

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

2019.07.15 | 第25期 | 总第937期

合作共赢 · 责任发展
Win-Win Cooperation and Responsible Development



2019 第二届世界布商大会

中国·绍兴柯桥
Kegiao Shaoxing China

2nd World Textile Merchandising Conference

开放协同 · 科技驱动 · 时尚跃变
Open Collaboration · Technology Driven · Fashion Transformation



7月4-6日, 2019深圳国际纺织面料及辅料博览会上, 丰富多元的面辅料产品让采购商满载而归。



CHANG FA
BUSINESS CENTER
长发商业中心

独家冠名单位：长发商业中心

支持单位：CFU创意时尚联盟

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

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

周刊+

· 行业信息+

不断更新的行业信息库——借助新媒体平台，传播频率从每周延伸到每天每时，深度展现一个行业的产经脉络，形成了强大影响力。

· 媒体平台+

全媒体平台同步传播——平面期刊《纺织服装周刊》，官方网站www.taweekly.com，拥有10万+用户的微信订阅号“纺织服装周刊”、“TA潮报”，同步更新于今日头条、一点资讯等平台。

· 服务价值+

呈现三大维度的服务产品——可以定制的行业传播解决方案、立足企业实际需求的活动推广、实现有效营销的新媒体整合传播。

《纺织服装周刊》官方网站: www.taweekly.com

新闻热线: 刘嘉 010-85872640

新媒体热线: 李江敏 010-85872630

广告热线: 万晗 010-85872646

发行热线: 章简 010-85872699



主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

编委会名单

主任 王天凯

副主任 高 勇 孙瑞哲 徐文英 杨纪朝 夏令敏 陈伟康 王久新

委员（按姓氏笔画排序）

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

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: 

印度合作媒体: Inside Fashion

日本合作媒体: 纤维News

台湾合作媒体: 

承印:北京中科印刷有限公司

法律顾问:大成律师事务所

生活不止“诗和远方”， 还有当下

一年一度的“纺织非遗大会”又来了。这一次，她不仅带着“诗和远方”，还着眼于当下的创新。

近日，第三届中国纺织非物质文化遗产大会新闻发布会在北京举行，宣布本届大会将于11月初在云南昆明召开，会期三天，会议主题为“文旅融合赋能非遗传承创新”。

作为本届大会的一大亮点，会址确定为云南昆明，其目的在于充分发挥云南昆明多民族非遗资源集中的区域优势，结合国家文旅融合重大战略，找准纺织非遗保护与创新成果在文化和旅游融合发展中的最佳结合点。

这一次，“诗和远方”走到了一起。对此，中国纺织工业联合会副会长孙淮滨解读说，“文化和旅游就像诗和远方，二者的渗透与融合是一种互动的要素资源的整合，纺织非遗应该在文旅融合中贡献一份力量。”

不止诗和远方，我们还要做好当下的创新。正如孙淮滨所强调的，在非遗文化消费市场的供需关系中，目前更应该注重培养消费者的消费意识、能力和热情，以消费需求推动产业与市场的发展，从而推动非遗文化消费升级，体现非遗文化自信。而这一倡导则在日前举行的“中国纺织非遗创新成果展暨首创非遗设计创新展”上落地。

该展览以纺织非遗为主线，融合跨界非遗创新作品，70余家参展单位的1400余件展品参与展示。中国十佳时装设计师、中国纺织非遗推广大使、展览策展人张义超表示，本次展览针对其中最具代表性、创新性的作品进行了展示，希望通过展览活动，让纺织非遗走进生活、走近消费者，实现创新与传承。

在日前举行的2019中国纺织创新年会·设计峰会上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲也指出，构建对中国时尚设计的认同，不仅是对视觉审美的认同，也是对创新能力的认同；不仅是对产品本身的认同，也是对商业模式的认同；不仅是对设计师与品牌的个体认同，更是对行业文化乃至整个民族文化的生态认同。

厚植行业文化土壤、树立行业文化自信，非遗工作是重要抓手。博大精深、灿烂辉煌的纺织非物质文化遗产，让我们拥有强大的历史根脉力量；守正开新、日新月异，更是我们不断发展的精神动力，使行业得以永远焕发生机与活力。着眼于“诗和远方”，着手于创新发展，在传承中创新，在创新中传承，中国纺织工业必将更加坚定文化自信的底气。

刘嘉

CONTENTS

目录

6 资讯 INFOS

以指数为载体，推动数字经济发展
香港时装周再刮“虎门时尚旋风”

7 关注 ATTENTION

中纺联党委举办三期“不忘初心、牢记使命”主题教育读书班
11月相约昆明，非遗大会将迎新“风景”
中巴纺织品贸易合作前景广阔
孵化设计人才、联动时尚产业，这场“造星”运动为何如此高能？

14 科教 SCIENCE

向莱赛尔纤维发力

20 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

开放协同 构建经济新增长极
优化营商环境 实现以“进”带“稳”
成就的背后是实力和底气

24 展会 EXHIBITION

触摸全球时尚 邂逅“精制”未来
两季双展联动 承启时尚新纪元

30 行业 INDUSTRY

聚焦智造，大朗解答毛纺织高质量发展之问
共推产业先行，对话行业尖端
科光工业的意料之外

36 一线 FRONTLINE

原色数码：十年积跬步 足下致千里

38 台湾专版 TAIWAN

开拓纺织业循环经济新商机

40 指数 INDEX

市场销售环比回升 价格小幅上涨
原料大起大落 化纤指数小幅走高



16 特别报道 SPECIAL

以党建带管理 以管理促发展

全国产业用纺织品企业党建工作座谈会召开

7月5日，“全国产业用纺织品企业党建工作座谈会”在江苏常熟召开。来自全国产业用纺织品企业的基层党组织代表，交流了以党建工作加强行业创新发展，促进产业用纺织品行业转型升级的工作经验，探索新时代加强企业党建工作的有效途径和方法，引领行业经济高质量发展。



28 面料 INDUSTRY

智设计 智品牌 智未来

“2019中国纺织创新年会·设计峰会”聚焦智慧未来

在7月4～6日于深圳市龙华区大浪时尚小镇举行的“2019中国纺织创新年会·设计峰会”上，逾500名来自世界各地、各行业的领导、专家、精英和国内行业同仁以全球化视野和跨界思维，深度探讨了中国纺织工业融合智能化、数字化等新型信息技术实现时尚转型、优化升级与可持续发展的新理念、新模式。

以指数为载体，推动数字经济发展

“张家港纺织产业指数编制方案”通过专家论证

本刊记者 _ 陶红

中国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段，大数据与世界经济的深度融合成为时代选择。作为数据的一部分，指数建设是一个行业和一个地区的创新和竞争力的重要体现。7月6日，“张家港纺织产业指数编制方案”专家论证会在北京召开。中国纺织工业联合会副会长夏令敏，中纺联产业集群工作委员会秘书长、中国纺织工业企业协会副会长邢冠蕾，中纺联信息化部主任翟燕驹，中纺联信息化部副主任、流通分会副会长徐建华，中纺联产业部副主任、产业经济研究院副院长刘欣，张家港市副市长陆崇琨，张家港市工信局局长陶彦斌，张家港市工业和信息化局副局长赵学刚，张家港市纺织行业协会常务副会长兼秘书长庞荣祥，北京雪莲羊绒有限公司总工程师杨视等领导嘉宾，以及专家组成员出席本次论证会。会议由中纺联信息化部副主任、中纺网络信息技术有限责任公司副总经理张希成主持。

会上，专家组听取了项目组的汇报，审阅了相关资料，认真研究了张家港纺织产业指数编制方案。经过讨论，专家组对该编制方案给予了肯定，提出了论证意见，并一致同意通过论证。

专家组一致认为，该编制方案设计严谨、结构合理、方法科学，具有较好的创新性和可操作性，从纺织行业发展和张家港纺织产业实际情况出发，建立了

全面反映价格、景气、产业发展指标和数据的平台，充分反映了张家港地区纺织产业动态及纺织原料的价格、景气、产业变化趋势。为纺织企业的经营决策提供有效信息支持，为政府有关部门做好市场调控起到积极支撑作用。

此外，该编制方案首次在中国经济向高质量发展转变的大背景下，结合我国纺织行业“科技、时尚、绿色”的新定位，构建了衡量纺织产业发展质量和能力的指数体系。方案有利于行业组织和政府部门及时发现产业的发展趋势，并采取有效措施，促进纺织服装产业提质增效；首次在产品体系中引入产业链上下游的分类观念，产品类别上构成了连贯的上下游关系，可以更好地预测产品的供给与需求变化；能很好地帮助企业了解产品价格变化，指标编制方法和指标设置严谨合理且有一定的创新。

该指数由中国纺织工业联合会指导，中国纺织工业联合会信息化部、中纺网络信息技术有限责任公司、江苏省张家港市工业和信息化局、江苏省张家港市纺织行业协会共同编制。



论证会现场。

夏令敏在总结发言中表示，张家港纺织产业指数的编制对纺织服装产业高质量发展有支持和推动意义。希望指数编制工作在推动纺织服装产业的数字化转型方面发挥更大作用，不断夯实产业互联网、智能化发展的基础；也希望编制工作组让指数的运行、操作更有效、更落地，使张家港纺织产业指数满足企业、行业和政府的需求，切实为企业发展提供决策参考，帮助相关部门及时掌握产业发展动态，预判发展趋势，制定科学合理的政策。

不忘初心，牢记使命

主题教育系列报道

中纺联党委

举办三期“不忘初心、牢记使命”主题教育读书班

根据《中纺联党委关于开展“不忘初心、牢记使命”主题教育的实施方案》的有关要求，中纺联党委于6月24日至7月3日举办了三期“不忘初心、牢记使命”主题教育读书班，每期两天，全天脱产学习。中纺联213名重点范围人员参加了此次集中学习。

三期读书班，集中通读、轮读了《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要》、《习近平关于“不忘初心、牢记使命”重要论述选编》等学习材料。原原本本读原著，认认真真听辅导，使每位党员领导干部在全面系统、学懂弄通上下工夫，在融汇贯通上下工夫。

读书班适当安排播放了辅导报告录像《党性修养：共产党员的一门必修课》《理想信念：心中有了信仰，脚下才有力量》《解读2019年政府工作报告：打造共建共治共享新格局》等，观看革命传统教育辅导报告录相《不忘初心，方得始终：金一南将军讲“文化自信与民族复兴”》，以及纪念两弹元勋歌颂奉献精神的诗朗诵《等待》。同志们深刻感悟到什么是初心，什么是使命，真正做到了入心入脑，达到了悟其道、明其理、通其意、感其情。

中纺联党委书记兼秘书长高勇、会长孙瑞哲等全体领导参加了读书班学习，党委副书记陈伟康在每期读书班上都做了动员讲话，说明了安排和要求。



读书班组织党员干部观看辅导报告录像。

此次读书班的学习使中纺联党员干部增强了理想信念，提升了政治素养和能力，在真信、笃行、学有所获、学有所悟上自觉下功夫，同时为下一步的学习研讨打下了坚实的基础。

（中纺联党委办公室）

图片新闻 | PICTURE NEWS



雅莹集团的“暑假班”

随着暑假的开始，雅莹集团股份有限公司为解决员工子女的暑假生活问题而专门开设的暑假班也拉开序幕。今年是雅莹集团连续第9年开办员工子女暑假班，专门腾空了200多平方米的办公区域，为近百名员工子女聘请专业老师，让孩子们系统学礼仪、学唐诗、学书法、学文化。

图为集团党委书记侯瑛在暑假班的第一课上，为孩子们讲述“没有共产党就没有新中国”的道理，让孩子们懂得幸福生活来之不易，从小学会感恩。（钟英亮 徐正龙 文/摄）

现场 | SCENE

香港时装节再刮“虎门时尚旋风”

7月8～11日，备受业界瞩目的国际展会——由香港贸易发展局主办的第26届香港时装节春夏系列，在香港会议展览中心华丽上演。“中国服装名城”虎门率来龙、戴世拉链、田苗、恒悦、卓品、百鑫、鑫莲等12家虎门服装服饰企业再度闪亮登场。

这是虎门近年来第七次组团参展香港时装节，作为中国女装名镇的虎门，此次除了携女装亮相香港时装节这个国际性的舞台，还推出了男装、辅料等虎门特色产品。本次虎门镇共组织参展企业12家，其中女装9家、男装2家、辅料1家。

据悉，组团参展香港时装节是虎门积极融入“一带一路”、帮助企业拓展海内外市场的一大举措。虎门还鼓励和支持企业出国参展，近几年先后组织超百家服装服饰企业参加美国拉斯维加斯国际服饰及面辅料博览会、英国纺织服装博览会及澳大利亚、意大利等地知名纺织服装展会。今后虎门还将鼓励企业大力拓展国际特别是“一带一路”各国的市场，通过“设点建店、建厂加工、跨境电商、参展参观”等方式走出去，扩大视野，拓展市场。

据了解，为确保本届香港时装节取得实效，虎门多措并举，鼓励企业参展，为企业提供全方位的参展服务。负责此次虎门参展组织协调工作的虎门服装服饰产业管理委员会一方面与主办方香港贸易发展局加强沟通，协商确定展位、采购商等事宜，并协助解决参展企业的物流、展位、布展等问题，为企业免去后顾之忧；另一方面，借助香港时装节的平台加大对“虎门服装”区域品牌的宣传，在展厅一楼显著位置摆放了“中国服装名城——虎门”的城市形象宣传广告，在企业展位统一摆放了“虎门服装”形象logo，各参展企业佩戴代表虎门城市形象logo的统一标识。值得一提的是，今年，虎门还举办了多场现场走秀，鑫莲、衣高、谷尔惠等企业通过动态时装秀在香港时装节再刮“虎门时尚旋风”。（林伟）

中纺联党委部署

“不忘初心、牢记使命”主题教育调查研究工作

根据《中纺联党委关于开展“不忘初心、牢记使命”主题教育的实施方案》中关于调查研究工作的要求，中纺联党委联系行业工作实际，以问卷和召开座谈会形式，发动各基层党组织、各部门单位，多层次认真开展调查研究。

中纺联主题教育指导组联系行业工作实际，列出了10个调研题目，并专门下发通知，对调研工作进行了七项内容的工作部署和要求，要求各基层党组织所含的各部门各单位，认真以调查问卷和座谈会两种形式开展调研。调研围绕推进行业改革发展、行业创新能力建设、专业化服务、行业党建工作，以及联合会自身建设中如何加强党的建设、焕发党员干部特别是领导干部干事创业、服务企业的精神状态和责任担当等方面，广泛面向全行业和企业系统内各基层单位征求意见。党委要求党员领导干部增强工作责任心，充分利用近期的出差、行业活动等，组织召开座谈会，深入工厂、企业，了解行业、企业的真实所需，在调查过程中贯彻使命责任，从调研中发现真实问题。目前信息化部党总支和企管协会党支部以及规划院联合党委已分别召开了专题调研座谈会。

中纺联已经将调查问卷登载于“中国纺织经济信息网”面向全行业征求意见，并专门向内、外部理事、常务理事单位发送了调查问卷。在中纺联主题教育指导组的指导下，基层党组织及各部门各单位也已陆续落实调查研究的有关工作。

（中纺联党委办公室）

为行业服务工作建言献策

中纺联信息化部党总支、企管协会党支部联合召开“不忘初心、牢记使命”主题教育专题调研座谈会



与会代表合影。

为认真贯彻落实习近平总书记“不忘初心、牢记使命”主题教育工作会议上的重要讲话精神 and 党中央决策部署，按照中纺联党委主题教育实施方案的要求，6月23日，中纺联信息化部党总支与中国纺织工业企业管理协会党支部联合在绍兴市柯桥区召开了“中纺联

“不忘初心、牢记使命”主题教育专题调研座谈会”，邀请参加“2019首届中国纺织工业互联网高峰论坛”的部分单位负责人，围绕行业高质量发展、两化融合以及加强行业服务等议题进行了座谈交流，并征求对中纺联党建工作及行业服务工作的意见和建议。

中国纺织工业联合会副会长夏令敏，副秘书长杨峻，信息化部主任翟燕驹，副主任李海燕、朱国学等出席了本次座谈会，会议由朱国学主持。

会上，来自无锡一棉、安徽华茂、黑牡丹集团、红豆集团、中国轻纺城建设管理委员会、网上轻纺城等10余家单位的负责人，结合本单位实际，围绕调研座谈会议题，从党建工作、两化融合、人才建设、产业转移以及海外渠道拓展等多个方面分别做了交流发言，并为中纺联行业服务工作建言献策。

夏令敏在总结发言中感谢大家提出了很好的建议和中肯的意见，下一步将着手落到实处。中纺联将立足于行业长远发展，积极推进工业互联网发展，帮助企业提升竞争力，携手同心，共同努力。（邹莹颖）



与会领导共同见证第三届中国纺织非遗大会启动。

11月相约昆明， 非遗大会将迎新“风景”

第三届中国纺织非物质文化遗产大会新闻发布会在北京咏园召开

本刊记者 _ 李亚静

“文化和旅游就像诗和远方，二者的渗透与融合是一种互动要素资源的整合，纺织非遗应该在文旅融合中贡献一份力量。同时，非遗工作应与当代生活相结合，为人们的美好生活愿景提供更有品质、更高品位且偏向‘轻奢’的产品。”

7月3日，第三届中国纺织非物质文化遗产大会新闻发布会在北京咏园举行。发布会宣布，本届大会将于11月初在云南昆明召开，会期三天，会议主题为“文旅融合赋能非遗传承创新”，主要内容包括：主旨大会、主题论坛、展览展示、非遗体验、服饰表演、合作签约，以及“首创杯”2019年度中国纺织非遗推广大使评选、“首创杯”第三届中国纺织非遗大会文创纪念品设计征集系列活动结果揭晓及颁奖仪式、“我与非遗”庆祝新中国成立七十周年微电影优秀作品展映、发布《中国纺织非物质文化遗产发展报告（2018/2019）》等。

大会由中国纺织工业联合会主办，中国纺织工业联合会非遗办公室、中国纺织工业联合会新闻中心、云南昆明学院、首创置业昆明公司、首创非遗创新发展平台共同承办。

文化和旅游部非遗司副司长王晨阳、发展处处长郝永安；中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、副会长孙淮滨、办公室主任段红，中国纺织经济研究中心主任华珊；云南昆明学院校长黎素梅、副校长郭华、美术与艺术设计学院院长段智毅、办公室主任刘勇、科研秘书桂宇；首创集团党委常委、副总经理苏朝晖，首创置业党委书记李晓斌，首创集团文创办公室、首创置业昆明公司、首创非遗相关代表，以及来自50多家媒体的代表参加了发布会。发布会由中纺联非遗办公室主任张家洲主持。

献礼建国70周年，推动非遗创新发展

非物质文化遗产保护与传承要结合文化和旅游融合发展等重大国家战略，坚持“宜融则融、能融尽融”

指导方针，积极推进非遗保护传承融入文化旅游融合发展的国家战略。

高勇指出，中国纺织非物质文化遗产大会已经成功举办两届，在社会各界以及纺织行业已经形成了比较广泛的影响力和号召力。今年是新中国成立70周年，必将赋予第三届中国纺织非遗大会更加重要的意义和使命。本届纺织非遗大会将高度重视中华优秀传统文化和纺织传统技艺的创造性转化和创新性发展，响应国家号召和战略部署，积极推动非物质文化遗产的保护、传承与创新，进一步完善交流与合作平台的各项作用与功能，增强大会的权威性、专业性、公正性、可持续性。

苏朝晖表示，中国纺织非遗大会是纺织行业对于优秀传统文化进行保护的重要举措，去年首创集团与中纺联携手举办第二届中国纺织非遗大会，在行业当中获得强烈反响，今年首创集团再次与中纺联强强联合，为促进纺织传统文化、传统技艺与现代产业发展贡献首创力量。期待双方继续发挥各自优势，实现资源共享、优势互补，共同推动中华优秀传统文化的传承创新。

黎素梅表示，云南昆明学院利用得天独厚的地缘优势，积极开展民族文化的保护与传统，在民族语言文字、



中国纺织非遗创新发展展陈。

服装服饰、传统工艺、音乐舞蹈等方面开展理论研究和实践探索，对云南本土的非物质文化遗产进行了分类整理、数据库建设、传承人专项培养等工作，并在非物质文化遗产传承性保护、融入教学、融入产业等方面做了很多有益的尝试。相信通过本次中国纺织非遗大会，昆明学院的非遗传承工作一定会迈上新的台阶。

李晓斌谈到，首创肩负着国际责任和使命担当，以实际行动投入非遗保护和传承，未来将充分借力中国纺织非遗大会平台，助力对云南本土纺织非遗传播，挖掘云南本土非遗多样性，找到纺织非遗保护、创新与自身文创产业的契合点，让非遗产品从传承人手中走到消费者手中，从作品演变为产品、商品。

找准非遗与文旅融合的结合点

发布会上，孙淮滨对第三届中国纺织非遗大会的主题“文旅融合赋能非遗传承创新”做了重点阐述并介绍了大会筹备情况。他表示，非遗应在文旅结合中贡献一份力量，要与当代生活相结合，适应当代市场要求，为市场提供更有品质更有品味，甚至轻奢的非遗产品。

他谈到，本届会址确定为云南昆明，目的在于充分发挥云南昆明多民族非遗资源集中的区域优势，结合国家文旅融合重大战略，找准纺织非遗保护与创新成果在文化和旅游融合发展中的最佳结合点，推动各民族纺织非遗在文化和旅游各领域、多方位、全链条深度融合，实现资源共享、优势互补、协同并进，为各民族纺织非遗创新发展、文化建设和旅游发展提供新引擎、新动力，形成新优势。

此举还将精准打造一批具有地方特色、体现纺织优秀传统文化和精湛工艺的高品质文旅产品，加快提升文化旅游融合发展的国际化水平，传播民族技艺，讲好传统故事，提升品牌形象，不断为社会大众提供更好更多的优秀传统文化产品、优质旅游产品及服务，增强大众的获得感和幸福感，满足人们对美好生活的向往和追求。

本届纺织非遗大会将延续与首创集团的良好合作，新闻发布会中介绍了“首创杯”2019年度中国纺织非遗推广大使评选、“首创杯”第三届中国纺织非遗大会文创纪念品设计征集两项系列活动的目的、意义及相关情况。

