

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

2019.04.01 | 第11期 | 总第923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




P27
绿意激扬 多元碰撞

中国纺织工业联合会会刊
纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY



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: 刘嘉 010-85872640
广告热线: 万晗 010-85872646




P15
搭建中外纺织企业合作桥梁

P18
绽放! 未来中国需要时尚引擎

中国国际时装周 (2019/2020 秋冬系列) 举办

中国纺织工业联合会会刊
纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY

中国国际时装周 (2019/2020 秋冬系列) 期间, “绽放·中国高级定制匠心艺术展” 展示了十位高定设计师的经典作品。

 | CHIC 2019

中国服装论坛

CHIC · 2019 CHINA FASHION FORUM

创新跃迁
迈向下一个十年

Innovation Leap
Moving Forward into the Next Decade

2019.04.01-02

主办单位：
Organized by:



承办单位：
Undertake by:

SIGEN 盛世嘉年
SINCE 2002



纺织服装周刊

2019 CTME

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 翟燕驹

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

总编助理 万 晗 袁春妹

采编中心

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

新媒体部

主任助理 李江敬
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:

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

既感动, 又解渴

日前, 由中国纺织职工思想政治工作研究会组织的“中国纺织大工匠”事迹报告会暨工匠绝招绝活现场技术交流传帮带活动, 走进了青纺联(枣庄)纤维科技有限公司。该活动不仅受到青纺联(枣庄)公司上下的欢迎, 还吸引了公司所在地枣庄市台儿庄区的纺织企业也来参加, 无论企业领导还是一线工人, 一致的评价是“既感动, 又解渴”。“感动”指的是, 大工匠们用故事讲述了自己的成长经历, 他们背后的付出, 以及所取得的成绩。同样的环境、同样的经历, 让员工们听来倍受鼓舞。“解渴”指的是, 这样的活动贴近企业实际, 讲的是实实在在的技术和操作, 正是企业所需要的, 而一些生产中遇到的问题, 经大工匠们的点拨也迎刃而解。

在事迹报告会上, 200多人的会议室座无虚席, 所有的人都聚精会神, 每到精彩之处, 大家都会报以热烈的掌声。大工匠、安徽华茂集团电气管理员舒畅会电工、钳工、瓦工、木工等7个工种的工作, 是个全能的多面手, 他的演讲几乎是脱稿, 让很多人竖起大拇指。舒畅告诉笔者, 他讲的内容都是自己平时做的, 都刻在脑子里了。报告会结束后, 大家围住大工匠, 问这问那, 继续交流, 意犹未尽。

随后, 大工匠们又深入车间, 和员工们坐在一起交流, 有问有答, 从工艺到操作法, 从技术到管理, 从设备到保养, 涉及了所有遇到的问题。座谈后, 大工匠们又走上生产线, 及时指出现场发现的问题, 并毫无保留地提出解决建议。大工匠、际华三五四二纺织有限公司首席技师贾军海, 走到哪里都背着沉重的双肩包, 里面有笔记本、线缆、测试仪等工具设备, 这套东西都是他自费买的, 其中一条线缆就要2000多元, 有了这套设备, 他可以快速检测出电路故障所在, 及时排除故障。在青纺联车间, 他蹲在电气箱前, 用这套装备实地检测设备运行情况并提出了建议。

大工匠、咸阳纺织集团有限公司一分厂纺部车间赵梦桃小组生产组长何菲不仅向姐妹们介绍了创新的细纱长车工作法, 还给班组长传授管理经验。大工匠、德州恒丰集团临邑恒丰纺织科技公司细纱车间设备主任朱长松则针对多品种小批量生产的特点, 传授了设备维护保养的经验。

这样的活动让青纺联受益匪浅, 青纺联(枣庄)纤维科技有限公司总经理王伟认为, 大工匠来到青纺联给了公司一个极好的学习机会, 他希望今后青纺联也要出大工匠。

据了解, 不少企业已经表达了积极参与该活动的意愿, 下一场活动已在紧锣密鼓地筹备中。正如中纺联副会长杨纪朝所言, 要以此次工匠宣讲活动为契机, 进一步宣传工匠先进事迹, 把纺织工匠的好声音传播得更广、更远、更深。

CONTENTS



15 专题 FEATURE

搭建中外纺织企业合作桥梁

3月12日, “一带一路”投资推介会在国家会展中心(上海)举办。会议作为中国纺织工业联合会春季联展的关联活动之一, 受到了众多纺织服装骨干企业及参展企业的关注。参会企业就国际产能布局的具体细节与发言嘉宾进行了交流与讨论。



18 特别报道 SPECIAL

绽放! 未来中国需要时尚引擎

中国国际时装周(2019/2020秋冬系列)举办

3月25~31日, 中国国际时装周(2019/2020秋冬系列)在京举办。本届时装周以“绽放”点题, 举办了专场时装发布、专业大赛、DHUB设计汇、时尚论坛、新闻发布、商贸对接、创意展演、绽放·中国高级定制匠心艺术展等超过百场专业活动, 近250位设计师精彩亮相。

6 资讯 INFOS

“纺织之光·爱益行”温暖行动获江阴红柳、江苏堂皇认捐
2019年减税措施出台, 制造业受益最大
“中国优质原创时装基地”花落海宁
追梦七只羊, 我们在路上!

8 关注 ATTENTION

科创板是纺织行业“及时雨”, 多细分领域企业有潜力
4位纺织大工匠走进青纺联车间传帮带交流
创新跃迁, 服装业迈向新十年

14 科教 SCIENCE

完善激励机制, 明确发展目标
两项“纺织之光”应用基础研究项目结题验收

22 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

强党建 兴市场 深化“纺城有家”品牌建设
“时尚柯桥”带动有力 设计人才扎根趋稳

26 行业 INDUSTRY

绿意激昂 多元碰撞
又一波针织设计师亮相!
Forever young: 让年轻人创意充分表达
触摸未来, 新制造为中国服装产业赋能

32 集群 CLUSTERT

建设“强富美高”新江苏

34 展会 EXHIBITION

德州华源: 做差异化纱线精准服务提供商
杰恩盛: 洞悉市场需求, 创立极致供应链
EcoCosy 优可丝引领时尚风潮
悦达家纺: 趋势发布前瞻行业潮流

40 指数 INDEX

春市销售微势推升 价格小幅上涨
市场成交有所好转 指数小幅拉涨

纺织服装周刊

直击 | DIRECT

2019年减税措施出台，制造业受益最大

近日，财政部、税务总局、海关总署下发《关于深化增值税改革有关政策的公告》。

公告主要包括四方面内容：从2019年4月1日起，一是降低增值税税率水平。对于增值税一般纳税人，原适用16%税率的，税率调整为13%；原适用10%税率的，税率调整为9%。二是扩大进项税抵扣范围。旅客运输服务纳入抵扣，不动产支付的进项税由分两年抵扣改为一次性全额抵扣。增加进项税，让减税惠及所有纳税人。三是试行期末留抵退税。按条件给予退还，增加企业现金流。四是加计抵减。对主营业务为邮政、电信、现代服务、生活服务纳税人，按照当期可抵扣进项税额加计10%抵减。

财政部副部长程丽华表示，2019年更大规模减税降费是积极财政政策的头等大事，预计减税降费规模为2万亿元，减税占七成左右。其中，制造业是深化增值税改革中受益最大的行业。

程丽华介绍，增值税减税重点在制造业等实体经济，有利于减轻企业负担，企业拥有更多资源，可用于设备更新、研发投入等。此外，制造业是国民经济的基础产业，减税红利将通过价格机制，让更多行业受益。(郭春花)

中纺联提名的15个项目入围2019年度国家科技奖受理目录

3月25日，国家科学技术奖励工作办公室发布第92号公告称，2019年度国家科学技术奖提名工作已结束，共收到有关单位和专家提名的国家自然科学奖项项目295项，国家技术发明奖项项目298项(通用项目239项，专用项目59项)，国家科学技术进步奖项项目956项(通用项目784项，专用项目172项)。

由中国纺织工业联合会提名的15个项目入围2019年度国家科学技术奖受理项目目录，其中“碳纤维多层次立体织物机织装备与织造关键技术及产业化应用”等5项被提名为国家技术发明奖二等奖、“超仿棉聚酯纤维及其纺织品产业化技术开发”等10项被提名为国家科技进步奖二等奖。公告称，自受理项目公布之日起30日内，任何单位或者个人对公布项目的创新性、先进性、实用性及提名材料真实性和项目主要完成人、主要完成单位持有异议的，应当以书面方式提出，并提供必要的证明材料。(郝杰)

中毛协牵头绿色和智能制造5项团标获立项

3月22日，中国纺织工业联合会标准化技术委员会公布了2019年第一批中纺联团体标准计划项目，由中国毛纺织行业协会牵头起草的5项标准获立项。

这五项标准中，关于智能制造方面的有三项，涉及通用要求、数字化单机信息模型、智能工厂设备互联互通及互操作规范三方面。该系列标准制定工作已经启动，预计2020年初完成，是我国毛纺行业智能制造领域的首批团体标准。

此外，中毛协在打造毛纺织行业绿色制造体系、完善绿色标准化建设方面的工作早在2017年就已开展，自2017年以来，中毛协牵头并起草了《绿色设计产品评价技术规范(羊绒针织品、羊绒制品、毛精纺产品)》等9项绿色标准，其中已有4项标准颁布并实施。2019年新立项的《羊绒行业绿色供应链管理企业评价指标体系》、《绿色设计产品评价技术规范 毛毯》标准的制定工作也已开始启动，预计2020年完成。(郭春花)

聚焦 | FOCUS

“纺织之光·爱益行”温暖行动获江阴红柳、江苏堂皇认捐

本刊记者_郝杰

日前，由纺织之光科技教育基金会发起的“纺织之光·爱益行”温暖活动喜获江阴市红柳被单厂有限公司和江苏堂皇集团有限公司认捐。

江阴市红柳被单厂有限公司捐赠的物资为床品配套件共计300套，总价值为24万元。江苏堂皇集团有限公司捐赠的为床上用品88套，总价值11.5万余元。

上述物资将分别捐赠给贵州省水城县营盘乡哈青小学、贵州省毕节市赫章县儿童福利院。

据了解，为响应国家号召，践行精准扶贫，受中国纺织工业联合会纺织之光科技教育基金会委托，中国家用纺织品行业协会于2019年春节前在床品会员单位发起对贵州省水城县营盘乡哈青小学、贵州省毕节市赫章县儿童福利院爱心捐赠的倡议，倡议得到了江阴市红柳被单厂有限公司、江苏堂皇集团有限公司两家企业的积极响应。

水城县位于贵州省西部，六盘水市核心腹地，是国家20个深度贫困县之一，经济条件相对落后，营盘乡哈青小学地处水城县营盘乡哈青村，营盘乡也属26个极贫乡镇之一。

该校572名孩子全部来自农村，学校所在地地理条件恶劣，有一半以上的学生距离学校较远，很难就近入学，上放学存

在极大的困难。为了让孩子们能吃在学校、住在学校、学在学校，2017年年底在水城县政府的大力支持下，该校建成了学生宿舍楼一栋，面积503平方米，大小共有33间，可住270人。虽然宿舍楼已建成，但目前所欠缺的室内设施较多，例如学生床上用品等。学校为此呼吁广大爱心人士的帮助与支持。

赫章县隶属贵州毕节市，位于贵州省西北部，是国家扶贫开发工作重点县，也是贵州省14个深度贫困县之一。

为了赶在新学年开学前将捐赠物资及时送到学校，江阴市红柳被单厂有限公司和江苏堂皇集团有限公司克服了时间短以及春节后人员不足困难，加班加点，仅仅用不到一周的时间就按时保质保量完成了捐赠物资的制作。

多年来，红柳集团一直致力于公益事业，先后设立了红柳慈善基金、助学奖学基金、助残基金、结对贫困村并长期资助新疆尉犁县福利院，累积捐资捐物超千万元，为社会和谐发展贡献着红柳力量。

江苏堂皇集团有限公司作为一家积极承担社会责任的企业，一直以来热心社会公益事业，始终秉承“方圆相济 达人自达”的企业价值观，积极投身各类社会公益活动，充分体现了奉献社会、回报社会的企业责任感。

本涩体验服务再发力



本涩力求为顾客提供舒适、美好的服务。

当下，85后、90后已成为消费群体的主力军，年轻女性消费者在自我认知和审美水平方面都有了很大提升，对生活品质的追求越来越高，能体现个性并带来舒适感的购物体验已成为她们的首选。作为一家坚持“忠实于本我”穿衣美学的新锐买手品牌，本涩依靠一支把握时尚潮流、市场经验丰富的买手团队，为用户提供四季适情、适性、适意的服饰，得到大批年轻女性的喜爱。

“品牌坚持以消费者体验为中心，规范化店内专业服务，店员在热情服务的同时，为消费者提供专业的穿搭建议，鼓励她们忠于自己的独特去穿搭，也可以通过不同风格的探索去发现自己的美，力求使每位光临的顾客都能经历舒适、美好的体验过程。”本涩品牌相关负责人如是说。

据了解，为进一步提升服务品质，本涩在去年的品牌战略发布会上公布了品牌服务升级战略及系列规划，升级会员服务的多项权益，后续还会通过全新的积分商城，加强与忠实顾客的互动。值得一提的是，3月的会员服务月，本涩重点兑现服务升级承诺，并通过加强导购人员的服务培训、制定店内陈设及服务标准流程等多个方面，从产品体系、技能体系、服务体系、营销体系等多方面推动服务升级。(赵国涛)

区域 | REGION

“中国优质原创时装基地”花落海宁

3月12日，在新海宁新时尚——原创设计与高端供应链论坛上，中国服装协会授予浙江省海宁市“中国优质原创时装基地”称号，与会专家围绕新海宁、新时尚原创设计与高端供应链的主题发表了演讲。

近年来，海宁皮革城围绕“全球皮革时尚之都”和“中国高端秋冬时装之都”的两都建设战略双管齐下，推进海宁时尚产业的新发展，助力打造“时尚潮城”。从而实现承接国内一线城市服装产业转移，迈向全品类四季服装，打造时装全产业链生态体系，推进海宁时尚产业新发展。最新数据显示，海宁拥有数万家原料、生产制造、批零贸易企业，年接待数万名采购商，5000多个品牌为行业创造500多亿元的产值。国内市场50%以上的皮革服装来自海宁，可以说，海宁已形成了贯通欧洲、北美、亚洲的世界顶尖服装服饰供应链。

目前海宁时尚企业中拥有专职设计师的已经占到70%以上，设计师、打版师等专职设计人员近万人，其中不乏设计金奖获得者武学伟、武学凯，中国十佳设计师王飞、史宏伟等，全国60%以上的新款皮装

都是出自海宁设计。通过和国内外专业院校、知名品牌合作，海宁皮革城先后建立了意大利设计师之家、北服创新园、杭州圣玛丁时装设计学校等行业顶级机构。在皮革城品牌风尚中心，截至2018年末，入驻的设计企业达到115家，专职从事设计人员800余人，2018年实现设计服务收入1.98亿元，成果转化值24.85亿元。

在打造海宁先进制造和高端设计基地背景下举办的“新海宁新时尚——原创设计与高端供应链论坛”，有助于为CHIC参展企业以及CHIC平台专业观众共同解读海宁时尚产业的新趋势、新理念、新模式。从而聚集更多层次、更多维度的优质产业链及跨界资源，吸引服装批发企业、时装工厂以及服装采购企业入驻海宁。



与会领导及嘉宾见证授牌仪式。

中国服装协会授予海宁“中国优质原创时装基地”是对海宁以提升原创设计能力为抓手打造高端供应链战略的肯定和赞誉。下一步，海宁皮革城将在巩固传统优势的基础上进一步实现价值重构，打造一支适合新时代、新时尚发展环境的“海宁时尚新军”。(李芳)

品牌 | BRAND

追梦七只羊，我们在路上！ 榆林七只羊发布2019秋冬新品



七只羊2019秋冬新品满足了各层次消费者的需求。

3月21日，“追梦七只羊，我们在路上”七只羊2019秋冬新品发布会在榆林召开。来自全国各地的300余名经销商、代理商及七只羊公司全体管理人员到会。陕西省纺织行业协会、陕西省服装协会、榆林市工信局等有关政府部门领导应邀参加了本次会议。会议进行了“七只羊2018年度销售工作总结表彰”，七只羊总经理刘志娥充分肯定了经销商一年来所开展的工作及取得的成绩，同时对2019年的工作进行了安排。

陕西省纺织行业协会副会长严家民在致辞中肯定了七只羊公司对榆林羊毛防寒服发展做出的贡献。他说，经过多年发展，榆林羊毛防寒服产量目前已占到全国总产量的70%，并涌现出了一批在国内具有一定知名度和影响力的企业和品牌。其中，荣获“中国驰名商标”、“陕西省名牌产品”和“全国服装行业百强”的七

只羊公司，就是其中的优秀代表，也是榆林羊毛防寒服行业的龙头骨干企业。他指出，榆林第一件羊毛防寒服正是七只羊公司历经两年时间于1989年在国内首先研发成功的。可以说，七只羊公司是伴随着榆林羊毛防寒服产业的发展在不断发展壮大，每次产品的升级换代七只羊都是引领者和积极参与者。他希望七只羊公司以“科技、时尚、绿色”为抓手，努力提高羊毛防寒服产业的竞争力，让“榆林—中国羊毛防寒服名城”这块金字招牌发出更加耀眼的光芒。

本次展示的新品共分为四个部分十大系列产品，即彩色的梦、甜蜜的梦、华丽的梦、科技的梦、轻盈的梦、激情的梦、春天的梦、绿色的梦、怀旧的梦以及幸福的梦。其中，彩色的梦、甜蜜的梦、华丽的梦、科技的梦主要是以选用多姿多彩和健康绿色的功能面料、独特精制的工艺制作，来表达现代女裤追求精致、讲究仪式感和高贵、华丽、健康的特性；轻盈的梦、激情的梦主要是以羊毛具有的轻盈、舒适、保暖的特点来满足现代人追求舒适、时尚及喜欢户外运动的需求；春天的梦、绿色的梦主要展示公司由冬季单一服装向四季服装发展所取得的成果；怀旧的梦、幸福的梦主要以满足中老年人普遍具有的怀旧及向往全家人团聚的要求而设计。(秦阳)

LIVIN MOMENTO 亮相 CHIC，诠释“低调的奢华”

LIVIN MOMENTO(领慕)品牌是基于创始人在时尚行业20余年的经验积淀于2018年正式推出的轻奢时尚服饰搭配品牌。首次参展CHIC2019(春季)，宁波新斯维箱包有限公司董事长、品牌创始人赵世尉表示：“我们希望通过展会这个渠道，召唤志同道合的事业合伙人，包括加盟商、代理商、分公司股东、梦想合伙人、产品体验官等。”

服装服饰市场近几年逐步由品牌主导转变为消费者主导，由关注商品的功能属性逐步转移到关注商品的情感属性。为此，赵世尉认为LIVIN MOMENTO要做的是：通过与消费者的互动形成朋友间的关系，建立起消费者对我们品牌的信任，然后了解消费者的产品喜好和挖掘消费者的情感需求，针对性地设计产品；根据服装服饰的消费特点，品牌会从搭配角度为消费者提供购买建议，并传授搭配方面的相关知识，让消费者自己成为专家；与此同时，品牌合作伙伴的身份也将转变为时尚搭配知识的传播者、社群关系的维持者、客户服务的勤务员、品牌价值主张的宣传员。



LIVIN MOMENTO品牌的每一款产品都有专属故事。

在谈到LIVIN MOMENTO品牌的设计理念和设计风格时，赵世尉表示：“我把所有的服装配饰产品都看成一个个漂亮的女性，我也反反复复的跟所有伙伴和同事传播这个理念。每个女性都会有一个专属的故事，LIVIN MOMENTO品牌的每一款产品也会有它专属的从创意、设计、开发到生产直至传递到用户手上的一个故事。”(吕杨)

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲： 科创板是纺织行业“及时雨”， 多细分领域企业有潜力

陈健 / 文



孙瑞哲

近日，中国纺织工业联合会（下称“中纺联”）会长孙瑞哲接受专访时表示，科创板的出台对于推进纺织行业高质量发展而言，是一场“及时雨”。纺织行业的很多细分领域在科创板应该有非常好的前景与潜力。其中，作为战略性新兴产业的重要组成，高性能纤维材料及产业用制成品是重点领域；同时，差异化、功能通用纤维、优质、先进纺织制造技术与装备，高品质、环保染整技术等也不应忽视。

“中纺联将积极推动产融合作，将推动符合条件的优秀行业企业在科创板上市作为今年的重点工作。形成一份有含金量的科创板企业推荐名单；做好两个重点推介；推动产融政三方交流合作，包括积极配合上交所成立科技创新咨询委员会的有关工作，推荐相关领域科技专家、知名企业家、资深投资专家等。”孙瑞哲指出。

行业在科创板大有可为

孙瑞哲表示，真正具有全球战略性、引领性的硬核科技创新在已经具备国际竞争优势的成熟产业体系中，其实更容易产生，也有更多的体现。纺织行业正是这样的产业。

首先，作为中国最有潜力率先跨入世界制造强国行列的工业部门之一，纺织行业在科创板大有可为。2018年，中国纤维加工总量约5460万吨，占到世界一半以上；全行业净创汇2501.9亿美元，占全国71.1%。行业研发体系和创新能力不断提升，基础研究不断突破，高性能高功能性纤维快速发展，装备制造水平持续提升，工艺技术创新不断演进，应用领域大幅拓展。多年“量的积累”使得纺织行业具备了实现“质的提升”的物质基础。

其次，作为中国为数不多的具有全产业链自主创新能力的工业部门，纺织行业在科创板大有可为。依托完备的产业体系和扩散应用生态，中国纺织工业能够实现全产业链闭环的创新。一个环节的创新可以在另一个环节快速得到应用转化。这种能力使得行业创新能够以平台化、集聚化、融合化的方式涌现。

再次，作为中国市场成熟度和技术成熟度较高的工业部门之一，纺织行业在科创板大有可为。纺织产业是一个相对成熟的工业领域，技术创新具有更加稳定的周期，快速迭代的风险较小。技术市场化前景清晰而明确。目前，纺织产品已被广泛应用于医疗卫生、航空航天、土工建筑、安全防护等领域。巨大的市场空间为科技创新发展提供了舞台，行业具有技术成果有效转化为经营成果的良好条件。以如意集团收购美国莱卡为例，莱卡是世界上知名度最高、技术最强、市场份额最大的氨纶纤维，此次成功收购，使如意集团跻身世界一流纺织科技阵营，也使得行业技术创新更具活力。

两化融合等领域有潜力

具体来看，纺织行业哪些细分领域企业能率先登陆科创板？孙瑞哲认为，以下几个领域值得关注。

两化融合领域。以智能化装备、智能化运营、智能化服务和智能化产品为主要内容，纺织行业智能制造快速发展，形成了丰富的行业实践。比如山东康平纳集团，其自主研发的“筒子纱数字化自动染色成套技术与装备”，有效解决了传统技术用工密集、生产效率低、能耗水耗高、质量差等世界性行业难题，获得了国家科技进步一等奖。

