

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

2019.06.10 | 第20期 | 总第932期

日发纺机

纺纱/加捻/卷绕/针织/织造/无纺



织造系列之毛巾织机

客户中心电话: 400-999-8008



P20

柯桥, 让世界触手可及

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



影响改变认知
服务创造价值

《纺织服装周刊》官方网站: www.taweekly.com

新闻热线: 刘嘉 010-85872640

广告热线: 万喆 010-85872646



P8

行业有足够强的信心和底气应对贸易变局

P16

全产业链集结 探索未来发展方向

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 esigner

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元总决赛交通补贴

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

2019  KEQIAO TEXTILE EXPO (AUTUMN),
SHAOXING CHINA

中国绍兴柯桥国际纺织品博览会(秋季)



世界纺织看中国
中国纺织在柯桥

2019.9.28-30
浙江绍兴国际会展中心

www.ctcte.com

主要展品：纺织面料、纺织机械、纺织辅料(原料)、家用纺织品、创意设计

展会热线：0575-84135583 81181395 81181389



纺织服务周刊

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 张灼瑄

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: [textile](#)
印度合作媒体: Inside Fashion
日本合作媒体: 纤维News
台湾合作媒体: [纺织时报](#)
承印: 北京中科印刷有限公司
法律顾问: 大成律师事务所

向世界呈现

互联网时代，一部小小的手机就能让你“全球通”，更别说与身边亲友的交流了。但若要说到今日纺织业的社会形象，恐怕即便是我们的亲友中仍有人认为只是“传统产业”吧？好在，我们都感受到了当下舆论生态和媒体格局的深刻变化，感受到了新媒体对于向社会、向世界宣传“科技、时尚、绿色”产业定位所带来的全新机会。

为了解决纺织行业企业、机构在新媒体传播中遇到的痛点、难点问题，5月底，由中国纺织工业联合会新闻中心、中纺联会刊《纺织服装周刊》共同举办的“首届全国纺织服装行业新媒体传播培训班”在京开课。突发事件应对策略，如何利用新媒体做大做强企业价值，新媒体实操技巧与传播案例分析，企业舆情分析与网络传播……这些热点课程内容，吸引了华孚、鲁泰、恒力、如意等企业及沭阳、即墨、虎门、常熟等地集群、市场的宣传工作负责人近50人参加了培训。

从事行业宣传工作，首先要对国家政策、行业形势有明确认知，掌握正确的宣传方向、方法，这是立身之本。开班仪式上，中国纺织工业联合会副会长孙淮滨首先要求学员们建立中国纺织工业发展宏观意识，明确当下中国纺织工业发展的方向与追求——集中体现在将高质量发展贯穿于整个产业发展之中；同时要将“创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业”这一新定位，作为判断企业发展方向、宣传方向的准则。

“把握舆论必须讲究战略战术，习近平总书记指出，要把握好网上舆论引导的‘时、度、效’。”中国传媒大学教授唐远清举例说，面对负面新闻时，删、拖、混、情、骗、乱都不是该有的态度；应通过尽早公开回应、培育意见领袖、舆情监测、内部统一、寻求权威支持等手段进行正确舆论引导。

举办新媒体培训班既是企业发展所需，也是全媒体环境下，行业转变发展思路的必然。前来授课的专家学者也提出，纺织企业要关注宏观经济与自身企业的结合点，巧妙地关联财经新闻、社会新闻，不断地“露出”自己企业；上游企业也不能埋头于B2B，要关注自己企业与终端消费者、与社会生活的连接点，做好企业的形象宣传。他们鼓励企业积极探索快手、抖音、一点资讯等平台及应用，这些新载体都能在企业形象塑造和传播中大显身手。

用抖音、快手记录我们纺织大工匠的绝技绝活，用直播反映我们设计师、搭配师的日常工作，用短视频、宣传片展示我们智能工厂、智慧车间的现场操作，用全景式报道推出我们纺织业的世界500强、中国民企500强……以更高的理论站位指导新媒体手段的实际运用，相信，纺织业的社会形象将被改写，新时代的纺织行业精神和高质量发展将通过全媒体向世界精彩呈现！

刘萍

CONTENTS

目录



8 关注 ATTENTION

行业有足够强的信心和底气
应对贸易变局

中纺联四届四次理事会分析形势把脉行业发展

6月5日，中国纺织工业联合会第四届四次理事会暨第四届五次常务理事扩大会议在中国革命圣地延安举行。会议指出，当前贸易摩擦对行业的发展有一定影响，但影响有限、可控。行业有足够强的信心和底气应对贸易变局，取得最终胜利。



16 特别报道 SPECIAL

全产业链集结 探索未来发展方向

2019 中国国际非织造材料展览会暨高端论坛在沪举行

6月3~5日，2019中国国际非织造材料展览会暨高端论坛在上海跨国采购中心举办。展会汇集了国内外100多家行业骨干企业，集中展示了国内外非织造材料全产业链的最新发展状况，展品范围涉及非织造材料及制品、专用设备及配件、专用原料及化学品、研发、咨询及相关领域，包括从原材料、工艺设备、卷材到最终制品的各个环节。

6 资讯 INFOS

“丝路电商”成经贸合作新亮点
商务部发布2019年春季中国对外贸易形势报告
华源以技能操作比武庆祝16岁生日
新凤鸣“尝鲜”5G工业互联网应用

10 关注 ATTENTION

走出去，市场平台试水南非市场
向世界展现中国手工刺绣魅力
干货满满，大呼过瘾！

20 柯桥·中国轻纺城专版
CHINA TEXTILE CITY

柯桥，让世界触手可及
时尚悦动，商贸高频

24 行业 INDUSTRY

凝心聚力，共创产业新高度！
置身科研一线 感受成果转化

28 市场 MARKET

十大看点！“剧透”第三届红棉国际男装周

30 流行 FASHION

借力时装周，提升天津时尚产业价值
以城市为依托，让旗袍文化绽放
时尚荟聚 北京发声

34 院校 ACADEMY

以非遗为源，打通文化、教育、产业通路

36 台湾专版 TAIWAN

跨界征才，科技纺织引关注

38 韩国专版 KOREA

将重点转移至“00后”

40 指数 INDEX

市场营销仍有回缩 价格微幅下跌
原料价格稳中有涨 指数小幅上扬

直击 | DIRECT



集团员工用精心准备的节目表达对华源的热爱。

华源以技能操作比武庆祝 16 岁生日

5 月 18 日，华源集团迎来了她 16 周岁的生日，为此在德州举办了隆重的庆典活动。活动以“新时期、新起点、新征程、新作为”为主题，华源集团董事长王福华、总经理李向东等领导出席。

庆典活动上，李向东回顾了华源集团这 16 年来走过的风雨历程，充分肯定了 16 年取得的骄人业绩，也为华源集团对中国纺织产业发展所作出的贡献感到欣慰。目前中美贸易形势愈加严峻，对我国棉纺织行业发展有一定的影响，美国对中国纺织品服装加征关税意味着棉价的上涨，进而会导致我国对棉纱的进口需求大大增加。目前华源集团库存减少，订单充裕，产销两旺，说明公司的发展战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的。看到了华源的腾飞过程，在场的每个员工都心潮澎湃，感慨万千，惊叹华源的飞速发展，同时也为自己是一名华源人而深感自豪。

随后，在联欢晚会上，集团员工用精心准备的节目生动地呈现了华源集团 16 年来走过的光辉历程，从不同侧面抒发了自己对华源的热爱与依恋。

今年是华源集团成立 16 周年，是华源集团进入新的历史时期第一年。当前，国内棉纺织行业面临重新洗牌，众多规模小、产品技术含量低、效益差的棉纺企业将被淘汰出局。虽然国内外形势严峻，但并不影响华源集团整个销售格局。未来，华源集团将以先进的设备、精湛的技术、过硬的产品质量，屹立于行业前列。为庆祝集团成立 16 周年，华源集团首次举办了技能操作比武运动会，经过 1 个月的高质量比赛，德州华源生态科技有限公司、德州富华生态科技有限公司、德州卡姆帕特有限公司三个子公司收获满满。

本次比赛突显三大“亮点”：一是比赛过程中，涌现出一批操作新秀。二是操运会上，新员工发扬敢为人先的精神，在比武中沉着冷静，不畏强手，勇于拼搏，并取得了骄人的成绩。三是注重夯实员工的全能操作水平，引导“一专多能”人才培养，鼓励员工向多面手发展。

李向东总结道，今年是新中国成立 70 周年，是全面建成小康社会的关键之年，也是纺织行业推动高质量发展的关键之年。希望以此次操运会为契机培养更多的优秀工匠，提高员工的技能素质，激发潜能，大力弘扬工匠和创新精神，把工作成果向纵深扩展，让劳动者更有尊严，更有幸福感、获得感和安全感，创造出新时代纺织行业的“大工匠”。（万 晗）

聚焦 | FOCUS

“丝路电商”成经贸合作新亮点

2018 年中国电子商务交易额达 31.63 万亿元

近日发布的《中国电子商务报告 2018》显示，2018 年中国实现电子商务交易额 31.63 万亿元（人民币，下同），同比增长 8.5%；跨境电子商务进出口商品总额达到 1347 亿元，同比增长 50%，尤其“丝路电商”成为推进国际合作的新名片，成为双边经贸合作新亮点。

报告显示，2018 年，中国电子商务交易规模继续扩大并保持高速增长态势。全年实现电子商务交易额 31.63 万亿元，同比增长 8.5%；网上零售额达到 9.01 万亿元，同比增长 23.9%。

值得一提的是，报告指出，中国跨境电子商务综合试验区持续开展政策创新，全球品牌商品加速双向互动，跨境电商迈入升级发展新阶段。2018 年，中国跨境电商进出口商品总额 1347 亿元，同比增长 50%。

报告称，“丝路电商”成为深入推进国际合作的新名片、双边经贸合作新亮点。“电子商务已经成为推动新旧动能转换接续、传统产业转型升级

的重要助力器，更是新一轮对外开放和‘一带一路’建设的排头兵。”中国商务部部长助理李成钢表示，“丝路电商”国际影响力不断扩大，短短 3 年时间，中国已与 18 个国家签署了电子商务合作备忘录，并开展多场政企对话会，促进政策交流、产业对接，为企业互利合作搭建了平台。

他指出，当前，全球经济正加速进入智能融合的新时代，传统产业数字化、网络化、智能化的特征趋势日趋明显，以数据作为关键生产要素的数字经济正在成为继农业经济、工业经济之后的新型经济形态。电子商务是数字经济最活跃、最集中的表现形式，下一步，中国将紧抓《电子商务法》出台的机遇，培育电子商务健康发展新生态，完善相关配套法规，推进诚信体系建设；将构建电子商务开放发展新格局，发展“丝路电商”国际合作，不断加深与“一带一路”沿线国家和地区电子商务交流合作，加快推进贸易自由化便利化。（综 编）

商务部发布 2019 年春季中国对外贸易形势报告

近日，商务部综合司和国际贸易经济合作研究院联合发布《中国对外贸易形势报告（2019 年春季）》（以下简称《报告》）。《报告》回顾了 2018 年及 2019 年一季度中国外贸运行情况，分析了 2019 年中国外贸发展环境。2018 年，中国对外贸易稳中有进、稳中向好，货物贸易进出口规模创历史新高，质量效益进一步提升，对国民经济贡献进一步增强。货物贸易第一大国和服务贸易第二大国地位更加巩固，贸易强国进程加快推进。2019 年一季度，中国外贸总体平稳，结构继续优化。

《报告》认为，当前外贸发展面临的环境更加复杂、不确定性更强、风险挑战更多。世界经济增长放缓，贸易保护主义持续升温。国内经济下行压力犹存，一些结构性问题亟待解决。

实现外贸稳中提质的发展目标还需付出更多努力。同时也要看到，中国经济长期向好的基本面没有改变，外贸内生动力不断增强，高质量发展的基础持续巩固。随着支持外贸稳规模、提质量、转动力各项举措不断落地，政策效应将会持续显现。

《报告》指出，商务部将按照党中央、国务院决策部署，继续狠抓稳外贸政策落实，深入实施贸易强国行动计划，不断推进“五个优化”和“三项建设”，推动出口市场多元化，引导加工贸易转型升级、向中西部转移，优化进口结构，积极扩大进口，促进外贸稳中提质，以优异成绩迎接中华人民共和国成立 70 周年，为决胜全面建成小康社会、实现“两个一百年”奋斗目标作出新贡献。（冯 亮）

今年全国棉花种植意向同比下降



近日，中国棉花协会棉农分会对全国 12 个省和新疆自治区共 2681 个定点农户进行了第四次

2019 年植棉意向调查。结果显示：全国植棉意向面积为 4815.59 万亩，同比下降 1.77%，较上期回升 1.58 个百分点。其中：新疆棉农种植意向同比上涨 0.2%，较上期回升 2.1 个百分点；黄河流域、长江流域同比下降分别为 6.82%、8.65%，均与上期预测持平。

截止到 4 月底，全国棉花播种进度为 89.36%，快于去年同期 0.41 个百分点；育苗播种进度为 98.4%，同比增加 0.71 个百分点。其中，新疆棉区天气多变，给春耕工作带来了一定影响，月末播种进度为 97%，慢于同期 3 个百分点。其中，地播种进度 95%，兵团已经 100% 播种完毕。（周

公司 | COMPANY

万锭用工平均 15 人！魏桥集团再上 12 万锭“超级数字化纺纱车间”

近日，山东魏桥创业集团有限公司 12 万锭“魏桥超级数字化纺纱车间”项目成功签约，经纬智能公司的 JWF1580EJM—1824 锭超长智能型细纱机、JWF1286 型三自动精梳机等机型正式落户魏桥数字化纺纱车间。

作为世界 500 强之一的山东魏桥集团，是中国棉纺织加工业最具竞争力企业和世界最大棉纺织企业，生产规模和经济效益连续 13 年稳居全国棉纺织行业首位，继 2016 年打造数字化智能纺纱车间以来，在纺纱智能化升级中再下

一城，推出“超级数字化纺纱车间”项目。

此次魏桥超级数字化车间项目技术要求极高，在各个纺纱工序中都选用了世界一流的顶尖设备，也是目前国内规模最大的超长细纱机纺纱项目，选用的经纬智能公司 JWF1580EJM 超长智能型细纱机，具备超长技术、快装技术、快速落纱技术、头尾双吸棉技术和纺纱智能专家系统等先进技术，单锭能耗节约 10%，设备的稳定性、可靠性、运行效率大幅提高，设备整体水平达到国际一流。（郭春花）

新风鸣“尝鲜”5G 工业互联网应用

日前，作为嘉兴首个“尝鲜”5G 工业互联网应用的企业，新风鸣集团与中国移动签约，继续推动传统工厂实现 5G 信息化改造升级，并将 5G 技术架构设计运用到新工厂建设中。

当下，新风鸣集团已实现 5G 网络全覆盖，在移动办公、视频通讯、数据采集等多个领域开展应用。此外，新风鸣还建成了一个集实时数据、大数据及辅助决策和工业 APP 等于一体的工业互联网平台。

“人眨下眼是 200 毫秒，而你在杭州给这台机器发指令，只需 50 毫秒，它就接收到了。”新风鸣集团首席信息官王会成介绍，5G 下载速度是 4G 的 100 倍，时延只有 4G 的十分之一，基于 5G 无所不在的、无缝的联网能力，企业的运维效率大为提升。

以内部网络搭建为例，公司再也不需要铺设大量网线，数据采集的范围也更广、速度更快、容量更大，在 5G 网络下，企业数据采集点位从

8 万个提升到 21 万个。

“AR 远程维护”应用也将成为新风鸣集团 5G 智慧工厂的一部分。今后，一旦车间发生生产方面的故障，现场维护人员佩戴的 AR 头盔摄像头就会自动进行实况拍摄，并通过 5G 网络将画面传回监控中心，而监控中心的专家团队可以实时向现场维护人员作出操作指导。

新风鸣集团作为纺织化纤行业的龙头企业之一，于 2017 年启动了“55211”信息化工程，计划用 5 年左右时间，以互联网为主线有序建成经营管理、生产营运、客户服务、基础技术四大平台和智能工厂示范，构建信息化标准和信息安全两大体系，建成一套信息化管控机制，到 2025 年底前全面建成智能工厂。

据了解，历经 1 年半时间，新风鸣集团已基本建成了一个基于 PASS，集实时数据、SAP、MES、WMS、大数据及辅助决策和工业 APP 于一体的工业互联网平台（凤平台）。（马锋）

上海金堂轻纺荣获国际创新创业大赛“优秀企业奖”

近日，上海金堂轻纺新材料科技有限公司荣获 2019 年中国创新创业大赛上海赛区“创业在上海”国际创新创业大赛“优秀企业奖”，展现了公司在节能降耗、绿色生产中的科技创新实力，为推动印染行业健康、绿色、可持续发展贡献了企业智慧。

作为一家专业从事纺织印染行业绿色环保新材料研发、为纺织印染全流程提供节能减排整体解决方案的科技公司，金堂轻纺先后获得欧盟 ECO—PASSPORT（化学品、助剂、染料）生态产品认证《生态纺织品通行证》、长安保险公司百万产品责任保险等资质，此次荣获创新技术认定，有力证明了该公司在创新研发上的卓然成效。

据了解，金堂轻纺十年磨一剑，成功研发了新型纺织印染前处理助剂“卜公茶皂素”，获得 2019 年第 2 批上海市高新技术成果项目认证。卜公茶皂素助剂采用纳米氧化钛 TiO₂ 为载体，对天然植物类表面活性剂茶皂素进行改性，产生了高度的催化效率，使反应速度增高 100 多倍，可快速水解织物上的油脂、蜡脂及杂质，去除棉籽和木质素，还原出棉纤维的本白，使织物的煮练、漂白、染色在同一设备、同一处理液中完成。

据悉，该工艺技术不但能有效缩短工艺流程、提高产品质量，节能降耗的同时还能实现印染前处理用水全部循环使用，治污源于源头，杜绝污染转移。数据显示，使用该技术可实现节能减排 50% 以上，降低传统印染企业 20% ~ 50% 综合成本。

值得一提的是，为更好地升级产品，切实满足市场及客户需求，该工艺技术已经在孚日集团股份有限公司、东渡纺织集团有限公司等多家企业连续运行至少 30 个月。事实表明工艺质量稳定，前处理效果满足并超过原传统工艺，前处理废水全部回收连续循环回用，可以达到无废水排放。该技术的推广更是得到了 IKEA 宜家贸易服务（中国）有限公司的大力支持。

本着创新驱动的原则，金堂轻纺致力于将创新和科技成果转变为现实生产力，为进一步推动染整企业高质量发展奠定坚实基础，为行业绿色、可持续发展担当起应有的责任。（张颖）

NITE/2019

宁波国际纺织服装供应链博览会

Ningbo international textile and garment supply chain expo

宁波国际纺织面辅料及纱线展

宁波国际服装贴牌加工展

浙江国际智能缝制设备展

2019年6月21-23日

宁波国际会展中心

垂询电话：+86-574 8778 4337

纺织服装周刊



与会代表在延安合影。

行业有足够强的信心和底气 应对贸易变局

中纺联四届四次理事会分析形势把脉行业发展

本刊记者 _ 郝杰



与会领导开启创新人物颁奖盛典。

延安是中国革命圣地，在这里马克思主义中国化实现了第一次历史性飞跃，《实践论》、《矛盾论》、《论持久战》等著作至今闪耀智慧光芒；在这里发生过轰轰烈烈的大生产运动，“自己动手，丰衣足食”，为夺取革命胜利奠定了物质基础；更重要的是在这里诞生了延安精神，毛泽东等老一辈革命家改变了历史进程，成功领导抗日战争和解放战争走向了胜利。

