

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

2018.01.15 | 第03期 | 总第867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: 010-85872643
联系人: 李晓慧

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



我国首个智能针织产业园——沐阳智能针织产业园致力于探索针织产业的“智造”，这对中国针织乃至纺织工业来说都是前瞻和有益的探索。

yarnexpo

中国国际纺织纱线
(春夏)展览会

开启
时尚
之源

2018.3.14 – 16

国家会展中心(上海)



展会官方微信

官网报名: www.yarnexpo.com.cn
咨询电话: 010 - 5739 2052



messe frankfurt



做全球纺织品生意
上全球纺织网

www.tnc.com.cn

纺织订单 / 在线交易 / 纺织资讯

☎ 热线电话 400-119-0123

浙江中国轻纺城网络有限公司

公司总部：浙江省绍兴市柯桥区钱陶公路与双渚路交叉口中纺大厦 3F 电话：0575-89975555
杭州分公司：浙江省杭州市文一西路通普路中天 MCC 1 号楼 308 室 电话：0571-56509977

旗下平台



【扫一扫】关注
全球纺织网微信公众号



【扫一扫】登陆
手机版 - 全球纺织网



2018绍兴柯桥中国轻纺城 窗帘布艺展览会(春季)

2018年3月3日-6日

中国轻纺城国际会展中心

打造国内专业的窗帘布艺展览会

联系电话：137-0575-7181 188-5857-4392

主办单位：
中国家用纺织品行业协会

承办单位：
绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会
绍兴市柯桥区会展业发展办公室
绍兴市柯桥区温岭商会
浙江萤火虫会展有限公司

支持单位：
网上轻纺城
全球纺织网



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: [Textile](#)
印度合作媒体: Inside Fashion
日本合作媒体: 纤维News
台湾合作媒体: [纺织周刊](#)
承印: 北京中科印刷有限公司
法律顾问: 大成律师事务所

为纺织科技打 Call

新年伊始，中国纺织行业便传来重大喜讯——在1月8日召开的2017年度国家科学技术奖励大会上，纺织行业有三项成果分别获得国家科学技术进步一等奖、二等奖和技术发明二等奖。其中，由中复神鹰、东华大学和江苏鹰游完成的“千吨级干喷湿纺高强/中模碳纤维产业化关键技术及应用”项目，让纺织行业在时隔3年之后，再次问鼎国家科学技术进步一等奖！

干喷湿纺是目前制备高性能碳纤维公认的最先进技术，其产品广泛应用于航空领域和国防军工领域。经过多年的坚持和不懈努力，中复神鹰公司打破了国外的垄断，实现了自主化生产，成为世界上第三家实现高性能干喷湿纺碳纤维产业化的企业。目前，中复神鹰自主研发的高性能碳纤维已经具备了为我国战略武器和装备等军工领域稳定持续供货之能力。

在此之前，纺织行业有二个项目获得过国家科技进步一等奖，即：2009年度的“如意纺”和2014年度的“筒子纱数码染色”。此次“千吨级高性能碳纤维”项目再度登上国家科学技术最高领奖台，无疑是对中国纺织行业坚持科技创新、建设纺织强国的最高评价和巨大鼓舞。

习近平总书记曾经说过，高端科技就是现代的国之利器。近代以来，西方国家之所以能称雄世界，一个重要原因就是掌握了高端科技。真正的核心技术是买不来的，正所谓“国之利器，不可以示人”。只有拥有强大的科技创新能力，才能提高我国国际竞争力。

科技创新是中国纺织工业发展的重要驱动力。如今，纺织科技在行业企业经济效益的提升中正发挥着重要作用。例如，“如意纺”已有30多项专利技术在西方发达国家申报了专利。LV、Gucci、Hermès等世界级品牌纷纷选用如意设计、制造的面料。如意技术研究院利用“如意纺”技术年产20万平米以上的奢侈面料，每米均价可达1000元以上。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇在一次报告中强调，“十三五”期间纺织工业将重点发展智能制造和纺织新材料重点工程，不断加强和推进已有高科技、智能化项目的产业化，提升技术研发水平，支撑我国纺织工业突破瓶颈制约，加快走向生态、绿色、低碳、数字化、智能化，向新兴产业领域深度拓展，进一步提高纺织工业对国民经济发展的贡献度。

“中国纺织的科技工作，应该是最先发出‘中国好声音’的。”中国纺织工业联合会会长孙瑞哲这样描述科技对于中国纺织行业的重要性，从纺织大国到纺织强国，固然可以用一系列的指标去衡量，但事实上，话语权是我们能否成为纺织强国的重要标准之一。话语权的实现，靠的是实力。而实力，源自科技！

2018年真的是个好年份，新年伊始传捷报，纺织科技拿大奖！让我们为中国纺织工业取得的科技成果点赞，为助力中国早日实现纺织强国的纺织科技打 Call！

赵媛媛

CONTENTS

目录

6 资讯 INFOS

推进新时代纺织工业高质量发展
中国纺织工程学会旗袍文化研究会揭牌

8 关注 ATTENTION

纺织业三项成果获国家科技奖
学思悟行十九大精神 沐阳经开区“织”出纺织产业新图景

10 展会 EXHIBITION

消费回暖下的制造升级
智能制造已成新一轮转型升级突破口

18 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

多方共聚 抢占先机
专业市场党建工作有了“柯桥标准”

22 行业 INDUSTRY

化纤：改革成效逐步显现 绿色发展愈加自信
针织：新时代、新定位，谋求行业新发展



14 特别报道 SPECIAL

用科技、时尚、绿色舞动新纺织

中国纺织由大变强需要产业人士共同努力，产业规模是强国的基础，而软实力的提升，则是纺织强国更需要丰满的羽翼。

本期，《纺织服装周刊》以媒体的视角，带领读者领略一个正在被冠以“科技、时尚、绿色”的新纺织。

CHIC

2018

March Edition

中国国际服装服饰博览会(春季)
China International Fashion Fair (March Edition)

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

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

宏观 | MACRO

国务院部署进一步优化营商环境

1月3日，国务院召开常务会议，部署进一步优化营商环境，持续激发市场活力和社会创造力。

一要以简政减税减费为重点进一步优化营商环境。对企业开办、纳税、施工许可、水电气报装、不动产登记等事项大幅精简审批、压缩办理时间，大力推动降电价；促进“证照分离”改革扩容提速等。

二要严格依法平等保护各类产权，加大知识产权保护力度。保障不同所有制企业在资质许可、政府采购、科技项目、标准制定等方面公平待遇，坚决查处滥用行政权力排除和限制竞争的行为。全面实施市场准入负面清单制度，在全国推行外商投资企业商务备案和工商登记“单一窗口、单一表格”。

三要借鉴国际经验，抓紧建立营商环境评价机制，逐步在全国推行。对跨境贸易建立跨部门一次性联合检查机制。打造国际化、法治化营商环境，为企业和群众提供办事便利，进一步激发市场活力和大众创业、万众创新深厚潜力。(李可)

消费升级行动计划将全面启动

日前，商务部召开了全国商务工作会议媒体吹风会，会议透露，2018年将全面启动“消费升级行动计划”。这是商务部在消费领域提出的未来五年的重点工作举措。

商务部党组书记、部长钟山指出，未来5年，商务改革发展要推进六个方面主要任务，实施若干行动计划。六个方面主要任务是：增强消费对经济发展的基础性作用，提升外贸竞争新优势，提高双向投资水平，优化区域开放布局，构建新型国际经贸关系，增强商务服务民生能力。

钟山表示，2018年要实施主要任务和行动计划，着力推动消费升级、保持外贸稳定增长、有效利用外资、引导对外投资有序发展、落实好重大对外援助任务、深化“一带一路”经贸合作、拓展全方位经贸合作、打好商务脱贫攻坚战、办好首届中国国际进口博览会。重点举措包括：打造城乡便民消费服务中心、实施商圈消费引领工程、搭建国际消费新平台、推动绿色消费、构建现代供应链、建设放心消费环境。

此外，商务部市场运行司司长陈国凯在会上还透露，接下来，商务部将积极培育国际消费中心城市，并培育建设若干个国家级消费中心城市。(苏娟)

企业境外投资新管理办法3月实施

据国家发展改革委网站消息，《企业境外投资管理办法》(国家发展和改革委员会令第11号)将于2018年3月1日起施行，届时《境外投资项目核准和备案管理办法》(国家发展和改革委员会令第9号)同步废止。针对社会各界关心的主要问题，国家发展改革委有关负责人表示，新办法突出放管结合，推出三项实实在在的改革，进一步规范企业境外投资。

一是补齐管理短板，将境内企业和自然人通过其控制的境外企业开展的境外投资纳入管理框架，采取精准化的管理措施。二是创新监管工具，改进协同监管和全程监管。三是完善惩戒措施，建立境外投资违法违规行为记录。监管是手段，发展是目的。新办法改进事中事后监管，为的是境外投资持续健康发展，为的是国家利益和国家安全。新办法还突出优化服务，推出两项实实在在的改革，进一步服务企业境外投资。

一是充实服务内容，提出投资主体可以咨询政策和信息、反映情况和问题、提出意见和建议等。二是推行在线办理，提出建立境外投资管理和网络系统。(江晨)

聚焦 | FOCUS

推进新时代纺织工业高质量发展

中纺圆桌论坛第十三届年会即将召开

按照党的十九大报告和中央经济工作会议精神要求，我国经济要牢牢把握由高速增长转向高质量发展的根本方向。面临这一划时代的变化，纺织工业需要直面充满变数的国内外环境和新时代基本矛盾在行业的具体体现，坚持质量第一、效益优先，积极主动向创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业转变，逐步形成行业高质量发展的总体定位和结构特征，为行业经济稳中求进、为决胜全面小康社会和建成世界纺织强国而努力奋斗。

为此，由中国纺织工业联合会主办、中国纺织工业联合会新闻中心承办的中纺圆桌论坛将围绕高质量发展，于2018年1月21日在北京举办第十三届年会，“沐阳杯”第六届全国纺织行业新闻奖揭晓及颁奖仪式也

将同期举行。

会议将以“推进新时代纺织工业高质量发展”为主题，邀请国家发改委宏观经济研究院、国务院发展研究中心、中国社会科学院专家，中纺联成员单位及各专业协会领导、专家，纺织产业集群及重点企业、纺织科研院所与高等院校专家等共同研讨我国纺织工业的高质量发展战略。主要内容包 括：十九大和中央经济工作会议关于我国经济高质量发展等相关内容解读；我国宏观经济高质量增长的现状与前景；纺织工业高质量发展的行业运行背景、现状与趋势分析；纺织工业高质量发展的主要矛盾、总体定位与结构特点；重点行业与企业高质量发展的路径选择等。

(郭春花)

浙江省市金融机构助力印染产业集聚发展

1月5日，浙江省绍兴市柯桥区召开传统产业改造提升暨印染产业集聚升级工程银企对接会，20个总投资近150亿元的印染集聚和传统制造业改造提升项目，与工商银行等50多家金融机构进行了对接。

当前，柯桥区印染产业集聚升级进入关键阶段。为此，柯桥区专门设立了传统产业改造提升专项激励资金和规模10亿元的绿色印染产业集聚发展基金，到目前已投放3亿元，支持38家印染企业发展。在此背景下，

金融机构对传统企业改造提升的资金支持显得尤为重要。

对接会上，工商银行等6家银行对绍兴超超染整有限公司等12家企业现场签约授信18.49亿元。金融机构专业人士就企业融资问题现场问诊把脉，并对企业科学制定综合性融资方案、有效化解融资矛盾提出建议。50多家省、市、区银行相关负责人还实地考察走访了蓝印时尚小镇和滨海工业区部分印染企业。(王峰)

佛山广诚发布

2018/2019 网眼类经编面料流行趋势

近日，佛山市广诚经编针织品织造有限公司代表行业正式发布2018/2019网眼类经编面料流行趋势。来自有关部门的领导、业内专家和经编面料采购企业、纺织原料企业、经编机械企业的代表参加了本次活动。这是经编行业长期开展相关研究进行的首次发布。发布会展示了不同大小网眼系列、不同厚薄系列、异型网眼系列、棉系列、弹力系列和特种用途系列等丰富多彩的网眼类产品。

广诚经编长期研发具有市场影响力的产品，已成功开发出各类网眼面料、棉系列网眼面料，在国内外市场占有重要地位。近20年来，广诚经编网眼面料对运动等领域服装的发展起到了导向作用。广诚经编还于

(徐长杰)

现场 | SCENE

中国纺织工程学会旗袍文化研究会揭牌



与会嘉宾为“中国纺织工程学会旗袍文化研究会”揭牌。

1月9日，中国纺织工程学会旗袍文化研究会在江苏吴江盛泽东方纺织城正式揭牌，国家级苏绣非遗代表性传承人、中国刺绣大师姚建萍为名誉主任，著名丝绸专家、宋锦织造技艺国家级代表性传承人钱小萍任研究会主任。2018首届中国旗袍文化艺术节当天在吴江同时启动。

据中国纺织工程学会科技处副处长、旗袍文化研究会发起人白濛介绍，中国纺织工程学会旗袍文化研究会是以中国纺织工程学会主导，在自愿、平等、互利基础上组建，以具有法律约束力的契约为保障，形成的文化引领、艺工融合、利益共享、风险与责任共担的协作创新组织。中国纺织工程学会旗袍文化研究会的主要任务是构建旗袍文化研究体系，探索纺织领域的非遗技艺如何与现

代生活方式完美结合；研究中国的名锦、名绣如何在旗袍文化上广泛传承及如何在国际时尚文化中发扬光大；制定旗袍及相关领域的设计、制作工艺标准，培养优秀的旗袍设计师、缝制工艺师和表演艺术家。

据悉，作为中国纺织工程学会旗袍文化研究会2018年重点工作之一，首届中国旗袍文化艺术节将涵盖三个内容，一是旗袍技艺大赛，二是旗袍文化展览展示，三是旗袍走秀大赛。研究会相关负责人表示，将以旗袍文化艺术节为契机，探索传统文化复兴带动产业转型升级新模式，以技术、艺术、文化、品牌相融合为全面建设社会主义强国提供示范案例，为实现中华民族伟大复兴的中国梦不懈努力奋斗。

当天，中国纺织工程学会旗袍文化研究会在吴江还分别与香港富国金融集团、钱小萍宋艺坊有限公司、成都江旗袍服饰设计有限公司和北京黑红文化传播有限公司举行了合作签约仪式，以期在全国大力弘扬旗袍文化，传承中国旗袍传统工艺。(冯真)

做优衣库的“铁瓷”，浩业的王牌是什么？

“2017年以来，浩业的订单量基本保持了两位数增长。”江阴浩业纺织有限公司董事长许耀芹说，相比五年前，当前行业市场形势并没强很多，但企业面临的局面却大相径庭，一个是订单量骤减，一个是保持增长。“原因就在于五年前企业就意识到仅靠生产谋生存是不行的。”许耀芹分析到。

影响订单数量的原因有很多，五年来，在大力开拓市场的同时，许耀芹带着浩业人付出最多的就是研发。靠着稳扎稳打的产品质量和不断创新，浩业的产品赢得了不少客户的青睐，出口产品中有1/4供应给快时尚品牌优衣库。

在一众快时尚品牌中，优衣库以覆盖全年龄段的休闲服装占据了一席之地，其所用原料必然在舒适性和功能性上胜人一筹。浩业近年来主推的产品发力环保和功能性，在众多产品中脱颖而出。据公司研发负责人杨俊介绍，浩业近两年围绕市场需求主推具有环保、亲肤、保健等功能性以及色彩流行时

尚前卫的纱线。

其中，空气毛纱织物具有环保、亲肤、透气、保暖、轻柔、蓬松、弹性好的特性。段彩包芯纱结构紧密，羽毛少，分布合理，强力好，弹性稳定，色彩层次丰满饱满。五彩麻腩纱具有透气性、吸湿性、清爽性，色彩艳丽。石墨烯毛纱具有防辐射、抗菌、除螨、自洁、改善微循环等功能。石墨烯是由一种碳原子构成的只有一层原子厚度的二维晶体，属于现今最薄、强力最大、导电导热性能最强的一种新型纳米材料。阻燃毛纱具有良好的隔热性、防静电性及阻燃性。导电毛纱具有抗静电、抗起球、可机洗性能。

看到了研发效应的许耀芹对公司的未来有了更多信心，也有了更多期许。她说，浩业将一如既往地继续深化研发，通过技术创新、产品创新、质量创新、管理创新，把企业做精、做强，成为真正的毛纱专家，力争成为世界一流的毛纺集团公司，让更多人喜欢浩业产品，享受浩业产品赋予的高品质生活。(李尧)

“康赛妮杯”全国绒毛纤维检验员职业技能竞赛在京举办



与会领导为获奖者颁奖。

日前，由中国畜产品流通协会、中国就业培训技术指导中心、中国财贸轻纺烟草工会、中华全国供销合作总社职业技能鉴定指导中心共同主办，鄂尔多斯羊绒集团、康赛妮集团、北京和众视野科技有限公司共同协办，中国畜产品流通协会羊绒分会、北京聚贤惠企业管理咨询有限公司共同承办的“2017年中国技能大赛——‘康赛妮杯’全国绒毛纤维检验员职业技能竞赛”国家二级竞赛在北京举行。

竞赛开幕式当天，中国畜产品流通协会会长潘种树、中华全国供销合作总社职业技能鉴定指导中心副主任徐恒政、中国就业培训技术指导中心副调研员段一宏等行业领导和嘉宾，以及来自各地的参赛选手共计70多人出席活动。

本次竞赛以“促创新，选人才，助发展”为目的，主办方、协办方、相关检验部门、检验机构、龙头企业等单位负责人共计30人组成竞赛组委会。来自河北、内蒙、江苏、浙江、宁夏、新疆等地推荐的行业检验人员近40名参加了竞赛。竞赛分为理论考试、实操考核两部分。竞赛设特等奖1名、一等奖2名、二等奖4名、三等奖8名，以示鼓励。

据了解，竞赛是按照绒毛纤维检验员职业标准为考核标准进行，要求参赛选手从理论知识到实际操作，从定性鉴别到定量检测都要具备一定的行业知识，考核毛绒品种包括羊毛、羊绒、驼绒、牦牛绒等多种动物纤维。

据主办方负责人介绍，本次竞赛以贯彻落实十九大精神为主线，以深化供给侧结构性改革为动力，旨在提高检验人才的技术水平，提高技术人才的素质，为行业技能人才成长创造更好的环境，充分发挥技能人才在推动羊绒产业转型升级中的重要作用。(沈静)

荣盛与中化石化销售有限公司签署合作备忘录

近日，浙江荣盛控股集团有限公司(以下简称“荣盛集团”)与中化石化销售有限公司(以下简称“中化石销”)在中石化销总部签署了合作备忘录。未来，双方将以集团旗下浙江石化4000万吨炼化一体化项目、中金二期的产品为对象，以中石化销已有的销售渠道为依托，在产品的采购和销售上建立长期的合作关系。

会上，荣盛集团总经理寿柏春分享了荣盛的经营发展及未来的战略规划，重点介绍了浙石化炼化一体化项目的进展及主要产品的情况。寿柏春希望，双方按照战略合作框架协议的精神，加强合作，实现互惠互利、共同做强做优。

中石化销副总经理王国伦在会上就公司的概况、营销能力、组织架构、创新平台等方面进行了详细介绍。李波总经理表示，双方将以此次合作为起点，加强在石化产品贸易及物流领域的合作，形成优势互补及资源共享，丰富双方的业务内涵，实现共赢。(陈静)

纺织业三项成果获国家科技奖

“千吨级干喷湿纺高强 / 中模碳纤维产业化关键技术及应用”获国家科技进步一等奖

本刊记者 _ 郝杰

1月8日，中共中央、国务院在北京隆重举行国家科学技术奖励大会。纺织行业共有3个项目获奖，获得国家科学技术进步一等奖1项，国家科学技术进步二等奖1项，国家技术发明二等奖1项。

2017 年度国家科学技术进步奖 一等奖

项目名称：千吨级干喷湿纺高强 / 中模碳纤维产业化关键技术及应用

主要完成人：张国良，张定金，陈惠芳，刘芳，刘宣东，张斯伟，席玉松，陈秋飞，金亮，连峰，郭鹏宗，于素梅，张家好，李伟，裴怀周

主要完成单位：中复神鹰碳纤维有限责任公司，东华大学，江苏鹰游纺机有限公司

推荐单位：中国纺织工业联合会

2017 年度国家科学技术进步奖 二等奖

项目名称：工业排放烟气用聚四氟乙烯基过滤材料关键技术及产业化

主要完成人：郭玉海，徐志梁，陈美玉，朱海霖，王峰，郑恒，唐红艳，周存，陈建勇，姜学梁

主要完成单位：浙江理工大学，浙江格尔泰斯环保特材科技股份有限公司，西安工程大学，天津工业大学，浙江宇邦滤材科技有限公司

推荐单位：中国纺织工业联合会

2017 年度国家技术发明奖 二等奖

项目名称：超高速数码喷印设备关键技术研发及应用

主要完成人：陈耀武（浙江大学），汪鹏君（宁波大学），周华（浙江理工大学），葛展文（杭州宏华数码科技股份有限公司），田翔（浙江大学），周凡（浙江大学）

推荐单位：浙江省

2017年度国家科学技术奖励大会上，由中复神鹰碳纤维有限责任公司、东华大学、江苏鹰游纺机有限公司完成的“千吨级干喷湿纺高强 / 中模碳纤维产业化关键技术及应用”项目喜获一等奖，这是纺织行业时隔3年后，再次获得国家科学技术进步一等奖。

