

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

2019.08.12 | 第29期 | 总第941期

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



世界商大会
中国纺织

2019 第二届世界布商大会

中国·绍兴柯桥
Kegjiao 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

2019.09.27-29



P14

“纺织之光·爱益行”走进色达

P18

《穿衣革命》见证服装行业70年风云变迁

8月3日，隆庆祥2020流行趋势暨定制新品发布会在京举行。关云鹤摄

CHIC

2020

03.11-13

MARCH
EDITION



中国国际
服装服饰博览会(春季)

CHINA INTERNATIONAL
FASHION FAIR
(MARCH EDITION)

国家会展中心[上海]
National Exhibition and
Convention Center [Shanghai]



主办单位: 中国服装协会 / 中国国际贸易中心股份有限公司 / 中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 | 承办单位: 北京时尚博展国际展览有限公司 / 北京国贸国际会展有限公司 | www.chicfair.com

关注CHIC微信公众号

纺织服装周刊



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

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

编委会名单

主任 王天凯
副主任 高 勇 孙瑞哲 徐文英 杨纪朝 夏令敏 陈伟康 王久新

委员 (按姓氏笔画排序)

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

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

总编助理 万 晗 袁春妹

采编中心

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

美编 郭 淼
资深摄影 关云鹤

新媒体部

主任助理 李江敬
美编 李举鼎

行政管理中心

总监 郭也可(兼)
办公室
主任 黄 娜
副主任 刘 萍
财务部
主任 崔淑云
专员 张 艳

热线电话

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

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

广告发布登记许可号: 京东工商广登字20170146号

本刊广告总代理: 中纺网络信息技术有限公司

出版发行: 《纺织服装周刊》杂志社

地址: 北京朝阳区东四环中路39号华业国际中心B座207二层(100025)

定价: 每期人民币12元

欧洲合作媒体:

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

初心如磐,使命在肩

当前,“不忘初心、牢记使命”主题教育正在各地区各部门各单位扎实开展。苍茫林海,扎根大地才能根深叶茂;大江大河,不忘源头才能奔腾不息。作为支撑经济发展的基础产业和重要民生产品的供给部门,中国纺织工业始终将满足人民对美好生活的新期待,推进国家富强、民族复兴、人民幸福作为责任与使命,更将“守初心、担使命,找差距、抓落实”贯穿于主题教育全过程。

在日前举行的2019年年中工作会暨“不忘初心、牢记使命”主题教育专题党课上,中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、会长孙瑞哲分别以“守初心担使命找差距抓落实,促进纺织工业高质量发展”、“‘不忘初心、牢记使命’深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,推进纺织行业和中纺联工作高质量发展”为题,讲述了如何在纺织工业中践行和体现“不忘初心、牢记使命”。

高勇指出,守初心,满足人民对美好生活的需求是纺织人的初心。要牢记全心全意为人民服务的根本宗旨,以坚定信念坚守初心,牢记共产党人永远不能脱离群众;担使命,建设纺织强国是纺织人的使命。要牢记党肩负的实现中华民族伟大复兴的历史使命,以坚韧不拔的意志、无私无畏的勇气,战胜前进道路上的一切艰难险阻,在实践历练中积累经验智慧;找差距,要对照新时代中国特色社会主义思想,对照党章党规,对照人们美好生活新需求,坚持高标准严要求,积极寻找差距;抓落实,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行动,把初心使命变成党员干部锐意进取、开拓创新的精气神和埋头苦干、真抓实干的自觉行动。

一代人有一代人的长征,一代人有一代人的使命担当。孙瑞哲在党课上谈到,今年是新中国成立70周年,行业从不能满足国内需求做到了衣被天下,成为支撑世界纺织工业体系平稳运行的核心力量。新形势下,如何实现高质量的发展,为中华民族伟大复兴注入行业力量,考验着中国纺织人的智慧与能力、责任与担当。

革命任重道远,发展不能停歇。中国纺织人正沉心反思,抬头远望,以供给侧结构性改革为主线,以高质量发展为方向,践行“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念,深化落实“科技、时尚、绿色”的产业新定位。永葆初心、勇担使命,纺织强国路将风雨无阻、一往无前。

CONTENTS

6 资讯 INFOS

人民币破7,纺织企业更需关注实体业务
服装服饰印花“双会”将于8月启幕
贝斯特:从客户端诠释创新价值

8 关注 ATTENTION

中纺联开展主题教育党课学习,积极推进行业工作
“纺织之光·爱益行”走进色达
不忘初心、牢记使命,共筑纺织强国梦
《穿衣革命》见证服装行业70年风云变迁

20 科教 SCIENCE

“纺织之光”南通搭台,推广非织造布生产装备新技术

26 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

“帘”入万家“成”就生活
成品窗帘+网红直播

30 品牌 BRAND

看中国品牌如何“重塑”未来
通透至简,致敬文化,致敬生活

34 行业 INDUSTRY

科技成就面料之美
撕掉标签,女装时尚没有标准答案

38 展会 EXHIBITION

审美C位,不一样的“限定款”

39 观察 OBSERVATION

我国纺织服装品牌发展任重道远

40 指数 INDEX

夏日淡季成交回缩 指数小幅下跌
聚酯产销先高后低 指数稳中有升



12 关注 ATTENTION

全国刺绣技艺传承人齐聚兴安盟

8月1日,来自全国各地的手工刺绣技艺传承人齐聚内蒙古兴安盟,参加首届中国手工刺绣传承创新大会。本次大会以“奋斗逐梦·绣美山河”为主题,举行了展览洽谈、高峰论坛、参观考察、研讨交流等一系列活动。



22 特别报道 SPECIAL

勾勒智能供应链与智慧产业蓝图

7月30~31日,第12届全球纺织服装供应链大会在浙江省宁波市海曙区召开。大会以“智能供应链与智慧产业”为主题,集全球纺织服装经济、管理、设计、营销等领域的领袖与专家于一堂。

纺织服装周刊

人民币破 7, 纺织企业更需关注实体业务

8月5日,人民币对美元汇率有所贬值,突破了7元。目前,市场还处于变化之中,人民币贬值和升值的可能性同时存在。不要仅仅盯汇率,企业还要更多关注实体业务,成为纺织行业从业者值得关注的要点。

安徽一家大型服装制造企业经理徐辉表示,对此他早已有心理准备,他所在的公司已经做的锁汇举措可能因为最新的汇率变化暂时受到一定程度的账面影响。吴江伟华纺织有限公司经理李昌春则表示,由于该公司近年来出口规模不大,所以一般不采取锁汇的举措。李昌春说,这次人民币汇率破7,对整体的外贸来说是利好,对业内来说更多的只是心理预期上的影响。

据海关统计,今年上半年我国对美国进出口1.75万亿元人民币,同比下降9%,其中对美出口1.35万亿元,同比下降2.6%;自美进口3993.8亿元,同比下降25.7%;贸易顺差9548.1亿元,扩大12%。

日前,国务院新闻办公室举行新闻发布会,海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文介绍2019年上半年进出口情况时表示,尽管中美双边贸易数据有所下降,但我国外贸整体进出口数字依然保持增长,全球仍高度看好中国市场的潜力。

中国人民银行有关负责人就人民币汇率相关问题回答提问时也表示,人民币对美元汇率有所贬值,突破了7元,但人民币对一篮子货币继续保持稳定和强

势,这是市场供求和国际汇市波动的反映。

该负责人强调,不希望企业过多暴露在汇率风险中,支持企业购买汇率避险产品规避汇率风险。同时也要看到,目前人民币汇率既可能贬值,也可能升值,双向浮动是常态,不仅是企业,即便更为专业的金融机构也难以预测汇率的走势。

该负责人建议,要专注于实体业务,不要将精力过多用在判断或投机汇率趋势上,要树立“风险中性”的财务理念,操作外汇衍生品应以锁定外汇成本、降低生产经营的不确定性、实现主营业务盈利为目的,而不应以外汇衍生品交易本身盈利为目的。

(翟雯)

协会 | ASSOCIATION

服装服饰印花“双会”将于8月启幕

为了进一步整合服装服饰印花产业链上下游优势资源,建立新意识、找准新定位、探索新模式、寻求新路径、共谋新发展,在中国纺织工业联合会指导下,由中国印染行业协会主办的“2019中国服装服饰印花发展大会”将于8月27~28日在广东省虎门镇召开。

届时,主办方将发布中国服装服饰印花行业现状和发展报告,邀请近二十位演讲嘉宾,就国内外服装服饰印花资源配置和海外转移路径、打造互联网供应链服务新生态、文化创意与时尚价值等热点和难点问题同与会者进行深入交流。

此外,大会主办方还将于8月29~31日在虎门会展中心举办第二届中国国际服装服饰印花博览会。该博览会将汇集并展出当下最能反映服装服饰印花全产业链高水平及发展的工艺和技术、装备和材料,快速反应服装印花柔性化生产,进行文化服装个性化定制现场演示等。

此次“发展大会”期间将公布“第三届中国服装服饰印花精品大赛”评奖结果,举行多场由著名服装品牌、行业集群与地方协会、国内外专业买手、供应链上下游企业参与互动的交流对接会和研讨活动。(中国印染行业协会)

产品开发贡献奖启动申报评审工作

日前,为鼓励产品开发管理创新,树立中国纺织行业产品开发管理创新的先锋企业,建立、推广可持续发展的产品开发创新管理模式,提高中国纺织企业产品设计市场竞争力,促进产业转型升级,中国纺织工业联合会在全行业启动2019年度“中国纺织工业联合会产品开发贡献奖”(以下简称“产品开发贡献奖”)申报、评审工作,产品开发贡献奖评委会办公室设在中国纺织工业联合会生产促进部。

据介绍,2019年度“产品开发贡献奖”评选工作以产品创新开发推动企业可持续发展为核心,突出产品开发管理创新对企业开发新产品、优化产品结

构的促进作用,倡导以市场需求为导向,注重生态环保、节能降耗与循环经济的产品开发模式,注重人工智能、大数据、云计算等新一代信息技术在产品开发中的应用。

2019年9月16日前,凡在中华人民共和国境内注册并具有纺织产品开发职能的组织均可申报,包括纤维、纱线、面料、服装、家用纺织品及产业用纺织品、染化料助剂、纺织机械等研发、生产企业,纺织中介机构,产业集群地区及纺织专业市场等。各省、自治区、直辖市纺织(服装)协会,中纺联各专业委员会及相关单位可推荐优秀纺织服装企业(单位)申报。(潘潘)

企业 | COMPANY

贝斯特:从客户端诠释创新价值

目前,贝斯特机械制造有限公司在2018年投放市场的新品BS589超大型细络联纺纱机已经在客户企业运转满一年。作为一款新设备,BS589所表现出来的市场活力超出了很多人的预期,客户反馈和评价非常好,包括湖北最大的紧密赛络纺纱线制造商在内的一些行业知名企业,如今已在享受该超长设备为他们带来的种种利好:实现了万锭用工15人,较短车每年每万锭可减少人工支出30余万元,单锭能耗较常规产品降低10%等。这些优异表现为纺企带来了预期中的实在收益,也成为了贝斯特赢得用户信任的重要原因。

作为一家专注细纱机产品技术的企业,贝斯特多年来一直在持续推进国产细纱机产品的技术创新,其产品技术迭代速度也越来越快,每一年,业界都会看到新变化,且每一次创新都能为贝斯特带来更强的市场服务力。

如前几年推出的BS562系列环锭细纱机,以其创新优化的设计理念,稳定可靠的设备性能,赢得了国内外客户的广泛赞誉,不仅如此,该设备的创新技术也被国内外同业者争相研究效仿。当前备受纺企关注的BS589系列,则是贝斯特基于BS562系列细纱机的成熟技术而推出的,产品创新聚焦于棉纺企业对超长设备的需求,其最长锭数可达1824锭,设备稳定可靠、占地面积小、用工少、单锭能耗低、纺纱留头率高、断头少、落纱时间短,大幅提升客户生产效率,此外,还有效降低了客户细络联的投资成本,落纱工的劳动强度也得到了大幅降低,空调、加湿、维护等设备及管理成本也同时下降。

这些备受关注的产品特质以及客户良好使用感受的叠加,无不源于贝斯特在产品技术以及加工生产方面的精益求精。从需求端入手进行精准设计,再到精准定位、精准生产以及精准安装,贯穿于设备生产的整个过程都承载着贝斯特所倡导的“工匠精神”。

在市场环境异常复杂的当下,如何逆境求生是每个企业都必须面对的问题。面对多变的宏观经济环境,贝斯特所做的选择很简单:坚守自己的底线,用真正过硬的产品技术和优质服务去赢得市场。(袁春妹)



贝斯特 BS589 已在客户企业平稳运行一年,赢得了客户的极高评价。

携手《纺织服装周刊》 开启“不凡”之旅

2019年9月25-27日,中纺联秋季四展将于上海国家会展中心举办,中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会、中国国际服装服饰博览会(秋冬)、中国国际纺织纱线(秋冬)博览会、中国国际针织(秋冬)博览会四大展会期间,《纺织服装周刊》将为您量身定制营销推广解决方案,打造属于您的不凡之旅!

展会特刊、周刊官微、周刊官网三端齐发

中纺联会刊覆盖全展馆;官微、官网瞬时报道展会盛况

整合传播:展会推广一站式解决方案

策略文案策划执行,百家权威媒体助力传播

玩转短视频,新媒体时代取胜之匙

短视频策划拍摄剪辑播出,让你的参展从此与众不同

广告合作:010-85872646

新闻线索:010-85872635

活动合作:010-85872139

订阅合作:010-85872699

纺织服装周刊



中纺联开展主题教育党课学习，积极推进行业工作

本刊记者 徐长杰 董笑妍 李亚静 陶红 / 文 李举鼎 姚建平 / 摄

8月6日，为深入推进“不忘初心、牢记使命”主题教育并落实到行业工作中去，中国纺织工业联合会召开2019年年中工作会暨“不忘初心、牢记使命”主题教育专题党课和2019年上半年纺织行业经济运行分析会。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，会长孙瑞哲，原会长杜钰洲、王天凯，副会长杨纪朝、夏令敏，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、孙淮滨以及国资委协会党建局人事处处长、国资委行业协会主题教育指导一组成员毛金锋等领导和中纺联

各专业委员会、各部门负责人参加了会议。会议由陈伟康主持。

高勇、孙瑞哲分别以“守初心担使命找差距抓落实，促进纺织工业高质量发展”、“‘不忘初心、牢记使命’深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，推进纺织行业和中纺联工作高质量发展”为题，分享讲解了如何在纺织工业中践行和体现“不忘初心、牢记使命”。

会议期间还对中国纺织工业联合会2017-2018年度“优秀共产党员”、“优秀党务工作者”和“先进基层党组织”进行了表彰。

高勇：守初心担使命找差距抓落实，促进纺织工业高质量发展



高勇在党课中讲到，党中央决定开展“不忘初心、牢记使命”主题教育，是用新时代中国特色社会主义思想武装全党的迫切需要，是推进新时代党的建设的迫切需要，是保持党同人民群众血肉联系的迫切需要，是实现党的十九大发展任务的迫切需要。“守初心、担使命，找差距、抓落实”则是主题教育的总要求。

守初心，满足人民对美好生活的需求是纺织人的初心。要牢记全心全意为人民服务的根本宗旨，以坚定信念坚守初心，牢记共产党人永远不能脱离群众。

中央“不忘初心、牢记使命”主题教育领导小组近日印发了关于在主题教育中认真学习党史、新中国史的通知，作为牢记党的初心和使命的重要途径，要了解党的光荣传统、宝贵经验和伟大成就，做到知史爱党、知史爱国。

新中国纺织工业的发展史是新中国史的一部分，作为从事纺织工业的党员领导干部需要了解并熟知这段历史。1949年，全国仅能生产18.9亿米棉布，人均3.5米；1950年人均消费纤维不足1公斤；纺织工业经过新中国成立后30年的不断发展，基本建成了门类齐全、供应链完整的纺织工业体系，至1978年人均棉布分得量11.46米；1982年全国生产153.5亿米布，人均15米，并于1983年宣布取消布票，从此告别衣被短缺历史；2000年，我国纤维加工量1360万吨，占全世界的25.83%；2001年中国加入WTO，纺织工业发展进入新阶段；2015年我国纺织服装出口额2911.48亿美元，比2000年提高4.5倍。纵观历史，党的领导取得了伟大胜利，使新中国建设取得了举世瞩目的成就。

担使命，建设纺织强国是纺织人的使命。要牢记党肩负的实现中华民族伟大复兴的历史使命，以坚韧不拔的意志、无私无畏的勇气，战胜前进道路上的一切艰难险阻，在实践历练中积累经验智慧。

在中华民族伟大复兴的历史使命中，实现纺织强国是重要组成部分，制造业不强，强国梦无从谈起，纺织业不强，制造强国也无从谈起。经过“十五”、“十一五”、“十二五”、“十三五”全面推进纺织强国建设，纺织行业成为市场化改革的先锋和实践者，从而激发了企业主体活力，纺织服装制造能力实现了跨越式提升，并进一步融入了全球经贸体系，我国纺织行业境外投资企业已经超过千家，纺织工业勇担使命，在满足人民美好生活需求方面贡献巨大力量。量变孕育质变，到2020年，我国将基本实现纺织强国目标，未来我们还需要不断制定新的发展目标。

找差距，要对照新时代中国特色社会主义思想，对照党章党规，对照人们美好生活新需求，坚持高标准严要求，积极寻找差距。

第一，从行业发展情况来看，纺织行业在科技进步、纺织新材

料应用方面还存在差距，在智能纺织技术及其应用方面还存在差距，在高端纺织装备设备上还存在差距；第二，从绿色生产角度看，纺织行业在低消耗、低排放方面还存在差距，缺乏全面系统的解决方案，在纤维可降解方面，化学纤维中可降解纤维含量不足百分之十；第三，从满足市场需求方面看，中高端、个性化消费需求还需满足，中国社会逐渐步入老龄化，在发展“银发经济”消费方面还有差距。

另外，从协会建设方面看，全面加强党的领导还存在很大差距。中纺联在成立之初就重视党组织建设，基本实现了党的建设全覆盖，但这不代表党的领导全面加强，还存在差距。在贯彻落实全面从严治党，加强整治腐败，执行中央八项规定上还需加强。习近平总书记指出，协会管党治党存在“宽松软”的问题，中纺联要全面引起重视。

协会在联系政府、服务行业、引导企业发展方面也需提高，在实现高质量发展方面还存在差距，面对日益复杂的大环境，需要深挖根源，针对查出的问题对症下药。

抓落实，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行动，把初心使命变成党员干部锐意进取、开拓创新的精气神和埋头苦干、真抓实干的自觉行动。

抓落实就是要高质量地抓好专项整治，聚焦对贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想、重要指示批示等有令不行、有禁不止、阳奉阴违等问题进行整治。中纺联各级党组织要切实贯彻“十八大”以来习近平总书记的重要指示，逐条进行梳理，评估进展情况和实际效果。

抓落实就是要紧紧围绕做好稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险、保稳定的各项工作；抓落实就是组织力量对本系统软弱涣散的基层党组织进行逐个排查，抓住突出问题精准施策，要突出抓好党员建设管理“宽松软”的问题；抓落实就是要对照党中央明确的八项重点整治任务，逐项梳理排查，真正让党员干部受教育有触动，严肃查处绝不姑息，抓落实就是要在边学、边查、边改上下功夫，建立健全常态长效机制，让制度成为严守政治纪律的硬约束。