在庆祝中华人民共和国成立 70 周年之际，6 月 5 日，中国纺织工业联合会第四届四次理事会暨第四届五次常务理事扩大会议在中国革命圣地延安举行。中纺联党委书记兼秘书长高勇，会长孙瑞哲，原会长杜钰洲、王天凯，原副会长许坤元，副会长杨纪朝、夏令敏，党委副书记兼常务副秘书长陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、孙淮滨等领导，以及特邀副会长、常务理事、理事，各省、自治区纺织行业办公室负责人，中纺联各部门、各成员单位负责人 400 余人参加了会议。会议由高勇主持。

会议审议并通过了《关于在纺织行业开展职业能力水平评价的决议》，孙瑞哲代表中纺联所作的工作报告；选举通过了中纺联第四届理事会理事、常务理事等变更；对 2018 年中国纺织行业年度创新人物进行了表彰。

诠释新时代行业精神

会上，孙瑞哲作《面向未来，弘扬新时代行业精神，推进高质量发展》报告。他说，回顾历史，可以看到未来。延安精神，充分体现了中国人民自力更生、艰苦奋斗的创业精神，体现了解放思想、实事求是的创新精神，体现了理论联系实际的务实精神，体现了全心全意为人民服务的人本精神，体现了积极主动、敢于胜利的乐观精神，体现了攻坚克难、百折不挠的战斗精神，体现了热爱国家、团结一致的民族精神。这种融于中国人民骨血的精神力量决定了我们面对当前美国的关税重压和技术封锁不会惧怕；决定了我们对于美国的贸易霸凌主义和强权无礼行为不会退缩。

孙瑞哲归纳了新时代纺织行业精神。党的十八大以来，中国纺织工业的行业精神在不断衍生、积淀、丰富和升华。归纳起来有新时代纺织企业家精神、新时代纺织科技工作者精神、新时代纺织工匠精神。这些精神力量相互交融、彼此激荡，共同汇聚成了新时代的纺织行业精神：实业兴国的爱国精神，务实创新的科学精神，协同发展的团结精神，人才为先的人本精神。新时代纺织行业精神正成为全面建成世界纺织强国的强大支撑。

对于当前的中美贸易摩擦，孙瑞哲认为，经过多年的积累与沉淀，中国纺织工业已具备强有力的国际竞争力和抗风险能力。当前贸易摩擦对行业的发展有一定影响，但影响有限、可控。行业有足够强的信心和底气应对贸易变局，取得最终胜利。行业的信心和底气来自独特的制度优势、来自雄厚的产业基础、来自巨大的创新活力、来自庞大的内需市场。

把“沟”和“坎”化为“时”和“势”

在总结了 2018 年行业工作后，孙瑞哲着重强调了行业面临的形势和变化。他认为，全球化不可逆转，世界经济格局发生结构性调整。一是基础设施，全球经济发展的底层架构发生根本转变；二是人口构成，全球劳动力结构与分布发生趋势性变化；三是知识经济，驱动全球经济的核心要素发生改变。对此，孙瑞哲提出当前形势下的三点研判，一是既要强调服务业发展，也要重视制造业的基础作用；二是既要强调新经济发展，也要重视制造业的支撑作用；三是既要强调差异化发展，也要重视产业集中度的规模作用。

对于下一步工作，孙瑞哲表示，尽管我们面临的内外环境更趋复杂，经济下行压力加大，但行业健康稳定发展的基本面没有改变，支持高质量发展的生产要素条件没有改变。当前形势是时代性的考验，也是历史性的机遇。我们要抓主要矛盾带动全局发展，集中精力办好己的事情，切实推进行业高质量发展，把“沟”和“坎”化为“时”和“势”。一要积极推进机构自身能力建设，实现健康发展；二要全面优化行业服务工作，引领行业高质量发展。重点要落实“科技、时尚、绿色”的产业定位，全面提升产业发展能力；完善“集群、集约、跨界”的生产力布局，激发产业资源活力；做好“育人、用人、树人”的队伍建设，蓄积行业发展动力。

孙瑞哲最后表示，“踏平坎坷成大道，斗罢艰险又出发。”面对新挑战与新征程，我们要以不惧艰难的乐观主义精神，以敢于胜利的英雄主义情怀，踏踏实实走好高质量发展之路，一针一线做好自己的事，共创美好未来！

“‘踏平坎坷成大道，斗罢艰险又出发。’面对新挑战与新征程，我们要以不惧艰难的乐观主义精神，以敢于胜利的英雄主义情怀，踏踏实实走好高质量发展之路，一针一线做好自己的事，共创美好未来！”

用创新之火点燃梦想与辉煌

中纺联纪委副书记兼人力资源部主任孙晓音代表第四届理事会作《关于在纺织行业开展职业能力水平评价工作的说明》，并向大会报告了中纺联第四届理事会理事、常务理事等变更情况。孙晓音说，自 2019 年起推行纺织行业人才职业能力水平评价制度，构建纺织行业职业技能等级评价认证体系。在纺织行业开展职业能力水平评价工作是贯彻落实中共中央、国务院《新时期产业工人队伍建设改革方案》精神，加强新时期纺织行业技能人才队伍建设的重要举措，对于打造和培育适应新时代纺织工业高质量发展的高素质人才队伍具有重要的意义。会议要求，会员单位要高度重视职业能力水平评价工作，制订和实施科学合理的评价机制，规范评价程序，严把评价质量，全面提高评价工作的管理效能，为推动纺织工业高质量发展提供坚强的人才保障。

会议还进行了 2018 中国纺织行业年度创新人物颁奖活动。本着公平、公正、公开的原则，中国纺织工业联合会根据《中国纺织行业年度创新人物评选管理办法》有关规定，由相关专业协会单位推荐，经评审委员会评审，评选表彰活动领导小组审定，最终授予丁彩玲等 20 位同志“2018 中国纺织行业年度创新人物”荣誉称号。在他们当中，既有牢记总书记嘱托，用科技创新让传统产业挺立世界的巾帼英雄丁彩玲，又有带领百万干群、新长征路上追梦的人民公仆蓝捷；既有从一线女工成长起来的中华技能人才王晓菲，也有不断打破国际垄断、勇攀科技高峰的企业家代表陈建龙……他们用创新之火点燃了纺织强国的梦想与辉煌。

自 2005 年中国纺织工业联合会在全行业开展年度创新人物评选活动以来，已先后表彰了 260 名创新人物，这些创新人物在供给侧改革、智能制造、绿色环保、协同创新等方面对重塑中国纺织核心竞争力，引领全行业高质量发展起到了重要的支撑作用。

会议结束后，全体代表参加了“不忘初心 牢记使命，走进红色圣地 传承革命精神”——中纺联党委 2019 年主题党日红色学习参观活动。陈伟康在布置学习参观活动时说，延安是中国革命的圣地，是同志们心中向往的地方。作为本次中纺联理事会议重要内容之一，大家来到延安，通过亲身感受，提高当代共产党员的使命感、责任感。在中纺联的工作中，要继续时刻将人民利益、国家利益放在首位，提高党性修养，坚持不懈地建设纺织强国。

随后，代表们参观了延安革命纪念馆、梁家河、王家坪革命旧址、宝塔山、杨家岭革命旧址、枣园革命旧址等。**ITA**



会议总结了 2018 年行业工作，并部署了下一步工作。

走出去，市场平台试水南非市场

中纺联流通分会将组团参加南非纺织服饰鞋类展会

本刊记者 _ 郭春花

凡去过广州御龙外贸服装城的人，都知道这里的非洲采购商很多，在这里，你总是能看到三三两两的非洲客商拖着装满服装服饰的大包小包满意而归。据了解，这里的牛仔、时尚女装、休闲针织等服装服饰因款式新颖、物美价廉的优点，在非洲非常受欢迎，但由于各种因素制约，非洲客商无法通过正规渠道大批量地进口货品，只能亲自来御龙大包小包只身携带。而我国大多数习惯于内销渠道的中小流通企业也面临外贸常识不足、渠道有限、人才紧缺等问题，无法进入海外市场，从而制约发展。

纺织服装流通业是纺织服装全产业链非常重要的一环，为加快纺织服装流通业海外渠道布局，创新外贸渠道以及相关配套服务，中国纺织工业联合会流通分会近年来通过搭建行业信息共享、互通互通的交流平台、商贸对接平台以及展会推广平台，不断创新行业发展模式，充分打造线上线上、内贸外贸共同发展的纺织服装流通模式新格局。

6月12～14日，在中国纺织工业联合会的统一部署下，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中纺联流通分会联合法兰克福展览（南非）有限公司等机构将在南非开普敦国际会议中心举办第四届中国（南非）纺织精品展览会暨南非纺织服饰鞋类展览会（China Premium Tex - CPT）。借此机会，中国纺织工业联合会流通分会将组织相关市场、成长型品牌企业及面料企业、家纺企业代表参加，希望通过参加展会协助中国纺织服装品牌企业开拓“一带一路”国际市场，打开海外通路。

广州御龙组团参展开拓新渠道

鉴于流通领域期望“走出去”开拓更广泛的海外市场的需求越来越强烈，近年来，中纺联流通分会多次组织相关市场代表赴海外开展产业合作市场考察，如先后走访过格鲁吉亚、乌兹别克斯坦等，收到了良好成效。

非洲特别是南非作为继东南亚之后产业转移的潜力之地，近年来不断出现在中国纺织业的视野中。CPT展在开普敦举办三届以来，成功吸引

了广大国际客商的关注。特别是本届CPT展将与南非国际纺织服装鞋类展览会（ATF）和Source Africa同期同地举办，既能满足参展企业在南半球反季销售以及符合生产周期的要求，又将为南非的专业观众提供一站式服务。行业专家表示，三展整合后成为南非唯一的纺织服装服饰类展会，将大大提升展会的品牌影响力，这体现了世界展览行业对于非洲地区布局的重视，也体现了世界纺织服装行业的产业链布局变化。

据了解，本届展会，包含浙江展团、江苏展团、广东展团在内的150余家展商将参展，展位面积达5000平方米。广东展团中，广州御龙外贸服装城组织了7家市场商户参加，希望借助此次展会“带出去，引进来”，让商户走出国门接触非洲市场，也让非洲的采购商多了解御龙，以服务创造价值。

广州御龙外贸服装城副总经理朱萍芳介绍，御龙外贸服装城主要经营外贸牛仔、时尚女装、休闲针织等服装服饰的批发，目前已经发展成为华南地区最具人气的外贸批发零售新焦点，每天吸引成千上万名自非洲、中东、东南亚等世界各地的客商前来采购。近年来，在国家“一带一路”倡议的带动下，沿线国家的采购商已经成为御龙市场的重要客户。

今年，御龙市场将在传统专业市场综合运营能力水平提升的基础上进行战略性升级，以服务平台为驱动，链接两端的“采购商+生产商”，期待与客户共同探索出一条以外贸订单为引导，提升整体市场经营生态的转型升级新道路。“我们一直在寻找开拓非洲市场的机会，听闻中纺联组织参加南非展，御龙市场立刻组织了商户组团参展，希望借助展会接触到更多的客户。”朱萍芳说。

此次参展，御龙7家市场商户将携带你我他、米纯、PLB、隆都—Betty、C-YALAA、步行街、天堡龙、伟博等品牌参展，集中展示牛仔、时尚女装、休闲针织服装等。

南非：适销产品新空间

“彩虹之国”南非位于非洲大陆南端的战略要冲，是“金砖五国”和南部非洲关税同盟成员之一，是与非洲大陆其他国家进行经济、政治、人文等各方面交流的重要门户，也是跨国公司对非洲投资的首选目的地之一。

总体来看，南非具有五大优势，一是南非政治经济稳定，为促进投资和经济增长，南非政府出台了一系列鼓励投资的政策、措施和规划，此外，不断壮大的中产阶级也为经济发展提供了强大的消费需求。二是南非拥有发达、完善的海陆空交通运输体系，以及金融保险体系，其历来就是南部、中部、东部非洲贸易的重要集散中心。第三，南非是撒哈拉以南非洲地区的门户，其矿产资源丰富，基础设施较发达，劳动力资源丰富，具有一定的科研和创新能力，是非洲地区制造业和服务外包产业基地。第四，由于历史和地理的原因，通过南非商业连锁系统转到南非周边国家的商品在这些国家的商业销售中占有重要地位，南非对非洲市场的辐射影响能力在非洲大陆上首屈一指。第五，南非是南部非洲经济共同体（SADC）和南部非洲关税同盟（SACU）等非洲地区性经济组织的成员国，享有其商品

货物以及货币在该地区的自由流通。

纺织品是南非自中国进口的主要商品之一，2017年自中国进口额为14.3亿美元，同比增长5.2%，占南非自中国进口总额的9.4%。南非对纺织服装产品的需求旺盛，而纺织品及其制品是南非主要的进出口产品，其中，净进口的主要商品包括纺织品及其制品、鞋帽、羽绒制品。2017年南非纺织品及原料的进口额达到31.21亿美元，占南非进口总额的6.8%，同比增长3.8%。

据南非国税局统计，2016年南非纺织品服装进出口额达到40.45亿美元，其中，出口11.13亿美元，占南非出口总额的1.5%，成为南非第11大出口行业；进口29.32亿美元，占进口总额的3.9%。其中，进口针织服装及附件7.5亿美元，在南非所有进口商品中排名第21位，进口梭织服装及附件8.58亿美元，排第19位。南非纺织品服装多样化且数量小，潮流趋势与欧洲趋同，中国纺织服装鞋帽产品在南非一直很受欢迎。然而，在整体出口产品档次、品牌、设计上与当地市场的充分融合方面依然任重道远。现在南非对进口纺织品服装要求不再仅仅是价廉，还要求物美，对质量和款式的要求逐年提升。

此外，南非当地对冬夏两季的成衣需求量巨大，但当地纺织行业受到技术和产能的限制，只能满足约60%的市场需求，像夹克衫、棉制衣裤、内衣、运动服等热门商品，当地制品在工艺、花型、价格等方面或多或少逊色于进口产品，因此每年都会进口大量的海外纺织服装产品。

虽然近两年南非纺织产业的发展缓慢，但其仍拥有较大的开发空间。南非是世界第三大羊毛生产国，但目前尚不具备羊毛深加工能力，在当地开设羊毛纺织加工工厂的市场前景十分可观；同时，南非的针织业和产业用纺织品发展缓慢，未来同样具有较大的发展空间。今后，南非可依托其原材料优势，不断拓展纺织全产业链产品。

“走出去”已成共识

经过几十年的发展，中国纺织业已经进入了跨国布局的新阶段，随着既有供应链的国际竞争优势受到中国成本刚性上涨的挑战，产业迫切需要产能的全球布局 and 优质资源的跨国合作来创造国际竞争的新优势。2018年，面对错综复杂的国内外形势，我国纺织服装产业在面临诸多风险和不确定性的背景下保持了健康稳定的发展态势。“一带一路”倡议为中国纺织服装产业与亚非国家的合作增强了发展新动力，创造了发展新机遇，拓展了发展新空间。2018年，我国纺织品服装出口额2767.31亿美元，同比增长3.52%。其中，对“一带一路”沿线国家出口占比达到33.75%。综合测算，2010～2018年，对“一带一路”

“走出去”专业市场在中国已经发展成熟，但是全球其他很多发展中国家对其还不了解，或者才刚刚开始，所以专业市场“走出去”正当时，但在这个过程中，要找到合适的时机掌握主动权。”

沿线国家出口年均增速达7.12%，高于对全球出口增速3.24个百分点，对我国纺织品服装出口的规模增量贡献高达54.31%。

可以说，“一带一路”倡议为行业企业带来了前所未有的机遇。近年来，不少纺织服装专业市场紧跟“一带一路”步伐，抢抓机遇，在“走出去、引进来”方面收获了很多。

中国轻纺城是我国最具代表性的龙头专业市场之一，近年来从“布满全球”到“丝路柯桥”，通过海外办展、组团走出去等多种形式，帮助经营户拓展了营销渠道，提升了品牌影响力，建立起了新的市场格局。

辽宁西柳市场集群近年持续开展了“丝绸之路·西柳驿站”贸易拓展活动。先后在全国完成“驿站”布点30余个，深入推进西柳海外分市场和“海蒙俄欧”物流大通道建设。2015年至今，通过举办各类展会、对接会，走出去参加国内外各类专业展会，加大对西柳市场的宣传。专门出台《关于鼓励境外采购商到西柳市场采购的扶持办法》等优惠政策，至今共邀请接待境外采购商近万人到西柳市场参观考察采购，加快市场与“一带一路”沿线国家的对接。

常熟服装城在发展对外贸易过程中，始终坚持政府引导、先行先试、务求实效的原则，着力聚焦“一特两联”发展方向，通过特色展会、展销中心、招商推介、服务企业、配套服务等方面拓展国际贸易，走出了一条具有常熟特色的发展之路。

潍坊星河国际轻纺城是家纺面料的产地型市场，周边纺纱、织造、设计、印染、成品加工等产业链完善，从2012年开始逐渐兴起外贸出口业务，销售额逐年提高，对外出口的范围以东南亚、日韩、中亚、非洲和阿拉伯国家为主，出口的产品主要为化纤和棉纺面料以及家纺成品，目前市场的外贸出口业务能占到市场总销售额的21%。

广东省商业经济学会会长、广东财经大学流通经济研究所所长王先庆多次在行业会议上提出，专业市场在中国已经发展成熟，但是全球其他很多发展中国家对其还不了解，或者才刚刚开始，所以专业市场“走出去”正当时，但在这个过程中，要找到合适的时机掌握主动权。

中国纺织工业联合会副会长、流通分会会长夏令敏则建议，流通环节“走出去”的建设，要注重智慧化，要以智慧商城建设为突破口，大幅提升流通领域的信息化水平。信息化条件下，流通环节就是比拼效率，品牌化和电子商务都是提升流通效率的有效手段。

当前，全球新一轮科技革命和产业变革正蓄势待发，在“一带一路”倡议的引导下，我们更有理由相信中国的纺织服装专业市场能够凭借海外贸易渠道走向国门，走向世界，利用海外平台对全球优质资源如原料、设计、品牌、市场渠道等进行产业链的垂直延伸，从而提高整个产业的附加值。TA



广州御龙外贸服装城期待走进南非，开拓广泛的市场。

纺织服装周刊



向世界展现中国手工刺绣魅力

中国手工刺绣传承创新大会 8 月将在内蒙古兴安盟举办

本刊记者 _ 徐长杰

6月3日晚，中国手工刺绣传承创新大会在北京钓鱼台国宾馆携手王府刺绣合作品牌印象草原举行新闻发布会。中国纺织工业联合会副会长孙淮滨，内蒙古自治区党委宣传部副部长、外宣办主任韩均祥，内蒙古自治区兴安盟委委员、宣传部长呼和，中纺联非遗办主任张家洲、北京服装学院艺术与工程学院院长王永进、中国流行色协会会长朱莎、中国毛织第一村广东东莞大朗镇党委书记谢锦波等领导、嘉宾以及 60 余家新闻媒体出席了新闻发布会。本次发布会的亮点之一是同时发布了王府刺绣合作品牌印象草原的羊绒刺绣新品，立体直观地向世界展现了中国手工刺绣的魅力，为现场嘉宾带来一场“国色天香”的时尚盛宴。

以“奋斗逐梦·绣美山河”为主题的中国手工刺绣传承创新大会，将于 8 月 1 ~ 2 日在内蒙古兴安盟举行。大会得到了中宣部、文化和旅游部、全国妇联、国务院扶贫办的高度重视，由中国纺织工业联合会、兴安盟委行署、北京服装学院共同主办。大会旨在挖掘中国刺绣优秀传统文化的价值内涵，激发传统工艺的生机与活力，以展示为载体，展示中国刺绣传统技艺的独特价值与无穷魅力，展示民族刺绣艺术的保护传承、发展成果，弘扬非遗文化，展现刺绣之美，将民族刺绣文化推广传播至国内外。本次大会将相继举办一系列预热活动，如 6 月下旬将在北京召开“发现·蒙绣之美”座谈会等。大会期间还将举行中国手工刺绣传承创新成果展、中国手工刺绣作品秀、2019 中国（内蒙古）国际手工刺绣高峰论坛、图什业图王府刺绣深度体验等活动。