随后，大会组委会代表组织了答记者问，与会嘉宾就第三届中国纺织非遗大会的相关情况进行了详细解读。

活动期间，与会嘉宾与媒体还在咏园参观了中国纺织非遗创意空间、承启造物展厅、中国纺织非遗创新成果展。**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！

中纺联代表团通过走访巴基斯坦三大城市，对该国贸易政策、市场情况、投资环境等有了全面的了解。



中巴纺织品贸易合作前景广阔

中纺联副会长杨兆华率团赴巴基斯坦考察

赵辰 / 文

应巴基斯坦商务部邀请，7月1～5日，中国纺织工业联合会副会长、中国家用纺织品行业协会会长杨兆华，中纺联副秘书长兼外事办公室主任袁红萍及海聆梦家居股份有限公司总裁倪晨、绍兴小轩窗布艺业有限公司董事长周国轩、烟台北方家纺有限公司董事长张剑波、烟台明远家纺有限公司董事长陈义忠、南通新世嘉纺织品有限公司董事长吴永惠、无锡万斯集团有限公司首席运营官梁毅等一行访问了巴基斯坦，参访伊斯兰堡、拉合尔及卡拉奇三座城市。此行旨在了解巴基斯坦纺织业发展情况、当地市场需求、投资环境与政策等，进一步促进中巴纺织品贸易与投资往来。

第一站 伊斯兰堡

进一步加强互访交流，促进中巴纺织业务实合作

7月2日上午，代表团一行拜会了中国驻巴基斯坦大使馆，大使姚敬与杨兆华及企业家进行了亲切交流。

姚敬表示，近年来随着中巴经济走廊建设的不断推进，特别是今年4月北京“一带一路”国际合作高峰论坛期间，两国签署了中巴自贸协定第二阶段议定书，双边经贸关系进入全新阶段。合作重心由能源电力、基础设施建设逐步转移到产业合作。杨兆华率家纺行业代表团到访恰逢其时，希望代表团此访能够加深对巴了解，从行业角度提出合作建议，向在巴投资企业学习经验，促进两国纺织业深入务实合作。同时，姚敬指出，产业投资与合作在享受两国政治关系红利的同时，还要充分了解当地风土文化，熟悉当地法律法规和相关政策，全面考察和评估当地市场情况。使馆将为中国企业在巴发展提供有力支持与安全保障。

杨兆华向姚敬汇报了中国纺织贸易与合作情况，涉及主要产品包括纱线、面料和坯布。中巴纺织业互补性强，特别是在当前严峻复杂经贸形势下，巴基斯坦的生产及劳动力成本优势、关税优惠政策、中巴经济走廊“拉动效应”等，使其有条件成为中国纺织企业投资的理想目的地。过去几年，中国纺织业加快全球布局进程，行业对外投资特别是在“一带一路”沿线国家投资快速增长，已超过60亿美元。此次率代表团访问巴基斯坦，就是要了解巴国纺织业基础情况、市场需求、经营与投资环境、相关政策等，促进两国企业实现务实合作。

随后，代表团一行前往巴基斯坦商务部进行会谈。商务部长阿卜杜勒·拉扎克·达乌德（Abdul Razzak Dawood），前国际纺联主席、巴基斯坦Gul Ahmed纺织集团董事长巴萨尔·阿里·默罕默德（Bashir Ali Mohammad），

巴基斯坦贸易发展局、投资董事会高层人员，中巴投资公司代表出席会议。

达乌德首先对代表团一行表示热烈欢迎，并强调巴商务部对此次访问高度重视，将其视为两国产业合作迈出的第一步。中方此次率家纺行业代表团到访，具有里程碑意义，对中国纺织企业投资巴基斯坦必将起到非常重要的推动作用。巴政府也将全力以赴，为中国纺织企业在巴发展提供一系列便利条件和保障措施。达乌德充分肯定了中国开放共赢的贸易政策，赞赏习近平主席“构建人类命运共同体”倡议，唾弃贸易保护主义。

杨兆华表示，此访实际上是继商务部长达乌德4月北京之行后的回访。达乌德曾与中纺联进行会谈并达成重要共识：双方要进一步加强互访交流，促进中巴纺织业务实合作。此次代表团以家纺企业为主，也是希望中巴纺织业合作从纱线和布逐步向染整、纺织成品延展，实现全产业链互补合作。同时希望在巴方有力支持下，通过访问掌握市场行情、贸易政策、投资环境、安全形势等一手信息，鼓励更多中国优质纺织企业走出去。会谈期间，中方企业家一一介绍了各自企业的特点及优势，并表达了在巴寻求商务合作的意愿。



巴基斯坦商务部长阿卜杜勒·拉扎克·达乌德（右）与中纺联副会长杨兆华合影。

第二站 拉合尔

机会不能等待，两国企业推进深度交流

7月3日上午，代表团一行拜会了中国驻拉合尔总领馆。

总领事龙定斌介绍了拉合尔基本情况：拉合尔是巴基斯坦旁遮普省省会，同时也是该国第二大城市以及文化和工业中心；工业总产值占该国60%，去年生产总值达1600亿美元。近年来，拉市基础设施不断完善、安全形势向好、劳动力成本优势及贸易优惠政策为外商投资创造了便利条件。目前，当地政府加速推进产业园区建设，已有10家外资企业入驻。

他认为，随着中巴自贸协定第二阶段议定书的签订，两国关系势必更进一步。机会不能等待，总领馆欢迎中资企业到拉合尔考察参观并期待能在园区内开展务实合作，将在促进各领区间经贸往来、推动中巴经济走廊建设在领区落实发展、保护中国公民在领区安全与合法权益方面提供全力支持和保障。

杨兆华介绍了中国纺织企业海外贸易投资情况。随着国内生产和劳动力成本不断攀升，国际经贸形势复杂多变，更多企业把目光投向海外。中纺联高度重视中国企业“走出去”，专门成立中国纺织国际产能合作企业联盟，多次组团出访，寻求国际合作。巴基斯坦是中国全天候战略合作伙伴国家，特别是中巴自贸协定第二阶段议定书签订后，双方经贸关系将更上一层楼。这也为中巴企业开展合作提供了有利机遇。杨兆华感谢总领馆对中资企业嘉麟杰在巴基斯坦投资设厂的支持，希望今后继续得到更多的支持和保障。

随后代表团一行参观了嘉麟杰Challenge Apparel。该公司由上海嘉麟杰股份有限公司于2014年在巴投资建立，属于较早一批赴巴投资合作的纺织企

业，主要从事国际知名品牌成衣的生产销售，产品包括服装、毛巾等终端产品，拥有近2000名员工，合作伙伴有阿迪达斯、耐克、锐步、H&M、优衣库、猛犸象等，囊括运动、休闲、时尚、家居、户外等多品类。经过五年的潜心经营，已在当地具有较高知名度。

代表团一致认为为嘉麟杰Challenge Apparel克服重重困难，在艰苦的条件下达到如今规模实属不易，不仅为中国纺织企业“走出去”树立了榜样，也为更多中国企业赴巴投资提供了借鉴。

下午，代表团一行马不停蹄地前往巴基斯坦当地企业——Indus Home毛巾厂。该公司成立于2005年，从事毛巾生产与销售，主要销往北美市场，合作伙伴包括宜家、迪卡侬、罗莱等。该公司产业链齐全，引进了世界一流机器设备，十分注重社会责任，为当地解决了大量劳动力就业问题。



中国驻拉合尔总领事龙定斌（右）与中纺联副会长杨兆华合影。

第三站 卡拉奇

促进“中巴经济走廊”建设走深走实

7月4日上午，代表团一行拜会了中国驻卡拉奇总领馆。总领事王愚对杨兆华一行的到访表示热烈欢迎。

王愚表示，中巴两国政治关系紧密，但经贸合作依然单薄。近年来，中巴经济走廊建设使巴国在电力供应、基础设施建设等方面有了很大改善。巴基斯坦新一届政府致力于加强中巴两国纺织领域务实合作，出台了一系列优惠政策及措施，为中国企业提供便利条件。他强调，投资项目的落地，需要考察政策、金融、市场、风俗、安全等多方面因素，同时也需要足够的耐心和信心。总领馆将为赴卡拉奇投资合作的中国企业提供支持和保障。

杨兆华介绍了代表团前两日的访参成果以及中巴两国贸易现状。他表示，今年4月份，“一带一路”国际合作高峰论坛期间，中巴自贸协定第二阶段议定书的签订，为加强两国纺织产业合作打下坚实基础。中纺联高度重视并坚决落实两国领导人签署的各项协议。本次率团出访的目的就是增进了解、加强沟通，积极引导有实力的中国企业赴巴务实合作，促进“中巴经济走廊”建设走深走实。

一同出席会谈的还有巴基斯坦贸易发展局（TDAP）常任秘书法鲁奇（Faruqi），巴基斯坦Gul Ahmed纺织集团董事长巴萨尔（Bashir）。法鲁奇介绍，巴基斯坦贸易发展局总部在卡拉奇，他受总理和商务部长之托参加今天的会谈，代表巴政府表达与中方加强联系、促进两国产业合作的强烈愿望。感谢一直以来中国驻卡拉奇总领馆对中巴合作的大力支持，也感谢中纺联积极响应巴方提议，率代表团访巴寻求合作与投资机会。

随后，代表团前往卡拉奇金融贸易中心，与法鲁奇及信德省投资招商局高层官员进行会谈。巴方向代表团介绍了信德省及卡拉奇市的投资环境及相关政策。信德省是巴基斯坦最富裕的省份，资源丰富、交通便捷，基础设施较为完善，目前拥有两个经济区并在筹划建设第三个。这里教育资源集中、高素质劳动力



中纺联代表团与巴基斯坦贸易发展局及信德省投资招商局高层官员举行会谈。

资源丰富、市场潜力巨大。卡拉奇是该省省会，同时也是全国第一大城市以及经贸、金融、交通中心，安全形势也得到进一步改善。巴基斯坦及信德省将在政策法规、贸易税收、金融贷款、安全保障等方面给予中国企业优先待遇。

7月4～5日，代表团一行参观了Gul Ahmed纺织集团并与董事长巴萨尔（Bashir）及其管理团队进行了深入细致的交流。交流中，巴萨尔表示，Gul Ahmed纺织集团与中纺联多年来保持着友好合作关系。巴基斯坦生产和劳动力成本比较优势明显，全国70%人口年龄在30岁以下，当前政府全力支持纺织业发展，中纺联代表团一行的到来意义重大，为今后双方加强往来、落地合作项目打下良好基础，非常期待更多中国优秀企业代表团来巴实地参观与评估。

杨兆华充分肯定了巴萨尔为中巴纺织经贸合作所做出的杰出贡献，并表示随行企业家通过此次访收获良多，希望与Gul Ahmed纺织集团做进一步沟通和交流，谋求合作机会。

代表团一行通过与巴基斯坦政府、贸易与投资机构、纺织企业及中资企业的会谈与交流，对该国的贸易政策、市场情况、投资环境及安全形势等方面有了全面的认识和了解，与巴方达成一系列初步合作共识，为今后中巴纺织产业更深入的合作打下坚实基础。图

孵化设计人才、联动时尚产业，这场“造星”运动为何如此高能？

本刊记者 李亚静

如果说中国（广东）大学生时装周是莘莘学子崭露头角、对接商业的最佳平台，那么广州国际轻纺城则是托举设计新锐、联动时尚产业实现高速发展的助推器。在学子们勇敢追逐设计之梦的路上，广州国际轻纺城始终是最坚强的后盾；在时尚产业急需设计人才的当下，广州国际轻纺城正在争作最强力的“发动机”。



FASHION

对于中国纺织服装产业而言，要全方位地取胜市场竞争，不仅要靠过硬的产品质量、渠道资源，同时也有赖于品牌超强的产品开发力和时尚把控力。

品牌的产品开发力和时尚把控力始终离不开“人”。党的十九大报告提出，坚定实施人才强国战略。人才资源是第一资源。充分发掘人才资源宝库，努力形成人人渴望成才、人人努力成才、人人皆可成才、人人尽展其才的良好局面，是实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦最牢固的依靠、最有力的支撑。

在纺织服装行业，大力培养设计人才、推动设计成果转化，是联动纺织、服装及时尚产业、实现产业链上下游协同发展、为纺织服装产业发展蓄力的重要利器，更是助推“科技、时尚、绿色”新定位落地的重要动力。

值得指出的是，在纺织服装行业内，蓄力人才的各种设计大赛、时尚活动不胜枚举，而真正将面料与设计人才、时尚产业进行紧密联结，做到既贴近市场又引领潮流的，并不多见。应市场需求而生的中国（广东）大学生时装周（以下简称“时装周”）便是其中的典型代表。

这是莘莘学子走出校园的最后一课

就在5月中下旬，一场红火的“造星”运动——2019中国（广东）大学生时装周在全国甚至全球时尚领域，引起高度关注。

能有如此大的能量和影响力，在于时装周的主办方——

广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会、广州国际轻纺城，他们筹划的这场“造星”运动，不仅是为了搭建一个展示平台，更是致力于人才孵化、产业联动。在他们看来时装周不仅是一个媒介，更是一个推动时尚产业实现可持续发展的“永动机”，秉持着这样的初心，时装周成功走过14个年头，成为国内举办时间长、规模大、极具专业性的针对应届毕业生的时尚交流平台，影响力辐射全球时尚人才教育行业。

业内人士表示，时装周是行业内极具名气的造星梦工厂。获此赞誉的原因之一，在于时装周每年均邀请到强大的评审阵容，这份名单包括中国时装设计“金顶奖”设计师，如刘洋、计文波、李小燕、刘勇、赵卉洲等，他们在专业领域建树极高，具有市场经验，熟悉商业运作。他们以契合市场的专业眼光，对学生进行严苛、审慎的考核，对学生们来说可谓是经过了千锤百炼，想要脱颖而出，不仅要有真才实学，更要在商业领域拥有较大潜力。

利用如此难得时机，时装周特意开设了大咖讲座，由金顶奖设计师亲自坐镇，传授服装设计、制作工艺，以言传身教的方式，让学生们真正掌握制衣技巧和商业需求。学生们表示，时装周最大的收获莫过于评委老师给出的专业意见和悉心指导。评委刘洋、刘勇等提到，学生们应学会“用减法去设计”、用简约的语言表达服装艺术。“从院校走入社会，他们需要经过一段与市场的磨合，要真正去思考市场和消费者需要什么！”



广州国际轻纺城以强大产业赋能，助推设计人才孵化及时尚产业发展。

毕业生郭诗莹表示，“当看到自己设计的服装真正出现在T台上，我有非常强烈的成就感，但我知道这还远远不够。服装真正的价值在于落地，也就是拥有商业价值，这才是时装周真正的意义所在，我在这里找到自信，确定了未来的路。”

对莘莘学子来说，时装周是他们接轨商业、走向社会前的重要一课。

这是设计新星们“C位”出道的最佳平台

时装周，既是一场光怪陆离的时尚运动，又是一场高手云集的华山论剑。

千名设计新秀的毕业作品既相同又各异。他们致敬中国美学，关注世界文化的潮流更迭，一方面描绘历史风情画卷，另一方面关切网络下的现代社会生活。难得的是，如今的毕业生早已不是两耳不闻窗外事的“学生党”，艺术、环保、平行世界、时尚可持续性发展、人文关怀……他们既放眼全球，又着眼当下。

一位评委这样评价到，今年的作品更关注“人”本身，更贴近市场需求，如一组专为残障人士设计的服饰，其服装设计细节对人体工学的运用很用心，实用性很强，并且极具人文关怀。

如果说时尚发布是创意落地的最佳平台，那么两场硬核赛事则可以说是真正的江湖论剑。其中，“广州国际轻纺城杯”指定面料团体创意设计大赛非常接地气，轻纺城联动城内近4000商户资源，每年精选8家优质面料企业，提供最新最流行的面料供学生使用，他们还与学生组成战队携手完成作品。在这个过程中，学生们得以更加了解面料特性、贴近市场需求。

而作为收官大戏的“广州国际轻纺城杯”2019广东大学生优秀服装设计大赛，其影响力不言而喻，33所广东省知名服装院校经过毕业展演、评委复审的优胜者站在这里，同场竞技，展示新生力量的风采。获胜选手不仅可以获得名师指点、享受舞台上的高光时刻，更受到观展企业及行业的青睐，直接“C”位出道，走进时尚市场。

在时尚发布与高能赛事的双重加持下，时装周平台历经14年的风雨洗礼，在原创设计、人才培养、产学研对接、供应链优化升级等方面不断发力，培养出众多优秀设计新锐。

一位服装与服饰设计专业的院校教师表示，“作为教师，我特别希望学生的作品可以走出去，也希望给学生创造展示交流的空间，时装周的出现可谓是及时雨。十几年来，我们对它的认知，从怀疑到相信到肯定，可以说，时装周不仅是为学校和社会搭建的致力于人才培养、产学研对接的展示平台，更是一个面向高校学子的展示、交流、发布甚至孵化的公益性平台。”

随着中国时尚市场的不断变化，时装周仍将不断成长，设计新锐们的蜕变仍在进行。

谁是“托举设计新锐”的幕后推手？

坚持做一件事儿容易，坚持十年如一日做一件事儿却很难，广州国际轻纺城做到了！从第一届时装周开始，轻纺城既是主办方，又是场地提供方，还是活动参与者，从未间断，从未放弃。

坐落于广东省最重要的纺织产业聚集地中大商圈，广州国际轻纺城周边区域经过三十余年历史沉淀，已形成不可替代的产业链优势，服装院校、产业园区、面料辅料市场、优秀服装设计师在区域内高度集聚。可以说，纺织服装产业在区域发展进程中发挥了主体产业、先导产业、就业产业和致富产业的作用。

面料辅料是时尚的源头，加之轻纺城提供的强大产业赋能，时装周托举设计新锐、助力时尚发展的作用可谓事半功倍。广州国际轻纺城负责人表示，“每一年我们都在思考，大学生时装周能够留下些什么、为市场带来些什么？人才孵化、推广原创只是第一步，将优秀人才引流至商业领域，推动粤港澳大湾区、乃至全国的时尚产业实现可持续发展，才是时装周的实际意义。”

值得指出的是，14载时装周走出的优秀设计人才中，许多人如今已成为时尚行业的中坚力量。在他们的引领下，时尚品牌更注重原创设计，更贴近市场需求，有力推动着中国时尚产业在世界范围内的话语权提升。可以预见的是，他们的现在，正是新一代设计新锐的未来。

不忘初心、方得始终。中国（广东）大学生时装周不只是广东的大学生时装周，其影响力也不仅限于粤港澳，而是遍布全国乃至国际时尚领域。可以说，这个作为中国时尚产业助推器和加速器的时装周，更应被视为广东为全行业打造的一个“范例”。[TA](#)





“纺织之光”搭台，院士、专家、企业家齐聚山东寿光 向莱赛尔纤维发力

本刊记者 _ 郝杰

如今，天然纤维已经不可能有大的增长，因此再生纤维素纤维引起关注。东华大学、山东大学、山东英利、保定天鹅、中国纺织科学研究院、新乡化纤等科研院所和企业通过产学研用合作，突破核心知识产权壁垒，从研发、技术、工程化到产业化，使得国产新溶剂法纤维素纤维（莱赛尔纤维）多项生产装备及技术达到国际先进水平。未来，莱赛尔纤维将迎来广阔的发展空间。

7月6~7日，“纺织之光”新溶剂法再生纤维素纤维关键技术及应用科技成果推广活动在山东省寿光市举行，此次活动由纺织之光科技教育基金会、中国纺织工业联合会科技发展部、山东省纺织服装行业协会和纺织工业科学技术发展中心联合主办。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，中国工程院院士蒋士成，中纺联副会长杨纪朝、李陵申，中纺联副秘书长、科技发展部主任、纺织之光科技教育基金会副理事长彭燕丽，中纺联科技发展部副主任王玉萍，山东省纺织服装行业协会会长刘建国、常务副会长蔡小平，以及山东省、潍坊市、寿光市政府相关领导，纺织相关科研院所和高等院校科研负责人、行业重点实验室负责人、行业技术创新中心负责人、相关企业技术人员、技术推广人员及管理人员240余人参加会议。会议形式丰富多彩，分为主题报告、高端访谈、企业参观等环节。

践行绿色发展，实现技术突破

山东省工信厅一级巡视员王兆春表示，为加快纺织新材料产业发展，去年，山东省人民政府出台《山东省新材料产业发展专项规划》，专门就重点发展再生聚酯纤维、原液着色纤维、导电纤维、石墨烯改性纤维、阻燃纤维等功能纤维产品；加快甲壳素纤维、海藻纤维、麻浆纤维、聚乳酸纤维，阻燃、高湿模量再生纤维素纤维等可降解、可再生生物质纤维产业化进程；加强调温、导电等功能纤维及其智能纺织品一体化开发等作出了一系列重大战略部署。

他希望山东纺织服装企业加快新溶剂法再生纤维素纤维在纺织服装领域推广应用的深度和广度，努力构建新溶剂法再生纤维素纤维高质量发展的产业、

技术、投资、政策等良好的生态环境，为山东省纺织服装产业新旧动能转换与高质量发展做出新的更大贡献。

寿光市人民政府市长赵绪春表示，近年来，寿光市围绕高质量发展，不断培强壮大新材料产业，截至2018年底，寿光市规模以上新材料企业达到70家，完成主营业务收入173亿元。下一步，全市将以此次活动为契机，进一步加快生物基纤维产业发展步伐，推进新溶剂法再生纤维素纤维行业与上下游产业链的对接、提升化纤行业再生纤维素纤维科技水平、加速纺织行业绿色升级换代，全力打造国家级生物基新材料产业集群。

高勇在介绍了纺织之光科技教育基金会后说，从2011年至今，纺织之光科技教育基金会组织的纺织行业科技推广活动已达47场，推广科技成果200多项，对行业科技成果的发展起到了很大的推动作用。此次再生纤维素纤维推广活动是行业践行绿色发展，推动纺织行业可持续发展的具体行动，必将显著提升我国新溶剂法纤维素纤维生产技术和装备水平，为我国纺织行业的结构调整、再生纤维素纤维产业转型升级、纺织纤维原料的绿色制造做出积极贡献。为此，他提出下一步要做好四方面的工作：

