

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

2019.06.03 | 第19期 | 总第931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



P12
智慧为传统产业赋能

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



影响改变认知
服务创造价值

《纺织服装周刊》官方网站: www.taweekly.com
新闻热线: 刘嘉 010-85872640
广告热线: 万喆 010-85872646



P16
时尚翘楚 耀闪江南

P26
纺织材料军民融合向纵深发展

有着“中国羊毛防寒服名城”称号的榆林,正在全力打造城市新名片,以期让羊毛防寒服走向全国,走向世界。

红棉国际男装周 HONGMIAN AW 2019

暨 2019 秋冬全品订货会 HONGMIAN MEN'S FASHION WEEK FW

6月11日

10:00-11:00
红棉国际男装周开幕仪式
国际设计师秀

13:30-14:15
原创品牌秀 蜗牛供应链平台

15:30-16:15
原创品牌秀 雷邦

18:00-20:30
时尚产业+互联网
国际时尚男装发展机遇高峰论坛

6月13日

13:30-14:15
原创品牌秀 泰迪斯

15:30-16:15
原创设计师品牌联合秀

6月12日

13:30-14:15
原创品牌秀 灰鲸供应链平台

15:30-16:15
原创品牌秀 逆写



6月11日
盛大来袭



微信公众号



小程序

地址:广州市环市西路
官网: www.hongmian.com
微博: weibo.com/hongmian



KAPOK INT'L FASHION CITY
红棉国际时装城

2019中国(国际)羊绒羊毛 新锐服装设计师大赛

原与自由

原,一种追溯事物初始状态的精神。

原,一种从无到有的魄力。

自由,一种自然规律范围内不受约束的行为。

自由,一种打破一切边界的魅力,
跨越边界,冲破束缚,生长灵动的姿态。

Fashion designer

01. 组织机构

指导单位:中国纺织工业联合会

主办单位:中国服装设计师协会

亚泰(国际)贸易展览集团

承办单位:《纺织服装周刊》杂志社

亚泰东方会展(北京)有限公司

02. 奖项设置

金奖 1名 50000元

银奖 1名 30000元

铜奖 1名 10000元

商业价值奖1名 5000元

工艺制作奖1名 5000元

创意理念奖1名 5000元

03. 大赛流程

作品征集:2019年5月1日——2019年6月11日(截稿日期)

专家初评:2019年6月14日

入围公示:2019年6月15日

成衣制作:2019年6月15日——2019年8月5日

(由组委会统一安排合作工厂制作完成)

总决赛暨颁奖典礼:2019年8月9日

(内蒙古自治区鄂尔多斯市东胜区)

备注:组委会将为入围决赛的15名选手每人提供2000元总决赛交通补助

04. 大赛报名表下载



扫一扫下载
大赛报名表



扫一扫下载
大赛报名表

05. 报名渠道

《纺织服装周刊》官网:<http://www.taweekly.com>

中国纺织经济信息网:<http://www.ctei.cn>

《纺织服装周刊》官方微信:fzfzzk

咨询电话:王振宇010-85872122 罗女士010-85872647

联系地址:北京市朝阳区东四环中路39号华业国际中心B座201-2室

《纺织服装周刊》杂志社 大赛组委会 收 邮编:100025

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

编委会名单

主任 王天凯

副主任 高 勇 孙瑞哲 徐文英 杨纪朝 夏令敏 陈伟康 王久新

委员（按姓氏笔画排序）

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

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

总编助理 万 晗 袁春妹

采编中心

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

美编 郭 淼
资深摄影 关云鹤

新媒体部

主任助理 李江敏
美编 李举鼎

行政管理中心

总监 郭也可(兼)

办公室

主任 黄 娜
副主任 刘 萍

财务部

主任 崔淑云
专员 张 艳

产业服务中心

总监 吕 杨
副总监 李 芳

品牌推广中心

总监 郭也可(兼)
副总监 罗欣桐
主任 王振宇

市场发展中心

总监 万 晗(兼)
副总监 章 简
媒介主管 雷 蕾
客户经理 张灼瑞

浙江运营中心

总监 赵玲玲
副总监 赵国玲
主任助理 邹莹颖
记者 王 利 张 颖

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

国之底气

近些天,华为创始人任正非接受媒体群访的报道绝对是网上热度最高的了,没有之一。

有报道称,面对美方的蛮横打压,面对此起彼伏的“断供”风波,华为公司始终表现得处变不惊、淡定从容。这不是故作姿态,因为华为有底气、有准备,通过未雨绸缪、持续不断的研发,牢牢掌握了核心技术。

“越高端,‘备胎’越充分”,华为长期打造的创新“备胎”一夜转正,赢得一片点赞。“备胎”的背后是坚持底线思维,永远保持一种忧患意识。

有网友评论,华为实力可与全球六大科技巨头抗衡!华为的业务范围十分广泛,除了智能手机、平板、笔记本电脑这些终端电子产品之外,还涵盖了宽带、局域网产品、通讯基站、服务器产品、各类芯片等方面。

正因为华为的业务范围广,因此在各个领域,华为也都有强劲的竞争对手。这些竞争对手多是世界五百强企业:苹果、三星、高通、思科、诺基亚、爱立信。在这六大巨头之间的竞争中,华为凭借自身的技术优势,也丝毫没有处在不利的地位。

和华为拥有5G技术一样,拥有自己独特的优势,同样是中国纺织工业的不懈追求。正如中国纺织工业联合会会长孙瑞哲所言,中国纺织工业转型升级新发展表现在制造智能化、渠道多元化、责任全球化三大方面。中国纺织工业将会继续围绕科技创新发力,关注新兴纤维、高端装备等基础研究,并将创新成果有效地转换到医疗卫生、安全防护、生态环保、交通环保、航天基建等其他领域。同时,中国纺织工业还将发挥时尚和文化的引领作用,加强品牌建设;以责任为导向,绿色发展,兼顾人本责任、环境责任、市场责任;此外还要整合资源,形成产业协同优势,建设世界级的先进产业集群。

日前,全球最大的纺织企业山东魏桥纺织宣布,本着强化产业升级,提高中高端产品占比,实现高质量发展的原则,魏桥纺织正在新建一座智能工厂,实现纺纱织布一体化和全流程的智能化控制。该工厂计划投资人民币约8.2亿元,预计2019年7月底安装设备,10月份投产。该工厂建设完成后,预计可年产1.5万吨高档紧密纺纱及3500万码高档面料。

国民经济是一个整体的概念,从具体构成来看,企业是构成国民经济的最基本单位。企业的发展状况如何,企业是否有活力,对于整个国民经济影响很大。可以说,一个国家国民经济的发展主要取决于千千万万个“细胞”企业的发展状况。

“落后就要挨打”、“发展才是硬道理”,这是放之四海皆准的丛林法则!中美贸易摩擦不仅让我们再一次认清了这一点,更让我们看到了中国拥有华为这样的优秀企业。而正是千千万万个这样的企业,让这个国家有足够的底气面对任何惊涛骇浪!

赵媛媛

CONTENTS

目录

6 资讯 INFOS

2018年纺织服装上市公司半数以上收益高于上年度
全新国潮品牌“龙的传人”落户常熟云裳小镇
隆庆祥:优秀的品牌终会被时代铭记
U.S.POLO ASSN.牵手马球运动支持慈善事业

10 关注 ATTENTION

三大影像寄哀思
智慧为传统产业赋能
以技术为引领,推动国际合作

22 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

酝酿升级 内外并举
注重创新研发,柯桥纺织品受追捧

26 行业 INDUSTRY

纺织材料军民融合向纵深发展
Techtextil 2019 带你走进“未来之城”

32 流行 FASHION

汇聚多方力量 展现多元视角
让时尚回归东方!

36 地方 REGION

榆林羊毛防寒服产业期待做大做强
助推上海“四大品牌”建设

39 院校 ACADEMY

驰骋梦想 笔绘衣尚

40 台湾专版 TAIWAN

废牡蛎壳变身时尚海毛纱

42 指数 INDEX

市场营销继续回缩 价格小幅下跌



8 关注 ATTENTION

乌克兰迫切希望发展纺织业

5月15日,在乌克兰首都基辅举行的中乌纺织行业座谈会上,中纺联代表团与乌克兰相关机构探讨了双方在投资、产能、贸易等方面的合作。乌克兰相关机构人员表示希望在纺织领域与中国企业展开合作,利用各自优势资源,壮大乌克兰纺织力量。



16 特别报道 SPECIAL

时尚翘楚 耀闪江南

2019江南国际时装周暨第20届中国江苏(常熟)服装服饰博览会举行

5月20~23日,2019江南国际时装周暨第20届中国江苏(常熟)服装服饰博览会在常熟国际展览中心举行。本届时装周暨服博会以“TODAY·正当时”为主题,规划了贸易、秀场、赛事、新零售、潮玩儿节5个版块内容,以时尚之名,覆盖行业产业,联动城市板块,打造了一场转型升级的全力革新。

2018 年纺织服装上市公司半数以上收益高于上年度

本刊记者 _ 郝杰

根据国家统计局、纺织服装类上市公司 2018 年年报数据相关统计资料，以及“纺织服装行业上市公司运营发展绩效综合测评体系（Asys.16 评估系统）”全面评估测评结果，记者获悉，2018 年，纺织服装行业上市公司收益盈利稳中有升，经营运行基本平稳，发展态势总体良好。

综合来看，2018 年沪深两市 166 家纺织服装类上市公司运营情况主要呈现以下几个方面特征：

一是技术、资本、品牌、市场、管理等方面优势更加明显，凸显出在纺织行业经济发展平稳运行中的中坚作用。相关统计资料显示，在全行业规上企业中，虽然沪深两市纺织服装类上市公司数量占比仅为 0.45%、资产规模占比却高达 35%。而且，从全年营收总额看，2018 年沪深两市纺织服装类上市公司约占全行业规上企业的 20%，利润占比超过了四分之一。

二是收益持续增长，获利质效和业绩增速有所下降。2018 年沪深两市纺织服装类上市公司共实现营业收入 10426.42 亿元，比上年度增长 31.41%。实现净利润 543.21 亿元，较之 2017 年（542.51 亿元）同比增长 0.13%。其中，97 家（占比 58.4%）实现净利润同比增长，最高增幅约达 3079.8%。

三是资产规模持续扩大，资本结构和偿债能力基本合理。统计资料显示，2018 年沪深两市纺织服装类上市公司净资产总额达到 71436836.72 万元，比上年增长了 9.72%；总资产规模为 154175498.57 万元，比上年增长 25.43%。总体负债比重略有上升。2018 年沪深两市 166 家纺织服装类上市公司资产负债率（均值）为 41.00%，较上年（37.41%）提高 3.52 个百分点。但负债水平仍基本处于偏低水平。

四是运行基本稳定，营运成本持续上升，现金流量情况好于上年。2018 年沪深两市纺织服装类上市公司每股经营活动产生的现金流量净额（均值）为 0.41 元，较之上年同比增长 10.81%。企业现金创收能力和现金流量指标均有不同程度上升，表明现金创收能力和现金流量质量有所提高。从纺织服装类上市公司各主要运营指标情况看，2018 年存货周转率 5.79 次，比上年降低 2.03%；应收账款周转率 12.80 次，比上年增长了 14.90%。流动资产周转率和总资产周转率大致与上年度持平。

五是研发投入大幅增长，推动产业优化升级。2018 年沪深两市纺织服装类上市公司全年研发投入总额约 168.9 亿元，比上年同比增长 35.34%。研发投入强度 4.29，比上年度提高了 34.48%。其中，研

发投入强度超过超 3% 的公司有 70 家，占比 42.17%。

六是通过增发募资、并购重组，着力推动纺织服装类上市公司资源优化配置，助力加速转型升级实现高质量发展。2018 年，沪深两市共有 21 家纺织服装类上市公司发布重组首次公告，实际完成重组数 2 家；共有 15 家完成了增发募资，占比 9.04%，较上年减少 4.82 个百分点。增发数量 642.14 万股，增发募集资金 435.59 亿元（比上年增加了 40.35%）。

另据中国纺织规划研究会俞亦政博士介绍，《2018 年度中国纺织服装行业上市公司发展报告》编撰工作现已完成。报告书重点对 2018 年度沪深两市纺织服装类上市公司运营发展情况进行了详细分析，对 2018 年度沪深两市 166 家纺织服装类上市企业运营发展进行了综合测评，公布了评估结果和市值、资产规模、营收等 12 大指标单项前三十排名。对在新三板挂牌的主营纺织服装类公司以及香港股市纺织服装类上市公司分别进行了绩效综合测评和十大指标单项前三十（或前十）排名。报告书旨在为相关企业、部门机构的科学决策和国家宏观经济管理提供具有权威性的参考依据，并为各类咨询分析师、股票投资分析者投资决策提供参考。



发布会现场。

全新国潮品牌“龙的传人”落户常熟云裳小镇

5 月 20 日，国潮品牌“龙的传人”正式落户江苏常熟云裳小镇。此举旨在体现品牌致力于宣扬中国原创美学，并成为全球时尚品牌的决心。常熟国际服装城始于 1985 年，至今已成为全国首屈一指的服饰专业市场。而作为常熟服装城联动区域的云裳小镇致力于推动常熟纺织服装转型升级，以时尚创意为导向，聚焦时尚服装设计，以广阔的全球视野整合产业资源，重构常熟服装产业。而品牌“龙的传人”则通过卓越的服装工艺与中华文化之美，致力于以中国原创潮流品牌的姿态绽放于国际。

“龙的传人”是国潮时代下的原创服装品牌，致力于融合中国历代美学积淀而成的最高审美，汇聚匠心精神与传承技艺，以当代时装演绎东方美学。品牌服饰风格融合中国风、街头国潮、运动机能及中式禅意等风格，以原创精神引领消费者置身于国潮时代之中，为当代留下东方之美的永恒印记。作为具有传承意义的中国原创服装品牌，“龙的传人”以传统面料注入中华文化及东方美学，以匠心独具的工艺精神，交织设计与工艺，展现中国文化的深厚底蕴。（吕杨）

中复神鹰西宁公司年产 2 万吨高性能碳纤维项目正式动工

日前，中复神鹰西宁公司年产 2 万吨高性能碳纤维及配套原丝项目在西宁经济技术开发区甘河工业园正式动工。

据了解，该项目总投资 50 亿元，用地约 800 亩，总体规划分两期进行，重点用于高性能碳纤维发展，其中生产原材料来源于甘河工业园区青海大美煤业下游丙烯腈项目，同时预留用地约 340 亩，用于高性能碳纤维扩能发展。一期规划分两阶段进行

建设，第一阶段从 2019 年到 2021 年，形成 6000 吨高性能碳纤维规模；第二阶段从 2020 年到 2022 年，形成 4000 吨高性能碳纤维规模。到 2025 年完成二期建设，届时将建成 8 条聚合纺丝生产线、12 条碳化生产线，达产后可年产 2 万吨高性能碳纤维及配套原丝，年可实现含税营业收入 30 亿元。同时将极大提高国产高性能碳纤维的自主保障能力。（郭春花）

恒力 2000 万吨 / 年炼化一体化项目全面投产

5 月 17 日，恒力 2000 万吨 / 年炼化一体化项目在恒力石化（大连长兴岛）产业园正式投产，标志着恒力向着全产业链布局的高质量发展迈出里程碑式一步。

恒力炼化项目是列入国务院文件的第一个重大民营炼化项目，也是新一轮东北振兴的战略项目，从破土动工到全部建成仅 19 个月，全流程开车投产仅 3 个月，全面达产仅半个月，创造了世界石油化工行业工程建设速度、全流程开车投产速度和全面达产速

度最快的行业记录，成为高质量发展的典范。

据了解，项目产出的芳烃等原料，直供 PTA 工厂，成为打通恒力全产业链关键环节，实现从“炼油—芳烃—化工—PTA、乙二醇—民用丝、工业丝、聚酯切片、工程塑料、薄膜—纺织”全产业链发展。今年，恒力炼化一体化项目产值将超 1500 亿元，利税将超 380 亿元，恒力集团总营收也将突破 6000 亿元。

（郭春花）

隆庆祥：优秀的品牌终会被时代铭记



隆庆祥品牌凭借出色的产品质量和极富魅力的品牌文化获得多项殊荣。

近日，由国家权威媒体和相关研究部门组织的第六届中国品牌影响力评价成果发布盛典和 2019 中国品牌发展高峰论坛相继于北京召开。在系列盛典活动中，隆庆祥品牌凭借出色的产品质量和极富魅力的品牌文化获得了“2019 中国品牌影响力 100 强”、“2019 中国品牌影响力十大品牌文化示范单位”、“2019 中国品牌影响力年度品牌”、“2019 中国品牌影响力十大社会责任典范企业”、“2019 中国品牌影响力（行业）十大企业”、“中国企业十大民族品牌”六项殊荣。

这六项荣誉的获得，不仅说明权威机构和消费者对隆庆祥品质的认可，同时也意味着消费者对隆庆祥品牌文化的认同。几个世纪以来，隆庆祥始终坚守祖辈“天眷雄厚”的品质观，忠于“顶级专属”的定制文化理念，传承匠心品质，不断丰富和深化品牌文化，坚持差异化发展，打造隆庆祥的品牌之路。

成立于 1995 年的隆庆祥企业，是中华老字号企业，拥有 400 多年的家族制衣历史。袁氏先祖自明清时期起，即以量身定制为毕生之追求。十几年前，隆庆祥提出了名牌战略，避开同质化竞争，定位于高档西装手工定做，主攻商务男装。隆庆祥每一件定制服饰都熔铸了匠人师傅们数十年的功力，从剪裁开始，到手工缝制，再到定型整烫需要经过 406 道工序，每一道工序都是一次全心投入的“精雕细琢”，所采用的技艺手法也是历经几代几十代匠人的口传心授，所以说每一件定制服饰都是独一无二的艺术品。隆庆祥实现了从“产品需求”到“品牌需求”，从“品位需求”再到“人文需求”的定位转变。

以传播东方文化为使命的隆庆祥，具有悠久的定制传统和醇厚的量身定制文化积淀，400 年来深耕专研，致力于传承中华民族悠久的传统文化，同时又发扬兼容并蓄的创新精神，在漫长的历史变迁和文化积淀中，逐渐形成了隆庆祥品牌文化。今天的隆庆祥兼具民族美学精髓和国际时尚元素，既突显独特的东方文化底蕴和精湛工艺，又符合全球化的时尚审美。

隆庆祥坚信，品牌的丰碑并非一日可建，品牌的梦想也非一朝即可筑成。未来，隆庆祥将继续坚守产品品质，深化和丰富品牌文化，促进隆庆祥品牌价值进一步提升，让隆庆祥品牌成为新生活美学的象征，变成人们向往或生活中不可或缺的部分。通过筑梦与圆梦，隆庆祥希望被这个时代铭记，被全世界注视。（雷蕾）

U.S.POLO ASSN. 牵手马球运动支持慈善事业

今年 5 月，U.S.POLO ASSN. 成为在意大利罗马举办的 2019 Sentebale ISPS Handa Polo Cup 的官方服饰合作伙伴，品牌为所有马球运动员定制比赛服，并为所有赛事工作人员提供运动风格的 POLO 衫。此外，U.S.POLO ASSN. 赞助比赛中的一支球队，与苏塞克斯公爵（哈里王子）的 St. Regis 队共同竞争赛事的最高荣耀。U.S. POLO ASSN. 希望通过在全球范围内支持马球运动，从而支持那些需要帮助的人。

U.S.POLO ASSN. 是美国马球协会官方品牌，其在全球通过 1100 家以上的零售终端，实现全年 17 亿美元以上的销售。

U.S.POLO ASSN. 在中国地区唯一授权运营商为常州艺彩品牌管理有限公司。常州艺彩负责 U.S.POLO ASSN. 品牌服饰在中国的市场拓展、产品研发生产以及售前售后服务。目前常州艺彩品牌管理有限公司在国内开设有 200 余家 U.S.POLO ASSN. 优质终端店铺，主要分布



U.S. POLO ASSN. 在全球范围内支持马球运动。

于北京、重庆、江苏、浙江、安徽、山东、上海等地的重要商场及主流商业综合体，并与万达集团、山东振华集团、百联集团、砂之船集团、金鹰集团等达成战略合作，相继在大连甘井子万达、上海颞桥万达、山东烟台振华总店、无锡百联奥特莱斯、南京砂之船奥莱、苏州金鹰、上海汇金百货、重庆砂之船奥莱等重要商业体开设旗舰店。（万喆）

诉白：优雅再造个性之美

近日，恋影品牌管理旗下品牌诉白新品发布会在柯桥时尚周（春季）期间精彩上演。此次新品发布会以“优雅再造”为主题，旨在倡导消费者不再随波逐流，通过优雅与个性追求的融合再造，塑造消费者个性、优雅、自然之美。

本次诉白品牌发布会共有 3 组系列进行展示，在色彩运用上，以黑、白两色为主，辅以军绿色，通过同色系不同维度的变化，引导消费者回归冷静，理性消费。在裁剪工艺上，采用不对称及 oversize 的解构手法，尤其是突出局部的立体表现，多元化传递服饰优雅、个性魅力。

作为一家专业从事服装、服饰领域设计开发的专业服务公司，恋影品牌管理专注为品牌、批发、电商、买手集合店提供服装设计供应解决方案，在男女装设计、样衣开发销售等方面，为客户进行菜单式服务。尤其是对有销售渠道无供应链能力、有销售能力无开发设计能力等不同情况的企业，都可进行设计、样衣、面辅料、订单等方面的定制服务。（赵国玲）



本次发布作品富有科技感和时尚感。

“丝路传奇—让爱发光”发布点亮国际纺都

在今年的柯桥春季纺博会上，“丝路传奇—让爱发光”高级时装发布会作为开幕大秀隆重上演。“丝路传奇”文化创意平台创始人、中国十佳时装设计师谢家齐（J. Queen）通过现代高科技纺织技术的研发与应用，将高科技光纤面料与智能电子控制技术相结合，设计并制作出款式别致新颖的高级时装，让多姿的时装富有更神奇的科技与时尚感。

据了解，谢家齐与 Lumisonata 高科技光纤面料创始人唐贤军共同全力研究并开发光纤面料的制作工艺，采用时尚与科技相结合的理念，开发的系列产品获得国家高新技术专利，并获得亚洲智能服装服饰技术创新奖。

此次发布会，呈现了浙江丝路传奇文化创意有限公司与卢米索纳塔（深圳）时尚有限公司的全力之作。60 多套精美服饰，色彩以白色系为主，贯穿穿插金属色的应用，妆饰与妆容应用科技感强烈的银色，着重突出科技元素，以现代高级成衣结合高科技光纤发光面料的设计，体现并寓意丝绸之路的光芒与无限文化艺术的时空之美。（赵国玲）

乌克兰相关机构人员表示
迫切希望壮大纺织力量。



乌克兰迫切希望发展纺织业

中纺联代表团考察走访带来合作契机

本刊记者 墨影 文 / 摄

5月15日，由中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中纺联副会长、中国针织工业协会会长杨纪朝，中纺联副会长、中国国际贸易促进会纺织行业分会常务副会长徐迎新，中纺联副会长、产业部主任孙淮滨，中纺联副秘书长、外事办主任袁红萍，中国纺织建设规划院院长冯德虎，中国棉纺织行业协会会长朱北娜，中国印染行业协会会长陈志华，中纺联人力资源部副主任孙晓音，中纺联社责办主任阎岩，中国纺织机械协会副会长刘松，中纺联信息化部主任翟燕翔，中纺联生产力促进部副主任董奎勇等协会领导及企业家组成的中纺联代表团一行一路从意大利、罗马尼亚到达乌克兰首都基辅，在这里充分感受到了乌克兰迫切发展纺织业的热情。

