

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

2021.08.09 | 第29期 | 总第1037期

中国即墨服装市场
牵手即墨市场 成就财富梦想

电话: 0532-89061667
地址: 青岛即墨区鹤山路920号




P10
适应新形势，
民办教育开拓发展新局面

纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

影响
改变认知
服务
创造价值

《纺织服装周刊》官方网站:
www.taweekly.com

● 新闻热线: 刘嘉 010-85229892
● 广告热线: 万喆 010-85229013



P07
指标平稳回升，运行态势整体稳中加固

P12
时尚与科技融合



7月28日，世界时尚科技大会暨2021中国服装科技大会在浙江省杭州市临平区举行。



指导单位：
中国纺织工业联合会
主办单位：
《纺织服装周刊》杂志社
支持单位：
华源生态科技有限公司
青岛邦特生态纺织科技有限公司

有料才酷 为你而来

2021中国面料之星 用户满意产品调查活动正式启动

“中国面料之星用户满意产品调查活动”已经连续举办10届，由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办，是目前行业里权威、专业、高品质的面料调查活动。以不断满足市场需求为导向，旨在发现、表彰、推广优秀的面料企业，提升新产品竞争力，搭建产业上下游精准对接的专业服务平台。

本次活动将于2021年10月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2021中国面料之星发布仪式等系列活动。

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

商务合作咨询

万晗 13466301587

面料参评报名表申请、“中国面料之星系列活动”组委会

联络人:赵国玲、雷蕾 15068579525/13810445890

面料参评样品邮寄地址

北京市东城区东四西大街46号院(100010)

雷蕾(收) 13810445890

详情关注纺织服装周刊官方网站首页

WWW.TAWEEKLY.COM



周刊二维码

关注纺织服装周刊公众号,了解更多



CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP

坯布市场 外商专营区

设有外商中转仓、外商共享洽谈(休息)区、
外商签证服务中心、会计单证服务中心等 配套功能服务区

· 为外商提供一站式管家服务 ·

招商电话
0575 85588597 赵先生

— 地址 - 纺都路1099号坯布市场四楼 —

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

社长	徐峰
总编辑	刘萍
副社长	葛江霞 刘嘉
社长助理	张尚南
副总编辑	袁春妹 万晗
高级顾问	胡晓玉

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
	廖小萱
美编	郭淼

新媒体部

资深摄影	关云鹤
美编	李举鼎

品牌推广中心

总监	吕杨
副总监	罗欣桐
主任	王振宇
执行专员	裴鑫榕

浙江运营中心

总监	赵玲玲
副总监	赵国玲
副主任	邵莹颖
主任助理	王利

行政管理中心

总监	崔淑云
办公室	
主任	黄娜
副主任	刘萍
财务部	
主任	崔淑云(兼)
专员	张艳

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
	夏小云

热线电话

总编室: 010-85229892	新闻热线: 010-85229379
发行热线: 010-85229023	传真: 010-85229422

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

出版发行:《纺织服装周刊》杂志社

地址:北京市东城区东四西大街46号院(100010)

定价: 每期人民币12元

日本合作媒体: 纤维News

印度合作媒体: Inside Fashion

欧洲合作媒体: Textile

台湾地区合作媒体: 中国纺织网

承印: 北京晟德印刷有限公司

目录 CONTENTS

P06 资讯 Infos

多家纺企上榜 2021《财富》世界 500 强
以史为鉴，开创未来！

P07 关注 Attention

指标平稳回升，运行态势整体稳中加固
“池上锦”杯中国汉服设计大赛初评结果出炉
适应新形势，民办教育开拓发展新局面

P11 科教 Science

这些服装新技术受欢迎！

P12 特别报道 Special

时尚与科技融合

P14 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

28 岁的纺城追梦人，用奋斗点燃青春的力量
欧蕾纺织：让蕾丝融入高品质生活
原料价格走强，氨纶价格翻番

P18 展会 Exhibition

“沪”动新“深”！这是 intertextile 参展商的“联动心声”

P20 面料 Industry

有料才酷 为你而来

P23 一线 Frontline

见证中国羊绒 40 年
雄鹰振翅，勇跃高峰

P26 指数 Index

夏市行情继续推升 价格小幅上涨

每周随笔

面孔

不知道最近一段时间在大家脑海里印象深刻的面孔会有谁？相信就中国 14 亿人口而言，大比例会将奥运赛场上的很多人、很多个瞬间刻在脑海里。

吊环运动员刘洋咬紧牙关双臂撑起身躯的样子，双杠运动员邹敬园握紧双拳的样子，短跑运动员苏炳添仰天长啸的样子，唐茜靖奶萌可爱的样子，乒乓老将马龙“按住”场面的样子，郎平泣不成声的样子……

应该说，每一位“战斗”在奥运赛场上的中国健儿都是我们的骄傲，负伤战斗、竭力比拼，他们留给了人们很多值得纪念的时刻。尽管中国 14 亿人各具特点，但是，因为这些面孔，涌动在大家心中的民族自豪感却并无二致。我们感受到的是他们肩负着国家的荣誉，在用身体托举着五星红旗。

这些面孔，给了人们这样的感受。身为纺织人的我们，又在示人以怎样的面孔？

时常会有圈外人问我，你们纺织业怎么样？作为一个在行业跑了十几年的记者，尽管知道有很多火的、热的、牛的行业，但是我仍相信中国纺织业是值得每个行业人，甚至是每个中国人为之骄傲的。

对于行业外的人来说，纺织业于他们而言，可能感受最深刻的是 2020 年新冠肺炎疫情肆虐时，面对疫情防控的紧急状况，中国纺织业快速提升了口罩和防护服等防疫物资的产量，给了国人更多安全保障。据行业统计，仅 2020 年 3—12 月，我国对全球市场出口口罩的数量达 2242 亿只，相当于为中国以外的全球每个人提供了近 40 个口罩，数据惊人！

我们自然知道，这不是中国纺织业的全貌。

就整个纺织产业来说，中国拥有良好的产业基础、完善的产业链，使得我们较好地完成了纺织强国主要指标。在中国工程院重大咨询项目《面向 2035 推进制造强国建设战略研究》的“重点领域技术短板与技术发展路线图”（2019）专项中，通过对 26 类有代表性的制造业产业，从规模、创新能力、经济效益、产业结构等方面进行国际比较分析得出，纺织产业位列中国整体达到世界先进水平的 5 个行业之列，中国纺织业的能量不容小觑。

就纺织终端产品来说，不仅包括服装和家纺，我们同样有“上天揽月、入海伏龙”的本事，从航空航天到海洋工程，再到医疗产业等等，中国纺织业在众多领域都在不断展现着自己的新能量。

从纺织企业层面来说，在近日发布的《财富》杂志 2021 年世界 500 强排行榜中，恒力集团、荣盛集团、魏桥集团、恒逸集团、盛虹集团榜上有名，且排名在不断提升。同样，在近年来的行业企业跨国并购中，中国纺织企业也表现出了自己的实力。

作为纺织圈一员，因为关心、关注，所以，我们能够捕捉到一些行业企业发展变化的讯息；倘若面向 14 亿中国人，甚至全球 76 亿人，中国纺织业、中国纺织企业会是怎样的面孔？

奥运健儿们将他们的名字与自己的专长融为一体，我们的纺织企业又可以用什么与自己连接？化纤、针织、印染、毛纺……细纱机、纺纱机、络筒机……这些词汇后面可以毫无争议地加上哪家企业？

相信，当我们示人的面孔变得越发清晰时，我们的能量与实力都将大不同！

本周看点 View point

据海关统计，上半年，我国跨境电商进出口继续保持良好发展势头，跨境电商进出口 8867 亿元，同比增长 28.6%。其中，出口 6036 亿元，增长 44.1%；进口 2831 亿元，增长 4.6%。

——海关总署

央行 8 月 2 日公布 2021 年上半年地区社会融资规模增量统计表。江苏上半年社会融资规模增量位列第一位，为 23467 亿元；位居第二名的广东为 21698 亿元；第三名的浙江为 19272 亿元。

——中国人民银行

我国全面推行分时电价。7 月 29 日，国家发展改革委发布分时电价新机制，把一天 24 小时分成高峰、尖峰、平段、低谷、深谷等多个时段，高峰和低谷的电价差 3 至 4 倍。据悉，新机制对居民用电影响较小。

——国家发展改革委

2021 全球数字经济大会近日发布了《北京市关于加快建设全球数字经济标杆城市的实施方案》，这是全球首次发布数字经济标杆城市发展“蓝图”。

——经济日报

海关总署发布数据，今年上半年，全国市场采购贸易方式出口 4249.18 亿元人民币，同比增长 49.1%，成为外贸新亮点。

——海关总署



纺织服装周刊
微信订阅号



纺织服装周刊
微信视频号



TA 潮报
微信订阅号



纺织机械
微信订阅号



纺织服装周刊
今日头条号



纺织服装周刊
网易号



纺织服装周刊
新浪微博

聚焦
FOCUS

多家纺企上榜 2021《财富》世界 500 强

■ 本刊记者_郝杰

8月2日,2021年《财富》世界500强排行榜发布,中国共有143家公司上榜,上榜公司数量连续第二年居首。此次上榜中国企业中涉及纺织领域的公司有9家,分别是:恒力集团有限公司、浙江荣盛控股集团有限公司、中粮集团有限公司、中国中化集团有限公司、中国化工集团有限公司、山东魏桥创业集团有限公司、浙江恒逸集团有限公司、盛虹控股集团有限公司、中国通用技术(集团)控股有限责任公司。

据介绍,受新冠疫情影响,今年《财富》世界500强排行榜企业的营业收入约为31.7万亿美元,比去年下降5%。进入排行榜的门槛(最低销售收入)也从254亿美元下降到240亿美元。同时,企业利润也有大幅跌落。今年所有上榜公司的净利润总和为1.6万亿美元,同比大幅下降20%,是2009年以来最大跌幅。这些企业的营业收入和利润下降的直接原因显然与2020年新冠疫情在全球蔓延有关。新冠疫情的蔓延导致全球供应链中断,西欧、北美、东亚这些地区的经济活动发展停滞。世界500强的经营收缩,导致收益下降。

虽然2020年新冠疫情带来了企业经营困难,但是上榜中国公司的平均销售收入和平均利润与上年相比基本持平。同时,由于从疫情中较快恢复,进入2021年排行榜的中国公司不仅数量上的优势扩大,而且企业经营状况在横向对比中也有提升。

值得关注的是恒逸集团首次上榜,这标志着恒逸集团正式迈入全球大公司、大集团行列,企业价值和综合实力在全球得到权威认可与展示。恒逸方面表示,2021年,是恒逸集团“六五”规划的开局之年。基于过去取得的成就和未来的发展规划,恒逸集团提出了到2024年恒逸建企50周年

时进入世界500强前300名、到2044年恒逸组建集团50周年时成为国际一流的石化产业集团的“两个五十年”奋斗目标,吹响了引领恒逸集团逐梦前行的时代号角。

盛虹集团大幅跃升144位也令人惊叹。盛虹表示,当前,“双循环”新发展格局和“双碳”目标的提出,使得全球原有的产业链、供应链、价值链面临着重大调整。过去一年,盛虹集团强化科技创新和产业链供应链韧性,加强基础研究,推动应用研究,以重大项目建设和前瞻战略规划,推动产业“强链”“延链”,加快解决“卡脖子”难题,全面布局新能源、新材料等国家战略性新兴产业,加快构建新发展格局,发出向高端制造强国转型的冲锋号角。

恒力集团进入世界百强,作为恒力集团在聚酯化纤全产业链业务领域的唯一上市平台,恒力石化形成了从原油到聚酯化纤产业的全产业链一体化协同发展模式,并凭借规模化优势带来的成本下降和一体化产业带来的协同效应,成功跨过“营收千亿、利润百亿”门槛。2020年,恒力石化业绩取得逆势大幅增长,营业总收入1523.73亿元,归属上市公司股东净利润134.62亿元,创历史新高。

山东魏桥创业集团位列第282位,比上年上升26个位次。这是魏桥集团自2012年进入世界500强以来,连续第10年上榜世界500强榜单。魏桥表示,“十四五”时期,集团确定了新的发展目标:科技创新取得新成效,建设“创新魏桥”“科技魏桥”;协调发展得到新提升,建设“智造魏桥”“品牌魏桥”;生态文明建设实现新进步,建设“绿色魏桥”“生态魏桥”;国际化运营取得新突破,建设“开放魏桥”“国际魏桥”;民生福祉达到新水平,建设“责任魏桥”“慈善魏桥”。

劲霸集团 5 天 3 次捐赠， 累计 5000 万元物资驰援河南

近日,河南受极端天气影响遭遇特大水灾,引发严重洪涝灾害。不断传来的灾情信息、呼唤物资的迫切需求、被洪水浸泡的救援身影……救灾一线需求就是我们的号令,劲霸集团迅速行动,5天3次捐赠,风雨无阻,紧急调配5000万元救灾物资,昼夜运输驰援河南。

7月21日,得知河南灾情时,恰巧劲霸管理团队正在举行内部会议,管理层及员工们立马停下手中所有工作,深入了解灾情与需求,成立赈灾专项小组,紧急联络各方,寻找最快可以完成物资捐赠、接收的捐助渠道。同时调动全集团各品牌、各仓库物资资源,甚至是上下游供应链合作伙伴资源,只为能尽快筹措好物资送抵河南灾区。21日当晚劲霸集团通过中国青年发展基金会紧急捐赠了第一批1000万元物资,包括劲霸男装服装、劲霸男装全副健康品牌“劲心劲意”的口罩及防疫包等防疫、健康防护物资,驰援河南。

7月24日,在了解到救灾一线的急切需求后,劲霸集团再次行动起来,向河南新乡市辉县、周口市扶沟县捐赠2000万元物资。

7月25日,劲霸集团赈灾专项小组成员们紧紧盯着各种渠道传来的河南灾区动态及物资需求,再次响应灾情需求,紧急昼夜行动,向河南发起第三次捐赠,筹措2000万元物资驰援河南。

截至7月29日17点,劲霸集团驰援河南的5000万元物资已全部送抵灾区。劲霸集团将持续密切关注灾区需求及灾后防疫、灾后重建等需求,尽己所能,精准驰援。劲霸男装始终以“家国实业楷模”为愿景,履行中国品牌的社会责任,“劲心”携手风雨一起扛!(万喆)

