

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

2019.04.08 | 第12期 | 总第924期

 日发纺机

纺纱/加捻/卷绕/针织/织造/无纺



织造系列之剑杆织机

客户中心电话: 400-999-8008



P10

全面提升潮绣
知名度和影响力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: 万喆 010-85872646



P8

以匠心与创新谱写产业新辉煌

P14

以时尚之眼, 参悟时代变革

COTTON USA • 刘薇系列作品发布登陆中国国际时装周 (2019/2020 秋冬系列)。关云鹤 摄

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 · 印染 · 后整理

2019 / 04 / 12 - 14

柯桥 · 中国轻纺城国际会展中心



热线
电话

400-119-0123

绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会
中国轻纺城集团 倾力打造

中国
盛泽



第六届

江苏(盛泽)
纺织品博览会

6th Jiangsu Shengze
Textile Expo

2019.10.16-18

江苏·盛泽国际会展中心



展会热线
0512

63567801

纺织服装周刊



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: 
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

美之因果

中国国际时装周(2019/2020 秋冬系列)落下了帷幕。本届时装周有近250位设计师登台亮相,除了时装发布会和专业大赛之外,时装周上还有设计汇、时尚论坛、创意展会等近百项活动。其中,“北京时尚论坛——时尚与城市美学”堪称最受瞩目的活动之一。

论坛以“时尚创意产业为城市发展注入新动能”和“传统文化与创意园区撬动时尚产业新支点”为议题,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。

众所周知,城市既是时尚创意产业的发源地,也是时尚创意产业的聚集地。经济高速发展之后,城市发展进入稳步增长阶段,开始酝酿从“量变”到“质变”的转化。时尚创意产业作为一个城市价值体系、文化核心、精神理念的重要体现,对提升城市的竞争力和辐射功能具有重要作用,已成为城市经济社会发展的重要驱动力。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在论坛致辞中表示,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侧是途径,融合时尚生态、打造城市的时尚话语权是目标。

“人是城市美学中的一个要素,人的形象美、生活美支撑着整个城市美学的外观状态和内在精神,所以纺织服装产业的基础责任是妆点人、扮靓人。”关于时尚与城市之间的关系,孙瑞哲认为,城市中的主体是人,因此人是城市美学中最生动、最具活力和最具本质属性的构成要素。

中国服装设计师协会主席张庆辉也表示,时尚作为城市新旧动能转换过程中的重要抓手,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。

在论坛的对话环节,嘉宾们的观点更是让人耳目一新。

英国伦敦时装学院资深研究员、Vestoj 杂志创始人兼主编 Anja Aronowsky Cronberg 表示,要将时尚文化的发展作为城市本身的标签,正如有些城市因音乐而闻名,有些城市因建筑而被熟知。时装同样可以成为一座城市的品牌。她以巴黎为例,阐述了时尚产业为城市形象塑造带来了巨大动能,巴黎时装周期间慕名而来的人,拉动了当地经济的发展,同时也让更多人了解巴黎,为城市注入了活力。

北京市文化创意产业研究中心主任、北京市社会科学院传媒研究所所长郭万超认为,文化城市是城市发展的最新趋势和最新形态,而时尚文化是文明城市的有机组成部分,是城市强大的文化软实力。其中,提高市民审美创意水平,培养艺术创意意识,对于改善城市艺术氛围尤其重要。

北京国际设计周组委会办公室副主任曾辉认为,时尚、美学和设计是三位一体的系统。文化要解决的是人和人的关系问题,文化创意和设计,就是为了能够让这个社会变得更美。

爱美之心,人皆有之。一切美好,无论内在与外在,皆为人类社会发展之初心动因,亦是不懈追求之修身终果。

赵媛媛

CONTENTS



10 关注 ATTENTION

全面提升潮绣知名度和影响力

3月22日,中国纺织工业联合会驻广东潮州传统工艺工作站2019年度工作会议在潮州召开。会议对2018年潮州工作站工作以及建站两年来的发展进行全面总结,认为潮州工作站通过各方共同努力达到了预期目标,使潮绣等潮州纺织传统文化与传统工艺的知名度和影响力得到全面提升。



14 特别报道 SPECIAL

以时尚之眼,参悟时代变革

中国国际时装周(2019/2020 秋冬系列)举办(下)

3月25~31日,中国国际时装周(2019/2020 秋冬系列)在京举办。7天时间里,近百场活动集中“绽放”,250位来自国内外的优秀设计师华丽亮相。本季中国国际时装周在时尚展示的多元化、力推中国高定成果、注重本土原创设计、搭建商贸对接平台等方面的成效尤为突出。

6 资讯 INFOS

创新跃迁,中国服装需提升三大能力
上海陆家嘴金融城试点“旧衣零抛弃”互联网+
新贸易推动新丝路 新生活引领新时尚
什么造就了歌莉娅女装近年快速上位?

8 关注 ATTENTION

以匠心与创新谱写纺织服装产业新辉煌
加速推广纺织废水零排放技术

13 科教 SCIENCE

“纺织之光”科技奖新设技术发明奖
考察获奖技术成果推广应用

20 柯桥·中国轻纺城专版
CHINA TEXTILE CITY

“市场+”的N次方
引领传统市场向现代市场转型

24 行业 INDUSTRY

匠心所至 成就卓越
“优可丝®BV·2019中国时尚面料设计大赛”正式启动
推动BV纤维集成创新 实现高质量产品开发
赏环球风尚 促湾区发展

30 展会 EXHIBITION

集结六大展团 吹响共赢“冲锋号”

32 一线 FRONTLINE

中国首个高端纤维素纤维品牌唐丝问世
博拉彩虹纤维将环保与时尚完美结合
太极石开启纤维“芯”时代

38 台湾专版 TAIWAN

多元化的专业户外服装辅料小巨人

40 指数 INDEX

春市销售继续微升 价格微幅上涨
终端新单跟进缓慢 指数全线走低

现场 | SCENE

创新跃迁，中国服装需提升三大能力

CHIC·2019 中国服装论坛举办

本刊记者 _ 万喆



来自零售、商业、品牌、织造、艺术、媒体等多个领域的千名专业人士汇聚一堂，共同探讨中国服装业未来。

4月1~2日，由中国服装协会主办的CHIC·2019中国服装论坛在北京举办。来自零售、商业、品牌、织造、艺术、媒体等多个领域的千名专业人士汇聚一堂，共同探讨“创新跃迁：迈向下一个十年”。

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，中国服装协会常务副会长杨金纯、顾问蒋衡杰、秘书长焦培，以及来自安正时尚、日播时尚、北京白领时装、爱慕股份、北京世圣圣洪、思凡时尚文化集团、例外、歌力思、领秀等时尚品牌和企业的掌门人，以及辽宁省纺织服装行业协会会长王耕、北京服装纺织行业协会专职副会长王文生等嘉宾及各位专家学者出席论坛。

理念引领行动，方向决定出路。未来世界呈现怎样的图景？服装产业应该如何发展？为此，孙瑞哲发表了主题为“实现高质量发展，迈向下一个十年”的开幕演讲，解读了“消费”“技术”“文化”三个关键词在中国服装行业的深刻内涵与现实意义。他在发言中分享到：第一，消费升级，是创新跃迁的“发动机”。如何挖掘人口结构性红利，使我国的消费潜力得到进一步释放，是当下最应该着手的事情。第二，技术进步，是创新跃迁的“加速器”。中国纺织服装行业要充分利用科技的力量，化危机、求转机、占先机，建立新的创新优势。第三，文化自信，是创新跃迁的“能量源”。

孙瑞哲指出，实现创新跃迁，需要我们在具体的、特定的产业发展语境之下，以历史的、比较的、实证的视角，对创新要素进行新的基因组合与价值重构。这就需要我们以更大的智识与胆识、格局与担当，去有效调控变量，最大程度激发能量。

随后，在“SUMMIT 增长峰会 逆增长：流动、流行、流量”，“SUMMIT 体验峰会 超预期：如何持续创造惊喜”，“SUMMIT 青年峰会 后物欲：小数据里的大市场”，“创诣大会 再生产：观念、材料、语言”以及闭幕对话环节上，来自服装、科技、互联网、公共管理、咨询管理等多领域的行业专家分别进行了多维度、多焦点的主题演讲，探讨站在新的十字路口，如何聚焦下一个十年。

最后，陈大鹏发表了主题为“未来，中国服装企业要提升三个能力——科技创新力、文化创造力、可持续发展能力”的演讲，为大会进行总结。他说，中国服装产业经过改革开放40年发展走到今天，过去所依托的禀赋、条件和环境已经发生了巨大的变化，面对新一轮科技革命的爆发、消费变革的加快，面对着百年未有之大变局，服装产业要实现创新的跃迁，实现高质量发展，需要不断地去提升三个能力：一是科技创新的能力，二是文化创造的能力，三是可持续发展的能力。

论坛还举行了第十一届非凡时尚人物颁奖盛典。

直击 | DIRECT

上海陆家嘴金融城试点“旧衣零抛弃”互联网+

近日，中国纺织工业联合会联合上海陆家嘴金融城，在陆家嘴金融城理事会绿色金融专业委员会和世界自然基金会(WWF)支持下，将升级版“旧衣零抛弃”产业链行动引入上海，共同建设基于“互联网+”的智能化废旧纺织品资源化利用公共服务平台试点，带动上海城市废旧纺织品智能化回收网络建设，助力上海推进生活垃圾分类回收体系与再生资源回收处理利用两大网络的系统融合；同期，陆家嘴金融城“衣衣布舍”旧衣资源化楼宇行动启动，从产业化和全价值链角度支持上海深化“垃圾分类就是新时尚”行动。

中国纺织工业联合会副会长孙淮滨表示，上海有2418万人口，按照每年每人抛弃3~5件衣服计算，约有8000万~10000万件左右，而这些旧衣物如果能够通过分类回收，通过工业化分拣，作为工业原料进行循环利用的话，不仅能减少资源的浪费，还将减少大量的天然纤维和化学纤维原料的进口。中纺联推出“旧衣零抛弃”行动，旨在打通时尚产业链建设生态工业体系来推动时尚纺织行业的废旧资源再利用和无害化处置，减少纺织行业的环境影响。随着行动深化，大数据中心作为废纺从回收到再利用追溯体系的硬核需求逐渐明晰且条件开始成熟。

当天，中纺联环资委与陆家嘴绿专委共同发出了“旧衣零抛弃”建设废旧纺织品资源综合利用公共服务平台（大数据中心）试点行动倡议，号召城市与产业有效协同，全面深化垃圾分类回收工作，坚持源头减量、全程分类、末端无害化处置和资源化利用，调动全民参与的积极性，让垃圾分类成为新时尚，更好推动城市特别是陆家嘴地区的高质量发展，创造高品质生活。（徐长杰）

碳纤维高速纺丝技术迎新突破

3月29日，威海拓展纤维有限公司和北京化工大学共同承担的“高强型碳纤维高效制备产业化技术项目”顺利通过验收。专家组一致认为该项成果具有完全自主知识产权，通过干喷湿纺工艺生产GQ4522级(T2700S、CCF700S)碳纤维，实现了500米/分钟级原丝纺丝速度的稳定运行，产品经碳化后各性能指标及其稳定性与国际T700S级碳纤维相当。

鉴定会由中国纺织工业联合会组织召开，中国工程院院士孙晋良、俞建勇等7名专家组成的专家委员会考察了生产现场，听取了公司项目成果汇报，对研究成果给予了高度评价。

该项目是中国纺织工业联合会和山东省碳纤维技术创新中心的立项课题，由威海拓展和北京化工大学借鉴国家863计划“湿法纺丝制备CCF-3型碳纤维产业化技术开发”的关键技术，针对现有国产T700S碳纤维存在的纺速、稳定性问题开展项目研究。

经专家鉴定，项目开发成功的500米/分钟级纺速生产高性能碳纤维的纺丝技术为国内率先突破，总体技术达到国际先进水平，鉴定委员会一致同意通过鉴定。威海拓展碳纤维产品也已应用于某型号固体火箭发动机壳体，以及航空、兵器等领域。此次验收具有重要意义，威海拓展突破的500米/分钟级的纺丝关键技术，促进了国产碳纤维干湿法纺丝技术的提升，有利于进一步降低干湿法碳纤维的生产成本，有利于国产碳纤维的进一步推广应用，在本行业将具有示范引领作用。

本项目产品在军民融合领域的示范应用，不仅支撑了关键武器型号的研制需要，也将不断满足高端工业装备领域的应用需求，为威海拓展进一步开发市场提供有力条件，对公司未来经营业绩产生积极影响。（张文）

地方 | REGION

新贸易推动新丝路 新生活引领新时尚

2019 海丝海博会即将举办

4月18~21日，第五届中国（泉州）海上丝绸之路国际品牌博览会（简称品博会）将在福建省泉州市石狮服装城举办，第二十二届海峡两岸纺织服装博览会（简称海博会）暨2019石狮国际时装周将同期举办。

2019海丝海博会将以“新丝路、新合作、新生活”和“时尚石狮，魅力海丝”为主题，承续“两岸、规模、专业、休闲、时尚”的思路，通过举办各类国际商务活动，加快对接“一带一路”经贸合作区，进一步拓展新兴市场和国际商品进出口业务，助力石狮高质量推进“创新转型、实业强市”。

第五届品博会展览面积26000平方米，共设700个国际标准展位。为促进与海丝沿线国家及地区的经贸文化交流合作，本届品博会首设主宾国海丝元素精品展区。今年马来西亚成为主宾国代表，展会期间，将开展马来西亚文化展演，充分展示主宾国丰富的文化特色。

第二十二届海峡两岸纺织服装博览会以“时尚石狮、魅力海丝”为主题，主展区规模达4.5万平方米，市场展区规模达65万平方米。去年9月底，石狮服装城从全国38个申请市场中脱颖而出，成为

福建省唯一一个获批的国家市场采购贸易方式试点，为石狮推进“创新转型、实业强市”带来了新机遇。展会期间，主办方将向全球采购商大力推介石狮服装城市场采购贸易方式试点政策及措施。

经过9年的探索积累与发展，石狮国际时装周已从单一的时装作品发布平台，升级为贯穿整个时尚产业链的综合运作平台。2019石狮国际时装周将以“匠心设计 创新时代”为主题，推出17场时装秀，以创新时代为引擎，推进“闽派服饰”转型发展，打造休闲服装产业闭环的时尚盛宴。今年的时装周在原基础上优化设计组合，汇聚设计英才，设置了不同专题日吸引买手、企业及设计界人才参与。此外，高校优秀服装作品发布、闽港服装设计大赛等相关配套活动，为设计师打造专业交流和切磋技艺的平台，挖掘新生力量，为中国原创设计注入新鲜的血液。

2019年海丝海博会三展联袂，将以海为媒，从城市、产业、时尚三个不同的维度向世人展示一个全新的石狮，向全球推介一个富有时代精神的现代化泉州，进一步彰显海上丝绸之路历久弥新的热情与活力，推介新贸易，引领新时尚。（万喆）



往届海丝海博会现场。

品牌 | BRAND

什么造就了歌莉娅女装近年快速上位？

歌莉娅女装一直以“旅行就是活出美丽”深入人心，今年夏季第3站澳大利亚袋鼠岛如约而至。记者近日走访了位于广州的歌莉娅总部，体验品牌“诚衣时尚美学”的幕后故事。

歌莉娅负责人分享了“诚衣”的理念，即选用高品质面料，以诚实的定价销售，不在价格上打埋伏，客人只需要考虑是否喜欢，要告诉消费者“好的品质没有那么贵”。这种策略打动了很多懂品质有要求的消费者，加上非常吸睛的“绿野星踪”独创门店形象，令歌莉娅的业绩在去年异军突起。

“诚衣”理念除了高品质与性价比，还在幕后的各环节落地，“诚衣时尚美学”的贯彻使产品和品牌的质感都逐步得到了升值。

歌莉娅的研发团队由拥有多个国际奢侈品牌设计及管

发挥特色优势，做精做强陕西纺织

3月29日，陕西省纺织行业协会2019年第一次会长办公扩大会在陕西长岭纺织机电科技有限公司召开，陕西省纺织行业协会会长田福海、执行会长王树钦、副会长兼秘书长严家民，以及来自全省近40家纺织服装行业相关企业、高校和科研院所的领导参加会议。

会上，田福海强调，陕西纺织一定要以“时尚”为抓手，以服装设计为龙头，充分发挥陕西纺织在棉纺、毛纺、服装、民族服饰、科研和人才等方面的优势，积极吸引东部产能落地，培育发展产业集群，进一步提高陕西纺织的品牌竞争力。希望陕西纺织要有信心，要有发展思路，团结起来，共同努力，真正做精做强陕西纺织工业。

陕西长岭纺织机电科技有限公司总经理雷涛介绍了长岭纺电近年来的发展历程及在管理创新、科技兴企和精益制造方面的成果。长岭纺电通过坚持不懈地狠抓科技创新、始终将市场与服务、管理与创新相结合，不断推出新产品和新技术，增强了企业发展动力。

王树钦介绍了陕西省新型纺织机械研发战略联盟和陕西省新型纤维研发战略联盟工作开展的相关事宜。陕西省纺织行业协会和西安工程大学旨在通过两个战略联盟，发挥高校资源优势，满足企业发展需求，助推陕西纺织服装行业的发展。

陕西省蚕桑丝绸协会副会长兼秘书长刘洋在会上全面介绍了陕西蚕桑丝绸行业在全国的地位及重点企业的生产经营情况。他表示，陕西丝绸行业协会要加强和陕西省纺织行业协会的密切合作，使全省丝绸企业融入到大数据产业链中，并做到和全省纺织服装企业的资源共享和优势互补，为做精做强陕西纺织做出贡献。

会议增补了陕西吉致时装有限公司和西安独秀服装有限责任公司为副会长单位。在信息交流环节，与会代表介绍了各自单位一季度生产经营情况及需要解决的难点问题。（秦阳）



歌莉娅一直践行“诚衣时尚美学”的理念。

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

浙江
调研组

组长：
中国纺织工业联合会会长
孙瑞哲



以匠心与创新 谱写纺织服装产业新辉煌

闫博 / 文

浙江调研组深入走访了 5 家企业，召开了 1 场座谈会。孙瑞哲指出，调研中看到了温州男装产业的沉稳大气，也感受到了温州女装产业的时尚多变。行业龙头在引领创新，新兴力量在蓬勃发展，一个生机勃勃的温州纺织产业正在蓄势崛起。

3 月 14 ~ 15 日，由中国纺织工业联合会会长孙瑞哲带队，中纺联副会长、中国服装协会会长陈大鹏，中国纺织建设规划院院长冯德虎，中国服装协会常务副会长杨金纯，中国纺织信息中心产业经济研究室副主任闫博组成的调研组深入温州，走访了 5 家企业，召开了 1 场座谈会，对温州服装产业发展有了较深入的认识。

温州是中国服装名城。作为改革开放以来中国民营经济起步最早、发展最活跃的区域之一，温州服装企业蓬勃发展，在中国纺织工业版图中占有举足轻重的位置。据统计，2018 年温州拥有规模以上服装企业 192 家，实现主营业务收入 263.1 亿元，同比增长 18.1%，实现利润总额 25.8 亿元，同比增长 40.2%。其中工业销售产值超亿元的达到 28 家，超 5 亿元的有 3 家，超 100 亿元的有 1 家。

规模企业勇于担当，积累强大竞争优势

3 月 14 日中午，调研组首站来到了夏梦·意杰服饰有限公司。公司于 2003 年由中国夏梦服饰有限公司和意大利杰尼亚公司（Ermenegildo

Zegna）合资成立，是一家专业生产高端男士西服套装及系列男装的服饰企业，同时也是温州最早一批进行国际化运营和引入信息化系统的企业。公司董事长陈孝祥向调研组介绍了与杰尼亚合作以来公司的发展情况与心得体会。

他表示，国际化合作给企业带来最大的一项改变是规范化的运作与经营。企业从 2003 年就开始全员按实际工资收入缴纳社会保险，远高于现行的最低工资收入、30% 员工缴纳的政策要求。多年来“勇于担当，负重前行”，提升了企业的运营效率和能力。在经营环境日益规范的今天，充分履行社会责任使得企业蓄积了强大的竞争优势。企业高度重视产品品质，将主要精力放在加工制造上，这使得夏梦品质正成为新时期服饰行业的质量标杆。

调研过程中，孙瑞哲十分关心夏梦自主品牌的发展状况，对此，陈孝祥介绍了从原有夏梦品牌逐渐退出的缘由、当前正在进行的探索，以及未来品牌建设的规划。库存是商务品牌建设和运营的核心问题，夏梦正在通过模式创新探索成衣零库存，做到店面即仓库。目前公司在上海试运营一家旗舰店，模式成熟后将进行全面推广。

调研组对夏梦专注品质的初心、精益求精的匠心、国际化的探索、高规范的经营，给予了充分肯定。孙瑞哲指出，随着社会经济的发展，一个更加公平的产业发展环境正在形成。民营经济与国有经济、内资与外资、线上与线下、新经济与传统经济将更加公平地展开竞争，恶性竞争的现象会越来越少。他表示，像夏梦这样重视社会责任、高标准规范经营的企业未来将具备更大的发展潜力。

新形势下，积极探寻创新路径

调研的第二站是温州风笛服饰有限公司。风笛是一家集自主开发、生产、销售为一体的中高端时尚女装和高端童装的品牌经营型企业。作为温州最早一批女装企业，公司是差异化、错位发展的杰出代表。总经理王建珏介绍说，多年来企业一直重视产品设计、款式创新和自主品牌建设，其女装品牌“Bagpipe 风笛”主要面向 30 ~ 40 岁都市新女性，是中国女装 50 强。

企业的童装品牌“ff&dd”定位高端，市场反响良好，业务开始渐入佳境。

3 月 15 日下午，调研组来到报喜鸟控股股份有限公司开展调研。董事长吴志泽与调研组深入沟通了报喜鸟的运营情况和发展规划。作为行业领军企业，报喜鸟坚持创新发展，是行业的探索者、先行者和引领者。面对新形势，报喜鸟探索出了一条“个性化定制、规模化生产、品牌化营销”的转型发展之路。