乌克兰市场辐射力较强

乌克兰占据超过30%的欧洲耕地，有世界粮仓的美誉，但其轻工业包括纺织工业非常薄弱。据了解，原苏联时期，乌克兰拥有320多家纺织企业，其中包括3家国有纺织企业综合体（赫尔松纺织综合体、切尔诺贝利纺织综合体和顿涅茨克纺织综合体）。而现在只剩下20家正在生产的纺织企业，而且由统一的原料供应基地按计划分配原料，主要是布匹及其制品。但乌克兰市场的纺织品主要依靠进口，主要进口国为中国、巴基斯坦、韩国、土耳其、俄罗斯，以上国家生产者依靠先进的技术设备、廉价的劳动力等有利条件，加之有些产品通过灰色渠道流入乌克兰市场，具有很强价格优势。灰色清关纺织产品90%以上通过海运（敖德萨港和伊里乔夫斯克港）渠道，因为难以进入正规供货渠道，因此绝大多数产品通过哈尔科夫巴拉巴绍市场和敖德萨七公里等集散批发市场进入销售渠道。

据悉，乌克兰目前大的布料贸易及皮货公司不到几十家，服装生产多为小公司，一般为100人以下，且设备陈旧，主要依靠进口。目前，中国的商品主要在乌克兰的批发及零售市场销售，范围涉及广泛，种类繁多。乌克兰处于欧洲东部，连接黑海和亚速海，与波兰、匈牙利、捷克、罗马尼亚、摩尔多瓦等国家接壤，产品进入乌克兰后具有一定辐射能力。

迫切希望壮大纺织力量

近年来，乌克兰政府重视纺织业的发展，其中招商引资是其扶持产业的主要手段。5月15日，在乌克兰首都基辅举行的中乌纺织行业座谈会上，中纺联代表团与乌克兰相关机构探讨了双方在投资、产能、贸易等方面的合作。

座谈会上，乌克兰相关机构人员表示乌克兰已经在很多领域与中国企业展开了合作，希望在纺织领域也能够充分合作，利用各自优势资源，壮大乌克兰纺织力量，目前他们正在寻找合适的市场及面料供应商，建立面辅料基地。同时他们希望中国纺织企业到乌克兰投资，并分析了投资环境。

据悉，继2014~2015年的大幅下滑后，2016~2018年第三季度乌克兰外商直接投资净流入达到37亿美元，投资性活动有了系统性复苏。2018年，中乌贸易额达到98亿美元，比2017年增长11亿美元。目前，乌正在进行国家转型，世界银行数据表明，自2010年以来，在改善营商环境方面，乌在欧洲原社会主义国家中业绩最佳。

乌克兰主要的投资优势在于：第一，地理位置优越，乌克兰是欧亚贸易、运输和物流的桥梁，是全球一体化的强大生产地区。首都基辅地理优势强，距离所有欧洲国家首都飞行时间均不超过3小时，使其成为理想的物流和交通枢纽。第二，劳动力优势。乌克兰拥有竞争力较强的劳动力成本，在2018年末平均工资仅为380欧元/月，在周边国家处于较低水平，但人员素质较高。同时，失业率处于历史最低，乌克兰政府也鼓励国人在国内工作。第三，基础设施。乌克兰的天然气价格也较周边国家处于较低水平。第四，税费优势。随着乌克兰融欧进程的推进，乌克兰保持着每年数千项欧盟标准并轨的速度。同时乌与欧盟国家自由贸易区符合中国的“一带一路”倡议，根据欧盟与乌克兰之间的深度全面贸易协定（DCFTA），大约95%的项目的关税被设定为零，其余的关税也已经降低。

研讨会上，为了让乌克兰相关机构对中国纺织有更深入的了解，孙淮滨介绍了中国纺织行业发展的现状和特点，徐迎新对中国纺织业海外投资进展进行了分享，并期待中乌双方在纺织行业的深入合作。



中纺联代表团一行参观
基辅现代艺术学院。

隆重推出：

2018/2019

《中国纺织工业发展报告》

——中国纺织行业白皮书

由中国纺织工业联合会编著的《中国纺织工业发展报告》，是集权威性、前瞻性、研究性、指导性于一身的“中国纺织行业白皮书”。该书集中反映了中国纺织工业及其子行业棉、毛、丝绸、麻纺织、长丝织造、印染、针织、服装、家用纺织品、产业用纺织品、纺织机械年度发展现状与趋势预判的研究报告。自2001年出版发行以来，以其观点鲜明、内容丰富、数据翔实、指导性强，深受行业内外人士的欢迎，已成为行业的品牌图书。

2018/2019《中国纺织工业发展报告》，涵盖行业运行、改革开放40周年、强国建设、行业关注、原料供求、统计资料等栏目，该书加强了新时代我国纺织行业转型升级及外部形势变化的研究，栏目多样可读、内容丰富翔实、视角开阔新颖、研究深入实际，具有较高的使用和参考价值。

该书主要面向国内外纺织行业及相关企业，各级政府与行业社团组织，以及金融与投资、贸易与咨询、科研与教育机构，具有参考、使用、研究和收藏价值。

品牌图书 权威发布 每年推新

欢迎订阅 每本定价 **380元** 含邮资



订阅专线  **010-85229411/010-85229695**

本广告引用的相关数据和调查结果由中国纺织工业发展报告提供

纺织服装周刊

斯人已去，精神长存！

魏桥创业集团创始人、原党委书记、董事长
张士平同志告别仪式举行



山东魏桥创业集团创始人，原党委书记、董事长张士平同志因病医治无效，于2019年5月23日17时03分逝世，享年73岁。

5月25日上午10时，张士平同志告别仪式在邹平市殡仪馆举行。5000余名社会各界人士怀着无比沉痛的心情自发前来送别。

张士平同志病重期间和逝世后，吴官正、刘家义、龚正、高虎城等国家和省部级领导，全国人大、中华全国总工会、全国工商业联合会、国际铝协、中国有色金属工业协会、中国纺织工业联

合会、山东铝协等有关单位，以及张士平同志生前友好，前往医院看望或通过不同形式表示沉痛哀悼，并向亲属表示亲切慰问。

参加告别仪式的有：中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、副会长杨纪朝、原副会长徐文英，中纺联副秘书长、中国纺织工业企业管理协会常务副会长杨峻，中国棉纺织行业协会会长朱北娜，中纺联办公室主任段红等领导，以及来自全国各地的纺织企业家代表；中国有色金属工业协会等协会领导；省级有关领导、省直有关单位和有关地市领导同志；滨州及各县区党委、人大、政府、政协领导同志；魏桥创业集团部分干部职工代表，张士平同志生前友好。

张士平同志生于1946年11月25日，山东邹平人，1964年6月参加工作，1976年6月加入中国共产党，历任邹平第五油棉厂厂长、邹平魏桥棉纺织厂厂长、山东魏桥纺织集团董事长、山东魏桥创业集团董事长，2018年10月卸任。

张士平同志，情系家国，矢志不渝，五十四年艰苦创业，半个世纪栉风沐雨。他把一个小型油棉厂，打造成为业内瞩目、鼎立全球的特大型企业，成功跨入并连续7年入选世界500强，为推动地方发展、振兴民族工业作出了卓越贡献。张士平同志是第九届、十届、十二届全国人大代表，荣获全国劳动模范、山东省优秀共产党员、全国商业劳动模范，享受国务院政府特殊津贴，连续7年被评为“中国最具影响力50位商界领袖”。入选2015年中国十大经济年度人物、改革开放40年纺织行业突出贡献人物。

张士平同志，一生坚守为国创业的理念，始终以实业为本，酬报国之心。他脚踏实地、苦干实干，用20年时间，打造了全球极具竞争力的棉纺织企业，用13年时间，培育了全球极具竞争力的铝业生产企业，让民族工业走向世界前沿、引领行业发展。他积极响应国家“一带一路”倡议，毅然走出国门，远到印尼、几内亚建厂、开矿，冲破种种障碍，克服重重困难，为我国铝资源战略安全打造了重要支点。

张士平同志，一生满怀敢为人先的气魄，始终立时代潮头，领行业之先。他顺应改革大势，敢于先行先试，企业管理体制开创全国先河；他注重创新发展，不断提升核心竞争力，推动企业持续做大做强。我们永远不会忘记老一辈企业家所建立的宏图伟业，我们坚信在企业新一代领导班子带领下，魏桥创业集团这艘巨轮在高质量发展的征程中行稳致远、再续新篇。

张士平同志，一生秉持奉献社会的情怀，始终心系群众福祉，不忘回馈桑梓。他时刻不忘中国共产党员的宗旨，时刻不忘为民造福的初心，让13万农民转为产业工人，为职工建住房、建学校、建医院，让他们在城市安家落户、安居乐业。他坚定扛起推动发展、带富一方的重任，积极纳税，帮扶下游，塑造了邹平产业发展的根基，撑起了区域经济腾飞的脊梁。

鹤伴送悲鸣，痛闻梁邹失英才；黄河传哀恸，声声呜咽念赤子。张士平同志一生创业、一生奋斗，一生耕耘、一生奉献，树立了民营企业勇立潮头的旗帜、塑造了民族工业布局全球的典范、彰显了共产党人国为民的风骨。他留下的宝贵精神财富，值得我们永远学习！

影像之一

初中文化，一手锻造商业帝国

张士平出生在邹平县一个叫做魏桥镇的偏远乡村里，父母都是穷苦和普通农民。张士平说他最早的记忆就是饿肚子。他是家里的长子，在初中之后便停止了学业。为了担负起家庭的重担，张士平来到魏桥镇小厂，从扛百斤重的棉花包开始。这样的工厂日子熬了17年。直到1981年，张士平因为“能吃苦、最勤劳”被提拔为厂长，在滔滔黄河畔，开启了波澜壮阔的创业历程。

邹平盛产棉花，棉油厂很多，他管理的棉油厂由县供销社主管，却是最烂的一个。当时的主旋律还是计划经济，旺季一过，全厂就无所事事。这种情况下，张士平成为行业里第一个走出去收购大豆、花生、棉籽加工油料的人。因此，张士平是全国第一个打破大锅饭，实施超额计件工资制度的人。同时他还大力推动上门推销。工厂产能、销售呼呼呼地上来了。

3年内，张士平就把这个乡镇作坊变成了全国油麻行业利润最大的工厂，也是全国供销工业的利润第一名。1984年创造了400万元利润，拿到了全国供销系统第一名！

随后，全国棉花行业萧条，大量的棉花卖不出去，张士平决定自己搞纺织。1985年秋，山东棉花大丰收，“卖棉难”随之而来。在邹平县第五油棉厂，储棉仓库被全部占满，厂区也堆满了棉花，附近的菜地也经简单处理堆上了高高的棉垛。怎么消化大丰收的棉花？当时棉纱价格国家控制，棉纱染色织成毛巾后的价格却是放开的。张士平当机决断上毛巾设备！全厂200多名职工集资89万元，上了52台毛巾织机，昼夜不停到1986年5月毛巾厂建成，半年后实现盈利25万元。1987年盈利近200万元。3年下来，毛巾项目为企业积累下600万元利润资金。

毛巾厂运行中新的问题又显现了：织毛巾需要棉纱，而全国范围内棉纱非常紧张。邹平县第五油棉厂通过多给滨州一棉棉花换取棉纱支持，但这仍是权宜之策。张士平脑海里萌生了企业上棉纱项目的念头。1988年5月，张士平正在北京参加培训，会上得到国家有1万纱锭指标的消息，令张士平喜出望外。

项目1988年下半年筹建，1989年实现投产。由于一开始检测手段先进、标准化程度高，魏桥棉纱在1990年顺利实现出口。在日本，伊藤忠公司、日棉公司指名要魏桥的棉纱。由此打开了魏桥纺织的海外市场。

在魏桥纺织大规模扩张发展之时，热能、电能严重供应不足。1998年，机遇悄然而降：国家出台政策鼓励有能力的企业发展热电联产的企业自备电厂。张士平在当地政府的5000万元公债支持下，又自筹资金5000万建起了企业的第一家电厂。紧随其后又上了印染项目，第二家电厂又开工。后来是自建电厂多余的电倒逼着张士平几经考察决定上电解铝项目，才有了宏桥铝业。

从成立毛巾厂开始，张士平陆续进入毛纤、纺纱和织布领域，一边向纺织加工大步前进，一边抓住国企改革的机会，将油棉厂改制成了自己控股、国有参与的魏桥创业集团。张士平用强势到底的管理风格，盘活了这些老国企。不到一年时间，其改革下的滨州一棉利税增长44倍。其盈利率是国营纺织企业的10倍，人均劳效是国有纺织企业的5倍。下大本血整合，花大心思整改，只用10年时间，张士平就把魏桥的规模和成本做到了全国无敌手。而在中国加入WTO之后，魏桥的纺织品已经卖到欧美、日韩、东南亚，成为全球最大的棉纺织企业。

全国工商联去年8月发布了2018年民营企业500强报告，魏桥集团位列第五位，仅次于华为、苏宁、正威和京东集团。此前，魏桥集团一直稳居民营企业500强前三位，只是在铝业产业去产能的大背景下，排名出现了下滑，但2018年的营收也接近2900亿元。

张士平乘着改革开放的春风一路披荆斩棘，带领魏桥、宏桥坐上世界第一的头把交椅，在山东邹平创建了具有全球影响力的商业帝国。

三大影像寄哀思

记魏桥创业集团创始人、原党委书记、董事长张士平

张士平创造了一个“魏桥帝国”：魏桥创业集团是全球纺织和铝业的双巨头。

张士平走了，但是他对整个行业的影响力越发熠熠生辉；张士平走了，辛劳一生的他为我们行业发展留下了宝贵的精神财富。

回首众多采访张士平的文章，从一个个生动而真实的事例中，我们仿佛看到那个自信的老人近在咫尺，谈笑风生……

影像之二

简单哲学， 做再大的企业也和卖青菜一样

执掌13万员工的商业帝国，张士平的经营哲学却并不高深莫测，曾有很多企业家讨教魏桥集团驰骋商海的学问，张士平说，做再大的企业与卖青菜都是异曲同工的，低买高卖，中间不浪费。

有一年，张士平发现煤炭采购环节出现问题，他一次性开除了20余人。后来，魏桥建立了700多人的检验团队，对每一车煤炭进行交叉对比检测，确保用煤质量。

魏桥有一个特殊的早会制度，每天早晨6点半，该集团20余人的高管团队会聚集在一间会议室里面对面交谈。这样的场景已经持续了数十年，从未间断。许多事情在早餐会上定了马上就落实。

在魏桥，速度要快。集团几乎所有项目都是当年立项、当年施工、当年投产。一个21万千瓦热电机组，他们可以不到10个月就投产发电，比同行速度快1倍，而且投资仅为其一半。而公司旗下10个生产基地，更是一个超级快速反应的部队，可以按小时对市场需求进行快速反应。棉布、棉纱新品种，只需要两三天就打样出品。

在魏桥，水准得高。张士平要做规模第一，但绝不搞低水平重复建设，要一开始就高举高打，做多少年也不会被淘汰的事情。当初大搞纺织工业，他们不惜血本，从日、美等国引进喷气织机、剑杆织机等顶尖设备，让魏桥不但是最大，也是设备最领先的棉纺企业。进入到铝业，他们也是一出手就全球装备最先进。

在魏桥，成本得低。张士平常讲，一分钱要当一块钱花。魏桥能在一些不乏亏损大户的行业持续盈利，其中最关键的就是成本低。多年来，魏桥的能耗、原材料消耗，以及“人耗”都是全行业最低水平之一。尤其人方面，魏桥的管理人员仅占全部职工的0.8%，年人均劳效达20万元以上，均居领先水平。



“为国创业，为民造福”，是张士平留给魏桥和宏桥最后的遗言。



影像之三

农民之子，朴素一身实干一生

张士平曾接受记者采访时谈到，从邹平第五油棉厂到魏桥纺织到魏桥创业集团扩张发展的真正内因是：“源于我自身的农民情结！”上世纪80年代、90年代的几次人山人海的招工场面令张士平内心难以平静：“任何一个有良知的企业家，看到那么多农民渴望工作，都会扩大生产扩大就业！”到目前，在魏桥创业集团就业职工达十几万人。

张士平说，自己是党员，是企业家，始终坚决执行党中央的大政方针，坚决执行地方党委政府的政策和各项安排。张士平常用自己强烈的财富价值观来教育自己企业的骨干：什么叫体现人的价值？你们都有钱，我钱最多，你们都属于社会上的富有阶层，但钱能顶什么东西？我认为真正能体现价值的最高层次就是干。你干得越多为社会造福越多，你就赚得越多。你干了，价值就实现了。

他甚至警告自己企业的高管说：“你们可以支配的财富只有你们的工资和奖金！”公司里的每一分财产都是用来创造税收和造福十几万员工的。

张士平一直用一部200多块钱的手机，多次被媒体报道，据说他因为怕丢失或者坏掉后找不到同款，甚至还买了10台做备用。偶尔，张士平也会拿出一部iPhone手机拍照，而iPhone手机的另一功能，是向旁人展示，上面的铝材来自魏桥集团。

张士平日常出差，一般都是一个人拎上包就走，不带随从。张士平曾表示，他非常看不惯有了职位、财富或权势就带上一大班随从讲风头和排场的人。2015年的时候，张士平曾经说过这样一段话：我并不敬佩李嘉诚，我最尊敬的企业家是王永庆。我不擅长搞关系，也没必要搞关系。我10年前就下了决心，不进入地产和期货业。

张士平一生朴素，他的梦想是什么？他从未正面谈过，但是我们在魏桥创业官微置顶图片上看到这样八个大字——“为国创业，为民造福”，这或许就是他留给魏桥和宏桥最后的遗言。 



实景大秀诠释了科技智能创新新理念。

智慧为传统产业赋能

山东如意发布智慧零售战略

本刊记者 _ 李江敏

5月25日,山东如意首次对外发布“如意智慧零售战略”并启动服装设计师创新中心项目。活动期间,由山东如意毛纺服装集团股份有限公司携手金顶奖设计师刘薇带来的“2019如意智造·商务时装发布会”也在山东济宁如意工业园区如期上演。

本次发布会的主题是“商务时尚新动能”,双方联手打造的这场发布秀也是全球首家以智能化服装生产车间为场地举办的工厂实景大秀。这次活动不仅展示了山东如意在智能制造、商务时尚领域的综合实力,同时也全面呈现了如意近年来在打造完善服装智能制造



领域的全新成果。活动当天,主办方还举办了2019如意智造校企共融创新发展研讨会。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在研讨会致辞中表示,近年来,如意集团在科学技术方面、品牌发展方面均做出卓越的贡献,为纺织服装行业起到了良好的引领和示范作用。当前,传统制造业面临着外界诸多的变化和压力,许多企业正在朝着数字化经营以及智能化制造方向发展,智慧工厂、零售平台也为企业高效、敏捷、柔性生产的建设创造了条件。纺织工业正在不断追求新的商业模式以

及与网络经济的融合与发展,特别是服装行业,越来越多的个性化协同创造,使得以柔性制造系统为特点、以设计师为单元的制造模式已得到良好的推进和发展。李陵申表示,希望以如意集团智慧零售战略发布为契机,带动传统产业发展模式的创新,为全国纺织行业变革树立更多的榜样。

智慧升级 打造纺织服装产业科技融合新样本

本次活动的成功举办,标志着拥有国际纺织服装智能产业链最高水平的山东如意毛纺服装集团,以科技和品牌为动能,借时尚智慧之力推动互联网和实体店科技智能创新,实现了由传统产业向科技时尚产业的成功转型。

据了解,如意先后投入300多亿元,创建起纺纱、织布、印染、服装制造一条龙的国际最先进的智能化产业链,为中国纺织业创下多个世界第一:万锭纺纱用工仅10人,提升工效12倍;“如意纺”技术创造出一克羊毛纺出500支纱的世界顶尖纪录;如意纺面料以每米6.8万元的单价问鼎国际同行巅峰;将30多个国际知名品牌纳入旗下,在84个国家和地区拥有近6000家店铺,成为以科技纺织与时尚品牌零售双翼领飞的全球时尚领域最具影响的企业之一。

面对以消费者为中心的新生态圈形成,如意靠构建智能最活跃的时尚智慧要素,来不断推动产业智能创新,将现有线性、单向、无中心体系的智能产业体系,建造成互联网加实体店的智慧时尚生态体系。

如意在加大企业纺纱工程技术研究中心、工业设计中心、企业技术中心等三大国家级研究中心建设的同时,推动如意新材料研发中心与收购的美国莱卡集团的五大科技研发中心开展科研合作;加大

企业创新中心与中科院高分子材料研究中心的紧密合作,为创新中心源源不断提供基础材料研究的最新成果;如意组织集团设计创意中心,与旗下32个国际时尚品牌在世界各地上百个设计中心及研发机构形成互联互动,定期交流创新理念和流行文化,使集团实时掌控着全球最新流行趋势的第一手数据、国际市场动态实时消费数据,确保身在山东济宁的设计师们,仍能紧切世界时尚前沿的流行脉搏,与国际品牌实现设计互联。

以人为本 聚焦综合设计人才培养需求

为满足企业智能创新的人才需求,如意将优秀员工送到各高校进行专业培训和职业素养提升,确保了企业创新科技制造、品牌运营发展的需要。如意集团投资创建的科技艺术中心,精心研究收购的国际品牌的艺术含量和文化价值,深入探讨互联科技的营销内涵,推进企业原创自主品牌的智能创新节奏。

山东如意毛纺服装集团首席运营官王春兰在接受本刊记者采访时表示,如意“服装设计师创新中心”的启动能够为中国设计师提供更广阔的平台,一是产业赋能、设计互联,如意集团旗下完整的产业链可以满足设计师从原料到纱线到面料再到成衣的全环节设计,并有配套的制造基地予以全力支持,将创意转化为产品。二是提升中国设计师在国际舞台的话语权,如意在全球有超6000家店面,六大网络销售平台,32个国际时尚品牌,遍布世界各地的上百个设计中心及研发机构,能够使设计师紧跟世界时尚前沿,实现设计互联。

金顶奖设计师刘薇也表示,设计师不是单独存在的个体,时尚的创造也不仅仅是设计最后的呈现,需要的是从纺纱、织布、印染、成衣的全产业链支持。新的商业模式探索、新的技术研发、新的营销方式等以创新为宗旨的产业链覆盖力更强,才能更好地为设计服务。

智慧门店 创建“互联网+实体”时尚生态体系

记者在如意智慧门店看到,从消费者人脸识别的“如意慧眼”,到消费者参与的服装纱线面料智慧设计,从如意智慧量体到服装智慧选择、智慧试衣、智慧商城和智慧衣架,注入智慧内涵的智能化服装选购过程,不仅以强烈的体验感吸引着消费者,更使科学的智能技术人性化。如注入智慧创新的如意智慧量体,不仅瞬间能精准地测量出人体头、颈、肩、胸、腰、手、腿、裆等部位的16个数据,还可通过后台的100多个数据,提交出客户的形体特点和个性消费需求,打造出独具个性、人衣合一的特色消费体验。