指标平稳回升,运行态势整体稳中加固

2021 年上半年纺织行业经济运行分析发布

■ 中国纺织工业联合会产业经济研究院 / 供稿

2021年上半年,面对错综复杂的国内外发展环境,我国纺织行业全面贯彻落实党中央、国务院决策部署,持续巩固拓展疫情防控成果和生产运行稳定态势,产业循环保持畅通,行业景气度回升至高位,企业效益稳步改善,投资信心有所恢复,主要运行指标平稳回升,经济运行态势整体稳中加固。特别是在国内外疫情形势有所反复的情况下,我国纺织行业展现了较强的发展韧性,确保了产业链供应链的完整、稳定运行。展望全年,纺织行业面临的发展形势仍错综复杂,不稳定不确定因素较多,全年保持平稳运行仍面临诸多考验。

行业景气度升至高位, 生产形势持续向好

2021年以来,在国内疫情防控形势总体平稳、国内外市场复苏向好支撑下,纺织行业景气度和产能利用水平均持续稳步向好。根据中国纺织工业联合会调查数据,2021年二季度我国纺织行业景气指数为65.4,连续5个季度位于50荣枯线以上,较2021年一季度提升8.3个百分点,为2012年以来的最高水平,反映企业经营信心及前景预期显著好转。根据国家统计局数据,上半年,纺织业和化纤业产能利用率分别为79.7%和86.1%,均高于同期全国工业77.9%的水平,较2020年同期分别提高9.4和9个百分点。

生产形势持续向好。根据国家统计局数据,上半年,全国规模以上纺织工业增加值同比增长9.6%,以2019年上半年为基期计算(下同),两年平均增长1.1%。产业链各主要环节生产形势全面回升,超半数环节工业增加值增速达到10%以上。

内需市场逐步改善, 出口形势明显回暖

2021年以来,我国国民经济稳中向好带动消费潜力稳步释放,在上半年多个假日带动下,纺织品服装内需市场稳步恢复,对行业经济运行平稳回升的拉动作用增强。根据国家统计局数据,2021年上半年,全国限额以上服装鞋帽、针纺织品类销售额同比增长33.7%,两年平均增长3.7%。网络零售活力不断激发,“小而美”的自主品牌、“国潮”品牌及休闲运动品牌市场活跃度提升,上半年全国网上穿类商品零售额同比增长24.1%,增速较上年同期提高27个百分点,两年平均增长9.8%。

在全球疫情不断反复的形势下,我国出口企业的应对能力日渐增强,展现了良好的抗风险能力,纺织品服装出口保持良好增长。中国海关快报数据显示,2021年上半年我国纺织品服装合计出口金额为1400.9亿美元,同比增长12.1%,



上半年纺织行业经济运行持续稳定恢复,为全年实现平稳运行打下了良好基础。

两年平均增长6.2%。在海外终端市场需求恢复、出口渠道逐步多元等因素带动下,服装出口形势持续好转,上半年累计出口金额达715.3亿美元,同比大幅增长40.3%,两年平均增长4.4%,占纺织品服装出口总额的比重由上年同期的40.8%上升至51.1%。今年以来,随着全球新冠肺炎疫苗接种率提高,防疫物资需求有所回落,我国纺织品出口金额随之缩减,上半年累计出口金额为685.6亿美元,同比减少7.4%,两年平均增长8.1%。

质量效益持续改善, 发展信心稳步回升

根据国家统计局数据,上半年,全国3.3万户规模以上纺织企业累计实现营业收入23434.9亿元,同比增长20.3%,增速较上年同期提高36.7个百分点,两年平均增长0.3%;实现利润总额1078.9亿元,同比增长41.1%,增速高于上年同期60.1个百分点,两年平均增长6.9%。企业盈利能力加快恢复,上半年,规模以上纺织企业营业收入利润率为4.6%,较上年同期和今年一季度分别提高0.7和0.5个百分点。产业链各主要环节营业收入实现同比增长,上半年纺织业、化纤业和服装业营业收入同比分别增长18.9%、35%和13%。超六成环节利润增幅达到30%以上,其中化纤业受大宗商品价格上涨以及上年同期低基数因素影响,利润总额同比大幅增长387.8%。产销衔接更趋顺畅,运行质量持续改善,上半年全国规模以上纺织企业成品周转率和总资产周转率分别为13.2次/年和1.1次/年,同比分别加快22.6%和14.2%;三费比例为6.8%,较上年同期降低0.5个百分点。

根据国家统计局数据,上半年,我国纺织业、化纤业和服装业固定资产投资完成额同比分别增长

15.2%、16.6%和5.8%,增速较上年同期分别大幅回升37.6、33.5和43.7个百分点。从区域分布来看,我国东部的山东省、江苏省和浙江省全产业链投资额实现正增长;中部地区投资呈现恢复性增长,特别是受疫情巨大冲击的湖北省投资回升更为明显。

不确定因素仍待化解, 平稳发展蕴含新机遇

总的来看,上半年纺织行业经济运行持续稳定恢复,为全年实现平稳运行打下了良好基础。展望2021年全年,纺织行业经济运行具备继续稳中加固、稳中向好的支撑因素。我国宏观经济稳定恢复,就业、收入、消费循环持续优化均衡,为纺织行业畅通产业循环提供了最为重要的内生动力。依托于完整、先进的制造产业体系,行业出口竞争力稳定释放,有能力把握住国际市场复苏回暖机遇。立足“双循环”新发展格局,纺织行业将积极落实扩大内需战略,将提升传统消费、培育新型消费、创新流通方式等举措与供给侧结构性改革进一步深度融合,努力挖掘内外市场需求潜力,在推进高质量发展中开拓发展新空间。

与此同时,也要看到全球疫情仍在持续演变,国内经济恢复仍不稳固,纺织行业发展也面临不稳定不确定因素。今年以来,全球疫情多次反复,国内疫情在多地出现局部反弹,增加了市场复苏的不确定性,对纺织行业产销形势保持平稳形成考验。大宗商品价格上涨明显,超出终端市场恢复程度,对纺织产业链中下游行业企业造成一定生产经营压力。此外,结构性用工短缺、综合成本上涨等常态化风险压力也仍待化解。

纺织行业将积极贯彻落实党中央、国务院的决策部署,进一步深化供给侧结构性改革,大力推动高质量发展,继续发挥好纺织行业在保障稳定供给、激发内需活力、改善就业与收入等方面的积极作用,努力巩固经济运行稳步向好基础,为我国国民经济在“十四五”开局之年实现平稳健康发展做出积极贡献。TA

公司
COMPANY

以史为鉴,开创未来!

旭日集团杨勋分享参加建党100周年系列庆祝活动心得感悟

7月30日,全国政协委员、惠州市外商投资企业协会会长、旭日集团副董事长兼总经理杨勋在旭日集团惠州总部分享了参加建党100周年系列庆祝活动、现场聆听习近平总书记“七一重要讲话”的心得感悟。



分享会呼吁新一代中国青年为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献智慧和力量。

此次分享以旭日集团惠州总部为主会场,集团香港总部、石家庄常宏总部为直播分会场,三地同时进行。分享会现场逾700人,在线观看直播逾1000人,参与和聆听了这次感悟分享会。

会上,杨勋详细描述“建党100周年系列庆祝活动”的细节、伟大、震撼,赞叹与会现场安排严丝密缝、各项措施严谨细心,并与国外疫情控制及活动组织情况对比,引导大家思考国家所展现出来的自信、强大,并用朴实的语言解析习近平总书记“七一重要讲话”。杨勋强调“没有中国共产党就没有新中国”,一百年的艰苦奋斗,不负韶华,砥砺前行,“五个庄严宣告”向世人彰显中国共产党的伟大功绩。初心易得,始终难守,守江山,守的是人民的心,血脉在人民,力量也在人民。以史为鉴,开创未来,做到“九个必须”。

互动交流中,杨勋精彩解答了来自三个会场的提问,呼吁新一代中国青年要学好“四史”,勉励在座的全体党员同志,要时刻牢记初心使命,努力为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献智慧和力量。(罗欣桐)

“池上锦”杯中国汉服设计大赛初评结果出炉

25份作品入围决赛

■ 本刊记者_罗欣桐

8月3日,盛世中国——“池上锦”杯中国汉服设计大赛初评在北京圆满举行。经过评审团严格考量、精心挑选,最终25份入围作品诞生。

本次初评评审团阵容鼎盛。由中国著名艺术家、中国服装设计第一届、第九届“金顶奖”获得者张肇达担任评判长,中国服装设计第七届“金顶奖”获得者、北京时装设计师协会会长、房莹服装设计(北京)有限公司艺术总监、第29届奥运会开幕式服装造型工作室主任设计房莹,中国服装设计第八届“金顶奖”获得者、中国服装设计师协会副主席、广东省服装设计师协会主席、厦门国际时尚联合会主席计文波,中国服装设计第十七届“金顶奖”获得者、中国纺织非遗推广大使、ROSEW玫瑰黛定制品牌创始人刘薇,中国服装设计第二十三届“金顶奖”获得者、合集置和设计师集成平台创始人张义超,清华大学美术学院长聘教授、博士生导师,中国美术家协会服装设计艺术委员会副主任兼秘书长肖文陵,教育部纺织类本科教学指导委员会委员、北京服装学院服装艺术与工程学院院长王永进担任评委,一起寻找符合赛事要求的现代汉服设计佳作,为行业挖掘新锐人才。

中国纺织工业企业管理协会常务副会长、中国纺织流通分会副会长谢青,中国纺联新闻中心副主任、《纺织服装周刊》杂志社社长徐峰等大赛主办方代表参加了活动。初评会由中国纺织摄影协会常务副会长、中国纺织工业联合会流通分会副会长于敏静主持。

参赛作品多结合现代审美进行重构

本次大赛自4月22日启动上线,至7月20日截稿,共收到来自全国百余家服装企业及设计工作室、专业设计院校的757份来稿,覆盖北京、上海、天津、广东、广西、福建、海南、云南、贵州、四川、江西、黑龙江、吉林、辽宁、内蒙古等29个省市区。同时,也收到了来自英国及意大利留学生们的海外来稿。

本次大赛自征稿开启,就受到了各大院校及设计师的广泛关注,借助中国纺联平台资源优势,在全国服装院校掀起一阵汉服潮,在各大大学生时装周平台、设计机构、电商平台引发广泛关注,不仅成为年度服装设计领域热搜度最高的赛事IP,更进一步推动汉服文化出圈,激活汉服市场潜力空间。

大赛初评采取“云评选+线下初评会”形式。8月2日,7人评审团对参赛稿件进行了云评审,甄选出符合赛事要求、质量较好的稿件109份;8月3日,线下初评会围绕赛事主题、设计风格、文化内涵、市场价值等要素,结合决赛呈现效果及行业引导效应,经过现场反复推敲,选出25份优秀作品进入成衣制作阶段。此外,8月4—10日,对25份入围作品还将进行网络投票,角逐“网络人气奖”。

评判长张肇达表示,本次参赛作品整体水平较高,很多作品都给他留下深刻印象。入围作品有一个共同特点,它们的设计能让人看到当代性和时尚感。比如,不少选手采取了短款的造型,或者对传统图案根据现代审

“池上锦”杯中国汉服设计大赛 初评入围作品名单

公示编号	作品名	作者姓名
1	冬病夏治	汪美祺
2	清泉·石上	张佳琳
3	竹影清风	王远东
4	千户藏寨	单云云
5	旧梦入衣裳“锦上添花”	陈锦涛
6	华裳印象	裴义
7	美人首饰王侯印	张倩倩
8	年年有余	周巧珍
9	暮山溪	杜家馨
10	山水之间	杨新月
11	曲韵腔调	余凌风
12	上善若水	林洗余
13	凤荷织合	赵林
14	花想容	雷文婧
15	檐语	郎晨汐
16	尚焜放鹤疏同归	王立浩
17	和合自在	马海昆
18	侠客行	朱金标
19	隐仙	赵悦汝
20	笙缘	杜家馨
21	触动	金思佳
22	丝路敦煌	刘萍
23	归去来兮	马亮
24	盛世华颜(风·韵)	李玉兰
25	知鹤	董博深

美标准进行了重构,艺术化的细节处理恰到好处。赛事聚焦汉服的时尚化创新,因此,张肇达对入围选手提出建议,制作成衣时,不妨跳脱常规,让汉服与国际时尚主流接轨,把汉服变成更符合现代生活方式、更多人能够欣赏和分享的服饰。

肖文陵表示,本次参赛作品比较成熟,大部分都能跟今天的生活方式、生产方式相结合。近年来,年轻人对民族服饰文化的接触比较深入,参赛作品也能让人看到他们非常多元和独立的思考。比如,不像过去在流行服装上添加符号化的元素,表现出一种不自信。本次入围作品对民族服饰文化表现出了独立的主体性把控,是一个好的趋势,因此,本次大赛对传统服饰文化而言,本身就是一次突破。

他建议,入围选手应遵循设计初心,做出水准。比如,慎重选择材料,若能根据作品主题理念对材料进行二次创新,在可视化过程中应该能取得好的呈现。

刘薇表示,在这么短的时间内收到这么多的高质量稿件,而且在这些作品当中看到很多让人眼前一亮的创意,选手们在保有原来汉服元素的基础上进行了大胆的创新,这是非常好的。

近年,汉服热潮兴盛,很多汉服品牌的网上销售也做得相当不错。大赛对汉服产业核心设计师释放出了一个非常有益的信号,用专业的赛事去引导创新,发掘汉服文化的后劲儿。刘薇说:“希望入围选手首先要尊重自己最初的设计图稿,制作过程中不要改变太多。第二,要保持传统服饰的一些规制,保留的同时大胆去创新,

比如用环保材料、新工艺和新科技,展现符合时代审美的元素。”

房莹表示,本次参赛作品水平很高,汇集了大量的优秀青年设计师作品,能够从中看到很多传统的文化符号、纹样等。这几年汉服的热潮持续升温,尤其推动了更多年轻人关注中华民族的文化,是非常好的现象。这次大赛选手大都是新锐设计师,他们都有着专业的知识,而每个选手的不同关注点又将为汉服设计注入更多的新鲜活力。“希望入围选手在成衣制作中能够严格根据入选的设计图制作,同时考虑在舞台呈现的完整性。”

积极推动参赛作品商业化落地

于敏静表示,从本次参赛作品中,能够看到选手们在对中国文化元素的运用、对汉服文化的理解,以及对改良创新的汉服实穿性考量方面都做得比较好,在设计上避免了戏剧化表达,达到了主办方和行业专家共同期盼的结果。

本次大赛的发起者之一、成都“池上锦”汉服文化产业街区以“文化强国”、“服饰强国”为使命,致力发挥市场的流通效应,推动中华民族服

饰文化的传承与创新。于敏静表示,以大赛为载体,将汉服文化通过服装落地,本次活动已在整个产业里形成了一股强大的推力。“目前来看应该能达到一些效果,因为有些作品是可落地、可售卖的。在生产制造环节,比如,池上锦街区能够对设计师作品进行市场化引导,甚至可以跟街区的商家和品牌联手,直接把获奖作品进行商业转化。”最后,她希望选手们能够在制作环节把握好细节,聚焦艺术性和实穿性,在决赛舞台上完美的呈现。

