

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

2019.03.18 | 第09期 | 总第921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

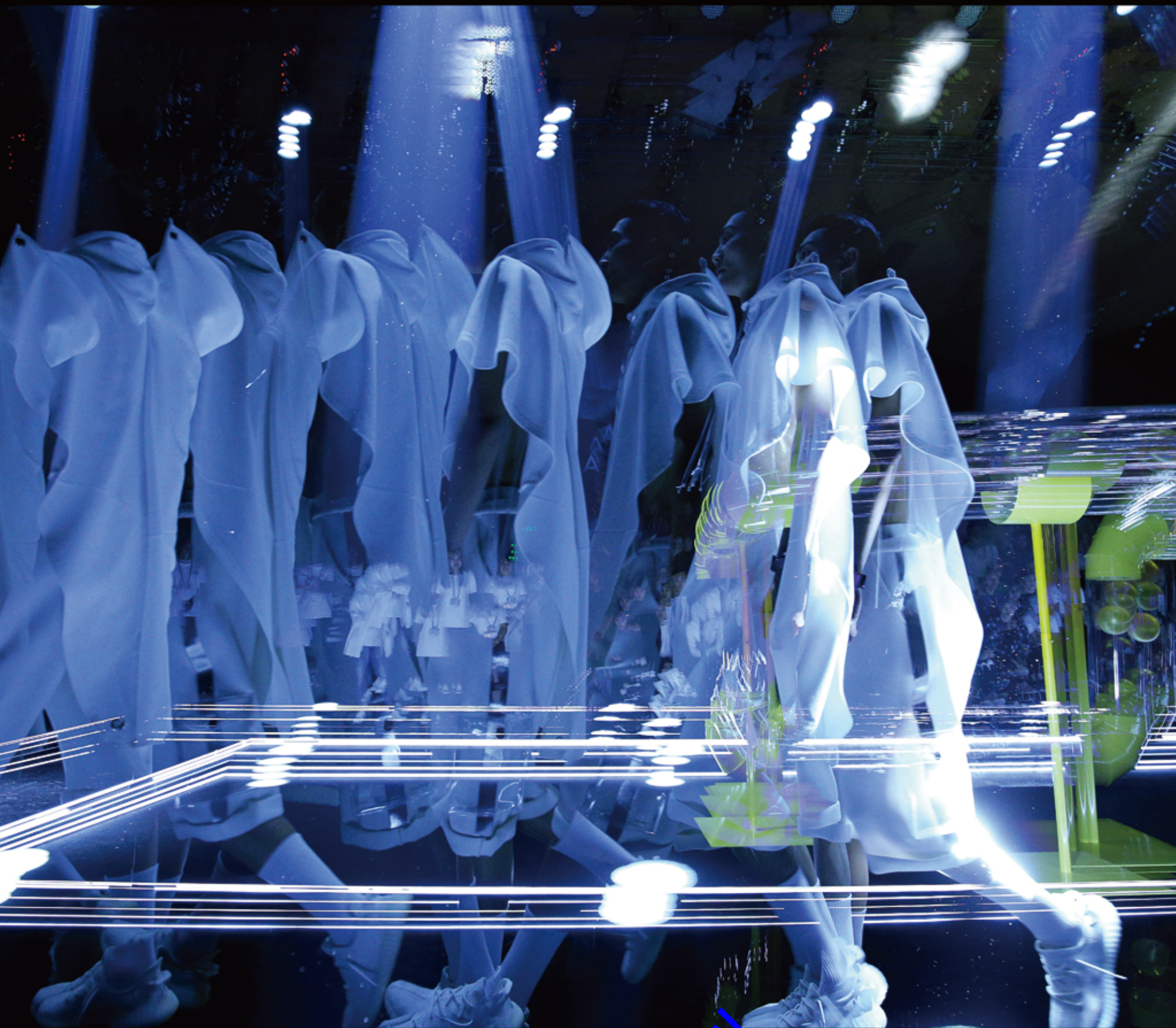
WITNESS
POWER
OF
TA

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





营业时间

周一至周五 08:00-18:00

周六至周日 08:00-20:00

红棉国际男装周
暨2019秋冬全品订货会

时尚袭来

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 -

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

编委会名单

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

委员（按姓氏笔画排序）

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

社长	钱 晋
常务副社长兼总编辑	徐 峰
副社长	刘 萍
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

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

国际标准刊号: ISSN 1674-196X 国内统一刊号: CN11-5472/TS
广告发布登记许可号: 京东工商广登字20170146号
本刊广告总代理: 中纺网络信息技术有限公司
出版发行:《纺织服装周刊》杂志社
地址: 北京朝阳区东四环中路39号华业国际中心 B 座207二层(100025)
定价: 每期人民币12元
欧洲合作媒体: [textile](#)
印度合作媒体: Inside Fashion
日本合作媒体: 纤维News
台湾合作媒体: [纺织周刊](#)
承印: 北京中科印刷有限公司
法律顾问: 大成律师事务所

两会上的纺织好声音

2019 年全国两会胜利闭幕了。李克强总理代表国务院向大会所作的政府工作报告引发各界热议，专家学者纷纷给出解读。

国务院参事室特约研究员姚景源在央视财经节目中谈到，今年的政府工作报告中，很重要的一点就是要“让制造业有活力、有能力走向高质量发展”。姚景源表示，国家强起来最重要的基础就是制造业，我们现在讲经济下行压力加大，其实制造业下行幅度会更大，比如去年第四季度工业增长就只有 5.7%。所以现在讲稳中求进，首先要把工业稳住，实行大幅度减税，就是要让制造业实现高质量发展、转型升级。增值税税率减 3% 估计绝大部分人没有预测到，因为 3% 不是小事，增值税是我国第一大税种，减去 3 个点，财政压力是很大的，所以总理在报告中也提到很多，包括政府要过紧日子，一些经费要减下来。

除了专家学者，各行各业的代表、委员也都结合不同领域的情况谈看法提建议。

3 月 6 日，全国人大代表、江苏阳光集团董事长陈丽芬在接受央视记者采访时表示，将制造业等增值税从 16% 降至 13%，确保今年各个行业税负只减不增，大大提升了企业坚守实业的信心和决心。

陈丽芬今年是第三次当选全国人大代表，她表示，政府现在推行的简政放权，对企业发展、提高效率有很大帮助，现在企业的环境已经非常好，这也是历届人大代表提出议案建议的结果。陈丽芬说：“作为一家从事毛纺面料及服装制造的企业，阳光集团将继续坚守主业，坚守实体经济，把主业做大做强。”

每年的“两会时间”，参加两会的纺织界的代表、委员们都要“回娘家”。今年，来自全国各地的 18 位纺织行业代表、委员们一如既往地来到中国纺织工业联合会，与协会领导们深入座谈，共同为行业发展出谋献策。

山东如意科技集团有限公司董事局主席邱亚夫建议国家对纺织行业应加大财政支持，让纺织行业能静下心来在一些关键技术、工艺方面加大力度研发，共同建设好纺织强国。温州森马服饰有限公司董事长邱光和则建议国家要进一步明确政策的实施落实，更加重视技术人才的培育……

座谈会上，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇感谢纺织界两会代表、委员对行业发展提出的建议，并建议代表委员在全国两会上能结合行业发展战略，关注中西部纺织服装业的发展。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在发言中不仅总结了 中国纺织工业实现跨越式发展的“三大跃迁”，分析了行业存在的“三个落差”，归纳了行业发展的“三个提升”，更提出了助力纺织强国建设政策赋能的“四个方向”，即：鼓励企业扩大转型升级投入；进一步减轻企业负担；积极开拓国内市场；促进产业布局合理发展。

发言的最后，孙瑞哲说得很动情：“我坚信，行业的发展依然存在它的定力、它的准则、它的韬略。未来，让我们继续在一起，在伟大的时代荣光之下，谋思路，打基础，寻突破，向前进，共同为中国纺织工业的强国之梦，奉献我们永不谢幕的青春！”

每年的全国两会，纺织人都会责无旁贷地积极建言献策。一切只因他们与这个行业、与这个国家共荣共生！

赵媛媛

CONTENTS

目录

6 资讯 INFOS

数十年情系纺织，在一起共赢未来！
穿梭东方时尚之都
张春林一行考察阿克苏华孚工业园

10 关注 ATTENTION

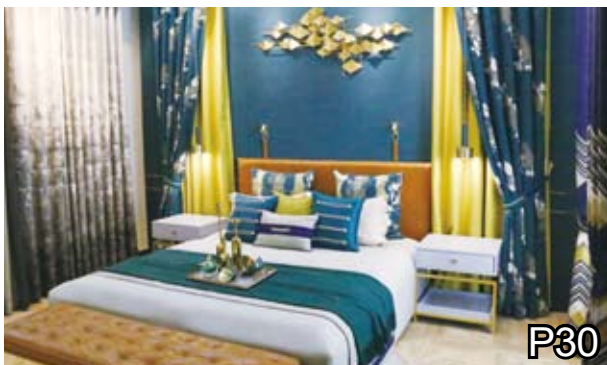
筑梦变革 精工制创
为实现产业梦想积蓄能量

14 专题 FEATURE

以高质量变革支撑产业发展
关注市场化下的创新与协同
传统纺织不传统 高质量就业谱新曲

26 柯桥·中国轻纺城专版
CHINA TEXTILE CITY

稳中求变，推动轻纺城集团高质量发展
站稳脚跟 走向远方



30 行业 INDUSTRY

以智造温度打造“家”的新版图
萧振林：磨练出精神

34 展会 EXHIBITION

时尚脉搏跃动，趋势商贸聚焦
新海宁新时尚呼之欲出

38 一线 FRONTLINE

看“中国制造”如何打造针织一体化产业闭环

40 指数 INDEX

春市营销继续推升 价格小幅上涨
聚酯产业链提振市场 指数全线上涨



8 关注 ATTENTION

相约沪上，共赴发现之旅

2019 中纺联春季联展盛大举行

聚产业之合力，呈产业之风范，3 月 12 ~ 14 日，中国纺织工业联合会“春季联展”集结面料、服装、家纺、纱线、针织五大专业展会，在国家会展中心（上海）盛大举行。活跃在时尚前沿的全球纺织人相约沪上，共赴一场精彩的新材料、新趋势、新技术发现之旅。



20 特别报道 SPECIAL

把握战略机遇期 促进高质量发展

纺织界两会代表委员“回娘家”热议行业提升

3 月 4 日，“2019 年纺织行业‘两会’代表委员座谈会”在北京市朝阳区门北大街 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，副会长杨纪朝、夏令敏，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、孙淮滨等，与来自全国各地的 18 位纺织行业代表、委员共同为行业发展献计献策。

数十年情系纺织，在一起共赢未来！

本刊记者 _ 刘萍 / 文 关云鹤 / 摄



3月4日上午，北京朝阳门北大街18号中纺联办公大楼9层会议室里欢声笑语，一个简朴而隆重的纪念仪式在此举行。中纺联领导与数十年工作在纺织战线的中纺联职工代表欢聚一堂，共庆行业发展。中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、会长孙瑞哲，原会长杜钰洲、王天凯，副会长杨纪朝、夏令敏，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、孙淮滨出席仪式。陈伟康主持仪式。

2018年是中国改革开放40周年。40年来，中国纺织工业取得了辉煌成就，中纺联广大干部职工积极投身于行业服务和中纺联内部服务的各项工作中，并

取得了优异成绩。为纪念和鼓励中纺联广大干部职工在纺织强国建设中作出的努力和贡献，中国纺织工业联合会决定为在纺织系统工作20年以上、30年以上及40年以上的中纺联职工举办纪念仪式。

陈伟康在开场致辞中说，今天在此举办“不忘初心牢记使命 在一起赢未来——服务纺织行业纪念仪式”很有意义，这也是去年中纺联进行改革开放40周年行业表彰的延续，是对中纺联职工的一个激励。据初步统计，中纺联在职干部职工中服务纺织行业20～29年的有105名，服务30～39年的有151名，服务40年以上的有15名，他们在各自的岗位上为行业发展作出了贡献。为此，今天特地举办这个简朴却有温度的仪式，并特别设计了一个以梭子、纱线为主元素，以昂首向上的船型为主造型的极有纺织特点的纪念品，寓意纺织人乘风破浪、勇往直前。

高勇对获表彰的职工表示祝贺，感谢他们为纺织工业所作出的贡献和努力。他表示，此次获表彰的很多职工，都见证了纺织工业从计划经济向市场经济转变，中国纺织工业联合会历经纺织工业部、中国纺织

总会、国家纺织工业局、中国纺织工业协会的历史变迁，他们也可以说大半辈子奉献给了纺织事业，对纺织的感情也最深。希望大家继续保持创新的激情和活力，继续做好服务，再创辉煌。

孙瑞哲发表讲话，他首先代表中纺联对从事行业工作20年以上的同志们表示崇高的敬意，并感谢大家多年来在行业服务中付出的努力。他说，已经服务行业20年以上的大多数人都是1989～1998年间加入中纺联队伍的，这十年中中国经济社会发生了伟大的变革，大家也在行业的巨大发展中奉献了自己的力量。回顾过去，行业一直伴随着国家社会的发展而不断前进，比如1993年汪辜会谈开启了两岸交流新局面，纺织业也是第一个开始两岸同业交流的行业；1997年金融危机爆发，纺织业作为国企改革的突破口也开始了压锭、技改；1998年互联网企业开始登台亮相，国家纺织工业局成立，同年中国纺织工业协会注册，也全面开启了纺织业市场化改革的进程……在这波澜壮阔的时代潮流中，我们先后参与到行业工作中来，亲历了改革开放的大发展。孙瑞哲说，人生的精彩永远没有尽头，精彩与否不在于拥有多少过去，有多成功，而在于我们是否永远拥有梦想，拥有未来，创造未来。让我们在一起，赢未来！

在热烈的掌声和满场的豪情中，中纺联领导为相关人员分批发放了纪念品并合影留念。大家纷纷表示，纺织人永远年轻，而今迈步从头越！

穿梭东方时尚之都

2019 隆庆祥新品发布会北京站精彩启幕

3月3日，隆庆祥2019春夏定制新品发布在北京隆重启幕。百余位VIP客户代表和相关领导，以及众多媒体代表共赏盛会。

这是一场关于探“寻”的时尚大秀，分为“永恒、自由、探索、回归”四个系列。设计师们以天马行空的想象力和敏锐的时尚洞察力，为本季春夏新品注入新的创作灵感。

北京老字号协会副会长马宇泰在采访中说：“新的时代，老字号企业不仅要有工匠精神，更应该有新匠人精神。”老字号的价值在于“老”，出路在于“新”，老字号企业不能固步自封，而应以“海纳百川、兼容并蓄”的姿态，跟随时代的步伐积极创新。

北京隆庆祥服饰有限公司副总裁袁迪表示，新工匠精神的核心是新审美、新技艺、新连接。在隆庆祥，新审美就是产品要符合当下新中产阶级消费人群的审美需求，提供给消费者更有质量的美好生活。新技艺就是在保持产品特色和质量不变的基础上，利用更新的科技手段为产品服务，实现设计和面料创新等。新连接就是新匠人和消费者之间通过网络的形式，形成更柔软、更直接的连接方式。

随后，隆庆祥2019春夏定制新品全国系列发布会将陆续绽放北京、南京、合肥、郑州、济南、青岛等城市。(雷蕾)



张春林一行考察阿克苏华孚工业园

3月7日，新疆自治区党委常委、常务副主席张春林在自治区政府研究室、扶贫开发办、阿克苏地区行署领导的陪同下，来到阿克苏华孚染色工业园、色纺工业园走访、调研。

阿克苏华孚染色工业园总投资为25亿元，分三期建设，全部建成后，将形成年产10万吨棉花、纱线和面料染色的能力。未来，在阿克苏的纺织工业板块中，染色工业园将成为集聚纺织行业上下游企业的枢纽。

在染色工业园，张春林对进口筒子纱染色生产线饶有兴趣，仔细了解筒子纱的生产设备、流程及工艺。随后，张春林一行参观了阿克苏华孚色纺工业园。在阿克苏华孚色纺工业园展厅，华孚董事长孙伟挺介绍了色纺产品特性、华孚品牌，以及华孚响应国家“一带一路”号召，扎根新疆十三载的故事，张春林对此表示赞赏。

张春林说，新疆棉花“高征低扣”、印染污水处理排放标准，这是行业普遍关心的问题。新疆要发展纺织服装产业，印染必须跟上，对印染污水的脱盐处理，关键是要降低企业成本；自治区将对阿克苏绿尚纺织小镇的启动予以扶持，加快推进速度，帮助企业攻坚克难。

孙伟挺表示，新疆发展纺织产业有得天独厚的优势，纺纱、坯布有市场需求，对产业、经济有支撑；新疆有丰富的石油、煤炭等资源，如果新疆有500万吨棉花，再加上500万吨化纤，对产业发展将很有促进；新疆的棉花品种较多，讲产量还要讲质量与结构，接轨市场需求。

张春林表示，我们一定要做强新疆的纺织业，坚持纺织服装一体化发展，巩固脱贫的任务要靠纺织。要确保新疆的棉花价格与棉花质量，要研究新疆棉、中绒棉，“十四五”要争取把棉花基地建设列入国家规划中去。(肖多)

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

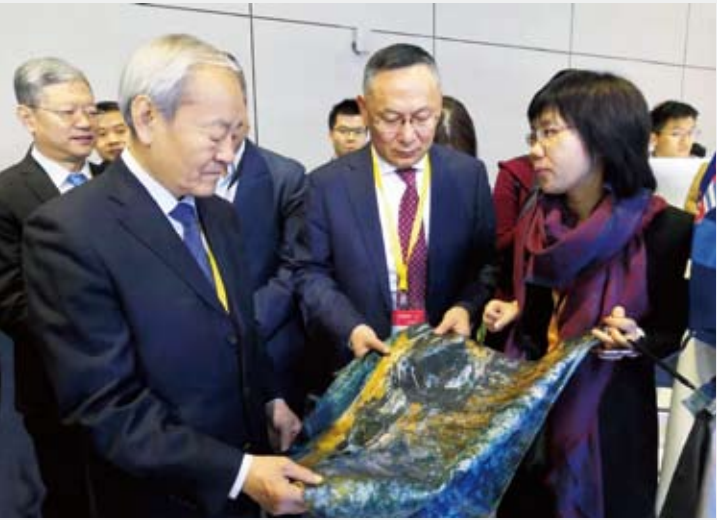
新闻热线：刘嘉 010-85872640 新媒体热线：李江敏 010-85872631 广告热线：万略 010-85872646 发行热线：章简 010-85872699

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

GROUP COOPERATION

intertextile
SHANGHAI apparel fabrics

intertextile 春夏面辅料展： 邂逅最前沿，引领新方向



intertextile 春夏面辅料展以 6 大展馆、9 大展区近 162000 平方米的规模，吸引了 23 个国家和地区的近 3300 家面辅料企业同台竞技。开展首日，杜钰洲、夏令敏、徐迎新、张延恺等领导参观了展会。

杜钰洲一行首先来到国家纺织面料流行趋势展区，工作人员现场演示了用人工智能设计面料的过程。杜钰洲表示，用人工智能科技和时尚创意结合，起点很好，展现出“无界”创造力。

在立新集团、福华世家展位，杜钰洲详细了解了新产品开发和产品特性，目前化纤面料在向细旦、功能性方向发展。杜钰洲表示，现在人们穿衣讲究功能性，好的面料要具有好的功能，才能赢得市场。

如意牛仔的展位吸引了不少客户，公司展示了通过数码印花仿牛仔面料，目前在真丝、毛、麻、棉等材料上全部实现。此外，如意还专注可持续发展，把可回收棉、粘胶用在牛仔面料上，受到客户青睐。

在岱银集团展位，负责人介绍说，今年公司运行比较稳定，出口方面，客户在向东南亚转移，下一步公司有意去孟加拉或者非洲投资。

在新申亚麻展位，公司负责人说，亚麻产品多用于高端家纺、家装领域，目前原料被欧洲垄断，价格很高。杜钰洲表示，亚麻企业可以考虑到欧洲投资，从源头上保证原料供应。据了解，目前已经有企业计划到白俄罗斯、乌克兰投资。

在宜布网展位，企业负责人介绍说，平台 2017 年实现交易额 12.5 亿元，去年增加到 24.6 亿元，今年目标为 3 亿元。杜钰洲询问保持增长的原因，负责人回答说宜布网采用线上线下双驱动战略，精心挑选供应商，保证快速交货，赢得了买家的信任。

在金展针织展位，杜钰洲建议，面料色彩很重要，企业要研究色彩，要进行专门培训。

在众创互动空间，高科技的消防服、抢险救灾服、防电弧服、柔性可穿戴等科技产品也给来访者留下了深刻印象。

intertextile
SHANGHAI home textiles

2019 春季家纺展： 携手行业企业，向大家居迈进

2019 春季家纺展位于 5.2 号馆，展览规模达 27000 平方米，汇聚了来自 10 个国家和地区的 200 余家参展商，展品范围涵盖床品套件、床品面料、芯被产品、毛巾毯类等。罗莱、梦洁、水星、悦达、红柳、如意、孚日、无印良品、三利、东隆、海洋羽绒等覆盖家纺全产业链的龙头企业都在此集结。

