

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

2019.11.11 | 第41期 | 总第953期



国家生态及功能纺织品服装质量监督检验中心
中国纺织工业联合会检测中心
CNTAC United Testing Services

第十三届全国纺织服装 标准与质量管理论坛

The 13th China Forum On Textile and Apparel
Standard and Quality Management

创造力与责任



扫码参会

2019.11.22-23 广东·虎门

主办单位: 中国纺织工业联合会检测中心 中国纺织工程学会标准与检测专业委员会

协办单位: 虎门服装服饰产业管理委员会

支持单位: 太极石股份有限公司 深圳市瑞锋仪器有限公司 广州冠图视觉科技有限公司

宁波纺织仪器厂 上海罗中科技发展有限公司 铂金埃尔默企业管理(上海)有限公司

广东戴世拉链科技有限公司 上海汇像信息技术有限公司

HONGMIAN 2020 FW ONREAL

地址：广州市环市西路184号
官网：www.hongmian.com
微博：weibo.com/hongmiancn

红棉国际男装周

11月18日

10:00-11:00

红棉国际男装周开幕仪式
国际设计师秀

15:45-16:30

原创品牌秀
迪帕

13:15-14:00

原创品牌秀
灰鲸供应链平台

18:00-20:30

中意时尚高峰论坛

11月19日

13:15-14:00

原创品牌秀
良品工社

15:45-16:30

原创品牌秀
逆写

18:30-20:30

Hongmian Fashion Night Out

11月20日

13:15-14:00

原创品牌秀
男闺蜜

15:45-16:30

原创设计师品牌联合秀

11月21日

13:15-14:00

原创品牌秀
三福时尚

11月18-24日

10:00-18:00

ON REAL SHOWROOM



微信公众号



小程序

主办单位：广东省服装服饰行业协会 广东省服装设计师协会
承办单位：红棉国际男装周组委会

11.18\11.24
ONREAL

纺织服装周刊



2019年缅甸国际 纺织及机械展 暨浙江国际贸易 (缅甸)展览会

MYANMAR INTERNATIONAL
TEXTILE & MACHINERY EXPO

时间 - 2019年12月6-8日

地点 - 缅甸（仰光）会议中心（MCC）



权威机构组办
政府机构背书



高额展位补贴
免展位费



中缅合作契机
搭乘中缅经济走廊

特色配套活动
多项论坛及走秀



扫码了解
更多展会详情



热线 400-119-0123

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

磨炼内功， 提升自身发展韧性

中国国际时装周 2020 春夏系列发布、第三届中国纺织非物质文化遗产大会、第十八届大朗“织交会”、2019 中国家纺大会、纺织服装行业上市公司董秘联盟 2019 年会、2019 全国印染节能环保年会、“纺织之光”长丝织造清洁生产技术成果推广活动、第一届全国纺织行业篮球联赛……

近来，行业里的活动格外多，多得让记者应接不暇，同行们在活动现场见面，也都会发出疑问，最近活动怎么这么多？时至年底，要完成今年的各项计划，这可能是原因之一。

笔者发现，活动虽然多，但参会的企业却是积极踊跃。比如，在山东省临清市召开的“纺织之光”棉纺织行业节能减排关键技术推广会主要是针对临清产业集群转型升级，结果活动现场不仅有临清周边的企业，还有不少来自南方的企业，连远在新疆的企业也赶来参会。

是什么原因让企业愿意抽出时间参加行业活动？笔者听到有企业反映，这说明行业形势不好，正因为不好，大家才有时间愿意出来，了解一下形势、交流一下技术、琢磨一下未来怎么干。

日前，由中国纺织工业联合会产业经济研究院发布的 2019 年前三季度纺织行业经济运行分析认为，我国纺织行业的国内外发展环境更为严峻，市场需求放缓与贸易环境风险交织，挑战和困难因素明显增多。前三季度，我国纺织品服装出口总额为 2086.2 亿美元，同比减少 2.3%，增速较上年同期和今年上半年分别放缓 7 和 0.3 个百分点。

有走访企业反映，今年整体形势欠佳，下游需求疲软，经营情况不如去年，8 月以后市场略有回升，但不稳定因素仍较多。企业的反馈情况大多是：订单减少、大单减少、价格下降。宏观环境和企业的感受大体相同。尽管环境不佳，企业积极参与行业活动，说明企业并没有失去信心，对未来还是抱有乐观，希望通过各种交流，获取信息，学习技术，磨炼内功。

笔者梳理了一下近期的各种活动，全部是围绕“科技、时尚、绿色”展开，这也印证了行业正处在转型升级的过程中，在市场不利的形势下，企业在默默地探索转型升级之路。

有纱线企业，为了稳定产品质量，维护企业信誉，在今年棉价、纱价下跌的情况下，不断增加自动化程度较高的生产设备的投资，聘请相关专家及人才，坚持以提高产品质量为首要任务，不惜以牺牲部分利润为代价来谋求长远发展。

在大朗镇举行的第一届全国纺织行业篮球联赛更是吸引了全行业的关注，中纺联的高层领导前往观战，企业运动员们在赛场上奋勇拼搏、展示了纺织职工积极进取、奋发有为、昂扬向上的精神风貌。

中国纺织工业联合会产业经济研究院指出，2019 年四季度及 2020 年，我国纺织行业发展环境的复杂性和不确定性仍将延续，持续提升自身发展韧性和挖掘内需市场潜力是纺织行业必然且紧迫的发展任务。

困难的时候练内功，企业也在抓住时机，提升自身的发展韧性，为高质量发展打下基础。

新生

CONTENTS

6 资讯 INFOS

2019 年前三季度纺织行业经济运行压力有所加大
上海金堂卜公茶皂素被收入《国家目录》

8 关注 ATTENTION

纺织服装上市公司走势如何？

9 科教 SCIENCE

推广节能减排关键技术

16 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

主动出击 适变未来 柯桥纺织探索跨境电商新蓝海
献礼 70 年 筑梦新时代

20 河南专版 HENAN

抢占市场，实现羽绒服“买卖全球”

22 力克时间 LECTRA TIME

力克推出工业 4.0 解决方案 助力服装制造数字化进程

24 展会 EXHIBITION

时尚多彩 美好未来
火爆商贸，缔造繁荣盛世
“智造”赋能纺织发展新征程
产业为根，时尚麻艺在这里绽放

26 行业 INDUSTRY

兰精：久久为功 引领可持续时尚
新时代制版师应具备哪些素养？

36 设计 DESIGN

致敬新锐原创力量

39 一线 FRONTLINE

天竹·金晟：竹纤维打造绿色中国极致创意新体验



10 特别报道 SPECIAL

新时代，为原创设计力量喝彩！

百余场专项发布、近 30 场专项活动、集结 200 余家来自海内外的设计师及相关机构，中国国际时装周 2020 春夏系列的一个个数据再创历史新高。11 月 2 日，随着第 23 届中国时装设计“金顶奖”的揭晓，中国时尚大奖全部奖项各有所归。这场为期 9 天，属于设计师群体、品牌和专业人士的时尚盛会落下帷幕。



30 家纺 INDUSTRY

新生态、新路径、新制造

家纺行业作为纺织三大终端产业之一，是传统民生产业，在拉动内需增长、促进就业、建设生态文明等方面发挥着重要作用。中国家纺大会作为中国家纺领域一年一度的行业盛会，已经成为企业把脉下一年发展方向的风向标。

权威发布 | RELEASE

2019 年前三季度纺织行业经济运行压力有所加大

2019 年以来，我国纺织行业的国内外发展环境更为严峻，市场需求放缓与贸易环境风险交织，挑战和困难因素明显增多。纺织行业坚持深化供给侧结构性改革，继续加快推进转型升级，在生产经营压力加大的情况下，抵御下行风险压力的韧性持续显现，景气度仍然保持在扩张区间，经济运行态势与外部形势基本相符。

今年以来，纺织行业景气度持续处于扩张区间。根据中国纺织工业联合会调查数据，三季度纺织行业景气指数为 51.9，继续保持在 50 以上的扩张区间，较二季度略降低 0.1 个点。我国纺织服装内销市场增长稳中趋缓，网上零

售额继续保持两位数较快增长。根据国家统计局数据，前三季度，全国限额以上服装鞋帽、针纺织品类商品零售额同比增长 3.3%，增速较上年同期放缓 5.6 个百分点，但较今年上半年加快 0.3 个百分点，呈现出持续、小幅回暖态势；全国网上穿着类商品零售额同比增长 18.6%，增速较上年同期和今年上半年分别放缓 4.7 和 2.8 个百分点。

纺织行业出口压力持续增加。根据海关数据，前三季度，我国纺织品服装出口总额为 2086.2 亿美元，同比减少 2.3%，增速较上年同期和今年上半年分别放缓 7 和 0.3 个百分点。2019 年以来，

纺织行业盈利压力有所增加，但产业链部分环节效益情况良好。纺织行业固定资产投资规模有所缩减，区域布局持续调整。

2019 年四季度及 2020 年，我国纺织行业发展环境的复杂性和不确定性仍将延续。全球经济增长放缓已成为普遍预期，中美经贸关系恢复稳定尚需时日，纺织行业出口形势总体不容乐观。但现阶段，国际市场需求改善动能不足以及国际贸易环境风险上升已经成为常态化的影响因素，持续提升自身发展韧性和挖掘内需市场潜力是纺织行业必然且紧迫的发展任务。

（中国纺织工业联合会产业经济研究院）

品牌 | BRAND

上海金堂卜公茶皂素被收入《国家目录》

近日，国家工业和信息化部、水利部共同组织编制的《国家鼓励的工业节水工艺、技术和装备目录（2019 年）》（以下简称“《国家目录》”），在结束为期近半个月的公示后正式发布，上海金堂卜公茶皂素印染前处理技术被收入其中。

该目录认定，卜公茶皂素印染前处理技术利用一种性能优异的表面活性改性物——茶皂素，用于纺织前处理，可替代传统精炼漂白工艺中使用的各种助剂。使用茶皂素后，一般织物不必添加烧碱、双氧水及其他化学助剂，特殊织物使用少量的双氧水即可满足前处理要求，据统计，与传统工艺相比该工艺可实现节水 15% ~ 20%。

上海金堂以工匠精神，十年专注技术创新，

同时积极与时俱进，不断提升服务价值，尤其是关注传统企业谋求转型可持续发展过程中关注的产品质量、生产效率、综合成本等四大核心问题，目前自主创新技术研发进入技术成熟期，开始从技术端向市场应用端快速推进。

上海金堂轻纺新材料科技有限公司董事长、卜公茶皂素印染前处理专利技术发明人之一张志君认为，科技创新企业的价值在于为整个行业开创未来，此次卜公茶皂素印染前处理技术被收入《国家目录》，对于企业影响深远。今后将不再局限于印染前处理阶段应用，而是要在染色印花等生产环节做到节水技术创新广泛应用。

（赵国玲）

提出 24H 产品新设想，雅鹿发布 2020 春夏新品

10 月 30 日，2020 雅鹿春夏新品品鉴会在总部江苏太仓举办，本次品鉴会以“旅行·发现一转角看到爱”为主题，雅鹿品牌运营股份有限公司董事长孙国祥、总经理崔业松，中国十佳时装设计师罗亚平等出席活动。杭州市服装设计师协会会长陈志骏、中山市服装设计师协会会长陈锦康等行业嘉宾应邀参加，与来自全国各地的供应商、加盟商、优秀门店代表及媒体等共聚一堂，共同品鉴 2020 雅鹿春夏新品。

本次品鉴会展示了新商务系列、迷人海岛、轻潮运动、工装之旅、极简轻奢等五大系列，并提出了雅鹿未来产品的设想与展望，即 24H 产品、居家产品及新风格产品。无论是产品设计、工艺

还是原料都将更加精益求精。雅鹿 2020 春夏系列结合品牌形象——鹿元素，让简约的着装更加时尚起来。

大会最后，雅鹿品牌运营股份有限公司董事长孙国祥作会议总结，并分析当今趋势和分享经营理念。2019 年行业增长放缓的情况下，雅鹿呈现了逆势增长。当前的雅鹿正处于服务红利期，它将带给企业不同程度的增长。目前，最重要的是要找准生态定位，未来应遵从企业的价值观，从客户需求导向出发，作出敏捷快速反应，以智能化驱动与全价值链协同的产品战略，来“协规同力、逆势飞舞”，来“成就梦想、共创价值”。

（冉婷婷）



威达 2020 系列新品发布。

威达学生装秀出“文化传承·青春礼赞”

10 月 12 ~ 14 日，第 77 届中国教育装备展在青岛世博城国际展览中心举行。位于 W 馆 W016 号展位的青岛威达学生装，在 270 平米的展厅内搭建了一个十余米长的 T 台。精彩纷呈的 T 台走秀、别出心裁的 2020 系列新品发布、“印象校园”的静态展示，吸引了众多嘉宾、媒体和观众的目光。

本届展会上，威达以“文化传承·青春礼赞”为设计主题，以自主品牌为核心，精心搭建了“校园魔方”的主题场景，通过系列化高品质的学生装展示“校园记忆”和“校园的故事”，勾起了观众对自己的校园时光和青春岁月的追忆。

威达此次还在展位上搭建标准 T 台，共发布了“蔚蓝憧憬”、“红瓦绿怡”、“碧波海韵”、“青春暖阳”、“挚爱 70”5 个系列主题新品。

“以衣载道，服育未来。”青岛威达董事长王作松说，“校服是孩子求学阶段穿着频次最高、时间最长的衣物，陪伴着孩子们十余载的学生装是学生群体的一个象征，无疑也应该是一个学校乃至国家塑造广大青少年德育、美育、智育的手段，因此，学生装理应成为经典、文化、青春、传承的代名词，对树立‘文化自信、民族自信’具有特别重要的意义。”（万晗）



地址：浙江新昌澄潭工业区

电话：0575-86068888

传真：0575-86059666

E-mail: junshaochen@163.com

展位号 W2A18

第十九届上海国际纺织工业展览会

—— 铸就 远信品质 / 远信品牌 ——
www.yoantion.com

纺织服装周刊

纺织服装上市公司走势如何？

纺织服装行业上市公司董秘联盟 2019 年会发布发展报告

本刊记者 – 徐长杰



董秘联盟成立两年来，开展了卓有成效的工作。

10 月 30 日，纺织服装行业上市公司董秘联盟（以下简称“董秘联”）2019 年会在北京召开。中国纺织工业联合会副秘书长、行业发展部主任李进才，中国纺织建设规划院院长、董秘联主席冯德虎，兴业证券投资银行总部业务董事、总经理杨伟朝，中信证券投行时尚消费组负责人梁勇等领导以及董秘联成员单位相关负责人出席了本次会议。会议由董秘联秘书长俞亦政主持。

运行基本稳定，研发投入增 35%

李进才在致辞中谈到，我国纺织服装行业上市公司是创新优势企业的集中代表，是业内各专业领域的龙头企业、行业的排头兵。面临“新环境”，上市公司如何在各自领域发挥引领作用，在产业结构转型升级中发挥促进作用，激发内生动力，对推动经济高质量发展具有积极意义。中国纺织规划研究会研发的“纺织服装行业上市公司测评体系”（包含《纺织服装行业上市公司运营发展绩效综合评估 Asys.16 系统》、《健康度指数（HIS 分值）测评系统》、《发展指数 Dsys.2 系统》）是科学评价上市公司绩效，研判上市公司运营状况和发展态势的测评系统，各项测评结果客观合理，可为关注纺织服装上市公司的人士和机构服务，目前已为去年底召开的中纺联第一届产融大会发布纺织服装上市公司各项排名提供依据。

上市公司在行业发展进程中举足轻重，是保持纺织经济平稳运行的中坚力量，发挥了引领全行业创新发展的积极作用。冯德虎在会上发布了《2018 年度纺织服装上市公司发展报告》、《2019 年上半年沪深两市纺织服装类上市公司绩效评估报告》。

《2018 年度纺织服装上市公司发展报告》指出，沪深两市纺织服装类上市公司运行基本稳定，浮动在合理区间，但运行质量有所下降。报告指出，2018 年沪深两市纺织服装类上市公司的发展亮点是研发投入较 2017 年增长 35.34%。

同时报告显示，2018 年沪深两市纺织服装类上市公司收益持续增长，盈利增速有所下降；资产规模持续扩大，结构基本合理；负债比重略有上升，短期负债增量明显；现金创收能力和现金流量质量有所提高；营运成本持续上升，缴税逐年提高，同时，上市企业重视研发，资源配置更加优化。

《2019 年上半年沪深两市纺织服装类上市公司绩效评估报告》显示，今年 1 ~ 6 月，沪深两市纺织服装类上市公司合计实现营

业收入 5178.80 亿元，较 2018 年同期增长 10.31%。从细分行业看，化纤和服装服饰类公司营业收入最多，占比分别为 32.01%、23.07%。从净利润分布情况来看，化纤和服装零售业是最赚钱行业。

会议期间，中国纺织规划研究会副秘书长王春生宣读了沪深两市纺织服装类上市企业 2018 年度综合绩效及 2019 年中期三大单项指标排名前十名单。

树立产融互动思维，增强全球竞争力

如今，市值已成为衡量上市公司实力的一个新标杆，市值管理就是要使价值创造最大化、价值实现最优化和价值经营最优化，最终实现股东价值的最大化。会上，梁勇以《纺织服装板块市值管理探讨》为题，阐述和讲解了企业重视市值的重要性。

他谈到，面对中国纺织服装行业的未来发展，上市公司作为行业的佼佼者，需要利用好上市公司平台，树立产融互动思维，在做大的基础上做强，增强全球竞争力。中国制造业的升级不仅需要国家政策的扶持，更需要企业的努力，不仅要注重盈利水平的提高、商业模式的优化，更要充分发挥资本市场的融资功能，适时开展境内外并购、融资等活动，加快发展速度，拓宽发展道路，提升上市公司市值。

上市公司的市值管理方式多样，适用时机不同。梁勇认为，要在公司业务发展的不同阶段，结合二级市场的走势，分别采取再融资、债券融资等内涵式增长手段及并购重组等外延式增长手段等方式，可以为业绩提升和市场价值实现创造良好条件，使公司成为业绩龙头和资本市场追捧热点，从而实现股东利益的最大化。

会上，杨伟朝以《纺织行业上市公司市值管理策略及资本运作》为题，从国内外资本市场环境分析、纺织服装板块复盘、投行视角下的市值管理三个方面进行了主题分享。

他谈到，在国际经济环境方面，美国经济筑顶衰退预期强化，欧洲、日本经济增速放缓；国内方面，经济增速放缓，贸易波动加剧。今年以来，出口持续承压，成本提升以及贸易摩擦进一步升级的压力持续存在，并且持续呈现纺织品强而服装弱的情况，预计下半年在外部环境缓和、内部消费情绪继续回升，基数下降等有利因素下，服装零售有望夯实企稳回升的势头。

加强沟通交流，共同探讨解决更多问题

会议期间，罗莱生活科技股份有限公司董秘田霖，比音勒芬服饰股份有限公司董秘陈阳，经纬纺织机械股份有限公司董秘叶雪华，大豪科技股份有限公司董秘王晓军，华茂股份有限公司董秘罗朝晖，太平鸟服饰有限公司证券代表范盈颖，鲁泰纺织股份有限公司董秘张克明，森马服饰股份有限公司董秘张澄思，红豆股份有限公司投资者关系部总监汤嵩寅，际华集团股份有限公司董秘王静疆，台华新材料股份有限公司董秘戴涛等人纷纷发言，分享交流公司发展进程中的共性问题和普遍关注的难点。

会议最后，冯德虎对董秘联过去一年的工作进行简要梳理：第一，编撰了《2018 年度纺织服装上市公司发展报告》；第二，参与研究发布中纺联产融结合三年行动纲要工作；第三，对联盟企业进行走访，调研研讨了解董秘联企业关心的问题；另外，董秘联秘书处结合了一些其他行业节能减排的经验，为纺织服装行业解决零排放、少排放问题进行了相关工作。冯德虎表示，在新的一年里，董秘联秘书处将在走访、听取、资源协同方面多下功夫，加强沟通交流，共同探讨解决更多问题。TA

“纺织之光”重点成果推广活动走进临清

推广节能减排关键技术

本刊记者 – 郝杰



会议现场。

10 月 31 日，“纺织之光”棉纺织行业节能减排关键技术重点成果推广活动——走进产业集群交流推广会议于山东省临清市举办。活动由纺织之光科技教育基金会、中国纺织工业联合会科技发展和中国棉纺织行业协会共同主办，山东临清市人民政府协办。

纺织之光科技教育基金会秘书长张翠竹、中国纺织工业联合会科技发展和部技术推广处处长张放军、中国棉纺织行业协会副会长郑洁雯、临清市副市长张福志、聊城市工业和信息化局副局长张廷勤、临清市工业和信息化局局长宋子亮、临清市金郝庄镇党委书记杜东平，以及来自节能减排推荐技术和创新型棉纺织企业的专家、棉纺织产业集群的代表、临清市纺织企业的代表 100 余人出席会议。

张翠竹在致辞中介绍了基金会的由来、资金来源和公益项目等基本情况，她希望有更多的企业支持基金会的发展，支持行业科技教育的发展。张福志表示，此次技术成果推广活动将提升临清纺织业信息化智能化应用水平，临清市政府将继续支持纺织产业发展，为行业高质量发展再添新动力、新活力。张廷勤表示，近年来，通过技术改造，聊城市纺织业部分设备已经达到国际先进水平，发展目标是成为纺纱、织布、印染、服装全产业链的高质量发展集群。

金郝庄镇是临清纺织重镇，拥有纺锭 100 万枚，在此次会议上，金郝庄镇被授予“中国棉纺织之乡”称号。

中国棉纺织行业协会副秘书长马琳向与会者介绍了 2019 年前三季度棉纺织行业经济运行形势。她说，我国棉纺织行业依然是全球具有优势的产业，未来国内市场潜力可期，国家宏观环境也在不断改善，因此要坚定信心，行业前景是光明的。中国棉纺织行业协会罗蒙介绍了行业节能减排的情况，跟踪企业的纱、布综合能耗与棉纺织行业的变化趋势基本一致，均稳步降低，且跟踪企业的综合能耗均低于全行业的综合能耗平均值。

2019 年，“棉纺织行业节能减排技术及项目”征集活动开展以来，经过对申报企业的项目汇总等程序，确定了《中国棉纺织行业节能减排技术暨创新应用目录》（第七批），其中有 19 项技术入选节能减排创新应用技术、2 项技术入选节能减排推荐技术、10 家棉纺织企业在 2019 年行业节能减排方面的创新工作得到通报表扬。在本次会议上，行业节能减排方面走在前列的纺织生产及设备企业分享了相关技术及经验，5 位来自企业的技术专家介绍了各自在节能减排技术上的创新成果和应用。

郑洁雯在会议总结中表示，此次推广活动专业、高效。棉纺织企业通过技改、创新在节能减排方面取得显著成效。此次 5 项专题报告都很精彩，行业中的每一个企业都在为节能减排做贡献，这是青山绿水的需要，也是企业降低成本、增强竞争力的需要。

会后，与会代表参观了临清三和纺织集团有限公司的生产车间。



技术推广
系列报道

创新成果展示

河南二纺机股份有限公司副总经理李荣辉： 节能细纱锭子及应用

细纱提速可降低成本，降低吨纱耗电及人工费用，还能提高生产效率，提升产能。公司开发出纺纱速度在 18000 ~ 22000r.p.m 的新型结构锭子。细纱工序是棉纺企业生产动力消耗最大的工序，细纱机动力负荷约占整个纺纱工程的 50% 左右，因此，细纱主机及专件器材对电耗影响至关重要，公司开发出了节能锭子。李荣辉还介绍了节油锭子、短车集落改造与配用锭子、集体落纱与新型夹纱器锭子等创新。

山东金信空调设备集团常务副总经理孙建中： 纺织空调回风精过滤器及其应用

目前纺织企业空调系统中的回风过滤设备不能满足环保要求的问题日益凸显。对此，山东金信空调设备集团有限公司参照滤尘设备的工作原理和结构型式，自行设计开发了一种既能过滤细小粉尘也能过滤较长纤维的 JXHG02—系列型精过滤器。该产品适用于纺织厂落筒、织布、准备、细纱和并粗等工序的空调回风过滤，与节能空调室设计配套。满足纺织企业车间工艺回风、地沟回风等复杂工况，包括有一定黏性的潮湿介质的净化。