最终,经盛世中国——“池上锦”杯中国汉服设计大赛评审团初选,25份入围作品名单揭晓,入围作品效果图将进行公示。

大赛由中国纺织工业联合会指导,中国纺织工业企业管理协会、中国纺织工业联合会流通分会、中国服装设计师协会、中国纺织服装教育学会、成都市金牛区人民政府、成都嘉润置业集团主办,《纺织服装周刊》杂志社、成都大成市场经营管理有限公司、成都市池上锦商业管理有限公司、中国纺织摄影协会承办,四川省服装(服饰)行业协会支持。

据悉,本次大赛决赛将于9月26日在成都隆重举行。ITA



《冬病夏治》汪美祺



《清泉·石上》张佳琳



《竹影清风》王远东



《千户藏寨》单云云



《旧梦入衣裳“锦上添花”》陈锦涛



《华裳印象》裴义



《美人首饰王侯印》张倩倩



《年年有余》周巧珍



《暮山溪》杜家馨



《山水之间》杨新月



《曲韵腔调》余凌风



《上善若水》林洗余



《凤荷织合》赵林



《花想容》雷文婧



《檐语》郎晨汐



《尚焜放鹤疏同归》王立浩



《和合自在》马海昆



《侠客行》朱金标



《隐仙》赵悦汝



《笙缘》杜家馨



《触动》金思佳



《丝路敦煌》刘萍



《归去来兮》马亮



《盛世华颜(风·韵)》李玉兰



《知鹤》董博深

江西服装学院理事长涂顺强：

适应新形势，民办教育开拓发展新局面

■ 王新平 / 文

当前，中国教育进入了高质量发展阶段，民办教育的发展定位和目标任务发生了历史性变化。民办教育从业者正积极适应新形势，在政府和各界支持下，谋划开拓新的发展局面。

2021年4月7日，修订后的《中华人民共和国民办教育促进法实施条例》(以下简称《实施条例》)正式公布,并将于2021年9月1日起施行。据介绍,一直以来,我国对民办学校的规范和管理相对较为完善,但是,在维护民办学校的相关权益方面尚有提升空间。此次《实施条例》进一步增加和明确了扶持的政策,破解了长期存在的难点问题,有利于促进民办教育持续健康高质量发展。

那么,民办学校该如何发挥灵活、敏锐的优势,有效激发民办教育的内生动能?如何加强师资队伍建设,开展差异化、多元化、特色化的教育供给,解决好人民群众最关心最直接最现实的教育问题?

为探索这些问题,记者走进了江西服装学院,该校历经30年的发展,伴随着中国服装产业的发展,成为了中国民办高校发展中的典型代表。在采访中,江西服装学院理事长涂顺强表示,2021年是江西服装学院建校30周年,30年来,学校始终秉持着“办教育、做公益、创事业”的大情怀开启教育创业,专注服装教育,追求心中的“服装强国梦”,形成了“内涵式、特色型、国际化”发展之路。

传承公益,为人民办教育

问:民办教育成为中国特色社会主义教育事业的重要组成部分,也是促进教育改革的重要力量。对此,有着30年发展历程的江西服装学院的办学宗旨和发展目标是如何传承的?

涂顺强:首先,作为民办高校,江西服装学院的办学立场是:永葆培育服装人才初心,办中国特色社会主义大学。这也是我们办特色大学的初衷。

与公办院校不同,民办高校实行的是董事会(理事会)领导下的校长负责制,在办学基础、经费来源、队伍结构和干部管理程序上有所差异,正因如此,民办高校要让党组织发挥政治核心和监督保障作用,高度重视党建工作。今年是中国共产党建党100周年,党建工作作为一项重要内容纳入我校“十四五”规划,我们会全面加强党的建设,夯实党建工作基础,切实增强党组织的政治领导力,为学校发展保驾护航。

办校30年来,幸遇国家兴盛富强之发展期,学校全面贯彻落实党和国家的教育方针,全面落实国家和江西省中长期教育改革和发展规划纲要,坚持走以质量提升为核心的内涵式发展道路,牢固树立创新创业、转型发展的理念,围绕立德树人的根本任务,加快推进教育现代化,深化教育综合改革,推进“放管服”,提升办学实力。



江西服装学院校园一角。

问:在民办教育新法新政下,无论是非营利性还是营利性民办学校,都要把恪守公益属性和社会责任放在首位。那么,民办教育如何端正办学思想,确立长远目标,江西服装学院有哪些经验与做法?

涂顺强:江西服装学院创始人涂润华先生一直以教育家的胸怀,坚持教育公益性方向,遵循教育规律,紧跟市场需求竭力推进学院的发展。他曾经饱含深情地教导我们:“教育是一份功德无量的事业,必须有强烈的社会责任感,要办就要用心办出品牌。”

江西省教育厅郭杰忠厅长最近说过,我们民办教育要做到三个“一点”:对学生要好一点,对老师要好一点,眼光要放长远一点!江西服装学院办学始终遵循并做好这三个点。

江服建校30年来,从最初租房办学到建成八百亩新校区,到2019年学校接受并顺利通过了教育部的本科教学合格评估,再到走上“内涵式、特色型、国际化”发展之路,学院秉持初心愿景,特色教育品牌愈加闪亮。

坚守特色,打造市场需要的人才高地

问:随着中国特色社会主义事业进入新时代,人民的教育需求也从“有学上”转向了“上好学”,您认为民办教育如何实现角色转变,从“弥补教育资源不足”转向为人民“提供多样化、个性化的教育”?

涂顺强:江服不跟风办学,不盲目扩张,不一味追求规模。数年前,江西服装学院就从源头上控制办学规模,为真正做好内涵式建设和发展的终极目标做好准备。

高等教育要做到“特”与“高”——有特色、高水平。今年,江西服装学院服装设计与工程、服装与服饰设计2个专业入选国家级一流本科专业建设点名单,实现了江西服装学院本科专业建设跨越式重大突破。

自2019年教育部和江西省启动一流本科专业建设“双万计划”以来,江西服装学院迄今共获批一流本科专业建设点4个。其中,国家级一流本科专业建设点2个,省级一流本科专业建设点2个。除此之外,江西服装学院还有国家级一流课程2门,省级重点学科1个,省级特色专业4个,省级精品课程34门,省级优质思政课2门。“十三五”期间,江西服装学院还荣获江西省本科教学成果奖一等奖2项,二等奖4项。

专注于服装教育特色,江西服装学院以特色凝练核心竞争力,努力把学校建设成服装行业及相关产业市场需要的人才高地,推广“学校+市场”的办学特色、“技术+艺术”的教学特色、“设计师+企业家”的育人特色、“传统+国际”的发展特色。

布局谋新,建设产教融合型大学

问:随着我国教育事业进入高质量发展阶段,作为民办高校的一员,江西服装学院如何适应新形势,规划未来的新发展?

涂顺强:作为应用型本科院校必须与行业、产业有着血缘关系。未来,我们将以师资队伍建设为核心,以深度产教融合为驱动,建设一个产业背景、行业依托的产教应用型大学。

在今年的全校教职工代表大会上,我们提出将围绕“三三五”布局发展,即采取强内涵、上层次、入一流“三步走”;打好公益文化、红色文化、服饰文化“三张牌”;实施一流学科建设工程、一流专业建设工程、师资队伍优化工程、人才培养模式改革工程、江服文化建设工程等“五大工程”。到2035年,将学校建设成为硕士学位授权单位,成为服装应用型研发基地和高水平应用型人才培养的摇篮。**TA**

这些服装新技术受欢迎!

“纺织之光”服装行业数字化重点技术成果推广活动在杭州举行

■ 本刊记者_郝杰 文/摄



会上,纺织之光科技教育基金会向捐赠单位中国服装科创研究院颁发捐赠证书。

7月29日,由中国服装协会、中国纺织工业联合会科技发展部、纺织之光科技教育基金会共同主办的“纺织之光”服装行业数字化重点技术成果推广活动在浙江省杭州市举办。会议就数字化营销、智能穿戴、三维仿真、柔性化生产、数字化供应链等科技成果进行了交流。

中国纺织工业联合会副秘书长、纺织之光科技教育基金会理事长叶志民,中国服装协会顾问、中国服装科创研究院高级顾问蒋衡杰,中国纺联科技发展部部长张放军,中国服装科创研究院副院长刘正安,浙江省电子商务促进会副会长韩杰等领导,以及各地服装企业、科研机构、专业院校的代表200余人出席会议。会议由中国服装协会副秘书长兼科技部主任、中国服装科创研究院副院长、中国服装智能制造联盟工作办公室主任杜岩冰主持。

叶志民在致辞中说,此次会议是本年度纺织之光基金会资助开展的第3场纺织科技成果交流推广活动,也是自2010年以来开展的第59场面向全行业的公益性科技成果交流推广会。目的是加强科技创新对服装行业转型升级发展的支撑作用,构建服装行业创新生态体系,系统总结并向全行业推广、推荐当前先进、科学、实用性强、效益明显的服装用新技术成果,推动创新成果的产业化应用。

在介绍了纺织之光科技教育基金会的历史后,叶志民表示,“纺织之光”作为行业公益平台,用于公益活动的资金来源于纺织服装行业企业和个人的捐赠,从2008年以来,已有200多家企业和企业家向基金会捐赠,其中包括中国服装协会和许多服装企业,基金会累计收到捐赠款物2亿多元,公益支出超1亿元,这些资金为行业科技教育发展起到重要作用,这是企业履行社会责任的具体体现。此次将数字化智能化技术应用成果在服装行业内开展交流分享,希望更多企业在数字化智能化转型发展中获得灵感,得到借鉴,不断提升智能化生产水平。

在主题发言环节,东华大学教授、中国服装智能制造联盟专家组副组长闻力生作了“构建少人或无人的服装智能制造”报告。闻力生重点介绍了缝制机器人发展的沿革、技术特点、发展方向。他说,实现服装加工少人或无人智能制造已经为期不远。

在成果推广环节,六位专家就数字化在服装领域的应用进行了讲解。会后,全体代表参观了中国服装科创研究院,以及伊芙丽等入驻艺尚小镇的服装企业。



成果一 数字化营销解决服装行业转型方案

介绍人:浙江省电子商务促进会副会长韩杰

项目简介:本项目结合各目标市场消费习惯和文化等不同,定制本地化的数字化营销转型方案。前期,通过市场调研、产品分析、营销规划等做好品牌战略规划;中期,基于调研和规划,持续执行品牌专属网站建设和运营,本地化内容塑造,多渠道营销矩阵构建等多维度的品牌运营内容;持续期,基于实际数据表现,更加了解海外用户画像、市场需求及用户分布,更好的为企业品牌营销提供真实数据支撑。

成果二 服装款式感性量化设计沟通与决策系统

介绍人:上海露汀企业管理咨询有限公司创始人贾小艺

项目简介:本项目是帮助服企建立精准设计出款决策体系的数字化解决方案,包括精准设计战略、产品设计需求数字化、设计沟通机制、量化设计落地辅导4个模块。真正实现精准定向设计,可适用于订货、快反、流行、不同属性的设计决策模式,可有效帮助服企提升设计出款效能、降低误款率带来的研发成本,同时赋能设计师个体,更高效的为服企提供设计服务,赋能销售经营者可以更便利的找到自己适合的款式设计,提升产品运营效率。

成果三 消费级智能穿戴场景应用解决方案

介绍人:向维智联(福建)科技有限公司 CEO 杨鑫杰

项目简介:智能穿戴不仅仅是服饰行业的变革,它是人的内观视界与外观视界的需求不断提升,多行业科技融合的结果。向维智联提供的消费级智能穿戴场景应用解决方案,作为一个智能穿戴的硬件方案及穿戴数据运营策略,会在这个万物连接的时代,以独特的使命、愿景、价值观和三阶进化论,做好To B服务,为行业的智能化进程贡献力量。

成果四 基于三维仿真技术的服装数字化缝前生产系统

介绍人:上海百琪迈科技(集团)有限公司董事长袁小燕

项目简介:本项目针对航空救生的需求,定向开发三维仿真软件,攻克了三维到二维样板逆向设计等核心难点。项目结合了三维仿真技术、服装CAD纸样、数字化人台模特等,实现了服装的3D模式和可视化,为特种服装的设计、开发、展示和决策提供了数字化的三维解决方案,能够显著缩短开发时间和成本,提高产品的品质,丰富产品的款式。

成果五 服装企业智能柔性化生产协同解决方案

介绍人:浙江衣拿智能科技股份有限公司智能制造总监熊未强

项目简介:本项目应用全智能TS吊挂+IPMS系统,融入智能挂式分拣仓储、立体库、AGV输送、分拣及自动打包等设备,可为企业量身打造全信息化、数据化、智能化工厂,为企业解决在生产制造过程中效率低及响应速度慢等问题,提供从原材料的智能化仓储、面辅料自动运输、松布、拉布、裁剪、全智能空中物流运输等全套解决方案。

成果六 数字驱动下的服装业全渠道中台解决方案

介绍人:广东志华软件科技有限公司市场总监张洁

项目简介:本项目的供应链版块建立从设计至版房到样衣的管控流程,有效降低样衣成本;重点对物料用量计算、采购管理、生产计划跟进等方面进行生产、成本控制的有效管理,从而降低生产制造成本,提升企业整体敏捷供应链能力。项目已经过3代更新,解决方案涵盖供应链、新零售、全渠道等6大板块,获得7项软件著作权,至今已服务包括雅莹、歌力思、日播、安奈儿等在内的1000+大中型服饰企业,现有30000+服饰店铺正在使用志华系统。**TA**

时尚与科技融合

世界时尚科技大会暨 2021 中国服装科技大会举行

■ 本刊记者_郝杰

新一轮技术变革及其应用在全球范围内迅速孕育兴起，推动着服装行业以全链路的数字化转型、智能化重塑和绿色化发展彰显时尚产业新活力，打造新的制造范式、缔造新的运营模式、构建新的产业生态、创造新的消费价值。



THE WORLD FASHION TECHNOLOGY CONFERENCE

7月28日，世界时尚科技大会暨2021中国服装科技大会在浙江省杭州市临平区举行，本次大会由中国纺织工业联合会、中国服装协会、浙商总会、杭州市临平区人民政府联合主办，杭州临平新城开发建设管理委员会、中国服装智能制造技术创新战略联盟、中国服装科创研究院、浙商总会时尚产业委员会联合承办。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中国纺联副会长、中国服装协会会长陈大鹏，国家工信部消费品工业司纺织处处长曹庭瑞，纺织之光科技教育基金会理事长叶志民，中国服装协会常务副会长杨金纯，中国服装协会顾问蒋衡杰，中国纺织工业联合会社会责任办公室主任、中国纺织信息中心副主任阎岩，中国服装设计师协会副主席杨健；浙江省人民政府咨询委副主任张鸿铭，杭州市副市长柯吉欣，临平区委书记陈如根，临平区委副书记、区长施华森；中国工程院院士潘云鹤，中国工程院院士、浙江理工大学校长陈文兴，浙商总会副会长竺福江等领导专家，以及来自全国各地服装企业的负责人出席会议。