开幕当天，王天凯、杨兆华等领导嘉宾一行先后走访了纺织非遗、阿牛席业、宝丽莱、美罗家纺、宏伟织造、五星、紫罗兰、天猫家纺、震泽展团、海尔衣联网、悦达家纺、如意等企业、展团的展位。

在非遗展区，领导一行详细了解了苗族蜡染技术、蜡染产品生产和销售，布依族传统织布工艺等相关情况。王天凯表示，该展区的设置十分有特色，非遗与日常生活的融合，对推动“非遗活化”很有意义。

在紫罗兰家纺展位，领导一行体验了生物电检测仪，该仪器致力于健康睡眠，可以实时监测使用者的心跳、脉搏等。杨东辉表示，该产品的设计对提升生活品质、增强健康意识很有意义。

在震泽展位，王天凯一行出席了“震泽丝绸杯·第四届中国丝绸家用纺织品创意设计大赛”启动仪式，并走访了太湖雪等丝绸企业的展位。杨兆华表示，此次参展的丝绸家纺企业将蚕丝制成家纺用品、蚕茧制成花朵、桑葚泡酒、桑叶制茶等，在蚕的综合利用上可谓达到了极致。

在悦达家纺，领导一行出席了“悦达家纺 2019/2020 色织大提花面料流行趋势”发布会。杨兆华表示，进行趋势发布代表着悦达从生产企业向生产研发、品牌企业的转变，希望大企业能带头研发，重视研发，让家纺企业从跟随市场走向引领市场，从跟随潮流走向引领潮流。

在如意展位，大家重点了解了企业的创新产品——“智能毛巾”，该产品运用独特工艺将清洁可视化。王天凯表示，如意的展区布置较去年又有升级，提升了参观者的体验感，这是很好的发展趋势。



相约沪上，共赴发现之旅

2019 中纺联春季联展盛大举行

本刊记者 _ 郝杰 徐长杰 董笑妍 王利 陶红

聚产业之合力，呈产业之风范，3月12～14日，中国纺织工业联合会“春季联展”集结中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会、中国国际服装服饰博览会2019（春季）、中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会、中国国际纺织纱线（春夏）展览会、中国国际针织（春夏）博览会五大专业展会，聚焦时尚、技术、设计、潮流、文化无界跨合，在国家会展中心（上海）盛大举行。活跃

在时尚前沿的全球纺织人相约沪上，共赴一场精彩的新材料、新趋势、新技术发现之旅。

12日上午，中国纺织工业联合会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张延恺等领导参观了春季五展，共鉴中国纺织新姿。

2019yarnexpo 春夏纱线展： 树立高质量发展“风向标”

2019yarnexpo 春夏纱线展的展览面积达 26000 平方米，占据整个 8.2 馆，汇集了来自中国、埃及、法国、新加坡、美国、越南等 12 个国家和地区的参展商，共计 468 家。

本届展会分为国内展区和海外展区，其中国内展区围绕“科技、时尚、绿色、智能”分为五大展区：创意花式纱区、功能化纤区、自然棉纱区、品质毛纱区和绿色麻纱区。棉纺织产业链的龙头企业悉数到场，新型创新企业携精品亮相，花纱企业参展积极踊跃，上演了一场万“纤”争鸣的宏伟气象。

12 日，高勇、李陵申、端小平等领导参观了展会，他们首先来到新疆展团。该展团由新疆维吾尔自治区政府带队，集结了中泰集团、康瑞欣纺织、巴州皓宇、鲁泰丰收等 20 余家优质棉纺企业抱团亮相，共享展会平台优势和“一带一路”倡议所带来的产业机遇。

新华源集团带来的全新 Sadaer 纤维素纤维系列纱线引起了高勇一行的关注。新华源董事长陈宗立介绍说，Sadaer 纤维素纤维赛得利集团 BVY 系的结晶，经由新华源集团公司通过配棉优化和工艺创新，开发出 30 支到 120 支的赛络紧密纺纯纺和混纺产品，并成功应用到针织、梭织、经编产品中。

在安徽华茂集团展位上，领导们参加了企业的纱线吊牌授权发布会。据该展位负责人介绍，华茂拥有 15



万锭“新型纺织智能化改造项目”，首次实现全流程纺纱质量在线监控、智能配棉和成纱质量预测，致力于纱线质量提升。

作为 yarnexpo 纱线展老面孔，印度展团集结 40 多家棉纱企业再次震撼亮相。高勇详细询问了印度近年棉纱行业的增长速度、国内市场需求，并期待中印两国进一步加强纺织领域合作，共创合作共赢新局面。

此外，高勇一行还走访了中国纺织科学研究院、东方盛虹、中国石化、恒申集团、东方国际、德州恒丰、万利源、昌茂、天马纱业等企业展位。

CHIC 2019
MARCH
EDITION

CHIC2019（春季）： 聚众力开启新征程

CHIC2019（春季）以 117200 平方米的规模，共带来了包括法国、意大利、德国、英国、比利时、波兰、美国、加拿大以及中国大陆、香港、台湾在内的 16 个国家和地区的 1365 家展商和 1453 个品牌，在广泛丰富、深度细分方面 CHIC 历来追求极致。

本季 CHIC 展包括了时尚男装、最美女装、匠心皮羽、设计力量、环球风尚、ODM 智造、流行配饰、箱包鞋履、链接未来 9 个专业品类展区，以及 5 个展中展——CHIC—潮流品牌展、上海国际儿童时尚展览会、中国服装定制展览会、韩国 Preview in China 及 PH value2019 中国国际针织（春夏）博览会，聚众力共同进入“开拓、创新、可持续”的新征程。

开幕首日，孙瑞哲、陈伟康、王久新、陈大鹏等领导一行从 CHIC 展设计力量展区开始，对各展区参位进行走访，与商家代表就市场现状、消费变迁、原创设计、品牌布局、制造加工等问题展开了深入探讨。

在海外展区，孙瑞哲在法国品牌 FOX UMBRELLAS 展位了解了品牌历史以及在设计方面的独特理念。当下，中国正在成为越来越多国际品牌的主要市场，CHIC 展上很多国际品牌都是连续参展，并对展会赞誉有加。

中国植物染（草木染）产业联盟紧随国家绿色发展趋势，以全植物染料、环保面料打造健康生活新理念，领导们在展位上主要了解了植物染色的丰富度、色牢度、市场接受度等情况，并对参展商们不懈的设计研发给予鼓励。

在中国休闲服装制造名城·山东汶上展位，孙瑞哲对山东服装制造企业的发展需求、政策支持、税负情况等进行了详细了解。今年，国家对制造业降税 3%，这对我国服装制造业是一个重大利好消息，孙瑞哲就这一点对照会上的各制造企业进行了详细问询，了解制造企业对该政策的真实感受。

在童装品牌巴拉巴拉展位，领导一行就品牌的市场布局、细分化发展、服装加工等问题进行了了解后，强调了行业领军品牌的设计引领和行业责任问题。



PH
VALUE

PH Value： 集结优势力量，共话针织未来

在 10000 平方米的展示空间内，本届 PH Value 针织展集结了 130 余家企业、百余针织品牌，在充满无限可能的季节里，共话针织未来。

12 日上午，许坤元、杨纪朝、孙淮滨等领导参观了展会。在清河华家那、帝兔展位，许坤元询问了企业羊毛衫的销售价格，并了解了企业的生产情况。他表示，企业要进一步优化产品、做精产品，避免低价竞争。

随后，许坤元一行来到大朗展团。大朗展团共集结了 64 家毛纺织服装及纱线企业抱团参展。毛织网 CEO 黄刚介绍到，今年，毛织网首次尝试组织大朗企业同期参与针织和纱线两大展会，意在打造“东莞制造”的整体形象。

洪合展团继续以“互联网+实体工厂”的形式抱团参展。看到洪合展团的产品，杨纪朝表示，针织行业一直是绿色生产的践行者，如今针织的体量更是超过了梭织，他表示，虽然针织不能完全替代梭织，但针织的优势在今后不断地显现出来。

在海阳展团，许坤元一行走进了亚琦展位。公司总经理车延峰介绍，亚琦扩展的全成型无缝针织产品，采用日本岛精全成型电脑横机生产，产品没有任何接缝，大大提升了舒适度。许坤元表示，科技赋能针织，让针织精度大大提升，为下游消费提供了具有良好舒适感和时尚度的服装。

随后，许坤元一行又来到了濮院展团的圣奈尔企业，相关负责人介绍了自主研发的具有不吸汗、不起皱、防晒等功能的针织产品，许坤元对其产品表示赞赏，同时指出，针织产品不仅要在款式下面下工夫，还要在纱线上下工夫。

在随后参观的中国针织技术教育创新中心展区，许坤元提出，针织行业实现高质量发展还要在产品工艺、时尚设计和人才培养三方面进行升级。☞





本届发布会的“2019 最佳年度合作伙伴颁奖仪式”环节，表彰了与国内纤维企业在新型纤维及绿色纤维开发与应用有深入合作的下游厂商。

筑梦变革 精工制创

2019/2020 十大流行纤维盛大发布

本刊记者 _ 郭春花

3月12日，由国家工信部消费品工业司指导，中国化学纤维工业协会、东华大学、国家纺织化纤产品开发中心联合主办，江苏国望高科技纤维有限公司协办的盛虹·中国纤维流行趋势2019/2020发布会在国家会展中心(上海)8.2馆盛大发布，开启了一场探究纤维与人、科技与环保、梦想与现实、传统与现代的创想之旅。

国家发改委、工信部、科技部、国务院国有资产监督管理委员会、中国工程院及科研院校、中国纺织工业联合会及其各专业协会等专家领导，以及国内化纤龙头企业、化纤产业链合作伙伴、时尚品牌、设计师、媒体代表等600多人参加发布会。

致敬七十年，开启纤未来

时间的年轮铭刻着中国发展的轨迹，深刻见证了中国走过的不平凡之路。

新中国成立70年来，中国化纤工业披荆斩棘，抓住国际产业转移的战略机遇期，坚持改革开放，坚持创新创业，企业创新活力和发展潜力竞相迸发，创新了一大批行业核心关键技术，研制了一大批重大技术装备，化纤行业的发展速度、规模产量、产业结构、技术水平、节能减排、国际合作等都成为国际翘楚，实现了从小到大、由弱到强的空前飞跃。如今中国已是世界最大的化纤生产国和消费国，中国化纤在市场规模和历史增长速度上都处于全球领先地位。

放眼世界，我国化纤工业已经从跟跑者变为创新者。细心品味之余，人们也悄然发现，纤维已经不仅仅局限于“衣”，更步入生活的方方面面，在衣食住行各个领域都迸发出磅礴生命力。纤维已成为先进制造业、智能与功能消费品、医疗与健康、环保与防护、现代建筑业与农业、新能源业等的关键基础材料和核心材料，成为国家供给侧结

构性改革的重要突破口。

在这样的大背景下，在新中国成立70周年的时间节点，作为供给侧结构性改革的践行者、“三品”战略的先行者和引领者，中国纤维流行趋势发布活动再次踏上新的征程，筑梦革新、精工制创，为中国纤维梦塑心聚能，为行业高质量发展打下健康底色。

发布十大流行纤维，诠释绿意、多元、匠心、卓越

今年的发布会以“筑梦与制创”为主题，以“纤·绿意之道”、“纤·多元之本”、“纤·匠心之品”、“纤·卓越之魂”四大篇章发布了2019/2020十大流行纤维，展示出发布会的核心价值——绿意、多元、匠心、卓越。

筑梦，筑的是中国梦。这个梦，既是中华民族历经磨难、自强不息的不竭动力，又是中国制造艰难起步、砥砺前行精神内核。中国纤维既是传统文化与技艺的继承者，又是现代理念与科技的践行者，以匠心、勇气和智慧，构筑美好生活、和谐环境、伟大强国的“经天纬地”。

制创，则意味着中国纤维审时度势，成功跨过一道道门槛，重于精雕细作、颠覆创新、品牌塑造。中国纤维已经走向新时代，更需从头开始，注重基础研究，注重原始创新，进一步发挥纤维产业集聚与产业链完整的优势，格物致知，加快制创的脚步。

秉承着筑梦与制创的精神，生物基化学纤维、原液着色纤维、循环再生纤维入选“纤·绿意之道”篇章，通过探索纤维与环境之间的生态平衡，让绿色创意融入行业、激励人心。

功能舒适纤维、健康防护纤维、蓄热保暖纤维入选“纤·多元之本”篇章，融合了时尚与开放的思维，承载了多元结构和功能，在不同的应用场景为消费者带来新鲜的

科技体验，令纤维的多元碰撞点亮人们的璀璨生活。

高品质纤维、超仿真纤维入选“纤·匠心之品”篇章，用深藏在一经一纬中的匠心，苛求每一个细节的完美表达，让人们深信匠心所至，极致可达。

弹性舒适纤维、高性能化学纤维入选“纤·卓越之魂”篇章，以锐意进取、精益求精的初心努力实现自我超越，不断为人们带来不一样的舒适体验，更在极端环境中凸显其独特价值。

牵手金顶奖设计师，演绎跨界大秀

历经八年，中国纤维流行趋势发布会已成为备受关注的全球纺织大事件，一众设计大咖的加盟更是让中国纤维闪耀世界舞台。在每届纤维流行趋势发布活动上，围绕着流行纤维所展开的成衣动态发布秀，都是活动中的亮点，也是备受瞩目的环节。

今年的中国纤维流行趋势携手中国炙手可热、两次问鼎“金顶奖”的时装设计师、BeautyBerry品牌创意总监王玉涛，为业界呈现一场高规格、高水准的年度纤维时尚艺术大秀。

王玉涛擅长将精湛的传统手工艺同现代工业文明相结合，通过创新倡导高品质文化追求和生活方式，他亲自操刀了本次大秀的所有秀服。男装采用凌厉的剪裁和很有戏剧张力的廓形，体现制造业创造力下的硬朗与工业感。女装则运用了玫粉、亮黄、朱红、闪银、松绿等高纯度色彩制造视觉惊喜，用中度灰做调和，配以点点炫光色，如梦如幻。

特别值得一提的是，所有秀服的材质均采用高级纤维面料，引领前沿趋势；绿色理念与服装设计的紧密结合，寓意梦想与现实在自然与绿色中交融重生，也体现策划人和设计师在环保纤维运用上的身体力行。王玉涛施展剪裁和色彩两大设计魔法，用高科技绿色纤维，成功唤醒了秀场上对梦幻与现实的所有想象。

这场美轮美奂的动态发布秀，既有传统工艺与现代工业的文化碰撞、绿色环保与科技创新的相融相近，又有对人与人、人与世界、人与万物的微妙关系的思考延伸；既点出了本届发布会的主题“筑梦与制创”，又与其核心价值——绿意、多元、匠心、卓越相呼应，形象而生动地诠释了2019/2020十大流行纤维的强大魅力。

凝聚伙伴之力，实现产业链共赢

海纳百川，有容乃大。当前，我国实施的供给侧结构性改革为各行业高质量发展开辟了新道路，化纤工业要实现高质量发展，就要深刻理解《纺织工业“十三五”发展规划》及《化纤工业“十三五”发展指导意见》，紧紧围绕产业定位，通过产业链协同创新“探寻纺织产品创新的基因”；通过持续推广“绿色纤维标志”，加大其在服装、家纺和产业用三大领域的应用……这离不开化纤企业与下游厂商的深度合作和共同进

步。本届发布会的“2019 最佳年度合作伙伴颁奖仪式”环节，表彰了与国内纤维企业在新型纤维及绿色纤维开发与应用有深入合作的下游厂商。

其中，德州华源生态科技有限公司、上海鑫富纺织品有限公司、陕西元丰纺织技术研究有限公司、无锡红豆居家服饰有限公司、中国电子科技集团公司第五十四研究所、吴江福华织造有限公司、新兴工业集团有限公司、常州强声纺织有限公司、际华三五四三针织服饰有限公司、吴江京奕特种纤维有限公司等10家企业获得最佳年度合作伙伴（科技创新组）殊荣。

上海嘉麟杰纺织品股份有限公司、江苏宝达纺织有限公司、山东华兴纺织集团有限公司、青岛邦源科技有限公司、保定三源纺织科技有限公司、吉安三江超纤无纺布有限公司、广东壕鑫实业有限公司、波迪豪斯特纺织品（嘉兴）有限公司、无锡锡尔福装饰品有限公司、江阴市无染彩实业有限公司等10家企业获得最佳年度合作伙伴（绿色纤维组）殊荣。此外，杭州卓达染整有限公司等30家企业被评为优秀年度合作伙伴。

中国纤维流行趋势为产业链上下游提供了广阔的合作交流平台，并得到业界广泛认可。近年来，产业链各企业平均研发投入比例不断提升，建设企业品牌与产品品牌成为企业的发展方向，区域品牌建设成为行业发展趋势，这为整个化纤行业走向高质量发展奠定重要基石。

谱写“科技、时尚、绿色”之歌

春华秋实，岁物丰成。时光回溯到2012年，化纤行业增长速度明显减缓，行业发展逐渐步入中低速增长的“新常态”，倒逼着企业不再仰望“规模神话”，切实加快转型升级的步伐，为生存而战。调整中的生存将注定伴随着行业企业的蜕变，切实让行业从规模数量型增长向质量效益型发展转变成为必由之路。在此背景下，中国纤维流行趋势应运而生并首次发布。

经过2012～2018年的悉心培育和辛勤耕耘，中国纤维流行趋势发布实现了从无到有、从有到优，逐渐成为中国纤维行业发展的风向标，引领中国纤维行业在科技创新、绿色发展、时尚跨界、国际影响力等方面全方位提升，同时也引导人们开始以全新视角审视纺织的上游，改变以往对纤维的认知。八年来，中国纤维流行趋势坚守初心，以强大的中国化纤产业为依托，开创了国内原料端趋势研究的先河，推动原料—终端“自上而下”创造市场的创新，以及终端—原料“自下而上”满足需求的创新，促进了原料供给的细分平衡。八年来，中国纤维流行趋势为行业推进供给侧结构性改革、实施“三品”战略、依靠软实力驱动转型升级指明了方向，更在实践中将越来越多的化纤企业吸引到这个平台，增加了各企业的获得感、满足感。

今年，赛得利、锦江科技、恒利宝、杜钟新奥神、太极石、博拉、佳人、中纺绿纤等10多家化纤企业及再生纤维素纤维行业绿色发展联盟、绿色纤维标志企业等，借助中国纤维流行趋势2019/2020发布会的T台举行新品发布会和发布秀。这个舞台的主角们正在绽放璀璨光芒，他们在踏实的奋斗中收获了更多自信和勇气，他们更加坚定、更加昂扬地在这个舞台上绽放魅力，成为吸睛之源。TA



纺织服装周刊



李刚

王海明

李晓龙

为实现产业梦想积蓄能量

2018 中国纺织服装行业年度精锐榜发布会暨中国纺织服装精英论坛举行

本刊记者 _ 万喆



2018 中国纺织服装行业年度精锐榜榜单

十大新闻事件
1、纺织业 3 项成果获国家科技奖，自主创新能力增强
2、《新疆纺织服装产业发展规划（2018-2023 年）》发布，目标就业容量 100 万人
3、《纺织行业产融结合三年行动计划》发布，借助资本市场力量做优做强
4、中美贸易摩擦不断，中纺联发声明期待中美贸易尽快回归正常轨道
5、纺织产业造血式扶贫取得成果，产业扶贫发挥出巨大正能量
6、首届世界布商大会召开，链动全球纺织界
7、中纺联纪念改革开放 40 年，140 名行业突出贡献人物受表彰
8、江苏阳光获得中国质量奖，成为纺织业首个获此殊荣的企业
9、中国纺织军民融合发展论坛召开，纺织大有可为
10、首届世界纺织服装教育大会举行，“一带一路”世界纺织大学联盟成立

十大年度人物
陈 飞 福建永荣控股集团有限公司常务副总裁
陈 亮 威海光威复合材料股份有限公司董事长
陈南梁 东华大学副校长
丁军民 浙江三鼎织造有限公司总裁
杜兔平 北京宇田相变储能科技有限公司总经理
顾 仁 常州宏大（科技）集团有限公司董事长
胡亚非 武汉硚口区汉正街市场党工委书记
聂晓光 河南省西平县委书记
王 林 青岛中纺亿联时尚产业投资集团总经理
张为海 浙江原色数码科技有限公司总经理

十大创新企业	十大优势品牌
滨州东方地毯有限公司	阿仕顿
波司登国际控股有限公司	爱未陌生
德州华源生态科技有限公司	本依凡
黑牡丹纺织有限公司	歌莉娅
吉林化纤集团有限责任公司	红豆
山东康平纳集团有限公司	华孚时尚
山东南山智尚科技股份有限公司	康襄妮
浙江恒逸集团有限公司	罗蒙
浙江金三发集团有限公司	霞客色纺
浙江乐高实业股份有限公司	异形

