型发展提供必要的输出能力。

黑龙江当代中俄区域经济研究院院长、黑龙江省府重大决策专家、省社科院研究员宋魁认为，时装是国际文化交流的一个重要组成部分，也是时尚产业的一个重要组成部分。哈尔滨时装周对哈尔滨与各国的文化、时尚产业交流也有着促进作用，尤其是成立了“东北三小时时尚产业带协同发展促进委员会”，对带动哈尔滨的国际经济贸易合作以及东北亚区域合作，都有着积极的意义。TA



国际 AI 智能时尚美学研究院暨美好生活市场预测实验室成立。



各项大奖揭晓。

“转型升级市场行”系列报道之二

纺织服装专业市场转型升级六大方向

中国纺织工业联合会流通分会研究咨询部 / 供稿

走进新时代、面向新形势，我国纺织服装专业市场站在关键的历史拐点上，面临新一轮转型升级。与以往相比，新一轮转型升级在延续和传承的基础上，更具突破性和创新性，以树立新定位、实现新目标为要务，呈现六个明确方向：集约化发展，转变传统竞争模式；专业化发展，强化核心竞争力；智慧化发展，打造新时代的“新三场”和新动能；品牌化发展，提升专业市场新价值；绿色化发展，构建专业市场新生态；国际化发展，寻求专业市场新空间。

方向1 集约化

集约化发展是对现有存量进行激活和重构，既是全面推进“六化”的基本原则，也是“六化”要实现的基础目标，包含专业市场与商户管理集约化、运营模式集约化，最终将带来竞争优势的集约化。

专业市场管理集约化。从规模来看，全国纺织服装专业市场需要加速供给侧结构性改革，引导专业市场结合各自特征进行科学定位，稳妥有序推进“僵尸市场”的兼并重组，以及对产业资源、闲置场地、闲置设施等的综合利用；引导有潜力优势的专业市场做大做强，发展成为全国龙头市场。从综合竞争力来看，专业市场亟需建立健全产权制度、人才引进与培养机制和企业治理结构；市场软硬件环境改造过程中，应切合市场定位和消费需求，避免片面性。如广州白马服装市场、杭州四季青市场、海宁皮革城等龙头市场多年来不断开展管理输出、品牌拓展，在实现资源充分应用的同时，大大提升了市场的号召力与影响力。

商户管理集约化。它主要体现在专业市场对商户结构的优化，引导商户引入现代企业制度，提升公司化水平，吸引和培养买手、导购、店长等专业人才等方面。如北京五方天雅互联网+女装体验中心于2017年进行了大刀阔斧的商户精简和品牌结构梳理，商户从1156户减为542户，为市场和实力商户的更大发展创造了有利条件。

运营模式集约化。新时代的纺织服装专业市场需要基于自身发展基础，积极尝试联合采购、连锁经营、共同配送等集约化发展模式；与商户共同探索、实践供应链优化管理，提高市场快速反应，满足个性化、多样化需求。常熟天虹服装城早于2016年底在安徽固镇推出T-HONG天虹品牌集成店，广州白马服装市场于2017年分别在湖南、湖北等地打造了BM原创集合馆，是模式创新的积极探索者。

党的十九大报告中提出，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，纺织服装专业市场集约化发展符合我国经济增长方式的转变，将改变以成本竞争为主体的同质化竞争模式，打开纺织服装专业市场行业集约化竞争的新格局。

方向2 专业化

专业化发展体现在专业市场的管理与服务，因其与产业之间深刻的利益关联和情感依赖，使其成为区别于其他商业业态的典型特质，既是实现“六化”的必要支撑，也是“六化”要实现的核心目标。

新时代的纺织服装专业市场，是通过专业管理和专业服务、向专业买手提供专业商品的专业场所。管理的专业化体现在团队建设、制度建设、组织架构建设、市场运营效益等方面；服务的专业化体现在渠道拓展、品牌孵化、产业服务、消费者服务能力及城市功能、公共服务平台建设应用等方面；买手的专业化体现在对市场流行趋势、终端需求、商品研发设计、质量及渠道的把控力；商品的专业化体现在对采购商、终端消费需求的满足及对潜在需求的挖掘程度；场所的专业化，不仅是指专业市场作为产业的流通平台，是纺织服装品的专业流通集散地、批零兼营，同时，管理、服务、买手、商品的专业化，也共同构成了场所的专业化。如濮院羊毛衫市场依托针织产业优势，注重各类资源要素的集聚，近年来相继搭建了毛针织技术服务、产品检测、现代物流、320创意广场等公共服务平台，推动市场集群与产业集群的深度融合和飞跃式发展。

新时代的纺织服装专业市场逐渐从粗放式的规模扩张走向深耕细作，从基础物业管理走向自营连锁，从单一产业流通渠道走向产业公共服务平台，专业化发展将是专业市场立足新形势的迫切要求。

方向3 智慧化

智慧化发展是指专业市场通过信息技术应用，推动市场场地、场所、场景等“三场”信息化升级改造和为中小微企业开展信息化服务，实现产业链服务平台新定位；是推进专业市场转型升级的动力、实现“六化”的重要手段，也是为专业市场的高质量创新发展打牢效率和竞争力基础；是专业市场立足新时代、迎接新挑战、跨入新发展阶段的必然选择，也是新一轮转型升级的新突破与新机遇。

智慧化发展使现代信息技术等高级生产要素应用于纺织服装专业市场，带动产业人力资源生产要素质量的提升；初期阶段重点是完善信息化基础设施建设，促进智能化设备设施、智能监测等信息技术的应用，构建智慧化场地；完善市场数据采集和监测体系，深化信息资源共享利用，构建智慧化场所，搭建智能搜索、智能信息推送等公共服务平台，促进消费信息向产业链的即时传导，构建智慧场景。

未来专业市场智慧化发展重点是以服务专业市场及产业集群中小微企业为基本出发点，围绕精准营销，商户、商品、商铺及消费者精细化管理，产业链上下游快速反应构建信息化系统，及时、精确捕捉消费需求，打通设计研发、面料、生产、销售、物流等环节，形成产业大数据中心，促进产业结构由生产导向向消费导向的转变，最终实现为广大中小微企业提供全产业链服务。

2017年，常熟服装城联合中国纺织工业联合会流通分会编制常熟纺织服装智慧商城发展规划，并在物流、停车、支付、档口管理以及产业链资源整合等方面先行先试，目前已投入运营市场采购贸易联网信息监管平台、海外营销S云平台、客流量智能分析系统、纺织服装产业展示馆数据屏等项目，为专业市场智慧化发展做出了重要的探索和实践。

方向4 品牌化

专业市场品牌化发展指区域品牌、市场品牌、产品品牌、城市品牌的协同发展，是适应产业进步、消费升级、自身专业化发展的需要，是实现“六化”的重要助推器。

我国纺织服装产业进入新时代，意味着纺织服装产业要从纺织大国向纺织强国转变，要从中国制造向中国创造转变、要从中国产品向中国品牌转变。纺织服装专业市场与产业集群成千上万中小微企业有着不可分割的天然联系，是中小微企业生长的沃土，而这些中小微企业正是培养本土自主品牌的根基，因此，纺织服装专业市场有必要肩负起品牌孵化的重任，为行业源源不断地输入有成长空间的优秀自主品牌。品牌化发展不仅是行业发展的需要，更是专业市场自身的需求。中国纺织工业联合会流通分会自2010年开展中国服装成长型品牌评选以来，截至目前已评选出35个品牌孵化基地、627个中国服装成长型品牌，他们在推动产品品牌化发展过程中发挥了积极的模范与引领作用。在消费升级背景下，消费者对本土品牌的认知发生转变，对高性价比的本土大众品牌的需求强烈，为专业市场的品牌化发展提供了巨大的空间。

在集约化的发展原则下，纺织服装专业市场坚持品牌化发展道路，在大力培育产品品牌的同时，更加重要的是建立区域品牌、市场品牌、产品品牌三位一体的品牌发展体系，并积极融入到城市品牌建设，实现四个品牌的互为补充、互为促进、互为联动，这既是最大化发挥品牌效应与价值的需要，也是充分满足广大人民群众美好生活的需要。

方向5 绿色化

绿色化发展指专业市场在规划、建筑、设备设施、环境、管理、服务等方面达到节约资源能源、保护环境、减少污染、安全舒适，是“六化”不可或缺的组成部分，是对创新、协调、绿色、开放、共享发展理念和社会责任的践行。

节约资源和保护环境是我国的基本国策，各行各业全面提出生产方式绿色化，人们生活提出了生活方式绿色化，消费提出了消费方式绿色化等理念；就产业而言，构建科技含量高、资源消耗低、环境污染少的产业结构和生产方式，已是纺织服装行业的大势所趋；从纺织服装专业市场角度看，近年来我国城市结构调整和功能升级，对纺织服装专业市场提出了更高的要求，绿色化发展新常态下的客观需求，是专业市场可持续发展的必然选择。

中国纺织工业联合会流通分会组织编写的《绿色纺织服装专业市场评价标准》提出，专业市场绿色化发展包括规划选址、建筑设计、设备设施、环境管理、消防安全、资源能源管理、商铺管理和服务等八类指标，为专业市场绿色化发展提供了蓝本。在“六化”中，智慧化是实现绿色化的重要方式，集约化、品牌化则都是专业市场绿色化发展的重要表现。

广州红棉国际时装城是广州市首家通过广州市清洁生产审核验收的商贸企业，它与广州白马服装市场均通过了ISO14000环境管理体系认证，是专业市场绿色化发展的排头兵。近年来，全国纺织服装专业市场纷纷加大行业自律，围绕诚实守信、安全生产、放心消费、员工关怀、和谐经营环境，开展了大量的工作，包括实行消费者7日退换货制度、建立知识产权保护制度、建立失信商户“黑名单”制度和惩戒机制等，在提升专业市场专业化、国际化发展水平，塑造专业市场品质形象中发挥了重要作用，绿色化发展日益成为专业市场的关键竞争优势。



纺织服装专业市场积极尝试联合采购、连锁经营、共同配送等集约化发展模式，图为BM原创集合馆。



广州红棉国际时装城推出的HIVE-SHOWROOM模式，提升了本土品牌对潮流趋势和前沿设计的敏感度。

方向6 国际化

国际化发展指专业市场通过“引进来，走出去”，不断加强国际交流合作，包括拓展海外渠道、搭建内外贸发展平台、引进国外先进管理理念、品牌和人才等，是实现“六化”的基础和必然需求。

在全球经济一体化及国际纺织服装产业转移格局下，国内的综合竞争压力、市场需求、资源配置在倒逼国内企业走向海外，国家的战略决策特别是“一带一路”倡议更为专业市场和企业的国际化发展提供了诸多机遇。浙江义乌小商品城借助强大的区位优势 and 资源整合能力，打造了“买全球、卖全球”的四通八达的国际化供应网络和销售渠道；广州红棉国际时装城深度开展中意、中韩时尚产业合作，共同创新推出国际化的HIVE-SHOWROOM模式，通过引进海外优秀品牌资源和设计师资源，提升了本土品牌对潮流趋势和前沿设计的敏感度；海城西柳服装市场积极参与国家市场采购贸易试点，持续开展“丝绸之路·西柳驿站”活动、设立“一带一路”东线跨亚欧大陆桥铁路出境海城分站，拓宽商户的销售渠道，助力开展国际贸易。

未来，纺织服装专业市场的国际化发展，将继续以“一带一路”沿线国家为重点，通过新建、并购、参股、合作等方式，建设境外营销、售后服务和仓储物流网络，推动国内流通渠道向境外延伸；积极打造跨境电子商务示范区，重点培育一批内外贸结合、经营模式与国际接轨的专业市场，实现展示、交易、物流、仓储、通关等一体化服务。可见，国际化发展是专业市场实现品牌化、智慧化、专业化发展的必由之路。

集约化、专业化、智慧化、品牌化、绿色化、国际化“六化”发展，相互关联、自成体系，是着力解决新时代专业市场发展过程中的不平衡和不充分、充分满足广大人民群众的美好生活需要的必然要求，是提升质量与效益、增强专业市场转型升级系统性与协同性发展的重要目标和方向。物不因不生，不革不成；一分部署，九分落实，全国纺织服装专业市场要积极围绕集约化、专业化、智慧化、品牌化、绿色化和国际化发展路径，全面推动质量变革、效率变革与动力变革，实现我国纺织服装专业市场的高质量可持续发展，向产业链价值高端不断迈进。[1A]

责任扛于肩上 未来握在手中

盘点纺织行业 2017 年度九大关键词

本刊记者 _ 刘嘉 郭春花 郝杰 董笑妍 徐长杰 李亚静

2017 年，是中国纺织服装行业深度发掘内生动力的一年，凝聚中国千年文化的“纺织非遗”借助设计师之手点亮大众眼睛、和产业深度结合获得新生、在行业全力推动下走出国门；工匠精神从纸面深入人心，不论行业、企业还是个人，在学习中都实现了自我的重新定位；成长型品牌作为最具潜力的后备军，取得了良好的发展成绩和孵化成果。

2017 年，是中国纺织服装行业责任担当的一年，印染行业聚焦转型升级，加快绿色化进程，寻找行业新的经济增长点；先进企业在可持续方面“全情投入”，技术突破、跨界融合，通过材料与科技创新带来全新生活方式；强化标准制定，在团体标准建设、国家标准改革和推进标准国际化方面开展了一系列工作，明确责任未来。

2017 年，是中国纺织服装行业长足进步的一年，纺织服装企业响应国家“一带一路”倡议，奋勇“走出去”，谋求中外合作新契机；不断加大创新力度，世界先进水平的科技成果频频涌现，纺织之光科技教育基金会全力助推科技成果向生产力的转化；A 股上市纺织服装类公司超 200 家，占上市公司总数 6%，上市公司作为领域龙头企业让世人看到了中国纺织的力量。

2018 年，是中国纺织服装行业全面践行“科技、时尚、绿色”新定位的一年，每个领域、每家企业都在新定位中找到了自己的发展目标，在纺织强国建设中奋勇前行。

本刊盘点了 2017 年度中国纺织服装行业的九大关键词，以此回顾 2017 年行业的发展历程，并帮助读者理清未来发展思路。

1 纺织非遗

内外兼修， 纺织非遗引擎轰鸣

从苏绣大师姚建萍与 NE·TIGER 品牌创始人张志峰联袂合作的“水墨姑苏”苏绣服饰，到依文·手工坊 (EVE CINA) 利用供应链解决方案和“互联网+”模式建立起的手工纹样数据库；从名瑞 (FAMORY) 以潮绣龙凤褂裙为看点的中国嫁衣，到劳伦斯·许在千年水下古镇文渊狮城呈现的“中国风，非遗韵”非遗时装秀……流光溢彩的“纺织非遗”在 2017 年留下了一个个难忘的鲜活案例。

在整个 2017 年，随着“文化引领的时尚产业”成为中国纺织工业的新定位之一，纺织非遗无可争议地成为了其中的重要关键词，并得到全行业前所未有的关注。

例数纺织非遗的 2017 年，可谓上山又出海，秀外而慧中。

在俄罗斯，“锦绣丝路——中国精品刺绣艺术展”海外巡展第二站于 2017 年 12 月在莫斯科中国文化中心拉开帷幕，以丝线连接亚欧大陆。在喜马拉雅山脉上，中国纺织工业联合会非遗办公室等单位组成的调研组走进西藏山南，也让泽贴尔、嘎德、邦典等山南市纺织非遗走进行业视野。

2017 年，首届中国刺绣传统工艺振兴论坛暨中国刺绣艺术研究院成立大会在广东潮州举办，并获得中国纺织工业联合会的高度评价——“一个传统行业中的小门类，却推动了民族文化非物质文化遗产大课题的破题新路子。”随后，中国纺织工业联合会驻广东潮州传统工艺工作站于潮州成立，成为第一个由行业性组织负责建立的传统工艺工作站。

这一年，纺织非遗“内外兼修”的特点充分体现在了两场大型活动中，其一，是 6 月在北京恭王府举行的“锦绣中华——中国非物质文化遗产服饰秀”，向全社会展示了纺织非遗“秀外”的一面；其二，则是 2017 年 11 月在杭州千岛湖举行的首届中国纺织非物质文化遗产大会，这场前所未有的大会，聚集了国家政府部门、行业组织及社会各界的领导，研究与教育领域的专家学者，非遗传承人及非遗保护机构代表，企业家，设计师，新闻出版及媒体等各界人士，并发布了具有深远影响的《中国纺织非遗可持续发展千岛湖宣言》，可谓“慧中”的一面。

温故而知新，展望纺织非遗的未来，值得关注的是依靠产业链的动态循环，让传统文化真正地“活”起来。对此，中国纺织工业联合会副会长孙淮滨表示，在传承与发展中国纺织非遗的过程中，为适应新形势、落实新理念、对接新需求、培育新业态，纺织非遗工作将积极探索实践纺织非遗传承与创新的方向与路径，坚持创新理念，对接市场需求，挖掘艺术特色，加强科技融合，走进现代生活，增进国际交流。特别是将纺织非遗的传统工艺与设计、品牌、人才培养、商业渠道进行链接互动，形成“官、产、学、研、协”的工作体系，形成一个纺织非遗保护、传承与创新的完整链条，立体全方位地推进纺织非遗事业。



例数纺织非遗的 2017 年，可谓上山又出海，秀外而慧中。

2 “走出去”

成果斐然、信心倍增， 中国纺企国际展实力

2017 年，一篇题为《开创中越友好新局面》的文章，不知给“走出去”的中国纺织人带来了多少鼓舞与信心。

2017 年 11 月 9 日，在对越南社会主义共和国进行国事访问前夕，中共中央总书记、国家主席习近平在越南《人民报》发表题为《开创中越友好新局面》的署名文章，文章中特别指出：“中国连续 13 年保持越南第一大贸易伙伴地位，越南成为东盟国家中中国最大贸易伙伴，2016 年双边贸易额近 1000 亿美元。越来越多的中国企业到越南投资兴业。天虹集团在越南经营十几年，在广宁省兴建的工厂为当地创造了 7000 多个就业岗位，也是省内纳税大户。以中国民营企业为主的投资商在前江省创建的龙江工业园，已有 30 多家企业入驻。”

回顾 2017 年，以“中国纺织国际产能合作企业联盟”（以下简称“联盟”）宣告成立为标志，以天虹、红豆、天源等企业为代表，中国纺织业经历了更加积极融入“一带一路”建设的一年。

一年来，中国纺织业的“走出去”之行愈发顺畅，各方均报以最大的热诚共促中国纺织业布局全球。联盟组织的中国纺织服装企业家代表团先后访问缅甸、越南、摩洛哥、突尼斯、埃塞俄比亚、意大利维琴察、美国阿肯色州；在全球瞩目的“一带一路”国际合作高峰论坛之际，纺织行业奏响了序曲，埃塞俄比亚总理与阳光集团、华芳集团、联发集团等 12 家纺织国际产能合作领军企业代表举行了见面会，共同探讨中埃纺织行业合作新契机。

从成果来看，中国纺织业的骨干企业主动进行国际布局的意识明显提高，并以全球视野进行产业链上下游优质资源、先进研发能力和技术、终端渠道等领域的投资与并购，以此构筑起了国际竞争新优势。例如，无锡一棉于 2017 年 11 月与埃塞俄比亚投资委员会正式签署投资协议，将在埃塞俄比亚投资规划建设规模为 30 万纱锭、总投资为 2.2 亿美元的纺织工厂，主要生产配套高档丝织、针织、家纺产品。

同时，中国纺企积极投身“一带一路”的连心之路、共赢之路。例如，中国红豆集团主导并联合中柬企业共同开发建设了柬埔寨西哈努克港经济特区，目前已初步完成了首期 5 平方公里的开发建设，引入企业 118 家，解决当地近 2 万人的就业，被李克强总理评价为“同许多其他中柬合作的务实项目一样，以实实在在造福民众的方式续写着中柬友谊的时代新篇章”。

展望未来，中国纺织业国内发展的动能依然充沛，纺织业国际布局对纺织强国建设发挥着强有力的支撑作用，并将与产业在国内的转型升级产生良性互动。对此，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长、中国纺织国际产能合作企业联盟秘书长林云峰表示，联盟将孜孜不倦地致力于服务联盟成员更好、更健康地“走出去”，担当引导市场化企业投资与“一带一路”国家建设推进相契合的基本责任，推动中国纺织产业更加稳健地步入国际化布局时代。

3 绿色印染

绿色成印染新增长点

“科技、时尚、绿色”已经成为新时代中国纺织业的新标签、新定位。其中，在以“责任导向的绿色产业”定位中，印染行业负有引领发展的代表性作用。同时，十九大报告中也重点指出要推进绿色发展，因此，加快推动印染行业生产方式绿色化，构建起科技含量高、资源消耗低、环境污染少的产业结构和 production 方式，从而形成新的经济增长点，成为了 2017 年印染行业破解发展难题、彰显发展优势的有效途径。