大数据技术和物联网手段的广泛应用,纺织服装传统产业链的智能化提升,形成线上加线下互动,推动着品牌零售的智慧化进程。以智慧赋能产业、赋能品牌、赋能销售、赋能设计创意的理念,如意与国内六大网络电商平台合作,联合海内外的6000多个线下零售终端,以智能制造和服装智慧零售营销为核心,将成为引领时尚体验消费的风标。TA

纺织服装周刊



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



在德国期间，代表团还专程参观了同期举行的国际太阳能技术展览会（Intersolar Europe）。



以技术为引领，推动国际合作

中纺联代表团走访欧洲名企名校促进业界交流

中国产业用纺织品行业协会 _ 韩竞 李桂梅 李冠志 / 文

5月16～20日，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，中国产业用纺织品行业协会副会长李桂梅，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副秘书长谢冰，以及东方国际集团、北京时尚控股、恒天纤维集团、上海新纺织、北京清河三毛集团、北京京兰非织造、恒天中纤、江苏盛纺、昆山同曰、苏州耐德等企业组成的代表团，先后拜访了德国的德累斯顿工业大学和卡尔迈耶产业用纺织机械有限公司、Norafin公司，捷克的AAH公司、Retex公司，斯洛伐克的Auria公司。

德国：以研发带动生产应用



卡尔迈耶（KARL MAYER）成立于1937年，是全球纺织机械制造技术与市场的领导者，也是创新发展的驱动力，它为经编、产业用纺织品和织造领域提供完美的解决方案，在美国、印度、意大利、日本、中国和瑞士均建立了分公司，销售代理遍布全球。

作为产业用纺织品生产设备的先进制造专家和创新型解决方案供应商，卡尔迈耶旗下子公司卡尔迈耶产业用纺织机械有限公司更名于2015年，由卡尔迈耶利巴有限公司和卡尔迈耶马里莫纺织机械有限公司合并而来，专业生产全幅衬纬经编机和复合材料设备。

凭借强大的技术实力和创新能力，卡尔迈耶产业用纺织机械有限公司成为了交通运输、能源、建筑、医疗、土工和运动等领域的优质合作伙伴，是复合材料和轻质结构技术的领航员。

在刚刚结束的法兰克福产业用纺织品及非织造布展览会上，李陵申一行参观

了卡尔迈耶展位，卡尔迈耶产业用纺织品事业部 CEO Jochen Schmidt 介绍了企业参展情况；5月16日，卡尔迈耶产业用纺织品事业部 COO Marcus Kube 在开姆尼茨工厂接待了代表团，介绍了公司发展情况及经编机设备生产线。

德累斯顿工业大学成立于1828年，德累斯顿大学纺织机械和高性能材料技术研究中心（ITM）拥有一支由纺织、测量、建筑工程、生物学、塑料工程等领域组成的跨学科专家团队，研究工作包括纺织机械、纺织工程、轻量化工程、生物医学、汽车、建筑、人体和物体防护等。

卡尔迈耶公司产业用纺织品事业部 COO Marcus Kube 陪同代表团参观了ITM，该研究中心教授和助理研究员 Lin Huangmei 介绍了研究中心的发展模式和创新产品，详细介绍了复合材料三维增强基网制备、具有独特结构的金属纤维短纤纱、混合丝束展纤装置。据介绍，混合丝束展纤装置的开发使得生产混合纤维中间制品（≥90克/平方米）成为可能，在ITM实验机上生产了碳纤维束（3300tex）和玻璃纤维束（2400tex）与PP和PA6的混合丝束碳纤维复合材料。模块化展纤装置允许调整纤维体积含量和展开系数，因此，宽度达100毫米的多功能纤维带可由单根粗纱制成，并能够进一步测试验证展纤装置的生产适用性。相对于传统纤维带生产工艺，该展纤装置是成本低廉的替代方案，该项技术也大大拓展了纤维增强复合材料的生产潜力。

Norafin公司是欧洲第一家拥有水刺生产线的企业。公司总经理 Alang 介绍道，公司现有160名员工，3条水刺生产线、1条针刺生产线以及1条后整理线，主要服务于特种纺织材料、防护纺织品和工业纺织品三大类领域，提供高品质、创新的水刺和针刺非织造布卷材以及工程织物。公司产品广泛应用于过滤、防护服、医卫、汽车和特殊工业用品等领域。

目前，Norafin公司已采用上海特安纶纤维有限公司的芳腈纶纤维生产相关产品。据介绍，Norafin是世界上最早生产水刺加强亚麻非织造布，并用不同饰面进行改性的企业，为生物降解亚麻非织造布奠定了基础。Norafin生产的防护服、功能性运动服材料不仅具有良好的穿着舒适性，还具有高阻燃性。

捷克：以交流推动中捷企业合作

在捷克，代表团与捷克纺织服装皮革工业协会及其会员代表会晤。李陵申与捷克纺织服装皮革工业协会常务会长 Jiri Cesal、捷克技术纺织品产业联盟会长 Jan Hermansky 三方共同签署合作备忘录。中捷双方将进一步在两国经贸合作、行业数据互换、知识产权保护等领域深入交流。

李陵申介绍，近年来中国与捷克纺织品服装贸易额基本保持稳定。根据欧盟统计局数据，2018年，中国出口到捷克的纺织品服装金额为3.79亿欧元，占捷克从欧盟外进口纺织品服装总额的35.6%；同期，捷克出口至中国的纺织品服装金额为0.13亿欧元，占捷克出口到欧盟外国家纺织品服装总额的2.7%。近年来，中国政府重视并坚定知识产权保护，先后修订了《商标法》、《专利法》、《反不正当竞争法》，在较短时间内建立了从法律、规划、政策到执行机构等知识产权保护、运用和管理的完整体系，2018年与捷克、智利建立专利审查高速路（PPH）。中国纺织工业联合会也于今年成立了知识产权联盟，联盟成员覆盖纺织产业链中下游众多企业及标准化、科研院所、相关服务机构等企事业单位及社会团体组织，旨在整合全产业链资源，建设具有全球影响力的中国纺织知识产权组织。

中捷双方通过前期的接触与沟通，促成中捷企业间的成功对接。BM INTERNATIONAL 公司与恒天纤维集团，SVITAP + NANOMEMBRANE 公司与江苏盛纺公司，RETEX 公司与上海新纺织公司均表示今后将跟进双方合作。

捷克 AAH 公司是 Auria 在欧洲最大的汽车内饰公司之一。据该公司生产经理 Martin Hendrych 介绍，该公司成立于1995年，产品体系包括压制件、仪表盘、裁切件、3D发泡件、背部发泡件、气流成网产品、针刺产品等。公司2017～2018年销售状况非常好，梅特赛斯—奔驰、宝马、斯柯达配套产品占公司产品比重的60%以上。今年，公司首次争取到给越南汽车品牌配套的业务。此外，公司产品通过ISO14001:2015和OHSAS18001:2007的认证。

捷克 RETEX 公司是一家有着60多年从业经验的合股公司，据该公司商务经理安德莉亚·胡鲁佐娃介绍，公司产品体系包括汽车行业的高端领域、建筑行业、家具行业等；客户包括捷克主要的汽车零部件供应商、中大型建筑工程公司。

RETEX 的非织造布产品用于汽车顶部装饰、前部部件、隔音降噪部件等，原材料有聚酯纤维、丙纶、棉纤维和混合纤维；RETEX 的土工建筑材料广泛用于道路、高速公路、铁路、隧道、废弃物填埋场、农业、停机坪、停车场以及其他工业和民用建筑领域，还可以生产气流成网的隔热、隔音板。

据介绍，RETEX 投入大量技术扩大生产线，以便拓展更多元的工业领域产品，除了汽车和建筑行业以外，RETEX 还有多种纤维复合产品、弹簧床垫负载层、织物包覆材料等。



斯洛伐克：以专业促进多领域协同发展

Auria Solutions 是全球知名汽车声学 and 纤维产品供应商。该公司成立于2016年，财务总部设在英格兰科尔斯希尔，运营总部则设在美国密歇根州绍斯菲尔德、中国上海和德国杜塞尔多夫，目前拥有27家制造工厂和11个技术中心，在全球范围内拥有近7000名员工。

上海申达股份有限公司于2017年收购 Auria Solutions Ltd.，在全球集成供货需求市场方面拥有极大的竞争优势。Auria 拥有高度工程化的汽车声学解决方案、纤维和压塑地板产品，以及其他纺织品内饰产品等生产线。产品包括安全带、汽车内饰面料、地毯隔音垫、车厢地毯、仪表盘及中控台、包装托盘、行李箱内饰和轮拱内衬等。

斯洛伐克 Auria 公司位于斯洛伐克弗拉布莱，该厂占地面积超过92000平方英尺，设有生产和管理场地，为捷豹、路虎和其他优质设备制造商生产车辆地板系统和纤维饰件。据相关负责人 Az Ali 介绍，公司拥有最好的悬挂系统，可以按照不同需求、不同颜色运输配件，主要生产驾驶室地毯、行李箱地毯、侧门板、可延展行李箱等产品。目前公司有60名员工，随着第二期项目投产，今年年底将增加到150～200名员工。参观期间，代表团对该公司机械手操作压制件的生产过程产生浓厚兴趣。

5月21日，考察顺利结束，代表团领导、企业家等都表示此次紧凑务实的国际交流有很大收获，包括丰富的技术资料、广泛的产业交流。在这个富有技术的产业用纺织品领域，“地球村”其实已经越来越“张开怀抱欢迎您”，面对环境、资源，面对技术革新、应用拓展，人类命运共同体的意义日益彰显。中国产业用企业走向世界，国外产业用企业同样需要中国市场，不仅体现在111家中国参展商是法兰克福展览会的第二大国家展团，到访的许多国外企业也对中国很感兴趣，希望寻找中国合作伙伴。当然，中外行业协会的接洽，对推动产业国际化也事半功倍。[1]



Auria 公司主要生产驾驶室地毯、行李箱地毯、侧门板、可延展行李箱等产品。

纺织服装周刊



开幕式上举行了上海常熟时尚产业一体化发展战略签约仪式。



与会领导走访企业展位。

时尚翘楚 耀闪江南

2019 江南国际时装周暨第 20 届中国江苏（常熟）服装服饰博览会举行

本刊记者 _ 吕杨

5月20~23日,2019江南国际时装周暨第20届中国江苏(常熟)服装服饰博览会在常熟国际展览中心举行。本次活动由中国纺织工业联合会、中国商业联合会、中国纺织品进出口商会、常熟市人民政府共同主办,江苏常熟服装城管理委员会、常熟市工业和信息化局、常熟服装城集团有限公司、常熟市纺织服装协会联合承办。

中国商业联合会会长姜明,中国纺织工业联合会副会长、流通分会会长夏令敏,中纺联副会长、中国服装协会会长陈大鹏,中国纺织品进出口商会会长曹甲昌、副会长张锡安,商务部外贸战略处副处长党梓育,联合国国际贸易中心PIGA项目中国代表处总代表王力军,上海纺织协会会长席时平,江苏省纺织工业协会会长韩平,常熟理工学院党委书记朱士中,常熟市委常委、常务副市长沈晓东,波司登集团执行董事、常熟市纺织服装协会会长高晓东,江苏常熟服装城管理委员会主任万晓军等嘉宾,以及来自海内外的客商出席开幕仪式。常熟市副市长雷波主持开幕仪式。

陈大鹏对常熟纺织服装产业的创新发展给予充分肯定,对2019江南国际时装周暨第20届中国江苏(常熟)服装服饰博览会的成功举办表示祝贺。

他表示,常熟作为我国纺织服装重镇、休闲服装名城,经过改革开放40多年的创新发展,构建了配套完善的全产业链体系和成熟发达的商贸体系,涌现出一大批优秀服装品牌,在全国纺织服装版图中占有举足轻重的地位和作用。特别是近年来,常熟纺织服装产业在面對消费升级、商业变革以及新一轮技术革命时,

不断加快产业转型升级的步伐,在品牌建设、科技进步、文化创意、模式创新等方面走在了行业前列。连续举办多年的时装周和服博会,不仅有效推进了商贸合作、资源整合,更成为了常熟的城市名片。

沈晓东表示,2018年,常熟市实现地区生产总值2400亿元,增长6.8%;一般公共预算收入211亿元,增长10%。纺织服装产业是常熟市三大千亿级产业之一,历经30多年的发展,目前已形成化纤、纺织、印染、服装、专业流通市场等完整的产业链,涵盖纺织服装企业3300多家、资产总额860多亿元,常熟服装城年商品交易额达1564亿元,是全国规模最大的服装专业流通市场。2018年,全市纺织服装产业实现产值460亿元,占规上工业产值的12.3%,是推动常熟经济发展主要动力之一。

“产业的蓬勃发展离不开高端的展示平台,作为中国纺织服装行业的专业展会之一,常熟服博会自2000年创办至今,已历经20载的成长锤炼,累计合作品牌千余个,吸引了国内外数以万计的采购商。”沈晓东说,常熟人相信通过本次展会国际化、时尚化、智能化的特色展示,必将进一步提升常熟品牌服装的影响力、亲和力和美誉度,加深与中国乃至世界品牌服装产业的交流合作,为打造“江南文化名城、休闲服装之都”助力。

本届时装周暨服博会以“TODAY·正当时”为主题,规划了贸易、秀场、赛事、新零售、潮玩儿节5个版块内容,以时尚之名,覆盖行业产业,联动城市板块,打造了一场转型升级的全力革新。开幕式上还举行了波司登2019羽绒服流行趋势发布和国际品牌联合秀展演。



作为本次博览会的核心活动,首届常熟ODM展突出了常熟纺织服装的供应链创新变革。

砥砺 20 载，蓄势再出发

今年,是中国江苏(常熟)服装服饰博览会20周年。回首遥望来时路,从呱呱坠地到咿呀学语、从蹒跚学步到昂首阔步,这20年,中国江苏(常熟)服装服饰博览会不忘初心、不负时代,在探索进步中逐渐成长为纺织服装领域颇具影响力的展会,也见证了常熟纺织服装和时尚产业的发展历程。立于今朝,在新时代的背景下,服博会继续坚持开放包容、创意革新的态度,潜心沉淀、厚积薄发,锐意进取、砥砺前行。

强强携手，助力长三角一体化进程

开幕式上,江苏常熟服装城管理委员会和上海时尚产业发展中心举行了上海常熟时尚产业一体化发展战略签约仪式。当前,在国家制定长三角一体化发展战略的背景之下,常熟纺织服装业始终按照高质量发展和构建现代化产业体系的目标要求,主动融入长三角一体化国家战略,与长三角地区时尚产业的排头兵——上海紧密融合,不断夯实产业转型升级基础,全面提升创新力、影响力和竞争力。当上海携手常熟、当时尚产业邂逅江南文化,双方的合作必将助力长三角一体化的进程。

厚能教育科技(北京)有限责任公司与常熟服装城集团有限公司正式举行了第45届世界技能大赛中国组委会合作伙伴签约仪式,相信通过双方的强强联合、携手合作,势必将助力世界技能大赛中国代表团绽放光彩,也会让更多的年轻人为自己新时代的中国梦,插上腾飞的翅膀。

由唐人国际、常熟理工学院、常熟服装城集团有限公司三方合作共建的常熟纺织服装行业协同创新公共服务平台,以及由中国纺织工业联合会检测中心、常熟理工学院、常熟服装城集团有限公司三方合作共建的纺织工业(常熟)检测中心也正式启动。两大平台和中心的正式启动,标志着政、校、行、企的全面联盟,构建了全新的合作模式和平台,助力常熟纺织服装产业转型升级发展,并为常熟地方经济社会发展贡献力量。

首届常熟ODM展，树立服装产业新制造标杆

作为本次服博会的核心活动,首届常熟ODM展覆盖整个常熟国际展览中心,展览面积达20000平方米,汇聚了男装、女装、童装、鞋业、面料辅料以及箱包百货等业态,韩国设计师展区和时尚上海设计师展区也在同期惊艳亮相。

首届常熟ODM展依托于常熟服装城的专业ODM实力,以男装为核心,聚焦常熟服装设计和加工制造实力,打造服装新制造贸易对接平台。同时,突出常熟纺织服装的供应链创新变革,树立了常熟服装产业新制造的标杆。

首创城市IP节日，开启年轻派互动天地

说到本届时装周的时尚亮点,“常熟520潮玩儿节”无疑得到了所有时尚潮人的青睐,这是江南国际时装周首创的一个城市时尚IP,从创意出发、以设计为本,既是一场无与伦比的视觉盛宴,也是年轻派的城市互动娱乐天地。纵是江南小城,亦有时尚荟萃的年轻节日,潮玩儿节上汇聚了众多国内外的创意潮牌,同时融合了潮服、机车、电竞等多元跨界元素,其中,来自香港的国际艺术品周边潮牌“MaybeSure”还邀请了品牌签约艺术家——俄罗斯艺术家Oleg Zayarsky(大成)和国际书画艺术名人彭国信亲临现场参与互动,打造了一场精彩纷呈的时尚创意盛典。

当下,纺织工业正在经历一场深刻的全球化的市场变革,新形势下中国纺织工业也正在转型。2019江南国际时装周暨第20届中国江苏(常熟)服装服饰博览会在常熟纺织服装的优秀基因里萌芽、在江南独特文化的时尚深度中绽放,坚持在纺织服装和时尚产业领域做大做强、做精做深,同时,从创意设计和品牌营销着手,坚守传承、求变创新,力求做转型升级的行业典范。

“七溪流水皆通海,十里青山半入城”。常熟,这座在江南文化中浸染的花园城市,融合了生态山水之秀和底蕴人文之光,并以开阔的胸襟和广纳的态度,在时代和产业的繁华盛景里从容绽放。立足当下、初心不改,坚持最本真的文化与时尚态度,展望未来、继续前行,凝聚最永恒的光荣与辉煌梦想。千年虞城,在传承和变革中,以其独具的时尚魅力,向世界时尚的舞台迈进。



开幕式上还举行了波司登2019羽绒服流行趋势发布和国际品牌联合秀展演。

纺织服装周刊



金指数品牌服装广场和上海圣和圣服饰市场获评“中国服装品牌孵化基地”。中纺联副会长、流通分会会长夏令敏（中）为两家基地授牌。



与会领导为 2019 年度“中国服装成长型品牌”授牌。

优化流通环境，致力品牌孵化

2019 年度“中国服装成长型品牌”和“中国服装品牌优秀渠道商”出炉

5 月 20 日，由中国纺织工业联合会流通分会、中国服装协会主办，江苏常熟服装城管理委员会、常熟服装城集团有限公司承办的 2019 年度中国服装成长型品牌发布会暨中国服装品牌营销模式创新论坛在江苏常熟举行。

“网联智汇 播动未来”作为本年度中国服装成长型品牌发布会的主题，旨在让行业重视品牌发展的同时，关注当前商业技术环境的变化、渠道组合方式的变化，消费者获取产品信息渠道和采购渠道的变化，进而改善自有品牌企业的营销模式，创造更好效益。

中国纺织工业联合会副会长、流通分会会长夏令敏，中国服装协会常务副会长杨金纯，中纺联流通分会副会长兼秘书长张海燕，《纺织服装周刊》杂志社常务副社长兼总编辑徐峰，中纺联流通分会会长助理叶梁、王水元，江苏省纺织工业协会会长韩平，江苏省服装协会会长郁冰，江苏省服装设计师协会副会长兼秘书长龚慧娟，常熟市副市长徐海东，江苏常熟服装城管理委员会副主任俞铁以及各地方协会有关领导和嘉宾出席了本次活动。

维护成长环境，审核更加严格

中国服装成长型品牌推荐今年已是第十个年头，作为由中国纺织工业联合会流通分会和中国服装协会共同开展的一项全国性、专业性的行业推荐，旨在通过培育中小服装企业品牌的发展积极性，树立优秀的行业标杆，提升我国中小服装品牌的整体发展水平，促进中小品牌的发展进程。

本年度的“中国服装成长型品牌”推荐工作自 2018 年 11 月正式启动，按照《中国服装成长型品牌申报与推荐办法》，综合评估“基地推荐意见、品牌企业（渠道商）基础条件、市场表现、综合素质”等主要指标，经过基地推荐与专家组审核等程序，最终有 86 个品牌企业入选“中国服装成长型品牌”和 18 个渠道运营商人选“中国服装品牌优秀渠道商”。

品牌带来的价值，不仅是企业自身成长、知名度和美誉度的提升，品牌企业的聚集也是产业集群和专业市场集群经济竞争力的体现，如今，行业内打造出了众多独具特色的区域品牌、集群品牌。而“中国制造”、“中国品牌”都将成为中国纺织服装产业形象中最有价值的部分，是中国产业竞争力的核心价值。为此，我们还需要更加努力，诚信经营，创新发展，为产业价值不断提升、国家产业形象不断提升做出更大贡献。

据了解，在今年的中国服装成长型品牌和中国服装品牌优秀渠道商的推荐、审核过程中，专家组从品牌发展基础要素到运营管理模式、品牌经营效率、市场成长性以及品牌自身知识产权意识等多维度、多角度，进行了严格的严格审核。为维护市场公平，也为推动企业重视自有知识产权建设，本次审核对于“傍名牌”类的企业、对于产品设计中明显抄袭、照搬国际大牌企业设计和品牌标识的企业，都实行了严格的驱除制度。

本次会议还倡议，未来 30 个中国服装品牌孵化基地将开展长期的品牌建设“清水行动”，杜绝基地中有涉及侵犯其他知名品牌知识产权的行为。如有发现，基地将开展严肃的驱除行动。清除水货、清除寄生虫、清除知假假行为，以此保证服装专业市场拥有公平竞争环境，提升专业市场的整体形象和竞争力。

夯实基地建设，助力品牌提升

十年来，共有 781 个自主服装品牌被授予“中国服装成长型品牌”称号，273 个品牌经销商、代理商被授予“中国服装品牌优秀渠道商”称号。

在现场，中国服装协会常务副会长杨金纯宣读了《关于发布 2019 年度“中国服装成长型品牌”和“中国服装品牌优秀渠道商”推荐榜单的决定》。《纺织服装周刊》杂志社常务副社长兼总编辑徐峰、江苏省服装协会会长郁冰、江苏常熟服装城党工委委员毛华为“2019 年度中国服装成长型品牌”授牌；江苏省纺织工业协会会长韩平、江苏常熟服装城管委会副主任俞铁为“2019 年度中国服装品牌优秀渠道商”进行了授牌。

张海燕介绍说，在纺织服装流通领域重点推进的中国服装品牌孵化基地中，一批又一批成长型品牌也如雨后春笋，层出不穷，生机勃勃，并在品牌创意设计、产品品质控制等方面表现良好。也正是因为有品牌企业的创新成长需求，中纺联流通分会和中国服装协会共同命名、推荐的 30 家中国服装品牌孵化基地，也在不断开展创新服务，针对企业上游的原材料采购、设计研发、小单快反供应链管理体系、针对企业内部管理提升需要的专题培训、管理交流，针对下游市场拓展需要的采购商邀请、采购节举办、重点国内外展会平台拓展，都在各基地常年工作中得到了积极有效的落实。基地中的品牌企业得到了快捷高效的公共服务。