企业创建了以“MTM 智能制造透明云工厂”为主体、以“私享定制云平台”和“分享大数据云平台”为两翼的云翼互联智能制造架构体系。这使得企业生产效率提高 50%，全品类服装定制时间从下单到交付由每套平均 15 天缩减至 7 天。同时，物耗下降 10%，能耗下降 10%，生产人员精简 10% 左右。近年来，企业着力强化品牌建设和营销渠道建设，加快提升品牌影响力和核心竞争力，成立了报喜鸟、宝鸟和凤凰国际等三大本部进行企业运营，自主品牌、团购职业装和校服品牌、国际化品牌齐头并进。公司渠道不断丰富，形成了线上线下销售与体验相互支撑的良好局面。对于近年来报喜鸟的发展，调研组给予了高度肯定。

随后，调研组来到了东蒙集团有限公司。该公司是一家集面料开发、高端男装 ODM、智能化服装生产设备、高级定制、品牌运营、国际贸易等业务于一体的集团企业。东蒙董事长池慧杰就品牌发展、功能面料、装备方面向调研组进行了介绍与展示。企业在休闲西服的基础上，不断进行产品创新，推出了便西、便装、便裤等新品类，正逐步成长为国内高端男装 ODM 标杆企业。同时，企业积极研发自动裁床、自动缝绉设备、智能面料辅料储存系统、智能悬挂储存分拣系统、店铺零售管理和供应链管理系统等，为品牌个性化开发和快反交付提供整体解决方案。东蒙服装智能化生产研究院获批了浙江省级重点企业研究院。

15 日傍晚，调研组专程调研了欧陆天使 &D-HARRY 旗舰店。该店隶属的上海嘉韩实业有限公司的产品是温州女装品牌的后起之秀，是创新创业大潮中成长起来的新兴时尚力量。公司总经理叶洁热情地向调研组介绍了公司的发展现状和未来远景。嘉韩实业成立于 2005 年，是一家集专业设计、生产、销售、品牌管理于一体的女装企业。目前，拥有 EUROANGEL、D-HARRY、your moon 媛慕高级定制、Y-61 亲子电商潮牌等四大品牌，以时尚成衣、骑士复古、礼服定制等为不同定位，在消费者中有很高的辨识度和认可度。其中，EUROANGEL、D-HARRY 两大品牌在全国有 150 余家专卖店（柜），嘉韩实业正向着国内一线商旅时装品牌及国际知名女装品牌快速成长。

迎来新发展，温州纺织产业蓄势崛起

调研期间，调研组还与温州当地纺织企业及供应商代表举行了中纺联春季调研温州座谈会暨 2019 中国商务男装圆桌论坛。会议由中纺联副会长、中国服装协会会长陈大鹏主持。

温州市服装商会会长、东盟集团董事长池慧杰首先介绍了温州纺织服装产业的基本情况。他指出，温州服装产业增长很好，但从总量看发展慢于预期，有优秀企业外迁的现象。2017 年中国服装协会把中国服装时尚定

制示范基地授牌温州后，时尚定制快速发展，给当地企业带来了理念变化。企业开始提升设计、智能制造和管理能力。市场变化也为温州区域品牌提升与服装品牌发展带来新机遇，温州服装正迎来新发展。

浙江乔顿服饰股份有限公司董事长沈应琴表示，随着中国经济崛起，推广中国人的着装文化，让商业精英在世界舞台上更好展现自我，中国服装人责无旁贷。他介绍了中国商务男装研究中心的基本情况和浙江乔顿服饰股份有限公司的行业实践，并对当前男装企业面临的挑战和压力进行了分析。面对未来，沈应琴充满信心，“追求品质、不断创新，持续提供精品的制造业将永葆活力”。

山东南山智尚科技股份有限公司董事长兼总经理赵亮、温州文迪服饰有限公司董事长杨峻、浙江三德纺织服装有限公司总经理江璇、温州庄吉服饰有限公司总经理吴邦东、浙江凯蕾服饰有限公司董事长黄瑞东、法派集团董事长彭星、湖北迈亚毛纺有限公司董事长高飞、力克系统副总裁徐一振、浙江功针服饰有限公司董事长杨秋薇、夏蒙服饰董事长陈孝祥、联想创投集团大数据副总经理徐俊、盛景网联创新研究院院长陈勇等企业家和专家结合自身的行业实践，分别介绍了企业经营情况、未来规划、遇到的问题和发展诉求等。在亲切友好的氛围下，与会人员各抒己见，充分交流，激发了智慧，形成了多重共识。

会上，冯德虎表示，温州已经树起了中国商务男装的大旗，如何链接未来，非常关键。要找准市场定位、理解 90 后的 DNA，这需要集成活数据、小数据与大数据。要打好基础，强化柔性生产、精益制造培训，迎接 5G 时代的到来。

孙瑞哲高度肯定了温州服装产业为发展所做的努力和取得的成就。针对企业的一些感慨与思考，孙瑞哲说：“面对问题，首先要判断我们能够改变什么，不能改变什么。我们改变不了互联网语境下生活方式、生产方式的巨大变革，改变不了消费者追求物美价廉、爱美的心。大趋势不可逆转，要顺势而为。我们能够改变的是社会对行业的认知、政府政策的导向，以及我们自身。”孙瑞哲指出，中国纺织工业是最有潜力率先跨入世界制造强国行列的工业部门之一，多年积累的竞争优势在 20 ~ 30 年内没有任何国家能超越。纺织服装行业是解决就业的重要行业，是中国第一大净出口创汇产业。但目前，行业的贡献和社会认知之间存在巨大落差。制造能力和更好满足消费需求之间还有一定距离，因此，企业有很多事可以做。要创新驱动、提效率、增柔性，要改变审美对外依附，建立文化自信，要绿色发展、生态和谐。

针对本次座谈会的主题“新制造，链未来”，孙瑞哲分析，新制造，就是智能制造、绿色制造、服务制造，同时要有工匠精神；链未来，就是要链接产业链上下游，链接政产学研用，链接跨界资源。

他进一步谈到，在调研过程中，我们看到了温州男装产业的沉稳大气，也感受到了温州女装产业的时尚多变。在温州这片改革开放的热土，智能化的生产与定制化的匠心在这里融汇，国际化的经营与本土化的智慧在这里结合，义利相和的传统与社会责任的理念在这里交辉。行业龙头在引领创新，新兴力量在蓬勃发展，一个生机勃勃的温州纺织产业正在蓄势崛起。TA





中纺联驻潮州传统工艺工作站成立以来，通过各方的协调配合和共同努力，取得了丰硕成果。

全面提升潮绣知名度和影响力

中纺联驻潮州传统工艺工作站建立两年成果丰硕

本刊记者 _ 徐长杰

3月22日，中国纺织工业联合会驻广东潮州传统工艺工作站2019年度工作会议在潮州召开。会议对2018年潮州工作站的工作以及建站两年来的发展进行了全面总结，认为潮州工作站通过各方共同努力达到了预期目标，使潮绣等潮州纺织传统文化与传统工艺的知名度和影响力得到全面提升。

中国纺织工业联合会副会长孙淮滨，潮州市委常委赖建华，中纺联驻广东潮州传统工艺工作站站长张家洲，潮州市文广旅体局副局长黄奕湘，潮州市文化馆馆长潘亚顺，名瑞集团董事长蔡民强、副董事长李春亮等出席了工作会议。

会议在充分肯定成绩的基础上，分析了工作站发展过程中存在的不足和面临的问题，提出2019年工作目标和任务：进一步发挥非遗传承人群及品牌企业的示范引领作用，以点带面促进潮州纺织传统工艺的整体提升和创新发展。

建站两年：稳步推进、重点突出

中纺联驻潮州传统工艺工作站于2017年3月批准成立，7月10日正式挂牌。2018年是潮州工作站建站的第二年，通过各方的协调配合和共同努力，潮州内容站取得了丰硕成果。

2018年，潮州工作站依托纺织工业与科技产业、时尚产业、绿色产业相融合的强大产业基础，结合潮州传统纺织工艺发展实际，充分发挥当地品牌企业和非遗传承人的示范和引领作用，在潮州传统文化与传统工艺研究、研习研培、展示展览、宣传推广、国际交流、创新发展等方面开展了大量卓有成效的工作。具体内容如下：

（一）品牌活动打造潮绣文化新名片

1. 非遗传承人对话活动传承经典。2018年9月26日，“传承经典、绣美潮州”潮州刺绣非遗传承人对话活动举行。通过组织潮州纺织非遗传承人、从业者、设计师、品牌企业、相关机构代表及专家学者进行现场考察和对话交流，深入探讨了如何推进潮州传统工艺在服装、家纺、文旅等领域产品的设计开发与创新应用，如何加强非遗产品生产和商业渠道建设等话题。

2. “锦绣丝路—中国精品刺绣艺术展”海外巡展走进莫斯科古姆商场。2018年2月8日，“古姆商场喜迎中国春节”活动在莫斯科古姆商场举行，作为其重要活动之一的“锦绣丝路—中国精品刺绣艺术展”，让莫斯科市、俄罗斯甚至全世界都更加

了解中国刺绣文化，促进了中俄两国的文化交流。

3. “锦绣丝路—中国精品刺绣艺术展”海外巡展赴曼谷。2018年5月6日，由曼谷中国文化中心、中国文化部中外文化交流中心与名瑞集团中国刺绣研究中心共同主办的“锦绣丝路—中国精品刺绣艺术展”海外巡展在泰国曼谷中国文化中心拉开帷幕。展览过程中，两位中国的资深绣娘与泰国的60多名刺绣爱好者进行交流，充分展示了中国刺绣女工的高超水平。

4. 联合首创非遗创新发展平台举行“遗珍雅韵”非遗专场拍卖会，潮绣精品《仿古正面圆龙》获全场最高价。2018年10月28日，拍卖会在北京柒号书院举行，创作于1988年的潮绣《仿古正面圆龙》最终拍出全场最高价——12万元人民币。

5. “2018潮州国际刺绣艺术双年展”举办。2018年12月20日，“2018潮州国际刺绣艺术双年展”在潮州举行了开幕仪式。双年展以生活·时尚、传承·振兴、融汇·超越三个专题，荟萃了国内外艺术家、国家级刺绣“非遗”传承人、工艺美术大师、时装设计师、少数民族刺绣“非遗”传承人、相关高校师生以及刺绣爱好者的约250件作品。

（二）研习研培更加注重针对性

1. 第二期潮绣研习班面向应届毕业生。2018年3月20日，中纺联驻潮州传统工艺工作站服装钉珠刺绣第二期研习班开学，研习班共招收30人，以应届大专校毕业生为对象，学习时间共8周。

2. 第三期潮绣研习班面向技校服装班毕业生。2018年7月，正值毕业季，各校人才纷纷涌入社会，潮绣研习班迎来了第三期的开班。第三期研习班的学员，主要是来自潮州高级技工学校服装班的应届毕业生，共计20余人。通过研习班的学习，学生们在刺绣技艺上得到精进，工作站还为他们提供了工作机会。

3. 饶平大新溪村珠绣培训班重在扶贫。中纺联驻潮州传统工艺工作站饶平大新溪村珠绣培训班于2018年7月18日开班，学员以村里的30~40岁贫困人员为主。期间，资深刺绣老师为学员讲解珠绣制作的知识，通过培训，学员们学习到非遗刺绣技艺，掌握了一项谋生技能。

4. 清华大学深圳研究生院学生体验潮绣魅力。2018年11月24日，主题为“刺绣·家”的刺绣参观学习交流活动在名瑞刺绣博物馆举行。潮州工作站与清华大学深圳研究生院共同研究了切实可行的传统手工技艺文创产品设计开发的长期培训计划。

（三）产品渠道突出创新

创新产品设计和商业渠道建设是潮州工作站2018年的一项重点工作。2018年春节期间，潮州工作站在京东推出具有祝福寓意设计的“年味潮绣伴手礼”线上销售，效果良好。

同时，名瑞成功开设潮绣第一家机场店（揭阳潮汕机场店），成为潮绣产品加强渠道建设的成功探索与实践，通过巨大的客流量，“中华瑰宝”潮绣之美传遍神州，惊艳世界。

此外，2018年潮州工作站还与首创非遗创新发展平台合作开设非遗奥特莱斯品牌店，将潮绣传统工艺与时尚服装家纺等产品设计相结合，推出更多适合时尚高端消费群体喜爱的产品，为更多潮绣精品提供高端展示与销售的平台。

（四）宣传推广卓有成效

1. 腊月廿四“书春日”潮绣“绣”春联。2018年2月9日，“书春日”大型媒体行动开展，并进行了大型多点长时段移动直播。潮州是此次媒体活动中的一个连线地点，9位名瑞的潮绣传承人和1位新生代的潮绣学艺人在许驸马府内，用刺绣的方式绣春联，以潮绣文化为纽带，与主会场实现了联动。

2. 2018年“文化和自然遗产日”央视一套特别节目《非遗公开课》展示潮绣龙凤褂裙。2018年6月8日，《非遗公开课》在中央电视台综艺频道首播。节目中，潮绣龙凤褂裙惊艳亮相，展示了新时代非遗为现代生活带来的魅力。

3. 央视音乐频道《2018星光璀璨演唱会》之《唱响新时代元宵特辑》展示龙凤褂裙和刺绣婚纱晚礼服。2018年3月2日，潮绣文化——名瑞龙凤褂裙和刺绣婚纱晚礼服再次登台。嫁衣的美与礼服的韵相得益彰，灵动的走秀表演，为服装上的刺绣带来了生命力。

4. 第二届中国纺织非遗大会开设潮州工作站展区。2018年11月15日，第二届中国纺织非物质文化遗产大会在北京古北水镇举行，潮州工作站作为大会协办单位开设展区，展示潮绣非遗传承品牌、手工刺绣工艺品——名瑞龙凤褂裙、龙凤团绣架以及精品刺绣。

5. 第一届“品牌非遗大会”展示潮绣龙凤褂裙。2018年7月26~28日，广东第一届“品牌非遗大会”在广州大剧院举行。中纺联驻潮州传统工艺工作站应邀参加并展出了名瑞潮绣龙凤褂裙、潮绣龙凤团挂屏与潮绣绣架及手工刺绣婚纱。

6. 2018广东时装周展示潮绣精湛工艺与时尚风采。2018年3月22日，“比音勒芬特约：第四届城市画报·新势力大奖暨2018广东时装周·春季闭幕式”举行。此次展示的名瑞龙凤褂裙与刺绣婚纱晚礼服，通过传统与创新的相互碰撞，将刺绣运用到不同服饰的设计中，从不同的角度体现非遗之美。同期，潮州工作站与相关单位举行了“广东纺织服装非遗保护与传承”战略合作签约仪式。

（五）学术研究持续推进

2018年，组织研究编撰潮绣专著作为中纺联驻潮州工作站一项重点工程项目持续推进并取得阶段性成果。潮州传统工艺工作站自2017年已经开始计划出版关于潮绣的专著，工作站依托中纺联中国刺绣艺术研究院权威的研究力量，对潮绣的发展脉络和独家针法工艺进行了系统性的研究，有

序进行着史料收集整理研究工作。

潮州刺绣根源于潮州当地的寻常百姓家。记载涉及潮绣的古籍宝典，有些被历史博物馆、图书馆收藏，有些被潮绣专家学者典藏，为了寻找这些古籍，老师们亲自前往拜访考证，对古籍中记载的潮绣文字——进行考证与分析，并拜访请教现存的潮绣刺绣艺人。

潮州刺绣在长期的历史演变中，针法丰富多彩、变化多姿，形成绣、钉、垫、贴、拼、缀六大技法，潮绣一般在绣面上根据题材和物象而施技，这些技法的运用难度大、技术性强，但又最能表现物象，是对中国刺绣技法的一大贡献。采用这些技法绣制的物象，在绣面上微微浮起，栩栩如生，绣制而成的物象浮起的高度达到三至五公分，呼之欲出，具有强烈的浮雕感。

写作团队请教现存的技艺高超的潮绣老师傅讲述潮绣针法，系统梳理潮绣一整套针法理论，按照针法的流程，将针法一字一句地论述，突破性地填补了潮绣针法理论的空白。潮绣专著计划于2019年完成并出版发行。

面向未来：保持特色、创新发展

（一）丰富传承人对话活动

在成功举办2018“传承经典、绣美潮州”——潮绣非遗传承人对话活动的基础上，2019年继续开展非遗传承人对话活动。活动以“融合创新、传承潮绣”为主题，时间拟定2019年下半年，主要形式为论坛+参观体验，参与人员构成以工作站相关部门为主，人数拟定100人。

（二）完成专著编辑出版工作

在2018年潮州工作站持续推进并取得阶段性成果的基础上，完成首部潮绣专著编辑出版工作。

（三）做好宣传推广及展示展览

结合中国纺织非遗大会、纺织服装专业展会、时装周、海外巡展等重大展示展览活动，深入推广宣传潮州刺绣文化与技艺。

（四）“走出去，引进来”促进交流

通过“走出去，引进来”加快推进潮州工作站对外交流合作，带动潮州纺织传统工艺整体性提升和品牌化发展。引入对潮州纺织传统工艺有研究或设计开发应用的纺织服装品牌企业，与当地纺织传统手工艺企业及传承人建立“潮州纺织传统工艺创新联盟”，促进纺织传统工艺更加深入、广泛地运用于现代纺织服装设计与制作，争取形成充分运用非遗，体现中国自信、中国风格、中国气派的独立品牌。

中纺联驻广东潮州传统工艺工作站成立两年来，以潮州刺绣为重点，集合行业优势资源，积极举办培训班，参加展览展示，大力培育非遗品牌，参与非遗宣传，推动非遗文化走进校园，在振兴传统工艺、推动潮州市传统手工艺发展与传承上做了大量卓有成效的工作。2019年，工作站各项工作将面向新时代、新需求，为传承人提供交流平台，引导供给和需求相衔接，推动非遗更好地融入当代生活，促进潮州传统工艺实现创新性发展。**TA**



加速推广纺织废水零排放技术

“点亮未来”纺织印染废水零排放少排放技术成果推广活动于常熟举办

本刊记者 _ 郝杰 文 / 摄

随着环保政策的日趋严格，纺织印染行业面临着极大的挑战，印染也是行业高质量发展的痛点所在。高效低成本地解决纺织印染废水问题是实现纺织绿色可持续发展的当务之急。从目前相关处理技术现状及行业发展前瞻性研究态势看，印染行业绿色生态化发展正在成为趋势。



本次推广活动所选的项目主要有两类，一类是末端处理，另一类是源头控制。

3月28日，由中国纺织规划研究会、中国纺织工业联合会行业发展部、常熟市工业和信息化局主办，常熟市纺织服装协会、常熟市印染商会承办的“点亮未来”纺织印染废水零排放少排放技术成果推广活动在江苏常熟市举办。活动得到了上海希孙环境科技有限公司、张家港三得利染整科技有限公司、江苏久吾高科技股份有限公司、常州安达环保科技有限公司等单位的支持。

中国纺织工业联合会原副会长、中国纺织工业联合会环境保护与资源节约促进委员会顾问杨东辉，中纺联副秘书长、中国纺织规划研究会会长李进才，中国纺织规划研究会执行会长、中国纺织建设规划院院长冯德虎，中国针织工业协会秘书长何华勤，以及常熟市副市长徐海东、常熟市印染高质量发展委员会办公室常务副主任陆云鹤、常熟市环保局总工程师刘家鹏、常熟市纺织服装协会秘书长归无忌、常熟市印染商会会长殷金华等领导 and 100余家印染企业代表参加会议。会议由冯德虎主持。

印染的标签不应是污染而是“生态”

徐海东在致辞中表示，目前，常熟纺织印染企业环保问题突出，制约了行业发展，也影响着生态文明建设，印染行业正处在高质量发展的关键时期。希望常熟印染企业通过此次活动，主动嫁接新技术，实现废水零排放、少排放，共同“点亮”印染行业高质量发展的未来。

杨东辉在致辞中表示，在我国整个纺织服装制造产业链中，印染加工是纺织加工制造中必不可少的一个中间产业。纺织印染废水治理关乎行业能否健康、可持续发展。这项工作不仅是环保行业的事，更是纺织行业的责任，实现印染水资源生态可循环利用、节能减排这项工作需要大家的支持，需要全行业共同努力。

李进才为大会作“2018年纺织工业经济运行分析”报告。他指出，2018年，我国纺织品服装内外市场表现良好，全国规模以上纺织企业工业增加值增速低位增长，全行业运行质效持续改善，全行业投资增速持续回升，主要指标呈现平稳运行态势。企业景气情况较为平稳，高质量发展特征逐步显现。

东华大学教授晏旦立作题为“生态印染与自然环境友好的印染行业”的专题演讲，并结合他和研发团队推广的“稀有金属催化氧化”、“类纳米曝气棒”等核心技术、成套技术工艺和装备的成果以及工程化应用实例，就印染行业解

决环境问题、实现绿色生态化技术发展态势做了分析。

作为此次活动组织者，中纺规划研究会常务副会长兼秘书长俞亦政在接受记者采访时表示，近两年来，在中纺规划研究会重点组织开展的产业发展前瞻性引领重点应用推广项目中，“印染零排放”一直被列为重中之重，本次推广活动所选的项目主要有两类，一类是末端处理，另一类是源头控制。通过本次活动，纺织印染废水零排放少排放项目的技术理念得到了宣传和推广，为今后印染行业水资源生态可循环利用、节能减排起到示范效应。

四项废水零排放技术已实现产业化

在会议零排放技术专题报告中，有4家企业分别从生产工艺、染色技术、新材料、设备等方面介绍了各自实现废水零排放的开发成果。

纺织印染废水零排放工艺

江苏久吾高科技股份有限公司是目前国内最大的、具有自主知识产权的膜工业龙头企业。五年间，公司帮助纺织印染、化工、造纸等企业成功解决了废水零排放工程30多项，其中有7项纺织印染零排放工程成功应用案例。该公司销售部经理王鹏在“纺织印染废水零排放工艺”专题报告中详细介绍了公司针对印染废水的零排放技术工艺特点及其工程应用。

微用水零排放多花色新型纱线连续涂料染色关键技术

张家港三得利染整科技有限公司在国内首次实现了纱线染色全流程的零排放，同时将常规染色与花式染色合一，打开了创意设计的无限空间。该公司副总经理李汝龙介绍了全新的绿色低碳染色技术——微用水零排放多花色新型纱线连续涂料染色关键技术。该技术生产过程绿色低碳，生产产生的微量废水经处理后全部回用，实现了纱线染色全流程的零排放。