际华三四二纺织有限公司动力部部长史华刚： 基于织造设备在线检测与 ERP 系统的集成应用

公司开发应用了基于织造设备在线检测系统，其优势在于：使浆纱机、织机、验卷机进行集中式监控管理；通过自动采集设备的各种产量、故障、停台记录等数据，能够实时了解所有设备的工作状态和开台效率。通过与 ERP 系统的集成，实现了产量等数据的自动统计、订单跟踪、用纱量核算和产品质量的在线监控，做到了精益生产。接单评审周期缩短 50% 以上，产品制成率平均提高 2 个百分点，每年节电 3.5%，年减少用工成本 200 万元。

永旭晟机电科技（常州）有限公司总经理胡灵敏： 基于机器视觉技术的智能穿经机系统研发

手工穿经效率低、周期长，跟不上现代化织造企业多品类、小批量、快节奏生产。公司与多家高校合作开发了 YXS-A 型自动穿经机、穿经机自动穿经系统、穿经机自动穿综系统、穿经机图像采集固定装置。最大穿经速度可达 140 根 / 分钟，可将经纱一次性穿入停经片、综丝及钢扣，广泛适用于棉、麻、化纤以及色织纱等织造场合。10000 根纱线手工穿综综合用时约 10 小时，自动穿经机作业综合用时缩短到 1.7 小时。

临清三和纺织集团有限公司前纺主任何涛： 筒纱自动成包线装包技术改造

筒纱自动成包设备在剪切包装材料部位，因设备自身存在缺陷，在封包时频繁出现切纱现象。经过反复试验，公司最终选择在切刀上方加装一个 L200 的气缸和一对磁性检测光电装置，通过探杆来检测切刀下方是否有筒纱。《筒纱自动装包技术改造》弥补了原筒纱自动成包切刀误切纱的设计缺陷，杜绝了误切纱的问题，达到提高产量，降低坏纱率，减少消耗的目的。TA

纺织服装周刊



LA CLOVER 品牌 2020 春夏系列发布作为本届时装周的闭幕秀，在颁奖典礼开始前压轴上演。

新时代， 为原创设计力量喝彩！

中国国际时装周 (2020 春夏系列) 圆满落幕

本刊记者 _ 董笑妍 吕杨 刘萍 刘嘉 王振宇 罗欣桐

11月2日晚，“LA CLOVER 之夜——中国国际时装周闭幕式暨 2019 年度中国时尚大奖颁奖典礼”在北京国家游泳中心（水立方）华美上演，LA CLOVER 品牌 2020 春夏系列发布作为本届时装周的闭幕秀，在颁奖典礼开始前压轴上演。

百余场专项发布，近 30 场专项活动，集结了 200 余位来自海内外的设计师及相关机构，这一个个数据再创历史新高。中国国际时装周（2020 春夏系列），这场为期 9 天，属于设计师群体、品牌和专业人士的时尚盛会落下帷幕。

随着第 23 届中国时装设计“金顶奖”设计师的揭晓，中国时尚大奖全部奖项各有所归。

鼓励创新，中国时尚大奖新增新锐设计师奖

“中国时尚大奖”自创设以来，已成为时尚界众望所归的荣誉大奖。奖项的调整，让我们看到中国时尚大奖在鼓励创新、推动产业进步的设定初衷之下，不断进行着微调，以更加适合产业发展的方式，持续推动产业进步。中国时尚大奖的设定不断向专业性调整，进一步凸显大奖的影响力和行业代表性。

新锐设计师奖，是本次中国时尚大奖最新加入的奖项，为鼓励中国设计师及产业支撑力量的不断精进。作为复星 C2M 战略实践者、时尚产业深度运营商的云尚产业发展集团牵手中国国际时装周，冠名中国时尚大奖·新锐设计师奖项。

该奖项在设计师的年龄和从业经历上做了一定约束，希望能给这些入行不久的新人们开辟一个全新的平台，让他们有机会在成长过程中得到更多关注与支持，在产品设计和经营渠道建设上尽快走向成熟。“YOSUN 云尚·新锐设计师”作为中国时尚界极具分量的新锐设计师大奖，希望借此发掘并培养新锐原创设计师，为他们提供全面的设计产品化和商业化支持。

保护原创，中国时尚知识产权保护中心启动

作为中国时尚产业的引领者和重要的推动者，中国服装设计师协会肩负着培养中国时尚创意原动力，维护中国时尚产业良好秩序，提升中国时尚产业话语权的重要使命。

在本次时装周期间，中国时尚产业知识产权大会暨中国时尚知识产权保护中心启动仪式举行。这是全球行业性时装周组织第一次就知识产权保护问题召开的会议，由中国服装设计师协会联合中华商标协会共同主办，得到了国家市场监督管理总局、国家工信部消费品司的大力支持。

本次大会，不仅讨论知识产权保护的重要性，更通过聚合在时尚产业、知识产权保护领域的专业机构、数据和平台，共同维护时尚产业知识产权，建立符合中国时尚产业发展的良性机制与系统，为原创设计师、品牌营造更好的发展环境和空间。

中国的知识产权制度与规则的不完善，在对外合作与交流中，往往成为瓶颈，时尚行业率先揭开知识产权保护命题，为未来中国原创设计保护与国际时尚交流提供规范与背书。

文化自信，东方设计力量的崛起

在本届时装周上，文化再次成为设计创新的基础与关键，很多场秀都围绕中国传统文展开，抛开一些以新中式服装为风格的品牌不谈，即使是潮流品牌，也会在设计中融入一些传统文化的元素。对于具有中国人特质的礼仪服饰，从国服、华服到汉服，接受度一浪比一浪高。

除了那些传承文化与设计元素的品牌，在年轻人中，另一种风潮也风头正劲。DHUB 参展品牌初式创始人是一个潮流的滑板青年，染成灰白色的头发透露着他时尚的独到见解。初式品牌代表着另外一种设计文化——国潮。汉字被作为装饰和创意元素应用在服装和饰品的设计中，在他们眼中，汉字的架构和意义已经足够个性、足够美。对于中国元素的应用，无论是传承式衍生，还是大破大立式重建，这些潮流的背后其实是中华民族文化自信的逐步增强。

新时代时尚文化引领产业向高质量发展

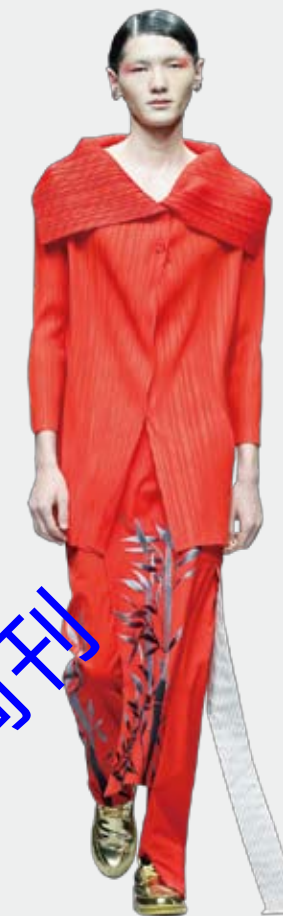
在时尚产业高质量发展的命题下，创新、科技、活力、可持续，成为新时代时尚产业高质量发展的关键词。

在本届时装周上，科技、创新领域的成果在 T 型台上也有所体现，集中表现在服装材料性能和设计上。科技的力量让中国纺织服装产业取得了飞速进步，成为走在国际前列的优势产业。新时代时尚产业将以时装周为龙头，以时尚文化为动力，在 AI 人工智能、智能制造、柔性供应链等领域为时尚产业的制造端插上智慧的翅膀，为时尚产业的高质量、可持续发展提供动能。

中国服装设计师协会主席张庆辉在采访中说，未来中国国际时装周会继续为年轻设计师和设计师品牌提供一个发声的舞台，引领时尚产业朝着绿色、可持续、有活力的方向发展。

第 23 届中国时装设计“金顶奖”：

携手创新科技面料，张义超演绎“竹”文化



在阵阵虫鸣蛙叫中，在一片竹林掩映的 T 台背景下，张义超携手金晟纺织上演了一场“行走的花”竹纤维作品发布会。这是一场充满碰撞的发布，张义超的张扬与竹纤维的质朴，西式裁剪与中国传统竹文化，经典艺术风格与创新科技材料，碰撞、混搭……值得关注的是，这是竹纤维原料在西装面料领域应用零突破后首次在国际性时尚平台上的公开亮相。

现场展示的 50 套春夏作品，以浙江金晟纺织有限公司的竹纤维面料为本，通过打碎、叠加、重组“新造型主义”的解构设计手法，营造出色彩、款式的不羁与作品带来的视觉冲击。

多元材质，不同线条、平面、色彩的交织拼贴，巧妙实现了服装上纵向、横向、纵横交织、斜向、曲线等结构分割，同时在二维的几何造型中，结合不对称设计、褶皱和扭转、不合理性的材料堆叠、大胆前卫的曲面形状，呈现出设计师对比例、线条、空间等的探索与追求。

色彩方面，系列作品运用了彼埃·蒙德里安代表性“红黄蓝”三原色与黑色，以及由此衍生而出的太妃糖褐色、白杨金、米色、阳光橙、泰蓝、水泥灰、粉色等多元色彩，为服装带来强烈的视觉冲击力和魔幻效果。

中国时尚大奖 2019 年度颁奖公告

一、第 23 届中国时装设计“金顶奖”：

- 1、中国时装设计“金顶奖”：张义超
- 2、中国时装设计“金顶奖”提名奖：潘怡良

二、2019 年度最佳时装设计师：

- 1、最佳女装设计师：陈宇
- 2、最佳男装设计师：（空缺）

三、第 25 届中国十佳时装设计师：

- 傅文洁（女）、皋小春、毛宝宝、尹剑侠、胡馨予（女）、高检平、孙德春、安博、张锦浩、张鹏

四、2019 年度 YOSUN 云尚·新锐设计师：

- 1、YOSUN 云尚·新锐时装设计师：屠俊、赵品慧
- 2、YOSUN 云尚·新锐配饰设计师：张凯迪

五、2019 年度中国时装技术奖：

- 1、中国时装技术“金剪奖”：彭祥永
- 2、中国十佳时装技术奖：彭祥永、王艳（女）、游仁林、尚祖会、闵春盈、韩秀梅（女）、徐琳（女）、赵莉（女）、徐玉策（女）、李杰（女）

六、中国国际时装周组委会特别奖：

- 1、2019 年度时尚产业推动奖：杭州艺尚小镇、深圳市龙华区大浪时尚小镇建设管理中心、大连市工业和信息化局
- 2、2019 年度最佳时尚媒体成就大奖：沙小荔
- 3、2019 年度最佳时尚摄影艺术大奖：陈漫
- 4、2019 年度卓越工艺传承奖：张志峰、劳伦斯·许、黄薇、楚艳、grace chen、兰玉、熊英、马樱、陈曦、肇朝
- 5、2019 年度国际时尚传媒奖：WWD 国际时尚特讯

七、2019 年度时尚品牌奖：

- GIOIA PAN、盖娅传说、JEFEN、艺之卉、ANNBOO、白鹿语、楚和听香、Maryma、古焉、UOQYAA

八、2019 年度最佳时装评论员：苑琳浩

九、2019 年度最佳时装摄影师：刘国琨

十、2019 年度最佳职业时装模特：

- 1、最佳职业时装模特（女）：吕佳纳
- 2、最佳职业时装模特（男）：张中煜

十一、第 22 届中国十佳职业时装模特（按姓氏笔画排序）：

- 1、中国十佳职业时装模特（女）：乌日哈、张莹莹、刘春杰、刘欢、吕佳纳、毕嘉励、宋静远、姜贝贝、曹勃、彭思雨
- 2、中国十佳职业时装模特（男）：邓沁元、王子乔、张中煜、张志宇、李博文、李昊男、李宗鑫、杨绍、武原弘、黄思源



张义超荣获第 23 届中国时装设计“金顶奖”。



闭幕秀现场。

纺织服装周刊



城市之光 × 北京 | Parcz_Tsai · 蔡舟：

让你如游鱼轻灵绝美， 用设计打造一场幻美海景

10月25日，中国国际时装周上，设计师品牌Parcz_Tsai 芭尔赛正式拉开2020春夏最新系列“NO MORE BLUE”的时装发布序幕，本系列是品牌创始人兼设计总监蔡舟历时半年的心血呈现。

Parcz_Tsai 芭尔赛2020春夏“NO MORE BLUE”系列灵感源自海洋。设计师蔡舟将人们对海洋的印象以及与大海相关的各类生物、事物以服装为媒介进行全面透析与解读。整个系列色彩柔和、质感轻盈、廓形繁缛、制作精美，可以感受到设计师一贯擅长的解构主义在经典、创新之间自由切换愈发自如。

同时，蔡舟也希望通过本次发布会将设计的“金色价值”和环保的“绿色价值”相融合，呼吁大家保护环境。“NO MORE BLUE”不仅是一个标题，更是寄托了设计师希望能在精神层面上影响到当代人群。

整场秀充满实穿特质亦不失女性主义且具备艺术探索的时装风格自成一派，传递出“新经典”时尚美学与“新优雅”风格见解。

布丝魂 & 蒙元素：

蒙元素首登时装周， 与世界对话

10月25日，蒙元素团队携手内蒙古自治区妇女联合会举办了“草原绣梦·巾帼匠心——内蒙古布丝魂 & 蒙元素民族服饰时尚秀”，在本届时装周上讲述了蒙古族服饰传承的故事，这是蒙元素品牌第一次登上中国国际时装周的舞台。

蒙元素品牌创始人、内蒙古自治区妇联兼职副主席娜仁花以蒙古族传统服饰为媒介，讲述了其背后蕴藏的文化与深邃。

“我们不能让优秀的传统文化留在博物馆，只有将这些宝贵的非遗文化应用到生活中去，才能将它们更好地保留、传承、发展下去。”娜仁花说。这也是她创立蒙元素的初衷之一。因此，在这次的服饰秀上，蒙元素加入了多套可在日常生活中穿着的服饰，将蒙古元素运用到不同风格的服装中，让传统文化以新的表达方式呈现给世界。



城市之光 × 大连 | LEAF CROWN · YUKAIYU： 在自我觉醒中探索

10月26日，中国高级品牌 LEAF CROWN 以“蜕变”为主题，上演了发布大秀。LEAF CROWN 以白色坯布表达规范性服装，现实社会中我们都在被规范束缚，比如什么场合穿什么样服饰，而 LEAF CROWN 希望打破这种规范，宣告着对自我意识与权力的掌控和捍卫。

服装细节设计上，用荧光条打破暗黑，给服装注入活力，但是又不张扬，一种恰到好处的好处反叛。剪裁合身又传统的深色系西装是清醒、睿智的体现，深V领设计展示性感的同时又有所收敛。大胆张扬的配色营造强烈的视觉，同时也是自我个性的展示，脱离束缚彰显色彩斑斓的内心世界。金属色的应用有着令人向往，且恰到好处好处的夸张，回溯70年代大胆华丽的disco 风潮。



JOJO KIDS：

在乎山水之间也， JOJO上演“水墨徽州”

10月26日，深圳市久久时尚童装有限公司2020年“水墨徽州”发布会，在黑白之间孕育天地，以山水之境融入衣裳之美。

JOJO 童装品牌创始人刘美麟以超前的时尚嗅觉和独特的时尚理念，率先将个性潮牌的概念引入童装行业。这个主打“黑白色”的童装品牌犹如一枚时尚炸弹，让平静的童装界瞬间波澜四起。

本季设计的色彩简约并结合含有中国元素的细节设计，运用国际流行的面料及剪裁工艺，将古老的中国文化与现代流行文化相结合，将古今至今的文化深度交流，沁于服装之上。

JOJO 用独特的文化传播方式，向我们展现了上下山水、左右人文的徽州文化，给孩子创造了一个极具想象空间的世界。除此之外，JOJO 用黑与白，简单的色彩和简约风格，向我们展现了一个高级审美的世界。



祖艾 Zuai：

淘宝 TOP 主播祖艾妈 首秀中国国际时装周

10月26日，拥有淘宝TOP级主播等一系列耀眼光环的祖艾妈，携自己的原创女装品牌“ZUAI 祖艾”亮相中国国际时装周，发布ZUAI 2020春夏高定“珍艾·至裳”全球首秀。发布会上，祖艾妈以独有的市场敏锐度、酷炫的时尚敏锐度、与众不同的工艺细节和独特的设计魅力向全球女性呈现出独一无二“珍艾宣言”。

系列作品以时尚为目的，舒适为基础，让实用美得以升华，让视觉美更加璀璨。日复一日的直播经验积累和大数据，让祖艾妈在女性消费端，从青年到中年、从单身到妈妈群体，在不同年龄、不同阶段积累了庞大的女性消费心理和偏好数据。因此，在这一季的设计作品中，你能够明显的感受到设计师对作品实用性和用户的使用体验的极致表达。

ZENG FENG FEI · 曾凤飞：

迎来居住在山里的客人

ZENG FENG FEI 是“金顶奖”设计师曾凤飞的原创品牌，以中国元素作为品牌的核心，并且贯穿了“中学为体，西学为用”的设计思想，以中国特色的时代风尚独树一帜。

畲族自称“山哈”，意为居住在山里的客人，本季曾凤飞以“山哈”为主题，谱写了畲族在千年变迁中，为中华文化史留下的美丽篇章。

服饰图案取材于日常生活中的各种的物象；在图案的用上，以绿、蓝为主调，有的加上一丝丝色彩鲜艳的花边或围腰之类，凭添几分趣味；设计形态构成上融进了统一与变化，大量运用传统手工刺绣工艺手法，通过协调与对立的合理分配，形成不同的视觉效果，呈现曾凤飞品牌对中国历史悠久的传统文化和非遗的传承。



红人·唐冠颐：

呈现新时代女性姿态

10月26日，HONRN 红人发布“生命之光”2020春夏系列，赵雅芝身着 HONRN2020 春夏定制礼服现身秀场。该系列灵感来自于“全球共享，简约生活”，秀场上模特自由穿梭，在服饰上呈现出明朗的视觉艺术和美学表达，体现都市女性的智慧与审美。

本季新品用带有光感的亮片与多样化面料组合，结合绣、印及手工钉珠工艺，把光影之美细腻勾勒。力量感的中性套装、女性化的轻礼裙，通过解构重塑，在经典的廓形中注入艺术内涵的手工艺，与自然、艺术、流行文化的碰撞相得益彰，冲破时空的边界定义，彰显出品牌的独特创意与时尚嗅觉。

HONRN2020 春夏系列以自由之态启迪优雅底色，让女性擎着理想游弋世界，在千变万化的岁月中依然追求自己的自信与美丽。



乔丹质燥：

幻构未来， 携 Tim Coppens 亮相北京

10月27日，乔丹体育秀出了旗下高端系列乔丹质燥的最新产品。由乔丹体育和国际知名时尚设计师 Tim Coppens 联名打造的极具未来感和科技感的机能服饰，以及运用创新科技的3D跑鞋“未010”等产品悉数登场，功能性和时尚性兼具，阐释了未来运动时尚装束的全新趋势。

Tim Coppens 曾获 LVMH 奖冠军及2014年CFDA/施华洛世奇奖最佳男装奖项，他的设计以充满未来感的运动剪裁见长，成衣既体现出动感活力又不至于精致与奢华。他带来的设计着重呈现了当下潮流新趋势“机能风”。机能风是一种起源于“赛博朋克”文化的穿衣潮流，乍看之下像是高街与军事的结合体，并通过可拆卸的方式融入更多实用性，赋予更多户外性能，呈现出未来感、科技感以及硬朗感。



旭化成·中国未来之星设计创新大奖

——于季琦、袁仁杰、陈文竹联合发布：

展现“95”后设计力量

10月27日，由中国国际时装周组委会、日本旭化成株式会社共同主办的第三届“旭化成·中国未来之星设计创新大奖”获奖学生联合作品发布会“神秘·珍贵”上演。

三位“95后”获奖学生于季琦、袁仁杰、陈文竹运用旭化成宾霸面料，带来了“5G”、“新浪潮”、“Between us”三大主题系列发布。本次获奖学生年龄只有22岁，这不仅是中国国际时装周舞台最年轻的三位设计师，也代表着中国未来新生代设计力量。

“旭化成·中国未来之星设计创新大奖”是继“旭化成·中国时装设计师创意大奖”后，日本旭化成株式会社与中国国际时装周再次强强联手，以全新的合作形式继续投资中国纺织服装业，进一步提高旭化成“宾霸”品牌在中国的影响力，选拔、挖掘中国未来时装设计人才。



纺织服装周刊

10月27日

David Sylvia · 郝为民

京艳时尚, 梦回华夏

10月28日,中国十佳时装设计师郝为民&David Sylvia“京梦”主题大秀在北京751D·PARK精彩亮相。本次大秀,设计师郝为民以有着百年历史的国粹·京剧为灵感,从脸谱、妆容、服饰以及著名京剧曲目中的人物中提取元素,以京剧服饰的原型、色彩为基调,结合现代时尚服饰,将东方服饰的百年传承的神秘底蕴与西式服饰的剪裁造型相融合,让华夏戏曲艺术,让中西方文化跨越时空,在“京梦”中相聚。

作为一个深爱中国传统艺术文化的时尚设计师,郝为民深知,“没有高度的文化自信,就没有中华民族伟大复兴。”当下是中国文化崛起的新时代,时装周发布会也是文化崛起的一部分,尤其是以中国文化元素为灵感的时装作品,将是一个很好的展示窗口。



城市之光 × 深圳 | VEKISE · 尹江群 :

从细节入手, 打造偏执的完美主义

生就是变化,命就是角色定位,生命就是一个不断切换角色定位的过程。10月28日,一场以“生命·觉者”为主题的VEKISE 2020春夏时装周发布会拉开序幕。

发布会分别以白色、粉色、红色、酒红和黑色来代表生命的各个阶段。T台上有优雅的连衣裙、干练的西装、爽利的风衣、柔美的半裙和精致的衬衫等。整个系列让人沉浸在一种非常轻松、舒适的氛围当中,材质大多以棉、醋酸和真丝为主,并且结合了一些轻薄的精纺羊毛和蕾丝面料。

VEKISE始终坚持“偏执的完美主义”理念,专注和重塑高品质基础款,为客户提供全方位、多场景的专业穿搭解决方案。

10月29日

LIN MAKEUP :

年轻梦幻的艺术之旅

10月29日,北京琳容时尚文化发展有限公司旗下LIN MAKEUP 岳晓琳化妆造型品牌专场发布会“YES! 10.0”在时装周的舞台上大放异彩。中国时尚创意化妆造型艺术家岳晓琳作为策展人领携LIN MAKEUP 主创团队成员用“万有引力一霓”、“BUG”、“CARRY”、“SOLO”、“哈喽”五个章节,邀请观众共同进入了一场年轻梦幻的化妆造型艺术之旅。



本次大秀LIN MAKEUP以全新的姿态出现在大众视野,每款整体造型在诠释2020春夏时尚潮流趋势的同时,加入自由大胆的新生代创意元素。岳晓琳用过往22年的专业沉淀、独树一帜的表达方式和高超的创意设计能力,对2020春夏化妆造型的时尚趋势做出预判,分别在五个章节中设计出银河霓、警戒黄、腔调红、独奏蓝以及气泡橘等多种年轻雀跃、天真自由的色彩。

10月30日

XINYUHU · 胡馨予

于细节之处, 看男装新格调

10月30日,中国独立男装设计师胡馨予携同名品牌XINYUHU 2020春夏系列再度登陆时装周舞台。本季男装系列融合帅气工装与军装元素,运用于利落剪裁,呈现出不同搭配风格。

XINYUHU 2020春夏系列,灵感来自于上个世纪三十年代工人们作业时穿着的服饰,从骑手、炼钢工人、卡车司机、农民、水手等不同工种服饰的特点延伸思考,在原有的一贯的绅士英伦风中,加入了肩绊、束腰、绑带等军装元素和充满结构感的贴袋工装,既保留了工业时代的简约和干练,同时以细腻的情感和工艺细节,将工装的复古感和时尚的新潮感完美结合。在色彩的选择上,设计师大量体现条纹和大面积的几何色块,撞色、拼色设计在不经意间展现精英男士的气质,营造出一种别致的成熟感。



天玺 :

展示穿在身上的中国文化

本季发布,JUSERE 绝设集团携其中式品牌——天玺首次亮相时装周,带来了“乐园”主题系列。据了解,天玺“乐园”系列,取意中国园林,并将这些美好的画面,镌刻在中国礼服上。

“乐园”系列分为上下两个篇章,交相呼应。从露珠白、藕粉色、月白蓝的婉约唯美,到故宫红、帝王金的恢弘写意,色彩的柔和张力将中国礼服的东方美学意境淋漓尽致;一针一线的国风神采并非复刻历史,而是在当代艺术的表现中,找到契合中国文化精神的内在灵魂,并找到更为时尚的表达方式。

整个系列,充满着中国服饰文化的三重境界:人与大自然的空间关系、人与服装之间的架构关系,更上升到人与意识形态里回归本质的辩证关系。



蕾沃尔 · 庄淦然 :

非遗“英歌”为表, 针织专利为里

连续10年走上中国国际时装周的舞台做发布,广东昊天服装实业有限公司董事长、蕾沃尔品牌时装设计总监庄淦然坚持做到了。十年来初心不改,他已将原创品牌“蕾沃尔”塑造成为兔绒时装的扛旗品牌。

此次的新乐章,他将“普宁英歌”的独特风格和神韵融入时装设计。本场发布秀以浩然正气贯之,以英雄主义文化元素点化为时尚的创作导向,以红、黄、紫等流行色为主调,夸张彩绘英雄图谱将其编织成为蕾沃尔服饰。

除了将此次发布的非遗英歌元素服装,蕾沃尔经典的优雅系兔绒服装也是搬上了T台上,素色连衣裙、雅致的棉线套装、温柔修身的长马甲……每一件都尽显都市生活的摩登与简雅。行走间,兔绒的温暖与柔软、飘逸和灵动也一览无余。



10月31日

黑猫白猫 · 皋小春 :

国潮青年,“燥”起来!