2017 年是印染行业转型升级、加快绿色布局的一年。

去年，国家工业和信息化部、环境保护部等有关部门相继出台了一系列相关政策、法律法规、国家标准和行业规范，主要包括：《环境保护税法》、《水污染防治法》、《控制污染物排放许可证实施方案》、《排污许可证暂行规定》、《大气污染防治行动计划》、《纺织印染建设项目重大变动清单（试行）》（征求意见稿）、《印染行业规范条件（2017 版）》、《固定污染源排污许可分类管理名录（2017 版）》、《排污单位自行监测技术指南 纺织印染工业（征求意见稿）》、《建设项目环境影响评价分类管理名录》、《“十三五”挥发性有机物污染防治工作方案》和《印染工厂设计规范》（GB50426）等。

去年下半年，国家工信部出台的《印染行业规范条件（2017 版）》开始正式实施，相较于 2010 年修订版，新《规范条件》强化了“两化融合”有关要求，在质量与管理部分增加了企业现场管理及规范化学品管理有关内容，大幅提高了能耗、水耗标准，提高了水重复利用率标准，增加了企业安全管理以及化学品和环境信息公开要求，并体现了“放管服（简政放权、放管结合、优化服务）”的最新要求。

《排污许可证暂行规定》则作为全国排污许可管理的首个规范性文件，从国家层面统一了排污许可管理的相关规定，主要用于指导当前各地排污许可证申请、核发等工作，成为了自 2017 年开始印染行业最为关注的政策之一，是未来企业及协会需要重点解读、推进的规定。

印染行业本身也在积极探索绿色发展的新路径。2017 年 10 月，在聚焦全行业视线的“全国印染行业节能环保年会”上，行业领导、企业代表、技术专家围绕最新环境管理政策、应对环境挑战、提升技术创新能力、推广节能环保先进技术、产业链协同治理等方面，进行了有针对性地探讨和交流，为 2017 年及今后的绿色印染发展之路理清思路。

除了政府及行业对绿色印染的有力引导及敦促外，在实际生产中，众多印染企业也在 2017 年进行了大力实践。以中国印染重镇绍兴市柯桥区为例，经过 2016 年的“亮剑行动”，2017 年柯桥区印染行业涅槃重生，在转型升级的浪潮中向着“绿色高端、世界领先”不断迈进。

众多柯桥印染企业在技术创新、管理创新、节能减排方面取得了优异成绩，如浙江乐高实业股份有限公司引进了瑞士贝宁格的国际先进染色生产线，大幅降低了生产过程中的水耗、能耗；浙江维艺实业股份有限公司在染化料自动输送、水、电、汽三级计量等方面走在了行业前列；浙江绍兴永利印染有限公司最新配备了进口染化料自动称量、输送系统，在自动化、数字化的同时，对印染过程中的排放情况实现了精准监控等等。如今，柯桥区印染产业转型升级已经被列入浙江省省级试点，“柯桥印染”为浙江全省推进传统产业转型升级、绿色发展探索出了新路径、树立了新典范。

未来，中国印染行业将更加注重培育和加强行业自律性，加大技术创新和开发推广力度，强化管理创新和质量品牌建设。中国印染行业协会有关负责人表示，印染协会也将进一步提高对行业节能减排工作的重视，除了召开每年一度的环保年会外，还要继续在节能环保方面开展大量工作，包括参与协助工信部实施《印染行业规范条件》（2017 版），在行业中推行《排污许可证暂行规定》，推进白名单管理体系，参与行业产业政策、技术政策、经济政策以及标准、法规的研究和制定，评优树立标杆典型，建立产业联盟，突破关键共性技术，进一步提升协会在行业发展中的影响力，更好地推动行业绿色、可持续发展。

4 可持续时尚

全情投入“可持续”的新时尚

当全世界都在谈论“可持续”，时尚界怎可例外？

“可持续”不是说教，更不是道德绑架，而是产业通过材料与科技创新带来的全新生活方式。中国纺织工业已经开始了在可持续方面的“全情投入”。

2017 年 10 月，CHIC 展上的一个黑色庞然大物吸引了无数人的目光，据了解，这台由北汽集团与世界顶级的越野车改装企业——美国 TAP 公司共同打造的 BJ80 捍卫者越野车通体由可再生原料生产的碳纤维材料制成，然而这里并不是车展现场，而是由中国纺织工业联合会社会责任办公室在 CHIC 上首次推出的“可持续发展专区（Sustainability Zone）”。

该展区展示的产品涵盖衣食住行各个领域，除了用碳纤维制成的汽车、自行车等出行工具，还展示了废弃可口可乐瓶再生成纤维制作纺织品的全生产流程，更有我们闻所未闻的用纯天然果汁染色、染料可直接饮用的水果染技术，甚至有用咖啡渣纤维制成的衣物。

记者了解到，首届活动在短短 3 个月的筹备期里，就吸引了包括 H&M、C&A、万科、北汽、可口可乐、京东、WWF 等众多知名企业 and 机构参与和支持，可见可持续时尚受到的关注。

中国纺织工业联合会社会责任办公室主任、中国纺织信息中心副主任阎岩谈到，当前的气候变化与人类的活动息息相关。近年来，碳排放量激增，目前，碳排放量最多的国家分别是美国和中国，中国的节能减排态度将影响各国的行动，因而我们要推动创新、科学减排，为全球纺织行业可持续发展做出表率。

负责任的产业，才是可持续的产业。

2005 年，中国纺织工业联合会正式成立社会责任建设推广委员会，下设社会责任办公室作为常设执行机构，开创了中国行业社会责任实践的先河，同时也为世界纺织贸易和经济发展作出贡献。

2017 年 12 月 7 日，阎岩面向近 500 位国内外纺织服装企业代表正式发布 2018 版 CSC9000T《（CSC9000T 中国纺织服装企业社会责任管理体系）》。新版 CSC9000T 充分吸收了国际普遍认可的公约、标准与倡议，为企业满足法律法规要求以及多种国际现存的社会责任相关期待提供了工具，其中包括管理体系和行为守则两个部分，建议企业从自身产品、服务和业务关系出发，以行为准则中的要求为基准充分识别社会责任风险和机遇，并通过尽责管理将风险和机遇的应对纳入管理体系和业务过程，做到管理体系与社会责任议题的有机融合。

同时，新版 CSC9000T 融入了风险防范的基本方法论，适应了我国建设纺织强国的趋势和要求，为广大品牌企业提供通过加强社会责任管理体系防范供应链风险的工具。



负责任的产业，才是可持续的产业。

5 工匠精神



中国纺织大工匠坚守平凡、成就非凡。

新时代纺织人自带流量

2017 年 10 月，备受关注的全国纺织行业首批“中国纺织大工匠”正式出炉，20 位来自全国 13 个省市，覆盖棉纺、毛纺、化纤、丝绸、针织、印染、机械、长丝、产业用、服装等多个行业领域的能工巧匠荣获“中国纺织大工匠”殊荣。

中国纺织职工思想政治工作研究会秘书长姜国华介绍，此项活动的举办有着深刻的意义。党的十八大以来，中央提出弘扬工匠精神。党的十九大报告中也再次提到弘扬工匠精神，当前，工匠精神已经成为这个时代的最强音。

2016 年 8 月，中国纺织工业联合会、中国财贸轻纺烟草工会联合下发文件，在全行业开展纺织大国工匠推荐活动。在 2017 年中国纺织工业联合会年中工作会上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲也重点强调要在全行业弘扬劳模精神、弘扬工匠精神。

在这样的背景下，2017 年，经企业自荐、省市地方行业协会和产业工会推荐，调研考察，听取地方和企业职工意见，全国范围内网上公示等一系列民主推荐程序，在各省推荐的近百名人中，最终经过严格审慎的评选，中国纺织工业联合会、中国财贸轻纺烟草工会、中国纺织职工思想政治工作研究会共同发布全国首批 20 位“中国纺织大工匠”。

这 20 位中国纺织大工匠坚守平凡、成就非凡，他们以顽强的毅力练就了这个行业里最为高超的技艺，他们身上所体现出的工匠精神，受到了行业内外的肯定和好评。

“活动举办后，社会反响特别好，全国总工会的‘中工网’对纺织行业 20 位中国纺织大工匠事迹进行了网上直播宣传，《工人日报》对纺织行业的工匠事迹进行了报道，这也让社会各界进一步看到了新时代纺织人的风采。”姜国华介绍，组织这样的活动，主要目的是要挖掘出这些新时代纺织人身上的光环——工匠精神，发挥他们的“领头雁”和示范带动作用，引导广大职工把敬业奉献、执着专注、精益求精、不懈创新作为责任担当和职业追求，在全行业形成尊重质量、技艺、品质的主流价值观念。

“希望纺织工匠能够成为企业的‘火种’，让周围的员工们更好地完成岗位工作。”姜国华举例道，际华三五四二公司的贾海军被评为中国纺织大工匠后，企业党委以获评工匠为契机，在企业里召开表彰大会，在全厂宣传贾海军的先进事迹，公司董事长亲自为贾海军颁发工匠奖金，与此同时，党委将弘扬工匠精神作为企业文化创新的载体，在企业中开展了“学习大工匠、争当大工匠”活动，出台了《打造工匠文化》细则，并把 2018 年作为“打造工匠文化年”，号召广大员工学工匠、当工匠，收到了非常好的效果。

“纺织大工匠的事迹不仅要在全行业推广，今后还将抓住各种机会在全国范围内推广，让更多的人了解新时代的纺织新形象。”姜国华介绍，2018 年将继续推选第二批纺织大工匠，在去年的基础上，今年的评选范围要更广泛，推荐程序也要更加完善，希望各省市、各地方协会、各企业能踊跃推荐和自荐，让工匠精神在行业内进一步传承和弘扬。

6 标准化工作

有“标准”才有高质量

为促进行业的健康稳定发展，中国纺织工业联合会科技发展部在 CNTAC 团体标准建设、国家标准改革和推进标准国际化方面开展了一系列工作，特别是在 2017 年，更是取得了一定成果。

团体标准建设方面，2017 年 1 月，中纺联发布第一项团体标准 T/CNTAC/Z 1—2017；4 月，中国纺织工业联合会标准化技术委员会正式成立，CNTAC 标准工作平台（www.cnfzbz.org.cn）正式上线运营；5 月，发布第一项团体标准英文版和 9 项 CNTAC 团体标准；9 月，批准成立中纺联标准化技术委员会棉纺织品等 10 个专业标准化工作组；12 月，《拼接服装》等 6 项 CNTAC 团体标准通过审定，T/CNTAC/Z 1 列入工信部百项团体标准应用示范项目……

中纺联科技发展部副主任、标准化技术委员会秘书长孙锡敏介绍，截至 2017 年底，中纺联标委会已组织完成了《GB 31701《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》实施指南》等 16 项中纺联团体标准和 1 项英文版标准的起草、审查工作，其中 10 项已发布实施。T/CNTAC/Z 1—2017《GB 31701《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》实施指南》由于其应用效果良好，列入工信部 2017 年百项团体标准应用示范项目。

在团体标准推广应用方面，中纺联科技发展部一直在积极通过中国纺织标准网和“CNTAC 标准工作平台”以及行业媒体宣传 CNTAC 标准工作。特别是针对《GB 31701《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》实施指南》，中纺联标委会联合标准起草单位在苏州和深圳召开了 2 次大型宣贯活动，还在西班牙召开会议，推动了企业、检测机构和有关方面对强制性国家标准 GB 31701 的统一理解和统一判定。

“我们建立了 CNTAC 团体标准微信群，主要用来为企业、检测机构解答标准的相关问题，而且能够发挥群内各机构和专家的作用。截至目前，我们已经汇总企业、检测机构的 150 多个相关问题，并形成了 11 期问题答疑，对相关问题进行了解答。”孙锡敏介绍。

2018 年，CNTAC 团体标准将进一步贯彻落实新《标准化法》的要求，在深入推进政府标准改革的同时，利用好 CNTAC 团体标准这个平台，承接政府转移的标准职能，发挥团体标准反应快、机制活的优势，加强市场标准制定，加快推动建立政府主导制定的标准与市场自主制定的标准协同发展、协调配套的新型标准体系。随着新《标准化法》的颁布实施和《团体标准管理规定（试行）》的出台，团体标准获得了明确的法律地位，团体标准的发展即将进入新时代。

此外，2017 年，中纺联科技发展部还持续推进国家标准改革与标准国际化，并取得一定成效。比如，按国家强制性标准整合精简要求，对 47 项纺织强制性标准进行了清理；集中复审推荐性标准，且初见成效；稳步推进标准制修订工作，共完成 166 项标准的制修订和报批工作，其中国家标准 38 项，行业标准 128 项；持续推动国际标准化工作取得新进展。2017 年全年转化 14 项国际标准，对 14 项国际标准转化率达到 86.4%。

7 上市公司

上市再创新高，董秘联声势壮大

我国纺织服装行业上市公司是行业内各专业领域龙头企业，是创新优势企业的集中代表。目前我国 A 股市场各类纺织服装类上市公司总数已超过 200 家，占上市公司总数的 6%，2017 年全年在上海、深圳、香港三大证券交易所新增加的纺织服装上市公司达 27 家，创历年来单年新增纺织服装上市公司数量新高。这些上市公司分布在纺织、印染、服装、化纤、家用纺织品、产业用纺织品以及纺织机械制造等全行业十多个细分专业领域内，作为行业排头兵，对推进产业结构优化、实现转型升级，具有非常重要的意义。

2017 年 8 月 2 日，由中国纺织规划研究会、中国纺织建设规划院，联合森马服饰、鲁泰、山东如意、罗莱生活、红豆股份、太平鸟、比音勒芬、歌力思、华孚色纺等 9 家纺织服装上市公司共同发起，成立了中国纺织服装行业上市公司董秘联盟（以下简称“中纺董秘联”）。

截至去年，申请加入董秘联的成员已发展到 40 余家。中国纺织规划研究会常务副会长俞亦政认为，成立中纺董秘联是为进一步加强纺织服装行业上市公司之间的联系与交流，深入开展产业链上下游对接和战略合作，实现优势互补和资源共享，进一步发挥上市公司排头兵作用。

为了更好地为上市公司服务，由俞亦政主编的《深度解析上市公司运营发展》由中国纺织出版社出版发行，该书是我国纺织工业首部有关上市公司综合性、研究性、资料性、编年性的工具书，全面地反映了 2010 ~ 2016 年度我国纺织服装类上市公司的发展状况。该书内容包含：《纺织服装行业上市公司业绩效能综合测评体系的研究》、《2010 ~ 2016 年中国资本市场纺织服装类上市企业发展研究报告》、《探索纺织服装类企业融资的渠道与方式》和《2010 ~ 2016 年纺织服装类各主要上市公司运营发展情况图解》等四个篇章。该书出版对促进行业上市公司的发展交流，指导公司的战略发展方向具有重要的意义。

对于 2018 年如何更好地服务于上市公司，中国纺织建设规划院院长、中纺董秘联主席冯德虎表示，将加强上市公司领域的研究和权威发布，目前已与多家风投公司有初步合作意向。除了继续发布《纺织服装行业上市公司发展报告（2017）》，还将发布“纺织工业标杆企业名单”、“风险企业提示”，并对上市公司标杆型企业进行调研，结合中国纺织建设规划院业务对上市公司进行会诊咨询。今年的主要工作目标是扩展平台功能，上市公司加入董秘联增加 30%，并争取把各专业领域运行较好的上市公司都联合起来，利用联盟加强上市公司合作与交流，实现优势互补、资源共享、合作共赢发展，有效联合纺织服装类上市公司共同探寻发展新路径、行业新热点和一些共性问题，提高上市公司在各自专业领域所应起到的先进技术引领和行业排头兵作用。



上市公司作为行业排头兵，对推进产业结构优化、实现转型升级，具有非常重要的意义。

8 技术推广

科技路演，推广升级，只为赋能发展

近年来，纺织行业不断加大创新力度，涌现出不少具有世界先进水平的科技成果，推动科技成果向生产力转化以及在行业中进行推广是中国纺织工业联合会科技工作的重要组成部分。

据中国纺织工业联合会科技发展部主任彭燕丽介绍，2017 年在纺织之光科技教育基金会支持下的技术推广活动具有与以往不同的特点，即首次采用了行业及企业定向捐助和基金会配捐资助相结合的方式，组织开展科技成果现场推广活动；由以往基金会全额专项基金资助重点成果推广变为专项基金与企业捐赠混合配比，实施细则与资金拨付方式等也有变化。

2017 年首次采用企业定向捐助和基金会配捐相结合的方式，由中国纺织科技部与纺织之光科技教育基金会，联合印染协会、棉纺协会、毛纺协会、麻纺协会共开展了 7 场推广活动、推广新技术成果 40 余项。

为了有效利用高校资源，中纺联科技部拓展思路，与中国纺织服装教育学会合作发布《“纺织之光”2016/2017 年度全国高校纺织科技合作推介项目目录》，推进高校科技成果向纺织现实生产力转化。

同时，科技部还进一步完善“纺织之光科技推广云平台”，去年云平台已上线并推广成果视频 60 项，其中纺织之光重点推广会上，录制成果 40 余项；在去年 10 月中国国际纺织面辅料博览会“新技术创新空间”交流录制成果 20 项。

对于 2018 年的科技成果推广工作，彭燕丽说，科技部将与纺织之光科技教育基金会和相关协会合作，依据《纺织强国纲要》、《纺织工业“十三五”科技进步纲要》确定纺织重点推广领域，完成《纺织之光 2018 年重点领域推广活动计划及备选方案》的编制。2018 年计划开展重点科技成果推广活动 8 次。征集和发布《“纺织之光”2018 纺织行业新技术（成果）推广项目目录》、《2018 年度全国高校纺织科技合作推介项目目录》。进一步完善纺织之光重点科技成果推广云平台，加强与联合会各成员单位的工作联系与合作。在行业性技术活动中录制相关成果，扩大上线成果数量，扩大平台宣传，扩大平台影响力。

2017 年七场“纺织之光”重点技术成果推广活动

9 月 27 ~ 29 日，在山东省淄博市举办“纺织之光”牛仔生产与绿色制造技术推广活动，推广 9 项科技成果。

10 月 19 ~ 20 日，在江苏常州市举办“纺织之光”全国印染行业节能环保重点技术成果现场推广活动，推广 6 项科技成果。

10 月 30 ~ 31 日，在北京举办“纺织之光”山羊绒检测技术推广活动，推广 6 项科技成果。

11 月 22 日，在河南新野举办“纺织之光”节能减排关键技术重点成果推广活动，推广 5 项科技成果。

12 月 13 日，在湖北咸宁市举办“纺织之光”麻纺新技术推广活动，推广成果 5 项。

12 月 19 ~ 20 日，在浙江绍兴市举办“纺织之光”数码喷墨印花新技术推广活动，推广成果 9 项。

12 月 29 日，在山东淄博市“纺织之光”活性染料无盐染色技术与应用推广活动。

9 成长型品牌

这是最具潜力的族群

作为当前最具成长活力和潜力的族群，2017 年，中国服装成长型品牌在“迎接新时代，寻求新变革”的背景下，取得了较好的发展成绩和孵化成果。

2017 年 5 月，2017 年度中国服装成长型品牌发布会、中国服装新锐品牌成长论坛暨中国常熟男装指数论坛在江苏举行。期间，公布了 2017 年中国服装成长型品牌发展取得的显著成果：78 家品牌企业被推荐为 2017 年度“中国服装成长型品牌”，27 家经销商、代理商获得“2017 年度中国品牌优秀渠道商”称号。截至目前，已有 627 个自主服装品牌被授予“中国服装成长型品牌”称号，226 个品牌经销商、代理商被授予“中国服装品牌优秀渠道商”称号。

同时，“中国服装新锐品牌商业联盟”也以紧密服务的理念应运而生；值得指出的是，中国纺织工业联合会流通分会以“中国服装新锐品牌商业联盟”的形式证明着：成长型品牌在成长过程中，并非是在单打独斗。联盟将中国服装成长型品牌与中国服装品牌优秀渠道商集结在一起，通过“中国服装新锐品牌商业联盟”和“买家俱乐部”，将买卖双方联系在一起，依托商贸对接、渠道拓展、个案咨询、成长交流四大服务体系，开展了一系列商贸对接与交流服务工作。

如组织“纺城有家·先锋力量”柯桥面料精准对接会、2017 中国（盛泽）时尚面料主题对接会，直接促进品牌与渠道商之间的商务交流与合作；组织孵化基地成员单位、成长型品牌、优秀渠道商参加 2017 江南国际时装周暨第



中国服装成长型品牌取得了较好的发展成绩和孵化成果。

十八届中国江苏（常熟）服装服饰博览会、“潮·起洪合·衫·汇全球”2017 中国（洪合）国际毛衫文化节、2017 广州白马服装采购节、GFF2017 广东服装博览会、虎门富民原创时尚服装采购节等行业商贸交流活动，帮助成员单位彼此间的信息吸取与经验交流。此外，2017 年 12 月，中国（常熟）男装原创品牌基地授牌仪式暨常熟白马承接北京男装入驻签约仪式工作的完成，更是助推了中国服装成长型品牌的品牌孵化与成长进程。