无水印染成套技术工艺及装备

常州安达环境科技有限公司开发的高分子纳米无水印染不产生三废，而且减少三分之二人工，不仅提高了生产效率，各方面均达到市场要求，还解决了传统染色重污染、耗费大等难题，而且加工生产成本也比传统同类产品生产成本大幅度下降，取得了明显的经济效益和社会效益。该公司执行总裁庄嘉烽根据公司自主研发的涤纶织物纳米无水印染成套技术和装备的开发和应用，在会上作题为“无水印染成套技术工艺及装备”的专题演讲。

纺织品印花新技术与节能环保生产工艺联合研究工程

浙江美格机械股份有限公司董事长刘国方介绍了该公司的纺织品印花新技术与节能环保生产工艺。该技术采用水性印花墨水，实现了三项重大创新。一是转移印花系列；二是单双面直接布印花；三是采用了转移纸和转移膜的印刷和凹数一体机的高速印花工艺。

技术报告会，与会代表分赴绍兴海神印染制衣公司印染废水零排放少排放示范工程现场和浙江美格机械公司印花新技术项目示范基地绍兴互生纺织有限公司参观，实地了解零排放少排放技术项目的应用效果和工程建设等情况。TA

“纺织之光”科技奖新设技术发明奖

纺织之光科技教育基金会第三届第二次理事会在京举行

本刊记者 _ 郝杰 文 / 摄

4月1日，纺织之光科技教育基金会第三届第二次理事会在北京举行。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，中纺联副会长、纺织之光科技教育基金会理事长夏令敏，中国棉花协会原副会长林乃基，中纺联党委副书记陈伟康、纪委书记王久新，中纺联副秘书长、纺织之光科技教育基金会常务副理事长叶志民，中纺联副秘书长、科技发展部主任、纺织之光科技教育基金会副理事长彭燕丽，中国纺织服装教育学会会长、纺织之光科技教育基金会副理事长倪阳生，中纺联人力资源部主任、纺织之光科技教育基金会监事孙晓音，中纺联财务部主任、纺织之光科技教育基金会监事朱超，纺织之光科技教育基金会秘书长张翠竹，捐赠单位代表、中国产业用纺织品行业协会副会长李桂梅、上海子目相科技服饰公司总经理孔庆强等领导嘉宾以及纺织之光科技教育基金会理事出席会议。会议由夏令敏主持。

会议审议通过了2018年度基金会工作报告和财务决算报告、2019年度基金会工作计划和财务预算安排、2019年度调整的项目说明、2019年投资计划、修订部分管理办法，还进行了相关表彰，并安排了理事高级工作坊环节。

2018年是中国改革开放40周年，也是纺织之

光科技教育基金会正式注册成立10周年。叶志民从资金募集、项目开展、品牌传播和内部建设四个方面汇报了2018年的工作。截止到2018年12月31日，基金会资产总额12577.48万元，净资产12281.96万元，与上年同期相比增长2.04%。2018年，在宏观经济下行背景下，基金会收到价值791.41万元的捐赠款物。自1997至2018年底，基金会已重点支持表彰、奖励纺织科技奖1386项、应用基础研究55项、科技成果推广201项、针织内衣创新贡献奖101项、优秀教师和学生共计3851人、优秀教学成果奖1228项、全国纺织行业技术能手205人、技能人才培养突出贡献奖16人及23家获奖单位，公益支出超过8000万元。

对于2019年的工作，叶志民提出，基金会将紧密围绕纺织行业科技进步和人才培养的目标，汇聚行业慈善力量，搭建行业慈善公益平台。

会议审议通过了基金会2019年预算。张翠竹介绍，2019年度安排预算支出1344.2万元，比上年实际支出1282.2万元增加61.9万元，增幅为4.8%。其中，科技类项目拟取消发放二等奖奖金，教育类项目、技能人才项目、爱心慈善类项目、综合类项目等业务预算支出均有所增加。



在2019年度调整的项目说明中，中纺联科技奖励工作将做出适当调整，修订科技奖励管理办法和细则。2019年，中国纺织工业联合会科学技术奖设立技术发明奖和科技进步奖，分别设置一等奖和二等奖两个等级，每年评审一次。全国纺织行业技术能手项目名称也将进行变更。

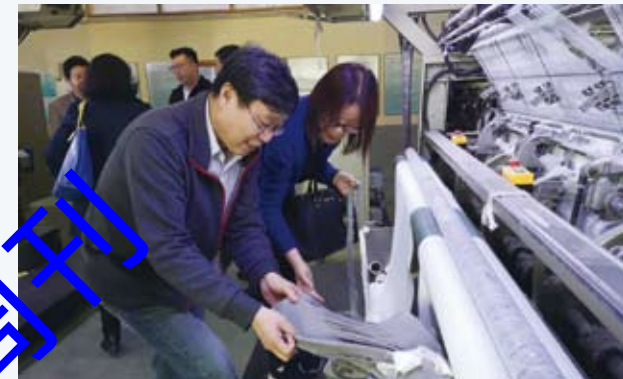
在表彰环节，会议对2018年和2019年前3个月捐赠单位、“纺织之光 助学圆梦”捐赠个人、第二届理事会期间“纺织之光”优秀联络人、2015~2018年优秀志愿服务单位和优秀志愿者进行了表彰，与会领导为获奖代表颁发证书。

在理事高级工作坊环节，国际公益学院副院长黄浩明从专业角度向与会者介绍了基金会的运作和创新，并回答了相关提问。TA

考察获奖技术成果推广应用

“纺织之光”考察组走访江南大学和江苏华宜针织有限公司

易芳 / 文



业化”项目及师生获奖人情况进行回访考察。

“纺织之光”考察组与江南大学教师学生代表开展座谈会。江南大学纺织服装学院党委书记张菁、党委副书记周云龙、副院长黄锋林，教育部针织技术工程研究中心主任蒋高明，江南大学纺织服装学院纺织系主任徐阳，以及“纺织之光”学生获奖代表参加了座谈会。

座谈会上，张菁介绍了江南大学纺织服装学院教学建设及教学成果情况，劳斌介绍了纺织之光科技教育基金会相关情况。蒋高明和徐阳阐述了教育教学工作、科研项目创新及纺织人才培养教育等。此外，考察组与学生代表对学习生活的交流。师生代表都表示，“纺织之光”教育教学成果奖对于纺织服装教育起到了积

极正面的激励作用，希望今后“纺织之光”能够对纺织服装教育工作起到更多更广泛的奖励扶持作用。

座谈会结束后，考察组参观了针织技术工程研究中心，对中心的重点研究成果和未来研究方向进行了交流探讨。

随后，“纺织之光”考察组来到江苏华宜针织有限公司，在董事长储云明、总经理储开元陪同下参观了经编全成形短流程生产线。

在交流座谈中，蒋高明从项目开发背景、先进性与独创性、公司未来发展规划、关键技术与突破、应用推广与效应等五个方面，对“经编全成形短流程生产关键技术及产业化”的实施情况进行了具体汇报；考察组与蒋高明、丛洪莲、储云明和储开元等围绕经编全成形技术的现状、发展定位和未来趋势进行了深入探讨。TA

纺织服装周刊



以时尚之眼， 参悟时代变革

中国国际时装周 (2019/2020 秋冬系列) 举办 (下)

本刊记者 _ 董笑妍 王振宇 刘萍 徐长杰 李江敏 陶红 吕杨 雷蕾 罗欣桐 / 文 关云鹤 / 摄

这是一个加快创新、不断变革的时代，艺术、科技、文化，从未如此深刻地交融在一起，各种新技术、新观念、新元素大量涌现，迅速吸引目光，又往往转瞬即逝。身处这样一个瞬息万变的时代，擅长捕捉各种信息的设计师们有了绝好的素材和场地，能尽情发挥、无限创意，才有了我们这届令人印象深刻的中国国际时装周。

3月25 ~ 31日，中国国际时装周（2019/2020秋冬系列）在京成功举办。7天时间里，时装发布、专业大赛、时尚论坛、新闻发布、商贸对接、专业展览等近百场活动集中“绽放”，250位来自国内外的优秀设计师华丽亮相，精彩纷呈，硕果累累。本季中国国际时装周在时尚展示的多元化、力推中国高定成果、注重本土原创设计、搭建商贸对接平台等方面的成效尤为突出。

融合时尚与艺术， 多元化多角度展现潮流

时尚秀场从来都是中国国际时装周最为精彩的看点。本季时装周上，来自国内外才华横溢的近百位设计师和品牌带来了风格各异的时尚发布会。其中既有 Beautyberry · 王玉涛、COTTON USA · 陈闻、GIOIA PAN · 潘怡良、COTTON USA · 刘薇、Grace Chen、盖娅传

说·熊英等资深设计师，也有 XINYUHU · 胡馨予、CHICCO · 毛宝宝、ANNBOO · 安博、LUYANG BY YANGLU · 杨露、Vspatio · 郝利伟等新锐设计师。在色彩斑斓、变幻多姿的设计作品之中，永恒不变的是他们对于艺术的追寻，对于原创的坚守，对于传统文化的发掘与探索。

对于国潮的演绎也成为此次时装周的看点。对于设计师们而言，潮流从来都不是传统的对立面，以传统之形发时代新声，一向是设计师的拿手好戏。他们以一种更加前卫且自由的方式演绎传统，嬉笑怒骂之间，尽显个性。10+3 Remix 发布会上，初式·张国钦通过仙鹤图腾的大面积刺绣表现出属于“Z世代”的时尚态度，纯正的红黄搭配给人以强烈的视觉冲击；来自 fashionllaabb 的年轻设计师们也恣意展现着新新人类的时尚穿搭。

在东西融合的背景之下，越来越多的设计师意图

探索能够融汇中西、贯通古今，又新颖独特、个性十足的时尚。东方的“意”与西方的“形”如何结合，是不少设计师经常思考的问题。CHICCO · 毛宝宝通过中西结合的设计手法突出女性独立精神，高高耸起的肩膀暗示着女权力量，醒目的品牌 LOGO 更具街头气息；XINYUHU · 胡馨予延续前卫、舒适、简洁的设计风格，运用多种设计手法诠释了男士实用美学的独特魅力。可以说，本次时装周，设计师们的作品不但紧跟潮流，还更具突破性，他们创意无限，令人耳目一新，展现着中国时尚设计的新风貌。

高级定制代表时装界的最高水准。本季时装周，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）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袂呈现了“绽放·中国高级定制匠心艺术展”。10位设计师的经

典高定时装作品与精彩绝伦的“京八件”宫廷手工艺品交相辉映，以不同的语言载体，诠释着东方之美和匠心之魂，以更加直观的形式为中国高定“追根溯源”。

高定展不仅展现出高定设计师的精妙技艺，亦体现出中国高定行业对于传统文化的传承精神与勇于创新的精神，对中国高定行业的发展起到有力推动作用。

中国服装设计师协会主席张庆辉表示，高定展成功举办更加强化了中国国际时装周的文化属性。“中国国际时装周的使命之一是不间断推动中国服装设计师成长成熟并与世界接轨，在这个过程中不断捕捉、挖掘、传承中国传统文化中最为璀璨并能够被现代人所接受的精髓。在追求中国时尚话语权的过程中，对于文化的演绎与传承至关重要。”

聚力多方资源， 培育原创设计力量

张庆辉说：“每一季中国国际时装周上，都会涌现出设计新锐、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，一直都是中国国际时装周工作的主基调。”本季时装周延续了以往特色，通过平台优势汇聚多方资源，不断发掘与培育原创设计力量，不仅强化了专项大赛的功能与价值，提升了 10+3 SHOWROOM 的遴选标准与商业对接，还启动了“城市之光”时尚名城造星计划，联动各大时尚城市共同推介年轻设计力量。

每年的 10+3 SHOWROOM 都是中国国际时装周上的重头戏之一，诚意满满的静态展示、时装发布、买手订货与沙龙对话等活动继续担当起筑梦师的角色，为新锐设计师们的设计梦想助力。

首次启动的“城市之光”时尚名城造星计划是本季时装周上备受关注的焦点。此次，中国国际时装周联动北京、深圳、杭州、厦门、大连五大时尚城市，推选出 15 位具有代表性的设计师，通过动态发布、静态展、买手对接会，全方位打造城市代言人。

“汉帛奖”中国国际青年设计师作品大赛自创办以来已经成功举办 27 届，持续培育优秀年轻设计力量，从这个舞台上走出的很多设计师如今都已经成为中国服装设计领域的中流砥柱。本届，“汉帛奖”联合野生救援国际环保组织 (Wild Aid)，确立“野·生”主题，以现代文明触摸野生世界，并赋予其全新生命力。

2019 哥本哈根皮革创意新星大赛则展示了来自世界 9 所顶级设计学府的 22 位设计师作品，“可持续时尚”的主题不仅体现出新一代设计师卓越的创新能力，更赋予皮革设计更多的价值感与社会责任。

链接上下游， 打造商贸对接平台

设计力量的商业赋能，一直以来都是中国国际时装周最为重要的工作之一，它以多元化的生态环境，为不同阶段不同需求的设计师匹配商业资源，助力其进行更有成效的商业落地。作为中国国际时装周的官方配套展会，DHUB 设计汇一直致力于强化设计交易与商业落地，通过定制化的服务，全方位整合产业资源，为世界各地买手及业内人士搭建促进商贸对接与合作的积极有效的平台。

本季 DHUB 设计汇为期 4 天，共有来自法国、意大利、英国、韩国、中国香港等国家及地区百余个新锐设计师品牌 and 设计师参与，涵盖了男装、女装、首饰、箱包、鞋帽、生活方式类的风格各异的产品，共举办包括“设计师品牌推介会暨买手对接会”、“韩国时尚品牌买手对接会”等 11 场商贸对接、行业交流活动。

设计师品牌推介会暨买手对接会由中国百货商业协会携手中国国际时装周共同举办，来自 10+3 SHOWROOM 青年设计师基地计划、城市之光时尚名城造星计划以及此次 DHUB 设计汇推选出的优秀设计师，与近百名来自设计师集合店、百货业、奢侈品电商、海外平台等渠道的买手进行了面对面的接触，点对点地搭建起设计师与买手之间沟通的桥梁。

韩国时尚品牌买手对接会则由中国服装设计师协会、韩国模特协会、亚洲模特时尚大典组织委员会、KOTRA 大韩贸易投资振兴公社等中韩机构联合举办。对接会共吸引 27 家韩国时装、成衣、配饰及美妆品牌参加，近百位中国时尚买手加入。在对接会现场，每个交流席席都配有一名专业翻译，品牌与买手能够进行一对一的交流。

韩国品牌买手对接会的成功举办为韩国品牌与中国买手提供了一个开放的交流平台，积极有效地促进了中韩时尚产业的交流与合作。

继往开来， 让中华优秀传统文化发声

文化是一个民族的灵魂。五千年中华文化体现的中华民族的精神追求，已经成为中华民族区别于其他民族的精神标识。习近平总书记曾说：“中华优秀传统文化是中华民族的文化根脉，其蕴含的思想观念、人文精神、道德规范，不仅是我们中国人思想和精神的内核，对解决人类问题也有重要价值。要把优秀传统文化的精神标识提炼出来、展示出来，把优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓提炼出来、展示出来。”本季时装周，北京时尚论坛便聚焦中国优秀传统文化，举办了一系列极具分量的论坛。

“燕京八绝 | 御用陈设 & 锦绣之美”论坛邀请清宫造办处第七代传人、国家级非物质文化遗产金漆镶嵌髹饰技艺代表性传承人侯雪讲述了八千年传承漆艺之美；“不拘讲堂 | 一方布——中国传统服装结构的极简设计研究”中，北京服装学院教授、民族服饰博物馆馆长贺阳的讲述，展现了中国传统造物思想与文化内涵；“首创非遗·非遗活态传承与创新”论坛邀请资深的专家学者共同探讨在政策利好的社会环境下，如何能够将非遗文化更好地传承创新，让非遗能够真正做到“见人、见物、见生活”；“红 T · 时尚城市与美学论坛”对于如何以优秀传统文化为推动力，加快形成以时尚创意为引领与支撑的城市经济体系和发展模式进行了积极探讨。

经历改革开放四十年，中国服装产业正呈现出前所未有的新面貌，如今的服装从业者也不断站向更高的舞台，以更深邃的思考洞悉服装业的未来趋势，以更自信的心态面对中国文化的传承与发扬，以更专业的角度链接来自全球的服装产业资源。

中国国际时装周是中国服装产业发展与国际化进程的推动者和见证者，既展现了过去的成就，也预示了未来的方向和目标。未来，中国国际时装周将矢志不渝、砥砺前行，以积极、健康、持续、稳健的姿态昂首向前，不断为中国服装产业在新时代的发展创造更多价值，也让更多中国优秀传统文化能够走向国际，获得世界瞩目。



如今的服装从业者正不断站向更高的舞台，以更深邃的思考洞悉服装业的未来趋势。

设计赋能，助力产业升级

访中国服装设计师协会主席张庆辉



张庆辉

科技的发展赋予了世界更多“不确定性”，生活在当下的人仿佛对“变化”已经习以为常，时尚本身也兼具“变化”与“永恒”的双重属性，多年来中国国际时装周在变化中秉承不变，执着探寻着时尚发展的正确路径。

“每一季中国国际时装周上，都会涌现出设计新锐、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，一直都是中国国际时装周工作的主基调。”中国服装设计师协会主席张庆辉在被问及本季时装周的新变化时，却首先强调了时装周一以贯之、不懈推进的工作核心。

将传统融于当代，让设计引领生活

“2018 年中央经济工作会议上指出，要在高质量发展基础上持续释放内需潜力。时装周对中国本土文化的深入发掘，正符合这一发展需求。”张庆辉说，多年来，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，只有这样才能契合人们的生活需求，真正释放内需。

“此外，过去 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国际时装周区别于全球其他时装周最大的差异化 DNA。”张庆辉说，“因此，时装周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。”

在本季 DHUB 设计汇上呈现的“绽放·中国高级定制匠心艺术展”，由中国服装设计师协会高级定制委员会组织 10 位具有代表性的设计师呈现自己的匠心之作，从而逐步强化中国高级定制概念。与此同时，包括景泰蓝、玉雕、牙雕、雕漆、金漆镶嵌、花丝镶嵌、宫毯和京绣在内的“燕京八绝”精美展品也同台亮相，强调匠心与文化的传承，更加广泛地谋求与传统文化的多元合作，并落地于时尚发展。

助力新锐崛起，构建产业发展新格局

每一季时装周上，都会涌现出大量拥有才华与激情的年轻设计师，对于年轻设计师的引导培育，也是中国国际时装周始终如一的工作重心。其中，已经连续举办多年的 10+3 SHOWROOM 青年设计师基地计划，一直是中国服装设计师协会力推的固定活动之一，并借由这一活动给予年轻设计师更多支撑。

今年的“城市之光”系列活动成为本季时装周的重头戏。对此，张庆辉分析说：“一方面，从发掘设计力量角度，我国正面临全国范围内的时尚产业升级，需要通过设计端与消费端，倒逼时尚产业转型升级，让中国服装产业进一步向高质量发展迈进。”

“另一方面，从城市发展角度，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。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。”

所以，中国服装设计师协会、中国国际时装周积极助力城市赋能，并选择北京、深圳、杭州、大连、厦门等有一定时尚基础的城市里，具有代表性的年轻设计师，给予更多关注。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。

“以北京为例，可以预见，未来北京在城市功能和格局上将有很大调整，中国国际时装周将与城市建立更多联系，在北京的国际文化交往过程中贡献自身力量。”张庆辉说。

商业赋能，完善时装周复合生态

设计力量的商业赋能，一直以来都是时装周的一项重要工作。中国国际时装周是一个多元化的生态环境，其中既有已经自成体系的成熟设计师，也有需要发展机遇的年轻设计师，还有拥有丰富资源的服装品牌，所需的商业资源也是多元复合的。本季时装周继续联合买手委员会、百货商业协会，并加大和国内知名时尚买手、SHOWROOM 的合作，进一步完善时装周商业生态体系。

最后，张庆辉对记者说：“着眼未来，我们发现，很难用一句话来描绘时尚产业的发展，但可以确定的是，人们在当下场景里对符合自己内心价值观的生活方式的追求是不变的，未来的中国国际时装周也将基于该前提，给予更多设计师更多的发展空间，打造更加开放多元的平台，创造更多价值。”



ANNBOO·安博：游艺，自由与动的幻走

3 月 27 日，城市之光 X 北京 | ANNBOO·安博发布会如期举行。为自由的女性增添一份艺术感和神秘感，这是 ANNBOO collection 2019 秋冬“游艺”系列的精神所在，且延续了 ANNBOO collection 松弛与自由的精神，始终不忘时髦、神秘的女性感和自由感，演绎都市新贵的思维幻走。

安博以当代艺术作品为灵感，设计中采用宽松上衣和长裙搭配的造型，装饰突出女性的神秘，服装随运动而动、改变形状，呈现多种姿态。本季色彩以黑白两色、米驼色系和一系列彩色为主，象征女性世界的时髦与神秘，多种丝绒光泽面料打造出波光粼粼的视觉效果，最大程度地体现多材质组合带来的特有的层次感。

不但服装纹样中有对艺术作品的借鉴，面料中亦采用充满未来神秘感的 PVC 材质，层层叠叠的袖型、方巾角式的飘逸长裙，衬托女性不经意间的浪漫。

作为一个在创想上努力，在行走中的设计师，安博一直坚持树立自由、松弛和品质感十足的设计特质，他总是会从审美情趣上获得灵感，并将抽象的灵感理念具象化到时装设计中，重视创新更加不放弃对细节的苛求。

奇妙能力实验室·孙德春：还宝宝属于自己的幻想空间

3 月 27 日，童装品牌 Magic Lab 奇妙能力实验室为我们上演了新童装时代。设计师孙德春大开脑洞将看似冲突碰撞的视觉语言集结于 2019 秋冬的童装发布舞台上，以材质的冲突与对比打造出童装设计的萌系美学观。

本季发布会的主题为“Magic Lab”，以动画人物小姆咪的奇妙实验室为灵感来源，通过服装中的结构变化，体现出系列的趣味性和幻想感。设计师运用不同材质碰撞、拼接等手法将童装的舒适性能与安全性能演绎到极致，再搭配覆膜涂层面料与高科技面料，打破了原有面料的材质局限，营造出既能防水、防渗透，还能保持透气的多效功能，形成独具特色的服饰美学语言。

整套系列当中，羽绒材质与薄纱的创意结合，LED 灯与裙装的完美融合，皮草与梭织面料的大胆拼接，穿在儿童身上反而激发了童真纯粹的美感。设计师通过对格纹元素的提炼，长与短的层次搭配，以及对宽松廓形的打造，缤纷呈现出本季天真烂漫的设计风格。



