

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

2022.07.04 | 第24期 | 总第1080期



6月27日下午,中国纺织工业联合会第五次会员代表大会召开,第五届理事会选举产生。

P08

回答好时代提问,为华夏再添锦绣!

ZGL 鹰游集团



2022 第十届

2022

绍兴柯桥中国轻纺城
窗帘布艺（墙布）展览会

数智成品 · 绿色新态

+ E X H I B I T I O N +

2022.8.1-8.3

绍兴国际会展中心（新馆）

展品涵盖窗帘、窗纱、窗饰、墙布、辅料、机械及软件、酒店用品、床上用品、饰品、包装、整体家居软装等涵盖整个产业链



展会官方公众号

咨询热线 / 0575-81169717

闪染免水洗智能化联合生产线

环保·节能·高效



连云港鹰游新立成纺织科技有限公司

地址：江苏灌云经济开发区产业大道9号

电话：0518-80329888

网址：<http://www.yyxlc.cn/>

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 万哈
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
副主任 董笑妍
编辑/记者 李亚静 陶红
余辉 夏小云
廖小萱
美编 郭淼

融媒体中心

总监 墨影
资深摄影 关云鹤
美编 李举鼎
编辑/记者 许依莉

市场发展中心

总监 万哈(兼)
副总监 章简
媒介主管 雷蕾
客户经理 张灼璋
武筱婷

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 邬莹颖
主任助理 王利
记者 林晨莉

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

热线电话

总编室: 010-85229395 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

广告发布登记通知书号:京东工商广登字20170146号

出版单位:《纺织服装周刊》杂志社有限公司

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:

承印:北京晟德印刷有限公司

本刊声明

本刊已许可中国知网、超星期刊域、博看网、龙源期刊以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含上述平台著作权使用费,所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议,请在投稿时说明,本刊将按作者说明处理。

目录 CONTENTS

- 06 **资讯 Infos**
《工业水效提升行动计划》发布,对纺织行业提出攻关方向、改造重点
陕西纺织不忘初心再出发
携手打造千亿集群,望江县政府与安徽纺协签约合作
- 08 **特别报道 Special**
回答好时代提问,为华夏再添锦绣!
孙瑞哲:继往开来 守正创新 以锦绣事业服务锦绣中国
- 12 **柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City**
蝶变创新,时尚永不止“布”
赓续红色精神 凝聚奋斗力量
防患于未然,共筑平安纺城
- 16 **化纤 Industry**
“黑科技”多功能纤维,让生活有无限可能
- 18 **集群 Cluster**
“中国丝绸名镇”震泽:占领丝绸纺织服装产业高地
- 20 **话题 Topic**
把路走宽,让市场驱动纺织非遗“活”起来
- 21 **一线 Frontline**
波司登营收、利润连续五年双增长
科技创新 布凡时尚
海宁纺机:成为“单打冠军”
- 25 **指数 Index**
夏市营销环比下降 价格指数小幅下跌
国际油价走跌,化纤指数小幅下降

每周随笔

为“碳”买单

6月下旬,欧洲议会通过了关于建立世界上第一个碳边界调整机制(CBAM)的法规文本,而这势必加速推进欧盟碳关税最终法规的确定。事实上,碳关税早在2007年就已在法国提出,此后在欧盟多国陆续推进。此次,CBAM一旦实施,将会在全球范围内产生示范效应。

同样,在6月初,美国民主党人士也提交了设立《清洁竞争法案》(CCA)的立法提案,作为新一版“美国碳关税”提案,建议以美国产品的平均碳含量为基准线,对碳含量超过基准线的进口产品和美国本土产品征收碳费。

显然,源于解决全球气候变化的减碳问题正在转化为新的贸易壁垒,而它一旦成为世界各国竞相效仿的模板,将会对世界贸易和经济格局带来重要影响。要知道,减碳是需要强大技术支撑的,而发达国家已经走在了前面,减碳势必会成为发达国家把控贸易格局的又一利器。对于更多发展中国家而言,相关的高碳行业和高碳企业将要花大价钱在出口方面为“碳”买单。

那么,碳关税到底会带给我们怎样的影响?

中国作为制造业大国,依靠高性价比的产品一直拥有极强的市场竞争优势,包括欧盟、美国在内很多发达国家都是我国的重要出口市场。据统计,2022年1—5月,中国与欧盟贸易总值达2.2万亿元,其中,对欧盟出口约1.45万亿元,贸易顺差6908.1亿元,出口的主要产品包括机电产品、纺织品、金属制品及化学品。

就纺织行业而言,从中国纺织相关统计数据看,今年1—5月,中国出口至欧盟的纺织服装金额总计178.8亿美元,同比增长11.2%。同样,美国也是中国纺织业重要的出口市场,今年1—5月,中国出口至美国的纺织服装总额约214.9亿美元,实现了9.6%的同比增长。

若碳关税实施,未来中国纺织品将会遭遇从生产、加工,到运输、销售等各个环节的碳排放核算,出口产品也将会面对非常高的税率增长。

据了解,目前,一些跨国公司已经行动,比如沃尔玛,要求10万家供应商必须完成碳足迹验证,贴上碳标签。中国企业若忽视这些,将会面对订单丢失的风险。

虽然,碳关税是有悖于WTO规则,也不符合《联合国气候变化框架公约》及《巴黎协定》的原则和要求的单边措施,但若我们不能在这个领域树立话语权,就必然会被牵着鼻子走。所以,在减碳问题上,必须给予足够的重视。有公开数据显示,随着纺织业的高速发展,能源消费也有显著增长。从1995年到2021年,中国纺织行业的能源消费总量从3531万吨标煤增加到了6357万吨,增长了44%,且处于全国工业行业能源消费总量的前十之列。因此,不管出于怎样的动机,“碳达峰、碳中和”都是行业实现可持续发展必须锁定的目标。

6月中旬,中国工程院咨询项目“纺织产业双碳发展战略及技术路线图”启动,该项目将借助多方资源积极探索行业低碳转型的有效路径。对于广大业界企业而言,可能当务之急是要尽快转变观念,“双碳”目标已经远非只是社会责任问题,而是关乎整个产业和每个企业未来的重要问题,在路径选择上要积极行动起来。