中纺联流通分会有关负责人表示，中国服装成长型品牌推荐工作开展的四年来，始终贯彻为品牌服务的工作宗旨，通过发掘根植于实体经济中的优秀自主品牌和运营实力雄厚的渠道商，夯实我国服装实体经济的基础，不断增强我国服装实体经济转型升级的推进力量。特别是在供给侧结构性改革不断深化、“三品”战略逐步推进的大背景下，2018 年，流通分会将继续围绕中国服装成长型品牌做好各项行业服务工作。同时，依托中国服装新锐品牌商业联盟工作平台，继续深化品牌服务与商贸对接的工作，为联盟成员构建更为完善的全产业链服务平台，并适时构建起品牌资源数据库。[TA](#)

2018中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会(春季)

KEQIAO TEXTILE EXPO (SPRING), SHAOXING CHINA

日期
/ 5.6-8

展址
/ 浙江柯桥中国轻纺城国际会展中心

主要展品
/ 纺织面料(辅料) 家用纺织品 创意设计

世界纺织看中国 中国纺织在柯桥

展会热线：0575-84135583 81181395 81181389 www.ctcte.com



小配饰 大精彩 服装辅料为纺城增添新色彩

本刊记者 黄丽芳

如果说时尚是一部机器，那么服装辅料则是其中不可或缺的零部件，不仅起到画龙点睛的作用，更逐渐演变成服装表现形式的一种延伸。所谓细节决定成败，从蕾丝到纽扣再到拉链，看似不起眼的小小辅料，流露出的品质，是品味，更是时尚态度。

在时尚消费愈加个性化、时尚化的当下，材质多样、种类繁杂的服装辅料里到底藏着哪些秘密？对于行业人而言，面对琳琅满目的辅料，又该从何处入手和把握？本刊记者带您走进中国轻纺城市场探寻其中答案。

中高端辅料“增厚”附加值

走在轻纺城市场辅料区域，可以看到商家们别具匠心地吧各式辅料产品布置在门店内，不同色彩、形态各异的纽扣错落有致，设计感十足的各式拉链趣味横生，花纹繁美的蕾丝优雅极致……商户们将公司的优势资源展现得淋漓尽致，把各自店铺的时尚感提到新的高度。其中，北市场八区一款形似眼睫毛的蕾丝吸引了记者的注意，为深入了解，记者走进该门店。

这是一家主营花边、绣品等辅料的企业，名为绍兴市超嵘花边有限公司，而橱窗中的“吸睛”辅料，正是该公司的年度“销量王”。

“这款蕾丝花边是用腈纶或含棉的纱线生产织造而成，质地轻薄通透，加上流苏的设计，使其看起来像睫毛，因而具有优雅的艺术效果，备受市场青睐，被广泛应用于女性服装上。”公司总经理黄晓秋向记者介绍道。

除了这款“销量王”，超嵘花边门店内还有相当多精致的蕾丝花边新品。打结蕾丝，就是其中的一款“代表作”。从外表上看，这款蕾丝花边图案构成大胆创新，形状类似渔网、猎网，颇具设计感。据了解，这款花边也属于流苏蕾丝的一种，在生产过程中通过将纱线和编带打结做成透孔图案，可以用于窗帘、裙子、桌布等面料的布边。

此外，黄晓秋还谈到，现在的消费者在衣着产品上都愿意尝试新风格，想要让他们感受到服装的变化，面料改变并不是唯一的途径。这其中，辅料也越来越起到重要作用，尤其是中高端辅料，更是能够提升服装附加值。

据介绍，提升辅料品质是目前整个辅料市场的一大趋势，这不仅是由于中高端辅料可以给予服装全新的风格和面貌，同时更可以增加产品附加值，吸引消费者目光，赢得更大利润，这是小辅料的大魅力所在。

从基础实用到时尚艺术

不论是花边，还是拉链、纽扣，小小的辅料产品被赋予了很多的内涵，它不仅连接着下游企业，而且连接着终端市场。在走访中记者发现，小小辅料的“行业地位”已经发生很大改变。

在长期与雷笛笙女装、绍兴鸿盈纺织服装等企业合作过程中，黄晓秋发现，与先前服装企业注重辅料的质量、实用性相比，这两年服装企业对于时尚性、设计元素等方面愈加注重，尤其是对于中高端辅料的需求量增加。

在采访中，新天地服装辅料有限公司总经理王银云也表示，以前很多厂家来采购服装辅料的时候更多关注的是比较基础的实用性，而现在更强调的是装饰性，一个小小的辅料很多时候还可以像一件艺术品一样提升整件服装的美观度。

在如今这个追求精致的社会，细节之处是许多人所关注的地方。服装也一样，任何一个服装品牌的成功都离不开纽扣、拉链等小辅料。很多品牌服装用的纽扣都相当精致，更有不少消费者会因为一个颇具艺术感的纽扣而为一件衣服买单。

树脂纽扣是新天地与不少西装、大衣品牌合作最好的一款辅料。

关于这个纽扣的特别之处，王银云讲到，市场上类似于这样的纽扣有许许多多，然而真正能够做精致的却少之又少。这种树脂纽扣选用的是不饱和聚酯树脂以及一些辅助材料经过工艺加工制作而成，这中间还会融入设计师的设计理念。据介绍，此类树脂纽扣不仅仅具有耐磨、耐高温、耐化学性等特点，还可以根据需求生产出各种不同造型的小“艺术品”，花色多样且色泽鲜艳。

为了满足客户多样化的需求，新天地还可以根据客户提供的服装、面料来进行辅料定制。万商云集的中国轻纺城市场不乏来自世界各地的海外客商，由于不同国家和地区之间存在一定的文化差异，以客户提供的服装以及需求进行辅料设计生产是比较理想的方式。王银云也表示，公司每次为不同外商设计生产的辅料都各具特色，它们或高端简约或鲜艳夺目，每一件产品都有每个国家和地区的特色，厂家生产的过程就如同在制作一个个小巧精致的艺术品。

中国轻纺城的产业优势明显，它既是纺织品专业市场，同样也是一座时尚之都。近年来，中国轻纺城一直都在朝着时尚方向迈进，大到城市面貌，小到服装辅料，点点滴滴中流露出的都是满满的时尚感。如今需求的变化促使了生产的改变，曾经不起眼的小辅料也已紧跟时尚潮流，走在了从实用性到艺术品变化的道路上。

持续创新跟上时代步伐

随着近年来柯桥纺织产业不断地转型升级，很多纺织企业对服装面料的要求也越来越高，随之带来的就是服装企业对辅料的关注度也在增强。目前中国轻纺城市场上的辅料产品在种类、颜色、材质等各方面都是极其丰富，下游企业就更有选择余地。他们追求新颖，会不断需要新的辅料，这就要求辅料企业能够加紧上新跟上时代的步伐。

对于浙江杰华服料有限公司总经理黄杰来讲，辅料产品持续创新最直接的好处就是有很多的服装企业愿意与他合作。据黄杰介绍，杰华服料从十几年前就开始致力于拉链、纽扣、花边等服装辅料的经营和生产。这些小物件在当时每家经营的种类都十分类似。几乎市面上的辅料经营户都会出售相同款式、差不多质量的产品，客户下单很多时候也都只是在对比价格优势，这样一来在吸引客户方面只能靠打价格战来维持，其中就会存在比较大的问题。

从近几年开始，杰华服料着手对小辅料进行创新，致力于打造“服装辅料中的精品”，并相继推出几款高品质新颖的辅料产品，总能及时满足消费者对于时尚的需求。

其中，一款“隐形拉链”辅料就是公司创新的产品。这款拉链不仅在材质上比普通的拉链有了提升，可以起到防水的作用，而且采用“隐形式”缝制法，将线车尽可能靠近拉链齿进行缝制，从而达到从正面看像是拉链“消失”在衣片中的隐形效果。

“经过制作方式的改进，这款隐形拉链目前单件售价较之前有所增长。尽管价格高了，前来采购的客户还是更愿意选择新款拉链。”目前，黄杰正在主推这款新型拉链，今年入冬以来，上海、宁波、广州等地很多羽绒服企业都对这款拉链颇为青睐。

黄杰表示，公司经营的辅料产品不算太多，但每一款都在持续创新，既追求品质，又追求潮流。未来，“健康、安全、环保”会成为新的流行趋势。在绿色环保理念深入人心的大环境下，重金属含量、是否含有有毒有害物质等都成为人们十分关注的问题。因此，公司将紧跟时代步伐，加紧开拓创新，以环保为主攻方向进行辅料创新，从而去敞开更多国内外服装企业合作的大门。

“于细微处看品质”，真正的行家都知道，一件高档次的服装，辅料品质尤其重要。小辅料拥有大潜力，小配饰也能玩出大精彩，在把握精确的工艺、原料并加以创新之后，小辅料同样能让这座“托在布上”的城市繁星点点，为中国轻纺城增添更多色彩。TA



中国轻纺城市场琳琅满目的精致辅料。



纺城有家
共铸梦想

欢迎关注“纺城有家”官方微信平台，您将获取柯桥中国轻纺城更多资讯。



网上轻纺城团队与供应商合影。



对接会现场。

中国轻纺城 2018 海外对接第一站

“越中采供对接会”在胡志明市成功举办

本刊记者 _ 邬莹颖 通讯员 _ 滕玉芳

1月14日，中国轻纺城2018海外对接第一站——“越中采供对接会”在越南胡志明市举办。此次对接会由浙江中国轻纺城集团股份有限公司牵头，网上轻纺城、全球纺织网联合越南合作方举办，共有25家供应商企业赴越南参与，到场越南采购商达100多家。这是全球纺织网第一次在越南举办对接会，也是中国轻纺城2018海外对接第一站。

首次“触电”越南市场 打通小单出口及供应链服务

对接会开始前，全球纺织网、网上轻纺城CEO韩冲对采供双方的支持表达感谢。他表示，网上轻纺城及全球纺织网致力于打造纺织贸易撮合服务平台，近年来每年开展多种组团对接活动。2017年年初公司就已制定针对“一带一路”的海外相关对接活动及展会计划，来打通国际市场，并在年末成功举办2017年缅甸国际纺织展。2018年公司将启动国际贸易服务体系，打通跨境出口供应链，为中小企业外贸出口提供一站式的服务，如代理进出口、报关、退税、国际货运、海外代收货款、海外展厅和海外仓等。韩冲同时也表示，本次越南对接会正是公司开拓越南市场的一个试点，未来计划和越南的合作方为国内的纺织品卖家打通越小单出口及供应链服务。

中国与越南纺织工业有着较强的互补性，越南近年来也成为我国纺织企业“走出去”的重点国家之一。越南稳定的国内政治经济形势、优势明显的人口红利、有价格竞争力的棉花原料、综合成本较低的税费和良好的

贸易环境都对我国与越南进行产能合作提供了有利条件。

作为“一带一路”沿线国家，随着亚洲基础设施投资银行开始运行和丝路基金等资金流大规模投入“一带一路”沿线国家，我国纺织行业投资越南的基础设施、投资环境将进一步改善，对推进两国的纺织工业产能合作，提升我国纺织企业在全球供应链中的优势，都会产生积极的影响。对柯桥来说，这是巨大的机遇。抢抓越南等国家对口市场商机的过程中，主动“走出去”，提升自己的产品品质，也表明了柯桥对于融入“一带一路”的诚意和决心。

抱团参展“尝甜头” 传统纺织企业创新营销模式

本次参与对接的供应商如绍兴丰秀纺织品有限公司、绍兴久岸纺织品有限公司、绍兴雷拉纺织品有限公司等，大部分是来自中国轻纺城的商户，同时也是全球纺织网贸易对接活动的老会员。参会的企业中也有部分刚参与过中国轻纺城缅甸自办展，对于开拓缅甸、越南、巴基斯坦等“一带一路”沿线国家的纺织市场非常积极。此次越南对接会正是一个开拓当地市场的良好契机，不少企业早早就报名“占座”了，准备的产品也相当充足。

“这次我们带来的是公司最新的针织面料，前来询价的外商不少。”绍兴雷拉纺织品有限公司负责人盛德洪告诉记者。作为一家以外销为主的纺织企业，雷拉纺织通过此次对接会打响了品牌，结识了新客户，抢占越南外贸前沿市场。

与雷拉纺织一样积极投入此次展会的还有柯桥20余家本地纺织企业。此次对接会，绍兴宣爵纺织品有限公司收获颇丰。公司负责人蔡雪飞表示，通过前期的匹配，公司准备了优质的梭织面料，在现场已经与采购商达成合作意向并且收取了订金。

此外，主办方为每家企业准备了面料展架和洽谈桌，并配备了专业的翻译人员帮助双方充分沟通。在忙碌的挂样完成后，专业的翻译组成员抓紧时间了解各家产品，为接下来的对接会做好准备。

本次对接会从早上10点持续到下午4点，采供双方都有充足的时间沟通，深入洽谈订单细节，平均每家供应商都能接洽4家以上的采购商，不少供应商已谈好意向订单，待回国后跟进，有的供应商现场就收到采购商订金。对接会第二天，供应商还前往胡志明市两大纺织市场参观，了解行情。TA



聚焦

2017 年中国轻纺城市场成交额再创新高

随着转型升级的深入推进，2017年中国轻纺城市场持续提升发展，再次取得令人瞩目的成绩。

据悉，2017年中国轻纺城市场群实现成交额1642.5亿元，同比增长9.2%，其中面料市场成交额1080.7亿元，同比增长11.4%，钱清原料市场成交额561.8亿元，同比增长5.2%。同时，轻纺城网上市场实现交易额303.7亿元，同比增长37.5%。

从数据中可以看出，网上市场交易额增长最为迅速，其次是面料和原料市场成交额的增长。

据记者了解，去年以来中国轻纺城紧抓传统企业改造升级的契机，面对日益复杂的经济形势和日趋激烈的市场竞争，经过柯桥史无前例的印染大整治之后，围绕绿色高端、时尚创意、科技创新、人才驱动等行业产业热点，轻纺城市场与柯桥纺织产业共同迎来新的蜕变。

此外，轻纺城网上市场发展迅速，“线上线下”双渠道营销模式，为纺城发展提供新的动能，使两个市场融合范围更广、触角更深。在第十届中国商品市场峰会上，中国轻纺城与网上轻纺城“线上线下”融合发展双双入榜中国商品交易市场百强、中国产业引领型市场30强和中国网上网下融合市场30强。



岁末年初，正是中国轻纺城繁忙的出货季。王利 摄

众所周知，中国轻纺城作为全国纺织品集散中心，拥有完整的产业链，2017年各环节齐发力，加快转型升级的步伐，助推中国轻纺城走向“科技、时尚、绿色”道路的同时，也使得市场成交额再创新高。

12 个高技术项目将相继落户柯桥

近日，浙江千人计划绍兴产业园第二届海内外高层次人才创新创业大赛总决赛在柯桥举行。

据了解，本次大赛自2017年7月启动，历时5个多月，共面向亚洲、欧洲、北美洲等25个国家发布大赛公告，吸引了来自美国、德国、日本等国的233个项目参加，辐射广、层次高、影响大。本次共有“绿色植物纤维轻质混凝土隔音墙项目”、“工位终端搬运机器人”、“超高硬度无粘结相碳化钨特种材料的产业化”等12个项目参加总决赛，主要涵盖人工智能、高端装备、生命健康、新材料等领域。

12个晋级项目进行了公开路演和极速60秒路演PK，最终决出一、二、三等奖。此外，这些项目还与柯桥区相关单位达成落户意向，并进行现场签约，将会在一年左右的时间内落户柯桥。

这些项目技术含量高、商业发展潜力大，符合柯桥“5+3”现代产业体系培育需求，将成为柯桥传统产业转型升级的新引擎。纺织业作为柯桥的支柱产业，随着这些高、精、尖、缺项目的相继落户，也将迎来更加广阔的发展前景。

助推印染产业向绿色高端跃升

近期，柯桥区召开了印染工业协会第六届会员大会。区委书记沈志江出席会议并讲话，他强调要认真贯彻落实党的十九大精神，积极抢抓全省传统产业改造提升试点机遇，加快推进印染产业集聚提升，为把柯桥建设成为“绍兴大城市建设的新高地、接轨杭州都市区的桥头堡”注入新的动力和活力。

据了解，本次会议充分肯定了区印染工业协会及会员企业五年来的工作和成绩，并选举了第六届印染工业协会执行会长。同时还发布了面向柯桥区所有印染企业发展的《倡议书》，旨在贯彻落实中央和省委省政府全面深化供给侧结构性改革，扎实推进柯桥区印染产业转型升级，全力打造“绿色高端、世界领先”的现代产业集聚，促进柯桥印染产业的持续稳步健康发展。

本次会议的召开意义深远，有利于柯桥区印染企业深刻认识学习宣传贯彻党的十九大精神的重大意义，牢固树立生态环保意识，积极践行绿色发展理念，加快推进印染产业向绿色高端跃升。

引入智力支持加快企业转型升级

近日，浙江工业大学之江学院浙港创新时装研发中心与中国轻纺城跨境电商产业园合作，成立“中国轻纺城纺织及成衣科技转移中心”和“香港纺织何继超教授企业医馆”，并举行了签约仪式。

据了解，“中国轻纺城纺织及成衣科技转移中心”的作用主要是将国内外高等院校、科研机构的纺织及成衣技术成果转移到柯桥纺织及成衣企业。而“香港纺织何继超教授企业医馆”是香港理工大学客座教授、浙江工业大学之江学院特聘教授、“绍兴市海外人才”特聘专家何继超主持的科研项目，旨在为柯桥纺织企业提供技术、创意类的服务。这两个项目具体将在创意面料、时装设计及品牌建设、创新纺织材料科技、智能纺织及服装制造技术和系统、持续性、绿色科技发展方面与柯桥的纺织企业展开合作。

两个项目的落户，将为中国轻纺城跨境电商中心入驻企业提供创意与技术方面的支持，进一步提升柯桥纺织面料的品质和品牌建设，提升柯桥纺织产业整体竞争力，为柯桥当地纺织企业提供技术支持和智力保障，加快高校纺织及成衣科技成果产业化，促进纺织企业转型升级。

富米丽向越秀外国语学院捐赠 10 万元

近日，位于柯桥的浙江富米丽家纺股份有限公司投资设立的“浙江越秀外国语学院富米丽奖学金”和“浙江越秀外国语学院富米丽教育奖暨小语种实践基地”正式签约。

据了解，浙江富米丽家纺股份有限公司主营针织面料、床上用品、靠垫、窗帘、浴帘、台布、睡袍、沙发套、抱枕等纺织品，集设计、生产、销售于一体，产品远销海内外，是柯桥家纺行业的领军企业之一。公司拥有完整、科学的质量管理体系，尤为重视对人才的培养和利用。

2017年9月，富米丽新三板正式挂牌上市，为公司再创辉煌带来新的机遇。为了回馈社会，践行企业社会责任，富米丽决定自今年起，每年向越秀外国语学院公益性捐赠10万元，设立“浙江越秀外国语学院富米丽奖学金”和“浙江越秀外国语学院富米丽教育奖”，用于奖励品学兼优的学生和热爱教育的老师，激发学生努力学习，成为社会需要的高素质人才，同时鼓励教师积极引导大学生健康成长、全面发展。TA

(本版整理 王利)

展望 2018， 紧抓三个“围绕”，打造光辉未来

面对市场需求的不断变化，想要谋求发展就必须具有前瞻性的目光，不仅满足需求，更要做出预判。据介绍，2018 年，中国东方丝绸市场将紧抓围绕转型升级、围绕“科技、时尚、绿色”、围绕市场需求的三个“围绕”，落实市场的服务、管理和发展工作，努力为盛泽和中国东方丝绸市场更好地擦亮“丝绸古镇、纺织名城、面料之都”三张名片。

围绕转型升级，提升市场业态

展望新的一年，建设运营好东方纺织城是一项重要课题。据介绍，中国东方丝绸市场将依托综合提升改造规划，逐步改变市场传统经营布局，做好现有商区的划行归市；加大招商力度，吸引国内外有影响力的客户入驻；持续开展采购对接会、采购节、流行趋势发布、论坛等贸促活动，不断吸引采购商。

据透露，申报省级工业旅游景区将成为中国东方丝绸市场的抓手，通过积极组织筹办各类丝绸旅游采购活动，持续吸引人流量。

此外，还要推进“智慧市场”建设，推动整个东方丝绸市场的提档升级。进一步融合线上线下市场，进一步完善中国绸都网、云纺城、宜布网等为主体的市场电子商务集群，积极培育年年丰、紫晶花等企业的电子商务化发展，着力探索线上展示与线下交易相结合的 O2O 模式和跨境电商，实现传统专业市场向“互联网+”的过渡；进一步加大政策引导力度，促使更多的纺企更加主动地融入互联网潮流，促成市场交易模式的根本性转变；进一步扩大市场网上交易份额。不断探索互联网技术融合服务实体经济的新方式，推出东方市场实景 VR，推动有形市场与无形市场相融合。

