

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

2019.04.22 | 第14期 | 总第926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




P10

危急时刻,
纺织人如何利用高科技保护
“最美逆行者”?

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




4月10~11日,2019全球纺织服装供应链大会·胡志明峰会在越南胡志明市举行,行业领导及企业家齐聚一堂,共话全球纺织服装供应链协同发展。

中国·柯桥·长发商业中心
两大服务综合体
重磅开业
 双翼齐飞 翱翔进场

TREND SERVICE

时尚趋势服务

综合体

OPENING TIME

设界开业

5月7日

13:30-16:00

SERIES ACTIVITIES

系列活动

- ◎时尚试穿打卡墙
- ◎2020春夏流行趋势发布秀
- ◎设计师分享讲座
- ◎Free Tour设置2000m²空间

QUICK SERVICE

供需互联服务

综合体

SECTOR

集采941试运行

新款发布会&采购对接会

5月7-8日

13:00-17:00

SERIES ACTIVITIES

系列活动

- ◎19款多/20春夏静态展
- ◎2天48小时采购供需对接
- ◎500新款小单订货快反供应
- ◎新零售智慧导购现场问答



关注二维码，了解开业详情

招商/售楼热线 (0575) 81191010 / 81191818
 项目地址: 绍兴市柯桥区·华齐路941号 (世纪星城15幢)

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

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
李陵中 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 森
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

绿色发展, 信心满满

近来, 社会上对微塑料的关注越来越多。有国际研究指出, 地球上几乎每一个水体都存在微塑料颗粒污染。尽管这些碎片有许多来源, 包括食品、饮料包装和化妆品, 但主要的来源是合成纤维颗粒。

笔者前不久在朋友圈分享了一篇题为《我们正在把微塑料颗粒吃下去?!》的文章, 发现有一些平时朋友圈很少互动的人士点了赞, 不禁心头一热, 看来关注环境的人很多。

这些日子, 笔者相继参加了两场有关废水零排放和废旧纺织品再利用的活动, 感觉行业内有一批企业和人士, 默默地在为纺织业绿色可持续发展而努力。这些企业目前大多效益欠佳, 但他们始终不言放弃, 相信未来会有美好的前景。

东华大学环境工程学科教授奚旦立, 是业内知名的环境保护专家, 今年已是80岁高龄, 但他仍奔波在各地, 推广他的印染废水零排放理念和技术。

奚旦立认为, 近十年来很多领域的技术发展极快, 更新换代周期变短, 但环保废水处理技术发展相对较慢。传统的废水处理方式已经很成熟, 要想有大的突破几乎不可能。现实中, 各种技术的组合将废水处理达标已经很勉强, 若要做到零排放, 投资和运行成本将非常高。因此, 他创造性地提出了清浊分流、分质处理、分级回用的治理思路。通俗地说, 就是把不同工序产生的废水区分开来, 分别进行处理, 由于不同工序对水质的标准不同, 不一定都要处理达到很高的标准, 这样处理起来相对比较容易, 处理后的水完全可以回用。

看似简单的过程, 但要让企业改变以往的固有理念并不是一件容易的事。好在已经有环保公司和社会资本看好这个项目, 正在探索推广之路。

实现纺织绿色发展, 一方面是废水回用, 另一方面是废旧纺织品的再利用。Adidas已经宣布2024年全面使用再生聚酯纤维, 也就是说再过5年, Adidas的产品将率先实现再生循环利用。有国际大牌的领跑, 国内也有不少品牌企业在跃跃欲试。那些国内从事废旧纺织品循环再利用的企业也在摩拳擦掌, 期待循环再生产业的春天早日到来。

在日前举行的“纺织之光”循环再利用纺织加工关键技术及应用科技成果推广活动中, 12位来自院校、企业的专家学者就废旧纺织品循环再利用最新研究成果和技术进行了演讲。活动中还举行了两场高端访谈, 院士、企业家、大学教授就政策、技术、市场、应用、标准等问题进行了研讨, 现场气氛热烈, 对未来的发展信心满满。

一直以来, 社会上对纺织业有误解, 总认为这是个污染的行业。但他们看不到纺织人正在为解决污染问题所做的努力。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲日前在《人民日报海外版》发表署名文章, 呼吁“纠正社会对行业的认知偏差”, 行业正走在建设责任导向绿色产业的路上。

郭全

CONTENTS

6 资讯 INFOS

中纺联春季调研总结会分析趋势, 提出要顺势而为
2019 北服时装周展示 1800 余套设计作品
军民融合再添硕果
赛孔雀“不露白”专用渗透墨水上市

10 关注 ATTENTION

危急时刻, 纺织人如何利用高科技保护“最美逆行者”?

14 科教 SCIENCE

提高教育质量 激发教学活力

20 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

凝心聚力, 共筑纺织源头新生态
抱团参展 合力共赢
多彩活动轮番上演, 传递前沿趋势理念

24 行业 INDUSTRY

深入展会, 把握行业发展新动向
创新高质发展 引领消费升级
首创气液染色技术佛山三枝公司实现“双丰收”
相约9月, 见证行业回归真我
穿得好看就是在为北京做贡献?

32 流行 FASHION

设计+商贸, 托举本土时尚

34 数据 DATA

数说消费特点, 洞察未来趋势

38 韩国专版 KOREA

中韩品牌携手, 续写市场销售神话

40 指数 INDEX

春市成交震荡回升 价格小幅上涨
市场行情向好 指数小幅拉涨



12 关注 ATTENTION

可持续发展链动全球

2019 全球纺织服装供应链大会·胡志明峰会揭开合作新篇章

4月10~11日, 2019 全球纺织服装供应链大会·胡志明峰会在越南胡志明市举行, 来自中国、德国、美国、越南等国的纺织服装企业家 200 余人齐聚一堂, 通过主旨演讲、参观交流等丰富活动, 共话全球纺织服装供应链协同发展。



16 特别报道 SPECIAL

探寻亚洲化纤供需平衡 及可持续发展路径

4月11~12日, 第12届亚洲化纤会议在印度尼西亚巴厘岛召开, 会议主题为“化纤的可持续发展”, 来自中国大陆、印度、印度尼西亚、日本、韩国、马来西亚、巴基斯坦、中国台湾和泰国共9个国家和地区的化纤协会的代表, 就各自纺织及化纤产业的发展现状、结构调整及面临的挑战等做了重点介绍, 并就各自产业未来发展等进行预测和探讨。

纺织服装周刊

中纺联春季调研总结会分析趋势，提出要顺势而为

本刊记者_郝杰/文 关云鹤/摄

行业调研是中纺联每年开春都要进行的重要工作，旨在了解行业发展与企业经营状况，针对调研中发现的问题，适时提供支持与服务。今年2月底至3月初，由中纺联领导带领的10个小组，深入浙江、福建、吉林、四川、江西、江苏、辽宁、广东、山东等省份进行调研。

4月16日，2019年春季调研汇报交流会在中纺联办公大楼举行。中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、会长孙瑞哲，副会长杨纪朝、夏令敏，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申、端木小平、杨兆华等领导，中纺联各部门、各成员单位主要负责人以及调研组成员出席。会议由李陵申主持。

李陵申在讲话中说，从调研情况看，行业2018年在创新驱动、新旧动能转换、高质量发展方面迈出了重要一步。调研中也发现了行业面临的问题，有些矛盾是周期性的、市场性的，有些矛盾是结构性的。李陵申表示，通过调研，一是要强化纺织新定位，提高社会形象；二是要认清形势，解决绿色制造中的共性技术问题；三是进一步完善创新平台建设；四是要研究应对非强制性贸易壁垒问题；五是补短板，加大科技投入。

孙瑞哲在总结中指出，调研工作是中纺联的优良

传统，能发现问题，总结经验，把握趋势。他认为，对整个形势的判断，要把握趋势，顺势而为，明晰哪些是不可逆转的趋势。从社会层面讲，随着生活方式改变，行业的定位要适应这个趋势变化；从行业层面讲，行业进步不在于生产什么、经营什么，而在于如何生产、如何经营。绿色发展、智能制造、融合发展已经不可逆转，产业集中度在全球范围有了新的提升。在消费层面，消费升级与多元消费并存，个性化消费与物美价廉并存。面对这种趋势，需要改变的是我们自己，从而改变社会认知，影响政策取向。下一步，中纺联将在五个方面发力，一是提升社会认知度；二是提升产业集中度；三是提升产业协同度；四是提升跨界融合度；五是提高政策支持度。

最后，高勇对调研工作提出建议，他认为，调研的目的就是要看到趋势、发现苗头、总结典型，把握



会上，各调研组代表分别对调研情况进行了汇报。

行业综合情况。此次调研反映了趋势，要跟踪总结。他希望今后要增强调研能力，提高调研质量，更好地服务行业。

汇报交流会上，10个调研组的代表重点围绕科技创新、绿色发展与责任发展、融合发展、品牌与时尚、走出去、推进棉花体制改革相关情况、先进产能与结构调整、产业集群与专业市场等专题进行了汇报。据了解，中纺联将经过汇总整理后向国家有关部门提出建议，并把调研结果反馈给调研地政府。

直击 | DIRECT

2019 北服时装周展示 1800 余套设计作品

4月15~21日，北京服装学院服装艺术与工程学院2019届毕业设计展暨北服时装周在北服创新园举行。7天内，共有12场动态展演和1场静态展，汇聚服装艺术与工程学院及国际参展院校的1800余套设计作品。

北京服装学院副院长詹炳宏表示，北服时装周是学校打造的年度重要品牌学术活动，今年主题定为“美好生活 one more time”，这是北服人对未来国家建设和发展责任的思考，体现了年轻设计师们对美的思考和创造。今年恰逢新中国成立70周年，同时也是北京服装学院建校60周年，在这一特殊节点上，本届北服时装周呼吁新锐设计师从服饰媒介的视角，对中国时尚审美进行回溯及展望。

北京服装学院服装艺术与工程学院执行院长王永进表示，本届时装周亮点颇多。例如，迎来了第一届纤维与时尚设计实验班毕业生，开设实验班的初衷是让学生们不仅学会设计服装，还要学会设计面料。

北京服装学院服装艺术与工程学院副院长杨洁表示：“四年的学习过程就是一条思辨之路，老师和学校给学生更多的是启发而不是灌输，这样能更好地呈现出他们的独立审美。同时也希望学生们可以用坚持的力量践行时尚行业，在时尚化



2019 北服时装周汇聚了 1800 余套设计作品。

设计和实用性上寻求平衡，为中国时尚界带来新锐力量的思索。”

“北服时装周为学生们提供了一个开放、包容的环境，让他们把自己对世界的观察呈现出来。”北京服装学院服装艺术与工程学院教授、时装周总策划邹游表示，对于设计师来说，作品要具有辨识性，对于学生来说，他们要拥有创造力，以及个人的审美和批判力。北服时装周希望最大限度保护学生的创造力，让他们在毕业之前拥有足够的体验。（李亚静）

“简·不简单”，第28届真维斯杯休闲装设计大赛启动

4月11日，“第28届中国真维斯杯休闲装设计大赛”正式启动。大赛由中国服装设计师协会、中国服装协会、真维斯国际（香港）有限公司联合主办，中国纺织服装教育学会、香港时装设计师协会及 if 时尚等多家单位共同协办。

本届大赛全新设计主题——“简·不简单”，强调当前对服饰文化多角度、多层次的理解，以简洁大方诠释第一眼的清新活力感。无论是过去、现在还是未来，都可以将这种“简”做到极致，从而成为不简单。从多角度、多方面对“简”定义，展现视觉新鲜感。“简”既是对应物质时代的哲学文化，也是席卷服饰文化的一股风潮。

作为中国国际时装周的重要项目之一，本届大赛面向全国各大服装设计院校进行征稿，更加注重作品的原创性、专业性和实用性；需要参赛选手具备相当的设计功底、对市场需求有着独到的考量。并希望借此让来自全国各地的专业服装设计师们，带着对主题的不同理解，与文化、市场展开对话，寻找碰撞出更璀璨的火花。

本届大赛赛制分为稿件征集、初评、总决赛三个阶段，由国内外顶尖时装设计师及时尚界人士组成的黄金评审团，贴合主题严格选拔，为行业挑选优秀人才。大赛期间，评审团将在初评阶段中层层筛选出20份优秀作品晋级总决赛，胜出的晋级选手将于10月底前往北京，在中国国际时装周上的时尚舞台上角逐至高荣誉。（罗欣桐）

2019
PRIME
wool · yarn · fabrics

中国毛纺织产品交易会

5月18日-19日

在濮院世界毛衫博览中心隆重举行

诚邀纱线、面料、原料企业参展 欢迎前来观展

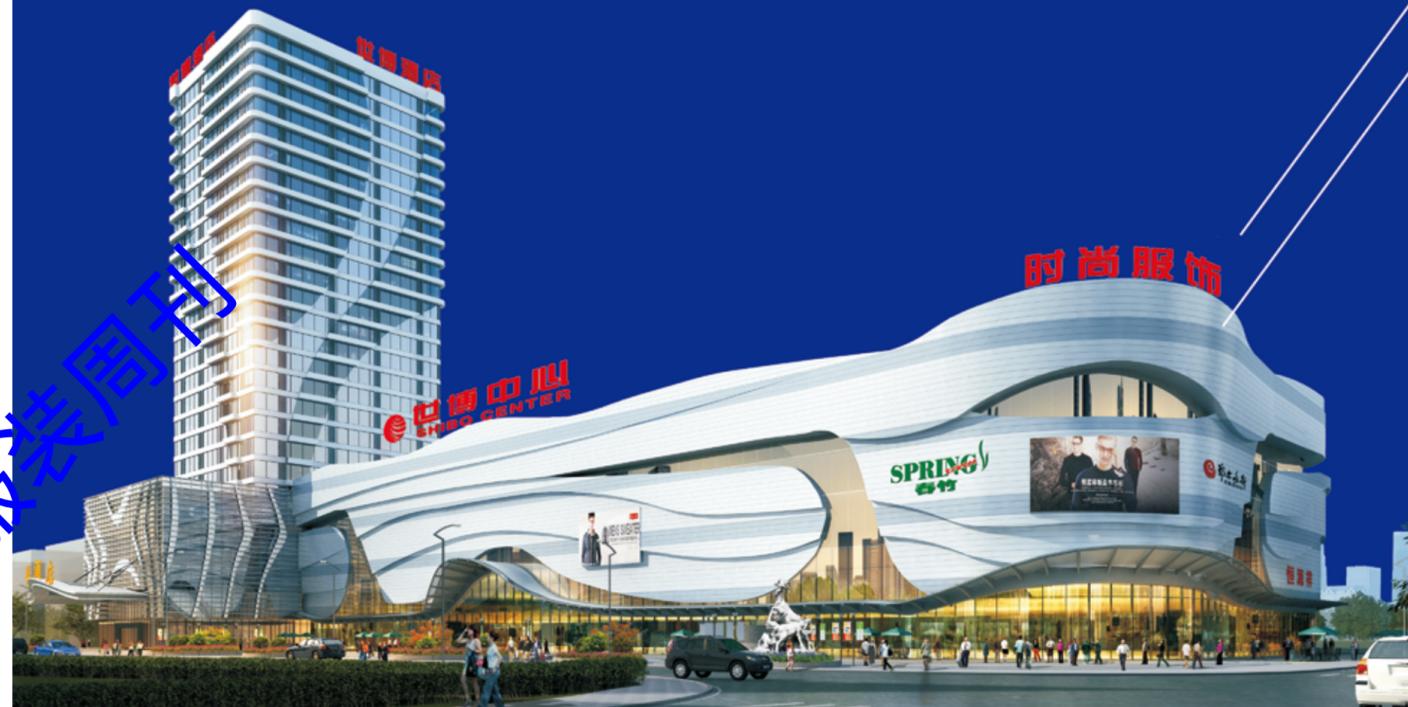
主办单位：中国毛纺织行业协会 / 中国畜产品流通协会 / 濮院羊毛衫市场管委会

承办单位：浙江华新实业集团有限公司

协办单位：中国纺织工业联合会流通分会

地址：濮院毛衫创新园（金龙路398号）

电话：18757397475 李女士



军民融合再添硕果

“高品质汉麻纺织品全生产链关键技术与应用”通过中纺联科技成果鉴定



鉴定会现场。

4月16日，中国纺织工业联合会在宁波组织专家，对武汉汉麻生物科技有限公司、军事科学院系统工程研究院军需工程技术研究所、雅戈尔集团股份有限公司等共同完成的“高品质汉麻纺织品全生产链关键技术与应用”项目进行了技术成果鉴定。

专家组一致认为该项成果具有完全自主知识产权，项目研发了“机械—生物—高温漂洗—分纤水洗”联合脱胶、高效渗透柔软、牵切精梳分理等纤维制备技术，实现了汉麻纤维高支、精细可控的生产；研发了双清双梳前纺、潮态纺纱及麻纤维紧密赛络纺等柔性化纺纱加工技术，实现了汉麻纱线的高支和高比例混纺的批量生产；研发了复合生物酶前处理、热胀染色、液氨处理及“碱+液氨双丝光处理”等柔软抗皱染整加工技术，实现了汉麻机织和针织面料的柔软和水洗免烫等功能；研发了精准潮态耐久压烫（DP）、汽蒸（VP）除甲醛等清洁化成衣整理加工技术，实现了汉麻服装的耐久抗皱免烫生产。

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、周翔等7名专家组成的专家委员会考察了生产现场，观看了全产业链生产线视频及产品展示，听取了公司项目成果汇报，对研究成果给予了高度评价，认为整体技术达到国际先进水平，一致同意通过鉴定。

该项目针对汉麻纤维加工和应用中存在的污染重、能耗大、效率低以及品质差等世界技术难题，十余年来坚持进行联合技术攻关。从生产加工清洁化、高效化、精细化和节能减排等核心技术突破，开发了系列汉麻高端功能性产品，满足了军队和民用市场需求。项目建成了年产5000吨汉麻纤维及纱线规模化生产线，形成汉麻纤维制造、纺织、印染、服装加工及纺织品开发全产业链示范基地，经济和社会效益显著，市场前景广阔。

“高品质汉麻纺织品全生产链关键技术与应用”项目成果鉴定具有重要意义，标志着我国汉麻科研和加工应用技术水平又迈向新的里程碑。形成了从原料到成品、从技术到设备、从产品到标准、核心发明到全产业链产业化创新体系；研究开发的军用被装，在保证穿着性能情况下，解决了军队被装装备吸汗快干、抗菌防臭、防紫外、防霉等问题，提高了我军军需装备的功能性和舒适性；先后开发的汉麻夏袜和冬袜、裤衩、毛巾、作训鞋等已在全军装备应用，受到部队官兵欢迎。

该项目的产业化生产带动了汉麻种植的发展，对富民强边和解决“三农”问题发挥了重要作用，实现社会可持续发展和资源环境保护的双赢；清洁化生产技术突破了传统麻纺高污染的瓶颈，有利于麻纺产业发展和生态保护，促进纺织行业转型升级。（王雯）

赛孔雀“不露白”专用渗透墨水上市

随着经济的发展、科技的进步，新技术、新工艺、新产品越来越受到消费者的追捧。为更好地服务市场，推广新产品，助推数码印花行业向“科技、时尚、绿色”新定位升级发展，近日，赛孔雀集团替代直喷、水印花行业技术革新，开创数码印花渗透墨水新时代暨赛孔雀“不露白”专用渗透墨水新品发布会在盛泽召开。

从2018年11月到2019年4月，不到半年时间，赛孔雀渗透墨水火爆全国，不仅众多数码印花厂都开始使用渗透墨水，迪达斯、H&M、彪马等大品牌也纷纷开始用赛孔雀渗透墨水。

推介会现场，行业领导、业界大咖、专家学者悉数到场，更有200余位印花厂、经销商、设备商及知名媒体代表等到场，共同见证赛孔雀渗透墨水在解决数码印花行业“露白”、“翻纱”、“正反差”三大行业痛点方面的优势，同时，“不露白”专用渗透墨水重磅发布再次“点亮”了全国数码印花市场。

据了解，“露白”问题是困扰整个数码印花行业健康发展的“头号拦路虎”。现场，多家



与会代表见证了“不露白”专用渗透墨水的优势。

印花厂商表示面料频现“露白”这一严重问题，使得产品质量达不到终端客户的要求，丧失大量订单。为此，要么投入巨额资金上直喷设备，要么只能接受对品质要求不高、利润微薄的小订单，“露白”问题严重阻碍行业健康发展。

作为国内转印耗材行业龙头企业之一，赛孔雀集团针对行业这一现状，与中科院、国内知名大学的技术专家团队等形成战略合作，倾心五年研发，获得行业技术重大突破，成功研发出可解决数码印花“露白、翻纱、正反差”行业三大痛点的高渗透墨水。而此次专门针对面料“露白”而研制的功能性渗透墨水，能够有效改善热转印生产中出现的各种露白问题。

“‘不露白’专用渗透墨水不仅能够解决面料‘露白’这一顽疾，对‘翻纱’、‘正反差’也具有一定的效果，能够大大提升转印效果和产品质量。但是要同时解决‘露白、翻纱、正反差’三大痛点问题，还是需要渗透效果更好的2号、1号、特级赛孔雀渗透墨水才行。”赛孔雀集团总裁龚纯如是说。

在谈及赛孔雀未来发展规划时，赛孔雀集团董事长李勤明表示，赛孔雀墨水将继续以优惠的价格回馈广大印花厂商，集团将努力研发优质产品，为印花厂提供优质的产品与服务，努力帮助行业健康发展。

发布会现场，优秀经销商代表、优秀终端客户代表等纷纷上台发言，在对赛孔雀表达美好祝愿的同时，也对赛孔雀集团的发展理念、服务模式、品牌营销及平价营销策略等给予了充分的肯定。（赵国玲）