3 月 12 日，中国纺织工业联合会春季联展开幕首日，“2018 中国纺织服装行业年度精锐榜发布会暨中国纺织服装精英论坛”在国家会展中心（上海）举行。来自全国各地的优秀纺织服装行业代表与权威媒体汇聚一堂，共同学习先进企业的经营之道、交流行业创新发展的经验，为实现“科技、时尚、绿色”的中国纺织服装产业梦想积蓄更多能量。

中国纺织工业联合会副会长夏令敏，副秘书长杨峻、李进才，中纺联流通分会副会长、《纺织服装周刊》杂志社社长钱晋，河南省服装行业协会会长李刚，绍兴市柯桥区中国轻纺城市场开发经营集团有限公司董事长葛梅荣，赛孔雀集团有限公司总裁龚纯等领导与嘉宾出席本次活动。来自全国各地的纺织服装产业集群、专业市场、知名企业、权威媒体代表共计 150 余人到场，对行业发展新热点、新模式进行深入探讨交流。

此次活动由中国纺织工业联合会指导，《纺织服装周刊》杂志社主办，并得到绍兴市柯桥区中国轻纺城西市场开发经营有限公司和赛孔雀集团有限公司的大力支持。

李刚以“实施巧媳妇工程，加快产业发展助力脱贫攻坚”为主题带来了精彩演讲。巧媳妇工程坚持产业化扶贫、技能化就业、专业化培训、智能化生产的发展原则，致力于培育优质产能；以扶贫带动就业，以订单拉动制造，以系统化专业培训降低技能门槛，以贫困劳动力汇成工段班组，以智能化工厂打造乡村优质产能。并努力在供给侧结构性改革中做到三个创新：产业扶贫的机制创新、智能制造技术在服装行业的应用创新、“世界服装工厂计划”+“数字化

产能国际交易平台技术”的嫁接创新。

绍兴市柯桥区中国轻纺城市场开发经营集团有限公司总经理王海明带来了“中国轻纺城国际面料采购中心发展概述”主题演讲。他介绍到，中国轻纺城国际面料采购中心作为中国轻纺城西市场升级改造项目，既是中国轻纺城传统市场区新生代纺织品专业市场，也是中国轻纺城集群中设施设备最先进的市场综合体。该项目围绕中国轻纺城“开放、时尚、智慧、高端”的现代化新型市场建设目标，对引领我国纺织行业的创新发展具有重要意义。

赛孔雀集团营销总顾问、著名品牌营销策划专家李晓龙在“赛孔雀集团渗透墨水”主题演讲中指出，随着互联网及新零售时代的崛起，个性消费、私人定制渐成主流且呈爆发式增长，中国纺织数码印花行业也迎来了井喷式的需求。赛孔雀集团研发的高渗透墨水可以有效解决“露白”、“翻纱”、“正反差”三大痛点问题，将有助助推数码印花行业实现可持续发展。

活动现场揭晓了“2018 中国纺织服装行业年度精锐榜”榜单。这是中国纺织工业联合会会刊《纺织服装周刊》连续第 10 年通过媒体的视角梳理过去一年行业发展，盘点企业表现，发布“中国纺织服装行业年度精锐榜”。2018 年度共有十大新闻事件、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、十大装备先锋等八大榜单，展现出当代企业和个人创新求变、紧跟潮流的时代风貌。

“中国纺织服装行业年度精锐榜”以行业优质载体的优势集聚与整合中国纺织行业的优势资源，成为融汇“科技、时尚、绿色”的行业集成创新平台，旨在顺应行业结构调整和转型升级的需要，在全行业内推广先进经验，不断提升纺织产品市场竞争力，同时也推动了中国制造、中国设计与世界舞台、全球时尚的连接。ITA



纺织人共聚一堂，探讨产业发展。

十大特色集群

广东省东莞市大朗镇

——中国羊毛衫名镇

广东省东莞市虎门镇

——中国女装名镇、中国童装名镇

河北省容城县

——中国男装名城

江苏省常熟市

——中国纺织产业基地市、中国休闲服装名城、

中国羊绒制品名城

江苏省苏州市吴江区盛泽镇

——中国丝绸名镇、中国纺织名镇

江苏省盐城市阜宁县

——中国环保滤料产业基地

江苏省张家港市金港镇

——中国氨纶纱名镇

宁夏回族自治区吴忠市利通区

——中国新兴纺织产业基地

浙江省绍兴市柯桥区

——中国纺织产业基地市

浙江省诸暨市大唐镇

——中国袜子名镇

十大服务平台

国家纺织面料馆（柯桥）

酷特云蓝 C2M 工业互联网平台

时尚秀场

西樵纺织产业集群“窗口”服务平台

玉林（福绵）节能环保产业园综合服务平台

中国教育装备研究院（威达）学生服饰研发中心

中国时尚设计交易中心

中国植物染（草木染）产业联盟

Fashion Bridge（深圳衣桥）

TESTEX 特思达

十大活力市场

广州白马服装市场

广州红棉国际时装城

即墨国际商贸城

济南冻口服装城

江苏常熟服装城

辽宁西柳服装市场

濮院羊毛衫市场

武汉汉正街市场

中国东方丝绸市场

中国轻纺城

十大装备先锋

贝斯特机械制造有限公司

北自所（北京）科技发展有限公司

重庆金猫纺织器材有限公司

江苏凯宫机械股份有限公司

江苏牛牌纺织机械有限公司

江阴市凯业纺织机械制造有限公司

石家庄纺织机械有限责任公司

苏州英迈杰机械有限公司

浙江立成印染机械科技有限公司

郑州纺机工程技术有限公司

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

江苏
调研组组长：
中国纺织工业联合会副会长
徐迎新

以高质量变革支撑产业发展

林英华 / 文

3月6~8日,中国纺织工业联合会副会长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会常务副会长徐迎新,中纺联国际贸易办公室主任林云峰,中纺联市场部主任梁鹏程,中纺联国际贸易办公室副主任刘耀中,中纺联市场部综合处处长林英华一行5人赴江苏盛泽、如皋、海安调研,在中纺联特邀副会长、江苏省纺织工业协会名誉会长谢明,江苏省纺织工业协会会长韩平,江苏省服装协会会长郁冰陪同下,走访了福华世家、立新集团、华佳集团、南通泰慕士、如皋雷成、联发集团、华强集团等企业,并与盛泽、如皋、海安地区政府、商会、18家企业代表召开了2次座谈会。

盛泽：智能制造与绿色发展促行业升级

3月6日,调研组一行走访了盛泽福华世家、立新集团、华佳集团等企业。福华世家在经历了贸易起步、实业拓展、资源整合、转型升级四个阶段后,目前已经具有完整的产业配套优势和规模优势,总经理张长建向调研组介绍了公司近年来在重新规划产品布局,寻找高质量、高标准、新动能,建立全球品牌供应链,增加产品附加值,产业链创新等方面所做的工作。徐迎新充分肯定了这些做法,详细询问了岁末年初企业经营情况,并就深化增值税改革、将制造业现行16%的税率降至13%、下调城镇职工基本养老保险单位缴费比例等新规对企业的影响与张长建进行了交流。张长建认为此次政府工作报告中对制造业等行业的现行税率降低3个百分点,对制造企业来说是极大的福音,将进一步激发市场主体活力,促进企业提质增效,助力高质量发展。

在立新集团,品牌创始人徐德荣详细介绍了立新品牌面料三大板块的总体布局规划、生产经营状况。徐迎新一行参观了立新集团罗曼罗兰创意产业园,对立新创品牌面料的理念,对服务服装品牌专业化的细分定位表示了认可和赞赏,并充分肯定了罗曼罗兰户外与俄罗斯专业设计公司双向合作,从面料到成衣设计等国际化互补的创新实践。

在江苏华佳集团,公司董事长王春花介绍到,近年来华佳集团自加压力,自主创新,通过不断延伸产业链,加强科技创新,通过与国际国内相关高校、科研院所的密切合作,共同研发新工艺、新产品。同时,集团积极拓展国际国内两个市场,提升产品知名度和品牌附加值。

下午徐迎新一行与盛泽政府、中国东方丝绸市场管委会、东方展会公司、东纺城以及8家盛泽企业代表举行了座谈会。企业代表踊跃发言,就2018年企业发展情况、国家的鼓励政策、2019年行业重点问题、各自细分领域的焦点问题、企业是否有走出去的考虑、对外投资意向以及已有的投资经历等进行了深入交流。

东方丝绸市场管委会主任张建华介绍说,盛泽纺织产业紧紧围绕高质量发展目标,以新时代新思想为指导,以“科技、时尚、绿色”为引领,贯彻新发展理念,落实高质量发展要求,全镇经济及纺织产业保持“稳中有进、稳中有新”的良好态势。

徐迎新充分肯定了盛泽一年来所取得的成绩,并对大家关注的热点问题进行了解答。

如皋：以数字化革命提升生产效率

3月7日的调研中,如皋市副市长高峰,市工商联党组书记顾卫国、副主席余建国等,向徐迎新一行介绍了如皋市纺织产业的发展现状。近年来,如皋市纺织服装业生产规模逐步扩大,技术改造不断加快,产品档次持续提升,产业结构不断调整,现已基本形成化纤原料、化纤、棉纺、毛纺、麻纺、印染、织造、成衣、家纺等门类较为齐全的纺织服装产业体系。

徐迎新一行前往南通泰慕士服装有限公司、南通雷成制衣有限公司进行了参观,听取了企业负责人对发展、经营情况的介绍。

在参观南通泰慕士服装有限公司展厅与智能化生产车间时,企业负责人陆彪着重介绍了染色车间 SEDO 系统、裁剪车间自动裁床、缝整车间自动吊挂流水线等信息化手段在生产链的应用。徐迎新就提高生产效率、提升产品质量、高质发展、装备智能化等方面提出了指导性意见和建议。

海安：培育自主品牌,重在加强创新

随后,海安市委常委、副市长卢忠平,市政府党组成员蒋鹏程,市政协副主席、市工商联主席蔡祝平参加了海安及如皋企业座谈会,并就海安纺织行业的发展进行了介绍。

海安现代纺织、时尚锦纶、茧丝绸产业集群发展,催生海安纺织行业由传统产业、特色产业逐步发展成为优势产业、强势产业,出现了一批以联发集团、鑫缘集团、文凤化纤、华强纺织、双弘纺织为代表的纺织龙头企业。会议就海安纺织企业在运营中遇到的风险、挑战和应对措施,推进纺织业高质量发展,支持行业转型升级的措施和政策,参与“一带一路”最新进展,在“走出去”过程中遇到的问题、风险等进行了探讨,企业代表进行了集中发言。针对企业提出的问题和意见建议,调研组进行了有关政策方面的解释。

调研组先后参观了联发集团与华强集团。联发集团总经理于拥军表示,公司采用技术引进和自主创新双轮驱动,做好自主品牌的发展与延伸,继续走转型升级的发展道路,以国际市场深度开发和成衣订单、现货面料两大策略带动生产基地全球化、原料采购国际化,推进公司的全球化布局。在华强纺织参观时,调研组就棉花进口配额管理制度的变化以及保税区棉纱出口关税问题向企业做了相关解读。

调研中,徐迎新传达了中纺联会长孙瑞哲在2019年纺织行业两会代表委员座谈会上的相关发言内容,强调中纺联将汇总各方意见和共性问题,建议相关部门继续加强对纺织行业的投资引导,促进产业布局合理发展,利用好财政各项优惠政策,扶持企业做大做强;不断促进产品升级,加大技改投入,促进企业的转型升级;积极“走出去”,抓住“一带一路”的发展机遇,增强企业国际竞争力;做到产业布局科学合理,推动纺织行业实现高质量发展。

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

周刊+



微信:纺织服装周刊



花椒直播



今日头条



一点资讯



天天快报



新浪看点

· 行业信息+

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

· 媒体平台+

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

· 服务价值+

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

《纺织服装周刊》官方网站: www.taweekly.com

新闻热线: 刘嘉 010-85872640

新媒体热线: 李江敏 010-85872630

广告热线: 万晗 010-85872646

发行热线: 章简 010-85872699



辽宁
调研组组长：
中国纺织工业联合会副会长
陈大鹏

关注市场化下的创新与协同

本刊记者 _ 董笑妍



3月5~7日,由中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏带队,中国纺织建设规划院院长冯德虎,中纺联社会责任办公室主任阎岩,中国服装设计师协会主席张庆辉,中国服装协会副会长周一奇,中国纺织建设规划院副院长刘彦威,中国服装协会品牌发展部副主任李雪菲,中国纺织信息中心产业经济研究室研究专员吴猛组成的调研组,走访了辽宁大连、丹东、沈阳三市,参观了4家企业、2个市场,召开3场座谈会。

五大举措推动服装产业发展

调研发现,辽宁纺织服装产业具有良好的基础,有一批隐形、单品冠军和优秀企业,在科技进步、文化创意、绿色与责任发展、集群建设等方面涌现出一批创新举措,主要体现在五个方面:

第一,智能制造快速发展。大杨集团建立了智能工厂,并自主研发了服装定制系统,2018年完成服装定制80万件套;大连隆生皮衣智能制造已达全球领先水平;大连东元通过实施设备局部智能化改造,生产效率显著提升。

第二,技术研发不断增强。在户外运动、安全防护等领域发展较快,拥有新龙泰、瑞沃尔、优耐特等一批在新型纤维、特种染整方面的优秀企业;柞蚕丝制品是辽宁的特色,产品研发的不断创新正在拓宽其应用领域。

第三,文化创意蓬勃发展。文化创意、品牌建设正在成为辽宁服装企业转型发展中的重要动能,如丹东唐人服饰以刺绣为基础,开发了一系列民族服饰。

第四,绿色发展与社会责任建设步伐加快。企业加快落实节能减排的相关政策,通过加强企业内部社会责任管理来提升内生力,保障可持续发展。

第五,产业集群与专业市场建设稳步提升。大连普兰店、瓦房店、中山区、甘井子等特色产业集群在政策支持、平台构建、资源链接、培训教育等方面开展了一系列有效举措;兴城泳装产业集群在自主品牌建设、线上线下融合、“走出去”与“引进来”中发展成效显著等。

人口结构等因素掣肘产业发展

中国纺织服装行业正处于转型升级的关键期,企业在发展过程中面临着不同的挑战与压力。辽宁省地处我国东北部,更是有着地域特色明显的发展挑战,如人口结构、环保政策压力等。

在座谈会中,企业反映的一些问题需要行业正视。第一,人才问题。辽宁本地人才外流严重、外地人才引进困难的现象并存,设计、研发类人才

亟缺。第二,员工社保。中小企业普遍表示员工的社保缴纳给企业带来了比较重的负担,加之一些企业出现员工老龄化现象,未来负担会更重。第三,品牌推广。许多企业由做外贸的代加工起家,在积攒了一定的技术、管理能力后,开始转向自主品牌建设,但品牌推广比较困难,南北方存在地域差异。第四,小企业融资问题。一些企业反映纺织服装产业没有被列入当地政府支持的产业行列,在融资方面比较困难,存在着行业类别的歧视问题。

企业从自身发展的实际出发,也提出了一些政策诉求,主要集中在三方面:第一,降低生产费用。企业反映工业用电费用高、国储棉运费补贴设置不合理等,希望有序降低费用。第二,落实环保补贴。企业希望在环保设备更新方面的补贴能尽快落实。第三,细分政策对象。希望依据行业类别、企业规模等的不同,制定更加具有针对性、适用性的政策,防止“一刀切”,对行业发展带来不良影响。

调研组为当地产业发展建言

针对辽宁省纺织服装行业代表们反映的问题,调研组从不同角度给与了建议与意见。

冯德虎表示,产业集群要实施高质量发展,要通过盘活存量来实现智能制造,应充分利用中国服装智能制造联盟的资源;要加强教育培训和“走出去”发展,对于外贸依存度较高的企业要加强与国内品牌的对接。

阎岩认为企业要在全球化思维下评估长处与短板,她强调企业的利润来自于创新和效率,要通过加强社会责任在人、环境、公平市场三个维度的工作,提升内生管理能力。

张庆辉表示,高质量发展应该是产业与产业集群两个层面的高质量发展,要重点发挥产业链的配套效应,并建议户外运动如滑雪服产业,抓住2022年冬奥会的机遇,与相关院校、机构在研发、设计方面加强合作。

周一奇认为要从政府支持、专家引导、公共服务、标杆作为四个方面共同努力,借助在户外、防护等产品研发方面的优势,打造时尚、科技、跨界产业。刘彦威表示,公共服务平台对地方产业的发展十分重要,要充分整合利用资源,主动承担活动、论坛等,助力产业向“科技、时尚、绿色”转型升级发展。李雪菲认为,企业要建立研发、协作、趋势预判等方面的话语权,并从品牌发展、资源建设等方面给出了建议。

陈大鹏充分肯定了辽宁省纺织服装产业的发展基础,高度赞扬大家的交流“理性而真实”,感受到了地方政府对产业的支持、企业对于行业的信心与态度,并对辽宁省纺织服装产业未来的发展提出了如下建议。

第一,加强市场化理念。改革开放40年,中国纺织服装行业发生了巨大变化,市场化是产业发展背后重要的力量,未来的发展要进一步加强市场化的理念,在政府不断构建生态的形势下,企业要充分发挥主体作用。

第二,发扬企业家精神。调研发现辽宁有许多隐形、单品冠军和一批优秀企业,企业家们对于发展有着很好的创新思维与实践,要进一步发扬企业家精神,推动辽宁纺织服装产业的转型升级。

第三,持续调整与创新。中国纺织服装产业的发展处于市场快速变革、产业要素变革的大背景下,这要求企业必须及时调整发展举措、创新发展模式。在技术推动、文化赋能、跨界融合方面发力,同时要产业链上下游协同、“走出去”多交流等。

第四,秉承坚持与专注。所有产业面对的大环境都是一样的,发展还是要看自己,当前国家对于制造业的支持力度正在不断加大,而且辽宁省具有良好的纺织服装产业基础,企业要看清自己、找准优势,坚持并认真做好自己。TA

YóANTION[®] 远信工业

节能环保热风拉幅定形机



地址: 浙江新昌澄潭工业区

电话: 0575-86068888

传真: 0575-86059666

E-mail: junshaochen@163.com

—— 铸就 远信品质 / 远信品牌 ——
www.yoantion.com

纺织服装周刊

广东
调研组

组长：
中国纺织工业联合会副会长
李陵申



传统纺织不传统 高质量就业谱新曲

高华斌 / 文

2月27日~3月2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，中国纺织工业联合会副秘书长、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中纺联调研组，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，对广东佛山、广州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。

佛山：可持续发展见成效

2月28日，调研组走访了佛山市致兴纺织服装有限公司、广东溢达纺织有限公司、佛山顺德彩辉纺织有限公司。

佛山市致兴纺织服装有限公司创建于1995年，拥有一流的硬件设备、工程技术人员和管理队伍，生产设备采用的是原装进口德国门富士拉幅泡沫缩水机、比利时必佳诺高速剑杆织机等，代表了国际领先的制造工艺水平。致兴纺织注重环保生产的配套建设，斥资500万元建立起日处理1200吨的排污水处理厂，并为工厂配备其他环保除尘除硫设备。

谈到目前工厂用工问题时，致兴纺织董事副总经理欧阳晓表示，现在招大学生入厂非常困难，企业的主力工人主要是农民工，更严峻的问题是员工老龄化现象严重。现在产业的最大问题是只见出不见进，未来这将是产业发展的一大威胁。

广东溢达纺织有限公司是由创立于1978年的香港溢达集团于1988年投资设立的大型产品出口型及高新技术型纺织企业，公司业务范围涵盖纺纱、染色、织布、后整理、制衣及辅料，下设7个分厂，以及研发中心、实验室、“派”和“十如仕”品牌专卖店等，是溢达集团在全球投资规模最大的旗舰企业。

经过近30年的艰苦创业和锐意进取，广东溢达已发展成为当地民营企业代表，以及传统产业中科技创新与转型升级示范企业，并连续十五年在“中国男士全棉梭织衬衫出口额排名”中位居第一。溢达集团研发中心总监张玉高对公司



2018年市场销售以及2019年市场变化等情况进行了介绍，并就多年来溢达纺织的品牌建设、可持续发展等方面的经验进行了总结。

作为一家服装企业，溢达纺织近年来在服装自动化升级方面做了许多工作，并取得了可喜的成绩，溢达正在使传统纺织变得不传统。

佛山顺德彩辉纺织有限公司的主要业务是加工、生产纱线的烧毛、丝光、染色和针织高档布料的丝光、染色后整理等。近年来，公司生产规模不断扩大，生产设备不断改进、更新，先后引进了意大利先进的纱丝光设备、日本先进的平幅丝光机、韩国先进的烧毛机、瑞士桑德林预缩机、德国先进的门幅士定型机等国际一流的生产设备，更新了一套更为先进的废水处理及中水回用设备。

3月1日，调研组走进西樵，走访了广东金三发科技有限公司、广东维盛科技有限公司、广东显升个人护理用品股份有限公司，并与西樵镇政府工作人员进行了座谈。中国产业用纺织品行业协会副会长李桂梅带领的调研组也参加了调研活动。

