

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

2019.06.24 | 第22期 | 总第934期



中纺联党委 2019 年主题党日培训活动中, 同志们在延安革命纪念馆前合唱革命歌曲。



2019中国面料之星系列活动 正式启动

“中国面料之星用户满意面料产品调查活动”自2011年以来已连续举办8届，每年均得到数百家优秀面料企业的热情参与，今年第九届“中国面料之星”活动已经正式启动，现面向全国优秀面料企业征集产品，样品递交截止时间为8月10日。

本次活动将于9月底在上海举行的中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会期间举办2019中国面料之星颁奖仪式、面料趋势论坛、服装品牌对接会等系列活动。

奖项设立

创新开发奖 图纹色彩奖 时尚风格奖 市场价值奖 设计服务奖

面料参评 报名表申请、商务合作 咨询

“中国面料之星”用户满意产品调查活动组委会

联络人：赵国玲、雷蕾

15068579525/010-85872143

面料样品参评 邮寄地址

北京市朝阳区东四环中路39号华业国际中心B座207

邮编：100025

雷蕾（收）

010-85872143

详情敬请关注纺织服装周刊官方网站首页

www.taweekly.com



关注纺织服装周刊微信公众号，了解更多

纺织服装周刊

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



纺织服装周刊

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

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

担使命，赢未来

在新中国成立 70 周年之际，全党开展“不忘初心、牢记使命”主题教育，正当其时。6 月 14 日，怀着强烈的责任感和紧迫感，中国纺织工业联合会党委隆重召开了“不忘初心、牢记使命”主题教育动员部署会议。

行程万里，初心不忘。新中国成立 70 年来，中华民族实现了从站起来、富起来到强起来的历史性飞跃。中国纺织工业也实现了由小到大、由弱向强的伟大蜕变。我们比历史上任何时期都更接近实现中华民族伟大复兴的目标，比历史上任何时期都更接近建成世界纺织强国的目标。

党的十八大以来，在以习近平总书记为核心的党中央领导下，中国纺织工业积极践行创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，在行业高质量发展方面取得了巨大成就，涌现出大批优秀企业和领军人才，形成了丰富的产业实践。

“无论我们走得多远，都不能忘记来时的路。”在此次动员部署会议上，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇强调说，这次主题教育，意义重大，影响深远，希望大家切实增强政治自觉、思想自觉、行动自觉，要通过开展主题教育，将中纺联党员干部焕发出来的热情，切实转化为干事创业、攻坚克难的精神动力和实际成果，切实增强推动行业协会改革发展党建的责任感紧迫感，进一步主动作为，进一步改革创新，为经济社会转型发展做出积极贡献，以优异成绩庆祝中华人民共和国成立 70 周年。

这是重温初心的精神洗礼，这是鼓劲扬帆的再次出发。

当前，面对世界百年未有之变局，面对战略机遇期内涵的新变化，面对贸易关系日趋复杂的新情势，中国纺织人唯有坚守初心，勇担使命，才能赢取未来。

正如中国纺织工业联合会会长孙瑞哲此前在中纺联四届四次理事会暨四届五次常务理事扩大会所指出的，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。

“踏平坎坷成大道，斗罢艰险又出发。”如孙瑞哲所言，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！

刘嘉

CONTENTS

目录

6 资讯 INFOS

多维度探讨智能化柔性制造
工信部启动消费品行业智能制造案例汇编工作

8 关注 ATTENTION

以交流强合作，中意共谋全球化发展
15 强出炉，8 月到鄂尔多斯玩毛线！
招商局长的纺织情怀

22 柯桥·中国轻纺城专版
CHINA TEXTILE CITY

应对成本上涨 柯桥纺企有“奇招”
柯桥印染下一步该怎么走？
柯桥“印染大脑”融入 5G 时代潮流

26 大唐专版 DATANG

与时代共奋进

28 力克时间 LECTRA TIME

“狼”来劈风斩浪，再起航！

30 行业 INDUSTRY

创新管理方法，再提综合实力
孚日集团：“硬核”实力派
如意色纺：做中国差异化色纺纱领跑者
掌舵人张永钢

36 时尚平台 FASHION PLATFORM

建立柯桥创意时尚产业专属“朋友圈”
推进时尚行业“双创”落地

38 一线 FRONTLINE

新时代如何打造纺织行业 IP？

40 指数 INDEX

市场销售局部回升 价格小幅上涨
订单停滞不前 50 指数弱勢下滑



10 关注 ATTENTION

合作共赢，
构建中非纺织命运共同体

南非当地时间 6 月 12 ～ 14 日，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在南非开普敦国际会议中心举行。在中南关系全面深入发展的新时代下，希望中南双方更多的优质产品能够进入相互的市场，让两国人民切实享受到中南共同发展、合作共赢的红利。



16 特别报道 SPECIAL

弘扬新时代行业精神
建设我们的队伍

6 月 5 日，中国革命圣地延安，中国纺织工业联合会第四届四次理事会暨四届五次常务理事扩大会议在这里召开，会上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲的发言引起了广泛关注，尤其是其中“面向未来，弘扬新时代行业精神”的观点发人深省。新时代纺织行业精神包括了新时代纺织企业家精神、新时代纺织科技工作者精神与新时代纺织工匠精神，这三种精神需要广大纺织人深入学习。

多维度探讨智能化柔性制造

纺织技术创新交流活动走进大连

本刊记者 徐盼盼



会议围绕智能化柔性制造展开讨论。

6月14~16日，纺织技术创新交流活动（大连）暨行业重点实验室、创新中心工作会在大连召开。本次活动是中国纺织工业联合会科技发展部主办的2019年度系列科技创新成果交流活动，旨在深入实施创新驱动发展战略，进一步促进校企之间的合作，搭建产学研科技创新成果交流平台，推动行业科技进步和高质量发展。活动围绕2019/2020纺织科技前沿趋势“智能化柔性制造”主题，邀请知名专家学者进行了专题讲座，并组织参会代表与2019全国纺织复合人才培养工程高级培训班学员进行技术交流、对接，参观考察了大连瑞光非织造布集团有限公司、大连工业大学纺

织工程学院。会上，中国工程院院士俞建勇对纺织产业发展基本特征和科技创新特征、纺织产业科技创新趋势、我国纺织科技发展重点战略、纤维材料的创新发展进行了深入剖析，并介绍了纺织工程科技创新与染整工程科技创新发展等内容。他认为纤维材料未来将向高性能化、功能化、可再生绿色化、生态化、纳米化等方向发展，指出了我国纺织产业科技创新有着高端化、多元化、高技术化、生态化、开拓未知领域等方向的战略需求。通过纺织智能制造重点应用领域的概述，俞建勇解析了推进纺织智能制造的若干关键要素，即求实、有为、关键、价值、数据、人员，为企业今后开发创新型科技产品指明了方向。中国纺织工业联合会科技发展部副主任王玉萍在报告中介绍了中纺联科技发展部围绕军民融合、智能制造、技术创新体系和能力建设、科技人才队伍建设、科技进步咨询服务以及香港桑麻基金“桑麻学者”评

选等展开的工作。她表示当前纺织行业在纤维材料、纺织、染整、产业用纺织品、纺织装备、信息化各领域取得了一系列创新成果，行业自主创新能力、技术装备水平和产品开发能力整体提升，行业重点实验室、创新中心已成为纺织行业技术创新体系的重要组成部分，对纺织科技进步起到了积极促进作用。

此外，东华大学研究院副院长王华平、香港理工大学纺织及制衣学系副教授李鹏、大连工业大学纺织与材料工程学院院长郭静、中国纺织工业联合会产业经济研究院副院长赵明霞、浙江恒逸集团有限公司总裁倪德锋、山东华兴纺织集团有限公司董事长胡广敏、大连瑞光非织造布集团有限公司董事长助理谷冬昭等知名专家学者，围绕“化纤工业化定制及柔性化制备技术”、“化学仿真技术在纺织领域应用的现状及趋势”、“相变材料分子设计及其成纤技术”、“数字化柔性纺纱关键技术”、“非织造材料智能化柔性制造关键技术”、“供给侧改革下化纤产业并购与整合”、“国际贸易与中美贸易摩擦”，从不同视角为纺织行业科技进步及智能化柔性制造的发展提供了新观点和新思路。

本次活动是系列科技创新成果交流活动的第三场，与2019全国纺织复合人才培训活动同期举行，由大连工业大学、浙江理工大学承办。交流活动前二场已在宁波、天津举办，后续将于7月20~21日在武汉、10月19~20日在青岛分别举办。

工信部启动消费品行业智能制造案例汇编工作

6月13日，工业和信息化部消费品工业司在京召开消费品行业智能制造案例汇编及宣传工作筹备会。工信部消费品工业司副司长曹学军、纺织处处长曹庭瑞，中国轻工业联合会、中国纺织工业联合会、中国食品工业协会、中国医药企业管理协会、家电业智能制造创新战略联盟、服装智能制造技术创新联盟等行业组织负责人，以及《中国工业报》、《纺织服装周刊》、电子工业出版社等新闻出版单位负责人出席会议。

为深入贯彻落实《关于开展消费品工业“三品”专项行动 营造良好市场环境的若干意见》，进一步推进消费品行业智能化发展，充分发挥智能制造领先企业对行业发展的示范带动作用，促进消费品工业增品种、提品质、创品牌，工信部消费品工业司于近日启动了消费品行业智能制造案例汇编及宣传推广工作（以下简称“案例汇编工作”）。

据介绍，此次案例汇编工作将以消费品行业智能制造领先企业为参编对象，包括了工信部认定的智能制造试点示范、综合标准化和新模式应用等项目141家消费品工业企业。曹学军指出，2015年以来，消费品工业各行业积极开展智能化改造升级，工信部认定了一批智能制造试点示范项目，支持了一批标准化和新模式应用项目。为进一步总结成绩，推广经验，发挥示范带动作用，推进消费品行业智能制造发展，工信部消费品司正式开展了此次案例汇编工作。

案例汇编工作将是对我国消费品行业智能制造的阶段性总结和集中展示。对此，曹庭瑞表示，案例汇编工作定位为一次大调研、大总结、大宣传、大引领，将总结一批示范性案例，形成一批可读性稿件，开展一次持续性宣传，出版一本指导性图书，引领一波智能化改造，推动一轮高质量发展。

据透露，此次案例汇编工作将采取多种宣传形式，力争形成一次集中、连续、联合、多形式、多媒体宣传消费品行业智能制造成绩的高潮。（刘嘉）

2019 第九届意法采购商交流会启动

近日，由杭州意法原创女装大厦（以下简称原创大厦）主办、杭州意法轻纺城协办的2019第九届意法采购商交流会（YFBF9）正式启动。

本届交流会以“势”为主题，以发掘原创女装设计力量“未来新生代”、提供原创及设计师品牌的创新创业氛围和落地发展机会、拓宽时尚行业合作交流的往来渠道、打造服装产业链上下游的精准对接平台为宗旨，与行业共同探讨时尚产业发展趋势、潮流动向。此次无论是活动形式还是活动规格、空间场地还是时间跨度，较往届都有所突破和升级，以更新颖、够丰富、高基调的特点开展，涵盖了首届“意法杯”女装设计大赛、第二届原创时装周等一系列活动。

其中，“意法杯”女装设计大赛作为YFBF9的重头活动，由原创大厦携手杭州市服装设计师协会主办，旨在为广大设计师打造一个高水准的表现舞台和交流平台，让原创及设计师品牌得到商业落地和长远发展，推动原创设计力量崛起，培育原创女装设计新势力。

据大赛相关负责人傅能介绍，大赛以“初心”为主题，参赛作品界定为2019年秋冬季原创女装系列，参赛对象主要面向意法商业集团旗下原创商户（参赛者须为品牌主理人），有设计能力的原创设计企业、工作室、成熟设计师个人；还有服装设计院校在校学生。参赛作品征集于6月13日正式开始，截稿时间为7月15日。

会上，浙江农林大学艺术设计学院与原创大厦达成合作，并授予原创大厦“服装人才发展基地”牌匾，意在通过机构、高校与企业互联合作发挥各自优势，探索产、学、研的产业链创新机制。（张颖）



长发商业中心
CHANG FA
BUSINESS CENTER

创意发源引擎 聚力时尚集采

C&F Business Center

设计无界
设计无界+产业生态

中国时尚行业设计服务创新者

共享空间+每月趋势论坛

6月25日下午13:30-16:30
2021秋冬主题趋势展望

招商热线
0575-81191010 18638681093
13957563959

售楼地址
绍兴市柯桥区华齐路941号（世纪星城15幢）



集采

供需互联服务综合体 / 聚力共赢时尚闭环链
品牌集团采购新空间 / 供给侧集群订单源头

全年静态展
+
每月新款发布会 / 采购对接会
7月11日 - 7月12日 10:00-17:00

以交流强合作，中意共谋全球化发展

中纺联副会长夏令敏带队考察意大利纺织产业

郑治民 / 文

6月9~12日，应意大利国家时尚协会、意中协会、意大利丝绸协会等机构邀请，中国纺织工业联合会副会长夏令敏带队考察了意大利米兰、比耶拉、科莫等地的纺织产业，并与相关行业组织机构举行了友好会谈。中纺联副秘书长兼外事办主任袁红萍、中国服装设计师协会主席张庆辉、中纺联产业集群工作委员会秘书长邢冠蕾、中纺联流通分会会长助理王水元、安徽省服装商会执行会长叶梁以及重庆超霸港渝广场市场经营管理有限公司总经理赵芳等随同访问。

共推两国企业合作发展

6月9日下午，夏令敏一行在米兰拜访了意中协会（CICC），与意中协会主席马里奥·博塞利、卡洛·博塞利等人举行了会谈。据悉，意中协会是得到意大利政府和中国政府共同认可的由意大利企业家和专业人士组成的专业协会，其宗旨是推动意大利企业在华的本土化进程，提升意大利制造在中国的知名度。

多年来，该协会主办了许多促进企业发展的行业活动，包括B2B会谈、国际展会、商业社交、颁奖典礼、晚会、美食节、演唱会、招聘会等。马里奥·博塞利对中国非常熟悉，1978年即开始到中国开展商务交流活动，与考察团队中多位成员也已是老朋友。

夏令敏介绍此次意大利之行的主要目的之一是想了解意大利中小企业的发展情况，为中国中小企业的发展提供借鉴。中国的纺织产业有数量庞大的中小企业，现在已经到了转型升级的关口，当前的中美贸易摩擦给中国纺织企业的未来发展增加了不确定性，中纺联作为行业协会有责任为中小企业的升级发展提供帮助和支持。中意双方的纺织产业具有广阔的合作空间，中国消费市场对意大利的产品需求也越来越多，中纺联和意中协会可以考虑联手起来，积极牵线搭桥，推动双方企业交流合作。

马里奥·博塞利表示中小企业是意大利纺织产业的主体，他对夏令敏提出的加深两会合作、积极助推两国中小企业发展的倡议十分赞同，并欣然接受了出席9月份将在杭州举办的中国时尚大会的邀请。

促进商业、文化深入交流

6月10日，夏令敏一行拜访了意大利国家时尚协会，参观了米兰著名的配饰展销厅MASSIMO BONINI，并访问了知名时尚设计学院欧洲设计学院。

意大利国家时尚协会主席卡罗·卡帕萨及主席助理玛丽安格拉·皮奇奥尼等人接待了夏令敏一行。卡罗·卡帕萨介绍说，在意大利几乎所有著名时尚品牌都是意大利国家时尚协会会员，意大利的服装、珠宝、首饰等产业约有6万家企业，其中有近4万家企业跟协会建立了联系。

夏令敏向卡罗·卡帕萨等介绍了中国纺织产业的基本情况以及中纺联的组织架构，表示今年3月习近平主席成功访问意大利，为促进中意时尚产业合作提供了良



夏令敏一行深入考察意大利纺织产业。

好机会，中纺联希望与意大利国家时尚协会加深业务合作，在设计师培养、企业双向交流等方面发挥作用。夏令敏强调，为应对当前国际贸易环境不确定因素增多的挑战，中意双方时尚产业要扩大开放、加深合作，充分发挥双边产业的各自优势，互通有无、彼此借力发展，以获得两国贸易的增长和产业的繁荣提高。中纺联愿意与意大利的同行业组织，开展更多、更深层次的合作交流，为两国时尚产业的发展发挥更大的作用。在回答知识产权保护的有关问题时，张庆辉建议双方协会可以与政府联手共同披露侵犯知识产权不良行为，并在行业中逐渐形成知识产权长效信息披露机制。

当日，考察团还参观调研了全球领先的配饰概念SHOWROOM——MASSIMO BONINI，并与相关业务负责人围绕MASSIMO BONINI目前运营模式、海外业务合作模式等内容进行了座谈交流。

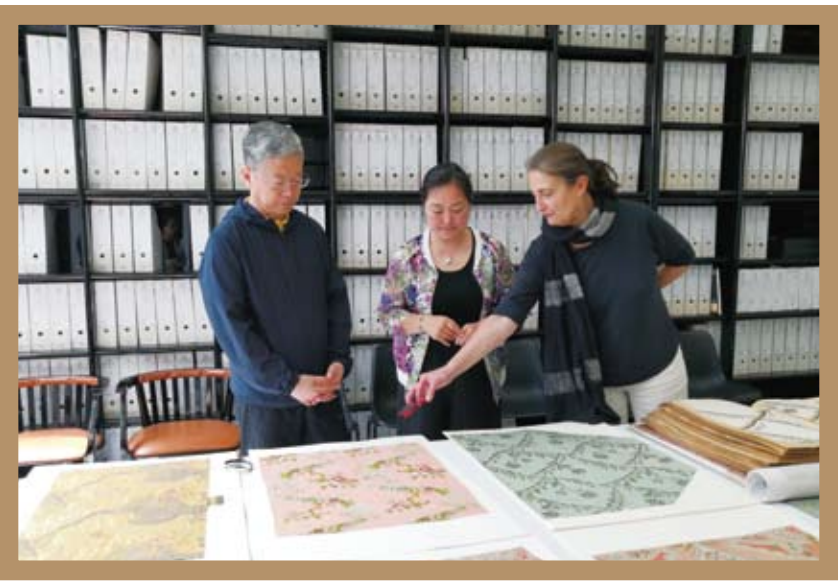
考察团在访问欧洲设计学院时了解到，学院成立于1966年，是欧洲最大的私立设计学院，有悠久的历史及较高的国际声誉，学院总部设在意大利米兰，在都灵、罗马和卡利亚利分别设有分院。欧洲设计学院的教学宗旨强调知识和实践的有机结合，教学内容随欧洲市场的变化而随时调整。

深入生产一线，详细了解意大利纺织模式

6月11日，夏令敏一行前往著名的羊绒面料生产小镇比耶拉，拜访了比耶拉工业联合会，并参观了Reda公司（欧洲唯一一家参加EMAS环保认证的纺织企业）。据比耶拉工业联合会负责人介绍，比耶拉地区共有400家工业企业，其中有28家的用工人数超过了100人，大多数为不超过50人的小型企业。羊绒等纺织类企业约有160家左右，用工人数约为8000人，比耶拉地区的高端面料年产值约为10亿欧元。考察团还围绕协会工作建设、中小企业服务等事项，与比耶拉工业联合会负责人员进行了深入交流。

6月12日，夏令敏率领考察团来到著名的丝绸面料生产基地科莫，拜访了意大利丝绸协会并参观了当地的拉蒂基金丝绸博物馆。意大利丝绸协会秘书长圭多·泰塔曼蒂介绍，科莫地区约有600家丝绸面料生产和服务企业，从业人员约为1.8万人，科莫丝绸面料的产量、产值能占到欧盟地区的80%左右。科莫的丝绸面料生产具有分工细、环节多、小批量与个性化生产的特点，企业基本为家庭式小型企业，产业所需的生丝和纱线都是从中国进口。夏令敏介绍了中纺联以及中国纺织产业集群的基本情况，并与圭多·泰塔曼蒂等就产业教育、企业传承等问题进行了交流。**ITA**

（作者为中国纺织工业企业管理协会产业部副主任）



郑州银基广场 **第十四届银淘节** 今夏再次刮起购物飓风！

银淘节依然坚守“**穿靓衣到银基，银淘节更便宜**”的原则，让更多的消费者获得“实惠时尚又满意”的购物感受。

银淘节每年两次，分为夏季和冬季，每届银淘节直接受益顾客超五百万；

高品质的货品、超低的价位，银淘节已成为河南时尚圈的代名词！



穿靓衣到银基 银淘节更便宜

—— 6月21日-6月30日 ——

银淘嗨购集市
16小时嗨购不间断

年度抄底价
十万件服饰9.9元起

购物赢好礼
百万件礼品狂欢送

粉红豹 梦幻乐园 **9大关卡** 带你嗨一夏

翻山越岭/不进则退/勇夺栈道/争分夺秒/能屈能伸/羊肠小道/高瞻远瞩/飞檐走壁/匍匐前进



微信扫一扫 关注银基广场 了解更多动态
24小时服务热线：0371-67335555

纺织服装周刊

银基广场24小时服务热线：0371-67335555

*以上数据由银基广场提供



展会现场，贸易洽谈随处可见。



领导一行参观展会。

三展聚力 规模创新高

为了更好地契合南半球采购商的订货时间，并满足中国展商合理安排生产周期实现南半球反季节销售的需求，本届南非展展期由往年 11 月调整至 6 月。调整后的南非展与 ATF 以及 Source Africa 同期举办，既为南非的专业观众提供了一站式服务，又使得整合后的三展成为了南非唯一的纺织服装服饰类展会，扩大了三展的品牌影响力。本届中国（南非）纺织精品展览会与 ATF 展会展出规模创出历史新高。