会上发布了临平·数字时尚（服装）产业大脑。由中国服装科创研究院作为牵头运营单位，以中国工业互联网研究院浙江分院为技术承建单位，以得休科技、阿里云SupET等卓越平台服务方三位一体搭建的数字时尚（服装）产业大脑，汇聚服装行业全链数据，运用大数据、人工智能等新一代信息技术，实现产业链和创新链的双向融合，打造辐射全国、链接全球的贸易与技术交易服务平台。

杭州市临平区作为首个积极响应中国纺织工业联合会号召并面向区域内全产业链企业发布倡议的地方政府，在现场进行了杭州临平时尚产业“碳达峰、碳中和加速计划”倡议发布。

加快建立绿色、低碳、循环的时尚产业体系

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在致辞中表示，作为物质创造与文化力量的高度凝结，时尚产业应该具有强大的渗透力，同时还具有广泛

的辐射力以及深厚的感召力，成为现代产业体系的关键组成，促进高质量发展、创造高品质生活的重要引擎。从全球看，以服装产业为重要组成核心的时尚产业，目前有三大发展趋势：全球时尚正在成为科技创新密集的时尚、全球时尚正成为多元文化支撑的时尚、全球时尚正在成为负责任、可持续的时尚。我们要在下一步发展中，在全球时尚的经济潮流中占得先机、赢得主动，行业需要以时尚科技为支撑，系统推进高质量发展。

孙瑞哲为此提出三点建议：一是要构建高质量的时尚供给体系。加快形成创新驱动、数据驱动，要形成柔性供给体系，完善产品供给。以材料创新、工艺创新、设计创新，更好的匹配市场多元化和弹性化需求。二是培育高质量的时尚消费市场。我们要利用现在的技术力量，动用社会的一切资源，促进传统的民族文化、现代潮流文化等资源和产业价值的融合与转化，让它系统化地呈现在色彩、图案、面料、款式上。三是打造可持续的产业价值平台。中国纺织工业联合会将推进“时尚产业碳达峰、碳中和加速计划”，要选择30家领军的中国时尚消费品牌、60家领军的制造品牌，以及一批优秀的产业集群，共同开展碳中和加速行动，进行先行示范，以加快建立绿色、低碳、循环的时尚产业体系。

在主题发言环节，中国工程院院士潘云鹤、拜尔道夫东北亚董事总经理薛薇围绕“科技赋能产业迭代”展开主题分享，阐述了不少前沿观点。法国化妆品谷主席、路易威登集团秘书长 Marc Antoine Jamet 通过视频介绍了公司科技赋能时尚的实践。随后，还进行了两场高峰对话，中国高定第一人、玫瑰坊创始人郭培，万事利丝绸文化股份有限公司董事长李建华，美妆毛戈平品牌创始人毛戈平围绕“文化引领，国潮崛起”主题进行对话，多角度阐述了中华文化沃土对优秀国潮品牌的滋养、对中国品牌的文化自信。江南布衣董事长吴健，宸帆电子商务有限公司董事长朱宸慧（雪梨），娜拉美妆（NALA）创始人刘勇明就“品牌革新，智领未来”主题进行对话，阐述了时尚品牌数字化转型的新思路。

深化数字科技在产业链各环节的应用

2021中国服装科技大会围绕行业数字化研发、智能化生产、信息化管理、全渠道营销等话题进行了深入交流。杨金纯主持会议。

陈大鹏在致辞中说，当前，新一代数字技术日新月异，信息化、网络化、数字化、智能化交织演进，网联、物联、数联、智联迭代发展，全球正在加速进入以“万物互联、泛在智能”为特征的数字经济新时代。面对新冠疫情的影响，服装行业的科技创新展现出了强大的韧性，产业形态和运营模式加速变革，更深层次的科技革命正在重构产业创新版图，并重塑着产业的发展方式。深化数字科技在产业链各环节的应用，实现从消费感知到研发设计、制造、管理、供应链、营销等全链路的数字化转型升级，是产业实现动力变革、效率变革和质量变革的重要抓手，也是推动行业高质量发展的重要途径。产业数字化作为实现数字经济和实体经济深度融合发展的的重要手段，是新时代适应数字经济发展的必由之路和战略选择，也是服装行业当下和相当长时间内科技创新发展最重要的内容。

对于“十四五”发展，陈大鹏指出，面对新时代，服装行业将以持续的科技创新加快数字技术在全产业链各环节的应用，不断适应科研范式的变革要求，全面提升行业的基础能力和系统能力，并在新场景、新业态、新模式等方面跨界融合创新。

一是要加强推进基础研究和关键核心技术攻关，以全链路行业数

产业数字化作为实现数字经济和实体经济深度融合发展的重要手段，是新时代适应数字经济发展的必由之路和战略选择，也是服装行业当下和相当长时间内科技创新发展最重要的内容。

字化转型为目标，不断加强新型基础设施建设，推进基础性研究、共性关键技术开发和行业新型标准体系建设，狠抓成果转化和应用，形成以科技创新带动全面创新的新局面。

二是持续优化行业科技创新体系，推进以企业为主体产学研深度融合的技术创新体系建设，支持新型产业技术研发机构建设，鼓励战略性新兴产业技术创新项目，引导行业企业高端环节投入，着力提升产业自主创新能力，统筹提升科技人才队伍的规模与质量，营造良好的科技创新新环境。

三是着力打造数字经济新优势，以数字化转型、智能制造和质量品牌提升为主攻方向，加快服装设计、生产、营销、服务和价值创造方式的转变，构建高质、高效数据及知识库系统、产业链供应系统，建设工业互联网平台，对人、机、料、法、环等全要素进行重构，打造数字经济时代具有国际竞争新优势的产业新生态。

曹庭瑞在致辞中说，“十三五”以来，服装行业在科技创新、新技术应用，特别是利用新一代信息技术改造提升传统产业方面，取得了很大成绩。

对于服装行业未来科技创新发展工作，曹庭瑞提出三点希望：一是希望中国服装协会充分利用好智能制造技术创新联盟、服装科创研究院等平台，梳理行业技术主攻方向，组织力量，加强产业链技术攻关，并做好科技成果推广转化工作。二是服装行业要与上游纤维行业积极开展协同创新。三是要积极推进服装行业工业互联网建设，推动互联网、大数据、人工智能和服装行业融合发展，早日产生1—2家行业级的工业互联网平台。

行业涌现大批新科技成果和解决方案

会议公布了2021年度中国服装行业技术创新示范企业及入围企业10家、2021年度中国服装行业科技进步奖18项、中国服装专利奖13项，并进行了颁奖。会议还发布了《2021年度服装行业用优秀新技术成果及解决方案推荐目录》。

会议还进行了中国服装科创研究院橙织供应链平台发布。据介绍，橙织供应链平台依托中服科创研究院研发与服务资源，深度整合服装产业上下游资源，链接面辅料、生产商、设计师、版师、品牌方、跨境电商、直播电商、场景化精准匹配买卖双方业务需求、承载研究院数智化解决方案、教育培训及供应链金融等服务资源。

在主题论坛阶段，来自高校、企业的专家分别从数字化转型、产品技术创新、新零售等多维度发表了精彩观点。

中国科学院大学管理学院教授、博导韩永生以“加速批发向直接零售转型，实现稳定持续增长”为主题演讲。他说，目前多数品牌还是采用面向订货会的营销模式，这是造成产品库存、打折的一大原因。在市场洗牌阶段，这种批发模式应该向直接零售模式转变。要用高势能的品牌影响力、高效的商品运营力实现品牌持续稳定增长。

莱卡公司服饰业务亚洲副总裁胡焱钧为大家讲解了“弹性功能创新在服饰上的新应用”。他重点介绍了莱卡在合身科学、可持续发展方面的新技术。

杭州有赞科技有限公司联席总裁兼 CTO 崔玉松作了“有赞新零售赋能服饰品牌突破成长”的分享。他重点介绍了新零售的特征，分阶段落地新零售的方法，以及行业解决方案。

康丽数码大中华区拓展总经理洪俊玮以“硬核科技引领时尚产业可持续发展”为题介绍了服装过去5年的变化，导致印染技术从传统到数字化发展，并介绍了公司专有的数码印花技术设备。

阿里巴巴全球速卖通商家拓展运营专家谢佳青以“全球速卖通助力国货出海数字一体化解决方案”为题，介绍了速卖通海外市场布局，以及助力品牌出海降本增效的实施方案。

在圆桌论坛环节，波司登集团执行总裁梅冬、汉帛国际集团总裁高敏、雅莹集团财务总监兼战略投资总监张雪冰、白小T创始人张勇、劲霸男装（上海）有限公司科创研发中心总监徐京云以“新时代服装企业的创新动力”为主题，就消费品类创新、消费模式创新、服务模式创新等话题展开对话，畅谈了时尚与科技融合的创新体会。论坛由中国服装科创研究院副院长刘正安主持。[1]



28岁的纺城追梦人，用奋斗点燃青春的力量

■ 本刊记者_王利 文/摄

从历史中汲取奋进力量，在致敬中展现青春担当。在建党 100 周年之际，由新华社全媒编辑中心与湖南卫视联合推出的综艺节目《28岁的你》在青年一代中掀起热议。节目通过展现毛泽东、李大钊、周恩来等革命先辈 28 岁时的重要经历，聚焦当代同龄人面临的共同话题和时代选择。1921 年，毛泽东 28 岁，中共一大 13 位代表的平均年龄也是 28 岁，回望党的百年征程，青春始终是主旋律，而 28 岁恰好是青春的黄金时期。

小小船跨越百年，从站起来、富起来到强起来，中华民族的伟大复兴离不开千千万万 28 岁理想青年的不懈奋斗、代代相承。对于享誉全球的中国轻纺城而言，从一条河边布街起步，到万商云集的中国轻纺城市场，再到布满全球的国际纺织之都，华丽转身的背后，是五湖四海的纺织追梦人不忘初心、砥砺前行的身影。他们青年立志，用奋斗浇灌梦想；他们薪火传承，用创新回应时代的变迁。

近日，《纺织服装周刊》记者面对面采访了中国轻纺城成立初的创业者、新时期国际纺织之都建设的接力者、撑起纺城半边天的女性代表，展现不同时代 28 岁纺城追梦人的青春力量。

28 岁的回首：致敬“布一代”，在探索中前行

上世纪 80 年代初，一条不过四五百米长的狭长临河小街成了柯桥最繁华的商贸中心，来自全国各地的有志青年汇集于此。28 岁的他们肩负家庭的希望和人生的抉择，在探索中前行，他们敢闯敢拼、开拓进取，是中国轻纺城发展壮大的奠基者。

1988 年 10 月 1 日，绍兴轻纺市场建成开业，为当时浙江省最大的室内专业市场。这一年，28 岁的盛阿根，在橡胶厂干

着一份当时人人艳羡的工作，心里却盘算着自己的纺织梦。轻纺城成立后，他果断辞职，用仅有的一万元，在老市场租下一小间并不显眼的铺面，开启了纺织创业之路。如今，当初的一万元早已翻了上亿倍，盛阿根创立的绍兴禄龙针纺有限公司，集绒布面料生产、设计、销售于一体，在产品开发方面与各大院校达成合作，拥有强大的创新能力，产品远销日本、德国、法国、美国等全球各地。

目前，中国轻纺城已成为全球规模最大、经营品种最多的纺织品集散中心，市场经营户 3 万余户，经营品种 5 万余种，销售网络遍布 192 个国家和地区。盛阿根不断拓展的事业版图也正是中国轻纺城不断发展的缩影。从 28 岁至今，已年过花甲的老党员盛阿根，仍然奋斗在纺织前沿，发挥余热。“我是时代的幸运儿，因为赶上了改革开放的好时代，我会将我的纺织之路进行到底。同时，我希望现在的年轻人一定要把握青春，早日树立人生目标，保持不断创新和敢于拼搏的精神。”盛阿根说道。

从“柯桥水街”到“丝路柯桥”，从“步满全球”到“布满全球”，每一位创业的“布一代”都是轻纺城发展的见证者与参与者。年近 60 岁的王宝根是地地道道的绍兴人，从上世纪 80 年代开始投身纺织行业，经历了河边卖布、乌篷船运输时代，走遍了

山东、河南、四川、河北、北京等祖国的大江南北，把纺城面料推向全国各地。1990 年，28 岁的王宝根当上了父亲，下定决心为家庭创造更好的生活，他的纺织理想也更为清晰。回忆起当初闯荡全国的奋斗历程，王宝根直言“青春无悔”！

在柯桥，如盛阿根、王宝根一样的“布一代”有很多，他们有的或许已经成为柯桥纺织行业的中流砥柱，有的仍然从事默默无闻的小本经营，有的早已淹没在轻纺城发展的大潮里，但是他们每一个人都是中国轻纺城发展的推动者，都值得年轻的纺织从业者学习、致敬。

28 岁的期许：致敬“新生代”，在传承中创新

岁月如梭，光阴流转。伴随着纺城的飞速发展，一群朝气蓬勃的新生代青年逐步走在建设纺城的前沿。以中国轻纺城成立为起点，柯桥纺织行业的最早一批家族企业刚过而立之年，90 后的青年们正迅速崛起，并逐渐成为纺城发展的中坚力量。“布二代”们如何在传承与创新中拥抱自己的创业时代，不仅事关家族企业兴衰，也是关系纺城未来发展。

1996 年出生的朱可佳是在纺织行业文化熏陶下长大的，对纺织和纺城都有着不解之缘和深厚情感。“我父母从 1995 年开始在东市场经营工装、校服类梭织棉布，在我的记忆里他们总是很忙，我也是在市场嬉闹长大。看着全球不同肤色的采购商来到这个市场，因找到合适的面料而欣喜，看着一间间小小的商铺承载着一家人的生计，随着时间的推移不断发展壮大，我心中的纺织梦想悄然而生。”朱可佳说道。

大学期间主修服装设计专业的她，在 2018 年毕业后便回到父母经营的绍兴华为纺织品有限公司，通过专业知识和创新理念为公司发展注入新的活力，让工装面料在休闲、风衣领域多点开花。她延续老一辈实干拼搏、诚信经营良好精神的同时，又融入了自己的个性理念，注重产品原创设计，以市场需求为导向，在产品功能性和风格方面下功夫，深化产业链合作共赢，并不断拓宽营销渠道，以互联网思维开启线上线下同步发展。

