

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

2019.03.04 | 第07期 | 总第919期



官方网站

微信公众号

电子杂志

微博

手机报

《纺织服装周刊》
新媒体全覆盖

提供便捷、及时、
高效的信息服务

招商热线: 010-85872630
联系人: 李江敏

中国纺织工业联合会会刊

纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY

WITNESS
POWER OF
TA

影响改变认知 服务创造价值

《纺织服装周刊》官方网站: www.taweekly.com

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



纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

年度十大 共襄盛举

精锐榜

◎致敬榜样先锋 荣耀终归这里◎

2018中国纺织服装行业年度精锐榜颁奖典礼
暨中国纺织服装精英论坛

3月12日

上海国家会展中心

在充满不确定性的2019年，为了探寻新一年的行业发展方向、学习先进企业的成功经验、促进产业链上下游的协同合作，2018中国纺织服装行业年度精锐榜颁奖典礼暨中国纺织服装精英论坛将于3月12日在上海举行的中纺联春季五展上举办。

2018年12月24日，中国纺织工业联合会会刊——《纺织服装周刊》连续第十年公布了中国纺织服装行业年度精锐榜，揭晓了“十大新闻事件、十大年度人物、十大创新企业、十大优势品牌、十大特色集群、十大服务平台、十大活力市场、十大装备先锋”共计八大奖项。

在这当中有哪些品牌实现了逆势飞扬？哪些集群为区域经济插上了腾飞的翅膀，哪些市场与平台引发了模式的变革，又有哪些技术创新改变了行业发展？3月12日，上海国家会展中心，让我们共同见证。

颁奖礼暨论坛商务合作、申请参会请致电

《纺织服装周刊》杂志社



010-85872646/2640/2625

intertextile

SHANGHAI home textiles

中国国际家用纺织品及辅料(春夏)博览会

China International Trade Fair for Home Textiles and Accessories – Spring Edition

春夏展 Spring Edition

2019.3.12 – 14

中国 国家会展中心 (上海)
National Exhibition and
Convention Center (Shanghai), China

www.intertextile-home.com.cn

www.intertextilehome.com

纺织服装周刊



messe frankfurt

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
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 张灼琨

浙江运营中心

总监 赵玲玲
副总监 赵国玲
主任助理 邹莹颖
记者 王 利 张 颖

热线电话

总 编 室: 010-85872680 新闻热线: 010-85872640
发行热线: 010-85872668 传 真: 010-85872601

国际标准刊号: ISSN 1674-196X 国内统一刊号: CN11-5472/TS
广告发布登记许可号: 京东工商广登字20170146号
本刊广告总代理: 中纺网络信息技术有限公司
出版发行: 《纺织服装周刊》杂志社
地址: 北京朝阳区东四环中路39号华业国际中心 B 座207二层(100025)
定价: 每期人民币12元
欧洲合作媒体: 
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

草木蔓发春山望

冬去春来万物复苏，人们的心情也格外敏感，从一芽新绿、一缕柔风，就已想到了草木蔓发、春山可望。人勤春早，这不，春节一过，随中纺联调研组深入全国各地产业重镇的本刊记者便传来了纺织企业、集群市场的一手信息：红火开市，正常开工，项目投产，筹谋升级……

就在2月20日的国务院常务会议上，李克强总理要求制定涉企法规规章和规范性文件必须听取相关企业和行业协会商会意见，使政府决策更符合实际和民意。这一明确指示再加上优化营商环境、推进放管服改革、强化企业主体责任等一系列利好，行业企业在这早春时节体会到了实实在在的春意。

随后的22日，中共中央政治局就完善金融服务、防范金融风险举行第十三次集体学习，习近平总书记发表重要讲话强调，要建设一个规范、透明、开放、有活力、有韧性的资本市场，完善资本市场基础性制度，把好市场入口和市场出口两道关，加强对交易的全程监管。

“发展资本市场”这一话题随即引发热议，中国经济的发展需要一个健康、有活力的资本市场，激活资本市场是实现防范和化解风险、促进经济转型的关键点。而进入2019年之后，A股市场目前已成功吸引了人们对它的全新关注。

的确，最好的投资机会就在中国：2018年中国人均GDP为9700美元，不到美国的1/6，发展潜力巨大；2018年中国城镇化率59.6%，发达经济体大部分超过80%；全球有77亿人口，美、日、德分别为3.3亿、1.3亿、0.8亿人，中国有14亿人，拥有全球最大的市场；中国GDP增速在6%以上，创新创业十分活跃，新经济独角兽企业数仅次于美国，中美合计占全球70%……更重要的是，新一轮改革开放将开启新周期。

正如专家所分析的，过去传统的国际经济大循环难以持续，以中美贸易摩擦的形式终结，中国发展的战略机遇期内涵发生重大变化。在中美贸易谈判前景向好之时，我们还需要重新调整外需内需、投资消费和产业结构，并推进降低关税、知识产权保护、服务业开放、户籍制度改革、多层次资本市场发展等一系列深度变革。

进一步释放全球化、市场化、城市化、工业化的潜力，完成从要素驱动向创新驱动的转型，这新一轮变革落实到行业，该怎么走？中纺联春季大调研为的就是更好地把握行业走势、问题和预期，科学务实引导2019年行业服务工作。日前，中纺联会长孙瑞哲在调研途中说道：纺织服装行业的未来，要以科技、时尚、绿色为定位，要注重育人、用人、树人，要集群式、集约式、跨界式发展！春回大地，大地上一行行足印清晰……

刘萍

CONTENTS

6 资讯 INFOS

中央一号文件出台，对棉花市场影响几何？
贝斯特：用什么赢得强劲的市场活力
鄂尔多斯羊绒板块五大亮点蓄势齐发

8 关注 ATTENTION

从两会提案建议看行业发展趋势
合力推进新时期职工队伍建设
时尚陕西承接产业转移

22 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

使命在肩，打造新时期“国际纺织之都”
三川纺织：围绕产业链打造“创新链”
永盛工贸：抢占高档女装面料制高点
柯桥再添毛粗纺类面料市场

28 行业 INDUSTRY

走进“非洲屋脊”埃塞俄比亚

30 展会 EXHIBITION

童年百变 多样天真
恕我直言，你不够潮！
以设计之名，赋予针织无限可能
抱团出击有力量，看谁家抢滩纱线市场？

36 品牌 BRAND

波司登发布2018战略成果：
股价涨132.8%、单品牌零售超百亿

38 流行 FASHION

在蜕变中回归价值高地

40 台湾专版 TAIWAN

台湾功能性纺织品闪耀 ISPO MUNICH 2019

42 指数 INDEX

市场景气指数小幅回升



14 特别报道 SPECIAL

聆听企业心声 把脉行业发展

中国纺织工业联合会开启2019春季大调研（一）

从2月下旬开始，中国纺织工业联合会2019年春季大调研全面启动。本次调研基本内容包括：2018年行业运行情况，2019年开局情况及运行基本态势研判；行业运行中存在的潜在风险和应对措施；行业生产要素成本变化趋势和减税降费的相关政策；推进高质量发展，行业转型升级的举措和政策支持的方向。记者跟随调研组深入各地，带来了一线最真实的声音。



26 力克时间 LECTRA TIME

迈向时尚行业“深水区”的探索

纵观2018年，全球时尚产业延续2017年趋势，继续新一轮的的大洗牌，优胜劣汰的步伐进一步加快。力克在时尚行业积累了40多年经验，深刻洞察时装产业在设计、产品开发以及生产不同阶段的需求变化。本刊记者盘点了2018这一年来力克在时尚领域推进的大事记，梳理力克在迈向时尚行业“深水区”道路上的探索步伐。

聚焦 | FOCUS

中央一号文件出台，对棉花市场影响几何？

本刊记者 _ 郭春花

2月19日，中共中央、国务院发布《关于坚持农业农村优先发展做好“三农”工作的若干意见》。《意见》在“夯实农业基础，保障重要农产品有效供给”中有两处提及棉花：“完成高标准农田建设任务，恢复启动新疆优质棉生产基地建设”、“实施重要农产品保障战略，在提质增效基础上，巩固棉花、油料、糖料、天然橡胶生产能力”。这份2019“中央一号文件”的出台，对未来的棉花市场将有哪些影响？

针对“完成高标准农田建设任务，恢复启动新疆优质棉生产基地建设”，中粮期货研究中心研究员付斌分析，新疆的自然和政策条件有利于优质棉花生产，新疆棉的机械化生产规模、田间管理水平、单产情况已达世界一流水平，进一步巩固新疆棉优质生产基地建设对于保障国内优质棉花供应有重要意义。预

计2018/2019年度新疆棉产量约511万吨，约占全国总量的92%（调研数据）。基于此，付斌认为新疆棉花目标价格直补政策在2019/2020年度到期后继续延期的概率偏大。

针对“实施重要农产品保障战略，在提质增效基础上，巩固棉花、油料、糖料、天然橡胶生产能力”，付斌分析，受制于环境、政策和产业格局客观限制，国内棉花产需缺口约300万吨/年，此前主要靠89.4万吨的进口配额和储备棉轮出平抑产需缺口，目前国储棉去库存任务已经完成，储备棉库存仅剩约275万吨，长期来看棉花属于国内紧缺的农产品，预计2019年增发棉花进口配额的概率很大。这对国际棉花市场来说是出口需求增加的利好，国际贸易流的改变可能使得内外价差缩窄。目前，市场既无储备棉轮入轮出

信息，也无增发进口配额消息，在中美贸易争端的大背景下，产业政策充满了不确定性，付斌预计这些政策在中美谈判结束后才能出台。

相关专家表示，当前我国经济运行稳中有变、变中有忧，外部环境复杂严峻，经济面临下行压力，风险和困难明显增多。如果农业出现大的滑坡，粮食和重要农产品供给出了问题，不仅会带来物价上涨，使经济发展陷入增长下行和物价上行“双碰头”的被动局面，而且会影响社会稳定。应对农产品的国际贸易压力，必须提高农产品的产量和品质、降低成本，从而提升国际竞争力。同时，牢牢把握农产品进口的主权，拓展进口渠道，更好地统筹用好国际国内两个市场、两种资源，科学确定国内重要农产品保障水平，提高国内安全保障能力。

公司 | COMPANY



春节过后，贝斯特 BS589-1668 锭全面开车运转。

贝斯特：用什么赢得强劲的市场活力

2019年刚一开年，贝斯特机械制造有限公司便是各种繁忙的状态：参加孟加拉、巴基斯坦等海外展会，接洽新订单，紧锣密鼓赶制延续订单，交付设备安装调试等。在国内高端纱厂新年开工的场景中，在即将投入运行的海外知名纺织项目中，人们都能看到贝斯特设备的身影。拥有贝斯特的设备已成为很多纺织企业感到骄傲和自豪的优势，这些已投入或即将投入运行的设备，被纺企寄予了厚望，他们相信更高品质的纱线将从这里诞生，而企业的竞争力提升也将由此升级到新的水平。

在常人看来，在这样的节奏下，贝斯特当前的首要任务似乎应该是以销售为主，盯住需求抓稳订单，但贝斯特的做法却并非仅仅如此，而是把“培训”作为了企业工作的“重中之重”。

熟悉贝斯特的人都知道，这家企业开年

的工作重点雷打不动是培训，今年也不例外。刚刚结束的培训仍旧是董事长桑建中带队主抓技术讨论，重点围绕2018年的行业表现和客户需求跟踪情况，交流技术创新方向和思路，创新的基本要求便是要落地，要切实满足用户的需求。在售后培训方面，则就企业新产品的各种技术指标进行系统的学习，让售后人员深入了解设备情况，着力提升售后人员的技术服务能力。

每年，从高层头脑风暴，到技术培训、销售培训以及售后培训和生产技能培训等，贝斯特已将提升内功作为了与销售、技术并行的重点工作。在桑建中看来，企业的发展必须有所支撑，外强中干不可能成就一个好企业，唯有内功扎实才能让贝斯特崇尚的“工匠精神”落地扎实，才能让企业的产品和品牌表现出更强劲的市场活力。

(袁春妹)

中纺绿纤：新溶剂法纤维素纤维产业化项目开工

2月21日，中国通用中纺绿纤“年产6万吨新溶剂法纤维素纤维产业化项目”参加了河南省新乡市一季度重大项目集中开工活动。

中纺院党委书记、董事长庄小雄代表中国通用中纺院致辞。他表示，新溶剂法纤维素纤维产业化技术是国家“十二五”、“十三五”重点研发计划项目，也是我国由纺织大国向强国转变的重要标志性技术之一，中国通用中纺院是全球第二家拥有该项目自主知识产权产业化技术的企业。项目于明年6月开车，将在新乡形成10万吨产能规模，为集团公司2021年建成50万吨规模，成为Lyocell纤维全球第一的通用技术高科技新材料产业集团奠定最坚实的基础。

中国通用中纺绿纤公司将以参加此次开工仪式为契机，进一步贯彻落实中国通用技术集团和中纺院2019年工作会议精神，全力做好三期项目建设，确保项目如期开车，为集团公司“五个通用”战略落地和中纺院的跨越发展贡献力量。(王峰)

吉利尔：用非遗塑造山西新时尚

2月25日，外交部山西全球推介活动隆重举行。活动现场，山西吉利尔璐绸集团设计制作的百余套官方指定专用礼仪服装可谓一座座典雅大方、寓意饱满、融合创新的“流动建筑”，成为一道独特的亮丽风景，受到外交部、山西省及各部委领导和外国使节、嘉宾的高度称赞。

在设计礼仪服装时，吉利尔颠覆了国人对红色的深厚情感，突破了对山西红配金、红配绿的传统印象，并创造性地应用、融合地道的、纯山西味儿的非遗、语言、元素，塑造出山西新时尚，传达出山西在新时代的新起点、新形象、新风采。

可以说，在此次高规格的全球推介会上，吉利尔以国家级非遗山西璐绸为承载，书写出山西乃至中国的时尚新华章，为行业赢得了尊重，为山西走向世界呈现了亮点！（通讯员 _ 刘程成）

现场 | SCENE

鄂尔多斯羊绒板块五大亮点蓄势齐发

2019 中国（鄂尔多斯）国际羊绒羊毛大会 8 月举行

2月26日，2019第二届中国（鄂尔多斯）国际羊绒羊毛大会暨展览会新闻发布会在京召开。中国国际商会、内蒙古自治区贸促会、鄂尔多斯市人民政府等相关单位代表出席了发布会。发布会由内蒙古自治区贸促会副会长卫红主持。

本届大会暨展览会的主题为“极致绒耀 巅峰织造”，将于8月8～12日在内蒙古自治区鄂尔多斯市东胜区全民健身中心举办。展会由中国国际商会主办，内蒙古自治区贸促会、鄂尔多斯市人民政府承办，东胜区人民政府和鄂尔多斯市贸促会执行筹备。

新闻发布会上，中国国际商会会展部部长郭英会表示，当前“一带一路”建设推动了我国开放空间从沿海、沿江向内陆、沿边延伸，形成陆海内外联动、东西双向互济的开放新格局，也为北部边疆内蒙古的经济带来了历史性的发展机遇。中国（鄂尔多斯）国际羊绒羊毛大会暨展览会在此背景下已经成功举办了一届，中国国际商会作为中国最大的涉外商协会，将联合其他承办、协办单位一起，为世界各地羊绒羊毛产业链企业打造国际化、专业化、便利化的投资合作平台做出积极努力，不断创新服务方式和内容，推动共建“一带一路”走深走实。

鄂尔多斯市人民政府副市长于仁杰在发布会上指出，与上届展会相比，2019中国（鄂尔多斯）国际羊

绒羊毛大会暨展览会将突出五大亮点：一是展会更加国际化。大会将推行“主宾国”机制，邀请羊绒羊毛产业领域具有特殊贡献的国家作为主宾国，促进地区产业与绒毛进出口国家的贸易往来。二是活动更加多样化。大会将邀请国际国内行业精英、专家学者、时尚达人、知名设计师、绒毛上下游企业和海内外传媒界人士，共同探讨绒毛产业高质量发展的新思路。三是展商更加精准化。大会将邀请国内外300余家知名采购商，

俄、蒙、澳等十几家外国展馆，国内200余家加工、销售等环节优质企业参会参展，并通过举办“握手中国”中外企业签约仪式、品牌推广推介会等经贸洽谈活动促成国内外企业间的深入交流合作。四是展品更加多元化。在两万平方米的展区内，包含羊绒羊毛原料、纱线、绒纺针织面料及辅料、羊绒羊毛成衣、家居用品、工艺品、羊绒画、绒纺针织机械及配件等丰富的展销品类。五是服务保障更加精细化。本次大会的执行指挥部下设会议服务、接待保障、新闻宣传、安全保卫、商务活动服务五个专项工作组，全面加强安全保卫，全面保障展会运行，全面提升接待服务，全力搭建各方满意的展会平台。



发布会现场。

中国毛纺织行业协会驻会副会长刘家强在发言中表示，中国毛纺织行业协会将在大会期间主办“全国绒毛产业高质量发展论坛暨2019年度全国毛纺织产业集群工作会”，将重点关注中美贸易、行业高质量发展、绒毛产业经济技术、产业集群发展趋势等热点问题，探讨绒毛产业高质量发展，促进绒毛产业的市场对接与技术合作。

随后，大会组委会代表介绍了2019中国（鄂尔多斯）国际羊绒羊毛大会暨展览会同期活动安排。中国流行色协会、鄂尔多斯投资控股集团、雪莲、维信等10余家国内相关行业协会和企业代表受邀参加了新闻发布会。（吕杨）

2019CTME

China Textile Material Exhibition (KEQIAO)

中国柯桥坯布纺织新材料展

中国·柯桥坯布纺织新材料展

坯布·化纤·纤维·纱线·染料助剂

2019 / 04 / 12 - 14 柯桥·中国轻纺城国际会展中心

☎ 热线电话 400-119-0123

中国轻纺城集团

ZHEJIANG CHINA TEXTILE CITY GROUP

- 中国轻纺城集团倾力打造 -

从两会提案建议看行业发展趋势

本刊记者 _ 陶红

第十三届全国人民代表大会第二次会议和中国人民政治协商会议第十三届全国委员会第二次会议将分别于3月5日和3月3日在北京召开。

2019年是决胜全面建成小康社会、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，纺织业发展也将面对诸多不确定性。来自纺织服装领域的两会代表、委员密切关注制造业转型升级、职工技能岗位培训、政府配套政策、纺织文化遗产保护、外来务工人员关怀等相关问题，积极建言献策，为纺织强国建设出力。

全国人大代表、中山市霞湖世家服饰有限公司客服部总监 米雪梅：关注基层，让外来务工人员更有获得感

全国人大代表、中山市霞湖世家服饰有限公司客服部总监米雪梅从家乡来到广东21年，一路拼搏，走到管理岗位，她深知外来工奋斗的不易，也了解他们最为关切的问题。她见证了广东和中山的快速发展，也见证了外来务工人员享受到与本地人越来越平等的公共服务，在公共服务日益平等化的同时，外来务工人员参与社会治理的积极性也不断提升。

此外，米雪梅特别关心外来务工人员的子女教育问题。一年来，她奔走于学校社区间，与相关部门探讨外来务工人员子女入学难问题；督办中山市重点议案，推进新改扩建公办学校40所……查阅资料、走街串巷，深入调研、倾听民声，把外来务工人员的期盼带到全国两会。她希望用实际行动更好地发挥人大代表的作用，为人民群众代言。

谈及2019年全国两会，米雪梅表示，她将继续关注基层，让外来务工人员更有获得感，同时也将就基层教师待遇等问题做一些调研，提出建议。

山东省人大代表、青岛酷特智能股份有限公司总裁 张兰兰：制造业转型升级已迫在眉睫

2019年山东省政府工作报告将“一个工程”列为今年政府工作重点任务，新旧动能转换迫在眉睫。山东省人大代表、青岛酷特智能股份有限公司总裁张兰兰重点关注制造业的发展，“当前我们面临严峻的国际贸易形势，在新旧动能转换工作中也面临诸多问题，可以说制造业转型升级已经迫在眉睫。”

对此，张兰兰提出建议，政府牵头引导，帮助山东省的制造业进行转型升级，进行新旧动能转换。

张兰兰认为，政府部门、领导干部、制造业企业负责人都要了解什么是新动能、什么是旧动能，新动能需要什么样的制造业；希望政府能够提供相应的平台和资源，对制造业企业、企业家进行相关理念的培训，并出台相应的政策，实实在在地对有意愿转型升级的企业进行帮扶。