“守初心、担使命，找差距、抓落实”是一个相互联系的整体，要全面把握，贯穿主题教育全过程。通过主题教育，使中国纺织工业联合会的党员领导干部进一步坚定政治信念、政治立场、政治态度，切实增强政治自觉、思想自觉、行动自觉。要通过开展主题教育，将中纺联党员干部焕发出来的热情，切实转化为干事创业、攻坚克难的精神动力和实际成果，全面推动纺织工业高质量发展。



会议期间还对中国纺织工业联合会2017-2018年度“优秀共产党员”、“优秀党务工作者”和“先进基层党组织”进行了表彰。

纺织服装周刊



孙瑞哲： “不忘初心、牢记使命”深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，推进纺织行业和中纺联工作高质量发展

孙瑞哲在党课上谈到，今年是新中国成立70周年，在中国共产党的正确领导下，中国人民成功开辟了中国特色社会主义道路，中华民族实现了从站起来、富起来到强起来的历史性飞跃，迎来了伟大复兴的光明前景。中国纺织工业作为关系国计民生的重要支柱产业，在这场伟大的历史变革中，取得了全方位、开创性的发展。行业从不能满足国内需求做到了衣被天下，成为支撑世界纺织工业体系平稳运行的核心力量。当下，中国纺织工业一览众山小地矗立世界纺织之巅，一骑绝尘地接近实现世界纺织强国的目标，同时也面临着前所未有的复杂局面与艰巨挑战。新形势下，如何实现高质量的发展，为中华民族伟大复兴注入行业力量，考验着中国纺织人的智慧与能力、责任与担当。

孙瑞哲表示，党的领导和中国特色社会主义是中国纺织工业实现70年巨变的核心逻辑与根本原因。中国纺织工业在时代大背景下，经历了几个重要阶段：

首先，产业初长成。从一穷二白到形成完整体系，行业打下了坚实基础。在党的领导下，这一时期我国基本建成了门类齐全、供应链完整的纺织工业体系，奠定了中国纺织工业长远发展的深厚基础。

其次，开放定格局。从封闭半封闭到对外开放，行业打开了广阔空间。作为改革开放的先行者，纺织行业积极顺应时代潮流。1983年，以“取消布票，敞开供应”为标志，中国纺织工业率先告别“短缺经济”，成为五大民生问题中解决得最早、最好的一项。不断深入的改革开放为纺织行业发展拓展了空间。

第三，发展不动摇。从讨论“姓‘社’姓‘资’”到坚定市场经济，行业激发了发展活力。这一时期，随着经济体制改革的深入，纺织行业的市场化程度不断加深，所有制结构开始发生重大变化。90年代末期，“压锭解困”的政策实施，为纺织工业营造了“充分竞争”的市场环境，形成了国退民进的发展格局，行业活力进一步得到释放。

第四，热情拥市场。从浅层开放到深度融入，行业顺应了时代潮流。2001年加入WTO，中国开始深度融入全球价值链，为纺织服装行业竞争力充分释放提供了重大历史机遇。在全部工业领域中，纺织行业工作开创了一系列先河，许多工作至今依然无人超越，如第一个开展行业信息化工作，第一个开展产业集群试点与公共服务平台搭建，第一个开展企业社会责任实践，第一个将纺织服装展览工作集成。

第五，挑战中成长。从快速扩张到成长烦恼，行业加快了转型探索。在党的领导下，行业对外开拓市场，对内挖掘潜力，及时调整产品结构，积极推进两化融合，加快拥抱网络经济，最终实现了缓中有进，在全球纺织产业中地位进一步巩固。

第六，价值新纪元。从百年变局到百年梦想，行业进入发展新阶段。党的十八大以来，世界经济处在了新的“十字路口”。目前，我国已拥有全世界最为完善的

现代纺织产业制造体系，产业链各环节制造能力与水平均位居世界前列。新中国成立以来，中国纺织工业取得一切成绩和进步的根本原因，归结起来就是坚持党的领导、坚持中国特色社会主义。只有坚持和发展中国特色社会主义才能实现中华民族伟大复兴，这是历史的结论，也是未来的昭示。

满足人民对美好生活的新期待，推进国家富强、民族复兴、人民幸福是纺织工业的责任与使命。中国纺织工业作为支撑经济发展的基础产业和重要民生产品的供给部门，“真”、“善”、“美”是产业发展的价值取向和根本追求。所谓“真”就是聚焦创新驱动，以现实生产力的发展和高质量的供给，切实满足人民需要；所谓“善”就是聚焦社会责任，以人为本、保护环境、公平竞争，不断推进可持续发展；所谓“美”就是聚焦文化自信，促进先进文化的创新性发展、创造性转化，不断美化人民生活。行业对“真”、“善”、“美”的追求统一于不断满足人民对美好生活的新期待。这是中国纺织工业的责任与使命，这种使命体现在产品与人、企业与社会、产业与国家三大关系中。

此外，孙瑞哲还对2019年中纺联围绕新发展理念进行的有效探索和积极实践进行了介绍。他表示，2019年以来，面对复杂多变的外部环境，面对经济发展新常态，中纺联紧紧围绕党中央的决策部署，深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，以供给侧结构性改革为主线，以高质量发展为方向，践行“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念，深化落实“科技、时尚、绿色”的产业新定位，行业工作取得新进展。

比如坚持创新驱动发展，着力解决发展动力问题，行业创新发展打开新局面；服务国家总体布局，正确处理产业发展中的重大关系，行业协调发展打开新局面；坚持可持续发展，产业、社会、生态的良性互动格局加快形成，行业绿色发展打开新局面；深化对外交流合作，对接“一带一路”倡议，产业内外联动性持续提高，行业开放发展打开新局面；把增进民生福祉作为产业发展的根本目的，以行业发展带动人的全面发展，行业共享发展打开新局面；党的领导不断巩固，协会对产业理解更加深入，协会行业服务打开新局面。

最后，他强调，**要围绕初心使命，推进纺织行业和中纺联工作高质量发展。**行业协会作为推动党的路线方针政策在行业贯彻落实的组织者、实践者，要切实提高政治站位，自觉在思想上政治上行动上同党中央保持高度一致。围绕“不忘初心、牢记使命”的主题教育活动，我们要通过学习不断增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，不断提升广大干部员工的政治自觉、思想自觉和行动自觉。

我们要牢牢把握“守初心、担使命、找差距、抓落实”的总要求，把实现行业高质量发展、服务国家战略大局工作作为调研检视重点，把推动脱钩改革和加强党的建设作为调研检视重点，以习近平新时代中国特色社会主义思想指导行业实践。



刘欣



赵明强



刘耀中



徐建华



吴文静



冷景钢



丁思佳



刘静

中纺联发布纺织行业经济运行分析：

上半年国内市场支撑作用凸显 下半年须进一步提升发展韧性

贸易摩擦下， 要继续提高行业供应链的运行效率

中纺联国贸办副主任刘耀中以《中美贸易——复盘与推演》为题，从目前贸易环境、当前全球制造业发展风向以及数字化对产业的改变等方面入手，推演了未来贸易摩擦的可能走向。同时，他还从市场需求、产业供给以及政策等方面提出了产业该如何应对和提升在国际供应链的地位、如何保持竞争优势等观点。

比如在对冲外部经济环境的过程中，纺织服装行业要积极去争取自己的利益，在内需增长的增量里争取自己的空间；在中美贸易摩擦的情况下，行业的分化和集中将加速进行，因此要继续提高行业供应链的效率，同时通过产品研发、创新，将可替代性的产品做到不可替代，这是未来纺织服装行业可持续发展的一条路径。

龙头市场优化升级成果显著， 结构分化加剧

中纺联流通分会副会长徐建华首先分析了2018年上半年专业市场运行总体情况，在总体平稳的大格局下，我国专业市场运行效率出现两极分化情况。一方面说明龙头重点市场优化升级成果显著，另一方面也说明全国专业市场的结构分化加剧。总体来说，专业市场连续6年保持增长，可以用一个字来形容多年发展情况，就是“变”，环境在变、自身也在变。

纺织服装专业市场应该以平台经济为旗帜引领专业市场优化升级，多年来，中纺联流通分会投入大量精力推动各纺织服装专业市场平台建设，建议充分发挥专业市场的平台集聚功能，引领专业市场的优化升级，实现区域市场一体化的目标。

下一步，中纺联流通分会将开展六大重点工作，第一，选择一批重点市场和集群开展调查研究；第二，对优秀平台型企业开展考核评估，挖掘示范标杆；第三，成立专业市场平台经济发展联盟；第四，组织召开平台经济高峰论坛；第五，研究发布纺织服装专业市场发展

平台经济的实施意见；第六，与重点省份商务部门共同推动平台经济区域一体化试点示范工作。

化纤行业着力化解风险， 要“办好自己的事”

中国化学纤维工业协会信息部主任吴文静从生产、需求、市场、质效、投资等方面分析了2019年上半年化纤行业运行基本情况。2019年上半年，我国经济环境严峻复杂，特别是外部挑战和不确定因素增加，化纤行业面临的下行压力增加；市场行情总体呈现先扬后抑，6月低位反弹；需求延续走弱，供需矛盾凸显；行业盈利状况明显下滑，运行质量大体平稳，但风险已然显现；产业链“一体化”程度进一步加深，产业链利润再分配；投资增速回落至负增长，新增产能同比减少。

国家推动高质量发展的积极措施的逐步落地，对化纤行业的发展和运行也将起到有力支撑，但下半年行业下行压力依然很大，风险和挑战依旧。行业自身的抗风险能力和发展韧性将继续提升，行业要做的就是“办好自己的事”，着力化解风险，加强行业自律，避免不良竞争，合理控制新增产能投放。

棉纺行业压力有所加大， 企业能够积极应对

中国棉纺织行业协会拓展部主任冷景钢汇报了2019年上半年我国棉纺织行业运行情况，一是下行压力有所加大，企业积极应对；二是产业链观望情绪浓郁；三是大型企业承压不低于中小企业；四是设备升级边际效应递减；五是国内产业转移放缓，海外布局有限。

生产方面，虽然行业下行压力加大，但行业抗风险能力不断增强，因此，只要预期明朗，行业依旧能保持平稳健康运行；外贸方面，目前中美磋商有序进行，但不确定性因素依然较大，下半年行业出口压力不减；原料方面，国内棉花、化纤短纤供应充足，随着新棉即将上市，原料价格缺乏上涨支撑，2019年原料价格处于弱势下行态势概率较大；投资方面，投资增速继续放缓。

印染行业要转型升级， 在设备、管理方面提升硬实力

中国印染行业协会产业部副主任丁思佳汇报了印染行业2019年上半年运行情况及下半年走势预判。2019年，印染行业加快技术进步和产业升级，同时坚定高质量发展、绿色发展不动摇，运行质量保持相对平稳。上半年，印染行业产量增速企稳回升，运行质效基本平稳，盈利能力有所提高，亏损面扩大、亏损额减少，外销市场表现良好，出口呈现量升价跌局面。

下半年，印染行业发展和企业经营仍面临诸多困难，行业要实现转型升级，需要破解如下发展瓶颈。一要加快技术创新与设备升级，提升行业硬实力；二要加强管理创新，探寻符合行业发展要求的管理体制、理念与方法；三要增强安全生产意识，增加产品的附加值，提升产品品质和功能。

服装行业加大产品升级力度， 智能制造持续推进

中国服装协会产业部高级项目主任刘静分析了2019年上半年我国服装行业经济运行情况。2019年以来，我国服装行业积极进行结构调整、务实创新，加快增长动能转换，虽然国内外市场压力加大，运行质效略有波动，但行业总体保持稳定的发展态势，进入新一轮的战略重构与积累发展期。

总体表现出生产基本平稳、内销稳中趋缓、投资微幅增长、质效略有波动等发展态势。具体表现为工业增加值保持低速增长，产量小幅下降，降幅收窄；营业收入规模扩大，利润小幅下滑，运行质量基本平稳。此外，上半年服装行业发展呈现出结构调整步伐加快、产品升级力度加大、制造品牌素质提升、终端品牌市场影响力提高、智能制造持续推进等特点。

2019下半年，我国服装行业运行压力将进一步加大，全行业要继续深化供给侧结构性改革，着力提升企业内生动力和抗风险能力，努力实现行业平稳良性运行。[1]



8月1日，中国手工刺绣传承创新大会在内蒙古兴安盟举行，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇一行参观了同期举办的手工刺绣成果展。

全国刺绣技艺传承人齐聚兴安盟

中国手工刺绣传承创新大会举行

本刊记者 徐长杰

7月15~16日，习近平总书记到内蒙古考察并指导开展“不忘初心、牢记使命”主题教育。总书记指出，内蒙古“自然和生态资源十分丰富，民族文化多姿多彩”，强调乌兰牧骑“永远不会过时”，要求“要重视少数民族文化保护和传承，支持和扶持《格萨尔》等非物质文化遗产，培养好传承人，一代一代接下来、传下去。”

作为全国性的纺织行业组织，中纺联不忘初心、牢记使命，不断给予各地企业支持与帮助。7月31日，中国手工刺绣传承创新大会开幕前夕，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，办公室主任段红一行参观调研了内蒙古兴安盟科右中旗蒙古族刺绣产业的发展情况。这是继中国纺织工业联合会副会长孙滨滨组织中纺联非遗办调研并召开“中国手工刺绣创新创业示范基地”专家论证会后的再次论证，也是中纺联落实少数民族非物质文化遗产传承的又一次有力行动。

各方关注技艺传承与产业发展 中国手工刺绣传人在此集结

8月1日，来自全国各地的手工刺绣技艺传承人齐聚内蒙古兴安盟，参加首届中国手工刺绣传承创新大会。本次大会以“奋斗逐梦·绣美山河”为主题，由中国纺织工业联合会、中共兴安盟委等单位联合主办。大会得到了中央宣传部、国家文化和旅游部、全国妇联、国务院扶贫办的大力支持，旨在通过展览洽谈、高峰论坛、参观考察、研讨交流等系列活动，大力培育“蒙绣”品牌，搭建我国手工刺绣技艺传承、设计生产、产业发展、市场营销合作平台，推动以科右中旗为中心的内蒙古东部地区逐步成为手工刺绣培训生产基地。

出席会议的主要领导嘉宾有：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杨纪朝，内蒙古自治区党委常委、宣传部长白玉刚，兴安盟委书记张恩惠，文化和旅游部非遗司副司长胡雁，全国妇联发展部部长杜芮，北京服装学院副校长仲丛生，中国民间文艺家协会顾问曹保明，武汉大学校友企业家联谊会秘书长塞宏。同时地方领导以及京绣、满绣、湘绣、潮绣、蜀绣等国家级、省级、市级刺绣技艺传承人，内蒙古蒙古族刺绣技艺传承人，专家学者、企业代表等共300余人参加了开幕式。

杨纪朝代表主办方致辞时指出，当前，我国高度重视非物质文化遗产的保护与传承，中华优秀传统文化延续着我们国家和民族的精神血脉，既需要薪火相传、代代守护，也需要与时俱进、推陈出新。杨纪朝表示，截至目前，在我国已公布的四批国家级非物质文化遗产项目中各种绣艺达30余项，其中就包括了蒙古族刺绣。蒙古族手工刺绣是我国传统工艺的重要组成部分，承载着人民群众最广泛、最基础的情感与生活。他指出，在振兴蒙绣传统工艺的过程中，要适应新形势，在市场经济环境中找到切合实际的有效传承模式，实现可持续传承与发展，并提出几点建议：注重创新、开拓市场、追求艺术、强调互补、促进融合、扩大开放。

白玉刚在致辞时谈到，近年来，内蒙古认真贯彻落实党中央决策部署，认真实施非遗活化工程，大力推进非遗扶贫工程和助力乡村振兴工程，手工刺绣业得到迅速发展，刺绣技艺在传承中得到极大提升，传承队伍越来越壮大。目前，全区从事手工刺绣人员有5万多人，仅科右中旗就达2.1万人，涌现出像白晶莹、于和平这样的产业带头人和一批产业技术工人。

手工刺绣助力了脱贫攻坚，稳定的收入支撑了乡村振兴，大力度培训提升了妇女素质，邻里和睦促进了乡风文明，同时，以绣兴业推动了非物质文化遗产

传承弘扬，创业平台成就了大学生创新创业。此外，刺绣业的振兴也带动了文化旅游业发展，形成了守望相助促进形成民族团结新气象。

仲丛生在致辞时谈到，手工刺绣作为中国非物质文化遗产的重要代表，有着独特的历史、艺术和文化价值。在两千年的发展历程中，广大劳动人民用自己的勤劳和智慧创造了各具特色的地域和民族绣种，产生了一大批巧夺天工的优秀作品。

他表示，北京服装学院将与内蒙古自治区党委宣传部、自治区文旅厅共同签订战略合作协议，通过共建蒙古族刺绣与现代设计创新创意实践基地和中心等方式来参与蒙古族手工刺绣的传承创新，汇聚优势资源，搭建良好平台，深化务实合作，积极推动产业升级和人才培养，带动农牧民脱贫致富，擦亮新时代“蒙绣”品牌，为促进蒙古族刺绣进一步融入人民生活、融入国际时尚潮流，为弘扬传承优秀传统文化、树立“文化自信”作出不懈努力。

张恩惠在致辞时谈到，近年来，兴安盟不断增强自觉自信、强化责任担当，把优秀传统文化保护和传承摆在重要位置来抓，与脱贫攻坚和乡村振兴紧密结合起来，坚持绿色发展，坚持传承创新，坚持产业联动，大力保护和传承蒙古族刺绣产业，精心培育和打造“图什业图王府刺绣”品牌，在保护中传承、在传承中发展，让宝贵的非物质文化遗产在新时代绽放出新的光彩。兴安盟将以办好此次会议为契机，用足用好大会形成的各项成果，坚持政府、企业和社会相结合，坚持保护与传承相结合，坚持“引进来”和“走出去”相结

合，创新民族手工刺绣传承和发展的体制模式、产业模式，充分发挥其在农牧民素质提升、乡风文明建设中的重要作用，助力脱贫攻坚和乡村振兴，探索总结出一条蒙古族刺绣产业高质量发展之路，让群众在针线交错间织就更加幸福美好的生活。

内蒙古科右中旗获“中国手工刺绣创新创业示范基地”称号

大会期间，还进行了一系列揭牌和签约仪式。中纺联非遗办经过组织并通过专家论证，决定授予内蒙古科右中旗“中国手工刺绣创新创业示范基地”称号；近年来，科右中旗挖掘、传承和发展蒙古族传统刺绣艺术，带动了农牧民增收，促进了乡风文明。经中国民间文艺家协会考察论证，决定命名兴安盟科右中旗为“中国蒙古族刺绣文化之乡”，并同意建立“中国蒙古族刺绣文化传承保护基地”；同时，为进一步支持蒙绣产业，培养蒙古族刺绣专业人才，加快蒙绣产业升级，北京服装学院等12所高校与科右中旗共建“蒙古族刺绣与现代设计创新创意实践基地”；为了给蒙古族刺绣产业发展带来新的理念，帮助蒙古族刺绣在人才培养、产品研发、创意设计、文化内涵等方面实现全面提升，经前期调研论证，北京服装学院等12所高校与兴安盟科右中旗将建立“蒙古族刺绣与现代设计创新创意中心”。