青年须立志，青春须早行。作为一名青年党员，朱可佳对公司和个人发展有着明确的定位和目标。今年 25 岁的她为自己制定了 3 年规划，希望在 28 岁时遇见更好的自己。朱可佳告诉

不管是敢为人先、开创先河的“布一代”，还是传承创新、勇于变革的“新生代”，前赴后继的 28 岁青春逐梦者、创业者撑起中国轻纺城创新发展的脊梁。



记者，下一步，她准备在开一家分店，打造一个面料、服装体验馆，以更多活泼生动的形式发布公司最新面料，并从产品研发创新、线上线下融合、外贸拓展三方面入手，致力于将华为纺织发展为纺织行业的“华为”，进一步提升知名度和影响力。

创业难，守业亦难。面对国内的产业升级转型和不断加大的技术竞争，如何做好企业的传承，如何实现纺织基业长青，如何将父母的事业继续发扬光大？中国轻纺城的新生代纺织人深知传承不是墨守，而是创新，家族企业的传承不仅是父辈纺织基业的延续，更多的是一种创业精神的传承。

28 岁的担当：致敬“她力量”，在拼搏中坚强

在中国轻纺城发展过程中，有这样一股不可或缺的力量，她们挺拔又温柔，勇于接受社会挑战，时刻为自己充电，在 28 岁的人生阶段扮演着多重角色。在工作中她们用智慧与勤劳为纺城添砖加瓦，在生活中她们用包容与爱轻松处理好家庭关系。她们有力撑起了纺城发展的“半边天”，在平凡岗位上书写着不平凡的女性故事，是新时代不可或缺的“她力量”。

从自由单纯的文艺女青年到 2 岁孩子的妈妈，从一无所知的纺织小白到公司发展的参与者，今年 28 岁的万静，在几年的历练中，逐步学会了如何平衡好家庭、工作和个人诉求的关系。回到家中，她是温柔贤惠的母亲、妻子、儿媳，熟练地处理着各种家庭琐事；步入公司，她是精明干练的财务会计、洽谈业务的销售经理、思索公司未来发展的决策者之一。

“绍兴振发纺织品有限公司、绍兴万京纺织品有限公司是父母从温州来到柯桥，打拼二十余年的成果，这既是一份生计，也承载着老一辈的希冀。作为新时代的年轻人，我们有责任也有能力守住这份基业，并发扬光大。”万静说道。据了解，该公司主营各类中高端时尚毛呢面料，从原料端入手，纺纱、织布、印染每个环节都严格把关，成为国内许多知名品牌的专业供应商。

万静表示，社会发展带来消费方式的改变、科技发展带来生产方式的改变、互联网时代带来营销方式的改变，年轻一代应紧跟时代发展大势和纺织行业转型升级。下一步，万京纺织将融入消费潮流去引导潮流、依托科技创新去引领创新、拓宽营销界面去提升营销，从时尚、功能入手，加大产品研发力度，从电商平台、线上直播入手，创新拓展营销渠道，让传统纺织企业焕发时代风采。

“每一粒火种，都只为点燃希望晨光；每一个名字，都澎湃青春中国的力量……”不管是敢为人先、开创先河的“布一代”，还是传承创新、勇于变革的“新生代”，亦或是巾帼不让须眉、撑起纺城半边天的“她力量”，前赴后继的 28 岁青春逐梦者、创业者撑起中国轻纺城创新发展的脊梁。如今的中国轻纺城，是中国纺织业当之无愧的“领衔主角”，也成为柯桥经济发展的“重要引擎”。TA



打造新时期国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台，您将获取更多资讯。



欧蕾纺织：让蕾丝融入高品质生活

■ 缪智芬 / 文

“世界纺织看中国，中国纺织在柯桥”。这句响彻全国的宣传语，带动了一批又一批来自五湖四海的纺织追梦人相聚柯桥，打拼出属于自己的一片小天地。绍兴欧蕾纺织品有限公司创始人赵玲玲也是其中之一。

在北市场最热闹的地段，33岁的赵玲玲经营着一家蕾丝面料门市。12年前一个偶然的机遇，她和家人一起从四川老家来到柯桥开启了创业之旅。经过多年打拼，她经营的绍兴欧蕾纺织品有限公司已从一家纯外贸型公司，成长为一家集产品研发、生产经营、销售贸易于一体的综合性企业。

居安思危，逆境中寻求弯道超车

近年来，随着互联网在消费领域的渗透，纺织服装业也不得不面临“微利”时代的到来。有着庞大信息量的互联网，极大地方便了面料采购商询价、比价，但对于面料企业来说，利润一再被挤压，日子也就更加难过。

“以前，和我们公司固定合作的客户找我们做面料，不会再去向第二家比价，现在为了节约成本，很多客户都会以多家询价的方式选择最低价来做，有些甚至会从外地亲自过来柯桥这边选面料。”赵玲玲表示，在设计图稿的选择上，被客户选上的几率也比以前小了很多，比如以前10个版客户能选上8个，现在可能只有2个能选中。无形中，给面料企业增添了许多生产经营压力。

在这种市场环境下，很多面料企业不得不开源节流，更别说投入资金开发新品了。而欧蕾纺织却反其道而行之，大刀阔斧地投入大量资金研发新品、开发新花型，每月推出5—10款主打产品，让门市这潭池水不断注入新鲜水源、焕发新的生命力。

“卖面料就像开餐馆，你没有新菜品，客户来了看你的菜不够新，那么下次他就不会再来；但是如果你的菜很新鲜，那么客户还会再来，甚至一传十、十传百，生意自然会越做越好。”赵玲玲深知，好产品是企业长久发展的基石，也是一个企业的核心竞争力。想要在激烈的市场竞争中站稳脚跟，就要居安思危勇于创新，才能让企业走得更稳、更远。

目光长远，为蕾丝未来创新应用积极准备

门市生意不是家庭小作坊，赵玲玲有着自己的一本“生意经”，不迷失于眼前所取得的成绩之中，而是将目光落在企业三、五年后的发展上，她说：“现在的成绩是我以前努力的积累，但如果我现在不努力，两三年后这个企业很快就会被市场淘汰了。”

今年，蕾丝面料中比较流行用于制作整件旗袍的蕾丝面料，大

小小的品牌都会推出一两件旗袍，在今年3、4月份，欧蕾纺织已经有大批量旗袍面料订单成交。

“蕾丝花型一般经典款用条纹、格纹多一些，大牌一般用黑、白、枣红三色，设计上走素雅、简洁、大气路线，花型上多采用独立大花设计；而面向年轻女性的时尚品牌主要走软糯、可爱的风格，碎一点的花型更加受到年轻女性的偏爱。”赵玲玲对蕾丝面料的流行趋势有着自己的见解。她坦言，自己和设计团队经常会去看一些大牌的走秀、参加一些展会来扩展思路、激发灵感，捕捉流行趋势，使产品设计开发更加专业、前沿。

她还现场拿出一块白色的蕾丝面料介绍道：“像我们设计的这款蝴蝶花的蕾丝，也是用来做旗袍面料的，它在蕾丝的基础上还有印花工艺，很漂亮，是最近卖得比较好的，每天都在发货。”

欧蕾纺织的设计团队不仅能够独立进行产品开发，同时也会和一些品牌方合作，根据品牌方的设计理念和需求“一对一”地为他们“私人定制”蕾丝面料。这种定制的蕾丝面料，更加受品牌方的青睐，与品牌方的品牌风格更加契合，并且能做到早于市场、优于市场。

在专注于产品设计之余，欧蕾纺织也在研究蕾丝面料的创新应用，通过蕾丝与绣花、印花等工艺的结合让蕾丝的呈现方式更加多样化、时尚化。欧蕾纺织还有客户将蕾丝工艺应用到玻璃、车膜上，营造出一种朦朦胧胧、若隐若现的美感。

打造蕾丝高端品牌——欧蕾

记者了解到，欧蕾纺织主要面向中高端市场，对原材料的选取、染色与织造工艺、花型的原创设计等制造流程都有严格的把控。该公司有自己的工厂以及合作多年的染厂，有一套成熟完整的生产体系，生产的蕾丝面料其色牢度、产品性能方面均达到国家相关标准，并且可以向客户提供花型版权认证和产品质检报告。

一直以来，赵玲玲都秉承“厚德载物，诚信待人”的处世理念，在生意上更是如此。她时常和仓库负责质检的员工说：“哪怕这个单子是要亏钱的，也不能让次品布流入客户手中，更不能出现缺斤短两、不足米数的情况，每一米布都是客户对我们的信任，我们不能辜负客户对我们的信任。”

当问及企业接下来的发展目标，张玲玲坦言，企业的目标是将蕾丝面料做精、做细，实现品牌化发展。为此，该公司还创立了一个独立的蕾丝面料品牌——欧蕾，专注于中高端面料市场，开发优质网布、蕾丝、绣花面料，做高端女装面料品牌供应商，致力于在客户中打响品牌。将来，“欧蕾”品牌的目标是从柯桥走出去，走向杭州、走向上海、走向国门，走向更广阔的舞台，让蕾丝融入高品质生活。TA



原料价格走强，氨纶价格翻番

柯桥纺织指数用大数据赋能产业转型升级

■ 本刊记者_ 邬莹颖

近日，经中国·柯桥纺织指数监测，20210719期价格指数为107.94点，其中原料类价格指数为89.08点，同比增长16.25%，较年初增长10.26%。其中，原料类下属的其他化纤类从去年同期39.88点增长至83.66点，增幅达109.78%，较年初增幅为66.82%。其他化纤类产品中氨纶产品价格增幅特别明显，40D氨纶报价从2月1日约45000元/吨，增至7月5日的约73500元/吨，增幅达63.3%。

解密，氨纶价格为何持续上涨

氨纶价格为何一路走高？“中国·柯桥纺织指数”编制办公室团队在走访市场后总结，经济回升导致的市场需求缓步提升，美元贬值后出现生产资料价格上涨及产品偏好导致氨纶供求关系紧张等都是导致这一变化出现的原因。以产品需求转变为例，受疫情影响，疫情催生出口罩、防护服等防疫物资对于氨纶的边际需求。在氨纶需求量最大的服装领域中，运动服和休闲服的氨纶含量较高，高氨纶含量的运动服和休闲服市场规模增速高于其他服装品种的速度增长，也是带动氨纶价格一路走高的重要原因。

业内人士指出，目前正值夏季淡季，氨纶成交相对较小，价格上下波动空间较大，氨纶市场仍然会延续高位的坚挺格局。随着市场进入生产繁忙季节，上游市场原料走弱或一定程度上刺激氨纶价格回调，在成交量的推动下，氨纶价格将逐步回归理性。但是，国际油价走高和美元贬值的影响，仍会对纺织原料价格的浮动带来缓冲作用，氨纶价格的下调趋势将是缓慢的。

精准，纺织指数科学描述纺城行情走势

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室相关负责人告诉记者，团队在大数据统计对比过程中发现，此次氨纶价格涨幅与指数2011年氨纶价格迅猛上涨的行情相同。20110301期其他化纤价格指数上升至80.17点，40D氨纶市场报价约在69000元/吨。“这也体现我们团队在宏观层面与定量角度坚持对轻纺专业市场与轻纺产业发展状态中的监测与科学评价，真正能够为全国乃至全球纺织生产商、采购商、市场经营户提供全面准确及时的市场信息。”

这个“偶然的巧合”背后与“中国·柯桥纺织指数”编制办公室十余年如一日的采集工作是分不开的。作为全国首个纺织品指数，柯桥纺织指数自2007年发布以来，采样范围包括中国轻纺城10个专业市场，共1000余商户，选取代表商品近2000个，一周采集5天，每周发布价格指数，保证发布数据的及时性、准确性、科学性。

今年7月，作为浙江工商大学实习基地，“中国·柯桥纺织指数”编制办公室还组织浙江工商大学团队通过面对面访谈、问卷调查等方式，调研轻纺城经营户上半年发展情况及下半年发展趋势，聚焦后疫情时代纺织业发展现状及转型路径探索。“接下来，柯桥纺织指数在做好日常工作的同时，将进一步优化系统提升，通过数据赋能指数采集工作、大数据可视化展示等举措，保证指数与行业发展的契合度，目前系统升级正在持续推进中。”该负责人表示。

柯桥区创意设计人才“经纬计划”(第四批)申报启动



产业发展，人才先行。柯桥区第四批创意设计人才“经纬计划”申报已于7月28日启动，至8月26日截止。去年以来，柯桥区开首次推出创意设计人才“经纬计划”，向高端创意设计人才抛出“橄榄枝”，入选人才最高资助100万元。目前已入选高端创意设计人才30名，为柯桥柯桥创意产业注入蓬勃活力。

据了解，本次申报领域为在纺织新材料、面料及花型、服装服饰、家居布艺、纺织装备等从事设计开发工作，专业能力突出，并在该领域有较大影响力或突出贡献的高端创意设计人才。本次评审人才层次分为A、B两类，其中A类人才入选占比不超过50%。

“经纬计划”入选人才在柯桥区创业创新的，按照创业A类、创业B类、创新A类、创新B类分别给予最高100万元、60万元、60万元、30万元资助，资助时间最长为3年。在资助期和资助限额内，人才可根据实际情况申请符合条件的政策支持内容。同一企业享受政策的创业人才不超过1个、创新人才不超过2个。

当前，柯桥正处于“领跑全市、竞跑全省”，打造新时期国际纺织之都的关键阶段，对人才的渴求比以往任何时候都要强烈，而吸引天下英才共助柯桥纺织创新跃升，政策引领尤为重要。柯桥区创意设计人才“经纬计划”从创业扶持、创新扶持、培训提升、政治培养、服务保障等全方位为入选人才创新创业保驾护航，努力实现人才引领纺织产业改造提升，助推传统产业高质量发展，为新时期国际纺织之都建设提供智力支持。(王利)



往届展会现场。

“沪”动新“深”！ 这是intertextile参展商的“联动心声”

从沪上到深圳，从长三角一体化中心到粤港澳大湾区核心……2020年起，intertextile 面辅料展就开始在创变中全新布局，以平台超强凝聚力，联动上海与深圳、长三角一体化经济带与粤港澳大湾区城市群，为产业发展注入源源不断内生动力、焕发新的生机。

2020年实践检验后的高频反馈与强效口碑，不仅赢得了新老朋友的支持与认可，也为2021展览会深沪持续联动增添了信心。“沪”动新“深”！让我们来听一听与intertextile一起“征战两地”的伙伴们的“联动心声”。

女装面料展商

引领时尚新消费，开拓国内市场新领域

宁波纬一长毛绒有限公司

宁波纬一长毛绒有限公司是一家专注长毛绒织造、高档仿裘皮面料、家用纺织制成品、服装制造、自营和代理各类货物和技术的进出口，集产品研发、制造和营销为一体的集团化企业，是国家人造皮草产品开发基地、国家人造皮草流行趋势研究中心，现已成为全球最大的人造皮草生产厂家之一，旨在将人造皮草的绿色时尚和爱心传递到每一个角落。