连续三季,皋小春都以“GOODSHOW·皋的秀”作为发布会主题,今年他把“都市轻奢、户外机能、中国创意”三大系列与流行色相融合,同时大胆使用创意面料,通过面料的质感给服装的设计感加成。设计师更加注重对机能材料和多维结构的探索,用金属、荧光色彩与异想印花表达年轻的态度,混搭不同元素,联结都市与户外,既要好看,也要舒适。不仅是其经典产品——羽绒服依然件件爆款,连体裤、镶拼冲锋衣、连帽卫衣、户外装等也是潮品不断。

2019年是黑猫白猫的商业化运作的元年,从时尚都市上海起步,线上Tmall-黑猫白猫旗舰店也已上架销售。让更多的粉丝客户能够买到自己心仪的服饰,这就是新晋“中国十佳时装设计师”皋小春下一步最想要做的。



楚和听香 · 楚艳 :

流经丝路与汉唐的 “楚和中国色”

10月31日,楚和听香2020春夏高级定制系列“开元”于北京水立方完美呈现。本季“楚和听香·开元”的新作品,将汉唐文化精神、丝路美学、传统工艺相结合,不但发布了新一季的服装设计,还发布了独特的楚和中国色——追溯“华夏之龙”文化脉络,融入当代生活语境,进行了完美的创新,重塑当代中国风度。

据楚艳介绍,她将会在今后的每一年发布新一季的楚和中国色,致力于创作出最为丰富、实用、具有独特美学价值的东方色彩体系,将真正的中国色彩之美进行到底,用色彩为今天的时尚和文化设计赋能。

值得一提的是,本次发布会还特邀了中国当代杰出的古琴艺术家杜大鹏、声音艺术家杜金鹏两位音乐家跨界创作,通过古琴、吟唱,共同营造出古典与先锋的奇妙感受。



程应奋 :

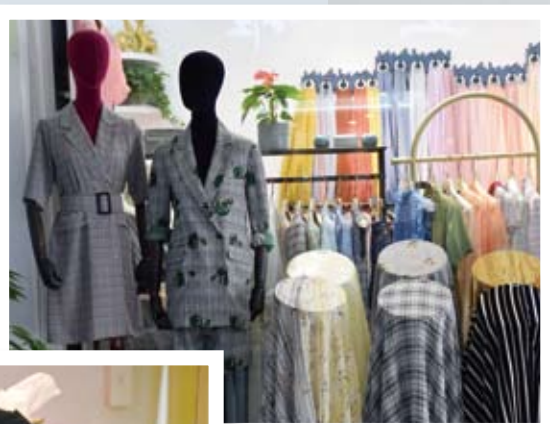
讲述我和艾德莱斯永无止境的故事

这是程应奋第7次带着艾德莱斯绸来到中国国际时装周。她说:“我选择再来,是因为真的需要一个如此包容且真正滋养文化的平台。”很多人不理解她“执拗”坚持的原因,甚至觉得“艾德莱斯”无论是品质还是时尚度跟现代社会有不小的差距,色牢度的问题,织物密度的问题,无法大规模工业化生产的问题,大家对如何传承这丝绸之路上的活化石有诸多质疑。

但当你真的触摸到来自千百年人们口口相传的扎经染色技艺造就的丝绸,你才会知道什么是文化的执念。知来处才能明去处,当这块丝绸挣脱了时间的束缚,人类才得以看到其不可磨灭的美和价值。艾德莱斯丝绸用千年的磨砺向世人验证:流行易逝,风格永存。

程应奋说:“我深爱这种不变的坚守,作为中华优秀传统文化的一部分,不能让它因为某种缺憾而失去永存的可能。”她兴奋于艾德莱斯绸是“活”的非物质文化遗产,而且有三万多人依靠制作艾德莱斯绸而生存。**ITA**

纺织服装周刊



当前，柯桥纺织企业纷纷搭上跨境电商快车，抢抓趋势红利，挖掘新的蓝海市场。

主动出击 适变未来 柯桥纺织探索跨境电商新蓝海

本刊记者 张颖

当前，数字经济成为推动新旧动能转换的关键因素，推进实施数字经济“一号工程”已成为浙江省上下的发展共识。跨境电子商务是数字经济的重要组成部分，是中国企业走向世界的重要通路，在“一带一路”大背景下，跨境电商更是成为影响世界经济的网上丝绸之路。

近年来，柯桥高度重视跨境电商发展，提出“到2020年柯桥全区纺织服装外贸从事跨境电商比例达到90%以上”的具体目标，并在主体培育、园区建设、人才培养等方面加强政策扶持与引导，进一步推动跨境电商产业集群试点工作。一组数据生动显示出柯桥跨境电商健康、快速的发展态势：目前柯桥已培育跨境电商企业930多家，亚马逊网站窗帘销售前三均为柯桥家纺企业，排名首位的永盛化纤贸易公司2018年窗帘销售额超过5000万美元。

依托阿里巴巴、亚马逊、ebay等平台，通过开展“每周有培训，月月有主题”培育工程，举办跨境电商产业峰会、跨境电商发展论坛……柯桥在引导传统企业跨境拓市，提高传统外贸效率，释放中国制造的产能优势方面不断加码前行，为纺织产业搭上跨境电商快车，抢抓趋势红利，挖掘新的蓝海市场蓄势赋能。

玩转跨境，直面机遇与挑战

随着全球电子商务的兴起，越来越多的柯桥企业开始利用电子商务发展内外贸业务。许多公司的经营模式已从传统单一的门店发展到线上线下双管齐下，开设网上店铺、开拓国际站业务已成常态。

浙江盎唯纺织科技有限公司是专业的纺织品生产商和内外贸易商，在十余年的产业积淀上于今年年初正式进军跨境电商领域，该公司依托Wish、Shopee、速卖通等国际化专业平台布局C端消费市场，取得了良好成效。“清晰的市场定位和有效的平台选择是关键。”盎唯纺织跨境电商部运营总监王马立说，基于本身的产品特色，公司跨境业务以美国市场和东南亚市场为主。

在不断的摸索前行中，盎唯纺织跨境电商实现了自运营，十余人的专业团队通过打造应时应季的明星产品，不断加强平台内部权重，提高客户的认可度与信任度。在宣传推广方面，依托Facebook、Instagram等热门社交平台，持续强化产品的个性与品牌。“在中国制造享誉全球的大潮下，以及国内外电商信息存在时间差的形势下，传统企业转型跨境电商必将遇见一片广阔蓝海。”王马立信心满满地说。

据了解，盎唯纺织主营各类棉、涤、麻、针织、色织等面料，花色齐全、品类丰富，具有在常规品种基础上不断研发精进的创新实力。同时，拥有成熟的服装设计、生产体系，各式男女服装主要出口美国、日本、韩国、新加坡等国家，此外，相对完备的产品供应链，为企业从传统贸易迈向跨境电商业务“保驾护航”。

与之相应的，绍兴市柯桥区一绣倾城纺织品有限公司在多年窗帘布艺经营基础上，开拓了阿里巴巴国际站，形成了一条适应零售、小批量需求的柔性化生产链。“跨境电商促使企业向着更加灵活、快速、个性化方向发展，但专业知识匮乏、专业人才欠缺仍是阻挠企业前行的一大因素。”一绣倾城总经理沈锋感慨道。

记者点评：近年来国际形势扑朔迷离，传统贸易日渐疲软，于企业而言，主动求变、打破壁垒，迎接新的挑战势在必行。跨境电商让中国卖家可以跳过海外零售平台，直接面对全球消费者，不仅提高了效率，是外贸增长的新模式、新业态。同时，其发展也进一步驱动了传统纺织企业转型升级、强化品牌、创新以及对专业人才的培养。

专业平台，转型破局“助推器”

目前，柯桥在探索建设纺织产业B2B与B2C相结合的跨境电商产业链发展模式方面，已初步形成纺织面料、窗帘窗纱、家纺服饰为主的电商队伍。这其中，不断孵化生长的专业化跨境电商企业服务平台在助力传统企业跨境转型升级，快速逐鹿海外市场过程中发挥着积极作用。

“公司专为企业提供产品拍摄、电商视觉美化、阿里国际站运营、P4P推广及培训辅导等服务。”绍兴蒲公英电子商务有限公司董事长助理陈建鑫告诉记者，公司在跨境电商业务方面主要以自营代销和代运营为主，可根据企业实际需求开展不同程度的合作。“国外电商平台其实与国内大同小异，也有黑色星期五、圣诞节等网上购物节，公司会根据产品销售国的民俗特性、喜好装饰店铺，优化关键词，策划线上活动等。”

据陈建鑫介绍，柯桥纺织产业集群优势明显，纺织品产业链相对完善，在全球一体化浪潮的驱动下，许多企业对转型跨境电商兴趣浓厚，但大多苦于专业知识欠缺，不知如何运营而止步不前。绍兴蒲公英电子商务有限公司作为绍兴电商服务业的领跑者，专为企业提供全方位服务和运营支持，帮助

转型跨境电商的企业打造自有品牌，将柯桥纺织产品升级成全球品牌。

“在合作企业中，窗帘、桌布、床品等柯桥家居家纺企业居多，其中不乏具有个性化、特色化的面料企业。”陈建鑫说，比如蕾丝、绣花面料可用于婚庆布置、原创DIY等领域，具有零售、小批量的特性，不失为传统面料企业开拓新兴市场、紧抓趋势机遇的有效方式。还有一些面料企业在跨境电商趋势的影响下，在原有产品产能的基础上延伸产业链，提高附加值，例如绍兴市九艺纺织品有限公司将婴童面料加工成婴童产品，挖掘到了一片新的利润空间。陈建鑫认为，传统企业与专业跨境电商平台合作，有利于发挥各自的专业所长，产生1+1>2的产值效应。

记者点评：影响跨境电商发展的因素主要有货源、物流、人才和成本。柯桥作为全球最大的纺织品集散中心，产品和成本优势明显。跨境电商企业服务商的专业性和配套的供应链资源，一定程度上解决了企业缺乏专业团队运营之忧，而相应的国际物流配送体系仍需提升和完善。

校企合作，人才培养新路径

跨境电商不同于传统的电子商务，其涵盖的专业知识面更广，需要既熟练掌握跨境电商所涉及国家的非通用语言（特别是东盟国家小语种），又要熟悉跨境电商平台和基本外贸知识的综合型人才。记者在走访中发现，柯桥不少纺织电商企业对新型跨境电商运营人才的渴求度日益提高，而构筑校企合作的联营模式，成为企业人才培育的新方向。

今年以来，浙江金蝉布艺股份有限公司与浙江工业大学之江学院合作成立跨境电商学院，开启了人才培育的直通车。“随着企业每年对各类前沿人才的需求不断增加，用得上、留得住、可发展的高素质、高技能人才可谓不可求。”金蝉布艺总经理杨卫表示，市场竞争日趋激烈，企业迫切需要建立一支高素质、高水平的人才队伍，而招聘来的人才往往需要很长一段时间来适应企业文化及先进技术，导致人才上岗时间和人才需求形成了一个时间差。通过与高校产学研相结合，企业从需求出发，参与人才培养，不失为获取高效人才的好方法。

作为柯桥老牌窗帘生产企业，金蝉布艺产品出口至60多个国家和地区，国内加盟直营网点达600多个。近年来，公司线上业务突飞猛进，在阿里巴巴、京东、唯品会、亚马逊等多个国内外电商平台均有布局，并取得了非凡业绩。据了解，今年618电商节，金蝉旗舰店在窗帘销售中拔得头筹，活动当天便取得销售额150万元的好成绩，这与企业专业人才的



运营策划密切相关。

无独有偶，盎唯纺织随着跨境电商业务的深入，对专业人才的培育和储备提升到了新的高度。近期，公司与浙江财经大学等高校签约合作，以项目入驻、学生运营、竞赛课题等多种形式探索人才培育新模式。“校企合作以高校的教育优势为依托，以企业的实战经验为根本，是培育实用型人才的有效方式。对于企业而言，跨境电商人才的最佳培育时间是大学期间。”王马立说道。

记者点评：在跨境电商企业数量激增的趋势下，企业提高运营能力，用更高效的宣传、物流、管理抓住趋势红利是关键，这其中，人才环节首当其冲。培育和储备自己的专业人才，能让企业直接受益。校企合作，理论结合实践，无疑为培养复合型应用人才开辟了新路径，也为柯桥打造新时期国际之都增添无穷的智力支持。TA



中国轻纺城集团

股票代码：600790



打造新时期
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台，您将获取更多资讯。

献礼 70 年 筑梦新时代

2019 柯桥秋季纺博会移师新馆再出发

本刊记者 _ 王利

时间的年轻铭刻着中国发展的轨迹，也深刻见证了柯桥纺织业和柯桥纺博会走过的不平凡之路。10 月 1 日，我们迎来了新中国成立 70 周年。70 年来，柯桥纺织业披荆斩棘，抓住国际产业转移的战略机遇期，坚持改革开放，坚持创新创业，企业创新活力和发展潜力竞相迸发，为柯桥纺博会的创办、发展、壮大打下坚实的基础。

9 月 30 日，为期三天的 2019 中国绍兴柯桥国际纺织品博览会(秋季)(以下简称“2019 柯桥秋季纺博会”)圆满落幕。新展馆、新出发、新未来，从世贸中心到中国轻纺城国际会展中心再到绍兴国际会展中心，柯桥纺博会在新中国成立 70 周年之际，移师新展馆，以全新的气象，不忘初心再启航,为纺织行业上下游树立起“科技、时尚、绿色”新标杆。

2019 柯桥秋季纺博会由中国国际贸易促进委员会、中国纺织工业联合会、中国商业联合会、绍兴市人民政府指导，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会和绍兴市柯桥区主办，中国纺织品进出口商会协办，设展位 1400 个，参展企业 552 家，展览面积达 2.5 万平方米。展品涵盖纺织面料（辅料）、家用纺织品、创意设计等，得到国内外采购商的高度认可。

以“布”为媒，接轨全球客商

随着柯桥纺博会影响力与日俱增，越来越多的品牌企业把纺博会作为开疆拓土的有效“战场”，吸引着全球采购商纷至沓来。本届展会，除了浙江木林森、浙江红绿蓝、绍兴鼎记、湖州纳尼亚等省内品牌企业，四川川棉、吴江华联集团、张家港沙洲、保定华强纺织等诸多省外企业也携最新产品惊艳亮相，为全球近 80 个国家的采购商带来一场面料盛宴。

随着“一带一路”倡议的深入推进，越来越多沿线国家的客商前来采购。三天时间内，来自孟加拉国的 David 都徜徉在面料的海洋，流连忘返。“连续多年参加柯桥纺博会，每一次的成长我都能感受到，展会越来越国际化，很不错。”说话间 David 竖起大拇指点赞，“我的父亲在二十多年前就来过柯桥，今年我参加完上海面料展特意来柯桥，现场浙江红绿蓝、绍兴鼎记等多家企业的面料我都非常喜欢。”

佛山市澳纺纺织有限公司的展位人潮如织，来自韩国、印度、欧美以及国内的诸多采购商络绎不绝。“每年春秋两季柯桥纺博会我们几乎都会参加，公司借此积累了大量客户。本次展会，超柔赛络纺、粗斜纹、grs 再生环保、韩国料等最新研发的牛仔面料是我们的主推产品。这些面料经过染色后，不易变形，兼具挺括、舒适的优点。”该公司总经理吴鸿旺告诉记者，今年凭借新面料，澳纺销售额将增长 15%，利润增长超过 50%。

以“布”为媒，零距离接轨国内外客户，柯桥纺博会为纺织产业链上下游企业搭建起无缝对接的平台，此外，与纺博会同期举办的世界布商大会、时尚周，成为柯桥纺织业转型升级的重要推手，以及扩大国际“朋友圈”的重要平台。

紧贴市场，绽放多元时尚

在 2019 秋季纺博会现场，45 万余款时尚面料同台竞技，其中有 7 成以上是参展企业带来的最新面料。原创设计、趋势发布、研发创新不仅仅集中于少数企业，众志成城、大众创新成为展会新常态。

在此次展会中，绍兴羽鸣纺织科技有限公司重点推出的反光面料、PU 面料等产品，在展会上十分引人注目，开展首日便取得良好反响。据展位负责人介绍，时下功能性面料较为流行，以反光面料为例，将其与羽绒服款式相结合，不仅有未来时尚感，其反光性能也起到一定的防



本届柯桥纺博会移师新展馆，以全新的气象展现了一场上下游的对接盛宴。

护效果。据了解，羽鸣纺织拥有完整产业链，集面料研发、生产、贸易于一体，以内销为主，专注于羽绒服后工艺面料研发，其中烫金、PU 是他们的主打工艺和创新优势。

绍兴佳彩印染有限公司以尼龙酸性印染工艺见长，本次展会所带来的针织印花、蕾丝印花、色织布等收获了大量潜在客户，该公司总经理陈秀华介绍到，我们是一家工贸一体的企业，公司利用酸性印花技术生产的面料色泽艳丽、时尚大方，深得欧美等地服装品牌的喜爱。

站在新起点上，柯桥纺织产业版图正在重构，纺织创意产业已成为柯桥经济新的增长点，以“一块布”加速推进着“从世界面料集散地到全球时尚策源地”的进程。在 2019 柯桥秋季纺博会上，诸多企业带来的时尚创意面料紧贴市场，绽放出多元时尚。

科技领航，革新纤维源头

万物革新源头为核，从源头开始的创新发展对于任何一个行业来说都具有杠杆效应。参加 2019 秋季纺博会的很多企业已经领悟到创新的精髓，从纤维、纱线出发，赢在“起跑线”。本届展会，天然纤维、新材料纤维等科技型面料成为吸睛亮点。

浙江三川纺织科技有限公司此次带来的差异化纤维面料、雅赛尔纤维、咖啡碳纤维、玉石纤维以及火山岩纤维组成的功能性衬衫面料，赢得诸多国内外采购商驻足询价。公司负责人介绍到，“以咖啡碳纤维为例，其具有自然和环保特性，手感滑糯，触感轻柔舒适，悬垂感好，色泽柔和，同时兼具优良的除臭、升温保暖、吸湿透气等多重功效，能够满足消费者对环保、健康、舒适等多方面的要求。”

绍兴东纳纺织品有限公司带来了竹纤维、竹麻纤维、天丝竹、全棉、莫代尔等各类天然纤维衬衫面料。该公司总经理余东挺说道，“绿色发展、健康舒适是未来行业的主旋律，我们的产品以天然纤维为主，致力于从源头发展可持续时尚。”

时代奔涌向前，柯桥千年纺织基因世代传承，而今更是不忘初心，豪迈前进。2019 秋季柯桥纺博会坚持以“引领全球纺织趋势，展现时尚科技魅力，推动产业转型升级，搭建供需贸易平台”为己任，献礼新中国成立 70 周年，持续为纺织产业高质量发展注入强劲动力，为打造新时期国际纺织之都筑梦蓄能。[TA]

聚焦

“中国商品市场综合百强”榜单发布

中国轻纺城排名前三

本刊记者 _ 王利 文 / 摄

近日，在国家市场监督管理总局、浙江省人民政府主办的第十一届中国商品市场峰会上，“中国商品市场综合百强”榜单正式发布，绍兴柯桥中国轻纺城排名再进 3 位，位列全国百强第三位，仅次于义乌中国小商品市场和浙江天猫网上商城。

据了解，该榜单是由中国社会科学评价研究院商品交易市场研究项目组组织的，经过各省市市场监管局、市场协会推荐和商品交易市场专家推荐以及项目组成员实地调研和考察，在综合考虑市场硬件基础设施、软件规范完善程度、服务意识、能力和水平的基础上，依据能够反映市场吸引力的规模指标，能够反映管理力的管理人员指标，能够反映运营力的收入和利润指标，能够反映市场培育力的线上商户、就业和企业制商户及规模商户的指标等，综合测算和专家比较后得出的结论。

“中国商品市场综合百强”榜单是各个区域经济发展的“晴雨表”。中国轻纺城市场在全国百强位次的持续进位，充分说明了柯桥区蓬勃的市

场活力。今年前三季度，中国轻纺城市场群实现成交额 1234.88 亿元，同比增长 10.48%，轻纺城网上实现交易额 387.52 亿元，同比增长 31.71%，轻纺城“线上线下”交易额达 1622.4 亿元。在复杂多变的经济形势下，中国轻纺城市场成交额逆势上扬。

今年以来，中国轻纺城围绕打造新时期“国际纺织之都”的总目标，大力实施“丝路柯桥·布满全球”、“行业标杆·高端纺城”和“共建共融·大轻纺城”三大行动，抓好市场主体升级、对外拓展开放、时尚创意引领、线上线下联动、营商环境优化五项重点工作，全面提升轻纺城的产业集聚力、市场竞争力、时尚引领力、国际影响力。

随着“丝路柯桥·布满全球”行动计划有序推进



中国轻纺城市场每日客商络绎不绝。

进，中国轻纺城“线上线下”融合持续深化，加快建设智慧市场，加速开拓海外市场，融入国际潮流中心。通过精心举办第二届世界布商大会、柯桥纺博会、柯桥时尚周，中国轻纺城链动全球纺织资源，集聚纺织时尚要素。同时，大力推进优化营商环境“10+N”行动，致力建设“开放、时尚、智慧、高端”的现代化轻纺城。

“丝路柯桥·布满全球”首次走进越南河内



对接会现场热闹非凡。

办对接活动，深受柬埔寨、老挝、泰国、缅甸、马来西亚等东南亚纺织外贸企业欢迎。而河内的市场有所不同，其业态主要针对外贸出口及越南国内品牌，且区域内服装企业集聚，对中国的面料需求量大。通过此次活动的帮助，旨在帮助柯桥纺织企业开拓河内新兴市场，挖掘更多商贸机遇。

值得关注的是，对接会期间全球纺织网特别为供应商提供了全球纺织网国际站多语言站点服务，配备了便携标签打印机，供应商可将自身产品信息通过国际站上传后，自动转换成越南语，并快速打印二维码标签。而采购商通过产品扫码即可快速看懂面料信息，此举有效提高了双方交流沟通效率。

此次越南行，柯桥面料企业还实地走访了河内、胡志明市两地的面料市场，对当地风土人情、市场行情有了整体把握，也为后续产品开发指明了目标与方向。该活动是 2019 中国轻纺城全球巡回展的重要一站，不仅有力推动了柯桥企业与越南贸易商的交流互信，也为后续开展更为深入的合作打下坚实的基础。(张颖 滕玉芳)

“印染大脑”入选省级工业互联网平台

柯桥区作为浙江省传统纺织制造业改造提升和印染产业转型升级试点单位，近年来，依托轻纺城纺织产业大数据中心，搭建印染产业数字化智能化服务平台，为广大印染企业开展产品质量诊断、生产过程管控、工艺流程优化等服务，全面推进印染行业“数字化改造，平台化服务”工作。