View point / 产经看点

今年1至5月,全国规模以上工业企业实现利润总额34410.0亿元,同比增长1.0%。
——国家统计局

今年前5个月,全国实际使用外资5642亿元人民币,同比增长17.3%。从历史同期看,这个增速仍然处于较高水平,我国吸收外资稳定增长的势头没有改变。
——经济日报

水电水利规划设计总院6月24日发布《中国可再生能源发展报告2021》显示,2021年我国可再生能源利用总量达到7.5亿吨标准煤,占一次能源消费总量的14.2%,减少二氧化碳排放约19.5亿吨,为实现“双碳”目标奠定了基础。
——人民日报

6月28日,文旅部、教育部、科技部等10部门联合印发《关于推动传统工艺高质量传承发展的通知》,促进中国传统工艺创造性转化、创新性发展,实现长久保护和永续利用。
——新华社



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

Focus / 聚焦

《工业水效提升行动计划》发布，对纺织行业提出攻关方向、改造重点

本刊记者_郝杰

工业是我国最重要的用水部门之一，2021年工业用水量1049.6亿立方米，占全国用水总量的17.7%。近日，工信部、水利部、国家发展改革委、财政部、住房城乡建设部、市场监管总局六部门联合印发《工业水效提升行动计划》（以下简称《行动计划》），提出到2025年全国万元工业增加值用水量较2020年下降16%。重点用水行业水效进一步提升，纺织行业主要产品单位取水量下降15%。

工信部介绍说，“十三五”以来，工业用水效率明显提升，全国万元工业增加值用水量从2015年的58.3立方米下降至2021年的28.2立方米，规模以上工业用水重复利用率从89%提高至92.9%。但工业领域节水提效仍面临产业结构布局与水资源条件不匹配、部分行业水重复利用率不高、非常规水利用不足、关键技术与装备存在短板等问题。《行动计划》的出台，对指导企业减少新水取用量和废水排放量，提升水资源集约节约利用水平，有效缓解水资源供需矛盾、减少水污染和保障水生态安全，促进经济社会全面绿色转型具有重要意义。

《行动计划》提出到2025年，全国万元工业增加值用水量较2020年下降16%。重点用水行业水效进一步提升，钢铁行业吨钢取水量、造纸行业主要产品单位取水量下降10%，石化化工行业主要产品单位取水量下降5%，纺织、食品、有色金属行业主要产品单位取水量下降15%。工业废水循环利用水平进一步提高，力争全国规模以上工业用水重复利用率达到94%左右。

《行动计划》提出了6个方面12项具体任务。要加强关键核心技术研发和转化，支持行业协会、科研院所、高校等开展工业节水基础研究和应用技术创新性研究。围绕行业节水技术难点和装备短板加强协同攻关，着

力突破高浓度有机废水和高盐废水处理与循环利用、高性能膜材料、高效催化剂、绿色药剂、智能监测与优化控制等节水关键共性技术。纺织行业关键核心技术攻关方向是：染液在线添加浸渍染色、印染废水高效处理回用、喷水织机废水近零排放等。

在推动重点行业水效提升改造方面，鼓励工业企业、园区、集聚区主动开展或委托第三方服务机构开展生产工艺和设备节水评估，深挖节水潜力，实施工业水效提升改造，推进用水系统集成优化，实现串联用水、分质用水、一水多用和梯级利用。纺织行业水效提升改造升级重点方向为：涤纶织物少水连续染色、低浴比间歇式染色、针织物平幅连续染色、数码喷墨印花、工艺水分质回用、印染废水分质处理和技术集成应用、喷水织机废水高效处理和回用等。

在推进工业废水循环利用方面，聚焦废水排放量大、改造条件相对成熟、示范带动作用明显的钢铁、石化化工、纺织、造纸、食品、有色金属等重点行业，优先选择水效领跑者企业、绿色工厂、绿色工业园区、新型工业化示范基地，稳步推进废水循环利用改造升级，创建一批废水循环利用示范企业、园区，提升水重复利用率。

《行动计划》还提出加强工业水效示范引领。聚焦企业、园区等节水主体，树立典型，推动各地区依托节水评价标准创建节水型企业、园区，遴选节水标杆企业、园区，申报国家水效领跑者企业、园区，逐步建立“节水型—节水标杆—水效领跑者”三级水效示范引领体系。到2025年，钢铁、石化化工等重点用水行业中50%以上的企业达到节水型企业标准，创建120家节水标杆企业、60家标杆园区，遴选50家水效领跑者企业、20家领跑者园区。

携手打造千亿集群，望江县政府与安徽纺协签约合作

6月23日，望江县人民政府与安徽省纺织行业协会合作服务框架协议签约仪式暨望江纺织服装行业协会揭牌仪式举行。

根据合作服务框架协议，安徽省纺织行业协会集聚优势行业资源，充分发挥在行业内的影响力和公信力，全力推动望江纺织服装产业发展，在产业规划、宣传推介、引资引智、活动策划、行业指导等方面加强服务与合作，共同打造望江县千亿纺织服装产业集群和建成全国纺织服装名县。

望江县纺织服装具有得天独厚的产业基础。望江纺织服装行业协会的成立，标志着望江县委、县政府发展纺织产业有了一个坚强的助手。望江纺织服装行业协会将发挥好作用，当好行业服务生、资源黏合剂、发展助推器，搭建好平台，把望江县纺织服装企业组织起来、联合起来，集中智慧、力量，抱团发展。借助望江县纺织服装产业资源优势，做好纺织服装产业集群建设，在提质增效、转型升级上展现更大作为，在推动绿色发展、优化产业结构上迈出更大步伐，在稳定就业、提升效益上彰显更大担当，不断增强行业协会自身的凝聚力和影响力。（何劲）

陕西纺织不忘初心再出发

严家民当选陕西纺协理事长、李慧玲当选监事长、李树生任秘书长

6月22日，陕西省纺织行业协会第五届第一次会员代表大会暨五届一次理事会在陕西咸阳召开。会议选举严家民为第五届理事会理事长，王志强、何安民、吕超、赵利辉为副理事长，李慧玲为监事长，李树生任秘书长。

会议指出，几年来，第四届理事会做了大量卓有成效的工作，如积极促成陕西纺织“十四五”规划的制定和落实，认真开展陕西省首届“纺织服装行业十大创新人物（企业）、十大领军人物（企业）和十大工匠推选活动”“2017年陕西省纺织高峰论坛”“改革开放40周年陕西省纺织行业优秀企业、优秀企业家、优秀成长型企业和优秀员工推选评比活动”“科技三秦·文化陕西——建国70周年，陕西纺织系列报道”等活动，不断提高陕西纺织服装行业的品牌知名度，积极为企业提供全方位服务，联手对重点单位进行智力帮扶等，促进了行业健康发展。