2019 亚太（越南）网版网印及数字化印刷工艺展即将举办

为更好地响应国家“一带一路”倡议，切实帮助国内企业走出去，推动我国网印数码行业的转型升级，第二届“2019 亚太（越南）网版网印及数字化印刷工艺展览会”将于5月9~11日在越南胡志明市 SECC 西贡国际展览会议中心举办。

据介绍，本届展会预计展出面积将达到8000平方米，展出产品涵盖服装家纺、墙纸地砖、艺术陶瓷、礼品包装、丝网版画等。截至目前，报名参展企业已达200多家，报名参观

专业观众10000人次，参展企业及观众主要来自越南、柬埔寨、印度、缅甸、孟加拉以及中国大陆、台湾及香港等东南亚周边国家和地区。

值得一提的是，为了更好地发挥展会商贸流通及技术交流的作用，此次展会主办方还将于10月30日~11月1日在上海新国际博览中心 N1-N2 举办 2019 亚太网印制像展 / 中国国际网印及数字化印刷展 / 中国国际纺织品印花展 / 中国国际数码印花工业技术设备展。（赵国玲）

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”，同步更新于今日头条、一点资讯等平台。

· 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



危急时刻，纺织人如何利用高科技保护“最美逆行者”？

本刊记者 _ 徐长杰

今年3月30日，四川省凉山州木里县雅砻江镇立尔村发生森林火灾。扑救行动中，受风力风向突变影响，突发林火爆燃，瞬间形成巨大火球，在现场的扑火人员紧急避险，但27名森林消防队员和3名地方扑火人员失联。

经全力搜救，失联人员已全部找到，27名森林消防队员和3名地方干部群众牺牲，包括木里县林业局局长杨达瓦与该局另一工作人员。



如今，北京邦维已在军队、消防、特警、工业和卫生应急五大领域形成了七大类产品。

致了其研发及市场化进展都比较缓慢。就聚酰胺纤维的研发和创新发展来说，江苏奥神新材料股份有限公司的产业化过程极具代表性。

奥神新材是一家专注于高性能聚酰胺纤维及其后道制品的研发、生产的国家高新技术企业，2013年，奥神的全球首条千吨级干法纺聚酰胺纤维生产线建成并投产，2015年首创原液着色聚酰胺纤维，2017年高强高模型聚酰胺纤维研发成功。

奥神新材在聚酰胺纤维研究领域取得了哪些突破？公司总经理陶明东表示，在纤维研发方面，奥神新材与东华大学一起，突破了聚酰胺纤维干法纺丝的关键技术，所研发的“反应纺丝”新技术是全球首创。正是凭借这个技术研究成果，奥神新材完成了首条耐燃型千吨级干法纺聚酰胺纤维生产线的建设，并成功投产。

记者了解到，原液着色聚酰胺纤维的色牢度达到4~5级，十分适合制作阻燃防护服、高档阻燃面料。总之，其优异的综合服用性能能够大幅提升特种防护服装的性能。

近年来，奥神开发了高性能过滤材料，开发了如聚酰胺特种防护抓绒面料、聚酰胺新型消防员灭火防护服、聚酰胺特战头套、聚酰胺保暖被、聚酰胺防火毯、聚酰胺抗菌保暖袜、聚酰胺隔热防护手套等阻燃防护类产品，并与相关军工研究所合作开发了区域作战服、固体火箭发动机用特种抗烧蚀纤维、特种电缆护套、高性能机降救援绳等产品，提升了我国环保、国防军工、航空航天等关键领域的核心竞争力。

陶明东表示，科技创新只有起点，没有终点。加速推广我国自主研发生产的材料在国防军工、航空航天、环保产业得到更多的应用，才能实现企业自身经济价值和社会价值，为建设科技强国做出一份贡献。奥神新材为了满足不同领域日益增长的聚酰胺纤维需求，制定了未来3~5年的发展规划，将在世界首条工业化生产的干法纺聚酰胺纤维生产工艺技术基础上，进行纤维改性研究、工艺技术优化及产品应用开发，同时建成年产3000吨差别化的聚酰胺纤维生产线。

消防服轻量化，为救援提供舒适保障

其实纺织人对消防服的不断优化不仅体现在其功能性上，为保证消防服的舒适性，北京邦维公司在消防服轻量化上也进行了有益探索。

记者了解到，邦维率先研制成功了三层消防服材料，减轻了服装重量、提升了防护性能，在消防服市场占有率有主导地位。如今，邦维已在军队、消防、特警、工业和卫生应急五大领域形成了七大类产品：军工配套纺织品、核生化防护（NBC）、消防特警与工业安全、特种行业防护、卫生应急防护、柔性复合材料及制品、单兵防护材料及装备。

邦维的使命是“满足产业技术进步对纺织新材料的需求”，正是这种使命和责任的驱使，邦维在国家重大装备发展和重大事件的关键时刻，总是能够紧急动员、反应迅速，及时做出贡献。

“8.12”天津爆炸事故后，邦维的三个产品应用到了一线救灾部队：国家核生化救援部队装备的轻型防护服系统、专家采样防护穿的轻型化学防护服，特别是其提供的应急大型遮蔽部，为复杂环境下的救援官兵集体防护提供了安全保障。TA



北京赛欧兰阻燃纤维有限公司新近研发的SOL FR新三防面料。

纺织人如何为消防员护航？

对于纺织服装企业来说，不断地通过技术增强消防阻隔阻燃等功能，是矢志不渝的追求，更是担在肩上的一份责任。

由于火场千变万化，抢险救援种类增多，消防员在面对不同情况时，需要穿戴不同的战斗服。比如隔热服、重型防化服、轻型防化服、电绝缘服、抢险救援服，以及我们所说的消防灭火防护服等等。

消防服是保护活跃在消防第一线的消防队员人身安全的重要装备之一，它不仅是火灾救助现场不可或缺的必备品，也是保护消防队员身体免受伤害的防火用具，同时也是百姓在火灾现场最常见的消防队员服装。

消防服是什么材质做的呢？为什么能起到防火的作用？它和我们老百姓平常穿的衣服有什么不一样？

对于消防人员而言，用芳纶制成的消防服不仅可满足各项指标要求，芳纶本身具有独特的分子结构，无需化学处理就可以有效地阻燃、隔热、耐磨，而且这些性能不随穿着时间和洗涤次数的增加而下降，可广泛的应用于防护服、防护手套等个体防护装备，且穿着更加舒适、透气，可大大减少人身伤害，有效保护消防人员的生命安全。

烟台泰和新材料股份有限公司是一家专业从事高性能纤维的研发、生产与销售的企业，同时还是国家创新型试点企业、国家高性能芳纶纤维创新中心、国家芳纶工程技术研究中心依托单位。公司自2004年起成功实现了芳纶系列产品的工业化生产，填补行业空白，从根本上扭转了中国芳纶需求完全受制于人的被动局面，是中国芳纶事业的开拓者。

2017年，由烟台泰和新材参与起草的《防护服装 森林防火服》标准号GB/T 33536-2017正式实施。据介绍，泰和新材共牵头制定了氨纶长丝、间位芳纶短纤维、对位芳纶长丝等7项国家和行业标准，参与编写了20余项国家和行业标准。

记者了解到，泰和新材的泰美达间位芳纶纤维具有耐高温、本质阻燃、超强耐磨等优异性能。用泰美达间位芳纶、泰普龙对位芳纶制成的服装具有耐高温、本质阻燃、抗撕裂、防静电等优异特性，能有效减少爆燃、电弧的危害，提高服装适用性，满足在高危环境中的防护需要，在石油石化、化工、电力等个体防护领域得到广泛应用。

而今，消防员已经成为了“和平年代里牺牲最多的职业”，他们在危急时刻的“最美逆行”令人动容，他们为保卫人民的生命和财产，以青春和生命的代价塑造了无数个“不凡”与“伟大”。而在感动之外，我们能否用更好的科技手段，在山火爆燃的时刻保护他们的生命，让牺牲的可能性降到最低？

应急产业与产业用纺织品关系密切，牵扯到行业中的许多领域。例如安全防护用纺织品绝大部分产品都是应急产品，消防服、防爆服、防刺防割服都是消防队员和特警的必备。

每当发生重大火灾事故时，消防员要想进入事故现场就需要穿上消防服。因此，消防员在重大火灾事故现场工作时为保护自己不受伤害所穿的防护服，就是消防员最重要的安全装备。消防服的功能越强，对消防员的保护就越好。



烟台泰和泰普龙对位芳纶和泰美达间位芳纶纤维产品。



纺织服装周刊



行业领导及企业家齐聚一堂，共话全球纺织服装供应链协同发展。

可持续发展链动全球

2019 全球纺织服装供应链大会·胡志明峰会揭开合作新篇章

本刊记者_万晗

自上世纪 90 年代以来，越南纺织服装行业一直发展迅猛，随着中洲、雅戈尔、华孚、鲁泰、旭荣、远东、即发等一批优秀中国企业在越南投资建厂，中越纺织服装行业的融合程度越来越高。构建可持续的纺织服装供应链合作关系对促进全球服装产业发展，和保持中越两国纺织服装行业竞争能力无疑具有重大意义。

4 月 10 ~ 11 日，2019 全球纺织服装供应链大会·胡志明峰会在越南胡志明市举行，来自中国、德国、美国、越南等国的纺织服装企业家 200 余人齐聚一堂，通过主旨演讲、参观交流等丰富活动，共话全球纺织服装供应链协同发展。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，副会长杨纪朝、陈大鹏，副秘书长袁红萍，中国纺织信息中心主任乔艳津，越南纺织服装协会主席武德江，越南工商部工业署副主任 Bui Hoang Yen，中华人民共和国驻胡志明市总领事馆领事李建良，国际纺织制造商联合会秘书长 Christian P.Schindler，东南亚纺织联合会副会长 Nawasmittawong Jumnonng，越南国营纺织服装集团首席执行官 Le Tien Truong，越南中国商会会长顾朝庆，华孚控股、华孚时尚董事长孙伟挺，瑞士纺织检定有限公司亚太区总经理陈德谦，世界自然基金会（德国）水资源管理经理 Angela Ortigara 等领导嘉宾和中越两国众多纺织服装企业家出席本次峰会。

本次峰会由中国纺织工业联合会、越南纺织服装协会联合主办，中国纺织信息中心、越南中国商会承办，中国纺织工业联合会社会责任办公室、中国纺织国际交流中心、中国·东盟纺织服装生产力促进联盟协办。

中国纺织工业联合会副会长陈大鹏、越南纺织服装协会主席武德江、越南工商部工业署副主任 Bui Hoang Yen、中华人民共和国驻胡志明市总领事馆领事李建良先后致辞。

峰会现场还进行了颁奖和发布仪式，授予华孚时尚股份有限公司、TESTEX AG、WWF Vietnam、H&K Investment 4 家企业和机构“中国·东

盟纺织服装产业协同发展促进奖”。

《中国纺织服装行业负责任海外投资指引》也在本次峰会上正式发布。中国纺织工业联合会长期致力于中国纺织服装企业社会责任的推广工作，近年来，通过与德国 GIZ 机构的合作，分别在中国南通、柬埔寨金边、缅甸仰光三地召开了 5 场面向中资企业、国际非政府组织和海外中资企业商（协）会的意见征询会，并在充分听取相关方意见的基础上完善并形成这一投资指引。

作为中国首个基于海外投资生命周期的负责任投资指引，《中国纺织服装行业负责任海外投资指引》强调了中国纺织服装行业在海外投资评估、投资实施和投资退出阶段的负责任企业行为，可以帮助行业企业更好地融入全球价值链和投资目的地，并最终贡献于人类命运共同体的构建以及联合国 2030 可持续发展目标在全球范围的实现。

纵览全局 区域合作应对全球挑战

孙瑞哲以“纺织服装产业可持续融合发展——区域合作应对全球挑战”为主题进行了主旨演讲。他表示，中国纺织服装产业已经成为带动区域产业发展的重要引擎，是推进全球责任治理的重要产业平台，是中国国民经济发展的重要贡献者。当前，纺织服装产业所处的环境在发生结构性变化，世界经济不稳定性、不确定性增强，全球创新深入发展，数字贸易快速发展，供应链区域化布局成为重要趋势，责任发展成为全球共识。新形势下，中国纺织服装供应链也有新变化，供应链向消费者驱动型转变、制造环节成为价值中枢、渠道向融合化社文化方向发展、绿色与环保要素全面纳入供应链各环节。

国际合作走向深化。

如今，巨大的消费市场、开放的市场空间、完善的创新生态，让纺织服装产业在中国拥有非常大的发展潜力与机遇。新形势下中越纺织服装产业的合作共赢之路，要以协同为重点，开放发展；以科技为核心，创新发展；以责任为导向，绿色发展。

武德江以“越南纺织服装产业的可持续发展之路”为主题介绍了越南纺织服装产业的发展情况。他表示，目前越南服装企业有着劳动力结构优、成本低、出口政策优惠等优势，同时也存在着发展不足、原材料基本靠进口、技术水平低、劳动力文化水平低等挑战。

随后，Le Tien Truong 在演讲中阐述了行业协会在连接全球纺织品供应链过程中的作用。他说，中国是越南纺织品最大的贸易伙伴，要打造可持续供应链需要产业链上下游每一个环节的企业形成战略性互惠合作，达成共赢。

“在越南，语言差异、文化障碍和较差的基础设施条件是企业投资越南纺织服装行业面临的主要挑战。”中国纺织信息中心副总经济师、中国纺织工业联合会社会责任办公室首席研究员梁晓晖以“一带一路倡议下中国纺织服装行业的负责任海外投资”为题进行了分享。梁晓晖表示，通过调研发现，企业海外投资存在着诸多挑战，主要有法律合规问题，如加班与加班费、性别平等与女工保护、童工等跨文化管理问题，以及当地工会组织（罢工）等问题。“因此海外投资要遵循六个基本投资全球运营原则：可持续发展原则、互利并举原则、包容发展原则、治理融入原则、开放透明原则。

博采众长 协同共建产业生态

打造可持续发展的全球纺织服装供应链，需要国家与国家、区域与区域之间的协同配合，而供应链的健康稳定发展是助力整个产业链可持续发展的关键。企业上下游、企业内部、消费者，组成一个生态系统，只有每一方都健康，才能保证生态系统的健康。

Christian Schindler 在演讲中阐述了国际纺织工业的地理演变与趋势。世界自然基金会（德国）水资源管理经理 Angela Ortigara、世界自然基金会（越南）项目经理 Hoang Viet 则联合分享了在全球经验和国家层面上，纺织服装业如何打造绿色可持续的供应链。

除此以外，产业链的相关企业也就当下经济、市场、消费环境发生变化的前提下，如何打造健康可持续的供应链表达了自己的看法。

陈德谦结合公司的业务和发展，阐明如何打造绿色透明的可持续纺织供应链。“随着消费升级和消费群体发生变化，消费者不只追求产品的创新，更青睐对环境友好的服装，他们对企业的透明度有着迫切需求，因此，需要企业在这方面做出努力，通过相关机构和认证对其进行可信的背书。

“行业需要一个新的、通用的、简单的、逻辑清晰的体系来处理 and 解决这些挑战并实现工作流程和数据标准化。”中国纺织信息中心 COLORO 色彩解决方案负责人 Detlev Pross 在演讲中也表示，当前消费者行为和期望的转变，正在深刻而复杂地影响着整个时尚产业。

作为中国在越投资的纺织服装企业，华孚网络投资有限公司副总经理何建利也分享了建设浙商绿尚小镇的目的与规划。何建利说，面对消费升级带



供应链的健康稳定发展是助力整个产业链可持续发展的关键。



领导一行在当地企业参观。

来的交期急、库存风险等产业痛点，柔性、数字、平台、生态化供应链成为常态，可通过产业互联网实现柔性生产，达到要多则多、要少则少，按需定制，高效协同，多品类快速响应的供应链布局理想化状态。

“打造面向未来、最具竞争力的越南纺织服装产业小镇。”何建利说，这是浙商绿尚小镇的总体定位。小镇以纺织服装产业为主导，以时尚元素为核心，贯通纱线、面料、印染、服装、家纺等纺织服装全产业链。核心内容包括：以印染为产业支撑，提供全产业链共享服务；以中央智能仓储为基础，打造智能化创新产业基地；以产业互联网打造柔性供应链，协同生产释放高效率；完善业态功能需求，打造生产、生活、生态一体的绿色时尚小镇。项目计划 3 年建园，5 年建镇，即 2022 年完成工业板块建设，2023 年完成小镇建设。

随后，Nawasmittawong Jumnonng 分享了如何加强东盟纺织工业供应链的打造与合作，OBS 电子商务中心总监 MrHuynh Thai Hoa 分享了阿里巴巴在纺织品出口中的作用。

通力合作 携手共推中越发展

在此次峰会期间，主办方还对越南当地纺织服装龙头企业 Nhabe Corporation 进行了参观。Nhabe Corporation 从 1973 年成立至今，已经发展成为拥有包括 37 个业务部门、超过 2.5 万名员工的现代化服装加工制造和品牌企业。

而中国企业中，作为承接国内纺织服装产业转移的主要基地，华孚无疑是布局较早的企业。2013 年华孚在隆安省设立子公司，成为隆安当地单体投资规模最大的外商企业，公司也拥有了首个海外生产基地。去年 12 月 15 日，越南华孚工业园正式开园，此次与会代表也走进工业园，一睹这一“全能型快反工厂”的速度与能力。

“截至目前，华孚在越南投资 5 年，总投资 3 亿美元，建设纱锭 28 万锭，色纤染色 2 万吨，研发中心 2000 平方米，配套生产生活设施 11 万平方米，已经成为华孚在东南亚的快速反应基地。”孙伟挺介绍，随着全球服装供应链逐步向越南及东南亚集聚，越南华孚的投产可以提升越南、孟加拉国以及中国香港和海南地区的交期能力。相比国内，越南本地订单交期缩短 12 天，孟加拉、香港与海南订单预计缩短 2 ~ 4 天，可以通过质量差异化、产品差异化、成本差异化取得竞争优势。

“中国企业在海外区域投资不仅仅要具有商业全球整合发展的理念，还要有秉持可持续发展的理念，这不仅能够更好地帮助企业在当地发展，更远的意义是引领其他行业海外责任发展，让中国文化和价值能够更好地传递。”中纺联社会责任办公室主任阎岩指出，通过本次峰会系列活动将带动越来越多中国纺织服装企业在“一带一路”国家进行布局，未来中国纺织工业联合会将继续加大社会责任和可持续协同发展的工作，并帮助企业与当地更多意识提升和能力建设的培训，帮助企业加大与所有利益相关方的合作，更好地把责任意识和可持续发展意识融入企业在当地的管理和运营中。

此次峰会仅有短短的两天，对于参会代表来说，收获却不止一点；而对于已经连续举办 11 届的全球纺织服装供应链大会来说，这一平台产生的价值绝不止于此。峰会已落幕，但中国企业在全球纺织服装产业的链接，刚刚揭开新的一页。TA

纺织服装周刊



多年来, 纺织教育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。图为往届教学成果奖评审会议现场。

提高教育质量 激发教学活力

“纺织之光”中国纺织工业联合会纺织教育成果奖十年透视

中国纺织服装教育学会 | 白静 倪阳生 / 文

“纺织之光”中国纺织工业联合会纺织教育成果奖(以下简称“教学成果奖”)于2009年启动,是中国纺织工业联合会主办、中国纺织服装教育学会承办、纺织之光科技教育基金会资助的行业奖项,至今已连续开展十年。十年来,教学成果奖在推动纺织教育教学研究,提高教学水平和教育质量方面发挥了重要作用。

一、教学成果奖的评审要求

教学成果作为一种教育教学方案,不同于科研论文、专著等,必须面向教学实践,围绕解决教学过程中的实际问题,创造性地提出科学的思路、方法和措施,对于实现培养目标、提高教学水平和教育质量有显著效果,并产生了广泛而积极的影响。

评审是纺织教育成果奖励工作的关键环节。评审工作由中国纺织服装教育学会具体实施,建立了初评专家组、网评专家库、会评专家组三级评审组织,强调专家评审,保证了客观性和公正性。而后,在纺织教育成果奖励平台和中国纺织服装教育学会网站公示30天,加强社会监督。

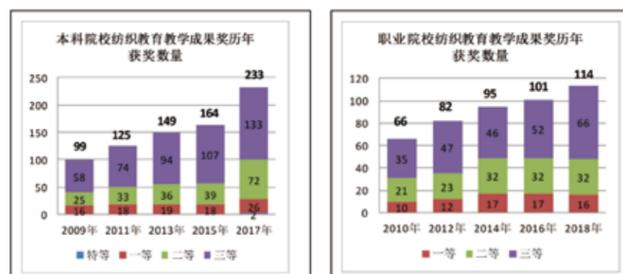
二、纺织教育成果奖获奖项目统计分析

1. 参与院校和申报数量逐年增加。

2009年纺织教育成果奖评审工作启动,奇数年开展本科院校教学成果评审,偶数年开展职业院校教学成果评审。十年来,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,并在2017年评出“纺织之光”中国纺织工业联合会纺织教育成果奖特等奖2项。

教学成果奖评审委员会严格控制授奖比例,优中选优,2009年至今,共表彰纺织教育成果奖1228项。

图1 本科院校和职业院校教学成果历年获奖数量



2. 与国家教育方针、政策同向同行。

十年来,纺织教育成果奖励工作主动适应国家教育方针、政策和地方经济社会发展需求,与国家教育方针、政策同向同行,体现了时代性和创新性。

2003年,《教育部关于启动高等学校教学质量与教学改革工程精品课程建设工作的通知》(教高〔2003〕1号)出台,2007年(教高〔2007〕1号)、(教高〔2007〕2号)出台,形成了推动高等教育教学改革的政策组合拳。2009年,中国纺织工业联合会纺织教育成果奖启动,2009~2011年的教学成果项目中有相当数量的成果是围绕精品课程和应用型创新人才培养开展的。2010年,《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020)》出台,强调把改革创新作为教育发展的强大动力,把提高质量作为教育发展的核心任务,同年,“卓越工程师教育培养计划”启动,旨在培养造就一大批创新能力强、适应经济社会发展需要的高质量各类型工程技术人才。2012~2016年的教学成果项目较好体现了工学结合、校企合作、产

