

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

2018.07.16 | 第26期 | 总第890期



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: 010-85872630
联系人: 李江敏

中国纺织工业联合会会刊

纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY

WITNESS
POWER
OF
TA

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: 刘磊 010-85872640 广告热线: 万晴 010-85872646

中国 **美国**

P8
贸易摩擦大浪急，纺企如何应对？

P22
夯实基层党建 谱写纺织华章

H M

MENSWEAR

THE ORIGINAL
SIGNATURE
FASHION



MADE IN HONGMIAN

在红棉国际时装城现有的装修，来自美国的设计大师探索工作室和男装展馆对中国时装设计师的相互作用。旨在将工作与艺术结合起来，将公众与私人融合在一起，将男装展馆和工作室的功能结合起来。



地址：广州市环市西路184号

官网：www.hongmian.com



KAPOK INT'L FASHION CITY®
红棉国际时装城

全球纺织网
WWW.TEXTILE.COM.CN

网上轻纺城
WWW.QFC.CN

由全球纺织网、网上轻纺城重金打造，中国轻纺城全球 O2O 展厅虎门站全面启动，6000 ㎡ 大型面料展示中心，直面深圳、广州、虎门万余家服装服饰企业，直接巴基斯坦、越南、缅甸站展示中心敬请期待！

现诚邀现货面料企业入驻，线上线下 O2O 营销，快速打入快时尚供应链，虎门 100 家免费入驻名额，诚邀入驻！

- 一期 6000㎡ 展示中心 全精装 O2O 展厅展示
- 现货快速响应 对接优质快时尚买家
- 直面 深圳、广州、虎门万余家服装服饰企业，更有海外展厅展出机会

中国轻纺城全球O2O展厅虎门站

面料直通广深

100家入驻名额快抢！

直达快时尚 承接大品牌



咨询热线 | 0575-89976119

中国轻纺城虎门面料展示中心地址
广东虎门·富民服装商务中心5楼



中国轻纺城
CHINA TEXTILE CITY

2018绍兴柯桥中国轻纺城 窗帘布艺展览会(秋季)

2018年8月2日-4日

敬请期待

GRAND OPENING
万众瞩目

联系电话：188-5857-4392 0575-81169718

地址：中国轻纺城国际会展中心

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

新媒体部

编辑 李江敏
美编 李举鼎

行政管理中心

总监 郭也可(兼)

办公室

主任 黄 娜
副主任 刘 萍

财务部

主任 崔淑云
专员 张 艳

产业服务中心

总监 吕 杨
副总监 李 芳
项目主管 毕子健 赵大伟

品牌推广中心

总监 郭也可(兼)
副总监 孙 洁 罗欣桐
主任 王振宇

市场发展中心

总监 万 晗(兼)
副总监 章 简
媒介主管 雷 蕾
客户经理 张灼琨

浙江运营中心

总监 赵玲玲
副总监 赵国玲
主任助理 邹莹颖
记者 王 利 张 颖

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

贸易战开火，
应对策略了解一下！

靴子落地，中美贸易战开火。当地时间7月6日，美国开始对340亿美元的中国产品加征25%的关税。北京时间7月6日，中国对美国部分进口商品加征关税措施开始正式实施。

对于纺织服装行业而言，值得关注的是对美加征关税的商品清单中包括未梳的棉花和棉短绒。在过去的一年里，我国进口美国棉花总量为50.5万吨，占全部棉花进口量的43.8%，2018年一季度保持着6.67%的同比增长。在提高关税后，配额内进口美棉的税率将从1%升至26%，对应的进口成本将直接提高3500元/吨以上。

对此，中国纺企各有应对——寻求美棉替代市场、调整产品结构、居安思危布局新市场。一方面，机采、无污染的澳棉和巴西棉可取代美棉，即便是需要加工整理的印度棉花其额外耗费的成本也低于25%的进口关税；另一方面，不少纺织企业正在积极调整产品结构，提高非棉类纤维产品的比重，减少贸易摩擦带来的风险。此外，还有不少企业走差异化道路，加大研发投入、升级设备，开发更加高端化、细分化的产品，并在小批量、多批次上下功夫，以更加灵活的方式应对不断升级的贸易摩擦。

实际上，不论是中国纺织服装行业，抑或是美国乃至全球纺织业界，没有人希望打贸易战。贸易战损害的只能是各国的产业界和各国消费者的利益。

正如美国成衣及鞋类协会(AAFA)、北美制服制造商和分销商协会(NAUMD)等17家商(协)会此前联名致信美国贸易代表办公室，强烈反对美国对从中国进口的服装、鞋子、家居用品等消费品增加任何关税时所表达的，关税的增加将损害美国消费者、工人和公司的利益，美国征收产品关税将提高产品价格，由美国工人、消费者和公司买单，而非中国。

近年来中国凭着纺织服装产业链的强大优势，在产品质量、生产效率、设备技术、工艺流程以及物流方面都取得了长足的发展；在品牌建设、产品服务、产品设计研发等方面也不断向中高端方向发展。

尽管如此，业内专家也纷纷表示，中美贸易摩擦具有长期性和反复性，行业当提高重视，谨慎对待。而就在发稿前，华盛顿时间7月10日，美国贸易代表办公室公布对额外2000亿美元中国输美产品加征10%关税的清单，目标产品清单涉及纺织品、电视零件和冰箱等，两国贸易争端的商品的类型再度扩大。

正如中国纺织工业联合会副会长夏令敏给出的建议，行业要正确认识自己目前的能力和水平，在一个充分竞争的产业里不进则退，不能盲目放松，不能沾沾自喜，最重要的是做好自己的事情。首先从内需角度来看，要将内销市场建设好；其次要进一步提升创新能力；再有要坚持“走出去”的步伐，在“一带一路”沿线打造新的布局空间。

刘嘉

CONTENTS

6 资讯 INFOS

如何提升区域发展新平衡中的供应链价值?
首届纺织之光·中国纺织艺术展征稿
寄出你的面料，开启“创意+商业”之旅
“海宁家纺杯”家用纺织品创意设计大赛评审完成

8 焦点 FOCUS

贸易摩擦大浪急，纺企如何应对?
奔赴纽约展，挑战中寻求新机遇

12 关注 ATTENTION

统一思想认识 担负时代使命
白马驰骋，重新定义专业市场“新渠道”
关注国际市场变化，展望未来商机

21 科教 SCIENCE

善于引导 因材施教

26 柯桥·中国轻纺城专版
CHINA TEXTILE CITY

把握“一带一路”战略支点 柯桥纺织绽放国际市场
绍兴展团亮相深圳国际面辅料展捷报频传
意大利ALIV品牌牵手柯桥企业共谋发展

32 集群 CLUSTER

高科技产品为兴城泳装发展赋能

33 展会 EXHIBITION

百变纱线，各领风骚
全面打造“宁波智造”时代

36 一线 FRONTLINE

独当一“棉”，让职业装不一样！
绍兴原色数码：联盟、共赢，享未来

38 观察 OBSERVATION

浅谈中国青年亚文化对时尚品牌的影响力

40 指数 INDEX

市场营销略回升 指数微幅上涨
市场淡季发酵 “50指数”承压下行



16 关注 ATTENTION

时尚策源地，商贸高频区

2018 深圳国际纺织面料及辅料博览会落幕

7月5~7日，2018深圳国际纺织面料及辅料博览会在深圳会展中心盛大举行。潮流涌动，热度不减，本届博览会展出面积达37500平方米，汇聚了来自中国、日本、韩国、德国、意大利、土耳其、印度等国家及地区的近1000家优质展商，以及海量品牌采购商和专业买家。



22 特别报道 SPECIAL

夯实基层党建 谱写纺织华章

全国纺织行业专业市场党建工作经验交流会在柯桥举行

为深入学习贯彻落实党的十九大精神，充分展示改革开放40年及十八大以来，全国纺织行业专业市场党建工作成果，7月7日，“全国纺织行业专业市场党建工作经验交流会”在柯桥召开。来自全国重要纺织行业专业市场的基层党组织代表以及中国轻纺城各级党组织代表和党员商户200多人齐聚一堂。

现场 | SCENE

第27届MILANO UNICA展会重磅来袭



可持续发展愈加受到展会关注。

当地时间7月10日，以“Is our future sustainable（我们的未来是可持续的吗）”为主题的第27届MILANO UNICA展会在米兰新国际展览中心开幕。本次展会参展商

数目再次增长4%，特别是欧洲企业数目增长21%，包括日本观察区、韩国观察区以及原创、热情与信念区在内，共有607家企业参展。

其中，可持续发展愈加受到展会关注，共有123家企业展示了750种可持续发展相关产品，参展企业数及展品数与上一届相比几乎翻了近三倍。Milano Unica总裁Ercole Botto Poala在开幕式上表示，这一结果肯定了意大利和欧洲制造的最佳面料在产品和生产流程上的可持续性发展方面所做的努力及所表现的敏感性。

“勇于创新一直是我们展会的特点。”Ercole Botto Poala表示，“本届展会获得了参展商们的大力支持。参展商整体数目有所增长，欧洲参展商增长的百分比达到两位数，再次确认了展会提前在7月举办的创新性。”他认为，创新不仅仅表现在展会举办日期上，还体现在展示内容中，后者表现在展示产品系列中所充分体现的创造力，及产品在生产流程可持续性方面所取得的成就。（郭春花）

创新成果亮相深圳，“盛泽展团”再次刷新颜值

7月5～7日，2018深圳国际纺织面料及辅料博览会在深圳会展中心举行。由180多家参展企业组成的“盛泽展团”，携带最新功能性、时尚性纺织面料产品搏击市场，展示“天下丝绸纺织第一镇”转型创新的最新智慧和成果，扩大盛泽面料在全球时尚界的影响力。



盛泽展团携带最新面料产品搏击市场。

此次组团参展的企业包括文晖、宇顺、协和、深翔、宾达等盛泽当地有着“一技之长”的特色纺织企业。这些企业带去的新款流行面料，涵盖棉交织类、化纤、丝织、混纺等多个种类，在花型、质地、功能等方面处于时尚和科技前沿，不仅满足了市场对于季节性产品的需求，同时也兼顾了穿着舒适与环保节能的未来潮流。

除了展现创新能力，此次盛泽展团也集中体现了盛泽纺织“互联网+”发展理念。绸都网、云纺城、宜布网三大电商平台携会员企业集中亮相，实现“厂家直销”。其中，仅宜布网一家就带来26家会员企业、2000多款现货产品。

“深圳是时尚创新之都，盛泽是全球最大的纺织集群地，通过与时尚、创新相结合，盛泽面料更具创新活力，更有发展前景。”中国东方丝绸市场相关负责人表示，纺博会一直是盛泽纺织企业拓展客户、创新发展的有力抓手。每次展会，“盛泽展团”都集中展示盛泽最好的面料，有效提升了区域品牌影响力，增强了市场竞争力。（罗欣桐 文/摄）

直击 | DIRECT

如何提升区域发展新平衡中的供应链价值？

第十一届全球纺织服装供应链大会将于8月召开

本刊记者 _ 吕杨



大会已成为中国纺织行业以供应链合作与发展为主题的国际性年度盛会。

近日，第十一届全球纺织服装供应链大会新闻发布会在北京召开。中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会常务副会长陈大鹏，中国纺织工业联合会生产力促进部主任、中国纺织信息中心主任乔艳津，中国纺织信息中心副主任李波；河南省服装行业协会会长李刚，驻马店市市委常委、宣传部长戚存杰，市政府副秘书长邱新慧，中共西平县委书记聂晓光，西平县人民政府县长李全喜等相关领导出席发布会。

全球纺织服装供应链大会起步于上海，此后的10年间，大会得到了产业集

群地政府的鼎力支持，分别在8个主要的纺织服装产业集群地区召开，来自全球20多个国家的240余位知名专家和企业高管在大会上发表了演讲。经过十年的发展，大会已成为中国纺织行业以供应链合作与发展为主题的国际性年度盛会。

2018全球纺织服装供应链大会是大会的第十一届会议，将于8月30～31日在河南省驻马店市西平县召开，大会主题为“区域发展新平衡中的供应链价值提升”。大会势必将给河南服装产业发展以及西平嫫祖服装新城的产业布局发展带来一次新的机遇。

首届纺织之光·中国纺织艺术展征稿

近日，中国纺织职工思想政治工作研究会、纺织之光科技教育基金会、北京恒源祥香山画院联合发出《关于举办首届纺织之光·中国纺织艺术展的通知》，正式面向纺织行业及社会各界艺术工作者征稿。

首届纺织之光·中国纺织艺术展由中国纺织工业联合会指导，中国纺织职工思想政治工作研究会、纺织之光科技教育基金会、北京恒源祥香山画院联合主办，恒源祥（集团）有限公司作为战略合作伙伴，中国纺织服装教育学会、纺织人才交流培训中心、《中国纺织》杂志作为支持单位，中央美术学院、清华大学美术学院、北京服装学院、意大利佩鲁贾美术学院等近30家艺术院校及机构作为学术支持单位。

首届纺织之光·中国纺织艺术展主要有四项内容：一是举行首届纺织之光·中国纺织艺术展新闻发布会；二

是在北京中华世纪坛举行首届纺织之光·中国纺织艺术展开幕式；三是举行首届纺织之光·中国纺织艺术论坛，邀请业内领导、行业专家、获奖艺术家、知名学者参与论坛互动研讨；四是编辑出版《首届纺织之光·中国纺织艺术展作品集》。

征稿对象包括：国内外纺织企事业单位设计师，各大艺术学院校师生，社会各界艺术工作者，纺织艺术设计师、纤维艺术家、服装设计师、跨界艺术家等有关人士。组委会将组织评审委员会对参展作品进行评选，对评出的中国纺织艺术大奖、金奖、银奖、铜奖、优秀奖颁发奖金、奖杯、获奖证书及《作品集》，入围作品颁发获奖证书及《作品集》。首届纺织之光·中国纺织艺术展将于2018年9月3～8日在北京·中华世纪坛隆重展出，展览投稿截止日期为8月5日。（郑国峰）

赛事 | EVENT

寄出你的面料，开启“创意+商业”之旅

东方时尚中心·2018中国面料之星活动启动

本刊记者 _ 万喆

7月11日，东方时尚中心·2018中国面料之星用户满意面料产品调查活动正式启动。“中国面料之星”活动由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办，自2011年以来已连续举办8届。

8年来，活动得到了产业链上下游企业的热情参与，参评面料企业累计近千家，涵盖来自全国各省市的重点面料企业；参评面料累计上万块，涉及男装面料、女装面料、运动休闲装面料、内衣家居服面料和童装面料五大品类。

8月对接会+9月颁奖礼 更多精彩从寄出面料开始

今年的“中国面料之星”活动得到了智慧型·全体验时尚创意产业生态园——东方时尚中心的冠名支持。活动将于8月底青岛西海岸东方时尚季期间举办中国面料之星历届获奖企业对接会，邀请数十家面料之星企业，对接当地优秀的服装企业与设计师代表；9月底2018中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会期间，将连续第八年举办“中国面料之星”颁奖仪式，除了揭晓重要奖项，今年还邀请行业专家、品牌企业、面料企业代表做重要分享，同时所有参评面料以及获奖面料将现场展示，与参观展会的采购商做相应对接。

面料征集工作目前已经开始，参评的相关企业

可以通过《纺织服装周刊》官网、官微、杂志三个平台获取参评要求，按照要求递交面料产品。所有参评面料将通过初评、复评、公示三个阶段，最终在颁奖仪式上现场揭晓5大奖项：最佳创新开发奖、最佳图纹色彩奖、最具时尚风格奖、最具市场价值奖和最佳设计服务奖。面料征集截止时间为9月10日。

东方时尚中心 构建全球时尚创意产业生态

东方时尚中心定位于“智慧型·全体验时尚创意产业生态园”，是由中国纺织工业联合会、青岛西海岸新区管委会、青岛中纺亿联时尚产业投资集团有限公司合作开发，位于青岛西海岸古镇口军民融合创新区核心区域，园区总投资105亿元，计划用地约1100亩，规划建筑面积约95万平方米。

园区先后荣获中国服装设计师协会、中国纺织工业联合会流通分会授予的“中国纺织服装时尚创意产业服务基地”，青岛市政府授予的“青岛市文化创意产业重点项目”、“青岛市重点项目”等荣誉称号。2017年，成为中国国际时装周DHUB展战略合作伙伴，被山东



往届获奖企业对接会现场。

省政府评为“山东省重点文化产业项目”，荣获国家工业和信息化部授予的“全国纺织服装创意设计试点园区（平台）”。

2018年初，园区被青岛市经信委授予“青岛市小微企业创业创新基地”，被山东省政府评为“山东省重点项目”。园区共分四期开发，建成后整个园区将汇聚设计师工作室350个、品牌研发机构120个、产业服务配套机构200多个，商业及产业服务面积共45万平方米。

“海宁家纺杯”家用纺织品创意设计大赛评审完成



大赛以“新·趣”为主题，倡导参赛选手开拓设计思路。

7月10日，以“新·趣”为主题的“海宁家纺杯”2018中国国际家用纺织品创意设计大赛在海宁许村正式开始了为期三天的评审工作。

本届大赛由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、海宁市人民政府主办，中国家用纺织品行业协会设计师分会、中国布艺名镇·许村承办，海宁中国家纺城股份有限公司协办，中国版权协会、中国版权保护中心为支持单位。并得到了在国内外从事家纺、软装艺术设计、生产的单位、院校师生、独立设计师等的踊跃参与。

本次大赛的新闻发言人、清华大学美术学院教授贾京生表示，与往届大赛相比，本次大赛在表现手法、格调上都有所超越。大赛的主题“新·趣”富有创意，让每个参赛选手可选择的范畴更加宽泛，能够挖掘的空间也更大。事实也证明，参赛选手围绕这一主题，从形式、风格和时尚的角度做出了多元化的诠释，为大赛注入了新鲜的血液。

评审结束后，评选结果将在中家纺网站上进行为期一周的公示，并于8月23日在海宁进行奖项发布和举办颁奖典礼。（李江敏）

为中国职业装创新领航助力，“铜牛杯”时尚职业装设计大赛开启

近日，2018首届“铜牛杯”北京时尚职业装设计大赛启动仪式暨中国原创定制高峰论坛活动在北京服装学院创新园1号秀场精彩呈现。

本次赛事由北京市总工会指导，北京时尚控股有限责任公司、北京服装学院、北京时装周组委会主办，北京铜牛集团有限公司、北京时装周有限责任公司、汉狮文创苑承办，北京服装纺织行业协会、北京时装设计师协会等协办。北京市总工会副主席韩世春，北京市工业（国防）工会副主席李新莲，2018北京时装周组委会主任、北京时尚控股有限责任公司党委书记兼董事长吴立，北京服装学院党委书记马胜杰等领导嘉宾出席了本次活动。

据了解，本次活动致力于聚集中国职业装文化发展的创新力量，不断赋予职业装文化新的时代内涵，为未来中国职业装实现标志化、品牌化、时尚化、链条化与智能化领航助推。同时让原创设计、智能制造服务于新时代职工，更加体现职工行业特点，展现职工风采，共同推动时尚职业装和服装原创行业蓬勃发展。

本次大赛面向全国的原创设计师征稿，设计内容分为商务行政、交通运输、校服、市政执法和酒店餐饮等5大领域16个行业，共设金奖、银奖、铜奖等36个获奖名额。与其他大赛不同的是，获奖者除了丰厚的奖金外，组织方将提供赴中国轻纺城观摩实习、免费统一制作参赛服装和秀场展示的机会。

2018首届“铜牛杯”北京时尚职业装设计大赛是2018北京时装周日程的活动之一。本次大赛的获奖作品将于9月在2018北京时装周亮相。

定论论坛上，国内知名服装定制理论和文化专家刘瑞璞、中国知名职业装设计师刘薇和意大利定制大师伊瓦诺·克罗帝分享了关于职业装和服装定制的演讲。（吕杨）



贸易摩擦大浪急，纺企如何应对？

本刊记者 _ 徐长杰

根据美国海关和边境保护局消息，美国于当地时间7月6日00:01（北京时间6日12:01）起对第一批清单上818个类别、价值340亿美元的中国商品加征25%的进口关税。

作为反制措施，6月16日，国务院决定对原产于美国的659项约500亿美元商品加征25%关税，其中农产品等约340亿美元商品自7月6日起执行，这些对美加征关税的商品清单中包括未梳的棉花和棉短绒。

美棉进口成本或将提高3500元／吨以上

由于棉花、棉短绒榜上有名，这也就引起了行业人士的广泛关注与思考。会有何影响？在弄清问题之前，我们首先要了解目前我国对美棉需求关系与规模。

据海关数据显示，2017年1～12月，我国累计进口棉花115.3万吨，其中进口美棉50.5万吨，同比增长91.57%。2018年1～3月，我国累计进口棉花34.38万吨，其中进口美棉21.7万吨，同比增长6.67%。

继2017年我国对美棉进口数量几近翻倍后，

2018年美棉进口数量仍在增加。

实际上，自2016年大规模抛储以来，国储棉库存已从1114万吨左右下降到近期的390万吨，预计今年抛储结束后，国储棉数量将降至250～300万吨左右，达到了安全库存的边界。预计进入2019年之后，国储棉将不再进行净投放，而将以轮入为主。相应地，为满足供需缺口，我国将通过进口棉花来补充用量。但原本以为未来会填补我国用棉缺口的美棉，却随着中美贸易摩擦升级而充满了不确定性。

最明显的是关税对进口棉的直接影响。在提高关税后，配额内进口美棉的税率将从1%升至26%，对应的进口成本将直接提高3500元／吨以上。关税对棉花进口成本的提升显而易见。

我国对美国棉短绒进口情况又如何？2018年3月，我国棉短绒进口量为3611.676吨，同比下滑70.20%。3月我国棉短绒进口货源主要来源于四个国家——土耳其、美国、土库曼斯坦、印度，其中美国占比22.46%，居第二位，进口数量为793.535吨，第三位的土库曼斯坦货源量与美国相差甚小，为785.594吨，占比22.23%。

我国进口棉短绒数量下降明显，就当前进口分国别情况来看，美国棉短绒并非无可取代。

贸易战升级，企业纷纷寻找替代市场

今年6月14日，国家发展改革委发布《关于2018年棉花关税配额外优惠关税税率进口配额申请有关事项的公告》（2018年第7号），今年发放一定数量的棉花关税配额外优惠关税税率进口配额（以下简称“棉花进口滑准税配额”）80万吨，并全部为非国营贸易配额，这无疑在一定程度上提高了中国企业对外棉进口的主动权、决定权。也正因此，中国企业寻找的进口棉花的市场更加多元。

尤其是随着中美贸易争端的升级，印度棉备受中国企业关注，也因此步入了出口的“快车道”。

据印度棉花协会透露，印度已同中国签订了50万包新棉出口订单，这种提前锁定货源的做法非常罕见。印度某棉花出口商也透露，近期公司接到许多来自中国对下年度印度棉的询价，6月初已经和中国签订了今年11～12月装运的棉花出口订单。还有一些国际棉商、印度出口企业反映，高品质S-6、

期待中美贸易尽快回归正常轨道

中国纺织工业联合会关于中美贸易问题的声明

7月10日，美国贸易代表办公室公布拟对中国2000亿美元输美产品加征关税清单，其中涉及全部种类的纺织纱线、织物、产业用制成品以及部分家用纺织品和纺织机械，2017年我国对美出口上述产品总金额超过40亿美元。

中国纺织工业联合会（以下简称中纺联）对美方加速升级贸易摩擦的行为深感忧虑，对美方加征我国输美纺织品及纺织装备进口关税表示坚决反对。

自2008年底中美《关于纺织品和服装的谅解备忘录》执行完毕至今，中美纺织品服装贸易全面回归自由化，并保持平稳、健康发展。中国纺织行业坚持以公平参与国际竞争和不断提升对外开放水平为发展原则，积极融入全球纺织产业分工，全面开放商品贸易与投资准入，与美国纺织制造业、商贸流通业及棉花种植业建立了稳定、高效、互利的产业链、供应链合作关系。中国纺织行业为美国消费者提供了大量高性价比的优质产品，为美国纺织业及关联产业创造了众多就业岗位。美国也为中国提供了数量可观的棉花、纤维素原料、化纤、纺织面料、染化料等纺织产业链配套产品，以及各种功能性家用、产业用纺织品，满足中国多元化的内需市场。多年来，中纺联积极与美国国家棉花总会、美国非织造布协会等行业组织开展交流沟通，为促进双方产业界建立和维护友好合作关系提供了诸多平台与契机。