黑猫白猫·皋小春：GOODSHOW！好设计一定是好商品

黑猫白猫品牌创意总监皋小春将 3 月 28 日在北京饭店上演的发布会主题定为“皋的秀—GOODSHOW”。这一方面是用了他姓氏的谐音，意指这是他的专场发布会；另一方面，英文 GOODS 就是商品，意指可以售卖的产品，GOODSHOW 其实就是商品秀，而不只是纯设计理念秀。

黑猫白猫品牌主打的服装品类是鹅绒羽绒服，这也是皋小春团队 20 年来从事服装设计和制造主要专注的品类。在设计风格上，黑猫白猫品牌走简约时尚国际化路线，即便面对传统的中国元素也会贴合时代和潮流，进行二次创作的处理。综合来看，本次发布会的亮点和特色可以总结为：一个颜色，两个系列，三种印象，四大优势。

一个颜色——紫色；两个系列——都市户外和中式轻奢；三种印象——明快、利索、实穿；四大优势——优质的鹅绒材质，第三代“双层织造+膜贴合”无缝羽绒服技术，功能性面料无需涂层即可达到高防水效果，高性能贴合的微多孔膜既保证透气性又具备保暖性。

好设计一定是好商品！这个理念，活跃在市场一线的资深设计师皋小春一直在践行。



COTTON USA·刘薇：最好的设计献给最平凡的人

3 月 28 日，COTTON USA 携手中国著名服装设计师刘薇，和纺纱、织布、服装制造等多家企业，举行了主题为“WITH YOU 在你身边”的中国职业装流行趋势发布会。这场情系中国千万劳动者者时尚设计的创新探讨，成为本季中国国际时装周流行文化发布的一大亮点。

这台秀为活跃在百姓身边的 10 多个劳动行业的员工设计了近百套职业服饰，用全新的职业装创新理念，牵动着美国棉花、山东岱银纺纱、BYR 新型纤维、海天科技、北京云衣时代服装定制等 17 家海内外优秀棉花种植、纺纱织布、材料研究、智能工艺、服装制造等企业的参与合作，并通过设计师刘薇的作品，共同演绎了一场纺织产业链科技与文化创新的大戏。

记者在发布会秀场看到，无论是忙碌穿行在大街小巷的快递小哥，还是翱翔蓝天的帅气机长和优雅空姐；无论是银行、电信窗口和蔼可亲的服务人员，还是身着焕彩牛仔的劳动工人；无论是医护保健的天使，还是国家公务人员，对职业服饰文化有着精道研究的刘薇，都按照不同职业的服务理念和劳动功能需求，从工艺细部结构创新，向社会生动描述了我们身边劳动者的职业尊严、职业精神和工作生活故事。



David Sylvia·郝为民：清韵东方，大美华夏

3 月 28 日下午，David Sylvia·郝为民新品发布会在北京饭店华丽上演。这是中国十佳时装设计师郝为民第三次登上中国国际时装周的舞台，本季发布的作品主题是“清韵东方”，简约、舒适、包容的设计风格，宽松的廓形、流畅的线条、温暖的材质是本次发布会的核心看点。

本季发布，郝为民采用丝、绸、皮草等面料，结合中西方不同的设计手法，针织、梭织穿梭交替变化，在展现出传统文化精髓理念的同时，使现代时尚生活更具有仪式感和文化性。服饰风格宜古宜今，优雅时尚。

色彩上，郝为民以黑、白、红为主线，各种色彩穿插在中间，在视觉上呈现出四季穿梭的感觉，展示出华夏大地的四季之美。“清”世于色，“韵”味十足。

神秘的东方文化底蕴，与现代化飞速发展的洪流使服饰文化大幅度提升。郝为民用全新的形式设计输出，与现代时尚文化的全面结合，打造了特有的服饰魅力。





合集置和·张义超： 暗香盈袖，绽放一朵朵“行走的花”

3月28日，合集置和设计师艺术生活平台创始人、中国十佳时装设计师张义超在751D·PARK举行以“行走的花”为主题的作品发布会，再次运用东方美学意趣的创意设计展现其对当代时尚潮流的思考。与之前三次呈现在中国国际时装周舞台上令人惊艳的荣昌夏布创意作品不同，此次她带来完全商业化的设计产品，并联手淘宝平台和两位知名意见领袖践行“即秀即售”的新零售商业模式，深入挖掘中国传统美学、自然风貌、服饰技艺、人文哲学等在以“人工智能”为核心的新时代下通过创新展现出的商业潜力。

本季发布把对花的痴迷通过“大王”这一特有的拟人形象，以手绘插图的纹样形式运用于服装上，更通过不规则的全手工钩针纹样与花边创新，结合独特的面料褶皱工艺处理，呈现出自然、浑厚、雄伟与绚丽；并借鉴当代建筑线性设计构建的空间造型，融合维多利亚式的复古韵味和部分运动元素，塑造出柔美兼具硬朗的独特风格；而色彩选用则以国际上流行的黑白、象牙米、麦麸色、灰垠、黄橙、幽绿等为核心，表达出本我的生活态度和新时代大众对高品质生活的美好向往。

古焉·贾燕： 婉转人生三部曲，喝彩“帮主嘉年华”



3月29日晚，古焉·贾燕发布秀在北京饭店上演，大秀主题为“帮主嘉年华”，灵感来源于著名海派艺术大师戴敦邦的钻石婚。故事性很强的编排，电影场景般画面，使观众瞬间进入情境，随设计师体验人生百味。

作品结合情节选用绿色与红色系为主打色，并以真丝、醋酸面料、丝绒及蕾丝为主要材料表现男女服装，款式以古焉定制产品风格的礼服常用A、H廓形为主，强调场景化的应用与流行的结合。小礼服、中西式日常装、婚纱礼服，随情节变换的时装精工剪裁，体现了设计师丰富的处理手法和情感表达。

作为一个“学院派”设计师，贾燕从文化的一致性，从衣食住行的艺术美，从宗教的感恩、人生的况味、生活的艺术角度，一直在不断思考。古焉品牌定位于“礼服美学家”，意将“礼”的人文内涵设计融入“服”的仪态情趣之中。而在多年与艺术家合作的过程中，贾燕也汲取了多元的艺术养分，体现在她的作品和秀演中，便是那种浓重的仪式感与表演艺术元素。这一切，在当晚的大秀上得到了呈现。

COTTON USA·陈闻： 当武侠精神遇上牛仔面料

有人的地方就有江湖。3月29日，COTTON USA携手闻所未闻品牌总监、“金顶奖”获得者陈闻和香港兴威纺织有限公司，在北京饭店进行时尚发布。

本次发布以“美棉之约·丹宁暖情”为主题，通过“极致环保”、“感受科技”、“温暖复古”三个系列完美的诠释出富含美国棉花的牛仔面料的时尚激情与功能特性。

整个发布会的设计灵感来源于香港的都市文化与武侠小说。陈闻将侠义精神与牛仔完美结合，并融入了当下的流行趋势，赋予牛仔服装一种激情的生活方式，给人一种跨越时空的时尚感。艺术与创意的设计、激情与时尚的碰撞、东方与西方的融合和勇敢与侠义的帅气，均在秀场体现得淋漓尽致。

此次牛仔时尚发布会是陈闻和COTTON USA及其认证企业第二次在中国国际时装周上合作发布富含美国棉花的牛仔时装系列。作为主创设计师，陈闻表示，COTTON USA为设计师和认证企业提供合作平台，不仅能促进上游企业和中外不同设计师之间的紧密合作，也通过设计师的创意将服饰的艺术时尚与科技创新的理念完美地表达出来。



JS 蒋硕：童真定制，梦幻之旅

3月29日，YAMIDO&JS蒋硕品牌于751罐·童话小镇举行2019秋冬高定系列新品发布会。

设计师蒋硕是一名大学服装设计老师，同时有着丰富的设计经历，长期为央视和北京台的主持人和嘉宾提供服饰搭配工作，曾担任2010上海世博会演出服装的特邀设计师，并于2017年中国国际时装周上完成个人品牌首场发布，目前任YAMIDO&JS蒋硕品牌创始人兼设计总监。

JS蒋硕品牌是一个充满爱与梦想的品牌，专为儿童量身定制轻奢礼服，设计师力求在设计中兼顾孩子们娇嫩的身体和纯真的梦想。柔软舒适是礼服的前提，考虑到孩子们娇嫩的肌肤，从设计到挑选面料再到手作，一笔一划、一针一线，设计师皆有一颗呵护之心，给孩子超好的触感和穿着感。

设计的同时又会契合孩子们的个性，正如每一个孩子都是独一无二的。每一件礼服都是一件独有的艺术品，融入孩子们的梦想，饱含故事、不可复制，让无形的梦想化身有形的陪伴。



fashionllaabb | ARRIVERJ： “撩”你没商量

本季时装周，中韩时尚设计中心联合旗下的韩国设计师品牌ARRIVERJ，在中国国际时装周fashionllaabb上首次绽放，掀起了Korean Style时尚新风潮。

本次发布ARRIVERJ延续一贯随性、时尚的风格，宽松的廓形与流畅的线条，于行走间，恣意挥洒，极具动态美感，给现场观众带来别开生面的秀场体验。

ARRIVERJ 2019秋冬系列以时装为载体，发布了4个系列40套全新设计，“撩”你没商量，为我们解答如何干练又不失优雅地行走于职场之间。

ARRIVERJ品牌由韩国设计师金志映设立，始终以对服装品质以及时尚潮流的准确把握，作为品牌设计理念，主张以现代艺术来定位高级定制，表现对潮流的追求，具有显著的韩国时装风格。

韩国设计师金志映在设计过程中，融入幻觉艺术的图案和对平面设计的运用，注重光泽和触感的打造，以及超现实的表现，但也在流行时尚和街拍穿着中提炼出有趣的设计风格。

Beautyberry·王玉涛： 放逐你久别重逢的灵魂去流浪

Beautyberry 2019秋冬系列，设计师用诗意的语言讲述都市人心底的情怀故事。上世纪60年代工业风外套凸显个性，宽松的结构让身体参与外形的第二次创作，粗花格纹怀旧却也摩登，经典绅士领结的变化与曳地大礼服的碰撞为本季呈现新风貌，低明度色彩的运用有少许颓废，重金属色的调剂又强烈刺激着神经。洒脱中混有精致，经典中带出不羁，格调中突破传统，意想不到的构思，却又在情理之中。

在长久的锤炼之中，王玉涛对服装美感的干预已经不着痕迹。在极致的质感中，他早已打破音乐、造型、色彩、节奏、轻重之间的隔阂，用纯熟的审美天性达成了通感，让一切不留余地地直击灵魂。

王玉涛说自己从不追求时尚，当然，高级的事物从不需要奔跑，敏锐的直觉和精准的判断一蹴而就且云淡风轻，这才是世人追赶不上的潮流。令人难以明状的深蕴是对过去情怀的抒解以及对未来趋势的预测，所以王玉涛的作品才敢于回溯，也更有能力承接未来。



时集·屠俊： “容”我与文化相约

3月31日，时集·屠俊19秋冬系列时装发布会在751D·PARK从“容”上演，来自江南的设计师屠俊，以敏锐的设计洞察力与对江南越文化的热忱，用深谙女性消费者调性的老练手法和非凡的市场趋势把控力，带来了一场游走在传统文化与时尚流行交融之中的创新女装大秀。

本季发布会以“容”为主题，撷取江南越文化中粉墙黛瓦、乌毡蓑衣、堂前飞燕等水乡元素，融入现代时尚流行设计中，致敬传统。试图探索一条当下生活与传统文化融合的路径，让旧貌焕发新的容姿。全新女装时尚流行的生命力需要从传统文化中去追溯，时尚的变奏和发展也基于设计师对传统文化继承的领悟力，而这种对文化领悟力的触感，出自于对集体文化意识的认同与热爱，所幸，屠俊对于中国传统文化的感情是深厚的。

屠俊的设计用极强的生命气息加持着现代女性的都市独立风格，以毫不矫揉造作的娴熟技巧打造时尚极简的经典，呼之欲出的文化内韵让服装有着经久不衰的生命力，这也是经受得起时间与市场双重考验之关键。



共己： 曲径通幽处，禅房花木深

3月31日，中国著名原创设计师刘艺携手自主中国风服饰品牌“共己”压轴中国国际时装周。这尽管是共己品牌在时装周的首秀，但其完美地向全世界表达了中国创造下的设计师对于中国传统服饰的理解和创新。

2016年，经过10年在服装高级定制行业的积累，刘艺成功创立并推出中国元素服饰品牌共己。基于对中国传统文化的喜爱，自品牌创立之初就开始致力于研究对传统丝绸织造的改良和中国文化服饰的研究。

本场发布主题“林境”为大众带来全新的“曲径通幽处，禅房花木深”的高洁之感。设计理念基于汉服，服装款式是设计师专利中的华礼系列，代表了设计师对当代中式服装的理解。设计灵感源于上古时期黄帝的“上衣下裳”右衽制。服装的材质，采用的是设计师改良过的中国非遗宋锦，从花纹到肌理都全部重新设计，花纹理念来源于上古舜帝的“十二章纹”制度，虽都延用古制，但设计上适宜当代，徐徐传承。**TA**





柯桥中国轻纺城 专版



新形势下，柯桥纺企探索出独具特色的纺织运营新模式。赵国玲 摄

“市场 +”的 N 次方

柯桥纺企探索运营新模式

本刊记者_张颖 文/摄



在琳琅满目的中国轻纺城市场，要找一块布，犹如在密林中寻找一片树叶，而如今，只要在入口处的智慧找布机上扫一扫，一切变得轻而易举。除此之外，这台智慧找布机还如同一位资深向导，为客户提供找商铺、找产品、市场介绍、市场资讯等精准高效的服务。

紧随时代步伐，中国轻纺城突破传统市场桎梏，以智能快捷的科技力量为客户提供优质的服务，积极打造智慧市场。而在“开放、时尚、智慧、高端”的新一轮发展定位下，市场里一商一户的探索创新，同样加速着纺城转型升级的步伐。

随着“互联网+”、大数据、智能化浪潮持续发酵，新兴消费群体的需求不断攀升，传统市场“守株待兔”式的运营方式逐渐失去竞争力。柯桥纺织企业纷纷主动出击，内外兼修，通过创新发展模式、加快新旧动能转换、坚持线上线下联动、优化内部管理机制等方式，以市场为原点，延伸出新气象，叠加出新业态，释放出新潜能，探索出独具特色的纺织运营新模式。

新工具，智能高效优管理

“每天好多货要发，总会忘记！”“库存盘了3遍还是对不上！”“我不懂跟单，下一步要做什么，又要问老板了！”作为纺织从业者的你，是否常被这些问题所困扰？

据了解，目前柯桥有3万多家中小纺织企业，而在转型升级过程中普遍存在着运营效率低、财务与产品质量标准化低、流程信息化差、上下游交易效率低、跨部门沟通效率低、仓储环境混乱、订单管理混乱等诸多问题。那么，企业该如何提升运营效率？

绍兴尚道纺织有限公司近期尝到了一款智能纺织管理软件带来的甜头。该公司剪样员刘智超说，以前收到客户信息需要把订单写在纸上，容易被遗漏，而现在可以直接录入手机“有数派APP”，及时方便，也更加精准，便于查找。“只需一部手机，扫一扫二维码，各个环节的工作流程、工作进度等信息都能在系统中反映出来。”刘智超表示这种尖端科技带来的智能与便捷让自己的工作更有活力。

在迭代永无止境的当下，新兴智能化产品不断革新着传统的管理模式。尚道纺织负责人马文惠庆幸公司找到了一套匹配实际需求的纺织管理软件。“现在客户一下单，从坯布厂、染厂、烫金厂、印染厂到仓库，公司的所有成员都能看到，大大增进了信息互通，节省了人力。”马文惠表示，作为一个管理者，需要对仓储、物流、生产、销售、设计、财务、人事、坯布等一系列环节都能进行有效把控，原先一直苦于信息不对称造成工作效率低下，而这个系统能很好地解决这些问题，方便企业管理者把控方向，提升效率。

现在的尚道纺织企业内，员工的工作已变得“口袋化”，可以随时随地通过手机、电脑、iPad等设备或渠道了解产品信息、订单动态。而马文惠对企业的运行情况也更加“心中有数”，因为这套智能纺织工具的大数据分析功能能自动形成交易报告，通过图表、数据等报告传递企业的运营态势，让她能更高效地管理企业。

新技术推动新变革，新工具催生新模式。像尚道纺织这样敢于尝鲜的纺织企业，勇于从企业内部管理开始，探索应时代而生、为时代所用的大数据管理方式，无疑是中国轻纺城“市场+智能”的典型样板，引领着柯桥企业迈向移动智能时代。

新媒介，多点开花拓渠道

如今是一个酒香也怕巷子深的时代，再好的产品也需要营销加持，因为在商贸云集的轻纺城市场，好产品太多了。而在传统市场的基础上，如何有效开拓渠道、进行精准营销，是每个纺织企业关注的问题。

记者深入市场了解到，近年来互联网已渗透到纺城的方方面面，开拓网上轻纺城、全球纺织网、阿里巴巴等电商渠道已成为纺织企业的标配。而在此基础上通过创建企业公众号、订阅号，开通直播平台，借助微信小程序等新媒介构建起来的“电商+微信营销”模式，正在不断渗透到纺织生活中。

绍兴柯桥爱尚美装饰材料有限公司总经理钱旺兴是个乐于挑战新生事物的产业链企业家。公司早几年便推出了“互联网+成品窗帘”的经营模式，整合线上线下一体化发展，通过成品窗帘体验店为客户量身打造个性化的家居装修风格，成为了窗帘布艺行业“市场+互联网”的典范。

钱旺兴告诉记者，公司自成立以来，非常重视爱尚美品牌文化的建设。通过电商平台、微信平台等全渠道的打通，不仅突破了传统的营销格局，拓宽了销售渠道，更是在消费者心中“刷出了知名度”，“现在的客户无不通过网络提前获悉企业信息、产品信息，企业只要做好了线上的功课，就能成功将客户引流到线下进行实体交易，实现可持续发展。”

在移动互联网的强势发展下，人人都在成为信息的发布者和接收者，营销的传统单向传播路径正在被打破，纺织行业不断迈向公共社交媒体领域的互动营销浪潮中。“现今通过微信朋友圈发布产品信息，与客户进行互动，已是纺织行业的常态。”钱旺兴认为，未来如何精准把握新媒体发展趋势，如何熟练玩转新型营销手段，是纺城企业不断探索的方向。

近期钱旺兴在微信里向记者推送了一款他的个人电子名片。打开链接，个人形象照、公司信息、团队风采、产品信息、产品优势等主图轮番播放。下拉后便是四个一键功能，包括一键拨号、一键加我、一键导入、一键导航。网页清晰直观，更有链接到公司官网、产品视频、上架产品等全方位的展示，俨然一个移动商铺。“这个电子名片不仅可以打造个人品牌，还能宣传推广自己的企业，这种新思维、新玩法非常有价值。”他表示，在这个信息化、网络化的共享时代，企业实现自媒体化与电商化正在成为行业一股强大的力量，赋予传统市场新的发展动能。

新场景，时尚体验促成交

随着市场经济飞速发展，人们的消费逐渐从以往量化的物质消费价值向审美体验的文化价值拓展。因而场景化的消费体验，往往能抓住消费者的心，令商户达到事半功倍的营销效果。面料虽不是面向消费者的终端产品，但采购商、设计师的甄选过程，同样需要美好场景的营造。

近年来，柯桥时尚创意产业蓬勃兴起，柯桥逐渐从纺织制造和贸易中心向时尚策源地蜕变。而中国轻纺城市场的商户们也早已应声而动，传统门市纷纷变身时尚工作室、成衣展厅、数码智能体验馆，通过小清新、田园风、后现代、工业风等丰富的场景化营造，带给客商别样的采购体验。

中国轻纺城东市场的鹏洲纺织，其陈列风格不同于周遭门店，这里俨然是一个融合文化、服装、生活小品的时尚展厅，格外引人注目。橱窗内一组经典的灰黑格亲子时装，将丝麻面料的特性展现得淋漓尽致。走入店内，错落有致的成衣展示，详略有序的面料呈现，搭配后现代风的灯光、软装、绿植，营造出别具一格的生活场景，让人对面料所呈现的服装、对面料所表达的设计风格产生无限遐想。

“我希望不再是卖一块布那么简单，而是传递一种思维方式，让面料的价值得到最大化的体现。”深耕纺城多年的鹏洲纺织总经理刘海洋认为，面料自有态度，它是传递价值的最好载体，而服装的风情万种则是面料的最终表达，两者相生相依，相辅相成。通过服装融合面料的新场景营造，最终让面料找到懂她的服装设计师和采购商，实现长远合作。

如今的时尚潮流瞬息万变，而服装面料的多样性则是服装设计新鲜感的关键，鹏洲纺织创新求变，以新场景带给客户更大的发挥空间，刺激服装创作灵感，从而让客户为这种时尚体验买单。据刘海洋透露，公司自门店升级以来，通过成衣展示带动面料销售，以创意面料引领流行趋势的新型模式，掌握了更多的市场主动权，实现了销售业绩的稳步增长。

与其说是新场景打造了时尚购物体验，不如说是新场景转变了传统“以面料卖面料”的门店模式，启发了纺织企业的发展新思路。走在时下的轻纺城市场，像鹏洲纺织这样以“市场+体验”营销场景，逐步取代传统门市的企业正逐渐增多。新颜值、新体验、新模式正在为纺城带来新的时尚气象，为柯桥时尚产业注入新的源动力。TA



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。

纺织服装周刊

引领传统市场向现代市场转型

打造“中国轻纺城国际面料采购中心”有感

绍兴市柯桥区中国轻纺城市场开发经营集团公司 _ 陈锋 / 文

中国轻纺城作为柯桥区的一张“金名片”，是柯桥的产业之本、立城之基，也是记录其改革开放进程的一个精彩缩影。跃上新的历史关口，中国轻纺城未来的支撑在哪里，如何打造“开放、时尚、智慧、高端”现代化新型市场，如何提升柯桥的城市竞争力是一道重要课题。因此，在经济发展新常态下，中国轻纺城西市场作为中国轻纺城的重要组成部分，其升级改造工