新一届理事长严家民对各位领导和会员代表的信任和支持表示感谢。他说，陕西省纺织行业协会十多年来，践行初心使命，勇于担当作为，取得了有目共睹的骄人业绩。新一届班子组成后，将更加上下团结一心加油干，发挥好政府和企业之间的桥梁纽带作用，尽心尽力为政府和企业服务。

与会代表均表示将充分发挥作用，不忘纺织初心，牢记发展使命，为陕西纺织崛起、高质量发展贡献新力量。（司佳佳 鲁莉博）

国家先进功能纤维创新中心
National Advanced Functional Fiber Innovation Center

绿色纤维制品可信平台

绿色纤维制品可信平台是运用二级节点解析技术、区块链技术等信息化手段，搭建的一个从瓶片回收下游的服装织造，从纤维到终端产品的透明可信的循环再生可追溯平台。

平台为再生纤维行业生产制造企业提供轻量应用与赋能，推动全产业链数字化转型升级和在线交易提供大数据应用赋能，实现生产数据、仓储数据、物流数据、交易数据等的可信上链；利用数字化可信制造推进再生纤维制造标准体系和循环再生可追溯平台的建立，保证其数据透明可信，切实维护绿色纤维、绿色纺织产品的市场秩序。

可信平台目标

- 制造仓储可信
- 制造交易可信
- 制造过程可信
- 物流运输可信
- 制造工艺可信
- 制造质量可信

二级节点标识解析

通过统一融合的工业互联网标识解析体系，企业或者用户可以利用标识访问产品在设计、生产、物流、销售到使用等各个环节，在不同管理者、不同位置、不同数据结构下智能关联相关的信息数据，实现全球供应链系统和企业生产系统的精准对接、产品的全生命周期和智能化服务。

“十大”应用技术

- 标识+5G
- 标识+AR/VR
- 标识+孪生制造
- 标识+人工智能
- 标识+导航
- 标识+搜索
- 标识+物联网
- 标识+边缘计算
- 标识+区块链
- 标识+大数据

“十八”应用场景

- 供应链管理
- 售后管理
- 知识产权
- 仓储管理
- 防伪防串货
- 数字资产共享与交付
- 政府监管
- 设备管理
- 产品追溯
- 身份认证
- 产品台账管控
- 一物一码标识结算
- 智能化生产
- 信用体系
- 市场营销
- 物流管控
- 编码服务
- 产品全生命周期管理

趣味性、互动性、个性、利益

新纤维运营平台

“新纤维”运营平台是按照国家先进功能纤维创新中心整体运营规划与思路，围绕技术成果转化与中试和新一代信息技术、智能制造、增材制造、新材料、生物医药等领域创新发展的重大共性需求，建设的自营产品平台。

依托于互联网开放、协调、无中心的特点。将各机构及企业应急（防护）等国家先进功能纤维创新中心技术支持相关的产品整合供应链。做到实时、便捷、精准体验的综合性频道。切实保障购买者买到可靠的商品，保障关联供应链企业的真实与产量。

更多详情请扫码了解



绿色纤维制品可信平台



国家先进功能纤维创新中心



新纤维运营平台



中国纺织工业联合会第五次会员代表大会召开，第五届理事会选举产生。

回答好时代提问，为华夏再添锦绣！

中国纺联第五次会员代表大会召开，孙瑞哲连任会长

■ 本刊记者_郭春花 李亚静 / 文 关云鹤 / 摄

2022年是党的二十大召开之年，回首过往，推动中国纺织强国建设取得决定性成就，服务全面建成小康社会，中国纺联第四届理事会是参与者、奋进者、搏击者。如今，中国纺联将以此次换届为新起点，在第五届理事会带领下再续辉煌，服务新发展格局。

为推动行业不断创新，实现高质量发展，6月27日下午，中国纺织工业联合会第五次会员代表大会暨五届一次理事会五届一次常务理事会议召开。大会选举孙瑞哲为第五届理事会会长，夏令敏为秘书长，徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华为副会长。

今年是党的二十大召开之年。从党的十九大到二十大，是“两个一百年”奋斗目标的历史交汇期，是百年征程的攻坚阶段，是承前启后的关键时期，具有特殊重要性。自2016年以来，中国纺联第四届理事会团结引领全行业，经过不懈努力，完成了“十三五”设定的目标任务，基本实现了建设纺织强国目标，带领纺织行业成为中国居于世界领先地位的五大行业之一，打开了行业高质量发展的局面。

国资委行业协会商会党建工作局局长高岩、工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼、民政部社会组织管理局副局长（正司级）黄茹、工业和信息化部消费品工业司一级巡视员曹学军；中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，原会长杜钰洲、王天凯，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、孙淮滨等领导在主会场出席会议，中国纺联原副会长杨东辉、张延恺、徐文英、张莉、杨纪朝，中国纺联第四届理事会特邀副会长、

常务理事、理事，以及中国纺联各成员单位、会员单位的领导和代表1300余人参加会议。出席人数超过应到会人数的2/3，符合章程规定。会议由夏令敏主持。

大会采用视频会议的方式召开，在中国纺联本部设一个主会场、28个分会场，各级会员单位设有若干分会场。

砥砺前行，纺织行业再续辉煌

黄茹为会议致辞。她说，纺织工业是我国国民经济传统产业、重要的民生产业和国际竞争优势明显的产业，纺织行业的发展对促进国民经济发展、繁荣市场、吸纳就业、增加国民收入、加快城镇化建设、促进社会和谐发展都具有十分重要的意义。

多年来，中国纺织工业联合会不忘初心、牢记使命，在推进纺织科技、品牌、可持续发展、人才强国建设，促进纺织科技、时尚、绿色高质量发展都做出了重要贡献。

希望中国纺织工业联合会以此次换届为新起点，服务新发展格局，坚持稳字当头、稳中求进的服务总基调，提高政治站位，引导广大会员单位，服务国家大局；加强党建引领，坚持党的政治建设放在首位；强化制度建设，不断完善以章程为核心的法人治理结构、内部治理机

制等工作；提升服务能力，创新服务手段，团结带领广大会员单位进一步提升风险意识，以自身发展的稳定性应对外部环境的不确定性，继往开来、砥砺前行，在新时代新征程上展现新气象、新作为。