构建负责任的可持续发展模式是国际贸易与经济合作领域的共同原则。中国纺织行业始终重视社会责任建设，率先推动社会责任价值融入产业发展，在完善就业环境、助力精准扶贫、建立绿色产业体系、开展绿色贸易、顺应全球化发展趋势、尊重和遵从国际经贸规则等方面取得了重要成就，得到了世界银行、联合国等国际机构的认可，美国贸易代表办公室曾评价《CSC9000T中国纺织服装企业社会责任体系》是引导企业遵循法律法规的最佳实践。

当前，中美贸易摩擦升级，纺织全行业愿以国家利益为根本立场，进一步深化转型升级，大力加强责任发展，化解美方不合理加税行为带来的负面影响。纺织行业也一致期待中美贸易问题能够得到妥善处理，尽快回归正常轨道。与此同时，中美纺织产业间的紧密合作关系来之不易，理应珍惜，中纺联郑重呼吁美国相关产业界秉持公平竞争、合作共赢理念，坚决反对美国政府的不公平加税举措。中纺联将密切跟踪美方的进一步行动，及时向全行业通报信息、预警风险，也将及时调研汇总广大企业的意见和诉求，向有关政府部门予以反馈，并提出可行的应对措施建议。中纺联将积极与美国业界相关行业组织加强沟通，为维护纺织行业对外贸易环境稳定健康做出应有努力。

MCU5、J34受到部分中国大中型纺企的关注和青睐。可以看到，在中国加征美棉进口关税的前提下，印度棉将有机会在中国占据更大的市场份额。不过由于其产量与品质等方面的限制因素，也并不十分乐观。

某跨国公司驻京交易商就曾表示，中国企业可能会首先采购机采、无污染的澳棉和巴西棉来取代美棉，之后才会考虑印度棉，因为印度棉含杂率高。但如果没有其他的选择，中国企业也会多花钱来处理棉花，因为即使加上这笔成本，也比额外支付25%的进口关税购买美棉要划算。

中国纺织工业联合会副会长、新闻发言人孙淮滨表示，加征关税后，会波及部分进口美棉企业；由于美棉品质较高，替代品也可能影响下游产品品质。他建议企业要积极寻求应对措施，规避风险。总体看来，中美贸易摩擦具有长期性和反复性，亦存在转危为机的不确定性，棉纺行业亦当提高重视，谨慎对待。

美国向全世界开火，也是向自己开火

据路透社等多家西方媒体报道，就在美国对中国发动贸易战几个小时后，美国贸易代表处随即宣布说，那些会被贸易战影响的从中国进口产品的美国企业，可以有90天的时间向美国政府申请有效期为1年的“关税豁免”。

贸易战刚刚开始，美国贸易代表处就开始给进口中国产品的美国企业各种开“后门”，这或许与美国《华盛顿邮报》提到的另一件事有关，即美国这次对中国发动贸易战所波及的中国产品中，有不少其实并不是中国自己的企业生产的，而是美国或其他西方国家在华的分部的产品。

用《华盛顿邮报》的话说就是：“因为特朗普那些贸易官员的失策，这些制裁性关税并不会打击到多少中国企业，反而把美国等其他非中国的跨国公司的在华分部当作了打击对象。”

确实，仅就目前美方公布的340亿美元关税清单中就有200多亿美元产品，是在华的外资企业生产的，如果美方启动征税，实际上是对中国和各国企业、包括美资企业征税。简单来说，美国是在向全世界开火，也是在向自己开火。

7月10日，美国贸易代表办公室（USTR）又公布了拟对中国2000亿美元输美产品加征10%关税的建议清单。纺织产品方面，据中纺联国际贸易办公室初步整理，本次加征10%关税的产品按美方标准超过900个税号，覆盖范围非常广泛，涉及了HS50-60章的几乎所有产品。包括各种原料（棉、毛、丝、麻和化学纤维）的所有纱线、面料／织物，以及产业用纺织品和一部分纺织机械类产品。

2017年中国出口美国的纺织品及服装为477亿美元，占全年纺织服装2745亿美元总出口额的17.4%。同时，去年美国是我方第二大纺织品服装出口目的地，如果加征关税，对中国纺织品服装出口的负面影响不可低估。

认清差距，努力提升创新能力

商务部表示，中方承诺不打第一枪，但为了捍卫国家核心利益和人民群众利益，不得不被迫作出必要反击，并重申将坚定不移深化改革、扩大开放，保护企业家精神，强化产权保护，为世界各国在华企业营造良好营商环境。对于此次加征关税，商务部也将持续评估相关企业所受影响，并努力采取有效措施帮助企业。

面对国际市场存在的诸多不确定因素，我国企业该如何充分利用市场环境趋紧形成的倒逼机制，加快转变外贸发展方式，培育外贸竞争新优势？

工信部消费品司副司长曹学军日前在一次会议上谈到，现在是一个变革的时代，我们的认识和观念也要改变。她说，从外部环境来看，贸易摩擦不断，从



内部来看消费也出现升级绿色化的新趋势，因此我们要转变观念和思想，管理要求也要不断跟上变化。我们也需要反思规则意识、知识产权意识，对整个制造业和国内实体经济发展都是非常重要的。

关于如何应对目前市场的不确定性？中国纺织工业联合会副会长夏令敏表示，中美贸易摩擦的不确定性可能在中短期内将会是一个常态，这需要我们做好充分的准备。同时要正确认识自己目前的能力和水平，不能盲目放松；在一个充分竞争的产业里不进则退，不能沾沾自喜，最重要的是做好自己的事情。首先从内需角度来看，还是要将内销市场建设好；其次要进一步提升创新能力；再要坚持“走出去”的步伐，在“一带一路”沿线打造新的布局空间。

有关人士也指出，无论美国挑起贸易战的真正意图是遏制中国技术进步，还是“声东击西”，遏制欧盟，它都已经使我们清醒地认识到中国现阶段在世界经济中所处的地位、薄弱环节和发展方向。对此要认清差距，努力提升创新能力，保持定力，做好自己的事情，时间将是我们最好的朋友。TA



往届展会现场。

中美贸易纷争之下，美国市场如何开拓？

奔赴纽约展，挑战中寻求新机遇

赵梓含 陶红 / 文

虽然中美贸易摩擦不断，但是将于7月23日开幕的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(Apparel Sourcing USA)和纽约国际家纺采购展(HTSE)(以下简称“纽约展”)仍在紧锣密鼓进行中。据主办方透露，截至目前，展会整体规模与去年持平。外贸大省的骨干出口企业及专业外贸集团已经把纽约展作为开拓美国市场最重要的市场平台。从企业报名情况看，中国纺织品服装行业对美国市场仍寄予厚望。

调整结构 面向中高端

“美国目前仍是我们的主市场，我们会尽力把它保持住。”被问及中美贸易摩擦对公司出口业务的影响时，际华三五四二纺织有限公司总经理助理马家强斩钉截铁地回答。“公司家纺产品年产能150万套左右，去年出口总额2500万美元，其中美国的出口额是1900万美元。”据马家强介绍，际华三五四二纺织有限公司自2008年开始出口床上用品，近十年的出口贸易中最深刻的感受是利润越来越薄了。无独有偶，同样是主营家纺类产品，自2008年正式开展对美外贸的常州华尔瑞家纺贸易部经理钱昉表示，现阶段，公司的业务虽然没有受到太多影响，但利润空间有一定程度上的压缩。

如此困难的情形下，再遇中美贸易摩擦，企业如何在挑战中寻求机遇？“产业升级尤为重要。”这是马家强一再跟记者强调的出路所在。“目前公司主要是在产品结构上作调整，现在所有产品里面，非棉类纤维产品已经占到60%左右。就目前政策来看，棉制品受到的冲击更大一些，所以减少棉制产品可令原料成本方面不会产生太大差别。此外，我们还有自己的独创研发优势，公司每年都会开发几十款新产品向客户推广。”

对此，无锡市尤美贸易有限公司的业务经理钱丽夏感同身受，公司以童装出口为主，在印巴棉制品的比较优势下，公司已经基本上放弃成人棉质T恤等服装的制作，而专做童装。“经过这么多年发展，印花厂、辅料厂等产业配套资源成为我们的竞争优势。婴儿服用天鹅绒面料也是无锡一带的强项，东南亚企业要做这种面料的服装，都要从我们这里进口面料，加上运输成本等，他们就竞争不过我们了。”

据主办方透露，此次参加纽约展的功能性面料企业同比上升明显，而且生产高端服装的企业较去年有所增长，显示出中国制造的科技含量明显提升。“此次去纽约展，棉类产品很少，主推新开发的30多款新型纤维面料产品，如竹碳纤维、咖啡碳纤维、银离子纤维、海藻纤维、再生涤纶纤维、再生天丝纤维等。之前给美国的客户寄过样品，他们很感兴趣，所以我们这次去参展，借机可以拜访老客户，看看这些产品有没有增加后续订单的可能性。”马家强满怀期待地跟记者介绍，“我们新开发的产品属于中高端产品，价格比同类棉类产品要高一些。产品主要面向偏高端客户，主要是偏功能性产品，比如，抗菌、吸湿透气、防臭等。”

今年首次参加纽约展的奉化市恒祥制衣厂是一家主做男装的纯外销型企业，据销售经理庄芳芳介绍，“此次参展计划开发一些中高端客户，带去展会的产品以商务男装、休闲男装和一部分女装为主，主要是棉、亚麻和一些功能性面料，如吸湿排汗和免烫等。目前，公司在美国市场份额不多，主要是通过中间商来做一些美国订单，而且客户层次参差不齐。通过中间商跟客人沟通，经常会出现信息不对称的情况。所以我们这次想通过纽约展这个平台，与客人进行面对面交流，更好地理解客人的诉求，做到有效沟通。”

产品升级 赢得市场

在中国目前渐失成本红利的背景下，对于出口美国市场的纺织服装企业来说，产品升级，面向中高端客户无疑是一个有力抓手。走差异化道路，做小众产品赢得市场已成为企业共识。据主办方介绍，从目前开展情况来看，参展企业中，做小批量订单的企业较去年增多。

据钱丽夏介绍，无锡尤美在美国市场的订单比较随机，数量也不整齐，基本都是小批量、多品种的订单，配合度好的话，利润也会比较高。“这样的客户比较适合我们这样的贸易公司。美国和加拿大的客户会到中国来找面料供应商索要一些样本，选中后就让我们去采购，这样就能做不少小批量、多品种的订单。这类订单，我们操作起来越来越成熟，效率也越来越高。”

“公司目前会放弃一部分利润微薄的订单，同时对工厂进行一系列提升，比如对工人进行技术培训、不定期地更新设备等，以期在产能等各方面都有所提升。”据庄芳芳介绍，公司回访客户得到的反馈是，对于那些订单不是很大的高端客户，很多面料需要从中国采购，毕竟中国的面料生产设备更先进、经验更丰富。

在美国全国纺织团体协进会(NCTO)官网上，一家特种纱线纺纱厂的负责人提醒美国纺织服装业界：“我们要生存，就必须创新，别无选择。”

美国纺织业的发展是如此，中国纺织业在当前复杂境遇下更需要企业面向市场需求，不断创新。近年来中国凭着纺织服装产业链的强大优势，在产品品质、生产效率、设备技术、工艺流程以及物流方面都取得了长足的发展，在品牌建设、产品服务、产品设计研发等方面也不断向中高端方向发展。此外，“科技、时尚、绿色”的新定位更是让中国纺织服装行业的优势再次凸显。

正如庄芳芳此前提到的，为了提升产能，公司会对工人进行技术培训，还会不定期地更新设备。而际华三五四二除了从以棉类为主向中高端的功能性非棉纤维为主的产品结构升级外，正在筹办新的工厂，淘汰落后产能设备，更换新设备，以更好地应对竞争压力。

在谈及如何继续保持中国纺织服装行业的优势时，上海盖欣商贸有限公司CEO叶尔来表示，随着中国纺织服装行业的迅猛发展，产业结构也日趋成熟，在行业由劳动密集型转型为以品牌和设计为竞争点的关键阶段，纺织服装企业要转变传统的生产经营观念，从产品质量、设计研发、提高生产效率、压缩生产成本、人才培养、品牌战略、营销推广以及产品服务等方面提升，以此增强企业的综合竞争实力，不仅要做出口大国，更要做出口强国。

积极合作 争取双赢

据美国商务部国际贸易委员会纺织服装办公室(OTEXA)的消息，截至2018年4月，中国出口到美国的纺织品服装约109.27亿美元，而中国从美国进口的纺织品服装约3亿美元。纵使中美贸易形势不明朗，以上数字似乎显示中国纺织品服装对美国的出口热情不减。中美互为对方第一大贸易伙伴，保持正常的国际贸易关系对于双方来说都是一种双赢，符合两国人民的共同利益。

美国成衣及鞋类协会(AAFA)、北美制服制造商和分销商协会



纽约展将不仅为海内外参展商提供一个展示形象、交流合作、拓展产业的发展空间，还会为企业带来更大的商机和更多机遇。



凭借三展集聚之效应，上下游巨大的观众资源得到共享。

(NAUMD)、全国零售联合会(NRF)、零售业领导者协会(RILA)等17家商(协)会于5月11日联名致信美国贸易代表办公室(USTR)的罗伯特·莱特希泽(Robert Lighthizer)，强烈反对美国对从中国进口的服装、鞋子、家居用品等消费品增加任何关税。他们认为此类关税的增加将损害美国消费者、美国工人和美国公司的利益。

5月16日，美国时尚产业协会(USFIA)主席Julia K. Hughes在美国贸易代表办公室就301调查进行的听证会上作证。USFIA敦促特朗普政府将服装等时尚产品从301条款下的关税增加产品列表中删除。因为对这些时尚产品的进口征收关税无助于解决USTR 301条款报告中对美国知识产权政策和做法的担忧。他认为，美国目前需要的是多边行动，而不是关税。

值得欣慰的是，在对参展企业的采访中，多数企业都能以积极的心态看待当前的贸易摩擦，并希望尽一切可能维持老客户、开发新客户。

面对中美贸易摩擦，钱丽夏希望公司能在纽约展这个平台很好地展示自己，“感觉目前还没什么影响，后面有影响应该也不会很大，公司产品向来以产品质量、服务、交期等取胜，而不是靠大批量和低价格竞争。我们必须有我们的价值，客户才会选我们；同样价格下，我们要在服务、质量、交期等方面更有竞争力。”

青岛晨瑜儿家用纺织品有限公司公司贸易部经理王蒙表示，今年中美贸易关系虽有“波动”，但目前为止尚未涉及家纺行业，企业管理者也居安思危，密切关注两国最新政策，此外，公司也在进行市场布局的新调整——进行新市场的拓展。

于今年刚刚起步对美外贸的上海盖欣商贸有限公司主营纺织品、针棉织品及其辅料、服装鞋帽等进出口业务。叶尔来说：“尽管起步阶段恰逢中美贸易局势紧张，我们还是会以平常心应对。已经根据事先掌握的市场信息准备了合适的产品带到纽约展，相信公司对美外贸能凭借纽约展这个平台取得开门红。”

据介绍，三大专业展会(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(Apparel Sourcing USA)和纽约国际家纺采购展(HTSE))同期同馆举办，三展联动打通了面料—成衣—家纺的产业链系统资源，推动行业上下游联动对接。纽约展是一个整合供应链上下游资源的平台，同时也是新产品、新技术发布和推广平台。

凭借三展集聚之效应，巨大的观众资源也是三展联动无可比拟的优势之一，上下游巨大的观众资源得到共享。三展联动，实现了从面料到家纺、服装的产业链上下游联合贯通，形成了无可替代的产业向心力和联动之势。届时，多领域采购商与专业观众将蜂拥而至，无限资源共生共享。

中美贸易摩擦不断，企业发展的不确定因素加强。在此背景下，产业链上下游的合作显得愈加紧迫和重要。显然，纽约展将不仅为海内外参展商提供一个展示形象、交流合作、拓展产业的发展空间，还会为企业带来更大的商机和更多机遇。上下游企业共同探索互相合作的共生渠道，以产业联合的力量推动产业链良性发展。只有产业链上下游携手并进，才能更好地促进产品迭代、满足消费需求，领航纺织产业全面发展。 



轮训班第一期合影。

统一思想认识 担负时代使命

中纺联党委组织学习习近平新时代中国特色社会主义思想及党的十九大精神轮训班

中国纺织工业联合会党委办公室 / 供稿

根据中组部《关于做好县处以上领导干部学习贯彻党的十九大精神集中轮训工作的通知》，根据国资委协会党建局的要求，中国纺织工业联合会党委于6月26～27日、6月28～29日、7月2～3日分三期在国资委轻纺绿化基地举办了学习习近平新时代中国特色社会主义思想及党的十九大精神轮训班。中纺联党委书记兼秘书长高勇，会长、副书记孙瑞哲，原党委书记、原会长王天凯等全体领导班子成员及中纺联党委委员、纪委委员，中纺联22个基层党组织班子成员，各部门、各单位班子成员，基层党委、党总支所属党支部书记，各基层党组织党建工作联络员，中纺联工会班子成员、基层工会正副主席，中纺联团委班子成员、基层团组织正副书记等200余人参加了集中轮训。轮训班以领导开班动员、集体学习、分组讨论交流、汇报总结的方式认真组织开展。党委副书记陈伟康主持了此次集中轮训。

党委书记高勇，会长、党委副书记孙瑞哲，党委副书记陈伟康三人分别做了三期轮训班的开班动员讲话。他们特别强调本次轮训的目的，就是要教育引导全体党员干部牢固树立“四个意识”，坚决维护以习近平同志为核心的党中央权威和集中统一领导，与党中央保持高度一致，不折不扣地把党的十九大各项决策部署落到实处，以党的十九大提出的新目标新方略新要求统一思想，提高认识，振奋精神，凝聚力量，推动中纺联的改革发展，更好地发挥服务国家、服务企业、服务行业的作用，并对全体参加轮训班人员提出了四个方面的要求。孙瑞哲结合行业工作，对行业协会要做纺织强国建设的引路人、中国纺织工业的代言人、政府与市场的联系人，

不断深化专业服务的领域、创新专业服务的意识、提升专业服务的能力等方面进行了深入解读。

党委对本次轮训班的学习内容进行了精心安排，采取观看讲座录像片与专题纪录片相结合的方式，观看了《习近平新时代中国特色社会主义思想和基本方略》、《中国特色社会主义新时代的历史方位及中国共产党的历史使命》、《以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导统筹推进经济、政治、文化、社会、生态文明建设》、《坚定不移全面从严治党，不断提高党的执政能力和领导水平》等四个专题讲座，同时观看了《辉煌中国》、《不忘初心 继续前进》等四集专题纪录片约13学时。

三期轮训班分12个学习小组，在召集人的带领下，大家联系工作实际，进行了热烈的交流研讨。阎岩、伏广伟、董春兴、朱荣生、孙淮滨、彭燕丽、刘家强、徐峰、杨峻、黄潇瑾、姜国华、陈志华等同志代表本小组进行了汇报交流。这种丰富充实的培训方式，保证了轮训班的质量，加强了主动学习和思考的自觉性。

大家的心得体会主要集中在以下几方面：

1. 统一思想认识，坚决维护以习近平同志为核心的党中央权威，把新思想作为行动指南

习近平新时代中国特色社会主义思想，是中国特色社会主义理论体系的重要组成部分，是全党全国人民在新时代实现中华民族伟大复兴中国梦的行动指南。深刻领会到习近平新时代中国特色社会主义思想的丰富内涵和精神实质，更加清晰了中

国特色社会主义新时代的历史方位及党的历史使命，更加全面认识到统筹推进经济、政治、文化、社会、生态文明建设的战略性和紧迫性，也更加坚定了党员同志们的理想信念，坚决维护以习近平同志为核心的党中央权威和集中统一领导，加强作为纺织人全力做好行业工作的使命感和责任感。

2. 知行合一，学以致用，进一步提升行业服务工作的水平 and 质量

对于贯彻新的理念，统筹推进“五位一体”总体布局，协调推进“四个全面”战略布局，全力推进全面建设小康社会，不断把实现“两个一百年”奋斗目标推向前进，大家一致认为，行业发展必须要坚持创新是第一生产力，要解决好产业与科技的共生关系、产业与生态的依存关系、产业与消费的鱼水关系，拓展协会服务职能，从顶层设计为行业助力，创新研究、加强行业指导，不断提升行业服务水平和服务质量，搭建平台，全面推进行业高质量发展，以创新为引领加速行业转型升级；同时，要深入基层，要坚持“三品”战略，以加快行业转型升级，找准行业发展的不平衡、不充分问题，以科技、品牌、人才建设和可持续发展为落脚点，发挥联合舰队精神，加强协同创新，积极推进行业改革发展。

3. 坚定不移推进全面从严治党

实现伟大的中国梦，必须毫不动摇坚持党的领导，毫不动摇地把党的建设得更加坚强有力，必须坚定不移地全面从严治党。大家认为，全面从严治党就是要将党风廉政建设贯穿于各项工作中，“扎牢不能腐的笼子，增强不想腐的自觉”，使党员干部明确行为规范，强化廉洁自律行为，切实感受到日常监督的约束力，做到知敬畏、存戒惧、守底线。

4. 抓好人才培养，担负时代责任使命

高素质、懂业务、有创新能力的人才队伍是联合会发展的不竭之源。热爱行业工作，抓好人才培养，以人为本，使每名党员干部都具有强烈的使命意识，有更高的标准和要求，使中纺联广大党员干部尤其是青年干部珍惜这个时代赋予我们的责任，对得起时代给予我们的光荣，有自信、有实力、有作为，为纺织行业做出自己更大的贡献。

陈伟康在轮训班总结中讲到，通过全体同志的努力，三期轮训班很好地完成了任务，达到了预期的目的。

一是同志们都很珍惜这次学习机会，思想上高度重视，在时间和精力的投入上得到保证，在认真上下了功夫，充分体现了领导带头作用。同时，各单位同志间加强了交流，促进了联合舰队的建设。

二是在学习中大家做到深入思考，认真领会，能自觉联系自己的工作实际、思想实际，能以国家发展、以习近平新时代中国特色社会主义思想、以维护党中央的权威和集中统一领导的高度来引领这次学习，体现了同志们加强落实政治建设的自觉性，从而推进了以党的十九大提出的新目标新方略新要求去统一思想、提高认识、振奋精神、凝聚力量。

三是大家的学习收获是实实在在的。比如，对深刻把握坚持和发展中国特色社会主义的总任务、全力推进纺织强国建设有了进一步的理解和体会，深刻认识到了中国纺织工业在国家建设社会主义现代化强国这一重大战略安排中肩负的责任和使命，对如何大力推进国家“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”的战略布局在纺织行业的落实，认真履行“科技、时尚、绿色”的行业工作定位，科学分析把握中国特色社会主义进入新时代后中国纺织工业面临的新形势、新变化、新要求，对任务和困难有了一个精确的分析和认识，积极探索，不断创造性开展工作，找准



轮训班学习现场。



轮训班举行分组讨论会。



轮训班第二期合影。



轮训班第三期合影。

行业高质量发展的着力点，从而在纺织工业的高质量发展上真正有所作为。

又比如，大家对深刻把握党的建设总要求，全面加强党的领导，提升党建工作有了更深的认识和体会。要紧紧依靠中纺联各级党组织，发挥好基层党组织和全体党员的作用，积极营造中纺联风清气正的政治生态，把党建工作的成果真正融入到促进中纺联各项工作中。

再比如，大家对坚持全面从严治党，深入推进党风廉政建设，不断提升自身的政治素质有了新的认识和体会。要严明政治纪律和政治规矩，对党忠诚；要严肃党内生活，严格遵守党章，要坚持作风建设，层层落实管党治党责任；要牢记习总书记提出的好干部的五条标准，坚定理想信念，求真务实，真抓实干做工作。