程有着现实而重要的意义。为切实保障经营户权益，提升市场形象，改观新城面貌，根据柯桥区委区政府的决策和中国轻纺城建设管理委员会的部署，西市场升级改造项目于 2014 年初正式启动。目前，西市场改建即将完工，招商工作进入实质性阶段，优先招商资格确认报名已完成，后续工作也在积极准备中，预计于今年内投入运营。

改建后的西市场更名为“中国轻纺城国际面料采购中心”，该项目由政府主导，是中国轻纺城市场开发经营集团公司旗下的国有专业市场，由中国轻纺城西市场开发有限公司负责开发建设、经营管理，是以精品面料批发为主、各类配套为辅的高档专业市场建筑，致力于接轨国际纺织潮流、提升中国轻纺城的整体形象和综合实力。

改建前：三大瓶颈制约市场发展

中国轻纺城西市场位于东升路以西、104 国道以北、笛扬路以东，始建于 1993 年，占地面积为 50 余亩，建筑面积约 6.4 万平方米，原有营业房 1871 间以及近 5000 平方米的停车场。20 多年来，西市场不断发展进步，为中国轻纺城整体提升壮大做出巨大贡献。然而，随着消费升级、转型升级的深入推进，以及纺织行业竞争的日趋激烈，西市场面对新形势、新要求、新任务，在发展过程中遇到以下瓶颈：

市场格局与配套发展不足。由于建设条件所限，西市场存在建筑结构单一、车辆停放空间不足等问题，市场沉降开裂、电线老化、安全隐患突出。繁忙的客流量和货运量也给城市管理带来巨大压力，无论市场内部配套还是市场周边的公共设施，都难以与现代专业市场的要求相适应。

经营意识与商业模式传统。受整个市场环境的影响，原西市场不少企业和经营户的交易意识较为传统，对网上交易金额公开、交易安全仍存在顾虑，仍以传统看样订货的现货交易模式为主。但从经营户的诉求情况看，60% 以上的市场经营户希望能建设智慧市场，引导经

营户发展电子商务，借助互联网、大数据打造功能齐全的纺织信息、贸易交互的公共平台。

产品层次与品质参差不齐。由于原市场营业房设计空间的限制，经营种类混杂，无法满足纺织新时代经营需求。多数纺织企业设计研发能力不足，自主创新意识较弱，缺乏引领行业、引领全球的产品，个性化的产品较为罕见，产品同质化现象较为普遍，花样剽窃、恶意仿冒等无序竞争行为仍存在，“低质跑量、低价竞争”以及“大而不强、大而不精”的问题尚未根本改变。

改建中：引入创新经营意识和理念

针对发展瓶颈，西市场的改造升级势在必行。通过集中新建改造，促进管理规范、制度落实，初步解决硬件设施不到位、卫生保洁不合格等弊端，从细分市场、完善产品销售渠道、扩大市场份额等入手，引导创新经营意识和理念，补齐发展中存在的各种短板。

西市场的改造工程形制浩大，在改造过程中，也遇到工期过长引起经营户不满、附近居民投诉、营业房建筑面积与预定面积不符、经营户安置矛盾突出等问题。对此，西市场开发公司严格按照施工规章进行施工，遵守环保法规，定期召开说明会，落实公正、公开、透明的原则，并制定出合理的改造规划及措施，具体内容如下：

1. 改造内容

主体建筑改造装修。一座五层、地下二层的大型现代化建筑，其中地上 5 层建筑面积 140000 平方米，地下二层建筑面积 60000 平方米，有市场营业房约 3200 多间。

经营区城布局调整。一至三层为传统面料交易区，四至五层为高档面料展示交易区。建筑设计科学先进，功能配套完善，包括高端纺织品面料经营、创意设计、电子商务、各类定制、餐饮配套、金融服务等方面。



改建后的西市场更名为“中国轻纺城国际面料采购中心”，致力于接轨国际纺织潮流，提升中国轻纺城的整体形象和综合实力。

硬件设施达标配置。市场内供水、供电、照明以及安防系统等设施完善，采用绿色建筑二星标准设计，具有节能环保效果。

检验检测设施配套。市场安全检测、纺织品质量检测设备等配套设施完善，确保健康安全运行，加快纺织标准化建设，为产业提升发展提供有力支撑。

便民服务设施设置。地上一至五层为商业功能及配套用房，建筑内部设置多处内天井，将自然空气和阳光导入建筑，为商户提供良好的室内环境。地下室采用立体停车库，设停车位 2000 多个，加上地面停车位，数量居轻纺城各类专业市场之首。车库设置智慧停车管理系统，装有汽车充电桩，为车主提供便捷完善的停车服务。市场区域内免费无线 WiFi 全覆盖，安防系统全覆盖，设有一站式服务中心，为客商各类经营活动提供充分的保障。

原经营户妥善安置。合理制定安置方案，保证各方利益兼顾，做到科学、合理、高效。

2. 工作步骤

准备阶段。深入开展动员、摸底工作，认真做好新市场改建的规划、设计、预算等工作，确定好新建项目目标，明确各成员单位的分工和责任，制定工作方案。

改建阶段。建立完善质量保证体系和领导体系，强化质量意识，落实质量责任；强化技术质量统筹管理，建立以项目经理为首，以项目技术部为主体，总部技术、质检、安全部门以及监理、质量监督站实施主机监督，实行目标管理，全面控住每一个分项、分部工程；施工质量措施保证，现场设置专职质检员，严格执行质量检查制度，对关键部位、隐蔽工程应重点检查，并随时检查各道工序；完善责任主体，严控安全建设过程，对改建过程中出现的问题实行责任制度，从而倒逼各人员各司其职，合理编制施工组织设计、专项施工方案，完善施工流水节拍，穿插缩短空隙时间，保证改建工程安全如期完成。

完工阶段。实行各阶段验收，从施工单位自检，到业主监理复检，上报区质监站验收，层层把关、落实，做到验收有纪录，整改有回复。从桩基验收、基础验收、基础结构验收、主体结构验收，到完工后的消防检测、面积测绘、三维测绘、防雷检测、室内环境检测、排水验收、人防验收、用地复核验收、规划验收、消防验收、质检综合验收等各个环节严格把控，确保给经营户一个高质量、高规格的现代化新型专业市场。

3. 工作要求

提高认识，加强领导。西市场改造事关广大经营户的生产生活便利乃至整个柯桥轻纺城的形象，各部门要提高认识，落实相关措施，确保改建工程顺利进行。

加强配合，强化措施。各部门要切实履行职责，加强协作配合，互通情报信息，努力做好市场的改建，尽量不影响人民群众的日常生活。

狠抓落实，确保实效。建立健全市场长效管理机制，优化经营环境，助推新西市场迈入规范化、现代化、制度化发展新轨道，成为真正具有国际性、标志性的现代化市场。

改建后：定位清晰，打造新生代专业市场

中国轻纺城国际面料采购中心是按照专业市场发展趋势和现代商贸需求的模式进行建造，充分吸引国际大型商业综合体先进设计理念。融高科技、信息化、智能化、人性化及专业市场的商业特色，中心兼收并蓄，功能齐全，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的标志性市场综合体。

未来，中国轻纺城国际面料采购中心肩负着引领传统市场向现代化市场转型升级，推动打造新时期“国际纺织之都”的重要使命。

促进市场与政府的关系越来越紧密。通常政府的介入对专业市场的发展和繁荣的推动作用非常明显，政府通过对轻纺城市场的合理规划及市场管理的改善、市场主体的提升，以及交通、物流、信用、信息等配套设施的完善，大力支持市场良性发展，调节市场主体和经营户的长短期待行为，从而促进市场转型提升。

促进市场向规模化与批发功能发展。规模化的发展，会促使整个轻纺城市场交易转向批发功能，把销售的末端留给零售商业和小型市场，散乱脏差的中小批发市场将逐渐减少和搬离市区，有益于整个柯桥的环境治理和治安管理。

促进市场朝着专业化、细分化转变。中国轻纺城国际面料采购中心将根据市场布局引导同类品种集聚，做到细分各类经营品种、真正实现划行归市，立足国际市场，面向各类中高档面料采购商，市场专业化程度大幅提升。

促进市场管理逐渐过渡为市场服务。中国轻纺城国际面料采购中心将全面提升软硬件配备度，转变市场管理水平，提升服务理念和能力，发挥市场主导作用，为经营户与客商构建合作交流桥梁，并加强与创意设计师和纺织类高校的对接，将设计人才引入市场，促进市场繁荣发展。

促进集群创新格局与氛围愈加清晰。受市场整体氛围提升的影响，经营户将在产品设计、开发、包装、技术和管理等方面不断创新，以适应迅速变化的市场需要。同时对于整个产业集群而言，各种新思想、新观念、新技术和新知识的传播，也将形成知识的溢出效应，从而涌现出“学习经济”浪潮，带动更多企业，特别是中小企业研发创新能力的提升。

促进集群形成良好的生态循环经济。随着中国轻纺城国际面料采购中心的建成使用，对柯桥产业集群的辐射效应将不断放大，例如促进经济转型、财政增收，进而推动柯桥经济的健康可持续发展，反过来地区经济的健康发展又将助推轻纺集群综合实力的进一步提升，形成良好的生态循环经济。TA

匠心所至 成就卓越

2019/2020 中国十大流行纤维发布（下）

本刊记者 _ 陶红 郭春花

“盛虹·中国纤维流行趋势 2019/2020 发布会”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 中国十大流行纤维，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·匠心之品”、“纤·卓越之魂”两个篇章的内容。

篇章三：匠心之品

中国纤维的匠心深藏在一经一纬当中，苛求每一个细节的完美表达，呈现每一根纤维的匠心佳意。超仿真纤维皮革，寻求潮流风向与贴近自然间的微妙平衡；以科技与创新的血液唤醒时尚灵魂，超柔绒纤维、波浪扁平纤维使品牌升级绽放。

· 高品质纤维

推荐理由：通过熔体直纺技术，以及融合喷丝孔分布设计、异形截面设计等技术，免除后加工化学处理工艺，开发高品质超绒、超柔、亲肤、抗皱、回弹纤维，产品应用于保暖睡衣、毛毯等领域，让消费者尽享舒心品质。

具体品种：

1. 超绒免硅处理毛毯用聚酯纤维

发布企业：桐昆集团浙江恒通化纤有限公司

发布品牌：桐昆

纤维性能及制品特点：织物柔软、手感细腻、亲肤性好；蓬松效果好，有利于保暖储热。

2. 波浪扁平聚酯纤维

发布企业：新凤鸣集团股份有限公司

发布品牌：凤雅绒

纤维性能及制品特点：独特波浪形扁平截面；柔软性好、光泽柔和；色泽鲜艳、立感好；抗皱回弹性好。

· 超仿真纤维

推荐理由：通过聚合改性、喷丝板设计或对常规加工工艺的改性，从观感、触感、性能上实现仿毛、仿皮，以“仿”代真，更胜一筹，满足消费者对功能与时尚的需求。

具体品种：

1. 异形仿皮革聚酰胺 6 纤维

发布企业：福建凯邦锦纶科技有限公司、福建锦江科技有限公司

发布品牌：凯邦、锦江

纤维性能及制品特点：纤维吸湿性佳、染色性好；织物仿毛皮效果好，“毛茸”触感，光滑柔软；花式纱具有明显的凹凸立体感。

2. 异形仿皮革聚酯纤维

发布企业：苏州龙杰特种纤维股份有限公司

发布品牌：龙杰

纤维性能及制品特点：纤维制品具有一定的保暖性，色彩丰富，色牢度高，耐磨、抗拉伸性能好，织物清洁、保养方便、易打理，仿天然皮革效果好，触感光滑柔软。

3. 低能耗海岛仿麂皮聚酯纤维

发布企业：东方盛虹· 国望高科

发布品牌：海丽丝

纤维性能及制品特点：纤维具有良好的透气效果，织物强度高，手感超级柔软细腻、爽滑、色调柔和。

篇章四：卓越之魂

中国纤维锐意进取、精益求精，实现自我超越。高舒适氨纶重新定义了无束缚、无压力、型随心动的弹性哲学，带来不一样的舒适体验。大丝束碳纤维、超高分子量聚乙烯纤维、高伸长间位芳纶、微纳对位芳纶以更轻、更强、更韧、更耐高温、更低成本的姿态展现卓越创造，在极端环境中凸显价值。

· 弹性舒适纤维

推荐理由：创新氨纶分子链结构，优化氨纶的低应力、高回弹，增强人体贴合度，舒适自如；融合石墨烯改性技术，优化纺丝工艺，在保证氨纶弹性的同时，赋予远红外、抑菌等功能。

具体品种：

1. 高舒适性氨纶

发布企业：浙江华峰氨纶股份有限公司、浙江中柏特种纤维有限公司

发布品牌：千禧、人鱼线

纤维性能及制品特点：低模量、高伸长、低应力，高弹性回复率；制品塑身保形、无束缚感、穿着舒适、活动自由。

2. 石墨烯改性氨纶

发布企业：连云港杜钟新奥神氨纶有限公司

发布品牌：奥神

纤维性能及制品特点：兼具氨纶弹性、远红外发热、抑菌等功能。

· 高性能化学纤维

推荐理由：通过工艺与装备自主创新、突破碳纤维大丝束、干湿法、高品质低成本制备技术，降低产品生产和销售价格，提高下游企业生产效率。

具体品种：

1. 干湿法 QZ5526（T800S）碳纤维

发布企业：威海拓展纤维有限公司

发布品牌：拓展

纤维性能及制品特点：作为结构材料，具有高比强度、高比模量、质量轻等优异力学性能；作为功能材料，具有耐高温、耐烧蚀等特性。

2. 低成本大丝束 PAN 基碳纤维

发布企业：浙江精工碳纤维有限公司

发布品牌：精工碳纤维

纤维性能及制品特点：高比强度、高比模量、质轻、耐高温、耐腐蚀、耐疲劳；国产化大丝束，性能稳定、降低成本。

3. 高压输油管用超高分子量聚乙烯纤维

发布企业：江苏神鹤科技发展有限公司

发布品牌：神鹤

纤维性能及制品特点：质量轻、耐高压、耐磨、耐腐蚀、隐蔽性更好，耐热性好，抗蠕变。

4. 高伸长间位芳纶

发布企业：烟台泰和新材料股份有限公司

发布品牌：泰美达

纤维性能及制品特点：高伸长，伸长是常规产品的 1.8 倍；阻燃、耐高温、耐腐蚀。

5. 微纳对位芳纶

发布企业：中芳特纤股份有限公司

发布品牌：维科华

纤维性能及制品特点：纤维强度高，耐热性、抗氧化性能好，尺寸均匀，直径仅为几百纳米，比表面积高，分散性好；制品高强、高模，尺寸稳定性、电气绝缘性优良、耐化学腐蚀、重量轻。



纺织之光科技教育基金会
Textile Vision Science & Education Foundation

1

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

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：fzjjh@cntac.org.cn
网址：www.fzjjh.com



纺织之光科技推广
云平台微信



纺织之光科技推广
云平台网站



中国时尚面料设计大赛集聚行业之力、时尚之源、科技之势，重构行业时尚创意竞争新优势。

“优可丝® BV·2019中国时尚面料设计大赛”正式启动

本刊记者 _ 王利 通讯员 _ 覃晓

3月29日，“优可丝® BV·2019中国时尚面料设计大赛”媒体推介会在浙江绍兴柯桥举行。中国纺织信息中心副主任李波、国家纺织产品开发中心总工程师陈宝建、绍兴市柯桥区中国轻纺城创意产业服务中心主任徐舒、赛得利集团下游业务及企业发展副总裁冯昕等领导出席本次会议。此外，50家来自绍兴柯桥区和周边区域的国家纺织产品开发基地企业、中国流行面料入围企业的代表参加了本次活动。

本届中国时尚面料设计大赛由中国纺织工业联合会指导，中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心、中国轻纺城建设管理委员会共同主办，绍兴华颐瑞佳纺织科技有限公司、中国女装面料流行趋势研究院承办，赛得利公司冠名赞助。在往届常规赛事活动的基础上，大赛组委会与赛得利公司共同设置了“优可丝® BV市场应用奖”及“优可丝® BV纱线赞助企业优秀奖”。

“送审‘优可丝® BV市场应用奖’的针织、梭织面料需含有赛得利公司生产的优可丝® BV纤维，面料中优可丝® BV纤维含量不低于30%，送审产品类别不限于时尚女装，可涵盖休闲、衬衣、内衣、牛仔和家纺等应用领域。”中国纺织信息中心产业合作部副主任祝丽娟介绍。

集聚行业之力联动创新

中国时尚面料设计大赛自2017年首次举办，是一项具有开创性和引领性的国家级行业活动，同时也是柯桥“天天时尚”、“柯桥时尚周”的重要组成，

连续两届的成功举办已在业内形成一定的影响力。大赛以“科技&时尚”为核，集聚行业之力、时尚之源、科技之势，旨在提升中国时尚面料设计的创新力，重构行业时尚创意竞争新优势，推动中国纺织产业的时尚转型。

在合作举办“优可丝® BV·2019中国时尚面料设计大赛”之外，2019年，中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心与赛得利公司还联合发起“赛得利 BV 纤维产品开发技术创新联盟”。谈及与赛得利公司合作的初衷，李波表示，赛得利集团是全球领先的纤维素纤维制造商，十分重视企业社会责任和可持续发展，在科技创新、绿色发展上都做出了表率。

以科技驱动、时尚内涵、绿色文明推动产业链上下游的有机融合、可持续发展，是促成双方达成合作的共识。李波还指出，中国纺织信息中心是中国纺织行业最大的综合性行业公共服务机构，长期致力于推动纺织行业转型升级与可持续发展。多年来倡导联合打造国家级、国际化、权威性的创新载体，构筑全产业链合作平台以及基于流行趋势和市场需求的产品开发理念，在与产业集群、纺织服装企业等多方高端资源集成创新方面取得了丰硕的成果。此次与赛得利公司合作赛事、设立奖项，将会鼓励和引导企业从纤维材料的源头建立全新的产品开发模式。

徐舒指出，柯桥一贯注重对时尚面料企业、设计人才和品牌的培育，在前两届的赛事中，柯桥面料企业申报踊跃并表现出色，连续两年参赛产品数

量在大赛参赛总量中占50%~60%，获奖的产品亦不在少数，其中不乏金奖及科技时尚创新类等单项奖。柯桥纺织面料企业的产品无论是创新度、流行时尚度还是市场应用性，都非常有竞争力。赛事的举办让柯桥纺织产业受益匪浅，如培养了一批设计师，包括1名中国十佳面料设计师等。

谈到柯桥对纺织产业的政策支持与引导，徐舒介绍到，绍兴是浙江省传统产业改造提升的试点，柯桥是试点中的重点。产业扶持政策的力度一直很大，政府专门批出每年1000万元的政策扶持资金，用于扶持柯桥产业时尚化的提升，主要着力四个方面：一是支持设计机构和设计人才的引进和培育；二是支持设计类园区和平台的建设；三是支持时尚活动和时尚氛围的建设；四是支持柯桥搭建大型时尚服务平台。

作为首个冠名中国时尚面料设计大赛的企业，赛得利公司最为关注的因素有哪些？对此，赛得利集团下游业务及企业发展副总裁冯昕在会上表示，赛得利从“优科技、优生态、优选伙伴”全新定义纤维素纤维。赛得利的世界领先纤维的“优科技”、在可持续与“优生态”上的实践经验，能够在柯桥产业优质资源集聚的良好环境中实现与“优选伙伴”的对接，进一步传递赛得利的产品创新理念，同时将品牌订单和业务合作引导到对大赛创意作品的关注上。“世界纺织看柯桥，在柯桥我们能够看到最具有创意的织造和染整的力量。不论科技、生态还是时尚方面，中国的纤维公司、布厂和纱厂基本上已经达到了引领世界的水平。”冯昕说。

赛得利推出全产业链一体化服务

作为全球最大的纤维素纤维制造商之一，赛得利公司还是全球首家获得OEKO-TEX®颁发的MADE IN GREEN产品标签的纤维素纤维厂商，隶属新加坡金鹰集团。赛得利进入中国17年来，从规模化生产、全流程品控、差异化定制、全流程认证、产业链协同和品牌化推广等多方面多维度构建完善的可持续发展体系，集团旗下的高品质天然纤维均来源于可再生种植林，广泛适用于各种纺织品和亲肤卫生用品，以卓越性能和舒适体验著称。

会上，赛得利销售副总经理张晓雷就赛得利 BV 纤维产品进行了系统介绍。他指出，针对不同的纺纱工艺特点，赛得利定制开发了优可丝® BV 纤维，以满足下游客户最佳的使用效率及最高的质量要求，对传统的纤维素纤维是一种升级换代。并且，采用 BV 纤维制成的纱线能够提升面料性能，突破传统。张晓雷举例说：“采用 BVF0.9D、1.0D 细旦纤维和棉混纺做成的平纹布手感更柔软、布面平整、染色性能好、可降低成本和印染风险；采用 BVM50/60 的纱和尼龙交织做成的罗马布，既有弹性和骨感，又不失柔软的手感，抗起毛起球有所提升等。同时，优可丝® 特有的吊牌系统和可追溯虚拟证书赋能下游面料商和终端品牌商。”

过去一年，赛得利着力促进原料品质提升、可持续发展与产业链对接，在技术创新、纤维趋势发布、伙伴式合作、品牌营销推广等方面多点开花，从纤维的源头注入科技、时尚、绿色的元素，推动了下游纱厂、面料、品牌企业的产品创新。

据悉，本届赛事除了“优可丝® BV”奖项，还设置了金奖、银奖、铜奖、时尚色彩奖、创新科技奖。国内外纺织服装企业、纺织面料设计专业机构及独立面料设计师等均可参赛，参赛产品须为可批量生产的服装面料，应用领域主要为时尚女装，送审产品均免收评审费，申报截止日期为6月28日，参赛企业可登录中国流行面料官方网站进行申报。获奖企业将受邀参加“2019中国时尚面料设计大赛颁奖典礼”，还可优先获得参加服装品牌专场对接会等活动的机会。

推动 BV 纤维集成创新 实现高质量产品开发

“赛得利优可丝® BV 纤维产品开发技术创新联盟”于柯桥正式启动

本刊记者 _ 王利 通讯员 _ 覃晓

3月29日，“赛得利优可丝® BV 纤维产品开发技术创新联盟”（以下简称“联盟”）启动仪式在位于浙江绍兴柯桥区创意大厦的中国女装面料流行趋势研究院举行。来自绍兴柯桥区和周边区域的国家纺织产品开发基地企业、中国流行面料入围企业的代表共计百余人参加了本次活动。中国纺织信息中心副主任李波、国家纺织产品开发中心总工程师陈宝建、绍兴市柯桥区中国轻纺城创意产业服务中心主任徐舒、赛得利集团下游业务及企业发展副总裁冯昕等领导出席本次会议。