本次共有 150 家中国展商参展，其中服装占比 40%，面料 28%，鞋帽箱包 24%，家纺产品 8%。中纺联流通分会理事单位广州御龙外贸服装城常年开展对非贸易，此次特别甄选了 7 家商户共同参展，直接与非洲市场买家进行对话交流。这也是御龙市场等国内专业市场平台“走出去”行动中的一个重要举措。

通过了解南非市场情况以及专业观众的采购目标，主办方确定了新兴市场对于缝纫设备的需求，在本届南非展产品品类中特别增加服装缝制设备。展期中，买家可以看到从上游纱线、面料、服装辅料到下游成衣、皮革鞋品和家纺产品，再到缝制设备的全产业链展会。

此外，2019 年南非展商贸对接会也为所有展商搭建与行业买家交流洽谈的平台。商贸对接会精准配对、务实高效，在提升参展效果的同时，帮助展商更好地与国际客户建立联系。展期中，展商与本地优质客户 Pep、Ackermans、Woolworths、Cape Union Mart、The Foschini Group、Poetry Stores、Exact、Due South、Home Choice、Spree、Superbalist、Mr Price Group、Truworths、Queenspark 等众多品牌沟通洽谈。

行业热点 T 台热度

为期三天的南非展现场共举办论坛沙龙 13 场，观众可以了解到关于 AGOA 法案下的非洲纺织服装进出口详情、南非时尚产业现状、南非棉花产业发展情况，也可汇总 2020 春夏男装、女装流行趋势。

本次展会的另一亮点是同期举办的时尚品牌发布活动。本次发布秀共 15 场，品类涵盖面料、皮革、牛仔、配饰，南非年轻服装设计师大赛决赛作品也在现场发布。

连续几届的品牌发布活动都得到了展商和观众的一致肯定和欢迎，发布秀有效地展示了最新国际零售时尚趋势，推动设计师与买手有效互动，并增强展品展示效果。同时，专门配置的超大 LED 屏幕，配合 T 台布景，为展示提供多维视角。

第五届中国（南非）纺织精品展览会暨南非纺织服装鞋类展览会将于 2020 年 6 月 2 ~ 4 日在南非开普敦国际会议中心举行，届时仍与南非国际纺织品及鞋类进口贸易展览会（ATF）和 SOURCE AFRICA 同期同馆。行业上下游的协同合作、资源共享、产业链共振，必将成为非洲纺织服装的专业盛会。TIA



领导一行参加展会开幕式。



广州御龙外贸服装城常年开展对非贸易，此次特别甄选了 7 家商户共同参展。

广州御龙携优质品牌勇拓非洲市场

在“一带一路”倡议下，中国纺织业进入了全球布局阶段，对外投资几乎涵盖整个纺织服装产业链。目前，我国一些特大型纺织服装企业，拥有较雄厚的人力、物力、财力和技术以及相对完善的产业链条，通过与“一带一路”沿线国家和地区的政府、企业合作，已经建设了自己的生产基地、产业园区，实现国际化产业链布局。而专业市场内数量众多的中小纺织服装品牌企业也有意愿“走出去”，但受诸多因素影响，不具备单独“走出去”能力。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、互商互通的交流平台、商贸对接平台以及展会推广平台，不断创新行业发展模式，积极推动中小企业“走出去”。

本届展会，流通分会携会员单位广州御龙外贸服装城及 7 家品牌商户在这一国际平台大放光彩，以创新的姿态、拼搏的勇气以及独具特色的展示，与南非观众交出商机和火花，展现出中国纺织服装品牌企业勇于创新 and 积极开拓的风貌和力量。中国驻开普敦总领事馆总领事林静在参观御龙展位时指出，御龙外贸服装城为中非贸易做出重要贡献，在中南关系全面深入发展的新时代，希望越来越多的御龙品牌企业来到南非参展、考察及投资，为南非市场带来更多优质产品。

御龙展团本次参展以女装、牛仔装为主，展商对于非洲贸易有丰富的经验，在尺码、款式等方面均有针对性。三天展会期间，御龙市场各品牌展位专业观众络绎不绝，收获不少目标客户及意向订单。除南非当地买家外，还有来自津巴布韦、尼日利亚、坦桑尼亚等国的客商。展商表示，通过此次南非展，第一次踏上非洲大陆的土地，不仅可以全面考察南非市场的需求，更是有效拓展客户渠道，对于品牌未来发展影响不凡。

南非作为产业转移的潜力之地，成为中国纺织全球布局的重要基点。南非是非洲综合实力首强及世界矿产资源大国，基础设施比较完善，是金砖国家及 20 国集团内唯一

的非洲成员。近年来，中国与南非关系快速发展，各领域务实合作全面推进。相比其他非洲国家，因其突出的区位优势与不断完善的基础设施、良好的投资环境和较强的市场辐射能力、得天独厚的资源优势和配套的优惠政策，南非成为中国投资者赴非投资的首选目的地之一，同时也是中国纺织行业投资者进军整个非洲大陆的重要跳板。

南非对纺织服装产品的需求旺盛，当地纺织行业只能满足约 60% 的市场需求，因此每年都会进口大量海外纺织服装产品，纺织服装一度也是南非政府重点支持的行业。不过，由于南非经济对外依存度较高，主要是以大宗商品出口为主，因此近年来随着大宗商品价格持续走低，南非经济也颇受影响，发展速度放缓，制造业出现衰退，特别是纺织服装等行业萎缩严重。为此，南非贸工部批准为纺织服装业注入 49 亿兰特，以保持并增加就业。在政策扶持下，南非纺织服装业未来有望向好发展。

纺织品是南非自中国进口的主要商品之一。南非是一个有潜力和多层次消费市场，对高、中、低档纺织服装产品均有需求，潮流趋势与欧洲趋同，产品档次以中低档为主，南非对进口纺织品服装质量和款式的要求逐年提升。中国在南非投资的纺织服装企业主要分布在约翰内斯堡地区和各省的工业园中。南非是世界第三大产羊毛国家，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。在南非纺织整个产业链条中，面料加工、印染和后整理是较为薄弱的环节，也是南非未来发展的增长点。

虽然南非市场广阔，但投资需要审慎。对于拟赴南非投资的纺织行业投资者来说，需要提前考虑南非货币兰特汇率波动频繁、工会组织程度较高、电力短缺、社会治安总体较差及犯罪率较高、黑人经济振兴法案 (BEE) 对外商投资构成限制等关键风险因素。(唱双惠) TIA

合作共赢，构建中非纺织命运共同体

2019 中国（南非）纺织精品展览会举行

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 / 供稿

南非当地时间 6 月 12 ~ 14 日，第四届中国（南非）纺织精品展览会暨南非纺织服装鞋类展览会（China Premium Textile & Apparel Trade Show - South Africa，简称 CPT-South Africa）在南非开普敦国际会议中心举行。

本届中国（南非）纺织精品展览会与 ATF 展会展出规模创出历史新高，同期浙江省商务厅主办的浙江国际贸易（南非）展览会，和广东省商务厅主办的广东（南非）商品展览会也以展中展形式拉开帷幕。

中国驻开普敦总领事馆总领事林静，中国纺织工业联合会副会长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会常务副会长徐迎新，中国纺织工业联合会流通分会副会长兼秘书长张海燕，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会秘书长张涛，浙江省商务厅处长胡斌，浙江远大国际会展有限公司总经理陈瑾，联亚国际展览集团副总经理金艳以及法兰克福展览公司纺织和纺织技术副总裁 Olaf Schmidt，法兰克福展览（南非）有限公司总经理 Joshua Low，法兰克福展览（香港）有限公司高级总经理温婷、副总经理余诗慧，广东省缝制设备商会会长梁佛祥，开普敦市企业及投资部负责人 Lance Greylings 等出席开幕式并参观展会。

为中南纺织合作搭桥架路

林静在致辞中表示，中国（南非）纺织精品展览会同南非国际纺织服装鞋类展览会连续 4 年开展合作，今年还整合了原本只针对非洲

本地企业开放的 Source Africa 展会，三展同期同馆展出，不仅扩大了品牌影响力，更是中南、中非互利合作的具体体现。希望在中南关系全面深入发展的新时代下，有越来越多的企业来到南非，中南双方更多的优质产品能够进入相互的市场，让两国人民切实享受到中南共同发展、合作共赢的红利。

徐迎新在致辞中表示，近年来，中南两国全面战略伙伴关系保持强劲发展势头，给两国产业界带来了实实在在的利益。5 月 30 日《非洲大陆自由贸易区框架协议 AFCFTA》生效等各种利好政策都在为中非纺织服装领域的全方位合作积蓄强劲动能。中南、中非已迎来了合作共赢、共同发展的新时代。中国纺织工业联合会愿意为中南两国纺织业界深入合作搭桥架路，并支持和鼓励中国纺织企业赴南参展、考察、投资。中国愿意成为南非产业界最重要、最可靠的合作伙伴。

Olaf Schmidt 表示，法兰克福展览公司与纺织贸促会合作办展 20 余年，取得了许多不凡的成绩。南非展的合作，不仅体现了对于非洲地区纺织服装行业布局的一贯重视，更将国际先进的办展理念和方式逐渐注入南非展。双方丰富的办展经验进一步确保了展会的高水准和国际性。

本届展会专业观众数量稳步提升，除南非当地买家外，来自津巴布韦、莱索托、布隆迪、莫桑比克、尼日利亚、坦桑尼亚等国的观众也随处可见，此外许多来自北美和亚洲地区的服装采购商和买手也将南非展作为重要的采购平台。展会现场，贸易洽谈随处可见。

15 强出炉， 8 月到鄂尔多斯玩毛线！

2019 中国（国际）羊绒羊毛新锐服装设计师大赛初评揭晓

罗昕同 / 文

6 月 14 日，2019 中国（国际）羊绒羊毛新锐服装设计师大赛初评在北京举行。在专业评审团的严格评选下，15 名入围选手顺利诞生。

本届大赛主题为“原与自由”，旨在通过对羊绒羊毛面料原始自然状态的深刻认知，凸显自然纯粹的面料特性，让新锐设计师进行自由而富有创意的服装设计。

截至 6 月 11 日，2019 中国（国际）羊绒羊毛新锐服装设计师大赛在 40 天的征稿时间内，最终收到来自广东、广西、福建、江西、湖南、湖北、内蒙古、陕西、河南、四川、浙江、辽宁、吉林以及北京、上海、天津、重庆 17 个省市的 52 所院校和设计师机构，以及来自意大利马兰欧尼设计学院、伦敦时装学院、英国圣马丁艺术学院、日本织田服装设计公司等海外院校留学生以及外籍设计师的 842 份稿件。

从来稿数量、质量、区域来看，本届赛事在国内外服装设计领域引起了广泛关注，专业性、创新性、国际性十足。由一名重磅评判长与四名星级设计师评审员组成的评审团，对选手作品给予了较高评价，一致认为本次大赛入围作品“有亮点”、“很期待”。

本次初评的评判长、中国服装设计师协会副主席、北京服装学院博士生导师刘元风表示，从选手作品来看，整体水平可圈可点，在构思和材料应用方面都富有新意，比如，将羊绒羊毛和其他材料的融合以及再创造，能达到一种更丰富的呈现效果。大部分选手都是院校学生，可能对羊绒羊毛制作工艺和成衣效果的把控存在不确定性，因此在成衣制作阶段需要工艺师给予指导。另一方面，羊绒羊毛的色彩比较含蓄，视觉效果柔和，希望选手能发挥面料的特色，通过设计让羊绒羊毛服饰形成特有的色彩效果。

大赛评审员、中国时装设计“金顶奖”设计师张继成表示，希望入围选手们通过这次比赛对羊绒羊毛

服饰的本质有更深入的理解，越简单的表现手法反而越能表现羊绒羊毛的本质。另一方面，在后续的成衣制作过程中，选手们应与制版师、程序员深入沟通，学习生产经验，将设计理念和市场需求、商业价值融合起来。

大赛评审员、中国时装设计“金顶奖”设计师、beautyberry 品牌创始人王玉涛谈到，作为一个首届推出的赛事，我们鼓励原创、鼓励更多新鲜的、无拘无束的、没有条条框框、摆脱约定俗成的创意理念。简单来说，就是心有多大，灵感就有多自由。

大赛评审员、中国时装设计“金顶奖”设计师刘勇谈到，本届大赛的举办对羊绒羊毛服饰的产业链大有益处，不仅能为行业培养新锐设计力量，从初评作品来看，新锐创意和细节创新还将为羊绒羊毛服饰带来更高的商业价值。

大赛评审员、中纺设计中心总经理于敏静表示，参赛选手作品质量较高，既结合了当下服饰流行元素，又对羊绒羊毛服饰的专业工艺有较全面的把握，建议入围选手在成衣制作过程中，将作品与市场因素相结合。

初审结果出炉后，成功晋级的 15 名参赛选手将与内蒙古当地知名羊绒羊毛服饰企业进行一对一的成衣制作。企业将为选手们提供质量上乘的原材料，安排经验丰富的制版师、程序员、车间，与入围选手共同进行成衣制作，保证创意作品的完美呈现。

亚泰集团副总经理王营表示，本届大赛稿件质量让人惊喜，其中不乏来自海外知名院校的设计作品。羊绒羊毛服饰作为一个特殊的品类，对原料、工艺、生产设备都有着较高的要求。希望通过成衣制作阶段入围选手与知名企业的深入交流，形成新锐人才与企业的长效合作机制，为行业培养更多有实操经验的设计人才，推动行业的设计升级、创新发展。TA

2019 中国（国际）羊绒羊毛新锐服装设计师大赛初评入围名单

编号	作品名称	选手姓名	性别	所在地 / 国籍
1	《the original and freedom》	高雅婷	女	陕西
2	《归去来兮》	鲍彬彬	女	浙江
3	《仰望自由》	黄英宰	男	广东
4	《雏现》	张萍	女	吉林
5	《逐渐又热烈》	范钰梅	女	江西
6	《the native free》	贾晓磊	男	天津
7	《核》	赵星宏	男	湖北
8	《Arm》	赵敏	女	湖北
9	《velvet》	汪弘毓	女	江西
10	《极光》	王文操	男	北京
11	《Illusion》	张延龙	男	日本
12	《明日之语》	姚万里	男	江西
13	《ON THE WAY》	刘智杰	男	湖北
14	《13 种奇遇》	向翔	男	辽宁
15	《远行》	封鹏宇	女	内蒙古



《the native free》贾晓磊



《归去来兮》鲍彬彬



《仰望自由》黄英宰



《雏现》张萍



《逐渐又热烈》范钰梅



《the original and freedom》高雅婷



《核》赵星宏



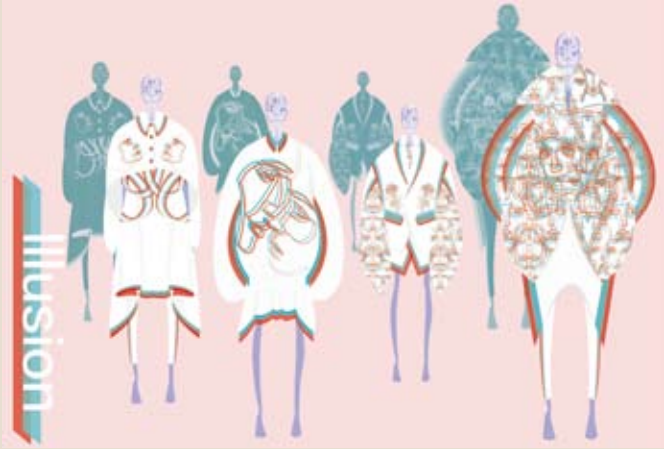
《Arm》赵敏



《velvet》汪弘毓



《极光》王文操



《Illusion》张延龙



《明日之语》姚万里



《ON THE WAY》刘智杰



《13 种奇遇》向翔



《远行》封鹏宇

我和我的祖国 系列报道

招商局长的纺织情怀

记沭阳经济技术开发区投资促进局局长、沭阳智能针织产业园管委会主任魏伟

本刊记者 _ 徐长杰

“我和我的祖国，一刻都不能分割……”每当《我和我的祖国》歌声响起时，很多人的爱国情绪会油然而生。这一切的背后，皆因我们有一个越来越强大的祖国，皆因“我的祖国”给予“我”以护佑。

“家是最小国，国是千万家”，个体、国家、民族休戚与共，国家繁荣昌盛，人民才有幸福安宁，个人才有梦想空间。



魏伟

纺织，解决 5 万人就业

江苏省沭阳县韩山镇，不要说 70 年前，即使在 40、50 年前，这里也同其他地方一样，能吃上一口白面馍馍就是件非常幸福的事。

魏伟出生于 70 年代，成年后恰逢改革开放的重要机遇，他办过印刷厂、乡镇批发部、开过早冰场，在数码产品还没有出现的时候，他还开过打字复印店，甚至干过一两毛利润的扑克生意。虽然生在农村，但凭借着灵活的头脑，魏伟早早成为了人人羡慕的“万元户”。再后来，魏伟被招聘到政府部门工作，成为了一名乡镇新闻报道员，历经党委秘书、多管站长、水务站长等职位。1994 年，20 几岁的魏伟由于在乡镇工作期间的优异表现被组织发展成为一名共产党员。

2005 年，刚过而立之年的魏伟被选调到沭阳开发区工作，主要从事专职招商。在新的岗位面前，魏伟有着许多迷茫与困惑。如何招，招什么，招来以后怎么办？这些问题一直萦绕在魏伟的脑海。魏伟坐车南下浙江、找老乡、拼关系，一家一家企业地跑，一个月、两个月……到了 2005 年底，魏伟带着他招来的第一个项目江苏邦源纺织有限公司落户沭阳。在随后的几年里，魏伟着重围绕包覆纱产业上下游进行招商。

已经落户沭阳的江苏月源纤维科技公司老板金光宝是浙江义乌人，他曾说：“魏伟的一句话打动了我，他说办厂他没经验，但是你只要管好围墙里的事，围墙外的全部事务，都由他和政府来负责，他会保证企业的正常发展！”

在招商和帮办的过程中，魏伟与投资客商结下了深厚的友谊，也摸到了招商的门道。魏伟本是一位纺织门外汉，为了在招商时有的放矢，他不断地向行业专家、院校教师以及工厂技术人员、企业管理人员请教，研究产业知识。从认识纺织到了解纺织，再到精通纺织，在企业、工厂浸润了数年后的魏伟，逐渐成为了纺织产业的行家里手，不少老板见了他还还要向他请教。

正因为魏伟的“懂行”，很多纺织企业老板更信任他，随后的几年里，一批生产包覆纱的纺织企业逐渐壮大，包覆纱下游配套企业纷纷“闻讯赶来”，而一些海外客商也纷纷到沭阳投资建厂，沭阳开始形成从制纱、针织、家纺、高档提花面料到纺织机械制造等完整的纺织产业链。

2007 年，魏伟由于出色的招商事迹，被宿迁市委派去外地作报告，他当时的汇报题目是《执着招商，勇于担当》。

“对每个人来说，最难的是人生的选择。但在招商面前我选择的是舍小家，为大家。10 余年来，我把全部的时间和精力都花在招商上，没有周末和节假日，以至对家庭疏于照顾。2005 年冬天，正值我引进的江苏邦源项目建设到了关键时刻，我每天与企业负责人吃住在工地，我的妻子因为重感冒，一连挂水 20 多天，我都没时间陪她。她无奈地说，你的心里只有老板，没有老婆。至今她都有慢性支气管炎的老毛病，这让我十分愧疚。”魏伟在汇报时说。

截至 2018 年，沭阳有包覆纱生产企业 30 多家，设备 4800 台套，年产包覆纱 9.8 万吨，占全国总量的 20%，是全国设备较多、产量较大的优质包覆纱产业基地，解决当地 5 万余人的就业问题。值得一提的是，2015 年 12 月，全国针织行业年会在常州召开，宣告成立中国针织工业协会包覆纱分会，魏伟当选会长。

祖国强大成就无数“小我”

随着沭阳纺织产业的不断发展壮大，沭阳县委县政府对产业发展开始有了新的布局与规划。在魏伟的牵头下，沭阳还成立了沭阳县包覆纱协会、沭阳县纺织工业协会。经中国针织工业协会批准授权在沭阳创办了《中国包覆纱》杂志，由魏伟兼任总编。此外，他还积极与东华大学、武汉纺织大学签订产学研基地和战略合作协议等。这些平台的搭建，不仅为开发区项目集聚、产业集群提供载体支撑，更为产业质态提升、高质量发展提供条件。



沭阳纺织产业实现了从跟随式发展向引领式发展的跃升。



魏伟向中国纺织工业联合会领导一行介绍沭阳纺织产业发展情况。



沭阳智能针织产业园荣获“全国针织行业示范园区”，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向魏伟授牌。

以往，纺织产业招商是“捡到篮子里的都是菜”，而如今则是“提着篮子去选菜”。为了提升沭阳纺织产业发展质态，2015 年 9 月，沭阳创造性地提出了“未来针织靠智能、智能针织看沭阳”的发展定位，规划建设全国首个智能针织园区——沭阳智能针织产业园”。产业园围绕有产业规划、发展载体、龙头企业、扶持政策、帮办服务和转变开发方式、发展方式、招商方式的“五有三转模式”规划建设园区，大大节约入驻企业的生产要素成本，同时在节约土地资源方面也作了积极有益的尝试。

产业园从开工建设到企业入驻，不到两年时间，已集聚西南智能纺织、达丽智能针织、欧博纺织、衣道科技等 9 家企业，有 6 家企业投产达效，智能针织的沭阳品牌效应已经形成。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇对此评价说，沭阳智能针织产业园的建设，无论是发展理念、整体规划还是运营模式，都是我国纺织产业供给侧结构性改革的缩影，是智能制造的先行者、践行者和示范者。