河北省人大代表、石家庄常山恒新纺织有限公司品质部部长 魏倍倍：对职工进行“订单式”培训

我国纺织行业迈向高质量发展，离不开人才队伍建设。在长期工作和调研中，河北省人大代表、石家庄常山恒新纺织有限公司品质部部长魏倍倍发现，近几年纺织行业招工难、留人难的问题非常突出，尤其是老员工流失导致经验、技术流失，人员流动性大直接影响企业产品质量的稳定性，影响企业经济效益。

因此，魏倍倍建议进一步加强对职工的“订单式”培训。创新培训方法、成立创新工作室、开展师徒结对活动，根据不同层次职工的实际需求，本着“干什么学什么，缺什么补什么”和个人意愿相结合的原则，组织开展培训，调动职工参与培训的积极性。

同时，魏倍倍还建议加大职工培训经费投入。一方面，有关部门应对社会培训机构进行筛选，对于有条件、有能力的培训机构进行重点扶持；另一方面，政府应加大对高技能人才的奖励力度，在社会层面加大对高技能人才的宣传力度，营造崇尚技能、崇尚学习的氛围。

江苏南通市政协委员、南通市纺织工业协会专职副会长兼秘书长 金鑫：细化配套政策，关注纺织文化遗产保护

在细化政府配套政策方面，江苏南通市政协委员、南通市纺织工业协会专职副会长兼秘书长金鑫围绕促进区域纺织业高质量发展的话题，对如何促进南通纺织业向中高端水平发展提出了多个建议，一是安排专项资金；二是出台配套政策；三是做好协调服务，从政府层面做好顶层设计。

在纺织文化遗产保护方面，金鑫建议，积极推进工业文化遗产保护与利用，加大大生纱厂保护和开发力度；加大唐闸古镇工业文化资源规划设计；加大唐闸工业文化遗产资源的整合和优化，让曾经被忽视的唐闸镇工业文化遗产价值重新恢复和发扬光大。

山东省人大代表、山东岱银集团董事长 赵焕臣：加快纺织服装业设备技术改造

2019年是山东岱银集团落实新一个五年规划的起步年，将聚焦打造全球化的生产型纺织服装综合服务商这一新目标，以改革思维沉着应对、主动求变，瞄准主业、夯实基础、重点突破，确保各项目标任务落实到位，推动企业高质量发展。

在山东省十三届人大二次会议上，山东省人大代表、山东岱银集团董事长赵焕臣提出，2019年岱银集团将抓好服装供应链平台建设、西装高级定制、跨境电商平台建设、境外新市场开发等十四项重点工作，每项工作都要明确项目负责人以及具体的实施人员；抓好政府报告的落实，主要的措施就是加快纺织服装业设备的技术改造，提升智能化制造水平；紧紧围绕打造全球化生产型综合服务商这条主线，加大科技创新和研发力度，加快“一带一路”马来西亚项目的建设，推动企业发展迈上更高层次。

山东省人大代表、济南圣泉集团董事长 唐一林：为民营企业提供融资支持

今年山东省政府工作报告明确提出，切实做到在促进民营经济发展上坚定不移，在政策执行上一视同仁。

融资难融资贵，是制约部分民企发展的大问题，而融资的担保问题，是摆在民企面前的最大障碍之一。山东省人大代表、济南圣泉集团董事长唐一林建议，成立山东省民营企业动能担保基金有限责任公司，改变对民企偏见，在融资方面给予支持，为企业发展插上腾飞的翅膀，为国家为社会发展提供更好支撑。

同时，唐一林就加快推进山东农作物秸秆综合利用工作，缓解秸秆焚烧和焚烧带来的资源浪费及环境污染问题，以新技术推动秸秆产业化、高值化利用，带动农民增收等相关问题提出了建议。TA



中国服装成长型品牌
CHINA GARMENT GROWTH BRANDS

CHIC2019中国服装新锐品牌展区
上海国家会展中心 3.12-14

新锐势力

4号馆 女装馆

4.1F018 北京五方天雅互联网+女装

4.1F212 广州白马服装市场

4.1F310 辽宁西柳服装市场

4.1F118 虎门富民时装城

4.1F020+4.1F122 杭州意法商业集团

4.1F503 富力·环贸港

3号馆 男装馆

3A360 江苏常熟服装城

PHVALUE 针织馆

PH3V101 河北清河羊绒小镇

PH3V203 洪合众创毛衫精品市场



纺织服装周刊

合力推进新时期职工队伍建设

中国财贸轻纺烟草工会中国纺织工业联合会第十七次联席会议召开

本刊记者 _ 陶红 文 / 摄

今后，中纺联将继续深化联席会议制度在行业职工队伍建设中的作用，积极创新合作模式、拓宽合作内容、提升合作品质，更好地凝聚和发展行业力量。



会议现场。

2月22日，中国财贸轻纺烟草工会中国纺织工业联合会第十七次联席会议在全国总工会老干部局三楼多功能厅举行。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，党委副书记陈伟康，纪委书记、工会主席王久新，人力资源部主任、纺织行业职业技能鉴定指导中心主任孙晓音等中纺联领导，以及中华全国总工会党组成员、副主席、书记处书记江广平，中国财贸轻纺烟草工会主席王倩、巡视员芮宗金、副主席杨冬旭、副巡视员严红等领导出席会议。会议由杨冬旭主持。

搭建平台，探索人才培养机制

会上，孙瑞哲在致辞中表示，2018年中纺联行业职工队伍建设工作卓有成效，在与中国财贸轻纺烟草工会的深入交流合作中，中纺联扎实推进各项工作，积极搭建行业平台，探索人才培养机制，职工队伍建设取得了新发展、形成了新局面。

孙瑞哲表示，当前，技术革命、市场变化和代际更替正深刻改变着纺织行业的价值模式和产业生态。行业的劳动关系和职工队伍状况出现了一些关键变化，这对行业职工队伍建设工作提出了新要求：第一，社会的就业偏好在发生改变，人们对制造行业的关注度在降低；第二，人员的技能要求在发生改变，人才需求呈现出复合化的趋势；第三，行业的生产方式在发生改变，应对机器代人、增强人机协作亟待探索；第四，社会的用工模式在发生改变，工作时空的灵活化成为趋势。

孙瑞哲指出，今后，中纺联将继续深化联席会议制度在行业职工队伍建设中的作用，积极创新合作模式、拓宽合作内容、提升合作品质，更好地凝聚和发展行业力量。

同时，孙瑞哲提出了2019年中纺联纺织行业职工队伍建设的主要工作方向，一是树立“新高度”，充分发挥党建掌舵领航作用，引导工作健康发展；二是探索“新途径”，不断完善人才培养教育体系，提升职工队伍素质；三是建设“新平台”，持续优化行业职工服务平台，切实维护职工合法权益。

江广平在致辞中简要通报了2018年10月29日习近平总书记与全总新一届领导班子成员集体谈话时发表的重要讲话精神，今年1月中央书记处对工会等群团组织2019年工作的重要指示

精神，以及中国工会十七届二次执委会的主要精神和今年全总的重点工作，并就加强双方合作、共同完成好今年的工作提出了相关建议。

江广平指出，新形势新任务对发挥工会等群团组织作用提出新的更高的要求，希望财贸轻纺烟草工会紧紧围绕党和国家工作大局以及工会工作全局，贯彻落实好习近平总书记重要讲话精神和中央书记处重要指示精神，按照全总十七大和十七届二次执委会的工作部署，以党的政治建设为统领，全面加强工会系统党的建设，紧紧抓住促进纺织行业高质量发展和职工队伍维权维稳工作、竭诚服务职工群众的重要任务，与纺织工业联合会进一步密切合作，共同取得新的、更大的成绩。

江广平表示，未来财贸轻纺烟草工会将继续承担群团组织的政治责任，为党的事业做好服务；着眼党和国家工作大局，立足职责定位，找准切入点，谋求与其他相关组织的工作结合点和着力点，共同推动行业高质量发展；抓好落实，认真贯彻联席会议确定的工作任务。

精诚合作，挖掘发挥各方优势

会上，王倩通报了2018年双方合作事项完成情况和2019年主要合作计划。

2018年联席会议适应新时代纺织行业发展新形势和职工队伍新发展，始终坚持优势互补、资源共享，精诚合作、共同发展，求真务实、开拓创新，合力开展了一系列工作。

王倩指出，2019年联合会拟合作开展的主要工作包括：继续与中国纺织工业联合会联合开展纺织行业职业技能大赛；与中国纺织工业联合会联合开展中国纺织大工匠事迹宣讲和绝活展示、工匠精神培育与传承系列活动；与中国纺织职工思想政研会联合开展班组建设成果展示活动；与中国纺织产业集群工作委员会、职工思想政研会联合开展推动革命老区服装产业集群发展系列活动；与中国印染行业协会联合开展印染行业节能减排成果展示活动；与中纺联产业部联合开展群众性质量管理创新成果展示活动；与中国纺织职工思想政研会联合开展全国纺织行业一线高技能职工薪酬及相关待遇状况调研；与中国纺织工业联合会共同开展探索推进行业工会党的建设活动。

华珊通报了纺织行业经济运行情况。2018年纺织行业经济运行情况呈现出内外市场表现良好、生产增速呈现低位增长态势、纺织企业的效益持续改善、纺织行业投资增速放缓等特点。

会议期间，有关单位就2018年联合开展的工作进行总结并提出2019年合作工作建议。

孙晓音介绍了合作开展的职业技能竞赛活动的情况，分别介绍了2018年横机工、长丝织造织布工（喷水织机）、穿经工三个工种的职业技能竞赛的举办情况，详细分析了三个工种的职业技能竞赛的获奖情况、获奖人员地域分布情况以及大赛对行业的推动作用。

中国纺织职工思想政治工作研究会秘书长姜国华介绍了双方联合开展的中国纺织大工匠选树工作、行业班组工作、“学邓建军科研组·建创新型班组”活动、纺织行业先进个人和集体举荐活动、纺织行业先模人物宣传活动，以及“读人民日报、做先进产业工人”人民日报向商贸、轻纺行业劳模和工匠人物、先进集体代表赠报等活动的开展情况。TA

intertextile

SHANGHAI apparel fabrics

中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会

China International Trade Fair for Apparel Fabrics and Accessories – Spring Edition

2019.3.12-14

中国 国家会展中心(上海)
National Exhibition and
Convention Center (Shanghai), China



纺织服装周刊



与会领导为获奖企业和个人颁奖。



会议还举行了“全国纺织人才陕西交流培训基地”揭牌仪式。

时尚陕西承接产业转移

陕西省纺织行业协会 2019 年工作会议在西安召开

本刊记者 _ 万喆 / 文 通讯员 _ 张峰 / 摄

2月26日上午，陕西省纺织行业协会2019年工作会议在西安召开。中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，中国纺织工业联合会特邀副会长、陕西省纺织行业协会会长田福海，西安工程大学校长高岭，西安工程大学副校长、陕西省纺织工程学会理事长李鹏飞，西安工程大学副校长殷永建，陕西省纺织行业协会副会长兼秘书长严家民，陕西省工业和信息化厅消费品处副处长陈永胜、副调研员赵善良，陕西省财贸金融轻纺工会副主席赵亮，陕西经济联合会行业管理部部长刘曼丽，西安工程大学继续教育学院院长马保科，陕西省纺织职工思想政治工作研究会副会长兼秘书长张晓文，陕西省蚕桑丝绸行业协会常务副会长刘洋等领导嘉宾和来自省内纺织服装行业相关企业事业单位、纺织高校、科研院所的代表160多人参加了本次会议。陕西省纺织行业协会执行会长王树钦主持会议。

抓好机遇 做强做大陕西纺织

会上，高勇为与会代表作题为《2018年纺织经济运行分析和2019年纺织形势展望》的精彩报告。他说，2018年纺织行业的发展特征为“稳中有变，变中有忧”。“变”一是表现在复杂的国际贸易形势，特别是中美贸易摩擦；二是国内经济发展出现重大变化，出口呈现负增长。目前，纺织行业已连续4年低速增长，2018年规模以上企业主营业务收入增长2.9%，利润增长8.02%。

他认为，低速增长代表了工业、制造业下一步的发展趋势，符合市场发展规律，这也使得产业升级和结构调整进一步加快。

高勇对陕西纺织的发展提出了几点建议：陕西纺织集中了大量的纺织服装人才，底蕴深厚，要抓住行业结构调整向中西部转移的机遇，创造条件承接东部产业转移，充分发挥陕西纺织在棉纺、服装、毛纺、民族服饰、科研、人才等方面的优势，突破体制机制束缚，以纺织行业新定位“科技、时尚、绿色”中的“时尚”为抓手，以服装设计制造为龙头，培育组建产业集群，吸引东部产能，并积极与各地政府合作对接，做好产业转移相关工作。他提出，纺织同仁必须要有信心，有发展思路，共同努力，做大做强陕西纺织。

总结过往 展望未来发展蓝图

田福海代表陕西省纺织行业协会总结2018年协会工作，提出2019年协会工作规划。2018年全省纺织工业总产值增速为9.9%，主营业务收入371.5亿元，实现利润31.6亿元；主要产品的产量为：化学纤维14218万吨，纱39.41万吨，布76716万米，服装3745.4万件。

2018年，陕西省纺织行业协会开展了5大重点工作：一是举办“改革开放40周年陕西纺织行业优秀企业、优秀企业家、优秀成长型企业和优秀员工”推选评比活动；二是举办2018年省纺织行业职业技能大赛；三是充分发挥各专业委员会的作用，并对陕西省棉纺织企业16个工种的技术标准进行修订；四是针对行业实际及时召开会长办公扩大会，加强行业交流，组建创新联盟；五是全方位做好服务，建立全国纺织人才陕西交流培训基地。

2019年，陕西省纺织行业协会提出了新的重点工作：一是充分发挥“全国纺织人才

陕西交流培训基地”的作用，搞好人才的引进、开发和培养；二是进一步落实好“陕西纺织创新战略联盟”工作；三是联合西安工程大学和中国毛纺织行业协会举办一次国际性毛纺会议；四是争取承接一次全国纺织服装行业的技术比武；五是争取主办2019年全国纺织服装产业区域合作发展大会。

为表彰2018年度陕西省纺织行业先进集体和先进个人，表彰2018年陕西省棉纺织行业技术比武先进集体和先进个人，会议授予西安纺织集团有限责任公司等14家单位“陕西省纺织行业经济效益先进企业”称号；授予西安工程大学等20家单位“陕西省纺织行业科技创新先进单位”称号；授予陕西天王集团有限公司等9家单位“陕西省纺织行业和谐企业先进集体”称号；授予际华3513实业有限公司执行董事、党委书记高凌云等35名管理者“陕西省纺织行业先进管理者”称号；授予雅兰纺织集团翁志燕等32名员工“陕西省纺织行业优秀员工”称号。

建言献策 共推行业健康发展

在随后进行的主题发言阶段，际华3513实业有限公司党委书记高凌云、陕西美神服装有限公司总经理李慧玲、陕西长达纺织有限公司总经理陈红社作为先进集体代表，宝鸡九州纺织有限公司党委书记、董事长刘利侠，西安纺织集团有限公司挡车工汪丽丽作为先进个人代表介绍了所在企业的基本情况、特色产品及近年来企业在产品研发、经营管理、人才建设、战略规划等方面的突破和成功经验。

西安工程大学继续教育学院院长马保科介绍了全国纺织人才陕西交流培训基地的工作设想。陕西华泰龙置业有限公司副总经理姚铭华介绍了中国岐山轻工服装商贸产业园情况。

会议还举行了“全国纺织人才陕西交流培训基地”揭牌仪式。

站在新时代，踏上新征程，陕西纺织人的初心、决心、信心从未改变；加快转型升级、技术进步、技术创新的步伐、志向、目标始终如一，本次会议的圆满召开必将为陕西纺织行业提供更广阔的发展空间。



CHIC 2019
MARCH
EDITION

中国国际
服装服饰博览会

3/12-14
2019

China International
Fashion Fair

www.chiconline.com.cn

国家会展中心[上海]
National Exhibition and
Convention Center [Shanghai]



官方微信公众号

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

Sponsors/
China National Garment Association
China World Trade Center Co.,Ltd.
The Sub-council of Textile Industry,CCPIT

CHIC 2019

中国纺织工业联合会

2019 春季大调研

纺织服装周刊、中国纺织 联合报道

聆听企业心声 把脉行业发展

中国纺织工业联合会开启 2019 春季大调研 (一)

本刊记者 _ 徐长杰 葛江霞 郝杰 通讯员 _ 白丽敏 高华斌 易芳 文 / 摄

2019 年是新中国成立 70 周年、决胜全面建成小康社会的关键之年，行业将继续以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实中央经济工作会议精神。在这重要一年的开局时刻，中国纺织工业联合会启动 2019 年春季大调研。从 2 月下旬到 3 月上旬，中纺联领导分别率领 10 个小组深入各地进行行业调研。

本次调研的核心内容是：在“巩固、增强、提升、畅通”的方针下，始终坚持稳中求进的工作总基调，以推进供给侧结构性改革为主线，围绕纺织强国建设、培育创新发展新动能、深化“三品”专项行动等重点工作，着力补短板、抓重点、树标杆，不断推进行业创新能力建设，加强创意设计和品牌建设能力，培育扩大功能性中高端产品供给，深化推进智能制造、绿色发展，加强国际产能合作战略研究，培育先进制造业集群，构建大中小企业协同创新、资源共享、融合发展的产业生态。以“科技、时尚、绿色”的行业新标签，积极推进行业高质量发展。

调研的基本内容包括：2018 年行业运行情况，2019 年开局情况及运行基本态势研判；行业运行中存在的潜在风险和应对措施；行业生产要素成本变化趋势和减税降费的相关政策；推进高质量发展，行业转型升级的举措和政策支持的方向。具体包括“科技创新”、“绿色发展与责任发展”、“融合发展”、“品牌与时尚”、“走出去”、“推进棉花体制改革相关情况”、“先进产能与结构调整”、“产业集群与专业市场”等 8 个专题。记者跟随调研组深入各地，带来了一线最真实的声音。

浙江
调研组组长：
中国纺织工业联合会会长
孙瑞哲

2 月 25 日一早，天还没有一点亮色，由中国纺织工业联合会会长孙瑞哲带队，中国纺织建设规划院院长冯德虎，中国流行色协会会长朱莎，中纺资产管理有限公司总经理赵向东，中国服装协会常务副会长杨金纯，中纺联产业部副主任刘欣、科技发展部副主任王玉萍、生产力促进部副主任董奎勇、行业发展部副主任谢方明，中国纺织信息中心产业经济研究室副主任闫博组成的调研组便已整装待发，这一次的目的地是“红帮裁缝”的发源地，也是中国第一套西服、第一套中山装、第一家西服店的诞生地——宁波。本次调研为期两日，调研组对宁波纺织服装发展情况进行了深入走访。宁波市经信局党组成员、副局长戴云等人陪同调研。

抓住需求，龙头企业各显身手

调研首日，调研组与雅戈尔、申洲、太平鸟、博洋、狮丹努、百慕、牧高笛等十余家宁波纺织服装企业举行了座谈。

戴云首先介绍了 2018 年宁波纺织服装产业的发展情况：2018 年，服装服饰业 501 家规上企业实现增加值 139 亿元（比上年增长 5.2%，下同），完成工业总产值 551 亿元（9.1%）；纺织业 257 家规上企业实现增加值 76.2 亿元（4.4%），完成工业总产值 327.1 亿元（9.4%）；化纤业 61 家规上企业实现增加值 13.5 亿元（-5.7%），完成工业总产值 149 亿元（0.3%）。

同时，宁波纺织服装产业呈现出以下发展趋势和特点：产业集群初具规模，品种不断丰富；智能化改造、个性化定制已成行业常态；新的纺织服装平台不断涌现；结构趋向优化、布局走向国际化。他表示，未来，围绕打造千亿级产业集群目标，宁波还将对纺织服装产业发展出台和落实一系列举措，如编制产业集群专项规划，提升企业能力水平，培育产业公共服务平台，提升产品品质等。

会上，雅戈尔负责人介绍了企业对销售、制造和纺织板块的重新划分，同时也谈到了雅戈尔“触网”之后，虽然“线上”增速缓慢，但却为线下强势引流。同时，雅戈尔在发展过程中也发现，一些时尚度较弱的传统品牌发展得愈加艰难，一些符合高端消费需求的品牌非常有生命力。