陈伟康强调，落实党的十九大精神，重要的方面也包括提升联合会自身的发展建设。按照党的十九大精神，社会组织发展关键是要健全管理体制，充分发挥社会组织在国家治理体系和治理能力现代化中的作用。要进一步完善理顺联合会内部科学的、高效的管理体制，完善服务体系、服务机制和内容，更要始终把培养和用好一支高素质的党员领导干部、职工队伍作为首要任务，要着力发现培养使用好一批政治强、有能力、有全局观、有责任担当、素质全面的领导干部，要更多地培养和造就一大批讲政治、有责任、年轻化、知识化、专业化、敬业实干的联合会职工队伍，建设中纺联一流的人才队伍，创造一流的业绩、培育一流的品牌协会。

陈伟康最后强调，轮训班的学习，也属阶段性学习，接下来中纺联党委将根据国资委党委和协会党建局要求，安排好下半年的学习任务。TA



中国纺织服装改革开放40年系列报道 领军40人

纺织服装周刊·中国纺织 联合报道

阅行业变迁 逐强国之梦

访中国纺织机械（集团）有限公司党委书记、总经理叶茂新

本刊记者 _ 袁春妹

在今天的中国纺织机械行业中,能够拥有超越 40 年历史的企业并不多,中国纺织机械（集团）有限公司（以下简称中纺机集团）便是其中之一，从上世纪五十年代至今，中纺机集团已经走过了 50 多年的发展历程。在中纺机集团党委书记、总经理叶茂新看来，回望中国改革开放 40 年，也是中纺机集团伴随行业成长的 40 年，虽历经市场起伏跌宕，但“做强中国纺机装备”的初心始终未变。



叶茂新

当下，放眼全球纺织业，中国纺织机械（集团）有限公司一直都是一个备受瞩目的名字，这家企业不仅是中国纺织产业发展的重要支撑力，还代表着中国纺机业的全球影响力、竞争力和话语权，是中国纺机业中不可替代的底气和脊梁。

初心不变 扛在肩上的产业责任

行业人都很清楚，在当前的全球纺织产业中没有任何一家企业能够匹敌中纺机集团在纺机领域的实力。目前，企业产品覆盖纺纱、织造、染整、化纤、非织造、纺机专件等纺织装备各个领域，产业链条完整，产品规模位居全球纺机企业首位。就是这样的优势让集团赢得了众多国内外一流纺织企业的合作。

在很多人眼中，这样的优势似乎是与生俱来的，但叶茂新作为陪伴企业走过了几十年的“老员工”，最清楚中纺机集团今天的产业优势和行业地位缘何而来。“中纺机集团自成立之初就将‘满足人们在纺织品中不断增长的物质文化需求’为己任，并因此聚集了一大批有理想、有才华，甘愿为中国纺织工业发展奉献自我的纺机人才，这些人几十年如一日地研究纺机技术、思考创新方向，孜孜以求、无怨无悔。”在叶茂新心中，中纺机集团的今天就是靠着一群热爱纺织产业的人，肩负着祖国的重托，带着他们共同的产业梦想和目标，砥砺前行，打拼而来。

领导层的明确目标再加上极具凝聚力的团队，让中纺机集团越来越强大。几十年来，集团一直作为纺机行业的中坚力量参与国际竞争，提升国产纺机技术水平，集团展示给世界的是一个不容小觑的中国纺机业。“中纺机集团数十年来始终坚守纺机主业，初心不变，在成就自身的同时，更为中国纺织产业的发展做出了重要贡献。”叶茂新说。

很多行业人提及中纺机集团时都会想到这样一个称谓——“共和国纺机业的长子”。当然，人们也知道这个身份不仅道出了中纺机集团的产业地位，更多的是集团身上的产业责任与担当。“扛起‘中国纺机’这面大旗，我们责无旁贷。”叶茂新说。的确，即便是当下，中国纺机业各个领域都有了不少比肩、甚至超越国际一流水平的装备企业，但人们很难想象，若在中国纺机业的版图 中少了中纺机集团，行业会是什么样子？在全球纺机业中，中国制造还能一如既往的强大吗？

作为中国纺织产业的忠实追随者，中纺机集团为这件事

业奋斗的决心从未踌躇，几十年来一直在不断提升自己助推产业发展。“强主业就必须要是经得起风浪，必须有能力穿越行业的周期性波动。为此，我们走出了一条符合自身特点的发展道路，有所为有所不为。”叶茂新说，在这样的理念下，中纺机集团从企业管理运营到产品技术提升，将创新作为了一切发展的主线。

创新引领 全业态商业融合

“墨守成规只能垂垂老矣，不断创新方可与时俱进。我们始终都能清醒地认识到创新对于企业发展的重要性。”叶茂新说，“改革开放以来，中纺机集团正是以海纳百川、兼收并蓄的胸怀，坚持技术创新和模式创新，并以此推动了企业的改革和事业发展。”

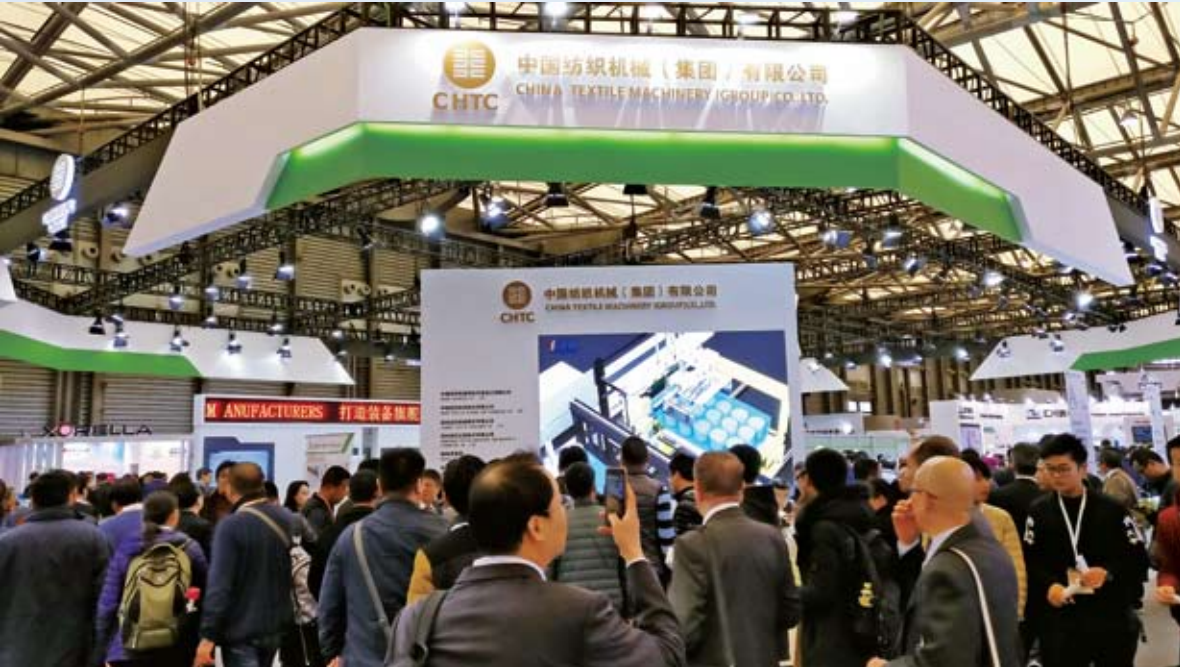
中纺机集团一直都非常重视技术创新，目前已拥有经纬纺织机械股份有限公司、恒天重工股份有限公司和青岛宏大纺织机械有限责任公司 3 个国家级企业技术中心，2 个博士后科研工作站，7 个省级企业技术中心。研究领域涵盖棉纺机械、化纤机械、织造机械、非织造布机械、染整机械、纺机专件等，并建立起了完整的科技创新体系，拥有完善的研究、开发、试验、转产条件。据悉，截至目前，中纺机集团拥有各类授权专利已逾千项。

叶茂新表示：“从单机产品的品质、性能提升，到各流程的自动化研发，再到如今的全流程智能化装备，中纺机集团在棉纺、化纤、染整、非织造等领域都拥有了具有代表性的全流程智能化示范线，很多示范线已在全国主要纺织企业投入运行，目前还有一些项目在建设。”

在纺织行业“十三五”规划中，“六大智能化生产线”已成为行业发展重点，是做强中国纺织业的重要举措。作为中国纺机业“排头兵”的中纺机集团早已先行一步帮助纺织企业建起“智慧工厂”，在推动中国纺织业的智能化发展方面做出了重要贡献。

除了与时俱进地推动技术创新，中纺机集团也在创新商业模式上走出了自己的特色，焕发了企业活力。

“我们充分运用自身的资源优势，借力资本市场和金融市场，较好地实现了‘产融结合’的双轮驱动战略，为传统制造业的发展提供了足够的金融资本支持。”叶茂新说，“随着市场形势的深刻变化，我们深感仅提供纺机装备已无法更好地满足客户发展的深层次需求了。为此，我们提出了打造‘服务型制造企业’的发展思路，结合中纺机集团的产业链优势，实现了纺纱、化纤和非织造为原料服务；织造为纺纱、化纤



中纺机集团一直在跟随中国纺织产业的发展需求进行着产品技术创新。

服务；染整为纱线、织造、化纤、非织造服务的全业态商业融合。”

如大家所见，中纺机集团在进行产业链式的布局下，借助母公司恒天集团的资源以收购 AUTEFA、立信为标志，有效地弥补了企业自身在染整装备技术上的短板，强化了在非织造布装备技术领域力量，这些无疑为中纺机集团“建设世界一流纺机企业”的目标打下了更加坚实的产业基础。

迎接变革 产业链的技术进步

“新中国建立之初，全国的纱锭数还不到 500 万，设备均为国外设备。此后到改革开放之初，中国的纱锭规模达 2000 万左右，增长部分主要是国产装备。到上个世纪末，中国纱锭增至 4000 万。此后经历了压锭、加入 WTO，到 2003 年纱锭增至 5500 万左右，2008 年纱锭突破 8000 万，目前，纱锭规模约 1.3 亿，这其中国产装备占据绝对比重。”叶茂新说。

叶茂新还以纺纱机械为例，历数了改革开放至今的行业发展过程。“改革开放以来，该领域的技术进步日新月异。缩短流程、减少用工、提高机械化和自动化程度，围绕行业提出的‘三无一精’需求，装备技术创新的目标非常清晰，进步显著。改革开放之初，一家 5 万锭规模的纺纱厂，其用工规模都以万人计算；到本世纪之初，万锭用工规模在 120 人左右。而近年来，随着纺机装备、自动化智能化技术的不断进步，以及纺织工艺流程的科学缩短，加上纺机装备生产效率的持续提高，目前，纺纱企业万锭用工仅几十甚至十几人。”叶茂新介绍说。

众所周知，2015 年中纺机集团为江苏大生集团建设的数字化工厂实现了粗细联的完全自动输送，万锭用工仅为 20 人左右，且这个数



中纺机集团持续、稳健地推进着贯穿产业链的装备技术创新。

字还在随着产需双方的共同努力不断减少。“按照中纺机集团的规划，不久的将来，行业中会出现更少用工甚至无人工厂。”叶茂新说。

的确，作为参与这一行业发展历程极具代表性的企业，中纺机集团一直在跟随中国纺织产业的发展需求进行着产品技术创新。从纺纱机械到织造设备，从染整装备到非织造布机械，乃至智能化服务系统等等，中纺机集团持续、稳健地推进着贯穿产业链的装备技术创新。

在记者的微信中有个中纺机集团发布消息的群，几乎每一天这个群都会有企业的动态信息发布，郑纺机与潍坊恒棉签订合作协议、经纬榆次品质赢市场、青岛宏大智能制造受认可、天津宏大超长车成功开车……中纺机集团在市场上非常活跃，不管在技术方面还是品质方面，集团一直沉在市场需求中不断探索着行业和自身的产品技术发展方向。

放眼全球 为了人们更加美好的生活

这些年，行业发展进入了深度转型期，国家经济步入“新常态”，叶茂新认为，在这样的发展背景下，行业、企业都在寻找新的存在方式，中纺机集团不仅在技术和产品方面保持着与市场需求同步，也在积极融合更多的资源，为自身“服务型制造企业”的运营模式转型提供支持。

叶茂新介绍，按照联合国贸易与发展委员会（UNCTAD）提出的跨国化指数估算，目前中纺机集团的跨国化指数已超过 24%。一直以来，中纺机集团在全球纺织业中都发挥着重要的作用。从之前将产品销售到全球各国家和地区；到后来通过并购海外优秀纺机企业，实现产能的全球布局；再到近年来，依托海外企业和传统纺机技术强国的资源，设立欧洲、日本等研究院……通过这些举措，中纺机集团实现了自身在全球范围内对纺机技术、人才、资本等的配置优化，这让中纺机集团既能从产业链顶层入手，规划技术与产品发展方向，又能依托传统纺机强国及强企的技术资源，进行深入研究。这让中纺机集团“建设世界一流纺机企业”的战略目标落实得更加具体。

在推动企业内生动能提升的过程中，中纺机集团不仅持续扩大着企业内部的协同效应，加大各个业务板块间的项目合作，在技术创新上，也充分带动旗下海外企业的领先技术与国内企业进行对接，进一步强大企业的战斗力。此外，源于纺机产品的创新需求，中纺机集团加大了在商业模式创新、综合服务供给、全生命周期供应链建设等方面的工作，加大与相关企业、科研院所、第三方服务机构以及行业组织的合作。“我们致力于将最具使用价值、成熟的科学技术应用到纺机产品中，帮助纺织企业创造更多价值，推动产业持续发展。”叶茂新说。

“改革开放让人们的生活变得越来越美好。”叶茂新感慨道，对这样的美好生活纺织业也做出了巨大贡献。作为纺织产业一员，中纺机集团会始终保持自己对这个产业的热爱，围绕纺机装备技术创新，为纺织强国梦的实现，为人们更加美好的生活，不断奋斗。[1]



开幕式上嘉宾云集。

时尚策源地，商贸高频区

2018 深圳国际纺织面料及辅料博览会落幕

本刊记者 _ 罗欣桐

7月5~7日，由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国纺织信息中心、深圳市服装行业协会和法兰克福展览（香港）有限公司共同主办的2018深圳国际纺织面料及辅料博览会（以下简称“深圳国际面料展”）在深圳会展中心盛大举行。

潮流涌动，热度不减。三天展会，深圳会展中心源源不断地迎来了海量的品牌采购商和专业人士。各参展企业工作人员迎接着一波又一波前来洽谈、采购的买家，供应现货的商家展位内订单成交也极为活跃，参展商参观商皆满载而归，为本届展会写下圆满句号。



本届深圳国际面料展规模扩大了25%，开展首日到场观众人数同比增长超70%，人气爆棚。

首日到场观众增长70%

本届展会于7月5日隆重开幕，中国纺织工业联合会原会长王天凯，中国纺织工业联合会副会长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会常务副会长徐迎新，国家纺织产品开发中心主任李斌红、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长常清、法兰克福展览（香港）有限公司执行董事杜承华、高级总经理温婷等领导出席开幕仪式，并参观了部分展位。

在开幕式上，徐迎新指出，当前中国纺织行业呈现出稳中有进、稳中向好的发展态势。站在消费升级、产业变革的新起点，“人民日益增长的美好生活需要”已经成为推进行业高质量发展的核心动力，践行“科技、时尚、绿色”的发展新定位更将成为推动行业可持续发展的重要引擎。

“希望展会能够通过跨界整合资源、助力品牌成就商业价值，打通上下游供应链，开拓国际化视野，洞悉市场前沿趋势，为产业转型升级继续发挥引领作用，在推动国际交流合作、培育品牌发展等多方面作出更多积极贡献。”徐迎新说。

据悉，本届深圳国际面料展展出面积达37500平方米，

汇聚了来自中国大陆、中国台湾、中国香港、葡萄牙、日本、韩国、德国、印度、印尼、意大利、泰国、土耳其及英国等国家和地区的近1000家优质展商。现场集结各类化纤、针织、丝绸、棉、麻、毛、牛仔、功能运动、蕾丝绣花、内衣泳装面料、纱线纤维、贴牌加工以及辅料等海量精品，依托深圳时尚潮流之都的资源优势，挑起了新一季国际时尚大潮。

展会更有韩国展团、日本展团、中国台湾展团、盛泽展团、绍兴展团、湖州展团、中国麻纺织行业协会展团等众多展团加入，百花齐放。众展商各显身手，用灼灼商机让这个夏天更加火热。

深圳国际面料展每年都能吸引大量专业、有效观众到场，本次展会同样如此。与去年相比，本届深圳国际面料展规模扩大了25%，开展首日到场观众人数同比增长超70%，人气爆棚。

江南布衣、歌力思、马克华菲、安正时尚、卡宾、罗蒙、念奴娇、凯撒、初语、以纯、比音勒芬、爱特爱、小猪班纳、伊维苏、七匹狼、波司登、马天奴、梦洁、米皇、雅莹、太和、海澜集团、宜家、新百丽鞋业、施华洛世奇、玛丝菲尔、全棉时代、朗姿、斯尔丽、梁子、例外、斯凯奇、影儿、粉蓝衣橱、miss sixty、赢家、周大福、艾格、苏宁易购、皮皮狗、爱奴娇、歌莉娅、恩裳、娜尔思、都市丽人、Azona、太平鸟、季候风、珂莱蒂尔、丑丑等大批“明星”买家首日即到场采购。

新品纷呈 天然环保是焦点

深圳国际面料展对深圳、广州、香港等市场客户具有较强的吸引力，不仅是流行面料商打开销路的主力战场，也是国际面料流行趋势的汇聚地。

本届展会集结近1000家各品类优质展商，现场涌现出了一批创客群体和科技时尚先锋，以及大批围绕“智能制造”、“绿色环保”、“时尚设计”等热点的纺织新品，让不少专业买家大呼过瘾。

据记者现场观察，部分参展企业产品更新率高达80%，智能化、品牌化、高端化、定制化和绿色低碳产品成为新潮流。比如，绍兴永盛工贸有限公司带来的全系列拳头产品，印花、提花、珍珠纱、雪纺、网布等一应俱全，满足了不同采购商的时尚需求。“技术型选手”东莞幸达服饰辅料有限公司一开展即吸引不少买家，独创的立体增材网印技术、3D硅胶转印技术更是成为热点。

来自香港的纱线制造厂UPW广东联发，其纱线品种繁多且拥有庞大的库存支持，本次带来与日本岛精APEXX3合作的设计系统受到关注。另外，来自英国的花样设计工作室Fairbairn & Wolf Studio再度回归深圳国际面料展，呈现2019年春夏及秋冬花型设计，该公司更邀请了前Burberry设计师研发适合亚洲人肤色的配色，该设计师表示：“今天的客人很多，新旧客户都有到访，对我们的产品很感兴趣。”此外，理想拉链也带来了各种不同风格、颜色和物料的拉链供买家采购。

深翔纺织带来的700多款面料由日本设计师主导开发，代表着新一季女装流行趋势。宜布网携26家会员企业、2000多款现货产品集中亮相深圳，实现“厂家直销”。文晖纺织带来了600多款产品，其中有一款特种工艺生产的面料，遇水后花型还会变色，使面料更加立体灵动。公司经理张春辉说：“深圳是女装时尚潮流的最前沿阵地，此次深圳国际面料展之行，我们不仅展示了企业形象，更感受到了市场行情，接洽了新老客户，也开拓了国内外市场。”

广州植德纺织在展会上展出了植物染系列产品，展位负责人邱义说：“主要得益于展会本身的优质平台和前沿引导，此次植物染受到了很多客户的关注，这次深圳国际面料展为我们提供了很大帮助。”

绍兴兴云纺织品有限公司主要生产蕾丝绣花类产品，“参展效果非常好，展位上人流不断，大多客户对企业有代表性的水溶蕾丝等产品非常感兴趣。”公司经理陆利华说。三和线业带来了一台绣花机在展会现场展示，据销售部经理戴文超介绍，本次展览公司带来了亚光线、反光线、夜光线等代表产品，绣成的成品精细紧凑，吸引了很多客户，展出效果良好。

首次参展的汕头市丽佳花边有限公司在展会第一天就接待了200多名客户，其中以设计师工作室为主，大多达成了合作意向，企业第一次参展就收获良多，目前已经决定明年将继续参展。

绍兴淳朴纺织品有限公司的展位上客户始终络绎不绝，公司总经理张丽表示，差异化、小批量、可定制是企业产品的优势，每位到展位的客户都能选出几款针对性的意向产品。

江苏宇顺纺织有限公司总经理蒋雪明介绍道：“公司本次跟随盛泽展团首次亮相深圳国际面料展。深圳的女装品牌全国知名，因此，我们特别准备了一系列最新的男、女装成品面料来参展，目前已经接触了一些优质女装品牌客户，收获显著。”

吴江宾达纺织有限公司今年是连续第三年参加深圳国际面料展，作为展会的“老朋友”，企业在此平台上收获了不少优质的品牌客户。总经理洪连捷表示，本次参展带来了春夏夹克、风衣等商务装面料。“深圳国际面料展的收获还是很大的，积累了一些品牌客户，所以我们会一直参展。”洪连捷说。



展会从供需双方的真实需求出发，为纺织行业搭建了一个很好的学习和交流平台。

延续好口碑 买家大丰收

深圳珂莱蒂尔服饰有限公司负责人表示，目前公司主要采购高端女装面料，本次面料展主要关注韩国和日本展商，找到了很多意向产品，同时感觉国内女装面料也有了很大的进步，有很多从外观到手感都已经达到了品牌需求的标准。

除了服装企业，本次展会也吸引了很多成衣定制品牌设计师到场参观。“偶遇高级成衣概念馆”负责人表示，在本次展会上有很大收获，收集了很多起订量小、设计新颖、可定制花型花色的面料辅料产品，此外在流行趋势论坛上 also 获取了大量的潮流信息，对企业发展很有帮助，将会持续关注深圳国际面料展。

在广东这个时尚纺织产业较发达的省份，各类小而精的企业依托区域优势和产业优势，将服装服饰类别细分到了极致，而为了提供更好的采购体验，深圳国际面料展同样将产品进行细分划区，更加符合市场需求，推动商贸进程。

本次深圳国际面料展主办方为了吸引更多精准高端买家到场，为参展商提供更多有效商机，特别邀请中山市小榄镇商会、佛山市盐步内衣行业协会组织买家团到展会参观、采购。

小榄镇商会组织了50多名企业代表前来观展采购，采购产品以男士内裤面料为主。到场企业代表均表示，展会上的很多展品符合采购需求，并已对意向产品做了记录，与展商建立了初步联系。此外，大部分企业反映，通过现场发布会掌握了最新的流行趋势，参与了同期举办的专业研讨会，与众多海内外优秀面料企业面对面洽谈商贸，捕捉到无限的商机。

佛山市盐步内衣行业协会组织了近20家企业到展会参观。随着盐步内衣发展转型及品牌意识的增强，企业采购需求向高端化、差异化转变，一位采购团成员表示，本次到深圳国际面料展看到了很多符合需求的产品，展会打出的“定制牌”深得人心，符合差异化的采购需求。此外，因为盐步不仅为国内提供大量的内衣，而且还出口到美国、欧盟、韩国、日本、南美等30多个国家和地区，所以参观本次展会让企业近距离了解了海外市场的动向，并与海外供货商进行了无缝对接。

对于商贸对接系列活动的开展，参与展商及观众纷纷表示，主办方从供需双方的真实需求出发，让展商及观众在面料采购、创新设计、高科技产品研发推广等方面都获益良多，为纺织行业搭建了一个很好的学习和交流的平台。

原创设计师扎堆 现货快返受追捧

每届展会现场，都有众多服装品牌设计师、原创独立设计师到场，自成一道的风景线。展会本身俨然一个偌大的趋势发布秀场，承载着纺织面料企业逐浪时尚潮流。

“工作室很在意起订量，最害怕浪费”，深圳市乐菲摩登时装有限公司产品总监、独立设计师苏雅维说，“很开心的是，今年接触了一些展商，不少好面料几米就可以起订。”

中山市彩虹设计工作室创办人陈秋虹，在展会第二天冒着雨从中山小榄赶来深圳会展中心。“手工面料太漂亮了，不需要太多设计，做出来的服装就很吸引人。”陈秋虹表示，深圳国际面料展上的精品蕾丝让她流连忘返，尤其一些小批量的进口高档蕾丝更是炙手可热。