2018 年初，为了抢抓纺织产业供给侧结构性改革的机遇，实现沭阳家纺产业提升发展，园区将方案上报县领导，与高等院校和投资客商达成合作协议，在 4 平方公里的纺织园区积极规划打造千亿级特色产业。产业园完全实行市场化运作，新建的首个特色家纺项目由浙江长兴客商投资 30 亿元兴建江苏恒能家纺新材料有限公司，占地 1233 亩，统一规划、统一建设、统一物管、统一服务、统一要素保障，实行租售结合，机制灵活。项目 5 月 16 日签约，不到一年时间，20 万平方米的厂房及配套设施全面建成投产，2000 多套新型纺织设备开机投产，一大批优质家纺项目——布拉芙纺织、吉源纺织、鑫辉纺织、恒鸿纺织、宏图纺织集中进驻园区，新的发展模式同时还吸引了凯能纺织、爱德纺织、永能纺织等一大批投资 5 亿元、10 亿元的项目纷纷入驻。

如今，沭阳纺织业已形成“机械装备—纺丝—加弹—织造—印染—成衣”的完整产业链条。围绕产业链、供应链和价值链“按图索骥”，缺链补链，带动存量提升，沭阳经济技术开发区纺织产业走出一条提档升级之路。而包覆纱、智能针织和特色家纺则成为了驱动沭阳纺织产业高质量发展的“三驾马车”，在产业发展、产业升级中扮演着引领者的角色。沭阳纺织产业实现了从跟随式发展转向引领式发展的跃升，并力争到 2025 年将纺织产业打造成千亿级板块。

“江苏省包覆纱产业基地”、“中国包覆纱基地”、“全国纺织产业转移示范园区”、“全国纺织产业结构调整突出贡献奖”、“国家遮光提花面料开发基地”、“国家室内净化面料开发基地”等荣誉花落沭阳，沭阳包覆纱获得“2015 中国品牌价值评价——知名品牌示范区”，一块块金字招牌，尽展沭阳纺织产业的非凡实力和无限活力。魏伟个人也先后获得全国纺织产业转移招商引资先进个人、全国纺织人才建设突出贡献人物、江苏省先进工作者、江苏省纺织产业发展先进工作者、宿迁市连续 10 年招商引资先进个人、沭阳县优秀共产党员、沭阳县十大杰出青年等 20 多项荣誉。他还多次代表宿迁市和沭阳县到山东、黑龙江、安徽等省的十几个县市就园区建设、招商引资作经验报告。

爱岗敬业，是热爱祖国的最好注解

做一件事容易，但一辈子只坚守做这一件事却很难，依靠的无非是对它深深的热爱。

据说，曾企业抛出百万年薪聘请魏伟，这个纺织招商迷却以“我哪有那个能力”婉拒了企业的邀约。魏伟对此说：“开发区和我引进的企

业他们更需要我，我怎么舍得丢下他们！”从办事员、招商分局长到省级开发区管委会副主任再到国家级开发区投资促进局局长，无论职务发生多少变化，魏伟都没有离开过招商岗位，这一干就是 14 年。

14 年来，在沭阳县委、县政府的推进与支持下，开发区引进工业项目 32 个，其中亿元以上项目 22 个，协议投资总额 80 多亿元，带动沭阳 5 万余人就业。一组组数据的取得，一个个项目的落地，正是这位“纺织招商迷”14 年来的成绩单。

截至 2019 年 5 月，沭阳已拥有各类纺织服装企业 350 多家，其纺织产业已初步形成了以包覆纱、智能针织、家纺为主的三大板块。如今，魏伟对沭阳纺织产业的发展还有着更大的愿景：“沭阳的纺织产业虽然取得了一些成绩，但距离我们打造千亿级产业的目标还很远，我们在发展纺织产业过程中仍然面临人才、用地、染整指标不足等瓶颈。下一步，我们将走智能制造、转型发展、差异化发展、集约化发展的模式，为到 2025 年纺织产值实现 800 ~ 1000 亿元这一宏伟目标脚踏实地、奋力迈进。”

从不懂纺织到成为产业招商的行家，魏伟一直在为产业“配套”；从包覆纱产业的单打独斗到“三大板块”共同发力，沭阳纺织不断发展壮大。同时，他还被武汉纺织大学聘请为“研究生导师”，并将纺织产业招商经验传授给全国众多的纺织集群地，为各地政府如何更好地服务纺织产业发展贡献了沭阳经验。

我的祖国和我，像海和浪花一朵，浪是海的赤子，海是那浪的依托……如果说当初从韩信点将地的韩山来到沭阳，魏伟是在寻找个人理想，那么 14 年后的今天，魏伟则是在为区域产业的发展谋划更大的梦想。在中国纺织产业进程中，他更是在以一个集群地作为产业转型升级的“试验田”，以先行者的身份探索产业发展新路子，为纺织强国梦助力！正是这千千万万个“小我”在中国共产党的领导下凝心聚力、戮力前行，造就了今天这样一个强大的祖国，让中华民族摆脱了被奴役的历史并傲立于世界民族之林。

在建国 70 周年之际，这首满怀深情的《我和我的祖国》，是对先辈的告慰，是对当下幸福生活的生动注解，也是对美好未来的无限憧憬…… **TA**

弘扬新时代行业精神 建设我们的队伍

本刊记者 _ 董笑妍 郭春花 徐长杰

6月5日，中国革命圣地延安，中国纺织工业联合会第四届四次理事会暨四届五次常务理事扩大会议在这里召开。会上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲的发言引起了广泛关注，尤其是其中“面向未来，弘扬新时代行业精神”的观点发人深省。

回顾历史，可以看到未来。孙瑞哲指出，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。”

伟大的事业离不开坚定的精神力量。党的十八大以来，在以习近平总书记为核心的党中央领导下，中国纺织工业取得了巨大成就，涌现出大批优秀企业和领军人才，在这个过程中，中国纺织工业的行业精神也在不断衍生、积淀、丰富和升华。

孙瑞哲着重指出：“新时代纺织行业精神包括新时代纺织企业家精神、新时代纺织科技工作者精神与新时代纺织工匠精神。新时代纺织企业家精神，要有坚定理想信念、不忘报国初心的爱国精神，追求卓越品质、勇于探索拼搏的创新精神，勇担社会责任、服务人民期待的奉献精神，保持谦虚谨慎、促进共同发展的协作精神；新时代纺织科技工作者精神，要以人民幸福为根本，以国家需要为使命，以务实创新为方向，以育人协同为责任；新时代纺织工匠精神，要敬业守德、专业专注、精益求精、创新协作。”

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。

“踏平坎坷成大道，斗罢艰险又出发。”面对新挑战与新征程，孙瑞哲勉励纺织人要以新时代的纺织行业精神，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。

企业家精神，铸就产业之魂

什么样的人可以称之为企业家？

有人定义：“企业家是敢于承担风险和责任，开创并领导了一项事业的人。”而记者认为，企业家是一个人群，是一种行动，更是一种精神，他们拥有坚定的理想信念，不忘报国初心的爱国精神，追求卓越品质、勇于探索拼搏的创新精神，勇担社会责任、服务人民期待的奉献精神。

最近，75岁的华为创始人任正非接受采访时的超正“三观”刷屏了。在中美贸易摩擦的关键时刻，任正非发言时所承受的压力可想而知，但他不卑不亢，也没有迎合大众高亢的社会情绪，在他理智回答的背后，核心观点就是“企业家精神”，他认为，开放和合作是应当提倡和鼓励的，而基于宽容和共存的理念和做法，将使整个世界朝着阳光的方向发展。

历史上，纺织行业也有着无数为中国历史进程做出巨大贡献的企业家。

1899年，张謇在南通唐家闸建立了一座拥有20400枚纱锭的纱厂，当他去世时，给南通留下一个拥有50多家企业、2400多万两白银的民族资本集团；由400多所各类学校、场馆组成的教育文化体系；一套完整的水利、交通、供电等市政基础设施，以及一系列公益慈善事业。自此，张謇的名字与中国民族工业的发展联系在一起。

在社会主义现代化建设的大潮中，也有着众多令人敬佩的企业家。鲁泰公司创始人刘石祯，积极投身于建设中国特色社会主义事业，树立起了一面当代优秀党员企业家的光辉旗帜，他秉承“创造财富 奉献社会 衣锦四海 经纬天下”的企业使命，带领企业走出了一条基于纺织而又超越纺织的绿色、科技、人文之路，实现了社会、企业和员工的和谐发展，为经济社会发展和中国纺织工业的繁荣做出了卓越贡献。

2018年，中国纺织工业联合会表彰了改革开放40年纺织行业突出贡献人物，他们扎根行业、为行业发展奉献毕生力量，充分体现了纺织行业与时俱进、追求卓越的主流价值观，铸就了纺织工业由大变强转变、推动高质量发展的坚实脊梁。

这其中就有华孚时尚董事长孙伟挺和中复神鹰碳纤维公司董事长张国良。

孙伟挺从事纺织行业30多年，好学求新，崇尚拼搏进取，作风严谨务实。他白手起家，用20余年的时间将华孚时尚发展成为色纺行业的国际品牌；张国良则是倾注所有精力，率队攻克种种技术难关，终于实现了碳纤维产业化，打破了国际封锁，为我国经济发展和国家安全做出了卓越的贡献，堪称中国碳纤维产业的改革先锋。

还有山东如意控股集团董事局主席邱亚夫、山东康平纳集团有限公司董事长陈队范、江苏阳光董事长陈丽芬等一批企业家带领团队不断打破技术垄断为中国纺织赢得话语权，一代代实干家在致力于产业发展的同时，也为中国的腾飞和发展做出了应有的贡献……他们书写着那些关于中国纺织智慧的故事，见证着中国纺织推动国家走向强大的生动历程。

科技工作者精神，为国家强盛而全心奉献

自改革开放以来，科技便是社会公认的第一生产力，科技的创新引领着产业的发展，而科技进步的每一个脚印背后，都是千千万万科技工作者数年如一日的默默奉献。这些工作者始终秉承着以人民幸福为根本，以国家需要为使命，以务实创新为方向，以育人协同为责任的精神，才使得中国从工业大国逐步迈向工业强国。

其中，中国化纤产业就是一个典型案例。随着不断发展，中国化纤产业已经逐渐进入了“无人区”，失去了学习的对象，因而有责任扛起研发的大旗，代表全球化纤业的未来前进方向。江苏盛虹科技股份有限公司就是领跑企业之一，全公司在总工程师梅锋的带领下，致力于自主创新、大力推进科技创新工程，分别攻克了生物基PTT纤维各个环节的技术难关，最终形成了PDO原料生产、PTT聚合、PTT纺丝、PTT面料印染技术的产业化一条龙。梅锋就像每一位专研于生产一线的科技工作者一样，立足产业基础、洞悉产业现状、探寻产业未来，如今，盛虹“年产6万吨熔体直纺生物基PTT差别化纤维项目”已经正式奠基，梅锋功不可没。

同样身处一线的科研工作者还有张国良，有人更熟悉他的企业家身份，但在中国，技术人掌舵企业并不鲜见，对外他们是老板，对内他们则是科研带头人，他们秉承着企业家与科研者的双重精神，洞悉着中国纺织产业的发展。

说到新时代纺织科技工作者精神，还有一群人不得不提，他们就是身处研究所与高校的专家学者。武汉纺织大学教授徐卫林长期致力于新型纤维材料的教学和研究及纤维材料的改性等，主持国家973前期预研项目等国家级和省市重大科研项目10余项，这所有的工作都在承担学院教学任务的同时进行。以育人协同为责任、以国家需要为使命，徐卫林经常忙碌得顾不上吃饭，在实验室过夜，正是这种钻研与奉献，体现出了中国当代知识分子的高度与觉悟。

东华大学教授张清华同样投身于高性能纤维的研究工作中，获国家发明专利26项，发表论文100多篇。“对我来说，这些奖项的获得既是鼓励和肯定，更是一份鞭策和责任。目前还有很多核心技术我们尚未完全掌握，需要广大科技工作者继续努力创新。”张清华说，“作为一名科技工作者，‘士不可以不弘毅，任重而道远’。我会继续抓住高性能纤维这个研究方向，扭住不放，在成果转化的路上继续走下去。”

中国纺织产业正在转型升级的关键时期，广大纺织科技工作者正在抓住新一轮科技革命和产业变革的重大机遇，开展各个领域的应用性研究，推动纺织产业转化，同时培养着大量纺织人才，促进着纺织行业健康发展。

在科研领域，坚持数十年攻克一个技术难关的大有人在。就是这份家国情怀和精神追求，让他们耐得住寂寞、抵得住诱惑，在既定的道路上坚定地走下去，可以说每一份成果都是坚持与信念的结果。



在科研领域，坚持数十年攻克一个技术难关的大有人在。



工匠精神，对纺织行业来讲，就是精益求精地做好每一件产品。

工匠精神，精益求精打造卓越纺织

在中国制造向中国智造转变、人力资源大国向人力资源强国转变的背景下，工匠精神引发了社会高度关注。习近平总书记在同知识分子、劳动模范、青年代表座谈会上指出：“素质是立身之基、技能是立业之本。”无论从事什么劳动，都要干一行、爱一行、钻一行。

工匠精神，对纺织行业来讲，就是精益求精地做好每一件产品，不断满足消费者日益升级的消费需求的一种职业精神。中国纺织业是一个古老的行业，有着优良的“工匠”传统，千百年来，从自古到今享誉世界的丝绸，到现代具有国际竞争力的纺织制造，一代又一代的纺织从业者以工匠精神创造了中国纺织业的辉煌，一批批纺织技艺被列入国家非物质文化遗产名录。几十年来，郝建秀小组、赵梦桃小组、邓建军科研组的拼搏精神成为一代代纺织职工的精神支柱，他们的经验在行业内得到传承和发扬，通过传帮带也造就了一批大工匠脱颖而出。

自2017年起，中国纺织工业联合会、中国财贸轻纺烟草工会在全国纺织行业分两批、共选树了40名“中国纺织大工匠”。他们中有研发创新、攻克世界级染色难题的黑牡丹集团邓建军，有在纺纱织布操作岗位上苦练技术、独创先进操作法的石家庄常山纺织公司杨普、富润集团细纱操作工王鸽、魏桥纺织粗纱工刘娟等，有钻研电气技术、设备维修绝招的能人际华三五四二公司贾军海、尉氏纺织公司孟安等，有成功攻克研制蛟龙号绳索和医用止血纱布的海丽雅集团公司徐连龙、北京纺织科学研究所张津育，有为推动我国经编机械装备智能制造技术提升做出突出贡献的五洋纺机公司王敏其、福建鑫港纺机公司郑依福等。

这些大工匠坚守平凡、成就非凡，致力于打造最完美、更完美的精品，他们以顽强的毅力练就了这个行业里最为高超的技艺，达到了常人难以企及的高度，他们身上所体现出的工匠精神，受到了行业内外的肯定和好评。

党的十九大报告中提出要“建设知识型、技能型、创新型劳动者大军，弘扬劳模精神和工匠精神，营造劳动光荣的社会风尚和精益求精的敬业风气”。其中，爱岗敬业的职业精神是根本，精益求精的品质精神是核心，协作共进团队精神是要义，追求卓越的创新精神是灵魂。

从当下中国纺织经济所处的历史发展阶段看，培育和弘扬精益求精的工匠精神，增品种、提品质、创品牌，促进纺织工业迈向中高端水平，比任何一个时期都显得更为重要。未来，行业要培育和弘扬严谨认真、精益求精、追求完美的工匠精神，对于建设纺织强国具有重要意义。而只有对新时代“工匠精神”的基本内涵形成共识，才能树匠心、育匠人，为推进中国制造的“品质革命”提供源源不断的动力。[1]



党员们在宝塔山、枣园革命旧址、延安革命纪念馆等地合影。



在延安革命纪念馆，党员们合唱革命歌曲，集体瞻仰革命先烈群雕，并敬献花篮。



党员们系统学习了党中央在延安 13 年的发展历史和重大意义。

走进红色圣地，传承革命精神

中纺联党委 2019 年主题党日培训活动在革命圣地延安举行

中纺联党办 / 供稿

在新中国成立 70 周年这一特殊的年份里，5 月 27 日～ 6 月 16 日，中国纺织工业联合会党委连续组织了五期“不忘初心、牢记使命，走进红色圣地，传承革命精神”延安主题党日培训活动，具有特别重要的意义。

此次延安主题党日培训活动共组织 400 多位党员参加，是中纺联党委今年的重点党建工作之一。这次培训主题鲜明，围绕党中央在延安 13 年历史和延安精神开展，通过专题教学、情景教学、现场讲解等多种形式和丰富的内容，使同志们重温红色记忆，感悟延安精神，不仅提升了党性修养，更接受了精神的震撼和心灵的洗礼。

五期的培训中，同志们认真学习了《党中央在延安 13 年》专题报告，系统地学习党中央在延安 13 年的发展历史和辉煌成就，感悟延安精神及其时代意义。在情景教学中，同志们参观了宝塔山，俯瞰延安的同时感悟荡气回肠的历史。在延安革命纪念馆门前，同志们怀着对革命先烈的崇高敬意合唱了《义勇军进行曲》、《歌唱祖国》，在大厅中瞻仰革命前辈纪念铜像，并向铜像敬献花篮。

在梁家河，同志们追寻习总书记的足迹，参观了知青井、铁业社、沼气池、知青旧居等，了解青年习近平在陕北黄土地上

过四关、抓生产、曲折入党、为群众做实事，感受青年习近平的坚定信仰和人民情怀。

大家还满怀崇敬的心情参观了中共中央西北局革命纪念馆、中共中央驻地旧址杨家岭革命旧址、枣园革命旧址、王家坪革命旧址，重温了以实事求是、理论联系实际、全心全意为人民服务和自力更生、艰苦奋斗为主的延安精神。

中纺联党委副书记陈伟康在第一期培训开班式上表示，延安是我们中国革命的圣地，是同志们心中向往的地方。作为中纺联党建年度重要工作之一，“不忘初心、牢记使命，走进红色圣地，传承革命精神”延安主题党日培训活动将有 400 余名党员来到延安，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。

此次五期培训让同志们深刻地感受到，在新的时代条件下，要更加坚持脚踏实地、实事求是、艰苦奋斗的优良作风，使同志们对毛泽东思想、延安精神及其具体实践有了更深刻的理解，深切地感受到了老一辈革命家带领全国人民为新中国的建立浴血奋战，进行艰苦卓绝的奋斗精神，更加鞭策着每一个党员不忘初心牢记使命，为建设中国特色社会主义强国而奋斗。[1]



党员们参观了宝塔山、梁家河、中共中央西北局革命纪念馆、杨家岭革命旧址、枣园革命旧址、王家坪革命旧址等地。



新党员在宝塔山上面对党旗跟随领誓员进行入党宣誓。

纺织服装周刊



会议现场。

不忘初心，牢记使命

中纺联党委召开主题教育动员部署会议

本刊记者 _ 刘嘉 / 文 关云鹤 / 摄

守初心、担使命、找差距、抓落实，6月14日，怀着强烈的责任感和紧迫感，中国纺织工业联合会党委隆重召开了“不忘初心，牢记使命”主题教育动员部署会议。120余名党员领导干部齐聚一堂，鼓劲扬帆再出发。

为贯彻落实习近平总书记5月31日在中央主题教育工作会议上的重要讲话和《中共中央关于在全党开展“不忘初心、牢记使命”主题教育的意见》精神，按照国资委党委统一部署，国资委协会党建局已于6月10日召开国资委行业协会“不忘初心、牢记使命”主题教育动员部署会，中纺联党委经研究后，于6月14日召开了主题教育动员部署会议。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、会长孙瑞哲，国资委行业协会商会党建局副局长、国资委党委专题教育行业协会组成员、指导一组组长方长安，中国纺织工业联合会副会长杨纪朝，中国纺织工业联合会纪委书记王久新，中国纺织工业联合会副会长李陵申、端小平、孙淮滨，国资委党建局人事处齐玉倩等领导以及中纺联各部门、各成员单位领导班子成员中党员领导干部，代管事业单位党员领导干部参加了本次会议。中国纺织工业联合会党委副书记兼常务副秘书长陈伟康主持会议。

“无论我们走得多远，都不能忘记来时的路”

会上，高勇作动员讲话。他指出，首先，要充分认识开展主题教育的重要意义，切实增强搞好主题教育的责任感、紧迫感和工作主动性。

高勇强调了主题教育活动的四个“必然要求”：开展这次主题教育，是用习近平新时代中国特色社会主义思想武装全党的迫切需要，也是推动习近平新时代中国特色社会主义思想在中纺联大学习大普及大落实的必然要求；开展这次主题教育，是推进新时代党的建设迫切需要，也是贯彻中纺联党的建设新体制、全面提升中纺联党的建设质量的必然要求；开展这次主题教育，是中纺联贯彻党的宗旨、更好履行服务企业行业职能的必然要求；开展这次主题教育，是实现党的十九大确定的目标任务的迫切需要，也是中纺联坚持以党的领导党的建设为统领、服务推动行业健康发展和自身建设提升的必然要求。

为全面贯彻中央部署要求，扎实推动中纺联主题教育深入开展，高勇对中纺联主题教育活动提出要求：

这次主题教育的总要求是“守初心、担使命、找差距、抓落实”，目标是“理论学习有收获，思想政治受洗礼，干事创业敢担当，为民服务解难题，清正廉洁作表率”；重点措施是学习教育、调查研究、检视问题、整改落实。根据党中央精神和国资委党委部署安排，中纺联主题教育安排在第一批，时间为3个月，6月初开始，8月底基本结束。按照国资委党委要求，

中纺联党委制定了主题教育实施方案。大家一定要牢牢把握这次主题教育的根本任务，牢牢把握“12字”总要求、“5句话”目标、4项重点措施和作风要求，按照实施方案积极组织推动本系统扎实开展主题教育，防止消极对待、敷衍应付，防止走形变样流于形式，防止重过程、轻效果，确保主题教育不虚、不空、不偏。

