

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

2021.10.18 | 第38期 | 总第1046期



第十届

江苏(盛泽)
纺织品博览会

The 10th Jiangsu (Shengze)
Textile Expo

咨询热线
0512-63599692

2021 SHENGZE FASHION 盛泽 第十届 纺博会

2021.10.20-22 盛泽国际会展中心

江苏省苏州市吴江区盛泽镇舜湖西路(广州路口)

诚邀您的莅临!

.....



观众登记码
扫码提前预约



抖音搜索“绸都网”
关注纺博会动态

天然可降解面料

功能性面料

环保面料

户外面料

丝绸面料

原创设计

现货

再生面料

抗菌面料

石墨烯面料

科技面料

时尚面料

证券简称：远信工业
证券代码：301053

YOANTION® 远信工业

节能 环保 高效

铸就 远信品质 / 远信品牌

WWW.YOANTION.COM



Y9000型双层热风拉幅定形机

地址：浙江新昌澄潭工业区
电话：0575-86068888
传真：0575-86059666
E-MAIL: JUNSHAOCHEN@163.COM

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



World Textile Merchandising
Conference
Keqiao Shaoxing China
世界商大会·中国绍兴
柯桥

2021
第四届世界布商大会
The Fourth World Textile
Merchandising Conference

数字赋能 · 绿色共生
Digital Empowerment · Sustainable Symbiosis

2021.10.26-29

中国绍兴柯桥
keqiao Shaoxing China

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	郭莹颖
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: 纺织时报

承印: 北京晟德印刷有限公司

目录 CONTENTS

P06 资讯 Infos

郑州银基：感恩有你 重装出发
国人服饰以匠心和智慧致敬英雄

P07 科教 Science

向阳而生，追光前行！

P08 关注 Attention

2021 中国面料之星发布仪式在沪举行

P10 特别报道 Special

奋进于当下 收获在金秋
见证中国纺织业发展韧性
尽锐出击，亮出“真招”！
春华秋实，不负花期！
从源头赋予产业链科技时尚绿色力量
繁华如织 实力品牌共谋发展新篇

P16 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

绍虞携手，两大千亿级集群共谱新篇
“数字市场”建设技术与应用齐头并进
直播探店寻宝，“云”逛中国轻纺城服装服饰市场



P20

P20 盛泽专版 Shengze

稳住“压舱石”，迈向“新赛道”
十全十美，第十届盛泽纺博会十大亮点抢先看

P24 一线 Frontline

南山智尚将可持续时尚融入生产链

P26 指数 Index

节后成交环比回升 价格小幅上涨

每周随笔

重构人与机器的关系

竹林、池塘、沼泽、绿草、山峦……在这样的优美场景中，一座座岭南风格的高大建筑坐落有序。这样的镜头让人联想到中国山水画般的生态园林公园，其实这是溢达纺织在广西桂林投产的十如纺织工业园区的场景。当视频在 2021 中国棉纺织科技大会上播放的时候，参会代表们惊叹不已。

由于新冠疫情的影响，海外市场需求不振，订单减少；贸易摩擦加剧，出口下降；全球气候变化使得环保问题日趋严峻，环保成本不断提高。面对企业的生存现状，溢达集团特纺董事总经理田野认为，应对挑战没有别的办法，只有持续创新。创新的方向就是加强环保可持续投入、加大数字化应用，而这一切都离不开人才的培养。

人工短缺，年轻人不愿从事制造业，这是纺织行业乃至制造业面临最为紧迫的问题。我国受教育的人越来越多，但许多人不愿到制造业就业。“破解这一难题的途径，就是要有新观念，重新定义制造业的本质，将管理变革、人才培养与自动化、智能化、数字化有机结合，把核心注意力聚焦在人的身上，一切以人为本。”田野阐述了溢达纺织应对挑战，重构人与机器的关系的理念。

区别于以往制造业工人只能在一个狭小的工位上进行简单繁复的体力劳动，如今在十如特种纺纱生产线上，取而代之的是高学历、高素质的现场工程经理，他们是既可实操又能管理的复合型多岗人才，一名员工可同时掌控数台智能机器。人与机器的完美配合，不仅对生产效率起到革命性的提升，更为每一位员工带来自我实现的成就感。这正是溢达纺织跳出传统工厂的框架，改善工作环境，改革内部管理，以吸引年轻人投身纺织业所做的尝试。

在桂林漓江之畔，一处原本废旧的土地正慢慢转变成一处优美山水映衬下，具有地方文化韵味的现代化纺织园区。在这样的环境中工作，让笔者都有跃跃欲试的冲动。社会上还是有不少人认为纺织服装行业是劳动密集型的夕阳产业，而溢达纺织在桂林建设的十如园区已经颠覆了大家的固有观念，向世界展示纺织行业在保持竞争力的前提下，依然可以为员工提供良好的工作环境，实现自我价值，并践行可持续绿色发展。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在会上也特别强调，应对人口结构变化，行业科技创新需要坚持以人为本。他提出，我国人口正在发生结构性的改变，产业发展与劳动力市场之间的矛盾不断深化。一方面，劳动力人口，尤其是农民工数量正在减少。行业迫切需要以科技创新推动装备升级与技术升级，促进人口质量红利充分释放，提升劳动生产率和全要素生产率。另一方面，就业偏好的改变加剧了劳动力在产业间分布的不平衡。行业需要适应就业理念的变化，通过强化科技创新树立行业技术密集型的新形象，创造更加舒适的劳动环境和工作内容，推动实现人的全面发展。

郭生

本周看点 View point

根据国家相关部门要求，为促进棉花市场平稳运行，并满足棉纺企业用棉需求，中储棉将组织 2021 年第一批中央储备棉投放。时间为 2021 年 10—11 月，10 月 8 日起开始投放。数量上，投放期间每个法定工作日原则上投放 1.5 万吨左右，根据市场形势等情况动态调整。

——新华网

最新一期《世界经济展望》预测 2021 年全球经济增长 5.9%，相较 7 月预测下调了 0.1 个百分点。各国短期经济走势的分化将对中期经济表现产生持久影响，疫情造成的“断层”似乎将持续更长时间。预测中国经济 2021 年将增长 8%，较 7 月预测微幅下调 0.1 个百分点。

——央视新闻

9 月份，“经济日报—中国邮政储蓄银行小微企业运行指数”为 44.5，较前月上升 0.2 个点，指数创 20 个月以来新高。自 2020 年 9 月以来，小微企业运行指数稳中有升，市场指数、绩效指数呈现不断复苏趋势，信心指数、采购指数、扩张指数和风险指数在一定水平上波动。

——经济网

据人民银行官网消息，人民银行公布的 2021 年前三季度金融统计数据报告显示，9 月末，广义货币（M2）余额 234.28 万亿元，同比增长 8.3%；前三季度人民币存款增加 16.61 万亿元，同比少增 1.54 万亿元。

——人民网



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



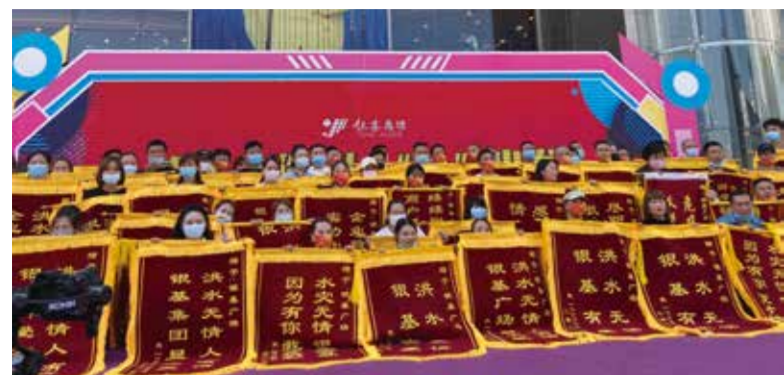
纺织服装周刊
网易号



纺织服装周刊
新浪微博

聚焦
FOCUS

郑州银基： 感恩有你 重装出发



答谢庆典现场。

业、品牌、专业市场将会开启创新之旅，相信银基也会紧紧抓住中国纺织服装行业转型升级发展的重要机遇期，积极整合产业链优势资源，创新服务模式，为纺织服装行业的强国梦做出新的贡献。

作为中部服饰时尚的先锋力量，银基广场是河南省最具影响力和知名度的服装专业市场，不仅见证了河南人服饰的变化，也引领着中原地区的服饰风尚。日前，河南郑州银基广场负一楼重装开业。在“感恩有你 重装出发”开业答谢庆典上，银基向所有救灾期间支援和帮助过银基的人们致以最深的感谢。

今年7月，银基广场负一楼在河南特大暴雨中遭受严重损失。中国纺织工业联合会流通分会在得知银基困境和需求时，第一时间筹备和捐赠物资，千里驰援。中国纺织工业联合会流通分会副会长徐建华表示，以流通分会为平台和纽带，中国纺织服装企

银基广场总经理苗俊雅表示，在银基最困难的时候，是社会各界予以关心，才有了负一楼的重新开业。未来，银基将带着努力的成果和感恩的心，为产业发展做出更大贡献。

银基广场在最艰难的时刻也不忘企业的社会责任，并承诺“坚决不卖泡水产品”。对于此次遭受的损失，银基广场相关负责人表示，市场方为商户办有保险，中国人保紧急启动24小时快速理赔通道，并预付首笔5000万元理赔款，15万元以下小额理赔24小时便可到账，助力商户解决经营困难，目前理赔金额超亿元。

(吕杨)

国人服饰 以匠心和智慧致敬英雄

9月30日是国家设立的烈士纪念日。在天安门广场向人民英雄敬献花篮活动中，来自北京171中学、北京第一师范学校附属小学、北京市东城区分司厅小学等多所学校的少先队员手捧鲜花、迎着朝阳，追思为建立新中国而英勇牺牲的革命先烈。随风飘扬的红领巾，在白色圆角领、中式扣祥衬衫以及靛蓝裙裤的映衬下，显得庄重而又不失活泼。现场服装的活力色彩、醒目纹样以及精巧绣功，都凝聚了“国人服饰”独具的匠心和智慧。

国器国粹，异彩绽放。由于设计精美、制作优良，极富中国特色又深具国际水准，自2019年起，国人服饰连续三年服务该项国家重大活动。

入选，既是荣耀，也是责任。国人服饰设计团队接到任务后，紧紧围绕缅怀先烈的主题，将原创作为品质的生命，为体现肃穆与朝气的统一，多次修改设计图稿，又深情地注入了民族元素，使设计制作出的少先队员服装既庄严又充满活力，完美地展示出国人风采。

近年来，在国家重大活动中，国人服饰以民族企业的时代担当，践行着“品牌强国”的鸿鹄之志，向社会传递了国人工匠的魅力。面向未来，青春蓬勃的国人服饰将继续怀抱梦想、担当作为，以光荣、自信的姿态同世界对话，让世界了解国人，让国人时尚世界。(郭春花)



郑敏泰先生再一次向“纺织之光科技教育基金会——郑敏泰基金”捐赠人民币900万元，其捐赠金额总计已达2000万元。



向阳而生，追光前行

安莉芳创始人郑敏泰再向纺织之光基金会捐赠 900 万元

本刊记者_ 郭莹颖 / 文 关云鹤 / 摄

TIPS

郑敏泰先生是安莉芳品牌创始人、集团董事局主席。在郑敏泰先生的领导下，安莉芳历经46年，打造了中国高品质内衣的领先品牌。

2010年，郑敏泰先生向纺织之光科技教育基金会捐赠人民币1000万元（2014年追加捐赠100万元），设立了“郑敏泰中国针织（内衣）基金”。十年来，该基金支持奖励“中国纺织工业联合会针织内衣创新贡献奖”项目118个，发放奖金354万元。2020年，郑敏泰先生荣获“中国纺织慈善家”荣誉称号。如今郑敏泰先生再次向纺织之光科技教育基金会捐赠人民币900万元，助力纺织行业的发展。

向阳而生，追光前行，“纺织之光”是2000万纺织人共同的行业之光、科教之光、公益之光、荣耀之光和时代之光。行业迈向“十四五”，践行“科技、时尚、绿色”高质量发展之际，又迎来喜讯，10月9日中国纺织工业联合会秋季联展开幕之日，安莉芳集团创始人郑敏泰先生向纺织之光科技教育基金会捐赠900万元，捐赠仪式在国家会展中心（上海）举行。

中国妇联党委书记兼秘书长高勇，会长孙瑞哲，原会长杜钰洲、王天凯，原副会长许坤元，副会长夏令敏，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新，副会长孙淮滨等领导出席捐赠仪式。夏令敏主持仪式。

夏令敏在致辞中表示，今年是纺织之光科技教育基金会成立25周年，也是郑敏泰先生自2010年和2014年两次向纺织之光基金会捐赠人民币共计1100万元，设立“纺织之光科技教育基金会——郑敏泰中国针织（内衣）基金”的第11年。在“纺织之光”成立25周年之际，郑敏泰先生再一次向“纺织之光科技教育基金会——郑敏泰基金”捐赠人民币900万元，其捐赠金额总计已达2000万元，感谢郑先生投身纺织、热爱纺织、心系纺织的无私奉献精神。