深圳星潮热点创始人李冰是深圳国际面料展的资深专业观众，李冰说：“无论是规模还是质量，本次展会整体都更好了，越来越多的展商能够配合初创设计师小批量、差异化打版生产，展品本身从材质上也呈现出多样化的走向，体现了现在很多面料供货商的包容性，契合了当下纺织行业的发展趋势。这与展会主办方的引导密不可分。”

此外，本届深圳国际面料展还同期举办了多场时尚沙龙及展区活动，流行趋势论坛聚集了火爆人气，到场观众和面料展商参与其中，了解面料趋势，为纺织服装设计提供了更多可能。

比如，2019/20秋冬意大利面料流行趋势的预测展示，让与会者了解了国际前沿走向，不少观众表示受益匪浅。通过解读2019春夏中国纺织面料流行趋势、详解2019/20秋冬女装主题面料趋势，帮助纺织企业从消费者生活方式的转变出发，更结合大数据支持下的市场分析，确立下一季的面料研发与款式设计。

多年来，深圳国际面料展在推动创新、引导潮流以及促进商贸等方面都受到了参展商、采购商以及专业人士的广泛赞誉，每年夏季，深圳国际面料展已成为纺织人捕捉上游时尚技术、了解市场需求走向的重要桥梁。连年扩大的展会规模、精英云集的展商阵容、屡破记录的观众数字……深圳国际面料展的平台效应与商业价值不言而喻。TA

“转型升级市场行”系列报道之十

白马驰骋，重新定义专业市场“新渠道”

记广州白马服装市场转型升级的实践与收获

中国纺织工业联合会流通分会研究咨询部 / 供稿

面临新时代的新挑战，我国纺织服装专业市场的发展形势正在发生深刻复杂的变化，亟需从新的历史方位、新的时代坐标来思考和谋划转型升级。近年来，各大纺织服装专业市场结合自身特色优势，从新渠道、新平台、新理念、新内涵、新时尚、新科技等多方面入手，重塑新定位，积极打造适应新时代需求的“新市场”，在此过程中不断涌现新模式，树立新标杆。

广州白马服装市场是广州地区开业最早、配套最完善、管理最规范、交易量最大的中高档服装专业市场，带动了整个广州服装行业及广州服装专业市场的发展与繁荣。白马市场自1993年开业至今，创造了25载长盛不衰的商界佳话。25年间，白马的一次次华丽转型是行业借鉴学习的重要模板，是推动专业市场由传统商业地产向现代综合服务运营商转变的风向标，拥有极大的全国影响力和号召力。在今年5月结束的中国纺织服装流通大奖评选中，广州白马服装市场荣获“流通大奖”荣誉称号，再次彰显其行业模板的领军地位。

近年来，中国服装业风光与困顿交织，虽然行业遇到内外部环境整体偏冷的挑战，但新零售概念层层深入、集合新形态异军突起、消费环境瞬息万变、“一带一路”推动国际化进程……服装行业进入前所未有的转型快车道。白马市场紧抓专业市场作为服装行业重要流通平台链接全产业链上下游的优势，再次以“渠道”为突破口，一手深耕，一手开拓，多管齐下创造“新渠道”。

精准化服务 为多元渠道奠定基础

白马市场从商户和采购商两个重要环节入手，进行精细化服务，为传统渠道的优化和新渠道的拓展，做好充分的基础保障工作。

服务商户方面，为建立与优质客户的对话交流平台，2004年白马在行内率先成立了“客户俱乐部”，为大客户提供VIP专员服务，2017年改组为白马服装商会，白马服装商会是白马市场组织考察、交流、参展、对接等活动的商户基础，有效发挥了“一座桥、一个家、一盏灯”的作用，对促进白马市场繁荣及发展发挥了重要作用。

服务采购商方面，为了给采购商提供更好的消费环境，白马十余年间在硬件升级方面持续进行大力投入，近年来，在硬件提升空间非常有限的情况下，白马将注意力转向了创造极致的服务体验上。2016年，白马成功研发了全国首套专业市场采购商会员系统（CRM），给采购商带来更多个性化的服务，采购商只要注册成为白马会员，即可一键获取白马最新的产品信息、活动资讯、品牌商家特别优惠等，目前白马采购商会员已突破5万人；同年，白马联合交通银行和越秀金控旗下公司推出金融创新产品“赢商宝”，在白马服装市场内开展信贷业务，为商户经营提供了强有力的资金保障。

多彩活动贯穿全年 激活传统渠道生命力

扎实巩固传统渠道，是开拓新渠道的基础。白马市场通过各类创新活动贯穿全年，激发了场内商户销售的积极性。

广州白马服装市场连续多年组织商户参展中国国际服装服饰博览会（CHIC），累计收集数以万计的意向客户，促成数千万采购订单，同时打响了市场品牌、商户品牌的知名度；2018年白马组织14家品牌商户强势参展广交会，超强的参展阵容吸引了诸多海外客商目光，为白马的国际化进程创造新机遇，让白马有机会从“中国服装品牌孵化基地”进阶为“国际服装品牌孵化基地”；举办春季采购节，时尚快闪、大型汽车巡游穿越广州各大商圈，网红直播获得150万以上的关注，轰动羊城；举办为期45天的夏日嘉年华，天天看秀引爆流花商圈，金牌营业员大赛、企业内购会、旅游团引进等多种

方式吸引了大量客流；举办冬日狂欢购，年终狂欢扫货季火力全开，进行新年假期之前的大力度促销。

坚持“走出去、引进来” 打造金字渠道招牌

十年间，白马市场在我国纺织服装流通领域开拓性地创办市场采购节，将全国乃至全球的采购商“引进来”；同时引导商户“走出去”全国巡展，积极深入下游市场推广品牌，拓展新渠道。“走出去、引进来”是白马市场渠道拓展的金字招牌。

此外，白马市场积极响应广东省委、省政府提出的“广货北上”、“广货西行”的号召，实施“上半年走出去，下半年引进来”的营销策略。自2010年以来，白马团队带领数百家白马商户“走出去”开展全国巡展，与中原、北部及西部地区龙头市场合作举办供需对接会，在全国多个二级市场集散地推广品牌，为商户创造渠道下沉商机；白马商会组织多场资源对接活动，与各地商业机构、商会、品牌企业、设计院校互动频繁，参观国内外大型展会十余次，举办专业培训十余场，提升商会凝聚力；自2007年以来白马连续举办了11届采购节，以节兴市。

突破本土化的模式 开拓国际时尚渠道

白马市场的国际化战略，是对“走出去、引进来”战略的一次拓展和深化。白马与香港贸发局、韩国东大门市场协会建立常态化交流，并定期组织场内商户参加香港服装展、日本东京时装周、韩国首尔国际纺织展览会及美国拉斯维加斯MAGIC时装周等国际性服装展会；响应“一带一路”倡议，携手海内外4家知名单位达成战略合作联盟，并与阿里巴巴确定了新外贸专业市场转型升级示范市场的合作，为白马品牌引入更多跨国时尚资源和电商平台资源进行合作拓展；白马与韩国服装文化协会签署战略合作协议，实现跨国、跨界合作搭建桥梁；随着东南亚地区经济和服装产业的迅速发展，中国企业进入东南亚市场的机会大大增加，白马服装商会组织了东南亚市场商务考察，重点聚焦在泰国、越南、菲律宾等“一带一路”沿线的重要国家；2017年白马响应“一带一路”倡议、“白马+”走出去的战略布局，将采购节主题定为“丝路新篇 白马当先”，以推动白马国际化发展为重要切入点，突破以往本土化的模式，重点开拓国际时尚渠道。

打造“BM原创集合馆” 开创零售终端新模式

随着新批发、新零售概念的提出，白马顺势而为积极挖掘自身专业市场庞大的供应商与渠道资源，率先探索专业市场产品直接进入零售终端的高效路径。

2017年度白马全面启动渠道拓展业务，在打造“设计研发、生产制造、品牌整合”的产业链集合模式上取得成功经验，积极推进“BM原创集合馆”的建设，通过整合众多国内外优秀的原创服装品牌资源，发挥专业市场一手货源的价格优势，为消费者提供高性价比又独具风格的时尚产品。这也是白马进军新批发、新零售的重磅结晶。

“BM原创集合馆”定位为“原创”、“性价比”、“多元融合”，为消费者提供涵盖服装、箱包、鞋帽、饰品等丰富品类的时尚产品，同时融入时尚沙龙、花艺、书吧、咖啡等复合体验。目前，白马已开出五家“BM原创集合馆”——长沙新里程店、长沙华晨店、湖北沙市店、湖南永州店和河北邢台店，同时储备了新疆、武汉、广西、南昌、汕头等地渠道合作商20余家，通过加盟合作快速铺开渠道，目标是实现三年100店的布局。

以原创设计为支点 打通新渠道思维

白马市场多年来积极推进品牌孵化，不遗余力地打造原创品牌，坚持走中高端产品路线，以“原创品牌、高端品质、一手货源、厂价直销”作为白马市场产品的突出特点；不断完善市场硬件水平及基础设施；设立了严格规范的品牌准入制度，从产品研发能力、生产加工能力、渠道建设能力、品牌营运能力等4大类20多项指标对商户进行评价；高度重视知识产权的保护，



白马作为新时代下的新市场，正在重新定义“渠道”二字。

支持原创品牌；建立了全方位、多角度、立体化的营销推广体系，每年投入近500万元进行白马和客户的品牌推广；累计培养出37个“中国服装成长型品牌”以及25个“中国优秀服装渠道商”、2个“品牌之星”，荣膺首批“中国服装品牌孵化基地”。

2017年8月，白马与郑州锦荣商贸城联手建立了Half Step（半步）原创设计师集合馆，这是一个“面料供给、设计研发、生产制造、批零兼营”于一体的全产业链的服装平台。集合馆的落地致力于打通面料市场、设计师、加工厂、服装市场，形成一个完整的服装产业链，是为本土服装行业引进的新型营销模式，是深度融合新零售模式下的新渠道思维。

拓展线上渠道 实现互动发展

实体商业与电子商务之间从冲突到融合，走过了近十年的发展历程。白马市场前瞻性地把握了线上线下融合的大趋势，将线上渠道作为线下渠道的补充，打造线上线下互动发展的新渠道。

“白马服装网”现已确立了集“实体市场+电子商务”的O2O电子商务综合服务平台的战略定位；白马网上展厅（一期）全面建成，目前，市场内有1000家商户上网展示，网站日均IP流量突破1万，日均PV流量超过10万，累计流量达6000万人次；白马微信实现订阅号、服务号双号运行，粉丝数突破50万；白马根据专业市场特点成功开发了“阿发”系统协助进行店铺管理和采购商会员管理，“阿发”是一个移动批发店铺管理工具，商户通过“阿发”可以快速搭建移动店铺、拥有强大的批发功能模块、与微信公众号完美连接，同时通过快速收银、线下开单、分销及订货会等功能提升商户经营管理效率；“手机白马”是一个中高端一手货源B2B交易平台，通过白马优质货源的线上集中展示，为采购商提供一站式线上采购服务。白马场内40%用户使用“阿发”并入驻“手机白马”，APP注册量超过2万户，年累计交易额超过5000万元。**TA**

后记

十余年间，“渠道为王”还是“产品为王”曾一度成为我国纺织服装专业市场行业争论的焦点，而新时代下的新市场，正在重新定义“渠道”二字。正如广州白马服装市场总经理张劲所说：“新时代下的专业市场重新定义‘渠道’的核心有三点，一是重新定义‘批零结合’，二是重新定义‘线上线下结合’，三是重新定义‘内外贸结合’，以这三点为抓手，不断进行渠道的拓展和创新。”

广州白马服装市场围绕这三个着力点进行的诸多尝试，正在逐步引领行业渠道创新的新方向，而对于白马来说，现阶段只是一个开始，张劲说：“如果批零结合做得好，‘半步’、‘BM’在全国开出100家，也就意味着白马只要有一个店，掌握的渠道资源都是全国性的，价值必然高；线上线下融合做得好，商家更容易进入线上渠道销货，更容易扩大其影响力；内外贸结合做得好，可将产品外销给国外消费者，实现‘全渠道’的概念。如果可以实现以上三大渠道的拓展，其效应就会反哺实体市场，市场竞争力还会得到进一步提高。”



白马市场通过各类创新活动，激发了场内商户销售的积极性。

关注国际市场变化，展望未来商机

中纺企协九届六次常务理事扩大会议在深圳召开

本刊记者 – 吕杨

面对国际市场存在的诸多不确定因素，我国企业该如何充分利用市场环境趋紧形成的倒逼机制，加快转变外贸发展方式，培育外贸竞争新优势，大力开拓新兴市场？如何提高产品质量，降低生产成本，加快转型升级步伐？

7月5日，中国纺织工业企业管理协会（以下简称“中纺企协”）在广东深圳召开中纺企协九届六次常务理事扩大会议暨会长会。会议以“国际市场的变化与展望”为议题，邀请专家学者解读国际经济形势，分析行业经济运行走势，加强企业间的交流与互动、对接与合作。

中国纺织工业联合会会长王天凯，中纺联副会长、中国纺织工业企业管理协会会长夏令敏，工信部消费品司副司长曹学军，商务部国际贸易经济合作研究所、对外贸易研究所副主任章海源，中纺联副秘书长、中纺企协常务副会长杨峻，中纺联产业集群委员会秘书长、中纺企协驻会副会长邢冠蕾，中纺企协副会长王进军，安徽省服装商会会长钱洪兴等领导，成都纺织高等专科学校校长夏平等高校代表，无锡一棉纺织集团有限公司董事长周晔珩等企业负责人，以及媒体代表共120人出席了会议。会议由中纺企协秘书长谢方明主持。

认清局势，助力行业高质量发展

会上，王天凯表示，高质量发展涉及质量、效率、动力的变革。今天我们需要认真探讨什么是纺织行业的高质量发展？行业动力转换和高质量发展需要政府、行业和企业的共同努力。从政府角度来说，要给予充分的政策支持和保护，不断调整体制以适应发展；从行业角度来说，要认真找出并解决不利于行业创新的地方，把握好行业发展方向和重点，帮助企业解决自身无法解决的问题，如上下游产业联合的问题，同时积极研究和应对贸易摩擦可能对企业带来的影响；从企业角度来说，要自信自强、专注专业、攻坚克难，改变不了别人就要改变自己，同时要保持开放包容的态度，这是企业在高质量发展阶段必须要坚持和做到的。

夏令敏在发言中指出，从今年1～5月份的数字来看，纺织行业主营业务收入同时增长3.7%，出口增长了3.3%，投资下降了1.5%，与规上企业的总体情况比较来看，在整个工业领域里纺织行业的表现不够理想。企业需要重视的是投资，分析投资下降的原因，可能与环保、政策以及金融方面的因素都有关系。同时也应该看到，在零售市场上，我们的零售总额增速不慢，网络零售增速从消费内需层面来看对纺织品的需求仍然强劲。

曹学军在发言中谈了自己的三点感受：首先要自强，科技、时尚、绿色的纺织新定位越来越明显，技术创新前所未有的活跃，要增强做好纺织行业的信心；其次，纺织行业中有非常优秀的企业家，行业潜力非常大；第三，纺织行业拥有非常好的市场网络和消费需求，在与周边国家的竞争中潜力巨大，这也是行业转型升级的极大动力。

同时她也指出，现在是一个变革的时代，我们的认识和观念也要改变。首先是国家对我们的发展要求在变化，过去是速度效率为先，现在是要更加注重质量，同时要考虑环境问题、以人民为中心的行业发展和社



会议现场。

会诉求的整体问题；其次是技术变革，新技术给行业带来更多激励，要积极拥抱新技术；第三是消费需求的变革。从外部环境来看贸易摩擦不断；从内部来看消费出现即时化、绿色化的新趋势。

关于如何应对目前市场的不确定性，夏令敏表示，中美贸易摩擦的不确定性可能在中短期内将会是一个常态，这需要我们做好充分的准备。同时要正确认识自己目前的能力和水平，在一个充分竞争的产业里不进则退，不能盲目放松，不能沾沾自喜，最重要的是做好自己的事情。首先，要将内销市场建设好；其次，要进一步提升创新能力；第三，要坚持“走出去”的步伐，在“一带一路”沿线打造新的布局空间。同时，中纺企协在今后的工作中将进一步提升信息化、数字化水平，更好地为行业做好服务，推动劳动力素质提升和人才队伍的建设，不断提升产业竞争力，为2020年基本实现纺织强国的目标贡献更大力量。

广搭平台，探讨转型升级新思路

会上，杨峻总结了中纺企协今年上半年的主要工作，介绍了下半年及今后的重点工作和思路。他介绍到，作为中国纺织行业的“企业家之家”，中纺企协聚焦企业面对的难题和企业家关心的问题，秉承“三位一体”的宗旨，坚持“一体两翼”的方针，以服务企业和企业家为中心任务，不断调整工作思路、创新工作模式、提升工作水平，力争解决更多实际问题，为会员企业的可持续发展健康保驾护航。

上半年，中纺企协广搭平台、深入调研，致力于为广大会员企业提供满足个性化需求的服务，取得了较好的反响。下半年，中纺企协将继续发挥平台优势，聚焦管理创新、科技进步和推动金融资本服务行业等重要领域，继续深入调研，发现问题、解决问题，总结出一系列可资借鉴的管理模式和管理方法，为更多企业走上现代化管理之路扫除障碍。

邢冠蕾则对中纺企协有关事项进行了说明，并介绍了协会部分理事成员调整情况。

章海源在发言中分析了我国外贸形势和纺织品贸

易情况。他分析道，目前我国外贸形势持续向好，也有一些不确定因素存在。纺织服装贸易进出口平稳回升，今年前五月，继续保持平稳态势，出口竞争力格局出现新变化。未来中国在纺织服装采购方面仍将起到重要作用；除了越南、孟加拉等市场，埃塞俄比亚市场也渐受青睐。当前中国纺织服装出口放缓是新时期的结构性调整，要以平常心对待。

在成本因素日益挤压企业利润空间的不利形势下，先进的管理模式成为企业调整升级的突破口。会上，睿时尚设计深圳有限公司总经理胡国明、深圳市赢家服饰有限公司采购中心总监徐光义分享了各自的管理模式和经营理念。

胡国明分享了企业的全产业链业务模式。他指出，睿时尚紧跟“互联网+”的发展趋势，通过对行业的分析和自身的定位，建立起聚集“中国趋势”、“设计汇”、“样衣汇”、“汇布商城”四大业务版块的全产业链业务模式，结合新零售特性，以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段，对服装产业的生产、流通与销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上服务和线下体验进行深度融合，有效匹配服装产业链各项资源，为服装企业提供一体化服务。

徐光义分享了企业坚持创新驱动，加速转型升级的思路和做法。

两位企业家的分享引起与会嘉宾的强烈反响。真维斯集团董事长杨勋、舒朗集团董事长吴健民、常州旭荣集团总经理张国成、富润集团总经理何海清、湖南华升集团总经理刘政、成都高等专科学校校长夏平、无锡一棉厂长周晔珩等各抒己见，表现出自信自强、专业专注的企业家、专业学者风范，并围绕尊重知识产权、强调创新、关注人才和技术、追求品质等方面进行了深入交流。

会上，福建辅城网络有限公司与中纺企协举行了签约仪式。与会嘉宾在会议期间还参观了睿时尚设计深圳有限公司和深圳歌力思服饰股份有限公司，亲身感受了深圳女装的时尚风采和魅力。**TA**

善于引导 因材施教

访“纺织之光”2017年度优秀教师奖获得者章伟

张震晓 / 文



章伟

毕业于天津纺织工学院纺织工程系机织专业的章伟，2003年至今，在中原工学院工作已满15年，在完成教学和科研工作的同时，还承担办公室管理工作，2005～2015年担任纺织学院办公室主任，2015年12月至今，兼任纺织服装产业河南省协同创新中心办公室副主任。

在纺织工程专业科研和教学工作中，章伟始终不曾懈怠。1999年，在河南工业技师学院任教期间，章伟就曾被评河南省纺织系统劳动模范；2017年被评为“纺织之光”优秀教师。主要教学及科研成果包括纺织之光教学成果二等奖1项、三等奖3项，获全国多媒体课件大赛一等奖1项；主持完成河南省级科技项目6项，发表学术论文20余篇。在教学过程中，章伟始终秉承善于引导、因材施教的宗旨，脚踏实地地教书育人，为行业培养专业人才。

教与学，共生共长

在章伟看来，当代大学生是在新时代，也可以说是在信息时代、网络时代下成长起来的一代人。他们从小就接触大量的、快速变化的信息，所以他们思维活跃，有鲜明的个性特点和情感特征；他们善于接受新鲜事物，对新技术会表现出极大的兴趣，也敢于创新；他们的学习能力强，不再是单一的从课堂上学习知识，还通过网络进行学习，对一些新技术能够快速掌握，对先进技术和新知识有着特有的敏锐直觉。章伟坦言：“他们聪明、机敏，追求个性，和他们相比，我们甚至显得有些许愚钝、落后。”就是在这样的认识下，章伟始终不断加强学习，坚持教与学共生共长。

章伟认为，现在大学生也存在许多问题，比如自我管理能力和自制力差、不够踏实；缺少实践经验，在学习过程中表现为动手能力差、实践操作能力弱；他们在追求个性的同时，又表现得有些不够成熟、心理素质较差。所以一方面他们不会拘泥于传统，有强烈的表现欲；但另一方面一遇到挫折、困难和打击会表现得较为脆弱、敏感，对自己没有信心，有时甚至会逃避。

对此，章伟认为，每个学生都有不同的成长背景和家庭现状，所以学生的特点也不能一概而论。作为教师，要了解他们，理解他们，教学中要善于引导，做到因人施教、因材施教。

谈到在教学、科研工作中印象最深的事情，章伟讲了一个小故事。在指导学生毕业设计过程中，跟着章伟做毕业设计的有一名所谓的差生。由于各种原因，这名学生多次挂科（考试或考核不合格），但在指导这名学生做毕业设计时章伟发现，他的综合能力并不差，能够勤于动脑完成各项实验任务，而且做得很好，只是在撰写毕业论文时，由于专业理论基础不够扎实，对实验数据的分析不够深入，使论文整体呈现不够专业。

章伟觉得，这类学生身上反映出学校、教师对学生的专业引导还不够深入，对学生的专业教育还应该进一步加强，要在提高学生专业学习的兴趣上再下功夫。这也让章伟认识到，专业教育应该贯穿学生本科学习的全过程，让学生从一开始就接触专业，一以贯之，更好地进行专业人才的培养。

踏实做人，认真做事

多年的教学科研工作，让章伟有了很多源于工作和生活的切身体会。要本着“踏实做人，认真做事”的态度做好本职工作；要

坚持业务学习，不断提高业务水平和工作能力，在不断积累的基础上提升自己，创造性地工作；要有合作精神，不能过多地计较个人得失。章伟谈到，这些年，学校整体水平大幅度提高，自然而然对教师也提出了更高的要求，与此同时，学校也出台了很多鼓励和提高教师工作积极性的政策，教师要把这些看成是工作的目标和动力而不是负担。

对于教学工作，章伟认为教师要了解自己的学生，掌握学生的特点，在教学过程中做到因人施教、因材施教；还要做到“为人师表，言传身教”，对学生的思想教育不只是在思政课上，应该是贯穿在整个教学过程中、体现在每一个环节中。

正是在这样的教学理念的驱动下，章伟获得了多个奖项。谈及此，章伟表示，在高校从教的十几年来中，个人确实取得了一些成绩，比如：全国多媒体课件大赛一等奖、纺织之光教学成果二等奖、全国纺织品设计大赛一等奖等等。但章伟最看重的还是指导学生参加专业竞赛和学科竞赛并获奖，如2016年指导学生参加“红绿蓝杯全国纺织品设计大赛”，获得机织组一等奖。她认为，指导学生参加比赛是和学生深入交流的过程，也是培养学生的专业能力、理论联系实际综合能力和创新能力的过程，大赛获奖既是对学生能力的肯定，也是对教师工作的肯定。另外，章伟也强调：“在指导学生完成参赛作品的同时，我们也会在学生身上学到不少宝贵的东西，有一种和学生一起成长、进步的感觉。”