挖掘中国刺绣传统文化价值

中国是当今世界上从事刺绣人员最多、刺绣品类最丰富的国家。在穿越千年的传承中，不仅涌现出了“四大名绣”，同时也形成了各具特色、各有千秋的少数民族刺绣。兴安盟蒙古族刺绣历

史悠久，蒙绣文化底蕴深厚，传承发展蒙古族刺绣等文化产品条件优越，拥有良好的蒙绣产业基础。作为内蒙古自治区非物质文化遗产，科右中旗图什业图王府刺绣起源于清代，是风格独特的蒙古族传统美术技艺。其做工细腻、独到，讲究针法及纹路，艺术地展示出当地的历史与文化，再现了科尔沁文化的精粹。近年来，王府刺绣紧跟市场的发展，不断追求产品的设计与技术创新，以推动王府刺绣产品与时尚潮流接轨，通过与深圳等地的创意设计力量合作，共同提升王府刺绣的市场价值。

孙淮滨在致辞中表示，中国纺织工业的非遗资源非常丰富，其中，手工刺绣占有非常重要的地位。首先，它的数量非常多，在国家传统工艺指导第一批目录当中，纺织非遗有 103 项，其中 30 多项是关于手工刺绣的；第二，它的分布非常广泛，全国各个区域、民族都有手工刺绣，充分反映了文化的多样性和区域特色；第三，手工刺绣在我们日常生活领域应用非常广泛，比如可应用到服装、服饰，以及非遗家居、文旅用品、艺术品等领域，充分表现了各族人民对传统文化、传统工艺所抱有的情怀。

孙淮滨表示，通过召开大会，可让各个区域和民族的手工刺绣进行交流，让大家充分了解各种刺绣创新发展的历史经验，从而达到共同提高的目的；第二，通过本次大会可进一步打造蒙绣的区域品牌。中纺联作为行业组织，一直在推动纺织非遗的成长、发展和创新，包括蒙族刺绣在内的中国刺绣是非物质文化遗产中的一颗明珠，是纺织服装传统工艺的重要组成部分，更是促进传统工艺与现代时尚产业、文化创意产业融合发展的重要纽带之一。中国手工刺绣传承创新大会一定会让蒙古族手工刺绣这一古老的手工艺焕发出新的生机活力，使农村牧区妇女通过蒙古族手工刺绣实现脱贫，绣出多彩美好生活。

以绣为媒讲述中国故事

发布会上，呼和对大会主题及内容做了详细介绍。此次大会以“奋斗逐梦·绣美山河”为主题，通过展览展示、高峰论坛、参观考察、互动体验等系列活动，为手工刺绣技艺传承、设计生产、产业发展、合作交流搭建平台，向社会各界展示以“蒙绣”为代表的民族刺绣在助力脱贫攻坚、推动乡村振兴等方面发挥的重要作用，以绣为媒、以会为窗，传播中国声音、讲述中国故事。

发布会上进行了中国刺绣艺术的传承与发展现场访谈，内蒙古自治区兴安盟科右中旗王府刺绣产业扶贫带头人白晶莹认为，通过此次活动，蒙古族传统手工刺绣搭上非遗生活、印象草原、依文集团等现代服饰企业和文化产业的“顺风车”是草原绣娘梦寐以求的夙愿。希望通过与大企业、大集团的合作，促使王府刺绣产品源源不断走出内蒙古、走红全国、走向世界！

发布会上发布了印象草原 2019 摩色 IV 羊绒刺绣新品系列，还举行了内蒙古自治区赤峰市旅游资源宣传推介等活动。TA



本次发布会发布了王府刺绣合作品牌印象草原的羊绒刺绣新品。

三刊联动

覆盖全产业链

纺织服装周刊杂志社旗下三大刊物《纺织服装周刊》、《纺织机械》、《家纺时代》，从纤维纱线到纺机设备，从纺染织印到服装家纺，全面覆盖纺织行业读者用户群。

与纺织服装周刊杂志社合作
一次获得多重行业关注！



中国纺织机械协会会刊



中国纺织工业联合会会刊



中国家用纺织品行业协会会刊



纺织机械微信



纺织服装周刊微信



家纺时代微信

新闻热线：刘嘉 010-85872640 新媒体热线：李江敏 010-85872630 广告热线：万哈 010-85872646 发行热线：章简 010-85872699

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

纺织服装周刊

GROUP COOPERATION



首届全国纺织服装行业新媒体传播培训班合影。

干货满满，大呼过瘾！

首届全国纺织服装行业新媒体传播培训班精彩落幕

本刊记者 _ 董笑妍 / 文 关云鹤 / 摄

身处当下的每个人，都在深刻感受着媒体格局、舆论生态和舆论生成机制的变化。这个时代给无数企业带来机遇，但同时也让很多传统企业黯然退出。“首届全国纺织服装行业新媒体传播培训班”的举办，旨在引导企业媒体工作者成为有智慧、有责任、有自信的行业宣传者，从而助推企业健康发展。

5月29～31日，由中国纺织工业联合会新闻中心、中国纺联会刊《纺织服装周刊》共同举办的“首届全国纺织服装行业新媒体传播培训班”在北京服装学院正式开课。本届培训课程涉及突发事件应急对策、如何利用新媒体做大做强企业价值、企业宣传文案写作重点、企业新媒体实操技巧与传播案例分析、企业舆情分析与网络传播等诸多纺企媒体工作者密切关注的问题，干货满满。培训班帮助纺织企业打通了对外宣传渠道，拓宽视野，进一步提升了纺织行业整体新闻宣传工作水平和业务能力。

29日上午，中国纺织工业联合会副会长、新闻发言人孙淮滨，《纺织服装周刊》杂志社常务副社长兼总编辑徐峰，北服创新园总经理王琪，众多行业专家以及来自华孚、鲁泰、恒力、鄂尔多斯集团、宁纺集团、唐山三友、山东如意、雪莲集团、爱慕、沭阳、即墨、虎门、常熟天虹服装城等各大企业、集群、专业市场的宣传工作负责人，共计60余人参加了培训班开班仪式，《纺织服装周刊》杂志社副社长刘萍主持仪式。

纵观三天课程，中国纺织工业联合会副会长、新闻发言人孙淮滨，一点资讯总编辑吴晨光，快手科技内容总监裘祥德，中国传媒大学媒介评议与舆论引导研究中心主任、新闻学院教授、博士生导师唐远清，中国行业报协会执行秘书长、传媒茶话会创始人刘灿国，新华社瞭望智库新媒体主编李雪等多位行业大咖、专家学者的精彩授课，让学员们大呼过瘾。

掌握行业宏观形势，明确企业宣传落点

从事行业宣传工作，首先要对国家政策、行业形势有明确认知，掌握正确的宣传方向、方法，这是企业媒体工作者的立身之本。孙淮滨在发表致辞后，着重就“建立中国纺织工业发展宏观意识”、“纺织行业新闻媒体工作者应该具备哪些素质”两个方面，进行了深入解读。

首先，针对“建立中国纺织工业发展的宏观意识”，孙淮滨从中国纺织工业的历史娓娓道来，阐述了中国纺织工业是一个历史悠久的产业、一个充满活力的产业，并引申至中国纺织工业的发展现状。当下，作为企业媒体工作者，必须明确中国纺织工业已经有了新的方向与追求——集中体现在将高质量发展贯穿于整个产业发展之中；同时要将“创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业”这一中国纺织工业新定位，作为判断企业发展方向、宣传方向的准则。

就“新闻媒体人应该具备哪些素质”，孙淮滨指出，企业媒体工作者应该学习并掌握相关的政治理论、经济理论、产业理论以及新闻理论，这些理论是研判社会事件、行业事件的标准，没有理论支持，单凭“朴素”感知很容易形成误判。

讲话最后，孙淮滨对在座学员提出了自己的希望——企业媒体工作者应该成为有智慧、有责任、有自信的行业宣传者。

徐峰也在致辞中表示，当下信息无处不在、无所不及、无人不用，新闻舆论工作面临着新的机遇和挑战。移动互联网时代给无数企业带来成功的机遇，但同时也让很多传统企业在这场新的变革中黯然退出，因此，举办新媒体培训班既是企业发展所需，也是全媒体环境下，行业转变发展思路的必然。《纺织服装周刊》作为中国纺织工业联合会的会刊，对行业发展有着义不容辞的责任，新媒体培训班是周刊全新搭建的与产业互动的载体。

内容为王，新媒体时代优秀内容如何制作

不论媒体环境如何变化，内容才是永远的主体，脱离优质内容的新闻活动是无根之水、无本之木。

“微信公众号的诞生成为了中国传媒发展的一个转折点，它让每个人都有了生产内容的权利。”一点资讯总编辑吴晨光对中国媒体的发展进行了直观梳理，“内容生产门槛降低的大趋势不可逆转，企业媒体工作者必须认清现实、顺势而为。”但吴晨光不建议企业自行建立APP等媒体平台，其维护成本与传播功能不成正比，而是应该更注重内容制作。

吴晨光对优质内容的制作进行了四个层面的梳理：选题、采访、写作、包装。选题——如果无法掌握一手独家资料，那独特的报道角度就至关重要，吴晨光以具体文章为例，为大家生动展示了如何发掘新闻事件的报道角度；采访——采访目标分为四个层次，重要性依次递减，分别是权威人士提供的核心内容、核心内容（权威人士不露面）、权威人士表态（但不提供核心内容）、路人表态；写作——要注意表达逻辑问题，包括时间逻辑、空间逻辑、因果逻辑，新媒体时代因果逻辑尤为重要，行文中应该先把结果告知读者，然后进行解释分析，这样才能最高效率抓住眼球；包装——即标题，有三重境界：真实、简洁、精彩，吴晨光以众多案例为大家讲解了何谓好标题，如何起好标题。对于工业企业，要关注宏观经济大环境与自身企业的结合点，巧妙地“露出”自己企业，同时也要关注自己与终端消费者、与社会大众的连接点，做好自我宣传。

《东方企业文化》采编主管姚建平通过海量新闻图片，为学员们生动展现了何为优秀的企业新闻图片，并从诸多细节入手进行讲解，如半身人像怎么拍、提升新闻图片鲜活性、突出人物形象要用仰角，抓拍要接地气，大场景人物要拍全等。“图片领着新闻走，一图胜千言！”姚建平最后总结说。

授人以渔，揭秘爆点新闻撰写技巧

“把握舆论必须讲究战略战术，习近平总书记指出，要把握好网上舆论引导的‘时、度、效’。”中国传媒大学媒介评议与舆论引导研究中心主任、新闻学院教授、博士生导师唐远清首先对近年来习近平总书记的新闻舆论方面的多次重要讲话进行了细致分析。

随后，他又以“抖音”对民众生活的巨大影响切入，分析了新时代企业进行新闻宣传、舆论引导时借力的技巧和应该规避的误区。如，如何规避“塔西陀陷阱”；面对负面新闻时，删、拖、混、惰、骗、乱都是最不应采取的态度；如何通过尽早公开回应、培育意见领袖、舆情监测、内部统一、寻求权威支持等手段进行正确舆论引导。

中国行业报协会执行秘书长、传媒茶话会创始人刘灿国讲授了“融媒体环境下的品牌维护”课程，从融媒体时代的特征如百花齐放、话语设置权分散、新旧媒体共推舆情热点、企业自有媒体蓬勃发展展开，讲述了纺织企业新媒体要明晰宣传目的、进行事件策划、掌握宣传通稿写作方法，并重点传授了新闻通稿写作的多项“秘密”技巧，让在座学员受益匪浅。

刘灿国同时强调，微信公众号等平台上，只有通过文章内容吸引来的粉丝，才是最为活跃的粉丝，通过活动、激励等措施吸引的粉丝最终多会变成“僵尸粉”。随后，他还重点对企业舆情的“管”、“控”、“优”进行了逐条分析、举例讲解。



学员们参观爱慕企业。

把握新时代宣传出口，“渠道”大咖现身说法

新媒体时代新在内容，也新在形式，抖音、快手等平台异军突起，民间意见领袖逐渐上位……企业媒体工作者需要把握新时代宣传出口。

“‘快手’的内容发布与传统媒体有着本质的区别。”快手科技内容总监裘祥德以图文形式展现了“快手”视频发布的详细流程，帮助学员更好掌握视频软件的应用技巧。随后，裘祥德以真实案例讲解了基于“快手”渠道如何实现线下商品销售，如何吸引海量粉丝关注，以及如何通过“快手”保持粉丝忠实、实现稳定销售。他鼓励企业宣传工作者积极探索快手平台，短视频也能在企业形象塑造和传播中大显身手。

新华社瞭望智库新媒体主编李雪针对“400万粉丝公众号如何打造”进行讲解，“制度保障、内容为王、社会活动、防止踩雷，是‘瞭望智库’粉丝实现从0到400万增长的秘诀。”李雪说，制度保障包括分工、发稿、排班、奖惩等；内容为王，要把握公众号内容构成、找准核心内容支撑；社会活动，可以通过各类社会活动大批吸引针对性、类型化粉丝；防止踩雷，绷紧神经了解社会热点、掌握国家政策导向，不逆行。

此外，北服创新园总经理王琪还以两部宣传片向学员介绍了北京服装学院及北服创新园的发展历程，并详细阐述了北服创新园的重点工作、主要项目等，诚邀学员们与北服创新园探索合作。

丰富活动，让学员身临其境

授课期间，学员们一同参观了北京服装学院民族服饰博物馆，通过专业人员的讲解，大家了解了中国各民族服装的特色与演变，对中国服装的文化传承有了更深入的认识。

第三天是首届全国纺织服装行业新媒体传播培训班的参观日，结束了两天的紧张课程学习，学员们首先来到了人民日报社“中央厨房”，通过身临其境感受融媒体的魅力，感受中央级媒体的传播宣传实力；随后，学员们又一起来到了爱慕公司，亲身体验爱慕的企业氛围，了解到了企业文化宣传的重要性。

培训期间，《纺织服装周刊》常务副社长兼总编辑徐峰还宣读了由中国纺织工业联合会新闻中心、《纺织服装周刊》杂志社、中国行业报协会共同发起的《中国纺织服装行业融媒体联盟发起倡议书》。

中国纺织工业联合会副会长、新闻发言人孙淮滨和《纺织服装周刊》常务副社长兼总编辑徐峰一同为学员们颁发了“全国纺织服装行业新媒体传播培训结业证书”。

首届全国纺织服装行业新媒体传播培训班至此画上圆满句号，学员们纷纷表示收获满满。来自北京雪莲集团有限公司的学员说：“这几天的课程真是干货很多，相信大家都有相同的感受。”来自河北宁纺集团有限责任公司学员表示：“平时读书了解的是知识问题，走出去了解的是眼界问题，真是不虚此行。”来自湖南新华丽企业集团股份有限公司的学员则表示：“希望在课程结束后，大家能建立一个朋友圈，产生后续更多的交流，彼此之间多多合作！”

培训班虽然结束了，但是大家的友谊才刚刚开始，未来的合作从这儿开启……TA



2019CINE 汇集了国内外 100 多家行业骨干企业，集中展示了非织造材料全产业链的最新发展状况。

全产业链集结 探索未来发展方向

2019 中国国际非织造材料展览会暨高端论坛在沪举行

本刊记者 陶红

非织造领域是全球纺织行业中成长最迅速、创新最活跃的领域之一，非织造材料是健康、环保、基建、工业、农业等领域内不可或缺的新型材料。如今，非织造材料产业的全球化进程正在加快，中国已成为全球最大的非织造产品生产国、贸易国和消费国，与全球市场的彼此依赖程度也在不断加强。

6月3～5日，由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国产业用纺织品行业协会、美国非织造协会、法兰克福展览（香港）有限公司共同主办的2019中国国际非织造材料展览会暨高端论坛（以下简称“2019CINE”）在上海跨国采购中心举办。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、原会长王天凯，工业和信息化部消费品工业司副司长曹学军，中纺联副会长、中国国际贸促会纺织行业分会常务副会长徐迎新，中纺联副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申，中纺联秘书长、科技发展部主任彭燕丽，中国纺织机械协会会长顾平，中国纺织工程学会常务副理事长伏广伟，中国国际贸促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，法兰克福展览（香港）有限公司高级总经理温婷等领导嘉宾，以及国内外相关机构代表参观了展会并出席了第八届中国国际非织造布会议。

全产业链参展，挖掘更广阔市场

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、时尚化的商贸展示平台，CINE多年来一直承担着集大成者的重要角色。

2019CINE以超6500平方米的展览面积，汇集了来自中国以及德国、瑞典、意大利等国家和地区的100多家行业骨干企业，集中展示了国内外非织造材料全产业链的最新发展状况，展品范围涉及非织造材料及制品、专用设备及配件、专用原料及化学品、研发、咨询及相关领域，包括从原材料、工艺设备、卷材到最终制品的各个环节。

三天时间，各类全球领先的非织造卷材、医疗与卫生用材料及制品、土工与建筑用材料及制品、过滤与分离用材料及制品、交通工具用材料及制品、包装材料、结构增强用材料及制品、各类鞋材、擦拭布及其他非织造材料在此集中参展；纺熔、水刺、针刺等主流非织造生产线成套装备及专用设备，涂层、定形等功能及后整理设备，检测及质量控制装置，制品加工设备及关键零配件也悉数亮相。

此外，用于非织造布的专用聚合物，各种高性能纤维、金属、无机纤维、绒毛浆、薄膜、天然树脂、高吸水性树脂、胶贴松紧带、网和打孔膜，各种相关化学助剂、化学粘合剂等专用原料及化学品也为观众带来新的使用体验。

聚焦热门领域，开展专业对接

经过多年的发展，国内非织造布行业如今已经逐步建立了涵盖专用纤维、专用装备、多种卷材、后整理助剂、制品以及工程服务在内的完整产业链条。医疗卫生用非织造材料、汽车内饰用非织造材料、土工领域等也迎来最佳发展时机。

本届展会，医疗卫生用非织造材料领域企业、汽车内饰用非织造材料领域企业、土工领域企业悉数到场，展示新材料、新技术、新应用和新工艺，交流新想法、新观念，为行业高质量发展保驾护航。

展会开幕当天，领导一行走访了企业展位。

天鼎丰控股有限公司是中国首家实现聚丙烯长丝针刺土工布产业化生产的企业。该公司董事长聂松林介绍，公司核心产品聚酯长丝胎基布、聚丙烯长丝针刺土工布、环保滤材等都在本次展会上展出，同时还展示了国产化的高强粗旦聚丙烯长丝针刺土工布。李陵申指出，天鼎丰建成了国内首条年产8000吨高强粗旦聚丙烯长丝针刺土工布生产线，填补了国内土工合成材料市场一项重大空白，近年来该材料陆续应用于公路、机场、水利、铁路等基建方面。其中，北京新机场聚丙烯长丝道面隔离土工布用的就是天鼎丰的高强粗旦聚丙烯长丝针刺土工布。

在佛山市南海必得福无纺布有限公司展位，领导一行了解了该公司此次展出的新产品——一次性睡衣，据该公司展位负责人介绍，该款睡衣具有亲肤、透气、柔软舒适、体积小、方便携带、干净卫生、可降解等特点，广泛适用于酒店、宾馆、出差、旅行等领域和场景。王天凯详细询问了该产品目前的应用情况、可降解情况以及市场价格，并表示一次性睡衣的研发生产也是消费升级的表现。

美亚集团此次展示了聚乳酸终端产品——乳酸之丝婴儿服饰、纳米纤维、纳米纤维超滤/微滤膜片、全粘胶水刺非织造布等。该集团展位负责人向领导一行介绍了乳酸之丝婴儿服，该款产品采用比有机棉更加纯洁的PLA纤维，其PH值与人体皮肤一致，让婴儿穿上之后拥有还在妈妈怀抱的感觉。高勇详细询问了该产品的特点，包括天然安全、抑菌抑螨、透气除臭、可降解等。