值得注意的是，国家科学技术奖自然、发明、进步三大奖总数基本呈逐年减少趋势。特别是2015 ~ 2017年，三大奖总数都已控制在300项以下，分别为295项、279项和271项。目的是提高奖励质量、优化奖励结构。

碳纤维技术突破 迈出战略性关键一步

碳纤维是与国家安全和国民经济密切相关的高性能纤维，由于碳纤维涉及军工领域，发达国家对碳纤维的成套生产工艺和生产装备仍然处于严格封锁、严格禁运的阶段。而我国碳纤维设备制造晚于碳纤维的生产，产业总体水平还比较低，在一定程度上制约了国产碳纤维向高性能和高产能方向的发展。

为加快碳纤维的产业化，缓解国内紧张的供需矛盾，扭转我国碳纤维受制于人的被动局面，中复神鹰从2006年开始与东华大学合作开发碳纤维产业化与设备研发项目。

2016年5月，中国第一条千吨级T800原丝线投产，这是由中复神鹰碳纤维有限公司、东华大学、江苏鹰游纺机有限公司等共同完成的“千吨级干喷湿纺高性能碳纤维产业化关键技术及自主装备”项目的成果。项目自主开发了干喷湿纺碳纤维技术，设计研发了关键生产装备，打破了国外长期的技术垄断。中复神鹰成为世界上第三家实现高性能干喷湿纺碳纤维产业化的企业。9月29日，中复神鹰碳纤维有限公司在江苏连云港举行“千吨级SYT55（T800）碳纤维新线项目”在中复神鹰投产仪式，这标志着中复神鹰进入一个新的时代，在世界碳纤维领域迈出战略性的关键一步。

“干喷湿纺是目前制备高性能碳纤维公认的最先进技术，其产品广泛应用于航空领域和国防军工领域。经过多年的坚持和不懈努力，中复神鹰打破了国外的垄断，实现了自主化生产。中复神鹰承担了国防科工局多项关键任务，目前，中复神鹰自主研发的SYT49和SYT55碳纤维已经具备了为我国战略武器和装备等军工领域进行稳定、持续供货的能力。”中复神鹰碳纤维有限责任公司董事长张国良2016年在人民大会堂接受“纺织之光”2016年度中国纺织工业联合会科学技术一等奖颁奖时表示。

新型过滤系统 满足环保领域国家重大战略需求

高温垃圾焚烧，产生的烟气除了粉尘外还含有二噁英。国际上通常采用袋式除尘（BF）、活性炭吸附（ACR）以及催化剂催化分解（SCR）联用方法处理烟气，我国企业大多缺少SCR装置，导致气态二噁英只能高空排放。

由浙江理工大学、浙江格尔泰斯环保特材科技股份有限公司等完成的“工业排放烟气用聚四氟乙烯基过滤材料关键技术及产业化”项目，在不改变垃圾焚烧工况的前提下，研制出集除尘和二噁英催化分解功能于一身的过滤系统，解决了制备过滤袋的重要材料化学性能稳定的PTFE纤维对粉尘过滤精度低、对气态二噁英无法截留的问题。

值得一提的是，该项目通过产学研用相结合，并结合资本力量，多方的紧密合作是项目得以顺利实施的保障。此外，该项目的实施提高了我国环保滤料的生产工艺和设备水平，为我国具有国际先进性排放标准的制定奠定了物质和技术基础，满足了环保领域国家重大战略需求，具有重要意义。

超高速数码喷印 大幅减少污水排放

传统印染工艺加工过程中产生大量印染废水，且生产周期长，印花精度低，已经严重阻碍了我国印染行业的可持续发展。而超高速数码喷印一次成型，生产周期短、印花精度高、批次一致性好，并且能大幅减少化工染料的使用和污水排放。超高速数码喷印存在着数据流量大、喷印面料易形变、喷头易堵塞、喷印质量自动检测困难等重大技术难题，其技术被日本和欧盟所垄断，在国内难以推广，迫切需要研发具有自主知识产权的超高速数码喷印设备。

由浙江大学、杭州宏华数码科技股份有限公司、宁波大学和浙江理工大学4家单位多人组成产学研团队，在国家科技支撑计划和省重大专项支持下，开展了超高速数码喷印设备关键技术的攻关，发明了超大流量数码喷印数据实时并行处理引擎，实现了数码喷印数据的超高速实时处理和传输；针对喷印时面料形变和喷头堵塞的难题，发明了基于视频的喷印过程实时监测与控制方法；发明了基于图像质量评价模型的喷印图像质量缺陷自动检测方法，并通过视频编码和网络传输，对设备的工作状态进行远程监控，成功地研制了超高速数码喷印设备。

该项目产品和技术被列入工信部工业节能“十二五”规划和环保部年度《国家鼓励发展的环境保护技术目录》，为我国的节能减排和环境保护做出了重要贡献。专家评价认为，该项技术成果填补了国内空白，总体水平达到国际领先。TA



学思悟行十九大精神 沭阳经开区“织”出纺织产业新图景

专访江苏省沭阳县县委常委、经开区党工委书记、管委会副主任石敬峰

本刊记者 _ 徐长杰 通讯员 _ 李善仲



石敬峰

党的十九大，是在全面建成小康社会决胜阶段、中国特色社会主义发展关键时期召开的一次重大盛会，是指导我们走进新时代、开启新征程、续写新篇章的政治宣言和行动指南。

对此，《纺织服装周刊》记者专访了江苏省沭阳县县委常委、经开区党工委书记、管委会副主任石敬峰，请他谈谈沭阳学习贯彻十九大精神、党建工作的新亮点以及沭阳纺织工业在新时代下转型发展的情况。

“沭阳经开区学思悟行十九大精神，紧密结合沭阳实际，坚定不移贯彻落实新发展理念，推动园区绿色发展、转型发展、创新发展，沭阳经济发展的含金量和含绿量越来越高。”石敬峰谈到，2017年，沭阳经开区共实现业务总收入661亿元，同比增长17.1%；实现工业开票销售收入328亿元，同比增长15.7%；实现工业税收14.9亿元，同比增长27.4%，其中工业增值税9.1亿元，同比增长42%。在江苏省商务厅公布的全省开发区建设水平综合排名中，沭阳经开区位列全省110家省级以上开发区第27位。

学懂弄透 契合实际明确发展新思路

石敬峰介绍，党的十九大召开后，沭阳经开区结合开展“两学一做”学习教育活动、实施非公企业“红色增长点”党建推进计划、党员“安家工程”、“书记项目”党建示范点建设等工作，采取集中学习、自学、邀请专家讲党课、党员领导干部送党课进企业等多种形式，学习宣传十九大精神。

学习贯彻十九大精神，最关键的是要结合实际。十九大报告中12次提及“生态文明”、8次提及“美丽”、15次提及“绿色”、4次提及“绿色发展”。2017年10月27日，宿迁市委市政府召开了全市开发区绿色发展工作会议，市主要领导提出了要突出“五个标准”，加快实现“六大转型”，全力推动开发区绿色发展的要

求。沭阳县主要领导也多次指出，要全面落实“生态化、高端化、集聚化”要求，着力发展生态友好型工业，努力实现生态与发展共赢。“可以说，‘生态优先、绿色发展’已成为经济转型升级的‘第一理念’和‘第一要务’。落实到经开区，就是要把十九大精神作为推动经开区转型发展的思想引领和力量之源，紧盯高质量发展这个根本、守住生态这个底色、抓住产业这个关键，加快打造千亿级生态园区。”石敬峰说道。

规划引领 精塑纺织产业高品质园区

纺织产业既是沭阳的传统产业，也是新兴产业、支柱产业。2014年，沭阳经开区规划建设了纺织产业园区，规划面积6605亩，专门成立产业研究院和产业招商局，细分产业方向，针对强链、补链的项目予以重点扶持。目前，沭阳经开区纺织产业特色突出、亮点纷呈，基础配套齐全，人才、技术、产业优势明显，全区已落户纺织类企业98家，形成了三大板块，即以月源、嘉德、邦源为重点的包覆纱板块，以红柳、新东旭、腾盛为重点的家纺板块，以达丽智能针织、西南智能纺织、宝娜斯林业为重点的智能针织板块，这些板块叠加，形成了涵盖“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。

2017年，沭阳经开区纺织产业实现工业开票销售收入81.8亿元，同比增长16.5%，总量位居苏北开发区前列。谈及沭阳纺织产业在新时代下谋求新发展的具体做法，石敬峰表示，为了引领纺织产业转型升级，沭阳经开区借助于中纺联、中针协技术力量和专业支持，按照“未来针织靠智能、智能针织看沭阳”发展定位，围绕“设计智能、设备智能、产品智能、物流智能、管理智能”的“五个智能”发展理念，率先规划建设了1030亩的全国首家智能针织产业园，积极打造纺织业智能制造、转型发展的载体平台。目前，产业园已建成标准化厂房24.5万平方米，已集聚一批创新型、智能型好项目；与东华大学、武汉纺织大学合作成立产学研合作基地、智能制造研究院和研究生工作站，产业竞争力得到有效提升。

聚力提升 推进纺织产业高质量发展

石敬峰还谈到，为推动纺织产业高质量发展，沭阳经开区围绕“转型升级求发展、敢于担当抓落实”主题主线，坚实走好生态优先、绿色发展新路，加力生态工业这个“发展引擎”，聚力提升全县纺织产业发

展规模和质态。

一是注重科技创新推动发展。为积极应对纺织产业发展面临的新机遇和新挑战，沭阳经开区引导企业加强与高等院校、科研院所合作，注重科技创新，推动智能化改造、机器人换人，对产品及技术进行更新换代，促进纺织产业提质增效。江苏宋和宋智能科技有限公司生产的智能高档提花织机，可以将“清明上河图”这样复杂的场景，栩栩如生地织到面料上。目前“宋和宋”电子提花机销售额和规模均处于国内行业第一位。围绕增品种、提品质、创品牌以及智能化、信息化的“三品两化”方针来做好纺织品提升文章，扩大新型纺织品生产比重，提高出口比例，争创国内、国际知名品牌，涌现出红柳牌、新东旭虞美人牌、宝娜斯牌、腾盛纺织家来福、福美佳牌等一大批国内外知名品牌。

二是优化帮办服务促进发展。帮办服务水平的高低不仅是一个地区硬实力的体现，更能彰显一个地区的竞争软实力。为帮助企业做大做强，促进产业转型升级，沭阳在企业帮办服务的理念、模式和队伍建设方面，不断创新方式方法，擦亮“帮办”品牌，把过去的“分区域帮办”转变成“分产业帮办”“归类帮办”“专业化帮办”的模式，并深入开展“四送四带”（即送政策、送人才、送服务、送关怀和带情况、带问题、带建议、带规划）活动，倾力打造沭阳帮办服务升级版，当好服务企业的“店小二”。2017年，13个帮办组全年共为企业解决各类问题1200余件，其中，提请区领导会办解决的问题60余件。精准帮办，感动、感染了投资者，不少人由此成了沭阳投资环境的宣传员、招商大使，追加投资，以商引商成为常态，形成政企联动、高效发展、互促互进的生动发展局面。

三是依靠行业平台助推发展。为了在全国纺织行业抢占制高点、享有话语权，沭阳经开区积极与中国纺织工业联合会、中国针织工业协会、江苏省纺织工业协会对接，充分共享中纺联、中针协、省纺织工业协会在行业指导、信息资源配置、技术引领等方面的优势，邦源纺织、嘉德纤维、月源纤维牵头参与全国包覆纱产业行业标准、贸易单耗标准的制定工作，获得“行业话语权”；沭阳包覆纱荣膺“2015年中国品牌价值评价——知名品牌示范区”称号，成为全市首个获此殊荣的区域性品牌。

经过多年来的聚力拼搏，砥砺奋进，沭阳经开区在纺织产业发展上积累了宝贵经验，也留下了浓墨重彩的一笔。我们坚信，党的十九大以后，沭阳经开区纺织产业发展将站在新的起点上，再“织”产业新图景。TA



靠着原创掌握话语权，摆脱为他人做嫁衣的局面，ODM企业正在“老树发新芽”。

CHIC2018 (春季) 前瞻之一

消费回暖下的制造升级

本刊记者 _ 董笑妍

服装行业迭代迅速，故步自封者会被后来者“拍在沙滩上”。当消费者逐步进入追求个性化、品质感、体验感的阶段，那些着眼于为消费者创造价值的企业拿到了新的“通关密码”。靠着原创掌握话语权，摆脱为他人做嫁衣的局面，丰富的创意设计、智能的制造设备、先进的研发技术、深刻的文化内涵让 ODM 企业“老树发新芽”。

中国服装正经历着消费升级，中产阶级消费者体量不断增加，品质成为他们关注的焦点。正因如此，ODM 服装企业的高品质意识也随之崛起，与其说消费者忠诚于品牌，不如说消费者忠诚于品牌的高品质。而如何把握这一要点，参展 CHIC2018（春季）的 ODM 企业与产业集群将会交出自己的答卷。

ODM 热门品类 简约不简单

细节决定成败，服装业更是如此。消费升级不是简单的价格上涨，同时也体现在个性与品质的提升上。工匠精神在双面呢这一材质上得到了很好的展现，作为近两年来引领春秋流行的佼佼者，随着市场的不断升温，双面呢的可能性被放大，孕育着无限商机。

专注生产手工（双面）羊绒大衣 26 年的昆山昭奈华裕服装有限公司是国内最早的专业工厂之一，在公司总经理陆大荣看来，双面呢最大的特点就是简约而不简单，因此，款式设计要简约而独具魅力，兼具优雅与舒适性，让爱美女性心生向往。“因为双面呢采用的是手工缝制工艺，手工技艺能很好的承载中国文化，体现中国最传统

的情感与内涵。”

“双面呢面世之初，很少有企业专门生产，市场上的消费者对它也不熟悉。”苏州天顺制衣有限公司董事长沈岗表示，“双面呢在服装市场中属于很特殊的一类产品，这几年经历了从一枝独秀到百花齐放的局面，国内市场发生了很大的转变。”

沈岗从事双面呢生产 25 年，他认为，双面呢主要特色体现在面料和制作工艺上。在面料上，天顺制衣推崇把双面呢从单季产品推向三季产品，从厚做薄；在工艺上，企业着力研发让潮流人士接受的新工艺，改变传统工艺，用现代化设备提升双面呢质感。

服装消费市场近些年的一个显著变化就是，90 后年轻一代成为消费的主力。这些消费者对服装产品的关注，已经从价格敏感转到了品质敏感，从追求稀缺到追求个性。

“昭奈华裕服装始终坚持做高端个性的双面呢大衣，2018 年将围绕品质、个性、经典三个主题谋求发展。”陆大荣说，“同时，好产品不仅要面料好、制作精良，设计好、风格突出，服务好、增加互动，还有一点就是

价格也要有吸引力。我们希望能达到国际大牌的品质感、价值感和时尚感，同时价格亲民。”

在沈岗看来，如今双面呢在消费者认可的基础上有了新变化，展现出了更多层次的产品风格。双面呢属于高端消费品，近三四年中，随着工艺的不断升级，双面呢的层次感也越来越丰富。从 2017 年的市场来看，比较主流的双面呢种类有 100% 羊绒、50% 羊绒和 30% 羊绒三类，以适应不同消费需求的大众。增加面料的多样性，让消费者能够自由选择，这点对我们来说也很重要。”

产业集群迎“风口”而上

服装产业集群在推动品牌建设与创新、市场布局、城市转型等方面发挥着重要作用。产业集群做得有声有色，保持初心，就能不断推动当地服装行业的健康前行。近年来，CHIC 展上出现了很多专注 ODM 的服装产业集群，如平湖、海宁、昆山巴城等，这些集群涉及设计、生产、运营等各方面，着力提高服装产品的附加值和竞争力，使区域品牌效应显著，打造出属于自己的名片，而平湖便是其中一个经典样本。

平湖市服装产业起步于上世纪 80 年代，经过 30 多年的艰苦创业，当地服装产业已经成为平湖市的特色优势产业，呈现出行业集聚度高、产业特色鲜明、出口创汇能力强、骨干企业众多、发展活力强等特点。

平湖服装文化创意园董事长兼总经理武剑表示：“平湖服装产业核心竞争力有两个方面，一方面是生产制造，平湖服装产业的生产制造以及管理技术多源自于日本，吸收了日本先进的生产组织方式及工匠精神，有着强大的制造能力，可成为国际国内各大知名品牌供应商；另一方面是研发设计能力、自主品牌意识和模式创新，近两年来，通过政府引导和企业自身努力，时尚产业蒸蒸日上，呈现出百花齐放的局面，涌现出文化创意、跨界融合、ODM 智造、网红经济 4 大创新模式，以及 20 余个活跃的自主品牌，新兴的时尚企业也不断发展，有百余名设计师在平湖服装企业工作，使研发设计能力大幅提高。”

“面对当下竞争激烈的服装市场，制造环节提升品质就显得尤为重要。企业在制造环节首先要由 OEM 向 ODM 转变提升，我认为这是转型升级的第一步，譬如平湖市的飞灵飞逊、罗迪、帝豪达等一批 ODM 企业，除了拥有自主品牌 JACK FERRE(杰克弗雷)、SUTU (速图) 之外，更为七匹狼、罗蒙、森马、唐狮、拉夏贝尔、马克华菲、红豆、海澜之家等国内一线品牌提供设计、面料、打样、品牌运营等全方位服务，这是提升自身价值的一条有效途径。”武剑娓娓道来，“通过‘机器换人’、‘两化融合’等互联网+、大数据、云计算、物联网最新科技技术，实现智能制造、柔性制造，在这方面，红领集团、报喜鸟集团等为我们提供了很好的样板示范。”

从平湖服装产业集群这个缩影，不难发现，服装集群近年来的发展可圈可点，积极推动了本土服装品牌的发展，也聚合了更多其他地区品牌甚至是国外品牌间的合作。服装产业集群发展正向着智能型、创意型方向转变。

“深水区”较量“变”为出路

服装行业的竞争正在走向“深水区”，其中“精工细作”和“创新能力”能否到位，很大程度上将决定一个品牌未来的存亡。

在浙江旺晶时装有限公司营销总监徐凯特看来，目前，整个服装市场和消费者的黏度不够紧密，因此，能够抓住消费者、抓住趋势的企业会成长得非常迅速。相较以往，“一炮而红”的企业将会增多。但是大批量企业如果不思进取或者不及时转型升级，可能不管曾经的规模有多大，都会面临淘汰。

“面对这样的趋势，我们 2017 年成立了针对韩国、欧洲的研发团队，跟进全球化趋势。”徐凯特说，“我们在信息化上下足了功夫，开始建立消费者运营标签，给客户分类，建立完善消费

者大数据。”

博雅国际女装成立于 2004 年，专注于为国内外服装品牌提供女装风衣的设计、研发和生产，拥有自己的设计团队、大型的现代化生产基地和世界先进的电脑自动化生产设备与技术，在国内高端女装风衣 ODM 行业中，备受知名女装品牌青睐。

“随着服装行业的变革，这几年，国内众多品牌开始推行‘快反’模式，对于时尚的敏锐度和款式的更新速度提高要求，为了配合这些品牌的发展之势，我们也对自己的研发团队进行了调整。”博雅国际营销总监孙晓琳表示，“为满足客户的需求，博雅人用 2 年时间从设计到生产做了一次颠覆性的革新，紧跟新商业时代的步伐。同时，在近几年疯狂的价格战中，博雅人时刻不忘初心，坚定走高品质之路。”

无论 ODM 企业还是服装产业集群，参加 CHIC 对他们来说都有着重要意义。

徐凯特说，参展 CHIC 就是希望能找到一些有实力的年轻品牌，现在很多互联网品牌和新兴品牌都极具实力与创意，旺晶很期待能跟这样的优质品牌接洽、合作。

孙晓琳说：“参展 CHIC 我们希望把自己的优势展示给大家，期待能与国内外众多的中高端女装品牌进行深度合作。在 CHIC2018（春季）展上，志愿者们将穿着博雅风衣迎接来自五湖四海的观众。”

而多次参展的昭奈华裕有着更大的期许。陆大荣说：“参加 CHIC，我们想寻找意大利、韩国等优秀的品牌和设计团队进行合作，同时，我们要把设计掌握在自己手里，不能老跟在人家后面走。此外，还要寻找生产终端上的高科技设备，也愿意与互联网方面的平台进行云定制合作。我希望把大家的优势整合起来，走共商、共建、共赢的道路。”