学研协同、卓越工程师培养,诠释了院校以提高教育质量为导向的管理制度和工作机制。2015年纺织行业启动纺织类专业工程教育认证工作。2017年的教学成果项目较好体现了工程教育认证、以学生为导向及工程实践等方面。2018年的教学成果项目体现了国际化、集团化、文化和信息化,展现了新时代职业教育。

3. 获奖成果主题分布集中。

统计发现,十年来,教学成果主要分布于人才培养、专业建设、课程建设、教学法改革、实践教学、校企合作、素质教育、创新创业教育、其他等9个方面。从表1中可以看出,教学成果获奖项目主要集中于人才培养、专业建设、课程建设和教学法改革四大主题;在实践教学和校企合作两个主题方面,职教所对应成果所占比例高于本科,充分体现了职业教育不同于本科教育的特色,也反映了职业院校近年来的改革与发展成效。

表1 教学成果奖研究主题分布(%)

层次	年度	人才培养	专业建设	课程建设	教学法改革	实践教学	校企合作	素质教育	创新创业教育	其他
本科院校	2009	37	10	18	19	5	1	3	2	5
	2011	30	8	27	12	7	3	2	2	9
	2013	40	7	15	9	7	3	7	5	7
	2015	36	15	18	6	7	1	5	2	10
	2017	38	9	17	17	8	1	3	2	5
职业院校	2010	30	20	15	15	5	3	0	0	12
	2012	28	9	11	24	13	6	1	2	6
	2014	35	11	18	11	11	6	1	1	5
	2016	31	11	16	16	7	9	3	4	3
	2018	28	13	15	11	9	9	4	4	7

此外,在本科和职教1228项获奖成果中,以具体课程或专业作为载体的成果有595项,占比48.45%,体现了纺织教育成果重视教学改革的导向,成为全面深化教学改革的有效措施。

4. 人才培养模式发生重大变化。

十年来,纺织本科教育和纺织职业教育紧跟时代发展和社会发展需要,深化教育教学改革,创新教育教学方法,探索人才培养方式,形成了各类人才不断涌现的局面。本科教育方面,新一轮科技革命和产业变革加速进行,我国经济发展进入新常态、高等教育步入新阶段,卓越工程师培养计划、工程教育认证如火如荼,新工科建设应运而生。以学校和课堂为中心的传统人才培养模式逐步演变为以学生为中心、以学生学习成果为导向、基于院校主体持续改进的教育模式,突出能力为本,强调学以致用,彰显实践主题,加强校企合作,支撑服务创新驱动发展和人才强国战略。

职业教育方面,产业、企业要转型升级,肩负培养产业大军重任的职业教育更要升级,职业院校同企业联盟、和行业联合、与园区联结,工学结合、校企合作、顶岗实习的人才培养模式悄然兴起。教学模式由传统的知识导向向现在的行动导向转变,课程逻辑由传统的学科体系向现在的工作体系转变,人才培养强调以服务发展为宗旨、以促进就业为导向,推动教育教学改革与产业转型升级衔接配套。

三、开展纺织教育成果奖励工作的作用

在纺织行业,开展教学成果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。

1. 健全了竞争和激励机制。

纺织教育成果奖的评选,在很大程度上健全了教师工作评估机制。长期以来,院校在很大程度上存在重科研轻教学的现象,纺织教育成果奖的设立和实施,是纺织教学领域的行业最高奖项,成为纺织服装类院校的另一驾马车,与科研奖并驾齐驱,一定程度上改变了多年来院校中仅有科技成果的奖励现状,成为纺织服装类院校中条件最具体、透明度最高、办法最明确、最公正的奖励。



2. 激发了教育事业的生机活力。

纺织教育成果奖励工作调动了教育工作者的积极性和创造性,引导纺织教育工作者围绕课程教学的重点、难点、热点问题进行改革创新,激发了教育事业的生机活力,促进了纺织教育教学质量的提高。同时也是激励广大教育工作者坚持不懈在教学改革一线长期进行实践探索,勤业精业,教书育人,对培养目标的实现产生了明显效果,多数学生从中受益,把立德树人的根本任务落到实处。

3. 搭建了交流平台,促进教育公平。

组织开展纺织教育成果奖励工作,就是要引导纺织行业院校进一步总结梳理多年来的教学改革所积累的优秀经验和成果,在纺织行业层面搭建一个交流的平台,促进优秀教学成果的共享。10年来,数以千计的教学成果获得纺织教育成果奖,并在全国纺织院校中相继普遍推广应用,充分发挥了纺织教育成果的示范、辐射作用,整体提高了纺织教育质量和水平,促进了教育公平,推进了我国教育的内涵式发展。

四、教学成果培育和申报过程中应该注意的问题

1. 院校应顶层规划总结本校的教学成果。

一些院校未深入梳理本校的教学理念与应用成效,所申报教学成果仅从各自角度阐述问题,相同的内容、措施和成效在多个成果中出现,或几个成果运用一个理念,导致大成果分散化无法凸显集成效应,无法彰显纺织服装教育的影响力和辐射性。申报院校应注重顶层规划,以“纺织之光”中国纺织工业联合会教学改革立项为抓手,搭建教师开展教育教学改革项目研究的平台,助推教学成果的集成,产出高质量、能示范、影响大的成果,以便在国家级教学成果奖中崭露头角。

2. 所申报教学成果应系统设计与实践。

所申报教学成果一定是在某个阶段,借助某个动机、项目、课题、建设而引发的教育教学改革,经过2年以上实施检验而提升完善的教学方案,基于教学、高于教学、指导教学,不只是对教学工作的简单总结,更不是为了申报而拼凑堆砌出来的“成果”。教学成果应是对教学工作的“本元”进行审视,从知识本位、能力本位、行动导向到价值导向,从知识、技能的获取到全面育人,逐渐回归教育本质。

3. 加强宣传,扩大影响力。

教学成果申报前,“纺织之光”中国纺织工业联合会纺织教育成果奖励工作办公室(中国纺织服装教育学会)应加大对教学成果申报的宣讲与发动工作,避免全国各纺织服装类院校重视程度不等,差异较大。

教学成果评审后,中国纺织服装教育学会和纺织之光科技教育基金会采取了一系列措施加强对优秀成果的宣传推广工作,如将教学成果汇编成册,正式出版,发至行业院校供学习;组织老师到获奖院校进行现场交流;召开教学成果推广会议,分享经验;行业媒体持续宣传报道等,产生了一定实效。教学成果奖不同于科技奖,具有普适性、可借鉴性,要进一步发挥优秀成果的辐射作用,扩大社会影响,促进教育公平。□



来自 9 个国家和地区的化纤行业代表团团长合影。

探寻亚洲化纤供需平衡及可持续发展路径

中国化学纤维工业协会 - 张冬霞 / 文

当前，全球经济正处于多重因素相互影响的过程中，全球化纤产业格局正处于变化调整期，亚洲各个化纤主要生产国家和地区均面临着进一步转型与升级的挑战。在此背景下，信息和发展思路的交流更为重要，全球化纤界的合作更为必要。

4月11~12日，第12届亚洲化纤会议在印度尼西亚巴厘岛召开，会议主题为“化纤的可持续发展”，来自中国、印度、印度尼西亚、日本、韩国、马来西亚、巴基斯坦、中国台湾和泰国共9个国家和地区的化纤协会的代表参加会议。

根据亚洲化纤产业联盟章程，亚洲化纤联盟轮值主席、

印度化纤协会会长 R D Udeshi 两年任期届满，在大会开幕式上，宣布印度尼西亚纤维及长丝织造协会会长 Ravi Shankar 接任亚洲化纤产业联盟轮值主席，日本化纤协会会长 Waga Masayuki Hideshi 担任联盟副主席，印度尼西亚纤维及长丝织造协会秘书长 Redma Gita Wirawasta 担任联盟秘书长。

会上，来自9个国家和地区的化纤行业代表就各自纺织及化纤产业的发展现状、结构调整及面临的挑战等做了重点介绍，并就各自产业未来发展等进行预测和探讨。据了解，第13届亚洲化纤会议将于2021年4~5月在日本举办。

中国：未来瞄准四大新路径

作为全球最大的化纤生产国和消费国，中国化纤行业在2018年整体运行质量良好，生产保持较好增长，效益增速稳定在较高区间，但各子行业运行有所分化，涤纶和锦纶行业总体表现良好，粘胶纤维、腈纶和氨纶行业运行较为困难；企业间也出现分化，资源进一步向优势企业集中。

广东新会美达锦纶股份有限公司副总经理何卓胜代表中国化纤行业介绍了行业发展现状，并对行业运行情况和趋势进行预判。据中国国家统计局统计，2018年中国化纤产量达5011万吨，同比增长7.68%。其中涤纶占80.1%。中国化纤行业工业增加值同比增长7.6%，较上年加快1.8个百分点；实现主营业务收入7989.58亿元，同比增长12.42%；实现利润总额393.89亿元，同比增长10.31%。化纤行业成为纺织行业经济增长的重要支撑。而在多数子行业的利润率比2017年有所下降的情况下，涤纶行业表现亮眼，利润率达5.12%，同比提高0.27个百分点，又成为化纤行业利润增长的重要支撑。

从市场层面来说，行业利润的增加主要归功于产品价格的上涨和下游需求的跟进，但其本质是供给侧结构性改革的推进，供求关系得到改善。另外随着“三品”战略的推进，中国化纤行业的核心竞争力也有所提升。

随着全球经济继续保持扩张但增长势头减弱，何卓胜认为，2019年中国经济运行将稳中有变、变中有忧，外部环境复杂严峻，经济面临下行压力。在此背景下，纺织行业主要运行指标增速将较2018年有所回落，出口增长压力尤为突出。中美贸易摩擦进展仍然曲折，各种负面影响逐渐显现将对市场预期及企业生产经营造成冲击。但纺织化纤行业面临的国内市场环境仍然稳定，挖掘内需潜力的机遇也仍然存在。行业企业应着力提高生产效率和抗风险能力，继续保持平稳发展态势。

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作《中国化纤工业发展新路径》报告，回顾了中国化纤工业发展历程和路径，并展望了中国化纤工业发展新路径。

对于中国化纤工业过去40年的发展历程，端小平归纳出三点经验：

一是让市场在资源配置中占主导作用，在竞争性行业，鼓励国退民进，鼓励民营经济发展；二是加入WTO引进先进技术装备和管理理念；三是不断淘汰落后产能，为先进产能腾出市场空间。

对于为什么中国化纤工业在近20年取得超常发展，端小平这样回答，“一是中国化纤工业增速与中国GDP增长一致，与其他工业产品基本同步，这取决于中国经济发展的大环境；二是从行政审批、管制制度（汇率、项目、生产、民营、进出口等管控）向市场自主决策转变的过程中，彻底激发了民间投资热情。”

当前，中国的改革正在继续深化，向着减少行政审批、降低企业运行成本、允许民营资本进入油气等垄断行业、扩大金融开放、加大环保力度等方向发展。在此背景下，端小平提出了中国化纤工业发展的四大新路径：炼化一体、新产品开发、绿色制造、机器换人。

他特别提到，恒力、盛虹、恒逸、荣盛、桐昆等5家化纤企业进入炼化领域，到2020年可形成炼油能力合计1亿吨，产能全部采用最先进的技术和装备，倒逼效率低、能耗高的落后产能退出市场，事实上推动了行业绿色发展；将大数据引入产品开发，可实现产品开发的可逆和可溯，缩短产品开发周期，为客户提供大规模定制服务；已连续发布8届的中国纤维流行趋势每年向市场推出近百个差异化、功能性产品，引导企业注重新产品开发，帮助企业向下游客户推广新产品且效果明显，新产品市场规模平均扩大20%，部分产品销售收入翻倍；中国化学纤维工业协会2016年提出“绿色纤维”概念，通过第三方认证与管理的形式对市场进行规范，有效提升了化纤行业的绿色发展水平；再生纤维素纤维行业绿色发展联盟将用三年时间使行业的环保水平达到国际先进；智能制造、机器换人是一种大趋势，我们无法阻挡，只有适应历史的潮流才能生存，才能发展。

端小平强调，中国化纤工业的发展不会再走盲目扩充产能的老路，未来我们将更加注重产业链上下游的协同发展、绿色发展、差异化发展，也将更加注重机器换人、智能化发展。中国化纤将与中国经济一样，更加注重高质量，更加注重以开放、包容的心态与亚洲地区同仁广泛交流与合作。

印度：外商投资的优选地之一

2017~2018年间，印度GDP增长率为7.2%，是南亚地区持续成长最快的经济体，未来一段时间内，印度经济成长预计将更稳固并持续高于全球平均水平。印度人口的平均年龄相对年轻，并将在很长一段时期内享有人口优势的独特地位，这是推动投资和消费的强有力的因素，这使印度市场极具潜力。

2018年，印度化纤原料产能分别为：PX 585.5万吨、PTA 643万吨、MEG 234.9万吨、己内酰胺 7.5万吨，可见印度有充足的原材料供给可确保化纤更稳定地生产；化纤产量分别为：聚酯长丝 347.7万吨、聚酯短纤 157万吨、纤维素纤维 54.6万吨、腈纶 9.3万吨、锦纶 10.5万吨，能够实现可持续供应。

印度化纤协会秘书长 S C Kapur 表示，印度涉足原料、纱线、面料、服装服饰等纺织品制造和营销的所有环节，有助其成为可靠的采购中心；不断提升的创新能力、智能制造的实施、更好技术的应用等，有助于纺织产业的稳健发展；而政府持续的政策支持和利于经商的友善投资环境使印度成为外商投资的优选地之一。

印度化纤协会会长 R D Udeshi 表示，在各种宏观经济因素的作用下，全球经济增长放缓，纺织品贸易可能也会随着体量庞大的全球贸易一道遭受影响。2019年的贸易增长预期为3.7%，2018年为3.9%，若贸易环境继续恶化则可能出现进一步衰退。当然也应该看到，在中国高速增长的带动下，亚洲在全球经济中所占的份额已升至34%，比

重与日俱增。随着印度和印度尼西亚等国家的快速城市化，这一趋势有望延续，亚洲经济体将继续推动全球消费增长。

从全球原料情况来看，聚酯纤维近30年的复合年增长率为7%，不过以后增长将放缓，未来聚酯纤维增长的关键在于其适应性和可变性。PTA产能和需求一直增加，但市场总体呈供大于求的局面，其供求平衡变化的关键是运营的可行性。MEG的非常规路线产能的快速增长为运营提供支持，但未来一段时间其需求和产能增长率会回落。丙烯腈产能增长高于需求增长，2019年需求增长平稳，产能增长率会有起伏，总体前景是乐观的。合成聚丙烯酰胺产能增长几乎是需求增长的两倍，从而影响运营。

R D Udeshi 提到，由于潜在的下游PTA需求促进对二甲苯(PX)的产能增加，全球增长变化进一步影响了PX产能波动。PX生产商并不认为自己是涤纶价值链的一部分，而是炼化的一部分，他们会根据炼化生产商的相关情况来决定是否生产、生产多少对二甲苯。另外，对二甲苯生产装置必须和炼油设备一起建造，这会增加其投资成本，这些因素也会影响其供需平衡。

总的来看，聚酯纤维仍是纺织工业的主要原料。在全球经济中，亚洲纺织市场将在贡献和消费方面发挥主导作用，今后行业将会更看重有回报的项目并进行投资。随着经济的逐步增长，全球的需求预期已经上调，但近期的经济动荡并未引起注意，参与者应谨慎地制定相关策略。

日本：未来要强化高性能及高功能纤维

日本在 20 世纪 50 年代开始生产化纤制品，经历了从追求量的扩充到追求质的提升的过程，在 2008 年全球经济危机之后，日本化纤生产规模有所下降，在这段时间进行了结构性改革，每个企业都选择了自己优势的领域，并把重点集中到了高附加值产品的生产上。2015 年开始，行业再度预警，2017 年会计年度（从上年 4 月至当年 3 月）化纤消费量为 94.9 万吨，应用于非服饰所占的比重增加至 82%，显示出行业从低谷走出的迹象。

2018 年，日本化纤产量为 88 万吨，较上一年度减少 3%，车用及非织造布的产量仍维持稳定，预计这种趋势将随着日本产业用和家饰用的需求而持续；纺织出口值为 82 亿美元，较上一年度增加 3.3%，进口值为 394 亿美元，较上一年度增加 7.5%，贸易逆差达 312 亿美元。纺织品（包括非织造布、车用纺织品、涂层布料及诸如绳、网、帐篷等工业用纺织品）主要出口项目中，化纤面料持续减少，非服饰用纺织品增加。

虽然中国是日本最大进口国及出口国，但其所占比重已逐年减少。从 2007 年到 2018 年，出口比重从 39% 下降到 30%，进口从 75% 下降到 57%。东盟各国占日本纺织品比重已持续增加。

对于行业未来发展，日本化纤协会副会长、UNITIKA 公司社长 & CEO Hiroyuki SHIME 表示，日本化纤未来要强化高性能及高功能纤维等技术开发，开发新的市场；进一步促进标准化（JIS/ISO）；研发终端客户应用领域的多样性；强化与潜在的应用产业之跨业合作等。

日本化纤协会会长 Masayuki WAGA 对全球化学纤维中期供需进行了预测。他分析，自 20 世纪之初以来，全球纤维消费史上出现了 3 次增长阶段。第 1 次增长（1900 ~ 1937 年），增长主要依靠棉花产量的增加，全球纤维消费量从 400 万吨增加到了 1000 万吨；人均消费纤维从 1 千克增加到 4 千克。第 2 次增长（1945 ~ 1995 年），棉花和化纤共同支撑其增长，但以化学纤维为主导，全球纤维消费量从 1000 万吨增长到 4000 万吨；人均消费纤维从 4 千克增加到 8 千克。第 3 次增长（1995 ~ 2030 年），“1996”是一个具有划时代意义的年份，这一年的化学纤维消费量超过了棉花的消费量（同年在东京成立了亚洲化纤产业联盟），未来的纤维需求量将由化纤支撑其发展，预计至 2030 年，全球纤维消费量将达到 1.37 亿吨；人均消费纤维从 8 千克增加到 16 千克。

Masayuki WAGA 表示，截至 2022 年，预计纤维需求将达到 1.097 亿吨；化学纤维消费量将达到 7590 万吨，年增长 4.4%，产能预计将达到 9920 万吨，年增长 2.6%；产能与消费之间的缺口预计将达到 2330 万吨。2022 年的产能过剩率将从 2017 年的 28.5% 缩小至 23.4%。

Masayuki WAGA 预测，2050 年全球人口预计将增至 98 亿，2030 年全球汽车销售量预计将增长至 1.2 亿辆，今后全球纤维需求将稳步增长。由于亚洲在全球化纤产量中占了几乎 90% 的份额，因此亚洲肩负着重大责任，同时面临着行业稳定供求平衡、标准化、微型塑料颗粒、可持续性、联合国可持续发展目标等多种挑战。

马来西亚：重点提升产品质量

2018 年，马来西亚纺织及成衣业出口为 29.21 亿美元，年均复合增长率为 3.86%，美国是其产品的最大出口市场，每年占纺织品和服饰出口总量超过 18%；进口为 33.27 亿美元，年均复合增长率为 -3.35%。2018 年，化纤产量分别为：聚酯长丝 25 万吨、聚酯短纤 11.6 万吨，开工率为 94%，其中聚酯长丝出口 13.3 万吨，聚酯短纤出口 10.3 万吨。

马来西亚纺织及成衣产业面临着诸多挑战：约 40% 劳动力为外籍劳工，而化纤及纺织品行业的工资和其他行业相比相对较低，因此工人短缺成为阻碍纺织及成衣产业发展的主要问题；企业经营成本上升并持续增加、自由贸易协定中的反向关税、难以获得支持和经济援助等都对产业发展不利。为了推动纺织及成衣产业的发展，马来西亚将其列入工业总体规划 3(MP3) 中的重点产业，通过人工智能、大数据等推动工业 4.0 的发展，同时促进产业转型升级，重点是生产高质量的产品，如工业和家用纺织品、功能性面料、高科技纺织品和智能服饰等，从而提升产业链价值。

巴基斯坦：新增自动化设备，大力投资非织造、原料产业

巴基斯坦纺织产业占国内生产总值的 8.5%，是世界第四大棉花生产国，拥有亚洲第三大纺纱产能，是全球第四大聚酯短纤消费国，仅次于中国、印度及美国。过去 6 年，巴基斯坦聚酯短纤生产厂商已缩减为现在的三家，这得益于他们业务的多样化。2018 年这三家生产商合计总产能约 53.7 万吨。巴基斯坦是亚洲第八大纺织品出口国，纺织产品占全国出口的 58%，家用纺织品、棉织物、针织服装和机织服装是其四大出口产品，2018 年巴基斯坦纺织品出口值 135.5 亿美元，同比增长 10.43%，未来 5 年内整个纺织产业链预计投资 70 亿美元，出口将以倍数成长。

ICI 巴基斯坦公司聚酯纤维事业部经理 Rizwan Afzal Chaudhary 表示，巴基斯坦纺织企业面临能源成本、能源供应、基础设施不够发达、劳动力不够熟练等问题，以及聚酯短纤产业原料的关税保护导致生产成本增加、行业不公平竞争等挑战。对此，他提出，未来巴基斯坦应致力于生产高附加值产品，并向以出口为导向转变；新增高度自动化的工厂和机器的投资，投资下游非织造布以提升国内聚酯纤维的用量，投资上游以提高原料的供应；通过与其他国家如中国公司的技术合作，充分利用 CPEC 等。