浙江王金非织造布有限公司拥有直铺和交叉铺网整套高速高产水刺非织造布生产线、双梳直铺高速高产自动化水刺非织造布生产线，3条线年总产能超4万吨。产品主要用于医疗卫生、一次性清洁用品、过滤、建筑装饰等领域，如湿巾、干巾、面膜、卸妆棉、擦拭布、医用敷料、无缝墙布基布等。李陵申指出，浙江王金一直注重差别化生产，研发多种产品，注重研发绿色环保材料、天然可降解材料，企业发展方向也逐渐向绿色环保靠拢。

策源地赋能，助推产业优化升级

随着新工艺的开发和新技术、新材料的应用，产业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。作为产业用纺织品的重要领域，非织造布行业也逐渐呈现出集群化的发展态势。

本届展会，佛山市南海区西樵卫生用品行业协会组织了佛山市栢盈无纺布有限公司、广东昱升个人防护用品股份有限公司、佛山市福得佳新型材料科技有限公司等12家公司以展团形式亮相，据该展团的负责人介绍，近年来，西樵卫生用品发展趋势逐渐由代工转向品牌，由上游向终端靠近，产业链逐渐发展齐全。西樵展团成

员包含涉及非织造布、无尘纸、热熔胶等领域的原材料企业，以及卫生巾、纸尿裤等领域的成品类企业。

李陵申表示，西樵展团为代表的医疗卫生用品纺织企业参加展会对卷材企业也有帮助，可以促进双方的交流合作；高勇指出，医疗卫生用品在婴儿、妇女用品领域有很强的渗透力，但在老年人用品领域的消费市场还有待开发，这一定程度上与人们的消费观念有关系。

江苏阜宁环保滤料集群是全国集聚程度高、产业链条全、市场份额大、创新创牌强、技术装备好、载体平台优的环保滤料生产基地。本届展会，阜宁以“滤料小镇”的形象亮相，组织了山东泰鹏环保材料股份有限公司、江苏东方滤袋股份有限公司等10多家企业一同参展。其中，东方滤袋重点展示高温水解的间位芳纶纤维滤料，该材料具有耐高温氧化水解和抗结露、使用寿命长、除尘效率高等特点，可广泛应用于热电厂、钢铁水泥行业、燃煤锅炉及垃圾焚烧领域。

上海申达股份有限公司携旗下上海汽车地毯总厂有限公司、傲锐汽车部件（上海）有限公司、上海新纺联汽车内饰有限公司、Auria Solutions Ltd.等多家车用纺织品子公司集中展示汽车内饰，汽车地毯一、二次配套产品，汽车针织内饰顶篷面料、汽车安全带、尾气过滤系统，以及高新纤维、面料和智能化技术等高科技创新性产品。在该公司展位，领导一行详细了解了不同材料在汽车领域的应用情况，比如外轮罩、安全带、座椅面料、行李箱、地毯等。

智能引领，促进上下游协同创新

CINE不仅是国内非织造材料企业展示实力的专业平台，更是实现全球商贸对接的业界盛会。本届展会，德国Reifenhauser Reicofil GmbH & Co KG集团、Enka Tecnica GmbH集团、CHT Germany GmbH集团，意大利Sicam Srl集团也惊喜亮相，展示国际领先的生产设备和工程产品。在Reicofil展位，领导一行询问了该公司的全球销售布局及在中国的销售情况。

昆山同日工业自动化有限公司主要为工厂及物流配送中心提供完整和定制化的解决方案。据展位负责人介绍，此次参展旨在向国内外非织造企业展示厂房整体规划设计方案、自动化仓储、AGV、机器人集成、信息系统等先进技术优势及具有自主知识产权的智能工厂和智能物流系统的软件平台优势，帮助非织造企业实现管理的集约化、精益化、柔性化。

此外，中国纺织机械（集团）有限公司携旗下邵阳纺织机械有限责任公司、宏大研究院有限公司等多家公司参展；青岛青锋无纺科技有限公司展出了自主生产研发的非织造设备单机、梳理机、交叉铺网机、针刺机等。

近年来，以产业用纺织品为代表的纺织新材料相关技术取得了明显进步，不仅扩大了应用范围，也拓展了应用深度。高勇表示，此次展会一定程度上代表了产业用、纺织工业发展的方向，在全球贸易环境不稳定的大环境下，非织造材料行业企业应当继续加快产业结构调整，实现原材料、工艺技术、生产装备的提升。

领导一行还参观了浙江朝隆纺织机械股份有限公司、郑州纺机工程技术有限公司、晋江市兴泰无纺制品有限公司、恒天嘉华非织造有限公司等展位。

此外，中国汽车纺织内饰及声学材料技术研发测试中心揭牌仪式、恒天嘉华EXCELTM超越系列并列双组份产品发布会、广东西樵产业环境推介及西樵卫生用品团体标准发布会等活动同期举行。

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、时尚化的商贸展示平台，CINE多年来一直承担着集大成者的重要角色。

智能与绿色融合发展

第八届中国国际非织造布会议探索未来之路

6月3日，由中国产业用纺织品行业协会、美国非织造布协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、法兰克福展览（香港）有限公司共同主办、欧洲非织造布协会、贝里国际集团支持，恒天嘉华非织造有限公司、上海申达股份有限公司、北京量子金舟无纺技术有限公司协办的第八届中国国际非织造布会议在上海跨国采购中心召开。

本次会议共设一个主论坛、“医疗卫生用非织造布的市场与技术”和“汽车用非织造材料的发展与创新”两个专题论坛，共包含19场专业报告。主论坛以“非织造布产业的当下和未来”为主题，聚焦行业关键技术和主要市场趋势，分享交流全球非织造材料产业发展及市场贸易状况，非织造布行业的技术创新、绿色发展，以及当前非织造布企业的结构调整和产业升级之路。

高站位谋划战略部署

中纺联副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申表示，非织造材料领域是近年来中国纺织行业内创新和发展最为活跃的领域之一，中国非织造布产业的发展具有强大的内生动力和韧性，能够抵御各种挑战和风险。面对纷繁复杂的国内外环境以及变革中的非织造布市场，中国非织造布产业要坚持创新引领，继续积极推进供给侧结构性改革。

在原材料方面，推动天然纤维、生物基纤维、再生纤维以及其他高功能纤维的应用；在制造环节，积极推进智能制造和绿色制造，加大先进装备和软件系统在生产过程中的应用，构造企业核心竞争力；在科技创新方面，加强高层次非织造布人才的培养和研发平台的建设；在市场应用方面，积极应对消费升级的大趋势，推动国产品牌医用纺织品的应用，推动中常温过滤产品在室内空气质量和液体过滤领域的应用，加大非

织造布产品在汽车工业的应用；在对外投资方面，鼓励有条件的企业“走出去”直接投资，通过“一带一路”等倡议进行国际产能合作，扩大中国非织造布产业的全球布局，化解贸易环境变化带来的风险。

中国产业用纺织品行业协会副会长李桂梅发布并解读了《行业职业评价规范 非织造布制造工》，介绍了中国非织造布产业的发展历程和现状，非织造布职业标准的发展和优化，标准结构与职业技能等级划分，鉴定方式与工作要求等情况。

李桂梅表示，非织造布职业标准的不断优化为非织造行业技能人员职业技能水平的提升与评价提供了有力的技术保障，满足了非织造行业企业发展和高素质技术型人才培养的需要，有助于培育非织造从业人员的劳模精神、劳动精神和工匠精神。

多维度助力创新发展

非织造布市场是一个成功、成长、不断发展、充满活力、多元化的市场。美国非织造布协会市场研究总监Brad Kalil在“北美非织造布产业的发展状况”的主题报告中，介绍了北美的经济和人口驱动力、供给侧发展、需求侧发展等因素，分析了稳定产能增长的供应侧开发，解读了投资类型的多样性、目标最终用途的多样性、最终用途生产的平均分配，讲解了需求侧开发的途径，以经济驱动因素扩张现有市场，以人口驱动因素创新产品研发。

中国产业用纺织品行业协会秘书长张传雄作题为“非织造布行业创新发展之路”的主题报告，分析了中国非织造行业现状，提出了对非织造行业的创新思考。

技术创新、智能制造、绿色制造和跨国布局一直是产业用纺织品行业未来发展的主旋律。张传雄指出，未来的非织造布行业应该是融合智能制造和绿色制造的优化创

新和产业链的协同创新，一是通过优选法优化创新，通过对新原料、新装备、新技术的优化组合和叠加，生产加工功能化和个性化的非织造布；二是协同创新，充分发挥产业链各方资源优势，形成政产学研用的合作发展模式，来推动整个产业链的技术创新与发展。

此外，《全球纤维年鉴》总经理 Andreas W.Engelhardt 作了题为“全球纤维产业链的发展以及对非织造布产业的影响”的主题报告；中国轻工业清洁生产中心副研究员高山作题为“新形势下非织造布绿色发展挑战与机遇”的主题报告；德国施雷格咨询公司管理层合伙人Silke Brand-Kirsch 作题为“全球卫生用品市场及未来趋势”的主题报告。

多层次解析行业热点

在嘉宾访谈环节，贝里国际集团 HHS 事业部中国区执行副总裁、总经理崔彦昭，天鼎丰控股有限公司董事长聂松林，大连瑞光非织造布集团有限公司董事长谷源明，东洋纺株式会社非织造布战略与市场部部长田中茂树4位嘉宾，以“非织造布工业的挑战与创新”为主题，围绕中美贸易摩擦环境下企业的应对措施、国内外市场开拓、科技绿色在行业发展中的体现，以及自身在非织造布行业创新发展的新思路与新方法等问题展开讨论。

中国人民生活水平不断提高，对空气过滤、液体过滤的需求逐渐增大，所以贝里国际集团特别看重中国市场。崔彦昭表示，在战略布局上，贝里国际目前在中国市场的占比很小，今后将会通过投资发展和收购合并两种方式，快速增加市场占比。



与会领导为2018/2019中国非织造布行业10强企业授牌。

谈及中美贸易摩擦，聂松林表示，影响主要包括汇率变化，一些出口型的小微企业将受影响。天鼎丰一直不断通过技术革新、设备改造、节能减排等方式打好基础，增加企业的抗风险能力。关于绿色可持续发展问题，天鼎丰公司始终把绿色可持续发展放在第一位，力求最大限度减少生产过程中的废料废水排放，始终达到甚至高于国家标准。

大连瑞光非织造布集团有限公司通过创新结构调整，发展转型升级，生产特色化、差别化产品，不断拓展市场份额。在中美贸易摩擦问题上，谷源明认为，预期决定未来，企业要不断修练“内功”，提升产品品质、管理创新水平。

田中茂树介绍到，东洋纺株式会社可根据客户需求提供定制化开发。东洋纺不仅仅是纤维领域的专家，产品还广泛应用于纤维制品、高性能材料、汽车行业、人体健康等领域。中国市场逐渐成熟，具有较快的增长速度，东洋纺正在寻找机会和方式进入中国市场。

会上还发布了2018/2019中国非织造布行业10强企业、2018/2019中国非织造布行业优秀供应商。

专题论坛之一

护理用医卫纺织品市场空间广阔



在专题论坛“医疗卫生用非织造布的市场与技术”中，RISI非织造布全球市场编辑孔岩、莱芬集团莱科非公司技术研发部部长Detlef Frey、东华大学纺织学院教授靳向煜、杭州可靠护理用品股份有限公司研究院副院长唐伟、广东贝禧护理用品有限公司总经理房雨、佛山

市南海必得福无纺布有限公司董事总经理邓伟雄、青岛优佳卫生科技有限公司市场总监杨世文带来了精彩的主题报告。

孔岩作题为“全球卫生用市场预测”的报告。报告提到，未来十年卫生用非织造布增长领域将主要集中在婴儿护理，其次是失禁用品。随着人们对于产品的舒适、亲肤、私密等性能要求的逐渐提高，非织造企业应该提供差别化产品以增加企业的竞争优势。

Detlef Frey在题为“超柔软非织造布—卫生非织造材料的发展趋势”的报告中谈到，卫材市场正在发生变化，市场需要柔软、安全、蓬松以及经济型的产品，莱芬集团莱科非公司已推出的RF5，拥有完整的工艺系统，可以满足市场越来越高的需求，提供高品质且更经济、

超柔软非织造布技术。

靳向煜作题为“全棉水刺非织造布在卫生用品中的应用前景”的报告，介绍了水刺技术推进纤维素纤维非织造布快速发展与应用、干法水刺非织造材料、湿法水刺非织造材料、天然棉非织造材料的发展动态。

唐伟在题为“成人失禁用品的发展”的报告中分析了产品的专业化和细分化；人体工学的考量，设计的人性化、舒适性；材料技术的不断发展，可降解SPA的开发和应用，环保可降解的纸尿裤开发等，并表示，纸尿裤生产的智能制造、研究高分子材料和设备之间的优化工艺，将是成人纸尿裤产品未来的发展趋势。

房雨在“婴儿尿裤市场的现状和发展”报告中表示，当前，复合芯体产品已成为主流，国际品牌也先后推出复合芯体产品，更薄更柔软的芯体结构非常受市场欢迎。在全球医用非织造布市场中，中国约占10%，这对医用非织造布的发展而言是个机遇，但应注意的是，中国医疗市场准入难度较大。

邓伟雄在题为“医用非织造布的应用和市场”的报告中表示，必得福开发的手术衣、手术单、灭菌包的材料——SMMMS非织造布，是由100%PP连续长纤维制成，具有独特的超细纤维结构组合，阻隔效果良好，具有良好的抗渗水性、抗油污和防静电性能。

杨世文作题为“导管式卫生棉条在中国的发展”的专题报告，介绍了该产品的优点、种类、主要消费群体、在中国市场的占有率和普及率、团体标准的制定等信息。

专题论坛之二

汽车用纺织品关注生态、智能、功能



在“汽车用非织造材料的发展与创新”专题论坛上，东华大学副校长陈南梁、傲锐汽车部件（上海）有限公司NVH经理谢晓龙、北京量子金舟无纺技术有限公司副总经理许良、北京多普勒环保科技有限公司过滤事业部项目总监邹宗勇、长春博超汽车零部件股份有限公司

总经理潘国立、上海华峰超纤材料股份有限公司蒋巍、台湾纺织产业综合研究所先进过滤中心检测实验室博士胡明铨分别作主题报告。

陈南梁在题为“纺织品在汽车中的应用及其发展趋势”的主题报告中表示，我国汽车用纺织品的销售量正在以每年15%~20%的速度增长，据统计每辆汽车上使用的产业用纺织品约为15~20kg，应用量还在逐渐增加。未来行业将朝着生态化、智能化、功能化的方向发展。

谢晓龙作题为“非织造布声学材料在汽车中的应用”的报告，介绍了傲锐公司声学产品、汽车常用声学测试方法、非织造材料声学性能评估及发展趋势。他进一步分享到，汽车常用声学测试方法有阻抗管测试、混响时间吸声测试、隔声测试、流阻测试、声强测试。

许良在题为“纺熔材料在汽车领域的应用”的报告中提及，非织造材料特有的良好吸音性、适应性和成本优势，使其广泛应用于汽车吸音材料中，熔喷材料也因纤维直径小、比表面积大、孔隙率高、过滤阻力小等性能特点被广泛应用于汽车轿舱过滤领域。

空滤主要通过惯性碰撞、静电吸附、布朗运动扩散、拦截四种方法实现。邹宗勇在题为“非织造材料在汽车空滤上的应用现状及面临的挑战”的报告中，详细介绍了非织造材料在汽车空滤上的应用情况、汽车用非织造过滤材料的性能评价，分析了该材料目前的现状、面临的机遇和挑战。

潘国立在题为“天然纤维复合材料在汽车内饰材料中的应用”的报告中指出，天然植物纤维热塑性材料内饰件生产具有低压成型的专有技术，广泛应用于车门内板、内饰件、衣帽架、椅背板、副驾驶台等领域，此外在高铁、舰船、建材等领域也得到广泛应用。

蒋巍作题为“高性能超细纤维材料在汽车内饰领域的应用”的专题报告，介绍了超细纤维聚氨酯复合材料，其生产工艺流程为纺丝、针刺非织造布、含浸、减量形成超纤基布，可生产绒面材料、贴面材料两种产品，具有奢华的表面质感、优异的耐磨性、优异的色牢度等特点。

胡明铨在题为“汽车滤清器过滤介质的技术创新和应用”的报告中指出，车厢用空气过滤器经历了从滤片、微粒过滤网、微粒、活性炭过滤网、抗菌防霉过滤网、HEPA过滤网逐渐演变的过程，未来将逐渐向智能型空气过滤系统方向发展，各种复合结构的滤材将是新的发展趋势。**TA**

纺织服装周刊



柯桥中国轻纺城 专版



来自世界各地的客商，已成为每年柯桥纺博会上的一道独特的风景线。

柯桥，让世界触手可及

本刊记者 _ 李芳

近年来，柯桥正从纺织大区向纺织强区转型，从印染柯桥向印象柯桥蜕变，从纺织之都向时尚之都跃升，融合了国际化新视野、新理念的轻纺城已成为世界的轻纺城。纺博会作为柯桥重要的对外拓展平台，为沿线国家和地区企业、客商带来了实实在在的商机，也为柯桥与“一带一路”沿线国家和地区的全方位合作注入了活力。

在柯桥，国际化的面孔早已司空见惯，这里有来自全球 63 个国家和地区的常驻外商，境外采购商日均达 1 万人，产品每年出口到美国、日本、俄罗斯等 192 个国家和地区。数据显示，今年一季度，绍兴市柯桥区实现进出口总值 193.3 亿元，同比增长 19.7%，分别高于浙江省、全国平均增幅 12.9 和 16 个百分点；其中出口 181.8 亿元，同比增长 19.5%，分别高于浙江省、全国平均增幅 10.9 和 12.8 个百分点。世界纺织看中国、中国纺织在柯桥，已不只是一句口号，柯桥正以世界级的速度领跑全球纺织产业。

5 月 5 ~ 8 日，浙江绍兴柯桥区的两大重磅产业活动——2019 中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会（春季）、2019 柯桥时尚周（春季）在柯桥中国轻纺城国际会展中心同期举行。活动吸引了来自韩国、日本、意大利、印度、巴基斯坦、俄罗斯等 50 多个国家和地区的境外客商到会参观采购，三天入场超过 5 万人次，较上届春季纺博会同比增长 9.5%，其中境外采购商达 8210 人次，较上届增长 9.1%。

不断扩大的朋友圈

今年的柯桥春季纺博会上，一上午的时间，浙江红绿蓝纺织印染有限公司的展位已经接待了十几拨国际采购商。红绿蓝纺织印染公司是一家集研发、生产、加工和销售于一体的科技型、环保型印染企业，创建 10 多年来，始终坚持做强主业，成功研发

数码印花产品化技术，被中国纺织工业联合会授予“国家数码印花产品开发基地”。

本次纺博会上，该公司内销总监陈安勇用“1234”介绍了公司产品系列性、时尚性以及绿色环保的优势，分别是一大主题：“异境”，两大聚焦：环保及流行，三大欧洲流行元素以及“回溯·足迹”、“万物·意趣”、“涅槃·新韵”、“发酵·平衡”四个序章，精心准备的产品广受客户好评。

近年来，红绿蓝纺织印染公司以国际化视野，注重在世界范围内配置创新资源，引进国际先进技术装备，并从海外聘请设计师，与国内外多家花样设计室合作，打造了国际化的设计、销售团队，70% 以上产品出口至欧美、非洲、中东等地区。