联动心声：自第一次参加intertextile至今已整十年，intertextile是公司最重视的展会，特别是疫情之前，国内外所有客户都会到访，成为公司新产品集中展示的一次最好的机会。今年intertextile一年两地三展的展览布局，对公司市场开拓起到了积极作用。上海春秋两季的展览，主要是稳定老客户签约新产品订单，大湾区展会则主要是开发新客户。受疫情影响，上海展的国外客户来访受限，所以今后我们会将深圳的品牌客户作为下一步市场开发的重点。

每次参展，公司都会以大面积、采用风格不同的搭建方案，来体现设计与环保主题。相信在大家的一起努力下，以展促贸必定会有力推动人造毛皮的发展与形象，促进公司的健康发展。

目前宁波纬一的客户主要以华东为主，华南属于新兴市场，且以国内品牌为主，这与华东出口型为主的产品风格及定位完全不同。所以这次参展将带来1000多款新品，不光有老产品的新工艺、新花型、新风格，还有革命性的新产品推出，希望能为明年的外销和下半年的内销市场找准定位和打好基础。

绍兴洛嘉纺织品有限公司

绍兴洛嘉纺织品有限公司是一家拥有从业经验丰富的专业设计师、生产质量管理、销售团队，可根据客户创意、样品及要求开发设计相关服装面料的国际化企业。公司主要产品为婚纱、礼服类用刺绣面料、高档手工穿珠钉花面料、平绣、晶片绣、水溶绣、特种珠管绣等，以中东、非洲、亚洲、欧洲为主要出口市场，目前已在阿联酋、沙特阿拉伯、土耳其、印度尼西亚等国家和地区均有长期的订购商和代理。

联动心声：我们参加intertextile展已有6年了，由于公司以外贸为

主，所以展会不仅为企业提供了对外宣传的窗口，还能让客人更容易找到我们，了解我们在做什么样的产品，能做什么样产品，这对开发新客户、开拓新市场起到了促进作用。一直以来，intertextile是公司纺织、服装面料行业重点关注和投入的展览平台，展会的专业度、行业集聚度高。通过展会我们还能够找到各种新的供货商，实现了既可参展销售也可观展采购的目的。

由于公司主打产品为婚纱、礼服、女装类用面辅料，受疫情影响，外贸销售影响比较大。为此，公司及时调整战略，现在以内销、服装辅料为着重点，实现了外销和内销两条腿走路。intertextile一年两地三展的展览布局不仅对公司的发展和规划很有帮助，还会带动我们根据时间点开发不同季节用途的面料及主打颜色来开拓市场。

绍兴达亦纺织品有限公司

绍兴达亦纺织品有限公司是一家集研发、生产、加工、贸易于一体的具有自己独特风格的现代化纺织公司。多年来，公司始终致力科技创新，重视对新产品、新技术及流行趋势的研究，以美化人类生活为奋斗目标。希望以产品差异性为客户的终端竞争力增添砝码。

联动心声：达亦纺织已连续参展8年，展会不仅为我们带来了大量优质客户，还使公司最新产品定期推向市场，以展促贸，不仅效率高，还成交精准。intertextile一年两地三展的展览布局，为我们维护老客户、开拓新市场、树立公司品牌形象起到了积极作用。受疫情影响，今年公司开始涉及内销市场，特别需要通过展会的平台让更多的客户关注达亦纺织，同时也让我们能第一时间掌握最新的国内市场需求和消费需求。

每次参展，我们都会根据客户需求和客户提供的最新趋势，精准准备产品和色系推向市场，展会现场不仅会收到大量订单，还吸引了众多老客户连年打卡参观。由于前期我们以外销为主，服装大多在华南加工，所以这次参展的产品将按照销售区域来定位和划分，从而为顾客精准提供当下最为流行的颜色、款式和产品，同时根据市场行情变化，提前准备订货和备货快交。目前，秋冬的产品和主推色彩基本已经落定，在之后的一个月会陆续补充更新。

内衣面料展商

全面反馈，助推产品升级进程

汕头市新兴雅针织实业有限公司

汕头市新兴雅针织实业有限公司是一家集研发、制造、销售为一体的综合性企业。公司专业从事布料的织造、染整等业务，涉及产品主要有纯棉、混纺、化纤等，为全球用户提供优质、流行的纺织面料。

联动心声：我们以往主要是在国外推广，因为疫情影响，国外的业务受到冲击，而中国经济在疫情下一枝独秀，所以我们决定加大国内的推广力度。intertextile展作为国内最大的专业面辅料展会，自然是参展的首选。

今年我们第一次报名参加intertextile展，且同时选择了上海和深圳两地，主要是因为上海展可以辐射整个长三角地区和华北、东北地区，而深圳展主要是针对粤港澳大湾区和珠三角的客户群体。两地展会的布局，为我们提供了更多的机会去了解市场的需求，同时对接更多客户资源。

福州力天纺织有限公司

福州力天纺织有限公司(LITA)座落于中国纺织产业基地市——福建长乐，公司成立于2006年，是一家从事经编、花边织造的现代化科技型企业。

联动心声：参加intertextile面辅料展已有数年，通过参展，我们认识并积累了很多优质的客户。很多客人在展会上对我们的产品表达了浓厚的兴趣，经过后续的联系，和我们建立了合作。

今年我们同时报名了深圳和上海两地的展会。目前公司在华东和华南市场的销售情况还算稳定，但想要更进一步地扩大市场占比，

休闲装面料展商

两地互动，加速市场深耕步伐

浙江美欣达纺织印染科技有限公司

浙江美欣达纺织印染科技有限公司是一家集印染面料研发、生产、加工、销售于一体的科技环保型企业。企业秉承“美欣达创造美好新生活”的使命，为社会提供绿色无污染产品，努力成为资源节约型和环境友好型印染企业。

联动心声：美欣达参加intertextile展已有20年，在展会平台上收获了来自全国各地纺织产业链的合作伙伴。每年参展，都像是纺织人的大聚会，分享最新前沿资讯和新技术、新材料、新工艺、新产品等等，最终促成了新的商贸合作。

今年，我们仍将跟随intertextile展参加上海和深圳两地的展会，一方面是由于对intertextile的信赖，另一方面，也是要响应国家号召，走国际国内双循环路线。因为上海更趋于国际化，而深圳更贴近国内女装市场。通过两地展会的联动，可以进一步提高企业品牌力，展现企业新产品，创造更多新商机。

常州天鹰纺织有限公司

常州天鹰纺织有限公司是一家专营中高档色织面料和亚麻类混纺的生产企业。公司从每一根纱线、每一寸布、每一件产品中精益求精，不断提高技术含量，不断完善自己的服务和产品结构，永无止境，力求完美，全心全意为客户服务。

联动心声：参加intertextile展已经超过6年，收获了不少优质客户。我们每年都会参加上海展，而选择深圳展，则是想进一步

2021intertextile

就需要借助intertextile展这样的优质平台走出来，持续不断地向更多的客户展示我们的产品、我们的优势。以前参加上海展会时对接的客户偏国际客户且华东市场客户居多，这次深圳展，我们想挖掘更多深圳当地及周边的客户资源。

中塑革润新材料科技(北京)有限公司

中塑革润新材料科技(北京)有限公司是一家专注于特种纤维和纺织新材料的研发、设计与营销推广的综合性服务平台。公司主要服务于国内外主流品牌，内部依托自有知识产权和技术团队，外部依托同欧洲顶级纺织科研院所ENSAIT，以及纺织工程全领域学术研究中心GEMT EX的紧密合作，为客户提供纺织新材料研发，面料的设计、研发加工与推广营销于一体的专业服务。

联动心声：我们已经连续5年参加intertextile面辅料展。前期公司一直以欧美市场作为主要方向，这5年来，通过intertextile展的展示，公司的产品也得到了一部分国内品牌的认可，数次参展也陆续结识并合作了一些品牌和服装制造商。正是这部分新业务的增长，有效帮助我们缓解了疫情下出口业务不景气带来的负面影响。

目前公司主要市场份额还是来自于欧美市场，华东市场大概占整体10%左右，华南市场还处于市场开拓的前期，目前该地区只有5%左右的市场份额。intertextile一年两地三展的布局，客户群体覆盖面更广，不仅能够继续深挖国际及华东市场客户，还能够让我们更方便地对接深圳、广州区域附近的客户。此外，除了业务拓展外，我们也非常重视展会上能够获得的资讯。

2021intertextile

拓宽国内市场，因为华南地区是纺织行业集聚之地，有很多优质品牌和业界翘楚，市场前景比较明朗。

近年来，我们在华东地区和华南地区的销售情况呈逐年稳步增长态势，其中，华东地区的客户群体以跨国贸易品牌中间商和成衣工厂为主，而华南地区是自主品牌商居多。通过深圳和上海两地展会的联动，我们能够更好地接触到不同区域的客户群体，进一步了解当地的发展动态。

苏州罗曼罗兰时尚集团有限公司

苏州罗曼罗兰时尚集团有限公司拥有品牌家纺、户外新材、女装面料及成衣、男装家纺、艺术丝绸等多个纺织版块，已成为畅销国内外的知名纺织品牌企业。集团投资建成苏州及泰州两大生产研发基地，致力打造生态、创意、功能性纺织品为主题的多个细分行业的隐形冠军。

联动心声：通过参加intertextile面辅料展让公司在业界的声誉和销量均有很大提高。

intertextile面辅料展调整为一年两地三展，是非常符合开发推广规律的。首先，深圳和上海聚集着全球的时尚贸易往来，汇聚着各方目光，不论是为了走出去还是引进来，两地的展会都为我们的战略目标提供了很好的平台。其次，服装行业有季节和地域的限制，而一年两地三展的布局，给予了我们前期开发和后期推广更充分的准备空间。TA



2021 中国面料之星

参评企业产品系列报道 (六)

支持单位



有料才酷 为你而来

■ 本刊记者_雷蕾 / 文 关云鹤 / 摄

2021 中国面料之星用户最满意产品调查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，华源生态科技有限公司、青岛邦特生态纺织科技有限公司支持的最具影响力的全国性面料调查活动，自今年 6 月启动以来，已陆续收到全国各大面料企业参评产品。

为进一步发现、推广优秀面料企业，切实搭建产业上下游精准对接的专业服务平台，不断满足市场需求，活动组委会将根据参评企业提交面料信息表完善程度、参评产品市场迎合度等标准，经初步筛选，借助《纺织服装周刊》杂志、官微、官网等载体进行免费推广报道。

本期报道，我们将向大家介绍雅戈尔服装制造有限公司、江苏金辰针纺织有限公司、杭州新生印染有限公司、魏桥纺织股份有限公司、绍兴纤谷纺织品有限公司、广州市莱纱纺织品有限公司、浙江汇明提花织造有限公司、石狮劲诺仲缘纺织品有限公司、苏州金尚豪纺织有限公司、上海梭枫纺织有限公司、绍兴颖婷纺织品有限公司、荆州市红又红针织服饰有限公司、江苏东源纺织科技实业有限公司带来的最新面料产品。这些面料涵盖了男装、女装、休闲装、家居服、童装等领域，在现有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，使得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了进一步的提升。

雅戈尔服装制造有限公司



面料名称：牛奶丝缎
原料成分：莱赛尔 62% 棉 26% 铜氨 14%
产品特点：兰精高性能天丝和高档进口铜氨莫霸原料有机组合，缎纹结构织造，亲肤柔滑，触感细腻，面料光泽和垂感媲美真丝，透气吸湿，适合高档女式衬衫和裙装。天然环保，匹染上色工艺，垂感极致，舒适性一流。
应用领域：女装



面料名称：超高支免烫衬衫面料
原料成分：棉 65% 桑蚕丝 35%
产品特点：利用最国际先进纺纱技术，纺出单纱高达 300S 英支长绒棉纱线，四线合股后细腻柔软，强韧光洁，再与超细桑蚕丝交织，面料手感、色泽、质地、高档一流。雅戈尔独有 DP 免烫专利配方，面料平整和抗皱性能达到 4.0 级，30 次水洗后外观仍能保持 3.5+，免烫性能行业领先。
应用领域：男装

江苏金辰针纺织有限公司



面料名称：索罗纳印花卫衣布
原料成分：涤纶 36% 棉 64%
产品特点：毛圈面采用了并线工艺让面料的毛圈更加整齐，反向而行将毛圈面作为正面在上面印上迷彩花型，增加面料的外观性，面料手感柔软滑糯。
应用领域：女装、休闲装



面料名称：索罗纳双面提花布
原料成分：涤纶 69% 棉 31%
产品特点：提花双面布，在提花凸起的花型部分做了轻起绒的风格，增加面料的手感。凹凸感跟肌理感是这块面料给人的第一视觉感受，其中面料成分中包含了 39% 的索罗纳长丝。
应用领域：女装、休闲装

杭州新生印染有限公司

面料名称：人棉天丝布
原料成分：R (ECOVERO) 65% TEL (REFIBRA) 35%
产品特点：变废为宝采用悦菲纤™ (REFIBRA™) 技术，丝由木浆提炼出来，可以 100% 自然降解。选用奥地利兰精公司的进口天丝，其独特的环保纤维制造流程可以使 99.97% 的溶液可循环再用，更环保。
应用领域：女装、休闲装、童装



面料名称：棉莫代尔纬弹
原料成分：C56% M (零碳) 42% SP2%
产品特点：携手天丝™ 品牌纤维，零碳纤维在一定范围内碳排放减少了 60%。多重体感，弹力无束棉 + 莫代尔的双重体感，纬向较强的弹力让穿着者更加无束缚。
应用领域：男装、女装、休闲装



魏桥纺织股份有限公司



面料名称：幽幽其香
原料成分：棉 55% 粘胶 45%
产品特点：产品优选新疆细绒棉，纹样设计选用传统窗棂格与兰草搭配，采用低温低碱、绿色环保染色；古典纹样与家纺面料的结合，色彩清幽雅致，给人以幽香清远、风姿素雅的使用体验。
应用领域：女装



面料名称：才有梅花便不同
原料成分：棉 55% 粘胶 45%
产品特点：产品选用优质新疆细绒棉，纹样设计选用传统窗棂格与梅搭配，窗棂格细腻柔和，梅花纹样层次分明；窗棂纹与“喜上梅梢”穿插出美好寓意，粉紫色调温婉柔美，面料光泽鲜亮，高雅。
应用领域：女装