韩国：通过数字化转型打造新价值点

2018 年，由于市场占比减少、价格竞争过度、各种环境法规的加强以及全球和国内供过于求，导致获利能力下降，韩国化纤行业遇到了前所未有的艰难时期。对于如何应对这样的困境，韩国化纤协会相关负责人 Kim Jingyu 表示，亚洲化纤行业要与全球业界进行合作；韩国化纤行业要重新整合考虑缩减供过于求差距和提高生产力；化纤公司要将现有的业务范围转移到高性能、高功能等高附加值的材料和产品上，特别是与终端用户合作找到行业的消费趋势，一流企业的核心战略是开发新材料，为未来产业发展做好准备，最终实现行业的健康发展。

韩国化纤协会高级常务理事李昌郁谈到，第四次工业革命（4IR）即将到来，它将连接和改变企业的价值链。4IR 时代，工业的重心已不再是劳动力，行业领先价值从劳动力转向了知识和技术规模。在这种环境下，企业必须通过数字化转型来打造新的价值点。

目前，全球纺织服装企业尚处于 4IR 商业模式试验阶段，因而生态系统中尚无主导者。韩国企业主要生产低附加值的纺织品和缝制品，美国、欧洲及日本企业则在附加值较高的品牌策划、分销和工业纺织品的生产中处于领先地位。虽然韩国业界力图通过技术研发成为快速追随者，但却鲜有成为“先行者”或“生态系统创造者”的成功案例。

为此，李昌郁认为，韩国必须推进生产基础设施的建设，以支持 4IR 的装配和加工流程，并且必须引进自动化设备，包括智慧工厂；为了适应变化，纺织服装业必须建立完善的生产基础，以支持从原材料到服装成品以及新型装配和加工商业模式在内的所有流程；鼓励企业转型，重组业务，并开发新业务，以适应 4IR；通过培训纺织 / 服装 + IT 专业人员来加强产业融合；在整个行业中本地化和部署数字化染色技术；建立纺织品和服装档案；构建纺织品及服装趋势预测系统等。



与会代表探讨了亚洲化纤产业未来发展。

中国台湾：聚焦特殊领域开拓特定市场

中国台湾地区纤维纺织产业一直以差异化发展为战略思维，以差异化的思维、策略、产品、市场为增长动能。如在差异化产品方面，以高科技、多功能为创新素材，通过凉感衣、发热衣进行温度管理，通过智慧衣、保健纱进行智慧管理，着重于扩展研发产业用、家饰用产品，通过短纤维、非织造布实现医疗保健，其产品研发生产等以减碳排、节能源、永续环保为出发点。

台湾区人造纤维制造工业同业公会副秘书长俞玲华表示，台湾人造纤维产业发展聚焦于特殊应用领域、特定客户市场，关注开发专业纺织展、开发高潜力市场，推广台湾地区优质纤维纺织产品；专注于纤维材料的创新研发，如纤维的材料改进、跨界发展以及异业结合、创新研发等；通过和终端品牌合作洞悉市场需求，从而为企业带来长期、稳定的高获利。

台湾区纺织产业综合研究所安大中表示，随着纤维功能性重点的转换，纤维功能从传统被动型—功能时尚型—环境反应型转变，即功能性纤维技术逐渐升级为可应对对环境温、湿度等变化，从而产生自我动态调节功效的纤维材料功能。他介绍了纤维从传统功能的吸湿排汗、抗紫外线、抗菌除臭、凉感、蓄热，到时尚功能的混搭、亲色、轻量、弹性，再到感温、感湿、感光、导电、压电、蓄光等感应调节功能的发展。

安大中介绍，欧盟将智能纺织材料分为电子式和非电子式。电子式智能纺织材料有电能、通信功能或兼具，非电子式智能纺织材料插电且不能通信，但能主动与环境互动，具有一种或多重性质的材料，可感应外界环境刺激（如温度、湿度、张力、压力、pH 等）而显著改变材料特性（如长度、黏性、卷曲度、保湿度、颜色等），达到提升穿着舒适度或安全防护等功能。预计未来几年，感应调节型纺织材料市场将有 15.4% 的年增长率。非电子式智能纺织材料市场以运动户外服饰占比最大，其次是交通、国防、工业、医疗等领域，区域市场主要在欧洲、亚太地区。感应调节型纺织材料主要用于满足穿着舒适、安全防护的需求，其功能主要集中在感温感湿记忆及其调节方面。2018 年高附加值服饰市场规模达 1937 亿美元。

泰国：关注可持续发展

泰国具有从纤维制造到成衣生产的完整产业链。1985 年以来，泰国一直是世界最大的纺织服装出口国之一，美国是其最大买家，占据泰国全部纺织品出口的 1/3，其次是欧盟、东南亚、东亚和中东地区。

2018 年泰国人造纤维出口额为 9.9 亿美元，年增长率为 8.4%；新增了再生聚酯纤维产能，出口相应增加，但由于泰国政府严格控制来自其他国家的进口薄片和 PET 瓶用粒，2019 年所有企业都会对回收产品调整其应对策略；同时扩展更多高性能及功能性纤维以运用于卫材和工业方面。

泰国化纤协会会长 Somkid Rattanaprapaporn 特别提到 2019 年芳纶开始进入市场，尤其是用于安全防护性产品，可见科技和功能性纺织品对于支持政府政策变得更为重要。

泰国人造纤维产业协会秘书长 Weerachai Christwathanyu 表示，由于人类周围环境变化很快，因此需要进一步开发出各种功能性纤维应用到各种各样的场景中。更重要的是，泰国各大制造商都意识到了可持续发展的重要性，他们在借助最新的回收再利用技术，尽力在泰国回收利用所有的产品，从而实现人造纤维可持续性。

印尼：打造完整产业链形象

印尼纺织品出口是制造业出口总量的 10.5%，是出口推动因素，但仍然在贸易差额方面面临挑战，需改进国内消费，增加出口。具体可鼓励上下游纺织企业增加投资，实现一些短期的目标；鼓励国外企业等投资印尼的纺织行业，从而降低贸易逆差。

印尼纤维及长丝织造协会秘书长 Redma Gita Wirawasta 谈到，目前，印尼已经形成了化纤、纺纱、织布、染整、成衣制造等比较齐全的产业结构。2018 年，印尼总的人造纤维产能为 250 万吨，产量为 109 万吨，其中聚酯长丝的产量增长为 18.6%，在国内市场上获得进一步的发展，2025 年之前，希望聚酯长丝、短纤能有更多的投资，可更好地满足国内的需求，实现自给；同时可增加国内外投资推动纺织品特别是非织造布的快速发展。

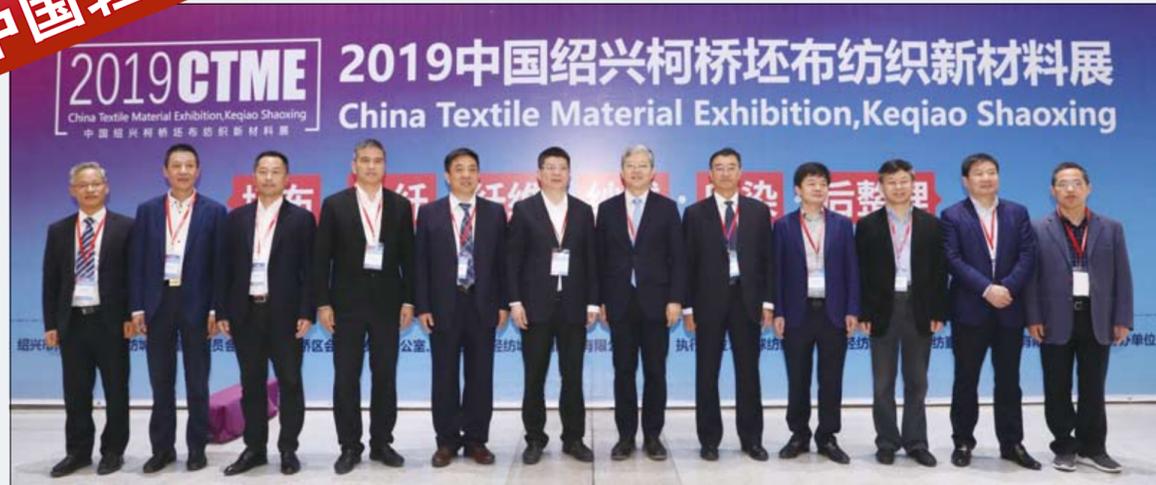
FibersofIndorama Ventures Ltd. CEO Uday Gill 认为，人们有时会传播关于塑料的错误信息，其实采用适当的方法塑料是完全可以被回收的。关于可持续性挑战，要倾听新生代的想法，不仅要找到技术的方案，同时关注周围发生着什么。Uday Gill 表示，对于可持续性挑战，需要的解决方案是优化使用资源，同时，人类要负起责任，改变、规范自己的行为。如化学纤维采用闭合循环生产方式，并在设计化学纤维时就考虑其再生利用、回收等问题，这方面日本有很多创新的做法；对于资源的优化，监管、自律、基础设施等都是必须要关注的方面；还要保证再生产品的质量，要离客户的需求更近；要相信人类的行为是可以改变的，对废旧物的管理要更符合人类的行为。

欧洲人造纤维行业：要建立正确的回收制度

欧洲人造纤维协会会长 Frédéric VANHOUTE 提到，目前，在纺织 / 服装行业，重新使用、修补以及回收利用的做法正在兴起。但是纺织品的回收利用过程很复杂，尤其是当多种纺织品混合在一起的时候，纤维分离成为一项挑战，必须研制能够分离复杂的混合纤维纺织品的可靠的机器。

对于如何应对行业可持续性挑战，Frédéric VANHOUTE 还提到，回收材料的质量至关重要，正确的回收制度要到位，如对 PET 瓶子的回收；贵重的二级原材料（PET 废弃瓶子、纺织品废弃物等）不应该由国外进口；REACH 和废弃物的相关法规需要一致以免出现矛盾；必须创建一个逆向供应链，要从原材料、化学品、最终产品、零售商和下游用户等各个方面沿整个价值链建立伙伴关系，在全球层面上，需要有协调标准等。我们的终极目标是减少废弃物，包括更长远的产物如海洋垃圾。

Frédéric VANHOUTE 表示，可持续性已经成为欧洲决策中的一个重要因素以及欧盟优先事物之一。可持续性思维已经融合在每个欧洲人造纤维公司的商业模式中。我们走向循环经济并且减少各种废弃物，这意味着向着另一种经济模式的思考转移。这场改变不仅会影响欧洲而且会影响包括亚洲在内的整个世界，需要大家一道努力以寻求一个互惠互利的解决方案。TA



本届展会相较于上届规模更为庞大，参展阵容更显实力，受到了行业的广泛关注。施斌/摄

凝心聚力， 共筑纺织源头新生态

2019 中国绍兴柯桥坯布纺织新材料展圆满落幕

本刊记者 张颖

四月的柯桥，生机盎然。4月12~14日，为期三天的2019中国绍兴柯桥坯布纺织新材料展（以下简称：2019柯桥坯布纺织新材料展）以其蓬勃的活力，在中国轻纺城国际会展中心盛大举行。四大展区，1.5万平方米展出面积，323家品牌企业，10万余款创意新品，实力阵容全景呈现了纺织上游产业链的独特风采，让人们在这充满无限可能的季节中，全面感知纺织源头的当下与未来。

作为中国首个坯布纱线及化纤专业展，本届展会正值第二届，相较于上届规模更为庞大，参展阵容更显实力，影响力也更加广泛。据统计，展会三日共吸引采购商20655人次，其中境外采购商500余人，达成意向订单金额1.8亿元，超出预期效果。

展会由中国长丝织造协会、绍兴市柯桥区人民政府主办，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会、绍兴市柯桥商会展业发展办公室、浙江中国轻纺城集团股份有限公司承办，中国轻纺城集团旗下全球纺织网和网上轻纺城、北京中纺业文化发展有限公司执行，绍兴市柯桥区化纤行业协会、钱清中国轻纺原料城、

柯桥区科技大市场合力协办。

4月13日上午，中国纺织工业联合会副会长夏令敏、专家咨询委员会委员徐文英，工业和信息化部消费品司纺织处处长曹庭瑞，中国长丝织造协会会长王加毅，中国纺织工业联合会科技发展部副主任王玉萍，中国长丝织造协会副会长廖梦虎，中国家用纺织品行业协会副会长魏启雄，绍兴市柯桥区委书记沈志江、区委常委钱勇军、人大副主任胡国伟、副区长姜宏斌、政协副主席吴汉华等领导参观展会。

万“纤”争鸣 趋势共享

本届展会以高定位、高起点广泛链接行业资源，集结国内外先进创新的坯布、纱线、纤维产品与品牌企业，借助柯桥纺织集聚地优势，再次为行业带来一场融汇新技术、新产品、新趋势的时尚源头盛会。展会现场，中国长丝织造协会、天竹联盟、纺平台等协会、业内知名平台携诸多会员企业重磅来袭，白鹦集团、美国杜邦、江苏斯尔克、天缘纺织、恒逸集团、厦门东洋、

纺织、淄博岱山等大型品牌企业悉数到场，可谓是万“纤”共舞，商机无限。

夏令敏一行首先来到杜邦展位参观，据企业总经理吴明进介绍，杜邦创新基地位于柯桥轻纺城，本次携第六代环保生物基产品 Sorona 聚合物以及丽赛木浆纤维产品亮相，希望将创新、环保、可持续的观念传递给下游合作企业。“我们的产品均不含氨纶，但具有氨纶的弹性，更环保、时尚。”吴明进透露，下一步，公司还将成立新型纤维研究院，激发下游企业创新开发意识。

浙江兴发化纤集团有限公司作为目前萧绍地区轻纺原料业的领军企业，此次参展除了带来百余款基础性纺织原料，更是着力推出了高性能纤维产品。“作为传统原料企业，公司正通过新厂投建、创新团队组建等方式不断加大环保再生纤维的投入与发展。”该集团董事长李兴江表示，家门口的展会给企业带来了实实在在的好处，方便与同行交流取经。夏令敏一行与李兴江深入交流，并对企业转型升级提出了宝贵意见。

科技先行 时尚当道

美丽的花卉源于种子，而服装面料的时尚灵魂往往取决于纺织原材料。作为时尚之源的纤维、纱线及坯布，科技创新不断赋予其强大的功能性、舒适性和高附加值。展会现场，承载着多元结构和功能，在不同的应用场景为消费者带来新鲜科技体验的产品比比皆是，各类速干、防水、防油、防污、防皱、发热等融合纺织科技力量和时尚创意的产品逐步改变着人们的生活。

唐山三友集团有限公司是目前国内唯一一家可生产黏胶纤维、莫代尔纤维、莱赛尔纤维的专业纤维素纤维生产企业，公司年产能近80万吨。此次参展重点带来唐丝品牌、三友品牌系列产品，力求以先进的生产研发实力，传递企业的品牌魅力。该集团研发中心技术开发部部长赵秀媛认为，在时尚多元的当下，企业凭借高新技术手段，赋予产品功能性、舒适性以及时尚感是潮流所向、大势所趋。

新乡展团作为此次展会的亮点，集中展示了中纺院绿色纤维股份公司、新乡化纤股份有限公司等龙头企业的产品。夏令敏一行对中纺院绿色纤维的希赛尔产品兴趣浓厚。“希赛尔是中国纺织科学研究院自主研发的莱赛尔纤维，具有棉的舒适性和涤的强度，能满足时尚百变的风格。”据该公司市场部部长黄伟介绍，公司目前拥有生产3万吨莱赛尔纤维的生产线，生产能力全球排名第二，致力于推动高科技绿色纤维向下游延伸。



纤维、纱线及坯布作为时尚之源，科技创新不断赋予其强大的功能性、舒适性和高附加值。张颖/摄



展会为纺织下游企业注入“科技、时尚、绿色”的源头活力。

绿色赋能 责任发展

保护生态环境就是保护生产力，改善生态环境就是发展生产力。当前，绿色发展已成为纺织行业的主旋律。从纺织源头着手，发挥其传导和带动作用，推动从纤维到终端产品全产业链的绿色化进程，意义深远。本届展会上，生物基化学纤维、原液着色纤维、循环再生纤维等绿色产品不断涌现，展现出行业自上而下践行可持续发展的责任担当。

作为原料龙头企业，吉林化纤集团有限责任公司此次携天竹纤维、人造丝、腈纶三大系列产品亮相。同时，作为天竹纤维和天竹联盟的创始者，吉林化纤以36平方米的展位与天竹联盟25家企业集中展示，形成了一股强大的合力，在展会上格外引人注目。“天竹联盟以天竹纤维为纽带，串联起产业链上下游，共同促进中国竹纤维产业健康发展。”天竹联盟副会长岳福升说。夏令敏一行对其自上而下引领企业绿色可持续发展的做法十分赞赏。

在赛得利展位，领导们对企业的研发创新、产能产值进行详细了解。据赛得利市场部中国区新产品首席商务官陈卫民介绍，赛得利是全球领先的纤维素纤维制造商之一，十分重视企业社会责任和可持续发展。此次展会集中展示了优可丝BV等系列产品，力求以科技驱动、时尚内涵、绿色文明推动产业链上下游有机融合、可持续发展。“集团拥有自己的种植林，从源头保障了产品的绿色环保性能。”陈卫民表示，柯桥作为最大的面料基地，是新材料运用的前沿阵地，集团计划将在柯桥设立工作室，更好地服务下游企业。

此外，夏令敏一行还走访了中国长丝织造协会主形象区、德州恒丰集团、江苏聚杰微纤科技集团股份有限公司、吴江福华织造有限公司等展位，对各企业带来的新型纤维及坯布产品给予肯定，对企业展现出的开拓创新、一心一意谋发展的精神赞赏有加，并着重强调了材料创新是行业高质量发展的重要源泉。

小展会、大趋势。本届展会依托中国轻纺城得天独厚的优势，在立足纺织源头的基础上，探索出了一条可持续发展的生态路径，为纺织下游企业带来“科技、时尚、绿色”的源头活力，引领产业发展迈向新台阶。同时，为提升柯桥纺织业作为全球纺织集散中心的知名度和核心竞争力，打造新时期“国际纺织之都”积蓄了全新动能。



中国轻纺城集团

股票代码：600790



纺城有家
共铸梦想

欢迎关注“纺城有家”官方微信平台，您将获取柯桥中国轻纺城更多资讯。

纺织服装周刊

抱团参展 合力共赢

2019 柯桥坯布纺织新材料展告诉你什么是“1+1>2”

本刊记者_王利 文/摄

2019 中国绍兴柯桥坯布纺织新材料展圆满落幕，而展会的亮点却给客商带来深刻印象。其中一大亮点就是众多展商在协会、政府、联盟的号召下，集中亮相，形成集聚效应。中国长丝织造协会、新乡市政府、天竹联盟分别携企业联袂来袭，成为展会现场独特靓丽的风景线，彰显纺织新时代诸多企业抱团取暖、合力共赢的信心与决心。



中国长丝织造协会主形象区。

中国长丝织造协会 趋势引领 踏上转型升级快车道

中国长丝织造协会现有会员 310 家，此次是第二次与柯桥区合作举办坯布纺织新材料展，数十家会员企业踊跃报名参展，在主形象区集中展示了天缘纺织、申久家纺、聚杰微纤、厦门东纶、鸣业纺织、淄博崑山、吴江福华、福建龙峰等多家企业的功能性产品和获奖面料，充分展示化纤作为纺织之“源”对国家纺织工业、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。

江苏聚杰微纤科技股份有限公司是一家集超细纤维系列面料、服装及家纺产品的研发、生产及销售于一体的集团企业，是超细纤维面料《超细涤纶纤维双面绒织物》FZ/T 43038-2016 行业标准的制定者，是目前国内生产超细纤维面料行业的龙头企业。公司年产超细纤维面料 2000 万米，产品的科技含量居国内细分行业领先地位。聚杰微纤专注于超细复合纤维面料及制成品的研发、生产、销售业务，在超细纤维面料的开发方面，是国内“第一个吃螃蟹的人”。

厦门东纶股份有限公司是香港东纶集团核心企业，经过近 20 年的进步创新，已经发展成为集产品研发、生产、销售、服务为一体的现代化高新技术企业，是国内化纤、长丝织造领域的领军企业。本次展会带来的细旦、超细旦锦纶，功能性、原液着色、生物基、多组份差异化等仿天然纤维的 FDY 长丝、DTY 加弹丝、ATY 空变丝，以及自主研发生产具有时尚、舒适、安全、功能性的锦纶纱线，展示了公司强大的研发创新能力。

新乡市政府展馆 科技为核 新技术引爆全场

白鹭化纤、中纺绿纤、景弘印染、护神特种织物，每一家企业都在纺织行业享有一定知名度，占据重要地位。而本次展会，四家企业在新乡市政府的带领下抱团亮相，所带来的新型功能性特种纤维，充分展示了功能性纤维的实用魅力，也彰显了依托纺织之都的柯桥坯布纺织新材料展强大的吸引力和号召力。

新乡白鹭化纤集团有限责任公司，是我国生产化纤纤维原料的大型一类国有独资企业，是全国 520 家重点企业和河南省 30 家重点企业之一。白鹭化纤主导产品“白鹭”牌再生纤维素长丝、再生纤维素短纤维、氨纶纤维三大系列上千个品种，总产能达到 25 万吨，再生纤维素长丝产品不仅行销国内，而且还出口到德国、意大利、日本、韩国、印度等 30 多个国家和地区。近年来相继成功研制出了光致变色纤维、温感变色纤维、智能调温纤维、竹浆纤维、蛋白纤维、芦荟纤维等 10 多个品种的功能化、差别化再生纤维素纤维和差别化氨纶纤维，申请国家专利 50 多项。