同时，积极推进“市场采购贸易方式试点”国家级创建工作，2018 年将加快推进试点工作进程，将各项政策尽早落地，从而使区内外贸企业得到实惠，构筑市场出口新优势。

围绕“科技、时尚、绿色”，引领企业发展

“科技、时尚、绿色”是新时代中国纺织服装行业的新定位，这一定位赋予了行业新的发展方向与活力，也对行业发展提出了更高要求。

顺应这一要求，2018 年，东方丝绸市场将以更加务实的工作和新颖的理念做好第五届江苏（盛泽）纺博会以及配套活动，并将同期承办 2018 年中国服装大会。

加强内外交流方面，将通过各类面料评比和活动，拓宽企业视野，提升市场国内外影响力。增强市场导向，倡导生态纺织概念，引导企业参与国家级面料评审，从提升产品附加值、提高产品质量入手，向中高端的功能、环保产品发展。以国内外一流时装设计师为引导，使市场企业生产与销售无缝连接，逐步提高中高端面料占比。

同时，以创新驱动为引导，努力打造市场企业产品核心竞争力。引导市场企业依据自身实力，积极采用国际先进工艺、技术和装备，不断改进产品设计，逐渐向高、精、优靠拢，形成自身独特的核心竞争力。

围绕市场需求，完善服务管理

随着中国纺织产业在世界产业链条中的新定位，开启了更多国际合作的可能性，“一带一路”倡议也为国内企业“走出去”提供了良好的内外环境。“走出去，请进来”将是一项需要长期推进的工作。2018 年，东方丝绸市场将在组织好 2018 年展会的同时，按照国家“一带一路”倡议，开拓新兴国家市场与东南亚市场。

完善公共服务功能，加快市场服务平台建设，加强市场公共服务平台的功能辐射，要从电子商务、纺织技术、纺织品检测、人才培训、专利和品牌建设、外贸服务、抵押担保等方面强化公共服务功能，为市场企业提供优质服务，提升中小企业自主创新能力。

强化市场安全、诚信等管理，是提升市场竞争软实力的基础。东方丝绸市场将以星级文明诚信经营户、党员示范户评选，风险防控能力培训为抓手，强化打击诈骗行为的力度，优化市场环境。联合公安、消防、安监等部门，构建“网络化”的安全工作新格局，会同城管、交警、环卫等部门，整治交通安全和环境秩序，塑造整洁、卫生、通畅的市场新形象。FA

赛，在 2017 年 2 月公布的 2018 年春夏中国流行面料名单评审中，盛泽入围企业 64 家，共计 102 块面料获得优秀奖。在 2017 年 10 月公布的生态环保面料设计大赛获奖名单中，盛泽企业共有 4 块面料获大奖，35 块面料获优秀奖。

在时尚发布方面，江苏（盛泽）纺织品博览会期间，还举办了“赤子丝情”、“绿泽绸都”、“蓝潮霓裳”、“紫气东来”和“青葱岁月”为主题的五场时尚秀演。2017 年 11 月 3 日，“绸都盛泽风尚秀”在北京 751D·PARK 第一车间举行，盛泽纺织产业集群优秀面料企业首次集体亮相中国国际时装周舞台。

多方式，拓宽销售渠道

相比以往平面化的销售渠道，如今，线上线下、国际国内的丰富渠道成为了纺织服装行业再拓市场、再次提升的一大契机。

2017 年，东方丝绸市场全力推进有形市场与无形市场的融合、积极组织“走出去、请进来”相关活动、并推进国家市场采购贸易方式试点，通过全面实行“互联网+”、“走出去”等发展战略，以多种形式助推市场内商家布局国内外市场。

线上线下融合，是行业发展的一大趋势，2017 年，以中国绸都网、云纺城和宜布网几大平台为支撑的电商发展集群业已成型。当年，绸都网便获评互联网经济“百千万”工程重点企业；中国东方丝绸市场交易中心获评苏州市平台经济示范企业；绸都网、宜布网、盛峰汇被认定为江苏省电子商务基地。

2017 年，中国东方丝绸市场积极组织“走出去、请进来”活动，共开展“盛泽面料万里行”活动 27 场；“千客万商进盛泽”活动 7 场；面料专场对接会 16 场。2017 年 4 月 26 ~ 27 日，举办了“中国—东盟纺织服装发展研讨会暨东盟旅游购物节”，同年 8 月 25 日，组织企业参加了阿斯塔纳世博会中国馆盛泽日活动。全年，共组织 160 多家企业参加巴黎、纽约等国外专业展会，组织 1000 多家企业参加上海、深圳、南京等地展会，参展面积超 1 万平方米。

在积极推进国家市场采购贸易方式试点方面，如今，中国东方丝绸市场已经完成市场采购贸易方式联网信息平台的主体研发，平台硬件和软件都已安装完毕，并不定期开展外贸电商系列培训。

多方面，完善经营环境

打铁还需自身硬，无论是企业还是平台，加强管理、提质增效都是近两年来被频繁提及的关键词。在积极谋求对外发展的同时，中国东方丝绸市场不忘对内的自审自查、环境建设，在全面落实安全管理、文明建设的相关要求外，积极拓展市场公共服务平台建设。

安全管理，是保证市场安全、有序运营的基础，2017 年，中国东方丝绸市场从“强化责任落实”、“强化宣传力度”、“强化整治力度”三方面贯彻管理要求，并被苏州市吴江区盛泽镇安全生产委员会授予“2016 年度安全生产工作先进集体”称号。

与此同时，中国东方丝绸市场以文明诚信经营户评比活动、商务诚信平台建设为抓手，不断提升自身全国文明诚信市场的品牌形象。一方面，扎实开展好中国东方丝绸市场 2016 ~ 2017 年度星级文明诚信经营户评比活动；另一方面，建立市场诚信平台数据库，现已有 400 多家文明诚信经营户录入系统中。

目前，中国东方丝绸市场共建成公共服务平台 16 家，服务内容已经涵盖商品交易、信息发布、纺织科技、产品检测、外贸服务、电子商务、展会功能、面料展示、品牌培育、知识产权、物流集散等各个方面，满足了盛泽纺织企业和整体纺织发展的需求。



作为一个历久弥新的专业市场，中国东方丝绸市场成绩斐然。

承前启后，擦亮三张名片

本刊记者 _ 董笑妍 通讯员 _ 范明娟

回顾不平凡的 2017 年，中国东方丝绸市场交出了一份亮眼的成绩单：不仅成功创建了国家级吴江出口丝绸及其产品质量安全示范区，更打造了江苏省电子商务生产性服务业集聚示范区和苏州市平台经济特色基地。数据方面，2017 年 1 ~ 12 月中国东方丝绸市场交易额达 1173.58 亿元，同比增长 5.20%；物流中心托运量达 281.95 万吨，同比增长 9.36%。

作为一个历久弥新的专业市场，中国东方丝绸市场斐然成绩的背后，有哪些值得借鉴与推广的新举措、新实践？展望 2018 年，又该如何擦亮“丝绸古镇、纺织名城、面料之都”三张名片？

据介绍，中国东方丝绸市场将以建设“中国丝绸第一镇”为目标，紧紧围绕市场转型升级，进一步提升市场业态、创新交易模式、拓宽销售渠道、完善经营环境、强化服务配套，通过“五位一体”，当好盛泽纺织产业集群加快转型升级的推手。

回顾 2017，展现市场强大实力

2017 年，中国东方丝绸市场积极推进东方纺织城建设、举办各类纺织专业展会、着力引领盛泽面料时尚化发展，在基础设施建设、促进商品贸易、扩大市场影响力等方面都取得了优异成绩。

多途径，提升市场业态

商品流通早已不是专业市场的唯一功能，地方合作、产业交流、时尚发布、趋势策源地……多元化发展已经赋予了新时代下专业市场的新定位。

中国东方丝绸市场正在以这种多元化思路拓展市场业态，2017 年 10 月 9 日，东方纺织城正式开业，并同期发布了荣市旺市政策。2017 年与紫晶花现货面料超市成功签约，占地面积达 6155 平方米，现已开业；与面料产业研究院成功签约，占地面积达 2387.28 平方米，也已开业。此外，2017 年东方纺织城共成功举办培训讲座 43 场、人气活动 45 场。

2017 年 10 月 16 ~ 18 日，中国东方丝绸市场成功举办第四届江苏盛泽纺织品博览会·第十八届中国盛泽丝绸旅游文化节开幕式暨第二届中国生态环保面料设计大赛颁奖仪式。为期三天的纺博会共吸引了来自国内外的 4.49 万名纺织服装采购商寻觅商机，供采双方达成意向交易额共 13.79 亿元，增长 22.5%。

同期，中国东方丝绸市场还举办了第二届中国生态环保面料设计大赛颁奖仪式、第十八届中国盛泽丝绸旅游文化节推介会、中国生态环保面料创意发展高峰会、全国服装电商（盛泽）面辅料采购会、苏州（盛泽）中纺面料产业研究院产学研合作授牌仪式、中国科协青年科学家论坛、中国纺织工程学会旗袍文化研究会成立暨第二次全球会长大会、2017 中国（盛泽）时尚面料主题对接会以及五场时尚秀演等系列子活动。

为引领盛泽面料时尚化发展，中国东方丝绸市场组织了众多盛泽企业参加中国流行面料评审和第二届中国生态环保面料设计大

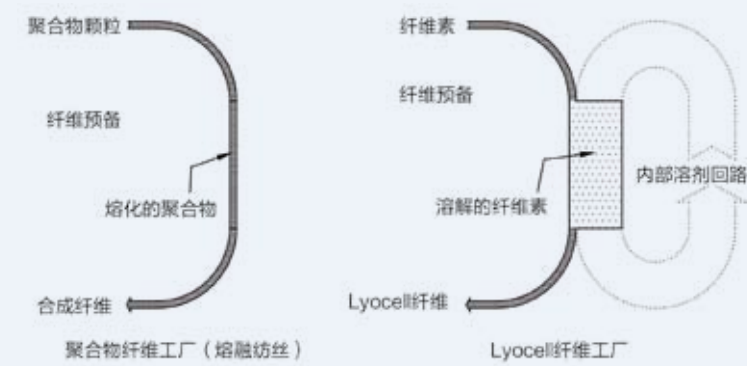


ONE-A：确保 Lyocell 纺丝溶液实现连续供应

昂一工程技术(上海)有限公司_吴峥 / 文

在传统的熔融纺丝工艺中，如尼龙、聚乙烯、聚丙烯或涤纶的工艺中，聚合物颗粒被熔融并通过纺丝头不断被挤出。纤维从纺丝头挤出时，冷空气将同时冷却纤维。在拉伸和上纺丝油剂后，即可生产出纤维，无需提前制备任何溶液。一般来说，加工 1 吨聚合物熔体将会产生 1 吨合成纤维产品。

Lyocell 工艺是溶剂纺丝工艺，使用干喷湿法纺丝。这意味着基础的产品纤维素在溶剂（NMMO）中溶解。制备的溶液以熔融纺丝工艺中同样的方法被挤出。冷却气体（空气）将纺丝溶液冷却至可以在空气隙中形成丝束的程度。与传统熔融纺丝工艺对比，产生的丝束在经过空气隙后必须进入纺丝浴，以滤去溶剂并接收（沉淀）纤维素以成纤维形状。一般来说，在 Lyocell 工艺中生产 1 吨 Lyocell 纤维需要 6 ~ 10 吨的纺丝溶液。



假设在工艺温度下粘性范围与熔融纺丝工艺相同，Lyocell 纺丝设备例如过滤器、泵或换热器，在相同尺寸下，与熔融纺丝工艺的产品产出相比，Lyocell 纤维产出仅为 10% ~ 15%。这导致了 Lyocell 工艺需要相对更重和更大的设备。同样，这也导致了与聚乙烯或聚丙烯工厂相比，Lyocell 工厂需要更高的特定资本支出。

以经济合理的规模化生产 Lyocell 纤维时如何处理较高产量的纺丝溶液是 Lyocell 工艺的重大挑战之一。设备尺寸和重量，确保恒定不变的质量，避免流动不稳定性 and 老化纺丝溶液的降解都是需要解决的问题。ONE-A 公司有克服这些障碍的经验和专有技术，针对“纺丝溶液连续供应”这个主题，ONE-A 已有两项发表的专利：换热器管道系统（专利号：WO 2013/030402）和清洁流体的措施与过滤装置（专利号：WO 2014/085836）。

为输送和过滤纺丝溶液和熔体提供改进方法和装置

为输送粘性流体，需提供一个热交换管道系统，其中包括多个设计为管道部件的独立热交换器，且管道系统里和管道横截面上有预先设定的控制温度和（或）压力分布。这些以管道部件形式存在的热交换器，在管道系统中以固定的间距进行排布。根据保持管道系统里的预先设定的温度和（或）压力分配，来确定固定的间距。

在此提供一种清洁流体的装置和方法。装置包括一个至少有一个入口和一个出口的机座本体，和一个在机座本体里可以移动的滑动机构，及至少有一个包含两个对称相反布置的过滤器；从机座本体入口开始，流体对称地流入通道中的过滤器并且过滤器下游直接与机座本体出口对接；一部分未通过

通道流入的流体在滑动机构和机座本体之间的空气隙中形成流体缓冲区；通道打开了至少两个对称相反布置的出口支路，而且在通道中至少两个进口和两个出口之间的间隙中至少产生四股冲洗液。

但这种方法有三个待解决的问题：

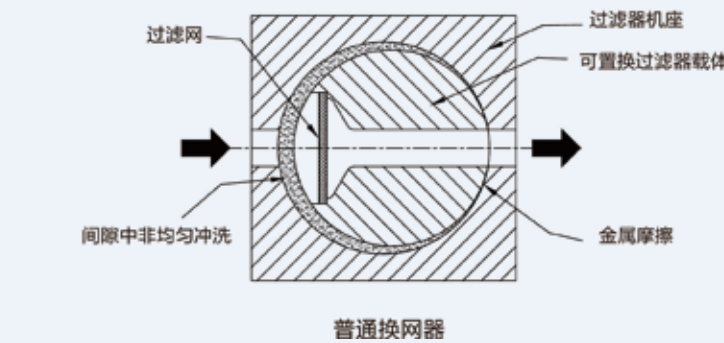
一是粘性流体的输送——压力损失与摩擦热产生。高粘度纤维素溶液通过管道的输送会因管道中的流动阻力和被导入的聚合物化合物产生摩擦热。因大规模生产的聚合物溶液经常会产生杂质，这些杂质，例如膨胀体，必须在聚合物溶液加工前通过过滤去除。因过滤介质会产生压力损失，这是由聚合物化合物中的额外摩擦热而产生的。为了将聚合物溶液导入独立的加工位置，聚合物溶液常通过弯曲管、三通管、Y 型管和多个分配器被分配，这会导致更多的压力损失和热量产生。

由于高粘度聚合物溶液的置换和输送需要通过泵，这会产生更多的摩擦热并影响纤维素溶液的粘度和热敏性。

二是在管道横截面的均匀分布。由于层流，粘性流体在管道的横截面会形成速度梯度——在管道中心观测到最大速度，在管壁处速度接近于 0。此横截面的不均匀流动导致原液在横截面的停留时间不一致，同时也会导致管道横截面温度分布不均匀。在高粘度流体的输送系统中，几乎不可能在管道的整个横截面获得有均匀速度和温度分布的理想活塞流，但可以采取措施以找到最佳实践解决方案。

三是以换网器清洁粘性流体。为在聚合物工业中实现可靠的生产工艺，在挤出前从纺丝溶液或熔体中去除杂质是至关重要的。

传统过滤装置（换网器）主要包含一个机座本体，带有杂质流体的进口和被过滤流体的出口，一个在机座内可置换的过滤器载体，一个在过滤器载体内的过滤器。如果过滤网被堵塞则必须被清洁或置换。因此机座中的过滤器载体必须以此方式被置换，譬如，关闭过滤器载体的进口，含过滤器的过滤器载体送到能接受清洗的位置。之后，过滤器载体被再次置换到初始位置。



在过滤器载体和过滤器机座之间需要有间隙，使过滤器载体移动不损伤载体和机座的滑动表面。间隙被相当于润滑剂的纺丝溶液或聚合物熔体冲洗。冲洗间隙会导致纺丝溶液的损失。此损失需尽量控制在最小程度，但必须保证载体和机座间的所有滑动表面都能被润滑。为避免老化的纺丝溶液凝聚，

对间隙的冲洗必须是均匀的。

由于过滤器进口和出口的压力差，普通的过滤装置不可能达到均匀的冲洗。过滤器载体沿着机座出口壁被压出，这导致机座和过滤器载体之间的金属摩擦。

ONE-A 的发明旨在为输送和过滤纺丝溶液和熔体提供改进的方法和装置，以避免或使上述问题和弊端最小化。

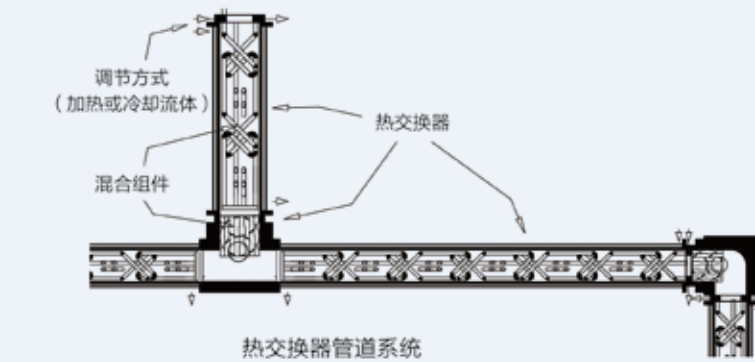
四大关键点保证纺丝溶液连续供应

这两项专利技术有四大关键点：

一是热交换器以管道部件形式设计。该系统允许一个沿管道系统的预先设定控制的横截面温度和（或）压力分布，如通过流体的再分层的方式。

热交换器以管道部件形式提供，沿管道系统有固定间距。根据保持管道系统里的预先设定的温度和（或）压力分布，来确定固定的间距。

在热交换器内可以进行调节以使粘性流体在预先设定的温度下在热交换器内进行输送，并且视需要，提供混合组件以保持在管道横截面上预先设定的温度和（或）压力分布。



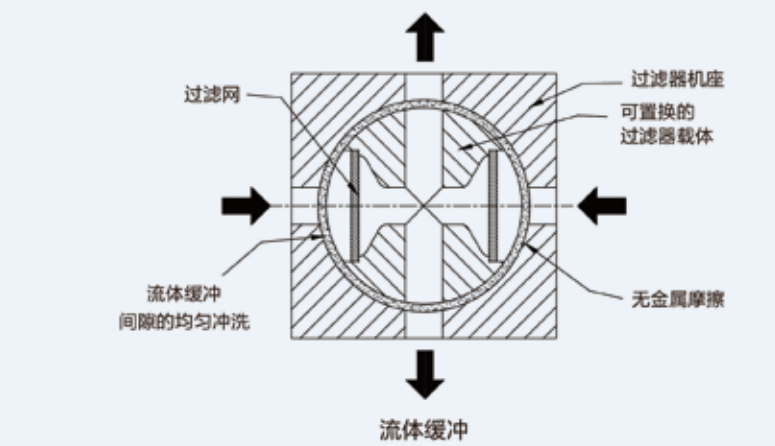
二是混合元件。在特别优选的实施方案中，根据 ONE-A 的系统，热交换器管道系统包含内部的混合组件，至少一段管道或热交换器。

一种可行的方法为安装内部混合组件，与在双层夹套聚合物管道壳体内部的外部冷却（或调节）相结合。混合组件被用来旋动流体以此使层流转变为湍流并（或）从热交换器中心到截面的外部区域形成一个流体交换。热交换仅发生在（冷却的）管壁和与（冷却的）管壁临时直接接触的打旋的聚合物之间。

混合组件也可以部分或独立的热交换器形式提供，带有内部混合和内部温度控制。

根据实例，与热交换器管道系统相关的发明，是一个混合组件与温度控制方式的结合，譬如，以在热交换器内部的热传导介质的形式。这可以通过对一个热传导介质管道进行相应形状的缠绕实现。为了防止压力损失产生的摩擦热，倾向于选择较低的填料密度。

三是滤网滑动机构的“润滑”。根据上述描述，将滤网移动至“反向冲洗”或“换网”位置的滑动机构是换网器的关键部件。为在整个滑动表面上提供润滑膜，ONE-A 的过滤系统在机座与移动式过滤器载体之间提供均匀的压力。ONE-A 过滤系统的独特布置提供了流体缓冲，形成一个“浮动轴承布置”以防止过滤器载体和过滤器机座之间的金属摩擦。