此外，为推动蒙古族刺绣传承发展，提高蒙绣的技艺水平，经蒙古族刺绣传承创新协会首届理事会全体通过，聘请著名苏绣艺术家、中国工艺美术大师、国家级非遗项目（苏绣）代表性传承人姚建萍担任蒙古族刺绣传承创新协会名誉理事长。科右中旗蒙绣与内蒙古新华发行集团以及7家合作企业还在会上签订了框架合作协议和产品订单合同，产品订单总额为6400万元。

随后举办的中国手工刺绣高峰论坛以“承荣·思新”为主题，围绕中国手工刺绣的文化内涵、传承创新、产业发展等议题，邀请有关专家学者以分享、沙龙的形式进行了演讲发言。

活动期间，与会领导嘉宾参观了中国手工刺绣成果展、中国手工刺绣现场“教学”展、中国手工刺绣主题服装设计平面图展。8月2日，与会人员还赴科右中旗蒙古族刺绣扶贫车间、蒙古族刺绣产业村等进行调研，共同推动蒙古族刺绣等民族刺绣的传承保护与创新发展。TA



大会现场。

记者观察

打赢脱贫攻坚战，靠的是绣娘这“半边天”

7月31日，《纺织服装周刊》记者跟随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，办公室主任段红一行，在内蒙古兴安盟科右中旗巴彦呼舒镇乌逊嘎查，探访了“蒙古刺绣产业村”。这里妇女们的“朋友圈”与我们的大为不同，她们交流的多是刺绣技艺、刺绣经验，而她们的“朋友圈”自然都是身手不凡的蒙古刺绣手艺人及传承人。

记者了解到，近年来，随着各地对非物质文化遗产保护开发力度的加大，科右中旗蒙绣走上了产业化发展道路，2万余名草原绣娘执针持线，绣出了新时代农村牧区的美好生活，成为了内蒙古脱贫攻坚战场上一道亮丽的风景线。截至2018年10月，乌逊嘎查建档立卡贫困户53户134人全部实现了脱贫；2019年4月，科右中旗也达到贫困旗县退出有关指标，退出贫困旗县序列。

守住文脉，换来了“金山银山”

据介绍，科右中旗的蒙古族刺绣“始于宫廷王府，兴于百姓民间、隐于市井村落”，是当地特有的草原文化瑰宝。高勇一行首先来到了图什业图王府刺绣文化博物馆，该馆展厅建筑面积2700平方米，由历史展厅、民间展厅、扶贫成果展厅构成。分为陈列区、售卖区、活动区，陈列区共有1072件展品，是广大农牧民学习、交流、参观刺绣文化的基地和科右中旗展示王府刺绣助力全旗脱贫攻坚工作成果的平台。

其实，要说起科右中旗蒙古族刺绣产业，就不得不提到科右中旗人大常委会主任白晶莹，这个年过半百却激情四溢的“女强人”，正是带领科右中旗妇女深耕蒙古手工刺绣的带头人。她通过带领群众发展蒙绣产业，改变了农村牧区依赖土地的传统生产方式，加快了农牧民融入二、三产业的发展速度，在科右中旗大地崛起了绿色低碳的“金山银山”。

博物馆中展出的各种蒙古手工刺绣不仅是“十指生花”，一草一木、一颦一笑更是栩栩如生。高勇在参观过后对蒙古手工刺绣在传承、保护和发展方面的做法给予高度肯定，并对其在文创产品方面的创新表示赞扬，同时还提出，要将博物馆里展出的一些颇具特色产品实现终端销售的高端和定制化，让产品的价值实现最大化。

“绣娘”开始有了男性

为推进脱贫攻坚，为了打好打赢脱贫攻坚战，白晶莹在旗委、政府的高度重视下成立了大学生创业就业扶贫服务协会和祥瑞刺绣扶贫服务有限公司，建立刺绣基地，采取“企业+协会+基地”的发展模式，带动大学生创业，服务于农牧民。

随同高勇一行参观图什业图王府刺绣扶贫车间时记者了解到，自2016年起，以苏木镇为单位，协会已在全旗173个嘎查开展王府刺绣培训工作，目前已培训农牧民10000余人，其中包括2895名建档立卡贫困户妇女，遍布全旗12个苏木镇，带动了21000名妇女参与到刺绣产业中来，形成了51个产业村。

记者在扶贫车间内看到，一楼是大学生创业就业扶贫



科右中旗人大常委会主任白晶莹（左一）向高勇（右）、杨纪朝（中）介绍蒙古刺绣产品。

服务协会，主要对全旗12个乡镇苏木进行一对一的服务，包括原材料、图案设计、产品订单、电商、市场开发等，目前在全国共有37处销售合作网点；二楼是刺绣缝制车间，主要是对建档立卡贫困户做成的绣花半成品进行再加工，目前能生产蒙古袍、笔筒、靠垫、桌布、纸中盒等1072种产品；三楼是农牧民扶贫刺绣车间，能同时容纳1000人工作，目前入驻了660人，其中40%是建档立卡贫困户。如今，妇女们一改往日“花销不自主、收入靠男丁”的被动局面，经济收入稳步增长，家庭地位与日俱增，创业热情空前高涨。

而最让记者感叹的是车间里不仅培养“绣娘”，还培养出了许多的男性绣工。工作人员就向高勇、杨纪朝一行展示了一款由男绣工刺绣的牡丹图案作品，技工之流畅、花样之生动赢得声声赞叹。足见出，蒙古刺绣产业在当地已深入人心。

让村民再富一点！

事实上，蒙古手工绣不仅帮科右中旗巴彦呼舒镇摘掉了贫困的帽子，更是给那里的人们带来了新的生活方式。

当天下午，高勇一行还到一户农家了解产业发展情况，记者发现，蒙古手工刺绣带给绣娘的不仅仅是收入上的增长，更是对未来生活有了美好期待。在农户家中记者看到，无论是“刺绣女能手”的荣誉绶带还是自己亲手绣制的刺绣作品，都被摆放或悬挂在家里的重要位置，刺绣不仅充实着他们的生活，更装点着他们的心灵。

据巴彦呼舒镇镇长包国忠介绍，目前镇里有一半以上的居民开始从事蒙古刺绣，贫困户中有一多半都参与其中，刺绣产业已经成为全村的支柱性产业之一。该村有熟练工人60多名，一级工7名，二级工23名，三级工30多名，初学者还有40多人。去年，村里的一名熟练工，除去正常的务农时间，仅利用空闲时间刺绣，就增收了一万六七千元。

对此高勇表示，未来蒙古手工刺绣还要将设计、工人的熟练程度以及产品的价值等搞上去，要将绣娘每小时的效率提升到一个新的高度，让村民再富一点！

“每一幅作品都让他们获得了一份成就感”，如今，乌逊嘎查发生了翻天覆地的新变化，就像他们的镇长包国忠说的那样，生活条件的改善，促使农牧民群众的思想观念、生产方式悄然发生了转变，居住环境、陈规陋习、饮食习惯也逐渐改变，展现出新时代农村牧区文明健康、拼搏向上的良好精神风貌。（徐长杰）TA

“纺织之光·爱益行”走进色达

把纺织人的大爱留在高原

本刊记者 郝杰 文/摄

色达县地处四川、青海两省结合部，平均海拔近 4000 米，大气含氧量不足标准的 60%。虽然有壮丽的高原风光，但至今还是国家级贫困县的色达隶属于四川省甘孜藏族自治州，是一个集高、寒、偏、远、穷为一体的纯牧业县，全县共 89 个贫困村、3850 户 15868 名贫困人口，贫困发生率 32.55%。8 月 2 日，“纺织之光·爱益行”活动走进色达，为贫困山区送去纺织人的温暖。

经过长途跋涉，翻山越岭，“纺织之光·爱益行”活动小组一行抵达色达，于 8 月 2 日在色达县委举行“纺织之光·爱益行”温暖色达行动捐赠仪式。中国纺织工业联合会副会长、纺织之光科技教育基金会理事长夏令敏，中纺联特邀副会长、重庆纺织工业联合会会长马明媛，中纺联流通分会会长助理王水元，纺织之光科技教育基金会秘书长张翠竹，成都纺织高等专科学校校长夏平，甘孜州常委、色达县委书记何飏，青岛市即墨国际商贸城、辽宁省海城市市场建设管理委员会、潍坊纺织品市场鸿福源布业的负责人，色达县有关部门负责人、色达县乡村代表等出席捐赠仪式。

中纺联：探索产业扶贫模式，努力实现可持续脱贫

据了解，为深入推进脱贫攻坚工作，色达县坚持“输血”与“造血”并举，大力发展乡村集体经济，结合川西北发展全域旅游示范区定位与当地丰富的旅游资源分布，整合政府资金和援建资金，修建了年龙、色柯、洛若等 9 个乡村扶贫旅游酒店。目前，所有酒店已完成主体工程的建设，但床上用品仍是缺口。

在中纺联扶贫委员会的协调下，中纺联流通分会配合纺织之光科技教育基金会向纺织服装专业市场发起募捐。不到一个月的时间，海城市西柳市场建设管理委员会、潍坊纺织品市场鸿福源布业、沈阳五爱集团、浙江中国轻纺城集团股份有限公司、绍兴柯桥永生宾馆酒店用品有限公司、绍兴仙佑纺织品有限公司、绍兴市柯桥区黄雯英宾馆酒店用品有限公司等八家单位共捐赠了 1219 件 / 套床上用品，价值为 14.5349 万元，青岛即墨市场建设发展有限公司捐赠了 5 万元人民币。

夏令敏在捐赠仪式上表示，此次来到色达县进行捐赠帮扶活动，能为色达脱贫攻坚工作尽一点微薄之力感到非常高兴。他在简要介绍了中国纺织工业联合会和纺织之光科技教育基金会的基本情况时说，这次纺织行业的合力善举，不但让行业内更多的企事业单位有机会向社会奉献爱心，也让色达地区的人们感受到来自纺织行业的关爱和温暖。中纺联在推进纺织产业扶贫工作过程中，为了能够实现“脱真贫、真脱贫、要可持续脱贫”的要求，将积极探索产业扶贫模式，与色达建立长期产业合作，努力实现可持续脱贫。在产业落地的同时让扶贫不仅仅帮扶一时，而是长久地脱贫，实现小康致富。他希望色达当地能够推进纺织相关产业的落地，让纺织行业更好地为地方扶贫尽到责任和义务，在全面建设小康社会的过程中，为色达做更多贡献。



捐赠仪式。



赴色达捐赠人员与色达县有关部门负责人合影。

高校与专业市场：为色达脱贫攻坚，尽一份绵薄之力

成都纺织高等专科学校与色达县是对口帮扶关系，从 2016 年开始，成都纺专发挥教育单位的优势，积极开展教育扶贫和产业扶贫等方面工作，先后组织了专门针对色达藏族牧民传承藏族非遗的培训，同时免费接收农牧民子女到成都纺专就读。成都纺专校长夏平表示，作为定点帮扶单位，成都纺专将进一步在教育布局和产业布局上利用现有资源，开发好产品，加强对农牧民培训工作，一如既往地地为色达的脱贫摘帽工作尽最大的责任。

山东省青岛市即墨国际商贸城党工委副书记刘德在发言中表示，作为中纺联流通分会的会员单位，响应本次“纺织之光·爱益行”温暖行动，参与到帮助色达县建设旅游酒店扶贫脱贫项目中感到十分荣幸，色达县在脱贫攻坚中勇于攻坚克难、不等不靠主动与行业协会对接的精神值得敬佩与学习。改革开放至今，即墨纺织服装业发展不断加速，形成了集纺织、染整、品控、营销于一体的纺织服装产业链，成为全国重要的纺织服装产业集聚地。通过此次“纺织之光·爱益行”活动让两地走到一起，希望今后能够加强即墨商贸城与色达县的友好对接。

此次活动，西柳市场为色达带去了棉被、褥子、毛毯、枕头等价值 10 余万元的床上用品，凝聚了西柳政府、企业、商户的一片爱心。辽宁省海城市市场建设管理委员会副主任韩辉表示，捐赠帮扶是中华民族扶危济困传统美德在新形势下的发扬光大，参加这次捐赠帮扶活动，西柳市场义不容辞，责无旁贷。西柳市场在四十年的发展过程中，得到了中纺联领导和社会各界的大力支持，滴水之恩当涌泉相报，珍惜每一次回报社会的机会。此次价值 10 余万元的床上用品捐助不多，却凝聚着对色达县旅游事业的支持和关心，希望这份微薄的心意能够为色达县的发展尽一份绵薄之力。

色达：以捐赠活动为动力，确保实现脱贫

何飏在捐赠仪式上介绍说，色达位于川青交界地，是全国 592 个扶贫开发工作重点县和 189 个深度贫困县之一，是脱贫攻坚工作的难中之难、坚中之坚。近年来，色达认真贯彻习近平总书记扶贫开发战略思想，坚决落实党中央和省、州委决策部署，举全县之力尽锐出战，下足“绣花”功夫，做实做细工作，在中央、省、州委的指导下，在社会各界的无私帮助下，色达实现了脱贫攻坚首战告捷、再战再胜。新时代要有新作为，色达将把此次捐赠活动化作抓发展、促和谐、创佳绩的动力，发扬“抗缺氧信仰更坚定，抗缺氧斗志更高昂，抗缺氧干劲更充足，抗缺氧工作更实在”的色达精神，在广袤的金马草原上书写色达人民伟大奋斗的历史新篇章。

会上，色达县政府相关部门、乡村代表上台接受了捐赠，并与夏令敏等领导合影。捐赠仪式结束后，夏令敏一行还与色达县政府就产业扶贫等项目进行了座谈交流。

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



messe frankfurt

纺织服装周刊

不忘初心、牢记使命，共筑纺织强国梦

刘子斌 / 文



刘子斌

今年是新中国成立70周年，是决胜全面建成小康社会第一个百年奋斗目标的关键之年。70年来，在党和国家领导下，中国纺织工业取得了全方位、开创性的发展，成为了国家对外开放的排头兵、经济体制改革的先行者。这其中凝聚了几代纺织人、纺织系统2000多万从业者的艰辛和智慧。鲁泰作为中国纺织工业宏伟事业的参与者，引以为豪。

我作为一个“60后”，可以说是伴随着新中国以及纺织工业的发展成长起来的，切身感受到了祖国取得的举世瞩目的成就和行业发生的翻天覆地的变化。今年也恰好是我直接从事纺织行业的第20个年头。

我们赶上了一个伟大的时代

我最早与纺织结缘，要追溯到改革开放之初。20世纪80年代初，国家开始实行改革开放政策，国民经济保持高速增长，纺织工业也处于高速发展阶段，整个纺织行业呈现欣欣向荣的局面。1987年，淄博市淄川区区委区政府决定建立淄博第七棉纺厂，发展棉纺产业，吸纳当地富余劳动力就业，改变淄川的产业结构。我的父亲刘石祺同志被淄川区委任命为淄博第七棉纺厂厂长，公司300余名创业者满怀对事业的无限憧憬，开始了不畏艰难、披荆斩棘的创业之路。从那时起，我开始接触纺织，了解纺织，虽然没有直接参与，但是老一辈纺织人的精神和事迹感召着我。

七棉成立之初，正值全国棉纺工业的低潮，市场经济环境形势不好，加上企业资金缺乏、设备落后、产品档次低、市场狭窄，发展举步维艰，但是我们赶上了一个伟大的时代、赶上了改革开放政策。外商投资再次在中国掀起高潮是在1988年前后，随着改革开放蓝图的徐徐展开，国家开始允许外资进入中国，而七棉就在这一时期抓住机遇与泰国合资组建了鲁泰纺织有限公司，迈出了发展的关键一步。在这种背景下，鲁泰得以引进外资，引进国外先进的设备、技术和专家，借鉴国际先进的管理经验，实现产品外销，从而改变了企业成立初期随时面临夭折的命运。

鲁泰是国家发展壮大的见证者，更是受益者。一直以来，每每谈起鲁泰的发展，我对党和国家的感激之情都无以言表，是党和国家的好政策成就了鲁泰，更成就了我。在这里我要感谢我们伟大的国家，感谢中国共产党的领导和改革开放政策。

有了党和国家引领，企业发展始终不会偏航

仔细梳理鲁泰发展的脉络可以清晰地看出：得益于党和国家的正确引领，鲁泰的发展才能健康、稳定、可持续。

1978年，党的十一届三中全会开启了中国改革开放的历史征程，1984年10月，党的十二届三中全会提出对内搞活经济、对外实行开放的方针，提出进一步放开搞活城市集体企业和国营小企业。1987年在淄博市淄川区调整产业结构的背景下，鲁泰公司的前身淄博第七棉纺厂应运而生，开始筹建。

1992年，党的十四大明确提出“建立和完善社会主义市场经济体制”，此后股份制开始积极试点。1993年，鲁泰进行股份制改造，引入ISO9000质量管理体系，建立现代企业制度。

党的十五大报告进一步对股份制进行了深刻阐述，彻底摘掉了资本市场“试点”的帽子，众多行业龙头企业进行股份制改造并上市。1997年鲁泰在境外发行B股8000万股，融资用于扩大高

档色织布生产线，一跃跻身于亚洲六大色织布生产商之列。

党的十六大报告指出：“实施西部大开发战略，关系全国发展的大局，关系民族团结和边疆稳定。”2003年，鲁泰与新疆阿瓦提县丰收三场组建新疆鲁泰丰收棉业有限责任公司，不断完善一条龙产业链和整体布局，持续做大做强。

党的十八大提出，实施创新驱动发展战略，推进经济结构战略性调整，加快经济发展方式转变。2013年，党和国家提出“一带一路”构想。2014年，鲁泰开始提出“提质增效”和“全面国际化”战略，对标日本丰田，构建鲁泰生产方式（LTPS），进行国际化布局，在意大利米兰、日本东京设立办事处，在美国成立公司，投资4亿多美元推进柬埔寨、缅甸、越南等国外生产基地建设。公司先后获“全国质量奖”、第三届“中国工业大奖”、“国家科技进步奖一等奖”等荣誉。

党的十九大报告指出中国特色社会主义进入新时代，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。2017年，鲁泰开启新三十年征程，提出未来5~10年再造一个鲁泰的发展目标。2018年，鲁泰集团营业收入历史性突破百亿大关，实现新三十年发展的良好开局。

不忘初心、牢记使命、砥砺前行，努力实现纺织强国梦

习近平总书记在党的十九大报告中指出，中国共产党人的初心和使命，就是为中国人民谋幸福，为中华民族谋复兴。纺织工业是当代中国国民经济中一个庞大的、最稳定的支柱产业部门，担负着实现人民丰衣足食以至“美衣美居”美丽中国梦的历史使命。30多年来，鲁泰坚定不移跟党走，秉承家国情、纺织情怀，不忘初心、砥砺前行，实现百年梦想。

