

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

2019.04.29 | 第15期 | 总第927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



日本纤维信息



日资检验机构开展新事业

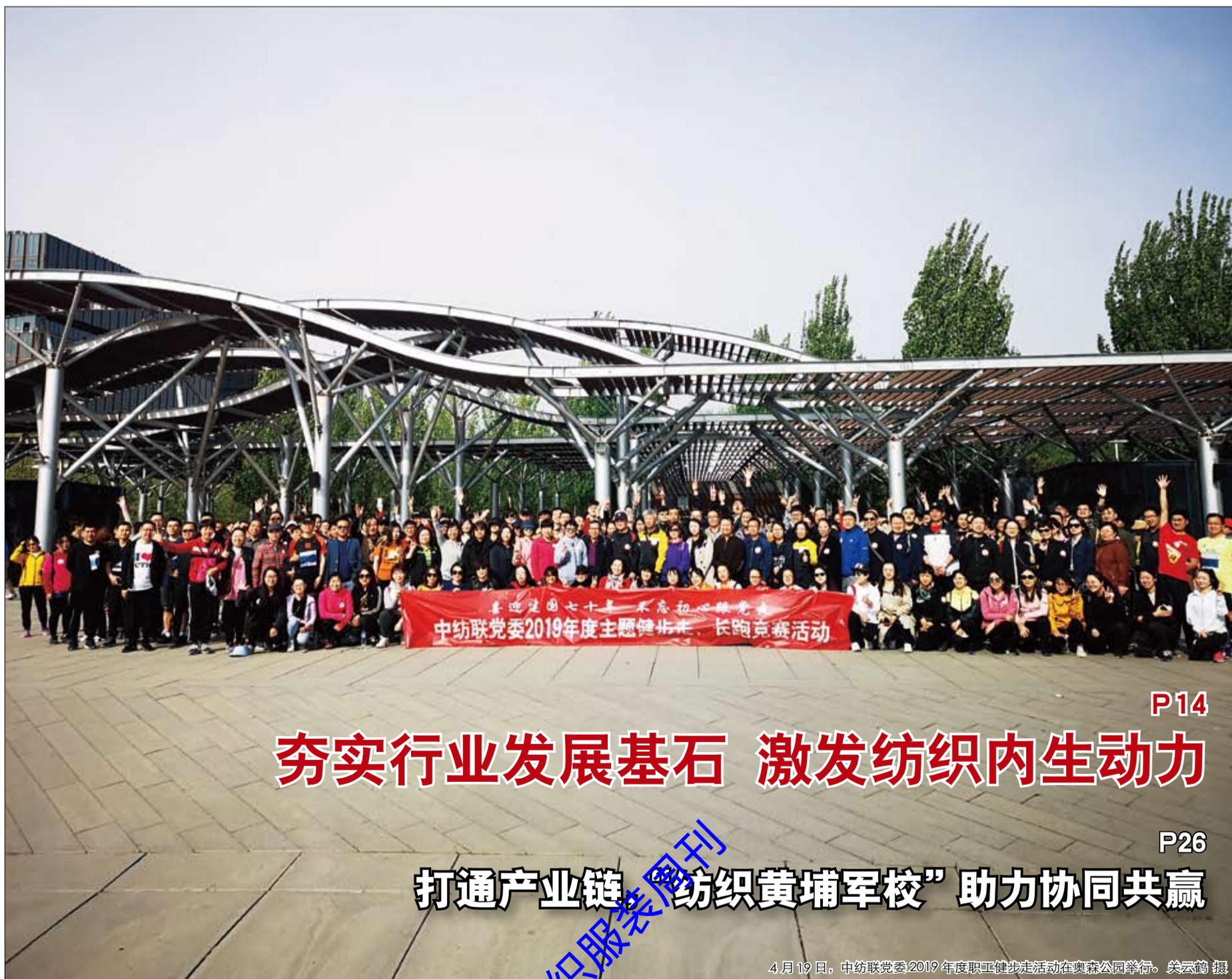
针对中国缝制新定位提供辅料解决方案

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

P14

夯实行业发展基石 激发纺织内生动力

P26

打通产业链 “纺织黄埔军校” 助力协同共赢

4月19日,中纺联党委2019年度职工健步走活动在奥森公园举行。关云鹤 摄

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: 章荷 010-85872699



纺织服装周刊



微信号: tachaobao



微信号: fzfzk

潮报

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

www.taweekly.com

纺织服装周刊



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 叶志明 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

小长假,说消费

今年的五一小长假与以往不同,连休4天!有专业人士这样解读:五一小长假之所以这样调整,是落实促消费政策、稳定经济增长的具体体现。

“促进形成强大国内市场,持续释放内需潜力”是政府工作报告明确提出的2019年要扎实做好的十项工作之一。促消费已成为政府稳增长的重中之重,对消费增长的重视程度已经上升至国家战略层面。

随着消费拉动经济增长作用进一步增强,在消费结构升级的大趋势下,新产品、新服务等新消费呈现出巨大空间,正在成为扩大内需市场的新引擎。消费已经转变为拉动经济的主要动力。

中国商业联合会和中华全国商业信息中心发布的2019年中国商品销售统计结果显示,2018年我国消费连续第五年成为经济增长的第一驱动力。2018年我国社会零售总额达36万亿元,同比增速尽管下降至9.1%,但仍远高于GDP增速。最终消费在2018年已经占据了GDP总量的54%以上,并且对GDP增速的贡献率达到76.2%,消费已经成为中国经济增长的最主要拉动力量。

从消费增长的驱动力变化看,2009年至2012年,固定资产投资对GDP和消费拉动效应十分显著。而2013年至2016年,随着三公消费限制等,固定资产投资对消费影响逐渐减少,居民消费随着人均可支配收入提升,逐渐成为消费主要增长动力,消费增速随人均可支配收入增速、GDP增速平稳下行。2017年以后,消费增速与固定资产投资增速进一步脱钩,消费与经济增速的关系也逐渐从滞后被拉动,转变为带动经济增长的主要动力。

从消费品市场的结构变化来看,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。

从消费领域看,中国居民消费支出结构升级趋势明显。随着人均可支配收入逐年上升,恩格尔系数也随之下降,人民生活支出从基础的衣食实物消费逐渐向文娱服务消费变迁,人们在基本的物质生活得到满足后,消费支出向更高层次需求倾斜,出行、医疗保健、教育、文化和娱乐的支出占比也明显提升。

2019年,国家将从“落实消费政策、促进居民的消费能力增长、扩大基本消费面、制度保障服务标准化”等四个方面促进消费。一系列促进消费升级、挖掘消费潜力的政策将陆续落地,配套措施也在加紧制定,消费红利将逐渐兑现。商务部也将加快实施消费升级行动计划,构建激发消费潜力的长效机制,包括增加服务消费供给、提升商品供给、改善消费载体供给、促进消费成本降低、优化消费环境等。

我国拥有庞大的国内市场,这是未来发展的宝贵资源。我们要充分利用好这个资源,以消费为动力,转变经济增长方式,转变发展动力,从而实现我国经济长期稳定可持续发展。

赵媛媛

CONTENTS

6 资讯 INFOS

中纺联党委2019年度职工健步走活动在奥森公园举行
“哈勃智慧云”开启时尚行业生态联盟革命

8 关注 ATTENTION

催生新贸易 汇聚新丝路
锦衣载道,聚焦当代中国风格时尚设计

18 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

打造现代化新型市场 从提升经营户素质起航

24 行业 INDUSTRY

搭建平台,共谋可持续发展
苏州龙杰:创新创造大不同
生产内销双增长,行业呈现新亮点
一场设计新锐的狂欢

敬告读者

本刊将于5月6日休刊一期,5月13日正常出刊。



14 特别报道 SPECIAL

夯实行业发展基石 激发纺织内生动力

“情系红色苏区、助力服装产业”系列活动走进江西于都

4月18~20日,以“情系红色苏区、助力服装产业”为主题的系列活动走进红军长征精神的发源地——江西省赣州市于都县,旨在发挥纺织劳模榜样作用、行业新闻宣传作用、基层教育带动作用,帮助于都县推进纺织服装行业“软实力”建设,促进纺织服装行业高质量发展。

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.ctct.com

主要展品
纺织面料(辅料)
纺织机械
家用纺织品
创意设计

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



聚焦 | FOCUS

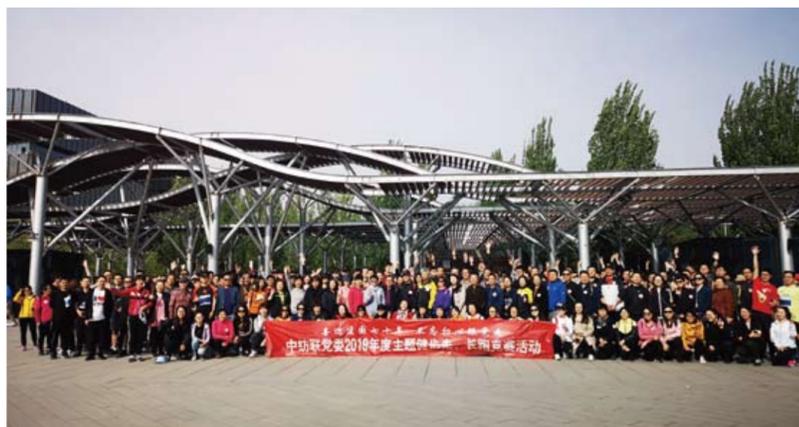
碳纤维产业再传喜报，又一项目通过中纺联鉴定

4月17日，中国纺织工业联合会在吉林组织专家，对吉林化工学院和吉林乾仁新材料有限公司共同完成的“高性能碳纤维用油剂和上浆剂研究开发及应用”项目进行了技术成果鉴定。

该项目成果具有自主知识产权，建立了一套油剂和上浆剂的设计、研究、检测和应用的完整生产研发体系。在碳纤维原丝油剂方面，研究开发出三个系列粒径可控的改性硅油乳液体系，攻克了碳纤维原丝油剂关键技术，乳液粒径尺寸和表面张力控制，以及耐高温、低粘度、贮存稳定等方面同国外同类产品基本相当；在碳纤维上浆剂方面，研究开发出三个系列贮存稳定的碳纤维上浆剂产品及原位合成纳米氧化物增强碳纤维上浆剂乳液体系，上浆后碳纤维毛羽量少、耐磨性强、贮存稳定，基本满足碳纤维不同应用领域要求，同国外同类产品基本相当。

“高性能碳纤维用油剂和上浆剂研究开发及应用”项目成果鉴定具有重要意义。该项目针对目前碳纤维原丝油剂、上浆剂两种助剂主要依赖进口，国产助剂无法满足要求的关键问题，通过项目实施及成果应用，将大大降低碳纤维的生产成本，为相关企业解决碳纤维生产中的技术障碍、实现产业化发展提供了解决方案。

吉林市人民政府副市长谢义表示，自2016年高性能碳纤维用油剂和上浆剂研究开发及应用项目组成立以来，投入小、产出多，取得了较好的成果，希望项目组成员能够再接再厉，专注研发核心技术，早日实现产业化发展，为推动地方经济发展、社会进步作出贡献。(王雯)



参加活动的中纺联职工合影。

中纺联党委 2019 年度职工健步走活动在奥森公园举行

4月19日，中国纺织工业联合会党委办公室、工会、团委在北京奥林匹克森林公园举行以“喜迎建国七十年，不忘初心跟党走”为主题的健步走、长跑竞赛活动。中纺联党委副书记陈伟康、纪委书记王久新等领导和各部门员工500余人参加了此次活动。

陈伟康进行了出发前的动员，他说：“今天是中纺联第六届健步走活动，包括两项长跑竞赛，有500多名干部职工参加，充分说明了健步走活动很有意义，也充分展示了中纺联队伍的坚强团结。我们的队伍意气风发，我们充满信心和希望地走在新时代发展的大道上！在一起，赢未来！”

当天的活动分为集体健步走、5公里长跑和10公里长跑比赛项目。参与活动的干部职工精神抖擞，奋勇争先，互相加油鼓劲，积极完成了比赛。(郭春花 / 文 关云鹤 / 摄)

现场 | SCENE

深兰科技 DeepVogue 涉足时尚圈，AI“设计师”将带来更多可能



深兰科技 DeepVogue 部分参赛作品。

4月20日，2019中国国际服装设计创新大赛在上海黄浦江畔的安莎国际会展中心落下帷幕，经过16位决赛入围选手的激烈角逐，最终欧洲设计学院的Valentina Cosenza和Giada Petrolini获得冠军，深兰科技DeepVogue获得亚军，荷兰阿姆斯特丹应用技术大学Iris van Wees获季军。

中国服装协会会长陈大鹏、副会长周一奇，中国服装设计师协会副主席、上海时尚之都促进中心主任向下阳，上海时尚之都促进中心常务副主任韩哲宇等领导出席决赛。

值得一提的是，16支参赛队伍中唯一的非“人类设计师”——深兰科技DeepVogue服饰辅助设计系统同时赢得了50位大众评审的广泛好评，还斩获了“最受大众欢迎奖”。

2019中国国际服装设计创新大赛由中国服装协会和上海时尚之都促进中心共同主办，以“未来时尚”为主题，以创新科技为依托，以文化传承为载体，是一场面向全球服装设计高等院校的国际性赛事。除神秘AI选手——深兰科技外，还有法国高级时装学院、欧洲设计学院、东华大学、清华美院、北京服装学院、香港理工大学、台湾实践大学等海内外15所知名服装设计高等院校参与。

知名艺术家王新元、“金顶奖”设计师张肇达、意大利时尚协会原主席弗兰克、国际著名钢琴家孔祥东及中国超模、高级时装设

计师马艳丽等评委大咖亲临现场，同时大赛还邀请了50位由权威时尚媒体、设计师、服装制造企业、服装品牌企业、国际时尚买手等组成的评审团，评选大众最喜爱的参赛队。

主办方表示，这是一场汇聚全球设计精英的国际顶尖水平的巅峰对决，未来时尚必将由科技创新与文化创意双轮驱动，当人工智能迎来艺术感知时代，未来时尚设计必将加持“灵感源泉”。大赛不仅让世界看到了中国人工智能赋能服装行业未来发展的广阔空间，深兰科技DeepVogue设计的服装获得大赛第二名，也向时尚界的精英们传递了一个信号：设计师们可以有更包容的态度，利用更新、更智能化的技术或工具，来参与未来建设。

决赛现场，向下阳为深兰科技博士团队颁奖时，也对其自主研发能力竖起了大拇指。张肇达也称赞：“深兰科技DeepVogue设计的服装已经达到了可以在国际时装周登台展出的水准。”

大众评审们也表示，人工智能将大数据科学、系统地转化为时尚设计，还是很有发展前景的，服饰风格也很符合大众审美。中国的AI企业已经具备了通过大数据系统处理纷繁复杂信息的能力，能帮助设计师解决重复性的工作，为缺乏设计能力的品牌方服务，重塑整个服饰设计生态。(董笑妍)

直击 | DIRECT

“哈勃智慧云”开启时尚行业生态联盟革命

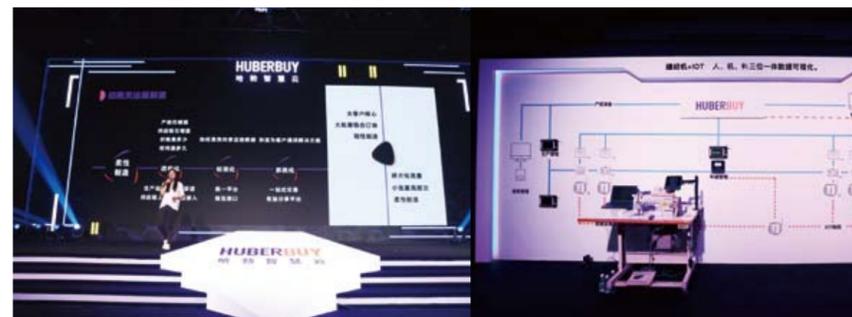
4月17日，以“智领霓裳云链生态”为主题的“2019哈勃智慧云发布会”在北京召开。汉帛国际总裁高敏携手合作伙伴，在现场发布了时尚行业首个工业互联网平台——哈勃智慧云。

高敏表示，服装行业柔性制造转型已经迫在眉睫，汉帛推出的哈勃智慧云以“行业云”、“智造云”、“时尚云”和“文化云”四朵云为载体，为服装行业提供智能制造解决方案，实现产业链互联、智能、精益赋能，助力服装制造业迈向工业4.0。

过去，时尚制造大多是以大客户为核心，带来源源不断的大批量稳定订单，因此，少数几个核心客户就能够养活一家服装制造企业。但是，随着互联网的进一步演化，流量开始碎片化，反映到制造业，就是出现了大量网红、淘宝品牌、社区电商、独立设计品牌等订单，同时传统大客户的订单却开始萎缩。

新的订单不再是大批量稳定的，而是小批量、高批次和动态变化的。这就要求时尚制造业必须要实现从刚性制造到柔性制造的转型。“这里需要强调的是，柔性制造并不是简单的升级，而是彻底的转型。”高敏认为，“信息的透明化、标准化、系统化是柔性制造的核心，这不是在传统服装交易体系里能自然生长出来的。”

正是基于这样的思考，在时尚制造业浸淫了20多年的汉帛国际推出了该领域首个工业互联网平台——哈勃智慧云。



哈勃智慧云运行讲解。

哈勃智慧云是时尚制造业的首个工业互联网平台，其以智能制造为核心引擎，基于“全要素、全产业链、全生命周期”的理念，搭建服装行业云及智能制造云，助力服装领域中小企业实现转型升级。

“哈勃智慧云可以说是汉帛通过27年的行业积累，写成的一张漂亮答卷。哈勃智慧云平台覆盖了服装行业生产中档乃至高档产品所需要的业务环节，并提供成熟合理的报价体系，可细分到每一项具体业务。”高敏表示。

首先客户提出需求，研发设计平台开始承接。这个平台和普通的设计工作室不同，它会根据哈勃云所

掌握的供应链及产能数据，结合客户需求进行设计研发。所研发的设计款式，里面的面辅料工艺工序一定是哈勃云的供应链及产能所能支持的。

随后，客户认可设计，开始进入协同交易平台下达订单。订单生成后，就会自动智能匹配，将供应链及产能和客户的需求来进行双向的选择，最终确认订单。

最后，哈勃智慧云的智能生产单元根据订单确认信息自动调配物料及工人，以及根据工序工艺特征向工人下达特定指令，随时报告生产进度。

“哈勃智慧云第一次将服装行业分散的业务聚合在一起，用一站式交易的平台形态来提供服务。”高敏如是说。(董笑妍)

秋风

分色软件

可在 **图来旺** 上下载免费版本
www.tulaivang.com 专业花型设计交易平台

- 模拟试衣
- 兼容ps/金昌格式
- 智能平网大片
- 智能标尺寸
- 智能小片
- 智能加网
- 智能圆网大片
- 智能配色
- 智能单色图

浙江原色数码科技有限公司
浙江省绍兴市柯桥区创意大厦8楼8003 联系电话: 0575-81167666/18888746777

纺织服装周刊



三展联袂，为全球客商带来更新的体验、更好的商机、更多的惊喜。

催生新贸易 汇聚新丝路

“海丝”品博会在石狮举行

本刊记者 万喆

本届“海丝”品博会以“新丝路、新合作、新生活”为主题，展出面积达26000平方米，设置700个国际标准展位，云集来自48个“海丝”沿线国家及地区的500多家行业企业参展。



中国纺织工业联合会会长孙瑞哲一行出席“海丝”品博会，并参观企业展位。

4月18~20日，第五届中国(泉州)海上丝绸之路国际品牌博览会(简称“海丝”品博会)在福建石狮举行。与之同期举办的，还有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。三展联袂，为全球客商带来更新的体验、更好的商机、更多的惊喜，进一步推进全球纺织服装产业间的开放、发展、共赢。

开幕式现场，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、台湾纺织业拓展会副董事长翁茂钟、中国纺织工业联合会副秘书长杨峻、中国服装协会顾问蒋衡杰、中国服装设计师协会副主席杨健等行业领导出席。此外，48个“海丝”沿线国家和地区的500多家纺织服装上下游企业及340家行业外企业，也在三展现场集中亮相。

海丝集结：新丝路、新合作、新生活

泉州是福建省三大中心城市之一，也是我国重要的海上丝绸之路起点城市。2018年泉州实现地区生产总值(GDP)8458亿元，经济总量连续20年保持福建省第一。2018年，泉州与海丝沿线国家和地区的贸易额达911亿元，并荣膺“一带一路”建设案例城市。

本届“海丝”品博会以“新丝路、新合作、新生活”为主题，展出面积达26000平方米，设置700个国际标准展位，吸引来自48个“海丝”沿线国家及地区的500多家品牌企业参展。

本届“海丝”品博会首设主宾国机制，邀请“一带一路”沿线国家马来西亚作为主宾国参会。在马来西亚展团中汇集了该国30余家优质企业。此外，为彰显海上丝绸之路起点城市和东亚文化之都的魅力，今年，“海丝”品博会设置了泉州“海丝”精品展区、泉州商标品牌馆、海丝泉州文旅展区、主宾国精品展区、“海丝”旅游文化展区、“海丝”国家及地区精品展区。

系列活动：尽展闽派特色

本届海博会以“时尚石狮、魅力海丝”为主题，紧抓石狮服装城获批国家市场采购贸易方式试点及中国服装辅料大会举办契机，以面辅料为着力点，力求全方位展现海峡两岸纺织服装行业的新技术、新产品、新机遇，打造具有闽派特色的最佳行业交流展示平台。

海博会展区共分进出口贸易展示区、流行趋势展区、台湾馆、纺织新技术展示区、面料展区、辅料展区六大展区，参展企业121家，折合国际标准展位共200个。

为了使展会更接地气，吸引更多人才与客商加盟石狮，今年海博会主办方推出了包括2019石狮国际时装周、第七届石狮电商大会、第十届中国纺织服装企业家活动日、2019中国服装辅料大会、2019年闽港服装设计师职业技能大赛、第八届“石狮杯”全国高校毕业生服装设计大赛等系列精彩活动。

其中，石狮国际时装周以“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。今年在时装周举办发布秀的设计师包括：金顶奖设计师刘勇、曾凤飞，十佳时装设计师杨子，新锐设计师洪建听、马伟明等。

