

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

2019.07.29 | 第27期 | 总第939期

官方网站

微信公众号

电子杂志

微博

手机报

《纺织服装周刊》
新媒体全覆盖

提供便捷、及时、
高效的信息服务

招商热线: 010-85872630
联系人: 李江敏



日本纤维信息



人工蛛丝“QMONOS”项目获进展
为了实现可持续发展而努力

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



**影响改变认知
服务创造价值**

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



P8

纺织行业发展呈现新趋势

P14

20载坚守与创新，纽约展互惠合作赢未来



第三十届“中国纺织品服装贸易展览会（纽约）”暨美国TEXTWORLD USA 服装面料展、纽约国际服装采购展（APP）、纽约国际家纺采购展（HTSE）在纽约贾维茨会展中心盛大举行。

www.taweekly.com



CHANG FA
BUSINESS CENTER
长发商业中心

独家冠名单位：长发商业中心

协办单位：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“中国面料之星系列活动”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

“中国面料之星系列活动”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



绍兴柯桥中国轻纺城

Shaoxing Keqiao China Textile City

窗帘布艺展览会(秋季)

Curtain Fabric Exhibition (Autumn)

08.01~08.03

敬请期待

GRAND OPENING

万众瞩目

窗帘、窗纱、墙布、墙饰及相关辅料企业、家纺原料供应商
及配套设备企业、布艺互联网新营销，配套平台及相关软件企业



展会咨询：0575-81182717 137-0575-7181

展会地点：中国轻纺城国际会展中心

编委会名单

主任 王天凯

副主任 高 勇 孙瑞哲 徐文英 杨纪朝 夏令敏 陈伟康 王久新

委员（按姓氏笔画排序）

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

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

总编助理 万 晗 袁春妹

采编中心

主编 郭春花
主笔 郝 杰
副主编 徐长杰 徐 瑶

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

美编 郭 淼
资深摄影 关云鹤

新媒体部

主任助理 李江敏
美编 李举鼎

行政管理中心

总监 郭也可(兼)

办公室

主任 黄 娜
副主任 刘 萍

财务部

主任 崔淑云
专员 张 艳

产业服务中心

总监 吕 杨
副总监 李 芳

品牌推广中心

总监 郭也可(兼)
副总监 罗欣桐
主任 王振宇

市场发展中心

总监 万 晗(兼)
副总监 章 简
媒介主管 雷 蕾
客户经理 张灼瑄

浙江运营中心

总监 赵玲玲
副总监 赵国玲
主任助理 邹莹颖
记者 王 利 张 颖

热线电话

总 编 室:010-85872680 新闻热线:010-85872640
发行热线:010-85872668 传 真:010-85872601

国际标准刊号:ISSN 1674-196X 国内统一刊号:CN11-5472/TS

广告发布登记许可号:京东工商广登字20170146号

本刊广告总代理:中纺网络信息技术有限公司

出版发行:《纺织服装周刊》杂志社

地址:北京朝阳区东四环中路39号华业国际中心B座207二层(100025)

定价:每期人民币12元

欧洲合作媒体:Textile

印度合作媒体:Inside Fashion

日本合作媒体:纤维News

台湾合作媒体:纺织周刊

承印:北京中科印刷有限公司

法律顾问:大成律师事务所

5G, 纺织走在前

随着5G的到来,5G在各行各业的应用正在兴起。人们用赞许的目光,注视着那些已经拥抱5G技术的行业企业。然而,可能很多人都没有想到,在率先应用5G技术的行业中,纺织业再一次走在了前面。

在一间基于5G网络的长丝生产车间内,924台机器不断“吐”出一卷卷长丝饼,16台搬运机器人通过5G网络接收指令,穿梭往返于车间,快速有序地将长丝饼搬运到指定位置,这一生产场景正以8K超高清影像同步传输到生产调度中心……这是浙江桐乡新凤鸣集团长丝生产车间内的真实场景。

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

在新凤鸣集团的车间里,在线实时监控电量消耗与波动,异常偏差立即报警,系统远程诊断,智能数采、分摊分配单品能耗物料……一套智能化的信息系统,正在为传统工业带来非常大的改变。

5G应用,纺织走在了前面。除了化纤领域的新凤鸣集团,在余杭区良渚新城,服装领域的知名企业杭丝时装集团的智能工厂布局和建设也在稳步推进。

得益于多年的数据积累,杭丝时装集团率先将5G应用于服装智能制造,成功构建出从应用层、网络层、感知层全联网的网络协同智造支撑平台,由此打造出集作业标准透明、缝纫机数据透明、生产计划管理透明等于一体的“5G透明工厂”。

在这间“5G透明工厂”里,平板电脑成为质量管理终端,每个工位做什么工序完全由“智慧大脑”来判定。悬挂系统数据与生产管理数据深度融合,通过定制系统实现对服装生产的订单计划、生产管理、仓储管理、裁剪管理、货物预约APP等各个模块之间的连通。

以前手工编制流程所用时间长,完成一款流程至少需要花费2小时,尤其是难度大的款式;同时流程平衡率低,转款后工序调整幅度大,员工需要重新适应工序,在品质控制、效率提升方面存在隐患。现在,衣服从上架到分拣,只用一根衣架就够了,整个流程在悬挂系统完全打通。每一个衣架一旦上架,所有的数据都是可控的。

杭丝时装集团的相关负责人表示,接下来还会把5G应用在整个大车间实现。在5G网络支持下,利用工业物联网、传感技术,真正实现了信息即时抵达,实现了基于大数据分析的精益制造,提升了制造过程的协同化、柔性化及智能化水平。

5G时代,纺织行业企业正积极运用最先进技术,在努力实现转型升级的过程中,再一次展现出这个古老行业不断进取的“精、气、神”!

赵媛媛

CONTENTS



14 特别报道 SPECIAL

20 载坚守与创新,
纽约展互惠合作赢未来

当前,中美经贸关系风云变幻,本届纽约展又恰逢办展20周年,在此背景下,众多参展企业如约而至,为推动双方产业进一步合作注入了正能量,也充分表明了我国纺织服装行业对美国市场长期以来的信心,以及对双边自由贸易的殷殷期盼。



36 市场 MARKET

从传统到革新,
洪合毛衫玩出了大趣味

第九届中国(洪合)毛衫文化节暨金秋毛衫采购节将于8月7~8日在浙江嘉兴洪合举行。本届毛衫文化节的主题是“源启洪合·链动未来”,同期还将举办惊喜之夜“时尚洪合”2019秋冬新品毛衫发布秀、“构筑电商发展新动能”洪合毛衫电商千人培训计划启动仪式暨首期专题培训等多项活动。

6 资讯 INFOS

深入行业 联系实际
矢志推动行业科技创新

8 关注 ATTENTION

纺织行业发展呈现新趋势
从纺织工业高速发展看祖国的巨变

12 科教 SCIENCE

改造提升进口设备,实现印花针织物低张力水洗绿色加工

18 柯桥·中国轻纺城专版
CHINA TEXTILE CITY

打造现代化市场 聚焦高质量发展
移动互联网时代,企业新媒体传播怎么玩?
走进市场,解密中美贸易摩擦中的柯桥纺企智慧

22 大唐专版 DATANG

大唐街道成立,推动产业数字化提升迈上新台阶

24 行业 INDUSTRY

AI赋能时尚产业价值链
时尚焕动,创意赋能
科技成就面料之美
产业链上下求索 解密时尚休闲新定义
设计师衣橱里的“针织奥秘”
跨界品牌主理人的日常

34 品牌 BRAND

百年老字号隆庆祥:非遗“朋友圈”的挚友

38 观察 OBSERVATION

“新零售”让传统纺织服装产业焕发新生

40 指数 INDEX

市场销售继续回缩 价格小幅下跌
织造去库存加快 市场景气缓升

深入行业 联系实际

中纺联党委组织召开“不忘初心、牢记使命”主题教育调研成果汇报会

本刊记者 _ 郭春花



主题教育调研成果汇报会现场。

从6月开始，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，中共中国纺织工业联合会党委发动各基层党组织、各部门单位，充分利用出差、行业活动等，以问卷调查和组织召开座谈会的形式，联系行业工作实际，了解行业、企业的真实所需。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，面向全行业和系统内各基层单位广泛征求意见。

为总结这些调研成果，7月19日，中纺联党委在北京组织召开了“不忘初心、牢记使命”主题教育调查研究成果汇报会。中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，副会长杨纪朝，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、李陵申、杨兆华、孙淮滨以及各基层党组织主要领导、各部门各单位主要

负责人以及中纺联主题教育指导协调组人员参加调研成果汇报会。国资委行业协会党建局副局长、主题教育指导一组组长方长安和指导一组顾多同志参加会议并进行指导。陈伟康主持会议。

会议伊始，陈伟康、杨纪朝、王久新分别传达了中央主题教育领导小组关于主题教育重点问题的强调和回答，对主题教育学习教育、调查研究、检视问题、落实整改等重点任务进一步提出了有关要求。

随后，中纺联各基层党组织、各部门各单位负责人围绕调研所做的工作和收集归纳的问题分别汇报了各自调研成果。中国纺织信息中心党委书记乔艳津受出访在外的中纺联会长孙瑞哲委托进行了调研汇报，孙瑞哲在广东开展了组织企业座谈会等调研活动，并调研了企业党建工作情况。

陈伟康对调研成果进行了总结，他介绍，此次调研一是体现了领导带头，保障了调研工作的推进；二是基层党组织领导同志积极主动担当，体现了中纺联

讲政治讲党建的精神风貌；三是坚持问题导向，保证了调研工作的有效性；四是调研工作全面落实和成效显著，此次调研分别按照行业发展问题、行业工作问题、内部建设问题三方面进行，目前收集到问题、意见建议共1500多条。

陈伟康指出，从调研成果可以看出各基层党组织和各部门在此次调研中做了很多工作，接下来要做进一步整理和归纳。随后，他还布置了中纺联“不忘初心、牢记使命”主题教育下一步的工作。

高勇首先肯定了前不久中国产业用纺织品行业协会组织召开的“全国产业用纺织品企业党建工作座谈会”。他介绍，以前纺织行业举办过多次企业性的党建工作会，得到了行业关注，并取得了良好成效，这些工作为今后各行业举办党建工作会开了个好头。他要求各单位要切实把中纺联党建工作和行业党建工作很好地结合起来。

对此次中纺联党委组织的调研，高勇认为成效显著，并对今后工作重点提出三点要求：一是继续加强学习，尤其是加强对习近平新时代中国特色社会主义思想原著的学习，学习要贯穿主题教育始终。二是各部门各单位要把此次调研收集的问题归纳整理，作为下一步检视问题的基础。三是检视问题的同时，要开展领导同志讲党课、问题整改的工作。

方长安指出，通过听取中纺联党委开展的调研成果的汇报，感受到中纺联对此次“不忘初心、牢记使命”主题教育学习有了更深的认识，能够根据自身实际，把主题教育学习与行业发展很好的结合起来。总体感受此次调研非常务实，对纺织行业发展将起到很好的推进作用。希望中纺联下一步要继续以贯穿始终的要求，加强学习，把学和做、查和改结合起来，结合调研成果认真检视问题，解决行业共性问题，使党员干部更好地提升服务行业、服务社会的能力。

滨州伸出橄榄枝，邀你共同发展高效生态纺织产业

7月22日，滨州高效生态纺织产业招商推介会在北京举办。会议围绕滨州市概况、纺织产业优势、合作投资方向、产业政策保障等方面，对滨州高效生态纺织产业进行了路演推介。

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，中纺联副会长、中国家用纺织品行业协会会长杨兆华，中国麻纺织行业协会会长董春兴，中国纤维质量监测中心监督处副处长王扬，中国质量万里行促进会质量促进部部长孟湘震，滨州市副市长郝吉虎，滨州市市场监管局党组书记、局长孙文利，滨州市市场监管局党组成员、副局长高连强，滨城区区委常委、统战部长马书花，以及中纺联相关部门代表、企业代表、媒体代表等百余人出席活动。

本次推介会由滨州市人民政府主办，滨州市高效

生态纺织产业“双招双引”专班承办，中国纺织工业联合会、中国质量万里行促进会指导。

郝吉虎在致辞中表示，滨州区位优势、交通便捷、资源丰富、产业健全，培育形成了高端铝、高端化工、高效生态纺织、粮食加工和畜牧水产五大千亿级产业集群。本次招商推介活动，旨在让大家更深入地了解滨州的创业环境、政策环境、产业特点和合作意愿，共同挖掘滨州纺织产业蕴藏的巨大商机，愿同各界商业精英共谋发展大计、共创美好未来。他表示，滨州将进一步敞开合作与开放的大门，为企业提供更加全面、高效、优质的服务。

李陵申指出，滨州纺织产业具有体量大、细分市场产业链较为完善等优势，但全产业链视角上也存在产业链前后不均衡、不齐全的矛盾，急需解决“延链、

补链、强链”的问题，需从智能制造、绿色制造、军民融合等更高的战略定位助力产业高质量发展，实现存量优化、增量补强的价值链再造。

推介会期间，孙文利向与会代表介绍了滨州的区位优势、产业优势、合作投资方向及政府提供的产业政策保障等相关内容。滨州纺织产业已经形成了相对完整的产业链条，合作投资方向将主要集中在：突出高效生态特色，围绕纺织新材料、产业用新产品、高水平印染进行延链；围绕品牌服装、创意设计、专业市场进行补链；围绕高端家纺、工装生产、智能制造进行强链，使纺织产业向价值链高端延伸。

随后，马书花针对滨城区的产业优势及合作意向做了相关推介。推介会期间还举行了多项战略合作项目签约仪式。（李亚静）

矢志推动行业科技创新

《纺织学报》举行创刊四十周年纪念活动

近日，纺织科学技术学科未来发展论坛暨《纺织学报》创刊四十周年纪念活动在北京中国科技馆会堂举行。论坛由中国纺织工程学会主办，《纺织学报》编辑委员会承办，山东如意科技集团有限公司协办，主题为“学术引领，创新发展”。

中国纺织工业联合会会长、中国纺织工程学会理事长孙瑞哲，中纺联原会长、中国纺织工程学会原理事长杜钰洲，中国工程院院士蒋士成，中国工程院院士、《纺织学报》第九届编委会主任俞建勇，中国纺织工程学会常务副理事长、《纺织学报》第九届编委会常务副主任伏广伟，中国纺织工程学会秘书长尹耐冬，山东如意科技集团有限公司执行总裁兼首席技术官丁彩玲，中国纺织工程学会副秘书长、《纺织学报》主编刘军等100余人出席论坛。浙江理工大学校长陈文兴、东华大学副校长陈南梁、西安工程大学副校长李鹏飞等纺织高校领导和专家到会祝贺。

会上，孙瑞哲指出，中国纺织工业经历了由小到大、由大向强的飞跃，逐



与会代表合影。

渐形成了全球体量最大、最完备的产业体系，其发展核心是科技创新。科技期刊是积聚行业学术资源的关键枢纽和推进科技创新的重要支点，一流科技期刊的崛起，往往伴随着世界科技中心和创新中心的崛起，高水平的科技期刊承载的是一个行业的科技竞争力和未来发展话语权，因此，大力发展科技期刊事关行业科技创新的质量与效率，具有迫切的现实意义。

杜钰洲指出，改革开放四十年来，《纺织学报》与中国纺织工业同呼吸、共命运。目前，科技、品牌、人才、可持续发展等在纺织行业发展中的作用凸显，纺织工业已进入高质量发展阶段，《纺织学报》在这个历史进程中要坚持与时俱进、不断取得进步。

蒋士成谈到，建设国际一流纺织期刊是一项光荣而艰巨的任务，期刊建设应紧跟国家科技创新发展战略，刊登高质量、高热点、创新性的科研成果；更应注重学科之间的交叉融合，成为引领纺织行业学术潮流的风向标；还应把好学术论文的质量关，承担起推动纺织学术规范建设的重任。

俞建勇回顾并展望了《纺织学报》的编辑出版工作并指出，未来《纺织学报》将继续以内容为王，加强优秀选题组稿和特色专栏策划，加强新媒体传播和编辑队伍建设，更加精准服务作者，进一步提升期刊学术质量和服务水平，引领纺织学科发展。

会议还评选出了12位优秀审稿专家和15篇优秀论文。

（蔡倩）

历经三十载，大连服博会 9 月开启新篇章

由中华人民共和国商务部、大连市人民政府主办，中国纺织工业联合会特别支持的中国（大连）国际服装纺织品博览会（CIGF）经过30年的风雨洗礼，将以全新的姿态开启新一轮的时尚风暴。

7月17日，2019中国（大连）国际服装纺织品博览会新闻发布会在京举行。商务部外贸发展局副局长金虹，中国纺织工业联合会副会长徐迎新，中国服装设计师协会主席张庆辉，中国服装协会常务副会长杨金纯，中国大连服博会办主任、大连市工信局局长任维达，辽宁省工信厅纺织处处长徐洪涛，辽宁省纺织服装协会会长王舸出席活动。活动由中国大连服博会副主任、大连市工信局副局长李云生主持。

近年来，CIGF以全新的理念进行资源整合，实现跨界合作，政府搭台引导、行业组织参与指导、市场化运作主导的新模式，着眼全球、立足东北亚、影响全国、带动大连，依托各方资源和优势，围绕产业转型升级，深度拓展服务功能。2019CIGF作为纺织服装行业的年度盛会、行业发展的亲历者和引领者，将在9月7~9日如约而至。

展会以“质·裳”为主题，聚焦东北服装产业，引领秋冬服装时尚，深耕绒毛服装领域，打造服博经典品牌。2019CIGF展览面积3.6万平方米，拟邀请海内外各类参展企业1000余家，其中海外服装品牌占35%以上，国内自主服装品牌占45%，纺织品和服饰配件等占20%。预计国内外专业观众将达到10万人次以上。

2019CIGF将以展示新锐设计师作品、秋冬季服装和面料为主，继续加大与国家级行业协会深度合作，创新合作方式，使CIGF专业化程度进一步提升；继续加大力度邀请专业买手和采购商等，使交易效果有显著提升；继续融入秋季时装周，以提升品质为核心，以传播效应为策略，打造大连时装周的全城效应。

本届时装周以时尚结合商业、文化、产业，促进品牌和设计师与商业机构对接合作，提升城市服饰文化底蕴；以时尚促进服装产业向高附加值转变，以产业支撑时尚型产业发展，将充分发挥韩国大邱、中国大连、日本大阪东北亚时尚产业联盟作用吸引海内外设计师以大连作为跳板开拓市场，加快大连东北亚时尚中心城市的建设步伐。（吕杨）

纺织行业纪念新中国成立 70 周年大型图片展开始征稿

今年是中华人民共和国成立70周年，也是决胜全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标的关键之年。70年来，中国纺织工业从弱到强，取得了全方位、开创性的发展，发生了深层次、根本性的变革。纺织业作为国家工业化进程的母亲行业、对外开放的排头兵、经济体制改革的先行者，已将中国建设成为全球最大的纺织品服装生产国、消费国和出口国。站在70周年的节点上，中国纺织工业正在加速成为创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业和责任导向的绿色产业，“科技、时尚、绿色”正成为新时代中国纺织工业的工作新定位、行业新标签、社会新认知。

为全面回顾70年来中国纺织工业的历史进程，从不同角度展现纺织工业的巨大变化，记录纺织人敢于探索、奋勇前行的时代故事，中国纺织工业联合会将举办“《我和我的祖国》——中国纺织行业纪念新中国成立70周年大型图片展览”，现面向各地方产业集群、专业市场、各大企业及产业研究开发、服装设计等机构，以及行业员工、行业记者、服装设计师等个人征稿，征稿截止日期为2019年10月31日。

展览将以《我和我的祖国》为主题，通过独特视角来阐述中国纺织行业发展的过去、现在及未来，以此表达“我”——中国纺织行业的一员，70年来与祖国共同成长的经历及对未来美好生活的向往。（郭春花）

编者按：制造业是国民经济的主体，是立国之本、兴国之器、强国之基，建设制造强国既是推进经济结构战略性调整的重要途径，也是加快社会主义现代化建设的重要实践。《建设纺织强国纲要（2011—2020年）》和《纺织工业“十三五”发展规划》提出，到2020年基本建成纺织强国，努力实现纺织科技强国、品牌强国、可持续发展强国、人才强国等四大战略目标，形成现代纺织产业体系的核心竞争力。在近日举办的2019年全国化纤长丝织物产品开发年会暨技术创新研讨会上，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇就目前纺织行业发展概况及新趋势作了主题发言，并谈到，从具体指标来看，除个别指标稍落后于世界先进水平外，绝大多数指标已接近甚至领先于世界先进水平，“纺织强国”目标已基本实现。



纺织行业发展呈现新趋势

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长 – 高勇 / 文



高勇

纺织强国目标已基本实现

中国纺织工业已连续3～4年处于低增长阶段，2018年全行业主营业务收入为53710亿元，同比增长略高于5%。与处在6%左右中高速增长阶段的国民经济相比，纺织业的主营业务收入、增加值、出口均处于低增长水平。近40年来，世界纤维消费量年均增长率约为3%，略高于人口增长率。近20年来，中国纤维消费量年均增长率为9%左右。

尽管纺织工业进入低速增长阶段，但纺织行业的所有从业人员已充分认识到低速增长将是一种常态，并据此加快产业调整步伐。党的十九大报告指出，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期。这也正是中国纺织行业所处的发展阶段。根据党中央“不忘初心、牢记使命”主题教育活动的有关要求，我们对纺织工业的发展趋势做了一些新的判断：《建设纺织强国纲要（2011—2020年）》和《纺织工业“十三五”发展规划》提出到2020年基本建成纺织强国。从具体指标来看，除个别指标稍落后于世界先进水平外，绝大多数指标已接近甚至领先于世界先进水平，“纺织强国”目标已基本实现。面对即将到来的“十四五”，如何在新的历史条件、新的时代、新的发展阶段充分实现纺织工业的高质量发展，是全行业要深入思考的问题。