“6 年前，我们在‘一带一路’沿线国家的销售不到 20%。”陈安勇说，“一带一路”倡议提出后，公司积极布局“一带一路”沿线市场，进行了充分调研，制定推广计划，还邀请了 40 位国外设计师常驻公司，通过这些设计师了解各国的市场需求，有针对性地研发新品。一系列动作很快为公司拓展了销路。“这几年公司在‘一带一路’沿线国家和地区的销售业务，每年都保持稳定增长。”

无独有偶，纺博会这几天，宁波宏湾家纺制品有限公司业务部经理杨庆珍忙得几乎没有时间吃饭。可以说，此次纺博会让他见识到了国际纺织之都的魅力。

“产品更新快、专业客户群体多。”这是她在纺博会最大的感

受。这家以人造皮革研发、生产与销售为主的时尚企业，多年来凭借稳定的产品品质、独特的风格，积极参加米兰、巴黎等时尚都市的国际展会，在国际市场披荆斩棘，吸引了阿玛尼、GUCCI、LV 等国际奢侈品品牌的认可，也得到了 ZARA、H&M 等快时尚品牌的认可，每年新增客户以 10% 的速度增长。

记者了解到，科旺纺织是一家集产品研发、销售、仓储、物流及生产于一体的企业，自 2002 年成立以来，不断通过产品创新为企业注入活力，为客户订做服务，以研发带动销售，以销售促进研发。今年柯桥纺博会上，科旺纺织推出的环保系列、功能系列产品再一次俘获大批粉丝。

此外，浙江宝纺印染有限公司也收获颇丰。宝纺印染的 80 多万亩仿蜡染花布也已打包装入 5 个集装箱，即将发往非洲多哥、贝宁、肯尼亚等国。据了解，去年，宝纺印染公司外贸出口额超过 8500 万美元，同比增长 30%。

不断拓宽的国际视野

近年来，柯桥正从纺织大区向纺织强区转型，从印染柯桥向印象柯桥蜕变，从纺织之都向时尚之都跃升，融合了国际化新视野、新理念的轻纺城已成为世界的轻纺城。柯桥纺织企业也逐渐以全球纺织产业为参照，进行新品研发，用全球化的思维模式思考产业发展。

在这样一个被放大的竞争环境中，企业所处的高度，思考问题的广度和深度全然不同。

谈到柯桥近些年的变化，陈安勇用“变”和“提升”总结道：“明显感觉到参展产品融入了国际流行趋势，而不是像以前一样，有什么产品就展示什么。另外，不少企业都在进行自主研发，产品附加值也得到极大提升。”陈安勇说，这一方面得益于柯桥整体产业环境的提升，另一方面在于得到了行业协会等机构的大力支持。

如今，红绿蓝公司每天有 15 款以上新品推出，目前已经推出 5 万多个花型设计。陈安勇透露，公司将继续加大产品研发力度，提升欧美国际市场以及国内市场的占有率。

绍兴天创纺织有限公司是一家集研发、设计、生产、经营于一体的专业拉毛面料企业，多年来，天创纺织以“一米宽一公里深”为准则，深耕拉毛产品，产品远销欧美、俄罗斯、越南等国际市场，在日本市场销售额占公司全年的 40%。



“近年最大的变化是客户对产品要求更高，所以我们会跟踪客户需求，特定开发，为客户提供一对一的产品服务。”天创纺织销售部何铁说，大数据成为全球当下热门话题，如何利用大数据分析、掌握更加完善的市场信息，更加直观地了解、判断客户的喜好，从销售端倒推有效提高创新力度？“就像柯桥推出的数字印染那样，是否能针对工贸一体的企业，专门开发这样一款软件，或有学校开设这样的课程？”这是他最近一直在思考的问题，同时，他也在积极寻找解决之道。

不断完善的产业环境

“产业发展环境越来越好”这句话成为企业发展的共识。

近年来，柯桥积极响应并深入推进“一带一路”倡议，搭建对外服务平台，创新“政企联动、抱团参展”新模式，相继在海外自办展、组团参展，举办精准对接会，足迹遍布越南、缅甸、巴基斯坦等“一带一路”沿线国家，众多纺城企业转型打开海外贸易市场。据悉，今年柯桥将继续向俄罗斯、巴西、菲律宾、埃塞俄比亚等国扩展。

去年柯桥在意大利开设了首个海外面料展示馆——米兰馆，推广“柯桥时尚面料”，启动了“中欧时尚梦工厂”一期，成功引进欧洲时尚创意设计企业 17 家。据悉，今年柯桥还将持续推进“中欧时尚梦工厂”二期建设，启动欧洲时尚定制城等项目，力争入驻欧美时尚设计企业 100 家以上，吸引欧美创意设计人才 100 名以上，引进欧洲时尚服饰品牌 100 个以上。

纺博会作为重要的对外拓展平台，为“一带一路”沿线国家和地区企业、客商带来了实实在在的商机，也为柯桥与沿线国家和地区的全方位合作注入了活力。

记者了解到，今年纺博会就吸引了浙江联润、陕西信达、宝鸡昌新、苏州鑫鸣、苏州森奎等越来越多开拓“一带一路”市场的企业前来参展。印度尼西亚、越南、巴基斯坦、意大利等“一带一路”沿线国家的外商报名热情十分高涨。

巴基斯坦客商阿米尔已经连续八年参加柯桥纺博会了，他说，柯桥纺博会参展面料多、企业实力强，对于他们这些国外客商来说，能快速找到所需要的面料。

来自印度的 Sukrit Scott 是 EVERBRIGHT INDIA CO. 的专业采购商，多年来柯桥纺博会采购面料已是他的惯例。他告诉记者，这里的面料不仅品类齐全，性价比也很高，每次来都能找到心仪的产品，还能够结交到有实力、有远见的合作伙伴，纺博会为他的纺织生涯打开了新天地。

国际融合为柯桥注入了更多时尚因子，也为纺织企业发展引入了充分竞争的主场优势。“客户说好才是真的好，只有竞争才能提高市场占有率。”浙江大能数码科技有限公司王卫良说，从业 7 年多来，从一个加工企业发展成为一个生产链成熟、工艺成熟的企业，大能数码充分参与到全球化的市场竞争中，凭借稳定的产品质量，专业的服务，得到了国际市场肯定。

“一带一路”建设、改革开放深化的大格局之下，柯桥愈加开放、时尚、智慧、高端，作为建设新时期“国际纺织之都”的有力支撑，柯桥纺织产业必将成为推动柯桥新一轮发展的强劲动能。



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

纺织服装周刊



柯桥纺博会已然成为我国纺织业标杆典范。



时尚悦动，商贸高频！

2019 柯桥春季纺博会“硬核”指数齐攀升

本刊记者_张颖 文/摄

商机无限，风云际会。2019 中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会（春季）已完美收官，而展会现场紧张忙碌的商贸对接盛景，令人印象深刻。展会期间，精锐展商云集，俨然一个偌大的趋势发布秀场，承载着纺织面辅料企业逐浪时尚潮流。来自五湖四海的采购商，更是展会上独特的风景线，他们的收获和体验、评价与建议，正是柯桥纺博会 20 余载砥砺前行、跨越发展的源动力。

本届纺博会持续创新优化招商模式，主动出击，先后组织人员赴河南、江苏、陕西及宁波、温州、平湖等省内外服装产业集聚地开展精准招商，加强与当地政府、市场管理机构、服装商协会的合作联系，尤其是加强了对服装家纺类上市企业和中国纺织服装竞争力 500 强企业的招商力度，邀请到博洋服饰、东方集团、丝丽雅、苏豪集团、际华集团、魏桥纺织、阳光集团等知名企业赴纺博会现场采购。

此外，今年还利用“替他秀”、“小瓜报名”等微信小程序，充分发动参展商和采购商的力量，进行以展引商和以商招商工作。据纺博会筹委会相关负责人介绍，本届纺博会吸引了来自韩国、日本、意大利、印度、巴基斯坦、俄罗斯等 50 多个国家和地区的境外客商到会参观采购，展会现场采购商超过 5 万人次。如今的纺博会，越来越有品牌影响力和号召力，对此，中外采购商如何评价呢？

启迪灵感 展望趋势

本届展会，45 万款以上时尚面料精彩亮相。随着行业转型升级，新兴面料和新技术成为发展方向，创新是本届柯桥纺博会的最大亮点。同时，2019 柯桥时尚周（春季）在柯桥中国轻纺城国际会展中心同期举行。两大盛会联袂呈现引领纺织产业链的新产品、新技术、新模式、新趋势、新理念，一展柯桥纺织产业的新活力与新风貌，为柯桥乃至中国纺织产业国际话语权和时尚引领力的提升打造价值平台、营造有利时机。

山东聊城服装协会会长谢鹏已是柯桥纺博会多年的“老朋友”，此次在他的号召下，协会带领 20 余家企业组团前来采购，不仅寻找到心

仪的面料，更是开拓了视野，提升了格局。“这次感触特别大的是纺博会与时尚周在同一个地方联动举行，边逛展会边看秀，引领我们了解 2020 春夏流行趋势、纺织未来发展趋势，给企业后续产品开发带来有效的思路启迪。”

谢鹏表示，纺博会的展会内涵越来越“硬核”，作为行业协会会长，他将不遗余力地带动更多会员企业来到柯桥纺博会。

多年来，日照山水如画服饰有限公司总经理周妮一直在柯桥纺博会采购面料、获取行业资讯、寻找设计灵感，“柯桥是一个面料生产的集合地，发货快速，价格优势明显，性价比高，每次都收获满满。而纺博会为服装企业提供了一个沟通交流的高效平台，特别是每届展会主办方悉心周到的安排，让远道而来的朋友有一种宾至如归的感觉。”

寻觅知音 携手前行

“在展会上见到了许多合作已久的老朋友，明显感觉他们带来的产品升级了，档次提高了，带给我诸多灵感和启发。”青岛妙家服饰有限公司董事长高越此次是第二次来柯桥纺博会，他已与多家参展企业达成合作协议，优化升级了合作伙伴。对于展会带来的惊喜，他用“世外桃源”四个字生动地形容纺博会给他的印象。

Djabri Ade 来自阿尔及利亚，是 Eurl Hallatex 进出口有限公司总经理。据 Djabri Ade 介绍，Eurl Hallatex 公司主要经营品牌女装，产品远销世界各地，而生产服装所需的面料大部分来自柯桥，“通过纺博会，我们不仅能与柯桥的供应面对面交流，还能结识新的合作伙伴，了解到更前沿的市场趋势，为之后的渠道选择开辟新路径。”

作为“国际化、专业化、市场化、信息化”的品牌展会，柯桥纺博会依托柯桥庞大的纺织产业集群优势和市场优势，每一季都更加成熟，散发出 20 余年积淀的巨大影响力与辐射力，已然成为时尚策源地、商贸高频区，为柯桥城市经济高质量发展积聚起锐意动能，为我国纺织业树立起标杆典范。

一线柯桥

科技是柯桥纺织高质量发展之关键

本刊记者_王利

一块布，能卖多少钱？“吉麻良丝”的大麻墙布，市场价卖到一平方米 300 元；“标点纺织”的石墨烯抑菌袜，一双要卖 70 多元；“汉唐纺织”的幻影调温系列面料，每米卖到近百元。从靠价格竞争到大力投入科技研发，从廉价面料到涉足纺织工业各个领域，柯桥纺织业迎来高质量发展新时期。

在近期举行的浙江省科学技术奖励大会上，公布了 2018 年度浙江省科学技术奖获奖名单。柯桥区获科技进步目标责任制考核优秀县（市、区）和人才工作目标责任制考核优秀县（市、区）之荣誉，全市唯一获双奖。同时，柯桥区的浙江梅盛实业股份有限公司与江南大学合作的“光催化超真生态皮面料关键技术及其产业化”项目获科技进步奖二等奖。

荣誉的背后是柯桥政府及纺织印染企业齐心协力的付出与决心。近年来，在柯桥区委、区政府的积极引导下，纺织印染企业不断加大科技投入、人才及优质项目的引进，在加快产能转型中，通过新机器、新材料的运用加快科技创新，创新意识和创新能力都实现大幅提升。

对于纺城而言，这份荣誉意味着沉甸甸的责任，不是终点，而是开启新篇章的起点。在刚刚结束的 2019 年重大项目集中签约开工暨恒天智能移动空间研发制造项目开工仪式上，33 个重点项目集中开工，19 个重点项目集中签约，其中包括 9 个先进装备制造项目，5 个高端纺织项目，5 个人工智能项目，它们将为柯桥纺织行业高质量发展注入新的强劲动能。

柯桥是全球代表性的纺织产业集聚区、中国千亿级纺织产业集群，随着市场竞争的白热化，加之资源、环境的高压线不断提高，传统纺织发展碰到“天花板”，产能过剩、附加值过低成为不少企业“成长的烦恼”。重大转折关口，柯桥早已踏上求新谋变的征途，以科技创新驱动高质量发展，告别“微利时代”，拥抱新机遇。

当前全球新旧动能加速转换，不同国家、区域、产业间的资源与优势在发生明显变化。对于未来面临的各种不确定因素，柯桥纺织产业的高质量发展之路如何走？把握好新一轮科技革命的战略机遇期，深入践行“腾笼换鸟、凤凰涅槃”是破局之关键。

关注

聚焦“三服务”，扎实推进智慧市场建设

本刊记者_王利 文/摄



智慧化收费 加强精细高效管理

在如今的中国轻纺城市场，经营户不用去窗口排队等候，不用带着大量现金，更不用刻意去取钱，物业费、水电费和广告费等所有窗口收费类项目均支持微信、支付宝支付。轻纺城集团开发的智慧化收费系统，让经营户享受互联网的便利，让缴费更加精细化、便捷化，从而将更多精力投入到面料创新研发及公司管理上。

无独有偶，东市场停车场已试点无感支付、动态二维码支付，下一步将继续推广和深入应用。智慧化收费系统不仅简化了经营户办理缴费手续的流程，还能通过实时查询、实时缴费和实时销账等功能，进一步提高工作效能。

智慧化消防 为市场安全保驾护航

近 3 万多户经营户、5 万余种面料、日客流量达 10 万人次……作为全球最大的纺织品集散中心，要保护经营户和采购商的人身财产安全，消防是不可或缺的助力。为加强市场消防安全工作，提高火情防控自救能力，轻纺城集团加快推进智慧消防建设，积极开展调研工作，详细了解智慧消防平台建设及管理经验。

根据市场、物流现状，轻纺城集团首先在北市场试点安装无线烟感，并设立无线烟感管理平台，可及时感知火情并发出报警信号，以便第一时间采取有效措施，极大地提高了消防预警和信息化管理水平，为市场安全保驾护航。

智慧化展会 赋能走出去新动力

立足传统纺织优势，紧抓“一带一路”建设给纺织行业带来的新机遇，轻纺城集团积极探索发展以海外巡展为主的展会业务。截至 5 月底，公司已先后举办韩国巡回展、巴基斯坦组团展、意大利巡回展等海外展活动，并成功组织上海春夏组团展，举办第二届坯布纺织新材料展。接下来，公司已制定了以日本、菲律宾、埃塞俄比亚、缅甸、巴拿马和印度尼西亚为重点拓展线路的展会计划，帮助经营户拓展营销渠道，提升品牌影响。

值得一提的是，轻纺城集团旗下全球纺织网、网上轻纺城在展会上推出了“易纺智服——3D 服装智能个性化设计系统”，可实现成衣一键预览，成为吸引采购商的有力武器。“易纺智服”系统内储备了衬衫、西装、马甲等多类版型，多样式的领子、袖口设计以及纽扣等辅料配件模型，用户只需输入身量尺寸，轻触界面，选择想要的元素、替换各色花型面料，即可一键生成适合自己的个性化定制服装模型，实现服装智能个性化定制。

当前，柯桥区正聚焦“现代化、高质量、竞争力”三个关键词，以智能制造为主攻方向，推动互联网、大数据、人工智能与传统纺织产业的深度融合。为推进智慧市场建设进程，轻纺城集团大胆推陈出新，以“三服务”为导向，从“智慧+服务”入手，可谓抓住了市场转型升级的关键，将进一步助力“开放、时尚、智慧、高端”的现代化新型市场建设。TA



中纺联原会长王天凯为行业特别贡献奖获奖企业授牌。



与会领导为中产协公共服务平台授牌。

凝心聚力，共创产业新高度！

中国产业用纺织品行业协会第四届四次理事会扩大会议举行

本刊记者 陶红

6月2日，中国产业用纺织品行业协会第四届四次理事会扩大会议在上海举行。中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、原会长王天凯，工业和信息化部消费品工业司副司长曹学军，中纺联副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申，国家发展和改革委员会产业发展司处长李平，中纺联副秘书长、科技发展部主任彭燕丽，中国纺织机械协会会长顾平，中国纺织工程学会常务副理事长伏广伟，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长梁鹏程等领导嘉宾，以及来自产业用纺织品全产业链的企事业单位、科研院所、地方政府的代表等出席了此次会议。会议由中国产业用纺织品行业协会秘书长张传雄主持。

找准定位，积极应对多变环境

高勇表示，随着中美贸易摩擦的持续发酵，复杂多变的市场环境给中国纺织行业、产业用纺织品行业的发展添加了更多的不确定性，但可以肯定的是，非贸易因素的掺杂使市场环境更加复杂。从一季度行业运行来看，产业用纺织品行业发展比较平稳，但4、5月行业形势依旧较为严峻，国内产品消费量、产品出口量、原料价格均有较大波动，行业发展呈现观望性下滑趋势。但无论贸易环境如何变化，中国纺织工业要保持定力，坚持走好自己的路，做好自己的事，积极推进产业结构调整；产业用纺织品行业作为纺织行业转型升级的重要部分，更需要优先扶持和大力发展，希望行业内企业和相关机构积极应对，实现健康发展。

曹学军表示，2019年以来国内外环境复杂多变，国际秩序和多边贸易面临挑战，国家出台了降税减费、基地创新、优化服务等一系列改革措施，开展统筹稳增长、调结构、促改革、稳预期等各项工作，工业经济实现了平稳增长。尽管中美贸易摩擦给行业带来一定的挑战，但中国工业规模大，有全球最完整的产业体系、多年形成的多元化客户网络、国

内近14亿人口的庞大市场和丰富的人力资本，因此企业应坚定发展信心，在危机中创造机遇，提高核心竞争力和市场空间。

她表示，在此环境之下希望行业企业、政府部门能凝心聚力坚定信心，做好以下工作：一是加强自主创新，提高高科技产品的供给；二是把握需求趋势，加大国内市场的开拓；三是树立质量优先意识，提高产品质量品牌竞争力；四是加强国际合作，积极应对贸易摩擦。

科技创新，推进产业转型升级

中国产业用纺织品行业协会副会长李桂梅总结了中产协2018年工作，汇报了2019年的工作重点。2018年，中产协主要围绕强基础、重创新、促应用和重影响四个方面积极开展工作。在强基础方面，不断提高协会党建质量，不断强化协会基础建设，深入开展行业调研活动，不断完善统计运行工作，积极参与国家相关行业政策制修订，持续加强协会平台建设；在重创新方面，推动科技服务持续创新，不断健全标准体系，稳步推进智能制造；在促应用方面，通过跨界融合促应用，加强与下游协会/学会、科研院所对接，以融通推动行业发展；在重影响方面，不断扩大展会影响力，纵深拓展专业活动，丰富国际交流，联合多媒体协同宣传。

2019年，中产协将继续加强党建工作、平台建设、科技建设、标准建设，推动行业研究、绿色制造、智能制造，促进军民融合和国际交流，同时不断扩大展会的影响力。

“科技、时尚、绿色”已成为新时代纺织产业的新标签、新属性和新特征，也成为行业转型升级、创新发展新动能、新支撑和新形象。李陵申在总结发言中表示，行业、企业应加大研发投入，更多地开展“0→1”的创新，在更加广泛的范围和深度上开展创新研究，加大创新的资金投入，关注自主知识产权的成果积累，构建负责任的全产业链的绿