一直以来，鲁泰始终牢记“创造财富、奉献社会、衣锦四海、经纬天下”的使命，实现实业报国，这是我们矢志不渝的家国情怀。

一直以来，鲁泰始终以振兴纺织产业为己任，致力于实现纺织强国梦，这是我们矢志不渝的纺织情怀。

当前中国特色社会主义进入新时代，我国纺织工业形成了“科技、时尚、绿色”的新定位。站在新的历史起点上，鲁泰再次扬帆启航，继续在新一轮的改革浪潮中勇立潮头，牢记使命，不断朝着“世界一流 百年鲁泰”的愿景昂扬奋进，努力通过自身的高质量发展，为新中国成立70周年献礼！

（作者为鲁泰纺织股份有限公司党委书记、董事长、总经理）



鲁泰作为中国纺织工业宏伟事业的参与者，引以为豪

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



纺织服装周刊



《穿衣革命》 见证服装行业 70 年风云变迁

本刊记者_陶红 通讯员_徐楷 / 文 徐楷 / 摄

8月2日,由中国纺织工业联合会与 CCTV4 合作拍摄的《穿衣革命》系列片圆满收官。该系列片于7月29日~8月2日每晚22:00在CCTV4《走遍中国》栏目播出,每天一集,每集半小时。该片播出后得到社会各界积极评价。

时间倒回至2019年1月10日,中国纺织工业联合会与 CCTV4 确定合作拍摄《走遍中国》后,即安排中国服装协会和中国纺织工业联合会传媒中心具体负责配合制定和实施拍摄《穿衣革命》的计划。经过近8个月的拍摄、制作、改档,直至最终播出,《穿衣革命》向世人展示了中国服装行业革命性的巨变。

近8个月时间里,中国纺织工业联合会积极协助中央电视台,梳理发展历程、组织企业拍摄。在中国服装协会与中国纺织工业联合会传媒中心的积极协调与配合下,包括《穿越时空》、《穿上新科技》、《潮流风向标》、《绿色新时尚》、《穿出中国范》这五集的《穿衣革命》系列片全面呈现。

回顾历史,不忘来时路

今年是中华人民共和国成立70周年。70年来,中国纺织工业从小到大,由弱到强,取得了全方位、开创性的发展,发生了深层次、根本性的变革,中国已成为全球最大的纺织品服装生产国、消费国和出口国。

一直以来,社会各界对服装行业的印象锁定在“劳动密集型产业”、“低端产业”、“低附加值制造业”……这是服装行业挥之不去的一大困扰。《穿衣革命》系列片多视角为行业发声,呼唤社会各界对纺织服装行业重新定位和重新认知,以此为我国纺织服装行业匹配更多优质的社会资源,支撑纺织服装行业引领全球发展。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在采访中表示,《穿衣革命》是纺织服装行业献给新中国成立70周年的一份献礼,充分体现了中国纺织服装行业“不忘产业报国初心,牢记强国富民使命”的精神。

孙瑞哲还指出,“真、善、美”是纺织服装产业发展的价值取向,也是每一个行业人的根本追求,而这一追求又体现在产品与人、企业与社会、产业与国家的关系中。真,就是聚焦创新驱动,切实满足人民需要;善,就是聚焦社会责任,以人为本,保护环境,不断推进可持续发展;美,就是聚焦文化自信,促进先进文化的转化,不断美化人民的生活。在这种责任与使命下,中国纺织服装行业更应坚定不移地树立“科技、时尚、绿色”工作新定位、行业新标签。《穿衣革命》系列片也由此而生,并将作为“不忘初心、牢记使命”主题教育活动的优秀案例来进行宣传推广。

作为此次活动的主策划者,中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏指出,《穿衣革命》是一部非常成功的专题片,不单是因为献礼新中国成立70周年,也是因为它非常清晰地梳理了70年来中国人穿衣的变革,并通过服饰的变革透视产业的变革,更将这种变革道尽、道透。同时,详述了服装产业如何适应新的消费、新的市场;如何在全新的发展时期树立新标签,释放新动能,重塑新认知。

陈大鹏表示,此次拍摄所选择的纺织服装从业者,都是行业里的典范,深度挖掘其发展背后最核心的理念、创新实践的思考和他们所代表的企业、品牌的内涵,我们可以看到,每一个纺织服装从业者对于行业的热爱、精神的追求,以及支撑热爱的技术创新,这给世人带来了深深的震撼。通过企业家的视角,大众能够看到,纺织服装产业不仅提供物质需求,更创造精神需求,倡导新的生活方式。

谈及《穿衣革命》系列片的立意,中国纺织工业联合会传媒中心负责人刘蕾表示,近8个月时间里,摄制组对北京、长三角地区等地的20余家纺织服装企业进行公益性拍摄,讲述企业的成长、企业家的故事,为企业发声,折射服装行业的发展变化;并以消费者视角探讨中国人穿衣理念、方式的变化,促进消费升级,拉动市场需求,满足人民美好生活的愿望。



立足现在,勇担新使命

新中国成立70年来,中国服装行业积极融入世界,从大步追赶到并驾齐驱。70年时间,中国成为全球最大的服装消费市场,中国人的穿衣打扮呈现出多样化、个性化的发展趋势,标准化、规模化、智能化逐渐成为服装企业立足的根本。现阶段,中国纺织服装产业正在向“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”实现转型与提升。

服装的发展始终伴随着科技的进步,每一次技术的突破都会带来穿衣的“革命”。中国人穿衣理念变化的背后,彰显的是纺织服装行业的繁荣发展,也得益于新材料、新工艺、新技术的强大支撑。

服装行业是求新求变的行业,推陈出新是永恒的定律。《穿越时空》带领观众见证中国服装产业的变化,通过一个个人物,一件件往事,细说70年来中国人的穿衣理念的巨大变化;《穿上新科技》从服装设计和加工等方面入手,展现新科技的不断渗透给服装行业的每个环节带来的新突破;《潮流风向标》介绍了潮流设计师和时尚买手的时尚理念,讲述百花齐放的中国服装市场,解读在服装时尚潮流背后设计师和时尚买手的未来发展方向。

科技赋能,助推行业转型升级。随着消费不断升级,科技革命和产业变革蓄势待发,以互联网、大数据、人工智能为代表的新一代信息技术日新月异。纺织服装企业围绕市场需求,通过自主创新与协同创新,在组织内部加速全员创新、全要素创新、全时空创新,从而全方位构筑起技术核心能力,并将技术研发的核心优势转换为现实的生产力,引领产业升级、结构转型,向智能制造迈进。

在《穿衣革命》系列片中我们可以看到,张荣明带领团队率先将新材料形状记忆合金应用于内衣生产,成立“人体工程研究所”,针对中国人体尺度、动作进行数据收集、分析和专业化研究,致力于运用大数据设计更加舒适的内衣,以科技赋予产品生命力,增强企业核心竞争力;陈利军攻克技术难关,创新将石墨烯与纺织材料结合,研发智能加热服;杨晓非通过科技手段建立的大数据互联网平台——面料图书馆,解决行业痛点,帮助设计师、企业采购员等快速寻找心仪的面料。科技的发展正推动着中国纺织服装行业抢占新的发展机遇。

彰显个性,引领时尚潮流。服装的时尚和潮流随着时代的发展不断变化,时下的中国,服装的风格多种多样、层出不穷。潮流风向变幻莫测,使中国服装市场取向逐步深化,开始形成多元价值观,服装品牌也完成了从产品需求到品牌需求、品味需求,再到人文需求的定位转变。

市场分化、人群细分是当下服装产业的现状,多元化、小趋势的消费特征,细分的小众个性审美,为众多设计师品牌、时尚买手集成店提供了生存的沃土。拥有大量粉丝的直播达人,用穿搭理念赢得市场认同;思想前卫的设计师不断突破思维局限,做出符合市场需求的创新设计;国际化思维的职业买手用敏锐准确的判断力提供潮流的定制化服务……时尚本身兼具的“变化”与“永恒”的双重属性,在中国综合国力不断提升的当下,正发挥着重要的引领作用。

展望未来,聚焦可持续

中国服装产业飞速发展的同时,环境污染、资源过度消耗等问题也日益严重,可持续发展成为服装企业、产业链上下游共同关注的焦点。

《绿色新时尚》讲述服装企业在产业链各个环节围绕绿色生产和可持续发展做出的创新;《穿出中国范》讲述了服装企业、设计师等在中西文化融合发展中的突出表现。

勇担社会责任,倡导绿色发展。传统服装行业的污染主要来自原材料选择、印染工艺及过度消费。化纤面料不易降解,天然面料舒适环保却不好打理,化工印染污染大气和水,植物染色的色彩又不够鲜艳、容易褪色等制约着环保服装的生产。

服装设计作为服装产业链上的中间环节,连接着制造端和消费端。在此情形之下,构建生态环境可持续发展和绿色经济模式成为企业发展过程中的重要目标。服装企业高度重视行业绿色发展,立足产业链发展的每一个环节,以节能减排、清洁生产、资源综合利用为重点,积极推进“可持续时尚”的绿色竞争力,积极转型升级,改善发展模式,提升发展质量。服装设计师不断尝试将更环保的设计理念运用于服饰设计,采用天然材料、可降解材料生产,以此减轻大自然负担,掀起绿色新时尚风潮。

接轨国际,弘扬文化自信。传统与时尚、民族与世界,是服装行业永恒的话题。历经70年的融合与发展,中国与世界潮流同频共振,中国元素、中国设计、中国产业与世界全面接轨,以全方位的融合实现行业的可持续发展。

“纺织工业是树立文化自信和推进人类命运共同体建设的重要产业平台。”孙瑞哲说,“服装作为文化载体,蕴含着一个国家的文化传统和价值理念。”近年来,众多中国服装品牌国际影响力显著提升;中国设计师开始走向世界舞台中央,中国元素和设计获得国际市场的关注。贵州苗绣多次亮相伦敦,登上国际舞台,中国传统纹样、民族元素通过服装服饰这一载体,受到越来越多国内外消费者的欢迎,传统的手工艺结合现代的设计让中国文化、东方特色以更加耀眼的姿态亮相更广阔的舞台。

70年披荆斩棘,70年风雨征程,70年改革创新,一批批服装企业走出国门,走进国际市场,通过产品创新、工艺改革、技术研发,赢得市场、引领市场,中国服装行业积极融入世界。如今,全方位的融合还将继续,可持续的发展也将成为主流,未来,中国将朝着纺织强国建设目标奋力前进。TA

纺织服装周刊



“纺织之光”南通搭台， 推广非织造布生产装备新技术

本刊记者_郝杰 文/摄

8月7~8日，“纺织之光”非织造布生产新技术与装备科技成果推广活动在江苏省南通市举行。会议期间，与会专家介绍了非织造布机械领域的新产品、新技术、新趋势，以及智能制造的发展，包括主机、生产线、后整理机、配套部件等关键创新技术。

非织造产业被誉为纺织行业的“朝阳产业”，是未来纺织细分领域最有潜力的产业。据统计，2018年1~12月规模以上非织造布企业的主营业务收入和利润总额分别增长了5.02%和0.90%，过滤、土工、防护、交通和复合材料等产业用纺织品的主营业务收入和利润总额在全纺织行业内处于领先的水平。随着非织造布产品应用范围不断拓展，作为技术和资本密集的非织造布机械产业也紧跟市场变化，在产品开发、节能环保、自动化、智能化方面不断创新，涌现了不少新技术，提高了设备的自动化智能化水平，增强了设备稳定性，实现了产品加工设备多样化，降低了能耗，提升了产品质量。

为了加强行业交流，促进纺织行业科技成果转化，探讨行业发展动向，搭建行业新技术交流平台，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、中国纺织机械协会联合举办的“纺织之光”非织造布生产新技术与装备科技成果推广活动于8月7~8日在江苏省南通市举行。中国纺织机械协会副会长侯曦、高级顾问吕洪钢，中国纺织工业联合会科技发展部副部长、纺织之光科技教育基金会副秘书长开吴珍，非织造布机械行业技术及管理人士，相关纺织企业、高校、科研机构技术及管理人士、非织造布生产企业技术人员等参加了会议。

会议播放了“纺织之光”宣传片，中国纺织机械协会产业五部主任刘革简单介绍了协会与纺织之光科技教育基金会合作推广纺机科技成果的情况，他希望此次推广能给企业带来收获。

开吴珍代表纺织之光科技教育基金会向常熟市飞龙无纺机械有限公司、金轮针布（江苏）有限公司的代表颁发了捐赠证书。

在主题技术报告环节，来自7家企业的专家结合本企业的创新实践分别介绍了非织造布机械领域的新产品、新技术、新趋势，以及智能制造的发展，包括主机、生产线、后整理机、配套部件等关键创新技术。会议代表还参观了金轮针布（江苏）有限公司位于南通海门的生产基地。

“非织造布机械产业在产品开发、节能环保、自动化、智能化方面不断创新，涌现了不少新技术，提高了设备的自动化智能化水平。”

主题一 短纤非织造行业发展动态

报告人：恒天重工股份有限公司总经理助理吕宏斌



第十八届世界纺机展（ITMA）于6月20~26日在巴塞罗那举行，国内参展企业超过270家，主要集中于非织造布及毡网用布成网、粘合与后整理机械及其件和器材展区（H5）。中纺科技、昌隆、迎阳无纺、郑纺机、飞龙、金轮、白鲨、振泰等几十家与无纺布相关的国内企业参展，展示了中国形象和装备水平，中国设备已经跃上了世界的舞台。

从本次展会的动向看，无纺布设备企业参展规模逐步扩大，应用领域不断拓展，一些传统行业参展商也开始涉足无纺布领域，发展趋势明显。自动化、数字化、智能化形成趋势，自动化、信息化将成为生产线的标准配置，随着物联网技术和云智能的发展，工厂管理的智能化将逐步普及。生产速度、效率助推行业发展，针刺、水刺、纺粘等工艺生产速度的大幅提高，使行业逐步实现生产的规模化和应用的低成本化。

从技术特点来看，一是新材料的运用。碳纤维、高性能工程塑料、多种合金等已经运用到一些关键设备上，提高了设备精度，降低了运转重量；二是流程紧凑专业化、差异化配置。随着下游产品的应用领域不断扩大及应用市场不断细分，对原料的适纺和产品功能的效率保证、质量要求不断提高，专业化和精准配置变成一种趋势；三是设计速度提高。宽幅化、规模化的发展要求高产量、创新制造技术，从而催生了大幅宽生产线；四是节能产品标配。低能耗的运营已经深入人心，节能的要求不再是新时尚，而是基本要求。

主题二 纺熔非织造装备的技术发展

报告人：宏大研究院有限公司总经理安浩杰



纺粘法非织造工艺具备生产流程短、消耗低的特点。在纺粘非织造装备研发方面，宏大研究院有限公司近年来在复合纺丝和智能化两个方面进行了研发，并实现了技术突破。宏大研究院开发的衣架式复合纺丝模头和组件，与世界上主流纺粘技术供应商的复合纺丝箱体相比，具有结构简单，维修方便，周期性清理后恢复原始状态，使用寿命长，组件表面温度一致性好，纺丝稳定，装备可实现单、双组分多种纺粘产品柔性互换等特点。

在智能生产线技术方面，宏大研究院持续开展纺熔生产线的研发，定位高端智能生产线建设，形成了年产4万吨大幅宽双组份纺熔复合非织造布生产线、医用聚乳酸双组分纺粘熔喷复合非织造布生产线、超柔高蓬松卫材用纺粘热风非织造布生产线。具体优势包括实现了多线集中上料系统，原材料智能管理；生产线模块化、数字化控制，实现菜单式生产；设备零部件运行状态数字化监控，减少故障停机，保证开机率；质量要素信息全流程追溯分析，提高成品率；自动卷绕、智能分切、自动包装，卷材后整理减少用工；产品成本构成要素的实时性和匹配性等。

主题三 新型水刺装备技术介绍

报告人：常熟市飞龙无纺机械有限公司副总经理韩一斌



目前，水刺装备分为两种类型，直铺水刺生产线和交叉水刺生产线，直铺水刺生产线采用高速双梳理，高杂MD/CD达到3:1，高产量收卷200m/min；交叉水刺生产线采用高速铺网，通过后整理工艺实现产品多样化。提高产量的核心来自高速梳理机，梳理品质决定生产线产品品质，交叉铺网机配备高速梳理机。高速梳理机的门幅可以达到3.8米，主锡林通过结构优化设计，实现更好的动平衡性能，提高使用寿命。设备具有独有的高杂系统，利用气流促使纤维杂乱分布，获取良好的MD/CD值，其中关键是气流弧板精度，杂乱三角区通过手工及特制的工装工艺达到高直线条度的要求，使装配达到设计要求的隔距，有效控制气流。对于粘胶、天丝、全棉的梳理容易产生飞花，因此高速梳理的另一个关键点是高速气流控制，采用先进的气流平衡和吸风系统，主、胸锡林内部及工作辊道各处均有抽吸口，解决多辊高速旋转产生的大量飞花以及紊乱气流，提高产品均匀度，改善产品的布面效果。

主题四 非织造专用新型针布主要特征

报告人：金轮针布（江苏）有限公司研究员陈天红



金轮专注于针布产品的设计与开发，目前在非织造领域拥有“钻石、先锋、狼牙”三大系列产品。金轮钻石系列针布分梳效果好，使用寿命长，可广泛应用于水刺、热风等高端非织造领域。该系列针布采用欧洲进口高耐磨合金钢材料，具有高耐磨度、超长使用寿命，纤维梳理量达世界先进水平。优点是棱边没有毛刺、快口，工作面光洁度好，表面没有氧化皮。使用中纤维损伤小，齿齿的穿刺能力好，分梳效果好，棉结少且网面均匀。金轮还推出了防锈针布，采用特殊防锈原材料、特殊热处理工艺，适用于道夫、工作辊、凝聚辊、剥棉罗拉、牵伸辊针布等。此外，双面横纹针布是在针布的两侧面都采用横纹设计，抓取能力和握持控制能力比传统设计的针布提高30%，能减少飞花和掉网，还能降低纤维消耗，增加梳理度，纤维均匀度更好，梳理机产量更高。适用于中高速梳理机或梳理抱合力偏低的纤维，用于中道夫、道夫和工作辊等部位。

主题五 浅谈刺针选针的重要性

报告人：台州宇星制针有限公司总经理贺顺根



针刺法是干法非织造布制造中的一种重要方法。针刺法非织造布具有通透性好、过滤性能和机械性能优良、对制造环境破坏性低等优点，被广泛应用于制造土工布材料、过滤材料、合成革基布材料、汽车内饰、造纸毛毡、油毡基布、陶瓷纤维绝缘毡、螺旋干网毡、膨润土防渗垫、纤维填充料、机织布表面处理等多种产业用及生活用非织造布材料领域。在干法非织造布行业中，针刺法非织造布占比超过40%，可见，针刺法在非织造布行业的地位还是相当重要的。针刺用针及其选择合理的刺针规格对非织造布的制造质量提高起着关键的作用。常用针的长度、齿距、针尖形状、刺针工作段截面都有不同，因此要根据不同产品、面料薄厚克重等不同选择相应的针。

宇星公司对土工布生产线、油毡基布生产线、过滤材料生产线、合成革基布生产线、造纸毛毡生产线、陶瓷纤维绝缘毡生产线、螺旋干网毡生产线、膨润土防渗垫生产线、纤维防护垫生产线、汽车内饰布各生产线、服装辅料、垫跟鞋材生产线、揩抹布类生产线、机织布表面处理生产线、特厚碳纤和瓦楞纸板传送带生产线、箱包材料生产线、服装面料刺毛和起绒等选针用针都有着独到的经验。