从今年4月份开始，企业的订单量减少、产品价格下降、库存增长。我认为，中美贸易摩擦引起的市场观望，国际采购商不下单是上述现象的主要原因。一般来说，企业在当年的4～5月份就能接到全年的订单，但今年国际采购商并没有如期下单。到目前为止，很多企业的订单只到8、9月份，后期的订单都还没有确定，这使得企业产生了恐慌情绪。面料积压、原料积压，原料价格下降等等，都只是暂时的现象，是市场处在观望阶段的表现。

持续推进“两个调整”

中美贸易摩擦带来的影响是暂时的、短期的，但从长期来看，必须改变以出口为主的产业发展方式，实现纺织行业的高质量发展。这就需要我们持续推进“两个调整”。

1、区域结构调整

首先是国际间结构调整，也就是劳动密集型、以出口为主

去几年发展得很快，尤其是服装产业——服装出口已经由原来的快速增长变成零增长，甚至是负增长。服装与纺织品的出口比例已经非常接近，预计在今年之内，这一比例就能够达到1:1。2018年纺织服装全年出口额为2767亿美元，如果加上纺织品服装进出口统计中第94章（褥垫、睡袋及其他寝具）内容，出口额将超过2800亿美元，同比增长3.69%。这3.69%的增长主要由纺织品出口带动。到今年4月份，纺织服装出口的总增长率为-3%左右，其中服装的出口约为-8%。可以看出，一方面是我国服装产能已基本完成向东南亚、南亚等地区的产业转移；另一方面是我国纺织品对东南亚、非洲等地区出口的快速增长。

国际间产能的转移有两个原因：一是经济趋势，劳动密集型产业总是向低成本地区流动，就像20年前由美国、日本、韩国、中国台湾向中国大陆转移。国际采购商以订单为筹码，要求企业到南亚、东南亚、非洲设厂，加快了这部分转移。二是国内“一带一路”倡议的推动，加快了产能向外转移的速度。目前区域结构调整正在由服装产业向纺织品产业快速延伸。

其次是国内结构调整。过去我国纺织服装工业86%以上的产能都集中在沿海的广东、福建、浙江、江苏和山东五省。中国纺织工业联合会很早就致力于国内产业结构调整，从“十一五”规划期间开始推动纺织产能向西转移，到“十三五”期间，我们按照党中央加快纺织服装工业向新疆地区转移的要求推进纺织产能进新疆——几年内新疆的棉纺纱锭增涨了1800万锭，取得了成效。

近几年，随着我国经济水平的快速提升，内销成为支撑纺织经济的主要力量并带动我国纺织工业持续发展。在这一背景下，中部地区纺织产能开始增长，如河南、湖南、安徽；长三角地区转移速度加快，如苏南产能向苏北的转移。值得注意的是，近期党中央批准了长三角地区的发展规划，在新的发展规划里，纺织服装产业仍然是长三角地区重点发展的产业，并列入“长三角地区优势产业在地区内加快转移”的政策范畴。

我们在泗阳召开此次产品年会，也是努力促进长丝织造产业向泗阳、宿迁等地区转移，优化产业结构。产业转移是趋势，也是大家在探讨、参与的工作，只有逐渐把区域结构调整好，才能使纺织服装产业发展得更好。

2、产业结构和产品结构的调整

除了区域结构的调整，产业结构和产品结构的调整也在持续推进。比如，针对我国产业用纺织品在整个行业中占比低的情况，“十一五”规划提出：要大力发展产业用纺织品，争取到“十一五”末能达到17%，并指出了产业用纺织品要重点发展的任务和门类。“十三五”规划指出，到2020年，产业用纺织品纤维加工量占全行业比重达到33%。从2018年产业用纺织品的比重已经占到了28%的情况来看，到2020年，33%的目标基本是可以实现的，产业用纺织品的结构和产业升级已经取得一定成效。过去，除服装和家用纺织品以外，其他都归到产业用纺织品中。因此，产业用纺织品包括的门类非常广，我们重点发展了8类，也都发展得比较好。

长丝产品在纺织品中已占据主导地位

长丝类纺织品在中国有着悠久的历史。历史上中国人喜欢蚕丝类纺织品，欧洲人则青睐于亚麻制纺织品。当棉纤维崛起后，全世界纺织品都转变为以棉花为主。然而，在过去的几十年里，天然纤维没有太大的增长。目前，全世界棉花产量约2500万吨，羊毛产量约110～120万吨，预计今后很长一段时间，棉花和羊毛的产量将维持现状。根据现在的情况判断，今后天然纤维也不会有太大的增长。

目前全世界的纤维总产量约为9000多万吨，预计到2020年，将达到1亿吨。9000多万吨纤维产量中的70%为化学纤维，约6500万吨，其中化纤长丝约为4000多万吨。可以看出，化学纤维是以长丝为主导的。全世界4000多万吨化纤长丝绝大部分产自中国。根据中国纺织工业联合会统计，2018年中国化纤长丝加工量已达到3000多万吨。

化纤长丝相较于短纤维具有工艺路线短、价格便宜等优势，广泛用于机织物、针织物、无纺布。近两年发展很快的一次成型鞋面、一次成型内衣，纺熔法、熔喷法织造的无纺布，原料都是化纤长丝；美国几乎所有的地毯原料都是BCF长丝；很多家纺产品，如窗帘，基本都是化纤长丝产品。以上例子表明，化纤长丝产品已在纺织品中占据主导地位并将发挥更加重要的作用；全世界纺织行业的发展也将依托化纤长丝织造产业。

我们对化纤长丝的研究经历了漫长的发展过程。最初致力于纤维直径的改进，实现了由粗旦、细旦到超细旦的改变；然后致力于形状的改进，如为提高吸水性增加表面积，为提高保暖性做中空、细孔等，如今，这些都已经是常规产品了。现在我们致力于对长丝进行改性、杂化，使其性能越来越接近天然纤维。面对化纤长丝的不断演化和发展，企业也十分重视长丝织物的开发设计和后加工。我们通过对化纤长丝进行加捻、退捻、加弹等工艺改善织物风格，并对长丝织物进行独特的结构设计、特殊染色和后整理加工等，使得化纤长丝产品不断被创新。

长丝织造产业的发展趋势

1、喷气织机在长丝织造产业的应用

在刚刚结束的欧洲国际纺机展上，我们看到很多新的装备、新的技术都是面向化纤长丝织造产业的。国际先进设备制造企业纷纷把目光集中到化纤长丝织造产业，说明这的确是一个具有良好发展前景的产业。

目前长丝织造产业的主要生产设备为喷水织机，这是因为喷水织机速度快、价格低，使得每米布的成本很低。但面对绿色、环保、节水的要求，整个行业对喷气织机还是有需求的。如果喷气织机整体价格和生产成本能够降低一些，甚至可以与喷水织机相近，那么喷气织机有可能在长丝织造产业大有作为，并成为产业发展不可忽视的一个趋势。

2、织造过程自动化是纺织智能化的重要课题

织造系统的智能化已经成为纺机制造的主流。过去我们追求的单机自动化、智能化已经基本实现：整经、浆纱等纺织工序的单机自动化基本可以实现；如棉纺的粗细联、细络联一体化、智能化纺纱示范线等，生产效率可以达到万锭用工10人；有一些企业正在尝试使用细纱机自动接头。现在，最难的是织造过程的自动化、智能化，即如何将整经、浆纱，以及整经之后的自动穿经、穿扣、自动上机几个工序自动串联是织造自动化的难点，也是未来智能化必须要解决的问题。

目前，史陶比尔的自动穿经机、结经机，津田驹的浆纱机、浆丝机，卡尔迈耶的整经机都是世界上做得最好的先进纺织设备。我们有必要联合国内领先的纺机企业和国际纺机先进企业，专门探讨织机自动化、智能化，力争做出一些实际成果。

在“十三五”期间，中国纺织工业联合会推出了纺织工业六条智能化生产示范线，包括纺纱智能化生产线、针织智能化生产线、印染智能化生产线、无纺布智能化生产线、涤纶长丝智能生产线及服装缝制自动生产线，其中纺纱、涤纶长丝、无纺布和服装缝制智能化生产线，已经基本成熟，能够小批量推广，但针织和印染比较复杂，有些还处在布线中，没有完全实现自动化。“十四五”期间，我们会对智能生产提出更高要求：首先要积极推广已经成熟的生产线；其次，除了“十三五”期间推出并已经小批量生产的这六条线以外，再推出一些新的内容，比如织造过程的智能化。这是需要企业家、专家共同思考的问题，相信长丝织造协会在编制“十四五”规划的时候也会征求相关意见。

在“十四五”期间，纺织行业很可能还会持续低速发展，希望整个行业能在低速发展中取得增长，这种增长不是每个企业都增长、每个行业都增长，也不是每个地区都增长，而是一个不断调整的增长——有些地区会减下来，有些地区会涨上去，有些企业会关门，有些企业会做大。在这个低速调整的过程中，技术水平的提升，生产效率的提升，是我们的最终目标。纺织行业的人均增加值能达到世界先进水平，我们“纺织强国”的地位就稳了，就能够保持下去了。TA

纺织服装周刊



从纺织工业高速发展看祖国的巨变

汪烈 / 文

每当看到想到“我和我的祖国”这六个字时，每当与朋友们在一起叙述各自生活变化和现在的幸福时，每当走在祖国各地欣赏到美丽风景时，每当在电视里看到尖端科技获得成功的画面时，我都会由衷地泛起“我爱我的祖国”这一心声。回顾我国纺织工业的发展历程，更燃起我对祖国的无限热爱。

纺织工业经历三大阶段

新中国成立 70 年来，我国纺织工业经历了艰难起步——快速发展——高速发展的历程，已成为世界纺织品服装的生产、消费和出口第一大国，正大步向纺织强国迈进。

艰难起步：新中国成立时，百业凋敝、百废待兴，国家通过对上（海）青（岛）天（津）等地的纺织厂和纺机厂进行公私合营或收归国有的方式形成新中国纺织工业的基础，艰难地起步。1949 年总产值 48 亿元，1950 年为 55 亿元。

快速发展：“一五”至“二五”前期，国家投巨资在北京、石家庄等大中城市新建了一批规模较大的棉纺织厂、毛纺织厂、麻纺织厂、丝绸（织）厂、印染厂、针织厂和纺机厂，全国纺织工业进入第一个快速发展期：1959 年全国纺织工业总产值达 252.9 亿元，比 1949 年增长 4 倍；后来由于三年自然灾害和历史因素干扰，发展极其缓慢，1976 年全国纺织工业总产值 347.1 亿元，17 年只增长 37%。70 年代初先后上马了上海金山石化、辽阳化纤、天津化纤和四川维尼纶等 4 个大型化纤厂并陆续顺利投产，化学纤维产量从 1957 年的 200 吨猛增到 1980 年的 45 万吨；同时，各地又纷纷建设了一大批各种规模的纺织厂。化纤与各种天然纤维的混纺交织，不仅大幅度增加了纺织产品的产量，而且大大拓展和丰富了纺织产品的花色品种，使纺织工业进入第二个快速发展期：实行了 30 年的布票于 1983 年 12 月 1 日正式取消就是这个发展期的重要标志，至 1986 年，全国纺织工业总产值达 933.55

亿元，这个十年增长了 1.7 倍。

高速发展：从 1986 年起，我国纺织工业进入高速发展期。

中国跃上第一纺织大国巅峰

如果说，1986 年以前，我国纺织工业的快速发展主要靠传统纺织工业的内生增长，那么，1986 年以后则依靠三次外延拓展和科技进步两股强大的力量，跃上世界纺织第一大国的巅峰。

第一次外延拓展——发展“以服装为龙头”的三大支柱产业，服装行业成为纺织工业的重要生力军

在国家宣布取消布票三年后，国务院又作出一项重大决定：将轻工业部的“中国服装工业总公司”划归纺织部，之后服装行业生产规模可以说是日新月异、突飞猛进，仅仅十年后的 1997 年，全国服装产量就达到了 136.9 亿件，比 1987 年增长了 5 倍，平均每年增加 11 万件。2017 年达 288 亿件。

服装行业的这种高速发展，首先是大大促进了各种面料生产的发展，进而倒推各种布、纱，特别是工业纺织原料化学纤维的大发展，当然从另一个角度看，若没有化纤行业的大发展，也就不可能有纺织和服装的大发展；二是极大地满足了全国人民生活日益富裕后对衣着的各种需求；三是扩大了纺织品和服装出口。

第二次外延拓展——纺织部和农业部联手研究乡镇纺织企业与纺织工业的协调发展

上世纪 70 年代后期，各地乡镇企业如雨后春笋般蓬勃发展起来，乡镇纺织企业是其中一支重要生力军。在它的快速发展过程中也出现了一些亟待解决的问题，如同行恶性竞争，有些企业产品质量较差等。

如何解决这些新问题，纺织部和农业部两部领导经协商，决定在中国乡镇企业协会下面成立一个纺织委员会，对上述各类问题进行专题调研、向两部领导汇报。两部领导及有关司局处室经常沟通研究各地乡镇纺织企业发展中出现的问题，慢慢出现了国有、集体、

乡村纺织企业逐渐协调发展的好势头，不同所有制纺织企业发挥各自的优势和特长，不同省市发挥各自的原料优势、市场优势、技术优势、管理优势，使全国各类纺织企业在当地纺织厅局和乡镇企业管理局的指导下，扬长避短，消除和避免了恶性竞争。

第三次外延拓展——赋予纺织生产企业自营出口权，改革纺织品配额管理，使实力较强的纺织生产企业直接进入国际市场

根据党中央国务院的指示，外经贸部从 80 年代初期就开始进行生产企业自营进出口的试点。当时有两种形式，一是选择有出口实力的生产企业由外经贸部直接批给自营进出口权，广州绢麻厂是全国纺织行业第一家获得自营进出口权的纺织厂；二是选择几个中心城市，由当地纺织工业主管部门将大型纺织企业联合起来，组建一个工业部门内的外贸公司（简称工贸公司），实行外经贸和纺织工业两个政府部门共同管理。1982 年，全国纺织行业第一家有进出口权的工贸公司——“青岛纺织品联合进出口公司”正式成立。后来，相继又在几个沿海开放城市组建了新联纺（上海）、天纺联（天津）、广纺联（广州）、大纺联（大连）等工贸公司，至 1993 年底，全国纺织工业自营进出口企业 477 家。

但当时也出现了一个新问题，即一些自营企业的产品主要是出口到有配额的国家，没有配额，自营出口就难以开展。

纺织品配额，曾经实行了 40 多年（1962 ~ 2004 年），它是发达国家从一些发展中国家进口纺织品的数量限制，当时在我国叫被动配额；那时我国对一些资源性产品（如两纱两布）出口去某些国家也实行出口数量限制，叫主动配额。改革纺织品配额管理是从主动配额开始的。

1994 年 4 月 5 日，全国部分纺织厅局及企业座谈会在京西宾馆召开，商讨研究棉纺织行业如何快速解困事项。会上确定由 13 家大型棉纺织厂作为首批试点企业，直接获得两纱两布配额自营出口。获得被动配额的自营出口企业，一个个如虎添翼，直接进入国外市场，迅速全面了解国际市场需求，及时调整本企业的产品品种。价格上去了，出口量虽然受配额限制无法增加，但带动了非配额品种的出口，出口效益提高很快。

在纺织工业三次外延拓展中，我以直接操作者的身份不同程度地都参与了。我深深感到国家和政府领导推动的每一项改革都非常不容易，但都获得巨大成功。

纺织工业三次外延拓展所取得的高速发展，从侧面充分展示了我国改革开放所取得的巨大成就！新中国成立 70 年来，无论是受国际封锁主要靠自力更生还是打破封锁实行改革开放，我国的经济始终未曾停步，主要得益于两点：第一，中国共产党的坚强领导，第二，全国各族人民的勤劳勇敢。

我爱我的祖国，我为自己生活在这个伟大时代而感到无比的幸福和无比的自豪！

（作者为原国家纺织工业局行业管理司副司长）



70 年来，我国纺织工业取得了巨大成就。



纺织服装周刊

T
A
W
E
E
K
L
Y

周刊典藏
时尚评论
大咖来做客
品牌故事

微信号：fzfzzk



纺织服装周刊

看产业实时资讯，
听行业精英箴言，

观流行趋势分析
查企业动态百科

关注《纺织服装周刊》微信，
你就是行业大咖！



改造提升进口设备， 实现印花针织物低张力水洗绿色加工

本刊记者 _ 郝杰 文 / 摄

随着人民生活水平不断提高，针织产品越来越受市场欢迎，近年来针织行业保持了较快发展。国内外针织产品印花后水洗工艺主要采用绳状缸缸等间歇式加工方式，存在水电汽消耗大、工艺繁琐、弹力损失大、织物品质不稳定等问题。随着环保要求日趋严格，这些问题已经成为印染企业生存和发展的重大问题。

位于“中国内衣名镇”福建晋江市深沪镇的福建福田纺织印染科技有限公司联合西安工程大学、绍兴东升数码科技有限公司经过多年的技术攻关，自主创新研发了印花针织物低张力平幅连续生产关键技术，实现了印花针织物低张力水洗加工，提高了棉及锦氨高弹针织面料的水洗品质，与传统缸缸水洗工艺相比，节能减排效果显著，属于纺织印染行业的重大科技创新，对针织物“高品质、低排放”绿色生产加工具有重要的示范作用。“印花针织物低张力平幅连续水洗关键技术及装备研发”项目获得“纺织之光”2018年中国纺织工业联合会科技一等奖。

创新研发，不迷信国外高端装备

福建福田纺织印染科技有限公司所在的深沪镇是福建泉州三大印染集中地之一，近年来，随着国家环保政策的严格实施，晋江的印染企业面临着生死存亡的大问题。晋江市出台了一系列染整行业转型升级的政策，晋江市委书记刘文儒明确提出，染整行业转型升级势在必行、迫在眉睫，只有发力全链条、全流程改造升级，走中高端路线，才能激发染整行业的后劲，向先进制造业迈进。为此，晋江市出台了《晋江市加快印染行业转型升级行动方案》，提出“扶优淘劣、集聚整合、控量提质、节能减排”的总体导向。

福建福田纺织印染科技有限公司为了响应政府的号召，致力于转型升级，从国外引进了多种高端设备。

织物印花后进行连续化水洗是高效节能的体现，而目前国内针织产品的水洗加工工艺主要有绳状缸缸水洗、绳状及平幅连续水洗。

绳状缸缸水洗是传统的间歇式粗犷型加工方式，适用于所有针织物印花品种，每道工序都要反复注水、排水并多次停机，水电汽消耗量大，织物易起皱，有些织物的表面会出现拉毛、起毛及损伤现象，同时多缸水洗还易造成缸差、条差及布面表里色泽不一致等问题，严重影响了产品质量。绳状连续水洗只适用于涤纶产品的水洗加工。

平幅连续水洗虽然能一定程度上解决传统绳状缸缸水洗及绳状连续水洗存在的上述问题，但目前常见的平幅连续水洗机水洗后织物都存在张力过大、花型拉伸变形、织物弹力损失大等问题。

针对以上针织物印花后水洗所存在的问题，公司引进了高乐连续平幅水洗机并应用于针织物的印花后水洗加工中。但据实际生产反馈，由于进口设备主要针对欧洲生产环境设计，对织物品质、配套水洗助剂、工艺参数设定、设备运行参数化等要求与国内不同，很难与国内企业生产加工时所用的面料、助剂、工艺等相匹配，所以在实际应用时仍存在工业化生产成本太高、设备投入太大、技术不成熟、加工织物质量不稳定、应用受限（颜色品种、色牢度等质量指标）等问题。而且，企业也迫切需要节水、节能、减排、质量控制稳定的实用印花后水洗技术应用到生产实践中。

福田公司计划对进口设备在消化的基础上，进行新的升级改造。一个偶然的机会，让公司结识了西安工程大学的教授，双方一拍即合，决定进行产学研合作，成立项目研发小组解决上述问题。

据公司技术人员介绍，通过多年的关键技术攻关，

项目名称：印花针织物低张力平幅连续水洗关键技术及装备研发

主要完成单位：福建福田纺织印染科技有限公司、西安工程大学、绍兴东升数码科技有限公司

主要完成人：陈茂哲、贺江平、师文钊、尚玉栋、张伯洪、林英、刘瑾姝、田呈星、邹杭良、陆少锋、黄永盛、赵川、黄良恩、何菊明、廖德泰

该项目自主创新研发了印花针织物低张力平幅连续水洗关键技术及装备，主要技术内容包括：大幅降低织物张力的超喂张力自动控制系统；震荡网状水洗导布辊、狭缝式真空抽吸装置、喷淋水洗装置等单元；新型固色剂，开发整套水洗工艺；配置废水循环净化处理系统，实现废水自动循环净化处理及回用。

实现节能减排、降低成本双丰收

目前，该项目关键技术已经在福建省福田纺织印染科技有限公司得到良好应用。在关键技术及装备研发的基础上，已建成印花针织物平幅连续水洗生产线2条，并投产应用多年。实现了针织物印花后平幅连续水洗加工，提高了棉及锦氨高弹针织面料的水洗品质。经权威机构检测，染色牢度、拉伸弹性等性能指标达到相关标准要求，布面质量明显优于传统工艺产品。