- 一是加强自主创新。涵盖从绿色设计、绿色原材料、绿色生产、绿色消费等产品全生命周期的闭环可持续发展模式的创新；从全产业链角度注重科技研发，掌控核心技术，尽快由要素驱动型增长转换为创新驱动型增长。
- 二是打造自主品牌。强化文化内涵与消费引导，提升自主品牌的市场适应性；向高品质、差别化方向发展，提升质量、水平和效率，加强自动化、数字化、智能化改造。
- 三是山东纺织行业致力于打造具有中国特色、有国际竞争力纺织产业集群，



彭燕丽（右）为山东英利实业有限公司颁发捐赠证书。



与会代表探讨了构建莱赛尔纤维产业技术、生产生态链等话题。

新旧动能转换重大专项，包含先进基础纺织新材料、关键新兴战略纤维新材料和生物基化学纤维，未来将发挥优势资源和技术优势，把握需求趋势，加大国内市场开拓。

四是持续加大绿色制造、绿色发展宣传力度，增进消费者对绿色纤维的了解，同时进一步为纺织产业链上下游搭建面对面学习交流、产品联合开发和应用推广的平台，倡导绿色低碳的消费理念。

高勇最后表示，随着绿色纤维素纤维产业的各项基础研究、装备、工艺等技术的不断突破和工业化进程的推进，新溶剂法再生纤维素纤维工业化应用必将迎来一个广阔的发展空间。

靠自主创新弥补短板，实现国产化替代

在高端访谈环节，中国工程院院士蒋士成，中纺联副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申，山东省纺织服装行业协会副会长陈升，青岛大学党常委、副校长于永明，天津工业大学教授钱晓明，山东英利实业有限公司董事长韩荣桓，中远企业集团董事长桑向东，德州恒丰纺织有限公司总经理金凯震，山东华兴纺织集团有限公司总工程师潘广周，山东如意棉纺集团公司总工程师张红梅，滨州东方地毯有限公司技术中心生产总监陈安等有关领导、行业专家和企业代表，探讨了构建莱赛尔纤维产业技术、生产生态链、高质量发展的投资与政策环境、产品应用等话题。

蒋士成认为，我国莱赛尔纤维产业健康发展要弥补原材料和关键技术装备等短板，要进行基础工艺研究，优化设备，让工艺与原料相匹配，力争在几年内超过兰精公司的规模。

李陵申表示，新溶剂法再生纤维素纤维虽然比重不大，但影响力很大，在纺织三大终端领域都有很多应用，绿色不仅是责任，也是价值的体现，因此莱赛尔纤维获得很大关注，未来前景广阔。

韩荣桓介绍说，山东英利实业有限公司是我国首家万吨级莱赛尔纤维产业化的企业，打破了国际纤维巨头对我国市场的多年垄断，公司以前做化工，由于附加值低，环保压力大，成功寻找到了更好的绿色产品莱赛尔纤维。下一步公司将通过产学研逐步实现木浆、溶剂、设备的国产化替代。即将投产的第二条生产线90%都是国产化，还要进行功能化、差别化产品的开发。

桑向东认为，新溶剂法再生纤维素纤维生产过程流程长、投资高、效率低，这也是多年来产能低的原因，未来如果能提高单机产能，价格接近棉纤维，市场规模将会出现爆发式增长。

上下游齐发力，瞄准千亿大市场

七位来自高校、企业的专家就莱赛尔纤维产业化体系、产品开发、市场需求、应用等话题进行了演讲。

东华大学教授李发学在《突破关键技术及装备构建Lyocell纤维产业化

体系》报告中认为，目前，莱赛尔纤维工艺较成熟，国外已商业化，国内已基本实现万吨级工程化，但规模化集成生产还存有一定问题，如溶解、溶剂回收、原纤化、运行与品质稳定性等问题。对于莱赛尔纤维发展趋势，他认为应该向差异化、功能化方向发展，产品在服用、家用、产业用领域应用广泛。

青岛大学教授夏延致作了《多功能、差异化系列Lyocell纤维产品开发技术》的报告，他认为多功能、差异化莱赛尔纤维产品开发的重点是阻燃纤维、非原纤化纤维、抗菌纤维、消光纤维、防紫外线纤维、调温纤维等。他说，若能攻克莱赛尔纤维功能化关键技术，打破国外技术垄断，促进功能化莱赛尔纤维规模化生产，扩大莱赛尔纤维应用领域，就能带动国内绿色纺织原料升级换代和传统纺织产业新旧动能转换。

天津工业大学教授钱晓明介绍了《莱赛尔纤维在非织造材料中的应用》，他说，纤维是所有纤维材料的基础，也是创新的主体。莱赛尔纤维可与其他纤维混合制造水刺非织造布，可用于面膜、柔湿纸巾、纸尿裤等。莱赛尔纤维在卫生领域可应用于护肤用品：美容面膜、化妆棉、卸妆棉、指甲卸妆棉等。在农业方面，可应用于可降解非织造农用纺织品。在医疗领域，可应用于医疗用纱布、消毒用湿巾、护理用擦拭巾、止血材料、伤口敷料等。此外，还可应用于过滤领域。

江苏互帮纺织科技有限公司董事长任长邦进行了《国产莱赛尔纤维市场需求分析》的演讲，他说，2016~2018年，莱赛尔纱线在牛仔领域一直占据市场的半壁江山。任长邦预测，2019年莱赛尔纱线的开发方向主要包括以下三个方面，一是牛仔领域的莱赛尔纱线，尤其是牛仔领域的低支莱赛尔纱线将在2019年大幅增长；二是针织领域的莱赛尔纱线，32支及40支纱线也将迎来爆发式增长；三是白坯布领域，21×21和30×30的白坯布的销售量将在今年达到新高点。

山东如意棉纺集团公司总工程师张红梅针对《莱赛尔纤维在服装面料领域的开发及应用》作了分享。她表示，莱赛尔纤维具有天然纤维和合成纤维的多种优良性能，是一种绿色可持续的环保纤维，纤维是纺织产业发展的源头，环保纤维可以说是可持续时尚产业的引路牌。她还介绍了莱赛尔纤维面料织造难点，并提出了解决方案。

愉悦家纺有限公司经理高洪国就《莱赛尔纤维在家纺领域的开发及应用技术》、特别是莱赛尔纤维面料的印染加工技术作了专业分享。

滨州东方地毯有限公司技术中心生产总监陈安在《莱赛尔纤维在地毯上的应用》中表示，随着消费升级，以生物基为主的化学纤维、原液着色的化学纤维及循环再利用化学纤维为绒头材料的地毯数量正在逐年增加。公司首次在国内研发出了以天丝为绒头材料的地毯，该产品经水洗（烫光）处理后，因其光泽好，投放市场后，深受消费者喜爱，产品供不应求。

全体与会者还参观了山东英利实业有限公司的莱赛尔纤维生产线和先进技术。TA



会议交流了以党建工作加强行业创新发展,促进行业转型升级的工作经验。

以党建带管理 以管理促发展

全国产业用纺织品企业党建工作座谈会召开

本刊记者 王利 文 / 摄

红星闪闪心向党,听着党歌成长,凝望党旗长大。悠悠九十八载,在党的带领下,我国社会经济乘风破浪,书写出美丽华章。纺织工业作为我国传统支柱产业、重要民生产业和创造国际竞争新优势产业,不忘初心、砥砺前行,取得了举世瞩目的成就。产业用纺织品行业作为纺织工业的重要组成部分,多年来不断夯实基层党建,迎来稳固发展。

为积极落实党的“十九大”提出的新时代党的建设总要求和对基层党建新要求,充分展示新中国成立70年、改革开放40年和十八大以来全国产业用纺织品行业企业推进党建工作的成果,7月5日,“全国产业用纺织品企业党建工作座谈会”在江苏常熟召开。来自全国产业用纺织品企业的基层党组织代表,交流了以党建工作加强行业创新发展,促进产业用纺织品行业转型升级的工作经验,探索新时代加强企业党建工作的有效途径和方法,引领行业

经济高质量发展。

本次会议由中国产业用纺织品行业协会主办,江苏迎阳无纺机械有限公司协办。中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇,中国纺织工业联合会副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申,中国财贸轻纺烟草工会纺织工作部部长王晓旌,江苏省委党校党史党建教研部副教授谌玉洁,苏州纺织工业协会特邀副会长归无忌,常熟市支塘镇党委书记董国新,盐城市阜宁县阜城街道党工委书记于木村,江苏迎阳无纺机械有限公司董事长范立元,相关集群领导以及各企业的党代表等参加会议。会议由中国产业用纺织品行业协会副会长李桂梅主持。

会议期间,与会代表们还参观了迎阳车间、展览室,了解了迎阳纺机董事长范立元是如何以一个优秀党员的准则经营企业,以党建带动企业管理、靠管理促动企业发展的。

· 高屋建瓴 ·

坚持党的领导 打造纺织强国

新时代下,纺织工业强国建设必须强化党组织建设,充分发挥党组织战斗堡垒作用、党员模范作用,引领纺织工业向“科技、时尚、绿色”新定位迈进,满足人民日益增长的美好生活需要,推进行业高质量发展。

高勇表示,今年是新中国成立70周年,70年来中国经济发生了翻天覆地的变化,在中国经济发展过程中,从解决十多亿人口温饱问题到小康社会建设,纺织工业为国家的经济发展做出了很大贡献。他指出,如今我们已经成长为世界经济大国和纺织大国,2018年全世界纤维加工量共9800多万吨,中国的纤维加工量达5460多万吨。目前纺织工业从规模上看中国是最大的,从技术水平讲,现在中国大部分技术已经跟世界技术看齐,甚至有些已经达到世界领先水平。

一直以来,中国纺织工业发展完全是在中国共产党领导下实现的,以前计划经济时代,在中国共产党的领导下,国有企业起到引领作用。改革开放后,纺织工业呈现迅速增长,这个过程中,大量民营企业加入进来,纺织行业中规模以上企业,90%以上都是非国有企业。中国纺织工业联合会调研发现,做得好、发展快、突出的企业都是有健全党建的企业,在党组织的带领下,企业才能健康发展。目前,中国特色社会主义进入一个新时代,中国纺织行业在中国经

济进入新时代前,已经进入一个新的发展周期。在高质量发展期间,纺织行业还是要依靠党的领导,加强党的领导,打造纺织强国,推进新时代行业高质量发展。

王晓旌表示,加强党建工作,就是用理想信念固本培元,让全体党员干部和各级党组织保持对远大理想和奋斗目标的清醒认知和执着追求,切实增强履职尽责的思想自觉、政治自觉和行动自觉,把党的正确主张变成职工群众的自觉行动,以高质量党建工作引领企业、行业高质量发展。

纺织行业党建工作有以下3个特点:一是纺织行业的骨干企业,基本上都是政治上有关怀、经济上有作为、行业中有影响、社会上有贡献的优秀企业,能够自觉以党的政治思想工作统领指导企业发展的全过程;二是纺织行业的党建工作,是我国政治制度优势、经济发展优势与现代企业制度相结合的实践产物,体现了党建带管理、管理促发展的工作理念;三是纺织行业党建工作与党的群团工作紧密结合,颇具特色。王晓旌表示,开展主题教育活动最终的落脚点是把新时代中国特色社会主义思想转化为推进改革发展稳定和党的建设各项工作的实际行动,把初心使命变成锐意进取、开拓创新、埋头苦干、真抓实干的自觉行动。

· 专业视角 ·

夯实基层党建 实现生产力转化

党建工作不是抽象的,而是具体的,是一切工作的“根”与“魂”。政府、国有企业、民营企业的党建工作应如何开展?如何将党建工作转化为纺织产业生产力?

董国新在致辞时表示,支塘镇是“中国非织造布及设备名镇”。非织造产业是支塘镇的特色产业、支柱产业,全镇拥有非织造机械设备企业69家,非织造布材料企业304家,在全国享有较高的知名度和影响力。江苏迎阳无纺机械有限公司是支塘非织造产业中的领军型企业,在以公司董事长范立元为首的众多企业家的共同努力下,支塘镇成立了“非织造产业党建联盟”,走出了一条“以党建带管理,以管理促发展”的特色化新路子,众多骨干企业不断加强党建宣传阵地建设,丰富学习形式和内容,真正把党的声音传递到基层的每一个党员身边,激发每个党员的责任感和使命感,把广大党员的积极性和创造性引导到企业的发展上来,真正把党建工作成效转化为生产力。

董国新认为,此次党建工作座谈会,既是对该企业党建工作的充分肯定,也是对今后支塘镇非织造产业党建工作和可持续发展的鞭策和鼓励,不断激发支塘非织造产业的发展新动力、新活力,进一步推动支塘经济社会的高质量发展。

“党的领导关键是要通过党的建设来助推。”谌玉洁作“不忘初心、牢记使命,做好新时代基层党建工作”主题报告时建议,新时代党的建设可从以下方面入手:一是从正本清源到守正创新。坚守初心和使命,以新的思路、理念、方式,解决新时代面临的新课题。纺织行业的党建工作,是我国政治制度优势、经济发展优势与现代企业制度相结合的实践产物,体现了党建带管理、管理促发展的工作理念。二是新时代如何加强国有企业和民营企业的党建工作。国有企业和民营企业的共同点在于都要发挥战斗堡垒作用,以党建推动企业建设。不同点表现在国有企业应坚持党对国有企业的领导,明确党组织在公司治理中的地位、贯彻落实国企中党管干部的原则等方面。民营企业的党建工作要更加多样化、规范化、标准化和精细



领导一行参观迎阳无纺机械有限公司。

化,关键是要维护职工群众的利益,促进企业健康发展,真正拥护党的领导,做到心中有党。三是如何贯彻十九大精神,促进行业高质量发展。要保持问题意识、世界眼光、创新精神,以质量生命线,助推行业高质量发展。

于木村表示,近年来阜城街道在县委县政府的领导下,围绕“高质量建设新时代江淮乐地”总目标,牢记初心使命,注重责任担当,全面从严治党,重抓为民服务,推进党建工作。阜城滤料产业集群党委坚持以习近平总书记新时代中国特色社会主义思想为指导,深入践行新时代党的组织路线,牢固树立“绿水青山就是金山银山”理念,以“两海两绿”作为发展新路径,创新党建工作服务产业集群,强化组织领导、优化组织设置、提升党建水平、促进产业发展,积极推行“12345”非公党建工作法,为阜城滤料产业高质量发展提供坚实保障。

他还谈到,中国纺织工业联合会和中国产业用纺织品行业协会,在推动行业高质量发展方面做出了巨大贡献,使得整个行业呈现勃勃生机。这次中国产业用纺织品行业协会又重抓党建,“不忘初心、牢记使命”,本次会议对行业的发展必将起到重要而深远的作用。

纺织服装周刊

· 经验分享 ·

以高质量党建 推动行业高质量发展

当前纺织行业正处于转型升级关键期，面临新挑战，对于谁来掌舵把握方向，凝聚企业力量，保证行稳致远提出重大课题。党建强、企业强，企业要坚守经营之魂、走高质量高效益发展之道必须加强党的领导，强化党的建设。

江苏迎阳无纺机械有限公司董事长范立元、上海申达股份有限公司党委副书记伍茂春、浙江三鼎织造有限公司党委书记王生枝通过主题汇报，展示了企业的党建成果，分享了企业如何将党建工作转化为经济效益。

在经验交流环节，南京际华 3521 特种装备有限公司党委书记李修元、浙江三鼎织造有限公司董事长丁军民、金轮针布（江苏）有限公司党委书记成勇等参会代表，根据各自企业党建工作情况踊跃发言。代表们一致认为，新时代下，企业要健康向上发展，必须不断深化基层党组织建设，充分发挥党组织战斗堡垒作用、党员模范作用，增强党的创造力、凝聚力和战斗力，坚持在党的领导下，为传统纺织行业转型升级做出新的贡献，全面推动我国纺织工业在新征程中加速迈进。

李陵申在总结发言时表示，党的十九大以来，我国产业用纺织品行业以习近平总书记新时代中国特色社会主义思想为指导，紧紧抓住立德树人根本任务，加强和改进党对行业的领导，突出思想引领，夯实党建基础，强化思政实效，为行业企业党建和思政工作注入“源头活水”。

对于行业企业未来的党建工作，李陵申提出 4 点建议，一是加强党建工作对于行业秩序规范、企业健康发展具有良好的推动作用，党建工作始终与经济工作、产业发展工作密切联系在一起；二是深入调研，交流学习，总结和推广不同所有制企业党建工作的经验，通过先进典型的示范来创新企业党建的形式与内容；三是结合行业强国建设，以党建引领和弘扬企业家精神、劳模精神，树立党员在企业发展中的良好形象，行业的发展离不开党的领导，企业的发展离不开优秀党员的支撑和贡献；四是将党建工作作为抓手推动企业的文化建设和社会责任建设，加强党员培训，积极将非党务业务人员发展为党员，传递培育优秀党员精神。



迎阳依靠党建促进企业发展。

迎阳：初心逐梦 无问西东

“我是一名有着 30 年党龄的党员。从水产行业到无纺行业，我成长的每一步都离不开党组织的指引和培养。我有很多身份，但我最为珍惜的是公司‘党总支书记’这一职务，这让我有一种责任和使命，就是把对党的深厚感情化作抓党建的坚强决心，‘以党建带管理，以管理促发展’就是我把党建的工作理念。”江苏迎阳无纺机械有限公司董事长范立元在主题分享中说道。

江苏迎阳无纺机械有限公司成立于 1993 年，是中国非织造行业中的专业品牌机械供应商，集非织造设备和非织造布制品研究开发、技术工艺与配套服务为一体。该公司设备远销美国、德国、英国、加拿大等 73 个国家和地区，6 米以上幅宽针刺非织造土工布生产线在同类产品中市场占有率达到 80% 以上。

面对这样的成就，范立元认为这一切都源于党的正确领导。范立元常挂在嘴边的话就是，“没有中国共产党就没有新中国，没有党改革开放的好政策就没有中国今天的富强，没有党和国家的支持就没有我今天的成就。”自从宣誓入党后，他时刻要求自己听党话、跟党走，用实际行动践行着自己的承诺。

创业创新感党恩

范立元成长的道路上，每一步都离不开党组织的培养和指引。1975 年，经党组织考察，范立元被推荐至苏州农大学习。毕业后，他感念组织培养，回乡带领群众从事水产养殖的科学试验，取得了一个又一个成果，使数千户农、渔民脱贫致富。先后被评为“常熟市知识分子先进工作者”、“江苏省致富能手”、“江苏省有突出贡献的中青年专家”、“全国农村青年星火带头人标兵”等。

1989 年，范立元光荣入党，从此无论何时何地都以一个党员的准则严格要求自己。1993 年，改革开放春风正浓，范立元凭借敏锐的市场触觉创办了迎阳无纺机械有限公司，投身中国实业、振兴中国制造。

2008 年，由范立元主持研发的“高强度土工合成材料生产线”获得成功。借助于“迎阳无纺”已有的科技成果，公司生产的土工布强度提高 1/3，处于国际领先水平。迎阳这项成果在中国最大的土工布生产企业山东宏祥集团得到了应用，生产的土工布产品，成功中标国家高速铁路工程项目，成为唯一中标的该类国内装备。

同年 8 月，范立元主持研发的“PU 革基布、

油毡基布生产线”，获得第十届中国专利新技术新产品博览会金奖。2009 年 9 月，迎阳研发的“超长纤维 GMT 板材干法生产线”、国家 863 项目，获得江苏省高新技术产品荣誉称号。同年 11 月，该产品获得中国纺织工业协会科学技术进步奖。

2015 年，迎阳研发的“高强宽幅土工合成材料关键技术与产业化”，获得中国纺织工业联合会科技一等奖，并被推荐申报国家奖。在创新成果的有力支持下，公司不断推出高档次、高品质、高效率的无纺机械设备，公司得以迅速发展。“迎阳”品牌被认定为“中国驰名商标”，公司连续多年产值、销售量、利税总额在全国同类企业中名列第一。

在艰辛的创业过程中，范立元深有感触地说：“我的公司，是在党的政策引导下成长起来的。它的每一步发展和壮大，都离不开党和政府政策支撑和社会各界的大力支持。企业是社会的企业，经营的最终目标就是要带动社会经济发展，共同富裕。”

范立元认为，对于一个民营企业，把准政治方向是首要。明方向才有行动力，讲导向才有正能量。从 2014 年开始，迎阳党总支号召全体党员带头学习党章党规以及习总书记系列讲话。2015 年，经迎阳党总支研究决定，将每周五晚确定为“政治学习日”。2016 年开始，党总支坚持开展“戴党徽、亮身份、树形象”活动，在车间一线和职能科室设立了“党员示范岗”和党员责任区，全体党员主动佩戴党徽上岗，在工作岗位中勇挑重担，关键时刻迎难而上，涌现出了一批党员骨干。

重、以大局为先的先进党员张巍在申达外贸遇到困难的情况下，放弃原本的高收入岗位，出任面临考验与挑战的外贸事业部总经理；勇于探索创新、勇挑重担的先进党员胡淳，从一个‘门外汉’到带领企业不断开发新产品、新市场，在外部经营环境复杂多变的情况下，始终保持稳定的规模、效益。”伍茂春通过分享申达股份下属企业的优秀党支部、党员典型案例，突出了基层党建工作在企业发展中的重要性。

近年来申达股份加快发展步伐，迈出发展“三步曲”。一是加快“全国布局”，抓住机遇增强自己的核心竞争力；二是 2015 年并购美国 NYX 公司 35% 股权，使申达股份的产品范围从软饰向附加值更高的塑料内饰件（硬饰）拓展，从中国市场向北美市场拓展，推进国际化战略；三是 2017 年并购美国 IAC 汽车软饰 70% 股权，使申达股份从区域性的汽车内饰件供应商发展成为全球性的汽车内饰件供应商。

面对新形势，迎接新机遇，开创新局面。申达股份党建工作取得显著成效，通过以企业整合为契机，加强干部队伍能力建设，以提升“全国布局”企业管理为契机，加强区域党建、产业党建、长三角一体化党建；以推动精细化管理、降本节支为契机，引领企业进一步转型发展、提质增效；以跨文化管理为契机，以文化融合、文化沟通推动业务协同发展。