因疫情原因，郑敏泰先生无法亲抵捐赠仪式现场，由郑敏泰嫡孙郑家熹先生作为代表与纺织之光科技教育基金会理事长叶志民共同签署捐赠协议。

郑家熹表示，2010年起，祖父陆续捐赠1100万元设立“纺织之光科技教育基金会——郑敏泰中国针织（内衣）基金”。该基金十年来已奖励118项针织内衣行业的科技成果，对促进针织内衣行业发展起到一定作用。感谢中国纺织工业协会的精心组织工作，感谢纺织之光基金会规范管理！祖父虽皓

背之年望期颐，却仍心系行业，怀着一颗感恩心，再一次向纺织之光基金会捐资900万元，原基金更名为“纺织之光科技教育基金会——郑敏泰基金”，用于支持和促进整个纺织行业科技教育事业的发展。

高勇在讲话中表示，中国现代内衣先行者——郑敏泰先生于1975年在香港创办安莉芳。46年来，他亲力亲为，秉持“忠、公、能、勤、俭、敢”的管理文化，以创造美丽生活、追求美丽事业为己任。上世纪九十年代进军内地市场以来，安莉芳业务迅猛发展，品牌影响力日益强大，踏上了提质增效可持续发展的快车道。郑敏泰矢志初心，不忘回报行业，分别于2010、2014年两次向“纺织之光”捐赠共计1100万元（是总额最大捐赠个人），发起成立郑敏泰基金。多年来，郑敏泰基金对于推动我国内衣行业科技创新、人才培养和品牌创新培育起到了积极引导示范作用。此次郑先生再一次向郑敏泰基金捐赠人民币900万元。此举是郑敏泰诠释“家国情怀，纺织脊梁”称谓的生动写照，是发扬新时代纺织企业家慈善精神和实现自我价值的具体实践，对于助推“十四五”我国纺织行业科技创新和人才培养，为“纺织之光”温暖大家庭添砖加瓦，起到重要的引领示范作用，具有重要的时代意义。

传承红色基因，沐浴改革春风，共襄时代伟业。伴随着25年不平凡的光辉历程，“纺织之光”继承和发扬以新中国纺织工业奠基人钱之光同志为代表的历代开拓者的奋斗精神，凝聚全行业公益力量，共支持奖励中国纺织科技奖1556项、中国纺织针织内衣创新贡献奖118项、优秀教师学生4205人，公益支出超一亿元，为促进纺织工业科技进步、人才成长和产业升级做出重要贡献，积淀形成了以“忠诚担当、守正创新、科教为重、奉献纺织”为基本内涵的“新时代纺织之光精神”。

高品质的检测、分析与认证水平--瑞士品质，全球信赖，始于1846年

欢迎莅临
TESTEX展位
S9-A10
柯桥纺博会
2021.10.26-28

TESTEX 175
SINCE 1845

TESTEX 代表高品质的检测、分析与认证水平--瑞士品质，全球信赖。我们是专注纺织的独立检测实验室。更多信息请访问 www.testex.com | beijing@testex.com, shanghai@testex.com, hongkong@testex.com

OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN TEXTILES
STANDARD 100

OEKO-TEX®
INSPIRING CONFIDENCE
StEP

OEKO-TEX®
INSPIRING CONFIDENCE
MADE IN GREEN

OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN LEATHER
LEATHER STANDARD

OEKO-TEX®
INSPIRING CONFIDENCE
ECO PASSPORT

OEKO-TEX®
INSPIRING CONFIDENCE
中国官方代表机构



评委会大奖颁奖。



最佳科技创新奖颁奖。



最具市场价值奖颁奖。



最佳图纹色彩奖颁奖。



最具时尚风格奖颁奖。



最佳企业服务奖颁奖。

2021 中国面料之星获奖企业

奖项	企业名称
评委会大奖	浙江富润纺织有限公司
	魏桥纺织股份有限公司
	浙江汇明提花织造有限公司
最佳科技创新奖	盐城福汇纺织有限公司
	吴江福华织造有限公司
	山东南山智尚科技股份有限公司
	吴江市嘉耀纺织有限公司
	浙江尚正纺织科技有限公司
	杭州圣玛特毛绒有限公司
	无锡恒诺纺织科技有限公司
最佳图纹色彩奖	浙江豪欣纺织有限公司
	苏州宇升纺织有限公司
	江苏尼高纺织面料有限公司
	山东太阳鸟服饰有限公司
	中多控股有限公司
	无锡爱柯毛绒科技有限公司
	绍兴红酸枣纺织品有限公司
	绍兴市蝶客诗纺织科技有限公司
	北京花香麻生物科技发展有限公司
	湖南华升株洲雪松有限公司
最具时尚风格奖	杭州新天元织造有限公司
	鲁泰纺织股份有限公司
	江苏会臻纺织科技有限公司
	浙江大树纺织科技有限公司
	绍兴柯桥永佳纺织品有限公司
	兰州三毛实业有限公司
	绍兴钧德服饰有限公司
	浙江科旺纺织有限公司
	绍兴彩色棉纺织科技有限公司
	绍兴柯桥品诺纺织品有限公司
最具市场价值奖	江苏金辰针纺织有限公司
	绍兴岁寒纺织品有限公司
	北江智联纺织股份有限公司
	绍兴菲逊纺织发展有限公司
	佛山市马大生纺织有限公司
	常州缙彩纺织品有限公司
	昆山华阳新材料股份有限公司
	昆山枫港纺织品有限公司
	浙江美欣达纺织印染科技有限公司
	南通东屹高新纤维科技有限公司
最佳企业服务奖	苏州墨染纺织有限公司
	绍兴佰森纺织品有限公司
	绍兴柯桥利泰衬衫有限公司
	杭州新生印染有限公司
	诸城裕民针织有限公司
	青岛德泰科技有限公司
	绍兴花庆纺织品有限公司
	盛意成石墨烯科技(苏州)有限公司
	上海丝诚实业有限公司
	上海梭枫纺织有限公司
陕西锦澜科技有限公司	
杭州铭和丝绸有限公司	
浙江惠达纺织服装有限公司	

国潮与环保当道

2021 中国面料之星发布仪式在沪举行

■ 本刊记者_夏小云/文 关云鹤/摄

自 2011 年起连续举办 11 年，中国面料之星系列活动见证了中国纺织服装行业的快速发展和巨大进步，为广大面料企业的优秀产品推广提供平台与渠道，为国内面料行业健康有序发展提供一份有价值的参考。

10 月 9 日，2021 中国面料之星发布仪式在 2021 中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会上隆重举行，最佳企业服务奖、最具时尚风格奖、最佳科技创新奖、最佳图纹色彩奖、最具市场价值奖、评委会大奖共计 6 大奖项正式揭晓。

本届中国面料之星系列活动由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办，得到了德州华源生态科技有限公司、青岛邦特生态纺织科技有限公司的大力支持。

中国纺织工业联合会副会长夏令敏，中国纺织工业联合会信息化部副主任、中纺网络信息技术有限责任公司总经理殷强，中国纺织工业联合会新闻中心副主任、《纺织服装周刊》杂志社社长徐峰，中国纺织工业联合会流通分会秘书长王水元，《纺织服装周刊》杂志社社长助理张尚南，副总编辑袁春妹、万晗，德州华源集团市场部产品总监张寿荣，青岛邦特生态纺织科技有限公司总经理山传雷、品牌部经理宋晓彤、市场部经理苑婧等领导嘉宾以及来自全国各地的百余家优秀面料企业、全国知名纤维纱线企业代表出席了本次发布仪式。

科技创新驱动，绿色时尚引领

《纺织行业“十四五”发展纲要》提出，按照“创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业”发展方向，行业要

持续深化产业结构调整与转型升级。2021 中国面料之星系列活动契合纺织行业“十四五”发展纲要，以科技、时尚、绿色的创新产品引领，推动行业转型升级。

徐峰在致辞中表示，“结构调整”、“科技创新”、“绿色发展”等仍然是“十四五”期间纺织行业发展的主旋律。为满足不断变化的新消费与新需求，作为产业链上的一环，中国的纺织服装面料需要不断进行科技创新，提供融技术创新、流行时尚和绿色环保于一体的创新产品。

中国面料之星系列活动是由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办的最具影响力的面料调查活动。其宗旨是发现、表彰、推广优秀的面料产品及企业，搭建产业对接的专业平台。自 2011 年以来已连续举办 11 年，该活动见证了中国纺织服装行业的快速发展和巨大进步，为广大面料企业的优秀产品推广提供平台与渠道，为国内面料行业健康有序发展提供一份有价值的参考。

张寿荣在做主题演讲时表示，一直以来，德州华源生态科技有限公司将“打造差异化纱线精准服务提供商”作为企业的目标，遵循可持续理念，密切与时尚环保理念品牌合作。在保证产品差异化的基础上，研判时尚走势，重点打造升级版产品系列，赢得市场好评。作为本次活动的支持单位，华源希望通过参与中国面料之星活动，为中国纺织

面料创新化、高端化发展注入源头活力。

今年，中国面料之星系列活动得到了青岛邦特生态纺织科技有限公司的大力支持。宋晓彤在主题演讲中表示，邦特是国内前沿的功能性纤维创新企业，专注于天然、绿色、低碳、环保新型纤维、纱线的自主研发和生产，拥有专业的功能性纤维生产基地，现已成功研发、生产 Naturefi 天然纤维系列，产品已获得近 30 项国家发明专利，并通过 Oeko-Tex、FSC、SCS 等多项生态、再生纺织品认证。作为纺织行业的上游企业，邦特纤维希望借助“中国面料之星”活动平台，运用新技术、新组合来推动产业链的协同共赢、共同合作，全面提升中国纺织行业的竞争力、生命力。

了解新消费趋势，向高质量发展迈进

活动现场发布了《2021 中国面料之星活动报告》，活动组委会负责人雷蕾介绍说，本次面料之星活动历时近 3 个月，共收到全国各地 200 余家参评企业的千余款面料产品，涉及男装、女装、运动休闲装、内衣家居服面料四大品类。国内各个领域的优秀面料企业如鲁泰、魏桥、东丽、三毛、江苏澳洋、中多、岱银、德州恒丰等企业积极参与评比，递交了最新研发的面料产品。本次评选在参选面料科技含量、时尚度、工艺技术及质量、花色等方面有重点突破，男装精品面料的参评比例有所提升，尤其突出的是在环保方面有了许多创新面料。

根据最终统计数据显示，本次活动女装面料企业的参评数量最多，约占全部企业的 36%，其次是男装面料企业约 27%，运动休闲装面料企业约 26%，内衣家居服面料企业 11%。

为了更好地增加上下游企业对行业的整体了解，本届面料之星组委会结合行业特点特地梳理了今年的整体流行趋势：国潮风气、多功能运动休闲、后疫情自愈、可循环基本款。

同时组委会根据市场反馈，通过对面料信息的整体分析，总结归纳了“流畅光泽、自然淳朴、绒质回归、中国元素、岩石纹理、金银点缀、微皱敏感、趣味牛仔、百变格纹、几何肌肌、可持续时尚”等 11 大面料趋势。

经过多年的砥砺前行，中国面料之星系列活动让我们看到了中国纺织“科技、时尚、绿色”落在实处的无限可能，让企业不仅收获了行业殊荣，更是深入了解新消费趋势下服装企业对中国面料市场的细分需求，从而创新求变，从容应对更大的时代挑战。TA





中国纺联领导参观展会。

奋进于当下 收获在金秋

2021 中国纺联秋季联展举办

■ 本刊记者_刘嘉 郭莹颖 李亚静 董笑妍 王利 徐长杰

10月9—11日，2021中国纺织工业联合会秋季联展在国家会展中心（上海）成功举办。不同寻常的金秋，如期举办的展会，为中国乃至全球纺织行业提供了当下最为稀缺的交流对接平台，为疫情之下企稳复苏的纺织业传递了“在一起，向前走”的信心与力量。本届联展集结五大展会——2021中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会、2021中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会、2021中国国际服装服饰博览会（秋季）、2021中国国际纺织纱线（秋冬）展览会、2021中国国际针织（秋冬）博览会，在14个展厅内汇聚了6000家展商，成为中国纺织业创新不停顿、开放不止步的生动展示。

开幕当日，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，会长孙瑞哲，原会长杜钰洲、王天凯，原副会长许坤元，副会长夏令敏，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华，原副会长陈树津、杨东辉、张延恺、张莉、杨纪朝等中国纺联领导和各部门、各成员单位负责人，以及各地方协会负责人参观了本届联展。

intertextile
SHANGHAI apparel fabrics

见证中国纺织业发展韧性

10月11日，2021中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会圆满落幕。三天展期里，展览会向行业呈现了一场来之不易的纺织人聚会，无论是展商还是专业观众，都格外珍惜这次现场对接和交流沟通的机会。大家为赴一个约定而来，在金秋十月尽揽收获，不虚此行。

本届intertextile2021秋冬面料辅料展是在疫情防控常态化的特殊背景下召开的，展会的成功举办也让中国纺织业的凝聚力和自信心得到进一步提升，意义非凡。展馆内，各类智能化、绿色化、高端化的纺织产品，也让世界见证着中国纺织业的发展韧性，更进一步构建中国纺织业的新未来。

创新是永恒主题

创新是提高行业竞争力的永恒主题。要适应变局、赢得未来，需要行业企业围绕“科技、时尚、绿色”的产业定位，把创新作为

根本动力，摆在产业核心位置，以新的眼界、新的格局、新的胸怀，切实推进行业高质量发展。连云港鹰游新立成纺织科技有限公司作为连云港鹰游集团旗下一家以毛绒面料及家纺制品为主的子公司，近年来，以“生态印染、健康纺织”为主题，在传统毛绒行业获得突破性创新。

