

纺织服装周刊

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

2019.01.21 | 第03期 | 总第915期



P24
立足高质量发展
提升化纤产业灵活性

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

日发纺机

纺纱/加捻/卷绕/针织/织造/无纺

针织系列之双面开幅机、无缝内衣机

客户中心电话：400-999-8008



P10
强大国内市场 促进消费升级

P22
棉纺织行业加大调整力度 实现平稳发展

1月18日，中纺网论坛第十四届年会在北京举行。论坛以“强大国内市场促进消费升级”为主题，探讨了纺织工业如何在强大国内市场方面发力。关云鹤 摄

中国纤维
流行趋势
CHINA FIBERS
FASHION TRENDS

纤维新视界

NEW FIBER NEW WORLD

盛虹·中国纤维流行趋势

SHENGHONG·CHINA FIBERS FASHION TRENDS

2 0 1 9 / 2 0 2 0

发布预告

Release Notice

2019.03.12

国家会展中心（上海）
8.2 号馆 K109
National Exhibition and
Convention Center (Shanghai)



If you have any
requirements,
please contact us:
ccfa_ft@vip.sina.com



扫一扫 更多精彩

www.texfiberchina.com

纤维
新视界
NEW FIBER
NEW WORLD





中国轻纺城
CHINA TEXTILE CITY

2019绍兴柯桥 中国轻纺城窗帘布艺展览会 (春季)

2月27日-3月2日

敬请期待

GRAND OPENING

万众瞩目

生产基地家门口的展览会

浙江萤火虫会展有限公司
Zhejiang Firefly Exhibition Co., Ltd.



咨询热线

0575-81169717

展会地址：中国轻纺城国际会展中心

编委会名单

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

委员 (按姓氏笔画排序)

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

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

总编助理 万 晗 袁春妹

采编中心

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

新媒体部

主任助理 李江敏
美编 李举鼎

行政管理中心

总监 郭也可(兼)
办公室
主任 黄 娜
副主任 刘 萍
财务部
主任 崔淑云
专员 张 艳

产业服务中心

总监 吕 杨
副总监 李 芳
项目主管 赵大伟

品牌推广中心

总监 郭也可(兼)
副总监 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 张灼焜

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: 每册人民币12元

欧洲合作媒体:

印度合作媒体: Inside Fashion

日本合作媒体: 纤维News

台湾合作媒体:

承印: 北京中科印刷有限公司

法律顾问: 大成律师事务所

强大国内市场与纺织业

去年底召开的中央经济工作会议上首次提出“促进形成强大国内市场”，这是2019年我国七项重要经济工作任务之一。

新年伊始，发改委、央行、工信部、财政部、商务部、人社部六位部长轮番亮相，就贯彻落实中央经济工作会议精神提出具体措施。培育国内市场，挖掘内需潜力，不仅是多个宏观经济部门2019年工作的重中之重，也为各行各业的发展标定了行进路线。

刚刚落幕的中纺圆桌论坛第十四届年会更是紧密围绕中央经济工作会议精神，以“强大国内市场，促进消费升级”为主题，探讨纺织工业如何在强大国内市场方面发力。

“中央经济工作会议提出，2019年要促进形成强大国内市场，努力满足最终需求，改善消费环境，增强消费能力；要发挥投资需求的关键作用，加快新型基础设施建设，补齐农村设施建设短板。纺织行业是具有重要民生属性的消费品制造产业，在当前形势下，对于强大国内市场的客观需求与使命责任均十分明确。”中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇在论坛主旨发言中，明确阐述了强大国内市场与中国纺织行业的关系。

2019年，世界经济的不确定性和复杂性进一步增强，变中有忧的形势特点使得国内市场的重要性进一步凸显。“面对新的国内市场形势，纺织行业必须进一步明确国内市场的首要支撑和重要根基性作用，以国内市场为行业发展的根本立足点。”高勇认为，立足国内市场寻求发展，核心在于深化供给侧结构性改革，改善供给质量与效率，从而提高行业对市场新形势的适应性，更好地满足不断扩大和升级的国内市场需求，积极引导市场消费，以创新激发市场潜力，主动创造市场新空间。

高勇阐述了促进形成强大国内市场，中国纺织行业应该着力加强的几个方面。首先是以科技为支撑、绿色为导向，提升产出与供给质量，持续提升先进制造水平和纺织服装产品的开发能力。其次是强化文化内涵与消费引导，提升自主品牌的市场适应性，深化自主品牌内涵，加强市场消费引导。第三是加强跨产业链、跨部门、跨界资源融合，激发国内市场潜力，进一步提升科技创新效率，大力推动商业模式创新，拓宽产业用纺织品应用需求，改善国内消费与市场竞争环境。

“促进形成强大国内市场是2019年国民经济发展的重要任务，这是纺织行业面临的新市场机遇，也是新的责任使命。”正如高勇所言，中国纺织工业不仅要强大的国内市场中获得充分的需求支撑，更应从中汲取升级发展的动力，全面提升以科技、时尚、绿色为标识的综合竞争实力，实现国内、国际两个市场并举、协调发展，稳固和提升国际产业分工地位，为我国全面建成小康社会目标实现和现代化强国伟业推进作出应有贡献。

CONTENTS



10 特别报道 SPECIAL

强大国内市场 促进消费升级

中纺圆桌论坛第十四届年会举办

近日召开的中央经济工作会议首次提出，2019年要促进形成强大国内市场，这意味着国家层面将更加重视和提高内需对经济增长的贡献率。1月13日，中纺圆桌论坛第十四届年会在北京举行，以“强大国内市场促进消费升级”为主题，探讨了纺织工业如何在强大国内市场方面发力。



32 一线 FRONTLINE

新时代新做法 鲁泰重磅举措引发行业关注

新年伊始，鲁泰纺织股份有限公司举办了以“专注面料 预见设计”为主题的2019鲁泰工业设计高峰论坛暨面料馆开馆仪式，新时代新做法，引发行业极大关注。

6 资讯 INFOS

“联合舰队”协同共进新一年!
2018年纺织品服装出口保持正增长，年末出口呈下行趋势
我国首部《电子商务法》施行
“沐阳杯”2018全国纺织行业新闻“双十佳”揭晓
“时光轴”2019春夏女装新品发布

8 关注 ATTENTION

全国纺织博物馆联盟成立 开启纺织工业文化新格局

16 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

走出去，让柯桥放眼世界
中国轻纺城“丝路柯桥·布满全球—海外巡展”抢先看

20 力克时间 LECTRA TIME

传统纺织的凤凰涅槃新征程

22 行业 INDUSTRY

棉纺织行业加大调整力度 实现平稳发展
立足高质量发展 提升化纤产业灵活性
新势力崛起 为产业设计赋能
以最专业角度 精选出彩作品
培育创新势力 推广典范产品

30 智库 IDEA BANK

把握机遇，让信息化发挥更大作用

34 台湾专版 TAIWAN

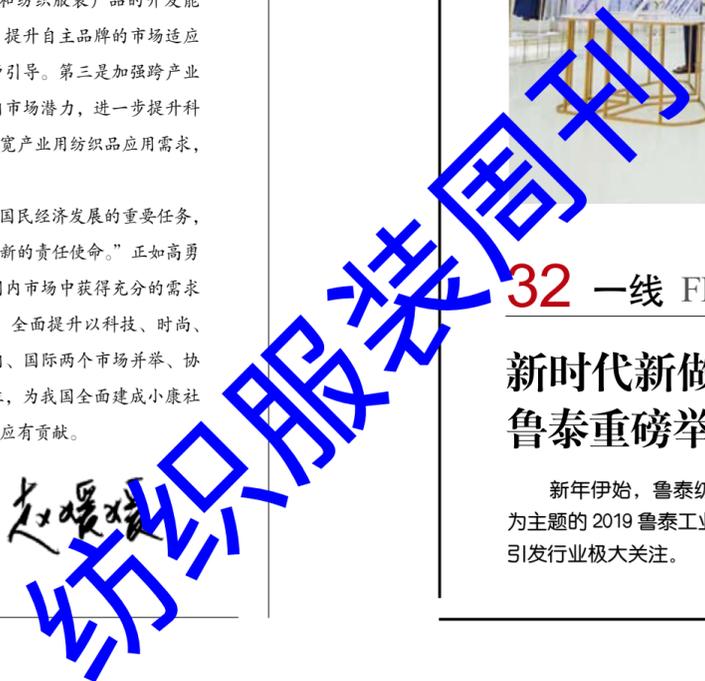
2018 时装设计新人奖为台湾聚集创意力量

36 韩国专版 KOREA

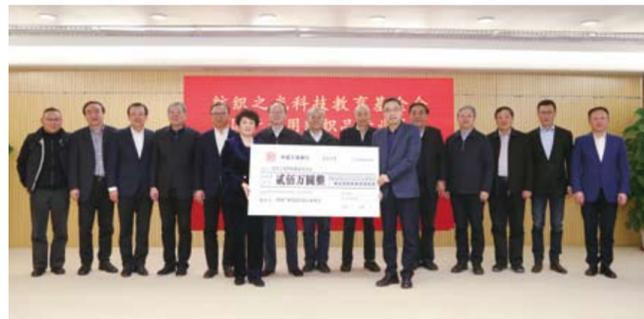
盘点 2018 年闪闪发亮的服装品牌

38 指数 INDEX

冬市销售震荡回升 价格小幅上涨
市场探底回升，“50 指数”年末翘尾



聚焦 | FOCUS



会上，中国产业用纺织品行业协会向纺织之光科技教育基金会捐赠 200 万元，助力行业科教事业发展。



会议对中纺联先进单位、优秀集体和先进工作者进行表彰并颁奖，本刊采编中心荣获“2018 年度中国纺织工业联合会优秀集体”称号。

“联合舰队”协同共进新一年!

中纺联 2018 年度工作总结大会圆满落幕

本刊编辑部 / 文

1 月 15 ~ 16 日，为期两天的中国纺织工业联合会 2018 年度工作总结大会在朝阳门北大街 18 号中国纺织工业联合会办公大楼召开。中纺联党委书记兼秘书长高勇，会长孙瑞哲，原会长杜钰洲、王天凯，原副会长许坤元，副会长杨纪朝、夏令敏，党委副书记兼常务副秘书长陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、孙淮滨，专家咨询委员会委员陈树津、张延恺、徐文英等领导，各部门和各成员单位负责人，以及各基层党组织领导参加了会议。夏令敏、陈伟康主持会议。

会上，中纺联各部门和成员单位对过去一年的工作做了总结，中纺联相关领导也对一年的工作经验和心得进行了分享。

高勇对联合会过去一年的工作给予肯定，但也谈到了存在的问题。他勉励大家要严守底线，树立责任意识，同时他还表示中纺联要大力培养年轻人。

孙瑞哲从内外市场表现良好、增加值增速低位增长、运行质效持续改善、投资增速持续回升等方面对 2018 年以来纺织行业经济运行情况进行了介绍。

2018 年以来中纺联围绕高质量发展开展了以下工作：明确方向，在科学研判中引导行业健康发展；优化供给，提高行业发展质量；拓展内需，提升行业有效需求和投资；促进开放，深度链接国际资源，强化责任，完善行业发展生态。2019 年，中纺联将开展以下工作：服务政策决策，营造产业健康发展环境；支持国家战略，为全面建成小康社会做出积极贡献；提升产业服务能力，着力优化供给侧结构性矛盾；推进科技与品牌建设，推进纺织制造业高质量发展；完善机构建设，打造机构合理、协同的行业组织。

看到现在中纺联的巨大进步，杜钰洲表示很欣慰，他简要回顾了中纺联一步步走过的路，指出目前的成就就是联合会艰难改革取得的成果，并结合理论与实践

从三方面对高质量发展的内涵作了解读。一是高质量发展必须从产品上升到生产力，只有高质量生产力才能带来高质量发展。二是要有高质量的生产方式。未来高质量的生产方式应是建立在新的技术基础上的生产方式，还要考虑产业和社会的关系，即社会责任和绿色责任，这是高质量发展的必然内容。三是要有高质量服务。高质量服务是高质量发展的必要因素，作为行业协会，在为行业提供服务时，要对标高质量服务。他表示，高质量发展是新时代发展主题，是纺织强国建设四大目标的最终体现、最终核心。

会上，中国产业用纺织品行业协会与纺织之光科技教育基金会举行了捐赠签约仪式。此次中国产业用纺织品行业协会向纺织之光基金会捐赠 200 万元，助力行业科技教育事业发展。会议最后，还对中纺联先进单位、优秀集体和先进工作者进行了表彰并颁奖。

直击 | DIRECT

2018 年纺织品服装出口保持正增长，年末出口呈下行趋势

根据海关总署近日统计数据显示，以海关统计口径，2018 年 1 ~ 12 月全国纺织品服装累计出口总额 2767.31 亿美元，同比增长 3.52%（以人民币计同比增加 0.78%），全年出口继续保持正增长。其中，纺织品累计出口总额 1190.98 亿美元，同比增长 8.12%（以人民币计同比增长 5.13%）；服装累计出口总额 1576.33 亿美元，同比增长 0.29%（以人民币计同比下降 2.26%）。

2018 年 12 月，全国纺织品服装出口额为 231.17 亿美元，同比下降 3.65%（以人民币计同比微增 0.98%）。其中，纺织品当月出口 98.82 亿美元，同比下降 2.63%（以人民币计同比增长 2.04%），2018 年 4 月以来首次出现同比下降，服装当月出口 132.35 亿美元，同比下降 4.39%（以人民币计同比微增 0.2%），与上月相比降幅进一步扩大。

2018 年全球经贸环境复杂多变，中美贸易摩擦进展悬而未决，纺织服装行业承压压力，在 2018 年继续保

持出口增长态势，但纵观全年，纺服产品前三季度出口增长较快，自 10 月起增速下降明显，12 月当月出现纺织品、服装出口增速双降，2019 年初出口压力仍然较大。

近年来，我国与东南亚、南亚国家对于国际服装订单的争夺趋于白热化，受此影响，我国在欧盟、美国和日本三大进口市场所占份额呈现下降趋势。受中美贸易摩擦影响，2018 年下半年我对美国出现了“抢出口”现象，对美出口呈现了一个小高潮，但随着美国加征关税的正式实施，从年底数据来看，对美出口很可能出现明显回落。

业内专家指出，当前，世界经济增长动能有所削弱，不确定性不稳定性因素增多、下行风险加大，2019 年全球 GDP 增速或进一步下降。我国纺织服装企业在新一面面临的全球贸易形势将更加复杂严峻，未来应协同行业各方，力克时艰、砥砺前行。（罗明）

我国首部《电子商务法》施行

第十三届全国人大常委会第五次会议通过的《中华人民共和国电子商务法》于 2019 年 1 月 1 日起正式施行。这是中国电商领域首部综合性法规，涉及电子商务经营主体、经营行为、合同、快递物流、电子支付等方面，对电子商务发展中比较典型的问题做出，明确具体的规定，为电子商务的健康发展筑牢法律框架。

新法明确了利用微信朋友圈、网络直播等方式从事商品、服务经营活动的自然人也是电子商务经营者，从事个人电商经营者必须依法办理工商登记取得相应行政许可，依法纳税。根据《电商法》，今后电子商务经营者会受到严格监管，违法者将面临最高 200 万元罚款。（邓玲）

现场 | SCENE

“沐阳杯” 2018 全国纺织行业新闻“双十佳”揭晓

为推动纺织行业科学发展的正确舆论导向，传播正能量，鼓励媒体做好行业新闻宣传工作，担负起新闻舆论工作的职责和使命，促进多出好记者、好作品，中国纺织工业联合会继续举办了“沐阳杯”2018 全国纺织行业新闻“双十佳”评选活动。1 月 13 日，获奖名单在中纺圆桌论坛第十四届年会上正式揭晓。该活动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，江苏沐阳经济技术开发区、中国针织工业协会包覆纱分会协办。

本届新闻奖共评选出 2018 全国纺织行业新闻十佳记者 10 名，十佳作品 10 篇，优秀作品 10 篇。《纺织服装周刊》记者总计获得 8 项荣誉，再次喜获丰收。

其中本刊记者徐长杰、袁春妹获评 2018 全国纺织行业新闻十佳记者；郝杰等 3 人的作品《“壮阔东方潮，奋进新时代”——中国纺织工业改革开放 40 年回顾系列报道》、徐长杰等 11 人的作品《“改变·崛起·提升”——中国纺织服装改革开放 40 年系列报道》获 2018 全国纺织



本刊记者徐长杰（右四）、袁春妹（右三）获“2018 年度全国纺织行业新闻十佳记者”称号。

行业新闻十佳作品；郭春花的作品《跟着邓建军科研组脚步，争当新时代产业工人》、郝杰的作品《“一带一路”五周年，纺织“走出去”步伐稳健》、王利等 2 人的作品《世界布商大会系列报道》、袁春妹等 3 人的作品《改革开放 40 年——中国纺机新动能系列报道》获 2018 全国纺织行业新闻优秀作品。

主办方希望获得 2018 全国纺织行业新闻“双十佳”荣誉称号及优秀作品的媒体记者继续努力，戒骄戒躁，坚持挖掘行业好新闻，坚持做行业好记者，坚持写行业好文章，坚守行业宣传阵地，做好行业喉舌，为推进纺织行业高质量发展和建成纺织强国做出新的贡献。（郭春花）

品牌 | BRAND

“时光轴”2019 年春夏女装新品发布

作为绍兴市柯桥区 2019 年“月月有会展、天天可时尚”的首场时尚活动，“时光轴”皓质华璐春夏面料品牌发布会日前在柯桥时尚发布厅举行，众多纺织企业、服装品牌代表到场观摩。

近年来，随着柯桥纺织产业国际化、时尚化、智能化转型的不断推进，不少纺织企业开始尝试向面料企划创新发展，通过独特的样衣设计来体现面料特色。本次发布会以“时光轴”为主题，共展出 40 套服装，为 2019 年春夏女装流行趋势树立新的时尚风向标。皓质华璐除了秉承花型设计优势外，还结合柯桥本土纺织面料优势，采用扎染、刺绣等面料工艺，使走秀服装更具张力和感染力。

“本次发布会的走秀服装耗时近半年完成，每一款设计都源于我对生活的感悟，传递现代女性积极向上的生活及艺术态度。公司计划今年安排三场左右的发布会，这是第一场，同时这也是 2019 年柯桥‘天天时尚’计划的首场，我感到无比荣幸。”公司负责人苏醒说。

（邹莹颖）

CHIC 2019 MARCH EDITION

03/12-14 2019

www.chiconline.com.cn

中国国际服装服饰博览会

China International Fashion Fair

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

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

全国纺织博物馆联盟成立

开启纺织工业文化新格局

本刊记者_郝杰



与会领导和嘉宾共同见证全国纺织博物馆联盟成立。

1月7日，全国纺织博物馆联盟成立大会暨上海纺织博物馆开馆十周年庆典在上海举行，本次活动由中国纺织工业联合会指导，工业和信息化部工业文化发展中心、全国工业博物馆联盟特别支持，中国纺织职工思想政治工作研究会、东方国际（集团）有限公司共同主办，上海纺织博物馆承办。

中国纺织工业联合会副会长、中国纺织职工思想政治工作研究会常务副会长杨纪朝，中共上海市委宣传部长、上海纺织控股集团原党委书记朱匡宇，工业和信息化部工业文化发展中心副主任、全国工业博物馆联盟副理事长兼秘书长孙星，东方国际（集团）有限公司总裁、上海纺织博物馆首任理事长朱勇，上海纺织控股集团原党委副书记倪志华，东方国际（集团）有限公司党委副书记、上海纺织博物馆理事长王佳，中国纺织职工思想政治工作研究会秘书长姜国华、副秘书长郑国峰，东方国际（集团）有限公司工会主席黄勤，上海纺织博物馆名誉馆长蒋昌宁、馆长蒋国荣、副馆长赵欢欢、馆长助理贾一亮，以及上海市政府、普陀区政府相关机构的领导出席活动。

同时，来自全国纺织博物馆联盟成员单位、全国各地纺织博物馆、纺织纪念馆、文化产业园、纺织文化研究机构、有关企事业单位的负责人及新闻媒体近100人出席了本次会议。全国纺织博物馆联盟成立大会由郑国峰主持。

选举领导班子，联盟正式成立

会议选举上海纺织博物馆为全国纺织博物馆联盟理事长单位，选举青岛纺织博物馆等19家单位为副理事长单位，选举黔东南州太阳鼓苗侗服饰博物馆等26家单位为理事单位。会议选举杨纪朝为全国纺织博物馆联盟顾问，王佳为理事长，蒋国荣等19人为副理事长，郑国峰为秘书长，贾一亮为副秘书长。在与会代表和媒体的见证下，全国纺织博物馆联盟正式成立。

王佳代表全国纺织博物馆联盟第一届理事会介绍了联盟的工作计划。她说，做好联盟工作一要发挥好联盟桥梁纽带作用，建立、完善全国纺织博物馆业务交流网络和搭建合作平台，深入挖掘开发纺织文博资源，促进资源共享。二是加强同国内外相关博物馆的学术联系合作，积极开展学术交流活动，组织重点课题研究，编辑出版纺织文博学术书刊及文献资料，促进纺织类博物馆的发展。三是开展相关业务培训，提高纺织博物馆工作者的专业素养，推进纺织类博物馆管理和业务提升，四是积极组织主题展览、纺织科普论坛等各类公益活动，为正在筹建的地

域性、企业性纺织博物馆出谋划策，提供信息咨询和业务帮助。

孙星指出，成立全国纺织博物馆联盟可谓正逢其时，可以有效汇聚资源，实现共商共享共发展。他希望大家精诚合作，发挥好平台功能，保护工业遗产、传承优秀工业文化，挖掘展陈、文献中蕴含的工业文化价值，讲好中国工业发展故事，同时，做好会员间的信息交流和资源共享，通过纺织博物馆联盟的成立，未来必将进一步拓展我国工业博物馆发展的新空间，创造工业博物馆事业的新天地。

朱匡宇表示，全国纺织博物馆联盟的成立肯定了博物馆弘扬纺织精神所发挥的作用，具有重要意义，纺织人走过40年无愧于时代，他希望纺织业未来越走越好。

寄语未来，引领纺织文化风尚

会议期间，杨纪朝发表重要讲话，他指出，纺织工业蕴含着深厚的文化传统和前沿的时尚艺术魅力，是最具有历史传播力、文化附着力、时尚影响力的行业（工业）之一。全国纺织博物馆联盟成立恰逢其时，是行业的一件大事，也是一件好事。纺织博物馆是纺织工业初创、发展、壮大、转型发展重要的历史见证者和文明传承者，在弘扬社会主义核心价值观、引领纺织文化风尚、记录纺织改革发展、保护纺织历史文明、提升纺织行业形象等方面起到重要的促进作用。