色制造和行业诚信体系，创新绿色制造共性关键技术，提高资源使用效率，构建产品全生命周期的绿色制造体系。

李陵申表示，尽管宏观环境在不断地变化，不确定因素在不断地增加，但作为基础性消费产业，产业用纺织品作为涉及国民经济诸多领域必需品，在经济发展中的作用和地位不会改变。从全球看，无论当前去全球化思潮多么猖獗，国际分工、全球制造与贸易合作的步伐不会停止；从国内市场看，人民日益增长的美好生活需要和消费升级，给产业发展带来了广阔的空间和商机，正成为新发展的重要引擎。

李陵申指出，2019年中产协工作的总体基调包括：一是提升政治站位，切实将习近平总书记和党中央的新思想、新理念贯彻到行业工作中来；二是提升服务水平，以专业专注、深耕开展行业服务；三是提升行业凝聚，拓展服务领域、延伸服务能力。中产协将以科技赋能、品牌赋能、社会责任赋能、资本赋能，创造产业新高度，推进产业高质量发展。

多方合力，共谋全产业链协同发展

会上，东华大学材料科学与工程学院院长朱美芳作题为“高技术纤维的开发与产业应用”的报告，介绍了学科课题组相关情况；上海市纺织科学研究院副院长张庆作题为“后整理技术与产业用纺织品”的报告，介绍了产业用纺织品的市场需求、产业用纺织品的应用及发展、后整理技术在产业用纺织品上的应用。

会议还审议了协会工作报告、会费收支报告及协会章程修订说明，评议了2018年协会秘书处、秘书长工作，通过了中产协增补、调整议案，增选了江苏佰家丽新材料科技有限公司左洪运等3位副会长、宜禾股份有限公司马金芳等25位理事，审议通过了协会副秘书长提议案。

最后，王天凯、李陵申、李平等领导为行业特别贡献奖企业和公共服务平台授牌。

纺织服装周刊

T
A
W
E
E
K
L
Y

微信号：fzfzzk

纺织服装周刊

周刊典藏
时尚评论
大咖来做客
品牌故事
纺织头条

看产业实时资讯，
听行业精英箴言，
观流行趋势分析，
查企业动态百科

关注《纺织服装周刊》微信，
你就是行业大咖！



本期高训班学员合影。

置身科研一线 感受成果转化

纺织高训班走进天工大、中纺院

本刊记者 _ 徐盼盼

6月1~2日,第五届全国纺织复合人才培养工程高级培训班(简称纺织高训班)走进天津工业大学、中国纺织科学研究院纤维新材料分院。资深专家联袂授课,参观天津工业大学“中空纤维膜材料与膜过程实验室”、“先进纺织复合材料实验室”以及中国纺织科学研究院纤维新材料产业化技术研发基地,理论结合实际,让学员对产业链知识有了更清晰的认识。

中国纺织工业联合会科技发展部副主任王玉萍在主持本期高训班时表示,希望借助纺织高训班平台,提高行业管理者的理论与专业实力,加大同业者以及产业链各个环节企业间的交流,希望学员都能通过本次学习,加强和高校、科研单位的沟通交流,丰富理论知识,完善知识结构,推动企业乃至行业的健康发展。

天津工业大学科研院长魏俊富在致辞中表示,2017年,天工大入选一流学科建设高校,纺织科学与工程学科入选“双一流”建设学科,在第四轮教学评估中获得“A+”标志,目前,已逐步形成“高峰凸显、高原崛起、基础强劲、特色交叉”的立体学科建设格局,形成先进纺织复合材料、膜分离技术、电机系统及其智能控制、功能纤维与技术纺织品等一系列特色科研优势。希望高训班的学员学有所得,加强校企合作,共同推动科技成果落地。

学习前沿理论,领略高科技纤维

在彰显纺织特色的天工大,学员们度过了一个不一样的儿童节。北京化工大学碳纤维及复合材料研究所所长、国家碳纤维工程技术研究中心主任徐樑华为学员详细讲解了高性能纤维的种类、制造工艺及应用。他介绍了高性能纤维的发明机遇、今日地位以及未



学员在天工大了解纺织复合材料的最新研究成果。

来发展,系统梳理了高性能纤维的主要种类、结构性能以及制造工艺,同时介绍了各类高性能纤维的国内外发展情况,通过具体的应用案例说明了高性能纤维的巨大发展空间。当前,国家在国防、航空航天、海洋工程、能源等领域对新材料的需求非常广泛,而高性能纤维又有着高比强、高比模、多功能等诸多优异性能,因此未来具有广阔市场空间。徐樑华指出,高性能纤维在品类、质量稳定性、成本、应用水平等方面还存在一定挑战,未来高性能纤维行业要解决认识

和理念问题,搭建好研究平台,实现协同创新。

天津科技大学副校长程博闻围绕《纳微纤维与非织造材料》为

学员作了介绍。他从纤维材料的发展现状讲起,详细讲解了纺粘法非织造材料制备技术、熔(溶)喷法非织造材料制备技术,以及智能服装与服饰关键制备技术。他指出,纺粘和熔喷非织造材料生产技术正在向宽幅化、复合化、高速化、组合与集成化方向发展,应用领域不断拓展;闪蒸法非织造材料生产技术已经建立了中试生产线,未来两三年内有望实现工业化生产;熔喷法纳微纤维技术,生产效率高,纳微纤维生产规模化技术、纤维超细溶剂的快速萃取与回收比普通纤维容易,工业化前景较好。

学习期间,学员还参观了天津工业大学“中空纤维膜材料与膜过程实验室”、“先进纺织复合材料实验室”。

天津工业大学是我国最早开展纺织高等教育的学府之一,拥有“中空纤维膜材料与膜过程”省部共建国家重点实验室,“先进纤维与储能技术实验室”、“先进纺织复合材料实验室”、“现代机电装备技术实验室”、“电工电能新技术实验室”、“光电检测技术与系统实验室”等省部级重点实验室,初步形成了“先进纺织复合材料”、“膜分离技术”、“特种纤维与产业用纺织品”、“纤维界面处理技术”、“机电设备集成制造”、“半导体照明与材料”、“工程电磁场与磁技术”、“电机系统及其智能控制”等特色科研优势,构建了以能源材料、生物技术、海洋化工、数字化纺织、功能服装、纳米材料与技术、生态与环境等方向为重点的支撑领域,确立了文化创意、物联网技术、循环经济、纺织经济、工业工程与管理、公共危机管理、应用法学等新兴发展领域。多项科研成果应用于“神舟”系列飞船、“嫦娥奔月”工程、水处理技术、新材料开发等国家战略性新兴产业和国防高科技产业。学员近距离触摸到了高科技纤维给国防军工、航空航天领域带来的神奇。

参观结束后,中纺联科技发展部还举办了2019年度系列科技创新成果交流活动,围绕2019/2020纺织科技前沿趋势“非织造与生物医用纺织材料”主题,针对生物医用纺织材料发展现状、制备技术及应用等不同视角展开了交流。青岛大学教授夏延致就海藻纤维的相关情况,中国纺织科学研究院有限公司研究员副总工程师黄庆就PAG纤维制备技术的开发及在医用材料领域中的应用,天津工业大学材料学院教授尹翠玉就绿色纤维素再生材料在生物医用领域的应用分别做了详细介绍,并与学员围绕新纤维的开发、市场等主题展开了讨论。

探索技术难题,推动成果转化

行程第二天,学员们来到中国纺织科学研究院纤维新材料分院——依托中国纺织科学研究院雄厚的技术积累和人才优势在天津武清建成的纤维新材料产业化技术研发基地(以下简称“基地”)参观。基地致力于解决化纤行业急需攻克的技术难题,突破关键技术瓶颈,开发具有自主知识产权、高技术含量、高附加值的新产品和具有创新性的新技术,加大科技成果转化力度,同时为企业提供技术服务和技术支持。

基地建有聚合物合成与改性、溶液纺丝、熔融纺丝、功能膜加工、功能母粒制备等小试、中试试验线及分析检测实验室,形成了一个集应用基础研究、工艺技术研究、设备开发与集成、工程化配套于一体的完整体系,建立了应用基础研究—工艺和设备集成开发—工程化配套为一体的技术开发模式。依托现有科研实力,基地是国家“十二五”科技支撑计划项目、973项目、科技部院所专项等多项国家及省部级科技项目的小试、中试及产业化试验平台。

中国纺织科学研究院有限公司副院长李鑫向学员介绍了原液着色纤维开发的背景、基础知识、产业技术发展方向与重点任务。据悉,纺织印染废水排放占全国工业废水排放总量约11%,每年达20亿~23亿吨,原液着色纤维的开



学员们参观中国纺织科学研究院纤维新材料分院。

资讯 | NEWS

盛虹炼化一体化项目建设全面铺开

6月1日,国内单套规模最大的盛虹炼化一体化项目1600万吨/年常减压联合装置,以及310万吨/年1#连续重整装置、煤焦制气联合装置的6台桩机整齐划一、汽锤轰鸣,打下第一根桩。这标志着盛虹炼化一体化项目主体装置区正式进入土建阶段,项目建设全面铺开。

盛虹炼化一体化项目是经国务院常务会议审议通过的《石化产业布局规划方案(修订版)》中的重大建设项目,也是江苏南北协调发展、实现石化产业转型升级的标杆项目。项目总投资775亿元,投产后可提高对二甲苯、乙烯、乙二醇等基础大宗石化原料的保障能力。

作为多产品链、多产品集群的大型炼化一体化项目,在项目建设过程中,盛虹炼化秉承“多化少油”和“分子炼油”的理念,通过采用国际一流的工艺技术,不断优化调整工艺路线,保证装置在长周期运行、产品能耗、安全环保等方面达到行业先进水平。

桩基施工是盛虹炼化一体化项目关键性里程碑节点。为加快项目建设进度,公司各部门、相关施工单位围绕桩基施工的目标,快速推进工艺包设计、设备采购、工程施工等工作进程。设计部抽调精兵强将,长期“蹲守”广州、北京、西安等地,全力协调设计单位优化项目设计方案,确保优化后的项目更节能、更先进、更能实现“少油多化,经济效益最佳”的目标。

项目部紧紧围绕“里程碑”节点,克服气候等不利因素影响,组织数千名施工人员奋战一线,施工现场一片热火朝天的繁忙景象。“尽管工期紧、任务重,但我们始终严把工程质量关、施工安全关,持续对现场作业和施工安全进行监督检查。”项目部工作人员介绍说,工地每天开展现场安全督察,对查出问题及时落实整改措施,确保项目施工安全与工程质量。截至目前,炼化一体化项目第一批桩基施工图已正式发布,超长周期设备订货总量完成90%。

盛虹炼化一体化项目建成后,除满足江苏省及长三角地区对油品和石化产品的需求、缓解现有化工原料短缺矛盾外,有利于带动沿江石化产业向苏北沿海转移,加快省内石化产业布局结构的调整升级。项目在连云港国家石化产业基地建设,地处新亚欧大陆桥的东方桥头堡,辐射效应大,带动作用明显,对于我国“一带一路”和“长江经济带”战略实施具有重要意义。(高芳)

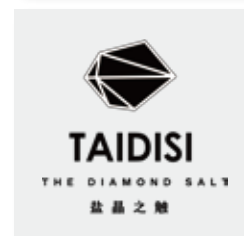
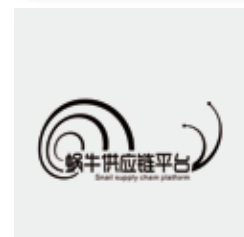
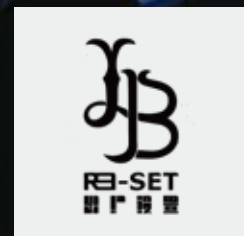
发与应用是《纺织工业“十三五”发展规划》、《化纤工业“十三五”发展指导意见》提出的重点工作。他从原理入手,向学员详细介绍了颜色与测量技术、着色剂、色母粒(色浆)等基础知识。他介绍,国产原液着色纤维产业正处于快速发展的前期,但目前产量只占化纤总量的10%左右,增长空间巨大,符合未来的发展趋势。

李鑫同时指出我国制造业当前亟需实现三个深刻的转变:由引进技术为主向自主创新转变、由单项技术产品攻关向全要素汇聚的产业链转变、由单一企业局部创新环境改善向营造产业跨界协同创新环境转变。我国原液着色产业的发展思路应当从产业技术创新链和创新体系总体谋划;要突破关键核心技术,建立质量控制体系,树立高端产品形象;要实现原液着色+功能,柔性制造实现小批量、多品种的制造和应用;要建设面向中小企业的产业技术创新公共服务平台、建立数据库、交易平台等实现原液着色产业商业模式的创新。此外,李鑫还结合当前国内企业开发情况介绍了原液着色纤维的相关应用案例。

北京化工大学机电工程学院教授杨卫民向学员介绍了高分子材料加工成型与先进制造技术研究的进展(静电纺丝+3D打印)。他指出静电纺丝法是制备纳米纤维的有效方法,纳米纤维的宏量制备技术已经取得突破,需要进一步解决纳米纤维产品的均匀性和应用领域的针对性。他还详细介绍了3D打印的研究背景及当前研究进展。

经过三次培训,学员们互相增进了了解,并在此次课堂上选出了班委成员。班委们依次上台进行了就职宣讲。

两天的学习与参观让不少同学大呼过瘾,一方面了解了当前行业科学前沿最新信息,从技术研发及原理的角度对知识有了更加深入的了解;另一方面,企业生产经验与理论知识的结合,也有利于企业跳出思维框架,解决实际问题。[T4]



十大看点!

“剧透”第三届红棉国际男装周

本刊记者 _ 罗欣桐

6月11日,期待已久的第三届红棉国际男装周即将启幕!本届男装周至少有十大看点值得关注,这不由得令人遐想,这是一个什么样的神仙男装周?!

1 好高端!“高规格”时装周火力全开

本届红棉国际男装周由中国纺织工业联合会及中纺联流通分会、中国服装协会、中国服装设计师协会指导,由广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会与红棉国际男装周组委会共同承办;更有广州轻纺交易园首度作为战略合作伙伴参与协办。以行业高规格实力打造的国家级男装产业盛事,“红棉国际男装周”这样的行业超级大IP有且仅有一个!

2 好洋气!时尚零时差,与全球最强男装展 Pitti 同期上演

今年,红棉企业集团受邀成为第96届Pitti Immagine Uomo男装展“中国嘉宾国”项目的重要合作伙伴,助力中国设计师在国际顶级男装展的舞台大放异彩。本届红棉国际男装周将于6月11日与Pitti展同期启动,一股现象级的“红棉”风潮将在意大利佛罗伦萨、中国广州两个时尚之都热烈上演,完美实现时尚零时差!

3 好大牌!国际级阵容,台前幕后全是业内顶级

将由三位在国际上风头正劲的设计新贵联袂主演的开幕大秀,从发布作品系列到秀场、秀导、模特、造型……台前幕后所有工作人员都来自业内顶级团队。

韩国首尔时装周官方发布的新锐设计师品牌 LONGPLAYINGRECORD、NAVY STUDIO以及备受国际买手青睐的JTK ZHENG,将携手呈现一场融合东西摩登男装的风潮大秀,为本届红棉国际男装周打响头炮,以设计之名吸引全球聚焦。

4 好热闹!新品狂欢季,数百渠道商来“剁手”

广州素来是全国最前沿的服饰潮流策源地与集散地,影响力持续发酵的红棉国际男装周不仅是捕捉全球男装风尚的必到之地,更是全国男装精英采购、社交、互动、合作的一站式目的地。

男装周期间,红棉国际时装城也将迎来空前盛大的男装全品类订货季。

以男装周为聚焦,红棉国际时装城场内男装品牌将以极高口碑、最全新品、最潮设计吸引全国优质渠道商前来采购订货。目前,已有数百家重点男装品牌商及来自全国服装专业市场的采购商确认前来。

5 好敢秀!五大原创品牌燃爆T台

本届男装周的主秀场将由集合市场原创男装品牌的灰鲸供应链、蜗牛供应链,与新能源汽车品牌蔚来跨界开秀的逆写、男裤全品类供应链品牌泰迪斯、新锐原创设计品牌雷邦五个男装新贵挂帅,全力展示原创男装的前沿风尚,以及中国男装的集合力量。

6 好带货!全“城”爆款,百名网红变身金牌销售

男装周期间,100名网红将从秀场头排走到红棉国际时装城的各个楼层、走进“城”中潮牌,亲身演绎《爆款诞生记》,以超高人气为品牌推流,打造一个“互联网+”时代里最有活力、最带货的新品订货季。

7 好有“礼”!找的就是你,拍大片赢大奖

为了创造更多机会给场内品牌推广造势,组委会别出心裁地开发了小程序,男装周期间,品牌将挑选一位最能代表自家时尚基因的员工,穿着品牌服装拍摄个人形象照片一张,上传到小程序立即生成堪比杂志封面的时尚大片。朋友圈人气最高的前三十位“品牌代言人”将赢取时尚旅行基金大礼,收获大片、为品牌代言、赢丰厚大奖……

8 好专业!千人大会集结“时尚产业+互联网”最强智囊团

开幕当晚,一场集结中国男装产业千名精英豪杰的“时尚产业+互联网”论坛将召开。这个汇聚了中国男装产业最强智囊团的“千人大会”将探索男装时尚产业在“互联网+”时代下的变革升级,聚焦新锐原创设计,力求进一步为本土男装产业的发展拓宽思路,精准定位“中国男装”的国际化发展之路。

9 好贴心!一“键”时髦,全方位服务再升级

好口碑靠用心,本届男装周组委会持续全方位升级服务,不仅开发了男装周独家专属小程序,高清秀场图片直播、视频直播保证24小时不间断,更推出品牌定制化客户邀请函服务等一系列星级服务。场内品牌商户只需动动手指就能与男装周无缝链接,完美实现一“键”时髦。

10 好瞩目!自带超级IP体质,全球媒体争相关注

综合上述亮点、爆点,本届男装周在规模、阵容、活动、内涵,以及专业度、时尚度、知名度、影响力等方面再次跃升。适逢红棉企业集团及旗下诗仙太白酒在佛罗伦萨Pitti Uomo这一国际时尚平台亮相,“红棉现象”成功引起了Vogue、Elle、新华网、人民网、腾讯、新浪等国内外权威媒体的重点关注,自信息发布以来,为本届男装周带来裂变式快速传播与曝光,成功锁定“年度中国男装时尚界超级IP”的地位。

第三届红棉国际男装周进入倒计时阶段,一场男装时尚热浪即将来袭,十大亮点等你逐个打卡,更多精彩等你亲自解锁!