会上，中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心与赛得利集团宣布联合成立“赛得利 BV 纤维产品开发技术创新联盟”。本次活动由中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心、赛得利公司主办，绍兴华颐瑞佳纺织科技有限公司、中国女装面料流行趋势研究院承办。

联盟成立的意义何在？

—— 合作共赢实现高质量的产品开发

提及“赛得利优可丝® BV 纤维产品开发技术创新联盟”的成立，陈宝建表示，赛得利是全球纤维素纤维行业领导者之一，将赛得利 EcoCosy® 优可丝® BV 纤维通过联盟的模式进行高效推广，将快速掀起以柯桥产业集群为核心并辐射全国的产品开发创新效应，实现优质纤维的高质量产品开发，助推应用领域的拓展及产品创新的丰富性和多样性，为推动纺织行业高质量发展奠定坚实基础。

对此，李波同样表示，期望双方通过合作项目的开展，有效整合原料、设计、品牌、市场渠道等行业优质资源和服务平台进行产业链的垂直延伸，协同趋势研究、产品研发、创意设计、市场推广等各个环节，引导产业链上下游企业协同创新，提升中国时尚面料设计的创新力，推动行业不断创造新的消费需求和商业增长，助推中国纺织产业转型升级与可持续发展。

联盟的优势何在？

—— 助力技术价值向商业价值的高效转化

会上，陈宝建对“中国流行面料技术创新联盟”进行了介绍，同时对赛得利优可丝® BV 系列纤维产品开发方向进行了分析。他介绍道，中国流行面料创新联盟是中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心于1999年发起的，以国家纺织产品开发基地企业为主体，以促进纺织服装企业整合优势资源协同发展为宗旨的集成创新平台，细分为趋势研究与发布联盟、产品开发创新联盟和技术创新联盟三种模式。其中，技术创



赛得利从纤维源头出发，满足面料和品牌不断提升品质的需求。

新联盟具有系统研究、数据支撑、优质资源、专业指导四大核心优势以及行业高度、产业协同、高效联动、技术突破、多维推广五大运行特点，以始于1999年的中国流行面料数据库为产品开发提供大数据分析支撑，以118家国家纺织产品开发基地、1000家中国流行面料入围企业、源于10个纺织产业集群的5000家优质企业作为上下游共同开发的合作企业，至先后推广了22项新型材料及技术。

此外，陈宝建从赛得利纤维优势特点、产品开发趋势分析、产品开发方向建议三个维度分析了赛得利优可丝® BV 系列纤维的产品开发方向。他谈道，赛得利公司致力于可持续发展，体现出规模化生产、全流程品控、差异化定制、全流程认证、产业链协同和品牌化推广六大特点，为纺织行业实现高质量发展，为满足人民对美好生活的新期待提供源源不断的优质纤维资源。2019年，“赛得利优可丝® BV 纤维产品开发技术创新联盟”将通过产业链上下游的联合开发推广以及开展产品开发万里行活动，深入联盟合作企业，有针对性地进行产品推介与开发指导，提供全方位的技术支持与资源支持，提升产品开发成功率。同时，联合上下游企业共同破解产品开发过程中的关键和共性技术问题，形成产业核心的技术创新链。

为什么选择赛得利？

—— 从纤维源头造就卓越品质

“从纤维到纱线，再延伸到面料服装上，我们每个环节都有自己的伙伴，直至最终将产品的内在品质传递给终端消费者。”会上，赛得利销售副总经理张晓雷就赛得利优可丝® BV 纤维产品进行了系统介绍。他谈道，赛得利通过产业链整合，与设备、纤维、纺纱专家共同开发，目前拥有140余家纺纱合作伙伴。优可

丝® BV 纤维产品染色均匀、色牢度高、印花清晰、抗起毛起球、细腻清爽、强力高、耐磨等优质性能赋予了面料高级的品质。“赛得利针对不同面料对于纤维素纤维的应用需求，从纤维的源头出发，满足面料和品牌不断提升品质的需求；采取更多生态实践和保护行动；实现从纤维到时尚产业一站式服务，让合作伙伴体会到EcoCosy® 优可丝® 带来的更多附加价值。”张晓雷说。

赛得利公司拥有全产业链的一体化服务，旗下的高品质天然纤维均来源于企业自有的可再生种植林，有力地保障了原料供应，并通过生产流程的把控和产品创新来引领市场。自赛得利将 BV 纤维推出市场以来，受到越来越多下游客户的关注，其品质优越，为纱线厂、设备商、面料企业带来了更为丰富的开发元素和价值发掘空间。

赛得利新推出的 EcoCosy® 优可丝® 独有的 VC 虚拟证书，能够为终端品牌测试提供识别优可丝纤维的服务，助力品牌打造可追溯的时尚形象。为了达到这一点，赛得利主要做了三方面的工作，一是为产业链上下游合作提供了更加扎实的、可验证的平台；二是通过虚拟证书的验证，为下游产业客户提供品质和生态保障；三是基于品牌需求提供吊牌合作。

3月25~31日，联盟工作组连续6天深入纺织产业集群地——绍兴柯桥地区和山东地区，有针对性地选择了在纤维素纤维面料开发、色纺、印染等领域的10余家优秀企业进行了专业的交流与探讨，以高定位和系统化思维开发赛得利优可丝® BV 面料。

4月，联盟将继续踏上旅程，走向河北、广东等地，将赛得利优可丝® BV 纤维带到更多纺织印染企业。期待这个春天，赛得利可以与上下游企业协同合作，谱写一曲春意盎然的新篇章。

赏环球风尚 促湾区发展

2019 广东时装周·春季圆满落幕

昕同 / 文

3月23日晚,“众衣联特约:2019 城市画报新势力大奖暨 2019 广东时装周·春季闭幕式颁奖晚会”在广州流花展贸中心中苏友好大厦隆重举行,为 2019 广东时装周·春季画上了圆满的句号。来自海内外数百位媒体、新锐品牌、时尚产业代表及行业意见领袖等嘉宾莅临盛典,共赏环球时尚新面貌,促进粤港澳大湾区时尚文化交流。

汇聚中外设计师, 七场大秀树立潮流风标

为贯彻习近平总书记就弘扬和传承中华优秀传统文化系列讲话精神,加强优秀传统文化的保护和传承,重点做好创造性转化和创新性发展,广东省服装服饰行业协会和广东省服装设计师协会将非遗传承和活化作为工作重点,发挥服装设计的专长,召集了行业内优秀设计人才作为“广东纺织服装非遗推广大使”将传统文化的精髓融入现代服装设计,并利用广东时装周的平台,让更多人加入非遗文化的传承和保护中。

在 2019 广东时装周·春季闭幕式的舞台上,第二届广东纺织服装非遗推广大使孙恩乐、赵亚坤、江平、成晓琴、蔡伟图等为宾客带来了非遗主题开场大秀。香云纱、潮绣……精致的非遗工艺造就眼前绚丽的服装,令人惊叹不已,绝妙地展示着非遗的时尚风采。

唯品会唯爱工坊紧随其后,上演了“唤醒 WAKE UP”非遗风尚秀。唯爱工坊自去年广东时装周发起“唤醒千年之美——非遗万物品牌联合计划”以来,携手 20 个时尚品牌,采风 8 种非遗技艺,历时 5 个月打造了 50 余款非遗时尚潮品,都在本场秀中惊艳亮相,品牌和设计师们用时尚交织经典,用匠心激发创新。

展现东方美学的 VMe 还为大家带来了华丽个性、极具欧式风格的高端鞋履系列,亦刚亦柔、知性感性,有着让人难以抗拒的魅力。

木棉道则用传统美学连接当下生活,将经典中式服装创新升级,并与青年文化潮流元素结合,打造出独树一帜的跨界美学秀。

作为时尚色彩先锋的蹀愫 tigrisso 则为大家带来浪漫的色彩鞋履系列。这是一场关于心灵与色彩的艺术,色调柔和、造型风尚的鞋履点亮每个女生的时尚梦想。



合广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会共同发起了城市画报·新势力大奖。每年由数十家专业媒体、机构组成的新势力评审团评选出当年最受瞩目的原创力量代表,并对其进行表彰,以此促进时尚行业良性互动。

今年,由 26 家年度行业优秀代表品牌、平台组成的获奖品牌矩阵亮点颇多,多元化品牌代表着新时代下的中国品牌实力。其中,不仅有新锐原创力量代表如 TONGLISIGNATURE、ALEXSTORM,以玩味态度探索潮流的 Alpha Style,更有跨品类创新品牌,如打造全民创业平台的 VVSTAR、演绎中式时尚美学的木棉道、将色彩融入潮流鞋履设计的蹀愫 tigrisso,以及引领纯天然护肤新趋势的 Age Four 等。

颁奖晚会当晚,各路时尚潮人、大咖盛装出席,参与“2019 年度新势力现场最佳着装大奖”,最终,5 位嘉宾摘得桂冠,获得了由 VVSTAR 平台提供的专属高端定制服务奖品。

活力焕新, 助力粤港澳大湾区时尚建设新篇章

广东,拥有深厚的服饰产业链基础、充满活力的时尚产业集群。广东的服装生产与出口常年位居全国首位,具有时尚产业转型升级的良好基础。近日发布的《粤港澳大湾区发展规划纲要》中提出,粤港澳大湾区要共建人文湾区,广州要全面增强国际商贸中心功能、着力建设国际大都市。时尚产业,是粤港澳大湾区建设中的重要推动产业。

始于 2002 年,由广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会主办的广东时装周,不仅是流行趋势和原创设计的展示发布舞台,更是产业链对接、创

化交流、优势资源整合的综合平台。在本季时装周上,以粤港澳大湾区、数字化、大 IP、非遗、制服、童装和次元时尚等为亮点,共计有超过 300 家机构、平台、品牌、设计师参与发布,内容涵盖趋势发布、新品发布、订货会、主题发布、会议论坛和多元跨界等丰富活动。

广东时装周作为中国最具影响力的时装周之一,已成为拉动服装产业链条的行业交流平台。本届时装周上,1688 和广东时装周共同打造的“数字时装周”正式开启,1688 成为广东时装周线上主办单位,全面参与时装周的数字升级,成功地将最新款的发布和采购整合到了同一时间。

作为 2019 广东时装周·春季闭幕式主要内容之一的城市画报·新势力大奖,也将为服装平台优势融入创新元素,整合优质资源,展现中国原创力量与品牌创新方向,助力粤港澳大湾区时尚建设新篇章。TA



湾区 IP 解码： 商贸升级，服装先行

昕同 / 文

3月18日,2019 广东服装大会在红棉国际时装周重磅召开。本次论坛邀请了相关政府、产业集群、企业以及行业专家齐聚于此,共商广东服装发展大计。论坛由广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会主办,广州市越秀区商务局联合主办,广东省时尚服饰产业经济研究院、广东国际时尚艺术研究院承办,华南服装智库、红棉国际时装周协办,广州市服装协会等各地服装商协会联合协办。

深度解读规划纲要, 再建时尚供应链

本次会议以“粤港澳大湾区框架下:商贸升级·服装先行”为主题,结合广东服装商贸发展问题对《粤港澳大湾区发展规划纲要》进行解读,邀请各级政府部门对服装商贸升级问题进行碰撞交流,并邀请行业专家就如何通过品牌、IP、人才、互联网为产业升级赋能等问题进行探讨,探索更高水平的资源整合和更深层次的融合发展。

广东省工业和信息化厅消费品工业处副处长许建成,越秀区人民政府副区长陈伶俐,越秀区商务局副局长邱家炎,流花街道书记高贵宾,广东省服装服饰行业协会会长卜晓强、执行会长刘岳屏,广东省服装设计师协会执行会长丁宁,以及各地服装商协会负责人、服装企业家 200 余人出席了本次会议。

卜晓强首先作为主办方代表致欢迎辞。他提到,当前世界多极化、经济全球化、社会信息化、文化多样化深入发展,国家深入推进供给侧结构性改革,新一轮科技革命和产业变革蓄势待发。2月18日《粤港澳大湾区发展规划纲要》发布,提出粤港澳大湾区要共建人文湾区,广州要全面增强国际商贸中心功能、着力建设国际大都市,服装产业将面临更多层次、更高水平的国际合作与竞争。2019 广东服装大会的召开正是在这样的背景下应运而生,期待政府代表、行业专家、服装企业等共同深入探讨商贸升级问题。

会上,广东财经大学商贸流通研究院院长、广东省商业经济学会会长、华南商业智库理事长、广州现代物流与电子商务发展研究基地主任王先庆率先为现场嘉宾带来最新的政策解读,并结合服装商贸升级解读《粤港澳大湾区发展规划纲要》。王先庆指出,对标国际一流湾区,粤港澳大湾区服装商贸应从以下四个方面为切入点,进行升级与创新:一是技术升级,以时尚化为切入点,重视数据流与信息流,重构创新链;二是市场升级,以体验化为切入点,强调新物流,重构供应链;



2019 广东服装大会内容丰富,意义深远。

三是产业升级,以定制化为切入点,紧扣商流,重构产业链;四是资本升级,以品牌化为切入点,以资金流为重心,重构价值链。

为推动粤港澳大湾区时尚产业蓬勃发展,广东省服装服饰行业协会在粤港澳大湾区时尚产业联盟的呼吁下,将共同选择合适的地方建设推动时尚产业升级发展的产业基地,并得到了奥园地产集团的热烈响应和踊跃支持,会上双方就在粤港澳大湾区范围内开发粤港澳大湾区时尚产业总部基地等项目签署了战略合作协议。

各方聚焦, 共商大湾区未来

接下来的主题演讲环节,时尚家、稀有物种联合创始人孙仁刚首先为大家带来“黑马品牌的顶层设计”的精彩分享。他从“看众生、看天下、看自己”三个层次,结合服装行业的黑马品牌发展案例,对顶层设计进行了深入解读,对未来服装品牌的发展趋势进行深度分析。

IP 当道,时尚为王。香港山成集团 PPW Group 创始人兼行政总裁陈华俊以“小猪佩奇超级 IP 成长记录”为主题,带来热门的 IP 话题分享。他以知名 IP“小猪佩奇”为案例,分享 IP 成长经验,为现场嘉宾带来打造热门 IP、利用 IP 进行商业转化,为品牌发展赋能的实用总结。

会议最后,众衣联供应链服务有限公司品牌官田鑫就“粤港澳大湾区框架下 B2B 平台助力服装产业发展新契机”展开主题演讲。众衣联作为“产业+互联网+金融资本”的平台型项目,希望凝聚各方的力量,发挥 B2B 平台优势,以项目为载体,抱团合作,共商、共建、共享,把握粤港澳大湾区的发展新契机,助力服装产业升级发展,推动时尚湾区的建设。

2019 广东服装大会内容丰富,意义深远,是本届广东时装周为广东服装行业从业者及时尚爱好者献上的思想盛宴。主办方希望借助行业专家的智慧为广大服装企业、设计师答疑解惑,结合《粤港澳大湾区发展规划纲要》,梳理发展新思路,整合优势资源创新思维,培育广东服装产业新优势,促进时尚文化产业创新升级,助力粤港澳大湾区对标国际三大湾区打造全球时尚中心。TA

集结六大展团 吹响共赢“冲锋号”

本刊记者 王利 文 / 摄

纺织新时代，合力共赢是行业发展的大势所趋，越来越多的平台和企业开始探索抱团发展新模式。对此，2019 中国国际纺织纱线（春夏）展览会（以下简称“2019yamexpo 春夏纱线展”）也扬帆而上，吹响共赢时代“冲锋号”。本次展会，新疆、大朗、赛得利、恒天集团、化纤联盟、东方国际集团 6 大展团震撼亮相，成为展会现场一道独特靓丽的风景线，彰显了企业合力发展的决心和信心。

新疆展团： 凸显地方优势，打响区域品牌

由新疆政府带队，集结富丽震纶、康瑞欣纺织、鲁泰丰收等 23 家优质棉纺企业再次抱团亮相 2019yamexpo 春夏纱线展，进一步展现新疆棉纺行业得天独厚的资源优势，向世界演绎“一带一路”建设核心区风采。新疆维吾尔自治区工信厅副厅长谢青表示，新疆作为全国最大的棉花种植区，产业优势明显，2018 年，新疆已建成产能超千万锭，主要以环锭纺、转杯纺为主，整个纺织产业进入高速发展阶段。

新疆唐成棉业有限公司已经是第 8 次跟随新疆展团参加 yarnexpo 纱线展，该公司带来的紧密纺、赛络紧密纺、精梳、普梳等产品得到诸多下游客户的青睐。“我们公司的纺纱规模达 150000 锭，生产的低支高品质纱线更是国内一流。yamexpo 纱线展是国内最具名气的实效大展，影响力、号召力不可小觑，参加展会既可以与新老客户相聚，又可以了解行业最新趋势，还能打响品牌知名度。”该公司总经理杨晓敏说道。

大朗展团： 发挥集群特色，探索 O2O 新业态

作为中国著名的羊毛衫名镇，大朗逐渐发展为“中国毛织纱线集散基地”。随着大数据时代的到来，大朗本土电商平台逐步发展壮大，引领大朗毛织产业走上线上线下融合发展的快车道。在中国大朗纺织网的带领下，顺翔、澳鹰、潮盛实业等 30 家企业再次抱团入驻 2019yamexpo 春夏纱线展，首次参展的毛织网也精锐尽出，集结了旗下 26 家线上企业强势来袭。两大电商展团同台竞技，均以展示花式纱、毛纱、针织纱为主，让国内外客商领略大朗在毛纺领域的创新风潮、与互联网时代偕行的探索精神。

潮盛实业投资有限公司主营包芯纱系列产品，自设纺织厂和染厂，多年来线上业务不断扩大，稳步发展。该公司总经理彭俊清告诉记者，潮盛实业是第一次参加 yarnexpo 纱线展，之前听大朗纺织网平台工作人员和其他企业分享参加纱线展的收获，非常心动，这次抱着尝试的心态前来，对效果非常满意，见到了很多在线上有过咨询和合作的客户，进一步建立了双方的信任感，将有力提升双方未来的合作空间。

赛得利展团： 链接上下游，开创纤维素纤维新视界

赛得利展团近两年成长迅速，在 2019yamexpo 春夏纱线展上十分引人注目。作为中国纤维素纤维行业龙头企业，赛得利集团此次携新华源、普路通、上海申安等 11 家合作企业登场，共同开创“纤维素纤维世界”华篇，通过展团的方式，呼吁和号召全行业伙伴关注纤维素纤维产业的发展。

新华源集团作为赛得利集团的主要合作伙伴之一，是“中国粘胶纱特色产品生产基地”。新华源集团董事长陈宗立表示，此次带来的全新 Sadaer 纤维素纤维系列纱线是 BVY 系列的结晶，经由新华源集团公司通过配棉优化和工艺创新，开发出了 50 支~ 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，各项指标稳定，纱线特点鲜明，可媲美各类高端差别化产品，在市场上有“仿天丝”之美誉。

化纤联盟展团： 致力科技创新，携手高质量发展

化纤产业技术创新战略联盟展团是“功能化纤区”主角之一，该联盟由中国化学纤维工业协会和中国纺织科学研究院有限公司牵头组织，致力科技创新，推动化纤行业高质量发展。2019yamexpo 春夏纱线展，化纤联盟展团组织了十余家企业抱团参展，充分展示出化纤作为纺织之“源”对纺织工业、国防军工、环境保护、医疗卫生、交通运输等领域的发展所做的贡献。

本届展会，中国纺织科学研究院有限公司主要推出超凉感、高亲水、抗静电功能性纤维和绿色纤维。该公司副总经理刘瑞彪介绍道，中纺院推出的绿色环保纤维项目于 1998 年开始立项，2018 年已实现了 3 万吨生产线稳定生产，2019 年年产 6 万吨新溶剂法纤维素纤维产业化项目正式开工，预计在 2023 年建成 100 万吨产业规模。

恒天展团： 提升集团合力，挖掘展会机遇

作为 yarnexpo 纱线展的常客，恒天集团携旗下 4 家纤维企业和 1 家纱线企业组团亮相 2019yamexpo 春夏纱线展，展示恒天集团的各类高附加值纤维产品。恒天中纤维化无锡有限公司、保定天鹅新型纤维制造有限公司、恒天海龙（潍坊）新材料有限责任公司等企业各自带来了拳头产品，展示了集团强大的研发创新能力。

作为恒天集团旗下知名企业，恒天海龙（潍坊）是中国新型再生纤维素纤维及制品的研发和生产基地。本次展会带来的阻燃系列纤维和艾丝纶纤维一经亮相便获得下游客户的关注。该公司外贸部部长刘福荣表示，公司将继续提高自主创新能力，优化产业结构，着手于研发细旦、高强系列产品，推出更多高性能和环境友好型、资源节约型产品。据透露，今年秋季 yarnexpo 纱线展海龙将带来相变调温纤维。

东方国际展团： 延伸产业链，玩转高性能纤维

说到展会上的功能性纤维，东方国际集团展团的产品尤为亮眼。2017 年，东方国际集团和上海纺织集团联合重组，组成了全新的东方国际集团，从纤维、纱线、面料到成衣，产业链完整，产品远销海内外。此次展会，东方国际集团携旗下德福伦化纤、里奥纤维、日舒科技、裕丰科技等 6 家企业联合参展，展示差别化功能性聚酯短纤维、特殊功能的 Lyocell 纤维、原液着色幻彩系列、床品、婴童服饰等产品，带你领略功能性纤维的实用魅力。

上海德福伦化纤是 yarnexpo 纱线展最早一批的忠实粉丝。“公司从上世纪 80 年代开始探索原液着色、可再生循环纤维等新型技术，近年来公司新型纤维的研发技术不断提高，已完全趋近于国内外领先水平。”该公司产品应用开发中心副部长吴钢说道。本次展会，该公司主推原液着色纤维、生物基材料纤维和可再生循环纤维，用最前沿的技术和理念为纺织行业的改革创新注入强劲的动力。TA