军民融合领域。军民融合是行业科技创新应用的重要领域。国产碳纤维复合材料、芳纶蜂窝材料已经运用到国产新型运输机、战

斗机和直升飞机上，各类功能性面料、绳、索、带已经运用到军服、头盔等领域；经编金属星载天线应用于天宫一号、神舟飞船以及各类卫星等。由中复神鹰碳纤维公司牵头完成的“干喷湿纺千吨级高强/百吨级中模碳纤维产业化关键技术及应用”项目荣获国家科技进步一等奖，打破美、日等国的技术垄断，T700与T800级的碳纤维产品已经应用到航空航天、碳芯电缆等领域。

绿色环保领域。绿色纤维生产、低温快速前处理、冷轧堆染色、印染废水大通量膜处理等一大批行业清洁生产关键技术取得突破并实现产业化应用。我国高温过滤材料已达到5mg/Nm³甚至超净排放水平，过滤压降≤800Pa，在控制颗粒物排放的同时降低了使用能耗，达到世界领先水平。Lyocell纤维来自天然原料，生产过程绿色环保，生产工艺难度高。中纺院绿色纤维公司“国产化Lyocell纤维产业化成套技术及装备研发”项目荣获纺织行业2018年度科学技术一等奖，打破了国外的技术垄断。

医疗卫生领域。近年来，行业在手术缝合线、人造血管、人工透析导管、人造皮肤等植入性和人工脏器等产品方面取得了一定进步。我国自主开发的人造血管已通过中国药品监督管理局备案，未来2~3年将进行临床使用，有望在3年内推广使用。

基础设施建设领域。我国自主研发的聚酯长丝纺粘针刺胎基布技术及装备，打破了发达国家垄断，达到国际先进水平，成为我国新型防水材料的主流胎基产品。目前已经被广泛应用于土木工程防水领域。我国自主研发的聚丙烯纺粘针刺土工布，不到0.6mm的一层土工布，要同时满足耐酸碱、耐低温冻融、抗拉伸强度和延伸性等要求，目前已运用于北京新机场跑道建设，并已设计在西安咸阳机场、卡宾达国际机场扩建等项目中的应用。

三项工作促优秀企业上市

纺织服装行业要实现高质量发展，离不开资本的支持。为此，孙瑞哲表示，今年中纺联将继续探索方法、形成模式、深化服务，做好重点项目，特别要推动科创板相关服务工作落地。积极引导行业优质企业用好科创板，实现更加集约、更高质量的发展。

一是要形成一份名单。充分利用行业协会熟悉企业、了解技术的优势，有组织、有针对、有重点地摸排行业创新发展情况和企业经营状况。根据科创板的战略定位和对企业的上市要求，对行业重点优质企业进行系统全面的梳理和筛选。优中选优，发掘一批符合国家战略，拥有关键核心技术，科技创新能力突出，主要依靠核心技术开展生产经营，具有稳定的商业模式，市场认可度高，具有较强成长性的企业。形成一份有含金量的科创板企业推荐名单，解决好产融合作过程中信息不对称的问题。

二是要做好两个重点推介。围绕科技创新与战略支撑两个重点，通过产业平台对相关优质行业企业进行推介。一方面，推进纤维新材料、高端装备、智能制造、绿色制造等领域的发展。另一方面，服务于创新驱动发展战略、可持续发展战略、军民融合发展战略等国家战略，服务于供给侧结构性改革和高质量发展。

三是要推动产融政三方交流合作。做好平台与纽带，准确反映行业实际与企业诉求，为政府决策提供支持和依据。根据需要做好服务，积极配合上交所成立科技创新咨询委员会的有关工作，推荐相关领域科技专家、知名企业家、资深投资专家等。继续与上交所合作，为行业内企业做好科创板的培训。强化与券商、中介机构的专业合作，对合格企业进行调研并给企业提出可行性方案。



T 纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation



纺织之光科技教育基金会 是在1996年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

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

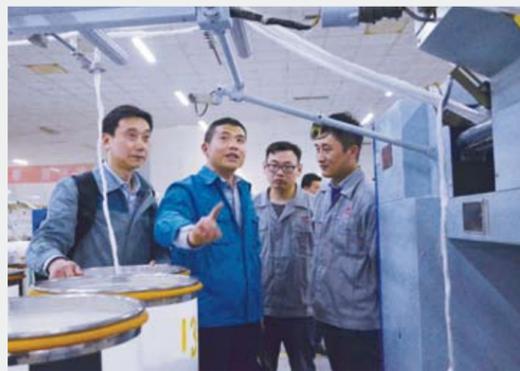
地址：北京市朝阳区朝阳门北大街18号
邮编：100020
电话：010-85229936 / 9610 / 9326
传真：010-85229540
邮箱：fzjzh@cntac.org.cn
网址：www.fzjzh.com



纺织之光科技推广
云平台微信



纺织之光科技推广
云平台网站



中国纺织大工匠走进青纺联，与200多位干部职工进行了现场技术探讨和交流。

4位纺织大工匠走进青纺联车间传帮交流

本刊记者_郝杰 文/摄

3月21~22日，由中国纺织职工思想政治工作研究会组织的第二场“中国纺织大工匠”事迹报告会暨工匠绝活现场技术交流传帮活动在青纺联(枣庄)纤维科技有限公司举行。活动由中国纺织工业联合会、中国财贸轻纺烟草工会指导，中国纺织职工思想政治工作研究会主办，台儿庄区人民政府、青岛纺联控股集团有限公司、青纺联(枣庄)纤维科技有限公司承办，山东省纺织服装行业协会、山东省纺织政研会、山东省轻工纺织工会协办。

中国纺织工业联合会副会长、中国纺织职工思想政治工作研究会常务副会长杨纪朝，中国财贸轻纺烟草工会副主席杨冬旭、纺织工作部部长王晓旌，中国纺织职工思想政治工作研究会秘书长姜国华、办公室主任王春红，山东省纺织服装行业协会副会长王森、副秘书长马荣健，山东省纺织政研会副会长滕会珍、副秘书长刘永胜，山东省轻工纺织工会主席袁宗贵，枣庄市工信局调研员、枣庄市纺织行办主任李毅，青岛纺联控股集团常务副总经理朱建平、综合部部长姜玲，青纺联(枣庄)纤维科技公司总经理王伟、副总经理黄杰等领导出席活动。

德州恒丰集团临邑恒丰纺织科技公司细纱车间设备主任朱长松、咸阳纺织集团有限公司一分厂纺部车间赵梦桃小组生产组长何菲、新兴际华集团所属际华三五四二纺织有限公司首席技师贾军海、安徽华茂集团电气管理员舒畅等四位中国纺织大工匠代表作了事迹报告，青纺联(枣庄)纤维科技公司干部职工、郝建秀小组成员、台儿庄区部分纺织企业共200多位干部职工认真聆听，并零距离地与中国纺织大工匠们进行了现场技术学习、探讨和交流。

唤起社会对劳动价值的正确认识

自2017年起，中国纺织工业联合会、中国财贸轻纺烟草工会在全国纺织行业分两批，共选树了40名“中国纺织大工匠”。他们立足本职，献身纺织，率先垂范，用高超技艺和创新实践诠释了“尊重劳动、尊重知识、尊重技能、尊重创新”的劳动价值。

他们的先进事迹在纺织行业广为传扬。

报告会上，朱建平表示，多年来，郝建秀小组一代又一代年轻人继承和发扬了小组光荣传统，使火车头精神代代相传。此次大工匠来公司宣讲，给公司提供了宝贵的学习机会，必将在公司掀起争做知识型、技术型、创新型新时代工人的热潮，助推提高职工素质，提升产品竞争力。

杨冬旭表示，举办此次活动，就是要通过宣传大工匠的先进思想、先进事迹，号召全行业职工向他们学习，营造尊重劳模工匠、学习劳模工匠、争当劳模工匠的社会氛围。同时要发挥劳模工匠的传帮带作用，把他们的绝活绝技传授给更多的职工，帮助职工成为劳模工匠式的先进人物，带出一支思想政治坚定、专业技术过硬的高素质职工队伍。

杨纪朝表示，举办此次活动旨在充分发挥“中国纺织大工匠”的示范引领作用，带动更多纺织工匠人才立足本职、苦练本领、提升技艺、争创一流，进而为推动行业高质量发展提供强大的技能人才支撑。

为此，他提出四点意见，一是充分认识培养优秀工匠、提高职工技能素质的重大意义，当前，要进一步认识到弘扬工匠精神已经成为当前社会关注的热点话题，国家、行业、企业、社会、地方均把弘扬工匠精神作为一个重要课题来抓；二是激发动能，清风扬正，大力弘扬工匠精神，唤起人们对劳动价值的正确认识，纠正轻视劳动特别是轻视普通劳动者的不良风气，让劳动者更有尊严，更有幸福感、获得感和安全感；三是要以此次工匠宣讲活动为契机，继续坚持贴近行业、贴近企业、贴近工匠的工作基调，大力开展工作创新，把工作成果向纵深扩展；四是要评估价值，鼓励首创，探索健全工匠培育长效机制。

“郝建秀小组”现任组长许琳在介绍了小组情况后表示，“郝建秀小组”是全国纺织工人的共同财富，继承和弘扬小组精神是历史责任。今天，“郝建秀小组”又为火车头精神赋予了时代特色，新时代需要工匠精神。今后将不断丰富郝建秀工作法，勇于创新，勤奋劳动，把企业发展好，大胆创新，为建设纺织强国贡献力量。

代需要工匠精神。今后将不断丰富郝建秀工作法，勇于创新，勤奋劳动，把企业发展好，大胆创新，为建设纺织强国贡献力量。

大工匠现场传授技艺，企业很解渴

参加此次活动的工匠们身怀绝技，在各自领域、各自工作中取得了突出的成绩。朱长松、何菲、贾军海、舒畅等四位中国纺织大工匠讲述了自己在生产岗位上勤学苦练技能、练就绝活绝活成长故事。大工匠的高尚人格品质、在平凡岗位上创造的不平凡业绩，以及他们的敬业精神深深感染了现场的每一位听众。大家全神贯注，认真做着笔记，纷纷表示报告非常解渴，不仅学到了技术方法，还感受到了大工匠爱岗敬业的钻研精神，对未来个人的成长增添了正能量。

事迹报告会后，与会嘉宾和朱长松、何菲、贾军海、舒畅等四位大工匠到企业生产车间，与前纺细纱、设备维修、电气检修等岗位的员工一起，详细交流了生产工艺、生产操作法、设备维修技能以及班组管理经验。大工匠还针对青纺联(枣庄)纤维科技公司在生产和管理中的问题给出了自己的建议。

杨纪朝在接受《纺织服装周刊》记者采访时表示：长期以来，青岛纺联集团和青纺联(枣庄)公司领导高度重视员工队伍建设，在班组建设和培养培育人才队伍建设上创造了很多好的经验，郝建秀小组始终保持“永远发挥火车头作用”的光荣传统。行业要贯彻新的发展理念，推动适应新时代纺织工业创新发展的高素质人才建设，就要发挥好工匠的“传、帮、带”作用，让纺织工匠的绝活绝活更好、更广泛地传授给更多的企业员工，在更多的纺织企业培养、培育更多的工匠人才，不断增强纺织企业“软实力”建设，提升企业核心竞争力。

本次活动期间，中国纺织职工思想政治工作研究会还向郝建秀小组的全体组员赠送了有特邀嘉宾签名的笔记本，鼓励年轻的组员们奋勇争先，在生产岗位上争创一流，成为新时代的知识型、技能型、创新型优秀人才。[TA]

创新跃迁，服装业迈向新十年

CHIC·2019中国服装论坛纵论服装业未来

本刊记者_李亚静 万晗

这是一场时尚创造者与创新者的聚会，在这里，来自各个领域的精英，打破壁垒、刷新视野、激发想象，围绕“创新跃迁：迈向下一个十年”的主题，启发我们思考未来、探索未来。

4月1日，由中国服装协会主办、为期两天的CHIC·2019中国服装论坛在京启幕。本次论坛主题为“创新跃迁：迈向下一个十年”，来自零售、商业、品牌、制造、艺术等多个领域的专业人士，于此交流新思想、碰撞新认识，为品牌发展注入新动能。

这是一场思想者的聚会，也是一场新老朋友的聚会。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏等行业领导，与来自爱慕、安正、歌力思、例外、日播、朗姿、思凡、白领、鄂尔多斯等服装龙头企业的掌门人汇聚于此，为行业带来一轮关于时尚与未来的思想碰撞。

激情碰撞，重磅活动启智未来

世界面临百年未有之大变局，可持续发展议题不断发酵，全方位产业变革加速推进，跨学科知识融合蓄势待发。

众声喧哗时，清晰的见解就成了一种力量。站在更宽广的时间尺度，服装人在思考，我们面临的挑战是什么？我们如何为未来的消费者做好服务？如何建立下一个十年的行动框架？

而这些思考，都可以在CHIC·2019中国服装论坛找到答案。

这里既有聚焦竞争力和领导力，前瞻洞见、激发战略视野的“思想者大会”，也有为运营人、创业者提供行动指南的“Δ SUMMIT 增长峰会”，同时，还包罗了关注消费者的全局体验、为企业提供清晰框架的“X SUMMIT 体验峰会”；展现新生代企业家的领导力、创造力和品牌观、价值观的“Σ SUMMIT 青年峰会”；致力于将人文艺术引入商业实践、为品牌的可持续发展注入活力的“创诣大会”……

可以预见的是，这是一个思想碰撞的时刻，每一个新潮涌动的瞬间，都值得铭记，每一份智慧激发的观点，都将被传扬，每一次创新技术的革新，都值得期待。

此外，更值得期待的是，闭幕对话—创新跃迁：迈向下一个十年、第十一届非凡时尚人物颁奖典礼等高光时刻，中国服装行业龙头企业创始人、新一代青年企业家将在此汇聚，分享行业企业最为关注的行业走势、转型升级、创新举措等话题。

突破壁垒，大咖云集深度共融

作为一个生产思想的巨大熔炉，CHIC·2019中国服装论坛云集了时尚品牌领袖、行业精英与学者等人群。

其中，“思想者大会”环节云集了译言网联合创始人、技术文化出版品牌「东西文库」发起人赵嘉敏，科技财经作家、轻组织创始人、决策训练专家醒客，君智咨询董事长谢伟山，清华大学社会网络研究中心主任罗家德，管理哲学家、财经作家王琨琨等时尚领袖、创新大师和思想者在此深度对话，探索时尚前沿课题。

“Δ SUMMIT 增长峰会”吸引了粉丝工场 FANCTORY 创始人、

深度营销理论体系创建者丁丁，创新增长战略顾问唐兴通，资深营销专家、氢原子 CEO 唐文，腾讯智慧零售商务总经理母小海，上海兆妩品牌管理有限公司董事长孙青锋，Le Fame 品牌联合创始人苏雅维，ZHOUMI 创始人周珍，杭州云享文化传媒有限公司创始人王冬雪，iziRetail 逸芮联合创始人霍红等致力于流量增长的专业人士，他们将就流量增长要点、增长实践和相关行动指南进行深度剖析和交流。

“X SUMMIT 体验峰会”以“超预期：如何持续创造惊喜”为主题，汇集了 FILA 中国总裁姚伟雄、三里屯太古里总经理余国安、MOSCHINO 全球视觉营销总监 Stefano Barni 等站在潮流前线的品牌方负责人，共同探讨体验研发和用户运营等话题。

“Σ SUMMIT 青年峰会”凝聚了青年领袖群体，包括密扇品牌创始人、CEO 冯光，UOOYAA 乌丫品牌创始人尹剑侠，Particle Fever 粒子狂热联合创始人、创意总监林海，CHEN PENG 品牌创始人、设计总监陈鹏，高级成衣品牌 LANYU 创始人及设计总监兰玉，SHINE LI 帽饰设计师品牌创始人兼设计总监李娜，LALABOBO 董事、设计总监于茜子，H&K 手工皮具品牌创始人、主理人康丞相，逸红颜品牌创始人明月等，他们了解市场和消费者，不拘泥于形式与框架，善于创新，引领潮流。

值得一提的是，“创诣大会”环节，邀请了创新艺术指导、和田市现代美术馆馆长、无印良品创始人小池一子，纺织品设计师、无印良品传播顾问须藤玲子，布料图书馆主理人 Mary Ma，Black Rainbow 联合创始人 Greg Hervieux，Jay Smith，Damir Doma 品牌创始人 Damir Doma 等重磅力量。艺术家、美学家和设计师的云集，将带领我们一起探索生命的本质与意义，实现观念、材料、语言的再生。

此外，中国服装行业的龙头企业负责人——爱慕股份有限公司董事长、总裁张荣明，安正时尚集团股份有限公司董事长郑安政，深圳歌力思服饰股份有限公司董事长夏国新，郑州领秀服饰有限公司董事长陈勇斌，北京世星圣洪经贸有限公司董事长安英慧，思凡时尚文化集团公司总裁周严，北京方圣时尚科技集团董事长王涛，深圳万旗服饰有限公司董事长韩志强，卓尚服饰(杭州)有限公司董事长丁武杰，朗姿股份有限公司执行副总裁王国祥等也将汇聚于此，共话“创新跃迁：迈向下一个十年”。

来自服装行业、时尚行业、零售行业等各个领域的精英，在中国服装论坛实现了产业链上下游的汇聚、行业内外创新思潮的碰撞，必将推动行业的进一步发展、企业的进一步创新，乃至突破行业壁垒的合作。

中国服装论坛始于1996年，由中国服装协会主办，迄今已成功举办23届。始终以“启迪创新、焕发品牌”为核心使命，秉承国际化、高质量、可持续的视野、标准和框架，将不同的创见者、批评者和决策者连接起来，为中国服装企业家提供高质量的思想产品，构建有持续影响力和穿透力的思想体系，已成为中国服装产业先进理念和发展模式的重要策源地。

纺织服装周刊

一场关乎时尚与未来的对话

新消费时代，打破壁垒，进行跨界合作，是方向；磨练品质，专攻细分领域，是坚持。2019年，站在一个重要的历史节点，一场关乎时尚与未来的对话在此展开。

专家谈趋势

清华大学社会网络研究中心主任罗德德：未来，我们将再次面临行业、企业再造的过程，AI和大数据将重新定义商业格局。

译言网联合创始人、技术文化出版品牌「东西文库」发起人赵嘉敏：未来十年，商业组织将再一次经历去中心化和中心化的过程。

科技财经作家、轻组织创始人、决策训练专家醒客：未来，品牌会更加产品化、服务化，而服务化的过程，以消费型为主，越靠近最后环节越重要。

粉丝工场 FANCTORY 创始人、深度粉销理论体系创建者丁丁：互联网技术在不断迭代，不断地变是常态，只有不断地变，企业、品牌才能够活得久。

管理哲学家、财经作家王育琨：获得利他绝活的不二密码是：锁定靶靶、坚定不移地向内、甘愿做个“无事人”。

君智咨询董事长谢伟山：未来十年，企业家应把重心放在顾客对自己品牌的感受上。

资深营销专家、氢原子 CEO 唐文：未来十年，从社会一端来说，精英女性将崛起，她们会越来越强调自己的主导选择权，这会深刻影响甚至改变消费结构和消费潮流。

iziRetail 逸芮联合创始人霍红：2019年将迎来新升级，主要体现在智能化、个性化、多元化、高性价比等方面。

企业家话未来

郑州领秀服饰有限公司董事长陈勇斌：未来十年，机遇主要在三方面：制造业的回归与优势、从人本管理到心本管理所带来的人均创造力的巨大提升、日益苏醒和增长的衣着消费需求所带来的巨大市场空间。

鄂尔多斯控股集团副总裁兼执行董事、鄂尔多斯羊绒集团总经理、1436 品牌创始人王臻：伴随消费分化，必须进行从生产端到渠道端，从产品品质、成本到效率和柔性，再到物流和仓库等整个供应链体系能力的全方位提升。

LALABOBO 董事、设计总监于茜子：未来十年，国内品牌会自然而然地融入国际化，那时，可能不再分国内和国际市场，互联网让全世界的品牌和消费都趋于平等。

北京康福一帆商贸有限公司、品牌主理人康丞相：未来，机遇与挑战同在，我认为自媒体会爆发，用内容抓住流量，创造有价值的文化输出，这是品牌的机会。

朗姿股份有限公司执行副总裁王国祥：未来，企业将从以前的单打独斗向联合，甚至融合发展，这是一个必然趋势。

FILA 中国总裁姚伟雄：2019年的关键词是协同互换、价值营销。通过协同不断提升公司的营业效率，通过互换打通新品牌的快速发展。

Le Fame 品牌联合创始人苏雅维：未来十年，最大的挑战将是消费变革以及新生代力量的崛起。如何带领更年轻的团队打造更具当下和时代精神的产品，变得至关重要。

淘帝（中国）服饰有限公司总经理周志鸿：未来，淘帝需要借助技术的力量加快线上线下渠道融合，加速升级实体渠道的购物体验，而在未来多元的渠道环境中立于不败之地。

大连品兆服饰有限公司总经理孙纳：企业产品的变与不变是一个重点问题，对星语来说，不变的是专心做裤子，而改变的是在裤子的版型 and 面料及营销方式上的革新。

深圳市嘉汶服饰有限公司总裁何淑君：如何拥抱年轻消费者，是新老品牌都在研究的课题，随着消费形态和行为的改变，零售模式也需要升级重构。

九牧王股份有限公司董事长林聪颖：2019年最重要的关键词是：平台化、多品牌、全渠道。

大连现代服饰有限公司董事长庄学国：做精做强是现代服饰 2019 年的口号，也是对于 2019 年企业转型升级的最佳诠释。

Kailas（凯乐石）品牌创始人钟承湛：近年国潮风开始兴起，作为国产最好的户外品牌，凯乐石迎来了最好的时期。

CHEN PENG 品牌创始人、设计总监陈鹏：未来十年是属于 90 后、00 后的时代，这一群中坚力量更加关注时尚、游戏、社交媒体、探索世界。

SHINE LI 帽饰设计师品牌创始人兼设计总监李珊：未来十年会有更多的中国设计走向国际舞台，势必会引来更多对中国设计的关注，这将是我们的机遇。

Particle Fever 粒子狂热联合创始人、创意总监林海：未来，中国品牌应着眼全球市场，为成长为真正的国际品牌蓄力。

高级成衣 LANYU 创始人、设计总监兰玉：为了让品牌能够更好地服务消费者的生活，我们要更注重环保、大爱，以及产品细分和产业。



服装人话品牌

爱慕股份有限公司董事长、总裁、爱慕品牌创始人张荣明：未来的商业会向着服务型转变，企业、品牌要能够为消费者提供更加精准的服务。

安正时尚集团股份有限公司董事长郑安政：2019年，安正不仅要要在生意上实现突破，还要在品牌的精神层面实现突破，让全世界都尊重中国人，尊重中国企业。

杭州艺尚小镇艺尚中心总裁郑念华：文化是品牌的根本，如何将我国悠久的历史、文化、艺术，植入到品牌的故事、设计、视觉传播以及价值观中，是真正需要思考的问题。

福建七匹狼实业股份有限公司董事长周少雄：未来核心竞争力的要求一定是越来越精、越来越细，因此，企业、品牌的核心竞争力，就是做别人做不到的事情。

深圳艺之卉时尚集团董事长周胜：消费者逐步由物质上的富有，变成在精神上需要获得国际化的认知和尊重，品牌也在慢慢趋同。

思凡时尚文化集团公司总裁周严：品牌要想与客人建立关系，关键在于能否将品牌的主动性很完整地表达出来，这是品牌主动完成与客人缔结关系的功课。

深圳歌力思服饰股份有限公司董事长、ELLASSAY 品牌创始人夏国新：中国服装产业已度过跑马圈地的时代，处在一个精耕细作的阶段，因此，提效率、升质量是未来努力的方向。