主题六 CFK 轴辊在非织造设备领域中的应用

报告人：淄博朗达复合材料有限公司董事长刘鹏



公司成立于1999年，产品主要面向航天、军工、科研院所、大学试验用配件、民用仪器类产品用碳纤维部件等领域。自2012年开始布局民用高端装备用碳纤维轴辊制造。碳纤维材料密度低，比钢轻，在非织造领域设备中的应用主要是为了减轻重量。但碳纤维模量低，使用中容易产生挠度，因此精准控制是关键，公司通过创新既减轻了重量，又克服了低挠度的弊端。同时，碳纤维辊子的选用很关键，要考虑载荷，包括压力、包覆角度、膜的张力，还要考虑变形量、重量、动平衡级别、变形范围等因素。

主题七 智能化 S-roll 无级调压均匀辊热轧机

报告人：博路威机械江苏有限公司总经理沈宏伟



S-Roll 无级调压均匀热轧辊是博路威专利技术。传统普通中高辊只能在某一个特定压力下才能获得均匀线压力，传统偏移式交叉辊不适合高速运转，S-Roll 无级调压均匀热轧辊则实现了辊面整体线压力均匀一致、无级可调，适合高速运转。智能化 S-roll 无级调压均匀热轧机使智能化柔性生产达到了一个新高度，能快速转换生产不同的产品，备用的钢辊在高位时即可预热到所需的工作温度，备用钢辊可自动由备用高位转换到工作位置；能快速更换钢辊，钢辊可在备用高位冷却，不会妨碍生产，纤维网帘辊高度固定，纤维铺网后喂入热轧机时不需调整喂料网帘，两支上辊切换的时间不超过10分钟。设备运营省去停机换辊时间，降低操作强度，提升了工作效率，节约了生产成本。该技术国内首创“线压力”信号控制 S 辊的变形量，实现线压力与轧辊挠曲变形的自动补偿，提高了设备的智能化水平，降低了对操作人员的素质要求。采用在线厚度测量和控制系统，无纺布在热轧前后的厚度自动对比分析，使轧辊间左右线压力闭环控制，实现了宽幅范围内的均匀一致性。该机实现了国产热轧机高温 280℃、高速 600m/min、宽幅 3800mm 以上、线压力均匀一致在线可调等性能零的突破。整机实现了数字化、模块化、智能化、远程通讯等控制技术。TA



勾勒智能供应链与智慧产业蓝图

第12届全球纺织服装供应链大会在宁波海曙举行

本刊记者 王晗

7月30~31日，由中国纺织工业联合会主办，中国纺织信息中心、宁波市经济和信息化局、宁波市海曙区人民政府承办，中国纺织工业联合会社会责任办公室、中国纺织国际交流中心、宁波市服装协会、华东时尚行业CIO联盟协办的第12届全球纺织服装供应链大会在浙江省宁波市海曙区召开。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中纺联副会长、中国服装协会会长陈大鹏，中国纺织建设规划院院长冯德虎，中纺联生产力促进部主任乔艳津，国家纺织产品开发中心主任李斌红，中纺联社会责任办公室主任阎岩，中国印染行业协会副会长李瑞萍，中国纺织信息中心副主任李波等领导嘉宾出席了会议。

作为东道主，宁波市人民政府副秘书长颜伟国，中共海曙区委副书记、海曙区人民政府区长褚孟形，宁波市经信局副局长方巍，海曙区人民政府副区长张盈军以及来自捷克纺织服装皮革联合会、越南纺织服装协会、亨斯迈集团、英国世界纺织信息网、法国国际时装学院、荷兰品牌咨询机构等众多国际机构，以及雅戈尔集团、深圳市赢领智尚科技有限公司、如涵控股、特步集团、华纺印染、复星集团等知名企业的负责人与媒体记者共计500余人参与了本次活动。

为了帮助企业解决供应链管理中存在的共性问题，了解全球纺织服装供应链的发展趋势，推动供应链上下游的合作发展，中国纺织工业联合会自2008年起，每年在中国纺织服装的重要产业集群召开全球纺织服装供应链大会，至今为止已成功举办11届，共计5000余位来自国内外的行业代表参与盛会。

本届大会以“智能供应链与智慧产业”为主题，吸引了来自全球纺织服装领域的经济、管理、设计、营销等企业领袖与专家共聚一堂，通过主旨演讲、

前沿论坛、八大平行活动等兼容并蓄、多元立体的交流形式，汇聚各领域专家的前沿观点、分享成功品牌供应链管理案例和实践，探讨实用的供应链合作方式，探索纺织服装供应链的发展趋势。大会通过各方的观点碰撞，引发新思考、新认识，催生更多有价值的建议和启发。

供应链进入多元和高质量发展新时代

大会开幕环节中，褚孟形表示，海曙是宁波的纺织服装产业大区，现有纺织服装企业4800余家。近年来，海曙以数字经济为引领、以智能制造为载体、以科技创新为动力、以时尚创意为抓手，在全市率先出台时尚纺织服装业三年攻坚计划，加快提升纺织服装产业在品牌、质量、设计、文化等方面的竞争新优势，获评浙江省传统制造业改造提升试点区、全国产业集群区域品牌建设试点区和消费品“三品”战略示范区。

陈大鹏表示，今天，全球纺织服装经济进入到了供应链更为多元和高质量发展的新时代，市场的竞争已不再只是简单地介于企业与企业之间，而是转化为企业所处的供应链与供应链之间族群的竞争，转化为供应链的品质以及可持续发展的理念之争。企业通过网链结构的全新的有效的管理，不断增强市场的反应能力乃至引领能力，从而赢得市场先机。随着信息技术的进步，供应链已发展到与互联网、物联网深度融合的新阶段。在新一轮科技革命和产业变革的推动下，智能制造成为了纺织服装行业创新升级的突破口和主攻方向。随着生产、物流、信息等要素不断趋于智能化，纺织服装供应链也发生着新的变化，呈现出新的特征，朝着更加智慧的方向转变，成为制造企业实现智能制造的重要引擎。

颜伟国表示，纺织服装产业是宁波的传统优势产业。一直以来，宁波市委、

市政府高度重视纺织服装产业的培育发展，以供给侧结构性改革为主线，以智能化、绿色化、高端化为导向，坚持面料、设计、制造、营销、品牌、服务多点同步发力，着力推动纺织服装产业转型升级、提质增效。当前，宁波市正在全力培育时尚纺织服装等“246”万亿产业集群，努力将宁波打造成为全国乃至全球时尚产业之都。

开幕式上，宁波市海曙区人民政府副区长张盈军与深圳市龙华区政府协理、龙华区大浪时尚小镇建设工作领导小组执行副组长仙新民完成2020全球纺织服装供应链大会交接旗仪式，第13届全球纺织服装供应链大会将在深圳市龙华区大浪召开。

主旨演讲：行业供应链呈现出新变化与新特征

在主旨演讲环节，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲以“高质量发展语境下的纺织服装供应链建设”为题，畅谈中国纺织工业供应链发展的方向。孙瑞哲指出：伴随着全球分工格局、贸易格局、创新格局的深度调整，纺织行业面临的环境正在发生深刻变化，行业供应链呈现出新变化与新特征，发展智能供应链成为大势所趋，中国纺织行业在智能供应链建设方面开展了积极探索，取得显著成就。行业智能供应链系统性和集成程度不断深化，在智能装备、智慧物流、智慧零售方面快速发展，智能供应链的价值实现形式更加多元，支撑架构不断完善。据其分析，行业供应链的变化主要呈四大方向：供应链国际布局日益深化，分布式生产成为趋势；供应链成为核心资源，制造环节重要性更加凸显；供应链应对市场变化更加敏捷；社会责任成为供应链价值提升的重要保证。

在中国纺织行业智能供应链的新进展方向分析中，孙瑞哲指出：智能供应链系统性和集成程度在深化；智能装备作为供应链核心要素快速迭代升级；智能物流深度融合，产业供应链效率不断提升；智慧零售快速发展，以人为中心的特征更加凸显；智能供应链的价值实现形式更加多元；行业工业互联网稳步推进，成为智能供应链重要支撑。新形势有新要求，面对“互联网+、消费升级、绿色文明”的时代潮流，中国纺织行业需要进一步弘扬新时代行业精神，系统推进行业供应链高质量发展，以“实业兴国的爱国精神、务实创新的科学精神、协同发展的团结精神、人才为先的人本精神”着力打造智能供应链、品质供应链与责任供应链。弘扬新时代行业精神，为行业未来发展注入磅礴伟力。

会上，各方机构共同达成《宁波共识》，携手推动智慧供应链的建设。

前沿论坛：抓住“一带一路”机遇开展多样合作

在前沿论坛环节，来自多个领域的重头嘉宾，为专业观众带来了一场精彩的头脑风暴。随着国家“一带一路”倡议的持续推进，越来越多的本土企业通过不同形式与沿线国家开展了丰富多样的合作。作为该环节的开场嘉宾，捷克纺织服装皮革联合会理事长Jiri Česal以“捷克纺织服装业的前景与挑战”为题进行了主题演讲。

随后，作为全球领先的纺织解决方案供应商和广泛的染料以及化学品制造商，亨斯迈集团纺织染化事业部全球染料业务总监 Dhirendra Singh Gautam 以“科技、时尚、绿色的印染供应链解决方案”为题进行了分享。

论坛上，赢家服饰创始人陈灵梅以“高端女装 智能供应”为题，分享了有关女装全品类智能制造供应链平台搭建案例。如涵控股市场副总裁程文强就“数字经济时代下的网红电商新思路与供应链”为题进行了分享。

如今的中国纺织行业正处在一个快速变化的时代，新兴经济体崛起，贸易关系更加复杂，消费需求的快速变化、产业生态的快速变化都在深刻影响这个行业。中纺联社会责任办公室可持续发展项目主任胡柯华以“中国纺织产业绿色化转型的数据供给与供应链应用”为题进行了深入的分析。

随着信息技术的发展，时尚行业所处的竞争环境、业务模式和管理方式都面临着全新的挑战。因此，如何打造新的企业运营模式，协同上下游企业，最终破茧成蝶，也成了时尚企业急需解决的问题。会上，中国时尚CIO联盟联合创始人王敏作了“‘链’从数据开始”的主题发言。

“每家工厂、每台机器、每个技术组件，乃至贯穿生产过程中每个材料的数字化和互联互通，都有望帮助工业制造实现下一个范式转变。”世界纺织信息互联网执行总裁 Mark Jarvis 在“纺织服装价值链的数字化改造”演讲中说道。他认为更加创新的材料出现、智能纺织的出现，将带来一系列的机会并催生新的经济模式。

此外，在题为“服装供应链的智能化之路”的主题演讲中，特步服装供应链总监陈晓红从企业自身出发，对行业关注的热点进行了精彩的分享。TESTEX 特思达（北京）纺织检定有限公司业务部经理朱建萍以“激发信心，OEKO-TEX 助您构建智慧供应链”为题，进行了分享。复星智能制造（消费）产业集团执行总经理傅航辉从投资价值的角度，分析了时尚产业的供应链发展趋势。华纺股份有限公司副总经理盛守祥通过题为“智能化印染服务新零售供应链”的主题演讲，为其他企业的转型，提供了重要的分析参考。

平行活动：探索纺织服装供应链的发展趋势

会议期间，八大平行活动汇聚各领域专家的前沿观点、分享成功品牌的供应链管理案例和实践。

其中链接Z时代—供应链引领零售创新暨华东时尚行业CIO联盟夏季峰会活动中，览众数据COO吴琳、依文集团轮值总裁刘学锋、伊芙丽CIO田均轮、GXG集团IT经理王建华、伊泰特伦射频副总经理朱文明等做了重要分享。

在主题为“创新推动纺织行业更安全、更可持续的未来”的平行会议期间，亨斯迈纺织染化全球资深产品管理曹志坚、亨斯迈纺织染化中国区技术经理孟建平、亨斯迈纺织染化事业部数码墨水业务板块区域市场经理王晓亮、安踏集团高级工程师赵尚振分别就环境健康与安全、可持续和定制化改善方、数码印花墨水创新技术实现更加可持续发展的未来进行了讲解分析。

在产业集群转型升级和协同创新联盟年会上，中国纺织信息中心主任乔艳津、副主任李波、产业创新办主任周长年与来自宁波、大浪、常熟、虎门、彭州、盛泽、石狮、西樵、西平等产业集群地的嘉宾代表，就产业集群高质量发展推动纺织服装行业升级进行了深入探讨。

为推动优质资料向消费者倾斜，促进我国羽绒服装行业转型升级，大会期间还举行了羽绒供应链联盟沙龙活动，重点讨论原料、设计、工厂——面向C端客户的羽绒服装需求链打造。沙龙中，中国时装设计最高奖“金顶奖”获得者武学凯以“构建时尚产业的IP生态”为开篇进行了演讲。随后，杭州华英新塘羽绒制品有限公司副总经理张娟娟着重阐述了“高质量原料源头贡献良好的消费体验”的观点。浙江福尔普生新材料有限公司执行事务总经理王环则与专业观众共同探讨了“功能性羽绒服装面料的开发与应用”主题。艾莱依集团有限公司总裁办、科技实验室经理陈少伟则就“羽绒服装产业市场现状与未来发展”进行了深度分析。

在主题为“高质量供应链与品牌建设推动服装企业快速发展”的平行活动中，法国国际时装学院MBA奢侈品牌教授、前艾莱依首席创意官 Douglas Kobernick 现场分享了“利用创造性营销提高产品销售”的主题演讲。特思达（北京）纺织检定有限公司业务部经理朱建萍则讲解了“如何借助OEKO-TEX 标签创建消费者信心？”荷兰品牌咨询机构 Orange Branding 中荷橙品牌管理有限公司创始人、CEO 南美龙详细讲述了品牌建设对中国企业在供应链不同环节所带来的不同效应。

会后，与会嘉宾集体参观了雅戈尔集团的智能制造工厂，领略了智能供应链与智慧产业的魅力与前景。

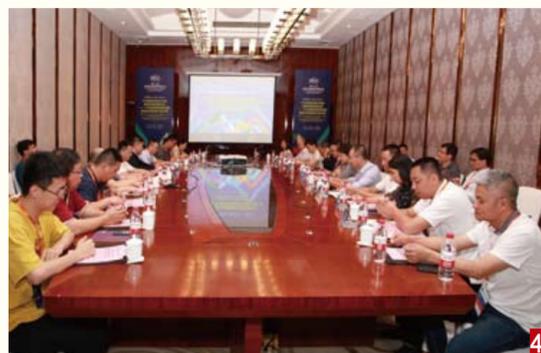
行业供应链的变化主要呈四大方向：供应链国际布局日益深化，分布式生产成为趋势；供应链成为核心资源，制造环节重要性更加凸显；供应链应对市场变化更加敏捷；社会责任成为供应链价值提升的重要保证。”

纺织服装周刊

· 企业热议 ·

可持续智能供应链 让传统产业重构迭代

本次大会以“智能供应链与智慧产业”为主题，集结全球纺织服装领域的经济、管理、设计、营销等企业领袖与专家于一堂。对于未来纺织智能供应链的发展方向，来自全产业链各个节点的优秀企业负责人也有着自己独到的见解与感悟。为此，记者特别采访了具有代表性的企业，希望从他们的个案中，寻找未来智能供应链发展的脉络与方向。



4



5



6

4.5.6. 供应链大会通过主旨演讲、前沿论坛、八大平行活动等形式，汇聚了各领域专家的观点。

7.8. 大会通过观点的碰撞，引发新思考、新认识。

1 可持续供应链让生态资本产生盈余

“可持续发展、创新和协作是亨斯迈纺织染色的核心。这几个核心理念也支持着我们帮助客户和行业打造更清洁、更高效、更透明且可持续的供应链。”在亨斯迈集团纺织染色事业部全球染料业务总监 Dhirendra Singh Gautam 看来，如今的纺织行业正面临前所未有的环境和经济双重挑战。

为改变这一现状，亨斯迈推出了可持续发展改进计划——SIP。SIP 是一个全面的可持续发展解决方案平台，亨斯迈的技术专家团队在客户工厂中，针对工厂的情况提供定制化的解决方案，助其减少水和能源消耗、提高产量和生产力。

“创新是亨斯迈纺织染色业务增长的关键，并且我们还要确保创新的产品可以满足行业和客户当前和未来不断变化的需求。我们每年的研发投入占总营业额的 5%，共有专利 800 项，仅近 5 年就已推出 200 多种产品，占总销售额的 15%。”Dhirendra Singh Gautam 说。近年来公司推出了多款创新产品，包括颠覆性创新型多反应染料系列——AVITERA SE 活性染料。该系列符合环境可持续性的新标准，可在最短时间内达到很高的性能。由于超短的清洗周期，AVITERA SE 染料与传统的染料相比，可节水 50%、节能 70%、省时 50%、省盐 20%。

此外，为了解决涤纶和棉混纺物染色的挑战，亨斯迈纺织染色还引入了 TERASIL W/WW 染料和 AVITERA SE 染料组合，该组合可在最短的加工时间内，实现最高的染色效率，对环境的影响极小。亨斯迈纺织染色最近还推出了新一代高性能数码印花墨水系列 NOVACRON Advance 和 ERIOFAST Vista，可帮助客户在纤维素纤维和锦纶/棉混纺物上实现高质量的印花效果。

专注于原材料、成品和半成品中有害物质认证体系的 TESTEX，在可持续供应链方面也有所建树。公司提供的 OEKO-TEX 系列产品认证及服务，为纺织供应链提供了全面的解决方案。

值得一提的是，如今，消费者的购买决策变得日益复杂，企业透明度也越来越难以实现。如何让消费者了解其所购买的纺织品是否安全，如何把产品生产的供应链环节以透明的方式展示给消费者，成为提升消费者对品牌信心的关键。

“复杂性和可变性在纺织行业中错综复杂地交织在一起。纺织业的可持续发展需要大量的规划、投资和持续改进，而全球标准有助于简化规划过程。OEKO-TEX 为纺织领域的企业提供了最权威的全球标准及认证，使其产品经独立机构的有害物质检测，并在可持续性方面优化其生产条件和供应链。”TESTEX 特思达（北京）纺织检定有限公司业务部经理朱建萍介绍说。

对于记者提出的“一个成功的可持续供应链需要具备哪些元素”问题，中科世宇（北京）科技有限公司副董事长段宇晶给出了三大原则：管理、透明、参与。

在他看来，第四次工业革命——绿色革命已经来临，首先就是要实现碳排放的“脱钩”。这就要求企业在经营战略、市场营销模式、品牌发展理念方面做出重大改变。例如以担负社会责任为己任，持续有利于环境保护的绿色经营，为消费者提供绿色产品，开展绿色营销；在科技、制度、资本等多方面因素的共同作用之下，提高资源利用效率，达到各类资源使用的“峰值”，实现生态资本要素的“盈余”及企业的健康发展。

2 谁将成为下一个风口？

消费观念的转变，为纺织服装供应链体系的建立带来了新的发展机遇。以具有柔软舒适、天然抗菌防霉防螨、吸湿排汗快干、防紫外、吸附异味等功能的天然纤维汉麻为例，一公顷汉麻在 100 天的生长期中，可以在纤维内隔离并储存 20 吨的二氧化碳，在土壤中隔离并贮存 500 千克的二氧化碳，汉麻制造的产品更被外界称为“碳汇产品”。