他对全国纺织博物馆联盟成立表示祝贺，并对下一步工作提出四点希望。一是坚定文化自信，秉持纺织风骨；二是服务行业发展，展现联盟特色；三是搭建共享平台，创新工作成果；四是加强自身建设，夯实工作机制。

杨纪朝希望全国纺织博物馆联盟注重“五个平台”建设。一是要善于搭建公益共享平台，共享联盟藏品、展品等发展成果；二是要搭建信息交流合作平台，进一步提升博物馆信息化、数字化水平，多维度展现联盟成员风采，提升联盟影响力；三是要搭建教育培训平台，发挥各联盟成员特色优势和教育优势，开展纺织科普教育活动，上好“纺织科普课”；四是要搭建公共服务平台，结合行业发展和各地文化需求，积极弘扬纺织劳模精神和工匠精神，展现纺织文化成果；五是要搭建智库援建平台，探索开展纺织工业遗产保护工作，防止工业遗产二次破坏，提供博物馆建设智力支持，让纺织工业遗产“留得住”、“用得好”、“活起来”。

召开研讨会，就未来工作达成共识

1月7日下午，还召开了全国纺织博物馆联盟第一次工作研讨会。与会代表就纺织行业坚定高质量发展背景下，加强工业文化建设、繁荣博物馆事业进行研讨，并对全国纺织博物馆联盟下一步工作方向、成员吸纳、机制建设等工作进行了热烈讨论，达成诸多共识。

活动期间，全体代表还出席“上海纺织博物馆开馆十周年庆典”，并参观了“上海纺织博物馆开馆十周年展览”。展厅通过实物、资料、场景、图文、模型和多媒体等多种手段，梳理上海纺织的历史文脉，演绎上海纺织深厚的产业文化。

据上海纺织博物馆名誉馆长蒋昌宁介绍，开馆十年来，观众人数从第一年的1.2万人次，逐渐发展到近年来每年40万左右人次，十年总参观人次达到238万。

朱勇表示，十年来，上海纺织博物馆留下了上海纺织立业历史，也弘扬了纺织产业精神内涵、传承了纺织产业优良传统，达到了担当纺织产业社会责任的建馆目的，并获得了社会各界的认可。

他希望未来十年要继续发扬上海纺织博物馆筹建阶段所形成的创新拼搏精神，服务东方国际集团一体两翼三支撑总布局，做好东方国际集团履行社会责任的担当者，向着国家工业博物馆3A级旅游景区、5A级社团组织而努力。

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

周刊+



· 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。

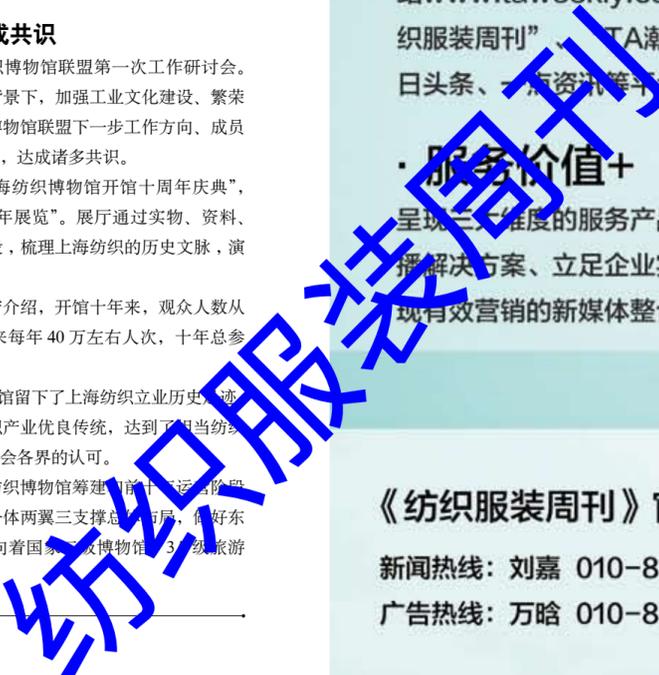
《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

新闻热线：刘嘉 010-85872640

新媒体热线：李江敏 010-85872630

广告热线：万晗 010-85872646

发行热线：章简 010-85872699





中纺圆桌论坛第十四届年会探讨纺织工业如何在强大国内市场方面发力。

强大国内市场 促进消费升级

中纺圆桌论坛第十四届年会举办

本刊记者 陶红 / 文 关云鹤 / 摄

不久前召开的中央经济工作会议提出，2019年要促进形成强大国内市场，这意味着国家层面将更加重视和提高内需对经济增长的贡献率。纺织工业具有明显的国际竞争和发展优势，一直以国内市场作为主要发展动力。做强做大国内市场不仅是稳定纺织经济发展的根基，也是扩大对外开放的底气，有利于推动纺织工业更加有效地参与对接、引导国内的消费升级，满足人民日益增长的美好生活需求。

1月13日，中纺圆桌论坛第十四届年会在北京举行。本次论坛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、中纺联产业经济研究院承办，北京时尚控股有限责任公司协办，以“强大国内市场 促进消费升级”为主题，探讨了

纺织工业如何在强大国内市场方面发力。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，副会长杨纪朝、夏令敏，党委副书记陈伟康，副会长孙淮滨，副秘书长杨峻、彭燕丽及中纺联各成员单位的领导；国家发改委经济研究所副所长郭春丽，国家信息中心经济预测部副主任王远鸿，中国商业联合会副会长王耀，清华大学美术学院教授林乐成；沭阳县委常委、经开区党工委副书记、管委会副主任石敬峰，沭阳经济技术开发区投资促进局局长、沭阳智能针织产业园管委会主任魏伟；北京时尚控股有限责任公司党委书记、董事长吴立，党委副书记、工会主席顾伟达等领导出席此次大会。会议由孙淮滨主持。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长 高勇：

立足强大国内市场 深化供给侧结构性改革

会上，高勇作题为《立足强大国内市场，深化供给侧结构性改革》的主旨发言，指出了国内市场是纺织行业实现持续、平稳、健康发展的首要支撑，强大国内市场是建成纺织强国的根本动力，以强大国内市场为根本立足点，坚持深化供给侧结构性改革，才能更好地满足不断扩大和升级的国内市场需求，创造市场新空间。本刊特将发言内容刊发于此，以飨读者。



高勇

中央经济工作会议提出，2019年要促进形成强大国内市场，努力满足最终需求，改善消费环境，增强消费能力；要发挥投资需求的关键作用，加快新型基础设施建设，补齐农村设施建设短板。促进形成强大国内市场任务的提出，一方面是基于外部环境的复杂严峻性，另一方面也突出强调了我国国内市场正处于持续扩大和加快升级的重要阶段，这是我国发展仍处于并将长期处于重要战略机遇期的判断基础，也是畅通国民经济循环的关键节点。

纺织行业是具有重要民生属性的消费品制造产业，在当前形势下，对于强大国内市场的客观需求与使命责任均十分明确。

一、国内市场是纺织行业实现持续、平稳、健康发展的首要支撑

纺织行业是我国国际竞争优势最为明显的制造产业之一，2018年我国纺织品服装出口额超过2800亿美元，2017年占全球比重的35.8%。多年来，规模庞大、活力充沛的国内市场为纺织行业提供了十分强大的发展动力，是行业实现持续、平稳、健康发展的首要支撑。据测算，目前纺织全产业链80%左右的销售收入在国内市场实现；2011~2017年，全国限额以上服装鞋帽、针纺织品零售额年均增长速度达到13.8%，而同期纺织品服装出口总额年均仅增长3.8%。

2018年，纺织品服装国内市场呈现平稳增长态势，增速好于此前两年水平，支撑纺织行业总体实现平稳运行。统计数据显示，2018年1~11月全国限额以上服装鞋帽、针纺织品零售额同比增长8.1%，增速较上年同期提高0.5个百分点；网络零售渠道继续保持快速增长，全国网上穿着类商品零售额同比增长21.2%，增速高于上年同期3.2个百分点。2018年纺织行业内销增长情况好于此前两年，一方面是基于汽车、通讯类别等消费支出有所减少，消费结构出现阶段性调整；一方面也在一定程度上体现出纺织行业供给结构优化调整取得积极成效。

在国内市场增长提速的同时，国际市场也有所回暖，带动纺织行业出口回升。2018年1~11月，纺织品服装出口总额同比增长4.6%，增速较上年同期提高2.8个百分点，其中纺织纱线、织物及制成品国际竞争力稳定，出口额同比增长9.3%，服装出口压力加大，出口额同比仅增长0.9%。国内外市场同步趋好，支撑纺织行业运行质效实现平稳增长。2018年1~11月全国规模以上纺织企业主营业务收入同比增长4%，增速较上年同期略缓0.7个百分点；利润总额同比增长7.9%，增速较上年同期加快0.5个百分点；销售利润率为4.9%，较上年同期提高0.2个百分点。

尽管从运行结果上看，纺织行业当前发展态势基本正常，但面临的压力仍十分突出。除了综合成本上涨、环保要求提升、国际竞争加剧等常态化压力因素外，中美贸易摩擦的影响不容忽视。虽然现阶段美国加征关税的纺织服装产品仅约占我国对美纺织品服装出口额的9%和对全球出口总额的1.5%，但贸易环境不确定性上升，引发行业预期不稳定，短期内造成纺织企业下一年订单及产销减少，中长期则将对国际采购格局以及我国纺织行业的国际分工位置、投资布局结构产生重要影响。

2019年，世界经济的不确定性和复杂性进一步增强，变中

有忧的形势特点使得国内市场的重要性进一步凸显。强大的国内市场不仅能够继续为纺织行业平稳发展提供充足动力，也是行业保持和提升国际竞争力的重要支撑。纺织行业必需深化供给侧结构性改革，大力推动高质量发展，在有效满足国内市场需求的同时，努力激发内需潜力，助力形成强大国内市场，从而有效防范和化解外部风险，继续实现平稳、健康发展。

二、强大国内市场是建成纺织强国的根本动力

促进形成强大国内市场是2019年国民经济发展的重要任务，这是纺织行业面临的新市场机遇，也是新的责任使命。纺织行业不仅要强大的国内市场中获得充分的需求支撑，更要从中汲取升级发展的动力，全面提升以“科技、时尚、绿色”为标识的综合竞争实力，从而实现国内、国际两个市场并举、协调发展，稳固和提升国际产业分工地位，并为我国全面建成小康社会目标实现和现代化强国伟业推进做出应有贡献。

（一）我国消费市场规模庞大，增长稳定，升级趋势明显，是纺织行业持续健康发展的根本支撑

我国国内市场的纤维消费总量规模位居世界首位，年纤维消费量超过3000万吨，是美国的2.6倍左右；2017年人均纤维消费量为22公斤，基本达到中等发达国家水平。尽管现有规模已十分庞大，我国纺织服装产品终端消费仍有发展空间。我国现阶段仍处于工业化和城镇化持续推进阶段，中等收入群体快速增长，全面建成小康社会目标逐步接近，将使得人均消费水平持续提升，国内需求总量也将持续增长。相关统计数据显示，美国人均纤维消费量约为36公斤，是我国的1.6倍；2017年美国人均衣着消费支出折合人民币约达到7870元，是我国的6.4倍。从这个角度看，我国纺织服装产品在价值提升和总量增长方面仍有较大空间。

我国国内市场在消费升级方面也具有重要优势。收入水平的持续提升，人民群众对美好生活的需要日益展现，将促使纺织服装产品的消费需求不仅限于产品品质提升，更要能够满足消费者对于多元化功能、个性表达、精神文化承载等方面的需要。个性化、定制化纺织服装产品，具备户外运动、医疗保健等功能性及智能型的产品，体现时代审美特色的家居整体装饰纺织品，改善生活品质的一次性纺织用品，体现时尚精神和寄托民族情感的自主品牌产品等，均将成为国内市场的重要增长点，为纺织全产业链提供需求动力。与此同时，我国经济经历了持续、快速增长周期，消费人群更易于接受新事物、新模式，加之我国互联网科技具备国际领先水平，纺织服装品牌企业通过融合创新产业技术应用场景与商业模式，能够获得更多的市场切入点，具有更多途径来激发市场消费热情。

（二）着眼促升级与补短板的投资潜力释放，将带动产业用纺织品应用需求扩大，是纺织行业结构优化调整的重要驱动

中央经济工作会议指出，我国现阶段投资需求潜力仍然巨大，要发挥投资关键作用，加大制造业技术改革和设备更新，加快新型基础设施建设，加大城市基础设施投资力度，补齐农村基础设施和公共服务设施建设短板，加强自然灾害防治能力建设。这些领域的投资增加都会带动产业用纺织品的应用需求扩大，包括与

“2019年，世界经济的不确定性和复杂性进一步增强，变中有忧的形势特点使得国内市场的重要性进一步凸显。纺织行业必需深化供给侧结构性改革，大力推动高质量发展，在有效满足国内市场需求的同时，努力激发内需潜力，助力形成强大国内市场。”

制造业升级相关的环保过滤材料，与基础设施建设相关的土工、建筑、交通工具用纺织品及结构增强材料，用于完善相关公共服务的医疗用纺织品、安全防护纺织材料、特殊功能职业装，推动农业现代化的功能性农用纺织品，以及篷帆类、绳缆类应急储备物资等。

近年来，产业用纺织品是纺织产业链三大终端中增长最为活跃的领域，2011~2017年产量年均增速达到9.1%，高于同期纤维加工总量增速5.1个百分点，在纤维加工总量中所占的比重由2011年的21%提高到2017年的26.9%，成为纺织产业链上最重要的新增长点。从趋势上看，产业用纺织品的应用需求空间巨大，但受到应用标准及规范、采购机制、配套政策等多种因素影响，需求潜力尚未有效释放。促进形成强大国内市场任务的提出，对破解机制束缚、释放产业用纺织品潜在应用空间提供了重要机遇，要尽行业之力，主动把握住这一重要时机，真正促进产业用纺织品应用需求扩大，并推动上游纤维材料的研发创新与国产化专用装备水平提升，促进全产业链结构优化与转型升级。

（三）强大国内市场是纺织全产业链持续升级与推进国际化发展的重要根基

我国国内市场规模庞大，需求多元化、多层次、多领域的特征突出，国内市场的容量与深度为产业技术与商业应用创新提供了有效反馈，纺织行业在着力满足内需的过程中，供给侧结构性改革将获得持续而充分的动力。在国内市场的驱动下，纺织行业综合实力将不断提升，在国际市场上有更好的竞争表现，国际分工地位持续改善，国际市场份额保持相对稳定，从而在跻身世界纺织强国的道路上不断前行。

纺织行业实现强国目标，仍然需要进一步提高对外开放水平，广泛利用国际市场、技术、人才、资本等优质要素资源，提升资源配置效率。我国国内市场具备强大的需求容量来消化纺织行业的制造能力与创新投入，大大降低了行业扩大对外开放、开拓国际市场的风险。与此同时，我国拥有全世界规模最大、最具活力的纺织服装产品消费及应用市场，这使得各种优质资源更易于向国内纺织产业集聚，其与国内纺织行业之间的良性互动关系与外溢效应对于促进行业升级发展也具有非常重要的价值。

三、以强大国内市场为根本立足点，坚持深化供给侧结构性改革

面对新的国内市场形势，纺织行业必须要进一步明确国内市场的首要支撑和重要根基性作用，以国内市场为行业发展的根本立足点。立足国内市场寻求发展，核心还是在于深化供给侧结构性改革，改善供给质量与效率，从而提高行业对市场新形势的适应性，更好地满足不断扩大和升级的国内市场需求，积极引导市场消费，以创新激发市场潜力，主动创造市场新空间。

（一）以科技为支撑、绿色为导向，提升产出与供给质量

一是持续提升先进制造水平。大力发展纺织全产业链优质制造、智能制造、绿色制造工艺、技术和装备，广泛开展技术升级改造，改善生产效率与产品品质。重点开发高效大容量、柔性化的功能性、差别化纤维生产技术及装备，应用各种高效率、高精度、高质量、节能环保的纺纱、织造、染整加工技术，提升纺织面料的舒适、易护理、高保型等性能，满足小批量、多品种、多功能、生态化等下游加工需求，有效对应终端市场消费特征。提高服装、家纺生产的自动化、智能化水平，推广应用智能吊挂、自动缝制等系统及单元机，提升终端产品品质。加强产业用纺织品制造技术升级，加大新型纤维材料应用，推广新型非织造、编织、机织及复合技术，提升质量，降低成本。加强开发及应用具备在线

质量监控、智能化管理等功能的数字化、智能化纺织单机设备及生产线，推广企业信息管理综合集成系统，优化产品质量控制与管理。

二是提升纺织服装产品开发能力。加强纤维、面料流行趋势研究与发布，强化纤维新品种的产业链应用开发，打造产业链中上游纺织产品的开发与应用衔接平台。融合应用时尚趋势、数字化定制技术、服务型制造体系，开发符合个性化、差异化、功能性、生态性、智能化等需求特征的服装、家纺新产品。积极开发和应用各种数字化、智能化时尚分析预测工具及辅助设计制造系统，强化设计开发能力支撑。结合产业结构调整、基础设施建设升级、污染防治攻坚、加强民生保障等国民经济发展需求，以医疗、卫生、过滤、土工、建筑、结构增强、安全防护等领域为重点，加强产业用纺织品品种开发与优化，更好地满足应用需求。

（二）强化文化内涵与消费引导，提升自主品牌的市场适应性

一是深化自主品牌内涵。要更加关注社会人文因素对于纺织服装产品国内消费的影响，深入研究和解读国内消费人群的精神与文化需求，更准确把握审美偏好及流行趋势。依托我国悠久历史的文明与多元民族文化优势，将特色文化元素与传统工艺技能融入纺织服装产品的时尚创意设计和品牌营销策划之中。强化纺织企业发展的社会责任导向，全面履行环境保护、以人为本、公平竞争责任，树立自主品牌的良好社会形象，丰富品牌的社会属性内涵。积极整合设计、管理人才及成熟品牌等国际化的优势资源，拓宽自主品牌发展路径。

二是加强市场消费引导。宣传普及健康、科学的纺织品服装消费方式及服装、家饰的美学、文化、礼仪知识，提高消费者对于纤维产品性能、功能特点及健康安全使用方式的认知，积极引导消费升级。加强纺织服装品牌价值的全社会引导，强化媒体宣传与行业、社会推广，展示中国原创时尚设计力量与自主品牌优秀成果，提升品牌的整体形象和市场认可程度。

（三）加强跨产业链、跨部门、跨界资源融合，激发国内市场潜力

一是进一步提升科技创新效率。积极整合多方资源，以企业为主体，进一步优化纺织行业科技创新体系，通过联合研究、委托研发、共建研究机构等多种方式，深化“产学研用”集成创新，提升创新成果转化与应用效率。加强跨产业链合作创新，鼓励纤维材料、专用装备、纺织加工、产品应用各环节加强技术研发和产品开发合作。

二是大力推动商业模式创新。促进纺织服装品牌企业加强跨界融合创新，与互联网产业、现代服务业建立深度合作关系，不断开拓新的销售业态与服务模式，提高商业模式创新的有效性，改善服务品质，优化消费体验，更好地适应数字化、社交化、体验式、服务型等快速更新的市场新形势。

三是拓宽产业用纺织品应用需求。积极推动产业用纺织品跨部门沟通合作机制的建立和完善，与应用方开展协同开发项目，推动低成本高性能纤维复合材料、植入式医用纺织材料等在交通工具、医疗卫生等领域扩大应用。努力推动军队以及医疗、基建等系统的采购通道向民营纺织企业充分开放，推动国家出台和完善应急物质及产能储备制度、特殊工种劳动者职业安全保护产品配置要求、生态农业用纺织品试点应用等政策和措施。搭建纺织军民融合对接平台，沟通纺织行业最新科技成果与军方需求。

四是改善国内消费与市场竞争环境。探索推进工商对接合作，协调降低商业零售渠道的费用成本，优化商业市场环境。整合相关资源，推动建立纺织行业综合信用体系，开展价格、质量、知识产权保护等方面的行业自律，进一步完善国内市场环境。

· 主题演讲 ·

把握消费趋势，引领产业深度转型

作为论坛协办方代表，北京时尚控股有限责任公司党委书记、董事长吴立为大会致辞。在主题演讲环节，嘉宾们从宏观经济层面分析国内市场消费升级趋势，从需求与渠道的变化探讨做大做强国内市场的方式方法，同时，总结产业园区转型发展的经验，助力行业高质量发展。

北京时尚控股有限责任公司党委书记、董事长 吴立：聚焦战略定位，发展时尚产业



吴立

吴立表示，本届论坛聚焦“强大国内市场 促进消费升级”，共同探讨推进纺织服装产业向科技、时尚、绿色转型的思路，探索推动国内纺织服装消费升级的路径，解析民族服装品牌在形成强大国内市场中的作用，这契合当前行业发展的热点与重点，具有很强的针对性和指导意义。

吴立介绍说，北京时尚控股主动聚焦首都城市战略定位，紧密结合北京全国文化中心和科技创新中心建设，认真贯彻落实市委市政府提出的“推动文化与科技、时尚等相关产业融合发展”的重大部署，加快推动传统纺织向时尚产业的战略转型，以品牌运营为核心，与文化、科技相融合，大力发展品牌服装、文化创意和科技三大业务板块，努力培育北京时装周时尚产业发展平台，加快推进“品牌时尚化、产品科技化和服务增值化”业务布局，时尚产业基础不断夯实，时尚产业集群建设迈出坚实步伐。

未来，北京时尚控股将按照高质量发展要求，坚持高端定位，聚焦时尚产业，加大开放合作，强化创新驱动，加快打造具有卓越竞争力的时尚产业集团，努力为北京国际时尚之都建设和中国时尚产业的蓬勃发展作出积极贡献，以优异的发展成绩向中华人民共和国成立70周年献礼。

国家发改委经济研究所副所长 郭春丽：扩大消费需求，推动经济增长



郭春丽

郭春丽作题为“新时代下的消费结构升级趋势”的主题演讲，从消费对经济增长的贡献、我国消费需求潜力、居民消费升级趋势等宏观层面讲述了新时代消费需求变化和消费升级趋势。