唐丝 Tangcell 联袂知名亲子跨界设计师刘嘉，以唐丝莫代尔为原料，量身打造了一场精彩时装秀。

从制造企业向品牌企业转型

中国首个高端纤维素纤维品牌唐丝问世

本刊记者 _ 郭春花

3月12日，中国纤维素纤维行业的领导者之一，全球高品质、差别化纤维素纤维的主要供应商唐山三友集团兴达化纤有限公司在上海隆重推出了高端纤维素纤维品牌——唐丝 Tangcell。这是国内纤维素纤维领域首个高端自有品牌，标志着国内纤维素纤维企业开始从生产型制造企业向价值型品牌企业转型，开创纤维素纤维企业与产业链上下游深度对接新局面。

唐丝 Tangcell 定位为三友化纤旗下高端纤维素纤维品牌，包含唐丝莱赛尔纤维、唐丝莫代尔纤维、唐丝彩色纤维、唐丝定制纤维，采用创新环保技术为纺织行业提供原料搭配方案。唐丝 Tangcell 所用原料源自经认证的林木，生产工艺采用创新的纤维素循环模式，其产品在使用周期结束后均能实现生物降解，还原为最初的自然物质，再次融入生态循环，符合全产业链可持续发展模式。

以唐丝 Tangcell 发布为起点，三友化纤将创建纤维素纤维企业产业链在可持续发展、供应链协同、品牌联动等领域深度合作的模式，助力中国纤维素纤维企业转型升级。目前，三友化纤已投资建成两条唐丝 Tangcell 柔性化生产线和纤维应用研究中心，以个性化、定制化、专业化的服务，为产业链的合作提供解决方案。在可持续发展方面，三友化纤已与瑞典 Re:newcell 公司开展纤维素纤维衣物回收制造再生纤维素纤维合作，实现纤维素纤维—服装—纤维素纤维的循环闭合。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲曾表示，纺织工业未来发展战略重点即是走融合发展、品牌化发展之路。唐丝 Tangcell 品牌的推出，

正是纺织企业跨界融合、多元发展，打造、推广自我品牌的一次具有代表性的尝试，在中国纤维素纤维企业中具有很好的示范效应。

此次发布会，三友化纤启动了与武汉纺织大学服装学院、北京服装学院服装艺术与工程学院、深圳大学艺术与设计学院、东华大学、浙江理工大学服装学院、上海工程技术大学服装学院、闽江学院服装与艺术工程学院、福州大学厦门工艺美术学院、上海纺织建筑设计研究所等九所大学及科研机构的产学研创新联盟。围绕唐丝 Tangcell 不断进行科研攻关，为其从纤维到纺纱、织造、印染、设计整条生产体系提供技术支撑。

唐山三友集团副总经理、唐山三友集团兴达化纤有限公司董事长郑柏山表示，唐丝 Tangcell 是企业顺应时代发展要求，推动旗下产品品类聚焦整合，打造高端纤维素纤维品牌的新举措，也是中国纤维素纤维领域第一个纤维品牌。现已与 H & M、ZARA 等国际知名品牌开展深入合作，今年将与爱慕、愉悦家纺、申洲国际、如意集团等国内知名品牌启动上下游深度合作，唐丝 Tangcell 必将为纺织产业链融合和价值提升发挥作用。

在当天举行的“唐丝时尚之夜”活动上，唐丝 Tangcell 联袂知名亲子跨界设计师刘嘉，以唐丝莫代尔为原料，量身打造了一场名为《彩色的时光河流》的精彩时装秀，绚丽多彩的时装，温馨活泼的亲子氛围，一根根纤细的唐丝 Tangcell 装扮出一件件天然、精致、绿色、阳光的时装，呈现出唐丝 Tangcell 人与自然的和谐相融，艺术与产业的火花碰撞。TA

超仿棉三大产品系列引关注

本刊记者 _ 郭春花

在各种新型纤维材料层出不穷的当下，享有纺织“1号工程”称号的超仿棉项目落地开花结硕果，不断给市场带来新惊喜。随着大容量装置高比例、多组分改性共聚酯连续聚合技术，细旦纤维截面精确控制技术，全产业链纺织染关键技术配套等关键核心技术的推广应用，超仿棉产品呈现系列化并喷发展趋势，在2019中国国际纺织纱线（春夏）展览会上，超仿棉系列化产品受到各方的广泛关注。

早在2009年，针对粮棉争地问题和我国聚酯纤维产业发展趋势，由中国化学纤维工业协会、中国纺织科学研究院有限公司牵头成立的化纤产业技术创新战略联盟联合东华大学、仪征化纤等20余家单位共同承担了国家“十二五”科技支撑计划“超仿棉合成纤维及其纺织品产业化技术开发”项目，并积极推动科技成果的产业化转化，项目成果作为纺织行业唯一代表入选了2016年国家“十二五”科技创新成就展。项目总投入3.3亿元，其中国拨专项经费8441万元，被称为我国纺织工业十二五“1号工程”。

由于聚酯和棉花性能的巨大差异，超仿棉产品开发之路充满了艰辛，从实验室到中试到大规模连续化生产，项目组克服万难、一步一个脚印地稳步推进。

据不完全统计，目前仅核心企业产能规模已超百万吨，而且仍处于快速增长期。

经过多年的发展，超仿棉产品已形成易染色、高回潮、亲水细旦三大系列，以满足不同的市场需求。在联盟超仿棉品牌“逸绵”旗下，易染色超仿棉纤维的典型代表为仪征化纤生产的“仪纶”、高回潮超仿棉纤维的典型代表为苏州斯尔克生产的“斯棉”、亲水细旦超仿棉纤维的典型代表为中纺院生产的“凯泰”，其中仪纶已经作为一种全新的聚酰胺酯分子结构注册了新物质号（CAS：25610-75-7）。

三大系列产品性能各有侧重：仪纶具有常压深染，手感柔软，穿着舒适，低碳环保的特点；斯棉具有回潮高，面料棉感温软，服用舒适，光泽柔和，吸湿排汗的特点；凯泰具有长效亲水，吸湿排汗，亲肤性好的特点。

超仿棉系列产品总体性能如下：亲水性大大优于常规聚酯纤维，回潮率各有不同，其中高回潮型产品回潮率达普通聚酯纤维的二倍以上，速干性大大高于棉纤维；亲肤性接近棉纤维，超仿棉纤维的模量低，触感柔软，可以贴身穿着；色牢度普遍高于棉纤维，干摩擦色牢度4级以上，湿摩擦色牢度3~4级以上，



超仿棉系列化产品受到各方的广泛关注。

而且染色温度较常规聚酯纤维低二三十度，可以常压染色，开发的各类混纺织物一浴一步法染色效果良好，有较好的节能减排作用。

近年来，随着推广面的不断加大，超仿棉纤维的供应企业和下游用户不断增多，桐昆、华宏、国望高科、金辉、江苏大生等耳熟能详的企业均位列其中，涉及的服装品牌更难难以计数。据相关数据统计，超仿棉项目2014~2016年直接新增销售额14.86亿元、利税1.75亿元，间接新增销售额2.43亿元、利税0.44亿元、创汇1076万美元，产生了良好的经济效益和社会效应。

十年磨一剑，如今的超仿棉纤维已经初具规模，但前进的脚步不会停止。相信在产业链各方的共同努力下，超仿棉将创造更大的辉煌。TA

博拉彩虹纤维将环保与时尚完美结合

本刊记者 _ 郭春花

3月13日，由博拉经纬纤维有限公司主办，上海纺织裕丰科技有限公司、浙江跃嘉纺织科技有限公司、杭州新天元织造有限公司、杭州福恩纺织有限公司作为支持单位的“彩虹之尚—博拉纤维产品发布秀”在2019中国国际纺织纱线（春夏）展览会期间举办。

在本次发布会中，博拉纤维中国区销售总监陈凯首先对博拉集团和博拉纤维做了简单的介绍。Aditya Birla（埃迪亚—博拉）集团市值443亿美元，为世界500强之一，在42个国家有约12万名雇员。业务涉及金属、纺织品、炭黑、电信和水泥等各个领域，客户遍布北美、南美、非洲和亚洲等国家。博拉集团是世界最大的粘胶短纤生产商之一，浆粕和纤维业务遍布全球。博拉旗下纤维品牌主要包括彩虹纤维、博拉莫代尔、博拉莱赛尔、博拉粘胶等。

博拉集团始终关注可持续、生态友好的纤维产品开发，Livaeco 作为博拉集团生产的环保粘胶纤维品牌，在本次发布会中正式亮相。Livaeco 纤维的原料来自于FSC（森林管理委员会）认证的100%可持续的和保证社会责任的木材资源。据统计，与其他天然纤维相比，生产每吨Livaeco 纤维可节约900升水、减少300克的温室气体排放，并且Livaeco 在自然条件下于6周之内完全降解。Livaeco 纤维可提供吊牌，具有完备的纤维可追溯系统，利于整个产业链透明化，使得下游客户和最终消费者明确

知道他们所使用的纤维不会对环境造成危害。

博拉集团也非常重视社会责任、校企联合和创新人才的培养。博拉纤维的核心客户之一上海纺织裕丰科技有限公司与东华大学合办的“裕丰杯彩虹纤维色纺面料设计大赛”旨在促进行业发展、挖掘优秀创意灵感和推广无染的彩虹纤维。

本次发布会上，东华大学纺织学院副院长徐广标介绍了大赛情况。在颁奖仪式上，与会嘉宾为大赛入围奖的学生代表颁发了荣誉证书和奖品。

本次设计大赛为学生们提供了一个理论结合实践和展示自我的平台，同时让更多人认识到环保和可持续发展的重要性。

最后，博拉集团为大家带来了精彩的“彩虹纤维”时装秀。彩虹纤维源自可持续的人工种植林，是原液着色的再生纤维素纤维，生产过程中节约了水、化学品、电力等资源，具有色牢度高、无批差等优点。发布秀上的时装主要展示了彩虹纤维面料天然纯净、色彩丰富、时尚环保等符合当代设计理念的特点，整场发布秀带给观众震撼的视觉体验，并得到现场专家的充分肯定。

作为纤维素纤维行业的领导者，博拉纤维一直致力于为市场提供高质量、差别化和富有竞争力的高附加值产品。博拉集团相信绿色环保一定是未来发展的主要方向，博拉纤维将持续为纺织品的可持续发展做出自己的贡献。TA



“彩虹纤维”时装秀。

绿色且多元，浙江佳人再生纤维新进展

本刊记者 _ 郭春花



2019 yarnexpo 上，佳人带来了一场精美的时装秀。

3月13日下午，在国家会展中心(上海)，“绿色、环保、创新——佳人再生纤维产品发布秀”精彩上演，中国工程院院士蒋士成，中国化学纤维工业协会副会长贺燕丽、秘书长关晓瑞，东华大学研究院副院长王华平，浙江佳人新材料有限公司董事长楼宝良等出席发布秀。

浙江佳人新材料有限公司是国内首家实现工业化的化学法循环再利用涤纶生产企业，始终坚守“循环纤维生生不息”的发展理念，在消化吸收再创新的基础上，逐渐建立废旧衣物回收、处理、加工和再利用体系，并通过绿色纤维标志认证等系列认证。此次发布的新产品有切片和功能纤维。

贺燕丽在致辞中表示，我国每年新增废旧衣服有2000多万吨，这些都存在“去所”的困扰，再利用率很低。佳人公司的化学法循环再生技术是高精度过滤、精制再聚合等工艺过程的实现，不仅能确保再生品的品质达到原生产品的水平，而且能实现废旧原料、加工、应用、废弃到

再生的全循环，真正构建纺织纤维“从摇篮到摇篮”的多级、多次闭合绿色循环体系。此次发布的无锡再生涤纶切片、阳离子再生涤纶切片及功能复合环保健康纤维是佳人公司研发的新品，在资源循环再利用的基础上，赋予了纤维更多的功能性，以满足消费者对美好生活的需求。作为拥有“绿色纤维标志认证”的企业，佳人将充分发挥绿色再生纤维的产品的优势，创造循环再利用化纤行业绿色发展的美好未来。

楼宝良在欢迎词中谈到，公司在困难经营多年后，2018年实现盈利，今后每年将拿出营收的10%作为科研经费，加大与科研单位的合作力度，不断推出新产品。希望以本场发布秀为契机，让客户对佳人有更深的认识，与合作伙伴共进步。

发布秀现场，佳人新材料公司重合分厂副厂长官军介绍了再生阳离子和再生无锡切片，研发高工雷鸣介绍了功能复合健康纤维和抗芯吸水纤维新品，总工程师曹达戈展示了再生超高弹DTY新产品。佳人公司推出的新产品都已实行量产，将为消费者健康和幸福生活带来更多选择。TA

太极石开启纤维“芯”时代

本刊记者 _ 郭春花

3月12~14日,2019中国国际纺织纱线(春夏)展览会在上海隆重举行,同期,太极石股份有限公司与中国化学纤维工业协会联合举办了“智能·健康·未来—太极石纤维+AI智能太极芯产品发布秀”。

太极石股份有限公司董事长林荣银表示,公司致力于太极石健康纤维的研制,并始终坚持科研、生产与应用紧密结合,已突破多项技术瓶颈,实现太极石纤维的产业化制备,并得到多家知名品牌客户的认可。公司积极探索“纤维+智能+大数据”的组合模式,经过坚持不懈的努力研发出太极石智能芯片——“太极芯”,将纤维原材料与智能芯片相结合,率先迈出纤维“芯”时代的步伐,引领智能纤维的发展。

中国化学纤维工业协会副会长郑世瑛在致辞中表示,在中国迈向高质量发展的新阶段,“科技、时尚、绿色”已成为中国纺织产业发展的新定位、行业新标签。太极石举办的本次活动展示了公司从产品到品牌、从品牌到时尚、从时尚到健康全方位的创新与融合。

发布会上,太极石股份有限公司纤维事业部总经理王荣华详细介绍了太极石纤维系列产品的最新情况,2019年公司将继续推出太极石锦纶短纤、太极冰纤维(凉感)、太极炭纤维(热感)、太极绒等多个纤维品类,丰富产品体系;同时太极石强有力的研发和售后团队还能纺织下游行业量身定制产品解决方案,帮助他们提高产品的功能性以及性价比。此次发布会聚焦“智能·健康·未来”三大主题,呈现出最新研究成果——

太极石智能芯片“太极芯”,该产品将纤维原材料与智能AI技术相结合,导入智能传感器,实时探测身体的微循环、血压、心率三大数据的变化,分析身体健康状态,再通过手机APP客户端让用户更好地感知每天身体的“微改变”。

东华大学研究院副院长王华平针对本次开发的太极石功能纤维和AI智能“太极芯”进行简要评价,他强调人体微循环和睡眠质量的重要性,太极石纤维作为中国纤维流行趋势2019/2020入选产品,具有远红外、促进人体微循环等功能特点,其产品将对改善人类亚健康健康起到积极作用。

同时,与太极石有着长期良好合作关系的浙江博尼股份有限公司商品中心总监董澜,在发布会上介绍了太极石纤维在文胸、内衣等产品的开发情况,她表示太极石智能芯片的出现解决了终端消费者的消费疑虑,让消费者能感知功能的存在,同时也给品牌注入了市场活力,带动功能纺织品市场再次腾飞。

在动态展示阶段,太极石联合多家品牌客户,以时尚内衣、优雅居家、办公休闲等几大主题为观众呈现了一场独特的视觉盛宴,同时让观众更深入地了解太极石功能性纤维的具体应用。

为感谢多年来合作伙伴的支持,太极石股份有限公司授予台州市丝丝美席业股份有限公司、烟台业林纺织印染有限责任公司、鲁泰纺织股份有限公司、鲁丰织染有限公司、南通喜麻纺织品有限公司、广东易通纺织科技有限公司、南通素庭家居用品有限公司、上海纺织裕丰科技有限公司、无锡四棉纺织有限公司九家企业“优秀合作伙伴”的称号。



发布秀让观众更深入地了解到太极石功能性纤维的具体应用。

奥神八大系列新品带你认识不一样的氨纶

本刊记者 _ 郭春花

氨纶在弹性面料中的占比往往比较低,可以算是一种“调味料”,但3月13日,在国家会展中心(上海),由连云港杜钟新奥神氨纶有限公司和中国化学纤维工业协会联合打造的“融·合——奥神氨纶差别化产品发布秀”打破了人们对氨纶的传统认知。

发布秀上,奥神推出了石墨烯氨纶、低温热粘合氨纶、可染氨纶、原液着色氨纶、耐高温氨纶、超柔氨纶、卫材氨纶、高回弹氨纶等八大系列差别化产品,具有炫彩、质感、舒适、健康等四大优异性能和功能,改变了人们对氨纶的认识。

其中,石墨烯氨纶在保持干法纺氨纶优异性能的基础上,具有低温远红外、抗静电、持久抑菌、吸湿透气等功能。奥神低温热粘合氨纶是采用干法纺工艺生产的多组分皮芯复合结构低温热粘合氨纶。用奥神低温热粘合氨纶生产的织物具有更加优异的弹性和热稳定性,可完美解决普通氨纶经过划刮、剪裁或反复拉伸而引起的脱丝、抽丝和卷边现象。其后道织物具有优良的防脱散性、随意裁和不卷边特性;同时具有酸性染料可染性能,织物颜色饱满、艳丽,色牢度可达4+。

中国工程院院士蒋士成,中国化学纤维工业协会副会长贺燕丽、赵向东,中国纺织工业联合会科技发展部副主任王玉萍,东华大学研究院副院长王华平以及化纤、面料、织袜、卫材等领域客户代表约200人参加了本次发布会。

随着人们生活水平和健康意识的逐年提高,功能性纤维产品渐渐成为时尚潮流的风向标,在追求时尚的同时,舒适与质感越来越受到人们的青睐,美的标准诉求逐渐由“性感”转向“自然”。连云港杜钟新奥神氨纶有限公司自1987年成立以来,就专注于氨纶新技术和新产品的开发与应用。公司研发设施先进,建立了小试和中试生产线,培养了一批专业经验丰富的科研人员,拥有省级企业技术中心、省级聚氨酯弹性纤维生产和应用工程技术中心。与科研院所、大专院校签订合作协议,共同进行基础性研究与开发。目前,多款产品属于国内首创或行业领先,连续多次入围和入选“中国纤维流行趋势”。目前奥神氨纶差别化率达35%~40%,成为国内品种最齐全的差别化氨纶供应商。

发布会上,连云港杜钟新奥神氨纶有限公司总经理张斌从行业地位、企业优势、产品特色、未来发展等四个方面介绍了企业及产品。下游客户代表青岛邦源集团公司CEO桑建军介绍了包覆纱产品的历史发展、当前现状及未来面临的挑战。

“创造精品弹性纤维,体验无拘无束生活”是连云港杜钟新奥神氨纶有限公司不断追求的目标。未来,奥神氨纶公司将始终保持市场前瞻性,敏锐把握终端市场产品的流行趋势,有针对性地开发新产品。与此同时将不断根据客户的差异化需求,与客户共同研发,不断推出新产品。



奥神产品发布秀打破人们对氨纶的传统认知。



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

中国纺织工业联合会社会责任办公室—刘卉 / 文

全面认知企业社会责任

企业作为承担社会责任的法人实体，在经营发展过程中，具有不可替代的主体地位。企业社会责任（Corporate social responsibility, 简称 CSR）是指企业在创造利润、对股东和员工承担法律责任的同时，还要承担对消费者、社区和环境的责任。企业的社会责任要求企业必须超越把利润作为唯一目标的传统理念，强调在生产过程中对人的价值的关注，强调对环境、对消费者、对社会的贡献。简单来讲，就是要求企业在追求经济利润的同时，也要关注环境和社会，实现经济利益、环境效益和社会利益三者的动态平衡。

环境保护提出一系列新思想、新论断、新要求，为努力建设美丽中国，实现中华民族永续发展，走向社会主义生态文明新时代，指明了前进方向 and 实现路径。十八届五中全会首次提出增强国家意识、法制意识、社会责任感，把社会责任感提升到与国家意识、法制意识同等的地位，各级政府在可持续发展和社会责任领域的作为成为评定政绩的权重指标。

现阶段，很多中国企业家认为企业社会责任就是做环保公益、慈善捐赠、扶贫助弱等项目。在这种观念引导下，很容易把企业社会责任看成是企业的一种“成本负担”，与企业的经济功能与社会功能相对立。从本质上讲，企业社会责任是企业经营发展的管理工具和创新方法，企业的社会责任具体包括人本责任、环境责任和市场责任三大维度内容。具体来讲，人本责任要求企业遵循以人为本的原则，尊重员工、消费者和社区其他人员的权利，促进企业与人的协调发展；环境责任要求企业以最小化对环境的负面影响为运营目标，减少污染、节约资源、降低温室气体排放，确保企业与环境生态的可持续发展；市场责任要求企业基于自身和整个社会的可持续发展目标，致力于负责任创新，促进公平竞争，加强负责任的供应链建设，实现企业与其他市场主体和利益相关方的共赢互利。

事件不偶然，警钟应长鸣

从企业责任内容维度看,响水爆炸事故严重违反了人本责任和环境保护责任,造成对员工重大生命侵害,严重违反了职业健康与安全生产法规,以及对企业所在的社区群众的人身安全权利、土地权利和生态环境权利造成重大损害和严重后果;爆炸造成的环境污染,不论是有毒化学品的泄露而造成的土壤、水体和空气污染还是其他,都造成了长久和深远的影响,需要持续评估和监测。

在企业行为性质维度，涉事企业响水天嘉宜公司的责任事故前科累累，据悉涉事企业曾被国家安全监管总局通报多项安全隐患，并屡次受到环保处罚。企业社会责任与所有企业行为相关，必须保证企业行为的透明和道德，必须遵守法律和国际行为规范，致力于可持续发展，并在运营过程中自觉考虑利益相关方的期望和利益。

从落实机制维度看,涉事企业完全没有认识到企业社会责任是以负责任的方式运营的管理模式。企业在建立、实施社会责任管理体系时,需要采用基于风险可能的尽责管理方法,评估实际和潜在的社会影响,把影响纳入内部职能和管理过程,以采取适当措施,跟踪这些措施的效果,并在必要时与利益相关方沟通,以社会责任管理体系与行为准则有机结合,以行为准则要求评估风险,并通过管理体系的运行,防范和消除不利影响。

借助响水爆炸案，我们拷问一下自己，仅仅从单一层面，如慈善捐款来理解企业的社会责任是否大过偏颇？企业社会责任作为一种综合战略，可以从诸多方面综合优化企业发展，帮助企业健康可持续发展。加强企业社会责任成为落实可持续发展的战略任务，满足人民日益增长的美好生活需要的战略任务。殷鉴不远，愿所有人警醒。