在鹰游新立成纺织的展位上，除了各类法兰绒、珊瑚绒、PV绒、超柔短绒等家纺面料的展示，电子屏幕还循环播放公司近年来的发展亮点。作为碳达峰、碳中和的先行者，鹰游新立成纺织着重发展闪染印花新技术，节水率90%以上，不断以新原料、新技术，在传统的毛绒行业获得突破。公司坚持走产学研结合道路，潜心研发，不断创新健康类纺织毛绒面料，将阻燃、抗菌、发热、冷感等元素纳入到新开发面料中，以多种形态展现。据悉，公司拥有织造—印染—整理—深加工—家纺设计、加工等全套工序，并拥有自己的污水处理系统。

打造具有文化内涵的民族品牌

对外打造重量级中国品牌，对内创建富有文化内涵的民族品牌。纺织非遗在所有非遗项目中有着显著特点，覆盖面广、品种丰富、应用领域广泛，和人民生活最为密切，有非常强的实用性，易于走进现代生活，融入时尚潮流。“原村”作为赞皇县雪琴棉产品开发有限公司精心打造的纺织类品牌，第一次参加展会。2013年，赞皇原村土布纺织技艺被列入河北省级非物质文化遗产代表性项目名录，传承着纺织文化和古老的纺棉工艺，千年文化成为了这里得以持续发展的灵魂。

手工纺织的土布，以纯棉为原料，用原始的纺车、木织布机一梭一梭精心编织而成，多用于床上用品和服装服饰。品牌负责人崔雪琴表示，希望让更多人看到传统民族文化的传承与创新，将指尖记忆转化为指尖经济，让更多的消费者通过民族品牌了解民族文化的魅力，最终帮助落后地区脱贫致富。

传统纺织工艺作为非物质文化遗产，是遗产，还是财产？要权衡这一答案，任重道远，而权衡的前提，是传承。“传承与创新是传统纺织技艺的核心所在。”崔雪琴表示，目前品牌正在积极与高校、人才合作，让每个人都可以是非物质文化遗产的继承人，让民族的真正成为世界的。

“黑科技”让面料“七十二变”

每一年的intertextile面料辅料展，“黑科技”是永恒的主题之一。大众已不满足于传统服装，对衣着追求也不断升级，从实用耐穿到时髦光鲜、注重品牌，再到如今的多元化、健康、抗菌趋势。为迎合市场需求，运动功能性面料企业聚焦于科技迭代的新面料生产研发，具备绿色、健康、科技特点的面料已成为新时代的宠儿。玉立集团展出的黑洞系列中的sinowarm纳米碳技术吸睛无数，展位负责人叶希望现场演示，纳米碳只需连接上充电宝，6秒内即可完成速热，且可手动调节4档温度，是户外运动者的福音。

针对秋冬市场，北江纺织此次主打保暖4D热力牛仔，将保暖技术融入面料，做到绒感层、锁温层、发热层、手感层“4in1”，让科技感变成体感。展位负责人钟章伟介绍，在同等光照条件下，4D牛仔面料与常规牛仔面料在光照20分钟后，前者温度高于常规面料5℃，真正做到更轻更保暖。

超级买家团“成团出道”

“intertextile超级买家团”热力续航十月沪上。三天时间里，超级买家团开设了休闲装、女装、犀牛智造、婚纱礼服四场专场商贸对接会。

其中，休闲装、女装专场作为基础团集结近40位来自播Broadcast、雅鹿、lily、子非鱼、仲夏物语、木棉道、鹤鸣、sundaymerry、逸红颜、圣迪奥、拉菲妮、米尚、天轩、苏豪丝绸、

海企集团、苏尧制衣等品牌及公司的负责人携带高质量订单到场。

雅鹿控股股份有限公司此次专门来寻找功能性羽绒服面料，负责人评价说，对接活动非常有效，目标明确、交流高效，这主要是因为主办方前期的沟通、准备工作非常细致，避免了服装企业在几千家面料展商中大海捞针似的寻找。

展商苏州市阿尔法羊绒制品有限公司展位负责人表示，虽然沉浸市场多年，但还会遇到新鲜品牌出现却没能第一时间“捕捉”到的问题。商贸洽谈会这种活动形式，恰好可以为工厂和有需求的新品牌之间建立起一个链接的桥梁。“我觉得这是一个很好的方式！”

除了以上超级买家团组外，来自纺织商协会、产业集群、批发市场、知名服装品牌、独立设计师、智能制造等领域的十余个参观团也纷纷亮相。除了带着采购订单，参观团成员还希望借此直观了解行业发展动态。“我们每年都来看展，每次都能看到很多让人眼前一亮的产品和技术应用。可以说，展览会就是行业的浓缩，持续关注每一届的变化最能感受行业的变化和发展，也知道接下来的路要怎么走。”

商贸精准高效、点面结合

商贸对接室里持续开启“非诚勿扰”模式，供需双方握手详谈间，许多意向已经达成。而展馆里，许多展台也同样人气爆棚，多家企业展位客流不断。

三星羽绒常务副总经理毛凤伟表示，为了让客户更进一步认识、认知、认同、认购公司的羽绒产品，三星羽绒此次主打可追溯羽绒，只需扫描二维码，即可了解对应羽绒制品的“来龙去脉”，真正让客户感受看得到的温暖。

对于设计师麦瑞来说，日常工作就是不断收集面料辅料来为新一季产品开发做准备。而面料辅料展则是可以集中挑选和认识面料商的好机会。展会上也会有行业权威的讲座以及最新流行趋势的发布，是吸取时下流行讯息的不错渠道。

“纸上得来终觉浅，直面交流始为真”，馆内馆外，随处可见intertextile面料辅料展的“真爱粉”，来之不易的三天展期令到场的各路观众格外珍视。展馆外，小红书、视频号等社交媒体上也可以看到不少观众的精彩打卡分享。

精准高效、点面结合的商贸“升级组合拳”提升了展会的贸易密度与质感，在同样的时间里，供需双方的收获显得更有份量。intertextile面料辅料展将一如既往携手行业企业，继续以“务实办展”为标准，让“贸易含量”在会场内外持续走高，让行业“双循环”更加通畅。

在中国纺织业迈向高质量发展的当下，科技、时尚、绿色是应有之义，在这个过程中，新入口、新模式、新界面不断涌现。大机遇、大变革，千载难逢；大调整、大跨越，不进则退。走过千山万水，我们永远在路上！

intertextile
SHANGHAI home textiles

尽锐出击，亮出“真招”！

10月11日，为期3天的2021中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会在国家会展中心（上海）完美收官。

3天时间里，1500余家展商，10万平方米展出面积，4大展馆，13大家纺品类，5个产业集群展团（海宁、桐乡、余杭、柯桥、湖州）和1个国家展团（比利时）……2021intertextile秋冬家纺展，行业企业尽锐出击，呈现科技成果、时尚新品和引领未来的责任发展理念。

适应疫情新常态，把握当下新机遇。把失去的时间补回来，把最新的产品亮出来，家纺企业求新求变、转型升级，强势回归、砥砺前行。

重装出击：全方位为行业发展赋能

今年，intertextile秋冬家纺展不仅汇聚了当下最in的时尚创意设计，更集结了所有软装力量，包括高端Editor进口布艺商、成品窗帘企业、优秀品牌窗帘、高端家私面料商、设计师渠道面料商等，形成组合效应，全方位为行业发展赋能。来自美国、比利时、波兰、土耳其的优质家纺供应商纷纷以驻中国办事处的方式积极参展，带来了让人耳目一新的新产品。

参展企业金色彩龙重装亮相，主要展示高精提花布系列产品，其中数码印花图案面料是今年新的产品线。响应“双循环”，公司产品主攻内销市场，通过展会寻找优质合作伙伴。

地毯品牌凡尔赛的核心竞争力是自主研发能力，该展位负责人表示，今年推出了现代轻奢、现代极简、现代抽象风格以及高端定制等系列新品。3天时间，与很多意向客户建立了联系。

“华尔泰是intertextile秋冬家纺展的老展商了。”华尔泰董事长徐博华表示，公司不仅产品做得好，营销策略、供应链管理同样先进。让每块布都有专属的二维码，可提供小额订货，将销售端移到展位上……借助intertextile秋冬家纺展这个平台，希望将华尔泰的先进技术、理念展示出来。

参加intertextile秋冬家纺展，今年中缝利华带来了自主研发的全自动避裁检测系统，该设备整机拥有数十个自主创新技术专利，将助力家纺企业实现工业4.0，现场很多观众都对这项系统感兴趣。

和心、JAB、优雅生活、金佰利、英诺威、创明、欧亚布业……分布在5.1、5.2、6.1、6.2馆的家纺企业，纷纷亮出最新产品，迎接专业观众的洽谈。

务实商贸：展馆有界，商贸无界

展馆有界，商贸无界。3天时间内，一对一、一对多的商贸对接随处可见。值得指出的是，超级买家团的到来，为高效对接的发生带来更多的可能。例如，山东省家具协会组织了烟台吉斯、诸城新华宇、蓝天家具、金富通家居等山东家具制造企业、商城代表60余人组团赴会，与广东、浙江等面料产业集群制造商就沙发高新面料与实木家具高定软

包进行面对面供需对接；长沙室内设计师协会带着赤度空间、梵舍晓艺等设计公司的主理人与设计师展商进行了专业对接……

山东诸城新华宇家具有限公司于青表示，公司技术骨干组团来到intertextile秋冬家纺展，有着明确的目标——采购亚麻、科技布等材质的沙发面料。经过两三天的逛展，感觉现场的面料产品档次较高，对接中，找到了几款中意的产品，留了联系方式，会在展会之后继续接洽。

上海浔兴拉链制造有限公司国际业务部负责人表示：“intertextile秋冬家纺展为纺织业提供了一个宏大又专业的国际性交流平台，能让我们既精准又快速找到想要的产品及供应商，每次都能和新的合作伙伴建立联系。未来市场呈现复苏趋势，相比以往，市场有了新的变化，我们倾向于寻找小而精、具有功能性的产品，对绿色环保的产品很感兴趣。同时，每次来展会我们也能了解到行业内许多新信息。”

线上小程序、直播等打破了空间限制，参展商为展品设置的专属二维码、自发组织的直播行动，让商机无处不在。

一名来自西班牙Miguel Ramirez Gonzalez公司的采购商表示，Globalbc公司长期为全球最大的酒店连锁集团Hotusa Group Hotels供应酒店家具家居产品，本次参会主要想采购家纺产品，寻找长期供应合作伙伴，出口西班牙。

该采购商表示，参加线上直播形式的推介会，能更加直观地了解到产品的信息，不仅可以云看展还可以很便捷地知道展商的信息和联系方式，希望有机会可以到现场与更多的展商对接。

重磅活动：先锋力量解读行业未来

3天展期，设计风向标、渠道放大镜、技术最前线、跨产业赋能四大板块活动带领现场观众把脉布艺行业未来方向，把握潮流动向发展趋势。

2021“intertextile Home Best 特别推荐”颁奖典礼评选出了70家获奖企业。主办方表示，奖项的设立是为了鼓励更多的家纺企业为中国品牌、中国品质的强大作出贡献。

第七届“从跨界到无界——家具 & 家纺 TOP 品牌直治会”邀请了众多家纺家具相关协会、集群、企业嘉宾分享经验，畅谈趋势，打开思维，实现家纺和家具品牌优势互补，为消费者提供一站式家居解决方案，帮助企业找到市场突破点。

此外，TOP青年软装设计新声——intertextile软装设计城市巡展/论坛、中国艺术涂料发展趋势分享、智慧工厂—成品帘智能生产整厂解决方案……一系列探讨设计趋势、聚焦渠道变革、传授成功经验的论坛、发布活动也为家纺企业解惑。

可以说，本次展会是在疫情防控得当形势下，对市场行情、商贸对接的一次探讨，更是对新常态下，家纺企业创新、升级、转型的一次检验。



CHIC2021 以一场万象更新，传递了中国服装的未来可期。

CHIC
SHANGHAI

春华秋实，不负花期！

10月11日，为期三天的2021中国国际服装服饰博览会（秋季）完美收官！53000平方米、495家企业、11个特色展区、1个独立展区，37场商贸对接会、9场商业论坛、多场相关活动，共同演绎出今秋沪上声势最为浩大的服装盛会。在疫情常态化下，最严格的入场标准，与最“应景”的人、货、场，碰撞出更为珍贵的精彩“剧目”，而收获，尽在来日方长的“回味”里！

立足双百交替的历史节点，已经实现了第一个百年奋斗目标的中国，正在意气风发向着全面建成社会主义现代化强国的第二个百年奋斗目标迈进。作为支柱产业的纺织服装行业，也在《纺织行业“十四五”发展纲要》及《科技、时尚、绿色发展指导意见》中，明确了“十四五”时期自身定位及方向，全力以赴向着2035年行业远景目标稳步前行。