3月2日，调研组走访了位于佛山市的南海稳德福无纺布有限公司。该公司主要生产四大类产品：聚丙烯纺粘无纺布、SSS/SMMS无纺布；无纺布车缝制品，如无纺布袋、保温袋；医疗耗材，如手术衣、手术单、灭菌包布、复合布及复合布制品；高级成人纸尿裤。

广州：绿色发展改写印染工艺

调研组在广州走访了广州市东海腾染整织造有限公司、广州检验检测认证集团有限公司等。

广州市东海腾染整织造有限公司的产品是针织布染整，年生产加工能力为12000吨，产品遍布全国针织市场。公司在发展过程中特别重视引进先进的生产设备和工艺技术。现具有规模的“立信、门富士品牌”染整设备，并配套前整理助剂自动输送系统、染色工艺中央集中自动控制系统、后整理助剂自动输送及定型机温控和密度控制系统。

据公司法人代表李志勇介绍，目前公司染整部分六七成的订单是做自己的产品，两三成是对外加工。2019年的主要问题是，煤改气能源改造引起的成本变化。按照成本来看，目前天然气成本是用煤成本的1.5~2倍，现在担心的是改造之后，企业还能否正常赢利。

3月2日，调研组走进了广州检验检测认证集团有限公司，该公司主要从事食品、服装、日用消费品、节能环保、工程材料等方面的质量检测，拥有纺织服装服饰产品、加工食品、皮革制品等国家质检中心，是集标准、检测、认证及技术服务为一体的综合性技术服务机构，检验检测能力和技术服务水平处于国内领先地位。

除提供传统常规纺织检测服务以外，该公司还设有专业的产业用纺织产品检测实验室，可以对常温过滤、高温过滤、可冲散非织造材料、医用卫生等材料进行检测。TA



微信号：tachaobao



微信号：fzfczk

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



中纺联领导与两会代表委员合影。

把握战略机遇期 促进高质量发展

纺织界两会代表委员“回娘家”热议行业提升

本刊记者 _ 郭春花 郝杰 陶红 / 文 关云鹤 / 摄

每年的全国两会期间，纺织行业两会代表委员回娘家已成为传统，今年也不例外。3月4日，“2019年纺织行业‘两会’代表委员座谈会”在北京市朝阳门北大街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，副会长杨纪朝、夏令敏，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、孙淮滨，副秘书长杨峻、彭燕丽、叶志民、李进才，人力资源部主任孙晓音，生产力促进部主任乔艳津，办公室主任段红等，与来自全国各地的18位纺织行业代表、委员共同为行业发展献计献策。座谈会由陈伟康主持。

会上，孙瑞哲作题为《把握战略机遇期，促进高质量发展，在一起赢未来》的报告，介绍了中国纺织工业实现跨越式发

展的“三大跃迁”，行业在成长中存在的“三个落差”，并就联动政策诉求，提出行业发展的“三个提升”，以及助力纺织强国建设的政策赋能“四个方向”。

随后，参加座谈会的两会代表委员结合行业和企业发展实际情况，提出了相关建议，并介绍了为今年全国两会带来的提案建议。

围绕两会代表委员提的建议，杜钰洲、王天凯表示赞同，并鼓励两会代表委员要提倡全社会对纺织行业的价值认知。

高勇建议代表委员在全国两会上能结合行业发展战略，关注中西部纺织服装业的发展。一是在中西部扶贫攻坚中，关注纺织服装行业的独特地位和作用。二是关注在中西部培育发展新的产业集群。三是关注中西部纺织服装产业发展，及羊毛、羊绒、麻等原料产业的发展。

三大跃迁、三个落差

纺织业“供给之棒”亟待对上“需求之卵”

“筚路蓝缕启山林，栉风沐雨砥砺前行”，座谈会上，孙瑞哲以这句诗开场，形象化地说明了行业所处环境、所作所为，以及下一步发展的决心。他讲到，在党的坚强领导下，中国人民经历了无数艰难曲折和风险考验，成功开辟了中国特色社会主义道路，取得了举世瞩目的发展成就，改变了全球发展格局和历史走向。在“大浪淘沙”的历史选择中，中国纺织工业在改革中守正出奇，在开放中博采众长，取得了全方位、开创性的发展，发生了深层次、根本性的变革。

七十年间，中国成为全球最大的纺织品服装生产国、消费国和出口国。中国纺织工业成为国家工业化进程的母行业、对外开放的排头兵、经济体制改革的先行者。随着党的十八大的召开，在以习近平总书记为核心的党中央带领下，中国纺织工业进入“新时代”，把握“新方位”，正在加速成为创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业和责任导向的绿色产业——“科技、时尚、绿色”，正成为新时代中国纺织工业的工作新定位、行业新标签、社会新认知。

成长：“科技、时尚与绿色”的“三大跃迁”

新中国成立七十年来，从人均棉布产量尚不足做一套服装或一床棉被，化纤年产量曾在全球经济统计中被“忽略不计”，到现在我国发展成为全球最大的纺织品服装生产国、消费国和出口国，在全球纺织业中占据龙头地位，成为支撑世界纺织工业体系平稳运行的核心力量和推进全球经济文化协调合作的重要产业平台。“科技、时尚、绿色”，揭示了中国纺织工业实现跨越式发展的“三大跃迁”。

第一，“科技”驱动：从规模发展到内涵发展。

建国初期，纺织工业部就制定了统一的经济技术指标、节约用棉和节约浆纱用量、总结推广先进的技术操作经验和改善工厂劳动条件等基础性技术工作。五十年代至七十年代，我国通过自力更生已初步建立了纺织服装的产业体系。改革开放之后，我国纺织行业的科技优秀成果不仅数量可观，而且创新水平不断提高，从引进消化吸收再创新到原始创新，从单一产品、工艺技术创新到集成创新，体现出行业科技进步的显著成效。2011年以来共有23项成果获国家级科学技术奖。

第二，“时尚”复兴：从审美依附到文化自信。

新中国成立以来，党和国家致力于保障和改善民生，逐步解决中国社会诸多重大民生问题，其中穿衣问题是解决得最早、最好的民生问题之一。特别是进入改革开放新时期以来，随着“温饱问题”的解决，城乡居民服饰“蓝、黑、灰一抹色”的情景消失了，取而代之的是着装风格的时尚化、个性化、多元化。本质上，这是“供给侧时尚化”与“需求端时尚化”彼此促进、交互作用的结果。

第三，“绿色”文明：从环境压力到生态和谐。

进入新时代，中国纺织工业的生态文明，以尊重和维护生态环境为主旨，以可持续发展为根据，以未来人类的继续发展为着眼点，聚焦绿色技术和绿色管理，逐步实现了人与社会、人与环境、当代人与后代人的协调发展。

成长中的烦恼：行业发展的“三个落差”

第一，国民经济体系中，纺织行业“贡献度”与“主流性”之间的“认知落差”。

一方面，纺织行业对整个国民经济体系的“贡献度”非常高。具体体现在：一是全球纺织工业格局中，规模供给能力的当仁不让；二是劳动力市场中，就业吸附能力的当仁不让；三是国际贸易竞争中，净创汇能力的当仁不让。

进入21世纪，纺织行业抓住了我国国民经济快速发展和全面融入全球化的有利时机，进入了黄金发展阶段，2002～2008年，规模以上企业主营业务收入年均增长21.7%，利税总额年均增长25.1%。近年来，随着国际环境变化以及我国步入发展新常态，工业经济出现较大波动，纺织工业始终保持平稳发展态势。2018年，规模以上纺织企业主营业务收入达到53703.5亿元，占全国规模以上工业的5.3%；全行业净创汇2501.9亿美元，占全国的71.1%。

另一方面，与“贡献度”存在明显认知落差的是：社会各界过于强调纺织行业的传统行业属性，仍将其定性为劳动力密集型的、以制造加工为主的行业。

这容易导致两个层面的“忽视”：忽视了纺织行业在高新技术与文化赋能的双重驱动下，自身所具备的不可磨灭的“新兴性”与“成长性”，以及作为产业创新与价值实现的中枢地位；忽视了围绕“智能制造”、“绿色制造”、“服务型制造”与“优质制造”等环节，竞争优势正在得以重构，纺织服装行业哪怕被印象锁定在“制造加工领域”，但也已今非昔比，制造分工的低附加值诅咒正在被打破，“微笑曲线”的逻辑判断正在被颠覆。

第二，全球经济体系中，“中国崛起”与世界经济新秩序调适之间的“利益落差”。

新一轮全球化，以中国为代表的发展中国家的崛起主要是一种自我发展型崛起、工业化崛起，而非对外扩张型崛起。中国纺织工业的崛起，也是一种在内生驱动力作用下的“自我发展型崛起”，根据商务部统计口径，2003～2018年，我国纺织产业对外直接投资累计97.96亿美元，年均增速为15.6%，占制造业对外直接投资累计总额的5.2%。

纺织产业是国家积极推进“一带一路”建设的先导产业，同时也是“一带一路”沿线国家和地区推进工业化发展、创造国民财富以及提供大量就业的首选民生产业。推动我国纺织产业的国际化发展以及加强纺织产业国际产能合作项目的落地与实施，既是我国自身产业发展的需要，也是带动合作国纺织业发展，实现互利共赢的重要举措。

与上述趋势相对的是，“逆全球化”在世界经济新秩序的调适过程中，正在成为新的趋势，发达国家通过金融货币政策和贸易保护主义的多重手段，在对中国制造业依赖的同时，表现出遏制的动向——以中美关系为例。2018年美国新版《国防战略报告》首次将中国定位为“战略性竞争对手”，这释放了一个重要信号。12月1日，中美首脑会谈后贸易冲突缓和，双方停止升级关税等贸易限制措施，并将在90天内争取就非关税壁垒、强制技术转让等方面达成协议。目前来看，中美贸易摩擦仍存在不确定性。双方的竞合关系也将对下一步整个纺织产业的发展产生深远的影响。未来，面对越来越高危的经济民粹主义，中国纺织工业的自我崛起与世界经济新秩序的调适之间，可能会面临更加矛盾紧张的关系，更加失衡的利益分配落差。

第三，行业供给侧体系中，制造能力与消费需求匹配之间的“能力落差”。

目前，纺织行业供给体系失衡的情况依然存在。要素供给结构性矛盾突出，不能充分满足生产需要；产品供给同质化倾向较重，不能充分满足消费需求。部分细分行业存在阶段性、结构性产能过剩，供需匹配存在错位，规模巨大而有效供给不足、制造能力较强而创新能力不足，两者之间的能力落差客观存在。从产品价值到消费价值的最终实现，“供给之棒”亟待对上“需求之卵”。



孙瑞哲

在“大浪淘沙”的历史选择中，中国纺织工业在改革中守正出奇，在开放中博采众长，取得了全方位、开创性的发展，发生了深层次、根本性的变革。”

纺织服装周刊

三个提升、四个方向 纺织强国之梦期待政策赋能

回顾、认知传统不是逆向回归，而是借助历史的维度认知自己；展望、重构未来不是盲目冒进，而是顺应趋势的力量优化自己。“察势者智，驭势者赢”，在历史的回望与未来的探索之间，在成长与成长的烦恼之间，在“大”与“强”的新旧动能转换之间，在产业升级与政策导向的协同合力之间，藉由 2019 年全国两会召开之机，孙瑞哲代表中纺联就联动政策诉求，提出行业发展的“三个提升”：第一是提升“价值感”，从巩固行业地位到刷新行业认知；第二是提升“共生感”，从封闭发展模式到构建生态矩阵；第三是提升“获得感”，从制度顶层设计到落实传导机制。同时围绕助力纺织强国建设，孙瑞哲提出了政策赋能“四个方向”，即第一要鼓励企业扩大转型升级投入；第二要进一步减轻企业负担；第三要积极开拓国内市场；第四要促进产业布局合理发展。

三个提升

第一，提升“价值感”： 从巩固行业地位到刷新行业认知。

对内，纺织行业在我国国民经济中的支柱产业地位始终没有动摇。近年来，随着国际政治贸易环境变化以及我国步入发展新常态，工业经济出现较大波动，纺织工业始终保持平稳发展态势。

对外，我国纺织工业已成长为支撑世界纺织工业体系平稳运行的核心力量。凭借业已形成的全球体量最大、最完备的产业体系，未来 10 ~ 20 年，我国纺织工业在世界纺织工业体系的核心地位不可能被取代。

中纺联建议

联动政策诉求，应加快建议政府对纺织服装行业在整个国民经济体系中的发展贡献与行业定位进行再定义，在“巩固行业地位”与“刷新行业认知”两个层面双管齐下，围绕“科技、时尚、绿色”，加强行业品牌形象的积极塑造与重点宣传，提升行业价值感，吸纳更多优秀的行业人才到纺织服装行业中来，助力行业转型升级。

第二，提升“共生感”： 从封闭发展模式到构建生态矩阵。

全球产业链、价值链与创新链深度交织，跨领域、跨区域合作正成为一种常态。技术界限、产品边界、业务边界、组织边界日渐模糊，技术与艺术、比特与原子、制造与服务、金融与实体，各种边界都在被打破。

中纺联建议

联动政策诉求，应立足于“跨界”与“融合”的开放视角，从封闭发展模式进化到构建生态矩阵，积极构建产业联合体，提升行业与外部系统协同创新、共享资源、融合发展的产业生态。

第三，提升“获得感”： 从制度顶层设计到落实传导机制。

“利民之事，丝发必兴。”中国纺织工业不仅要注重宏观政策与产业政策的顶层设计，更要注重建立在具体的、特定的、变动的行业发展语境下，改革落实的传导机制，使得宏观层面释放的制度红利、政策红利可以有效地转化为微观市场主体的获得感。

中纺联建议

联动政策诉求，应着重在顶层设计与基层探索相结合的产业政策评价总结机制、激励约束机制和推广运用机制三个方面取得根本遵循与实践突破。

四个方向

方向1 鼓励企业扩大转型升级投入

近年来，纺织行业固定资产投资增速持续放缓，转型升级投入成为行业投资增长的主要动力。2019 年，受到宏观经济下行风险加大因素影响，纺织行业投资增长压力增大，投资放缓对于行业推进转型升级、优化产业布局、稳定就业规模均有负面影响。

中纺联建议

（一）加强投资引导

加强纺织行业投资重点方向指导，结合行业发展实际，及时对《产业结构调整目录》、《工业企业技术改造升级投资指南》等产业政策等进行滚动更新。对重点行业落后产能标准进行重新评估，引导相关产能加快进行改造升级。

（二）优化财政政策支持

继续利用好国家现有财政专项资金，对纺织绿色制造、智能制造、纺织新材料等重点领域关键技术研发应用给予扶持，充分发挥行业示范与带动作用，着力补齐行业技术短板，有效破解绿色环保瓶颈。改变财政专项过于集中在高性能纤维材料及产业用制成品领域的现状，加大对差别化、功能通用纤维，传统纺织优质、先进制造技术，高品质、环保染整技术等领域的重点支持与示范，带动量大面广的产业链环节加快改造升级。支持行业性、区域性公共服务平台升级，推动重点产业集群信息化服务体系建设，建立“集群产业云”系统，全面整合集群制造与服务资源，提升发展效率。

（三）加强税收激励

研究进一步将技改投资按一定比例抵免所得税的政策措施，进一步扩大研发费用、品牌宣传费用税前加计扣除比例,提升企业创新与技改投入积极性。简化企业办理相关优惠政策手续，确保企业切实享受到优惠政策支持。将企业购买设计手稿等产品开发费用纳入所得税前加计扣除范围，鼓励企业扩大在创意设计方面的投入。

（四）进一步改善企业融资环境

强化落实国家对实体经济的融资扶持政策，对于符合资信要求纺织企业与投资项目给予充分信贷支持，禁止附加条件放贷、贷转存、不合理收费等行为。推动产融合作对接，加强对纺织行业改造提升资金需求及融资现状的调查研究，协调金融、证券等管理机构资源，加强对制造企业和项目融资风险判断的指导，推动金融机构与重点制造企业对接融资需求等。引导建立纺织产业基金，鼓励优质社会资本支持行业发展。

（五）完善印染行业投资监管措施

对印染企业技术改造项目实施分类管理，企业在不增加产能的前提下进行自动化、智能化改造,应优先予以环评和备案。环保督查中实施精细化管理，对印染集控区内排放不达标企业采取停产措施，对不符合排放要求的企业采取强制停产限产措施。支持印染行业加大转型升级投入，利用工业转型升级转型资金支持印染企业及上游产业链技术升级改造，解决诸如金属棉、PVA 等印染废水污染物的控制与治理问题。

方向2 进一步减轻企业负担

近年来，国家围绕减轻工业企业负担出台了一系列政策措施，纺织企业反馈降低增值税税率、减低社保费率和公积金缴存比例等措施对于企业减负作用积极，但企业仍反映成本负担较重，参与国际竞争压力显著。

中纺联建议

（一）进一步降低税负

建议进一步出台普惠性的减税措施，继续调降增值税税率 1 ~ 2 个百分点。结合棉花进口配额制度改革进度和新疆棉目标价格补贴实施情况，研究进一步降低棉花进口滑准税税率或取消滑准税管理。提高研发试验、广告宣传等费用的加计扣除比例，研究进一步扩大所得税税前抵免项目范围的可行性，如将技改投资、产品开发费用等纳入抵扣范围。

（二）减轻成本负担

建议进一步降低工业用电价格，改变国内电价大幅高于国外的现状。出台适当降低劳动密集型产业税收负担的措施，如进一步降低企业缴纳社保的基数和比例，或者根据企业缴社保按比例进行税收返还，以避免影响从业人员福利。落实好国家支持实体经济和中小企业的融资扶持政策，降低企业融资成本。协调商业部门切实降低商业零售渠道的费用，降低零售成本。

（三）稳定对外贸易环境

深化与“一带一路”沿线国家地区的双边、多边经济贸易合作，加快自由贸易区建设，畅通对外贸易通道，减少关税负担。保持人民币汇率走势相对平稳，避免大起大落，减少因汇率波动引起的频繁议价成本及进出口结汇损失。全面评估中美贸易摩擦影响，引导地方政府对本地区受到美国加税影响较大的出口企业适当给予税收返还或优先支持技改升级等方面的财政扶持，缓解企业压力。

方向2 积极开拓国内市场

我国内需市场纤维消费量超过 3000 万吨，是全球总量最大、最具活力的纤维消费市场。进一步激发多领域、多层次、多元化的内需消费潜力，是化解纺织行业出口贸易压力的有效途径，也是纺织行业落实促进形成强大国内市场工作任务的重要表现。

中纺联建议

（一）加快促进纺织服装产品升级

充分利用好产业政策、财税政策，引导和鼓励纺织全产业链发展优质制造、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。开展消费品行业产品升级工程，选择重点领域、重点企业，完善产品开发创新体系，推动跨产业链、跨领域整合、协作创新；应用先进制造技术、装备与信息化管控系统，提升产品品质。例如，以“大家居”为概念，整合轻纺行业骨干企业，开展整体家居 / 家饰 / 家装产品的开发、生产与市场推广示范，促进企业加强资源整合，创新商业模式。启动终端消费品自主品牌建设工程，加强重点纺织服装品牌培育示范，利用“中国品牌日”等政府服务平台对具有行业典型性的品牌予以重点培育支持。支持行业会展、时装周、设计大赛等平台建设，为品牌发展经验交流与成果展示提供有利条件。

（二）扩大产业用纺织品内需应用

产业用纺织品应用领域广泛，在国内仍有较大应用空间。建议运用好政府采购措施，扶持自主品牌土工、建筑、结构增强纺织品参与国家建设工程项目采购竞争，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。完善应急产品政府采购及储备机制，增加救灾帐篷、防洪抗汛土工膜袋等特殊纺织品需求。出台对生物质纺织农膜等生态环保农业用纺织品的应用补贴政策，在果蔬、花卉等高价值经济作物的种植中试点应用。适当调高特殊工种劳动者职业安全防护标准，推动功能型安全防护用纺织品的应用。

（三）改善国内商业环境

积极协调商业部门，有效降低商业零售渠道的费用成本，减低零售成本。对零售市场加强监督管理，增强产品质量、知识产权保护等方面的市场检查和执法，提高违法成本，完善电子商务监管体系，规范市场竞争秩序。多方采取措施稳定就业与居民收入，鼓励金融机构创新消费金融服务模式，降低消费信贷利息及费用，提高居民购买力，促进消费需求扩大。

（四）加强市场消费引导

充分利用多种形式的媒体平台，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,提升自主品牌的整体形象和市场认可程度。行业的时尚文化的国际化推广，要重点讲好中国故事、传播好中国价值、打造好中国话语。



方向4 促进产业布局合理发展

近年来，受投资环境、产业配套、市场需求等因素影响，纺织产业国内区域转移进度显著放缓，境外投资持续增长，这种情况带来诸多现实风险问题。

中纺联建议

（一）加强政策协调，进一步推动国内产业转移

虽然与其他发展中国家相比较，我国综合制造成本偏高问题突出，但仍拥有完整产业体系和产业集聚化发展优势。考虑到保障国内产业核心竞争力、防范产业空心化，以及稳定国内投资、生产与就业等需求，促进纺织产业向内陆地区有序梯度转移仍是纺织行业转型升级任务的重要内容。