贸易新名片：为经济发展注入新动力

石狮是闽派服饰的重要策源地，也是福建省外贸的重要发源地。2018年，石狮实现生产总值836亿元，增长9.1%，经济综合实力位居泉州第三，保持全国中小城市百强第16位。石狮外贸也高歌猛进，2018年产品出口全球六大洲的168个国家和地区，自营出口159亿元，同比增长21.1%。2019年1~2月，石狮外贸进出口总值为34.51亿元，同比增长32.35%，其中，出口33.24亿元，同比增长37.41%。

新模式催生新贸易，新贸易推动新丝路。4月17日下午，2019国际贸易方式创新交流大会暨石狮服装城市场采购贸易方式推介会举行。展会期间，中国石狮国际商贸城揭牌仪式举行。据悉，中国石狮国际商贸城由石狮服装城、石狮国际轻纺城组成，包括纺织面辅料、服装鞋帽、福建地方特色产品、国际采购集贸等四大业态。为推动试点的打造，石狮市政府对入驻的市县特色产品馆、产业集群馆和国际采购集贸中心，实行五年租期免收三年租金优惠政策。

石狮外贸经济的迅速发展，得益于去年以来国家市场采购贸易方式试点落地石狮，为泉州与福建带来了重大的政策利好和外溢效应。2018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。这种贸易形式大大简化通关，实行增值税免征不退，允许多主体收汇结汇，支持人民币结算，大大放宽准入门槛，实现家门口就能做国际贸易。自去年11月15日试点启动至3月底，石狮服装城市场采购贸易方式已出口2025单，货值15.79亿元，主要出口商品为服装、鞋材、伞及零部件等货物，出口国家和地区多达74个。

目前，石狮已与全球190多个国家和地区建立了经贸关系，日均吸引5万多名海内外商贾，产品快速通达全球、商流畅达八方。国家市场采购贸易方式试点政策的落地，以及中国石狮国际商贸城的揭牌成立，将逐步推动实现“买全国、卖全球、做外贸、到石狮”，为泉州乃至福建外向型经济发展注入新的动力。



纺织服装周刊

活动聚焦

助力纺织新技术成果推广

纺织新技术创新空间精彩亮相

“海丝”品博会期间，“纺织新技术创新空间”活动亮相石狮。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，副秘书长杨峻、彭燕丽，产业集群工作委员会秘书长邢冠蕾等先后参观。

此次“纺织新技术创新空间”面积达300余平方米，以“时尚科技、绿色未来”为主题，展示近年来我国纺织产业在“新材料及时尚产品”、“绿色科技与创意设计”等方面的最新发展，开展纺织企业上下游间的合作和交流。

“新材料及时尚产品”展示部分有：功能性纤维材料，广泛应用于军事、警用、消防灭火及抢险救援、石化、电力、冶金、医疗卫生、辐射等领域的防护纺织品和特种功能性服装；以石墨烯材料为基础的智能发热系统和石墨烯智能服饰；可随环境和身体温度变化吸收和释放热量的微型相变储能材料，具有智能双向调温功能的面料及成衣；以毛、兔毛为基材的天然时尚印花面料及产品。

“绿色科技与创意设计”展示部分有：基于“工业互联网”技术的发展，展示智能拍摄、智能服装搭配、脚型扫描、3D服装全渠道智能零售平台等最新科技产品；基于“互联网营销”的印染染料材料采购系统、服装采购供应链系统、智能人台、智能电子尺等信息化产品；推介印染无水、少水新技术、新设备，展示纺织新型检测仪器。

自2009年以来，在“中国国际纺织面料及辅料(春/秋)博览会”中的“众创互动空间”、“新技术创新空间”活动已连续举办14届；2013年开始在福建石狮“海峡博览会”、“海丝会”上连续举办了6届；2015年开始在江苏盛泽“江苏纺织博览会”上连续举办了4届。累计展示新成果450多项，交流活动180余场，已成为纺织行业新技术成果推广和交流的重要窗口。

探寻高质量发展新路径

全国纺织服装产业高质量发展路径论坛暨企业家活动日在石狮举办

暨企业家活动日在石狮举办

4月19日上午，2019全国纺织服装产业高质量发展路径论坛暨第十届中国纺织服装企业家活动日在福建石狮举行，邀请业内外领导、专家、企业家共同探讨纺织行业高质量发展路径。

论坛期间，工业和信息化部消费品工业司副司长曹学军指出，纺织业高质量发展要适应消费升级需求，培育创新驱动发展新动能，提升科技、时尚、绿色发展能力。

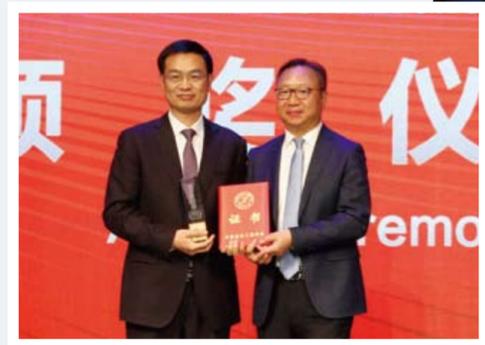
台湾纺织业拓展会副董事长翁茂钟表示，在产业高质量的发展道路上，台湾企业早在20多年前即开始面临产业外移及转型的历程，今日台湾纺织业已发展出自己的方向，这当中最重要的就是面对持续不断变化的环境，需要思考在产品创新研发、在供应链的灵活度方面如何提供更好的服务。

中国纺织工业联合会副秘书长、科技发展部主任彭燕丽谈到，科技、时尚、绿色是纺织工业发展的新定位，也是实现高质量发展的关键。尤其是科技创新对于一个产业、一个地区乃至一个国家的重要性不言而喻。

论坛设有主题发言和自由发言等环节，行业专家、企业家等纷纷发表重要观点。

最后，中国纺织工业联合会副会长、中国纺织工业企业管理协会会长夏令敏指出，科技创新是纺织服装行业高质量发展的根本动力，品牌提升是高质量发展的重要目标，绿色可持续是高质量发展的必然要求和责任使命，人才队伍是高质量发展的核心要素。

他进一步指出，中国纺织服装产业具有产业基础雄厚，产业链完整、高效等优势，拥有高素质的人才队伍和潜力巨大的国内市场。我们要重视与高新技术、不同行业、其他产业及国际产业链的融合，从品牌化(供应链品牌、产品品牌、企业品牌、区域品牌)、智能化(两化融合、数字化、网络化、智能化)、国际化(经济全球化、一带一路、建立命运共同体)三方面发力，迈向高质量发展新征程。



中国纺织工业联合会会长、中国纺织工程学会理事长孙瑞哲代表中国纺织工程学会授予石狮市人民政府 2019 中国服装辅料大会突出贡献奖。



小辅料诠释大时尚!

2019 中国服装辅料大会在石狮举办

本刊记者 - 吕杨 文 / 摄

如果说时尚是一部机器，那么服装辅料则是其中不可或缺的零部件。它不仅起到画龙点睛的作用，更逐渐演变成成为服装表现形式的一种延伸。所谓细节决定成败，从蕾丝到纽扣再到拉链，看似不起眼的小小辅料，流露出的是品质，是品位，更是时尚态度。

4月18日，由中国纺织工业联合会指导，中国纺织工程学会、石狮市人民政府共同主办的2019中国服装辅料大会在福建石狮召开，本次大会以“小辅料 大精彩”为主题，围绕服装辅料科技创新和质量提升，通过国内外专家趋势预测和分析、知名服装企业辅料创新运用案例分享、辅料企业和科研机构创新成果推介、辅料生产质量提升等方面，多角度全方位地展现辅料行业发展的最新趋势和科技发展动向。

中国纺织工业联合会会长、中国纺织工程学会理事长孙瑞哲，工业和信息化部消费品工业司副司长曹学军，中国纺织工程学会常务副理事长、中纺联检测中心主任伏广伟，中国服装协会顾问蒋衡杰，中纺联产业集群工作委员会秘书长、中纺企协驻会副会长邢冠蕾，中国印染行业协会专职副会长李瑞萍，中纺联生产力促进部副主任、中国纺织信息中心副主任董奎勇，福建省科学技术协会副巡视员游永东，石狮市委副书记、市长黄春辉，副市长张永安，人大副主任吴清木等领导，以及来自全国重要纺织服装产业集群、商（协）会、企业和高校相关机构代表等共计300余人参加了本次活动。

辅料迎来全新机遇

伏广伟在致辞中表示，服装辅料虽然很“小”，但在质量、设计和创新发展过程中蕴含着巨大的商机和潜力。在石狮有上千家的辅料企业，为石狮的经济和社会发展做出了非常重要的贡献。在全行业向高质量发展转型升级的历程中，辅料行业一直未被重视，举办本次中国服装辅料大会，希望通过一颗小的纽扣或一条普通的拉链，诠释石狮对于高品质服装、高品质生活的理解。围绕着产业经济发展，在石狮市人民政府的大力支持下，“一馆一院一中心”的国家级创新模式，吹响了辅料行业向高质量发展的号角，将帮助石

狮辅料行业锦上添花。

张永安指出，2019年中国服装辅料大会在石狮召开，不仅是一场共商发展、共绘蓝图的行业盛会，也为石狮提供了共谋发展的难得机会。石狮以纺织服装立市，经济综合实力保持全国中小城市百强第16位，30年来形成了一条以服装加工、生产为核心的纺织服装产业链，产业集群优势明显，先后获得中国休闲服装名城、全国纺织模范产业集群、中国服装产业示范集群等荣誉称号。

石狮的辅料产业在纺织服装产业中占据非常重要的地位，全市共有服装辅料生产企业1000多家，辅料产品在全国市场占有率名列前茅。下一步石狮市将进一步整合资源，打造千亿品牌，拓展销售渠道等板块，集中发力，把握机遇，求得新发展，迎来石狮辅料产业发展新时机，进一步推动石狮服装辅料产业迈向一个新的台阶。

众议辅料精彩未来

在开幕式上，中国纺织工业联合会和石狮市人民政府举行了共建世界级辅料产业集群先行区签约仪式。同时，由孙瑞哲代表中国纺织工程学会授予石狮市人民政府2019中国服装辅料大会突出贡献奖。

在大会论坛环节，各位演讲嘉宾金句连连，将活动推向一个又一个高潮。

ROSEW 玫瑰黛薇定制品牌创始人、金顶奖设计师刘薇首先以“细微之处见品质：辅料在时装设计中的应用”为题，介绍了服装辅料在服装设计中的重要性并阐述了个人独特见解和丰富的设计经验。她认为，科技时尚是未来赋能产品研发的必经之路，科技创新是推动产品研发的时代机遇。

安踏集团服装采购中心经理马亮以“消费意识觉醒：品牌再塑造”为题，带来了辅料品牌塑造的精彩

演讲。他以安踏自身为例，进行了运动装趋势、辅料需求趋势和辅料品类发展的详细分析，并提出了绿色智造、数字驱动和全球融合的未来发展思路。

SAB 趋势总监徐思通则针对辅料厂商关心的绿色、前沿技术发展介绍了辅料未来的环保和科技。她也认为下一个流行必将绿色智造。SAB也在对借生、降解、去毒的可持续发展做着持续不断的努力。

北京服装学院教授郭强从设计提升辅料附加值方面作了精彩报告。“服装中出彩的地方恰恰是辅料在起作用。”他表示，设计是企业的核心竞争力，是企业的灵魂。而小角色的辅料起到的强大作用不可忽视。

法国 LEHERPEUR PARIS 小乔 MLC 创始人 Martine Leherpeur 作了题为“万象小宇宙：2020春夏男装及辅料趋势”的趋势发布，并总结了军工觉醒、靡丽仙子、重磅摇滚和无束运动四大主题。

在论坛最后，艾利丹尼森销售经理俞裕挺从物联网如何帮助传统服饰辅料企业转型升级角度带来“物联网智慧标签应用及自动化”报告。

4月19日，大会还举办了辅料新科技对接会暨第11届石狮市纺织服装产业专场对接会和辅料高品质交流会2场平行活动，探讨了服装辅料产品设计、品质监控等方面目前存在问题以及行业发展动向。

同时，在石狮市中纺学服装及配饰产业研究院展厅，由法国 LEHERPEUR PARIS 小乔 MLC 创始人 Martine Leherpeur 带来的以“针对服装流行趋势分析辅料开发趋势和辅料品牌形象打造”为主题的沙龙，引起了强烈反响。

活动期间，参会嘉宾分别参观了第22届海峡两岸纺织服装博览会，以及石狮市中纺学服装及配饰产业研究院-2020春夏辅料 showroom 展、国家纺织面料馆石狮馆、中国纺织工业联合会检测中心（泉州），了解了石狮“一馆一院一中心”的公共服务平台建设情况。

长发商业中心
CHANG FA
BUSINESS CENTER

时尚趋势服务 综合体	设界开业 5月7日 13:30-16:00	系列活动 ◎时尚圈打卡墙 ◎2020春夏流行趋势发布秀 ◎设计师分享讲座 ◎Free Tour设置2000㎡空间
供需互联服务 综合体	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	系列活动 ◎19秋冬20春夏鞋志展 ◎2天48小时采购对接会 ◎500新款小单订货快友供应 ◎新零售智慧导购系统培训

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

U
而
之



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）

纺织服装周刊

锦衣载道， 聚焦当代中国风格时尚设计

贺兰 / 文 田田 / 摄

4月16日，作为2019上海国际服装文化节暨环东华时尚周的系列活动之一，以“聚焦文化传承 树立时尚自信”为目标的“锦衣载道：当代中国风格时尚设计大展”系列活动，在位于东华大学校内的上海纺织服饰博物馆开幕。当今中国风格时尚设计中最具权威性、典型性和代表性的7位中国设计师——张肇达、吴海燕、陈闻、赵卉洲、陈野槐、程应奋、屈汀南汇聚一堂，在浓郁海派氛围环绕中奏响新时代中国风格时尚的强音。

论道：各界大咖犀利点评“中国风”

何谓中国风格时尚设计？中国设计如何体现东方美学？……在“以衣论道——当代中国风格时尚设计构建”学术论坛上，参展设计师与业界权威人士论道“中国风”，坐在台下的200余名东华大学学生近距离感受这场时尚界的“华山论剑”，汲取最鲜活的设计和理论观点。

“中国风设计不应该只是存在于全世界对我们认知的比较明显的、强烈的标记符号，而是应该做出记忆中的东方形式。”两次斩获中国时装设计最高奖“金顶奖”的张肇达认为，在时尚领域，中国风格要做出东方思维的产品、故事、模式、服饰，展示中国文化，要用处处流露东方感的设计作品让国际理解和认同，要创造能够表达我们向往美好生活的设计作品。张肇达此次参展作品题为《中国风》，“风”是《道德经》中的概念，“物物生，始开于风”，他将这东方哲学中“风”的概念呈现于服装中。

美籍华人时装设计师、APEC北京会议领导人服装主创成员、GRACE CHEN品牌创始人陈野槐谈到，中国文化的本质是深刻、宏大、智慧的，她用静、深、富来概括以中国文化为根源的普世审美观。陈野槐此次展览作品主题是

作品：时尚联展动静结合“New Look”

本次展览动静结合，4月16日~5月30日，7位设计师在上海纺织服饰博物馆以静态展呈现各一组中国风格作品，同时在博物馆的环幕空间播放设计师各自的设计观点和典型动态秀视频；4月17日晚，“中国风尚：著名时尚设计师作品汇展”动态秀在海派氛围浓郁的长宁来福士广场上演，7位设计师奏响新时代中国风格时尚的强音。

中国时装设计“金顶奖”获得者、中国美术学院教授吴海燕带来“东方盛世”系列，其设计灵感源于北京法海寺壁画，对精美壁画中各种古典图案的探究，以今日时尚之本、之形、之色、之理等，载以数千年的中国丝与瓷，通过礼品形制、图案与工艺将文化活化于其中。

东华大学上海国际时尚创意学院兼职教授陈闻带来的“东西”系列，让美轮美奂的传统线条与粗犷的丹宁牛仔同出一框，让传统的民族文化遗产呈现出当代时尚潮流。

2018年中国时装设计“金顶奖”获得者赵卉洲从中西方情感共鸣出发，选择了“家”这个永恒的主题，表现形式上非常摩登和现代，希望在不刻意表达中国文化的时候，又能展现中国文化的力量。

此外，广绣、艾德莱斯绸等独具地域和民族特色的元素应用也成为一大亮点。来自新疆的中国十佳时

装设计师程应奋，将艾德莱斯绸这一传统而古老的民族元素融入到现代的时尚成衣中，产生一种新的视觉美感，让人深刻地领悟到民族元素是中国风格的重要体现。

“和中华文化一样，中国的服饰从来就是一个吐旧纳新、鲜活生动的生态体系。服饰时尚是文化的象征、社会的缩影，”本次展览的策展人之一、上海纺织服饰博物馆馆长、东华大学教授向阳表示，“新时代我们需要加强对中华优秀传统文化的挖掘和阐发，使中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调，把跨越时空、超越国界、富有永恒魅力、具有当代价值的文化精神弘扬起来，创造出中国风格的新时尚。”

本次系列活动由中国服装协会、中国服装设计师协会和东华大学联合主办，上海时尚之都促进中心指导，充分体现了时尚产业界、设计界、学界对于当代中国风格时尚塑造的重视。“锦衣载道：当代中国风格时尚设计大展”系列活动，是继2015年“中国梦·花好月圆：当代中国风格设计大展”之后的第二回，集中体现了上海纺织服饰博物馆和时尚之都上海、中国时尚界以中国风格时尚创造对于“承担记录新时代、书写新时代、讴歌新时代的使命，勇于回答时代课题，从当代中国的伟大创造中发现创作的主题、捕捉创新的灵感，深刻反映我们这个时代的时代巨变，描绘我们这个时代的精神图谱，为时代画像、为时代立传、为时代明德”的积极响应。

论坛嘉宾合影。



论坛嘉宾合影。



屈汀南作品。



吴海燕作品。



程应奋作品。

张肇达作品。



孔庆强

“子目相服饰科技有限公司三年来采取‘月月捐’的方式，开创了小微企业为纺织之光科技教育基金会小额持续捐赠的先河，截止到今年3月份，子目相已累计向基金会捐赠了6.6万元。”

小额持续捐， 子目相开先河

访子目相服饰科技有限公司总经理孔庆强

本刊记者 郝杰 文 / 摄

在日前举行的纺织之光科技教育基金会三届二次理事会上，一批为基金会捐赠的单位荣获表彰。在捐赠名单中，大多是业内知名的大企业和机构，而一家叫做“子目相服饰科技有限公司”的小企业引起人们的关注。这家名副其实的小微企业，三年来采取“月月捐”的方式，截止到今年3月份，已累计向基金会捐赠了6.6万元。

这样的捐赠模式，开创了小微企业为纺织之光科技教育基金会小额持续捐赠的先河。对此，该公司总经理孔庆强在接受《纺织服装周刊》记者采访时表示：“捐赠金额无论多少，重要的是要有这份持续捐赠的公益心，希望能有更多的小企业参与进来。”

做品牌，结缘慈善

专业学印染的孔庆强于1998年从东华大学毕业后，一直在广东从事面料印染工作。在纺织中间环节——印染这个领域做久了，他发现一个问题：做面料的人接触不到服装设计师和品牌，不了解服装的表达，生产出的产品往往不能满足设计师的需求；而服装设计师也不了解面料的生产和工艺，在面料选择搭配上存在误区。如何能把上下游打通？孔庆强是学印染出身，又对上游服装设计和品牌有着浓厚的兴趣，他觉得应该有一个属于自己的服装品牌，经过多年的积淀，三年前，他终于创立了属于自己的服饰品牌“子目相”。

初识这个品牌的人都会对“子目相”这个名字充满好奇，而这背后正是孔庆强做品牌的初心。他解释说，“子，是古代对圣贤的尊称，如老子、孔子、孟子，我们虽不能以子相称，但是不影响我们拥有一颗崇圣慕贤的赤子之心；目，可以理解着眼睛，从哲学观点来看，它也代表了一种观察、审视的态度；相，则来自佛语，可以理解万物落入人眼中所呈现的美好样子。所以，子目相的品牌含义可以理解为‘我眼里的美丽服饰’。”在孔庆强眼里，纺织的美好需要用好的服装去表达。

孔庆强的品牌得到了周围朋友们的支持，大他两届的师姐、纺织之光科技教育基金会秘书长张翠竹就是其中之一。在沟通中，孔庆强从张翠竹那里获得了启发，慈善是一项和谐美好的事业，而做品牌同样也是在做一份美好的事业。他感悟道，做慈善可以改变人的意识，会让人更有责任感，同时更加肯定自我，这种意识可以激励我们勇敢地走向成功。因此，做慈善不应该是功成名就后的事，而是应该在做慈善的过程中实现品牌的价值。

正是因为这样的想法，孔庆强把品牌成立后的首次新品发布会命名为“新款服饰慈善发布会”。发布会的成功让孔庆强坚定了“在做慈善的过程中实现品牌的价值”的信心。

做慈善，提升品牌

纺织之光科技教育基金会是纺织行业的慈善组织，每年都将募集资金用于奖励纺织服装行业内的科技教育成果。虽然子目相这个品牌刚刚起步，但孔庆强也想为慈善事业做力所能及的贡献。基金会的捐赠企业都是业内知名的大企业，捐赠额也都是上百万元起步，如何实现自己的愿望呢？孔庆强在与张翠竹的沟通中最终确定，子目相在未来的发展中，每月从销售额中拿出一定比例，向纺织之光科技教育基金会持续捐赠，与此同时，子目相平台每多一人关注，品牌便会再向基金会捐助一元。

三年来，孔庆强坚守自己的承诺，根据销售业绩不断地向基金会捐赠，虽然金额不大，但对于初创的品牌企业而言实在难能可贵。

孔庆强认为，企业无论大小，在目前经济形势下，企业流动资金都有限，一次性拿出大量现金很困难。这种小额持续捐赠模式方便灵活，持久性强，对企业而言资金压力也不大，特别适合广大中小企业做慈善。这样可以吸引更多的企业参与，让这份公益传播得更广泛。

在孔庆强看来，子目相是基金会的捐赠者，同时也是受益者。一个初创的小品牌受到行业基金会的表彰，这对子目相来说也是莫大的荣誉。到北京开会的同时，孔庆强还受基金会邀请，观摩了中国国际时装周(2019/2020秋冬系列)发布会，参加了2019中国服装论坛，这对子目相未来的品牌运作颇具价值，媒体的报道也让子目相知名度提高。