最后，高勇表示，“无论我们走得多远，都不能忘记来时的路”，这次主题教育，意义重大，影响深远，希望大家切实增强政治自觉、思想自觉、行动自觉，要通过开展主题教育，将中纺联党员干部焕发出来的热情，切实转化为干事创业、攻坚克难的精神动力和实际成果，切实增强推动行业协会改革发展党建的责任紧迫感，进一步主动作为，进一步改革创新，为经济社会转型发展做出积极贡献，以优异成绩庆祝中华人民共和国成立70周年。

扎实推动中纺联主题教育深入有效开展

随后，陈伟康从总体要求、目标任务、工作安排、组织领导等方面强调了中纺联党委关于开展主题教育的实施方案。实施方案中提到，中纺联将设立相关工作机构，负责指导推动中纺联开展主题教育工作。高勇和孙瑞哲任中纺联党委主题教育领导小组组长，陈伟康任指导协调组组长。

陈伟康强调说，中纺联党委要以高度的政治自觉，严肃的政治态度，饱满的政治热情，通过主题教育活动，进一步增强“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，把主题教育活动作为重要政治任务抓紧抓好，担当起来。

会议的最后，方长安传达了国资委党委开展“不忘初心、牢记使命”主题教育的部署和实施方案，并强调了专题教育行业协会组的六项职责。

方长安强调说，在全党开展“不忘初心、牢记使命”主题教育活动，是以习近平同志为核心的党中央统揽伟大斗争、伟大工程、伟大事业、伟大梦想作出的重大部署，对统筹推进“五位一体”总体布局、协调推进“四个全面”战略布局决胜全面建成小康社会、夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利，实现中华民族伟大复兴的中国梦，具有重大而深远的意义。

为抓好落实主题教育活动，方长安提出了五点意见：聚焦根本任务抓好落实、把握“12字”总要求抓好落实、紧扣“5句话”目标抓好落实、坚持“四个贯穿始终”抓好落实、力戒形式主义抓好落实。TA

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



柯桥中国轻纺城 专版



面对成本上涨，柯桥纺企纷纷寻求破局之道，由内而外焕发新生。



应对成本上涨 柯桥纺企有“奇招”

本刊记者 王利 文 / 摄

时势造英雄，一个时代的背景和行业发展趋势，对企业发展前景而言至关重要。近年来，受环保压力、中美贸易摩擦、中东紧张局势等国内外大环境的影响，我国纺织企业生产要素迎来一波又一波涨价潮，在利润被一再挤压后，纺织企业纷纷在寻求突破口。

柯桥作为全球最大的纺织品集散中心，对成本上涨深有体会。随着转型升级的深入推进，“科技、时尚、绿色”成为纺织行业新定位，原料、劳动、科技、创新、环保成本不断上升，柯桥纺织业靠价格取胜的优势已成为过去。也许很多人认为，成本涨了，企业跟风涨价是消化成本最简单的办法。然而，实际情况并非如此简单。采访中，多数纺织企业负责人表示，如果轻易跟风涨价，就可能失去大波客户，如果坚持不涨价，则要面对得到了市场却失去利润的尴尬局面。

在这样的情况下，柯桥的纺织企业如何积极破解成本上涨困局？近日，《纺织服装周刊》记者走访了多家纺织企业，与多位掌舵者面对面交流，了解到大部分企业通过科技创新、控制成本、绿色发展等积极举措应对成本上涨，主动顺应行业转型升级的大势。正如一位企业总经理所言，在时代的浪潮中生存下来的秘诀就是“换血”，只有首先从内部改变自己，才能由内而外焕发新生。

对策1 定位清晰，挖掘面料与公司附加值

当前，柯桥区正聚焦“现代化、高质量、竞争力”三个关键词，致力于传统产业改造提升。纺织成本的上涨是必然趋势，随之而来的将是行业新一轮“洗牌”，如果不想出局，就要有清晰的定位，及时做好未来布局。

2014年，抓住“提花热”的流行新趋势，27岁的邱佳金成立了柯桥贡绣纺织品有限公司，以提花面料为主营产品，迅速进军海外市场，由一个俄罗斯客户敲开大片市场，以点到面，逐步扩散，如今贡绣纺织90%的销售额来自俄罗斯，成为该国众多服装品牌的优质面料专业供应商。

邱佳金介绍称，当初成立公司之时，柯桥纺织行业正处于转型升级初期，租金、人工、原料等各项纺织成本不断上涨，身边的亲戚朋友都不看好，认为时机不合适。而五年多时间过去了，公司屹立不倒，发展形势稳中向好。那么，贡绣纺织是如何做到的？

“我们不靠价格取胜，而是以创新、品质和服务，增加产品附加值。公司自成立起，就定位清晰，并将‘贡绣’注册为品牌商标，致力于打造中高端面料品牌形象。”邱佳金认为，面对消费升级，纺织成本的上涨不足为惧，对于中高端服装品牌而言

价格并不是最重要的，最重要的是合作面料供应商的配合能力、研发创新能力。

走进贡绣纺织的样品展示厅会发现，各类提花、梭织、绣花、网格面料整齐地陈列着，时尚、高端气息扑面而来。据了解，贡绣纺织的产品40%是根据市场导向和时尚趋势自己开发的，60%是根据客户来样和意见进行再创新的，每个花型都有独特的个性风格，可仿度极低，深得客户青睐。

想要留住订单，首先要抓住客户的心，除了富有创意的面料，专业的水平与真诚的态度也是重要筹码。从客户引导公司到公司引导客户，几年来，贡绣纺织实现完美逆袭。“优质的面料供应商，不只是‘卖布的’，要将自己定位为面料专家。没有人比我们更了解面料的特性和肌理，因此多与客户沟通，听取专业的建议，体现公司额外的价值，更能获得客户的好感和依赖。”邱佳金说道。

品质为源、创新为基、服务为要，坚持品牌化道路，这是贡绣纺织在内外严峻形势下，脱颖而出、从稚嫩到成熟的诀窍。

对策2 延伸产业链，提高服务与赢利能力

成本上涨对于纺织业而言是一场危机，而善于将危机拆解成“危”和“机”的人，自然明白如何把握其中的机遇。

2007年，大学刚毕业的邱远东，还是一个毛头小伙子，满怀纺织热情和人生理想来到柯桥，在中国轻纺城市场租下半间铺面，成立柯桥远东纺织有限公司，主营麂皮绒烫金、印花、压皱、复合等深加工面料。为了节约成本，曾经一个人扛300匹布到仓库；为了开发客户，到处找工厂打样，饱受冷遇；为了服务好客户，每个订单发货前先查询客户所在地的天气情况，如果下雨就用双层蛇皮袋将货包装得更严实……

经过邱远东的不懈奋斗，远东纺织逐渐步入正轨，公司业绩每年都保持增长态势。然而近年来，坯布等成本上涨成为横在远东纺织面前的又一道难题。对此，邱远东决定纵向、横向延伸产业链，提升服务能力和赢利空间，增强自身抗风险能力。

在邱远东眼里，纺织业就是服务业，不管客户是否下单，都要维护好彼此关系，将每个细节做到极致，长此以往自然不愁销路。“最近我一直在筹备建立印花厂，以后客户需要打样，就能全力满足，直到客户被我感动，心甘情愿与我合作。”邱远东说道，目前公司有很多忠实的客户，哪怕其它公司报价更低，他们依旧坚定选择远东纺织。

除了延伸上游产业链，邱远东还准备向下游扩展，将麂皮绒面料加工成枕套、靠垫等半成品或成品，直接销售给家装品牌。这样的模式可以让客户省掉中间多道繁琐的工序，降低加工过程中的风险和最终成本，这是一个双赢的策略。

同时，横向拓展销售渠道，线上线下同步发展也是邱远东正在着手的事情。“专业的事交给专业的人做，这是我这几年学到的一个道理。以前我们尝试过电商平台，但是专业度不够，一直没有良好的效果，便不了了之，接下来我准备再次进军电商领域，并聘请专业人员负责。”邱远东说道。

当前的纺织行业，危机与机遇并存，有人苦苦煎熬，有人静静思考，有人已一骑绝尘笑傲群雄。在柯桥，有诸多纺织企业与远东纺织有着同样的经历，在不断探索过程中，找到了自己的方向。

对策3 绿色杠杆，撬开发展新空间

面对国内环保盛行，环保成本急剧上涨，柯桥纺织印染业转向科技要效益，坚决打好蓝天保卫战。印染是柯桥的特色产业，据了解，2018年，柯桥区滨海印染集聚区企业利润增幅和新产品利润增幅均创新高。亮眼的成绩背后，是柯桥加快淘汰落后产能，启动印染企业集聚提升行动，用“绿色杠杆”撬开发展新空间。

浙江万丰化工有限公司主营各类高端染料，作为第一期搬入滨海集聚区的企业，目前已初步实现机器换人的智能化生产改造，所有染料产品都是通过国际认证的，符合Oeko-Tex Standard 100(2018)生态纺织品环保要求。

同时，万丰化工不仅致力于自身节能环保生产，其环保染料也是诸多印染企业绿色生产的源头。该公司近两年主推的节能环保液态印花通用色浆，得到很多国内外客户的青睐。

“我们的节能环保液态印花通用色浆是采用微量增材加工原理开发的一系列具有颠覆性技术的新型染料，具有良好的分散稳定性，不产生沉降，易于打浆。产品上色率高，面料适应性强，印花后织物手感柔软，色牢度优异。印染过程能缩短传统涤纶印花的蒸发发色和还原清洗工序，节约大量印花用水，显著减少印花加工污水，降低COD值，减少蒸汽用量和废渣排放，具有节能环保‘零’排放的明显优势。”公司负责人马国水说道。

以绿色赢未来，万丰化工的绿色环保之路是滨海集聚区致力于可持续发展的一个缩影。在浙江绍兴永利印染的无人车间里，一台意大利进口的全自动染料配料设备，通过管道自动“抓取”颜料进行配色，然后输送到染色车间，自动清洗容器，确保所配的颜色准确无误；在绍兴兴明染整有限公司的印染车间内，每一卷白坯布进场后，都会贴上条形码，所有生产环节都由电脑统一调控……

近年来，瞄准“绿色高端、世界领先”目标，柯桥积极放大传统产业改造提升、印染产业转型升级两大省级试点效应，以智能制造为主攻方向，以“绿色突围”换取产业转型升级，推动互联网+、大数据、人工智能与传统纺织产业的深度融合，以“创意+实体”领跑“产业+市场”，为传统纺织开辟出一条新道路。TA



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。



印染大脑、亩均论英雄、加工转经销、高新化、智能化、绿色化等关键词，正串起柯桥印染产业的新版图。

柯桥印染下一步该怎么走？

本刊记者 _ 邹莹颖

在近期召开的中国印染行业协会六届二次理事扩大会议暨六届二次常务理事会上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲指出，新时期对印染行业有着新期待：一是围绕自主创新，提升行业发展质量；二是围绕集约经济，激发产业资源活力；三是围绕绿色可持续，深化行业社会责任；四是围绕开放合作，打开产业发展格局。

印染产业，在柯桥这个新时期“国际纺织之都”始终保持主体地位。会上，中国印染行业协会发布了“2019年度中国印染企业30强”名单，浙江宝纺印染有限公司、浙江红绿蓝纺织印染有限公司、浙江迎丰科技股份有限公司等柯桥印染企业入围。

透过印染产业看柯桥甚至浙江的传统制造业转型升级之路，这显然不是一出“独唱”。印染大脑、亩均论英雄、加工转经销、高新化、智能化、绿色化等关键词，正串起柯桥印染产业的新版图。

规划+推进，政府在行动

2010年，柯桥区（原绍兴县）做出了将印染产业向滨海集聚的决策。历时8年，围绕“绿色高端、世界领先”的目标，柯桥区以壮士断腕的魄力，淘汰落后产能，重拳整治污染，推动节能减排，鼓励技术创新，最终212家印染企业集聚整合成108家，形成了具有明显产业特色和较强国际竞争力的印染产业集群，在浙江省级传统产业转型升级中画上重要一笔。

印染产业的有机更新，是柯桥经济的新增长点。今年1月，柯桥区发布《关于推进柯桥印染产业高质量发展实施方案》，这标志着柯桥印染产业在高起点上启动了新一轮改造升级，同时也迎来了高质量发展的契机。根据《方案》，柯桥将重点推动两项工作：一方面有效承接越城区的印染企业，另一方面推动全域印染行业改造升级。

承接越城区印染企业，将采用整合集聚和市场化兼并重组等方式。柯桥区将为此做好各项保障工作，包括调整好区域总体规划、土地利用规划等配套规划，完善好集聚和兼并区块的路网、污水处理系统等基础设施，新建、扩建相应电力设施和公共热源点，调度好天然气用量，加快日处理2500吨的浙能污泥清洁化项目建设。

推进全域印染行业改造提升，则包括严格按照柯桥区印染企业改造提升规范，通过提升设备工艺、强化技术创新、推进生态治理、强化安全生产、促进厂房有机更新、提高综合效益等6个方面，组织企业对标整改。鼓励印染企业加强产业数字化建设、创新平台建设和科技创新合作；支持企业通过兼并重组、股份制改造等措施做大做强。

《方案》也明确了未来柯桥印染产业发展目标：到2022年底，基本

完成承接越城区印染企业工作，柯桥区印染企业产值突破500亿元；年度纳税销售超10亿元，“印染航母”企业5家以上，国家高新技术企业达到30家，省科技型中小企业达到60家，主板上市企业2家以上；亩均税收、单位排放税收、能耗税收年均增长10%以上。

经销+智能，企业在行动

印染产业高新化、智能化、绿色化的高质量发展“号角”，在柯桥已经响起。

在集聚到滨海的108家印染企业中，约70%仍然以来料加工为主要经营模式。但一味走加工的老路，只会陷入价格战，集聚优势难以发挥。去年9月以来，滨海所在的马鞍镇在10家印染企业中试点“加工转经销”，出台扶持政策，鼓励企业整合贸易与生产资源，由传统纯加工模式向工贸一体化转变，占领产业制高点，赢得产品定价权。加工，就是替他人做嫁衣。经销，则是自己开拓市场，掌握主动权。对于企业来说，加工转经销是一种趋势，更是一种提升，还是一份责任，企业正在不断向微笑曲线的两端争取利润。目前，柯桥区“加工转经销”企业标杆群体已逐步形成。

“加工转经销”试点时间不长，但效果初现。今年一季度，10家试点企业实现产值增幅42.3%，实现纳税销售增幅15.72%，增值税增幅22.8%，远远高出柯桥区印染产业平均水平。而现在，这些企业也新招迭出，“永利印染”在年均外贸40%的增速上优化了经销团队；“盛兴印染”的坯布生产基地已经投产，后续将建“现货超市”；“海虹印染”针对经销零基础的短板，正在打造销售团队。

以这些试点企业为辐射，滨海印染产业“加工转经销”正在往全域化发展。截至目前，已有42家企业开展这项工作，涌现了“红绿蓝印染”、“宝纺印染”、“彩虹庄印染”等一批自主经销占比达50%以上的标杆群体。

印染智能化方面，在柯桥区前不久刚刚集中开工的33个2019重大项目中，迎丰科技智能印染项目赫然在列。柯桥印染发展历史悠久，在如今滨海的百余家印染企业中，不乏品牌卓著、蓬勃发展几十年的老牌劲旅。在进驻滨海工业区的六年里，迎丰科技实现绍兴印染“国家高新技术企业”零的突破，获得“国家级绿色工厂”荣誉称号，产值翻了一番。2018年迎丰科技年产值超过12亿元，上交税收1.3亿元，亩均税收高于浙江省同行业4倍。

破立而后，晓喻新生。先行者喝到了“头啖汤”，也成为了代表柯桥印染高速度和高质量发展的缩影，越来越多印染企业主动自我革新，印染产业再升级的道路正愈发清晰。TA

聚焦

柯桥“印染大脑”融入5G时代潮流

近日，“5G+”应用推广暨工业互联网深化建设推进活动在绍兴奥体中心馆成功举行。5G+无人智能车、无人机、VR旅游、安防、医疗等场景应用，带来一场从“乌托邦”变为现实的全新体验，满足大家对5G的所有期待。

活动中，中共绍兴市委副书记、绍兴市长盛阅春亲自启动“印染大脑”。据了解，柯桥的“印染大脑”模式是全国首创，由“国千计划”引进人才、浙江中国轻纺城集团股份有限公司纺织产业大数据中心主任张晓明博士负责。目前，在兴明、禾盛、英吉利等柯桥印染企业已经进入应用阶段。

张晓明介绍，“印染大脑”是一个印染产业数字化智能化服务平台，由标准化数据管理系统和智能化数学分析工具构成，分为数据差错纠错、基本诊断、数据报表、实时监控、提前预警、工艺优化六大模块，布料命名、颜色命名、染料命名、染色质量记录四个标准，充分发挥数据作为企业重要资产的作用，可根据不同企业情况进行个性化定制服务。

活动现场，柯桥不少纺织印染企业及专家参与其中，并进行“印染大脑”现场展示，主动融入5G时代潮流。比如兴明染整有限公司用一张小小的工艺流程卡，在平台上可以清楚地看到每一匹布从生产计划开始到成品出库的生产进度；绍兴英吉利印染有限公司运用“印染大脑”，可以精准分析采集到的数据，痕迹化管理染色、花样设计等工序，便于企业进行实时动态调整，不断优化工艺流程，节约成本、提高效率。

为深入实施数字经济“一号工程”，加快推进5G网络建设、产业发展和创新应用，加快5G赋



全国首创的柯桥“印染大脑”引发多方关注。

能工业互联网建设，今年以来，柯桥区出台了《数字经济五年倍增计划》，力争到2022年，全区数字经济核心产业增加值较2017年翻一番，达到40亿元以上，率先创建成为全省产业数字化示范区和全市数字经济倍增先行区。（王利）

高端引领 崭新起航

中国轻纺城国际面料采购中心抽签择房



择房现场。

为切实保障经营户权益，提升市场形象，改观新城面貌，中国轻纺城西市场升级改造项目于2014年初正式启动。改造后的西市场更名为“中国轻纺城国际面料采购中心”，目前已全部完工。6月11~18日，中国轻纺城国际面料采购中心组织1800余户原承租户现场抽签择房，兼顾各方利益，进行妥善安置。

抽签现场，承租户分批次有序排队，当场完成抽签、唱票、登记、复核、公证，科学合理、公平高效。永建布业以前是西市场的个体经营户，主营雪纺、佳利纱、色丁、高丝宝、佐织麻等产品，品类丰富，在业内颇有名气，老板秦雅芬刚抽签，脸上挂着满意的笑容。“改造后的西市场无论是外观，还是软硬件设施都发生了翻天覆地的变化，我们这些老经营户也必须进行自我提升，才能与新市场相匹配。”秦雅芬的一句话道出诸多经营户的心声和决心。

据了解，中国轻纺城国际面料采购中心按照

专业市场发展趋势和现代商贸需求的模式进行建造，充分吸引国际大型商业综合体的先进设计理念，融高科技、信息化、智能化、人性化及专业市场的商业特色，集纺织品面料经营、电子商务、创意设计、服装定制、金融服务、餐饮休闲于一体，兼收并蓄，功能齐全。该项目总建筑面积20万平方米，共有营业房3100余间。

记者从中国轻纺城西市场开发经营有限公司了解到，此次完成抽签择房后，还将在6月25日~7月4日进行统一签约交房，并暂定11月底进行试运营，明年正月初八将与各大市场同期开业，以崭新面貌惊艳亮相，成为引领各大市场现代化、高端化、国际化发展的“风向标”。

“我们将根据市场布局引导同类品种集聚，按照一个区一个种类划分，做到细分化、精细化经营，真正实现划行归市，立足国际市场，面向各类中高档面料采购商，使市场专业化程度大幅提升。一层主营时装面料，二层主营针织面料，三层以毛纺面料为主，四至五层将打造进口馆、出口馆、私人定制、高端纺织生产企业和印染企业展样展示区。”西市场开发公司相关负责人说道。

中国轻纺城国际面料采购中心既是中国轻纺城传统市场区新生代纺织品专业市场，也是中国轻纺城集群中的标志性市场综合体。它是“开放、时尚、智慧、高端”现代化新型市场的形象代言，肩负着引领传统市场转型升级，推动打造新时期“国际纺织之都”的重要使命。（王利 文/摄）

再探越南 柯桥纺企收获满满

近日，中国轻纺城全球巡回展·越南站在胡志明市成功举办。友盛纺织、帝马纺织、耶歌纺织、勤越纺织、欧文贸易、东捷复合、信隆纺织等30余家柯桥轻纺城企业，携带5000余款优质面料，与150余家越南服装企业、面料批发商面对面进行精准对接。

近年来，全球纺织网每年组织企业多次赴越南开展对接活动。目前，柯桥区出口越南贸易总额量速齐增，成为外贸发展的新引擎。本次活动期间，不少企业已从最初的“随团考察市场”，渐渐开始“自主探访市场”，紧抓契机，自行走访越南市场、服装企业以寻求更多订单，进一步提升出行的整体价值。本次巡回展，柯桥纺企有备而来，根据以往对接的需求反馈，结合越南市场对面料品类、设计、色彩、工艺、功能等方面的需求，有针对性地梳理和组织了自家的拳头产品。展品涵盖绣花、雪纺、色丁、衬衫面料、牛仔面料等诸多品类，获得当地采购商的一致好评。

为引导企业更加深入了解越南纺织品市场，接触更多当地纺织企业，在越南期间，全球纺织网还组织企业考察了胡志明市、河内的纺织面料市场及多家服装企业。据悉，目前胡志明市纺织市场主要辐射柬埔寨、老挝、泰国、缅甸、马来西亚等地区，而河内则主要针对欧美外贸出口及越南内销市场。下一步全球纺织网有望通过与河内纺织行业的接触，开展河内采供对接活动。