沈岗则期待更多 CHIC 参展商能够用新科技、在新领域、用新思想参展，而不沉迷于过去。“我们一直在寻求与其他企业在双面呢产品合作上的共鸣，寻找高端合作伙伴，能把双面呢融入到三季产品甚至四季产品中，把双面呢当成常规产品来发展。”

可以预见，CHIC2018（春季）将上演 ODM 升级之路，有思考与需求的企业正不断前行。**TA**



服装行业的竞争正在走向“深水区”，其中“精工细作”和“创新能力”能否到位，很大程度上将决定一个品牌的存亡。



无论 ODM 企业还是服装产业集群，参加 CHIC 对他们来说都有着重要意义。



智能制造已成新一轮转型升级突破口

ITMA ASIA+CITME 2018 将集中展示智能化设备

晨晨 / 文

高大上的自动化、智能化设备，使纺织行业成为了高科技产业中的一员，并为行业进一步吸引人才、解决招工难等瓶颈问题提供了更加有效的方案。不可否认，智能化已经成为一种趋势和不可逆转的潮流。2018 年中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会（ITMA ASIA+CITME 2018）上，将会有更多与时俱进的智能化设备展出，也必将带给行业更大的转型升级动力。企业发展的需求、行业前行的疑问都将在展会上找到答案。

《中国制造 2025》指出，智能制造将成为中国制造的主攻方向。值得肯定的是，近年来我国纺织行业在智能制造方面已经取得了令人可喜的成果。随着江苏大生、宁夏如意、山东华兴、魏桥集团、天虹纺织等国内知名纺织企业数字化、智能化纺纱车间的建成，自动化纺纱逐渐走进了纺织人的日常生产中。智能化装备不仅可以节省用工、提高生产效率，而且还可以凭借可靠、稳定的产品质量为企业赢得更具有竞争优势的市场。

智能制造是大势所趋

随着劳动力成本的持续增加，纺织企业对设备的自动化、智能化水平需求也越来越迫切。在这种背景下，智能制造正在成为行业新一轮转型升级的突破口和重点。

从 ITMA ASIA+CITME 2016 可以看出，参展设备在自动化、智能化方面都有很大提升。比如，2016 纺机展展出的浆纱机大量应用了互联网技术、云技术、信息化处理等技术来提升设备的智能化水平。日本津田驹公司除了展出自动化单机以外，还对浆纱、织布工序智能化织造车间作了三维动画模拟展示。再比如，备受大家关注的自动穿接经设备，除了大量应用非接触光学检测技术，实现了无绞纱自动接经外，还适应了色纱管理和穿经接经等复杂技术的要求；同时，还改善了人机界面和管理软件，为织造车间的现代化生产和管理提供了很好的设备基础。

参观过 2016 纺机展的武汉纺织大学教授林子务，在谈到自己感受时说，从这次展会可以看出，未来纺纱设备的发展趋势更加明朗，那就是工艺流程更短，结构模块化和运行智能化、操控用工少及无人化的设备越来越多，棉纺纺生产线除了并条环节外，都实现了一体化联接。

苏州纺织工程学会高级工程师廖定蜀对此也深有

同感，他认为精细化、智能化、自动化、低能耗、低碳环保、资源节约型生产方式以及讲究质量、品质、品牌、品种多样化的可持续经营方式将成为今后纺机设备发展的大势所趋。他介绍，从纺机展会可以看出，纺纱设备档次的提升速度非常快，总体体现出了“三无”、“一连”、“四化”、“二低”等特点。具体来说，“三无”即“无卷、无接头、无梭”；“一连”即单机连续化；四化即“自动化、智能化、高速化、网络化”；“二低”即“低能耗、低故障”。

智能化正在改变传统生产

实际上，智能技术正在改造着传统纺织行业，一些企业已经开始尝试部分制造环节的智能化。比如，2017 年 7 月 13 日，总投资额 5600 万美元的昌吉溢达纺织有限公司的 3 万锭全流程智能化项目在昌吉建成投产。溢达纺织现代化棉纺生产车间依托最先进的智能化传输系统，实现了从原料到半成品再到成品纱线的全流程自动化生产，不仅减少了生产车间 2/3 的劳动力，而且生产效率也提高了 3 倍，产品品质的稳定性也显著提高了。

江苏大生“棉纺数字化车间”的智能化主机设备、车间环境智能监控系统、智能物流系统、经纬 E 系统等也受到了业内同行的高度关注。企业在数字化车间的基础上，加大了研发投入，争取早日实现夜间“黑灯工厂”。

再比如，宁夏如意值车工用 iPad 一人能看 10 台车，所有数据可以实时传送到 iPad 上，挡车工坐在车上就可以完成接头，车间用工也从过去的 2000 人减少到 180 人。

有些企业虽然没有大规模地更换或新上自动化程度较高的成套设备，但通过关键环节的设备升级，也显著提高了产品品质和生产效率。山东南山纺织服饰

有限公司精纺总厂面料设计技术人员王恩清表示，公司现有单机的自动化水平都比较高。近几年来，公司引进了几台自动化整经机和穿箱机，这些设备不仅解决了劳动力缺少的问题，而且还提高了生产效率，保证了产品质量。

智能制造的前行与思考

在一定程度上，装备的智能化解决了用工不足的问题，提高了中国纺织工业的竞争力。但在发展智能化的过程中，也确实还存在一定的问题，值得行业思考和探讨。

一方面，不少企业家认为，目前纺织行业的简单机器换人并非智能制造，真正意义上的智能制造是以大数据精确计算与判断代替人脑决策，而像机器换人这样的投资对于纺织业究竟是否划算值得商榷。机器投资、维护、升级等一系列成本也不低，纺织企业是否能够消化这么昂贵的投入也是一个不容忽视的问题。

另一方面，作为劳动密集型产业，智能化一方面可以拉动地方投资，带动产业升级，另一方面又意味着大量工人可能失去岗位。如何解决这两者的矛盾值得进一步探讨。

对于智能化，目前政府层面的引导方向包括四点：建立示范区；完善智能制造标准；推动智能制造供应商联盟；发展互联网+、大数据与人工智能。纺织行业的智能化目前已取得了一些可喜的成果，在国家工信部层面，2015 ~ 2017 年间，共有 12 个项目列入《智能制造试点示范项目》；2016 ~ 2017 年，共有 6 个项目被列入智能制造综合标准化项目；10 个项目被列入智能制造新模式应用项目。纺织机械行业提出的建立纺纱、化纤、印染、非织造、针织、服装六条智能化生产示范线目前已具备雏形，为“十三五”末期的最终实现打下了坚实的基础。TA



微信号：tachaobao



微信号：fzfkz

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



用科技、时尚、绿色 舞动新纺织

本刊记者 徐长杰 郝杰 董笑妍

中国纺织由大变强需要产业人士共同努力，产业规模是强国的基础，而软实力的提升，则是纺织强国更需要丰满的羽翼。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲指出，“中国纺织工业的新定位是创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业，科技、时尚、绿色应该成为纺织这样一个传统行业的新标签、新符号。”

而这种新标签、新符号的产生，则需要通过技术结构、产品结构、产能结构、产业结构调整完成。实际上，科技、时尚、绿色不仅是中国纺织工业的新标签，也是纺织服装企业重构竞争优势的战略途径，它代表的不仅是全球纺织行业最先进的生产力，也是最前沿的时尚态度以及产业对社会乃至人类的一种责任和使命。

纺织产业发展的新定位是中国纺织在阶段性发展中的产物，它是我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段所必然要经历的新阶段。孙瑞哲表示，中国纺织行业要在历史新阶段实现价值再造，需要思考并理顺三个关系：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。对此，我们该如何理解和解读？

本期，《纺织服装周刊》以媒体的视角，带领读者领略一个正在被冠以“科技、时尚、绿色”的新纺织。

纺织科技高大上

在刚刚结束的 2017 年度国家科学技术奖励大会上，一项由纺织人自主创新完成的有关碳纤维的项目获得科技进步一等奖，习近平主席亲自为项目负责人颁奖。纺织行业在时隔三年后再次获此殊荣，令人对中国纺织科技水平刮目相看。

能在全行业科技成果最高端比拼中脱颖而出，足以向世人证明纺织业已经不是人们印象中的低端、劳动密集型产业，更不是夕阳产业，而是正在向高端、技术密集型转变的科技产业。中国纺织业的科技含量不仅日益提升，更是在战略性新兴产业中占有一席之地，这也是行业新定位“创新驱动的科技产业”的重要标志。

先进战机用碳纤维， 世界上第三个干喷湿纺碳纤维产业化的国家

一般人无法想象先进战斗机竟然能和纺织业联系在一起，但这却是事实。近日，中国首批歼-20 隐形战斗机已在一线部队全面投入使用，这使得我国空军在空中优势方面上升到世界前列。懂行的人都知道，歼 20 大量运用了复合材料——碳纤维。将复合材料应用在战机机身，减少了飞机重量，减少了零部件数量，战机性能获得 20 ~ 25% 的提升。

被誉为“新材料之王”的碳纤维，特别是用于军事用途的高强度碳纤维及其生产技术，一直是国外严格禁运的最重要技术。由于其可用于国防军工制造尖端武器，一定强度以上的碳纤维达到与核武器技术相提并论的禁运等级。

令人惊喜的是，去年 9 月，在党的十九大召开前夕，中复神鹰碳纤维有限公司“千吨级 SYT55 (T800) 碳纤维新线项目”投产，这是继 2006 年 5 月我国第一条千吨级 T800 原丝线投产，中复神鹰的又一重大突破，使得我国在世界碳纤维领域迈出战略性的关键一步。项目自主开发了干喷湿纺碳纤维技术，设计研发了关键生产装备，打破了国外长期的技术垄断。中复神鹰成为世界上第三家实现高性能干喷湿纺碳纤维产业化的企业。该项成果曾荣获纺织之光 2016 年度中国纺织工业联合会科学技术奖一等奖。

干喷湿纺是目前制备高性能碳纤维公认的最先进技术，国际上掌握该技术的只有日本东丽和美国赫氏，其产品广泛应用于航空领域和国防军工领域。

所谓 T300、T800、T1000 等称谓，其实是日本东丽公司命名的碳纤维型号，由于东丽公司在行业内的地位，所以导致其型号无形中演化成代表纤维强度的碳纤维代号，数字越高，强度越大。T800 碳纤维是世界目前能实现工业化量产的最高强度级别碳纤维，我国在这一领域的突破，成功摆脱了国外碳纤维材料的制约，也将刺激国产大飞机 C919 及下一代 C929、高铁、高性能战机对高性能碳纤维的需求。“在

技术突破的基础上，中复神鹰承担了国防科工局多项关键任务，目前，中复神鹰自主研发的 T700 级和 T800 级碳纤维已经具备了为我国战略武器和装备等军工领域进行稳定、持续供货的能力。”中复神鹰碳纤维有限责任公司董事长张国良说道。

碳纤维作为新材料的支柱产业，肩负着国家安全战略和节能减排的历史使命，未来在武器装备、航空航天、风力发电叶片、新能源汽车等行业的应用不可限量。

降落伞中的纺织科技， 实现全天候高低速通用要求

人们不会忘记汶川大地震的第三天，在灾区桥梁、公路、通讯全部中断的情况下，15 名空降兵从茂县上空近 5000 米的高度跳下，及时侦察到了灾情，迅速与外界取得联系，随后各种救灾物资通过空投的方式进入灾区，看到空中漂浮的降落伞，灾区人民曾流下激动的泪水。

降落伞在抗震救灾、航天航空领域有着广泛的应用，降落伞的材料正是由纺织品构成的，因此降落伞的性能与纺织面料密切相关。在普通人眼里，降落伞材料只要强度大，不撕裂就行了，但是在专家眼里这只是基础指标，而降落伞一个非常重要的功能是要能保证跳伞者平稳降落。但高空时空气稀薄，低空时空气稠密，如何保证降落伞无论在高空还是低空都能平稳是设计的关键。目前，我国自主研发制造的降落伞经过一代代改进，在性能上已经能够实现全天候、高低空、高低速通用要求，产品质量达到国际先进水平。这背后，有着我国纺织科技工作者数十年默默无闻的攻关，凝结着他们为航空航天事业奉献的心血。上海市纺织科学研究院、成都海蓉特种纺织品有限公司和上海三带特种工业线带有限公司联合攻关的“降落伞材料关键技术”成果，曾经毫无争议地获得纺织之光 2016 年度中国纺织工业联合会科技一等奖。

由于该项成果广泛应用于军事、航天航空领域，出于保密方面的考虑，从没有对外宣传过。实际上，由纺织科技工作者开发的类似这样的科技成果还有很多，几乎都没有公开过，其背后的纺织科技工作者甘当无名英雄，他们为国防建设、为国家安全事业做出了应有的贡献，这是纺织人的骄傲，也为纺织业在战略性新兴产业中占有一席之地打下了坚实的基础。

2012 年发布的《建设纺织强国纲要（2011 ~ 2020 年）》提出了建设纺织科技强国的战略目标。经过行业几年的努力，纺织科技强国纲要目标完成情况基本符合预期，大部分科技成果已经达到国际先进水平，有些已经是国际领先水平，科技贡献正在成为产业发展的主要驱动力，科技强国的目标正在一步步地接近。



中国纺织业的科技含量不仅日益提升，更是在战略性新兴产业中占有一席之地。



时尚篇

追溯源动力，时尚复杂也简单

十年前，“洋品牌”是本土商场和本土消费者追逐的对象，十年后的今天，中国本土品牌特别是极具设计感、富有东方文化气韵的品牌更多地出现在了消费者的视野中，作为新时尚理念的引导者，中国时尚也成为了被社会各界广泛提及的话题。

文化为先导，时尚才有了根

“从产品设计到面料研发、从加工工艺到后整工艺、从品牌建设到服务模式等等，都是从我们所认同的人文体系出发的。”广州市例外服饰有限公司董事长毛继鸿谈起例外时，提到最多的就是人文。

以此为出发点，例外调整着品牌的侧重，相比视觉效果，例外更加注重触觉，希望通过触觉将舒适感和自信力量传递到消费者内心。在服装用料上，例外有自己的“护城河”，一直坚持采用棉麻丝毛等天然材质，并相继创立了五个实验室：针织织工作室、毛织工作室、配件工作室、染整实验室和品质实验室，进行包括原料、设计、品牌的前端研发。

如今，回头看例外的成功，可以归功于两点。一是在关注人文的基础上，坚持从面料研发到设计上的创意追求，多年来稳固地建立起自己的品牌风格与用户群体；二是品牌调性传承东方文化，品牌定位与目标用户的审美追求相当契合。

如果没有了本土文化的根与魂，中国时尚无从谈起。深谙此道的例外，从未放松过对中国美学的发掘，更是在 2015 年开启了品牌的“传习·再造”项目，持续关注苗族传统手工艺及文化，甚至不惜带着整支设计团队驻扎深山，与苗族百姓同吃同住，完成一场“修行”。

自此，例外每一季的设计都有了苗族文化的影子。基于对苗文化及传统手工艺的深入研究与思考，配合特有的重绣、印染、手工剪花、手工提花等现代工艺，创造出更符合日常穿着的民族文化服饰。在追求民族自信的消费环境中，例外的这一探索深入人心，将品牌旗帜插在了中国服饰文化引领力的高峰。

大巧若拙，将基础做到极致

近年来，有一个品牌的成绩让人惊叹，那就是之禾（ICICLE）。2007 年，之禾的销售额大概是两千多万，但是到了 2016 年就做到了 15 亿元，其年平均增长率达到 30% ~ 40%。在高端百货和购物中心，之禾的销售业绩一直名列前茅，两年内的商品绝不打折，一旦部分商品 7 折，就需要出动保安维持卖场秩序。

2012 年，之禾还在法国开设了子公司，现在法国公司的运营状况也非常好。

很多人想要了解“之禾模式”的精髓，从而获得成长，“但这很难，之禾的精髓不是秘密，但很难学得。”之禾创始人叶寿增说。之禾把最大的竞争力放在了最难的方面，就是制造。“每家公司都很重视设计，我们是一个不算很聪明的公司，所以我们把特别辛苦、大家都不愿意做的制造环节，变成我们的竞争力。”

之禾在制造方面投入的人力物力是很多服装公司难以想象的。在大量企业将制造端向内地转移之时，之禾还在扩大它在上海及上海周边的工厂。

在开设法国子公司后不久，之禾收购了曾经为国际品牌 Maxmara Amazon 做大衣的工厂，它与原上海工厂一江之隔。六七年前，之禾工厂的所有职工大概有两百多人，经过并购韩国

和日本在国内的一些工厂，现在工厂人数已经达到一千多人。

说之禾的工厂是国内最好的服装工厂之一，一点也不夸张。春节过后，一千多人的到岗率基本达到 99%，人才凝聚力就是之禾的精髓，优越的环境和丰厚的待遇吸引了很多制衣高手。

之禾的制造做到了同行中的极致，在版型和工艺上的严苛态度，让之禾逐渐脱颖而出。“我们实际上是选择了用踏实的、最慢的方式在发展，用 20 年甚至更长的时间去规划一件事，结果就水到渠成。”叶寿增说。

艺术让销售水到渠成

作为家纺行业中首屈一指的领军品牌，富安娜在 2016 年的总营业收入达了 23 亿元，同比增长 10%，利润 5.6 亿元，同比增长 15%，在全国各省市拥有门店两千多家。业内流行一句话：最“偷懒”的产品设计方案，就是当富安娜发布新品后学习一下。

丰富的题材、艺术化的设计、变幻的色彩，就是富安娜的立身之本。其中，最能体现品牌精神的人要数富安娜品牌创始人林国芳了。不谈市场、不谈销售，相较于一位老板、企业家，他更像一个“艺痴”。为了激发家用纺织品的时尚源动力，林国芳像奇才乔布斯一样，始终身兼产品总监一职。

时至今日，每年林国芳还会去国外参观展览，同时在茂密的丛林里用单反寻找他想要的花、鸟、树与阳光。林国芳平日六成的时间在研发部，与设计团队一起对花色进行讨论、修改，所有产品最后调色，林国芳都必须要亲自把关，有时招进来一些大学生、设计师，他也都会亲自带上一段时间。

在林国芳的带领下，富安娜不断创新，累计开发了数千种花型，成为国内同行业中拥有自主知识产权最多的企业之一。在鲁迅美术学院等专业美术院校，富安娜的产品甚至成为课堂上的示范画。

当谈及富安娜的知名度与业绩时，林国芳说：“艺术的催化，使销售变得简单”。



之禾品牌系列产品。

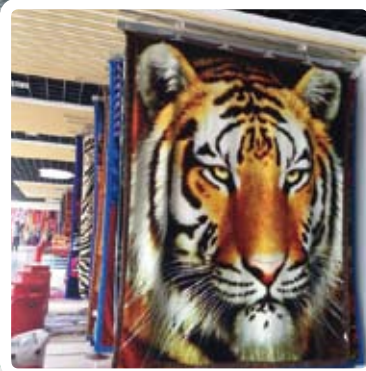


富安娜新品设计。

绿色篇



龙福环能科技股份有限公司通过科技创新，自主研发了从废旧塑料瓶中提取再生涤纶长丝的技术，解决了废旧聚酯降解和循环利用的世界性难题。目前，公司每年可回收废旧塑料瓶 20 万吨，生产涤纶长丝、瓶片、毛毯、地毯四大类 200 余种产品，可节约石油 120 万吨。



绿色纺织功在当代，利在千秋

2018 年 1 月 1 日，中国第一部推进生态文明建设的单行税法《环境保护税法》正式实施。根据这部法律，大气污染物、水污染物、固体废物和噪声都纳入征税范围，自此，中国生态文明建设将有望可依。

有人形象地比喻，生态纺织就是使整个产业实现从摇篮到坟墓的绿色革命，即控制包括从纤维种植、养殖、生产到产品加工的全过程对环境无污染、产品自身不受“污染”，而这正是当下纺织业努力的方向。

我们选择了善，环境就会善待我们

平日里，你喝完就随手扔掉的矿泉水瓶很可能在某一天兜兜转回来，成为你穿着的衣服，身挎的背包，甚至是家里挂的窗帘或让你感到舒适的被子……在纺织业，它的名字已从“塑料瓶”变成了“再生长丝”，成为了我们衣服上常见的“聚酯纤维”、“涤纶”的材料。

座落于山东滨州的龙福环能科技股份有限公司，就是以资源循环利用为主营业务、节能环保低碳型的化纤纺织企业。该公司每年可回收利用废旧塑料瓶 20 万吨，可节约石油 120 万吨，节能折合标准煤 170 万吨，其建设的低碳产业园被列入国家资源再生利用重大示范工程，被认定为全国生态（绿色）设计试点企业和国家循环经济标准化试点企业。