博洋分享了集团通过不断构建使年轻员工的潜能不断得到释放的机制，使得品牌不断裂变，进一步细化，目前，博洋旗下拥有自主品牌 30 余个，创业团队百余个，零售终端 1000 多家。2018 年，控股集团实现销售总额 187 亿元，同比增长 11%，其



以新担当、新作为 谱写宁波纺织服装产业新篇章

中电商销售额达 49 亿元，同比增长 40%。

太平鸟近年来则得益于“TOC 快反”，男装版块实现大幅增长，据太平鸟相关负责人介绍，太平鸟 2018 年人均效率为 202 万元/人，男装人效更是达到 460 万元/人。此外，太平鸟近年来通过多渠道合作方式，先后与可口可乐、美国宇航等进行跨界联名款合作，也得到了良好成效。

斐戈则是通过厂房改造，以“专业、共享、赋能、共赢”的理念，联合国内外高端智库、知名高校、科研院所、金融机构、投资基金共同打造宁波纺织服装产业新高地——“云裳谷”纺织服装平台。

申洲国际依然坚持主业，着力提升技术创新、人才建设，加大科研投入，加强与高校合作从而实现稳健提升，创新发展。

解决痛点，共谋产业未来发展之路

座谈会期间，与会企业与调研组就当下所遇到的困难及相关建议进行了深入交流：

在新零售市场模式下，电商平台不断涌现，一些电商平台的不正当竞争或违规操作，导致很多服装品牌在“线上线下”无法实现公平竞争；

在一些政府补贴扶持和评审方面，由于没有与纺织服装业相适应的文件，导致纺服企业很难参与其中，无法获得相关补贴和奖励；

也有企业表示，随着成品采购的成本持续上涨、员工薪酬不断上涨，企业总体税负过大。

此外，一些企业呼吁，纺织服装产业作为宁波的一张城市名片，却没有一项系统性文件为产业发展作支撑，希望政府可以借鉴其他省市的产业政策，优化本土纺织服装产业理念，能够以更加远大和可持续的眼光来定义和规划宁波纺织服装产业。

听完企业的发言后，孙瑞哲表示，大环境有很多不确定性，我们需要适应环境、改变自己，改变社会对纺织服装行业的认知。同时他还向与会的企业代表抛出一个问题：纺织服装行业的未来在哪里？

孙瑞哲认为要从以下三点入手解答这一问题：首先是**中国纺织工业的新定位：科技、时尚、绿色。**

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、绿色应该成为行业的标签和符号，成为社会对行业的新认知；

第二是行业可持续发展的核心驱动力。行业发展要育人、用人、树人。建立立体化的人才体系，履行好社会责任，培育和树立包括产业工人、企业家、科学家、设计师在内的行业发展所需的各类人才。

第三是行业的生产力布局：集群、集约和跨界。集群式发展是纺织行业发展的重要经验，也是获得持久生命力的重要途径；集约式发展，则是要集中力量办大事，更高层次、更高效率将行业比较优势建立起来；跨界式发展，就是要用外部的技术、资源与产业融合，这将是

深入一线，为企业提振士气

26 日，调研组先后走进牧高笛户外用品有限公司、太平鸟集团有限公司、雅戈尔集团股份有限公司、博洋集团宁波舒普机电股份有限公司调研。

在牧高笛董事长陆耿华的陪同下，调研组一行参观了牧高笛实体店店面，陆耿华表示，牧高笛品牌在满足户外出行专业需求的同时，积极结合时尚潮流元素，为追求户外体验及生活方式的族群提供了更广泛的选择。

随后，调研组一行在太平鸟集团有限公司副总经理胡文萍的陪同下，来到了位于宁波时尚商圈的太平鸟品牌店面，看到店面时尚、活泼的陈列，孙瑞哲表示，太平鸟能够抓住青年消费群体的特性，这一点做得非常好。在看到太平鸟与跨界品牌推出了联名款服饰时，孙瑞哲详细询问了市场情况，店员表示，联名款非常受欢迎，返单率很高，是太平鸟近两年来非常成功的营销案例。

在雅戈尔集团常务副总经理胡纲高的带领下，调研组参观了雅戈尔西服智能工厂数据运营中心，在这里，整个生产车间情况均在一个大屏幕上显现出来，数据精细到每条生产线当前的生产数量，甚至出勤、当天产量、返工率以及人均产量。而在另一块小屏幕上，以中国地图为背景的雅戈尔全国店铺分布一目了然，屏幕上时不时地弹出各店铺的销量和金额，实时地呈现全国各店铺

的销售情况，智能化程度受到连连称赞。

随后，调研组一行又来到了博洋家纺公司新址（前洋 26 创业园）进行调研。博洋控股集团董事长戎巨川、集团党委副书记张英、服饰集团董事长吴惠君、家纺集团董事长蒋武吉、博洋家纺总经理何平波等全程陪同调研。

调研组一行首先来到博洋家纺总部花园店，对店内所呈现的博洋家纺当季最新产品与服务标准，以及通过门店形象传递出来的轻奢品牌定位表示称赞；在博洋家纺全新的现代化高效办公环境中，孙瑞哲对博洋家纺未来发展寄予美好祝愿。此外，调研组还对博洋家纺集团检测中心的专项设施及工序进行了互动交流，并对博洋家纺在产品品质把关上的严谨负责态度给予了充分肯定。

在参观后的交流座谈会上，通过专人的品牌介绍与互动讨论，调研组一行对博洋家纺集团近年来的版块多元化、渠道精细化、提升跨越性等发展特色进行了更加深入的了解，并对当下家纺消费者的生活理念以及消费习惯进行了讨论。

当天的最后一站是舒普机电，在舒普机电董事长罗千、营销总监刘国敬的带领下，调研组参观了舒普机电公司。

记者了解到，该公司非常注重企业研发机构和经营管理团队建设以及人才引进和内部培养，聘请了多名资深工程师，成立了专业的研发中心、培训中心、信息加工和检测中心，自主研发出具有世界先进水平的高科技产品，并获得 185 项国家专利，目前公司已成为行业内为企业提供缝制项目解决方案的领导者。

宁波纺织服装产业历经改革开放 40 年，又与共和国共同走过了 70 年，如今宁波纺织服装产业在保留传统“红帮裁缝”技艺的基础上，推陈出新，吸纳、融入了智能制造、艺术设计、文化创意和现代时尚元素，成为享誉行业的佼佼者。

在不断演变的新形势下，宁波纺织服装产业的路径也亟须重构。此次中纺联调研，对宁波纺织服装产业在既有的传统优势下实现高质量发展，继续在行业中起到引领作用给予殷切希望，极大地提振了宁波纺织服装产业发展的信心。



组长：
中国纺织工业联合会副会长
夏令敏



西南纺织业或迎新一轮发展高潮

2月20～23日，由中国纺织工业联合会副会长夏令敏带队，中纺联副秘书长杨峻、李进才一行5人对四川省纺织服装产业的发展情况进行了调研。四川省经信厅及当地市、区的相关领导一起进行了调研。

打造国际时尚之都，提升产业时尚价值

2月20日下午，调研组走访了雷迪波尔服饰股份有限公司、四川祥和鸟服饰有限公司。雷迪波尔公司副总裁卢山向调研组介绍了公司近年来在重新规划品牌布局，发展多渠道联动销售，推动商业模式创新，减少流通环节费用，适应健康化、理性化消费理念等方面所做的工作。2018年，雷迪波尔电商实现销售额近4000万元，增幅较大，今后将继续加大电商销售力度。夏令敏强调要深入研究电商模式，不仅要创新产品，也要创新营销方式。

在四川祥和鸟服饰有限公司，调研组详细询问了用工、产品标准、面料供应情况。该公司正月初八开工，返工率达80%，订单一直很满。调研组详细询问了产品招标、检测等情况，并鼓励祥和鸟在医护服板块要下大力气做大做强，不断转型升级。

在彭州家纺服装产业园区，调研组参观了龙洋集团总部大楼和成都今时秀服饰有限公司。四川省家用纺织品行业协会会长、龙洋集团总裁马斌向调研组介绍了龙洋城园区建设、发展和企业入驻情况，并着重汇报了园区制定的“直定游周”发展规划。

在今时秀公司，调研组参观了公司的设计部、样板车间和展厅，并详细询问了企业生产、销售和用工等情况，对今时秀公司“一生只做一件大衣”的工匠精神予以高度评价。

座谈会中，调研组了解到，近年来成都市政府对时尚产业、彭州家纺服装产业高度重视，提出了“高位切入”的发展思路。成都市委成立了时尚产业领导小组，并拟建立时尚产业功能区。成都时尚产业未来将在中心城区建时尚产业总部功能区，依托周边区县产业园，培育高端制造基地，发展工业旅游，举办国际性活动，走国际化线路。彭州将成为成都时尚产业功能区的重要一极。

夏令敏表示，成都地区园区基础设施建设条件好，变化大，企业入驻理想，新年企业开工率高，特别在当前国际经济形势多变的情况下，更让大家对2019年纺织产业的发展信心倍增。他充分肯定了成都市政府对时尚产业提出的新规划，并对彭州家纺服装产业发展提出了新见解：一是成都是西部地区的中心城市，是西部时尚之都，四川又是人口大省，纺织产业既有需求又有基础，要坚持做好时尚产业和传统产业的结合，做精、做好品质和品牌，让更多成都本土的优质时尚产品服务于老百姓；二是要关注新渠道、新营销和新流通模式的作用，企业要搭建销售平台，营销模式与电子商务观念必须适应新的形势，充分重视网红、直播等新的营销方式。

夏令敏表示，中纺联将在成都家纺服装产业园区政策研究、品牌打造、活动开展等一系列高质量发展方面提供全力支持。

聚焦千亿产业集群，实现跨越式发展

2月21日，调研组走访了屏山县浙川纺织产业扶贫协作示范园、石盘纺织工业园及宜宾天之华纺织科技有限公司、宜宾雅士德纺织有限公司、宜宾恒丰丽雅纺织科技有限公司、宜宾帛洋纺织科技有限公司，并赴南溪区参观了中国西部轻纺科技产业园，召开了座谈会。

调研组详细了解了宜宾市纺织产业发展现状、千亿纺织产业发展规划布局、下一步的工作思路，以及南溪区的发展历程、主导产业定位及在千亿纺织产业集群中的组成。

夏令敏就轻纺产业的未来发展进行了分析，指出我国轻纺产业具有良好优势和发展前景，认为南溪在当前发展轻纺产业、助力宜宾市形成千亿纺织产业规模方面，具有重要的现实意义和很强的操作性。他还就政府政策引导、产业配套条件、信息技术在产业发展中的作用以及产业扶贫等做了深入分析，并表示中纺联将与宜宾市建立密切联系，共同推动纺织产业的转型升级和结构优化。

提档升级，铸就丝纺服装产业新高地

2月22日下午和23日上午，调研组实地调研了南充高坪都京丝纺服装工业园区、嘉陵工业集中区丝纺服装产业园，走访了南充富安娜公司、南充嘉美印染公司、南充六合集团、四川依格尔公司、四川顺成纺织公司等。

调研组参观了依格尔建设的中国绸都丝绸博物馆和公司产品展示厅。依格尔的丝绸面料主要供应富安娜、罗莱等家纺品牌。2018年，公司在省内率先开展了工业旅游，年接待游客10万余人。夏令敏建议，企业做大做强工业旅游板块的同时，也要结合产品销售地的情况打出自主品牌，满足不同区域消费者的需求。

嘉美印染是南充市最大的印染企业，公司正在工业园建成集纺纱、织布、印染出口配套一条龙，集中供热、集中废水处理、集中排污的循环经济的集团企业。夏令敏鼓励公司积极争取政府相关技改补贴资金，提高产品档次，进一步提高产品附加值，开辟更大市场。

交流中，调研组肯定了南充丝纺服装产业近年来取得的成绩，并希望南充市继续加大丝纺服装产业培育力度，认真落实国家相关支持政策，积极支持丝纺服装企业做大做强；要推进企业转型升级，认真研究市场需求，加强新产品的开发和品牌培育，提高南充丝绸产品的市场竞争力和知名度；加强南充丝绸旅游文化开发，挖掘南充丝绸传统文化，推进工业旅游发展，以六合丝绸文化、依格尔“中国绸都博物馆”、顺成纺织蜀绘博物馆等为依托，促进丝绸旅游的大发展。

绿地控股集团股份有限公司是上海市属特大型国有控股混合所有制企业，2月22日晚，调研组实地走访绿地控股集团西南总部南充公司，与公司总经理赵飞翔就四川遂宁锦华纺织厂项目进行了深入交流，并就中纺联参与该项目合作开发等事宜达成共识。

组长：
中国纺织工业联合会副会长
李陵申



科技创新赋能传统纺织

2月25～27日，由中国纺织工业联合会副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申带队，中纺联副秘书长、科技发展部主任彭燕丽，中国纺织工程学会常务副理事长伏广伟，中国印染行业协会会长陈志华等组成的调研组就“科技创新、绿色发展及责任发展、智能制造赋能纺织行业”等主题对广东深圳、中山地区进行了调研走访。广东省纺织工程学会副理事长陈茜微等陪同调研。

深圳：科技、智能创新满足高端生活消费

25日，调研组实地走访了全棉时代工业园店、Winner展厅，并与稳健医疗董事长李建全及深圳市纺织行业协会相关人员进行座谈。

稳健医疗产品涉及婴童服装服饰、婴童用品、成人服装服饰、女性护理、孕产用品、家居用品、旅游户外和医疗护理八大产品系列。李建全分享了公司转型发展的成功经验。李陵申对稳健医疗转型发展所取得的丰硕成果给予了高度评价，强调稳健医疗的创新发展路径为行业企业提质增效和转型升级树立了标杆。

李陵申还结合稳健医疗的企业特点，从公司战略选择、科技创新、企业可持续发展、新形势下企业面临的问题与参会人员进行了深入交流。

深圳市纺织行业协会会长刘士杰分享了协会发展经验和成果，探讨了深圳纺织行业面临的问题。尤其是结合深圳地区春节前后返工情况的相关统计数据，分析了春节后返工存在的问题，并对深圳地区2019年纺织服装企业用工形势进行了分析和预判。

26日上午，调研组走访了钛深科技（深圳）有限公司。钛深科技联合创始人、CEO汪晓阳对公司发展历程、主营业务、核心技术、主要产品、主要应用市场等情况进行了介绍。公司团队拥有全球首创的柔性离子触觉传感专利技术（Flexible IonTronic Sensing），可开发以高灵敏度、高分辨率、高柔韧性以及多维力以参数测量为特征的下一代仿生触觉传感技术，并提供世界上最灵敏和最柔性的人机感应及交互界面，可广泛应用于医疗健康、机器人、可穿戴监测、物联网及智能汽车等领域。公司通过第四代柔性离子触觉传感技术，解决了目前仿生触觉系统灵敏度及空间解析度低、结构复杂（工艺难度大）、材料的稳定性差及成本高等问题，是迄今为止灵敏度最高和抗噪性能最强的触觉传感芯片。



中山：瞄准世界级产业集群，推进印染智能化生产

26日下午，调研组一行赶赴中山，与中山市纺织企业、集群及当地行业协会有关人员进行了座谈。

座谈会上，与会人员提到了产品附加值不高、利润率不大、科技化程度不高、人员流动性大、招工难等问题。其中，中山通伟服装有限公司董事长邝活源介绍到，2018年沙溪服装行业实现增长28%，他很好看纺织服装业，并表示未来要做强行业，除了企业自身努力，还需要政府给予更好的政策支持。中山尚博服装有限公司总经理秦红星表示，随着销售渠道的快速发展和变化，创造一个品牌很容易，做好一个生产型企业很难，今后生产型企业一定会有产品可做，但如何值得思考。

李陵申对纺织行业高质量发展、强基工程建设、三品战略、自主创新、军民融合等情况进行了介绍。他指出，制造业的高质量发展离不开打造世界级的产业集群，针对中山市纺织服装的发展特点，中山市要结合当地产业集群先发优势科学规划，做足顶层设计，打造区域品牌。他希望中山“牛仔”、“休闲服”、“男士内衣”等产业集群要努力发展成为世界级的产业集群，而要实现这些目标，就要不断加强自身的创新程度，加大研发投入力度。同时，企业还要不断反思，要更多地发扬劳模精神、企业家精神、工匠精神。

27日，调研组走访了恒天立信中山工业园、中山国泰染整有限公司、中山市隆昌织染有限公司等企业。

调研组首先参观了立信染整、门富士、高乐中山产业园，并就智能制造、建立国家创新中心等话题进行了交流。恒天立信首席执行官及执行董事冀新、中国区营业董事王清泉、CEO助理黄俊华参加了会谈。

陈志华谈到，作为行业当之无愧的领军品牌，近年来，恒天立信由单机制造向智能制造系统服务转型，如今雏形已经初步显现。印染智能化不仅可以使企业生产水平更加稳定，管理进一步提升，而且大数据应用能力的提升还可以使企业的生产效率得到进一步提高。他进一步谈到，因为影响因素太多，在整个纺织行业里，印染的智能化实现是最难的，但是越是难做的事情越要坚持，一旦完成，对行业的推动作用将是巨大的。

与会代表就企业用工、如何看待未来市场、污水处理等问题交换了看法。国泰染整公司董事长蔡国强表示，企业目前的返工率达99%。在2019年市场预判方面，公司派出一些人员对美国市场进行了专门调研，反馈回来的信息是美国客户依然看好国内市场，认为把订单放在中国比较放心。

李陵申指出，国泰在纺织行业“科技、时尚、绿色”三大新定位方面做出了自己的成绩。首先科技方面，国泰每年用于科技研发的投入很多；时尚方面，公司本身就做针织产品，体现了时尚性；绿色方面，国泰不仅现场生产环境整洁、污水治理实现了绿色，而且还在回馈社会方面承担了社会责任。



山东调研组
组长：
中国纺织工业联合会副会长
端小平



加强联动，携手推进行业新发展

2月20～22日，由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带队，中国棉纺织行业协会会长朱北娜、中国化学纤维工业协会秘书长关晓端、中国棉纺织行业协会秘书长李杰、山东省纺织服装行业协会副会长陈升一行，对威海光威复合材料股份有限公司、烟台泰和新材料股份有限公司、淄博银仕来控股有限公司、鲁泰纺织股份有限公司、德州恒丰集团进行了调研走访。

科技创新助企业焕发活力

调研的首站是威海光威复合材料股份有限公司。端小平一行实地参观了拓展纤维、通用新材料、能源新材料、复合材料、精密机械五大生产板块，详细了解光威复材的碳纤维产业布局，对公司的全产业链生产能力和装备自主保障能力给予高度评价，充分肯定了光威复材“五大板块、两个平台、一个产业园”的“521”发展战略。

光威复材总经理卢钊钧、常务副总经理王文义就高性能纤维特别是碳纤维未来技术、应用和市场趋势等方面的看法与调研组进行了充分交流。

端小平指出，碳纤维是国家战略新兴产业，光威复材深耕国产碳纤维多年，取得了优异成绩，为国防军工和整个行业的发展做出了贡献，希望公司保持技术领先优势，助推国产碳纤维更好地发展。

烟台泰和新材料股份有限公司是科技创新的主力军之一。调研中，端小平一行对泰和新材在高性能纤维领域取得的成绩予以充分肯定，并表示泰和新材是我国高性能纤维行业科技创新示范带动企业，希望在今后的发展中继续发挥带动作用，为促进国产化材料替代、行业的健康发展发挥积极作用。高性能纤维产业发展到今天已经具备一定的行业基础，今后要转变理念，以广种博收的方式推动行业发展。

端小平强调，当前正是一个催人奋进的伟大时代，也是一个需要转型升级的变革时代，希望泰和新材继续以科技创新为抓手，加快新旧动能转换步伐，推动企业向更好、更高质量的方向发展。

推进棉花体制改革

棉花问题一直制约着纺织企业的发展。调研组在与淄博银仕来控股有限公司和鲁泰纺织股份有限公司相关负责人交流时，就企业对棉花体制改革的推进以及成效进行了沟通交流，并听取了企业提出的相关反馈和建议。

鲁泰纺织股份有限公司董事长刘子斌对棉花配额以及加工贸易配额等焦点问题提出了相关建议，基于目前很多企业受棉花配额问题的影响比较大，建议公平和效率兼顾，以实现长期发展。

端小平表示，关于棉花配额问题的建议，行业协会一定会全力以赴

进行沟通反映，推进问题解决。他同时提出建议：在今后的生产中可以适当使用化学纤维，也可以相应降低经济发展和政策影响的风险；在市场营销推广方面，尝试与网络数据平台合作，通过大数据实现更为细致、个性化的产品定向推送。