厚德载物铭党情

“是党给了我学习的机会，是党培养和教育了我，我要感恩党。作为发展中的企业来说，迎阳不能忘记改革开放的好政策，我要努力做‘政治上有觉悟，经济上有作为，行业中有影响，社会上有贡献’的‘四有’企业家。”入党三十年来，范立元如是说，也如是践行着自己的承诺。

“国无德不兴，人无德不立”。为感念党的恩情，迎阳人把社会担当作为企业文明实践的具体行动，迎阳党总支和市总工会共同把开展“城乡结对、文明共建”活动列入年度重点活动，党总支书记范立元是创建第一责任人。

迎阳纺机先后为助力建造任阳幼儿园、购置任阳社区消防车，资助常熟政法系统文艺活动、同在阳光下慈善活动和市篮球赛事活动等捐助了 100 多万元。公司还连续 9 年为 8 名困难户子女资助学杂费。近三年来，每年“六一”公司都要前往任阳小学慰问少年儿童，爱心捐款合计超过百万元。2017 年，范立元主动带头给市慈善总会捐助了 60 万元。公司对十多名困难员工也是关怀备至，每年为他们提供补助金，解决了他们的后顾之忧。



领导一行在迎阳车间调研。

2015 年，迎阳志愿者团队成立，积极从事社会志愿服务事业，大力弘扬雷锋精神，普及志愿服务理念，引领社会正能量的同时，也感召身边的人一起参与志愿活动，为建设精致常熟、文明城市做出自己实实在在的努力。2016 年，公司定期定点定时开展道德讲堂系列学习，组织多种活动，传承中华民族传统美德，弘扬社会主义核心价值观。

“在改革开放和社会主义建设事业的滚滚洪流中，我只是沧海一粟。只有把自己融入时代大潮，企业才能生生不息，企业才能发展壮大。我要把根扎在家乡这块沃土上，踏实做事，以此回报党的培养，回报人民的养育深情。”作为一名优秀党员，范立元数十年如一日，初心逐梦，无问西东。

三鼎：细化工作，拓展党建内容

浙江三鼎织造有限公司党委书记王生枝在主题分享时介绍，三鼎控股集团创立于 1994 年，是一家以锦纶、织带等实体产业为主，同时涵盖金融、跨境贸易、酒店等产业的大型集团企业。三鼎控股集团在 1998 年成立了第一个党支部，并于 2006 年 9 月成立党委，下设 15 个党支部，现有党员 258 名。

浙江三鼎织造有限公司是三鼎控股集团旗下的大型彩带生产企业。近年来，三鼎党支部通过“一诺、二课、三管理、四平台、五工程、六结合”，创新党建多元化、引领时代新媒体、凝聚青春正能量、延伸党建品牌链。

一诺，以党员、员工承诺带动企业廉洁文化建设。二课，网络课堂、现实课堂优势互补，增强党建活力。三管理，在册、流动和后备队伍管理，打造核心力量。打造信息化“四平台”，依托党建微博微信，打造党员微平台；推行“三网联建”，打造红色联通平台；构建网络商学院，打造网络学习平台；发挥网络 QQ 论坛，打造交流服务平台。实施青年“五工程”，实施育人工程，搭筑青春梦想；实施先锋工程，助推青春建功；实施关爱工程，激发青春能量；实施奉献工程，履行青春责任；实施文化工程，激扬青春活力。架构党群建设“六结合”，与经营决策相结合，服务企业发展；与人才管理相结合，助推团队建设；与品牌创新相结合，打造先进组织；与主题教育相结合，引导创先争优；与区域党建相

结合，强化区域合力；与社会责任相结合，落实筑梦奉献。

党建需要“大智慧”，三鼎党支部的基层党建工作特色鲜明，成效显著。在阵地建设方面，发挥党群服务中心红色阵地作用，打造“不忘初心、牢记使命”学教基地。在党员管理方面，推行“党员电子信用存折”积分绩效管理，解决非公企业党员教育管理难题。在组织建设方面，印发党支部标准化建设指导手册，开展主题党日“八个一”活动等，实现支部班子好、党员队伍好、工作机制好、工作业绩好、群众反映好。在社会责任方面，构建“1+X+Y”同心圆工作架构，组建三鼎志愿者服务队。

王生枝表示，近年来，三鼎集团党委以“党建+”行动引领党员队伍建设，深化改革创新，贯彻落实“党建强、发展强”战略。此外，三鼎集团党委顺应大数据时代潮流，把“互联网+”融入党员管理，探索建立的党员电子信用存折管理平台，具有功能完善、易于操作等特点，开辟了党员教育管理服务的新途径，极大增强了党建工作活力，对“两新”组织科学管理党员具有重要借鉴意义。

会上，王生枝铿锵有力地说：“三鼎党支部将牢牢把握‘守初心、担使命、找差距、抓落实’的总要求，继续落实‘目标同向、思想同心、发展同步’的党建发展理念，推动‘党群协同共建’，为企业多元化发展、实现‘三鼎梦’提供坚强的组织保证。”



柯桥中国轻纺城 专版



近年来，柯桥区以大开放促大发展，大力实施“丝路柯桥·布满全球”行动计划。

开栏语：时间的年轮铭刻着中国发展的轨迹，也深刻见证了柯桥纺织行业走过的不平凡之路。今年是新中国成立70周年，也是纺城奋力前行，打造新时期国际纺织之都的关键之年。新时代、新征程、新未来，站在建国70周年的新起点，柯桥不忘初心再出发，砥砺奋进续辉煌。

结合近年来柯桥转型升级现状，本刊特开辟“打造新时期国际纺织之都”专栏，从目前柯桥正实施的“丝路柯桥·布满全球”、“行业标杆·高端纺城”、“共建共融·大轻纺城”三大行动入手，展现柯桥作为千亿级纺织集群，面向纺织新时代的“开放、时尚、智慧、高端”姿态。

打造新时期国际纺织之都

丝路柯桥·布满全球 开放协同 构建经济新增长极

本刊记者 王利 文 / 摄

2017年5月，国家主席习近平在首届“一带一路”国际合作高峰论坛上发表题为《携手推进“一带一路”建设》的主旨演讲。时隔两年，2019年4月，在第二届“一带一路”国际合作高峰论坛开幕式上，习近平再次发表主旨演讲，题为《齐心开创共建“一带一路”美好未来》。两次高峰论坛上，“开放”和“互联互通”均成为习近平演讲中的高频词，体现了我国开放包容、互利共赢的大国担当。

柯桥作为全球代表性的纺织产业集聚区、中国千亿级纺织产业集群，在共建“一带一路”框架之下，以“一块布”贡献出独特力量。去年，首届世界布商大会在柯桥举行，在主题大会上，柯桥向全球发布了“丝路柯桥·布满全球”行动计划，并正式启动。行动计划启动以来，中国轻纺城带着3万家市场经营户、带

着5万余种优质面料，从南到北，从国内到国外，沿着“一带一路”，将柯桥中国轻纺城的纺织资源和要素逐步向全球拓展，搭建起柯桥与世界纺织沟通交流的平台。

“丝路柯桥·布满全球”行动计划旨在抢抓“一带一路”机遇，加强与全球纺织产业链的融合联动，加快接轨国际市场，参与国际竞争与合作，共筑纺织经济新增长极。一路“向东”，重点在缅甸、菲律宾等“一带一路”沿线国家举办自办展；同时在缅甸、印尼等国成立中国轻纺城商会，加强柯桥与“一带一路”沿线国家产业合作；一路“向西”，面向欧美高端市场，重点在美国、意大利等知名展会中设立“绍兴柯桥馆”；面向国内，重在国内主要纺织产业集群设立中国轻纺城O2O展厅，开展“丝路柯桥”走进品牌、走进集群等活动。

一路“向东”： 深耕“一带一路” 扩大沿线朋友圈

“一带一路”建设，为柯桥外贸和国际市场的开拓带来了全新机遇。沿线国家巨大的纺织品需求、低廉的生产成本和优惠的产业政策，均为柯桥加强与沿线国家交流合作提供了更广阔的空间。为此，柯桥区积极搭建对外服务平台，强化企业主体意识，通过“政企联动、抱团参展”新模式，融入和服务“一带一路”倡议。

目前，中国轻纺城已在巴基斯坦举办两次展中展，共接待全球各地采购商上万人次，进一步提升“柯桥面料”品牌影响力；在缅甸举办两次自办展，并计划以缅甸为首站，建立“柯桥中国轻纺城商会”，开展长期稳定的海外贸易沟通工作，今年12月还将举办第三次缅甸自办展；在越南举办了四次对接会，柯桥区出口越南贸易总额量速齐增，成为柯桥外贸发展的新引擎。

今年下半年，柯桥还将积极筹办非律宾自办展，举办俄罗斯、孟加拉、埃塞俄比亚展中展，以及印度尼西亚巡回展等。数据显示，近年来，柯桥区对东盟、中东欧等“一带一路”沿线主要国家和地区贸易额保持年均10%以上的增速，通过一系列展会及对接会，未来将迎来更大发展前景。

在积极引导企业与“一带一路”沿线国家加强贸易往来的同时，柯桥区还鼓励企业“走出去”投资建厂。浙江米娜纺织有限公司是具有代表性的先行者和受益者，目前已在埃塞俄比亚投资建设三个工厂；浙江汉飞纺织科技有限公司投资近千万美元在越南开厂，预计全面投产后可实现年销售收入6亿元；绍兴木林森纺织有限公司作为柯桥外贸企业的领军者，计划在印度尼西亚投资建厂……

这是柯桥布商纷纷“走出去”拥抱世界的一个侧影。据统计，目前柯桥区共有近500家企业赴境外投资，其中包括新加坡、越南、土耳其、阿联酋等近20个“一带一路”沿线国家，不断扩大沿线“朋友圈”，不断提升新时期“国际纺织之都”的国际影响力。

一路“向西”： 践行“美美与共” 同绘纺织“工笔画”

柯桥作为纺织大区，以产业链完整、生产能力强、面料品类齐全而著称，以中国轻纺城为龙头的纺织全产业链，是柯桥纺织发展的独特优势。然而，在时尚创意产业、高端纺织品、品牌培育等方面，仍有很大的发展空间。引领柯桥从纺织大区向纺织强区发展，是新时期柯桥区经济发展的重要增长点。对此，柯桥加速走向国际时尚潮流中心，积极对标欧美市场，加快发展更高层次的开放型经济。

意大利作为世界著名的时尚国度，孕育了许多历史长达百年的世界一线服装品牌。如何“美美与共”，将意大利的设计优势和柯桥的面料优势相结合，共同绘制好精致细腻的纺织服装行业的“工笔画”，是双方共同探索的新课题。

近年来，柯桥纺织行业将“走出去”与“引进来”相结合，以中欧时尚梦工厂、中纺CBD—东方米兰国际时尚发布中心、“丝

路柯桥·米兰馆”等一大批时尚大项目为平台，大力发展纺织时尚产业的新引擎、接轨欧洲时尚前沿的新阵地。

以中欧时尚梦工厂为地标，欧洲的时尚品牌、时尚“泰斗”、时尚企业纷纷入驻柯桥，国际新理念、新产品、新模式、新业态在纺城渐渐崭露头角。以“丝路柯桥·米兰馆”为渠道，柯桥纺织企业走向世界，带去最新的原创、科技、环保产品，多元化全方位展现柯桥纺织产业的最新形象，提升柯桥面料的整体品牌价值和国际话语权。

自“丝路柯桥·布满全球”行动计划开启以来，在意大利已举办两次巡回展，在那不勒斯、普拉托等地举办对接会，并前往罗马、佛罗伦萨、米兰等多地实地走访考察当地市场与企业。双方通过面对面交流，使柯桥的产业资源、产能规模、专业市场等优势与意大利的人才、品牌、国际营销等资源要素得到最低成本、最有效的优化配置。

当然，该计划的“向西”之路，并不局限于意大利，而是面向欧美全方位发散，彻底拥抱全球化。下半年，在中国轻纺城集团股份有限公司旗下全球纺织网的带领下，柯桥纺织企业将以“展中展”形式，组团亮相美国纽约国际服装面料展，加强纺织企业的民间交流，降低中美贸易摩擦影响。

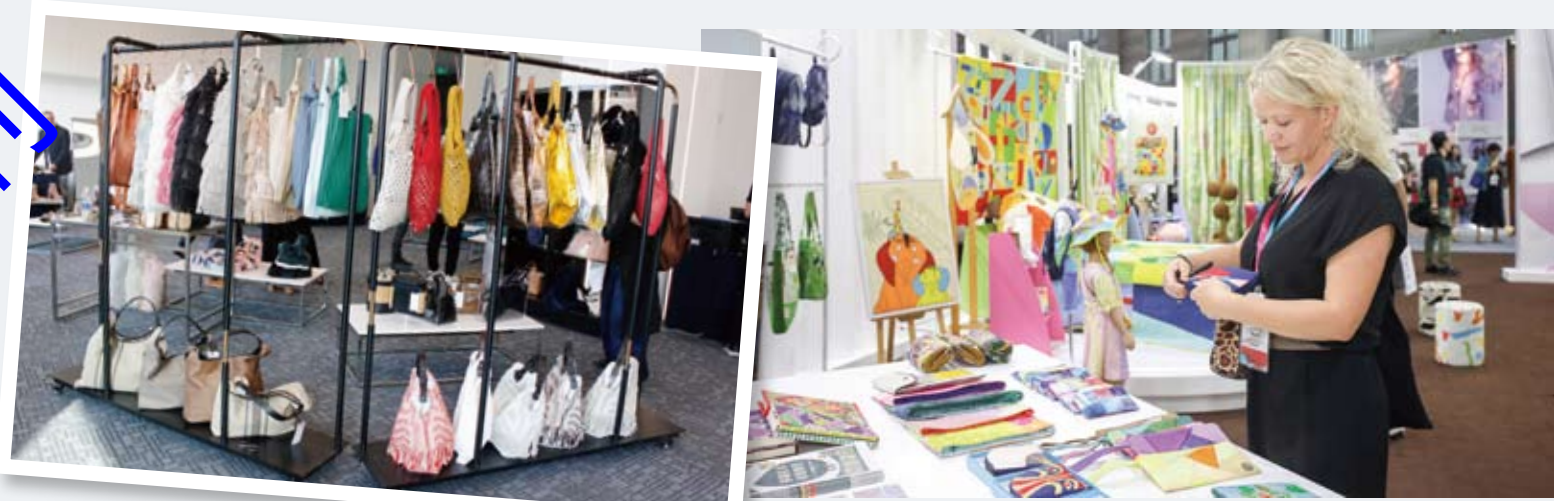
面向国内： 依托集群优势 提升IP影响力

在中国纺织工业高速发展的过程中，占据纺织行业半壁江山的产业集群以及不断兴起的服装品牌，对全行业的稳定发展起到重要的支撑作用。如果这些纺织集群、服装品牌能联动发展、良性互动、优势互补，将进一步促进我国纺织行业高质量发展。柯桥作为国内诸多纺织产业集群之首，早已率先捕捉到其中的机遇，率先在国内开展走进各地集群的路演推介会和走进服装品牌的对接会活动。

今年4月初，“丝路柯桥·布满全球”走进深圳，22家柯桥优秀纺织面料企业与梵思诺、卡尔丹顿、影儿等70余家深圳服装品牌企业及服装设计师进行了点对点、面对面的专场对接。4月底，在“杭州·绍兴周”上，柯桥纺织企业通过产品发布、时尚走秀、精准对接等多样化活动形式大放异彩，中国轻纺城建设管理委员会与杭州服装设计师协会达成战略合作协议，进一步构建绍兴“深度融合·同城一体”的对接共荣格局。6月中旬，在“宁波·绍兴周”上，将绍兴柯桥纺织产业集群和宁波服装产业集群紧密联系在一起，促进甬绍两地全面对接。

接下来，“走出去”行动还将持续推进，进一步提升绍兴柯桥中国轻纺城和“柯桥面料”IP知名度和影响力。

今日之柯桥，不仅是浙江绍兴之柯桥，也是中国之柯桥，更是世界之柯桥。近两年，“丝路柯桥·布满全球”行动计划，通过海外巡展、走进品牌、走进集群等形式，构筑起开放协同、集群联动的大纺织经济格局，为柯桥乃至全国经济发展提供新的强劲增长极。TA



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

聚焦

优化营商环境 实现以“进”带“稳”

本刊记者 邬莹颖

7月2~3日,浙江省副书记、省长袁家军一行围绕推动营商环境走在前列,深入绍兴开展“不忘初心、牢记使命”主题教育专题调研。3日,袁家军及中央第二指导组组长陈际瓦,绍兴市委书记马卫光,绍兴市委副书记、市长盛阅春,柯桥区委副书记、区长赵如浪等走访了柯桥中国轻纺城联合市场。

“营商环境好不好,企业最有发言权”,袁家军一行深入企业、对话企业,对经营户的切身营商环境及发展方向进行了深刻而又全面的调研考察。袁家军表示,营商环境没有最好,只有更好,打造稳定、可预期、法治化的最佳营商环境需要持续发力、久久为功。要聚焦服务“六稳”大局和防风险,强化前列意识,坚持问题导向,摸清企业的“难点”“痛点”“堵点”,不断提升服务水平、提高“跑零次率”。

在米尚纺织门市,领导一行与经营户进行了深入交谈,不仅询问了门市的经营情况及发展方向,还鼓励经营户将时尚创新发展理念化为务实行动,加快纺织行业创新产业链的优化升级,提高产品附加值。袁家军强调,“越往上空间越大。”

调研期间,袁家军主持召开座谈会,听取基层意见建议。他表示,优化营商环境是应对经济下行压力、推动政府职能转变、打造区域竞争新优势的关键一招,具有牵一发而动全身的重大意义,其核心是优化创新创业创造生态,重中之重是深化政府自身改革,以政府有为带动市场有效、企业有利、百姓受益。要紧扣“五个走在前列”目标,把优化营商环境的要求体现到政府各项工作中



袁家军一行对经营户的营商环境及发展方向进行了调研考察。

去,大力推进优化营商环境“10+N”行动,通过营商环境的“进”,带动实现经济运行的“稳”,全面提升区域竞争力。

近年来,围绕打造新时期“国际纺织之都”,柯桥中国轻纺城一直以“以刀刃向内的自我革命精神”推动营商环境走在前列,致力于推进未来柯桥纺织印染产业数字化、智能化、时尚化。同时为柯桥中国轻纺城经营户走出国门寻求高质量发展,搭乘“一带一路”的东风,已成功举办并参与缅甸、越南、巴基斯坦、意大利等多国的国际型展会,助力企业健康向上发展,协助政府推动营商环境的优化及提高。

“丝路柯桥·米兰馆”搭建共赢大舞台

近日,由绍兴市委副书记、市长盛阅春率领的绍兴友好经贸访问团,考察了位于意大利米兰的“丝路柯桥·米兰馆”。柯桥区委副书记、区长赵如浪参加本次考察。

盛阅春详细了解了米兰馆的布展及运作情况,并表示,“丝路柯桥·米兰馆”为柯桥企业与世界时尚之都之间架起了一座桥梁,将柯桥面料与意大利顶尖设计师、



盛阅春一行考察“丝路柯桥·米兰馆”。

服装厂家有效结合起来,进一步提升柯桥面料的知名度,助推柯桥面料走出国门、走向世界,并逐步汇入国际潮流中心。

米兰华夏集团董事长周小燕表示,“丝路柯桥·米兰馆”的建成,得益于绍兴与柯桥政府的支持,下一步计划在米兰馆的成功基础上,筹备在柯桥设立“丝路米兰·柯桥馆”,将意大利的产品和设计师带到柯桥,加强双方交流合作,推动互利共赢。

此外,“丝路柯桥·米兰馆”举行了入驻企业新产品新闻发布会暨服装走秀,意大利各地服装企业、设计师当场为柯桥服装面料打分。现场,浙江金晟纺织有限公司的竹纤维面料男装西服,浙江金点子纺织有限公司的“时尚女装面料”“汉服系列”“油画系列”,通过走秀,让中华文化、柯桥面料优势和意大利时尚完美结合,呈现出中西合璧的新气象。

“丝路柯桥·米兰馆”是柯桥区政府与米兰华夏集团在时尚之都米兰打造的首个柯桥面料海外展售空间。它不仅是国际时尚潮流中心的一个缩影,也是中意文化交流的一个桥梁。通过这个平台可以将柯桥乃至全国最有创新性和时尚性的面料产品对外展示,让我国面料在海外设计师手中展现出更多不同的可能性,为我国纺织产业注入强劲的发展新动能。(王利)

纺城支部书记培训班在苏大举办

为纪念中国共产党建党98周年,切实提高中国轻纺城市场各党组织书记和党务工作者思想政治素质和业务能力水平,推动基层党建各项任务落到实处,7月3日,中国轻纺城市场支部书记培训班在苏州大学开班。

中国轻纺城建设管理委员会党工委副书记、副主任,市场党委副书记徐海芳出席开班仪式并作动员讲话。市场党委下属各支部书记和党务工作者、中国轻纺城市场开发经营集团有限公司党委下属各支部书记、浙江中国轻纺城集团股份有限公司党委下属各支部书记参加本次培训。

三天的培训学习,设置了《全面从严治党之基本要求和现实意义》、《中国当前经济热点问题探讨》、《大数据及人工智能》及《国学中的信仰与修养》等课程。学员们表示,培训时间虽然短暂,但学习收获满满,既学到了知识,也拓宽了视野、更新了观念,进一步激励了轻纺城市场党委下属各党组织书记及党建指导员“不忘初心、牢记使命”,增强了基层党组织的创造力、凝聚力和战斗力,更好发挥轻纺城市场党委组织的战斗堡垒作用和党员先锋模范作用。(邬莹颖)

十九年不忘初心 全球纺织网再起航

近日,中国轻纺城集团股份有限公司旗下全球纺织网十九周年答谢活动在中国轻纺城北市场举行。现场通过抽奖和宣讲等环节,吸引了众多来往客商驻足咨询。

活动介绍了全球纺织网网上商铺各项增值服务,解答用户对网上生意的各项疑问,帮助用户开拓网上市场。同时,还介绍了全球纺织网各项海内外商旅对接活动情况,解答各项异地参展政策,致力帮助用户开拓市场,赢得更多发展契机。

据了解,十九年来,全球纺织网作为纺织行业电子商务平台,长期致力于为纺织服装行业解决信息不对称,协助企业运用互联网思维改变传统纺织产业运营模式。网上商铺作为全球纺织网贸易平台成熟经典的产品,为广大客户带去了源源不断的纺织商机,以“互联网+纺织”赋能产业转型升级。

近年来,全球纺织网大力发展会展业务,积极承办“丝路柯桥·布满全球”海外巡展活动,组织中国轻纺城经营户走过了

缅甸、巴基斯坦、意大利、美国等诸多国家和地区,通过自办展、展中展、巡回展等形式,为柯桥纺织企业外贸发展和国际市场的开拓带来了全新机遇。

如今的全球纺织网,针对不同国家用户,开设有中文站、国际站、日文站。平台以“信息+交易+服务”为发展思路,汇聚海量供应商建立网上商铺,实现产品信息、企业信息、订单信息的精准对接。同时提供线下对接会、组团参展、实体展厅企业信息化等服务。以成立十九周年为起点,未来全球纺织网将不忘初心、砥砺前行,致力于以互联网信息技术改变纺织行业。(王利 文/摄)



经营户现场签约,入驻全球纺织网网上商铺。

提升应急救援能力,护航“平安纺城”!