（王利 滕玉芳）



大唐袜业的脱胎换骨源于时代的进步，更是大唐人主动谋求创新的结果。

聚焦高质量 拥抱数字化 大唐袜业数字化改造提升 系列报道

与时代共奋进

本刊记者_李芳 通讯员_章幸钢

上世纪 80 年代初，大唐人凭借着敢闯敢干的劲头，让日后闻名遐迩的“国际袜都”初现规模；随后对袜业产业进行的一系列改造提升，让大唐摆脱了低端制造的标签，书写了一部高质量袜业的发展史；如今，大唐袜业通过创意设计再次提升袜品利润率，成为了引领全球袜业发展的旗帜。

走在大唐镇街道上，道路两旁整洁干净，往来车辆行人井然有序，一大早，马路两旁的袜机配件经销店、物流网点就已打开门做生意，销售袜子包装盒的商户也早早地把打印好的盒子装车准备送到客户厂里……30 多年前，谁也不曾想到，这里会成为全球最大的袜子生产基地，拥有从原料、研发设计到生产织造、包装以及销售的完整产业链，每年 250 亿双的生产量，占据了全国 70%、全球三分之一的市场份额。

国际袜都，脱胎换骨

镜头一：大唐袜机响，天下一双袜。袜业智库的展厅里，各色男袜、女袜、童袜琳琅满目，数码印花、提花各种品类数不胜数，中国风元素、国际流行款式汇聚于此，运动袜、量子能量袜以及防静脉曲张医疗袜等功能性齐全……在大唐，只有想不到，没有做不出的袜子。

上世纪 80 年代初，大唐人凭借着敢闯敢干的劲头，产品销售到欧美、日本、韩国等多个国家和地区，成为闻名遐迩的“国际袜都”。在时代的大潮中，大唐袜业与时代同呼吸、共命运，建立了第一个轻纺原料市场，打败了有百年袜业史的美国小镇佩恩堡，在一次次时代浪潮中，不断磨砺，始终勇立潮头，成为国家级特色小镇、全球首个袜艺小镇。

从设计到品质，大唐袜业得到客户全方位的认可。不久前，浙江日报社启动了“同走新闻路”大型融媒体采访活动，由原作者、

一线骨干记者和浙大新闻专业学生组成的三代新闻人队伍，重读佳作、重返现场。19 年前，时任《浙江日报》新闻记者的应建勇再次来到大唐，心生无限感慨。“不一样了！这哪里还是个小镇的样子。”在袜业智库看到展示的一双双独具特色的袜子后，应建勇说，“以前采访的时候就看花样和编织工艺，哪里想得到现在一双袜子能有那么多功能设计。”

大唐袜业的脱胎换骨源于时代的进步，更是大唐人主动谋求创新的结果。记者从大唐镇政府了解到，小城镇环境综合整治战役打响后，针对产业低小散格局，大唐镇持续深化推进“六大专项整治”，累计整治关停低小散企业 3000 多家，并以袜业创新服务综合体建设为新引擎，致力于“创意+”、“创新+”、“互联网+”、“资本+”、“人才+”，跑出转型升级的加速度，推动新旧动能转换。

浙江和茂盛袜业有限公司“80 后”董事长陈仁勇带领团队坚持走差异化竞争的路子，设计研发了涵盖篮球、足球、网球等领域的各种时尚功能型运动袜，获得 24 项国家发明专利和实用新型专利，掌握了纺织编织设计核心竞争力，其自有品牌阿格莱德进入美国市场后，一双袜子能卖 20 多美元；在浙江华诗秀新材料科技有限公司的展示区，每一双袜子都精致得宛如一件独特的艺术品，一双提花长筒袜的正反面分别是栩栩如生的一条龙及一只凤，图案精度堪比刺绣，华诗秀将三维技术用于袜子的织造，造就了双面可穿之袜；诸暨天川袜业厂设计的麻将袜在短短一周内累计销售出 200 万双……摆脱了低端制造的标签，大唐书写的是一个高质量袜业发展史。

提质增效，把握主动

镜头二：偌大的车间内，数百针纱线飞速穿梭，120 台袜机有序运转，顷刻间，一只袜子就成型了。和以往车间不同的场景是，这个车间仅仅有两三个工人，一旦哪台机器出现红灯警示，骑着电动车的挡车工便立刻过去，一两分钟即可解决故障。

这样的场景在 30 年前简直是不敢想象。大唐袜业从手摇袜机开始，劳动强度很大，熟练工能达到每小时 4 ~ 6 双，初期在全家总动员的情况下，大唐袜子一步步走出诸暨、走向全国，而后随着设备更新换代，大唐袜业生产效率逐步提升，袜业品质大大提高，大唐袜业逐步走出国门，成为名副其实的国际袜都。

如今，曾经想都不敢想的场景在大唐已司空见惯，这离不开大唐袜业智造设备的升级。顾伯生是大唐的传奇人物，一生都在和袜机“较劲儿”，申报的专利甚至都引起国际同行广泛关注，可以说，世界各地的智能袜机他几乎都研究过。至今，国家博物馆内存放着他捐赠的一台英国工业革命时期的古董袜机。经他手改装和升级过的袜机，效率与进口袜机持平，价格却大大降低，带动了大唐袜业快速发展。然而，他坚信大唐袜业要赶超国际，就要超越而不是模仿，为此他用十多年的时间研发出了全自动“织翻缝检”智能一体袜机，用“一根针”取代国际巨头“三根针”的功能，用这台袜机编织的袜子，工艺质量达到国际先进水平，成本不到国际同类产品的三分之一，能耗是进口设备的一半，值得一提的是，1000 多个零部件全部国产化定制，将技术牢牢把控在中国人手中。

智能化设备应用普及极大促进了大唐袜业转型升级。在全球由工业经济向数字经济转型过渡时期，大唐将“数字经济”作为一号工程，进一步加快新旧动能转换，着力推进产业数字化改造提升。浙江秀欣科技有限公司智能车间走在了行业前列。近年来，秀欣科技投入千万元，历经 3 轮改造，研发出一套数字化管理系统，以物联网技术实时掌控袜机状态、订单进度，通过分析数据优化挡车工操控动作。机器换人，成本降了，产能高了，原来一个挡车工只能操作袜机 10 台，改造后可以增加到 60 台，算上维护人员，一个车间用工减少七成，每月仅工资支出就减少 30 万元。更重要的是，由于全部是自动化生产，开机率完全遵从订单情况，忙时织机 24 小时不停，不仅产量提高 14%，而且次品率明显下降。如今，在秀欣科技再次升级后的车间里，一个工人可以同时照看 100 台机器，一个 12 人的车间每天能生产 30 万双袜子。如今，越来越多的袜业企业来秀欣科技公司取经。

在诸暨天新纺织有限公司智能化车间里，工作人员正在安装另外 2 条一体机生产线，在工厂的大数据中心，程序员登录智慧工厂



思路决定出路，近 3 年，袜艺小镇企业累计开发的各类袜子新品达两万余款。

软件，眼前 10 个屏幕上显示出 2 条智能化生产线的经营管理、订单管理、袜机管理等实时数据，在这里，袜子生产的每一道工序都通过机联网上传服务器，可以对原料、机台等运行状态进行追踪溯源。预计下个月，这个袜业智慧工厂将实现规模生产。

这一改变不仅是在生产端，市场也给予了大唐袜业转型升级的数据支撑。在大唐袜业智库，工作人员彭密指着大屏幕向记者介绍了大唐中心云数据的行业数据、电商数据、生产云中心、创意设计、脚型数据、SAAS 平台合计六大模块的内容。记者了解到，六大模块涵盖了从原材料到袜子生产和销售整一条产业链的数据，客户可以在这里找到适合自己的脚型数据，厂家可以找到适合的生产资料数据，设计员可以交流探讨设计的灵感，销售员则能够发现最好的销售渠道。

“我们通过大数据来分析当下的市场需求，从而设计出消费者喜爱的袜子。”浙江华诗秀新材料科技有限公司有关负责人告诉记者，企业通过引入袜业大数据平台，了解到消费者对袜子的不同定位，他们瞄准市场需求，研发出一款图案精度堪比刺绣、双面能穿的提花长筒袜，一经面世，便脱颖而出。依靠数字经济与智能改造，大唐牢牢把握了“未来袜业”主动权。

开拓思路，决胜未来

镜头三：“我要 500 双网纱印花袜”，“我来 1000 双宝宝公仔防蚊袜”，“宝宝地板袜给我来 120 双”……在童袜王国的秒杀群里，这是每天都在上映的场景。不仅线上市场如此，当前正值早秋新品上市，来自全国各地的批发商、代理商、淘宝店主早早赶到袜业市场挑选合适的袜子。

在大唐第四代袜业市场里，摆放着成千上万的袜子，供全国客商挑选，市场面积不大，但逛一天也逛不完，因为总是有新颖袜子吸引人驻足停留。

近年来，大唐镇政府鼓励袜业企业通过创意设计提升袜品利润率，连续举办袜业设计大赛，吸引优秀设计人才。大唐袜艺小镇搭建平台，引智借智，打通产业链、创新链、人才链的平台——“世界袜业设计中心”也在带动全面创新，成为了袜企打通产学研一体化闭环的重要一端。

卡拉美拉品牌虽成立不久，但在袜业市场有着不小的名气。创始人蔡姗妮以设计见长，孵化了定位更为成熟的品牌焦糖玛奇朵，中性潮流风格的“I look like”品牌，并且针对宝宝袜这个潜在的市场，推出了卡拉美拉的宝宝袜副线。无论哪个细分品牌，卡拉美拉总是不会让客商以及消费者失望。2012 年，一款萌系花边袜销售了 20 多万双，2013 年，推出的一款荧光潮袜销售了 50 多万双，2014 年当年推出的 200 多款袜子，几乎每款都成为了爆品……去年“双 11”，卡拉美拉在天猫卖了 1200 万元，同比增长近 50%。如今，以设计见长的卡拉美拉每年开发的袜子款式有 800 ~ 1000 款，而累积款式已达 7000 多款。卡拉美拉凭借原创设计的定位、互联网品牌运营模式以及过硬的产品质量，逆势收获了产品利润率 30% 以上的高附加值，袜子新品开发上新力度全网领先，成为了大唐袜企转型升级中的标杆。

思路决定出路。在大唐镇党委镇政府的引导支持下，近 3 年，袜艺小镇企业累计开发的各类袜子新品达两万余款，新产品产值年均增长 20% 以上，从“袜业”升级到“袜艺”，大唐袜业也发展成为产业链完整、产品系列丰富、技术配套齐全、拥有自主品牌和创新研发能力的国际性产业集群。今年一季度，大唐袜业实现产值 41 亿元，同比增长 16.5%；利润总额 1 亿元，同比增长了 179%。

与袜业市场一街之隔的电商园，也从早到晚的忙碌着，一位做童袜的老板在群里发了一张图片，询问到：这款袜子款式独特，客户需要 2 万双，谁有？

LECTRA

工业智能 启赋智造未来



七匹狼实业股份有限公司制衣事业部副总经理王金杰。

“狼”来劈风斩浪，再起航！

本刊记者 _ 李江敏

闽南，坐落于我国东南沿海，与台湾隔海相望。在这片八闽大地上，流淌着闽南人爱拼敢拼的精神。霸屏朋友圈的晋江经验，更是体现了晋江这座历史与现代碰撞交融的城市的拼劲，这里本是泉州下属的一个穷县城，却在改革开放后，借“三来一补”的春风，成了我国服装行业的领军者。

过去，这里聚集的服装工厂依靠承接各种需求订单来进行大批量生产，为当地经济带来较大的收益和傲人的“成绩单”。当前，时尚话语权正在重塑，新一轮产业技术革命应运而生，传统服装行业的转型也成为市场发展的必然选择。

任何行业的变革都一样，发源于传统却又不能止于传统，一个具有长远目光的企业应该充分考虑布局 and 开拓自己的市场生存空间。对于福建七匹狼实业股份有限公司而言，在消费升级和互联网冲击之下进行转型，也并非易事……

需求创新：围绕市场多措并举

成立于1990年的七匹狼集团，是福建服装业第一家上市公司，多年来一直是中国男装行业的领军企业。面对新形势和新变化，七匹狼在做好旗舰品牌的同时，也更多地通过多元化投资和国际化合作拓展新的成长空间，赋予企业新的活力。

公司制衣事业部副总经理王金杰向记者介绍：“七匹狼作为一个民营企业，是最早做自主研发并孵化多品牌矩阵的，这在闽派服装里也比较少见。”七匹狼强调从消费者需求出发，努力加强产品与品牌内涵的结合，“用时尚传承经典、让品牌激励人生”，同时不断提升产品内涵气质和制作品相，增强“产品力”。在七匹狼的“狼性文化”品牌调性下，针对商务经典、

潮流时尚等不同消费者需求的细分品类。

2015年，七匹狼集团的运营方式开始由“纯实业”转化为“实业+投资”，持续创建千亿市值的时尚产业集团；2017年，七匹狼首先收购了《周末画报》母公司旗下现代数码30%的股权；同年8月，七匹狼又以3.2亿元人民币收购了Chanel创意总监同名品牌Karl Lagerfeld在中国区运营的实体控股权。

在当前消费升级的背景下，民众对于审美、时尚、文化方面的消费需求不断增加，各领域企业都需要重新调整聚焦，以适应新时代的消费结构变化。“我们的优势在于，近30年的发展历史积累下来的对消费者的了解。国际品牌虽然有着深厚的文化背景和底蕴，但进入国内也可能会‘水土不服’，而七匹狼有着专业的品牌管理团队，面对多变的消费者迭代和渠道变革可以随时作出反应。”王金杰说。

技术创新：新旧动能转换机遇

“过去我们说，服装品牌的核心竞争力在品牌、产品、渠道中任选其一，就可以存活下来。但在新形势下，这些因素已经不再是优势，也无法真正洞察消费者的体验和感受。”王金杰认为，当年作为核心竞争力打败对手的这些先决条件，在市场重新洗牌之后存活下来的企业中，已经成为标配。“有资格存活到今天的企业，都达到了这些标配的条件。对于七匹狼这样做了近30年的品牌而言，如果和别人一样，那么充其量也就是60分刚及格，没有优势，势必自动就会被淘汰出局。”王金杰说。

那么，如何才能在一众品牌中脱颖而出占据高地呢？王金

杰认为，供应端专业智能的矩阵化柔性产业链很关键，能真正洞察消费者的体验和需求，让C2B赋能B2C。

长久以来，服装品牌与供应商合作停留在简单的订单层面上，传统服装零售的经营模式是提前6~9个月，根据历史数据、流行趋势等进行商品企划及设计；提前半年召开订货会，由加盟商订货；根据订货的商品品类、数量委托外部供应商生产；提前1个月左右入仓并完成门店配送。这就导致二者之间信息交互和沟通基本上是单向传递的，往往是品牌商发号施令，供应商遵照执行。

事实上，近些年绝大部分服装品牌公司都陆续引入成熟的ERP管理系统，试图实现从产品开发、打样进度、原料采购、成本核算、大货生产、质量管理等全面掌控。但是，由于长期的“甲方—乙方”思维，很少看到品牌商和供应商能够实现系统对接和集成的，从而导致双方信息孤岛，无法协同决策。传统投入驱动型经济增长难以为继，亟待转向全要素生产率驱动型的增长模式，获取经济增长愈益需要的新动能。

“思维不迭代，没有跟上时代的发展，适应不了客户的新需求是目前服装企业共同的痛点。”王金杰表示，面对市场“风浪”，七匹狼也同有这种危机感和紧迫感。他说：“借工业4.0改革这一难得的时机，探寻新的增长动力和发展路径，深化供给侧结构性改革，通过市场出清，淘汰无效产能，留下精益改造后的优质产能，实现新旧动能转换，是我们一直在思考的发展道路。”

模式创新：转变理念激活产业

在七匹狼裁剪车间升级过程中，力克起到了如虎添翼的作用。王金杰回忆道，七匹狼当时在同类型设备中进行选择时，以一款不透气的PU面料试裁。最后，力克的设备剪裁效果是最令人满意的。除此之外，最重要的

关于力克

力克致力于具有前瞻思维的时尚服装、汽车内饰和家具公司开发他们所渴求的领先技术。通过推动这些行业的数字化转型，力克从设计到生产全方位地赋能品牌商和制造商，助力他们在市场中稳操胜券。力克成立于1973年，如今在全球共有32家子公司，为世界100多个国家的客户服务。力克拥有超过1700名员工，2018年营业收入为3.33亿美元。公司的股票在泛欧证交所上市交易。

（欲了解更多信息，请关注力克官方微信：Lectra 力克，或访问网站 www.lectra.cn）

一点就是力克的精益管理理念带给七匹狼新的裂变价值观。

在过去，“拍脑袋”的考核方式在传统服装企业中很常见，以员工整个一年或者半年的绩效作为季度末或年终的评比和排队依据，单看结果，囫圇吞枣。王金杰说：“力克的工程师来到我们车间询问操作工，一天剪裁几米？这些有经验的老师傅立马就傻眼了！在他们的口中，只说得出自己今天裁了几床几件，这对于精益管理的要求来说，太笼统了。力克希望得到的数据是，铺一床布料需要几分钟，甚至是铺一层布料需要几秒钟。所以我们现在除了注重结果以外，更注重生产的过程管理，每一个生产流程、动作的颗粒度再细化。”

这一思想观念的转变也就意味着各个要素组合、匹配、协作的关系变得越来越准确、恰当。“厨师就是只需要负责炒菜颠勺啊，那谁来切菜、配菜呢？当然是服务厨师的人来负责，价值链分工和传递的效率决定了产生价值的大小。”王金杰作了一个有趣的比喻。

无论是产业链上的重组还是工厂内的流水线作业，都可以视为是一种线性变化，即“让专业的人做专业的事”。这是一种物理变化，因为每个环节本身并没有变，只是分配到更合适的位置，以期产生更高的效率。“在正确的时间、正确的地点，以正确的方式，向正确的人提供正确的产品和服务”。这是一种化学变化，因为每个环节本身已经不同以往：生产什么、什么时候生产、在哪里生产都成为了变量，组织模式也很可能需要随之转换。最终，各个要素以“准确匹配”为目标进行组合、匹配和协同。

品牌创新：建立范本突围而出

在七匹狼未改造前的流程中，裁剪车间对夹克等粘合面料实施二次精裁工艺，不但需要增加手工裁剪员工整理裁片、裁剪毛裁片，而且浪费面料，造成高达2.3%以上的面料损耗。在借助力克自动裁床的优异性能之后，可一次性裁出精准的裁片，无需二次加工工艺。另外，依据自动化裁剪的流程需求，裁剪车间还进行了布局和职能的重新设定，建立起从手工裁剪到自动裁剪的作业标准。

“七匹狼希望借助力克设备达到的智能制造流程改善，不是盲目意义上的，而是根据我们自身存在的问题，开一个准确的‘药方’出来，除了达到‘品相’和‘效率’之外，达到‘需求’是更高的境界。柔性快反的顶层设计是‘准’而不仅仅‘快’，做到按需生产才是关键。”王金杰表示。

据力克提供的数据显示，七匹狼裁剪车间升级项目在2018年4月启动以来，经过1年的时间，取得积极的改善成绩：首先是单件裁剪成本大幅下降，人工成本下降50%以上；其次是面料损耗成本显著下降，夹克类面料损耗降低2.3%；同时，裁剪流程的生产敏捷性亦得到显著改善；在裁剪品质提高的情况下，对手工裁剪熟练技能工的依赖度大幅降低。

七匹狼的下一步棋怎么走，王金杰有着自己的看法：“希望在裁剪车间升级项目完成之后，把整个智能制造车间做成一个标准的行业模板。同时对七匹狼的外部供应商进行培训、改造、升级，把整个产业链的数据打通，为产业赋能，也为行业分享价值，这也是七匹狼作为一个创业近三十年的民族品牌的使命吧。”

真正的“狼者”，也许会迟到，但是永远不会缺席！七匹狼以持续创建千亿市值的时尚产业集团为企业愿景，期待成为时尚产业的中流砥柱，让中国的时尚产业在国际产业链的高端竞争格局中占有一席之地。[T]

力克中国
官方微信

纺织服装周刊

创新管理方法，再提综合实力

第八届全国印染行业管理创新年会为企业转型升级谋新策

本刊记者 _ 董笑妍 文 / 摄

6月12日，恒天立信第八届全国印染行业管理创新年会以“管理现在，放眼未来”为主题，在江苏省苏州市吴江区盛泽镇召开。本届会议围绕全球产业布局、印染产业新生态、行业规范发展以及智能化、精益生产、安全生产等现代化创新管理议题，进行了深入的经验交流和实践分享。

中国印染行业协会会长陈志华、原会长李金宝，国家工业和信息化部消费品工业司副处长纵瑞龙，中国印染行业协会副会长李瑞萍、副会长兼秘书长林琳，立信染整机械（深圳）有限公司中国区梭织营业董事王清泉，及中国印染行业协会会员单位的领导、嘉宾，来自科研院所、高校、企业的专家学者和新闻媒体出席会议。

以法为本，遵新时代要求改革创新

“企业管理是提升企业综合实力的基石，印染企业在发展过程中要实现管理创新和科技进步的协同发展。”陈志华在致辞说，2012年以来，全国印染行业管理创新年会始终致力于推进“互联网+”、“科学+”等管理技术的积极发展。

陈志华指出，当下，改变印染行业的传统管理方法，引导企业管理创新意识，应该做到以下几个方面：一是以人为本，做好安全管理；二是以环境保护为基准，做好化学品管理；三是针对产品，开展全面质量管理；四是加强技术与管理的融合。