端小平最后强调，鲁泰的发展对棉纺、化纤行业有很多启发，值得借鉴推广。

朱北娜对配额问题进行了相关了解，详细分析了配额相关政策的细节变化和可能带来的影响，并就具体问题的应对与企业进行交流探讨。

提质增效，加快企业发展

面对新的市场形势，企业需要顺势而为，求新求变。“鲁泰集团为真正实现转型升级，强化了工业设计体系的建设，实现了工业设计与创新研发的结合。”鲁泰纺织股份有限公司副总经理张建祥表示，鲁泰在原始营销体系的基础上建立了大客户和战略客户的设计开发，从2005年到现在走过了十几年的历程，对于劳动密集型企业如何实现创新，鲁泰积累了丰富的经验。

端小平对鲁泰的良好口碑给予了充分肯定，鲁泰是做精品的大企业，从企业规模到产品细分差异化实现了最优平衡，他同时对鲁泰一直以来对行业及协会工作的支持表示了感谢。

德州恒丰集团在去年提出了“二次创业”，提到不仅要做强，还要做得更长久。

端小平一行在德州恒丰集团调研时，集团理事长苏建军提到，管理团队的建设与紧密的合作关系是恒丰发展的重要优势，管理成本的优势为恒丰节省了成本、拓展了行业资源，克服了宏观经济带来的影响，有效助推企业发展。

苏建军表示，集团现在拥有一套独立的质量管理标准，从半成品开始，每一个工序都有标准，客户代表可直接到仓库进行抽检。从行业下游客户的反馈来看，恒丰的产品品质受到广泛肯定。

与此同时，苏建军认为，2019年纺织企业面临的形势较为严峻，恒丰已经做好克服时艰的准备。如恒丰准备建立商学院培育人才，应对纺织人才缺失及断层问题。

端小平对德州恒丰集团运行及出口情况进行了了解，并表示，中美贸易摩擦的长期影响不可忽视，在海外布局需要未雨绸缪。端小平建议，对产业转移及配置可以进行更多考察，按照自己的需求调整步伐，做出新的谋篇布局。

朱北娜对产业链上下游之间加强企业合作提出了建议，希望实现更多有效对接，以满足更多企业的发展需求。

浙江调研组
组长：
中国纺织工业联合会副会长
杨兆华

高质量打造“中国时尚第一镇”

2月24日，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，中纺联品牌工作办公室副主任屈飞，中国家纺协会副秘书长、《家纺时代》杂志总编辑葛江霞，中国家协会市场部副主任郭亮，中纺联品牌工作办公室项目主管刘正源一行，实地考察了濮院国际时装城，并与濮院管委会及濮院时尚中心、浅秋、都彭曼克、爱未陌生、喜歌、圣奈尔、源羊等企业进行了专题座谈。

濮院国际时装城“踏春”

24日一早，杨兆华一行在濮院管委会副主任钱伟国等的陪同下，走进濮院国际时装城5层，杨兆华一路走一路详细询问，了解门店2019年新春开业情况，展厅内，有的店家忙着将新进的服装摆上展架，有的忙着将一件件春装打包，发往上海、深圳等地，一派繁忙景象。据了解，这个占地7万平方米的时尚大厦，已经有500多家门店入驻，2018年的交易额超过120亿元，同比增长逾30%。2019年，服装节后又喜迎开门红，大家对2019年的发展都非常看好。

杨兆华非常惊讶于短短几年间时尚化给濮院毛衫带来的巨大变化，濮院产品开始从“单一类”毛衫向“全品类”服饰转变，从单季产品向四季产品转变。在充分肯定了濮院国际服装城的运营模式及发展思路后，杨兆华希望时装城在数字商城的升级中迈出更大步伐，用精准的大数据思维更好地管理商城，服务商户和采购商。

毛衫时尚产业集群“座谈”

24日下午，在濮院管委会901会议室，杨兆华一行与濮院管委会及企业代表就区域品牌建设、制造品牌培育、智慧商城、绿色市场建设方面面临的困难，产品创新和商业渠道发展趋势，以及品牌与时尚设计和文化创意的融合情况等问题进行了深入交流。

濮院镇党委书记、管委会主任苏伟明，濮院镇党委副书记、镇长沈其芳等领导及主要负责人参加了座谈。座谈会由中纺联品牌工作办公室副主任屈飞主持。

座谈中，苏伟明向杨兆华一行介绍了濮院毛衫产业集群发展情况，分析了毛衫产业高质量发展面临的形势和挑战，汇报了2019年主要工作思路。濮院毛衫产业起步较早，始于上世纪70年代，经过40多年的发展，目前已成为桐乡市优势主导产业。2018年，濮院镇实现工业总产值264亿元，全年实缴税收10.8亿元。濮院针织产业园区内共有毛衫企业1426家，年产销毛衫近7亿件，形成了纺纱、编织、染整、辅料生产、机械制造、检验检测、科技创意、文创服务、物流配送等一体的完整产业链体系，已成为目前国内产业集聚度最高、产业链最紧密、配套设施最完备的毛针织产业集群。

近年来，濮院围绕“高质量打造中国时尚第一镇”和“建设世界级针织时尚产业集群”两大目标，以“专业化、数字化、时尚化、国际化”的发展路径，推动了产业升级、市场引领和品牌提升。2019年，提升平台能量级、发展数字经济、加快市场提档、实施品牌战略、培育新兴业态已经成为濮院产业发展的主攻方向。



良性交流，助濮院擦亮金字招牌

座谈中，毛衫企业代表分享了专业化、数字化、时尚化、国际化的发展心得，对自身发展中遇到的问题进行了交流。

圣奈尔走过23年针织发展历程，从为一、二线品牌贴牌，到发力打造自有品牌，正在提档转型期，对品牌运营人才非常渴求。

从四川迁移到濮院的喜歌增长迅猛，目前已经拥有1000多家店铺，2019年计划投入4000多万元，新建一个更时尚的女装潮牌，再新开160多家店。喜歌还准备去纽约时装周走秀，按照国际化标准来打造品牌，让喜歌更加国际化。

浅秋服饰经过20年发展，坚持自主品牌运营，坚持做有特色的产品，从单一的毛衫延伸至全品类，已经成为一家非常有特色的本土品牌。2019年，浅秋积极关注新材料新技术，已经在着手实施智能仓储和数字管理。

浙江省毛衫协会立足濮院，有600多家会员。与会代表就生产、设计、营销、新零售、新金融、客户管理等环节的数字化发展进行了交流，同时就以文创引领时尚，品牌化提升产品附加值，绿色产业的发展，市场、渠道、跨境贸易的国际化发展提出了建议。

源羊已经是二代接班，思路活跃，非常看好线上发展机会，但苦于线上打样多、下单少，有返单时又难以满足客户大批量快速供货的需求。杨兆华建议加大科技投入，提高快反能力。他勉励企业越是困难时，越要改变自己的生产方式，提高全员生产效率，靠效率要效益。

新品牌爱未陌生发力科技效率，引入30多台岛津一体机设备，目前的困惑是缺乏高科技人才，有好设备却并未发挥作用。杨兆华鼓励他们主动去岛津培训，提升人员的专业技能。

都彭曼克是濮院模式的代表，拥有200多个供应企业，做羊毛衫20多年，以租赁为主，聚集了上千客户。2019年，准备引入网红，进驻抖音，发力线上平台。

作为濮院商圈的新地标，濮院时尚中心自去年正式启用后，已吸引全国160家优质商户入驻。多数商户具备品牌策划、自主研发、原创设计能力，经营范围涵盖全品类服装服饰，发展势头良好。

良好的交流互动，让座谈会的沟通非常深入。杨兆华在总结时表示，濮院已经是一个响亮的区域品牌，未来要进一步擦亮这一铭牌。他表示中纺联品牌办要深入调查研究，帮助濮院对接联合会的资源。

对企业提出的问题和困惑，杨兆华强调这几年消费市场变化很大，企业要做特色，找准自己的客户，聚焦核心产品，进行品牌化发展，加强快速反应能力，提高自身竞争力。他高度肯定了濮院管委会的发展思路，打造数字濮院，做强区域品牌、制造品牌、终端品牌，实现高质量发展，让市场商户更有获得感。

福建
调研组

组长：
中国纺织工业联合会副会长
孙淮滨



做好自己， 把科技、时尚、绿色落到实处

福建泉州是古代“海上丝绸之路”的起点，是我国重要的纺织服装生产基地和出口基地，作为泉州重要的支柱产业，纺织服装产值占据福建省的半壁江山。2月25～28日，由中国纺织工业联合会副会长孙淮滨带领的中纺联2019年春季调研小组来到这里，对产业集群和重点企业进行调研。调研小组成员包括中国纺织经济研究中心主任华珊、中纺联产业部副主任程皓、中纺联产业部副处长董廷尉、中纺联产业研究院分析师陈小倩。

在四天的时间里，调研小组相继走访了晋江佳龙机械有限公司、三六一度（中国）有限公司、福建百宏聚纤科技实业有限公司、福建龙峰、华景体育、九牧王、特步、必维检测公司、福建凤竹科技股份有限公司、泉州海天集团、福建省百川资源科技股份有限公司等十余家企业，并在泉州经开区管委会召开重点企业座谈会，详细了解企业目前的生产经营情况、转型升级中的亮点、遇到的困难及相关建议。

平稳发展背后的秘籍

在调研中，记者了解到，多年来泉州纺织服装产业运行平稳，没有出现大起大落现象，2018年纺织服装出口实现了两位数增长。这源于行业发展四大优势，一是拥有完整的产业链，无论是纺纱、织造、染整，还是成衣、辅料生产都有专业配套厂家。二是产业形成规模化，产值和出口约占福建省一半。三是有一批全国知名的品牌，如安踏、特步、361度、七匹狼、九牧王、百宏等。四是产业集群化，产业主要集中在晋江、石狮、泉州经济技术开发区，县域经济蓬勃发展。

在经济下行压力加大的形势下，泉州纺织服装业多年保持平稳发展还有一个重要原因：走出去，较早地实现了国际产能合作。

据福建省纺织服装出口基地商会会长陈苍松介绍，多年前，不少泉州企业就去柬埔寨、孟加拉、印度、斯里兰卡、越南等国家投资办厂，一方面规避了贸易摩擦的风险，从国际市场获得了低廉的纺织原料，另一方面也带动了泉州本地纺织面料料的出口。有企业把在海外获得的利润用于国内生产基地转型，反哺国内产业升级。

国内国外相互促进，避免了外部形势变化导致的生产经营大幅波动。泉州人还时刻关注国内外政治形势变化，如中东贸易风险提升，泉州企业便及时转向菲律宾，做转口贸易。随着周边省份“腾笼换鸟”政策、严格环保政策的实施，泉州又得到了发展机遇，由于环保做得早、规范性强，泉州借机承接了转移企业。

今年以来，泉州企业在政府“早开工、开满工”政策的鼓励下，截至正月

十五，开工率已经达到95%以上，这在往年是没有的现象。企业订单充足，特别是得益于广东关闭了一批染整厂的行动，大量订单转到泉州，一个企业做不过来，几家企业联合接单。

面对难题，关键是做好自己

调研走访中，企业普遍反映最大的问题是缺工和融资难问题。不少企业的门口挂出长期招工的招牌，有的在厂区门外摆着桌椅，有专人负责现场招工。一些企业开工早并非订单很饱满，而是担心员工流失。

应对人工成本上涨、招工难问题，企业在智能化设备改造的同时，也在从情感留人上下工夫，为员工提供各种便利。361度的负责人就提出，政府在转变服务方式，为企业提供保姆式服务，企业也要对员工提供保姆式服务。

走进九牧王生产基地，调研组成员对这座花园式工厂赞叹不已，生产车间干净得一尘不染，根本听不到嘈杂声。管理层坚持尊重员工、关心员工、提升员工、职业规划的宗旨，让员工有再教育的机会，很多员工因此有了大中专文凭。

融资难是每个企业都提出的共性问题。应对人力、环保等各项成本上涨，需要对设备进行改造升级，这都需要资金，可是钱从哪里来？

近年来，国家领导人多次表态要支持民营企业发展，缓解中小企业融资难融资贵问题，国家相关部门也出台了一些政策措施，然而泉州当地纺企融资难融资贵问题依然突出。福建龙峰纺织科技实业有限公司董事长施天扶说，公司上下游企业都面临融资难题，“银行基本都是在收贷款，见不到放贷，这让企业很头疼。”

陈苍松说得更直接，“泉州银行推出了还息贷业务，还息不用还本，继续贷款，但企业并没有享受到，企业融资难问题依然没有缓解。如今海外市场逐渐回暖，融资问题得不到解决，将会直接影响企业接单。”

还有企业家反映员工跳槽给企业带来困惑，公司某关键技术岗位员工春节后选择离职，带着多年在公司积累的技术跳槽，给公司生产带来困难，面对员工离职，公司束手无策。相反，如果公司主动解雇员工，又会受到《公司法》条款限制，这种状况对公司正常经营不公。

九牧王副总经理徐芳介绍，公司在推进设备智能化、自动化方面下了很大工夫，但目前仅实现了个体单元的自动化，整个流程单元串起来的自动化还没有实现。主要原因是设备厂家的研发还无法满足企业的实际需要，她希望有关方面加快自动缝纫设备的研发，真正满足企业需求。

还有企业对国家棉花政策、产能布局引导等问题提出建议。

调研组一行针对企业提出的问题都给予了回应。孙淮滨在讲话中风趣地说，“企业生产经营中虽然面临各种困难，但困难年年有，日子照样过。”中小企业融资难问题长期存在，中纺联也不断通过各种渠道进行呼吁。中纺联还发布了《纺织行业产融结合三年行动计划》，促进纺织行业与资本市场的融合，并与商业银行沟通，为企业融资提供便利。

每到一处，孙淮滨都反复强调，在有些人眼里，纺织行业被认为是低端、劳动密集型的产业。实际上，现在行业已经发生很大变化，科技成分越来越多，从制造、管理、产品等方面都在向智能化迈进。纺织行业是创造美的行业，随着人民对美好生活的新期待，纺织产品更加时尚化。同时，绿色发展也成为行业可持续发展的主基调。科技、时尚、绿色已经成为行业新形象、新定位。现在企业遇到的一些问题一方面需要各方不断呼吁，另一方面需要企业做好自己，让自己具有核心竞争力，在产品、生产、销售等各个环节体现出科技、时尚、绿色的属性，给社会一个崭新的形象。TA

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

周刊+



微信 扫描平台



花椒直播



今日头条
你关心的 就是头条



一点资讯



天天快报



新浪看点
看新闻 找观点

· 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：李江敏 010-85872630

广告热线：万晗 010-85872646

发行热线：章简 010-85872699





柯桥中国轻纺城 专版



“围绕一个目标，实施三大行动，抓好五项重点工作”是2019年中国轻纺城的总体发展思路和主要工作任务。

使命在肩， 打造新时期“国际纺织之都”

中国轻纺城建设管理委员会干部大会明确 2019 年工作思路

本刊记者 _ 郭莹颖 文 / 摄

2月21日，2019绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会（以下简称“中国轻纺城建管委”）干部大会在柯桥创意大厦召开。委机关及直属企业全体干部职工，派驻机构主要负责人，中国轻纺城市场开发经营集团公司、浙江中国轻纺城集团股份有限公司中层以上干部，受表彰的先进单位代表及个人参加会议。柯桥区委常委钱勇军在会上作重要讲话。

2018 六大亮点 交出满意答卷

2018年既是全面贯彻党的十九大精神的开局之年，也是实施中国轻纺城转型升级三年行动方案的开局之年；既是改革开放40周年，同时也是中国轻纺城成立30周年。这一年，面对严峻复杂的国内外经济形势，中国轻纺城建管委积极应对各种困难和挑战，努力寻求中国轻纺城转型升级之路，确保了市场持续繁荣稳定发展。

数据显示，2018年，中国轻纺城市场群实现成交额1808.38亿元，同比增长10.1%，其中面料市场成交额1214亿元，同比增长12.33%；网上实现交易额420.4亿元，同比增长38.4%；联托货运运量587.34万吨，同比增长11.49%；新增市场主体3600家，其中新注册贸易公司1443家；市场外贸出口实绩企业1932家，同比增长5.11%，出口额286.7亿元，同比增长9.37%。

这一年，中国轻纺城建管委牢牢把握“绍兴大城市建设的排头兵、接轨沪杭都市圈的桥头堡”战略定位，推动中国轻纺城国际化、时尚化、智慧化、高端化进程。具体表现为六大亮点：市场主体加速提档升级；专业展会成效日益明显；时尚引领作用有效发挥；市场营销环境不断优化；线上线下融合持续深化；市场党建激发新的活力。

中国轻纺城建管委主任冯华林强调：“在肯定成绩的同时，我们必须清醒地认识到中国轻纺城发展过程中面临的困难和挑战。”在外部竞争方面，中国轻纺城国际竞争力遇到挑战，行业影响力受到挤压；在自身短板方面，中国轻纺城市场配套空间不足，自主创新能力较弱。“2019年，我们要进一步增强忧患意识和责任意识，变压力为动力，加快市场再进化，加快市场走出去，加快高质量发展。”

2019 三大行动 开启全新征程

“围绕一个目标，实施三大行动，抓好五项重点工作”是2019年中国轻纺城的总体发展思路和主要工作任务。坚定不移落实浙江省委主要领导重要批示要求，坚持以“一带一路”统领高水平全面开放，按照“围绕一个目标、实施三大行动、抓好五项重点工作”的“135”工作思路，进一步抢抓机遇、拉高标杆，加快推进中国轻纺城转型升级，推动市场朝着国际化、时尚化、智慧化、高端化的方向发展。力争中国轻纺城市场群成交额增长9%以上，总额达到2000亿元，其中面料市场增长10%以上，总额达到1300亿元。

实施“丝路柯桥·布满全球”行动。一是“一路”“向东”，重点在缅甸、菲律宾等“一带一路”沿线国家举办办展；同时在缅甸、印尼等国家成立中国轻纺城商会，加强柯桥与“一带一路”沿线国家产业合作。二是“一路”“向西”，面向欧美高端市场，重点在美国、意大利等国的知名展会中设立“绍兴柯桥馆”。三是面向国内，重在主要纺织产业集群设立中国轻纺城O2O展厅，开展“丝路柯桥”城市路演等活动。

实施“行业标杆·高端纺城”行动。一是推动市场主体公司化、规模化发展。积极推进市场主体“个转企”、“小升规”，开展行业“百强商户”等评定，对“贸易大户”、“纳税大户”进行激励，鼓励市场主体做强做大。二是实施“市场主体创新创牌”工程。引导、鼓励市场主体建立品牌管理体系、打造自有产品品牌，培养一批在国内外具备突出竞争力的一流品牌和行业标杆，提升市场中时尚、高端纺织产品的比重。三是实施“轻纺城市场经营主体转型升级培训”工程。整合经营户素质提升工程、国家面料馆、网上轻纺城、轻纺城大讲堂等培训资源，力争全年培训市场主体2000人次以上。

实施“共建共融·大轻纺城”行动。一是加强统筹协调。认真履行轻纺城转型升级领导小组办公室职责，通过联席会议、定期通报、专题会商、项目督查等机制，确保《轻纺城转型升级三年行动方案》各项目标任务顺利推进。二是构建联动格局。积极调研涉及产业扶持、人才保障、管理服务等方面的激励政策，细化轻纺城在时尚创意、电子商务、会展经济等领域的具体举措，推动实体市场与新业态、新模式深度融合；同时整合优化五大市场区资源，发挥轻纺城两大集团公司主体作用和属地镇街管理职能，努力构建起市场群协同发展格局。三是紧抓系统谋划。积极谋划轻纺城长远发展战略，设立中国轻纺城发展研究院，对轻纺城阶段性发展课题进行专门研究，提出轻纺城转型升级前瞻性方略。同时，设立轻纺城人大代表联络站，营造集群众之智、共建新时期“国际纺织之都”的良好氛围。



高端视点

柯桥区委常委钱勇军： 强化三种意识 忠实履职尽责



钱勇军

一要强化“争先创优”意识。当前，中国轻纺城的发展正处在一个非常重要的历史关口，承担新时期“国际纺织之都”这一历史使命是我们的光荣，一定要满怀激情地投入这项工作中来，始终保持高涨的工作热情和积极向上的精神状态，争先创优，争创一流市场，力争各项工作继续走在柯桥区前列，力争把轻纺城打造成“世界的轻纺城”。