在这家企业中，你能看到花色鲜艳、品种丰富且手感舒适的各类毛毯，它们是废旧塑料瓶到华丽纺织品的蜕变。访客们瞠目结舌的表情，足以证明绿色纺织的独特魅力。

实际上，在欧美等地的发达国家，绿色消费已经形成了巨大市场，连消费再生纺织品都成为一种时尚。

“扔之可惜，留着不穿”，这是当下人们家中废旧衣物的普遍状态。我国是全球最大的化纤生产国、纺织品服装生产和消费国，由此也产生了海量的废旧纺织品。据统计，目前我国废旧化纤纺织品社会储量已达近 4 亿吨，且每年还不断产生约 2000 多万吨，但我国废旧纺织品的综合利用率仅为 15% 左右，远远低于欧美许多发达国家。

浙江佳人新材料有限公司是目前全球最大、国内唯一的涤纶丝化学法循环利用生产企业。该公司利用全球领先的化学法循环再生技术，以废旧衣物纺织品为初始原料，通过彻底的化学分解还原成聚酯原料，重新制成新的具有高品质、多功能、可永久循环的涤纶纤维，填补了国内在该领域的空白。

“废旧纺织品回收再利用是个很艰难的行业，但更是个意义重大的事业。”公司董事长楼宝良深有感触地说。

我们选择了爱，消费者才会爱戴我们

实际上，无论是《环境保护税法》倒逼中国纺织企业升级改造，还是人类与自然和谐相处的必然选择，中国纺织都将走上以社会责任为重点实现包容发

展的绿色发展之路。

2014 年 7 月，爱马仕丝绸控股公司首席执行官巴黎特（Patrick Bonnefond）被浙江丝绸民企万事利“挖角”，不少人好奇这位顶级奢侈品牌的掌舵人能否“水土不服”。然而，几年过去，巴黎特带来的，不仅是万事利丝绸板块的销售增量，更有通过生态设计对丝绸产业的基因重构。

近年来，万事利实施品牌战略，率先提出了“控源头，抓两边，提中间”的企业生态发展思路，构建了丝绸面料整个生命周期“供应链生态要求—绿色生态印染—产品循环利用”三个阶段的生态体系。同时对供应商进行全方位的生态供应链考核，重视高端产品设计与绿色产品研发，生产上引进国际核心技术，目前已经做到节约用水 30%，减少化学助剂用量 10%。此外，还开展了物料平衡、水平衡和能源平衡审计和清洁生产审核，目前园区内先进设备占比 80% 以上，自动化、信息化技术及工艺技术达到同行业领先水平。

“我们从桑树种植到纤维提取，从产品设计到制造、包装、物流、消费建立了一条绿色有机全产业链。这种生态设计下推出的绿色产品与消费，才符合丝绸软黄金的身份。”万事利集团董事长屠红燕说。

我们选择了责任，社会才会对我们负责任

当你购置色彩斑斓的新衣服时，可知道它的背后有多少污水排放？在国家生态环保重压之下，众多装备企业开始扛起绿色旗帜，番禺高勋染整设备有限公司就是其中之一。高勋在高端节能染色机的研制取得了重大突破，发明全球第一台超低浴比高温高压纱线染色机，实现染色全过程 1：3 超低浴比。

曾经，超低浴比高温高压纱线染色机第一次亮相展会，在异常火爆的展会现场，高勋的展位前却门可罗雀，当董事长萧振林向客户介绍设备能够达到 1：3 超低浴比的时候，大多数人认为是不可可能的。“萧总，要是真能达到 1：3，我脑袋就放你这。”虽然说话的人口气略带调侃，但他们确实不相信 1：3 在生产中存在的可能。如今，高勋的这款超低浴比高温高压纱线染色机得到了客户的认可，在孚日这样的企业中，高勋的印染装备甚至占比达到 80%。如今，超低浴比高温高压纱线染色机高效节能绿色低碳小浴比染色技术被列入国家重点节能节水染整装备（技术）目录。

生态环保是大地的命脉，也是人类唯一的选择。绿色纺织不仅是产业的责任，更是功在当代利在千秋的善举。加快推进生态文明建设，纺织工业将不仅在生产中实现低碳环保，还将为社会提供更多的绿色产品。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲曾经指出：“我们选择了善，环境就会善待我们；我们选择了爱，消费者就会爱戴我们；我们选择了责任，社会就会对我们负责任。”责任未来是行业的必然选择，这其中就包括对绿水青山肩负重要责任，对纺织工业所有的利益相关者肩负重要责任。TA

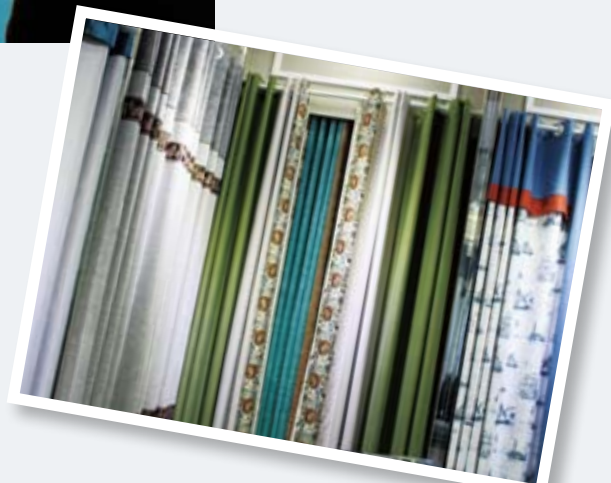
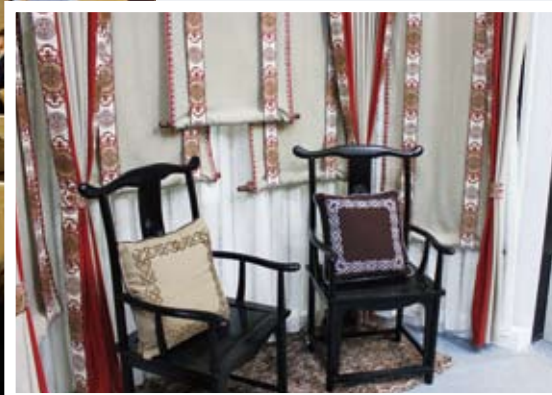
在国际上，纺织服装领域除了中国制造享誉全球外，中国时尚烙印也越来越明显。



柯桥中国轻纺城 专版



本届柯桥春季窗帘布艺展赢得多方助力，让与会代表充满期待。



多方共聚 抢占先机

2018（春）绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会新闻发布会举办

本刊记者 王利

中国轻纺城窗帘布艺展览会从去年春季首次举办，便不负众望，接连取得可观成绩。春季展4天时间，总成交额达2.76亿元；秋季展规格首次提升为“国家级”，3天时间，总成交额更达2.84亿元，成效显著，使轻纺城窗帘布艺品牌影响力得到有效提升，呈现更加蓬勃的发展势头。那么2018（春）绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会（以下简称“柯桥春季窗帘布艺展”）又将给大家带来哪些惊喜呢？

柯桥春季窗帘布艺展将于3月3～6日在中国轻纺城国际会展中心举行。展会召开在即，1月8日，柯桥春季窗帘布艺展新闻发布会在柯桥天马君澜大酒店召开，提前向全行业告知了2018年的展馆服务、招商招展、展馆布局、展会亮点等最新情况。

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，柯桥区工商联党组书记、副主席赵万青，柯桥区会展业发展办公室副主任马周勇等领导出席了发布会。

柯桥区温岭商会会长、浙江萤火虫会展有限公司董事长赵云富，柯桥区温岭商会副会长、浙江萤火虫会展有限公司总经理赵君会，浙江萤火虫会展有限公司常务副总经理方国松以及各企业代表也齐聚于此，希望通过本次展会进一步促进轻纺城市场的品牌化、高端化发展，打响柯桥窗帘家纺品牌。

亮点：创新不断 精彩频现

2018春季窗帘布艺展作为柯桥区新一年的第一个专业性纺织产业展，即将华丽上演，主题是“新布艺、新平台、新生活”，那么今年的展会又有什么与众不同的创新点呢？

据徐海芳介绍，今年的窗帘布艺展主要有三大亮点：

一是行业精英齐聚，展会规模不断提升。通过组委会对各地窗帘布艺知名品牌企业的邀请，本届展会将成为全国窗帘布艺名品的集中展示平台。届时，来自广东、福建、江苏以及浙江杭州、嘉兴、绍兴等地的窗帘窗纱集群地区的200余家知名生产型企业参展。同时还邀请了来自全国各地近万名采购商，展商数量和邀请采购商数量都将超过往届，创历史新高。

更为重要的是，展会期间中国纺织工业联合会、中国家用纺织品行业协会领导和各省市窗帘布艺协会负责人等权威人士将齐聚一堂，向展会提供专业信息，与柯桥窗帘布艺行业交流分享新思路、新理念、新模式。

二是“互联网+展会”，智慧窗帘进程加速。本届展会将进一步推动“互联网+展会”新业态，由京东和帘到家领衔各地电商服务平台带来一大批智能化、便捷化的窗帘布艺网络化体验产品，会同网上轻纺城、全球纺织网集中展示窗帘布艺体验、管理和营销等方面的市场新气象，将窗帘布艺设计、生产、销售链条的全环节、全要素融贯

内化于展会与网络，构建上中下端相互作用、循环促进的“窗帘网络生态圈”，着力提升“互联网+展会”模式在优化窗帘布艺生产格局中的引领作用。

此外，组委会还将对现场采购商有效数据的存储、采购时的诉求记录、多媒体全渠道的投放等方式积累的大数据进行分析，并匹配参展商信息，实现展会快速、精准、有效地商务配对、接洽，达成展贸的联动效应，打造无缝对接供需双方的展贸一体化平台。这将促进国内智慧窗帘的建设和发展，真正让客户做到想看就看，智行天下，从展会现场延伸至网络深处，逐步打造一个“日不落展会”网络体系。

三是立足产业优势，推动展贸联动效应。柯桥区纺织产业优势明显，展会产业特色突出，中国轻纺城市场影响力辐射全国，纺织产业集群产业链配套完善。本届展会在窗帘布艺产业内部联动的同时，实现产业间的联动，逆向拉动上游的窗帘机械生产、印染印刷技术和花型设计产业，兼顾与窗帘布艺密切相关的窗纱、墙纸和床上用品等相关产业的横向发展。

同时，通过市场与展会联动，推动柯桥轻纺市场贸易发展，繁荣中国轻纺城乃至整个柯桥的实体市场。柯桥凸显的地域和产业优势使展会成为窗帘布艺“第一时间制造”与“第一时间呈现”的理想交互场所，将不断酝酿出产品生产设计上的新概念、新元素，通过交流展示推动窗帘布艺时尚潮流。

进展：规模扩大 服务提升

目前，柯桥春季窗帘布艺展各项工作都在顺利开展中，已取得良好成果。

方国松介绍了本次展会的最新展馆布局情况以及招商进展情况。本次春季展实际展览面积达1.2万平方米，共推出14个96平方米、95个66平方米、26个36平方米的特装标准展位，105个12平方米的标准展位以及若干非标准展位空地。

“截至目前，已有200余家企业积极报名参加，其中新增柯桥本土知名企业20余家，还吸引了10多家新型的互联网和外地知名企业。并邀约了全国各地数万家布艺采购商，人数多达10万以上，邀约行动仍在进行，预计届时实际到展人数将超过3万人次。”方国松说道。

中国轻纺城作为国内最大的窗帘布艺产销基地，随着各地区市场的不断扩大，专业性区域性的行业展会逐渐兴起，客流正被多渠道、多平台截流，越来越多的窗帘布艺从业者和商户意识到行业交流、抱团合作势在必行。据了解，自2015年中国轻纺城部分优秀的窗帘布艺从业者自发成立非正式的“窗帘布艺联盟”以来，多次举办分享论坛和行业交流活动，分享相关经验和信息，深入探讨行业未来发展趋势，获得行业一致认可。

记者获悉，近日成立的中国轻纺城窗帘布艺协会，已获得150余家企业的支持。而这些企业也将是推动中国轻纺城窗帘布艺展览会不断发展的坚实后盾。

任何展会要成功举办需要多方共同努力和支持，而展馆的服务则是其中最重要的因素之一。针对3月的窗帘布艺展，中国轻纺城国际会展中心将立刻着手场馆的搭建工作和各项服务工作，确保展会顺利进行。中国轻纺城国际会展中心是柯桥最专业的大型场馆，随着会展业的发展，场馆的规模远远不能满足市场的需求，2018年还将建成会展中心副馆，并设立专业的时尚发布厅，以满足展会的各种服务需求。

模式：开放赋能 拥抱互联网

在网络日益发展的形势下，数据化、智能化、网络化发展潮流势不可挡。发布会上，柯桥窗帘布艺展也与京东和帘到家的共同网络平台—京帘平台达成战略合作伙伴关系，赵云富和京帘平台首席运营官、海宁市云客网络科技有限公司总经理李涓签署了战略合作协议。

李涓指出，京帘计划是由京东联合多方主体共同发起的，旨在提高企业销量，降低运营成本，创建产业数据库，布局产业金融，打造中国家纺产业互联网赋能平台，实现全产业链融合发展，助推中国家纺窗帘产业转型升级。

随着市场经济的发展，窗帘布艺行业竞争日趋激烈，只有转变经营模式才能获得新的发展动能。“传统的门店经营具有市场需求把握能力弱、订货操作繁琐、客源少和客户维系难、设计能力不足、售后服务无标准等缺陷，限制了自身的发展。而京帘平台采用S2B的经营模式，可实现企业内部、企业之间数据化，超越交易的概念，挖掘数据、收集数据、联通数据、转化数据，最终实现‘数据’价值，创建中国家纺布艺行业数据库，进而推进家纺企业精准数据化转型。”李涓说道。

对于京帘计划，诸多窗帘企业都表现出了极大兴趣。

美特祺布艺有限公司运营经理郑宜铭告诉记者，自窗帘布艺展创立以来公司每次都参加，此次柯桥春季窗帘布艺展有京帘平台助力更加值得参与，他认为在新时代只有与时俱进、拥抱各种互联网平台，带领公司走科技化、智能化道路才能取得更好的发展。

绍兴仁威进出口有限公司集产销一体，公司主营意大利绒、巴黎丝绒、德国冰花绒、韩国绒等窗帘布，也是窗帘布艺展的老客户。“对于互联网平台我不如年轻人了解得多，但是听了李涓先生的讲解，我觉得京帘计划值得参与，会后我将慎重考虑是否入驻这个平台。”公司总经理尹绍顺说道。

本届窗帘布艺展获得地方政府、主办方、参展企业、采购商以及全球纺织网、京帘平台等多方助力，相信定能抢占先机，柯桥纺织行业的品牌知名度、产业竞争力将逐步提高，中国轻纺城家纺产业将迎来更加广阔的发展前景。



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。



《专业市场党建工作规范》以标准化助推专业市场党建规范化发展。



专业市场党建工作 有了“柯桥标准”

绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会 / 供稿

专业市场党建工作怎么开展，怎么落到实处？近日，柯桥区发布的《专业市场党建工作规范》地方标准规范较好地破解了这个难题。该《规范》已于2017年12月23日正式实施，标志着全国首个专业市场党建工作标准规范在柯桥区建立。

以标准化促规范化

据悉，《规范》是由柯桥区委组织部、中国轻纺城建设管理委员会等单位联合起草，历时一年多，经历了前期调研、提纲讨论、初稿起草、征求意见、完善定稿等多个阶段。

“《规范》主要包括组织结构体系、作用发挥体系、运行管理体系、共建共融体系四大部分。主要依据《中国共产党章程》等纲领性文件，在充分总结‘纺城有家’党建工作理论成果和实践经验基础上编制而成。”中国轻纺城建设管理委员会党工委书记、副主任徐海芳介绍道，《规范》的亮点之一是跳出市场提出共建共融体系。

这是一种探索与实践，旨在以标准化助推专业市场党建规范化发展。有了标准和引领，就有了目标，标准化与党建工作就能够达到同频共振的效果。徐海芳表示，《规范》贴近市场实际，具有柯桥特色，系统规范、操作性强，为柯桥区专业市场党建工作提供了规范的参照标准，也为加快建设“国际、时尚、智慧、高端”的现代新型专业市场的目标提供坚强的组织保证。

九年磨一“剑”成效显著

据了解，坐拥全球规模最大纺织品专业市场中国轻纺城的柯桥区，在推进市场党建工作上有着得天独厚的发展优势。近年来，柯桥区紧扣“围绕市场抓党建，抓好党建促发展”的基本思路，大胆探索现代商品专业市场服务型党组织建设新模式。

从2009年建立中国轻纺城市场党委，探索市场党建；到2013年创建“纺城有家”党建平台；再到2016年6月确定为国标系统第一个党建类标准化试点项目，发展至今可谓九年磨一“剑”。

中国轻纺城市场党建工作通过“支部建在商会上”、“支部建在网

格里”和“支部建在商贸企业上”等组建模式，进一步做实基层基础；通过强化组织、经费、激励等机制保障，进一步做优工作机制；通过建设党建阵地、创设服务载体，进一步强化党建服务功能。

目前，中国轻纺城市场党委下属已建立34个党组织，其中商会单建党组织13个，联合商会党支部1个，托管商会党组织4个，市场网格流动党组织11个，国贸区企业党组织5个，登记在册党员939名。在此基础上进行《规范》制定，能够真正做到服务对象同类化、服务机制简洁化、服务体系实效化。

为专业市场党建工作树立新标杆

作为全国首个专业市场党建工作标准规范，《规范》的正式发布与实施意义深远。

众所周知，市场存在主体多样、关系复杂、商户庞大、人员流动频繁、党员信息不清等一系列难题，把标准化的概念引入到市场党建工作中，能更加清晰地剖析行业和市场特点，找准了党建工作的切入点和结合点，实现党建与发展的良性互动，激活内生动力，使党组织真正成为凝聚纺城发展正能量的红色磁铁，激活了市场党建内动力。

同时，“标准化+党建”的工作模式，不仅为基层党建工作提供了新思路、新方法，也将帮助建立一套更加规范、公开、高效、科学的市场党建工作体制和运行机制，并能在运行过程中不断修正、完善，以工匠精神精准抓党建。

市场党建工作需要树立“服务就是管理”的意识，标准化制定从服务标准入手，实现了市场管理从管理型向管理服务型转变，以“组织党员、凝聚商户、服务市场、服务社会”为宗旨，全覆盖的服务网络、立体式的服务平台、多元化的服务力量，实现了党组织、党员经营户为市场、社会服务的无缝对接。

抓党建强堡垒，凝共识促发展，“柯桥标准”可辐射全国同类型党建工作，复制性较强，为全国同类专业市场党建工作树立新标杆。下一步，中国轻纺城建设管理委员会将申报发布浙江省地方标准，争取到2019年发布国家标准。

积极打造柯桥时尚新“布”局

2018 柯桥时尚活动发布仪式暨时尚品牌发布会成功举办

本刊记者 _ 黄丽芳 文 / 摄

为贯彻落实柯桥区“月月有会展，天天可时尚”工作，引导培育会展产业和时尚创意产业健康快速发展。1月8日，由绍兴市柯桥区科学技术局、中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心主办，恋影品牌管理机构协办的天天时尚·2018柯桥时尚活动发布仪式暨时尚品牌发布会在柯桥时尚发布厅成功举办。

中国纺织工业联合会生产力促进部副主任、中国纺织信息中心副主任李波，中国流行色协会副会长齐梅，绍兴市柯桥区委书记沈志江，绍兴市柯桥区委常委周树森等领导以及有关行业协会、院校代表，区内各纺织制造、贸易设计企业代表等近400位嘉宾出席了本次活动。

伴随着震撼人心的开场表演，发布会拉开帷幕。活动从“听见时尚的声音”、“看见未来时尚”以及“遇见设计未来”三个方面依次展开，分别就2018年柯桥时尚活动整体情况、发布流程以及未来时尚设计方向做了详细介绍。

听见，时尚的声音

柯桥作为“依托在一块布上的城市”，正在逐步形成一个以设计和创意为核心的千亿级时尚产业，不断提升时尚产业的行业影响力和话语权。创意和时尚，将柯桥纺织推向了升级发展的前沿，也让时尚成为这座城市给外界的又一张金名片。

周树森在致辞中指出，柯桥作为纺织之都，近年来紧紧围绕打造“国际性纺织创意中心”的总体目标，以块状轻纺产业为依托，以纺织创意基地建设为抓手，全力推进时尚柯桥建设。同时，为推动纺织产业转型升级和时尚产业创新发展，2018年，柯桥区将依托各类时尚活动提升时尚柯桥影响力，全面呈现柯桥时尚活动的“国际化、时尚化、品牌化、常态化”。

时尚创意产业一直是柯桥区重点培育和发展的对象，十年来，柯桥建园区、搭平台、引人才、育品牌、做活动、造氛围，不断取得成绩。本次发布会上，沈志江宣布2018“天天时尚”年度系列活动正式启幕。