强调管理创新，首先要对国家相应法律法规充分解读，以此为基准才是顺应国家发展需求的改革与创新。为此，纵瑞龙在会上解读了最新“印染企业规范条件公告”中对印染企业的20条具体要求，并指出，当下印染行业的能耗高、废水排放多，发展不平衡、不协调、不充分的问题较为突出，部分地方政府、印染企业缺少改造升级行动指南，需要引起更多重视。

分享实操经验，众多企业传经送宝

会上，众多印染龙头企业相继发言，以各自多年发展经验切入，深入探讨了印染企业管理创新应该具备的格局、目标与手段，真正实现了经验共享、传经送宝。



与会嘉宾认真听讲。



众多知名企业、高新企业的经验分享让会议内容丰富翔实。

印染企业的管理创新应该以全面解决客户需求为原则，只有想客户之所想，才能实现科学发展。王清泉在作“立信智能染整为纺织染整业永续发展提供解决方案”的专题报告时，从智能制造的背景入手介绍了立信10年来一直奉行的一站式供应与服务原则，除了提供装备以外，还应为客户提供全面的染整解决方案。如今，恒天立信智能化染整设备所有生产工艺操作及质量标准都有数字说明；染整车间的中央注料也无需再经人手，实现了自动化；工厂装备与中央系统实现一体化；并将生产系统和企业经营管理系统连接，实现无人化操作车间是立信的最终发展目标。

“盛虹集团成立于1992年，总部位于盛泽，27年来构建出了一条从印染、化纤到石油、炼化的新型高端纺织产业链。”盛虹集团有限公司总经理唐俊松在作“基于大数据的印染行业智能决策支持系统”演讲时说，“如今，盛虹印染正在面临整体数字化转型，致力于解决分厂发展水平不一、思想理念认知不清、数据系统整合难度大、印染业数据复杂、两化升级难度大等发展难题，从而开发出了适合企业发展的ERP系统，实现了设备与ERP和MES系统数据的无缝对接。”随后，他以诸多应用案例详尽展示了盛虹印染如今的发展成果，供与会者借鉴。

湖北嘉麟杰纺织品有限公司总经理胡震也从公司的染整智能化生产流程图入手，为与会代表作了“企业数字化管理和智能制造实践”的专题报告。他通过大量图片和生产经验讲解了染

整生产控制中心、染化料助剂输送系统等改造升级重点，并提出了实现智能化生产的必要条件是理念、人才与硬件，不是单纯花钱买设备，而是思想模式的转变与提升。

管理创新谨记安全生产

除了绿色环保外，安全生产也在为中国印染行业时刻敲响警钟。每年的管理创新年会上，安全问题都是被反复强调的重点，今年亦是如此，中国安全生产科学研究院高工陈兵在“企业安全生产主体责任探讨”中，以天津港8.12重大火灾爆炸事故等案例切入，讲解了安全生产主体责任的内涵。安全生产主体责任的内容包括：遵守安全生产法律法规、加强安全生产管理、建立健全安全生产责任制度和安全生产规章制度、改善安全生产条件，以及推进安全生产标准化制度。

“定形机在生产过程中属于较容易发生安全事故的环节。”苏州明葵消防科技有限公司总经理杨光华在作“精准防控定形机安全隐患”主题演讲时指出，“易燃物堆积清理不及时、定形机超温、静电因素、机器摩擦挤压、天然气泄漏、导热油泄露等都是定形机发生火灾的潜在隐患。”杨光华通过实验录像展示了公司定形机消防产品的性能及安全保障，安全生产一方面需要提高自身警惕意识，另一方面也需要借助具有随时监控能力的专业设备。

为期一天的会议精彩纷呈，共有10余位企业高管、专家学者展开精彩演讲，让与会者受益匪浅。

会议还公布了首批印染行业规范企业，上海嘉麟杰纺织品股份有限公司、浙江盛发纺织印染有限公司、山东如意数码科技印染有限公司、山东如意毛纺服装集团股份有限公司、东莞德永佳纺织制衣有限公司、绵阳佳联印染有限责任公司受到了表彰。TA

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！

2018 中国纺织产品开发贡献奖获奖企业回访（五）

孚日集团：“硬核”实力派

本刊记者 _ 李芳

提到孚日集团，相信很多人都很熟悉。孚日集团创建于 1987 年，2006 年上市，是中国家纺行业第一家整体上市公司。30 多年来，孚日集团秉承“以诚求成、共创共赢”的经营理念，不断推进装备更新、技术创新、管理革新，发展成为全球最大的家用纺织品企业集团，打造了从研发、纺纱、织造、印染、整装到全球贸易、品牌营销的完整产业链。“孚日”品牌系列产品荣获“中国驰名商标”、“中国名牌产品”、“中国出口名牌”等荣誉称号。近日，记者随同 2018 年度中国纺织工业联合会产品开发贡献奖获奖企业回访调研组来到孚日集团股份有限公司，近距离了解了这家龙头企业的“硬核”实力。

持续创新，做大做强实业

“规模大”是孚日集团给记者的第一印象。这家拥有 16000 名员工的集团，是目前全球产能最大的家用纺织品生产企业，2018 年，集团实现销售收入 55 亿元、出口 4.94 亿美元，连续 20 年保持中国家纺行业出口第一位。

近年来，面对复杂多变的国际市场变化，孚日集团坚持不断创新与持续创业，积极拓展全球市场，加强科技研发，加快机制改革创新，优化内部业务流程，形成了面向市场的精细化管理创新体系，推动了企业从单维度成长转为多维度成长，从机会、资源驱动转为能力驱动，由价值链低端向价值链高端加快转型，使企业在世界家纺市场中构筑起较强的产业竞争优势。

孚日集团总经理吴明凤谈到：“在孚日，是一根线牵动着所有的点，在这条线上每个点都在活跃，在兴奋。这条线是创新的线，发展的线，每天、每个部门、



目前孚日集团拥有以新型纤维应用、功能整理技术、组织结构设计为主线的 628 个系列、数万个花型的产品体系。



每位员工都在创新中推动企业不断前进。”

记者了解到，孚日不仅拥有国家级企业技术中心、国家认可实验室、博士后科研工作站，在上海、日本以及欧洲等地也拥有研发设计中心，可以有效消化吸收和整合利用全球市场资源。得益于全球化的市场资源优势，孚日集团在此基础上，又建立起以各个公司为主体的新产品研发设计团队，每个主销市场配套一个研发设计团队，有针对性地为客户提供整体研发设计方案，实现了研发设计与生产管理、市场销售的无缝对接。孚日集团充分利用新材料、新工艺、新技术，使产品向高、精、尖、专方向发展，进一步加强了公司的产品开发和科技创新能力。目前孚日集团拥有了以新型纤维应用、功能整理技术、组织结构设计为主线的 628 个系列、数万个花型的产品体系。

更加值得一提的是，三十多年来，孚日家纺始终着眼于赶超世界先进水平，全力打造技术领先优势，承担国家和省级课题 22 项，其中“高档功能家纺产品的开发与清洁生产”、“功能性巾被家纺产品研发及产业化”等 6 项成果分获“纺织之光”中国纺织工业联合会科学技术奖。“竹棉三股弱捻纱”、“棉竹丝高档无捻套巾”、“内嵌毛圈式毛巾及其制造工艺”被列为国家火炬计划项目，“竹棉三股弱捻浴巾”被国家科技部、商务部、国家质检总局、国家环保总局四部委联合认定为国家重点新产品，与青岛大学合作研发的“活性染料湿固色系统技术研究及产业化应用”荣获山东省科技进步二等奖，“活性染料无盐连续染色技术”获“纺织之光”中国纺织工业联合会科学技术一等奖。

截至目前，孚日集团已获得专利 177 项，其中发明专利 25 项，实用新型专利 31 项，在纤维新材料、纺纱、织造、印染及后整理产业链全过程，形成了一系列具有自主知识产权的核心技术。先后主持、参与了 10 项国家和行业标准的制定，共有 31 项新技术、新产品通过了省级科技成果鉴定，其中 13 项达到了国际先进水平，18 项达到了国内领先水平。

今年一季度，集团累计完成销售收入 14 亿元，同比增长 5%；完成出口 1.25 亿美元，同比增长 9.3%；上缴税金 1.55 亿元，同比增长 31%；实现利润 1.2 亿元，同比增长 20%。

坚守绿色发展理念，扛起社会责任

去年，孚日集团与天津工业大学联合开发的“活性染料无盐连续染色关键技术”通过评审专家组鉴定，达到了国际领先水平，并被中国纺织工业联合会授予产品开发贡献奖和可持续纺织产品开发—卓越能效奖。

据孚日集团股份有限公司技术中心主任张在成介绍，应用活性染料无盐连续染色技术使得染色织物的表现得色量、鲜艳度和匀染性均有大幅度提高，固色率达到 80% 以上，染料利用率可提高 10% 以上，染色一等品率达到 96% 以上，生产效率是冷轧堆的 16 倍以上。彻底解决了活性染料染色无机盐用量大、染色废水含盐量高的难题。经过测算，每万米染色布减少无机盐排放 367.9kg，节约电量 1920 度，减少排放二氧化碳 1674kg、二氧化硫 50.5kg、氮氧化物 25kg、碳粉尘 457kg。

张在成坦言，绿色发展不仅仅是行业关注的话题，更是全球关注的大课题。作为“纺织供应链绿色制造产业创新联盟”发起单位之一，孚日集团一直保持高度的社会责任感，在用地集约化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化等绿色生产领域率先垂范，紧抓生物整理、无盐低盐染色、生态功能整理、纳米整理等一系列染整科技前沿技术，开发出了新型功能环保材料纤维、多组份复合功能纤维等一系列低碳环保生态纺织材料，完成了无碱无双氧水生物酶低温前处理技术、轻盈纱系列产品、再生涤纶磨毛等多种新产品的研发；在印染工序的革新上，实现了从前处理、染色到皂洗全过程的绿色工艺；新建中水再生利用项目入选省级亮点工程；新建 PVA 等高浓度废水处理设施，以其行业领先技术，为新产品开发提供保障等等。

孚日集团还先后荣获“国家纺织行业节能减排技术应用示范企业”、“全国印染行业节能减排达标竞赛先进企业”、“山东省节能先进企业”、“山东省绿化模范单位”等多项荣誉称号。在 2018 年 2 月 23 日工信部公布的第二批绿色制造名单中，孚日集团入选“绿色工厂”名单，成为山东省纺织行业本批唯一入选企业。

目前，孚日集团每年开发新产品近 1000 余款，新品转化率达到 80% 以上，市场遍及中国、美国、日本、欧盟以及俄罗斯、澳大利亚、中东等全球市场。吴明凤表示，孚日将充分发挥品牌优势、质量优势和信誉优势，不断夯实基础，激发内生动力，精益管理，稳步推进“新三十年”发展战略，争取今年实现销售收入和出口增长 10% 以上，内销增长 30% 以上。TA

2018 中国纺织产品开发贡献奖获奖企业回访（六）

如意色纺：
做中国差异化色纺纱领跑者

本刊记者 _ 李芳 文 / 摄

近年来，山东如意科技集团先后收购了法国 SMCP 集团旗下的 Sandro、Maje 和 Claudie，英国品牌雅格狮丹，瑞士奢侈品牌 Bally，全球知名的莱卡 LYCRA 品牌，走出了一条坚持“科技化、高端化、品牌化、国际化”的发展路径。汶上如意技术纺织有限公司（简称如意色纺）是如意集团全资子公司，专业从事差异化色纺纱的设计、研发、生产与销售。集团国际化光环给如意色纺带来的不仅仅是荣耀，更激励着企业扎实创新，坚持以科技创新为内核，将绿色、科技以及时尚完美融合在一起，成为服装品牌发展强有力的推手。近日，记者跟随 2018 中国纺织工业联合会产品开发贡献奖获奖企业回访组来到汶上如意技术纺织有限公司。

独辟蹊径，
高品质产品赢得客户口碑

色纺纱能够实现传统纺纱所不能达到的朦胧立体效果和质感，是制作中高端面料的首选纱线，当下随着消费者对产品品质要求不断提升，色纺纱在中高端服饰的应用也进一步增长。目前色纺纱在毛衫、针织面料领域的应用相对成熟，而在梭织面料领域的应用尚处于起步阶段。如意色纺公司总经理纵玉华告诉记者，“我们从 2012 年开始，开始走差异化道路，目前专注于 TR（涤粘）仿毛产品的研发、生产和销售，主要用于针织类西服外套等。”

在公司展厅内，从纤维、纱线到成衣，从内衣、家纺床品到西服外套，整齐分布着如意色纺公司研发的多个系列产品，彰显着公司的研发实力。纵玉华表示，为了保证产品始终引领市场，公司下大力气搞研发，并配备了专门小试的全自动生产线。目前如意色纺公司已成功研发自然环保系列、外观工艺系列、功能性系列、半精纺系列以及拉伸回弹系列五大产品系列。据工作人员介绍说，100% 棉色纺系列采用天然纤维素纤维织成，具有良好的舒适以及吸湿性能；外观工艺色纺纱系列则突破了常规纺纱技术，外观风格独特，色彩繁多；功能性色纺纱系列通过功能原料与现代纺纱工艺相结合，将吸湿、排汗、保暖、抑菌等功能性与时尚融合在一起；半精纺色纺纱系列解决了产品毛羽多、粗细不均、抗起毛起球差等问题。应用此款纱线做出的成衣既柔软蓬松，又能保证品质；拉伸回弹色纺纱系列则是将色纺纱与包芯纱技术相结合，舒适及回弹性极佳。每一个系列产品都凝聚着如意色纺研发人员的智慧，并引领中国差异化色纺纱革新之路。

采访过程中，纵玉华拿出一款某服装品牌推出的新品裤子，这条裤子采用了如意色纺研发的拉伸回弹色纺纱织造而成，手感舒适，回弹性极好，避免了穿久之后膝盖会出现褶皱的尴尬，受到国内外高端客户



如意色纺展厅展示了公司最新研发的多个系列产品。

广泛认可。据了解，该品牌在采购 50 吨左右色纺纱之后，一直追加到 760 吨。在如意色纺公司旁边，法国凯蒙制衣在中国投建的工厂正在施工，纵玉华告诉记者，与该公司合作近 10 年时间，每年订单递增 30%，为了与如意色纺公司更加紧密无缝对接，凯蒙制衣把后整理的 6 条生产线全部建在这里。

依靠科技的力量，如意色纺赢得了国际市场的认可，不仅带动了产业的提升，更延伸了本地纺织产业链条，提升了山东纺织核心竞争力。

建设研发体系，
创新产品始终领跑市场

如意色纺在建立以企业为主体的技术创新体系中，充分确立企业是技术创新的主体地位，围绕研究方向进行专业化分工，立足企业的科技机构优势，利用各种资源，推进企业创新体系建设。

据了解，如意色纺以集团国家级工程技术研究中心、国家级企业技术中心为依托，针对新产品、新技术的研究、应用及推广特别设立了如意棉纺技术研究院。研究院针对如意棉纺纱线产业下设包芯纱研究中心、色纺纱研究中心和多组分研究中心，其中色纺纱研究中心下设新型纤维研究部、流行趋势研究部、技术研究一部、技术研究二部，针对不同方向进行细化研究。

为创造竞争新优势，如意色纺还积极与上下游企业组成战略联盟。与青岛大学海洋纤维研究所、青岛红妮集团组成战略联盟，从海藻纤维研发到海藻针织纱线的纺纱工艺研究及产业化，直至最终端品牌的推广与销售，形成了完整的产业链研发，将研发成果扎

进品牌的研发端；与杭州奔马化纤、杭州新天元织造、法国凯蒙制衣、日本优衣库品牌形成了完整的产业联盟，使如意色纺研发的“涤粘仿毛色纺纱”成为优衣库指定休闲裤装用纱；与上游吉林化纤合作，成为天竹联盟会员理事单位，加强了与联盟内品牌的紧密合作等。

纵玉华告诉记者，如意集团长期以来非常重视合作创新工作，大力开展多层次宽领域的“产、学、研”合作。目前已与东华大学、西安工程大学、武汉科技学院、北京服装学院以及澳大利亚联邦科学院等建立了长期稳定的合作关系。同时公司坚持实施走出去、引智并举的战略，先后派出技术人员多人次，到多个发达国家进行学习交流，并在集团公司内部组织各公司间的学习交流，了解国际最前沿的科技信息、产业链上下游趋势，与国际科技创新规范运作接轨，在高科技产业化方面取得重大突破，使公司在全国乃至全球纺织行业内成为真正有影响力的企业。

此外，为开发出更受市场欢迎的新产品，除定期对品牌客户进行走访外，如意色纺还积极参加海外展会获取市场最新消息和流行色。除此之外，如意在巴黎、米兰、伦敦、东京四大国际时尚之都设立了国际领先的设计研发平台。如意色纺依托如意国际设计中心和国际时尚研发中心开发出更适合国际化路线的新产品。

创新的产品开发体系建设为如意色纺构建了一个视野开阔的大智库平台。纵玉华表示，如意色纺会坚持“科技演绎时尚，品质铸就奢华”的产品开发理念，开展绿色、功能、差异化色纺纱的技术研究及产业化应用，力争打造中国差异化色纺纱领跑者。TA

掌舵人张永钢

本刊记者 _ 墨影

不追求昙花一现的灿烂，更不愿淹没在默默无闻中，白鲨要放眼未来，服务更广泛的世界纺织业。



张永钢办公室的墙上有一张世界地图，一张中国地图，有时候，他会看着这两张地图出神，在心里一站站标注他去过的地方，白鲨针布覆盖的地方。

如今的张永钢多了几分淡然，如今的光山白鲨针布有限公司也已非“池中物”。是客户给了白鲨针布走向成功的机会，并让这个中国品牌从此不再仰视世界一流企业。

“池塘里的鱼最多只能长到十余斤，水库里的鱼可以长到几十斤甚至几百斤，而海洋里的鱼却可以长成几十吨甚至上百吨的巨无霸，白鲨要的是全球市场的海洋。”张永钢的“池塘与大海论”让记者觉得颇有意思。

张永钢的“野心”在选择“白鲨”作为品牌名称时就已见端倪。“听说您选取白鲨做品牌名是带女儿参观海洋馆时得到的灵感？”记者问。

“对，白鲨的牙齿形状就像针布一样，牢固而有力量，而且也与我们纺织中的‘白纱’同音，再有就是白鲨属于大海，有着更广阔的天地。”张永钢解释道。

是的，白鲨针布如张永钢最初期待般走出了河南的市场“浅湾”，拓展到了全国乃至全球，成了梳理器材行业中的佼佼者。特别值得一提的是，他们在2016年悄然收购了有着108年欧洲血统的布鲁哈品牌，成为白鲨开拓海外高端市场的利器，这也是国内该领域企业所没有的举措。

张永钢的世界地图上，印度、巴基斯坦、越南、印尼、孟加拉、泰国、伊朗、哈萨克斯坦、阿根廷、巴西等国家，白鲨针布的logo已经点亮……

从“细胞”到“人”

在张永钢的办公桌上，有一个分梳辊做的笔筒，尤为精致。“这个分梳辊针布柔滑、无毛刺，犹如镜面，已经超越进口针布水平，早在2016年8月就通过了中国纺织工业联合会组织的科技成果鉴定。”张永钢告诉记者，白鲨针布一直坚持把产品当成工艺品来做，这个“笔筒”就是极好的例子。

这让记者想起了一张照片，画面上，一只手上套着这款分梳辊针布，在灯光中，璀璨如玉。能够如此雕琢产品，张永钢带着白鲨针布花了多少心思，想必旁人难以感同身受。

现在，说起白鲨针布各领域的产品，张永钢如数家珍。殊不知，他们也曾从小口切入，弯道超车。据了解，白鲨针布开始转型时，行业中做棉纺针布的企业很多且强势，于是他们选择从当时技术比较薄弱、品种繁杂、批量小的毛纺针布入手，避开同质化竞争，并很快取得了突破。

之后，张永钢又带队夜以继日地研究热风、热轧、水刺非织造布针布型号配套和生产工艺改进。2001年，顺应国内无纺行业发展需求，白鲨在行业内率先将非织造布针布从毛纺中分离，研发非织造布专用针布。

至2005年，白鲨开始涉足棉纺针布领域。在这个过程中，白鲨的研发速度不断加快，不仅完成了棉纺针布系列品种的完整配套，更让创新开发的抗轧道夫、降结锡林等型号迅速获得市场认可。

而今，白鲨针布具有核心竞争力的保护纤维“大白鲨”锥形齿技术、“境泉”表面强化处理技术等，又助力其跻身国内梳理器材专件研发制造领域的领军企业之列。

“现在谈起格拉夫等世界一流厂商，感觉不再是仰望。”张永钢坦言。如果把国内外梳理器材专件制造商比喻成一个班级，白鲨针布现在也可以算作尖子生了，不过与“同学”格拉夫等国际企业在“各科目”成绩上各有优劣罢了。

说到这，张永钢特别举了一个例子，“我们的针布现在已经可以梳理号称‘软黄金’的山羊绒了！”据了解，山羊绒分梳是一项技术性较强的专门工艺，白鲨针布在重点梳理部位选用锥形齿针布保护纤维，减少纤维损伤，可以有效提升羊绒品质，这一梳理技术的实现是白鲨针布梳理水平的有力佐证。

“其实，做企业也是一个‘孕育’的过程——我们的产品从‘细胞’发育成

我们会扎根纺织，一步一个脚印地扎实前行。白鲨已经走过了半个多世纪的风风雨雨，未来更将通过奋勇拼搏、继续前进，建设百年老字号企业。”