为进一步打造“平安纺城”,营造市场良好的消防安全环境,7月3日,浙江中国轻纺城集团股份有限公司在中国轻纺城物流中心停车场举行了第三届消防技能大比武活动。来自东升路市场、东市场、北市场、北联市场、服装市场、物流公司、坯布市场共7个分公司代表队近50名“运动员”参加比拼,集团专职消防队作赛前示范表演。绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会、消防救援大队相关负责人到场指导。

此次比武竞赛共开展“一人两盘65mm水带连接操”、“100米负重跑”、“消水栓出水操作”三大项目。比武场上,队员们个个精神抖擞,展现出



消防技能大比武现场。

(张颖 文/摄)

一线柯桥

成就的背后是实力和底气

本刊记者 王利

在刚刚结束的G20峰会上,中美两国元首在大阪进行了友好会晤,此次会晤打破了5月初以来两国的僵局。两国元首同意:在平等和相互尊重的基础上重启经贸磋商;美方表示不再对中国出口产品加征新的关税;两国经贸团队将就具体问题进行讨论。

3000亿美元的关税威胁得以消除,对于纺织行业而言,可谓是注入了一针“强心剂”。纺织朋友圈不少行业人士也早早窥探到了市场即将迎来提振的一丝信号。

为何美方前后态度转变如此之大?试想如果我们自身羸弱,美国根本不会停止对我国的威胁,就像中兴在美国的断供面前即便认错赔款最后也照样被美国制裁打压,而华为在美国的断供面前直接反怼,甚至当场起诉美国政府,结果还换来了美国总统的“解禁”。这是因为华为有能令美国忌惮的核心技术,而中兴没有。

任何成就的背后是实力和底气,而实力和实力来源于自身的创新与努力。在近日举行的2019创意思享大会暨创新创业创意超级杯盛典上,柯桥时尚周荣获2019创新创业超级杯“城市活动创新奖”。在中国传媒界首个创意思享大会上获此殊荣,并非凭空而来,而是柯桥纺织业近年来持续转型升级,发展时尚创意产业、保护知识产权、引进设计人才等一系列举措的成果。

柯桥时尚周自2015年首次举办至今,已成功举办6届,是业界第一个以时尚创意面料为核心的国际化时尚周,一个时尚产品、时尚品牌、设计名师、时尚文化和多元时尚元素汇聚的产业价值创新平台。柯桥时尚周聚和市场需求和潮流趋势,集合产业优质资源和原创设计力量,逐步成为一项国际性盛典,影响力与日俱增。

所以任何时候、任何主体,自身的实力强大与否,才是取得认可和尊重的唯一方式。柯桥作为国际性纺都,早已认清现状,从“柯桥水街”到“丝路柯桥”,从“步满全球”到“布满全球”,自身实力的不断壮大,让柯桥纺织行业能够笑傲全球,成为国际潮流中不可替代的重要组成部分。TA



深圳国际面料辅料展上丰富多元的面辅料产品让采购商欣然而往、满载而归。

触摸全球时尚 邂逅“精制”未来

2019 深圳国际纺织面料及辅料博览会释放潮流新创意

本刊记者 _ 徐长杰



领导一行参观展会。

服装的独特气质，除了设计上的巧夺天工，还需要配饰的点缀以及精致面料的成就。

7月4~6日，由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国纺织信息中心、深圳市服装行业协会和法兰克福展览（香港）有限公司共同主办的2019深圳国际纺织面料及辅料博览会（下称深圳国际面料辅料展）举行。本届展会共吸引1000多家海内外知名展商，在超37500平方米的展出面积上汇聚了新设计、新材料、新科技、新工艺等创新成果，于深圳会展中心6、7、8、9四大展馆展示。

本届深圳国际面料辅料展以“精制未来”为主题，以国际格局、

前瞻视野呈现当下全球纺织时尚产业的新主流，从海量展品中释放潮流新意，聚焦纺织创新，解读未来时尚生活的无限畅想。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中国纺织工业联合会副会长、中国国际贸促会纺织行业分会会长徐迎新，中国国际贸促会纺织行业分会常务副会长梁鹏程，中国纺织信息中心主任乔艳津，法兰克福展览（香港）有限公司高级总经理温婷，国家纺织产品开发中心主任李斌红，中国国际贸促会纺织行业分会副会长林云峰、常清等领导及嘉宾出席了开幕式并参观展会。

孙瑞哲一行首先来到了江苏阳光集团展位，企业展示了各类不同纺织、不同克重色彩的弹力类面料，条纹、千鸟格纹、威尔士格纹以及各类花式小香风类面料，展会期间众多专业买家都纷纷到访、寻样接洽，展位人气颇高。在了解企业在针织面料方面进行了诸多创新后，孙瑞哲给予高度肯定并谈到，针织产品目前还存在克重高、不可水洗等问题，还要努力将产品做得更轻盈，使其穿着体验得到大幅提升。

随后，孙瑞哲一行又相继到2020春夏中国纺织面料流行趋势区、盛泽展团、日本展团、中国台湾展团观展，并详细询问了参展企业情况。

徐迎新在开幕式致辞时表示，深圳作为改革开放的前沿和窗口，粤港澳大湾区的时尚核心引擎，已显示出了强大的枢纽作用，辐射带动整个粤港澳的一体化和稳步发展。多年来，时尚深圳展与深圳国际面料辅料展携手，不断深化产业创新、加强对外合作、打造产业协作链、推进时尚发展的新格局。相信在新平台的助力下，时尚深圳展与深圳国际面料辅料展在促进国际交流合作、培育品牌发展等方面都将作出更为积极的贡献，进一步推动纺织行业的转型升级。

硬实力 新设计潮品齐聚

本届深圳国际面料辅料展现场，来自中国大陆、中国台湾、中国香港及澳大利亚、德国、印度、意大利、日本、韩国、土耳其、美国等

11个国家及地区的展商相聚，集结了各类纤维纱线、化纤、针织、丝绸、棉、麻、毛、牛仔、功能运动、蕾丝绣花、内衣泳装面料、优选制造以及辅料等海量精品。

自2008年首次参与深圳国际面料辅料展以来，浙江金点子纺织有限公司几乎没有间断过，而与往年不同的是，金点子今年不再只卖面料。“我们把面料制作成成衣，让采购商对我们的面料有更直观的了解，这也是我们本次参展的最大亮点。”在金点子的展位中，到处可见的成衣产品，无论设计还是面料的品质，都很容易让人产生购买的欲望。这是金点子特意为2020春夏设计开发的60余套服装，从外套、衬衫到连衣裙应有尽有。而就在开展后的几小时，金点子就拿到了1000件成衣的订单。采购商买面料还要拿到工厂设计加工、打版，而我们这直接就能做成衣，不仅能节省经济成本，更节省采购商的时间成本。”

不仅如此，金点子还尝试在面料中应用回收可降解材料，这与我国目前提倡的循环经济收不谋而合。目前上海试点的垃圾回收即将在全国推行，庞大的废旧纺织品即将以新的形态融入我们的生活中，这不仅企业社会责任的良好体现，更能成为国人生活的一种新时尚。

在日本展团、浣定大阪商贸(上海)有限公司的展位被围得水泄不通，记者在采访中得知，他们这次主要推出了醋酸、铜氨和粘胶等面料产品，这些面料在夏季会有冰凉的体感，也是目前欧美较流行的面料产品。展会相关负责人表示，他们的产品非常受设计工作室的喜爱，有不少采购商来询问并下单。

绍兴柯桥优硕好数码科技有限公司每年都将intertextile视为重要展会项目，本届深圳国际面料辅料展期间，重点展出了高端数码印花亚麻面料，负责人陈刚介绍，该款面料具有穿着舒爽、悬垂不皱、手感柔和、色泽纯正、易打理、服用性佳等优点。陈刚表示，来到深圳国际面料辅料展，企业能更好地观察行业流行动向，配合展会现场的众多专业买家研发产品，总结市场趋势获取商机。

绍兴坤琅纺织品有限公司主打“小香风”面料产品，展会期间不断有采购商前来询问并拿样。坤琅推出的面料非常薄且精致，在夏装中用途广泛，让不少采购商爱不释手。公司相关负责人表示，一款面料已经被某一线女装大牌下了订单，预计2020春夏季就能够在市面上见到成衣产品。

绍兴帝萱纺织品有限公司再次带来了企业的最新产品参展。公司相关负责人徐霞表示，虽然本次他们的展出规模不大，但仍然吸引了众多服装大牌前来询问，如影儿、赢家等都与企业进行了接洽。

东莞市博斯蒂新材料有限公司鲁园园表示，“展会这几天，我们现场展出的导电单丝和感光单丝，备受服装品牌买家的青睐，询问产品特性；我们的拳头产品彩色单丝，能够解决白色单丝之后的复杂染色问题，并为客户提供现货，使得不少买家纷纷索取了小样和色卡，建立了联系。”

逛大展 享源头时尚盛宴

除了汇集海内外展商，深圳国际面料辅料展对国内外一线服装品牌更有着强劲的吸附能力。

本届展会就吸引了李宁、安莉芳、HUGOBOSS、IKEA、朗姿、伊维斯、马天奴、鬼皇、淑女屋、宝姿、玛丝菲尔、华歌尔、Lily、FivePLUS、C&A、舒雅、FILA、都市丽人、迪尚、安奈儿、I. T.、Giordano、野兽派、影儿、Maxstudio、歌莉娅、Trendiano、Zara、依文、雅莹、RalphLauren、舒朗、曼妮芬、Amazon、季候风、UR等大批知名服装品牌到场选购。

“2020年，深圳国际面料辅料展将迁入新馆，在金秋10月和全球纺织人再次相聚，伴随着展出面积的扩大，参展企业和展品也必将更加丰富多元！”



“我们这次组织了近50位服装制造商前来参观，比去年的人数扩大近一倍，其中很多是展会的‘老朋友’，同时也有一些‘新伙伴’被吸引进来，企业对深圳国际面料辅料展很认可。”盐步内衣行业协会秘书长黄卫清说道。

小榄镇商会秘书长梁婉霞也表示，在参观过展会后，买家团里的不少企业都收获颇丰，找到了心仪的针织面料。买家团中专门生产内裤的企业目的大多非常明确，比如采购麻针织面料。很多企业都选到了满意的面料小样。

大朗纺织网买家团更是组织了50家毛织企业到场选购，买家团负责人李永聪表示，“这届展会开设了精品纱线区，对于毛织企业来说除了能接触面料辅料，还能多了解一点纱线产品情况，可谓一举多得。”

精制未来，既是畅想，更是行动。深圳国际面料辅料展俨然一个偌大的趋势发布秀场，承载着纺织面料辅料企业逐浪时尚潮流，引领行业从源头变革创新，引领更美好的时尚生活方式。

谈趋势 最前沿资讯在握

多年来，深圳国际面料辅料展一直在时尚的前沿看产业，预测未来面料辅料行业的革新和变化，intertextile系列展会的论坛及研讨会也一直深受展商和观众喜爱。本届深圳国际面料辅料展期间举办的论坛主要围绕时下最热的设计趋势与可持续发展等话题展开，还有流行趋势静态展示区，都吸引了大批观众。

“2020春夏中国纺织面料流行趋势”论坛上，中国纺织信息中心流行趋势部趋势研究员姜蕊从色彩搭配和图案运用的角度，带来了Premiere Vision关键面料图案流行趋势的专业讲解；“2020/21秋冬男女装面料趋势”论坛上，Creative Placements Asia Ltd总监Michael Leo分析和展示了男、女装2020/2021秋冬面料的主要趋势，并以大量意大利制面料为例作说明。

在“透明度和可持续性：消费者、品牌及未来”论坛上，TESTEX亚太区市场拓展经理温师瑜介绍了OEKO-TEX 2019年的新规定；在“2019欧美市场最新环保法规要求及OEKO-TEX可持续发展解决方案”论坛上，海恩斯坦中国区销售经理牛斌对“欧美市场最新环保法规要求与生态纺织品认证”等核心内容，进行了详细解读。

如今，为期三天的深圳国际面料辅料展已然闭幕，但即将改变未来的面料辅料才刚刚步入人们的生活。2020年，深圳国际面料辅料展将迁入新馆，在金秋10月和全球纺织人再次相聚，伴随着展出面积的扩大，参展企业和展品也必将更加丰富多元！TA



两季双展联动 承启时尚新纪元

2019 时尚深圳展圆满收官

本刊记者 吕杨

7月6日，为期三天的2019时尚深圳展圆满落下帷幕，展会共有20个国家和地区的1800多家展商参展，举办各种走秀、论坛、派对、晚会等时尚活动超过100场，举办商贸对接活动近600场，共计有近14万人次的专业观众参观、洽谈，参与流行趋势发布、时装秀、专题研讨及相关活动，充分展示了“时尚改变生活、设计驱动未来”的新图景。

持续攀升的数字背后，是以自主品牌、原创设计师、创新供应链为代表的线上线下融合的创新展会模式的磅礴成长，充分展现出了中国服装行业的强大韧性、深厚潜力和澎湃活力，显示出中国仍旧是全球最大的成长性市场。

和而不同，1800家品牌表达时尚态度

本届展会展览面积达11万平方米，9大展馆火力全开，影儿、赢家、衡韵雅序、朗黛、三森、杰西、邦宝、梓衣、见花开、贝灵阁、卡诗米娅等众多国内一线知名品牌，纷纷以超大炫酷展位传播各自的品牌文化。

朗黛国际馆“做生活的发光体”被笼罩在通透白纱之下，带着梦幻而柔美的朦胧感，借此表达出希望每个女人都能做生活的发光体；2019 FSZS最佳展位设计奖衡韵雅序展馆空间设计以江南园林为灵感，集合白粉墙、月洞窗、山石、修竹、屏风、木雕多种元素将庭院风光静美呈现，展现出衡韵雅序雅生活和慢时尚里的禅意与精致；影儿“独立的精神”则收录了英国中央圣马丁艺术学院、清华大学美术学院等国内外各大院校的新生设计力量发起艺术再创作。在简洁自由观展空间映衬下，作品中呈现着新生代对于未来时装的畅想……

“原创设计与商业落地”也是本届展会的一大亮点，NEXT SHOWROOM、DICTION 蝶讯时尚生态馆、YOSAR 时尚创意馆、聚道独立设计师平台、意法·IN 时尚、睿时尚、TTCITY 上上城等设计

师平台集合了超过800家原创设计师，以线上线下融合的创新商业模式衔接“即看即订”订货交易平台，成为了时尚买手云集的圣地。

如YOSAR“探索未来”展馆推出云上工厂+脑洞基地、创享孵化、YOSHOW、商务洽谈区等诸多板块，集结汉派、深派等原创设计力量，邀请了行业媒体、网红大咖全程直播，丰富的互动形式和沉浸式体验空间以全方位多维度展示原创品牌服贸生态链业务。

此外，杭州意法原创女装大厦的“意法IN时尚”，也以爆棚的人气成为此次展会最吸睛的展位之一。每天11场的品牌新品发布秀，吸引了络绎不绝的观展者驻足，并吸引到更多的专业买手进行接洽采购。而7月5日，由南油时装原创中心打造的“金晖日”领街5号馆THE RUNWAY 全天7场大秀，以“原创”为核心，推动设计师走向国际时尚舞台。

40场时尚大秀、20场论坛、YINGER PRIZE 女装大赛、福田服装时尚消费节、冀深时尚燃动之夜等各大活动，集艺术、设计、科技、生活、文化等诸多元素，以跨界、共享与多元的全新姿态，让本届时尚深圳展打造出全新的时尚体验。服装业与关联行业之间的互相融合和碰撞，开启时尚理念、创意发展与商业模式的新格局，为人们倾力打开全新的时尚生活方式。

合作共赢，时尚产业链携手创未来

不断丰富展示外延、挖掘时尚消费人群、开拓新经济、新模式触点，时尚深圳展经完成了时尚全产业链覆盖，成为诸多时尚产业集群极为重视的交流合作平台。

由逾百家企业组成的“时尚河北馆”以本届展会最大的展区精彩亮相，炙手可热的雄安新区、清河羊绒、辛集皮革、肃宁和大营皮革等一批河北特色产业群纷纷抱团出击，打响了“时尚河北”这

一区域品牌在国内外的知名度和影响力，正是这份活力，推动着河北服装产业向着更高转型目标迈进。

“大浪时尚小镇创意馆”也结合龙华区打造大浪“特色时尚小镇”的发展定位，携手园区众多国内知名品牌和原创设计师亮相，龙华区政府还在开幕式上重磅发布“两区三中心”和“百家名店”规划，着力建设世界级时尚产业集群，构筑粤港澳大湾区创意高地。

中国时尚女装制造基地江西于都再次推出主题为“新长征、新时尚”的“于都时尚馆”系列活动，借助与深圳服装产业链的横向联系，于都县深入实施“三品”战略，建设“云平台+设计师”工业设计中心，积极发展出新动能、新业态、新模式，实现从低端加工贴牌的价值链到拥有自主品牌的高端价值链蜕变。私人定制、网红推广、柔性智造等各种新业态不断涌现，于都将进一步打造千亿级纺织服装产业集群。

此外，世界知名高档眼镜品牌的最大生产基地横岗眼镜也再次亮相展会旨在时装产业相链接，推动横岗眼镜产业转型升级。时尚横岗眼镜展区首次利用新媒体网红进行线上直播，突破20万人次的浏览量，在网络上掀起一股摩登眼镜风潮。

未来已来， 一年两季开启新纪元

历经19年精心打造，时尚深圳展已成为亚太地区最具规模和影响力的时尚盛会之一，面对势不可挡的服装行业转型和消费观念变革，时尚深圳展不断创新求变，迎来重大变革。

2020年，时尚深圳展正式开启一年两季双展联动的新格局。时尚深圳展AW 20/21秋冬系列将于2020年3月31日至4月2日在深圳会展中心（福田区）举办；时尚深圳展SS21春夏系列将于2020年10月28～30日，在新落成的深圳国际会展中心（宝安区）举办，年度总展览面积将突破22万平方米，预计参展商超过4000家。全新的时尚深圳展将进一步接轨国际时尚，集合行业之优势，融汇全球资源，前瞻行业发展动向，深度服务于参展品牌，助推品牌实现价值重塑，助力中国服装产业谱写一个新的时代篇章。TA



记者观察

时尚态度 深圳引领

深圳经过30多年发展，已成为中国时尚产业最发达的城市之一。深圳服装产业的总体研发、设计水平在全国均处于领先地位。可以说，深圳，这片创业热土对时尚产业的厚植与耕耘从未停止。7月4～6日，2019时尚深圳展在深圳会展中心华丽绽放。由此，深圳再次亮出了其独有的时尚态度。

时尚引领产业 产业赋能时尚

“时尚”的内在塑造，是产业发展的软实力象征，是提升产业文化自信的重要战略，更是满足人民对美好生活新期待的必然途径。近年来，本土原创设计力量的个体崛起，区域时尚生态的加速营造，由点及面地展现出中国纺织服装产业的新型迭代与整体提升。

在开幕式现场，赢家时尚控股有限公司携旗下八大品牌拉开2019时尚深圳展的序幕，带来了主题为“和而不同 ALL&ALONE”的时尚大秀，既展现集团整合品牌，整体上市后欣欣向荣之势，又传递了各品牌的独特风格与美学主张，为嘉宾呈现了一场风格多元又创意十足的时尚盛宴。正如赢家时尚执行董事贺红梅所说，“我们所做的一切是围绕我们的使命展开——让每一个女性独具魅力！”多品牌运营的初衷也是为了满足都市女性不同风格、不同场合的着装需求。

除了时尚前沿“深圳”的桥头堡，早在2014年，赢家时装总部经济产业园落户江西于都，占地136亩，总建筑面积17万平方米，总投资8亿元。董事长陈灵梅表示，二期投产、总部搬迁完成后，可安排就业5000人，年生产女装达360万件，可实现主营业务收入100亿元。如今搭建的女装全品类智能制造供应链品牌初露市场，真正实现了女装定制款式面辅料的自主选择和设计，一人一款、一人一版、7天交付的个性化定制需求。

为了促进纺织行业高质量发展，推动互联网、大数据、人工智能和纺织工业深度融合，践行《中国制造2025》行动纲领，加快工业互联网在纺织行业的创新应用，时尚行业也在积极寻求新的突破。赢家只是一个缩影。

时尚需要共赢 新锐需要平台

而深圳的另一大时尚巨头——影儿时尚集团，通过“YINGER PRIZE 全球新锐女装设计师邀请赛”的举办，发现、培养更多新锐设计力量，探索出一条创新人才的培育模式，探索独立设计师与服装品牌合作共赢的模式，共同推动中国服装行业走向世界。邀请赛上，无论是院校学生还是独立设计师，无不彰显着中国时尚的未来。

正如影儿时尚集团副总裁殷博所说，从2013年至今，影儿集团成立先锋艺术平台影·艺术空间，设立影儿艺术创意基金，不断投入资源扶持艺术院校新生力量和独立设计师成长，影儿将持续大力打通海内外创新资源集聚通道，从设计、创意、商业、市场全角度切入，把优秀设计师的创意力量落到市场的实处，打造创新人才的培育模式，补足人才短板，为中国创意、