中纺院绿色纤维股份公司同样作为此次重点参展商，带来了最新的 Lyocell 纤维新技术。Lyocell 纤维被誉为“21 世纪的绿色纤维”，是国家“十二五”、“十三五”重点研发计划项目，是我国从纺织大国迈向强国的重要标志性技术之一，是落实新发展理念，推进供给侧结构性改革，实现高质量发展的高新技术项目。目前，Lyocell 纤维国际市场上兰精公司处于领先地位，每年出口中国约 7 万吨左右，远远无法满足中国市场的需求。中纺绿纤项目投产后将彻底打破现有的局面，兼具天然纤维和合成纤维诸多优异性能且绿色环保的 Lyocell 纤维无论从发展潜力、市场优势还是经济效益上都具有非常广阔的前景。

天竹联盟 竹构蓝天 以环保重新定义时尚

天竹联盟成立于 2005 年 11 月，是集设计、研发、推广、检测、认证为一体的综合性合作组织。天竹联盟会员单位共同开发与经营天竹系列纤维、人造丝、腈纶纤维、碳纤维等多种新型纤维及其下游产品，促进了中国竹纤维产业的发展。本届展会，鲁泰纺织、浙江金晟、绍兴彩虹庄、上海仙贝、东营润丰、青岛雷达、江苏良基、长春久丽、际华等 25 家天竹联盟会员企业震撼亮相，展示的竹纤维及面料服装产品，是以竹子为原料的再生纤维素技术，秉承竹子的韧性和弹性、耐磨和柔软性，是一种新型绿色纺织材料。

吉林化纤集团有限责任公司作为天竹联盟的发起者，本次带来的艾维、天竹阻燃、天竹 FR 等各类新型竹纤维，赢得诸多下游企业的青睐。据天竹联盟执行秘书长康志海介绍，“艾维”纤维采用天然艾草、植物抗菌，环保健康，产品已达到卫材的检验标准。“天竹”阻燃纤维以天竹纤维为基材，阻燃剂与纤维的完美结合确保了永久的阻燃保护性能，具有耐水洗、耐碱洗的特点。康志海表示，天竹联盟的产品传达着“以竹代棉”的健康环保理念，坚持做中国原创纤维的开发，对纺织和人类健康生活发展具有积极意义。

浙江金晟纺织有限公司经过 20 余年在梭织面料的精心耕耘，已发展成为拥有近百台织机的差别化面料生产企业，在新品开发、品质管控、市场拓展等方面具有一定的经验。展会现场，该公司带的竹纤维西装面料，克服竹纤维不够挺阔的技术难题，并兼具抗菌、抗皱、吸湿等特性，符合当前绿色、环保、可持续发展的市场需求。



一系列专业高效的会议，为业界带来全方位的智慧启迪。

多彩活动轮番上演，传递前沿趋势理念

本刊记者_王利 张颖

时间匆匆而过，精神永续传承。2019 中国绍兴柯桥坯布纺织新材料展已完美收官，而展会带给上下游纤维面料企业的影响却在持续酝酿，收获满满的采供双方定会将这几天积蓄的能量释放到未来公司发展中，纺织行业上下游将掀起更为广泛的改革创新风潮。

值得关注的是，展会期间，创新峰会、产业论坛、新材料趋势 T 台秀等精彩活动轮番上演，业内精英、时尚大咖、专家学者等重量级嘉宾悉数到场。以多元思维碰撞智慧火花，以创新思路启迪未来之变，展示纺织源头改革创新的发展风向、绿色环保的责任理念、合作共赢的大势所趋。

融合创新 纺织新材料大有可为

4 月 12 日，2019 纺织服装新材料融合创新峰会隆重举办。现场，来自武警研究院、际华 3502 研究院、军事科学院、杜邦、美国 Carhartt、新乡化纤、太极石股份、探路者集团、赛得利集团、韩国杰杰通商株式会社、上海嘉麟杰、浙江佳人新材料、安踏集团、苏州瑾珮新材料、卡尔菲特集团、富丽达集团杭州卓达染整等单位的重量级嘉宾在现场和 450 多名来自全国各地的行业代表齐聚一堂。

峰会通过嘉宾分享、论坛对话、交流互动等环节，实现了市场环境、发展趋势全掌握，构建布局、前沿技术齐分享，资源对接、全产业链当面聊。围绕新材料融合发展、创新升级、品牌需求、市场前景、消费者洞察、科技与时尚等主题板块展开了讨论。

12 位嘉宾围绕“军警用功能性面料应用及发展趋势”、“材料科技与一个可持续发展的时尚未来”、“智能纤维开发及应用前景”、“现役军服如何实现军民融合发展”、“太极石健康纤维的功能与应用”、“户外功能纺织产品的应用及发展趋势”、“赛得利优可丝——全新定义纤维素纤维”、“新型复合材料的时尚开发”、“功能性针织服装面料的开发与选材”、“化学循环再生聚酯纤维应用及前景”等主题，剖析了纺织新材料的应用前景，传递了最前沿的趋势理念。

此外，“绿色·科技·时尚”主题系列活动之产业集群对接论坛同期召开。中纺院绿色纤维股份公司常务副总经理刘剑围绕被誉为“21 世纪的绿色纤维”的 Lyocell 纤维产业发展趋势进行了详细介绍。

未来已来 环保与科技、时尚共舞

绿色环保已经成为行业主旋律，纺织工业要实现转型升级，纤维制造的绿色化进程是关键环节。4 月 13 日上午，“绿色·科技·时尚”主题系列活动之新材料品牌发布会在柯桥中国轻纺城国际会展中心举办。本次活动由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办，浙江中国轻纺城集团股份有限公司承办，得到轻纺城集团旗下全球纺织网、网上轻纺城，绍兴市柯桥区化纤行业协会、斯尔克集团、唐山三友、聚杰微纤、天竹联盟的大力支持。

环保与科技、时尚如何交融共舞？斯尔克集团与聚杰微纤以走秀形式展现了前沿科技纤维新材料的时尚魅力与绿色理念。

江苏斯尔克集团是本次柯桥坯布纺织新材料展的重点展商之一，活动现场，以超仿棉、竹节丝、异形竹节丝、阳涤复合丝、高弹丝、低弹丝等新型纤维面料设计的时尚设计，生动诠释了“轻氧·自然·舒适”的主题。江苏聚杰微纤科技集团专业生产超细纤维麂皮绒和双面系列的面料、无尘擦拭布、毛巾、浴巾、浴袍和家居用品，本次走秀以“感受真皮，与真实更加接近”为主题，绽放出科技与时尚交融的无限魅力。

此外，发布会上，唐山三友和天竹联盟分别带来了前沿的趋势分享，引发行业上下游共同探寻纤维新材料发展方向。

唐山三友的“唐丝”系列纤维秉承源于天然、回归自然的发展理念，原料取材经认证的可持续发展木源，生产工艺实现了化学品与水综合循环利用，是真正的“绿色工厂”，终端产品废弃后又能回到纺织纤维回收流程中转化成新的溶解木浆，实现生态化、可持续经营的良性轨道。今年，三友化纤加入瑞典公司 Re:newcell 建立的纤维素纺织品回收循环合作项目，代表中国绿色纤维自主品牌走向世界。

天竹联盟 6 家骨干企业代表对其最新研发成果进行集中发布，对其产品进行集中展示和推广，并和终端品牌进行有效对接，让大家感受到从竹子到纤维，再到人们日常生活中纺织品所展现的无限可能。天竹联盟执行秘书长康志海表示，2019 年天竹联盟将不忘初心，继续努力，与会企业精诚团结，齐心协力，共谋发展。一要不断规范市场，加强联盟诚信体系建设；二要完善联盟服务体系，创造和谐市场环境；三要释放产业链合作的潜能，推动联盟产品升级。TA



纺织服装周刊



中纺联代表团通过观展与走访，深入了解了美国及全球的产业用纺织品行业发展状况。

深入展会，把脉行业发展新动向

中纺联代表团赴美参加 IDEA 2019

中国产业用纺织品行业协会 - 张传雄 / 文

在赴美考察调研期间，中纺联代表团一行还参加了2019年美国国际非织造布展览会（IDEA 2019），通过与众多中外参展企业的深入谈话，代表团以最直观的方式感受了全球产业用纺织品行业先进的研发和运作模式，对未来产业用纺织品的发展趋势有了更加清晰的判断。

3月26~28日，2019年美国国际非织造布展览会（IDEA 2019）如期举办，该展会由美国非织造布协会（INDA）主办，每三年举办一届，展品涉及非织造原料、卷材、终端制品、设备及辅料等，涵盖了全部非织造产业链。本届展会共吸引了来自65个国家和地区的500多家展商，展出面积约3.9万平方米，其中，中国展商占比超过三分之一。

由中国纺织工业联合会副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申，中纺联副会长、中国化学纤维工业协会会长端木小平，相关专业协会领导和专家，以及蓝天环保、山东驼王、东方滤袋、南通江华、大连华纶等企业代表组成的代表团在赴美考察调研期间，参加了本届展会。

三足鼎立，交流行业发展现状

展会前，代表团还出席了INDA 50周年庆典活动。INDA的50年，是北美非织造布行业发展的一个缩影，见证了北美非织造布行业的发展历程。

中产协作为INDA的战略合作伙伴，一直致力于和INDA共同推动北美和中国非织造行业的深度交流与合作。

中、美、欧是世界非织造布重要市场，三方的紧密互动与合作有助于推动世界非织造布的协同创新与发展。值此INDA 50周年庆典之际，三方协会欢聚一堂，互赠礼物，延续行业情谊，共话非织造布的美好未来。

展会期间，李陵申受邀出席了展会开幕式和全球非织造布领袖会议，与全球非织造布同行一起共谋行业未来发展之路。去年底，欧盟颁布了史上最严的“限塑令”，承诺在2030年前每一件塑料制品都能够被重复使用或回收利用，从而也引发了行业对一次性卫生制品可持续发展的担忧。会议上，各国非织造布协会领导人呼吁全球相关组织携手推动行业绿色化体系建设，构建公平有序的全球非织造布贸易体系。同时，中产协与美国、欧洲非织造布协会就非织造布行业和企业间的深度合作进行了沟通与交流，确定了联合主办第八届中国国际非织造布会议、第二届亚欧土工合成材料会议，以及在信息共享、技术交流、市场开拓、标准、统计、展会等方面进一步深入合作的相关事宜。

全球非织造布市场分析会上，中产协秘书长张传雄应邀作了题为《中国非织造布行业现状与展望》的主题报告，为国际业界解析了中国非织造布行业的国际地位以及巨大的发展潜力。欧洲、美洲和亚洲非织造布协会也分别就各自市场的整体情况进行了深度解析。

目前，全球非织造布市场依然呈现三足鼎立之势，北美洲、欧洲和亚洲的非织造布产量之和占全球总产量的90%以上。2018年，北美和欧洲地区的非织造布产量稳步增长，分别达到426.7万吨和230万吨；日本非织造布产量继续小幅增长，达到34.28万吨；韩国非织造布产量出现负增长，同比下降0.26%，为22.72万吨；新兴经济体中，印度和印度尼西亚均保持了强劲的增长势头，2018年非织造布产量分别达到47.5万吨和10万吨，年增长率分别为16%和10%；中国作为非织造布最大的生产国、消费国和出口国，2018年非织造布产量的增速继续放缓，为5.12%，达到593.2万吨，近五年的复合增长率为8%。

此次展会，中国有180余家企业参展，占比超过三分之一。展会期间，代表团走访了佛山市南海必得福无纺布有限公司、浙江金三发集团有限公司、大连瑞光非织造布集团有限公司、美亚无纺布科技（东莞）有限公司、杭州诺邦无纺股份有限公司、欣龙控股（集团）股份有限公司、山东省永信非织造材料有限公司、恒天集团旗下非织造布相关企业等国内企业展台。国外众多非织造布原材料、卷材、制品和设备生产企业也携带最新产品亮相展会，代表团还参观了Berry、Andritz、Reicofil、A.Celli、Barnhardt、BFI、Suominen、Sandler、GPF、Indorama等国外企业展台。

展品持续迭代升级，彰显行业趋势

从本届展会可以看出，非织造布原料商更加重视非织造专用原料的开发和应用拓展。如唐山三友的洁净高白度纤维，专用于制作湿纸巾和医用纱布等非织造制品；美亚无纺和恒天长江致力于和终端客户共同构筑全新模式的聚乳酸产业链；Barnhardt公司通过一套称为EVOC的专有工艺，从棉花纤维中去除杂质，生产出清洁、纯净的棉纤维，用于对原料要求较高的纯棉非织造布；欧洲BFI公司的PET-core-BICO纤维可改善用于卫生领域非织造材料的弹性和蓬松度，Ultra Bond是一种获得专利的聚烯烃粘短纤维，不需要乳胶或其他化学粘合剂来粘合非织造布，从而提供显著的可持续性和成本效益，用于汽车内饰和地板用针刺材料。

装备企业始终关注设备的高产能、专业化、绿色化和智能化。如朝隆的双组分粘热熔非织造布生产联合机，在国内率先实现了双组分粘非织造滤材骨架材料的产业化；郑纺机的智能水刺生产线，可实现个性化定制；宏达研究院的V型粘、熔喷复合非织造布生产线，具有高牵伸、高产速、高安全性能、易操作、智能监控等特点；安德里茨新开发的neXcal twin pro设备，生产速度可达1300米/分钟，加上清洁生产理念和易于操作的机器配置，使该产品成为非织造布生产的热门设备；Reicofil为智能生产提供了独特的模块化数字解决方案，其RF5生产线使客户能够生产面向未来的高品质非织造布；A.Celli展示的Extreme Automation为非织造布行业提供了全面的卷绕和分切解决方案。

非织造布卷材企业在开发出更多个性化、功能化、高性价比和安全环保产品的同时，不断向终端应用领域拓展，以实现利润的最大化和客户的多元化。必德福展出的三抗高透气非织造布和抗病毒复合非织造布，为医卫领域提供了功能化、高品质产品；诺邦和永信将各种多功能纤维拓展应用于非织造领域，从高性能化、多功能化、生态化、复合化及多领域化等方面实现产品及应用的创新与开发；金三发通过非织造布完整产业链体系，打造和提升自主品牌影响力；昌隆的100%可降解过滤材料，具有环境友好、高效低阻、强耐高温、高硬挺度等特性；Sandler的产品结合了功能性和舒适性，高效、柔软的非织造布用于母婴护理、失禁产品的吸收层，能实现最佳的流体管理；Suominen公司的智能非织造布具有独特的技术能力，可将人工智能与全新的高清图案相结合，几乎任何数字特征都可嵌入非织造布中，而不会损害其基本功能或美观。



未来产业用纺织品行业仍需以全球视野进行高效的跨国资源配置。

纵观展会，找寻未来发展方向

IDEA 2019除展示产品外，还将产品展示与市场和技术交流相互融合，设有全球非织造布市场分析会以及过滤用非织造布、擦拭材料、婴儿纸尿裤、成人失禁用品、卫生巾等细分领域的技术交流研讨会，让展商在展示最新产品的同时，了解全球非织造布市场和技术的最新动态。

本届展会为行业生产商、经销商和贸易商搭建了展示、交流和商业促进平台，企业依托此平台结识了大量潜在客户，融洽了客户关系，树立了企业整体形象。国际展览会的重要性日益彰显，成为国内企业“走出去”一个不可或缺窗口，不仅有助于企业了解国际产业发展最新动态，还在推荐企业品牌、挖掘企业潜在客户方面有着积极作用。

IDEA 2019美中不足的是，中美参展商占到了三分之二以上，参展企业区域分布过于集中；展品多集中在非织造原料、装备和医疗卫生等领域，土工、建筑、交通工具等其他应用领域仍需加强；在较大的规模和影响力情况下，终端客户参展较为稀缺，需在展会主题细化上进一步加强。

从本届展会的参观、交流和会议报告中可以感受到，国内非织造布全产业链的比较优势和竞争效率均受到了较大的挑战，未来整个行业仍需以全球视野进行高效的跨国资源配置，巩固在全球供应链中的制造优势和市场份额。

短短几天的行程，代表团以最直观的方式感受了美国产业用纺织品先进的研发和运作模式，与美国知名高校和骨干企业资深专家的面对面讨论让代表团对未来产业用纺织品的发展趋势有了更加清晰的判断。

李陵申在总结中强调，不断技术创新和精益求精的工匠精神是美国产业用纺织品相关企业持续、健康发展的核心动力；美国“全产业链”发展模式及高效的产学研联动体系，为美国产业用纺织品发展注入了新的生机和活力；大规模的研发投入、高水平的持续创新、差别化的产品开发和系统性的迭代升级是美国产业用纺织品企业获取竞争优势的关键，也是未来国内企业转型升级的立足点和突破口。TA



IDEA 2019上，中国展商占比超过三分之一。

纺织服装周刊



中国长丝织造协会二届四次理事会暨产业发展论坛洞悉未来趋势，助力产业高质量发展，实现企业多元化提升。

创新高质发展 引领消费升级

中国长丝织造协会二届四次理事会暨产业发展论坛在柯桥举行

本刊记者_ 邹莹颖



江苏申久化纤有限公司总经理周雪芳、吴江新腾巨织造有限公司董事长梅志根、江苏奥立比亚纺织有限公司董事长潘润华当选中国长丝织造协会副会长，与会领导为其颁发副会长单位牌匾。

为全面准确地把握习近平新时代中国特色社会主义思想，贯彻五大发展理念，推动我国长丝织造产业实现高质量发展，4月13日，以“创新高质发展 引领消费升级”为主题的中国长丝织造协会二届四次理事会暨产业发展论坛在柯桥举行。会议由中国长丝织造协会、绍兴市柯桥区人民政府主办，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会承办，浙江中国轻纺城集团旗下全球纺织网、网上轻纺城支持。

中国纺织工业联合会副会长夏令敏、专家咨询委员会委员徐文英，工业和信息化部消费品工业司纺织处处长曹庭瑞，中国长丝织造协会会长王加毅，中共绍兴市柯桥区委常委钱勇军，浙江中国轻纺城集团股份有限公司董事长葛梅荣，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会党工委书记、副主任徐海芳等领导出席本次会议。参加会议的有中国长丝织造协会全体会员单位主要负责人，各产业集群地方政府和行业组织、专业院校和科研机构、化纤长丝面料生产与经营企业及相关企业负责人、各大媒体代表。中国长丝织造协会秘书长黄潇瑾主持会议。

本次会议还发布了2018中国长丝织造行业经济效益50强，仿真丝面料、户外运动（及防寒）服装面料10强入围企业。

洞悉未来趋势 助力产业高质量发展

钱勇军在致辞中表示，长丝织造是纺织产业链承上启下的重要环节，随着纺织行业的快速变革与发展，上下游行业对信息匹配的要求愈加强烈。不仅中国轻纺城及周边地区市场在寻找更好更优的采购商，产业的上游也在积极寻找优质的采购商。中国长丝织造协会自成立以来，以“服务、创新、求实、协作”精神为宗旨，高举绿色制造和智能制造旗帜，加速行业的技术进步，提高行业的管理水平，推动行业协调发展。柯桥希望借中国长丝织造协会之力，进一步深入贯彻“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，将纺织产业上下游企业联动起来，助推纺织产业链上下游的高效互动对接、健康长远发展。

夏令敏从新中国成立70年来行业的发展、信息技术深入应用背景下的融合创新、中国纺织服装产业的优势和纺织服装行业高质量发展等方面作详细讲解。他指出，70年来，纺织业作为重要

要的民生产业之一，科技创新与模式创新成果丰硕、品牌快速发展、产业用纺织品行业快速发展、高素质人才队伍不断拓展，今天的中国纺织工业早已不是原来意义上的传统制造业，已经成为包括纺织业和服装、家用纺织品、产业用纺织品这三大类终端产品制造，以及纤维材料制造业、纺织服装机械制造业的“大纺织工业”。他强调，需要从品牌化、智能化、国际化着手，肩负纺织服装行业高质量发展的使命共同前进。

曹庭瑞在题为“中国制造业智能发展趋势与政策导向”的演讲中表示，智能制造是纺织工业未来的发展趋势，面对新形势，工信部积极实施制造强国战略，明确智能制造作为主攻方向，并以智能制造试点示范项目、智能制造标准体系建设、综合标准化和新模式应用、系统解决方案供应商培育等为抓手来推进智能制造工作。四年来，工信部共遴选确定了305个智能制造试点示范项目，其中纺织行业有20个项目入选，涵盖了棉纺、化纤、印染、服装、针织、家纺、产业用、纺机等行业。同时，也支持了一批纺织企业的智能制造综合标准化和新模式应用项目，这些工作的开展，对纺织智能制造标准体系建设、智能制造新模式培育推广、智能制造关键技术、装备集成应用等发挥了重要作用。

王加毅在题为“坚持科技、时尚、绿色发展定位推动行业再创佳绩”的工作报告中指出，2018年长丝织造行业生产稳步增长，出口领先纺织全行业，内销需求旺盛，经济效益稳步提高，中西部地区长丝织造产能增长迅猛。当前行业运行中需要坚定高质量发展信心，在消除偏见、改善政策环境上下功夫，化纤长丝织造是纺织产业的翘楚，要注重改善政策环境，为行业健康发展创造必要条件。要消灭污水处理死角，提高中水回用率，要进一步加大产品开发投入，努力提升产品竞争力，要认真抓好基础管理，全面提升企业管理水平。

会议还审议了关于修改中国长丝织造协会专业委员会管理条例、成立化纤长丝织造物后整理专业委员会、增补理事和副会长等议案。会议增补12名理事，其中，江苏申久化纤有限公司总经理周雪芳、吴江新腾巨织造有限公司董事长梅志根、江苏奥立比亚纺织有限公司董事长潘润华当选中国长丝织造协会副会长。