例外 EXCEPTION de MIXMIND、方所 langso commune、YMOYNOT、衡山·和集创始人兼董事长、毛继鸿艺术基金会 (Mao Jihong Arts Foundation) 创始人毛继鸿：时装界的可持续发展，其实就是价值观的问题，对于企业来说，其存在的价值，就是解决当代的问题。

布料图书馆之理人 Mary Ma：中国的材料是有根的，当下，将研发的东西记录下来，梳理在布料图书馆，让设计师、品牌主理人能够得到、用得上，于我来说是一种责任。

卓尚服饰（杭州）有限公司董事长丁武杰：企业的行为必须经得起社会的考验，未来我会将更多的精力放在引进人才、搭建平台方面，支持更多优秀的人，做出应有的贡献。

深圳市安奈儿股份有限公司总经理兼董事长曹彰：时尚是由经济来决定的。中国时尚产业经历了不自信、学习、跟随等多个阶段，如今开始主打中国品牌，说明中国真的强大了。

广州市汇美时尚集团股份有限公司董事长兼 CEO 方建华：潮流、技术、讯息发展很快，无论现在有多强大，企业、品牌在未来都要保持核心竞争力。

杭州密勒向服饰有限公司创始人冯光：这个时代是中国品牌向世界展现实力与自信的时代。我们作为亲历者，切身感受着每一刻的变化。

汉帛国际集团总裁高敏：无论是构建品牌，还是构建生态，本质上都是一样的，企业、品牌有多大的信念，就能吸引多大的能量。

深圳万旗服饰有限公司董事长韩志强：一个企业的哲学，一定要满足当下消费者对时尚最本质的需要，一定是由文化主导的。

the MSLAN 品牌联合创始人江心峰：服装可以划分很多风格，风格的形成是由族群决定的，品牌只是提供一种观点、一种价值观。

海明控股有限公司创始人梁铭：服装是文化的载体，我们要将内容化的产品，扎根到自己的文化中。

广州格风服饰有限公司副总裁林淑玲：做品牌也好，做企业也好，不需要太在意别人的看法，最应该在意的是消费者的看法。

德津实业发展（深圳）有限公司总裁罗永晖：如何把传统文化和现代工艺结合在一起，是我们一直在探索和实践的问题。

上海逸素服饰有限公司总经理马碧玉：我不强求旗袍一定要复古，我的理念是我的服装一定要具备时代感，让它与现代社会不违和。

上海兆妩品牌管理有限公司董事长孙青锋：产品创新和经营创新需要合为一体，才能更好地服务客户。

上海堡尼实业发展有限公司总裁汪荣泽：我们的使命就是，让顾客能够穿出自己的魅力和个性，让他能够更好地了解自己。

上海坊间服饰有限公司创始人尹剑侠：乌丫的核心定位是挖掘主流消费者潜在的个性化需求，这是品牌经营最基本的逻辑。 

纺织服装周刊

完善激励机制，明确发展目标

“纺织之光”中国纺织工业联合会纺织教育教学成果奖宣讲培训会举行

本刊记者 郝杰

3月18日，“纺织之光”中国纺织工业联合会纺织教育教学成果奖宣讲培训会在武汉纺织大学阳光校区召开。来自全国各地46所纺织服装类院校的近160位教师相聚一堂，围绕纺织教育教学成果培育、教学成果奖申报存在问题及优秀教学成果案例分析等开展研讨交流。

本次会议由中国纺织服装教育学会主办，纺织之光科技教育基金会资助支持，武汉纺织大学承办。中国纺织服装教育学会会长倪阳生、武汉纺织大学副校长黄运平、华中科技大学教授吴昌林以及各本科和职业院校教学工作负责人、教学管理人员、教学成果奖申报工作负责人、优秀教学成果完成人等出席了此次会议。会议由中国纺织服装教育学会副秘书长白静主持。

黄运平致欢迎辞，简要介绍了学校基本情况、发展历程、学科建设和教育情况等。黄运平表示，将进一步推动教学研究、深化教学改革，全面提高学校教育教学水平和教学质量，为推动纺织行业高质量发展贡献更大力量。

倪阳生对纺织教育教学成果奖开展十周年的工作作了具体介绍。十年来，共奖励教学成果1228项，教学成果奖在行业的影响力越来越大，

行业参与院校逐年增加，成果质量越来越高，多个成果经推荐成为国家级教学成果奖。倪阳生指出，在纺织行业开展教学成果奖奖励活动是实施科教兴纺、人才强纺战略的重要举措，也是对我国纺织行业教育领域人才培养工作、教学建设和教学改革成果的检阅和展示。多年来，纺织教育教学成果奖在提高教学质量、激发教学活力、完善激励机制等方面发挥了重要作用。

会议特别邀请吴昌林作题为“教育教学研究工作与教学成果的培育”的专题报告。吴昌林指出，教学研究与改革是永恒的课题，教学改革的第一步是研究问题、提出问题、明确目标；项目实施时应目标适中、定位准确、任务明确；项目实施中要考虑形成成果。吴昌林从成果选题、成果描述、成果提炼等方面对教学成果培育做了诠释，强调培育教学成果必须“真重视”、“凝练方向”、“建设队伍”、“积累成果”。

此外，东华大学教学处处长姚卫新作题为“把控大局协调整合提升成果奖申报质量——学校层



面的应知应做”的主题报告；江苏工程职业技术学院教务处处长尹桂波对2018年度“纺织之光”中国纺织工业联合会教学成果奖申报中存在的问题进行点评；武汉纺织大学教授李建强、苏州大学教授潘志娟分别就日常教学中如何培育教学成果作了专题报告；天津工业大学教务处副处长王熙、浙江纺织服装职业技术学院副院长杨威、盐城工业职业技术学院副院长孙卫芳、广西纺织工业学校副书记雷敏分别介绍了本校在培育教学成果方面的经验和做法；浙江理工大学教授姚玉元、成都纺织高等专科学校教授朱利容分别分析了优秀教学成果案例。TA

两项“纺织之光”应用基础研究项目结题验收

本刊记者 郝杰



日前，中国纺织工业联合会科技发展部组织专家在上海对东华大学承担的“纺织之光”应用基础研究项目“新型聚酰胺酯合成及性能研究”和“基于纤维与气流耦合作用特性的高速喷气涡流纺纱机关键技术研究”两个项目进行结题验收，两个项目按专业领域由两组专家分别验收。

纺织之光科技教育基金会常务副理事长叶志民、中国纺织工业联合会科技发展部副主任张慧琴出席会议。验收专家组听取了项目承担单位的汇报，审阅了相关资料，经质询和讨论，认为两个项目均完成了任务书规定的要求，同意通过结题验收。

“新型聚酰胺酯合成及性能研究”项目创新设计了聚酰胺酯的分子结构，首次突破了生物基戊二胺己二酸盐改性聚酯聚合关键技术，成功合成新型聚酰胺酯，系统研究了该聚酰胺酯的大分子结构及其结晶性能、热性能、流变性能和亲水性能等，建立了多组分共聚的新型聚酰胺酯专用聚合装置。

基于自主合成的聚酰胺酯，开发出其纤维制备技术，优化了纺丝工艺条件，成功制得具有良

好的力学性能、优异的柔软性和较高回潮率的新型聚酰胺酯纤维。项目实施期间，申请发明专利5项，发表论文4篇。专家组建议进一步开展后续应用研究。

“基于纤维与气流耦合作用特性的高速喷气涡流纺纱机关键技术研究”项目利用数值模拟和实验方法，系统研究了喷气涡流纺纱嘴内旋转气流的流动特性，揭示了喷嘴结构参数对气流的影响规律；构建了球-杆链式弹性纤维模型，研究了纤维在喷气涡流纺纱嘴气流中的耦合动力学特性，实现了纤维运动规律的定量表征。

基于流场规律研究，设计了具有自主知识产权的新型喷气涡流纺纱嘴装置，并实现了喷气涡流纺金属包芯纱的制备。项目实施期间，发表论文12篇，其中科学引文索引（SCI）收录7篇；申请国家发明专利5项，其中授权2项。专家组建议进一步加强工程应用研究，尽快实现项目成果转化。TA

搭建中外纺织企业合作桥梁

“一带一路”投资推介会之埃及和东盟纺织产业园专场在沪举办

本刊记者 郝杰

3月12日，由中国纺织工业联合会国际贸易办公室、中国纺织国际产能合作企业联盟、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会共同举办的“一带一路”投资推介会在国家会展中心（上海）举办。

本次会议特邀了国际纺织制造商联合会董事会成员、埃及工业联合会对外贸易委员会主席默罕默德·卡森姆为中国纺织服装企业解读埃及的投资政策与环境，推出埃及明亚纺织城项目，埃及驻上海总领事馆经济商务处领事马塔尔对埃及投资优势做了重点说明。另外，新加坡胜科集团旗下的胜科园区管理私人有限公司副总裁沈惠民通过介绍其越南、印度尼西亚的工业园项目，让与会代表更好地了解了两国纺织服装业投资优势禀赋及相关中资企业投资信息。

中国纺织工业联合会副会长、中国纺织国际产能合作企业联盟执行理事长、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，中国纺织国际产能合作企业联盟秘书长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长林云峰，辽宁省纺织服装协会会长王翀、中国国际贸易促进委员会绍兴市委员会会长王凯、山东省纺织服装行业协会副会长陈升、江苏省服装协会副会长张月兰等相关领导出席会议。中国纺织工业联合会国际贸易办公室副主任刘耀中主持推介会。

徐迎新在致辞中指出，自习近平主席于2013年提出“一带一路”倡议已有五年的时光，“一带一路”建设在合作中茁壮成长，中国纺织业进入了全球布局阶段，为世界纺织经济注入了正能量。五年来，我国纺织业对“一带一路”沿线总投资额约占同期对全球纺织投资总额的80%以上，如此高的占比，足以显示“一带一路”倡议为中国纺织业“走出去”带来了全新的发展机遇。目前，中国企业在海外设立纺织服装生产、贸易和产品设计企业分布已超过100个国家和地区，中国纺织业对外投资几乎涵盖整个纺织服装产业链。中国纺织业海外生产布局呈现出“中国大陆+东盟+非洲”的模式。此次主办方精心挑选了“一带一路”沿线重点国家的优质工业园，希望这些园区能为中国纺织企业落户海外保驾护航。

默罕默德·卡森姆在发言中指出，埃及纺织服装业基础良好，位居非洲前列。埃及纺织服装业从业人员共计150万人，纺织品和成衣在埃及及非石油和天然气出口中占15%，对GDP贡献率3%。埃及较为丰富的棉花原料优势、极其优惠的贸易政策与低廉的生产要素成本为进一步发展纺织服装业提供了良好的基础，同时也吸引了许多世界纺织服装企业的目光，并把埃及列入其布局非洲的战略规划。明亚纺织城项目是埃及首个纺织服装自由区。纺织城位于上埃及、开罗以南225公里，物流便利。该区域拥有充足的适龄年轻人口，适合发展劳动密集型产业。埃及政府规划着重在上埃及地区发展先进的纺织城，并建设纺织城所需的配套设施，来实现埃及“纺织产业发展愿景2025”。明亚纺织城也积极借力该愿景，成为海外纺织服装企业落户埃及的重要平台之一。



推介会座无虚席，反映出企业对国际产能布局非常关注。

马塔尔指出，基于中埃长期良好的合作关系，双方高层往来密切，经济交往频繁，发展潜力巨大。埃及拥有区位优势明显、辐射市场广泛、劳动力充足、出口欧美享有贸易优惠政策等多项优势。

东盟是中国纺织服装业最大的海外投资目的地。2017年，我国纺织服装业对东盟投资6.55亿美元。淡马锡控股公司占股49.5%的胜科集团在东盟国家布局了众多优质工业园。会上，沈惠民向与会代表介绍，胜科集团在中国、越南与印度尼西亚、印度拥有14个工业园，其中越南的7个工业园分布在南部、中部与北部，可以满足不同需求的投资者。面对目前复杂多变的国际经济环境，中国纺织服装企业布局东盟的意向浓厚，并延长产业链，规避风险。胜科集团旗下的工业园凭借其良好的基础设施、一站保姆式的服务以及品牌影响力，赢得了众多知名企业的青睐。目前部分知名中国纺织服装企业如溢达、东渡，已入驻其越南的工业园。

此次推介会得到了江苏省纺织工业协会、山东省纺织服装行业协会、辽宁省纺织服装协会、中国国际贸易促进委员会绍兴市委员会和湖州市委员会的大力支持。参会企业就关心的具体细节如相关成本、环保要求、劳工等问题与发言嘉宾进行了交流与讨论。此次会议作为中国纺织工业联合会春季联展的关联活动之一，受到了众多纺织服装骨干企业及参展企业的关注。2019年，世界经济的不确定性和复杂性进一步增强，变中有忧的形势特点使中国纺织企业对于国际产能布局的关注度不断升温，现场座无虚席、讨论热烈的场面充分印证了这一点。

中国纺织国际产能合作企业联盟、中国纺织工业联合会国际贸易办公室及中国国际贸易促进会纺织行业分会将一如既往地服务于中国企业健康“走出去”，搭建中外纺织企业合作的桥梁。

埃及，中国纺织业海外布局新空间



默罕默德·卡森姆

在刚刚结束的十三届全国人大二次会议上，国务院总理李克强在政府工作报告中5次提到“一带一路”，这也是自2014年起，连续第6年在政府工作报告中提及“一带一路”。

自2013年我国首次提出“一带一路”倡议以来，“一带一路”从无到有，由点及面，在发展中不断前进，在合作中稳步成长。

五年多来，中国纺织业也加速进入了全球布局阶段，为世界纺织经济注入了正能量。中国纺织工业联合会副会长徐迎新指出，截至目前，我国纺织业对“一带一路”沿线总投资额约占同期对全球纺织投资总额的80%以上，中国企业在海外设立纺织服装生产、贸易和产品设计企业分布已超过100个国家和地区，对外投资几乎涵盖整个纺织服装产业链。中国纺织业海外生产力布局呈现出“中国大陆+东盟+非洲”的模式。

埃及工业联合会对外贸易委员会主席默罕默德·卡森姆从2006年起就频繁地往来中国，为两国的经济贸易合作奔波。自中国2013年提出“一带一路”倡议开始，卡森姆和中国纺织业建立了联系，促进中国纺织企业到埃及投资。

3月12日，卡森姆特意从遥远的埃及飞行14个小时赶到上海，在由中国纺织工业联合会国际贸易办公室、中国纺织国际产能合作企业联盟、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会共同举办的“一带一路”投资推介会上，向中国纺织服装界介绍埃及的投资政策与环境，并向中国纺织企业推介埃及及明亚纺织城项目。借此机会，《纺织服装周刊》记者独家专访了卡森姆。

埃及是进入非洲的跳板

TAweekly：您经常来中国吗，对中国有着怎样的印象？

卡森姆：2006年我第一次来中国，从那以后，每年都来2~3次。十多年来，我亲眼看到了中国经济发生的巨大变化，特别自中国“一带一路”倡议开始，埃中两国纺织业合作又出现了新机遇。

早在2000多年前，中国人开辟的丝绸之路为世界文明做出了突出贡献，如今的“一带一路”建设是古丝绸之路的重建，再次把世界紧密联系在一起。埃及也是文明古国，纺织业同样也有着悠久的历史，自法老时代以来，纺织业一直是埃及的主导产业，两个世界文明古国的纺织业合作是埃及经济发展的新机遇。

TAweekly：相比较非洲其他国家，投资埃及具有哪些更独特的优势？

卡森姆：目前的非洲更像是一头“奔跑的狮子”。有数据表明，到2050年，非洲的GDP、人口都将翻一番，购买力更是将翻三番以上，因此，非洲的发展潜力巨大，而进入非洲的跳板就是埃及。

在非洲国家中，埃及的纺织工业水平位居前列。埃及适宜棉花生长的自然环境，让埃及棉花成为目前世界上最好的长绒棉。更为重要的是，埃及国内的纺织产业链较完整，从棉花种

植到纺纱、织布直至成衣制造均可实现，使得埃及在成衣制造领域有较强的能力。目前埃及纺织服装业从业人员共计150万人，纺织服装对GDP贡献率3%，占制造业总产值的22%。

实际上，相比其他非洲国家，埃及还有一个更加独特的优势，即产品进入美国、欧盟、阿拉伯等国家和地区全部零关税。同时，埃及地处海上丝绸之路战略要地，是亚洲、非洲和欧洲的中心点，也是阿拉伯和非洲贸易的中心轴。

除了地理位置、产业、贸易优势外，埃及还有不少投资亮点，诸如政治环境有利于维护可持续发展的体制生态系统，确保长期稳定的经济增长；庞大而多元化的经济体，能够抵御内部和外部冲击，并由年轻而富有活力的人口作为支撑。此外，政府致力于社会的不断改革，采取积极的财政和货币措施，修订了改善投资环境的新投资法。这些无疑为埃及经济增长提供了宏观上的支撑。

入驻明亚工业园免交税费

TAweekly：埃及纺织业整体状况如何？政府对纺织业有哪些支持？

卡森姆：在非洲国家中，埃及整体制造业水平也排在前列，这很大程度上得益于埃及拥有非洲最多的工业园区。目前埃及27个省有170个工业城市和工业园区，有企业3万家，制造业劳动力350万，生产总值占国内生产总值的16.7%。其中，纺织企业有7000余家，从事纺织服装的劳动力有150万人，成衣工业总产值为32亿美元，出口美国的服装占比56%。

埃及纺织业得到了政府的大力扶持，包括建立先进的纺织基地，并配备必要的基础设施，以实现埃及“纺织产业发展愿景2025”和可持续战略“埃及愿景2030”。其主要目标是促进埃及及社会发展；通过纺织行业整合，吸引外商直接投资；谋求区域一体化，以满足非洲新兴服装业日益增长的需求；同时，通过增加附加值，应对不断增长的出口市场，尤其是欧盟和美国市场。

TAweekly：您提到埃及的工业园，对中国纺企投资您有什么推荐？

卡森姆：在众多的工业园中，明亚工业园适合纺织业投资。明亚工业园地理位置优越，园区位于尼罗河沿岸，开罗以南225公里，到红海和地中海港口、国际和国内机场都十分方便。园区所在的Elmynia省拥有540万人口，其中18~30岁年轻人占35%。

明亚工业园最为独特的优势是免税，由于园区为政府投资兴建，政府保证入驻的企业永久免交营业税、收入税等各种税收，此外，进口纺织机械、纺织面辅料等原材料也免交关税。

目前，园区的建设工作正在进行中，预计到2020年底，园区将向投资者开放土地。我非常希望中国纺织企业到明亚工业园投资办厂，埃及与中国纺织产业合作必将是一场“世界机遇”。

投资东盟新考量，越南、印尼看过来



沈惠民

今年是新中国成立70周年，经过70年的发展，中国纺织产业建立起了全世界最为完善的现代制造体系。如今，我国的纺织行业制造能力得到跨越式提升，产业体系日益完善，企业主体活力得到激发，全方位融入全球化浪潮，并响应国家“一带一路”倡议，开启全球布局。

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%。在沿线国家中，中国与东盟地区合作态势表现最好，在中国对外直接投资和进出口贸易中的占比不断提升。东盟占中国对外直接投资的比重达80%以上。东盟也是中国在“一带一路”沿线最大的出口目的地和最大的进口来源地，占沿线国家贸易总额的30%以上。

纺织产业是我国积极推进“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。东盟是“一带一路”重要合作伙伴，同时也是中国纺织国际产能合作的重点地区。中国与东盟在历史、文化等方面有较深的渊源，地理位置和交通的便利性，便于东盟国家与中国实现自然的产业衔接。近年来，国内不少纺织企业纷纷在东盟国家投资设厂，推动了我国纺织产业的国际化发展，加强了纺织产业国际产能合作项目的落地与实施。据统计，2017年，我国纺织服装业对东盟投资6.55亿美元。

先走出去的企业获得了成功，让不少国内纺企也跃跃欲试，但国内企业往往缺乏海外投资经验，在一定程度上增加了海外布局的风险。新加坡胜科集团是一家由国际知名公司淡马锡控股的跨国企业，在东盟许多国家均建立了工业园，其完善的基础设施、一站保姆式客户服务，给人驻、调研企业留下深刻印象与好评。日前，胜科集团副总裁沈惠民在上海参加了由中国纺织工业联合会国际贸易办公室、中国纺织国际产能合作企业联盟、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会共同举办的“一带一路”投资推介会，向中国纺织服装企业介绍了胜科集团的业务，旗下越南、印度尼西亚的工业园的情况，以及两国纺织服装业投资特点。

海外投资要考虑的因素

“确定一个海外投资地，选择一个工业园需要考虑的问题有很多。”沈惠民介绍说，从内部来说，需要考虑基础设施建设，包括水、电、汽、排水、通讯等，还有技术、人才、信息、资金、市场、法规、劳资、海关、物流等配套服务。从外围看，还要考虑与当地政府建立良好的关系。这些因素决定了是否能快速投产、稳定运作和具有良好的生产环境。

企业海外投资需要一个实力强大的工业园区管理者的帮助，胜科集团在工业园运作方面有着丰富的经验，其在中国及东南亚经营着众多工业园项目。香港溢达、江苏东渡等知名纺织企业正是通过胜科集团走进了越南。

据沈惠民介绍，胜科集团由淡马锡控股，而淡马锡由新加坡财政部监督运作，因此，胜科集团也有了一层政府背景，其运作的项目也得到了政府的支持。

胜科集团主要从事能源、水务、海事与城镇发展业务，其中包括开发、运营及管理综合性城镇项目，诸如工业园、办公、商业和住宅。受益于中国的改革开放，胜科在中国运作了苏州工业园、南

京生态科技岛、四川创新科技园等项目，获得很大成功。在越南、印尼、印度也有众多项目在运作。在政府的支持下，胜科还将于2020年在缅甸建立工业园区。

越南与多国有自由贸易协议

不少国内纺企把投资目光投向越南，在沈惠民看来，越南投资的优势在于稳定的政治和社会环境、经济的强劲增长、勤劳且低廉的年轻劳动力、国内消费市场的扩大，以及越南与多国实现自由贸易。