中国设计、中国服装唱响全球贡献力量。

时尚不应该只是场梦幻，只关乎着逃离现实。梦幻有时是件好事，因为它代表着促使创作的想象力。但品牌要懂得怎样把这样的想象力转化成现实里真的可以利他人的有益事物，这是企业需要承担的社会责任。影儿懂得，其他的品牌一样在转变。

时尚回归本真 文化体现自信

消费升级不仅体现在消费者对更高品质的追求，也体现在对更高审美的文化需要。时尚就是生活方式的流变，当主流消费群体进入一个多元文化、多元生活方式的时代，企业要不断提高文化创造力，加大对多元文化、当代生活的研究。在展会现场，诸多品牌用实际行动诠释着文化的自信，用“原创+品质”双驱动战略引导着行业的创新发展。

深圳浩森服装有限公司旗下品牌SANMIAO在创始人赵东梅的领导下，以简洁的设计及创造独特的艺术塑造具备中国美学的设计品牌，倡导的生活哲理呈现一种信、望、爱的生活状态，以中国文化与东方哲学作为基点，追求创新，塑造品质生活的超值体验。

SANMIAO的“水蕴万物”概念来源于道德经——“一生万物”，万物之始水为先，水蕴万物，水沐春，便是想将服装融入万物之源，以女性为支点，体现万物本源，以身意服，不忘初心。纵观整个“衣食住行”品牌生活理念，每一件服饰都蕴意十足，每一个生活物品都蕴含品味，时尚和生活完美结合。

南京祺程服饰有限公司旗下女装品牌——善护念则以衣物为载体，表达对美的觉知以及对人的关怀，以叙事性的手法记录每一个当下的生命状态和生活轨迹。借助服饰一起探索回归本真，时刻呵护一颗清静心，将中华服饰再次重现，重新定义新世纪的华服趋势。

思维碰撞绝非独角戏

每个人对时尚的理解都不一样，脑海中的第一反应也不一样。在展会现场，论坛区无疑是思维碰撞、态度展示的绝佳场地。

随着科技的不断发展，AI、物联网、大数据、人脸识别、移动支付等新兴技术注入零售行业，拉开了智慧零售新序幕。对于时尚行业来说，发展智慧零售是推动行业新旧动能转换和产业结构转型升级的关键因素，也是提高产业发展质量及效益的重要途径。新零售其实并没有本质上的新旧之分，是新技术的应用对整个行业在形态上、手段上以及交互与链接方式上的改变。时尚需要灵感的灵光一现，更需要思想的同频共振、共识下的身体力行。而这一切的背后离不开深圳对时尚这一产业的重视与支持。深圳在时尚产业、时尚品牌、时尚文化、时尚消费的价值联动方面进行了有益探索，对整合深圳时尚资源和产业链、提升城市时尚软实力、增强深圳时尚产业原创能力、加快转型升级，助推深圳迈向新兴国际时尚之都、提升中国时尚的全球话语权更是发挥了重要的作用。

如今，深圳的时尚态度再次改变着行业的发展以及人们的生活，并且仍在继续……（吕杨）TA



设计峰会云集了 500 余名行业领导、专家、精英探讨行业未来发展。

智设计 智品牌 智未来

“2019 中国纺织创新年会·设计峰会”聚焦智慧未来

本刊记者 _ 李芳 通讯员 _ 覃晓

“中国设计的智慧未来，一定与‘从失衡到平衡’、‘从局部到整体’、‘从功能到审美’、‘从子题到母题’、‘从表象到本质’这样的哲学语汇深度关联，需要我们在过去、现在和未来之间自由切换，传承取舍，创新再生。”在“2019 中国纺织创新年会·设计峰会”上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在主旨演讲中对智慧设计、智慧品牌和智慧未来做了前瞻化的阐释与展望。

如今，信息和网络正日益成为人类认识世界、编辑世界、改造世界的新工具、新语言。新一代信息技术与制造业的深度融合打通了各种界限和壁垒，推动了制造业模式和企业形态的根本性变革，全球经济加速向数字经济、智能经济转型，高速移动互联和人工智能将成为未来社会的主流图景，重塑产业结构和社会生活。置身百年未有之大变局，技术革新的速度和影响远远超出我们想象，作为国民经济特别是制造业的重要组成部分，中国纺织工业又是否做好了迎接新趋势乃至引领新趋势的准备？

在 7 月 4 ~ 6 日于深圳市龙华区大浪时尚小镇举行的“2019 中国纺织创新年会·设计峰会”（以下简称“设计峰会”）中，逾 500 名来自世界各地、各行业的领导、专家、精英和国内行业同仁集聚大浪，以全球化视野和跨界思维，深度探讨了在全新世界格局与发展态势之下，中国纺织工业融合智能化、数字化等新型信息技术实现时尚转型、优化升级与可持续发展的新理念、新模式，共享了智慧创新设计之道，探索了行业发展的新方向和新路径。为期三天的设计峰会集合了主题大会、先锋论坛、高峰论坛、时尚秀演、企业家沙龙、考察交流、趋势研讨等多项丰富精彩的内容。

本次峰会由中国纺织工业联合会、深圳市龙华区人民政府主办，中国纺织信息中心、中国服装协会、国家纺织产品开发中心、深圳市龙华区大浪时尚小镇建设管理中心联合承办。

鸿儒论道，指向智慧路径

本届峰会期间，主题大会及先锋论坛围绕“智设计、智品牌、智未来”展开主题探讨，并从“智慧预测、智慧设计、智慧营销”三大议题入手，多维度、深层次地剖析了数字经济、智能经济全新常态之下智能设计的新趋势、多元形态交融创新的新模式以及可持续价值增长的新路径。主题大会上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、副会长徐迎新，工业和信息化部产业政策司副司长于晓东，深圳市龙华区委常委、常务副区长张纳沙等领导在对大浪时尚小镇的高速发展及其世界级时尚产业集群、人工智能时尚产业集群发展先行区的目标定位给予高度评价的同时，还就当前国家及行业创新设计政策、

产业发展趋势、智能设计创新等内容进行了解读。

于晓东指出，工业设计作为创新链的起点和价值链的源头，既是提升创新能力形成竞争优势的有效手段，也是提升产品品质、满足美好生活需要的重要途径。设计创新作为制造业创新体系的重要组成部分，将与科技创新共同成为新一轮全球竞争的关键。纺织行业应以设计创新、智能制造为主攻方向，推动新技术、新业态、新模式与实体经济的融合。

孙瑞哲强调，在世界第一纺织服装生产大国的产业语境下，在世界最大的奢侈品消费群体的现实基础上，“中国制造”向“中国时尚”的转换在呼唤“内生型智慧、原原型设计”，迈向世界设计强国的时机正在成熟，但依然挑战重重。

徐迎新表示，围绕世界纺织强国的目标，在落实“科技、时尚、绿色”产业新定位之下，纺织行业要深化两化融合、走新型工业化道路，坚持需求导向、市场倒逼的创新路径，整合资源推动技术、产品、应用和模式创新。

张纳沙则表示，龙华区将借力设计峰会举办和粤港澳大湾区时尚产业人工智能创新研究院落地的契机，依托湾区的综合优势着力把大浪时尚小镇打造成时尚总部汇聚、设计师云集、品牌荟萃的时尚产业集群和引领国内潮流、具有国际影响力的时尚设计高地。

此外，主题大会还特邀阿里集团新零售技术群资深专家、新零售研究中心负责人游五洋，埃森哲大中华区技术创新官刘东，We Design 创始人兼 CEO、帕森斯设计学院时装学院前院 Simon Collins 分别从不同的视角探讨了满足消费需求的“智设计”、推动价值增长的“智品牌”、实现可持续发展的“智未来”。在先锋论坛中，中国纺织信息中心流行趋势部高级趋势研究员曹蒲文、美国福特汉姆大学副教授 Fordham University、Fashion DeepBlue(FDB)联合创始人周铁路围绕“智慧预测”，中国科学技术大学计算机科学与技术学院教授程敬原、DataMesh 北京商询科技有限公司北区商务负责人杨婷、广东柏堡龙股份有限公司首席战略官、衣全球时尚设计生态圈创意负责人洪永乐围绕“智慧设计”，Convertlab（上海欣兆阳信息科技有限公司）联合创始人兼 CEO 高鹏、TESTEX 亚太区市场拓展经理温佩瑜围绕“智慧营销”开展了多元化的探讨。

产业联动，交融领军智慧

在“中国纺织创新年会”长达 20 年的发展历史中，国家纺织产品开发基地的相关活动一直是其不可或缺的“标配”。本次峰会期间相继举办了“国家纺织产品开发基地总裁俱乐部活动”、“2019 年第四次国家纺织产品开发基地成员日”（时尚考察：走进大浪时尚小镇，Naia 聚酯纤维纤维产品开发高峰论坛）、“智慧巅峰·时尚之夜—大浪服装品牌总裁 VS 中国优秀纺织企业家沙龙”等活动。

在技术探讨层面，“Naia 聚酯纤维纤维产品开发高峰论坛”以“Naia 聚酯纤维纤维产品开发”为主题，针对生态纺织品的消费认知和市场需求，深入探讨了如何将可持续发展理念与时尚流行趋势有机结合，提升 Naia 乃至整体生态纺织品的产品开发水平与市场竞争力。“未来的纺织产业一定是科技、时尚、绿色的综合竞争，希望各企业在产品开发的过程中，多维度地将新技术、新材料应用其中，既要关注消费市场的具体需求，实现以消费需求为导向的产品开发，同时也要能够通过自主创新给消费者带来更多独特体验。”国家纺织产品开发中心主任李斌红表达了对生态纺织产品开发的期望。

在产业链互动与对话层面，在“智慧巅峰·时尚之夜—大浪服装品牌总裁 VS 中国优秀纺织企业家沙龙”中，中国纺织工业联合会、中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心、深圳市龙华区领导以及深圳本地优秀服装品牌和国家纺织产品开发基地企业总裁、特邀嘉宾等近百人进行了深度对话和互动交流。在时尚考察活动中，110 余位国家纺织产品开发基地企业代表走进了卡尔丹顿服饰股份有限公司、广东柏堡龙股份有限公司、深圳玛丝菲尔时装有限公司三家企业进行实地参观与学习交流。

趋势前瞻，瞄准未来潮流所向

设计峰会上，围绕前沿时尚潮流、未来流行趋势的“2020/2021 秋冬中国纺织面料流行趋势发布秀”、“2020/2021 秋冬中国纺织面料流行趋势提案会”分别以动态秀演和专业探讨的形式，演绎和呈现了中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心智慧众筹的创新成果及未来一季的产品开发方向。



设计峰会上举行了“粤港澳大湾区时尚产业人工智能创新研究院暨创新孵化平台建设”战略合作签约仪式。

行业设计精英云集 2020/2021 秋冬中国纺织面料流行趋势提案会。



“2020/2021 秋冬中国纺织面料流行趋势发布秀”联合了著名服装设计师胡红焱、严明及 6 家中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟企业 / 国家纺织产品开发基地企业 / 中国流行面料入围企业，分别是：山东如意毛纺织服装集团股份有限公司（国家精毛纺产品开发基地、国家男装精毛纺面料流行趋势研究中心）、鲁泰纺织股份有限公司（国家色织产品开发基地、国家色织面料流行趋势研究中心）、达利丝绸（浙江）有限公司（国家丝绸产品开发基地、国家丝绸面料流行趋势研究中心）、江苏丹毛纺织股份有限公司（国家精毛纺时装面料产品开发基地、国家女装精毛纺面料流行趋势研究中心）、佛山市致兴纺织服装股份有限公司（国家四面弹牛仔产品开发基地）和天浩国际（中国流行面料入围企业），以中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心研究发布的“2020/2021 秋冬中国纺织面料流行趋势”为设计理念指导，以核心概念“适变”为引领，从“人化自然、融化自由、代化觉醒”三个主题进行了诠释。炫目华丽的全息投影技术和时尚超模的精彩演绎，彰显了卓然不同的中国纺织行业发展新面貌与新实力。

“2020/2021 秋冬中国纺织面料流行趋势提案会”是中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟企业专享的专业活动，旨在众筹时尚智慧，众创流行趋势，集结精英力量专业前瞻时尚潮流，助力行业创新发展。此次活动邀约了服装设计、市场营销、纺织生产、行业研究和新闻传播等维度的精英力量充分参与，分“弄潮儿”、“潮有 FUN”、“潮发声”三大版块进行集中分享、充分讨论并进行了有效的汇总提炼。

强强联合，孵化智慧创新平台

设计峰会上还举行了“粤港澳大湾区时尚产业人工智能创新研究院暨创新孵化平台建设”战略合作签约仪式，中国纺织信息中心主任乔艳津、大浪时尚小镇建设管理中心主任曹宇昕作为双方代表进行签约。未来双方将着力推动人工智能技术与时尚产业跨界融合创新，用 3 ~ 5 年的时间，研发一批时尚产业人工智能关键共性技术，制定一批时尚产业人工智能技术标准，孵化一批时尚产业人工智能创新创业企业，逐步将大浪时尚小镇建成国际先进的人工智能时尚产业集聚发展先行区。

“全国女装看深圳，深圳女装看大浪。”近年来，在市、区两级政府的高度重视和大力扶持下，大浪时尚小镇深入实施品牌战略，主动对接国际先进资源，不断深化设计支撑，努力抢占产业价值链高端，成为了深圳建设国际创新设计之都的闪亮名片。目前，小镇汇聚了玛丝菲尔、影儿时尚、歌力思等 500 多家知名服装品牌企业，集聚了“金顶奖”获得者、“中国十佳时装设计师”等大批国内外优秀创意人才，获得了“全国时尚服饰产业知名品牌示范区”等五项国家级名片。如今，大浪已成为全国标杆性产业集群区、中国服装行业发展的一面旗帜。未来，大浪时尚小镇将以建设世界级时尚产业集群为目标，依托大浪女装时尚品牌优势、深圳时尚科技优势、粤港澳大湾区的国际商贸流通和消费市场网络优势，突出创意设计能力，着力打造“两区三中心”，即时尚企业总部集聚区、时尚创意人才集聚区、时尚创新中心、时尚发布中心、时尚消费中心。

去年，中国纺织工业联合会与深圳市龙华区人民政府秉承优势互补、资源共享、共同发展的宗旨，集聚纺织服装产业资源及专业优势，成功合作举办了“2018 中国纺织创新年会·设计峰会”，将大浪时尚小镇推向了时尚前沿，彰显了大浪时尚小镇“时尚策源地”的强大潮流影响力。基于共同的产业情怀和发展愿景，今年，中国纺织工业联合会与深圳市龙华区人民政府再度携手共同举办设计峰会，相信各方真知灼见的注入，将助力大浪时尚小镇实现链接国际设计产业智库、开拓科技跨越发展、产业优化升级、生产力整体跃升的新格局。TA

聚焦智造， 大朗解答毛纺织高质量发展之问

第十八届中国（大朗）织交会将于 11 月举行

本刊记者 _ 董笑妍

7 月 5 日，由中国毛纺织行业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会主办，东莞市毛纺织行业协会承办的“第十八届中国（大朗）国际毛织产品交易会新闻发布会”在京召开。

中国纺织工业联合会副会长杨纪朝，中国毛纺织行业协会会长彭燕丽，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长林云峰，中国服装协会顾问、中国纺织工业企业管理协会副会长魏林；东莞市大朗镇党委书记谢锦波、人大副主席叶建华，东莞市大朗镇毛纺织行业管理委员会主任陈柱权、东莞市毛纺织行业协会会长叶沛华等领导 & 近百家媒体代表出席了本次活动。

诠释新织城的新魅力

据悉，第十八届中国（大朗）国际毛织产品交易会（以下简称“织交会”）将于 11 月 2 ~ 7 日在大朗毛织贸易中心举行。围绕“湾区强镇，品质大朗”的总体要求，本次织交会将以“智造·新织城”为主题，以“原创设计、新型纱线、智能制造”三大行业发展趋势为主动动力，不断丰富内涵、树立个性、提升品质，着力打造毛纺织行业最优的贸易交流和技术推广平台，实现大朗毛织的高质量发展。

本届织交会设立展位约 2000 个，并紧扣“智造”主题搭建机械专业展馆，最终展品将覆盖毛衣、机械、纱线、辅料及配件等全产业链，进一步推动大朗毛织向智造、时尚、文化方向转型。

风雨砥砺数十载，开拓奋进谱新篇。连续举办了十七届的织交会，从形式到内容，从商贸到生活，从品牌到文化，一步一个脚印，一届一份惊喜，不断突破超越，为促进大朗毛织产业的发展、加强区域经济合作交流发挥了重要作用。

作为织交会的主要内容之一，近年来，无缝织机、智能设计等智能化设备发展迅速，机械设备所占份额不断扩大，成交额不断增长，织交会已成为国内外纺织机械企业宣传推介的重要平台，并吸引了斯托尔、岛精、慈星等无缝织机生产商相继在大朗建立销售展示中心，其中慈星在大朗环球贸易广场打造的销售展示中心面积超 1000 平方米，还兼具人才培养、趋势研究和产品开发等功能。大朗升丽、川峰等企业也已率先使用了无缝织机。

织交会办出新亮点

今年，在新型纱线、原创设计、智能制造三大趋势的带动下，大朗将进一步做大特色展区规模，并通过一系列创新举措，使织交会更具专业性、引领性和实效性，不断丰富织交会的内涵。



新闻发布会现场。



本次织交会将以“智造·新织城”为主题，着力打造毛纺织行业最优的贸易交流和技术推广平台。

新型纱线方面，近年来，织交会积极推广纳米涂层防水技术、聚酰亚胺防火材料、石墨烯内暖材料以及天然植物染技术等新型材料应用技术，推动传统纺织产业向绿色环保、高端时尚发展。今年织交会还将与国内外纺织龙头企业深化合作，继续深挖纺织产业科技属性，高质量打造新型纱线区，使之持续成为展会亮点。

原创设计方面，大朗继续开展设计大赛、网上设计大赛、技能大赛、流行趋势发布、设计师年会等多个和原创设计相关的行业活动。通过对纱线、设计、智造、品牌多个环节的协同创新，不断提升大朗毛织产品的附加值和行业竞争力。

除了打造新亮点，大朗还将通过参加中国国际针织博览会、举办“大朗毛衣国内行”等七大活动加强织交会的宣传推广，扩大织交会的知名度。

值得一提的是，大朗还力促国内毛织产业集群加强互动合作，据悉，濮院和清河已初步确定将组团参加本届织交会。此外，跨国买家采购对接会等配套专业活动，也将进一步丰富织交会的内容和功能。

“产城人”融合不断深入

大朗毛织有着良好的产业基础，是大朗最具发展底蕴的产业，也是大朗最重要的一张名片。全镇拥有超过 1.4 万家毛织相关企业，毛织品市场年交易额达 600 亿元，全球每 5 件毛衣就有 1 件来自大朗，全镇 22 张国家级名片中，有 15 张是和毛织有关的。

今年，织交会再次紧扣大朗毛织“产城人”融合发展的思路，大朗也在坚持实施创新驱动战略和城市品质提升计划，创建广东省首个乡镇人大工作示范点，并配合推进综合性国家科学中心建设，集聚国内外高端人才和高端设备，承接广深港高端研发设计项目，不断加强和香港、广州、深圳的时尚资源对接。同时，抢抓大湾区建设一小时生活圈的机遇，进一步优化大朗毛织的软硬环境，吸引香港、广州、深圳等周边城市的优秀设计师、设计机构落户大朗，目前已引进毛织人才 4000 多名，解决毛织行业技术人才缺乏问题。

凭借毛织业的发展，大朗的综合实力和知名度不断提升。2018 年，大朗实现 GDP 303.5 亿元，增长率达 8.5%，经济实力在全国千强镇中排名第 35 位，比上一年提升了 4 位。

在新中国成立 70 周年之际，大朗镇将围绕建设“湾区都市、品质东莞”的总体要求，以“科技、时尚、绿色”为新定位，办好第十八届织交会，为中国毛织产业集群的现代突围打造“大朗样板”。**TA**

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：艾嘉 010-85872640 新媒体热线：李江敏 010-85872630 广告热线：万晗 010-85872646 发行热线：章简 010-85872699

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

纺织服装周刊

GROUP COOPERATION



会上，领导嘉宾们就如何建设海宁“世界级产业集群先行区”展开了深入探讨。



共推产业先行，对话行业尖端

2019 中国服装品牌合作大会暨海宁市服装协会成立仪式举办

本刊记者 _ 李芳

6月28日，由中国服装协会、海宁市人民政府主办，海宁中国皮革城、海宁市服装协会承办的2019海宁中国服装品牌合作大会暨海宁市服装协会成立仪式在海宁皮革城举行。

中国服装协会专职副会长周一奇、顾问蒋衡杰、秘书长焦培，中国服装协会顾问、中国服装产业经济研究所所长陈国强；海宁市人民政府副市长杨文华，海宁皮革行业协会理事长、海宁中国皮革城股份有限公司名誉董事长任有法，海宁市服装协会会长张月明，海宁市服装协会常务副会长张志彤、马李荣、朱卫明、郑炳锋、李俊、张思枢、骆国青、吴寿叶，以及众多服装品牌和供应链负责人、时尚买手、新闻媒体等350余人参会。

会议期间，行业专家、企业负责人围绕服装供应链驱动进行了深度探讨，会上不仅成立了海宁市服装协会，宣布共建世界级产业集群先行区，还正式启动了中国服装好设计第一季赛事。

三方携手，共建世界级产业集群先行区

党的十九大报告将“促进我国产业迈向全球价值链中高端，培育若干世界级先进制造业集群”作为建设现代化经济体系的重要任务之一。继“中国优质原创时装基地”落地海宁后，海宁再次迎接“荣誉之战”——“世界级产业集群先行区”。中国服装品牌合作大会上，中国服装协会、海宁市人民政府与海宁市服装协会举行了“世界级产业集群先行区”三方共建仪式。

世界级产业集群的核心特征是世界级、集群化、协同化。海宁位于长三角核心地带，在中国服装行业中占据重要地位，经过20多年的发展，形成了5000多个行业品牌，不仅形成了亚太地区皮革服装行业最大的设计创意、生产加工、时尚展示、品牌孵化、产品营销以及相关衍生产品的交易基地，也建成了以海

宁为总部、辐射全国12个省市区的连锁网络。根据皮革行业协会统计，每年海宁皮革城平台交易的皮革服装占到全国总量的50%以上，全国60%以上的新款皮装都是出自海宁设计。海宁已经形成了全球最完整、规模最大的皮革产业生态链。