何亚琼在致辞中谈到，纺织服装行业是中国的传统优势产业、重要民生行业，“十三五”期间，纺织行业科技水平不断提升，全产业链数字化转型进一步加快，低碳循环体系初步构建，实现了“衣被天下”。今年1—5月，纺织品服装出口额1250亿美元，同比增长11.2%，为全球纺织产业链供应链通畅做出积极贡献。在第四届理事会的带领下，中国纺联发挥了重要作用。主要体现在：第一，服务大局，积极为政府建言献策；第二，突出重点，提升为企业服务水平；第三，脚踏实地，推进行业高质量发展。以本次会议为起点，希望中国纺联在新一届理事会有力带领下，再接再厉，续写辉煌。

对于未来发展，何亚琼提出三方面建议。第一，提高政治站位，服务国家战略大局。第二，着眼产业升级，推动发展质量效益。第三，加强能力建设，提升服务水平内涵。工信部作为主管部门，将与中国纺联形成强大合力，提升专业水平，“急企业之所急，想企业之所想”，共同加强能力建设。我们将一如既往地支持中国纺联，通过务实工作，发挥好桥梁纽带作用，为行业健康发展创造更有利的条件。

中国纺联要做推动行业发展的关键力量

孙瑞哲代表中国纺织工业联合会第四届理事会作《继往开来 守正创新 以锦绣事业服务锦绣中国》工作报告。他强调，推动中国纺织强国建设取得决定性成就，服务全面建成小康社会，中国纺联第四届理事会是参与者、奋进者、搏击者。行业“十三五”圆满收官，“十四五”顺利开局，纺织强国目标基本达成，行业高质量发展打开全新局面。第四届理事会以卓有成效的工作，向党和国家、向人民和行业交出了一份经得住历史检验的答卷。

第四届理事会围绕以下五点开展了主要工作：一、坚持求真务实，立足新发展阶段，聚焦战略与战术，以“知”的探索推动“行”的提升；二、坚持稳中求进，适应经济新常态，平衡发展与安全，以“进”的姿态构筑“稳”的底线；三、坚持守正创新，聚焦高质量发展，贯通当前与长远，以“质”的提升带来“效”的飞跃；四、坚持开放协同，融入双循环格局，整合资源与市场，以“内”的确定激发“外”的活力；五、坚持以人为本，面向共同富裕目标，夯实责任与价值，以“产”的繁荣带动“人”的发展。



大会主会场。

针对当前行业发展形势，如何在变局之中考量现实，在挑战之下寻求发展？他强调，要从在世界的动荡变革中，统筹发展与安全；在文化自信的树立中，协调创新与转化；在区域经济的协同中，兼顾效率与公平；在国内市场的构建中，迭代产品与模式等四个方面着手。

面对行业未来发展，他强调，行业协会作为实现国家治理体系和治理能力现代化的重要载体，是有为政府、有效市场的有力支撑，是推动产业生产力解放和发展的关键力量。在新的历史关口，在纺织强国基本建成的基础上，如何引导和推动行业实现新的跨越和更好发展，更好服务国家和民族大局，是新一届理事会迫切需要思考的时代提问。

回答好时代提问，需要始终坚持党的全面领导，做有政治高度的平台；需要始终坚持与时代同行，做有专业高度的平台；需要始终坚持市场化、全球化的视野与方法，做有价值高度的平台；需要始终坚持多元化、开放化，做有生态高度的平台。

他强调，新一届理事会必须顺势而为，更有作为。主要做好：一、树立底线思维，夯实产业基础，服务经济社会稳定；二、创新驱动，引领构建自主可控的知识体系与产业体系；三、以人为本，以人民为中心，服务共同富裕和民生改善；四、系统布局，融入数字经济，推动现代产业体系构建；五、内外协同，畅通要素循环，提升产业发展效率与韧性；六、绿色转型，突破资源瓶颈，构筑产业可持续发展能力。

第五届理事会选举成立

会议宣读了有关《中国纺织工业联合会章程》修改情况的说明、《中国纺织工业联合会第四届理事会会费收支情况报告》，审议通过了《工作报告》、《中国纺织工业联合会章程》和《会费收支情况报告》。

随后，大会进行了选举。根据大会选举计票结果，孙瑞哲当选为第五届理事会会长，夏令敏当选为秘书长，徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华当选为副会长。

根据选举，孙晓音、杨金纯、阎岩、梁鹏程、董清松、谢青为第一届监事会监事。根据监事会推举结果，孙晓音当选为第一届监事会副监事长。

卜晓强、马明媛、马建荣、王翀、王臻、王丽梅、王启明、王海燕、王德义、卞镇、田辉玉、朱立华、庄耀中、刘子斌、刘日兴、刘建国、刘承功、孙日贵、孙伟挺、严华荣、李水荣、杨勋、杨世滨、邱亚夫、邱建林、张红霞、张国良、陈卫、陈士良、陈文兴、陈丽芬、陈建龙、陈建华、林平、金永传、周志军、周晔珺、周海江、俞绍平、姜俊华、洪天祝、夏东伟、夏前军、顾伟达、徐卫民、高德康、唐金奎、董炳根、韩平、童继生、潘雪平 51 人当选为第五届理事会特邀副会长；卜晓强等 53 人当选为特邀常务理事；丁思泉等 86 人当选为常务理事；马志辉等 98 人当选为特邀理事；丁水波等 315 人当选为理事。

此外，会议宣布，根据中国纺联会长孙瑞哲提议，党委常委会研究决定，孙淮滨、贺燕丽任专家咨询委员会委员。

会议为 2021 年度“纺织之光”中国纺织工业联合会科技奖、教育奖、针织内衣创新贡献奖和技能人才奖、第十届全国纺织企业管理创新成果及管理创新成果主创者获奖代表颁奖，并宣读了 2021 中国纺织行业年度创新人物名单和 2021 中国纺织服装行业年度精锐榜名单。会议还举办了中（埃）纺织轻工企业可持续发展联盟成立仪式。



孙瑞哲

在6月27日召开的中国纺织工业联合会第五次会员代表大会暨五届一次理事会五届一次常务理事会议上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲作题为《继往开来 守正创新 以锦绣事业服务锦绣中国》的工作报告。《纺织服装周刊》特将报告节选刊发于此，以飨读者。

中国纺织工业联合会会长 孙瑞哲：

继往开来 守正创新 以锦绣事业服务锦绣中国

党的十八大以来十年，在中华民族历史上具有里程碑意义。面对世界百年变局的深刻演变，面对新常态下国内社会主要矛盾的显著变化，面对新冠疫情冲击和大国博弈带来的巨大不确定性，以习近平同志为核心的党中央站在历史的高度，将中国特色社会主义带入新时代。中国纺联第四届理事会的大部分工作任期正是处在这一阶段。