对于子目相的捐赠模式，张翠竹表示，小额持续捐赠模式在国际上已经广为流行，纺织之光科技教育基金会正在探索推广这种捐赠方式，这也正适合当下本土纺织服装企业。此外，企业参与公益性捐赠的同时可享受税前扣除的政策优惠，基金会也将对捐赠者在企业宣传、技术推广、品牌服务等方面提供支持。

实际上，在坚持做慈善的过程中，子目相品牌也在不断成长。在孔庆强眼里，子目相不是传统意义的服装品牌，而是一个连接服装和印染的实验室、服务设计师的平台，探究如何把新工艺、新技术与服装更好地融合。

孔庆强举例说，牛仔服装经久不衰，牛仔的创新也层出不穷，但传统工艺下，印染生产环节工人劳动强度大，污染严重。子目相最新开发了采用数码印花+水洗的新工艺，既达到了牛仔布仿旧效果，增加了色彩，又降低了污染，这项技术已经在申请专利。

在设计方面，子目相依托东华大学等纺织服装高校共同设计开发；在生产方面，子目相依托在广东中山的生产基地进行产业化生产；在销售方面，子目相通过线上线下进行推广销售，在广东建立了社区连锁体验店，在上海进入了品牌集成店，目前生产销售正稳步推进。



夯实行业发展基石 激发纺织内生动力

“情系红色苏区、助力服装产业”系列活动走进江西于都

本刊记者_郝杰 文/摄

2019年是新中国成立70周年，也是纺织服装行业深化改革、谋求内涵式增长的关键之年，激发行业内生动力需要从基层着手，每一位基层纺织人的思想导向、工匠精神与创新意识都是行业健康发展的基石。

为此，4月18~20日，以“情系红色苏区、助力服装产业”为主题的“全国纺织劳模先进人物走进江西于都事迹报告会”暨现场技术交流活动、2019年全国纺织企业宣传教育报刊（网

站）暨《东方企业文化》特约记者工作会、“送教到基层暨服装产业集群高质量发展大讲堂”等系列活动联袂走进红军长征精神的发源地——江西省赣州市于都县，旨在发挥纺织劳模榜样作用、行业新闻宣传作用、基层教育带动作用，帮助于都县推进纺织服装行业“软实力”建设、促进纺织服装行业高质量发展，进一步确立纺织服装产业为于都首位产业的经济地位与带动作用。



行业劳模走进红色苏区 助力产业向千亿级迈进

发挥纺织劳模榜样作用，弘扬劳模精神、工匠精神，4月18日，全国纺织劳模先进人物首次走进“红色土地”于都县，通过事迹宣讲、技术交流，助力于都县实现新时期纺织服装产业的高质量发展。

4月18~20日，由中国纺织工业联合会指导，中国财贸轻纺烟草工会、中国纺织职工思想政治工作研究会主办，江西省总工会、赣州市总工会支持，中共于都县委、于都县人民政府承办的以“情系红色苏区、助力服装产业”为主题的“全国纺织劳模先进人物走进江西于都事迹报告会”暨现场技术交流活动在江西省赣州市于都县举行。

中国纺织工业联合会副会长、中国纺织职工思想政治工作研究会常务副会长杨纪朝，中国财贸轻纺烟草工会副主席杨冬旭、纺织工作部部长王晓旌，中国纺织职工思想政治工作研究会秘书长姜国华，江西省总工会巡视员陈文明，江西省总工会和直属基层工会工作部部长曹树枝，赣州市人大常委会副主任、总工会主席孙黎明，赣州市总工会副主席李晓明，于都县人大副主任、于都县总工会主席邓小兰等领导，和来自北京、山西、黑龙江、江苏、甘肃、新疆等16个省市的嘉宾，以及于都县企业、院校代表等近500人出席大会。



与会代表们全神贯注地听讲。

情系苏区，助力产业深扎根

邓小兰在致辞中表示，“情系红色苏区、助力服装产业”系列活动在于都县隆重举行，各地劳模、专家来此传经送宝，必将助力于都服装产业发展升级。近年来，于都县委、县政府把纺织服装定位为首位产业，提出打造千亿级纺织服装产业集群的目标，县总工会围绕该目标开展了纺织服装技能大赛和创业明星评选等形式多样的活动，助推全县纺织服装产业发展。下一步于都县还将加强劳动模范和优秀职工的培养和选树，打造一支知识型、技能型、创新型劳动大军，推动于都纺织服装产业高质量、跨越式发展。

孙黎明表示，全国纺织劳模先进人物走进江西于都事迹报告会作为“情系红色苏区、助力服装产业”系列活动的开篇，意义重大。孙黎明从工会工作角度提出三点要求，一是要时刻牢记为职工服务的工作准则，立足实际、筑牢基石，为纺织服装职工建立一个幸福之家；二是要整合各类资源，结合实际，助力职工实现自我提升，用精湛技能成就梦想；三是挖掘典型，示范引领，用劳模精神铸就时尚于都。

陈文明代表江西省总工会向大会召开表示祝贺，他说，“情系红色苏区、助力服装产业”系列活动在江西于都举行，对推动江西纺织服装产业高质量、跨越式发展具有重要意义。要精准把握新时代工会工作新特点，创造性地开展工作，增强工会组织的凝聚力、动员力和引领力。各级工会要把职工培训工作摆到重要位置，提高职工技术技能素质。着力解决职工群众最关心、最直接、最现实的利益问题，用真诚的服务打通工会与职工群众的“最后一公里”，把工会建设成为值得信赖的职工之家。

弘扬精神，纺织集群受益大

杨纪朝在讲话中表示，一直以来，中国纺织工业联合会对于都县纺织服装产业的发展都高度重视，将于都县定为“全国纺织产业转移示范区”。今年3月，于都又被中国纺织工业联合会命名为“中国品牌服装制造名城”，这也充分体现了中纺联对于都县纺织服装产业的重视和支持。此次“情系红色苏区、助力服装产业”系列活动在江西于都举行，也是进一步落实中国纺织工业联合会提出的发挥纺织劳模榜样作用，弘扬劳模精神、工匠精神，推进纺织行业“软实力”建设，促进纺织工业高质量发展的具体行动。

杨纪朝强调，要坚定信念，大力弘扬劳模精神，一是要把弘扬劳模精神与夯实行业新定位相结合；二是要把弘扬劳模精神与构建和谐劳动关系相结合；三是要把弘扬劳模精神与推动企业提质增效相结合；四是要把弘扬劳模精神与讲好纺织劳模故事相结合。

同时，他提出，要务本求实，大力推动纺织行业高质量发展，一是人才为基，

夯实人才厚度；二是创新为核，力促科技发展；三是平台为先，协同资源链条；四是品牌为标，准确把握定位。他希望广大代表珍惜学习机会，传承长征精神，在实现纺织强国梦的“新长征”路上奋力奔跑，开拓创新，以优异的成绩迎接新中国成立70周年。

杨冬旭在讲话中对于都县立足自身优势，大力发展纺织服装产业取得的成就给予了充分肯定。他说，在于都县开展“情系红色苏区、助力服装产业”系列活动，具有多重意义。一是有利于促进革命老区早日打赢脱贫攻坚战，实现共同富裕目标；二是有利于弘扬劳模精神，发挥劳模作用，努力营造尊重知识、尊重劳动、尊重创造的社会氛围；三是有利于帮助企业解决生产技术难题，提高企业工会履职能力，促进于都纺织服装产业集群健康发展。

纺织服装产业集群在全国纺织服装产业中具有举足轻重的地位，抓好产业集群工会工作是中国财贸轻纺烟草工会的重要工作之一。杨冬旭要求以高度的政治责任感和勇于担当的创新精神，进一步把产业集群工会工作做好，为推动老区人民脱贫致富，同步迈进小康社会做出新贡献。

分享成长经历，生产现场亮绝活

会上，全国纺织劳动模范、上海璞利服饰有限公司雍飞以“小裁缝，大梦想”，全国纺织劳动模范、新郎希努尔集团公司刘剑以“脚踏实地去做事，用心造就卓越品质”，全国纺织劳动模范、山东仙霞服饰有限公司温翠颖以“做服装行业的匠士，在平凡中塑造不凡”，全国五一劳动奖章获得者、江西服装学院教授郭晓强以“坚守匠心做好衣，不忘初心育匠人”为主题做了事迹报告。

他们用朴实无华的语言同与会代表分享了自己的成长故事，畅谈了对人生价值的感悟和对工匠精神的理解。他们都是企业中的普通劳动者，但他们对工作坚韧不拔百折不挠的毅力和精益求精的精神，成就了他们的事业，打造了精彩的人生，获得了职工的赞誉。与会代表们全神贯注地听讲，不时还做着笔记，身边的榜样让每一位听众都深受教育和鼓舞。

事迹报告会后，雍飞、郭晓强、刘剑、温翠颖等分别到赢家服饰公司和翡德公司与企业技术人员展开了生产现场技术交流活动，他们将多年工作实践中总结的技术方法和操作要领等与于都县服装企业技术人员进行了深度交流，受到了企业的热烈欢迎。

会议期间，杨纪朝参观了赢家服饰有限公司的智能化生产车间，赢家服饰是近年从广东迁移到于都县的，带动了于都服装产业链的发展。杨纪朝对公司先进的智能化生产给予了高度评价。



会议肯定了新闻宣传工作对纺织服装行业发展的助推作用，并提出了进一步的要求。



打造思想先锋， 纺织企业宣传干部汇聚于都

新时期，全国纺织行业应认真学习习近平总书记系列重要讲话和党的十九大精神，围绕企业中心工作，通过企业内部的报纸、杂志、网站、微信公众号等各种宣传媒介方式，用思想文化凝聚职工队伍，使思想文化宣传工作更好地服务于企业发展大局。

4月18~20日，2019年全国纺织企业宣传教育报刊（网站）暨《东方企业文化》特约记者工作会在江西省赣州市于都县举行。本次会议由中国纺织工业联合会指导，中国纺织职工思想政治工作研究会、《东方企业文化》杂志社主办，中共于都县委、于都县人民政府承办。

中国纺织职工思想政治工作研究会秘书长、《东方企业文化》杂志社社长姜国华，中国纺织职工思想政治工作研究会副秘书长郑国峰，中共于都县委宣传部副部长陈桂华，山东省纺织职工思想政治工作研究会副会长滕惠珍，陕西省纺织职工思想政治工作研究会会长侯代会、副会长兼秘书长张晓文，天津纺织集团（控股）有限公司党办主任许翔，江苏省常州市纺织行业工会副会长周丽华，黑龙江省纺织行业协会综合部部长王晓华等领导，以及来自全国16个省市区80余位行业主管机构、科研院所领导和纺织服装企业党委、工会等相关单位负责同志出席会议。

重视宣传，为产业发展摇旗呐喊

陈桂华在致辞中说，纺织服装产业是国家支柱产业，行业宣传工作对内可以统一思想、鼓舞士气，对外可以树立良好形象，做好宣传工作是新闻工作者的责任，此次会议对探讨新时期新闻报道工作具有现实意义。纺织服装产业是于都县首位产业，县政府重视宣传工作，通过积极推进融媒体变革，提高了于都的知名度。他希望各地纺织企业宣传人员多为于都献计献策，努力推出高品质、具有时代感的作品，为于都纺织服装产业发展摇旗呐喊。

为进一步推动纺织企业思想文化建设，促进企业新闻宣传干部业务提升，本次会议期间，中纺政研会特邀全国总工会所属中工网新闻负责人、东方国际集团新闻中心副主任刘才源和对企业新闻摄影有着多年研究的姚建平进行专题授课讲座，重点从“如何做好企业宣传之我见”、“通过媒体融合全面推进企业新闻宣传工作”、“新闻照片中需要注意的角度和问题”等层面和与会代表进行了新闻业务交流和分享。

中工网新闻负责人重点从新闻专业角度，围绕哪些是企业新闻、如何做好企业宣传、如何写好企业新闻、如何宣传好企业典型、如何讲好中国故事五个维度，讲述了新闻写作的方法和技术。

刘才源重点从媒体融合全面推进企业新闻宣传工作角度，结合工作实践详

细阐述了新媒体时代企业新闻报道工作，运用新技术、新方法、新模式，加快媒体融合发展步伐，实现企业宣传效果的最优化，提出新闻宣传工作要突出精细化管理。

姚建平以一张张精选的行业和企业图片，详细讲解了新闻照片拍摄中需要注意的角度和问题。让新闻照片说话，让新闻照片成为企业宣传工作中的重要媒介，企业新闻照片是珍贵的历史资料和档案资料，有着特殊的价值。

步步紧抓，深化党建宣传工作

姜国华在会上总结了去年以来中纺政研会宣传理事会的工作情况。近年来，围绕全行业中心任务，中纺政研会各项工作突出“坚定文化自信，进一步弘扬劳模、工匠精神，提升行业软实力”工作主线，认真学习习近平总书记系列重要讲话和党的十九大精神，围绕企业中心工作，通过企业内部的报纸、杂志、网站、互联网平台、微信公众号等各种宣传媒介方式，宣传企业发展的成绩和亮点，报道企业开展的特色活动，用思想文化凝聚职工队伍，使思想文化宣传工作很好地服务于企业发展大局。特别是在推动企业文化建设、先进典型人物宣传等方面着重发力，营造了很好的舆论氛围，为企业改革和行业发展提供了有力的舆论支持和精神力量。

姜国华还向参会代表介绍了中纺政研会2019年在全行业开展的重点工作：一是要继续推进纺织行业企业党建工作，重点总结推广一批不同所有制企业（单位）党建工作的先进典型和工作经验；二是在全行业开展“弘扬工匠精神、劳模精神”为主题的工匠劳模事迹报告会活动；三是全行业开展“学邓建军小组、建创新型班组”活动，推进全行业创新型班组建设的相互交流；四是全行业继续推进纺织诚信文化建设和企业和谐劳动关系工作；五是全行业开展高技能人才薪酬待遇调研活动；六是总结、选树一批全国纺织行业先进典型；七是推进纺织文化建设，组织开展纺织艺术展和纺织博物馆文化交流活动；八是支持省市地方政研会和企业开展具有特色的班组建设及迎接建国70周年活动。

会上，东方国际（集团）有限公司等4家企业被授予“2018年度全国纺织企业新闻宣传工作成绩突出单位”；丁洁等8名同志被授予“2018年度优秀特约记者”；12名企业新闻工作者被聘为《东方企业文化》杂志特约记者。

送教到集群，行业专家开讲堂

“送教到基层”是全国总工会落实干部教育培训工作会议精神和《2016—2020年全国工会干部教育培训规划》的一项实际举措，目的是着眼树立“落实到基层、落实靠基层”的鲜明导向，重点开展基层工会干部急需的理论和业务培训。近年来，全国总工会组织了多场培训班，在于都县的送教到基层授课活动是2019年的开场第一讲。

4月19~20日，以“情系红色苏区、助力服装产业”为主题的“送教到基层暨服装产业集群高质量发展大讲堂”活动在于都县举行。本次活动由中国纺织工业联合会指导，中国财贸轻纺烟草工会、中国纺织职工思想政治工作研究会联合主办，江西省总工会、赣州市总工会支持，中共于都县委、于都县人民政府共同承办。

中国财贸轻纺烟草工会副主席杨冬旭、纺织工作部部长王晓旌，中国纺织职工思想政治工作研究会秘书长姜国华，于都县委常委何新平，中国纺织工业联合会产业部副主任、产业经济研究院副院长刘欣，浙江理工大学博士朱伟明，江西服装学院副教授陈龙，石家庄常山纺织集团有限责任公司工会主席邵光毅等多位特邀专家，以及于都县相关领导等300多人参加活动。

何新平在致辞中全面介绍了于都县近年来的发展情况，着重介绍了于都特色服装产业的发展情况。他说，于都是百万人口之县，是千年人文之乡，是万里长征之源。近年来，于都县根据《国务院关于支持赣南等原中央苏区振兴发展的若干意见》有序承接产业转移的要求，根据自身优势，把纺织服装确立为县首位产业，举全县之力完善产业平台和配套。现于都县纺织服装企业达2000余家，从事纺织服装产业的人数超过30万人，截至目前，全县规模以上企业达65户，全产业产值超400亿元。于都县的定位准确，近期目标是力争到2021年将纺织服装产业培育成“千亿级产业”。何新平还介绍了于都招商引资的优惠政策，他希望能有更多的企业到于都投资兴业，共赢发展。

明晰局势、创新发展，专家为于都纺织引路

在大讲堂专家授课阶段，刘欣首先作“我国纺织行业经济运行形势及服装产业集群发展情况”的专题授课，她说，2019年外部形势更趋复杂，内部也面临更多挑战，预计行业发展继续稳中趋缓。

对于集群发展，刘欣表示，纺织产业集群呈现出科技创新加强、区域品牌提升、两化融合进入新阶段、公共服务平台建设体现新水平等特点，但也面临创新能力不强、人才短缺、品牌意识待提升、社会责任意识待加强等问题。未来要在建设科技创新型集群、时尚型集群、环境绿色型集群、联动发展型集群、和谐共进普惠型集群上下功夫。

朱伟明在会上作了“互联网背景下时尚商业模式创新与重构”的专家授课，从时尚产业新时代的背景、新时代时尚特征、新消费主义、跨界顾客感知价值、互联网时尚产业、定制品牌市场格局等多个维度介绍了互联网背景下时尚产业的商业创新模式。

他认为，新时代时尚产业的创新要建立在口碑、共享经济、社交网络、跨界、大数据、趣味消费等基础上，明确顾客在哪里、流量在哪里、生意就在哪里，做产品，更要做产品背后的情怀、使命、美好愿景，解决消费痛点和难点。



专家授课为于都纺织服装产业发展再添动力。

陈龙在会上作了“服装设计中的面料创新应用”授课讲座，从面料改造、面料加法设计、面料的功能性、环保性、面料色彩等多个角度阐述了在服装设计中的面料创新实践应用。他认为，随着服装消费的升级，面料已经成为创新主体，越来越多设计师开始把目光转向面料创造上。他提出要创新的理念，在面料触感、图案处理、纱线、光泽上有所创新。

现场交流，教学与实践相结合

“送教到基层”活动期间，邵光毅专程到于都县服装企业生产现场，为于都县服装企业工会干部、企业部门负责同志进行了“做实做细企业工会工作的实践与思考”的专题授课，与于都县服装企业代表们分享了他几十年扎根企业，围绕企业中心任务做实做细工会工作的方法、经验和体会。

4月20日，服装IE授课专家翟连强还为于都县服装企业进行了“纺织服装企业IE提升服装生产力技术指导”专题授课，采取在服装生产现场边授课、边辅导的“教学+”辅导模式，详尽的授课、细致的辅导，受到了于都县纺织服装企业的好评。

于都县服装企业代表聆听了多位纺织专家的授课后，纷纷表示收获很大。利德服饰、欧迪针织的企业负责人表示，能听到这样高水平的讲课机会难得，作为企业要了解行业整体形势、行业发展新趋势，要学习技术和管理，这样的讲课对企业来说是及时雨，大家受益匪浅，增强了对未来发展的信心，也一定能促进企业的发展。TA



“中国轻纺城经营户素质提升工程”是“三服务”工作的创优创强，切实帮助纺城经营户扎实专业知识，使他们获得感满满。

打造现代化新型市场 从提升经营户素质起航

本刊记者 邬莹颖 文/摄

目前，中国轻纺城正处于转型进化的上升期，“中国轻纺城经营户素质提升工程”从经营户自身素质的提升入手，抓住了转型的关键所在，必将由内而外竞相迸发企业创新活力和发展潜力，有效助推“开放、时尚、智慧、高端”的现代化新型市场建设。

4月17日晚，由中国轻纺城建设管理委员会、柯桥区教育体育局主办，柯桥区社区学院承办的“中国轻纺城经营户素质提升工程”迎来了第23期开班，来自中国轻纺城近800名经营户将参加为期半个月的学习。本期培训开设了基本技能、专业技能和语言技能三大类课程，主要从市场营销、电子商务、外贸单证、染整技术及各类小语种等方面进行培训，所有培训经费由政府承担。

十二年磨一剑 不忘初心再出发

2008年，全球金融危机爆发，祸及中国轻纺城。柯桥区迎难而上，努力寻求突破口，中国轻纺城建设管理委员会率先在市场经营户中推出“中国轻纺城经营户素质提升工程”，凡在中国轻纺城工作的人，包括境外来柯桥经商的人员，有志学习、能遵守纪律的，均可免费参加培训。

12年来，该项目从未间断，不忘初心越办越好，已免费培训经

营户2万余人，深受经营户好评，被称为“及时雨”，先后被评为“浙江省成教品牌项目”、“浙江省终身学习品牌项目”、“全国终身学习品牌项目”，为中国轻纺城提升发展做出巨大贡献。

为积极响应《中国轻纺城转型升级行动方案（2018-2020）》的有关要求，更加扎实有效地推进培训工程，2019年在原有一年两期的基础上，扩展为“季季有培训”，专业性更强，涉及面更广。据柯桥区社区学院教育部主任张宏泰介绍，本期培训开设了12个班，预设800个名额早已提前完成，创历届人数之最，且都是经营户以及各行业纺织人自发踊跃报名。“此次通过网络报名，很快就报满了名额，还有一些经营户没来得及报上名，开班当天还特地赶到学校进行现场报名。”张宏泰说。

记者看到，每个教室都被学员们坐得满满当当，大家都聚精会神地盯着多媒体屏幕听老师讲解课程。报了计算机基础班的毛敏是当天第一个到校的学员，她告诉记者，自己是第一次参加素质提升工程的课程，所以早早地来学校熟悉环境。“我自己就是经营门市

的，平时工作中感觉需要学习的环节还有很多。素质提升工程的课程设置很多，我这次选择了自己最感兴趣的计算机，希望能通过自我提升，紧跟纺织新时代步伐。”

以“三服务”为导向 由管理向服务转型

今年以来，浙江省委部署开展“服务企业、服务群众、服务基层”活动，柯桥区积极响应，实事求是、狠抓落实。中国轻纺城建设管理委员会相关负责人表示，我们不仅是市场的管理者，更是服务者。“中国轻纺城经营户素质提升工程”是“三服务”工作的创优创强，无论是对市场经营户的创新发

展，还是中国轻纺城的可持续发展，都有着长远的现实意义。“逆水行舟用力撑，一篙松劲退千寻”。随着纺织行业转型升级的深入推进，整个行业竞争日趋激烈，对具有创新能力、会多国语言、业务技能强的专业人才需求更加强烈，只有不断提升，才能立于不败之地。据了解，培训班所设置的课程，如“织物分析”、“外贸单证”、“商务英语”、“外贸韩语”、“电子商务”、“市场营销”等都是通过市场调研确定的，从经营户的痛点、难点出发，紧跟时代需求。