为解决制约纺织产业转移的投资环境不完善、企业投资动力不足等问题，建议加强产业政策指导，有效引导投资流动。指导地方工信部门做好主体功能区、产业布局、产业转移等方面的政策解读和宣讲工作，引导和鼓励骨干企业跨区域发展，扩大产业转移投资。协调有关部门强化税收、土地以及财政支持等激励措施，保持政策连续性，增强企业投资积极性。支持相关行业性公共服务体系发展，搭建投资对接平台，开展咨询、培训等公共服务，推动纺织产业转移进程。

（二）完善国内营商环境，促进产业健康发展

纺织企业扩大对外投资是市场发挥资源配置作用的结果，但国内产业发展环境趋于紧缩,客观上加速了企业走出去的进度。创造更为公平、完善的发展环境，充分利用好国内有利条件促进企业转型升级，避免纺织先进制造、优质制造产能盲目、过快向海外转移，是确保纺织产业持续健康发展、对国民经济发挥应有贡献作用的重要保障。

建议进一步推动棉花管理体制市场化改革，不断优化棉花进口配额管理，实现国内外棉价市场化接轨。妥善解决中美贸易摩擦问题，稳定对外贸易环境和企业发展信心。落实好禁止环保“一刀切”有关政策措施，对政策落实情况进行跟踪调查，切实保障企业生产运行环境稳定。加强对金融机构的信贷指导，不断拓展产融合作措施路径，有效解决企业长期面临的融资难、融资贵问题。进一步完善产业政策，增强产业政策的普惠性和正向引导作用，促进资本、人才等相关市场资源向纺织行业有效流动。

（三）尊重市场规律，引导对外投资合理发展

由于我国加工制造成本持续提高，贸易环境风险上升，国际纺织产业投资及国际采购订单向其他发展中国家和地区转移已是必然发展趋势，美、欧、日、韩等国在东南亚地区投资的纺织加工能力近年来也有迅速增加趋势，长期必然与我国纺织产业形成竞争关系。我国企业通过对外投资积极参与国际纺织产业布局重构，长远看有利于保障我国纺织产业资本的盈利能力，并与国内纺织产业升级发展形成良性互动关系。

建议结合市场规律，加强研究纺织企业对外投资产业政策，开展纺织行业海外投资重点领域、重点区域指导，提高行业跨国布局效率。将纺织服装业列为“一带一路”合作示范产业，协调信贷、外汇管理等部门，对纺织投资项目给予低息无息贷款、援外合作等支持，在“一带一路”沿线越南、巴基斯坦、乌兹别克斯坦、埃及、埃塞比亚等亚、非重点国家打造现代纺织工业园区、现代纺织生产性服务体系等标志性合作示范项目。支持行业协会开展境外投资相关信息研究、投资促进、政策协调等服务工作。



邱亚夫



邱光和



陈丽芬



王连春



高岭



王伟



沈方勇



王红星



杨勋

建言献策，共促纺织强国建设

为加快纺织强国建设，不仅仅是行业协会在努力引导全社会对纺织的关注，从座谈会上两会代表委员的发言及其带来的提案建议也可以看出，来自一线的企业家、纺织职工、高校教师均在从各自角度建言献策，为早日建成纺织强国贡献自己的力量。

山东如意科技集团有限公司董事局主席邱亚夫：

邱亚夫以收购莱卡以及收购澳大利亚公司为例谈到，当前中国纺织行业的发展缺乏强大的财政支持，纺织企业要有坚实的金融后盾，才能静下心来搞科技、搞研发。

他同时谈到，通过收购莱卡感受到国内企业对科技的投入与国外企业差距很大，特别是倾注工匠精神的科技投入是中国纺织行业非常缺乏的。莱卡在科技上的投入已经形成了一种循环，他们今天研发的是五年以后才推上市场的产品，他们拥有 181 位各领域的专家来做研发，能做到这一点最关键的在于他们背后有强大的财政支持。

邱亚夫建议国家对纺织行业加大财政支持，让纺织行业能静下心来在一些关键技术、工艺方面加大力度研发，共同建设好纺织强国。

温州森马服饰有限公司董事长邱光和：

邱光和谈到，近两年来，纺织行业受经济下行压力影响，面临着严峻的发展形势，同时还面临着原料成本、人工成本、渠道成本上涨等各种挑战，特别是很多中小企业还面临着融资难等问题，阻碍了行业的发展。

他提到，融资难问题在各种会议上多次提出，中央也有一些政策支持，但还不够，很多小微企业还享受不到，建议国家对一些优惠政策的实施路径要进一步明确化。此外，行业还面临招工难的问题，邱光和提出这与国家对人才的重视程度有关系，建议国家未来能更加重视技术人才的评定。

江苏阳光集团董事长陈丽芬：

2018 年，在行业形势不乐观的情况下，阳光依然实现了各方面的增长，这充分体现了品牌的优势，同时内销市场的增长，也体现了开拓国内市场的正确性。

此次两会，陈丽芬准备提几方面的建议。一是重视实体经济，解决企业融资贵的问题。近年来，企业普遍面临着融资贵问题，特别是小企业融资成本更高，再加上各种其他成本，这让企业很难在国际上竞争。

二是弘扬工匠精神，大力表彰先进工匠人才，对工匠人才设置长效的奖励机制，提倡全社会认可工匠的价值。

三是加大自主创新、智能制造，推动制造业高质量发展。

江苏悦达集团董事局主席王连春：

汽车产业和纺织产业是悦达的主产业，悦达的纺织产业也是江苏盐城的支柱产业，引领当地的发展。多年来，悦达一直紧抓市场经济与品牌经济。此次两会将提出三方面建议，一是抓转型，高度重视纺织行业的转型升级，重视研发和智能化改革；二是既要鼓励企业积极加入“一带一路”建设，也要支持就地转型升级；三是要持续加强中国纺织品牌建设，建设品牌经济。

西安工程大学校长高岭：

今天会议的召开让人感受到来自行业的温暖与底气。多年来，纺织行业一直被定义为传统制造业、劳动密集型产业，如何从根本上改变各界对纺织行业的认知，从高质量发展方面对纺织行业做更多的宣传和判断值得思考。高岭建议要鼓励发展一批绿色环保的高端企业、培养纺织界高端人才、专家，让专家为纺织服装行业发声；建议每年两会前在地方征集建议和意见，综合汇总给委员，让地方基层代表发声，切实了解地方需求，与此同时，也可以对热点问题针对性的调研，优化行业发展。

东方国际集团上海纺织装饰有限公司副总经理王伟：

王伟表示，作为两会代表、行业代表，主要职责就是“为行业发声，为纺织产业代言”。今年两会，将结合自己参加和服务进博会的经验提出相关建议，一是加大纺织行业进口贸易的制度创新，提升贸易的便利化，主推进口贸易的发展；二是鼓励民族品牌走向国门，加强知识产权保护，提升民族企业的核心竞争力，加大电子证据的采信力度、加大刑事处罚的震慑力度，设立惩罚性的赔偿机制，利用新技术保护民族品牌知识产权。

湖北天门纺织机械股份有限公司董事长沈方勇：

一直以来既享受了行业的拼搏，也感受到了行业的不平凡。尽管过去的一年不平凡，但中小企业也顺利走过了。他表示，感恩企业这个平台，为企业拼搏有了社会地位，有了代表的荣誉。

滨州亚光家纺有限公司总经理王红星：

第一次回娘家，王红星很激动，他针对行业发展提出了三点建议，一是稳主业，政府应加大对行业新旧动能转换的力度，让行业走在世界前列。二是支持对行业标准化的提升，这对行业高质量发展至关重要。三是建议增加对创新的支持。

真维斯国际（香港）有限公司董事长杨勋：

行业的发展要综合考虑国家发展的大局，目前中美贸易摩擦还没有结果，最终也不要抱有太大希望，美国的目的是打击中国的高科技。行业面临的最大问题是发展红利遇到了拐点，只有改变思维才能跟上时代的步伐。此外，搞经济，要讲政治，才能制定行业发展的政策。TA

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



柯桥中国轻纺城 专版



中国轻纺城集团坚持“保稳求进”的工作总基调，助力柯桥打造新时期“国际纺织之都”。

稳中求变， 推动轻纺城集团高质量发展

本刊记者 邬莹颖 文 / 摄

近日，浙江中国轻纺城集团股份有限公司（以下简称“中国轻纺城集团”）2019年经济工作会议在柯桥创意大厦召开。参加会议的有中国轻纺城集团本部全体员工、分子公司初级以上管理人员、2018年度先进集体和先进个人等。绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会党工委副书记、副主任裘华建出席本次会议。会议由中国轻纺城集团党委书记、董事长葛梅荣主持。

中国轻纺城集团总经理虞伟强作工作报告。本次大会以“再接再厉，善作善成，为公司持续发展再创佳绩”为主题，认真贯彻落实柯桥区委区政府决策部署，表彰先进，总结中国轻纺城集团过去一年的工作，分析2019年面临的形势，部署2019年主要工作任务，从而推动中国轻纺城集团在新的一年里有新发展。

会议认为，2018年中国轻纺城集团在柯桥区委区政府的正确领导下，在中国轻纺城建设管理委员会的指导帮助下，把握“稳中求进”的工作方针，突出创新驱动，拓宽经营思维。从“营业用房续租”、“市场管理”、“物流运营”、“网上网下”、“工程建设”、“金融投资”、“党风作风”七个方面拓展工作，取得了较好成绩，营收、利润等各项经济指标较好地完成了年初的预定目标。

中国轻纺城集团同时面临着诸多挑战，国内纺织品同类市场竞争日趋激烈，如南区市场招商、西市场重新开业以及海宁许村、

桐乡等地市场带来的压力，市场经营模式的转变和经营主体的减少导致市场空心化趋势严重及租金下降，也给公司进一步发展带来挑战。

在清醒分析形势的同时，要把握形势，努力迎接挑战，补齐短板，破解难题，更好地开展工作。浙江省委副书记车俊、绍兴市委书记马卫光分别在《柯桥中国轻纺城三十年坚持改革开放打造“国际纺织之都”》专报信息上进行了批示，对中国轻纺城坚持改革开放，不断转型升级，深度融入全球市场给予充分肯定，给中国轻纺城集团今后的发展带来有力的鼓舞和极大的信心。同时，柯桥区着力打造纺织印染产业制造基地以及纺织产品的特性对中国轻纺城市场的充分发展有着不可或缺的作用。

会议指出，2019年，中国轻纺城集团将围绕“盈利创收”、“服务管理”、“创业创新”、“网商会展”、“履职尽责”等工作重点，牢牢把握柯桥区委区政府关于“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，坚持“保稳求进”的工作总基调，进一步促进公司的提升发展和可持续发展。

裘华建在总结中表示，期待中国轻纺城集团再创辉煌，持续发挥轻纺市场龙头作用，并从坚定发展信心、增强发展本领、上下齐心协力、提升服务水平等方面更好地推动中国轻纺城集团的发展，助力打造新时期“国际纺织之都”。

关键词1 盈利创收

市场的营业房屋租赁是中国轻纺城集团的主要工作之一。2018年，旗下所属东升路市场、东市场、北市场、北联市场、服装市场共计7800多间营业房屋租赁到期，中国轻纺城集团早调研、早谋划，科学合理地制定了续租方案，维护了市场的稳定、繁荣，把经营户自身的盈利与市场盈利结合起来，确保续租收费工作的圆满完成。

随着周边新型纺织品市场的不断出现，纺织面料的多渠道销售模式推陈出新，市场营业房需求饱和度逐年提高。2019年，中国轻纺城集团在2018年收费年的工作基础上，深抓挖潜增效、稳抓降本增效、抢抓创新增效。在控制成本、提高效率、增加效益的基础上，着力抓好市场物流临租房出租和物业费、水电费、停车费等可收费用的收缴工作，同时积极谋划多元化发展的新格局，探索创新业务模式，增强中国轻纺城集团的盈利创收能力，实现可持续发展。

关键词2 服务管理

2018年，中国轻纺城集团以安全生产、经营环境、招商隆市等为抓手，推动市场环境面貌不断提升，充分发挥市场的主力军、主平台作用，持续引领中国轻纺城的提升发展。其中，为了优化市场资源配置，推进市场转型升级，根据柯桥区政府要求，中国轻纺城集团组织实施了中国轻纺城服装市场鞋革城关停工作，如期完成鞋革城经营户腾空和优先招商。同时，积极对新服装市场进行装修施工，作为老服装市场小商品区搬迁配套项目，该工程在不到90天的时间，通过竣工验收，保障小商品区经营户如期择房抽签，并投入使用。

2019年，中国轻纺城集团将切实抓好市场、物流、担保等成熟业务的日常管理，促进各项服务管理工作全面提升。以市场品质为例，将进一步强化市场管理服务，切实抓好市场经营秩序、环境卫生和招商隆市工作，确保硬件设施的改造投入，优化市场经商营商环境；积极开展智慧市场建设，全面推行智慧消防、智能收费、智慧停车设施建设，推动市场导购指引、停车付费、快递点餐、新品发布、流量通报、物流出货等一系列智能化建设和服务，为广大市场客商提供更好的采购体验，提高市场管理服务水平，充分发挥龙头市场示范引领作用，促进传统市场品质全面提升。

关键词3 创业创新

2018年，中国轻纺城集团旗下物流运营通过资产盘点，进一步摸清三大园区可供出租的房产资源，完成招租及交接工作。调研物流开发仓库拼箱业务合作方案，并与合作方签订了新一轮仓库拼箱合作业务协议，并完善配套服务项目。积极投身于转型创新，培育O2O面料展贸模式、推出纺织供应链金融产品“易纺贷”。

2019年，中国轻纺城集团积极寻找与市场、物流主业相关的项目，围绕主业，谋求多元化发展，构建新的利润增长点。在大力整合物流中心、物流开发、仓储中心三大园区物流资源的基础上，推动落实轻纺城现代物流城一期项目投资，进一步探索物流业发展方向。响应“一带一路”倡议，根据浙江省对外开放大会要求，依托阿联酋在“一带一路”建设中重要支点国家的地位，发挥中国（浙江）外贸产业优势和迪拜世界贸易枢纽的区位优势，投资参与阿联酋“迪拜站”建设，建设以物流为核心，商贸、展销、轻加工为支撑，人文交流、综合服务为辅助的立体化开放综合体，打造“中国制造”在“全球销”的集散地，建立“中国制造”在“全球展”的主门户，带动浙江及中国与阿联酋及中东、东非、中亚地区等周边国家（地区）的双向贸易和投资增长，并以此为契机，借船出海，总结投资运作经验，寻求拓展更大的海外市场。

关键词4 网商会展

2018年，中国轻纺城集团紧随“丝路柯桥·布满全球”行动，奋力开拓国内外自办展、组团参展、展位代理业务。国内展方面，成功举办首个国内自办展——“2018中国柯桥坯布纺织新材料展”，为柯桥区印染企业、面料企业提供一个对接优质纺织原料的沟通平台，也使上下游纺织企业联动得到加强。同时，组团参展中国国际纺织面料及辅料博览会春夏展、秋冬展和深圳展会，取得了良好的效果。海外展方面，代理、协助企业赴孟加拉参展；组织会员企业参展巴基斯坦展；组团参展美国拉斯维加斯国际服装展，向全球纺织服装业人士展现了柯桥纺织产业特色；举办意大利那不勒斯中国轻纺城面料展，市场内30多家纺织企业集体展出5000多款柯桥优质面料，推动了柯桥与那不勒斯两方纺织产业交流，搭建产业文化合作平台；组织参加缅甸国际面料展，不断推动中缅纺织商贸交流。

2019年，“网上市场”要按照“信息+服务+交易”的发展思路，以“经济效益”为中心，紧抓网站与供应链服务两个核心，形成线上线下相互促进、相互融合的发展格局。完善易纺会展公司业务结构，创新展会业务模式，推动会展服务与网上平台携手共进和发展，在组展办展参展的同时，持续提升全球纺织网与网上轻纺城的品牌影响力，并提升网上平台会员的黏性和口碑；办好缅甸国际纺织品展、“丝路柯桥”巴基斯坦面料展等展会。TA



中国轻纺城集团

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。



葛梅荣

与中国轻纺城市场相互依存、互为发展的浙江中国轻纺城集团股份有限公司，在资本市场的哺育下茁壮成长，并得到了快速发展。

站稳脚跟 走向远方

专访浙江中国轻纺城集团股份有限公司党委书记、董事长葛梅荣

本刊记者 _ 邬莹颖 文 / 摄

2018 年是中国轻纺城成立 30 周年，跃上新的历史关口，中国轻纺城正卯足劲转型进化，打造“开放、时尚、智慧、高端”的新时期“国际纺织之都”。作为中国轻纺城创立发展的主平台，浙江中国轻纺城集团股份有限公司（以下简称“中国轻纺城集团”）把握“稳中求进”的工作方针，突出创新驱动，拓宽经营视野，集市场服务管理、物流运营、网上拓展、工程建设、金融投资、党建工作于一体，为纺城新发展提供有力支持。2019 年，中国轻纺城集团将继续以海纳百川之心，高昂向上之姿，继往开来之势，谱写开放共赢的新篇章。新春伊始，《纺织服装周刊》记者对中国轻纺城集团党委书记、董事长葛梅荣进行了采访。

在中国纺织品市场版图上，一个三方角力的竞争态势已形成：辽宁西柳服装市场雄踞北方，浙江柯桥中国轻纺城领跑华东，广东西樵轻纺城、中大纺织市场群则占据华南市场的领袖地位。毋庸置疑，三方角力比拼的是产业资本、技术实力和管理水平。

时间镌刻崭新的年轮，岁月记录前行的足印。中国轻纺城市场已走过辉煌的 30 余年，成为亚洲规模最大、品种最全、年成交额最高的纺织品集散中心之一。与中国轻纺城市场相互依存、互为发展的上市公司——浙江中国轻纺城集团股份有限公司，在资本市场的哺育下茁壮成长，并得到了快速发展。从 1993 年创立“全国首家大型批发市场为主体的股份制企业”到 1994 年列入“全国百家现代企业制度试点企业”，从 1997 年“轻纺城”股票上市到 2008 年国资重新控股，中国轻纺城集团有辉煌过去，更有崭新的未来。

集中精力做好租赁服务

TAweekly: 中国轻纺城集团的主营业务是什么？

葛梅荣: 市场的繁荣与否，租金的涨跌是一张晴雨表。目前，中国轻纺城集团旗下的门市处于满员状态，出租率接近 100%，商铺的租金价格，平稳中略有上升。2018 ~ 2019 年是中国轻纺城的续租大年。其中，中国轻纺城北联市场原 1 ~ 6 期营业房拍租工作共成功拍出营业房 1041 间，收取租金 10.76 亿元，同比增长 3.8%。门市租金高低的决定因素在于企业利润，这也是中国轻纺城集团的主营业务，因此做好市场服务，也是我们日常工作的基础和重心。

TAweekly: 中国轻纺城集团 2018 年的工作成绩如何？

葛梅荣: 市场是我们的核心，中国轻纺城在 2018 年突破重围，

转型进化是为了更好地发展市场建设，服务市场经营户。这其中的涉及面较广，比如进一步增加市场基础投入，优化物流产业布局，重视招商续租巩固市场地位。通过产品引流，划行规市，引入新品、中高端面料等手段，做好各市场、各区块的招商隆市工作。与此同时，还通过组织各种展会、采购对接等活动，以及提升市场服务等措施，把经营户自身的品位提升与市场整体品位提升结合起来，增强经营户对市场的黏合度。在做好市场繁荣的情况下，中国轻纺城集团也在积极寻找机会，比如对产业基金、金融类等领域的探索。在中国轻纺城的进一步转型进化中，纺城市场的环境、配套设施、安全等方面也得到了相应的完善，提升了经营户和客商的满意度。

TAweekly: 市场建设工作具体有哪些亮点？

葛梅荣: 我们的工作虽然繁琐但又真正为市场所需。除了刚才说过的门市租赁工作，在市场整合方面，中国轻纺城集团制定了关于承租户和经营户的相关优惠政策实现新旧服装市场交替。

在市场环境改造方面，对 104 国道南广场景观提升工程项目进行落实，项目总投资约 3000 万元，目前已顺利完工并通过竣工验收。投资 4000 多万元对市场电力专线进行改造，真正形成市场双回路供电。

在物流运营方面，对 164 个联托运部进行改造提升，完善配套服务项目，满足经营户需求。

在智慧市场建设方面，我们与瑞丰银行合作开展市场收费系统管理信息化升级工作，建设覆盖市场的智能收费管理系统，使市场各类收费更加便捷，同时与大数据分析结合，对市场营业房信息、停车信息、经营户信息进行整合，有利于市场的信息化管理。