为达到“流体缓冲”，至少两个过滤层须反向布置。至少两个进口和至少两个出口对称地沿载体的外周对称布置。这种布置会导致机座和载体之间的对称受力。

四是冲洗滑动表面，防止“结块”。老化的纺丝溶液会导致聚合物系统的多项问题（质量、工艺稳定性、过滤网寿命），因此必须尽可能防止纺丝溶液的陈化。

在整个滑动表面设置一层均匀的膜能使机座和过滤器载体之间的环状间隙得到均匀的冲洗。在周向（从进口到出口的流动方向）和纵向（从进口和出口到过滤器外部的流动方向导致泄漏）都需要建立均匀的冲洗。

均匀冲洗防止老化的纺丝溶液或熔体结块和形成。根据环状间隙的尺寸，泄漏量控制方式满足既达到充分冲洗，又能将泄漏降到最小。

五大优点为客户提供高附加值服务

与装备普通聚合物管道和普通聚合物过滤系统的聚合物系统相比，使用上述两个专利技术，ONE-A 的热交换器管道系统和 ONE-A 带有流体缓冲效果的受均匀冲洗的网式过滤器，具有很多的优点。

一是热安全性。热交换器系统横截面上均匀分布的流动速度和聚合物温度窄分布使得生产工艺操作变得十分安全。这避免了会导致放热反应的温度峰值。一个聚合物系统的总体安全性是由最大当前温度和起始温度（能产生放热反应的聚合物临界温度）之间的温差定义的。在普通系统中，此温差相对较低（大约 10 ~ 30℃），在 ONE-A 的系统中，温度差能超过 40℃，相较传统系统更为安全。

二是无死区。ONE-A 热交换器管道系统的高效混合与 ONE-A 网式过滤器系统的均匀冲洗能帮助避免死区，及（老化）聚合物的降解和结块。

这些措施相结合能延长聚合物过滤器使用周期，减少喷丝板更换间隔的次数（喷丝板使用周期更长）。

三是老化的纺丝溶液受控排放。过滤机座和过滤器载体（流体缓冲）之间量身定制的间隙设计使纺丝溶液排放到过滤器机座外部的过程变得可控。除了避免聚合物老化，聚合物泄漏也可以被轻易收集以分析溶液的质量和热稳定性。

四是换网器的简单设计。为了防止过滤器载体和机座之间的金属摩擦，有一种陈旧的方式，即为安装滑动条（金属或塑料材质）以确保沿过滤器载体外周有恒定的间隙。ONE-A 换网器系统无需使用这种昂贵且复杂的安装方式，流体缓冲能自动可靠建立一个恒定的间隙。

五是能使每一个过滤单元有更大的过滤表面，以减少过滤单元的数量。

可以说，这两项专利技术能为客户提供稳定且安全的生产工艺、恒定的纤维质量、产品产量最大化、减少昂贵过滤器组件的磨损等高附加值服务。TA



过去的量体定制解决的是穿着合适度的问题，而当下的个性化定制则满足了每一个消费者的个体需求。

CHIC2018(春季)
前瞻之二

新男装经济演绎“他”时尚

本刊记者 _ 董笑妍



这是一个既要颜值也要实力的时代，对于当代男性来说也是如此。虽然与女性消费者相比，男性消费者被打上了“消费欲望弱”、“消费生命周期短”的标签，但这并不意味着他们没有需求，男性自主审美意识正在崛起，以往西装、衬衫、夹克的“老三样”已经不能满足他们对不同场合的着装需求，他们也开始了自我追求和表达。

日前，由波士顿咨询和阿里巴巴共同推出的《中国消费新趋势：三大动力塑造中国消费新客群》报告指出，无论线上还是线下，男性消费者都大量增加，不管是为自己购物还是帮家中购买，中国男性消费者每年的线上开支甚至已经高于女性，达到了人均10025元；此外，73%的一线城市男性消费者认为，个人仪表对于求职和约会非常重要。

而随着90后消费者成为服装消费主体，消费群体越来越追求独立的思想和独特的品位。如何把握住这一趋势，参展CHIC2018(春季)的男装企业率先给出了答案。

智能新体系已然成型

“定制化是时代必然，人们生活水平以及穿着品位的提升，势必对产品的个性化有着更高要求，而定制则是解决这一问题的很好途径。过去的量体定制解决的是穿着合适度的问题，而当下的个性化定制则满足了每一个消费者的个体需求。”报喜鸟控股公司云翼智能事业部总经理周国良如是说。

CHIC2017(春季)中，报喜鸟带来的智能化定制平台云翼智能打造的智能制造流水线可谓吸睛无数，通过数据化、部件化、模块化进行批量化和规模化的全品类服装定制，从下单到收货，7天的时间就能满足消费者的个性化需求。这一技术为许多正在寻求转型的男装企业打开了思路。而此次，云翼智能将把重点放在产品和服务的展示上。

周国良表示：“智能制造流水线解决的是技术支持，主要是通过信息化和智能化技术提高产品生产能力和效率。在此基础上，未来定制化的竞争是客户需求驱动下的产品和服务之争。”通过数据来把握客户需求，这对于报喜鸟来说，已经成为核心竞争力。“报喜鸟在定制领域做得比较早，有着十几年的经验，通过积累沉淀以及归类和分析，已经能够把握趋势，又通过终端定制店的反馈，主动搜集和了解顾客新的需求。”因此，报喜鸟从2016年开始进行定制专业化服务后，迅速打开了国内局面，目前已经与国内500多家定制店进行合作。

“现在我们是在回归，任何一个行业都有其本质，服装行业就是打造极致的产品和服务，设备和技术只是支撑点。”周国良说。

推出国内首家皮衣定制智能化平台的大连隆生集团同样因为上一次参展得到了业界的广泛关注，从而有了再次参展的决心，并将展位扩大了三倍。

“我希望打造的智能平台是集合了皮衣、皮具乃至全品类的综合性定制平台，能够

个性化定制生产渐渐普及

定制化对于企业来说，是否会成为下一个同质化竞争的领域？对于这一问题，吴琦给出了自己的见解，就目前所有的企业来说，定制化的量依然是少的，但只要能跟销售成正比，就是健康的产业。

而对于C端，隆生也有自己的品牌Long-Sailing，这个品牌本身是女装高级定制品牌，如今又加入了皮装定制的基因。近日Long-Sailing与金港股份CHINA GT达成战略合作，“跨”出了新高度。Long-Sailing将为CHINA GT的赛车手量身定制专属的赛车服，并为车迷设计出更多融入赛车文化的皮衣款式，甚至会为每一站赛事打造不同的运动系列，使各大车队、赞助商及赛车迷等充分享受皮衣智能化个性定制的乐趣。

只有西服等标准化程度高的品类才能实现大规模定制吗？牛仔等时尚化程度高的品类如何实现？山东海思堡服装服饰集团股份有限公司做出了尝试。

据其牛仔定制部门负责人史荟琪介绍，海思堡从2016年开始对服装生产线实行“互联网+”个性化定制改造，实现了牛仔裤装从下单、制版、裁剪、缝制、水洗、后整的全流程信息化和“互联网+”改造，生产周期由原来的45天缩短为7个工作日。2017年9月完成上衣定制流水线，此条流水线是海思堡自主建设的，拥有3项软件著作权，2项发明专利。“海思堡在顾客量体定制的基础上，实现了工字扣皮牌镭射、绣花、数码印花、镭射水洗及成衣染色等五大个性化工艺，从而实现牛仔服装的个性化订制。”

史荟琪认为，从工厂到消费者的链条正在无限缩短，消费者形成了以自我为中心的价值观，独立意识渐强，消费诉求由追求“品牌”向追求“高性价比”转变。而且随着消费水平的提高以及对生活质量的追求，他们的消费行为在多数情况下，也不再像以往具有过多的盲目性，而是更趋于冷静、理性，更重视产品所带来的附加效应，以期获得个性化的体验感。

而在服务方面，海思堡也将个性化定制体验升级。“海思堡个性化定制突破了当前服装行业基本版型固化、按尺寸下单的模式，结合服装领域的独特优势，实现了工艺下单、水洗效果下单、强烈个性化元素下单的系统开发成果。”史荟琪说，海思堡的目标是以集成创新的系统观念，搭建信息资源平台、研究开发平台和成果推广平台，以“互联网+创新元素”垂直整合设计师资源，推动传统服装产业升级为创新产业，以“众创空间”的理念，打造服装设计师梦工场，培育和孵化服装设计人才，生成定制产业创新生态系统。



为B端客户一站式解决定制问题。”大连隆生集团董事长吴琦说，通过第一次参加CHIC春季展与海思堡联手试水，此次希望能够联合更多的志同道合的企业，形成集群式智能化定制。她认为，无论是从国家战略，或是企业转型的内在动力来看，打造智能化生产都是一条必经之路。

吴琦说，大连隆生通过自主研发的皮装智能化定制平台，实现了大到款式、面料，小到口袋设计、拉链、刺绣等，客户都可以根据自己的喜好实现智能化个性定制，真正做到一人一款、一人一版。

正是在此基础上，吴琦希望能够帮助更多的中小企业实现智能化定制。“企业可以遵循二八原则，实行80%为传统制造，20%为智能制造，逐渐进行定制化试水，让平台上的企业成为整个定制生态的一环。”吴琦说，国家目前在推动“三品”战略，未来消费者对品质的要求也会越来越高，这就对企业提出了更高的要求，因此在这个平台上的企业，从源头上就要保证产品的品质以及绿色环保。

原创设计，丰富风格化选择

大规模定制平台解决了B端的个性化生产问题，而对于直接面向C端消费者的品牌来说，如何通过风格化设计给予消费者更多个性化的选择，是他们努力的方向和目标。

提起意树男装，很多人都会说，哦，那个国风男装品牌。这个成立于2013年的年轻原创设计品牌已经凭着自己独有的风格赢得了消费者的认可，此次参展意树男装将带来2018春夏新款。意树男装负责人张庆彬表示，男性时尚品味越来越多元化，更需要有品牌来引领，“站在消费者的角度考虑、理解消费者的购买行为肯定是很重要的，但在这个鱼龙混杂、优胜劣汰的市场中，我认为更重要的是品牌本身的差异化和创意。”

新杰良品是海宁古创服饰有限公司推出的原创设计品牌，公司创建于2003年，经过10多年的耕耘发展，现旗下拥有3个品牌。海宁古创创始人胡新杰表示：“在个性化意识的觉醒下，尽管大家都说这两年服装行业不好做，但对于我们的品牌来说，能够感受到市场越来越好。”

而森马集团也于2016年正式推出了时尚男装品牌——GSON，依托于森马本身强大的渠道和供应链能力，一年多时间就通过加盟联营的形式在华东、华中和华北地区开出了100多家店铺。GSON品牌总监柳维说：“随着消费者对穿着的需求越来越高，GSON与森马原有品牌的差异化，正满足了当下消费者对个性化产品的需求，进一步满足消费者对美好生活的向往和追求。”

对于专注于原创风格的开发型企业来说，保持自己的风格非常重要，柳维就表示，品牌下一轮的竞争，其核心仍然是产品和体验。对于品牌来说，设计师要对市场有极强的敏锐度，同时要有强大的研发能力以及与之匹配的供应链做支撑。因此，GSON强调原创设计，其设计研发团队基本上都是10年以上有着成熟开发经验的设计师组成，以保证产品的风格 and 品质。而在客户体验方面，GSON也给自己制定了高标准，无论是店面陈列或是与客户的互动，都尽可能从客户的需求出发。

为创意投资，物有所值

“我们很重视设计师的梯队建设，我们的首席设计师是在服装行业有三十余年经验的新加坡籍华人，曾就职于三宅一生等世界知名品牌，其他设计师也是从东华大学等服装设计类专业院校毕业，无论是从受教育水平还是眼界都是开放、兼容并有实力推陈出新的。”张庆彬说，独创是建立在了解周遭的基础上，封闭、守旧的独创不是意树的风格。

古创每年在设计研发方面的投入也很大，这也是古创力求打造的核心竞争力所在。胡新杰说，未来任何一个行业都会越来越专注、越来越细分，因此品牌要保证独创性，其次要整合优化生产环节、控制成本，为消费者提供物美价廉的产品。“这同样是服装企业未来的发展趋势，如果能实现品牌与消费者的直接对接，一方面能够更好地把握消费者需求，另一方面也尽可能去掉生产价值的中间环节，直接让利给消费者。”胡新杰说。

对于品牌未来的规划，柳维称，对GSON品牌来说，本身还是一个新品牌，未来就是要踏踏实实地把产品做好，为消费者提供性价比高的优质产品和服务。

此次是古创第一次参加CHIC展，对于这个在全球服装领域都比较有影响力的平台，古创对自己的品牌充满了信心，胡新杰希望能够借助这个平台，将古创独具风格的产品展示出来，提升品牌影响力。

而意树则将企业发展上升到了文化层面。“随着中国国际地位的提升，中华民族崛起是一个不可逆转的趋势，服装作为文化的载体只是在顺应这个趋势，体现它本来的价值而已。”张庆彬说，未来将牢牢把握住品牌本身的市场定位，继续在设计与研发上多投入心力，以道御衣、以衣显道，与时俱进做真正的国风时装，正国风，道中华。**171**

回顾与展望

消费升级，毛纺业迎来大机遇

访中国毛纺织行业协会会长彭燕丽

本刊记者 _ 郭春花



彭燕丽

在经济大环境向好和消费升级的带动下，2017年，我国毛纺行业保持了稳中向好的发展态势，特别是在产业结构调整、区域结构调整、企业组织结构调整，以及智能制造、绿色制造、品牌提升、文化创意等方面都取得了亮眼成效。2018年，行业发展面临哪些机遇和挑战？未来如何前行？岁末年初，中国毛纺织行业协会会长彭燕丽在总结行业成就的同时，也对行业未来发展着力点作了阐述。

行业实现平稳运行

2017年以来，毛纺行业的生产与市场结构调整继续推进，行业发展在新动能、新趋势与新机遇带动下呈现平稳发展态势，企业发展由规模发展型向质量效益型转变。

2017年1~11月，毛纺行业总体运行情况稳中向好，规模以上毛纺企业的主营业务收入同比增长0.47%；利润总额同比增长6.9%，明显高于收入增速；利润率5.18%，较上年提高0.31个百分点。彭燕丽分析，受益于国内外经济大环境回暖及消费升级，消费者对毛纺高端产品的青睐度增加，带动了毛纺行业的发展。“毛纺产品的应用领域也有所拓展，在以往主要用于正装的基础上，现在很多运动装、女装品牌都加大了对毛纺面料的应用。”

2017年以来，毛纺织产品出口扭亏为盈，开始进入正增长。1~11月毛纺原料及制品出口总额121亿美元，同比增长9.8%。此外，毛纺产品出口市场也有不少新亮点。2017年1~11月，出口非洲国家的毛纺原料与制品规模为8.1亿元，同比增幅达105.6%，其中，毛梭织服装的出口金额增长达1334.6%；出口“一带一路”沿线国家的毛纺原料与制品规模也同比增长16%。

彭燕丽介绍，这些成就的取得也离不开一些毛纺龙头企业的带动，他们在品牌建设、质量提升等方面为行业做出了榜样。比如鄂尔多斯对4个品牌进行了清晰定位，更精准和差异化地服务于不同的市场，新品销售及占比大幅度提升；江苏阳光集团先后获得了“中国质量奖”、全球卓越绩效奖（亚太质量奖）等，发挥了一个龙头企业应有的作用；浙江新澳的服务意识越来越高，企业虽然主要生产纱线，但是每年都会邀请世界顶尖设计师，利用公司最新的纱线产品设计成成衣举办流行趋势发布会，在色彩、款式等方面引导下游，取得的成效令业界瞩目。

2018年，中国将迎来改革开放40周年，十九大更指出改革开放的脚步不会停滞，纺织行业也将迎来利好机遇，特别是毛纺行业作为其中的重要组成部分，面临的机遇也是前所未有的。对于2018年，彭燕丽预测毛纺行业将平稳发展，但随着行业消费升级、创新与资源整合力度扩大，订单继续向优势企业转移，品牌企业与优质产品竞争优势扩大，竞争力差的企业压力可能继续加大。

继续创新服务模式

2017年，中毛协重点加强了产业集群对口服务工作，携手浙江华新实业集团有限公司联合主办了中国毛纺织产品交易会，协助中小企业拓展市场，促进了专业市场与集群、园区对接。交易会汇聚了来自10余个省、自治区的毛纺原料、纱线、面料企业参加，河北省清河县、南京市、内蒙古鄂尔多斯市东胜区、山东省新泰市西

张庄镇等毛纺织特色产业集群组团参加，打造区域品牌形象。

“此次交易会是中毛协专门为中小微企业搭建的产业链有效对接的交易平台，也是中毛协服务产业集群的一种新模式。”彭燕丽介绍，交易会获得了各地产业集群的积极响应，也取得了不错的效果。2018年，根据企业采购需求，中国毛纺织产品交易会将于4月举办。

此外，中毛协还与清河、大朗等产业集群合作举办了多个交易会。这些交易会各有特色，有的侧重电商，有的侧重智能制造，可以说，这些产业集群系列活动都在积极向智能型、创新创意型方向转变，旨在为毛纺产业集群打造特色新引擎。

做绿色发展的先行者

2017年以来，毛纺行业在绿色制造方面取得了实质性进展。由中毛协组织牵头，内蒙古鄂尔多斯羊绒集团有限责任公司起草的《绿色设计产品评价技术规范 羊绒针织品》标准，于10月由全国工业绿色产品推进联盟和中国产学研合作促进会作为团体标准联合发布，成为工信部开展的绿色制造体系建设工作中纺织类绿色设计产品标准中的试点示范（目前纺织类绿色产品标准只有两个，另一个产品是丝绸制品）。毛纺织行业可以说成为了全纺织行业开展实施绿色产品评价体系的先行者和倡导者。

彭燕丽说，为继续推动羊绒行业绿色发展，2018年行业将开展绿色企业树标达标和羊绒绿色产品专项评审等相关工作。

为行业培养众多人才

中毛协一贯重视技术人才的培训工作，2017年，对于毛纺行业来说，人才培育可以说开展得如火如荼。截至2017年，中毛协已连续成功举办了9期毛纺行业专业人才高级培训班，累计培训900余人次，受到了业内一致好评。

特别是2017年，针对毛纺织行业技术及设计需求，中毛协与The Woolmark Company、纺织之光科技教育基金会等机构联合举办了3期毛纺行业专业人才高级培训班，得到了学员的高度认可。

在成功举办“毛纺行业专业人才高级培训班”的基础上，中毛协根据企业需求，与烟台南山学院合作进行课程设置和教材编写，于2017年10月启动了“毛纺行业继续教育工程”培训项目，举办了“2017/2018毛纺行业继续教育工程专业人才培训班”。培训班邀请国内外知名专家授课，以毛纺加工工艺技术为核心，兼顾羊毛生产、检测技术、生产设备及企业管理等内容，辐射毛纺全产业链，为企业的生产技术人员以及从事毛纺技术、产品研究、标准检测、流通贸易等相关人员增强理论知识和实践经验，提供了全面系统的学习内容，是协会培训与继续教育相结合的重要服务平台。

彭燕丽介绍，2018年，中毛协将继续举办毛纺行业高级人才培训班，结合纺纱、后整理、面料设计、检测等专题内容分期举办；继续举办“毛纺行业继续教育工程”专业人才培养班，将基础理论和实践生产系统融合，结合网上学习、现场授课和参观生产现场，为企业培养理论知识扎实、实践经验全面的技术型管理人才。TA



微信号：tachaobao



微信号：fzfzk

潮报

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

www.taweekly.com



回顾与展望

生逢其时， 麻纺擂响战鼓再加劲

访中国麻纺织行业协会会长董春兴

本刊记者 李江敏 郭春花



董春兴

中国是世界上麻类资源最丰富的国家之一，麻纺织产业也是我国具有资源、生产和国际贸易比较优势的天然纤维特色产业，但是由于目前麻植物种植水平、生产工艺及机械装备还比较落后，严重制约着麻纺这个既充满着历史文化又灌注着新型时尚产业的发展。在刚刚过去的一年，麻纺行业经历了怎样的发展？新的一年中，行业面临哪些机遇？企业应

如何抓住这些机遇？近日，《纺织服装周刊》记者专访了中国麻纺织行业协会会长董春兴，就中国麻纺织行业协会在2017年的主要工作内容，以及接下来的发展思路及方向做了详细介绍。

新台阶：“小众”做出“大文章”

2017年是麻纺织行业借力“供给侧”改革，苦练内功、发力终端的攻坚年。董春兴认为，中国麻纺织行业协会立足于服务，始终围绕“如何为企业服务好”的理念开展和进行相关活动。“麻纺协会的会员大多数是纺纱和织布企业，与下游消费者的接触较少，更多的是给面料企业、家纺企业、服装企业提供中间产品。”他表示，协会的职能之一是为上下游对接搭建平台，因此要设身处地地为企业考虑，努力为企业发声，以增加协会的凝聚力。