郭春丽指出，消费作为拉动国内经济增长的三驾马车之一，对经济增长的贡献十分显著。我国消费需求潜力巨大，市场规模位居世界前列，是世界第二大进口国。目前，我国仍然处于工业化、城镇化快速发展阶段，居民收入保持稳定增长，中高端需求快速增长，面对不容乐观的外部市场环境，国内巨大的市场空间是今后一个时期的强大优势。

目前阶段，我国居民消费升级呈现出以下趋势：一是消费结构加快升级，逐步向“住行消费+服务消费”的“双峰”型结构加速升级；二是消费品位提升；三是新兴消费热点和消费模式不断涌现；四是消费主体梯度变化趋势明显；五是消费理念更趋成熟，更注重高性价比、绿色消费。

国家信息中心经济预测部副主任 王远鸿：强市场须多管齐下



王远鸿

王远鸿作题为“强大国内市场与2019年经济形势及政策”的主题演讲，从2018年国内市场变化、2019年强市场面临的挑战、主要政策、重点任务和趋势变化等宏观经济层面分析了国内市场的发展趋势。

王远鸿表示，2018年国内市场变中有忧，一方面，经济运行保持在合理区间，供给侧结构性改革持续推进，新一轮改革开放稳步加力、城乡区域重大战略稳步实施；另一方面，中美经贸摩擦的影响逐步显现、国内经济增速再现逐季回落、“处置风险的风险”不容忽视、就业和居民收入压力增大。

2019年，世界经济和贸易总体上有望延续复苏态势，但外部环境更加复杂严峻；从国内环境看，长期存在的结构性、周期性、政策性矛盾和问题依然突出，发展的不平衡不充分问题也有可能进一步显性化。

总体来说，2019年强市场要以努力满足终端需求，发挥投资关键作用，推动区域协同发展，提高新型城镇化质量，促进房地产市场平稳健康发展为重点任务。对于2019年国内市场趋势变化，王远鸿预测，出口增速可能会明显下滑，工业回升动力可能不足，三产增速可能小幅回落，物价水平或将小幅上涨。

中国商业联合会副会长 王耀：关注市场发展，引领渠道变革



王耀

在题为“国内纺织服装消费升级与渠道变革”的主题演讲中，王耀从宏观环境、服装市场特点、消费升级等方面切入，分析了国内纺织服装市场当下面临的相关问题。

宏观环境方面，我国GDP、收入增速均呈放缓趋势，固定资产投资大幅度回落，出口压力加大，居民消费支出增速放缓，社会消费品零售总额增速持续回落、名义增速转入个位增长长期。城镇消费为主、城乡消费协调发展，实体店消费为主、网上消费增速较快，但“双11”消费增速明显下滑，适龄劳动人口下降、人口老龄化趋势加快，中国消费需求呈现出多样化发展趋势。

王耀指出，当下的市场经济环境呈现出从数量发展模式转向高质量发展模式、从满足人们物资需求转向满足美好生活需求，低端商品严重供大于求、国际知名品牌占领高端市场等特点。而我国服装市场呈现出大型零售服装企业品牌形象提升、增速回落、利润提升；消费者更加关注流行时尚和潮牌时尚；各类品牌服装占有率逐年下滑等特点。



会议现场。

清华大学美术学院教授、博导 林乐成： 融合传统文化，塑造民族品牌



林乐成

林乐成作为“传统文化·民族品牌·时尚消费”的主题演讲，解读了纤维艺术的历史、发展及古老纤维艺术如何融入现代消费。

作为“纤维艺术”概念的倡导者，林乐成表示，经过数十年的发展，中国的纤维艺术呈现出旺盛生命力和广阔发展前景，纤维艺术融入传统文化、富含时代精神，已经成为当代活跃的艺术门类之一。

此外，林乐成以 COACH 更名为 Tapestry 为例，讲述了壁毯作为古老的工艺品在室内装饰中的重要地位，提出“商业是承载古代生活、传统故事、民族特色的一种形式，产品变成了形式的文化形态”的观点；分享自己在壁毯研究运用中的创新尝试，解读了传统文化在当代生活中的应用和传承，以孟加拉国的品牌为例，讲解了如何创新产品，为产品赋予传统文化的内涵，使其活跃于居民的日常生活中，更好地传承传统文化。

谈及中国传承民族文化的典范，林乐成介绍了中国极具影响力、表现力的文化传播交流推广品牌——广东名瑞集团股份有限公司。该公司基于传统文化、时尚消费和民族品牌的思考，将中国传统文化融入产品设计中，保护和传承了民族文化。

沭阳县委常委、经开区党工委副书记、 管委会副主任石敬峰： 产业园转型，助力高质量发展



石敬峰

石敬峰作为“做精主导产业 做强实体经济”的主题演讲，以沭阳为例浅谈纺织产业发展对强市场、促消费的作用，分享了对纺织产业发展如何强大国内市场、促进消费升级的认识和体会。

纺织产业是沭阳的传统产业、优势产业，也是沭阳扩大内需、拉动经济增长的主导产业。近年来，沭阳纺织产业实现了企业从少到多、产业从弱到强、品牌从无到有、发展从跟随到引领，走出了一条具有沭阳特色的发展之路。目前，全县拥有纺织规模以上企业 130 多家，主要涉及包覆纱、家纺、智能针织三大板块，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。纺织产业正由“跟跑、并跑”向“领跑”华丽转型，“沭阳纺织”已形成具有鲜明特色的区域品牌。

石敬峰介绍道，围绕纺织产业发展，助力行业高质量发展，沭阳坚持项目为王，突出招大培优，让高质量发展体现在高品质项目上；坚持集约集聚，突出产业特色，让高质量发展体现在高新产业上；坚持完善配套，突出承载能力，让高质量发展体现在高品位平台上；坚持优质帮办，突出精准高效，让高质量发展体现在高水平服务上。

未来，沭阳将解放思想再出发，对标找差攀新峰，全力推动沭阳纺织产业朝着高效、智能、生态方向发展，打造千亿级地标产业。

· 行业对话 ·



聚焦内销，优化产品和服务

在行业对话环节，中国针织工业协会副会长赵洪、中国家用纺织品行业协会副会长朱晓红、中国产业用纺织品行业协会副会长郑俊林、中国服装协会秘书长焦培围绕“强大国内市场，促进消费升级”展开讨论。该环节由中纺联产业经济研究院副院长刘欣主持。

论消费需求变化趋势

强大的国内市场是我国经济持续发展、技术进步的根源，是持续推动改革开放的动力所在，也是参与国际竞争的重要筹码。国内消费已经成为经济增长的第一驱动力，纺织行业具备民生属性，对国内经济增长贡献突出。现阶段纺织服装相关领域的消费需求又呈现出哪些变化？

焦培作为服装领域的代表，为与会嘉宾分析了服装消费领域的现状，他介绍说现阶段服装消费呈现出以下趋势：一是年轻化，90 后逐渐成为消费主力，并紧跟消费潮流；二是品牌向二三四线城市下沉，并且下沉趋势仍在继续；三是网上销售趋势仍保持增长；四是实体店消费体验的增强导致线下消费回暖；五是定制产业呈规模化发展。

家纺行业是纺织工业三大终端产业之一，与人们的生活息息相关。朱晓红从家纺行业的微观层面分析了国内市场的消费情况，她表示，随着人们生活水平的提高及住房条件的改善，家纺行业得到快速发展，据国家统计局数据显示，十二五期间，家纺行业主营业务收入增长 10.5%，利润总额增长 13%，出口增长 16%。可以看出家纺发展的主要推动力仍来自于国内市场。十三五期间，家纺行业得到持续稳定的发展，随着国内市场越做越强，家纺行业市场前景广阔。

产业用纺织品与国民经济众多行业密切相关。郑俊林结合产业用纺织品部分应用领域的情况介绍了产业用纺织品行业的市场覆盖面。他表示，高市场覆盖率让产业用纺织品行业深入人们生活的方方面面，广泛应用于医疗卫生、建筑、安全防护、包装等多个领域。如医疗卫生领域，用于一次性卫生用品、湿巾、厨房用擦拭材料、面膜、卸妆棉、卫生巾、纸尿裤等；在安全防护领域，用于功能性职业装、防污染特殊装备、消防服、防病毒服等。

赵洪表示，针织作为纺织工业的重要组成部分，国内市场空间很大。此外，针织作为编织工艺，赋予针织产品可拉伸的特性，广受国内外消费者的欢迎。值得一提的是，袜子作为重要的针织产品，其品类十分丰富，销量可观，这对行业发展也具有一定的推动作用。

谈产品服务升级空间

中央经济工作会议提出，2019 年要促进形成强大国内市场。而做大做强国内市场，需要供需双方的匹配，2019 年行业企业该如何在各自的专业领域扩大产品和服务升级空间？

对此，焦培表示，企业提升产品和服务，一是要回归到产品本质，关注好的产品；二是赋予产品更多的文化内涵，注重品牌建设，掌握时尚话语权；三是注重科技创新；四是加强线上线下的融合，关注物联网。

家纺行业跟人们的生活水平密切相关，朱晓红表示，传统的消费习惯的改变，丰富了家纺的发展空间，在科学理念的指导下，毛巾、枕头、窗帘的使用更加规范。此外，消费群体趋于年轻化，消费需求多样化，家纺企业需加大产品创新研发力度，满足不同消费群体的多样化需求，以扩大消费市场。

中央经济工作会议提出，2019 年要努力满足最终需求，改善消费环境，增强消费能力。针织工业产品活跃于日常生活的各方面，经济的发展、产业的发展势必带动针织产业的发展。赵洪表示，消费升级实际上是消费理念升级、消费产品的升级，现阶段针织工业的技术完全可以满足高端快速发展的市场需求。未来，针织产品发展的理念势必少不了“科技、时尚、绿色”。

近几年，产业用纺织品发展速度特别快，逐渐成为纺织工业新的经济增长点。面对国内市场，行业不仅要关注终端市场，更要关注中间市场。郑俊林从医疗卫生领域、安全防护领域、土工用品领域、军工航空航天领域四个板块描绘了产业用纺织品未来发展的美好蓝图。TA

三刊联动

覆盖全产业链

纺织服装周刊杂志社旗下三大刊物《纺织服装周刊》、《纺织机械》、《家纺时代》，从纤维纱线到纺机设备，从纺染织印到服装家纺，全面覆盖纺织行业读者用户群。

与纺织服装周刊杂志社合作
一次获得多重行业关注！



中国纺织机械协会会刊



中国纺织工业联合会会刊



中国家用纺织品行业协会会刊



纺织机械微信



纺织服装周刊微信



家纺时代微信

新闻热线：刘嘉 010-85872640 新媒体热线：李江敏 010-85872631 广告热线：万喆 010-85872646 发行热线：章简 010-85872699

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com





走出去，让柯桥放眼世界！

本刊记者 邬莹颖 王利

跃上新的历史关口，柯桥中国轻纺城正围绕“国际化、时尚化、品牌化”的发展定位，坚持改革开放，抢抓“一带一路”契机，深入开展“丝路柯桥·布满全球”布展行动，致力缔造具有较高知名度和重要影响力的“国际纺织之都”。

随着全球经济一体化的不断深入，柯桥加速对外布局，深耕外部市场，一路走来，“走出去”的步伐更加自信、有力。作为“绍兴大城市建设的排头兵，接轨沪杭都市圈的桥头堡”，柯桥积极参与对外经贸合作，让优质的产品、先进的技术深度融入全球产业链、价值链和物流链。

时至今日，中国轻纺城面料交易区已有 21 个市场。除了面料交易区，现在的柯桥还有仓储物流区、原料交易区、创新发展区、国际贸易区，形成了“东西南北中”五大市场格局。

中国轻纺城日客流量达 10 万人次，另有来自 63 个国家和地区的常驻外商达 6000 余人。市场交易的纺织品种类达 5 万余种，产品远销 192 个国家和地区，已经实现从“步满全球”到“布满全球”。

2018 年，为抢抓“一带一路”机遇，柯桥区召开了首届世界布商大会，并在会上发布“丝路柯桥·布满全球”行动计划，意在加强与全球纺织产业链的融合联动。

目前，中国轻纺城建设管理委员会（以下简称“中国轻纺城建管委”）正积极推进 2019 中国轻纺城“丝路柯桥·布满全球”行动计划。以“海外巡展”、“走进集群”、“走进品牌”三种形式，围绕“开放、时尚、智慧、高端”的现代化新型市场建设目标，

积极帮助柯桥纺织企业和市场经营户“走出去”，提升中国轻纺城国际品牌的影响力，全面呈现中国轻纺城“国际化、时尚化、品牌化”的新时期“国际纺织之都”形象，推动市场产业转型升级和城市经济高质量发展，实现中国轻纺城新一轮高水平对外开放。

海外巡展 循序渐近 深化全面对外开放

2018 年 3 月，柯桥中国轻纺城巴基斯坦面料展亮相巴基斯坦亚洲纺织机械及亚洲服装面料展。占地 800 余平方米的中国轻纺城展区集中展示了 19 家柯桥企业的上千款精品面料，展会首日客流量就超过 3000 人次。这是 2018 年“丝路柯桥·布满全球”活动在海外的首站，也是柯桥中国轻纺城积极走出去提升国际影响力、推动市场转型升级的一个侧影。

回顾 2018 年，柯桥纺织业的“走出去”之行愈发顺畅，中国轻纺城已在缅甸、越南、巴基斯坦、孟加拉等地开展贸易对接，累计组织 100 余家优秀本土企业走出去，经历了积极融入“一带一路”建设的一年。从成果来看，柯桥本土纺织企业主动进行国际布局的意识明显提高，并以全球视野进行产业链上下游优质资源、先进研发能力和技术等领域的交流与合作，以此构

筑国际竞争新优势。

展望 2019 年，中国轻纺城孜孜不倦地致力于本土企业更好、更健康地“走出去”，柯桥纺织业拓展国际市场的动能依然充沛。中国轻纺城计划举办“丝路柯桥·布满全球——海外巡展”12 场次，将面向世界纺织市场集群如韩国首尔、意大利普拉托、越南胡志明、印度尼西亚雅加达等地组织精准化、小型化的巡回展；在“一带一路”沿线国家如菲律宾、缅甸等地筹办品牌化、规模化的自办展；在国际成熟的展会如巴基斯坦国际纺织及机械博览会、美国纽约国际服装面料展、巴西圣保罗 GTS 国际纺织展、俄罗斯轻工纺织品及设备批发博览会（秋季）、孟加拉—达卡国际纺织及制衣工业展、埃塞俄比亚成衣面料及辅料展览会现场举办柯桥中国轻纺城形象展。

1 月 10 日，2019 中国轻纺城全球巡回展首站在韩国首尔东大门举办。浙江千姿色纺织贸易有限公司、浙江帝马进出口有限公司、浙江惠达纺织有限公司等 20 余家绍兴柯桥纺织企业携带棉、麻、毛、丝等优质面料赴韩参与交流对接，展示出中国轻纺城纺织业“科技、时尚、绿色”的蓬勃之势与全新形象，现场迎来众多韩国设计师、服装企业代表。

走进集群 优势互补 打造纺织集群共同体

在中国纺织工业高速发展的过程中，占据纺织行业半壁江山的产业集群对全行业的稳定发展起到重要的支撑作用。据了解，目前全国有 200 余个纺织产业集群试点，如果这些产业集群能联动发展、良性互动、优势互补，将进一步促进各纺织集群的健康高质量发展。

柯桥作为国内诸多纺织产业集群之首，早已率先捕捉到其中的机遇，并付诸行动，多次参与并组织产业集群交流互动，探寻共赢发展方向。2018 年 6 月，中国轻纺城窗帘布艺全国路演推介会首站走进成都，与当地窗帘零售企业面对面交流，挖掘双方合作空间和潜力。随后，相继走进太原、厦门等地，推介会不仅提高了柯桥窗帘布艺展的客商邀约精准度，还加强了集群间的情感交流和商业合作。

2019 年，柯桥面料和窗帘布艺企业将本着扎根本土、深度融合、资源互补、协同创新的理念，使“走进集群”的工作细致化、规范化，举办更多产业集群对接会，促进双方相互学习，汲取经验，抓住产业集群发展的内在规律，增进专业市场间的联系，构建更加紧密的专业市场资源整合，通过优势互补进而协同发展，形成产业结构合理、整体抗风险能力强、区域特色明显的良好局面。

记者获悉，2019 年中国轻纺城“丝路柯桥·布满全

球”——走进集群的路演推介会、实效对接活动将达近 12 场次，推介的内容不仅局限于窗帘布艺，还涵盖纺织面料等产品，展示柯桥作为“面料王国”的独特魅力。

去年，柯桥区荣获“2017~2018 年度纺织行业创新示范集群”，向整个纺织行业展示了柯桥作为全球最大纺织品集散中心的实力与风采。今年，中国轻纺城将再接再厉，通过走进集群的活动进一步打响中国轻纺城区域品牌，提升行业知名度和影响力，推动整个纺织产业协同发展。

走进品牌 精准对接 促进上下游联动发展

柯桥作为“托在一块布上的城市”，要让这块“布”发挥出更大的效益，提升企业实力、不断研发创新，从而获得更多品牌客户的青睐是关键。目前，国内服装品牌对于面料功能、工艺等方面的认知与面料设计师对品牌需求和流行趋势的把握，在不同程度上存在隔阂与偏差，必须加强上下游交流，才能促进双方联动发展、互利双赢。

近年来，浙江中国轻纺城集团股份有限公司及旗下全球纺织网、网上轻纺城多次组织柯桥面料企业参与国内外品牌对接会，不仅为企业挖掘到更多的品牌客户，还有效推动纺经经济整体发展。同时，结合服装品牌对面料品类、设计、色彩、工艺、功能等方面的要求，柯桥面料企业及时调整内部开发创新方向，紧跟品牌需求和时尚潮流，也为公司持续健康发展注入强劲的动力。

2019 年，中国轻纺城建管委将搭建更多的交流平台与合作桥梁，依托柯桥纺织产业为主体的价值生态系统，联动产业链优质资源进行协同创新，促进柯桥面料企业与国内服装品牌的对接交流形成常态化和标准化。

据了解，2019 年中国轻纺城“丝路柯桥·布满全球”——走进品牌的对接会活动，将携手柯桥面料企业，抱团走进国内服装品牌集中的城市，与国内外最前沿的服装品牌零距离交流。初步预计对接活动将达近 11 场次，致力于提升上下游企业的匹配度和合作成功率，实现上下游企业的协同发展和产业链共赢。

中国轻纺城建管委相关负责人表示，举办对接会不仅能帮助企业挖掘客户，搭建一个整合优质资源的产业对接平台，还能促进柯桥面料开发与品牌服装设计的深度联动，促进前瞻性产品开发与潜在市场需求的有效连接和有序创新，促进上下游产品开发理念的高度融合与品牌建设的紧密联结，从而推动柯桥构建以“科技、时尚、绿色”为支撑的产品开发创新体系和企业的品牌建设体系，助推柯桥纺织企业及整个纺织产业转型升级，向着打造新时期“国际纺织之都”的目标稳步迈进。TA



柯桥积极参与对外经贸合作，让优质的产品、先进的技术深度融入全球产业链、价值链和物流链。



中国轻纺城集团
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP

股票代码：600790



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。

中国轻纺城 “丝路柯桥·布满全球 —海外巡展”抢先看

CALENDAR 2019



韩国—首尔东大门中国轻纺城全球巡回展

时间：1月
形式：巡回展

当地产业特点：东大门市场是一个集面料、辅料、成衣批发为一体的综合性市场，上万家店铺分布在周边十余座大型商场内。东大门批发市场的重要客户为亚洲和世界各地的服装经营者，经营方式为批发兼零售。其营业时间长达18个小时，是世界上营业时间最长的服饰批发市场。在零售方面，主要服务于17~25岁左右年轻时尚的顾客群体，而批发通常集中在“晚市”，即晚上20:00开始至次日中午12:00，价格方面颇具竞争力，吸引大量来自韩国本土及世界各地的面料、成衣采购商涌至东大门，进行产品选购。

巴基斯坦国际纺织及机械博览会

时间：3月
形式：展中展

当地产业特点：纺织业在巴基斯坦整个制造业中所占比重高达46%，全国纺织业就业人数达1500万人，占制造业总就业人口的38%。近几年纺织品服装出口额约占其出口总额的66%，在过去3年里，纺织业利用外商直接投资约3000万美元，而3年中对纺织业的总投资在12.5亿美元左右。此外，由于棉花是纺织工业主要的原料来源，而巴基斯坦是世界四大产棉国，所以纺织业也间接地对农业就业人口产生影响。

意大利—普拉托中国轻纺城全球巡回展

时间：4月
形式：巡回展

当地产业特点：普拉托的支柱产业是纺织业，早在15世纪就是意大利著名的毛纺加工制作中心，到了19世纪中叶纺织业得到迅速发展，为普拉托逐渐成为意大利现代化纺织业中心奠定了良好的基础。普拉托不仅是欧洲重要的纺织品集散地，同时也是意大利华人最集中的地方之一。有数据显示，生活在这里的华人多达6万，约占普拉托总人口的30%左右。

越南—胡志明中国轻纺城全球巡回展

时间：5月
形式：巡回展

当地产业特点：尽管越南纺织服装业的出口业绩迅速增长，但纺织行业相对薄弱，服装加工所需面料相当一部分依赖进口。本土面料不能满足服装加工的需要，越南在近几年一直是全球最大的面料进口国及服装出口国之一，形成了很典型的“加工厂”模式。

美国纽约国际服装面料展

时间：7月
形式：展中展

当地产业特点：美国纺织业已成为以高科技和诸多知识产权、发明创造武装起来的在全球颇具竞争力的产业。它的很多相关领域已经发展变化，或衍生为另一种新兴的行业，或渗透、融入到其他产业中。

巴西圣保罗 GTS 国际纺织展

时间：8月
形式：展中展

当地产业特点：由于巴西逐渐扩大的中产阶级对时尚和生活方式追求的转变，其对纺织品服装有高层次和多样化的需求，服装产业趋于成熟，但面料供应链环节相对薄弱，且用人成本高，产业链配套欠缺。