获奖是一份肯定，更是一份激励

谈到荣获“纺织之光”优秀教师奖，章伟由衷地表示，身边的优秀教师很多，自己能获得这份荣誉感到非常荣幸，同时也很感谢学校领导对自己工作的认可与肯定。章伟说：“我在工作中能取得一些成绩离不开领导的关心和同事们的支持，所以这不只是我个人的荣誉，也是我们整个集体的荣誉。”

“纺织之光”中国纺织工业联合会科技教育奖励大会每年表彰为我国纺织科技和教育事业发展做出突出贡献的科技、教育工作者和杰出人才。章伟表示，2017年度中国纺织工业联合会科学技术进步奖、教育教学成果奖、纺织之光教师奖等奖项颁奖大会在人民大会堂隆重召开，给了师生极大的鼓励，调动了教师 and 学生的积极性，对专业院校的发展乃至整个行业的人才培养起到了推动作用。社会对“纺织之光”奖项也有着较强的认同感，对教师的科研、教学，对学生找工作、考研都有很大的帮助。

“一份耕耘一份收获，只要你踏实做人，认真做事，再加上你的坚持不懈，一定会有收获。”谈及教师生涯的收获，章伟充满感情又深有感触说，“我从2003年进入中原工学院，至今已15年时间，亲身感受到学校的迅速发展和巨大变化，师资队伍不断壮大、科研水平不断提高，承担高水平的科研项目，取得了高水平的科研成果，本科教学质量也大幅度提高，美丽校园建设越来越好，这些发展和变化，让身处其中的每一个人都深感幸福。同时，中原工学院也为每位中工人提供了良好的发展平台，教师们可以在这个平台上发展自己的事业，实现自己的梦想。”

成绩是对过去的肯定，更是对未来的激励。章伟表示，取得的成绩只代表着过去，会把这次获得的纺织之光教师奖作为今后工作的鞭策，踏踏实实地做好本职工作，为学校的发展贡献自己的力量。**TA**



来自全国重要纺织行业专业市场的基层党组织代表齐聚一堂，交流各地以党建工作促进纺织服装产业创新发展的工作经验。

夯实基层党建 谱写纺织华章

全国纺织行业专业市场党建工作经验交流会在柯桥举行

本刊记者 _ 王利 / 文 赵国玲 / 摄

“没有共产党就没有新中国……”，听着歌声成长，凝望党旗长大。悠悠九十七载，在党的带领下，我国社会经济乘风破浪，书写出美丽华章。纺织工业作为我国传统支柱产业、重要民生产业和创造国际竞争新优势的产业，历经砥砺与奋进，取得举世瞩目的成就。以中国轻纺城为代表的一系列专业市场集群的兴起和发展，为我国“纺织强国”建设注入新动能。



本次会议由夏令敏主持。

为深入学习贯彻落实党的十九大精神，充分展示改革开放40年及十八大以来，全国纺织行业专业市场党建工作成果，7月7日，“全国纺织行业专业市场党建工作经验交流会”在柯桥召开。来自全国重要纺织行业专业市场的基层党组织代表以及中国轻纺城各级党组织代表和党员商户200多人齐聚一堂，交流各地以党建工作促进纺织服装产业创新发展、促进专业市场转型升级的工作经验。

本次会议由中国纺织工业联合会流通分会、中共绍兴市柯桥区委员会、绍兴市柯桥区人民政府主办，中共绍兴市柯桥区委组织部、中共绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会工委、中共中国轻纺城市场委员会承办。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，浙江省党建研究会会长王永昌，中共绍兴市委常委、组织部长徐晓光，中共绍兴市柯桥

区委书记沈志江到会并致辞，中国纺织工业联合会党委常委、副会长夏令敏主持本次会议。

会上，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会党工委书记张伟江宣读了《中国纺织行业专业市场党建引领发展联盟》倡议书，由中纺联流通分会、绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会、江苏常熟服装城管理委员会、广州白马服装市场、成都荷花池大成市场、濮院羊毛衫市场管理委员会、西柳服装市场建设管理委员会、中国东方丝绸市场管理委员会等8家单位发起成立了“中国纺织行业专业市场党建引领发展联盟”，立志把市场党组织建设成为坚守正确政治方向的坚强战斗堡垒，把“党建联盟”建设成为引领纺织行业专业市场转型升级、高质量发展的红色新引擎。

本次交流会体现出各纺织专业市场携手共进的决心，有利于进一步贯彻落实各级党委对纺织专业市场各项要求，不断深化基层党组织建设，增强党的创造力、凝聚力和战斗力，坚持在党的领导下，为传统专业市场转型升级作出新的贡献，全面推进我国纺织工业在新征程上加速迈进。

· 高屋建瓴 ·



中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇：

不断增强我国纺织经济创新力和竞争力

在我国经济社会进入高质量发展的新时期，专业市场在推动纺织品高质量供给、纺织服装高质量消费，提高纺织业投入产出效益方面发挥了重大作用。专业市场性质多样，国有企业、集体企业、民营企业百花齐放，而且人员来自四面八方，流动性高，管理难度大，给党建工作提出了新的课题。

中国纺织业必须以新时代中国特色社会主义基本方略为指导，按照党的十九大提出的新目标、新部署、新要求，重新审视、思考、调整、完善纺织行业发展战略和思路举措，坚持质量第一、效益优先，坚持创新驱动发展战略，把供给侧结构性改革作为主线，认真贯彻新发展理念，增品种、提品质、创品牌，推动纺织经济发展质量变革、效率变革、动力变革，提高全要素生产率，不断增强我国纺织经济创新力和竞争力。

新时代下，纺织工业强国建设必须进一步强化党组织建设，充分发挥党组织战斗堡垒作用、党员模范作用，引领纺织工业向科技、时尚、绿色新定位迈进，为满足人民日益增长的美好生活需要推进行业高质量发展。



中共绍兴市委常委、组织部长徐晓光：

打出基层党建引领基层治理的“绍兴招式”

绍兴是全国首批历史文化名城之一，历朝历代对中国文化的发展都有举足轻重的作用。改革开放后，绍兴经济得到极大发展，去年全市生产总值达5108亿元。近年绍兴的纺织、印染等传统产业正面临转型的阵痛，以中国轻纺城为代表的绍兴纺织业，以壮士断腕的决心，不断转型升级，培育新兴产业，使整个行业焕发新的活力。

绍兴的大发展离不开党建的强引领。党的十八大以来，绍兴市坚持把加强党对两新组织的全面领导作为重中之重来抓，聚焦“党建强、发展强”大力推进党的组织和工作全面有效覆盖，不断提升两新党建实效。去年以来，绍兴市紧扣基层党建“全面进步、全面过硬”总体要求，在农村、城市、两新组织等领域全面开展基层党建“五星”系列争创，打出了基层党建引领基层治理的“绍兴招式”。



浙江省党建研究会会长王永昌：

打响“纺城有家”党建品牌

浙江的专业市场起步早、规模大、发展快，为浙江经济社会发展和市场化改革注入了强劲动力。专业市场的健康发展，离不开党的坚强领导和国家政策的正确引领，离不开各级基层党组织和市场党组织战斗堡垒作用的发挥。

作为全球最大的纺织品交易市场，中国轻纺城始终坚持把党支部“建在商会上、建在网络中、建在商贸企业里”，并建立全国首个专业市场党建的标准规范，打响了“纺城有家”的党建品牌，为其他专业市场的党建工作提供了鲜活的样板。

目前，党和国家的各项事业发展进入了新时代新征程，新科技、新经济、新业态和社会新组织层出不穷、发展迅猛。专业市场也正面临着转型发展的巨大挑战，正在经历着一场“互联网+”的深刻变革。因此，基层党建工作应围绕“强化政治引领，坚定不移听党话跟党走”、“健全组织体系，强化有形有效覆盖”、“激发支部活力，建强基层战斗堡垒”、“强化作用发挥，助推党建引领发展”等方面展开。



中共绍兴市柯桥区委书记沈志江：

围绕市场抓党建，抓好党建促发展

中国轻纺城自1988年成立以来，经过30年的发展，已经实现从“水街柯桥”到“丝路柯桥”，从“步满全球”到“布满全球”的转变，成长为全球规模最大、经营品种最多的纺织品集散中心，拥有市场经营户3万多户，经营面料5万余种，市场年成交额1946亿元，销售网络遍布192个国家和地区；全球每年有1/4的纺织面料在此交易，与全国近1/2的纺织企业建立了产销关系。以中国轻纺城为龙头的纺织全产业链，是柯桥纺织发展的独特优势。

这些成绩的取得，得益于柯桥始终牢记党建引领发展的宗旨，特别是习近平总书记先后4次实地调研轻纺城的重要指示精神，牢固树立“围绕市场抓党建，抓好党建促发展”的发展思路，以“纺城有家”市场党建工作平台等为载体，制订全国首个专业市场党建工作标准规范，努力打造融市场发展、产业提升等为一体的专业市场党建工作体系。

· 经验交流 ·

绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会
党工委副书记、副主任徐海芳：
把“纺城有家”建设成为专业市场党建新标杆

近年来，柯桥中国轻纺城市场党委紧扣“党建强、发展强”，以“一带一路”为契机，积极探索如何借助党建为市场注入新的活力动力，以“纺城有家”为平台，强党建聚人心，以“先锋力量”为引领，谋发展促转型，进一步凝聚市场各方力量，大胆探索大型专业市场服务型党建工作新模式，着力打造市场提升发展的“红色引擎”，为传统专业市场转型升级谋求新发展。

2016年6月，中国轻纺城市场党委被授予“浙江省优秀基层党组织”称号；同月，“纺城有家”市场党建服务标准被国家标准化管理委员会成功立项，成为全国第一个社会管理和公共服务类党建标准化试点项目；2017年12月，发布全国首个专业市场党建工作标准规范。

江苏常熟服装城集团有限公司党委委员、副总经理沈岚：
坚持党建统领，夯实发展根基

常熟服装城集团党委以“做实集团总部、做强专业市场、做专公共服务”为发展目标，全力打造以时尚创意产业为引领的现代化服务业集聚区，提高政治站位，全面贯彻落实党的十九大精神和习近平新时代中国特色社会主义思想，加快去行政化步伐。

各级党组织紧紧围绕转型升级和经营管理重心，发挥各基层党组织的政治优势和群众工作优势，围绕“强化政治意识，管理体制求突破”“强化团队意识，品牌建设求突破”“强化服务意识，优化品质求突破”“强化发展意识，项目建设求突破”“强化廉洁意识，作风效能求突破”五个方面展开党建工作，推进服装城专业流通市场综合配套改革，推动市场采购贸易方式发展。

广州白马服装市场办公室党群经理张芸：
凝心聚力，为白马转型升级保驾护航

近年来，白马服装市场党支部深入学习十九大精神，统一党员干部思想认识；开展“五个一”劳动竞赛，使支部建设更加规范化；落实廉洁责任，营造风清气正的企业氛围；创新开展党员先进性提升活动，凝心聚力服务大局；打造激情奉献的企业文化，提升企业软实力。

白马作为国有企业、国内服装专业市场排头兵，经过25年来的励精图治，获得了多项荣誉。白马市场党支部要求党员干部结合自身岗位从点滴做起，在行业转型变革期主动服务好客户，共同寻找新的商机，主动参与、推动业务的创新发展，使企业管理水平不断优化提升，推动白马二次转型升级，在变革中立于不败之地。

成都荷花池大成市场党总支部书记、常务副总经理罗锦胜：
上下齐心 内外协力
大成市场党建工作展现新风貌

荷花池大成市场成立于2001年，已跻身全国十大服装专业批发市场，2010年更被评为西南地区唯一一家全国诚信市场示范单位、中国服装品牌孵化基地。

为了适应市场建设和发展的需要，于2009年成立了集团党总支，同期成立了大成市场党支部，市场党支部专门下设了市场商家党小组。大成市场的党建工作通过宣传栏、公示栏、微信等实现组织覆盖；建立了以“党群民主议事决策、党员双重分类管理”为主要内容的市场党建“一会三岗”活动机制；在组织内外协调方面，开展多种形式的社会活动、竞赛活动、公益活动等，激发党建活力。大成市场正大胆创新，努力开创非公企业党建工作新局面。



会议上，8家单位发起成立了“中国纺织行业专业市场党建引领发展联盟”。

· 专业视角 ·

以新时代背景抓党建
以党建提升促行业发展

多年来，纺织行业领域非常重视党建工作，无论是国有企业还是非公有制企业，在党组织的领导下，通过实践不断探索，创新工作方式方法，积极在行业转型升级中发挥战斗堡垒和先锋模范作用。

浙江省委党校党史党建教研部主任徐彬对各市场党建工作给予高度评价。他表示，新时代要用新的理念认识专业市场党建工作，通过标准化形成党建共同话语体系，形成党建规划意识，为党委中心工作保驾护航，注重实效，适应市场变化，将党建工作融入城市发展。

《非公有制企业党建》、浙江《共产党员》杂志执行总编辑杜大强对于市场党建工作提出三点建议：一是站位高，立足市场，超越市场，跳出党建和市场，以新时代背景抓党建；二是做优党建工作，提升党建工作质量，“干在实处，走在前列”；三是做亮党建工作，打响党建工作品牌，品牌就是生产力和竞争力。

中央党校研究室原巡视员、副主任曾业松，以“党建引领企业，推动高质量发展”为主题分析了党建工作的重要性。曾业松表示，新时代穿衣是形象、尊严和美好生活的重要体现，纺织服装业出现新趋势，面临新挑战，对于凝聚企业力量、保证行稳致远提出重大课题。党建强、企业强，企业要坚守经营之魂、走高质量高效益发展之道必须加强党的领导，强化党的建设。

对于党建工作，曾业松道出三点建议，即理直气壮讲党建、讲政治，依靠党，通过政府依法办事解决各种问题是人间正道；党对企业要有领导权，还要有领导力，国企是党执政兴国的重要支柱，两个同步、四个对接是国企发展和党建工作的重要思路，民营企业也要将党建工作放在重要位置，融于生产经营，推动企业发展；党的建设要科学化，坚持为人民服务的价值观和实事求是的方法论，把政治优势转为企业经济优势，为纺织服装业高质量发展提供政治保证。

· 柯桥成果 ·

智能 + 创意
助力柯桥高端纺织建设

柯桥作为托在布上的经济强区，以纺织为基，拥有纺织产业链最完整、纺织产能最强、专业市场最大三个“全国之最”。中共绍兴市委、组织部长孙彦主持了柯桥最新纺织产业成果展示环节。他指出，近年来，柯桥区积极抢抓传统产业改造升级省级试点机遇，以“科技、时尚、绿色”新定位导向，加快新旧动能转换和高端纺织创意产业培育，坚持“走出去”与“引进来”相结合，区域经济保持稳中有进、稳中向好的良好态势。

绍兴市柯桥区科学技术局副局长俞小伟介绍了近年来柯桥区创意产业发展情况。在“时尚柯桥”建设深入推进的背景下，柯桥纺织产业不断向时尚转型，时尚创意产业蓬勃兴起。今年柯桥区确立了“天天可时尚”的工作目标，并固定在每月第四周举办“设计交流周”活动，使柯桥呈现出多元时尚风貌，逐渐从纺织制造和贸易中心向时尚策源地蜕变。

随着柯桥时尚创意产业的发展，柯桥时尚周自2015年起已成功举办四届。为全面推进柯桥时尚活动“国际化、时尚化、品牌化、常态化”，今年柯桥区在传统秋季时尚周的基础上，首次举办春季时尚周，以“一年两季”的新形式，接轨国际流行趋势与品牌发布规律，进一步造浓柯桥时尚氛围，完善柯桥时尚生态圈，提升柯桥在国际上的时尚地位、时尚话语权和时尚魅力。

中国轻纺城集团股份有限公司纺织产业大数据中心张晓明表示，柯桥纺织产业大数据服务平台是一个综合大数据平台，集合了市场分析云、销售预测云、协同制造云、精细生产云等10朵智慧服务云。平台涵盖纱线、面料、印染、服装销售及售后管理等纺织全产业链的数据分析，实现了上下游全产业链的深度对接，进一步优化了产业链中各环节的联动效率，将有效避免企业的单打独斗。

张晓明介绍称，目前10朵智慧服务云中的市场分析云（纺织外贸大数据）已搭建完成并开始运营，该数据库囊括了大量纺织产品进出口数量、金额、价格等历史、实时数据及全球10万名海外采购商信息。

浙江工业大学之江学院设计学院院长郑德均表示，目前柯桥对中国轻纺城的定位是国际纺织之都，整个纺织产业越来越国际化、时尚化，朝着现代纺织工业转型升级，生产方式呈现出信息化、智能化与工业自动化融合的特点。

郑德均是绍兴市“海外英才计划”入选者，他创建的浙江工业大学之江学院色彩研究中心，主要从事纺织花样智能设计和智能审美、服装创意设计、轻纺色彩艺术研究、数字化纺织信息技术的基础应用研究，主要应用领域包括服装面料设计、织物色彩趋势设计、织物计算机高级辅助设计、织物图像自动识别和智能分析等。本次展示的花样自动配色技术，用大数据提取大自然的色彩，可实现线下实时打样制作，线上实时智能设计，填补了纺织服装行业国内、国际市场空白。



会议开幕，全体与会者高唱国歌。

· 精彩掠影 ·

会后，与会人员还实地参观了中国轻纺城展示中心、联合市场、“纺城有家”党群服务中心、瓦栏设计、时尚梦工厂等5家单位，对柯桥区纺织行业创新发展及党建工作进行深入了解。



记者手记

以“党建+”模式融入发展大格局

本刊记者 王利

只有跳出党建抓党建，围绕发展抓党建，党建工作才有创造力和生命力。近几年，我国纺织行业专业市场坚持党建工作新定位，彻底摒弃“就党建抓党建”的狭隘思路，通过“党建+”模式，紧紧围绕本地经济社会发展趋势和全局开展工作，使党建工作始终与经济社会发展同频共振、互促互进，在不断改革和探索中融入城市整体发展规划。

目前，我国纺织行业正处于转型升级关键期，“科技、时尚、绿色”成为新的标识，因而，各专业市场的党建工作必须与时俱进，跳出党建小圈子，融入发展大格局，以新理念、新机制、新手段夯实基层党建工作。“党建+先锋模范”“党建+智慧引领”“党建+公益关怀”“党建+品牌建设”等一系列“党建+”新思路，不仅打响了各专业市场集群的区域品牌知名度，也为当地经济发展锦上添花。

纺织新时代，只有更加宽广的党建思维，更加新颖的党建举措，更加灵动的党建载体，才能使纺织业发展迸发前进的活力，插上高飞的双翼。因此，我国专业市场党建工作有必要进一步扩大“党建+”效应。本次会议中，高端视角、专业观点、经验分享等各种尖端思想汇聚成渊，为各专业市场如何更好推行“党建+”注入新理念、新活力，将进一步助力我国新时期“纺织强国”建设，提升纺织行业时尚地位和国际话语权。



新姿态 新征程 新柯桥 系列报道

把握“一带一路”战略支点 柯桥纺织绽放国际市场

本刊记者 邬莹颖

十九大报告指出：“中国开放的大门不会关闭，只会越开越大。要以‘一带一路’建设为重点，坚持‘引进来’和‘走出去’并重，遵循‘共商 共建 共享’原则，加强创新能力开放合作，形成陆海内外联动、东西双向互济的开放格局。”

纺织业是我国出口大户，尽管近年来随着东南亚等地制造业的崛起，“订单东南飞”的现象时有发生，但是中国仍是全球纺织工业最具竞争力的国家之一。而随着国家“一带一路”倡议的提出，纺织产业重走丝绸之路也将成为未来的一大趋势，向西出口势在必行，这是未来行业新的市场空间。

近年来，柯桥区适时“换挡提速”，坚持“传统市场和新兴市场并重、‘一带一路’市场优先”，开展了“一带一路”推介计划，通过阶段性地开展展会推介及论坛、走秀等一系列活动，组织柯桥纺织企业抱团跨出国门，举办海外自办展，打响了“丝路柯桥·布满全球”的知名度，提升了中国轻纺城在海外市场的品牌形象，推动了柯桥外贸出口稳步发展，对东盟、中东等“一带一路”沿线国家和地区贸易额也保持了年均 10% 以上的增速。



柯桥纺织品对“一带一路”国家出口的增长，也印证了“一带一路”市场的潜力正在释放。

区位优势 占牢经贸合作桥头堡

自 2013 年中国首次向世界发出共建“一带一路”倡议以来，浙江充分发挥独特的海陆一体优势与开放型经济竞争优势，从产品出口到资本出海，从海外设厂到建设工业园区，浙江企业高水平引进来，大规模走出去，与“一带一路”沿线国家和地区合作共赢，开辟出一片全新的经贸发展空间。

柯桥区注重为商品双向流通提供便利渠道。为了发挥柯桥监管点和保税仓的功能作用，启动了中国轻纺城进口商品交易中心建设，开设了宁波保税区进口超市商品直销中心柯桥店，加强了与海关、商检的联动服务，实现柯桥内陆直接通关。柯桥作为“一带一路”的纺织源头，纺织家底厚实，但近年来，受国际市场需求低迷和我国纺织产业竞争力走弱影响，纺织品出口面临下滑的困境。面对东南亚等国低廉的原材料和人力成本，如何汇聚纺织企业，重新形成柯桥优势，是柯桥纺织首要解决的问题。

参与“一带一路”建设是未来的趋势，柯桥纺企顺势而为，仔细了解“一带一路”沿线国家的政治局势、税收政策、财务政策，规避风险，结合自身特色，接力参与“一带一路”沿线的对外贸易，通过“走出去”实现国内过剩产能的转移，从而找到新的商机。为了更好地帮助柯桥纺企开展对外贸易，柯桥区积极组织企业前往“一带一路”沿线国家和地区考察，并引入了提供报关、退税、结算等“一站式”服务的综合服务平台。

物流的通畅是“一带一路”推进过程中非常重要的一点，优越的区位优势夯实了柯桥区融入“一带一路”建设的四梁八柱，在海运方面，柯桥与上海港、宁波港、舟山港三大港的地理位置非常接近；在空运方面，柯桥到杭州萧山国际机场、上海浦东国际机场非常便利；在陆运方面，义乌专门开设了中欧班列，柯桥与义乌同属浙江省内城市，交通便利。

投资加码 抢搭“一带一路”快车

对越南、印尼、孟加拉国等“一带一路”沿线主要国家的出口作为拉动柯桥外贸出口增长的重要引擎，形势喜人。其中，纺织产业作为柯桥区的经济发展支柱产业，纺织企业和“一带一路”沿线国家贸易往来日益密切。

“一带一路”沿线国家是柯桥出口份额最大的市场，沿线国家巨大的纺织品需求、优惠的产业政策，为双方交流合作提供了更大可能，柯桥纺织品对“一带一路”国家出口的增长，也印证了“一带一路”市场的潜力正在释放。

浙江凡特思纺织品有限公司作为柯桥区外贸企业的“领头羊”，高基数下能连年保持增长，着实不易。“我们和‘一带一路’沿线国家基本都有接触，尤其是这几年，已经成为公司出口增长的重点。”公司总经理傅光铎介绍，凡特思抓住“一带一路”沿线国家纺织服装产业快速增长的契机，每年的业务中有一半以上来自于印尼、越南、土耳其等国家。

凡特思成立于 2007 年，多年来，每年自营出口保持约 30% 的增幅，傅光铎认为主要得益于参展。“公司平均每年参展次数在 10 次以上。”傅光铎说，“从早年的迪拜等国，慢慢向欧美国家扩张，又发展到中亚、东南亚等地，无论在哪里参展，凡特思都能遇到老客户。”除此之外，凡特思与 100 多家坯布厂、10 余家染厂建立了产业联盟，保证订单能够顺利按期完成。



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。

出口加快 企业创新对接“一带一路”

“一带一路”沿线国家正成为柯桥区外贸新的增长点，出口企业的触角灵敏，抢抓“一带一路”快车掘金的方式也多种多样。绍兴浙隆进出口有限公司在参加中国轻纺城巴基斯坦面料展之后，考察发现公司外销的面料在东南亚国家的市场潜力巨大，就设计了适合当地风格的面料，并以其高品质获得客商好评如潮。