截至 2018 年共有 30 家专业市场作为中国服装品牌孵化基地积极开展品牌服务工作，今年又有河北石家庄“金指数品牌服装广场”和“上海圣和圣服饰市场”两家单位提出申请。经考察组考察，同意这两家单位成为“中国服装品牌孵化基地”。中纺联副会长、流通分会会长夏令敏为两家基地授牌。

上海圣和圣服饰市场总经理助理江彦锋表示：“上海圣和圣服饰市场自 2006 年开发并持有运营圣和圣韩国馆，是国内最早做韩国文化主题商业并一直持有运营至今的主题商业样本。前些年，圣和圣韩国馆是一个专业韩国服装批发兼零售的购物中心，但仍坚持走‘小而美’的精致化路线，专注做专业服装批发零售市场。圣和圣韩国馆具备韩国独资品牌，韩式装修风格及商场管理，韩品时尚同步更新以及打造有特色、有差别化的韩国商品专营商场四大特色。如今，圣和圣韩国馆不仅要‘小而美’，更要‘美而精’地发展，发展的重心也在向品牌的孵化和培育倾斜。”

2019 年度“中国服装成长型品牌”推荐榜单

（排名不分先后）

序号	推荐单位名称	品牌名称	品牌类别	品牌风格
1	金指数品牌服装广场	EOTH 译欧时	商场品牌	男装
2		丹顿邦尼 DENTONBONY	商场品牌	男装
3		九牧尼奥 Jonmo Neyo	市场品牌	男装
4		利鹰 LIYING	市场品牌	单品类服装
5		露婷玉 Lutingyu	商场品牌	全品类男女装
6		强派 QIANGPAI	市场品牌	男装
7	上海圣和圣服饰市场	旭瑞 XuRui	商场品牌	单品类服装
8		MN sujian	设计师品牌	女装
9		Amala 阿玛啦	设计师品牌	女装
10	五方天雅互联网+女装体验中心	拉克莹 LAKOYING	市场品牌	女装
11		圣瑞锦	市场品牌	女装
12		帝衣圣饰 Dyishengshi	市场品牌	男装
13	西柳服装市场	品诚树	市场品牌	男装
14		吾帝	市场品牌	男装
15		Tiny Cuttle 小渔仔	设计师品牌	女装
16	中国常熟服装城	壹件件	设计师品牌	女装
17		异客	市场品牌	男装
18		亦黛美	商场品牌	女装
19		洛小米	市场品牌	童装
20		凯澜门 KAILANMEN	市场品牌	女装
21		德尚德罗 Desandlo	市场品牌	男装
22		妈多美	市场品牌	女装
23		33 潮牌	设计师品牌	男装
24		NVK	设计师品牌	全品类男女装
25		AIMEEWQ	设计师品牌	女装
26		bae thee	设计师品牌	女装
27		Y.Y FAMILY	设计师品牌	单品类服装
28		麻情棉意	市场品牌	女装
29		水光失色	市场品牌	女装
30		Fenie Swake	市场品牌	女装
31	NSS 新外贸村女装城	博客来 BOKELAI	市场品牌	男装
32		芮色 RUISE	市场品牌	女装
33		拾界	设计师品牌	女装
34		熙悦 XIYUE	市场品牌	女装
35		壹里壹外 YILYIAVIS	设计师品牌	女装
36	广州白马服装市场	九扇门	设计师品牌	男装
37		卡路恩 KaluAn	设计师品牌	男装
38		铭盛发 MINGSHENGFA	设计师品牌	单品类服装
39		世纪繁华 SHIJIFANHUA	市场品牌	男装
40		沃淇道 WOGIDAO	市场品牌	男装
41		翼の藤	设计师品牌	男装
42		衣區 YIQU	市场品牌	男装
43		ITD	市场品牌	男装

序号	推荐单位名称	品牌名称	品牌类别	品牌风格
44	虎门富民时装城	81 号公馆	市场品牌	女装
45		RoseMarryellen 露诗玛莉	市场品牌	女装
46		YBS	市场品牌	女装
47		潮迪 ZESSDIIM	市场品牌	全品类男女装
48		蓝韩 LANHAN	市场品牌	女装
49		纳百牛仔	市场品牌	全品类男女装
50	即墨国际商贸城	设优原创	市场品牌	女装
51		小博士 XIAOBOSHI	市场品牌	童装
52		零伍柒玖 LINGWUQIJIU	设计师品牌	男装
53	济南冻口服装市场	路行人 Road passer	设计师品牌	男装
54		米拉米露	商场品牌	全品类男女装
55		梵诗娅	商场品牌	女装
56		圣奈尔	市场品牌	全品类男女装
57	濮院羊毛衫市场	KK Knitting King	市场品牌	全品类男女装
58		文伦达尔	市场品牌	童装
59		咔哒咔姆	商场品牌	童装
60		安贝童 Anbeton	市场品牌	童装
61		SMALL PLANE	设计师品牌	童装
62		兰威丽洋	电商品牌	童装
63		优风	市场品牌	全品类男女装
64		MOTO-BOY	市场品牌	户外运动
65		帅财阁	商场品牌	女装
66		千力经纬	市场品牌	全品类男女装
67	山东省纺织服装行业协会	珂蕾朵姆	设计师品牌	女装
68		MSHB	市场品牌	男装
69		RN	市场品牌	男装
70		闺蜜风尚	市场品牌	女装
71		杰斯可可	市场品牌	女装
72		S•KBKZ	市场品牌	女装
73		昂达菲丽	市场品牌	女装
74		DIPIAN 迪篇	市场品牌	女装
75		爱诗梵	市场品牌	全品类男女装
76		杰克米男 jiekeminan	市场品牌	全品类男女装
77	江西万马服饰商城	金纱维斯	市场品牌	女装
78		LAXIALIYING 拉夏丽影	商场品牌	女装
79		陌读	市场品牌	全品类男女装
80		PARDIEN 帕迪恩	市场品牌	全品类男女装
81		帕什	市场品牌	女装
82	常熟天虹服装城	宛汀	市场品牌	全品类男女装
83		昭友	市场品牌	全品类男女装
84		亿新优衣	校服品牌	儿童校服
85		澳蕾多	市场品牌	女装
86	大红灯服装商贸城	HMYT 和美雅特	市场品牌	女装

老板娘淘宝直播如今已不再陌生。常熟服装产业带淘宝直播基地机构负责人韩艳在《如何打造“新粉丝品牌”》主题中分享到，之所以选择老板娘直播，一是因为她们懂货、懂产品，二是懂搭配，三是懂营销。此外，老板娘主播有一个非常强大的团队。要想成为一个老板娘主播，前提是你必须有实力、有时间、有货场、有自己的品牌和生产端。她同时指出，线上直播和线下供应链的结合，是未来的消费趋势。

对话未来，看他们如何布局？

在以《创新营销驱动品牌高质量发展》为题的主题对话环节，中国纺织工业联合会流通分会副会长兼秘书长张海燕、广州白马服装市场副总物业经理刘洁、嘉兴众创毛衫精品市场投资公司董事长姚明良、威米旗舰店掌柜彭杰、常熟NSS新外贸村女装城“网红主播”老板娘郑萍一同开启了精彩的交流对话。

刘洁强调，无论是线上还是线下渠道，最终还在于产品力，“白马的‘双百’计划一定要引进一百家的优质新租户，为此我们不断进行品牌和产品的换仓，希望能够提供符合当下消费需求和审美需求的品牌或产品。另外一个一百是我们需要扶持一百个品牌。我觉得对于所有做服装的同仁来说，首先要一手抓，抓好我们的产品，抓好自己的核心竞争力；其次是积极拥抱新变化、新渠道，开创自己的新天地。”

在线上线下打通的过程当中，市场端如何更好地服务商户？姚明良认为，目前平台主要做的是行业大数据，随着近两年人工智能的兴起，我们可以通过人工智能技术的应用，为各个流通市场带来供需双方更加精准的对接，让采购更便捷、更快速、更精准。目前来说平台化可以通过对全产业链的资源整合进行大数据的运用，赋能产业设计。

彭杰介绍说：“威米在天猫店做了五年，70%左右的顾客是90后。目前天猫店粉丝有900万，微信上粉丝达50万，通过粉丝营销我们取得了一定的成绩。



与会领导为2019年度“中国服装品牌优秀渠道商”授牌。

未来，我们会涉足抖音、快手等平台，因为90后、00后消费者与品牌沟通的方式与传统消费者不同，为此我们要针对新的消费群体做多样化的开发。”

郑萍表示，线上线下协同发展，开拓了互联网空间的生存方式。“经营中，我遇到的挑战一是时间，二是货品的宽度。特别值得一提的是，通过直播，我可以跟供应链完全合作，线下反而对接了更多的供应链，我的产品可以通过其他供应链进行直播和销售。”

众所周知，专业市场经过40年发展，历经初步形成、逐步发展、全面建设、高速扩张四个阶段，现已全面进入转型升级阶段，必须进一步深化供给侧结构性改革，加快专业市场智慧应用，推动物联网、大数据、云计算、人工智能、互联网和实体产业融合，推进智慧商城建设，实现纺织服装流通行业新旧动能转换和高质量发展。在快速发展的“互联网+时尚”浪潮中，我们期待着中国服装成长型品牌取得更大进步。

诚如中纺联副会长、流通分会会长夏令敏日前在出席中央广播电视总台举办的“品牌中国盛典”活动中表示的那样：让我们一起携手合作，共同讲好中国纺织服装品牌故事，弘扬中国纺织服装品牌文化，展现中国纺织服装品牌实力，早日实现品牌强国梦想。TA

2019 年度“中国服装品牌优秀渠道商”推荐榜单

(排名不分先后)

序号	推荐市场名称	渠道商公司名称	品牌名称	代理级别	品牌类别
1	五方天雅互联网+女装体验中心	北京华茂丹姿服装服饰有限公司	针丝缘	省级总代	女装
2		北京慕雪时装有限公司	白沙女	国内总代	女装
			秋凝	国内总代	女装
			诗梦缘	国内总代	女装
			梅宇（自注册）	国内总代	女装
		慕雪（自注册）	国内总代	女装	
3	沈阳五爱市场服装城	沈阳市沈河区五爱市场拉克莹服装商行	拉克莹	省级总代	女装
4		沈阳市五爱小商品批发市场服装城米丹奴服装商行	米丹奴	省级总代	全品类男女装
5		沈阳市沈河区木子家服装商行	木子	省级总代	女装
6		沈阳市五爱小商品批发市场服装城依仙圣姿服装商行	依仙圣姿	地级代理	女装
7	广州白马服装市场	成都市雷鸣服饰有限公司	HERMANN JOYNER 海蔓·娇娜	省级总代	女装
8		诺薇·渝儿服饰商行	美迪寇	国内总代	女装
9	成都大成服装市场	金牛区新米诺优品服饰经营部	欧年	省级总代	童装
10			听图	省级总代	童装
11		金牛区优品联盟服饰商贸部	欧抱抱	省级总代	童装
			宠爱女人	国内总代	女装
12	上海圣和圣服饰市场	卿佐（上海）实业有限公司	CSG	省级总代	女装
13			L'oeTELIER CAESARS	国内总代	女装
14	大红门服装商贸城	北京天玺服饰有限公司	逸阳	省级总代	女装
15		北京熹和洋子服装服饰有限公司	领弟	省级总代	女装
16	济南添口服装城	济南亚多奇经贸有限公司	波司登	省级总代	全品类男女装
17		济南市天桥区俊铸希服装商店	七克拉	省级总代	童装
18		山东杉昊服饰有限公司	稻草人	省级总代	全品类男女装
			伍沙国际	国内总代	男装
		山东超帅服饰有限公司	企鹅	省级总代	男装

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



中国轻纺城集团

股票代码：600790



打造新时期
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台，您将获取更多资讯。



中国轻纺城服装服饰市场作为柯桥传统面料市场之外的新经济增长点，正不断赋予专业市场新的价值。

服装市场上演“变形记” 酝酿升级 内外并举

本刊记者 邬莹颖 文 / 摄

专业市场，作为具有中国特色的商业流通业态，在实行改革开放 40 余年来得到了蓬勃发展。目前中国轻纺城面料交易区已有 21 个市场，随着消费需求的升级，市场细分也越来越明晰。



当历史的车轮缓缓向前，纺织服装市场在近年来迎来巨变。一边是全球纺织服装产业格局的大调整，一边是国内同类专业市场的激烈竞争，一直走在前列的中国轻纺城也面临着转型进化的挑战。如果说在过去的 30 余年，以面料为主的各大专业市场撑起了整个中国轻纺城的繁荣发展，见证了那个飞速发展的“黄金年代”，那么中国轻纺城服装服饰市场作为柯桥传统面料市场之外的新经济增长点，正不断赋予专业市场新的价值，走出一条与传统面料市场差异化发展的新道路。

市场环境优越

步入服装服饰市场，映入眼帘的是琳琅满目的各家商铺：时尚潮流的男女装，可爱萌趣的童装，设计感十足的围巾……令人目不暇接。

朱水龙的商铺位于市场主通道处，优越的地理位置带来不少人气。他已经经营“水龙男装”20 余年，商铺主打休闲舒适风格，店里的营业员正忙着将新品服装布置到人形模特上。“现在正值换季，店里的服装销量挺可观。”朱水龙介绍。作为伴随着老服装市场关停腾空搬迁到服装服饰市场的“忠实粉丝”，朱水龙对服装服饰市场的前景抱有很大信心，“无论是硬件设施、软件设施，还是卫生环境和安全生产，这里都有很大的提升，我们在这里经营店铺，也觉得特别舒心。”

服装服饰市场位于当前柯北最繁华的柯北商业圈，北邻红星美凯龙，东接万达广场，西连中国轻纺城会展中心，南靠中国轻纺城国际贸易区，坐拥黄金商圈。市场总建筑面积 26.7 万平方米，拥有商铺近 4000 多间，停车位 1500 多个，同时引入服装、百货、家纺、数码、娱乐等多种业态，以较低经营成本集聚商家、吸引客户。

据市场相关负责人介绍，“市场硬件设施，如中央空调、电梯、智能化安保系统、消防监控等配置完善齐全，同时，市场金融、餐饮、商务等服务项目一应俱全。作为‘卫生示范市场’和‘平安市场’，目前市场还依托信息平台开展规范高效的管理服务工作。”

招商引流升级

塑造杭州“四季青”服装市场柯桥版，树立百货服装综合的多业态商城，开启线上线下融合的新零售模式，中国轻纺城服装服饰市场正积极打造新的核心竞争力。

根据《柯桥区时尚产业发展规划（2016—2020）》，期间 5 年，将通过完善柯桥区时尚产业价值链条，运用时尚消费拉动区域内需、推动产业转型升级的重要有效手段，把柯桥建成国内闻名的时尚综合消费中心，力争到 2020 年，实现成交额 270 亿元。为了实现时尚消费这个目标，《规划》明确了发展路径：稳固中国轻纺城的国际纺织品贸易中心地位；推动多类型时尚场所和时尚平台建设；加快培育和提升本地时尚品牌；拓展时尚消费内容。

目前服装服饰市场商户入驻率已达 70%，以服装服饰、皮革、皮革、箱包、家纺、围巾及各类小商品为主，当前的客流仍以搬迁商户的老客户为主。凭借优越的地理位置，再加上硬件条件好、停车便利等优势，还能吸引不少新客流。

市场在 5 月初，以 AB 区五楼鞋革箱包区优先招商为契机，合理进行业态布局。下一步，市场将加强剩余营业房招商引资工作，着眼源头招商，提高营业房出租率，做好招商经营户落户工作，加



强市场后续宣传推广，举办多种促销隆市活动，加快培育商业氛围。

作为中国轻纺城最大的专业零售市场，服装服饰市场依托“中国轻纺城”的品牌优势，通过“电商化”优化其经营模式，采取线上线下深度融合发展，实现实体市场与电子商务平台相互促进、相互补充的良好局面，成为柯桥时尚消费的新高地。

延伸发展发力

这里既可以是服装服饰市场，也可以是时尚发源地。从面料到服装，服装服饰市场在柯桥是纺织产业链的延伸，也是半成品到终端产品的转变，为产品附加值提升创造了更大空间。

夏玲玲之前是做面料生意的，后来转战服装经营，一方面是因为对这份事业的热爱，另一方面也是看到了柯桥纺织产业的延伸前景。她目前在服装服饰市场经营着一家童装店和一家女装店，女装店面虽然相对靠偏，但依然有不少客户慧眼识珠。记者刚到，就看到一位女士在精心试穿服装，不一会儿，就爽快地下单了。夏玲玲介绍，自己店铺的服装都是设计款，款式简雅大方，尽管目前店面不大，但客流量还是挺可观的。“之前有童装店铺的客户积累，大家很相信我的选款眼光，都提议我再开一家女装店，老客带新客，再加上市场自身的号召力，店铺基本能做到零库存。”

据了解，服装服饰市场为经营户延伸发展做出了多方面的努力，其中包括推出家纺三、四、五层免租政策，为商户提供更大的平台和更多的机会，确保他们同时具备设计品牌引领性和市场接轨能力。

到了傍晚 6 点左右，服装服饰市场的商户开始陆续关门。回到家后，仍然有不少商户选择继续守在电脑旁处理各类订单、学习新的营销知识。他们可能不太清楚什么是“延伸发展”，但大致可以理解“转型升级”的意义。服装服饰市场能否实现华丽转身？每一个看似平凡且普通的他或她，都是这场“变形记”的主角。



记者手记

转型升级只有进行时

今年一开年，柯桥区领导就走进中国轻纺城市场，与企业面对面交流，了解企业工作情况及发展需求。可以说，这座融合了展示交易、行业咨询、物流配送、电子商务等多种业态的国际性专业市场，已成为柯桥纺织转型升级的一大亮点。

加快产业转型升级，增强经济发展内生动力是推动经济保持稳中有进的关键所在。作为浙江省经济大区，柯桥在推动纺织服装产业转型升级中探索出了一条具有地方特色的路子。

服装服饰市场，历经老服装市场关停搬迁，在发展进程中，把创新融入血液，企业创新谋变，市场多措并举，不断提升服务理念、开发理念，变身经营管理者，不仅为商户服务，更为他们提供切实

有效的增值服务，让市场实体经济在新旧动能转化过程中，持续发展，生命长青。

在笔者看来，服装服饰市场可以尝试也正在尝试拥抱新零售、线上线下跨界布局，全面融入互联网和旅游元素，开设网商网货供货基地、电子商务中心、全品类品牌生活馆等，为商户注入更多服务内涵，放大集聚品牌效应，真正让商户赚到钱。

转型升级只有进行时，没有完成时。只有时刻保持忧患意识、危机意识，早点转、加快转，才能在发展大潮中先人一步，才能不断增强发展的内生动力。

（邬莹颖）

纺织服装周刊

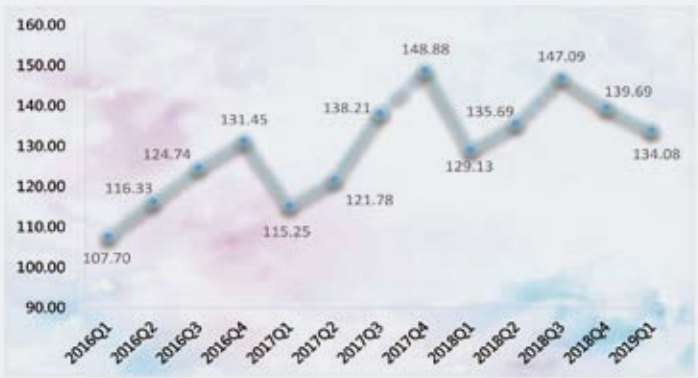
注重创新研发，柯桥纺织品受追捧

中国·柯桥时尚指数 2019 第一季度分析报告发布

绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会 / 供稿

2019 年一季度，受季节性因素影响，柯桥时尚指数收报于 134.08 点，环比下跌 4.02%。在剔除季节性影响因素后，同比上涨 3.83%，这表明，柯桥时尚纺织业总体发展情况依旧良好。

图1 中国·柯桥时尚指数走势图



时尚创意指数快速回升

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

2019 年一季度，柯桥时尚创意指数收报于 166.26 点，较上季度上涨 22.42%，在经历去年四季度的大幅下滑后，柯桥时尚创意指数又恢复到之前的水平。与去年一季度相比，上涨 29.37 个百分点，涨幅为 21.46%。这说明，柯桥时尚纺织业的创意企业总体发展情况较理想。

1. 时尚设计人才指数稳中有所升

2019 年一季度，柯桥时尚设计人才指数延续之前的发展趋势，稳中略涨，收报于 120.34 点，环比上涨 0.26 个百分点，与去年一季度相比上涨 0.75 个百分点，新增时尚设计从业人员 23 人。时尚设计人才指数趋稳上行，说明柯桥时尚纺织业就业氛围良好，能够吸引和留住时尚人才。

2. 新花型推出指数显著上升

2019 年一季度，新花型推出指数再次冲向高位，收报于 256.63 点，较上一季度暴涨 87.65 个百分点，涨幅为 51.87%。新增花样版权数 435 个，带动柯桥时尚创意指数上涨 26.30 个百分点，是推动柯桥时尚创意指数企稳回升的主要原因；与 2018 年一季度相比，上涨 81.72 个百分点，涨幅为 46.72%。由此可见，新的一年，柯桥的时尚创意企业研发热情高涨。

3. 创意产品成交数指数企稳回升

创意产品成交数指数在 2019 年一季度结束了连续下跌的颓势，小幅回涨，收报于 96.98 点，较去年四季度上涨 2.69 个百分点，涨幅为 2.85%，这预示创意产品的销售可能会迎来新的“春天”。与去年一季度相比，创意产品成交数指数下跌 8.54%，说明创意产品的销售仍处于低位。

4. 创意企业数量指数持续走高

2019 年一季度，创意企业数量指数持续走高，收报于 152.69 点，较去年四季度上涨 8.44%，带动柯桥时尚创意指数上涨 3.58 个百分点，是推动柯桥时尚创意指数上涨的另一重要因素；与去年一季度相比，创意企业数量指数上涨 16.59%，新增创意企业 10 家。

从细分指标来看，入驻创意园企业数和引进创意园企业数相较上一季度均呈上涨态势，分别收报于 159.35 和 146.03 点，环比分别上涨 10.11 和 13.68 个百分点，共同促进创意企业数量指数持续上调。入驻创意园企业和引进创意园企业数量的共同上涨，说明创意园对企业充满吸引力，创意企业的总体引进情况比较理想。

时尚活跃度指数季节性回调

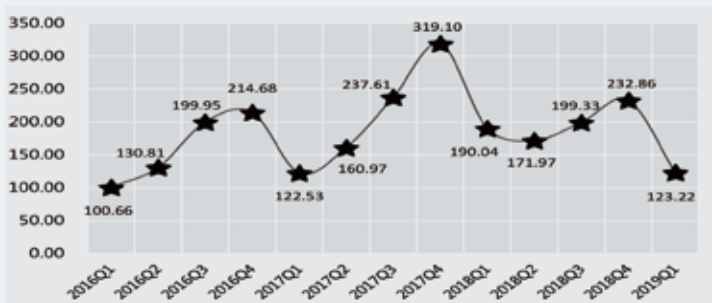
时尚活跃度是维持一个区域时尚生命力与产品创新力的基础，时尚活跃度指数专注于品牌的市场表现，从新产品销售额占比、时尚平台拓展数、品牌的传播费用、电商运行数和企业合作占比这五个维度，反映柯桥纺织时尚行业在创建企业品牌、创新运行模式等方面的创造能力和创意思维活跃程度。