俄罗斯轻工纺织及设备批发博览会（秋季）

时间：9月
形式：展中展

当地产业特点：俄罗斯以重工业发达著称，其轻工业相对而言没有得到长足发展，服装业长期以来供不应求，对进口依赖程度较大。为解决这一需求，俄罗斯2000年就开始逐步实施进口替代计划。2015年俄罗斯强化了进口替代工作，制订并实施20个行业计划，已启动项目800多个，到2020年，俄罗斯拟实施约900个进口替代项目。

孟加拉—达卡国际纺织及制衣工业展

时间：9月
形式：展中展

当地产业特点：面料是孟加拉最大出口行业，出口额达70多亿美元，其中75%的梭织面料需要进口。孟加拉同时也是全球成衣出口前五强国家，成衣占出口总额的76%，巨大的活力和市场机会助推该国纺织行业连年持续增长，纱线、面料进口需求持续增长。

印度尼西亚中国轻纺城全球巡回展

时间：10月
形式：巡回展

当地产业特点：印尼作为东盟人口最大的国家，纺织服装行业是印尼的支柱型产业，为全球品牌提供巨大的服装产业链，快时尚巨头及设计师时装的副线品牌逐渐成为印尼最大的国际买手。全国从业人口273万，产品主要出口至美国、欧盟及日本，目前印尼已成为全球第八大服装出口国。

埃塞俄比亚成衣面料及辅料展览会

时间：11月
形式：展中展

当地产业特点：埃塞俄比亚地处非洲东部，四季如春，水、电、气等资源供应充足，劳动力资源丰富，各项生产成本相对较低，而且产品可零关税、无配额出口至美国和欧洲，非常适合劳动密集型的纺织服装企业发展。

菲律宾国际纺织展—柯桥中国轻纺城展

时间：11月
形式：自办展

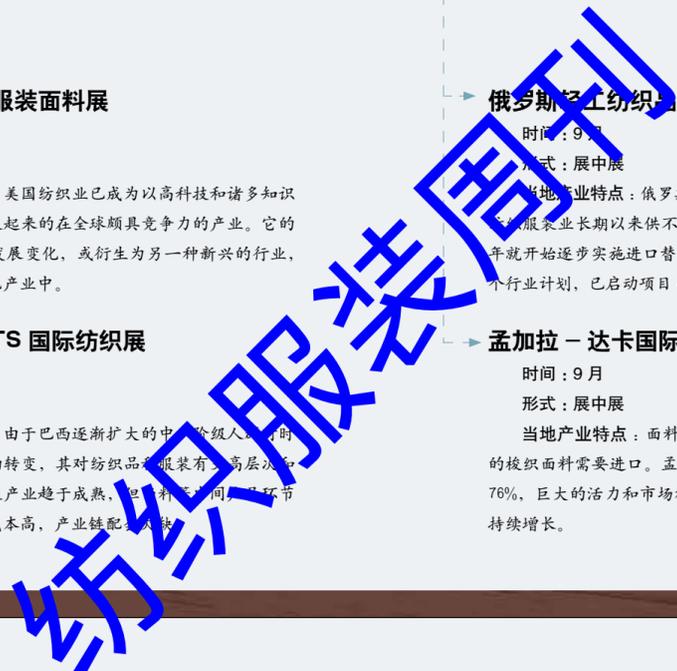
当地产业特点：马尼拉是菲律宾的经济中心，它集中了全国半数以上的工业企业，主要有纺织、榨麻绳、冶金企业等，产值占全国的60%。马尼拉是菲律宾的重要交通枢纽和贸易港口，全国出口货物的1/3和进口货物的4/5集中在这里。

缅甸国际纺织展—柯桥中国轻纺城展

时间：12月
形式：自办展

当地产业特点：缅甸把成衣的加工与出口列为国家出口战略中的七个重点行业之一，力图通过加大包括成衣出口在内的一系列行业出口，改变国家对外贸易逆差的状况。同时设法提升缅甸成衣产业在国际成衣产业链中的地位，通过打造成衣“缅甸品牌”，改变过去为外国厂商做“来料加工”的低端模式，以改善成衣行业从业人员的收入，并进一步扩大就业。

(资料整合：郭莹颖)



LECTRA

工业智能 启赋智造未来



杨瑞乐



李朋波



苗宪

力克
时间

传统纺织的凤凰涅槃新征程

本刊记者_李江敏

古有“入咸阳者王之”，今有人咸阳者成之。过去提起咸阳，大家首先想到的便是它全国闻名的纺织工业。这里是国家早在“一五”、“二五”时期就建立起来的全国纺织基地之一，也是西北地区最大的棉纺织基地，为陕西乃至全国的经济、城市建设、劳动就业做出了不可磨灭的贡献。

然而，由于设备落后、产品低端，在市场经济大潮的冲击下，当地纺织工业的优势地位逐渐丧失。为重新焕发咸阳纺织产业活力，在“一带一路”政策的推动下，作为新“丝绸之路”第一站的咸阳将纺织产业作为传统产业结构调整突破口，整合资源，力促行业转型升级。

作为其中一员的陕西咸阳杜克普服装有限公司，也在以其自身不断进取的拼搏精神完成从“咸阳品质”到“咸阳产品”，再到“咸阳品牌”的蜕变。

关于力克

力克致力于为具有前瞻思维的时尚服装、汽车内饰和家具公司开发他们所渴求的领先技术。通过推动这些行业的数字化转型，力克从设计到生产全方位地赋能品牌商和制造商，助力他们在市场中稳操胜券。力克成立于1973年，如今在全球共有32家子公司，为世界100多个国家的客户服务。力克拥有超过1700名员工，2017年营业收入为3.13亿美元。公司的股票在泛欧交易所上市交易。

欲了解更多信息，请关注力克公司官方微信：Lectra 力克，或访问网站 www.lectra.cn

力克中国
官方微信

转型升级，推动企业思想变革

陕西咸阳杜克普服装有限公司创建于1986年，是一家专业从事服装设计、研发、生产、销售、外贸加工的现代化国有控股企业。公司注册资本17000万元，现有标准厂房48000平方米，年产服装100万件（套），产品涵盖高档西服、衬衣、时装、羽绒服、棉衣、户外服饰、运动衫、风衣、警服、军服等，其中“杜克普西服”为陕西省名牌产品，也是陕西省服装自主品牌龙头企业。公司先后荣获“中国著名品牌”、“陕西省名牌产品”、“陕西服装行业销售十强企业”等称号。

“我们公司拥有国际上最先进的设备和系统，还与国际一线品牌合作生产H&M、金企鹅、BOSS、ZARA、皮尔卡丹等品牌服装。”当谈起杜克普的这些“丰功伟绩”时，公司副总经理苗宪显得无比自豪。“杜克普风风雨雨的这几年非常不容易，我感触最深的就是管理团队的思维模式和理念一直在不断地变化。”

其中，从员工层面来说更具有敬业精神。公司上下把“蜜桃精神”作为自觉遵循的行动准则和效仿的行为规范，恪尽职守，崇尚精益求精。苗宪介绍道：“国有参股后我们有了党委、工会和纪委，组织机构比之前更加健全。在员工的思想教育上也更加注重，建立了良好的‘以厂为家’的氛围。现在，新入职工技术专业水平、归属感和吃苦耐劳的精神都更强，这和我们工会的积极引导是分不开的。”

过去，部分民营纺织企业多数靠经验进行管理，没有现代化的企业管理制度，缺乏纺织专业人员和科技创新型人才，从事企业产品和技术研发的专业人才更少，导致产品附加值低水平，而杜克普管理团队的思维模式改变却一马当先。之前主抓内销时，我们公司比较有优势，当时在陕西竞争并不是那么激烈，现在转做外单之后优势就不太突出。原先的模式

肯定是行不通，需要放下之前老头的思想，从被动思维向主动思维去转变。”苗宪表示，现在公司不仅要求对客户服务质量周到，而且产品也要更具有市场竞争力，做附加值高的产品。

创新产品，抢占细分市场机遇

“服装属于快销品，每年流行趋势的变化速度非常快，企业的确是需要基本的产品来维持运营，没有主流产品做基础很难走到研发这一步，可如果企业只做低成本研发的产品，怎么能具有竞争力呢？像我们中小型企业对财力、物力的投入都是很有局限性的，所以我们公司研发新产品也是有针对性的。”据苗宪介绍，一种以石墨烯内絮棉材料研发的智能温控棉衣，近日在杜克普研制成功。

石墨烯内絮棉具有远红外功能，可促进人体微循环，增加人体血流量。这种服装具有快速升温、立体加热无温差、自然吸汗透气、抗菌抑菌的特点，穿着柔软舒适，同时还可以防静电、防紫外线。

杜克普科研团队利用石墨烯导热性好、热传导效率高、透气柔软舒适度好的性能，装配专用电池，通过手机APP调控，在26℃恒温条件下可使用8小时。同时配备北斗导航定位系统和急救包，适用于户外探险、矿井作业、森林防护、野外寻矿、极地哨兵及高寒地区等恶劣环境工作者，适合老年群体使用者。

据悉，杜克普科研团队与香港理工大学、西安工业大学及西部云谷科技企业合作，在零下18度环境下反复测试，直至发热性能符合设计要求。



力克和杜克普签约合作。

延伸阅读

深化合作新模式，力克助力西部地区“智能崛起”

2018年11月5日，首届中国国际进口博览会在上海隆重开幕，172个国家、地区和国际组织参会，3600多家企业参展，奏响共享机遇、共同发展的时代乐章，书写进一步扩大开放的中国故事。当日上午，由陕西省咸阳市人民政府主办、陕西省咸阳市商务局承办的“陕西省咸阳市招商推介暨集中采购签约仪式”作为进博会的同期活动，在苏州市吴江区举行。

法国力克在本次签约仪式上，与杜克普签署（Made to Measure 量身定制）数字化软件采购合同。力克作为MTM技术全球领先的企业之一，致力于为服装企业提供端到端数字化智能量身定制解决方案。通过该系统，可大大缩短交货周期，降低成本，借助自动化以及信息化技术大幅度提高运营效率。据悉，这也是力克首次在陕西地区开展合作的MTM项目，希望借此签约的契机，为更多像杜克普一样的西部企业在“智能化发展”的道路上助推动力。

据了解，本次活动采取政府搭建平台、企业市场运作的方式，通过对苏州市吴江区汾湖高新区及重点企业进行考察，在合作共赢中推动咸阳市内外经贸健康发展，为建设富强、人文、健康的“新咸阳”奠定坚实基础。

“科技成果的落地，而且快速的、保质保量的落地，带给我们公司团队很大的压力。关于技术的成熟性，以及如何与服装工艺相结合研发出市场可接受的产品，我们讨论了很长一段时间。能接受你的产品，但是却不能接受你的价格，那还是没有市场，所以前期投入肯定是很大的。”苗宪表示，目前已有1000套市场订单、30000套温控寻矿服合同意向，这种具有高科技含量的功能性服装市场前景广阔。

凝聚共识，合力推进智能制造

围绕国家“一带一路”建设，依托陕西自贸区及园区“承东启西”区位优势，咸阳市新兴纺织工业园内的西咸纺织服装创新园正在打造集交易市场、国际服饰城、研发创意、综合商贸及仓储物流为一体的“西部丝路国际轻纺城”。按照“线上+线下+实体”三位一体的发展思路，以“互联网+工业”的模式，借助互联网大数据平台，杜克普在园区内率先引入国内领先的服装智能生产技术，建造西北首家智能化工厂，其主要产品是西服、衬衣、西裤，可实现个性化定制下的大规模工业化生产。

在选择量身定制解决方案的过程中，陕西咸阳杜克普服装有限公司党委书记、董事长杨瑞乐经过考察后，决定由专注于为使用软性材料（纺织品、皮革、工业面料以及符合材料）行业提供整合技术解决方案的力克公司为杜克普提供软件系统支持。

力克MTM量身定制解决方案是中国市场上目前为止落地和成功项目最多的，通过该系统可大大缩短交货周期，降低成本，同时借助自动化以及信息化技术大幅度提高运营效率。对于在时尚行业有着40多年经验的力克而言，有着与如意、庄吉、法派等国内大型服装企业合作的经验。此外，力克的成长多来自于客户的反馈意见，在这一点上与杜克普逐步摸索的要求达到了完美的契合。力克将基于同类型企业遇到的困难和瓶颈作出多种预案，根据这些资料再对杜克普项目进行“因地制宜”的改进。陕西咸阳杜克普服装有限公司总经理助理、智能工厂负责人李朋波对于力克成熟的经验和服务表示出极大认可，他认为，力克所具有的非凡创新能力，能够高效地为企业转型升级提供技术保证。

据悉，在杜克普智能工厂，消费者可通过电脑、手机等信息终端，在线自主设计定制个性化服装，实现个性化定制下的大规模工业化生产。杜克普致力成为西部技术水平最高、研发能力最强、管理水平最优的互联网服装企业。

对于一个不断创新并充满活力的企业，未来的康庄大道已经跃然眼前。苗宪表示：“下一步，我们还想研发智能健康服装，通过对汗液的提取和分析来反馈人体的健康情况，这也是我们杨董的新思路。目前还在讨论构思，也正在对接相关领域权威的专家教授来实现。”



棉纺织企业在诸多不确定因素影响下，积极面对困难，坚定信心，在调整产品结构、走出去、信息化、绿色发展等方面进步明显。

棉纺织行业加大调整力度 实现平稳发展

本刊记者 郝杰

2018年，在诸多不确定因素影响下，中国棉纺织行业加大改革调整的力度，克服重重困难，实现平稳发展；国家有关部门及时调整棉花政策，优先保障棉纺企业用棉，维护行业整体利益，促进行业健康发展；棉纺企业积极抓住“一带一路”机遇，加快转型升级，推进可持续发展，加大节能减排力度，打造绿色环保竞争新优势。

2018年，面对国内外严峻的经济形势，中国棉纺织行业企业积极面对困难，坚定信心，在调整产品结构、走出去、信息化、绿色发展等方面进步明显。

改革开放40年，棉纺织行业由大到强

棉纺织行业是中国纺织服装工业中最大的基础性行业。建国初期，纺织工业基本上以棉纺生产为主，1978年党的十一届三中全会揭开了改革开放的序幕，各地争先发展棉纺织工业，企业遍布全国各城乡。中国加入WTO以来，随着市场经济的发展，棉纺织工业披荆斩棘，克服重重困难，一路向前。

改革开放40年来，我国棉纺织工业不断挖掘潜力，依靠国内和国外两个市场，一步一个脚印，实现了从数量到质量、匮乏到丰足、计划到市场、国企到多元的巨大变化。

据中国棉纺织行业协会会长朱北娜介绍，全国纱、布产量逐年增长，主营业务收入、利润总额、固定资产投资稳步提高。纺纱、织布产能分别从1978年的1566万锭、50万台增长到2018年的1.18亿锭、118万台；纱、布产量分别从238万吨、110亿米增长到2000万吨、610亿米；利润总额从不足40亿元人民币增长到1000亿元以上；固定资产投资从不足100亿元扩大到3000亿元以上；自动络筒机、无梭织机的占比从无到有，分别达到95%和80%以上；纺纱万锭用工从300多人减少到60人，织布百台用工从200多人降低到85人。同时，带传输系统、信息化控制系统的智能化清梳联+粗细联（细络联）装备成为有实力企业的首选，万锭用工可达20人左右，已能够实现夜班无人值守。

朱北娜分析认为，整体看，改革开放40年来，我国棉纺织

行业从大到强主要体现在以下几方面：棉纺织生产加工每年使用的棉花约占世界的30%，使用的化纤短纤占世界的70%；纺纱和织造产能、纱线和棉型织物产量、棉制纺织品出口量、棉纺织年投资额、装备水平、安排就业人数及拥有的技能人才等均居世界第一；纱线生产60支以上80%在中国，色纺纱生产90%以上在中国，高档衬衫色织面料生产60%在中国，高档牛仔面料生产30%在中国，高支高密织物的生产技术主要在中国。

克服重重困难，企业加大调整力度

为深入了解行业发展变化情况，增强中棉行协在行业内的号召力，中棉行协深入企业调研。2018年，通过实地走访、座谈会、调查表等多种形式先后深入全国12个省份，实地调研400余家企业、5个产业集群，见证了企业克服重重困难，致力转型升级的努力。

随着市场竞争愈加激烈、要素成本不断增加，若继续依照原有模式，企业利润空间将不断被挤压。

安徽的棉纺织企业大多在寻求新的转型突破点，大致可分为两种途径。一部分企业通过逐步淘汰落后产能，更换自动化程度更高的生产设备，或更换生产流程更短的气流纺等设备，通过加大对设备的资金投入，减少用工、提高生产效率；另一部分企业从最初的生产常规品种，转向生产色纺纱、花式纱等特色产品，通过不断提高产品附加值，打造自身品牌效应及营销模式，巩固并增强企业在市场上的竞争力，提升经济效益。

浙江的棉纺织企业普遍加快退城进园以及向中西部转移的步伐，一些企业因产品结构调整、用工结构调整等原因，淘汰了部分落后产能并积极推进技改。据了解，新昌县有一家国内转环

纺设备龙头企业，均在2000年左右开始生产转环纺设备，产品质量过硬、性能好、性价比高，目前在国内市场占有较大份额，产品以抽气式半自动转环纺纱机为主。据企业预测，虽然转环纺设备未来发展方向是全自动转环纺纱机，但一定时期内，半自动转环纺纱机仍然不能完全替代。这2家企业负责人均表示，目前转环纺设备市场广阔、销量稳定，出口量也在逐年增加，企业对未来发展充满信心。

河南尉氏县棉纺织产业以纺纱为主，县政府大力支持纺织行业的发展，出台系列鼓励政策，一些企业陆续入驻工业园区，形成了产业集聚区。2018年夏季，受设备改造、高温天气限电、市场进入淡季等多重因素的影响，企业总体开工情况欠佳。对此，企业采取措施积极应对，在生产暂停的时候对设备进行维修保养，或在夜间开工以减少损失。

棉花政策及时调整，稳定企业用棉预期

2018年上半年，国内棉价出现上涨过早、过猛现象，郑棉期货主力合约出现多次涨停。中棉行协充分发挥自身优势，为行业的改革和发展服务，广泛听取会员企业意见，反映企业诉求，当好行业的代言人，并积极与有关部门沟通协商，建议国家储备棉轮出应优先保障棉纺企业用棉，维护行业整体利益，促进行业健康发展。

2018年6月2日，有关部门发布的《关于2017/2018年度储备棉轮出有关事项的公告》指出，自2018年6月4日起至本年度轮出结束，储备棉轮出交易仅限纺织用棉企业参与竞买且仅限本企业自用，停止非纺织用棉企业参与竞买。在棉花价格接连攀升之际，有关部门调整储备棉交易主体，稳定了市场价格，保护了用棉企业。贸易商竞拍后，棉花价格出现明显回落。

储备棉的轮出销售短期内一定程度上缓解了棉花供不应求的态势，但无法改变棉花长期供需偏紧的趋势。随着储备棉库存降低，增加进口棉弥补缺口是必然的选择。中棉行协代表行业向国家有关部门建议改革棉花配额发放。2018年6月12日，国家发改委发出第7号公告，决定于当年发放80万吨棉花进口滑准税配额。此次增发配额抑制了国内棉花现货价格短期过快增长，稳定了国内棉花市场供应预期。

在棉纺企业根据国家发改委7号公告进行滑准税配额申报后，中棉行协协助发改委对申报情况进行了初步审阅。为保证配额发放工作的有序进行，保证行业的长远发展，按发改委的要求，自2018年7月16日起，中棉行协历时两个月，举全协会之力同国家发改委对申报滑准税配额的棉纺织企业进行了核查，覆盖全国主要棉纺企业所在地区，核查申报企业500余家，占申报企业总数的85%，提出了改革分配棉花进口配额的建议，为下一步配额制度改革提供了数据支撑并打下坚实基础。

抓住“一带一路”机遇，“走出去”更加稳健

“一带一路”倡议为中国与各个国家的合作注入了新的强劲动力，已进入深度融合、相互促进的新阶段。中棉行业抢抓“一带一路”搭建的国际合作平台和新机遇，寻找更优的海外投资环境，为企业“走出去”拓展国际市场空间牵线搭桥。一些有实力的棉纺织企业加快转型升级，推进可持续发展，正在稳健地“走出去”。

2018年1月，无锡一棉纺织集团有限公司在埃塞俄比亚德雷达瓦国家工业园举行了30万纱锭投资项目的奠基典礼。规划建设30万纱锭，总投资约2.2亿美元，主要生产配套高档色织、针织、家纺产品，可提供3000人左右的就业机会。首期10万纱锭项目计划将于2019年下半年投产运行。

2018年5月，岱银集团马来西亚棉纺成套二期项目正式投产。基于马来西亚良好的投资环境和独特的资源优势，岱银集团总投资4亿美元，在马来西亚分三期投资建设总规模50万纱锭特种纱项目，全力打造世界一流水平的现代化纺织工业园。第一期10万纱锭项目于2015年5月份实现竣工投产，由于项目定位准、建设快、运营好，实现当年投产当年盈利，取得了良好经济效益和社会效益。

第二期项目立足高起点、高档次、高标准，引进世界最先进的纺织设备，生产具有世界一流品质的高档纱线，新增就业岗位500个，每年新增销售收入1亿美元。目前，公司正精心组织岱银纺织马来西亚三期项目的规划建设，尽快实现三期项目的投产达产，届时，

岱银纺织马来西亚公司总生产规模将达到50万纱锭，每年可实现销售收入4亿美元。

作为国内色织龙头企业，鲁泰纺织一直注重全球化产业布局，公司越南面料厂产能约为6万锭纱线及3000万平米色织面料，越南制衣厂产能约600万件衬衣，越南总产能占公司总产能的1/6左右。2018年11月，鲁泰表示，公司全资子公司鲁泰越南公司拟投资成立全资子公司鲁泰新洲公司，总投资额6000万美元（约合4.16亿元人民币）。设立鲁泰新洲公司，投资建设14.4万锭纺纱及3000头气流纺项目，目的在于完善鲁泰越南公司色织产业链，实现产能设施配套平衡。

据鲁泰纺织相关负责人透露，鲁泰纺织海外色织产能正在陆续释放，海外制衣工厂生产效率逐步提升。2018年上半年以来，鲁泰（越南）收入对比上年同期增长150%，据分析，未来越南产能占比有望上升至1/3左右，将带动公司净利率上行。