作为服装行业的领军企业，雅戈尔集团在发掘汉麻的特质之后，从十几年前就开始进行产业布局，如今已建成汉麻纤维及汉麻纺纱生产基地，实现高比例混纺、高支化、清洁化生产，突破了汉麻面料染色、柔软及抗皱等关键技术，开发出多种高品质的高档服装、家纺、家居面料。今年 4 月，雅戈尔的“高品质汉麻纺织品全产业链关键技术与应用”项目，通过中国纺织工业联合会专家组鉴定，认定该项成果整体技术已达到国际领先水平。

“我们坚信，大健康产业将是一个快速发展的风口产业。”太极石股份有限公司纤维事业部总经理王荣华表示，一直以来，公司把“绿色、健康、时尚”作为产品研发的基本理念，将太极石健康能量纤维与 AI 智能结合，将消费者的健康管理融入太极石纤维产品，为消费者带来全新的健康体验。

王荣华介绍道，公司对太极石纤维的应用与开发用途广泛，除应用到传统的内衣、家纺、服装、无纺布领域，还应用到与羊绒的混纺毛衫领域、与真丝交织的丝绸领域以及与羽绒的混合填充领域等，既解决了原有材料的短处，又让新产品具有了太极石纤维的功能，成为天然高档纤维并焕发新的活力。

此外，太极石公司还将太极石应用到纤维产品上，使太极石产品成为了人工智能的载体，让消费者在使用过程中能直观了解身体健康指数，为身体健康预警。王荣华表示，希望“太极石”能成为 5G 时代的健康管理专家。

调温纤维及纺织品属于纺织高科技项目，形成了纺织服装行业的高新产业体系，不仅提高了人们舒适健康的生活质量，而且对节能环保具有重要的现实意义。对于调温功能纺织品的研发方向，段宇晶预测道：“目前调温功能纺织品可应用于民用四季服饰、户外运动服饰、家用纺织品及家居装饰、防护安全、医疗卫生等领域，若将调温功能与其他功能复合，还能向军事隐身、智能可穿戴、生理监测等领域延伸。功能性纺织品的春天已经来临，未来的科技变幻必将打破今天人类的所有认知。”

2013 年以来，为了响应绿色、环保可持续发展建设，国内外市场对纺织化学品的要求和门槛越来越高，这也给纺织新型功能整理剂材料带来机遇。浙江福尔普生新型材料有限公司执行事务总经理王环谈到，公司在 2018 年率先推出亲水易去污整理系列产品，此产品一经推出，便迅速被下游品牌及其工厂加工单位大量购入，应用于涤纶、全棉及其混纺织物等易去污整理加工环节，经过易去污加工整理后的面料如果沾染了酱油、番茄酱及圆珠笔油污，皆可用清水擦拭去除干净，从而赋予面料易去污打理功能，且整理后的面料服装经过多次水洗，仍然具有易去污功能，可保持衣物新鲜干净。在两年不到时间内，此产品已累计销售 1000 多吨。

在上海盛意成纺织有限公司董事长孙建友看来，石墨烯技术的应用对面料生产来说确实是一个里程碑式的突破。石墨烯与纤维相结合，不仅能吸收人体释放出来的远红外热量，并反射回人体，提升人体血液循环，还可以激发人体细胞中的水分子共振发热，使热量均匀传递到整个身体的同时，真正实现由内而外的温暖，从而加快人体新陈代谢、修复衰老受损细胞、增强人体生物活性。此外，盛意成石墨烯面料具有良好的抗静电性，以及真正的无毒抗菌防螨。



7



8

3 智能供应链如何建立？

如何建立智能供应链，是行业企业关注的热门话题。谁能找到解决方案，谁就掌握了在未来竞争中脱颖而出的利器。根据企业在供应链中所处不同环节，他们的智能供应链构建方案各有不同。

海盐贵诗迪实业有限公司董事长顾心逸心中的智能供应链，应围绕核心企业，通过对信息流、物流、资金流的控制，从采购原材料开始，制成中间产品以及最终产品，最后再由销售网络将产品送到消费者手中，将供应商、制造商、分销商、零售商直到最终用户，连成一个整体的功能网络结构。

作为一家集设计、生产、营销、加工及品牌于一体的专业化服装制造与投资实业公司，海盐贵诗迪深感打造绿色环保可持续供应链的必要性和紧迫性。为此，海盐贵诗迪有效整合上下游资源，进行优化与链接，使得每个环节都能获得最大效益，形成一个畅通而有价值的供应链，通过快速反应实现资源的合理配置，避免原材料、人力、成本等的浪费，建立绿色环保、可持续发展的供应链。

杭州华英新塘羽绒制品有限公司的客户名单中不乏 MONCLER、FILA、安踏、李宁、巴拉巴拉等一众国内外知名品牌，该公司副总经理张娟娟介绍说：“绒洗涤剂不环保会对土壤环境造成破坏。我们从五年前就开始研发环保、无氟的药剂，目前已达到持续回用零排放。”

浙江美欣达纺织印染科技有限公司经营副总刘艳梅介绍说，公司制定了绿色智造战略，明确提出了可持续发展策略目标，产品开发的必须是生态化、功能化、科技化。在开发生产过程实现从源头管控到末端治理的闭环管理，同时主动发布社会责任报告，做到信息真实透明公开。此外，公司通过与纺织产业链的上下游一起重点探索自然本质与科学技术之间的平衡关系，将有机概念、可持续概念贯穿在材料、肌理、图案等各个环节中，运用多元的色彩和设计元素，彰显出消费者的个人风格和主张。[7A]

纺织服装周刊



作为正在大踏步发展的行业展会,本届展会进一步打响了“柯桥窗帘布艺”区域品牌。

“帘”人万家 “成”就生活

2019 柯桥秋季窗帘布艺展做强区域品牌

本刊记者_ 郭莹颖 / 文 郭莹颖 施斌 / 摄

成品帘、跨界、设计先行、传递生活理念、互联网+窗帘……8月1~3日,2019绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会(秋季)(以下简称“柯桥秋季窗帘布艺展”)在中国轻纺城国际会展中心举行,再一次为行业上下游资源优化打造新高地。根据门禁系统统计,三天共吸引采购商共计37477人次,较上届增长3.2%。

本届展会以“帘”人万家、“成”就生活为主题,带领柯桥窗帘布艺产业从卖布到卖帘中重新定义自己,积极融入互联网直播网红经济下的成品帘产业,提前布局跨界带来的销售新动能,打造中国轻纺城成为中国成品帘产销培育基地。

18000平方米的展览面积内,设1006个展位,共有228家参展企业。值得一提的是,现场还设置了成品帘集中展示区、窗帘窗纱集中展示区、企业宣传展示区、论坛展示区,同时开设网上布展,利用“网上轻纺城”举办网上展览会。除了好时光、众茂、昌达、红山芋等柯桥知名窗帘企业,展会还吸引了来自浙江杭州、嘉兴、台州、北京、江苏、河南、福建、广东等地的窗帘布艺企业以及相关配套企业的加入,尽显窗帘布艺产业的勃勃生机。



展会由中国家用纺织品行业协会、绍兴市柯桥区人民政府主办,柯桥区中国轻纺城建设管理委员会、柯桥会展业发展办公室、柯桥区中国轻纺城窗帘布艺协会承办,浙江萤火虫会展有限公司执行,绍兴市柯桥区工商业联合会、浙江中国轻纺城集团股份有限公司旗下网上轻纺城和全球纺织网进行全面支持。

展会首日,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,中国家用纺织品行业协会秘书长吴永茜,绍兴市柯桥区委常委钱勇军、副区长李东和相关部门、单位负责人及来自全国各地家纺行业协会、家纺企业的负责人共同参观了本次展览会。

线上线下融合,构建新零售业态

乘着线上线下充分融合的时代东风,原本存在诸多隐忧的窗帘布艺线下门店开始发挥作用,弥补线上购买窗帘布艺带来的诸多不便,让用户既能享受线上购物的便利,又能感受线下的真实体验。

窗帘布艺企业通过线上挑选线下体验的创新消费模式,很好地满足了消费者的多元消费需求,深度介入到商品生产、运输、销售、使用等诸多环节,一拳打通线上线下。从某种角度讲,这种模式下的线下服务体验店可以看作是一个线上窗帘布艺产品的“补给站”,让很多线上用户能够在线下门店获得更加全面的体验。

万家帘品作为一个数据化运营的O2O精品窗帘集合品牌,突破了窗帘行业渠道单一、信息不对称、可选择性小、品牌化发展不足等瓶颈。展位负责人马晓琴表示,对于生产厂家而言,通过互联网平台,能够实现更精准的供给。传统生产厂家就是等着客户上门,而如今通过大数据分析,能够了解客户喜好,精准供应产品。

“每个月公司都有窗帘销售排名,我们根据这份数据不断更新自己的产品,既了解市场又减少库存压力。”马晓琴说。

在海宁思启纺织有限公司展位,展位负责人李先森向杨兆华一行介绍了公司产品从素色纱到多品种多工艺的10余年发展历史。作为一家涉猎线上业务才3个月的“后起之秀”,李先森表示,公司之前做过市场调查,受益于互联网用户数量的快速增加,一大批互联网品牌及发展线上业务的传统品牌都经历了快速成长,近几年线上渠道的快速发展对家纺行业产生了较大颠覆,这也是公司加快脚步发展线上业务的主要原因。

展品独具匠心,工匠精神托举前行

实际上,对于越来越多窗帘布艺企业而言,他们不再局限于只卖一块窗帘,而是提供配套设计方案。企业根据自身情况,在转型的道路上不断探索前行、积累经验,从而实现质变,而本届柯桥秋季窗帘布艺展正是为企业搭建了一个全新的演绎自我展示能力的平台。

悠扬的小提琴伴奏、浪漫的鲜花和舞台搭建,嘉禾尚品的展位布置吸引杨兆华一行停下脚步。总经理孙德华介绍,公司此次带来各类素色纱上千种,主要针对成品帘工厂。“我们专注做窗纱,有几款主打高端功能性的纱窗不同于市场上的普通纱窗,它们的最大特点是驱离蚊虫,不粘腻,油污较易清洗,对家居的私密性也有很大的提升。”孙德华说。

杨兆华一行走进红山芋展厅,对其窗帘的质量、整体色彩搭配、展示效果都赞不绝口。红山芋的设计融入了东西方文化,风格独特、工艺精细、色彩时尚,其中各类中高端提花类、色织类、转移印花类窗帘窗纱更能满足中高端客户需求。据董事长毕贤程介绍,今年公司更是主抓营销和研发,深练内功,确保企业的良性发展。

杨兆华表示,作为家居用品中的一个重要分支,窗帘布艺行业的整合是不可避免的,但窗帘布艺企业要明白一个道理,只有做大做强自己,严抓产品开发和品质管理,才能真正成为消费者信赖的品牌。

渠道创新变革,成品帘渐成趋势

展会现场,成品帘再一次成为众人瞩目的焦点。

本届展会充分利用柯桥窗帘布艺生产基地的优势,整合相关产业链,首次推出“中国轻纺城成品帘培育基地”的概念,对接生产、辅料、机械、软件和设计各个领域,集结全行业成品帘相关企业,如南京四维星成品帘软件、北京科布如神、浙江红山芋、好时光、厦门中缝科技、屹杰缝纫、杭州味布拉和天下一家等成品帘软件设计企业、成品帘生产企业、成品帘设备生产商、成品帘辅料供应商和软装设计公司等组成成品帘产业链展团,形成以成品帘为主导,相关配套企业一同入驻的主题展团融合模式,规划以成品帘产业链为导向的展会未来发展模式。

在新居乐布艺的展位,负责人洪光政向杨兆华一行展示了一款无缝拼



接窗帘。据介绍,无缝拼接窗帘可以让单调的空间活跃起来,多个颜色或者花型的拼接和室内其他软装相互呼应,从而达到平衡空间色彩的效果。洪光政说,“传统的窗帘工艺如果要做无缝拼接,只能每种颜色或者花型的窗帘都剪几米然后缝制在一起,但是我们的无缝拼接窗帘现在都是一条流水线制作而成,悬挂效果更佳。”新居乐布艺不仅销售窗帘面料,同时也加工制作成品帘,针对国内窗户尺寸尚未统一标准化的现状,洪光政认为,目前的成品帘模式更倾向于定制化成品,既提供客户个性化选择,又保证客户选择在标准化专业框架内。

无独有偶,新东方布艺负责人张敏杰也持相同态度。他表示,随着新生代消费群体的崛起,消费者对购买流程、安装等多方面的便捷要求越来越高,传统窗帘的制作时间让消费者不耐等待,标准化成品帘的存在符合市场与消费者的需求。

“打造真正意义上的成品帘,是未来渠道创新变革非常重要的方向。”杨兆华说,“标准化成品帘能够让消费者买窗帘如同买服装一般快捷,符合80、90后的消费需求,是渠道变革的有力抓手。未来窗帘布艺行业将不再仅限于生产一块布,而是会走细分化、品牌化发展之路,柯桥具有良好的成品帘发展基础,不仅离专业市场近,而且了解消费者需求,窗帘布艺企业要不断进行自我调整,完善修复能力。”

作为正在大踏步发展的行业展会,为了给客商提供更多高质量服务,本届柯桥窗帘布艺展充分利用内容电商、网红直播和流量平台,在展会现场开展“我和世界一起玩”之玩转电商直播与抖音活动,进行现场销售成品帘。同时举办窗帘布艺产业软装设计趋势大讲坛、相关行业技能培训课程,进行现场软装巡回演讲,对中国轻纺城窗帘布艺的现状和未来进行全面梳理和深入解读,实现产学研结合、产业共融的局面,进一步打响“柯桥窗帘布艺”区域品牌,于企业与行业而言,新的发展契机也随之涌现。



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

股票代码: 600790



打造新时期
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台,您将获取更多资讯。

成品窗帘 + 网红直播

打造中国轻纺城“成品窗帘培育基地”

本刊记者 王利 文 / 摄

什么是成品帘？顾名思义，就是无需加工就可以直接使用的窗帘。成品帘如同窗帘界的“成衣”，有不同的尺寸规格、款式风格、成分材质，所见即所得。在炎炎夏日，一款简单清新、防紫外线的窗帘，将酷暑挡在窗外，而室内的你，吹着空调、喝着咖啡，偶尔还可逛逛手机商城、看看网红直播，在轻松愉快中选购喜欢的成品帘，如同买衣服一样简单。



成品窗帘与网红直播跨界融合成为本届窗帘布艺展新亮点。

为期三日的2019绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会（秋季）（以下简称“柯桥秋季窗帘布艺展”）现场人潮如织，采购、对接、交流场景依旧火爆，各种材质、风格的成品帘让下游采购商大开眼界，如获至宝。本次展会利用柯桥布艺生产基地的优势，首次推出“中国轻纺城成品帘培育基地”的概念，对接生产、辅料、机械、软件、设计各个领域，集结上下游的成品帘相关企业，更好地感知行业的发展和跃升，聚焦成品帘行业生态。

此外，本届展会充分利用内容电商、网红直播和流量平台，与1688平台达成战略合作，首次将网红直播间引入展会现场，打造1688柯桥直播基地，发展柯桥网红经济。数据显示，展会第一日，在线观看直播量达3285人次，成交额达36.7万元，实现开门红。

成品帘的发展前景如何？网红直播与成品帘的跨界融合，将碰撞出怎样的火花？如何将中国轻纺城打造为中国成品帘产销培育基地？对此，《纺织服装周刊》记者面对面采访了中国家用纺织品行业协会和柯桥窗帘布艺协会领导，以及参展商、采购商、直播平台代表等，了解成品帘最新动态及发展规划。



定制成品帘 VS 标准成品帘

目前，我国成品帘主要呈现两种业态，一种是个性化定制窗帘成品交付，由门店根据消费者需求设计好窗帘的款式和尺寸，再由生产企业进行制作完成，最后交付给消费者；另一种是标准化成品帘，即按照一定规格、尺寸标准批量生产，有独立的标识及包装，可以直接进入销售和使用，并且可退换。

绍兴隆鹰纺织品有限公司旗下品牌“露易纱”家纺，从2016年转型走定制化成品帘路线，取得良好的市场反响和成绩。本次展会，该公司带来了新中式、欧式风、南美风等6个系列，50余款热销新品及数十本成品帘效果图册。据总经理吴小兵介绍，展会第一日上午，便接到近60个订单，收获20余个意向客户。

此外，露易纱还选送了5款最新成品帘到展会现场的1688平台进行直播，得到不少在线观众的青睐。“定制化成品帘是我们目前的主攻方向，近年来我们从材质、功能、工艺等方面都在进行探索，服务全国各地零售商，满足新生代消费者需求。”吴小兵说道。

从严格定义来讲，个性化定制窗帘成品交付并不是真正的成品帘，但却是从卖布到成品帘的一次跃升和深层次探索。当然，也有小部分企业敢于率先“吃螃蟹”，直接尝试标准化成品帘，并通过线上线下融合，全面布局未来发展。

绍兴唯舍布艺有限公司旗下品牌“波浪线”，以简欧、现代等小清新风格为主，是专门针对80后、90后，甚至“Z世代”消费群体，以及数字化经济时代而推出的标准化成品帘品牌。展会现场，该展位人潮如织，20款特色窗帘吸引了全国各地采购商的目光，尤其是具有记忆定型和可升降功能的两款成品帘，吸引了诸多采购商驻足咨询。

“我们从今年开始全面布局标准化成品帘，并外聘网红，通过抖音、微信公众号等线上平台进行传播，未来还将入驻淘宝、京东等电商平台，全面铺开标准成品帘销售渠道，最终打造私域流量池，做到客户私域化服务。”公司总经理何梁槐说道。

新事物的发展需要漫长的过程，并不是一蹴而就的。展会现场所呈现的定制成品帘和标准成品帘，体现了以柯桥为代表的窗帘布艺企业，面对消费升级积极求变的姿态。这些企业根据自身优势和市场化变化，重塑企业定位，最终将推动整个窗帘布艺行业向高质量发展。

成品帘来袭，零售门店是喜是忧？

成品帘的发展，对于各地的窗帘零售店而言，一方面可节省加工、裁剪损耗、人力等各项成本，只需针对消费者做好服务即可；另一方面，未来成品帘或许会直接走进超市、商场、综合体，就如衣服和床上用品一样，直面终端消费者，而窗帘零售店存在的价值和意义可能会减弱。对此，窗帘零售门店如何看待，未来又将如何破局？

展会首日，来自安徽的采购商吴成胜与多家参展商都达成了合作意向，选购了不同的成品帘和效果图册。“成品帘的快速发展，对我们经销商而言有喜有忧，好的方面来讲，我们不用承担加工环节的风险，客户挑中产品可直接带回家，也可根据需求，让上游厂家定制。但是这也就意味着我们所扮演的角色作用减弱，如果不突围，很可能被取代。”吴成胜说道。

因而，该公司根据市场变化需求，不断调整定位。目前已从单纯窗帘加工，转型为墙纸墙布、窗帘布艺、工艺品、沙发套、床上用品等全屋定制一条龙服务，通过拓展业务范围、提高服务质量等方式，重塑自身优势。