二要强化“服务担当”意识。建设新时期“国际纺织之都”涉及经济社会各个领域，我们要对企业发展所需担责、为轻纺城创新发展担当，主动服务、靠前服务、精准服务、优质服务，能办的事一定要办，而且要尽力办、尽快办，努力为广大企业经营、市场经营户创造一流的营商环境，以服务激活力，以服务增动能。

三要强化“改革创新”意识。建设新时期“国际纺织之都”不仅是一项系统工程，更是一项创新工程。我们要考虑如何更好地发挥好政府与市场这两只手的作用，一方面如何进一步改进管理、优化服务，另一方面如何更好地调动市场主体的积极性创造性，充分发挥市场的力量，使市场更加协调健康发展。



柯桥正在努力完成打造“国际纺织之都”的新时期历史使命。

2019 年五项重点工作

- 1. 抓市场主体升级。**推进市场升级改造项目，加快推进国际面料采购中心建设，加快实施老服装市场整体改造，整体谋划北八区等老旧市场升级改造。推动市场时尚化提升，引领传统市场提升时尚展示功能。完善市场配套功能，加快推进南大门广场建设，完善轻纺城展示中心功能，系统规划建设市场区域物流接驳点，实现市场货物快速集散。
- 2. 抓对外开放拓展。**提升影响力，制定轻纺城品牌形象总体规划，进一步整合媒体资源。提升话语权，精心举办好第二届世界布商大会、亚洲纺织大会等国际交流活动，争取在柯桥设立世界布商大会秘书处，在国际纺织制造商联合会年会期间召开世界布商大会理事会第一次工作会议。提升集聚力，按照“做精纺博会、做强产业展”目标，办精办好“纺博会”，引进和培育各类纺织产业展。以西市场和存量营业房为重点对象，着力引集团内外知名纺织企业、生产商和贸易商。
- 3. 抓时尚创意引领。**推动时尚创意项目发展，大力支持中欧时尚梦工厂、瓦栏设计园等项目发展，不断集聚纺织时尚要素。营造时尚创意氛围，加强与上海、杭州等时尚发达地区的对接，同时加强知识产权保护。发挥创意产业助推作用，以引育设计人才、机构和品牌为重点，实施“天天时尚”活动计划。
- 4. 抓线上线下联动。**做强“网上轻纺城”，进一步优化交易模式、提升客商采购体验。打造“智慧市场”，高效运行轻纺城智慧治理中心，推动“平安市场”、“诚信市场”建设。建设“智慧物流”，加强轻纺城物流公共信息平台建设，促进物流资源高效配置。
- 5. 抓营商环境优化。**健全管理机制，打造国际一流的营商环境。提高办事效率，努力构建市场统一管理体系，提高市场审批服务效率。提升市场环境，大力开展市场环境秩序专项整治，全面改善市场区域环境面貌，打造“洁净市场”。



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。

2018 中国面料之星

中国轻纺城获奖企业

三川纺织：围绕产业链打造“创新链”

本刊记者 _ 张颖 赵国玲 / 文 张颖 / 摄



三川纺织荣获“最佳市场价值奖”，这与公司长期专注于高端面料产业链的研发创新密不可分。

从中国轻纺城市场的小小门市到写字楼里的规模化公司，从内贸拓展到外贸，从衬衫面料销售到新型面料研发，多年来，绍兴市三川纺织有限公司以“专业、专注、勇于实践”的发展理念做精做强衬衫面料，与柒牌、圣得西、海澜之家等众多国内男装品牌建立了长期合作，并与国外 CK 品牌供应商合作紧密。在“2018 中国面料之星用户最满意面料产品调查活动”中，三川纺织荣获“最佳市场价值奖”，这与公司长期专注于高端面料产业链的研发创新密不可分。

永盛工贸：抢占高档女装面料制高点

本刊记者 _ 张颖 赵国玲 / 文 张颖 / 摄

绍兴永盛工贸有限公司成立于 1993 年，是一家从主营进口面料发展到如今集自主设计、研发、织造、染整、印花、销售于一体的工贸型、创新型企业。20 多年来，永盛工贸以创新驱动、主动求变、资源共享的发展模式，从柯桥万千企业中突出重围，抢占高档女装面料制高点，成为中国轻纺城研发创新的先锋号和行业发展的引导者。在“2018 中国面料之星用户最满意面料产品调查活动”中，永盛工贸荣获“最佳设计服务奖”，印证了企业一直以来坚持的创新发展战略。

“创新设计是源动力，为了能够先人一步，公司不断加大新品开发设计力度，每年将净利润的 30% 用于产品研发。”永盛工贸董事长傅国庆表示，开发部由他亲自带队，从花型设计到分色，从原料分析到织造、组织结构和原材料创新，共有十余人，团队里既有国家级的面料设计师，也有法国、意大利的著名国际花型设计师。

“我们不仅引入了国外研究机构的专家做顾问，同时也积极走出去参加国内外专业展会，掌握最新流行趋势，再根据国内的实际需求将流行元素创新改良，开发出适合自己的产品。”傅国庆谈到，虽然这样在产品开发阶段会花费很多精力、财力，但主动出击是企业立于长久的生存法则。

在永盛工贸，80% 的中高层管理人员和 60% 以上基层员工都是 10 年以上的老员工，有力保证了产品品质和服务的连续性和稳定性，也让企业的发展更上一层楼。为了加大对新产品的保护力度，有效把握生产质量，永盛先后投资兴建了永盛工业园、永盛针织厂、永盛数码印花厂，产品线实现了从针织到梭织，从染色到印花，从化纤到棉麻，从网印到数码

早在 2009 年，三川纺织就创建了独特的衬衫文化，提炼出“环保、易打理、个性化、舒适、享受”五大产品定位，致力于打造独树一帜的精品染色、印花衬衫面料。同时，加大与国内大型纺织企业合作。为了提升产品档次、扩大品牌影响力，三川纺织坚持研发创新，通过与四川宜宾丝丽雅集团有限公司合作，成功研发出“雅赛尔”高端纤维面料，其高强度、如丝如绒的特性，被业界誉为“中国天丝”，一举打破了莫代尔面料长年被国外企业垄断的局面，牢牢掌握了市场话语权。据了解，公司还先后开发出了玉米纤维、大豆纤维等新型功能性纤维。

“我们从新型纤维原料入手，立足于打通整个产业链的研发。”三川纺织总经理江一玮认为，现代纺织是科技的纺织、绿色的纺织，是产业链、生产能力全方位开发的纺织，而未来的竞争也是产业链的竞争。三川纺织将始终以差异化纤维、功能性纤维等新型纤维为原点，依托柯桥中国轻纺城在织造、染整及后整理方面的产业链优势，形成独特的“创新链”，研制出具有中国特色的差异化面料。

值得一提的是，三川纺织在做好品质创新的同时，积极构建自主品牌，重点打造了 Samriver 品牌，并依托自身优势，成功开拓了衬衫成衣市场，其生产的高端品牌衬衫长年畅销澳大利亚等国家和地区。专注衬衫面料研发销售 20 年的江一玮表示，服装是文化的载体，三川纺织有志于将水墨文化、瓷文化、绣文化等代表传承和经典的中国文化通过面料、服装向世界输出，让中国品牌走向世界。该公司的一句广告语“包容无界”，正体现着开放、融合、与世界共通的文化理念。



永盛工贸荣获“最佳设计服务奖”，印证了企业一直以来坚持的创新发展战略。

印的多重跨越。

本着“诚信、务实、创新”的发展理念，永盛工贸将“时尚、卓越、完美”作为高档女装面料的终极追求，持续加大上下游协同创新。近年来，公司通过对莫代尔、莱赛尔、醋酸、人造丝等差别化纤维、可再生纤维的研发使用，加以织造和印染生产上精细化的品质管控，产品的附加值和竞争力得到显著增强。目前永盛企业已成为国内知名服装品牌的首选高档女装面料供应商。“中国人从不缺工匠精神。”始终对纺织行业保持着敬畏之心的傅国庆说，别人做不了、不愿走的路，我们走来，市场必定需要我们。

聚焦

柯桥再添毛粗纺类面料市场

本刊记者 _ 郭莹颖 文 / 摄

2 月 19 日，中国轻纺城南区市场一号楼、二号楼重装开业。恰逢我国传统的元宵佳节，南区市场联合柯岩街道同期举办了春节·元宵文艺汇演，市场外部装扮得“火树银花”，结合内部大型生活超市、五星级多厅巨幕影城、KTV 等配套设施，成了经营户及周边居民节日的好去处。

据南区市场董事长陈俊昌介绍，市场创新运行招商理念，明确树立了以划行归市为中心的招商发展思路。通过市场调研，市场与经营户协调对接，以市场培育的角度，让利于广大经营户，最后明确了一号楼、二号楼为粗纺呢绒专营区、精品毛纺专营区及针织绒布专营区。目前，南区市场粗纺、毛纺类经营户数量已达 300 多户，占整个中国轻纺城该类经营户数量的一半以上。陈俊昌表示，“南区市场秉承隆市优先、服务优先的理念，竭力打造中国轻纺城内粗纺毛纺类、针织绒布类的专业采购市场。”

绍兴霞腾纺织有限公司新年过后刚在南区市场设立门市部，公司负责人于慧娟表示，南区市场环

境好、政策佳、配套完善，只要有拿得出手的特色产品，就不怕客户不上门。对于在南区市场设立专营区的做法，于慧娟表示赞同：“公司专营粗纺面料，周围也全是经营此类面料的门市。这不仅加大了对采购商吸引力，也优化了同质竞争，有利于创造良好的经营氛围。”

南区市场位于中国轻纺城核心区域，市场交易面积 6 万余平方米，拥有 1100 余间纺织产品经营商铺，5 万平方米的商业配套区域和 2000 多个市场停车位，是一个集纺织品展示交易、商务休闲配套、综合娱乐购物等功能于一体的现代化、多元化的纺织品交易市场。接下来，南区市场将以毛纺粗纺面料



南区市场全力打造中国轻纺城内粗纺毛纺类、针织绒布类的专业采购市场。

为主要经营品类，持续推进市场招商隆市、完善市场配套设施、提升管理服务水平，致力于打造交易兴旺、环境优越、配套完善的现代化综合性纺织品专业市场。

一户一码，北市场以智慧服务打造现代化市场

为加快经营户信息采集登记速度，提升信息的细化与精准度，助力智慧市场建设，中国轻纺城北市场自去年开始筹划构建网上自助登记平台。近日，“轻纺城经营户信息收集系统”正式投入试用，北市场各区域积极组织经营户通过微信扫码自助登记，取得良好的市场反响，试用第一天就收集了 157 家经营户信息。

据了解，目前北市场有营业房 4400 余间，人工采集工作量大，采集的信息还需建立电子文档，既耗时又费力。而“轻纺城经营户信息收集系统”采用“一户一码”制，经营户通过微信扫码，便可自动录入，市场管理者可随时在后台浏览经营户信息，极大地减轻信息采集工作压力，从而将更多时间和精力投入市场建设。

“除了常规的信息，我们还在系统中新增了经营户统一社会信用代码、是否是党员经营户、有无网上商铺、有无营业执照等内容，全方位了解所有经营户，方便更精确、有针对性地服务好经营户，共建市场繁荣。”浙江中国轻纺城集团股份有限公司北市场分公司市场管理处副主任王绍洪说道。

王绍洪表示，今年是网上登记平台试行第一年，在试点工作中，北市场分公司将对该平台时



市场管理者在后台浏览经营户自助登记信息。

刻关注，对实施中遇到的问题和不足，不断改进完善，致力让信息采集工作更加顺利，经营户信息更加完善。未来，在该平台中，还将逐步加入智能缴费、在线咨询以及安全责任书、诚信文明管理协议、物业管理协议线上签订等内容，以智慧服务引领智慧市场建设。

中国轻纺城北市场作为轻纺城内历史最悠久的市场之一，在新市场不断涌现、竞争日益激烈的大环境下，市场交易持续兴旺，这与北市场与时俱进、持续创新的理念密不可分。从率先试行经营户诚信文明经营积分管理到如今首推网上自助登记平台，北市场始终走在改革创新的前沿，有力推动了“开放、时尚、智慧、高端”的现代化市场建设。（王利 文 / 摄）

金企鹅 接轨国际快时尚品牌

近日，从浙江九天笨鸟纺织股份有限公司传来消息，该公司旗下的金企鹅色纺产品在短短两年时间内，销售突破了 1000 万米，基本做到了无库存。金企鹅销售的法宝在于细分市场，针对快时尚品牌，建立起快速反应机制，与国际市场对接，在国外服装品牌 H&M、优衣库、ZARA 的专卖店都能找到金企鹅的色纺产品。该产品是节水、无污染、无排放的环保产品，纤维着色用水量只需要普通染色产品的五分之一，颜色主要为黑、白、灰等永恒的经典流行色。色纺更加能接近毛纺的手感和特性，具有良好的防寒性能，性价比却高于毛纺产品。

随着时代的发展，近年来消费者对品质、快时尚的追求标准日益提高，流行趋势变化很快。为此金企鹅主动接轨国际纺织供应链，在欧洲、美洲以及日本、韩国等地建立了 6 个开发基地，与国际时尚接轨。另外，公司重金投入搞研发，以设计带动需求，实现月开发新品 1200 个以上。在此基础上，联合时尚品牌共同选出 50 个爆款，第一时间投入生产，实现色纺现货销售。

在金企鹅，5 天内可以完成面料打样，7 天内完成样品确认，面料生产时间与服装设计周期重叠，15 天完成成品，这样的快速反应机制与国际快时尚品牌的需求相接轨。今年，金企鹅将发起每月一次的“快时尚”发布会，从 3 月份起，每月将以 50 强爆款新品为主，进行快时尚流行资讯发布，会上以现货满足快反需求，每月邀请 50 位 VIP 客户参加，通过 80 ~ 120 款新款服装，为客户带来快时尚的体验。（郭莹颖）TA

LECTRA
工业智能 启赋智造未来



迈向时尚行业 “深水区”的探索

本刊记者 _ 李江敏

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，2018年营业收入为3.33亿美元。公司的股票在泛欧证交所上市交易。

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

纵观2018年，全球时尚产业延续2017年趋势，继续新一轮的大洗牌，优胜劣汰的步伐进一步加快。

从消费群体看，千禧一代越来越多地决定着品牌未来的话语权；营销手段上，社交媒体让品牌有越来越多的机会与消费者直接对话，品牌与明星、当红博主等的跨界合作也层出不穷；产品创意上，年轻化改革日渐大胆和丰富；购买渠道上，数字化与电商成为奢侈品牌的主要发力点；品牌细分上，快时尚放缓，运动品牌、潮牌、可持续时尚品牌崛起。

力克在时尚行业积累了40多年经验，深刻洞察时装产业在设计、产品开发以及生产不同阶段的需求变化。本刊记者盘点了2018这一年来力克在时尚领域推进的大事记，梳理力克在迈向时尚行业“深水区”道路上的探索步伐。

探索1

应对全球化，力克足迹遍布欧亚

2018年，力克通过在全球各地举办各类交流会与研讨会，展现自己的全球影响力，携手客户共赴智能运营新时代。

国内方面，力克携手丽婴房等企业，助其打造智能供应链。力克向丽婴房推荐了其在全球范围内针对服装品牌及其合作伙伴的力克供应链计划，保证丽婴房与其供应商所交换的制版文件的信息一致，帮助他们进行更好的生产规划，避免面料浪费或不足，实现快速、准确、优质的产品生产和交付。

此外，力克携手太平鸟和香港理工亮相2018 PI (Product Innovation Apparel) 香港会议。在服装行业瞬息万变的背景下，品牌商和制造商不断思考如何敏锐地捕捉新一代主力消费军的喜好，并将其反映在产品开发阶段，随之将有特色的设计快速地推向市场，提升品牌的竞争力。力克时尚PLM (产品生命周期管理) 解决方案在太平鸟旗下乐町品牌实施后，优化了供应链的响应速度和透明度，

成为行业内可借鉴的成功案例。

当前，全球成衣服饰生产版块逐渐转移至东盟，越南以较低的人工和生产成本以及优惠的关税条件成功吸引到不少中国服装制造商的注意。力克针对在越南设立服装生产基地的客户，于越南胡志明市举办了服装智能生产研讨会，与大中华区在越南服装工厂负责人一起，共同商讨在最新越南关税与出口贸易新政下，服装企业如何利用精益生产解决方案与智能设备，开启工厂智慧化管理的智能运营新时代。

在全球层面，力克以其遍布全球的业务网络和领先技术，为中国服装协会考察团搭建了国际交流平台，旨在开拓视野、分享先进经验并交流前沿技术。考察团访问了法国与瑞典的优秀智造企业，旨在借鉴学习欧洲先进的智能制造理念和服装供应链的数字化解决方案，帮助中国服装企业加速信息化整合，为中国服装产业的智造崛起添砖加瓦。

探索2

认准形势，积极推进量身定制产业的发展

随着消费升级步伐加快，千禧一代对服装个性化的需求也日益提升，而技术的助力更使得大规模量身定制成为可能。量身定制业务 (MTM) 以新一代消费者可承受的价格，逐渐走入大众消费者视野。

力克积极推进量身定制产业的发展，认定大规模定制在工业4.0时代将成为必然趋势。以先进的技术和深厚的专业知识，帮助量身定制企业克服设计、开发和生产方面的挑战。

在项目落地，力克于首届进博会期间与陕西咸阳杜克普服饰有限公司签署了MTM (Made-to-Measure 量身定制) 数字化软件采购合同，提供“端”到“端”的数字化量身定制解决方案。从产品开发到生产，全方位解决量身定制业务的核心难题，助力西部地区“智能崛起”。

此外，力克还从量身定制未来趋势、商业模式到生产及客户实例，多方位帮助企业克服挑战，拥抱来自量身定制业务的市场机遇。

探索3

全民健身热，助力传统运动服企业智造转型

面对中国市场持续升温的全民健身热，及其令人垂涎的市场规模和高增长率，甚至素以排他性著称的高街品牌都蠢蠢欲动，更不用说传统运动服装制造企业了。但是消费者高品质和个性化的要求，也同样给企业带来了数字化设计、裁剪、成本核算、生产管理等一系列的难题，数字化智能制造升级可谓迫在眉睫。

力克的精益裁剪房解决方案涵盖精益生产计划软件 Optiplan 与针对不同生产模式的智能裁床 Vector 系列，助力服装企业打造精益、智能、互联的裁剪房，实现快速响应和高质量的生产，为运动服企业在新风口占据先机，赢得更大的市场份额。

可以说，力克帮助运动服饰企业进行更快速的开发响应、更灵活和高质量的生产，以抓住这一高速增长细分领域的市场机遇。

探索4

拥抱“互联网+制造”，助力企业渐入智能化轨道

“逸阳”是郑州云顶服饰有限公司下属的一个品牌，于2001年创立于中国郑州，专注于提升其制造业务的研发和生产，现已发展成中国女裤的领导品牌。其在郑州纺织产业园的生产工厂是中国最大的女裤生产基地。

近些年，逸阳凭借在电商领域快速增长，成为郑州服装圈的一个传奇。应对日渐巨大的订单峰值，必须有足够能力的智能化生产做支撑。在如今“互联网+制造”的时代，服装企业需要有高度前瞻视野以调整生产策略，构建适应电商需求的柔性供应链，这其中很重要的一点就是朝着智能化工厂的方向改革。

在评估多个方案后，逸阳选择了力克的 Vector 裁剪设备。力克精益产品开发及裁剪整体解决方案可帮助客户持续改善裁剪车间，包括裁剪质量、产能、面料利用率、产品流优化、面向生产的设计、设备效率等六大领域，从而确保客户能够顺应工业4.0时代的服装业发展趋势，顺利完成新时代要求下的转型，实现经济效益的最大化。

探索5

力克裁剪设备服务合约，为客户设备保驾护航

当前的中国童装市场增长快、成长空间大而行业集中度低，吸引了包括奢侈品牌在内的更多企业，同时也使竞争压力倍增。因此，积极提升品牌价值，努力扩大市场份额，并有效缩减成本，已成为众多童装企业的共识。

作为一家拥有30多年历史的企业，童泰对市场的变化可谓先知先觉。据悉，童泰和力克签订了一项名为“Power V3”的服务合约，这项合约的目的是让童泰降低设备的停机率和停机时间。