智能制造与绿色发展，科技促行业升级

目前纺织行业在努力推动智能制造落地，包括行业6大智能制造示范线的建设，现各个领域都已取得了不错的成绩，特别是纺纱领域形成了不少较为成熟的项目和案例。

安徽华茂坚持技术创新、管理模式创新，对标国际先进企业，致力于新产品、新技术的研发，在“高支高密高紧度”产品开发和生产、棉纺智能化技术解决方案、提升国产纺机装备技术水平等方面，为行业作出了积极贡献。安徽华茂开发的“高质高效环锭纺纱先进技术及装备与智能化技术的开发与应用”项目获得“纺织之光”2018年度中国纺织工业联合会科技一等奖。此外，华茂利用10万锭老厂房进行技术改造，以国产设备为主，通过项目的开发提升装备技术水平，通过工艺优化、合理布局、智能应用，最终形成15万锭生产工厂。在设计时因地制宜、因势顺导、突出重点，通过改进创新，实现了质量优、用工少、效率高、效益好的预期目标。

国内首个智能化、自动化纺纱生产线在大生集团已经运行了3年。这样一个车间还拥有自控的空调系统、绿色照明系统等，可以让能源成本下降15%。同时，解放了人力，提升了效能，用工的比例大幅下降，减少了近三分之二，车间有效产量则提升10%~20%。数字化纺纱车间的建成，不仅大幅提升了企业的效益效能，还有效缓解了当前纺织行业普遍存在的用工难问题，为整个纺织行业的发展找到了新的出路。

华孚时尚股份有限公司于2007~2018年间完成了整体集团企业资源管理系统SAP+MES的建设与实施，自主研发打磨了行业独创性MES产品。自动化、连续化是实现智能制造的基础，色纺生产线的粗细联改变了传统的生产方式，操作员辅助自动驾驶车，可以快速找到问题点，并实施解决；通过AGV小车上的机械臂自动抓取已完成的纱线，然后运送至指定地点，再通过机械臂将纱线放置到货架上；成品自动包装生产线基于销售订单内容准确、快速自动打包，标签打印，最终入库。

近年来，绿色环保已经成为棉纺织行业竞争新优势。纺织浆料生产企业与纺织企业积极尝试、研发替代PVA的环保浆料和上浆新工艺，据中国棉纺织行业协会统计数据显示，上世纪90年代至今，PVA在浆料用量中的比重从70%下降到了12%左右。在2018年6月于山东举行的“纺织之光”绿色环保上浆重点技术推广活动上，九项绿色环保上浆重点技术得到推广，受到企业广泛关注。

节能减排是色织领域的重点，在2018年10月举行的“纺织之光”棉纺织产业节能减排关键技术科技成果推广活动中，青岛大学开发的活性染料无盐染色技术、中国恒天立信国际有限公司开发的高乐松式退浆机在梭织色织布上的应用、山东康平纳集团有限公司的筒子纱智能染色示范工厂建设等技术和应用成果向业界进行了推广。

绿色发展一直是牛仔布行业可持续发展关注的焦点，在去年11月举行的2018中国牛仔年会上，多家牛仔布企业介绍了自己绿色发展的经验。其中，黑牡丹纺织有限公司通过技术创新实现责任导向的绿色生产，通过发展循环技术实现持续跨越。2018年，黑牡丹纺织采用高效节能的富士热定型机替代旧的高能耗的热定型机，年节约天然气7.4万立方米；采用富士预缩机代替2台老旧自制预缩机，年节约蒸汽3300吨，节约天然气5万立方米。2018年10月，上榜工信部第三批绿色制造名单，成为纺织绿色发展典范。





2018年, 化纤行业在科技创新、绿色发展、智能制造、原料创新道路上稳步前行。

CHEMICAL FIBER

CHEMICAL FIBER

回顾与展望

立足高质量发展 提升化纤产业灵活性

本刊记者 郭春花

2018年是改革开放40周年,这一年,国际变局和中国战略抉择叠加,社会潮汐与行业周期性波动交织,注定不平凡、不平静。这一年,中国化纤行业总体运行质效良好,继续深化供给侧结构性改革,增强供给结构对需求变化的适应性和灵活性,引导企业将更多的精力放在产品研发上,并在科技创新、绿色发展、智能制造、原料创新道路上稳步前行。

科技：成果多点开花

2018年,化纤行业在科技创新层面可谓多点开花。中复神鹰碳纤维有限责任公司的“干喷湿纺千吨级高强/百吨级中模碳纤维产业化关键技术及应用”荣获2017年度国家科技进步一等奖,收获多年来碳纤维领域的最重磅奖励;由宁波大发化纤有限公司等单位开发的“废旧聚酯高效再生及纤维制备产业化集成技术项目”荣获2018年度国际科技进步二等奖;“国产化Lyocell纤维产业化成套技术及装备研发”、“超仿棉聚酯纤维及其纺织品产业化技术开发”、“静电喷射沉积碳纳米管增强碳纤维及其复合材料关键制备技术与应用”、“粗旦锦纶6单丝及分纤母丝纺牵一步法高速纺关键技术与装备”等四个项目荣获“纺织之光”2018年度中国纺织工业联合会科学技术奖一等奖。

特别是在2018年底,首条国产化单线年产3万吨Lyocell纤维生产线成功开车,运行平稳,产品质量达到设计要求。该产业化项目采用中国纺织科学研究院有限公司自主研发、拥有自主知识产权的Lyocell纤维产业化成套技术,是国内首条技术和全套装备完全自主设计制造的单线3万吨生产线,是中纺院从1998年

开始历经18年攻关,从小试、中试到万吨级产业化硕果的延续。该项目的成功是我国在纤维领域国产化的一大突破。

智能制造：稳步推进

2018年,是化纤行业智能制造稳步推进的一年。这一年,数字化纤维全流程生产技术、产业链智能生产追溯系统、化纤生产智能物流系统、智能示范工厂和智能车间层出不穷,大大促进行业高效发展。

2018年2月,恒逸石化与阿里云达成战略合作,启动代号为“恒逸工业大脑·飞兔行动”项目,经过短短4个月的调整,项目在既不更新设备、也不改变原料和生产流程的基础上,燃烧发电效率提升了2.6%,最大程度拓宽了降本增效空间,提高了企业经济效益,普及推广前景极为广阔。“恒逸工业大脑·飞兔行动”的出色表现,实现了数字化转型道路上的快速发展,为整个行业提供了智能制造和工业大数据的实践方案。未来,行业还将继续在智能生产优化、整体数字化转型、智能物流、工业大数据建设中,以石化产业为核心,向产业链上、下游展开,围绕整个石化行业

产业链的产、供、销、研等方面展开深度扩展。

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介绍,以恒逸、恒力、盛虹、荣盛、桐昆、新凤鸣等大型集团为代表的化纤企业,通过“机器换人”,从机械化向自动化转变,生产中的一些环节由人力换成了机器人或是自动线,节约了大量人力,降低了成本,提升了企业的竞争力,促进了制造业的回归;信息化和大数据在生产线上的应用,使数据成为可利用的资源,从而可为制造业企业全价值链协同发展提供服务;智能制造的规范化带来的产品品质的提升,为行业高质量发展提供重要支撑。端小平分析,未来,智能制造必将给行业带来日新月异的变化并且进一步巩固传统制造业的国际竞争力。

绿色发展：成效显著

保护生态环境就是保护生产力,改善生态环境就是发展生产力。绿色发展已经成为化纤行业共识,形态正在从责任向价值转变。在刚刚过去的2018年,化纤行业围绕绿色制造展开了一系列行动,并取得了显著成就。

2018年,化纤行业积极从正面引导行业走绿色发展道路,继续开展了“绿色纤维标志”认证工作,截至目前已有21家生物基化学纤维、循环再利用化学纤维和原液着色化学纤维生产企业中的佼佼者获得了“绿色纤维标志”认证。这些企业均高度重视绿色纤维的相关工作,将其作为产业转型升级的重要方向之一,在团队建设、生产和技术上配备了较强的力量,致力于实现纤维全生命周期的绿色可持续,为行业的绿色发展打下了坚实的基础。随着《绿色纤维评价技术要求》团体标准发布,绿色纤维评价已有标可依。

除行业协会的正确引导外,企业也基于自身发展的要求,积极投身绿色发展并强强联手共建交流平台。唐山三友、赛得利联合中国化学纤维工业协会等共同发起成立了“再生纤维素纤维行业绿色发展联盟”,并发布三年行动计划。未来,相信在这个行业间相互监督、互相促进的绿色发展公共交流平台上,将最大程度减小再生纤维素纤维生产及全生命周期对环境产生的影响。

当前,以欧盟为代表的发达国家越来越多地将能否达到绿色纺织品标准作为进入市场的条件,加贴生态标志的商品更受市场欢迎。作为纤维老大的聚酯纤维一直因使用含锡催化剂而备受诟病。而在2018年,这一问题得到了实质性解决,浙江恒逸石化股份有限公司推出了新型钛系生态催化剂,为聚酯行业绿色发展注入了新的活力。

2018年,化纤行业还积极推广节能减排的相关技术,从源头上减少、消除废、污物的产生和排放等,倡导粘胶行业要“两条腿”走路,采用最好的节能减排技术和“三废”处理技术,并采用新的环保生产工艺。

端小平分析,主动适应环保从严要求、应用节能减排技术给行业企业带来了新的机会,也给新进入者带来机会,从而改变原有的竞争格局,做得好的企业将会从竞争中胜出,既推动技术进步,又能获得更好的市场份额,同时为全社会的“绿水青山”建设承担更多社会责任。

原料：炼化一体化进程加快

近年来,中国开放了国内企业PX生产限制,鼓励民营力量进入炼化领域。目前,恒力股份、恒逸石化、荣盛石化、桐昆股份、盛虹集团等都在通过“炼化一体化”向上游延伸,从而实现上中下游全产业链的发展战略。2018年,恒逸、荣盛等的石化项目更是受到中央领导人的高度关注。

恒逸集团积极响应“一带一路”倡议,与文莱政府合作建设了恒逸文莱大炼化(PTBR)石油化工项目。由此,恒逸布局最上游炼油炼化产业完成了关键一步,项目投产意味着恒逸打通了整个石化化纤产业链的“最后一公里”,其中蕴含的产业能量堪比再造一个“新恒逸”,同时将为世界石化行业奠定基石。

由荣盛集团主要投资的舟山绿色石化基地项目,是目前世界上炼油单体产



业最大的项目。该项目建成后将会大幅降低国内相关石化产业的价格,为中下游中小企业发展提供更广阔的空间;另一方面,石化产业是纺织业的源头,也是服装业等中国制造业的重要支撑,毗邻舟山市的舟山绿色石化基地可以有辐射长三角乃至长江腹地,发挥更大的带动作用。

2018年12月26日上午,恒力股份下属公司恒力炼化建设完成的2000万吨/年炼化一体化项目于建设所在地大连长兴岛正式投料开车,这是国家炼油行业对民营企业开放的第一个重大炼化项目,恒力也成为全国首个开车的全资民营大型炼厂。随着项目投产在即,恒力股份现有产业链将进一步延伸至上游的芳烃、炼化环节,在行业内率先打通“原油-芳烃-精对苯二甲酸(PTA)-聚酯(PET)”业务通道,推动上市公司实现经营规模量的突破与经营质量质的飞跃,在一定程度上也将打破我国芳烃进口依存度高的不利局面。

企业通过炼化一体化项目向产业链上游进军,打造从原油到纺织的全产业链布局,确保原料的稳定供应,完善产业链配套,提高抗风险能力。这些大规模的由民营企业主导的炼化产能的投产,不仅为企业自身带来优势,同时也为整个化纤纺织行业构建了新的竞争优势,在原有的完整的纺织产业链配套优势、多样化的气候条件优势、智能制造带来用工大幅下降的优势的基础上,将为行业提供更多、更好、更便宜的化纤原料,这些竞争优势会让化纤行业继续稳步发展。

未来：两个继续、两个关注、一个紧盯

2018年中,在原油价格波动、汇率变化、期货炒作及供求关系改变等多种因素刺激影响下,聚酯市场经历了一轮暴涨暴跌行情。到年底,聚酯链产品已跌破此前上涨的起点。端小平解释,近两年,由于效益良好,化纤行业固定资产投资出现一定的不理性,导致新增产能集中释放对市场造成一定压力。但由于设备商对供应能力的控制,使这些产能稳步释放,对市场的冲击基本在可消化范围内。2019年虽仍有一定数量的产能计划投产,但由于行业景气度下滑,部分装置可能会推迟投产。端小平提醒企业,虽然行情已基本筑底,未来市场有望好转或反弹,但也要理性投资控制新增产能,好产品卖成“白菜价”未必是好事,要结合市场容量和议价能力进行考量,不参与期货投机炒作,行业企业要更自律、诚信,要避免供给侧结构性改革的成果付之东流。

2018年化纤企业出现分化,资源进一步向优势企业集中,端小平认为,2019年这种趋势仍将延续。他分析,大企业经营稳定、产品质量稳定,客户会进一步向大企业集中。差别化、细分市场优势进一步显现。龙杰成功IPO、盛虹集团差别化做得较好并借壳上市,这就是对创新最好的回报。产业链协作与下游品牌商联系越来越紧密。以前品牌商挑选面料,现在开始挑选纤维,从纤维开始掌控产品质量,提升品牌价值。品牌商与纤维生产企业形成战略合作关系成了一种新的趋势。

针对下一步行业工作,端小平提出两个继续、两个关注、一个紧盯:继续推动供给侧结构性改革,除了创新外,主要防止产能过剩,防止新增产能死灰复燃;继续推动绿色发展,及时发布十大节能减排技术,做好绿色纤维、再生纤维素纤维行业绿色发展联盟和循环再利用工作;关注人工智能和大数据;关注新产品,国产莱赛尔纤维3万吨生产线投产,生物基聚乳酸纤维(PLA)可能出现量大面广的突破,碳纤维等高科技纤维技术相继突破和应用等,这些都是化纤行业发展方向;紧盯国家政策,向国家争取政策和资源,要把行业的好项目放到国家的“篮子”里。



评比现场，2353 幅作品陈列得井然有序。

新势力崛起 为产业设计赋能

第三届中国丝绸家用纺织品创意设计大赛质、量双突破

本刊记者 _ 董笑妍

震泽丝绸杯·中国丝绸家用纺织品创意设计大赛作为家纺行业第一个专业品类大赛，是一个面向设计院校、家纺企业、设计机构和工作室，有针对性地征集适用于丝绸家纺及其衍生品创意设计画稿的专业赛事，如今已历经三届。

1月12~13日，由中国家用纺织品行业协会和江苏省苏州市吴江区人民政府主办，中国家用纺织品行业协会设计师分会、江苏省苏州市吴江区震泽镇人民政府承办，苏州吴江丝绸创意文化产业园协办的“震泽丝绸杯·第三届中国丝绸家用纺织品创意设计大赛”评比活动在震泽镇举行。

作品数量激增，影响力更广

本届大赛主题为“丝·享”，从2018年9月30日启动报名征集活动以来，共收到2353件作品，整体数量较上年提高近50%。大赛共设金银铜奖、最佳创意设计应用奖、最佳创意设计题材奖、最佳传统纹样表现奖、优秀奖、入围奖和优秀指导教师奖、优秀组织奖10个奖项。

本次大赛由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担任评审委员会主任，中国家用纺织品行业协会副会长王易担任评审委员会执行主任，江南大学纺织服装学院教授张毅担任评审委员会新闻发言人；上海玛蔻文化传播有限公司创始人傅琳雅，苏州市吴江区震泽镇党委副书记、镇长顾全，江苏宝缦家纺科技有限公司董事长陆维祖，中国工艺美术大师吕存，中国美术学院设计艺术学院染织与服装系副主任郎青，南京艺术学院纺织品设计系主任王建，苏州工艺美术职业技术学院服装设计系主任徐雪漫担任评审委员会委员。

评比结束后，作品在震泽丝绸杯大赛官网和中国家纺官网进行了为期一周的获奖作品公示，公示无异议后对外发布获奖结果。

值得一提的是，大赛报名也紧随互联网的步伐，实现线上一键式报名，取消寄送画稿环节，使参赛者能更加方便快捷地参加比赛，减轻负担。同时也保证了所有参赛作品的标准化，使赛事的各项环节一体化，大大提高了参赛各类信息统计的精准性。可以说大赛组委会从参赛者的角度出发，打造了一个高效率、零成本、高回报的优质竞技平台。

以丝绸名镇振兴丝绸文化

震泽是国家首批特色小镇——“中国丝绸小镇”。王易表示，之所以在震泽举办创意设计大赛，一是促进震泽乃至苏州地区丝绸家纺产品设计的新理念、新创意与新工艺，展示、宣传和推广震泽丝绸文化与集群的整体品牌形象；二是激发行业企业创新创意的活力，为设计院校师生、家纺企业、设计机构和工作室等牵线搭桥，加速人才与企业的对接，优化家纺市场新供给；三是反映全国家纺设计领域特别是高等院校的整体设计能力和水平，推动家纺行业潮流趋势的新发展；四是丝绸家纺产业的升级发展搭建平台，提升丝绸家纺设计品质新高度。

作为大赛的主办地与承办方代表，顾全表示，首先，震泽丝绸杯大赛的诞生和举办是中国家用纺织品行业协会对震泽丝绸小镇的支持和认可，这凝聚了震泽历届党委政府和震泽丝绸人对振兴丝绸业所付出的努力和心血，震泽有责任有义务重视和办好这项比赛。

其次，承办好创意设计大赛是为了更好地传扬震泽丝绸文化，震泽自古就是蚕丝之乡，有着悠久的种桑养蚕历史、深厚的丝绸文化积淀，可以说丝绸是震泽古镇之魂，把震泽的丝绸文化继承和发扬下去责无旁贷。

第三，承办好大赛是打造好“中国丝绸小镇”的需要，震泽有着良好的丝绸产业基础，目前全镇共有丝绸企业100多家，已经形成了一个年产值超20亿的产业集群。办好大赛就是为了更好地助力企业做大做强，共同经营好震泽丝绸品牌，让“一丝兴三业，三产绕一丝”的美好愿景真正在震泽开花结果。

据悉，震泽丝绸杯大赛在举办第一届后，就将获奖作品制作成丝巾产品，并在行业展会上进行展示，获得了很好的反响。随着大赛作品数量的增加、质量的提升，设计的成果转化效果也越来越引人关注，本届大赛更是迎来了质与量的双突破，可以预见其专业性、影响力与市场转化力将更为突出。

· 评委视角 ·

王易

评委会执行主任

中国家用纺织品行业协会副会长

大赛始终坚持倡导原创设计，主办方通过大赛不断为行业培养和储备设计人才，提高了行业产品设计的创新能力。本届大赛乃至今后的大赛我们都会根据往届的经验和大赛过程中遇到的问题，不断对赛事进行调整改革，让震泽丝绸杯大赛持续呈现良好的、上升的、与时俱进的发展态势。

2019年，大赛将更加注重宣传推广，引进更多的合作机构，将大赛与行业的各项活动紧密结合，打造成中国家纺乃至中国家纺行业的一个设计品牌。

张毅

评委会新闻发言人

江南大学纺织服装学院教授

大赛主题“丝·享”可以从两方面进行解读，一方面，苏州震泽当地的丝绸文化内涵丰富，通过了解当地传统文化，将更多的设计元素融入当地产业发展，对产业发展起到有力助推作用；另一方面，丝绸之路是古代直至当代中国文化交流的主要通路之一，希望设计师通过对优秀传统文化的研究，将精华汲取到现代设计之中，化为己用。

当下，90后甚至00后已经逐渐成为消费主力，年轻设计师适应市场有天然优势，也需要从文化角度深挖自身价值，深刻了解民族的优秀传统文化，通过更新颖、现代的角度将文化与设计结合，从而让设计融入商业、让文化融入生活，年轻一代任重而道远。

傅琳雅

评审委员会委员

上海玛蔻文化传播有限公司创始人

纵观本届大赛的2000多幅参赛作品，可以直观地感受到，很多作品的画面感非常好，一些优秀作品从丝绸的材质特性入手，在构图、色调方面体现出了轻柔、柔美的气质，让人看着感觉非常舒适。

作为评委之一，我的评价标准是参赛作品能够兼顾春夏秋冬的节气变化、兼顾阴阳历的深度发掘，色彩比例运用要有章法，能够呈现出色彩的主题性、故事性，考虑色彩的对比规律等。好的作品考验的是设计者的文化修养，我建议，学生可以更多地关注流行色的发布，研究流行色的运用，将色流趋势与家纺设计相结合，这样能够更好地兼顾设计的商业价值。

以最专业角度 精选出彩作品

评比现场，2353幅作品陈列得井然有序，评委们徜徉其中认真点评、细细品味，以从业数十年乃至数十年的经验，结合色彩、构图、搭配、空间、实用、市场等多维角度，严格筛选着每一幅作品，并给出了专业性针对性的点评。

顾全

评审委员会委员

苏州市吴江区震泽镇党委副书记、镇长

本届大赛参赛作品无论是数量还是质量都是三年以来最好的，可以说经历三年的积淀，大赛已经在行业内有了一定的知名度和影响力。我认为好的作品一定要有灵魂，能够把设计者的思想传递给欣赏者，并在彼此间产生共鸣。

目前，震泽的丝绸企业大部分还是传统意义上的丝绸企业，在产品和图案设计方面有着较大的需求。下一步要有序引导企业开展丝绸衍生产品的研发，不断拓宽丝绸产业的产品线，提升震泽丝绸的竞争力。同时，震泽一直以开放的态度欢迎各类人才前来工作、创业，丝绸文化创意产业园也开辟了专门针对丝绸产业的创客空间，为创意设计人才提供更好的环境。

陆维祖

评审委员会委员

江苏宝缦家纺科技有限公司董事长

我认为好的家纺设计要体现自然美，要以人与自然和谐为主，此次大赛很多参赛作品都反映出这一点。从中可以看出，目前我国家纺行业内已经涌现出了很多优秀设计师，甚至有赶超国际画稿设计师的趋势。

另外，本次大赛的举办对行业具有重要推动作用，能够促进家纺健康发展、培育优秀设计人才。更重要的是，通过此次大赛能够促进校企合作，帮助家纺企业挖掘优秀设计师；参赛对院校学生来说也有重要意义，能帮助他们提早了解市场，把握市场流行趋势。

我觉得一位优秀企业设计师一定要有自己的想法，更要取长补短，围绕企业的风格做产品。因为每家企业的产品设计理念与风格是不一样的，优秀的设计师需要将企业风格、灵感和自己的设计特色相结合，并了解市场和消费者的需求点。