徐光远是第二次接受素质提升的课程培训，这次他选择了会计课。“我是跑业务的，现在的市场竞争也要求业务员全面发展，所以这次特地过来给自己充电。‘中国轻纺城经营户素质提升工程’为像我一样想提升进步的人提供便利，希望能持续开展，下一次我将选择‘外贸韩语’。”徐光远说道。

经营户之声

“中国轻纺城经营户素质提升工程”培训工作始终坚持实际、实用、实效的宗旨，再加上采用的是免费培训，吸引了越来越多的经营户积极报名参加培训，培训工作长盛不衰，自2008年启动以来，从未间断过。通过培训，广大经营户进一步提升了经营理念，掌握了贸易经营的知识能力，促进了他们的创业创新。

出镜人：董玲玲

培训班级：市场营销班

门市地址：南区市场美帆纺织

作为素质提升工程的“老学员”，董玲玲已经坚持读了好几期课程，包括织物分析、电子商务等，她打算把每个科目的课程都读遍。她表示，尽管平时很忙，但还是会尽量挤出时间给自己“充电”，而且老师们上课都非常认真，课后有问题请教时，也都能耐心地讲解。

虽然已经开设门市6年，且平时主要负责门市的营销工作，但董玲玲这次仍然报了市场营销班。“现在市场竞争激烈，还是需要从专业的角度努力提升自己，这也是我每年坚持参加素质提升工程的原因。这个项目对于我们市场经营户来说，真正做到了为我们所需，解我们所急。”

出镜人：崔潇云

培训班级：会计基础班

门市地址：联合市场纤纺纺织

几年前，崔潇云的朋友通过素质提升工程的市场营销课程，收获了几笔生意。这次听说这个项目又开课了，崔潇云就和朋友一起报了会计基础班。“我平时主要负责门市的销售和财务工作，但对成本估算这方面并没有专业了解过，希望通过政府提供的免费平台，得到系统的专业学习。”

据悉，每个班级都会创建一个班级微信群或QQ群。“因为大家都是做纺织生意的，有很多共同话题，一些人还会在群里发找面料的信息，常常还能做成几单生意，一举多得。”崔潇云说。

出镜人：张庆

培训班级：印花图案分色设计班

门市地址：北联市场大庆纺织

大庆纺织主要经营各类儿童用品面料，张庆介绍，儿童用品花型更新快，周期短，需要一定的花型储备，才能立于不败之地。她认为素质提升工程的课程安排很符合经营户的实际需求。

“我之前参加过培训机构的付费课程，听课要付费、教材要付费，这次听朋友说政府提供免费培训，马上就报名参加了。线上报名时只剩最后几个名额，报名成功后我觉得自己还是很幸运的。”张庆笑着说。她也感慨政府能十二年如一日为经营户服务的坚持，“一个项目能一年一个台阶、一步一个脚印地为市场经营户服务，我作为其中一员，倍感温暖。”

出镜人：吴凯

培训班级：织物分析班

门市地址：坯布市场乐园思荷花丝织

90后吴凯刚刚开始从事纺织面料生意，对织物的具体成分、染色等专业还处于靠自己摸索的阶段。这次看到素质提升工程项目中设有织物分析班，就毫不犹豫地报名参加了。“我大学学的不是纺织相关的专业，这次能够通过素质提升工程重拾课本，重回校园，免费学习知识，真的是一个很好的学习机会。”吴凯说。

现在的客户对面料要求越来越高，尤其是服装厂对染色成分、面料成分都会深入了解。作为一家门市的负责人，对面料的专业程度有时能决定客户最终下单与否。吴凯给自己定了一个目标，无论每天有多忙，上课必须一节不落。

记者手记

“素质提升工程”凝聚纺城新合力

纵观中国轻纺城的可持续发展，在于政策引导和政府鼓励，激发了企业的创造热情；在于市场内企业互相提升创新能力的良性竞争；在于市场传递出的海量信息和行业发展趋势，为企业创新提供方向。在这个过程中，中国轻纺城建设管理委员会全面落实“服务业兴区”战略，加快推进素质提升工程全面发展，迈出转型进化的坚定步伐。

人无精神不立，国无精神不强。中国轻纺城建设管理委员会以“三服务”为导向，深入实施素质提升工程，通过外部引导和政策扶持，充分发挥经营户理念新颖、学习能力强和转型潜力大的优势，进一步激发“青年才俊”的内生动力，助推新旧动能转化落地生根。该项目12年来的坚持与创新，正在补齐市场经营户的“精神短板”，让大家的大脑转起来、心里热起来、身子动起来，学习的热情在市场中已蔚然成风。（邬莹颖）



中国轻纺城集团
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP

股票代码：600790



纺城有家
共铸梦想

欢迎关注“纺城有家”官方微信平台，您将获取柯桥中国轻纺城更多资讯。

纺织服装周刊

“铁粉”助阵 高附加值产品引围观

2019 柯桥春季纺博会 5月启幕

本刊记者_张颖 文/摄



参展商将携诸多新品亮相柯桥纺博会。

5月6~8日,2019中国绍兴柯桥国际纺织品面料博览会(春季)(以下简称“柯桥春季纺博会”)将在中国轻纺城国际会展中心盛大举行。期间,2019柯桥时尚周(春季)同步进行。两大活动强强联合,互动互动,为行业开启一场兼具时尚与创意的高质量盛会。

作为“国际化、专业化、市场化、信息化”的品牌展会,柯桥纺博会历经20余年发展壮大,影响力与日俱增,已成为企业推新品、塑品牌、赢商机、拓视野的高效平台。截至目前,已有580家企业报名参展,预订展位1546个。每届展会除了吸引大量新展商加入外,更离不开诸多“铁杆”展商的热情参与。

浙江联润进出口有限公司深耕纺织20余年,一直与柯桥纺博会相伴成长。“本次纺博会公司除了呈现传统经典产品,如特黑佐积麻、涤氨运动面料外,还将重点推出以纳米银为原料生产的永久性抗菌系列产品,

以强大的功能性和环保性引领市场。”公司董事长许志鸿表示,从纺织新材料入手研发创新,使企业更具竞争力和话语权,而纺博会是新品发布的有效阵地。

作为柯桥纺博会的老朋友,绍兴祺旗纺织品有限公司此次参展将主推近研发的功能性产品,如从大豆、牛奶中提取制成的具有吸湿、排毒、防紫外线等功效的面料。据公司董事长傅祺惠介绍,随着消费需求不断升级,近年来公司在原有涤、棉等基础性产品上,加大对高附加值产品的投入与研发。“柯桥纺博会国内外客商云集,为企业产品展示、会见新老客户提供了有利契机,每届都能收获多个订单,希望纺博会越办越好。”傅祺惠说道。

主营针织面料的绍兴穆恒纺织品有限公司,长期以来通过纺博会获取国内外有效客户资源。该公司在做精做专棉汗布、罗马布、罗纹、粗针面料的基础上,不断扩大实体生产能力,紧随时尚步伐,开发有机棉、有机涤等特色产品,以磨毛、拉毛、烫金等后处理工艺,赋予面料舒适性和时尚感。“纺博会让我更深入了解到客户需求,同时进一步扩大公司的影响力和知名度。”该公司董事长王国华表示,本次纺博会将带来2000余款产品,全景展现新一季的流行趋势。

经过多年积淀与成长,柯桥纺博会依托中国轻纺城得天独厚的产业优势,已然成为行业风向标和洞悉行业发展新趋势的专业性展会,在促进产业提升、带动品牌发展、推动绿色创新方面发挥着重要作用。2019柯桥春季纺博会,将以“引领全球纺织趋势,展现时尚科技魅力,推动产业转型升级,搭建供需贸易平台”为己任,以新尝试、新创意、新变化吸引全球流量,全力打造更有深度与价值的时代平台,为行业高质量发展添薪助力。

V2品牌2019冬季系列发布会:

汲取衣服灵魂的意式优雅

本刊记者_郭莹莹 文/摄

4月11日,中欧时尚梦工厂AGO STORE中,快门声不绝于耳,由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办,浙江天丝时尚企业管理有限公司承办的意大利V2品牌2019冬季系列发布会精彩上演,60余位本土及柯桥周边的面料、服装企业代表参加。

本次发布秀以“衣服的灵魂”为主题,通过“走秀+静态展”的形式,带来“街头”、“休闲”、“正装”3大系列,40余套服装。“V2是我四年前创立的新品牌,目前在全球有100多家分店,这次发布会的召开也是希望能够打开在中国的销售渠道。”V2品牌创始人兼设计师弗朗西斯科·维塔里表示,“V2品牌面向年轻人,通过手绘、装饰、纽扣、刺绣和各种细节,使每一件产品都独一无二。”

整个发布系列简约而又注重质感,面料上突出材质和舒适,颜色丰富多样更富含寓意,打破秋冬的沉闷,在款式上更注重服装的搭配方式,时尚自信的同时又让人惊叹艺术的独特个性。

“柯桥是一座美丽城市,现在这里有越来越浓的设计氛围。我在走访柯桥市场时发现这里的棉类面料品质突出,我将选用在我的夏季服装中。”弗朗西斯科·维塔里说。

现场除了V2品牌的走秀,还有木兰品牌及DIP品牌的产品展示。

DIP迄今已有三十多年的历史,是具有标志性和时尚感的意式皮鞋品牌。“木兰”是一个优雅的现代时尚珠宝品牌,兼具怀旧的工艺风格,其灵感来自于大自然、建筑、艺术和设计,为现代女性制作



本次发布秀以“衣服的灵魂”为主题,通过“走秀+静态展”进行展示。

别具一格的时尚珠宝。

作为中国轻纺城提升发展的一个重要组成部分,中欧时尚梦工厂是实现中欧企业零距离有效接轨的载体,一方面为柯桥的纺织企业、设计师搭建面向世界的舞台,是一条“走出去”的道路,另一方面也是柯桥向世界抛出的一枚“绣球”,为欧洲品牌、企业入驻柯桥,协同合作缔结良缘。纵观如今的柯桥,活跃的市场氛围、良好的融商环境、厚重的文化积淀,共同探索着城市的发展之路。伴随着时尚产业的发展,设计将成为柯桥的一张新名片。

469.81亿!中国轻纺城一季度交出满意答卷

本刊记者_张颖 文/摄

近日,记者从中国轻纺城建设管理委员会获悉,2019年第一季度,中国轻纺城亮出不俗成绩单:轻纺城市场群实现成交额387.47亿元,同比增长11.83%,其中面料市场成交额260亿元,同比增长16.62%,钱清原料市场成交额127.47亿元,同比增长3.17%。同时,轻纺城网上实现交易额82.34亿元,同比增长67.71%。轻纺城“线上线下”两个市场成交额达469.81亿元,柯桥纺织呈现出产销两旺的态势。

今年以来,中国轻纺城建设管理委员会积极开展“丝路柯桥·布满全球”行动,相继组织柯桥企业抱团走进韩国、巴基斯坦展、2019intertextile春夏面辅料展和深圳大浪时尚小镇。通过“海外巡展”、“走进集群”、“走进品牌”三种形式,有针对性地组织企业和市场经营户“走出去”,帮助企业挖掘多贸易潜力、开拓经营思路、明晰品牌需求和潮流趋势,进而提升中国轻纺城的知名度和影响力,推动市场产业转型升级和城市经济高质量发展。

与此同时,依托“产业+基地+市场”优势,按照“月月有会展、天天秀时尚”要求,柯桥着力举办窗帘布艺展、坯布纺织新材料展等活动,进一步深挖市场潜能,释放创新活力,有力发挥中欧时尚梦工厂国际平台作用,引入意大利创意设计力量,赋能时尚柯桥建设……通过一系列举措,加快实体市场与新业态、新模式深度融合发展。

市场成交呈现高位增长之势,不仅得益于中国轻纺城国际影响力和竞争力的持续提升,更离不开主体市场的进化升级。一季度以来,纺城启用智慧治理中心、推行网上自助平台登记,加快智慧市场建设步伐;重装开业南区市场,打造粗纺毛纺类、针织绒布类专业采购市场;创新



招商西市场国际面料采购中心,打造国际一流营商环境,为企业带来更多发展契机。

中国轻纺城市场每日人流涌动,商机无限。

围绕“开放、时尚、智慧、高端”的发展定位,下一步,柯桥还将深化“丝路柯桥·布满全球”行动,举办纺博会、时尚周、世界布商大会、亚洲纺织会议等一系列品牌化、规模化活动,全面提升中国轻纺城的产业集聚力、市场竞争力、时尚引领力和国际影响力,助力新时期“国际纺织之都”建设。

需求握手供给 采购商收获颇丰

本刊记者_张颖 文/摄



展会三日共吸引采购商20655人次,其中境外采购商500余人。

2019中国绍兴柯桥坯布纺织新材料展已成功落下帷幕。323家品牌企业携10万余款创意新品重磅来袭,全景呈现了纺织上游产业链的独特风采。作为中国首个坯布纱线及化纤专业展,本届展会已是第二届,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1.8亿元,彰显出纺织上下游需求与供给充分连接的健康态势。

值得关注的是,展会期间,或三五成群、或单刀独行的采购商自成一道的风景线。他们带着转型升级的期许、创意发展的愿景、绿色环保的使命,在展会上觅新品、观风向、寻商机,收获着属于各自的“惊喜”。

开展首日,来自厦门波尔蒂商贸有限公司的总经理林将体一早出现在展会现场。他的公司主营服装、背包、帽子等环保产品,此行的目的是寻找环保、可再生的上游合作企业,进一步从源头

优化经营品类。

在聚杰微纤展位,林将体被可循环利用的纱线、面料所吸引,详细了解了从瓶子到成品整个闭环生产过程的环保性。他认为,只有从最前端开始的环保,才是真正意义上的环保产品。“希望通过自己的身体力行,能让消费者相信,我们的产品从源头开始就是绿色无污染的,同时传达一种循环、可持续的发展理念。”林将体表示,柯桥坯布纺织新材料展为上下游企业提供了一个交流学习、精准对接的有效平台,非常荣幸在展会上结识了许多价值观相同、致力于推动从纤维到终端产品全产业链绿色化进程的优秀企业。

主营亚麻面料的绍兴绿派纺织品有限公司总经理许荷花,此次来到家门口的展会,找到了亚麻面料容易褶皱的突破口。“柯桥坯布纺织新材料展专业性强,参展商齐全、产品丰富多样,为下游客户提供了多种选择的可能。”许荷花表示,她对杜邦Sorona产品兴趣浓厚,其立挺有型的功效为解决麻面料抗皱问题提供了有效路径,合作兴趣非常大。同时,她对展会期间举办的纺织服装新材料融合创新峰会、绿色·科技·时尚主题系列活好评不断,认为为企业后续发展开拓了创新思路,启迪了新智慧。

本届展会依托柯桥纺织集聚地优势,在立足纺织源头的基础上,为解决纺织上下游信息不匹配、不对称,促进产业链联动创新提供了一个高效互动平台。展会的成功举办将进一步释放创新活力,再造市场优势,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。[A]



大唐袜业企业数字化改造升级全面开花，极大地推动了产业高质量发展。

聚焦数字经济“一号工程” 全力以赴打造“世界袜都”

本刊记者_李芳 通讯员_章幸钢



袜业是诸暨市区域最广、从业人数最多和提质升级力度最大的传统产业，也是全市传统产业践行数字经济“一号工程”的主力军。近日，浙江省绍兴市委常委、诸暨市委书记徐良平带领相关部门负责人专题调研袜业产业发展情况，在深入走访了解浙江海润精工机械有限公司、浙江东方缘针织有限公司以及浙江金旗新材料科技有限公司、泰荣针纺集团有限公司等公司情况后，徐良平充分肯定了袜业产业近年来取得的成绩。

他指出，要以更高的站位谋划袜业产业，深刻把握互联网时代、消费升级时代、健康休闲时代、产业融合时代发展趋势，不断适应新情况新变化，切实增强打造“世界袜都”的信心与决心。要坚持数字经济“一号工程”不动摇，着力在装备自动化、生产智能化、管理信息化、市场网络化、数字产业化上下功夫，真正以数字化引领袜业高质量发展。要切实突破产业链关键环节，聚焦新材料研发、智能装备和智能工厂建设、专业设计、市场拓展等重点，全面提升袜业全产业链优势，确保“大唐袜业”始终走在前列、勇立潮头。要着力发挥产业创新服务综合体作用，依托袜艺小镇平台，谋划建设产业研究中心、设计中心、装备及产品展示中心、企业大数据中心、新零售服务中心等载体，全方位服务企业创新创业。要抓紧研究政策配套，着眼于资本、人才、品牌、市场等要素精准制定相关政策，真正变“大水漫灌”为“小水滴灌”，努力为企业提供切实有效的政策支持。要紧紧抓住行政区划调整契机，加快“产城人”融合发展，不断完善基础设施和公共服务配套，全面提升区域集聚发展水平。

徐良平强调，相关镇街、部门要切实担负起把方向、定政策、促创新、抓示范、优服务、增动能的职责，结合开展“服务企业、服务群众、服务基层”活动，真正扑下身子、深入一线，切实为企业送政策、解难题，不断优化袜业产业发展环境。

大唐袜业是中国袜业发展的排头兵，在诸暨镇党委镇政府的大力支持下，袜业企业数字化改造升级全面开花，极大地推动了产业高质量发展。

装备探索不停步

袜业装备的智能化改造步伐起步早。2016年大唐袜业成为省级“机器换人分行业”试点，并成立由浙江理工大学牵头与6家袜机生产龙头企业组成的“机器换人工程服务平台”，为全行业迅速有效开展“机器换人”工作提供样板和高端设备保障。

在浙江东方缘针织有限公司，技术人员刘磊正对产自意大利的罗纳地丝袜机实施数字化改造。“这次改造内容是加装恒张力送纱器，该装置能控制纱线的张力，其张力控制范围为0.2克到100克。”刘磊告诉记者，加装了恒张力送纱器后，袜子纹路能保持得较好，而且不容易断线。

据介绍，今年，东方缘还将投入4000万元，新建一个占地15000平方米的智能工厂，引进200台全自动袜机，整个工厂只需要15个人管理，项目预计年底竣工投产。“原来的生产线是一个工人操作4到5台机器，智能工厂投产后，一个工人可以操作10台以上机器。”

东方缘副总经理黄旭兵透露，该智能化工厂分三大部分，第一个部分是机联网，第二个部分是物联网，第三个部分是ERP（企业资源计划系统）。通过机联网、物联网与ERP的有机结合，实现数据化的管理。

一台全自动智能袜机要实现多个功能，进口袜机需要三根针，而海润精工全自动“织翻缝检”智能一体袜机只需要一根，大大降低了企业成本；在浙江秀欣科技有限公司智能车间控制中心，只需要输入订单数据，就能实现生产、定型、包装、入库等一系列工序，这一系列操作只需一条生产线即可完成，有效提高了产品流转。

记者从诸暨市经信局了解到，截至目前，大唐袜业“机器换人”重点装备研发生产及推广应用初步取得成效，智能织缝翻检一体袜机、全自动智能袜子包装机、缝头翻袜一体机均已形成批量生产，海润精工成为首个研发成功智能一体机的袜业企业；沈唐机器人公司研发成功自动化包装机，秀欣科技研发MES制造系统取得重大突破，从完成8条生产线改造实效看，员工减少67%、单机产量稳定提高14%、每台袜机效益增加1250元，改造费用当年可回收，走出了普通袜、电商袜批量化生产效能改造新路径，实现了互联网动态管理系统和自动化智能操作的实时动态协同管控。

此外，华海、永新开发应用机联网项目，情怡生产车间智能制造优化、华诗秀数字化袜机改造、卡拉美拉开发应用BI商务智能系统等，都体现了袜业企业的创新意识和对数字化改造提升的探索精神。

“生产云中心”上线

除了要在生产环节实现自动化和智能化，袜业企业还要在产品研发销售上实现精准化。

近日，在大唐袜业大数据中心，工作人员正在对上线不久的“生产云中心”平台进行优化升级。在这个数字化平台上，大唐数千家袜企在全球各地的销售占比、流行色彩和袜子材质排序的实时变化，甚至各地消费者脚型特点都能一一呈现。

“依托这个数字化平台，我们把袜业的生产端、销售端与设计端全部打通。”大唐袜业大数据中心工作人员楼银燕告诉记者，三端之间的供求信息在这里全部可以得到共享，让袜企能够精准研发，精准投放市场。

据了解，目前诸暨市袜业共有278家企业上云，占全部规模以上企业数的87.1%，浙江袜业、英其尔、亿衡等重点企业加快向数字化转型，浙江袜业应用互联网+供应链协同系统列入了两化融合省级示范项目，华海能源管理与循环利用系统改造也取得了较好成效。

记者从大唐镇政府了解到，今年大唐镇将建成一批智能化工厂和数字化生产线，完善创博龙智袜业省级工业互联网平台建设，争取企业上云突破1000家，袜业新产品产值增长20%，利润增长7%。

加快构筑产业市场新格局

大唐镇是全球最大的袜子生产基地，是中国针织原料重要生产基地和针织原料交易中心，拥有中国针织工业协会授予的“中国针织原料生产基地”和“中国针织原料市场”两块国字号招牌。目前，大唐镇及周边镇街共有针织原料生产（加工）企业1700多家，拥有大型生产设备300多台套，年产量约120万吨，产品种类主要有氨纶、锦纶、涤纶、丙纶、包覆纱、橡胶等。

记者了解到，近日位于大唐镇的中国针织原料市场即将开业。诸暨一针

快讯 | NEWS

首次抱团赴港 诸暨袜企进军亚洲顶尖时尚展

4月27~30日，大唐袜业40余家企业参加了2019年“环球资源香港时尚展”。这是大唐袜业第一次抱团赴港参展。

“由于赴港参展准备、对接工作比较繁琐，往年都是五六家企业自主参展，不过我们在走访企业中发现，还是有不少企业希望参加这类展会以打开外贸市场。”大唐镇工业副镇长周路永介绍说，为了更好地服务企业，今年大唐镇提前与环球资源会展（上海）有限公司对接，统一在大唐镇举办招商会，并办理相关手续安排企业赴港参展。

作为亚洲顶尖时尚展，环球资源香港时尚展一直引领亚洲时尚潮流，为世界各地买家提供顶尖的时尚产品。此次展会有来自112个国家及地区11000多名业内买家进场参观。在赴展前，为有效提高企业参展效率，大唐镇邀请环球资源会展（上海）有限公司销售经理薛晓冬，为大唐的参展商开展业务培训，就采购订单获得方式、销售线索收集、企业品牌宣传、准备工作及注意事项等进行了详细介绍，并现场回答参展商提出的各类问题。