看见，未来的时尚

新科技、新艺术、新形式、新产业、新风尚，在新的一年里，柯桥将带着时尚的活力与激情，将产业与时尚多维融合，优化时尚活动结构，让更多优秀的企业和设计师走进柯桥，也让柯桥的优秀品牌走向世界。

发布会现场，恋影品牌管理机构旗下4位韩国优秀新锐设计师 Choi、Leigh、Lee Jung Hwa 和金成恩为出席活动的各位嘉宾解读了设计师品牌运营新模式，并且带来了相应品牌的联合秀。

作为2018年度柯桥时尚活动的首场品牌发布会，这些设计师的自有品牌系列



发布会的成功举办渲染了柯桥时尚新“布”局的浓厚氛围。

产品，以柯桥面料为原料结合前卫的时尚创意与设计理念，用四种时尚风格阐述了最新流行设计，呈现出一场集新锐设计、顶级面料、突破创新为一体的视觉盛宴。

遇见，设计的未来

一路走来，柯桥这片土地上举办了数不清的国际化时尚活动，柯桥企业和企业家们也在不断追逐潮流、引领时尚的发展新思路，涌现创意设计、时尚制造、品牌管理的商业新模式，为柯桥时尚产业不断助力。据了解，2017年，全区纺织创意基地企业营业收入达12.01亿元，同比增长20.55%，其中设计研发等服务性营业额2.38亿元，带动相关企业形成239.66亿元销售收入。

恋影品牌管理总经理兼设计师何惠良谈到，以时尚带动产业发展，模式转变十分重要。一个好的模式能够为产品经营起到事半功倍的效果。为此，他在2017年带领团队入驻柯桥创意大厦，将全新的JEXT showroom经营模式投入使用，为柯桥时尚发展注入活力。

发布会后，2018年中国轻纺城“天天可时尚，月月有会展”的工作将围绕“天天可时尚”这一主题，以“创新时尚”、“多元时尚”、“活力时尚”、“互联时尚”等四季主题陆续开展，并固定在每月第四周举办“设计交流周”活动，将每月8日确定为“品牌发布日”，常态化开展时尚沙龙、趋势研究、成果展示、设计交流、产业对接等活动。未来的柯桥将会呈现出多元时尚风貌，并且逐渐从纺织制造和贸易中心向时尚策源地蜕变。 **TA**



品牌联合秀带来了一场视觉盛宴。



“天天时尚”系列活动正式启幕。



回顾与展望

化纤：改革成效逐步显现 绿色发展愈加自信

访中国纺织工业联合会副会长、中国化学纤维工业协会会长端小平

本刊记者 _ 郭春花



端小平

2017年是党的十九大胜利召开的一年，是实施“十三五”规划的重要一年，是供给侧结构性改革的深化之年，也是《化纤工业“十三五”发展指导意见》正式颁布实施的第一年。这一年，行业积极推进供给侧改革，并取得了一定成效；这一年，行业高科技新品层出不穷，让我们见证了科技创新的无限可能；这一年，行业品牌建设更上一层楼，越来越多的企业发布了自己的品牌秀；这一年，行业绿色发展走出了一条坚实道路，为行业树立了典范……

2017年，整个化纤行业经济运行保持了向好态势，成为纺织子行业中增速最快的行业。2018年，行业发展是否有所侧重？方向在哪里？岁末年初之际，中国纺织工业联合会副会长、中国化学纤维工业协会会长端小平在总结行业收获的同时，也对行业未来发展着力点发表了见解。

行业供给侧改革成效初显

在供给侧结构性改革推动下，2017年我国化纤行业运行实现稳中向好、质效领跑。化纤行业在以恒逸集团为代表的龙头企业带动下，加快淘汰落后和兼并重组，在不增加总量的情况下，产业集中度进一步提高；行业整体开工率较2015年、2016年进一步提升，库存保持低位运行，产品价格为原料成本支撑下震荡上行，行业运行质量明显改善，效益大幅增长。

2017年1~10月，化纤产量4309万吨，同比增长5.73%；进口量75万吨，同比增长13.91%；出口量338万吨，同比增长2.82%；实际完成固定资产投资1102亿元，同比增长

15.54%；主营业务收入7194亿元，同比增长15.44%；实现利润总额365亿元，同比大幅增长48.61%；主营业务利润率达5.07%，同比提高1.13个百分点。

“这显示出化纤行业的结构调整、控制总量取得了一定效果。供给侧改革是我国纺织化纤行业运行实现稳中向好、质效领跑的关键因素。”端小平分析认为。

近年来，化纤行业加快淘汰落后、兼并重组，产业集中度进一步提高。“在过去的两年里，化纤行业有将近400万吨的产能并购重组，这个趋势未来还会持续，化纤行业的产业集中度会进一步提高，而这些留下来的企业竞争力也会更高。目前已有四五家化纤企业进入炼化行业，这意味着化纤行业产业链配套更加完善，未来成本会更低，产品质量也会更好。”端小平同时指出，产业集中度进一步提升，化纤企业有效数量就会进一步减少，这对协会工作是个挑战。下一步，协会将重点扩大服务、深化服务和细化服务，发展原辅料、产业链相关企业与化纤企业一道并肩作战。

化纤行业投资增速自2011年以来，总体呈下降趋势，但2017年化纤行业投资增速有所反弹，据了解，2017、2018年涤纶长丝装备的新增订单达到了历史高位，粘胶短纤也有大量新增项目。为此，端小平指出，控制产能合理释放，仍将是行业需要认真对待的问题，同时要加大并购重组力度，优化存量结构，推进行业创新发展、绿色发展，生产适销对路产品，提质增效。

此外，2017年，中国化纤工业协会有两项团体标准——《仿棉聚酯纤维》(T/CCFA 01006.1~6-2013)和《循环

再利用化学纤维(涤纶)行业绿色采购规范》(T/CCFA 00006-2016)入选了工信部团体标准应用示范项目。中国化纤工业协会自2011年开展团体标准工作以来，扎扎实实推进制度完善、标准制修订、标准应用推广等各项工作，截至2017年12月，共组织制定发布协会标准50项，满足了化纤行业对标准的急需。在50项已发布的协会标准中，转化国家标准1项、行业标准5项，列入行业标准计划4项，很好地促进了化纤领域中政府主导制定的标准和市场主导制定的标准间协调配套、协同发展。

高科技新品层出不穷

近年来，我国化纤行业在科技进步方面取得较大进展，比如高新技术纤维(含生物基化学纤维)生产品种覆盖面最广，高性能纤维产能、潜在消费量世界第一，部分高新技术纤维的生产及应用技术达到国际领先水平，并满足国防军工、航空航天需要，常规纤维的多功能化、高性能化和低成本处于领先国家序列。

2017年，行业中涌现出多项涵盖高新技术、多功能化、高性能化和低成本的技术和产品。由中复神鹰碳纤维有限责任公司、东华大学、江苏鹰游纺机有限公司完成的“千吨级干喷湿纺高强/中模碳纤维产业化关键技术及应用”项目获2017年度国家科技进步一等奖；由浙江理工大学完成的“管外降膜式液相增黏反应器制及熔体直纺涤纶工业丝新技术”、江苏奥神新材料股份有限公司联合东华大学完成的“干法纺聚酰胺纤维制备关键技术及产业化”两项化纤成果获2016年度国家科技进步二等奖；由浙江绿宇环保股份有限公司、宁波大发化纤有限公司等单位完成的“废旧聚酯维高效高值化再生及产业化”、福建中锦新材料有限公司和湖南师范大学完成的“大容量锦纶6聚合、柔性添加及全量回用工程关键技术”、常熟市翔鹰特纤有限公司和东华大学等单位完成的“聚丙烯腈长丝及导电纤维产业化关键技术”等三项化纤成果获2017年度中国纺织工业联合会科学技术奖一等奖。

更可喜可贺的是碳纤维生产企业光威复材的成功上市，标志着我国高性能高技术纤维生产再上一个新台阶，正式获得资本市场认可，具有里程碑意义。

面对未来，端小平指出，我国纤维新材料产业需通过“3+1”重大技术(新溶剂法纤维素纤维、生物基合成纤维、高性能纤维高端生产与应用和锦纶熔体直纺技术)突破、智能制造、绿色制造、品牌质量与提升等路径，向功能性纤维材料开发与品质提升、生物基化学纤维产业化、高性能纤维产业化和系列化等方向发展。

绿色发展，积极践行“三品”战略

连续6年发布的中国纤维流行趋势，引领着中国纤维产业在绿色发展、时尚跨界、国际影响力等方面实现全方位提升，同时也使得纤维与时尚、工业与艺术之间的结合更为紧密，日益展示出纤维改变生活、创造时尚的无限可能。



在2017年中国国际纺织纱线(春夏)展览会上，“盛虹·中国纤维流行趋势2017/2018年发布会”紧扣“纤维改变生活”这一主旨思想，推出“本源与生机”这一核心概念，分“纤恋·舒馨亲和”和“纤动·绿色先锋”两大篇章，发布了20种纤维。

值得一提的是，“中国纤维流行趋势发布”作为绿色纤维生活方式的倡导者，一直以来都在以实际行动推进着绿色纤维的普及。继2016年首次发布“绿色纤维”标志认证，开启纤维行业进入“绿色时代”的大门之后，2017年又推选出9家绿色纤维标志认证企业。重磅奖项的颁发，对促进行业健康发展、合作共赢起到积极的推进作用。

此外，在春秋两季的2017年中国国际纺织纱线展览会上，先后有绿宇环保、唐山三友、恒天纤维等14家化纤品牌企业发布新品，成为纱线展大舞台上不可忽视的力量。

“中国纤维流行趋势发布”不仅开创了原料端趋势研究的先河，更因符合国家“供给侧改革”思路，成为新时期“三品”战略中引导行业品牌建设及新品开发与推广的重要内容。端小平透露，未来，纤维流行趋势将重点关注纤维新材料重点工程、绿色制造工程、智能制造工程、品牌培育工程。

“绿色发展其实就是一种创新，是一种倒逼机制下的创新，纤维作为纺织产业链发展的源头，其绿色发展进程对推动纺织工业乃至整个社会的可持续发展具有重要意义。”端小平提出，循环再利用化学纤维、生物基化学纤维、原液着色化学纤维是未来要重点发展的三大绿色纤维。

为践行绿色发展理念，最大程度减少再生纤维素纤维生产及全生命周期对环境产生的影响，经唐山三友、赛得利与中国化学纤维工业协会倡议，联合中国棉纺织行业协会、山东雅美、宜宾丝丽雅、阜宁澳洋、浙江富丽达、恒天海龙、吉林化纤、新乡化纤、山东银鹰等团体及行业龙头企业，达成了成立再生纤维素纤维行业绿色发展联盟的共识。

“联盟的目标是用三年的时间，通过联盟所有成员的努力，建立一个可以评判行业内企业是否尽到绿色、可持续发展社会责任的通用评价标准，从而推动行业绿色发展联盟所代表的中国再生纤维素纤维行业的节能环保指标达到国际领先水平。”端小平特别强调节能环保指标要达到领先，而不是先进，联盟企业要互帮互助、共同提高。

为行业挖掘更多人才，吸纳更多资本

对复合人才的培养也一直是化学纤维工业协会的重头工作。过去的一年，中国化纤工业协会联手企业开展“中国化学纤维工业协会·绿宇基金绿色化纤金钥匙奖”评选、“中国化学纤维工业协会·恒逸基金”优秀学术论文评选，设立“中国化学纤维工业协会·三联华鼎卓越基金”，开展“杰出工程师奖”、“杰出技术工人奖”评选等工作，表彰和奖励在前沿科技方面做出突出贡献的单位和个人，为行业挖掘了众多人才。

全国纺织复合人才培养工程高级培训班自开展以来，行业人士踊跃参加。高训班特邀国内知名院校的资深教授及行业专家进行授课，结合企业实地参观，以打造纺织“黄埔军校”、创立产业链科技交流俱乐部为目的，普及纺织基础知识、解读行业最新工艺及发展趋势，全面提升纺织从业人员的综合实力。举办3期以来，高训班得到了众多来自纺织产业链学员的青睐，截至2017年，已为行业培养了113名学员。

值得一提的是，2017年，高训班还组织学员赴日本开展了“三学两看”短期培训，先后到访东丽公司、帝人公司、东京大学、信州大学、旭化成公司等，学习日本先进的化纤生产和管理技术，让学员受益匪浅。

2017年，化纤行业在资本市场有所斩获。4月，“新风鸣”正式登陆A股市场，为“新风鸣”构筑“化纤王国”奠定基础；9月，“光威复材”在深圳证券交易所挂牌上市，成为A股“碳纤维第一股”。截至目前，化纤行业已有几十家上市企业。

对企业是否需要上市，端小平一直持肯定、鼓励态度，他认为公开募股(IPO)是国家经济工作和脱虚向实、未来3~5年必将重视的事情，企业IPO也面临着重要的战略机遇，优秀的企业应抓住时机，做好上市准备。目前，中国化纤工业协会会同中纺资产管理有限公司共同确定了“2017~2018年度化纤行业10户重点培育预备上市企业”，这对行业企业与资本市场的融合、拓展行业发展空间意义深远。■

回顾与展望

针织：新时代、新定位，谋求行业新发展

访中国纺织工业联合会副会长、中国针织工业协会会长杨纪朝

本刊记者 徐长杰



杨纪朝

回顾 2017，中国纺织产业发展亮点频现。

2017 年 8 月 10 日，央视《新闻联播》在报道“深入推进供给侧结构性改革”时，就谈到了纺织业对航天、医疗方面的贡献：“半刚性电池基板玻璃纤维网格”织物作为太阳帆板的关键材料，为我国自主研发的第一艘货运飞船“天舟一号”的太空之旅编织了提供能源动力的“玻璃翅膀”；采用编织与生物材料复合技术以及特殊纺丝直接成型技术开发而成的新型人造血管，未来将被大规模地推广使用。

央视以纺织行业为例说明传统制造业行业正在通过转型升级迸发新活力，这是纺织行业发展新定位中“创新驱动的科技产业”的最好展示，是纺织行业努力满足人民日益增长的美好生活需求的最佳例证，也是支持纺织人砥砺前行永不忘本的初心。

中国纺织产业的日益强大离不开各领域的深耕细作与产业人士的辛勤付出，中国纺织工业联合会副会长、中国针织工业协会会长杨纪朝在接受《纺织服装周刊》记者采访时就谈到，回顾 2017，中国纺织产业发生了许多可喜变化，而作为纺织行业的细分领域，针织行业规模继续扩大、质效领跑，特别是针织印染领域领先行业利润率水平。

内销市场潜力巨大， 针织企业设计、研发能力不断增强

习近平总书记在十九大报告中指出，我国社会主要矛盾已从人民日益增长的物质文化需要与落后的社会生产之间的矛盾转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。这是对现阶段我国社会主要矛盾做出的新的重大判断。

杨纪朝表示，“人民日益增长的美好生活需要”在纺织行业的主要表现是消费升级与需求变化。在国内消费升级的推动下，行业的消费需求由以“物美价廉”为代表的朴素生活消费需求，转变为以“科技含量”、“时尚风格”和“绿色环保”为代表的科技、时尚、绿色的消费需求，品种丰富度、品质满意度、品牌认可度是行业努力的方向，纺织产品及其服务消费市场空间巨大。

对于消费需求改变在行业中的表现，杨纪朝谈到，2017 年国内经济总体改善，供给侧结构性改革深入推进，创新驱动发展战略大力实施，消费升级带动内销发展，1～10 月纺织行业利润同比增长了 9.26%，大大地好于预期，1～10 月针织行业利润增速也出现超预期的增长，同比增长 8.58%。行业在经历 2015～2016 年连续两年的低速增长后，2017 年 1～10 月行业发展增速出现明显回升，针织行业 5803 家规上企业完成主营收入 6437.13 亿元，同比增长 6.64%，增速稍低于全行业的增速（6.98%），比上年同期提高 2.19 个百分点。

从内销市场看，社会消费品零售额一直保持两位数的增长，居民消费的升级态势在继续加快，同时 1～10 月居民收入增长在加快，这都为消费增长提供了基础支撑。杨纪朝指出，近五年，针织行业规上企业内销占比逐年提高，已由 2012 年的 66.87% 提高到 2016 年的 74.40%，2017 年 1～10 月进一步增长到 74.60%。

从出口情况看，2017 年 1～10 月我国针织行业实现出口 728.31 亿美元，降幅收窄至 -1.76%，其中针织面料出口 135.03

亿美元，金额同比增长 13.41%；针织服装出口 491.41 亿美元，金额同比下降 6.28%，降幅较上年同期减少 4.06 个百分点。近五年，针织面料出口市场不断扩张，在整体国际市场需求不振的情况下，是针织行业的突出亮点，针织面料的加工生产能力代表了我国针织产品生产的水平，针织面料市场竞争力的增强，代表国内针织企业产品设计研发、生产能力的不断提高。

2018 将继续深化供给侧改革， 加大创新与升级力度

为助力中国针织行业发展，在 2017 年，中国针织工业协会开展了多项行业技术服务工作。对于未来针织行业发展的重点方向，杨纪朝指出，结构上，行业调整深入推进，内需有望成为拉动行业发展的增长极；方向上，产业转型升级步伐持续推进，智能制造成为企业转型升级的新方向；生产上，引入“互联网+”，加大加快自动化生产流程及管理水平的建设步伐；产品上，加大新型针织品的开发力度，迎合消费者对高档针织服饰产品的诉求，创造满足中国中产阶级对高端服饰需求的市场空间；动力上，创新不断驱动行业向纵深发展，科技进步成为推动行业发展的第一动力；附加值上，坚定文化自信，用优质品牌引领时尚，适应国内消费升级，建设中国针织自己的民族品牌；责任导向上，人才培育和可持续发展仍然是行业不可避免的话题。

杨纪朝表示，2018 年中国针织工业协会具体将围绕以下几点展开工作：

首先是服务供给侧。继续推动 PH Value 中国国际针织博览会展会平台建设，开展针织设计大赛，助推优秀针织企业和针织产品；继续开展功能性针织产品评选，扩大影响力，形成评选活动品牌名片；继续开展针织用纱“用户信得过产品”测评，协调上下游有效拓展市场需求；继续扩大针织优品工程，服务优秀针织产品提档升级；中国针织工业协会团体标准化技术委员会开展团体标准制定工作，推动一批团体标准落地；继续开办针织设计师工艺培训班。

人才培养上，加大对青年企业家团队的建设力度，筹备成立中国针织青年企业家联盟平台，为青年企业家企业交流、思想交流服务；开展 2018 年度中国针织工业协会 T 恤衫设计大赛，助推 T 恤衫行业设计力量的培育；继续开展横机操作工职业技能竞赛。

其次是创新与升级。组织“2018 年全国针织科技大会”，力争从全针织生产的角度，将行业的技术信息、科技提升工艺流程上的相关资讯向全行业推广；评选针织内衣创新贡献奖，扩大获奖产品宣传，协助优秀项目及产品推广；继续开展质量标杆活动，树立行业标杆；积极发挥专家技术委员会作用，协同解决行业共性技术问题和攻关。

同时，也将做好常态化工作。做好行业调研，继续跟进我国针织行业在国内外的产业布局及动态，及时发布行业信息和研究报告，做好行业咨询服务工作；做好组织机构建设，包括各项活动顺利开展，使之更加专业化、有序化和常态化。此外，2018 年要做好内部建设，认真学习贯彻十九大精神，提高协会服务能力。针织行业还将积极寻找自身存在的不足，继续加强各方面工作，为建成纺织强国而不懈努力。TA

TATWEEKLY

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，
听 行业精英箴言，

观 流行趋势分析
查 企业动态百科

关注 《纺织服装周刊》微信，
你就是行业大咖！



回顾与展望

家纺：以创新为驱动 向大家居迈进

本刊记者 _ 李亚静

回顾不平凡的 2017 年，这“十三五”开局的重要一年、供给侧结构性改革攻坚克难的重要一年，在党的十九大精神引领之下，全行业不遗余力推进产业结构调整与创新发展。作为三大终端产业之一，家纺行业取得显著成绩。这一年，家纺行业整体继续保持平稳增长态势，投资者对行业的信心进一步增强；科技助力行业快速发展，为行业指明了未来……

2018 年是十九大召开之后的第一年，要实现在 2020 年全面建成小康社会的第一目标，这一年的发展当然令人期待，而家纺行业能否实现更好发展，同样值得期待。

2017 年有哪些发展亮点值得铭记？2018 年有哪些关键词值得关注？站在终点与起点，我们回顾过去、展望未来。

转型升级寻良机

2017 年，是家纺行业喜获丰收的一年。在供给侧结构性改革的驱动下，1 ~ 11 月，我国家纺行业整体继续保持平稳增长态势，投资者对行业的信心进一步增强，各子行业固定资产投资增速均实现正增长。