绍兴纤谷纺织品有限公司

面料名称：屋峦
原料成分：T 84% C 16%
产品特点：采用特有的涤棉配比，用小提花的效果体现布面的纹理。此产品摒弃过度光感刺激，利用细微零散的小提花打造江南写意的建筑抽象画，面料肌理映射出大自然与城市的优雅融合，滑糯的手感营造出丰富的层次感。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：花田错
原料成分：T 84% C 16%
产品特点：采用特有的涤棉配比，用纱节的效果体现布面的纹理，设计突出了肌理感，强调触觉感受，体现传统织造工艺的同时，又使纹理达到舒缓视觉的效果。
应用领域：男装、女装、休闲装



广州市莱纱纺织品有限公司



面料名称：园林小香风
原料成分：棉 100%
产品特点：通过提花将部分纱线裸露出布面，整个图案更加立体，同时牛仔蓝与锦纱的白色相互映衬，视觉效果也更好。图案中的圆融入中国苏州传统园林窗格的设计风格，将中国传统建筑元素与小香风面料风格结合，整体给人大气，优雅，气质十足的感觉。
应用领域：女装、休闲装



面料名称：庄周梦蝶
原料成分：棉 100%
产品特点：采用赛络纺的纱线，布面平整，光洁，毛羽少。经纱经过 16 道染色，赋予其深邃如星空的牛仔蓝的颜色。同时，也使得面料整体具有更多样的水洗选择和风格选择。传统中国故事元素与现代时尚、年轻的潮流元素相结合。
应用领域：女装、休闲装

浙江汇明提花织造有限公司



面料名称：复古佩斯利
原料成分：PO 94% RA 5% SP 1%
产品特点：面料选用做旧感的涤纶，来凸显外套的质感；选用佩斯利风格图案，排列上采用错落拼接的方式，来打造高端墙皮造型。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：跳跃菱格
原料成分：涤 100%
产品特点：经典菱格元素搭配上对比强烈的色彩，增添了面料的青春气息。大面积的青蓝色更是加入了水的灵动性，恍如菱格在水面跳跃。
应用领域：女装、童装

石狮劲诺仲缘纺织品有限公司



面料名称：U 型呢
原料成分：面：T94.7% 粘纤 4.4% SP0.9% 底：T100%
产品特点：羊毛成分，剪裁立体，休闲外套，时尚感强。
应用领域：休闲装



面料名称：高防晒锦纶加密四面弹
原料成分：NS80% SP20%
产品特点：亲肤吸湿排汗抗 UV100%，高弹，加密。
应用领域：休闲装

苏州金尚豪纺织有限公司



面料名称：耀决
原料成分：P 100%
产品特点：普通的原料加普通的斜纹成就普通的面料，有质感有肌理，抗皱耐磨。
应用领域：男装



面料名称：50×30D 小钻石格子
原料成分：P 100%
产品特点：经纬都是由 50/144 半光低弹与 30D 钻石丝按比例交织而成，手感轻糯爽滑，质地轻薄，带有钻石般的闪光点。
应用领域：男装、女装、休闲装

上海棱枫纺织有限公司



面料名称：璀璨星空
原料成分：涤纶 95% 氨纶 5%
产品特点：丝绒面料高贵而不庸俗，通过特殊工艺后整增添表面星星点点的闪片，犹如璀璨的星空，优雅自在，轻松凸显现代女性的需求与穿衣态度。
应用领域：童装、女装



面料名称：华丽金属
原料成分：锦纶 88% 金属丝 12%
产品特点：面料底纱采用锦纶亲肤，表面加入金属丝提花织造效果，区别于传统的独特编织，更新了面料外观，赋予了全新的面料时尚。
应用领域：童装、女装

绍兴颖婷纺织品有限公司



面料名称：牛奶丝
原料成分：涤 95% 氨纶 5%
产品特点：牛奶丝扎染绣花，创新发展，畅销国际市场，价廉物美。
应用领域：女装



面料名称：牛奶丝
原料成分：涤 95% 氨纶 5%
产品特点：全牛奶丝扎染植绒，创新发展，跑量中东市场，价廉物美。
应用领域：女装

荆州市红又红针织服饰有限公司



面料名称：双面 TC 莱卡布
原料成分：化纤 60% 棉 35% 氨纶 5%
产品特点：双面 TC 莱卡针织布，弹性好，耐磨，贴身。
应用领域：内衣、家居服



面料名称：混纺单面莱卡布
原料成分：棉 46% 仿棉 46% 氨纶 8%
产品特点：混纺单面莱卡针织布，吸汗，透气，耐磨。
应用领域：男装、内衣、家居服装

江苏东源纺织科技实业有限公司



面料名称：棉 / 暖姜发热抗菌氨纶汗布
原料成分：暖姜纤维 28% 棉 65% 氨纶 7%
产品特点：棉 / 暖姜纤维保留了姜中的有效成分姜黄素，具有强大的抗菌抑菌作用，暖姜纤维具有比普通棉纤维更加优异的吸湿性能，面料中的有效功能性源于天然植物精华，没有化学添加，减少了环境污染，符合绿色生态发展。
应用领域：童装



面料名称：抗菌吸排涤锦提花网眼布
原料成分：阳离子涤纶 55% 再生锦纶 45%
产品特点：正面反面编织结构形成的网眼微孔，有助于水汽汗液的排出，透气性好。阳离子涤纶染色中不采用分散染料高温高压染色，减少了环境污染。再生锦纶通过回收再利用生产的锦纶纤维，符合可持续发展要求。
应用领域：休闲装 TA

本刊刊登企业为经活动组委会初选适合报道的企业，与获奖与否无关。最终获奖名单由活动评审委员会最终裁定，并将于 2021 中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会现场举办发布仪式。

见证中国羊绒 40 年

鄂尔多斯集团发布影片《羊绒之致》

■ 李晓 / 文

2021 年 7 月 29 日，鄂尔多斯集团在北京发布影片《羊绒之致》。该片以鄂尔多斯集团 40 年羊绒产业发展为缩影，从加工生产到创意设计、工艺技术，再到品牌塑造等各方面的高速成长，以及可持续发展的未来战略布局，展现了中国制造的全新局面。

本次观影会特邀中国纺织工业联合会副会长孙淮滨、yehyehyeh 创始人叶晓薇、北大光华管理学院营销学教授徐菁、鄂尔多斯资源股份有限公司董事长、总经理王臻等嘉宾出席，并从行业、品牌、可持续等不同角度进行了深入探讨。

展现中国羊绒产业极具竞争力生产模式

影片《羊绒之致》由鄂尔多斯集团联合创意机构 yehyehyeh 创作，回归羊绒本源，透过纪实性镜头语言与充满人文情怀的视角，呈现羊绒从草原到生产加工，再到成衣的完整旅程。以鄂尔多斯为代表的中国品牌，在当今高速发展的市场环境下，其产业价值观也趋于成熟：通过对产业制造各环节的极致追求，深化品牌经营，推动行业可持续发展。羊绒是中国最重要的天然纺织原料之一，同时也是中国最具特色的纺织产业之

一。作为羊绒行业代表的鄂尔多斯集团经过四十年深耕细作，透过牧场建设、羊种保护到牧民福利等一系列举措，实现从根本上保护这一行业赖以生存的原料资源；并在设计领域不断突破，整合全球设计资源，以国际视野探索羊绒材质的更多可能性；同时坚持工匠精神，将对艺术的追寻及传统工艺的传承创新结合，使羊绒织造不断迈向崭新阶段。

“这部影片展现了中国羊绒行业从原料开始的极具世界竞争力的全供应链生产模式，以羊绒产业为代表的中国实体经济蓬勃发展的四十年，更呈现了对中国纺织服装行业未来的展望与期待。”鄂尔多斯资源股份有限公司董事长、总经理王臻表示。

羊绒之致，亦是中国品牌之致

在本次发布现场，孙淮滨对鄂尔多斯集团的发展之路给予高度认同，也对我国纺织服装产业的未来发展提出指导性建议及三大发展目标：“将中国纺织打造成世界纺织科技的重要驱动者，打造成世界时尚的重要引领者，打造成世界纺织可持续发展的有力推动者。”鄂尔多斯代表的中国

纺织服装行业品牌将在世界展现中国文化的温暖力量。羊绒之致，亦是中国品牌之致。

当天与会的各界来宾、专家来自可持续、时尚、创新等领域。论坛特邀时尚自媒体人吉良担任主持，围绕“中国羊绒，温暖世界”、“发展中的时尚产业中国品牌”、“羊绒产业可持续”三大议题展开建设性的讨论。

叶晓薇表示，“中国不仅是制造大国，中国品牌的飞速发展正在向世界输出文化力与品质力，更需要重视自身优势与全产业链环节的协同发展，才能提升中国致造品牌力”。“从消费市场认知来看，中国消费者的需求在不断升级。产品的品质与其背后的附加值成为最受当今消费者关注的因素，对产品中展现的中国文化基因与消费者自我表达的契合感，也是中国品牌应重点关注的发展方向。”徐菁教授认为。

针对中国时尚品牌设计力与创造力的话题，两位专家也分享了各自的见解。叶晓薇从时尚行业与传播角度出发，表达了“中国品牌的设计力与创意除了需要重点关注优质原材料，更需要时间慢慢成长，关注对年轻设计师的培养与挖掘，才能在未来展现更丰富的设计能力”的观点。徐菁则认为中国消费者对于中国品牌艺术、设计的需求愈发强烈，而创新与设计力的提升势必成为中国品牌未来发展的方向。对于中国品牌的可持续发展之路，叶晓薇对于鄂尔多斯集团的可持续发展战略给予认同，并提出“不仅是时尚行业，所有行业都必须将可持续发展放在首位，并且坚持做下去”。TA

广告

让东方美丽走向世界·让世界时尚重回东方

165潮模大赛

国家美、国货美、国人美

600家专业市场、100所纺织服装高校、2.7万家国民品牌店铺，打造属于我们这个时代的“国潮星模”。

赛事合作：
万 瞻 13466301578
王柳淇 13062670331

品牌合作：
张尚南 13910098884
刘瀚丹 19937882011

赛事报名：
雷 蕾 13810445890
牛艺颖 13849000484

扫码关注



雄鹰振翅，勇跃高峰

连云港鹰游纺机集团有限公司庆祝成立 20 周年

本刊记者_郭春花

2021 年是中国共产党成立 100 周年，在连云港鹰游纺机集团有限公司发展进程中，更是具有特殊意义的一年。伴随着中国纺织工业波澜壮阔的发展实践，连云港鹰游纺机走过了筚路蓝缕的创业艰辛，迎来了风华正茂的 20 岁生日。

为庆祝连云港鹰游纺机集团有限公司成立 20 周年，7 月 28 日，鹰游集团举办了“创新二十载 百年恰青春——热烈庆祝连云港鹰游纺机集团成立 20 周年大事记展览”、“百年辉煌 奋斗有我——热烈庆祝连云港鹰游纺机集团成立 20 周年主题摄影展”、“党旗红 劳动美劳模风采展”。展览旨在穿越 20 年的悠长，回眸鹰游的历史源头，重温一段激情澎湃的创业发展历程。

回首过去 峥嵘岁月稠

时光回溯到新世纪初，纺织工业开启了纺织强国建设的新征程，已走过 60 多年的连云港纺织机械厂也迎来了崭新的开始：2001 年 7 月 28 日，连云港纺织机械厂正式改制更名为连云港鹰游纺机有限责任公司。

鹰游，源自于连云港一个古老的地名——鹰游峡，寄托了鹰游人走出国门、冲向世界的豪迈目标。

2001 年，创业之初的鹰游没有花坛鲜花那般的美艳，但却树立了“为祖国争光、为民族争气”的信念。时任公司董事长兼总经理张国良说：“改革和改制把我推向了董事长的岗位，但我的共产党员的身份没有变。我所掌握的资产永远是党的资产，是国家的资产，是人民的资产，永远听从党的召唤，是要时刻为党服务的，是为人民服务的。”

一个企业有信仰，才能铸就辉煌！正是在这样的信念下，以张国良为首的领导班子以超前的理念在职工的心中树立起坚定的信念，在阵痛中迅速完成了角色的转变。

在张国良的带领下，20 年来，鹰游人致力于高端装备现代

化与高新材料产业化发展的愿景，从一台烫光机起步，聚焦“智能、节能、高效”等发展趋势，传统纺织机械、碳纤维高端装备呈现并驾齐驱、互相促进的良好局面；20 年来，鹰游人坚持对传统行业进行变革，“以涤代腈”技术、大联机技术，使毛毯毛绒的生产发生革命性的变化；20 年来，鹰游人勇担国家责任，打破了西方国家对我国碳纤维技术的封锁和产品的垄断，为我国航空、航天、国防及高端装备制造业做出了积极的贡献，受到了国家领导人及社会各界人士的关心和支持。2018 年 1 月，中复神鹰碳纤维股份有限公司、东华大学、江苏鹰游纺机有限公司联合开发的“干喷湿纺千吨级高强 / 百吨级中模碳纤维产业化关键技术及应用”成果荣获 2017 年度国家科技进步一等奖，这也是我国碳纤维行业所获得的最高奖项。

鹰击长空 正风华正茂

过去的 20 年是不平凡的 20 年。这 20 年来，鹰游集团全体职工始终如一地传承着历史、延伸着担当……今天的鹰游人以昂扬的斗志和满怀的信心，紧紧围绕中国纺织“科技、时尚、绿色”的新定位，为实现新的跨越，更好满足人民美好生活需要，更好服务国家民族发展大局，开启了鹰游集团的崭新实践。

目前，鹰游集团主要有四大产业：一是装备制造；二是以毛毯、毛绒、服装、家纺为主的纺织业；三是碳纤维新材料；四是碳纤维复合材料制品等。

以江苏鹰游纺机、江苏新鹰游机械公司为代表的装备制造板块，以科技创新引领产业转型升级，注重智能化、集约化发展趋势，力争高速、高效、智能、节能，加大碳纤维成套装备的研发生产和技术服务，进一步推动国产碳纤维装备的新突破，把关键核心技术掌握在自己手中。

纺织板块的飞雁毛毯公司、鹰游新立成纺织科技公司、金典

纺织科技公司注重绿色环保，不断创新工艺、创新技术，发挥全自动免水洗闪染联合生产线技术优势，让传统产业焕发活力，势必引领绿色生产、绿色消费，为全球实现碳达峰、碳中和贡献自己的力量。飞雁毛毯、金典纺织产品出口多个国家和地区。2017 年开工建设的鹰游纺织产业园位于连云港市灌云经济技术开发区，通过自主创新的无水印染技术不断赋予传统产业新活力，致力打造国内外先进的绿色印染企业。