诸暨凯威针纺有限公司是首次参展，公司负责人邓益明告诉记者，之前对于准备工作没有头绪，通过培训就有了方向，主办方还组建了微信群，可以在线咨询，很方便。他说，以前多是通过贸易公司间接开展外贸业务，希望通过这类展会能直接获取更多买家的信息，增加利润空间和扩大市场份额。（章幸钢）



一线供应链管理有限公司的到来，将让这个传统市场实现数字化转身。

据悉，中国针织原料市场将建设“一网、二平台、三中心”体系，即中国针织原料交易信息网，功能新型材料展示平台、跨境电商交易平台，针织原料价格指数发布中心、O2O互动体验购物中心、云数据仓储管理中心；围绕打造总部经济，架构线上交易、线下体验销售模式，凝聚大唐镇针织原料市场优势，吸引国内外针织原料品牌加盟，计划依托“中国针织原料市场”，由点带面在全国纺织产业集群布点开设打造中国针织原料连锁超市，拓宽销售渠道。预计到今年年底，市场招商入驻率达到50%，实现成交额5亿元，原料连锁超市销售额1亿元。到2021年底，市场招商入驻率达到100%，实现成交额20亿元，原料连锁超市销售额10亿元，仓储物流配送中心总成交额2.5亿元。

“线下市场启动数字化脑筋的同时，大唐袜业的线上销售也有了新的布局。”大唐镇副镇长周路永介绍，一个定位为“找服务找袜业网，找袜子找袜业网”的独立门户网站——大唐中国袜业网正在如火如荼建设中，该网站已于2017年取得网上交易牌照。

在自身的袜业网品牌效益形成之前，诸暨正在借力知名平台，力推大唐袜业区域品牌。大唐袜业已与敦煌网、阿里巴巴实现合作，敦煌网设中国大唐袜业特色馆，现已有60余家大唐袜业企业入驻，阿里巴巴设大唐袜业特色馆，将原本各自为阵的零散袜企集聚，以区域品牌效应带动区域企业发展。（TA）



会议现场。

搭建平台，共谋可持续发展

2019年全国色织布行业年会举办

本刊记者 陶红 文 / 摄

2019年全国色织布行业年会重点研讨交流了色织布产业绿色制造、智能制造路径，色织布新技术新工艺新产品的创新与应用，新型染色关键技术、新型后整理技术的研发与应用等相关内容。

4月19日，以“绿色智造 创新发展”为主题的2019年全国色织布行业年会在山东省新泰市召开。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，山东省新泰市副书记、市长赵书刚，中国染料协会秘书长康宝祥，山东省纺织服装行业协会副会长陈升，山东康平纳集团有限公司董事长陈队范、总经理刘琳，中国棉纺织行业协会色织布专业委员会主任、鲁泰纺织股份有限公司党委书记、董事长、总经理刘子斌，以及各协办单位、支持单位代表共计180余人出席了此次会议。

本次会议由中国棉纺织行业协会主办，色织布专业委员会承办，中国贸促会新泰市委员会、山东省新泰市新汶街道办事处协办，山东省纺织服装行业协会、山东康平纳集团有限公司、江苏南通市通州区先锋街道办事处、立信染整机械（深圳）有限公司、江苏宜兴市军达浆料科技有限公司、江苏常州宏大科技（集团）支持。

赵书刚在致辞中表示，纺织产业作为新泰的传统优势产业，经过多年的持续培育取得了长足发展，潜力优势突出。此外，新泰市“一个重点项目、一个最优流程、一人专业代办、限期交证书”的工作模式，含金量高的“人才十条”、“一事一议”的综合扶持政策等良好的营商环境，使繁荣发展纺织产业具备了一流的外部条件。

陈队范在致辞中表示，康平纳立足行业需求和企业发展实际，规划在纺织服装产业密集区建设50个智能染色共享工厂。目前，山东、新疆、江苏等地智能染色工厂正在建设。此外，公司在积极推进区域性智能染色共享工厂建设步伐的同时，加快转变共享工厂服务型制造新理念，推进企业服务型制造新进程。

高端视角，前瞻趋势走向

刘子斌介绍了色织布行业总体情况、色织布专业委员会的主要工作以及未来工作计划。下一年度，色织布专业委员会将重点完成以下工作：组织开展2019/2020年度色织布新产品推荐活动；继续做好对色织企业的调研工作；继续组织色织企业参加中国纺织工业联合会与中国棉纺织行业协会所组织的排名活动；关注色织布行业发展动态，及时掌握政策、市场等相关信息，提高行业竞争力和抗风险能力，促进色织行业可持续发展。

陈升表示，近年来，山东纺织服装产业以新旧动能转换为统领，以供给侧结构性改革为主线，以实施增品种、提品质、创品牌“三品”战略为重点，以践行科技化、时尚化、绿色化“三化”产业新定位为抓手，积极打好稳增长调结构主动仗，科技纺织时尚新动能加快形成，高质量发展成效初步显现。本次年会不仅对推动我国色织产业高质量发展具有十分重要的理论意义，对山东纺织服装产业的结构调整、新旧动能转换也具有十分重要的现实意义。

李陵申作题为“纺织工业发展与科技创新”的主题报告，从我国纺织工业发

展现状、智能制造引领行业变革、军民融合促高质量发展、行业未来科技创新愿景四个方面介绍了我国纺织工业的发展及科技创新。

李陵申指出，中国纺织服装产业在满足世界消费需求、促进全球产业发展方面做出了积极贡献，对世界纺织服装产业体系的平稳运行具有重要作用。2018年我国纺织行业主要经济运行指标均实现正增长；棉纺织行业作为纺织工业的基础性行业，为我国纺织服装行业的可持续发展提供了有力保障；纤维材料新技术实现重大突破，纺织产品加工技术有新提升，产业用纺织品的快速发展扩大了纺织外延。未来，我国纺织科技发展战略目标主要是高端化、高科技化、多元化、生态化，并探索更多的未知领域。

技术交流，共谋智能发展

在专题报告环节，中国贸促会新泰市委员会会长赵永作“国家新型智能化纺织产业示范区情况介绍”，介绍了示范区属地概况、产业现状、发展优势、招商方向。山东康平纳集团有限公司副总经理鹿庆福作题为“智能染色共享工厂促进色织布行业高质量发展”的专题报告，介绍了集团发展现状、智能染色共享工厂相关情况、主要做法和取得的成效、未来规划。

随后，立信染整机械（深圳）有限公司营业主任周文新作题为“高乐色织物松式水洗及丝光介绍”的专题报告；江南大学教授范雪荣作题为“高品质纯棉色织物的环保上浆”的专题报告；江苏联发织有限公司主管蒋龙宇作题为“浅谈色织企业智能制造的应用”的专题报告；乌斯特技术（苏州）有限公司纺织技术工程师许培培作题为“乌斯特智能采购”的专题报告；常州宏大科技（集团）董事长兼总经理顾仁作题为“人工智能技术助力色织行业高质量发展”的专题报告。

搭建平台，促进资源共享

会上，中国棉纺织行业协会色织布专业委员会授予山东康平纳集团有限公司“智能化筒子染染色杰出贡献单位”。

为加强纺织服装产业协同发展，色织布产业集群、试点集群可持续发展，打造行业转型升级、新旧动能转换的创新服务平台和资源整合平台，中国棉纺织行业协会、山东省新泰市新汶街道办事处、江苏省常州市武进区湖塘镇人民政府、山东康平纳集团有限公司签署了关于色织布产业可持续发展的战略合作框架协议。

会议结束后，与会代表参观了北京同益中年产4060吨超高分子量聚乙烯纤维产业化项目、山东平阴纺织有限公司、新泰市华美毛纺织有限公司、新泰康平纳年产20万吨筒子纱智能染色工厂。TA

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



纺织服装周刊

打通产业链， “纺织黄埔军校”助力协同共赢

本刊记者 徐昉昉

在前四期得到行业热情响应的基础上，2019年全国纺织复合人才培养工程第五期高级培训班（以下简称“纺织高训班”）于4月20日在北京服装学院开班。纺织高训班由中国化学纤维工业协会、中国纺织工程学会、中国纺织工业联合会科技发展部、中国棉纺织行业协会、纺织人才交流培训中心、北京服装学院共同主办，针对目前纺织行业人才需求，以为行业培养复合人才为目标，邀请纺织行业知名教授、专家进行授课。

中国纺织工业联合会副会长、中国化学纤维工业协会会长端小平，中国纺织工程学会常务副理事长伏广伟，北京服装学院副院长詹炳宏，中国纺织工业联合会科技发展部副主任王玉萍，中国棉纺织行业协会秘书长李杰，中国纺织工程学会科技发展处处长高惠芳，北京服装学院材料科学与工程学院党委书记杨卫红、院长王锐等领导嘉宾与学员参加了高训班开学典礼。开学典礼由中国化学纤维工业协会市场推广部主任靳高岭主持。

助力学员全面了解行业

五年来，纺织高训班从纺织供应链的角度出发，贯通化纤、纺织、染整等全产业链的知识要点及发展前沿，已培养了超过200名学员，成为汇聚具有不同专业背景的纺织行业中、高级管理人才的俱乐部，为纺织产业链企业提供了良好的资源整合平台，为纺织行业的高质量发展注入了更多的活力与创意，被誉为“纺织黄埔军校”。

詹炳宏为开班仪式致欢迎辞并简要介绍了北京服装学院的发展历程。今年恰逢北服建校60周年，经过60年的发展，北服已成为涵盖从材料、产品到商业营销的完整产业链的综合性院校。目前，北服拥有“服装引领，艺工融合”特色的办学优势，近十几年为国家多项重大项目提供了帮助与支持。他希望高训班的学员在北服愉快学习，广交朋友，收获满满。

伏广伟在致辞中指出，回顾过去30年的发展，一



第五期纺织高训班学员与行业领导、专家合影。

直都是卖方市场发挥作用，其最显著的特征是“线性发展模式”，受益于此发展模式，纺织工业取得了一定成绩，但是在2008年金融危机之后，一切悄然发生了变化，给企业发展造成了一定的困境。目前，纺织工业的发展已经到了需要彻底转变的阶段，这其中企业的科技创新、技术改造、产品开发等，都需要系统的解决方案，协会在对接协同、创新推动、科技发展、制定标准等方面做了大量工作。面对技术的突飞猛进、市场的变化莫测，需要正确引导、把握行业发展方向，形成科学的市场化发展模式，把企业做大做强。而参加纺织高训班的巨大收获，恰恰与企业的使命相契合。在这里，学员不仅可以将自己的知识结构进行回炉与修复，还可以对自己的企业进行思考，包括产品与市场。同时，在产业链合作、协同发展越来越重要的今天，学员之间的交流更能催生出产业技术创新、高附加值的解决方案。

作为高训班的创办人，端小平在致辞时说，只有较为全面地了解行业才能有效推动创新发展。他对学员提出了四点建议：“一是与老师加强交流，纺织高训班的老师来自全国纺织类著名院校，他们的学识与研究远远超过他们在课堂上教授的知识；二是学员之间加强交流，纺织高训班的学员都是在同一水平线上的，在各自的企业都有一定的自主权，彼此间的交流会促成很多合作；三是加强产业链之间的交流，纺织高训班的学员都是来自于化纤、纺织、染整、机械等产业链相关领域，这些领域的交流有助于将产品做到极致；四是与国内外同行加强交流，往期纺织高训班组织学员到日本、中国台湾等国家和地区进行了交流，

今年我们将组织学员到德国等国家进行交流学习，相信他们的研发体系会对我们企业研发体系的建立大有裨益。”

高训班“朋友圈”愈加广泛

每年纺织高训班的学员都来自五湖四海，大家相聚一起，共同学习，一起成长。值得一提的是，今年更是新增了来自新疆的学员，扩大了纺织高训班的“朋友圈”。

第五期纺织高训班共有41名学员，开班仪式结束后，北京服装学院材料科学与工程学院副教授周静宜为大家讲授《纺织纤维导论》，对纺织纤维的分类、结构、性能、纤维性能与后道使用的关系进行了梳理。

北京服装学院材料科学与工程学院院长王锐以《成纤高聚物的合成及结构性能》为题，详细讲解了成纤聚合物的概念、分类、特征、命名，通用成纤聚合物的合成原理、工艺、性能特点、应用等内容。

北京服装学院材料科学与工程学院教授张秀芹为学员讲授了溶液纺丝纤维成形原理及后加工工艺、熔法纺丝及后加工工艺，以及两种纺丝技术的区别等知识。

学员们对老师们的专业讲解反响热烈，一些学员在课间就实际工作中遇到的问题和老师进行了交流。此外，学员们还举行了轻松活泼的内部交流会，就各公司主营业务、特色产品、所从事的工作内容等进行了热烈交流。大家纷纷表示，在此收获的不仅是纺织产业链的知识要点，还结识了一群志同道合的朋友，认识了多位拥有丰富研发经验的高校教师。大家都非常期待以后每月一次的相聚和学习，希望能共同进步。

在接下来的大半年内，学员们还将系统学习纺织产业链的相关知识及前沿技术，并深入国内外纺织高校、生产企业、产品研发基地等实地参观学习。

开班首日，纺织高训班还组织学员观看了2019北服时装周——国际时尚院校优秀设计作品展演及闭幕式。TA



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，
听 行业精英箴言，
观 流行趋势分析
查 企业动态百科

关注《纺织服装周刊》微信，
你就是行业大咖！



纺织服装周刊

洞见 2019 SIUF 深圳内衣展—— 被新型纤维改写的内衣时尚

本刊记者 徐长杰



当下，伴随着中国女性审美的嬗变，中国内衣文化也得到了前所未有的解放。内衣早已不是女性的遮羞衣，而是成为了展现女性自信与美的重要载体。

4月19~21日，2019中国内衣文化周暨SIUF中国（深圳）国际品牌内衣展在深圳会展中心举行。文化周立足行业发展趋势，以“生”为主题，意在探索中国内衣的“生命之道”、“生存之道”、“长青之道”。

记者了解到，本届展会覆盖五大展馆，展览面积达到73000平方米，5大展馆汇聚近900个品牌，包括文胸、男士/女士内裤、大内衣、家居服、面辅料、机械设备以及设计等相关整个产业链各节点，将国内外内衣行业产品与市场大势以丰富的静态展示、高品质论坛及盛大秀场的方式完美呈现。

深圳是我国改革开放前沿，是创新之城、设计之城、时尚之都。近年来，在深圳市委、市政府的领导下，通过发展创意设计、培育时尚品牌、打造特色园区，培育了一大批服装知名品牌，纺织服装产业保持了平稳健康发展的良好态势。

伴随广东服装、内衣产业成长起来的“中国内衣文化周暨中国（深圳）国际品牌内衣展”也不断创新发展，成为以文化为引领，以产业为支撑，以市场为导向的开放性、专业性和综合性高端时尚盛会，成为引领时尚潮流、展示内衣新品、发现设计人才、培育自主品牌、扩大产品销售、助推产业发展的重要平台，为促进广东乃至全国纺织服装产业转型升级发挥了重要作用。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇评价说，中国内衣文化周一直以来紧紧贴近时代的节奏，同时通过把握时代趋势、行业动向，整合诸多热点话题，以不同的方式、角度和主题，为中国内衣企业的持续发展注入生生不息的原动力，不断孵化行业隐形冠军和新型领军企业。举办中国内衣文化周，能够及时跟踪、掌握、引导行业潮流趋势，督促企业推进产品升级、企业转型、业态创新，聚力产业链、价值链、创新链的高端前沿。

高勇说，弘扬中国内衣文化，对于纺织强国建设具有十分重要的意义，既是纺织行业为繁荣社会主义文化所做的贡献，也是纺织行业不断满足人民美好生活新期待的重要途径。在新经济下，行业承担着美化人民生活、带动相关产业、拉动内需增长、建设生态文明、增强文化自信、促进社会和谐的重要作用，希望中国内衣文化周继续深入打造促进自主品牌建设的良好平台，为我国纺织服装业的发展贡献更大的力量。

作为内衣行业一年一度的专业盛典，SIUF早已成为了内衣行业发展的风向标，在这里，不仅可以看到上下游最前沿的发展趋势，更能捕捉到未来市场的需求所在。近年来，无论是流行趋势、渠道打造还是创新理念上，SIUF始终引领风向，而在本届展会上《纺织服装周刊》记者则发现，虽然近年来内衣行业在新材料的运用上动作频频，但今年更是有排山倒海之势。

众所周知，内衣虽小却“五脏俱全”，指的是内衣虽小，但其制作工艺却是服装领域中工艺最为复杂、要求最高的产品类

别之一。由于内衣是最贴近皮肤，且与女性的健康密切相关的产品，所以无论材质还是工艺，都有着严格的标准和极高的技术含量。由于工艺的趋同，近年来，内衣企业纷纷向原材料方面寻找差异化，以期获得更大市场份额与空间。

石墨烯得益于在行业内的大力推广，已成为近年来最火的新材料之一。2018年，济南圣泉集团股份有限公司就携圣泉内暖亮相SIUF。如今，内暖烯孔模杯，已成为生物基石墨烯在内衣行业的创新应用典范。据悉，这款新品针对传统海绵模杯刺激皮肤、透气性差、压迫乳房等痛点，为内衣生产企业提供了全新的选择。其独具体温远红外的优异功能，有效促进乳房微循环；还可有效抑制细菌滋生，营造无菌舒适的微环境；优异的吸湿透气性能，时刻保持干爽状态。

今年，圣泉内暖再度携手深圳国际品牌内衣展，推出了石墨烯养体美肤新纤维、内暖超导直立棉仿生模杯、柔性红外护理电热膜等黑科技系列新产品，让内衣企业在石墨烯新材料方面有了更多选择。

除了石墨烯，在今天的SIUF上，一些天然纤维产品也非常惹眼。比如宜宾惠美纤维新材料股份有限公司推出的羊绒蛋白纤维，因其富含多种氨基酸，有着滋养肌肤、防止干裂、促进新陈代谢等功能，且外观柔美元素，触感丝柔滑糯；天蓬蛋白纤维，其原料为荷叶和莲子有效物质提取物及纤维素，经特殊的纺丝工艺制成，可以抵抗紫外线，涵养水分并产生负氧离子，同时具有护肤塑身功能；本草丝麻纤维则是将丝和麻两种完全对立的纯天然材质，完美融合在一



起，孕育出亚麻的独特触感，这种纤维具有植物抑菌、亲肤护肤、清爽透气等特点；艾草纤维更是因其既具有保健、养生和药用功能，又可以释放负离子、发射红外线，具有杀菌、消毒、祛味等功能而深受关注。

特别是蚕蛹蛋白纤维，在很多展位上都能觅到它的身影。可以看出，新型纤维产品在内衣行业有着较好的应用和推广。

随着消费者健康意识的提升，健康、自然、养护内衣的前景将变得更“不可限量”，内衣行业在新材料的助推之下，无疑会扩大现有市场。当然，新型面料、智能材料等的研发与完善，在给内衣产业带来机遇的同时也会面临诸多挑战，但我们相信，消费端最终会受益于新材料，缔造出属于中国内衣行业的新时尚。

精彩活动



内衣行业“奥斯卡”奉上荣耀之夜

4月19日晚，2019“金肚兜奖——SIUF中国内衣行业年度大奖”暨凤舞华夏·心衣健康中国行走进SIUF活动落幕，以行业至高荣誉褒奖过去一年在内衣产业创新、渠道创新、产品创新等方面做出卓越贡献的企业以及内衣行业的优秀代理商和终端商，肯定他们在行业内所取得的成绩，同时也把深圳内衣区域品牌推向全国。

本届颁奖典礼现场共颁出12大奖项，此外，还对秉持高社会责任感、推动社会公益事业前进的内衣企业给予表彰。经过近10年的沉淀，“金肚兜奖”已经以行业至高权威及影响力，以中国内衣行业“奥斯卡”之名享誉业界。

时尚进化，内衣新生： 一场内衣新生力量之间的较量

4月20日，2019第七届“魅力东方·时尚盐步”中国国际内衣创意设计大赛总决赛开启。本次大赛以“进化”为主题，自2018年10月份启动以来，吸引了国内外300余所专业院校、50余所社会教培机构和众多独立设计师人才，最终28组决赛作品在现场展开了内衣新生力量之间的较量。新生代设计师结合不同维度的灵感发散，通过作品设计展现女性对极致简约、轻奢舒适的进化追求，从而获得内衣设计与商业发展的共同进化。

28组设计佳作轮番登场，酷炫的撞色拼接，华丽的装饰手法，轻巧的运动风格，不同的设计灵感在舞台上交互碰撞。



居家斗艳： 提升居家服饰设计水平

4月20日，由深圳市凯迪实业发展有限公司旗下品牌新世家独家冠名的2019第七届“魅力东方·新世家”中国国际居家服饰原创设计大赛总决赛落下帷幕。

主题“穿梭SHUTTLE”寓意年轻人热爱行走而不愿停留的生活态度，希望选手通过对主题展开不同层面的创意想象，以简约而不简单的设计理念带来随意洒脱的着装体验，使人轻轻松松游走于万事万物之中。聚光灯下，裙角撩拨，衣带飘飞，20组设计作品承载着选手们的设计梦在舞台上尽情绽放。这些设计作品都饱含了年轻人关于居家服饰设计潮流的时尚见解，也体现了当下年轻人对于本届设计大赛主题的独特解读。

值得一提的是，本届大赛首次推出魅力东方大赛与新世家品牌联名款居家服饰并在决赛现场惊喜发布，打造大赛IP时尚衍生品，推动居家设计力量与原创大赛IP结合，实现大赛的商业化运作。



创新赋能·智造未来： 探智慧之路破局产业转型

4月20日，中国内衣峰会——中国内衣产业智能制造发展论坛重磅开讲，邀得多位重量级嘉宾到场演讲。

其中，工信部消费品司纺织处处长曹庭瑞在致辞中以党的十九大提出建设网络强国、数字中国、智慧社会的发展战略精神，明确了智能制造在国家战略层面的重要性，并充分肯定了论坛对行业的推动作用。此外，中国服装协会副秘书长、中国服装智能制造技术创新战略联盟副主任杜岩冰及多位领先企业高管针对服装行业智能制造发展、内衣企业智能制造转型与实操、智能化工厂与数字化变革、内衣智能制造MES系统应用与研究、工业4.0中的智能裁剪应用与发展等等，提出独特看法与高效建议，现场观众收获满满。