根据国家统计局数据显示，2017 年 1 ~ 11 月，1926 家规模以上家纺企业实现主营业务收入 2438.7 亿元，同比增长 4.6%，其中内销产值 1882.4 亿元，同比增长 5.93%。主营收入和内销产值的增速分别较上年同期提高了 1.16 个百分点和 1.98 个百分点。与此同时，2017 年 1 ~ 11 月家纺行业投资增速继续保持增长，且增势向好，完成投资 698.3 亿元，同比增长 6.03%。

2017 年，家纺行业在资本市场有所收获。11 月，水星家纺正式登陆上交

所 A 股，自此掀开企业发展的崭新一页，同时也为行业提振了士气。截至目前，除水星家纺外，行业已有罗莱、富安娜、孚日、梦洁、卡撒天娇、太平地毯、银仕莱、梦百合、多喜爱等多家上市公司。

另据数据显示，2017 年 1 ~ 11 月，全国规模以上家纺企业共实现利润总额 138.1 亿元，同比增长 3.97%，利润率为 5.66%，利润总额同比增速略有减缓。成本居高不下、费用持续居高等因素，导致利润空间受到挤压。

中国纺织工业联合会副会长、中国家用纺织品行业协会会长杨兆华在“2017 中国家纺大会”中表示，虽然伴随着成本上升、环保标准规范的日益严格、国内外市场的复杂形势、传统渠道增长乏力等诸多困难，但当下也是转型升级的良机。行业在今后的发展过程中，一方面要注重提高企业管理能力，合理控制成本从而提高收入；另一方面还需从企业自身出发，注重提高产品附加值，促进企业转型升级，以发掘扩大新的利润空间。

科技助力产业发展

家纺是科技和艺术的化身，2017 年，家纺企业进行科技创新的脚步不曾停歇。智能家居、智能制造等科技成果，在家纺行业引起了新变化。

与智能家居联系紧密的关键词之一是睡眠经济。借助科技手段，家纺产品不仅可以监控睡眠数据，还可以提供健康解决方案，不少家纺企业在此领域均有涉足。

全景化服务是智能家居的又一表现形式。在智能领域，可以实现很多方向的主动服务，如跟踪服务，一件床品、一床被子，在用户那里的使用、清

洗频率，均可以通过智能化产品实现有效掌握，并且实现精准营销。

此外，智能制造是科技作用于行业的重要体现。可以说，自动化、智能化设备的应用是家纺企业转型升级、走向中高端的重要途径，尤其是对于床品企业而言，用于缝制及后整理环节的高效自动化设备，将是解决日益增长的用工成本的根本之道。

值得一提的是，2017 中国家纺大会“智能造助力新家纺，物联网开启新零售”的主题，以最为敏锐的嗅觉将行业大势一指点明。行业协会的重要会议中，对智能家居、智能制造等热点话题的讨论声也不绝于耳。

迈向“大家居”

随着消费迭代升级，消费者正从简单的装饰消费，向服务与体验的需求、个性化定制的需求和对环保材料的需求转变。而企业的发展重心，不再只是生产一块“布”，而是塑造一个“家”。

行业协会在积极推进“大家居”进程。2017 上海秋季家纺展以发力“大家居”为新定位，鼓励企业从过去单纯展示布料的角色，演变为整体软装方案的提供者、解决者。

企业也在积极发力。例如，其场景化展示空间，已逐渐细化为客厅空间、卧室空间、书房空间，窗帘、地毯、沙发、墙纸、墙布等都成为了“大家居”的一部分。

一些企业不仅提供面料，还可提供家具面料搭配设计，窗帘、床品的款式设计和生产，甚至与家具企业联手，提供配套服务。此举不仅满足了消费者对某种家居风格的喜好，更在一定层面上拉动了消费升级。

大家居已成为大势所趋，行业与企业正在积极构建一个家纺新时代。

探索渠道创新

随着“互联网+”等概念的推广和普及，2017 年，家纺行业也在积极探索新的商业模式，如通过 O2O、B2B 及 C2M 等形式，走线上线融合、需求供给优化匹配之路，进行渠道创新。

杨兆华在 2017 上海秋季家纺展期间曾为企业指明发展方向，“引导企业创新渠道拓展，深度剖析消费生活方式变革”便是其中之一。

值得一提的是，2017 春季家纺展期间，与天猫平台合作的“天猫家纺装饰——拾梦时光”展区进行了两个半小时的直播，借助这一形式帮助企业进行全方位传播，打通了展会“线上线下”共通之路。与此同时，微供展区展示了行业正在向家纺电子商务移动化、社群化发展努力。

同时，家纺企业的尝试脚步未曾停止，除了线上线下渠道的联动，他们还通过直播、网红等形式进行在线传播与营销。

发力设计资源整合

2017 年，是家纺设计厚积薄发的一年。家纺产品的设计创新是家纺产业转型升级的灵魂和源动力。

以落户秋季家纺展的 2017 安德玛丁国际室内设计峰会为例，峰会不仅扩大了家纺展在室内设计师领域的影响力，同时也为室内设计师提供了更加广阔的整体软装资源平台，助推了设计力量的成长。

此外，“中国家纺设计师代表大会”的召开，则恰逢其时地为家纺行业设计资源的整合带来新的契机。大会凝聚了许多优秀的家纺设计人



才，撬动了更多家纺设计产业链资源，为富有才华的家纺设计师提供了良好的发展平台和机遇，进而推动中国家纺产业整体设计水平的发展，翻开了家纺设计的新篇章。

而“海宁家纺杯·2017 年中国国际家用纺织品创意设计大赛”“张赛杯·2017 中国国际家用纺织品产品设计大赛”“震泽丝绸杯·2017 中国丝绸家用纺织品创意设计大赛”等赛事，更是为行业带来众多色艺双绝的惊喜。同时，设计大赛的举办，为行业培育了诸多复合型设计人才。

开启质量新时代

2017 年，是家纺行业开启质量新时代的重要一年。质量是行业、企业的重要命门，只有严把质量关，行业才能实现稳健、长期的发展。

值得一提的是，标志家纺质量新时代的“2017 中国家纺行业质量大会暨中国家纺团体标准化技术委员会成立会”上发布的中国家纺行业质量标准发展报告，从战略思想、工作理念、品牌建设、标准工作、供应链管理、人才培养等 6 个方面提出了家纺行业质量提升的措施建议，全面推动了行业的标准化建设。

随后召开的“全国家用纺织品标准化技术委员会线带分标委会暨标准审稿会”对送审的《缝绉线》《热转印机织丝带》《丝带花饰》等七项行业标准进行了审定；“全国家用纺织品标准化技术委员会毛巾分技术委员会年会暨换届会议”进行了行业标准《数码印花毛巾》中期讨论以及毛巾标准“十三五”体系方案的讨论。行业标准的推出对于“质量”建设，具有重要意义。

2017 年，行业多措并举打造质量标杆，牢固树立全行业和企业质量管理意识，大力弘扬工匠精神，全力推动着家纺行业的发展迈向质量时代。

2018 扩大家纺业的“朋友圈”

“中国特色社会主义进入了新时代，这是我国发展新的历史方位；我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”，党的十九大作出的这一重大论断，清晰地指出了党和国家事业所处的时代坐标。满足人民日益增长的美好生活需要是新时代纺织工业的主要任务，作为人民生活不可或缺的主要消费品，纺织服装是人民美好生活的重要组成部分。

放眼家纺行业，在发展中确实存在“不平衡”“不充分”的问题，然而，换个角度来看，这些“不平衡”“不充分”，其实也正是家纺行业在新时期发展的巨大机会与潜力所在，是行业进行供给侧结构性改革的攻坚方向和下一步工作的着力点，这既是机遇也是挑战。

成绩属于过去，挑战来自未来。杨兆华表示，2018 年，中国家纺行业要推动跨界融合、科技创新，运用互联网思维、云计算、大数据、物联网等技术，打通全产业链，加快形成大家纺发展格局；中国家纺行业要积极运用共建共享创新平台，深化协同创新，塑造发展新优势，助力“纺织强国”，有效解决供需矛盾，继续夯实纺织消费品工业发展根基，扎实推进“中国制造 2025”在家纺行业的顺利实施，借力“一带一路”加速扩大家纺业在全球的“朋友圈”。

同时，对于“科技、时尚、绿色”这一新定位、新标签，每个业内人士都有责任用言行去推广，用实践去印证，让社会真正认知与接受。ITA



大家居已成为大势所趋，行业与企业正在积极构建一个家纺新时代。

看这场企业争讼如何转败为胜？

嘉兴市兴达织造公司经济合同纠纷案纪实

常思 / 文

本文分析了中国长丝织造行业协会会员企业的一起经济合同纠纷案例，以期为全行业企业在经济合同制订、经济合作以及法律知识方面提供更多借鉴。这一次，依靠法律、依靠行业协会，企业的委屈得以释然。未来，企业应不断加强学习相关法律法规，提升维权意识。

2015年，一家长丝织造企业在完成一批涤纶牛津布订单时，因产品质量争议引发了一起经济合同纠纷案件。这起因双方签订的合同对产品质量标准约定不明确，导致买方起诉卖方，在一审法院调查取证不充分和不准确的情况下，卖方差一点输掉官司。

兴达对初次鉴定结果深感无奈

2015年6月2日，北京市虹追户外用品公司（购货方代用名，以下简称虹追公司，原告）向法院诉讼嘉兴市兴达织造公司（供货方代用名，以下简称兴达公司，被告）生产的涤纶牛津布产品质量不合格一案，在北京市某区人民法院立案。在接到法院传票的那一刻，兴达公司法人代表张先生感到十分生气，“不仅生意没做成，反而被污蔑，自己还积压了一大批货品。”对方的态度前后不一致，让张先生颇感疑惑。

在法院开庭审理过程中，原告与被告对兴达公司生产的涤纶牛津布产品质量问题产生异议，双方向法院申请对产品进行质量检测与鉴定。法院委托北京质检公司（代用名）进行该案的鉴定工作。2016年12月12日，该机构出具鉴定意见：“鉴定标的物（300D*300D）涤纶牛津布的单位面积质量、经向线密度和纬向线密度不能满足双方签订的《产品订购合同书》要求，即整批（529匹）不合格。”鉴定报告中注明：“本报告中默认《产品订购合同书》中对经向线密度和纬向线密度要求均为 $\geq 300D$ ，单位面积质量要求为 $\geq 110g/cm^2$ ”（注：报告中注明的 $\geq 110g/cm^2$ ，是书写错误，应为 $\geq 110g/m^2$ ）。

兴达公司张先生在得到这一鉴定结果后惊诧万分，认为检测结果是错的，他深信自己产品质量没问题，但就是无法指出鉴定报告到底错在哪里。

用兴达公司张先生的话来说，面对虹追公司的压力，他感觉到孤立无助，对鉴定结果也是无奈至极。他不明白，明明没有任何质量问题的产品，为什么会鉴定为不合格产品？如果产品不合格，虹追公司应该在提走首批货物后就提出来，为什么要等到全部货物生产完成后拒不提货，而后突然起诉呢？

协会正义支持，兴达洗清不白之冤

2017年3月，一审法院即将宣判，正当供货方法人代表张先生不知所措时，经当地产业集群相关人员介绍，他找到了中国长丝织造协会。面对一审对被告极为不利的局面，张先生只恳求协会能够尽量帮助他减少损失。接到张先生的求助，中国长丝织造协会领导非常重视，立刻组织驻会专家对案件涉及的所有材料进行了详细研究与分析，认为：一，合同条款中只标明了产品规格，并没有指定执行什么产品标准，根据中华人民共和国《合同法》规定，合同“质量要求不明确的，按照国家标准、行业标准履行”；二，将技术检测部门所提供的产品检测数据对照涉案产品适用的国家标准和行业标准，发现所有产品全部在合格范围内。因此，协会建议供货方要积极应诉据理力争，并为其出具了《就涤纶牛津布订购合同执行标准问题的咨询意见函》，提供了涉案产品的国家标准和行业标准。

最终，法院审理的结果是：一审被告输，二审被告赢。

长丝织造协会助力兴达公司扭转了之前的不利局势，不仅洗清了兴达公司商品质量不合格的不白之冤，还避免了企业巨大的经济和商业信誉的损失。正所谓吃一堑长一智，在总结本案经验教训之余，也为企业未来更好的发展树立了足够信心。[1]

还原事件

2015年3月30日，北京市虹追公司向嘉兴市兴达公司订购涤纶牛津布（300D*300D）131万米，单价1.8元/米，合计金额235.8万元并签订了《产品订购合同书》及合同附件《织物分析工艺单》，约定于2015年5月15日前交货。

2015年3月31日，虹追公司向兴达公司支付了20%的定金，兴达公司开始依照订单生产涤纶牛津布，虹追公司在提取首批17.76万米布料后没有继续提取余下货物。2015年5月初，卖方主动与买方协商发货付款事宜，但是直到5月底，虹追公司仍不提货和付款，也未提出任何异议。2015年5月30日，兴达公司向虹追公司发出联络函，提出：“若虹追公司收到本函5日内不提货并付清余款，我司为减少损失，有权自行处理上述产品”。然而，虹追公司不但没有提货，反而于2015年6月2日，向北京市某区人民法院提起诉讼，状告兴达公司生产的涤纶牛津布产品质量不合格。

后记

维权意识不能少

随着时代的发展和我国依法治国理念的不断深入，企业在生产贸易过程中，维权意识也要不断增强。为了更好地维护自身的利益，企业应对相关经济法律知识、国家行业标准、合同签订及技术处理方法等方面进行深入的了解和学习，避免在商业交往中吃亏。

根据本案的经历，企业生产经营过程中的一些问题还是需要依靠协会帮助解决的。协会是行业的协会，是企业资源共享的平台。企业的资源有限、能力有限，但依托行业协会这个平台，就可以分享行业优质资源，同时，也可以与同行业公司互相学习、互相帮助，共同提升行业发展空间。

此案例是涉及长丝织造企业经营中买卖合同的经济纠纷案件，也是全行业较为典型的案例，对行业内其他企业具有重要的借鉴作用。法院在审理案件时，十分重视长丝织造协会提出的专业意见。在法官看来，这个案件的审理已远远超出一般的经济纠纷，更代表着一个行业在社会发声的力量，这也充分表明我国行业协会为企业、为政府协调、解决问题的能力有了很大提升，社会的影响力和公信力也逐步扩大。（常思）

紡織 TAIWAN TEXTILE MONTHLY 月刊

亚洲专业之中文纺织杂志

纺拓会出版之《纺织月刊》，1996年创刊，目前已成为亚洲专业之中文纺织杂志，订阅厂商遍布亚洲市场，包括中国、越南、印尼及泰国等。

提供即时丰富的纺织资讯

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

订阅《纺织月刊》，立即享有产销资讯电子报服务！

《纺织月刊》订户除拥有每月出版之纺织月刊外，更可免费拥有每日发布之产销资讯电子报服务，内容涵跨国内、外纺织产业之经贸政策、法令规章、产业资讯、品牌动态等计16种资讯，协助您掌握产业趋势。

《纺织月刊》每期精选报导内容并刊登月刊官网，欢迎上网浏览！

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

《纺织月刊》研讨会或发表会规划服务

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





3000 万元

本届大朗毛衣节现场零售
额超过 3000 万元，进场市民
超过 12 万人次。

大朗毛衣节，用一方产业利一方百姓

本刊记者 _ 徐长杰 通讯员 _ 钟金法

1月5日，2017～2018大朗毛衣节落下帷幕。从2017年12月24日至2018年1月5日，大朗毛衣节现场零售额超过3000万元，进场市民超过了12万人次，同上年相比，交易额和进场人数都同比增长了20%。中央电视台、南方日报、《纺织服装周刊》等超过50家国家、省、市和行业主流新闻媒体对本届毛织节高度关注并跟踪报道。

众所周知，作为我国乃至世界有较大影响力的毛衣市场集群地，大朗毛衫年销售量超过12亿件，10平方公里的大朗毛织商贸城内，拥有3个毛织专业市场、6个毛织生产片区和12条毛织专业街，被评为“中国毛衫流行趋势发布基地”，是名副其实的“中国羊毛衫名镇”、“中国毛织产品采购基地”。如果用更直接的方式来表达，中国乃至全球的好毛衣都出自于此。

以弘扬毛织文化、推广毛衣穿着为宗旨，自2014年以来，大朗已连续四年举办大朗毛衣节。本届毛衣节无论是入场人数、交易效果、活动数量，还是媒体关注度都达到了一个全新的高度。如今，毛衣节已成为大朗毛织业继“织交会”后的又一张靓丽名片！

人气火爆，购销两旺

穿新衣过大年，“大朗毛衣节”活动让大朗镇居民在“双12”之后，又有了购物的理由。

本届毛衣节从一开始的招展环节就预示着活动的火爆。据介绍，主办方曾两次扩充展会面积，而对于企业来说，依然“一位难求”。

记者了解到，本届毛衣节共搭建展位近100个，除此之外，大朗毛织贸易中心内也有超过1000个品牌店、工厂店、设计师工作室以铺位展商的形式参展。印象草原、毛一、皇仕盗、依非拉、特加依等一大批著名品牌悉数参加，以大幅优惠回馈市民。

商家优惠促销，市民购买给力。在毛衣节现场可以看到，很多市民都是拖着大包小包，甚至带着行李箱上阵，每天近万人次的入场人数显示出了市民对本届毛衣节的“宠爱”程度，而现场购销两旺，也再次证明了大朗毛织产品的优良品质得到广大市民信赖。

借力媒体增强活动效应

据主办方介绍，本届毛衣节从招展开始，就得到了中央电视台、《南方日报》、《羊城晚报》、《东莞日报》以及《纺织服装周刊》、中国纺织经济信息网等权威媒体、行业媒体的广泛报道与关注。

特别是1月2日，央视财经频道在10:00《整点财经》、11:00《整点财经》、11:50《国际财经报道》（前环球财经连线），连续三档节目播出大朗毛衣节。毛衣节期间，记者通过连日走访，解密中国羊毛衫名镇“东莞大朗”毛织商圈的蓬勃发展，采访了神奇的高科技毛衣、全国首个毛织价格指数风向标、机器换人降本增效等大朗毛织业发展元素。“这是央视一次性报道大朗最长、频次最高的新闻节目”，大朗毛纺产业相关负责人说道。

毛衣节新玩法，满足多样化消费需求

本次毛衣节首次举办“毛一杯”大朗毛织产业手机摄影大赛，用手机摄影艺术记录并展示大朗的毛织产业之美、毛织人文之美、毛织精神之美及毛织发展之美，并鼓励手机摄影成为一项全民的文化艺术创作活动，丰富市民文化生活，建设和谐富裕幸福美丽织城大朗。

此外，毛衣节期间，主办方还在毛织贸易中心广场举办毛衣节美食嘉年华，邀请潮汕牛肉火锅店、乐乐私房、大权果渡、芒果屋等人气美食，以及松糕、红田、豆腐花等大朗传统小吃参加。

同时，全国高中冠军“巷头杯”精英赛、一号关爱、妇女创业集市、少儿模特秀、毛织文艺演出、“织城时尚”T恤创意设计大赛等配套活动也从24日开始，轮番精彩上演，营造出本届毛衣节“天天有活动，时时有热点”的浓厚氛围。

经过四年的坚守与发展，如今，大朗毛衣节作为弘扬毛织文化、推广毛衣穿着的群众性节日活动，既满足了市民购买优质毛衣的需求，同时也让市民的文化生活更加丰富。本届毛衣节，无论是包容的态度，前瞻的思维，还是时尚化的转变，都达到了一个全新的高度，向远道而来的采购商和市民传递出织城大朗心无旁骛、精益求精的“工匠精神”。

大朗的发展离不开所有大朗毛织人的共同努力。大朗毛织人怀揣着同一个中国梦、大朗梦、毛织梦，未来，大朗毛织产业仍将不忘初心，砥砺前行，为实现梦想而共同奋斗。TA



“大数据”助力恒力织造 2017 年再创新高

赵蕾 / 文

2017年，恒力集团织造企业产品结构进一步优化，使产品更具市场价值，同时以订单式生产和全员营销的模式，实现了经济效益的新高，蝉联“中国长丝织造行业竞争力第一”。

1月4日，恒力织造销售年会在同里湖度假村举行，会上表彰了2017年度在销售工作中具有突出贡献的部门。特别是内销一部、二部两部门全年销售均超过1亿米，公司授予这两个部门“年度销量过亿米特别贡献奖”。

产品结构实现“三足鼎立”

2017年，恒力织造在产品定位上实现全新调整，以细旦尼仿真面料为主导，仿麻家纺面料为特色，兼顾车用、军用、户外和高端定制，形成了“三足鼎立”的产品结构。

全年总产量同比增长10.2%，产销率为103.6%，销售均价同比增长1.97%，产品净利率15.16%，同比增长30.5%。产销两旺、价量齐升，恒力织造台机创利、人均创利在历史最好水平基础上再创新高。

恒力织造从中高端入手，形成了“大订单找恒力，高难度产品找恒力”的市场口碑。全年生产特色产品和新型材料产品约占35%，全年新品开发占比达25%，上百个品种为自主研发，涉及的领域侧