新材料板块参股的中复神鹰碳纤维股份有限公司、中复神鹰碳纤维西宁有限公司、中复神鹰（上海）科技有限公司，正在加大力度研究更高质量的碳纤维，支撑碳纤维产业化发展体系，提高行业集中度，扩大产业化规模，彻底扭转国外垄断现状，参与国际化竞争，努力发展成为具有全球竞争力的一流碳纤维企业。中复神鹰碳纤维股份有限公司经过十余年的发展，已成长为国内碳纤维行业的领军企业，系统掌握了 T700 级、T800 级碳纤维千吨规模生产技术以及 T1000 级百吨规模生产技术，突破了超大容量聚合、干喷湿纺纺丝、快速均质预氧化碳化等关键核心技术，对于高性能碳纤维在航空航天、新能源、新基建等关键领域的国产替代具有重要意义。

复合材料板块的神鹰复材 / 神鹰碳纤维自行车公司、常州神鹰碳塑复合材料公司，争做中国复材行业的领跑者。通过坚持不懈的创新，加大复合材料新应用开发力度，在航空航天、国防装备、轨道交通、新能源、新基建、汽车等领域不断加强新技术的推广、降本增效，实现工业化应用。

喜看今朝 旖旎风光秀

不创新就没有出路，鹰游人深知这样的道理，20 年来，鹰游集团一轮轮发展竞争，一个个科技含量高的项目抢占了行业制高点。而这样的创新也让鹰游在发展的道路上攻坚克难，勇往直前，相继荣获“国家科学技术进步一等奖”、“国家火炬计划重点高新技术企业”、“全国五一劳动奖状”、“国家专精特新小巨人企业”、“全国工人先锋号”等称号，鹰游工程技术研究院碳纤维设备研究所所长于素梅被评为 2020 年“全国劳动模范”……

今天的鹰游，依然在创新的道路上扎实前进：2019 年，“年产 2 万吨高性能碳纤维及配套原丝项目”在西宁正式动工；2020 年 12 月底，中复神鹰碳纤维西宁项目碳化生产线试车成功；2021 年 1 月 20 日，中复神鹰“碳纤维航空应用研发及制造”项目落户上海临港新片区；2021 年 8 月 8 日，中复神鹰西宁万吨碳纤维基地投产仪式隆重举行……

今天，鹰游人把贯彻落实党中央决策部署和以人民为中心的发展思想贯穿于企业经营发展全过程，打造以信息化为主要手段的强大科学管理体系；以培养技术科研队伍为方向，提升强大攻关能力；以加强高端机床技术改造为方法，提升强大机械制造能力。鹰游人将始终不渝地履行企业社会责任，大力发展绿色纺织，

今天的鹰游人以昂扬的斗志和满怀的信心，紧紧围绕中国纺织“科技、时尚、绿色”的新定位，为实现新的跨越，更好满足人民美好生活需要，更好服务国家民族发展大局，开启了鹰游集团的崭新实践。

全面助力科技强国。

一直以来鹰游集团坚持党建引领，打造“五心”党建特色，切实加强和创新企业党建工作，促进了企业持续和谐稳定发展。2018 年，为迎接改革开放四十周年，在张国良的倡议下，鹰游集团独立创办了“改革开放四十周年陈列馆”，被列为连云港市历史文化传承教育基地、连云港市爱国主义教育基地、江苏省“三质”学子品格提升培养工程建设项目基地、连云港市民营经济人士理想信念教育基地。

艰难方显勇毅，磨砺始得玉成。历史总在一些特殊的年份给人们以汲取智慧、奋起前行的力量。2020 年，面对突如其来的疫情和各种风险矛盾叠加带来的严峻挑战，鹰游集团一手打好疫情防控阻击战，一手打好生产经营攻坚战，先后完成 6 条口罩生产线的安装调试改造、4 条自主研发攻关的全自动口罩生产线以及熔喷布生产工艺，生产的口罩先后出口欧洲、中东及美国、南非、日本、新加坡等诸多国家和地区，为全球抗击疫情提供更多力所能及的帮助。张国良多次组织企业向武汉战役一线医护、抗疫工作者及高校捐款和捐赠抗疫物资近 1000 万元，用行动诠释了疫情无情、人间有爱，也彰显了中国特色社会主义市场经济环境下的企业家精神。张国良被授予“全国纺织行业抗击新冠肺炎疫情先进个人”称号。

展望未来 更挥斥方遒

回望 20 年的发展，鹰游集团的快速高质量前行，凝聚着鹰游人勇于超越、不畏艰难困苦、不懈追求卓越的精神与品格，这样的精神和品格定能带领鹰游走出国门，走向世界。

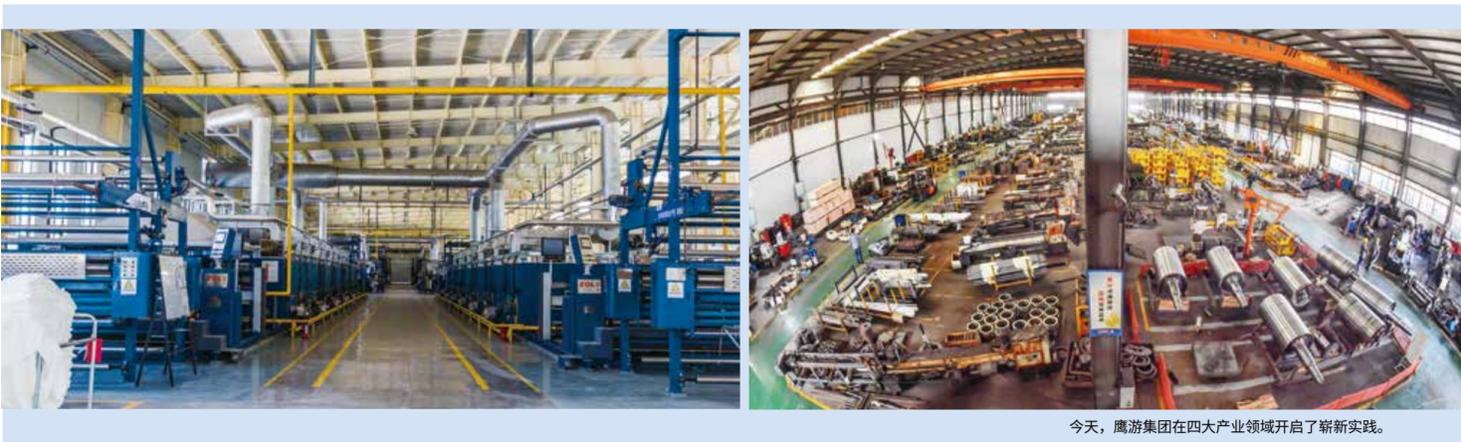
回望 20 年的发展，鹰游集团唯有一样没有变，那就是鹰游的精髓：创新、责任。在这种精髓的感召下，鹰游人创作出一幅光彩夺目的创业画卷，书写出一首激情盎然的奋斗诗篇，弹奏出一曲振奋人心的进取乐章。

20 年栉风沐雨，20 年苦心经营；20 年风雨兼程，20 年沧桑巨变。

20 年时光飞逝，20 年岁月如歌。20 年告诉人们：鹰游人没有什么不可能！

机遇永远垂青有准备的人。

因为，鹰游人有信仰和梦想！**TA**



今天，鹰游集团在四大产业领域开启了崭新实践。

夏市行情继续推升 价格小幅上涨

20210802 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20210802 期纺织品价格指数收报于 108.28 点，环比上涨 0.22%，较年初上涨 3.67%，同比上涨 4.73%。



2021 年 1—7 月，中国轻纺城面料市场实现成交额 963.16 亿元，同比上涨 35.24%；网上市场实现成交额 424.03 亿元，同比增长 36.98%。

近期，中国轻纺城夏市行情继续推升，其中：原料市场量价环比推升，坯布市场量价环比回升，服装面料市场布匹价量小幅上涨，家纺类产品成交价量小幅下跌，辅料价量环比小跌。

原料价量环比推升，纯棉纱环比推升，氨纶持续上涨

据监测，本期原料价格指数收报于 89.84 点，环比上涨 0.31%，较年初上涨 12.16%，同比上涨 17.64%。

纯棉纱行情环比推升，人棉纱价格环比上涨。近期，萧绍地区纯棉纱市场报价环比上涨，行情环比推升。气流纺 10S 纯棉纱报价 15320 元/吨，环比上涨 570 元/吨左右；普梳 32S 纯棉纱报价 26820 元/吨，环比上涨 820 元/吨左右；精梳 40S 纯棉纱报价 30270 元/吨，环比上涨 730 元/吨左右。近期纯棉纱市场行情继续看好，价格稳中有涨，销售温和尚好。纯棉纱市场行情持续不退，因外盘价格持续高位震荡，在国内棉花期货市场价格上涨下，棉花现货行情价格上涨，走量较好；进口纱价格近段时间也持续上涨，和国内纱差距基本逼近。纯棉纱厂多处在低库存状态，虽今年棉纺纱厂的开工率基本保持在 90% 以上，但纱厂库存却始终不高，产销多平衡；在内外销市场复苏下，需求几乎爆棚，有的纱厂多采取预售模式。

近期，粘胶短纤原料价格稳中有涨，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13200 元/吨左右，环比上涨 100 元/吨左右。人棉纱价格环比上涨，30S 人棉纱价格报 17600 元/吨左右，环比上涨 350 元/吨左右；40S 人棉纱报 18600 元/吨左右，环比上涨 300 元/吨左右。

氨纶价格领涨原料，创十年新高，市场表现高位运行。近期，40D 氨纶价格在 78000 元/吨左右，较上周上涨 1500 元/吨。近期氨纶均价在 79800 元/吨，较 4 月 27 日来氨纶上涨 12200 元/吨，涨幅为 18.05%，氨纶价格整体呈上升趋势，同比上涨 156.59%。国内氨纶市场价格坚挺上行，今年上半年氨纶 40D 均价为 58787 元/吨，较 2020 年同期的 29199 元/吨同比上涨 101%。6 月底时价格曾上调至 71500 元/吨，创下了 2010 年 8 月以来的历史新高。从上游来看，今年 1—5 月，氨纶持续上涨主要是由于原料 PTMEG（聚四氢呋喃）的上涨以及需求的拉动。5 月以来，则由于需求越发强劲，特别是运动服饰、瑜伽服、泳装等畅销带动。受益于大炼化的规模效应，氨纶价格的上涨以及需求的大增，带动多家化纤类上市公司今年上半年业绩“报喜”。氨纶近期成本面持续上调，后市多有支撑，下游需求预期向好，有望保持高景气周期，需求端推动叠加供应量稍增，氨纶市场或延续高位坚挺上涨运行。

坯布行情环比回升，价格指数环比小涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 122.03 点，环比上涨 0.44%，较年初上涨 2.46%，同比上涨 0.95%。

近期市场营销环比回升，坯布厂家订单环比增加，坯布价格环比小涨。因下游需求环比回升，坯布端整体行情环比增加，整体走货逐日小增。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈一定幅度上涨走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶经坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环

比推升；天然纤维坯布需求环比回升，价格指数呈小幅上涨走势，纯棉纱坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比小涨，拉动坯布类总体价格指数环比小涨。

服装面料环比推升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.06 点，环比上涨 0.15%，较年初上涨 0.27%，同比上涨 0.49%。

本期服装面料类价格指数小幅上涨。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比推升，创新面料市场成交环比推升，价量小幅上涨。夏季面料现货成交和订单发货局部小升，秋季面料现货成交和订单发货环比增加，价格小幅上涨。其中：涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、粘毛面料、锦棉面料、麻粘面料成交价量不等量上涨，拉动服装面料类总体价格指数小幅上涨。

家纺市场略显回缩，价格指数微幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.81 点，环比下跌 0.07%，较年初下跌 0.21%，同比下跌 0.35%。

本期家纺类价格指数微幅下跌。近期，轻纺城家纺市场成交略显回缩，价格环比微跌。大众色泽花型面料现货成交量和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：床上用品类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；窗帘类现货成交和订单发货环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数微幅下跌。

市场行情继续回缩，辅料指数小幅下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 130.65 点，环比下跌 0.59%，较年初下跌 0.24%，同比上涨 1.05%。

本期服饰辅料类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情继续回缩，因夏日淡季下游企业备货环比下降，市场成交继续回缩，现货成交和订单发货呈现环比下跌走势，价格环比小跌。衬料类行情环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；线绳类行情继续回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；带类行情继续回缩，价格指数呈小幅下跌走势；服装里料类行情继续回缩，价格指数呈微幅下跌走势，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，后市行情走势局部顺畅。秋季面料供给环比增加，现货成交环比增长，初冬季面料批量试单局部小增；后市部分贸易企业接单将有所增加，采购商下单频率将逐步增加。后市秋冬面料订单将逐步增加，内销市场需求将逐步回暖，外贸订单将逐步增加。南北客商认购踊跃度将震荡小升，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

中国纺织服装大数据中心

中国纺织服装大数据中心是由中国纺织工业联合会主持，中国纺织工业联合会信息化部负责组织推进，中纺网络信息技术有限责任公司作为主要承建与实施单位的全国纺织行业数据汇聚、共享、应用平台。

中国纺织服装大数据中心架构：在北京设立全国中心，在重点省份设立省级中心和地级市中心，在重点产业集群设立数据平台。

中国纺织服装大数据中心功能：为政府宏观决策、区域经济发展、企业生产经营以及国际贸易竞争竞争力提升等提供数据支撑。

•数据采集和整合 •数据存储和计算 •数据分析和挖掘 •数据展示和应用

数据平台建设、云 ERP/ERP、MES、纺织工业数据、相关政府部门统计数据、进出口数据、产业集群数据、纺织服装上市公司数据、电商数据……



充分发挥中国纺织服装大数据中心的平台作用，推动纺织服装行业数据汇聚，促进产业链、供应链数据融合，形成产业集群、省市、全行业基础大数据库，为政府、产业集群、纺织服装行业、企业提供数据分析、数据大屏展示、数据平台建设、解决方案推广、产融合作、供需对接等服务。

商务合作：
中国纺织工业联合会信息化部

王先生 010-85229046 13811957097
宋女士 010-85229513 13683184867
吴女士 010-85229541 13910583128



T 纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

纺织之光科技教育基金会是在1996年设立的“钱之光科技教育基金”的基础上，由一批拥有高度使命感和责任感，愿为中国纺织行业科教进步作贡献的优秀纺织企事业单位和个人捐赠资金成立的。2008年5月注册成为全国纺织行业性基金会，注册资金2000万元。

截至2020年底，纺织之光科技教育基金会已支持表彰奖励纺织科技奖1556项、优秀教师和学生4205名、优秀教学成果奖1726项、针织内衣创新贡献奖118项、应用基础研究63项、科技成果推广306项、全国纺织行业技术能手283名、技能人才培育突出贡献奖16人及28家获奖单位。

自1997年至今，科技教育公益活动支出超1亿元，对促进纺织科技教育事业发展起到了积极的推动作用。

宗旨：科技进步 人才成长 产业升级



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

(以上数据由企业提供)