关键时点需要时代担当。推动中国纺织强国建设取得决定性成就，服务全面建成小康社会，中国纺联第四届理事会是参与者、奋进者、搏击者。如今行业“十三五”圆满收官，“十四五”顺利开局，纺织强国目标基本达成，行业高质量发展打开新局面。第四届理事会以卓有成效的工作，向党和国家、向人民和行业交出了一份经得起历史检验的答卷。

一、第四届理事会开展的主要工作

（一）坚持求真务实，立足新发展阶段，聚焦战略与战术，以“知”的探索推动“行”的提升。

“不明于计数而欲举大事，犹无舟楫而欲经于水，险也。”统计是产业发展的重要综合性、基础性工作。联合会坚持用数据说话、用数据服务、用数据创新，及时准确反映行业情况，为政府决策、企业运营、产业研究、公众了解提供支持。

没有调查就没有发言权。联合会将调研作为一项基本的工作方法。针对行业发展中的共性问题、基础性问题、关键性问题，常态化组织开展春季大调研行动，实地掌握行业发展情况，及时了解企业诉求，适时提供有效服务。

（二）坚持稳中求进，适应经济新常态，平衡发展与安全，以“进”的姿态构筑“稳”的底线。

面对新常态下行业增速回落、L型发展的现实压力，面对百年变局中黑天鹅的起舞与灰犀牛的逼近，我们保持战略定力，深入推进质量、效率、动力变革，保障产业平稳发展。

优化产能结构，提升产业制造基础能力、规模优势、配套优势。引导帮助企业补短板、锻长板，做精主业、做强实业，推动制造高端化、智能化、绿色化、服务化、安全化转型升级。

推动集约化发展，不断提升企业的创新能力、发展活力和经营效益。支持企业兼并重组和做大做强，引导技术、资金、人才、数据等要素资源向“链主”企业、龙头企业、“专精特新”企业集聚。

防范化解重大风险。中国纺联将产业安全贯穿行业服务的各领域和全过程。

（三）坚持守正创新，聚焦高质量发展，贯通当前与长远，以“质”的提升带来“效”的飞跃。

注重自主创新，强化行业科技服务，提升战略支撑能力。深入开展标准制定工作，推动创新平台建设，通过举办学术会议、技术论坛

等活动，促进技术合作、转化与推广。

树立文化自信，以“大师、大牌、大事”为重点，提升时尚引领能力。推进中华优秀传统文化在纺织品服装中的创新性发展和创造性转化。研究发布色彩、纤维、纱线、面料、服装、家纺等流行趋势。推进人工智能在趋势研究与设计中的应用。

以智能与绿色为重点，推动业态融合和产业升级，打造现代纺织产业体系。引导企业发展“七条线”上的智能制造，打造智慧供应链。推动建立绿色低碳循环产业体系。发布了《纺织行业推进碳达峰、碳中和行动框架方案》，率先提出行业气候行动目标，行业绿色发展基础能力稳步提升。

（四）坚持开放协同，融入双循环格局，整合资源与市场，以“内”的确定激发“外”的活力。

立足国内大市场，将扩大内需作为产业发展的战略基点，畅通产业要素循环。推动行业展会创新发展，产业链联合办展模式、线上线下融合办展模式更加成熟。深化军民融合，开拓产业新空间。

以融入“一带一路”建设为重点，推动行业发展开放型经济。与美国、欧洲国家、土耳其、印度、巴基斯坦、日本、韩国等国家行业组织建立的伙伴关系实现了巩固与强化。“澜湄”等纺织国际产能合作项目持续提质升级。借助国际纺联会议、中日韩纤维产业合作会议、世界布商大会、中国纺织行业“一带一路”大会等活动与平台，促进产业的国际交流与合作，扩大国际合作朋友圈。

（五）坚持以人为本，面向共同富裕目标，夯实责任与价值，以“产”的繁荣带动“人”的发展。

“民生无小事，枝叶总关情。”我们坚持以人民为中心，以发展为中心，聚焦社会主要矛盾的变化，推动行业构建生产、生活、生态之美相融共生、价值共享的发展形态。

推动供给端与需求端并行升级。实现产品的充分供给、高性价比供给，满足人民美好生活需要。

促进区域协调发展，缩小城乡差别、工农差别、区域差别。联合会始终坚持“全国一盘棋”，将产业发展融入区域重大发展战略，打造产业与区域协同发展的良性循环。

就业是最大的民生。中国纺联落实就业优先战略和人才政策，促进实现更高质量和更充分的就业与创业。

二、在变局之中考量现实，在挑战之下寻求发展

（一）在形势变化中思考行业工作。

今年以来，面对复杂严峻的国际形势和国内疫情带来的现实冲击，中国纺织工业承压前行。要推动行业高质量发展，需要我们在新的形势下思考行业工作。

1. 在世界的动荡变革中，统筹发展与安全。变局之下，我们需要

将产业安全作为全球产业链布局的重要考量。

2. 在文化自信的树立中，协调创新与转化。纺织服装作为文化的载体和时代的刻画，是展现可信、可爱、可敬中国形象的一扇窗口。

3. 在区域经济的协同中，兼顾效率与公平。我国正在形成以区域发展重大战略、区域协调发展战略、主体功能区战略、新型城镇化战略为支撑的区域发展体系。行业需要在这样的区域格局中谋划布局。

4. 在国内市场的构建中，迭代产品与模式。充分把握建立全国统一大市场的发展机遇，是我们开展行业工作的重要方向。

（二）在要素调整中寻找发展路径。

当前，生产要素的内涵、特征正在发生深刻变化。面向未来，我们要把握传统与非传统要素的变化规律，塑造产业新结构、建立环境新关联，在新的挑战下寻找发展之路。

1. 土地要素。县域经济是产业集群的主要载体，改革为产业发展带来新机遇。

2. 人口要素。要育才、树才，探索产教融合、校企合作新模式；要引才、育才，推动产业与人才“双向奔赴”。

3. 资源环境要素。要推动原料供应创新，打造更加安全、绿色、可持续的原料体系；要实现资源的充分循环利用；要畅通资源要素的循环与价值转化。

4. 知识要素。行业要把握知识要素的趋势与规律，构筑产业发展空间。

5. 资本要素。行业要把握资本规律，充分发挥资本作用，整合更多利益相关方的力量，打造更具韧性的产业生态。

6. 数据要素。纺织行业产业链长，数据质量与深度有所不足。随着产业镶嵌于算法中，数据伦理、数据权属问题等日渐突出，行业需要高度关注规则变化。

三、下一阶段行业工作的主要方向

又踏层峰辟新天，更扬云帆立潮头。在新的历史关口，在纺织强国基本建成的基础上，如何引导和推动行业实现新的跨越和更好发展，更好服务国家和民族大局，是新一届理事会迫切需要考虑的时代提问。