为此，协会2017年各项工作主要围绕以下4个方面加大了服务力度。一是推广科学技术。麻纺行业由于其体量小、门类多，在整个大纺织体系中属于“小行业”，在技术装备水平和科技开发力度等方面相对于其他行业显得较为薄弱，在技术装备水平方面尤其突出。“2017年，我们走访了浙江金鹰、常州金德纺机、青岛东佳、山东同大、白鲨针布、立信等众多纺机企业，和他们沟通交流麻纺企业对装备的要求，对麻纺设备的提升起到了积极的推进作用。”董春兴说，比如，2017年纺织之光“白鲨境泉”麻纤维梳理与脱胶技术推广会的成功举办，取得了很好反响。董春兴表示，针对麻纺的行业特点，“纺织之光”技术推广会的组织形式也进行了调整，不局限于历届“纺织之光”获奖项目，而是由麻纺协会经过大量行业调研，针对性选择并推荐具有推广价值，同时又是企业发展中切实需要的技术。特别值得一提的是，这也是麻纺协会首次以产业链对接的形式与纺机企业合作举办的技术推广活动，对于推进麻纺行业的产业升级，推动国产麻纺设备的进步都有着重要的现实意义。

二是协会代表行业、企业发声。在过去的一年，亚麻原料出口因受到政策以及国际市场的影响，经历了严峻的市场冲击，市场紧缩、价格低迷、原料成本高企。“从2016年到2017年的市场情况来看，可以说行业经受了痛苦的洗礼。”董春兴认为中国对亚麻原料的需求是一种刚需，当前亚麻行业面临成本、安全以及环保的压力，不仅仅是用工成本的上升，其他综合成本以及原料价格也在不断上涨，亚麻市场的价格不是很理想，

企业面临的压力比较大。对此，麻纺协会在中国亚麻大会上代表行业发声，向欧洲麻纺协会提出希望原料价格市场保持稳定的建议。此外，对印度全会上调纺织品服装进口关税，麻纺协会也多方奔走传达企业呼声。

三是积极开展行业调研。2017年年初，麻纺协会在3月中国纺织工业联合会春季调研前，就率先深入企业进行调查走访，了解企业具体情况。此外，麻纺协会还重点分析海关数据，以期给企业提供数据上的借鉴。

四是通过宣传提高麻纺行业影响力。麻纺协会积极利用互联网、微信平台，发布行业信息，通过中国亚麻大会、纺织之光“白鲨境泉”麻纤维梳理与脱胶技术推广会、江西国际麻博会、汉麻·哈尔滨论坛、黑龙江省汉麻产业技术创新战略联盟等一些列活动展示行业形象，均取得了很好的效果。

新征程：风劲扬帆逐浪高

在总结了过去一年行业的成绩后，董春兴认为，目前受国际市场变化的影响，我国麻纺行业整体受到了很大冲击。订单大幅度减少，产品价格大幅度下跌，给企业正常经营造成了非常大的困难，表现在市场无序竞争、原料短缺、设备落后、宣传力度不够等方面，行业还存在很多的问题亟待解决。

为了切实解决麻纺产业面对的问题，董春兴认为重要“抓市场、调结构、促升级”，市场是主导，装备是基础，技术是保证。麻纺行业需要明确定位，加强宣传与引导；树立创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念；积极开发适应市场的产品；整合资源，加大综合开发力度，降低综合成本；加强麻纺文化的宣传。

董春兴认为，随着国内消费者对亚麻的认知度和需求的不断增长，亚麻制品的“出镜率”有所提高，这说明国内消费者对亚麻制品的接受和认可均有所提高。首先，通过2017年在宣传方面的努力，已经取得了“开花结果”的可喜局面，接下来，作为2018年最主要的工作之一，要继续重点加强市场宣传。第二，也要通过调研、走访一些企业和地区，来加强和企业之间的沟通，实现对行业数据的分析和把控，为行业企业提供精准的服务。第三要继续做好展会展览工作，希望得到各界的支持。董春兴称，期待通过组织一系列科学技术交流推广活动，加强麻纺企业间交流沟通的效果，加强与国外同行的交流借鉴，来推动麻纺行业步入新阶段。

董春兴表示，协会今后要继续代表行业发声，在行业全产业链上加强联系和交流，相互衔接，使得全产业链都能够共同获取价值；稳定市场价格；在统一标准的基础上，建立认证，真正实现产品的优质优价，共同促进麻纺行业的健康发展。目前，国际市场对麻纺产品的认知度比较高，国内市场正处于快速增长期，越来越多的人开始认识和喜爱上了麻纺，麻纺制品正在走进中国人的生活，市场开拓大有可为。□

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

周刊+



微信 协会平台



花椒直播

今日头条
你关心的 才是头条

一点资讯



天天快报

新浪看点
有干货 有颜值

· 行业信息+

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

· 媒体平台+

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

· 服务价值+

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

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

新闻热线：刘嘉 010-85872640

新媒体热线：李晓慧 010-85872643

广告热线：万晗 010-85872646

发行热线：章简 010-85872699





回顾与展望

变世界加工厂为时尚策源地

2017 中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟年度亮点回顾

本刊记者 李晓慧

2017年10月，在中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会上，2018/19秋冬中国纺织面料流行趋势发布秀举行，江苏丹毛、恒亮纺织、海宁天一、富丽达、宁波纬一这五家面料企业，携手潮流设计师，以5个特色系列，巧妙融合流行趋势，呈现了53套精美服装。

此次亮相让人印象深刻，“原来纺织面料可以如此时尚，如此玩！”

紧接着在柯桥时尚周上，中国女装面料流行趋势发布秀演惊艳全场。色彩纷呈、风格多样的提花、剪花、烫花和数码印花面料，由中国十佳时装设计师谢家齐操刀，淋漓尽致地演绎出了2018/19秋冬女装流行风貌。

这些都只是中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟（简称：趋势联盟）20家企业系统化进击的步骤。先后参与两次流行趋势发布秀的趋势联盟企业，不仅将各自的面料产品推到了秋冬季时尚的潮头，赢得了市场青睐，也在趋势联盟的整体运作推广下，带动其他成员企业产品成为国内外市场的热点，而这又是下一季产品研发的重要基础。

其实，面料的成衣发布已并不少见，然而，能将流行趋势深植产品内核，引发产品开发链条的整体嬗变，则是极其不易的探索。

那么，趋势联盟是一个怎样的存在，又是如何处理企业与市场、趋势与产品之间关系的呢？本刊记者走进中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心，寻找从趋势、发布到市场应用的密码。

以流行趋势把握产业大势

党的十九大报告指出，建设现代化经济体系成为中国经济的未来主旋律，纺织行业也随之进入了新时代。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在中国纺织工业联合会第四届第二次常务理事扩大会议上指出，未来，中国纺织工业的发展要形成以“科技、时尚、绿色”为标签的新的产业定位。

其实，早在2003年，时任国家纺织产品开发中心主任的孙瑞哲就在全中国纺织产品开发工作会上提出了这样的愿景——推动中国纺织工业“变世界加工厂为时尚策源地”。

十四年来，在中国纺织工业联合会的指导下，国家纺织产品开发中心与中国纺织信息中心，以“Fabrics China 中国流行面料”系统工程为核心，开展全行业产品开发服务，以流行趋势为先导，以科技创新为基础，以促进产业链上下游集成创新为宗旨，通过纺织产品开发协作体系、质量管理体系和社会责任管理体系，促进企业创新管理和质量控制，提高企业科技竞争力、时尚竞争力、质量竞争力、责任竞争力和可持续发展竞争力。

趋势联盟隶属“Fabrics China 中国流行面料”体系，成立于2016年，国家纺织产品开发中心主任李斌红表示，经过长期努力，中国纺织企业在品牌 and 品质方面取得了长足进步，并逐步看到了流行趋势对于产品开发的强大引领作

用，于是，依托国家纺织产品开发基地，逐步开始选拔有意向的企业共同开展流行趋势开发和发布。

联盟建立了十分完备的开发和发布体系，从产品企划、市场推广、品牌传播三点着力，发挥集成创新的系统力量，推动“中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”，提升流行趋势的话语权。

携手企业，将研发工作扎实做到底

回顾两年来的趋势研发与发布工作，业界普遍的感受是，这项工作做得很“实”。这既是对趋势部工作的一种认可，也是对参与企业展现出的创新成果的肯定。

趋势联盟系列工作的具体执行是在中国纺织信息中心／国家纺织产品开发中心领导的流行趋势部。流行趋势部自1999年起即按照春夏、秋冬两季分别对未来一年半的中国纺织面料流行趋势进行预测，逐步形成了强大的趋势研发团队和完善的工作体系。趋势联盟成立之后，流行趋势部除了每年开展二十多次的面料静态趋势发布，上百场次的流行趋势讲座，还专门针对20家联盟企业开展以流行趋势为主导的流行趋势提案会、季节产品开发沙龙、产品营销企划沙龙等深度服务。将重心聚焦在如何让流行趋势为企业产品开发服务，帮助企业进一步打开市场这一关键点上。

每一季的流行趋势概况发布后，联盟会与企业展开面对面的交流和指导，针对每个企业的产品特色，将趋势逐一落地到产品的开发过程当中，最终以静态和动态两种形式进行成果发布，接受市场检阅。

两年来，趋势联盟收获了丰硕的成果，形成了稳固的企业圈层。成员企业分别专注不同品类的纺织面料生产，已携手走过2017春夏、2017/18秋冬、2018春夏、2018/19秋冬趋势研究与发布季。

在这个过程中，企业逐步学会了用下游语言讲述面料的故事，并逐渐习惯于用趋势展板等工具与客户沟通，收到了来自市场，尤其是国际客户的认可和积极反馈。

以趋势为内核所做的一系列工作，也许并不会立竿见影地带来订单，但通过流行趋势这一抓手，可以有效引导纺织企业进一步重塑定位、发掘优势、锻造品质、树立品牌。这是一个潜移默化的过程，给予企业的是一种方法、一种习惯、一种思维。

趋势与流行，这些看似变幻莫测的无形力量，与有形的面料产品开始形神相融，缔造出了无限的惊喜与灵感，将创意、创新基因深深植入到了产品开发当中。而当趋势引领的思维贯穿产品开发全过程，产品必然会在市场上收获惊喜。

“流行趋势年年变，这意味着每年的工作都要归零，从头开始新一轮的探索。”中国纺织信息中心流行趋势部主任齐梅表示，无论是对趋势团队，还是对参与企业而言，这都意味着要以兢兢业业、持之以恒的态度来进行这项事业。

赢得话语权要靠“众”志成城

趋势联盟成立的初衷是着力提升中国流行面料的趋势话语权，那么该

如何赢得主动地位呢？趋势联盟给出的答案是八个字：众筹智慧，众创趋势。

趋势联盟企业从产品研发阶段，就对未来流行趋势进行了系统化前瞻，为产品研发与生产寻找最优方向与方案，而这需要企业的合力参与，共同开拓；而进入发布阶段，则会尽可能多地让联盟企业集体发声，共同争取更多时尚话语权。

2017年，趋势联盟携手基地企业，在中国国际纺织面料及辅料博览会、法国TEXworld展会，以及柯桥、盛泽、宁波、石狮、广州、虎门等产业集群地的专业展会中依次绽放，以趋势带动需求，以产品满足需求，以绚丽之姿诠释着产业魅力。

在同年10月的中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会上，2018/19秋冬中国纺织面料流行趋势进行了权威发布，以静态展示和采用人工智能大数据分析技术的Fabrics China掌上趋势交互呈现，引导采购和消费，取得了良好的效果。

而紧接着在2017柯桥时尚周上，2018/19秋冬中国女装面料流行趋势发布，更是将数十年建立的中国纺织面料流行趋势研究与发布系统融入到了柯桥纺织企业的实际运营之中。趋势联盟一方面引导企业建立以市场为导向的设计思维，推进流行趋势研究成果与企业生产实践相结合，提高企业理解流行趋势、应用流行趋势的创意能力；另一方面，在传递流行趋势研究成果的同时，推广柯桥纺织企业的优秀面料，彰显柯桥纺织产业的时尚潜力。

一次次亮相，缔造了一次次时尚狂潮，收获了无数好评。趋势联盟系统化地通过静态展示、动态展演相结合的主题发布方式，配合视频、产品手册、论坛、中国流行面料人工智能检索与交互等多种渠道，为上下游企业搭建专业、时尚、便捷的沟通渠道，有力地提升着中国流行面料的市场竞争力和时尚话语权。

培养系统创新原动力

党的十九大再次强调，要全面落实经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设的五位一体总体布局，努力建设美丽中国。

时尚厚植于文化，时尚引领文化。当前，中国时尚正在自我觉醒、自我进化的过程中，向世界展示出越来越多的文化自信，而流行趋势则是时尚产业最鲜明的标签，流行趋势话语权也在很大程度上决定着中国纺织服装产业在全球时尚链中的地位和角色。

立足于对中国文化的发现与发扬，流行趋势研究与发布工作所带来的文化效应、经济效应、生态效应都不可小觑，其与我国的经济建设、文化建设密切相关，与生态文明建设也紧密相连。

在纺织强国建设的关键时期，趋势联盟所提倡和践行的树立联盟企业时尚引领地位，引导和推动纺织服装领域行业时尚创意水平的提升，与国家发展战略和产业新定位都不谋而合。

以“科技、时尚、绿色”为标志的新的产业定位，既给产业提出了新的要求，也为流行趋势的研发和发布工作明确了方向和使命，带来了无限遐想空间。当“一带一路”上的中国向世界分享越来越多的中国方案时，中国纺织企业和纺织产业集群也将以新的姿态，实现产业共同的愿景——“变世界加工厂为时尚策源地”。ITA



以趋势为内核所做的一系列工作，可以有效引导纺织企业进一步重塑定位、发掘优势、锻造品质，树立品牌，这是一个潜移默化的过程，给予企业的是一种方法、一种习惯、一种思维。

回顾与展望

长丝织造：让绿色可持续发展接地气“火”起来

2017 年中国长丝织造行业十大亮点回顾

常思 / 文



2017 年，中国长丝织造协会全面深入一线服务企业，推广先进技术，推动节能减排，树优评先，使行业中的优秀企业率先实现绿色织造的目标，并为行业发展科学规划，有步骤、有秩序地推进产业转移，走可持续发展道路。

亮点1 举办全国化纤长丝面料产品开发年会

6 月 28 日，全国化纤长丝面料产品开发年会暨功能性化纤面料专题研讨会在江苏盛泽举行，这是一场专注于面料产品创新与研发的会议，是产品开发人员的一场盛会。

编辑点评：产品开发年会的开展，对促进企业重视产品开发与创新、加强技术管理、提升产品质量具有积极意义；尤其是会议期间名优精品面料的展示，进一步促进了产品开发人员间的技术交流，对企业进行产品开发具有积极的引导作用。

亮点2 召开技术创新研讨会

11 月 27 日，2017 年中国长丝织造行业技术创新研讨会在上海召开，会议分析了当前长丝织造行业的发展状况和技术水平，行业专家与参会企业代表进行了深度交流。

编辑点评：会议对国内外长丝织造产业技术进步与创新提供了先进技术指导，尤其对一流喷水织机的先进技术进行了详细的介绍。为行业落实污水零排放、实现中水回用 100%，达成行业绿色织造目标吹响了前进的号角。

亮点3 三工种的职业技能竞赛圆满收官

12 月 1 日，2017 全国纺织行业“盛泽杯”长丝织造织布工（喷水织机）、捻线工（倍捻）和浆纱浆染工（浆丝）职业技能竞赛全国决赛在江苏市吴江盛泽镇恒力集团博雅达纺织举行。

编辑点评：此次大赛是长丝织造行业首次开展这样大规模高规格的操作技术大比武活动，填补了协会技能大赛工作的空白。组织全国性的长丝织造操作工技能竞赛是提升行业整体技术水平的重要途径之一，能更好地促进长丝织造产业结构调整与优化升级。

亮点4 出版行业指导用书

《化纤长丝织造操作技术指南》和《2016 中国长丝织造产业发展研究》正式出版。

编辑点评：《化纤长丝织造操作技术指南》是本行业各工种操作人员提升操作技能的重要学习资料，使员工操作更加规范，提升工作效率，同时也为举办长丝织造行业操作大赛提供了标准教材。《2016 中国长丝织造产业发展研究》系统讲解了长丝织造产业的发展规模和布局，化纤织造发展现状、市场趋势、产业集群等方面的情况，以帮助长丝织造相关企业、单位了解本产业的发展状况，促进产业的健康发展。

亮点5 推进标准化工作

组织企业参与起草的 1 项国家标准、4 项行业标准获批发布。

编辑点评：标准化工作的开展是行业管理的一项重要工作，对促进技术进步，改善产品质量，提高社会效益，规范行业，维护国家和人民的利益等都起到了促进作用。

亮点6 召开仿真丝专业委员会工作座谈会

8 月 18 日，2017 年仿真丝专业委员会工作座谈会顺利召开。

编辑点评：会议主要分析了仿真丝面料当前的市场行情，总结了仿真丝专业委员会成立以来的主要工作，对工作中存在的问题进行了深刻分析，并对将来的工作开展提出重点方向。仿真丝专业委员会在仿真丝行业标准化建设工作中起到了推进作用，并为仿真丝产业产品开发、绿色织造等健康发展提供支撑。

亮点7 全国化纤面料名优精品推荐

2017 年，来自 52 家企业的 245 块面料大放异彩。通过名优精品面料推荐活动，企业越来越认识到产品开发的重要性，企业自荐数量有所增加。

编辑点评：协会在多次活动中对名优精品面料进行展示，企业研发人员在参观中相互启发、互相探讨，对提升本行业产品品质发挥着积极的作用。

亮点8 树行业绿色清洁生产标兵

实现绿色织造，走可持续发展道路一直是行业不变的宗旨。达到中水回用率 100%、喷水织机污水零排放、实现节能减排，9 家企业成为中国长丝织造行业绿色清洁生产优秀企业标兵，带领全行业实现绿色织造目标。

编辑点评：习总书记关于“绿水青山”和“金山银山”的理论深植人心，树立行业绿色清洁生产标兵企业，旨在全面促进中国长丝织造产业的科学发展，加快行业的转型升级，提高行业的绿色制造水平，促进行业的可持续发展。

亮点9 鼓励企业技术创新

2017 年，中国长丝织造行业共推出 16 个典型技术创新项目，引导行业企业坚持技术创新，不断开辟新道路、新领域。

编辑点评：协会鼓励企业改革创新、开拓进取，把创新作为引领发展的第一动力，结合企业自身情况，走独特的创新之路。大胆创新、主动创新，使企业保持旺盛的生机，不断取得新的发展。

亮点10 品牌建设显成效

长丝织造企业响应“三品战略”的过程中，中国化纤面料“十大品牌”企业脱颖而出，产品品种多、品质高，尤其在品牌建设方面独具特色。

编辑点评：中国长丝织造协会积极响应“三品战略”，重视品牌建设，鼓励会员企业增品种、提品质、创品牌，国家推出的“三品战略”更加坚定了协会引领企业走品牌路线的决心。TA



图为参赛作品。

针织, 用设计强筋壮骨

第三届“濮院杯”PH Value 中国针织设计师大赛决赛在即

本刊记者 _ 徐长杰

设计是服装的灵魂，设计师们通过丰富的想象力，冲破意识形态的禁锢，以千姿百态的形式释放出独特的创意。

在中国，服装设计师很多，但针织服装设计师却很少。随着针织行业的快速发展，以及针织服装外衣化、时尚化的趋势，针织行业对既懂设计又懂工艺的复合型设计人才的需求越来越大，基于宣传推广针织设计师概念，让高校关注针织设计专业，为行业培养针织设计师人才，提升针织行业整体设计水平，中国国际针织博览会联合桐乡市濮院羊毛衫市场管理委员会及中国服装设计师协会，在前两届大赛成功举办的基础上，2018 年第三届“濮院杯”PHValue 中国针织设计师大赛再次起航。目前大赛已正式截稿，并公布了前 20 强的决赛名单，本届大赛将有哪些亮点，选手作品又有哪些不同？本期，我们通过采访部分决赛选手，以期管中窥豹大赛的情况。

针织设计难度大，但却让服装有了更多可能

“通过大赛，我们对针织更有深刻的了解，从不懂得什么是针织，到了解针织，最后爱上针织。甚至于在未来的职业生涯规划中，也有可能去从事与针织设计相关的行业。”本届大赛的参赛选手、广州市纺织服装职业技术学校黄淑娟在接受《纺织服装周刊》记者采访时说道。她与梁晓欣共同设计完成的《烟·雾》进入本届大赛前 20 强，入围决赛。