数据显示，越南人口近1亿，位居世界第14位，43岁以下劳动人口为6500万，是东南亚劳动力最多的国家之一，人口呈现黄金结构。随着海外大量资金涌入越南，直接带动了越南就业率，楼市、厂房、百货、建设大潮夯实了越南政府财政收入，也带动了越南经济高速增长，2018年GDP增长率为7.1%。此外，低廉的劳动力和制造成本无疑是越南拥有的一大优势。近年来，尽管劳动力成本以11%的年增速上涨，但其生产工人平均月薪仅是我国工人的40%。

迄今为止，越南与其他国家之间签署了16个自由贸易协定（FTA），尤其是与欧盟、日本、韩国等发达国家之间均签署了FTA。越南与欧盟签订的《越南与欧盟自由贸易协定》（EVFTA）即将生效。根据协定，欧盟将免除越南输往欧盟85.6%税项货品关税，并在后续7年期间将免除税项比例提升到99%。这将为越南出口，尤其是鞋服产品出口注入强大的活力。

越南还是“跨太平洋伙伴全面进展协定”（CPTPP）签约国，该协定已经生效。协定将有助于促进越南对亚洲、美洲、大洋洲等市场的出口，尤其是日本、澳大利亚和加拿大市场。

目前，胜科集团在越南有7个项目位于南部、中部和北部经济区的战略位置。其中，海防、广义、义安的工业园在税收方面有着特别的优惠，企业自生产经营之日起15年内享受税率为10%的营业所得税。入驻广义工业园的企业，进口当地市场无法满足的原材料、半成品时，可免交5年关税。水电费用也很低，特别适合纺织企业投资。此外，越南政府对印染企业的废水排放管理严格，获得许可的企业才有排放资格。而胜科管理的园区可以为企业提供废水排放许可，并提供进出口、技术学校等全方位服务。沈惠民建议纺织企业入驻广义工业园是最佳选择。

印尼劳动力成本低

胜科在印尼也运营着几家工业园，其中位于印尼中爪哇省三宝壟市的肯德工业园是由印尼PTJababeka集团和胜科两大世界领先开发商携手打造。这座大型综合工业园土地总面积约为2700公顷。肯德工业园作为具有国际标准的综合性工业园，为有意在印尼拓展的本地与外国投资者提供优质的工业、住宅和商务用地，以满足投资者日益增加的低运营成本的需求。

沈惠民说，印尼土地的价格相比越南要高，但中爪哇省的劳动力成本比越南低。他认为，凭借富有竞争性的地价、丰富的技术劳工资源及完善的基础设施，肯德工业园适合纺织企业投资。

“纺织企业入驻工业园，可专心做自己的事，其它的问题都交给我们。”沈惠民让国内纺企放心，胜科将提供有价值的服务。TA

绽放！ 未来中国需要时尚引擎

中国国际时装周 (2019/2020 秋冬系列) 举办 (上)

本刊记者 _ 刘萍 董笑妍 郭春花 徐长杰 李江敏 王振宇

3月25日，中国国际时装周（2019/2020 秋冬系列）在京开幕，正是阳春三月，千花百卉争明媚，本届时装周以“绽放”点题，是时尚力量的汇聚、创意力量的发声，更是中国设计力量的集中绽放。

时尚本身兼具“变化”与“永恒”的双重属性，中国国际时装周在变化中秉承不变，执着探寻中国时尚产业的发展路径。每一季中国国际时装周上，都会涌现出设计新作、呈现出崭新内容，但对于中国本土文化的深入发掘、对于年轻设计师的引导培育、对于设计力量的商业赋能，一直都是时装周的主基调。

3月25~31日期间，中国国际时装周（2019/2020 秋冬系列）举办专场时装发布、专业大赛、DHUB设计汇、时尚论坛、新闻发布、商贸对接、创意展演、绽放·中国高级定制匠心艺术展等超过百场专业活动，近250位设计师精彩亮相。

格局出新，赋能城市转型与品牌进阶

在中国综合国力不断提升的当下，时尚正显著拉动城市经济发展，各大城市如深圳、上海、武汉、重庆、成都、杭州等纷纷推出以城市冠名的时装周，致力打造城市时尚形象的新名片。本届中国国际时装周的重头戏是创新推出的“城市之光”时尚名城造星计划，联动深圳、杭州、北京、厦门、大连五个时尚城市，推选15位具有代表性的年轻设计师，通过动态秀、静态展、买手对接会等形式，全力打造时尚城市代言人。

中国服装设计师协会主席张庆辉认为：“从城市发展角度看，中国改革开放已经进入‘深水区’，城市功能正从生产型向以提供更多公共服务和文化产品为主的消费型转变。在城市功能的叠加过程中，时尚发挥着重要的引领作用。以伦敦为例，当年工业化的‘雾都’已经转变为如今以创意为引领的世界级时尚文化城市，从而焕发出新的活力。而近年来，我国也涌现出了很多希望在时尚领域有所作为的城市。”有鉴于此，中国服装设计师协会、中国国际时装周积极助力城市赋能，推出“城市之光”计划，一方面，为行业培育更优秀的设计力量；另一方面，为城市发展培育更具影响力的时尚种子。



自创办以来，中国国际时装周扶持本土原创设计的初心不改，并在这个平台上集结各方优质资源，助力设计师与品牌的不断进阶。本届时装周上既有建立了良好口碑又在商业化道路上更为成熟的代表性设计师，也有正在成为中坚力量的设计群体，更有初试啼声便引起时尚界关注的年轻新锐。此次参与发布的品牌阵容丰富，有Grace Chen、Maryma、兰玉、盖娅传说等高定品牌，也有Beautyberry、GIOIA PAN、合集集合、YE'S by YESIR等知名设计师品牌，亦有XINYUHU、CHICCO MAO、ANNBOO、京城白雪等新锐设计师品牌。由中国服装设计师协会与中纺永景投资有限公司联合创办的fashionllaabb首次亮相，带来ARRIVERJ、UOOYAA、Box Project、VO x Angry Birds、Vo x Fun五场各具特色的时尚发布。此外，来自加拿大、韩国、丹麦、荷兰的16个国际品牌也带来风格各异、创意无限的时尚发布，瞄准潜力巨大的中国市场，为中国消费者带来新的消费选择。

多年来，中国国际时装周以经验丰富的团队协助设计师持续发布，并以成熟的系统协助设计师品牌影响力的提升、品牌价值的挖掘。品牌的影响力取决于对社会消费者的引导，中国国际时装周一直在不断加大与商业、艺术、文化领域的跨界融合力度，并把时装周的能量赋予这些合作伙伴。

洞见需求，童话小镇与高定秀展连珠齐发

在设计师品牌迅速成长的同时，特色潮流品牌亦在年轻化的市场推动下不断涌现，而更值得一提的是童装市场。统计数据显示，至2020年我国童装市场规模预计将突破2000亿元。

作为行业风标的中国国际时装周，敏锐感知市场动向，自去年起，童装发布开辟成为全新单元，“童话小镇”童装系列发布专场首开先河。在这个汇聚纯真与童趣的小镇中，今年有30余个童装品牌精彩亮相，继续上演仙童七天梦幻之旅。其中，既有LIUYONG、J BY HO Kids、MISSOSE等知名设计师品牌，也有FENGSAANSAN、KIDS WHITE、THE YIAN STUDIO等新锐设计师品牌，他们通过自己的才华与创意，用设计点亮孩子最纯真美好的童年，也让萌娃宝贝们成为时装周上一道明亮的风景。

“中国国际时装周诞生以来的20多年里，中国时尚产业的发展路径与任何一个国家都不同，中国本土文化属性也是中国时装周区别于全球其他时装周最大的差异化DNA。因此，我们必须在发展过程中不断探索适合中国时尚产业发展的路径，这是中国国际时装周的历史使命。”张庆辉说。

“绽放·中国高级定制匠心艺术展”上，中国高级定制委员会十位发起人郭培、劳伦斯·许、GRACE CHEN、兰玉、马艳丽、张志峰、马樱、盛朝、王培沂、熊英（以上排名不分先后）携其经典作品悉数亮相。北京燕京八绝艺术馆也携多件精致艺术品参展，代表中国传统工艺高峰的景泰蓝、玉雕、牙雕、雕漆、金漆镶嵌、花丝镶嵌、宫毯和京绣“燕京八绝”与高定设计师的作品同台绽放，以更新颖的展示形式诠释高定艺术之精髓。高定展旨在强调匠心与文化的传承，更广泛地谋求与传统文化的多元合作，并落地于时尚发展，这也是本届时装周的点睛之笔。

商贸对接，中外聚力优化渠道新生态

让设计师品牌的创意设计与零售终端对接，推动个性化产品实现商业落地，同时提升品牌的市场生存能力，承担起品牌孵化的重要职能，是中国国际时装周一直以来托举DHUB设计汇，培育10+3 SHOWROOM青年设计师基地计划、买手对接会等多个品牌活动的目的。

本季时装周上，汇聚时装展示、商业洽谈、产品订货、渠道拓展等功能为一体的DHUB设计汇继续在北京751D·PARK 79 罐炫彩绽放。已经成功举办七届的10+3 SHOWROOM青年设计师基地全面升级，经过国内外资深评委的甄选，第八届的张淙等13位年轻设计面孔闪耀登场，展现中国时尚设计新生态。

在过去的一年，传统零售业发生了巨大的变化，不仅零售传统的边界被打破，企业固有的认知被改变，应用多年的技术也被颠覆，零售新时代已然到来。中国百货商业协会携手中国服装设计师协会共同举办的“设计师品牌推介会暨买手对接会”，13位优秀设计师品牌进行现场路演，百余位知名买手和主理人现场与品牌深度对接。这些品牌都是“城市之光”时尚名城造星计划、10+3 SHOWROOM青年设计师基地计划以及此次



中国国际时装周历经22年的发展，正展现出焕然一新的面貌。

参加DHUB设计汇推选出的优秀设计师品牌，有着鲜明的个性特色及突出的市场潜力。随着经济全球化的不断发展，中韩时尚产业交流已然迈入了一个崭新的时代，本届中国国际时装周的亮点之一即是韩国时尚的集中推介。大韩贸易投资振兴公社(KOTRA)携手中国服装设计师协会、中国国际时装周共同举办“韩国时尚品牌买手对接会”。另外，亚洲模特盛典组委会主办的“中国面孔”2019亚洲模特时尚大典也盛大举办。

从买手委员会到百货商业协会，再到大韩贸易投资振兴公社等，中国国际时装周不断加大与国际国内时尚买手、SHOWROOM及商业平台、相关机构的合作，为设计师和品牌搭建一个贯通海内外、链接上下游的广阔的渠道平台，进一步完善了时装周商业生态体系。

文化前瞻，矢志打造时尚产业引领平台

作为国内最具影响力的设计大赛之一，“汉帛奖”中国国际青年设计师时装作品大赛为中国服装设计界输送了大量优秀人才。该大赛由中国服装设计师协会和汉帛国际集团共同主办，本届“汉帛奖”联合野生救援(WildAid)国际环保组织，确立主题为“野·生”，来自国内外的优秀年轻设计师在这个舞台上角逐金奖。此外，2019哥本哈根皮革创意新星大赛也精彩上演，来自中国、丹麦、俄罗斯、韩国、日本、德国等国家的年轻设计师们用他们精彩的创意展现出皮革设计新风格。

多年来，中国国际时装周一直强调中国本土文化的当代性，站在社会发展的角度看待文化，实现传统文化、设计创造、当代生活三者的有机结合，创造性地提取中国璀璨文化遗产中能被今人所接受的元素，而非单纯模仿照搬，因为只有这样才能契合人们的生活需求，真正释放内需。

作为与中国国际时装周配套的理论高地、思想场域，北京时尚论坛系列活动继续集结国际国内各领域的时尚、商业、艺术、教育专家，共探产业未来发展。由中国服装设计师协会、红T时尚创意街区主办的“北京时尚论坛—时尚与城市美学”论坛围绕“时尚创意产业为城市发展注入新动能”、“传统文化与创意园区撬动时尚产业新支点”两个议题展开研讨。此外，首创非遗·非遗活态传承与创新设计论坛、燕京八绝·御用陈设&锦绣之美论坛、一方布——中国传统服装结构的极研设计论坛等次第登场，从多元角度建言中国时尚产业发展，为中国设计提供新滋养与新动能。

值得指出的是，中国国际时装周还有一个产业背景的强大支撑。新中国成立70年来，从建国初期工业化进程中的母亲行业到市场经济的先行者，中国纺织服装业取得了巨大的发展成就。当下，消费升级呈现出多元化、个性化趋势，对于设计师提出了更高的要求 and 命题。同时，中国纺织服装业也明确了时尚的新定位，只有高质量发展才可持续。作为消费市场与纺织产业间的重要桥梁，中国国际时装周一方面大力提升对终端消费的影响力，跨界艺术、商业渠道，提升文化原创力，增强时装周的活力；一方面积极推介行业对高新技术的运用，包括绿色环保、人工智能、高功能面料及先进工艺，通过时装周平台聚合行业内的高精尖技术成果，真正把握、进而创造中国消费潮流的源头。

中国国际时装周历经22年的发展，正展现出焕然一新的面貌。它更加多元化、时尚化、年轻化、个性化、科技化，也更具交互性与包容性。多姿多彩的展示形式，积极有效的商贸合作，丰富多样的新锐推动，以及上下游供应链的有机整合，为设计师、品牌以及时尚相关从业者提供最全面、最有高度的展示平台，更引领着中国时尚产业的发展。

纺织服装周刊

触摸野生世界，积蓄设计生命力

第27届“汉帛奖”中国国际青年设计师作品大赛决赛举办



大赛为中国服装设计界输送了大量优秀的服装专业人才。

3月25日，中国国际时装周开幕式暨“汉帛奖”第27届中国国际青年设计师时装作品大赛决赛在北京饭店金色大厅隆重举行，由此，中国国际时装周（2019/2020

秋冬系列）在万众期待中拉开了时尚大幕。

由中国服装设计师协会和汉帛国际集团共同打造的“汉帛奖”中国国际青年设计师时装作品大赛作为国内最具影响力的设计大赛之一，创办20多年以来，为中国服装设计界输送了大量优秀的服装专业人才，如马可、吴海燕、王玉涛、武学伟、武学凯等，如今已成为中国乃至国际时装设计领域中的佼佼者。

本届“汉帛奖”大赛联合野生救援（Wild Aid）国际环保组织、洛客共享设计平台，以“野·生”为主题，旨在邀请全球的青年设计师以服装设计作品展现对野生世界的探索能力及对生命自然轮回的理解，激发青年设计师的创新精神和实践能力。

组委会还特邀业界大咖组成了权威评审团，他们是（按姓氏首字母排序）野生救援中国首席代表 Steve Black、Vestoj 杂志创始人及主编、英国伦敦时装周学院

深研究员 Anja Aronowsky Cronberg，清华美术学院博士生导师李当岐、北京服装学院博士生导师刘元凤、西班牙埃斯科瓦高级时装学院教授 Gabriel Torres、“金顶奖”设计师武学伟、知名服装设计师劳伦斯·许、汉帛（国际）集团顾问杨荔、ESMOD 广州院长 ZOHRA。从评审团超强阵容来看，大赛的高规格、国际化和专业性可见一斑。

最终，中国选手赵锐凭借作品“Magic Forest”斩获金奖；西班牙选手 Maria Molina 和中国选手李益分别凭借作品“Rain Dust”、“霾中景”荣获银奖；中国选手张珂琦、张抒筱分别凭借作品“VINYL”和“拯救逝去的记忆”摘得铜奖。中国选手许依妮凭作品“茧”摘得最强网络人气奖和企业认定奖。

DHUB 设计汇：高定“绽放”时装周，搭建商贸新平台

3月26日，AW19 DHUB 设计汇暨绽放·中国高级定制匠心艺术展隆重启幕，来自时尚界的领导嘉宾、设计师、买手及媒体共聚一堂，见证时尚融合艺术的瑰丽绽放。

作为中国国际时装周的官方配套展览，DHUB 设计汇力求以高匹配度和高效服务，多维度整合优势资源，为来自世界各地的品牌、买手及行业人士搭建起一个促进商贸对接与合作的平台，营造全新的商业体验。

本届 DHUB 设计汇吸引了来自法国、意大利、英国、韩国、中国香港等国家及地区的百余新锐设计师品牌，涵盖了男装、女装、首饰、箱包、鞋帽、潮流生活方式等风格各异的产品。同时，第八届 10+3 SHOWROOM 青年设计师基地计划、首届“城市之光”时尚名城造星计划等项目，都在本季 DHUB 上精彩呈现，合力推动中国青年设计师与产业和市场对接。

此外，为期四天的 DHUB 设计汇呈现了 11 场精彩行业交流、商贸对接活动。其中，两场中国、韩国设计

师品牌推介会暨买手对接会是本季时装周助力设计牵手商业的重磅活动，邀请了中国百货商业协会渠道代表、时尚买手店的专业买手与设计师进行现场对接。

本届时装周还倾力打造了绽放·高级定制系列，由郭培、劳伦斯·许、GRACE CHEN、兰玉、马艳丽、张志峰、马樱、盛朝、王培沂、熊英 10 位中国服装设计师协会高级定制委员会设计师发起人与北京燕京八绝文化发展有限公司联合呈献的“绽放·中国高级定制匠心艺术展”，共展出 52 件设计师经典作品及馆藏宫廷艺术精品。

启幕仪式上，高定设计师分享了他们对高级定制时



“绽放·中国高级定制匠心艺术展”共展出 52 件设计师经典作品及馆藏宫廷艺术精品。

装与中国传统文化艺术的独特理解。巧夺天工的高级定制时装与精工铸造的宫廷手工艺品吸引了数百名观众驻足观赏，成为本届 DHUB 设计汇最受瞩目的焦点展位之一。

北京时尚论坛：中外大咖热议时尚与城市美学



重磅嘉宾们各抒己见，聚焦城市时尚进程。

由中国服装设计师协会、红 T 时尚创意街区主办的“北京时尚论坛——时尚与城市美学”作为中国国际时装周重要板块，于 3 月 26 日下午在 751D·PARK 79 罐举行。

本届论坛从“时尚创意产业为城市发展注入新动能”与“传统文化与创意园区撬动时尚产业新支点”两个议题，深度探讨如何通过高层次时尚创意产业和加快发展传统文化，打造具有文化力、竞争力的现代特色城市。本场论坛由北京服装学院服装艺术与工程学院教授、中国服装设计师协会艺术委员会主任委员邹游主持。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、中国服装设计师协会主席张庆辉、工信部消费品工业司纺织处处长曹庭瑞出席论坛并致辞。

孙瑞哲认为，对于城市而言，要注重时尚与城市美学的内外兼修与协调发展。对于培育城市美学来说，顺应消费升级的趋势是核心，依托纺织服装产业优化时尚供给则是关键，融合

时尚生态、打造城市的时尚话语权是目标。

曹庭瑞从行业角度阐述了时尚创意对城市发展的影响。他表示，纺织服装创意设计园区是处在产业价值链高端的产业形态，开展这项工作就是纺织服装行业实施创新驱动发展战略的重要举措，也是形成纺织服装产业转型升级新动能的重要途径。

张庆辉表示，时尚作为城市新旧动能转换过渡期的重要抓手，为城市文明的提升、城市美学的塑造提供了足够的想象空间和可能。

随后，与会嘉宾们各抒己见，聚焦城市时尚进程。本次北京时尚论坛立足国际化视野，站在产业发展的转折点，以创新为驱动力，以传统文化为催化剂，以时尚创意为主要引领和支撑，为创新型城市建设提供了新思路。

LIUYONG·刘勇：落花踏尽小童来



3月25日，“金顶奖”设计师刘勇在 751D·PARK 751 罐发布了最新作品。正如发布主题“非一般秀”所表明，刘勇此次带来的是个人同名品牌的 LIUYONG·KIDS 系列新作，并为本季时装周的“童话小镇”童装系列发布揭幕。

本场 LIUYONG·KIDS 发布延续了提倡自由休闲生活方式的潮流定位，设计师一直着力强调的品牌服装调性——Oversize 街头属性，被完美移植到童装中。“时尚源于生活，品质源于细节”，刘勇在童装设计中摒弃由多种色彩来呈现服装绚丽效果、缩小成人服饰完成造型的做法，而是通过满足儿童生理构造、心理需求的造型、色彩或纹样等加以考究的空间布局，塑造出极具个人标志性的设计风格。整场作品以军绿迷彩和暗黑色系为主，结合活泼的蓝色系并用西瓜红、珊瑚橙、柠檬黄等高饱和亮色点缀，彰显街头风格的同时全力满足小朋友对色彩的偏好。

刘勇擅长通过自己独特的设计风骨解析个性时尚、推陈出新。本次发布会的设计内核，延续了 LIUYONG·PLAY 的潮牌精神，巧妙结合蕴含在传统中的宝藏和现今商业新力量，对品牌价值进行多维度升级延伸。

清河羊绒：绒耀春生，讲述羊绒的温暖故事

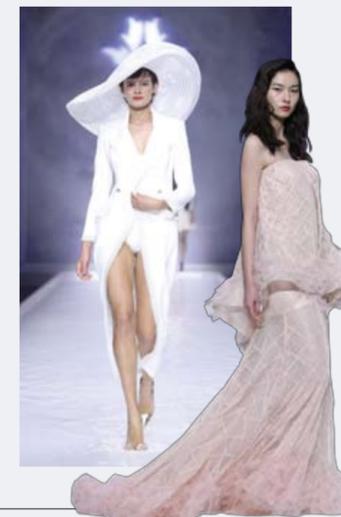
3月26日上午，主题为“绒耀春生”的中国国际时装周（2019/2020 秋冬系列）“清河羊绒”专场发布会在北京时尚设计广场举行，带来红太、帕米尔两大品牌。

发布会上，红太羊绒带来两个系列的设计“天池”和“运动”。“天池”的灵感源于古老的东方文化与时尚现代元素的碰撞，使羊绒的特性与优势能在更广泛的领域（礼服类）得到更好的延展与发挥。“运动”的灵感源于 2022 年冬奥会五环主题色彩，通过色彩之间的碰撞来表达运动健儿的激情与活力，希望能够传达对 2022 年冬奥会美好的祝愿。

帕米尔也展示了该品牌最新设计创作的羊绒服饰，这些展品融合了潮流与经典的设计理念，形成了鲜明的极简设计风格。帕米尔坚持“事有归着，心存济物”的理念，力图用服装的仪式感唤醒人们对生活的希冀，始终竭力缔造具有中国时代力的国际时尚品牌，传递国人在全球的时尚自信。



Grace Chen：“静·空之美”灵动水台演绎中国风



3月26日，Grace Chen 2019 春夏系列“静·空之美 Splendor in the Air”在北京饭店金色大厅发布，该系列持续探索美的本质，潜心回顾东方情调与感觉，找寻其与现代美结合的方式。

金色大厅的灯光缓缓暗垂，空灵悠远的音乐铺陈，著名旅德芭蕾舞家邱思婷以优雅的舞姿划破宁静，跟随律动踏着氤氲水波，在宁静中感悟内心最美好最柔软的部分。

选择以水台的形式呈现新系列作品是 Grace Chen 大秀的全新尝试，也是将“静”的意境跃然眼前最直观的方式。美丽的华服进入人们的视线，水面折射的波光将衣服映照得格外灵动。