浙隆主营各类针织梭织面料，作为一家生产型公司，客户范围广，内销外贸各占据半壁江山。公司先前主攻欧美市场，近几年逐步把开拓市场的目光投向东南亚国家。公司总经理冯越鹏表示：“世界贸易的格局正在变化，公司的国际贸易主业必须考虑到全球布局才能持续通过改革抓住机遇。”

公司最核心的竞争力体现在产品质量及服务。为了做好品牌建设，在国际消费者心中占据有利位置，浙隆在冯越鹏的带领下，积极引进专业人才，建立起一支专业的研发设计团队。不仅在花型设计上独树一帜，同时在面料手感、色牢度及起球起毛率改进等方面也得到了突破发展。为了更方便快捷地与国际客户交流，公司还实施“互联网+外贸”战略，传统国际贸易中的一些中间环节，如原来的批发商、国外进口商等被弱化甚至替代，使客户需求信息更加透明，公司可以最大可能地做到按需生产，降低企业库存成本。

在“一带一路”沿线市场的拓展，也带动了纺织机械的出口量。“过去，这些客户多是购买布料后再回到当地加工。现在，这些国家的企业开始进口多机型绣花机。”绍兴信胜缝制设备有限公司有关负责人表示。看到这一市场变化的信号，柯桥的纺机企业加强了性能改良，提高纺机企业出口量。



“一带一路”沿线国家正成为柯桥区外贸新的增长点。



柯桥区积极搭建“一带一路”文化交流平台，在文化交流中增进互信，加深感情。

展会为媒 奏响贸易交流新“驼铃”

发挥政府、行业平台等作用，以展会为主要媒介和舞台，柯桥与“一带一路”沿线国家展开了不同形式、不同层次的对接交流。近年来，柯桥区紧抓“一带一路”战略契机，在“行销天下”办展理念引导下，争取将纺博会办到“一带一路”沿线国家，着力提升“丝路柯桥·布满全球”知名度，打响“柯桥·中国轻纺城”区域品牌。按照“东”“西”两个维度开拓市场：向“西”主要面向欧美发达国家，力争在美国纽约、拉斯维加斯，法国巴黎等国际知名面料展中尝试建立“柯桥馆”；向“东”主要是面向“一带一路”沿线国家，独自开办中国轻纺城国际面料展，不断提高出口质效。大力实施“廿展千企”全球行活动，支持跨境电子商务等新型贸易方式和外贸综合服务发展，积极培育本土跨国公司，进一步扩大国际贸易、商务、人文等方面的交流合作。

2017年首次开展“一带一路”主题系列活动，其中包括中国轻纺城“一带一路”贸易交流会暨纺织品全球采购对接会、中国轻纺城“一带一路”中缅国际纺织展说明会以及中国轻纺城“一带一路”纺织服装商贸分享汇等，让“柯桥·中国轻纺城”品牌形象真正走出去。

2017缅甸国际纺织展作为中国轻纺城首次海外自办展，中国轻纺城巴基斯坦面料展作为“丝路柯桥”2018首个海外展会活动，都对国际轻纺城市场对外拓展具有深远意义。对于参展的企业而言，这样的海外对接活动，不仅有机会享受“一带一路”相关政策补贴，更是一个良好的海外市场开拓平台，帮助企业快速了解当地市场，打开产品销路。

接下来，为积极融入“一带一路”，柯桥区将持续开启“丝路柯桥”之行系列活动，组织缅甸专场对接会、拉斯维加斯展、2018缅甸国际纺织展等组团参展活动，为纺织企业开发海外市场带来更多便捷与商机。

文化交流是古丝绸之路文明的重要内涵。值得关注的是，柯桥区还依托浙江省文化产业重点方阵建设，积极搭建“一带一路”文化交流平台，让国内外商家在柯桥不仅工作便利，还要生活快乐。比如设立外商俱乐部，结合春节、元宵节等传统节日和越剧节、兰花节、书法节等柯桥区域文化特色节会，举办中外联谊活动，让外商了解中国文化、了解柯桥人文，在文化交流中增进互信，加深感情。TA

聚焦

绍兴展团亮相深圳国际面辅料展捷报频传

本刊记者 _ 罗欣桐

7月7日，为期三天的深圳国际纺织面料及辅料博览会在深圳会展中心圆满落幕。“丝路柯桥·布满全球”中国轻纺城展团再度携20余家柯桥纺织企业参展，展示柯桥纺织企业的转型创新成果，秀出海量花型精美、设计感强、品质上乘的流行面料。

本次亮相深圳，中国轻纺城展团采取了“布满全球大型特装展厅”、“轻纺城企业标摊展区”两种模式，在9号馆流行趋势区占据了90平方米的面积，共展出中国轻纺城超过1.2万款特色面料。

绍兴市浙隆进出口有限公司、绍兴易朗纺织、绍兴苏歌纺织、绍兴欧宁纺织等20余家轻纺城商家集结亮相、抱团出展，此外，叁六、鼎记、天创、金点子、恒利等十家企业也以独立展厅登陆特装展区。

汇聚了20余家品牌展商时尚势力的中国轻纺城展区，通过LED巨幕、展厅门头以及多组展厅广告画面，全面展示中国轻纺城的品牌形象。研发能力强、流行元素突出、工艺创新度高的展团特色，也给现场的专业采购商留下了深刻印象。此外，展区内还举办了有奖互动活动，有效地活跃了展会人气，提升了参展商贸效果。

展会首日，展团现场就捷报连连。据记者观察，不少深圳和香港的品牌采购商都拿着展会地图直奔中国轻纺城展团，对接熟悉的面料企业。深圳作为中国最主要的女装设计和生产基地，女装面料是多年来深圳国际面辅料展聚焦的重中之重，自主研发能力强、新款开发频率高、后端供应链完善的绍

兴展团，顺理成章成为了采购商必须“打卡”的逛展亮点。

TR拉毛是天创纺织的招牌产品，在市场上备受青睐。企业展位负责人表示，前来对接洽谈的新老客户络绎不绝，仅展会首日名片就发出去几百张；鼎记印染的环保科技型创新面料则受到了许多高端品牌采购商的关注，随着消费升级的持续发酵，绿色、环保的时尚面料也成为了中高端服装品牌的开发焦点。

金点子纺织作为深圳国际面辅料展的“老朋友”，其展位中商贸洽谈的观众总是熙熙攘攘。在上届深圳国际面辅料展，公司副总经理赵国民就直言，今年的展位面积一定要再扩大。今年登陆特装展位，企业的人气依然旺盛，一方面，在于深圳国际面辅料展举办时机顺应市场采购需求；另一方面，也得益于企业的快时尚理念，走在潮流前沿。

深圳不仅在我国东南地区纺织服装市场有着举足轻重的地位，在亚洲纺织市场中也占据着一席之地，绍兴展团的加入不仅进一步丰富了深圳国际面辅料展展品的潮流多样性，也为下一季东南亚纺织服装市场潮流加入强劲节拍。

据悉，这是继2018年上半年的孟加拉展、巴基斯坦展、中国国际面辅料博览会后，全球纺织网、网上轻纺城组织的第四次组团参展活动。今年下半年，还将继续组织柯桥企业参加海内外重要纺织展会，汇集原创流行面料供应商的时尚势力，合力开拓无限商机。

意大利ALV品牌牵手柯桥企业共谋发展

本刊记者 _ 王利 文 / 摄

近日，意大利 Alviero Martini(简称ALV)品牌迎来中国市场首场发布会，这也是中欧时尚梦工厂入驻品牌与柯桥面料企业首次正式对接。吉麻良丝、皮尔波澜、利泰、壹爵纺织等本地面料企业携最新产品参与现场活动，香港知名品牌江博士也前来寻找合作机遇。10余家上下游企业齐聚一堂，共同探讨ALV品牌与本地企业的合作及对中国市场的拓展。

据悉，ALV是COMMERCE SRL公司旗下品牌，于1991年在意大利米兰成立。自它诞生以来，公司以地图为装饰特色，推出了一系列风格独特的包、配饰和服装，在意大利米兰和罗马均设有专卖店。本次发布的Alviero Martini 2A Classe是时尚创意、精湛工艺和前卫设计的完美结合，是对2018及2019年最新流行趋势的体现。

COMMERCE SRL公司董事长Lorenz向大家介绍了公司的品牌文化。他表示，ALV的灵感来源是去远方旅行，主营衣服、裤子、衬衫、polo衫、短裤以及T恤等全系列产品，致力于为世界旅友量身设计集个性、时尚、实用于一体的独特旅游休闲男装，创造一个更多彩的服饰世界。这次系列服饰的特色是，巧妙设计了多个口袋，满足旅途中的各种需求。本次发布的产品面料多为棉和亚麻，轻薄透气，衬里印着的护照图案，象征着所去过的国家。

交流洽谈过程中，柯桥企业就ALV进入中国市场的价格、品质及合作模式进行提问，品牌项目经理Giancarlo表示，ALV将以高端的品质、亲民的价格进入中国市场，希望找到能读懂ALV品牌观念和时尚语言的合作伙伴，一起打开中国和国际市场，把意大利的时尚分享给中国消费者。同时，柯桥作为世界纺织之都，各种高端创意面料层出不穷，完全可满足ALV的

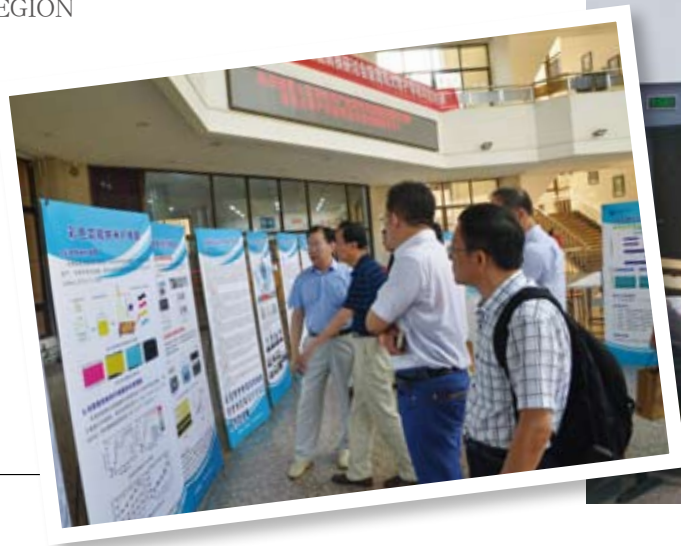


本次活动为柯桥面料企业和意大利品牌搭建了面对面沟通的桥梁。

生产需求，未来可以将生产端移到柯桥，使双方完美契合。

本次对接活动，柯桥企业带来了涵盖棉、麻、毛纺等面料产品，深得ALV品牌方青睐，他们表示，接下来将去这些企业参观，深入洽谈双方合作方向。“公司的高端毛纺面料与ALV品牌契合度高，合作的机会非常大。”绍兴皮尔波澜纺织品有限公司总经理力尚于说道。

本次活动为柯桥面料企业和意大利品牌搭建了面对面沟通的桥梁，为双方深入合作创造机遇。中欧时尚梦工厂负责人黄艳挺表示，这是一个良好开端，中欧时尚梦工厂将积极发挥平台作用，举办更多类似活动，让柯桥的面料优势与欧洲品牌、设计优势有机结合，共谋发展，助力企业提升面料档次、延伸产业链，进一步加快转型升级和“科技、时尚、绿色”建设步伐。TA



会议从科技、教育、产业用、人才等方面对新旧动能转换进行了探讨。

产业新旧动能转换怎么转？ 山东研讨会提出新思路

本刊记者 _ 郝杰 文 / 摄

“科技、时尚、绿色”是新时代纺织工业发展的新定位。强国战略，科技为先，产业用纺织品处于持续发展的快车道，其创新驱动、融合发展的主旋律，是纺织工业新旧动能转换的关键所在。当前山东省纺织产业正处在加快转型升级、新旧动能转换的关键时刻，作为山东支柱产业之一的纺织服装产业正面临着高质量发展的重大机遇。7月6日，山东省纺织产业新旧动能转换研讨会暨青岛大学产学研项目对接会在青岛大学举办，会议由中国产业用纺织品行业协会主办，山东省纺织服装行业协会、青岛市纺织工程学会协办。

中国纺织工业联合会副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申，中国工程院院士俞建勇，中国印染行业协会会长陈志华，中国纺织服装教育学会秘书长纪晓峰，青岛大学副校长汪黎明，山东纺织服装行业协会副会长、山东省纺织设计院院长蔡小平，重点产业用纺织品企业、大型纺织企业的代表以及青岛大学师生等约200人参加会议。会议由中产协副会长郑俊林主持，从科技、教育、产业用、人才等方面对新旧动能转换进行了探讨。

科技创新是核心

俞建勇表示，纺织产业新旧动能转换，转型升级、科技创新是核心，人才培养是关键。既要强化纺织产业共性关键技术研究，也要加强纺织前沿和应用基础研究，瞄准世界纺织前沿科技，引领纺织科技发展方向，将纺织科技创新对接产业应用转化为新动能。我们要发挥高等院校人才和科技资源独特的优势，与行业、企业协同，加强多学科交叉融合的高水平纺织科技专业人才培养，以产业发展引导人才培养，满足新动能的新需求；同时，我们还要强化知识产权创造、保护和运用，这是创新型国家建设的必然要求。此次活动带动高校与企业的科研项目与科研人才、应用需求开展交流对接，对引导人才培养创新、科技创新对接需求起到良好的推动作用。

李陵申作了《我国纺织工业高质量发展与科技创新》的报告，他指出，未来中国纺织科技发展战略目标是高端化，增强品牌、设计、研发能力，优化加工制造环境和形态，提升产业非价格竞争力；

高技术化，开发完善碳纤维品种，拓展碳纤维民用应用，形成自主创新高性能纤维品种，研发和量产新兴产业用纺织品；多元化，支持产业低成本、高品质工艺技术、装备和原材料，发展高附加值多功能纺织品，发展服务民生、改善和影响未来人类生活的纺织品；生态化，开拓新型纤维资源，优化天然纤维品质，开发节能清洁染整新技术，研发无害安全纺织化学品。在未知领域，重视尖端性、前沿性纺织科技研究，重视对事物机理、原理、结构等研究，形成纺织产业根本性和颠覆性创新。

人才培养模式新变化

纪晓峰分享了《纺织高等教育发展与人才培养》，他指出，高等教育的主要任务是人才培养，目前人才培养模式发生了重要变化，国家提出新工科建设。新工科专业主要指针对新兴产业的专业，以互联网和工业智能为核心，包括大数据、云计算、人工智能、区块链、虚拟现实、智能科学与技术等相关工科专业。新工科专业是以智能制造、云计算、人工智能、机器人等用于传统工科专业的升级改造。相对于传统的工科人才，未来新兴产业和新经济需要的是实践能力强、创新能力强、具备国际竞争力的高素质复合型新工科人才。

纺织高等教育有几个问题需要思考：招生面临困难，大类招生、转专业，造成生源流失；专业教师大多缺乏工程背景，需要加大师资引进和培养力度；行业企业参与人才培养的积极性不高；教材质量和数量不能满足要求，应注重加强教材建设；毕业生流失率较高。

山东发力新旧动能转换

汪黎明在讲话中表示，青岛大学立足青岛、山东，在山东大力推动新旧动能转换的时刻，出台了一系列举措，成立人工智能、新材料、新装备、现代纺织等产业科研机构，涌现了一大批优秀成果。纺织是山东的支柱产业之一，纺织学科是青岛大学的优势学科，纺织服装学院有不少原创性科研成果。借助此次活动，青岛大学将进一步提升行业特色，提高产学研合作水平，为纺织服装产业发展做出贡献。

蔡小平对山东新旧动能转换进行了介绍。他指出，新旧动能转换中有关纺织行业的政策有三点，一是完善智能制造产业体系，建设具有自主知识产权的自动化生产线、数字化车间、智能化工厂；二是推进石墨烯特色资源高质化利用，加强专用工艺和技术研发，打造济南、青岛、潍坊、济宁、威海、菏泽等石墨烯研发生产基地。培育壮大碳纤维、氨纶芳纶、玄武岩纤维等高性能纤维及复合材料产业。深化国家碳纤维生产基地建设，实现碳纤维材料高端化、低成本化发展；三是支持济南、青岛、烟台、潍坊、威海等创建联合国教科文组织“创意城市”，支持济南、威海建设时尚服装创新创业国家平台。结合山东纺织服装产业实际，以新技术、新产业、新业态、新模式“四新”为要素，促进产业向智慧化、智慧产业化、跨界融合化、品牌高端化“四化”转变，努力实现传统产业提质效，新兴产业提规模，跨界融合提潜能，品牌高端提价值“四提”，最终做到科技化、时尚化、绿色化“三化”融合，开辟行业转型升级提质增效新路径。在当前和今后一段时间内，产业用纺织品将是山东省纺织行业转型发展、提质增效的重点行业之一，有着比较广阔的发展空间和美好的发展前景。

会上，中产协造纸用纺织品分会名誉会长杨金魁对中国造纸毛毯现状进行了分析，山东路德新材料股份有限公司董事长梁训美介绍了产业用纺织品企业创新体会及人才需求，鲁泰纺织股份有限公司研究院院长助理刘政钦介绍了现代纺织企业技术人员与创新合作需求。

青岛大学纺织服装学院在纺织工程、纺织材料与纺织品设计、纺织化学与染整工程等领域有很强的实力，研发了多项纺织科技成果，亟待进行产业化应用。在产学研项目对接环节，来自学校的9位教授分别介绍了各自领域的最新科研成果，内容包括非织造产业发展机遇、三维服装虚拟技术、天然多糖系列功能纤维开发、石墨烯改性纤维的研究、纺织印染技术、植物中药纤维素纤维、海藻纤维产业化、国家重点实验室建设等。

会场外，青岛大学还推出了数十项最新科技成果进行展示。TA



纺织之光科技教育基金会 Textile Vision Science & Education Foundation

纺织之光科技教育基金会是在1996年建立的“钱之光科技教育基金”基础上，2008年7月由中国纺织工业联合会为发起人，在民政部登记的社团法人。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146项、全国纺织行业技术能手175名、技能人才培育突出贡献奖16人及23家获奖单位。自1997年至今用于公益活动支出约7000万元，对促进纺织科技教育事业起到了积极的推动作用。

宗旨 推进纺织工业科技进步 人才成长和产业升级 建设现代化纺织强国



“纺织之光”
科技推广云平台二维码

www.fzjjh.com

(上述内容及数据由纺织之光科技教育基金会提供)

高科技产品为兴城泳装发展赋能

本刊记者 _ 李芳

中纺资产管理有限公司在与企业充分沟通的基础上，甄选研发团队走进阿里巴巴 1688（兴城）实力产业集群示范园区进行革新泳装行业的精准对接活动，为企业转型升级“解渴”，为兴城泳装产业高质量发展把脉。

“什么时候排到我们？”兴城市婉辰制衣有限公司总经理朱闽南朝屋里探了探头，看着在热烈讨论中的人们问道。在等待一天时间后，她有些着急了。

在阿里巴巴 1688（兴城）实力产业集群示范园区会议室，正在进行着一场革新泳装行业的精准对接活动。本次活动由中纺资产管理有限公司、兴城市人民政府以及兴城市泳装行业协会组织，河北科技大学教授张永久带领的研发团队应邀参加。研发团队为兴城泳装产业集群带来了最新研发的功能性产品和具有颠覆性的创新技术。经过四天与当地企业的深入对接，一经推出，一击即中。

充分调研基础上展开精准对接

兴城泳装产业是兴城市的支柱产业，三十多年来，兴城人凭借着自己的勤劳及智慧，从手工泳装做起，最终发展为拥有 1200 多家企业、年产值 140 多亿元的中国泳装名城，产品远销欧洲、美国、日本等市场，占全球泳装市场 25% 的份额。兴城泳装的全球影响力不言而喻。然而，面对国内外市场的冲击，泳装产品利润空间受限，消费升级也倒逼产业转型。创新成为每一位兴城人的头等大事。

多年来，在兴城市人民政府、兴城市泳装行业协会的大力支持下，中纺资产管理有限公司凭借自身优势，为企业发展招才引智，项目落地成效显著，在兴城泳装行业企业中获得良好口碑。此行，也是在中纺资产管理有限公司与企业充分沟通的基础上，甄选出这支研发团队，为企业转型升级“解渴”，为兴城泳装产业高质量发展把脉。

德容集团一直专注于泳装的研发、设计、销售，对新事物具有敏锐的市场判断。尤其是在了解了研发团队带来的新材料、新技术后，公司总经理钟兴国马上将企业诉求与研发团队进行明晰而深入的沟通，希冀双方能够在新产品开发上进行深入合作。

范德安一直以时装理念颠覆泳装设计的审美观，作为国际一线泳装品牌，范德安善于捕捉市场最新信息，以创新思维融入其中，并根据公司的研发计划落地。事实上，研发团队前期已与范德安进行过初步沟通，双方找到了彼此合作的契合点，此次研发团队就带来了一款样品，预计很快会进入市场。在与研发团队沟通的过程中，公司总经理张存表示，我们最熟悉自己的客户群体，在前道研发过程中有“智囊团”相助，能更好的促进项目落地，提升项目研发成功率，大大提高产品附加值。从长远角度考虑，他认为“聚焦”项目能有一个好的开始，双方得以



研发团队与当地企业深入对接。

展开长久稳定的合作。此次对接，双方确定了合作方向，并就后续项目研发达成初步合作意向。

为时尚泳装插上高科技的翅膀

“面料是我们当前最大的障碍。”兴城市婉辰制衣有限公司总经理朱闽南表示，转型研发、销售瑜伽服之后，找了很多家面料供应商，均难以达到理想效果。得知专家团队前来兴城的消息后，朱闽南与设计师带着公司研发的瑜伽服早早地等候在办公室。刚见面，就将自己的需求一股脑地倒出，迫切希望得到专家团队的指导和支持。在看到一行行李箱的新产品后，朱闽南显得有些兴奋，蹲在地上就和团队人员讨论开来。“这就是我们一直在找的面料。”等了一天，朱闽南终于如愿以偿，解决了几个月以来面临的最大难题。

近三十年的发展，为葫芦岛益丰（集团）运动服饰有限公司奠定了雄厚的基础，尤其是在外贸方面积累了丰富的经验。“今年是益丰在跨境电商平台——亚马逊开店的第三年。”刘雪艳说，“益丰的突破在跨境，针织运动服装是跨境电商的主打产品，这类产品的关键突破点就在于新型面料。”目前企业在转型升级中，对新型面料的研发应用尤为渴求。在了解了团队的研发能力后，刘雪艳当场选定了几款产品，临行前还一再叮嘱张永久一行人尽快把新款样衣寄来。

伴随着消费升级，在市场带来的冲击下，兴城人也主动出击，通过跨界融合、材料创新以及品牌创建等途径，将泳装推向新的高度，进一步打响兴城泳装品牌。葫芦岛市伊索电子商务有限公司主要以研发生产冲浪服为主，冲浪服是一个小众市场，但利润较高，相应的对产品的要求更高。借助研发团队带来的新技术，伊索电商公司设计师冯琳淇表示自己的很多想法终于可以落地生效。“总算能好好地喘口气了。”她笑着说，在不久的将来，大家可以看到伊索在高端冲浪服上取得的重大突破，预计新的系列产品也将形成一股新的潮流。

四天时间，在马不停蹄的奔波和探讨中，记者了解到每家企业的诉求不尽相同，但一样的是对行业的热爱，对新事物的渴求。行胜于言，在这次充分调研基础上的精准对接活动中，兴城泳装企业决策果断、出手迅速。可以说，这次活动激发了兴城泳装企业创新发展的欲望，为处在转型升级中的企业找到了未来发力的突破口。

唯改革者进，唯创新者强。“中兴被罚”事件启发人们“关键核心技术是要不来、买不来、讨不来的”。新时期，中国纺织服装行业被赋予新的定位，本次活动就是为时尚产业的泳装插上高科技的翅膀，可以预见，不久的将来泳装行业将迎来一场“科技旋风”，并进一步推动兴城泳装产业的革新，带动一大批泳装企业转型升级。