伺机而动挖掘新增长点

TAweekly: 中国轻纺城集团 2019 年的工作重点是什么？

葛梅荣: 中国轻纺城集团本着“立足柯桥、服务市场、放眼全球”的理念，在国家“一带一路”倡议大背景下，在致力于优化市场软硬件服务的基础上，以参展、布展、对接会等方式全面帮助市场经营户开拓国际市场，让世界认识纺城优质商户、优质产品。同时利用网上轻纺城、全球纺织网等电商平台，进一步完善综合配套服务，并依托现代互联网技术，谋划海

外仓等新型市场拓展方式。

TAweekly: 柯桥正在以建设新时期“国际纺织之都”为目标，大力推进“丝路柯桥·布满全球”行动计划，中国轻纺城集团在其中起到怎样的作用？

葛梅荣: 2018 年，在中国轻纺城集团与旗下网上轻纺城、全球纺织网的积极组织下，海外规模化的自办展、品牌化的组团展、精准化的对接会相继展开，足迹走过越南、缅甸、巴基斯坦等“一带一路”沿线国家，意大利、美国等欧美国家，众多纺城企业纷纷跟上海外拓展的脚步，转型打开海外贸易市场，深入巩固外贸客户基础。2019 年将在原有的如巴基斯坦、意大利、越南、缅甸等地区范围基础上，向韩国、俄罗斯、巴西、菲律宾、埃塞俄比亚等地区范围扩展，并将为柯桥纺织企业带来自办展、组团展、巡回展等丰富的参展形式。柯桥·中国轻纺城品牌也必将随新一轮的海外拓展足迹，走向更远，走向更高。

全方位发挥独特优势

TAweekly: 与同类专业市场相比，您觉得中国轻纺城有怎样的优势？

葛梅荣: 受电商冲击，近几年全国各地的实体市场都有所下滑，中国轻纺城虽然过了快速发展期，但能在市场萎缩的当下保持繁荣实属难得。这点在门市租金价格上就可见一斑，大多同行现在都在下调租金，中国轻纺城的门市租金还在上涨。究其原因，一方面是因为布匹销售具有特殊性，客户必须眼见手摸，且都是大批量交易，为了避免麻烦，买卖双方在线下都会进行沟通确认。另一方面，中国轻纺城作为专业批发市场，对比其他零售市场，具有集聚效应，且市场环境佳，物流配套设施完备，基本上隔天就能到达全国各地。再者，柯桥具有得天独厚的印染优势，在面料成本和品质上都有极大的保证。

TAweekly: 春节后刚刚开工，请您对市场及经营户说几句新春寄语吧。

葛梅荣: 新的一年，纺织服装行业迎来新的发展机遇。中国轻纺城集团愿与所有纺城同仁一起，在每一天的平凡工作中发扬匠心精神，以市场经营户为服务对象，以经营户利益为中心，在坚持不懈的创新中将温暖带给大家。TA

链接

中国轻纺城集团五大板块

市场: 中国轻纺城东升路市场(含老市场)、东市场、联合市场、北市场、北联市场、天汇广场、新服装市场、坯布市场等专业批发市场，占地面积 44.78 万平米，建筑面积 145.88 万平米，营业面积 91.69 万平方米，拥有铺位 2.11 万间，在中国轻纺城面料市场中拥有约 65% 的市场份额。

物流: 中国轻纺城物流中心(内陆口岸)是浙江省人民政府、交通运输部共建重点物流基地——中国轻纺城(绍兴柯桥)现代物流园区的核心建设项目，是为绍兴及周边地区进出口贸易和轻纺城市场对外贸易提供通关报检等一站式服务的国际物流公共服务平台。绍兴中国轻纺城国际物流中心是集仓储、运输、搬运、包装、理货、停车、货运信息、电子商务等功能于一体的现代化综合性物流基地。

金融: 浙江中轻担保有限公司背靠中国轻纺城集团，以促进轻纺城市场繁荣，推进地方经济发展为己任，积极进行业务探索与实践，加强与银行、客户的交流和合作，为本地区中小企业开展融资担保业务，服务轻纺市场，谋求客户、银行、企业共同发展。

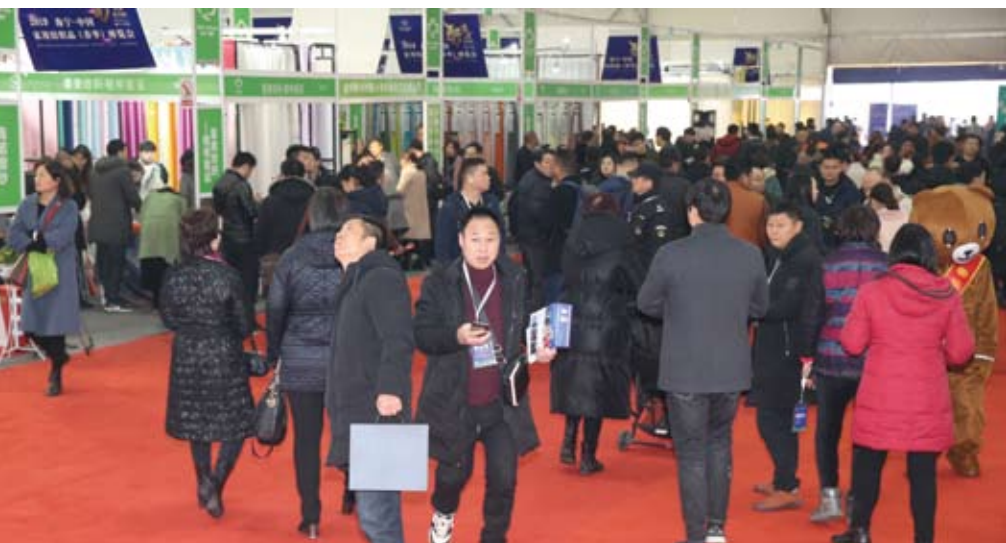
电商: 中国轻纺城集团旗下子公司浙江中国轻纺城网络有限公司，是一家致力于纺织行业信息化、电子商务研究与产品开发的高科技企业，主要运营电商类业务，目前拥有网上轻纺城、全球纺织网两大纺织 B2B 电商网站，并已开发了网上轻纺城、全球纺织网和“有布”三个 APP 产品，目前全站日均访问量 230 万次，拥有注册会员 206 万，企业会员 62 万家，建立网上商铺 8 万余家。

交易中心: 绍兴中国轻纺城市场营业房转让转租交易服务中心有限公司主要从事中国轻纺城市场营业房转让转租交易。目前拥有各股东单位营业房 2 万余间，年从事营业房转让转租 5000 余笔。



中国轻纺城市场已走过辉煌的 30 余年，成为亚洲规模最大、品种最全、年成交额最高的纺织品集散中心之一。

纺织服装周刊



海宁家纺博览会持续升华从“一块布”到“一个家”的发展理念，引领产业转型发展。

以智造温度打造“家”的新版图

2019 海宁·中国家用纺织品（春季）博览会举办

陈墨 / 文 田田 / 摄

潮涌钱塘春来到，织机声响业兴旺；家纺名城星辉耀，共谋发展再启航。3月3～5日，为期三天的2019海宁·中国家用纺织品（春季）博览会（以下简称“海宁家纺博览会”）在海宁中国家纺城国际贸易中心举办。

本次活动由中国家用纺织品行业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会主办，海宁市人民政府承办，许村镇人民政府、海宁中国家用纺织品博览会组委会、海宁中国家纺股份有限公司、海宁市家用纺织品行业协会共同执行。

中国纺织工业联合会原会长杜钰洲，中纺联副会长、中国家用纺织品行业协会会长杨兆华，中国纺织品商业协会副会长兼秘书长雷利民，中家纺副会长王易，浙江省商务厅流通处处长潘中，浙江省商贸业联合会会长陈剑光，海宁市人民政府副市长杨文华，中家纺副会长、宏达控股集团董事长沈国甫，中国美术学院教授、设计艺术学院院长吴海燕，清华大学美术学院教授贾京生，中国浙江供应链协会执行会长赵成锋，许村镇党委书记杜莹池，许村镇人民政府镇长朱燕刚，许村镇人大主席徐力明，中家纺特约副会长、海宁市家用纺织品行业协会会长曹咬强，海宁中国家纺城股份有限公司董事长殷晓红，浙江省会展行业协会副会长兼秘书长杨建华等相关领导嘉宾近150人参加了开幕式。

“一块布”到“一个家”持续升华

海宁中国家用纺织品博览会始创于2001年，截至2014年，海宁家纺博览会作为许村家纺产业面向全国、走向世界的探索平台，不断的与市场进行磨合；2015年，海宁家纺博览会创新启动市场化运作模式，实现由一

年一届向一年两届的升级转型；2017年，在 market 需求的引导下，海宁家纺博览会秉持从“一块布”到“一个家”的发展理念，积极推进家纺与家具行业、软装行业、房地产行业等家装关联产业合作，共生共赢。

2019年春季，站在新的历史起点，海宁家纺博览会提出了“智造·让家更美好”的发展愿景，持续升华“一块布”到“一个家”的发展理念，引领产业转型发展。

开幕式上，杨文华在致辞中表示，海宁家纺博览会的举办，既是海宁经济社会发展的一件喜事，也是许村的一件大事。海宁家纺博览会自举办以来，成功搭建起家纺各行业交流的平台，有效促进设计师、经销商、加盟商、装饰公司、进出口贸易商等资源的充分融合，为所有与会者提供广泛而优质的商机，为产业的发展注入源源不断的动力和活力。可以预见，“海宁家纺”这张金名片，必将在政府、协会、市场、企业和广大客商的支持和努力下变得更加耀眼夺目。

杨文华介绍道，2001年，首届海峡两岸纺织品研讨会暨海宁·中国家用纺织品博览会在海宁中国家纺装饰城成功举办，历经近20年的发展，取得了傲人的成绩：约1.2万家企业年产装饰布24亿米，出口40多个国家和地区，年产值270亿元，产量和市场占有率均居全国第一；在8000多亩的许村工业园区里，4000多台意大利、比利时、德国进口织机日夜作业，奏响了新时代的织布曲。

随着“艺创中心”南区在今年2月份顺利结顶，海宁家纺的发展也进入了一个新阶段。杨文华说，如果说海宁中国家纺城市市场代表的是海宁家纺的过去和现在，那么“艺创中心”引领的就是海宁家纺的未来。海宁将

依托“艺创中心”这一平台，以“美丽经济”和“时尚产业”为定位，依托时尚设计，加快实现家纺产业向个性化、智能化、时尚化转型，走出一条海宁特色的转型之路。

市场带动许村产业转型发展

产业孕育市场发展，市场推动产业升级。作为海宁传统支柱产业之一，海宁家纺的发展与创新，离不开市场的培育。而海宁许村则是一个有着独特魅力、文化特质的地方，不仅拥有极具生命力的家纺产业集群，还打造了以产业为依托的专业市场和家纺展会。

隋剑光在致辞中表示，许村是个充满活力的地方，作为改革开放市场化最早的地方，这里集聚着家纺布艺全产业链的企业。2018年，海宁实现地区生产总值948.7亿元，财政总收入153.1亿元，位列福布斯“2018中国大陆最佳商业城市”县级市第8位以及中国经济百强县第22位。许村对这些数字有着特殊的贡献。新时代、新环境，许村产业发展面临前所未有的挑战，对此，他建议许村家纺产业从3个方面进行创新发展，一是要创新赋能；二是要内部提升；三是要持续价值。

“依托强大的产业基础，借助家纺展会等营销服务渠道，通过产城联动、融合创新，海宁中国家纺城必将打造出一个全新的专业市场发展模式，带动家纺产业向全产业链进一步转型发展。”隋剑光说。

开幕式结束后，杜钰洲、杨兆华、杨文华一行参观了三和纺织、达洋纺织、花旗纺织等企业的展厅。

杜钰洲表示，如今许村的布艺企业已经开始结合软装做布艺展示，他们已经不是在做一块布，而是在创造美好的家居环境。

在达洋展厅内，成品窗帘的产品比例不断扩大，企业负责人表示，公司注重提升产品的防水和遮光功能。对此，杜钰洲十分赞同：“企业要学会在设计风格上做减法，产品展示要与展示场景相融合，做出与别人不一样的特色产品。”

参观过程中，杨兆华对企业的展品给予充分肯定，他说：“与国际布艺市场设计相比，许村仍存在一定差距，但是与自身相比，已经有了很大的进步和变化。目前，许村布艺企业的设备优势明显，利用这些先进设备，许村整体的布艺设计水平正逐步提升。”

在企业展厅内，记者发现，今年素色系列的布艺展品占据了很大一部分，与近两年国际市场上的布艺产品流行趋势相吻合，这也证明了许村布艺正朝着国际舞台大步迈进，其引领国际布艺潮流趋势指日可待。



展会现场，参展观众选购产品。

海宁加速布局家纺产业链

参观结束后，杨文华、杨兆华、杜莹池分别接受了媒体专访。

在谈到海宁在家纺领域所具备的产业优势时，杨文华表示，第一，海宁有良性循环的产业优势。海宁从皮革、经编、家纺“老三篇”传统产业集群起家，在做好老本行的同时，带动了新材料、新能源、电子信息与高端装备制造“新三篇”新型产业的蓬勃发展。在海宁家纺业带动其他行业发展的同时，其他行业也在推动家纺业的进步，形成了良性循环。第二，海宁近些年已经形成了强大的创新优势。每年两届的博览会都有创新产品出现，企业更注重设计。第三，海宁有“融杭接沪”的区位优势，预计2021年建成城际铁路通车，届时将与杭州实现“一小时”同城效应，区位优势独此一家。第四，海宁有优质和谐的环境优势。秉承“围墙内的事情企业解决、围墙外的事情政府解决”的“店小二”精神，海宁镇府从多方面着手，为各方投资创业者提供最优质的营商环境。

近年，海宁市委市政府提出了海宁家纺要以时尚设计为核心的理念，谈及时尚设计与纺织行业的关系，杨文华认为，家纺产业本身是一个设计产业、时尚产业，时尚设计和家纺产业两者要融为一体，互相促进和推动，时尚设计能够提高家纺产品的附加值，使制造产业获得创新的力量。海宁家纺要实现从“一块布”到“一个家”的产业升级，最重要的就是设计人才的引育，“把专业的事交给专业的人去做”。今后，海宁还将进一步全方位地融合时尚与纺织，促进海宁家纺更好地发展。

2018年市场形势不太乐观，谈及2019年家纺行业的发展，杨兆华认为，一是企业要充满信心；二是要大胆创新，创新发展理念、工艺技术、商贸模式等，在市场中精准自己的定位并扎根发展；三是要努力进行转型，可以做产品转型、渠道转型或者品牌转型，只要企业积极探索，就可以应对新挑战。

消费者不了解品牌，现在很多企业都是面料供应商的角色。杨兆华表示，在展会上，我们看到企业的产品很好，展厅陈列也很好，企业设计能力逐步增强，但这种好很难在终端店呈现出来。未来，许村家纺业要注重对顾客端的影响，将好的产品、好的设计理念传递给消费者。

杜莹池在接受记者采访时表示，未来家纺行业发展要不断提升微笑曲线两端，政府搭建平台、企业唱戏。现在，海宁已经启动“艺创中心”，针对企业进行研发设计、营销策划，这个平台的搭建对企业研发设计起到很好的推动作用，接下来将会引入设计机构，促进其与企业双方相互了解，协同发展。

目前，海宁家纺区域品牌在全球的影响力还不够，对此，杜莹池表示，海宁的产品质量很好，但缺乏创意设计的灵魂，因此要先树立区域品牌形象。当然，区域品牌也需要企业品牌支撑，如今海宁有不少家纺品牌异军突起，新生代设计师也走到海外设立品牌、设立海外创意中心，未来海宁品牌一定会走向全球。[1]

纺织服装周刊



做企业比做人更复杂，需要的不仅仅是雄心壮志，更要有协调和把控资源的能力。

在任何行业，做任何产品都避开竞争，赢得竞争的利器是把产品做到极致。

卖设备若非源于技术的支撑，是没有生命力的。

—— 萧振林

萧振林：磨练出精神

本刊记者 _ 袁春妹

他说做企业是人生最大的礼遇，让他有机会深入了解自己，寻找到此生的更大价值，“当我闭眼离开的一刻，我想我是无悔于人生的。”

“修身、齐家、治国、平天下……”他用中国数千年文化精髓引导、鞭策自己，把追求“极致”作为目标和使命，定位自己和人生。

他的生命中从未有过“小我”，而是将“高勋”作为了一切，用尽全部热情去拼搏，立志打造出一个受人尊敬的中国企业。

他，就是广州番禺高勋染整设备制造有限公司董事长萧振林。

萧振林不否认自己是一个完美主义者。在这一定义之下人们完全可以想象出他会以怎样的态度对待周遭的一切，他希冀力争做到极致。

追求极致，企业与产业同向

在纱线染色装备技术领域，高勋集团的筒纱染色设备凭借其显著的节能特质已经成为全球范围内超低浴比染色设备中的佼佼者，甚至超越了一些人们耳熟能详的国际知名企业。据悉，目前该公司针对纯棉纱线染色的装备技术可以实现全过程 1:3 的浴比水平。即使如此，对于高勋，低浴比染色技术仍在拓展之中。“在我心中，要做就做到极致。”萧振林说。

从 1997 年建厂到 2015 年，高勋一直都只做筒纱染色机，这个产品一做就是 18 年。然而，也正是靠着这个“单一的产品”，让萧振林有机会白手起家，并打造出了今天这个年销售额数亿元的集团企业。

“一个企业运营过程中始终会与竞争相伴，我们唯有把一个产品做到最好才能有市场，才能赢。特别是现在，若装备技术做不到业界前三，企业的市场就会堪忧，生存就会面对很大问题。”萧振林在经营企业的这二十多年中，经历过行业的快速发展时期，

也见证过有产品就不愁卖的年代，但他一直没有放低高勋的目标，始终定位高勋。

“当下处于行业的高质发展期，总量虽然在减少，但大家都在往高、精、专的方向发展。无论染厂还是纺机企业，若大家仍停留在靠人口红利、靠资源换成长的理念下，我们的竞争力或许将不及东南亚那些新兴纺织市场的企业。”萧振林坚信，产业发展之路和企业发展之路是同向的，在更高层级上谋新生才是赢得全球化竞争的利器。

只有市场导向，没有“神仙机”

虽然萧振林在做产品的态度上是追求极致的，但他却不相信有万能设备。

“高勋目前在推的新产品被命名为‘全模式染色机’，但这并非万能产品，之所以叫‘全模式’是针对印染行业的‘溢流染色’、‘气液染色’和‘喷射染色’三种模式，我们在产品设计中进行了三种功能的融合，让设备的应用范围得到大幅拓展，但它同样有自己的局限性。”萧振林坦言，“随着纤维技术的发展，行业中出现了很多新型纤维，纤维结构越来越复杂，性能更加多元，再加上染料创新、功能性的需求等都在快速变化，若想让一台设

备适应所有产品，几乎是不可能的，何谈‘神仙机’？”

在萧振林看来，如今的企业应该专注于借助更多资源研发符合市场需要的设备。

“企业最好的状态是靠技术拉动市场，这才是可持续的。”萧振林说。多年来，高勋一直将“创新引领未来，科技造就品牌”作为企业目标，为了让高勋拥有更强的创新能力，企业每年都会将销售收入的 5% ~ 8% 作为研发投入。20 年间，高勋已经拥有了 70 多项发明专利和 100 多项实用新型专利。让萧振林引以为傲的是，这些专利技术被全部应用于高勋产品上，没有一个专利是“闲置”的。

“有中国强大的纺织业作为坚实后盾，目前纺机行业拥有非常好的创新土壤，中国企业经过了几十年的追赶、积累，已经到了自主创新的阶段。”萧振林也表示，创新不能好高骛远，“高冷”技术不是企业该选择的创新方向。

第二次创业，为全球化谋新篇

每个企业在运营的过程中都会面对很多次选择，然后才能进入相对平稳的发展期。高勋 1997 年创建时只有 1000 多平方米的厂房，六七十个工人，年销售额不过数百万；而此后 3 年间，这个企业快速发展，厂房面积达到了 1.5 万平方米，用工超过 200 人，年销售额更是翻番式增长；现在，企业的厂房、员工规模虽无太大变化，但销售额却上升到了数亿元。

“能够在专长中做强，企业就会实现平稳健康发展。但是产品也有生命周期，死守既有产品和模式，一定会被市场淘汰。”在萧振林看来，审时度势对于企业的长期发展意义重大。而今，高勋在主动打破已有的安逸状态，进入“第二次创业”。

据悉，在这个为期五年的规划中，高勋将建立一个总部两个基地。其中包括建立、梳理集团战略结构和全球布局，整合资源，完善智能环保染整装备产业链条，以及建设全球高端智能环保染整装备研发基地、制造基地。此外，还包括打造一流精英团队，开拓部署全球市场，树立世界品牌，整合全球资源和上市。