来自温州的乾景布艺也有着类似的发展模式。据总经理李忠宝介绍，乾景布艺已在当地经营多年，除了窗帘，还兼营墙纸墙布、地板等，并收获了一大批忠实的粉丝。“我们与柯桥窗帘厂家有着长期的合作，店里所经营的大部分产品都从柯桥拿货。我认为只要服务好客户，成品帘对于我们零售商并没有多大的冲击，毕竟大型的窗帘生产商需要更多的渠道经销商和服务商，再者对于窗帘我们是专业的，很多消费者更青睐让专业人士上门量尺寸、安装。”李忠宝说道。

的确，任何事物的发展都有着两面性，面对成品帘风口，传统的零售门店也应提前做好布局，在市场变化中重新找到自己的方向，才能在未来立于不败之地。

网红直播助推成品帘御风而行

当下最火热的网红经济与粉丝经济起起伏伏，靠颜值网红的红利期已经过去，“直播+网红+电商”的模式是目前新的商业趋势。本届柯桥秋季窗帘布艺展抓住最前沿的风口，与1688平台合作，引入网红直播间，选送十余家参展企业的数十款成品帘轮番直播，通过流量网红与窗帘企业老板娘交流互动，展示窗帘内在要素和特色风格，分享购买窗帘的注意事项和护理常识等，带动观众的购买欲。

高屋建瓴

提升品质内涵 增强品牌意识

访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

品质是企业的核心和生命，品牌是企业的形象和灵魂，二者兼具，才是企业做大做强的最好保证。杨兆华在走访2019柯桥秋季窗帘布艺展后，对于柯桥窗帘布艺行业成品帘发展充满期待和信心。他认为，柯桥培育成品帘拥有良好的基础，很多企业都有较强的自我调整和修复能力，能根据市场变化捕捉发展趋势。

杨兆华表示，成品帘的发展对柯桥窗帘布艺企业走品牌化道路有着很大助推作用，企业首先要做大做强自身产品，在品质的管控和创新研发方面下功夫。同时他希望更多的企业适应消费需求的变化，增强品牌意识，提升企业竞争力，让柯桥窗帘走出柯桥、走出国门、走向世界，成为中国乃至全球消费者信赖和喜欢的品牌。



阿里集团1688平台商务总监李德庆表示，随着5G时代的到来，未来一部手机就可完成直播各项工作。直播不同于传统电商，它是一个零门槛的平台，只要有实体店、有直播平台，公司员工、老板都能进行，可减少团队运营成本和流量成本，而且这些人往往对自己的产品特性非常熟悉，更能走进消费者的内心。同时，每个企业产品的风格、价格都是不一样的，通过直播互动，可以沉淀与自己公司最为匹配的客户群体，也能让老板和员工从幕后走向台前，摇身变成网红主播。

柯桥窗帘布艺协会常务副会长兼秘书长赵君会表示，柯桥窗帘布艺拥有集聚化、专业化的优势，产品性价比高，为成品帘发展提供了良好的产业基础。柯桥窗帘布艺协会已成为1688平台会员，所有协会会员的产品都可免费参与直播，推动柯桥发展网红经济，让每一家成品帘企业都开启直播销售模式，共同将中国轻纺城打造为真正的中国成品帘产销培育基地。

此外，本届展会还首次抛出“5G时代传统产业如何转型升级”的行业话题，开展“我和世界一起玩”之玩转电商直播与抖音的课程，讲解如何运营店铺、如何带动流量、如何维系粉丝，把脉行业问题，探寻发展之路。随着网红直播与成品帘的跨界融合，未来窗帘布艺行业将御风而行，走出一条创新跃升的道路。TA

纺织服装周刊



以隆庆祥为代表的中国服装品牌正在应时而动，不断调整、改变、创新。

看中国品牌如何“重塑”未来

从隆庆祥 2020 流行趋势暨定制新品发布会窥见行业创新路径

本刊记者 董笑妍 / 文 关云鹤 / 摄

这是一个多元并进、快速变革的时代，作为一个快速更迭的行业，中国服装产业该如何应对技术、资本、市场、文化的变化演进？作为讲述中国文化、中国自信的重要载体，中国服装品牌又该如何顺势而谋，传承非遗，重塑未来？我们不妨从隆庆祥这个百年民族品牌的转变提升入手，探寻中国本土服装品牌的转型之路。



隆庆祥品牌年轻化、国际化趋势凸显。

世界如此之新，一切尚未命名。8月3日，在隆庆祥 2020 流行趋势暨定制新品发布会上，百年定制品牌隆庆祥以“重塑”为主题，展露了品牌形象和产品设计的整体转变与提升，年轻化、国际化趋势凸显。

体察消费变化，设计回归简约理性

这是一个黄金时代，拥有近 14 亿人口的中国市场，正在经历新一轮消费升级。在这场变革中，中国服装品牌迎来机遇，也必须直面挑战。

如今，消费者日趋成熟、理性，不再将价格、数量、新品、商标和可炫耀程度作为消费的主要考量，而是呈现出从注重量的满足向追求质的提升、从有形物质产品向更多服务消费、从模仿型排浪式消费向个性化多样化消费等一系列转变。

同时，人们身处信息变革之中，过着快节奏、高频率、满负荷的生活，也更为重视内心精神世界，希望回归宁静至简的生活。

有相当一批本土品牌凭借敏锐的嗅觉体察到这一转变。例如隆庆祥的本季新品，结合自身特色，融入大量国际时尚潮流，摒弃所有琐碎元素，以干净利落的线条和高级简约的色彩，表达通透至简的生活观，将“Less is more”的设计感和高级美感展示于无形之中。

可以说，消费内容和消费模式都在发生根本性变化的当下，以隆庆祥为代表的中国服装品牌正在应时而动，调整、改变、创新……

秉持传承初心，营造国潮新风尚

然而，对于中国服装品牌而言，不变的是对初心的坚守，对传统文化的秉持。今年是新中国成立 70 周年，70 年来，中国服装品牌的奋斗历程就是祖国从贫穷落后到繁荣富强的缩影。70 年来，像隆庆祥这样的本土原创品牌，积极进取、锐意创新，以服装为载体，传递时尚态度，表达民族文化内涵，呈现一个时代的审美与精神风貌。

在对传统文化与现代潮流的不断探寻中，隆庆祥百年如一日，凭借非遗技艺，对中国传统文化不断发掘，激发设计灵感与创意，设计了一件又一件精品。从扎驳头、裁剪、假缝制，到钉扣、半成品试样，一项项手工制衣技艺已融入定制新品，铸就了隆庆祥品牌的根与魂；刺绣、青花、玺印，一个个传统元素突出了隆庆祥承袭传统、聚焦文化的品牌调性。

隆庆祥新品发布会再次选在中国地标——钓鱼台国宾馆举办，旨在强调品牌的时尚态度，向世界传递国人全新的生活态度和精神面貌，用优秀的中国本土设计点亮文化自信。

此外，在发布会上，以火热千禧色为主基调的新品，给人留下深刻印象，在表达人们饱满热情和天性释放的同时，献礼建国 70 周年，表达对美好生活的憧憬，及对中华文明的赞美。

在以隆庆祥为代表的中国服装品牌的创新与传承之下，消费者逐步改变了以往对国外品牌的审美依附与非理性消费，对本土品牌的认可度不断提升。在世界各种文化思潮相互交融、相互碰撞、相互影响的今天，重识民族文化、重温历史经典、重振传统技艺，已成为新的社会风尚。



隆庆祥用优秀的中国本土设计点亮文化自信。

当非遗文化遇见“互联网+”，创新永不止步

2019 年，站在新的起点上，中国品牌、中国服装业又该如何实现新的跃升，驶向新的未来？应对新一轮变革，引领新一轮发展，中国服装品牌从未止步。在传承与创新之间，他们一手传承传统技艺的精致与优美，一手探索信息科技的智慧与快捷。

以隆庆祥为例，近年来，该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，对我国非遗的传承也起了极大的促进作用。

另一方面，运用互联网科技，为消费者“智”造超强体验感。据介绍，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 打印技术，让更多的观众直接通过现代科技就能亲眼见证隆庆祥服装的魅力，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，激发内心深处的人文情感与时尚基因。

顺势而谋，重塑未来。新技术、新服务、新转变，然而不变的是中国服装人守正出新的根与魂，是不断焕发的活力与生命力。他们与生俱来的市场化基因和勇于创新的能量，将指引行业驶向未来。

品牌之声



李艳艳

北京隆庆祥服饰有限公司总裁李艳艳： 直面未来 重塑自我

四百余年前，隆庆祥以针线的朴素力量，经历了明清两朝的辉煌。沐浴着改革开放的春风，隆庆祥恢复祖业，与祖国同频，与社会同步，采中西，纳古今，解构穿衣美学，已经发展成为量身定制商务正装的引领企业，成为民族服饰一张靓丽的名片。

新中国成立 70 年来，中国人的时尚生活发生了翻天覆地的变化，服装品牌也实现了华丽蜕变。多年来，隆庆祥致力于传统文化和现代潮流的碰撞融合，凭借非遗技艺挖掘民族文化精髓，创造了极富口碑的定制产品。公司连续 6 年在钓鱼台国宾馆举办新品发布会，推出了“刺绣”、“绽放”、“臻宝”等系列主题新品秀。

在世界文化思潮相互交融、碰撞、影响的今天，重识民族文化、重温历史经典、重振传统技艺，已成为新的社会风尚，隆庆祥也将再逢新机遇，再迎新未来。

今年隆庆祥 2020 流行趋势暨定制新品发布会，以“重塑”为主题，隆庆祥将重塑品牌时尚力、重塑年轻消费力、重塑国际影响力，以“新时代工匠精神”传承非遗之美，诠释时代潮流，让中国服装定制闪耀国际舞台。

大道至简，意蕴无极。让我们一起开启“重塑”之旅。



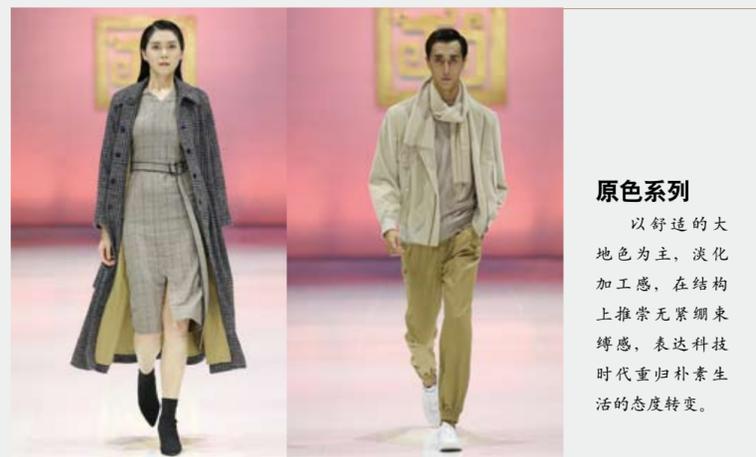
纺织服装周刊

T台风采

通透至简，致敬文化，致敬生活

隆庆祥 2020 流行趋势暨定制新品发布会赏析

隆庆祥品牌深入洞悉现代人内心诉求，将此次发布会主题定为“重塑”，创作灵感源于建筑设计师 Michal Nowak 的几何风极简住宅作品，摒弃所有琐碎元素，以干净利落的线条和高级简约的色彩，表达通透至简的生活观念，由设计而生活，让消费者借由隆庆祥服饰摒弃外物繁杂，体验生活纯美。重塑系列又分为了“原色”、“天性”、“无声”三个细分系列，让我们细细品味三个系列的独特美感。

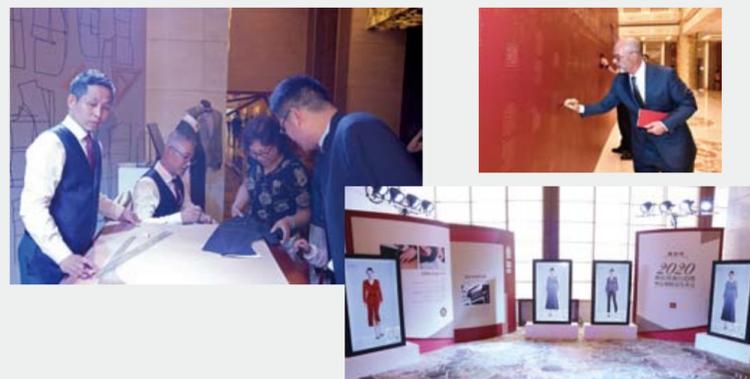


现场掠影

隆庆祥的文化一日游

发布会现场，步入内场的甬道上，以年代为标尺，刻画着隆庆祥的历史与辉煌；甬道两侧，分别展示了隆庆祥的优质产品、非遗技艺、考究版型、智能试衣系统以及资深裁缝的现场定制展台；内场，简约明快的T台设计，展现出了犹如现代派建筑的飒爽风姿，同时色彩搭配不失稳重端庄，正是中国高端定制服装的风骨。

会场内外衣香鬓影，隆庆祥客户、国际友人以及媒体代表齐聚于此，共同感受了一场时尚文化的盛宴。[1]



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！



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



长发商业·2019 中国面料之星
参评面料系列报道 (三)

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，我们将向大家介绍东丽酒伊织染(南通)有限公司、兰州三毛实业有限公司、昆山华阳新材料股份有限公司、马大生纺织有限公司、绍兴瑞采纺织品有限公司、绍兴市柯桥区米尚纺织品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，在舒适性、功能性及时尚环保等方面得到进一步完善。

东丽酒伊织染(南通)有限公司



面料名称: 3315FWR
原料成分: PE53%、C47%
产品特点: 50D 涤棉产品
手感舒适、挺阔, 具有防
泼水功能, 是一款适合做
风衣、夹克、休闲类羽绒
服的天然纤维风格产品。
技术创新点: 天然感产品。

面料名称: YN056LPU
原料成分: NY100%
产品特点: 通过特殊
的后加工赋予面料超
光泽效果, 该设计理
念符合当下的流行趋
势, 适合做休闲、潮
牌类羽绒服。
技术创新点: 超光泽
涂层。



兰州三毛实业有限公司



面料名称: 复古之韵
原料成分: 羊毛 50%、柔
丝 30%、仅纶 20%
产品特点: 羊毛与仅纶纤
维、柔丝混纺, 经过经纬
纱交织, 呢面形成立体方
格图形, 面料纹理清晰、
手感滑腻柔软。
技术创新点: 仅纶纤维通
过常压染色技术和天然、
柔丝纤维的混纺, 采用变
化组织, 使成品面料呈现
复古气息。



面料名称: 交辉相应
原料成分: 美利奴羊毛 60%、亚麻 25%、
竹炭纤维 15%
产品特点: 多种纤维的配合运用, 配以别致的
花型设计、别具匠心的染色与后处理, 呈现出
全新概念的面料, 极大的突破了其功能性, 具
有非凡的艺术魅力。
技术创新点: 麻织物的柔软整理和抗皱处理。

昆山华阳新材料股份有限公司



面料名称: 380T 起皱尼龙低弹
原料成分: N100%
产品特点: 面料采用 100% 尼龙
材质, 轻薄透气、爽滑、柔软;
布面微皱, 结合菠萝印花图案,
提升童趣的同时营造层次感; 运
用感温印花工艺, 触摸图案即
可变色, 时尚新颖、科技感十足。
技术创新点: 感温印花染料技
术可根据人体和外界温度实现
变色。



面料名称: 75D 再生高弹春亚纺 2/2 斜
原料成分: P100%
产品特点: 面料纱线利用回收塑料瓶为原
料, 100% 可再生, 节能环保, 减少资源
消耗; 复合生物白膜, 具有防风保暖、
防水透湿等功能, 生物白膜以生物质为
基底, 环保可降解。
技术创新点: 面料和生物白膜 100% 可
再生, 循环可降解, 体现社会责任, 实现
资源回收再利用。

绍兴瑞采纺织品有限公司



面料名称: RC-2016
原料成分: C100%
产品特点: 环保休闲、手
感干爽舒适、透气性极佳。
技术创新点: 高级亚光整
理; 前处理独特柔软整理。

面料名称: RC-2143
原料成分: M75%、P25%
产品特点: 具有婴儿肌肤
感, 透气性极佳、快干、垂
感很好。
技术创新点: 突破涤纶干
燥感, 涤纶超细旦短纤维和
莫代尔混纺; 采用独特的婴
儿肌肤感表面整理。



马大生纺织有限公司



面料名称: 热感牛仔
原料成分: 棉 73%、聚酯 25.5%、
莱卡 1.5%
产品特点: 舒适环保、发热保暖, 在寒
冷的冬季使人保持形体优美, 行动自如。
技术创新点: 使用华琳的火山岩高蓄热
纤维, 此纤维是世界唯一兼具蓄热升温、
吸湿发热、远红外线三种发热机制的纤
维, 大大提高了牛仔面料的御寒性能;
该纤维绿色环保、天然色彩, 无需染色。
使用英威达的莱卡氨纶, 使牛仔面料具
有优越的弹性回复性能, 让牛仔裤塑性性
稳定, 收放自如。

面料名称: 双染牛仔
原料成分: 棉 93%、聚酯 5.5%、
氨纶 1.5%
产品特点: 颜色层次丰富, 立体感
强, 用同一种面料可洗出 15 个以
上不同的颜色效果, 深受牛仔设计
师好评。
技术创新点: 采用绳染与片染相结
合的技术, 配合特殊的染料配方,
用此牛仔面料设计的牛仔裤, 可以
按其不同款式和类型洗出非常丰
富的颜色效果, 多色组合使洗出的牛
仔裤有较强的立体感。



绍兴市柯桥区米尚纺织品有限公司



面料名称: 0517#
原料成分: 棉 100%
产品特点: 布面有暗条颗粒感
风格, 手感柔软细腻, 韧性强,
富有骨感, 成衣效果风格较明
显, 不同于常规平纹面料, 是
春夏外套、连衣裙、衬衫类
的主打产品。

技术创新点: 定制高密暗底
坯, 在面料加工生产时, 利用
特殊工艺使布面产生凹凸明显
的颗粒感风格。



面料名称: 2005#
原料成分: 锦纶 72%、棉 28%
产品特点: 面料手感柔软细腻顺滑、透气性强,
布面为横纹纹路, 具有经纬双色的风格, 成衣
效果挺阔性强、手感舒适, 面料多用性强。
技术创新点: 定制高支高密底坯, 利用不同
纤维的性质产生经纬颜色不同的效果。

纺织服装周刊



长发商业·2019 中国面料之星

纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY



撕掉标签，女装时尚没有标准答案

本刊记者_邬莹颖

女装时尚风云变幻，去年喜欢的 style 今年看起来就有些乏味，公认的百搭单品也无法激发你的热情，谁又喜欢一成不变呢？在本届“长发商业·2019 中国面料之星系列活动”中，女装面料向行业呈现出最新的“时尚、环保、流行、创新、产业链合作”等理念。

“无性别”风已成时尚主流

“unisex”，这个早在 1960 年就被提出的概念，最初的目的是为了改变二战时人们对性别的刻板印象，之后牛仔装和工装大行其道，在功能性服饰上男女性别的差异逐渐缩小。近几年，时尚风潮把人们的女装审美取向逐渐带向朴素和极简的“性冷淡”风格，随后的“oversize”、“运动休闲”等风格，都在前者的基础上不断演化升级，但是它们背后有一个不变的核心——无性别。