吕存

评审委员会委员

中国工艺美术大师

丝绸文化已经在震泽融合了数千年，震泽的大街小巷都承载着丝绸的每一次演变，以丝绸为主要载体的设计大赛安排在震泽，能够让人身临其境，更好地看到丝绸文化的前世今生。

本次参赛的2000多幅作品很多都体现了传统文化与现代艺术的结合，我认为传统文化、技艺一定要融入当下的时代、融入当下的生活，要创新、要改变，才能获得更强的生命力。如今很多设计师都很年轻，我建议设计师在设计过程中应多层次、多角度审视传统文化，做创新的设计，此外要多看多接触多积累，练好基本功，才能更好地将传统与现代融合。



部分评委会成员合影。

郎青

评审委员会委员

中国美术学院设计艺术学院染织与服装系副主任

看过本届大赛的参赛作品后，很多作品都让我感到很震撼。首先参赛作品的表现方式和主题都很丰富，这一点让人印象深刻；此外很多作品融入了传统文化元素，同时加入了新的想法和创意，这让我感到比较意外和惊喜，这些作品保留了传统元素的精髓，同时加入时尚语言，包括在色彩、工艺、技法等方面的创意；另外还有对流行趋势和时尚元素的引进，此次参赛的设计师大多比较年轻，人的生活方式决定创新思维，在这个信息化时代，很多作品都体现了与时俱进的设计元素，例如年轻人喜欢玩的一些网络游戏在本次作品中就有所体现。最后，我认为设计师在创新方面可以再大胆一点，多结合市场实践，让作品更有张力。

王建

评审委员会委员

南京艺术学院纺织品设计系主任

今年是我第一次以评委身份参加震泽丝绸杯大赛，感受到参赛作品的水平在逐年提升。从本届大赛的作品中可以看到95后设计师的设计活力，看到他们对流行元素的理解和诠释，参赛作品还体现出很多新锐元素，颜色使用也比较大胆。

震泽丝绸杯大赛已经举办三届，对专业院校的教学起到了反馈和指导的作用，帮助院校教师和学生在设计当中进一步结合流行趋势和市场需求。现在的在校生大多是95后甚至00后，他们对中国传统文化、对纺织和家纺行业都有着独特的理解，此次大赛作品里就有敦煌、山海经等元素的体现。此外，震泽丝绸杯也让设计更加服务于企业，在高校与产业对接的过程中，大赛一方面注重启发学生保留学院派的设计方向，另一方面也鼓励学生进一步结合实用性和市场需求，做出更好的作品。

徐雪漫

评审委员会委员

苏州工艺美术职业技术学院服装设计系主任

本届大赛参赛作品数量很多，质量也让人欣喜，作为一个专业从事服装设计教学的工作者，我认为，纺织与服装本身是一个整体，可以互通互通，大赛中的很多作品也可以运用到服装设计之中。

通过参与本届大赛的评审，我发现院校作品在创意方面很突出，带给观众许多新鲜视角。我建议学生们在创意的同时，要更多地考虑设计的可运用性，家纺设计不仅仅是花型设计，更是色彩的空间运用以及对工艺处理的斟酌，学生们要建立更加整体化、综合性的设计思维模式，这样才能为未来走向市场做好前期积累。TA

培育创新势力 推广典范产品

“培育和推广 2018 年度十大类纺织创新产品”亮点撷英

陈佳 / 文

受工业和信息化部消费品工业司委托，中国纺织工业联合会继续开展了“培育和推广 2018 年度十大类纺织创新产品”（以下简称“十大类纺织创新产品”）工作，旨在贯彻落实工业和信息化部制定的《2018 年消费品工业“三品”专项行动重点工作安排》核心精神，推动企业加快实施“三品”战略，注重责任发展与文化传承，倡导以市场需求为导向的产品创新与创意设计，发挥创新产品的示范引领作用，树立创新产品的品质满意度和品牌信任度。

该项工作自 2018 年 7 月开始申报以来，得到了全社会、全行业的广泛关注。申报企业及产品经过资格和形式审查、现场评定、消费者投票、公示等环节，

最终杭州万事利丝绸科技有限公司——“梦幻伦敦”双面异色丝巾等十大品类共 54 件产品被授予“2018 年度十大类纺织创新产品”称号。

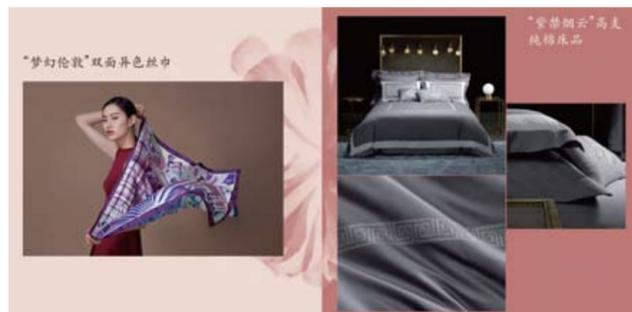
2018 年 12 月 11 日，“培育和推广 2018 年度十大类纺织创新产品”颁奖典礼在 2018 中国纺织创新年会上举行。工业和信息化部消费品工业司司长高敏敏，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、副会长杨纪朝、夏令敏，党委副书记陈伟康、纪委书记王久新、副会长陈大鹏为获选企业代表颁发荣誉。

据悉，2018 年 12 月 25 ~ 26 日，CCTV2《消费主张》栏目以“2018 品质中国进行时”为主题，聚焦中国改革开放 40 周年以来纺织工业的发展历程，通过展示鲁

丰织染有限公司、山东如意毛纺织服装集团股份有限公司、安踏（中国）有限公司、福建省海兴凯晟科技有限公司、万事利丝绸文化股份有限公司、山东南山智尚科技股份有限公司等十大类纺织创新产品获选企业的创新技术和高科技产品，展现了纺织产业的创新与升级。极地白衬衫、反光西服、抗菌 T 恤、双面印花丝巾……创新产品应接不暇，引起消费者的广泛好评。

未来，十大类纺织创新产品评选工作将继续以培育具有市场潜力的“创新产品”，推广引领消费升级的“中国品牌”为己任，满足人民大众对品质生活的“美好期待”。

为了展现本年度获选产品的独特魅力，本刊特选取部分优秀产品进行亮点赏析，以飨读者。



时尚创意产品

“时尚创意产品”品类共有 8 件产品入选。其中，“梦幻伦敦”双面异色丝巾（杭州万事利丝绸科技有限公司）采用独创的双面数码喷印技术，运用人工智能图像识别技术，在几近透明的丝绸上喷印出正反两面不差分毫的花型图案。该项技术解决了丝绸面料的弹性和渗透问题，成功填补了国内双面数码喷印领域的技术空白。

“紫禁烟云”高支纯棉床品（宁波博洋家纺集团有限公司）将中国传统元素与极简风格设计相结合，开创市场上独特的“极简新中式”床品风格；产品的 AB 版均采用 100^s Supima[®] 高支高密面料，搭配刺绣及撞色拼布工艺，更显精致优雅。



舒适功能产品

“舒适功能产品”品类共有 10 件产品入选。其中，女式越野软壳外套（探路者控股集团股份有限公司 & 佛山金万达科技股份有限公司）采用三层面料贴合技术，表层使用经防水处理的尼龙四面弹力布，中间加入 TIEFTM SHELL 环保防风透湿薄膜，具有超强透湿、防风保温、防水功能。

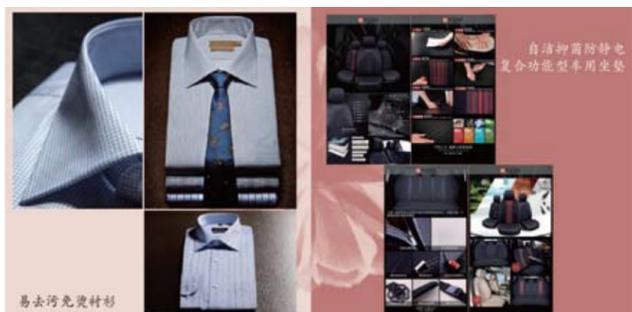
柞蚕丝亲肤保暖裤（辽宁采远野蚕丝制品有限公司）采用大圆机纬编织造，底面采用涤纶长丝，绒面为 100% 柞蚕丝，充分发挥了柞蚕丝蓬松保暖、抑菌亲肤的特性。经验证，柞蚕丝纤维含量 6% 以上的产品可具有良好的抑菌效果。



非遗文化创意产品

“非遗文化创意产品”品类共有 4 件产品入选。其中，“丝路佛踪”台州雕绣真丝礼服（浙江省台州芸绣衣有限公司）在传统雕绣工艺基础上，进一步巧妙运用台州雕绣的雕、绕、抽、拉工艺，结合镶嵌、滚条、拼接等 20 余种新工艺，整件礼服为纯手工刺绣，抽丝镂空，是机器无法替代的手工刺绣高档礼宾服。

2009 年缙丝被列入第四批“世界人类口头和非物质文化遗产代表作名录”。“吞吐”缙丝手包系列（苏州工业园区仁和织绣工艺品有限公司），对缙丝面料进行三防整理，使其具有防水、防油、防污功能，解决了缙丝产品怕脏怕洗涤的难题。



易护理产品

“易护理产品”品类共有 5 件产品入选。其中，易去污免烫衬衫（鲁泰纺织股份有限公司）通过对纯棉纱线表面进行改性处理，使面料正反两面均具有耐熨性能；根据液氮整理技术开发出节能减排的潮态交联新型整理技术，在低温条件下改善面料免烫性能；自主研发的无甲醛免烫去污整理技术，具有同浴、易熨、低温等特点。

自洁抑菌防静电复合功能型车用坐垫（旷达科技集团股份有限公司）采用自主研发兼具自洁、阻燃、抗菌防螨和抗静电功能的色母粒，经原色着色技术生产的车用有色复合功能性纤维，从源头上保障了纱线的耐洗、耐晒、耐穿性能。



户外功能产品

“户外功能产品”品类共有 4 件产品入选。其中，银复合功能运动（安踏（中国）有限公司）实现了特殊的双染花灰设计，对涤纶长丝进行活化后，通过电镀处理在其表面形成均匀的抗菌性银镀层，再对镀银涤纶长丝进行有机物雾化处理，使其表面形成一层致密的保护膜，防止镀银层氧化变黑。面料添加 3.0% ~ 3.5% 的抗菌涤纶丝即可达到整件衣服的抗菌效果。

“白银时代”户外发热棉服（三六一度（中国）有限公司）在人体最需要温度保护的脊椎和腰部位置添加智能温控组件，碳纳米管发热片只需充电宝供电，通过手机 APP 或服装上的按键即可进行温度调节。



智能科技产品

“智能科技产品”品类共有 1 件产品入选。打鼾干预枕是针对打鼾人群开发的一款智能监控产品，无需佩戴，没有束缚。产品自带的传感器接收到打鼾信号后，发送指令给干预装置进行干预，用户在干预的刺激下，会本能翻身或体动，呼吸肌由张弛回归到紧张状态，使得呼吸顺畅或停止打鼾。产品可与手机 APP 进行绑定，用户可通过 APP 查看整晚的睡眠数据。



轻量化产品

“轻量化产品”品类共有 3 件产品入选。其中，超轻薄西装系列（报喜鸟控股股份有限公司 & 山东南山智尚科技股份有限公司）具有“轻、薄、软、透”的特征。选用羊毛/蚕丝（84/16）混纺面料，可最大限度减少压衬部位，使整件西服保持面料特有的通透感。

轻量化飞机座椅套及机舱挂帘（上海特安纶纤维有限公司 & 上海市纺织科学研究院有限公司 & 川岛织物（上海）有限公司）采用芳纶面料，在保证阻燃效果的同时，克重比常规羊毛面料轻 120 g/m² 左右，面料具有高效的防水、防油、防污特性。



防护用功能产品

“防护用功能产品”品类共有 6 件产品入选。其中，高驱避型防蚊虫衬衫（鲁丰织染有限公司）的原料选自企业自产的新疆丰海棉，采用精梳紧密纺纱技术和无盐染色技术，并使用经 STANDARD 100 by OEKO-TEX 认证的防蚊助剂进行功能整理，能有效避蚊虫、蚂蚁、蟑螂等，耐水洗次数高。

新型电弧防护服（深圳优普泰服装科技有限公司 & 南通谱好安全科技有限公司）的面料采用聚酰胺、芳纶、腊纶等多组份高性能纤维混纺，合理配置纱支与组织结构，让纤维在电弧环境中分阶段发挥独特作用，延迟通过面料造成 II 度烧伤的时间，实现电弧防护面料的轻薄化。



医疗卫生用功能产品

“医疗卫生用功能产品”品类共有 6 件产品入选。其中，医用消毒（清洁）片（山东省永信非织造材料有限公司）采用热熔纤维与水刺双固结替代传统上浆固化工序，克服了水刺产品易掉纤或含有浆料的不足；采用优化和创新的水刺工艺、烘干定形工艺，提高缠结效果。

可复用菌落警示擦拭布（杭州兴农纺织有限公司）多次重复使用，拥有较强的抗菌效果。产品使用了可以显现细菌菌落的环保助剂，消费者在反复擦拭、漂洗、使用后，当细菌总群落超过安全数值以后，布面上会相应给予提示。



低碳环保产品

“低碳环保产品”品类共有 7 件产品入选。其中，舒弹丝[®]运动鞋（安踏体育用品集团有限公司 & 福建省海兴凯晟科技有限公司）采用新型生物基 Sorona[®] 差别化系列弹性纤维，产品采用创新的舒弹丝[®] 科技面料，是技术与材料的完美融合。

驼绒/真丝衬衫（新疆玉泰驼绒纺织品有限公司）精选 1 ~ 1.5 岁的阿勒泰喀纳斯区域的幼驼，采用自主研发专利技术对驼绒进行开毛、纺纱。通过双面组织结构构造，使驼绒位于外层，具有生物防水功能，蚕丝作为内层，取得更好的亲肤特性。TA



把握机遇，让信息化发挥更大作用

纺织信息化 2018 年回顾和 2019 年展望

中国纺织工业联合会产业部 | 吴迪 / 文

2018 年年底的中央经济工作会议指出，我国发展仍处于并将长期处于重要战略机遇期，要加快经济结构优化升级，提升科技创新能力，深化改革开放，加快绿色发展，参与全球经济治理体系变革，变压力为加快推动经济高质量发展的动力。中国的信息化进程已经汇入高质量发展的洪流，制造业转型升级是改革的重要战场。纺织工业要把握住新工业革命战略机遇，加快信息化建设，结合行业的具体情况，充分发挥信息化建设在深化改革中的推动作用，为加快制造强国和网络强国建设进程，实现纺织行业高质量发展做出新的贡献。

2018 年：复杂形势下实现平稳运行

过去的 2018 年，我国纺织行业总体实现平稳运行，发展态势符合预期，高质量发展趋势进一步显现。统计数据显示，纺织行业出口和内销增长好于 2017 年，拉动投资、效益指标稳步回升，供给侧结构调整优化，对于宏观环境和市场需求的适应性及灵活性不断提升。尽管中美贸易摩擦持续升级，但短期内影响有限，纺织行业实现平稳健康运行基础仍然存在。但是面对这一复杂形势，如何做内功，提高创新能力，加快转型升级以化解贸易摩擦对行业的负面影响，成为我国纺织企业面临的关键课题，深入开展信息化建设是必不可少的重要措施。

政府和行业引导发展方向

为贯彻落实国务院《关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》的文件精神，推动工业与互联网深度融合，实现高质量发展，国家工信部 2018 年 5 月发布了《工业互联网发展行动计划（2018—2020 年）》和《工业互联网专项工作组 2018 年工作计划》，进行了有关部署。

智能制造是制造业转型升级的突破口和重点领域，各级政府将其作为做强制造业的抓手给予重点支持。国家工信部每年设立智能制造综合标准化与新模式应用专项，评选智能制造试点示范企业。2018 年纺织行业有安徽华茂、桐昆集团、新乡化纤等 7 个项目入选标准化与新模式专项，华纺股份、晋江华宇、青岛环球等 7 家企业入选试点示范企业。

为了促进纺织行业高质量发展，推动互联网、大数据、人工智能和纺织工业深度融合，加快工业互联网在纺织行业的创新应用，中国纺织工业联合会于 2018 年 9 月在大连市召开“中国纺织行业两化融合大会”，主题为“工业互联网与智能制造”，并于会上发布了《推进纺织行业工业互联网发展行动方案（2018—2020 年）》。

智能制造取得可喜进展

智能制造是近年来纺织信息化的主攻方向，一些行业排头兵企业投入了很

大的力量，取得了一系列可喜的进展。

安徽华茂 15 万吨环锭纺纱智能制造项目已经全面建成并投产，包括先进的清梳联、粗细络联、自动包装等系统设备，通过 ERP、MES 等信息化系统，实现了全流程质量在线监控、客户远程在线实时监控订单详情、智能配棉和质量预测、优化排单、运用 EMS 能源管理等多项功能，正在向质量优、用工少、两化融合程度高的智能纺纱工厂迈进。

九牧王的西裤智能制造项目创新了西裤生产管理新模式，建成了智能生产车间。通过自动缝制单元与传统工艺的协同设计与应用，创建了以缝制自动单元为主的模块化加工模式；采用适应柔性生产条件的 AGV 快速响应系统，与 MES 协调运行；采用智能供应链排产系统 GPT，实现与 SAP、GST、PM 的有效集成，完成了生产计划与排产方案生成。

福建百宏的涤纶长丝智能制造车间项目通过了验收，实现了从产品研发、生产控制、品质管理、能耗管控、物流销售的全程数字化仿真优化与跟踪。其智能物流与仓储系统由纺丝自动落丝、自动包装、自动化立体仓库、输送系统等组成，能自动识别、跟踪、分类、存储及管理，自动化地完成生产作业。

人工智能技术逐步得到应用

人工智能技术在纺织行业的一些领域有了局部的应用，形成了一定的基础。尤其是这两年，在智能在线检测等领域开展了一系列开发和推广应用，受到了重点关注。

晋江华宇与天津工业大学合作，应用机器视觉技术开发了经编整理与单面织造的在线检测系统。采用视觉感知系统对整经断纱过程进行实时监控，实现快速报警及自停；基于多视觉传感与运动视觉传感，实现织物全幅宽高速同步采集；通过频率指纹特征的对比算法，快速判断疵点存在和位置，并在其他经编企业推广应用。

福建百宏与东华大学合作，将机器视觉技术应用于长丝卷装外观检测，开发了检测参数可自适应调节的在线检测系统；建立了具有自主学习功能的瑕疵特征库，攻克了长丝卷装及纸管全表面图像自分区和瑕疵特征自适应匹配技术。该系统具有模块化、嵌入式的特点，实现了与企业现有长丝生产线的互联互通、协调控制及检测数据的监控与可追溯。

新一代信息技术进入线下服装门店

随着电子商务的快速发展，推动了服装生产企业信息化水平的提高，也将新一代信息技术带入线下的服装门店。

真维斯开发了采用 RFID 的服装店铺管理的软件，应用于其服装专卖店的自动数据采集、智能导购、盘点结算及安全防盗，实现服装专卖店试衣间、试衣镜导购功能和呼叫功能。通过软件系统对采集数据进行分析，进行批量结算，快速区域盘点、顾客自助试衣及电脑智能搭配服务，从而提升店铺管理效率及服务水平。

生产与物流仓储系统的集成受到重视

福建景丰在锦纶 6 高效自动化生产线运行后，与智能化物流仓储系统成功集成，打通了锦纶 6 自动化生产、天车输送及立体仓储等环节，实现了锦纶从卷绕到络筒、输送、检测、包装的全流程自动化。立体智能仓储技术通过增加仓库高度来增加容积，在同等占地面积下，仓库有效容积可以数倍增加；仓储智能识别系统可以自动跟踪和识别产品批次、入库日期和存放周期，从而能够及时提醒并安排出货，有效预防产品积压。

色纺产品数字化设计开发有所突破

华孚色纺和浙江理工大学合作开发了色纺纱数字化设计开发系统，建成了色纺纱数字化颜色设计、软打样与配色系统平台及产业化应用示范基地。项目创建了色纺纱数字化颜色合成设计方法，研发了色纺纱颜色组成解析和快速精准配色技术，实现了色纺纱模拟仿真多效果展示的软打样和成本核算等功能，对色纺企业产品提升具有重要意义。

2019 年：着力提高生产效率和抗风险能力

2019 年是我国决胜全面建成小康社会的关键之年。中国纺织工业迎来了重要的战略机遇期，同时，国内外市场环境复杂多变，需求增长有放缓趋势，各种风险因素也有所增加。纺织行业运行压力将较 2018 年有所加大，出口形势不确定性增强，行业推动高质量发展的内在需求更为迫切，必须着力提高生产效率和抗风险能力，才能继续保持平稳发展态势。未来，纺织工业更要加快信息化建设，充分发挥其在深化改革中的推动作用，加快制造强国和网络强国建设进程。

重点领域信息化建设加快推进

2019 年是推进纺织工业由大国向强国转变进程中冲刺的一年，加快推进重点领域的信息化建设是必然选择。工业互联网、大数据、云计算、物联网等新一代信息技术在各个领域进一步渗透，智能制造由点到面进一步提速，纺织行业两化融合整体水平进一步提高。具体表现在数字化、网络化、智能化生产的普及与创新不断加快，数字化车间建设逐步向智能化工厂发展；互联网融合创新应用不断涌现，大规模个性化定制、网络化协同制造、远程运维、众创等新模式、新业态逐渐成为行业增长新动能；工业互联网建设与应用不断普及和深化，纺织行业云服务平台建设不断孕育和推广。

大力推进智能制造由点到面发展

智能制造是纺织工业转型升级的突破口和重点，包括装备、生产过程、物流、管理、服务的智能化等多方面内容，一些方面已经取得突破，新的一年面临由点到面推广和发展的课题。

装备的数字化、网络化、智能化的重要性不言而喻，在线监测和管理系统实时从设备采集数据，是智能制造必不可少的基础，近年来产品数量增长，技术水平明显提高。下一阶段主要是增强专业化功能，由点到面地深化应用，适应纺织企业越来越高的对智能制造、绿色制造和精细管理的需求。

生产物流信息化系统是纺纱、化纤等全流程智能化生产线的组成部分和连接各个环节的纽带，可以提升整条生产线的自动化、智能化水平，近年来有多家成功案例，有着不可低估的应用前景。自动化程度更高，产品系列更加齐全，应用模式更为多样化，某些环节具有智能化功能，是未来几年的发展方向。