当记者问及为何推动第二次创业时，萧振林表示，当前行业普遍面临用工难、用工贵、效率低、产品一致性差、生产周期长等方面的问题，而高勋现在的产品大都属于为客户定制

的个性化产品，要求千差万别。为此，他主张积极推动智能制造，并将其作为第二次创业的核心。

事实上，除了上述原因，高勋不断增长的市场份额和企业的全球化发展战略同样需要一个新的支撑。

据介绍，目前高勋的国内与国外产品销售额比例已经从最初的 7:3 发展到了现在的 5:5，海外市场增速很快。萧振林打算跟随国家“一带一路”倡议，在海外设立分厂。“目前，高勋的产品在东南亚市场的销售非常好，特别是在孟加拉，高勋的设备市场占有率最大，有近 500 台设备在那里运行，需要有相应的配套资源跟进。”据萧振林分析，参照中国纺织业的发展路径，东南亚市场会有非常好的发展空间。为了让高勋实现更加标准化、全球化的生产，推进企业第二次创业势在必行。

父亲的教诲，融入企业精神

在萧振林办公室的墙上挂着一幅字——磨练出精神。采访过程中，萧振林也多次提及父亲写给他的这幅字，于他而言，这是父亲给予他的一笔宝贵的精神财富。

“中国人常常讲‘精气神’，这个‘精气神’是一种积累后的释放，是经历过磨练才能获得的。”萧振林回忆年轻时的自己笑言，“我年轻时非常直爽，有难以控制的激情，发脾气时，吼声能从三楼直达一楼。不过，现在再不见那样的状态了，经过了几十年在事业上的摸爬滚打，磨练了自己，也让我更加清楚该如何更稳妥地处理事情。”

“做企业也一样，自然会经历初创时的‘年少轻狂’，但在时间的洗礼后，企业也会变得更加沉稳。正如我们常常讲的百年老店，强的只是它们的产品吗？很显然不是，更加可贵的是时间沉淀出来的品牌内涵，以及融入到企业每个细胞里的企业家精神。”萧振林说。

在萧振林的企业发展战略中，他已决心将企业留给高勋的精英团队。“企业的未来，应该传承的是企业的精神。我会努力培养出一个团队，带着高勋继续向前发展。”萧振林已经从理念上打破了很多企业家苦苦坚守的“家族”观念。

这份豁达能做到的人不多，但萧振林相信高勋的未来会在这样的模式下延续百年，用它特有的“精气神”，一步步迈向新的成功。^[1]



高勋的产品技术能够被国家和行业认可可是萧振林最骄傲的事情。

对话

TAweekly : 高勋把为行业、客户、员工创造最大价值与利益作为自己的使命，这与企业的“赢利”属性是否相悖？

萧振林 : 不矛盾。最终你的付出会以更好的方式得到回馈。比如客户的信赖、员工的忠诚、行业的发展，都将为企业带来更多价值。

TAweekly : 做企业最骄傲的事情是什么？

萧振林 : 二十多年间经历了各种酸甜苦辣，最难忘的是高勋的产品技术得到了国家和行业的认可。

TAweekly : 最大的希望是什么？

萧振林 : 希望自己可以更开悟一些。

TAweekly : 在您看来支撑高勋走到今天的最重要的因素是什么？

萧振林 : 我的抱负。我将它当作事业来对待，想把这个事业做好。

TAweekly : 能成为一个企业家是天赋吗？

萧振林 : 不是。应该是够努力，有抱负，再加上肯坚持。

TAweekly : 您如何看待创新？

萧振林 : 创新是企业发展的必需，但要与大势紧密结合，创新需要承载价值。

TAweekly : 您心目中成功的企业家是什么样的？

萧振林 : 如任正非一样的，有理想、有担当、有胸怀。

TAweekly : 做企业有没有遗憾？有没有辛苦？

萧振林 : 既然是自己选择的道路，便没有遗憾。至于辛苦，做自己喜欢的事情，我乐得这种付出。

记者手记

好个“凡人”

萧振林没有人们想象中的那些“大咖”们所谓的霸气外漏，他更平和，用他自己的话说，“我就是个凡人。”不过，他也为这个“凡人”做了备注：一个希望通过自己的努力被社会认可、尊重的“凡人”。

就是这个“凡人”，决心在 43 岁白手起家做自己向往的事业，执意逐梦；

就是这个“凡人”，能够在企业最需要人才的时候，放手自己精心培养的骨干离开，许他奔向新的幸福；

还是这个“凡人”，将企业视为孩子，却执意让毫无血缘关系的精英团队来接盘它的未来，而不让“萧”姓约束住它的发展；

好一个勇敢、开悟、理性、不驯的“凡人”。

他用千丝万缕缠绕着自己和高勋，将自己的希望、梦想，甚至七情六欲与其关联，用所有的热情推动着高勋成长。

时尚脉搏跃动，趋势商贸聚焦

品锐至尚巴黎展 (2020 春夏) 再展全球时尚风采

本刊记者_董笑妍 通讯员_周一晗

2月12~14日，在法国巴黎北郊维勒班特展览馆，为期三天的品锐至尚巴黎展 (2020 春夏) (Premiere Vision Paris 2020SS) 以其汇集全球趋势面料的盛大场景，凸显了在全球时尚创意产业中的强劲影响力及领导地位。据统计，三天内展会共接待了来自127个国家的5.3万名专业观众。

潮流科技、全面权威，这就是品锐至尚巴黎展

历届品锐至尚巴黎展作为商家、设计师、专业观众贸易、灵感和体验的集合地，都发挥着其作为时尚创意界催化剂的作用，而本届展会更是精挑细选了1782家参展商（相比去年同期上涨了3.3%），并由品锐至尚时尚团队策划了时尚论坛和时尚趋势研讨会等活动，活动现场人潮涌动，气氛非常活跃。

展会现场，70%以上是国际观众，其身份也十分多样化，从奢侈品品牌、中高端品牌到大众零售商；采购品类从服装、皮革、鞋履到配饰等，还有很大比例的独立设计师也穿梭在展会当中，交流场面专业而热烈。

品锐至尚巴黎展不仅是商贸对接的重要场所，还是全球面料流行趋势的策源地之一，商家、设计师、专业人士纷纷通过品锐至尚巴黎展，探索着纱线、纤维、面料、皮革、纺织图案设计、配饰材料等方面的创新方向，并提出为2020春夏系列量身定制的制造解决方案。据悉，本届展会上提供的2020年春夏时尚资讯解读再次广受好评。

除了潮流趋势，科技也成为时尚领域备受瞩目的主流话题之一，本届展会上第三次举办的“科技穿戴实验室”成为了现场当之无愧的焦点，络绎不绝的观众印证了其成功。科技穿戴实验室中与时尚科技相关的初创企业、创新材料、嵌入式技术、前瞻性展览等正在蓬勃展现，进一步明确了技术创新在纺织行

品锐至尚巴黎展 (2020春夏) 观众数量排名前十的国家



业的重要地位。

此外，品锐至尚在线平台 Marketplace 也反响热烈，已被全球业内人士广泛采用，作为其信息流通、拓展贸易的有力补充工具，在展会上展示的实际操作平台也取得了巨大反响和成功，很多国际品牌买家及参展商明确表达了对该平台的期待。

据悉，Marketplace 平台于去年9月完成了针织系列面料信息的收录，于今年2月又添加了皮革展商信息板块，另外，牛仔布制造板块也将于5月上线，随后9月还会纳入配饰和辅料制造板块。

七成国际观众，凸显展会全球地位

国际观众数量占比70%，彰显了品锐至尚巴黎展在行业内无可比拟的广泛号召力。品锐至尚巴黎展历来以高质量著称，在全球政治和经济环境不稳定性加剧的状况下，继续保持了其参与度与稳定性。

一组数据显示，与去年同期相比，本届展会观众数量排名前5名的国家保持不变。

法国以近1.6万名观众的总人数（占总参观人数的30%）领先于其他国家。尽管法国国内经济环境仍然较为脆弱，但法国观众数量与去年相比保持稳定且略有增加。品锐至尚巴黎展对于法国品牌的重要性由此可见。

意大利以近6000名观众（占总参观人数的11%）排在第2位，其次是英国，虽然由于英国脱欧的不确定性导致观众人数明显下降，但仍占参观总人数的8%，保持第3位，随后是西班牙和土耳其。

值得一提的是，本届展会上中国参观人数排名第9，比利时从第10上升至第8，而日本降至第10。本届共有9.5%的专业观众来自亚洲，观众数量有较明显提升，这主要得益于中国观众人数的增加，此外，日本与韩国作为充满创意的时尚市场也体现出了自身的重要地位。

尽管整体表现令人骄傲，但受英国脱欧的直接影响，观展人数方面却略有下降，与去年同期相比人数下降了2.3%。随着英国脱欧进程不断推进，加深了众多企业的恐惧情绪，并放慢了自身决策速度，如今，英国的时尚品牌和买家正在谨慎行事，这一点从英国观众数量下降可见一斑，英国观众下降人数占展会总观众下降人数的三分之二。

图说展会

品锐至尚巴黎展作为全球时尚人士的首选盛会，以展示精品纱线、面料、皮革、配饰辅料、图案设计和制造工艺著称，不仅能提前预测趋势，还可提供一站式、国际化采购战略，让我们通过精彩图片一览展会风采。



2号馆
亚太服装制造采购展 (Manufacturing Overseas):
如今制造领域正在横向拓展，亚太服装制造采购展内展商无论是自有品牌或是贴牌企业，都由专业审核委员会进行审查，在质量、可靠性、创意度等方面均符合展会统一要求。



4号馆
辅料展 (Accessories):
该区域展示了众多辅料和时尚配件，涵盖服装、鞋履、珠宝、包装等全品类，精选有创意的国际制造商，在品质上追求卓越。



6号馆
纱线展 (Yams):
当下时尚设计已经充分延伸至整个行业的上下游，纱线展从原料、工艺、设计、应用等方面向专业观众展示着技术与趋势。



欧洲地中海服装制造采购展 (Manufacturing Proximity)
欧洲地中海服装制造采购展具有极强的时尚产品导向性，展览方式以产品领域、生活方式为主导，协助国际时尚品牌节省采购调研过程中花费的时间。



特别区域 | 针织制造展 (Manufacturing Knitwear)
别具一格的针织时尚是品锐至尚巴黎展的一个亮点，大量材料与技法上的潮流更迭为参展观众提供了大量参考。



3号馆
皮革展 (Leather):
皮革展内包含服饰、鞋履、皮革制品等各品类皮革品牌，满足全球时尚采购商对皮革产品的多样化需求。



特别区域 | 皮革制造展 (Manufacturing Leather):
皮革制造展作为3号馆的特别区域，自去年起有针对性地呈现各类皮革制造资源，为不擅长该领域的时尚品牌提供皮革和鞋履制造商、承包商等合作伙伴。



5号馆
面料展 (Fabrics):
作为品锐至尚巴黎展的主要展区之一，面料展跨越5号馆与6号馆，以全球时尚面料满足专业观众需求，并生动体现出2020年春夏的流行趋势。



花型图案设计展 (Designs):
如今品锐至尚花型图案设计展已经成为全球最大的纺织图案设计展，拥有来自世界各地的230个工作室，文化的多样性是花型图案设计展的真正优势之一。与其他区域不同，花型图案设计展的所有展位都是开放式的，观众可以沉浸其中。



特别区域 | 智能穿戴实验室 (Wearable Lab)
这一季，时尚科技又成为展会亮点，以“延展人体”为主题，诠释衣服如何扩展人的能力领域。尽管仍处在试验和样品阶段，但某些创新科技已经预示着未来服饰在设计上的真正突破。

新 海宁 新 时尚 呼之欲出

2019 海宁中国国际皮革毛皮时装面辅料展 暨海宁中国原创设计周举行

本刊记者 _ 李芳

3月9~11日,2019海宁中国国际皮革毛皮时装面辅料展暨海宁中国原创设计周在浙江省海宁会展中心举办。中国皮革协会理事长李玉中、中国食品土畜进出口商会裘皮分会会长冯宝兴、浙江省皮革行业协会理事长李伟娟,中共海宁市委副书记、市长曹国良,海宁市人大常委会主任姚敏忠,海宁市政协主席周红霞,首尔服装协议会理事长、首尔市西北服装支援中心顾问朴炳斗,海宁市皮革行业协会理事长、海宁中国皮革城股份有限公司名誉董事长任有法,海宁中国皮革城股份有限公司董事长张月明以及海宁市皮革原料商会会长梁炯等领导嘉宾出席开幕式。

本届展会主会场总规划面积超2.5万平方米,汇聚了来自意大利、土耳其、印度等国,以及中国香港、北京、上海、辽宁、山东、河北、河南、广东、江苏、浙江等地的185家参展商,设特装展位63个,标准展位近200个。

值得关注的是,本届展会展品范围扩容升级,品类丰富多元,除了各类主要产地的知名皮革、毛皮、针织、梭织、棉、牛仔、功能、柔性复合面料、辅料配件、硝染化工以及智能机械设备等优质展品,更是吸引了广州中大、柯桥杭州以及盛泽东纺城三大展团组团参展。此外,时装面料比例大幅提升,同期举行了2019/20秋冬中国皮革裘皮时装面料流行趋势动态发布,首次推出2019海宁中国原创设计周,以及行业公开课、论坛等精彩纷呈的配套活动。



经过连续10年的培育和发展,规模宏大、品类全面、功能突出已成为海宁面辅料展的标签。

聚合八方创新力量,新面料引领行业发展

近年来,海宁承接了一批批来自国内一线城市的服装企业转移,海宁皮革城巩固皮革主业的同时,叠加发展时装产业,大力推动时尚产业发展。原辅料作为产业的上游端是完善产业链至关键的一个环节。

今年,时装面辅料参展企业比例大幅提升,企业覆盖地域广阔;参展的时装面料更加多元化,在原有的派克服、羽绒服、羊绒、粗纺等面料基础上,新增针织、梭织类服装面料、各类柔性复合面料、优质时装里布衬料以及五金辅料等。北京尚庭时尚国际贸易有限公司展出了与韩国企业联合研发的金纱锦涤棉,又名“三明治原纱”,面料光泽度非常好,手感柔软、丝滑,被广泛运用于派克服和风衣制作;而北京仟雪国际贸易有限公司则带来了结合数码3D印花、烫金、压皱、涂层等工艺的金属丝面料,面料整体色泽艳丽,具有消静电、防辐射等功能。

广州中大、柯桥杭州、盛泽东纺城是我国重要的时装面料产地市场,今年首次组团参展带来了最新产品:柯桥杭州展团带来了最新的蛇纹皮、植绒皮、TPU面料、复合皮毛一体面料等各类柔性复合面料;由20多家企业组成的盛泽东纺城展团则展出了千余款“绸都”独具代表的功能性面料和仿真丝面料;广州中大展团带来了被广泛用于四季服装的麂皮绒及棉布、牛仔、丝绒等化纤面料。三大展团的加入不仅带来了多元的产品,

更印证了海宁时装产业的中心地位。

观察可见,稀缺性面料和创新型面料已成为原料市场的两大趋势。

胎羊毛、冰岛毛、托斯卡纳、美丽奴……可以说是近年来原料市场的“洛阳纸”,也出现在了展会上。例如,菏泽市升辉皮革有限公司主打的胎羊毛,是新生小羊身上卷曲而自然的羊毛,十分稀缺,可谓是原料中的“爱马仕”,被运用于皮毛一体服装中,是有手感丰满、保暖性好、穿着舒适等特点;河北海洋皮革投资集团带来了西班牙美丽奴、托斯卡纳卷毛和英国皮,通过透染工艺形成一皮三色和一毛多色的效果,使得成衣呈现的风格更多元。据悉,伴随着皮毛原料样式的多元,2019年皮毛一体服装也将呈现出色彩亮丽、风格更贴近自然的趋势。

创新型面料是今年的一大亮点:新型派克服面料随着早中晚温差的变化,面料显现不同颜色;浮水印花面料采用浮水映印花技术,使得服装遇雨、雪水即可显现隐藏的图案,实现时尚与科技的接轨融合;吴江宇迪纺织有限公司与中国美院合作研发,推出的新型面料采用美国3M杜邦反光材料,在不同角度可以折射出不同的光泽,产生视觉差异的效果。

同时,蜡感类服装革是本届展会的一大热门展品。海宁兄弟皮革有限公司、浙江祥隆皮革有限公司、辛集市智上皮革有限公司、革乐美(中国)皮革等参展企业都不约而同地推出了蜡感类服装革。祥隆皮革结合当前最流行的油蜡概念开发的蜡感类绵羊服装革,分为摩卡、微风、珍珠纹三组样板皮,将目前最新概念的“聚合物鞣制技术”、“固体蜡水性化”、“超支化纳米技术”等融为一体,从而达到了油蜡鞋面特征的服装革化效果。

设计为魂、面料为基,共享视觉盛宴

展会期间,2019/20秋冬中国皮革裘皮时装面料流行趋势同步发布。本场趋势发布分分野、雅致、入趣以及金迷四大主题,通过“动态走秀+静态展示”的模式,为观众呈现了一场视觉盛宴。

据悉,本次流行趋势发布在形式上和运作上做了大举创新,首次加入成衣动态发布,引入市场化运作模式,进一步提升了发布的功能性和市场性。由海宁皮革城牵头,邀请中国美术学院纺织服装研究院担任总策划与顾问,联合多家面料企业研发面料,海宁6家优秀原创设计公司设计制作成衣。这种多方合作的模式,实现了流行趋势、面料优势、设计优势的最大化。

在浙江省八大“万亿产业”规划和海宁市“时尚潮城”建设布局下,海宁皮革城不断优化产业结构,构建起了集设计研发、原料供应、生产制造、商贸流通为横线的产业网和辐射整个产销过程的全产业链。值得一提的是,在静态展区域,每块面料和每件成衣都附有信息标签,通过这个标签,观众可以查看到产品的详细信息,进而找到意向商贸合作伙伴。静态展融合了流行趋势及采购热点,并借力智能科技,为采购商、生产者和采购商产生密集沟通交流,让发布前直接转化为市场运营,助力广大企业打造新一季面料设计流行趋势。

长期以来,从制造水平到加工工艺,海宁始终占据着领先地位。随着海宁时尚产业不断发展,现如今已拥有200多家设计企业、工作室,2000多名设计人员。北京服装学院、杭州圣马丁时装艺术专科学校、意大利设计师之家等国际顶尖的设计机构与高校相继入驻海宁,为海宁源源不断地输送设计人才。两次登陆米兰时尚周,推动“意大利设计+海宁制造”的结合,引入优质设计资源,当前的海宁是皮革+时装齐头并进的海宁,“设计海宁”也已成为产业的新名片。

首推原创设计周,为海宁注入时尚动力

经过连续10年的培育和发展,规模宏大、品类全面、功能突出已成为海宁面辅料展的标签。而今海宁面辅料展进一步深挖行业企业发展需求,面辅料与成衣同步展示已成为企业共同的呼声,为此,组委会经过多次研究,首次推出2019海宁中国原创设计周,并举行2019/20秋冬中国皮革裘皮时装面料流行趋势动态发布。

2019海宁中国原创设计周上,海宁金靠皮革时装有限公司、深圳麦德姆时尚设计有限公司、海宁市玖艺服装设计有限公司、海宁费欧时装设计事务所、海宁怡语原创服装设计有限公司以及海宁谷明服装设计有限公司六家优秀设计企业带来数百套原创服装,涵盖皮革服装、毛皮服装、秋冬时装等,面料拼接衍生出了千种变化、跳脱的色彩带来了强烈的视觉冲击力,这为新型面料的开发与应用提供了思路,展示了海宁的设计力量。

“三月的展会一直以来侧重于面辅料趋势的发布与交易,而六月的展会则是成衣的展示订货会。伴随着海宁设计实力的大幅度提升,越来越多设计企业提出三月是服装企业订购原料、看款选款的重要节点,希望皮革城可以举办一项活动,让设计企业集中展示,与企业对接设计成果。”张月明表示,“某种程度上来说,原创设计周的诞生,是我们展会功能的提升和海宁时尚产业综合实力上升的重要体现。”

经过20余年的培育发展,海宁的设计实力稳步提升。据了解,目前海宁拥有专职设计人员2000余名,其中不乏“金顶奖”设计师武学伟、武学凯,中国十佳时装设计师王飞、史宏伟,中国设计业十佳杰出青年孙海涛等,每年产出全国皮装60%以上的原创设计,为海宁本地品牌以及江浙沪周边数万家服装企业提供源源不断的设计服务,更承接了北上广深等一线城市大型时装企业的设计项目。

与此同时,皮革城不断深化与高校、国际设计机构的合作与交流,北京服装学院海宁时尚产业园、意大利设计师之家、杭州圣马丁时装艺术专科学校相继入驻,推动产学研合作,为海宁注入了新的时尚动力。

本次原创设计周启幕式上,海宁皮革城与韩国首尔服装协议会签署了设计交流合作备忘录。双方就进一步促进中国海宁和韩国的设计人才交流、咨询对接、成果互动,推进海宁皮革城市场和韩国东大门市场之间经济交流互动和资源对接达成战略合作。