据介绍，该技术贯穿了印花针织物前处理、印花后水洗、后处理、成品及销售等各个环节，节水率可达50%以上，3年节约标煤1500吨以上，3年减少废水排放150万吨以上，并可节省废水处理成本500万元以上，实现节水、节能，提高生产效率，实现废水的循环净化处理及回用。

对于福田而言，印花针织物低张力平幅连续水洗关键技术及设备研发的应用显著减少产品生产成本，实现利润最大化；对于消费者而言，产品也更加符合消费者的质量需求；对行业而言，项目研发具有自主知识产权的印花针织物低张力平幅连续水洗关键技术及装备，实现了纺织工业发展规划（2016～2020年）中所列重点领域绿色染整加工关键技术——针织物平幅加工技术突破，促进了纺织印染企业技术创新和产品创新，提升了行业竞争新优势。

“项目的成功不仅为福田公司自身转型升级奠定了基础，更重要的是为染整行业绿色发展提供了新的思路。”采访中，公司负责人对记者表示。



印花针织物低张力平幅连续水洗关键技术节水、节能，提高生产效率，实现了废水的循环净化处理及回用。



纺织之光科技教育基金会
extile Vision Science & Education Foundation



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：fzjyh@cntac.org.cn
网址：www.fzjyh.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



纽约展为全球纺织服装业互利互惠、共同发展做出巨大贡献。

20 载坚守与创新， 纽约展互惠合作赢未来

第二十届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）盛大举行

当前，中美经贸关系风云变幻，本届纽约展又恰逢办展 20 周年，在此背景下，众多参展企业如约而至，为推动双方产业进一步合作注入了正能量，也充分表明了我国纺织服装行业对美国市场长期以来的信心，以及对双边自由贸易的殷殷期盼。

盛夏七月，无数变革正在蓄力待发。当地时间 7 月 22 日，由中国纺织工业联合会主办，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与法兰克福展览（美国）公司共同承办的第二十届“中国纺织品服装贸易展览会（纽约）”暨美国 TEXWORLD USA 服装面料展、纽约国际服装采购展（APP）、纽约国际家纺采购展（HTSE）（以下简称“纽约展”）在纽约贾维茨会展中心盛大举行。

22 日上午，中国驻纽约总领事馆商务参赞顾春芳，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会长徐迎新，中纺联专家咨询委员会委员张延恺，中纺联副秘书长兼外事办公室主任袁红萍，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长常清，中国针织工业协会副会长瞿静，纽约市议员顾雅明，中国国际贸易促进委员会驻美国代表处总代表赵振格，法兰克福展览公司董事 Detlef Braun、法兰克福展览（美国）公司总裁 Konstantin von Vierregge，法兰克福展览（香港）有限公司高级总经理温婷等出席了开幕式。开幕式由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会秘书长张涛主持。

顾春芳表示，“中国纺织品服装贸易展览会连续 20 年在纽约成功举办，已成为融通中国纺织行业上下

游，并与美国市场形成互惠共赢的产业发展格局、促进双边业界交流和贸易发展的重要平台。”

徐迎新指出：“纽约展在中国纺织产业走出去配置全球资源的过程中举足轻重，众多中国纺织服装企业借助纽约展这一平台拓展了国际化视野，并以美国市场为支点，布局全球，为中国纺织产业‘走出去’与转型升级提供了有力支撑。中美均是纺织生产大国和消费大国，双方拥有重要的共同利益和合作空间，希望纽约展以 20 周年为新的起点，进一步通过纺织服装领域的贸易合作为中美产业之间健康发展注入更多正能量。”

Detlef Braun 则表示，今年是法兰克福展览公司与中国国际贸易促进委员会纺织行业分会合作的第 25 个年头，也是与纽约展合作的第 10 年。在这个过程中，双方一直坚守初心，始终将“创办国际一流纺织产业展览会”作为共同目标，期待未来继续携手前行，创造更辉煌的成绩。

为了表彰展览会多年来为促进中美纺织业界交流与合作所做出的杰出贡献，开幕式现场，纽约市议员顾雅明宣读了纽约市议会对中国纺织品服装贸易展览会表彰的决定，并颁发嘉奖状。徐迎新、张延恺、Steven Yip 获得展览会终身成就奖；徐迎新、温婷获

得展览会杰出贡献奖；宁波贸促会、江苏联亚展览集团、浙江三博会展股份有限公司、福建省新瑞会展有限公司、深圳内衣行业协会获得展览会明星合作伙伴荣誉。

品质展会，三大展区聚力发声

20 年来，纽约展依托产业、服务行业、坚守使命，不断聚焦全产业链、汇聚上下游资源，真正成长为展商与专业观众信赖和依靠的平台。同时，纽约展立足中美产业界贸易对接与交流，更为全球纺织服装业互利互惠、共同发展做出了巨大贡献。这种“互惠合作，可持续发展”模式，不仅向世界传递了中国纺织服装业的行业自信和发展理念，也反过来印证了纽约展 20 年来与行业步调一致，同呼吸共命运的使命与担当。

本届纽约展共有来自中国、美国、印度、巴基斯坦、土耳其、哥伦比亚、葡萄牙等 17 个国家和地区的 800 余家纺织服装企业，集结在贾维茨会展中心三层 3A 和 3B 展馆，展出面积达 30000 平方米。

本届纽约展得到了浙江、江苏、福建、上海、广东、山东、河北、湖北、安徽、江西等国内 19 个省市自治区纺织服装企业的积极参与，共有 600 余家中国企业赴美参展。

际华三五四二、达利丝绸、烟台北方、江苏国泰

国华、江苏国泰华盛、梦迪集团、浙江东方、江苏苏豪、江苏苏美达纺织等知名纺织龙头企业均在现场得到了较高的关注度。

值得指出的是，历经多年的引导，展会传递的绿色环保、可持续理念更加深入人心，服装展区中 64% 的展商具备 Oko—Tex Standard 100、Oko—Tex Standard 1000 等国际环保资格认证。

此外，小额订单企业数量出现明显上涨，能提供 100 件及以下订货量的服装企业占比达 40%，这也从侧面反映出在持续参展过程中，面对国际市场复杂多变的情况，参展企业的快速应变能力有了明显提升。

面料展区作为纽约展的重要组成部分，集中展示了工艺精细、花色繁多的各类针织、功能性、蕾丝、牛仔、印花以及棉麻毛丝等面料产品。相较于去年，本次中高端产品参展份额有所增长，可见，参展企业对美国市场充满信心。

家纺展区展品涵盖蚕丝被、丝棉被、羽绒被、绗缝被、毛毯、绒毯、珊瑚绒、法兰绒、靠垫、抱枕、毛巾浴巾、床品面料、四件套等。值得特别关注的是，本次纽约展家纺展区首次迎来波兰、土库曼斯坦的参展企业。

高效展会，商贸对接再度发力

纽约展依靠得天独厚的采购资源和分销渠道优势，成为北美地区唯一纺织服装产业链采购平台，贸易观众以美国本土为主，辐射北美地区及中南美洲。多领域的采购商与专业观众都将纽约展作为重要日程之一，开幕当天，展馆前早就排起了长龙。

以家纺部分为例，展前预登记观众人数已经近 2000 人，其中不乏 T.J.MAXX、TARGET、MACYS、WALDMART 等重量级客户。多样化的参展企业也吸引了更多的买家，纽约展预登记观众同比增长 13%。

自 2010 年与法兰克福展览（美国）公司强强联手后，展会从综合性的中国展升级为三个专业展会品牌同期举办。美国 TEXWORLD USA 服装面料展、纽约国际服装采购展（APP）、纽约国际家纺采购展（HTSE）一展变三展，内部展览相互联动，资源共享，外部充分调动纽约时尚、设计、市场、媒体各方资源。如此内

有链接，外有循环的模式，使得纽约展实现了从面料到家用纺织品、服装覆盖全产业链的一次转型升级。

权威展会，精彩活动连场上演

20 年来，纽约展在推动创新、引导趋势潮流以及促进商贸等方面都受到了参展商、采购商以及专业人士的广泛赞誉。本届纽约展通过一系列流行趋势发布、热点问题讲座、特色产品发布等活动，实现了产业链协同创新。

主办方精心安排了 20 余场专业论坛。来自纺织业界的专家就“可持续发展在时尚产业的未来”，“大品牌的透明化管理和信息追踪”、“如何改变纺织原材料”、“家用纺织品行业现状”、“如何与非洲做生意”、“2020 ~ 2021 秋冬的色彩和趋势”、“时尚品牌的运营”、“美国贸易政策”等当前纺织服装行业的热点话题，进行了深入的探讨和分析。

本届纽约展现场，专业高端的 T 台布置与缤纷绚烂的服装服饰相得益彰。在给观众与品牌带来极佳体验的同时，“纽约展品牌发布秀”也发挥了其独特的商贸优势，以 8 场大秀呈现动态 T 台下纽约展时尚维度，助力品牌与企业不断进阶。

继 2018 年深圳内衣行业协会服装专场走秀在纽约展上大放异彩后，本次深圳内衣行业协会再次来袭，带领安莉芳、都市丽人、ishow 媛秀、Gourami 歌娜美、QUEEND 淳度、酷动优品、BODY STYLE(布迪设计)、六月玫瑰等近 20 家国内知名内衣品牌，集中展示了中国内衣产业的核心竞争力。

值得关注的发布活动还有曼斯菲尔品牌专场、优质展商专场、福建专场、江苏专场、浙江专场，今年有 24 家企业携带产品亮相，新老品牌同台绽放，更广泛地谋求与当地市场多元合作。

责任展会，共谋行业发展未来

为了更好地发挥行业协会的作用，帮助企业解决在生产经营过程中遇到的问题，开展当天，中国纺织工业联合会市场部、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与部分行业企业展开座谈。

江苏苏豪、江苏国泰华盛、宁波狮丹奴、宁波铭

通过纽约展这一平台，中国纺织服装业已经深度融入全球纺织服装供应链和价值链，中国纺织服装业也更加深度拥抱世界，向全球展示创新、时尚、绿色的‘中国制造’形象。”

朗、深圳臻媛雅致、浙江嘉欣、吴江思科等 19 家企业及展商代表参与座谈。大家就美国市场特点、产业升级、交期运输、设计研发、海外建厂、环保及可持续生产等问题，结合各自企业的发展模式和经营特点先后发表了见解。

在认真听取大家的发言后，徐迎新表示，改革开放 40 年来，中国纺织服装产业建立起完整的产业链。当前，“科技、时尚、绿色”已成为中国纺织服装产业的新目标、新定位，如何充分保证产业的平稳高质量发展，关乎每一位纺织人的切身利益，也值得深思。新的历史时期更需要有与时俱进、不断变革的勇气。

他建议企业及时转变思想，不断提高配套服务及服务意识。其次要苦练内功，不断提高产品质量和产品附加值，增强自主研发水平，努力走智能化生产路线，提高生产效率。同时，要对行业充满信心，积极调整自身节奏，提升快速反应能力，以市场需求为出发点，巩固在国际舞台上的竞争优势。中国纺织工业联合会将继续协同各方力量，助力企业行稳致远。

行业展会，定位纽约拥抱世界

历经 20 年的磨砺，纽约展从一个只服务于中国企业的展会，成长为在美国乃至全球都获得业界肯定和认同的行业盛会。通过纽约展这一平台，中国纺织服装业已经深度融入全球纺织服装供应链和价值链，中国纺织服装业也更加深度拥抱世界，向全球展示创新、时尚、绿色的“中国制造”形象。

借助纽约展，中美两国纺织产业间的贸易往来、产业互动、行业外交都得到了长足的发展，结出了一个又一个硕果。2000 ~ 2018 年，中美纺织品服装进出口贸易规模增长显著，贸易额从 2003 年的 99.45 亿美元增长至 2018 年的 497.18 亿美元。2010 ~ 2018 年，美国自中国进口纺织品服装年均增速为 0.7%；2018 年中国纺织业对外投资整体趋缓，但对美国的投资额较上年增加 20.7%。2015 ~ 2018 年对美国累计直接投资总额达到 2.14 亿美元。

20 年来，中美纺织产业合作已经达到前所未有的深度和广度，形成高度互补、利益交融的互利共赢局面，不仅两国产业界受益，而且惠及全球。

纺织服装周刊



· 寄语纽约展 20 年 ·

共同逐梦新征程

值此中国纺织品服装贸易展览会（纽约）举办 20 年之际,行业各界人士纷纷发来祝福,共同庆祝 20 年时光,共同逐梦新征程。（排名不分先后）

中华人民共和国驻纽约总领事馆商务参赞顾春芳：

20 年来，中国纺织品服装贸易展览会（纽约）见证了中美纺织品服装贸易的飞跃式发展，也为中美双边经贸关系注入了活力。通过这一平台，累计有超过 9000 家纺织企业代表与美国业界进行了交流、学习与合作，纽约展也成为了促进中美纺织产业乃至民心相通的重要力量。展览会在组织形式、活动内容、参展服务等领域不断创新，参展的企业和采购商数量不断增加，为对接中美两国商界、拓展经贸合作空间发挥了重要的作用。

中美经贸关系是两国关系的“压舱石”和“推进器”，事关两国人民根本利益，事关世界繁荣与稳定。两国建交以来，双边经贸关系持续发展，合作领域不断拓宽，合作水平不断提高，形成了高度互补、利益交融的互利共赢关系，不仅两国受益，而且惠及全球。保持和发展平稳、健康的两国经贸合作关系是中美两国社会各界特别是工商界的心愿。

值此中国纺织品服装贸易展览会（纽约）举办 20 周年之际，我对展会在过去 20 年取得的成就表示祝贺，并祝愿纽约展越办越好！

法兰克福展览公司执行董事 Detlef Braun：

值此纽约展 20 周年之际，我们希望纽约展继续成为采购商、设计师、纺织专业人士的汇聚地，继续成为品牌商、零售商寻求全球纺织服装采购机遇的首选平台。

纽约展也将继续为大家呈现富有活力的各类论坛活动，与业界共同探寻可持续发展、科技创新、贸易环境等解决方案。我们将与时俱进，进一步提升展会竞争力，更好地满足专业观众的需求。

法兰克福展览（美国）公司总裁 Konstantin von Vieregge：

过去的 10 年间，全球纺织服装行业经历了巨大变革。尽管数字网络高速发展，但行业对展会的需求仍旧旺盛，亲身体验纺织与面料产品依旧是目前最好的感知方式。因此，纽约展将继续为供需双方建立联系和沟通的桥梁。

作为展会的主办方，我们和纺织贸促会将一如既往地优化展会服务，确保展会满足美国市场需求。

东莞市毛纺织行业协会常务副会长周淦华：

纽约展的专业性毋庸置疑！“专业”的展会服务方方面面细致周到，令我们感到贴心。“专业”的办展模式保障了观众资源，使我们感到满意。除了美国本地买家外，南美地区甚至欧盟地区的买家也会专门到展会洽谈采购，这充分说明了纽约展的专业性、贸易性已经得到全球买家的认可！

20 年风雨征程！在纽约展迎来 20 岁生日之际，祝愿纽约展在新的征途中，不忘初心、砥砺前行，再创新的辉煌！

深圳内衣行业协会常务副会长兼秘书长张峰伟：

20 载砥砺前行，两国跨越促发展；
20 载流金岁月，世界舞台放异彩。
值此嘉庆之际,我谨代表深圳内衣行业协会祝中国纺织品服装贸易展览会（纽约）20 周年生日快乐！未来，携手同行，共创佳绩！

达利丝绸（浙江）有限公司董事长林平：

值此中国纺织品服装贸易展览会（纽约）20 周年生日嘉庆之际，我们特此致以热烈的祝贺！

回眸过去，我们思绪纷飞，感恩万千，有幸共享纺织展会的累累硕果！放眼现在，我们脚踏实地，努力进取，携手共创丝绸领域新产品！展望未来，我们不忘初心，砥砺前行，同行共书中国纺织新篇章！

谨祝中国纺织品服装贸易展览会（纽约）越办越好！

际华三五四二纺织有限公司总经理助理马家强：

际华三五四二已连续五年参加纽约展，公司每年家纺产品出口份额中约 60% 销往美国，纽约展平台对我们十分重要。

面对当前瞬息万变的国际市场，特别是在中美贸易关系复杂多变的形势下，面对与美国买家交流尤为重要。

希望纽约展今后进一步做大做强，越办越好，继续为中国纺织走向海外助力。

江苏红豆进出口有限责任公司总经理戴敏君：

20 年的历程，20 年的发展，祝愿中国纺织品服装贸易展览会（纽约）越办越好，越来越精彩！
在未来的道路上，红豆愿与纽约展携手并进，再铸新辉煌！

烟台北方家用纺织品有限公司进出口公司总经理李建国：

值此纽约展 20 岁生日之际，衷心希望纽约展越办越好，越来越专业。
希望纽约展能继续立足行业，进一步加强展会的影响力和知名度，更好地整合各方资源，取得更辉煌的成就。

浙江嘉欣丝绸股份有限公司进出口事业部副总经理董殿臣：

愿纽约展能够搭建更高效的贸易平台，使经贸各方能够按照“共商共建共享”的理念，共同努力，合作共赢，共创未来。
祝展会越办越辉煌！

山东新华锦纺织有限公司总经理朱雅丽：

20 年风雨同舟，成就中国纺织企业的梦想。
祝纽约展未来更上一层楼，引领我们再创辉煌！

绍兴韦恩纺织品有限公司总经理陈春苗：

成功在于合作，合作共赢天下。合作发展，共创未来；携手共进，合作共赢。
祝纽约展越办越好！

宁波东方宏业进出口有限公司副总经理王晓芳：

20 年风雨，我们共同前行；20 年辉煌，我们共同见证。
祝纽约展在新的征途中再谱新篇！



· 纽约展 20 周年大事记 ·

细数难忘的“第一次”

2000 年，第一次走出国门

第一次走出国门，从报名参展、洽谈方式、风俗习惯、着装建议……主办方和参展商经历了许多“参展第一次”，也更加靠近这个极具魅力的美国市场。

第一届纽约展汇集了国内一大批知名的自营进出口企业，如江苏阳光、湖北美尔雅、杉杉、罗蒙、雅戈尔……短短三天展期，吸引当地 1110 多家贸易企业的 2000 多名客商参观洽谈。“码头展会”首战告捷。

2001 年，第一次启用贾维茨会展中心

“码头展会”的成功坚定了中国国际贸易促进委员会纺织行业分会和外方合作伙伴的信心。在中国纺织工业联合会的指导下，在所有相关人士的共同努力下，第二届“纽约展”如期开幕，展会第一次迁至纽约贾维茨会展中心。

2004 年，第一次获得杰出贡献奖

在第五届“纽约展”开幕式上，时任美国纽约市议员的阿伦·杰宁代表纽约市议会向中国国际贸易促进委员会纺织行业分会授予“杰出贡献奖”奖牌。从这届起，纽约市政府每届都会派代表出席展会开幕式，表达他们对展会的欢迎、祝贺和谢意。感谢中国企业给美国消费者带来质优价优、丰富多样的纺织服装产品。

2005 年，第一次收到纽约市长贺信

2005 年，时任纽约市长的布隆伯格发来贺信，信中提到，中国纺织品服装贸易展览会不仅为中美纺织产业的发展做出了杰出贡献，更加强了中美两国之间的交流与合作，有助于两国良好经贸关系的开展。

2007 年，第一次迎来大朗展团

2007 年大朗毛织企业抱团参加中国纺织品服装贸易展览会（纽约），并设立“大朗毛织产业集群”展示专区。

2010 年，第一次一分为三，实现转型升级

这一年，中国国际贸易促进会委员会纺织行业分会和法兰克福展览（美国）公司联手在纽约打造三个分别面向服装、面料和家用纺织品的国际专业贸易展。自此，中国展团按照展品类别分别嵌入到纽约国际服装采购展（APP）、美国服装面料展（TEXWORLD USA）以及纽约国际家纺采购展（HTSE），纽约展完成转型升级，实现华丽转身。

2011 年，第一次启动春季展

首届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）春季展于 2011 年 1 月 18 ~ 20 日在纽约贾维茨会展中心拉开帷幕。新增设的春季展是主办方通过调整展会结构，提升展会内涵，服务中国外向型企业的新形态。

2014 年，第一次启用布展陈列指导

主办方特别邀请专业陈列师为中国参展商进行全方位的展品视觉陈列指导，并帮助设计展位布局和放置公司形象标识。通过陈列指导，企业展位形成自己风格，展位布局更好地顺应了美国买家的习惯，展位人气得到明显提升。

2017 年，第一次突破三万平米展览面积

第十八届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）共吸引来自中国、美国、加拿大、韩国、意大利等 19 个国家和地区的逾千家参展商参展。展览总面积首次突破三万平方米，使用贾维茨中心 1 层全部展览场地，并首次引入 AVANPRINT（数码印花）展区。

2017 年，第一次迎来意大利展团

第十八届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）迎来了以 Ulisse、Unizip SRL、J-VALL srl、Redmark srl 为代表的意大利展团。自此，纽约展在国际化、时尚化、专业化方面又向前迈了一大步。

2018 年，第一次迎来动态秀场

第十九届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）中，深圳内衣行业协会组织了阵容庞大的展团，并携知名品牌安莉芳、都市丽人、都市慕莎、天竹生态服饰、酷动锋尚等在展会现场上演时尚秀。**17A**



柯桥中国轻纺城 专版



打造新时期国际纺织之都

持续擦亮中国轻纺城这张“金名片”，是打造新时期“国际纺织之都”的有力支撑。
胡劲松 / 摄

行业标杆·高端纺城 打造现代化市场 聚焦高质量发展

本刊记者 王利 文 / 摄



浙江省委书记车俊表示，绍兴柯桥中国轻纺城是改革开放以来浙江省的一张“金名片”，来之不易。的确，中国轻纺城是柯桥的产业之本、立城之基，持续擦亮中国轻纺城这张“金名片”，是实行新一轮市场、产业、城市联动发展，打造新时期“国际纺织之都”的有力支撑。