直面机遇与挑战 实现企业多元化提升

同期举行的产业发展论坛由中国长丝织造协会副会长廖梦虎主持。

浙江大学经济学院副教授郑加成从“企业在新形势下的机遇与挑战”角度出发，对新常态环境下的机遇与挑战、中美贸易战与政经博弈、中央经济工作会议精神和未来经济发展趋势作详尽分析。

随后，军事科学研究所教授郝新敏以“化纤长丝织造的军用开发与研究”为主题，中国纺织工业联合会科技开发部主任王玉萍以“军民融合深度发展——军民两用纤维新材料的开发及应用”为主题，恒逸石化股份有限公司研发中心总经理徐锦龙以“逸钛康纤维——绿色纤维新视界”为主题，江苏牛牌纺织机械有限公司董事长刘群信以“转型升级势在必行 凸轮开口助您赢”为主题，盐城市荣意来纺织有限公司董事长兼总经理郑志荣以“整浆并设备的国产化研发与应用”为题，恒力集团有限公司总经理助理郭昱君以“两化融合、共享开放，推动行业健康发展”为主题，浙江科旺纺织有限公司董事长柯长生以“加强长丝织造企业管理的经验分享”为主题，上海弘玖信息技术有限公司副总裁、首席机器人官谢少翔以“流程自动化助力纺织智慧之美”为主题，分别带来精彩演讲。TA



与会领导为精品生产基地授牌。

2018年中国长丝织造行业经济效益50强入围企业名称单

序号	单位名称	序号	单位名称
1	恒力集团有限公司	26	嘉兴市鸣业纺织有限公司
2	浙江台华新材料股份有限公司	27	吴江市鑫凤织造有限公司
3	福建龙峰纺织科技实业有限公司	28	金伦（苏州）织造有限公司
4	厦门东纶股份有限公司	29	江苏聚润纺织科技有限公司
5	信诚集团（福建）有限公司	30	如意家居有限公司
6	吴江福华织造有限公司	31	安徽省冠盛纺织科技有限公司
7	岫山集团有限公司	32	安徽万方织染有限公司
8	泗阳申久家纺面料有限公司	33	吴江汉通纺织有限公司
9	向兴（中国）集团有限公司	34	江苏奥立比亚纺织有限公司
9	江苏斯尔克集团股份有限公司	35	苏州雨维斯纺织纤维有限公司
11	兴惠化纤集团有限公司	36	吴江新生喷织有限责任公司
12	吴江市双盈化纤实业有限公司	37	浙江兆新纺织科技股份有限公司
13	杭州宏峰纺织集团有限公司	38	莱美科技股份有限公司
14	湖州纳尼亚实业有限公司	39	吴江市舜聚喷织有限公司
15	江苏斯茵织造有限公司	40	浙江青松轻纺股份有限公司
16	江苏聚杰微纤科技集团股份有限公司	41	湖州诚鑫纺织印染有限公司
17	华懋（厦门）特种材料有限公司	42	福兴织造（苏州）有限公司
18	江苏罗曼罗兰集团有限公司	43	嘉兴市前荣织造有限公司
19	苏州新民纺织有限公司	44	江苏大同宝富纺织科技有限公司
20	吴江广宇纺织有限公司	45	吴江市晨龙新升纺织品有限公司
21	苏州楚星时尚纺织集团股份有限公司	46	苏州布禄纺织科技有限公司
22	晋江市远大服装织造有限公司	47	海泰纺织（苏州）有限公司
23	安徽黄山联强纺织有限公司	48	浙江鑫涛科技股份有限公司
24	浙江正凯纺织有限公司	49	嘉兴市宏亮纺织有限公司
25	浙江盛发纺织印染有限公司	50	吴江盘古纺织有限公司

2018年中国长丝织造行业仿真丝面料10强入围企业名称单

序号	单位名称
1	恒力集团有限公司
2	江苏斯尔克集团股份有限公司
3	吴江市双盈化纤实业有限公司
4	苏州新民纺织有限公司
5	苏州楚星时尚纺织集团股份有限公司
6	安徽黄山联强纺织有限公司
7	嘉兴市鸣业纺织有限公司
8	江苏聚润纺织科技有限公司
9	吴江汉通纺织有限公司
10	吴江新生喷织有限责任公司

2018年中国长丝织造行业户外运动（及防寒）服装面料10强入围企业名称单

序号	单位名称
1	浙江台华新材料股份有限公司
2	福建龙峰纺织科技实业有限公司
3	厦门东纶股份有限公司
4	信诚集团（福建）有限公司
5	向兴（中国）集团有限公司
6	华懋（厦门）特种材料有限公司
7	晋江市远大服装织造有限公司
8	浙江正凯纺织有限公司
9	吴江市鑫凤织造有限公司
10	安徽省冠盛纺织科技有限公司



纺织服装周刊

2018 中国纺织工业联合会产品开发贡献奖获奖企业回访 (一)

首创气液染色技术 佛山三技公司实现“双丰收”

本刊记者_李芳文/摄



三技公司不断深入对染整装备的研发设计, 为行业、社会发展贡献力量。

绿水青山就是金山银山。近年来, 能源和环保问题制约着印染行业的可持续发展。就印染企业而言, 如何实现节能降耗, 最大程度地践行纺织工业绿色发展, 是企业最为关注的问题。

作为一家专业从事染整装备研发设计和制造业务的公司, 佛山市三技精密机械有限公司经过多年的团队协作, 研发出具有显著节能减排效果的染色装备——气液染色机, 为低浴比染色加工方向发展提供了技术支持, 并荣获了“2018年度中国纺织工业联合会产品开发贡献奖”, 为行业企业节能降耗做出了重要贡献。同时, 佛山三技公司也实现了经济效益和社会效益双丰收。

目前该公司主导产品有高温气液染色机、高温溢喷染色机、拉幅定形机、连续湿处理机组等。拥有授权专利64项, 其中发明专利9项, 实用新型36项, 外观设计15项, 软件著作权4项, 并参与制定行业标准4项。

成立专项小组, 全员协作开发

“三技公司首创的气液染色技术, 设计、制造、试验和试生产等环节都是重点攻关项目。为此, 公司成立了由总经理直接领导的项目研发小组。”三技公司工程部总负责人陈红军告诉记者, 为了提高公司产品创新能力, 公司聘请了国内印染装备的资深设计专家, 指导产品整个研发过程, 并聘请印染企业中具有丰富经验的工艺人员, 将设备与染色工艺相结合, 对设备的工艺性能进行验证, 并跟踪到使用厂家进行技术指导。

记者了解到, 由于该机主要为不锈钢冷焊件, 对焊道、与织物接触的设备内表面要求非常高, 三技公

司投入大量资金进行技改, 采用最新全自动等离子焊接、激光切割和精密抛光等最新技术, 确保全机零部件的加工要求。

在三技公司车间电子显示屏上, 反复播放着工作人员对工艺改进提出的创新点。陈红军告诉记者, 一线工人往往对设备制造工艺的改进最为熟悉, 哪怕一个细微之处, 带来的技术改进都不能小觑。为此, 公司会不定期地将技术难点显示在电子屏上, 让大家充分发挥个人智慧, 共同推进新技术研发。为此, 三技公司特别设立了奖励机制, 鼓励全员创新。

从选材、工艺技术到反复验证, 三技公司投入了大量的人力、物力以及财力。“为了使设备能发挥最好的性能, 我们有专业的团队去研究面料, 目前有8个染整工艺团队, 不断对设备提出改进要求, 这在其他设备公司是非常少见的。”陈红军说。在全员的不断努力下, 2012年10月公司的第一台高温气液染色机研制成功。

五大创新, 解决行业发展痛点

据陈红军介绍, 高温气液染色机有五大创新点, 满足了行业发展需求。

一是减少气流循环无效损失, 风机功率下降60%。高温气液染色剂内部染液与气流的循环采用了全新的设计结构, 在充分提高气流有效利用率的同时, 将循环风机的额定功率降低到原来的60%以下。解决了当前气流染色机电耗大的问题。在1:4以下低浴比染色更加节水、节气、节电。

二是提高气流对织物的扩展和渗透作用。与原有的气流染色机不同, 三技公司研发的气液染色机的气流减少了自由染液对气流的干扰, 使织物离开导布管

后在气流的自由射流作用下向四周扩散的角度更大, 可尽快地展开绳状织物产生的折痕。此外, 气流对已交换染液的织物产生渗透作用, 可提高染液对织物纤维的扩散性。

三是染液喷嘴组合功能。据了解, 普通溢流或喷射染色机的液流喷射对织物具有一定的润滑保护作用, 并且对于吸液量大的织物可提供更充分的交换染液量。在研发过程中, 三技公司引用了这一染色优点, 并考虑到低浴比的特点, 采用了一套组合式喷嘴, 兼有雾化和喷射等多组合功能, 提高了被染织物单次循环的匀染度。并且, 前置喷嘴可以根据不同的织物品种及染色要求, 选用相应的织物与染液交换形式。

四是染液喷嘴的独特设置。水洗时, 水与织物可形成逆流交换。通过这种逆流水洗方式可增加水流作用, 提高水洗的浓度梯度。不仅水洗效率高, 而且省水。

五是染色受控。根据染料对纤维的上染规律提供最佳的交换频率; 同时, 可提供非线性加料控制, 有效保证染色过程的顺利实现。在保证匀染性的条件下, 可有效控制各项能耗。该机的风机具有恒功率控制, 可保证在高温高压条件下染色过程中风机不超载。

凭借其独有的优势, 高温气液染色机已获得发明专利3项, 实用新型专利技术5项。2015年, 高温气液染色机通过广东省科技厅组织的科技成果鉴定, 并于2016年被认定为广东省高新技术产品, 2016年获得佛山市科技进步三等奖, 2017年获得广东省科技进步三等奖, 该产品被列入第七批印染行业节能减排先进技术推荐目录。同时, 高温气液染色机也受到广东、江苏、浙江、福建及山东等地企业的广泛认可, 并将该设备作为企业技术升级、退城入园的首选; 在海外市场也产生了较大影响, 来自印尼、越南、巴基斯坦、斯里兰卡以及马来西亚等国家和地区的印染客商非常看好该项技术。

新时代, 中国纺织工业已经迈入“科技、时尚、绿色”发展的新阶段, 气液染色机经过近几年的发展和应用已经有了新突破。在染色工艺上, 它能够满足常规纤维织物, 还适于目前常规喷射染色机不适应的织物, 如容易产生折痕、敏感色等织物。既提高了染色“一次成功率”, 又达到节能降耗效果, 在为用户提高经济效益的同时也为绿色发展做出了重要贡献。

三技公司先后荣获“国家高新技术企业”、“中国针织行业科技贡献奖”、“广东省工程技术研究开发中心”、“广东省企业技术中心”、“广东省战略性新兴产业骨干(培育)企业”、“广东省民营科技企业”、“标准化安全生产企业”、“佛山市细分行业龙头企业”等荣誉, 同时, 企业通过ISO9001质量管理体系认证。

荣誉加身, 砥砺前行。如今, 三技公司已经推出第七代产品。陈红军表示, 公司将不断深入对染整装备的研发设计, 为行业、社会发展继续贡献力量。

T A W E E K L Y

周刊典藏 时尚评论

大咖来做客

品牌故事

纺织头条

微信号: fzfzzk



纺织服装周刊

看 产业实时资讯, 观 流行趋势分析
听 行业精英箴言, 查 企业动态百科

关注 《纺织服装周刊》微信, 你就是行业大咖!



纺织服装周刊

CHIC2019(秋季)
预热报道(一)

相约9月,见证行业回归真我

中国国际服装服饰博览会 2019(秋季)再启航

苏密 / 文

面对不断加快的消费变革和科技创新的大势所趋,中国服装产业正在加速成为创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业以及责任导向的绿色产业,践行高质量发展的同时,“科技、时尚、绿色”依然是中国服装的工作新定位、行业新标签、社会新认知。

9月25~27日,中国国际服装服饰博览会2019(秋季)又将启航。以“这就是我”的主题唱响“自我主张、回归本真”的消费态度,携手时尚男装、最美女装、匠心皮羽、设计力量、环球风尚、ODM智造、流行配饰、箱包鞋履、链接未来9个专业品类展区和3个展中展——CHIC-潮流品牌展、上海国际儿童时尚展览会、韩国 Preview in China 以及极具特色的时尚定制版块,绽放国家会展中心(上海),与众多优质的服装品牌及企业一起,磨练品质,重构中国服装的创新升级。



顺应变革, CHIC2019(秋季)将展现多维度新姿态。

策展,风貌正盛

凝心聚力,CHIC 发力文化、时尚、科技、可持续发展四个方向的整合与提升,9月的秋季展也将主力呈现四大板块。

文化的创新与传承,是对审美追求的提升,也是对传统思想的继承,更是对日渐繁茂的潮流文化的追寻和引导。当世界面临百年未有之大变局,文化的创新与融合也在发酵整个产业的设计提升与思想碰撞,而即将在 CHIC2019(秋季)亮相新姿的时尚男装、最美女装、设计力量展区以及 CHIC-潮流品牌展则将更加注重文化的蓄积孕育和厚积薄发。

消费变革中,关注时尚已经成为一种生活态度,每个人对“时尚”的定义各不相同,它可以简单朴素,也可以极尽奢华,它可以标新立异,也可以风格趋同……时尚已不拘泥于形式和框架,它在很多领域里无处不在。CHIC2019(秋季)上,上海国际儿童时尚展览会以及环球风尚、流行配饰、箱包鞋履展区都将绽放时尚新颜,更多的探索与涌动都将突破壁垒,达成共融。

回归初心,不忘本源。消费升级的时代,越来越多优秀的服装品牌更关注品质与服务,这也对企业的创新迭代能力、竞争能力以及可持续发展能力不断产生更多新的要求。CHIC2019(秋季)的 ODM 智造展区和匠心皮羽展区,将会在回归初心的本源给出可持续发展的最佳诠释。

现代科技已经融入服装产业所有流程之中,技术创新更成为企业发展的动力与先导。科技驱动成就企业更强大的竞争力与支撑力,CHIC2019(秋季),科技视觉盛宴将在链接未来展区和时尚定制板块耀目呈现。



务实商贸更加便捷、可持续。

商贸,实效为先

砥砺前行,CHIC 商贸合作及观众邀请在多年的厚积薄发中愈发强盛,成为 CHIC 推动品牌发展中不可或缺的重要一环。

9月亮相的 CHIC2019(秋季),将“提升参展实效性”作为要务,针对各展区特点、展商需求,定向邀请参展观众,安排多类型、多场次的商贸活动,并借由举办于全国各地的“CHIC 大讲堂”和用户日益增长的 CHIC APP 来提升观众的质量和数量。

近年来,CHIC 大讲堂活动在业界饱受好评和期待,今年春季展之后,CHIC 大讲堂将继续走进江西、安徽、东北、山西、四川西南部等地区,针对不同区域的代理商、采购商进行大讲堂推广,同时增强和当地渠道商的黏性,力求促成现场活动多类型、多场次、多参与,将更多的采购需求和渠道发布吸引到展会现场。

信息化时代的到来为 CHIC 提升更多的效率与发展空间,上线时间不长的 CHIC APP 已收获近2万名忠实用户,在此基础上 CHIC 将持续深挖用户力量,丰富 APP 的商贸对接功能,发挥展会上线结合优势,丰富展会现场对接活动内容,提供最优商贸契机,为每一位观众提供更多的优质商贸潜能。

9月,商机正盛,风貌正浓。我们无惧变革与壁垒,我们重塑使命与动能。CHIC2019(秋季)已收到众多优质品牌与企业的报名,期待与您共建繁盛未来。TA



往届精彩瞬间

时尚评论

穿得好看就是在为北京做贡献?

本刊记者_徐长杰

3月,北京。中国国际时装周(2019/20秋冬系列)期间,一场关于时尚与城市美学的讨论在 751D·PARK 展开。

巴黎、伦敦、米兰、纽约,都是全球首屈一指的时尚之都。可以说,任何一个可以称得上都市的城市,都与时尚有着不解之缘;反之,如果一个城市没有时尚这张名片,就不可能被称为一个“都市”。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。实际上这样一个议题,更应该让全国各地的市长们来听听,让他们了解时尚与城市之间的关系。

时尚与城市之间到底是怎样一种关系?中国纺织工业联合会会长孙瑞哲对此谈到,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。“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。”对于城市而言,纺织服装产业的使命担当,就是要助力时尚与城市美学的内外兼修与协调发展。

如今,中国已拥有全球最大的中产消费群体。新中产阶层基于传统中产阶层而来,其生活品质和消费观念却高于传统中产阶层,且该消费群体存在着更加看重时尚和追求专属化的消费趋势。

目前,全球一线奢侈品牌已经成为新中产阶层高度关注并且为之掷千金的对象。在对一线奢侈品牌的选择上,中国

中产阶级表现出对诸如法国奢侈品牌爱马仕 Hermès、纪梵希 Givenchy、香奈儿 Chanel、赛琳 Celine 以及意大利普拉达 Prada 等品牌的青睐。而作为全球最大的纺织服装制造大国,能与这些大牌比肩的中国品牌还为数不多。

与此同时,炫耀型消费正在向需求型消费转变,中国纺织服装业需要顺应这份变迁,给予恰当的引领性满足。

实际上,地域、人文、经济、产业、政策等基础都是时尚之都能否形成的重点所在,而一个时尚之都能够在全球时尚界立足,无疑离不开标志性人物、国际性品牌和世界级标志性事件。

时尚之都的打造不能一蹴而就,但北京迈向时尚之都的步伐确实需要加快,当务之急,就是要提高市民审美素养和水平,培养艺术和创意思维,这对于改善城市艺术氛围尤其重要。我认为,首先要让消费者敢于买起来、穿起来。因为美学研究的对象是审美经验和审美心理,培养城市美学,就要注重人在消费过程中的体验,只有这种美的体验越来越多、越来越好,才能鞭策纺织服装产业不断进化,从而服务于城市之美。

城市美学是充满诗意的宜居的理想,近乎于为人们构筑身体和灵魂的一个居所。而我们,需要从一件衣服开始,为城市建立更多美丽的精神寄居之地。

我们穿得美就是在为北京做贡献?

嗯,是的。TA

2019 KEQIAO TEXTILE EXPO (SPRING), SHAOXING CHINA

中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会(春季)

2019.5.6-8

浙江柯桥 中国轻纺城国际会展中心
www.cttce.com

世界纺织看中国 中国纺织在柯桥
展会热线: 0575-84135583 81181395 81181389

纺织服装周刊

主要展品

- 纺织面料(辅料)
- 纺织机械
- 家用纺织品
- 创意设计



从2011年举办至今，大连时装周已成为国内最具影响力的专业时尚发布与交易平台之一。

设计 + 商贸，托举本土时尚

2019 大连春季时装周举办

本刊记者 陶红 / 文 张贵东 / 摄

2019 大连春季时装周在 Z28 时尚硅谷设置主会场，在大连恒隆广场、百斯德·绿天地商业广场设置 2 个分会场，以 54 场秀演的规模再创新高，且发布秀的品牌、层次均为历届之最。其中，大连本土服装品牌发布达 33 场，向世界再发“时尚宣言”！

4 月 12 ~ 18 日，以“时尚宣言”为主题的 2019 大连春季时装周（以下简称“时装周”）在 Z28 时尚硅谷举办。本届时装周由中国服装协会、中国服装设计师协会和大连市人民政府指导，大连市商务局特别支持，大连市工业和信息化局主办，大连市服装纺织协会和大连市服装设计师协会承办。

中国纺织工业联合会副会长孙淮滨、中国服装设计师协会主席张庆辉，中国服装协会顾问蒋衡杰、秘书长焦培、副秘书长杜岩冰，大连市人民政府副市长靳国卫、辽宁省工业和信息化厅副厅长冯文胜、辽宁省纺织服装协会会长王神、大连市人民政府副秘书长汤易、大连市沙河口区区长徐广湘，韩国驻大连领事办代表崔宗锡、韩国大邱庆北时尚协会代理理事长千相斗、日本大阪西时尚产业协会部长系共弘一等国内外嘉宾参加了启动仪式。大连市工业和信息化局局长任维达主持仪式。

多元化模式，深耕本土时尚产业

大连是我国著名的服装之城，也是重要的纺织服装产业基地，纺织服装产业在大连经济发展中占据重要地位。汤易在致辞中表示，举办时装周是推动产业发展的重要载体，经过近几年的培育和发展，大连时装周已在业内产生积极的影响。时装周以振兴民族品牌、拉动内需为己任，力争为中国自主品牌、本土设计师营造良好有序的发展环境，积极拓展产业发展空间，推动产业转型升级，为大连打造东北亚最具影响力的时尚发布平台奠定基础，形成大连时装周平台提升与民族品牌振兴共同发展进步的良性循环。

汤易指出，2019 大连春季时装周以大连本土品牌、本土设计师为主体，深入挖掘本土时尚消费市场潜力，以设计为核心，以贸易为抓手，以传播推广为目标，以多元化模式推动大连本土品牌和设计师的发展。

在过去的 30 年，大连与中国时尚产业的发展有着不可分割的关系。当前，中国时尚产业正在践行高质量发展，推动以设计为核心的产业新旧动能转换，设计已经成为推动时尚产业发展、城市文明进程的核心抓手。

张庆辉在致辞中表示，大连时装周作为展示大连时尚产业发展的平台和展示城市魅力的重要窗口，其作用正在日益凸显。走过八年的大连时装周正在推动这座城市的时尚产业迈向更高的国际舞台，一批批优秀年轻设计师在这个舞台上涌现；作为国内时尚界重要赛事之一，“大连杯”影响力正在逐步提升；“东北亚时尚之都”的目标越来越清晰。希望大连时装周这一舞台能为更多优秀的设计师提供崭露头角的机会，为优秀的服装品牌提供更多商贸合作的机会，提升大连在时尚领域的影响力和知名度。