6月11日,广州红棉国际时装城, we are all on! **TA**



纺织服装周刊



出席 2019 天津时装周嘉宾合影。

借力时装周，提升天津时尚产业价值

2019 天津时装周魅力首秀

本刊记者 _ 陶红

5月28日~6月1日，为期5天的2019天津时装周在天津万达文化酒店、棉三创意产业园区、抵羊旗舰店三个会场同步开启。首届天津时装周以“创新、融合、时尚、智能”为主题，响应京津冀协同发展号召，立足京津冀时尚品牌，放眼全国服装品牌企业，集知名设计师品牌与各大高校服装专业毕业生作品于一体，动态展现时尚潮流，促进天津时尚业、服装品牌优质发展，助推传统纺织由制造向智造的革新。

本届时装周由天津市纺织服装行业协会、天津纺织集团（控股）有限公司、天津市纺织工程学会主办，天纺标检测认证股份有限公司、全国针织科技信息中心、全国纺织标准化技术委员会针织品分会、全国运动标准化技术委员会运动服装分会承办，旨在认真贯彻落实京津冀协同发展战略，全面打造天津“时尚之都”新名片、释放天津时尚魅力，大力宣传天津良好的营商环境，有效拉动天津市旅游和消费市场，深度展示天津纺织转型发展取得的成果。

把握京津冀大趋势，实现天津创意发展

5月28日，2019天津时装周开幕式在棉三创意产业园区举行。中国纺织工业联合会副会长、中国针织工业协会会长杨纪朝，中国针织工业协会副会长瞿静，天津纺织集团（控股）有限公司党委副书记、总经理张颖，天纺标检测认证股份有限公司党委书记、董事长葛传兵，天津市工业和信息化局副局长谷云彪等领导嘉宾出席了开幕式。

张颖在致辞中表示，首届天津时装周的盛大召开，是天津纺织业发展新定位中“由制造转向智造”的最好展示，是纺织行业适应国内消费升级，推进国企改革、实现可持续发展的有益尝试，也是天津纺织人坚定文化自信，用优质品牌引领时尚、砥砺前行生动实践。

天津市商务局总会计师刘志勇在致辞中表示，天津作为“一带一路”重要的海路联接点，近年来坚持打造营商环境与国际接轨、投资贸易高度便利、示范引领作用强劲的“改革开放先行区”。本次时装周将设计元素、创新成果和时尚产业融合贯通，将时装行业新技术、新工艺、新装备汇聚整合，引领了时尚消费的最新潮流，分享和服务天津市的新发展、新趋势。

据介绍，本届时装周包括知名设计师及品牌时装秀、全国高端标准峰会、针织行业标准技术论坛、时尚论坛等一系列主题活动。时装周内容丰富、涉及面广，充分突显了天津纺织的底蕴与专业能力，力争打造成为推动服装产业转型发展、带动时尚产业优化升级的平台。

搭建综合交流平台，助力多领域融合发展

6月1日，历时5天的首届天津时装周圆满落幕，闭幕式在棉三创意街区1921艺术空间举行。5天时间内展示了10余个知名品牌、原创设计师品牌以及3所高校优秀毕业生的设计作品。在同期举办的全国纺织标准质量技术峰会以及时尚论坛中，汇聚了相关行业专家学者、专业技术人员以及高校教师等近400余人深入探讨了行业发展、标准改革、技术创新、服装时尚的发展趋势。

首届时装周是随着天津纺织实施转型发展战略应运而生重要成果，标志着天津纺织在谋求高质量发展、加快产业升级的道路上迈出了新的一步。

此外，为表彰对本届时装周给予大力支持的国内知名品牌和知名设计师，时装周特评选出了最具创意奖、最具风尚奖、风采童装奖、十佳毕业设计新人奖，以及最具魅力奖、最具活力奖、最具时尚奖，并在闭幕式现场进行了颁奖。随后，还举行了天津纺织集团（控股）有限公司与天津工业大学天津时装周战略合作协议签约仪式，为下一届时装周备战。

明晰特色优势，打造天津时尚新名片

杨纪朝在采访中评价，2019天津时装周是天津的首届时装周，开幕首秀呈现的整体效果很不错。举办时装周的目的是推动时尚产业的发展、带动城市建设、拉近纺织服装产业与社会各界的距离，搭建合作交流平台。天津时装周的举办对推动天津时尚产业进程有重要意义，希望天津时装周在不断尝试和摸索中找准定位，根据地区特点、产业特点办出自身特色和优势。

天津作为传统的纺织工业基地，承载着产业转型升级的历史使命。此次时装周作为传统产业新旧动能转换的载体和创新发展平台，顺应国际国内时尚文创产业发展潮流，有助于将深厚的历史文化积淀与时尚智能产业深度融合，释放天津时尚魅力，促进天津时尚业、服装品牌优质发展，推动京津冀纺织服装产业共同跨越式发展。同时，对于时尚文化交流、活跃旅游和消费市场，也将起到一定的助推作用。TA



以城市为依托，让旗袍文化绽放

中国旗袍时尚文化创新发展研讨会在沈阳召开

王维 / 文

5月25日，由中国纺织工业联合会指导，辽宁省纺织服装协会、中共沈阳市委宣传部共同主办的“中国旗袍时尚文化创新发展研讨会”在沈阳故宫召开。中国纺织工业联合会副会长夏令敏，辽宁省纺织服装协会会长王翀，中共沈阳市委常委、宣传部部长冯守权，宣传部副部长安建晔，以及各省市行业协会领导及旗袍品牌设计师出席研讨会。研讨会特别邀请了中国纺织工业联合会非遗办公室主任张家洲，中国服装设计师协会副主席、上海时尚之都促进中心主任、东华大学教授下向阳，鲁迅美术学院教授、著名满族服饰研究学者满懿等3位专家作主旨演讲。

旗袍故都走出创新融合发展之路

冯守权在致辞中表示，沈阳是历史文化名城，是旗袍故都，本次活动以传统为基石，以创新为手段，以旗袍为载体，以品牌树立和文化发展为目标，构筑了一个旗袍产业的资源平台。

安建晔介绍说，5月24日在“首届中国旗袍文化节暨‘盛京1636’第三届沈阳国际旗袍文化节”开幕式上，部分旗袍品牌设计师参加了结文脉仪式。结文脉仪式是从首届文化节开始举办的，是文化传承，也是联结友谊的象征，希望各旗袍品牌可以到沈阳建立品牌工作室，传承发扬中国传统旗袍文化。

王翀表示，目前，辽宁省纺织服装协会已经推动旗袍产业发展纳入到协会工作五大工程之“非遗文化协同创新工程”，一方面，将做好非遗传承人与品牌、设计师间的资源对接，吸纳更多有实力、有渠道的企业参与到纺织非遗的传承创新过程中来；另一方面，协会也将积极搭建平台，举办纺织非遗主题活动，加大宣传力度，助力纺织非遗走进生活。

夏令敏在讲话中指出，纵观全局，旗袍的下一步要创新发展、融合发展。以国际化、生活化、时尚化、品牌化、特色化、市场化的手段实现创新发展；以传统旗袍融合现代时尚元素、融合我国南北方文化元素、融合东西方文化元素，实现融合发展。

沈阳市连续多年来一直在推动旗袍文化的传承与发展，并举办相关活动宣传旗袍文化，充分体现了沈阳市委、市政府对旗袍文化的高度重视。未来，还应该在旗袍文化的宣传和推广上加大工作力度，同时加快旗袍产业发展相关公共服务平台的建设。

读懂文化，爱上旗袍

2019 中国定制旗袍艺术大赏来了

5月25日，由中国纺织工业联合会指导，辽宁省纺织服装协会、中共沈阳市委宣传部共同主办的“2019中国定制旗袍艺术大赏”精彩上演，由全国各省市服装协会甄选推荐，来自北京、上海、广州、深圳、杭州、苏州、青岛、成都、沈阳等城市的11个品牌设计师及代表携其作品齐聚旗袍故都沈阳，共同打造了一场“旗袍艺术的精品汇聚，旗袍霓裳的时尚共舞”。

MISSARDI、瀚艺 HANART、葳芸、成晓琴、蘇承意、凤禧、香黛官、吉祥斋、恩玛·秀丹、古唐东韵、玺赢共11个优秀的旗袍品牌，各具风情，为沈阳人民、为世界华人女性带来一场优雅经典、时尚精彩的旗袍视觉盛宴。

2019中国定制旗袍艺术大赏是国内首次以大赏的形式，集聚中国旗袍的精品，运用丰富多样的材质多维度演绎了旗袍的历史、文化、设计、工艺与时尚。本次活动不仅为服装设计师展示中国传统服饰文化搭建了交流平台，借助这样一个平台，沈阳也将从重工业城市向时尚设计转身亮相，向世界展现着自己的多姿多彩。（王维）



与会领导嘉宾合影。

多维度看中国旗袍的现状与未来

旗袍中的传统文化技艺是纺织行业祖辈留给后人的宝贵财富，是最能给我们底气，让我们自豪的精神财富，弘扬优秀传统文化、传承纺织传统技艺，纺织人义不容辞、责无旁贷。研讨会上，3位专家的主旨演讲分别从不同角度为大家解析了中国旗袍的历史和未来。

张家洲首先作题为“从非遗保护与传承的角度谈旗袍发展”的主旨演讲，她表示，旗袍是穿在身上的文化，在传承发展过程中要树立文化生态观，遵循“活态传承”、“见人见物见生活”的理念。在新时期迫切需要非遗传承人群提升三种能力水平：一是对市场经济环境的适应能力；二是对时尚和消费趋势的感悟能力；三是对现实产品的转化能力。

“旗袍的文化本质是中国传统的延续、西方时尚的吹拂，具有兼容并蓄的特质和审美的普适性。”下向阳在题为“旗袍的历史与创新”的主旨演讲中指出，旗袍的创新有三大原则：一是面向当代生活；二是把握时尚特征；三是针对时代课题，发展中国精神、中国价值、中国力量。

满懿作“中国戏曲里的旗袍”主旨演讲时表示，我们现在所见的传统旗袍，多保留在京剧、评剧等戏曲之中；而现代旗袍则是满族服饰经过不断发展后，由满族衬衣、两边开衩的褙衣与华丽纹饰融合演变而成的，随着现代审美观念的变化，越来越强调与人体曲线的贴合，呈现出女性的曲线美的样式。

随后，各省市行业协会领导及多位旗袍品牌设计师也基于各自在行业管理、品牌实践中的体会，深入探讨了旗袍的传承创新。整场研讨会内涵丰富又切合实际，展现出了中国旗袍产业的强大生命力。TA



纺织服装周刊



各方正以多项系列活动加快将北京建设成为具有全球影响力的综合性国际消费枢纽城市。

时尚荟聚 北京发声

本刊记者 _ 吕杨

中国正迎来一个消费升级的全新时代。时尚消费作为消费市场新的增长点早已深植于城市生活，蕴藏着独特的城市精神和人文底蕴。北京作为首善之都，如何以需求导向、创新融合，推动首都商务高质量发展，增强消费对经济发展的基础性作用，已成为加快将北京建设成为具有全球影响力的综合性国际消费枢纽城市的核心要务。

高峰论坛精彩纷呈，拉动首都时尚消费

5月30日，“2019中国国际时尚高峰论坛”在北京国家会议中心隆重举行。论坛由北京市商务局主办，北京服装纺织行业协会承办，主题为“品味消费 时尚北京”，主要议程包括“品味消费在北京”2019促消费活动启动仪式、北京国际时尚联盟签约仪式、国际嘉宾主题演讲和跨界互动分享内容。来自法国、意大利、英国、美国、日本、韩国等10多个国家和地区，以及北京、上海、天津、广东、浙江、江苏和港澳台等国内时尚产业集聚地的国际时尚品牌掌舵人、时尚地标领军者、政府相关部门负责人，行业和企业代表、专家近600人参会。

本次论坛首次亮相中国（北京）国际服务贸易交易会（京交会），得到了北京市发展和改革委员会、北京市经济和信息化局、北京市文化和旅游局、北京市人民政府国有资产监督管理委员会、北京市统计局、中国服装协会、中国服装设计师协会、中华全国商业信息中心等部门的大力支持。

商务部市场运行和消费促进司副司长王斌、北京市商务局副局长孙尧、北京服装纺织行业协会会长吴立、北京服装学院党委书记马胜杰、中国商业联合会副会长王耀、北京市国资委副主任刘高杰、北京市统计局局长助理芦亮共同启动了“品味消费在北京”2019促消费活动。

北京市商务局副局长孙尧，中国纺织工业联合会

副会长、中国服装协会会长陈大鹏出席论坛并致辞。意大利对外贸易委员会北京办事处首席代表暨中国区总协调官司凯培、中国商业联合会副会长王耀发表了主旨演讲。

北京时装设计师协会主席房莹、北京服装纺织行业协会专职副会长王文生、国际时尚精英联合会主席田靖、米兰青年时尚艺术家协会 Marco Andrea Martino、法国设计师协会副会长 Mehdawi Murad 进行了北京国际时尚联盟签约。

论坛的举办，展现了中国时尚消费市场强大的吸引力，搭建了中国与国际时尚界的沟通桥梁，提升了中国文化的国际影响力，为北京打造国际时尚消费枢纽城市发挥了重要作用。

紧握时尚消费机遇，擘画“中国坐标”

作为北京市东城区的分会场，王府井大街举办了时尚消费嘉年华系列活动。“时尚北京·王府井论坛”是系列活动的重要组成部分，以交流为纽带链接全球资源，邀请国内外重磅嘉宾分享前沿理念，开启思想盛宴。



5月31日，由北京市商务局、东城区政府主办，北京服装纺织行业协会、北京时装设计师协会、《时尚北京》杂志、北京电视台财经频道承办的时尚北京·王府井论坛在王府半岛酒店拉开帷幕。本次论坛以“时尚消费 开放金街”为主题，旨在剖析文商旅融合发展模式对于城市的影响，从王府井出发，推动时尚北京建设。

新时代的北京需要把握时尚消费的机会，进一步激发城市活力。王府井大街无疑是北京城市地标中最核心的一处，它是这座城市中极具地标性价值、文化底蕴和商业价值的街区，存在可以挖掘的时尚基因。

文化产业、商贸业和旅游业，一个“融”字，激发了产业转型的新动力。在新时代的机遇里，文商旅融合发展推动城市焕发新机，提升城市品质。时尚北京·王府井论坛定位高远，希望以中国的方式引领国际潮流，重磅嘉宾从时尚消费、服务体验、品牌营销、智能科技趋势等多方面阐述了消费升级时代的新案例、新做法、新趋势。

品牌发布秀添彩京交会

5月31日至6月2日，“王府井时尚消费嘉年华开幕式暨品牌发布秀”在王府中环草堂精彩呈现。作为王府井嘉年华的重磅单元，王府井时尚消费嘉年华开幕式由北京市商务局和东城区政府主办，北京服装纺织行业协会、北京时装设计师协会、《时尚北京》杂志和北京电视台财经频道承办。

王府井时尚消费嘉年华活动作为京交会一主多辅、全城联动的重要活动内容，同时也是“北京时尚消费月”的重要组成部分，得到了商务部流通业发展司、中国服装协会、中国服装设计师协会的大力支持。商务部、北京市商务局、北京市文旅局、东城区政府等相关部门领导，全球知名品牌高层领导人及设计师等出席开幕式。

作为全球最具规模、最具影响力的商业街之一的王府井大街，同时也为着力打造北京成为国际枢纽城市增砖添瓦，以更具时尚感和国际化的定位开启了全新的时代。此次开幕式活动之后还举办一连3天的品牌发布秀，从5月31日到6月2日，共计5场，由王府中环、北京apm购物中心、北京市百货大楼等商场中的30余个品牌参与其中，分为高级成衣、时尚潮流、都市女装、前卫潮流四个类别。**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





“时尚驱动未来”系列活动生动展示了成都纺专的多年教育成果。

以非遗为源， 打通文化、教育、产业通路

“时尚驱动未来”系列活动亮相 2019 首届中国成都大学生时装周

本刊记者 _ 徐长杰

5月28日，“时尚驱动未来”2019成都纺织高等专科学校校企合作对话主题沙龙、“第八届成都纺织高等专科学校·雷迪波尔时尚之夏”服装专业毕业设计作品发布会在成都梵木创艺区先后举行，加上25日开张的学生文创作品市集，至此，2019首届中国成都大学生时装周系列活动之成都纺专系列活动全面亮相。

当天，“时尚驱动未来”校企对话沙龙暨校企合作揭牌仪式举行，与会40余位行业、企业、地方、园区、高校领导和专家围绕“时尚与非遗”、“时尚与设计”、“校企合作”3个话题展开深入讨论，令在场的100多位听众获益匪浅。

实施方案》精神并表示，不能为企业培养好人才的学校不是好学校，不重视人才培养的公司也不可能成为好的企业，欢迎企业把研发、生产基地建到学校，共建产业学院或订单班，携手培养更加符合企业需要的高素质技能人才。成都纺专校长夏平、服装学院院长阳川等全面介绍了学校非遗研究、非遗传承人培养、非遗与时尚设计结合等工作情况，展望了构建校企命运共同体，谋求企业、学校、学生、社会共赢的前景。

彭州市工业开发区管委会副主任童晓辉、“蜀绣之乡”安靖街道蜀绣办主任杨敏、雷迪波尔形象策划部总监李迪等10余位园区、企业和政府机构代表分别介绍了与成都纺专长期的深度合作。

在随后举行的校企合作揭牌仪式上，江苏金荣泰新材料科技有限公司向成都纺专授予“人才培养基地”铜牌，合集置和设计师艺术生活平台创始人、中国十佳时装设计师张义超为设在成都纺专的“张义超设计师工作室”揭牌。

传统与现代融合， 成就精品之秀

“第八届成都纺织高等专科学校·雷迪波尔时尚之夏”2019年服装专业毕业设计作品发布会上，以四川纺织非遗为元素进行时尚化创意设计的“非遗+时尚”毕业生服装设计作品惊艳亮相。

作为2019首届中国成都大学生时装周的重要活动，发布会共收集到92个系列近300套毕业生服装设计作品，并精选展示了其中的30个系列、87套作品。整场时装秀以“方寸间”为主题，由“源”、“圆”和“缘”3个篇章组成，体现了成都纺专师生对四川非物质文化遗产的传承和创新。

第一篇章“源”的设计灵感，来源于四川民间织染工艺，精心选取蜀锦、隆昌夏布、自贡扎染、藏族编织、彝族泥染等织染非遗元素，与时尚相融合设计而成。

第二篇章“圆”，设计灵感来源于传统绣印，将蜀绣、藏绣、羌绣、彝绣、绵竹年画、阆中皮影

等传统绣印工艺与现代时尚圆融结合。

第三篇章主题为“缘”，作品的灵感来源是学校对口帮扶精准扶贫的甘孜州色达县藏区非物质文化遗产。一部分是以藏族唐卡、藏族格萨尔彩绘石刻、色达藏戏、安多服饰等非遗为元素，进行传习、活化及创新设计而成；另一部分则是将藏区特产牦牛绒，采用针织成形技术进行后端产品研发，设计成服装产品。一件件作品背后，是成都纺专师生推进产业扶贫、智力扶贫，为藏区人民开发特色产业、根植发展基因的深情厚谊。“色达牦牛绒服装，年内有望投入市场。”成都纺专校长夏平和与会的中共色达县委常委、宣传部部长嘎绒志玛先后表示。

八年合作， 为纺织教育改革不懈探索

首届中国成都大学生时装周开幕以来，成都纺专学生文创作品在梵木创艺区文创作品市集“开张纳客”，引来不少游客驻足参观、购买。成都纺专4个展位的文创作品主要出自服装学院、纺织学院、艺术学院、材料学院和建筑学院各工作室的学生之手。

近年来，成都纺专与政府、企业、商会四方联动，构建了“非遗与时尚共生·文化与技艺并重”的非遗传承人培养新体系；师生跨越千山万水，追寻民间艺术瑰宝，在方寸间玩味时尚，激发了非遗传承新活力，造就了人才培养新特色。

八年校企合作中，成都纺专和雷迪波尔公司不断探索校企深度融合、协作育人新途径，携手打造了成都纺专雷迪波尔服装学院、雷迪波尔国家级工业设计中心纺专分中心、高端技术技能型服装设计与工程本科专业和雷迪波尔时装纺专校园店等校企合作平台，为设计师们发挥才华提供更好舞台，为学生专业实践和创新创业提供更多平台。

八年来，校企携手培养的服装类专业学生在国家级、四川省和成都市的职业技能比赛中获得200多个各等级奖项，其中包括“益鑫泰服装设计奖”金奖，学生还曾入选第45届世界技能大赛国家集训队、获“全国纺织服装院校学生职业技能标兵”称号等。

紡織 TAIWAN TEXTILE MONTHLY 月刊

亚洲专业之中文纺织杂志

纺拓会出版之《纺织月刊》自1996年创刊以来，已成为中文纺织专业杂志的优秀品牌，订阅厂商遍布亚洲市场，包括中国内地、中国香港等。

提供即时丰富的纺织资讯

《纺织月刊》内容提供即时丰富的纺织资讯，内容如：“专家论坛”、“专题报导”、“市场讲座”、“纺织统计”、“设计研发”、“流行时尚”、“永续时尚”、“产业动态”及“国际大展”等，协助您掌握全球纺织产业及市场的新脉动，领先一步与世界接轨。