耀目超模大赛，接轨国际顶级平台

4月21日，第六季SIUF国际超模大赛总决赛耀目开秀，由曾为维多利亚的秘密、Armani和Chanel等世界顶级品牌策划并举办过近千场活动和全球顶级时尚导演Rene Celestin，伦敦奥运会开/闭幕式总导演、第87届奥斯卡颁奖典礼总导演、iHeart电台音乐颁奖典礼总导演、曾执导十多届维多利亚的秘密年度大秀的全球著名导演Hamish Hamilton，以及中国著名制片人、导演张纪中组成超级评委团，以国际一线大秀的标准甄选40名新生代超模新星。历届SIUF国际超模回归总决赛舞台，与本季新生选手组成的百名超模轮番登场，光影交错间迈动时尚的步伐，用优雅的身姿诠释美丽与健康的时尚追求。

大赛将国内顶级超模力量与国际顶级平台直接接轨，成为国内备受瞩目且具备超高商业价值的一流超模大赛，为国内品牌与超模进军国际舞台提供便利，亦为中西时尚力量的融合提供助力。[1]



苏州龙杰公司在创新思想的引领下积极构建全新的产品结构。



2018 中国纺织工业联合会产品开发贡献奖获奖企业回访 (二)

苏州龙杰：创新创造大不同

本刊记者_李芳 文/摄

近年来，差别化纤维受到市场广泛关注。苏州龙杰特种纤维股份有限公司致力“打造国内一流的差别化特种纤维龙头”，以“创新创造大不同”的经营理念，着眼于差别化纤维的研发生产与销售，坚持走“差别化生产”和“精细化管理”的道路。

革新思想，三大创新模式带动企业发展

4月10日，2018年度中国纺织工业联合会产品开发贡献奖获奖企业回访调研组来到苏州龙杰特种纤维股份有限公司展开回访调研。在苏州龙杰的工厂里，有一句标语随处可见，那就是“创新创造大不同”。该公司董事长席文杰表示，这是龙杰公司的企业文化，从2003年创立开始就一以贯之。

创新，意味着打破常规，也敢于否定自我；创造，立足于在生产要素上做文章，原材料改性，设备的改进，做别人没做过的。席文杰表示，只有在创新思想的引领下，才能创造不同的产品，构建不同的产品结构。

席文杰举例说，公司的仿皮革系列在业内起步较早，当时市场上还没有类似产品，如今已经发展到了第五代。“跟市场上的仿皮革系列相比，我们的成本更低、性能更优。”

苏州龙杰公司总经理助理邹凯东告诉记者，公司建立了一套鼓励科研创新、提高研发设计人员主动性和创造性的激励机制。通过实施合理化建议，表扬、鼓励先进的措施，鼓励员工尤其是研发人员发挥自身能动性，进行技术创新、项目攻关，开发新产品，或者提出改进工艺、提高效率的有效方案，并相应给予奖励。

“这些举措极大地鼓舞了广大员工的工作热情，使他们以企业主人翁的姿态投入到工作中，积极开动脑筋，充分发挥主观能动性，为企业的技改增效、节能降耗、新产品研发等献计献策。”邹凯东表示，这些创新激励举措已连续实施多年，提供创新性可行建议的员工都能得到奖励。因此，公司有很多新产品的储备及技术储备，一旦市场有需求，即可投入生产。

记者了解到，苏州龙杰拥有多个分厂，160多人的研发团队，根据不同的客户需求研发不同的产品。依托不断创新的技术研发，培养了一批忠实的客户，促使企业领先于行业。

在营销模式上，苏州龙杰启动了定制化的服务模式。据了解，苏州龙杰通过与国内外优秀上下游客户合作，开展新产品设计及开发工作，使公司成为产业链中重要的一环，共同攻关新品开发过程中遇到的难题，共享新品研发成果红利。目前已与中石化、江苏恒力、美国杜邦等国内外知名原料供应企业建立良好的合作关系，通过参与杜邦新品SORONA纤维的开发推广，结识了优衣库、劲霸、安踏等国内外知名服装企业，并成为多家服装企业指定的上游原料供应商。

在创新思想引领之下，目前苏州龙杰已拥有仿鹿皮纤维系列、仿皮革纤维系列、PTT纤维系列等核心特色产品，涵盖FDY、DTY、POY等产品工艺类别、上百个品种和规格，差别化产品受到市场的广泛认可。至今，苏州龙杰公司共获得各类授权专利68项，其中国家发明专利11项、实用新型专利57项，并有16件新产品获得江苏省高新技术产品证书。

此外，苏州龙杰公司参与了4项国家标准的修订，主持参与了10项行业标准的制、修订，其中作为第一起草人主持制订了《海岛涤纶牵伸丝》、《三维卷曲涤纶牵伸丝》等4项行业标准。

“差异化的关键就是每年都要进行思路的革新。”席文杰强调，只有思想不断创新，企业发展的路才会越走越宽。

绿色环保，三大产品抢占市场先机

近几年，绿色环保已成为全球关注的一大主题。席文杰表示，绿色发展是国家“十三五”时期“五大发展理念”之一，随着国家环保标准日益严格，纤维生产环节和上下游印染环节排污量限制，排污成本升高将直接拉动绿色纤维供给。

苏州龙杰公司以此为契机，通过深入市场调研，联合优秀前道聚合物生产企业、后道纺织印染企业以及相关科研院所组成攻关团队，研发生产出了符合市场需求的新产品。

一是低减量易染仿鹿皮纤维（海岛丝）系列。据介绍，低减量易染仿鹿皮纤维系列产品通过加入龙杰公司自主研发的共聚酯母粒，上色率可提高近12%，大大提高了后处理的生产效率，染液的浓度也有所降低，减少了染料的加入量和污水的排放量，更加环保。

二是生物基聚酯（PTT）记忆纤维系列。生物基聚酯记忆纤维系列产品使用的PTT原料是由杜邦公司生产的，其所含PDO成分是从玉米中提炼出来的，因此，减少了对石油产品的依赖度，且通过与杜邦公司合作研发，成功提高了纺丝的速度、提升了产品的品质，同时，还研发出了多种像PTT弹性复合纤维之类的功能性纤维，更加亲和人体，进一步拓展了其应用领域。

三是母粒着色纤维系列。母粒着色纤维系列产品是通过注色机将色母粒与常规聚合物按比例充分混合后进行共混纺丝，制得的纤维与常规化学纤维相比无需后道染色处理，后道整理成本可降低40%~60%，废水排放量也将大大减少。

今年1月份，苏州龙杰成功上市。席文杰坦言，即便现在公司上市了，也不做不熟悉的事情，相信自己脚下有黄金，不盲从、不跟从，日积月累，深耕专业领域。记者了解到，苏州龙杰近期计划投资5亿元建设绿色复合纤维生产车间和高性能特种纤维研发中心，继续在差别化纤维研发之路上不断创新、探索。TA

2018 中国纺织工业联合会产品开发贡献奖获奖企业回访 (三)

建共享工厂，康平纳致力服务型制造

本刊记者_陶红/文 张峰/摄

创业唯艰，创新更难。已经走过20年的山东康平纳集团有限公司始终坚持依托品牌优势，充分利用自身开发研制新设备的优势，应用纺织新技术、新工艺自主开发新产品，不断推陈出新，以全新的品牌形象和卓越的产品品质位居行业之首。

4月10日，2018年度中国纺织工业联合会产品开发贡献奖获奖企业回访调研组来到获奖企业——山东康平纳集团有限公司展开回访调研。

康平纳自2002年起致力于纺织染整工艺及装备研究、开发及产业化孵化，2008年被列入“中国毛纺、毛针织行业竞争力10强”，其主导产品筒子纱数字化自动染色成套技术与装备荣获“2014年国家科学技术进步奖一等奖”，并以该项技术成果为依托，建成筒子纱智能染色工厂，被列入国家首批智能制造试点示范项目、《中国制造2025》2017年度重大标志性项目、山东省新旧动能转换重点项目等，荣获2018年中国工业大奖等奖项。

目前，康平纳拥有国家省部级创新平台10个；完成国家及省部级科研项目80余项，荣获国家省部级科技进步奖11项，其中国家科技进步一等奖1项；拥有发明专利31项，参与主持制定国家、行业、企业标准30项，其中国家标准3项、行业标准7项。

以精细化管理，提高产品品质

作为自动化染整工艺及装备的行业引领者，康平纳是集毛纺、智能染整装备研究与制造、智能染色服务于一体的综合性企业。公司成立以来，一直以“振兴民族工业、建设纺织强国”为己任，秉承“追求卓越，共同发展”的企业精神，致力于高档毛粗纺面料开发与生产，立足以技术开发生产高端产品赢得市场，全力打造时尚毛纺面料设计与生产基地，为国内外品牌服装提供高档毛纺面料，引领行业流行趋势潮流。

“面料染整工艺是康平纳领先的核心技术。整理深加工工艺与智能染色技术相结合，经过50多道物理、化学、生物酶等绿色环保染色整理工序，研制出轻薄纯羊绒面料、超薄半精纺休闲面料、轻薄双面毛丝面料等高端系列产品，以及独具匠心的提花系列、风格独特的花式线系列、时尚雅致的羊驼毛系列产品。在色彩、花型、品质方面都赋予了面料新的生命力，焕发出了传统毛纺产品更多的科技灵动与时尚气息，大幅提升了公司产品的附加值和科技含量。”康平纳董事长助理兼毛纺总经理陈建召介绍道。

目前，康平纳已推出20大系列、上万款面料新品种，年均开发面料新产品600多款。产品设计风格多样、花色新颖独特、品质高贵典雅、多元素组合时尚快捷，吸引了众多国内外品牌服装供应商。

提升产品品质、打造国际品牌是康平纳一直以来的坚持。关于如何更好的打造品牌，陈建召表示，一是优化服务，二是加大产品开发力度，三是严格控制产品质量。

在服务方面，公司立足高端产品，服务高端客户。采取为客户提供一对一的高端设计服务、对重点客户建立战略联盟、采取差异化管理重点维护等措施，把熟悉的东西做到极致。

在产品开发方面，建立研发平台，提升创新能力；创新激励机制，提升研发人员创新积极性。公司实行“开放、流动、联合、竞争”的运行机制，对内采取技术资源共享，人、财、物共享；对外与国内大专院校、科研院所建立长期产学研合作关系，形成强有力的技术依托。

在产品品质把控方面，从原料进厂到产品流向市场，从原料到面料的100多道工序，康平纳始终坚持持续改进，不断完善每一道工序。此外，每一道工序都有专人负责、责任人、相应的标准和预防措施，将精细化管理做到极致，严格控制产品质量，不断提升产品品质。



康平纳智能染色工厂。



创“康平纳模式”，推进共享工厂建设

康平纳自2002年起致力于纺织染整工艺及装备研究、开发及产业化孵化，其主导产品筒子纱数字化自动染色成套技术与装备荣获“2014年国家科学技术进步奖一等奖”，并依托该技术成果在泰安建成了年产2万吨标准化、可复制的筒子纱智能染色共享工厂。

智能染色共享工厂通过数字化、智能化的染色工艺与装备，实现染色全流程数字化、智能化生产，提高了染色一次合格率，达到98%以上，降低了复染率，提高生产效率28%，节约用工80%以上，节能减排效果突出，与《印染行业规范条件（2017版）》规定的各项指标相比，吨纱节水70%、减少污水排放68%、综合能耗降低45%。

“公司立足行业需求和企业发展实际，充分发挥技术优势，规划在纺织服装产业密集区，以政府引导，企业为主体，市场化运作，采取多方合作模式，建设智能染色共享工厂，创‘康平纳共享模式’，搭建起行业共享智能染色平台，实现行业上下游企业共赢发展。”康平纳副总经理刘继萍说，“公司计划在全国建设50个智能染色共享工厂，全部达产后，年实现销售收入约300亿元，年实现社会节能量约88.9万吨标准煤。”

目前，山东、新疆、江苏等地智能染色工厂正在建设。山东新泰康平纳第一个标准化智能染色工厂、新疆库尔勒第一个智能染色工厂、江苏盐城第一个智能染色工厂将于5月份全面建成投产。

据介绍，新泰年产20万吨筒子纱智能染色工厂项目是“山东省印染行业‘1+7’区域性共享工厂体系建设方案”落地实施的首个智能染色园区。建成达产后，预计年实现收入70亿元，带动就业1500人，将成为全国最大的色纱生产交易基地，对推动纺织产业经济发展将做出重要贡献。

值得一提的是，康平纳在积极推进区域性智能染色共享工厂建设步伐的同时，加快转变共享工厂服务型制造新理念。打造筒子纱染色上下游联盟，形成利益共同体；建立全流程的标准化体系，在色纱需求地建设色纱旗舰店和物流配送中心，实现快速服务；建设集智能印染技术协同创新、创意设计、定制交易、远程管理、人力资源培训、市场共享等功能于一体的智能云平台，汇聚筒子纱染色生产上下游资源，实现印染行业全流程协同研发制造的创新模式。TA

生产内销双增长，行业呈现新亮点

2018 年长丝织造行业经济运行分析

中国长丝织造协会 常梦佳 黄潇瑾 / 文

2018 年，经济全球化遭遇波折，国际金融市场震荡，中美经贸摩擦给市场预期带来不利影响，经济运行稳中有变、变中有忧。尽管如此，2018 年全年，我国国内生产总值仍突破 90 万亿大关，同比增长 6.6%，实现了预期的发展目标。纺织行业在充满不确定性、不稳定性和不对称性的大变局之中，加快转入高质量发展轨道，成为了保持经济平稳运行的中坚力量。中国长丝织造产业努力适应变局，在产业转移中变革发展。

生产稳步增长

据中国长丝织造协会统计，截至 2018 年底，我国长丝织造行业织机规模达到 64 万台，其中喷水织机 58 万台，同比增长 16%。2018 年全年我国化纤长丝织造物总产量达到 508 亿米，同比增长 5.39%。产量增速低于产能增速的主要原因是产业转移过程中，部分新增设备在下半年投入生产，产能没有完全释放。

据各集群地区统计，2018 年全年盛泽、长兴、秀洲、龙湖、平望、柯桥六地化纤长丝织造物产量累计达到 279.68 亿米，同比增长 2.46%，产业集群生产增速低于全国表明产业转移趋势已初步形成。2018 年全年，新兴产业集聚地——泗阳、小海的产量分别达到 11.31 亿米和 4.67 亿米，同比分别增长 16.97% 和 18.23%，是成功实现产业承接的典范。新兴产业集聚地的陆续涌现，为全行业生产保持稳定增长提供了有力支撑。

内销拉动市场需求

出口复杂多变。2018 年频繁的中美贸易摩擦和由此带来的汇率波动，为我国纺织品出口带来一定影响。据国家统计局统计，2018 年纺织行业出口交货值同比增长 1.67%，其中长丝织造物出口交货值同比增长 16.17%，增速较 2017 年提高 4.65 个百分点，在纺织物出口中表现较好。但据各产业集群收集到的数据来看，2018 年我国主要长丝织造产业集群出口交货值较 2017 年同期减少 0.76%，表明出口环境并不友好。

据美国商务部纺织服装办公室数据显示，2018 年，美国从全球进口长丝织造物总金额同比增长 2.71%，其中家用服饰类织造物同比增长 3.68%；产业用类织造物同比增长 2.45%。中国产品在美国家用服饰类织造物的市场份额从 2017 年的 43.43% 下降到 42.62%，主要竞争对手韩国的市场份额也有所下降，从 2017 年的 19.66% 下降到 17.15%，加拿大所占市场份额有较为明显的提升。此外，中国产品在美国产业用类织造物的市场份额从 2017 年的 22.94% 增长到 2018 年的 27.36%，是美国从全球进口此类产品增长速度最快的国家。

以上分析表明，一方面美国市场对长丝织造物的需求仍保持增长；另一方面我国在家用服饰类产品方面也将面临更多的竞争对手。此外，我国长丝织造在产业用领域发展迅猛，科技创新成果显著。

内销提振市场信心。虽然市场景气指数呈下滑态势，但我国化纤长丝面料市场价格并未受到影响，反而缓慢稳步增长，内销环境优于出口。

据国家统计局数据显示，2018 年，我国社会消费品零售总额同比增长 9%，其中，城镇同比增长 8.8%，乡村同比增长 10.1%。2018 年我国居民消费价格指数同比增长 2.1%，在衣着方面，我国居民衣着消费价格同比增长 1.2%，其中城市同比增长 1.1%，农村同比增长 1.5%，农村居民衣着消费价格指数增长较快。2018 年全年实物商品网上零售额 70198 亿元，同比增长 25.4%，占社会消费品零售总额的 18.4%，比 2017 年提高 3.4 个百分点；其中，2018 年全国网上穿着类商品零售额同比增长 22%，增速高于 2017 年 1.7 个百分点，领跑网上消费。综上数据说明，我国纺织品内销市场需求旺盛，居民消费欲望不减，内销拉动明显。

2018 年全年羽绒服、商务装等高附加值面料的价格相对稳定。5~9 月，原料价格上涨，推动仿真丝面料价格一路飙升。第四季度，原料价格迅速下跌，导致仿真丝面料出现价格大跳水，其他产品价格均受原料价格影响而调整。

我国化纤长丝织造物年产量图



资料来源：中国长丝织造协会

据国家统计局统计，2018 年我国规模以上化纤织造加工业主营业务收入累计为 1103.31 亿元，同比增长 8.77%，增速较 2017 年下降 0.88 个百分点。利润总额累计为 44.65 亿元，同比增长 12.65%，增速较 2017 年下降 10.48 个百分点。数据显示，2018 年我国规模以上化纤织造加工业主营业务收入和利润总额同比均有较大增长，原因之一源于企业三费的下降。

数据显示，企业财务费用同比下降 10.44%，压力得以缓解；另外，基于旺盛的市场需求，企业订单良好，销售费用增速较 2017 年下降 2.46 个百分点；企业在员工培训、人才队伍建设方面加大投入，管理费用同比增长 12.7%，重视程度凸显。

2018 年，我国化纤织造加工业规模以上企业资产负债率为 62.29%，企业负债情况良好，与调研了解到的情况相符，调研走访的大中型企业中绝大多数贷款额极低。利润率为 4.05%，企业盈利状况保持在正常区间，调研信息显示，行业中一些优秀企业的实际利润率在 10% 左右。经过 2017 年一轮洗牌，一些规模较小、运营能力较差的企业已从竞争行列中消失。

2018 年，通过地方政府和行业协会对全行业转型升级和产业转移的积极推动，新一轮的行业洗牌已初步完成，各地供给侧改革成果显现，我国化纤织造加工业企业进入有序竞争环境，从 2018 年二季度开始，我国化纤织造加工业各项经济指标呈现平稳增长。

据国家统计局数据显示，2018 年我国规模以上化纤物染整加工业主营业务收入 250.98 亿元，同比增长 13.59%；利润总额为 14.97 亿元，同比增长 36.89%。在与日俱增的环保压力下，染整加工企业通过多次整改，除个别不符合环保规定的企业已被关停外，绝大多数的染整企业面对不减的市场需求，经常出现坯布待染排队盛况，染整企业在三费增长 12.72% 的情况下仍然获取了高额利润。

原料波动上涨。2018 年夏天，原油价格从 64.75 美元 / 桶增长到 82.95 美元 / 桶，伴随着原油、PTA 价格一路飙升，化纤长丝的价格飞速上涨。一方面，让上半年接了长期订单、囤了原料的企业暗自窃喜；另一方面，也让企业不敢再接长期订单。在这一轮原料涨势之下，长丝织造企业的利润空间不断被挤压，不得不开始上调产品价格。进入第四季度，原料价格急转直下，市场受此波动，销量下滑，企业转为观望态度，虽然造成一些库存的积压，但是在 2019 年初库存问题已基本得到解决。

四大问题值得关注

应高度重视技术装备提升。当前，我国长丝织造产业在国内国际两个市场十分活跃，使得中西部许多地区对引进和发展长丝织造产业表现出浓厚兴趣，并纷纷做好产业承接准备。但值得注意的是，无论新建项目还是老机改造，都应尽可能采用电子送经、电子卷取、凸轮开口或电子多臂开口装置以及全自动穿经机等运行成本

低、加工质量好、品种适应能力强的先进技术。

鼓励长丝织造企业与高校、机械企业等合作，积极推进行业内各项生产环节的自动化、智能化水平，加快全行业落后设备的淘汰改造步伐，积极借鉴、引进国内外最新的工艺、技术和装备，全面推进技术改造升级，助力行业高质量发展。

应高度重视绿色清洁生产。江苏、浙江等地的化纤长丝织造集群多是随着市场发展而自发产生的，由于起初缺少统一规划，企业分布比较分散，规模大小不一，基础设施不健全，这就造成了废水管控困难、管控不到位的情况。随着国家环保政策的完善和趋紧，各级政府和部门普遍加大了对环境排污的治理整顿力度，绿色生产已成为各行各业的大势所趋。

近年来我国长丝织造行业绝大多数企业的环保意识普遍得以提高，许多企业在污水处理上积极采取措施，得到了有效解决。总结江、浙等地集群的发展教训，今后化纤长丝织造工业新建项目建设之前，应制定系统的工业园区规划，鼓励企业自建污水处理和中水回用系统以及落实园区集中污水处理与中水回用设施的建设。

应高度重视园区管理科学化。长丝织造产业是我国的优势产业，其发展潜力大、增长速度快、产品应用广泛、市场需求量大、创新空间广阔。鼓励长丝织造企业转移的同时，新兴产业集聚区应先做好工业园区规划，统筹安排，通过规划要实现化纤长丝织造上下游产业链配套建设、协同发展的目标。应高度重视园区管理科学化、协作化，充分发挥产业集聚效果。新建园区应在原有园区管理成果基础上，创造更优质的条件，协助企业实现高质量发展。

应高度重视专业人才培养。虽然，劳动力成本正在以每年 8%~10% 的速度增长，但招工难的问题依然存在。当前企业用工难的问题已不仅仅局限在操作工人“老龄化”，产品设计师、工程技术人才、专业管理人员等高级技术人才亦出现短缺。众所周知，纺织产业正面临着向智能化升级的关键时期，改革、创新都需要人与机器的充分合作，高级技术人才是推动行业持续发展的必要条件。应高度重视高级纺织人才的培养和队伍建设，为长丝织造产业发展提供真正的智慧源动力。