回答好时代提问，需要始终坚持党的全面领导，做有政治高度的平台。要心怀“国之大者”，坚定初心使命，深刻把握“两个确立”、增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，充分认识行业工作的特殊重要性。

回答好时代提问，需要始终坚持与时代同行，做有专业高度的平台。一个人即便战胜所有对手，也可能败给时代。要持续深化对产业问题的理解，打破成见，形成远见。知识更新，能力更新，打造学习型、创新型组织。

回答好时代提问，需要始终坚持市场化、全球化的视野与方法，做有价值高度的平台。促进产业资源要素的高效循环，提升市场效率与社会效率，帮助行业实现真实价值、整体价值、长远价值、战略价值，是行业工作的基本立足点。

回答好时代提问，需要始终坚持多元化、协同化、开放化，做有生态高度的平台。我们已经进入一个大融合的时代，效率不只来自专业的分工，更多来自高效的协同。科技、时尚、绿色，就是彼此融合、相互成就的系统。

历史的接力棒正在交到新一届理事会的手中，必须顺势而为、更有作为。

我们要善于蓄势。继续做好协会内部基础支撑与管理工作。

我们要善于谋势。继续做好统计、研究等决策支持工作。

我们要善于顺势。顺应时代潮流，抓住主要矛盾，深化行业服务工作。我们要善于造势。强化宣传引导，继续推动社会对行业的认知重启。

在新的起点，在新的战略机遇期、重要窗口期，我们要与时间赛跑，靠前发力，把握主动，做好下一阶段的行业工作。

（一）树立底线思维，夯实产业基础，服务经济社会稳定。

发展是解决一切问题的基础与关键，是第一位的；稳定是一切事业成

功的底线与前提，也是第一位的。

1. 要把握时间窗口，推进行业回归正常轨道。深刻认识当前疫情防控形势和经济形势，深入落实习近平总书记“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”的重要指示。

2. 要增强忧患意识，提升行业安全发展能力。进一步夯实制造基础，巩固规模和体系优势，以提升产业制造基础能力为行业服务重点，推动强链、补链、延链，保障产业链的稳定和健壮。

（二）创新驱动，引领构建自主可控的知识体系与产业体系。

我们要更多从根源入手，坚持问题导向、结果导向和目标导向相统一，完善“道—法—术—器”相协调的创新生态。

1. 从专业的深度与价值的高度全面提升科技引领力。保持战略定力，立足长远发展，打好持久战；坚持问题牵引，立足产业安全，打好攻坚战；坚持系统推进，立足价值实现，打好阵地战。

2. 从历史的深度与全球的高度全面提升时尚引领力。要将文化自信转化为产品自信与品牌自信，系统提升时尚产业软实力、巧实力。

（三）以人为本，以人民为中心，服务共同富裕和民生改善。

纺织行业作为中国重要的民生产业，创造美、传递爱，是人权事业的重要参与者、贡献者。

1. 以产业的高质量发展促进人的全面发展。要兜住民生底线，强化就业优先导向，提高产业发展的就业带动力。

2. 以产业的高质量发展创造高品质生活。人民幸福生活是最大的人权。要构建更高水平供需的动态平衡，服务人民美好生活。

3. 以产业的高质量发展支持区域繁荣稳定。引导产业有序转移，增强区域发展的协调性、均衡性。

（四）系统布局，融入数字经济，推动现代产业体系构建。

习近平总书记指出，发展数字经济意义重大，是把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择。数字经济的发展关系着产业的全局与未来。

1. 以数字转型推动质量革命。要做好效率与质量的统筹。聚焦场景深耕，深化细化，推进平台化设计、精益化管理、智能化制造、网络化协同，提升价值链的效率。

2. 以数字转型带动平衡发展。着力化解不同环节、不同企业、不同区域数字化发展不平衡的问题，扭转数字鸿沟逐渐扩大的态势。

（五）内外协同，畅通要素循环，提升产业发展效率与韧性。

以建设全国统一大市场促进国内国际双循环，是党中央深刻洞悉发展大势作出的重大决策部署。我们要积极融入其中。

1. 以产业发展带动国内市场的要素循环和规模拓展。坚持“全国一盘棋”，将产业发展融入区域重大发展战略；我们要立足扩大内需战略基点，既紧抓产业链上下游的协同创新，也力促产业端与消费端的融通互动。

2. 形成内外市场协同发展的良性循环。以国内大循环和统一大市场为支撑，以更开放的姿态提升国际化发展的层次与水平，进一步打造国际竞争新优势。

（六）绿色转型，突破资源瓶颈，构筑产业可持续发展能力。

推动形成绿色发展方式和生活方式是一场深刻革命。

1. 把资源节约作为产业发展的根本之策。产业对资源的利用既要支撑当前的发展，也要为产业的未来保留资本。

2. 构建绿色低碳循环的产业体系。加快从单一环节向全产业链系统绿色发展转变。

3. 聚焦绿色前沿科技、国际绿色规则博弈。保持敏感性与预见性，因势利导、布局未来，探索有利于行业发展的路径与框架。

一切伟大的事业都是薪火相传、接续奋斗的，都是生生不息、万古常新的。纺织强国建设就是这样，是一个历史过程，只有进行时。在党的领导下，新一届理事会将继续笃定前行。让我们在一起、向前进，面向未来、相信未来、创造未来、赢得未来！ **TA**



2022 柯桥时尚周(春季)以多元化视角展示柯桥时尚新动向。

蝶变创新, 时尚永不止“布”

2022 柯桥时尚周(春季)多元活动风潮涌动

本刊记者_ 郭莹颖



不囿于定义, 不缚于框架, 行业如此, 时尚亦然。2022 柯桥时尚周(春季)各系列活动破圈突围, 以柯桥时尚文化塑 IP、促产业, 用与时俱进的新技术赋能优质内容创造, 尝试探索将 T 台风尚与线上展示、专业市场等相结合的新路径。