《纺织月刊》每期精选报道内容皆刊登于月刊官网，欢迎上网流览！

如果您欲了解月刊内容与订购方式，欢迎前往官网（<http://monthly.textiles.org.tw/>）查阅各期精华文章，更欢迎您加入订阅！

《纺织月刊》研讨会或发布会规划服务

《纺织月刊》可依个别厂商需求，规划办理品牌、市场、产品、技术、环保等专题研讨会或产品发布会，邀请相关专家暨厂商参加，并将活动内容摘要报道于《纺织月刊》中，以协助业者寻求商机、开拓市场。

订阅专线：+886-2-23417251#2362 张小姐

E-mail：ya_ling@textiles.org.tw



Taiwan Textile Federation
纺拓会

纺织服装周刊





本次“科技纺织征才博览会”吸引了多家台湾知名纺织企业参与。

台湾纺拓会首次举办“科技纺织征才博览会” 跨界征才，科技纺织引关注

台湾《纺织月刊》／供稿

随着全球布局及智能制造步伐加快，台湾纺织业吹起科技风，对全球运筹及“智”造人才的需求增加。6月1日，由台湾纺拓会主办的“科技纺织征才博览会”在台北世贸三馆举行，现场共71家纺织企业及纺拓会联合征才，提供超过500个职位，人才需求超过1500人。据统计，本活动有超过8000人次到场参观，并与现场企业进行洽谈。

本次科技纺织征才博览会，是台湾纺拓会成立44年来首次举办的人才招聘活动。开幕式上，许多纺织业代表到场共襄盛举。台湾纺拓会董事长詹正田，副董事长侯博明、翁茂钟、黄华德，台湾相关机构负责人，重量级纺织企业代表如远东集团董事长徐旭东、聚阳实业董事长周理平、南纬实业董事长林瑞岳、新光合纤董事长吴东升、南六企业董事长黄清山、旭荣集团总经理黄庄芳容，以及许多纺织公会及企业代表，纷纷踊跃出席征才博览会开幕活动，可见此次活动备受业界重视与关注。

台湾纺织业转型蜕变 朝智慧科技方向迈进

詹正田强调，台湾纺织业正积极投入创新，朝功能时尚、永续环保、智慧科技等三大方向前进，人才需求大增；徐旭东则表示，台湾科技纺织业的未来即将展开，已透过各项最新技术融入纺织业，来创造出产业新气象。

远东新世纪也于开幕式上发布其最新技术与产品，包含利用提花技术按照运动时的人体需求设计出不同纺织结构，取代以往用不同布料拼接的球衣，让运动员穿上后更加舒适，也能提升运动表现；与Parley合作的海洋回收纱亦供应给adidas，结合环保永续趋势，成为热点话题；此外，与Nike合作开发的无水染色技术，也是应对零排放的热门议题。徐旭东强调，衣着结合科技，实现身体感测、变色、调温等未来功能需求，显示出纺织业正朝向智能科技发展。

跨界人才需求大增 跳脱传统低薪印象

本次“科技纺织征才博览会”共有71家纺织企业参与，如远东新世纪、儒鸿、聚阳、宜进、台南纺织、佳和、新光合纤、旭荣、南六、德式马等大厂，提供包括大数据分析及管理人才、智能化与自动化工程师、研发人员、驻外精英、外销业务及人才等职位，其中智能化与自动化人才占40%，营销及产品商企人才占30%，且为应对全球市场，纺织企业积极布局海外市场，驻外人才需求亦大幅提升。

台湾纺拓会表示，以往纺织业被视为夕阳产业之一，经过多年的研发与创新，成功转型为科技产业的一员，科技纺织业薪资水平也大幅提升，更有企业去年发出高额年终奖金，改变了传统产业薪资偏低的印象。为了提升产学合作，积极吸引学子进入纺织业，纺拓会亦前往25所大专校向青年学子推广纺织业，活动当日亦有多所院校师生到场洽谈，成功为纺织企业与学生搭桥。



纺织服装周刊

TAIPEI INNOVATIVE
TEXTILE APPLICATION SHOW
2019台北纺织展
OCTOBER 7-9



TAIPEI NANGANG
EXHIBITION CENTER
台北南港展览馆1馆

赞助机构 Sponsoring Authority



主办单位 Organizers





专注于“00后”的女性街头休闲装品牌逐渐增多。



将重点转移至“00后”

韩国女性街头休闲服装市场再现新潮流

街头休闲装市场刮起了一阵新风潮。

以10～20岁女性为目标的O!Oi、eyeye、kirsh、nasty fancy club、sculptor、rolarola、1993studio、matchglobe、magpieobin、anothera等女性街头休闲品牌强势登场。

女性街头休闲装品牌引人注目

众所周知，很多街头休闲品牌都会单独推出女性系列，满足女性顾客的需求，但最近拥有独特设计、外观华丽、价格合理的女性系列在线上出现了人气飙升的情况，实际上，如今在Wonder place、Aland、wusinsa等线上集合店中，它们的销售量都是名列前茅。

Wonder place MD组长金仁有表示：“虽然大部分品牌都同时

开发男女休闲装，但最近女性街头休闲装品牌正在逐渐增多。其中，O!Oi、kirsh、sculptor和1993studio等都保持着销售领先地位，这些品牌都采取了订单进货制，年交易额维持在5～10亿韩元左右。”

Aland平台上有100多个女性街头休闲品牌入驻，Match Globe、magpieobin、anothera等已经崭露头角，这些品牌在打造品牌特色的同时，价格也很合理，因此广受好评。

此外，最近冉冉升起的新星——线上销售店wusinsa也因与kirsh、5252 by O!Oi、rolarola等联合推出的个性化单品而获得好评。wuinsa代理金素拉表示：“最近女性街头时尚开始受到关注，新的女性顾客不断增多。wusinsa商店的男女会员比例也达到了5:5，正在计划增加女性品牌入驻，以及强化商品战略、市场营销等。”

走向国门，扩大海外市场规模

O!Oi studio去年的销售额涨到了120亿韩元，成为了女性街头休闲品牌中的强者。

充满女人味和活力感的O!Oi在Wonder place、Around Coner、Bind、Commonground、wushinsa等线上品牌集成店内非常活跃，凭借这种人气，品牌的合作邀请纷至沓来，最近品牌又通过与head的合作，推出了水上运动系列，计划推出莱卡泳衣、拖鞋和泳具包等多种单品。

另外，品牌还受到了日本、中国等亚洲市场女性顾客的欢迎，去年进军了日本阪神百货店和伊势丹百货店，共进行了4次快闪活动。

最近，通过与i.t和whous等中国买家的合作，G2G国际入驻了天猫，通过天猫国际馆展示品牌，并计划扩大品牌销量。

设计师桂韩熙经营的eyeye品牌在国内外呈现出了迅猛增长的

趋势。eyeye是继kye之后推出的第2个品牌，虽然只上市3年，但迅速打开了国内线上市场，并进军海外市场。今年上半年，品牌不仅在亚洲市场，在Urban Outfitters等美洲市场的订单量也在增加，国内方面，在都塔购物中心的销售额也在持续增长，特别受到中国和日本游客的欢迎。

以樱桃图案大受欢迎的kirsh也获得了热烈反响。kirsy是vivastudio的第二品牌，虽然只上市3年，但去年的销售额已经达到了100亿韩元。在Wonder place、aland、wusinsa等线上品牌集成店中牢牢占据销售上位圈。

kirsy以柔美的设计魅力为标志，以樱桃图案为亮点，推出了露脐装和短裙等热门商品。另外，品牌不断接到日本集成店的订单，最近正式进军中国市场，为此还将通过媒体平台persona media在中国进行营销。

BYYJ旗下的rolarola品牌作为女性街头休闲品牌也备受关注。rolarola在策划初期就创作了足以成为热门话题的品牌故事，以10名女孩愉快的日常生活为故事框架，进行产品企划和宣传。最初，rolarola是作为BYYJ的另一个女装品牌nain的运动休闲系列推出的，当时少量推出莱卡泳衣和帽子等季节性单品后，消费者反应良好，于是在2017年重装上市。

以少女感设计取胜，在天猫开店

最受线上品牌集合店欢迎的女性街头休闲品牌就是O!Oi。O!Oi于2011年上市，在国内外都有了一定的知名度，标志性单品是印着O!Oi logo的T恤和卫衣，一经销售就被抢购一空。今年，品牌也通过设计logo推出了新的单品，同时确立了进军中国市场的目标。

Oi Studio代表郑艺瑟表示：“上市初期，O!Oi品牌定位热情风格，之后以2015年为起点，通过休闲系列5252 by O!Oi胶囊系列小试牛刀，反响很好，此后确定了营销路线。此外，为了与其他品牌有所区别，O!Oi使用了自己研发的材料。”

郑艺瑟今年除了开发新品外，还制定了其他目标——扩大海外业务。

2015年，通过日本杂志的偶然推广，O!Oi开始积攒口碑，在日本、中国等海外市场的买家慢慢增多。之后在日本与F-Ground、SNF、CONVENI，在中国与China Ting，在泰国与IT都进行了合作，这些买家每季都会下单。

最近，除China Ting之外，通过与i.t CHINA、whous等中国品牌的活跃合作，G2G国际进驻了天猫国际馆，更加积极的展开了中国业务。郑艺瑟计划今年通过O!Oi系列的升级和强化海外销售，为企业带来进一步发展的契机。

eyeye以独特设计和格子元素吸引买家

eyeye official代表、设计师桂韩熙以自己独特的感性设计征服了国内外的消费者。桂韩熙曾就读于伦敦中央圣马丁学院，一毕业就参与了伦敦时装周，其创立的KYE品牌广受国内外时尚达人的喜爱，每个系列都展现出了个性化设计。桂韩熙在2016年推出了第二品牌eyeye，重点展现少女感风格，市场反应超乎预期，每季都在稳步增长。

桂韩熙说：“提到eyeye品牌，最先想到的就是格子这个关键词。品牌不仅是秋冬季，在春夏季也经常采用多样的格子图案，展现其独特风格。”

“借助已经面市的KYE，eyeye的销售得以顺利展开，特别是随着海外客户的订单不断增加，自然而然地扩大了影响。”

除了中国内地、香港等亚洲地区，在urban outfitters等美洲地区的订单量也呈现增长趋势。随着品牌在中国知名度的不断提高，近年来通过与网红的合作销量增长越发可观。今年计划扩大在韩国国内的销售，追加生产线，并计划积极入驻免税店以吸引新客户。



品牌重塑效果惊人

T.I FOR MEN 全新转型广受好评

gncs旗下男装品牌T.I FOR MEN在完成品牌重塑后宛若新生。今年年初，公司理事朴顺珍成为新任创意总监，对T.I FOR MEN进行全面重塑，并于4月25日在圣水洞factory举行了秀演，公开了其全新面貌。

T.I FOR MEN通过此次品牌重塑，提出了“男性的理想化品牌(TUNED IDEAL BRAND)”的口号，强调有实用性的干练美，获得广泛好评。这次的时装秀也重新确立了品牌方向。顶级模特金元钟、朴成镇参与开场秀，这场时装秀展现了既感性又实用的秋冬男装单品，赢得了掌声阵阵。品牌主色调为海军蓝、绿色、棕色，并加上了本季流行色——天空蓝和粉色，有评论说，其向观众展示了干练的男性装扮。T.I FOR MEN提出实用的干练美，重新定位于实用主义的当代城市风格，非常引人注目。

在当天的活动中，裴正男、洪钟贤、最强昌珉、赵东赫、权氏兄弟、李烈音和朴敏智等大批知名艺人出席，祝贺T.I FOR MEN的全新出发。

特别是这些艺人身穿T.I FOR MEN今年秋冬服装登场，吸引了人们的视线。裴正男在亨利领衬衫上搭配了海军蓝灯芯绒夹克和便裤，既充满男性魅力又符合潮流；最强昌珉和洪钟贤则选择了符合今年流行的格子图案的外套。

作为内搭搭配，最强昌珉以白色衬衫和印有T.I FOR MEN标志的领带展现了古典风格；洪钟贤则用黑色衬衫和格子夹克演绎出了都市时尚感。另外，最近人气很高的双胞胎舞者——权氏兄弟以古典和休闲风的跨界造型，展现了只属于他们的自由感性，受到广泛关注。

在当天的活动现场，展示空间吸引了游客的目光。T.I FOR MEN的广告模特科特巴特勒、塔米在展示空间入口就开始牢牢吸引了人们的视线，同时很好地诠释了品牌所要展示的健康和智能化的男性形象。据悉，当天上千位客户、造型师、渠道商在该展示空间接触了今年的秋冬新品，并表示能近距离体验是个难得的好机会。

T.I FOR MEN时装秀结束后，在京畿道光州DB人才开发院举行了为期2天的全国卖场经理会议，就今年秋冬新品的变化和今后品牌的方向展开了讨论。

当天，继品牌代表金奭周颁发了上半年优秀卖场奖之后，还进行了由专业讲师授课的“顾客接待服务”讲座，对卖场职员进行了形象塑造培训。据事后报道称，通过这些活动，在鼓舞员工士气的同时，总部与卖场经理之间还进行了坦诚的交流。

店铺经理们表现积极，共享了促销要点和商品战略等，他们表示已经做好了万全的准备，让T.I FOR MEN在今年下半年再次成为男装市场的宠儿。TA

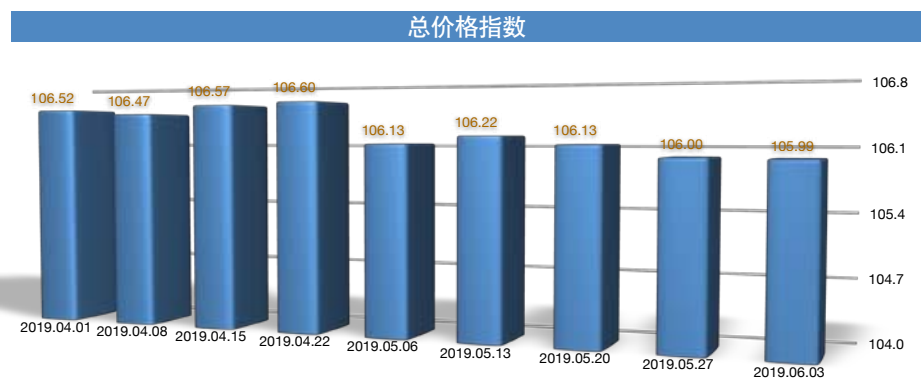


男装品牌T.I FOR MEN在完成品牌重塑后宛若新生。

市场营销仍有回缩 价格微幅下跌

20190603 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20190603 期纺织品价格指数收报于 105.99 点，环比下跌 0.01%，较年初持平，同比上涨 0.06%。



据统计月报显示：2019 年 5 月份中国轻纺城纺织品市场成交量为 70580 万米，环比上涨 0.86%，同比上涨 11.09%；1～5 月份累计总成交量 304679 万米，同比上涨 15.98%。5 月份中国轻纺城纺织品市场成交额为 1113260 万元，环比上涨 0.25%，同比上涨 10.10%；1～5 月份累计总成交额 4823827 万元，同比上涨 14.63%。

近期，中国轻纺城市场营销仍有回缩，其中：原料市场价格小幅下跌，坯布市场价小幅回缩，服装面料市场布匹价量小幅回升，家纺类产品成交量小幅上涨，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 84.26 点，环比下跌 0.35%，较年初下跌 0.82%，同比上涨 0.18%。

聚酯原料行情震荡回缩，涤纶行情仍有下跌。本期涤纶原料价格指数环比下跌。上游聚酯原料行情震荡回缩，近期华东地区 PTA 现货主流 5625～5630 元/吨，MEG 主流 4325～4328 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 6625～6630 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。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 7600 元/吨；当前终端纺织业表现依旧疲软，上游 PTA 的弱势也对其走势形成了一定的制约，又因涤纶短纤企业目前仍有一定库存压力，纺纱厂在自身库存偏高背景下采购力度也相对有限，下游依旧谨慎观望为主，实单成交未见明显好转。纯涤纱市场价格重心延续下跌趋势，行情疲乏，库存明显增加，尽管多数地区价格仍有所下跌，但对订单和库存量缓解效果有限，纺企多以刚需补库为主，业内悲观情绪较浓，江浙地区 32S 纯涤纱主流价 12500 元/吨，50S 纯涤纱主流价 16800 元/吨。

纯棉纱行情继续偏淡，人棉纱价格仍有下跌。受中美贸易恶化影响，上游原料大幅降价逐步向下游纱线传导，近期纱线价格继续下滑，但各纱支跌幅不一，报价相对混乱。纯棉纱稳中有跌，高支高配跌幅较小，低支纱跌幅相对较大。因订单较少，企业库存逐步上升，近期多数企业库存较去年同期增 20% 以上，个别企业库存超过 40 天。近期萧绍地区纯棉纱市场气氛继续平淡，报价多显疲软，局部继续下跌。国内棉花价格跌势放缓，但棉花价格下跌幅度尚未完全传导到下游，预计近期纯棉纱价格或继续稳中小跌。

粘胶短纤行情以跌为主，终端织造仍缺乏订单，行业库存压力持续居高不下，粘胶短纤行情继续看空。人棉纱价也有跟跌，且跌势难止，市场在买涨不买跌，加之终端出口格局尚待观望，纱企出货不畅，心态整体疲弱，纷纷下调价格吸引订单。随着纯棉纱、涤纱价格的下跌，人棉纱难以独善其身，近期跌幅或将继续扩大。

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 119.49 点，环比下跌 0.42%，较年初上涨 0.88%，同比上涨 0.75%。

本期坯布类价格指数呈小幅下跌走势。近期，夏季坯布行情局部回缩，订单有所下降，大众坯布成交环比小跌，出货速度减缓。其中：化纤纤维坯布现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交量环比回落，拉动坯布类总体价格指数小幅下跌。但混纺纤维坯布、天然纤维坯布行情小幅回升，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 116.89 点，环比上涨 0.30%，较年初上涨 0.09%，同比下跌 0.36%。

服装面料类价格指数小幅上涨。近期，因下游需求局部推升，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。其中：涤棉面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、锦棉面料成交量不等量上涨。近期，轻纺城市市场锦棉面料现货上市量环比推升，成交批次局部增加，连日销量呈环比增长走势，夏季锦棉面料现货成交和订单发货环比增加，秋季锦棉面料订单发货环比小增，新风格锦棉面料成交量呈一定幅度上涨走势。

家纺营销环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.87 点，环比上涨 0.23%，较年初下跌 0.19%，同比上涨 0.25%。

本期家纺类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城家纺市场销售环比回升，局部成交小幅增长。至目前，轻纺城家纺市场营销局部回升，创新色泽花型面料订单发送量环比回升，兼具时尚元素创意产品现货成交和订单发货环比小升，价格小幅上涨。其中：床上用品成交环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；日用家纺类成交环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；窗帘类行情环比推升，价格指数微幅上涨；窗纱类现货成交和订单发货环比小升，小批量多品种色泽花型成交环比小升，中批量成交局部小升，较大批量成交局部亦有小幅推升，价格指数呈微幅上涨走势，拉动家纺类总体价格指数小幅上涨。

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 133.28 点，环比上涨 0.54%，较年初上涨 0.60%，同比上涨 0.70%。

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小增，现货成交和订单发货呈现环比小升走势。带类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；线绳类成交明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；衬料类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势，拉动辅料类总体价格指数小幅上涨。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因下游服装生产企业、家纺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；又因端午小长假，部分南北商贾返乡离场，贸易商和织造厂家大众产品订单有所下降，织造企业开机率局部显现不足，印染企业产出环比回缩，预计大众跑量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

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10W+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



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