整个生产过程的智能化是智能制造的核心，选择和培育试点示范是有效途径。要充分总结当前成功的试点示范企业的经验，在国家相关政策指导下，在基础条件好的重点细分行业，选择需求迫切的骨干企业，围绕智能化生产线、网络协同制造等主题，开展不同模式和不同技术方案在细分行业由点到面的推广，注重生产线与设计系统、MES、ERP 的集成，充分发挥生产线的整体效益，推动数字化车间逐步向智能化工厂发展，提高企业先进制造和精细管理水平。

人工智能使智能制造名副其实

加快人工智能技术的应用和发展，必将成为引领未来的战略性技术，带动纺织各个领域智能化水平的提升，进而带来一系列深刻的变革。

人工智能技术促进智能制造中新模式、新方法、新系统的发展，是智能制造的核心技术。其中涉及生产过程特征提取、生产工艺优化、生产计划调度、设备排产算法、生产过程优化控制、质量巡回检测和管理、生产作业和搬运智能化衔接，设备故障定位和诊断等多个方面。在产品特征识别、质量巡回检测、生产物流搬运等方面取得了一系列可喜的成果。

必须注意到，近年来的纺织智能制造项目中，自动化、网络化技术获得了充分运用，但是知识获取、知识库建设、深度学习、优化决策等智能化功能还很欠缺。以实现制造系统智能化为目标，着力开发优化决策等功能，是未来几年重点提高的方向。这需要在扎实的理论研究的基础上，聚焦纺织行业的实际应用，不能盲目照搬其他行业的成功路径；要找准生产实践环节的突破口，尽快实现产业化，取得经济效益和社会效益，不能只停留在论文和实验室的水平；要以科学态度开展脚踏实地的应用，客观评价人工智能的成果，不能什么都贴上智能化的标签。只有在自动化、数字化、网络化的基础上，提高智能化水平，才能使智能制造名副其实。 [1]

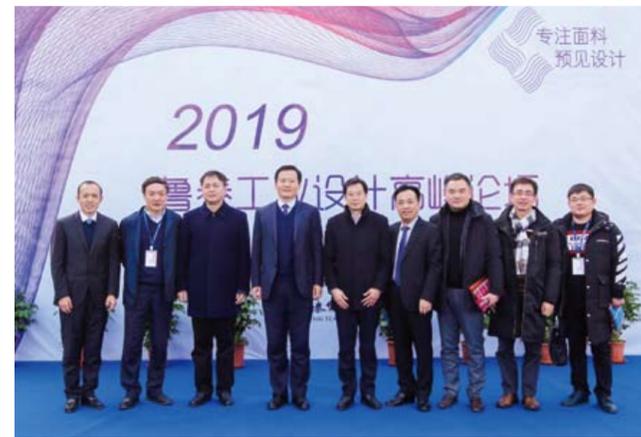


鲁泰面料馆将成为鲁泰设计现代化、智能化、时尚化的重要窗口。

新时代新做法 鲁泰重磅举措引发行业关注

本刊记者 赵国玲

2019 鲁泰工业设计高峰论坛暨面料馆开馆仪式以“专注面料 预见设计”为主题，引发行业极大关注。论坛集聚了工业设计最新理论成果、实践经验，对推动工业设计产业发展具有深远意义。而同期举行开馆仪式的鲁泰面料馆，将成为鲁泰设计现代化、智能化、时尚化的重要窗口。



论坛旨在探索新时代中国时尚设计话语权与时尚策源地打造的新路径。

2019 年是新中国成立 70 周年，是决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划、基本建成纺织强国的关键之年，中国经济发展面临复杂严峻的外部环境，纺织业也将面对诸多不确定性，需要积极应对。

进入新时代，中国纺织工业有了“科技、时尚、绿色”的新定位，“高质量、可持续发展”的新方向。新年伊始，鲁泰纺织股份有限公司举办了以“专注面料 预见设计”为主题的 2019 鲁泰工业设计高峰论坛暨面料馆开馆仪式，新时代新做法，引发行业极大关注。

抢抓工业设计制高点，赋能鲁泰核心竞争力

本次活动旨在把握当今工业设计及流行趋势风向，以多元化的视角跨界融合设计潮流趋势，探索新时代中国时尚设计话语权与时尚策源地打造的新路径。中国服装设计师协会主席张庆辉，中国纺织工程学会常务副理事长伏伟，武汉纺织大学博士生导师、长江学者徐卫林，西北工业大学博士生导师余贻德，香港理工大学教授、联业制衣有限公司研发总监萧毓钊，民营企业高质量发展淄博服务队队长、山东省审计厅副厅长许庆豪，淄博市委常委、副市长杨洪涛，淄川区委书记李新胜等相关单位领导，鲁泰纺织股份有限公司董事长兼总经理刘子斌及

全国知名企业代表、媒体代表出席活动，共同见证鲁泰纺织的新时代、新机遇、新举措、新未来。

本次论坛由鲁泰纺织股份有限公司副总经理张建祥、中国工业报社副社长温舜方主持。

“工业是国民经济的主导，推动工业高质量发展是加快新旧动能转换、实现经济高质量发展的重要内容。工业设计是制造业价值链中最具增值潜力的重要环节，也是提升制造业核心竞争力的重要源泉。”刘子斌表示，作为一家集研发设计、生产制造、营销服务于一体的产业链集成、综合创新型、国际化的纺织服装集团，鲁泰集团 2018 年营业收入突破百亿大关，在新时代、新 30 年征程实现良好开局。本次工业设计高峰论坛，集聚工业设计最新理论成果、最新实践经验，对加快新旧动能转换、实现经济高质量发展、推动工业设计产业发展具有深远意义。

他提到，鲁泰必将以此次论坛为契机，推动企业工业设计向高端迈进，升级产业顶层设计格局，借力设计变革推动高质量发展，为纺织行业由大到强、为地区繁荣发展做出更大贡献。

“工业设计是工业竞争力和经济社会发展水平的重要标志。加快推进工业设计发展，是加速淄博工业经济向高端发展、提升企业自主创新能力的关键环节，也是打造城市品牌、增强城市综合竞争力的有力举措，对加快淄博新旧动能转换、实现高质量发展具有重大意义。”杨洪涛表示，近年来淄博市全面推进经济增长动能转换，积极打造“淄博智造”新引擎，工业设计已成为“淄博智造”的风向标、工业发展的软实力。本次论坛邀请到工业设计领域知名专家、领军企业家及一线设计师齐聚淄博，必将在淄博工业设计发展史上产生深远影响。

多元视角深度解读，探索时尚策源新路径

工业设计是制造业的先导环节，是产业转型升级的重要引领，位于产业链源头，处在创新链前端，在优化经济结构、增强发展动力、提升产业竞争力中发挥着不可或缺的作用。

伏广伟从国际纺织智能制造发展现状、我国纺织智能制造技术发展现状、纺织智能制造新模式新技术等角度，结合大量案例对《智能时代与智能产品》这一主题做了深入浅出的解读。他表示，智能纺织材料已经成为产业拓展的新热点，随着纺织品服装个性化定制技术、网络化纺织协同制造技术、纺织装备远程运维及工艺优化服务技术的日趋成熟，互联网、大数据、云计算等新技术已经在纺织行业成功融合应用，尤其是工业 4.0 时代的到来，必将为纺织行业发展带来大量机遇。

他提到，随着科技的进步、物联网的发展，智能纺织材料已经从戴向穿发展，智能纤维颠覆了原有原料应用思维，面料研发走向智能化、功能化，大规模个性化成衣定制日渐成熟，穿着舒适、可机洗、时尚化、个性化的智能服装成为智能技术的发展目标，也必然成为下一时代的穿衣潮流。

“科技创新要回归人本位，工业设计是回归人本位的重要力量。”余贻德结合大量案例从设计创新、工业设计的重新认识，回归本质、智能技术对设计创新的促进等方面，对《设计思维与企业创新》这一

主题进行了深度阐述，新颖的视角、前沿的方向赢得了阵阵掌声。

他表示，设计旨在引导创新、促发商业成功及提供更好质量的生活，是一种将策略性解决问题的过程应用于产品、系统、服务及体验的设计活动。设计思维则是一种解决问题的创新方法，是用于确定和创造性地解决问题的系统化协作方法。

设计驱动创新，创新激发设计，设计创新要从用户需求、市场价值、技术可行性等方面思考，科技进步、设计创新为智能制造插上翅膀，但智能制造必须与设计创新结合，只有将前沿技术、文化创新、品牌理念、营销平台有效融合，才能制造出符合消费者需求的创新产品。

论坛最后，张庆辉从中国经济正在经历巨大变革、中国时尚产业面临巨大发展机遇、从时装周看流行趋势变化三个方面作了题为《变革时代的中国时尚产业》的主题报告。面对复杂多变的国际国内形势，他认为，当前中国经济呈现出消费对 GDP 的贡献超越投资、服务业对经济的贡献超越制造业等五大发展趋势，尤其随着个性消费时代崛起，产业转型升级、城市文明进程、生活方式转变、城市化进程和城乡一体化等的推动，均为中国时尚产业发展提供了巨大的发展机遇。

新 30 年征程新契机，阔步迈向高质量发展

寄托着鲁泰新 30 年再出发的美好愿景，经过近一年的策划、设计、建设，鲁泰面料馆开馆仪式也同期举行。

鲁泰工业设计中心成立于 2009 年，2010 年被认定为山东省首批工业设计中心，2017 年底被认定为国家级工业设计中心，填补了淄博市没有国家级工业设计中心的空白，现已成为具备独立设计开发能力的工业设计平台。据了解，作为鲁泰工业设计中心的重要承载平台，鲁泰面料馆以面料自主设计与开发为核心，时尚展示、文化体验为路径，以设计开发为主导，融合信息化技术，将成为鲁泰设计现代化、智能化、时尚化的重要窗口。

“产业因设计而更具活力，世界因设计而更加美好。工业设计作为兼容技术和艺术，连接需求和供给的创新创造活动，能够为‘中国制造’注入新的内涵和品质。”刘子斌表示，作为推动纺织工业和地区社会发展的一员，鲁泰纺织始终注重传承纺织文化，重视“科技、时尚、绿色”等维度的价值聚合，建构科技、文化、模式等要素的发展动力，赋能柔性制造链和优质服务链。

他强调，在新的发展形势下，鲁泰纺织将以面料馆启用为新起点，依托国家工业设计中心平台，加强资源整合，建立集技术、人才、成果和产业于一体，产学研紧密结合的工业设计创新体系，持续提升企业竞争力和可持续发展能力，加快新旧动能转换步伐，不断实现高质量发展。

“历史只会眷顾坚定者、奋进者、搏击者，而不会等待犹豫者、懈怠者、畏难者。”这是一个创新驱动的时代，也是一个开放重塑的时代，更是一个融合发展的时代。作为全球知名企业，面对新 30 年赋予的新机遇，鲁泰纺织凝聚全体员工不懈奋斗的初心，保持可持续发展的劲力，努力奔跑，必将遇见更好的自己、更好的未来，“科技鲁泰、责任鲁泰、品牌鲁泰”也必将为中国纺织行业新时代的平稳健康发展，增添浓墨重彩的一笔。TA

2018 时装设计新人奖 为台湾聚集创意力量

台湾《纺织月刊》/ 供稿

由台湾纺拓会举办的“2018 时装设计新人奖 (Taiwan Fashion Design Award)”已于 2018 年 11 月 9 日在台北松山文创园区圆满落幕, 从初赛的 19 国 426 位参赛者中脱颖而出 12 位新锐设计师, 在决赛中各展创意巧思。最后, 蔡鸿成以作品“The Stolen Soul”拿下本届首奖, 获得 1 万美元奖金; 两名优胜奖则由黄仔婕的作品“在自己的世界里埋头”与陈蓁汶的作品“幻想中的茉莉德”分别获得 5000 美元奖金; 最佳布料应用、最佳版型运用及最佳商业潜力奖项, 分别由 Evelyn Tamara Wisesa、廖怡宁及杨紫宸各获得 3000 美元奖金。

12 位海内外新锐设计师同飙创意

1987 年开始举办的“时装设计新人奖”, 此次迈入第 32 届, 作为台湾时装设计界的标杆赛事与相关企业前来发掘人才的平台, 它帮助许多具有潜力的服装设计新秀脱颖而出, 推动新锐设计师投入纺织服装相关产业, 日后将成为台湾跨入国际时尚市场的生力军。为加速扩展国际宏观设计能量与视野, 大赛自 2013 年起开放海外学子报名参赛, 吸引众多国家和地区青年设计师一同较量, 此次有 4 位海外参赛者来自印度尼西亚、中国大陆及香港, 促进交流并刺激提升台湾设计力。

本届评审团由时尚设计界享誉国际的 7 位专业人士担任: 日本知名服装设计师藤原大、台湾知名服装设计师窦腾璜、上海高级定制周执行总监郑迈克、日本 ONEO Ltd. 时尚整合营销公司 CEO 松井智则、英国时尚媒体 WGSN 代表 Helen Alvarez、Inside Fashion 时尚杂志总监 Jane Singer, 以及台湾纺拓会纺织品设计处处长江夏碧。此次比赛为鼓励参赛者关注全球环境生态议题、倡导永续时尚、深入观察社会趋势, 特别着重创意、功能、环保三方面在参赛作品中的呈现。

评审团表示, 2017 年男装参赛作品首次超过女装, 2018 年男装作品数量更比 2017 年多, 不只强调创意的展现也强调服装的功能性, 可见近期男装多样化是种时尚趋势。而自定义主题的参赛模式下, 本届参赛者作品理念不约而同展现出人性化与压抑的主题, 运用多样化的素材和线条色彩, 展现出社会压力下的反叛、对现象及情感的讽刺、人性挣扎与抽离的刻绘、太空未来感等, 作品中也可看见日式元素、中国传统交领汉服线条的影子。在创作素材上, 参赛者们勇于使用塑料、防水尼龙、环保纤维羊毛毡等具环保与功能性的素材, 使永续时尚更多被体现; 创作外观上, 炫目多彩与低调灰阶色彩展现形成两股对比风格, 线条呈运用许多不规则剪裁、过宽肩线与色彩拼接等, 新生代充满个性与阐述现代压



蔡鸿成以作品“The Stolen Soul”拿下首奖。

力下纠结的服装时尚, 由此次比赛可见一斑。

荣获新人奖首奖的蔡鸿成作品“The Stolen Soul”, 不但设计理念极具特色, 在作品创意表现、布料选择、版型结构等各方面皆可圈可点, 极具设计完整性, 夺冠实至名归。

台湾纺企力挺时装设计新血

从 1987 年开始举办的时装设计新人奖, 助力许多具有潜力的服装设计新秀脱颖而出, 成为促进台湾纺织服饰产业发展的潜力之一。

企业为鼓励莘莘学子踏入产业, 十分支持时装设计新人奖活动, 本届在可恩迪股份有限公司、宜进实业股份有限公司、财团法人福琳工商发展基金会、财团法人儒鸿教育基金会的大力赞助下, 整体赛事的规模及赛况更胜以往, 促成本届奖金总额为 3.5 万美元, 除了前六名得奖者之外, 其他六名人围者也各获得 1000 美元奖金, 给予创作表现实质的肯定。本届竞赛亦获得 ASUS 赞助 ZenPad 10 平板电脑供国际评审评分使用, 评审团一致表示, 其贴心的功能使评分过程更有效率进行。TA

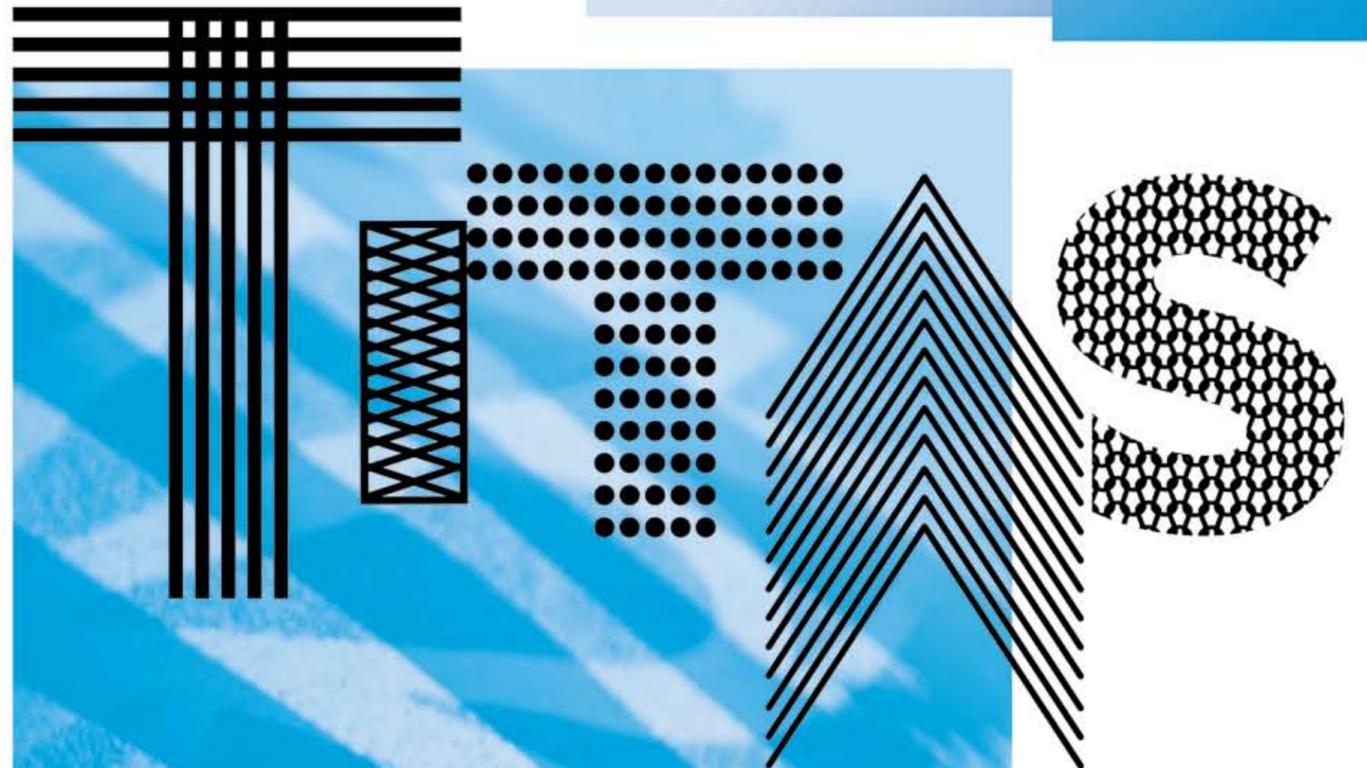
(信息来源: 纺拓会西园 29 服饰创作基地)



2018 台湾时装设计新人奖获奖名单

奖项	姓名	作品名称
首奖	蔡鸿成	The Stolen Soul
优胜奖	陈蓁汶	幻想中的茉莉德
	黄仔婕	在自己的世界里埋头
优选奖 - 最佳布料使用	Evelyn Tamara Wisesa	The story of my 3 years as a fashion student
优选奖 - 最佳版型运用	廖怡宁	俯视
优选奖 - 最佳商业潜力	杨紫宸	野望

TAIPEI INNOVATIVE
TEXTILE APPLICATION SHOW
2019 台北纺织展
OCTOBER 7-9



TAIPEI NANGANG
EXHIBITION CENTER
台北南港展览馆 1 馆

赞助机构 Sponsoring Authority



主办单位 Organizers





Studio Tomboy

zishen

sieg

pearlygates

盘点 2018 年 闪闪发亮的服装品牌

2018 年，因最低工资上调和 52 小时工作制的实行，韩国服装企业压力增加。即使如此，市场中仍有表现良好的服装品牌出现。他们从经营、组织构成、管理、商品设计、卖场运营及营销等多方面推陈出新，通过转型实现了良好发展。

《Fashion Insight》通过对韩国时装品牌的综合评估，评选出业绩表现最佳的年度 16 强榜单。根据市场实地考察，协同顾问、流通专家、品牌专家等 15 名评委，以品牌销售额及其增长率、品牌影响力、品牌市场活力、品牌未来价值和贸易情况等 5 个要素为考评依据，最终评选出时尚企业榜单。

Studio Tomboy：正式进军中国市场

Studio Tomboy 在年轻休闲领域坚守市场前三名的位置，品牌的目标消费群体涵盖 10 ~ 40 岁的消费者，现正式进军中国市场，市场行情呈上升趋势。

2018 年上半年，Studio Tomboy 的渠道扩张初见成效，例如新罗爱宝免税店和新世界免税店明洞店相继开业，同时入驻了中国天猫电商平台。此外，在韩国新世界 centum city 店、天安店、现代百货商店千户店等也新设了卖场。

预计 2019 年，公司将加快推进购物中心等的投入，加快在中国的业务增长，其母公司新世界国际的 148 亿韩元有偿增资形态的投资，预计会起到综合效应。

topten：长款羽绒服、发热内衣热销

新星通商（代表：廉泰顺）经营的 topten，2018 年创下了两位数的销售增长率。

2018 年，topten 的销售额同比增长 12%，达 2300 亿韩元。畅销品包括销售 35 万件的平昌长羽绒服、发热内衣 On air、topten kids 新学期书包等。

此外，2018 年 topten 将新设店的方向集中在街头校外型 Mega Store 的战略取得成效，下半年开业的原州店和安东店仅开业 3 天，销售额就达到了 5 亿韩元。此外，topten 计划在 2019 年重新设计流通渠道的资产组合，从 1 月 7 日开业的街头校外型 mega store 3 号店开始，公司计划持续扩大市场规模。

zishen：转型“生活商店”

Wivis（代表：都尚贤）旗下 zishen 品牌 2018 年实现销售额 1800 亿韩元，在女性休闲领域取得良好发展势头。品牌转型“生活商店”概念的做法取得成功。life store 在韩国入驻了乐天世界购物中心、乐天直销店器兴店等商业场所，吸引了不同年龄层的顾客。

2019 年，zishen 将更加重视 life store，希望在相对弱势的线上业务中，也呈现出较高的业绩增长。此外，zishen 还计划确保多种流通渠道，带动品牌实现每年 25% 的业绩增长。

twee：通过经营转型，进军全球市场

tnj（代表：李起炫）经营的女性专卖店 twee，在内需消费低迷的情况下，销售额仍取得了同比两位数的增长。

2018 年，twee 在开拓海外市场、加强电商事业、提高内部效率等方面成效显著。由于系统改善，营业利润率比前一年增加了 2 倍。同时，加强自家购物中心和综合购物中心力量的战略，也带动了线上销售的增长。