在电子商务发展持续加速，对外经济新优势加快形成的背景下，CHIC2021（秋季）对科技、时尚、绿色三大发展趋势及方向进一步深度解读，以线上线下的双轨融合，以提速、提质、提品的时尚竞争力，以及绿色环保可持续发展的责任担当，为时代新征程加上新注脚，为行业新蓝图擘画新篇章，为企业新核心注入新引擎，为新消费人群提供新选择！承担引导中国服装行业进度、推进中国服装品牌发展的CHIC，这一届，以一场万象更新，传递了中国服装的未来可期！

双轨融合 数字升级下的CHIC有广度

数字升级，已经成为行业发展不可逆的趋势，它改变了消费者的购买习惯，改变了企业与品牌的生产、设计、管理、营销模式，也改变了展会的呈现形式。CHIC2021（秋季）不仅将行业数字升级的新技术、新产品、新合作模式带到现场，展现从设计研发、生产制造、管理到营销运营等服装全供应链的数字化赋能成效，也在通过线上线下双轨融合的数字化手段，进一步延伸展会的广度。

CHIC2021（秋季）上，时尚男装、时尚定制、最美女装、ODM智造、匠心皮羽、烂漫童装、设计力量、流行配饰、箱包鞋履、链接未来、牛仔世界以及独立展潮流品牌展区，随处可见“数字化”的身影。互联网远程一键式智能下单、精致生产，基于大数据的精准推荐、爆品打造，得益于智慧工厂的柔性快反、个性定制，还有数字化管理、数字建模、AI人工智能……数字化，正在为服装时尚行业带来逆思维、新逻辑与颠覆性创意，“以消费者为导向”的设计模式、生产模式与营销模式，将行业与迭代而来的Z世代新人

群无缝衔接。

来自“CHIC线上展”小程序的内容精彩纷呈，抖音、快手、小红书、微博等新媒体平台的KOL、KOC手机直播、现场打卡，将展会影响力进一步扩大。数字化升级下的CHIC，正在挣脱展会时间、空间约束，打破行业、消费者壁垒，为参展商及观众带来更多体验感、趣味度与无限可能性，也为行业数字化升级带来内生动力。我们窥见中国服装行业缩影，也在这场短暂的趋势见证后，继续朝着目标加速前行。

需求升级 提品提质的CHIC有深度

从中国制造向中国智造的转型升级，不仅需要生产供应链端的数字化、智能化、自动化的变革，也少不了服装质量提升、品牌打造的时尚升级。创新设计的坚持、多元功能性的体现、文化艺术的融入、城市标签的打造……国力强盛、文化自信、国潮兴起的时代，全新消费群体带来的需求升级正不断被满足。CHIC2021（秋季）上，提品提质、时尚升级的服装品牌，越来越让我们充满惊喜，给予我们深度探索的迫切欲望，也为民族品牌信心建立下打造Z世代中国品牌的服装人指明方向。

而除此之外，CHIC官方衍生品的诞生，也是CHIC展会平台打造自我IP、提升“品牌”时尚度的一大创举。欧式花园与中式传统窗花艺术碰撞的手提袋，个性定制的手机壳，以及与品牌跨界联名的T恤、雨伞、丝绸香包、帽子，成为展会上众人争抢却“得不到”的人气单品，“想买”“想要更多品类衍生品”的呼声不断。

绿色探讨 可持续转型下的CHIC有高度

碳达峰、碳中和目标远景下，关于纺织服装行业的绿色可持续转型的探讨与实践愈发热情高涨。CHIC2021（秋季）上，关于绿色可持续主题的论坛吸引了众多专业观众及展商参与。碳中和目标下的《ZERO DOWN 零下无绒》充气服装专利技术与流行趋势的全球首发，2021中国植物染产业标准化建设论坛暨植物染溯源认证系统工程的启动，从新技术到新标准，给出绿色可持续发展的未来思路。

秋风送爽迎丰年，喜放风筝到九天！CHIC2021（秋季）上，展商及观众们满载而归，属于沪上的故事暂时告一段落。而在11月3—5日，CHIC倾心准备的时尚盛宴又将落笔大湾区（深圳国际会展中心宝安新馆），叠加惊喜“盲盒”，等你来开启！



展会带领观众把脉行业未来方向，把握潮流动向发展趋势。

yarnexpo

从源头赋予产业链科技时尚绿色力量



科技、时尚、绿色的纤维纱线吸引采购商关注。

风从沪上来，商机载满城。10月11日，为期三天的2021中国国际纺织纱线（秋冬）展览会在国家会展中心（上海）8.2馆圆满落幕。一场关乎纺织行业全产业链的饕餮盛宴在这里隆重上演，让“内循环”之风，从展馆吹向全国及世界各地……

三天时间，展馆内人山人海、商机涌动，来之不易的面对面交流机会，让上下游倍加珍惜，充分挖掘展会的潜力与商机。展商们争相带来黑科技功能性产品，可降解、回收再利用绿色环保产品，科技、时尚、绿色跨界融合的高颜值产品，这里是中国纺织产业展现科技创新实力的阅兵场；观众们寻找所需产品、获取前沿趋势、探索发展新路径，这里是行业上下游学习交流的大讲堂。

深化供给侧改革 让黑科技赋能大健康

在健康中国、新材料强国战略，以及消费升级、疫情常态化防控等背景下，人们对健康的关注提升到新的高度。如何通过“衣”满足人们美好生活和健康需求尤为重要。而2021yarnexpo秋冬纱线展上，许多展商早已从纤维源头缔造出健康解决方案。

青岛邦特生态纺织科技有限公司以“Naturefi植物原纤维取之自然，归于自然”为主题，向公众展现绿色生态的纤维新世界。现场集中展示包括植物抗菌除臭、植物防螨、蛋白保湿等多种系列复合功能型高端生态健康纤维，这些纤维100%可降解，取之自然，归于自然。此次展出的系列产品在抑菌、舒适、绿色及应用等方面各有特色。其中，首次亮相的carefi®乳木果纤维，保湿功能卓越，获得许多采购商关注。

上海兴诺康纶纤维科技股份有限公司推出的康纶®环保纤维系列（康纶®莱赛尔、康纶®可降解纤维、康纶®环保再生纤维），康纶航天®科技纤维系列（康纶航天®阻燃、远红外蓄热、凉感、抗菌保暖、吸湿发热等功能性产品），广泛用于贴身衣物、运动、航天、无纺布等领域。此外，公司研发的“绿盾”口罩，以康纶®纤维为材料，在市场上得到消费者的广泛认可。

此外，利用天然作物开发出生物基聚酰胺-泰纶®的凯赛生物，主推生物基材料（聚乳酸）的丰原生物，主推石墨烯康护纤维的高烯科技，专注于大生物健康材料的青岛百草，专注于生物基抗菌抗病毒纤维及制品的禾素时代……从2021yarnexpo秋冬纱线展可以发现，越来越多的纤维纱线企业，以科技创新赋能健康生活。

聚焦可持续时尚 让环保风助力高质量

在“碳达峰、碳中和”目标和“能耗双控”升级的背景下，可持续发展成为2021yarnexpo秋冬纱线展最热议之一。展会现场，有的展商推出了可降解、再生循环、绿色与时尚结合的纤维纱线，有的展商通过技术创新、清洁生产，以负责任的态度助力行业高质量发展。

专注纺织纱线特种染色20年的天和印染，依托其花式纱线段染风格染色整理技术，研发出7—8个别具风格的纱线系列，通过不断开发织片和样衣，满足毛衫企业可持续时尚需求。展会现场琳琅满目的产品，吸引了不少专业采购客户驻足。

江苏互帮纺织科技有限公司现场展出了纯莱赛尔纤维，以及莱赛尔/棉、莱赛尔/涤、莱赛尔/麻、莱赛尔竹节等差异化混纺纱线。“莱赛尔纤维是以木浆为原料经溶剂纺方法生产的一种崭新的纤维，它有棉的舒适性、涤纶的强度、毛织物的豪华美感和真丝的独特触感及柔软垂坠，无论在干或湿的状态下，均极具韧性，百分之百纯天然、可降解，加上环保的制造流程，让生产方式以保护自然环境为本，完全迎合现代消费者的需求。”公司董事长任长邦说道。

康平纳集团作为全球规模较大的标准化色纱供应商，公司的智能染色工厂通过智能染色设备实现了原纱前络装纱、染色、脱水、烘干、后络到包装的完整智能化流程。据展位相关负责人王学鑫介绍，这是我国纺织印染行业数字化、智能化制造的重大突破，与国家行业标准相比，吨纱用水、电、汽分别节约70%、45%、58%，减少污水排放68%，节约用工80%，提高生产效率28%。

推动产业链合作 让上下游携手赴未来

从纤维纱线到服装品牌，产业链上下游的合作越来越重要。yarnexpo纱线展一直以来致力于推动产业链上下游的合作交流，充分发挥零距离接轨下游市场的“全品类一站式”优势，并通过多元活动、商贸配对等提升展会内涵，从源头为纺织产业链注入新活力新动能。

服装、家用和产业用是纺织品三大终端应用领域。作为源头展会，2021yarnexpo秋冬纱线展为展商提供了无缝对接终端客户的“一站式”优势平台，下游展商覆盖了纺织应用领域“三分天下有其二”。数千面料、服装、家纺展商都是纤维纱线展商的有效客户，如海澜之家、红豆、水星家纺、罗莱家纺等服装家纺大牌齐聚，真正实现“客户就在隔壁”，以展馆为圆点向全国延伸，畅通产业链大循环。

在8.2馆，那一抹“中国红”的贵宾买家区格外引人注目。2021yarnexpo秋冬纱线展现场，安于一隅的贵宾买家区，来往人流络绎不绝，许多通过“买家商贸配对”的采购双方在这里首次相遇，许多VIP买家在这里与源头供应商达成合作。这里是整个展会活力释放的缩影，在各大展位、在云端，商贸洽谈更为热烈……

3天的时间里，新品展示、趋势发布、高端论坛等精彩活动轮番上演，传递最新思想、理念、信息。纤维新视界—纺织材料创新论坛现场，十余场活动轮番上演，将纤维最新技术、多元应用及前沿趋势传递给纤维行业及下游客户，通过原料端的趋势分析引领消费需求，实现专、精、特、新产品信息的零距离传递，为上下游提供了一个共享资讯、感知趋势的行业新高地，推动产业链上下游协同创新、共赢未来。



2021PH Value 秋冬针织展让企业在关注新产品、新技术、新设计的同时，还着眼于中国针织行业发展新思路、新模式。



繁华如织 实力品牌共谋发展新篇

10月11日，2021 PH Value 中国国际针织（秋冬）博览会于国家会展中心（上海）4.1号馆圆满落幕，近150家科技创新、创意时尚、绿色低碳的实力针织展商齐聚沪上，共谋产业发展新篇。

新品迭出

精梳纯棉、天丝棉家居服，美体无缝内衣、远红外系列……一件件兼顾吸湿排汗、亲肤柔软的针织新产品，来自综合实力出众的济南元首集团；从再生羊绒、抗菌羊绒到可机洗羊绒，MORO 让羊绒融入日常生活，成为健康品质生活与环保可持续发展的标签；狮丹奴集团的展位上，12大系列产品各有所长，五明治空气层提花、高弹细面红碳保暖绒布、高档全棉液氨整理等系列新品层出不穷……众多展商纷纷推出的新秀在2021 PH Value 秋冬针织展上涌现，足以展现行业技术前沿的突破创新。

2021AW 及 2022SS 现货订货成衣女装系列及部分男装款式品质出众，设计简洁大方、通勤百搭，信诺的毛衫带着“品质”的味道在2021 PH Value 秋冬针织展现场征服了买家的视觉；颜色靓丽的烫画印花、饱和度出色的丝网印花或立体感十足的刺绣印花工艺，在东渡纺织的儿童卫衣上绽放光彩；用料考究、体感出众的最新系列内衣产品，在上海古今内衣集团有限公司的展位上吸引了众多买家……潮气十足的针织产品，等待着为市场带来流行元素，送去流行设计的创新风尚。

集群作为区域品牌的大本营，是融合“点面创新”、“链式创新”与“协同创新”的最优集合体，也是 PH Value 的“老朋友”。清河、大朗、濮院、蠡县、盐步、普宁、小榄、大唐、海宁、辽源、张槎、枣庄税郭、肃宁、青山湖、古里共15家集群悉数到场，按产品类型分布在各个展区内，全面展示中国针织产业集群化发展的最新成果，现场吸引了众多专业买家关注接洽。

一件件新品聚集在2021 PH Value 秋冬针织展，交织而成的就是下一季、下一年、下一次“大促”的“针织好物”！

注重实效

三天展期内，观众在各个展位中络绎不绝地选品、接洽，2021 PH Value 秋冬针织展现场，“成功率”成为了展商和观

众被问及商贸情况时使用最多的词汇。主办方开办的产品商贸服务和专场商贸配对，也收获了颇多好评。

PH Value 重实效还体现在线上渠道上。本届展会现场依然设置了“抖音网红带货区”，主办方邀请的“百万粉丝级”网红毛衣姐姐和上海劲仪智能科技有限公司更是现场逛展带货，让云上买家足不出户便可高效逛展，在线下单。

买家与展商线上线下“情投意合”的背后，是 PH Value 主办方坚持深挖每一个可能合作的机会，并在精准匹配和高效撮合上费尽心思。除了现场一对一的商贸服务、线上销售，展会结束后，主办方还将根据双方的情况继续跟进，提供品类协助、建立联系等服务，这让不少展商和买家表示认可，不仅体现出平台专业的资源整合能力，也让买卖双方都见识到了 PH Value 的服务功底。