近年来，柯桥区紧紧围绕“绍兴大城市建设的排头兵，接轨沪杭都市圈的桥头堡”的战略定位，充分发挥产业优势、区位优势、平台优势，抢抓机遇、乘势而上，对标看齐、合力奋进，大力推动区域协同创新，以中国轻纺城市场为依托，不断提升城市能级和现代化水平，坚定不移沿着高质量发展的道路砥砺前行。

依托“产业+市场”的独特优势，柯桥成就了纺织产业链最完整、纺织产能最大、专业市场最大三个“全国之最”，每年全球近1/4的纺织产品在中国轻纺城交易。2018年，中国轻纺城线上线下成交额超2200亿元，再创新高。围绕高质量发展要求，柯桥正加速实施《中国轻纺城转型升级行动方案（2018—2020年）》，加快推进中国轻纺城市场环境、商品结构、商人层次、商铺能级全面跃升，致力于把中国轻纺城建设为“开放、时尚、智慧、高端”的现代化新型市场。

营商环境不断优化

良好的营商环境，是推动市场经济健康发展的必然要求，

激发市场主体活力，着力优化营商环境，有利于解放生产力、提高竞争力。近年来，中国轻纺城从商业功能、配套服务、硬件设施、安全卫生、版权保护等多维度、全方位优化市场营销环境，致力为市场经营户营造一个国际化、法治化、便利化的商业氛围。

目前，总投资26.7亿元，总建筑面积20万平方米的中国轻纺城西市场升级改造项目已完成签约交房，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。改建后的西市场更名为“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，充分吸收国际大型商业综合体先进设计理念，融合高科技、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。它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。

在中国轻纺城，如西市场般与时俱进、改造提升的市场并非

个例，各大市场都在同步优化、协同发展。中国轻纺城服装市场向柯北新服装市场的搬迁、集聚，将打造一个百货服装综合的多业态商城，开启线上线下融合的新零售模式；中国轻纺城南区市场一号楼、二号楼重装开业，秉持以划行归市为中心的招商发展思路，正竭力打造粗纺毛纺类、针织绒布类的专业采购市场；中国轻纺城北市场，从网格化管理、组团式服务到率先试行经营户诚信文明经营积分管理，再到今年首推网上自助登记平台，始终走在优化创新的前沿……

此外，中国轻纺城展示中心的提档改造、智慧治理中心的投产运营、智慧化缴费系统的推广都在有序进行，各大市场开展的“环境大提升”集中行动——市场周边环境整治、物流接驳点搬迁、消防设施改造、停车秩序规范等工作也在持续推进，让中国轻纺城成为吸引纺织企业和国内外客源的沃土。

中国轻纺城市场的改造提升只是柯桥优化营商环境，完善软硬件配套的一个缩影。全省首创“全球拼”业务的柯桥内陆口岸、通达30个省市区国际物流中心、全省首批“五星级美丽码头”的滨海码头、全省面积最大的城市航站楼杭州萧山国际机场柯桥航站楼、日均访问量达到230万次的网上轻纺城等载体平台，让纺城实现了海陆空以及网上的联通，市场功能日臻完善。

创新创牌永不止步

量的扩张，让中国轻纺城坐稳了“头把交椅”；质的提升，让轻纺城实现了华丽转型。从靠价格战竞争到大力投入科技研发，从廉价面料到各大秀场的时尚宠儿，如今的纺城面对纺织新时代的大浪淘沙，迎难而上、蝶变新生，告别传统“微利时代”，迎来了高质量发展新时期。

近年来，中国轻纺城积极推进市场主体“个转企”、“小升规”，开展行业“百强商户”等评定，对“贸易大户”、“纳税大户”进行激励，鼓励市场主体做强做大。同时，引导、鼓励市场主体建立品牌管理体系、打造自有产品品牌，培养一批在国内外具备突出竞争力的一流品牌和行业标杆，提升市场中时尚、高端纺织产品的比重。

在一系列政策鼓励和支持下，纺织企业应声而动、努力寻求改革创新突破口。浙江凤凰庄大胆推陈出新、积极提档升级，率先推出国际独一无二的凤凰EFC面料超市销售模式，目前旗下拥有多个面料品牌，并着力打造服装互联网平台，力争到2020年成为中国纺织贸易第一品牌；浙江科旺作为知名的“坯布大王”，从原料创新、工艺创新和服务创新入手，生产的坯布几乎涵盖了市场上所有的主流坯布和面料流行元素；绍兴锦毅纺织发展有限公司从研发、设计、生产、环保等全方位入手，以天丝、莫代尔、人丝、铜氨等绿色天然面料为突破口，迅速占领国内外中高端市场。

时尚纺城每天都在上演不同的精彩。创新创牌并不仅仅集

中于一些大型企业，诸多小而美、小而精的企业也走在创新的路上。行走于中国轻纺城各大市场，你总能看到挂置整齐的各式面料，成分上棉、麻、涤、丝无所不有，工艺上绣花、印花、拉毛、烫金等种类齐全，多元化、差异化的面料风格，呈现出大众创新的行业盛景。

唯改革者进，唯创新者强。以创新为驱动深化科技变革、以文化为引领推动时尚转型、以责任为导向推进可持续发展，柯桥的创新创牌之路将永不止步。从世界面料集散地到全球时尚策源地，逐渐浓厚的时尚氛围，吸引越来越多的设计创意力量入驻，为柯桥这座城市不断注入改革创新的内生动力。

经营户素质显著提升

经营户作为市场的主体，一定程度上决定着市场的发展走向。授人以鱼不如授人以渔，在中国轻纺城，科技服务进市场、知识产权大讲坛、消防知识培训等各类免费培训活动屡见不鲜。通过培训，广大经营户进一步提升了经营理念，掌握了贸易经营的知识能力，为中国轻纺城提升发展做出巨大贡献。

其中影响最大、持续时间最长的培训活动，当属“中国轻纺城经营户素质提升工程”。从2008年开始，中国轻纺城建设管理委员会率先在市场经营户中推出该项目，12年来，从未间断，不忘初心越办越好，已免费培训经营户2万余人，深受经营户好评，被称为“及时雨”，先后被评为“浙江省成教品牌项目”、“浙江省终身学习品牌项目”、“全国终身学习品牌项目”。

为积极响应《中国轻纺城转型升级行动方案（2018—2020年）》的有关要求，更加扎实有效地推进培训工程，今年以来在原有的一年两期的基础上，扩展为“季季有培训”，专业性更强，涉及面更广。据了解，培训班所设置的课程，如织物分析、外贸单证、商务英语、外贸韩语、电子商务、市场营销等都是通过市场调研确定的，从经营户的痛点、难点出发，紧跟时代需求。

如今的纺城，学习氛围浓郁，除了政府组织的培训活动，很多经营户更是自发主动参加总裁培训班、读书会等，以适应迅速变化的市场需要。受市场整体氛围提升的影响，经营户在产品设计、开发、包装、技术和管理等方面不断创新，各种新思想、新观念、新技术和新知识的传播，在纺城形成知识的溢出效应，使得企业创新活力和发展潜力竞相迸发。

在日益复杂的经济环境下，中国轻纺城市场能够保持平稳发展，这主要得益于围绕新时期“国际纺织之都”建设目标展开的一系列转型升级举措。今年以来，柯桥区以中国轻纺城为依托，通过“行业标杆·高端纺城”行动，全面提升纺城的产业集聚力、市场竞争力、时尚引领力、国际影响力，在高质量发展之路上行疾步稳，为全国同类型产业集聚区发展树立新的行业标杆。TA



在一系列政策鼓励和支持下，纺织企业应声而动、努力寻求改革创新突破口。



纺织服装周刊



中国轻纺城集团

股票代码：600790



打造新时期
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台，您将获取更多资讯。

移动互联时代，企业新媒体传播怎么玩？

本刊记者 张颖

用“抖音”、“快手”记录纺织生活的日常点滴，用“火山直播”传递行业活动的最新趋势，用短视频、宣传片展示企业在“科技、时尚、绿色”方面的最新成果……飞速变化的移动互联网时代，新媒体已成为现今社会的主流宣传渠道，渗透到我们生活的方方面面。

纺织面料企业作为终端时尚产业链的中间环节，虽无需直接面对终端消费者，但在人人都能参与进去、深入进去、运用起来的新媒体环境下，只有探索如何利用新媒体做大做强产业、凸显企业价值，实践新媒体营销渠道的多维应用，才不会出现“时代抛弃你的时候，连声再见都不会说”的窘境。而时下的中国轻纺城，早有一些时尚敏锐、站在趋势前沿的纺织企业，赶上新媒体营销这趟快车，积极拓展业务、服务客户，塑造企业形象，加快企业传播，享受着这波红利带来的无限机遇与可能。

创·矩阵化营销体系

浙江鲁豫纺织品有限公司是较早开始探索新媒体传播的企业之一。公司早在 2012 年微信公众号推出之际，就成立了网络新媒体运营中心，安排专人负责官方微信平台的运营与维护。“目前，公众号每天后台询价者不断，已有固定粉丝 2 万余人。”鲁豫纺织网络新媒体运营中心负责人陶陶告诉记者，这些粉丝大多是行业内的精准客户，且长期稳定，为企业业务增长带来了可观流量。

短视频作为近年来新媒体的新宠，以抖音、快手、火山等小视频平台最为典型。鲁豫纺织在抖音注册的是企业官方账号，设有“官网链接”、“联系我们”等端口。在不到半年的时间里，已累计粉丝 1800 余位，获赞量超 1.2 万。“自抖音账号开设以来，评论区互动热烈，粉丝更加广泛，观点更加丰富，有利于企业外部资源的拓展和延伸。”据陶陶介绍，抖音账号还与今日头条绑定互通，内容同步，对于企业形象的塑造和商业价值的转化有进一步的提升。此外，鲁豫纺织的官方网站、官方微博同样活跃，已通过新媒体平台逐步编织起一张个性鲜明的营销网络。

无独有偶，绍兴布矿针纺织品有限公司也较早布局了企业官方公众号、抖音、快手等新媒体网络，取得了意想不到的收效。“抖音短视频几十秒便可传递喜怒哀乐，比单纯的文字更富感染力，而且轻松有趣，传播速度非常快。我对新事物比较敏感，抖音刚推出我便开始玩了。”布矿针纺总经理林乐凌表示，近 3 年来公司用抖音发布新产品、新花型，介绍企业的生产特性，吸引了嘉兴、宁波、江苏等地客户慕名前来，通过抖音渠道获取的订单越来越多。

在此之前，紧随新媒体发展趋势的布矿针纺已构建了一套成熟稳定的微信营销体系，公众号定向传递企业最新动态，专业客服随时随地解答客户疑惑，员工积极打造微信个人 IP。“目前我的微信号已处于 5000 人的满员状态，每天不发消息，圈里的朋友都不习惯。”林乐凌笑着说，自己的朋友圈也玩出了企业传播的新高度。

融·正能量价值势能

当下，信息爆炸带来的信息过载，让受众对阅读内容容量和质量都有了更高的要求。新媒体新在形式、新在内容，但优质的、有价值的内容依旧是信息快速传播的核心。

在新媒体内容的呈现和策划上，鲁豫纺织根据“全棉坯布专家”的定位，既有结合宏观经济形势及行业内的大事小事巧妙地展示自己企业的内容，也有贴近纺织生活的幽默趣事适时地展现产品特点、团队风采的内容，原创性、实用性和可读性非常强。“我们公众号每天早上 7 点前准时推送，内容固定 2 ~ 3 条，目的是在平淡无奇的早晨为业界人士提供趋势性、前瞻性、正能量满满的‘行业早餐’。”陶陶表示，她每天会花大量时间浏览各大主流网站，再根据时事热点软性植入企业及产品，配以应时应景的动画、图片，争做有内涵的原创内容。

抖音短视频因其图文信息量大，富有音乐、创意、社交等特性深受大众喜爱。“对于发布的企业抖音内容，我们更偏向于趣味性。”据陶陶介绍，比如有一个镜头记录的是面料发货的过程，搬运工人诙谐的动作、逗趣的表情，配以情景化的音乐，不仅展现了鲁豫员工的“战斗力”，更传达了一种积极向上的精神状态。“短视频既有自己策划的、也有根据热门借鉴的，拍视频的过程还丰富了团队生活，凝聚了团队力量，让公司更富有创造力。”陶陶说。

布矿针纺的抖音名为“针织提花时尚面料生产研发供应商”，目前已发布抖音视频 300 余条，获赞量近 5000 个，累计粉丝 2000 余人。“我们很多视频的内容和形式都经过精心策划，点击量过万的不在少数。”林乐凌表示，公司每周开发的新花型、生产状况、发货状态、展会宣传等内容都会通过短视频时时呈现。值得一提的是，林乐凌还自己作为企业代言人专门录制了介绍企业主营业务的短视频发在抖音上，引来评论区热烈围观，为企业带来源源不断的价值拓展空间。

移动互联时代，如何玩转新媒体、新技术、新功能，实现自媒体与营销的融合与创新，关注数字潮流带来的力量与价值，正成为纺织企业不断探索的新方向。无疑，鲁豫纺织和布矿针纺两家纺企的营销实例，为新时期下希望拓展业务、改变营销模式的面料企业带来借鉴与启发。TA

聚焦

走进市场，解密中美贸易摩擦中的柯桥纺企智慧

本刊记者 王利



市场经营户认真填写调查问卷。

近日，由浙江工商大学统计与数学学院 13 名实习生组成的“中国轻纺城考察调研小分队”来到中国轻纺城，进行了为期两周的“2019 年度中国·柯桥纺织指数”调查问卷暑期社会实践活动。

围绕“中美贸易摩擦对柯桥纺织行业影响”这一主题，浙江工商大学学生通过与轻纺城 10 个市场中的经营者进行问卷及访谈，较为充分地了解了柯桥纺织行业的现状及中美贸易摩擦对纺织产业的影响。

从 2018 年至今，中美贸易摩擦曲折反复，纺

织行业也受到影响。中国轻纺城作为世界知名纺织产业集群，全球每年近 1/4 的纺织面料在此交易。美国作为我国第一大纺织服装出口国，出口关税的增加对以纺织服装为支柱产业的柯桥区纺织品出口会产生怎样的影响？柯

桥区纺织企业又采取了什么样的应对措施来规避风险？本次问卷调查主要针对原材料采购价格、销售价格、订单需求、生产量、销售额变化趋势等一系列相关问题展开调查。

“我们在调研走访过程中了解到，中国轻纺城的经营户一部分以内销为主，基本不受影响，而外贸型企业在中美贸易摩擦的背景下，虽有一定影响，却也能另辟蹊径，积极响应政府号召，主动朝着多元化方向发展，尤其是在‘一带一路’沿线国家的出口比重不断增加，整体上基本保持

平稳。”学生代表钱熠琦说道。

通过调研发现，中美贸易摩擦从短期来讲，给中国轻纺城市场外贸经营户带来一定影响，从长远来看也是倒逼企业转型的契机。不少企业通过加大自主创新研发、加大国内外市场开拓力度、推动企业智能升级等方式，占领了更多市场份额，注入了新的发展动力。

2007 年，全国首个纺织品指数——中国·柯桥纺织指数正式落户柯桥。十余年来，柯桥纺织指数不忘初心，覆盖纺织品研发、生产、市场、销售及推广等产业链各个环节，建立起映射全国乃至全球纺织品与纺织产业发展现状的一个立体、多维度、综合性的指数体系，成为纺织市场的“晴雨表”和行业“风向标”。

据了解，中国·柯桥纺织指数编制办公室自 2009 年就牵手浙江工商大学，建立了浙江工商大学国家特色专业（统计学）实习研究基地。一方面为高校学生提供了专业技能的实践平台，另一方面，高校优质的教育资源与科技研发软实力，有力提高了柯桥纺织指数编制工作的科学性与权威性。本次调研，结合纺织市场经营者、管理者的具体情况和实际需求，提出了应对贸易争端的建议和策略，为市场经营户破局中美贸易摩擦提供了可借鉴的方向。

柯桥入选国家知识产权强县工程试点县（区）

近日，国家知识产权局公布了新一批国家知识产权强县工程、传统知识产权保护示范、试点县（区），柯桥区成功入选国家知识产权强县工程试点县（区）名单，成为全市唯一、全省仅有的两家人选县（区）之一。

柯桥的人选并非偶然，而是多年来在知识产权保护方面多措并举的实力印证。作为全国最大的纺织产业集群基地之一，柯桥早在 2008 年便设立了中国轻纺城花样登记管理保护办公室，推出各种面料知识产权保护措施。2018 年，中国轻纺城花样版权登记管理保护办公室还荣获了“中国版权保护金奖”，该奖项是中国版权领域内评选的唯一国际性奖项，也是国内版权领域的最高奖项。目前，花样办已初步构建起“行政保护、司法保护、仲裁调解、行业自律”的“四位一体”版权保护体系，正积极筹划中国轻纺城花样版权数据中心库建设及花型图案比对系统开发，进一步扩大中国轻纺城花样版权登记保护的影响力。

近年来，柯桥深入实施知识产权战略，在推进“点单式”服务、开展知识产权贯标和加强企业知识产权保护等方面卓有成效，已形成了全社会关注、尊重和保护知识产权的良好氛围。下一步，柯桥还将组建知识产权维权援助中心，不断完善知识产权工作服务体系，加强知识产权密集型企业培育，提升知识产权创造能力，推动知识产权强区建设，助力打造新时期“国际纺织之都”。（张颖）

上半年柯桥外贸出口逆势上扬

据海关最新数据显示，2019 年 1 ~ 6 月，柯桥外贸出口额达 396.11 亿元，同比增长 15.41%，高于全国平均值 9.3 个百分点，出口产品绝大部分来自纺织业。

当前，国际经济形势扑朔迷离，柯桥外贸出口实现逆势增长，离不开市场主体的创新发展，也与柯桥区坚持以大开放促大发展的战略定位紧密相关。近年来，柯桥坚持传统市场和新兴市场并重，积极实施“丝路柯桥·布满全球”行动计划。目前，已有数百家中国轻纺城的市场经营户走出国门，深入“一带一路”沿线国家，将纺织资源和要素向全球拓展。

今年以来，柯桥近 160 余家纺织企业已抱团走进韩国、巴基斯坦、越南、意大利等国家，海外市场潜能得到进一步挖掘。数据显示，1 ~ 5 月中国轻纺城市群出口额达 130.51 亿元，同比增长 24.09%；1 ~ 5 月柯桥区向“一带一路”沿线国家出口额达 188 亿元，同比增长 19.92%，占全区外贸出口的 57.5%。

作为纺织行业“走出去”的先行者，今年柯桥还荣获国家级“外贸转型升级基地”称号，成为绍兴市唯一入选基地，为柯桥多年来在国际市场开拓创新、锐意进取的主动作为写下了生动注脚。面对当下国际贸易的复杂形态，柯桥将继续深炼内功、上下求索，引领企业“由内而外”迸发创新活力，激发外贸动能因子，为柯桥纺织行业发展带来全新机遇。

（张颖）

纺织服装周刊

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

大唐街道成立，推动产业数字化提升迈上新台阶

本刊记者 _ 李芳 通讯员 _ 章幸钢 / 文 张坚永 / 摄

前不久，大唐街道举行了党工委、办事处授牌仪式。根据《浙江省人民政府关于诸暨市部分行政区划调整的批复》，诸暨市部分行政区划调整，其中，撤销大唐镇和草塔镇建制，组建大唐街道。“大唐街道组建后，城市空间进一步向西拓展延伸。”大唐街道党委书记田海斌说，“大唐街道将积极探索产城融合新路子，推动产业高质量发展。”

聚焦数字产业化、产业数字化重点，高标准实施数字经济“一号工程”是今年诸暨市的重点工作。在这样一个更加广阔的平台上，袜业产业数字化改造提升工作也将迎来更快发展。

数字化成制造业发展新引擎

当前，数字经济发展与合作作为一个持续性的议题已成为全球经济发展的重要驱动。国家信息中心信息化和产业发展部主任单志广表示，数字化承载了改造生产方式、提高生产效率和产品质量等非常重要的功能。目前，在不同程度开展数字化转型升级的企业的比例达到 84.9%，各行业的制造业企业都在不同程度开展数字化的升级和转型的工作。

在过去三年间，多数人认为颠覆这个时代的会是新一代的企业，比如互联网平台化的公司。但最近两年，客观现实让大家逐渐改观。在数字化时代具有比较优势的往往是传统企业，特别是龙头传统企业，包括传统企业周边的生态圈。“在工业物联网时代，有 20% 的数据来自消费端，80% 的数据其实掌握在传统龙头企业手里。” IBM 合伙人、全球咨询服务大中华区工业产品事业部总经理何志强坦言。

这样的结果或许让人有些意外。事实证明，制造业通过数字化转型找到新的增长点，同时结构化地降低成本，实现可持续的增长，从而助力中国经济从高速增长向高质量增长转变。进入新

时代，中国纺织工业“科技、时尚、绿色”发展的新标签和新定位也加快了数字化改造提升的步伐。

鲁泰纺织股份有限公司、东华大学等单位共同完成的“纺织面料颜色数字化关键技术及产业化”项目入围国家科学技术进步奖通用项目；浙江省嘉兴市秀洲区邀请专家团队为纺织企业“诊断把脉”，进一步推广“织造云”平台先进理念和丰富经验，现场对接解决技术难题，助力全区纺织企业数字化转型升级，完善工业互联网发展生态；贵州省铜仁市出台多项政策、规划，提出以智能化、数字化、信息化为基础，依托“数字化 e 系统”实现闭环大数据管理，推动纺织产业转型升级；兰溪市也正式启动纺织行业智能制造示范市创建，计划通过 3 年左右的时间，逐步实现兰溪纺织企业的设备网络化、数据可视化、文档无纸化、过程透明化、车间少人化、服务平台化，建成一批智能生产线、智能车间、智能工程……在纺织领域，探索数字化转型已成为产业转型升级的必要课题。