受季节性因素的影响，2019 年一季度柯桥时尚活跃度指数明显下滑，收报于 114.91 点，较上一季度下跌 15.77%；与去年一季度相比，柯桥时尚活跃度指数依旧有所下跌，同比下跌 10.67%。在剔除季节性影响因素后，柯桥时尚活跃度指数依旧跌势明显，这说明柯桥时尚企业的市场与宏观经济运行关联度较高，品牌的市场表现有待增强。

1. 电商运行指数季节性回落

电商运行数指数整体呈周期性运行，一般以每年的一季度为始，四季度为终，低开高走。2019 年一季度，电商运行数指数进入一个新的周期，所以电商运行数指数出现了回调，收报于 123.22 点，环比下跌 47.08%，影响柯桥时尚活跃度指数下跌 21.93 个百分点，是导致柯桥时尚活跃度指数明显走低的主要因素。

图2 电商运行指数走势图



从细分指标指数来看，电商企业数指数稳步上升，2019 年一季度收报于 122.51 点，环比上涨 8.85%，同比上涨 5.12%；电商销售额指数也出现周期性回调，成为影响电商运行指数回调的主要原因。

2. 时尚平台拓展数指数强势突破

2019 年一季度，时尚平台拓展数指数收报于 112.86 点，环比上涨 8.42 个百分点，涨幅为 8.06%，较去年一季度上涨 8.22%。在过去的一年中，时尚平台拓展数指数走势平稳，2019 年一季度大幅上涨，说明柯桥时尚产业正在加速发展。

3. 新产品销售额占比指数迅猛回升

新产品销售额占比指数展现了柯桥纺织产品的创新研发力度，是反映柯桥时尚活跃度的关键指标。在 2019 年一季度，新产品销售额占比指数回归均线，指数值上升至 111.32 点，环比上涨 10.40 个百分点，同比下跌 3.37%，跌幅较小。这说明，随着柯桥纺织产品创新研发力度的不断加强，柯桥纺织新产品越来越受到市场的认可。

4. 企业合作占比指数大幅回升

企业合作占比指数包含品牌产品销售量占比指数和品牌企业占比指数两个分类指数，用于反映品牌企业对柯桥时尚纺织产品的认可程度。2019 年一季度的企业合作占比指数收报于 104.72 点，环比上涨 6.11 个百分点，同比下滑 2.61%。2019 年一季度的企业合作占比指数较上一季度大幅回升，说明目前品牌企业对柯桥时尚纺织产品十分看好。

从分类指标指数来看，品牌产品销售量占比指数走势较稳，2019 年一季度收报于 98.42 点，环比上涨 1.97 个百分点；品牌企业占比指数涨

势明显，收报于 109.67 点，环比上涨 9.33%。由此可见，两类指标指数的上涨共同推动了 2019 年一季度企业合作占比指数的回升。

5. 品牌传播费用指数周期性回落

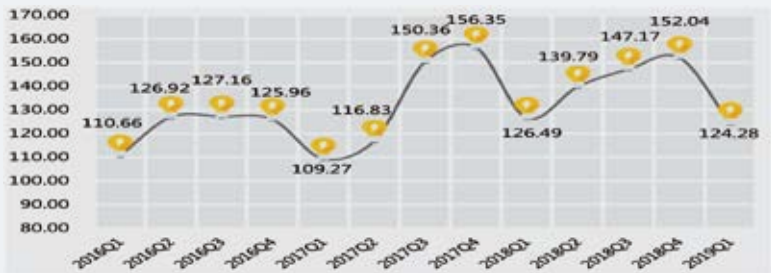
品牌传播是企业打响知名度、提升品牌价值的主要途径。品牌传播费用指数用于反映企业打造品牌的力度，是柯桥时尚活跃度指数的有机组成部分。2019 年一季度，品牌传播费用指数收报于 126.52 点，环比下滑 14.65%，与去年一季度相比微涨 2.06 个百分点。一季度的品牌传播费用指数虽有所下滑，但仍位于正常区间，说明企业依旧重视对品牌的打造。

时尚推广度指数季节性回调

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

2019 年一季度，柯桥时尚推广度指数延续每年一季度下跌的历史趋势，周期性下跌至 124.28 点，环比下降 18.26%；与去年同期相比，柯桥时尚推广度指数微跌 1.75%，跌幅较小，这表明柯桥政府和企业对时尚产业的推广力度维持在相对稳定的水平。

图3 时尚推广度指数走势图



1. 国际交流合作次数指数季节性回调

国际交流合作次数指数自指数运行以来一直震荡运行，尤其是自 2017 年一季度以来，震荡幅度显著加大。2019 年一季度，国际交流合作次数指数收报于 100.00 点，环比下降 45.45%，跌幅显著，与去年同期相比下降 14.29%，表明春节因素对柯桥时尚纺织业国际交流合作次数影响较为明显。

2. 企业参展次数指数明显回升

企业参展次数指数是由本地参展次数指数和外出参展次数指数组成，反映企业对外宣传推广的主动能动性，是柯桥时尚推广度指数的重要组成部分。2019 年一季度，企业参展次数指数与去年同期持平，收报于 125.00 点，与上季度相比上涨 8.33 个百分点，说明企业对外宣传推广的意愿有所增强。

从细分指标指数来看，本地参展次数指数与外出参展次数指数环比均呈上涨态势，2019 年一季度分别收报于 116.67 和 133.33 点，其中，外出参展次数指数上涨幅度更大，环比上涨 33.33%。2019 年一季度企业外出参展的次数明显增多，说明企业对“走出去”的重视程度有所提高。

3. 外商驻点数量变化指数高位上行

外商驻点数量变化指数通过办事处个数、注册公司数、人次等指标反映柯桥时尚市场的外商入驻情况。2019 年一季度，外商驻点数量变化指数到达历史最高水平，收报于 171.40 点，环比增长 6.98%，与去年同期相比增长 14.93%，这说明外商依旧比较青睐柯桥的时尚市场，也为柯桥市场的进一步国际化奠定了良好的基础。

从细分指标指数来看，办事处个数、注册公司数和外籍人口入境人次三个指数均有所上涨，2019 年一季度分别收报于 118.65、150.00、238.61 点，环比分别上涨 2.73%、7.81% 和 8.02%，共同推动了外商驻点数量变化指数的高位上涨。

时尚评价指数保持平稳

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

2019 年一季度，柯桥时尚评价指数收报于 124.40 点，环比上涨 0.38 个百分点，走势平稳，与去年同期相比上涨 7.91%，说明业内各界对柯桥纺织业和纺织品的时尚度评价总体较好。TA

“设计 +” 助力时尚产业发展

2019 年一季度，受到季节性波动因素影响，柯桥时尚总指数及部分细分指数均出现了不同程度的下跌，也有部分细分指数逆势上扬，表现亮眼。

（一）创意面料研发促进新款面料销售增长

2019 年一季度，轻纺城市场创意花型服装面料局部畅销，因兼具创意花型的面料上市局部增加，部分前店后厂式实体性布业公司和工贸一体化的规模型经营门市创意花型面料占据市场营销优势，传统市场部分规模性经营门市销售局部走畅，轻纺城公司化交易区对口中外客商下单增加，轻纺城传统交易区、国际贸易区、国贸中心、世贸中心部分纺织品公司、贸易公司部分最新研发的创意花型服装面料与家纺面料互动，备受中外对口客商垂青，兼具崭新创意的对口花型面料局部下单明显增加。

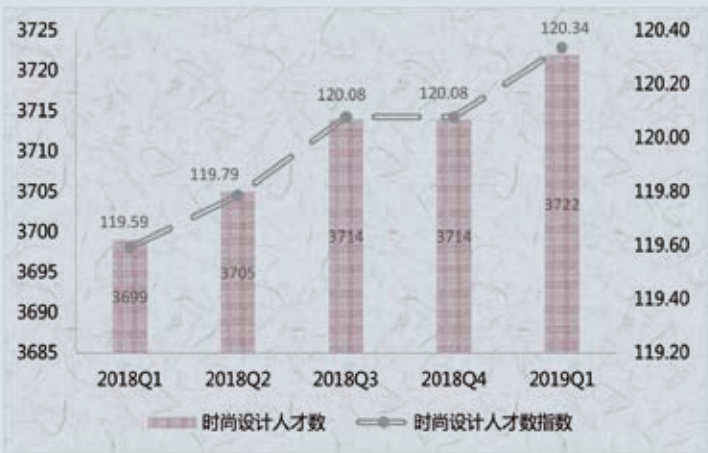
近期市场，涤纶女装面料以染色、印花、烂花、提花、绣花等多品种互动，成交局部走畅，创意花型面料局部优势显现。春季涤纶长丝面料新款品种部分规模性经营门市挂样上市品种尚有增加，营销面新有铺开，成交量局部小幅增长，部分前店后厂式布业公司和规模性经营门市具有针对性品种备受各路对口客商关注，多有批量意向性下单或批量订购行为，春季涤纶女装两用衫面料成交开始中小批量兼具，连日小批量多品种花型成交较为连续，创意花型面料尚有较大批放量成交。

（二）时尚平台完善助力优秀人才引进

近年来，柯桥区已初步形成以纺织新材料研发、面料开发、服装家纺设计、自主品牌培育为主的时尚创意产业发展体系，陆续探索出“设计+制造”“设计+贸易”“设计+互联网”“设计+品牌”等一系列“设计+”的发展新模式。

随着发展模式的不断完善，柯桥正逐渐构筑起日益丰富的时尚创意产业生态圈，下一步，柯桥将以创意大厦、中纺大厦、中纺 CBD 国际时尚中心、轻纺城创意园等为核心，建设“时尚创意谷”，将其打造成为国际性纺织创意设计中心、品牌培育和时尚发布中心，全力推动柯桥时尚产业的发展。与此同时，随着“时尚创意谷”的深入建设，越来越多的企业及设计师将目光聚焦于此。

时尚设计人才数及其指数变动



（三）时尚指数展望

2019 年一季度，受到季节性因素影响，柯桥时尚指数出现小幅回落。根据现有历史数据分析，预计 2019 年二季度柯桥时尚指数将出现小幅上涨，回弹至 140.00 点左右。同时，随着设计人才的引进和新花型的推出，柯桥时尚创意指数将继续小幅上涨，但涨幅不会太大；柯桥时尚活跃度指数和柯桥时尚推广指数受季节性因素的影响将会出现回涨；而柯桥时尚评价指数预计将继续稳定在 125.00 点左右运行。

纺织材料军民融合向纵深发展

本刊记者 _ 郭春花 通讯员 _ 张冬霞

党的十八大以来，党中央在国家总体战略中兼顾发展和安全，把军民融合发展确立为兴国之举、强军之策。党的十九大则把军民融合发展战略纳入新时代的强国战略体系，指出“形成军民融合深度发展格局，构建一体化国家战略体系和能力”。当前，中国已经是全球最大的纺织服装生产国，已经能够生产碳纤维、芳纶、聚酰亚胺、聚苯硫醚、高强高模聚乙烯等高性能纤维，涤纶、锦纶等常规纤维，全面实现差别化、功能化，加工成型和功能整理技术不断进步，纺织行业为国防军工服务的能力进一步增强。

5月24～26日，由国家新材料产业发展专家咨询委员会、中国和平利用军工技术协会、全联科技装备业商会共同主办的“第四届军民两用新材料大会暨展览会”在南京召开。其中分论坛之一，2019年军民两用纤维新材料研发与应用发展论坛由中国化学纤维工业协会、威海光威复合材料股份有限公司共同主办。大会以“自主创新·融合发展”为主题，旨在深入学习贯彻党的十九大精神，大力实施国家军民融合发展战略，打造材料界军民深度融合发展平台，实现强国梦和强军梦。

协同创新推进军民融合

当前，中美贸易摩擦升级，纺织品出口订单受到一定影响。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认为，在这样的背景下，军民融合是难得的机遇，原因基于三方面：一是根据今年中纺联春季调研情况，纺织行业民品市场不稳定，订单下降，但走访的光威复材和泰和新材生产经营却稳中向好，不受影响，甚至可能由于美国对关键材料限制出口而构成利好；二是国家采取措施拉动经济、拉动内需，可能在基础设施建设和军队建设等方面加大投资力度；三是军品市场虽然规模不大，但其市场稳定、价格稳定、利润稳定。如光威复材的营收与净利润均实现较快增长，主要源于相关业务的稳定增长。

随着科学技术的发展，纤维新材料在军民两用领域所发挥的作用日益重要。如碳纤维、芳纶、超高分子量聚乙烯纤维、生物基聚酰胺纤维等高性能纤维及其复合材料应用于战略导弹发射设备、航空航天器、人造卫星、战斗机、单兵防护等方面，不仅能提高各项器材的防御性能，还能提高单兵作战效率等。为此，业界各相关方应抓住党中央推进军民融合发展的战略契机，加快对军民两用纤维新材料的探索脚步，将其落实到一个个具体的建设领域和重大项目上，实现纤维新材料在军民间的双向转化、共享共用，为强国强军做出贡献。

那么，纤维新材料领域军民怎么融合呢？对此，端小平表示，从协会层面而言，要重点做好三件事：一是搭建军民两用纤维新材料交流平台，发布《军民融合深度发展纤维新材料与产品推荐目录》；二是积极与军方沟通对接，及时掌握政策动态和需求的变化，推进合作平台建设等相关工作的开展；三是创造更多的机会，组织国内企业去国外纤维材料领域先进的研发中心、实验室交流考察，学习先进经验。从企业层面来说，也需做好三件事：一是做好产业链协作，拿出完整终端产品交给军方使用；二是积极制定标准，特别是根据指标差异



在同期举办的展览会上，众多优秀企业展示了军民两用领域的新纤维材料。

和不同用途制定不同标准，打破国外设置的标准门槛；三是持续研发、开拓提升，耐心等待时机。

中国兵器工业集团第五三研究所总工程师魏化震认为，碳纤维的主要市场是民用领域，在军用领域虽然市场容量有限，但非常关键。未来陆军装备要向着更轻、更快、更远、更猛、更坚、更灵以及更可靠、长寿命、低成本化方向发展，碳纤维及先进复合材料凭借其优良特性将发挥最为重要的作用，其用量将会显著增加，特别是陆军装备领域将成为碳纤维及先进复合材料最广阔的应用市场。

2017年，中国碳纤维需求共2.35万吨，有26家碳纤维企业在运行，虽然生产线多，但因单线产能小、性能低，其中1.61万吨依靠进口而来。可见，我国碳纤维尚未完全实现自主保障。这是由于碳纤维特别是高品级碳纤维存在性能和质量稳定性、成本高、复合材料设计基础弱和高效低成本化工艺有差距等问题，兵器行业和民用领域不敢用、用不起，军、民用市场需求量受到限制，难以维持纤维规模化生产线，难以形成良性循环。

鉴于此，魏化震建议要推进军民融合、协同创新，具体来说，国家政策机制方面，要分工布局、竞争有序、联合发展；企业发展战略方面，要明确定位、协同创新、良性发展，产业链延伸一定要慎重；技术产品发展方面，要完善体系、强化基础、创新发展。同时要重视碳纤维在汽车、轨道交通、体育用品等中高端民用领域，民航客机、小型飞机、无人机等民用航空领域，以及兵器行业陆军装备领域中的应用。

以需求指引科技创新

目前，纺织领域也涌现出了一批参与军民融合的优秀企业，为行业树立了典范。在本次论坛及同期举办的展览会上，众多优秀企业介绍并展示了军民两用领域的纤维新材料、新工艺、新装备等，以此促进军民协作对接、促进纤维新材料技术的推广应用。



“业界各相关方应抓住党中央推进军民融合发展的战略契机，加快对军民两用纤维新材料的探索脚步，将其落实到一个个具体的建设领域和重大项目上，实现纤维新材料在军民间的双向转化、共享共用，为强国强军做出贡献。”

90%以上，并畅销海外多个国家。

中复神鹰碳纤维有限责任公司目前掌握了T300级、T700级、T800级、M30级碳纤维的制备技术，在关键技术、核心装备等方面具有自主知识产权。现有碳纤维原丝产能13000吨，碳纤维产能6200吨，是国内第一家研发出干喷湿纺技术制备高性能碳纤维的企业，“干喷湿纺千吨级高强/百吨级中模碳纤维产业化关键技术及应用”获2017年度国家科学技术进步奖一等奖。

石墨烯是本世纪最具颠覆性的新材料，是世界上最薄却也最坚韧的材料。南通强生石墨烯科技有限公司的石墨烯生产采用全球创新、领先的石墨烯制备技术，流程短、效率高、无污染。经第三方权威机构表征检测，已达到国际先进水平，并获得多项国家发明专利。强生凯瑞纳石墨烯纤维采用全新喷丝工艺制成的石墨烯功能性复合纤维，实现了涤纶、涤纶、高分子聚乙烯长丝和短纤的复合纤维从中试到批量生产的跨越。目前已进入批量化生产阶段，月产能为200吨，每一批产品均经过权威机构检测，性能指标全都达到优异水平。

业内专家表示，无论是军转民还是民转军，其核心都需以应用需求牵引科技创新。我国高性能纤维材料民用多于国防应用，需借鉴国外“军民融合”的成功经验，制定适宜我国国情的发展战略，同时结合我国军民两用纤维向高效化、高性价比、绿色化、轻质化、系统化、标准化发展的趋势，引领纤维新材料的发展方向，使高性能纤维进入快速发展阶段，以应用需求牵引纤维开发，创建产学研用结合的研发系统，以实现可持续发展。

军方支持和鼓励基础性研发

据中国纺织军民融合工作委员会研究，纺织材料应用到国防军工的产品主要有两大类。一类产品为军队的后勤供应提供保障，如各种军装常服、礼服、体能服、内衣以及睡袋、棉被、床单等产品，用于陆地、海上输送和储存油料、淡水的大口径软体管罐等，这些纺织品可以通过社会化采购来满足军队的需求。

另一类产品主要应用于军队的作战、训练和军事装备的配套，此类产品的品种比较复杂，对纺织材料的性能要求非常高，体现了纺织的科技发展水平和军队现代化程度。这一类产品主要包括携行具、单兵防护系统、核生化防护服装、伪装和屏蔽材料、特种绳缆、高性能纤维复合材料、蜂窝材料、各种降落伞和减速伞、航空发动机喷管喉衬、航天员的生命保障系统等。除此之外，土工建筑用纺织品、医疗卫生用纺织品、隔离与绝缘用纺织品、过滤与分离用纺织品、工业呢毯在国防诸多领域也有较为广泛的应用。

中国军事科学院军需工程技术研究所副所长张华针对军用被装领域的发展现状以及现实的国际格局，提出了两个迫切需要解决的问题：一是现有被装品种尤其是一些高水平品种的基础材料进口依赖度高；二是从未来品种的需求角度来说，迫切需要材料性能的全面改善，以保障军用被装水平的提升，从跟跑、并跑向领跑前进。他强调，军方将支持和鼓励这种基础性研发，并希望从事相关基础性研发的企业和科研人员能提供相对成熟的产品，为后勤产品的开发提供支撑。

近几年，军用被装正发生巨大变化，比如即将在“十一”国庆时展示的产品将是今后一段时期内被装工作的重要方向和军队新形象建设的基准，希望企业能给予关注。

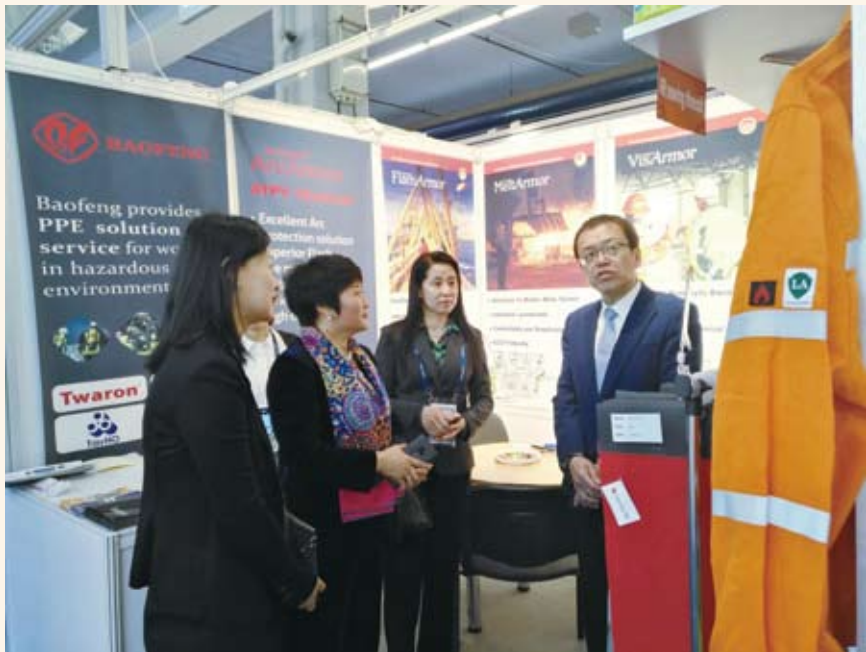
从具体需求来看，军用被装领域亟需如下产品：一是高强细旦合成纤维，目前围绕此军需工程技术研究所已开始进行差别化研究、轻量化研究和纤维材料综合评价方法的研究，还需相关企业的进入和支持；二是阻燃材料的开发，打破国外垄断，提升材料的供应能力和使用性能，提高替代性研究和应用性研究。

张华表示，军用被装是军民融合最早、最充分的领域之一，双方的融合正从以军队科研单位引领向军事需求牵引转变。今后军方将继续鼓励有能力的单位承担军需产品的研发，合作模式将逐渐转变为以公开招标的形式为主，有意向的科研协作企业可关注全军武器装备采购信息网跟踪相关项目动态。**TA**

纺织服装周刊



中纺联代表团在展会现场合影。



中纺联代表团参观展会。

Techtextil 2019 带你走进“未来之城”

中国产业用纺织品行业协会 _ 韩竞 李桂梅 李冠志 / 文

Techtextil 2019 围绕为未来的城市生活提供纺织解决方案,展示了相关的应用成果和案例,以及国际最新的产业用与非织造领域的技术、产品及其在相关领域的应用,从多领域向全球观众呈现了产业用纺织品如何塑造城市生活。

两年一届、为期 4 天的法兰克福产业用纺织品及非织造布展览会(以下简称“Techtextil 2019”)于当地时间 5 月 14 ~ 17 日在德国法兰克福展览中心举行。此外,纺织及柔性材料加工贸易展览会(以下简称“Texprocess 2019”)也同期同地举办。

中国产业用纺织品行业协会和中国国际贸易促进委员会纺织行业分会组织了产业用纺织品行业中国展团和参观团参加展会。开幕当日,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,中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长梁鹏程,中国产业用纺织品行业协会副会长李桂梅,中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副秘书长谢冰,以及来自东方国际集团、北京时尚控股、恒天纤维集团、上海新纺织、北京清河三毛集团、北京京兰非织造、恒天中纤、江苏盛紡、同日集团、苏州耐德等企业的代表参观了展会。