遍地时尚

开馆当天，大唐品牌联合袜品秀、2021 大朗毛织时尚发布秀、青山湖针织品牌联合发布……光影交错间不仅勾勒出针织产业蓬勃发展的时尚软实力，更体现出走在时尚高速路上针织人的身影和决心。

时尚远远不止秀场，在可持续针织时尚生态展区，由左右时尚与 GREENEXT 联手打造的 Green Fashion Society 可持续设计领导者联盟，创建的跨界可持续设计+时尚+生活方式的专题展区，向观众呈现了“可持续艺术”。

在功能性针织产品流行趋势展区，时尚则体现在针织面料产品的多元化应用上，每个产品都彰显出独一无二的生活方式，都在满足人们对针织面料新的期许，为穿着增添科技感的时尚。

在袜业趋势区，各种长短不一、五颜六色的袜品构成了一个独特的袜子世界，或是可爱卡通、或是典雅古风，亦或是动感十足的图案，诉说着袜子也在走向设计之路，即使是足下，也需要审美和时尚。

当然，时尚还来自于 PH Value 本身的展会形象、场馆搭建和设置，无不体现着律动的“young”针织力量，多年来，已成为不少时尚人士公认的拍照打卡之地。

2021PH Value 秋冬针织展作为针织产业的年度盛会，让针织企业在关注新产品、新技术、新设计的同时，还着眼于中国针织行业发展新思路、新模式，更将助力针织企业把握新局面，引导中国针织产业健康持续发展。TA

150家

近150家科技创新、创意时尚、绿色低碳的实力针织展商齐聚沪上，共谋产业发展新篇。



本次活动让柯桥面料与常熟服装优势互补，合力打造区域合作新样板。

绍虞携手，两大千亿级集群共谱新篇

“丝路柯桥·布满全球”走进常熟

■ 本刊记者_王利 / 文 关云鹤 / 摄

“十四五”时期，“以国内大循环为主、国内国际双循环相互促进”的新发展格局下，加强国内产业集群上下游合作交流尤为重要。从“河边布街”到“国际纺都”，一块布造就了布满全球、誉满天下的中国轻纺城；从“马路市场”到“服装之都”，常熟服装城正成为中国服装界的重要“坐标”。柯桥与常熟，长三角地区两个千亿级纺织服装产业集群的携手，将碰撞出怎样的火花？

9月27日，“丝路柯桥·布满全球”走进常熟活动成功举办。现场，中多控股、凤凰庄、浙江金晟、尚正、惠达等30家柯桥优质面料企业，展出5000余款特色面料，与公爵蜻蜓、阿仕顿、魔方等100余家常熟知名服装品牌、设计师工作室、面料批发商进行深度精准对接，推动两地产业集群上下游优势互补、合作共赢。

本次活动由中国纺织工业联合会流通分会指导，中国轻纺城建设管理委员会主办，江苏常熟服装城管理委员会协办，《纺织服装周刊》杂志社承办，浙江中国轻纺城集团股份有限公司、绍兴市柯桥区开发经营集团有限公司、常熟服装城集团有限公司、常熟市纺织服装协会、常熟服装设计师协会、常熟聚道商业管理服务有限公司支持。

中国纺织工业联合会新闻中心副主任、《纺织服装周刊》杂志社社长徐峰，中国纺织工业联合会流通分会秘书长王水

元等行业领导，绍兴市柯桥区中国轻纺城党工委副书记、轻纺城建管委副主任钱苗娣，轻纺城建管委展宣处处长唐峰等来自柯桥的领导，以及江苏常熟服装城党工委委员、管理委员会副主任顾辛辛，常熟服装城集团有限公司党委书记、董事长夏明宝，常熟市纺织服装协会常务副秘书长夏迪虎，常熟市服装设计师协会副会长兼秘书长储开政，常熟白马服装市场总经理邓晓玮，常熟天虹服装城总经理助理朱伟亮等领导嘉宾出席活动。

深化产能合作 构建产业链协同新体系

柯桥与常熟同属长三角地区，是纺织服装产业链上的两大千亿集群，两地地域相连、产业相配、人文相亲。搭乘“双循环”新格局和长三角一体化的“风口”，双方的合作是产业之需、大势所趋，必将爆发出1+1>2的发展潜力。

夏迪虎表示，纺织服装产业在常熟三大千亿级产业中历史最悠久、产业链最完备，常熟更是全国秋冬装、羽绒服最主要的产地之一。绍兴柯桥的纺织服装面料在世界纺织市场上享有很高的声誉，中国轻纺城是亚洲最大的轻纺专业市场。本次活动，是绍兴柯桥与常熟纺织服装上下游产业一次深度的合作与探索，协会将积极发挥自身的资源整合优势，推动两地纺织服装行业协同发展，促进产业链各环节优势资源整合，提升产业和市场创新能力，共同应对当前复杂的国际经济形势，开创属于纺织服装人更美好的明天。

钱苗娣指出，柯桥依托“市场+产业”的独特优势，发展成为中国最大的纺织产业集群基地之一，拥有全球规模最大、产品最齐全的纺织品集散中心——中国轻纺城。近年来，中国轻纺城围绕新时期“国际纺织之都”建设目标，抢抓“一带一路”机遇，不断推进“丝路柯桥·布满全球”战略，加强与全球纺织产业链的融合联动。常熟是全国著名的纺织服装产业集群地，两地在提升发展纺织和创意产业等方面的合作有着广泛的基础和巨大的潜力，本次活动将为两地的纺织服装和面料企业的合作与发展提供更多机会。

王水元表示，2021年上半年，我国纺织行业运行态势整体持续回升，展现出了较强的发展韧性，确保了产业链供应链的完整、稳定运行。新冠肺炎疫情爆发以来，中国纺联流通分会一直在为加快国内外纺织流通的重启和恢复而努力，积极尝试渠道融合与模式创新，推动资源组织方式与市场连接方式不断进步，进一步促进纺织商贸新业态、新模式的发展，推动双循环发展新格局。常熟与柯桥的纺织商贸合作潜力巨大，通过本次对接会搭建的平台，将构建纺织产业链协同体系，深化产能合作，一致推动行业高质量发展，开辟更加美好的未来。

活动现场，常熟市纺织服装协会与绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会共同签署战略合作协议。双方将秉承共同发展、诚信合作的宗旨，通过战略合作，围绕集群，双向互动，加强纺织集群之间的交流与合作，进一步推进中国纺织产业发展，提升行业整体实力和品牌形象。

共享千亿市场 绘就时尚纺织新蓝图

时尚常熟，衣被天下。千亿产业，千亿市场，勾勒出这幅充满活力的产业画卷。常熟纺织服装产业实力雄厚、品牌企业众多、市场活力十足，产业需求旺盛，对上游的创新型、具有市场竞争力的优秀面料有着较高需求。基于常熟巨大的纺织服装市场与柯桥庞大的优质面料供给，本次对接会将进一步深化双方上下游之间、集群与商圈之间的经贸合作，共享两大千亿市场，推动双方合作互联互通走深走实。

苏州天蝎五号服装设计有限公司主营女装羽绒服设计服务、时尚女装风衣外套设计服务、时尚女装大衣外套设计服务、品牌策划服务及设计顾问服务等。公司崇尚原创，注重品质和



内涵，汇聚了一支强大的优秀设计师和专业技术人员团队。“20多年前就对柯桥有较深了解，与柯桥彩虹庄、万姿、华冠等许多企业有过深入合作，在我看来柯桥是中国纺织行业闪亮的时尚标签。本次对接会希望与柯桥更多的企业形成资源对接，一起谋求更长远的合作方向。”公司总经理田增年说道。

江苏特别特服饰有限公司是一家集设计开发、生产加工、自主品牌和外贸为一体的专业大型服装制造企业，是波司登ODM最大的供应商。公司副总经理袁健冬表示，特别特以各类羽绒服生产为主，鉴于目前行业趋势和消费者要求的提高，以及现有市场销售模式的推陈出新，公司希望能与具有较强开发能力、品质把控能力、灵活应对快反要求的供应商达成合作，从前期规划开始，一起研讨、开发面料，使产品更具独特性、新颖性，满足当下市场个性化、差异化需求。

纺织服装产业是民生产业，也是美丽产业，品质和时尚是生命线。近年来，常熟服装城围绕长三角地区更高质量的一体化发展的内涵和要求，从纺织服装产业和时尚产业的方向出发，加强战略协同、创新合作机制，注重与周边纺织产业集群合作交流。本次活动，将深入挖掘常熟与柯桥合作基础，助力两地在纺织服装领域通力协作，共同描绘和创造时尚产业新的更加广阔的蓝海。

抢抓战略契机 打造区域合作新样板

国际纺都，布满全球。近年来，柯桥正抢抓“一带一路”和“长三角一体化”发展国家战略契机，打造跨区域合作典范。本次对接会紧扣常熟服装企业的需求，搭建柯桥优秀面料企业与常熟优质品牌企业交流与合作服务平台，帮助柯桥面料企业快速触达客户资源，拓展新客户、开辟新渠道，赢得参与企业好评不断。

“企业的发展离不开地方领导的大力支持，离不开媒体的推广宣传。在前几次的‘丝路柯桥·布满全球’成都、深圳对接会等活动中，原色数码收获颇多，不仅是订单上的效果，更多的是‘原色’的品牌传播，无形资产的声誉传播。此次借助这场活动有机会深入常熟这个产业基础雄厚、发展活力十足的市场，公司的花型设计、分色、印花加工及版权数字备案和注册等，与当地的企业有很大的合作空间。”浙江原色数码科技有限公司总经理张为海说道。

浙江科旺纺织有限公司目前主营仿真丝、仿棉麻、仿醋酸、环保再生、大提花等五大系列产品，常规面料基本配有现货，以差异化引领市场。说到本次对接会，公司营销经理廖玉伟竖起了大拇指，他告诉记者科旺纺织已经多次参加“丝路柯桥·布满全球”系列对接会，收获了前沿的市场资讯和大量的优质客户信息，为公司长足发展积蓄了巨大能量。

对接会结束后，柯桥企业还参观了波司登、拉波尼两家当地知名品牌，深入了解探索常熟企业运营模式。波司登作为国内羽绒服第一品牌，畅销全球72国；而拉波尼以生产和销售高档休闲男装为主，在全国许多一线城市设立运营中心。通过参观，柯桥面料企业进一步体会到“双循环”格局下，畅通产业链供应链的重要性，为后续合作挖掘更大的空间。

海纳百川、有容乃大，近年来，柯桥以包容的心态和精神去接纳，用创新的思维和目光求突破，潜心沉淀、厚积薄发，加快接轨国际市场，参与国际竞争与合作，加强与全球纺织产业链的融合联动，全力打造新时期“国际纺织之都”。本次活动，让长三角地区两大千亿级纺织服装集群深度链接，让柯桥面料与常熟服装优势互补，合力打造区域合作新样板，加速推动中国纺织业高质量发展。 [T]



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。

“数字市场”建设技术与应用齐头并进

中国轻纺城北联市场营业房“网拍”启动

■ 本刊记者_王利

信息技术革命日新月异，数字经济发展浪潮奔涌。随着浙江省数字化改革的浪潮深入推进，柯桥纺织产业数字化、数字产业化进程不断加快，积极把握数字经济发展良好机遇，率先提出“数智轻纺城”改革项目，进一步激发数字经济对产业提升的带动作用。浙江中国轻纺城集团股份有限公司是推进数字化改革中的领跑者，走在前列、干在实处，以轻纺城“数字市场”建设为着力点，为全国同类市场转型升级提供可借鉴的模板。

目前，轻纺城集团“数字市场”一期项目已顺利完成，系统建设与多元化应用同步进行，线上线下市场深度融合，推动市场繁荣发展，以数字化新引擎赋能产业高质量发展。二期第一阶段工作以市场服务和市场管理为中心，健全数字市场智慧管理体系，也已取得初步成效。

近日，记者从轻纺城集团获悉，“营业房拍租”新模块在北联市场启用，报名、缴纳竞租保证金、审核、竞拍等一系列流程均可在线上完成。“网拍”新方式的实施是轻纺城集团借力“数字市场”创新服务形式、提升服务效能、深化“三服务”工作的深刻体现，致力于让数字多跑腿、商户少跑路，赋能市场繁荣发展。

玩转营业房“网拍”，从“往返跑”升级为“零次跑”

营业房拍租系统是“数字市场”营业房管理系统中的重要模块，上线应用后，将告别市场传统拍租会模式，市场管理方可通过该系统创建线上拍租活动，发布拍租标的和各项规则，并在线审核拍租报名信息与保证金，实时掌握所有拍租活动的进程与数据。而经营户可通过网上轻纺城APP的营业房拍租模块，选择拍租活动报名并上传保证金凭证，随时随地参与拍租，提升营业房拍租效率。

据了解，北联市场作为中国轻纺城打造智慧市场的先行者，率先尝试营业房“网拍”模式。本次拍租营业房分为三期进行竞拍，第一期数量为30间，第二期数量70间，第三期数量71间，共计171间。每期拍租开始前工作人员将拍租营业房房号、实景图、位置平面图、竞拍底价、最低加价幅度等信息进行逐一录入，意向竞拍人可在拍租平台随时查询相关信息，从报名、缴纳保证金、资格审核，到最后竞拍，