近日，浙江省经信厅公布了浙江省 2019 年度省级工业互联网平台创建名单，浙江中国轻纺城集团股份有限公司的“印染产业工业互联网平台”成功列入创建名单。印染产业工业互联网平台（简称“印染大脑”）通过采集印染企业的人机料法环数据，应用大数据、物联网、互联网、人工智能等先进技术，提供企业设计与生产过程中的基本诊断、生产管控、工艺优化等数据服务，能够有效降低企业数字化投入成本，提高企业生产效率和产品质量，达到降能耗、减排污、增利润的目的。

目前，“印染大脑”平台已完成试点企业的六个功能，可在手机端和大屏实时远程直观显示，并投入实际使用，方便印染企业工作人员对设备状态进行实时监控，促使车间工人的操作规范化，进行提前故障预警以及工艺优化。据了解，试点企业绍兴兴明染整有限公司实验室在使用“印染大脑”后，每块面料的小缸打样平均次数减少 50%，显著提升了工作效率，降低了成本。

在数据驱动的当下，“印染大脑”成为柯桥印染企业开辟未来市场、提升柯桥制造业竞争力、向高质量发展迈进的助推器。(张颖)

纺织服装周刊



承接产业转移 打造万亿产业

庆祝新中国成立 70 周年·河南服装 系列报道（六）



羽绒产业已经成为光山县一张亮丽的名片。

抢占市场，实现羽绒服“买卖全球”

专访河南省信阳市光山县县委副书记、县长王建平

本刊记者 _ 陶红



王建平

光山是鄂豫皖革命的发祥地，是红军发展壮大的地方，走出了红四方面军、红二十五军、红二十八军等主力红军；光山是历史故地，被誉为“国家重点生态功能区”、“中国茶叶之乡”。现在，光山又有了新的身份——羽绒之乡。

因智慧而兴起，因时尚而精彩。30 多年开拓创新，光山羽绒产业实现了大跨越、大发展。目前，光山已成为全国著名的羽绒材料集散地、羽绒服装加工基地和羽绒制品销售中心，在全国羽绒产业创造了多个县级第一，逐渐形成了集生产企业、材料市场、服装定制及电子商务为一体的产业格局。

河南省信阳市光山县县委副书记、县长王建平表示，光山县羽绒产业的优势和特色在于拥有数量庞大的产业工人、数量众多的小微加工企业和销售终端加盟店；但光山县羽绒产业缺品牌、缺龙头企业、缺技术人才等问题仍亟待突破和解决。对此，光山县委、县政府强化组织领导、政策支持和资金扶持，编制了羽绒产业发展规划，以羽绒产业为主导发展官渡河产业集聚区，以“羽绒之都、时尚光山”为目标，举全县之力发展羽绒产业。

多措并举，培育壮大特色产业集群

“发展产业，优胜劣汰是不变法则，只有不断培育和壮大产业集群，提高产业竞争力，才能立于不败之地。”王建平说。

近年来，光山县不断发力集聚区建设，打造羽绒产业集群，实现了产业的强势崛起、县域经济的转型升级，完成了从传统

农业区到产业名城的华丽转身。羽绒产业已经成为光山县一张亮丽的名片。

华丽转身的背后离不开光山县委、县政府的鼓励和扶持。“近年来，光山县把羽绒产业作为富民强县产业，出台了一系列优惠扶持政策，多措并举，大力培育发展羽绒产业，不断壮大羽绒产业集群。”王建平介绍说。

规模加工凸显产能优势。光山规划建设了占地面积 500 亩的羽绒服装产业园，包括 12 万平方米的标准化厂房，建成后可入驻 15 ~ 20 家标准化生产服装加工企业，形成年加工生产能力达到 500 万件规模的加工基地；打造“光山羽绒”智慧产业示范基地和中嵩万家服装智能制造基地，该项目已列入市级重点项目，建成后将推动光山羽绒智能化制造水平的快速提升；实施“巧媳妇工程”，把工厂办到农民家门口，在乡镇规划建设了小型加工厂 300 家，使初加工、代加工能力增加到 1000 万件以上。

政策支持推动产业发展。光山县委、县政府紧紧抓住淮河生态经济带发展规划的政策机遇，研究出台了一系列支持羽绒产业发展的优惠扶持政策，在土地审批、财税金融、品牌建设、技能培训、设备奖补等全方位给予支持，推动羽绒产业规模提升、品质提优、发展提速。

战略合作实现互利共赢。光山县政府与河南省服装行业协会签订了战略合作协议，在品牌建设、人才培养、招商引资、宣传推广等领域全方位合作，充分利用光山县劳动力资源丰富、交通区位优势要和要素资源充裕的优势。同时，光山县政府与省

内服装专业院校、设计公司加强合作，优势互补，实现互利共赢。

绘制产业图谱不断延伸产业链。为提升羽绒产业综合竞争力，光山县通过绘制羽绒产业图谱，并不断延链补链，培育壮大羽绒产业集群。一方面从羽绒原材料源头入手，加强与羽绒原料产地合作，扩大鹅鸭标准化、规模化养殖，不断拓展终端销售，实现了从“原辅材料—生产研发—电商销售—速递物流”的无缝对接、融合发展；另一方面注重产业链上下游企业融合发展，大力培育和引进规模企业，力促羽绒产业抱团发展，创建羽绒企业创业中心，为入驻的小微羽绒企业免费提供生产厂房。

“目前，光山拥有以东方经典服饰、寒羽尚服饰、光绒服饰等为代表的服装加工企业，以阳光、鑫鑫、鸿鑫等为代表的绒毛加工企业，以富邦非织造布为代表的无纺布企业，以布鲁哈、白鲨为代表的针布业构成的纺织服装及羽毛（绒）加工为主导的全产业链条，产业集群发展已具规模。”王建平说。

创新驱动，打造羽绒产业“金名片”

据介绍，目前光山县共有羽绒服装加工企业 300 家，羽绒材料市场经营户 500 余家，现场充绒户近万家，羽绒电商 5000 多家，全县共有 15 万人从事羽绒制品的生产、加工、销售工作，年生产、销售羽绒服、棉服 4000 万件以上，年产值达 70 亿元。

但光山县的“雄心”不仅在于追求量的突破，还追求质的飞跃。王建平表示，近年来，光山县不断拉升产业层次，推动科技研发，致力品牌建设和人才培养，坚持创新驱动，推动全领域、全行业协同创新，积极引导企业服装制造设备升级换代，从硬件、设备、生产资源等“硬实力”逐步向软件、服务、解决方案等“软实力”提升，最终实现服务的自动化、智能化，打造羽绒产业“金名片”。

科技研发激发产业活力。建设光山羽绒服装设计研发推广中心，选配专业高端人才，服务于光山羽绒产业；通过与上海锐永服装设计合作，每年为光山研发 100 款羽绒服装新品，用品引领羽绒产业走新品研发、新产品转化、新材料应用发展之路；组织新品发布，按照专业时装秀的高级标准，办好“光山羽绒服装新品时装发布会暨中国电商羽绒服装流行趋势发布”，在全国羽绒服装行业范围内发出专业声音。

人才培养实现可持续发展。免费开展羽绒服装技能和电商营销培训，自 2014 年举办首期电子商务培训班以来，已成功举办 60 余期电商培训，累计培训 1.2 万人次，加强产学研合作，与中原工学院、河南工程大学等高校合作，在光山共建产学研基地，每年开展羽绒行业劳动竞赛和羽绒服装职业技能大赛，在全县羽绒企业中评选“最佳员工”、“最佳技师”、“缝纫技术能手”等人才。

品牌建设促进高质量发展。借助中办扶贫的机遇，大力引进外地品牌，争取与国内羽绒行业领导品牌波司登、雁皇等合作，实现光山羽绒产业跨越式发展；培育本地品牌，激励和扶持东方经典、寒羽尚、金美、联心等新品牌做大做强；重塑金鸳鸯等老品牌的新形象，发挥中国十大品牌的引领作用；对品牌提升给予资金扶持和财政奖补。

优质服务助力企业运营。光山县委、县政府成立了全国首创、专门主管



光山县委、县政府高度关注羽绒企业发展。

羽绒产业发展的机构——光山县羽绒产业集聚区管理委员会；先后出台了《光山县加快羽绒产业发展优惠扶持政策》、《中小企业入驻光山县产业集聚区标准化厂房管理暂行办法》、《官渡河产业集聚区招商引资项目扶持奖励暂行办法》等一系列支持羽绒产业发展的优惠扶持政策，在多领域给予全面支持。

“下一步，光山羽绒产业将把目光瞄准世界市场，参与世界服装市场竞争，致力打造‘东方米兰’小镇、时尚之都。预计用 3 ~ 5 年时间实现 100 亿产业集群目标，把光山建设成为全国最大的羽绒产业基地县，实现光山羽绒产业大规模个性化定制、互联网个性化定制等新型生产模式和产业形态的快速发展，实现全县羽绒服装产业增长方式从规模速度型逐步向质量效益型转变，综合实力再上新台阶。”站在新的历史起点，王建平信心满满。

规模定制，“互联网+”助力产业腾飞

互联网的快速发展，为传统产业腾飞插上了翅膀，光山依靠“羽绒产业+电子商务”发展的路子，成功实现羽绒产业由传统经营到电商营销的转变。

王建平表示，光山因羽绒诞生了电商，光山羽绒产业又在电商的助推下不断转行升级、提质增效。尤其是跨境电商的发展十分迅速，通过跨境电商渠道，光山羽绒服装成功销往全球 100 多个国家和地区。

谈及羽绒产业互联网发展经验，王建平介绍说光山以首批推进电子商务进农村综合示范县项目为契机，建立健全了县、乡、村三级电子商务运行体系，成立了电子商务创业孵化园，成立羽绒电商供货联盟协会，不断加强市场建设，强化和完善本地专业市场和电商网络渠道，通过招商引资，将投资 25 亿元重点建设打造中部地区最大的羽绒材料专业交易市场羽绒博览城和华中城；同时加快发展光山县电商孵化园建设，积极抢占国际市场，使光山羽绒服装实现“买全球，卖全球”。

此外，光山县委、县政府委托专门的培训机构进行羽绒服装和电商人才培训，扩大电商队伍规模，提升电商队伍水平，为光山羽绒产业发展提供智力保障；通过与上海锐永服装设计有限公司、上海稀思有限公司等企业签订合作协议，柔性引进电商、羽绒方面高层次人才 20 余名，汇集众智推动光山县电商和羽绒产业发展。

近年来，光山积极引导企业服装制造设备升级换代，实现个性化及批量定制自动生产有机结合，推动全县 1.2 万家现场充绒户向服装定制连锁经营转型，打造统一服装订制网络平台，统一标识、统一门头、统一形象标准、统一材料供应和统一售后服务管理的“五统一”服装定制品牌，实现了由传统一家一户分散经营向品牌连锁经营模式的转变，由现场量身定制向运用 CAD、互联网技术的电商定制模式转变，由前店后厂作坊式向前台后台模式转变，成功实现光山羽绒服装定制品牌化、规模化发展。

作为光山县羽绒服装高端定制全国连锁的公司，金美服饰有限公司研发了定制平台——“光山羽绒”，帮助加盟商户赶制批量羽绒服订单，为商户提供生产保障。该平台助力光山羽绒产业调整结构，提高市场竞争力，改善经济效益，增强光山羽绒人的品牌意识、质量意识、营销意识。

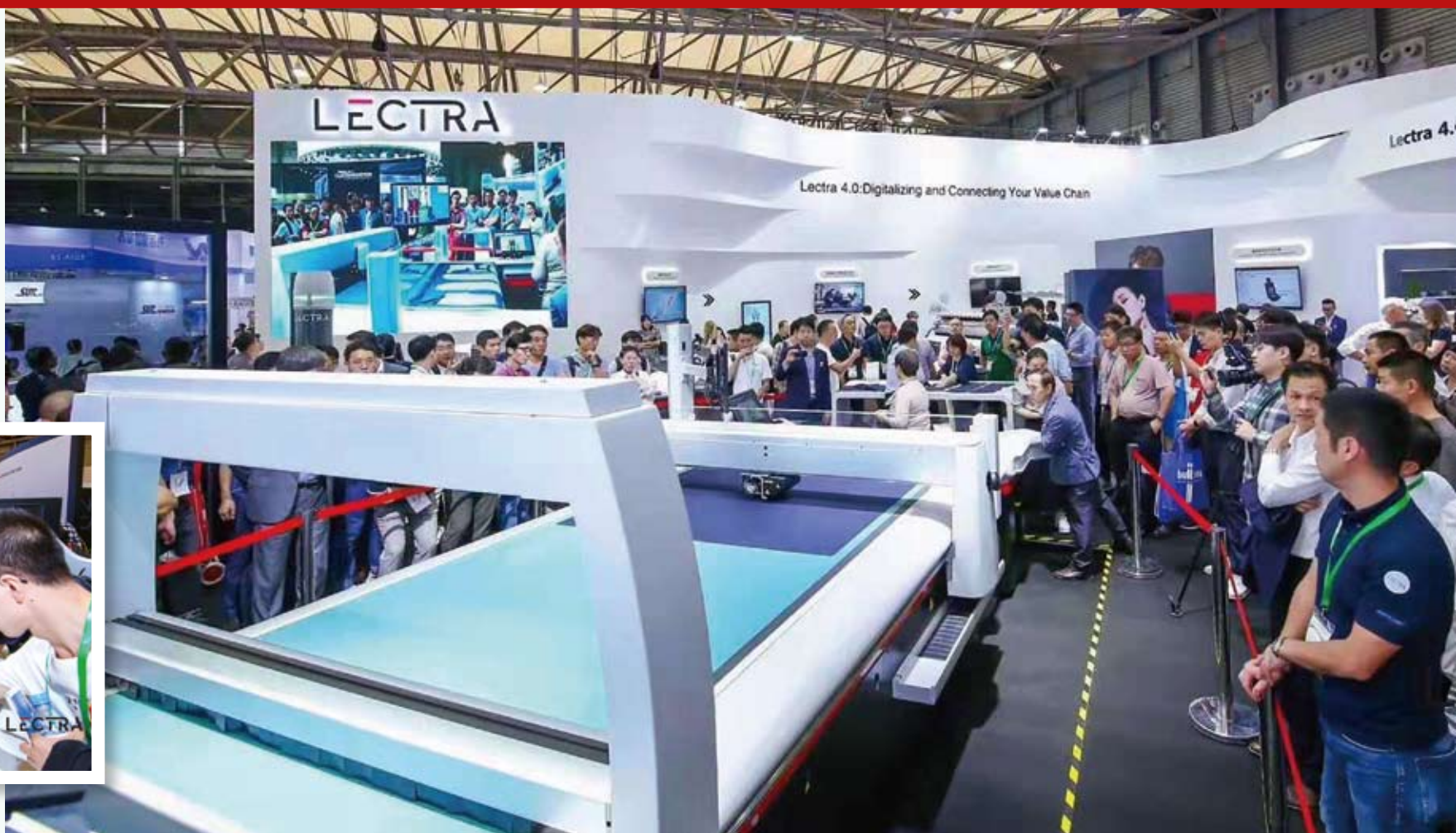
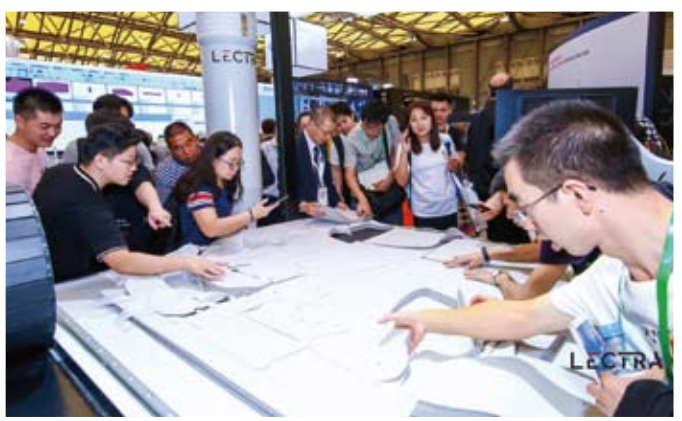
据光山县金美服饰有限公司负责人易帅介绍，“光山羽绒”成功减少企业加盟客户资金投入，节省原辅材料、配饰配件采购时间；采用电脑制版，使版型更加规范整齐、标准化，保障服装品质；解决了企业库存问题，成功降低投资风险；帮助企业快速反应，紧跟潮流趋势，快速占领消费市场。

王建平表示，通过“光山羽绒”这一定制平台，企业按市场优惠的价格提供原辅材料及配件，为客户提供量体制版、单件供货，成功实现规模化定制生产和销售。

目前，光山服装产业规模逐步扩大，品牌效应逐步显现，规模企业逐步增加，装备水平稳固提高，先后被河南省服装行业协会命名为“河南省羽绒服装产业基地”、“河南省巧媳妇工程扶贫先进县”、“河南省服装名城名镇”。此外，“光山羽绒”地理标志证明商标于 2018 年 8 月正式获得国家知识产权局批准通过，这是光山获得的第一件地理标志证明商标，也是全国唯一的羽绒地理标志证明商标。“光山羽绒”的知名度和影响力正不断提升。

百舸争流，奋楫者先。如今的光山，正以奋斗之姿，蓬勃向上，奋力向前。■

LECTRA
工业智能 启赋智造未来



力克展台吸引了众多观众。

力克推出工业 4.0 解决方案 助力服装制造数字化进程

本刊记者 _ 李芳

《中国制造 2025》提出要加快纺织、轻工等行业生产设备的智能化改造，这是实施制造强国战略的第一个十年行动纲领，此后，中国纺织工业领域数字化、智能化步伐加快。近日，2019 年中国国际缝制设备展览会（CISMA）上力克推出其针对亚洲市场的旗舰工业 4.0 解决方案 – Fashion On Demand by Lectra 和 Furniture On Demand by Lectra 以及最新的 VectorAutomotive iP9 面料裁剪解决方案，为服装、家具以及汽车行业数字化改造提升提出整体解决方案。在全球经济发展缓慢时期，力克推出的方案大大解决了行业发展的困境，支持客户在亚洲的业务增长。

顺应趋势，引领行业变革

数字经济正在重塑全球产业的基础结构与创新生态，埃森哲研究报告显示，数字经济占全球 GDP 的 22%，并在快速增长。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲表示，截至今年 3 月底，中国工业企业数字化研发设计工具普及率达到 69%，纺织服装企业表现突出。近年来，无论是前端纺纱环节还是后道印染、织造等环节，智能化改造提升成为企业谋求发展的不二之选。

力克大中华区专业服务部副总裁徐一振在接受记者采访时谈到，五年前力克面向中国 200 家男装定制企业的调研发现，只有不到 20% 的企业在进行数字化改造提升工程，今年再次对这些企业调研时发现，这一数字已接近 50%，足见中国服装行业数字化改造发展非常迅猛。

力克首席市场营销与传播官 Céline Choussy 谈到，服装行业的数字化一直是业内人士关注的重点，特别是流程数字化以及运营的数字化方面将会是整个服装行业数字化进程中的重要组成部分，并为整个服装行业带来一场变革。所以力克在开发工业 4.0 解决方案的时候，进行了详实的市场调研，充分考虑了服装行业的数字化转型需求，希望助力服装企业从容迎接工业 4.0 的到来。

应对挑战，力克的解决之道

随着消费者对定制化、个性化产品诉求越来越高，对于制造业而言，如何把个性化的消费者需求融入到产品研发设计过程中是一个极大的挑战。

“10 年以前，只要开店就有客户，但现在不是那么回事了，必须要抓住客户的个性化需求。”徐一振谈到，这是完全不一样的经营思维，“最大的挑战其实还是企业家心态的转变，往往是越成功的人越难去改变，反而一些新企业在 C2M 方面做的越来越多。”

近年来，在中国由纺织大国向纺织强国迈进的过程中，产品开发设计成为产业发展多年来亟待补足的短板。Céline Choussy 坦言，对于制造商来说，产品开发和制造之间还是有很大的不同，这也是中国服装企业在品牌建设过程中所遇到的挑战，她建议服装企业要在产品开发、版式制作方面等方面花费更多的时间和努力，以获取自己的专长。

“对于中国的制造商来说，能够在合适的时间获取合适的数据，帮助企业进行更加优化的生产，从而生产出低成本高品质的产品是非常重要的。”徐一振认为，必须建立一个柔性制造的体系，从而满足消费者不同需求。“力克就是打通了从产品的设计、打版、排料到裁剪一系列环节，通过工业 4.0 的手段实现数据共享，只有这样才能真正做到柔性制造。”

“对力克来说，我们的长久战略就是能够去提供一个赋能各方的解决方案。基于这样一个云平台，产业链各环节可以实时地分享有关产品的数据，对品牌的制造商来说可以可视化地看到产品的开发以及生产各环节的情况。”徐一振进一步解释说。

事实上，力克的布局智能化很早，早在 2007 年，力克在裁床内放置传感器，通过传感器可以提前告诉客户应该对设备进行哪些维护，对机器反应做预警性工作，为客户提出诸多预防措施，保证了客户订单顺利生产。

此次力克在亚洲推出的创新型端到端解决方案 Fashion On Demand by Lectra 和 Furniture On Demand by Lectra 可实现从订单处理到面料裁剪的整个过程的自动化。这两种解决方案包括了力克的数字裁剪平台和单层面料裁剪解决方案 Virga，能够满足各个行业的具体需求。它们使用户可以无缝地管理单件、小批量和定制订单生产的工作流。制造商能够轻松地从大批量生产转向小批量生产，并优化裁剪房中的产品个性化流程。

由于面料可占到服装成本的 60%~70%，力克发布了增补的云应用版本，以帮助亚洲服装制造商做出更明智的开发和投标决策。Quick Estimate 可以在几秒钟内生成面料消耗模拟，支持在整个产品开发过程中准确地预测盈利能力。在报价请求过程中，排料软件 Quick Nest 可以使客户更快做出响应，实现具有竞争力的价格，从而赢得新合同。通过并行处理排料任务，Quick Nest 还可以加快生产速度，提高生产灵活性。

在实践应用中，力克推出的新技术新系统得到有效验证，香港 TAL 集团是亚洲享有盛誉的跨国制衣企业集团，自 2016 年开始应用力克上一代定制业务的设备和系统。如今力克与该集团就新技术新系统合作共同开启 Pilot 项目，得到客户广泛好评。

据透露，力克在全球拥有 4000 台符合工业 4.0 的机器，应用在汽车、家具以及纺织领域，中国市场约有 500 台，服装领域约占其中的 2/3。

力克提供的不仅仅是技术

“对于力克来说，我们所提供的服务和支持其实是超越于技术本身的。”徐一振谈到，基于客户需求，力克也在考虑推出新的产品或服务，叫做 Customer Success Offer。主要包括三个部分，第一是关怀，不论客户是对设备、软件或者是服务进行的任何投资都应该帮助客户正常运转；第二是知识，帮助客户尽快熟悉并且顺利地采用力克的产品，让客户的产品或服务能够正常运转；第三是优化，主要是对客户的经营以及投资进行优化。

“对于客户来说，力克不仅仅是提供一流的技术，同时还包括一流的支持，帮助客户在行业中取得成功。”徐一振进一步解释道，工业 4.0 主要有 4 种方式：物联网、云计算、大数据以及 AI。力克将通过物联网为客户进行预防性的维护，做到更好的客户关怀，确保客户购买的设备能够长时间无停止地运行，通过传感器收集信息，逐步建立大数据样本，运用大数据分析告诉客户当前设备的使用情况，在行业中处于怎样的水平，以及如何去改进提升，在排料上通过云计算的能力，为客户节省成本，提高效率。此外，力克通过收购 Retviews 公司，对客户进行 AI 分析，从而逐步把 AI 科技引用到后端的制造业，进一步帮助客户改善优化。

“这就是力克对整个工业 4.0 的布局思路。”徐一振表示。Céline Choussy 强调，力克所积累的丰富经验，能够也有信心与中国强大的制造能力匹配在一起，帮助中国的服装制造公司得到进一步的发展。

当前，数字经济正在催生新的经济增长点，具有前瞻性战略眼光的企业已经率先布局，成果也得到逐步显现，历史经验告诉我们，顺应趋势，才有可能在未来的竞争中掌控局势。TA

关于力克

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

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

CISMA 高光时刻



镜头一： 创新型端到端解决方案 引爆全场

在展会上，吸引无数参展商们驻足围观的是首次在亚洲推出的创新型端到端解决方案 Fashion On Demand by Lectra 和 Furniture On Demand by Lectra，包括了力克的数字裁剪平台和单层面料裁剪解决方案 Virga，能够满足各个行业的具体需求。