以往很多客户会忽略对设备的日常维护和保养，但 Power V3 合约对客户设备出现的故障和停机率做实时监控，在设备存在隐患时，机器会自动生成状态报告，并用书面或邮件的方式告知客户。设备需要维护时，力克服务上海热线中心会提前给客户工厂送出维护套装，并与客户沟通设备维护和套装更换的时间。降低客户设备停机率和停机时间是力克公司 Power V3 带给客户最大的价值。

探索6

倾力打造 Modaris 社区，线上线下共同推动技术交流

2018年，力克 Modaris 用户沙龙项目正式启动，首站活动于力克上海总部举行，得到了许多客户的积极响应。

该项目面向时尚服装行业产品开发人员、版师、技术人员、管理人员及所有致力于时尚服装变革的精英人士，旨在搭建一个专业权威、咨询畅通、展示自我的创意平台。通过在上海、台北、广州三地的一系列线上线下活动，帮助客户将力克 Modaris 产品强大的功能极致发挥，提升产品开发效率，释放产品开发团队更多潜力，以创造出更大的利润。

此外，力克还为版师打造了专属阵地。作为全球最受欢迎的2D/3D制版和放码解决方案，Modaris 为适应服装行业潮流，使样板设计师的工作更加灵活、高效作出了巨大贡献。为了让企业客户更好地了解 Modaris V8 全新功能，帮助其在整个供应链中加快样板创建和改进沟通，力克每周发布 Modaris “你知道吗”系列视频，令企业制作出一流品质服装的同时加快产品上市速度。TA

记者观察

历史的经验告诉我们，凡是过往，皆为序章，过往的星星之火终将点燃未来的燎原之势。2019年，面对严峻的市场竞争，时尚行业参与者都要从现在起变得更灵活，以数字化为契机，以更快的反应速度打开市场。在逐步揭开“未来”面纱的过程中，相信力克时尚系列也将继续用专业的知识、设备、软件和服务，帮助企业完成“自我颠覆”，实现数字化变革。



力克中国
官方微信

走进“非洲屋脊” 埃塞俄比亚

中国纺织机械协会 / 供稿

当前，国内众多纺织企业逐步加快向海外拓展的步伐，非洲这片热土正备受关注。2018年12月10～17日，由中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇率领的中国纺机企业代表团出访非洲，先后考察了埃塞俄比亚和肯尼亚的纺织工业现状及投资环境。



由中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇率领的中国纺机企业代表团出访埃塞俄比亚。

PART 2 投资案例

投资建厂协同发展

埃塞俄比亚因其稳定的宏观政经形势、政府对纺织行业的鼓励措施和专业园区建设、廉价和较大规模的人口红利以及对欧美出口零关税等综合优势，近年来成为中国纺织企业投资的新热点。目前已有一些在埃塞俄比亚设厂的中国纺织企业。

江苏阳光集团投资9.8亿美元在埃塞阿达玛工业园建设毛纺产业为主的综合生产基地。该投资项目从毛条染色、织造、纺纱、面料到服装展开投资与生产。投资合作协议于2016年10月签订，3.5亿美元的一期项目15万平方米厂房已设计完成，2018年下半年计划投产。

无锡金茂公司在埃塞投资4000万美元创办色织面料与服装工厂。2018年1月18日，无锡金茂（埃塞）纺织厂一期项目竣工典礼在阿瓦萨工业园举行。

无锡一棉在德雷达瓦国家工业园投资建设的纺织产业生产基地计划征地40公顷，规划投资建设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、家纺的产品，可提供约3000人左右的就业机会。项目将分两期建设完成，首期项目于2018年1月16日开工建设，投资8000万美元、建筑面积约6万平米，生产规模达10万纱锭，2018年年底完成厂房建设，并配套气流纺加工车间、职工餐厅和职工活动中心等相应设施。2019年上半年进行设备安装调试，下半年正式投产运行。

2014年浙江米娜纺织就在埃塞俄比亚投资了一家印染厂，占地30多亩，五条集针织、梭织、印染于一体的生产线，设备全部来自韩国、日本、美国和中国台湾等地，生产的产品全部销往欧美市场。

此外，江苏联发纺织也投资了5亿美元在埃塞俄比亚建厂。[ITA](#)



作为埃塞政府优先发展的行业，纺织服装业过去几年吸引的外来投资大幅增长。

PART 1 现状扫描

凸显“十字路口”经济关键地位

埃塞俄比亚位于非洲东北部，是中东、非洲及亚洲的“十字路口”。2011～2016年，埃塞俄比亚FDI年均增长率超过38%，领跑众多非洲国家。

埃塞俄比亚的纺织服装业起步较晚，当前整个产业仍处于起步爬升阶段，全国纺织服装企业以中小企业为主，总数百余家。近年来，埃塞俄比亚政府一直大力推进纺织服装业的发展，取得了较为明显的成效。

根据ITC统计数据显示，2010年埃塞俄比亚的纺织品服装出口总额为4301万美元，其中纺织品出口额为3122万美元，服装出口额为1179万美元。2017年埃塞的纺织品服装出口总额上升至9943万美元，其中纺织品出口额为3135万美元，增长幅度较慢，但服装出口额为6808万美元，同比增长率达到477.44%。

作为埃塞政府优先发展的行业，纺织服装业过去几年吸引的外来投资大幅增长，众多国际纺织品牌纷纷来埃投资合作。据埃塞俄比亚投资机构数据显示，自1992年开始，在埃塞俄比亚登记在案的国际纺织投资项目已经超过65个。

中埃两国经贸合作不断加强，中国是埃塞俄比亚第一大进口市场，排名第一的出口目的地，同时也是外商投资主要来源国。根据埃塞俄比亚贸易部公布的数据显示，2007～2016年，埃塞俄比亚对中国的商品出口额平均每年增幅达28.2%。同期，中国占埃塞俄比亚的进口商品贸易额也从24%提高到了33%。埃塞俄比亚对中国出口的商品主要包括农产品、皮革等，而从中国进口的商品主要有纺织品、钢材和电子产品等。

在过去20年间中国企业在埃塞俄比亚投资达40亿美元，为11.1万人创造了就业岗位。随着“一带一路”倡议的深入，越来越多的中国纺织服装企业将目光投向埃塞，在该国的投资也逐年增多。据商务部统计数据，2013年我国对其纺织服装业投资额为910万美元，而到2015年则增加到3441万美元，2016年投资额虽略有下滑，但到2017年又攀升至1.38亿美元，一跃成为纺织业对外非投资最多的国家。

除中国外，其他国家和地区也有一些投资项目：土耳其Ayka纺织1.4亿美元建立的全产业链流程子公司；美国PVH集团的供应商进驻埃塞Hawassa工业园；以及韩国SHINTS服装的户外服装生产及出口项目等。

PART 2 投资分析

优势与助力：政府支持 潜力巨大

一、政府大力支持纺织服装业发展，多项倾斜政策和推动举措扎实落地。
埃塞政府对于外商投资，专门成立了投资委员会，制定相关投资政策。纺织服装业发展很受政府重视，对发展从棉花到纺纱、织造、服装等的纺织工业全产业链，特别是鼓励外商投资100%出口的纺织企业的目标清晰明确。在引进外商投资、促进出口及整体产业发展规划等方面，纺织服装业得到了政府的多项政策倾斜，该国采取各种优惠政策致力于将埃塞打造为区域性的OEM中心。希望未来10～15年，其纺织品出口能够达到300亿美元，解决大量就业。

二、建立专业纺织服装工业园，为外商提供一站式服务。
埃塞政府拟在2015～2019年期间规划建设10个工业园，2016～2025年间累计开发10万公顷工业园用地，建设2000万平方米园区厂房。以布局工业园区的模式从全产业链的角度来发展纺织业是埃塞政府的设想和规划。目前，在多个国家级工业园区中，纺织专业工业园区比例较高，为纺织服装企业在埃投资提供了极其优惠的政策措施。在资金方面，埃塞国家发展银行对纺织服装业提供不高于70%投资额的融资支持，优惠利率低至8.5%。

三、资源禀赋较好，纺织原料自给具有较大潜力，生产成本偏低，基础设施条件在撒哈拉沙漠以南地区位居前列。

埃塞土地面积宽广，气候条件适宜棉花生产。此外，埃塞的毛、麻原料资源也很丰富。埃塞出产的棉花质量居世界前列，并具有巨大的有机棉花种植潜力，适宜棉花生产的土地超过320万公顷。作为“东非水塔”，埃塞的水利资源也相对丰富，目前埃塞电价每千瓦时约3美分。

除此之外，埃塞拥有非洲一流水平的航空公司，空中交通能力较强。由中国参与建设的连接首都亚的斯亚贝巴和吉布提港的亚吉电气化铁路已落成。不断扩张的国际国内公路交通也能够更加便捷地连接邻国及其国内各地市场。

四、多项贸易优惠协议和对欧美出口关税优惠。
埃塞对美国 and 欧洲出口享受零关税零配额的优惠贸易政策。同时，作为“东部和南部非洲共同市场”成员，在埃塞投资企业生产的商品可以优惠

关税出口共计3亿人口的23个非洲国家。在对华出口方面，埃塞也享受4700多个税号的免关税待遇。

五、劳动力资源丰富有比较优势。
埃塞人口近1亿，劳动力规模达5400万人。拥有超过50所大学，在校生超过50万人，民众受教育程度较高。同时还有超过1300所技术学校和职业培训机构正在运营中，每年能够新增培训人员100万人。

挑战与阻力：配套效率有待提高

一、埃塞的纺织服装产业链配套问题。
目前，埃塞具有支持出口型企业的导向政策（企业80%的产品在埃塞境内加工成终端产品并最终出口，即视为出口企业），生产企业所需要的面辅料基本依赖进口，导致制造周期较长，不能满足要求严格的快速反应订单。由此，产业链抱团进入才能摊低中间环节成本，最大限度发挥政策红利。

二、物流成本高。
尽管埃塞政府正在竭力完善配套，但目前的状况仍不尽如人意，其中物流运输是一个很大的制约因素。埃塞政府限制外资进入物流运输行业，由本国企业提供的物流运输、仓储、清关等服务水平尚低，价格又居高不下，整体物流价格比中国要高得多。

三、劳动生产率有待提升。
与全球制造业主流国家相比，埃塞工人的劳动生产率依然处于较低水平，需要更多的技能培训以提升其劳动生产率。

四、外汇管制依然趋紧。
近年来，由于大宗商品价格低迷造成出口创汇收入降低，埃塞的外汇储备极为短缺，很多生产企业因为无法获得外汇而停产，埃塞俄比亚中央银行采取贬值15%的措施，以刺激出口，增加外汇收入。埃塞俄比亚规定汇款不能超过5000美元，进口货物超过2000美元需要装运前证明。因此，有意愿在埃塞投资的企业要提前进行投资架构的设计以及财务上的用汇安排。



新一代父母消费观将促使童装消费更加趋向于品牌化、品质化以及打造较高的产品附加值。



CHIC 2019（春季）预热之六

童年百变 多样天真

苏密 / 文

最近在不少商场童装区，总是会看到这样的景象：一对父母带着两个孩子在购置衣物，孩子多是一大一小的组合，似乎二胎已经成为了流行趋势，孩子受到了来自整个家庭和社会的高度关注，再节约的父母也舍得给孩子花钱，为孩子打造一个不一样的百变童年。而备受“小消费者”欢迎的众多优秀童装品牌，也将在 CHIC2019（春季）上秀出属于孩子们的时尚。

巴拉巴拉：每个孩子都天生不凡

“每个孩子都天生不凡，孩子与众不同的远大梦想需要彰显。”这是巴拉巴拉的品牌理念，以童装为核心打造儿童生活。专注于为 0 ~ 14 岁孩子提供专业时尚服装，巴拉巴拉致力于为新时代家庭创造更多样、易选择的童装及生活体验服务，让孩子享受个性自由的童年。

巴拉巴拉考虑到孩子们在不同场景的整体搭配需求，推出文艺小绅士、自然探秘、复古派对等细致多样的童装风格。基于这些丰富细致的产品支持，巴拉巴拉用舒适的门店空间、精细化的专区陈列，带给消费者更方便的亲子购物环境，让小消费者真正感觉到了“不凡”。

特步童装：走在 IP 潮流前沿

在广大 80 后、90 后父母心中，《变形金刚》绝对是一部承载了许多回忆的动画片，近日一部以大黄蜂为主角拍摄的独立电影席卷各大影院，特步儿童和大黄蜂适时合作，推出的联名款童装又在市场上掀起浪潮。

针对目前国内童装行业品牌现状，特步儿童寻找到了品牌差异化发展战略：坚持中高档运动时尚童装品牌定位，专注于 3 ~ 14 岁儿童群体。而孩子在选择服装的风格时，对于颜色有着原始的敏感和独特的喜好，他们大多倾心于多样个性的款式，重视色彩选择，此次特步儿童推出大黄蜂 IP 和儿童国潮概念，就是一次潮流和情怀的碰撞。

今童王：补充细分市场

如今各大商场里，男、女、童装和休闲装都各有卖场分区，但童装和成人装之间却有一个“断层”，那就是缺乏 8 ~ 18 岁年龄段的青少年服装。

而上海今童王服饰看准了这一年龄段童装的市场空白，这家以零售为导向的时尚服饰公司，针对不同年龄段的青少年设计版型 and 颜色搭配，并专门开发出适合青少年易出汗体质的高科技材料，兼顾运动、休闲于一体，迎合青少年的审美观念，满足孩子们的真正需求，同时高性价比的服装也为家长减轻了压力。

琦瑞德泽：烂漫的艺术

两个相亲相爱的家庭中有四个孩子，各取四个孩子名字中的一字，组合成了“琦瑞德泽（QIRUI & DEZE）”品牌。他们兄妹四人和睦友爱，同时也寓意琦瑞

德泽品牌会让更多小朋友幸福快乐地成长。

在琦瑞德泽品牌经营之中，准确定位目标消费群体，并不断提高产品质量和服务，全面细致地推广品牌形象是关键。在产品上以“自然唤回生活本态，艺术拼凑精致生活”为设计理念，新开发了立体防风怪兽帽、星空牛仔裤等，既符合 80 后、90 后爸妈的品味，又抓住了儿童们的眼球，让烂漫的童年充满艺术感。

三苑宜友：创新赢得战场

自 2004 年成立以来，历经 15 年探索与发展，三苑宜友服饰股份有限公司旗下已拥有各具设计特色的圣宝度伦、三木比迪、Cutie Bear、天成子等知名品牌，不仅在国内婴童市场占有一席之地，更拥有中东等海外市场的大量忠实粉丝。

品牌采用长绒棉、莫代尔、竹纤维等天然材质，还原材质细腻、轻柔、健康的独特质感，并十分注重推广。三苑宜友始终坚持“质量是根，创新是动力”的品牌理念，重视品质感的表现。三苑宜友还通过互联网、杂志、报纸等媒体创建推广体系，将健康、积极的生活方式通过优质产品传递给海内外的客户群体。

欧恰恰：亚洲孩子的含蓄美

“年轻一代的父母，花时间花心思为孩子买衣服，是为了潜移默化地告诉孩子怎样可以更得体，而不是在孩子人生的前 20 年告诉他们穿着不重要，在第 21 年却要求他们变得有品位有气质。”这是欧恰恰提出的服装理念。

诞生于 2006 年的欧恰恰童装，以亚洲个性时尚为开发理念，确实将“父母心”贯穿在每一季的产品研发中。在品牌原创设计路上，持续换位思考，体会亚洲孩子的喜好，让原创设计给孩子带来最美妙、最愉悦的享受，将美好的儿童时光和灵感的点滴渗透在每一件作品里。多年来，欧恰恰并没有寻找捷径，而是一步一个脚印地全心投入，坚持创造真正有意义的时尚童装。

80 后、90 后年轻一代的父母，具有更高的品牌关注度与较低的价格敏感度，将促使童装消费更加趋向于品牌化、品质化以及打造较高的产品附加值。回顾这些童装品牌的经营理念，离不开的是创新力、时尚感、换位思考以及对品牌品质的追求。在 CHIC2019（春季）上，更多的童装品牌将会展示属于青少年儿童的百变多样，我们邀您一起来感受，这天真烂漫却华美的时尚。TA



CHIC 2019（春季）预热之七

恕我直言，你不够潮！

苏密 / 文

心态乐观，配色大胆，引经据典……当追求个性肆意的年轻人面对天马行空的心仪潮牌时，火花四溢的红心绝对能碰撞出“你敢设计 我敢穿”的火热场景，这样的画面在 CHIC— 潮流品牌展（CHIC—YOUNG BLOOD）上，绝对不算少数。

没有为博眼球毫无内涵的“标题党”，没有照抄国外设计的“搬运工”，高调的色彩搭配颠覆传统的美学，敢为人先的达人口号随处可见，在这里，意想不到的设计让你体会青春的无限感召。

“神仙”跨越千年来看你

2013 年 YOUPIIE！在杭州诞生。这是杭州坤聚泽服饰有限公司下大力气打造的“神仙级”潮流女装。

为什么说是“神仙级”？

雷公电母暂时放下手中的发电机，开小差玩起了 Ps4 游戏；象征着“福祿寿”的道家符咒被设计成一只饱满的葫芦，好朋友有“符”一起享……这是 YOUPIIE！与插画家猿十三合作的 2018 秋冬系列，将神话符号融入新时代，跨越千年文化代沟与年轻人打成一片。

大面积撞色、不对称拼接、舒适亲肤、抗皱与自发热科技型面料……YOUPIIE！的优势一辆卡车装不下。这样的衣服卖得很贵吧？并没有。

当季上装均价不到千元，高质量、接地气，这在原创潮牌中实为亲民。YOUPIIE！品牌主理人 Melon 表示，她非常欣赏设计师特立独行的时尚态度，致力于打造一个融合优质面料、时髦个性、前卫设计的高性价比女装。

大家记得用破布、塑料、蔬菜设计服装走红网络的“仙女”王守英吗？YOUPIIE！与她合作出 YOUPIIE！x SHOUYING WANG 系列大衣，一经推出立马售罄。还记得综艺节目《疯狂衣橱》的张家衣吗？YOUPIIE！x 张家衣系列成为热销产品，与网红小姐姐一起去蹦迪。

没有松松垮垮的假小子造型，YOUPIIE！是精致考究的先锋女孩。“潮牌女装不一定走运动路线，要有代表女生审美的设计元素。运动裤加 T 恤就一定是潮吗？我不觉得。”Melon 说，谁不想占据人群中的 C 位，兼顾自身气质与时尚潮流，才能穿出真我。

在本次 CHIC— 潮流品牌展，期待 YOUPIIE！掀起新一轮女装风尚。

大圣归来，二师兄成美男

大家都很熟悉 Paul Frank 和 Aape 吧，说起来它们都是洋猴子，而中国才是猴子的故乡。CHIC— 潮流品牌展上，潮牌“WOOKONG 悟空”驾云而来。

WOOKONG 创立于 2012 年，创始人将“悟空”拆分成两个系列：“悟”代表神佛系列，“空”代表妖魔系列，用传统故事衍生品牌的经典服装。据品牌方介绍，WOOKONG 就是要展现老祖宗的奇妙想，把猴子聪明、率真、天不怕地不怕的性格映射到服装设计中，伴随着国潮的兴起展现中国年轻人的独特个性。

在今季 CHIC— 潮流品牌展，WOOKONG 还带来“二师兄”——WOOKONG2019 年贺岁款天蓬系列，一脸横肉的天蓬元帅变身花漾美男，惊艳全场。

原来的中国风设计是对传统文化的照搬，没有融入符合年轻人审美的新元素，更忽略了流行趋势，而现在的 WOOKONG 新式中国风革故鼎新，小到一个字，大到一个系列的款型和色彩搭配，都考虑到现代人时尚心理需求和实际穿着效果，有了质的飞跃。



明星驾到，我为自己代言

不做设计师的老板不是好演员，明星始终是潮牌发烧友。追星的你们怎能错过爱豆的潮牌？

“跑男”郑恺带来了个人品牌 DUEPLAY，王路丹、林允、李小璐、孙坚等明星品牌紧随

其后，在 TIMEPOP 明星潮牌集成店一览无余。DUEPLAYx Mr.Bean、DUEPLAYxGOC IN C、DUEPLAYxEverugg，与迪士尼、芭比娃娃推新款……这里是热爱潮流年轻男女的大本营。

TIMEPOP 属于北京时代潮流文化发展有限公司，CEO 王宏亮的目标是让年轻人以低价格买到质量上乘，充满无限潮流感的偶像同款。快乐随性，穿出自我，做一枚快乐青年。