近两年，在海宁市委市政府打造时尚潮城的号召下，海宁皮革城开启了“巩固皮革主业，叠加时装产业”双引擎发展战略，面向服装产业扩容升级，加速时尚产业发展。一批批北上广深杭等地的优秀时装企业、设计师争相入驻，意大利设计师之家、北京服装学院、杭州圣玛丁时装设计学校等知名设计院校、机构先后落户海宁，海宁时尚产业进入了高速发展阶段。

周一奇表示，海宁拥有良好产业优势，这两年海宁在面向时尚产业扩容升级方面呈现出巨大的发展动能与潜力，希望通过此次的共建，发挥三方优势，真正将海宁打造成为“世界级产业集群先行区”。

“‘世界级产业集群先行区’的共建落地海宁，是对海宁时尚产业的充分肯定，也是我们迈向新时代、开拓新局面的重要标志。”杨文华如是说。

大咖云集，深度解析行业趋势

“新时尚，新海宁”不是凭空喊出来的，它建立在对服装行业的认识之上，未来服装产业发展将呈现三大趋势：一是消费人群年轻化、个性化愈加明显，二是品牌服装优势越来越明显，三是线上线下无缝衔接。在主题分享环节，张月明作了“新时尚，新海宁”主题分享。

例外服饰有限公司品牌开发负责人陈志光认为品牌要坚持供应链思维的创新、模式的创新，管理的创新以及产品的创新，“付出该付出的，收获该收获的，尊重价值链，尊重守恒定律，塑造供应链秩序。”

汇美时尚集团副总裁曲晶、安正时尚集团总经理

王齐斌、宁波太平鸟时尚服饰供应链总监黄奇辉也分别就汇美的系统搭建，安正在物流方面的改造提升以及太平鸟将如何与合作伙伴共同成长的主题进行了精彩分享。

随后，山东舒朗服装股份有限公司董事长吴健民，雷迪波尔副总裁卢山，报喜鸟控股供应链管理总监庄爱涛，东尚服装股份有限公司设计总监周菲菲，如涵控股董事副总裁、涵意电商CEO李上镇以及宁波纬一长毛绒有限公司董事长余万军共同围绕“设计合作 供应链驱动”开展主题对话，分别以自身品牌经历进行了讨论。

“优化供应链和品牌发展一直是困扰我的两个问题，今天听到行业大咖们分享的真知灼见，给了我很大启发。”一位参会企业负责人表示。

继往开来，中国服装好设计赛事启动

海宁市服装协会成立仪式同期举行，该协会的成立为海宁服装产业的发展提供了组织机构保障，让诸多服装企业携手并进，共启发展新未来。

活动最后，中国服装好设计赛事第一季启动仪式隆重举行。焦培进行了赛事相关介绍，他高度肯定了海宁服装产业发展多年来取得的成果，相信在政府、企业以及协会等各方携手努力下，海宁市服装产业在不久的将来会持续创造惊喜。

海宁中国皮革城股份有限公司执行总裁钱娟萍公布首届大赛赛制。她表示：“我们希望通过中国服装好设计这一全新的赛事，在企业与设计工作室、设计师之间搭建起直接、便利的对接平台，打通产业上下游环节，让市场直观衡量设计，让设计更好服务市场。”

中国服装好设计赛事是国内服装设计类赛事的一次创新和突破，将赛事活动与市场行为进行紧密结合，使中国服装的设计与市场形成“在阅兵中战斗，战斗中阅兵”的高效、良性模式。TA

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

科光工业的意料之外

本刊记者 _ 徐盼盼 文 / 摄

7月18日，广州科光机械有限公司即将迎来九周岁生日。2011年，孙毅和其他合伙人创立科光的时候，他们没有想到科光的爆发式成长会来得这么快——年产220台，连续四年产量饱和，科光的气液染色机已经成为越来越多印染企业的选择。



科光认为，在学习的基础上，不断加上独有的技术和工艺路线，更符合中国纺机行业的发展。

技术控眼里的痛点

在珠江三角洲，有很多像孙毅这样技术出身的人，在这片产业配套丰富的地区扎下了根，他们带着多年的技术积累与市场经验，在纺织这片沃土上找到了技术与事业的结合点。

然而，初创企业一定要有自身的竞争力，才会有立足之地。虽然珠三角制造业发达，但企业并不是象牙塔。创业前期，在市场前景不那么明朗的情况下，科光团队的想法很简单。

“最开始的时候，我们就想做一款产品，如果能做到5000~6000万产值，企业应该就可以持续发展下去，这是我们最初的目标。”谈及初创时的想法，身为科光总经理的孙毅很坦诚。从2011年企业创立时的3600万元产值，到第二年的7000多万元，再到2015年的1.2亿元，科光的发展速度远远超过了他们最初的设想，也证明了企业在做了一年气流染色机之后转向气液染色机的抉择是正确的，正是在业务需求的不断摸索中，市场需求越来越清晰。

据了解，气流染色机是以循环空气替代水来牵引被染织物的，因而与传统的溢流染色机相比，浴比大为降低，然而气流染色机在国内厂家的使用过程中始终面临着一些问题。

在科光管理层看来，这些问题并不是气流机设备本身的问题，而是由于其对操作要求复杂，对工厂的管理水平、助剂、染料等有一定程度的使用要求，在印染厂的实际效果并不是特别理想。

“其实每台机器都有天然的优势，各有各的市场，我们之所以转向气液机，一方面是为了迎合当时的市场需求，另一方面也是契合了技术发展的需求。技术是要进化的，市场需求不可能一步满足，需要累积，背后既有技术的原因，也有成本、市场竞争的倒逼。”孙毅对于技术和市场有着自己独到的理解，只有找准市场痛点才能更好地找准企业的定位。

科光的取舍是综合的结果，也是科光团队在市场和技术的驱动下做出的正确抉择，饱满的订单就是有力的证明。



科光以独有的核心技术赢得了市场。

融会贯通应对市场考验

“正是看中了针织面料梭织化、梭织面料针织化的市场趋势，我们才赶上了这一波的市场红利。”谈及这几年的爆发，孙毅这样说道。的确，随着这几年消费市场的逐步变化，气液染色机的市场正在逐步打开。

“最早气流机有两个流派，一个是走纯气流染色的线路，走这条路线的设备节水效果明显，但是也面临着一些问题，雾化染色深色上不去，敏感色不好染，洗水的时候效果也没那么好，另外一条路线是，用气流带动布的运转，染色用的是水。我们从最开始的气流机上加溢流喷嘴，慢慢演变成真正的气液染色机，这个过程用了三年。”孙毅并不忌讳谈及技术的来源与发展。

他坦言，中国纺机制造经历着独特的发展过程，“引进—消化—吸收—再创新”这也是科光所经历的。在学习的基础上，不断加上独有的技术和工艺路线，融会贯通，可能更符合当前中国纺机行业的发展。

国外的气液机在国内的市场推广不是很好，一方面由于价格很贵，货期长；另一方面，由于距离市场远，一些客户的需求没有办法得到及时满足。而我们的优势之一就是可以随时了解市场行情，最先解决客户的需求；同时，也积极关注国际先进同行，随时和客户碰撞，只有把需求和国际先进的技术结合起来，才能真正做好设备。简单的拿来主义是经不起市场考验的，但科光工业不怕。

突破思维天花板

一家企业如果拥有核心技术，在激烈的市场竞争中，就会更有话语权；如果有更强的制造力和把握市场的能力，则可以更好地提高效率。

“把溢流机的喷嘴拿到气液机上，一开始大家都是这么做，在某种意义上说明传统的模式或许已经出现了天花板，需要新的思维。我们必须有自己的杀手锏。目前我们已经形成了两款不同的喷嘴，通过改变喷嘴的结构，一方面对敏感色的重现有了大幅改善；另一方面，在染色的过程中，有时因操作工的熟练程度不同，加上设备等原因仍然不可避免地会出现一些折痕，通过对喷嘴的改善，使其更容易被控制，操作简单，很好地改善了布的折痕问题，布面更平整与重现性更好。”孙毅说。

流推动染色是使用强大的气流吹开织物并推动织物运转，风机是气液机的重要组成部分，科光工业在风机的研发方面也花了很多精力。目前科光气液机的风机结构与市场上传统的气流染色机风机不同，传统的风机比较大，能耗较大；还有一些厂家采取极致降耗的设计，大约能适应85%的面料加工。而科光的风机与传统的相比更加节能，又比极致降耗设计的风机适用面更广。在一些关键部件科光有着更多的尝试，正是这些尝试让他们取得独特的成绩。这大概也是科光这个团队的优势：年轻、勇于突破，始终保持开放与探索的心态。



科光在细节处精益求精。

为染厂数字化做准备

2018年，对科光是充满变化的一年。

2018年以前，科光气液机的市场占比在江浙特别是绍兴地区为60%，珠三角为30%，其它地区10%。2018年以后绍兴市场占比20%多，珠三角占20%，汕头占20%，海外市场已经接近30%，主要是越南、柬埔寨、缅甸等国。“因为科光目前只有一款设备，所以我们要紧跟市场，把气液机做到极致。纺织行业的变化，虽然每年看起来都差不多，但市场上面料变化很快，随时挑战科光设备的适应力，我们不能失去任何一个客户，所有的精力都用在专业上。只有做到技术紧贴市场，才能始终保持我们的话语权和市场份额。”孙毅说。

为了扩大产能，2017年科光买土地筹建了新的生产基地。“为了工厂的设计，我们参观了很多行业的先进工厂，请教了很多优秀的前辈，研究了很多方案。”孙毅介绍说，新建厂房之后，科光的产能将增长100%以上，新厂的研制重点也将针对现有产品进行自动化、智能化的改造。

“印染是纺织产业链的重要一环，但印染企业给人的印象一直是高污染、高能耗，虽然近年印染企业在巨大的环保压力下，节能降耗方面取得了长足的进步，但印染企业的智能化发展仍相对滞后，中央管理和在线监测系统虽已推广，但仍面临很多困难，自动化仪器对染色工艺的辅助还不成熟。目前我们想攻关的是如何对染色工序实现在线的数据化管理，通过在线工艺对重现性进行更进一步的提升。染色机的厂家以前在机械方面投入了很多精力，但软件方面投入不够，自动化的尝试也不够。现在随着市场的变化，染厂对生产的工艺和数字化的要求也逐渐起步，这些就是我们下一步的努力方向。”孙毅说。

找到正确的路径

即使在理论前沿，要让技术变现，实现产业化生产也是一个艰难的过程。除了技术，气液机对关键零部件的生产加工中的精细度、耐用度都有非常严苛的要求，因为当产量达到一定规模之后，小到一颗螺丝都会引发蝴蝶效应，对于生产方来说，牵一发而动全身，所以每一个环节都需要更加严谨认真。

在科光的快速发展过程中，孙毅与他的团队也的确碰到过这样的问题。“2013年我们推出第一代气液机的时候，市场反响一直很好，企业订单一直处于增长的状态，然而，生产的数量一上来，随之也暴露了很多的问题。前后投入了2000多万，改造了超过200台的机器才逐渐解决了那些问题。”孙毅坦言，这个过程中整个团队十分煎熬。

“现在回头来看，当时暴露出的问题太多了，自己都接受不了，这是质量也是管理的问题，痛定思痛，我们对企业的各项管理和生产流程进行了调整。”尽管孙毅说得不是那么多，但是可以想象出那个过程的艰难，也正是有了这样的过程，才让科光团队意识到企业到底要往哪儿走。

“于我而言，最欣慰的是队伍的成长，在最困难的时候大家还是选择在一起。科光刚创立的时候像一个没有长远明确目标的人，没有想到之后的发展那么好。在经历了那一段困难的时期之后，更给了我们时间和机会去思考企业下一步的发展。”

科光的管理团队始终提醒自己不能走偏了，煎熬之后的团队更加成熟，也更踏实。如何在市场的变化与波动中寻找企业自身发展的平衡点？如何不断保证对产品的专注？他们在持续探索着。

我们有理由相信他们的魄力与潜力，因为这个团队足够年轻，1979年出生的孙毅，“70末”和“80后”甚至“90后”组成的核心管理团队，一定能够适应这个快速变化的时代，让科光能更快、更灵活地迎合市场。TA

原色数码：十年积跬步 足下致千里

本刊记者 _ 邬莹颖 文 / 摄

风雨十年间，张为海追逐目标更注重过程，经历过行动大于思考的年纪，却始终用思考决定着行动。他毫不掩饰对生活的热情，朴实和内敛使他从未陶醉和迷失。这十年，为他的一生打下了厚重的底盘，也为他明确了下一步的航向标。

原色数码大事记

2010 年获评“绍兴县首届纺织面料与花样原创设计大赛”花样组金奖；

2011 年成为浙江省工商企业信用 A 级“守合同重信用”单位；

2010 ~ 2016 获评十佳创意机构、商业秘密保护先进单位；

2012 年成为绍兴市高新技术企业、浙江省科技型企业；

2013 年获评绍兴市工业设计示范机构；

2014 年获得“AA”守合同重信用认定，获评浙江省软件企业、国家高新技术企业、绍兴市名牌产品、绍兴市企业研发中心；

2016 年成为全国纺织印花分色制版技术研发中心、中国纺织工程学会柯桥区服务站；

2017 年获评中国纺织印花图案分色研发基地及首批浙江省最具有成长性企业称号；

2018 年获得浙江省首届“文化 + 互联网”入围提名奖（绍兴地区唯一入选单位）、获评浙江省第二批生产型服务示范平台。

张为海是山东人，早年在韩国从事设计分色行业。2009 年，中国轻纺城创意基地首次招商，张为海注册成立了绍兴原色数码科技有限公司，成为基地第三批创意机构，以数码印花原创花型设计和分色制版为主业。

张为海不会预料到，公司创办十年后，自己成了数码印花行业的“红人”，不断有人找上门或咨询求助、或洽谈合作。原色数码已成长作为一家专业提供印染花样设计、电脑分色、数码印花、仿数码印花、数码印花软硬件研发及职业培训等服务的国家高新技术企业，并于 2018 年底正式更名为“浙江原色数码科技有限公司”，再一次扩大了自己的事业版图。

贯标：不是一个人在“战斗”

近日，评审专家通过文件审核、现场审核、随机抽查、沟通交流等方式对原色数码进行全面、严格、细致的指导和审核，确认公司符合知识产权管理体系认证要求。原色数码顺利取得知识产权管理体系认证证书，这标志着公司在知识产权创造、运用管理和保护方面全面达到国内领先水平。

张为海解释到，“通过知识产权管理体系认证，可以有效防控知识产权风险，提升员工的知识产权意识，调动发明创造的积极性，推动公司开发具有高附加值、自主知识产权的新产品、新技术，巩固市场地位。”

原色数码始终将贯彻知识产权管理规范作为一项重要工作。“这不是我一个人在战斗。这次知识产权管理体系认证的顺利通过，是公司整个团队的功劳！”张为海笑着说。原色数码共设立人事、法务、设计等 7 个部门，每个部门都积极加入到此次贯标过程中。公司早在认证之初就对所有员工进行了全面系统的知识产权与管理培训。

眼界：“剑指”海外取胜细分市场

原色数码在短短数年间，迅速在规模上实现了跨越式发展，“掌门人”张为海功不可没。公司先后开发出图来旺专业花型设计分色交易平台、秋风分色软件、自动配色、自动试衣软件等，同时还以技术为依托建立了全国纺织印花分色制版技术研发中心、中国纺织印花图案分色研发基地等多个专业机构。

对于资本，张为海的态度很明确：缓慢积累难以实现业绩和规模的几何级增长，要善于借鸡生蛋。正是这种非常规的发展理念，为原色数码带来了非常规的发展速度。

同时，原色数码的拓展触角也从国内延伸到了海外。今年，张为海把发展目光投向了越南。张为海介绍，“我的既定目标是把公司的秋风分色软件输出、落地到当地的印花企业中。”



十年来，原色数码获得了许多荣誉。



原色数码印花产品展示。

秋风分色软件作为一款提供从图案到分色的一条龙服务软件，兼容 PS、金昌格式，可实现自动配色、一键小片、加网、标尺寸、单色图等功能，能有效节约 2 小时以上的时间成本。

在采访中，张为海一直强调原色数码是一家专注研发和创新的公司。他深谙传统工艺要做大做强，就要善于结合市场，进行改革，走创新经营的路子。

张为海说，“与公司合作的韩国三星在越南设有印花厂，我准备从这里开始植入秋风分色软件，再一步步扩大与当地纺织企业的合作面。”如今，数码印花已经成为普罗大众个人的创意设计空间，打破了之前原色数码与客户之间的局限。张为海希望通过“借船出海”，将原色数码以及中国成熟的技术、设备和经营模式传送到众多发展中国家去。

定位：角色转换之间

在张为海的履历表中，密密麻麻有着一长串职务，但他只在名片上署了三个：中国纺织印花图案分色研发基地主任、全国纺织印花分色制版技术研发中心主任、中国纺织工程学会柯桥区服务站站长。除了原色数码总经理外，他身上的担子更重了，也更加忙碌了。张为海坦言，原色数码十年的发展历程，于他自身而言，也是从技术员到管理者的角色转变过程。

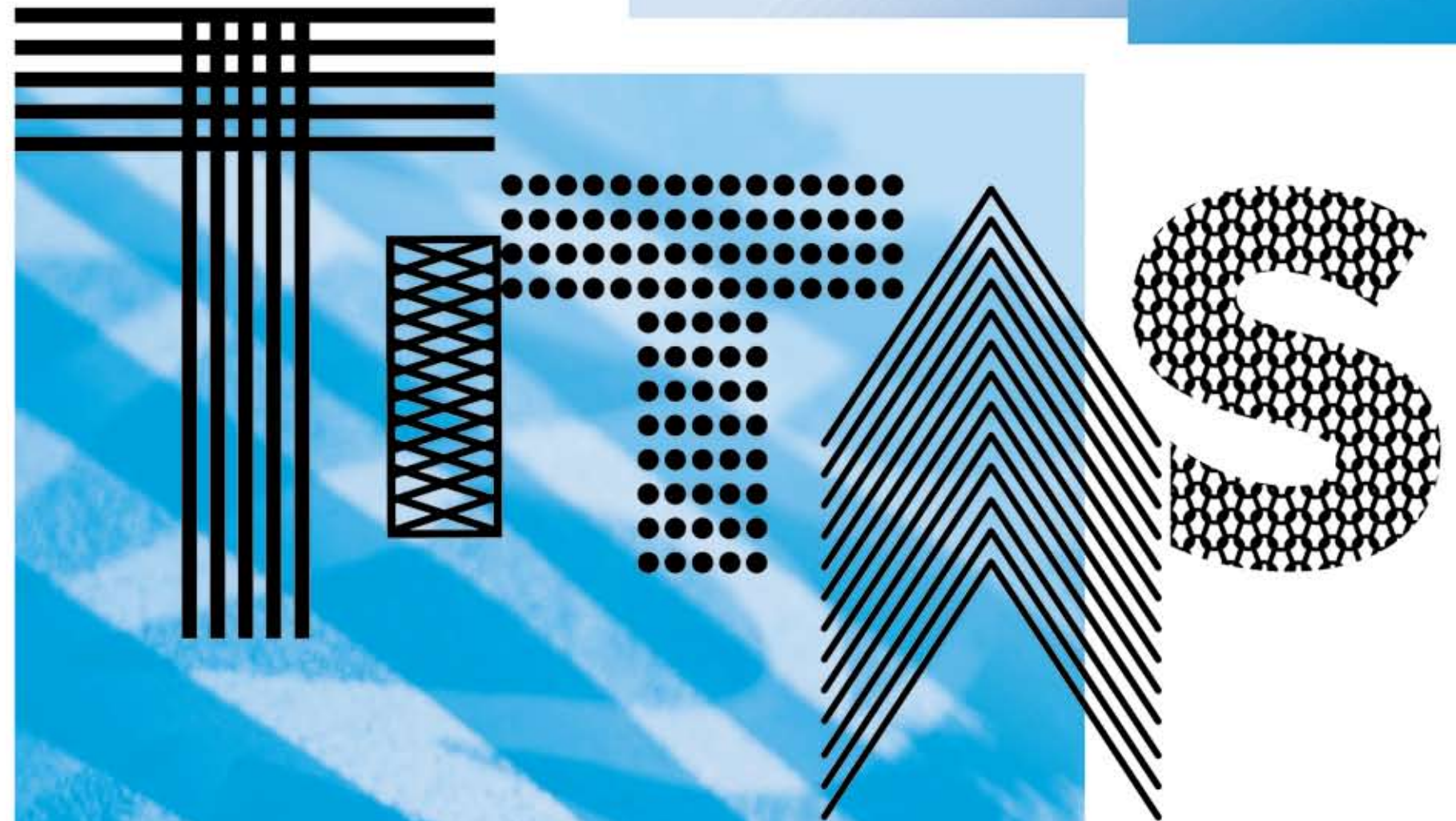
张为海认为，公司要服务好“两类人”，一类是外部的人，即客户；一类是内部的人，即员工。客户是决定企业生死的人，员工是掌握企业生死的人。企业的生存和发展必须同时满足这两类人的需求。

“之前的企业管理我更关注的是技术层面的，但是现在除了原先的基础，我同时关注内务管理，让员工在原色数码真正感受到‘家’的自在和温暖。”张为海说。前段时间，张为海亲自检查员工寝室，为他们置办衣柜、鞋柜等生活用品，同时公司也会定期组织团建，今年张为海还计划为员工定制一套时尚的 Polo 衫作为工作服。

原色数码还积极引进年轻力量，张为海兼任柯桥区职教中心外聘教授，公司今年招收了 10 余名花样设计和电脑分色专业的学生。

十年，不仅仅是时间轴上的一段计量，它包罗万象，亦万种风情。扎根于柯桥这座城市的发展中，张为海也在感知并憧憬着每一个时间维度。在时光中，原色数码仍然夜以继日地向希望与美好奔赴；在时光中，原色数码仍然在描绘一个又一个独特的发展轮廓…… **TA**