黄淑娟向记者介绍说，《烟·雾》的设计灵感来源于冰与雾的物理反应，“当某种发热物质遇上冰时，通过冰的液态蒸发形成雾态的水蒸气，而雾是没有形态、体积的，却能呈现它借助环境所传递的独特色彩和视觉质感。那是一种自由、随性的感觉。我们用传统毛织的制造方式加入现代的潮流趋势，呈现出透与实、柔与刚的完美结合。”

记者了解到，由于她们从来没有做过毛织，所以在设计作品的过程中对材料的特性很难把握，于是，她们通过查询大量的资料，寻求老师的帮忙，一次次修改效果图，甚至到截稿的最后一刻仍然在调整，“我们希望能有更好的作品呈现给大家。”黄淑娟说。

而正是通过参赛，也让她们认识到，针织不像其他类的面料，可以轻易地地作出挺阔、柔顺等不同质感的服装，但也恰恰是因为这样，针织才有了更多的可能性。

谈及进入决赛时的感想，梁晓欣表示，入围 20 强的选手都经过了评委们严格的筛选，每个作品都有个自己独特的灵魂思想，作品质量更是有了质的超越，本次大赛注定精彩纷呈。

设计要给予穿着者力量，这才是真正的时尚

“自通知入围开始，主办方就表现出很高的热情，不仅安排了纱线提供企业，还提供了业内高水准的成衣制作公司，对我们帮助很大。”

由中原学院侯相宇、张如玉设计的作品《山的那边是海》在本届大赛中也得到了评委们的一致好评，成功晋级决赛。作者在接受采访时，喜悦之情溢于言表。

设计师侯相宇向记者介绍说，这个作品的灵感来自于小时候对于大海的美好

憧憬和渴望，所以设计就是回归到当初第一次对大海的憧憬——放下繁杂的思绪踏上旅途，脚踩黄沙、遥望海水、感受微风，去经历和感受生命细微的美好，回归最初的快乐和感动。

他表示，在设计的过程中，首先遇到的问题就是对大赛主题的理解，“由大赛主题延伸出来的设计理念是整个系列设计的灵魂所在，所以花费了大量时间去讨论，我们认为对大赛主题的理解是设计过程中的核心内容。细节决定成败，设计只有在不断地肯定与不断地否定过程中才能诞生好的作品。”

对第一次参加 PH Value 设计大赛的侯相宇和张如玉来说，大赛带给了他什么？他坦言，“濮院杯”PH Value 中国针织设计师大赛是一个很好的平台，可以让有想法的年轻设计师展示自己，为针织行业注入新的活力。同时，在参与大赛中，有机会认识更多志同道合的同龄人，能开阔视野，为以后的就业积累经验。侯相宇表示，通过大赛让他认识到，针织服装的设计一定要和工艺有一个很好的结合，要建立在工艺的基础之上。同时，好的服装是要以人为本，是能够引起心灵上的共鸣，能够让穿着者找到自信，找到归属感、找到自我，它能通过自己的方式给予穿着者力量，这才是真正的时尚。“通过参与大赛，让我对服装更加尊重，对服装设计这门职业充满敬意，在以后的工作中，我会以饱满的热情和耐心肩负起服装设计责任！”

灵感与工艺完美结合是设计的关键

“‘NO action’的设计灵感欲取道家‘天地自然’之意，固予针织服装之形，将传统文化与针织服装结合，以柔舒宽窄、以软适身型，意在以针织服装的柔软性、时尚性、多样性，展现文化的内涵，并体现‘初’之主题。”西安工程大学张娇娇、王宇航在接受记者采访时说道。

张娇娇表示，在设计的过程中将灵感运用到服装中是一个方面，还要考虑到的是针织服装的制作问题。无论是梭织还是针织，考虑灵感与工艺的完美结合是设计的关键所在。

同时，她还表达了通过大赛对针织服装设计的一点认识：“我认为针织服装的设计与其他类服装的设计还是有很大不同的。首先，就服装三要素款式、色彩、面料而言，款式方面一是要考虑到效果图的画法，二是要考虑款式图的准确绘制，面料方面则是要详细考虑所需的纱线材质、支数要求等，因为现在新型纱线等的开发应用，我觉得色彩方面与梭织服装等没有太大的区别。”据了解，这是她第二次参加“濮院杯”设计大赛，因为本身是学针织服装设计专业，所以这个大赛对她来说意义重大。

由江西服装学院景王倩、陈坤共同设计的《FIST LOVE》也将登上决赛的舞台。作者陈坤表示，作品灵感源于童年时第一件毛衣，因为几乎每个人的童年里都会有妈妈手织的一件毛衣。他认为，针织服装设计和其他服装的设计最大的不同就是工艺和面料，要想达到理想的效果必须考虑很多东西。此外，因为他即将要从校园步入社会，本次大赛为像他这样的年轻人提供了一些创业的资源 and 机会，对就业来说，有了更多的选择。TA



本届交易会展现了多元化融合。

一次独特的皮草时尚记忆

北京国际裘皮革皮制品交易会如约举行

本刊记者 _ 刘嘉

在北京国际裘皮革皮制品交易会 (BIFE), 占据皮草市场半壁江山的皮草企业集中呈现了新一季的重磅成衣新品、创新工艺、技术等, 从裘皮服装、原料制品、化工染料, 到机械设备、辅料配饰和行业媒体, 产业链各环节的每一件展品背后都饱含着皮草全产业未来一整年的消费趋势。

每年1月, 皮草界都会迎来一场重要的展会——北京国际裘皮革皮制品交易会 (BIFE)。1月16 ~ 19日, 该交易会在北京国家会议中心如约举行。据悉, 作为展现多元化融合的新平台, 本届交易会集合了裘皮服装、服饰、车饰以及家居用品, 旨在推动自主裘皮品牌文化、裘皮企业内外销相结合以及裘皮文化与时尚生活的多元融合。

开启全球裘皮贸易链的首站

这场被誉为“全球裘皮贸易链的首站”的展会, 开幕首日就吸引了来自10个国家及地区的三千多名专业采购商。国际毛皮协会总裁 Mark Oaten 在接受采访时表示, 作为2018年第一个国际性的重要展会, 他感受到了比往届更多的客流。

作为本次交易会的重要活动之一, Fashion Night 皮草时尚之夜开启了全球皮草流行趋势第一站, 包含了NAFA杯第十四届中国国际青年裘皮服装设计大赛暨2018 IFF REMIX大赛中国预选赛决赛以及4家国际皮草企业的2018年度流行趋势等活动。皮草时尚之夜总策划王潇表示, 整场大秀首次启用皮草走秀结合DJ现场表演和炫酷灯光秀形式, 打破了皮草在观众眼中固有的印象, 皮草是奢华的, 也可以是年轻的、时尚的、多彩的, 希望给来宾们制造独特的皮草时尚记忆。

新设计展现皮草新魅力

透过BIFE, 不难发现, 不论是更多新锐设计师带来的新设计, 还是皮草企业展示的新工艺, 都展示了皮草的新魅力, 也为这个行业注入了新的生机和活力。

NAFA北美裘皮拍卖行高级营销副总裁 Rob Cahill 在采访中表示, 非常高兴看到今年的展会展示了更多有设计感、有品质、不同面料拼接的新品。NAFA作为中国国际青年裘皮服装设计大赛的冠名商, 见证了越来越多的设计师投身皮草行业。

北京元隆皮草皮革有限公司董事长李庆元在接受采访中表示, 在这次展会, 很高兴看到皮草融入了更多品类, 比如拖鞋、发饰等, 皮草得到了更广泛的应用。在开幕当天的发布秀中, 元隆皮草也展示了很多新的色彩、新的工艺、新的拼接。

除了主展会和主秀场, 本届交易会还为皮草独立设计师分设了展

区Color Zone, 数十位皮草新锐设计师呈现了皮草独特的设计魅力。青年企业家毛皮委员会合作独立设计师、来自感应设计的严梅凌表示, “展会现场气氛很活跃, 也给我们带来了 many 客户和咨询, 比起之前我们接触客户的方式, 这次展会人流量很大, 带给我们与大量客户面对沟通的机会。”

设计、工艺、面料是市场驱动力

本届交易会的行业创新论坛首次与“象志约你看世界”合作, 这不仅带来了俄罗斯联合拍卖行全球首次境外拍卖紫貂的活动, 还举办了三场分别围绕文化、传承、新模式展开的高峰论坛, 并在现场设置了“裘文化长廊”。据悉, 一系列的举措意在以前瞻思考引领行业理性发展与转型升级, 并为行业企业搭建平台、碰撞思想、对接合作创造了条件。

北京国际裘皮革皮制品交易会秘书长徐洪强则表示, BIFE不仅仅是皮草外贸订货会, 更是在构筑以中外商贸交流对接、最新皮草产品展示发布、促进皮草时尚消费、推广裘皮文化为核心的综合皮草时尚产业生态圈。

对于皮草行业的未来, 正如Sagafurs世家皮草亚洲区商务总监朱静珊所言, 皮草行业正处在调整阶段, BIFE现场出现了比往年更多的专业买家, 为这个百年行业注入了信心。“面对90后主导的未来消费市场, 设计款式、工艺、优质的面料都是缺一不可的市场驱动力, 希望大家可以一起面对挑战。”朱静珊说。TA



设计看点

Color Zone 精彩上线, “跨界”为皮草带来更多惊喜

本届2018北京国际裘皮革皮制品交易会增设了针对设计师的Color Zone展区, 十余位皮草设计师以静态展、workshop等形式展示了他们的成衣新品、创新工艺, 该展示区域也成为了皮草行业捕获流行趋势和创意设计的一大看台。

据介绍, 自2017年10月, 本届交易会就开启了全球皮草设计师招募计划, 意在为全球时尚设计师提供皮草服装服饰创意展示的舞台。北京国际裘皮革皮制品交易会秘书长徐洪强表示, Color Zone这个平台的建立是希望给予设计师和企业更多的对话机会, 帮助设计师更有效地感知市场需求, 从设计和技术上推动毛皮行业的创新和可持续发展, 同时加强设计师与企业的合作来打破对皮草行业的固有思维, 从而拓宽皮革的使用领域与设计理念, 连接全球皮革原材料拍卖行、工艺研发、设计师、品牌、加工商、高校机构和时尚买手等, 共治营商, 发力《中国制造2025》, 为中国皮草时尚产业创新提升设计能力。

对于该展区的设立, 不论是参与展示的皮草企业还是设计师均给予了较高评价, 该展区的交流合作的作用和意义也深获认可。

“这是个很好的平台。”来自青年企业家毛皮委员会的合作设计师朱仲鱼表示, Color Zone展区的展示方式不仅可以让设计师展示作品, 更让皮草和其他艺术形式产生了更多的结合和沟通。哥本哈根皮草中国消费者市场营销部负责人张越表示, “很高兴以设计师合作主推皮草款式的方式来参与BIFE的交流展示, 希望通过此平台让行业及消费大众近距离感知年轻一代设计师对皮草的应用及创意, 并优势互补, 进一步促进皮草设计的市场发展。”

由于皮草行业具有较高的入门门槛, 对工艺技能要求较高, 因此皮草行业的专属设计师较少。随着当前个性化和多元化的消费趋势渐起, 皮草企业与设计师的融合显得越发重要。本次在Color Zone展区参展的哥本哈根皮草的创意发展思路对很多皮草企业具有一定借鉴意义。



专为皮草独立设计师设立的Color Zone展区。

据介绍, 近些年哥本哈根皮草一直致力于皮草的设计创意发展, 已经与中国设计师合作十余年, 并常年与设计师共同研发与推广皮草新型应用, 例如, 知名设计师王玉涛、祁刚, 年轻设计师范然、赵伟伟、刘璐璐。这些设计师每一季新的系列发布中, 都可见极具市场化的皮草作品。对于皮草的创意设计与商业落地之间如何实现平衡, 张越表示, 可以通过提高工艺与专业机构的趋势指导来使之趋于完美, 哥本哈根皮草国际皮草创意中心及中国皮草工坊便可以为设计师未来的“并重”发展提供坚实有力的支持。

展会素来是行业的风向标, 此次展会也不例外。在采访中, 展望2018年的皮草设计关键词时, 设计师纷纷认为“跨界”将为皮草带来更多惊喜。来自感应设计的严梅凌认为, 饰品与皮草的结合将增强观感和品质感, 特别是与皮草相结合的帽饰品会在御寒的同时, 产生惊喜。朱仲鱼则表示, 皮草的未来一定是多元化的, 不能用固有的思维来面对市场, 而是要从用户出发、从艺术出发, 更综合、更跨界。(刘嘉) TA



元隆皮草带来的2018流行趋势发布。

CHIC

2018

March Edition

中国国际服装服饰博览会 (春季)

China International Fashion Fair (March Edition)

CHIC

03/ 14-16/2018

国家会展中心 [上海]

National Exhibition and Convention Center (Shanghai)

咨询热线 010-8522 9370

海外展商热线 (86) 10-6505 4123

www.chiconline.com.cn

关注CHIC微信公众号

主办单位 / 中国服装协会 中国国际贸易中心股份有限公司 中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

江苏奕农生物股份： 纺织产业链条中的一支“劲旅”

本刊记者 _ 徐长杰 通讯员 _ 马劲松



作为园区产业发展的管理者和调控者，沭阳县委、县政府在推动纺织产业向集群化、集约化方向发展的征程中，在做大企业体量、增量的同时，着力在强链、补链上下功夫、做文章。目前，全县已形成了包覆纱、家纺和智能针织三大板块，产业涵盖“机械装备—纺丝—加弹—织造—印染—成衣”等较为完整的产业链条，实现了由“跟随式发展”向“引领式发展”加快转变的良好开端。

染整工序是纺织工业产业链条中不可或缺的一环，如何降低能耗、节约成本，提高织物的强度和柔软度，提升产品市场核心竞争力成为纺织染整企业孜孜以求的目标。作为沭阳经济技术开发区生物



酶制剂产业中的龙头企业，江苏奕农生物股份有限公司在这些方面作了积极有益的探索，是园区企业绿色发展、创新发展、跨界发展的成功典范，成为纺织产业发展链条中的一支“劲旅”！

江苏奕农生物股份有限公司的前身是浙江省温州市宏利生物工程有限公司，于2001年开始研发生产植酸酶，是国内最早进行深层液体发酵方式生产饲用酶制剂的生产企业之一。公司于2008年6月在江苏沭阳经济开发区注册成立，注册资金5000万元，是集生物酶制剂研发、生产、销售为一体的高新技术企业。目前设有上海奕农生物科技有限公司、北京奕农分公司和广州奕农分公司，形成年产30000标吨酶制剂产业基地。建有江苏省级酶制剂工程技术中心、江南大学发酵工艺优化中心、南京农业大学酶制剂应用中心。2017年被评为“全国酶

制剂十强企业”。

奕农股份纺织酶产品采用分批发酵技术、流加发酵技术、高细胞密度发酵技术等国际先进生物技术手段，使纺织酶在纺织工业中具有以下特点：能够显著降低水耗和能耗，废水量明显减少并容易处理；节省染料并获得更稳定的染色效果；织物的柔软度更好，强度更高；操作安全与方便；使用成本具有市场竞争力。

公司在纺织工业中应用成熟的产品主要是纤维素酶和淀粉酶，从生物退浆到生物成衣、牛仔水洗、生物抛光，各种生物处理方法均得到客户的广泛认可。据统计，在采用纺织酶和传统工艺的染整企业进行对比，酶法退浆可直接节约蒸汽35%~50%，节省电量40%。酶法精炼的耗水量仅为传统工艺的60%，处理废水的COD仅为传统工艺的十分之一，废水PH值（PH=7~8）达到国家排放标准要求，用纺织酶法进行前处理经济成本可降低50%左右。

今后，公司将致力于为广大纺织染整企业提供更优质、更稳定、更具性价比的酶制剂产品，向价值链高端迈进，为绿色纺织工业的发展做出新的、更大的贡献。TA

美丽北京人 靓出中国范儿

2018 美丽北京人系列活动启动

本刊记者 _ 吕杨

1月12日，一场名为“美丽北京人 靓出中国范儿”的“美丽”演讲在北京工业大学举行。活动当天吸引了各行各业协会领导及数百名教师到场观看，这也拉开了2018年“美丽北京人”系列活动的序幕。北京市青联委员、欧美同学会理事、靓诺派时装有限公司总经理陈宸边“演”边讲，呈现了一场形象名片、衣着搭配的“芳华”盛宴。

衣是形象 仪是魅力

在2017年世界各国GDP总值排名中，中国仅次于美国排名第二。与先进的城市建设、高铁等设施相比，新北京人虽然肯在穿着上花费，但与国际大都市相比在着装搭配方面依然有着很大的审美差异。“衣是形象，仪是魅力。着装是一个人、一个城市、一个国家的第一张名片。美丽中国就从看得见的开始，就从美丽北京人开始，而北京名片是每个人的名片组合。”北京市政协委员、靓诺派时装公司董事长苑永萍在发言时吐露了发起“美丽北京人”倡议的初衷。本次活动以“美丽北京人 靓出中国范儿”为主题，旨在倡导符合新时代中国特色社会主义思想的正确审美观，用爱心、用行动呼吁，团结社会上有影响力的人士、引入有特定职业水准的专业机

构，汇聚美的力量，做好标准，画好美丽北京人这张精彩的蓝图，为建设最美丽中国添砖加瓦。

“认知一个城市，先从认识这个城市的人开始！”据了解，“美丽北京人”项目于2012年发起，于2013年正式开始运作，活动旨在深入学习、领会和贯彻党的指导精神，倡导符合新时代中国特色社会主义思想的正确审美观，合力推动美丽北京城市的“人衣仪新标准”，是一个以实现美丽中国、美丽北京为己任的系统项目，是一项长期的人文和知识的公益项目。

公益宣讲点亮“美丽北京人”

“美丽北京人”以专属专利技术为支撑，通过灵活运用“立裁百号”、“远程个性定制时装”、“组合式定制男装”、“定制效果直观呈现的组合服装”等九大实用新型专利技术，将活动的专业性、实用性提高到一个新高度。

此次“美丽北京人”系列活动将通过专业标准诊断、形象再造、理论演讲、现场进行服装搭配等



诸多形式，为与会人员进行着装仪表方面的培训。例如本次演讲中就邀请了4位北京工业大学的老师志愿者担纲模特，靓诺总经理陈宸为其演示了服装搭配与形体仪表之间的巧妙结合。

同时“美丽北京人”活动也是针对各年龄人群的一次公益宣讲，本场活动中北京工业大学幼儿园的小朋友也展示了她们的风采。后期也会选择合适时机走进幼儿园，为小朋友及家长做专场讲解。据悉，除高校、小学等教育系统外，“美丽北京人”还将深入北京市重点大专院校、各大部委企事业单位、各类民营企业进行巡回系列演讲。TA



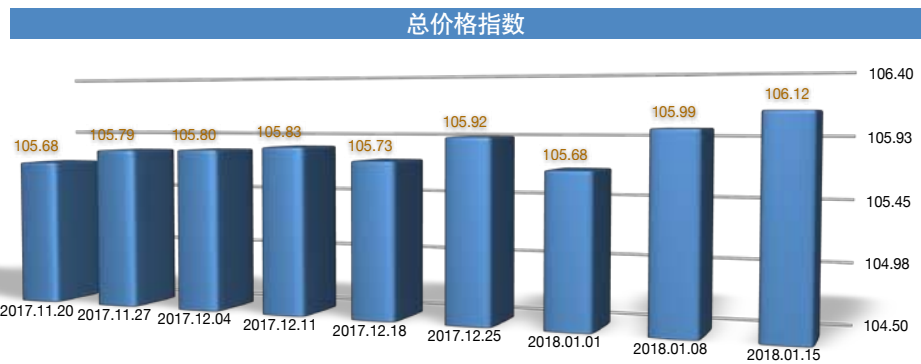
台北纺织展(Taipei Innovative Textile Application Show, TITAS)是台湾纺拓会于1997年开办的纺织专业展。本展以永续环保、智慧纺织品及机能应用为三大诉求，汇集纤维、纱线、布料、成衣及辅料、配件等产品共同展出，是台湾创新纺织品的展示平台。为促进两岸纺织企业之交流与合作，纺拓会于2004年与TITAS展同期同地开办“海峡两岸纺织展”，以利两岸纺织企业经由TITAS平台，进行更密切的贸易、投资及策略联盟合作。2018年“台北纺织展”暨“海峡两岸纺织展”订于10月16-18日于台北南港展览馆隆重登场，预估三天展期将有来自全球40个以上国家与地区超过3万人次的专业买家到场参观。



冬市营销继续推升 价格小幅上涨

20180115 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20180115 期纺织品价格指数收报于 106.12 点，环比上涨 0.12%，较年初上涨 0.42%，同比上涨 0.79%。