醉酷 ZU.KU 是舒朗集团推出的以永恒颜色——黑与白作为主色调的个性女装品牌，该品牌设计总监王艳丽认为，流行趋势的本源是一定时期内某一群体的生活方式，新时代的女性之美不会千篇一律，她们无迎合刻板的审美取向。醉酷 ZU.KU 主打性别模糊、奇怪美丽的设计风格，以品牌风格为基调不断向顾客提供具有时尚性的高品质基础时装款。

王艳丽指出，面料企业可以根据流行趋势的变化进行面料创新。这一点与北江纺织目前的发展战略不谋而合。北江纺织市场总监钟伟认为，虽然中性风本身就是流行所趋，但是北江纺织也想同时传递出男女平等的观念。北江纺织作为业界领先的牛仔面料生产厂家，根据市场形势积极进行牛仔产品结构调整，实现从单纯性的产品开发到产品跨界研发的飞跃。牛仔夹克、牛仔衬衫、背带裤、牛仔裤等一系列牛仔单品，色调由浅入深，原本单调的牛仔面料现在看起来就像一记花式“买家秀”。

消费者更喜欢会讲故事的衣服

在各种经典品牌和潮牌混杂的今天，到底什么样的女装品牌产品更能让消费者自愿花钱？有的人认为是品牌的名气，有的人认为是低价攻势。方圣时尚集团商品副总经理金硕则认为，在过度饱和的时装市场里，“讲故事”能够建立一种新的忠诚度，也可以重新引导消费者把时装视为长久耐用的设计单品。金硕曾多次担任面料之星系列活动的评委，她认为，根据活动“发现、表彰、推广”优秀面料产品及企业，搭建专业商贸对接平台”的宗旨，她会更加注重参评面料与市场的匹配性、性价比以及实际性能。

与其追赶传统时装周的时间表，又或是走快时尚的低价快速路线，方圣时尚集团更希望与消费者多沟通，将品牌所包含的文化元素作为品牌最吸引人的卖点。

该集团旗下品牌皮尔卡丹早已家喻户晓，作为国际知名的时尚服装品牌，皮尔卡丹以中高端品质时装为理念，将法式优雅与女性对穿着品质的追求带入国内，现已成为中高端女装的代表符号，至今延续着国际范儿的大气经典。

除去款式设计，面料本身给予穿着者的灵性是不容忽视的，无论是组织结构、触感、肌理还是色彩，都有着感性的一面。据东丽酒伊织染（南通）有限公司市场战略企划部部长徐剑峰介绍，公司主营各类聚酯纤维、尼龙长短纤维织物及棉、人造丝交织等天然纤维混纺织物。“消费者不仅在面料的触感上有所要求，对于面料所呈现的内在诉求也一直关注。特别针对千禧年代的消费者，作为面料企业更应该具备快速反应能力，满足多品种、小批量、快交货的市场需求。”

可持续发展比以往任何时候都重要

进入新时代，科技、时尚、绿色成为纺织工业发展新定位，纺织服装企业以此作为发展方向。围绕未来流行趋势展开研发设计，通过技术创新、绿色设计等手段，诸多新产品、新技术正在被逐渐研发出来。不仅生产过程、时尚设计，处于源头的纺织面料也使用有机材料，强调可持续发展。

参评此次面料之星系列活动，绍兴彩贝纺织品有限公司准备了几款高档羊绒面料，均在后处理工艺上见长。该公司负责人王莹说：“公司是 Max Mara、太平鸟、古木夕羊、飞鸟和新酒等女装品牌的 OEM 羊绒面料供应商，走的是高端化、差异化、可持续发展的产品路线，参与评选的面料在阻燃、抗菌、防水、拒油等方面具有良好的性能。”

歌力思集团面料开发部经理夏柳青也认为，当下的女性消费者更倾向于服装的舒适度，环保纤维等材料的使用能够提升消费者对品牌的好感。“面料企业在控制产品品质的前提下，可以多做一些天马行空的嫁接，比如通过后处理创新将一些家装面料运用到服装上来，这其实也是整个产业贯穿、可持续发展的表现。”据介绍，歌力思主要从事中高端女装的设计研发、生产以及销售，其主品牌“Ellassay”定位时尚、优雅、讲究生活品质的现代都市女性。

美之藤品牌同样关注都市白领女性，突出现代女性时尚休闲、典雅含蓄、温柔婉约的独特个性。该品牌设计师王晓认为，随着女性消费者对凸显自我和个性的潮流服饰需求增加，面料企业可以从颜色、肌理效果、可持续发展等方面入手，使上游面料生产更具自主性、专业性和针对性。

想成为“中国面料之星”吗？想一睹优秀面料的“真面目”吗？想接受趋势专家的点评吗？想参加服装品牌对接会吗？行业内很多企业已经取得不菲的成绩，但他们并没有骄傲和满足，他们正通过参加“长发商业·2019 中国面料之星系列活动”审视自己的缺点、特长以及对手，所以，你还在等什么？

我和我的祖国

纺织行业纪念新中国成立70周年大型图片展

主题

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经历及对未来美好生活的向往。

组织机构

主办单位：中国纺织工业联合会

承办单位：中国纺织摄影协会

征稿形式

- (1) 单位稿件：各地方产业集群、专业市场、各大企业及产业研究开发、服装设计等机构以单位名义投稿；
- (2) 个人稿件：行业员工、行业记者、服装设计师等以个人名义投稿；欢迎行业外媒体以及对中国纺织有着深厚情节的摄影师积极参与。（详见征稿启示）

展览形式

在全国或地方大型行业展会举行主展；地方行业活动中举行巡展、联展。

截稿日期：2019年10月31日

投稿邮箱：ctpa01@126.com; fzsyxh001@126.com

联系人：王春梅 崔小曼

电话：010-85229183

纺织服装周刊

夏日淡市成交回缩 指数微幅下跌

20190805 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20190805 期纺织品价格指数收报于 105.50 点，环比下跌 0.02%，较年初下跌 0.46%，同比下跌 0.47%。



近期，中国轻纺城夏日淡市成交回缩，其中：原料市场价格微幅上涨，坯布市场价值小幅下跌，服装面料市场布匹价值小幅回升，家纺类产品成交价值小幅下跌，辅料行情小幅下跌。

原料价格微幅上涨，涤纶小幅上涨、纯棉纱行情依然平淡

据监测，本期原料价格指数收报于 83.00 点，环比上涨 0.01%，较年初下跌 2.31%，同比下跌 1.33%。

聚酯原料行情震荡小升，涤纶行情稳中微涨。本期涤纶原料价格指数微幅上涨。上游聚酯原料行情震荡小升，近期华东地区 PTA 现货主流 5425 ~ 5500 元/吨，MEG 主流 4450 ~ 4455 元/吨左右，聚酯切片市场报价环比小涨，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6875 ~ 6900 元/吨左右。在沉寂了近一个月的低产销后，自 7 月 29 日起，涤纶长丝产销迎来爆发，而随后三日江浙地区涤纶长丝市场成交一直保持向好。近期，萧绍地区涤纶市场行情稳中局部小涨，厂家报价基本稳定，局部稳中微涨，POY、FDY 价格稳中局部小涨，DTY 价格基本稳定；市场迎来反弹，一部分原因是受到上游聚酯原料方面反弹提振以及宏观方面利好消息，而更多的是下游市场需求的阶段性好转，提振了聚酯产业链整体信心。涤纶交投稳中局部走畅，直纺涤纶长丝产销有所回升，但因终端需求仍显弱势，下游订单仍显不足，市场行情局部性呈现观望整理为主。纯涤纱以出货为主，江浙地区 32S 主流在 11900 元/吨左右，50S 主流 16100 元/吨左右，纯涤纱市场近期以观望为主。

纯棉纱行情平淡，人棉纱价格稳中偏弱。近期纱线市场较为冷清，纱线订单较少，企业对纱线“明稳暗降”，低端纱线价格下跌。同时库存率逐步上升，企业难承资金压力之重，低价甚至亏本去库存成为不得已的选择。随着 8 月淡季深入，高温放假成为部分企业无奈的选择，减产、停产企业增多。萧绍地区纯棉纱市场气氛平淡观望，报价乏力整理，纯棉纱市场整体行情以偏弱观望整理为主。内外棉纱价有 100 ~ 150 元/吨的拉大，贸易商短期出货的压力较大，还需等待消息面、利好因素的刺激，实现“时间换空间”，才能实现解套或稍有赢利。

近期粘胶短纤市场行情环比下降，心态仍显走淡，厂家出货下滑，心态谨慎难掩，目前粘胶短纤 1.5×38mm 实际中心价为 11780 元/吨左右，相比前期有所下跌。人棉纱价格稳中偏弱，目前市场实际消耗量基本进展有限，市场商家补货心态难振，导致市场行情仍显平淡。

坯布行情环比回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 119.09 点，环比下跌 0.24%，较年初上涨 0.54%，同比下跌 0.23%。

本期坯布类价格指数呈小幅下跌走势。近期，因终端市场需求疲乏，坯布厂家订单环比回落，夏季坯布下单局部下降，秋季坯布下单局部回缩，实际成交环比下降。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货继续回缩，价格指数呈小幅下跌走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价值环比回落；混纺纤维坯布行情环比回落，价格指数呈小幅下跌走势，T/C 涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价值环比回落；拉动坯布类总体价格指数小幅下跌。

服装面料销售环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.01 点，环比上涨 0.10%，较年初上涨 0.20%，同比下跌 0.06%。

服装面料类价格指数小幅上涨。近期，因内需市场下游需求局部回升，秋季兼具时尚元素的创意产品订单发货局部回升。新风格面料需求环比回升，部分布业公司和规模型经营门市现货成交和订单发货环比增加，创新产品成交环比增长，价格环比小涨。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、粘毛面料、麻粘面料成交价值不等量上涨。近期，轻纺城市场麻粘面料现货上市量环比增加，成交批次局部回升，连日销量呈一定幅度上涨走势，夏季麻粘面料现货成交和订单发货环比回升，秋季麻粘面料订单发货环比增加，新风格麻粘面料成交价值呈一定幅度上涨走势。

家纺营销环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.86 点，环比下跌 0.21%，较年初下跌 0.20%，同比下跌 0.24%。

本期家纺类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城家纺市场营销局回缩，大众色洋花型面料订单发送量环比回落，跑量产品现货成交和订单发货环比下降，价格小幅下跌。其中：床上用品成交明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；日用家纺类成交环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；窗纱类现货成交和订单发货环比下降，小批量多品种色洋花型成交环比小跌，中批量成交局部小跌，较大批量成交局部亦有小幅下降，价格指数呈微幅下跌走势；拉动家纺类总体价格指数小幅下跌。

市场行情环比回落，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 130.64 点，环比下跌 0.46%，较年初下跌 1.40%，同比下跌 1.25%。

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环比回落，至目前下游企业备货环比回缩，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；带类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；服装里料类成交环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；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。因下游需求局部小增，市场行情走势局部顺畅，后市秋季面料供给环比增加，秋季面料现货成交环比增长，初冬季面料局部批量试单，南北客商认购踊跃度将震荡小升，市场行情走势局部走畅，整体市场成交将呈现震荡小升走势。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：0575-84785651

周刊典藏 时尚评论

大咖来做客

品牌故事

纺织头条

微信号：fzfzzk



纺织服装周刊

看产业实时资讯，**观**流行趋势分析
 听行业精英箴言，**查**企业动态百科

关注《纺织服装周刊》微信，
 你就是行业大咖！



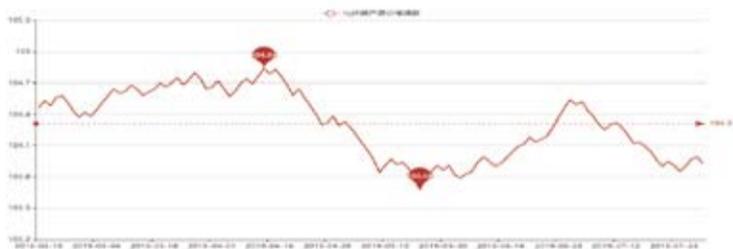
纺织服装周刊

聚酯产销先高后低 指数稳中有升

2019年7月29日~8月2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·盛泽丝绸化纤指数稳中有涨。其中,化纤总指数收盘于103.93点,与上周相比上涨了0.02点;化纤面料价格指数小幅走低,收盘于100.45点,与上周相比下跌了0.03点;化学纤维价格指数小幅上升,收盘于108.8点,与上周相比上涨了0.06点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上涨,收盘于104.9点,与上周相比上涨了0.09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

化纤面料价格指数小幅走低,收盘于100.45点,与上周相比下跌了0.03点。

本周里面料市场表现不一,常规化纤产品买气放缓,个别面料成交较为踊跃。里料方面,本周里料的销售情况有所降温,市场热点产品不多,其中提花里料在市场继续表现较好,尤其是黑丝提花里料,价格维持前期,下游采购多用于箱包、夹克衫等;涤纶夫走货表现一般,部分厂家出货意向较强,有低价抛售现象,主流成交集中在290T系列;半弹春夏纺销量略好于前期,但是厂家也是通过低价来出货;经编网眼里料用于运动服等需求一般,个别规格产销能够做平;人丝、人棉等里料本周订单偏弱,市场走货不佳。

面料方面,本周面料行情冷热不一,整体成交表现平静。具体来看,仿真丝系列依旧量价齐跌,个别常规品种报价较前期下跌0.02~0.03元/米,如75D雪纺报价在3.10元/米;喷气面料今年整体销量不如去年同期,近期一款涤纶3/2斜市场订单较好,下游客商下单热烈,价格多维持前期,锦棉产品成交表现不佳,厂家库存压力较大;牛津布系列本周买气不佳,其中粗旦1680D牛津布用于箱包、帐篷表现尚可,但是订单持续性不强;塔丝隆系列中,全光面料销量在逐步放大,其中320T全消光塔丝隆面料较为畅销,下游采购多用于秋季休闲装;麂皮绒系列中,经编麂皮绒成交稍有回升,但是市场价格处于低位;色丁系列整体走货一般,个别产品走货平稳。此外,尼丝纺、桃皮绒、春夏纺等市场产能过剩,竞争激烈。

随着高温到来,工人放假影响了厂家的负荷,现市场喷水、喷气织机开机率在7成偏上;库存方面,本周市场成交表现仍未见大的好转,市场常规品种产能仍然过剩,但由于厂家减产,库存上升较为缓慢,现厂家库存维持在41~42天左右。

化纤原料市场行情分析

化学纤维价格指数小幅上升,收盘于108.8点,与上周相比上涨了0.06点。

本周国际油价先涨后跌,整体大幅下调。受美国总统特朗普宣布将从9月1日对中国3000亿美元输美商品加征10%关税和美联储降息低于预期影响,国际油价1日暴跌近8%。截至8月1日,纽约原油9月期货下跌至53.95美元/桶,布伦特原油10月期货下跌至60.5美元/桶。PX方面,本周原料PX市场基本维稳;截至8月2日,亚洲PX价格稳定在836美元/吨FOB韩国和817美元/吨CFR中国,欧洲PX下跌至728美元/吨FOB鹿特丹。

PTA方面,本周PTA现货市场大幅下跌,跌幅较为明显。本周前两日,PTA期货小幅回暖,略有上升,之后三天,PTA期货又开始了下跌行情,PTA现货价格则是一直处于下跌中。截至8月2日,内盘市场成交商谈围绕在5400~5470元/吨附近。涤纶长丝方面,本周前几日,受产销好转影响,

涤纶长丝价格小幅走强,之后则维稳运行。截至8月2日,POY150D/144F主流厂家报价上涨250元/吨至8200元/吨,而FDY75D/36F产品报价则上升百元至8700元/吨。

开工率方面,本周PTA周平均开工率集中在81.7%,较上周相比上涨了2.0%;实时开工率在85.3%,实时有效开工率91.9%。本期福海创重启,利万、仪征、佳龙停车,部分企业进一步明确检修计划。聚酯方面,本期聚酯平均负荷小幅下跌1.1%至86.8%。织造方面,近日来织造市场减产仍有增多,整体开机率下降明显,本周主流平均开机率下行至75.0%附近。

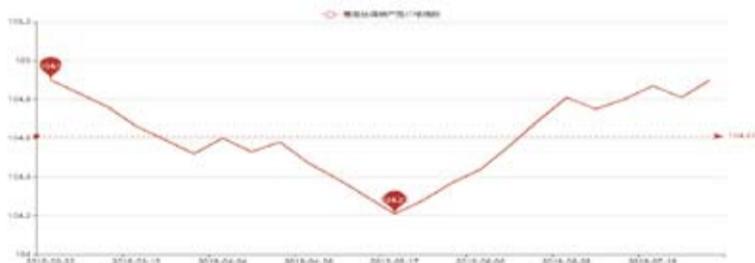
产销方面,本周前两日,因织造企业月末补货,聚酯产销好转,7月29日,平均产销来到了200%以上,7月31日开始,聚酯产销则开始滑落,产销维持在4~5成附近。

库存方面,本周聚酯产销先高后低,聚酯厂家库存基本维稳。从中国绸都网统计数据来看,现如今聚酯市场整体库存至13~22天;具体产品方面,POY库存至7~11天,FDY库存至13~19天附近,而DTY库存则至20~25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上涨,收盘于104.9点,与上周相比,上涨了0.09点。

图2 盛泽市场蚕茧丝绸类产品价格指数



本周茧丝盘面上冲,短期内成本推高及现货供应紧张的利多仍占据上风。在天气酷热、需求趋弱的情况下,茧丝价格震荡走弱成为常态。然而,在这个公认的淡季之中,市场价格却连续惊现高位,使得市场供给成为了本轮价格上涨的最大逻辑。

现货面上,缫丝企业根据目前茧本及秋茧预测茧本和当前丝价相比,仍有利润,蚕茧购销积极性较高。但同时,内外销面料商根据订单,多数不会有囤货积极性,而多数织造企业因为有不等的成品库存量,囤原料的主动性也不会太高。目前剧烈波动的市场行情也对下游后期的备货采购和成本核算形成不小的挑战。

不过,花型较多能满足客户多样化需求的部分织造企业,无论是原料上涨行情还是下跌行情,都很好地把握自己的购销节奏,目前产销率仍在80%以上。

批发终端上,今年江浙沪皖等地7月出伏后的炎热天气和南方等省7月后的炎热天气有利于批发商以较低的丝绸服装价格快速清理库存。

随着下月国内秋茧批量上市和周边国家茧丝进入集中供给阶段,缫丝企业用茧的紧张情绪预计将会明显缓解。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 立即下载纺织通APP

纺织服务网



T 纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

1
注册成立十周年



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

使命：推进纺织工业科技进步 人才成长和产业升级

热忱欢迎企事业单位和有识之士积极捐赠和支持基金会

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：tjzh@cntac.org.cn

网址：www.fzjjh.com

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



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

纺织之光科技推广



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。

齐鲁宏业控股集团有限公司

地址：山东省济南市商河县商中路26号 | 邮编：251400 | 网址：www.hongyegroup.cn | E-mail：qlhyjt@163.com
电话：0531-84880488、84887188 | 传真：0531-84880469、84888668

纺织服装周刊