袜业产业数字化改造提升步伐加快

今年以来，随着制造业数字化转型步伐加快，袜艺小镇大唐将“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，稳步推进产业转型升级。在数字经济示范试点建设方面，诸暨市致力数字经济示范企业培育，加快行业大数据应用试点建设，推进数字化技术服务商引培工作。截至 5 月，袜业大数据平台上云企业已达 610 家。

诸暨天新纺织有限公司就是其中一家。在天新纺织有限公司的大数据中心，程序员登录智慧工厂，眼前 10 个屏幕上显示出两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。这是诸暨投用的首个可追溯溯源的袜业智慧工厂，在这里，通过大数据中心，袜子生产的每道工序都通过机

联网上传服务器，并对原料、机台等运行状态进行追踪溯源。

“智慧工厂带来的是生产方式的革命。”负责工厂智能化建设的诸暨市秀欣智能制造有限公司总经理何朝阳介绍说，传统工厂的编织、缝头、定型、包装需要在不同车间完成，而智能流水线实现了所有工序的整合，利用智能系统的大数据，还可对生产全流程出现的问题进行追溯解决。智能系统的运用使人工成本节省 70%、产品损耗减少 20%、产能提升 20% ~ 30%……借助秀欣制造自主研发的智慧工厂生产执行系统，天新纺织率先拥抱智能制造。

在袜业产业，一个明显的特征是智能化设备的研发与应用加速了智慧工厂的建立



随着产业互联网的浪潮席卷，数字化转型成为袜业产业发展的新动能。

近年来，大唐袜业加快智能化装备的研发和制造，海润精工机械有限公司、叶晓针织机械有限公司、嘉志利智能科技有限公司等企业分别研发出了全自动织缝翻检一体袜机，性能超过国外同类先进设备。市镇两级分别出台优惠政策，袜企当年购置智能化设备最高可享受 50% 的补贴。先进的设备和利好的政策吸引了大唐袜业企业纷纷建设智能化工厂和数字化生产线，实现生产自动化和智能化。

近日，浙江凯诗利科技有限公司年产 3000 万双袜子数字化生产线项目一期 20 台全自动一体袜机已安装完毕，进入调试阶段。该项目属于零土地技改项目，建成后生产效率是原生产线的 4 倍，产品市场竞争力强，可实现年销售额 6000 万元。接下来，凯诗利公司将陆续购置全自动一体袜机替换原来的半自动袜机；东方缘针织投入 4000 万元，新建占地 15000 平方米的智能化工厂，引进 200 台一体袜机，整个工厂只需要 15 个人管理，项目预计年底竣工投产。东方缘针织副总经理黄旭兵透露，未来智能化工厂将通过机联网、物联网与 ERP 有机结合，实现数据化管理。

数字化转型促进袜业产业深化变革

随着产业互联网的浪潮席卷，数字化转型成为袜业产业发展的新动能，孕育着一场深远而彻底的产业变革。可以说，数字化不仅仅是做数字化支撑，更是深度业务变革的过程。

在袜业产业和信息产业融合碰撞的过程中，体现出新的变化趋势。在技术方面，袜业企业的智能化、网联化水平在不断提高，从生产制造、企业管理、到产品技术都在全面智能化、数字化；在成本管理方面，企业希望通过数字化的手段实现降本增效，同时袜业企业对技术和软件的投入不断提高，加大对能够提升计算力、提升服务水平的软硬件的投入，从而提升整个产业链的生产效率。据悉，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%。

面对数字化变革和数字经济浪潮，这半年多来，诸暨市传统产业数字化改造提升进程不断加快，但尚有个别指标进度滞后。据悉，为贯彻落实《诸暨市数字经济五年倍增计划》，加快推动先进信息技术、大数据、人工智能和实体经济深度融合，诸暨市数字化车间 / 智能工厂评价办法于日前正式出炉。

记者了解到，数字化车间是以生产对象所要求的工艺和设备为基础，以信息技术、自动化、测控技术等为手段，用数据连接车间的不同单元，对生产运行过程进行规划、管理、诊断和优化。智能工厂是通过系统集成、数据互通、人机交互、柔性制造以及信息分析优化等手段，实现对多个数字化车间的统一管理与协调生产。

诸暨市数字化车间、智能工厂建设以时尚袜业、纺织服装、智能装备制造等产业为重点。未来将加紧对全市数字经济工作开展专项指导，组织开展数字化车间、示范企业评审认定及数字化培训活动，每季度开展数字化车间、示范企业评审认定工作，全力打造一批看得见、摸得着的数字化改造典型。

“我们坚持从产业转型入手，聚焦制度供给，加快建设以大数据应用为主的产业公共服务平台，推进一批数字化平台、智能工厂和数字车间，引进培育一批多元化市场主体和专业化数字人才，全力打造覆盖全面、互联互通的数字化生态链。”绍兴市委常委、诸暨市委书记徐良平强调。TA

应对中美贸易摩擦 大唐袜企见招拆招

从 2018 年开始，中美贸易摩擦持续，经历十多轮磋商，未达成一致协议。这一系列的贸易摩擦对大唐袜业有何影响？相关企业又是如何应对的？美国订单接单较多的几家袜企给出了答案。

借牌拓市，提高设计创新能力

诸暨市湖湘针织有限公司成立于 2003 年，公司 90% 的业务来自美国。关于中美贸易摩擦，该公司总经理尹小梅说：“虽然袜业没有正式加工关税，但是有很多老客户不敢下单，很多订单都转移到其他国家。”

作为一家长期依赖美国代加工订单的公司，湖湘针织的产品利润一直不高，一旦加征关税，谁来买单将成为双方的困扰，有些美国客户干脆转向一些不加征关税的国家下订单。

其实，湖湘针织一直在思考如何提高产品利润，几年前就注册了“尚柯伊”这个品牌。从去年开始，随着中美贸易摩擦持续升级，尹小梅开始意识到内销的重要性。但是光靠“尚柯伊”这个尚未成熟的品牌，还远远不够。于是，尹小梅慢慢有了借牌开拓国内市场的想法。

今年以来，湖湘针织花费 400 多万元，先后搞得“BOSSSUNWEN”和“PLAYBOY”两个国际大牌的袜子类别的国内代理权。代理期内，湖湘针织拥有自主设计、生产和销售权。目前，湖湘针织已在长沙设立了第一个营销中心，短短一个多月，签单金额已超 1000 万元。下一步，公司将陆续在各大一线城市设立营销中心。

“多条腿”走路，提高产品附加值

作为一家上规模的袜企，诸暨市亿衡袜业有限公司在业界拥有良好的口碑，主要服务一些国际知名品牌袜的代加工，其中美国订单占 60%。从 2016 年开始，该公司开始慢慢向“ODM”模式转型，即在原来的纯代工的基础上加入了设计环节，设计团队把研究国外流行趋势和新型材料工艺作为日常功课。“企业最重要的事情是做好产品，提高产品附加值。”该公司总经理韩杨玲说。

为了“多条腿”走路，亿衡袜业从 2017 年开始布局国内市场，先后注册了 3 个品牌，并开设 3 家天猫旗舰店。

对于一直持续的中美贸易摩擦，韩杨玲认为，可能有部分基本系列的订单会往东南亚国家转移，但是东南亚产业链并不完整，因此，走差异化路线，做一些别人做不了的订单，是一条切实可行的路子。

掌握核心技术，确保利润空间

不同于前面两家公司，浙江和茂盛袜业有限公司是一家专注时尚功能性运动袜研发生产的企业，从舒适到功能性，从普通设计到独家专利，从贴牌加工到自主品牌，公司走过了一段不寻常的旅程。

该公司董事长陈仁勇是一名篮球运动爱好者，深知长时间高强度的运动会给小腿、脚部带来各种损伤。陈仁勇和他的研发团队精准研究不同运动的足部发力方式，以及由此带给各受力部位的压力与损伤，关注内容涉及材料技术、编织技术、机械设备、运动医学等多方面。目前，研发团队已经设计开发出 100 多款“阿格莱德”功能性运动袜，获得了 47 项国家发明专利和实用新型专利。

当谈及中美贸易摩擦的影响时，陈仁勇表示：“影响不大，我们的设计研发和销售模式，保证了足够的利润空间，这是应对贸易摩擦的关键。”目前，在美国的商店中，“阿格莱德”同耐克、阿迪达斯、乔丹等国际名牌一起售卖。

目前，越来越多的袜业企业已经意识到，只有通过自主创新，掌握核心技术，提升品牌价值，才能见招拆招，从容应对风云变幻的国际市场。(李伯俭)



在纺织领域，探索数字化转型已成为必要课题。

纺织服装周刊



2020/2021 秋冬中国纺织面料流行趋势发布秀，面料图案由人工智能技术设计。面料提供商：达利丝绸、山东鲁泰、山东如意（由左至右）

“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。希望纺织行业能充分发挥行业体系健全、数据资源丰富、应用场景广阔的优势，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。”

——工业和信息化部产业政策司副司长于晓东

AI 赋能时尚产业价值链

时尚产业人工智能创新研究院共建签约仪式在大浪举行

本刊记者 _ 李芳 通讯员 _ 覃晓

随着 5G 时代的到来，以人工智能、云计算、大数据等为代表的新兴信息技术成为赢得全球科技竞争主动权的重要战略资源，科技革命和产业变革正在推动制造业的组织形式、生产方式和商业模式发生根本性的变革。

7 月 5 日，“2019 中国纺织创新年会·设计峰会”在深圳市龙华区大浪时尚小镇举办。会上，中国纺织信息中心与大浪时尚小镇建设管理中心签署了“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”战略合作协议。据了解，该项目于 2019 年 7 月正式启动，主要围绕“时尚产业人工智能创新应用示范中心”、“时尚产业人工智能创新孵化平台”、“时尚产业人工智能联合创新实验室”三方面开展长期合作，聚焦人工智能与纺织服装产业跨界创新，促进纺织服装企业数字化转型和时尚产业数字经济发展，推动人工智能时尚产业创新应用示范和创新创业生态建设。

乘“势”造“势”，共建创新设计新生态

“以大事的‘势’，来引爆和激增产业发展的内在‘势能’，是行业实现再定义和再创新的一份初心。未来的一件‘大事’是重点建设‘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’，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设成为国际先进的人工智能时尚产业集聚发展先行区。”中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在主旨演讲中道出了此次战略合作的意义。

在中国纺织工业“科技·时尚·绿色”高质量发展的新时期，迫切需要以绿色、智能、协同为特征的先进设计技术赋能，建设完善的创新设计生态系统和若干具有世界影响力的创新设计集群，积极培育人工智能创新产品和服务，推进人工智能技术

产业化，形成科技创新和产业应用互相促进的良好发展局面。

大浪地处具有高新电子信息和智能制造产业集聚优势的科技创新之都深圳，既具备较强的人工智能产业技术基础，还拥有丰富的时尚产业应用场景，为人工智能与时尚产业的融合发展提供了良好条件。在 2018 年出台的《广东省新一代人工智能发展规划》中提出，重点打造深圳龙华人工智能产业核心区。随着粤港澳大湾区建设热潮的兴起，作为深圳“设计之都 时尚之都”的有力支撑，大浪时尚小镇迎来了时尚产业人工智能创新发展的最佳战略机遇期，在人工智能等新一代信息技术驱动下，大浪时尚小镇将成为人工智能与实体经济相结合的创新标杆和推动湾区时尚经济发展的重要增长极。

“龙华将借力此次盛会的成功举办，以粤港澳大湾区时尚产业人工智能创新研究院落地为契机，围绕建设‘世界级时尚产业集群’的发展定位，依托粤港澳大湾区国际商贸流通和消费市场网络优势、深圳时尚科技优势，着力将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，引领国内潮流、具有国际影响力的时尚设计高地。”深圳市龙华区委常委、常务副区长张纳沙在中国纺织创新年会·设计峰会上表示。

共创共享，推动智能时尚迈向纵深

据介绍，中国纺织信息中心集产业研究、技术研究、纺织信息资源建设、流行趋势研究与发布、纺织服装人工智能技术研究与应用实践、中国应用色彩体系研究、

产品开发体系建设、社会责任体系推广、检测技术与标准化研究等多种职能于一体，既服务于政府机构，也为企业技术进步、管理提升和品牌建设提供解决方案。

在人工智能的行业应用领域，中国纺织信息中心在纺织行业内领先一步，自 2018 年起陆续发布以自主研究的“中国纺织面料流行趋势”研究成果为核心的“智能时尚”，如全球首款人工智能色彩趋势应用分析工具——“AI Color Trend”、流行趋势预测与分析智能工具——“掌上趋势”、与微软合作共同打造的人工智能时尚设计平台等。

此次，深圳市龙华区大浪时尚小镇建设管理中心与中国纺织信息中心基于时尚产业人工智能创新的合作，秉承优势互补、资源共享、共同发展的宗旨，相信随着双方全面战略合作迈向纵深，必将为推动中国纺织服装产业的智能设计、智能制造做出更大的贡献。[1]



时尚焕动，创意赋能

优可丝 BV·2019 中国时尚面料设计大赛评审会在柯桥举行

本刊记者 _ 张颖 通讯员 _ 覃晓



评审团合影。

7 月 18 日，“优可丝 BV·2019 中国时尚面料设计大赛评审会”在浙江绍兴柯桥举行。会上，金奖、银奖、铜奖、时尚色彩奖、创新科技奖、“优可丝 BV 市场应用奖”等 16 个奖项从 2400 余份时尚面料产品中脱颖而出。国家纺织产品开发中心主任李斌红、中国纺织信息中心副主任李波、国家纺织产品开发中心总工程师陈宝建、绍兴市柯桥区中国轻纺城创意产业服务中心吴军、赛得利集团下游业务及企业发展副总裁冯昕出席本次活动。

由来自中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心、房莹设计工作室、江南大学教育部针织技术工程研究中心、方圣时尚集团、波司登国际服饰（中国）有限公司、法国品牌 é bahir、爱慕股份有限公司、三六一度（中国）有限公司、马克华菲（上海）商业有限公司、上海标顶服饰有限公司、贝迪百瑞商贸（北京）有限责任公司的纺织品开发专家、色彩和流行趋势研究专家、服装品牌和设计师、采购商代表等强势阵容组成的评审团，本着严格的评审标准和评审规则，从时尚性、创新性、商业性等多个维度对参赛作品进行了专业的专业评选。

本次大赛的参赛作品以时尚女装面料为主，涵盖了棉、毛、麻、丝、化纤、印染、针织和长丝织造等品类。评审主要从色彩、纹样、风格、新材料、新技术、新工艺、市场潜力等方面多维度考量产品的时尚性、创新性和商业性，以及能否充分代表中国流行面料时尚设计水平。

促成产业链创新要素协同联动

中国时尚面料设计大赛是中国纺织行业具有开创性和引领性的国家级专业赛事。大赛由中国纺织工业联合会指导，中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心、中国轻纺城建设管理委员会共同主办，绍兴华颐瑞佳纺织科技有限公司、中国女装面料流行趋势研究院承办。“优可丝 BV·2019 中国时尚面

料设计大赛”由赛得利公司冠名赞助，在往届常规赛事活动基础上，增设了“优可丝 BV 市场应用奖”及“优可丝 BV 纱线赞助企业优秀奖”。

“大赛立足于新时期中国纺织行业亟需以创意设计提升时尚话语权、以时尚转型重构竞争新优势的发展需求，倡导以科技创新、责任导向、文化创造为价值内涵的产品创意理念，充分整合优秀产业集群与行业服务机构的优势资源，促成产业链上下游创新要素的协同联动，助推本土原创设计力量的崛起和区域时尚生态的营造，进而推动中国纺织时尚产业的整体跃升。”李波在致辞中表示，本届大赛共收到 300 余家企业的 2400 余款产品，参赛数量较去年增长了 20%，其中柯桥占据了大幅比例。

冯昕表示，时尚面料的定义应从品质、创新、环保等多个维度进行诠释。此次参赛作品中涌现了大量可直接产业化进入市场的优秀产品，展现了国内纺织企业的创新共享精神。作为全球规模领先的再生纤维素纤维制造商之一，赛得利将可持续发展纳入企业的战略规划，不断以创新赋能产品，与价值链伙伴共同营造一个“可持续生态圈”。优可丝 BV 作为赛得利的拳头产品，基于定制开发的优秀纤维性能，得到了广大参赛面料企业的青睐，制成的面料也得到评委组的高度评价。

会上，《纺织服装流行趋势展望》副主编李晓非分享了“2020/21 秋冬中国纺织面料流行趋势”；赛得利公司市场总监李孝琴就优可丝 BV 纤维性能进行了系统介绍，为赛事评比提供了专业科学的评判依据。

时尚“千面”，亮点纷呈

谈及本届大赛面料的总体特点，陈宝建表示，参赛面料从纱线配比、组织结构到染整处理工艺都各具特色，在发挥产品优势方面都有自己的独到之处。如纯纺类面料更为强调面料的精益求精，采用 100% 优可丝 BV 纤维，通过纺纱、织造、染

整综合处理后，面料光洁度、悬垂感、舒适度都达到了非常好的效果。混纺类面料，比如天丝与亚麻、羊毛与蚕丝等，通过材料的优势互补，改变了面料的刻板印象，刚柔相济，呈现出更具特色的风格。

中国纺织信息中心流行趋势部主任、中国流行色协会副会长齐梅表示，此次参赛产品中轻薄型面料居多，开发具有倾向性和针对性。她指出，简约的时尚是最深邃的时尚，拒绝浮夸，是本次评审的标准之一。面料企业要从实际应用出发，学会在设计上做减法，放弃不必要的繁琐细节。

马克华菲（上海）商业有限公司女装设计主管吴明涛表示，本届参评面料更贴合市场需求，更接地气，在创新技术层面也有较大突破。特别是优可丝 BV 等新型纤维与各种纤维进行混纺、交织，产品的功能性、手感、垂感方面提升明显，为服装的开发提供了广阔空间。

深耕厚植，培育竞争新优势

李斌红围绕“深耕厚植”一词进行了总结。她谈到，“Fabrics China 中国流行面料”工程自 1999 年开始，立足产业，通过中国国际面料设计大赛持续推动中国纺织企业的面料开发创新。在新时期举办的中国时尚面料设计大赛，在传承传统赛事的精髓之上着重强化纺织企业较为薄弱的时尚创意环节，一是通过专家评委在理念层面前瞻研判的观点输出，引导和帮助企业从科技、时尚、绿色三个维度进行提升；二是通过与合作伙伴的密切联合，从纤维源头开始推动全产业链的协同创新；三是通过在中国女装面料流行趋势研究院持续开展的趋势研究、柯桥“天天时尚”以及优可丝 BV 技术联盟等活动，不断提升纺织企业对流行趋势、技术创新和时尚设计的新认知。

中国时尚面料设计大赛已在柯桥连续举办三届，柯桥面料企业在前两届中申报踊跃并连连获奖，表现不俗。对此，绍兴市柯桥区中国轻纺城创意产业服务中心主任徐舒在采访中表示，柯桥纺织面料企业产品风格多样，在材料、工艺、色彩、花型等方面都较好地贴合了流行趋势。近年来，柯桥通过搭建大型时尚服务平台如举办时尚面料设计大赛等，促进科技与时尚的有效融合，营造了浓郁的时尚氛围，不断提升柯桥纺织企业时尚触觉的敏锐性以及时尚制造的技术创新能力。

据悉，大赛获奖名单将于 8 月在“创意柯桥”、“中国流行面料”官方微信及相关行业媒体上同步进行揭晓。本次大赛的获奖企业将受邀参加“2019 中国时尚面料设计大赛颁奖典礼”，获奖产品将在 9 月“柯桥时尚周”的“流行趋势发布区”进行静态展示推广，获奖企业代表还将优先获得参与服装品牌专业对接会等活动的机会。[1]



长发商业·2019 中国面料之星
参评面料系列报道 (一)

纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY



科技成就面料之美

本刊记者 _ 雷蕾 / 文 章简 / 摄

长发商业·2019 中国面料之星系列活动是由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办，长发商业中心独家冠名、CFU 创意时尚联盟协办的最具影响力的面料调查活动，活动自 7 月份正式启动以来，已经陆续收到全国各大面料企业寄来的参评面料。

本期报道，我们将向大家介绍广州卡纤纺织品有限公司、河北宁纺集团有限责任公司、浙江盎唯纺织科技有限公司、无锡恒诺纺织科技有限公司、石狮市六六八纺织科技有限公司、浙江布联网络科技有限公司带来的最新面料，这些面料涵盖了男装、女装、休闲装、家居服、童装等领域，在传统织染工艺的基础上进行了多种创新，尤其是一些新材料的应用，使产品形成了鲜明的风格特点，同时在舒适性、功能性及时尚环保等方面得到进一步完善。

广州卡纤纺织品有限公司



面料名称：84005#
原料成分：涤纶 90%、氨纶 10%
产品特点：鹿皮绒印格子是近几年来最为流行的元素之一，此款格纹风格被数家国内品牌使用并大受好评。
技术创新点：将空气层与鹿皮绒织在一起，增加面料的厚度和垂感，有独特的格纹风格。