重于家用墙布、车用内饰、军用技术方面，产品销售往全国各大专业市场和多个国家与地区。

“大数据”促进传统纺织行业升级

恒力织造在进一步优化设备、整合资源、提升产品核心竞争能力的基础上，淘汰旧设备，将资源优化组合，提升产品附加值。

为了突破传统纺织业生产经营中的管理软肋，恒力织造还在业内抢占大数据先机，建设“云纺织”大数据资源共享平台，促进信息化、智能化的“两化”融合，全面提升企业内部管理。

目前，首批吴江化纤、博雅达纺织2057台织机已全部安装数据采集器，每台织机的生产数据都集中到资源共享平台，将传统织造管理变成全流程信息化、数据化管理。

“平台实现了订单数据一键输入全流程分享，生产订单、生产信息扫码管理，做到了数据分析可追溯，成本管控更明了，工艺参数标准

化，效率对比可视化。”恒力集团总经理助理郭昱君说，让无声的数字变成了说话的依据，使得员工的积极性更高，产品质量更好，设备效率提升了2.1%，企业综合实力增强。

该平台的建设成功将成为恒力织造管理升级、产业升级、“两化”融合的里程碑，实现了各工序之间数据资源的快速整合配置，向智能织造迈进了坚实的一步。

全项目分三期推进，先是大数据资源共享平台基础建设期，再到搭建“互联网+纺织”交易平台，最终实现智能织造，全面打造纺织行业智慧工厂。TA



为了突破传统纺织业生产经营中的管理软肋，恒力织造在业内抢占大数据先机。

专注出品宾馆、酒店家纺用品

精心制造、专业服务
呈现卓越、尽显风范

永生专业酒店用品供应商
ETERNAL PROFESSIONAL HOTEL SUPPLIES SUPPLIER

永生宾馆酒店用品有限公司
YONGSHENG HOTEL HOTEL SUPPLIES CO.,LTD
地址：浙江湖州南太湖新区南太湖度假区二号楼 907-908# 909-971#
手机：13006522389
电话：0575-84112273 8412859
传真：0575-84132087
QQ：807892988
微信：13006522389
Email：807892988@qq.com

东方美学和创意设计，带领中国设计走向世界

中国时尚艺术家_张肇达 / 文

为什么中国青绿山水的巅峰是这样的一幅《千里江山图》？如何从这样一幅 12 米长卷中体味东方美学的时空观、主客观？

为什么东方美学面对西方体系会有“水土不服”？如何以东方美学启迪中国设计走向世界？……

本文根据著名时尚艺术家张肇达先生 1 月 6 日在北京大学中国文化产业新年论坛上的主题演讲整理，希望能给大家带来新的思想启迪。



张肇达与其作品。

在设计语汇里面，东方美学一直处于一种模糊的概念中，它更多是以一些具体的图案化、符号化的形式存在。然而，中国设计师对东方美学的推崇不单单是一个创意源头，更是期盼着东方美学能带领中国设计走向世界。因此，我们需要先对东方美学这个概念进行梳理，再从东方美学的概念出发，连接到视觉设计的应用。

美学是什么？

我们熟知的美学本身是一个西方的学科，是西方哲学的一个分支。美学作为学科和研究课题是在 1750 年由德国哲学家鲍姆加登提出，而我们熟知的康德，则为研究美学制定了方法论。十八世纪，现代哲学将美学重新定义，一个客体的美学价值，不再是简单地被定义为“美”和“丑”，而是从感官出发，去认识那个客体的类型和本质。

所以说，美学是一个由西方提出，由西方发展和定义，在西方系统下的学科。它的普遍性和是否能跨越东方文化界限，是我们讨论东方美学需要面对的第一个问题。

东方美学是什么？

东方美学的形成

虽然美学作为一门学科的出现只有数百年，但人类对美的感觉和对美学的思考却早在原始社会已经出现。

到了公元前 700 年～前 200 年，在各类语言的蓬勃发展后，人类开始用理论形式来讲述自身对美的想法，也奠定了美学的雏形。其中，中华文化以先秦诸子为代表，以老子、孔子、庄子、《易传》为标志，影响到如今朝鲜、日本、越南等地，开始建立起东方美学的形式。

无论东西方美学都离不开文化和哲学作为基础，东西方文化和哲学所推崇的思维若是不同，那么美学也自然不同。利用西方美学的系统去表述东方之美，自然力有不逮。

东方美学的概念

在先秦诸子中，对东方美学影响最深的可以说是老子的学说。老子的一系列概念，如“道”、“气”、“象”、“无”、“虚”、“实”等，皆是东方美学的哲学基础。东方美学在于表达自我与自然的关系、内在与外在的关系。

在东方美学的概念中，现象世界反映道与自然。世界是一个连续的气场(炁)，一切都是不可分割地联系在一起。自然本身是创造，自然本身也导致美与和谐。

在东方美学下，自先秦时期而来，创作的最终目的，不是描绘一个表面的现实，而是表达现象的精神。

创意设计是什么？

在最古老的文明里，包括古希腊、古中国和古印度的思想家，都没有“创意”这个概念。对于艺术创作，是作为一种“发现”而非创造。

“创意”这个词汇一开始出现在基督教里，信徒们认为只有上帝能创造。而我们现在对创意设计的理念和想法，可以说都是西方文艺复兴的遗留物，是基于西方个人主义的产物。

东方推崇的则是集体主义。这可能便是我们对“创意设计”有些水土不服的根本原因。所以，我们需要从东方思维和东方美学中重新认识和找寻属于东方的“创意”概念。

如何在设计中体现东方美学？

东方美学对于设计师而言更多的是在于视觉上的影响，如何在视觉上展现东方美学的概念，一直是我们设计师思考的问题。但是，我们对东方美学的视觉印象大多还停留在一些历史遗留下来的具体物件和符号中，对于东方美学的设计应用也大多停留在对于这些物件的改造和再现上。然而，就如上面提到的，对于表象的物体的描述和再现，并不符合东方美学的概念。

除去那些我们印象中具有强烈东方感、中式感的图案，东方美学在视觉上的特点，主要可以从四个方面表达——

第一个方面：空间。西方美学自文艺复兴以来，一直试图创造一个视觉环境的精确视图。东方美学并没有将空间的概念发展成一个可测量的几何实体，而是强调一种动态的结构，即人类与环境的关系。东方

处理空间关系的一种典型是垂直空间信息排列方式，即，远处的物体出现在上部，而近处的物体出现在下方，或是利用突出平行对角线的关系，来表达物体间的空间关系。

第二个方面：时间。西方美学倾向于捕捉视觉场景中的特定时刻，表现美和崇高。东方美学不强调特定时间点，而是呈现一种流动感，一种隐藏的动态感。

第三个方面：物体。西方美学偏爱以物体（人物）为中心主导视觉。东方美学不以物体为中心主导，着重以情境为中心，人物往往是作为渺小的形象出现，仿佛人类被嵌入自然环境中。

第四个方面：物体与观者的关系。西方美学在创作中会将观者的角度外置，并固定在视觉画面中央。东方美学则开放了观者的位置，让观者成为场景的一部分，在观看时，观者自然地被邀请去动态改变自己的视觉位置。

无论在哪一类设计中，只要在创作中将空间关系、时间窗口、以情景主导、开放观者视觉位置这四个方面进行融合和提炼，设计便会自然地流露东方的美感。

总之，自古以来，美的概念便是一个复杂的话题，而在我们追踪与美的关系的文化轨迹时尤其如此。以上是我对东方美学和创意设计的认知和理解，望与各位分享。📌



纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

周刊+

微信 微博 抖音

花椒直播

头条 今日头条 你关心的 才是头条

1. 一点资讯

快报 天天快报

sina 新浪看点 有态度 有看点

· 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



高质毛纺织品推广交流会 促进产业升级

台湾《纺织月刊》／供稿

面对全球气候变化所带来的冲击，人类在生活方面需做出相对的调整，而日常的衣着也需具备应对极端气候的功能。台湾区毛纺织工业同业公会于 2017 年台北纺织展期间，举办了一场“高质毛纺织品推广交流会”，特邀台湾相关机构的纺织产业发展推动办公室陈进来博士，介绍了应用于全球市场的功能性纤维材料，讲解其原理及发展趋势；会员企业代表——佳和实业执行副总经理翁伟翔，分享了公司运用多年研究经验而新推出的功能性羊毛纤维。

台湾毛纺织企业精益求精

由于地处亚热带气候且东部多山，再加上气温偏高与缺乏平原等因素，台湾并不具备发展毛纺织工业的优势。但也因不利的自然条件，驱使台湾毛纺织企业以技术提升、少量多样、定制化服务等特点，发展细支纱、高附加值产品，并用先进的研发技术与专业的营销服务在国际市场上立足。

近年来，羊毛素材在纺织工艺上的应用令人惊艳，其本身独特的透气吸湿、保暖与极佳温度调节等优越功能，也成为流行与户外服饰的首选素材之一。以毛纺织公会会员企业佳和实业为例，该公司成功将羊毛素材与台湾功能性纺织品结合，推出 NwoolTec 功能性羊毛材料品牌，并于全球最大的“德国慕尼黑运动用品展 (ISPO Munich)”上荣获趋势面料奖，获得国际知名运动服饰品牌客户肯定。

应对极端气候的纤维材料发展趋势

世界贸易组织发布报告称近年来人类面临的三大危机为：疾病、恐袭与气候变化。其中气候变化也包含全球暖化、洋流变化及气压变化等环境变化，其所引起的极端气候造成热浪与寒流，如何应对剧烈的气候变化是各界都在探讨的议题，而纺织业透过科技的提升与技术的改良，所研发出的凉爽与保暖材质，可提升消费者日常生活的质量。以下是陈进来针对这两种功能性材料的原理及市面上的产品应用所做的说明。

凉爽材料

台湾对于凉爽材料的研发已耕耘多年，早在 10 年前就已有企业先后推出此类功能性纤维。凉爽功能性纤维的主要原理是借由不同的物化特性（如：特殊混合材料与中空设计）来达到清凉凉爽功能。在台湾，此类纤维的加工方式有两种：第一种是利用各种矿石粉体的导热及散热功能，运用萃取和纳米技术，使矿石材料达到次微米甚至纳米级粒径，以单一或复合粉体混入纤维内，研发出具有凉爽功能的纤维，并强调散热、降温、节能等功效。另一种凉爽素材则是利用木糖醇 (Xylitol) 吸收水份后会发挥吸收热量的特性，再混合黏着剂，加工后固着在纤维上来达到效果。

多年的开发，使得现今技术更为进步与纯熟，且仍有更多企业投入，为市场带来良性的竞争，为采购商带来更多的选择，如：明巨公司的 FLYCOOL、展邑公司的 WinCool、华祿公司的台湾玉纤维、力宝龙的 CoolBest、新光合纤公司的 RecoTex 及聚隆纤维的 Ace Ice 等。其他上游化纤厂如南亚、远东新世纪、集盛、聚隆、展颂、新光、台化等企业也推出一系列聚酯、尼龙等凉爽纤维，以满足下游织布厂的需求。

国外化纤大厂也有推出凉爽素材，如：美国英威达的 COOLMAX、德国 ADVANSA—Thermo Cool、韩国 Ventex ICE FIL、奥地利 Tencel—The NewAge Fiber、西班牙 Nylstar—Nylgold、日本 Toyobo—Firacis、日本旭化成的 Paircool、瑞士 Schoeller—coldblack 等。

用凉爽材料制成的制服在穿着时能带来 1 ~ 2℃ 的降温，而借此技术可将室内冷气温度向上提升，就能在不影响人体舒适感的前提下节省电费，因而减少二氧化碳的排放量。

保暖材料

日本化学纤维检查协会给予保暖纤维两种定义，一是尽量保持热量，二是用某种方法取得热量。传统服装主要通过人体与外界环境的热传递、热辐射、热传导与热对流，来保持服装内微气候区适宜的温度，并由增



减衣服厚度来调节体温。但通过材料的研发与科技的进步，保暖材料出现许多其他原理，使消费者不再受限于厚重的御寒服装，也让消费者面对气候变化时拥有更多新的应对方式。

可吸收阳光的放热纤维是利用含碳化铝类化合物微粒的聚合为芯组分，聚酯或聚酰胺为皮组分，以皮芯复合纺丝制取。此纤维可吸收可见光与远红外线，使服装内温度较普通服装高约 2 ~ 8℃。

化学反应放热纤维是将铁粉之粉末加入聚合物中进行纺丝，铁粉在使用过程中会不断氧化放热，但放热效果不佳、时效短。

电热纤维系利用导电纤维使纤维发热以达到保暖效果；另亦可添加具分散性导电成分的树脂涂布在衣着用聚酯纤维上制成导电纤维，纤维通电后可发热以改善服装的保暖效果。

远红外线蓄热保温纤维是在纤维中混入具远红外线发射率的陶瓷粉末或碳化自然纤维（竹炭、备长炭、椰炭及咖啡炭），形成可吸收人体远红外线与辐射的纤维，使纤维蓄热保温性能提高。此是目前化纤厂最大宗的产品，保温率可提高 10% ~ 50%，而台湾已有超过 20 年以上的技术经验。

吸湿放热纤维系为减少热焓 (enthalpy) 的放热反应，此种控制纤维吸附水气后可均匀产生热，使其可缓缓控制服装内的温度，达到保暖的效果；市面上常见的“吸湿发热衣”，多是利用这种纤维。

介质溶解析出调温纤维是将二氧化碳等气体溶解在溶剂中，填充进入纤维的中空部分后将之封闭；这类纤维的织物处于低温环境时，中空部分液体固化，气体溶解度降低，使纤维的有效体积增大，绝热性能提高。反之，在环境温度较高下，绝热性能降低。惟有气体溢出的问题，控制并不是那么容易，耐久性成为关键问题。

介质相转变调温纤维是利用结晶水的无机盐类化合物，如磷酸氢二钠为介质，填充入粘胶或聚丙烯中空纤维中，使其在结晶与熔融时产生高潜热，透过此类介质在温度变化时的相变化吸收或放出热量，让其具备双向调温功能。

日本有许多公司开发出市面上常见的吸湿发热纤维，如：东洋纺公

司的 eks、Mois Care、馨思特、倍琪纳与色拉姆、东丽公司的 Softwarm 与 Torayheat、旭化成的 Thermogear、富士纺公司的 Inserared、可乐丽公司的 Lonwave、Omikenshi—Solar Touch 与 Kisyu—Bintyoutanseni、钟纺合纤公司的 Ceramino 与 Masonic N 等。

而台湾化纤厂的纺科、力丽、南亚、新光合纤、远东新世纪则推出中空微多孔纤维，运用特殊的聚合技术处理合成的聚酯改性切片，再经过独特的纺丝加工而制成，使该纤维不但在表面和截面均为内外贯穿的蜂窝状微孔结构，且还具有很好的中空度，储存热能量大，织物保暖性极佳。

其他国际纺织大厂也有推出保温材料，如：美国英威达的热魔力、德国 Schoeller—Polycolon 与 Climayarn、美国 Vissla—Cocotex、韩国 Ventex—Mega Hea 与 Dry Zone 等。

可控制温度的材料

相转变材料 (Phase—Change Materials, PCM) 之所以会形成恒温的舒适穿着原理系在特定温度范围内的物质，其物理态可由固相转变至液相，或由液相转变至固相，在变化时伴随大量潜热的吸收或释放。

自 1992 年之后，美国 Outlast 公司已将 PCM 材料的原理与技术应用在纤维及纺织品加工上，所形成的智能型健康性尖端技术纺织品，为历经材料创新、技术整合而成之智能型材料之一。之后亦有其他 PCM 问世，如：德国 Smart fiber 公司的 Smartcel Clima、中国大陆天竹联盟的丝维尔、日本钟纺合纤公司的 Thermo Support 等。

NwoolTec 3.0 创新科技羊毛

佳和实业创立于 1972 年，是台湾少数集中游、上游产业于一体的企业，拥有先染及后染厂与棉、羊毛原料，极具多元化与定制化产品优势。1987 年曾投资新台币 30 亿元建造世界最大的集中游、下游产业于一体的棉、羊毛厂，设备从纺纱、染整到织布一手包揽，成为世界最大的格子布厂。

近年来，佳和实业结合科技研发功能性羊毛，并自创品牌 NwoolTec，主打运动、户外、休闲及时尚市场，成功转型。翁伟翔在交流会上发布了第三代功能性羊毛产品 NwoolTec 3.0，分享了公司使用上等“非受虐”羊毛为原料，结合完整的生产机械，以及运用材料科技与羊毛原有特性制成的产品。

FRESH 系列结合天然羊毛及功能性材料，全年适用于各种户外活动。羊毛拥有良好的亲水性及湿度管理，能带给人体最舒适凉爽的感受。而其纤维内部的独特构造，还可达到吸收异味，保持清新的效果。

DRYCOOL 系列结合天然羊毛及功能性材料，创造出柔软、透气及吸湿快干的特性。其原理为运用纤维的特殊断面及单向导湿技术，使汗水快速蒸发，达到吸湿快干功能。

PROOF 系列具有全方位的防护功效，具有防水及透湿的双重功能，在暴风雨的环境下，能确保舒适及干爽的穿着体验。结合反光纱的安全特性，可增加夜间的能见度，达到安全的防护效果。在任何环境下，PROOF 系列使穿着者拥有极佳舒适感与保护功能。

HEAT 系列结合了天然与科技材料，是户外运动衣着的最佳选择。羊毛具有亲肤性、透气及保温的优点，结合中空轻量纤维，在严寒的气候里发挥蓄热保温的功能，确保体温不会流失，更能提供户外冒险的便利性。

COMBAT 系列拥有绝佳的强力、耐磨特性、良好的抗起球性及抗 UV 的功能，适用于各种极限运动，能给穿着者强力的防护，达到最佳的安全保护效果。TA

结语

透过陈进来介绍的凉爽与保暖纤维材料的技术原理及发展趋势，以及翁伟翔分享的公司产品实例，可以预见未来纺织品趋势仍以功能性纺织品的技术研发为主流。此外，也有许多业界同仁借由这次机会向两位演讲者提出问题，交流彼此经验，探讨如何使台湾纺织业在竞争激烈的市场上更加进步。翁伟翔表示，可与国际知名供应商合作以提升产品价值与知名度，如佳和实业与英威达结合彼此的技术，推出许多特殊功能性面料。陈进来也再次提出纺织产业提升的五大要领——少量多样、差异强化、品牌合作、营销深化与全球布局，供企业参考。



2017 年 10 月上海十大商场实现服装销售额 3.50 亿元

长假、换季效应催动销售回暖

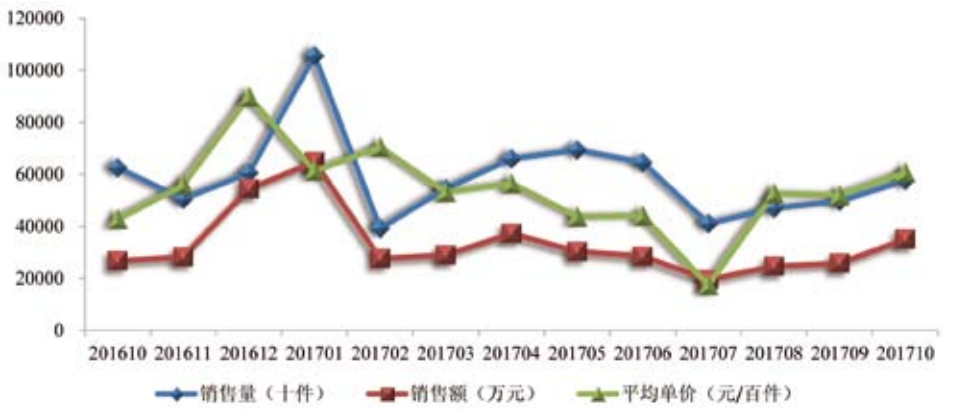
上海服装行业协会 — 郭黎阳 / 数据来源及分析

市场纵览

据上海服装行业协会网络定期统计报表显示，2017 年 10 月，上海十大商场服装大类商品共销售 57.7 万件（套），环比增加 8.0 万件（套），环比增长 16.1%；同比增加 5.2 万件（套），同比增长 10.0%。2017 年 10 月，服装大类商品销售额为 3.50 亿元，环比增加 0.92 亿元，环比增长 35.6%；同比增加 1.04 亿元，同比增长 42.2%。本月平均销售价格为 607.2 元 / 件（套），环比增长 16.9%，同比增长 29.3%。

10 月，从上海服装行业协会网络信息资料看，上海服装消费进入长假效应与季节更替效应的双重影响，部分品牌在部分服装商场开始缓慢回暖复苏，同时也带来诸多不确定因素的增长，例如男式休闲服装的快速增长，却使男式衬衫的销售出现逆势下滑。