Techtextil 2019 展览面积 60000 平方米,有来自 57 个国家和地区的 1501 家企业参展。其中,德国参展商 421 家、德国以外的展商 1080 家,国际化水平达到 70%。展会有来自比利时、中国、法国、英国等 14 个国家和地区的展商,其中中国参展商达 111 家,成为继意大利之后的第二大国家展团。

本届展会以“城市生活”为主题,设立了未来城市生活纺织品创新区,高度关注行业的可持续发展。两展同台也为观众带来全球最新的相关技术研发成果,覆盖纺织品在所有领域的应用,在全球纺织行业内形成更为明显的协同创新与传播效应。

覆盖全领域新应用,瞄准未来城市生活

作为全球产业用纺织品行业首屈一指的专业贸易展,Techtextil 2019 围绕为未来的城市生活提供纺织解决方案,展示了相关的应用成果和案例,以及国际最新的产业用与非织造领域的技术、产品及其在相关领域的应用,从多领域向全球观众呈现了产业用纺织品如何塑造城市生活。

Techtextil 的展品几乎代表了技术纺织品领域的整个价值链。本届参展展品包括:技术、工艺、配件,纤维和纱线,梭织面料、网布、编织物、针织面料,涂层纺织品,复合材料,功能性服装纺织品,以及各类非织造材料及制品等。

李陵申在观展后表示,本届展会展示了产业用纺织品的全方位应用,展望了产业用纺织品在未来如何塑造城市生活,描绘出世界产业用行业的未来画卷;聚

焦智能纺织、建筑和土木工程、汽车、医疗、运动和危险防护等领域的高科技纺织应用技术。此外,本届展会在技术、纤维和纱线领域的供应商数量明显增加;机织物、涂层织物和功能性服装织物的供应商也强势亮相,展品覆盖了纺织材料的所有应用领域。

据介绍,Techtextil 2019 与荷兰创意产业机构——创意荷兰(Creative Holland)合作,通过“城市生活——未来之城”特别活动,在现场打造出一个超过 500 平方米的“未来”展示空间,表达出致力改善人们在城市环境中生活方式的理念,吸引了观众眼球。

法兰克福展览公司纺织和纺织技术副总裁 Olaf Schmidt 说:“每届 Techtextil 展都会展出纺织材料领域的最新应用。来自建筑、汽车、医疗卫生、时尚、个体防护等领域的国际顶尖专家都会汇聚于此,共同研讨轻质、耐久、可持续发展的材料。”

此外,在展会第一天颁发了“Techtextil 2019 创新奖”,表彰在技术纺织品、非织造布和功能性服装面料领域的杰出新技术和新发展。获奖者是由来自世界各地的专家组成的评审团选出的优秀代表,并且展会也为其设立了特别展览区域。据悉,这是该奖项的第 15 次颁奖。

展会期间,4.1 号馆论坛区向所有的专业观众免费开放,论坛内容包含可持续性、数码转型、智能纺织、城市纺织品、复合材料等方方面面,涉及多个主题,让观众能随时加入感兴趣的报告中,更为灵活地促进了参展商和专业观众之间的沟通,研究人员、开发人员和用户之间的互动和交流。

踊跃参展“走出去”,积极推动“全球通”

参加本届展会的中国企业达 111 家,覆盖原材料、设备及配件、各类产业用纺织品、非织造布及其制品等。展会期间,李陵申一行走访了江苏恒力、海利得、尤夫、烟台泰和、博莱特、同益中、恒天重工、江苏迎阳、锦达、达亚、华生科技、金由氟、德州华源,以及安德里茨、奥特发、卡尔迈耶等多家国内外参展企业。

已连续多届参展的陕西元丰纺织技术研究有限公司,此次展会除了展示军警、消防、石化等领域常规产品外,还重点展示了新型防电弧面料、高压带电作业服面料以及石化领域 Petro-V 等创新产品。据介绍,公司将借展会大力拓展新兴市

场,继续扩大对外高端市场的布局,大力推进欧洲、亚太、非洲、澳洲等的全球业务合作,继续发挥在安全防护纺织品领域的专业优势和技术引领作用。

上海申达科宝新材料有限公司是一家专业生产和销售柔性复合材料的大型制造企业。公司可生产幅宽达 3.5 米的各种以 PVC、TPO、TPU 等为原料的涂覆产品,广泛应用于灯箱布、篷盖布、土工布、防水材料、充气材料等,覆盖水利、国防、建筑、交通等众多领域。

中纺新材料科技有限公司此次携软体油、水囊复合织物、海上救生用织物、TPU 复合超高分子量聚乙烯面料、纳米超疏水面料等系列功能性涂层及复合纺织品产品再次亮相。据介绍,纳米超疏水面料是将织物经纳米材料处理,从而形成仿生荷叶效应,对可乐、牛奶、暴雨、高温水都具有极好的不沾效果。

常熟市宝沣特种纤维有限公司致力于安全防护服用面辅料研发,配备完全自主的生产流水线,引进国际先进水平的设备和仪器。产品系列丰富,主要应用于消防、石化、兵工、抢险救援、军队、电力工作等领域,此次展出的都是公司的拳头产品。

作为中国陆军和海军指定的 ISO 9001:2008 和 GJB9001B:2009 认证公司,北京同益中新材料科技有限公司专注 HMPE 纤维行业 20 多年,拥有超过 40 种商用 HMPE 纤维,且应用于不同领域,包括耐切割手套、纺织品、弹道 UD 板、编织等。采用公司 TM32 1600D HMPE 纤维制成的相同直径和线密度的绳索已经通过相关验证。

专业从事针刺非织造布生产的浙江得威德环保科技有限公司,生产系列高性能非织造布,产品包括高温碳/预氧丝毡、美国凯夫拉/诺迈柯斯/PBI 毡、日本 PBO 纤维毡、纯天然无污染可降解的麻毡、高强防刺布、保温隔热玄武岩/玻纤毡以及不锈钢纤维毡等,广泛应用于劳保护用品、建筑业、工业、农业、汽车船舶、动车等各行各业。

展会期间,李陵申、梁鹏程等代表中国参加了世界产业用纺织品协会会长会议。此外,李陵申一行与法兰克福展览有限公司纺织品及纺织技术副总裁 Olaf Schmidt 等举行会谈。双方就本届展会情况、即将举办的中国国际非织造材料展览会暨高端论坛和中国国际产业用纺织品及非织造布展览会进行商谈。

搭建混合展示区,聚焦可持续发展

Texprocess 作为全球纺织和柔性材料加工的最主要的贸易展览会,展品范围覆盖了纺织和服装加工工艺的所有尖端技术。

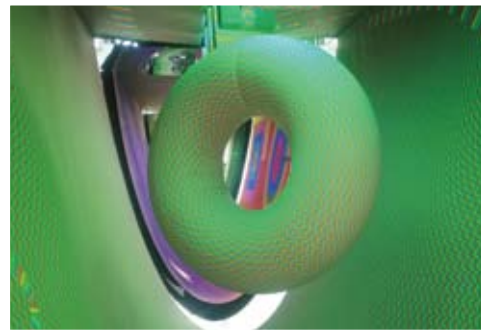
可持续性 Techtextil 和 Texprocess 两展今年共同关注的核心主题,两展也是首次共同展示参展商在可持续方面作出的努力。其中,Techtextil 2019 创新奖设立了可持续的纺织品创新与加工方法的获奖项目;Texprocess 论坛围绕纺织与时尚产业的可持续性这一话题设立专题板块进行研讨。

值得一提的是,4.1 展馆的两展混合展厅,全面展示了从原材料到成品的先进的纺织供应链生产过程——Texprocess 展的数码微工厂、Techtextil 展的功能性纺织品和服装。其中,数码纺织微工厂展区得到了德国纺织纤维研究所的支持,展示由时尚、3D 针织鞋帮、产业用纺织品组成的 3 条生产线,综合的纺织生产供应链在此一览无余。

Techtextil 与 Texprocess 两展同期同场举办形成了很好的协同效应,为纺织品在多领域、全系列的应用场合提供高科技纺织品的解决方案,成为该领域覆盖面最广、最具国际影响力的专业展会。ITA



展会展出了全球最新的产业用纺织品相关技术及成果。



参展感悟

引进新技术、新理念 推动产业可持续发展

5 月 14 ~ 20 日,中国产业用纺织品行业协会和中国国际贸易促进委员会纺织行业分会组织中国纺织服装企业代表参观了 Techtextil 2019,并先后拜访了德国的德累斯顿工业大学和卡尔迈耶产业用纺织机械有限公司、Norafin 公司,捷克的 AAH 公司、Retex 公司,斯洛伐克的 Auria 公司,助推中国纺企“走出去”,致力引进新技术、新理念。

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表示,此次组团参展、参观扩大了中国产业用纺织品行业在全球贸易和国际产能合作与布局的影响力,提升了行业创新发展的自信和拥有全球最广泛的应用市场和产品类别的自豪。同时,在交流中也看到了我国产业用纺织品在基础研究、成果转化、产业协同、循环利用、公共服务平台、品牌营销和高端产品开发应用等方面与发达国家存在的差距,进一步明确了行业未来高质量发展的技术路径和任务目标。

东方国际(集团)有限公司此次参加 Techtextil 2019 收获颇丰,该公司科技与制造事业总监薛继凤说:“此次参展、参观发现行业的发展非常迅猛,智能化突飞猛进,中国企业已完全融入国际化竞争行列,参展能够加速中国企业的国际化步伐。此外,中国企业应该在国家战略层面下站高望远,与国际同行保持紧密合作,借助协会资源找准企业竞争定位,发挥企业的特色和优势,不断创新突破。”

北京时尚控股有限责任公司科技发展部部长付清云表示,此行感受到纺织材料、纺织产品、纺织设备的迅猛发展,人工智能和数字化已深入到产业用纺织品制造的各个领域。此次参展和参观让企业管理者直接了解国际最新的产品技术发展水平,接触最前沿的行业科技成果,了解行业未来发展趋势,对企业的技术和产品创新及应用领域拓展起到积极推动作用。

恒天纤维集团有限公司总工程师王乐军说:“此次参展、参观让我们发现,欧洲高技术纤维开发依旧领先,高技术纺织品的品牌产业链运营良好,技术纺织品生产商与终端品牌持久合作,追求产品高附加值,企业掌握核心技术,无论是制品生产技术装备还是后加工技术装备,均有自己特色。”

“展会上看到了许多以技术创新为核心的产业用纺织品,极大拓展了应用领域,非织造布产品也是创意无限。”江苏盛纺纳米材料科技股份有限公司董事长虞胜椿说,“公司与捷克纺织服装皮革工业协会的会员单位 SVITAP + NANOMEMBRANE 公司进行了针对性的对接交流,未来双方有意愿开展深入合作。”

昆山同日工业自动化有限公司副董事长兼总经理邱邦胜表示,产业用纺织品呈快速发展态势,其功能延伸技术渗透领域越来越广,市场前景良好,我国技术优势明显领先于其他国家;产业用纺织品的可降解技术已进入产业化,对植物纤维应用拓展较快;我国产业用纺织品产业优势愈加明显,特别是纺织机械设备制造技术取得了快速发展。

苏州耐德新材料科技有限公司是第三次参加 Techtextil,该公司总经理陈明刚表示,通过这次参观学习,进一步清晰了企业的产品和经营方向,公司下一步将以“NETTtex”为视觉形象标志,推广专业化聚四氟乙烯(PTFE)纺织材料制造工厂的企业形象,打造“NETTtex”聚四氟乙烯纺织产品的国际品牌。

医卫用纺织品“含金量”知多少？

2019CINE 带你前瞻医疗卫生用纺织品新趋势

本刊记者 _ 陶红

2019 中国国际非织造材料展览会暨高端论坛（以下简称“2019CINE”）将于 6 月 3 ~ 5 日在上海跨国采购中心举行。届时，一批优秀的医疗卫生用纺织品企业将携新品亮相展会，展示非织造布行业新材料、新产品、新技术，为行业发展出谋划策。

中国是医疗卫生用纺织品生产大国，医疗与卫生用纺织品是产业用纺织品最大的应用领域。近年来，我国医疗卫生用产品由简单的个人卫生用品，逐渐发展到医疗用敷料、手术洞单、手术服、手术包、手术缝合线等高技术含量制品。现阶段，医卫用纺织品已经成为产业用纺织品行业重点投资方向之一，集中研究和开发对人体更加友好的中高端医卫用纺织材料。

与医卫用纺织品行业的高速发展一致，国内相关领域的非织造企业成长也颇具速度。随着新工艺的开发，新技术和新材料的应用，医卫用纺织品拓展了新的领域，满足了市场需求，呈现出多样化、高端化的发展趋势和产业集群化发展态势。

参展产品多样化

随着市场的不断升级和人们对美好生活需求的不断提升，医疗卫生用纺织品的性能呈现出多样化的发展趋势，防病毒、防渗透、高阻隔、抗静电、轻量化、超薄舒适、透气性好、无刺激、可降解等逐渐成为产品必备特质。在即将举办的 2019CINE 上，众多产业用纺织品企业将展示最新的医疗卫生用纺织品材料、产品。

作为展会的“老朋友”，安徽金春无纺布股份有限公司一直追随着 CINE 的脚步，本届展会也不例外。该公司销售部长陈一鸣表示，公司专注于水刺非织造布、热风非织造布、超细纤维非织造布的研发、生产和销售，产品主要运用于湿巾、婴儿湿巾、妇女卫生用品、革基布、汽车内饰和医疗卫生用品等领域。今年参展将展出超细纤维非织造布，该产品具有良好的吸水性、柔软性等性能，以及不掉纤、防螨、极致擦拭功能等特色。

据介绍，超细旦纤维组织使超细纤维非织造布拥有极高的比表面积，极大地增强了产品吸水性能；独特的长丝纤维结构革除了传统短纤水刺布使用后纤维脱落与掉屑的弊端，还可反复清洗；超纤维非织造布经纺拉成网后形成致密的三维立体楔状结构，具有超强的吸附能力，其奥妙之处在于物理性吸附，擦拭效果十分强大，特有的毛细血管现象也能够迅速吸收水或油类物质；高密高柔的织物结构不但防螨，而且可以防止蚊虫粪便以及蚊虫尸体碎片通过。

佛山市南海必得福无纺布有限公司专注于纺熔非织造材料的研发制造和深加工产品的生产，公司不断配合客户整合完整的生产链，让客户在产品采购过程中享受到高效率、低成本的“必得福式”服务，以此提高同类产品竞争力。

本次展会，必得福将展示医用 SMMMS/SSMMS 非织造布、MBB 三层复合材料、“稳德福”牌和“老夫子”牌的成人纸尿裤、尿片和吸水垫等产品。其中，医用 SMMMS/SSMMS 非织造布拥有独特的多层纺粘 / 熔喷组合结构，在拥有高阻隔性的同时兼具良好的透气性。该材料可以用于制作手术洞巾、手术衣、洁净服等医用产品。

此外，山东海威卫生新材料有限公司将展出 SMS 拒水非织造布、SS 非织造布、亲水非织造布、透气膜、透气复合膜、PBT 光纤松套管专用树脂等产品；山东泰鹏环保材料股份有限公司将展出 PET 纺粘非织造布；杭州森润无纺布科技有限公司将展出聚酯网吸尘材料、医用材料系列卷材、卫生材料系列卷材等产品。



往届展会现场。

产品品质高端化

随着科技的发展和技术的创新，越来越多的医疗卫生用纺织品原始创新实现了重大突破，产品高端化趋势越发明显，不少企业的产品已经填补国内外空白，提升了产品在国内外市场的竞争力，降低了国内市场对于国际产品的依赖。

晋江市兴泰无纺制品有限公司是一家以非织造制品为主的综合性企业集团。目前公司拥有数条世界先进水平的水刺非织造布生产线、纺粘非织造布生产线、SS 非织造布生产线、SMS 复合非织造布生产线、SMMS 复合非织造布生产线、三维卷曲中空涤纶短纤维生产线、喷胶棉生产线以及包袋制品生产线。

该公司董事长王火烟表示，公司以生产卫生材料的非织造布为主，产品涵盖纺粘非织造布、水刺非织造布，主要应用于纸尿裤、卫生巾、湿巾、干巾、擦拭布等领域。此次参展主要展出 3D 面层非织造布、腰围非织造布、隔边非织造布、底膜非织造布、芯体包覆非织造布、前腰贴非织造布、左右贴非织造布以及水刺非织造布。其中，3D 面层非织造布能加快纸尿裤芯体对尿液的吸收，更好地阻隔婴儿皮肤与尿液的接触，更大程度降低红屁股的可能性；腰围非织造布具有丝绸般的柔软质地，能更好地保护婴儿的肌肤。

“由于市场的千变万化，终端产品客户对产品的要求也越来越高，特别是对亲肤产品的非织造布也越来越重视。因此公司在新产品的开发上，注重与下游客户沟通，及时掌握新需求，注重与下游供应商交流，赋予产品更多的功能性。同时公司也不断与设备厂商探讨，以此来革新产品。”谈及公司运用新材料、开发新技术、研发新产品的举措，王火烟如是说。

据介绍，由佛山市南海区西樵卫生用品行业协会组织的佛山市栢盈无纺布有限公司、广东昱升个人护理用品股份有限公司、佛山市福得佳新型材料科技有限公司等 12 家公司将以展团形式亮相 2019CINE。

佛山市南海区西樵卫生用品行业协会会长杜强表示，今年企业参展积极性高，展会面积也比往年扩大。而且，西樵展团今年参展企业范围更广泛，涉及非织造布、无尘纸、热熔胶等领域的原材料企业，卫生巾、纸尿裤等成品类企业；此外，参展企业的新产品均是根据客户需求定制、根据市场发展趋势研发，更贴近消费者的需求。

杜强还表示，作为医疗卫生材料生产制造商，企业应加大研发项目经费，投入国内外最先进生产设备，加大力度开发新技术、研发新产品，走访调研市场，优化产品质量；同时注重培养技能型人才、科研人才，以此增加产品附加值和功能性。

作为目前国内非织造材料领域最专业、涵盖产品面最广、参展种类最齐全的专业化、国际化、综合型的商贸展示平台，CINE 多年来一直承担着“集大成者”的重要角色，快速集成供应产业链，辅助非织造材料行业人士开拓视野、赢得商业合作，稳步迈向全球产业链中高端。

2019CINE 即将开启，让我们拭目以待。



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

广告热线：万晗 010-85872646

新媒体热线：李江敏 010-85872630

发行热线：章简 010-85872699



纺织服装周刊

汇聚多方力量 展现多元视角

尚坤塬·2019 中国国际大学生时装周精彩活动回顾

本刊记者 _ 董笑妍 罗欣桐 吕杨

尚坤塬·2019 中国国际大学生时装周已落下帷幕，这里不仅有 46 场精心筹划的时尚秀，更有汇聚多方力量、展现多元视角的系列精彩活动，引起产业百家争鸣，成为时尚思想盛宴，并为初出校门的年轻人照亮了迈进梦想的路。

梦想力加持 释放无限可能

尚坤塬持续助力中国国际大学生时装周

5 月 13 ~ 19 日，尚坤塬·2019 中国国际大学生时装周掀起设计新浪潮，这是继 2016、2017、2018 年度中国国际大学生时装周后，尚坤塬全球时尚美学创意区连续第四年为中国国际大学生时装周独家冠名，体现了尚坤塬对中国时尚产业一贯的责任态度。

据悉，北京中纺永景投资有限公司是一家紧密围绕纺织服装产业的时尚创意产业运营服务商。专业聚焦创新和时尚两大主题，逐步形成了园区开发、园区运营、产业金融、品牌孵化、中纺云五大版块，已布局南北两大产业基地——北京尚坤塬项目、湖州丝绸小镇项目。

尚坤塬作为中纺永景旗下品牌，和中国国际大学生时装周有着长期稳定、多种形式的深度合作，尚坤塬始终坚信，高等院校是培养时尚设计人才、发展中国时尚产业人才的摇篮。引导初出茅庐的原创设计师接触中国时尚产业，了解消费者多元化需求，抓住市场机遇，是尚坤塬带给新锐设计师最有价值

的礼物。

中国国际大学生时装周是中国时尚教育交流学习的平台，是媒体聚焦新锐设计的“镁光灯”，更是时尚产业发展的助推器。今年，中国国际大学生时装周继续激励新生代设计师抓住市场脉搏，在不断锤炼与竞争中实现蜕变；进一步提升我国时装教育教学水平，满足我国纺织服装业转型升级过程中对设计创新人才的需求。

未来，尚坤塬也将继续帮助设计师孵化、成长、发展、创新，帮助新技术、新模式、新思维在纺织服装产业更好落地，积极地推动中国时尚产业快速发展，担负起更多的行业责任、社会责任。



多年来，尚坤塬通过各种途径持续帮助设计师孵化成长。



方圣·2019 中国时装技术奖旨在挖掘和表彰服装工艺技术方面的优秀人才。

技以载道，匠心筑梦

中国时尚大奖·方圣·2019 中国时装技术奖评选启动

近日，由中国国际时装周组委会主办，方圣时尚科技集团赞助支持的“方圣·2019 中国时装技术奖评选”在尚坤塬·2019 中国国际大学生时装周开幕式上正式启动。这是“中国时尚大奖”首次设立“中国时装技术奖”，该奖的设立必将推动行业技术创新，挖掘和培育更多更优秀的技能人才。

对于中国时装技术奖的设立，中国服装设计师协会主席张庆辉给予充分肯定，他表示：“中国时装技术奖是中国时尚大奖评选活动的重要组成部分，旨在挖掘和表彰在时装造型及工艺技术领域有突出表现和非凡创造力的优秀技术人才，传承中国服装传统工艺技术精华，打造中国时装工匠。”

作为中国时装技术奖评选活动的冠名单位，方圣时尚科技集团董事长王涛一直以来对行业的高质量发展有着深厚情怀，他表示：“中国时装技术奖的诞生，是对中国时装技术从业者数十年来为中国服装产业发展做出不懈努力的高度肯定，是对中国服装产业数十万服装技术工作者的激励和鞭策，意义深远。方圣时尚科技集团非常愿意主动站出来，贡献一份自己的力量。”

据悉，2019 中国时装技术奖评选自 5 月启动，7 ~ 8 月进入评选程序。今后，中国时装技术奖评选将每年举办一次，奇数年评选中国女装技术奖，偶数年评选中国男装技术奖；重点围绕时装造型、工艺、创意等方面进行评选，每年评选出中国时装技术“金剪刀”1 名、中国时装技术“优秀奖”10 名。评选结果在中国时尚大奖年度颁奖典礼上揭晓。

“秀·才计划” 为青年设计师“指点迷津”

中国国际大学生时装周迄今已经延续了 7 届，获得了国内众多服装、艺术类院校师生的广泛关注。通过毕业设计作品的演绎交流，及院校专家学者、行业大咖的分享和辅导，鼓励了一代又一代青年设计师锐意进取。

值得一提的是，本届大学生时装周期间，深圳思诺兰德服装发展有限公司携“TOORDER—秀”，以“秀·才——人才培养计划”（以下简称“秀·才计划”），致力于帮助新一代青年设计师成长。长期关注新生代原创设计师培养的“TOORDER—秀”设计合伙人冯志慧，曾任深圳玛丝菲尔时装股份有限公司高级女装设计师，今年亦受邀担任本届大学生时装周优秀作品评选评委。