镜头二： 汽车内饰面料多层剪裁 吸引众多关注

作为市场上首款在多种材料上实现裁片零间隙的裁剪解决方案，全新的 VectorAutomotive iP9 与其它解决方案相比，每年可帮助汽车供应商节省数目可观的材料费，同时提升有效裁剪时间，不断提升卓越运营品质。



镜头三： 高层对话，把握行业前沿

展会上，力克全球高管和技术专家与众多行业客户深入交流，共同探讨在数字化转型过程中，如何利用数字互联实现高度灵活性、卓越生产效率及最佳流程规划，从容应对从大规模到按需生产的各种生产类型所带来的挑战。

镜头四： 媒体齐聚力克新闻发布会 共襄盛举

40 多家海内外媒体记者出席力克新闻发布会，深入了解力克旗舰工业 4.0 解决方案如何利用数字互联帮助服装、汽车、家具行业客户实现数字化转型，并见证了日本最大的定制家具生产商 Karimoku 与力克的现场签约仪式。



力克中国
官方微信



2019 宁波时尚节暨第 23 届宁波国际服装节期间，来自 12 个国家和地区的 285 个品牌绚丽登场。

时尚多彩 美好未来

2019 宁波时尚节暨第 23 届宁波国际服装节举行

本刊记者 吕杨

10 月 24 ~ 27 日，2019 宁波时尚节暨第 23 届宁波国际服装节在浙江宁波举行。四天的时间里，来自 12 个国家和地区的 285 个品牌绚丽登场，产业论坛、新品发布、专题研讨会、商贸对接、发布秀等超过 50 场活动轮番上演，来自全球 40 多个国家和地区，以及全国 20 多个省（市）、自治区的 1 万多名境内外专业客商和 50 余个重要贸易团组到会洽谈、采购，5 万余名普通观众参观互动，充分展现了“时尚多彩 美好未来”的新图景。

细分人群细分产品，开启时尚品质生活

“箱包也可以做得很时尚，它不仅是装东西的容器，而且能体现个人风格，是生活方式的一部分。”在 2019 宁波时尚大会现场，新秀丽（中国）高级市场营销总监吴永红如是说。在她看来，时尚是种生活方式，越细分越能彰显自我个性，哪怕是做箱包，也要细分人群、细分产品。

而一向以男装领导品牌示人的雅戈尔，这次主打的是女装品牌 YOUNGOR LADY。该品牌定位中高端轻熟淑女装，目标客群定位为 35 ~ 45 岁的职业女性，产品以适合通勤穿着的经典制服和连衣裙为主。另一方面，为了彰显职业女性的时尚感，YOUNGOR LADY 采用了更为优质、舒适的面料和更为新颖、时尚的剪裁，同时辅以亮眼的小饰品作为细节点缀，



体现独特的生活情趣和匠心。

具有同样定位的女装品牌 Landscape 带来了更为张扬的北美风格和设计，而来自镇海的“IT’ S UP”品牌则是瞄准刚刚毕业的男性上班族。

既然是时尚节，就不只是衣服。从展览展示整体来看，往届服装板块唱主角，今年则新增了服饰与饰品、箱包与皮具、家纺与家居三大板块，实现了从 1 到 4 的突破。各大板块，也围绕细分做文章。

时尚先锋是余姚的一家箱包企业，生产的产品包括真皮包具和运动包、户外包。这家外贸工厂企业，目前涉足内销领域，通过电商和网红带货渠道进行销售，年营业收入近 2000 万元。来自海曙的旷世智源则营造了“边边角角生活馆”，主打工艺蜡烛和澳洲香薰。

科技引领智造加持，时尚产业加速蝶变

时尚是一个潜力巨大的产业，其中两大重要动因是消费者文化意识的觉醒与现代科技发展的驱动，显然，科技加持是时尚产业发展的重要议题。本届时尚节期间，展馆内、论坛上，新材料、算法、大数据、区块链也成了热词。

宁波苹果服饰的“能量聚环”科技应用很吸睛。据悉，应用这种技术可以调节人体生理微循环，减少运动的疲劳感，并增加肌体的一些功能，如平衡性等。目前这种技术已经应用到了苹果的外套、鞋子等产品上。同时，苹果服饰还推出了能充电的衣服，利用太阳能为登山服里的电池包充电，登山外套就变成了隐形的充电宝，在野外探险时非常实用。此外，通过石墨烯材料加热的外套，其保暖功效同样显著。

此外，在新技术、新工艺的推动下，环保面料也更多元。比如，申洲的可降解涤纶、可再生涤纶等新纺织材料大量运用，而广源面料新近推出的植物染、草木染也成为环保时尚人士的心头爱，淮安天然丝纺织公司因在国内首次破解技术难题，研发推出了长丝纤维新材料，成为了本次展会争相采购的爆款。

在科技的推动下，时尚制造装备也迎来了变革。在时尚支撑智能装备展区，宁波本土企业舒普电机展示的 SP 系列电子花样机，拥有行业最快的转速，可设置为脉冲 0.05mm 的最高分辨率，这样不仅能缝制漂亮光滑的曲线和斜线，还兼具刺绣功能。同样是宁波企业，圣瑞思最新研发的吊挂系统拥有独特的同心圆设计——两条轨道并驾齐驱，临时插入的订单可以由“外道超车”，实

现真正的快速反应、私人定制。在卡维科技的展台上，其最新研发并拥有发明专利的拖轮机，受到许多服装企业的青睐。

值得一提的是，AR 技术也被应用到了服装领域，在宁波中道科技的展台上，原本打样、裁片的机器上多了若干个高清投影仪。投影仪将要裁剪的 CAD 图片直接“以布为幕”投影下来，长了“3D 眼睛”的机械臂，可根据这些 AR 线条自动划线裁剪，不仅效率更高，而且划线裁片极为准确，其“握笔”画圆的手法比经验丰富的数学老师更胜一筹。

本地化、民族风、国际范，霓裳盛宴时尚派对

时尚节是秀场，更是一场大派对。从“红帮裁缝”到时尚名城，宁波服装究竟是如何影响中国、改变我们的生活的？1 号馆门口 600 平方米的“时尚宁波主题展区”，向前来逛展的人讲述宁波“从红帮裁缝之乡到时尚名城”的故事。五大代表企业——雅戈尔、申洲、新秀丽、广源、旦可韵在这里展示了各自旗下的代表产品。

21 场时装秀为先锋学院、设计师品牌、定制品牌、风尚品牌四个板块，走秀作品中，不乏亮眼的宁波元素。比如，今年“麦中林”带来的走秀主题是《印象·钱湖》，表现的是浙东明珠宁波东钱湖，主要分为“万金湖泊”、“秘色天光”、“浩瀚烟波”三个系列。宁波大学昂热大学联合学院毕业设计发布的主题是《风华路上》，有的作品灵感源于中国传统文化，有的则源于西方风情，但都是同学们对世界、对人生、对知识、对商品、对时尚、对审美等的知觉意向。它们有着不同的设计理念，或张扬或内涵，或古典或时尚，或理性或感性。

而博洋展示了为新中国成立 70 周年庆典群众游行制作的华服。布功夫展位上，大量采用土布工艺制成的包包、外套等很吸睛。在吉林延边州展区，朝鲜族民居建筑风格的展台独具特色，朝鲜族工艺品、长鼓、七彩带等装饰点缀其中，加上朝鲜族传统节目表演，带来了少数民族不一样的时尚美感。

国际元素显著也是本届时尚节的一大特点。英国国际高级定制联盟(BAT)携具有百年历史的 English Cloth（英斯卡）和 Stephen Walters（史蒂芬·沃尔特）面料品牌参展，并举行了英国面料品鉴交流会。创立于纽约的世界第二大拉链制造商 IDEAL（理想）拉链，展示一款在国内尚属首例的专利产品——吸铁石拉链，可以单手拉和的设计可为独臂人士提供便利，充满人文关怀。北美五大手工西服品牌 Niky（霓楷）手工西服的展位上，一大批枪驳领西装闪亮登场。意大利展团阵容强大，带来了男女运动休闲品牌 V2、珠宝品牌 Ceccacci（世家琦）、高级男装定制 RR tailor、潮袜品牌 VERY SOXY、鞋履 Ortigni Calzature dal 1930 等 5 个时尚品牌。

全产业链功能凸显，为时尚产业赋能

宁波时尚节不只融合了最优秀的产业链资源，更汇聚了行业前沿观点、潮流趋势体验，四天时间里，6 场专业论坛、30 多场商贸对接会和新品发布会、宁波时尚消费嘉年华、网红直播购等各项活动，以跨界、共享、多元的全新姿态，打造出了全新的时尚体验。

“宁波时尚节不只融合了最优秀的产业链资源，更汇聚了行业前沿观点、潮流趋势体验，四天时间里，6 场专业论坛、30 多场商贸对接会和新品发布会、宁波时尚消费嘉年华、网红直播购等各项活动，以跨界、共享、多元的全新姿态，打造出了全新的时尚体验。”



首次举办的 2019 宁波时尚大会是历届服装节规模最大、层级最高、影响力最强、文商兼备的经贸论坛活动，大会围绕产业时尚化、时尚产业化和时尚城市建设等主题，邀请海内外时尚产业专家、领军企业、时尚大咖等进行主旨演讲和互动对话。

2019 时尚采购商大会期间，来自北京王府井集团、新燕莎集团、上海新世界、东方商厦、百联购物中心、河北唐百集团、安徽商之都、武汉中百集团、西安民生集团等 13 个省份的 120 多名商业企业高管及招商负责人，和来自山东、河南、江苏、浙江、安徽、湖北、江西、广东等 8 个省份的服装、服饰代理商、经销商及国际采购商出席。

2019 中国时尚智造暨时尚科技高峰论坛中，与会嘉宾一起探讨了加快智能制造和传统制造业转型升级的新路径；2019“时尚产业 + 互联网”高峰论坛则汇集了 100 多位服装人共同聆听业界对于时尚产业以及互联网的趋势解读，探讨服装行业的未来发展；在国际买家采购订货会上，来自俄罗斯、乌克兰、韩国、瑞典等 40 多个国家和地区的客商到此寻覓合作伙伴。

在时尚人才暨人力资源对接会现场，太平鸟、GXG、旦可韵、培罗成、杉杉、唐狮等服装名企亮出了服装工艺员、服装设计师、服装制版师、面辅料采购、产品企划、销售主管等岗位的 300 余个名额，近千名求职者参与其中，上百人在现场达成了签约意向。

此外，全国十大时尚网红现场直播购活动吸引多方关注，在两天时间内，由 10 位网红轮番直播，3 个直播间同时进行，将近 14 个小时的直播视频收获接近百万的点击率和累积达 1 万单的订单量。同期举行的 2019 宁波时尚消费嘉年华活动更是潮动全城。

在科技与产业融合的助推下，宁波服装产业迎来了转型升级跨越发展的机遇期。时尚产业被列入浙江着力打造的八大万亿级产业之一，时尚纺织服装产业也被纳入了宁波“246”万千亿级产业集群培育工程，目标是 2025 年实现工业总产值超 1600 亿元。TA

2019 中纺联秋季联展展后回顾

火爆商贸，缔造繁荣盛世

CHIC2019 (秋季)VIP 商家专访

本刊记者 _ 董笑妍

CHIC2019 (秋季)已落下帷幕，但其商贸对接的“余温”将绵延整个秋冬，成为 54202 位专业观众未来半年的合作“序曲”。

时尚的更替、消费的流变、模式的创新、科技的换代无一不落脚商贸，商贸是产业发展的源动力，“下单”是 CHIC 展的主旋律。线上、线下、海外等数场专业对接会力求高效精准，四川、辽宁、广州、天津等多个采购团奔走匆忙，CHIC APP 实时发布商业信息……交织出了一股 CHIC 商贸的洪流。

但与此同时，CHIC 之于商家，仿佛又不止于此，让我们来听听采购商们如何说。



众多采购商在 CHIC 上获得的远超预期更多。

J.C 集团供应链总监 朱明武：

锁定极简风格、轻奢品质

J.C 集团供应链总监朱明武早在 15 年前便与 CHIC 结缘，CHIC 展历来是他前瞻服装原料、工艺、设计、整合资源的重要平台，今年他将目标锁定了皮革配饰、皮革服装、羽绒服、羊绒衫等体现轻奢品质的女装产品。

“当下服装产业链呈现竞争加大、资源分流、渠道分散等特征，盲目扩大规模并非明智之举，因此 J.C 集团实行控制销量的精品化路线，发展极简风格、轻奢品质的产品。”朱明武说，在展会上能够零距离感受产品品质、深入了解产品发展思路。同时，CHIC 展作为集结众多精品的超级展会，很大程度上节约了采购商的时间与精力。

郑州快乐阳光品牌管理公司联合创始人 唐纪伟：

产品应互补，多元思路打造集合店

河南省服装行业协会副会长、郑州快乐阳光品牌管理公司联合创始人兼总经理唐纪伟在展会首日便锁定 Aiza Basic、Mimozah Kids 和 COFNA 3 家品牌，打算拓展产品线。唐纪伟说自己每年至少来 CHIC 一次，近两年从成人服装代理转做童装代理，CHIC 更成为他物色新品牌的主要阵地。

“河南有众多年轻父母曾在北上广等地从业，如今回到故乡，外出工作的经历让他们有了更独到的审美，同时也带动了河南童装市场的进一步发展。”唐纪伟说，公司旗下有 2 个品牌共 30 多家连锁店，分别是文艺小清新风格和潮牌风格，本次 CHIC 展他要寻找互补型童装品牌，如时尚休闲风格、轻潮流风格等，未来计划以多元思路推广集合店模式。“CHIC 上我不仅能找到自己的意向品牌，还能拓展我的经营思路，如 COFNA 就是一家儿童泳装品牌，让我萌生了设立泳装专区的想法。”

世应实业（上海）有限公司 COO 李伟：

CHIC 展应时而变，力当流量先锋

世应实业（上海）有限公司 COO 李伟是曾参加过 9 届 CHIC 展的奢侈品代理商，“环球风尚”和“设计力量”展区是他此行的主要目标，在洽谈合作的同时，深入感知行业变化，则是他的另一收获。

“从以往参展的很多大家耳熟能详的知名品牌，到近年参展的更多独具特色、有发展潜力的新品牌，可以看出 CHIC 的思路变化。如年轻人不仅是消费主力，也成为了生产商、设计师、采购商中的新生力量，品牌决策与消费思路都发生了根本性转变，这是我在 CHIC 上最鲜明的感知。”李伟说。

李伟还表示，在本届 CHIC 现场，他看到了很多品牌请素人做背书、请网红做直播，实现线上线下联动，甚至在展位上布置直播间试穿展示。“CHIC 真正实现了从静态到动态的多维互动，变则生，不变则亡，从根本上解决了流量问题。”

“CHIC 展是一个非常大气、利他的平台，也因此成为了服装人每年最重视的展会。”李伟如是说。

花手箱品牌管理（青岛）有限公司执行董事长 江世祥：

吸纳创新设计，锁定先锋时尚品牌

青岛市青年时尚产业发展促进会秘书长、花手箱品牌管理（青岛）有限公司执行董事江世祥也是每年都来 CHIC 的 VIP 级商家，手下运作着 1000 多平米的设计师品牌集合店，店内品牌达 30 多个。CHIC 是其吸纳新品牌的一块“宝地”，展会首日他便锁定了具有先锋时尚视角的韩国品牌 PAINTERS，计划展后前往韩国对接。

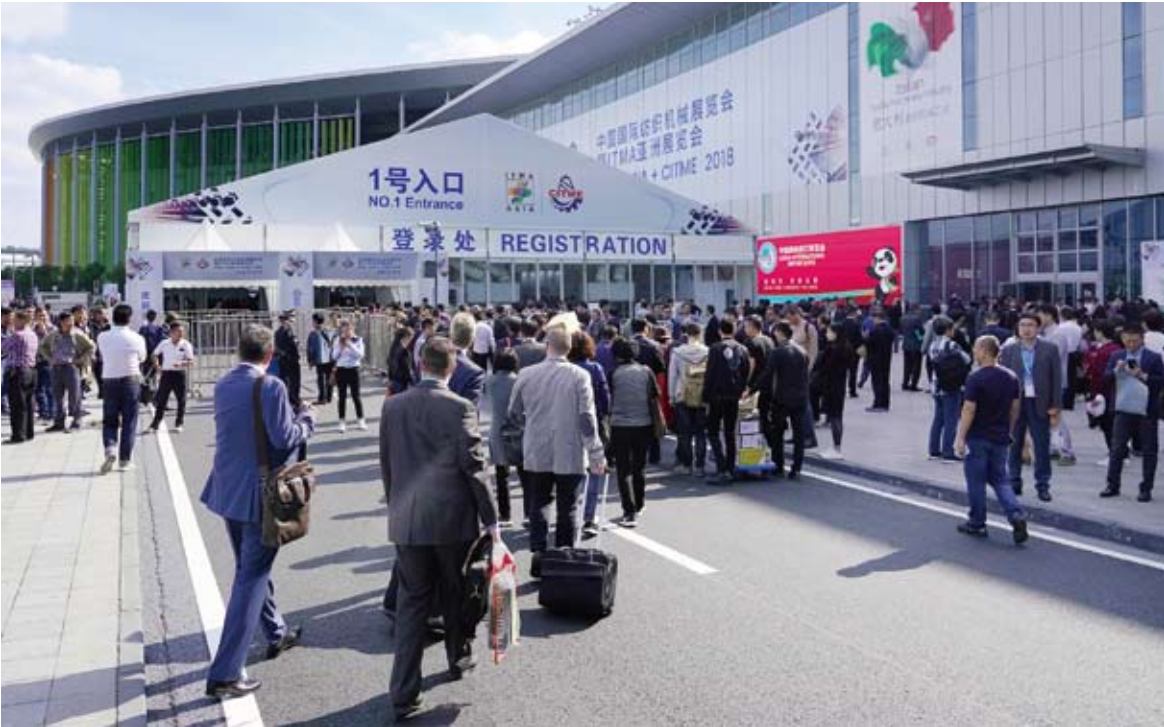
“PAINTERS 甚至没有带来产品，只是形象展示就极具吸引力。”江世祥说，CHIC 展上新锐设计品牌逐渐势大让人欣喜，他希望 CHIC 以国家级展会身份继续大力推新，吸纳更多更新如 PAINTERS 的设计师品牌前来展示，以设计力量逆推产业链向“小单快反”形态加速发展。

DFO showroom 首席运营官兼市场总监 叶琪峥：

以设计能力和供应链能力挑选品牌

“我们的商贸目标主要集中在设计师品牌，在 CHIC 展上往往以设计能力和供应链能力两大指标挑选品牌。”DFO showroom 首席运营官兼市场总监叶琪峥也是一位从 2005 年便与 CHIC 结缘的商家，企业 Showroom 位于上海新天地，经营以轻奢、当代女装、潮牌为主的 50 多个品牌，也曾多次以集合店形式参展 CHIC。

在他看来，中国服装行业需要国家级的展会对外发声，那便是 CHIC。“CHIC 既是展示市场动向的综合平台，也是展开商贸活动的实效平台，我很看好 CHIC 组织的各类专业化对接会，这极大提高了品牌与采购商的对接效率，希望未来有更多、更细分的专业对接会在 CHIC 上呈现。”叶琪峥说。



往届展会现场。

“智造”赋能纺织发展新征程

2020 中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会将汇集纺织“十三五”智造成果

潘潘 / 文

2020 年，纺织工业“十三五”将进入收官之年。作为以提高行业发展质量和效益为重心的专项规划，四年来围绕着提升产业创新能力、大力实施“三品”战略、推进纺织智能制造、加快绿色发展进程、促进区域协调发展以及提升企业综合实力六方面具体任务，《纺织工业发展规划（2016—2020 年）》不断推动行业转型升级，着力打造纺织业的新竞争优势。

作为该规划六大任务的重要组成部分，“智能制造”已在行业“十三五”期间落地执行，并通过众多纺织项目展示出其意义和价值。2020 年 10 月 15 ~ 19 日，中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会（以下简称“纺机联合展”）将在国家会展中心（上海）举办。作为亚洲规模最大的纺机类展会，2008 年以来纺机联合展已成功举办六届，为全球业界带来众多值得关注的纺机创新技术和理念。即将到来的第七届纺机联合展时值“十三五”收官之年，业界不仅能够通过展会平台看到更多纺机创新技术，也将深度感受“智造”为纺织业带来的变化，以及如何赋能产业未来发展的新征程。

智造落地 释放纺织能量

多年来，纺机联合展一直被视为纺织业发展的“晴雨表”，纺织业亟需解决哪些问题？纺企期待怎样的提升？在历届“纺机联合展”中，业界都能从展出的产品、技术乃至理念中找到这些问题的答案，无不紧扣纺织业发展热点和需求。

在纺机联合展上，从“十三五”之初的“粗细联”展示，到此后的“粗细络联”推出，乃至当下的纺纱全流程智能化，被串联起的工序正越来越多，每一届展会上业界都能捕获此类信息。随着数字化、连续化、智能化的推进，纺织万锭用工数量也一再被刷新。若对比改革开放之初上百人的万锭用工量，如今的十几人，无疑展示出了改革开放 40 年来纺织业发展的速度

和成果。“智能制造”让纺织业释放出了全新的产业特质和竞争力。

纺织业的“智造”在有规划、有目标地推进着，围绕智能制造，“十三五”期间在纺纱、涤纶长丝、针织、印染、无纺布、服装以及家纺等多个领域同步推进着智能制造示范线的建设，并陆续取得了令人瞩目的成绩，无论是提质增效，还是降低用工，融入了“智造”的纺织业拥有了更加强大的发展力量。可以看出，“十三五”期间“智造”让纺织业的高质量发展有了依托。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇曾多次在行业会议中表示，中国必将成为全球范围内最早拥有纺织无人工厂的国家。这是行业的骄傲，更是行业的底气。

植根需求 助推质效提升

随着纺织业人口红利的逐步消失，低成本优势一去不返，而这却又在很大程度上加速了纺织业的调整升级，向高端、向技术要红利也因此成为了业界企业关注的焦点。背靠这样的产业发展环境，纺织业的智能制造目标清晰且明确：减少用工、提升效率、提高品质、节能降耗、柔性生产……

就拿今年 6 月通过中国纺织工业联合会科技成果鉴定的全流程智能纺纱项目来说，该项目将万锭用工降低到了 15 人，且生产效率大幅提升，运营成本得到有效降低，产品质量实现了可追溯。

同样有影响力的“差异化产品柔性化制造生产线”项目则是围绕柔性制造推出的，借助该智造项目，大幅提升了在差异化新型纱线研发生产方面的优势，让企业由此夯实了自身的特质，从新型结构纱，到多组分混纺纱，再到新型纺纱工艺技术，智造价值凸显。

在化纤领域，智能制造也为不少企业带去了新的竞争力。如“涤纶长丝熔体纸纺智能制造数字化车间”项目，效率提升、成本和产品不良率降低，研发周期

缩短，能源利用率提高。

正如人们所见，包括印染领域的“智慧华纺”、智能纺纱生产线等项目在内，智能制造正在纺织业多个领域发挥效用，而推动这些项目不仅是纺织企业自身，还联系起了众多优秀的纺机企业：经纬股份、卓郎、北自科技、立达、特吕茨勒、赛特环球、朗维、萨维奥……这些都是纺机联合展的老朋友。2020 年，这些企业势必将用新的产品技术带领全球纺织业探索智造的新能量。

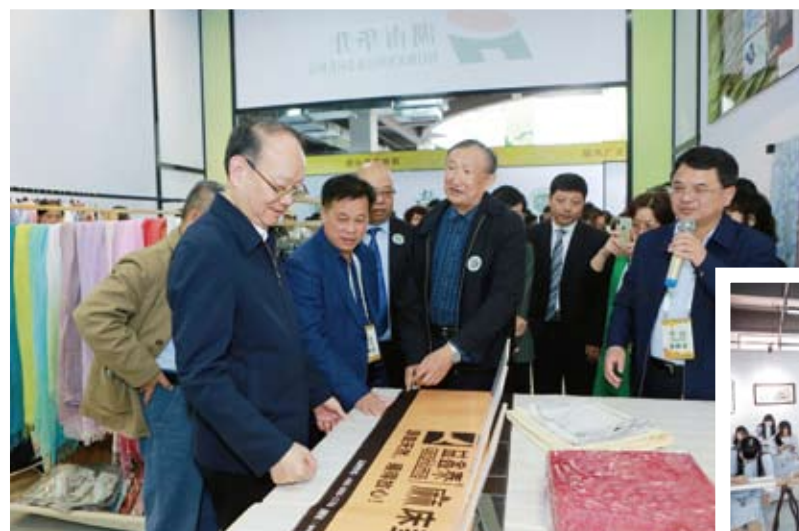
展望未来 只待成果齐聚

回看纺织“十三五”，有全球宏观环境带来的影响，亦有产业自身调整所遇的困难，尽管挑战不断，但纺织业呈现出的是更具意义的理性成长和良性发展。四年间，智能制造在纺织业不断释放光芒，不仅在整齐划一的智能化生产线建设上，更在存量改造中同样发挥出了应有的价值和效用。