2018 年，twee 接连在新加坡和中国等地开设了大型旗舰店。目前，正在与中国、日本、马来西亚、新加坡、越南、泰国和印度尼西亚等亚洲市场的流通公司建立合作网络，准备升级为全球时装品牌。

2019 年 1 月，Starfield 韦礼店旗舰店将加入新加坡和网上商城等业务，强化其在韩国市场上的品牌形象。

HAZZYS：扩大韩国市场份额，走进全球市场

在 LF（代表：吴奎植）的 HAZZYS 正全力以赴进军全球市场和强化国内地位。

HAZZYS 的目标消费者不止于 20 ~ 30 岁，更延伸到了 10 ~ 50 岁的范围，品牌通过与纽约、米兰等时尚之都的企业进行持续性合作，大大提升了品牌形象。

2018 年，HAZZYS 在明洞开设了旗舰店 space H，稳固了在国内的市场地位。进军全球市场的计划也初见成效，继 2013 年入驻中国台湾之后，2018 年在越南河内开设了卖场。

SERIES：凭借人气单品线，实现线上线下双增长

在大环境不景气的情况下，SERIES 在线上 and 线下同步推出热门商品，呈现良好的增长势头。

SERIES 以复古的产品设计，风格独特、丰富多元的卖场设置，在男性都市休闲市场中居于重要位置。以汉南洞的旗舰店为中心，租赁 steady seller 的服务受到业界的关注。

特别是通过网上购物中心 buy series 推出的 247 裤子，历经 13 次抢购，累计销量突破 1 万条，刷新了单一商品的最高纪录。此外，一直担当着 SERIES 销售额最强推手的冬季签名系列，也广受欢迎。其中，大衣取得了同比 2 倍的增长、拉菲耶特短款羽绒服上市一周内销售率达到 40%。

sieg：高端化战略突出

申源（代表：朴成哲）的 sieg 正在 mas contemporary 市场发挥超群实力。在维持正装销售规模的同时，sieg 将逐渐增加休闲装的比重，通过休闲运动，吸引年轻消费群体的关注，以增强品牌竞争力。

为了吸引更多顾客，2018 年，sieg 积极引进高级折扣店入驻，增强消费引流。2019 年，为了流通效率和收益结构的改善，将区分高级奥特莱斯和城市中心型奥特莱斯，系统地管理进店及目标消费者的喜好风格、库存、服务等环节。同时，减少生产量，增加快速反应生产系统的比重，以缓解库存负担。

Thursday Island：加大对热销商品的推广

Gnco（代表：金锡柱）的 Thursday Island 上市后，累计销售额突破 13000 亿韩元，成为休闲服饰市场的领军品牌。这得益于 Thursday Island 及时推进高人气单品的市场销售、扩大多种设计风格和丰富价格区间产品的战略。据悉，2018 年夏天，公司追加了 8 种样式连衣裙的订单，并且决定追加 10% 的物量，创下了单品销售的最高纪录。

2019 年，Thursday Island 将专注开发回购率较高的热销商品，通过开发引领市场潮流趋势的产品，让品牌在市场中始终占据主导地位。

FILA：热销神话将继续

FILA 韩国（代表：尹根昌）的 FILA 品牌主导了 2018 年全球体育市场，成为最佳品牌。

韩国 FILA 公司 2018 年第三季度销售额为 7259 亿韩元，营业利润为 739 亿韩元。据统计，包括 FILA 美国法人销售额和专利税在内，FILA 韩国品牌的销售额首次突破 1 万亿韩元，总销售额达到 21930 亿韩元。

FILA 品牌标志 T 恤和长款羽绒服等人气单品，在年轻消费群体中广受欢迎。值得一提的是，在推出了人气最佳的鞋子 DISRUPTOR 2 之后，再次推出了极具高人气的 barricade。2019 年，FILA 将以在韩国釜山鞋类市场占有率较高的市场占有率，继续发力。

North Face：公认的户外服饰最强者

永远户外（代表：申奇学）的 North Face，首次在时尚服饰系列 North Face White Label 中亮相，并开拓了新的户外用品市场，成为行业领军者。

2018 年，在 starck 发表的“韩国百大品牌”中，品牌连续 6 年占据时尚服装品牌第一位，发展势头良好。

值得一提的是，在平昌冬季奥运会期间，作为体育服装部门的官方合伙人，North Face 品牌的长款羽绒服被称为“国家代表长羽绒服”，销售大获成功。

2019 年，North Face 将投入生产“伦理性下载产品认证 (RDS)”产品，自主开发人工充电材料，并利用环保材料等增加产品生产线。

pearlygates：CreasF&C 上市的一等功臣

CreasF&C（代表：禹镇锡）的 pearlygates 巩固了高端女子高尔夫服装品牌在 20 ~ 30 岁年轻消费群体中的地位。

2018 年，pearlygates 在四个季度分别推出了不同主题的人气爆品。特别是秋季和冬季推出的 realfur edition，仅上市一个月就成为了当季的热门产品。

母公司 CreasF&C 以 pearlygates 的成果为基础上市，同时还发表了要成长为全球综合运动服企业的愿景。此外，pearlygates 的功能性系列 MASTER BUNNY EDITION 单独出来，充分挖掘市场需求，配合年轻女性高尔夫选手的流入，巩固了在年轻一代高尔夫服装市场领军者的地位。

New Balance kids：销售业绩超出预期

2018 年，衣恋世界推出单独品牌 New Balance kids，年销售额达到 1300 亿韩元，同比增长 30%。这远远超过了衣恋世界方面预计实现的“15% 的增长”的业绩增长目标。

其中，推动销售额增长的一等功臣是鹅绒羽绒服。此外，运动服套装、运动服装、帽子、运动鞋等产品也创下了十分可观的销售业绩。

有评价认为，不断地开 Pop-up Store，积极开展互动较强的亲子活动，在品牌推广方面起到了非常重要的作用。

POLHAM：朝着时尚休闲运动鞋 NO.1 努力

Ation Fashion 的 POLHAM 宣布将向大规模休闲服饰市场第一名进军。

2018 年，为了实现第二次飞跃，POLHAM 明确了以主品牌热销产品为基础、多品类共同经营战略。最终，在长款羽绒服和轻便羽绒服等户外服饰领域，取得较好成绩，成为名副其实的市场主导品牌。

2018 年，实现销售额近 2200 亿韩元，营业利润约 200 亿韩元，且在持续增长。值得称道的是，POLHAM 对坪效较低的卖场进行了整顿，以百货商店为主之后，内部收益结构得到了显著改善。

为巩固市场地位，2019 年，POLHAM 将集中管理线上业务，计划推出线上专属品牌。

jeep：跃升为 Mega 品牌

ingkorea（代表：金成民）旗下的 jeep，2018 年将结束生产线扩张，从 2019 年开始全面展开大品牌业务，迎接新的销售热潮的到来。

2018 年，jeep 将 jeep spirit 和 jeep brand 相结合推出复合品牌 vega，这一举措获得了热烈反响。此外 jeep 还推出了高端儿童品牌 jeep kids。预计 2018 年 jeep 销售额可达 1100 亿韩元，营业利润率同比增长 47%，市场表现良好。jeep 还进行了线下渠道拓展，如增开 15 家直营店和代理店，同时，也增强了线上业务的占比。

2019 年，jeep 将全面拓宽儿童服饰和鞋子生产线，争取将销售额提升到 1200 亿韩元。

metrocity：通过吸引千禧一代，重回冠军宝座

mcm（代表：梁智海）旗下的 metrocity，在 2018 年因产品设计抓住了千禧一代的需求，而掀起一股时尚旋风。

2018 年，metrocity 通过推出 LA ROSA BIANCA 正式进军美妆市场，开发并推出了多种室内装饰小物件，实现外销 1600 亿韩元，正逐渐向引领生活方式的时尚品牌转型。

2019 年，metrocity 计划从秋冬季开始，以与世界知名的总监 Héctor Castro 合作为起点，推出与知名艺术家、设计师的专属系列，为品牌注入发展活力。此外，公司还计划邀请世界各国的时尚达人作为品牌代言人，积极参加意大利、日本等海外项目，为进军全球市场奠定基础。

vivien：提升女性形象，引领消费热潮

南英 vivien（代表：南锡宇）旗下 vivien 的 It's My Fit 活动，在 2018 年牢牢抓住女性视线，成为热议话题，到第 3 季度已实现近 1600 亿韩元的销售业绩。

vivien 向来以市场需求为产品开发导向，被评价为最了解韩国女性体型，并能提供与之相符的内衣品牌。特别是 2018 年，vivien 通过 SNS 推出的 It's My Fit 活动，提议让所有女性找到自己最美的线条为话题，吸引了广大消费者的积极互动。

2019 年，vivien 将积极引导、延续 2018 年的消费热潮。同时，积极支援乳腺癌专用内衣及未婚妈妈内衣等为女性量身定做的社会活动，进一步巩固女性品牌的形象和认同感。☞

冬市销售震荡回升 价格小幅上涨

20190114 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20190114 期纺织品价格指数收报于 106.11 点，环比上涨 0.11%，较年初上涨 0.11%，同比下跌 0.01%。



近期，中国轻纺城冬市营销震荡回升，其中：原料市场行情小幅下跌，坯布市场价量小幅下跌，服装面料市场布匹价量小幅回升，家纺类产品成交价量小幅回缩，辅料行情小幅下跌。

原料行情小幅下跌，涤纶环比小升、纯棉纱行情仍显平淡

据监测，本期原料价格指数收报于 84.89 点，环比下跌 0.08%，较年初下跌 0.08%，同比上涨 2.12%。

聚酯原料行情观望震荡，涤纶价格环比小升。本期涤纶原料价格指数环比小涨。上游聚酯原料行情仍以观望震荡为主，价格基本稳定，局部稳中攀升，近期华东地区 PTA 现货主流 6300 元/吨，MEG 主流 5200 元/吨左右，聚酯切片市场报价基本稳定，聚酯切片江浙地区半光切片现金或三月承兑 7600 ~ 7700 元/吨。涤纶长丝产销率局部小升，萧绍地区涤纶长丝成交环比回升，报价基本稳定，局部稳中上涨；FDY 销售气氛一般，厂家报价基本稳定，局部稳中上涨，大有光丝价基本稳定，细旦丝价基本稳定；DTY 成交环比回升，市场气氛略可，报价基本稳定，局部上涨，DTY 多孔丝价基本稳定，局部上涨。近期涤纶短纤行情震荡回升，价格环比上涨，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 8700 ~ 8750 元/吨，下游采购环比回升；纯涤纱行情较为稳定，但交易量仍相对有限，价格观望震荡，江浙地区 32S 纯涤纱主流价 13430 元/吨，50S 纯涤纱主流价 17300 元/吨。

纯棉纱气氛仍显平淡，人棉纱价格大致平稳。近期，萧绍地区纯棉纱市场气氛仍显平淡，报价乏力整理，局部仍有下跌。冀鲁豫地区纯棉纱价格中低位运行为主，销量未见明显起色，下游布厂行情有限，而且运营困难提前放假的中小型企业也不在少数，预计棉纱后市行情难有改观。纱线市场变得较为冷清，只有个别印染厂、服装厂在赶春节前交货的订单。尽管大量低价纱充斥市场，成交量还在持续下降，下游企业高库存、低开机状态已无法作为纺企的支撑。涤棉纱市场整体表现相对好于纯棉纱和人棉纱市场。目前市场相对繁忙的是印染厂，多在赶节前的订单。粘胶短纤延续弱势，价格可以商谈，市场人士对后市信心略显不足。人棉纱价格大致平稳，萧山产环锭纺 30S 报价 18100 ~ 18300 元/吨，订单表现平淡，中小型棉纺厂多做节前收尾工作，部分大型棉纺厂生产暂稳。

坯布行情继续回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 118.24 点，环比下跌 0.18%，较年初下跌 0.18%，同比下跌 0.27%。

本期坯布类价格指数呈小幅下跌走势。因整体纺织市场表现较为低迷，从原料到坯布销量整体下降，成交量相对较小，部分小企业已有停工返乡情况。因农历年终已为期不远，坯布市场年味气氛较浓，纺织下游市场不景气，使得部分坯布厂家限产或提前放假。坯布市场行情继续回落，订单仍有下降，坯布成交环比回落，冬季坯布下单局部性有所回缩，春季坯布下单局部下降。其中：混纺纤维坯布需求继续回落，价格指数呈小幅下跌走势，T/C 涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量继续回落；天然纤维坯布需求环比回落，价格指数呈小幅下跌走势，纯棉纱坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比回落，拉动坯布类总体价格指数小幅下跌。

服装面料销售环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.21 点，环比上涨 0.37%，较年初上涨 0.37%，同比下跌 1.00%。

服装面料类价格指数小幅上涨，近期，轻纺城市场营销环比回升，轻纺城传统市场服装面料整体销售环比回升，部分布业公司和规模型经营商户创新面料价格小幅上涨。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤氨面料、麻粘面料成交价量不等量上涨。近期，轻纺城市场涤棉面料冬季现货成交环比回升，春季品种订单局部增加，部分布业公司和规模型经营门市成交逐日增长，目前织造生产或加工企业产出环比回升，从近期销售情况来看，因下游需求局部增加，涤棉面料成交环比回升，新风格产品和兼具时尚元素创意产品价格呈现一定幅度上涨走势。

家纺营销环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.96 点，环比下跌 0.10%，较年初下跌 0.10%，同比下跌 0.78%。

本期家纺类价格指数小幅下跌，近期轻纺城家纺市场营销环比回落，大众色洋花型面料订单发送量环比下降，跑量产品现货成交环比下行。其中：床上用品成交环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；窗纱类现货成交和订单发货环比回落，小批量多品种色洋花型成交环比小跌，中批量成交局部小幅回缩，较大批量成交局部亦有小幅下降，价格指数呈微幅下跌走势；窗帘类行情略显回缩，价格指数呈微幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数小幅下跌。

市场需求环比回落，辅料指数微幅下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 132.42 点，环比下跌 0.05%，较年初下跌 0.05%，同比上涨 0.40%。

本期服饰辅料类价格指数微幅下跌，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呈现微幅下行走势。带类行情环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；服装里料类成交环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；花边类行情环比回落，价格指数呈小幅下跌走势，拉动辅料类总体价格指数微幅下跌。但衬料类、线绳类成交环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，相对制约了辅料类总体价格指数的下跌幅度。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡下跌走势，后市南北商贾面料采购局部显现不足，大众面料供给有所下降，冬季尾市下游备货局部下降，因农历年终临近，部分经营户多以收账为主，赊账发货多有下降，冬季面料现货成交环比下降，春季面料订单发货局有限，预计传统市场成交将震荡下跌，整体市场成交将呈现震荡下跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部
编制单位：中国轻纺城建设管理委员会
“中国·柯桥纺织指数”编制办公室
中文网址：<http://www.kqindex.cn/> 英文网址：<http://en.kqindex.org/>
电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84781551

亚洲专业之中文纺织杂志

纺拓会出版之《纺织月刊》自 1996 年创刊以来，已成为中文纺织专业杂志的优秀品牌，订阅厂商遍布亚洲市场，包括中国内地、中国香港等。

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”、“市场讲座”、“纺织统计”、“设计研发”、“流行时尚”、“永续时尚”、“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。

《纺织月刊》每期精选报道内容皆刊登于月刊官网，欢迎上网浏览！

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

《纺织月刊》研讨会或发布会规划服务

《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布会，邀请相关专家暨厂商参加，并将活动内容摘要报道于《纺织月刊》中，以协助业者寻求商机、开拓市场。

订阅专线：+886-2-23417251#2362 张小姐

Email: yc@textiles.org.tw



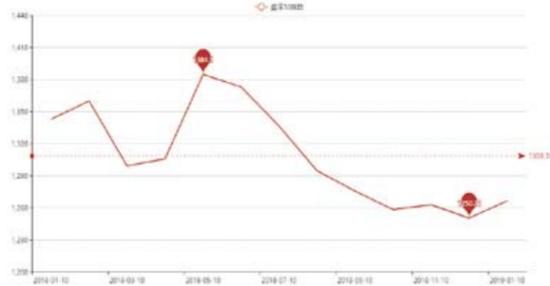
市场探底回升,“50 指数”年末翘尾

2018 年 12 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。它是根据盛泽地区生产规模最大或者较大的 50 家丝绸化纤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 12 月份,盛泽“50 指数”收于 1266.36 点,与上月相比上涨了 16.15 点,涨幅为 1.28%。

图1 盛泽市场“50指数”走势图



影响“50 指数”走势的因素分析

1. 中美贸易关系缓和。2018 年 12 月 1 日,正值 G20 峰会召开之际,前方传来利好消息,中美两国同意停止升级关税等贸易限制措施,维持已有的 10% 关税不变,加紧磋商,逐步取消 2018 年以来加征的关税,推动双边经贸关系尽快回到正常轨道,实现双赢。

随着时间的推移,中美贸易缓和正起着积极的作用,陆续传出有纺织工厂、聚酯工厂接到大额出口订单的反馈。相信未来对美单的下达有一定的积极影响。

2. 坯布市场回暖。12 月份,坯布市场有回暖的迹象,各类常规面料的坯布较上半月销量有所增加,与 11 月相比,出货速度增加 1~2 天,在 10 天左右。

2018 年下半年,对于江浙织造市场来说,可谓一反常态,传统的金九银十旺季竟没有淡季的销量多,一时之间悲观心态占据整个市场,降价促销屡见不鲜。而到了 2018 年末,随着年终行情的到来,市场似乎有了翘尾行情,值得关注的是,往年 12 月出货会相对减少,如今却不降反增。据了解,盛泽地区仿真丝中的 SPH 系列、涤纱系列 16s/21s 等产品,近期出货情况乐观。

3. 涤纱产销较上月走好,库存减少。从中国绸都网监测的数据来看,受聚酯工厂减产消息的释放,12 月份涤纱的产销在 4~6 成,整体库存围绕在 13~21 天;具体产品方面,其中 POY 库存集中在 11~15 天,FDY 库存至 13~18 天附近,而 DTY 库存则至 17~23 天左右。12 月市场走好,下游需求带动了上游采购原料的热情,再加上前大部分织造厂家有囤货操作,因此 12 月的涤纱产销较 11 月有所回升,且库存变少。

虽然“50 指数”呈现走强态势,但是我们也应该看到市场背后仍然存在部分利空因素。

即使中美双方现在处于缓和状态,但也不能完全确保未来中美之间就不会爆发新的贸易摩擦。2018 年 5 月份,中美双方就贸易战一度达成过停火协议,但是距协议签订还不到 10 天,美国白宫就突然宣布对 500 亿美元中国

商品加征 25% 的关税,以至于当时国内网友讽刺特朗普的“契约精神”为“弃约精神”。因此,现在就认为贸易战已经结束显然还是过于乐观。

影响“50 指数”走高的具体因素分析

以下四类曲线图表(平均销售总额、平均销售重量、平均原材料购入金额、平均总工资)均为 50 企业分项指标综合变化趋势,曲线仅反映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。

平均销售总额显示“50 企业”销售量以及产品价格变化。分析可见,12 月“50 企业”平均销售总额收于 1401.9592,与 11 月份相比上涨了 175.5898 点,涨幅约为 14.32%。12 月市场行情较 11 月略有好转,虽然行业库存与上年同期相比相差偏大,但是整体成交量好于 11 月份。有部分厂家忙着生产赶在春节前发货,因此 12 月的销售总额走高。

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。分析可见,12 月份“50 企业”平均销售重量收于 560.9514,与 11 月相比上涨了 67.5114 点,涨幅约为 13.68%。这表明 12 月份市场整体销售总量高于 11 月份,其主要原因是气温下降,冬季防寒服面料局部畅销,再加上圣诞季的到来,终端市场采购量增加带动了平均销售重量。

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。分析可见,12 月份“50 企业”平均原材料购入金额收于 898.8888,相比 11 月上涨了 101.555 点,涨幅约为 12.74%。因市场行情有所好转,织造厂家手头多有订单,下游的需求有所增加,且原料上涨,受“买涨不买跌”心态的驱使,织造厂家对原料的采购积极性加强。

图2 平均总工资走势图



从平均总工资曲线走势图上看,12 月份“50 企业”平均总工资收于 1084541.8684 点,相比上月上涨 17924.704,涨幅为 1.68%。主因在于 12 月市场行情好转,员工的接单量上升,且开机率稳定,故而奖金也随之走高,从而提高了平均总工资。

后市预测

总体上,2018 年 12 月份面料市场交易气氛相比上月有所好转,但内外贸市场逐渐进入尾声,面料市场成交热点产品依旧不多,市场大环境也并不是非常理想,加上今年 1 月中旬织造厂家即将放假,预计 1 月指数还将稳中走弱。TA

中国绸都网

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

T A W E E K L Y

周刊典藏 时尚评论

大咖来做客

品牌故事

纺织头条

微信号: fzfzzk



纺织服装周刊

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!

纺织服装周刊





微信号: tachaobao



微信号: fzfzk

潮报

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

www.taweekly.com

纺织服装周刊





T 纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

注册成立十周年



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

使命：推进纺织工业科技进步、人才成长和产业升级

热忱欢迎企事业单位和有识之士积极捐赠和支持基金会 地址：北京市朝阳区朝阳门北大街18号

邮编：100020

电话：010-85229936 / 9610 / 9326

开户名称：纺织之光科技教育基金会

传真：010-85229540

开户行：工商银行北京金街支行

邮箱：fzjjh@cntac.org.cn

账号：0200235109000013257

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工业协会评为“用户信得过优等产品”

主打产品：

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

高档差别化纱线针织面料、高支高密针织面料、针织制衣。

高性能阻燃纱线、色纺（半精纺）纱线、高档牛仔OE纱、针织用OE纱。

营销承诺：

质量放心、交期放心、服务放心

企业文化：

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

经营理念：

诚信、合作、互惠、共赢

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

愿景：

打造民族知名品牌。

齐鲁宏业纺织集团有限公司

地址：山东省济南市商河县商中路21号 | 邮编：251600 | 网址：www.hongyegroup.cn | E-mail：qlhyjt@163.com
电话：0531-84880468 84817188 | 传真：0531-84880469、84888668