面料名称：空气层一体鹿皮绒
原料成分：涤纶 90%、氨纶 10%
产品特点：鹿皮绒产品是目前被使用最为广泛的品种，通常用于男女装外套、卫衣等；其独特的织造方式配合考究的染色方式，将面料的垂感、手感、立体感都做到最佳。
技术创新点：将鹿皮绒面料与空气层织在一起，从成本、品质隐患、耐水洗等方面改善了以往鹿皮绒复合空气层面料的缺点；通过染料和坯布调整、增加染整工艺等多方面独特的技术手段，解决了鹿皮绒不易达到国家检测标准的问题。



河北宁纺集团有限责任公司

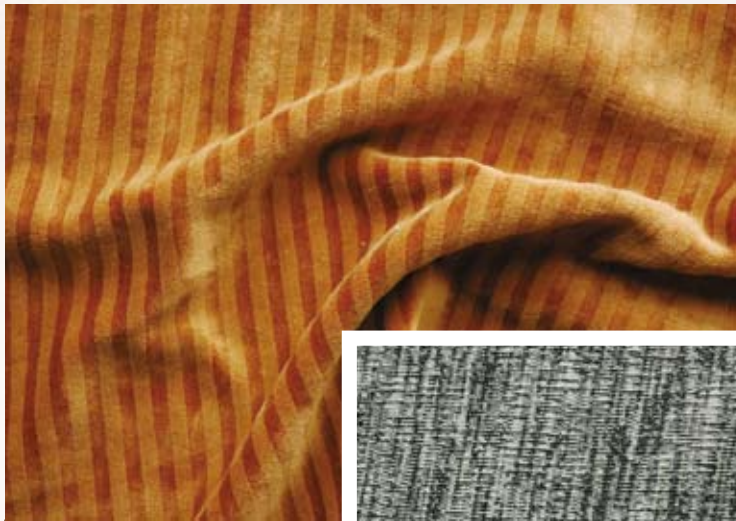


面料名称：纬弹棉粘 8 条
原料成分：棉 69%、
优可丝 BV 纤维 30%、
氨纶 2%
产品特点：面料立体感强烈、色彩丰富、外观独特。
技术创新点：选择棉、粘纬原料、灯芯绒组织设计，实时改变棉、粘纱的入纬顺序，由于棉、粘的上染率不同，使染色面料呈现方格风格。



面料名称：弹力提花缎纹
原料成分：有机棉 97%、氨纶 3%
产品特点：面料手感滑糯、风格独特、光泽柔和。
技术创新点：原料选用有机棉；组织结构设计缎纹地菱形小提花设计，多臂喷气织造；印染生物酶前处理，环保染料。

浙江盎唯纺织科技有限公司



面料名称：云卷云舒
原料成分：P95%、SPAN5%
产品特点：正面手感顺滑，面料轻且具有一定的保暖功能，适合春秋装。
技术创新点：轻、保暖、透气性好。



面料名称：粉白墨黑
原料成分：T52%、C43%、SP5%
产品特点：花型突出、风格别致，黑白的颜色使得面料十分突出。
技术创新点：强大的立体感，面料弹性优异。

石狮市六六八纺织科技有限公司



面料名称：月红落叶
原料成分：涤纶 100%
产品特点：细旦涤纶织造梭织面料印上高品质的图案，具有时尚的外观、立体的花型，贴合经编透气性面料。
技术创新点：细旦涤纶织造梭织面料使用三合一技术，贴中透 0.012 薄膜，功能透湿 3000、水压 5000，贴合经编涤纶透气性面料；手感挺括适合做休闲服饰。



面料名称：绮境森林
原料成分：锦纶 100%
产品特点：细旦锦纶织造面料双线格，具有高牢度、防晒效果，起皱免烫整理，有轻薄皮革的即视感和质感。
技术创新点：防晒效果好、色牢度好，贴合低透白色印花膜，使色彩富于变化，立体感更强，柔软的手感、方便折叠携带。

无锡恒诺纺织科技有限公司



面料名称：青果苏打
原料成分：Recycle Biodegradable Poly100%
产品特点：面料采用可降解的再生涤纶制作而成，有优异的手感和尺寸稳定性，色牢度优异，适合运用于运动 POLO 衫，可解决化纤涤纶面料的环保问题。
技术创新点：通过回收塑料瓶融化后加入可促进生物降解无机物质，使得服装面料回收后，在掩埋的厌氧型细菌的作用下可以分解成二氧化碳、甲烷水等自然无毒的物质。经检测，目前 380 天时间已经可以降解 70%。

面料名称：无痕
原料成分：T80.6%、OP19.4%
产品特点：弹力双面面料良好的弹性和回复力保证了运动过程中很好的延展性和服装的保型性，适合运动紧身裤和瑜伽服装。
技术创新点：面料采用高密 40 针双面加氨纶织造，超细的涤纶纤维和针距保证了面料的紧致度和弹性的发挥，面料弹性及回复力较大，贴身面配合机制的磨毛手感处理，保证了穿着的舒适性。



浙江布联网络科技有限公司



面料名称：60330-6
原料成分：T100%
产品特点：针织印花、四面弹，门幅 145 厘米，克重 203 克。
技术创新点：针织格子、有弹力，面料适用性广。



面料名称：71229-7
原料成分：A30%、R30%、T40%
产品特点：色织格子、无弹，门幅 145 厘米。
技术创新点：银线格子、高贵典雅。



长发商业·2019 中国面料之星

纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY

CHANG FA
BUSINESS CENTER
长发商业中心

产业链上下求索 解密时尚休闲新定义

本刊记者_王利 文/摄

近几年,时尚休闲面料成为越来越多服装品牌关注的热点,纺织企业为了迎合服装品牌和消费者的需求,从原材料、设计、后加工等环节进行创新,展现时尚休闲面料的新潮流、新魅力。

从每年“中国面料之星”参评面料的种类来看,休闲面料备受评委和服装品牌的好评。随着“长发商业·2019 中国面料之星系列活动”的正式启动,诸多纺织企业正忙着准备参评面料,休闲面料仍将是今年企业送样的热门选择。那么,服装品牌如何看待休闲装趋势,对面料有何要求?纺织企业如何创新?本届“中国面料之星”评选将带来哪些值得期待的休闲面料?

休闲风潮来袭 回归舒适与自然

当80后、90后、00后消费群体迅速崛起,当不羁与自由蔓延到时尚领域各个角落,时尚休闲已成为不可逆转的潮流。

大嘴猴、大黄鸭、辛普森一家、愤怒的小鸟、芝麻街等知名休闲服饰品牌,可以说是耳熟能详,其实这些服饰品牌的IP形象属于同一个大家庭——红纺文化有限公司。该公司设计总监田星表示,红纺文化旗下IP形象多以卡通为主,致力于结合舒适与时尚,解读成年人的童趣,成为时尚休闲服饰领航者。

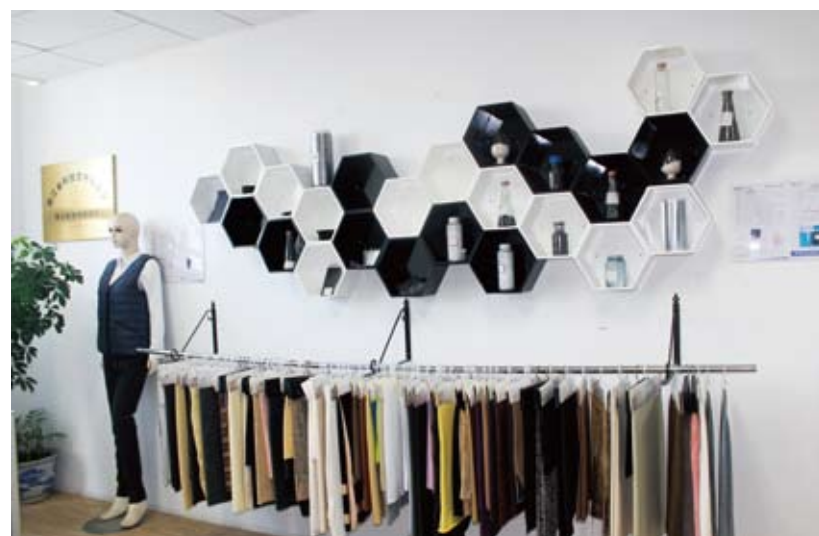
“未来,服装品类和消费群体的界限将越来越模糊化,所有服装品类都会朝着轻量化的休闲风发展。”据田星介绍,该公司旗下的休闲品牌对于面料亲肤感和舒适度有很高的要求,剪裁上注重随性自由,帮助人们在部分场合和时间里摆脱来自工作和生活等方面的压力。

U.S. POLO ASSN. 品牌目在全球166个国家和地区拥有5000家以上的终端门店,该品牌体现了马球运动的纯正性,完美融合运动精神与美式经典风格,舒适且休闲。“美式休闲是一种生活方式的体现,最重要的是生活化,任何场合都能适用。”U.S. POLO ASSN. 中国运营商苏州艺彩品牌管理有限公司总经理熊文彬介绍道,该品牌服装在面料选择上注重产品的功能性,如透气、吸湿排汗等;在版型上,注重线条的剪裁,以舒适、轻量为主,正宗美式基因是品牌的核心,以此区别于市场上其他的休闲品牌。

功能性面料强势崛起 满足消费升级新需求

随着我国社会经济水平的提高和教育结构的整体提升,民众消费理性回归。在服饰选择上“随大流”的快时尚消费冲动减退,常规产品消费缩减,个性化和功能性成为服饰销售的卖点。

江苏兰干集团主营中高档功能性户外坯布和成品面料,公司从面料结构、手感、



绍兴标点纺织科技有限公司此次送选了石墨烯休闲面料、百分百蚕丝拉毛面料等拳头产品。



U.S. POLO ASSN. 品牌中国运营商苏州艺彩品牌管理有限公司供图。

花样设计、后整理等多方面入手,使面料更加舒适、美观、风格多样,满足消费者的个性诉求。

“目前,送选的参评面料含三层结构组织,外层结构采用涤纶记忆丝交织以保持廓形、抗皱回弹,并达到疏水、防风效果;中间层采用300D涤纶纬向浮纱结构,摒弃经纱交织,避免手感板硬;试制中间层棉浮纱、里层醋酸纤维和记忆丝交织,达到吸湿排汗、亲肤保暖效果。”该集团企业宣传负责人张浩珍说。

在消费升级的今天,人们更加注重对舒适便捷生活方式的追求和对自身健康与安全的保护。石狮市六六八纺织科技有限公司的运动休闲面料畅销国内外。该公司总经理张震高表示,本次参评将带来更多吸湿排汗、保暖、防辐射、易护理面料等功能性产品。

潮流易变,风格永存。不管休闲服装潮流如何变换,能满足时尚消费者的多元化需求,拥有科技感、创新点、功能性的高附加值面料都将在休闲服装行业占有一席之地。

寻根溯源 成就舒适绿色好面料

面料是服装设计的基础,在服装品牌对休闲面料提出更高要求的同时,上游面料企业也不断进行研发创新,甚至有的企业从面料的原材料和生产设备等垂直产业链条寻根溯源,只为成就一块好的面料。

为了生产出好的产品,绍兴标点纺织科技有限公司用10余年时间,斥资近千万对纬编机进行技术改造,研发出“双面结构自动剪毛一体机”。该设备生产的面料不用复合、自成一体,有效控制面料的掉毛、脱毛现象,同时做到降低损耗、节能环保。本次面料之星系列活动,石墨烯休闲面料、“双面结构自动剪毛一体机”生产的百分百蚕丝拉毛面料将是标点纺织参评的拳头产品。

“现代人对于休闲装最大的要求就是极度舒适,因此做好面料尤为重要。”绍兴市柯桥区弗特纺织有限公司总经理闫先臣说道。经过多年潜心专研,该公司研发的新型“黑科技”面料——高伦木纤维面料于2018年正式面世,该面料具有良好吸水性、冬暖夏凉、抗菌防螨、防皱等特性。闫先臣表示,高伦木面料是该公司本次参评的重点选择,希望借助“长发商业·2019 中国面料之星系列活动”让下游更多品牌企业了解该产品的优点。

目前,“长发商业·2019 中国面料之星系列活动”正面向全国优秀面料企业征集男装、女装、运动休闲装及童装等全品类面料,样品递交截止时间为8月10日。好面料不应该被埋没,如果想让它绽放属于自己的精彩,就请从邮寄面料开始吧。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: 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

《纺织服装周刊》官方网站: www.taweekly.com

纺织服装周刊

GROUP COOPERATION



2019 中国国际针织 (秋冬)
博览会预热报道 (一)

设计师衣橱里的“针织奥秘”

本刊记者 _ 徐长杰

炎炎夏日，时髦当属针织背心、针织 T 恤和针织 Polo 衫演绎出的百变造型。

缘何针织能在夏季风靡？想必是针织极强的舒适性、透气性，和既可做主角，又甘当配角的韧性与包容性。那么如此“可盐可甜”的针织，在设计师的衣橱里占据着怎样的地位？让我们来打开衣橱，一探究竟。

夏日针织单品，新宠上线

服装是一个人格特质、审美情趣、生活态度的综合表达。随着时代的发展，人们不再单纯追求流行样式，而更加注重心灵感受。

针织品总给人温柔放松的感觉，不仅是因为针织面料本身自带的属性，还因为它在视觉和工艺上给人的触感。在现代科技与针织工艺不断融合的当下，更加凉爽亲肤的针织面料不断被用于夏季单品中，透气和轻薄的服饰可以让人们在夏天感受到别具一格的清爽，针织品也逐渐成为夏季穿搭的潮流。

在广州市例外服饰有限公司毛织总监葛超群的衣橱中，针织套头衫、针织连衣裙、空调开衫成为她的夏日新宠，实用、百搭是她钟情针织的原因。

对于享有“针织女王”称号的台湾设计师潘怡良，针织单品自然也是她夏日衣橱中的必备。“我自己在夏季会经常穿着针织单品，而且会带在身边以备不时之需。例如针织外套和打底衫采用棉麻丝等材质会增加体感舒适度，在冷气充足的场合中还可以起到保暖作用。针织轻薄柔软的质地便于携带和整理，合适的穿搭还会产生不一样的时尚效果。”潘怡良还强调，针织品独特的环保性为生活带来了更多绿色和生机。

中国时装设计“金顶奖”获得者武学凯认为，针织因其轻便、时尚、易打理等特性，已成为日常生活场景中的必备品。“在出差、旅行中，针织单品带给我非常大的便利，同时针织特有的时尚感、立体感也能

让我刷出更强的存在感。”

香港理工大学纺织及服装学系副教授、针织设计及技术课程主任何柱涛则钟爱针织上衣及外套，他认为夏天的针织上衣相比 T 恤有更多款式变化，布料也比较立体，在质地的选择上也更加丰富，例如凉感物料能让夏日生活更清爽。

材质、技术、设计，让针织不分四季

过去针织给人留下的印象是秋冬必备的单品，如今，夏季针织更是风靡。究其原因，各位设计师都有自己的看法。

有的认为近年针织技术发展迅速，让针织在设计和生产上的可塑性更高。过往需要依赖车缝工艺的款式，现在可直接在织布过程中完成，而且制造过程不需裁剪，减少产生废布，更环保。有的认为功能性材料在设计、色彩、趋势的调和下，能让富有弹力的针织更出彩。有的则认为针织本身的结构属性赋予了其强大的舒适性和透气性，再结合新材质与时尚设计，针织所表现的可变性和延展性为夏季穿着带来更大的特色。

由此可见，材质、技术、设计，正在让针织冲破厚重、保暖的固有印象，让温暖亲肤的针织，同样可以为春夏着装带来柔软、清凉、时尚的别样体验。

时下的年轻人注重混搭，崇尚个性，春夏秋冬的穿搭界限正日趋模糊。轻薄、亲肤的针织单品搭配在秋冬厚重丰满的外套下，形成鲜明对比，不失为一种时尚。而轻质有型、穿着体验良好的针织，在夏季也是一道靓丽的风景线。

夏季针织相对于冬季，在轻盈度、吸收排汗、凉爽透气，包括时尚度、设计感等方面都有着更高的要求 and 更大的弹性。“夏季针织廓形的设计多变，材料拼接和立体结构的设计广度很大。”葛超群说，在工艺上，夏季细纱线较多，对针法花型组织手法要求比较高，

可尝试空间也很大。潘怡良则认为，秋冬季针织品主要以保暖为主，在色彩方面不会过于丰富，而夏季针织品由于更加轻盈透气，因而在色彩和设计方面可以有更多发挥空间。

环保科技感，针织的未来生长方式

夏季针织品下一季的流行趋势是什么？除了在设计师的衣橱里能提前感受一二，即将于今年 9 月举行的 PH Value 2019 中国国际针织 (秋冬) 博览会，也是一个把握趋势、探寻未来的有利时机。

一直以来，PH Value 就是一个融汇新产品、新技术、新趋势、新理念、新创意的集地，发挥着链接上下游产业的纽带作用。在设计师眼中，展会是一个趋势预见的巨大能量场。

潘怡良认为，在即将到来的 PH Value 展会上，应着眼于时尚与科技的深度融合，尤其是对绿色环保等节能材料的研发；时尚方面，大气简约仍将是下一季针织的流行趋势，比如镂空针织设计，既凉爽又便于搭配；设计元素将更加强调细节刻画，不同针织材料的融合运用、多种色彩的层次搭配，都将呈现不一样的时尚风格。

武学凯认为，多元色彩的呈现和针织纱线的科技感将促使针织产品成长发展，因此，产品和科技创新力量将是他在本次展会上重点关注的地方。他强调，展会的趋势论坛是一个思想观念交汇、智慧火花迸发的地方，能为后续产品开发带来无穷的思路启迪。而葛超群同样认为环保纱线、新型功能性材料是下一季乃至未来的重点。

时尚的锐变、科技的进步，我们的穿着已不再墨守成规，多元、丰盈、创意的服饰表达不断满足着新一代消费者对美好生活的追求。未来，在科技与时尚融合中不断衍生的针织力量，将生长出 N 种可能，让你的衣橱不再简单。

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 84817188 | 传真：0531-84880469、84888668



CHIC 2019 (秋季)
预热报道 (二)



千瑞庄可以说是一个对面料有着近乎偏执追求的品牌。

跨界品牌主理人的日常

专访千瑞庄品牌运营总监兼主理人庄蕾

本刊记者 _ 董笑妍

职业跨界的经历，与设计师本人广泛的爱好，使得千瑞庄品牌运营总监兼主理人庄蕾接触到很多门类的艺术。美是相通的，审美的养成、对美的捕捉，作用到现在的时装设计上，形成了千瑞庄品牌独特的时尚表达。本文将通过对设计师一天工作生活的记述，展现本土服装设计师的日常。



庄蕾

像往常一样，早上8点，千瑞庄品牌运营总监兼主理人庄蕾捧着一杯咖啡踏进了公司，平均每晚凌晨1点后睡的她，对此已经习以为常，咖啡也成了必备的“续命”饮品。

“有时清晨睡，有时清晨起，更忙的时候会工作到凌晨三四点钟，甚至天亮时直接洗把脸就出门。”不规律作息已经成为这位“90后”为事业拼搏的一个注脚。千瑞庄品牌创始人庄玲英女士是庄蕾的母亲，她在2016年成立了千瑞庄服装设计工作室，并于2018年正式成立了浙江千瑞庄服饰有限公司。公司成立后，曾经主修艺术设计专业环境艺术设计方向并已在在外工作的庄蕾，怀着对千瑞庄的新思考加入了公司，成为公司的运营总监兼品牌主理人，一位跨界设计师。

将灵感付诸实践， 让美赋予品牌生命

如今，千瑞庄2019秋冬系列服装生产已经在有序推进，确定2020年春夏的设计主题是庄蕾最近在思考的主要问题。晚上回家时，庄蕾将花草在路灯映衬下显现出的丰富色彩——拍摄了下来，“这些灵感也许会成为明年印花系列的一个原创主题。”庄蕾总是能被身边不经意的美触动，非科班出身的她对服装的理解也有着天然跨界的视角，设计其实就是设计师对万物的解读转换的再造过程。

每当怀揣着灵感，庄蕾到公司的第一件事，便是和助理探讨将灵感付诸设计的可能性。庄蕾的到来也为品牌带来了多元变化，“在设计上我可能会代入一些环艺设计的理念，更加注重空间性、和谐性、呼吸感与比例之美，以独特视角表现不同材质与工艺，并与消费者建立一种超脱于服饰的情感联接。”庄蕾如是说。

早上9点，在对新灵感进行梳理、备案后，庄蕾开始了对公司日常工作的处理，与各部门负责人对接线上、线下运营情况。“我

们公司现在的规模还不小，作为主理人我会经常和大家探讨诸如运营策划、线下活动等问题，如果有客人，我一般也会安排在这一时间段会见。”

千瑞庄可以说是一个对面料有着近乎偏执追求的品牌，与其去市场上筛选适合的面料，庄蕾与母亲更青睐于自己“画”面料。

这一天上午，庄蕾在处理完日常事务后，会见了与品牌保持长期联系的一位面料供应商，他带来了按照庄蕾要求生产出的面料小样，为2020春夏系列的生产做准备。围绕会议桌上铺陈的多块面料，他们就其材质构成、花型呈现效果、薄厚手感、洗涤要求等细节问题展开了讨论。

“在每季产品研发之初，我和母亲都会绘制很多花型图稿给面料和印花、绣花企业，并与他们探讨用何种材质呈现最优，在材质探索上往往需要反复尝试，花费大量时间成本，但我们都乐此不疲。”庄蕾说，如今的国内面料企业已经转变了思路，乐于与本土设计师合作，开发多品种、少而精的产品。