整个系列为了展现女性回归内心静致的渴望，将线条打散重塑，廓形轻盈飘逸。浅樱粉、湖蓝、粉绿与浅紫色主色调辅以白色、银灰与黑色，闲散的不饱和色调在透着“慵懒”的同时被硬质的线条撑起，刚柔相济，几何的造型与线条将其勾勒重塑，飘逸灵动又不失风骨。Grace Chen 一改以往着重雕琢球形的剪裁方式，将女性稍稍解放出来，略微宽松的版型在不苟的细节映衬下，整体显得细腻、考究、华丽。[T]



2019 中国轻纺城市市场党群工作会议总结了 2018 年党群工作，部署了 2019 年工作。

强党建 兴市场 深化“纺城有家”品牌建设

本刊记者 王利 文 / 摄

3月21日，2019中国轻纺城市市场党群工作会议召开，会议总结了2018年中国轻纺城市市场党群工作，部署2019年工作，要求充分发挥市场党建实质作用，持续提升市场党建工作质量，推动中国轻纺城市发展再上新台阶，全力续写新时期“国际纺织之都”新的篇章。

柯桥街道党工委书记、中国轻纺城建设管理委员会主任冯华林，柯桥区委组织部副部长、区委两新工委书记

记、区机关工委书记周欢芬，以及柯桥区相关职能部门负责人参加了本次会议。会议由中国轻纺城建设管理委员会党工委书记、副主任徐海芳主持。

会议对获得“2018年度优秀基层党组织”、“2018年度优秀共产党员”、“2018年度优秀党务工作者”、“2018年度优秀党建工作指导员”、“2018年度工会积极分子”、“2018年度优秀青年志愿者”、“2018年度优秀妇女工作者”荣誉称号的个人和集体进行了表彰。



回首2018

立足新形势 取得新成效

冯华林指出，2018年是改革开放40年，也是中国轻纺城建成30年的特殊一年，这一年对于中国轻纺城来说极其重要。在这一新的形势下，中国轻纺城市市场党群工作也以创新的思维、发展的眼光、包容的姿态，不断推进市场党群工作的标准化、科学化和常态化，切实增强市场党群工作的共建意识、品牌意识，并取得有效成绩。

2018年“纺城有家”市场党建服务标准化试点项目通过国标委考核验收，轻纺城市市场党委成为绍兴市首批“五星示范、双强争先”两新组织，同时获得区级“五星级基层党组织”称号；安徽商会党支部、福建商会党支部、金华商会党支部、江西商会党支部获得区级“五星级基层党组织”称号；轻纺城建管委系统工会获得2018年度系统工会“先进集体”；米尚纺织品有限公司、超帆贸易有限公司被命名为“区级青年文明号”；安徽商会党支部陈良根获得浙江省“万名好党员”称号；轻纺城集团工会第九分工会胡亚萍获评区工会女工班组长“争先创优”立功竞赛活动先进个人等。

同时，中国轻纺城市市场党群工作也从学习教育再深化、示范引领再升级、基层建设再强化、特色品牌再提升、党群共建再融合五个方面得到不断推进。全面启动“清廉市场”建设，成立“中国纺织行业专业市场党建引领发展联盟”、全面摸清市场党委下属流动党员底数、启动使用“纺城有家”市场党建APP，成立“中国轻纺城青年布商智创协会”、开展“红色行动·让爱流动”献血车进市场活动……一系列切实有效的党建举措，为加快建设国际纺织之都、实现柯桥经济高质量发展提供坚强组织保障。

展望2019

找准新坐标 重新再出发

冯华林认为，2019年是中华人民共和国70华诞喜庆之年，也是贯彻落实新时期“国际纺织之都”批示要求的关键之年。抓好轻纺城市市场党群工作，首先要明确2019年市场发展定位和工作重点。即围绕“打造新时期‘国际纺织之都’”的总目标、总方针，实施“丝路柯桥·布满全球”、“行业标杆·高端纺城”和“共建共融·大轻纺城”三大行动，做好抓市场主体升级、抓对外开放拓展、抓时尚创意引领、抓线上线下联动和抓营商环境优化五项重点工作。对于如何抓好市场党群工作，冯华林做出以下工作部署：

突出学习主线。以党的十九大精神为根本指引，把学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为重中之重、首要之责，持续以新思想定向领航、用新思想指引实践，推动新思想在纺城落地生根。开展“不忘初心、牢记使命”主题教育、用好“学习强国”学习平台、加强专题教育，并严格落实“三会一课”、组织生活会、党性体检、民主评议等基本制度。

夯实党建基础。加大力度推进市场流动党员、口袋党员和隐性党员摸排管理工作。完善市场党组织设置，扩大“支部建在商贸企业上”的有效覆盖，探索“支部建在行业协会上”新的组建模式；尝试实体市场支部建设工作，增强市场基层党组织的影响力和号召力；从严格落实《党支部工作条例》，全年完成16个商会和国贸企业党组织换届工作，严格清理“空头”“空壳”支部，确保各党组织有序规范运转。

打响特色品牌。持之以恒推进“纺城有家”这一特色品牌建设。借助“一带一路”、“丝路柯桥·布满全球”、“产城融合”、“时尚创意”等新形势新课题，找准市场党建工作新的着力点和结合点，创设新载体新平台，以新理念新作为继续引领全国专业市场党建工作。提档升级中国轻纺城展示中心党建厅，持续深化“五有”系列活动，持续开展“市场好支部”、“市场好党员”评选活动，提升“纺城有家”APP活跃度，增强“红布商”考评指数、党员积分制管理科学性和指向性。

加快共建步伐。新的一年要以本次党群工作会议为起点，进一步完善中国轻纺城市市场党委“党建共建”工作机制，按照“理念共建、资源共享、阵地共用、活动共办、品牌共创”的“五共”原则，建立市场党委与商会组织、工会组织、团组织、妇女组织等共建共融，实现纺城智慧和纺城力量有效融合。

筑牢清廉基石。推进中国轻纺城清廉市场建设既是清廉柯桥建设的重要组成部分，也是中国轻纺城新一轮高水平开放对外开放和转型升级的题中之意。开展清廉市场建设，要从分层加强教育、源头加强防控、多方加强宣传三方面入手，提升服务能力，规范工作流程，加强引导，营造清廉氛围。



高端视角

党建带群建

站高一位 擦亮“纺城有家”金名片

周欢芬指出，要抓好党群工作，首先要正确认识市场党群工作的重要性。她认为，市场党群工作是市场发展的源动力，是柯桥党建的“金名片”，是两新党建领域新标杆。多年来，市场党委通过“支部建在商会上”、“支部建在网格上”和“支部建在商贸企业上”等组建模式，将来自五湖四海的九百余名党员凝聚在一起，通过共同努力提炼出“纺城有家”党建品牌。

目前，“纺城有家”品牌已在全国范围打响，“纺城有家”市场党建APP、“红布商”考评指数、党员积分制、党员星级制等管理方法和举措为全国同类市场党群工作提供了可借鉴方向。同时，“纺城有家”创造了多个第一，如：成功注册全国第一个党建商标、成为全国第一个党建类标准化试点项目、发布全国首个《专业市场党建工作规范》等。

周欢芬认为，面对一系列荣誉和成绩，中国轻纺城市市场党委要继续站高一位，擦亮“纺城有家”金名片。“纺城有家”起点高、名声响，领先全国同类专业市场党建水平，但仍要站高一层、打开思路、精准发力，保持在“第一梯队”的排头兵位置，以积极打造新时期“国际纺织之都”的高度谋划党建，以继续打造两新党建新标杆的使命推进党建，以深化“三服务”的理念合理推进党建工作。

新形势需要新举措、新担当、新作为，本次会议深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想、党的十九大精神和全国两会精神，认真贯彻落实全国、省市区组织工作会议部署要求，依托产业基础，发挥市场优势，以“强党建、兴市场”，深化“纺城有家”党建品牌建设，为轻纺城市场转型升级凝聚强大的正能量，提供坚强的政治保证。



中国轻纺城集团

CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP

股票代码：600790

纺城有家
共铸梦想

欢迎关注“纺城有家”官方微信平台，您将获取柯桥中国轻纺城更多资讯。

纺织服装圈

“时尚柯桥”带动有力 设计人才扎根趋稳

中国·柯桥时尚指数 2018 年度报告发布

绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会 / 供稿

2018 年 1 ~ 4 季度，中国·柯桥时尚指数分别报收于 129.13 点、135.69 点、147.09 点、144.07 点，与上两年逐季推升不同，2018 年的前三季度呈上升趋势，第四季度有所下行，收报于 144.07 点，环比下跌 2.05%，同比下降 3.23%。第四季度的下跌主要是因为花样版权数减少导致的。

时尚创意指数整体攀升

时尚创意指数体系包括时尚设计人才数、新花型推出数、创意产品成交数和创意企业数量四个指标，其指数值是由这四者进行综合加权得到，让政府和企业能直观地了解柯桥时尚纺织创意企业的发展现状。

2018 年，柯桥时尚创意指数整体攀升。第四季度受花样版权数影响，冲高回落，指数值收报于 135.81 点，环比跌幅为 19.76%，同比下跌 0.18%。柯桥纺织创意产业是柯桥传统纺织业转型升级的关键路径，经过多年的培育发展，柯桥已经形成了以纺织创意为核心的时尚产业生态链，现今作为柯桥区“十三五”期间重点发展的“五大”千亿产业之一，已经成为柯桥经济新的增长点。

1. 时尚设计人才数指数缓升趋稳

2018 年，柯桥时尚设计人才数指数缓慢上升，后趋于平稳。截至 2018 年第四季，柯桥时尚设计人才指数收报于 120.08 点，同比上涨 2.40%，环比持平。从时尚设计人才指数第一期至今的走势来看，柯桥时尚设计人才数在不断增加的过程中，基本达到相对的稳定状态。

2018 年是柯桥区全面实施“月月有展会，天天可时尚”计划的第一年，通过重点时尚项目落户、设计师的招引和培育、时尚活动的策划实施，全年共举办了纺织材料、面料、窗帘窗纱、机械装备等纺织类专业展会 15 场次，品牌发布、设计交流、时尚沙龙、论坛赛事等时尚活动 66 场次。通过这些展会和活动，柯桥时尚设计人才数缓慢上升，逐渐趋稳。

2. 新花型推出数指数高位回调

2018 年，新花型推出数指数震荡上行，前三季度一路扶摇上升，在第三季度冲击高点，收报于 278.32 点，相比上季度大幅上升 82.80 个百分点，涨幅高达 42.35%；第四季度由于花样版权数的减少导致了新花型推出数指数的回调，指数收报于 169.98 点，环比下调 39.29%，相比上年同期上涨 9.64%，对时尚创意指数的贡献率为 57.79%，是拉动时尚创意指数下行的主要因素。整体来看，2018 年创意企业的研发热情高于 2017 年，虽然第四季度有所下行，但是研发热情不减。纺织面料的花样是面料能否热卖的一个非常重要的因素，因此，花样的创新对创意企业的经营来说具有向上推动作用。

3. 创意产品成交数指数持续走低

2018 年，创意产品成交数在年初止跌回暖后，一直处于下滑趋势，在第四季度首次跌破百点，收报于 94.29 点，环比下跌 6.11%，比上

年同期下跌 9.23%，跌幅收窄。从整体走势来看，2018 年柯桥创意产品成交数不及上年乐观，这需要各大创意企业注重开发符合消费者口味的创意产品，扩大创意产品成交量。

4. 创意企业数量指数逐季趋升

2018 年，创意企业数量指数走势逐季升高，截至第四季度，创意企业数量指数收报于 140.80 点，环比涨幅为 1.40%，相比第一季度上涨 7.51%，相比上年同期虽下跌 7.34%，但 2018 年创意企业数量整体形势好于 2017 年。从创意企业数量指数分项指数来看，上半年，入驻创意园企业数指数走势好于引进创意园企业数；下半年则反之。这说明该区对于创意企业的引进很重视。

时尚活跃度指数整体上扬

时尚活跃度是维持一个区域时尚生命力与产品创新力的基础，时尚活跃度指数专注于品牌的市场表现，从新产品销售额占比、时尚平台拓展数、品牌的传播费用、电商运行数和企业合作占比这五个维度，反映柯桥纺织时尚行业在创建企业品牌、创新运行模式等方面的创造能力和创意思维活跃程度。

2018 年第四季度，柯桥时尚活跃的指数收报于 141.03 点，环比上涨 4.49%，相比上年同期下跌 11.49%。从柯桥时尚活跃度指数 2018 年全年走势来看，大致趋势与 2016 年、2017 年相似，但整体表现弱势，走势上升幅度收敛明显，时尚活跃度有待加强。

1. 电商运行数指数大体呈周期性运行

2018 年，电商运行数指数整体呈周期性运行，低开高走，波动幅度减缓。其中，2018 年第二季度，电商运行指数突破规律下落，收报于 171.97 点，环比下降 18.07 个百分点，主要受电商销售额下滑的影响，但电商企业数仍在增加；第三季度止跌回升，第四季度收报于高点 236.83 点，环比上升 37.50 个百分点，涨幅为 18.81%；与上年同期比较，下降 82.27 个百分点，跌幅为 25.78%，电商运营情况不及上年。

从电商运行分类指数来看，2018 年电商企业数不断增长，指数由一季度的 116.54 点一路小升，至第四季度收报于 120.99 点；2018 年电商销售额指数走势与电商运行指数一致，在二季度出现下滑后开始上涨。

2015 年，总投资达 9 亿元的中国轻纺城跨境电商产业园落户动工，目前，柯桥区跨境电商发展势头迅猛。2017 年园区企业线上交易额超 12 亿元，依托平台交易额达 20 亿元，2 家企业已成功申报浙江电子商务实训基地，4 家企业挂牌新三板、新四板。据报道，未来柯桥区的轻纺城跨境电商产业园二期计划引进 30 家以上大型电子商务企业，吸引 200 家以上企业入驻，产生 1 至 3 家互联网上市和准上市企业，3 至 5 家在互联网细分领域行业排名前 10 的公司，力争营业额达 500 亿元以上。柯桥区还提出“到 2020 年全区纺织服装外贸企业从事跨境电商比例达 90% 以上”的目标，全力打造电子商务新高地。

2. 时尚平台拓展数指数震荡维稳

2018 年，时尚平台拓展数指数整体走势小幅震荡，维稳运行。2018 年第四季度收报于 104.44 点，环比小跌 1.65%，与上年同期比较，跌幅为 1.65%。由此看来，柯桥时尚平台呈波式拓展，通过对时尚平台的拓展，升级柯桥的时尚形象和城市品位，促进柯桥轻纺、时尚、商业多元化发展。

3. 新产品销售额占比指数缓慢下调

新产品销售额占比指数展现了柯桥纺织产品的创新研发力度，是反映柯桥时尚活跃度的关键指标。

2018 年，新产品销售额占比指数走势向下，指数收报于 111.66 点，环比下跌 1.19%，跌幅与前两季度相比有所扩张，但同比上年上涨 2.81%。整体而言，2018 年新产品销售情况比上年好，柯桥时尚产业市场行情良好。

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%，战绩可嘉，但对于新产品销售额占比指数的走势需要提高警惕，以免跌落更低。

4. 企业合作占比指数整体下行

企业合作占比指数包含品牌产品销售量占比指数和品牌企业占比指数两个分类指数，用于反映品牌企业对柯桥时尚纺织产品的认可程度。

2018 年，企业合作占比指数整体走势下行，截至第四季度收报于 104.14 点，是近三年中的最低点，环比微跌 1.63%，与上年同期相比下跌 4.77%。从指数走势透露出目前企业合作情况不如以往积极。

从企业合作占比分类指数来看，品牌企业占比指数一路维稳，除了第一季度收报于 109.84 点，其他三个季度指数值都收报于 110.00 点左右，基本持平。品牌产品销售量占比指数走势一路下行，是导致企业合作占比指数下行的关键因素，在第四季度收报于 96.45 点，跌破百点，环比跌幅为 3.70%。

5. 品牌传播费用指数走高亮眼

品牌传播是企业打响知名度，提升品牌价值的主要途径。“品牌传播费用”指数用于反映企业打造品牌的力度，是柯桥时尚活跃度指数的有机组成部分。

2018 年，品牌传播费用指数整体走高，表现亮眼。2018 年前三季度品牌传播费用指数低开高走，至第三季度收报最高点 150.61 点，环比上涨 9.56%，第四季度转为下跌，收报于 148.24 点，环比下跌 1.57%，但仍居高位。

2018 年第三季度品牌传播费用指数上升至去年最高点，主要得益于三季度全球纺织网组织十余家柯桥面料企业，携万余款优质面料，抱团走进美国拉斯维加斯 MAGIC 国际服装服饰博览会（MAGIC SHOW），以 180 平方米的“绍兴柯桥面料馆”惊艳亮相，打响“柯桥·中国轻纺城”区域品牌；还有以“开放、科技、时尚、绿色”为主题的 2018 首届世界布商大会在柯桥成功举办，来自全球近 30 个国家的 1000 余名纺织产业精英齐聚一堂，成立了世界布商大会理事会，举行了“世界布商大会永久承办地——中国绍兴柯桥”授牌仪式，并面向全球发布“丝路柯桥·布满全球”行动计划，进一步深化对外开放。第四季柯桥时尚各种展会依旧络绎不绝，但是整体规模不及第三季度。

综上，柯桥区对品牌的传播毫不吝啬，对于其资金投入不菲，带来的回响也是非常显著的，对柯桥时尚的品牌传播有着巨大的正向作用。

时尚推广度指数一路猛涨

柯桥时尚推广度指数从国际交流合作、企业参展情况、外商驻点情况等方面反映柯桥政府和企业对时尚产业的推广度。

2018 年，柯桥时尚推广度指数一路猛涨，态势良好，在第四季

创历史新高，指数收报于 162.04 点，环比上升 14.87 个百分点，涨幅为 10.10%；与上年同期比较，指数值上升 5.69 个百分点，涨幅为 3.64%。这表明，柯桥政府以及企业对柯桥时尚产业高度重视，对时尚产业大力推广。

1. 国际交流合作次数指数快速上升

2018 年，国际交流合作次数指数低开高走，上升迅速。截至 2018 年第四季度，国际交流合作指数收报于 183.33 点，相比上季度上行 16.66 个百分点，涨幅为 10.00%，同比上升 10.00%。从指数走势和指数值上显示出，2018 年国际交流合作次数频繁，柯桥时尚产业在国际上展示的机会增加，有利于柯桥时尚产业走向国际化。

2018 年 5 月，浙江省委副书记车俊在柯桥区上报的“柯桥中国轻纺城三十年坚持改革开放打造‘国际纺织之都’”信息专报上批示：中国轻纺城是浙江改革开放的一张金名片，要努力打造新时期“国际纺织之都”。该批示指明了柯桥轻纺城走向国际的方向，坚定了打造“国际纺织之都”的决心与信心。

2. 企业参展次数指数震荡上行

2018 年，企业参展次数指数整体震荡上行。2018 年第四季度止跌回升，收报全年最高点 141.67 点，相比上季度上升 25.00 个百分点，涨幅为 2.14%；指数值与去年同期持平。整体看来，柯桥时尚产业企业参展在第四季度相对活跃许多。

企业参展次数指数是由本地参展次数指数和外出参展次数指数组成，反映企业对外宣传推广的主动能动性，是柯桥时尚推广度指数的重要组成部分。

从本地参展次数指数和外出参展次数指数的走势来看，一直处于此高彼低的状态。这有可能是当企业在本地参展时，外地参展就会变少；当在外地参展时，本地参展次数就会变少，但在第四季度，二者都呈现上升的趋势。这预示着，企业在本地参展与外出参展上还不能完全兼顾，不过正尽力让本地参展与外出参展双管齐下，两不误。

3. 外商驻点数量变化指数呈倒 U 型运行

2018 年，外商驻点数量变化指数整体呈现倒 U 型走势，在前三季度处于上行态势，第四季度有所下行，指数收报于 160.21 点，环比下跌 5.30%，与上年同期下跌 2.94%。其中，2018 年第二季度外商驻点数量增加最多，指数收报于 165.61 点，是近年来的最高点，体现出外商对柯桥时尚产业的发展看好，非常乐于加入柯桥时尚产业，共享这块大蛋糕。

外商驻点数量变化指数通过办事处个数、注册公司数、人次等指标反映柯桥时尚市场的外商入住情况。

从外商驻点数量变化的分类指数来看，2018 年，办事处个数、注册公司、人次指数走势于外商驻点数量变化指数一致，前三季度上行，第四季度下行。整体而言，柯桥区吸引了一大批外商入驻，且当前势头良好，对柯桥纺织未来走向国际化有强大的助推力。

时尚评价指数保持平稳

柯桥时尚评价指数是通过问卷调查的方式向具有代表性的一定数量商户、企业营销经理人和业内专家进行调查，通过编制评价打分表，从柯桥纺织品的受欢迎程度、流行度、时尚度、创意度、时尚引领度、软实力提升方式的变化情况、区域品牌对外宣传情况等多个方面来综合评价柯桥纺织业和纺织品的时尚度。

2018 年第四季度，柯桥时尚评价指数收报于 124.02 点，与二季度基本持平，环比上涨 6.25%，同比上年，下跌 7.18%；第三季度收报于 116.72 点，与一季度基本维稳，略有周期性波动。整体看来，2018 年，柯桥时尚评价指数走势呈波状纹，震荡起伏，幅度不大，相比 2017 年走势更加平稳，但整体形势略逊一筹，这证明市场经营户对柯桥纺织业和纺织品的时尚度评价总体满意，但有所减弱。[TA]



绿意激扬 多元碰撞

2019/2020 中国十大流行纤维发布(上)

本刊记者 陶红 郭春花

由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,江苏国望高科纤维有限公司协办的“盛虹·中国纤维流行趋势 2019/2020 发布会”于3月12日在国家会展中心(上海)盛大举行。会议以“筑梦与制创”为主题,分“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,展示出纤维的核心价值——绿意、多元、匠心、卓越。

本期为读者带来“纤·绿意之道”、“纤·多元之本”两个篇章的内容,带您开启一场探究纤维与人、科技与环保、梦想与现实、传统与现代的创想之旅。

篇章一：纤·绿意之道

纤维的绿色可持续是关乎健康安全、资源循环、自然环境的核心要义。农、林、海等生物质材料在纤维载体上得到延续;废旧塑料瓶、纺织品通过回收再造,实现资源循环与环境保护;无染技术“落尽铅华”,赋予纤维彩虹般时尚的色彩特性。通过探索纤维与环境之间的生态平衡,中国纤维将绿色创意永恒演绎。

· 生物基化学纤维

推荐理由:以纯天然的绿色原料为保障,以安全环保的生产技术为后盾,用艺术与科学的态度打造健康、舒适、放心的产品,让消费者体验棉的柔软、丝的舒适与婴儿般呵护。质本洁来还洁去,产品废弃后可回归自然。

具体品种:

新溶剂法再生纤维素纤维

发布企业:保定天鹅新型纤维制造有限公司、中纺院绿色纤维股份公司、山东英利实业有限公司

发布品牌:元丝、希赛尔、瑛赛尔

纤维性能及制品特点:生物质、生产过程绿色环保、废弃后可回归自然;干、湿强度高,吸湿透气、亲和舒适;可染性好、染色后色泽鲜艳、色牢度优良;织物手感柔软光滑、悬垂性好,耐水洗、免烫易打理。

· 原液着色纤维

推荐理由:纤维来源于生物基材料,可生物降解,在纺丝成形的同时实现纤维染色,耐洗耐晒、色牢度高、染色均匀色彩丰富,不但避免了印染过程产生的污染,更有效提升了纤维制造的形象。

具体品种:

1. 原液着色聚乳酸纤维

发布企业:上海德福伦化纤有限公司

发布品牌:葆莱

纤维性能及制品特点:来源于生物质,可生物降解,采用环保色粉和原液着色技术,低碳环保;抑菌亲肤。

2. 原液着色竹材再生纤维素纤维

发布企业:河北吉藁化纤有限责任公司

发布品牌:竹丽尔

纤维性能及制品特点:以竹浆为原料,来源于生物质;采用原液着色技术,低碳环保;具有天然的抑菌性、吸湿、柔软亲肤特性。

· 循环再生纤维

推荐理由:循环再生,升级无限,品种拓展到聚酰胺纤维、技术延伸到低熔点领域,产业用、服用、家纺等领域百花齐放。

具体品种:

1. 再生聚酰胺 6 纤维

发布企业:乐力恒锦纶科技有限公司

发布品牌:力恒

纤维性能及制品特点:物理再生,实现资源再利用;强度高、耐磨性好,手感柔软;产品均匀稳定。

2. 土工用循环再生聚酯纤维

发布企业:浙江绿宇环保股份有限公司

发布品牌:绿宇

纤维性能及制品特点:绿色环保;抗拉强度高,纵横向强力差异小;耐生物、耐酸碱、耐老化,使用寿命长;制成的针刺土工布,具有良好的平面排水和垂直透水性、优异的延展性及抗蠕变性能。

3. 皮芯复合低熔点循环再生聚酯纤维

发布企业:宁波大发化纤有限公司

发布品牌:大发

纤维性能及制品特点:皮层熔点低,低碳环保;手感柔软、粘性强、热收缩稳定,易与其他纤维粘结、弹性好。

篇章二：纤·多元之本

纤维是蛋白、太极石、石墨烯等功能因子的载体,传达舒适惬意;是集远红外、抑菌除臭、防紫外、负离子等功效于一体的第二肌肤,传递健康能量。融合时尚与开放思维的纤维承载了多元结构和功能,在不同应用场景为消费者带来新鲜的科技体验。

· 功能舒适纤维

推荐理由:以石墨烯为功能材料,通过溶液或熔融纺丝,结合原液着色技术,打造高端复合纤维产品。通过羊毛蛋白改性、太极石共混添加,在分子水平;成分组成上完成融合,实现再生纤维素纤维功能升级。

具体品种:

1. 面膜用生物质石墨烯再生纤维素纤维

发布企业:济南圣泉集团股份有限公司

发布品牌:内暖

纤维性能及制品特点:石墨烯原料来源于生物质;具有低温远红外功效,改善身体微循环;吸附力强、持久抑菌、负离子等多功能复合。

2. 石墨烯改性彩色聚酰胺 6 纤维

发布企业:常州恒利宝纳米新材料科技有限公司

发布品牌:烯纳斯

纤维性能及制品特点:色彩丰富、色牢度高;纤维具有远红外,抗螨抗菌、抗紫外等多种功能。

3. 石墨烯改性聚酰胺 6 纤维

发布企业:恒申控股集团

发布品牌:恒申

纤维性能及制品特点:氧化石墨烯,极低添加量,具有远红外功效;高效抑菌、长效抗紫外;细旦柔软,亲肤护肤。

4. 羊毛蛋白改性再生纤维素纤维

发布企业:恒天海龙(潍坊)新材料有限责任公司

发布品牌:艾丝纶

纤维性能及制品特点:原料天然可再生,纤维素纤维自然降解,绿色环保;独特的“C”形中空截面,吸湿发热,性能优良;富含氨基酸,具有良好的护肤性能,抑菌性能持久;染色性能优良,织物具有羊绒般的手感,且光泽好。

5. 矿物质太极石再生纤维素纤维

发布企业:太极石股份有限公司

发布品牌:太极石

纤维性能及制品特点:原料选用木浆,含有一定比例的矿物质太极石;具有纤维素纤维的优良特性;具有远红外、抗紫外、抑菌等功能。

· 健康防护纤维

推荐理由:通过多种粉体复合改性技术,打造人体与服装的舒适微环境。创新性的采用熔体微分静电纺丝,无需使用溶剂,突破了纤维细化难、制备效率低等问题,用于高效过滤领域。

具体品种:

1. 功能型全消光高强聚酰胺 6 纤维

发布企业:辽宁银珠化纤集团有限公司

发布品牌:银珠

纤维性能及制品特点:具有亲肤、柔软、阻燃、抑菌、抗紫外等特点,实现聚酰胺 66 的多功能复合;织物染色鲜艳。

2. 功能型低纤度聚酰胺 6 纤维

发布企业:江苏文凤化纤集团有限公司

发布品牌:超柔

纤维性能及制品特点:纤维具有超细、吸湿、柔软亲肤、防紫外、抗菌等特点;制备的袜品具有超薄、透明、防晒、抗起球、防勾丝等特点。

3. 多功能复合聚酰胺 6 纤维

发布企业:福建锦江科技有限公司

发布品牌:锦康纱

纤维性能及制品特点:卓越的抑菌和除臭性能;优良的导湿透气性能;高效的远红外性能;优异的防紫外功能以及有效的负离子发射性能。

4. 锌系抑菌再生纤维素纤维

发布企业:赛得利集团

发布品牌:安泰贝

纤维性能及制品特点:原料来源于生物质,保持纤维素纤维的优良特性;采用锌系生态抑菌,抑菌效果持久兼具除臭功能。

5. 纳米级聚丙烯纤维

发布企业:北京化工大学英蓝实验室

发布品牌:英蓝

纤维性能及制品特点:纤维有更高的比表面积,更强的吸附性能和过滤性能,具有较强的力学性能,无毒性溶剂残留,加工和使用过程中更加环保等;制品具有超强过滤性、透气性,安全性强,可重复多次使用。

· 蓄热保暖纤维

推荐理由:通过原位聚合、表面修饰、异形中空的技术,融合了无机粉体发热、中空蓄热、吸湿发热多种因素,延伸了保暖纤维的品种。将光、热、水汽的外界热能吸收并反馈于人体,使保暖纤维做到更轻、更暖。

具体品种:

1. 全谱蓄热纤维

发布企业:烟台华润锦纶有限公司、恒天中纤纺化无锡有限公司、中国石化仪征化纤有限责任公司、浙江恒逸石化有限公司

发布品牌:雅达、全谱热、白斯特、火绒

纤维性能及制品特点:光热升温、热源广泛,随时吸收环境中的阳光、灯光以及人体自身的热量;快热感强,保温持久、温暖舒适;中空构造蓬松柔软,加硅产品手感清爽,蓄热保暖加强。

2. 蓄热保暖聚丙烯腈纤维

发布企业:上海美纤智能科技有限公司

发布品牌:微绒

纤维性能及制品特点:吸湿发热性,在温度为 20℃ 时,湿度从 20% 上升到 90% 的条件下,可自动升温 5.5℃;阻燃性,阻燃时间小于 2 秒,无熔滴现象;远红外、永久抗静电、抗起球;抗菌性、自洁性;可人工调整交联工艺产生 6 种以上颜色,不需化学或植物染色,色牢度优良。TA



纺织服装周刊

又一波针织设计师亮相!

第四届“濮院杯”PH Value 中国针织设计师大赛圆满落幕

本刊记者_徐长杰



在2019中国国际针织(春夏)博览会的舞台上,第四届“濮院杯”PH Value 中国针织设计师大赛决赛暨颁奖典礼圆满落幕。20组参赛作品及入围选手在国家会展中心(上海)角逐最高殊荣,携手打造一场美轮美奂的针织设计时尚盛宴。

最终,选手冯宝以、陈于依澜凭借作品《归源》斩获大赛一等奖;刘怡婧、李莉分别凭借作品《Reborn·新生》和《barroco》摘得二等奖;邓安棋、史聪聪、张翼飞分别凭借作品《以痛吻我》、《墨染》、《生声》获得三等奖。同时,经过一周的网络票选,冯宝以、陈于依澜还以30366票的成绩斩获了“最具网络人气奖”和经现场观众投票产生的“最具市场潜力奖”;另

有14组选手获得优秀奖。

第四届“濮院杯”PH Value 中国针织设计师大赛由中国纺织工业联合会指导,中国针织工业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国服装设计师协会、桐乡濮院针织产业园区管理委员会主办,中国国际针织博览会组委会承办。

总决赛现场高朋满座。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副会长、中国针织工业协会会长杨纪朝,中国纺织工业联合会副会长夏令敏,

中国服装设计师协会主席张庆辉,中国纺织工业联合会国际贸易办公室主任、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长林云峰,中国针织工业协会副会长赵洪,中国毛纺织行业协会驻会副会长刘家强,中国国际贸易促进委员会纺织行业分会秘书长张涛;桐乡市人民政府市长于会游,桐乡市人大常委会主任张林洪,桐乡市政协主席蒋惠玲,桐乡市人民政府副市长朱伟强,濮院镇党委书记、濮院针织产业园区管委会主任苏伟明,濮院镇人民政府镇长沈其芳等领导嘉宾出席了决赛并为获奖选手颁奖。

本届大赛以“新新”为主题,意在“新新不停,生生相续”地培育设计新生力量。大赛自2018年7月

启动征稿以来,共收到来自全国各地以及日本、韩国、马来西亚、英国、意大利、俄罗斯、澳大利亚、墨西哥等国家和地区的221所大专院校及设计机构的2330份有效作品,其中有20幅作品进入决赛,名副其实的百里挑一。

这项以“濮院”冠名的国字号大赛,连续举办四届以来,已成为全国规格最高、专业性最强、影响力最大的针织设计大赛。从最初的百余份参赛作品到本届的2330件参赛作品;从最初的十余家院校到今年的221所大专院校、品牌企业和设计师机构的积极参与;从最初的国内选手参赛到如今大量海外选手的不断加入,无不体现了大赛的影响力和号召力。

本届选手们在决赛舞台上的表现也可圈可点,评委们一致认为本届大赛作品的质量和成熟度要高于往届,并以多元的视角、丰盈的巧思与潮流趋势结合,创新诠释了本届大赛的主题,决赛作品的精彩演绎展示了当代新锐设计师的成长与进步。

此次,来自东华大学的选手冯宝以、陈于依澜凭借作品《归源》同时斩获三项大奖,可谓收获颇丰。冯宝以表示,此次带来的系列作品《归源》以环保为核心,希望传达时尚源于自然又回归自然的理念。作品主要是通过简约化和功能化的设计提高针织服装的使用率,在针织职业装的设计上进行新的尝试与突破,希望此次的尝试能给针织新产品的研发提供既前卫又创新的设计思路。

Forever young : 让年轻人创意充分表达

“北极绒杯”中国T-shirt & 卫衣创意设计大赛决赛揭晓

本刊记者_徐长杰

新消费时代的来临,冲击着消费主力向着时尚、个性化转变,更带来了纺织服装行业消费格局的巨变。“年轻化”是每个品牌迫切需求的再发展的催化剂。为了挖掘行业创意市场潜力,寻找时尚设计新生力量,首届“北极绒杯”中国T-shirt & 卫衣创意设计大赛应运而生,在PH Value 2019中国国际针织(春夏)博览会期间举办了决赛作品汇演暨颁奖典礼,并对决赛选手们设计的作品进行了集中走秀展示。

据悉,本次大赛由中国针织工业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会联合北极绒(上海)实业发展有限公司举办。大赛主题为Forever young,决赛现场共有18名选手作品进行依次展示。

出席颁奖典礼的领导有中国纺织工业联合会副会长、中国针织工业协会会长杨纪朝,中国纺织工业联合会国际贸易办公室主任、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长林云峰,中国针织工业协会副会长赵洪;大赛冠名及赞助单位的嘉宾有北极绒(上海)实业发展有限公司副总经理李纯敏、策划总监胡帅,泉州佰源机械科技股份有限公司总裁助理郑森福。

精彩的选手作品走秀结束后,由本届大赛的艺术总监、北京服装学院视觉传达系主任郭晓晖对大

赛做出了点评。他表示,卫衣、T恤是时尚达人们不可或缺的必备品,是彰显年轻一族个性的最佳搭配。此次选手作品充分表达了本次大赛主题Forever young,每个选手把自己对永远年轻的不同角度理解很好的融入在各自作品中。

获得本次大赛一等奖的作品是《GAME BOY》;二等奖的作品分别是《Young Dream》、《印迹》;三等奖的作品分别是《纹理》、《清晨迪斯科》、《酷女孩》。

来自泉州轻工学院的选手王高峰凭借作品《GAME BOY》同时斩获一等奖和最佳卫衣设计奖两项大奖,他表示,其作品灵感来源于电子游戏里的战士角色,表现未来动感的主题,设计过程中也是以功能及创新为主,复合面料、压胶印花、激光切割等现代工艺结合国际潮流趋势,打破传统的制衣观念对卫衣进行了创新和改良,满足男孩们的时尚与实用的需求。非常荣幸能够与许多优秀的设计师一起参加本次比赛,希望通过本次比赛的宣传与推广能够让卫衣设计紧随科技发展,让更多功能服装可以有更多领域扩展。

活动最后,赵洪对本次大赛进行了总结。他表示



与会领导为金奖选手颁奖。

“北极绒杯”中国T-shirt & 卫衣创意设计大赛的举办不仅从设计角度体现了产品的价值、赋能产业,让更多年轻设计师的创意得到表达,还能从赛事中发现好的人才,为行业的发展注入新鲜的活力。最后也感谢主办单位和冠名支持单位,以及各位出色的年轻设计师们,为大家带来了一场精彩绝伦的比赛,希望“北极绒杯”中国T-shirt & 卫衣创意设计大赛能和今年的主题一样:Forever young 永远年轻,未来能办得更好。



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:0531-84880488 84817188 | 传真:0531-84880469、84888668





本次论坛专注于对中国商务男装未来的探讨。

触摸未来， 新制造为中国服装产业赋能

2019 中国商务男装圆桌论坛召开

本刊记者 董笑妍

“新制造——是指智能制造、绿色制造、服务性制造，同时还要有工匠精神；新链接——一是产业链上下游的有效协同，二是政、产、学、研、用的全面链接，三是跨界资源的融会贯通。”中国纺织工业联合会会长孙瑞哲如是说。

日前，中国纺织工业联合会2019春季调研走进温州，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏，中国纺织建设规划院院长、浙江省服装行业协会会长冯德虎，中国服装协会常务副会长杨金纯等领导一行走访了夏梦、风笛、报喜鸟、东蒙、乔顿等温州本土服装企业。

在3月15日举行的“新制造·链未来——2019中国商务男装圆桌论坛”上，对此次调研情况进行了总结，并与东华大学等院校专家，以及男装产业链各环节的精英代表，共同探寻中国男装行业高质量发展路径。

本次论坛由中国服装协会、中国商务男装研究中心主办，浙江乔顿服饰有限公司承办，联想集团、温州服装商会协办。论坛由陈大鹏主持，温州市服装商会会长、东蒙集团董事长池慧杰介绍了温州市整体服装产业情况，中国商务男装研究中心执行院长、浙江乔顿服饰股份有限公司董事长沈应琴作为承办方进行了主题发言。

高屋建瓴，洞悉温州服装产业未来

“近年来，温州服装发展较为平稳，2018年，规模以上企业192家，其中森马、报喜鸟等大型服装企业的产值占比很大。”池慧杰说，温州正装企业发展提升，休闲商务装发展有所下滑，男士正装与定制男装正在优势集聚，温州服装业可以通过定制产业打开思路、提升管理，以时尚定制为抓手，迎来全新增长。当下，中国消费主体正在转为“90后”，这将是温州打造区域品牌的最好时机。

沈应琴表示，随着中国经济快速发展，中产阶级规模不断扩大，作为中国服装人，有责任推广中国人的着装文化。2018年3月，由中国服装协会指导，浙江乔顿服饰股份有限公司筹建了中国商务男装研究中心，对包括但不限于商务男装领域的流行趋势、市场现状等进行研究发布工作，倡导新时代中国商务着装文化。此次再次推出了中国商务男装圆桌论坛，未来每年将聚焦一个行业主题，将其打造成为行业最具影响力的智库论坛。

经过20年高速增长，中国商务男装遇到了瓶颈，消费结构发生根本性改变，更加残酷的市场竞争、更加柔性的生产方式，也让商务男装不得不进行转型升级。乔顿具有23年的商务男装生产经验，通过信息化和智能化改造，柔性化、精细化生产，生产效率提升40%以上，成本也有所降低。“消失的不是制造业，而是落后的制造业。”沈应琴说。

冯德虎表示，首先，本次会议的关键议题是未来在哪里，即市场定位，服装企业对“90后”了解多少，大数据时代我们如何从海量数据中提炼出自己真正想要的；其次，温州服装业需要加强中小企业的柔性生产、精益制造方面的专业培训。

“在当前的环境下，我们首先要判断什么是我们能够改变的，什么是我们不能改变的。”孙瑞哲说，我们改变不了的是互联网时代下生产、生活方式变革的趋势，改变不了消费者追求物美价廉之心，我们能够改变的是社会对行业的认知、政府政策的导向，以及企业自身。

孙瑞哲表示，中国纺织服装产业是目前最具有国际竞争力的行业，但还存在行业贡献和社会认知之间的落差，制造能力和消费需求匹配方面的落差。企业未来要顺势而为，牢牢把握住行业“科技、时尚、绿色”的全新定位，通过科技赋能、柔性制造，肩负时尚复兴的使命，改变过去对西方审美依附，建立服装行业的文化自信，同时实现绿色可持续发展。

群策群力，打造温州服装地域新形象

温州服装行业近年来在做精做专、高质量发展方面下大力气，以智能制造、正装定制等为抓手，努力打造着区域品牌影响力，温州本土企业也纷纷响应，结合企业自身发展经验群策群力。

“文迪是以ODM为主的商务休闲男装企业，对男士正装的发展也有所了解。”温州文迪服饰有限公司董事长杨峻表示，从今年客户反馈信息比较保守能深刻感受到，找到未来制造的方向是改变现状的必由之路。作为制造企业，创新意识、团队管理、数字化引入、对消费趋势预判是谋求未来发展的四大要素，想要打通这四要素需要非常大的人力和资本投入，需要企业自行判断。可以预见未来几年行业将迎来一次重大转变，温州服装企业需要更多交流。

“庄吉26年来以西服生产制造为主，近三年来在智能制造方面进行探索，目前能够通过信息化推进整个生产链的运转，定制产品7天完成。”温州庄吉服饰有限公司总经理吴邦东说，发展智能制造需要复合型人才，对于中小企业来说，较难实现，为了解决传统行业的整体转型，他呼吁行业协会能够牵头，整合数据公司、大型制造企业资源，打造云平台，实现传统服装制造业的整体升级。同时，目前校服和商务男装市场相较于国外还需要培育，穿着文化也需要引导。

“温州女装注重品牌，但传统模式也在面临挑战。”浙江飘蕾服饰有限公司董事长黄瑞东表示，温州女装也面临同质化竞争，在消费变革的大背景下，年轻化是必由之路。

“定制从未如此简单。”这是法派集团近两年探索线上定制打出的一句广告语，公司董事长彭星谈了企业近两年在转型升级道路上摸索的几个方向，目前已经通过“二代接班”的方式让品牌能够更加贴近年轻消费者。

作为商务男装的合作企业，浙江功针服饰有限公司董事长杨秋薇说，功针从创立以来一直坚持质量始终是企业发展的生命线。

夏蒙服饰董事长陈孝祥则围绕品牌、生产制造、工装团购、高定四个方面展开，他认为老品牌模式已经很难走通，因为库存是一个绕不开的问题，如何打造新时代的品牌，企业一直在思考，最终推出了包括成衣、半定制、全定制三种选择的品牌，以最大化减少库存；同时，生产制造是不可忽视的重点；高级定制是现在服装论坛的必谈话题，但高级定制的普遍化值得引起注意，未来高级定制的市场不会很大，竞争不可避免。



企业家们以自身发展经验为基础，为行业发展各抒己见。

他山之石，互联互通共建全新行业生态

“科技、时尚、绿色”作为中国纺织服装产业的新定位，阐明了各地上下游供应链需协同紧密发展的必要性；不仅如此，产业还需跨界互通，才能真正适应新消费形势。

湖北迈亚毛纺有限公司董事长高飞介绍说，公司重点研发精纺商务男女装，近年来中国的着装文化正在发展，在正式场合穿着正装被越来越多的人认可，这是一个很好的现象，值得继续深化推广。

浙江三德纺织服饰有限公司总经理江璇从多年与女装企业合作的经验角度给商务男装提出了建议。一是从纱线开始与上游企业联合设计开发，从设计方面解决同质化问题；二是提供高性价比产品，通过与供应商合作，打造快反产品。

山东南山智尚科技股份有限公司董事长兼总经理赵亮根据企业自身发展经验，提出两点建议。目前企业整体面临招工难，“90后”加入这一行业的越来越少，未来必须要通过智能制造、“机器换人”解决这一问题。同时，中国职业装市场还有很大的发展空间，也是南山发展的重点，但目前存在着上游羊毛原料价格不断上涨，下游终端低价竞争的问题，也希望协会和相关部门能够出台相关政策加以规范和引导。

力克系统副总裁徐一振表示，近年来力克推广的定制技术为国内制造商带来了极大的质量效益提升，在原材料及人力成本上做到最大节约。公司开发的云计算订单处理能够在同一面料上进行不同款式的裁剪，至少节省2%的面料。

“联想是一家离散型制造、多品牌运营、信息化的企业。”联想创投集团大数据副总经理徐俊表示，当下，不论是电子产业还是服装产业其目标都是实现柔性生产，而柔性生产的目的是个性化定制，这其中最大的困难是顾客数据获得，同时对于需求的预测也至关重要。“数字乔顿”是一次跨界合作，开启了与服装行业合作的一扇窗，希望联想未来也能为更多服装企业提供服务支撑。

“传统品牌最大的优势是以前积累的客户群，以往对这一群体不够重视，现在应该抓住存量，进行深层次的用户精准画像。”盛景网联创新研究院院长陈勇则表示，根据调研数据，目前2.12亿的三、四、五线小镇青年是服装消费的主力，这一群体中的45%并不重视品牌和潮流，他们更青睐于买手集合店。因此，对于传统品牌来说，更重要的是要抓住原有客户群体，以用户为中心，追求情感上的共鸣。