北联市场率先尝试营业房“网拍”。

实现所有项目的菜单式服务和在线服务支持。

轻纺城集团相关负责人表示，营业房“网拍”具有公平性、规范性、便捷性和高效性等特征。继北联市场后，公司旗下各大市场都将持续推进“网拍”新方式，从“往返跑”升级为“零次跑”，进一步优化服务体验，助力招商降本。

用好数据这张“网”，让数据要素参与价值创造

在“数智轻纺城”建设过程中，营业房“网拍”只是轻纺城集团利用数字化为经营户提供便利、赋能市场发展的一个缩影。未来，通过“数智轻纺城”建设，将形成市场数据“一张网”，为公司经营层和市场经营户把握市场趋势、预见潜在问题、发现市场商机提供决策依据，提升各类市场业务的管理效率和管理精度，为经营户和采购商提供高效便捷的市场服务，从而实现“数字+服务+金融”的目标。

如何让这张无形的数据“网”可视化，如何用好这张“网”服务市场经营，创造更多价值呢？随着可视化大屏、一体化情指中心和数据中台一期全面完成，轻纺城数据整体上实现可观、可用的要求。消防预警、人流分析、物业保修、水电监控……每一项与纺城运行息息相关的信息都接入后台，由专门工作人员分析判断，做出正确反馈，与市场管理员联动服务。

目前，“数智轻纺城”改革项目一期建设全面完成，已开发完成的6个系统，分别为营业房管理系统、物业管理系统、智能停车系统、智慧用电系统、智能消防管理系统、智能安防（监控）系统。剩余的二期项目为市场人员档案管理系统、智慧物流系统、商户智慧化管理系统、市场诚信管理系统、智能预警推送系统、“市场慧眼”数据中台、内部管理系统、系统管理8个系统，目前正在如火如荼地建设中，第一阶段工作已取得初步成效。

中国轻纺城在多年发展中积累了庞大的数据资源，用好这些数据资源不仅能够帮助经营户更好地组织和规划生产经营，还能对未来发展有效地进行判断和预测，打造高质量发展生态圈。“数智轻纺城”的战略意义不在于掌握庞大的数据信息，而在于对数据的深度挖掘，通过丰富的时空动态数据分析，从而转化为市场发展的生产力。

正如轻纺城集团董事长潘建华所言，“数智轻纺城”建设，在于神而不在于形，是为了让数字资源背后的物流、人流、信息流以及资金流等高效运作，让数据要素参与价值创造，产生经济效益，形成数字化金融链，为中国轻纺城再次腾飞插上“数字翅膀”。TA

9月柯桥天天时尚： 直播探店寻宝， “云”逛中国轻纺城服装服饰市场

■ 本刊记者_郭莹颖

成立于2008年的中国轻纺城服装服饰市场，地处当前柯桥最繁华的柯北商业圈，北邻中纺CBD，东接万达广场，西连中国轻纺城会展中心，南靠中国轻纺城国际贸易区，经营品种涵盖男装、女装、童装、皮草、箱包鞋帽、家纺产品及各类小商品等上万种产品，是中国轻纺城市场内首个以旅游购物为特色的“AAA国家级旅游景区”，是集多元业态于一体的旅游休闲市场。2020年起，市场紧抓“直播+电商”新风口，在五楼开辟电商直播区，开通免费公共直播间和试点区营业房，打造直播电商一条街。

基于当下“内容即营销，流量即渠道”的时代背景，9月24日，“柯桥天天时尚—时尚交流活动”邀请杭州知衣科技有限公司数据中心商务总监杨仁军和柯桥知名网红许小妹来到中国轻纺城服装服饰市场。一方面通过专家分享帮助商户借助数据分析把握流行趋势，改善品类规划，优化爆款选品等营销策略；另一方面通过主播探店寻宝的直播方式，吸引人气关注，提升商户的曝光度和美誉度，助力商户销售提增。

本次活动由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办，中国轻纺城创意产业服务中心、中国纺织信息中心/国家纺织产品开发中心、中国女装流行趋势研究院、中国轻纺城服装服饰市场承办。

专业，提供大数据智能商业解决方案

走进中国轻纺城服装服饰市场，映入眼帘的是琳琅满目的各家商铺：时尚潮流的男女装，可爱萌趣的童装，设计感十足的饰品……令人目不暇接。

在天天时尚活动现场，杨仁军以“供应链大数据指导下的服装零售选品决策”为主题，围绕商户受电商冲击导致的销量下降、缺乏数据支撑的主观选款导致库存积压等突出问题，以淘宝、抖音、秀场、小红书等多种来源的数据为基础，通过面料、纹理、季节、工艺等专业标签与人工智能算法进行分析对比，帮助商户企业从服装风格、年龄段、价格带等方面了解热销产品属性和消费趋势，从而能够更加快速准确地挖掘爆款产品，进一步提升店铺的选品效率与产品销量。

浙江中国轻纺城集团股份有限公司服装市场分公司负责人谢利民表示，随着电商的崛起、店铺增加及疫情的反复，如何走出困局、实现共赢给市场发展带来了新的课题。随着经营模式的转变，希望联动线上线下发展，目前市场正在积极引进头部电商企业，在市场设立专营区，从而实现引流。“也希望借助此次天天时尚走进服装市场的活动，对市场重新规划和定位，进一步丰富市场业态。”

吸睛，穿越线上线下让买卖变得简单

近年来，消费者逐渐养成了线上购物的习惯，但是体验的缺失一直以来都是电商的一大痛点。而在潮流的另一端，直播已经悄然兴起，直播探店也成为大家津津乐道并持续关注的热点。

活动当天，跟随许小妹的镜头，观众以沉浸式的参观和体验，了解了水龙、TOP工业风、蜜桃家、琴琴名店、琳琳名店、琴苴生活馆、00+、小不点、毛毛服装等9家店铺，通过对小店热销款、潮流款、潜力款等特色商品的深入挖掘，为服装市场商户高光聚焦、拉升人气、引燃流量、推动销量。

水龙男装店铺的负责人朱水龙表示，店铺主营各类商务休闲男装，



主播探店寻宝的直播方式助力商户销售提增。

适合20—50岁的男性，年龄跨度较大。他通过直播镜头介绍了几款当前热销的秋季服装，“像这种类型的白T搭马甲、衬衫背心目前很受消费者欢迎，一方面改变了以往男士相对单调的着装风格，另一方面我们在保证质量的同时价格也只是专柜的三分之一，因此收获了一大批忠实粉丝。”

而在主营童装的00+店铺，一走进门店，负责人夏玲玲就滔滔不绝地介绍起目前店铺的主打服饰，衬衫、卫衣、牛仔、小西装、轻羽绒……应有尽有。面对镜头，夏玲玲并不“怯场”，她坦言，目前自己并没有太大的精力专门开辟直播业务，因此十分感谢市场给予了这一次机会。“对我来说，镜头就和客户一样，我只要用我自己的专业去解说介绍就行了。”

与00+主营大童服装不同，还没走进小不点店铺，镜头已经被各类婴儿抱被、纱布毛巾、婴儿空调被占据。“我们主营各类婴幼儿产品，小到帽子、纱巾、头饰，大到包衣包被，只要客户需要，我们都能提供。也正因为主要针对婴幼儿，所以我们的产品全都是A类安全面料，镜头对面的客户请放心。”

跟随镜头，一家门口陈列着潮牌搭配的门店吸引了大家的注意。在这家店名为“TOP工业风”的店铺内，最亮的地方在于店主在每一套模特服装上都精心搭配了项链、皮带等配饰。“我们店铺主打嘻哈潮牌风，根据客户的身高、气质及实际需求，在我们手里，每一件服装的搭配都可以不同，这也是我们最擅长的地方。”

“大家跟随我们的镜头可以发现，走进这家店铺就会看到这里陈列着一大片山羊绒服饰。”在主播的介绍下，大家来到了琳琳名店。店长介绍，本季店铺主推各类纯山羊绒产品，而且为了满足现在客户的个性化需求，每件服装的出货数量只有1—2件，避免了撞衫的尴尬。

“探店”作为从线上种草延续到线下消费的典型场景，通过探店笔记、探店直播的主播现场分享，让用户超前体验，产生动机和需求，推动用户到店消费。

此次在线化体验活动，对服装服饰市场来说是一次新的尝试，而对于商家来说则是新的宣传革新。这种“直播+探店”模式有可能为市场带来新的商业模式。天天时尚活动才刚刚露出其冰山一角，渐入佳境的创新模式必将使越来越多的商家与企业共同参与其中。TA



稳住“压舱石”，迈向“新赛道”

写在 2021 第十届江苏（盛泽）纺织品博览会举办之际

■ 本刊记者_刘嘉

一个乡镇，浓缩了整个纺织服装产业链、价值链的一切，从一滴油、一粒茧，到一块布、一个品牌，集成了整个价值链。盛泽拥有恒力、盛虹两家世界 500 强企业，中国东方丝绸市场交易额连续八年突破千亿，形成了千亿级产业、千亿级市场、千亿级企业齐头并进的独有态势……

能力越大，责任越大。作为纺织重镇，盛泽对于行业高质量发展举足轻重。当前，盛泽纺织产业正以“三领三创”擘画新蓝图，在稳定纺织主业基本盘的前提下，发力做好增量新文章，“以自身发展的确定性应对外部环境的不确定性、创造未来更多的可能性”。

2021 第十届江苏（盛泽）纺织品博览会举办之际，让我们再次将目光聚焦这座“丝绸古镇、纺织名城、时尚之都”。

平台更高、舞台更大，盛泽产业亮出喜人成绩单

位列“全国百强镇”第八名的盛泽，现有纺织企业 2500 多家，近 30 万纺织产业从业人员，年产各类纺织服装面料 230 多亿米，是我国丝绸纺织产品的主要生产基地、出口基地和产品集散地，在业内被称为“面料硅谷”。

面对疫情和经济形势不确定等不利局面，盛泽纺织业仍以强大的抗风险能力，保持着稳健的发展态势。站在“长三角一体化、沪苏同城化”更高平台、更大舞台上，盛泽纺织产业发展争先、领先、率先，成绩喜人。

8 月 2 日，2021 年《财富》世界 500 强排行榜公布，盛泽企业恒力集团和盛虹控股集团再次上榜，且排名大幅上升，分别列第 67 位和第 311 位。9 月 25 日，恒力、盛虹又登榜 2021 中国民营企业 500 强系列榜单。这彰显了盛泽纺织产业的标杆地位，也标志着盛泽产业链、价值链的强大活力与韧性。

深化创新引领，突出时尚赋能。盛泽接连举办盛泽纺博会、时尚周、时尚大赛，为这里孕育了丰沃的时尚土壤，让

原创设计之花结出耀目硕果。

9 月 13 日晚，随着中国国际时装周 2021 年度中国时尚大奖的揭晓，盛泽走出了首位“中国十佳时装设计师”——旗艺品牌创始人兼设计总监盛亚荣荣获第 27 届中国十佳时装设计师。

在 10 月 9—11 日举行的 2021 中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会上，“盛泽展团”强势登场，恒力、盛虹、福华、华佳、德伊、立新、紫荆花、汉通、南华、欧梦尼亚等盛泽 100 多家优秀面料辅料企业，吸引众多海内外客商眼球，引起业界的共同关注，展现出盛泽纺企在经历疫情冲击后保持逆势增长的信心与实力。

斐然成绩的背后，是锐意进取与追求卓越。

从“有颜有料”的时尚面料到科技绿色的功能性面料，从各类纺织品面料扩展至原料、印染、后整理、成衣、辅料，无不凝聚了盛泽纺织产业开拓创新、奋发有为的劲头与精神。盛泽纺织企业更是克服重重困难，在有效应对疫情的同时，通过自主创新为行业培育了诸多创新产品、创新技术、创新模式、创新品牌，奋力迈向产业高端。

韧性更强、动能更足，发力“新材料新能源”创新跑道

“要保持产业的持续竞争力，创新、转型是必由之路。”吴江区副区长、吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记沈春荣在接受采访时指出，纺织产业当仁不让是盛泽的主导产业，任何时候都不能动摇，但在稳定纺织这个“压舱石”和基本盘的前提下，盛泽要做增量文章，新材料新能源就是盛泽发展的“新跑道”。

在危机中创造生机，在竞争中抢占先机。从标杆示范到专精特新，盛泽纺织产业立足新材料、新能源的创新发展路径，令产业经济韧性更强、动能更充足。

从盛泽的“双龙头”企业来看，恒力集团作为全球首家

打通石化纺织行业全产业链的企业，形成了涵盖“从一滴油到一匹布”全产业链的品牌群，今年 9 月，恒力（长三角）国际新材料产业基地项目在吴江开工，总投资 200 亿元，建设年产 100 万吨高端功能性聚酯薄膜、工程塑料项目以及研发、仓储、营销中心。其中部分产品将填补国内市场空白，应用前景广阔。

盛虹集团深入推进战略转型，全力打造具有“强大基础原材料保障能力，世界领先的科研与创新能力，世界一流的新能源新材料供应能力”的高新技术产业集团。也是今年 9 月，盛虹集团旗下斯尔邦石化与冰岛碳循环利用公司签约，共建全球首条“二氧化碳捕集利用—绿色甲醇—新能源材料”产业链项目。项目可将工业尾气中的二氧化碳进行回收，生产出光伏面板的核心组件材料——光伏级 EVA 树脂，最终用于光伏发电，创造出一条“变废为宝”的绿色新路径。