如果你的偶像是安迪·沃霍尔、凯斯·哈林、罗伊·利希滕斯坦，那你可有福了，TIMEPOP 主打的就是波普艺术，直抒胸臆的标语，充满情感爆发力，释放你的情感压力。

在 TIMEPOP 你能感受到优质、乐趣的集成，第一次登陆 CHIC— 潮流品牌展的 TIMEPOP 带来了与 Mr.Bean、Smiley 合作的最新系列，穿上明星为你设计的衣服，你就是街上最靓的仔。



复古潮男，时尚百无禁忌

时尚百无禁忌，你怎甘平庸一世？有人穿得色彩斑斓，也有人潮得很低调。“4cm”让你变身复古潮男。

色彩亮丽、图案大胆，4cm 走的是硬朗工装路线，男性荷尔蒙爆棚。有眼尖的朋友发现，在潮叔张双利，小鲜肉吴希泽、张晓谦、乔振宇的街拍中，可都有穿过 4cm 的衣服。

工装风格不挑身材，略微加入嘻哈元素可以减弱粗犷感。“我认为功能性设计正流行，在最近冬季棉服款式上也有所体现，多口袋的功能设计，方正的工装廓形，保暖的连帽设计……我们的服装兼具实用与流行。”浙江肆厘米服饰有限公司总经理蔡福林介绍说。

如果你认为穿得稀奇古怪就是“个性穿衣”，那你有必要来 4cm 上上课。蔡福林说：“服装的演变是人类文明的体现，根据自己的身份，在合适的场合穿合适的衣服，让衣服‘说话’。”就这样，在万花丛中让自己脱颖而出。

2018 年 3 月，4cm 在中国国际时装周成功亮相，这次他们带来了一贯的复古棉麻男装，利用棉麻料的特性与时下流行工装风元素作一些很好的结合，重燃复古风潮。

潮牌之所以为“潮”，就是要与时下流行文化呼应才能引起年轻人广泛共鸣。CHIC— 潮流品牌展广撒潮人帖，这里有最炫目的色彩，最石破天惊的口号，还有站在“风口浪尖”最年轻的这群人。TA



以设计之名，赋予针织无限可能

本刊记者 _ 陶红

服装设计师大赛是培养行业新生设计力量、传递先进设计理念的活动。“濮院杯”的诞生见证了我国针织设计的蝶变，4 年时间，“濮院杯”PH Value 中国针织设计师大赛整合国内顶尖的针织设计资源和人才定制化供应链，形成了从“市场需求－原创设计－定制培养－平台服务”的产业链格局，成为国内首屈一指的大赛平台。

第四届“濮院杯”PH Value 中国针织设计师大赛初评已经结束，巅峰对决将于 3 月 12 日在 PH Value 中国国际针织博览会上揭晓。决赛将至，参赛者想要在大赛中脱颖而出，走上冠军领奖台，就必须拥有独特的设计创意和综合表现力。为此，记者采访了 GIOIA PAN 品牌创始人潘怡良、广州例外服饰有限公司针织产品设计研发总监葛超群、香港理工大学博士何柱溥三位大赛评委团评委，他们分别从各自的专业角度对参赛者关心的话题做了解答。

GIOIA PAN 品牌创始人、“濮院杯”设计大赛评委 潘怡良：原创设计是作品的灵魂

原创设计赋予了作品生命力，是作品的灵魂。设计师的时尚感、捕捉细节的洞察力、市场性等专业能力也都需要被重视，无论市场如何变化，始终坚持以针织作为主要创作素材，在独家创意中创造差异化的新鲜感。



作为一名针织设计师，GIOIA PAN 品牌创始人、“濮院杯”设计大赛评委潘怡良，多年深耕高定时尚设计，屡获国内外时尚大奖，其设计范围跨度广泛，是各大国际品牌争相邀请合作的对象。

时尚潮流不断更迭，但在时间的洗涤和筛选中，原创设计及工艺技术仍然占主导地位。潘怡良说：“设计师需要在原创的基础上为作品注入源源不断的生命力。如同我在针织设计中一直力求突破，除了基本的编织工艺，我也探索针织拼接，研究不同素材的组合。只有创作过程充满层次感、富有律动，设计出来的作品艺术性才更加饱满。”

时间的积淀和生活的阅历，让设计师在创作中练就敏锐的洞察力和独特的时尚感，也赋予作品喷薄欲出的创造力和经久不衰的生命力。潘怡良表示，就本次大赛的参赛选手来说，参赛作品体现出设计师自己的审美观和原创力，也映射出其文化内涵和时尚底蕴。这让人看到了参赛者极强的可塑性。

随着时代的发展，时尚的多元化和多样性已达到了前所未有的高度，其包容度也不言而喻。在潘怡良看来，设计作品没有“好与坏”之分。每个设计都蕴含着设计师想要表达的理念，作品作为一种沟通媒介，只要完整的将其所蕴含的思想传达出来，就是一个成功的作品。

谈及大赛评判的重要标准，潘怡良表示，首先，必须坚持原创，坚决杜绝抄袭，避免设计过程中出现绘图与成品不一致的现象，重视参赛者独立完成作品的能力；其次，参赛者对时尚的担忧和态度也是重要的衡量标准。当然，将设计理念完美地呈现在作品上也是十分重要的。

广州例外服饰有限公司针织产品设计研发总监、“濮院杯”设计大赛评委 葛超群：好的设计兼具工艺和创意

针织设计涉及到诸多的“技术活”，好的工艺技术不一定能产生好的设计，独特的创意呈现离不开优良的工艺，工艺和创意相辅相成，好的设计兼具工艺和创意。



“在设计中，我不会有特别偏爱或坚持的元素。在材料选择上，结合主题和企划来选择应季的材料；在版型工艺上，在过往畅销版型的基础上根据流行趋势做延展。”谈及如何在作品中融入自己的设计理念，广州例外服饰有限公司针织产品设计研发总监、“濮院杯”设计大赛评委葛超群如是说。

针织设计涉及到诸多的“技术活”，好的工艺技术不一定能产生好的设计，独特的创意呈现离不开优良的工艺，工艺和创意相辅相成，好的设计兼具工艺和创意。葛超群说道，在创作中，更应该关注整体创作逻辑的梳理，无论是从工艺出发，还是从创意出发，都不能独立地去思考，应该将二者融合。

同一主题下，参赛者总会选用不同材质、不同造型和工艺来体现设计内涵。作为第四届“濮院杯”PH Value 中国针织设计师大赛评委团的一员，葛超群表示，造型和工艺是设计的一种语言，设计师不应该只流于表面的形式感，为形式而形式。因此，在评审中会衡量设计师的造型和工艺是否切实地在为这个主题服务。

当然，除去工艺，设计师也需要不断提升自己的设计功力。谈及此，葛超群说道：“提升设计功力没有捷径，需要设计师专注创作，忠于设计，做到‘多看’、‘多练’、‘多思考’，时时刻刻将设计放在心上，将日常生活中的点滴融入到自己的设计研发中。”

香港理工大学博士、“濮院杯”设计大赛评委 何柱溥：用更大胆的手法呈现设计主题

吸引人的作品符合设计、创意、工艺、版型、市场、系列性等多重标准，作品的视觉表现力也是重要的因素，这需要设计师跳出条条框框，用更大胆的手法来呈现设计主题。



第四届“濮院杯”PH Value 中国针织设计师大赛以“新新”为主题，寓意着“新新不停，生生相续”的创意精神。作为大赛评委之一，香港理工大学博士何柱溥表示，大赛最吸引人的设计作品符合设计、创意、工艺、版型、市场、系列性等多重标准，其次，视觉表现力也是评委们斟酌奖项的重要因素。

此次大赛虽设定主题，但也给予参赛者很大的创作空间。何柱溥说：“本届大赛，参赛者的实力都很强，对设计、创新、针织工艺等的运用也都各具特色，若参赛者能跳出条条框框，用更大胆的手法来呈现主题，或许能创作出具有突破性的作品。”

谈及中国内地和香港的设计师在专业技能上存在的差异，何柱溥认为前者擅长于突出衣服上个别独特的设计细节，而后者则更偏重整体视觉上的完整性。参赛者来自不同的地区，有不同的文化背景和设计偏好，存在差异是无可厚非的。

针织设计师如何通过自己的设计语言更好的表现主题一直是参赛者乃至众多设计师关心的问题。在何柱溥看来，最关键一点就是要学会“做减法”，设计师若在一个系列上呈现过多的特色，过于繁冗，这样未必能更好地突出主题。因此，设计师要清楚自己最想表达的主题，针对性地通过色彩、面料、剪裁和针织技术等各方面的协调融合来呈现自己的设计。

纺织服装周刊

TA W E E K L Y

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

看产业实时资讯，观流行趋势分析
听行业精英箴言，查企业动态百科

关注《纺织服装周刊》微信，你就是行业大咖！



yarnexpo

抱团出击有力量，看谁家抢滩纱线市场？

本刊记者 _ 李江敏

春，昭示着新的开端，孕育着新的希望。2019 中国国际纺织纱线（春夏）展览会（简称 2019 yarnexpo 春夏纱线展）将于 3 月 12 ~ 14 日在国家会展中心（上海）8.2H 馆举办。同时，涵盖纺织行业全产业链的 2019 中纺联春季五展拉开帷幕。

作为亚洲地区最具影响力，涵盖产品面最广、种类最齐全的纤维纱线专业化、国际化、时尚化商贸、展示平台，yarnexpo 纱线展多年来承担着一个集大成者的角色，快速集成供应产业链，为全球纺织人开拓视野、赢得商业合作，为迈向全球产业链中高端不断努力着。

这一次，来自不同集群地的纱线企业将继续抱团出击，展示纱线军团的强大实力。随着展会日期临近，相关展团的参展企业都在抓紧时间做最后的准备。一起来看看，今年的优秀展团都使出了怎样的看家本领？

新疆展团：新老面孔齐上阵

近几年新疆纺织行业迅速发展，在新疆维吾尔自治区人民政府的大力支持下，新疆连续组团参加中国国际纺织纱线展览会，为新疆纺织企业开拓市场、寻觅商机、推广新产品、了解行业最新信息以及加强与内地纺织企业的合作，吸引内地纺织服装产业的优强企业来疆投资发展，搭建了有效的交流平台。

目前，新疆棉纺产业的科技水平、装备水平都处在国内前列，产品的品质、产量也具有很强的竞争力，高品质的新疆纱被越来越多的国内外客商所认可。新疆富丽震纶、巴州金富、新疆康瑞欣、新疆佰郑、新疆金鑫昱、新疆东纯兴等一批疆内骨干企业参展的积极性越来越高，参展企业数量逐年增加，新疆展团因此也成为每届纱线展上一道靓丽的风景线。

除了悉数登场的老面孔，也不乏一些为借鉴和了解其他同行业公司产品优势，以便不断提升产品质量而参展的新面孔。第一次参展的新疆利华纺织有限公司（原阿克苏地区久久棉纺有限公司）将带来的重点展品有环锭纺及气流纺棉纱等。据该公司总经理贾春胜介绍，公司自 2017 年以来快速发展，规模不断壮大，产品销往广东及江浙一带，销量较为稳定。这次借助 2019yarnexpo 春夏纱线展搭建的平台进行展示，除了为提升企业知名度外，还希望能够结识更为广泛的潜在合作对象。

夏津展团：开拓市场勇冲锋

山东夏津县因植棉著称全国，素有“银夏津”之美誉，先后获得“中国棉纺织名城”“中国纺织产品质量放心县”“全国食品工业强县”“中国板栗之乡”“全国生态文明先进县”等荣誉。这次夏津县以展团形式强势参加 2019yarnexpo 春夏纱线展，将集中展示地方产业优势。

记者在采访中了解到，以往的拼价格、促销量的市场模式早就不合时宜了，

只有对下游客户的多样化需求更加关注，第一时间开发出适销对路的产品，才能占据主动，引领市场。夏津丰润实业有限公司根据客户的要求生产不同的纱线，实行订单式生产，有效满足了客户需求。据该公司总经理孟令军介绍，通过以往参加 yarnexpo 纱线展，企业结交了很多新客户，企业形象也在逐步提升。本次参展将以竹节纱、混纺纱、亚麻纱为主。此外，还准备了新型纱线参展，以此为公司的不断发展创造机会。

夏津县纵英纺织有限公司办公室工作人员徐长健则表示，参展的主要目的是为了在客户心中留下印象，为公司长远发展打下基础。他介绍，在面对多样化的市场要求时，首先应该做到的是稳定产品质量，如在采购原料时增加质量检测环节。纵英纺织的产品目前畅销于江、浙一带，产品质量稳定，信誉良好。这次参展主要带来的展品有 TCAB21-40 支及竹节纱、TRAB 及竹节纱，精梳赛络纺纯棉纱等。徐长健表示，希望通过 2019yarnexpo 春夏纱线展的平台能帮助公司在上海、广东等地打开市场。

中纺院展团：绿色产品力更强

纱线作为纺织产业链发展的源头，其绿色生态发展进程，尤其是创新工艺的研发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。创新研发能力不仅是一个企业的核心竞争力，更是打造纺织强国的重要保障。

值得一提的是，中国纺织科学研究院有限公司这次仍以展团形式参与，携数家单位共同参展。其中，广东新会美达锦纶股份有限公司的达丽纶具有光稳定性好、弹性好、色牢度高、着色均匀的特点，可减少传统染色过程中产生的环境污染问题。此外，苏州世名科技股份有限公司将展出纤维原液着色用水性色浆和功能性浆料。

苏州世名科技股份有限公司经过多年的发展，积累了大量的专有技术和关键工艺，拥有较强的市场核心竞争力，已经逐步成长为国内色浆研发、生产和销售领域的领先企业。在过往参展经验中，yarnexpo 纱线展平台为世名科技纤维原液着色色浆产品的市场推广提供了良好的渠道。随着节能减排和盈利压力的增大，原液着色和差别化纤维已进入快速发展的时期。据该公司纺织色彩研究院院长徐利伟介绍，这一契机为公司纤维原液着色用水性色浆和功能性浆料的市场开拓提供了良好的机遇。当前，下游客户对于产品的环保性能、连续纺丝时间等应用性能提出了更为苛刻的要求。因此，公司加大了研发力度，重点推进相关项目研发，对现有产品的配方和工艺进行了持续优化，希望能为纤维行业提供性能更为优异的产品。徐利伟坦言，世名科技这次十分重视 2019yarnexpo 春夏纱线展的展示平台，yarnexpo 纱线展早已成为行业内企业展示产品、了解行业信息的重要平台和渠道。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：刘磊 010-85872640 新媒体热线：李江敏 010-8587263 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

GROUP COOPERATION

波司登发布 2018 战略成果： 股价涨 132.8%、单品牌零售超百亿

本刊记者 _ 陶红

2月26日，“逆势突围 共创传奇”波司登 2018 战略成果发布会在上海中心举办。

中国纺织工业联合会副会长夏令敏，波司登品牌创始人、波司登公益基金会创始人、波司登国际控股有限公司董事局主席兼总裁高德康，波司登执行董事、执行总裁梅冬，波司登执行董事、高级副总裁、事业部总经理芮劲松，国际羽绒羽毛局副局长、中国羽绒工业协会理事长姚小蔓，中国商业联合会副会长王耀，中国百货商业协会常务副会长兼秘书长范君，中央电视台广告经营管理中心主任任学安，《时尚芭莎》总经理、执行出版人兼主编沙小荔，君智咨询董事长谢伟山等领导嘉宾共 400 余人出席发布会，共同见证波司登 2018 年战略成果发布、2019 年竞争战略启动。

成绩耀眼，股价逆势上涨

2018 年是资本界公认的寒冬，上证指数下降 24.59%，深证指数下降 34.42%，恒生指数下跌 13.6%。但波司登却在资本市场备受欢迎，股价逆势上涨 132.8%，进入港股通（南向）交易年度涨幅前三名，为身处经济寒冬中的中国品牌指明了方向。

2018 年我国的经济与消费增速均创十年最低，然而波司登却逆势上扬，中高端产品销量增长 500% 以上，不仅跑赢了多数服装品牌的销售，而且远超消费市场的增速。这些变化充分展示出中国品牌的巨大发展潜力。

根据全球前三的市场调研机构益普索数据显示，波司登在消费者中认知度高达 93%，成为消费者心中羽绒服第一品牌。随之而来的是品牌的营收利润双升，截至 2 月 25 日波司登单品牌零售额已超百亿元人民币。

42 年专注，不忘品牌初心

波司登取得的成就离不开 42 年的羽绒服专业积淀。作为中国服装领域的标杆品牌，波司登自 1976 年创立开始，便专注于羽绒服研发、设计、制作，每一件羽绒服至少经过 62 位工艺师、150 道工序；1995 年还率先将羽绒服含绒量提升至 90%，引领了中国羽绒服行业的产品品质革命。可靠的品质为波司登赢得了良好口碑，进而畅销全球 72 国，赢得全球超 2 亿人次选择。

会上，夏令敏在致辞中表示，波司登 42 年的发展历程，见证了中国纺织服装行业的发展壮大。回望波司登发展历程，有三方面值得纺织服装行业的同行学习：在发展理念上，始终坚持品牌引领，品质为本；在发展战略上，始终坚持聚焦事业，做精主业；在发展路径上，始终坚持艰苦创业，敢想敢干。

高德康在致辞中表示，2018 年是改革开放 40 年，也是波司登“二次创业”实施品牌“三年战略”的开局之年。这一年，波司登品牌强势回归，以品牌的力量，拉动渠道、产品的全面升级，赢得主流消费人群的关注，取得了理想的成绩。

梅冬也在致辞中表示，2018 年波司登不忘品牌初心，总结多年发展经验，适应时代的变化，把握供给侧结构性改革和消费升级的大趋势，进一步明确战略地位和发展方向，回归羽绒服主业，聚焦波司登主品牌，推动品牌、



“逆势突围 共创传奇”波司登 2018 战略成果发布会现场。

产品、渠道、供应链等全方位升级，聚力打造“全球热销的羽绒服专家”，取得了较好发展。

强势回归，聚焦羽绒服主业

2018 年我国 GDP、收入增速均呈放缓趋势，市场消费疲软，服装行业亦是如此。在人口红利下降和海外品牌冲击下，波司登在企业、合作伙伴、渠道商的支持下，赢得逆势发展，不仅验证了品牌战略的准确性，也对行业起到了借鉴作用。

会上，芮劲松对波司登 2018 年的战略动作进行了详细解读。围绕战略方向，波司登在产品、渠道、运营等方面的全面布局，助力品牌筑高竞争壁垒，夯实了在羽绒服领域的优势。

在产品方面，构建优质快反能力，整合全球资源，联合美国、法国、意大利等国际知名设计师，选用与 Moncler 同一羽绒服供应商，全面提升面料、绒、辅料和生产工艺，以专业铸就品牌；在渠道方面，波司登入驻万达、银泰等核心商业体，力拓主流渠道，百店齐开，让顾客能够更方便的购买到波司登的产品，同时进行终端升级，优化顾客体验，进行主流市场需求下的品牌价值重塑。