一方面，在研发探讨过程中，双方都能得到快速成长，“我们与面料企业共同研发时，经常会迸发出探索新领域的设计激情”；另一方面，设计师也会将部分花型专利最终授权给面料企业，实现互惠互利。顺应这一轨迹，中国时尚原创产业链正在积极健康成长。

我还年轻， 需要抱持更多学习态度

年轻的资本与对设计的热情，让这位“90后”设计师保持着旺盛的探索欲，下午的时间通常留给外出学习交流这类既定活动。在做空间设计师时，庄蕾就经常与著名设计师卢志荣、锯宾，艺术家瞿广慈等一起交流活动，向前辈讨教学习。

庄蕾受影响最深的经历是，与卢志荣一起多次修剪花枝，学

试各种布局方式，为了能够让花的美与家具器皿达到最理想的配合效果，卢志荣那种对于平衡比例之美的执着与挑剔精神，深深印在了庄蕾心里，并在她对面料与服装细节的极致要求中得到充分体现。

近几年来，庄蕾也一直与多位服装设计专业的教师、学者保持着密切联系，多次与时装设计师陈野槐（Grace Chen）学习交流，学习她对中国女性独特之美的解读与展现。建筑设计与服装设计的思维在交流中产生了有趣的碰撞，保持轻松跳跃的思维，在工作中“玩”起来，在玩的过程中工作，是这位年轻设计师的生活态度。

参加展会可以说是每位设计师的必修课，如果附近有展会，下午，庄蕾就会驱车前往参加。展会上，设计师可以采购心仪的面料，更可以设身处地感受潮流的变迁，获得创作的灵感。“现在更倾向于材质的跨界混搭，比如，我正尝试把特殊的功能性面料加入设计中，以丰富成衣的表现效果。”庄蕾说，对各类信息的吸收消化是自己设计的力量源泉，她不愿意放过任何一个机会。

2020年春夏季，千瑞庄将推出一个全新的、更加有年轻活力的女装新品牌，针对的是18~28岁的独立女性，将跨界与玩味做到极致。

融会贯通， 多维力量助推本土设计

伴着夜幕的降临，今天庄蕾驱车前往了一家慕名已久的书店，“灵感无需刻意寻找，一段话、一句诗有时也会触动你的灵魂，让你产生对美、对生活的共鸣。正因为非科班出身的身份，我更愿意接受多元思维，从不同角度审视现在的工作。”庄蕾称自己为“被美牵着鼻子走的人”。

半路出家的设计师在时尚圈并不鲜见，甚至是一个具有代表性的群体，他们曾经从事绘画、建筑甚至文员、会计，但共同点是对美的追求，他们的存在为服装设计界带来了更广阔的视角和更跨界的元素，是助力产业健康发展的多维力量。

见微知著，中国本土时尚产业正在展现出强大的包容力和蓬勃的生命力，消费者服装审美与文化自信提升的外部环境，与产业链上下游共同创新的内部动力交融在一起，助推中国设计迸发出绚烂光彩。

9月25~27日，CHIC2019（秋季）设计力量展区将遴选海内外原创设计师、时尚工作室和设计平台，汇聚全球时尚零售渠道和品牌买手，这里将成为全亚洲设计师品牌最便捷高效的订单对接及资源整合平台。[TA]



中国本土时尚产业正在展现出强大的包容力和蓬勃的生命力。



红豆牵手欧洲著名设计师， 联袂贡献“登峰”力量

7月16日，红豆男装与欧洲著名设计师 Fabio Del Bianco 举行了联名合作签约仪式，标志着双方合作正式启动，并以“Climber 登峰者系列”为起点，为红豆“轻时尚”加入更丰富的元素和国际化的前瞻设计，开启红豆男装新篇章。

据悉，Fabio Del Bianco 有着20年男装设计经验，是MONCLER前任设计总监，曾任职于PRADA、DSQUARED2、FRANKIE MORELLO等国际知名品牌，服务于欧洲国宝级奢侈品牌BALLY整体创意及产品



签约仪式现场。

设计。Fabio Del Bianco 对创意和细节的追求和红豆的品牌理念不谋而合，国际设计师为红豆男装带来了全球化视角，也展现出红豆勇于突破创新的开放心态。本次合作是实力与实力的碰撞，也是不同文化间的融合，更是推进本土男装品牌原创设计的一次探索，联名代表着新的尝试，是红豆男装未来与更多国际顶尖设计师合作发展的方向。

近年来，红豆男装一直在寻找“年轻化”突破口，本次民族品牌和国际时尚趋势的交汇、互动将推动品牌的设计创新和产品升级，让60多年的品牌基因与国际

化时尚设计理念相结合，在时代的发展更替中焕发新的生机。(苏密)

本土男装品牌 GXG 借跨界联名加码年轻化



GXG 与日本玩偶熊 BE@RBRICK 展开多元合作。

近日，国内男装品牌 GXG 与风靡全球的日本玩偶熊“BE@RBRICK”推出了跨界联名限定系列，结合了GXG品牌时尚、品质、都市的关键理念，将GXG X BE@RBRICK 中国限定十二周年纪念版积木熊形象融合在服装上，此举标志着该品牌进一步迈向“年轻化”。

在该合作系列中，设计师围绕着“好奇”与“惊喜”发散想象，将BE@RBRICK 独特的轮廓线条勾勒而出，搭配以白色粉笔状字母绘画，使此系列在视觉上妙趣横生。GXG X BE@RBRICK 此次联名推出的夏季联名款服饰，既是积木熊这一IP与国潮的完美融合，也是世界前沿文化与中国先锋时装的一次成功碰撞。

此前，GXG X BE@RBRICK 就已入驻日本东京，开设联名概念店，成为国内优先在日本开店的时尚男装品牌之一；随后，GXG 还联合 BE@RBRICK 推出以BOY AND HIS BEAR 为主题的系列商品在上海新天地首发；此外，限定款积木熊“Bear GXG”也在国内正式发售。

值得关注的是，以GXG、马克华菲等为代表的国内商业男装品牌正在借助电商化趋势进行进一步的品牌形象升级。他们在已经拥有庞大体量和线上线下成熟运营机制的基础上，寻求通过跨界合作等多种创意营销方式实现品牌的年轻化，为消费者带去新鲜感。

从最初的O2O，到全渠道布局，再到如今香港上市，GXG 能在同质化程度较高的国内男装市场中快速突围，一方面是市场的推波助澜，更重要的是其对品牌调性的重视，以及敢于打破传统品牌思维定势的发展眼光。(苏密)



“用针线的朴素力量传承非物质文化遗产，让服装成为中国文化软实力的代表走向世界，以国潮引领国际风潮，这就是隆庆祥未来的重要使命。”



百年老字号隆庆祥： 非遗“朋友圈”的挚友

本刊记者 董笑妍

纺织服装类非物质文化遗产是世界文化遗产的重要组成部分，它见证和延续了中华民族的历史与文化，反映了当时的民俗文化与精神文明，是世代传承的文化瑰宝，对当代文化具有重要意义。

8月3日，非遗品牌隆庆祥2020流行趋势暨定制新品发布会活动即将于北京钓鱼台国宾馆·芳华苑闪耀绽放。届时，众多热爱中国文化的中外贵宾都会到场，共同见证隆庆祥对非物质文化遗产的保护和传承，欣赏在传承非遗的基础上颇具现代人文精神的“隆庆祥式”全新设计。

“活”起来的非物质文化遗产

2017年，隆庆祥传统西服制作技艺入选北京市东城区级非物质文化遗产代表名录。“历史悠久、内容详实、传承关系清楚、特色突出，具有很高的历史和文化价值”，这是北京市东城区人民政府在关于公布第五批区级非物质文化遗产代表项目名录的文件中，对隆庆祥传统西服制作技艺的评价。从四百年前隆庆祥先祖在北京前门开设的第一家“袁氏制衣坊”，到清末袁氏制衣坊成为国内第一批制作西服的制衣店，隆庆祥的手工裁作技艺拥有四百多年的传承历史，凝聚了历史与技术的精华。

纺织服装类非物质文化遗产与大多数传统手工技艺一样，也是以“师传徒、父传子”的方式进行传承的。随着时间的流逝，一代代身怀绝技的民间

艺人故去，这些人类文化的瑰宝可能陷入日益消亡的境地。“唯有创立自己的品牌，才能将非遗的技艺传承和保护下去，重新让它‘活’起来。”谈及隆庆祥品牌创立的初心，品牌总裁李艳艳如是说。同时，李艳艳清醒地意识到，非遗的传承和保护只是基础，寻求一条符合现代人文精神与生活价值的非遗创新之路，才能促使非遗更好地传承发展下去。

当现代技术邂逅非遗

近年来，隆庆祥品牌的非遗传承与创新之路全面开启。一方面，在一代代隆庆祥人的努力下，隆庆祥的传统西服制作技艺入选“北京市东城区级非物质文化遗产代表项目”，非物质文化遗产得以在设计师的重新设计下以更时尚、更精致、更实用的方式贴近现代人的生活，对我国非遗的传承起到了促进作用。

另一方面，隆庆祥正在运用互联网科技，为消费者“智”造超强的体验感。隆庆祥计划打造线上交易线下展示体验平台，在线下智慧门店和终端活动现场，运用现代3D试衣技术，让更多顾客直接见证隆庆祥服装之美，近距离体验非物质文化遗产的巨大魅力，增强品牌与消费者之间的互动体验，激发消费者内心深处的人文情感与时尚基因。

“国潮热”重塑隆庆祥品牌

欲建设纺织强国，打造中国文化软实力，不能

忽视非物质文化遗产的作用和价值，它是其中的“根”与“魂”。

鲁迅先生曾说过：“只有民族的，才是世界的。”尊重并运用民族的、大众的优秀文化，赋予其新的生命力，才能打造出强有力的中国文化软实力。纺织服装类非遗在传承者的巧手下，通过色彩、图案、技艺等方式使服装焕发新的生命活力，与人们建立起情感联系，成为具有特别意义的信息载体。

真正的国潮从来都是中国的历史文化。近年来，包括隆庆祥在内的各大民族服装品牌相继在国际舞台上大放异彩，人们不禁高呼，国潮时代要来了。通过文化、科技赋能服装“智”造，隆庆祥品牌正在被重塑。

连续多年，隆庆祥品牌海报亮相美国时代广场纳斯达克大屏，以醒目的中国红惊艳世界。近年来，隆庆祥西服逐渐受到众多国际友人如意大利前总理、阿尔巴尼亚大使等政商界人士的青睐。今年，隆庆祥又成为新浪财经巴菲特股东大会中美投资人酒会的指定服装品牌……隆庆祥向全世界展示了具有中国文化元素的个性时尚，打造出一张强有力的国家名片。

有积淀，未来才不设限。用针线的朴素力量传承非物质文化遗产，让服装成为中国文化软实力的代表走向世界，以国潮引领国际风潮，这就是隆庆祥未来的重要使命。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

从传统到革新， 洪合毛衫玩出了大趣味

本刊记者 _ 李江敏

由中国纺织工业联合会流通分会、中国纺织工业联合会产业集群工作委员会、中国毛纺织行业协会、嘉兴市秀洲区人民政府共同主办的第九届中国（洪合）毛衫文化节暨金秋毛衫采购节，将于8月7～8日在浙江省嘉兴市洪合镇举行。

据悉，本届毛衫文化节的主题是“源启洪合·链动未来”，同期，惊喜之夜“时尚洪合”2019秋冬新品毛衫发布秀、“构筑电商发展新动能”洪合毛衫电商千人培训计划启动仪式暨首期专题培训、“价值提升与生态创新”2019洪合毛衫供应链和服务机构推介会、2019金秋毛衫采购静态展等多项活动也将接连登场。

高级玩创意：网红经济聚人气

对“中国毛衫针织名镇”洪合而言，如何依托现有资源，把市场局面打开，需要的不仅仅是“会卖”的意识，更需要“会玩”的思维。从传统意义上说，今年上半年是毛衫行业的淡季，大部分商家都处于“休养生息”的状态，但在新零售模式下，洪合积极进取，在电商销售上摸索出一条自己的发展之路。

网红经济作为近年来兴起的一种网络销售新模式，越来越受到消费者的关注和喜爱。作为一个能帮助传统企业转型的工具，利用品牌与供应链基础嫁接网红流量，推动电子商务发展，也是洪合镇借力“互联网+”深化引领毛衫产业转型升级的重要举措之一。今年年初，洪合众创毛衫精品市场与淘宝直播达成深度合作，成功取得了淘宝官方授权毛衫产业带直播执照，成为目前唯一一家毛衫行业淘宝产业带直播基地。线上线下的有机融合，也让洪合毛衫进一步走红网络。

目前，网络营销模式在洪合镇众创毛衫精品市场里已经成为常态。“宝宝们，看这里哦，衣服的材质非常舒服”“这款衣服的独特之处就在袖口上哦”“感谢这位宝宝下单”……早上7点多，淘宝主播“厂长女儿柒柒 Moon”就已经赶到洪合进行淘宝直播。中午时分，后台数据已显示，近4个小时的直播过程中，共有6900多位访客来到她的直播间，订单数达到928个，销售金额20.17万元。

在洪合镇党委、政府的支持下，洪合众创毛衫精品市场不断为商户拓展销售新渠道。目前重新规划配备了18个直播间，大力引导和培养市场内网络直播，结合淘宝官方授权的产业带直播基地授牌，洪合众创毛衫精品市场积极抓住新零售时代的机遇与挑战，进一步助力洪合毛衫加快转型升级的步伐。

除此之外，洪合镇还推出了百名“老板娘”直播项目，引领新零售发展。充分利用大数据进一步放大毛衫电商众创基地的集聚示范效应，继续发展互联网平台经济，加快服务业提质增效，促使洪合毛衫产业提档升级。



第九届中国（洪合）毛衫文化节 暨金秋毛衫采购节活动日程

时间：8月7日 20:00～21:00

内容：惊喜之夜“时尚洪合”2019秋冬新品毛衫发布秀

地点：众创市场1号楼南广场

时间：8月8日 9:30～11:30

内容：“源启洪合·链动未来”2019第九届中国（洪合）毛衫文化节暨金秋毛衫采购节开幕式

地点：众创市场1号楼南广场

时间：8月8日 14:00～16:00

内容：“构筑电商发展新动能”洪合毛衫电商千人培训计划启动仪式暨首期专题培训

地点：众创市场29号楼5楼

时间：8月8日 16:00～17:00

内容：“价值提升与生态创新”2019洪合毛衫供应链和服务机构推介会

地点：众创市场29号楼5楼

时间：8月8日 14:00～17:00

内容：洪合毛衫产业高质量发展研讨会

地点：富悦酒店会议室

时间：8月8日 20:18～21:30

内容：“美丽洪合”文艺晚会

地点：众创市场1号楼南广场

时间：8月7日下午～8月8日下午

内容：2019金秋毛衫采购静态展

地点：众创市场重庆路广场

时间：全程

内容：“加强产业对接 促进区域合作”2019百团千人采购对接会

地点：洪合

顶级玩概念：思维高度破格局

中国（洪合）毛衫文化节暨金秋毛衫采购节作为毛衫行业的一大盛事，已连续成功举办8年。可以说，一年一度的“毛衫文化节”精彩地刻画了洪合成长为全国闻名的“中国毛衫针织名镇”的发展轨迹。

在当前“互联网+电商”环境下，创新营销的新玩法、新模式层出不穷，面对各种烧脑创意、新奇玩法使得市场出现了极大的人才缺口。面对新环境、新挑战，如何能够快速补齐市场人才缺口，帮助企业搭上“互联网+”的飞车成为重中之重。

基于此，中国纺织工业联合会流通分会为提高孵化基地的服务水平和提高会员单位的人才储备，计划在全国各孵化基地、产业集群、专业市场开展“电商千人培训计划”，帮助企业加强在电商销售、运营、管理等方面的人才培育。在本届毛衫文化节上，洪合众创毛衫精品市场将作为“电商千人培训计划”的第一站，开启千人培训的巡礼之路。

据悉，本届毛衫文化节将会有行业领导、国内纺织行业知名企业领袖、重点产业集群地负责人、互联网经济领域的研究专家和学者出席盛会，共同探讨毛衫发展前景，交流毛衫业内资讯。此外，洪合毛衫电商千人培训计划启动仪式暨首期专题培训、2019洪合毛衫供应链和服务机构推介会、2019百团千人采购对接会等一系列相关活动，也将进一步增强洪合毛衫市场与全国其他区域专业市场、产业集群之间，品牌商、批发商、代理商和零售商之间的交流与合作，更将为业内提供广阔的交流、合作、共赢平台。

邀天下客，迎四海友，金秋不负遇见，洪合与你约。8月7～8日，一起来洪合探索融合创新的发展路径，将中国毛衫产业重新定义。TA

初级玩天赋：天下毛衫汇洪合

洪合毛衫产业起始于20世纪80年代初，1975年，一批上海知识青年以地缘优势为依托，开启了洪合镇毛衫产业的先河。那时凭借320国道横穿洪合镇的优势，他们将毛衣摆摊于路边，过往司机歇脚便产生了交易。价廉物美的羊毛针织衫广受欢迎，远销全国各地，洪合镇就这样一步一个脚印地走进了崭新的羊毛衫针织产业时代。

1994年8月洪合撤乡建镇后，拥有羊毛衫门市部及毛衫门市部4000多家，一跃成为全国最大的羊毛衫专业批发市场之一。市场的火爆促进了产业的集聚，洪合镇这个2.7万人口的小集镇，一下容纳了10万多人，洪合人生产的毛衫大量出口到俄罗斯，远销东欧、中亚。到2002年，洪合人大胆引进了四台德国电脑横机，以毛衫市场为平台，开启了洪合毛衫产业品质国际化发展的新时代。与此同时，一个新的关联产业也迅速成长起来，拥有24条线路的托运中心，已经可以把洪合生产的羊毛针织衫运往世界的任何一个地方，而洪合的针织企业也逐步开启了令人瞩目的外贸时代。

改变思想认识，变换方式理念，一个“变”字诠释行动密码。产业变革的大浪潮下，洪合毛衫也顺势而为。在政府的全力推动下，2017年8月，洪合众创毛衫精品市场宣布正式开业，这也是洪合镇借力“互联网+”，推动毛衫产业向“微笑曲线”高端发展的核心市场。

同期，“毛衫汇”平台也正式上线。客商来到洪合镇做毛衫生意，只要下载这款名为“毛衫汇”的手机APP，就能在上面找到各种款式的时尚毛衫，并通过“智慧市场”，智能匹配产品、商家，快速找到厂商所在的商铺位置，当场下单，极为便捷。

让新动能挑起重担，让旧动能焕发新生机，一个“新”字诠释发展新方位。2018年开始，洪合众创毛衫精品市场开展了“地推计划”，遍及全国各大省会城市及周边市场，收录了数万名精准采购商信息于“毛衫汇”大数据库中。“毛衫汇”平台通过联合业内各大大批发市场、线上平台，汇聚数据分析趋势赋能市场，实现了买卖双方的精准匹配、流行趋势的分析发布及优化采购商往来的便利，用大数据助推市场赢得未来。

纺织服装周刊

“新零售” 让传统纺织服装产业焕发新生

大连泛瑞客制衣有限公司“设计－生产－销售”智能化管理模式探索

初雪梅 / 文

随着 5G 时代的来临，人工智能的快速发展，大数据的建立和使用，线上线下综合销售的新零售商业模式应运而生。该销售模式以互联网技术为基础，以大数据为导向，以更贴近客户为宗旨，充分进行供应链的整合，在不同场景中充分满足客户的需求。



纺织服装行业是零售业中的重要品类，在互联网技术普及运用的数字化时代下，在经济发展新常态和消费升级的大背景下，传统实体门店服装零售流通效率有所下降，服装电商在经历快速发展阶段后也呈现出增速放缓、信息不对称、互动性减弱、用户体验不佳、消费欲望减弱等弊端。现阶段，纺织服装产业正在经历一场以新零售为标志的变革，在新一轮的变革中，传统纺织服装企业更应该抓住新零售这一发展机遇，运用新零售模式升级消费者购物体验，变革消费者购物方式，满足消费者个性化需求，构建零售业的全渠道生态格局，让传统纺织服装产业焕发出新的生命力。

近年来，大连泛瑞客制衣有限公司紧抓新零售发展机遇，不断探索服装“设计－生产－销售”智能化管理模式，专攻男装定制，研发定制管理系统，以工厂的智能化改造为手段，以工人的技术培育为根本，通过线上线下的完美融合，走出了一条高端男装定制的差异化路子。在实现了设备、生产智能化的同时，也改变了服装产业的生产销售格局，把男装“设计－生产－销售”带入人工智能时代。

三大因素， 制约纺织服装企业智能化发展

纺织服装产业是我国国民经济的重要支柱产业，也是传统劳动密集型产业。近年来，随着原材料价格直线上升，劳动力成本持续攀升，纺织服装企业面临产能结构性过剩、人口红利消失等现实状况。在经历了淘汰落后产能的“阵痛期”之后，中国纺织服装企业开始新一轮内部改造，探索智能制造为主的产业升级发展的新方向，智能化已然成为纺织服装企业发展的新趋势。

随着纺织服装行业智能化发展的逐步推进，制约纺织服装企业智能化发展的因素逐步显现。

支撑智能化发展的基础设施滞后。信息是企业管理的重要资源之一，互联网技术、大数据建设等基础设施的发展不均衡，导致传统纺织服装企业生产链存在单向性、封闭性、信息数据不流通等缺陷，这一定程度上导致供需双方信息的不对称，阻碍了零

售端数据与研发生产端数据的流通，延迟企业管理者的决策时间。此外，企业零售端数据经层层传递，存在失真风险，这也导致企业在研发时对产品设计和市场需求做出误判，使产品无法满足消费者的需求。