行业发展呈现新亮点

产业转移成果初现。2017 年下半年起，长丝织造企业面对环保的压力，着手考虑产业转移事宜。湖北、安徽、江西等地，以及东南亚，都是企业转移的主要目的地。合理的规划是承接产业转移的重中之重，科学配套上下游产业链，对中水回用和污水处理等问题做出长远的规划，引领产业可持续发展。如前所述，新兴产业集聚区产量大幅提升，产业转移成果初现。

在《泗阳县纺织产业规划（2017—2020 年）》的指导下，江苏省泗阳县抓住产业转移的机遇，大力发展化纤长丝织造产业，其喷水织机已由 2016 年的 0.7 万台，增加到 2018 年的 1.8 万台。根据签约情况，到 2019 年年底，泗阳县的喷水织机将达到 3.8 万台，集群规模初显。

另外，河南省太康县、江苏省泗阳县八集乡、湖北省黄冈市等地区也都制定了以发展化纤长丝织造为主的纺织产业规划，迎合产业发展规律、主动承接产业转移，充分发挥中西部的比较优势，应对区域竞争、优化生产布局、加快工业化进程，提升地区的经济实力和综合竞争力。

面对产业转移的来临，广大的长丝织造企业应保持高度的敏感性，居安思危，善抓机遇。一方面应积极寻找成本洼地，创造更多收益；另一方面可借产业转移之机，提升技术装备、改造工艺流程，实现产品档次的提升和生产成本的降低。产业转移既是发展的机遇，又是严峻的挑战。

智能制造提升。近年来，机器换人的热潮愈演愈烈，提升生产自动化，提高生产效率，替代传统人工，降低生产成本。与此同时，行业科技创新能力大幅提升，数字化、网络化在产业链各环节得到广泛应用。据了解，我国纺织企业生产设备数字化率达到 36.06%，数字化生产设备的联网率达到 27.74%，生产管理环节信息化普及率达到 50.49%，实现管控集成的企业比例达到 19.82%。业内专家预计，这一比例将会快速提升。

跨界融合成趋势。随着新兴技术的快速发展和应用，产业边界日益模糊，跨界融合成为新一轮产业升级趋势。长丝织造企业需把握趋势，抓紧机遇，加快产业融合，大力发展跨界产业，赢得先机。党的十九大强调，要坚定实施军民融合发展战略，形成军民融合深度发展格局，构建一体化的国家战略体系和能力。军民融合作为一项国家战略，关乎国家安全和经济发展全局。长丝织造行业产品类别丰富，产品类型符合军用装备的需求，必将在坚持贯彻军民融合国家战略，突破军用纺织品核心技术，加快军民科技协同创新等方面做出更大贡献。TA

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 M030 秋季柯桥纺博会 2019.5.6-5.8

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

传统不代表“时尚黑洞”

中国国际时装周(2019/2020 秋冬系列) 让千年文化再绽芳华

本刊记者_董笑妍

仅仅站出来倡导传统,已经太过浅表;如何用创意赋予传统“新生”,才是文化重塑的难点与关键。中国国际时装周(2019/2020 秋冬系列)打开了关于传承创新的视野天窗,从意想不到的各种角度,展现了“中国美”的无限可能。



“绽放·中国高级定制匠心艺术展”部分作品。

对于传统工艺你是如何看待的?是封存在博物馆的古董?还是难以和潮流合拍的“时尚黑洞”?其实,传统文化并不代表因循守旧,而是独具匠心的文化瑰宝,当代中国原创设计师们更是肩负将古老传统与时尚潮流相结合的使命。

从文化角度纵览中国国际时装周(2019/2020 秋冬系列)不难发现,时装周的设计底蕴是传统与潮流双轨并行的,7天时间、近百场发布会,明确提出了对传统文化的继承与创新,这已经是时装周上“现象级”的存在。

中国服装设计师协会主席张庆辉明确指出:“中国本土文化属性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。”对传统文化的态度,是中国国际时装周作为国家级时尚发布平台该有的信念与秉持。

随着时装周的开幕,一系列精彩活动首先为观众呈现了中国传统文化之重、之美。

AW19 DHUB 设计汇启幕仪式上,由十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献的“绽放·中国高级定制匠心艺术展”同期举办,共展出52件设计师经典作品及馆藏宫廷艺术精品。深度吸收传统文化的高级定制时装与精工铸造的宫廷手工艺品交相辉映,为观众生动展现了从历史到现代的文化流变,徜徉其中,其感染力与融洽氛围,让人深度认同传统文化之美。

随后举行的“北京时尚论坛——非遗活态传承与创新设计”成为了本届时装周探索传统文化的点睛之作。本次论坛邀请了包括国家文化和旅游部非遗司副司长王晨阳、中国纺织工业联合会副会长杨纪朝、中国服装设计师协会主席张庆辉、首创非遗平台负责人燕山,以及张肇达、楚艳、吴海燕、张铁成、严悦等十数位设计和非遗等领域的专家、传承人,共同探讨在国家大力推进文化自信战略的背景下,如何将传统技艺与当代设计相互交融,将传承与创新有机交织的深度话题。

7天时间里,除了数场精心策划的主题活动外,众多发布会更是将传统文化“玩”得高级。如果你认为传统设计只是在服装上绣花、将复古款改良,那你已经是位“古人”了。作为中国国际时装周的绝对主体,一场场凝聚设计师思想精华的时装秀,将彻底为你打开思路,借由设计了解中国传统文化之博大精深,了解中国设计师对于传统文化的深入思考。



“三寸盛京·张彦”系列发布作品。

以传统纹样色彩,为设计加码

传统纹样与色彩可算是对传统文化最直观的表达方式,本届时装周上这类元素同样不会缺席。“三寸盛京·张彦”系列发布上,设计师创造了一个光怪陆离的浮生幻境,蝴蝶、祥云、瑞兽等元素一一呈现,金鱼、仙鹤、松竹等元素如霓虹般渐变,轻薄面料与重工刺绣的结合,打造出中国传统文化中飘渺与奢华的双重精彩;“蓓蓓童年·冯三三”系列发布则运用了浓烈的中国色彩,在此基础上结合当下潮流时尚,充分展示了中国儿童的可爱灵动;“David Sylvia·郝为民”系列也以中国传统色彩黑、白、红为主线,各种色彩穿插其中,展示出华夏大地的四季之美……



GU品牌发布作品。

让服装设计展现传统习俗

传统习俗是中国人不可或缺的记忆,时装周上,设计师们从中国年、礼仪服饰、唐人街等角度入手,引起了观者的广泛共鸣。GU品牌以孩子的画作为创作基础,展现了孩童眼里的年味,红绸蓝边上衣,蓝底红灯笼长裙,都具有浓郁的传统特色;“古焉·贾燕”系列发布意将“礼”的人文内涵设计融入到“服”的仪态情趣之中,打造符合国情与本土生活场景的中国礼服……



“时集·屠俊”系列发布作品。

从传统建筑汲取灵感,让服装独具韵味

中国建筑之美既有飞檐斗拱,也有小桥流水,将建筑设计融入服装设计,是西方设计的主流思想之一,如今以东方建筑为蓝本的本土服装设计,未尝不可打造出独树一帜的设计流派。本届时装周上,便有一众设计师以此作为切入点,展现本土设计。“白鹿语·傅文浩”系列发布本季的灵感就来自于品牌的诞生地——中国宁波的一所民国老宅,打破传统的繁复之美,自然随性,散发出极简的独特建筑魅力;“时集·屠俊”系列发布则撷取江南越文化中粉墙黛瓦、堂前飞燕等水乡元素,融入现代时尚流行设计中,让呼之欲出的文化内涵赋予服装经久不衰的生命力……

引经据典,追溯文化源头

古籍,是考证历史的重要参数,是学习文化的最初依据,现代的启蒙教育中也不乏古典文学的踪迹,研读古籍更成为了设计师们寻找传统设计之魂的根本。“LAIPOSE CHENYU·陈宇”系列发布以出自《朱子家训》的“黎明即起,安寝为善”为主题,分为艺、文、悦、动四个系列,以中国传统文化为神、西方时尚趋势为型,让作品与情怀融合;红太羊绒发布灵感源于庄子的《逍遥游》,如意纹领披、马蹄袖、珍珠衫、胡服袖等东方元素在手钩、贴绣、钉珠等工艺的巧妙应用下,更好发挥出羊绒的包容性与可塑性;“和龙凤·朱哲灵”系列主题为“五色 五味 五音”,将中国古老的《黄帝内经》、“宫商角徵羽”等信息呈现在服装上;“盖娅传说·熊英”系列主题为“惊·梦”,源自昆曲《游园惊梦》,呈现出亦幻亦真的服饰美感……



“盖娅传说·熊英”系列发布作品。



“Maryma·马艳丽”品牌发布作品。

采风少数民族,完善中国设计

少数民族文化从来是中华文明不可或缺的组成部分,也是中国服装设计不可或缺的特色元素。本季时装周上,“穿在身上的文化·张珂嘉”系列设计来源于云南澜沧江畔的拉祜族服饰,将条纹毯、小银泡、彩织花边等元素提取出来,重新搭配出新意;“额吉牧歌”作品发布将蒙古族传统工艺与现代服饰设计相结合,揭开古老草原的神秘面纱,展现出当代草原世界动人的新颜;“Maryma·马艳丽”品牌继“云秀·千年锦绣”和“云秀·香格里拉”两场大秀后,带来“云秀·茶马古道”最新主题发布,这是马艳丽表达中国民族文化的第三部曲……



“城市之光×杭州,被色阁&凤凰阁の珍宝盒·林其番&李晓聪”发布作品。

城市之光,更是地域文化之光

即使是在今年全新推出的“城市之光”系列发布中,传统文化也闪烁着美丽的光彩。“城市之光×杭州,被色阁&凤凰阁の珍宝盒·林其番&李晓聪”系列梦回良渚,打开断壁残垣下尘封的永恒魅力;“城市之光×杭州,ILazy·李玲洁”系列汲取茶染、余杭清水丝绵技艺、彝族羊毛毡技艺等传统手工艺精髓,是这场大秀的一大看点;“城市之光×深圳,京城白雪·吴研”系列设计灵感来自于西藏的爱情故事,延续了原创的缙谱印花,带来了将传统配饰和手绘人像结合的新创意;“城市之光×深圳,世凡·张权”的设计主体就是旗袍,适体收腰表现出的柔美曲线温婉动人,领、襟、开衩等局部设计处处流露出精彩,展现出大隐于市的从容与宁静;“城市之光×厦门,闲看·林燕慈”系列柔和演绎了东方元素和西方设计,致力于将原创精神转化为独特服饰文化及当代生活美学……



时装周现场,观众们对传统文化喜闻乐见。

促商业落地,让传统生根

商业落地,也许才是对传统文化活态传承的最终出路,众多设计师谈及传统文化时,多会提到商业落地。四川师范大学教授张晓黎在谈及蜀锦的文创时,呼吁传统非遗介入当代生活需要依靠成熟的市场运作体系;中国服装设计“金顶奖”获得者张肇达正在着力探索非遗如何有效进入市场;本季发布中,中国十佳时装设计师张义超也在思考人文哲学在信息时代背景下,其深刻商业潜能的挖掘创新……

将传统文化商业落地,也一直是中国国际时装周的主要工作之一。本季时装周上,中国服装设计师协会与首创非遗创新发展平台签署了战略合作协议,标志着双方全方位合作的正式开启,为非遗保护开启创新发展的新篇章,为进一步推进非遗与当代设计的水乳交融,探索着全新路径。

纵观本届时装周,观众们从每个角度、每个细节都能汲取到传统文化的养分,欣赏传统文化之美,坚信传统文化的永恒。历届中国国际时装周也都在为树立中华民族文化自信贡献着一份强大的力量。ITZ

一场设计新锐的狂欢

2019 北服时装周在北服创新园举行

本刊记者 _ 李亚静

一批服装设计专业的毕业生即将离开校园，接受社会的考验，北服时装周对他们来说，既是检验学习成果的舞台，也是最后一次放飞自我的机会。可以说，这是一场设计新锐的狂欢。



FASHION

4月15~21日，北京服装学院创新园内，始终聚集着一众时尚达人、设计新锐、品牌企业家在此拍照、观摩、看秀、交流。这一时间段，正是北京服装学院服装艺术与工程学院2019届毕业设计暨北服时装周（以下简称“北服时装周”）进行时尚发布的重要时刻。

“美好生活 one more time”

本次时装周展示的是2015级优秀毕业生的毕设作品，涵盖了女装、男装、针织服装、运动装、传承与创新服装、戏剧与影视服装以及纤维与时尚设计实验班、服装与服饰设计实验班等的优秀作品。共举办了13场动态展演和1场静态展，汇聚了服装艺术与工程学院及国际时尚院校的2000余套设计作品，创历史之最。

时装周主题为“美好生活 one more time”，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，“美好生活 one more time”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。希望毕业生们能通过设计，不断满足人们对于健康、向上、美好的生活方式的追求。

他进一步表示，2019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，列阵于时代风潮前，对中国时尚审美进行回溯及展望，开放性阐述“美好生活”，并在对产业现实情况和未来走向进行全景扫描之后，回归创作原点，致力于带给人类“再次美好”的生活方式。

用设计传播理念和价值

从发布秀中可以看出，设计新锐们从材质、廓形、结构、工艺等各个角度进行积极探索，表达他们对时尚文化及美好生活的理解和诠释。

男装发布作品无一例外都包含着新鲜、生猛、锋利的冲击力，观众被年轻而澎湃的激情感动。值得关注的是，今年恰逢北服男装设计专业设立10周年，时装周首次将男装设计展演作为动态秀开场。

女装动态发布分上下场进行，表达了上下同心的凝聚力，闪耀两场风格各异的绮丽色泽。博洋服饰集团副总经理项江鹏表示：“我看到了跨时代的突破，作品的整体水平非常高。千禧一代接受多元的信息，他们对服装语言的表现、对面料和制作工艺的掌握，都非常成熟、丰富而完整。”

运动服装发布秀中，新锐设计师们抽取“美好生活”元素，与传统运动款型的活力气质巧妙融合，态度鲜明、个性十足。与其他专业不同，运动专业在侧重服饰剪裁和设计之外，更强调服饰与运动功能的互生关系。

针织服装发布秀以妙趣轻松的形式展开，泡泡机、小猫咪、可爱的孩子加暖调的服饰，最大化传递针织本身的温暖特质，将观众带入针织所特有的欢乐轻柔氛围。

传承与创新服装发布秀中，新一代设计师抽出不同的中国传统美学剖面，进行混合、对立或拆解，再加以重新构筑，并在其中标注了强烈的个人风格和思索。



服装与服饰设计实验班通过81套具先锋实验性质的服装设计作品，以多层艺术语言，表达了毕业生们饱满的创作欲望，以及对服饰艺术性的探索、观察和叙述。

值得关注的是，“虚拟与现实”服装设计教学成果展分为VR虚拟头盔的沉浸式交互展示、虚拟与现实结合的数字服装秀两个部分。秀场上虚拟影像与真人模特并行而立，呈现亦真亦幻之美，极具视觉震撼力。

接轨国际，从源头理解设计

时装周期间，最具故事性和观赏性的，非戏剧与影视服装发布秀莫属。整场大秀浸染着神话般的灵性，瞬间戏剧化情绪的捕捉奇幻而浪漫，奇兽符码的镌刻诡艳而神秘。部分作品在静态展中亦有呈现。美国丹佛大学合作音乐艺术家靳韬表示，这场大秀把人物、色调、故事情节贯穿其中，作品非常成熟，呈现的不仅是服饰设计，更是人物的灵魂。

此外，本届时装周还有颇多亮点。例如，本届迎来了第一届纤维与时尚设计实验班毕业生，北京服装学院服装艺术与工程学院执行院长王永进表示，纤维与时尚设计实验班在国内是首创，开设实验班的初衷，是培养全产业链设计师，让学生们不仅学会设计服装，还要学会设计面料，从源头理解设计。

从发布秀中可见，毕业生们以实验室的原材料为起点，在织布、制衣等不同阶段，添加先锋科技元素，激发行业内对不同材料和科技的进一步了解。

国际时尚院校联合发布秀是北服时装周的另一亮点，在这里，北服学子与国际时尚院校进行了很好的交流。

王永进表示，举办联合发布秀是为了更好地接轨国际时尚，从发布秀中可以看出，伦敦时尚学院注重廓形、材料，作品积极对接市场，欧洲设计师学院更加注重呈现意大利的时尚之美，polmoda将针织、梭织及其他材料进行紧密结合，而北服的学生在材料上的创新很有特点、对传统文化的理解方面也很到位。

值得一提的是，与成熟设计师们的作品相比，毕业生们的服饰设计可以用天马行空来形容。对此，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，作品要具有辨识度，而对于学生来说，他们要拥有创造力，以及个人的审美和批判力。我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，因为未来，他们可能再也没有一个机会，可以任由想象、天马行空地去做设计。”

他还提到，“我们的设计不是关起门来孤芳自赏，而是可以改变人们的生活方式，让人们的生活更有情调和品位。北服学生在这方面是非常优秀的——设计最重要的特征就是强调个人态度，复制和跟风对设计师而言毫无意义。我很高兴看到北服的学生有这样的态度，他们带着思考去设计作品，透过服装这一媒介观察和关注社会结构、未来和人类的发展等大命题。尽管并不成熟，但已经呈现出好的发展态势。” TA



纺织服装周刊

重塑产业格局 领航时尚趋势

长发商业打造新型 ODM 中心

本刊记者_王利 赵国玲 文/摄

纺织新时代，“科技、时尚、绿色”成为纺织行业新定位，时尚作为三大定位之一，是纺织行业高质量发展的“快车道”。纺织创意产业是浙江省绍兴市柯桥区“十三五”期间重点发展的“五大”产业之一，已成为柯桥经济新的增长点。站在全新的起点，柯桥纺织产业版图正在重构，以“一块布”加速推进着从世界面料集散地到全球时尚策源地的进程，发展时尚创意产业是抢占行业制高点的突破口，新业态、新模式是未来发展的主攻方向。



长发商业中心致力打造新型 ODM 中心，构筑柯桥时尚新地标。长发商业中心 / 供图

2018 年，长发商业中心携手中国时尚界设计引擎——“设界”入驻柯桥，致力于整合全行业资源、创新制造模式，从设计端驱动，真正做到大数据、设计、智造、展示、互动等一站式服务，打造柯桥首家集服饰设计研发、样衣打版、下单做货为一体的互联网+国际时尚服装创意地。长发商业中心强化趋势研究、时尚设计和品牌建设，有利于提升柯桥自主创新能力、构建时尚生态、培养消费市场，为柯桥时尚创意产业的发展树立文化自信，注入创新动能。

长发商业中心紧紧围绕成衣转型的产业需求，以服饰设计展贸为核心业态，致力打造 4 万平方米超大创意设计引擎地和时尚新地标。目前，长发商业中心向全国有志发展时尚创意产业的企业及平台抛出橄榄枝，寻找志同道合的伙伴，共同为纺织产业发展赋能。那么，长发商业中心是什么样的平台？与同类项目相比有哪些优势？对时尚柯桥建设和中国创意产业发展又有什么影响呢？



长发商业中心常务副总经理蔡满为记者介绍项目概况。

得天时：政策大力支持 时尚产业赋能

目前，柯桥区已经进入转型升级深水区，成功与否，某种程度上取决于传统纺织产业的改造提升是否成功，而发展时尚创意产业正是关键路径所在。2018 年，柯桥区政府提出“月月有会展，天天秀时尚”，并重新编制了《绍兴市柯桥区时尚创意产业发展实施意见方案（2018—2022）》，确定未来 5 年发展方向和发展任务，坚定不移推动时尚柯桥建设，接轨国际潮流中心，致力打造新时期“国际纺织之都”。

据长发商业中心常务副总经理蔡满介绍，长发商业中心的项目定位是纺织服装的商业展贸中心，建立适应互联网及新零售业态下的生态圈，以设计赋能为策源基础，整合优质智造资源，集结国内外大型网络零售平台，形成全球时尚品牌采购需求集群，创建“柯桥·长发时尚生态圈闭环”，成为柯桥的创意发源引擎、全球的时尚集采地。

长发商业中心的入驻无疑是顺势而为，与“时尚柯桥”建设及打造新时期“国际纺织之都”的定位不谋而合，得到行业及政府的大力支持，曾多次举办柯桥区政府大力支持的“天天时尚”系列活动，助力柯桥时尚创意产业腾飞。

同时，中国轻纺城是全球规模最大、经营品种最多的纺织品集散中心，拥有市场经营户 3 万多户，面料 5 万余种，市场年成交额近 2000 亿元，销售网络遍布 192 个国家和地区，日客流量 10 万人次，常驻境外专业采购商 6000 余人。全球每年有 1/4 的纺织面料在此交易，与全国近 1/2 的纺织企业建立产销关系。这为长发商业中心的长远发展提供了强大的产业基础及内生动力。

如今，柯桥形成了以原材料开发、面料研发、服装家纺设计、自有品牌培育为主的时尚体系，产业链完善，但在时尚设计、趋势引领、服装品牌培育方面仍有很大的提升空间。长发商业中心是柯桥纺织下游产业链的延伸，承接了设计、趋势、智造、新技术与应用等纺织服装产业配套环节，将与“柯桥面料”深度融合，用创意与设计为柯桥时尚产业织出一幅瑰丽的新画卷，充分彰显时尚创意赋能产业高质量发展的巨大价值。

占地利：地理位置优越 配套设施完善

占地利者事半功倍。近年来，柯桥区紧紧围绕“绍兴大城市建设的排头兵、接轨沪杭都市圈的桥头堡”的战略定位，充分发挥产业优势、区位优势、平台优势，抢抓机遇、乘势而上，对标看齐、合力奋进，大力推动区域协同创新。

长发商业中心占据柯桥产业转型升级核心区，无缝对接杭柯轨交一体化。周边有杭州地铁、绍兴地铁、高铁、柯桥客运站、杭甬高速、杭州萧山机场环绕，交通便利、位置优越。未来柯桥将实现地铁、高架、高速、高铁、机场全覆盖，轻松步入省会都市圈。

此外，该项目毗邻中纺 CBD、轻纺城坯布市场及服装市场、国际会展中心、万达广场、行政服务中心、体育中心均在三公里半径内，配套齐全。自 2018 年提出“月月有会展，天天秀时尚”以来，举办纺织类相关展会每年达十余个，时尚类活动近 60 场，云集世界各国客商，链动全球纺织产业，汇聚全球下游客源。