2022 柯桥时尚周(春季)结束了, 但从某种程度上讲, 它一直在路上。

柯桥时尚周赋予人们的不仅是物化的穿着体验, 这一次还让人们收获了更多不拘一格的可能, 其背后是理念创新、技术更迭、材质优化……这些因素相互激发, 迸射出一个个打动人心的瞬间, 并最终体现在柯桥这个城市兼容并包、海纳百川的气质中, 为柯桥纺织时尚产业凝聚独有的魅力, 创意的种子、拓新的枝芽在此闪烁发光。

线上发布会、时尚设计展、流行趋势实战班、专场发布秀等系列活动, 传递给业界的时尚风向, 带给市场的创新启迪, 将在不远的未来给柯桥纺织注入更多源动力。

塑新与展望, 时尚语境的线上延伸

2022 柯桥时尚周(春季)线上发布会华丽绽放

受疫情影响, 6月6—7日, 2022 柯桥时尚周(春季)发布会于线上举行, 开辟了一条区别于线下发布的新路子, 满足企业时尚需求, 助力企业拓市场、树品牌, 也为后续时尚周的举办提供了新形式、新经验。

据悉, 面对疫情的冲击, 柯桥政府在与企业沟通后, 快速应变、调整策略, 果断采取线下转移至线上发布的形式, 为柯桥企业及时赢回了新品展示与品牌推广的宝贵时间。本届时尚周打造的“云观霓裳”平台贴合当下数字时尚传播的潮流, 既展现了柯桥时尚产业的韧性活力与创新精神, 也彰显了平台的价值使命与时代担当, 为柯桥时尚周“布”一样的绿”作出了生动的诠释。

普娜拉纺织、笛扬纺织、堃绣纺织、懿纱纺织、星川传媒等五家柯桥本地企业以美轮美奂的视听盛宴重燃柯桥时尚之光, “黑科技 芯未来——普娜拉 2023 新品发布会”、“The

future 未来篇章——笛扬 2023 新品发布会”、“Roman Holiday 罗马假日 2023 新品发布会”、“绿洲 OASIS 2023 懿纱新品发布会”、“2022 VDS 不止青绿, 国风大秀”5场时尚发布活动轮番举行, 于科技创新中探索未来、于时尚创新中寻求启示、于绿色创新中激发活力, 从“品种、品质、品牌”等多维度充分展现了柯桥品牌企业实力, 演绎了柯桥现代时尚的绿色潮流新风。

从线下转场线上, 柯桥时尚周的人气不减反增, 2天5场品牌发布秀直播矩阵声势浩大、流量爆棚, 观看人数超700万人次, 后续回放观看持续发酵, 源源不断地吸引全国各地的时尚爱好者。为了达到更好的传播效果, 在直播过程中主办方不仅首次采用了“天眼”技术, 还协同优酷、爱奇艺、快手、中国网、抖音、新浪微博等12家平台形成直播矩阵, 尽显“柯桥设计”引领流行趋势的品牌风范与时尚活力。

织造与趋势, 赋予时尚更多可能

2022 柯桥时尚设计展聚焦未来

作为 2022 柯桥时尚周(春季)的重要组成, 6月10—12日, 2022 柯桥时尚设计展围绕“织造趋势·‘柯’创未来”主题, 精心打造了流行趋势面料区、国际功能面料区、创新科技服装区、数字时尚创新区四大专题展区, 聚焦时尚新方向、面料新功能、技术新应用与设计新工具, 带来最新的行业热点和产业发展方向。

其中, 流行趋势面料区共展示 800 余款创新面料产品, 有超过 50% 的面料来自柯桥优秀纺织企业, 围绕 2023 春夏核心主题“拓”, 展示了新一季女装面料的全新风貌。通过粉蜡色、流沙色、瓷绿色等或舒缓温暖、或明艳跳跃的流行色彩, 传递出了后疫情时代的精神需求与时代特色。现场同步发布 2023 春夏中国女装面料流行趋势和 2023 春夏流行色彩。

国际功能面料区荟萃了中国、意大利、法国、德国、美国等多个国家的 400 余款产品, 主要为多种功能复合面料, 不仅应用场景

丰富, 而且具有抗菌、抗静电、防水透湿、防紫外线、吸湿快干等优异性能, 并附加有机棉、再生亚麻、再生锦纶、原液着色涤纶等各类绿色纤维材料成分。

创新科技服装区由智能科技区、运动功能区、舒适功能区三大部分构成, 甄选了源自“十大类纺织创新产品”的 60 余件展品分类展示。一方面展现我国纺织服装行业的示范性品牌及其高端创新实力; 另一方面将硬核创新成果引入柯桥产业集群, 引导企业以市场需求为导向提升纺织工业设计的创新和创意水平。

数字时尚创新区全方位、立体化展现了 DPI SPACE 人工智能图案设计平台在纺织、服装、家纺等各领域的应用成果。从图案到面料、从领带到服装、从地毯到文创产品, 依托权威的流行趋势研究成果与先进的 AI 情感计算机框架、GAN 生成技术, DPI SPACE 正不断探索与行业企业合作研发新模式, 用数字手段赋予时尚更多可能性。

洞悉和整合, 精准把握市场需求

2023 春夏中国面料流行趋势实战班解读业务增长密码

作为 2022 柯桥时尚周(春季)·时尚服务进市场的重要活动之一, 柯桥天天时尚——时尚交流活动“2023 春夏中国面料流行趋势实战班”于 6月13日在柯桥举行, 天浩国际、宇华控股集团、绍兴天色纺织、绍兴时都纺织、浙江大树纺织等商户企业代表近 50 人参加。

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等承办。

以趋势领航产品研发、以数字化创新商业模式、以供应链优化降本增效, 成为当下纺织服装企业应对消费升级与疫后新形势的新利器。三位行业专家分别围绕面料流行趋势、数字化应用和供应链管理展开主题分享, 帮助中国轻纺城商户企业梳理新一季面料产品的开发方向, 解读业务增长密码。

这也是 2022 年柯桥天天时尚首场线下活动, 活动立足行业新



实战班部分成员合影。

动态、新发展, 从线上到线下、从方法到案例、从经验到实战深度解析了最新消费热点、供应链管理痛点与数字化管理思路, 为商户企业精准把握市场需求, 提升产品开发管理水平, 实现创意设计、创新产品的升级和商业落地带来了新的解决方案。