在标杆企业的示范引领作用下，一批中小纺织企业茁壮成长、脱颖而出，有灵气、有活力，“小企业能办大事”，立足“专精特新”发展理念，拥有各自的“拿手好戏”“拳头产品”，甚至在全球也是佼佼者。

罗曼罗兰户外新材利用盛泽当地产业链优势，推出一系列“盛泽好面料”——夜间发光的蓄光面料、防水透气的户外功能性面料、抗菌除螨功能的石墨烯面料、感温感光的趣味面料，做细分领域的“隐形冠军”，走上了“专业化、精品化、特色化、创新化”发展之路。

涂泰克纺织作为“为功能而生”的“涂层专家”，以“咬定青山不放松”的精神将自己的主业做到极致，坚定不移地做强做精。据介绍，新近推出的 BAO 系列，经过多种不同的叠加后整理方法，形成了四季化的产品系列，手感更加细腻，有韧性并富自然弹力，面料轻薄，显绒度高。

在盛泽多样性、差异化的产业生态中，既有大企业的转型升级，又有中小企业的创新成长，而这背后更有把握大势、瞩目未来的责任担当。

面对当前的“碳达峰、碳中和”生态绿色革命，盛泽主动立足完整的产业生态体系，率先开展了行动。今年 6 月，世界级纺织产业集群气候行动示范区建设在盛泽启动，将致力可持续、率先碳达峰，成为世界领先的零碳产业集群。

盛泽更召开了水环境治理提升攻坚誓师大会，掀起了水污染治理的高潮，把建设中的循环经济产业园打造成碳中和示范区，向全社会传达保护生态环境的坚定决心。同时依托智慧盛泽平台，抓紧布局打造“智慧蓝网”，强化水、土、气智慧监管，将智慧部件延伸布点到具体企业，收集数据并集成到智慧中心，实现对全镇环境的统一管理、实时监测、科学分析、精准施策，探索制定覆盖纤维、面料、服饰等纺织产品的碳足迹量化计算标准体系。



沈春荣

“高峰”更高、“高原”更广，谱写“时尚之都 美丽盛泽”新篇章

机遇寓于挑战、先机寓于危机、新局寓于变局。在今年举行的吴江区盛泽镇十六届党代会一次会议上，沈春荣指出，要实现领先再争先、登高再攀高的目标，就要全力推动综合实力领跑千强创新高，主导产业领军转型创新局，丝绸文化领秀时尚创新篇，实施“三领三创”战略，推进“22313”工程，把可以勾画的“时尚之都 美丽盛泽”目标真实展现出来。

一是要推动综合实力领跑千强创新高，强化争先先进意识，对照竞争指标体系，推动经济、政治、文化、社会、生态文明“五位一体”总体布局全面提升。突出重点，着力拉长短板、补齐短板，做出特色、做强特长，力争一年一小步、五年一大步，挺进全国前五行列。

二是要推动主导产业领军转型创新局，以科技、时尚、绿色为导向，专心做强、做深、做透丝绸纺织产业，建设世界领先的纺织品交易市场，打造世界级高端纺织产业集群。瞄准未来，推动“三个千亿”不断壮大、向优、变强，培育 2—3 个新兴产业集群，形成多足鼎立的产业格局。

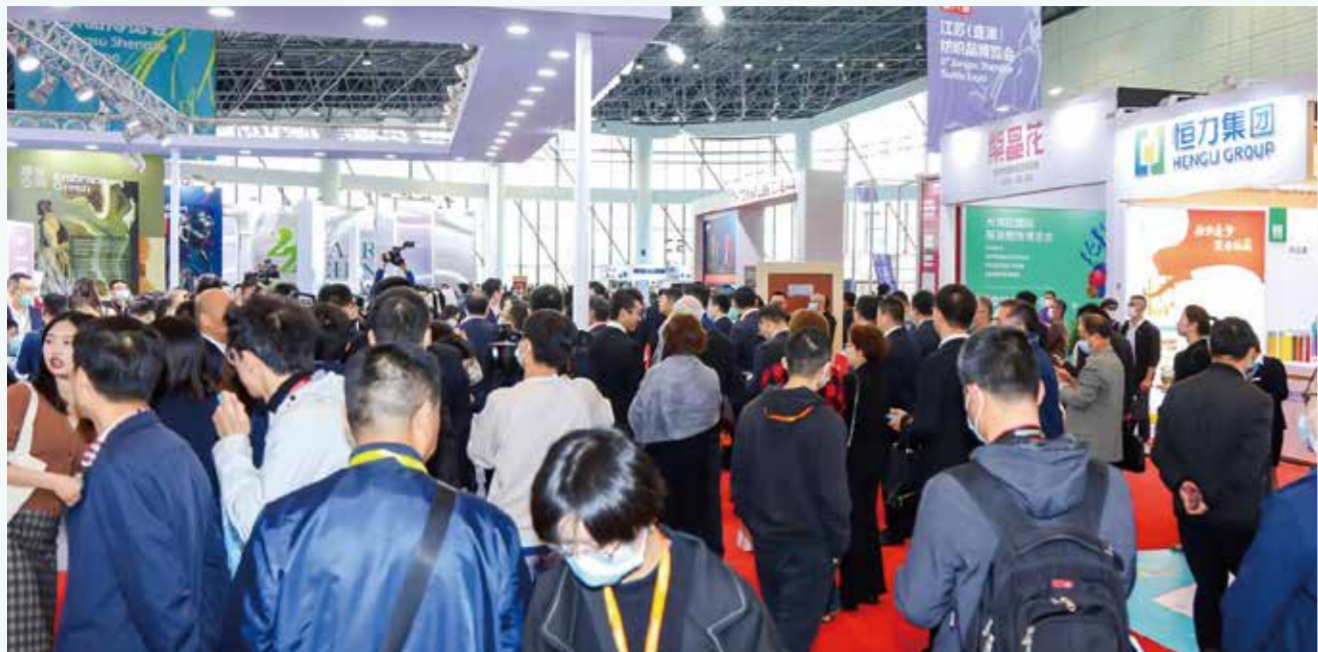
三是要推动丝绸文化领秀时尚创新篇，积极参与大运河文化带建设，大力弘扬丝绸文化，做好挖掘和研究、保护和利用、传播和赋能，让历史活起来、发展轻起来、生活亮起来，形成展示江南韵、小镇味、现代风的“丝绸水路”风光带，打响新时代“千年绸都”的知名度和美誉度。

拿出“领”的气势，展现“创”的姿态。传承千年、勇立潮头的盛泽人，正勇闯敢干、真抓实干、埋头苦干、抬头巧干，奋力谱写“时尚之都 美丽盛泽”建设的崭新篇章。

以“三领三创”战略为统领，以“22313”工程为抓手，沈春荣说，未来五年，随着产业链、创新链、价值链全面融合，“高峰”更高、“高原”更广，世界级高端纺织产业集群将在盛泽基本形成，新时代“千年绸都”将成为江苏南端“最美窗口”。TA

未来五年，世界级高端纺织产业集群将在盛泽基本形成，新时代“千年绸都”将成为江苏南端“最美窗口”。





每年的盛泽纺博会都亮点满满。

十全十美， 第十届盛泽纺博会十大亮点抢先看

■ 本刊记者_刘嘉 通讯员_庞庆

2021 第十届江苏(盛泽)纺织品博览会将于10月20—22日在盛泽举行。本届盛泽纺博会由苏州市吴江区人民政府、江苏省纺织工业协会主办，苏州市吴江区盛泽镇人民政府、江苏省服装协会、中国东方丝绸市场管理委员会承办。

盛泽纺博会从严谨专业创新的态度中诞生，又用热情细致全面的服务欢迎每一位客商的来临。今年的盛泽纺博会更是亮点满满，定会让人不虚此行。

亮点 1

展区百花齐放，规模为历年之最

本届江苏(盛泽)纺织品博览会将同期举办2021 第三届中国(盛泽)国际纺织机械及印花工业展览会，总展出面积超25000平方米，共设近650个展位，展出规模为历年之最。

展区分布方面，紧跟市场动态，呈现百花齐放之势。展馆1楼以面料展示交易为主，设有六大展区，分别为时尚女装区、功能/户外面料区、正装/休闲面料区、家纺箱包面料区、纤维纱线区、新材料创新展区；展馆2楼主要围绕时尚定位打造多元化展示区，设有CHIC服装高级定制展区、Fabrics China 展区、江苏品牌服装展区、“盛放·永续”showroom 区、盛泽面料品牌化设计成果静态展区、进博会盛泽延展区、本地标杆面料企业展区、精品面料展区、MINI 秀台等展区；此外，单独设有品牌纺织展区。



亮点 2

看“双创”展品，赏“时尚之都”潮流美

近年来，盛泽为进一步做强做优做精丝绸纺织产业链，突出时尚赋能。盛泽纺企也在不断实现自身个性化发展时不忘与其他纺企共同发展，在打造差异化的高端产品、实现企业自身核心价值的同时，助推盛泽纺织产业的高质量发展。

本届盛泽纺博会承载更多原创面料与原创设计的“双创”展品，从各有特色的时尚面料到绿色、科技的创新面料，从各类纺织品面料扩展至原料、印染、后整理、成衣、辅料、智能科技等，企业参展范围纵横双向扩展，展示“时尚之都”产业链的新风采。

亮点 3

搭建多元化平台，共促产业升级

作为盛泽纺织产业向世界传递的一张名片，江苏(盛泽)纺博会本着“搭平台、优服务、拓商机、促交易”的办展定位，将用“绿色、科技、时尚”的发展理念向世界全方位展示盛泽“原产、原创、生态、流行”的纺织产品。

本届纺博会将涵盖静态展示、动态商贸对接、品牌订货等多元化展示方式，还将推出直播带货等紧跟潮流的推动模式，更设有专业T台走秀，动静结合设计与创意。为五湖四海的客商搭建推介展示、投融资合作、招商交易、学习交流等多方位平台，一同推动盛泽纺织时尚产业发展，加快智能高端转型升级。

亮点 4

权威与专业加持，联动上下游

通过与中国服装设计师协会、中国服装协会、上海时尚产业发展中心、中国纺织信息中心、江苏省服装协会，以及下游纺织企业与知名设计师和设计师团队之间的合作，本届纺博会将促进上下游的联动与发展，打造一条从面料、研发、设计到成衣、定制、采购的全时尚产业链，让观众与参展商在展会平台上收获一次美好的全新体验。

亮点 5

五大创意设计平台，碰撞时尚生活

深化“原创、设计”的合作，是时尚与设计的碰撞，本届盛泽纺博会将融合五大创意设计平台，探索原创设计如何走进生活、走入时尚，打造集潮流设计、多元展示、深入推广等功能于一体的纺织品平台。

由中国服装协会主办的“CHIC 服装定制与职业装展”将展现来自全国各地优秀的定制与职业装企业，呈现高级面料和极致剪裁将带来的高级体验。

江苏省服装协会的江苏品牌服装展区将展现2021年度江苏省品牌服装产业链重点跟踪培育企业的各类优质产品，更有省外及国际企业参展，展现融合发展成果。

中国服装设计师协会 MINI 秀台将发挥资源平台优势，推出多场服装品牌走秀活动。此外，也安排了多场本地企业发布秀，推动本地企业的多样发展。

中国纺织信息中心带来的中国面料时尚趋势创新展，将设有可持续时尚趋势区、智能科技互动区、中国原创设计商业对接区、时尚分享论坛区四个展区，权威发布可持续产品流行趋势，传递可持续时尚概念。

此外，上海时尚产业发展中心呈现的“盛放·永续”时尚showroom 将设置静态、创意展示区，直播带货区，商务、沙龙对话区，“中华杯·时尚盛泽”获奖作品展示区四大展区。

亮点 6

“智改数转”，高精纺机大放异彩

顺应“智改数转”的产业发展态势，本届盛泽纺博会增设品牌纺机展区约260个展位，现场将有约1000余种高精尖技术设备和产品亮相展出。其中国内外知名纺机领军企业如意大利斯密特(Smit)、瑞士史陶比尔、比亚迪、杭叉集团、康特斯织造装备、海弘装备技术等都将展示最新、最前沿的先进纺织机械设备与技术，助力企业向绿色化、智能化、高端化发展。

亮点 7

“秀、展、赛、会、商”一体联动

历届盛泽纺博会上，国内外纺织服装行业的专家、学者、设计师、企业代表等集聚一堂，进行深度交流、探讨。本届纺博会将通过“秀、展、赛、会、商”一体联动、深度融合。

3天时间里，盛泽纺博会间将举办1场行业大会——“链路优选，布布为先”2021中国(盛泽)服装供应链大会；多场时尚发布秀——华佳品牌秀、紫晶花&柳絮荷花品牌秀、新旗艺品牌秀等；2场时尚设计类大赛——第四届中国生态环保面料设计大赛和2021“中华杯·时尚盛泽”数字艺术设计大赛；4场行业演讲交流、5场对接活动、4场趋势直播以及10余场MINI走秀。

亮点 8

“云展会”上线，双轨联动高效对接

2021年线上贸易活力爆发，上半年6月份举办的“盛泽云展会”取得了不错成绩，三日流量总计10.5万余人次，五大直播平台共计流量8.2万余人次。

本届盛泽纺博会将延续线上线下双轨驱动模式。同期举办的线上“云展会”全新升级，参展商可通过“东纺云APP”发布产品信息，观众也可以在线发布需求，一键轻松对话参展商。