她在采访中表示，能与众多优秀的青年设计师相聚于大学生时装周，是一件令人愉悦的事情。在评选方向上，她首先看中的是设计作品是否具有前瞻性；其次是现阶段能否被消费者接受。“如果用三个词来总结评选标准，即是否好看、好穿、好卖。我们要用商业化的眼光去评选具备专业水准及商业推广价值的设计作品，这样才能真正激励原创设计师们设计出更好的产品。”

“秀·才计划”，旨在培养中国未来的优秀设计师群体，帮助更多人实现对服装设计的梦想。据介绍，“TOORDER—秀”原创产品中心的人才孵化计划孵化对象为服装专业类院校大三在校生。目的在于培养优秀的专业人才储备、孵化年轻产业力量、并利用自有商业渠道将原创设计产品进行商业转换。基于人才养成的逻辑，该计划合理规划了从遴选到培育、成长、成熟的 4 个阶段。其中，包含了从大学在校生到成功的服装职业人的个人养成、团队养成、品牌培育等不同层面的孵化内容。



冯志慧

协同创新，链接未来

中国职业装产业研讨会在京召开

职业装被誉为“行走的活名片”，我国职业装设计领域起步较晚，从设计创新、面料创新、产业链创新、品牌建设等方面，距展现国家现代工业文明风貌的需求仍有相当距离。基于这样的背景，由中国服装设计师协会、厦门优佳丽服饰有限公司联合主办，《服装设计师》杂志社、中国服装设计师协会学术工作委员会承办的“院长会客厅之中国职业装产业研讨会”在本届大学生时装周期间举行。

本次会议以“设计为本，科技助飞”为主题，与会嘉宾从产教融合，推动职业装发展与中国服装产业转型升级的角度出发，将时尚、创意、科技、绿色可持续与职业装设计多维度交织，提出了有价值的解决方案。

中国服装设计师协会主席张庆辉、主席助理朱少芳，厦门优佳丽服饰有限公司董事长陈黎明，LAIPOSE CHENYU 联合创始人兼设计总监陈宇以及职业装设计领域的设计师、院校专家、企业代表、媒体代表应邀出席。

会上，20 余位来自设计、教育、传播领域的重量级嘉宾从学术指导、市场反推、流转推广等维度群策群力，分别提出了自身对当下职业装发展的真知灼见，以及对行业未来发展的分析与研判。

张庆辉表示，我国职业装设计领域还处于起步阶段，很大程度上，职业装是由甲方主导设计意向的，这就需要服装企业与设计师从时尚引领、创意设计、功能性、辨识度、舒适度等角度对职业装进行全面提升，此外，还需从职业装的产业链方面选择一批有示范和领导作用的企业，建立行业的“国家队”，向社会发声。

会上，张庆辉还将“中国职业装产学研基地”牌匾授予了厦门优佳丽集团黎姿职业装创意中心。



中国职业装行业需要建立“国家队”，向社会发声。

关注青年设计师，关注可持续的时尚

尚坤塬·2019 中国国际大学生时装周期间，国内外 22 所高校共同参与的“时尚教育成果展”同期举行。在展览现场，一张巨幅的美图吸引了观众驻足，这里就是国际毛皮协会的展位，作为本届大学生时装周的特别合作单位，国际毛皮协会在这里展示了天然皮革的时尚与可持续性。

可持续时尚是近年来全球时尚界共同关注的课题。国际毛皮协会一贯倡导用可以穿用多年并可降解的天然毛皮材质，为时尚的可持续发展尽一份环保之力，而此次与大学生时装周的合作，正是希望在此方面做出努力。

近年来，平价快销的快时尚因其巨大的环保负担而备受争议。在采访中，国际毛皮协会 CEO 马克·欧顿对天然毛皮的可持续性进行了阐释，天然毛皮源于自然，而人造皮革源自石油化工，并不能生物降解，人造皮革被宣传为天然毛皮的“可持续替代品”，实则不然。

毛皮原料的可追溯性是保持整个采购过程透明度的重要组成部分，已经成为皮革行业的基本实践，FURMARK 作为监督天然毛皮“可追溯性和认证”的全球性项目，它的存在同时也确保了毛皮行业致力于不断提高行业的可持续性。

另一方面，设计师是时尚创新的源动力，国际毛皮协会一直关注国际青



辩论赛上，双方辩友就热点话题展开激烈辩论。

“奇葩”一开口，时尚“抖三抖”

尚坤塬·2019 中国国际大学生时装周辩论赛激烈开战

尚坤塬·2019 中国国际大学生时装周的第 4 日，时尚版“奇葩说”空降 751D·PARK 时尚回廊，尚坤塬·2019 中国国际大学生时装周辩论赛上，两支高段位的辩论队就“人造皮革能否代替皮革？”以及“本科毕业后，深造还是工作，该如何选择？”两个热门话题开启了头脑风暴。

首先，在上半场的激战中，以柏邦妮为首的正方一辩孙墨然和二辩汤敏认为人造皮革是大势所趋，伦敦时装周已经全面禁用天然皮革，三辩陈越继续补充说，消费者更关注的是设计感，而不是天然皮革的附加价值。

话音刚落，以花希为首的反方辩友立刻摩拳擦掌，一辩解静薇认为天然皮革的透气性、垂坠性、光泽度是人工皮革不能比拟的，二辩李雨晴强调说天然皮革产业链完全透明化，真假皮革只能并存、不可取代，三辩吴倩强调，作为化学合成物的人造皮革在生产过程中需要消耗大量石油，会产生更多的污水和不可降解化学成分，对自然环境造成负担。最终在现场观众的投票下，反方辩队取得本轮辩论赛的胜利。

下半场中，两队互换了正反辩方位置，就“本科毕业后，深造还是工作，该如何选择？”继续开始辩论。正方辩手认为，硕士阶段是一个二次选择的机会，可以选择与自己的兴趣爱好相关的专业。反方辩手则认为，对于本科毕业生来说，年轻、勇气都是找工作时的优势与价值，考研耗时耗力，付出与收获不成正比。

最后，作为编剧的柏邦妮，结合自己写剧本的经历，总结发言：“学历不能代表一切，工作能力和业务能力才是和社会接轨的重点。如果你所做的工作与专业对口，那么，你就可以一边工作一边深造。这样你的工作经验也有了，学历也有了，同时在深造时经济也不会紧张。”



国际毛皮协会展位。

年设计师的培养。“REMIX 设计大赛”是国际毛皮协会举办的国际性设计赛事，致力于让更多年轻人通过大赛认识、喜爱上天然皮革，意识到天然毛皮的环保性和创造力，也让年轻设计师了解和学习到专业的毛皮工艺知识。

2019 年，有来自 23 个国家的年轻设计师申请参加 REMIX 设计大赛，近年来，中国参赛选手的设计水平不断提高，多次在决赛中获奖。此次与中国国际大学生时装周的合作，也是国际毛皮协会对中国青年设计师扶植与培养的一次尝试。



7 天时间、30 多场活动，河南大学生时装周为推动河南省服装产业转型升级、带动时尚创意产业优化升级写下华丽篇章。



让时尚回归东方！

2019 中国（河南）国际大学生时装周暨青年时尚创意文化节举办

本刊记者 _ 万晗

朗朗夜空万千星光，湊洧河畔激情欢畅。5 月 21 ~ 27 日，中国（河南）国际大学生时装周暨青年时尚创意文化节（以下简称“河南大学生时装周”）在“中国羲皇文化之乡”——河南省新密市的豫发·米兰小镇康宁街举办。

7 天时间、30 多场活动，从院校大秀、品牌大秀、校服大秀、设计大赛到高峰论坛、大师面对面交流会，各项活动场场爆满，一票难求。河南大学生时装周正突飞猛进地成为国内外服装界大咖理念碰撞的舞台，设计师作品展示的平台，前沿时尚元素发布的 T 台，成为备受瞩目的全产业链深度参与的时尚盛会之一，为推动河南省服装产业转型升级、带动时尚创意产业优化升级，写下了浓墨重彩的华丽篇章。

本届河南大学生时装周以“创意华夏 时尚新密”为主题，由中国服装协会、中国服装设计师协会、中国纺织服装教育学会指导，河南省教育厅等省政府部门和河南日报报业集团支持，中共新密市委、新密市人民政府、河南省服装行业协会共同主办，豫发·米兰小镇、河南省服装设计协会、新密市科工信局承办。中国服装协会常务副会长杨金纯，中国服装设计师协会副主席、中国美术学院设计艺术学院院长吴海燕，中国服装设计师协会主席助理朱少芳，中国纺织服装教育学会秘书长纪晓峰以及河南省委常委、郑州市委书记马懿，新密市委书记蒿铁群、市长张红伟，河南省服装协会会长李刚、豫发集团董事长王建树等领导嘉宾出席了开幕式。

据了解，本次河南大学生时装周邀请到了 20 多个国家和地区的时尚大咖及名模，100 余所国内外大专院校，1000 个品

牌服装企业、设计研发机构、全球奢侈品品牌、上市公司领袖以及设计师、供应商和商协会代表；共举办 25 场服饰大秀、5 场大型会议、2 场大师精品展、2 场国际大型论坛、2 场大师面对面、1 场名企英才见面会等共 30 余场活动。现场近 50000 人次大学生和观众见证了时装周的魅力风采，50 多家境内外媒体报道推介。

培育设计人才：河南服装实现高质发展的支点

杨金纯在致辞中表示，河南服装产业在近些年实现了快速增长，增速排在全国前列，产业发展得到了各级政府的高度重视，产能得到了有效扩大，企业发展得到了有效支持，设计人才受到前所未有的重视。河南大学生时装周的举办将为河南贮备、培育、培养更多的设计人才，相信在未来可以助推河南服装产业实现高质量发展。

李刚在致辞中表示，河南服装正抢抓时代机遇、紧扣万亿目标、着力更加时尚、打造世界工厂，构建大设计，发展大产业。大产业就是大平台，大平台需要大人才。我们要搭建好找人才、找平台的通道和“产学研用”融合的桥梁，提供企业找人才、人才找企业的机会。河南大学生时装周是河南实现万亿产业的重大活动，是平台、通道、机会。我们可以看到产业、院校、企业互

促共进，统筹融合，也助力“产学研用”迈向纵深，推动行业更好地发展。

张红伟在致辞表示，服装产业是郑州市委、市政府明确打造的千亿级主导产业之一，既是先进制造业，也是现代服务业，更是永不落幕的科技产业、时尚产业、绿色产业。今后将朝着千亿级品牌服装产业基地的目标迈进，努力把新密打造成为郑州的时尚明珠、河南的时尚高地、全国的时尚名城，也为郑州国家中心城市建设和河南万亿服装产业发展贡献新密力量。

新密：打造河南服装时尚新高地

新密是华夏文明之源、山川密境之城，被命名为“中国羲皇文化之乡”。新密服装产业起步早、规模大，集聚效应明显，发展势头强劲，现有服装企业 260 家，年产服装 1.1 亿件，2017 年、2018 年新密市先后获得“中国品牌服装制造名城”、“中国服装优质制造基地”的称号，并于去年成功举办了首届中国（河南）国际大学生时装周、中国纺织服装人才大会等系列活动。

作为本次盛会的举办地，豫发·米兰小镇规划占地约 12000 亩，计划总投资约 500 亿元，是豫发集团在 2011 年积极响应国家推进特色小镇建设政策，依托“锦荣系”纺织服装全产业链打造特色小镇，致力于将其打造成世界一流、中国第一的纺织服装产业集群。目前，项目 1 期已完工和在建工程达 120 万平方米，已招商入驻服装及上下游配套企业 200 余家，解决 3 万余人就业。

王建树在采访中表示，豫发·米兰小镇将以河南大学生时装周为契机，进一步集聚高端要素，在推进产业创新发展、名企名品培育引进、设计人才培养、产业与文化的融合发展上持续发力，继续引领并推动新密从服装制造基地向时尚中心、质造中心转变。

大师大咖论剑中原，产城融合曙光初现

7 天时间，各项高水准的时尚活动给人留下了深刻的印象。《锦绣华章》开幕大秀由吴海燕全程指导，中国顶级秀场执行团队东方宾利携中外名模执导，特邀著名设计师屈汀南团队研发定制具有华夏文化符号的服饰，联合中原工学院、轻工业大学、河南工程学院等院校共同演绎。新晋的国际超模刘春杰领衔登台，展示别具一格的设计力量，将河南作为华夏文明发源地的厚重文化与当下国际时尚的巧妙结合表现得淋漓尽致。

秀后，屈汀南表示，希望设计师勇于创新、沉得住气，也希望时装设计师和本土的新锐设计力量不要太拘泥于流行元素，放眼未来，学会因地制宜，不浮不躁，勇于和产业对接，和广大生产者对接。

在河南大学生时装周期间举办的 2019 亚欧国际服装论坛上，诸位大咖的观点碰撞更是将新密、河南时尚商业的前景和潜力做了积极的引导。本次论坛以“产城融合发展的品牌模式”、“营造制造业创新生态”为主题，古今纵横，产城融合，热议时尚与城市、教育与人才、产业与商贸。

中国服装设计师协会副主席、苏州大学服装学院艺术学院原院长、博士生导师李超德表示，历史与文化、传统与现代似乎是一对矛盾，它给我们带来了机遇，也带来了挑战。如何能够诠释传统文化在当下的表达，这是赋予新密人的新使命。品牌与创业设计创新，更好的融入中国文化，将给新密带来新的活力。



吴海燕作题为“产城融合发展的品牌模式”的主题演讲。她表示，城市没有产业支撑，即使再漂亮也是空城；产业没有城市依托，即便再高端也只能空转。城市化与产业化要相匹配，政策与实践不能一快一慢脱节分离。未来的新密应该是“文化旅游 + 特色产业 + 产城融合 + 互联共享”的新密，产城融合发展、艺术引领设计、设计引领产业、产业支撑城市、城市美好生活、品质智造生活。

东华大学艺术学学科教授、博士研究生导师卜向阳作题为“产城人融合与时尚品牌建设”的主旨演讲，他说道：“美丽乡村建设也好，特色小镇建设也好，都会涉及到如何更好以人为本，让大家安居乐业。‘产城人’一体化最基本的要求就是要让居住在城市的人能够安居乐业，并且活得有尊严。如何让他们安居乐业，就需要结合当地特色资源，形成特色产业。”

在 5 月 26 日举办的“我与大师面对面”活动中，中国十佳设计师郝为民与河南服装相关高校师生、新锐设计师、服装行业和企业代表约 300 人齐聚豫发·米兰小镇六楼会议室，以“文化共融带动新产业格局”为主题与大家分享设计思想。郝为民说：“设计者所倡导的是什？文化，中国尊师重道的文化。华夏民族的服装，它能穿出中国人独特的韵味；真正的国潮是中国的历史文化。设计新秀应从一个个设计任务开始，培养一种生活模式，以生活模式创造一种联动的设计风格。”

闭幕式上，郝为民带来精彩的闭幕大秀，中国首席超模毛楚玉领衔走秀，为 2019 中国（河南）大学生时装周画下圆满句号。

李刚在闭幕致辞中表示，今后河南的时尚产业发展会更快更广，时尚的地标会更炫更亮，时尚的大牌会云集郑州时尚总部港，让中原人民享受时尚带来的幸福时光。2020 再聚首，郑州将让时尚回归东方！**TA**



河南大学生时装周开幕秀将华夏文明发源地的厚重文化与当下国际时尚进行了巧妙结合。



羊老大服饰有限公司生产车间。

榆林羊毛防寒服产业期待做大做强

本刊记者 郝杰 文 / 摄

“加快传统产业升级改造，促进传统产业提质增效。抓住中东部轻纺产业转移历史机遇，加快突破服装设计、品牌营销等关键环节，提升羊毛防寒服全产业链发展水平，打造全国羊毛防寒服生产基地。”榆林市工业和信息化局副局长贺晔告诉记者，榆林市每年的政府工作报告中，都有涉及羊毛防寒服产业的内容。

有着“中国羊毛防寒服名城”称号的榆林，正在全力打造城市的新名片，以期让羊毛防寒服走向全国，走向世界。

曾经的顶梁柱产业，如今全国占比 75%

榆林人说起羊毛防寒服都如数家珍，而且饱含着情感。

榆林位于陕西省最北部，地处陕甘宁蒙晋五省交界处，地域辽阔，自然条件适宜牧草生长，羊毛绒产业自古以来就是传统优势产业。早在明代，毛纺产品就广为生产应用。1928年，榆林创办“陕北共立职业学校”，内设毛纺、制革、应用化学三个专业，同时开办西北五省唯一用机器生产的毛纺织工厂。

新中国成立以后，榆林毛纺织工业发展很快，先后建成榆林毛纺织厂、羊绒分梳厂、第二毛纺厂、羊毛衫厂、皮革厂、地毯厂等一批国有骨干企业，生产的产品质优价廉、驰名天下。毛纺织工业是榆林工业经济的顶梁柱，上世纪九十年代，其工业产值占到全市工业产值的 60% 以上。

1989 年初，榆林地区横山县服装总厂通过市场考察和反复研制，将绵羊毛进行特殊工艺处理，作为冬装的填充物，精制成羊毛防寒服，使榆林的传统产业得以改造升级。羊毛防寒服穿着轻柔舒适、干爽保暖、贴身美观，具有轻薄、保暖、环保、时尚的特点，成为新一代防寒服饰。进入 90 年代后，随着能源经济的崛起和国有企业的改制，当地国有毛纺织企业退出历史舞台，羊老大、七只羊、蒙赛尔等一批民营企业脱颖而出，以羊毛防寒服为代表的榆林毛纺织业开启二次创业，发展势头良好。榆林羊毛绒产业经过 30 年的发展，形成生产、研发、区域品牌优势。全市现有羊毛防寒服和羊绒加工及关联企业 350 多户，年产羊毛防寒服系列产品 1600 多万件，产值 30 亿元。产品远销全国 20 多个省市、自治区，销售量占全国同类产品的 75% 以上。

榆林市政府一位领导的老家就在横山县，家里也曾养过羊，她至今还记得小时候穿上红色羊毛防寒服时高兴的情景。“对这个产业的感情太深”，她说，“这个产业与农业和农民有关，这是民生产业，也是扶贫致富的产业，这个产业大有前景。”



包括本刊记者在内的中央、行业媒体采访团在羊老大生产车间参观。姚建平 摄



龙头企业来引领，科技品牌齐发力

产业的聚集和发展离不开龙头企业的带动，如今榆林已经有一批在羊毛防寒服领域全国知名的品牌。

“羊老大”是当之无愧的领头羊，作为生产销售羊毛防寒服的本土企业，“羊老大”开创了榆林羊毛防寒服新品牌。在“羊老大”的生产车间，工人们正在生产线上忙碌着。经历了 20 多年的拼搏，“羊老大”已经成为行业名副其实的老大。“当初创业为了销售产品，睡过车站、睡过马路。”羊老大服饰股份有限公司总经理侯志宏回忆起当初的创业还颇为感慨，取得现在的成绩，靠的是一步步打拼。他告诉记者，这个行业门槛并不高，最关键的工艺是配毛，不同羊毛的配比需要有丰富的经验，这也是产品高质量的前提。为了满足消费者对时尚的追求，公司在北京等地建了研发设计中心，正是靠着科技和品牌实力，让“羊老大”在消费者心中树立了高品质的形象。

据统计，我国每年有 5000 亿元市场规模的羽绒服需求，而羊毛防寒服只有 20 ~ 30 亿元的市场份额，发展空间巨大，这也是让榆林企业家们多年来一直不懈努力的动力。

侯志宏认为，随着人们消费水平的提高，羊毛防寒服产品有着巨大的市场潜力。榆林有着羊毛原料优势，要把这种优势通过提高产品科技含量、适应年轻人对时尚轻薄追求体现出来，拓展新的市场。只要加大科研、开拓思路、创新营销模式，榆林羊毛防寒服再翻一番没有问题。

“中国羊毛防寒服看榆林，榆林羊毛防寒服看七只羊”，这是七只羊服饰有限公司打出的口号，“七只羊”在业内的地位可见一斑。在董事长贾君享的带领下，经过 20 多年的发展，公司已由原来的“小作坊”发展到现在的现代化服装企业。

谈起当初创业的艰辛，贾君享记忆犹新。1981 年，他大学毕业后在煤炭系统工作，一个偶然的机会，贾君享帮妻子的工厂推销了 500 件防寒服，事后他拿到了 2 万元的销售提成。这笔钱给贾君享带来不小冲击，也使他下决心创业，成立自己的服装公司。利用在矿务局工作的老同学的关系，他日夜奔波在去西北煤矿的路上，推销自己的产品。

随着羊毛防寒服产业的发展和生意逐渐做大，贾君享意识到，防寒服不仅质量好，而且还要有个响当当的名字。这以后，防寒服市场就有了“七只羊”这个名字。

从只追求保暖性的第一代产品，到具有舒适、健康、时装化的第二代产品，再到今天具有时尚、保暖、保健功能的第三代产品，每一次的产品升级换代，都代表着“七只羊”在研发、工艺、技术、生产、设备、款式及面料上新的提升。

在众多羊毛防寒服企业中，蒙赛尔能够脱颖而出，靠的就是创新。长期以来，羊毛防寒服产品单一，结构不合理，影响了企业的快速发展和经济效益的提高。蒙赛尔公司组建了功能性羊毛防寒服研发中心，研究开发绒毛纤维保暖功能及织造新工艺，先后开发出外穿高档羊毛防寒服系列品种。他们把澳大利亚美丽诺羊毛应用于防寒服产业，从而把羊毛防寒服产品提升到了高端消费品的位置。蒙赛尔依靠差异化竞争，直接对接全国 2000 家专卖店，创建羊毛生活馆，目标就是打造中国生态羊毛防寒服第一品牌。

补齐标准缺失短板，建设一流产业基地

榆林的羊绒举世闻名，等级达到钻石级，自然长度 5 厘米以上、细度 15 微米以内，被誉为“软黄金”。去年，康赛妮集团与榆林市签订合作协议，康赛妮集团未来 3 年内将投入 10 ~ 15 亿元，发展榆林地区绒山羊产业，培育、打造世界级山羊绒品牌“榆林白”，把榆林山羊绒产业推向世界舞台。

榆林羊毛絮片是天然的保暖材料，具有其它产品不可比拟的御寒优势。榆林羊毛作为“北京 8 分钟”文艺表演服装填充物，在平昌冬奥会闭幕式上大放异彩，向世界人民展示了榆林羊毛絮片防风保暖、透气柔软、弹性好、吸湿性强等极佳性能，凸显了防寒服御寒、时尚、随体、舒适等优势。

依靠原料、规模、品牌优势，榆林在羊毛防寒服产业上拥有了话语权，目前正面临新一轮的发展机遇。然而，榆林羊毛防寒服产业也有着不容忽视的短板，这就是标准的缺失。

羊毛防寒服产品比较关键的指标是保暖性、舒适度等。目前，在这一领域还没有行标和国标，一直没有形成统一的生产标准。而地方标准自发布以来，从未进行过补充更新，仍存在不完善的地方。这就导致产品在各地销售中遇到诸多障碍。