‘一个人’，产品应用范围不断完善，技术水平不断提升，规模不断扩大，‘免疫力’不断增强。”张永钢也在与白鲨针布一同经历，一起成长，在他看来，现在白鲨最迫切的事情依然是产品的系统化开发。

感恩试错机会

“近来可有哪些事情是对您有所触动的？”记者向提到产品就滔滔不绝的张永钢抛出了一个感性的问题。

“那应该是在前不久的行业会议上听到了客户的认可吧！”他顿了一下给出了答案。“我看得出来，也相信那是客户发自内心的认可，而不是场面上的恭维。”回想从1992年进入白鲨针布到现在，张永钢始终认为他最大的收获来自于客户。

“客户是白鲨针布赖以生存的基础，也是白鲨针布努力发展的动力。因为他们的大度和包容，给了我们一次又一次试错的机会，帮扶我们走向成功。”这份对客户的感恩，记者相信是源于张永钢的真实内心。“其实，我们不管怎么做，核心都在于客户，以往是满足客户，现在是不断超出客户预期。我们了解到，现在越来越多的纺织企业迫切需要通过改善梳理效果来提升纱线品质、提高产品的市场竞争力，这对我们纺织梳理器材企业来说是一种鼓励和鞭策，更是机会与挑战。”张永钢补充道。

客户给了张永钢，给了白鲨针布太多信心。

例如，扶昌昌茂纺织使用白鲨针布境泉系列产品后反映生条短绒与延棉相比持平甚至降低，充分证明“境泉”针布在纤维保护和减少短绒产生等方面的优势。新型号针布的梳理效果已超过双齿针布，提升产量和质量的效果优势明显，潜力巨大；

神舟纺织在试用白鲨“境泉”新型针布后认为，该型号针布有较好的去除棉结、杂质的功能，通过AIFS棉型纤维设备检测，神舟纺织台时产量42KG，生条棉结去除率达89%，成纱千米棉结达到了乌斯特5%水平。

钢舞银龙使用白鲨针布1840*1640-DS后生条棉结去除率达90%，使用1830*1440CS后棉结去除率提升20%、产量提升24%、棉结未增长，成纱指标达到2013乌斯特公报5%水平。

此外，白鲨通过总结高密度锡林针布在新疆宇华纺织使用情况后发现，高密度锡林针布减小了齿距与齿深，增强了梳理度，相应的棉结去除率得到提升，帮助他们找到了下一步新型针布研究的方向。

以上种种，不过是客户好评一角。张永钢珍重这些客户，更珍惜客户的评价。张永钢一直想为他所热爱的这份事业做一些比点对点服务更有价值的事情，于是便有了白鲨针布与纺织企业、纺机企业合作，共同建立的“分梳技术研究站”，目前已经有50余家站点。他们整合国内梳理领域技术资源，建设科研、纺织、主机、技术专件等协作攻关平台，解决纺织企业梳理甚至纺纱过程中出现的技术问题，帮助企业提高纤维分梳质量。

一番事业，一场修行

如今，白鲨针布影响力版图正在扎实拓宽，张永钢多了几分心无旁骛的宁静。记者极力让他讲讲自己的故事，可最终依旧落回了白鲨针布，或许“掌舵人”与“船”本身就是一体的，这点他与父亲张境泉老先生有些相似。

针布是张境泉老先生的全部，耄耋之年的他依旧住在工厂，做梦都是针布的江湖。白鲨也几乎是张永钢的全部，他想在这个小行业里，一辈子做好一件事，不妄自菲薄，也不好高骛远。

“其实我也曾涉及过很多行业，几经辗转，我依然回归了本业。”张永钢并不避讳以往的弯路，也很庆幸自己有机会从其他诱惑中抽身，继续主攻白鲨的事业。找准出身，不忘初心，砥砺前行，是张永钢说给客户听的，也是说给白鲨人



张永钢在公司展位上。

自己听的，这是他的“悟”。

“其实，白鲨针布在成立之初就明确了自己的方向和目标，我们知道自己要做什么，将会走什么样的路，朝着什么样的方向走。”自创建至今，历经五十余载，“白鲨”一直坚守在纺织领域，矢志纺织梳理器材的研发和制造。白鲨创始家族的几代人带领着白鲨人直面纺织行业的风风雨雨，始终如一地做着这件事，逐渐拓宽着白鲨前行的道路，拓展了白鲨未来发展的空间。梳理器材的研发与制造是白鲨的根基和命脉，白鲨一定会竭尽全力、矢志不渝地砥砺前行。

如果做企业是一场修行，那越是到一定境界越明白“心净”的重要性。这演绎到企业中，就可以理解为“工匠精神”。这也是现在张永钢要求白鲨针布坚持的“针针一丝不苟，齿齿精益求精”。张永钢说，白鲨不追求昙花一现的灿烂，更不愿淹没在默默无闻中，白鲨要放眼未来，服务更广泛的世界纺织业。所以，白鲨会扎根纺织，一步一个脚印地扎实前行。白鲨已经走过了半个多世纪的风风雨雨，未来更将通过奋勇拼搏、继续前进，建设百年老字号企业。

这些不是大话、不是妄言，张永钢更不会为此急功近利。百年老字号是目标，更是征途。不妄自菲薄，不好高骛远，他依旧会在闲暇之余与已成朋友的客户聊聊天、喝喝茶，或者自己散散步、打打太极拳……安静，踏实。[1]

记者手记

做一粒盐

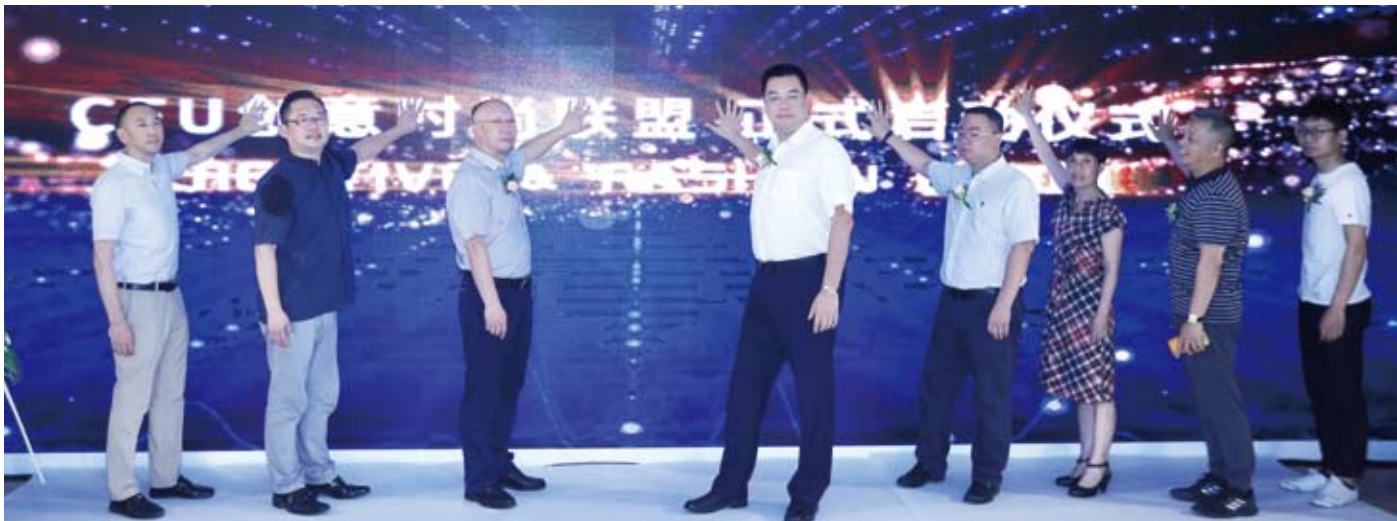
“都说您是一个有故事的人，您觉得您身上最吸引人的情节是什么？”
“其实我没太多故事，最多是一个非严格意义上的‘创二代’。”张永钢没有选择舒适地子承父业，没有简单地“守江山”，而是以己之力给了白鲨针布更多裂变的机会。
“您从父亲身上可学到了什么？”
“很多，其中最重要的就是全身心地投入。父亲曾说，要做一粒盐，才能完全投入到所在的‘水’中。”经历过许多人生的情节之后，张永钢对父亲的这个比喻有了更深刻的理解，如今白鲨针布便是他的“水”。

这让记者想到一个词——“返璞归真”，很多时候，我们苦苦修行，最终悟到的不过是最简单的道理，倒不如，直接些，做一粒盐，心无旁骛、毫无杂质地融入到自己所认定的“水”中。人生至味便是投入的味道，这同理于我们的企业，我们的事业。（墨影）



光山白鲨针布有限公司生产车间。

纺织服装周刊



长发商业中心在壮大创意时尚联盟的同时，也在不断集合更多优质资源。

建立柯桥创意时尚产业专属“朋友圈”

本刊记者 _ 邹莹颖

在柯桥建设新时期“国际纺织之都”，推进城市市场产业转型之际，6月11日，一场贯穿产学研的创意时尚联盟启动仪式在柯桥长发商业中心举行。

长发商业中心距离柯桥交通要点、中国轻纺城专业市场及购物中心仅几公里，既有便捷的都市交通网络，又有清新怡人的环境，离尘不离城，非常适合创意时尚企业发展。目前，长发商业中心正处于招商阶段，成立创意时尚联盟也是长发商业中心下一步营销上的探索和尝试。

本次活动由中国纺织工业联合会流通分会指导，长发商业中心主办，柯桥街道、中国轻纺城建设管理委员会、柯桥区科技局支持。来自中国纺织工业联合会流通分会、纺织服装企业，相关时尚机构、商会、院校的领导及嘉宾出席了活动。

产业链上建联盟 探索产学研协同创新模式

新建的创意时尚联盟将以柯桥为龙头，以服务行业、助推联盟企业健康发展为宗旨，联合时尚产业上中下游企业和相关职能部门、行业协会以及高等院校、科研设计机构等，打造柯桥时尚产业联络、服务、协调的平台，推动柯桥乃至大湾区时尚产业发展。未来，联盟将在时尚文化交流、时尚趋势研究、学术活动交流、知名品牌建设等产学研方面展开深入合作，实现“1+1>2”的效果。为促进创意时尚联盟的可持续发展，活动现场还为联盟顾问及联盟成员颁发了证书。

中国纺织工业联合会流通分会副会长朱国学在致辞中表示，希望创意时尚联盟能够依托柯桥面料产业优势，通过汇集产学研用等创意资源，打造创新与产业相结合、创意与时尚相结合、智慧与市场相结合的平台经济，实现产销协调发展和市场数字化融合发展的新格局，助力柯桥传统产业供给侧结构性改革和高质量发展，为推动柯桥乃至大湾区服装时尚产业的发展做出贡献。

长发商业中心常务副总经理蔡满表示，创意时尚联盟不仅拥有纺织服装行业优质资源，也拥有柯桥当地纺织产业领先企业，还拥有强大的创意时尚顾问团支持。只有形成联盟、强强联手，才能更好地应对当今国内市场的变化及复杂的国际形势，为成员提供更多的资源与支持。

如今的柯桥已实现从一块布到一条产业链，从代加工为人做嫁衣到自创品牌争锋世界的转变，海内外影响力与日俱增。时尚化是产业发展的必然趋势，也是柯桥传统产业转型升级的一个重要方向。

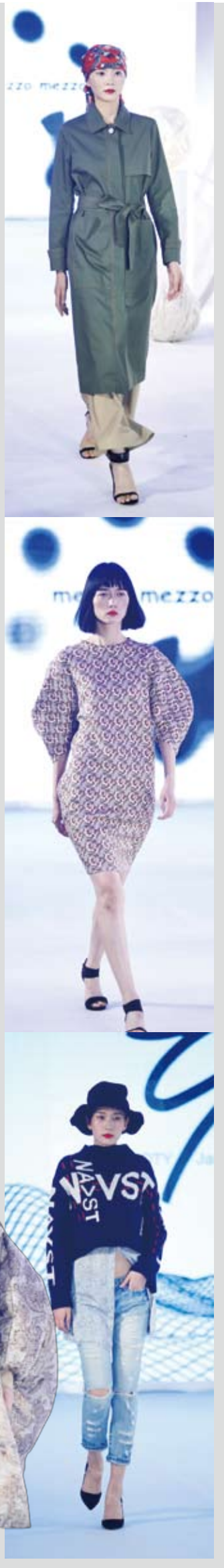
共探时尚发展新思路 为柯桥高质量发展助力加码

项目启动仪式上，还举行了集采开业暨签约入驻仪式。集采作为品牌集团的采购新空间、供给侧集群的订单新源头，致力于打造一个供需互联的服务综合体。该项目汇集国内外大型网络零售平台、时尚品牌，吸引趋势、设计、面料、ODM供货商资源，以常年订单对接与每月第二周采购对接会的服务，为长发入驻商户提供快供应、低成本、高匹配的全方面服务。在集采“设计订货中心”，集合了来自中国上海、深圳、广州、杭州以及韩国等国内外多位设计师及艺术家的最新产品以及广州和柯桥的优质面料企业的最新产品。此外，集采联合设计师及ODM企业共同呈现了一场联合时尚秀，近70套最新原创作品，共同演绎了2019秋冬/2020春夏时尚流行趋势。

当下，人们对新零售的认识正在逐步清晰，互联网巨头的不断加持，新技术的不断应用成熟，线下实体门店与线上店铺的结合日益紧密，围绕新零售的外部生态系统搭建的逐步完成将人们带入一个新时代。阿里巴巴新零售研究中心商家咨询负责人张勇带来主题为“新零售下供应链变革”的讲座，从市场端、消费端、零售端的变化和挑战，为在场嘉宾讲述鞋服企业转型的关键点和未来核心竞争力。

未来消费者对时尚与创意的要求会更加多变，对于众多的供应链企业来说，如何将时尚与创意结合融入到自己的产品研发中，如何将产品转化为商品，找到适合自己产品的营销渠道，是所有产业链中从业者最关心的话题。

长发商业中心立足于中国面料基地柯桥，定位做纺织服装专业市场的展览中心，致力于在有限的物理空间打造出完整的产业生态链闭环，创造出无限的商机。未来的时尚之路如何走得更宽广、更深远？长发商业中心在壮大创意时尚联盟的同时，将不断集合更多优质资源，并转化到长发的物理空间，产生更多的化学反应及加乘效应，在打造新型创意时尚产业的道路上进行有益的探索，为全行业的转型发展贡献更多力量。TA



与会嘉宾合影。

推进时尚行业“双创”落地

中国时尚行业双创大会在杭召开

本刊记者 _ 刘嘉

为加快时尚产业的转型升级，推进产业链孵化器与新锐设计师之间的深度融合，6月6日，中国时尚行业双创大会在杭州市余杭区艺尚小镇举行。

本次大会以“双创大时代·前瞻新未来”为主题，由中国服装设计师协会、杭州市余杭区人民政府共同主办，杭州市临平新城开发建设管理委员会、中国服装设计师协会学术工作委员会、服装设计师杂志社承办。

汇聚一堂，把脉“双创”前沿趋势

近年来，“大众创业、万众创新”已成为助推中国经济逆势而上的重要引擎。深入开展“双创”活动，推动双创工作持续向更大范围、更高层次和更深程度发展，将进一步推动各行业产业链的重大变革。对于时尚行业来说，“双创”是推动新旧动能转换和产业结构转型升级的重要抓手，是提高产业发展质量效益的重要途径。

在大会现场，杭州市余杭区人大常委会副主任、临平新城党工委书记李敏华，中国服装设计师协会主席助理朱少芳，中国服装设计师协会主席助理谢方明，武汉纺织大学党委副书记、校长彭育园，临平新城管委会主任华东以及十余位产、学、研各界的专家学者、企业代表汇聚一堂，共同探讨新时代下的“双创”发展现状和时尚产业创新前沿趋势。

会上，李敏华就“双创”精神在时尚行业的落地作了精彩致辞。他表示，作为大会东道主，诚邀在座的各位来此创业，也将紧密联合中国服装设计师协会，为到此创业的个人、团队提供优越政策、优质服务。此外，临平新城和艺尚小镇也将以本次大会为契机，进一步集聚创新资源、创业力量，打造中国时尚产业创新创业的最佳生态。

群策群力，共议“双创”落地生根

在主讲环节，来自院校及企业界的重量级嘉宾就政策引领、学术指导、市场反推等维度群策群力，共同就“双创”政策落地生根、完善孵化平台建设等问题作了主旨演讲。

武汉纺织大学党委副书记、校长彭育园以设计教育以及时尚产业的发展现状为基点，阐述了他对“双创”的一些思考。他表示，多年来，武纺以科技创新引领创新创业，以校企科研合作、校企协同育人的方式，深耕于纺织服装设计教育领域。并且做出了诸如大力营造创新创业的校园文化氛围、将创新创业教育融入专业教学体系之中、积极探索科技与艺术联袂的大学生创新创业模式等探索，总之，就是把创新创业改革作为高等教育综合改革的突破口。

伊芙丽品牌创始人、麦檬品牌创始人钱晓韵则从传统服装企业进行数字化探索的角度，分享了她在企业创新与数字化制造方面的经验。她说，在互联网+与数字经济的背景下，伊芙丽开始重新梳理目标客群与重新定位品牌形象，其中，进行了大量的内容营销、热剧广告的植入，以及与国际名模进行的IP合作，创新化的转变让伊芙丽品牌的销量一路长虹。而在品牌成长的背后，全链路的数字化布局是品牌制胜的关键。无论是为客户画像、生产系统的标准化、MES企业管理系统，亦或是供应链协同，都表现出了数字化对服装企业生产与管理的重要性。

针对创新创业，迪尚集团副总经理兼艺术总监、威海市纺织服装行业协会会长鞠孝新谈到，迪尚集团在20多年的企业发展过程中，不断的通过创新来推动企业的转型升级，从2014年开始，迪尚集团利用智能制造，包括一些数字化的技术推动整个业务模式的升级。他坚信，只有不断的突破，不断的创新，不断的利用新的技术、新的商业模式才能将企业推到一个新的境界和阶段。

作为服装数字化设计制造的领军人物之一，上海凌笛数码科技有限公司CEO刘郴表示，由凌笛数码推出的3D数字化产品，可以把设计师的工作台、工作室模拟得跟现实几乎一模一样，所有一切都可以通过虚拟的方式呈现出来。3D数字化的服装研发模式可以帮助设计师更加形象、快速地表达创意，可以更便捷地修改样衣，这将是今后服装数字化转型的方向。

最后，临平新城招商服务中心主任于胜男结合艺尚小镇与双创空间的实际情况，在主旨演讲中介绍道，

杭州市余杭区是创新创业的热地，汇聚了时尚产业、服装产业创新综合体、互联网科技产业以及跨境电商等业态。全域创新策源地、全域美丽大花园、全域治理现代化，是今年余杭发展战略的工作重点，而在“三个全域”中，创新居于首位，通过稳扎实打的人才招引与培育工作，聚焦聚力“全域创新”，进一步打响“创新余杭”的新名片。

现身说法，助力升级“双创”平台

在随后的对话环节中，八位来自不同领域的专家、企业代表就“双创”浪潮、“双创”环境和创客群体进行了面对面的对话。

BeautyBerry设计总监，金顶奖设计师王玉涛认为原创设计是需要被大众接受和认可的，原创品牌还需要对目标客群进一步细化，品牌所处的孵化空间的模式需要与经营状态相匹配，因为它们之间存在较深层的制约关系。

同样入驻艺尚小镇的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补充道，近年来，自己一直是推进产教融合的一分子，投身到诸多大学生设计师和企业联动的项目中，将优秀的青年设计师注入到企业中，或者把他们的作品变成有价值的产品，这是特别有意义的事情。

随后，北服资产管理有限公司董事长、北服中关村时尚产业创新园总经理王琪，浙江理工大学服装学院副院长、教授胡迅，uooyaa乌丫品牌创始人尹剑侠，杭州市意法原创女装大厦总经理郭福荣，上海工程技术大学中法埃菲时装设计师学院院长、教授周晓鸣，深圳市云尚·星科技创始人、总经理龙亮等嘉宾也从自己的角度解读了对中国时尚以及时尚“双创”的理解。

随着科技、产业变革和文化多元发展，集聚创新资源和优化创新环境的中国时尚产业正展现出新优势，为全球时尚产业注入多元化价值体系和新生力量。本次大会也充分反映了“大众创业、万众创新”符合中国时尚行业发展的新形势和新要求，“双创”战略理应成为时尚行业实施创新驱动发展的新标杆。TA

新时代如何打造纺织行业 IP？

德州恒丰集团创新突围开启发展新格局

本刊记者 _ 赵国玲

无论局势如何变化，恒丰集团一直牢记产业报国、产业兴国的使命，秉持着“和谐之中，把一切美好的可能性变成事实”的经营哲学，踏踏实实深耕主业，在保证高品质、低成本产品模式的同时，积极发挥其整体优势和研发创新优势，不断推出新材料、新工艺、新产品，延续着恒丰传奇。

历经 10 年发展，德州恒丰集团产能规模增长了 42 倍，实现了从濒临破产到全国行业龙头的超常跨越。从名不见经传、年产 7 万锭的小企业，到全国棉纺织行业主营业务收入百强榜中位列第 9 名、全国棉纺织行业竞争力百强榜排名第 7 名，“恒丰模式”、“恒丰速度”、“恒丰现象”备受行业称道和关注。

当下，国际分工不断深化，科技创新层出不穷，尤其是受中美贸易摩擦和国内经济下行压力的双重影响，纺织行业发展的不确定性、不对称性与不稳定性越发明显。面对复杂多变的国内外形势，恒丰集团顶住内外市场压力，在变局之中寻求企业发展新定位，总体运行态势保持平稳。

这不仅与恒丰集团一贯秉持的“和谐之中，把一切美好的可能性变成事实”的经营哲学密不可分，更与其坚持党的领导，贯彻可持续发展理念，充分发挥集团整体优势和研发创新优势，坚定不移推动高质量发展息息相关。