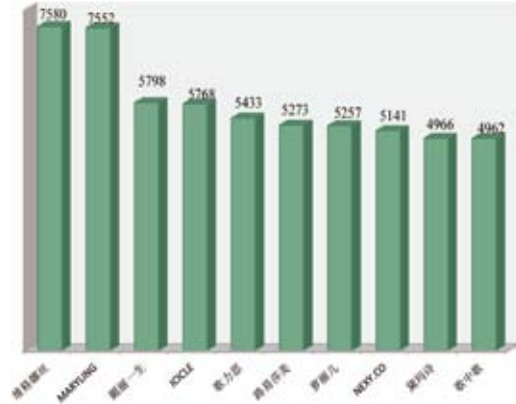
2016年10月~2017年10月上海服装销售走势



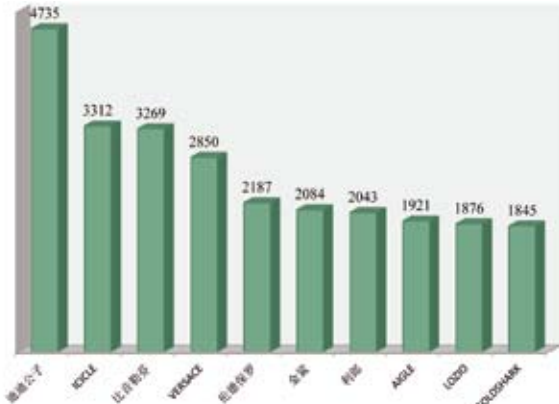
品牌价格榜

单位:元/件(套)

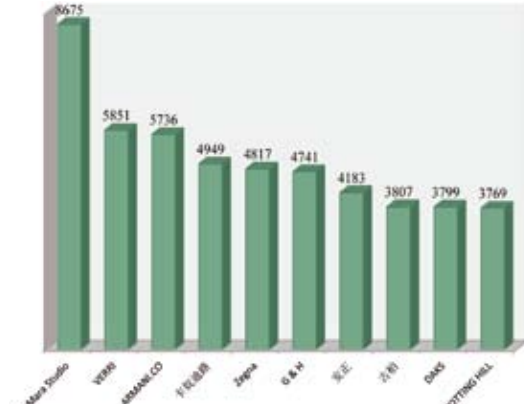
2017年10月女式时装平均单价排行榜



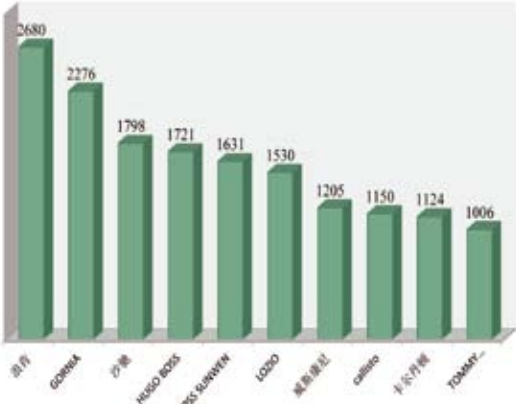
2017年10月男式休闲装平均单价排行榜



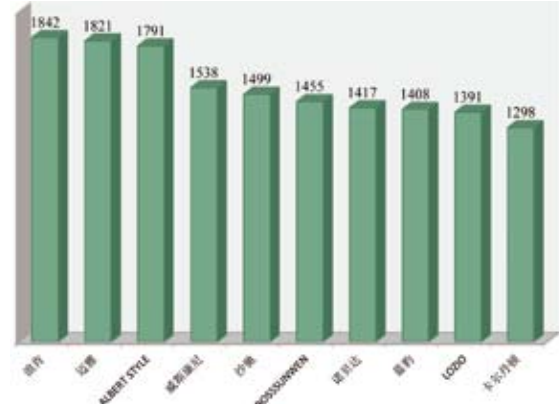
2017年10月男式正装平均单价排行榜



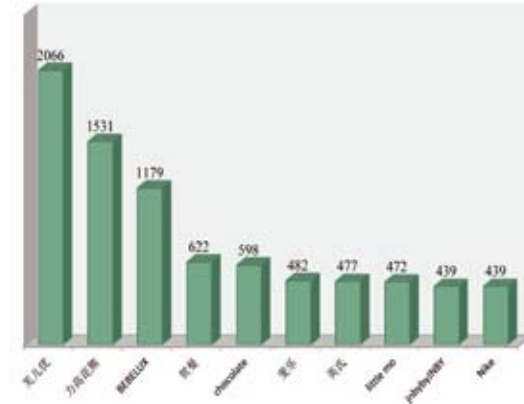
2017年10月男村衫平均单价排行榜



2017年10月男西裤平均单价排行榜



2017年10月童装平均单价排行榜

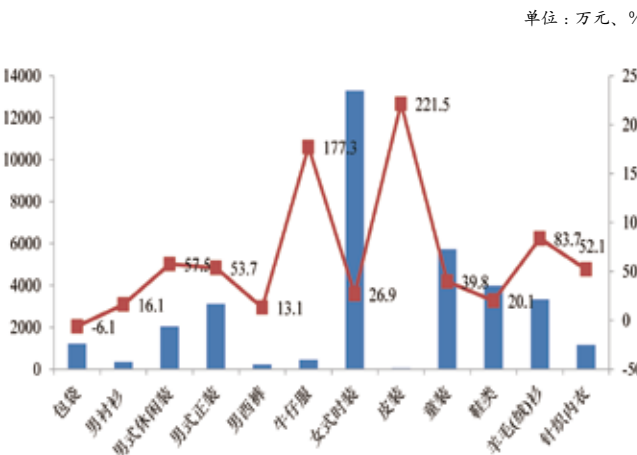


销售分析

整体销售形势喜人

2017 年 10 月，上海各服装品类销售额中，几乎全部品类的销售额均实现了环比正增长，其中，皮装和牛仔服以 221.5%、177.3% 的销售额环比大幅领先于其他品类，羊毛（绒）衫、男式休闲装、男式正装等紧随其后，除包袋品类环比出现 6.1% 的降幅外，其余品类环比均在上升区间。

2017年10月上海各服装品类销售情况



累计销售额为 32.25 亿元

2017 年 1 ~ 10 月，上海十大商场服装大类商品累计实现销售量 594.7 万件（套），同比下降 0.1%；累计实现销售额 32.25 亿元，同比增长 6.2%；平均销售价格为 542.3 元 / 件（套），同比增长 6.3%。

品牌业绩榜

女式时装

2017 年 10 月，女式时装累计销售量为 169.1 万件（套），同比增长 8.8%；累计实现销售额 12.72 亿元，同比增长 14.7%；平均销售价格为 752.0 元 / 件（套），同比上涨 5.4%。2017 年 10 月，销售额前三强中，“雅莹”以 486.6 万元蝉联排行榜第一，“娜尔思”获得第二名，本月销售额为 372.1 万元；“珂莱蒂尔”获得第三名，销售额为 371.3 万元。

男式休闲装

2017 年 10 月，男式休闲装累计销售量为 25.6 万件（套），同比下降 12.3%；累计实现销售额 1.68 亿元，同比下降 7.4%；平均销售价格为 658.6 元 / 件（套），同比增长 5.6%。2017 年 10 月，销售额前三强中，“POLO”蝉联第一名，实现销售额 134.3 万元；“Selected”排名第二，实现销售额 109.3 万元；“JACK & JONES”排名第三，销售额为 98.4 万元。

男式正装

2017 年 10 月，男式正装累计销售量为 19.5 万件（套），同比增长 15.0%；累计实现销售额 2.60 亿元，同比增长 23.2%；平均销售价格为 1331.8 元 / 件（套），同比下降 7.1%。2017 年 10 月，销售额前三强中，“威斯康尼”以 196.4 万元蝉联排行榜第一名；“蓝豹”获得第二名，实现销售额 160.0 万元；“HUGO BOSS”以 146.8 万元的销售额排名第三。

2017年10月女式时装销售额排行榜

排名	品牌	销售额(万元)	平均单价(元/件)
1	雅莹	486.6	1075
2	娜尔思	372.1	3137
3	珂莱蒂尔	371.3	3840
4	Teenie Weenie	280.7	560
5	VERO MODA	277.3	665
6	ICICLE	262.4	5768
7	ONLY	213.4	615
8	歌力思	211.9	5433
9	维格娜丝	207.7	7580
10	奥菲欧	168.9	3745

2017年10月男式休闲装销售额排行榜

排名	品牌	销售额(万元)	平均单价(元/件)
1	POLO	134.3	1781
2	Selected	109.3	694
3	JACK & JONES	98.4	610
4	LACOSTE	97.5	1279
5	Jeep	52.8	594
6	adidas	49.0	490
7	海澜之家	48.1	327
8	滨波	47.2	1594
9	Nike	39.8	494
10	Timberland	39.6	1042

2017年10月男式正装销售额排行榜

排名	品牌	销售额(万元)	平均单价(元/件)
1	威斯康尼	196.4	1874
2	蓝豹	160.0	3442
3	HUGO BOSS	146.8	2603
4	沙驰	144.7	3380
5	ARMANI.CO	136.5	5736
6	callisto	127.8	2315
7	MaxMara Studio	118.0	8675
8	DAKS	106.4	3799
9	威可多	85.8	1773
10	卡奴迪路	69.3	4949

2017年10月男村衫销售额排行榜

排名	品牌	销售额(万元)	平均单价(元/件)
1	海螺	26.4	311
2	威斯康尼	20.2	1205
3	威可多	18.0	809
4	雅戈尔	17.3	633
5	CHOYA	15.3	780
6	沙驰	14.7	1798
7	JACK&JONES	11.7	300
8	BOSS SUNWEN	9.5	1631
9	开开	7.5	332
10	TOMMY HILFIGER	6.9	1006

2017年10月男西裤销售额排行榜

排名	品牌	销售额(万元)	平均单价(元/件)
1	虎牌	20.1	369
2	威可多	19.3	1130
3	川弘	16.9	224
4	威斯康尼	14.0	1538
5	蓝豹	10.3	1408
6	卡尔丹顿	9.2	1298
7	九牧王	8.9	1141
8	地牌	8.3	396
9	callisto	7.4	1251
10	浪肯	7.0	1842

2017年10月童装销售额排行榜

排名	品牌	销售额(万元)	平均单价(元/件)
1	adidas	391.4	343
2	太平鸟	248.4	248
3	New Balance	235.1	358
4	Nike	226.4	439
5	E · land	216.0	331
6	Teenie Weenie	204.1	314
7	斐乐	176.5	482
8	paw in paw	158.2	273
9	江南布衣	155.1	434
10	匡威	152.4	236

男衬衫

2017 年 10 月，男衬衫累计销售量为 12.4 万件，同比增长 25.4%；累计实现销售额 3931 万元，同比下降 8.8%；平均销售价格为 317.1 元 / 件，同比下降 27.3%。2017 年 10 月，销售额前三强中，“海螺”以 26.4 万元重返排行榜第一名；“威斯康尼”获得第二名，销售额为 20.2 万元；“威可多”获得排行榜第三名，销售额为 18.0 万元。

男西裤

2017 年 10 月，男西裤累计销售量为 4.3 万件，同比下降 29.1%；累计实现销售额 2241 万元，同比下降 32.6%；平均销售价格为 520.3 元 / 件，同比下降 4.8%。2017 年 10 月，销售额前三强中，“虎牌”以 20.1 万元获得第一名；“威可多”获得第二名，销售额为 19.3 万元；“川弘”获得排行榜第三名，销售额为 16.9 万元。

童装

2017 年 10 月，童装累计销售量为 184.9 万件（套），同比下降 8.0%；累计实现销售额 4.62 亿元，同比下降 9.8%；平均销售价格为 249.8 元 / 件（套），同比下降 1.6%。2017 年 10 月，销售额前三强中，“adidas”蝉联第一名，销售额为 391.4 万元；“太平鸟”实现销售额 248.4 万元，获得第二名；“New Balance”以 235.1 万元的销售额排名第三。TA

尊敬的董事长（总经理、厂长）：您好！

中国纺织工业联合会“中国纺织企业经营者调查问卷”工作自2009 年启动以来，已连续开展了三十期。

该项工作由中国纺织工业企业管理协会（中国纺织企业家联合会）和中国纺织工业联合会产业经济研究院牵头，联合棉纺织、毛纺织、麻纺织、丝绸、针织、印染、服装、产业用、家用纺织品等各专业协会共同开展。

请您在百忙之中填写本问卷。我们将对您所填内容予以保密，并将本次调查的汇总分析结果尽快反馈给您。

请将答好的问卷于2018 年1 月19 日前通过网上报送、邮寄、传真或电子邮件等方式发回我联合会或各对口联系专业协会。

联合会统计直报体系“企业经营者调查问卷”网上提交网址为：<http://tjzb.ctei.cn/>
联系地址：北京市朝阳区朝阳门北大街18 号中国人保大厦5 层

中国纺织企业家联合会

邮编：100020 电话：010—85229523 85229578 传真：010—85229551

电子邮箱：923906075@qq.com（中纺企联秘书处公共邮箱）

联系人：张京炜 赵婷婷

（本问卷电子版也可从中国纺织工业联合会统计中心网站下载，网址：tongji.ctei.cn）

中国纺织工业联合会

2018 年1 月11 日

中国纺织企业经营者调查问卷（第三十一期）

（2017 年第4 季度）

填写说明：

1、请企业法人或主要负责人把关填写。

2、“本期”指“2017 年第4 季度”；“下期”指“2018 年第1 季度”；“上期”指“2017 年第3 季度”；“上年同期”指“2016 年第4 季度”。

3、企业规模划分标准：大型企业—从业人数1000 人以上、销售额4 亿元以上；中型企业—从业人数300～1000 人、销售额2000 万～4 亿元；小型企业—从业人数300 人以下、销售额2000 万元以下。

填写企业联系信息：

企业名称：_____

通讯地址：_____ 邮政编码：_____

电话：_____ 传真：_____

填表企业家姓名：_____ 职务：_____

联系人：_____ 职务：_____

电话：_____ E-mail：_____

一、企业基本情况

1、企业控股情况（限选一项）：

(1) 国有控股☐ (2) 集体控股☐ (3) 私人控股☐
(4) 港澳台商控股☐ (5) 外商控股☐ (6) 其他控股☐

2、企业规模（限选一项）：

(1) 大型☐ (2) 中型☐ (3) 小型☐

3、企业行业类别（限选一项）：

(1) 棉纺织行业☐ (2) 印染行业☐ (3) 毛纺织行业☐
(4) 麻纺织行业☐ (5) 丝绢纺织行业☐
(6) 长丝织造行业☐ (7) 家用纺织品制造业☐
(8) 产业用纺织品制造业☐ (9) 服装服饰业☐
(10) 化学纤维制造业☐ (11) 针织、编织品制造业☐
(12) 纺织专用设备制造业☐ (13) 其他☐

4、本期本企业发生的重大变动有（限选三项）：

(1) 资产重组☐ (2) 分立☐ (3) 合并☐ (4) 收购☐
(5) 新产能投入☐ (6) 其它☐

二、对本企业生产经营状况判断

5、本期本企业主要产品生产量比上期：

(1) 增加10% 以上☐ (2) 增加0～10%☐ (3) 持平☐
(4) 减少0～10%☐ (5) 减少10%以上☐

6、下期本企业主要产品生产量预计比本期：

(1) 增加☐ (2) 持平☐ (3) 减少☐

7、本期对本企业来自客户的订货（需求）量比上期：

(1) 增加10%以上☐ (2) 增加0～10%☐ (3) 持平☐

(4) 减少0～10%☐ (5) 减少10%以上☐

其中：国外订货（需求）量比上期：

(1) 增加10%以上☐ (2) 增加0～10%☐ (3) 持平☐
(4) 减少0～10%☐ (5) 减少10%以上☐

8、下期对本企业来自客户的订货（需求）量预计比本期：(1) 增加☐ (2) 持平☐ (3) 减少☐

其中：国外订货（需求）量

(1) 增加☐ (2) 持平☐ (3) 减少☐

9、本期本企业产品平均销售价格比上期：

(1) 上升5%以上☐ (2) 上升0～5%☐ (3) 持平☐

(4) 下降0～5%☐ (5) 下降5%以上☐

10、下期本企业产品平均销售价格预计比本期：

(1) 上升☐ (2) 持平☐ (3) 下降☐

11、本期本企业产成品库存比上期：

(1) 上升10%以上☐ (2) 上升0～10%☐ (3) 持平☐
(4) 下降0～10%☐ (5) 下降10%以上☐

12、下期本企业产成品库存预计比本期：

(1) 上升☐ (2) 不变☐ (3) 下降☐

13、本期本企业盈利比上期：

(1) 增加10%以上☐ (2) 增加0～10%☐ (3) 持平☐
(4) 减少0～10%☐ (5) 减少10%以上☐

14、下期本企业盈利预计比本期：

(1) 增加☐ (2) 持平☐ (3) 减少☐

15、本期本企业设备能力利用率：

(1) 80%以上☐ (2) 50～80%☐ (3) 50%以下☐

16、本期本企业主要原材料采购数量比上期：

(1) 增加☐ (2) 基本持平☐ (3) 减少☐

17、下期本企业主要原材料采购数量预计比本期：

(1) 增加☐ (2) 基本持平☐ (3) 减少☐

18、本期本企业主要原材料库存数量比上期：

(1) 增加☐ (2) 基本持平☐ (3) 减少☐

19、下期本企业主要原材料库存数量预计比本期：

(1) 增加☐ (2) 基本持平☐ (3) 减少☐

20、本期主要原材料购进价格比上期：

(1) 增加10%以上☐ (2) 增加0～10%☐ (3) 持平☐
(4) 减少0～10%☐ (5) 减少10%以上☐

21、下期主要原材料购进价格预计比本期：

(1) 上升☐ (2) 不变☐ (3) 下降☐

22、本期燃料动力购进价格比上期：

(1) 增加10%以上☐ (2) 增加0～10%☐ (3) 持平☐
(4) 减少0～10%☐ (5) 减少10%以上☐

23、下期燃料动力购进价格预计比本期：

(1) 上升☐ (2) 不变☐ (3) 下降☐

24、本期本企业固定资产投资比上期：

(1) 增加☐ (2) 持平☐ (3) 减少☐

25、下期本企业固定资产投资预计比本期：

(1) 增加☐ (2) 持平☐ (3) 减少☐

26、本期本企业生产经营人员的数量比上期：

(1) 增加☐ (2) 基本持平☐ (3) 减少☐

27、下期本企业生产经营人员的数量预计比本期：

(1) 增加☐ (2) 基本持平☐ (3) 减少☐

28、本期本企业综合生产经营状况：

(1) 良好☐ (2) 一般☐ (3) 不佳☐

29、预计下期本企业综合生产经营状况：

(1) 良好☐ (2) 一般☐ (3) 不佳☐

三、宏观经济景气状况判断

30、您对本期纺织行业总体运行状况的看法：

(1) 乐观☐ (2) 一般☐ (3) 不乐观☐

31、您对下期纺织行业总体运行状况的看法：

(1) 乐观☐ (2) 一般☐ (3) 不乐观☐

32、您对下期国内纺织服装市场的预期是（限选一项）：

(1) 比本期下降10%以上☐ (2) 比本期下降10%以内☐
(3) 与本期持平☐ (4) 比本期增长10%以内☐
(5) 比本期增长10%～30%☐
(6) 比本期增长30%以上☐

33、您对下期出口纺织服装市场的预期是（限选一项）：

(1) 比本期下降10%以上☐ (2) 比本期下降10%以内☐
(3) 与本期持平☐ (4) 比本期增长10%以内☐
(5) 比本期增长10%～30%☐
(6) 比本期增长30%以上☐

四、热点问题

34、本期本企业生产经营中遇到的主要问题是（按影响程度依次选三项）

(1) 国际市场需求不足☐ (2) 国内市场需求不足☐
(3) 贸易摩擦☐ (4) 成本上涨☐
(5) 人民币汇率波动☐ (6) 资金短缺，融资困难☐
(7) 节能减排压力大☐ (8) 市场竞争激烈☐
(9) 产品库存增长快☐ (10) 招工难☐ (11) 其他☐

35、您对本企业所属行业未来投资趋势的判断：

(1) 投资增速将有所下降☐ (2) 投资增速维持平稳☐
(3) 投资增速将有所提升☐ **TA**



T 纺织之光科技教育基金会

extile Vision Science & Education Foundation

20



感谢捐赠人 20 年间的鼎力支持!

20 年

20 年点滴汇聚，温暖砥砺
您的支持是我们永远的动力

下一个 20 年
邀您一起
与我们共同走过

使 命

推进纺织工业科技进步
人才成长和产业升级

热忱欢迎企事业单位和有识之士积极捐赠和支持基金会

开户名称：纺织之光科技教育基金会

开 户 行：招商银行北京分行北三环支行

账 号：110903263910402

电话：010-85229936 / 9610 / 9326

传真：010-85229540

邮箱：fzjjh@cntac.org.cn

网址：www.fzjjh.com



纺织之光科技推广
云平台微信



纺织之光科技推广
云平台网站



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