张月明坦言,皮革毛皮是海宁的传统优势,近年来随着海宁叠加时装战略的深化,皮装中融入一些时装元素,时装中增加皮革毛皮,成为海宁新的特色。这种叠加与融合,为海宁市场注入了新思想与新活力,大幅度提升了海宁对北上广深杭等地服装市场、面料基地的吸引力,一大批企业、优秀设计人才向海宁转移。海宁在设计、制造、贸易等方面逐渐地实现中高端水平,拥有了时尚产业发展所需的完善产业链。

新海宁、新时尚正呼之欲出。 [1]



信诺、诺仪闪耀 2019 Spinexpo

看“中国制造” 如何打造针织一体化产业闭环

本刊记者 _ 郭春花



2019 Spinexpo 诺仪的展位无论是参展创意、展品陈列还是技术展示都颇具匠心。

纵观信诺集团近 20 年的发展历程,从最初的起航、拼搏、蜕变到奋进、创新、整合,一体化发展的思路贯穿始终。在信诺集团董事长史可杰看来,尽管今天的信诺已实现了服装设计、纱线制造、纱线印染、成衣制造、针织产业链条一体化的经营模式,但对于如何让技术与市场销售更完美地融合的思考与探索,他们依旧在路上,未有一丝懈怠。

每一次信诺集团在业界的亮相,都会引起业界对其进行再认知。在 3 月 5 ~ 7 日召开的 2019Spinexpo (第 35 届上海国际流行时尚纱线展览会)上,信诺集团及旗下上海诺仪服饰设计有限公司又一次集中亮相,不仅展现了信诺集团强大的产业链布局与高品质的拳头产品,也展现了诺仪在占领行业“设计、技术”制高点后,向针织产业链科技型企业的华丽转身。

一体化模式,让产品快人一步

纺织行业智能制造的目的,除了高效创造更多的产品,汲取更多的附加值,推动纺织产业可持续发展,为纺织企业带来切实的利益,还要从满足产业需求转移到降低成本,引导消费市场往更高层面发展。

在 Spinexpo 展会平台上,人们不难发现:随着国产面辅料产品的迅速提升,高端市场产品的发展越发成熟,那些设计品位出众、制作工艺精良的匠心产品在成功吸引海内外买家青睐的同时,也成为未来产品研发的趋势。自 2016 年 5 月,作为针织服装产业链运营平台的诺仪时装技术中心成立以来,就定位于打造“中国针织服装行业最具资源整合能力、原创设计能力和品牌策划能力的领先公司”。一直以来,诺仪坚持以针织服装产业链运营为宗旨,以针织服装设计、花型研发、针织技术为核心。

作为 Spinexpo 展的“铁粉”,每一届诺仪的展位无论是参展创意、展品陈列还是技术展示都颇具匠心。据诺仪市场销售总监翁维阳介绍,经过三年的发展,

目前诺仪已具备一定的设计研发客户基础。今后,诺仪将持续提升设计研发优势,并结合柔性生产供应链的架构,为客户提供以设计研发为核心的更深度全面的服务。

在本届展会上,诺仪不仅带来了 2020SS 国际流行趋势花型册,还展示了春夏及秋冬众多系列的精选款式、新型的花型织片,以及数字模拟一体化全流程服务项目,为上下游客户提供从设计到模拟再到打样生产一条龙的高效率低成本解决方案。

此次亮相 Spinexpo 展会的该系统是诺仪技术团队将数据库与日本岛精强大的软件系统相结合后打造的云端大数据平台。通过这个强大的数字模拟系统,使用者可将生产数据发到工厂,工厂照单生产,按数据说话,不再存在沟通困难,进而打样通过率将大为提升,成衣周期也就大大缩短。“不同于简单的软件供应商,在诺仪背后的是国际领先的针织加工设备,强大的生产加工能力,以及一条龙的产业链整合能力。此外,我们还能根据贸易需求制作企划,让服务变得更加贴心、方便灵活。”诺仪设计总监秦婉瑜介绍说。

一站式服务,实现全产业链闭环

现阶段,人们对针织产品需求的不断增加,已经不仅仅满足于保暖和时尚,而是向精细化、深加工发展,针织产品逐渐出现了内衣外穿化、服装功能化的特点,甚至针织产品早已不局限于单一秋冬季,而是贯穿全年。正是针织产品的多样化需求给针织产业带来了巨大的发展空间,促使针织产业不断朝着高效、智能以及高精度、差异化、稳定性高等方向发展。

2017 年,以纱线水洗及染色加工、污水处理、仓储物流等为核心的针织企业——江苏东智禾新纤维科技有限公司成立。“东智禾”拥有不同规格的专业经纱染色设备 23 台,筒纱染色设备 19 台以及络筒机、烘

干机等多台专用设备,年产能 13000 吨。

“东智禾”的成立,与之前成立的从事捻线并线加工的宁波信诺三和捻线有限公司,专业从事棉、羊毛及各类特种纱研发和销售的上海信诺展创纱业有限公司,以专业成衣制造、无缝成衣制造为核心经营的上海富博基纱业有限公司,以针织服装产业链运营为宗旨的上海诺仪服饰设计有限公司,以贸易运营管理为核心业务,生产和进出口各类原料及针织衫的上海信诺服饰有限公司构成了以针织产业为核心发展的集团企业。

通过 19 年的努力,互为支撑、补充的架构体系,也让信诺集团真正实现了公司一体化经营模式理念,产品更是贯穿针织产业链各个环节,足迹踏遍国内及东南亚、日本、欧美等地。通过产业的布局,如今的信诺涵盖纱线研发、针织漂染、捻线加工、服饰设计、品牌企划、仓储物流、线上线下实体销售平台等各个环节,完成了为客户提供一站式针织服饰解决方案的产业链闭环。

工业化管理模式,营造共享平台

随着信息化和工业化融合的不断推进,当前对于纺织服装产业而言,智能制造已成转型升级的重点方向。谈到信诺如何在针织领域再发力,史可杰表示,基于目前国内乃至国际市场变化带来的巨大发展空间,信诺有能力、有信心以澎湃的创业激情和强烈的事业心,用完善的创新机制,先进的 ERP 管理,强大的研发能力,稳定的科学生产,优秀的国内外设计师,高效成熟的管理团队,继续为客户提供最为专业的针织服饰一站式服务解决方案。

在工业 4.0 时代,人工智能技术向纵深发展,大数据、云计算的应用,网络和信息的发达,带来了一场新的商业革命。但在史可杰看来,工业 4.0 从来不仅仅是一个纯技术概念,而是一种“工业化管理模式”,这包括理论基础、竞争要素、制造资源、管理工具、企业文化以及人才管理等多方面。

由此,信诺集团开始布局在业务以及盈利模式上的转型升级战略。作为传统加工制造企业的信诺集团基于落实“智能+终端”、“平台+个人”、“平台+小组”的发展模式,和积极推行“传统产业高端化”、“人力资源自助化”的战略目标,信息化平台人才精益化管理战略实施势在必行,以此让企业快速占有市场,吸引和保留优秀人才,提高自己竞争力,让信诺集团的未来之路更宽广。

“一直以来,信诺集团以技术为基础,以设计为核心,以市场为导向,在团队搭建、组织激励的过程中,也在不断激活组织激活个人。我们希望通过互联网共享平台与合伙机制的搭建,能够达到激励的效果及打破人才瓶颈,逐步探索出一条适合自身发展的道路,为集团未来更灵活更快速的发展,打下扎实的基础。史可杰总结道。TA



赞助机构 Sponsoring Authority



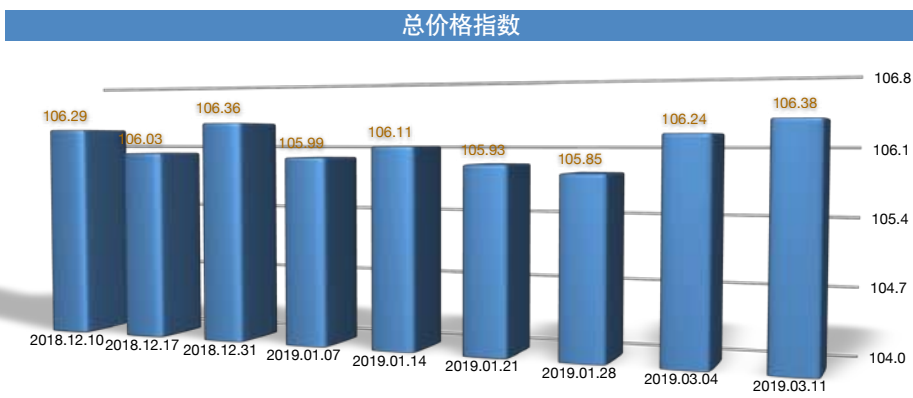
主办单位 Organizers



春市营销继续推升 价格小幅上涨

20190311 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20190311 期纺织品价格指数收报于 106.38 点，环比上涨 0.13%，较年初上涨 0.37%，同比上涨 0.14%。



近期，中国轻纺城春市营销继续推升，其中：原料市场价格小幅上涨，坯布市场价值小幅上涨，服装面料市场布匹价值微幅上涨，家纺类产品成交价格小幅回升，辅料行情小幅下跌。

原料价格小幅上涨，涤纶环比上涨、纯棉纱行情局部小涨

据监测，本期原料价格指数收报于 85.25 点，环比上涨 0.33%，较年初上涨 0.34%，同比上涨 2.18%。

聚酯原料行情震荡上行，涤纶行情环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比上涨。上游聚酯原料行情以震荡上行为主，价格环比上涨，近期华东地区 PTA 现货主流 6700 ~ 6750 元 / 吨，MEG 主流 5300 ~ 5350 元 / 吨左右，聚酯切片市场报价环比上涨，江浙地区半光切片现金或三月承兑 7900 ~ 8000 元 / 吨左右。因上游聚酯原料行情环比推升，萧绍地区涤纶长丝报价环比上涨；FDY 市场成交气氛良好，厂家报价普遍上涨，大有光丝价环比上涨，细旦丝价环比上涨；DTY 市场气氛良好，报价环比上涨，DTY 多孔丝价环比上涨。在涤纶价格走高的刺激下，江浙地区涤纶长丝市场成交气氛火热，下游织造厂家追涨采购。近期涤纶短纤行情环比上行，价格普遍上涨，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 8830 ~ 9000 元 / 吨；纯涤纱行情环比上行，价格环比上涨，江浙地区 32S 纯涤纱主流价 13700 ~ 13750 元 / 吨，50S 纯涤纱主流价 17500 元 / 吨。

纯棉纱销售量价正常，人棉纱报价小幅走强。从近期销售情况看，下游市场回暖，采购明显增加。纯棉精梳纱销量有所增加，精梳 26S、32S 及 40S 下单增多。下游针织布销售回暖，采购明显增多，交货急是当前销售的主要表现，多以 26S、32S 针织布订货为主，价格基本稳定；涤棉纱相比纯棉纱成交有所放量，差异化品种打样居多，订单局部增加。近期萧绍地区纯棉纱市场气氛一般，报价基本稳定，局部环比上涨。

粘胶短纤价格局部下跌，且因预期走弱，下游采购积极性下降，虽本周粘胶工厂签单意愿明显上升，但行业新签单率不升反降。粘胶短纤预期不断走低，粘胶工厂出货意愿增强，下游接盘压价观望意图明显。人棉纱价格稳中偏多，部分纱厂开工后报价小幅走强，但实单成交表现平平，纱厂多执行节前订单为主。

坯布行情环比推升，价格指数小幅上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 119.49 点，环比上涨 0.15%，较年初上涨 0.88%，同比下跌 1.50%。

本期坯布类价格指数呈小幅上涨走势。近期，轻纺城坯布市场成交逐日推升，坯布厂家产出增加，而现货库存量明显减少，原因在于下游客户下单的产品行情走俏；至目前，销量与前期相比有所增长，坯布厂家新订单下单局部增加，产品升级的新品种打样也逐渐增多。坯布市场行情环比推升，订单有所增加，坯布成交环比增长，春季坯布下单局部增量，夏季坯布局部批量下单小增。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈一定幅度上涨走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价格环比推升；拉动坯布类总体价格指数小幅上涨。但天然纤维坯布需求环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，混纺纤维坯布行情环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势，这些因素相对制约了坯布类总体价格指数的上涨幅度。

服装面料销售环比推升，价格指数微幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.08 点，环比上涨 0.08%，较年初上涨 0.26%，同比下跌 0.15%。

服装面料类价格指数微幅上涨。近期，轻纺城服装面料市场销售逐日推升，创新面料价格环比小涨。至目前，轻纺城市场营销环比小增，轻纺城传统市场服装面料整体销售环比小增，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、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、粘胶面料、粘毛面料、锦棉面料、麻粘面料成交价值量不等量上涨。近期，轻纺城市场锦棉面料现货上市量环比推升，成交批次局部增加，连日销量呈一定幅度上涨走势，创新面料成交价格呈一定幅度上涨走势。

家纺营销环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.92 点，环比上涨 0.23%，较年初下跌 0.14%，同比下跌 1.16%。

本期家纺类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城家纺市场销售逐日回升，局部成交大小批量兼具。至目前，轻纺城家纺市场营销局部走畅，创新色泽花型面料订单发送量环比回升，兼具时尚元素的创意产品现货成交和订单发货环比回升，价格环比小涨。其中：床上用品成交环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；日用家纺类成交环比推升，价格指数呈小幅上涨走势；窗纱类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；拉动家纺类总体价格指数小幅上涨。

市场行情环比回落，辅料指数小幅下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 132.12 点，环比下跌 1.46%，较年初下跌 0.28%，同比上涨 0.25%。

本期服饰辅料类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回落，至目前下游企业备货局部回缩，现货成交和订单发货呈现环比下降走势。线绳类成交环比回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；花边类行情环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；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；拉动辅料类总体价格指数小幅下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈逐日推升走势，近期染厂接单量和贸易商、织造厂的接单量都在逐渐增加。3 月份，对纺织人来说利好消息不断，中美关系缓和，增值税下调了 3 个百分点，中小企业的税收负担略有减轻。织造市场的订单量开始增多了，未来可期。因部分贸易商和织造厂家订单有所增加，后市春夏季面料供给有所增加，现货成交和订单发货局部增加，夏季面料局部批量下单小增，织造企业开机率继续增加，印染企业产出继续增长，预计创新创意产品认购踊跃度将环比增加，整体市场成交将呈现逐日推升走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

中文网址：http://www.kqindex.cn/ 英文网址：http://en.kqindex.cn

电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785611

纺织服装周刊

TATWEEKLY

微信号：fzfzzk



纺织服装周刊

周刊典藏 时尚评论
大咖来做客 品牌故事
纺织头条

看产业实时资讯，
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！



聚酯产业链提振市场 指数全线上涨

2019 年 3 月 4 ~ 8 日商务部中国·盛泽丝绸化纤指数一周点评

据对 350 家被采价单位反馈的数据监测分析,本周商务部中国·盛泽丝绸化纤指数全线上涨。其中,化纤总指数收盘于 104.6 点,与上周相比上涨了 0.22 点;化纤面料价格指数收盘于 100.83 点,与上周相比上涨了 0.22 点;化学纤维价格指数收盘于 109.67 点,与上周相比上涨了 0.3 点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下跌,收盘于 104.76 点,与上周相比下跌了 0.07 点。

图1 盛泽市场化纤类产品价格指数



化纤面料市场行情分析

本周化纤面料价格指数收盘于 100.83 点,与上周相比上涨了 0.22 点。从中国绸都网监测的样本企业可以看出,本周市场交投气氛较前期好转,尤其是轻薄型面料成交表现较好,库存较前期有所下调。

里料方面,本周里料市场成交量整体表现平稳,具体来看,常规平喷织物走货顺畅,成交集中在涤塔夫、春亚纺等,其中 170T 涤塔夫报价在 1.38 元/米,个别规格如 290T、380T 等稍有上调;轻盈纺本周出货量不大,价格暂时走稳,其中 210T 轻盈纺成交表现较好,该里料轻、薄、手感柔软,市场需求较好,下游采购多用于服装里料;五枚缎市场成交量有放大的迹象,下游采购多用于礼盒、装饰布等;人丝交织里料近期成交表现较好,下游采购多用于制作高档服饰里料等;此外,提花类面料近期下单气氛明显好转,多以小单为主,个别花型供不应求。

面料方面,本周面料市场局部气氛向好,尤其是轻薄型面料,市场量价齐升。具体来看,仿真丝系列在市场成交持续放大,尤其是强捻产品,如 75D、24 个捻雪纺、75D、24 个捻乱麻等,在市场走货顺畅;消光破卡、SPH 1/2 斜等依旧畅销,厂家库存偏低,供应紧张,价格有 0.10 ~ 0.20 元/米的上调;春亚纺系列中,全弹消光春亚纺、蜂巢春亚纺、六角格等均成交气氛好转,厂家生产积极性较好;塔丝隆系列中,以消光塔丝隆市场走俏;仿记忆系列呈现向好态势,厂家报价大致稳定;尼丝纺系列受到原料价格上涨的影响,价格局部上调,其中 380T 尼丝纺市场供应略微偏紧,价格较前期也有所上调;箱包系列整体走货平稳,其中牛津布系列依旧唱主角,厂家库存明显走低。此外,桃皮绒、平纹春亚纺等产品在市场销售依旧受阻,厂家心态不佳。

从价格指数可以看出,本周市场成交量依旧上升,厂家库存继续回落,现盛泽地区坯布库存存在 35 天左右,部分仿真丝厂家库存极低;开机率方面,随着行情回暖,厂家生产积极性进一步走高,喷水、喷气织机开机率在 8 ~ 9 成。随着气候回暖,预计后市轻薄型面料成交还将继续上升,市场行情继续好转。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数收盘于 109.67 点,与上周相比上涨了 0.3 点。

本周国际油价呈现区间调整格局,市场整体价格重心略有抬升。3 月 4 日受到减产消息的利好刺激,国际油价出现反弹;然而之后两个交易日则是涨跌不一,3 月 7 日原油再度收涨。截至 7 日,纽约原油 4 月期货结算 56.66 元/桶;布伦特原油 5 月期货结算 66.30 美元/桶。PX 方面,本周 PX 市场行情先扬后抑,前半周价格重心走高,但后半周略有回调;截至

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



3 月 8 日,亚洲 PX 价格至 1104.33 美元/吨 FOB 韩国和 1123.33 美元/吨 CFR 中国,欧洲 PX 至 1021.25 美元/吨 FOB 鹿特丹。

PTA 方面,受市场利好消息的提振,本周期货面强势上冲,临近周末出现回调,但整体仍较强势。在期货面带动下,本周 PTA 现货市场行情也是稳步拉涨,后半周略有下滑,价格重心整体有所攀升。截至 3 月 8 日,内盘市场报价集中在 6700 ~ 6780 元/吨左右,成交商谈则围绕在 6620 ~ 6680 元/吨附近。本周乙二醇市场行情同样震荡走高,价格重心略有回暖;截至 3 月 8 日,内盘价格集中在 5200 ~ 5300 元/吨附近。

涤纶长丝方面,在上游原料成本面刺激以及下游市场追涨情绪提振下,本周涤纶长丝市场呈现稳步攀升行情,主流厂家报价重心多有走高,尤其是周中部分产品价格拉涨较大,临近周末涨势趋缓。从具体价格来看,截至 3 月 8 日,POY 150D/144F 主流厂家报价上涨了 300 元/吨至 8800 元/吨,而 FDY 75D/36F 产品报价则走高至 9800 元/吨。

产销方面,受到国际油价以及 PTA 价格大幅走高的刺激,3 月 4 日江浙地区涤纶长丝市场成交气氛火热,产销进一步回升;据统计,江浙地区主流厂家市场平均产销大幅拉涨至 170% 左右,部分较好的达到 200%、350%、400%。3 月 5 日市场气氛稍有回落,至 3 月 6 日下游织造厂家追涨采购气氛蔓延,市场整体产销再度向好,平均产销上涨至 160% ~ 180% 附近。3 月 7 日市场产销高低不一,其中 DTY 产销多有下调,POY 以及 FDY 仍有向好;据悉主流厂家市场平均产销集中在 140% ~ 160% 附近,个别较好的厂家产销达到 450%、500%。

库存方面,随着聚酯市场整体产销的稳步推进,聚酯厂家库存压力进一步下调。从中国绸都网统计数据来看,现如今涤纶市场整体库存围绕在 19 ~ 26 天;具体产品方面,POY 库存集中在 13 ~ 18 天,FDY 库存至 16 ~ 22 天附近,而 DTY 库存则至 24 ~ 30 天左右。

蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下跌,收盘于 104.76 点,与上周相比下跌了 0.07 点。

本周茧丝价格小幅下跌,盘面继续窄幅波动,价格略有回升。春节以来,在市场产销回升的带动下,厂家的库存压力有所缓解。印染方面,本周江浙地区印染厂家成交量较上周有所放大,个别厂家进仓坯布较多,集中在全涤加捻、弹力布等品种,市场释放积极信号,交期有所延长。染费方面,目前市场行情并未大幅好转,染厂供需仍处于平衡状态,所以厂家涨价意向不强,个别厂家染费有所调整,整体以稳为主。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



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：fzjzh@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