随后，孙淮滨等领导共同启动了 2019 大连春季时装周，创世、思凡、E-LORRI、FKYM 五大连本土品牌联合发布时装周首秀。

54 场秀演，规模再创新高

从 2011 年举办至今，大连时装周已成为国内最具影响力的专业时尚发布与交易平台之一。与往届不同，本届时装周在 Z28 时尚硅谷设置主会场，在恒隆广场、百斯德·绿天地商业广场设置 2 个分会场，共举办 54 场时装发布，其中在 Z28 时尚硅谷举办 25 场专场发布、恒隆广场举办 20 场专场发布、百斯德·绿天地商业广场举办 9 场小型发布。

本届时装周重点支持本土产业集群、品牌及设计师发布新产品，提升本土品牌和设计师市场影响力，共有 33 场大连本土服装品牌发布，包括 TRANDS UNI、知己知彼、LEAF CROWN、KEVIN XIXI、遇上青果 JADYLADY、STARRMOOR 星漠、乙仙、凯门学生装、叮特来、蒂姆职业装、叶子·映画、贝贝鲸等。

本届时装周期间，中国十佳时装设计师孙林，辽宁金剪奖设计师邵大喜，本土知名设计师叶淑芳、孙延燕、何晶、张声明、侯玲玲等，新锐设计师于开宇、马晨瀚、李挺、张力、徐曼曼、徐嘉、谢丙李等分别进行新品发布。大连工业大学服装学院、大连工业大学艺术与信息学院、大连大学美术学院、大连艺术学院、大连外国语大学国际艺术学院、辽宁师范大学影视艺术学院、辽宁轻工职业学院等高校设计师也进行了专场发布。

值得一提的是，除大连本土时装发布 33 场外，还有法国以及中国北京、上海、辽宁、广东、山东和吉林等国家和地区的海内外知名品牌进行专场发布。其中包括 GUSTONBAR、VANNINA VESPERINI、陈富美、吉承、新申亚麻、小桃泳衣、JUNO、EUPERCUS、VianaLee、DEMO QUEEN、DELB COUTURE 等品牌。

此外，为进一步加强东北亚地区的市场产业合作，本届时装周还邀请了 Centuryelo、Asterhythm、Mill Studio 和 Monte Millano 等来自韩国和日本的知名服装设计师携作品亮相，充分发挥“大连·大邱·大阪”东北亚时尚产业联盟作用，加强联盟对服装产业内文化交流、设计研发、人才培养、商业落地等方面的带动作用。

本届时装周发布时装秀品牌、规模、层次均为历届之最，54 场秀演更是创历年之最。

同时，时装周期间还举办了 STYLE DALIAN 时尚服饰展、中国服装产业大连发展论坛、时尚买手论坛、大连市十佳服装设计师评选、校企对接与招聘大会、华为 P30 摄影 & 短视频大赛等系列活动，打造时尚文化氛围，提升时装周互动性。

全新商业模式，衔接即看即买

据介绍，本届时装周采用全新商业运作模式，打造大连时装周 SHOW ROOM。活动期间举办了 STYLE DALIAN 时尚服饰展和东北亚优秀大学生作品联展，通过 Z28 时尚硅谷室外 300 平方米和大连服装设计师孵化平台 500 平方米共 800 平方米的展厅，展示 30 个设计师作品和 10 所高校大学生设计作品。联展期间，衔接即看即买，支持批量交易、零售和预售。

此外，为迎合广大消费者需求，本届时装周特在分会场恒隆广场设置静态零售展，让观众在看秀的同时可以随时购买自己满意的服装，达到“即秀即卖”的目的。同时，主办方还联系协调市内部分商超互相联动，组织惠民促销活动，增加市民参与热情，使时装周以及九月份即将举办的大连服博会成为全市人民共同的节日。

借东北亚大学生作品发布和东北亚优秀大学生作品联展之势，本届时装周在 Z28 时尚硅谷 300 平方米的面料体验馆召开校企对接大会暨毕业生招聘大会，实现企业和人才之间的无缝对接，助力服装企业可持续发展。

在时装周期间，主办方还邀请专业评委组成专家评审团开展 2018 ~ 2019 年度大连市十佳服装设计师评选活动，并欲将这项活动常态化，每年评选一次，每年评出十佳服装设计师，成绩最好者授予大连服装设计师“金剪奖”，并推介成绩、作品突出的设计师参加中国国际时装周十佳设计师评选。

成立孵化平台，培养设计新军

作为 2019 大连春季时装周重要活动，大连服装设计师孵化平台揭牌仪式于时装周开幕当天在大连百斯德·绿天地举行。本次揭牌仪式暨主题发布活动以平台内设计师品牌知己知彼主题发布作为首场汇报展演，再次将大连时装周带入新的高潮。

据介绍，大连服装设计师孵化平台是由大连市服装设计师协会独立创办的、专为大连培养和提升服装设计师设计能力，扩大设计师自主品牌能力的场所。自 2018 年 8 月试运营以来，该平台共有来自全市 30 余个设计师以及由他们创办的多个自有品牌入驻，大连工业大学和大连大学美术学院两所高校在此设立了大学生创新创业基地和实践教学基地。

大连服装设计师孵化平台以现场展示、销售形式为设计师提供孵化场所和大学生教学实践场所，自运营以来，平台内的设计师先后在 2018 中国（大连）服装纺织品牌博览会和中国西柳进出口交易会上进行联合发布；本届时装周上，有 7 名平台内设计师独立发布作品。多所高校的在校生来平台进行教学实践，参与平台内设计师产品的陈列和销售，得到了多方面的锻炼。

作为本次大连春季时装周分会场，百斯德共举办 9 场设计师主题发布会，分别是知己知彼、追萃、ALICIA KK、陌上桑麻、乙仙、含仰、KEVIN XIXI & STAR & UNAME、俗化、延燕。TA



数说消费特点，洞察未来趋势

2019（第二十七届）中国市场商品销售统计结果亮点采撷

本刊记者 _ 李亚静

近日，由中国商业联合会、中华全国商业信息中心共同主办的2019（第二十七届）中国市场商品销售统计结果新闻发布会在北京举行。发布会介绍了2018年我国消费品市场的运行情况和运行特点，并对未来我国消费品市场及零售业的发展趋势作出预测。本刊采撷其中热点进行呈现，以飨读者。

2018年消费品市场运行情况分析

2018年，我国消费连续五年成为经济增长的第一驱动力。从消费品市场的结构变化上来看，依然延续着五个基本趋势：网购消费增速快于实体店，乡村消费增速快于城镇，餐饮收入增速快于商品零售，小微型、创新型商业发展活跃，大型零售企业销售增速放缓。具体情况表现为：

一、消费品市场增速保持在合理区间

2018年我国消费品市场规模稳步扩大，社会消费品零售总额实现38.1万亿元，同比名义增长9%，实际增

长6.9%。扣除汽车后，社会消费品零售总额同比增长10.3%，增速相比上年仅回落0.4个百分点，表明大部分消费品依然保持较快增长。此外，社会消费品零售总额主要反映的是实物商品消费情况，高速增长的服务类消费并未纳入其中。因此，总体来说，我国消费品市场增速依然保持在合理范围。

二、网上实物零售对消费品市场增长贡献率近半

2018年，全国实物商品网上零售额在上年高增速的基础上增长25.4%，增速快于社会消费品零售总额增速16.4个百分点；占社会消费品零售总额比重为18.4%，相比上年提高3.4个百分点；对社会消费品零售总额增长的贡献率为45.2%，比上年提高9.8个百分点；拉动社会消费品零售总额增长4.1个百分点，比上年提高0.5个百分点。

三、乡村消费品市场比重持续提升

2018年，我国乡村消费品零售额实现55350亿元，较上年增长10.1%，增速高出城镇市场1.3个百分点，乡村市场占

社会消费品零售总额的比重为14.5%，比上年提高0.3个百分点。从月度增速情况来看，乡村消费品市场1~4月、6~9月均实现10%以上的同比增长。

四、餐饮收入增速快于商品零售

2018年商品零售额实现338271亿元，同比增长8.9%，2018年餐饮收入实现42716亿元，同比增长9.5%，餐饮收入增速快于商品零售0.6个百分点。其中，限额以上单位餐饮收入增长6.4%，增速比限额以上单位商品零售高0.7个百分点。从各月同比增长情况来看，餐饮收入增速均高于商品零售。

五、时尚、创新型小微企业发展活跃

为满足居民消费多样化、多层次化的需求，以业态、模式创新，以便利社区居民消费为特点的小微零售店、便利店、餐饮店发展活跃，成为拉动消费的亮点和热点。

六、大型零售企业零售额低速增长

根据中华全国商业信息中心统计，2018年全国百家重点大型零售企业（以百货为主）零售额增长0.7%，增速较2017年放缓2.1个百分点。其中，服装商品零售额增长1%，粮油食品商品零售额增长1.5%，化妆品商品零售额增长8.7%，日用品商品零售额增长0.2%，

金银珠宝商品零售额增长1.6%，家电商品零售额不及上年同期。

七、主要生活用品实现平稳较快增长

从限额以上单位零售情况来看，2018年，大部分品类均实现正增长。其中，服装鞋帽针纺织品、金银珠宝、日用品、石油及制品商品零售额同比分别增长8%、7.4%、13.7%和13.3%，增速分别较上年加快0.2、1.8、5.7和4.1个百分点。除日用品、石油及制品外，粮油食品和家具类商品零售额增速均超过10%。

2018年中国消费品市场消费升级快速发展，消费模式、业态、技术、体验创新加快涌现，我国消费品市场的内涵、外延更加丰富，商业生态更加完善。一些品牌如波司登、安莉芳、爱慕、蓝月亮、罗莱、歌力思、VGRASS、庄子、九牧王、比音勒芬、金利来、杉杉、罗蒙、水孩儿、万和、雪伦、杰奥、三枪、恒源祥、铜牛、La Clover、骆驼、菲安妮、雨润、古船等，以持续升级的产品来提升消费者对于中国品牌的认知，满足人民对美好生活的需求，拉动市场消费，成为2018年中国消费品市场平稳增长的中坚力量。

零售业发展趋势预测

一、零售业回归“诚信经营”宗旨

无论是从自身经营生存，还是从社会责任方面，零售商、供应商将“诚信经营”放在首要突出位置，一是品质诚信，严禁制售假冒伪劣产品，客观、真实地反映供应链信息；二是价格诚信，不为短期利益欺瞒消费者，合理定价，可持续发展市场；三是服务诚信，提高服务人员专业素养，及时有效地解决售后问题；四是商业诚信，恪守契约精神，尊重市场规律，传递社会正能量。

二、零售业将着力提升经营效益

2019年，零售企业竞争依然会十分激烈，但竞争的焦点将从模式创新回归到商品经营，从跑马圈地回归到提质增效。商家将通过提升供应链管理、企业运营、市场调研等综合能力，为消费者提供优质的商品和服务。在这一阶段的市场竞争中，大型零售企业一是聚焦发展增势较好的品类、品牌和商品，减少企业库存，优化财务结构，降低经营风险；二是充分利用渠道优势，掌握商品的选择权和定价权，培养具有专业商业素养的买手队伍；三是向生产端发展，为市场提供高质量自营商品；四是积极应用现代信息技术，了解顾客需求，增强顾客体验。

三、有温度的零售将更受消费者青睐

为了提高消费者的依赖度，零售企业将打造有温

度的零售环境：一是提供有温度的商品，加大功能、质量、种类、设计、包装等多方面的创新力度，保持市场热度；二是打造有温度的环境，营造更具人文关怀、更有传统文化、同时也不乏时代潮流感的店面环境，吸引消费者驻足更长时间；三是增加有温度的体验，优化服务质量、丰富服务内容，提升消费者在知识、见识上的获得感。

四、零售文化向多元化发展

随着市场需求不断丰富，社会文化更加多元，“千店一面，千店同品”的零售环境难以满足人们日益增长的精神文化需求。未来，零售企业将更加重视与传统文化、地域文化、民俗风情等多元文化的融合，针对区域、商圈和客群的特点，为市场提供更具人文气息的业态、更有文化特色的商品，以及更具人文关怀的消费体验。

五、零售业将全面加快科技应用

随着人工智能、5G、VR/AR、区块链等一批新技术日渐成熟，零售业将通过全面加快科技应用，把生产信息、物流信息更清晰、完整地展现在消费者面前，把商品更快、更有效地传递到消费者手中，满足人们全渠道、全天候的消费需求，进一步丰富购物体验。

2018年床上用品行业发展特点及趋势预测

一、重点大型零售企业床上用品零售额增速继续放缓

根据中华全国商业信息中心的统计数据，2018年全国重点大型零售企业床上用品零售额增速同比下降4.2%，降幅较上年略微收窄0.7个百分点，继续呈现负增长。全国重点大型零售企业床上用品销售之所以持续放缓，与消费者习惯改变、房地产市场增速放缓、电商影响等因素有关。

二、重点大型零售企业床上用品零售价格上涨

2018年全国重点大型零售企业床上用品平均单价呈上涨趋势，其中套件平均单价为653元，相比上年上升9.7%；床上用品各种被平均单价为609元，相比上年上升13.6%。二者平均单价均创2009年以来新高，套件价格涨幅略快于各种被。

三、一线城市零售额增速下降最快

2018年全国重点大型零售企业床上用品商品在一线城市零售额同比下降17.9%，降幅明显大于二三线城市，二线城市床上用品零售额同比下降7.4%；三线城市床上用品零售额同比下降4.6%。

四、新技术加快应用于床上用品

床上用品领域新技术的应用，如面料、工艺、安全性能等方面的创新，将迅速提升产品品质，并改变消费者的消费习惯。未来科技也将整合多种健康、环保材料，不断优化人们的睡眠环境。在行业智能化、与家居融合一体化的趋势下，智能化的床上用品、家具、家纺都是家居智能化不可或缺的一部分。

五、消费频次加快、品质提升

随着我国人均可支配收入的增长，人们对床上用品的消费也呈现出了新的特征，一方面消费者的消费频次加快，追逐新产品的欲望增强，越来越多的消费者对产品设计、面料质地、保健功能等方面提出个性化的要求；另一方面，更加注重品牌与质量，愿意为高品质的产品买单。值得关注的是，随着低线城市消费者收入、就业和财富的增长、消费能力的增强，低线城市床上用品消费向品质升级的趋势也明显加快。

六、消费需求趋向时尚化、艺术化

首先，消费者对家居空间的需求从早期的注重功能性，变得越来越强调装饰性及时尚度，尤其是80后、90后和00后消费群体的崛起，他们对产品的时尚度更加关注；其次，随着人们生活观念和生活方式的巨大改变，带来了消费者对于家居生活空间环境更高精神层面的需求。

七、床上用品与家具一体化发展

床上用品和家具因适合销售的地点、消费群体有一定的重合，非常适合一体化销售，将床上用品与床、柜子等家具一体化销售，不但可以让消费者很快找到与家具风格相搭配的床品，享受一站式购物的乐趣，而且二者还可以互带流量，提升彼此的销售。

八、线上线下融合共赢发展

床上用品线上线下渠道各具优势，二者的融合发展使得消费者可以在线上更全面地了解商品信息，也可以线下实地感受商品，给消费者带来更好的购物体验。从品牌来看，随着床上用品线上销售占比的不断提高，床上用品品牌线上线下运作日趋成熟，相互支撑发展。[1]

图1 2018年网上实物和网下实体店消费品市场月度增速情况（%）



2018年消费品市场运行特点分析

一、居民消费支出加快增长

2018年，尽管我国经济增速和居民收入增速放缓，但居民消费支出增速逆势加快增长。全国居民人均消费支出19853元，比上年名义增长8.4%，增速比上年加快1.3个百分点；扣除价格因素实际增长6.2%，比上年加快0.8个百分点。其中，城镇

居民人均消费支出26112元，名义增长6.8%，比上年加快0.9个百分点；扣除价格因素实际增长4.6%，增速较上年加快0.5个百分点。农村居民人均消费支出12124元，名义增长10.7%，比上年加快2.6个百分点；扣除价格因素实际增长8.4%，增速较上年加快1.6个百分点。

二、服务性消费支出占比持续提升

2018年，我国居民消费观念进一步从“占有商品”到“享受服务”转变，医疗、餐饮、家政、旅游等服务供给水平持续提升，带动我国服务性消费支出快速增长。全国居民人均服务性消费支出8781元，占居民消费支出的比重为44.2%，相比上年提升1.6个百分点。其中，人均饮食服务支出增长21.7%，家庭服务支出增长32.1%，医疗服务支出增长20.5%，包含旅馆住宿等在内的其他服务支出增长14.9%。

三、消费者个性化品牌意识增强

消费者的消费行为呈现出从“大牌意识”向“个性品牌意识”过渡的特征。人们对市场上新品类、流行商品的追求热情依然强烈，但具体到选择品牌的时候，购买行为则更加理性、更加个性。不同地区的消费结构日渐趋同，但品牌圈层消费特征更加明显，市场竞争更加激烈。

四、消费者更加注重高品质与性价比的平衡

过去，大部分消费者是在低价的基础上，选择具有一定性价比的商品。现在，以一、二线城市为主的部分地区消费者更加注重品种、品质、品牌，在高品质与性价比之间做出平衡。以服装消费为例，如今服装品质消费、品牌消费增多，服装商品的专业感、科技感、时尚感更加丰富，大型零售企业服装均价稳定上涨。

五、新品和进口商品消费明显增多

2018年，新产品、新品牌、新包装、新材质成为刺

激人们消费欲望的关键。开拓细分领域，争做行业龙头成为商家获得高溢价、高销量的重要途径。随着我国进一步加大对对外开放力度，越来越多的国外商品进入市场，让我国居民生活更加丰富、更有品质。2018年，我国消费品进口比上年增长10.9%，保持较快增长。

六、新兴业态与传统业态融合发展

2018年，大数据、人工智能、移动互联网等技术进一步向传统产业渗透，人们的购物习惯也随之呈现出碎片化、全渠道、全天候等特点。传统实体零售业态与电商平台深度融合，不断涌现出集注重消费体验、满足便捷需求、集多种消费场景于一体的新零售业态。2018年，限额以上单位通过互联网实现的商品零售额占限额以上单位消费品零售额的比重为10.2%，比上年提升2.3个百分点。

图2 2014~2018年我国居民人均消费支出实际增速（%）





与会嘉宾参观赛欧兰阻燃产品。

赛欧兰：迈向健康家纺领域

北京赛欧兰与德州恒丰纺织签署战略合作协议

本刊记者_郭春花 文/摄

近日，法国巴黎圣母院大火事件刷屏，人们在为世界文明损失而惋惜的同时，也在考虑未来如何避免或降低火灾带来的危害。相关部门的统计数据 displays，我国每年的大小火灾都会给社会造成平均5亿元以上的经济损失，而由纤维制品易燃而引发的严重火灾就占了火灾总次数的一半以上。因此，使用有阻燃性能的纺织产品是非常必要和重要的。

作为第三代阻燃抗菌纤维制造供应商及应用研究解决方案服务商，北京赛欧兰阻燃纤维有限公司紧紧把握技术研发和市场推广两大核心竞争力，定位于安全防护领域并向健康家纺领域发展。为快速推进阻燃抗菌纤维 SOL FR 及中下游产品在健康家纺领域的应用，4月16日，北京赛欧兰与德州恒丰纺织在北京签署《战略合作协议》，标志着赛欧兰的产品从已有的安全防护领域正式进入健康家纺领域。

北京赛欧兰阻燃纤维有限公司是全球首家能够生产既环保、安全舒适，又有极高可纺性能阻燃再生纤维素纤维的公司。赛欧兰以全新一代 SOL FR 环保型硅-氮系阻燃再生纤维素纤维为主要产品，涵盖阻燃剂研发生产、阻燃再生纤维素纤维研发生产与销售、提供纤维的应用研究整体解决方案等。SOL FR 不仅阻燃性能好，而且具有无熔融滴落、发烟量小、烟气无毒、舒适性、抗菌防臭等性能，它降解后也不会对环境造成污染。

近年来，随着生活水平的提高，人们对家纺产品的功能需求也越来越多，在购买家纺产品时除了考虑款式和花色之外，“绿色、健康、环保、安全”也是关注的主要因素。同时，国家对人群聚集的宾馆、酒店、游艇、飞机、养老院等场所使用的家纺产品要求必须阻燃，甚至还要求防静电、抗菌等功能以确保安全可靠。



为了满足家纺市场的新需求，北京赛欧兰与德州恒丰决定强强联合，携手开拓更广泛的健康家纺领域。德州恒丰集团是新型纤维纱线的领航者，十年发展创新，攻坚克难，为社会贡献了上万种新型纤维纱线，在行业中得到了广泛认可。

赛欧兰总经理毕慎平表示，当前伴随着激烈的市场竞争，纺织业向高端化、品牌化、专业化发展已经成为必然趋势。同时，强化纺织产业链上下游合作关系，构筑广泛的良性动态产业链，切实推进纺织产业链紧密结合、共同发展也势在必行。此次与德州恒丰联手推动 SOL FR 纤维混纺纱线的开发、生产、销售，将加快推进阻燃抗菌纤维及中下游产品在健康家纺领域的应用，有效满足消费者的新需求，同时也帮助赛欧兰加快实现公司愿景：SKY、OCEAN、LAND——人类能够到达的地方就有赛欧兰！

恒丰集团执行理事长王思社表示，此次签订战略合作协议是双方企业的优势互补，恒丰纺织将提供全面和强有力的支持，充分发挥各自产品和业务特点，从而建立密切、长久及融洽的战略合作伙伴关系，相信通过双方的密切配合，定能实现共同进步与发展。