蔡满介绍称，项目总建筑面积约 3.8 万平方米，地上四层，一层定位是体验中心、概念店铺，可以进行店铺推广与复制，承接销售功能，比如设计师原创集合店、新零售 B+C 模式的生活馆；第二、三层是快反应打版及交易中心，涵盖了设计及样衣打版专区、版型交易中心、品牌辅料配置中心和成衣订单基地等，便于商户对外进行快速制版和样品展示销售；四层定位是以设界为主体的设计师赋能综合服务体、集采中心以及面料到服装生产过程中所涵盖的产业链的相关赋能整合平台。

在这里，直达扶梯、观光电梯、自动扶梯、中央空调、光纤、地上地下停车场等一应俱全，长发商业中心拥有完善的硬件设施、人性化的商业服务、全方位的配套功能，为后续快速健康发展保驾护航。

聚人和：设界重拳助阵 多元渠道拓展

长发商业中心致力以开放之姿整合服装设计及生产过程中所涵盖的产业链相关赋能平台。如：有设计原创能力的设计工作室及设计师平台、有研发能力的 ODM 供应链企业、优质智造集合平台、采购中心、生活馆、原创设计师集合馆等。目前，已得到诸多企业及平台的鼎力支持。5 月 7 日长发商业中心将迎来“设界”的正式开业，“集采 941”的试运行，整个四层将达到 60% 的开业率。

蔡满表示，该项目自 2018 年入驻就得到设界的强力助阵，使平台服务能力再上新台阶。设界作为“POP 全球时尚网络机构”旗下项目，在“POP 全球趋势机构”积累 13 年、在中国时尚产业最完整的大数据和最全面的供应链解决方案的支持下，开创了“共享研发”、“共享智慧”、“共享供应链”、“共享营销”、“共享数据”、“共享办公”六大共享服务模式，打造了“创意空间”、“创造空间”、“创客空间”三创空间。

设界作为中国时尚产业的“先行者”，目前已在上海、南通、常熟、杭州、广州等地成功落地运营。POP 趋势平台拥有 116 万设计师，服务 60 万服饰企业客户，覆盖全国 90% 以上的品牌。设界·柯桥将以流行趋势、大数据、产业交流等多元综合服务为基础，打通信息屏障，提高设计效率，共享联动行业信息，为行业全供应链服务赋能。

“凡是入驻项目的商户，都可以享受设界所提供的共享会员服务，在设界空间中畅享强大的数据信息和最前沿的趋势资讯，共享设界空间中的游牧办公环境，参加设界举办的各类行业专题社群活动及赋能讲座等，紧跟时代需求，提供趋势引领。”蔡满说道。

作为长发商业中心的另一大强援，“集采 941”与设界相辅相成，首创将末端品牌采购商的当季采购需求品类以实样款式集合展示的模式，借由长发生态圈内驱资源与运营团队商贸对接外推力，为集采中心品牌客户精准高效匹配后端供应链企业，低成本落实款式、面料、生产需求，落地完成设计后的销售环节。



纺织服装周刊



赢未来：构筑时尚地标 打造生态系统

长发商业中心落户柯桥集合了“天时、地利、人和”的优势，未来将与各类入驻平台及企业共筑柯桥时尚新地标，成为柯桥纺织产业转型升级不可或缺的创意引擎地，重构柯桥时尚版图，引领全国时尚趋势，辐射全球时尚产业，重塑格局、共赢未来。

“通过核心层的全球集采、面料与快反基础层加以产业配套、长发商业中心的资源整合，延伸互联网+产业，由全球集采引发需求端‘磁吸效应’，形成柯桥·长发内部循环圈，以内循环为源动力、外生态为扩展空间，形成循环经济，这就是我们要打造的‘长发生态系统’。”蔡满说道。

蔡满还透露，长发商业中心在明年上半年将达到 70% 开业率，在整体运营上将组成时尚联盟，链接行业内外优质资源，定期举办沙龙、培训等活动，通过新媒体推广及商业地产拓展到柯桥以外的其他区域，使入驻商户在长发时尚生态圈内激活生命力。目前长发商业中心还在积极寻求能够成为空间合作伙伴的新业态及新模式，集结更多产业链资源，通过内外部共同努力，实现商户入驻价值最大化。

长期以来，面料行业和服装行业唇齿相依，高品质的面料是支持优质服装生产的基础，而服装则是面料价值展现的最佳载体。柯桥作为“面料王国”，为长发商业中心更稳健、从容立足市场提供了得天独厚的资本，而长发商业中心为柯桥发展服装业、实现纺织一体化、开拓新市场、提高竞争力营造良好环境，亦为柯桥本土企业服装品牌的培育和发展提供了成长的沃土。

纺织新时代，柯桥纺织产业跃入“科技+时尚”双轮驱动高质量发展的新时期，然而，这仅仅是一个开始。未来，柯桥行走在将“纺织产业”提升成为“时尚产业”、将“东方威尼斯”建设成为“东方米兰”的终极目标奋进路上，长发商业中心将与柯桥一路同行，携手走向世界，接轨国际潮流，为浙江乃至全国传统纺织行业的转型升级树立示范和标杆。TA

引原创品牌，延纺织产业链

兰溪市经济和信息化局行业管理科_方凯 / 文

兰溪作为“中国织造名城”，纺织产业年产值达300亿元，其中休闲面料占70%，在既不是原料产地又不是市场的情况下连续十多年实现高速发展，离不开“机器换人”。兰溪拥有最先进的丰田织机，更为重要的是兰溪有一批优秀的产业工人。先进的机器容易有，集聚的产业工人却不可多得，因此，人才是兰溪纺织产业发展的支柱，有什么人才，就有什么产业，人才可以培育产业，产业同样可以带动人才。

什么是原创服装品牌

顾名思义，原创服装品牌就是设计者去创建一个新的服装品牌，也叫自主服装品牌或小众服装品牌等。它的主要特征是有设计师自己的理念，并占有一定的市场。

在很多创业者眼里，品牌就是要有品牌的“理念”，很多设计者考虑的只是“做我喜欢的”，但往往“自己喜欢”是创业者失败的最大原因。

淘宝原创服装品牌基本情况

目前，淘宝、天猫有一万多家原创服装品牌，年销售额达2000多亿元，其中棉类服装品牌占70%，约7000余家，女装占70%。年销售额500万元以上的有1000多家，年销售额2000万元以上的200多家，超亿元的也有近30家。主要分布在浙江、上海、江苏、广东、北京等经济较发达省份及中心城市。淘宝排名第一的女装店一天的销售额是700万元，年销售额超过兰溪最大的纺织企业。

淘宝原创服装品牌的主要特征包括：人才年轻化，用工人数较少。原创服装品牌主要以80后、90后年轻人为主，有一定的设计、市场推广能力，业务主要集中在设计开发、生产跟单、客服等关键领域。

紧跟流行趋势，库存少。原创服装品牌更新快、品种多、数量少，创始人经常浏览信息资料或外出考察，掌握流行色、流行款式，求得灵感自主研发。以中等品牌店为例，经常一个季节推出3~5个批次，每个批次包含十几个或几十个款式，一是为了减少库存压力，二是增强市场竞争力。

质量要求高、利润可观。原创自主品牌主要的客户人群在20~40岁之间。好的品牌店有几万甚至几十万的粉丝群，引导客户形成固定的消费习惯，可以说每个成功的原创服装品牌店都有一批铁杆粉丝。正因如此，粉丝对产品的质量要求较高，追求轻奢消费。

分布集聚，离市场近。原创服装品牌店主要集中在东南沿海及中西部几个大城市之间。一是物流成本低、速度快；二是离市场近，能及时抓住流行趋势；三是原料采购、代加工较为方便。

引进原创服装品牌，建立自主品牌产业园

引进原创服装品牌，建立自主品牌产业园对兰溪意义重大。

一是为兰溪纺织行业提供智力支持。招工难一直是兰溪纺织行业的第一大难题，设计、营销更是人才的短板。每一家原创服装品牌背后都有一个年轻、创新、拼搏的团队。成立自主品牌创业园，予以优惠政策，带动一批品牌店在兰溪自主创业，将能“沸腾”兰溪纺织行业。

二是推动兰溪纺织行业转型升级。兰溪纺织主要集中在织造环节，如何延伸产业链是政府的重要工作。引进原创服装品牌，一能带来流行趋势信息，同时引领兰溪流行面料趋势，有效缓解兰溪织布企业同质化竞争、盲目生产的现状；二能孵化服装企业，原创自主品牌没有自己的工厂，需要通过代加工的形式生产自己的服装，本地企业可以给优秀的品牌店提供风投，有效形成“织造—印染—设计—生产—销售”一条龙模式。

三是促进良好的社会效益。大城市的“虹吸效应”导致了中小城市人才外流，兰溪目前也存在“一火车出去，一卡车回来”的尴尬局面。建立原创服装品牌产业园，可以有效地引进外地有为青年，也为本地青年提供了就业创业的机遇，同时带动第三产业的发展。

让优秀的原创服装品牌有效回归

如何让优秀的原创服装品牌有效回归？兰溪市经济和信息化局也出台了相应的政策。

成立招商领导小组。一是前往阿里巴巴对接，掌握原创服装品牌的基础信息，并与阿里巴巴合作招商，成立“阿里兰溪”原创品牌基地，利用阿里巴巴的影响力把兰溪的城市和产业推广出去；二是精准招商，在江苏、广东、上海等重点地区成立招商工作小组，对规模大、集聚的进行重点招商，以点带面。

积极筹建原创服装品牌创业园。一是完善配套设施；二是在财政、税收方面给予一定的补贴，制定专项政策予以扶持。☑

春市成交震荡推升 价格微幅上涨

20190422 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20190422 期纺织品价格指数收报于106.60点，环比上涨0.03%，较年初上涨0.58%，同比上涨0.79%。



近期，中国轻纺城春市成交震荡推升，其中：原料市场价格微幅下跌，坯布市场价值量小幅下跌，服装面料市场布匹价值量小幅推升，家纺类产品成交量微幅下跌，辅料行情微势推升。

原料价格微幅下跌，涤纶环比微跌、纯棉纱行情局部回缩

据监测，本期原料价格指数收报于85.68点，环比下跌0.06%，较年初上涨0.85%，同比上涨2.45%。

聚酯原料行情震荡回缩，涤纶行情环比微跌。本期涤纶原料价格指数环比微跌。上游聚酯原料行情震荡回缩，聚酯成本面暂无利好支撑，近期华东地区PTA现货主流6500~6620元/吨，MEG主流4650~4730元/吨，聚酯切片市场报价基本稳定，江浙地区半光切片现金或三月承兑7850~7900元/吨。因上游聚酯原料行情震荡回缩，萧绍地区涤纶长丝报价基本稳定，局部环比小跌；涤丝市场交投气氛和工厂整体走货清淡；POY市场行情环比回缩，价格基本稳定，局部小跌；FDY市场行情局部回缩，厂家报价基本稳定，局部微跌，大有光丝价基本稳定，局部微跌，细旦丝价基本稳定，局部微跌。DTY产销环比回缩，报价基本稳定，局部微跌；DTY多孔丝价基本稳定，局部微跌。近期涤纶短纤价格整体维稳，局部高价货源略有优惠，江浙1.4D×38MM直纺涤纶短纤中心价在8864~8920元/吨；涤纶短纤市场缺乏信心，出货压力下价格存在一定下行压力；纯涤纱下游心态普遍谨慎，原料下行拖累市场成交气氛，部分纱企或扩大优惠让利换量，成品库存仍保持低位，纯涤纱让价空间有限，价格整体维稳，江浙地区32S纯涤纱主流价13670元/吨，50S纯涤纱主流价17400元/吨。

纯棉纱下单频率降低，人棉纱价格暂稳。近期，纯棉纱常规品种库存有所增加，出货量降低，下单频率降低。纱线期货表现不佳，因下游启动缓慢，纱线库存压力较大；OE纱、C21S以下环锭纺纱的询价、出货表现不佳，40S及以上环锭纺。紧密纺精梳和普梳纱交投较1、2月份明显走淡。涤棉纱厂家持观望态度，多数企业常规品种库存把控较为合理，可以支撑企业正常生产，但市场整体成交偏弱。粘胶短纤的价格目前仍然处于微调阶段，价格在12500~12650元/吨。粘胶市场下游的行情发展一直表现平平，没有大的利好出现。人棉纱及原料的销售始终维持低迷状态运行，因此预计下周纱价或显平稳。

坯布行情继续回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于120.11点，环比下跌0.44%，较年初上涨1.40%，同比持平。

本期坯布类价格指数呈小幅下跌走势。近期，坯布厂订单数量减弱，并处于调节季节性品种的更换期，小单、打样居多，纺织品销售速度继续放缓，坯布市场订单仍有下降，市场行情继续出现回缩现象，成交继续显现平淡走势。其中：天然纤维坯布需求环比回落，价格指数呈小幅下跌走势，纯棉纱坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比回缩；化学纤维坯布现货成交和订单发货环比回缩，价格指数呈

小幅下跌走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价值量环比回缩；混纺纤维坯布行情环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势，T/C涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价值量环比下降，拉动坯布类总体价格指数小幅下跌。

服装面料销售环比推升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于117.03点，环比上涨0.27%，较年初上涨0.21%，同比上涨0.27%。

服装面料类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城服装面料市场销售逐日推升，新风格面料价格环比上涨。其中：涤纶面料、涤棉面料、涤粘面料、锦棉面料、麻粘面料成交量不等量上涨。近期，轻纺城市场锦棉面料现货上市量环比推升，成交批次局部增加，连日销量呈一定幅度增长走势，春夏季锦棉面料现货成交和订单发货环比增加，新风格面料成交量呈一定幅度增长走势。

家纺营销环比回缩，价格指数微幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于101.97点，环比下跌0.05%，较年初下跌0.09%，同比上涨0.14%。

本期家纺类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城家纺市场销售环比回落，局部成交有所回缩。至目前，轻纺城家纺市场营销局部小跌，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；家纺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131.69点，环比上涨0.02%，较年初下跌0.60%，同比上涨0.55%。

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。衬料类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；花边类行情明显回升，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微幅上涨。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。随着夏装订单的增加和二级市场采购的增加，新款面料上市品种继续增加，创新创意产品价格呈小幅上行走势。织造企业开机率环比增长，印染企业产出环比增加，新风格产品认购踊跃度将环比增长，预计后市轻纺城在新一轮行情的推动下，总体纺织品价格指数将会呈现震荡小升走势。☑

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：0575-84785651

SCM
2019

22ND

中国（杭州）
CHINA (HANGZHOU)

International Textile and Garment Supply Chain Expo

国际纺织服装供应链博览会

6月27日-29日 杭州国际博览中心（G20峰会主场馆）
Hangzhou International Expo Center(G20 Summit Main Stadium)

面料辅料展区/流行纱线展区/服装成衣贴牌原创设计展区
 流行服饰配饰时尚袜业展区/缝制设备展区/数码印花展区
 全国免费热线:400-8627-588 网址:www.tex-scm.com



微信公众号
扫码预登记

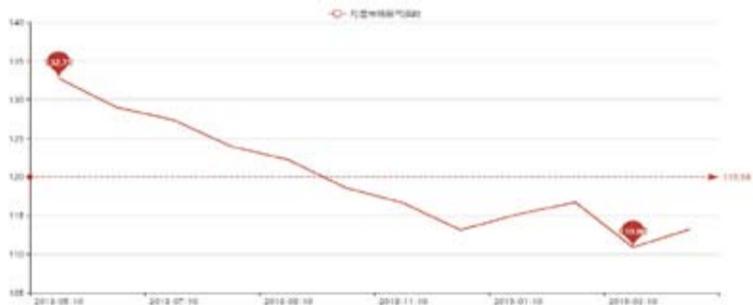
纺织服装周刊

传统旺季推动 市场景气温和上扬

2019年3月份商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”市场景气点评

据商务部中国·盛泽丝绸化纤指数（下称“盛泽指数”）监测显示，2019年3月份盛泽市场月度景气指数涨跌互现。数据显示：2019年3月份市场整体景气指数为113.23点，与2月份相比小幅上涨了2.37点。从分类产品市场景气指数来看，化纤类产品3月份市场景气指数为113.19点，较2月份小幅上升了3.46点；丝绸类产品景气指数疲弱走跌，较上月下降了2.5点，收在119.3点。

图1 盛泽月度市场景气指数走势图

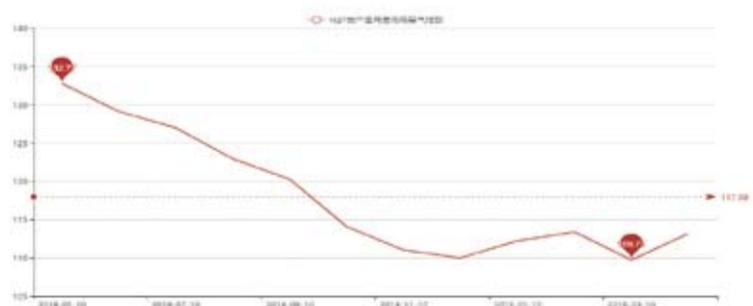


3月份市场行情正如前期预测那般，终端市场需求进一步好转，从而带动原料、面料市场的销量进一步上升。虽然整个纺织市场行情恢复并不如去年同期，但整体已经有好转迹象，市场景气度也得以上升。

影响化纤产品景气指数走势的因素分析

1. 国际油价刷新年内高位，涤丝稳步拉涨。进入3月份，受到美国原油库存意外下降、欧佩克与盟国的限产协议等使全球原油供应紧张等利好消息的提振，国际油价稳步攀升；随着市场看多情绪走高，利好堆砌，国际油价一度刷新。受到上游原料成本面刺激，月初涤丝主流厂家报价重心多有走高，下游市场追涨情绪较高；中旬期间，市场行情再度回归平淡。但至中下旬，受到成本提振、需求爆发以及市场利好带动，21日主流涤丝厂家多有补涨操作，个别厂家甚至封盘惜售，22日涨势延续；之后涤丝市场延续平稳运行。从涤纶长丝具体价格来看，3月底市场主流厂家FDY150D平均报价上涨至9700元/吨附近，相比上月底，价格大幅上涨了近600元/吨；另外月底国内市场主流厂家POY150D平均报价较上月底大幅上升了770元/吨至8995元/吨；截至3月底，国内市场主流厂家DTY150D平均报价走高至10620元/吨附近，较上月底价格上涨了420元/吨。

图2 盛泽市场化纤产品景气指数走势图



2. 面料市场陆续恢复，但成交热点品种不多。进入3月份，面料市场行情缓慢复苏，市场成交气氛好于前期，尤其是部分热销品种，出现供不应求格局，但是整体热度不如去年同期。随着下游市场陆续恢复，对面料的采购速度也好于前期，市场成交热点品种不多。以仿真丝系列为例，作为轻薄型面料的主打产品，该系列一直是上半年的热销产品，今年常规产品在市场表现中性，价格较前期有0.10元/米的上涨；部分热销品种则市场供应紧张，

如消光破卡、SPH乱麻等，厂家排队较长，在20天左右，常规产品100D雪纺和顺纤约近期热度也开始上升，后市预期较好；牛津系列在市场成交放大明显，尤其是经过涂层后，面料防水性能好，多销往海宁、常州等地，用于箱包、雨披等，部分厂家因原料价格上涨而上调报价，涨幅在0.05元/米左右。

3. 开机率逐步提升，库存有所下降。进入3月份，织造市场成交量逐步放大，厂家在工人到岗后，开工率也逐步上升，目前喷水、喷水织机开机率多集中在9成左右。至于库存方面，由于厂家多执行春节前接的订单，大多数厂家产销能够做平，部分接单情况较好的厂家更是库存极低，现盛泽地区坯布库存在34天左右，较上月下跌了2~3天左右。

影响丝绸产品景气指数走势的因素分析

1. 阳春三月春蚕上市，生丝价格回落。进入阳春三月，全国各地自南向北蚕桑农事渐忙。位于粤西北的广东省化州市春蚕率先上市，据了解，最先上市的蚕茧批量很小，只有100张左右，上市价格在每公斤36元左右。当地第一批春蚕大批量上市预计在3月27日左右，与去年相差不大。生丝方面，截至3月末，B丝（3A级生丝）190425（合同约定的交收日）报收于34.44万元/吨，190925报收于34.98万元/吨，200325合约收于35.97万元/吨。

2. 丝绸市场新增订单不多，价格上升缓慢。新茧季合约价格重心的下调，主要是基于目前市场可供丝量相对充裕，而且缫丝企业也在有意识降低开机率，叠加南方鲜茧开始上市，对行情形成一定压制。3月份江浙地区织造企业多以前订单生产为主，新增订单情况一般，需求尚可，价格受去库存影响，上升幅度缓慢，价格有望继续试探性动作，幅度将由下游订单需求和去库存化速度决定。

3. 苏州丝绸协会召开会议，推进行业发展。苏州丝绸行业协会年度工作会议（八届四次会员大会）3月22日在苏州丝绸博物馆举行。大会审议通过的协会2019年工作计划明确，2019年协会将重点做好五个方面15项工作：实施“三品战略”——持续推进新品开发、产品认证、品牌宣传；落实“三才计划”——重视培养丝绸经营管理人才、技术创新人才、研发设计人才；办好“三大展会”——2019年中国（苏州）国际丝绸精品展、全国蚕丝被大会、织锦记忆国际研讨会；提升“三个能力”——提升协会维权能力、服务能力、协调能力；助推“三个中心”——以鸿成为基础建设中国丝绸面料中心、以绣娘江南织造府为基地建设全国旗袍中心、8家认证产品企业在铜仁建立苏州丝绸认证产品展示中心。

后市预测

综合来看，3月份整个纺织市场表现可以说是冷热不均，面料市场热点产品缺失，往年行情可以用“缺货”来形容，今年则是“差强人意”。随着气温进一步上升，市场上轻薄型面料需求将会进一步放大，尤其是附加值高、竞争力强的产品，在市场仍有较大的发展空间。但是常规低端产品今年日子明显不好过，如涤塔夫、春亚纺等市场产能较大，影响市场交投气氛。预计4月份指数行情或将稳中向上，但难有大幅度的好转。至于茧丝方面，后期仍需密切关注新茧产区天气状况、需求的进展以及中美贸易问题等方面。TA

 中国绸都网

指数运营单位：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

纺织服装周刊



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：100020

电话：010-85279336 / 9610 / 9326

传真：010-85229540

邮箱：fzjjh@cntac.org.cn

网址：www.fzjjh.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

纺织服装周刊



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，竭尽全力，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 84811128 | 传真：0531-84880469、84888668

纺织服务周刊