在 2018 年纺机联合展中，人们在各个工艺环节中都能找到不少定位于纺企局部工艺提升的改造技术，这些产品技术大都能够解决纺织企业面临的效率提升、用工难、用工贵，以及降低劳动强度等方面的问题。如纺纱领域，为了实现更高效的生产，提升纺纱质量，降低劳动强度，众多展商推出了拥有自身特点的络筒机自动投纱系统；筒纱自动包装输送和包装系统也在这两年成为不少企业热衷研究的方向；在织造领域，围绕智能化一些织造装备企业推进了远程联网技术，故障预警、问题诊断变得更加轻松。创新从未止步，且全球纺机企业仍在卯足了干劲加大创新步伐，“革命性”创新也陆续出现在人们的视线中。

展望 2020 年，哪些“惊喜”会与我们不期而遇？在新一届纺机联合展上，业界将目睹更多领域、更加成熟的智能化产品和技术。让我们以 2020 年中国国际纺织机械展暨 ITMA 亚洲展览会为焦点，拭目以待更多创新，用智造技术开启行业的新征程。

纺织服装周刊



与会领导参观展会。



开幕式期间举办了麻纺产业项目签约仪式。



百名绣娘现场表演等活动让更多的人能够亲身体验麻纺文化。

产业为根，时尚麻艺在这里绽放

2019 江西国际麻纺博览会盛大举行

江流 / 文

11月1~3日，2019江西国际麻纺博览会（以下简称“麻博会”）在江西省新余市分宜县国际麻纺城举行。本届麻博会以“生态江西，时尚麻艺”为主题，通过扩大及深入展示麻纺产业成果，打造“科技+文化”双引擎驱动的多维度麻纺织产业生态链，让“最古老的纺织艺术”真正绽放自身亘古蕴藏的新鲜活力。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，中纺联副会长、中国国际贸易促进会纺织行业分会会长徐迎新以及国家工信部、当地省、市、县有关领导共同启动本届麻博会。开幕盛典由中国麻纺织行业协会会长董春兴主持。开幕式期间还举办了江西省麻纺产业联盟成立揭牌仪式、麻纺产业项目签约仪式以及中国十佳时装设计师施杰的发布秀等活动。

本届麻博会由工信部、中国纺织工业联合会、中国国际贸易促进会指导，中国麻纺织行业协会、中国国际贸易促进会纺织行业分会、江西省工业和信息化厅、江西省贸促会、新余市人民政府共同主办。

值得关注的是，本届麻博会吸引了麻纺织制造商、麻纺织终端品牌和麻纺织面料商、设计师的积极参与。会场规划为“四馆一区”——麻纺织产业馆、麻纺服饰馆、时尚麻艺馆、麻艺文化馆与综合活动区，总面积1.2万平方米，展位135个。其中，江西恩达麻世纪、北京麻世纪、广州伟丰、金达控股、湖南华升、湖北精华纺织、江西井竹、深圳宝泽纺织、瑞欧麻纺、湖南广源、金鹰、唐人纺、愉悦家纺、千瑞庄、木棉道、杭州柯曼服饰、广州斯威奴伦、颐高互联网科技有限公司、中国农业科学院麻类研究所、广东工业大学等麻纺织行业龙头企业、技术院所悉数参展。

麻博会同期还举办了江西省麻纺产业联盟成立大会、2019中国（江西）麻纺织时尚发布、2019中国麻纺产业大讲堂、2019中国麻纺织服装创新设计邀请赛、非遗文创作品的现场互动以及彰显地域文化的文艺演出等热点活动。

驱动“科技+文化”引擎，探索行业升级之道

麻博会期间，2019年中国麻纺产业大讲堂针对麻纺织在新时代发展的若干可能展开思辨，恩达麻世纪董事长邱新海、湖北精华董事长胡振亚、金达控股董事长任维民、韩国三江通产株式会社社长李承焕、广州伟丰董事长陈家丰、千瑞庄总经理庄蕾、经纬智能纺织机械副总经理王科等就如何驱动“科技+文化”双引擎，提升中国麻纺制造企业的品牌意识、产品意识与市场意识展开演讲，特别值得一提的是，广东工业大学教授贾立锋针对人工智能（AI）在麻纺产品设计和检测中的应用同与会人员做深入研讨，故宫宫廷文化IP运营总监蒋喆就故宫IP赋能中国麻设计表达做专题演讲；此外，通过创建“中国麻纺产业互联网平台”，整合中国麻纺产业大数据，提供麻纺产业线上交易平台，实现“文化赋能、科技联动”的“互联网+”麻纺产业消费发展新模式，从而使分宜麻

纺产业在技术驱动与艺术价值的生态循环中提升发展。

值得一提的是，本届麻博会的参展企业中，科技型企业及科研院校进一步增多，中国农业科学院麻类研究所、中国纺织对外经济技术合作有限公司、颐高互联网科技、武汉汉麻生物科技、恒天长江生物材料、浙江适康新材料科技、广州市盛迪计算机科技、汉桐新材料科技开发、杭州彩润科技等纷纷展示了各自的创新型科技研发项目。

本届麻博会的举办地江西省新余市分宜县，正是“中国17世纪工艺百科全书”——《天工开物》诞生地。《天工开物》是现存最为完整和丰富的一部中国科技文化史料，这也为本届麻纺麻博会赋予了极为重要的历史内涵和时代意义。

聚焦“时尚+艺术”表现，引导麻纺产品设计创新

本届麻博会以设计创新为导向，积极促进麻纺织业“产业—设计—品牌—市场”的融合发展。

作为本届麻博会的一大重头戏，2019中国麻纺织服装创新设计邀请赛以“天然环保、舒适时尚”为设计理念，在全国范围内定向邀约市场型麻艺设计师（设计工作室）进行命题式创作，并将麻纺制造企业与时尚设计直接挂钩，从源头做好麻纺织产业的流行引导与设计开发，带动麻纺织行业创新发展。

而2019中国（江西）麻纺织时尚发布则以9场精彩纷呈的大秀赢得全场关注。由双“金顶奖”设计大师、著名艺术家张肇达以及施杰、杨子等中国十佳时装设计师，与知名品牌简素麻忆、千瑞庄、木棉道、唐人纺、黄家出品、菁界等参与呈现的秀演，让麻艺“中国风”焕发出新时代的时尚气息。

本届麻博会国际化的展会条件和理念，不但让麻纺行业专业人士齐聚一堂，更吸引了广大市民前来参观体验。在活动区开展的包括新余本地夏布绣艺术家张小红、徐小梅等在内的夏布绣作品展示，百名绣娘现场表演、夏布书画展示、非遗作品展、麻纺工艺品展、麻文化纺织品手工DIY及文创作品现场互动制作体验等项目组成的“夏布文化节”，是艺术家们尽情释放创意与魅力的舞台，更是一线消费者亲身体验麻纺文化的重要契机。

本届麻博会还同期举办了双林夏布文化旅游节，展出的具有代表性的夏品、夏绣、夏画、夏书等麻文化工艺品，极大丰富了麻博会的文化内涵与市场外延，真正让分宜夏布走到人民群众的生活中。**17A**



纺织服装周刊



T 纺织之光科技教育基金会

extile Vision Science & Education Foundation

注册成立十周年



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

使命：推进纺织工业科技进步 人才成长和产业升级

热忱欢迎企事业单位和有识之士积极捐赠和支持基金会

开户名称：纺织之光科技教育基金会
开户行：工商银行北京金街支行
账号：0200235109000013297

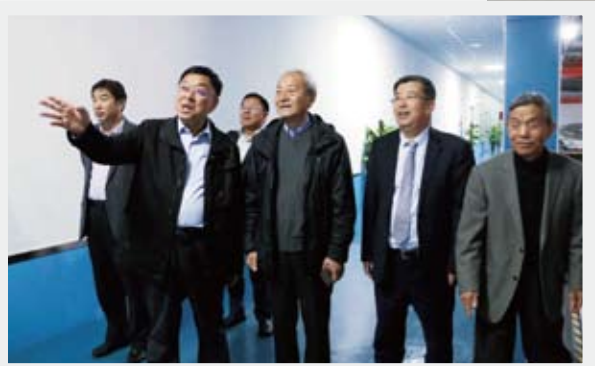
地址：北京市朝阳区朝阳门北大街 18 号
邮编：100020
电话：010-85229936 / 9610 / 9326
传真：010-85229540
邮箱：fzjfh@cntac.org.cn
网址：www.fzjfh.com



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



与会领导及嘉宾参观康平纳（新泰）智能染色工厂。



2019 中国家纺大会汇集了行业内的优势力量，引起高度关注。

2019 中国家纺大会指出行业“三新”方向： 新生态、新路径、新制造

本刊记者 _ 李亚静

家纺行业作为纺织三大终端产业之一，是传统民生产业，在拉动内需增长、促进就业、建设生态文明等方面发挥着重要作用。中国家纺大会作为中国家纺领域一年一度的行业盛会，已经成为企业把脉下一年发展方向的风向标。

10月31日，2019中国家纺大会暨中国家纺协会六届五次理事会在山东泰安召开。本次大会以“新生态 新路径 新制造”为主题，由中国家用纺织品行业协会主办，新泰市人民政府、泰安市工业和信息化局承办，山东省纺织服装行业协会、山东康平纳集团有限公司协办。

出席会议的领导嘉宾有：中国纺织工业联合会原会长杜钰洲，工业和信息化部消费品工业司副司长曹学军，中纺联副会长、中国家用纺织品行业协会会长杨兆华，中纺联原副会长、中国家用纺织品行业协会原会长杨东辉，中纺联副秘书长、外事办公室主任袁红萍，商务部研究院流通与消费研究所所长董超，国家发展和改革委员会经济研究所消费研究室主任王蕴，山东省纺织服装协会会长刘建国，中国家用纺织品行业协会副会长朱晓红，山东泰安市副市长成丽，新泰市委副书记、市长赵书刚，山东康平纳集团有限公司总经理刘琳等。

参加会议的还有服装、大家居产业的杰出企业家代表，中国家纺协会副会长、特邀副会长、理事单位、重点会员企业代表，全国重点家纺产业集群上海、太原、成都、南通、海门、通州、海宁、余杭、建德、桐乡、柯桥、高阳以及广东等省市的政府领导和地方家纺协会领导，同时还邀请了智能制造企业及媒体代表，参会人员达360余人。

新泰声音

打造中国家纺业高质量发展高地

自十八大以来，在中央政策指引下，新泰加快了城市建设，注重产业规划及整体布局。成丽在致辞中表示，纺织产业是泰安的传统优势产业，也是新旧动能转换重点提升产业。下一步，泰安将以纺织产业智能制造为突破口，增品种、提品质、创品牌，加快家纺业向生态化、高端化转型，努力把泰安打造成中国家纺业高质量发展的高地。

中国国际贸易促进委员会新泰市委员会会长、新泰市招商中心主任赵永表示，新泰正不断创新服务方式，优化快捷高效的政务环境，欢迎成品布及服装设计、加工企业，高性能产业用纺织品生产企业，纺织工业信息化提升企业，纺织高端机械设备生产企业等来新泰投资兴业，共同推动新泰纺织服装产业实现高质量发展。

刘琳谈到，近年来康平纳在智能绿色印染方面取得重大突破，研制的筒子纱数字化自动染色成套技术与装备荣获2014年度国家科学技术进步奖一等奖，并依托该技术成果建设了筒子纱智能染色共享工厂。公司规划建设50个智能染色共享工厂，搭建起行业共享智能染色平台，推动行业上下游企业实现共赢发展。

政策解读

从宏观经济把脉发展机遇

任何一个行业、任何一家企业，要想做大做强，首先要了解市场、了解形势，因此，会议邀请了多位专家为企业解读宏观经济形势。

曹学军表示，今年前三季度工业增加值同比增长5.6%，处于年度预期增长区间，但下一步工业稳增长面临诸多困难和压力，纺织工业压力更大一些。希望广大家纺企业继续坚持创新引领，优化产业供应链能力，提升家纺质量及品牌竞争力，加强消费宣传和市場拓展，切实推进家纺行业转型升级和高质量发展。

董超对我国消费升级形势及趋势进行了分析，并对国务院20条新政提振消费进行了解读：首先是促进流通新业态、新模式发展，推动传统流通企业创新转型升级；其次是培育消费热点，释放汽车消费潜力，支持绿色智能商品以旧换新，活跃夜间商业和假日消费市场等，同时深化放管服改革，强化财税金融支持；最后是优化市场流通环境。目前，我国最终消费率处于“U型”的后回升阶段，未来仍将继续上升。

王蕴针对消费增长态势与潜在空间、消费政策的发展趋势进行了重点分享。她分析道，消费对经济增长的拉动作用呈现趋势性增强，经济增长的主要动力从投资转向消费，虽然消费增速放缓但仍快于经济增长。同时，更加完善的消费政策体系是稳定国内有效需求的重要支撑，具有发挥消费对经济增长的基础性作用，将助力释放居民消费潜力、促进消费平稳增长。

工作汇报

梳理行业全貌，指明行业未来

会议期间，杨兆华从中国家纺行业2019年1~8月运行情况、2019年秘书处工作总结、2020年工作思路三方面作了中国家纺协会理事会工作报告。

据统计，2019年1~8月，行业运行总体平稳；行业利润增速放缓；出口增速收窄，毛巾与地毯产品降幅明显；行业内销总体稳步增长。

2019年，中国家纺协会在党建、产业研究、质量标准、展会、家纺文化、行业外交、信息宣传等方面都取得了不错的成绩。杨兆华总结说，在党建工作上，协会积极开展“不忘初心、牢记使命”主题教育活动；在产业研究上，协会结合行业实际开展春季大调研及日常调研与分析工作；在质量标准上，协会积极进行标准推进和团标引领工作；在展会活动上，协会通过举办春夏家纺展实现共振产业上下游，举办秋冬家纺展实现跨界引领新潮流，举办地方家纺展实现协同创新；在家纺文化上，协会通过举办赛事、发布趋势、传承非遗以及打造纤维艺术展，培养新生设计力量，提升家纺设计整体水平和实力；在行业交流上，协会通过行业会议、外交、跨界合作三方面实现深入交流，探寻发展先机；在信息宣传上，协会实现网站、杂志、微信公众号同步宣传，紧跟行业热点。

针对2020年工作思路，杨兆华表示，一是加强与政府部门沟通，找寻解决中美贸易问题、营商环境问题、拉动内需问题的方式方法；二是研究中美贸易摩擦，消费升级、拉动内需，智能制造，窗帘产业转型发展等行业热点问题；三是加强协会内部建设。我们深刻地知道前进路上有许多艰难险阻，我们有信心要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，“不忘初心，牢记使命”，敢于担当，不断克服困难，进一步推进我国家纺行业的高质量发展。

杨兆华在结束时强调，走进纺织业，半部中国史，特别是新中国成立这70年来，从最初解决人民群众穿衣盖被，到如今的助力科技国防、引领时尚前沿，是一代又一代纺织人的辛勤付出。

高屋建瓴

提振行业信心，增强发展动力

会议期间，杜钰洲作了总结发言，他表示，改革开放以来，纺织行业的内生动力获得了极大提升，企业家也愈发成熟，这让我们更有信心面对当前的挑战。我们不能简单地将生产作为起点，将消费作为终点，事实上消费是生产、生产也是消费，生产为消费创造了消费品和消费方式，而消费是生产的目的和动力，生产什么要看消费，这二者是统一的。如今，纺织行业已经走到了非转型不可的阶段，即改革再起步、发展再促进的关键时期。

当前形势下，如何寻找新的发展机遇？杜钰洲提出了四点建议：一是要加速推进以现代制造技术、制造系统、制造范式为突破口的产业转型升级，具体来说，包括工业基础的全面升级、前沿技术的全面拓展以及构建基于物联网的云制造系统；二是实现新发展，行业应尽快适应云经济时代的外部环境变化，加快产业组织形式的转型，构建价值生态系统；三是实现新发展，倡导科学技术与文化艺术领域的创造思维。以数字化、智能化、信息化技术为核心的现代制造体系，需要以人为本，把客户体验过程作为价值链生存的重要部分，顾客参与创造是新的价值形态的重要内容；四是强化管理，管理也是微观经济的改革，在新的技术、新的生产关系下，企业管理需要通过改革建立具有创造力的管理机制。

高端论坛

为融合发展提供更多可能

大会期间，来自纺织服装行业的各路“大咖”，为与会嘉宾带来了主旨演讲分享。

“新路径”专题中，在“引言人”浙江巴贝纺织有限公司执行董事、总裁王维扬的组织下，索菲亚家居股份有限公司顾问、深圳索菲亚董事长钟机君分享了“大家居心生态”全屋定制模式；北京居然之家集团常务副总裁任成分享了“居然之家数字转型的实践和思考”；森马股份创新业务总经理兼股份CMO田鹏分享了“协同——增长新动力”主旨演讲。

其中，王维扬从新渠道、新需求、新技术3个方面进行了分析，他谈到，如今的产业现状与以往相比有了很大的改变，企业的一切决定都要以用户为中心，同时一个企业乃至一个行业的单打独斗越来越难，要想在新生态下寻求更大的发展空间，不仅要坚持产业链融合，还要实现跨产业融合，以此来寻找并拓展新的发展路径。

任成分享了居然之家的数字化转型实践：第一，构建居然之家的数字化基础能力，进行“人货场”的数字化重构；第二，线上线下打通，构建居然之家的线上增量平台；第三，打造存量转化工具，提升分店运营效率；第四，打造大数据管理平台，全面提升居然之家的数字化能力。

钟机君谈到，索菲亚一直遵循定制铁三角，以客户体验为重点，进行个性设计，提供专业高效服务，让消费者一站式配齐定制柜体、橱柜、木门、地板、窗帘、家品等风格化产品，采用Diy Home设计软件，实现风格交付。

“新制造”专题中，在“引言人”湖南梦洁家纺有限公司工会主席、董事长助理漆鸿杰的组织下，郑州领秀服饰有限公司事业群总经理宋小东分享了“新思维 新制造 新链路”主旨演讲；海尔衣联网先进技术解决方案总经理孟毅分享了“家纺两化融合新突破”主旨演讲；山东康平纳集团有限公司总经理刘琳分享了“共享工厂 共赢未来”主旨演讲。

此外，理事会通过了中国家用纺织品行业协会成立地毯专业委员会、增设内设部门“质量标准部”、内设部门“流行趋势研究与推广工作室”更名为“时尚研究拓展部”，以及中国家用纺织品行业协会六届五次理事会理事、会员变更等事项。

会议结束后，与会嘉宾一同参观了年产20万吨筒子纱智能染色工厂——康平纳（新泰）智能染色工厂。TA



兰精：久久为功 引领可持续时尚

本刊记者 _ 李芳



Harold Weghorst

提到兰精，相信业内人士无人不知。作为世界纤维素纤维市场的领跑者，兰精集团拥有应用于纺织品行业的天丝、兰精环生纤以及无纺行业的维纶丝等知名商标，兰精集团的纤维在服装、家纺到产业用纺织品领域均有广泛应用，备受市场关注。

日前，2019 中国国际面料设计大赛颁奖典礼在中国国际面料及辅料（秋冬）博览会上举行，本次大赛携手兰精纤维（上海）有限公司通过设立“兰精纤维产品开发应用奖”，进一步推动了优质纤维及创新技术的应用。兰精集团全球品牌副总裁 Harold Weghorst 和大中华区业务开发及市场营销负责人胡玥玲应邀接受采访。

Harold Weghorst 对中国市场发展非常有信心。他谈到，中国是世界上最大的纺织品制造国以及出口国，全球至少三分之二的纺织产品在中国流通。当前随着中国消费市场升级，越来越多的消费者对个性化、功能化有了更加明确的需求，对兰精而言，这是一个非常具有潜力的市场，兰精将继续对中国市场投入更大的关注和精力。

据悉，近年来，兰精开始与越来越多的中国本土品牌加强合作，兰精作为纤维制造商，通过天丝、兰精环生纤等品牌联合产业链上下游共同开发，提升终端消费市场的认可，实现品牌推广的互利共赢。

据胡玥玲介绍，本次展会推广的采用悦菲纤™ 技术生产的天丝品牌莱赛尔纤维得到了行业一致认可。据了解，该系列生产所使用的棉浆中，工业棉花废料比例可达 30%，将再生纤维素纤维领域的循环利用推上了一个新台阶。同时，与所有天丝品牌莱赛尔一样，这种纤维采用对生态环境负责的闭环生产流程，生产相关用水和溶剂的回收率超过 99.5%，而且可以完全生物降解。

目前兰精集团拥有从森林种植、木材供应、浆粕制作到纤维制造等完备的生产工艺。在原料端，讲究森林开发与种植间的平衡，合理开采的同时更注重林木的种植，森林面积逐步扩大；在生产端，总部工厂对原料木材的高效利用，使木材通过生物炼制 40% 转化为浆粕用于纤维制造，50% 转为生物能源为工厂提供保障，10% 作为生物基辅材生产醋酸、木糖醇等工业原料，从而实现生产端的木材原料高效利用；在环保方面，对污水处理更是体现了极致的自然和谐，通过多年持续的环保投入，工厂废水通过层层处理，最终排放到多瑙河中。

“可持续发展理念已经根植在兰精每一个人的心里，刻在兰精集团的 DNA 中。” Harold Weghorst 在采访中谈到，除了纤维生产过程是可持续的以外，兰精在产品开发方面作出了很多创新，如为市场带来创新型的莱赛尔长丝纤维系列——天丝 TMLUXE，这

是兰精在高端应用领域环保标准最高的系列。此外，在产品的可追溯方面，兰精通过在纤维中加入独有 DNA，结合专业的检测系统，可为品牌和消费者提供完全透明的供应链信息，让可持续透明化、公开化，进一步促进可持续时尚创新发展。

“这与我们本届参展的主题——倡导可持续时尚，助力循环经济是一致的。”胡玥玲坦言。

在前不久召开的 2019 气候创新·时尚峰会上，兰精集团作为“时尚气候创新专项基金”捐赠成员之一，宣布促进时尚产业低碳绿色转型升级，通过绿色公益、绿色金融、绿色赋能等形式支持“时尚产业气候创新 2030 行动”。

“兰精集团作为全球第一家公布碳减排目标的纤维企业，计划到 2030 年会把单位产量的碳排放降低 50%，投资超过 1 亿欧元以减少 130 万吨二氧化碳排放；至 2050 年实现二氧化碳净零排放。”胡玥玲表示，“这或许是很难的一个目标，但我们一定会坚持做下去。”

携手 2019 中国国际面料设计大赛设立“兰精纤维产品开发应用奖”就是兰精在可持续发展之路上的又一次积极探索实践。胡玥玲表示：“此次兰精和大赛首次合作设立专项奖，希望借助大赛专业的国际性平台，来推广性能优异的优质纤维及创新技术应用，从纤维材料的源头鼓励和引导企业开启多样化的产品开发模式。从获奖作品来看，我发现很多面料都具有传递绿色环保的理念，且自然舒适。我们希望通过不断加强与中国纺织工业联合会的深度合作来实现我们在价值链层面上和客户更好的互动，为行业可持续发展贡献我们应有的力量。”



兰精展位。



胡玥玲

面料展示

2019 中国国际面料设计大赛·兰精纤维产品开发应用奖



获奖企业：江阴市恒亮纺织有限公司

面料名称：瀚海阑干

成分：涤纶 32%，天丝品牌莫代尔纤维 31%，棉 31%，氨纶 6%

看点：以特里科经编机编织牛仔面料，实现了牛仔面料在经编机上的高速织造，天丝品牌莫代尔纤维的加入使面料手感更加柔软，而涤纶与纤维素纤维上染效果的差异凸显出斜纹肌理，面料四面弹性优良，穿着舒适。



获奖企业：绍兴舜佳纺织科技有限公司

面料名称：怀锦

成分：粘胶 44%，天丝品牌莫代尔纤维 30%，亚麻 26%

看点：粘胶、天丝品牌莫代尔纤维与亚麻搭配以中和亚麻的易褶皱和刺痒感，间隔的竹节纱与凸条斜纹结构形成富有肌理感的外观，后整理的丝光工艺与酶处理使面料表面光洁且光泽柔和，中性的云朵白染色洁净自然。