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





与会领导、联盟会员共同见证台湾循环纺织联盟成立。

开拓纺织业循环经济新商机

台湾循环纺织联盟成立

台湾《纺织月刊》／供稿



香港纺织及成衣研发中心姚磊博士发表专题演讲。

为迎合国际环保及资源再生循环趋势，台湾纺拓会与纺织综合研究所共同推动成立“台湾循环纺织联盟”（Taiwan Circular Textile Initiative，简称TCTI），于今年6月12日举行联盟成立大会，希望通过整合产、学、研资源，促进台湾纺织产业资源循环创新技术的结盟合作。同时，邀请香港纺织及成衣研发中心（HKRITA）总监姚磊博士发表专题演讲“从研发到纺织品循环再利用”，分享了香港的循环经济理念、回收技术及做法。

产学研携手合作 引领台湾纺织业向前走

TCTI 成立大会上，联盟召集人暨纺拓会顾问施颜祥、纺拓会董事长詹正田及纺织综合研究所所长李贵琪，以及大东、旭宽、南纬、远东新世纪等企业的代表皆出席，希望通过产学研合作，合力推动纺织业成为循环经济典范。此外，HKRITA 总监姚磊博士发表的专题演讲“从研发到纺织品循环再利用”，介绍了香港的循环经济理念、回收技术及做法。TCTI 希望通过经验交流及分享纺织产业绿色循环概念、经验及技术，进而提升台湾纺织业研发能力与带动产业转型，达到环境保护、减废再生、

资源循环的目的。

施颜祥强调，循环经济乃大势所趋，尽管崎岖难行，仍非做不可，TCTI 为一开放性联盟，目前已有 40 多家企业加入且持续增加，未来将结合纺织业力量，定期通过研讨会、座谈会的召开，以及与各相关机构连接，为台湾纺织企业找到新方向及落实循环经济的可行方案。詹正田认为，台湾纺织产业在全球纺织供应链具有举足轻重地位，对环保资源循环再利用议题亦主动积极迎合，助推台湾纺织业成为循环经济的典范。

全球劲吹循环经济风 国际品牌纷纷自发行动

2015 年 12 月于法国巴黎召开的联合国气候变迁纲要公约（UNFCCC）第 21 届签署大会（COP21）上通过了“巴黎协议”，各签署国协议未来共同努力将地球气温上升幅度，控制在与前工业时代相比最多摄氏 2 度内的范围，并努力追求升温幅度标准续减至摄氏 1.5 度内。

由于全球资源消耗、人口增长而造成竞争加剧，荷兰、德国、卢森堡、英国、比利时、芬兰、日本等国皆宣示迈向循环经济的决心。其中，荷兰政府希望在 2030 年前，减少原料使用量达 50%，并在 2050 年前达成循环经济目标；荷兰亦执行欧盟摇篮到摇篮工作服计划，研发 100% 可再生聚酯纤维面料。英国永续纺织行动计划，推动纺织产业绿色设计，预计每年可减少 30 亿英镑的浪费，服装废弃物回收与再利用商机更达每年 2 亿英镑以上；此外，欧盟参考英国经验，于 2016 ~ 2019 年推动“欧洲纺织行动计划”（European Clothing Action Plan），

协助欧盟各国纺织业推动永续行动。

国际品牌纷纷加入此行列，例如，C&A 基金会成立，投入 25 万欧元扩大执行纺织循环项目（Circle Textiles Programme），包括纺织品循环分拣科技、纺织物料回收在线标准、高值循环先导计划；Patagonia 的 Worn Wear 计划等。此外，哥本哈根时尚高峰会号召 Global Fashion Agenda 联合全球 64 家服装品牌，如 adidas、H&M、INDITEX 集团、LACOSTE、HUGO BOSS 等，承诺在 2020 年前增加 25% 再生纤维使用量，以加速循环经济生产模式；H&M 推动旧衣回收计划，自 2013 年成立 H&M Conscious 产品系列，使用环保再生的纤维及升级再造的布料进行设计；2017 年 NIKE 已达成 75% 产品使用回收材料的目标；adidas 则承诺 2024 年前，产品全部改用回收纤维制作。

迎合绿色环保趋势 催生台湾循环纺织联盟

绿色风潮下，尽管台湾纺织业聚焦研发永续环保产品与生产过程，亦面临不少困境。受到平价及快速时尚风潮影响，服装耐用性下降，废衣可用率自 70% 下降至 50%。特别是，目前台湾旧衣出口售价从每公斤 12 美元逐渐降至每公斤 1.5 美元；同时，废衣处理费逐年攀高，2015 年自每公斤 2.5 元提升至每公斤 5 元，2017 年更上升至每公斤 7 元，旧衣回收处理成本节节上升。此外，台湾各地民生废弃物已达饱和，且无专业处理机构，由于废衣物属石化材，燃烧空气污染严重，部分地区出现拒处理现象。

因此，为迎合国际环保及资源再生循环趋势，以非营利为目的的 TCTI 随之而起，希望结合产、学、研的资源，促进台湾纺织产业资源循环创新技术的结盟合作。TCTI 将通过经验交流、信息共享、观摩学习，以重新制造、重新设计、重新定义（Reengineering / Redesign / Redefine）等方式，分享纺织产业绿色循环概念、经验及技术。最终推动企业自主投入循环产品回收再生，并提升资源使用效率、消减废弃物及避免污染自然环境，以符合国际潮流，提升纺织业研发能力与带动产业转型，达到环境保护、减废再生、资源循环的目的。

TCTI 的愿景聚焦五大点：一是以联盟的力量带动循环纺织品产业快速发展；二是分享最新循环经济信息、技术、制程与国际相关再生循环趋势；三是以互信、互助、互惠的原则，拓展循环纺织品商机；四是强化台湾循环纺织产业上下游链接，提升产业创新研发能力；五是结合产、学、研资源，推动台湾循环纺织产业与拓展商机。未来联盟每季将依照纺织产业生产技术、趋势潮流及商业需求等议题，透过研讨会、座谈会、会议等方式举办，与会员进行交流。



活动现场，企业热烈参与及响应。

借鉴香港循环经验 拓展纺织业未来新商机

姚磊在专题演讲时首先介绍了 HKRITA 的四大主要研发领域：创新物料、纺织品及成衣制品；先进纺织及成衣生产技术；创意设计 & 评估技术；优化工业系统及基础建设。此外，还介绍了致力开发贴近市场应用的研发技术，以企业及大众需求为出发点进行研发，最终朝成果商业化（技术转移）为目标，让研发技术的效益最大化。

“循环”是个范围领域极广、涉及层面多且深的议题，姚磊强调，纺织成衣供应链相当长，包含了原料、设计、制造、成衣、分销、零售、消费及回收，每个环节都有其技术瓶颈。因此，进行循环回收须从两点着眼：第一为“Beginning”。从最初原料的挑选（是否可回收再利用）及产品的设计制造（如何以绿色环保方式进行），甚至是否就近于消费国生产（减少运输过程产生的碳足迹），都需列入考虑。第二为“End of life”。当消费者淘汰衣服后，旧衣该如何处理？因为回收旧衣来源及种类多且杂，如何重新处理、利用并转化为有价值的东西，亦需纳入考虑。为此，HKRITA 为纺织企业提供一个影响评估工具，协助企业在生产制造过程中，审视最终产品可能带来的影响。

值得注意的是，过去十年，全球成衣销售量增长一倍，但利用率却下降 20%，过度消费后的成衣最终都进了填埋区。以香港为例，尽管几乎未生产成衣，但香港年纺织废料约达 12.5 万吨，旧衣回收率却只有 4%，显示旧衣将成为社会问题，不得不正视，因此，如何以回收技术达成循环再利用，是未来持续努力的课题。目前与纺织相关的回收技术有生物回收技术、化学回收技术及机械回收技术，且各有其优缺点。其中，生物回收技术无须使用化学品，最受品牌青睐，但耗水耗时；化学回收技术则最有效，但需添加化学品及水的使用；机械回收技术则因处理后的产物多半成为填充材料，价值相对较低。

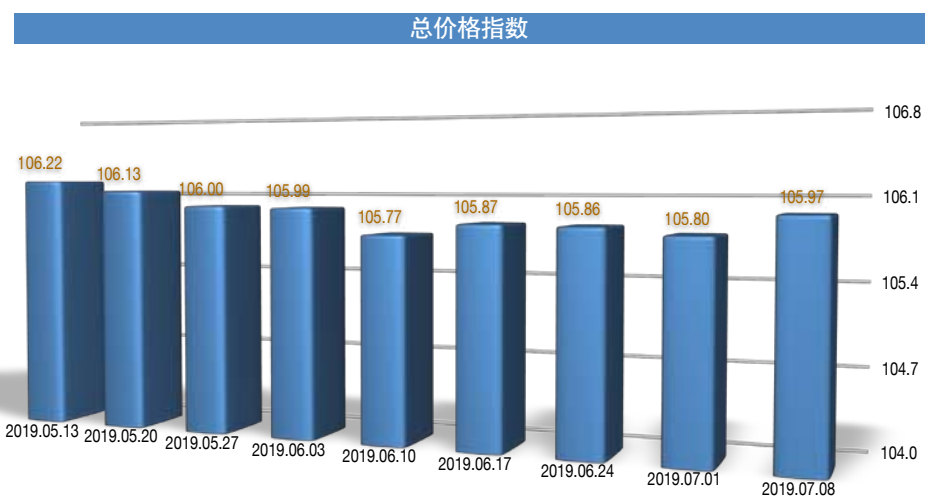
姚磊特别介绍了 HKRITA 开发的纺织品升级回收系统，在回收纺织废料再制成纤维及纱线的过程中，不仅用水及废水量为零，各个加工阶段皆有臭氧及紫外线消毒，确保产品卫生，更采用封闭式粉尘控制系统，确保劳工健康与安全，同时搭配智慧自动化设备，节省人力需求，最终生产出优质的再生纤维。除了品牌、制造商掌握并了解循环经济，又该如何触及消费者呢？HKRITA 在香港开创出成衣循环回收再造技术 G2G（Garment to Garment，旧衣新装），将旧衣回收再制成新衣，并设有小型生产线零售店，让消费民众了解整个旧衣翻新的过程。整个二手衣回收再制过程（从消毒、纤维开松，到纺纱及完成针织成衣）是在一个透明玻璃货柜进行，平均 4 小时可完成一件旧衣新装。

循环经济是条不得不走的路，不论是来自品牌的要求，还是出自自发行为，爱护地球已成为全球共识，转型过程必然辛苦，但却也是未来最亮眼的新商机。施颜祥认为，若想成功推动循环经济，需要技术可行、经济（成本）可行、社会可行三项要素支持；姚磊则鼓励说，循环经济势在必行，与其被动投入，不如由自身开始落实永续。TA

市场销售环比回升 价格小幅上涨

20190708 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20190708 期纺织品价格指数收报于 105.97 点，环比上涨 0.16%，较年初下跌 0.02%，同比上涨 0.27%。



近期，中国轻纺城市场营销环比回升，其中：原料市场价格环比回升，坯布市场价量小幅上涨，服装面料市场布匹价量小幅回落，家纺类产品成交价量微幅下跌，辅料行情小幅下跌。

原料价格环比回升，涤纶明显上涨、纯棉纱行情平淡

据监测，本期原料价格指数收报于 84.22 点，环比上涨 0.61%，较年初下跌 0.87%，同比上涨 0.17%。

聚酯原料行情震荡推升，涤纶行情明显上涨。本期涤纶原料价格指数明显上涨。上游聚酯原料行情震荡推升，近期华东地区 PTA 现货主流 6770 ~ 6835 元 / 吨，MEG 主流 4385 ~ 4405 元 / 吨，聚酯切片市场报价继续推升，江浙地区半光切片现金或三月承兑 8050 元 / 吨左右。聚酯成本面支撑仍较为明显，涤纶价格呈现环比上涨走势。近期市场热度回暖，开启了一波波上涨潮；中美领导人发声表示中美贸易有向好态势，也带动了投资者对市场的信心。萧绍地区涤纶市场局部推升，厂家报价环比推升，POY、FDY、DTY 行情环比推升，价格环比上涨。近期，涤纶短纤价格环比上涨，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 8735 元 / 吨。

纯棉纱行情平淡，人棉纱价格上涨。近期，纯棉类常规纱线市场，受上游原料价格止跌反弹的支撑，常规纱价格也同样表现为：全线止跌。但是整体市场需求受淡季影响，还是无法达到人们预期，回暖速度相当缓慢，后期订单的缺失，无法支撑上游的快速出货降库存的目的。萧绍地区纯棉纱市场气氛观望平淡，报价基本稳定，局部小跌，纯棉纱市场总体行情以观望为主。下游坯布厂最近依然十分缺少订单，机台仍有空台，市场价格也依然十分混乱。目前要求反复报价的频率增高，希望是有实单的良好信号。近期，涤棉纱无论是从价格还是出货量均好于纯棉纱，但整体来讲，市场行情还是偏弱状态发展。

近期粘胶短纤出厂均价在 11700 ~ 11850 元 / 吨，环比上涨，市场成交仍好于前期。但下游整体消费疲软，整条产业链都处于累库存状态。人棉纱价格环比上涨，30S 人棉纱销量尚可，大单可据量商谈。

坯布行情环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 120.08 点，环比上涨 0.47%，较年初上涨 1.38%，同比上涨 2.46%。

本期坯布类价格指数呈小幅上涨走势。近期，纺企创新品种出货小幅增长，下单频率局部回升，销售速度局部有所加快，坯布市场订单环比回升，成交呈现小幅增长走势。其中：混纺纤维坯布行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比回

升；天然纤维坯布需求环比回升，价格指数呈微幅上涨走势，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升，拉动坯布类总体价格指数小幅上涨。

服装面料销售环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.82 点，环比下跌 0.14%，较年初上涨 0.03%，同比下跌 0.44%。

服装面料类价格指数小幅下跌。近期，因夏日淡季，内需市场需求局部回落，价格环比小跌。其中：纯棉面料、涤棉面料、涤粘面料、涤锦面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉面料、麻粘面料成交价量不等量下跌。近期，轻纺城市场麻粘面料现货上市量环比回落，成交批次局部下降，连日销量呈环比下跌走势，夏季麻粘面料现货成交和订单发货环比回落，秋季麻粘面料订单发货环比下降，大众麻粘面料成交价量呈一定幅度下跌走势。

家纺营销环比回落，价格指数微幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.55 点，环比下跌 0.08%，较年初下跌 0.50%，同比下跌 0.51%。

本期家纺类价格指数微幅下跌。近期，轻纺城家纺市场销售环比回落，局部成交小幅下降。至目前，轻纺城家纺市场营销环比回落，大众色泽花型面料订单发送量环比回缩，跑量产品现货成交和订单发货环比回落，价格微幅下跌。其中：床上用品成交环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；日用家纺类成交继续下降，价格指数呈小幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数微幅下跌。

市场行情继续回缩，辅料指数小幅下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 130.47 点，环比下跌 0.50%，较年初下跌 1.52%，同比上涨 0.33%。

本期服饰辅料类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情继续回缩，至目前下游企业备货环比下降，现货成交和订单发货呈现小幅下跌走势。衬料类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；线绳类成交继续回缩，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，拉动辅料类总体价格指数小幅下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。后市夏季面料供给继续回缩，夏季大众面料现货成交和订单发货局部下降，秋季新风格产品供给环比增加，现货成交和订单发货局部增加，织造企业开机率逐步小增，印染企业产出环比小增，市场行情走势局部推升，预计新风格产品认购踊跃度将环比小增，整体市场成交将呈现环比小升走势。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：0575-84785265



微信号：tachaobao



微信号：fzfzk

潮报

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



www.taweekly.com

纺织服装周刊

原料大起大落 化纤指数小幅走高

2019 年 7 月 1 ~ 5 日商务部中国·盛泽丝绸化纤指数一周点评

据对 350 家被采价单位反馈的数据监测分析，本周商务部中国·盛泽丝绸化纤指数稍有上涨。其中，化纤总指数收盘于 104.44 点，与上周相比上涨了 0.07 点；化纤面料价格指数小幅上涨，收盘于 100.75 点，与上周相比上涨了 0.07 点；化学纤维价格指数小幅上涨，收盘于 109.3 点，与上周相比上涨了 0.04 点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下跌，收盘于 104.75 点，与上周相比下跌了 0.06 点。

图1 盛泽市场化纤类产品价格指数



化纤面料市场行情分析

本周化纤面料价格指数小幅上涨，收盘于 100.75 点，与上周相比上涨了 0.07 点。

里料方面，本周里料市场成交速度有所加快，下游贸易商多有拿货囤货，尤其是春夏纺系列，贸易商低价囤货积极性好于前期。目前原料市场价格暴涨，里料厂家利润稀释明显，厂家出货心态较强，价格多维持涨价前水平。现 190T 市场报价在 1 元 / 米，有些甚至更低；春夏纺系列中，240T、260T 春夏纺走货较为集中；轻盈纺系列走货尚可，成交集中在 210T 系列；经编网眼里料本周表现一般，下游采购积极性不高；提花里料成交较为稳定，厂家出货好于其他产品，下游采购多销往海宁等地。

面料方面，本周面料市场冷热不一，常规仿真丝系列依然走货滞缓，厂家库存继续上升，其中雪纺、乱麻、花瑶绉等系列成交表现不佳；塔丝隆系列成交好于前期，下游多用于秋冬休闲装、校服，价格走平；牛津布系列走货以稳为主，个别产品订单仍表现较好，尤其 1680D 牛津布经过涂层后，多用于时尚箱包、学生箱包；四面弹系列近期成交有所放大，尤其是四面弹印花面料，由于面料加入氨纶成分，使得成衣的舒适性更佳，适合制作时尚女士套装、裙装等，市场销售前景较好；尼丝纺系列本周成交依然表现一般，其中 380T 消光尼丝纺成交较为突出，下游采购多用于羽绒服，个别现货供应商有低价抛货行为。家纺面料成交较为稳定，其中麂皮绒、桃皮绒系列订单并未有放大迹象，市场成交多以小批量为主。

从商务部盛泽指数可以看出，本周原料价格暴涨带动了市场的交投气氛，前期抑制的订单稍有下达，贸易商低价拿货积极性提升。从而导致坯布库存稍有回落，现盛泽地区坯布库存存在 39 ~ 40 天左右；开机率方面，目前市场开机率维持在 8 ~ 9 成左右，个别库存压力较大的厂家有降负荷操作。由于前期原料价格暴涨，从而导致坯布厂家生产成本大增，利润稀释，再加上市场淡季气氛依然比较浓厚，因此进入僵持态势。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数小幅上涨，收盘于 109.3 点，与上周相比上涨了 0.04 点。

本周国际油价先涨后跌。6 月 29 日，中美两国元首在 G20 大阪峰会会晤，宣布中美贸易重启谈判，给市场带来利好。但 7 月 2 日晚间，因市场认为原油减产协议不如预期，国际油价开始大跌，跌幅超 4%。截至 7 月 4 日，WTI 原油期货下跌至 57.34 美元 / 桶，布伦特原油 9 月期货下跌至 61.82 美元 / 桶。PX 方面，本周原料 PX 市场亦是先涨后跌；截至 7 月 5 日，亚洲 PX 价格下跌至 838 美元 / 吨 FOB 韩国和 819 美元 / 吨 CFR 中国、欧洲。

图2 盛泽市场化学纤维指数



PX 下跌至 736 美元 / 吨 FOB 鹿特丹。

PTA 方面，本周 PTA 现货市场先涨后跌，后续乏力的情况比较明显。上游炒作情况比较明显，但是下游织造企业因为行情原因不买账，多头资金撤离，PTA 期货连续两天跌停，现货价格同样受到了影响。截至 7 月 5 日，内盘市场成交商谈围绕在 6450 ~ 6550 元 / 吨附近。

涤纶长丝方面，本周前两个交易日，在上游原料大幅拉涨的提振下，聚酯主流厂家日均上涨 100 ~ 300 元 / 吨；周中行情趋于稳定，但是临近周末，在 PTA 跌停影响下，部分聚酯厂家有降价操作。截至 7 月 5 日，POY150D/144F 主流厂家报价上涨至 9000 元 / 吨，而 FDY150D/96F 产品报价则上涨 300 元 / 吨至 9100 元 / 吨。

产销方面，本周前半周，聚酯产销因原料价格上涨表现较为良好，7 月 1 日开始在 120% 左右，2 日则在 80% 左右，3 日开始，随着下游织造企业停止补货，聚酯产销大幅走跌，基本维持在 1 ~ 2 成。

伴随着聚酯市场主流产销先强后弱的影响，本周聚酯厂家库存也是先降后升。从中国绸都网统计数据来看，现如今聚酯市场整体库存至 9 ~ 18 天；具体产品方面，POY 库存至 4 ~ 8 天，FDY 库存至 9 ~ 15 天附近，而 DTY 库存则至 17 ~ 22 天左右。

蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下跌，收盘于 104.75 点，与上周相比下跌了 0.06 点。

图3 盛泽市场蚕茧丝绸类产品价格指数



进入 7 月，对印度市场普货生丝成交一般。从正常贸易程序通关核算，印度进口商目前进口中国生丝有亏本，而如从越南市场采购，则有每公斤 1 ~ 1.5 美元的毛利。越南本土生产出口的产量和印度的当地产量，目前来看，部分挤压了中国的出口份额。有没有对长远形成威胁，也需时间验证。

广西区来看，桑园开始逐步夏伐，第六批鲜茧少量上市，正值夏季，风向标宜州病害较多，因而产量质量受到影响，多数收购价格在每公斤 30 元上下，好茧好价，收购点报价提高，但基本收不到相应蚕茧。[TA]

中国绸都网
指数主管单位：中华人民共和国商务部
指数编制发布单位：中国绸都网
网址：http://index.168tex.com/ 联系人：张强
电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通同行 做生意
扫描二维码 即刻下载纺织通APP



注册成立十周年



使命：推进纺织工业科技进步 人才成长和产业升级

账 号：0200235109000013297





选择宏业 选择放心

国家功能性差别化纤维纱线产品开发基地

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

主打产品：

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

高档差别化纱线针织面料、高支高密针织面料、针织制衣。

高性能阻燃纱线、色纺（半精纺）纱线、高档牛仔OE纱、针织用OE纱。

营销承诺：

质量放心、交期放心、服务放心

企业文化：

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

经营理念：

诚信、合作、互惠、共赢

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

愿景：

打造民族知名品牌。

齐鲁宏业纺织集团有限公司

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