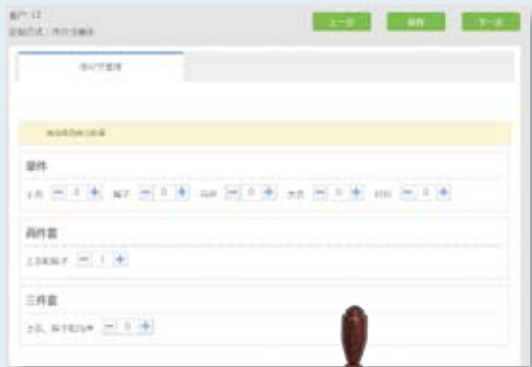
推动智能化发展的人才资源匮乏。发展智能制造是制造业的发展趋势和核心内容，也是实现中国制造业智能升级、跨越发展的根本途径。与之相对应，这对智能制造应用型人才的培养也提出了更高的要求。现阶段，适应智能制造发展的相关专业人才短缺、人才结构不尽合理，比如电子商务人才、移动互联网人才、互联网金融人才等领域的培养机制与企业需求存在脱节，企业中传统制造型人才占比较大，跨界融合型人才资源匮乏。

响应智能化发展的观念参差不齐。智能制造不是简单的用机器替代部分劳动力，而是要让“智能化”融入到企业订单、供应链、生产、销售、服务的每一个环节，打造柔性供应链，用供给侧结构性改革的理念，以智能的手段，实现中国制造的转型升级。在纺织服装产业智能化转型发展进程中，仍有部分企业存在较为严重的观念固化现象，对智能化发展抱有观望和怀疑的心态，担心智能化发展会冲击企业现有的商业模式，不敢或不愿放弃固有的经营模式和既得利益，这一定程度上也阻碍了纺织服装行业的智能化发展。

四大系统， 打造服装定制行业“路由器”

面临着经济社会发展带来的巨大技术变革和激烈市场竞争，企业要增强综合竞争力和生存能力，势必要整合自身核心观念、发展智能化技术。数字化技术是新零售兴起的核心驱动力，推动着新零售的发展，也对纺织服装企业的供应链提出了更高的要求。

为此，大连泛瑞客制衣有限公司积极运用数字化技术构建了一个智慧供应链平台——定制管理系统，全方位打造智能下单系统、智能仓库管理系统、智能样板系统和智能生产系统，以此实现设计、订单、仓库、技术、生产、出货等环节的智能化、可视化、透明化和实时化，不仅节省时间成本和人力成本，更贯通了



大连泛瑞客制衣有限公司探索“设计－生产－销售”智能化管理模式，创新研发出定制管理系统。

“设计－生产－销售”，打造出高效的私人订制生产链，切实做到让消费者直接对接工厂，传递消费者多样化和个性化的诉求。

智能下单系统，让消费者直接对接工厂。在大连泛瑞客制衣有限公司的智能下单系统中，储存着成千上万的消费者体型、服装版型、细节款式、服装面料等多类大数据。在该系统上，消费者可根据个人喜好选择面料、里料、辅料、款式、设计细节等元素，进行自定义组合，高效便捷地自主下单。消费者下单后，线上订单将直接进入智能样板系统，根据消费者上传的数据自动生成新设计。该系统不仅直接面向消费者，还能智能标注特殊体型、智能分配任务、跟踪制作进度，有效提高服装设计自动化水平。

智能仓库管理系统，链接“设计－生产－销售”。智能仓库管理系统实现了库存数量、库位与线上订单的同时同步，可根据智能下单系统的大数据来完成精准备货、自主配料，控制原材料成本，节省人力成本。定制企业为了提高客户需求有效服务，会压缩服务时间、服务周期来提高客单销量，为此就要提高备货量，这给企业带来了一定程度的库存压力。精准的商品企划案可以提高备货材料的销售，减少备货库存量，提高客单销量，智能仓库管理系统即可视作企业的“智能商品企划案”，实时链接设计、生产和销售，通过定制管理系统得到的大数据，帮助企业决策者了解颜色、花型、款式等流行趋势，精确消费者年龄阶层，以此分析顾客喜好，做到精准备货。

智能样板系统，落实人人可设计、“一人一版”专属服务。智能样板系统以现有产品的版型、工艺为基础，根据客户需求自动生成新版型，专注“一人一版”专属定制。同时，系统对现有数据进行分析计算，生成可直接用于生产的订单数据信息，进行大数据累积。通过自动设计排料图，智能化分析订单工艺、订单物料，进行快速、直观、有效的信息处理，实现个性、优质、高效的定制设计和生产。

智能生产系统，实现可视化、可追溯生产。传统服装企业业务量大，工作流程多，且岗位工作任务指令不明确，缺少计划时间的控制，容易在工作过程中出现执行结果不到位、缺少结果的监控反馈和数字化的工作绩效考评等问题。智能生产系统有效解决了上述问题，给每件衣服设置一个条形码，对

衣服款式、版型、工艺、面辅料、CAD 资料、量体数据等相关资料进行合理管控，实现可视化、可追溯生产的同时有效降低公司内部各部门之间的沟通成本。

三大优势， 促进制造业与服务业融合

定制管理系统带来精准、高效、智能化管理的同时，减少了辅助员工，避免了人为因素带来的流水线滞留、错配、混配等问题，解决了定制产品的规模化生产和个性化定制产品生产周期长、成本高等问题。同时，该系统有效解决了快速高效、规模化、柔性化生产，个性化产品的规范化生产的关键技术问题，切实打造以消费者体验为核心的新零售模式，将线上线下的服务体验以及现代物流进行深度融合，升级改造男装定制化设计、生产和销售过程，重塑男装定制业态结构和生态圈。

打造高效生产链，缩短生产周期。定制管理系统将消费者、企业、工厂放置于同一平台，打造“生产－设计－销售”一体协同的高效生产链，缩短消费者与工厂之间的距离，让工厂直接对接消费者，降低沟通成本。通过智能化缩短生产链各环节接收信息的反应能力，缩短定制生产周期。

培养专业团队，降低人力成本，提高管理效益。以“专人专事”为立足点，公司培养了一支包含互联网技术人员、电子商务人员、设计师、量体服务人员、销售、客服等多领域的专业化人才队伍，全方位服务于智能下单系统、智能仓库管理系统、智能样板系统和智能生产系统的各个环节，以此实现订单、仓库、技术、生产、出货等过程的可视化、透明化和实时化，有效降低企业人力成本，完善供需双方信息接收渠道，保证双方信息接收的准确性与及时性，提高管理效益。

聚焦私人定制，注重体验消费。定制管理系统能够在获得消费者数据后，自动索引，进行配比、合理组合、细微调整，计算出一套全新的、仅属于下单者的独一无二的版型，随后自动裁剪、生产。在此过程中，该定制系统为消费者提供面料、里料、辅料、款式等多样化的选择，提供个人量体、一对一咨询等个性化服务，注重给消费者独一无二的体验和感受。TA



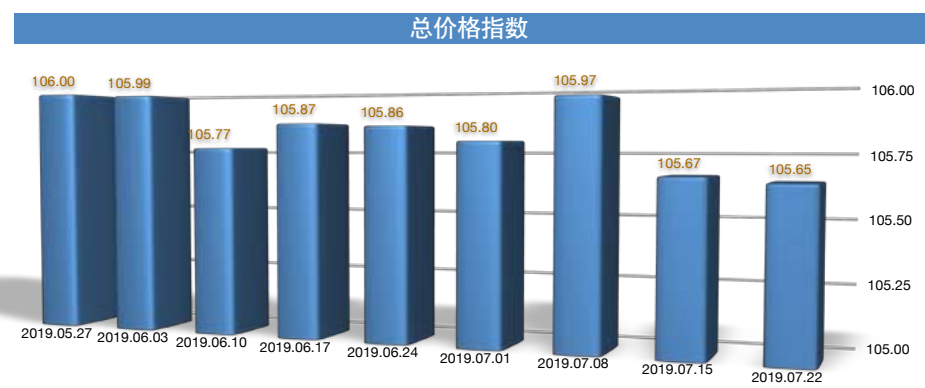
作者简介

初雪梅，大连泛瑞客制衣有限公司董事长
主要研究方向：纺织服装国际贸易－设计－生产－销售及IT应用
主要研究成果：《关于数字化男装样板大数据管理系统的开发与研究》、《论数字化管理平台技术对男装生产的推动作用》、《基于大规模定制的男装产品开发设计研究》、《关于“网上男装定制”平台的开发设计与可持续发展的研究》。

市场销售继续回缩 价格微幅下跌

20190722 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20190722 期纺织品价格指数收报于 105.65 点，环比下跌 0.02%，较年初下跌 0.32%，同比下跌 0.11%。



近期，中国轻纺城市场营销继续回缩，其中：原料市场价格明显下跌，坯布市场价量小幅回升，服装面料市场布匹价量小幅推升，家纺类产品成交价量小幅回升，辅料行情明显回升。

原料价格明显下跌，涤纶明显下跌、纯棉纱行情依然平淡

据监测，本期原料价格指数收报于 83.11 点，环比下跌 1.08%，较年初下跌 2.18%，同比下跌 1.19%。

聚酯原料行情震荡下行，涤纶行情明显下跌。本期涤纶原料价格指数明显下跌。上游聚酯原料行情震荡下行，近期华东地区 PTA 现货主流 6340 元 / 吨，MEG 主流 4355 元 / 吨左右，聚酯切片市场报价环比下跌，江浙地区半光切片现金或三月承兑 7150 元 / 吨左右。近期，涤纶工厂降价促销，产销整体依旧偏弱，加之上游原料 PTA 走势震荡下行，成本面亦暂无利好；涤纶长丝价格呈现回落趋势，在产销低迷下，行业库存也随之上升。萧绍地区涤纶市场行情环比下跌，厂家报价环比下跌，POY、FDY、DTY 行情环比下跌；涤纶交投较为冷清，直纺涤纶长丝产销有所下降；因终端下游呈现弱势走势，订单环比回落下，销售速度局部有所减缓，市场行情呈现环比下跌态势。近期，涤纶短纤价格环比下跌，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 8000 元 / 吨；短纤企业产销压力陡升，累库情况较为普遍。

纯棉纱行情平淡，人棉纱价格重心疲软。纯棉纱市场行情总体平淡，市场成交不佳，纱厂走货有限，减产企业局部增加。因上游棉花大盘依然无力，价格调整不足，市场心态难以好转；又因下游订单较少，织厂多有库存，而商家多谨慎看淡后市，以销定进为主导。萧绍地区纯棉纱市场气氛平淡观望，报价基本稳定，局部下跌，纯棉纱市场总体行情以偏弱观望为主。近期纯棉纱市场在下游外销不足及棉花气氛无力下，以稳中心平淡整理为主导，厂家压力不减。面对偏弱的环境，市场供需矛盾凸出，成本面支撑乏力，涤纶纱线企业多以执行前期订单为主。预计在纺纱触及亏损或仅余微利之际，市场价格深跌迹象不强，部分心存挺价情绪的企业或于近日相继跟跌。

最近粘胶短纤价格的平稳疲态出现，心态开始走淡，其主要因素一方面是下游人棉纱行情改变有限，销售不大，价格上调乏力，对粘胶短纤的补货量普遍不高。人棉纱市场总体销售气氛在原料价格逐渐平稳下，也是走稳为主，市场商家多以补货为主，心态难振，导致市场依旧改变不大。

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 119.13 点，环比上涨 0.35%，较年初上涨 0.57%，同比上涨 0.92%。

本期坯布类价格指数呈小幅上涨走势。近期，坯布厂家订单环比回升，秋季坯布下单局部增加，销售速度局部有所加快，成交量呈现环比增长走势。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，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升；混纺纤维坯布行情环比回升，价格指数呈小幅上涨走势，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，拉动坯布类总体价格指数小幅上涨。

服装面料销售环比推升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.25 点，环比上涨 0.30%，较年初上涨 0.40%，同比上涨 0.09%。

服装面料类价格指数小幅上涨。近期，因内需市场需求局部推升，夏季新风格面料现货成交和订单发货局部小增，秋季面料订单发货局部增加。因创新面料需求环比推升，部分布业公司和规模性经营门市现货成交和订单发货环比小增，兼具时尚元素创意产品成交环比小增，价格环比小涨，市场行情震荡推升。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤毛面料、涤氨面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉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推升，成交批次局部增加，连日销量呈小幅增长走势，夏季锦棉面料现货成交和订单发货环比推升，秋季锦棉面料订单发货环比增加，创新创意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 101.79 点，环比上涨 0.51%，较年初下跌 0.26%，同比下跌 0.35%。

本期家纺类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城家纺市场营销小增，创新色泽花型面料订单发送量环比回升，兼具时尚元素创意产品现货成交和订单发货环比增长，价格小幅上涨。其中：床上用品成交明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；窗纱类现货成交和订单发货环比小升，小批量多品种色泽花型成交环比小升，中批量成交局部小增，较大批量成交局部亦有小幅回升，价格指数呈小幅上涨走势；窗帘类行情略有回升，价格指数环比微涨，拉动家纺类总体价格指数小幅上涨。

市场行情明显回升，辅料指数明显上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 130.92 点，环比上涨 1.24%，较年初下跌 1.18%，同比上涨 0.05%。

本期服饰辅料类价格指数明显上涨。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情明显回升，现货成交和订单发货呈现一定幅度增长走势。辅料类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；线绳类成交明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；带类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；花边类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类成交环比回升，价格指数呈小幅上涨走势，拉动辅料类总体价格指数小幅上涨。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因夏日淡市，下游需求局部下降，后市夏季面料供给环比回缩，夏季面料现货成交环比下降，秋季面料采购局部显现不足，织造企业开机率逐步下降，印染企业产出锐减，南北客商认购踊跃度将震荡小跌，市场行情走势局部偏淡，整体市场成交将呈现震荡小跌走势。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：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

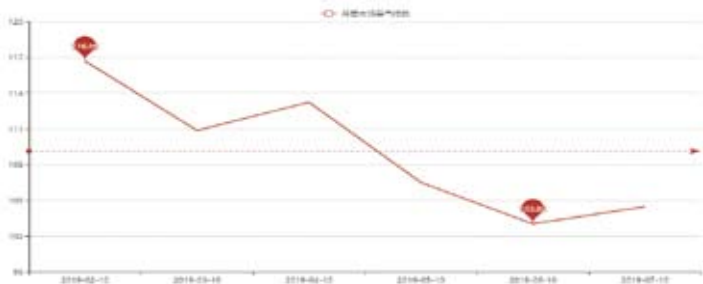


织造去库存加快 市场景气缓升

2019 年 6 月份商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”市场景气点评

据商务部中国·盛泽丝绸化纤指数（下称“盛泽指数”）监测显示，2019 年 6 月份盛泽市场月度景气指数全线上涨。数据显示：2019 年 6 月份市场整体景气指数为 104.46 点，与 5 月份相比上涨了 1.43 点。从分类产品市场景气指数来看，化纤类产品 6 月份市场景气指数为 103.83 点，较 5 月份上涨了 0.91 点；丝绸类产品景气指数小幅反弹，较上月上涨了 1.06 点，收在 108.54 点。

图1 盛泽市场月度景气指数走势图



分析可见，5 月市场行情较往年偏淡，但到了 6 月，市场补原料的动作变得频繁，聚酯工厂的产销迎来几波爆发，虽然市场大环境仍然不好，但整体较上月略有反弹。蚕茧丝绸同样如此，在前期整体弱势的情况下，景气指数稍有上涨。

影响化纤产品景气指数的因素分析

1. 中美贸易谈判存在进展，PTA 检修集中爆发。进入 5 月份，纺织市场受到了宏观消息面的重大影响。6 月 18 日，中美两国元首互通电话，双方约定在二十国集团领导人大阪峰会期间再次会晤，就双边关系等问题进行深入沟通。受此影响，全球市场出现一片涨声，人民币盘中一度升值 400 个基点，纳斯达克、道琼斯、A 股等指数均有不同程度的上涨，聚酯原料 PTA 也走上了上涨的道路。另一方面，6 月中旬，PTA 产能检修集中爆发，市场上 PTA 供应本就紧张，检修的产能一多，市场上 PTA 便供不应求，资金面进行了同步炒作，PTA 的价格直线上涨。从价格来看，PTA 现货价格从月初的 5590 元 / 吨上涨到月末的 6700 元 / 吨，上涨超过 1100 元 / 吨。

图2 盛泽市场化纤类产品景气指数走势图



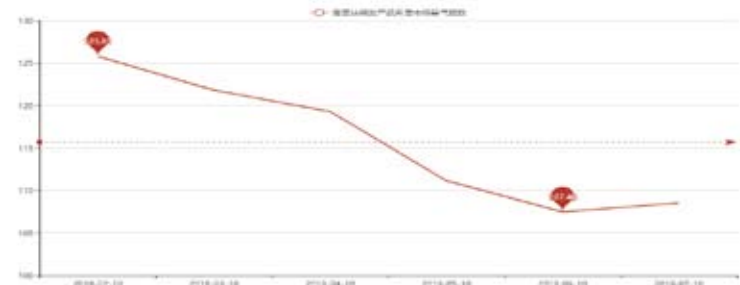
2. 原料价格上涨，聚酯产销迎来多波爆发。5 月，因市场销售整体不景气，聚酯原料价格长期处于低位，聚酯产销基本也在 4 ~ 5 成徘徊，聚酯工厂库存积压严重。到了 6 月，行情有所改观。在众多利好消息带动下，PTA 在 6 月的涨幅非常明显，涤纶长丝的价格也迎来了久违的上涨，聚酯产销较上月有所反弹，有两次产销甚至超过了 200%。从涤纶长丝具体价格来看，6 月底市场主流厂家 FDY150D 平均报价下降至 8900 元 / 吨附近，相比上月底价格大幅上涨近 850 元 / 吨；另外月底国内市场主流厂家 POY150D 平均报价较上月底大幅上涨近千元至 8430 元 / 吨；截至 5 月底，国内市场主流厂家 DTY150D 平均报价上行至 9900 元 / 吨附近，较上月底价格相比上涨了 700 元 / 吨。

3. 贸易商开始囤货，库存压力有所缓解。进入 6 月份，虽然市场新单成交不如预期，但是部分贸易商开始囤货，帮助织造企业消化掉了一些库存。因原料价格上涨，坯布价格存在很大上涨空间，加上市场存在一些炒作现象，因此 6 月的纺织市场较 5 月有所回暖。开机率方面，由于市场库存仍有积压，厂家压力较大，部分厂家在五一小长假多放假，目前厂家生产积极性稳定，喷水、喷水织机开机率在 8 ~ 9 成左右。

影响蚕茧丝绸类产品景气指数的因素分析

1. 丝绸出口出现回落，降幅继续扩大。丝类、绸缎、丝绸制成品出口额均延续下降态势，其中丝绸制成品同比降幅继续扩大，已达 68%。1 ~ 4 月，丝类出口同比下降 12.1%，占比 24.49%，出口数量同比增长 1.3%，出口单价同比下降 13.22%；真丝绸缎出口同比下降 30.79%，占比 26.42%，出口单价同比下降 17.33%；丝绸制成品出口同比下降 67.53%，占比 49.08%，出口单价同比下降 35.74%。对欧盟出口降幅扩大近个百分点，对美出口降幅仍保持在 65% 左右，上月唯一出口额同比增长的印度市场也由升转降。排名前五位的市场依次为：欧盟（同比下降 46.09%，占比 29.39%）、美国（同比下降 64.71%，占比 18.2%）、印度（同比下降 0.78%，占比 9.12%）、日本（同比下降 23.04%，占比 7.54%）、东盟（同比下降 4.21%，占比 6.98%）。

图3 盛泽市场蚕茧丝绸类产品景气指数走势图



2. 丝绸影响力扩大，产业发展迎来新机遇。我国蚕桑丝绸产业源远流长，不仅是中华文明的重要载体，更走出了连接中外经济和文化的“丝绸之路”。目前，我国蚕桑丝绸产业规模全球领先，蚕茧和生丝产量占全球 80% 以上，一大批技术装备研发取得新进展，传统丝绸工艺技法得到传承和发扬，有效提升了丝绸文化的影响力。近年来，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期。新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展，新技术、新产业、新业态、新模式不断涌现，为推动经济高质量发展提供了动力，也为蚕桑丝绸产业发展带来了新机遇。

后市预测

综合来看，6 月的整体行情较 5 月有所好转，在大量宏观面利好消息下，聚酯原料价格大幅上涨，从而带动了织造市场的一波去库存。但另一方面，终端服装产业整体表现不佳，对面料的需求整体减少，加上因为喷水织机产能提升带来的供大于求行情，使得未来市场前景仍不乐观。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

纺织服务网

intertextile
SHANGHAI home textiles

中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会

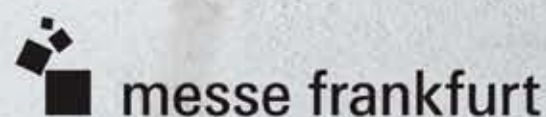
China International Trade Fair for Home Textiles and Accessories – Autumn Edition

秋冬展 Autumn Edition
2019.8.28-31

中国 国家会展中心 (上海)
National Exhibition and
Convention Center (Shanghai), China

www.intertextile-home.com.cn
www.intertextilehome.com

纺织服装周刊



— 2019 —

中国（洪合）毛衫文化节

.....

源启洪合 链动未来

第九届中国（洪合）

毛衫文化节

暨金秋毛衫采购节

活动时间：2019年8月8日

.....

活动地点：洪合众创毛衫精品市场南广场

纺织服装周刊