中国化学纤维工业协会副会长赵向东是赛欧兰成长的见证人之一，会上，他通过日本东丽、美国杜邦等国际品牌企业的案例，为企业发展提出建议，即要善于借用资源，要分析市场需求，改变以往卖产品的理念，转向卖服务，形成产业链上下游合作，尝试跨界合作等。

对于此次赛欧兰与恒丰战略合作，赵向东建议，一是重视可持续发展，研发环保型阻燃纤维，打造绿色吊牌；二是注重设计研发，重点了解市场实际需求；三是尝试定制，突破同质化发展；四是加强品牌互动。

自赛欧兰成立起，山东银鹰化纤有限公司就与其展开合作，可以说，银鹰化纤也见证了赛欧兰的一路发展。公司执行董事徐元斌介绍，五年来，公司看到了赛欧兰研发 SOL FR 的执着，也给银鹰化纤在再生纤维素纤维的研发方面带来了很大的启发，如今双方都取得了不错的成绩。希望通过赛欧兰与恒丰战略合作协议的签订，产业链上下游能有更多的合作，共同开发健康家纺市场，使得 SOL FR 的销售量迅速扩大，同时早日发挥银鹰化纤大生产线的能力。

值得一提的是，经过多年的研发，今年赛欧兰推出了新型健康家纺面料产品方案，在2019年3月中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会上首次亮相，得到了观众的广泛关注。该面料主要由 SOL FR 阻燃再生纤维素纤维与其他高性能纤维材料混纺制成，除具有较好的阻燃性能外，还具有舒适性好、抗菌、除臭、防螨等功能，并且染色性能好、高耐洗涤、生态安全无毒、废弃物不会对环境造成污染，可广泛应用于宾馆、酒店、游艇、飞机、养老院、家庭用的床上用品、沙发布、窗帘布等家纺品。TA



微信号: tachaobao



微信号: fzczk

潮报

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



www.taweekly.com

纺织服装周刊

中韩品牌携手，续写市场销售神话

携手中国品牌及企业开拓市场，是近年来韩国品牌进军中国市场的主要途径。中国品牌具有成熟的商业渠道、韩国品牌拥有较强的产品设计能力，双方携手可有效实现业绩和口碑的共赢，FILA、ZIOZIA 等便是其中典型代表。

ZIOZIA：联手九牧王，推进品牌的可持续发展

新星通商 (SHINSUNGTONGSANG 代表：康泰顺) 经营的男装品牌 ZIOZIA，与中国男装企业九牧王 (Joeone) 实现合作，为进军中国市场增添了助力。

今年开始，ZIOZIA 将携手九牧王，为品牌发展制定新的战略。

实际上，新星通商和九牧王在去年就关闭了部分低坪效的门店，进行了进一步的渠道调整。今年将以更加稳定的合作为基础，将在中国的线下门店扩大至 180 多家。

最引人注目的是，这一年多来，双方通过不断的沟通形成了良好的合作关系，两家公司不分中韩，战略企划、MD、设计等都在协商下展开。值得一提的是，九牧王在中国的营业能力和新星通商在海外的外销能力发挥了协同作用，推动了品牌在中国市场的快速发展。

新星通商常务朴熙灿表示：“与爆发性增长相比，我们的增长趋势更加稳定，尤其是经过 1 年多的沟通，双方合作伙伴关系不断优化。今年计划以这样的伙伴关系为基础，从秋冬季节开始积极扩大流通渠道。”

朴熙灿表示：“我认为，我们可以合时宜的方式开拓中国市场。九牧王在中国拥有 4200 多个代理商网络，是优秀的合作伙伴，我们将共同把 ZIOZIA 打造成中国男装市场的领军品牌。”

据悉，去年，新星通商与九牧王成为合作伙伴，成立了合资公司——上海通商服饰有限公司 (JV)，为成为中国男装市场的龙头企业做准备。



COVETBLAN：进军中国，瞄准年轻消费者



GNCO (代表：金锡柱) 经营的聚焦时尚与生活方式的品牌 COVETBLAN，将借助在韩国的上升势头，从今年 F/W 赛季开始进军中国市场。今年 3 月参展 CYB 展，是其正式进入中国市场之际，提前向中国消费者展示品牌的产品和风格的重要举措。

COVETBLAN 目前在韩国进驻了 COEX 和 PARNAS MALL，此外还在乐天总店、现代中东店、乐天蚕室店、现代大邱店等 13 个卖场拥有店铺。

最近有很多中国企业表达了合作意向，计划今年秋天进入中国市场。来自中国武汉、重庆、成都等地的中国代理商们，曾来考察

品牌情况。他们认为 COVETBLAN 品牌表达的独特生活方式，以及感性的独特理念，对中国消费者很有吸引力，引进中国的话，市场前景会很好。

有评论称，目前有很多注重生活方式的品牌涌入中国市场，但并未出现真正满足中国消费者越来越高的眼光和时尚需求的品牌。从这一点来看，品牌理念和个性鲜明的 COVETBLAN，有很大可能成为中国市场的新星。

COVETBLAN 适合中国市场的原因，还包括款式时尚、价格合理，最重要的是品牌还拥有时尚感较强的配饰系列。对追求时尚、个性的消费者来说，鞋帽、饰品等多种产品的加入，是满足他们追求新的生活方式的重要一环。

有评价称，COVETBLAN 将生活风格理念和以文化为基础的日式风格与韩式风格相结合，独特的感性将吸引大量中国中产阶级消费者。

品牌相关负责人表示：“中国代理商们在韩国参观 COVETBLAN 卖场后，似乎对品牌产生了兴趣和信心。计划从今年秋季开始，在中国一二线城市开设 5 个卖场，然后建立渠道网络。”

据悉，目前 GNCO 在中国拥有 5 个 Thursday Island 女装卖场和 5 个 T.I for man 男装卖场，同时还开设了线上业务。目前经营状况良好。

FILA：携手安踏，实现业绩暴增

改写了国际市场运动时尚格局的品牌 FILA，近年一路高歌猛进，尤其在中国市场，实现的高增长业绩十分亮眼。

随着强调传统和年轻化品牌新战略的推行，在韩国国内开始点燃销售之火的 FILA 在国际市场上接连传来捷报，并掀起了一股旋风；中国市场发展势头良好，加上美国子公司 ACUSHNET 的股权价值提升效应，公司已逐步融入韩国国内和国外市场，迎来第二春。

评价认为，随着复古潮流的流行，FILA 将目标人群从 30~40 岁降低到了 10~20 岁人群，强化了 FILA 固有的复古路线。其中，在韩国市场，鞋类流通从原来的零售一边倒转向了单线销售，并入驻了免税店，谋求更多的发展。结果是，FILA 最近 3 年间的销售额和营业利润达到了历史最高峰。

另外，近年中国市场流行运动休闲风格，这为 FILA 的发展提供了机遇。

2009 年与安踏集团成立合资公司进军中国的 FILA 韩国，在 2010 年开始正式进入中国市场，短短 9 年间就实现了 10 倍以上的暴风式业绩增长。这得益于 FILA 韩国的企划力，以及安踏的雄厚资本和流通网络，如今，FILA 牢牢占据高端运动品牌的市场地位。

据悉，FILA 在中国全境运营了 1100 多家卖场，去年销售额达 6000 亿韩元，被认为是进入中国的韩国品牌中最成功的案例。

安踏集团 CEO 丁世忠表示：“FILA 凭借符合全球标准的质量，生产出消费者想要的产品，受到消费者的青睐。FILA 今后也将继续担当安踏集团的子品牌，成为安踏实现业绩快速增长的催化剂。”

他进一步表示，未来将乘胜追击，安踏的目标是到 2020 年，将 FILA 中国的销售额提升到 1 万亿韩元以上。

值得关注的是，近期 FILA 推出了新一代 Ugly 鞋 Barricade 以及 FILA Comomule 运动鞋，Ugly 鞋的继任者 Barricade 一上市就人气爆棚，FILA Comomule 运动鞋也是让人想起拖鞋的独特设计，有草绿色、红色、黑色等多种颜色可选，两个系列产品一经推出便备受关注。[2]



高品质的检测、分析与认证水平--瑞士品质，全球信赖，始于1846年

欢迎莅临 TESTEX 展位
中央天桥 T73
2019.5.1 - 5.5
广交会

TESTEX 代表高品质的检测、分析与认证水平--瑞士品质，全球信赖。我们是全球认可的独立检测实验室。更多信息请访问 www.testex.com | beijing@testex.com, shanghai@testex.com, hongkong@testex.com

OEKO-TEX® CONFIDENCE IN TEXTILES STANDARD 100
OEKO-TEX® CONFIDENCE IN TEXTILES StEP
OEKO-TEX® CONFIDENCE IN TEXTILES MADE IN GREEN
OEKO-TEX® CONFIDENCE IN LEATHER LEATHER STANDARD
OEKO-TEX® CONFIDENCE IN TEXTILES ECO PASSPORT

TESTEX® proven since 1846

春市成交震荡回升 价格小幅上涨

20190415 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20190415期纺织品价格指数收报于106.57点，环比上涨0.09%，较年初上涨0.55%，同比上涨1.22%。



近期，中国轻纺城春市成交震荡回升，其中：原料市场价格小幅上涨，坯布市场量价小幅下跌，服装面料市场布匹价量小幅回升，家纺类产品成交价量小幅下跌，辅料行情小幅推升。

原料价格小幅上涨，涤纶环比上涨，纯棉纱行情局部顺畅

据监测，本期原料价格指数收报于85.73点，环比上涨0.23%，较年初上涨0.91%，同比上涨2.51%。

聚酯原料行情震荡推升，涤纶行情环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比上涨。上游聚酯原料行情震荡推升，价格环比上涨，近期华东地区PTA现货主流6595~6600元/吨，MEG主流4750~4800元/吨，聚酯切片市场报价环比上涨，聚酯切片江浙地区半光切片现金或三月承兑7800~7900元/吨。因上游聚酯原料行情震荡推升，萧山地区涤纶长丝报价基本稳定，局部有所上涨；POY市场行情环比推升，价格基本稳定，局部上涨；FDY市场行情局部推升，厂家报价基本稳定，局部上涨，大有光丝价基本稳定，局部上涨，细旦丝价基本稳定，局部上涨。DTY产销环比推升，报价基本稳定，局部上涨；DTY多孔丝价基本稳定，局部上涨。近期涤纶短纤行情震荡推升，价格环比上涨，江浙1.4D×38MM直纺涤纶短纤中心价在8920元/吨；纯涤纱行情震荡推升，价格基本稳定，局部有所上涨，江浙地区32S纯涤纱主流价13650元/吨，50S纯涤纱主流价17400元/吨。

纯棉纱销售局部顺畅，人棉纱价格暂稳。近期，纯棉纱整体价格平稳，32S保持畅销，J21S动销。近期萧山地区纯棉纱市场行情局部顺畅，报价基本稳定。目前生产内衣、T恤的纯棉针织用纱销售较好，库存基本较少，甚至很多采购商提前预付款采购，纯棉机织用纱销售相对缓慢一些。涤棉纱价格基本平稳，局部上涨，80/20纱45S动销量较大，20S混纺纱小幅上涨。涤粘纱行情平稳盘整，价格保持基本稳定。

粘胶短纤产销有所回暖，局部实现放量，尤其是高端厂家，产销有所增加。库存方面，随着产销的回暖，行业库存有所下降。人棉纱价格暂稳，30S人棉纱销量尚可，量多成交略有优惠，大单可据量高谈。

坯布行情环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于120.64点，环比下跌0.24%，较年初上涨1.85%，同比上涨2.19%。

本期坯布类价格指数呈小幅下跌走势。近期，国内纺织品销售速度开始放缓，坯布市场订单逐步下降，市场行情出现回缩现象，成交局部显现平淡走势。坯布市场行情环比回落，订单局部有所下降，坯布成交环比回缩，春季坯布下单局部下降，夏季坯布局部批量下单回缩。其中：混纺纤维坯布行情环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，T/C涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、涤麻坯布、

锦棉麻坯布市场量价环比下降，拉动坯布类总体价格指数小幅下跌。但化学纤维坯布和天然纤维坯布需求环比推升，相对制约了坯布类总体价格指数的下跌幅度。

服装面料销售环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于116.71点，环比上涨0.13%，较年初下跌0.06%，同比上涨0.27%。

服装面料类价格指数小幅上涨。近期，服装面料市场春夏新品不断涌现，下游需求局部增加，创新创意面料价格环比提振，市场行情震荡推升。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤毛面料、涤粘面料、粘毛面料、锦棉面料、麻粘面料成交价量不等量上涨。近期，轻纺城市场纯棉面料现货上市量环比回升，成交批次局部增加，连日销量呈小幅增长走势，春夏季纯棉面料现货成交和订单发货环比增加，新风格面料成交价量呈小幅增长走势。

家纺营销环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于102.02点，环比下跌0.12%，较年初下跌0.04%，同比上涨0.31%。

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

市场行情环比推升，辅料指数小幅上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于131.67点，环比上涨0.90%，较年初下跌0.62%，同比下跌0.33%。

本期服饰辅料类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比推升，至目前下游企业备货环比增量，现货成交和订单发货呈现环比推升走势。线绳类成交明显攀升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类成交环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；带类行情明显攀升，价格指数呈一定幅度上涨走势，拉动辅料类总体价格指数小幅上涨。

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升走势，因部分贸易商和织造厂家新风格产品订单有所增加，后市春夏季面料供给继续增长，春夏季面料现货成交和订单发货局部增加，织造企业开机率环比增长，印染企业产出环比增加，预计创新创意产品认购踊跃度将环比增长，整体市场成交将呈现震荡小升走势。[T]

发布单位：中华人民共和国商务部
 编制单位：中国轻纺城市建设管理委员会
 “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：刘磊 010-85872640 新媒体热线：李江敏 010-8587263 广告热线：万略 010-85872646 发行热线：章简 010-85872699

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

GROUP COOPERATION

纺织服装周刊

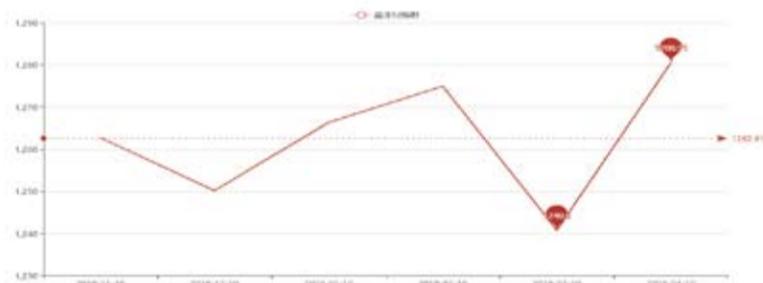
市场行情向好 指数小幅拉涨

2019年3月份商务部中国·盛泽丝绸化纤指数“50指数”述评

盛泽“50指数”从时序上反映了盛泽地区纺织产业发展的总体状况。从某种意义上讲，也反映了企业的景气状况。它是以盛泽地区生产规模最大或者较大的50家丝绸化纤织造企业的净现金流为依据，按月度统计发布。盛泽“50指数”反映了盛泽地区主要企业的经营效益波动情况，在一定程度上反映了企业竞争能力的变化。盛泽“50指数”采用定基指数法，即以2007年8月为基准期，从纵向的角度提供一个标杆，为企业和市场研究人员提供一个参考基准。

据国家商务部中国·盛泽丝绸化纤指数(下称“盛泽指数”)监测数据显示：2019年3月份，盛泽“50指数”收于1280.51点，相比上月上涨39.71点，涨幅为3.10%。

图1 盛泽市场“50指数”走势图



影响“50指数”走势的利多及利空因素分析

1. 织造厂家开工率上升。3月，江浙地区各大织造集群开机率上表明，盛泽喷水织机开机率恢复到8成以上、经编市场开机率恢复至7~9成、圆机开机率恢复至6~7成，整个市场综合开机率已达到近8成，与往年同期相比，开机率高了7个百分点左右。虽然在2月份，不少织造厂家传出招工难的问题，但是随着厂家薪资和福利待遇的上调，工人已经基本到位，恢复正常的生产。再加上去年关门前，不少厂家手头接了订单，从而导致开年后厂家生产积极性较好，除了完成春节前订单正常发货之外，在旺季到来之前赶生产、忙囤货、再出售也是他们的策略之一，从而导致了今年开机率回升好于预期。

2. 印染厂订单复苏。目前柯桥、广东印染市场在逐步复苏。广东印染厂的交期已经延长，其中一个原因是随着广东地区的印染厂入园，印染产能减少，导致交期延长，还有一个原因是最近订单增多。同样柯桥的贸易商也认为，最近印染厂的订单在慢慢变多。云圣染厂的黄总说道：“目前接单情况还可以，与上周相比订单量放大了10%~15%，主要集中在T400、仿记忆类、高密涤塔夫等。”铭德印染的王总也表示，目前平缸产品比较忙碌，排队周期也有拉长，大约在一个月左右。

3. 涤丝产销较上月走好，库存减少。涤丝库存方面，POY厂家库存下行较快。从中国绸都网统计数据来看，现如今涤丝市场整体库存围绕在17~25天；具体产品方面，POY库存集中在9~14天，FDY库存至13~20天附近，而DTY库存则至24~30天左右。3月市场走好，下游需求带动了上游采购原料的热情，因此3月的涤丝产销较2月有所回升，且库存变少。

同时，纺织品服装出口业务中也存在利空因素。

自今年3月开始，随着江苏化工厂一声响，以染料为代表的化工品涨价潮席卷各行各业，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，染料直接从4万元/吨飙涨到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。据了解，氨纶原料纯MDI价格涨幅4.44%，染厂齐刷刷发布涨价通知单，对纺织老板而言，这一轮原料的涨价幅度超出预期，已严重挤压企业利润空间。

影响“50指数”走势的具体原因分析

平均销售总额显示“50企业”销售量以及产品价格变化。分析可见，3月“50企业”平均销售总额收于1761.7146点，与2月份相比上涨了1002.9022点，涨幅为132.1%。受到3月传统旺季影响，盛泽地区市场上SPH乱麻、SPH菱形麻、复合丝花瑶绉、冰丝绉、SPH2/1斜、消光破卡等产品均产销两旺，市场拿货紧张。不少厂家更是需要排队等货，市场一片火热。

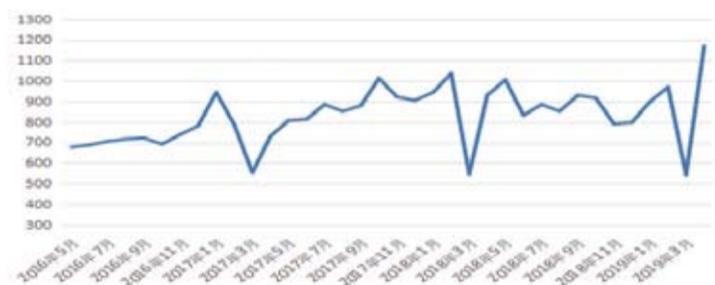
图2 平均销售总额走势图



平均销售重量显示“50企业”销售布匹、原料的数量，进而显示市场活跃度。分析可见，3月份“50企业”平均销售重量收于697.754点，与2月相比上涨387.4914点，涨幅约为124.8%。这表明3月份市场整体销售总量高于2月份，其主要原因是3月旺季市场需求在放大，行情在复苏。后续还会有订单下来，目前仿真丝产品需求在升温，厂家每天都在忙碌地接单、发货，订单至少能维持到4月初。

平均原材料购入金额显示当月企业采购情况以及生产积极性。分析可见，3月份“50企业”平均原材料购入金额相比2月上涨了627.9512点，涨幅为115%。因市场行情有所好转，织造厂家手头多有订单，下游的需求有所增加。与此同时，随着原料上涨，受“买涨不买跌”的心态驱使，织造厂家对原料的采购积极性正在加强。

图3 平均原材料购入金额走势图



分析可见，3月份“50企业”**平均总工资**收于1041834.019点，环比上涨了11570.1246点，涨幅为1.12%。3月份员工接单量有所上升，奖金随之走高。

后市预测

总体来看，3月市场需求放大，面料市场整体行情较好。随着4月份到来，部分轻薄型产品有升温迹象，预计4月份“50指数”将稳中走高。TA

中国绸都网

指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：<http://index.168tex.com/> 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通同行 做生意
扫描二维码 立即下载纺织通APP



T 纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

注册成立十周年



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

使命：推进纺织工业科技进步 人才成长和产业升级

热忱欢迎企事业单位和有识之士积极捐赠和支持基金会

地址：北京市朝阳区朝阳门北大街 18 号

邮编：100000

电话：010-85229936 / 9610 / 9326

传真：010-85229540

邮箱：fzjfh@cntac.org.cn

网址：www.fzjfh.com

开户名称：纺织之光科技教育基金会

开户行：工商银行北京金街支行

账号：0200235109000013297



纺织之光科技推广
云平台微信



纺织之光科技推广
云平台网站

纺织之光



选择宏业 选择放心

国家功能性差别化纤维纱线产品开发基地

ISO9001质量管理体系ISO14001环境管理体系认证、CU有机棉认证、BCI会员企业
纯棉针织系列纱线连续被中国棉纺织行业协会和中国针织工业协会评为“用户信得过优等产品”

主打产品：

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

高档差别化纱线针织面料、高支高密针织面料、针织制衣。

高性能阻燃纱线、色纺（半精纺）纱线、高档牛仔OE纱、针织用OE纱。

营销承诺：

质量放心、交期放心、服务放心

企业文化：

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

经营理念：

诚信、合作、互惠、共赢

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

愿景：

打造民族知名品牌。

齐鲁宏业纺织集团有限公司

地址：山东省济南市商河县商中路26号 | 邮编：251600 | 网址：www.hongyegroup.cn | E-mail：qlhyjt@163.com
电话：0531-84880469、84817188 | 传真：0531-84880469、84888668