更加值得一提的是，由中纺资产管理有限公司、兴城市人民政府、兴城市泳装行业协会联合创办的兴城泳装研发中心也即将成立。中心将融合行业最前沿技术、最优秀的研发团队助力企业转型，为泳装产业高质量发展赋能，推动兴城泳装再上新台阶。TA

谁将成为 2018 yarnexpo 秋冬纱线展的“新宠”？ 百变纱线，各领风骚

本刊记者 _ 李江敏

展会是行业发展的风向标，也是反映产品创新趋势的重要窗口。一年两季的 yarnexpo 纱线展绝对可以说是企业展示、商贸对接的业界盛会，为产业链上下游搭建了信息精准传递与诉求有效对接的良好平台。2018 中国国际纺织纱线(秋冬)展览会将于 10 月 15 ~ 17 日在国家会展中心(上海)8.1 号馆举办，展会规模 26000 平方米，参展商逾 400 家。本届展会将有哪些新产品亮相，参展商为此做了哪些准备？本刊作了提前梳理，邀您先睹为快。

响水县宝吉纺织有限公司： 彩点纱、段彩纱、金银丝纱

在 2017 年秋冬纱线展上，客户对我们的产品非常满意，并达成了长期合作的战略合作协议，公司的良好企业形象和品牌形象在客户群体中获得了极好的口碑及信誉。

本次参展公司将带来彩点纱、段彩纱、金银丝纱、竹节纱、AB 纱、色纺麻灰纱等产品。公司一直在质量方面严格把关，对成分比例有特殊要求的纱线订单，我们也能在保质保量的情况下，尽全力满足。接下来，我们会继续努力研发更优质更新颖的产品，准备多样化的优质样品纱及布样供客户选择。

东莞市同发展纱行有限公司： 膨体包芯纱、羊毛夹花兔绒

针对下游企业所期望的新元素、新工艺，我们每年都会参考当季的流行趋势以及客户的喜好开发新品，供下游企业挑选。本次展会我们将带来膨体包芯纱、羊毛夹花兔绒、氨纶包覆纱、锦纶高弹丝等新品。随着现在参加展会的花式纱企业越来越多，我们也会继续沉下心来进行创新研发。希望通过纱线展这个平台，能让公司的新品得到客户的认可，让企业品牌形象有进一步的提升。

浙江凡特思纺织品有限公司： 各类花色纱线

近些年来，随着消费者对花式纱需求的增加，花式纱得到较快发展，一个新品种推向市场，很快就会被其他工厂模仿，这就需要花式纱企业不断创新。本次参展公司将带来各类花色纱线，以满足下游需求。

目前国内的流行元素、经营模式和国外还有一定差距，流行颜色、流行花型等较难突破。下游企业也提出了相应的需求，我们也会积极地迎合市场，开发最新流行趋势的纱线。

四川玉竹麻业有限公司： 苎麻针织纱线、苎麻色纺纱线

公司多次参加纱线展，我们对参展效果也比较满意。通过展会，结识了很多国外客商，主要是意大利、日本、韩国、美国、英国的针织客户，公司的企业形象、产品形象都得到了较大的提升。公司产品的主要优势在于产品质量好，能够满足针织生产需要。作为专业生产纯苎麻长纤及混纺针织纱线的高新技术企业，公司本次参展将带来高品质苎麻针织纱线、苎麻色纺纱线、麻灰纱系列、麻天丝针织纱线等主要产品。



为了适应市场需求，纱线产品开发也在不断丰富。

济南锦柯纺织科技股份有限公司： 植物染色系列染料、纤维、纱线

从植物染色产品来说，公司处于行业内领先水平，同时也在开发很多新的颜色及产品，从而使植物染色做出来的产品色彩更加饱满及丰富。公司产品符合现在环保、绿色、健康的可持续发展理念，目前受多重原因影响，产品更适合中高端消费人群。

这次参展公司将带来植物染色系列的产品，包括染料、纤维、纱线、面料、成品（内衣、家居服、袜子、四件套、婴童服装）等。由于大众对新产品的了解度还不够，所以公司会进一步加强与客户的接触与沟通，以更好的效果来展示产品。

江西金源纺织有限公司： 涤纶纱、涤棉纱、粘棉纱系列

去年春季的展会上，公司接到了南非客户的涤纶纱订单，逐步打开南非市场。内销方面，也认识了很多山东、河北的客户，并在当地市场为公司拓展了业务。我们生产的涤纶、棉、腈纶、粘胶等混纺的多组分产品，通过先进的混棉技术可以满足配比准确、混合均匀、包单染色、包漂白色的市场需求。本次参展公司将带来涤纶纱系列（本色及花灰）、涤棉纱系列、粘棉纱系列、差别化多组分系列等产品，希望能得到客户的认可和关注。

太康县万利源棉业有限公司： 精梳紧密纺、精梳紧密赛络纺

近年来，公司通过对高端人才引进及培育，对先进设备的升级、改造、自创，形成了融合高产能、大定量、大牵伸、低损耗、高品质的高效工艺，建成了行业领先、安全、先进、高效的信息化技术应用平台，生产过程的智能化技术应用已成为公司发展的源动力。本次参展公司将带来精梳紧密纺、精梳紧密赛络纺、普梳赛络纺、气流纺、股线、超柔纱、竹节纱、包芯纱等八大类产品。期待通过纱线展结识更多的下游企业，与更多的同行企业进行面对面的交流。

吴江京奕特种纤维有限公司： 各类涡流纺纱线、涡流纺人棉面料系列

随着近年来集团色纺技术的不断成熟，色纺产品已占到公司涡流纺总产量的 30% 左右。目前主要是和品牌商点对点开发，走产品差异化的路线。本次参展公司将带来各类涡流纺纱线（环保系列；色纺纱、可再生涤纶；差别化纱线；天丝 / 天丝混纺、棉粘混纺、涤纶阳离子混纺、莫代尔、涤纶 / CVC 等）以及高品质涡流纺人棉面料系列。未来，公司会将智能制造作为企业发展的核心，加大研发资金投入，让企业生产效率再度大幅提高。希望在本次展会上能够接触更多不同类型的客户，拓宽公司的市场深度。TA

全面打造“宁波智造”时代

第二十二届宁波国际服装节 10 月来袭

本刊记者—吕杨 通讯员—郁峭峰

随着新一轮科技革命、产业变革与国内经济发展“新常态”的不断交汇，全国首个“中国制造 2025”试点示范城市宁波正充分发挥自身优势，积极探索以“智能升级、智慧转化、智力集聚、机制创新”为主要特征的“宁波智造”时代。

宁波纺织服装业也正以“中国制造 2025”为契机，加快服装产业智能化改造升级，助推“宁波装”向着智能化、高端化、时尚化的方向不断迈进。宁波国际服装节依托雄厚的产业基础，经过 22 个春秋的辛勤耕耘，已成为推动服装产业合作的重要载体，也是促进服装产业转型升级的重要平台。

第二十二届宁波国际服装节由宁波市人民政府会同国家、浙江省等行业协会、有关部门共同主办，宁波华博会展公司承办，将于 10 月 18 ~ 21 日举行。本届服装节以“宁波装、妆天下”为主题，以全面建设“中国制造 2025”示范区为契机，以“智造新时代，创新迎未来”为主线，通过举办服装展览、商贸洽谈、经贸论坛、时尚发布等活动，强化服装节市场拓展、时尚引领、智造支撑三大平台功能。

创新发展思路 着眼美好生活

本届服装节将顺应新时代新要求，锐意创新升级，立足服装产业，紧扣服务主题，着眼美好生活需要，保持创业活力。

一是坚持践行依托产业、服务产业、提升产业的

宗旨，凝心聚力推动服装节创新驱动、科学发展；二是坚持以做实产业链、做活市场链、做优服务链、做强创新链、做大价值链为主线；三是坚持强化服装节对服装产业的市场拓展、时尚引领、智造支撑三大核心功能，最大限度地汇聚名企、名品、名家，提升服装节的举办实效；四是着眼美好生活需要，从展览内容、客商邀请、时尚活动、设计师邀约等全方位引导美好生活的供应和消费；五是坚持强化全产业链服务功能，为服装产业的发展提供市场拓展、创意设计、制造转型、原料供应、新品发布、品牌塑造等全产业链六大要素服务；六是打响“宁波装、妆天下”的总体主题；七是通过服装节平台集聚全国的产业资源、商业资源和时尚资源，为参展企业提供更多的资源支持。

增设专业子展 服务全产业链

作为服装节的核心活动，本届宁波国际服装服饰博览会（以下简称“服博会”）以服装服饰全产业链展示交易为主，启用宁波国际会展中心 6 大展馆，总展览面积 4 万平方米，设展位 2000 个。

为进一步提升服博会的专业性，按照全产业链要求和国际会展惯例，将细分展区，进一步提升服博会专业化和精准服务水平，同期将首次举办 2018 宁波国际纺织面料、辅料展览会，2018 宁波国际服装智能制造设备展览会，2018 宁波服装工厂直销暨现货交易会等 3 个二级子展，形成“1+3”的全产业链展览格局。

中国缝制机械协会、中国科技自动化联盟和国际知名服装智能制造设备企业共建成立的中国智慧缝制工厂技术服务联盟将在服装节期间设立智能工厂案例示范区，发布宁波服装企业智能制造需求信息，全面展示我国智能工厂、个性化定制、3D 应用、智慧营销等全方位的创新成果。同时，还将首次设立服装工业互联网展区，展现“互联网+服装”的新业态。

此外，今年的时尚发布场地选择了时尚文化氛围浓厚的宁波文化广场科探中心一楼展厅，强化走秀的时尚引领、互学互鉴、市场拓展等产业服务功能。通过海外设计师品

牌、国内知名品牌、国内知名设计师、本土品牌和先锋学院五个门类的走秀活动，提升服装产业国际化时尚化水平，进一步彰显霓裳东方的魅力。2019/2020 秋冬中国纺织面料流行趋势发布，在静态面料展示基础上将导入面料时尚运用案例的成衣展示，同期也将组织面料供应商到会对接，增加产销对接服务，为服装企业供应链快速反应提供支撑。

聚焦行业智慧 探索未来趋势

本届服装节将携手国家相关行业协会、权威专业机构及意见领袖举办多场论坛，切实为企业和行业提供智力支撑。

一是继续做强两大核心论坛。由中国服装协会承办的第四届中国男装高峰论坛将于 10 月 20 日上午举行，众多全国知名品牌服装企业将参加论坛和服装节，更好地承接中国服装领域的优质资源。第四届中国服装智能制造高峰论坛将全面依托中国智慧缝制工厂技术服务联盟的资源，为服装产业带来智能制造最新信息。

二是继续做实系列产业论坛。中华全国商业信息中心将在 2018 中国服装采购商大会发布中国服装消费趋势和采购市场发展研究成果，最大限度汇聚服装采购资源，同时采购商与供应商对接活动也将更具针对性。中国“服装+互联网”论坛暨对接会将为服装企业工业互联网应用、“互联网+”的深化和创新提供资讯和智力的引领与支撑。

三是增设多场服装全要素对接洽谈系列活动，为企业“增品种、提品质、创品牌”提供服务。主要包括 2018 服装国际买家集中跨国采购订货会，邀请百名高质量国际采购商，集中在服博会展馆现场举行采购订货会；企业新品与合作项目全球首发活动，邀请服装行业的创新因素在现场举行首次发布活动；百名设计师走进服装节对接活动，邀请百名服装设计师参加服装节，并与服装企业开展系列对接活动；服装产能合作对接会，组织“一带一路沿线、中东欧、浙江大湾区服装产能供需双方对接洽谈”，强化对接洽谈与合作的实效，力求促成务实合作成果，促进供给侧结构性改革。TA



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。

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



往届展会现场。



美国国际棉花协会中国及东北亚区总监毛凯琳分享美国国际棉花协会发展情况。



研讨会上，中国服装设计最高奖“金顶奖”获得者、中国职业装领军设计师刘薇（左一），山东岱银纺织集团股份有限公司总经理宁传军（左二），美国国际棉花协会中国及东北亚区总监毛凯琳（左三），中国职业装产业文化工作委员会会长王耀珉（左四），国家纺织面料技术重点实验室、东华大学纺织品设计及产业经济系教授张瑞寅分享了各自观点。

独当一“棉”，让职业装不一样！

COTTON USA 举办 2018 中国职业装研讨会探讨行业新发展

贺兰 / 文

随着经济发展以及消费升级，中国企业和消费者对职业装的理念不断更新，对原材料、品质、设计、功能等方面提出全新要求，职业装需要通过创新以迎接行业的新蓝海。



现场模特展示 COTTON USA 职业装系列，体现棉创意以及棉在职业装中的无限可能。

6月28日，倍受全球信赖的高品质美国棉花 COTTON USA 举办了主题为“职业气度、独当一‘棉’”的2018中国职业装研讨会。美国国际棉花协会中国及东北亚区总监毛凯琳，山东岱银纺织集团股份有限公司总经理宁传军，中国服装设计最高奖“金顶奖”获得者、中国职业装领军设计师刘薇，中国职业装产业文化工作委员会会长王耀珉，东华大学教授张瑞寅，以及合作品牌上海宝鸟服饰、山东雷诺服饰、波司登集团、东方华鼎科技、武汉天鸣集团、海天新材料科技公司等为代表的职业装企业，包括银行、德邦快递等多家职业装终端用户企业、纺织品科技研发公司代表共聚一堂，探讨中国职业装产业的创新发展。

中国是全球最大的纺织品消费国，是当今世界纺织经济发展和升级的重要引擎。职业装代表着企业特征、团队文化，并兼顾实用性、艺术性、标示性，被誉为“行走的名片”。它在中国的发展历史并不长，但已从研究、开发、设计到生产、销售、使用形成了一个完整系统。作为职业装的最大消费国家，中国拥有6亿多产业大军，随着经济发展以及消费升级，企业以及消费者对职业装的理念不断更新，对原材料、品质、设计、功能等方面提出全新要求，职业装需要通过创新以迎接行业的新蓝海。

当社会大环境以及消费者越来越注重绿色环保、时尚、可持续、健康舒适时，棉花和棉制品越来越受青睐。毛凯琳表示：“美国棉花是全球可信赖的棉花，是可持续、可追溯的，同时它能更好地展示职业装的设计、材质等优势，其高品质、高附加值以及创新精神为中国职业装发展带来了无限可能。在职业装领域，美国棉花有着得天独厚的优势。”

此次 COTTON USA 携手设计师刘薇推出 COTTON USA 职业装系列，包括商务职业装系列、职业制服系列和时尚工装系列。在现场模特展示环节中，设计师刘薇与山东岱银集团及雷诺制服合作开发的最新多功能幻彩牛仔工装系列，设计中融入以人为本、凸显人文关怀的理念，不但款式新颖时尚，细节实用多功能，面料也更加亲肤舒适、环保健康，让我们看到了不一样的职业装风格。COTTON USA 系列功能职业装在突出品质品味的同时，更凸显出绿色科技时尚的先导地位，让业界领略到更多棉创意以及棉在职业装中的无限可能。

活动现场，COTTON USA 合作企业、高端商务职业装代表上海宝鸟服饰、职业制服代表山东雷诺服饰、军民特殊行业职业装代表东方华鼎科技、特种防护类服装代表武汉天鸣集团，分别展示了具备不同功能和风格的职业装，给与会者带来诸多惊喜，体现了职业装的超凡魅力，也预示了未来中国职业装市场发展潜力巨大。此次正式进入中国制服行业的 COTTON USA，将会进一步促进中国职业装市场的发展，这与4家合作企业的发展方向不谋而合。合作企业纷纷表示，很骄傲从现在开始成为 COTTON USA 的认证企业，COTTON USA 的标志有利于提升企业品牌的溢价能力与影响力，未来我们将会与 COTTON USA 开展更为紧密的合作。毛凯琳再次表示：“棉是自然美好的纤维，因其天然属性与实用性，它代表崇尚自然环保、健康舒适的生活方式。此次活动标志着 COTTON USA 正式进入中国制服行业，促进中国职业装供应链整合优化。未来 COTTON USA 也将持续为中国职业装产业带来更多发展平台及契机。” **TA**

绍兴原色数码：联盟、共赢，享未来

本刊记者 _ 张颖

近日，在2018中国（山东）国际纺织博览会上，原色数码以特装展位亮相，其携带的新技术、新产品、新活动获得了专业观众的极高关注。绍兴原色数码科技有限公司是一家致力于花样设计、分色、数码印花、仿数码印花、软硬件研发销售、技术培训等一条龙服务的国家高新技术企业。为更好推广最新的数码印花技术，将公司的科技成果与更多人分享，在本次展会上，原色数码以“联盟、共赢”为主题，重点推广“图来旺”设计分色平台。同时，联动宣传“原色杯时尚女装印花图案设计大赛”，并公开了参赛选手加入“图来旺”平台的优惠政策，以实现合作共赢。

据了解，“图来旺”作为一个专业花型设计交易平台，不仅拥有其他同类设计销售平台的所有功能，还增设了更多技术功能。如软件能兼容jpg格式、金昌分色软件专业格式及Adobe Photoshop的psd格式等，并能自动识别，进行模拟试衣；还可以关闭分色通道看效果，调换颜色等。

与此同时，“图来旺”也是一个专为设计师提供服务的平台。为增进设计师与平台的相互信任，加强后期合作，原色数码特在本次展会期间推出了免费“联展”方式，无偿为一批设计师提供推广。

据介绍，设计师在入驻“图来旺”后，可上传自己的原创稿件进行销售，平台只收取10%的服务费，并有2%用作公益资金。

“联盟、共赢，才有美好未来。”绍兴原色数码科技有限公司总经理张为海表示，公司经过多年发展，“图来旺”的综合优势日益凸显，平台在强大的分色基础上，能在设计上专业辨别和指导合作设计师。此外，配套的自动设计软件、自动分色软件、自动配色软件，也成为节能、降费、掌握市场的有力工具。还有图像识别功能为知识产权保护保驾护航。“公司希望通过合作联盟，联合设计师、分色师、律师、知识产权注册单位等不同行业优秀服务商，快速反应，服务客户，提高效率。”张为海说。

原色数码在张为海的掌舵下，其自主研发的“图来旺”是国内外为数不多的设计分色专业技术平台，能为客户提供设计分色、任务发布、数码订制等一站式服务。公司始终秉承“科技创新、合作共赢”理念，用科技手段解决行业痛点。未来，公司将以设计、分色为主要服务业务，以数码印花加工为辅助，以实体店打通“图来旺”云平台，线上线下结合，辅以各种专业工具软件链接客户，做到上下游互连、互通、共赢。 **TA**



原色数码致力于用科技手段解决行业痛点。

TIPS

关于 COTTON USA

美国国际棉花协会 (Cotton Council International, CCI) 是美国国家棉花总会 (National Cotton Council of America, NCC) 的出口推广分支，是一个非营利性机构，致力于在全球范围内推广带有 COTTON USA 商标的美国棉花纤维、美国棉织物及棉制品。60 多年以来，CCI 一直致力于在行业内部和消费者层面推广美国棉花纤维及其所制造的棉制品。CCI 与纺纱厂、面料制造商、服装制造商、品牌商、零售商、纺织协会、政府机构和美国农业部合作，在全球范围内推广美国棉花。目前在世界各地设有 20 个办事处，在 50 多个国家和地区进行推广活动。



GOTEX
SHOW

INTERNATIONAL TEXTILE FAIR
巴西圣保罗GOTEX国际服装采购展

2018年9月11-13日
巴西圣保罗北方展览中心·黄馆

第六届如期而至

11TH TO 13TH
SEPTEMBER
2018



ORGANIZING COMMITTEE:



www.gotexshow.com www.ccpittex.com

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

地址：北京市朝阳区朝阳门北大街18号1002室

联系人：王继欧 王静

电话：+86-10-85229550 85229017

E-mail：wjo@ccpittex.com joycewang@ccpittex.com





青年亚文化以各种形态渗透于中国时尚中，也因中国时尚这一载体更深入地传播给大众。

浅谈中国青年亚文化对时尚品牌的影响力

北京服装学院 _ 刘晓彤 肖彬 / 文

青年亚文化作为“异类文化”存在于社会中的时代已经远去，它已与当下时尚紧密结合，并与“千禧一代”的生活方式相辅相成，成为当下社会文化中至关重要的一部分。本文通过分析青年亚文化在中国的发展演变与体现形态，以及国际大牌和中国潮牌如何借助这一趋势为品牌重新树立公众形象、进而获得更大的市场，解读青年亚文化这一社会文化与时尚品牌之间的关系。

中国青年亚文化的发展背景

青年亚文化是指各个时期在青年人中形成的，游离于主流文化与传统、正统文化的一种社会文化形态，它在文化上更加自由、更少受到传统价值观念的约束，对主流文化具有一定的破坏性和批判性。但当青年亚文化流行开来，被广泛传播并被大众所吸收接纳后，青年亚文化风格就被逐渐收编为大众文化的一部分。

从欧美来看，青年亚文化自一战之后开始形成，二战后，青年成为社会核心，青年亚文化所创造的风格甚至为各种先锋派艺术所借用。超现实主义和波普艺术、概念艺术、行为艺术等各种先锋派艺术运动完全抛弃了和谐、比例、对称这些已经在许多世纪中被遵守的古典美学准则，这些先锋派运动的理想不再是高雅的传统文化，而变得独创和新奇。

在中国，随着 20 世纪 70 年代末开始的社会变革，年轻人与社会的相互关系发生了新的变化，越来越多的年轻人挣脱开社会与家庭原本对他们期待与要求的束缚，使“问题青年”、“青年问题”成为了社会关注的一个焦点；进入 80 年代中期，“摇滚青年”、“痞子青年”出现在人们的视线中，这种逃离家庭与社会束缚的亚文化开始演变为青年文化中的主文化。

现如今，青年亚文化经过多年的演变之后已然有别于最初的亚文化形态，推崇青年亚文化的人群已经演变为摆脱了传统审美标准，具有前瞻性思想意识，追求超脱生活方式，拥有鲜明个性的一群人。

中国青年亚文化时尚近几年来在中国的时尚圈内处于一种快速蔓延状态。青年亚文化时尚以“自下而上”的方式传播，街头文化、街头时尚反哺较高的社会阶层时尚，使得青年亚文化时尚传播开来，这种反叛“抵抗美学”风格逐渐成为商业消费风格。

青年亚文化对于时装品牌的影响力

对于品牌而言，吸引和加固消费者需要是重要内容。一方面，可以通过改变品牌的产品属性吸引到更多的消费者，如品牌通过与其他品牌联名，在品牌的产品属性中融入多文化元素；另一方面，是在传播手段上更加迎合目标消费群体的兴趣爱好与生活方式，使品牌产品与目标消费群体有一个很好的衔接沟通。

现如今，部分品牌已经在不断更新品牌形象，这是品牌产品向年轻化发展的趋势。传统奢侈品牌 Louis Vuitton、Givenchy、Balenciaga 等品牌逐渐摆脱销售困境，迎来新的消费高峰，如 Louis Vuitton 迎接美国潮牌 off-white 创始人成为品牌男装艺术总监；强烈街头风格的注入，使以优雅典范著称的 Givenchy 变为了街头感十足的高级时尚品牌；Balenciaga 热门单品老爹鞋 Triple-S、以“IKEA”塑胶袋为灵感的购物袋，使其成为“千禧一代”中最受欢迎的品牌之一。

除了以上国际品牌，中国品牌同样也在青年亚文化时尚的发展中看到商机，如中国家喻户晓的运动品牌——李宁，继在 2018 年秋冬纽约时装周上首次亮相后，在 2019 年春夏巴黎男装周的演绎，使李宁品牌再次成为全民热议话题。

在 2019 春夏巴黎男装周大秀中，李宁品牌以“中国李宁”为主题，将当代年轻人所倾心的复古风与现代街头文字潮流结合，打造新街头主义的中国潮流运动精神，赋予了当代中国青年亚文化时尚更多的含义与神韵。

中国本土品牌太平鸟也为品牌年轻化的转型付出了极大的努力。为快速接触年轻消费者，他们以时尚 KOL 作为有效的突破口，携手时尚 KOL 演绎品牌服装，并紧跟时尚热点，与吸引眼球的明星合作，与音乐节、电音节合作，聚焦更多年轻人的时尚阵地。