也正因为此，自2015年起，乔顿男装每年从消费者中推选10位“乔顿先生”，这些来自各地的业界精英，用他们各自的方式演绎对商务男士着装文化的理解。“合心、合体、合场”，这是乔顿致力于形成价值观层面的品牌塑造。“要以用户为中心，把用户当作合作伙伴，一起研发，共同成长。”陈勇说，归根到底，就是要满足消费者不断变化的需求。一手抓情感化，一手抓效率化，这也是乔顿致力发展的方向。TA

建设“强富美高”新江苏

第二十一届江苏国际服装节暨第六届江苏（盛泽）纺织品博览会新闻发布会召开

本刊记者 陶红 / 文 梁莉萍 / 摄



新闻发布会现场。

第二十一届江苏国际服装节暨第六届江苏（盛泽）纺织品博览会新闻发布会于3月12日在国家会展中心（上海）召开。会议宣布，第二十一届江苏国际服装节（以下简称“江苏国际服装节”）将于9月6~8日在南京国际博览中心举办，第六届江苏（盛泽）纺织品博览会（以下简称“盛泽纺博会”）将于10月16~18日再次扬帆起航。

中国纺织工业联合会副会长夏令敏，中纺联副会长、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，江苏省人民政府副秘书长王志忠，江苏国际服装节组委会副主任兼秘书长、江苏省纺织工业协会名誉会长谢明，江苏省工业和信息化厅消费品处处长俞兵华，江苏国际服装节组委会办公室主任、江苏省纺织工业协会会长韩平，江苏国际服装节组委会办公室副主任、江苏省服装协会会长郁冰，苏州市吴江区委常委、吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记、中国东方丝绸市场党工委书记王益冰，苏州市吴江高新区管委会副主任、盛泽镇党委副书记、中国东方丝绸市场管委会主任张建华等领导嘉宾出席了此次发布会。会议由江苏省工业和信息化厅副厅长李强主持。

品牌江苏、时尚江苏

会上，谢明在致辞中表示，纺织业是江苏的传统支柱产业、重要的民生产业和出口优势产业。2018年，江苏省纺织行业实现主营业务收入1.06万亿元，占全国纺织行业的19.82%，增长1.62%，实现了平稳增长，产销规模继续位居全国第一。

按照高质量发展的要求，江苏省大力实施“三品”战略，深入推进纺织服装行业供给侧结构性改革，进一步扩大江苏纺织业在国内外的影响力，江苏省人民政府将于9月6~8日在南京国际博览中心举办第二十一届江苏国际服装节。江苏国际服装节继续以“品牌江苏、时尚江苏”为主题，突出自主品牌、时尚引领、创意设计和互联网营销，紧跟世界时尚潮流，加快推进纺织产业绿色发展。

据介绍，第二十一届江苏国际服装节将继续由

江苏省人民政府主办，中国纺织工业联合会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会协办，工业和信息化部支持，江苏省工业和信息化厅、江苏省纺织工业协会承办；由“第二十一届中国江苏国际服装·家纺·面料博览会”、“2019江苏时尚创意周”、“高峰论坛及系列活动”三大部分组成。

其中，第二十一届中国江苏国际服装·家纺·面料博览会将设立2个展馆、1200个展位，分别设立纺织服装品牌展区、设计创意展区、纺织集群展区、国际展区、跨境电商和互联网交易平台展区等；江苏时尚创意周将继续以“时尚发布、创意设计”为主线，举办2019江苏时尚创意周开幕式、2019江苏省十佳服装设计师评比、流行趋势发布等活动；同时，还将举办“江苏推动纺织产业转型升级，实现绿色循环可持续发展论坛”、“第二十一届中国江苏国际服装节开幕式”、“2019江苏纺织服装年度盛典”、“江苏·中国纺织材料价格、丝绸化纤、家纺、男装指数发布会”等高峰论坛及系列活动。

搭平台、优服务、拓商机、促交易

会上，张建华发布了第六届江苏（盛泽）纺织品博览会相关信息。

据介绍，第六届江苏（盛泽）纺织品博览会将于10月16~18日扬帆起航，继续坚持“搭平台、优服务、拓商机、促交易”的办展定位，进一步扩大盛泽纺织产业集群影响力，全面展示“中国纺织第一镇”形象。

记者了解到，与上届纺博会相比，本届盛泽纺博会将呈现出以下特点：

展区划分更精准，搭建全产业链展贸大平台。本届盛泽纺博会将新增针织面料展区、印染后整理展区。届时，整个展会的展出面积将超10000平方米，一个贯通全产业链展贸大平台将由此形成。

展会供应商资源更立体丰富，采购商质量再提升。本届盛泽纺博会规划的340个展位，目前已经被参展商提前预定近1/3。尤其是盛泽区域以外的纺织企业积极参与，让纺博会供应商资源更趋立体丰富。

新纤维新材料集中展示，传递行业“智造”新趋势。本届盛泽纺博会的新纤维新材料展区，来参展的原料厂家将从源头入手，集中展示当前最新、最有价值的原料纤维。

商贸对接、头脑风暴，配套活动精彩纷呈。主办方将筹备系列精彩配套活动，如举办纺织品质量检测标准论坛、新纤维应用及趋势研讨会、国内外买家对接等系列配套活动。

精细服务再升级，“保姆式”服务打造展会新形象。为了保护参展企业的产品版权，主办方将邀请专业机构在展会现场开展纺织品知识产权的咨询和版权保护工作；同时在展馆中将设置和配备商务中心、志愿者翻译、安保巡逻、无线上网等保障性服务。

互联网+展会，打造永不落幕的网上盛泽纺博会。本届盛泽纺博会将继续推出网上纺博会，为参展企业的产品提前配上二维码，客商在展会现场用手机扫码，即可查询参展企业的面料相关信息，并直接联系到面料开发商。

新形势、新方向、新作为

江苏是经济大省、制造大省，多年来为全国经济平稳健康发展作出了积极贡献。近年来，面对复杂严峻的经济形势，江苏省委、省政府按照习近平总书记对江苏工作的嘱托，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十八大、十九大和习近平总书记系列重要讲话精神，围绕“高质量发展走在前列”的目标定位，大力推动“两聚一高”新实践、加快建设“强富美高”新江苏，全力保持经济社会平稳发展的良好势头，高质量发展成为江苏最鲜明的主旋律。

王志忠在致辞中表示，新形势为江苏纺织产业未来指明了发展方向，一要加快创新增加品种供给，积极开展增品种、提品质、创品牌“三品”专项行动，加大中高端新产品研发力度，开展个性化定制服务，不断提高工业设计水平；二要继续推动两化融合，鼓励企业开展以“机器换人”为主的技术改造，推动互联网、大数据、人工智能和传统产业深度融合，有效拉长传统产业链条和增加值传统产业增值环节，创新企业管理新模式；三要加快品牌培育和创建推广，打造更多自主品牌、制造精品，形成一批区域产业集群品牌；四要拓展品牌营销平台，推动纺织企业“走出去”，助力纺织服装产业转型升级，实现高质量发展。

随后，韩平分别与海安市人民政府副市长蒋鹏程、江苏工程职业技术学院纺织服装学院院长马均签订了第二十一届江苏国际服装节开幕式和2019江苏省十佳设计师评选活动合作协议。

值得一提的是，中国（江苏）纺织服装指数发布会也同场举行，盛泽丝绸化纤指数、常熟服装指数、叠石桥家纺指数同场发布，为行业发展指明方向。TA

中国企业家亮出“精神”

2018年度中国企业家最佳着装榜在温州发布

本刊记者 董笑妍

3月15日，中国商务男装研究中心在温州发布2018年度“中国企业家最佳着装榜”，并首度发布《中国商务男士场合着装白皮书》，为广大商务男士提供最具价值的着装参考，助力企业家树立文化自信。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中共温州市龙湾区委书记陈应许，中共温州市政协副主席、温州市工商联主席、奥康集团董事长王振滔出席并致辞。

榜单揭示，赵鸿、陈琪、阮立平、李天天、龚宇、谷澍、何剑锋、程杭、秦力洪、张勇10人被评为2018年度最佳着装企业家。

2018最佳着装企业家候选人由中国商务男装研究中心专家组与东华大学科研团队从胡润百富榜、福布斯中国富豪榜、中国民营企业500强、中国企业500强、福布斯30岁以下精英榜、中国独角兽企业榜单、微博热搜等权威榜单上的3961名企业家中，挑选出20位穿衣风格较佳、气质卓越的企业家候选人。通过对其样本数据收集整理及智能分析，根据形式美、合体美、合场合美、个性美四项维度进行评选打分和统计排名，最终评选出10位2018最佳着装中国企业家。

今年已是商务男装研究中心第二年发布“中国企业家最佳着装榜”，上榜候选人较去年增加了1178名，年龄跨度由20~60岁扩大至20~65岁，而晋级候选人名额由去年的30位缩减至20位。

在总结2018年首份“中国企业家最佳着装榜”发布经验的基础上，评选采用更严苛的技术路线及更权威的研究方法，从多个着装属性展开并进行更详细的统计分析，在提取着装影响因素上考虑更加全面，评价指标更加客观科学。榜单也不仅是单纯的服装分析，更是基于合心、合体、合场合的标准，在深入了解候选人相关属性后，进行信息编码收集和大数据分析研究，再利用SPSS列表分析、层次分析法等研究方法，最终得出的权威中国企业家着装大数据。

据介绍，中国商务男装研究中心是由中国服装协会指导，浙江乔顿服饰股份有限公司共同发起设立，并于去年3月正式揭牌成立。开展包括但不限于商务男装领域的流行趋势、市场现状等研究发布工作，推行符合中国文化自信与产业自信的相关指南和推荐性标准，倡导新时代中国商务着装文化，以促进中国商务男装产业高质量发展。



第四届乔顿先生颁奖礼举行。

作为此次活动的主办单位，乔顿服饰董事长沈应琴发表了关于《新时代的企业家使命》的主旨演讲，从民营企业发展的角度阐述了在国家与政策的支持下，背负新使命的新时代企业家在面对机遇和挑战时，应当如何持续向市场提供更高品质的产品、更优质的服务。

此外，第四届乔顿先生颁奖礼也在当晚举行，10位乔顿先生绽放男士魅力，以精彩的走秀表演，形象诠释商务男士着装文化的内涵，为所有来宾呈现了时尚气质的震撼。TA

苏丝精品市场看好，精彩亮相家纺展



展会现场苏丝展位宾客盈门。

2019中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会期间，作为展会的常客，江苏苏丝丝绸股份有限公司精彩亮相。

苏丝丝绸纱线、面料和家纺、服装、饰品等产品深受海内外客商赞赏。在琳琅满目、精彩纷呈的苏丝产品展厅内，连续3天一直是人来人往，参观的、洽谈业务的、签订订单的国内外客商纷至沓来，应接不暇。现场签订长期合作协议逾百家，签订销售订单逾千万元，现场售卖苏丝丝绸家纺等成品近30万元。

中国纺织工业联合会原会长王天凯，中国纺织工业联合会副会长、中国家用纺织品行业协会会长杨兆华，中国丝绸协会会长唐琳、常务副会长钱有清等领导先后参观了苏丝展厅，并高度评价了苏丝丝绸产品。

杨兆华曾先后于2016年下半年和2017年3月到苏丝考察调研，对苏丝丝绸产品有良好印象。他在听取了苏丝股份董事长韩兴旺的参展情况介绍后表示，苏丝股份的“SPCC”绢丝是中国传统的丝绸产品，是中国丝绸纱线出口的拳头产品，这次参展使老品牌焕发了青春，新品众多，大有前途。

杨兆华还表示，苏丝丝绸是中国丝绸家纺十大品牌，丝绸成品很有特色，市场很好，他希望苏丝今后坚持开拓创新，把传统的民族特色变成时尚，也要注意平衡现代设计与民族特色的比例，做出传统与时尚相得益彰的丝绸产品来，满足国内外客户的需求。

在苏丝展厅，公司总经理刘文成、常务副总经理苏伟均在现场，共接待来自欧洲、澳洲、中东和国内的客商数百人，有潜质的丝绸客户上百批。接下来，公司营销人员将紧盯各签约客户，争取在各项贸易业务上有长足的发展。（通讯员 徐军）TA

纺织服装周刊



德州华源携优势产品亮相 2019 Intertextile 春夏面料展。

德州华源： 做差异化纱线精准服务提供商

本刊记者_万晗

2019 Intertextile 春夏面料展期间，德州华源携差异化功能性色纺纱、风格纱以及环保纱线等诸多产品亮相国家会展中心（上海）。记者来到德州华源的展位，与德州华源常务副总经理李玉斌进行了深度交流。

携优势产品亮相展会

德州华源作为国家差别化功能性色纺纱流行趋势研究中心，在差异化功能性色纺纱及抗起球外观风格纱方面成绩突出，受到市场认可。目前在运动、内衣领域取得了非常不错的进展。

展会现场，无论展品布置、装潢设计还是沟通接待，可以看出华源已突破了传统纺纱企业的形象，给人一种时尚与舒适的感觉。李玉斌表示：“我们一直强调，华源是一家提供差异化纱线整体解决方案的公司，我们的目标是打造差异化纱线精准服务提供商。之前，公司关注更多的是产品，未来我们将借此更精准地了解客户需求，用更强的产品研发和迭代引领客户的产品更新。”

李玉斌介绍到，在今年的 Intertextile 春夏面料展上，差异化功能性色纺纱及抗起球外观风格纱是企业重点推广的产品。此外，高性价比仿麻纱、可持续发展纱线（再生涤、有机棉、EcoVero、Refibra、玉米纤维、原液着色纤维），超柔、抗菌护肤纱线等作为公司的新产品，也在展会中亮相。

展位上，华源重点展示了色纺风格纱、再生涤混纺系列全品类色卡，以及可持续发展产品系列。高性价比的系列产品推出后引起强烈反响，部分产品已经点燃内销时装市场。

李玉斌表示，色纺风格纱会根据不同的应用领域做相应的改进。用于内衣家居领域的风格纱更加细腻柔软，以 50 支以上品种为主，主要应用材质为超细木代尔、超细腈纶及羊毛、绢丝混纺系列。用在运动领域的风格纱会提供优良的抗起毛起球性能，并加以时尚的色彩和立体风格，塑造不一样的观感，这均是常规风格纱难以实现的。

产业链协同作战，带来更强竞争力

在华源的展位上，可以看到络绎不绝的参观者，其中有采购商，也有终端品牌合作伙伴。那么，华源如何看待这些供应链上下游企业在产品开发中发挥的作用？

李玉斌告诉记者：“我们与非常多的原料企业、品牌都有紧密联系，甚至是合作开发的关系，这种合作模式可以实现供应链的快速反应、精准理解品牌的需求，成功率非常高。同时产业链上游的新产品可以及时提供给品牌，收到终端消费者的反馈。产业链的快速联动，使得华源与服务企业的关系更加紧密。对终端来说，整个产业链实现联动，消费者可以得到更多更好的产品。”

他进一步提到，华源一直注重产业链合作，提升

产业链内部整体开发运营效率。不管是华源主导，还是原料或品牌主导，总之，通过产业链整体运营效率的提升，华源与合作企业都实现了产品开发的精准度和价格适应性。

李玉斌自信满满地表示，2018 年，德州华源总体运营平稳，年累计生产纱线 43400 吨，产销率 100% 以上，实现了 14.13 亿元的销售额。即使在 2018 年度经济增速放缓的大形势下，华源依旧取得了产销两旺的业绩，这样的好成绩得到了行业相关机构的肯定。本次展会，华源收获了“中国纤维流行趋势 2019 最佳年度合作伙伴”、“2018 中国纺织服装精锐榜十大创新企业”、“东丽纤维中国产业联盟会长单位”等荣誉。

应对时尚与快反，从客户需求出发

纺织业正随着时尚行业的发展而进化，在领先消费理念的引导下，如何顺应瞬息万变的市场变化？如何顺应时尚行业快速反应的需求？

记者了解到，为了更好地服务客户，德州华源不仅建立了网上销售渠道，还分别在公司总部、青岛、上海、香港设立了办公室。力求精准研究区域市场特点，高效服务客户。

此外，品质优良、极佳的产品设计能力，反应迅速、持续的新品开发及产品迭代能力，是德州华源提升竞争力的法宝。

李玉斌告诉记者，2019 年，中国纺织行业面临的国内外市场环境充满了不确定性。在新的一年里，德州华源将在智能化纺纱技术应用、精益化企业运营管理和国际化布局上进行深耕。还会通过互联网建立相关预警模型，进一步提升纺织装备的数字化、智能化技术，提高劳动生产率及产品性价比。此外，华源还将继续精准研究区域市场特点，努力和更多终端品牌建立合作关系，保证公司的高效运营。

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

周刊+



· 行业信息+

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

· 媒体平台+

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

· 服务价值+

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

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

新闻热线：刘嘉 010-85872640

新媒体热线：李江敏 010-85872630

广告热线：万晗 010-85872646

发行热线：章简 010-85872699



纺织服装周刊

CHIC2019 (春季) 上, 在沈阳市商务局的大力支持和沈阳服装 (服饰) 行业协会的精心组织下, 沈阳服装 (服饰) 行业协会常务副会长单位沈阳杰恩盛科技有限公司、副会长单位沈阳黎富服装有限公司首次亮相CHIC展中展“中国服装定制展览会”, 展示沈阳服装行业形象并取得巨大成功。

杰恩盛：洞悉市场需求，创立极致供应链

本刊记者 董笑妍 文 / 摄



展会三天杰恩盛展位上迎来客户逾千家。

“首次参展 CHIC 效果之好出乎我的意料, 展会三天接待有效客户达 1000 余家, 其中涵盖了男装品牌、定制品牌、定制店以及贸易公司等多种客商, 15 位接待人员从早 9 点到晚 6 点毫不停歇, 甚至连午饭时间都没有。现场达成合作意向、或缴纳定金的客户竟达半数之多。”沈阳杰恩盛科技有限公司董事长邵宏洁对记者说, 自 2016

年公司开启定制板块以来, 今年首次参展 CHIC 展效果非常好。

据介绍, 公司自 1993 年便开始从事面料生产, 至今 26 年从未涉足其他行业, 只以匠心精神专注产品研发, 因此定制板块的开启便顺理成章并成长迅速。如今, 公司拥有品牌、定制、职业装、外贸四大事业部, 以及广东佛山、四川乐山、杭州萧山三大生产基地, 旗下有四个品牌, 分别是杰恩盛 (JAYNES.S) 专注于胜毛面料、贝拉蒂尼 (BELA DINIZ) 专注于全毛面料、格拉维斯 (GRAVISS) 主攻衬衫面料和女

装面料、花衣哥 (HYG) 则是时尚潮流风格面料。

“公司一直从事的是大宗的外贸面料生产, 是 ZARA、绫致集团等的供应商, 常年的国际合作让公司拥有了完善的供应链体系, 如今的定制板块就是该体系的延伸, 我们正致力于为国内品牌打造极致供应链。”邵宏洁如是说。

“随着国家供给侧结构性改革的不断加深, 中国服装行业与新零售模式相伴成长, 同时国内消费意识的不断觉醒, 让工业化的大众定制成为一种未来趋势。”邵宏洁说, 杰恩盛从面料研发开始便加入了对最终成衣的全面考量, 如研发适合某一特定服装版型的面料等, 从面料研发、生产, 到服装设计、生产进行整体把控, 并将定制成衣送至客户面前, 最终形成了杰恩盛的极致供应链。这一模式正中部分国内品牌痛点, 为他们省心省力省钱, 因而大受欢迎, 从成立至今杰恩盛的定制客户已达 3000 余家。

本次参展前, 公司就充分准备了上千款男女装定制面料、团体定制、品牌定制以及样衣、模特等, 充足的准备迎来了丰硕的成果, 这也是对近年来杰恩盛从产品至品牌巨大提升的充分肯定。

如今, 杰恩盛在定制领域已经拥有了相当的知名度, 2018 年 12 月成功承办了中国服装定制全产业链 (国际) 峰会, 同时, 杰恩盛是入驻“中国服装定制产业基地”的首家企业, 也是基地的发起与承办单位之一。

黎富：387 道工序匠心打造“东方人”西装

本刊记者 徐长杰

在 CHIC2019 (春季) 上, 沈阳黎富服装有限公司带着黎富工艺的黎富定制, 在 CHIC 中国服装定制展览会上首次亮相, 数十平方米的展位中, 观众和采购商们接踵而至、场面火爆。

《纺织服装周刊》记者了解到, 黎富服装有限公司成立于 1989 年, 创建初期是中日合资的上市公司, 如今, 因发展需要已转型为中方完全控股公司, 黎富西装曾被评为“中国十大名牌西装”, 并荣获辽宁省和沈阳市著名商标称号。

早在上世纪 80 年代末, 黎富就与日本富田公司合作, 创造了黎富男西装。同时, 他们还与法国卡芬公司合作, 融入欧洲风格, 可谓走在了时尚的前端。

“我们 30 年来只钻研西装”, 据黎富服装有限公司销售负责人刘帅介绍说, 黎富服装 30 年来在西服品类上深耕, 让其品牌口碑在客户的不断累积中愈加响亮。首次亮相 CHIC, 企业带来了自己的拳头产品呈现给中外客商。据介绍, 本次参展一方面是黎富向全球展示其严谨的生产工艺和高品质产品; 另一方面, 本次参展, 黎富得到了沈阳市政府在展位搭建和物流等方面的财政支持, 黎富也代表和展现沈阳服装行业奋力进取的新形象。

展会三天里, 公司接待来宾达千余人次, 其中有美国、泰国的大批量外加工企业以及中国香港、台湾和内地省市的职业装、个人定制业务, 最终准意向客户达到 500 多家, 精准锁定

客户 320 家。

刘帅向记者介绍, 黎富服装走的是内外并举之路, 充分展现了黎富的生产能力。在外销市场方面, 黎富主要以出口加工为主, 产品出口到日本、美国、德国、法国等国, 并与国际一线品牌有着良好稳定的合作; 在内销方面, 则是致力于团单与高级定制, 主要针对全国各省市企事业单位展开, 目前, 黎富也是沈阳市政府对外办公业务首选品牌。

据介绍, 黎富旗下共有黎富 (LIFE)、奥尼特 (Aureate) 西装两大自主品牌。现有员工 400 余人, 各种西装生产专用设备 1100 台 (套), 年生产高级西装 40 万套, 公司生产设备 90% 为从德国和日本进口的先进设备, 如德国斯多宝的纳驳头机、德国杜克普电脑缝纫机、自动锁眼机、日本重机自动开袋机绣字机及缩绒机等。黎富在 2015 年及 2016 年分别通过了 ISO9001 国际质量体系认证和 ISO14001 国际环保体系认证, 同时, 还是国家西服标准制定等工作的参与者。

三十年如一日, 黎富服装公司始终坚持工匠精神, 专注做西装。黎富西装以工艺细腻、做工精致而著称全国, 每套西装要经过 387 道工序的精心制作, 使定制的每一款、每一套西装都彰显时代魅力。刘帅表示, 黎富西装设计时尚、简洁、俊朗, 符合亚洲人的体态特征, 穿着舒适、有型, 品牌的理念就是以更优质的产品让更多的人享受到良好的服务。TA



三十年如一日, 黎富服装公司始终坚持工匠精神, 专注做西装。

TWEEKLY



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!