据记者了解，为巩固榆林“中国羊毛防寒服名城”声誉，提高产品执行标准层次，榆林市羊毛防寒服产业协会从去年 8 月份开始，启动了羊毛防寒服执行标准提升工作，先后向工信部、中纺联领导多次汇报标准提升的意见和紧迫性，咨询、沟通工作流程，聘请技术顾问，成立羊毛防寒服执行标准推进办公室。经过努力，执行标准提升申请立项工作得到中纺联和各级领导的重视，项目立项建议工作正在按程序推进。

对于羊毛防寒服产业的未来发展，榆林市政府提出了努力将榆林建设成为中国一流羊毛防寒服生产基地的目标。按照高端特色、错位竞争的战略定位，发挥协同效应，培育优势品牌，完善产品提升战略，拓展市场渠道，优化营商环境，合力打造中国“羊毛防寒服生产基地”区域品牌。围绕羊毛防寒服产业，建立专业市场、物流配送中心、研发中心、信息中心等产业支撑体系，形成专业分工、资源互补的较为完整的产业体系。

在公共服务方面，榆林市将完善产业政策，搭建产业研究与信息服务、羊毛防寒服区域品牌认证、行业融资服务、电子商务示范、人才队伍培育等平台，营造公平竞争的营商环境，全面落实羊绒分梳、羊毛羊绒特色文化展示、面辅料专业市场和物流基地、羊毛羊绒贸易集团和交易市场、羊毛羊绒技术中心等重点项目建设。

“一定要把榆林羊毛绒产业做大做强，这是全市人民的期待！”榆林市副市长张胜利在采访中如是说。TA



七只羊服饰有限公司产品展示区。



蒙赛尔公司产品展示区。

助推上海“四大品牌”建设

上海时装周欲打造全球时尚界的知名商标品牌

杨艺 / 文

5月23日，由上海市商务委员会和市场监督管理局指导、上海报业集团和东方国际集团联合主办的“上海时装周助力上海时尚产业发展”推进会在兴业太古汇举行。

今年3月13日，上海时装周正式获得国家市场监督管理总局商标局批准，成为国家注册商标，被视为上海大力保护知识产权，进一步优化设计师创意设计营商环境的重大利好。

而此次推进会，来自政商界、法律界、学术界、时尚界、传媒界等相关领域的专家和学者，从“严格知识产权保护”和“打造一流的营商环境”两个角度切入进行深入探讨，为上海打造“全球时尚之都”、“设计之都”出谋划策。



上海市人民政府副秘书长尚玉英为上海时装周商标注册书揭牌。

成国家注册商标，上海新增“金字”招牌

上海时装周成为国家注册商标，意味着上海时装周成为上海又一块真正的“金字”招牌。

在这块金字招牌的背后，不仅是国家对上海时装周作为中国时尚产业标杆性公共服务平台功能和价值的认可，更充分体现了国家对于知识产权保护工作的重视，展现了上海城市营商环境管理水平的新高度。

上海报业集团党委书记、社长裘新在致辞中表示，上海时装周的意义远远不在于这十几天、近百场秀场的展示，而在于搭建了一个能够给各方面赋能的平台。随着商标注册落地完成，上海时装周将通过品牌和渠道的双向驱动，建立起良好有序的贸易氛围，不仅对时尚产业发展起到助推作用，更是上海商业新发展和文化产业的升级。

东方国际（集团）有限公司党委书记、董事长童继生表示，上海时装周商标注册成功将成为一个契机，通过时尚产业发展来实现传统制造业、服务业转型升级发展。秉承“法治思维 + 品牌理念 + 合作共赢思想”，发展“大时尚”产业经济，大力保护知识产权，进一步优化设计师创意设计的营商环境，把上海时装周打造成全球时尚界的知名商标品牌，让商标、知识产权促进产业经济发展。

“金字”招牌背后的里程碑意义

25年来，上海时装周从最初的服装文化节一路走来，如今已经形成集全球新品首发、亚洲最大订货季、时尚高峰论坛、时尚周末等内容的时尚版图，联动沪上各大城市地标，打造出一年两季声震海内外的时尚盛事。

“上海时装周”自2003年正式冠名以来，由于“上海时装周”名字里的“上海”属于地名，“时装”又是通用名称，所以多年来一直难以注册商标。在上海市副市长许昆林的关心下，在上海市商务委、上海商标审查协作中心等各相关委办部门的共同协调下，以及东方国际集团经过一年多时间的扎实筹备下，才有了“上海时装周”在今年3月获取国家注册商标的颇具里程碑意义的成果。

现今，上海时装周全球新品首发平台经多年发展形成多维发布矩阵，全年发布规模达200余场次。同时，上海时装周定位打造本土设计师孵化基地，发布场次中原创独立设计师占比7成，扶持了300余名在国际舞台声名鹊起的中国本土设计师，并从上海时装周走向国际，在“LVMH青年设计师”、“国际羊毛标志大奖”等多项国际大奖中代表亚洲新秀崭露头角。

作为上海时装周配套展会，MODE上海服装服饰展为亚洲首创以SHOWROOM为集合体的展会平台，并联合相关的合作展会和SHOWROOM，每季吸引全球超过30个国家和地区的1100余个品牌参展，4万余名渠道买家和业界知名人士观展。通过提供一站式采购订货平台，建立买手制商业模式，推动时尚消费转型，上海时装周期间的商贸季已成为以中高端原创设计为核心的亚洲最大时装订货季。

上海时装周，作为国际时尚产业中一个响亮的服务品牌，磁石般地吸引着众多国内国际的同行、各方跨界资源、大众消费者和媒体们的注意，以全球时尚新品首发和亚洲最大订货季为抓手，走出了一条展示、商贸、峰会和消费体验四大版块并行的特色道路。

此次，上海时装周注册的第35类和41类商标，为服务类注册商标，为上海时装周在快速增长的时尚产业综合服务平台型业务发展中，提供了强有力的知识产权保护、落实的IP运营抓手和全球视野的市场前景。

打通突破口，推动上海时尚产业发展

根据“中国银联”旗下大数据资讯机构“银联智策”的数据监测显示，上海时装周打造的“城中盛事”对城市区域经济的提升和助力作用已经越来越显著。上海时装周期间，相关活动所在商圈整体客流提升、外籍消费者人数增长、时尚和餐饮消费显著增长、高端酒店预订数量显著增长。时装周对区域经济与产业带动作用日益显著。

如今，上海时装周已经成为上海“四大品牌”建设的突破口、展示上海形象的新名片、都市合作的具体内容，并纳入“上海文创50条”重点推进项目。上海市委十一届四次全会将“上海时装周”列入上海“二个面向”提高城市能级和核心竞争力的重要抓手、上海全球新品首发的重要平台。上海时装周已成为优化营商环境，促进传统商业、工业生产供应链方式改革的重要途径。

随着上海时装周注册商标的发布和使用，标志着上海将以更加开放的态度来链接各方资源，整合各方力量。在贸易自由化和经济全球化的大背景下，上海时装周将充分发挥平台优势，积极促进海内外服装服饰品牌的良性互通和深度链接，进一步稳固现有板块，深化模式化体系化运作同时，为加强区域合作、促进区域经济起到带动作用，聚焦本市打响“四大品牌”的战略部署，将“上海时装周”打造成为国际消费城市建设的响亮名片，进一步提升上海作为全球时尚之都的城市能级和核心竞争力。[1]



驰骋梦想 笔绘衣尚

新生代力量在陕西国际商贸学院汇聚

秦阳 / 文

又到一年毕业季，青春挥洒的汗水与泪水，在四年大学光阴的流转中，又增添了丰厚和温润。为了挖掘陕西国际商贸学院服装设计新生力，发现并培养优秀的服装设计人才，5月22日晚，由陕西国际商贸学院主办，时装艺术学院和中国岐山轻工服装商贸产业园、陕西华泰隆创业投资有限公司承办的“岐山服装城杯”2019届服装专业毕业设计作品大赛在陕西国际商贸学院步长体育馆上演。

陕西省纺织行业协会会长田福海、副会长兼秘书长严家民，陕西国际商贸学院董事长赵超、院长黄新民，中国岐山轻工服装商贸产业园、陕西华泰隆实业发展有限公司副总经理姚铭华，及陕西纺织服装企事业单位负责人、院校领导、媒体嘉宾、学生代表1000多人出席了大赛活动。

以开放的胸襟布局人才战略

陕西国际商贸学院创办于1997年，2008年经教育部批准升格为全日制本科高校。其中，时装艺术学院创建于2004年。在十几年的发展历程中，始终基于“秉承求是创新、学以致用”的办学理念，坚持艺工融合、实践创新的办学模式为咸阳及陕西纺织服装业、文化创意产业培养应用型专门人才”的办学指导思想，围绕“艺术设计与前沿技术相结合的服装教育特色”的办学定位和“服饰文化与现代设计理念相结合，理论和实践教学相结合”的服装教学体系，在学科和专业发展中坚持“创意融合技术、设计传承文化”的理念，不断完善人才培养方案和提升教学质量，为学校的特色办学做出了积极贡献，为陕西及沿海城市纺织服装行业培养了一大批高素质的服装专门人才。

据了解，时装艺术学院开设学科基础课和学科方向及特色专业课50多门，坚持“以学科建设为基础，以行业需求为导向，以实践创新为目标”，不断深化教学改革，在人才培养方案、课程体系和教学内容等方面取得了一系列改革成果。此外，学院还与陕西及国内外20多家知名服装企业共建了长期的教研实习基地，为学生实习实践提供了良好平台。



此次毕业设计大赛展演，240余套服装服饰作品。

以青春的名义授予你荣誉

此次毕业设计大赛主题为“创行”，释义为“丝路精神传承，创新创业再行动”。整场秀展演了服装设计与工程、服装与服饰设计2个专业39个系列，240余套服装服饰作品。比赛过程节奏紧凑、类型多元、亮点纷呈、创意十足。每位毕业生不断挖掘各民族风情元素，融入“双创”理念，在每一针每一线、每一个细节点缀斟酌，让“创新创业”真正融入作品中。既体现了传统与时尚的相互交融，又将成长蜕变凝结于作品中。可以说，作品里凝聚着指导教师的辛勤汗水，也饱含着设计师的巧妙构思与旺盛的艺术创造力。

大赛结束后，经过评委们的综合评审，最终有21个作品荣登获奖榜单。设计师乔媛作品《YING》获得特等奖；设计师陈燕婷作品《年轮》获一等奖；设计师桑婷作品《羌魅流镶》、设计师郭慧敏作品《京韵》获二等奖；设计师吕安妮作品《涌动》、设计师朱盼盼作品《积木梦想家》、设计师余佳作品《昇·行者》获三等奖。最佳结构奖、最佳工艺奖、最佳创意奖、最具市场潜力奖分别由李小荣作品《灵动的鱼》、周梦娜作品《简易》、华成凤作品《逍遥游》、吴开丹作品《详图共云》获得。

其中，获得特等奖的24号作品《YING》将“皮影”造型艺术融入作品中，同时手绘创意图案，褶皱肌理的薄纱加上不规则的镂空纹样剪裁设计，再现“优秀传统文化星火传承”。获得一等奖的14号作品《年轮》灵感来源于十二生肖动物的俏皮造型元素，运用组合、拆解、分散、重构等多种手法，将明亮色彩的印花图案融入童装设计，还原孩提时期的天真美好心境。分别获得二等奖的21号作品《京韵》将脸谱中“净”角花脸元素大胆地融入童装的设计中，巧妙对服饰进行比例分割、精妙诠释腰身结构；33号作品《羌魅流镶》以羌族的碉堡建筑群为题材，将羌绣图案通过层叠、打褶、渐变等手法进行再次改造升级，让“古老与现代”碰撞，提醒人们要回归自我本性。

近年来，陕西国际商贸学院通过毕业季的设计作品展演汇报，不断发掘设计人才新生力量，培养创造美、传承美、传播美的卓越人才。本次设计大赛得到了众多媒体的关注及报道，取得了较好的反响。[2]



纺织服装周刊

废牡蛎壳变身时尚海毛纱

诚佳科纺以海洋废弃物创造新商机

台湾《纺织月刊》／供稿

诚佳科纺股份有限公司成立于 2010 年，是以创新、实用、减废等理念来设计研发各种功能性纺织品的环保科技公司。公司约有 200 台织机，月产能约 150 万码；主要外销市场集中于美国及欧洲，外销占比高达 95%。该公司的重点产品为 Smawarm 及 Seawool 等功能性面料。

废牡蛎壳变身时尚纺织品 荣获国际设计大奖肯定

开发以环保材料制作的纺织品一直是诚佳科纺努力的方向，董事长王叶训希望可将环保回收物再升级，变成功能回收材料，转型为复合型功能回收材料，以提高其价值。目前成功量产的产品是功能性衬衫面料，并以美国为主要拓销市场。

王叶训表示，台湾每年有 16 万吨的牡蛎壳，为减少海洋废弃物的堆积，诚佳科纺将牡蛎壳以纳米化变成粉末，天然碳酸钙加上微量金属元素，加上回收 PET 宝特瓶制成海毛纱，并以自有品牌 Seawool 及 Smawarm 拓销全球。

这种带正电的牡蛎纱，不仅能与人体负电相互抵消，更在日本及欧洲被视为未来可以取代羽绒的替代品。海毛纱具有保暖、除臭、抗静电、抗菌、防霉、抗紫外线等效果，大大提升纺织品的附加值。Smawarm 蚵技保温棉技术已获得多国发明专利奖，2018 年更以“蚵技抗菌保温棉”荣获德国 IF 设计大奖，这是诚佳科纺运用循环经济技术的一项殊荣。诚佳科纺以科技纺织材料为出发点，除了找出废弃物的附加值再利用以外，也创造出海洋循环经济，为传统纺织业找到新方向。

双重检测为产品作保证 以创意科技为纺织争光

王叶训斥资新台币数百万元，加上向相关机构申请的补助经费，成立诚佳科纺自己的物理实验室，所有自家企业所生产研发的纺织品，都会先在自家实验室先行检测，再依照采购商需求送至国际公证单位检验，无疑是对自家产品进行双重检测



回收 PET 宝特瓶制成的 Seawool 海毛纱。



Smawarm 蚵技保温棉。



诚佳科纺董事长王叶训展示用废牡蛎壳制作的衣服。

的动作。而这套要价不菲的检测仪器，也为同行做自行检测把关的服务，将设备效益最大化。

此外，诚佳科纺于 2016 年加入瑞士蓝色环保印章认证机构 bluesign 成为会员，未来将以循环经济作为产品研发的核心，为保护地球及绿色时尚做出更大贡献。王叶训秉持在台湾纺织产业多年累积的基础优势，结合创意与尖端科技，期望能带领团队打进国际舞台，擦亮台湾招牌。

培育青春活力注入新血 为客户提供零时差服务

有别于其他纺织企业，诚佳科纺乐于聘雇应届毕业生，王叶训认为，让年轻人发挥创意及所学，符合产业年轻化、活力化，台湾纺织产业已历经两个世代，需要进一步转型与升级。对于员工管理方面，王叶训以自由、尊重、创意与美学为原则，积极培养年轻新生代，希望为产业注入新活力。他更建议，透过产学合作方式（不一定要和品牌合作），行业协会可以协助产业进行平台营销，也可与设计师合作开发设计成衣款式。企业专注于生产、分析、创新，其他部分就由平台负责营销。

王叶训表示，公司目前在美国（营销为主）及中国大陆皆有销售伙伴与控股公司，加上向相关机构申请的参展补助计划，诚佳科纺的营销触角伸得相当广，数年来也借由展览结识了许多采购商。特别是在美国市场的营销，在前几年欧洲市场萎缩之际，为公司带来相当大的业绩助力。

此外，诚佳科纺每年依客户采购产品方向主动开发 20 ~ 30 组面料让客户挑选，再依据客户需求进行调整及修改。由于在国外有办事处，因此能为客户提供零时差的服务，并以朝向专业原料供货商的最终目标而努力。然而，近年品牌商采购的方式改变，加上中美贸易摩擦、全面与进步跨太平洋伙伴关系协定协议（CPTPP）等不确定的政经因素，面料生产条件日渐严峻，获利也一直被压缩。因此，王叶训希望手上这块 Smawarm 蚵技保温棉能像 3M 或是杜邦一样，发挥品牌价值，以更高的 CP 值为公司带来利润。TA



微信号：tachaobao



微信号：fzfzck

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



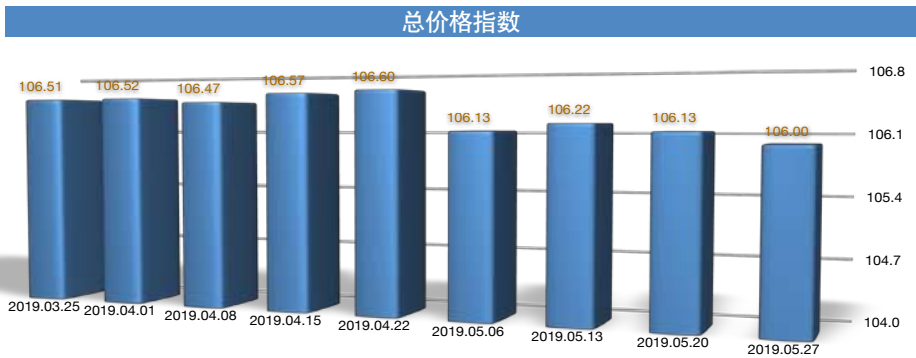
www.taweekly.com

纺织服装周刊

市场营销继续回缩 价格小幅下跌

20190527 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20190527 期纺织品价格指数收报于 106.00 点，环比下跌 0.12%，较年初上涨 0.01%，同比上涨 0.26%。



近期，中国轻纺城市场营销继续回缩，其中：原料市场价格小幅下跌，坯布市场价量小幅回缩，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，辅料行情小幅回升。

原料价格小幅下跌，涤纶环比下跌、纯棉纱行情继续偏弱

据监测，本期原料价格指数收报于 84.56 点，环比下跌 0.48%，较年初下跌 0.47%，同比上涨 0.65%。

聚酯原料行情继续下行，涤纶行情仍有下跌。本期涤纶原料价格指数环比下跌。上游聚酯原料行情继续下行，近期华东地区 PTA 现货主流 5680 ~ 5700 元 / 吨，MEG 主流 4215 ~ 4230 元 / 吨，聚酯切片市场报价局部继续下跌，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6775 ~ 6800 元 / 吨。萧绍地区涤纶市场继续平淡，厂家报价仍有下跌，行情继续疲弱。受宏观面偏空影响，织造终端产品运行偏弱，一定程度上对涤纶原料有所拖累；涤纶市场正面临产销回落，下游厂家跟进的热情逐步消退，聚酯上游原料的成本层面缺失也将促使涤纶长丝销售效果逐步趋弱。近期涤纶短纤价格环比下跌，江浙 1.4D × 38MM 直纺涤纶短纤中心价在 7800 元 / 吨；近期涤纶短纤市场行情继续乏力下行，涤纶短纤市场现金流大幅收窄；纯涤纱市场价格重心延续下滑趋势，行情疲乏，库存明显增加，江浙地区 32S 纯涤纱主流价 12700 元 / 吨，50S 纯涤纱主流价 16900 元 / 吨。

纯棉纱行情继续平淡，人棉纱价格环比下跌。中美贸易摩擦升级，国内纺织出口订单受阻，需求转弱，供应链整体产销清淡。纱线订单明显下滑，企业不断小幅下调报价，走货缓慢。近期萧绍地区纯棉纱市场气氛继续平淡，报价多显疲软，局部环比下跌。纯棉纱市场销量继续走低，价格环比下跌。纱线市场利空叠加，部分品种价格下跌。

粘胶短纤市场持续低迷，粘胶短纤产品销售困难，库存持续走高，预计后期粘胶短纤行情继续下滑。人棉纱价格环比下跌，山东潍坊产 32S 人棉纱报价 15200 元 / 吨（含税出厂），价格环比下跌 200 元 / 吨左右，量多成交略有优惠。

坯布行情环比回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 119.99 点，环比下跌 0.46%，较年初上涨 1.30%，同比上涨 1.18%。

本期坯布类价格指数呈小幅下跌走势。坯布市场行情环比回缩，订单局部有所下降，坯布成交环比小跌，春季坯布下单局部继续下降，夏季坯布局部批量下单环比小跌。其中：混纺纤维坯布行情环比回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比回缩；天然纤维坯布需求环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势，纯棉纱卡坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比回缩，拉动坯布类总体价格指数小幅下跌。但化学纤维坯布现货成交和订单发货环比回升，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 116.54 点，环比上涨 0.21%，较年初下跌 0.21%，同比下跌 0.24%。

服装面料类价格指数小幅上涨。近期，因内需市场需求环比增加，服装面料市场走势

环比回升，价格环比小涨。因下游需求局部回升，夏季面料现货成交和订单发货局部增加，秋季面料订单发货局部小增。因创新面料需求环比回升，部分布业公司和规模性经营门市现货成交和订单发货环比增加，兼具时尚创意产品价格环比小涨，市场行情震荡回升。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤毛面料、涤氨面料、锦纶面料、麻粘面料成交价量不等量上涨。近期，轻纺城市场麻粘面料现货上市量环比推升，成交批次局部增加，连日销量呈环比增长走势，夏季麻粘面料现货成交和订单发货环比增加，秋季麻粘面料订单发货环比小增，新风格麻粘面料成交价量呈小幅上涨走势。

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 101.64 点，环比下跌 0.14%，较年初下跌 0.41%，同比下跌 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，局部成交有所下降。目前，轻纺城家纺市场营销局部回缩，大众色泽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小跌，价格小幅下跌。其中：日用家纺类成交环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；床上用品成交环比回落，价格指数呈小幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数小幅下跌。但窗纱类、窗帘类行情环比推升，价格指数微幅上涨，相对制约了家纺类总体价格指数的下跌幅度。

市场行情环比回升，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 132.56 点，环比上涨 0.28%，较年初上涨 0.05%，同比下跌 0.53%。

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回升，目前下游企业备货环比小增，现货成交和订单发货呈环比小升走势。衬料类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；线绳类成交环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；带类行情环比回升，价格指数呈小幅上涨走势，拉动辅料类总体价格指数小幅上涨；但花边类、服装里料类成交环比回缩，相对制约了辅料类总体价格指数的上涨幅度。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。中美贸易摩擦升级，纺织品出口订单或受到影响，造成部分纺织品公司订单减少、价格下跌、库存增多、应收账款风险增大，下游服装生产企业输美服装订单明显减少，纺织品市场观望情绪较浓，部分染厂仍有断续的停开车现象。因部分贸易商和织造厂家大众产品订单有所下降，后市春季面料供给明显下降，夏季面料供给环比下降，大众面料现货成交和订单发货局部下降，织造企业开机率局部显现不足，印染企业产出环比回缩，预计大众产品认购踊跃度将环比下降，整体市场成交将呈现环比小跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651



T 纺织之光科技教育基金会

extile Vision Science & Education Foundation

注册成立十周年



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

使命：推进纺织工业科技进步 人才成长和产业升级

热忱欢迎企事业单位和有识之士积极捐赠和支持基金会

开户名称：纺织之光科技教育基金会
开户行：工商银行北京金街支行
账号：0200235109000013297

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



纺织之光科技推广
云平台微信



纺织之光科技推广
云平台网站



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、84887188 | 传真：0531-84880469、84888668