“云展会”作为线下实体展会的延伸，将用数字科技助力行业间高效对接，实现线上线下双向联动，让更多互动和碰撞协同落地，助力企业向数字化转型发展，不断实现线上线下的深度交融。

亮点 9

现场带货，网红直播走进40余家展商

在电商潮流的时代发展下，“网红直播”营销模式迅速走红。本届盛泽纺博会将推陈出新，精益求精，引入网红直播模式，根据品牌的需求以及传播的核心来制定直播营销策略。

届时，将在展会现场为40多家参展商进行直播带货，包括恒力、福华、上久楷、太湖雪、南华、兰干、涂泰克、三联、金泰绅等盛泽本土知名品牌，通过直播带货的展销方式吸引更多专业观众聚焦盛泽纺博会。

亮点 10

买家云集，让商贸对接畅通无阻

依托多年积累，盛泽纺博会在商贸对接等方面操作日益成熟，本届展会将继续着力专业买家的组织邀请，进一步促成商贸。

主办方不仅通过历届采购商数据库进行点对点邀约，还开展了线下面对面沟通，线上定向投放并推送报名通道。团队方面，邀请了全国各地纺织专业市场的服装企业、贸易商、出口企业、电商采购团近30个。

此外，“CHIC 服装高级定制展区”及“江苏品牌服装展区”参展企业携品牌设计团队的采购需求而来。同期召开的2021中国(盛泽)服装供应链大会、百品发布·百家对接大会将集合400多家服装、家纺品牌企业，并走进纺博会现场及企业工厂，与企业面对面深度对话。TA

以多款功能性面料为设计提供更多创意灵感

南山智尚将可持续时尚融入生产链

■ 本刊记者_雷蕾



南山智尚携高品质与时尚性兼具的产品亮相展会。

轻盈的西服面料、品质感十足的男女正装陈列在充满自然格调的展厅里。在云集了众多优秀品牌的2021中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会上,人们纷纷驻足于南山智尚展厅,感受着精美展品带来的全新触感与体验。

作为高端毛精纺面料产业龙头企业与服装定制行业的领军者,南山智尚再次携高品质与时尚性兼具的产品亮相展会,推广“原生、天然、再生、生态”的可持续概念,传递品牌“科技、时尚、绿色”理念。

后疫情时代,新的消费需求正在形成,新的消费结构正在加速构建。围绕消费新需求,南山智尚通过科技赋能,实施产品功能化升级,形成了易护理类、健康防护类、轻奢舒适类等三大类十多个系列的科技类产品,提升了产品附加值及竞争力。

值得一提的是,南山智尚最新研发且专利技术已通过行业协会鉴

定的抗皱弹力系列产品在展会中“揭开面纱”。这款产品舒适、易护理,不使用助剂,采用纯物理加工方式,实现了抗皱及大弹力,加工过程实现了绿色低碳的目标。

南山智尚绿色产品体系中自然原色产品也是一大亮点。该系列产品采用纤维原色不经染色加工而成,利用天然、原生态、再生等纤维使其重新制成新的高品质、多功能、可追溯、永久循环的产品。

设计是生产力,时尚产业的价值内核是设计。挖掘正装设计人才对于推动正装行业蓬勃发展有着积极意义。南山智尚负责人表示,此次展会展出了众多科技时尚绿色的新产品,希望能给更多的设计人才带来设计灵感,为他们提供设计思路。

据了解,今年8月,南山智尚杯·中国正装设计大赛启动,希望为中国服装设计领域的青年设计师提供一个“展示梦想与走向国际”的重要舞台,也为南山智尚的品牌国际化发展,搭建起多元化的合作交流桥梁。该赛事将以正装为切入点,计划连续举办十年,每年一届,持续打造中国正装设计大赛这一IP。目前设计大赛正在征稿阶段,希望有更多设计机构和优秀人才积极参与,推动正装设计产业取得跨越式发展。

科技创新,智造未来。南山智尚不断发挥企业面料与服装集聚优势,将低碳环保理念深度融入生产链,做纺织服装领域可持续发展的有力推进者与践行者,从生产端绿色可持续发展的角度,打造更多低碳环保的优质产品。TA

拥抱数字时代,做绿色时尚差异化纱线领航者!

德州华源携多款新品闪耀 intertextile 2021 秋冬面辅料展

■ 本刊记者_雷蕾

10月9—11日,作为中国差异化纱线精品基地、国家功能性色纺纱流行趋势研究中心,德州华源生态科技有限公司以纱线品牌为引领,携旗下品牌矩阵和具备科技、时尚、绿色多维属性的高品质产品精彩亮相2021中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会。本届展会,德州华源重点带来了叶色木语™植物染系列、锦NEW 纺柔性快反系列、碳足迹可追溯系列、Naia 绿色新时尚系列等产品。

“德州华源在产品开发和生产的各个环节注入环保理念,从优选环保原料、采用清洁生产开始,充分发挥华源在设备选型、生产过程、管理过程的经验积累,通过精益管理实现企业节能降碳,以实际行动推进绿色生产。”德州华源生态科技有限公司常务副总经理李玉斌向记者介绍。

叶色木语™植物染系列纱线,取材于大自然,整体呈现绿色环保的特点。该产品克服了部分植物染产品色牢度差的问题,极大丰富了植物染纱线的色彩体系,将绿色、安全、健康产品带给广大消费者,产品推出后受到市场的好评。

“锦NEW 纺”以新工艺、新应用、新特色为主打,立足产业链柔性快反和差异化定制,解决细分市场客户面临的痛点。目前“锦NEW 纺”产品已成功应用到运动休闲、家居内衣等品类。

由德州华源与美国伊士曼公司联合开发、源自可持续森林木材的Naia纤维,形成了从林木到成品全程可追溯体系,不仅品质符合安全、社会及环境的高标准要求,而且具有柔软、快干、不易起毛起球等功



德州华源重点展示了最新系列产品。

能性特点。

谈及企业今年的运行情况,德州华源生态科技有限公司总经理李向东表示,无论是疫情期间,还是后疫情时代,企业都保持了良好的运行态势。作为一个上游纱线企业,近年来德州华源持续加强与终端品牌的沟通合作。据统计,当前德州华源超过九成的个性化订单来自品牌。受疫情影响,电商直播品牌迅速崛起,德州华源也迅速捕捉市场需求,调整市场战略,加大与新兴品牌的沟通对接,并取得了不错的战绩。除了常规产品外,一些功能性、差异性的多组分混纺产品也在线上实现了良好的销售。随着国家大力发展内循环战略的提出,华源也将继续挖潜,探索内销市场的需求及消费痛点。未来,相信以生产差异化精品纱线享誉业界的现代化纺织企业德州华源,定能为新生代消费者带来更多绿色时尚产品。TA

第十届 柯桥时尚周

2021 the 10th keqiao fashion week

2021
KEQIAO
FASHION
WEEK
柯桥时尚周



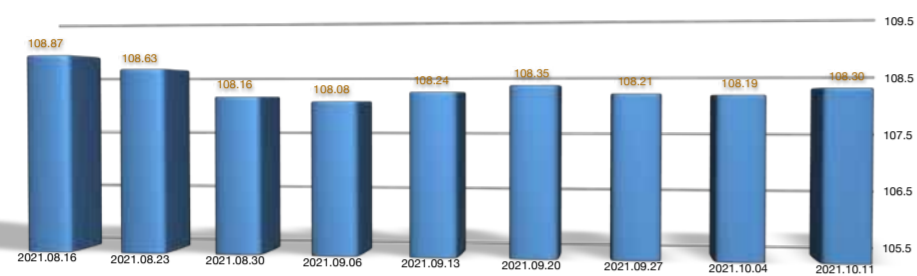
2021
10/26-10/29

节后成交环比回升 价格小幅上涨

20211011 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20211011 期纺织品价格指数收报于 108.30 点，环比上涨 0.10%，较年初上涨 3.69%，同比上涨 4.65%。

总价格指数



2021 年 1—9 月，中国轻纺城面料市场实现成交额 1242.23 亿元，同比上涨 37.23%；网上市场实现成交额 573.77 亿元，同比增长 32.65%。

近期，中国轻纺城节后成交环比回升，其中：原料市场价量环比推升，坯布市场价量环比回升，服装面料市场布匹价量小幅下跌，家纺类产品成交量小幅推升，辅料价量小幅回升。

原料价量环比推升，涤纶环比推升，纯棉纱环比上涨

据监测，本期原料价格指数收报于 89.02 点，环比上涨 0.24%，较年初上涨 11.14%，同比上涨 15.10%。

聚酯原料继续上行，涤纶价格环比上涨。本期涤纶原料价格指数继续上涨，华东地区 PTA 现货主流 5320 元/吨，环比上涨 170 元/吨左右；MEG 主流 6517.5 元/吨，环比上涨 715 元/吨左右；聚酯切片市场报价环比上涨，江浙地区半光切片现金或三月承兑 7150 元/吨左右，环比上涨 575 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨，POY 报价 8330 元/吨，环比上涨 780 元/吨左右；FDY 报价 9300 元/吨，环比上涨 700 元/吨左右；DTY 报价 10000 元/吨，环比上涨 1000 元/吨左右。原料原油延续高位拉涨，对成本支撑继续增强，涤纶长丝价格震荡回暖。其中涤纶 DTY 涨幅最为明显，其次是涤纶 POY、涤纶 FDY。受“双控”政策影响，中秋节后至国庆长假织造开工率大幅下滑，需求端利空升级。但在减产检修及原材料价格延续强势情况下，涤纶行情继续上探。

近期，涤纶短纤价环比上涨，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 7875 元/吨，环比上涨 550 元/吨左右。纯涤纱市场报价环比上涨，32S 纯涤纱报 13000 元/吨左右，环比上涨 1100 元/吨左右；45S 纯涤纱报 13600 元/吨左右，环比上涨 700 元/吨左右。

纯棉纱价格明显上涨，人棉纱价格环比上涨。近期，萧绍地区纯棉纱市场报价明显上涨，销售环比推升。气流纺 10S 纯棉纱报价 17300 元/吨，环比上涨 2060 元/吨左右；普梳 32S 纯棉纱报价 29100 元/吨，环比上涨 2720 元/吨左右；精梳 40S 纯棉纱报价 31700 元/吨，环比上涨 1930 元/吨左右。国外疫情导致生产受阻，订单回流国内，棉花需求旺盛，同时下游及贸易商积极抢收新棉，共同推高棉花价格。

近期，粘胶短纤原料价格环比上涨，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13500 元/吨左右，环比上涨 1550 元/吨左右。人棉纱价格环比上涨，30S 人棉纱价格报 18000 元/吨左右，环比上涨 1000 元/吨左右。40S 人棉纱报 18700 元/吨左右，环比上涨 500 元/吨左右。

坯布行情环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 124.14 点，环比上涨 0.44%，较年初上涨 4.23%，同比上涨 3.94%。

近期市场营销环比回升，国庆长假后至今成交小增，坯布厂家订单环比回升，坯布价量小幅上涨。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货环比回升；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升；混纺纤维坯布需求环比推升；T/C 涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比推升，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.82 点，环比下跌 0.16%，较年初上涨 0.07%，同比上涨 0.21%。

本期服装面料类价格指数小幅下跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，成交环比小跌，大众面料市场成交环比下降，价格小幅下跌。秋季面料现货成交和订单发货环比回缩，初冬季面料现货成交和订单发货环比小跌，价格小幅下跌。其中：纯棉面料、涤棉面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、粘毛面料、锦纶面料、麻粘面料成交量不等量下跌，拉动服装面料类总体价格指数小幅下跌。

家纺市场环比推升，价格指数小幅上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 102.04 点，环比上涨 0.21%，较年初上涨 0.02%，同比上涨 0.07%。

本期家纺类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城家纺市场成交环比推升，价格环比小涨，创新色花型面料现货成交量和订单发货量环比推升，兼具时尚元素的创意产品现货成交和订单发货环比增加，价格小幅上涨。其中：床上用品类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈小幅上涨走势；日用家纺类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈小幅上涨走势；窗纱类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈小幅上涨走势；窗帘类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈小幅上涨走势，拉动家纺类总体价格指数小幅上涨。

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 131.82 点，环比上涨 0.53%，较年初上涨 0.65%，同比上涨 1.79%。

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，下游企业备货环比小增，市场成交逐日回升，现货成交和订单发货呈现环比小增走势，价格环比小涨。花边类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类行情环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；带类行情环比回升，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升走势。一年一次的“双 11”已为期不远，坯布价格环比上涨。纺织市场走货速度加快，秋冬家纺面料走货势头良好，常规坯布企业国庆长假后订单也有所增加，主要是下半年的羽绒服面料订单开始增加。秋冬休闲服装面料、家纺面料需求量将环比增加，还有一些仿真丝围巾面料将进入正常生产。随着国内疫情得到有效控制，采购商、零售商开始下达 2022 年春季订单。后市轻纺城传统市场现货成交和订单发货亦将小幅增长，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



DELLMA
蒂尔玛



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

科技进步 人才成长 产业升级

25th
ANNIVERSARY

1996-2021

—— 成立25载 ——



纺织之光微信公众号



纺织之光科技教育基
金会官网



纺织之光科技推广
云平台网站