获奖企业：江苏丹毛纺织股份有限公司

面料名称：秋意浓

成分：美丽诺羊毛 45%，天丝品牌莫代尔纤维 30%，涤纶 20%，莱卡 5%

看点：美丽诺羊毛与天丝品牌莫代尔纤维、涤纶纺制精纺高支毛纱，琥珀棕、幼兽棕、浅蓝、深蓝四种颜色通过斜纹结构的变化，用微颗粒肌理感的线条重复格纹形状，呈现带有模糊化色点的精致自然感。



获奖企业：佛山市纤艺纺织有限公司

面料名称：无易销

成分：天丝品牌莱赛尔纤维 78%，桑蚕丝 22%

看点：高捻度天丝品牌莱赛尔纤维与白厂丝交织平纹组织，经向的白厂丝提供面料的硬挺支撑，纬向的莱赛尔纱用于打造柔软手感，两者结合优势互补，降低了面料的护理难度，实现了真丝面料的机可洗。



获奖企业：广东兆天纺织科技有限公司

面料名称：无痕

成分：天丝品牌莫代尔纤维 48.3%，锦纶 34.7%，氨纶 17%

看点：20D 超细锦纶编织空气层结构的光泽感表层，内层采用超细莫代尔贴肤柔软，双面染色性的差异呈现双面双色效果，可熔纺氨纶的加入使面料可以自由裁剪不脱散，利于打造无需车缝的无痕造型。



获奖企业：浙江嘉欣丝绸股份有限公司

面料名称：封层锁链

成分：兰精环生纤品牌纤维 50%，桑蚕丝 50%

看点：兰精环保粘胶与桑蚕丝经纬交织缎纹组织，手感柔软滑爽，光泽淡雅柔和，黑色背景下的棕色链条勾勒迷你豹纹图案，印花图样清晰，过渡自然，在原始古朴的自然色调中演绎优雅精致的现代感。

纺织服装周刊



全国决赛现场。

新时代制版师应具备哪些素养？

2019 中国技能大赛 — 服装制版师职业技能竞赛全国决赛落幕

本刊记者 _ 董笑妍 / 文 王玉宝 / 摄

近年来，伴随着中国服装产业转型升级的步伐，广大制版师群体从籍籍无名的幕后工作者逐渐走向了台前，从最初烙印在消费者心中的“裁缝”形象，逐渐转变为服饰美的塑造者，甚至在很多企业中出现了“一将难求”的景象。2019 中国技能大赛 — 全国纺织行业“富怡杯”服装制版师职业技能竞赛正是在这种行业环境下举办的全国性、权威性的制版师技能大赛。



中国纺织工业联合会纪委书记、本次竞赛组委会副主任王久新（右）为获得第一名的选手颁奖。

竞赛”全国决赛在成都纺织高等专科学校举办。

该项赛事旨在全面贯彻落实党的十九大提出的“建设知识型、技能型、创新型劳动大军，弘扬劳模精神和工匠精神，营造劳动光荣的社会风尚和精益求精的敬业风气”的要求，通过比赛深度挖掘在服装造型及工艺技术领域有突出表现的优秀技术人才，促进中国服装工艺技术的传承与创新，从而进一步推动我国服装产业向品牌化、品质化发展。

以大赛为平台，助力制版师行业交流发展

据悉，本次决赛共有来自全国 19 个省市、经前期赛事层层选拔的 104 位选手参与其中，决赛共计 3 天时间，分为服装 CAD 制版考评、立体的裁剪考评、样衣制作考评、理论考试 4 项内容，共邀请了由东华大学教授、博士生导师张文斌任总裁判长的 11 名权威裁判员进行评审。

最终，大赛前 6 名选手张真玉、封卫平、叶海滨、刘治君、徐雪梅、朱静获得“全国纺织行业技术能手”荣誉称号；其中，张真玉、封卫平、叶海滨 3 位选手将被授予“全国技术能手”荣誉称号（详见附表）。其余选手、个人、组织也分别获得相应奖项，在此次竞赛中积极支持竞赛、做出特殊贡献的成都纺织高等专科学校、上工富怡智能制造（天津）有限公司、沈阳杰恩盛科技有限公司被授予“2019 年全国纺织行业‘富怡杯’服装制版师职业技能竞赛特殊贡献奖”。

中国纺织工业联合会纪委书记、本次竞赛组委会副主任王久新，中国财贸轻纺烟草工会副主席杨东旭，纺织之光科技教育基金会常务副理事长叶志民，中国服装协会常务副会长杨金纯，成都纺织高等专科学校党委书记蔡玉波，东华大学教授、博士生导师张文斌，上工富怡智能制造（天津）有限公司服装部总经理姚尹平，沈阳杰恩盛科技有限公司董事长邵洪杰等领导出席颁奖典礼。中国纺织工业联合会人力资源部主任、纺织行业职业技能鉴定指导中心主任、本次竞赛组委会办公室主任孙晓音主持颁奖典礼。

时间紧任务重，制版师界的“铁人三项”

时间紧、任务重，试题新颖、时尚度高，成为了选手们对本届大赛的一致评价。本届大赛可谓是服装制版界的“马拉松”，两天时间，从早上 7 点至晚上 7 点，只有中间一顿午饭的间歇，有时甚至需要大赛主办方通过断电锁门的方式，才能让废寝忘食的选手们得以用午餐保持体力。在此环境下，均衡分配时间就显得尤为重要。

海明控股集团有限公司何宇峰是首次参赛，“为了参加本次大赛，我放下了手头繁忙的工作，手机也是调成了静音状态，只为全身心地投入比赛。”但“零”参赛经验的何宇峰还是吃了时间的“亏”，“我是按照平时工作的节奏进行比赛的，认为作品后期还有机会调整，然而时间并不允许。”没有将才能完全发挥出来的他有一丝遗憾，并表示还会继续参赛，争取更好成绩。

同样第一次参赛的杭州铂珏贸易有限公司的顾丰也表示，本届大赛充分考察了制版师工作的严谨性、准确性，下剪刀之前要经过深思熟虑，才能将积累的经验发挥出来。

相较而言，“老”选手则显得更加游刃有余，杭州千森服装设计有限公司的周斌已经是第 4 次参加大赛，之前的表现他始终不满意，所以这次还要继续冲顶。第一批交卷的他显得更加从容，但也表示，考试科目之间环环相扣，非常考验制版师的业务能力与心理素质，考题信息量巨大、赛场秩序越发严格、评判标准更加统一，堪比“铁人三项”。

顺应时代要求，着力提高制版师综合素养

在接受采访时，总裁判长张文斌表示，有部分选手反映本次大赛难度变大，时间不够用，但其实不是时间的问题，而是需要继续提升与深造自身职业技能，本届大赛对我国制版师行业提出了更高要求。

“大赛对选手的考察非常全面。”伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司王文说，平时公司内有样衣部，制版师只负责打版，但大赛对制版师的实操能力提出了更高要求，也是对自己的一次全面锻炼。

“本届大赛设置了立体裁剪考评，立裁工艺在中国男装生产中并不常见，很多参赛的男装制版师都需要重拾立裁功课，大赛助力了选手的全方位能力提升。”厦门七匹狼服装营销有限公司的苏义林也对记者如是说。

除了考试科目系统、全面外，本届大赛的题目难度也提升了，周斌作为大赛的“老朋友”见证了大赛的升级，“我明显感觉到了考题难度正在逐年加大，现在的考题非常灵活、时尚。比如一件外套的考点不再单纯是打版准确度，而是从款式、结构、面料等方面综合出题，考量版师的理解能力。”

“我连续两年参加大赛，感觉今年的试题更需要‘动脑筋’了。如本次女装试题中的领子很有设计感，同时也很有挑战性，所以在前期打版阶段就要将细节考虑到位，否则后期修改难度较大。”王文说。同样，男装试题的难度也相应提升，“大赛的男装款式较市面款式要复杂很多，领子结构新颖、袖型是插肩袖、背身结构也更加时尚。从比赛结果看，选手们呈现的最终成衣的差异较大，说明前期对效果图、对设计理念的理解上也存在较大差异，需要进一步提高自己的审美能力。”苏义林如是说。



随着个性化消费趋势的不断推动，艺术性成为了对中国制版师队伍的新要求。



2019 年全国纺织行业“富怡杯” 服装制版师职业技能竞赛部分获奖名单

第 1 ~ 6 名的选手获“全国纺织行业技术能手”荣誉称号		
名 次	姓 名	工作单位
1	张真玉	上海之禾时尚实业集团发展有限公司
2	封卫平	厦门南洋职业学院
3	叶海滨	江西服装学院
4	刘治君	成都经纬教育咨询有限公司
5	徐雪梅	江西服装学院
6	朱 静	安徽省宿州应用技术学校

“CAD 制版”单项奖		
名 次	姓 名	工作单位
1	苏义林	厦门七匹狼服装营销有限公司
2	王长旺	厦门七匹狼服装营销有限公司
3	朱 静	安徽省宿州应用技术学校

“制作工艺”单项奖		
名 次	姓 名	工作单位
1	王 艳	北京欧兰菲尔文化传播有限公司
2	苏义林	厦门七匹狼服装营销有限公司
3	李忠刚	大连大杨创世服饰有限公司

“立体造型”单项奖		
名 次	姓 名	工作单位
1	罗燕飞	重庆市工贸职业技术学院
2	徐雪梅	江西服装学院
3	汪紫慧	厦门欣贺股份有限公司

参赛热情高涨，权威赛事为行业树新风

虽然，大赛的“高要求”让选手们度过了“高强度”的两天，但大家的参赛热情却空前高涨。晋江七匹狼服装制造有限公司的胡牛慧是与三位同事一起慕名而来的，“我们非常重视本届比赛，始终抱着学习的态度与同行交流竞技，三人行必有我师，要找差距，不断学习。”在比赛的过程中，他感受到了行业对制版师的高度认可，同时也希望大赛组委会能够在考评中增加如裤子、衬衫等更多品类，让更多单品制版师共享行业最高荣誉。

“我认为这种举办国家级制版师大赛的模式很值得肯定，大赛能让制版师队伍保持积极心态，在本届大赛中我也收获颇丰，交到了很多同行朋友。”何宇峰也这样说。

在赛程尾声，张文斌教授对本届大赛进行了细致总结：“根据市场要求的不断变化，大赛每年也在不断进行调整。今年大赛重点强调了艺术、时尚与技术三方面的结合。”

随着个性化消费趋势的不断推动，艺术性成为了对中国制版师队伍的新要求。“因此，在选题设置上，本届大赛用心良苦，在海量收集国际流行款式及元素的基础上，进行‘嫁接式’处理，在一种潮流款式的基础上，增加了其他潮流款式的细节，考察选手三方面的综合素质。”张文斌说，如立体化的领型设计考验了制版师的空间思维力，袖子也由原来的一片袖结构，改为了 S 型分割并增加褶皱细节等。

“我们经常听到企业反映招不到好版师，正是因为很多版师并未达到当下中高档服装的制版需求，未来，随着设计师品牌的不断崛起，对于制版师的能力要求只会越来越高。套用曾经熟悉的模版进行调整是远远不够的，未来的制版师不再是技术人员，也会成为设计师——局部设计师。”张文斌强调说，版型师要让自己的局部版型设计与设计师的大廓形效果相协调，因此，行业对版型师有了新称谓——造型设计师。

张文斌指出，本届大赛旨在推动制版师的素质提升，因为很多版型师在工作中无法意识到自身的成长空间，只有来到大赛这样的平台才能看到差距，这正是大赛的意义所在：发掘高素质人才，提升制版师队伍整体水平。

至此，2019 中国技能大赛 — 全国纺织行业“富怡杯”服装制版师职业技能竞赛成功落幕，大赛不仅对拥有高超职业技能的专业制版师人才进行选拔、授奖，更对制版师行业提出了新时代下的新要求。据悉，2020 年，中国服装协会将继续举办“富怡杯”全国服装十佳制版师大赛。TA



颁奖典礼现场。

致敬新锐原创力量

中国时尚大奖 2019 年度 YOSUN 云尚·新锐设计师火热出炉

本刊记者 _ 董笑妍 罗欣桐 李芳

11月2日晚,“中国国际时装周(2020春夏系列)闭幕式暨中国时尚大奖2019年度颁奖典礼”在北京水立方盛大举行,各大奖项一一揭晓,备受瞩目的2019年度中国时尚大奖“YOSUN云尚·新锐设计师”作为首次颁发的新奖项重磅亮相。

活动当晚,云尚产业发展集团CEO兼总裁田左云和中国服装设计师协会副主席武学伟共同为“YOSUN云尚·新锐时装设计师”获奖者屠俊、赵品慧,“YOSUN云尚·新锐配饰设计师”获奖者张凯迪颁发了这份沉甸甸的荣誉,现场掌声震动共同致敬新锐原创力量,为中国新锐力量的崛起而激情澎湃。



闭幕式上,嘉宾共同见证新锐设计师奖诞生。

鼓励创新 中国时尚大奖新增新锐设计师奖

“中国时尚大奖”自创设以来,成为时尚界众望所归的荣誉大奖,为适应市场变化,其奖项也在不断进行调整。中国服装设计师协会相关负责人介绍,面对最具朝气与创造力的新锐力量,大奖充分肯定其“产业发展活力源泉”的行业地位,今年新增的“YOSUN云尚·新锐设计师”评选让大家看到了大奖正以更适合产业发展的方式持续推动着产业进步,从而进一步凸显了大奖的影响力和代表性。

云尚产业发展集团CEO兼总裁田左云表示,作为复星C2M战略实践者、时尚产业深度运营商的云尚产业发展集团,冠名首届新锐设计师奖,就是希望通过此奖项,发掘并培养优秀的原创设计师,为其提供全面的设计产品和商业化支持,以此推动中国的时尚产业进程。设计师品牌的草长莺飞、蓬勃发展从一个侧面反映了大众消费的个性化需求。众多新锐设计师活跃于本届时装周,10+3 SHOWROOM、fashionllaabb等一系列设计师集合品牌登场;持续推进的“城市之光”造星计划带来了4个城市的13场秀。新生代设计师们通过时装周这一平台与各方资源深入合作,带动着整个中国时尚产业的欣欣向荣。

记者从中国服装设计师协会了解到,“YOSUN云尚·新锐设计师”在设计师的年龄和从业经历上做了一定约束,希望能给这些入行不久的新人们开辟一个全新的平台,让他们有机会在成长过程中得到更多关注与支持,在产品设计和经营渠道建设上尽快走向成熟。

英雄不问出处,在时装周的平台上,设计与原创永远是通向成功的敲门砖,新锐设计师们在这个平台上为大家带来的新鲜感,让整个时尚产业充满了活力。新锐设计师奖项的设置,代表着中国国际时装周以及中国时尚大奖对于新锐设计力量的关注。中国服装设计师协会主席张庆辉在采访中说,未来中国国际时装周会继续为年轻设计师和设计师品牌提供一个发声的舞台,引领时尚产业朝着绿色、可持续、有活力的方向发展。



中国服装设计师协会主席张庆辉(右)为云尚颁发中国国际时装周(2020春夏系列)官方合作伙伴证书。

多方合力 赋能新锐设计师成长

我国经济发展的关键词已经从高速发展转向了高质量发展。新中国走过70年,时尚产业走过了代工崛起和品牌建设的历程,新时代,正在开启从“规模扩张”转向“结构升级”,从“要素驱动”转向“创新驱动”的高质量发展新征程。

“云尚将以科技助推时尚基因,在设计师孵化、原创IP打造、线上线下营销、智慧供应链、行业大数据支撑能等方面发挥自己的优势,加速业界新锐设计师的成长。我们相信,嫁接中国国际时装周的平台资源和云尚独特的线上线下场景,必将助力中国设计师成长,为他们带来更多机会。”田左云表示,未来中国时尚产业的增量空间,不仅来自消费升级,更来自因消费分层而对小众设计师的需求增大。因此,越来越多的中国新锐设计师走进时装周和SHOWROOM以及各类买手店平台展示自我,越来越多的新面孔出现在时尚舞台,但受制于个体资源和行业环境,很难让行业人士和消费者真正认可年轻设计师品牌的魅力。云尚正是要链接产业资源,全面助力中国新锐设计师成长。

张庆辉表示,中国国际时装周、中国服装设计师协会本身就是鼓励原创、推动设计商业化转化、培育设计师的机构。今年8月,中国服装设计师协会、韩国服装设计师协会与云尚产业发展集团三方签订了《中韩设计师时尚产业交流与合作框架协议》,约定在时尚产业相关领域进行交流和合作。未来三方将共享时尚资源与信息,支持设计人才的成长、就业、创业、海外拓展,支援时装设计师的宣传、营销及推广,运作如中韩设计师时装秀、设计师大赛、买手对接会等交流项目,并指定云尚·武汉国际时尚中心作为商业落地机构,以促进三方在时装和时尚产业方面的友好交流、持续发展以及时尚人才的交流互通。

韩国服装设计师协会会长洪恩珠作为本届大奖评审团的国际评委,出席了本次颁奖典礼。在见证了三位获奖者的诞生后,她表示:“曾经服装产业在韩国属于制造业,如今在协会多年的推动下逐渐成为了时尚文化产业,而在全球最大服装消费市场的中国,服装产业也在向时尚文化产业发展,中国新锐设计师的活力让我很有感触。因此,我相信借助云尚集团的平台,中韩两国设计的交流将更加密切,也将更好地推动两国设计师的商业化落地。”

对于新锐设计师而言,“最头痛”的是资源整合、产业链梳理。田左云表示,本次大奖的新锐设计师都将有机会成为云尚的设计师孵化器的一员,获得在创意空间、面料选择、供应链资源、销售渠道和市场宣传的全链条协助和支持,加速其原创作品的商业落地。另一方面,针对较为成熟的原创设计师,还可以入驻云尚的全球原创时尚App——IPX及线下原创集YOSHOP,获得品牌推广、渠道拓展、大数据支撑、智慧零售工具等多方面助力,实现原创品牌的快速成长。

颁奖典礼结束后,三位“YOSUN云尚·新锐设计师”获奖者难掩激动之情,表示要以此获奖为契机,扩大事业格局,完善品牌发展。获奖者屠俊是一位事业处于成长期的年轻设计师,在接受记者采访时她表示,整合产业链资源,寻找更优质、更集中的配套渠道是她的迫切期待。“现下,我们的产品在武汉有很好的销路,而且配饰的加工生产多在南方,如果云尚能为我们提供较好的扶持政策,将考虑入驻谋求发展。”获奖者张凯迪说。

金秋十月,热潮涌动。相信在不远的将来,中国服贸产业链的协同作用必将不断加强,中国新锐原创设计力量必将快速崛起,大放异彩。TA

全局规划,只为助力中国设计

访云尚产业发展集团CEO兼总裁田左云

TAweekly:“让全球每个家庭更时尚”是云尚产业的发展理念,集团致力打造一个C2M时尚产业新生态。请问新生态的打造将对中国时尚产业带来哪些影响?集团目前取得了哪些成果?未来,还将重点开拓哪些方面?

田左云:作为服装生产和消费的第一大国,中国的服装行业还存在一些问题;从设计角度来看,设计师设计转化能力较弱,商业化程度比较低;从生产角度来看,很多小批量生产企业的成本相对较高,性价比低;从渠道角度来看,设计师、中小企业与面料商沟通不透明,难以获取核心低成本面料。最终导致消费者无法获取性价比高的产品,遑论时尚。

为此,云尚提出蜂巢式的供应链群落,将以一种线上整合协同的方式,为客户提供全产业链的平台化服务。打破传统市场模式,减轻设计师品牌运营成本,同时以供应链扶持、全渠道营销、全方位品牌塑造的方式为设计师品牌赋能,助力中国原创品牌发展。我们是彻底的变革者和创新者,如果进展顺利,就会形成全国的聚集效应和示范效应,真正意义上推动中国时尚产业发展。

复星在去年提出,未来十年是深度产业运营的十年。未来云尚产业将要打造“时尚+”的产业生态,包括时尚+服饰、餐饮、居住、娱乐、艺术、旅游、运动、科技等,围绕产业客户,通过他们到达C端。

TAweekly:通过与中国国际时装周、中国服装设计师协会的合作,云尚产业将如何通过大奖平台,更好地推动中国时尚产业发展?

田左云:云尚作为中国时尚大奖新锐设计师奖首个冠名赞助商,希望通过本次时尚盛事,发掘并培养新锐原创设计师,把他们引入到我们的平台,建立相应的机制,为他们提供全面的设计产品化和商业化支持。

与时装周和协会的合作,首先是人才方面,我们将积极嫁接时装周和协会的资源,吸引设计师进入到我们的产业体系中或为他们提供产业支持;其次是观念方面,时装周和协会在引领时尚潮流方面拥有大量的资源,这些观念对于提升设计水平,增强竞争力有着巨大的作用,我们会积极引入。

TAweekly:一直以来,云尚产业发展高度重视对本土设计师的扶持与培养。请问集团针对设计师扶持、原创设计孵化、新锐品牌挖掘等方面,主要取得了哪些成果?

田左云:在线上,云尚打造了时尚产业资源平台尚来APP、新供应链技术平台IPX、智慧商贸服务平台YOPAI、多元渠道服务平台;线下构建了时尚中心(贸易、发布)平台,云尚首个将产业与商业深度融合的发声场景——云尚·武汉国际时尚中心在今年8月惊艳亮相,这一华中地区首屈一指的57万平方米亚洲原创时尚产业聚集区,整合了包括韩国首尔、深圳等国内外优秀原创设计师,孵化出亚洲原创潮流品牌。

在“YOSHOP原创集”,旗下合作原创品牌有上千家,汇集了全球知名独立设计师品牌,打造中国原创时尚集合中心。设计师只要有想法,从一张草图开始,云尚可以提供打版服务,协助对接到制造商,并在线上线下的YOSHOP进行销售,共享品牌推广和客户服务能力。

“YFD孵化器”是华中地区首个以时尚原创产业领域为核心的孵化平台,致力于构建完整的时尚产业生态平台,发掘并培养全球原创设计师,为原创设计师提供全面的设计产品化和商业化支持。

TAweekly:请问未来,云尚产业发展集团还将开展哪些设计师扶持项目?