陈冠希的潮牌 CLOT 也是中国本土潮牌的典型代表，2019 春夏巴黎时装周期间，CLOT 在巴黎开设了 POP-UP STORE，将 CLOT 与 Nike、Converse、Sacai、Fear of God、4PK、M&M Custom Performance、Buscemi 等品牌的独家联名产品集中展示。

青年亚文化对于中国时尚的影响

青年亚文化以各种形态渗透于中国时尚中，也因中国时尚这一载体更深入地传播至中国大众。

时装周被视为时尚最前沿的缩影，青年亚文化已经被中国各大时装周所重视。”上海时装周作为当代中国青年亚文化时尚的呈现平台，将当代中国青年亚文化时尚通过时装发布会的形式向国内外观众展现出来。在 2018 秋冬上海时装周中 Rico Lee 与中国运动品牌安踏合作发布，明星古巨基的两个融合运动元素的潮牌 SOLO CELEB. 和 HTDG 举行发布，国内炙手可热的时尚造型师刘璐与歌手周笔畅携手美国运动品牌 PONY 举行发布，运动品牌 MISHKA 更是邀请说唱歌手 GAI 身着 MISHKA 最新运动套装在前排看秀，并邀请街舞舞者穿插表演。说唱和街舞是现在中国综艺最新的青年亚文化聚焦点，MISHKA 将品牌时尚与说唱街舞结合，也是将品牌与中国年轻人连结。

提起中国的青年亚文化时尚，不得不提上海的“时尚周末”，这是以青年的“体验”为中心，融合了青年亚文化等多元文化标签的全球首创的“浸入式时尚嘉年华”。以低廉的票价，为热爱时尚的年轻群体提供一站式式的时尚体验，先锋时尚狂欢为体验者提供了第一手的时尚买手资讯，叛逆嬉皮、波普摇滚、欧式高街、法式 CHIC 等风格的展示，模特互动表演、二次元宅舞、国内外独立设计师的集成市集、先锋艺术家的作品展览、趣味争议性话题讲座讲堂，让更多人第一时间欣赏新锐设计师的最新作品，更有机会触碰到中国新锐时尚。对于不同“标签”化的年轻群体，“时尚周末”这个平台让他们找到属于各自的时尚态度，并与持有相同时尚态度的同伴产生共鸣，找到归属感、认同感。

说到当代中国青年亚文化时尚的聚集地，



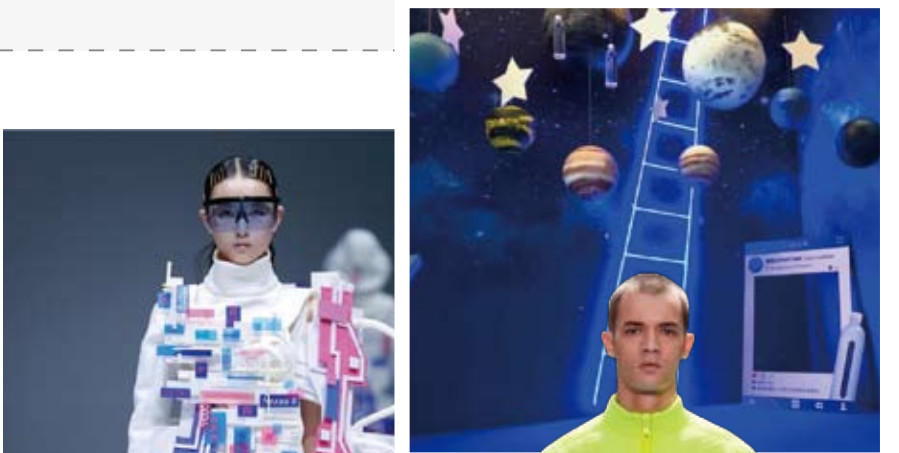
还必须提到中国国际大学生时装周，90 后、95 后青年设计师将自己的创新审美趣味在中国国际大学生时装周的舞台上呈现出来，二次元文化、互联网文化、街头文化、青年亚文化设计元素席卷秀场。大学生时装周上也不乏一些校企合作品牌，企业与学校的合作足以看出品牌重视青年群体，青年群体文化掌握了时尚话语权，青年文化、青年亚文化渗透进大众消费模式中，同时也是顺应主流消费群体代际更迭、大众消费结构逐渐升级的趋势，青年亚文化时尚的商业价值逐渐凸显。

在时装周外场、潮人购物聚集地、艺术园区等地点的街拍活动也正逐步成为中国当代年轻人的街头文化活动，同时也是一种青年亚文化时尚体现。摄影师用相机捕捉穿着好看、好玩、品味独特的潮流人士，时髦的服装搭配元素在相机中被放大，成为独特的街头潮流风格。

中国是非常有吸引力的市场，这里有全世界最大的新一代消费群体。2017 年，意大利高端品牌产品在中国的销售额同比增长 16%，其中很大一部分用户是年轻消费者。《2018 年中国时尚消费趋势白皮书》显示，中国 18 ~ 28 岁的年轻人群体是潮牌潮品的主要消费者；有 30% 以上的中国消费者偏好原创设计师品牌，追求个性与轻奢化产品；更有越来越多的城市购物商场内推出了设计师产品集合店，同样也受到了年轻消费者的追捧。有一项预测显示，2021 年，69% 的高端时尚产品将聚焦“千禧一代”消费，尤其是其中的高端消费群体，他们年轻、有创造力、有消费能力，也喜欢高品质产品。

随着当代年轻人占据更大的消费市场，迎合年轻人的消费喜好成为商业品牌的重中之重，而青年亚文化时尚标新立异的反叛精神与现如今年轻人的时尚态度不谋而合，这使得青年亚文化时尚蕴藏巨大的商机。

青年亚文化这种外来文化也同样冲击着中国消费者，影响了中国新一代消费主力军的消费模式与生活方式，在这一基础上，想要占据更大中国市场与获得这一部分种子消费人群，品牌需要融入更多的附加体验与社会价值，使中国的时尚融入更为丰富的理念，这一理念又影响着中国的消费者。这样的正向循环式发展注定了青年亚文化在中国的持续性，也同时注定了时尚品牌的多样化发展趋势。^[1]

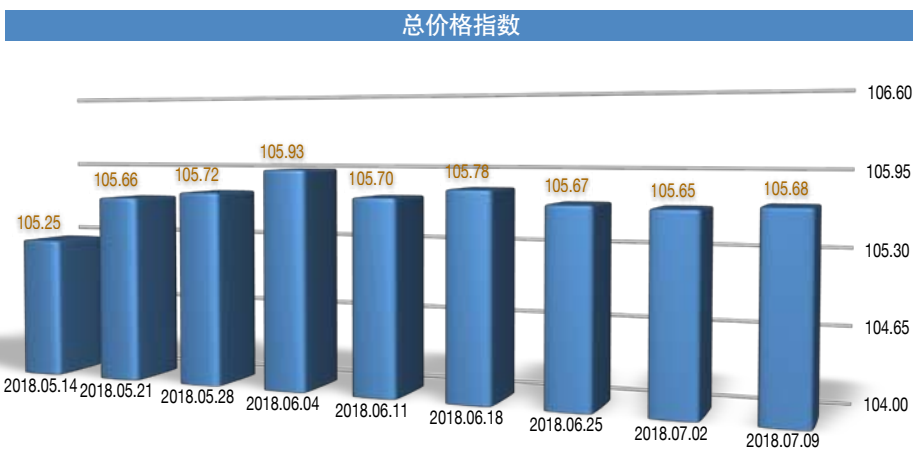


随着年轻人占据更大的消费市场，迎合年轻人的消费喜好成为商业品牌的重中之重。

市场营销略显回升 指数微幅上涨

20180709 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20180709 期纺织品价格指数收报于 105.68 点，环比上涨 0.03%，较年初下跌 0.29%，同比上涨 0.63%。



近期，中国轻纺城市场营销略显回升，其中原料市场行情小幅下跌，坯布市场小幅回升，服装面料市场布匹价值微幅上涨，家纺类面料成交价量小幅推升，辅料行情明显下跌。

原料行情小幅下跌，涤纶微幅上涨、纯棉纱行情仍有下跌

据监测，本期原料价格指数收报于 84.08 点，环比下跌 0.24%，较年初上涨 1.22%，同比上涨 2.08%。

聚酯原料价格震荡上行，涤纶行情微幅上涨。本期涤纶原料价格指数微幅上涨。上游聚酯原料价格震荡上行，近期华东地区 PTA 现货主流 5950 元 / 吨，MEG 主流 7130 元 / 吨左右，聚酯切片市场报价环比上涨，聚酯切片江浙地区半光切片现金或三月承兑 7750 ~ 7850 元 / 吨左右。萧绍地区涤纶长丝成交局部推升，FDY 厂家报价局部小涨，大有光丝价环比小涨；细旦丝价环比小涨。DTY 成交稳中局部小涨，产销局部小增，价格环比小涨，DTY 多孔丝价基本稳定，局部小涨。近期涤纶短纤价格局部稳中小涨，现江浙地区 1.4D×38MM 主流现 8875 元 / 吨左右；纯涤纱市场价格基本稳定，江浙地区 32S 主流在 14150 元 / 吨左右，50S 主流 17400 元 / 吨左右。

纯棉纱报价继续下跌，人棉纱价格稳中偏弱。本期纯棉纱价格继续呈现下滑态势，纯棉纱 32S、21S 依然动销，目前纯棉纱价格走势继续偏弱。萧绍地区纯棉纱市场观望气氛继续增浓，销售不佳，报价稳中整理局部下跌。预计后市纱线行情将有适度盘整趋势。混纺纱产品和涤棉纱品种价格暂稳；涤粘纱系列产品价格保持平稳，成交量不大。粘胶短纤价格弱势调整，市场价格暂稳，部分成交重心略有下移，目前均价在 14800 元 / 吨左右，随着厂家前期订单执行接近尾声，市场部分厂家对后市行情有些担忧，近 2 ~ 3 周市场都维持偏低产销运行，下游采购意向偏弱，维持刚需小单采购，中、高端单日产销个别较高近 6 ~ 7 成，大多不足 5 成，目前行业整体库存依旧偏低，各厂家心态尚可，价格执行也基本平稳，仅个别实单商谈初显百元优惠。粘胶短纤厂家暂且维持低库存运行，以稳价意向为主。人棉纱部分品种价格下移，10S 交易量较大，预计后市人棉纱线行情将继续呈向下调整的态势。

坯布行情环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 117.20 点，环比上涨 0.31%，较年初下跌 1.24%，同比上涨 0.06%。

本期坯布类价格指数呈小幅上涨走势。近期市场夏季薄型坯布下单环比小增，秋季坯布订单局部回升，部分坯布企业产出环比回升，因下游实际需求环比小增，部分坯布销售有所回升。其中混纺纤维坯布需求环比推升，价格指数呈一定幅度上涨走势，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推升；化学纤维坯布现货成交和下单环比回升，价格指数呈小幅上涨

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升；拉动坯布类总体价格指数小幅上涨。

服装面料继续推升，价格指数微幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.34 点，环比上涨 0.09%，较年初下跌 0.69%，同比上涨 0.20%。

服装面料类价格指数微幅上涨，近期，轻纺城传统面料市场营销继续推升，因创新面料下游需求环比增长，夏季创意产品现货成交和订单发货环比推升，秋季新风格产品局部下单继续增加，部分布业公司和规模性经营商户成交环比推升，创新产品价格环比小涨。纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤锦面料、涤氨面料成交价量不等量上涨。近期，轻纺城市场涤氨弹力面料现货上市量局部增加，成交批次有所增长，连日销量逐日推升，创新面料成交价量呈小幅上涨走势。涤氨弹力面料下单逐日增加，目前织造生产或加工企业产出环比增长，从近期销售情况来看，因下游需求增长成交环比推升，有部分批次价格呈小幅上涨走势。

家纺营销继续推升，价格指数小幅上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 102.07 点，环比上涨 0.28%，较年初下跌 0.61%，同比上涨 0.01%。

本期家纺类价格指数小幅上涨，近期轻纺城家纺市场营销环比推升，创新色泽花型产品现货成交逐日推升，订单发送量环比小增。床上用品成交环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；日用家纺成交继续推升，价格指数呈小幅上涨走势；窗纱现货成交和订单发货继续推升，小批量多品种色泽花型成交环比小升，中批量成交局部推升，较大批量成交局部亦有小增，价格指数呈小幅上涨走势；拉动家纺类总体价格指数小幅上涨。

市场需求环比回落，辅料指数明显下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 130.04 点，环比下跌 1.18%，较年初下跌 0.43%，同比下跌 0.79%。

本期服饰辅料类价格指数明显下跌，近期轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回落，至目前现货成交和订单发货环比下跌。衬料类成交明显回落，价格指数跌幅相对较大；花边类行情继续回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；服装里料类成交环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；线绳类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；拉动辅料类总体价格指数明显下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势，因夏日淡季下游需求局部下降，夏季面料现货成交继续下降，秋季面料采购局部显现不足，织造企业开机率逐步下降，印染企业产出锐减，南北客商认购踊跃度将震荡小跌，市场行情走势局部偏淡，整体市场成交将呈现震荡小跌走势。[T]

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



TACC
CHINA 2018

共享流通新时代
同筑汉正新未来

2018中国纺织服装流通大会
2018中国·汉正街服装服饰博览会

2018 China Textile and Apparel Circulation Conference
2018 China Hanzheng Street Clothing&Accessories Exposition

2018.7.28
中国·武汉



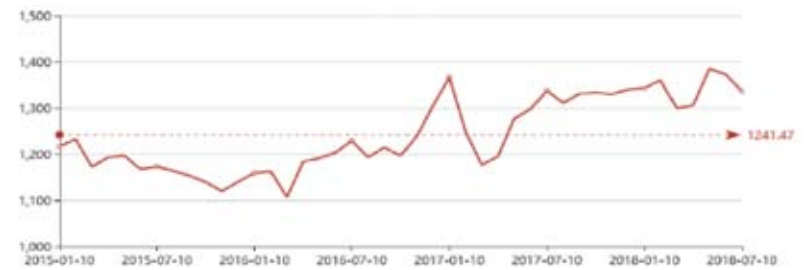
市场淡季发酵 “50 指数” 承压下行

2018 年 6 月份商务部中国·盛泽丝绸化纤指数“50 指数”述评

盛泽“50 指数”从时序上反映了盛泽地区纺织产业发展的总体状况。从某种意义上讲，也反映了企业的景气状况。它是以盛泽地区生产规模最大或者较大的 50 家丝绸化纤织造企业的净现金流为依据，按月度统计发布。盛泽 50 指数反映了盛泽地区主要企业的经营效益波动情况，在一定程度上反映了企业竞争能力的变化。盛泽“50 指数”采用定基指数法，即以 2007 年 8 月为基准期，从纵向的角度提供一个标杆，为企业和市场研究人员提供一个参考基准。

据国家商务部中国·盛泽丝绸化纤指数（下称“盛泽指数”）监测数据显示：2018 年 6 月份，盛泽“50 指数”上涨，收于 1336.17 点，与 2018 年 5 月份相比下跌了 36.67 点，跌幅为 2.74%。

图1 盛泽“50指数”走势图



影响“50 指数”走弱的利空因素

1. 淡季效应显现，市场订单数量明显减少

6 月，里料市场因季节性因素，市场整体成交走低，价格大致稳定。常规平纹类织物热点产品不多，主流集中在涤塔夫、春亚纺系列。面料方面，本月面料市场成交小幅走低，尤其是仿真丝系列成交走货一般，高捻乱麻系列用于夏装仍有刚需，四面弹系列成交较去年同期稍有减少。整体来看，本月订单数量较上月继续走淡，市场明显开始进入淡季。

2. 环保持续高压，“开三停一” 情况持续

日前，生态环境部正式宣布，环保督查“回头看”多重点区域强化督查范围从 28 个城市扩展到 80 个，将有 3 万人参加攻坚战。受此影响，盛泽地区“开三停一”管控政策持续，并且没有放开的趋势。受环保“回头看”的影响，广东、江苏、浙江地区印染企业产能持续受限，印染原料价格继续上涨，进入 6 月以后，染费更是有多次上调，部分深色产品染费较年初上涨了 0.3 ~ 0.4 元 / 米。受此影响，面料企业议价能力减弱，接单更趋谨慎。

3. 原料价格上涨，企业利润受到压缩

进入 6 月，受地缘政治因素影响，国际油价迎来先跌后涨。6 月中旬以后，原油的行情带动了聚酯化纤全产业链价格的持续上涨，涤纶长丝价格在本月整体小幅上涨，其中 POY 涨幅最大，POY 150D 的涨幅达到了 455 元 / 吨。但因为市场进入淡季，订单数量不多，因此坯布和终端面料成交价格难以上涨，企业的利润受到了极大的压缩。

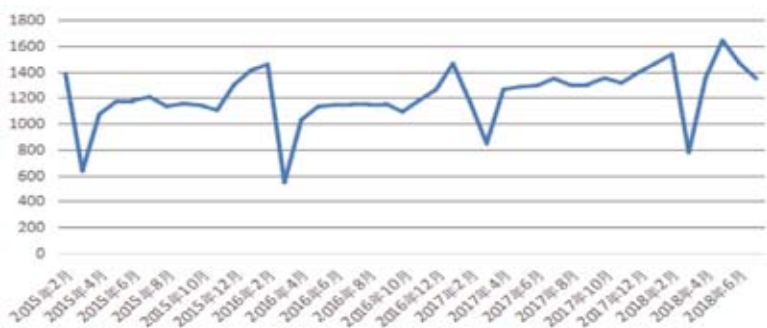
虽然“50 指数”呈现走弱态势，但是我们也应该看到市场背后仍然存在部分利多因素。

虽然存在“开三停一”的现象，但是整体来看，盛泽地区织机开工率仍然处于较高水平，由于产能受限的影响，织造厂家产销基本可以保证平衡，库存压力不大，因此未来企业对产品的生产调整较为灵活。

影响“50 指数”走低的原因

平均销售总额显示“50 企业”销售量以及产品价格变化。从平均销售总额曲线走势图我们可以看出，6 月“50 企业”平均销售总额收于 1348.6282，与 5 月份相比下跌了 120.2266 点，跌幅为 8.2%。6 月以后，市场进入淡季，常规订单数量减少，加上“开三停一”政策持续，开机率受到压制，因此 6 月以后盛泽市场平均销售额持续下跌。

图2 平均销售总额走势图



平均销售重量显示“50 企业”销售布匹、原料的数量，进而显示市场活跃度。从平均销售重量曲线走势图上可以看出，6 月“50 企业”平均销售重量收于 546.4874，与 5 月相比下跌了 8.3374，跌幅约为 3.2%。一方面，本月面料市场成交小幅走低，尤其是夏季最常规的仿真丝系列成交走货一般；另一方面，在环保和涤丝上涨的压力下，市场上织造、面料企业利润空间被压缩，接单逐渐变得困难，因此 6 月平均销售重量指数下跌。

图3 平均销售重量走势图



平均原材料购入金额显示当月企业采购情况以及生产积极性。从平均原材料购入金额走势图上看，6 月“50 企业”平均原材料购入金额收于 884.8706，相比 5 月上涨了 53.1344，涨幅为 6.4%。6 月在国际油价大幅上涨的背景下，上游原料价格整体处于上涨区间，再加上近期虽然进入淡季，但因为受“开三停一”的影响，企业整体产销维持平稳，在涤丝上涨的前提下，平均原材料购入金额略有提高。

从平均总工资曲线走势图上看，6 月“50 企业”平均总工资较 5 月份小幅下跌，收于 1013103.555 点，下跌了 86529.6384，跌幅为 6.4%。6 月受“开三停一”持续的影响，纺织企业用工情况较之前有所改变，工人工时大幅减少。因此，6 月平均总工资指数下降。

后市预测

总体来看，进入 6 月以后，市场已经基本进入淡季，受环保政策影响，盛泽地区织造企业产销基本可以维持平衡，但较前两月订单数量减少较为明显。未来，预计环保政策将会持续收紧，印染企业产能也会继续受到限制。7 月是纺织市场的传统淡季，订单减少的情况应该还会持续，因此预计 7 月“50 指数”将会继续下跌。**17A**



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



知纺织 通同行 做生意
扫描二维码 立即下载纺链通APP

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY



東方時尚中心
ORIENTAL MODERN CENTER



“星”耀东方 “布”凡时尚

东方时尚中心

ORIENTAL MODERN CENTER

2018中国面料之星 用户满意面料产品调查活动 正式启动

中国面料之星活动自2011年举办以来已连续举办8届，每届均得到数百家面料企业的热情参与，今年的活动已正式启动，现面向全国优秀的面料企业征收面料，面料递交截止时间为9月10日。

今年该活动得到了智慧型·全体验时尚创意产业生态园——**东方时尚中心**的冠名支持，并将于8月底在青岛西海岸东方时尚季期间举办中国面料之星历届获奖企业对接会，9月底于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2018中国面料之星颁奖仪式。

面料参评报名表申请、8月服装品牌与面料企业对接会、商务合作咨询：

“中国面料之星”用户满意产品调查活动组委会

联络人：雷蕾 赵国玲

010-85872143 ; 13521507499

面料产品参评邮寄地址：

北京市朝阳区东四环中路39号华业国际B座207 邮编100025

雷蕾（收） 010-85872143



2018
MARINE FASHION CREATIVE
DESIGN CONTEST
CLOTHING AND ACCESSORIES
2018海洋时尚创意设计大赛(服饰类)

2018 海洋时尚创意设计大赛『服饰类』

2018
6/20
8/28

创意
美好度假生活

大赛主题

NEW LIFE @海

以创新设计初心,迎接海上美好NEW LIFE

用互联网思维“@”,链接美好生活与大海的和谐关系

休闲、运动、亲子、情侣 @ 创意

创意美好生活激发设计灵感,大海风潮“心系”全新作品

等你,一起出海!

大赛目标



大赛风格选题

1. 情侣系列
2. 亲子系列
3. 浅海运动系列
4. 沙滩休闲系列

作品要求

1. 设计作品必须为原创,突出海洋时尚流行趋势及滨海时尚生活理念的服饰、配饰;
2. 每个参赛选手限选一个风格系列。一经选定,不可更改,否则视为无效参赛作品;
3. 每系列作品由4套成衣及3件配饰或装备组成,男、女、童装不限。

奖项设置

一等奖1名,奖金15万元;
二等奖1名,奖金8万元;
三等奖1名,奖金5万元;
一、二、三等奖获得者同时获得东方时尚中心签约设计师服务、作品商业转化分润奖励。
网络人气奖1名,奖金2万元;
创意概念奖1名,奖金2万元;
市场潜力奖1名,奖金2万元;
优秀奖5名,奖金各1万元;
初评入围100名作品公示设计师,每人获得300元画稿补贴。
单项奖及优秀奖获得者同时获得东方时尚中心合作设计师服务、作品商业转化分润奖励。

(备注:全部获奖选手将获得奖金、证书,以上所有奖金金额均为税前,所有奖金及个人所得税均由青岛秀域时尚海洋文化有限公司支付及代缴。)

大赛组织机构

指导单位:中国纺织工业联合会
主办单位:中国纺织工业联合会流通分会 / 中国(青岛)国际时装周组委会 / 东方时尚中心
承办单位:《纺织服装周刊》杂志社 / 青岛秀域时尚海洋文化有限公司

大赛流程

作品征集:2018年6月20日—2018年7月18日
专家初评:2018年7月21日(北京)
初评入围100名作品公示 / 网络人气评选启动:2018年7月23日
总决赛入围作品公示:2018年7月25日
总决赛成衣制作:2018年7月25日-2018年8月25日
总决赛暨颁奖典礼:2018年8月28日(具体时间另行通知)



联系方式

参赛作品要求、参赛指南及选手报名表请详见:

大赛官网:www.hyss.top

《纺织服装周刊》官网:www.taweekly.com 中国纺织经济信息网:www.ctei.cn

《纺织服装周刊》官方微信:fzfzzk 海洋时尚生活官方微信:xiuyuhy

咨询电话:王振宇 010-8587 2122 孙洁 010-8587 2123 殷经理 15376712080

快递地址:北京市朝阳区东四环中路39号华业国际中心B座201-2室

《纺织服装周刊》杂志社大赛组委会(收) 邮编:100025



大赛官方微信公众账号



《纺织服装周刊》官方微信公众账号