纺织服装周刊

EcoCosy 优可丝引领时尚风潮

2020 春夏纤维素纤维流行趋势发布

本刊记者 _ 陶红

在 2019 中国国际纺织纱线（春夏）展览会开幕首日，I Love Viscose 纤维素纤维面料趋势工作室（以下简称“ILV 工作室”）联合意大利设计工作室、Riccardo Rami Studio (RRS)、独立设计师品牌 ACFN 共同发布了 2020 春夏纤维素纤维流行趋势，受到行业专家的广泛关注。

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，中国化学纤维工业协会副会长陈新伟、姜俊周，中国纺织工业联合会社会责任办公室主任阎岩及下游品牌客户参加了此次活动。

作为赛得利 EcoCosy 优可丝的面料项目，ILV 工作室在过去一年多时间里，致力于为时装面料产业链上下游提供纤维素纤维应用的前瞻性洞察及专业流行趋势预测，并借助赛得利公司的纤维技术资源，与纱线、面料合作伙伴紧密合作，开发了一系列面料创新产品，并运用于服装设计中，真正实现从纤维走向时尚。

据介绍，EcoCosy 优可丝纤维源于 100% 原生木源原料，纯天然、可循环再生。此次最新发布的四个趋势主题——High Street、One Mile Wear、Off Duty、Glitch，使用了赛得利全新的纤维素纤维 EcoCosy 优可丝，与多种纤维、纱线进行混纺交织，充分拓展了高品质纤维素纤维在不同领域的时尚可能。

High Street 高街时代。纤维素纤维天然柔软的性能带给服装更多的流动感、自由感。独特的色彩表现力也将原本单调的格装变得丰富多彩，使得更多浅色、糖果色成为可能。

One Mile Wear 一英里的休闲时光。高品质的 EcoCosy 优可丝纤维配合高支的纺纱工艺，将轻薄、细腻做到了极致。

Off Duty 通勤之外。随着运动向时尚靠拢，面料也更强调日常性和舒适性，自由、舒展、透气成为了必不可少的需求。如何结合植物纤维的天然优势与化学纤维的科技性成为每个品牌的必修课。

Glitch Z 代尖货。色织、印花、牛仔碰撞出更年轻、更张扬的设计组合。春夏季印花面料的灵活性让很多设计师找到了抒发灵感的更多渠道，纤维素纤维光洁的布面、优雅如丝的质地自然成为了画卷。



与会领导及嘉宾合影。

纤维素纤维与棉、麻、涤纶的混纺带来不同的质感，在保证面料色彩饱和的情况下，充分满足消费者的舒适体验。

与趋势发布同期，独立设计师品牌 ACFN 带来了精彩的服装演绎，将天然、舒适、自在的面料与充满阳光的优雅主题相融合，充分展现纤维素纤维的独特魅力，展示出将 EcoCosy 优可丝运用于毛织、外套、衬衫、休闲长裤中，使面料光洁、柔顺的特性。TA

赛得利：为 BV 纱伙伴注入创新生命力

本刊记者 _ 王利



赛得利携手合作伙伴共同推广 BV 纱。

作为纤维素纤维行业的领导者之一，赛得利聚焦产业两端，使价值链不段延伸，产品附加值越来越高。在可持续发展上，赛得利在 Higg Index 权威评估上高于 80%；产品研发上，BV 家族又添细旦品类，为 BV 纱伙伴注入创新生命力。

3 月 13 日，在 2019 中国国际纺织纱线（春夏）展览会期间，赛得利携手新华源集团、德州华源生态科技有限公司、杭州明晨纺织有限公司共同推广 BV

纱，与下游形成良性互动。

中国化学纤维工业协会副会长赵向东表示，随着行业产量的迅速增长，企业能做的就是提供更优质的服务，提升产品质量，增加差异化产品的供给。赛得利 BV 纤维的研发，给整个行业的拓展带来了新思路，并且在推动整个纺织产业链的绿色化进程上也做出了表率，值得行业企业借鉴和学习。

赛得利商务副总裁刘涛对赛得利目前的发展及新推出的 BVF 细旦纤维进行了介绍。刘涛表示，赛得利 BV 细旦 0.9D 纤维作为拳头产品，可应用于紧赛高支 60 支以上至 120 支和涡流纺 50 支以上的高支细旦 BV 纱，纱线强力更高、条干均匀、毛羽更少、手感轻柔，带来更优越的纺纱及产品性能。目前有多家 BV 纱伙伴采用赛得利 BVF 细旦纤维，并取得了成效。

新华源集团此次参展带来了 Sadaer 赛代尔纤维素纤维系列纱线，该集团董事长陈宗立表示，Sadaer 赛代尔是新华源集团采用赛得利纤维通过配棉优化和工艺创新，开发出的 50 支 ~ 120 支的赛络紧密纺纱和

混纺产品，产品各项指标稳定，纱线特点明显，可媲美各类高端差别化产品。

作为首批 BV 纱差异化纱线的代表企业之一，德州华源生态科技有限公司一直是该项目中混纺纱线的先行者。该公司常务副总经理李玉斌表示，相同的混纺纤维比例的纱线，BV 纤维可以大大提高纱线强力，降低断头数、疵点率，可纺性及效率均有大幅提高，手感更柔软，布面更光洁。

杭州明晨纺织有限公司是 BV 纱项目的面料合作伙伴，目前选用赛得利 BVM、BVF 系列纱线，主要用于单面汗布、粗针、提花布以及罗纹等各类针织产品。该公司总经理沈亚明表示，通过和赛得利合作，公司产品获得了市场的肯定，将会继续保持这种良好的合作模式，开发出更优质绿色环保的针织产品。

产业链联合，伙伴式合作，共同开发 BV 纤维素纤维的最新应用是 BV 纱项目成功的关键。会上，赛得利为第三批纱线伙伴——山东联润新材料科技有限公司、福建祥源纺织有限公司、闽侯县华达纺织工贸有限公司、福建省长乐市正鑫纺织有限公司、福建隆源纺织有限公司、辉县锦豫纺织有限公司授牌。TA

悦达家纺：趋势发布前瞻行业潮流

本刊记者 _ 陶红 / 文 田田 / 摄

在 2019 中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会（以下简称“春季家纺展”）开幕首日，悦达家纺举办了“悦达家纺 2019/2020 色织大提花面料流行趋势”发布会，分“蔓延”、“本源”、“觉醒”、“触动”四大主题，云集多款精美花型 / 产品，在 360 平米的展位进行了为期 3 天的“悦达家纺 2019/2020 色织大提花面料流行趋势”概念主题和产品实物静态展示。

作为中国家纺协会首次指导发布的行业专项趋势，本次发布的精准研发和顶尖设计，为悦达家纺品牌及中国家纺面料产品设计研发提供了设计方向，全方位体现出悦达家纺“行业领跑者”的原动力与前瞻性。

江苏悦达投资股份有限公司副总裁、悦达家纺集团董事长王圣杰表示，近年来，悦达家纺主要从两方面着手精心培植终端品牌，一是引领色织大提花面料的流行趋势，推出新概念、新工艺、新花型和新产品；二是坚持创新驱动和品质第一的发展战略，在产品研发设计与品质升级方面不断努力和持续改进，品牌的知名度和美誉度得到了快速提升，市场占有率和覆盖率逐年增加。

悦达家纺最大的优势在于产品，产品最大的亮点和卖点在于材质。在悦达家纺的展位上，悦达生活科技有限公司副董事长孙凯柠对记者介绍道，今年悦达的热销产品中

有一类素色、自然简约风格的产品，随着消费趋势的升级和生活方式的改变，素色绣花、素色蕾丝等产品越来越受到消费者的青睐。此次参展重点推出的优势产品——全棉双丝光色织大提花面料，保留了原棉优良的自然特性，具有丝一般的光泽，织物手感柔软、吸湿透气，弹性与垂感俱佳，且不易变形。

谈及悦达家纺的渠道布局，孙凯柠表示，悦达家纺将通过线下实体店和京东、天猫、新媒体等线上平台合作，实现线上线下同步发展。2018 年悦达家纺开设门店 20 家，今年预计达到 80 ~ 100 家。

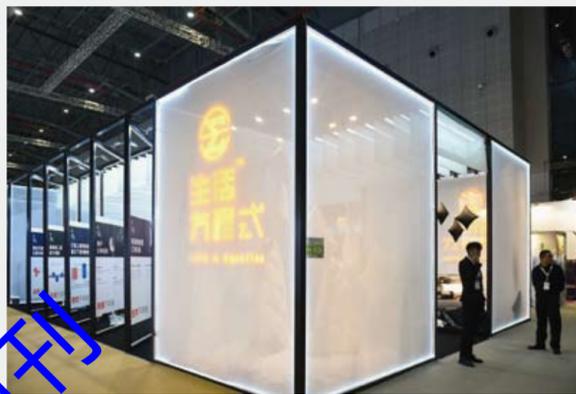
未来，悦达家纺将以“消费者对美好生活的向往”为原点，以“时尚、科技、绿色、环保、健康”为设计理念，不断创新，以满足广大消费者的需求，为消费升级和行业转型发展做出应有贡献。TA



悦达家纺在展位进行了为期 3 天的“悦达家纺 2019/2020 色织大提花面料流行趋势”概念主题和产品实物静态展示。

生活方程式：VR 技术“解锁”未来之家

本刊记者 _ 陶红 / 文 田田 / 摄



“生活方程式的 VR 实景体验还原度高达 90%，可以十分清楚地看清家纺产品的材质，借由 VR 实景技术，10 分钟即可为消费者搭建一个温馨的家。”

在日前结束的 2019 中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会（以下简称“春季家纺展”）上，新锐家纺品牌“生活方程式”一经亮相，其带来的“VR 实景技术”便吸引了众多参展观众的目光。

据生活方程式品牌创始人、壹加家纺品牌联盟主席吴卫兵介绍，生活方程式囊括了床垫、枕芯、化纤被、蚕丝被、羊绒被、羽绒被、四件套、婚庆产品、

窗帘、毛毯等家纺全品类的产品，满足现代人对审美的个性需求，涵盖新田园主义、轻松商务、自然轮廓、智趣少年、康乐宝贝、禅简欧风、轻奢生活、新高喜嫁、七星睡眠、自我护理等 10 个系列。

谈及品牌创立初衷，吴卫兵表示，随着新经济、新零售的发展，80 后、90 后逐渐成为消费主力，他们对生活方式和生活品质有着更高的追求。传统家纺的定位、模式已经不能满足消费者的需求，“生活方程式”应运而生。该品牌围绕改善人们生活的理念而打造，不仅是打造一个家纺品牌，更是要成为人们追求优质生活的方案解决者和提供者。因此，“生活方程式”的营业员既是销售者，也是消费者生活的美学顾问。

VR 实景技术通过高科技手段和信息技术解决消费者购买场景的匹配性问题，提高消费者购买的趣味性和转化率，突破了传统店铺销售的空间限制、时间限制、成本限制、客单价限制，大大提升了店铺的盈利能力。

江苏比目鱼电子科技有限公司总经理郭晓磊也表示，“生活方程式”搭建了家纺产品的采购云平台——比目鱼 SaaS 云平台，为城市合伙人提供营销、采购、分享、物流、财务等方面的系统管理工具，解决了经营管理上的问题，通过把大数据放到云平台对消费者进行画像分析，来满足消费者的购物需求；商家也会从中赚取利润，使得采购过程更为便捷、轻松。

关于“生活方程式”未来的发展，吴卫兵自信地说：“本次展会，公司推出了城市合伙人计划，即在县、区级地方招募合伙人，通过合伙人拓展各个地区的市场，以此打造品牌的知名度、美誉度。我们希望通过 3 年的时间在省、市级城市打造出品牌知名度，实现‘千城万店’计划。”TA

纺织服装周刊

春市销售微势推升 价格微幅上涨

20190325 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20190325期纺织品价格指数收报于106.51点，环比上涨0.02%，较年初上涨0.49%，同比上涨0.68%。



近期，中国轻纺城春市营销微势推升，其中：原料市场价格微幅上涨，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下跌，辅料行情明显下跌。

原料价格微幅上涨，涤纶环比小涨、纯棉纱行情局部小涨

据监测，本期原料价格指数收报于85.51点，环比上涨0.08%，较年初上涨0.65%，同比上涨2.37%。

聚酯原料行情震荡整理，涤纶行情环比小涨。本期涤纶原料价格指数环比小涨。上游聚酯原料行情震荡整理，价格环比回落，近期华东地区PTA现货主流6450~6500元/吨，MEG主流5100~5150元/吨，聚酯切片市场报价环比回落，聚酯切片江浙地区半光切片现金或三月承兑7750~7800元/吨左右。因上游聚酯原料行情震荡整理，萧绍地区涤纶长丝报价基本稳定，局部小幅上涨；FDY市场行情一般，厂家报价小幅上涨，大有光丝价小幅上涨，细旦丝价小幅上涨。DTY产销一般，报价基本稳定，局部小幅上涨。近期涤纶短纤、纯涤纱行情震荡整理，价格基本稳定，局部环比小跌，纯涤纱企业并未达到“旺季”的预期，整体成交氛围清淡，一方面原材料支撑不足，售价提升困难；另一方面后道开工率恢复缓慢，纯涤纱订单一直未有明显增加，终端缺乏集中备货的触发点。

纯棉纱行情有所好转，人棉纱价格基本稳定。近期纱线市场询盘差异化纱线价格的老客户增多，但是好多厂家受原料短缺的限制，大单难接。纯棉纱、涤棉纱常规品种销售价格和销量最近都比较稳定，订货数量环比增加，日出货量环比增多。粘胶短纤价格继续下跌，目前中端部分实际成交价在12100元/吨上下。人棉纱市场形势好转，订单稳中有升，价格未有明显变化，以基本稳定为主。

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119.97点，环比上涨0.13%，较年初上涨1.28%，同比上涨2.35%。

本期坯布类价格指数呈小幅上涨走势。近期，坯布厂家接单情况好于前期，产品升级的新品种打样也逐渐增多，特别是差异化坯布占据一定份额，如：弹力布、防静电布和天丝类的床品等。整个坯布市场行情环比推升，春季坯布下单局部增量，夏季坯布局部批量下单小增。其中：混纺纤维坯布行情环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，T/C涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价值环比回升；天然纤维坯布需求环比推升，价格指数呈小幅上涨走势，纯棉纱卡坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比推升，拉动坯布类总体价格指数小幅上涨。

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117.16点，环比上涨0.04%，较年初上涨0.33%，同比下跌0.64%。

服装面料类价格指数微幅上涨。近期，纺织市场在平静中有些许活跃的局面，服装面

料市场仍然延续前期水平，稍显活跃但仍未达到心理预期，市场表现相对稳定，不同领域有提升也有减弱。至目前，轻纺城市场营销环比小增，部分布业公司和规模型经营商户创新创意面料价格小幅上涨。其中：涤纶面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、锦棉面料、麻粘面料成交价值不等量上涨。近期，轻纺城市场涤氨面料现货上市量环比增加，成交批次局部增长，连日销量呈一定幅度推升走势，春夏季涤氨弹力面料现货成交和订单发货环比增长，创新面料、兼具时尚元素创意面料成交价值呈一定幅度上涨走势。

家纺营销继续回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于101.33点，环比下跌0.41%，较年初下跌0.72%，同比下跌1.17%。

本期家纺类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城家纺市场营销继续回缩，大众色泽花型面料订单发送量环比回落，跑量产品现货成交和订单发货继续回缩，价格环比小跌。其中：窗纱类现货成交和订单发货环比回落，小批量多品种色泽花型成交环比小跌，中批量成交局部小跌，较大批量成交局部亦有小幅下降，价格指数呈小幅下跌走势；窗帘类行情环比回缩，价格指数环比小跌。日用家纺类成交继续回缩，价格指数呈小幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数小幅下跌。

市场行情继续回缩，辅料指数明显下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于130.31点，环比下跌1.09%，较年初下跌1.65%，同比下跌0.58%。

本期服饰辅料类价格指数明显下跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情继续回缩，至目前下游企业备货继续减量，现货成交和订单发货呈现环比下降走势。线绳类成交继续回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；衬料类行情环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；带类行情继续回缩，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，拉动辅料类总体价格指数明显下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡推升走势。《2019年国务院政府工作报告》指出今年将实施更大规模的减税，普惠性减税与结构性减税并举，重点降低制造业和小微企业税收负担，将制造业等行业现行16%的税率降至13%。纺织市场继续处于“宽松的供应和成本支持”时期，市场主要以需求为主。通过减税，下游部门特别是纺织、印染行业的短期利润将有所增长。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。ITA

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

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 010-85872643 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

纺织服装周刊

GROUP COOPERATION

市场成交有所好转 指数小幅拉涨

2019年3月18~22日商务部中国·盛泽丝绸化纤指数一周述评

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·盛泽丝绸化纤指数稍有回落。其中,化纤总指数收盘于104.75点,与上周相比上涨了0.14点;化纤面料价格指数收盘于101.05点,与上周相比上涨了0.15点;化学纤维价格指数收盘于109.70点,与上周相比上涨了0.14点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数收盘于104.59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



图2 盛泽市场化学纤维产品价格指数



亚洲PX价格大跌54美元至1039美元/吨FOB韩国和1058美元/吨CFR中国,欧洲PX跌至956美元/吨FOB鹿特丹。

PTA方面,在期货面持续疲弱运行的压制下,本周PTA现货市场行情以偏弱运行为主,就在3月21日当天略有反弹,但市场价格重心整体仍有下调。截至3月22日,内盘报价集中在6530~6600元/吨左右,成交商谈价则围绕在6450~6530元/吨附近。涤纶长丝方面,在上游原料成本支撑松动以及需求偏弱的影响下,前半周涤纶行情多是僵持运行;下半周受到成本提振、需求爆发以及市场利好带动,3月21日主流涤纶厂家多有补涨操作,个别厂家甚至封盘惜售,3月22日涨势延续。从具体价格来看,截至3月22日,POY 150D/144F主流厂家报价上涨150元/吨至8950元/吨,而FDY 75D/36F产品报价则走高至9900元/吨。

产销方面,本周江浙地区涤纶长丝市场成交气氛先抑后扬,整体产销波动较大。前半周聚酯市场交易气氛一般,产销多平淡,主流厂家市场平均产销集中在60%~80%附近,个别较好工厂在100%或偏上水平。而至3月21日,聚酯市场成交突现火爆局面,个别厂家部分产品有封盘举措,有部分厂家发货量创纪录;据统计,当日主流厂家平均产销集中在170%~190%附近,个别较好工厂产销甚至达到350%、500%。

前半周在聚酯市场产销偏弱的状态下,聚酯厂家库存压力再现;而随着市场产销火热的刺激,主流市场库存压力也略有缓解。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17~25天;具体产品方面,其中POY库存集中在11~16天,FDY库存至14~20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收盘于104.59点,与上周相比下跌了0.07点。

本周生丝盘面继续走低。现货月合约小幅震荡,而1909合约继续走低。新茧季合约价格重心的下调,主要是基于目前市场可供丝量相对充裕,而且缫丝企业也在有意降低开机率,叠加南方鲜茧开始上市,对盘面形成一定压制。

后期需关注新产区天气状况、需求的进展以及中美贸易等问题。纺织产业链实际情况,中美贸易磋商进展情况将使得市场的消费预期得到修正。TA

化纤面料市场行情分析

本周化纤面料价格指数收盘于101.05点,与上周相比上涨了0.15点。本周市场成交气氛尚可,局部面料成交好于前期,但是批量性订单不多。

里料方面,本周里料行情整体量价平稳,常规平喷产品走货一般,前期好销的涤塔夫、半弹春亚纺整体表现平平,部分厂家表示产销难以做平,只有个别产品如260T、290T产销尚能做平;提花系列市场成交表现较为突出,其中黑丝提花、阳离子提花在市场上走货平稳,市场价格大致走稳;人丝里料局部走畅,如人丝舒美绸、人丝美丽绸等均表现较好;针织经编网眼里料销售稳定,下游采购多用于运动装、户外服装等,成交多以小单为主。

面料方面,本周面料市场成交大致走稳,市场热点产品主要集中在仿真丝系列和休闲面料。具体来看,锦涤纺近期成交有所好转,尤其是一款阳离子锦涤纺深受客商青睐;塔丝隆系列中,涤纶塔丝隆以其物美价廉受到了不少客商的青睐,经过特殊后整理后能用于户外服装面料;仿真丝系列整体成交气氛有所回升,常规产品局部好转,如顺纤绉、高捻乱麻等,下游采购多用于春夏服装面料;高弹系列近期打样、寻样气氛有所好转,尤其是一款阳离子高弹系列,以阳离子为原料的双色效果,让面料更具质感,下游采购多用于制作运动服、户外服装等;喷气面料中,人丝提花面料走货较好,市场成交有所放大,很多国内外采购商均有采购操作。近期针织面料市场成交气氛不如预期,厂家新单接单并不理想,市场信心有所缺失;桃皮绒系列本周走货缓慢,厂家价格以稳为主。

从商务部盛泽指数可以看出,本周市场成交稳中有涨,但是涨幅不大,大部分厂家库存变化不大,现盛泽地区坯布库存在34~35天左右;开机率方面,目前大部分厂家库存压力不大,所以生产积极性较好,喷水、喷气织机开机率在9成左右。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数收盘于109.70点,与上周相比上涨了0.14点。

进入本周,由于欧佩克释放继续减产的信号,市场看多情绪继续走高,利好堆砌,国际油价刷新逾4月高位;3月20日,WTI原油涨至59.83元/桶,刷新去年11月以来新高,布油报68.50美元/桶。而3月21日盘面稍有回落,纽约原油结算59.98元/桶;布伦特原油5月期货结算67.86美元/桶。PX方面,本周PX市场行情疲弱走跌,价格重心连连下调;截至3月22日,

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

纤维
新视界
NEW FIBER
NEW WORLD

盛虹·中国纤维流行趋势 CHINA FIBERS FASHION TREND

2019/2020

筑梦与制创

CONSTRUCTING THE DREAM

纤·绿意之道

FIBER · THE GREEN WAY

生物基化学纤维 BIO-BASED CHEMICAL FIBER

原液着色纤维 DOPE DYEING CHEMICAL FIBER

循环再生纤维 RECYCLING CHEMICAL FIBER

纤·多元之本

FIBER · SOURCE OF MULTI-ELEMENT

功能舒适纤维 COMFORTABLE FUNCTIONAL FIBER

健康防护纤维 HEALTHY AND PROTECTIVE FIBER

蓄热保暖纤维 THERMAL STORAGE AND RETENTION FIBER

纤·匠心之品

FIBER · PRODUCTS OF INGENUITY

高品质纤维 HIGH-QUALITY FIBER

超仿真纤维 SUPER EMULATIONAL FIBER

纤·卓越之魂

FIBER · SOUL OF OUTSTANDING

弹性舒适纤维 COMFORTABLE ELASTIC FIBER

高性能化学纤维 HIGH-PERFORMANCE CHEMICAL FIBER

纺织服务网



微信号: tachaobao



微信号: fzfzk

潮报

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

www.taweekly.com



纺织服装周刊