田左云:未来,云尚产业发展集团及YOSAR云尚星将秉承“让原创更有价值”的愿景,继续为原创服装品牌与新锐设计师搭建商业化发展之路,提供场地、技术、运营、推广、培训等支持,为中国原创时尚领域培养具有中华文化底蕴的设计新人。

同时,我们还将通过科技创新和数字化供应链的打造打通服贸行业“设”、“产”、“销”各端,让新锐设计师今后可以专注于设计本身,不再为打版、面料、销售等环节发愁。TA



田左云



大赛现场。

新生代正拳出击，展示创意正确姿态

“迪尚”第13届中国新生代时装设计大奖威海落幕

苏密 / 文



部分获奖作品。

深秋的胶东沿海滩涂上，海水涨潮，风声四起，但却透着一股热闹劲儿。作为新生代设计力量的顶级赛事，近日，“迪尚”第13届中国新生代时装设计大奖终极评选在山东威海举行。本届大赛由中国服装设计师协会与迪尚集团有限公司联合举办，来自全国各地的236名参赛选手在经过龙争虎战的激烈角逐与层层遴选之后，共有17名选手脱颖而出登上了总决赛的舞台。

权威精彩赛事，金奖众望所归

中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏，中国服装设计师协会主席张庆辉，工业和信息化部网络安全产业发展中心主任付京波，工业和信息化部消费品司纺织处处长曹庭瑞；山东省工信厅二级巡视员张忠军，山东省纺织行业协会副会长王森，山东省工业设计协会常务副会长蔡建宁，威海市委副书记、人民政府市长张海波，威海市人民政府副市长杨丽、张伟，威海市高新技术开发区党工委、管委会主任刘伟，迪尚集团有限公司董事长朱立华等嘉宾出席颁奖仪式。

本次大赛邀请了中国十佳时装设计师、独立设计师品牌 LAIPOSE CHENYU 联合创始人兼设计总监陈宇，独立设计师品牌 Ran Fan 创始人兼设计总监范然，中国十佳时装设计师、LALABOBO 董事兼设计总监于茜子作为分组导师，从设计稿到成衣制作的全过程中，为参赛选手做出悉心指导和点评。这种导师制给了选手跟导师面对面交流学习的机会，为他们开启了设计力提升之旅。

依照本次大赛规定，各参赛选手需完成5套服装的设计、制版和缝制等工作，展示自身综合设计力。随后经由清华大学美术学院博士生导师李当岐，北京服装学院博士生导师刘元风，“金顶奖”设计师、曾凤飞品牌创始人兼创意总监曾凤飞，“金顶奖”设计师、广州芳芳服饰设计有限公司董事长兼设计总监李小燕，中国知名时装设计师劳伦斯·许，WWD 国际时尚特讯副总裁兼首席内容官 Johannes Neubacher，中国（威海）服装设计创新中心设计总监张秀龙等专家学者组成的评审团的综合评定，最终评出

金、银、铜和优秀奖。

在决赛所呈现的设计作品中，“95后”的选手们张弛着属于他们自己的色彩与活力，用天马行空的创意缔造出设计新概念，进行视觉上的新试验。当晚，在各路媒体、大赛评委以及全场嘉宾的集体见证下，金、银、铜奖以及优秀奖逐一揭晓。其中，张龙、姚万里斩获银奖，杨姗、李志超获得铜奖，最终，在万众期待之下，赵锐众望所归地捧得本届大赛金奖，为热火朝天的比赛画上圆满句号。

助力时尚产业，迪尚持续发力

“迪尚”中国新生代时装设计大赛是目前中国最高规格的服装设计大赛之一，由中国服装设计师协会与迪尚集团联合举办，已连续举办了12届。“迪尚”大赛为中国服装产业输送了大量优秀的服装设计人才，为推动服装行业由“中国制造”向“中国创造”转型发展做出了贡献。该奖项对参评选手的要求极为严格，中国服装设计师协会认定的全国时装设计比赛中的获奖者以及设计师工作室的职业设计师才具备报名资格，并由国内外多位知名时装设计师及资深专家对参评者经过初评、复赛等细致筛选，脱颖而出的选手才能参加“迪尚奖”角逐。由于参加评奖的都是在国内各大赛事名列前茅的佼佼者，大赛也有着时装设计界“奖中类”的美誉，是中国规格最高的时装设计赛事之一。

迪尚集团创立于1993年，是全国最大的服装出口企业之一。集团设计人才云集，是国家级双创示范基地，对威海市建设“时尚创意城市”起到推动作用。创新驱动设计，科技带动时尚。在近两年的大赛中，迪尚集团将3D数字化设计平台和国家面料馆迪尚面料中心的资源向选手敞开，让选手在新技术的加持下尽情挥洒灵感；2018年，迪尚还创造性地建立了“导师训练营”机制，邀请国内顶尖服装设计师担任选手导师，分组PK，让选手得到更加充分的指导和历练。

据悉，“迪尚”第13届中国新生代时装设计大赛是“2019时尚威海”系列活动的重要板块之一，在设计大赛之外，“2019时尚威海”系列活动还包括中国职业模特大赛和“精致时尚 创新发展”女企业家走进威海时尚创意产业发展交流活动两大内容，合力展现威海精致城市形象，打造威海时尚名片，搭建时尚创意交流合作平台，推动威海时尚创意产业发展。TA

天竹·金晟：竹纤维打造绿色中国极致创意新体验

本刊记者 王振宇

10月29日，天竹纤维西装面料生产开发基地浙江金晟纺织有限公司携手合集置和设计师艺术生活平台创始人、第23届中国时装设计“金顶奖”获得者张义超在中国国际时装周（2020春夏系列）上举办了以“天竹·金晟”为主题的作品发布会。发布会由中国轻纺城建设管理委员会和天竹联盟主办，由浙江金晟纺织有限公司以及合集置和（杭州）文化创意有限公司共同承办。这场发布也是竹纤维原料在西装面料领域应用零突破后首次在国际性时尚平台上的公开亮相。

《纺织服装周刊》记者对发布会主办方代表进行了采访，为大家解密他们共同亮相中国国际时装周（2020春夏系列）的初衷，谈谈关于“竹纤维”在服装领域创新运用、可持续发展的新愿景。

中国轻纺城创意产业服务中心主任 徐舒：

中国轻纺城：“时尚+N”打造国际柯桥新标签



柯桥依托“产业+市场”的独特优势，开启了“时尚+制造”、“时尚+设计”、“时尚+服务”的全新模式。中国轻纺城创意产业服务中心主任徐舒表示，如今柯桥要着力实现：第一，市场的进化，从传统门市交易模式到市场综合体模式的逐渐进化，着手建设市场综合体让传统交易模式得以高效提升；第二，依托技术创新，从前端的材料端、设备端到人才和创新能力以及技术水平的全面提升，来支撑产品以及附加值的升级和发展，从而整体提高柯桥轻纺城的产品层次和影响力；第三，依靠设计与品牌的转型升级，通过时尚创意与设计产业，以及本土品牌培育，让柯桥本土的品牌逐步走向全国乃至世界，从而提升柯桥的品牌美誉度和影响力。

纺都柯桥是众多服装品牌、设计师的首选之地。一直以来，柯桥的时尚产业服务与时俱进，越来越呈现出个性化、高端化、国际化的发展态势，为中国时尚产业提供了越来越多的可能性。徐舒表示，本季中国国际时装周上，柯桥本土设计师借助时装周的平台，将自己的作品和品牌理念传播出去。“我们也非常欣喜地看到柯桥面料和设计师走向世界，同时也提高了柯桥中国轻纺城的国际影响力，展示了‘特色化、个性化、品牌化、国际化’的柯桥新标签。”

天竹联盟副会长、吉林化纤集团副总经理 岳福升：

天竹联盟：共享可持续时尚化，打造竹纤维极致体验



“我们平时所说的竹纤维其实学名为竹浆纤维，是从自然生长的竹子中提取出的纤维素纤维，通过专业技术，将竹资源转化为再生纤维，用于纺织服装的产品，是中国的原创产品，也是世界的首创专利产品。”天竹联盟副会长、吉林化纤集团副总经理岳福升在中国国际时装周“天竹·金晟”专场发布会上自豪地介绍说。

“天竹联盟以我国自主创新的竹纤维为载体，携手中国纺织服装产业链中创新型优秀企业，通过创新的产品研发、一体化的产业链运作和品牌孵化、市场推广，将创新延伸到生活的每一个细节当中。目前，天竹联盟拥有217家企业、20余所高等院校的助力并建立了14个驻国外办事处。”以吉林化纤集团为龙头组建的产业链联盟，以信息共享、整合开发资源为前提，以促进竹纤维发展为宗旨，在行业内开创了全新的产业链培育模式，并成功延伸到粘胶和腈纶等领域。岳福升强调：“这一平台共同的创新聚合力代表着天竹联盟在世界纺织产业中的影响力。”

在被问到天竹联盟参与中国国际时装周的意义时，他表示：“过去，我们比较注重竹纤维在服饰运用上的舒适度与环保性，对时尚领域的涉足较少。如今，我们做好的产品，也要做时尚的产品。中国国际时装周是一个时尚化的国际平台，通过这个平台，我们天竹联盟将向世界展示属于天竹纤维的时尚魅力。”

浙江金晟纺织有限公司执行董事 金艳琦：

金晟纺织：

绿色科技纤维书写时尚新篇

本次发布会金晟纺织携手新科“金顶奖”设计师张义超上演了一场竹纤维的绿色、科技创新盛宴。浙江金晟纺织有限公司执行董事金艳琦在采访中表示：“本场秀主要是竹纤维系列的创意运用展示，‘竹’是中国文化中美好品质的象征。”此次发布充满色彩碰撞，设计师张扬的个性与竹元素内敛高洁的风格相得益彰，经典艺术风格与创新科技材料的共融是本场大秀的亮点，“值得一提的是，本次发布从文化、科技、环保等层面对竹纤维多角度的呈现，彰显了原生态材料的科技创新。”金艳琦说。

金艳琦表示，随着企业及消费者对绿色环保、可持续关注度的不断提高，近年来，竹纤维在内衣、毛巾等产品中的运用已经非常普遍，金晟自开发以来，致力于填补竹纤维的运用空白。源自浙江金晟纺织有限公司特有的时尚梭织涤纶西装面料、功能性涤纶混纺竹纤维梭织面料、涤纶混纺竹纤维天然弹性梭织面料、涤麻面料、醋青混纺竹纤维天然保暖面料等环保绿色竹纤维面料与高科技功能性材料，碰撞出来自材料科技的创意。

“我们不但实现了西装服饰面料的运用，填补了在西装领域中运用的空白，还将竹纤维作为西装面料表现出的功能性、优越性发挥到了极致，让西装面料绿色环保的同时还兼具较强的抗菌、防紫外线等功效，同时最大程度保证了作为西装面料的优越垂感和抗皱特性。”金艳琦强调。TA

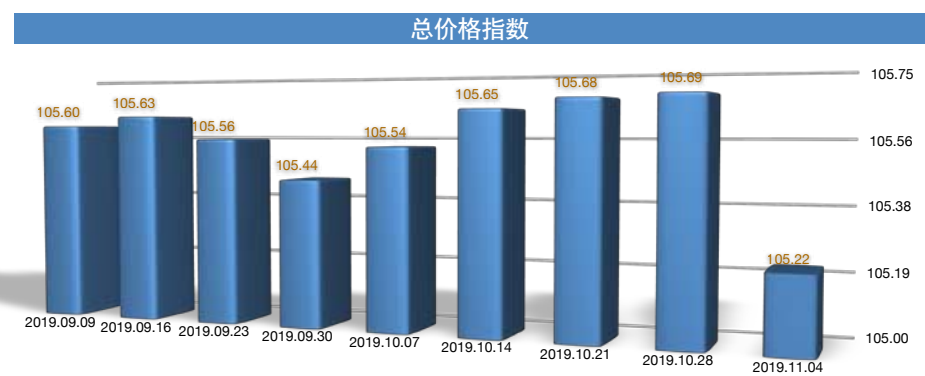


纺织服装周刊

秋市销售环比回落 价格小幅下跌

20191104 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20191104 期纺织品价格指数收报于 105.22 点，环比下跌 0.44%，较年初下跌 0.73%，同比下跌 1.18%。



据统计月报显示：2019 年 10 月份中国轻纺城纺织品市场成交量为 87390 万米，环比上涨 40.51%，同比下跌 11.30%；1～10 月份累计总成交量 604889 万米，同比上涨 10.06%。10 月份中国轻纺城纺织品市场成交额为 1460483 万元，环比上涨 45.58%，同比上涨 10.85%；1～10 月份累计总成交额 9660634 万元，同比上涨 13.70%。

近期，中国轻纺城秋市营销环比回落，其中：原料市场价格小幅下跌，坯布市场销量小幅回落，服装面料市场布匹销量小幅下跌，家纺类产品成交量小幅下跌，辅料行情小幅回升。

原料价格小幅下跌，涤纶小幅下跌、纯棉纱行情局部推升

据监测，本期原料价格指数收报于 81.93 点，环比下跌 0.27%，较年初下跌 3.57%，同比下跌 4.14%。

聚酯行情震荡回缩，涤纶行情环比下跌。本期涤纶原料价格指数小幅下跌。上游聚酯原料行情震荡回缩，近期华东地区 PTA 现货主流 4860 元/吨，MEG 主流 4622 元/吨左右，聚酯切片市场报价环比持平，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6100 元/吨左右。江浙地区涤纶长丝市场交易气氛环比回缩，萧绍地区涤纶市场行情震荡回缩，厂家报价环比下跌，POY、FDY、DTY 价格环比下跌，跌幅在 50～175 元/吨左右；涤纶长丝市场价格震荡下跌，创年内最低价格，其中涤纶 POY 跌幅明显。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 6940 元/吨，价格商谈优惠。聚合成本的降低将直接导致涤纶短纤价格的下滑，但其价格优势也将有明显提升，未来行业不宜过分悲观。近期纯涤纱行情整体表现均不理想，市场报价稳中有跌，市场心态谨慎不改，下游对纯涤纱采购量再次下降。32S 纯涤纱报 11350 元/吨左右，45S 纯涤纱报 12500 元/吨左右。

纯棉纱行情局部推升，人棉纱市场价格下跌。近期，纯棉纱行情局部推升，内销市场行情相对稳定，差异化品种询盘相应增加。萧绍地区纯棉纱市场气氛观望，报价稳中整理，纯棉纱市场总体行情以观望整理为主。受下游坯布市场影响，纱线市场表现是整体出货、报价较为平稳。纯棉中低支纱成交量好于纯棉细支纱成交量，纯棉精梳针织纱类系列成交量相对较好。近期市场询盘更多的还是差异化品种，主要表现在天丝纯纺、天丝棉混纺等市场需求相对较多。常规机织纯棉普梳纱和涤棉纱均没有突出表现，基本维持在老客户拿货的状态，以回笼资金为主。

近期粘胶短纤市场价格环比下跌，目前粘胶短纤 1.5×38mm 中端实际中心价为 10650 元/吨左右。粘胶短纤厂家产销下滑，在下游采购没有明显偏暖的情况下，粘胶市场价格仍然走低。因下游总体需求难有进展，人棉纱市场行情较为平淡，厂家出货心理主导，价格整理，大单成交价有优惠商谈。

坯布行情环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 120.30 点，环比下跌 0.87%，较年初上涨 1.56%，同比上涨 1.93%。

本期坯布类价格指数呈小幅下跌走势。近期，坯布库存高企也使得市场对未来的预期普遍悲观，终端市场谨慎观望情绪不减，面料经营商新订单所需坯布，也是保持随用随购，谨慎为主。因市场需求局部回落，坯布厂家订单环比下降，秋季坯布下单局部下降，初冬季坯布下单局部回落，春季订单相对不足，实际成交环比小跌，其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤

纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交量环比回落；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 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场销量环比回落，拉动坯布类总体价格指数小幅下跌。

服装面料销售继续回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.75 点，环比下跌 0.46%，较年初下跌 0.03%，同比下跌 0.82%。

本期服装面料类价格指数小幅下跌。“银十”尾市实际的订单情况并未有实质性改善，终端市场仍保持不温不火态势，因下游终端市场订单并未有明显好转预期，随着市场行情的逐日偏淡，需求面显现不足态势，轻纺城传统市场服装面料销售继续回缩。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤毛面料、涤锦面料、粘胶面料、粘毛面料、锦纶面料、麻粘面料成交量不等量下跌。

家纺营销环比回缩，价格指数微幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.45 点，环比下跌 0.07%，较年初下跌 0.60%，同比下跌 0.68%。

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

市场行情环比回升，辅料指数小幅上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 130.50 点，环比上涨 0.62%，较年初下跌 1.50%，同比下跌 0.97%。

本期服饰辅料类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回升，至目前下游企业备货局部增加，现货成交和订单发货呈现小幅回升走势。辅料类行情明显回升，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；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，因下游服饰企业资金紧张，布匹采购依旧维持刚需，产销难以大幅放量。大众面料供给有所下降，市场营销震荡小跌。后市随着季节的更替，秋季面料成交继续下行，初冬季面料成交局部小升，春季订单相对不足，织造企业开机率局部显现不足，印染企业产出局部相对有限，预计传统市场成交将震荡回缩，整体市场成交将呈现震荡小跌走势。

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



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

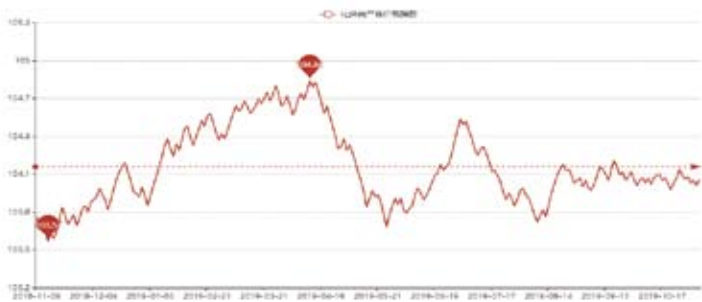
地址：山东省济南市商河县商中路 26 号 | 邮编：251600 | 网址：www.hongyegroup.cn | E-mail：qlhyjt@163.com
电话：0531-84880488 84817188 | 传真：0531-84880469、84888668

涤丝价格承压下跌 指数小幅走低

2019 年 10 月 28 日~ 11 月 1 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·盛泽丝绸化纤指数小幅走低。其中，化纤总指数收盘于 104.05 点，与上周相比下跌了 0.09 点；化纤面料价格指数小幅走高，收盘于 100.76 点，与上周相比上涨了 0.02 点；化学纤维价格指数小幅下跌，收盘于 108.83 点，与上周相比下跌了 0.16 点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数稳中走弱，收盘于 104.63 点，与上周相比下跌了 0.07 点。

图1 盛泽市场化纤类产品价格指数



化纤面料市场行情分析

本周化纤面料价格指数小幅走高，收盘于 100.76 点，与上周相比上涨了 0.02 点。面料市场整体成交表现不一，部分产品走货好于前期，大多数厂家产销尚能做平。

里料方面，本周里料市场成交气氛稍有上升，但是市场产品供大于求，因此库存仍处于高位，市场同质化竞争比较激烈，成交价较为混乱。具体来看，涤塔夫系列走货稳定，190T、210T 报价维持前期，但是实际成交有让价操作；尼丝纺主流成交在 190T、210T 系列，市场走货仍不如预期；半弹春亚纺系列则处于量价平稳的格局；舒美绸、涤美丽成交尚可，下游采购稍有好转；针织网眼里料销量好于前期，价格维持不变，下游采购多用于运动服等；提花里料成交仍集中在阳离子提花和黑丝提花，下游采购多销往海宁、常熟等地。

面料方面，面料成交总体表现稳定，市场成交仍集中在 T400 和 T800，价格变化不大，采购多用于制作防寒服面料，以市场货为主，而仿记忆系列今年成交表现疲软，厂家库存压力较大，不少下游采购商用 T400 来替代仿记忆；牛津布系列中，全弹有光牛津布成交较好，该面料多用于荧光标志布，市场成交品种规格较多；用于箱包面料的涤纶长丝牛津布本周成交表现平平，有厂家表示近期采购商下单速度弱于上周，厂里产销开始做不平，价格多维持前期；家纺面料中，经编麂皮绒本周走货有所放大，下游采购多用于沙发布等产品，出口销量较为稳定；仿真丝系列订单陆续有下达，下游采购多用于春夏服装，其中一款复合丝剪花雪纺在市场上需求强劲。据了解，剪花是对面料进行深加工处理的一种工艺，将经纱或纬纱中的局部织到面料中，然后将浮在织物上的纱剪去，留下立体感十足的各式图案点缀在主体布面上。此外，水洗绒等绒类产品成交一般，厂家库存压力较大。

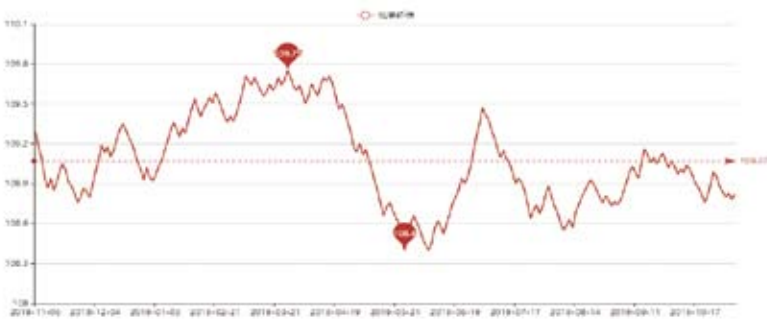
本周市场交投气氛仍表现较好，厂家局部走货顺畅，目前盛泽地区坯布库存大概在 37 ~ 38 天左右；开机率方面，目前市场行情稍有好转，厂家生产积极性稳定，现盛泽地区喷水、喷气织机开机率在 8 ~ 9 成左右。随着气温走低，市场上防寒服面料还有一定的需求，但是有碍于供需失衡，预计后市行情好转阻力较大。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数小幅下跌，收盘于 108.83 点，与上周相比下跌了 0.16 点。

本周国际油价持续走低。近期贸易局势有所缓解，油价上周大幅上涨。但本周起，市场对经济增势疲弱的担忧重燃，抵消了贸易问题取得进展的消息给能源市场带来的利好，再加上美国上周商业原油库存上涨和市场对全球

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



石油需求前景担忧持续，国际油价持续下跌。截至 11 月 1 日，纽约商品交易所 12 月交货的轻质原油期货价格下跌 0.88 美元，收于每桶 54.18 美元，跌幅为 1.6%。12 月交货的伦敦布伦特原油期货价格下跌 0.38 美元，收于每桶 60.23 美元，跌幅为 0.63%。PX 方面，本周原料 PX 市场小幅下跌。截至 11 月 1 日，亚洲 PX 价格下跌至 789 美元 / 吨 FOB 韩国和 769 美元 / 吨 CFR 中国，欧洲 PX 下跌至 711 美元 / 吨 FOB 鹿特丹。PTA 方面，本周 PTA 现货震荡，价格先跌后涨。受新装置投产预期影响，PTA 周初表现整体不佳，但在经过一段时间下跌后，利空出尽，PTA 价格小幅反弹。截至 11 月 1 日，内盘市场成交商谈围绕在 4830 ~ 4870 元 / 吨附近。涤纶长丝方面，本周涤纶长丝市场延续小幅调整格局，价格重心略有下跌，截至 11 月 1 日，POY 75D/72F 主流厂家报价降至 7900 元 / 吨，而 FDY 50D/24F 产品报价则回落至 8300 元 / 吨。

开工率方面，本周 PTA 周平均开工率集中在 75.4%，较上周相比下降了 1.4%；实时开工率在 72.5%，实时有效开工率 78.0%。聚酯方面，本期聚酯平均负荷小幅下降了 0.1% 至 90.2%。织造方面，近日来织造市场整体开机率略有调整，本周主流平均开机率略降至 86.0% 附近。

产销方面，受 PTA 新装置投产及装置检修力度加大的共同影响，本周聚酯产销整体稳定，在 10 月 30 日超过 100% 达到了 180%，其余几天产销基本维持在 5 成左右。

库存方面，由于本周聚酯市场主流产销表现一般，因此聚酯厂家整体库存难有下调。从中国绸都网统计数据来看，现如今聚酯市场整体库存至 16 ~ 25 天，具体产品方面，POY 库存至 7 ~ 11 天，FDY 库存至 14 ~ 19 天附近，而 DTY 库存则至 22 ~ 27 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稳中走弱，收盘于 104.63 点，与上周相比下跌了 0.07 点。

“银十”接近尾声，织造厂家仍旧有人欢喜有人忧，表现千差万别，市场反映局部或分品种好转，乔其等常规面料动力不足。接下来迎来“双 11”和圣诞季，多数企业认为该下达的订单已经到达，后期订单量有限，但仍期待“双 11”和圣诞季表现的提振行情作用。

本周广西河池市宜州第五批秋茧继续上市，价格继续在每公斤 54 元上下浮动，按照惯例，按质定价，选择欠款的价格高一些，选择现金结算的价格低一点，质量较前几天略好，毛折有所降低，据了解茧本一般控制在 44 万元 / 吨以内。TA

中国绸都网

指数主管单位：中华人民共和国商务部

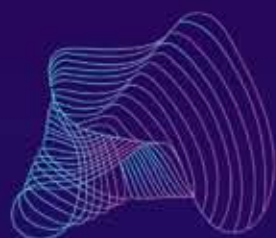
指数编制发布单位：中国绸都网

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 即刻下载纺通APP



第十四届中国·大唐国际袜业博览会

THE 14TH CHINA DATANG INTERNATIONAL
HOSIERY INDUSTRY EXPOSITION

聚变

产城融合 美丽蝶变



中国·大唐

2019年11月18日 - 20日

纺织服装周刊



精锐十年 岁末绽放

10

2009年，“中国纺织服装行业年度精锐榜”初次发布，2019年12月30日，精锐榜将迎来10岁生日，连续10年发布岁末榜单！

70

新中国成立70周年之际，通过媒体的视角，衡量行业优秀代表在2019年的宣传推广、市场营销、科技创新、企业发展、社会责任等方面取得的成绩与亮点，甄选出年度十大和行业榜样。

83

本次榜单将揭晓年度“十大新闻事件、十大年度人物、十大创新企业、十大优势品牌、十大特色集群、十大服务平台、十大活力市场、十大装备先锋”并初次揭晓年度“时尚引领榜样”、“科技驱动榜样”、“可持续推动榜样”共计83个发布结果。

2020

2020年3月11日，在上海开幕的中纺联春季五展上举办隆重的发布仪式。届时所有代表单位将在中国纺织工业联合会领导、展会重要嘉宾、权威媒体面前共享荣耀时刻。

寻找榜样力量
荣耀终归这里