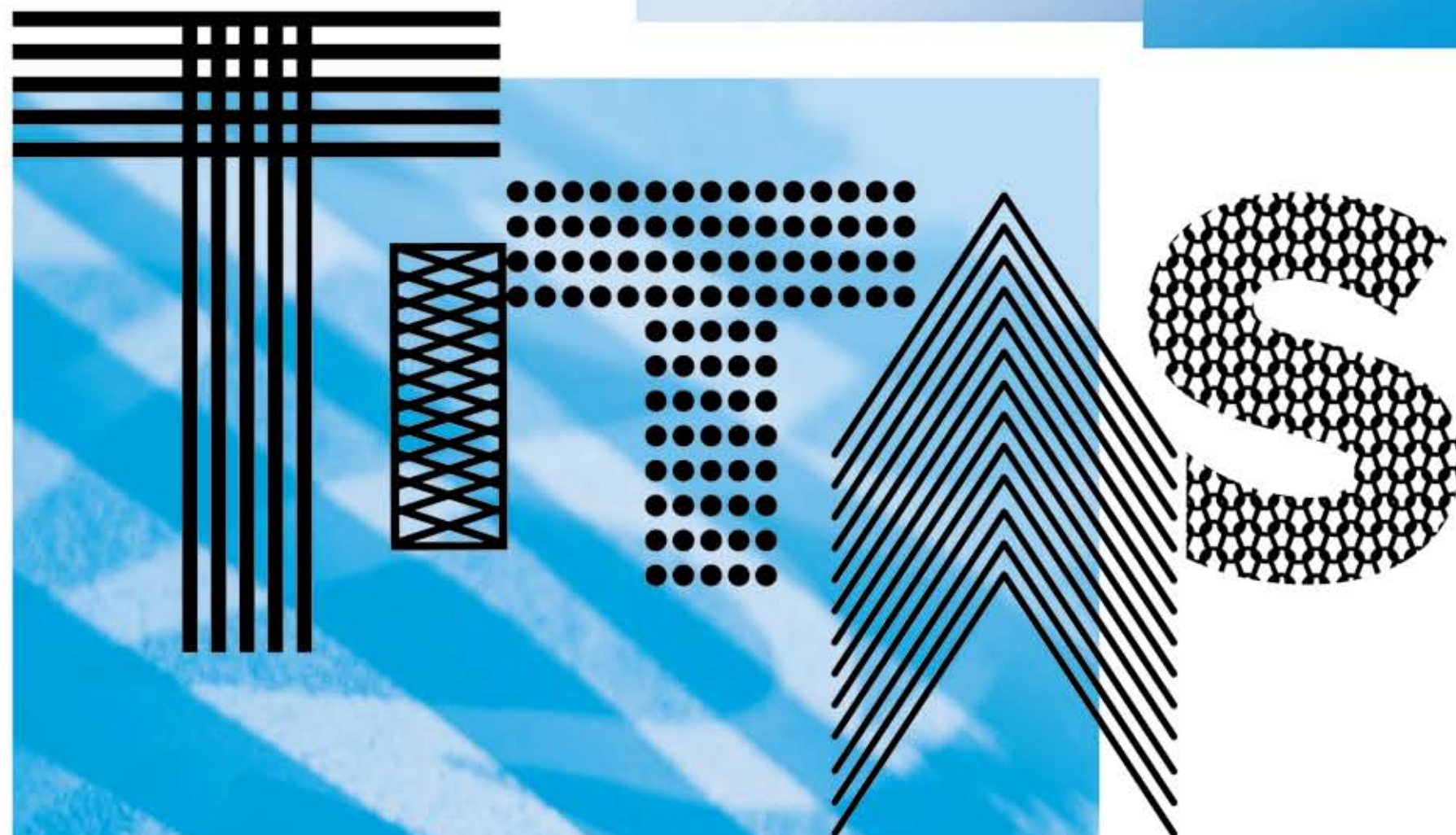
多维度升级态势下，2018 年波司登在专业与匠心下实现了腾飞，整合了一系列国际资源：高端户外系列产品荣获“户外奥斯卡”——Outside 户外装备大奖、推出三大国际设计师联名款等，迎来“高光时刻”。如今的波司登，已经凭借自身的专业品质逆势成长，引领了民族品牌的崛起，也强化着中国羽绒服的国际竞争力。

坚定方向，品牌持续升级

推进品牌建设，是纺织服装产业实现转型升级的重要举措，是实现纺织强国战略的重要组成部分。进入新时代，在习近平新时代中国特色社会主义思想的指引下，推动纺织服装企业不断创新，提升品牌价值，推动全行业高质量发展是当前和今后一个时期的首要任务，波司登将同全行业一同求新、求变、求进，以更大的自信和勇气走向世界。

42 年风雨历程，如今的波司登在竞争战略的指导下已经找到了属于自己的正确方向。2019 年，波司登将继续品牌升级、产品升级、传播发力，预计广告投入增加 50%，装修投入增加 70%，店铺租金投入增加 50%，研发投入增加 100%，实现加速增长，成为全球 75 亿人首选的羽绒服品牌。同时，波司登将继续坚持竞争战略，加快品牌转型重塑，以品牌的力量，助推企业高质量发展，持续强化品牌专业认知，打造出实力与口碑兼具的世界级“中国名片”，引领中国品牌在全球舞台上取得突破。TA

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



纺织服装周刊



2019 香港国际毛皮时装展展示了业界人士对行业未来发展的憧憬与决心。

在蜕变中回归价值高地

2019 香港国际毛皮时装展释放行业信号

本刊记者 _ 罗欣桐

2月18日,为期4天的2019香港国际毛皮时装展(2019 HONG KONG International Fur & Fashion Fair)在香港会议展览中心落幕。恰逢主办方香港毛皮业协会成立40周年,本届展会以“蜕变”为主题,既回顾了行业40年来协同发展取得的突出成果,也展示了业界人士对行业未来发展的憧憬与决心。

据介绍,本届展会面积达28000平方米,10多个国家和地区的180多家展商带来了最新的皮草时装系列产品以及毛皮原材料、皮草配饰等辅料,展现出行业发展的最新潮流趋势与最新工艺。

作为展会的重头活动,开幕日晚盛大举行的“皮草之夜(HONG KONG Fur Gala)”,汇集了十家优质品牌商联袂打造一场流光溢彩的时尚大秀,成就了本届展会的“高光时刻”。

挑战：全球市场充满不确定性

中国香港是全球最大的优质毛皮时装出口地,香港国际毛皮时装展已成为全球业界拓展皮草时装领域的重要贸易平台,自1982年创办以来,成功吸引全球业界前来采购毛皮产品。据主办方介绍,2017年展会吸引了来自30多个国家的4200余名买家进场参观及采购。展会订单收获20%的增长,达十亿港元,其中俄罗斯及东欧地区增幅强劲。

受宏观因素影响,当前全球经济表现一般,经济环境也有所变化,这为皮草市场带来更多的不确定性,对皮草行业而言,市场表现出一定程度的下滑。据主办方

提供的数据显示,今年展会买家人数总体下降了19%。其中,俄罗斯买家下降33%,韩国下降23%,中国内地下降22%。

香港皮草行业的销售以出口为主,世界格局多变对香港皮草行业的国际贸易带来了不可避免的影响。例如:俄罗斯海关政策的变化,使清关的难度和成本增加,传统的俄罗斯市场受到较大影响。中美贸易摩擦方面,多轮中美经贸高级别磋商还在进行当中,贸易关税税率的不确定,也使皮草厂家接单后比较谨慎,不敢马上生产。汇率的变化也使香港的皮草出口受到影响,美元升值和欧元下跌使一些买家转向其他市场进行采购。综上因素,这些都对今年展会的接单带来了不确定性,致使买家有所下滑。

机会：皮草时装年轻化

面对俄罗斯等传统市场的萎缩,皮草行业正在积极转向不同的市场,以不同的策略响应市场的需求。过去,日本被旧的皮草消费观念所束缚,但现在观念已经开始转变,消费者对新的材质有所追求,所以市场潜力较大。美国皮草市场相对传统,但机遇也很多。有皮草厂商认为,对不同市场要有不同的策略,不能局限于单一市场。

随着社会经济的发展,中国内地市场现在逐渐形成了新的消费群体,他们是未来需要被关注的潜在购买力。根据展会对参展商的问卷调查统计,今年来自内地市场的订单增长了90%,因此很多厂商在积极通过皮草时装的年轻化、时装化,拓展这一市场。

“港式”匠心：创新设计 精益求精

在国际皮草行业的发展格局中,香港具有独特的优势和突出的特点,特别是精湛的生产及加工工艺,甚至超过了意大利本土的水平。

本次展会上,富豪皮草时装有限公司带来的JUN品牌,用派克服款式的皮草成衣在市场上的成功经验,结合意大利公司的设计优势,推出了多款新品,在今年的“皮草之夜”上作为首个出场品牌亮相,吸引了众多买家的关注。现场气氛热烈,展会还未结束,品牌的展位就已接到订单。厂商通过把意大利的设计与公司自己的加工生产相结合,突出特色化,为皮草市场注入了生机与活力。

时信贸易公司展出的SEASON品牌最新设计,运用了黄、湖水蓝、黑等高纯度的色彩。意大利设计师Vincio Pajaro通过运用大面积的色块拼搭,带来鲜明的视觉冲击感,呈现了皮草时装阳光而富有活力的特点。不对称的设计,也赢得了年轻一代消费群体的好评。

香港皮草厂有限公司带来的Michelle品牌,以波普艺术元素为灵感,运用了丰富多样的设计元素,在色彩上选用了超过25种颜色,技术难度较大。品牌精准的染色工艺和精致的做工得到了买家的高度认可,样衣很快被售出,厂家还得到了买家的追加订单。

奥玛斯(国际)有限公司展出的O'merinos品牌新品,由俄罗斯著名设计师Igor Gulyaev设计。这一系列新品采用羊羔毛材质配以鲜艳的柠檬黄、荧光绿等明快的色彩,搭配缝制的松鼠图案,带来萌萌的可爱风格,大大提高了年轻消费群体对皮草时装的接受程度。

皮草一直给人古老高贵的印象。有厂商提出,开拓新的市场应该转变固有的观念,不应把皮草当成皮草,要把它当成众多纺织布料中的一种。此举可让皮草以纺织布料的身份,让消费者对其有新的认知,这是未来皮草的发展方向之一。

原料也时髦：产业链协同创新

除了产品风格设计的年轻化与多样化以外,上游的确染行业也积极做出改变,在原料领域做出创新。马可毛皮有限公司将真空电镀工艺用于水貂原料加工工艺中,通过镀金、镀银等工序,使毛皮光泽更加高贵,层次丰富,为成衣的时尚化设计带来更多可能性。

面对皮草行业发展的变化趋势,有厂商表达了独特的观点,认为“皮草可以年轻化、时尚化,但绝对不能廉价化”。早些年,艺狮皮草厂为了提高皮草产品的性价比,对工艺和设计进行创新,从皮草编织发展到羊绒与水貂割条搭配,提高了产品的性价比和时装化,引领了市场潮流,但类似风格因市场大量生产,利润趋薄。此次厂商带来的Symétrie品牌系列,在工艺创新上达到了新的技术高度,从上游原料开始把羽绒和皮草进行配搭,突出皮草的高贵属性,此次参展的新品以体现时尚、年轻、高端化的品牌市场定位为主。

尽管宏观环境对实体经济确实造成了一定的影响,但从这次展会参展情况看,大部分厂商对市场前景仍然持乐观态度。展会的参展商问卷调查统计显示,来自迪拜的生意增长了超过50%,主要销往俄罗斯市场,德国也有高于60%的增长。此外,考虑到行业周期,不少买家在展会前已与厂商对接并完成采购。

据记者观察,业内人士普遍认为,传统市场的需求仍然存在,当前行业正处于“汰弱留强”阶段,只要在转型中找准创新方向,“明天一定会更好”。例如,鼓励皮草服饰打破常规,在时尚化、年轻化的发展中引发新生机与活力;以前沿设计、匠心工艺、专业服务夯实皮草高贵的属性,在蜕变中回归价值高地。FA



纺织服装周刊



ISPO 展会上，台湾馆人潮不断。



台湾功能性纺织品 闪耀 ISPO MUNICH 2019

台湾《纺织月刊》／供稿

全球运动暨户外用品界最大最享盛名的德国慕尼黑运动用品展 ISPO MUNICH 已于今年 2 月 6 日圆满落幕，台湾纺拓会带领 50 家厂商参展，展出成果丰硕。据现场初步调查，展出 4 日约有 1800 位采购商至台湾馆参观，参展厂商现场接单金额约达 300 万美元，预计未来接单金额将达 2500 万美元，未来商机不容小觑。

台湾功能性纺织品为运动员表现加分

在全球知名品牌厂大力推广及订单加码态势下，功能性纺织品俨然已成为纺织产业主流，中国台湾上、中、下游纺织企业无不积极投入研发创新，并配合科技及潮流研制各种功能面料与相关纺织品，为企业营收创造可观获利。

2018 世界杯足球赛缔造 40 亿美元商机，台湾纺织业为主要

的受惠产业之一。台湾研发的强力排汗球衣，让英格兰球队赢得殿军的亮眼好成绩，足见台湾功能纺织品在国际运动场上发光发热的成效。台湾功能性纺织品在国际市场占有率约七成，是国际品牌商采购首选，许多国际知名运动与户外休闲品牌商都透过纺拓会功能性纺织品验证网站寻找通过验证的优质功能纺织品，显示台湾功能性纺织品深获品牌商肯定。

台湾纺织品于 ISPO 展会大放异彩

ISPO 主办方于展会上发布的功能性纺织品流行趋势区 (ISPO TEXTRENDS)，是每年展场纺织材料的重点展示区之一。今年该展区台湾厂商入选的创新功能性纺织品占三分之一，参观本展的国际品牌商对台湾纺织企业在功能性纺织品上的优异表现极为赞赏，同时表示，台湾企业的研发及创新能力领跑亚洲，台湾在运动及户外产业供应链上举足轻重的地位不言而喻。

为提升台湾纺织业优质形象及参展企业效益，纺拓会按照“纺织品整合营销与商机开发计划”特意在展场入口设立台湾纺织形象大型广告牌，并于台湾馆区设立形象区，以 Outdoor、Teamsports、Snowsports、Health / Fitness 及 Urban 五大主题展出厂商创新产品，并以“Think Taiwan for Textiles”加深采购商对台湾纺织产品的印象。展览期间更是举办了两场新品发布会，共有京滢、巨岳、金鸿、滢杰、兴采、大统、依田、诚佳、帝仁及友良等 10 家台湾纺织相关企业参与。

此外，为扩大发布会平台效益，纺拓会设计部门及纺织产业综合研究所就市场趋势及台湾创新技术也进行了发布，两场活动吸引近百位采购商及媒体参与，对于所发布的创新产品表示惊叹并留下深刻印象，为台湾馆聚集相当人气。台湾展团所呈现的优质纺织品形象，受到企业及采购商的一致好评。TA



台湾馆展区形象设计十分出色。

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》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，欢迎上网流览！

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

E-mail: ya_ling@textiles.org.tw



Taiwan Textile Federation
纺拓会

纺织服装周刊

市场景气指数小幅回升

2019 年 1 月商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”市场景气点评

据商务部中国·盛泽丝绸化纤指数（下称“盛泽指数”）监测显示，2019 年 1 月份盛泽市场月度景气指数出现回升。数据显示：2019 年 1 月份市场整体景气指数为 116.69 点，环比小幅上涨 1.54 点。从分类产品市场景气指数来看，化纤类产品 1 月份市场景气指数为 113.4 点，较上年 12 月份小幅上升了 1.16 点；丝绸类产品景气指数止跌反弹，较上月上涨了 5.5 点，收在 125.81 点。

图1 盛泽市场月度景气指数走势图



分析可见，1 月份市场成交气氛并未随着温度下降而下降，相反贸易商囤货操作频繁，部分厂家库存小幅走低。临近春节放假，不少织造厂家仍开足马力搞生产，不是为了年前发货，就是为了生产点库存货等开年后卖。

影响化纤产品景气指数的因素分析

1. 原油推进，聚酯原料稳中走强。1 月原油总体呈现回升，由于贸易局势缓解以及 OPEC 减产的有效推进，WTI 原油期货主力合约自 2018 年 12 月 24 日盘中创下阶段新低 42.36 美元 / 桶后展开连续反弹。在这波开门红行情中，从上游 PX 至下游聚酯产品，PTA 行情表现最为强劲；截至月底，PTA 内盘价格集中在 6545 元 / 吨，环比上月底价格上涨 410 元 / 吨。伴随着上游成本面的提振以及下游市场需求推进下，涤纶长丝市场行情攀升，主流厂家报价重心也有小幅上调空间；至月末，随着春节气氛愈显浓重，市场主流报价多显平静，基本无变动。

2. 春节前夕，市场订单抢先发货。临近春节前夕，不少贸易商出手囤货，想在低位囤一波货等待年后再卖，市场成交气氛回升，具体成交品种集中在以下几种。首先，用于胆布市场的涤塔夫系列成交较好，尤其是 260T、290T 涤塔夫适用性广，除了用于防寒服饰里料外，也常用于羽绒服等，不少贸易商选择囤涤塔夫。

其次，仿真丝走货顺畅，除了常规加捻类雪纺、乱麻等走货顺畅之外，SPH 消光、2/1 斜在市场走货紧俏，由于其原料供应紧张，导致坯布也供不应求，不少厂家囤货意向较强。作为上半年的主流品种，仿真丝系列后市预期向好，市场不乏有现金交易等操作，生产厂家库存偏低。

3. 贸易商囤货热情较高，库存略有下降。进入 1 月，虽然内销和外贸市场订单同步减弱，但是贸易商囤货热情高涨，从而导致不少厂家顺利将库存转移，盛泽地区行业库存稳中有降。其中行业库存集中在 34 ~ 35 天左右，较上月下降了 1 ~ 2 天。开机率方面，临近放假，厂家生产积极性较好，喷水、喷气开机率在 8 ~ 9 成左右。

4. 年末回款压力缓解，多有改善。以往每年年末，织造厂家、贸易公司最为头疼的就是回款问题。而去年在织造市场动辄就供不应求等情形的刺激下，部分织造厂家出现了现金交易或现金预定等情况，大大改变了以往的弱势地位，也缓解了织造厂家的回款问题。

影响蚕茧丝绸产品景气指数的因素分析

1. 桑蚕养殖业萎缩，真丝织造产量上升。2018 年，江苏省苏州市吴江区本土桑蚕养殖业萎缩趋势基本止步，真丝织造产量有所上升。

图2 盛泽市场蚕茧丝绸产品景气指数走势图



蚕桑生产方面：根据吴江区农委蚕桑指导站介绍，2018 年春蚕实际发种数为 4396 张，比上年减少 22 张，品种为秋丰 × 白玉；全区蚕茧总产量为 191.908 吨，比上年减少 7.021 吨。2018 年蚕种单产为 43.7 公斤 / 张，同比上年减幅为 3.10%；春蚕的收购价为 2050 元 / 公斤，上年为 1980 元 / 公斤，同比增加 3.54%。全区蚕茧总收入 790.816 万元，同比上年增加 3.208 万元，增幅为 0.41%。

缫丝生产方面：2018 年，吴江区白厂丝产量为 489.5 吨，上年同期为 465.70 吨，同比增加 5.11%。

真丝织造方面：2018 年，吴江区桑蚕丝及交织品产量达 914.02 万米，上年同期为 833.34 万米，同比增长 9.68%；其中纯桑蚕丝织品为 756.80 万米，上年同期为 735.12 万米，同比增长 2.95%。

2. 才智集聚效应凸显，推进丝绸行业发展。为推动丝绸纺织行业高质量发展，1 月 11 日在吴江高新区（盛泽镇）举行了 2019 年吴江“丝绸纺织行业问诊”对接会。主办方组织恒力集团、盛虹集团等 26 家本地纺织企业与来自东华大学、苏州大学等高校的十多位纺织行业专家，围绕“丝绸纺织行业高质量发展”进行交流座谈。近年来，吴江持续推进“人才强区”战略，着力打造集聚丝绸行业人才资源的“强磁场”和促进创新的“助推器”，才智集聚效应不断凸显，创新创业活力竞相迸发。盛泽镇坚持高质量发展目标，在加快纺织产业创新转型的同时，注重推进工业智能化改造、发展壮大新兴产业、弘扬传承丝绸文化等工作。

3. 自主创新能力提升，向时尚化迈进。在丝绸产业转型升级中，注重自主创新能力的提升。近年来，丝绸产品在国内市场的巨大潜力正在逐渐显现，丝绸产品的创新设计与互联网营销相结合较大幅度扩大了丝绸产品的受众面，形成丝绸消费向时尚化、年轻化、快消化发展的趋势，国内丝绸消费市场发展情况良好。

后市预测

综合来看，随着市场进入尾声，收款成为企业面临的首要任务，市场进入“空窗期”，成交气氛自然随之冷却。2 月份进入春节假期，市场在正月十五以后正式启动，大半时间处于休市状态。因此预计 2 月份指数行情将出现弱势下调局面。

中国绸都网

指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：http://index.168tex.com/ 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通同行 做生意
扫描二维码 立即下载纺织通APP



T 纺织之光科技教育基金会

extile 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：北京朝阳区朝阳门北大街 18 号

邮编：100020

电话：010-85229936 / 9610 / 9326

传真：010-85229540

邮箱：rzjzh@cntac.org.cn

网址：www.fzjzh.com

开户名称：纺织之光科技教育基金会

开户行：工商银行北京金街支行

账号：0200235109000013297



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26号 | 邮编：251600 | 网址：www.hongyegroup.cn | E-mail：qlhyjt@163.com
电话：0531-84880469、84817188 | 传真：0531-84880469、84888668