任是以负责任
时，需要采用
把影响纳入内
并在必要时与
以行为准则要

如慈善捐款来
合战略，可以
强企业社会责
生活需要的战

周刊典藏

时尚评论

大咖来做客

品牌故事

纺织头条

微信号: fzfzzk



纺织服装周刊

看产业实时资讯，
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





鼎祐在 2019 年德国 ispo Munich 的展位。

多元化的专业户外服装 辅料小巨人

鼎祐将定制化产品推向新境界

台湾《纺织月刊》/ 供稿



鼎祐总经理游政龙在展示公司产品。

成立于 2003 年的鼎祐国际实业有限公司，总部设在中国台湾台北，工厂位于中国大陆东莞虎门，当地工厂约有 500 名员工，同时亦在北京、福建及上海设有办事处。鼎祐为专业生产户外服装用多元化辅料的专业公司。

制造业当服务业经营 实践“工作即生活”的理念

鼎祐总经理游政龙表示，目前公司主力产品分为两大类：拉链（防水拉链）及辅料（标章、钮扣、扣具、拉片、黏扣带、织带等）。拉链占总产能 40%，以中国大陆、美国市场为主，每年产量可达 1000 万条；其他辅料则占产能 60%，以定制化生产供应户外服装用途为主，每年各式辅料配件产能为 3000 万片。鼎祐的主要外销市场为欧洲，目前亦积极开发中国大陆及美国市场。游政龙表示，鼎祐秉持把制造业当作服务业的精神，重视客户的想法来开发新产品，以高度定制化设计来满足客户需求，成为国际品牌的最佳合作伙伴。

游政龙毕业于台北科技大学，他坦言创业过程十分艰辛，特别是辅料配件利润不高，但细节却相当繁琐，经常必须在展览会、品牌商、工厂之间频繁穿梭，与同事及工厂研发团队相处的时间非常长，所以其治军理念就是“工作即生活”，希望与员工像一家人般相处，每位在鼎祐工作的同仁都身兼数个角色，才能以中小型企业灵活度满足品牌商的需求。游政龙表示，公司系以 KPI、绩效奖金等方式来激励员工，日后亦考虑以员工入股分红的方式续留人才，永续经营。



鼎祐通过参与国际展览，广泛接触品牌商。

提升自身研发能力 以创意应对市场变局

鼎祐的产品定位在精致、高端、设计，包括拉链、辅料、布料、成衣（含智能服装生产，如：凯格尔智能衣、加热外套、发光运动衣、脉冲光减肥衣等），年营业额约可达新台币 3 亿元左右。此外，鼎祐以策略联盟的方式拥有创新团队（位于深圳），时时发挥创意开发新产品。对于新产品是否要进行量产，游政龙表示，考虑到公司的营销运营能力，目前主要是小规模贩卖，但市场反馈相当不错。

市场布局方面，鼎祐主要通过参加各个国际展览会广泛接触品牌商，并主力经营欧盟市场，近年更通过台湾毛纺公会协助申请参展补助，密集参加了欧美地区的知名展览，例如：美国 Outdoor Retailer Snow Show 户外活动用品展、美国 Outdoor Retailer 夏季户外活动用品展、德国 ispo Munich 展及德国 Outdoor by ISPO 户外活动用品展等，成效颇佳。游政龙亦感谢相关机构协助中小企业开拓市场的用心。

近几年，为了分散风险及扩展版图，鼎祐亦开始接触中国大陆市场。同时，为应对国际新形势，鼎祐近期也将前往东南亚国家进一步考察，了解当地成衣厂及辅料供货商是否有不同需求及机会。然而，游政龙坦言，辅料配件与上、下游相关产业依存度高，加上公司属于迷你型集团，成衣、布料、辅料等相关部门多，营运成本是一大考虑。此外，由于客户多属欧美品牌，因此，中美贸易摩擦对成衣部门造成了一定程度的影响。美国是全球第一大市场，跨太平洋伙伴关系协定（CPTPP）也对市场产生不同程度的影响，游政龙认为，不需急躁或一窝蜂进军东南亚，应先评估自身公司受影响程度并适时灵活调整，反向操作也许会找到不一样的商机与机会。

由于公司产品项目众多且繁杂，在市场推广时难免会遇到客户对公司的专业度表示质疑。因此，如何系统化整理公司产品，让客户感受到公司除了产品多样

化、创新外，又具备专业性，这一课题成为鼎祐的当务之急。目前鼎祐与台北科技大学进行部分开发设计案（能感测方向的自行车服）及纺织产业目前最流行的智能衣，因其“智能”的功用皆来自辅料系统，包括传感器、垫片、信息传导等，因此智能衣的发展与电子业结合是必然趋势。

此外，必须应对市场需求来提升产品附加值，发掘市场未被满足的部分，维持鼎祐在业界的领先地位。鼎祐以考虑产品价值性、独特性来申请专利，不为了专利书而去申请专利，毕竟，专利申请的花费高昂，而且有时并不能带来相对应的市场效益。

专注开发定制化产品 适应潮流向多元化发展

游政龙表示，目前公司的竞争对手为日本的 YKK（拉链）及岛田しまだ（辅料—以研发与设计为主，有配合的生产工厂），鼎祐的优势则在于拥有整合性与多种辅料，可满足客人的特殊要求。鼎祐的产品大多是依客户需求与客户详细讨论后共同开发的，因此高度定制化是鼎祐最大的产品特色。由于目前市场产品分类不断细化，在如此高度细分化的市场中，如何找出可用资源或产品优势，或者在专业领域内突显自家产品的特殊性，都是鼎祐要努力的课题。为此，鼎祐以资源整合、让自家产品能走在市场前端为第一要务，并多方了解客户需求与寻求机会，因此目前尚无打造自有品牌的计划。

全球气候变迁驱使各产业重视环保议题，为符合国际环保趋势潮流，使用环保材料制成的产品将是鼎祐未来的主要研发方向。此外，在生产过程及安全方面也需全面符合国际标准，游政龙认为，身为户外用品供货商，本来就应该更重视环保议题，这是企业所需担负的社会责任。但游政龙表示，鼎祐不会过于专注在单一产品市场上，未来将加强技术及设计研发，整合公司多元化产品，以应对市场需求并展现企业价值，发挥更大的优势。TA

台湾纺拓会组团参加 intertextile 春夏面辅料展成效显著

台湾《纺织月刊》/ 供稿

中国大陆一直是台湾纺织品主要的市场，近年来，中国大陆转变为世界消费市场，拥有巨大商机。为协助台湾纺织企业拓展大陆市场，台湾纺拓会持续协助纺织企业参加当地相关展销活动及展会，盼为台湾企业争取更多商机。

3月12～14日，2019 中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会（intertextile 春夏面辅料展）在上海举办，台湾纺拓会组织 40 家台湾纺织企业及纺纱公会等占据 68 个摊位参展，成为最具规模的展团之一。根据台湾纺拓会调查，台湾参展企业现场接单金额约 150 万美元，后续接单金额预计可达 900 万美元，展出成效深获参展企业肯定。

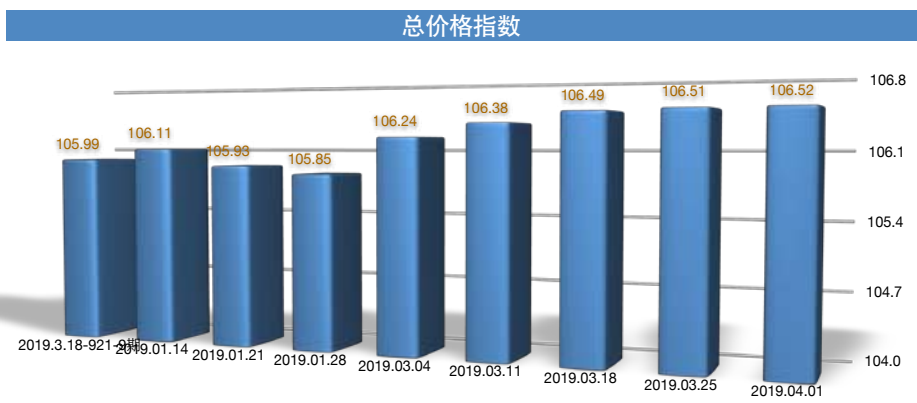
此次 intertextile 春夏面辅料展，台湾馆特别安排了采购团与参展商进行商洽，邀请到 Brand Names、Tommy Hilfiger、Hush、G2000、Calvin Klein、A&F、Decathlon、Desigual、Debenhams、Fila、Eddie Bauer、Zara、Converse、Lacoste、Nike、ASOS、Adidas、S. Oliver、Givenchy、G Star 等品牌采购商，以及中国大陆品牌 jinby、雅戈尔、依恋、李宁、报喜鸟、朗姿、雅莹、太平鸟、以纯等，采购商对台湾企业展出的产品展现出高度采购兴趣，显示台湾纺织品广受青睐。



春市销售继续微升 价格微幅上涨

20190401 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20190401 期纺织品价格指数收报于 106.52 点，环比上涨 0.01%，较年初上涨 0.50%，同比上涨 1.46%。



据统计月报显示：2019 年 3 月份中国轻纺城纺织品市场成交量为 58748 万米，环比上涨 57.38%，同比上涨 25.59%；1～3 月份累计总成交量 164121 万米，同比上涨 18.90%。3 月份中国轻纺城纺织品市场成交额为 919466 万元，环比上涨 60.65%，同比上涨 25.46%；1～3 月份累计总成交额 2600043 万元，同比上涨 16.62%。

近期，中国轻纺城春市营销继续微升，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小幅下跌，家纺类产品成交价值小幅回升，辅料行情小幅下跌。

原料价格小幅上涨，涤纶环比小涨、纯棉纱行情局部上涨

据监测，本期原料价格指数收报于 85.66 点，环比上涨 0.18%，较年初上涨 0.82%，同比上涨 2.42%。

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，价格涨跌互现，近期华东地区 PTA 现货主流 6590～6600 元/吨，MEG 主流 5040～5050 元/吨，聚酯切片市场报价基本稳定，聚酯切片江浙地区半光切片现金或三月承兑 7700～7800 元/吨。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，局部稳中小涨；POY 市场行情稳中小升，价格稳中小涨；FDY 市场行情一般，厂家报价基本稳定，大有光丝价基本稳定，细旦丝价基本稳定。DTY 产销一般，报价基本稳定，DTY 多孔丝报价基本稳定。近期涤纶短纤行情震荡整理，价格基本稳定，局部环比小涨，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 8850 元/吨；纯涤纱行情震荡整理，价格基本稳定，江浙地区 32S 纯涤纱主流价 13600 元/吨，50S 纯涤纱主流价 17450 元/吨。

纯棉纱出货速度加快，人棉纱价格继续下跌。近期原棉价格有所波动，下游纺企纯棉纱报价试探性小涨，但实际成交价格还比较稳定，近期针织纱的出货量好于机织用纱，生产内衣、T 恤的针织用纱销售很好，基本没有库存，甚至很多采购商提前打预付款采购，而机织用纱销售要慢一些。企业棉纱基本无库存，棉纱价格保持稳定态势，但成交有所放量。企业销售好转的主要原因来自于棉纱需求旺季来临，补库需求刺激成交，在销售中常规棉纱需求较好，加之 4 月 1 日之后降税政策实施利于纺织厂棉纱销售，因此企业期待市场平稳运行，逐渐回暖。

近期粘胶短纤市场交投相对平淡，3 月初至今，粘胶短纤及人棉纱市场价均已累计下挫千元有余，依照当日粘胶短纤市场价及成本价核算，企业实盘交投亏损 10% 以上。近期人棉纱进一步跌价，且粘胶短纤价格未触底，人棉纱价或继续看跌。

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 120.67 点，环比上涨 0.58%，较年初上涨 1.87%，同比上涨 4.58%。

本期坯布类价格指数呈小幅上涨走势。近期，坯布市场成交量上升，坯布厂打样的订单继续增多，尤其是弹力布品种较多，部分是新型原料的开发试样，整体表现好于大众品种订单。其中：混纺纤维坯布行情环比推升，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推升，拉动坯布类总体价格指数小幅上涨。但天然纤维坯布、化学纤维坯布现货成交和订单发货继续回缩，价格指数呈小幅下跌走势，相对制约了坯布类总体价格指数的上涨幅度。

服装面料销售环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.72 点，环比下跌 0.38%，较年初下跌 0.05%，同比下跌 0.09%。

服装面料类价格指数小幅下跌。近期，服装面料市场走势震荡回缩，价格涨势难以延续，市场缺乏亮点产品，缺乏订单提振，信心略显不足。以染料为代表的化工品涨价席卷各行各业，纺织企业也未能幸免！间苯二胺供给的收缩带动分散染料的涨价，最近一周，染料直接从 4 万元/吨飙涨到了 10 万元/吨，除了染料的疯狂上涨，关乎纺织生产的染费和原料成本也在上涨。因市场需求面并未达到预期效果，行情逐渐减弱。轻纺城服装面料市场销售逐日回落，大众面料价格环比小跌。其中：纯棉面料、涤棉面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、粘胶面料、锦棉面料、麻粘面料成交价值不等量下跌。

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 101.99 点，环比上涨 0.65%，较年初下跌 0.07%，同比上涨 0.66%。

本期家纺类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城家纺市场销售环比回升，局部成交有所增长。其中：日用家纺类成交环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；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；窗帘类行情环比回升，价格指数环比小涨，拉动家纺类总体价格指数小幅上涨。

市场行情继续回缩，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 129.90 点，环比下跌 0.31%，较年初下跌 1.95%，同比下跌 1.22%。

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；花边类行情继续回缩，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。但带类、服装里料类成交环比推升，价格指数呈小幅上涨走势，相对制约了辅料类总体价格指数的下跌幅度。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡小跌走势，因清明小长假，后市春夏季面料现货成交和订单发货局部下降。因部分贸易商和织造厂家订单局部减量，后市春夏季面料供给有所下降，现货成交和订单发货局部回落，春夏季面料局部批量下单下降，织造企业开机率局部回缩，印染企业产出显现不足，预计大众产品认购踊跃度将环比下降，后市整体市场成交将呈现震荡小跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

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



微信号：tachaobao



微信号：fzfzzk

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

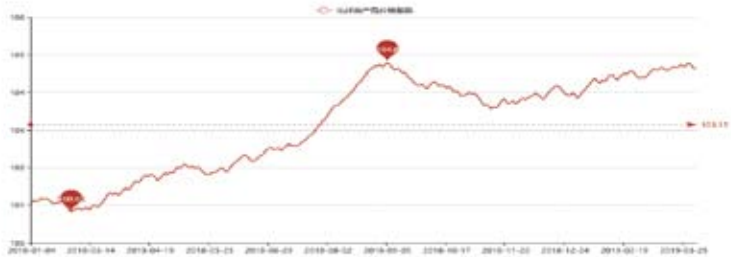


终端新单跟进缓慢 指数全线走低

2019 年 3 月 25 ~ 29 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·盛泽丝绸化纤指数稍有回落。其中，化纤总指数收盘于 104.64 点，与上周相比下跌了 0.11 点；化纤面料价格指数小幅走低，收盘于 100.98 点，与上周相比下跌了 0.06 点；化学纤维价格指数小幅下跌，收盘于 109.63 点，与上周相比回落了 0.07 点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下跌，收盘于 104.52 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小幅走低，收盘于 100.98 点，与上周相比下跌了 0.06 点。面料市场整体成交气氛平稳，市场成交与前期基本持平，市场价格大致走稳。

里料方面，本周里料行情量价平稳，走货多集中在几个常规产品，具体来看，涤塔夫系列成交集中在 210T、230T 等规格，价格与上周基本持平；半弹春夏纺系列整体表现一般，其中 170T 半弹春夏纺报价在 1.55 元 / 米；轻盈纺走货较为乐观；提花里料在市场走货较为顺畅，厂家表示部分花型供应略微偏紧，阳离子提花里料成交抢眼；经编网眼里料本周表现尚可，市场价格变化不大；涤美丽、舒美绸在市场开始动销，下游采购多用于西装等。

面料方面，本周面料市场成交稍有放大，成交主要集中在仿真丝面料，其中强捻和假捻系列表现较好，如强捻雪纺、强捻乱麻、顺纤绉等；牛津系列最近也表现稳定，除了 150D、200D 常规牛津布市场时有订单下达之外，一款十字型风格牛津布也受到了下游客商青睐，采购多用于箱包产品；四面弹系列近期走货平平，厂家表示锦涤四面弹成交看好，其他弹性面料销量稍有上升，弹性面料以其舒适度在市场份额逐年扩张；春夏纺方面，一款弹春夏纺销量一直稳定，该面料以 DTY 为原料，从功能上来看，这款面料色牢度更高，更有弹性，可以用作女装里料，经过后整理加工，可以用作羽绒服面料、派克服面料等，受到了国内采购商的青睐，多销往常熟、海宁、武汉等地。此外，针织面料近期成交不畅，厂家表示新单不多，库存有所上升，其他产品如桃皮绒、水洗绒等也表现一般，部分厂家为了出货顺畅，开始降低报价。

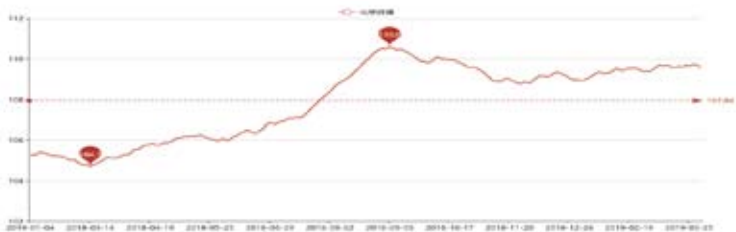
从商务部盛泽指数可以看出，本周市场成交稳中有涨，但是新单跟进较为缓慢，小部分厂家产销难以做平，库存小幅上升，但整体变化不大，现盛泽地区坯布库存存在 34 ~ 35 天左右；开机率方面，目前大部分厂家库存压力不大，所以生产积极性较好，喷水、喷气织机开机率在 9 成左右。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数小幅下跌，收盘于 109.63 点，与上周相比回落了 0.07 点。

本周国际油价波动较为明显，整体先扬后抑。由于市场关注地缘政治因素导致委内瑞拉出口下降，美国库存减少，令供应收紧，国际油价 3 月 26 日上涨近 2%；但之后两个交易日，美元走强以及全球经济放缓忧虑令油价承压。截至 3 月 28 日，美国 WTI 原油 5 月期货报 59.30 美元 / 桶，布伦特原油 6 月期货报 67.10 美元 / 桶。

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



PX 方面，本周 PX 市场延续弱势行情，价格重心进一步走跌；截至 3 月 29 日，亚洲 PX 价格下跌至 1022.67 美元 / 吨 FOB 韩国和 1041.67 美元 / 吨 CFR 中国，欧洲 PX 跌至 944 美元 / 吨 FOB 鹿特丹。

PTA 方面，在期货面频繁波动的影响下，本周 PTA 现货市场行情多区间调整，涨涨跌跌较为频繁，价格重心整体略有拉涨。受近月诸多检修消息以及周末可能存在的宏观利好消息支撑，截至 3 月 29 日，内盘报价集中在 6600 ~ 6660 元 / 吨左右，成交商谈则围绕在 6500 ~ 6580 元 / 吨附近。涤纶长丝方面，周初受到上游国际油价以及原料成本助力，涤纶长丝各产品多有拉涨；但是下半周市场趋于平淡，涤丝价格也多僵持。从具体价格来看，截至 3 月 29 日，POY 150D/144F 主流厂家报价上涨 100 元 / 吨至 9050 元 / 吨，而 FDY 75D/36F 产品报价则围绕在 9900 元 / 吨。

开工率方面，本周 PTA 平均开工率集中在 81.6%，较上周相比小幅下降了 1.4%；实时开工率在 77.6%，实时有效开工率在 88.2%。本周恒力、华彬、BP、逸盛大化、汉邦等装置或检修或减产。聚酯方面，本期聚酯平均负荷微幅上升 0.1% 至 90.0%，3 月 29 日实时负荷在 90.5%。织造方面，近日来织造市场整体开机率有微幅攀升，本周主流平均开机率略增至 90% 附近。

产销方面，本周初江浙地区涤纶长丝市场成交气氛平淡，主流厂家平均产销集中在 60% ~ 80% 附近，部分较好工厂在 100% 或偏上水平。3 月 27 ~ 28 日市场交易气氛进一步走淡，市场平均产销下降至 40% ~ 60% 附近，部分较好的仅有 70% ~ 90%。直至 3 月 29 日，聚酯市场成交气氛火热回升，尤其是 POY 产销提振明显；市场主流产销回升至 110% ~ 120% 水平，较好的达到 200%、280% 等。

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 104.52 点，与上周相比下跌了 0.07 点。

本周茧丝盘面继续下挫，重心有所下移。随着今年蚕桑生产的大范围铺开，各企业根据自身对春茧形势判断，操作手法也多样化起来。有的企业已收取厂丝定金逐步交付生产，有的出口公司把 4 月份的订单提前出货开票，从而能保证 16 个点的退税，也有企业在含泪抓紧卖出干茧。

从杭嘉湖织造企业来看，有的中小企业 3 月底结束订单生产常规面料，有的企业 4 月份继续按照订单交货，总体来说，规模大的企业订单量较多。但双绉等常规面料的销售情况不如 2 月底 3 月初。整体来看，随着 3 月份订单的逐步收尾，服装企业一般会根据 4 月份的销售情况再决定补单量。

截至目前，浙江全省春蚕种订购量在 13 万张左右，比去年同期下降 14%，一般每年在 4 月 20 日左右订购截止。截至目前，湖州市已订春夏蚕种 22441 张，约比去年同期减少 20%，蚕种饲养量呈继续萎缩态势。**ITA**



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 立即下载紡紡通APP

纺织服装周刊

棉制品的 功能特性

当你漫步在街道上，每一步都可以充分利用棉制品的功能性技术，通过环保的无氟后整理达到透气和排汗的效果。穿着具有良好功能性的服装，即使是极困难的一英里也感觉更好。



 cottonworks™

cottonworks.com

AMERICA'S COTTON PRODUCERS AND IMPORTERS
Service Marks/Trademarks of Cotton Incorporated. © 2019 Cotton Incorporated.



DISCOVER WHAT COTTON CAN DO.™

纺织服装周刊

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

周刊+



微信 公众平台



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

广告热线: 万晗 010-85872646

新媒体热线: 李江敏 010-85872630

发行热线: 章简 010-85872699