坚定信心 践行新时代纺织行业精神

伟大的事业离不开坚定的精神力量，践行新时代纺织行业精神，就是要不忘产业报国初心、牢记强国富民使命。面对复杂的市场环境，恒丰集团要求各级管理人



恒丰集团一贯秉持“和谐之中，把一切美好的可能性变成事实”的经营哲学。



员全面正确地分析研判变化趋势，坚信以习近平总书记为核心的党中央领导一定能带领全国人民建设好新时代的美好中国。

强调各级党组织要切实开展好“不忘初心、牢记使命”的主题教育活动，扎实推进“恒丰纺织党旗红——123 工程”建设，凝聚全体员工的智慧和力量，攻坚克难。要有长期突围的思想准备，不抱幻想，不畏惧艰难，全面践行“恒丰仁和、仁和恒丰”的核心价值观，主动应对挑战性难题，在新的大变局中，建立集团内部和集团外部新型战略合作关系，共赢发展。

同时，集团坚定不移推进“科技、品牌、可持续发展、人才”强企战略，坚定不移树立“科技、时尚、绿色”产品新定位、企业新标签、行业新认知，积极实施企业改制、退城进园、精准扶贫、创新引领、绿色生产、布局“一带一路”等系列重大举措，先后在宁夏、新疆、四川、云南、广西、江西等多个省份进行产业布局，全面领跑新型纤维研发，开创了一条国有困难企业走出困境跨越发展之路，为产业可持续、健康发展及解决当地人口就业、促进经济发展和社会和谐稳定发挥了重要作用。

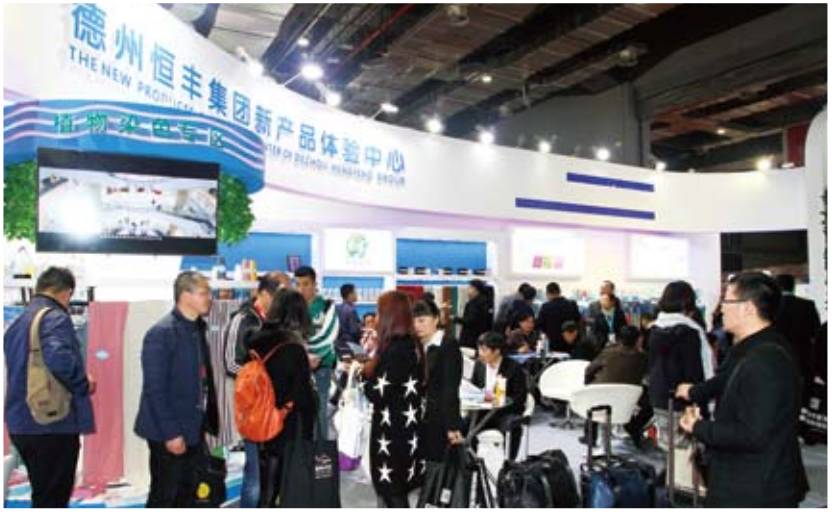
无论局势如何变化，恒丰集团始终把握变化的核心趋势，牢记产业报国、产业兴国的使命，于变中察不变，于不变中求共生，于危机中谋发展。恒丰人仁心仁智，志在打造利益相关方的恒丰状态，相信和谐之中，定能实现无限可能。

创新引领 务实推进行业高质量发展

作为中国特种纤维纱线的领航者，恒丰集团踏踏实实深耕主业，在保证高品质、低成本产品模式的同时，积极发挥其整体优势和研发创新优势，以创新为驱动，加快新旧动能转化，将“科技、时尚、绿色”的行业新标签应用到产品生产和企业管理的各个环节中去，全方位助推行业高质量发展。

在刚刚落幕的“2018 中国纺织行业年度创新人物”表彰大会上，恒丰集团名誉理事长苏建军、高技能人才王晓菲同台获奖，一家企业两人获奖成为了纺织人讨论的热点，恒丰集团深耕主业、科技创新的整体优势得到了大家的高度赞同。

共识就是动力，恒丰集团在深度做好管理创新的同时，积极按照“科技、时尚、绿色”的产业发展要求，在研发创新、模式创新方面做好系统升级。充分发挥山东省新型纱线及面料创新中心的带动和凝聚作用，系统完善恒丰集团各级创新中心的研发创新、战略合作和新产品市场化工作，做到技术专利化、新产品标准化，构建



恒丰集团从创建之初，就致力于打造独树一帜的精品纺织企业。

全产业链产学研合作平台，全面释放恒丰集团的核心竞争力。同时，进一步优化恒丰集团各地的集群效应和恒丰品牌的影响力，协同当地政府招商引资，实现产融互动、产城互动，打造属地城市的产业名片。

目前，恒丰集团已经建立了标准化产品研发体系，拥有山东省新型纱线及面料创新中心，山东省恒丰植物染工业化生产技术研究院，省级俞建勇院士工作站，多家省、市级企业技术中心，五家国家级高新技术企业，一家主导新技术、新材料全产业链应用孵化的公司等。

绿色生产 打造行业可持续发展标杆

随着社会的发展，消费升级成为当前消费的主旋律，伴随着市场需求从衣、食、住、行等方面均呈现出了个性、环保、多元的发展趋势，并开始从注重量的满足向追求质的、绿色的美好生活提升转变。

恒丰集团从创建之初，就致力于打造独树一帜的精品纺织企业，先后开发出植物染系列、负离子混纺系列、醋青纤维纱线、铜纤维纱线、锌纤维混纺纱线等绿色高端、健康功能性新材料、新工艺产品。

其中恒丰集团力推的植物染系列产品，追寻古法植物染色，远离化学染料及印染环节的多种污染，取材植物，天然染色，实现了种植有机、制造有机、穿用有机、降解有机，形成植物染全产业链的全面生态。

为更好地保证植物染织物的色牢度，恒丰采用短纤维低温微波染色及皂洗方法技术对散纤维进行植物染色，并使用公司自主研发的植物固色剂和染色剂等助剂，保证了植物染色的纯粹性，水洗色牢度可达 4 级，日晒牢度可达 6 级。

在植物染色标准化生产环节中，恒丰运用色纺技术攻克了色彩单调的难关，解决了植物染色谱不全的缺陷，已开发了 200 多种颜色。

从前期植物到最终织物，植物染色在全产业链生产中有效保证了产品的绿色环保，不仅满足了消费升级的需求、市场发展的趋势，具有明显的社会和经济价值，同时对纺织行业探寻绿色可持续发展也具有极高的借鉴价值。

据悉，目前恒丰植物染色纤维已完全实现标准化、规模化、工业化生产，生产规模已达 2 万多纱锭。并与 MONKEY、爱慕、曼妮芬、瑞典北欧公馆、无印良品等品牌在内衣、童装、家纺等产品方面建立了紧密合作。

团结拼搏 和谐之中创造无限可能

当前，面对世界百年未有之大变局，面对战略机遇期内涵的新变化，面对贸易关系日趋复杂的新形势，面对行业发展新要求，企业更需稳定心态，凝聚共识，增强自身能力建设，抓住科技、人才、绿色、转型、高质量、可持续等企业发展核心，融合聚力不断激发企业发展活力。

经过多年的发展与沉淀，恒丰集团积累了一定的发展经验和抗风险能力，面对新的不确定性和未来发展的新需求，恒丰集团中高层管理者坚持把 2019 年恒丰集团“二次创业、持续升级”作为各项工作的总目标，发扬“团结拼搏、永不言败”的恒丰人精神，勤勤恳恳，踏踏实实，必将化危为机，稳健发展。

首先要切实实现集团各理事单位精诚团结，优势互补，共生共荣；其次是强化团队建设，严肃纪律约束，提升协同效率，强化企业运行质量；第三要注重后备人才的素质培养，带出敢于担责、勇于创新、百分百负责的优秀复合型人才；另外还要不断满足客户需求，夯实基础管理，进一步梳理完善制度流程，降低成本，提升客户服务价值。

“总规模为 320 万纱锭，现辖 5 个集团公司、3 个事业部、10 个直管公司、42 家理事单位、51 家企业。”当前的恒丰集团已经发展成了一家集特种纤维纱线、色纺、涡流纺、卡摩纺、面料研发、高档服装及床品、民族服饰、羊绒精纺纱线生产，集纺织原料贸易、印染加工、仓储物流、管理咨询、商学教育为一体的现代化大型企业集团，有效实现了产业链的链接协同发展。

新时代、新征程、新挑战、新机遇。尽管面临的内外环境更趋复杂，但我们相信，在创新、协调、绿色、开放、共享等一系列企业新发展理念的实践行下，在“仁和恒丰 恒丰仁和”企业核心价值观的正确引导之下，恒丰集团 2 万余名员工必将众志成城，再续恒丰传奇。**7A**

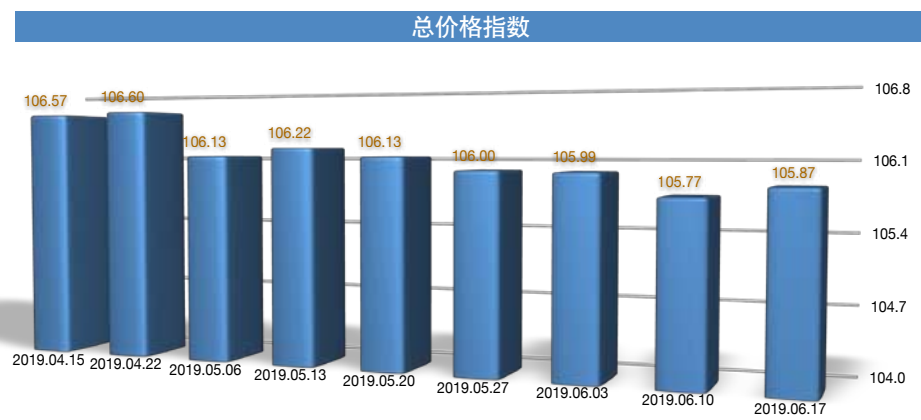


恒丰集团有效实现了产业链的链接协同发展。

市场销售局部回升 价格小幅上涨

20190617 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20190617 期纺织品价格指数收报于 105.87 点，环比上涨 0.09%，较年初下跌 0.11%，同比上涨 0.09%。



近期，中国轻纺城市场营销局部回升，其中：原料市场价格微势回升，坯布市场价量小幅回落，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上涨，辅料行情明显下跌。

原料价格微势回升，涤纶环比小涨、纯棉纱行情继续偏弱

据监测，本期原料价格指数收报于 83.90 点，环比上涨 0.04%，较年初下跌 1.25%，同比下跌 0.63%。

聚酯原料行情环比回升，涤纶行情局部微升。本期涤纶原料价格指数微幅上涨。上游聚酯原料行情环比回升，近期华东地区 PTA 现货主流 5495 ~ 5505 元 / 吨，MEG 主流 4270 ~ 4285 元 / 吨，聚酯切片市场报价环比回升，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6550 ~ 6600 元 / 吨。萧绍地区涤纶市场局部回升，厂家报价基本稳定，局部小幅回升，POY、FDY 行情局部回升，价格局部小升，DTY 行情仍显平淡，价格基本稳定。近期，涤纶短纤价格环比小涨，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 7280 元 / 吨；涤纶短纤市场终于止跌回涨，原油走强带动 PX 大幅走高，成本端支撑强劲。至 6 月 13 日，涤纶现货市场成交气氛有所回落，加上端午节前下游工厂未大幅备货，故涤纶短纤市场产销明显好转，当前涤纶短纤工厂库存得到有效缓解，商谈重心有小幅上涨趋势。纯涤纱市场价格重心局部小幅回升，江浙地区 32S 纯涤纱主流价 12450 元 / 吨，50S 纯涤纱主流价 16780 元 / 吨。

纯棉纱行情继续偏淡，人棉纱价格仍有下跌。棉纺织厂产品库存持续上升与棉花等原料储备偏低形成鲜明对比。国内中小纱厂、织布厂、服装厂减产甚至停产的现象越来越严重，“降价盘活现金流”成为一部分纺企的当务之急。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。从整个产业链来看，纺纱利润偏高，当前的主要问题是缺少订单而非价格。从原料价格、期货走势及外部市场来看，棉纱的下调调整并没有到位，纱厂、布厂的“警报”并未解除。棉纱期货的日成交量、持仓总量呈现“井喷”式增长，纱厂、投资机构、贸易商入市的迹象比较明显。业内分析，一方面棉纱期货套保、套利机会比较突出，受到资金、棉纺织厂、贸易商的青睐和追捧；另一方面中美贸易摩擦引发对订单大幅下滑、消费降级、采购方压价等担忧，棉纱期货逐渐成为纱厂销售、避险的重要工具。

粘胶短纤行情以跌为主，因终端织造仍缺乏订单，库存压力持续居高不下，在无利好支撑的情况下，后期继续下降可能性大。人棉纱继续下跌，销量一般，大单可据量商谈。在订单不足、原料成本不断下挫的背景下，后市跌幅或将继续扩大。

坯布行情环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 119.77 点，环比下跌 0.30%，较年初上涨 1.11%，同比上涨 1.47%。

本期坯布类价格指数呈小幅下跌走势。近期坯布市场行情环比回落，订单局部有所减缓，坯布成交环比小跌。其中：化学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、涤纶色丁坯布成交价量环比回落；天然纤维坯布需求环比回落，价格指数呈小幅下跌走势，纯棉纱卡坯布、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。

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 116.87 点，环比上涨 0.39%，较年初上涨 0.08%，同比下跌 0.04%。

服装面料类价格指数小幅回升。近期夏季面料现货成交和订单发货局部回升，秋季面料订单发货局部小增。因创新面料需求环比增加，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长，兼具时尚元素的创意产品成交环比增加，价格环比小涨，市场行情震荡回升。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、粘胶面料、锦纶面料、锦棉面料、麻粘面料成交价量不等量上涨。近期，轻纺城市场锦棉面料现货上市量环比回升，成交批次局部增加，连日销量呈环比增长走势，夏季锦棉面料现货成交和订单发货环比回升，秋季涤棉面料订单发货环比增加，新风格锦棉面料成交价量呈小幅上涨走势。

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 101.67 点，环比上涨 0.13%，较年初下跌 0.38%，同比下跌 0.07%。

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。自端午小长假后至今，轻纺城家纺市场营销环比回升，创新色泽花型面料订单发送量环比回升，兼具时尚元素的创意产品现货成交和订单发货环比增加，价格小幅上涨。其中：床上用品成交环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，拉动家纺类总体价格指数小幅上涨。但窗纱类、窗帘类、日用家纺类成交继续回缩，价格指数呈微幅下跌走势，相对制约了家纺类总体价格指数的上涨幅度。

市场行情环比回落，辅料指数明显下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 131.65 点，环比下跌 1.79%，较年初下跌 0.63%，同比下跌 0.30%。

本期服饰辅料类价格指数明显下跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回落，至目前下游企业备货环比下降，现货成交和订单发货呈现一定幅度下跌走势。服装里料类成交明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；花边类行情环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；衬料类行情继续回缩，价格指数呈小幅下跌走势，拉动辅料类总体价格指数明显下跌。

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。国内市场需求进入淡季，即便企业下调报价仍难以价换量。因部分贸易商和织造厂家大众产品订单相对不足，后市夏季面料供给有所回落，夏季大众面料现货成交和订单发货局部下降，秋季跑量产品订单发货局部显现不足，织造企业开机率环比回落，印染企业产出环比下降，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



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

订单停滞不前 50 指数弱势下滑

2019 年 5 月份商务部中国·盛泽丝绸化纤指数“50 指数”述评

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

据国家商务部中国·盛泽丝绸化纤指数（下称“盛泽指数”）监测数据显示：2019 年 5 月份，盛泽“50 指数”继续下跌，收于 1189.03 点，与上月相比下跌了 16.65 点，跌幅为 1.40%。

图1 盛泽“50指数”走势图



影响“50 指数”走势的利空及利多因素分析

1. 涤纶长丝跌跌不休，坯布价格难以止跌。整个 5 月，原料市场表现不佳，聚酯市场成本面支撑松动、下游织造需求减弱，在这个内忧外患时期，涤纶长丝市场面临着较大的压力，在缺乏突发利好消息的刺激下，市场行情一直延续偏弱走势，价格也一路走跌，具体来看，FDY150D 价格跌了 850 元 / 吨至 8050 元 / 吨，POY150D 也下跌千元至 7520 元 / 吨。

原料价格跌跌不休，从而导致了原本就买气不足的坯布价格也无奈跟跌。一方面是由于原料成本下行；另一方面在于下游采购滞缓，导致了厂家出货意向加强。据了解，目前市场上大多数坯布价格有所调整，其中 190T 涤塔夫目前报价在 1.00 元 / 米左右，去年同期在 1.60 元 / 米；380T 尼丝纺报价在 4.30 元 / 米，去年同期在 5.00 元 / 米以上，春夏纺、桃皮绒、麂皮绒等其他常规面料也有不同程度的下降。

2. 大路货产能反扑，坯布库存创近年新高。在经历了 2017、2018 年的环保风暴后，一些纺织老板纷纷在外地建厂，而且生产产品多为春夏纺、涤塔夫、牛津布等最常规的化纤面料，从而导致市场产能“不减反增”，供应也明显增加了。进入 2019 年，市场需求疲软，从而导致供需失衡更为明显。

据中国绸都网监测的样本企业显示，本月盛泽地区织造厂家坯布库存存在 40 天左右，与上月相比，上升了有一周左右，市场心态偏弱，不少老板表示，目前的库存压力比 2015 年还要大。此外，由于市场进入淡季，本地处于累库存的状态之外，很多在外地办厂，又把坯布回流到盛泽的库存将更大，因此预计 6 月份市场将迎来“高库存”周期。

3. 中美贸易摩擦“加码”，对美订单“停滞不前”。纺织行业一直有句话“上半年看外贸，下半年看内需”。进入 6 月，中美贸易摩擦的持续加码，也对市场产生了利空因素。虽然经过一年的反复，目前盛泽地区的纺织企业心理承受力已大幅提高，尤其“50 企业”是盛泽的龙头企业，在应对外来事件的承受力好于小微企业，但美国是纺织品重要出口市场，对企业的订单量造成了一定的影响。不少纺织企业表示，目前外贸市场存在“变数”，在 6 月

17 日听证会之前观望气氛较浓，很多原本该下达的订单被“搁置”了，从而导致市场信心更为疲软。

虽然“50 指数”呈现下降态势，但是我们也应该看到市场背后仍然存在部分利多因素。

今年虽然 3 ~ 5 月盛泽地区的纺织行情明显不如去年同期，外围产能增大，使得产能反扑，市场销售情况不佳，但是这也让一些规模处于中间的企业开始停下脚步思考，如何在挑战中寻求机遇，如何将粗放型的发展转向与客户精准的对接。目前一部分企业已经在转型升级中走到了前列，尤其是对产品品质和新品的研发方面下足工夫，如 T800、网红炫彩反光面料、充气面料等，通过修炼自身产品来缓解市场“低价竞争”带来的冲击。

影响“50 指数”下跌的具体因素分析

平均销售总额显示“50 企业”销售量、以及产品价格变化。分析可见，5 月“50 企业”平均销售总额收于 1102.833 点，与 4 月份相比下跌 43.9788 点，跌幅为 3.83%。进入 5 月，市场依旧呈现“旺季不旺”的态势，下游终端下达缓慢，从而导致整个纺织市场成交不如前期，不少厂家同比缩量比较厉害，尤其是常规产品走货不畅，从而导致销售总额指标也不如前期。

平均销售重量显示“50 企业”销售布匹、原料的数量，进而显示市场活跃度。分析可见，5 月份“50 企业”平均销售重量收于 468.794 点，与 4 月相比下跌了 33.2192 点，跌幅约为 6.62%。虽然 5 月的平均销售重量指标继续走弱，但是跌幅明显收窄。由于坯布市场走货不佳，织厂操作较为谨慎，从而抑制了对原料的采购积极性，因此整个 5 月，无论是原料厂还是面料厂销售情况均不如前期，厂家库存继续上升。

平均原材料购入金额显示当月企业采购情况以及生产积极性。分析可见，5 月份“50 企业”平均原材料购入金额与 4 月相比稍有回落，下跌了 12.76 点，跌幅为 1.7%。主要是经历了“金三不金、银四不银”的行情，厂家对原料采购都达成了一定的共识，囤货投机心理不强，大多是按照刚需采购，根据订单采购，从而也导致了原料的采购操作一直比较清淡。

从**平均总工资**可见，5 月份“50 企业”平均总工资较 4 月份稍有上涨，收于 1154539.489 点，上涨了 35.65.589 点，涨幅为 3.13%。5 月总工资的上涨主要是由于厂家开机维持在高位，大部分企业并没有放假，工人整体工作时间没有缩短，再加上节日部分公司会相应提高福利和工资待遇，因此整体总资金水平较上个月略有上调。**TA**

后市预测

随着内需和外贸市场同步走弱，市场“淡季”气氛较为明显，再加上今年整个大环境局势不佳，市场供需失衡将继续，不少织造厂家为了缓解压力，接下来或将陆续实施低价抛货、降低开工等措施，市场信心将被进一步打压，因此在缺乏需求的利好支撑下，6 月“50 指数”下跌的可能性较大。

中国绸都网

指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：<http://index.168tex.com/> 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通同行 做生意
扫描二维码 立即下载纺织通APP



T 纺织之光科技教育基金会

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.fzjh.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。

齐鲁宏业纺织集团有限公司

地址：山东省济南市商河县商中路26号 | 邮编：251600 | 网址：www.hongyegroup.cn | E-mail：qlhyjt@163.com
电话：0531-84880488、848817188 | 传真：0531-84880469、84888668