近期，中国轻纺城冬市营销继续推升，其中原料市场行情微势回升，坯布市场价量微幅下跌，服装面料市场布匹价量小幅上涨，家纺类面料成交价量微幅上涨，辅料行情小幅回升。

原料行情微势回升，涤纶小幅上涨、纱线继续平淡

据监测，本期原料价格指数收报于 83.13 点，环比上涨 0.07%，较年初上涨 0.06%，同比上涨 0.29%。

聚酯原料价格震荡上行，涤纶行情小幅上涨。本期涤纶原料价格指数小幅上涨。上游聚酯原料价格震荡上行，现华东地区 PTA 现货主流 5800 ~ 5900 元 / 吨，MEG 主流 8100 ~ 8120 元 / 吨，聚酯切片市场报价震荡推升，聚酯切片江浙地区半光切片现金或三月承兑 8200 ~ 8350 元 / 吨。萧绍地区涤纶长丝行情环比上涨，FDY 成交环比增加，厂家报价局部上涨，萧绍地区直纺大厂 FDY150D/96F 主流中心 9550 元 / 吨，FDY200D/96F 主流 9350 元 / 吨，大有光丝价环比上涨，FDY75D/36F 主流 10500 元 / 吨，FDY300D/96F 主流 9450 元 / 吨；细旦丝价坚挺上行，FDY68D/24F 主流 10900 元 / 吨，FDY75D/36F 主流 10450 元 / 吨。DTY 成交增长，价格稳中上涨，萧绍 DTY150D/48F 主流 10550 元 / 吨，DTY75D/36F 主流成交价 12550 元 / 吨，DTY300D/96F 主流价 10200 元 / 吨，DTY 多孔丝稳中局部上涨。近期涤纶短纤报价稳中局部上涨，江浙 1.4D 直纺涤纶短纤主流报价 9000 ~ 9300 元 / 吨出厂，相对主流商谈或在 9000 ~ 9150 元 / 吨出厂附近，部分略高存在 9200 ~ 9250 元 / 吨出厂附近。纯涤纱价格稳中局部上涨，江浙地区 32S 主流在 13850 元 / 吨左右，50S 主流 17000 元 / 吨左右，市场交投稳中上行。

纯棉纱继续平淡，人棉纱行情维稳。纱线市场气氛冷清，目前下游企业存在高库存、低开机率的状态，因企业年底回笼资金需要，纱线市场多以价格下调走货为主。萧绍地区纯棉纱市场气氛继续平淡，报价疲惫整理，21S 普梳纱主流 21970 元 / 吨，21S 高配纱主流价 22570 元 / 吨，32S 普梳纱主流 22970 元 / 吨，40S 高配纱主流价 24670 元 / 吨左右。粘胶短纤表现平稳，厂家短期内无库存压力，新单商谈偏高，并受上游原料支撑，部分厂家仍有拉涨意愿，目前中端主流成交 14400 ~ 14500 元 / 吨，高端厂家价格主流执行价 14600 ~ 14800 元 / 吨；萧绍人棉纱行情维稳，环锭纺 32S 价格 18800 元 / 吨现款，气流纺 17200 元 / 吨承兑，总体报价较元旦前有 200 元 / 吨左右提升，但成交走弱，且老客户商谈或仍能以优惠价格购买。

坯布行情环比回缩，价格指数微幅下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 118.56 点，环比下跌 0.09%，较年初上涨 0.71%，同比上涨 0.75%。

本期坯布类价格指数呈微幅下跌走势。近期坯布市场行情环比回缩，订单数量环比下降。近期市场冬季坯布下单环比回落，春季坯布订单局部显现不足，部分坯布企业产出环比回缩。其中化学纤维坯布现货成交和下单环比回落，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量环比回缩；混纺纤维坯布需求略有回缩，价格指数呈微幅下跌走势，T/C 涤棉纱卡坯布、T/C 涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比回缩，拉动坯布类总体价格指数小幅下跌。但天然纤维坯布需求环比推升，价格指数呈小幅上涨走势，相对制约了坯布类总体价格指数的下跌幅度。

服装面料环比推升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 118.39 点，环比上涨 0.20%，较年初上涨 0.56%，同比上涨 0.97%。

服装面料类价格指数小幅上涨，近期轻纺城传统市场营销环比推升，创新创意面料现货成交和订单发货环比推升，市场成交量价小幅上涨，纯棉面料、涤毛面料、涤粘面料、锦棉面料成交价量不等量上涨。传统市场涤粘面料成交局部活跃，春季涤粘面料挂样上市局部增加，下单局部增长；一些质量较为可靠的灌蒸压光类涤粘仿毛西服面料备受南北客商所青睐，多品种营销局部走畅，受内需支撑部分规模性经营门市连日成交较为活跃，现货现款成交批次和批量稳中攀升，春季面料订单发送批量较前期有所增加。部分布业公司研发生产的春季新款涤粘面料因质量可靠，风格独特，连日各有销路，风格创新面料附加值有所提升。

家纺营销环比回升，价格指数微幅上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 102.76 点，环比上涨 0.06%，较年初上涨 0.04%，同比上涨 1.90%。

本期家纺类价格指数微幅上涨，轻纺城家纺市场营销环比回升，创新色泽花型面料成交环比回升，创意产品下单逐日小增，新风格面料发货环比推升。日用家纺成交环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；窗纱现货上市量环比推升，小批量多品种色泽花型成交环比推升，中批量成交局部小幅增长，较大批量成交局部亦有小幅推升，价格指数呈微幅上涨走势；窗帘成交环比回升，涤纶有光 FDY 提花印花窗帘布、半光 FDY 提花印花窗帘布、DTY 提花窗帘布、(FDY+DTY) 印花窗帘布成交局部回升，价格指数微幅上涨，拉动家纺类总体价格指数微幅上涨。

市场需求环比回升，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 131.89 点，环比上涨 0.99%，较年初下跌 0.14%，同比上涨 0.01%。

本期服饰辅料价格指数小幅上涨，近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回升，现货成交和订单发货环比增长；衬料类文明明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；线绳类行情环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；带类行情环比回升，价格指数呈微幅上涨走势；服装里料类成交环比回升，价格指数呈微幅上涨走势，拉动服饰辅料总类价格指数小幅上涨。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势，后市南北商贸面料采购局部继续小增，下游备货局部继续小升，但部分经营户多以收账为主，赊账发货多有下降，冬季面料现货成交相对有限，春季面料订单发货局部小增，预计传统市场成交将继续震荡小升，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

节日提振信心 景气指数横向盘整

2017 年 12 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，受春节前囤货心理的提振，2017 年 12 月份盛泽市场月度景气指数横向盘整。数据显示：2017 年 12 月份市场整体景气指数为 129.47 点，与上月相比上涨了 0.43 点，涨幅为 0.33%。从分类产品市场景气指数来看，化纤类产品 12 月份市场景气指数为 126.01 点，较上月上涨了 0.61 点，涨幅为 0.33%；而丝绸类产品景气指数小幅回升，较上月上涨了 1.22 点，收在 114.55 点。

图1 盛泽市场整体景气指数走势



可以看出，2017 年 12 月市场景气指数横向盘整，主要是受到上下游的多空影响，上游原料面稳中有涨，从而支撑了面料的价格，再加上终端市场提前补单，市场交投气氛稍有回暖，行业整个景气度在淡季得以稳定。

影响 12 月化纤产品景气指数的因素分析

2017 年 12 月市场整体表现尚可，景气度稍有回升。从统计数据来看，市场总体判断、销售总量、产品销售价格、产品库存、盈利（亏损）变化、流动资金周转、企业融资、贷款拖欠、运输成本等指标小幅上涨，其中有关企业资金的几个指标环比均好于上一期指数。受到原料上升和下游跟进缓慢的影响，进货成本、产品订货、店员工资、顾客人气、产品创新、货物发运以及总体经营等指标则弱于前期。

同比来看，2017 年 12 月的行情好于上年同期，其中市场总体判断、进货成本、产品订货、盈利（亏损）变化、流动资金周转、企业融资、贷款拖欠、货物发运、总体经营等指标小幅拉涨；但由于上年 12 月行情突然爆好，2017 年市场则稍显平静，市场销售总量、产品销售价格、产品库存、顾客人气、店员工资、产品创新、运输成本以及资源供应等指标均不如去年同期。

1. PTA 装置频出“幺蛾子”，聚酯市场趁胜追击。2017 年 12 月以来，涤纶长丝市场一度萎靡前行，前期强劲势头一去不复返；直至下旬，才逐渐呈现小幅攀升行情，部分厂家报价陆续有所上涨。对于本轮涤纶长丝的上涨，主要归结于 PTA 装置。元旦过后，华东一套 120 万吨 PTA 装置在 4 日因故停车，预计维持 4 ~ 5 天，因此点燃了 PTA 市场上涨的火焰，PTA 期货突破了 5600 点关口，创下近月来的新高位。在 PTA 期货等大盘向好的带动下，涤纶长丝市场交投气氛较为热烈，产销放量，尤其是 POY 产品出货集中，近期以来产销均能超百。

2. 全国进入“降温”模式，防寒面料迎来“第二春”。进入 12 月下旬，市场气温明显下降，部分地区不时传出寒潮来袭消息，从而导致防寒服装再次开启热销模式，也带动了防寒服面料的销售。部分织造厂家接单情况好于 11 月，多为翻单，厂家生产积极性较好，年前出货意愿较强。

3. 织造厂家话语权加强，应收款好于上年同期。与往年相比，2017 年织造市场的应收款情况明显向好。据市场相关人士介绍，由于市场景气度回升，常规化纤产品库存降至近年来最低，织造厂家出货紧张，话语权明显增强。

4. 全年出口增速为 5%，我国纺织出口数据回暖。2017 年中国纺织服装出口实现了增长，全年出口增速将为 5% 左右，较上年有明显改善。中国纺织服装出口已初步回暖。

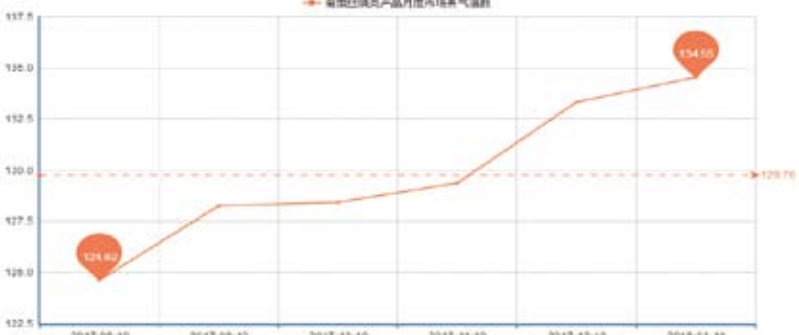
影响 12 月丝绸产品景气指数的因素分析

数据显示，盛泽市场蚕茧丝绸类产品景气指数小幅回升，较上月上涨了 1.22 点，收在 114.55 点。

分析可见，2017 年 12 月市场景气指数环比上涨，其中市场总体判断、产品订货、产品销售价格、盈利（亏损）变化、流动资金周转、运输成本、资源供应和总体经营指标好于上期，但是在原材料上涨以及下游需求减弱的影响下，进货成本、销售总量、产品库存、货物发运等指标呈现不同程度的下跌，在买气不足的压制下，企业融资、顾客人气、店员工资和产品创新指标均表现疲软。

从同比数据来看，2017 年市场景气度明显回升，市场需求回暖。因此市场总体判断、销售总量、产品订货、盈利（亏损）变化、货物发运和总体经营等指标同比涨幅均为 10% 以上，产品销售价格、运输成本指标较上年同期稍有好转。而进货成本、产品库存、流动资金周转、企业融资、贷款拖欠、顾客人气、店员工资和产品创新指标下滑幅度较大，可见企业经营压力仍然较大。

图2 盛泽市场蚕茧丝绸类产品景气指数走势



1. 生丝现货突破 50 万新高，市场需求相对旺盛。进入 12 月，在多头市场的主导下，生丝价格频频上涨，厂丝现货价格突破 50 万元 / 吨新高。现货面上，原料较充足的规模缫丝企业抓紧时机加紧生产，出货速度有所加快，生产销售较为旺盛。普通 3~4A 级厂丝成交在 51 万元 / 吨左右，高等级厂丝近期涨幅相对较大。

2. “东绸西移”条件具备，推进市场产业链延伸。我国丝绸产业深加工发展主要依赖两大市场，一是江浙长江三角洲一带，二是珠三角经济区。目前，浙江、江苏、山东、广东茧丝生产每年都在大幅度的减少，由于原料供应问题，真丝织造企业面临压产或转移的选择，相比云南、四川、贵州等西部地区，广西最具有承接的基础。

3. 服装消费观在改变，天然纤维需求扩大。从终端分析，如今消费者的消费观念正在改变。随着快时尚时代发展可能进入拐点，市场对棉、丝等天然纤维的需求会扩大。快时尚对天然纤维的打击很大，因为它改变了价格结构，但现在市场行情将有新的变化，因此以后企业对天然纤维的需求或将加大。

后市预测

综合来看，2017 年 12 月整个长丝织造市场在年末备货的气氛带动下，整体表现稳定，成交气氛稍好于上月，但是不少织造厂家在环保高压下，旧机器不断被封停、淘汰，市场生产积极性偏弱，厂家将工作重心转移到对账和收账上。随着春节的来临，终端市场在逐渐走弱，市场货成交进入尾声，市场成交量将进一步回落。预计 2018 年 1 月盛泽指数将在春节假期的影响下小幅走弱。 **TA**

Tex.com 中国绸都网

指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：http://index.168tex.com/ 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通同行 做生意
扫描二维码 立即下载紡紡通APP

男装出口价格呈上升走势

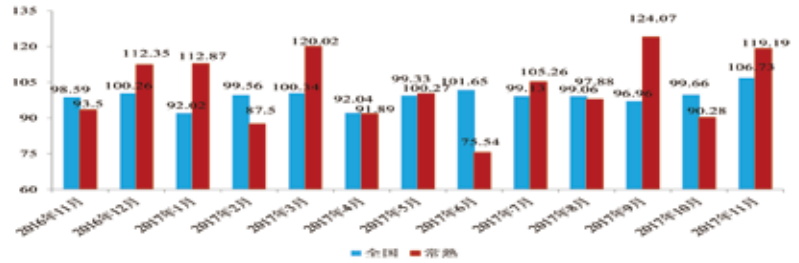
2017 年 11 月中国·常熟男装出口价格指数分析

中国·常熟男装出口价格指数根据海关编码分类结合常熟地区男装产品特点，对常熟地区主要出口的正装与休闲服进行了采集与分析，用来反映男装出口的整体价格走势，数据来源于中国海关。本指数主要包括正装与休闲装，而运动服、内衣、职业工装、童装、短裤及手工制品不包含在内。

中国·常熟男装出口价格指数还包括西服套装、便服套装、大衣／风衣、防寒服、上衣外套、针织衫、衬衫和长裤等 8 个二级价格指数，以及针织西服套装、梭织西服套装、针织便服套装、梭织便服套装等 30 个三级价格指数。

据中国·常熟男装出口环比价格指数显示，2017 年 11 月全国与常熟男装出口价格均呈上升趋势，其中全国男装出口环比价格指数收于 106.73 点，常熟男装出口环比价格指数收于 119.19 点。

图1 男装出口环比价格指数



据海关统计数据 displays，出口额方面，2017 年 11 月全国与常熟男装出口额均环比上升，涨幅分别为 16.13%、5.59%；出口量方面，全国男装出口量环比上升 15.57%，常熟男装出口量环比下降 1.44%。

针织衫出口价格全国环比上升，常熟环比下降

2017 年 11 月，全国针织衫出口价格环比上升，环比价格指数收于 125.08 点。出口规模方面，出口量、额均环比上升，其中出口量为 7581.46 件，环比上升 25.34%；出口额为 23495.55 万美元，环比上升 57.77%。

从各中类产品看，本月针织衫出口产品为 T 恤、套头衫，其中 T 恤出口价格环比上升，价格指数收于 130.38 点，是推动针织衫出口价格上升的主要因素；套头衫出口价格环比下降，价格指数收于 88.03 点，其出口额占针织衫出口额的 3.12%，因此其出口价格的下降对针织衫出口价格的影响较小。

图2 针织衫出口环比价格指数



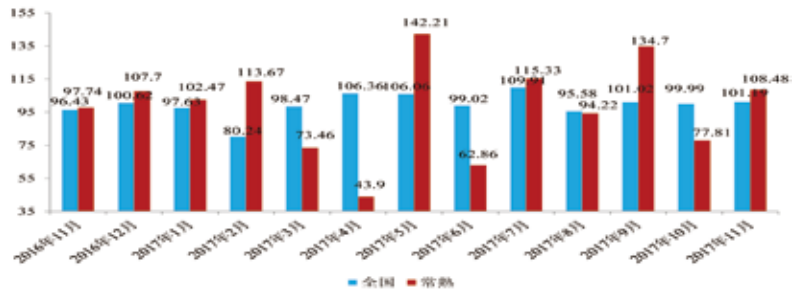
常熟针织衫出口价格环比下降，环比价格指数收于 95.39 点。出口规模方面，出口量、额均环比下降，其中出口量为 73.32 万件，环比下降 0.31%；出口额为 171.70 万美元，环比下降 4.90%。本月针织衫出口产品为 T 恤，其出口价格环比下降 4.61%。

防寒服出口价格环比上升

2017 年 11 月，全国防寒服出口价格环比上升，环比价格指数收于 101.19 点。出口规模方面，出口量为 299.54 万件，环比下降 21.59%；出口额为 7042.51 万美元，环比下降 20.43%。

从各中类产品来看，本月防寒服出口产品为羽绒服、防风衣，这两类产品出口价格均环比上升，涨幅分别为 1.11%、14.29%。

图3 防寒服出口环比价格指数



常熟防寒服出口价格环比上升，环比价格指数收于 108.48 点。本月常熟防寒服出口量、额均环比大幅下降，其中出口量为 2.25 万件，环比下降 58.76%；出口额为 56.53 万美元，环比下降 55.26%。

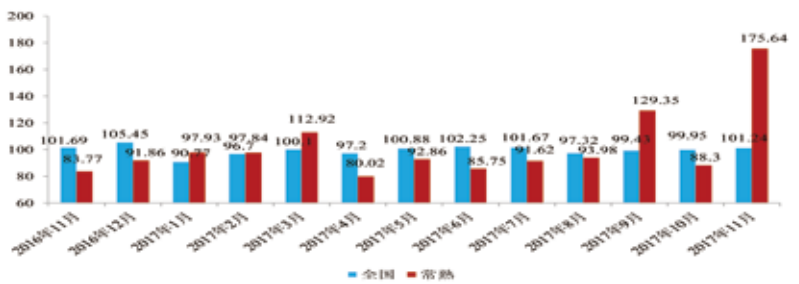
本月防寒服出口产品为羽绒服，其出口价格环比上升，涨幅为 8.48%。

长裤出口价格环比上升

2017 年 11 月，全国长裤出口价格环比上升，环比价格指数收于 101.24 点。出口规模方面，出口量为 742.88 万件，环比上升 13%；出口额为 41299.70 万美元，环比上升 14.03%。

从各中类产品看，长裤出口产品为梭织裤、针织裤，二者出口价格均环比上升，价格指数分别收于 100.4 点、103.95 点。

图4 长裤出口环比价格指数



常熟长裤出口价格环比大幅上升，环比价格指数收于 175.64 点。出口规模方面，出口量为 34.62 万件，环比下降 47.98%；出口额为 258.61 万美元，环比上升 45.33%。

从各中类产品看，长裤出口产品为梭织裤、针织裤，二者出口价格均环比上升，价格指数分别收于 181.72 点、122.22 点。

小结

全国男装出口八大类产品，除大衣／风衣、防寒服出口量、额均环比下降外，其余中类产品的出口量、额均环比上升，针织衫出口额涨幅最大，环比上涨 57.77%，便服套装出口量涨幅最大，环比上涨 29.71%。

常熟男装仅出口七大类产品，出口量方面，仅衬衫、上衣外套环比上升，其余均环比下降，针织衫降幅最小，为 0.31%；出口额方面，长裤、衬衫、上衣外套均环比上升，便服套装、大衣／风衣、防寒服、针织衫均环比下降。

注：1. 自 2017 年 4 月起，男装出口价格指数进行了第一次核算修订，最新核算方法将每期税则号内所有企业纳入计算，而不再进行抽样选择。

2. 出口环比价格指数以 100 点为临界点，指数值高于 100 点，出口价格上升，指数值低于 100 点，出口价格下降。TA

主办单位：常熟市人民政府
发布单位：中国常熟服装城 常熟市纺织服装协会
编制单位：中国·常熟男装指数编制发布中心
网址：www.cnmwi.cn 联系人：高婷
电话：0512-52760522 传真：0512-52139503



微信号: fzfzzk



纺织服装周刊

周刊典藏

时尚评论

大咖来做客

品牌故事

纺织头条

看 行业实时资讯, 观 流行趋势分析
听 行业精英箴言, 查 企业动态百科

关注 《纺织服装周刊》微信,
你就是行业大咖!





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行业协会评为“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。

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