联动和引领, 潮流设计的创新呈现

中国轻纺城面料市场羽绒服专场发布秀走进专业市场

走出时尚发布厅, 走进市场大舞台, 6月15日, “潮流设计·时尚柯桥”——中国轻纺城面料市场羽绒服专场发布秀在中国轻纺城展示中心动感登场。来自中国轻纺城面料市场的点线面纺织、龙纹纺织、尚强国际、意格玛纺织、锐采纺织、优加工坊、振展·温莎纺织、剑桥纺织、璞兴原创 9 家商户企业同台竞秀, 以近 60 款羽绒服新品联合呈现了一场别具一格的羽绒时尚盛宴。

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、中国轻纺城集团东市场分公司等承办。

作为柯桥天天时尚·时尚服务进市场的重要活动之一, 本次发布秀是中国轻纺城面料市场商户企业的年度首秀。在中国轻纺城“国际化、时尚化、智慧型、复合型”的专业市场平台上, 发布秀的就地举办丰富了商户企业品牌展示、商业推广、市场营销的新场景, 传递时尚流行趋势的同时也造浓了专业市场的时尚氛围。

柯桥设计、柯桥制造、柯桥品质在此次活动的集合呈现, 既秀出了商户企业的品牌风范, 也秀出了中国轻纺城的时尚发展水平与强大平台实力, 为 2022 年柯桥天天时尚系列秀演活动打造了一个良好的开端。



因改变而绽放生机, 因创新而充满可能。作为绿色引领、时尚赋能的产业链集成创新平台, 柯桥时尚周以“科技·时尚·绿色”的内核驱动和指引着产业在流行趋势、工艺技术、绿色制造、品质供给、责任发展、人才培养等方面做出了诸多探索并取得丰硕成果。丰厚的产业积淀、浓郁的时尚氛围、良好的创新环境, 柯桥时尚周鼓励了越来越多的柯桥优秀企业打造原创品牌并向时尚化、品牌化、国际化转型, 为企业的成长与发展提供了丰富给养和强力支撑, 同时也为推动柯桥新一轮发展, 迈向“国际纺都、杭绍星城”打造了新引擎。TA



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

股票代码: 600790



打造新时期
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台, 您将获取更多资讯。



庆典活动展现中国轻纺城新时代新风貌。

赓续红色精神 凝聚奋斗力量

中国轻纺城冠名三十周年庆典活动隆重举行

■ 本刊记者_ 郭莹颖

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，庆祝中国轻纺城冠名“中国”30周年，打响中国轻纺城“党建引领、品牌赋能”工程，在“纺城精神”感召下喜迎二十大的胜利召开，6月23日，“赓续红色精神 凝聚奋斗力量——中国轻纺城冠名三十周年”庆典活动在中国轻纺城展示中心广场隆重举行。

本次活动由中共绍兴市柯桥区中国轻纺城工作委员会主办，中共绍兴市柯桥区工商业联合会党组、中共绍兴市柯桥区总工会党组、中国共产主义青年团绍兴市柯桥区委员会、中共中国轻纺城集团股份有限公司委员会、中共绍兴市公安局柯桥分局轻纺城市场派出所支部委员会、中国轻纺城福建商会、中共中国轻纺城福建商会支部委员会、中国轻纺城潮汕商会、中共中国轻纺城潮汕商会支部委员会、中国轻纺城江西商会、中共中国轻纺城江西商会支部委员会、中共中国轻纺城创意产业基地支部委员会、中共浙江懿纱纺织科技有限公司支部委员会协办。

柯桥区委常委、中国轻纺城党委书记袁笑文，柯桥区委组织部常务副部长、区委直属机关工委常务副书记周欢芬，中国轻纺城党委副书记、轻纺城建管委主任王峻峰，柯桥区工商联党组书记孙成荣，柯桥区团区委书记胡珊珊等领导嘉宾出席本次活动。中国轻纺城党工委班子成员、下属各党支部书记和党务工作者、党建指导员等参加。

活动开始前，中国轻纺城主题曲及MV《纺一个世界》正式首发，用时尚动感的视听盛宴为大家呈现了一个更加现代化、更具开放度、更有时尚味、更富竞争力的“国际纺都”。为了更好的传播效果，本次活动还通过微信视频号“浙江之声”进行全程网络直播。

活动节目由参会基层党组织和党员干部创作、自编、自演，共分

为“栉风沐雨奋斗路”、“携手同心共进曲”、“继往开来共富梦”三个篇章11个节目，歌颂30年的赓续奋进，中国轻纺城从扬帆启程到披荆斩棘，从繁星点点到阳光璀璨；30年的岁月如歌，中国轻纺城群英荟萃，各路英才群起奋斗，铸就一片红土，喜迎党的二十大。

诗朗诵《纺城为您献礼》作为本次活动的开场节目，旨在突出在“纺城有家”党建品牌引领下，致力筑就市场党员之家、市场经营户之家和市场客商之家，以“先锋力量”为引领，打造市场提升发展的“红色引擎”。

现场还有合唱《红色娘子军》、情景剧《三十而立》、时装款走秀《QUEEN》、音乐情景剧《见证者》、反诈小品《真假警察》等精彩节目轮番上演，参演人员用美妙的歌声、精彩的走秀、优美的诗朗诵、动人的情景剧等文艺形式，讴歌中国共产党、讴歌新时代，祝福祖国、祝福纺城，展现柯桥正凝聚起前所未有的开放、时尚、智慧、高端等发展合力，步入蓄势蝶变的上升通道，奋力打造现代化“国际纺都、杭绍星城”。

值得一提的是，情景剧《三十而立》以纺城布商新老两代的传承为引线，将中国轻纺城的过去、现在、未来娓娓道来，再次展现纺城人的精气神，为轻纺城重整行装再出发，提供不竭的精神动力与支撑。

办一个市场，兴一门产业，活一片经济，建一个城市，富一方百姓。中国轻纺城促进了柯桥区及周边地区经济的蓬勃发展，造就了一代又一代的经营大户，创造了一个又一个财富神话。活动在中共绍兴市柯桥区中国轻纺城工作委员会带来的走秀表演《织造未来》中落下帷幕，未来的中国轻纺城将继续以“一块布”推动区域经济发展，为全力打造世界级现代纺织产业集群努力奋斗，在共富路上跑出柯桥“加速度”！

Focus / 聚焦

防患于未然，共筑平安纺城

轻纺城建管委召开市场消防安全专项整治工作部署会

■ 本刊记者_ 郭莹颖 文 / 摄

为认真贯彻落实6月11日浙江省消防安全大检查大整治暨安全生产工作视频会议精神，深刻吸取杭州市临平区冰雪大世界“6.9”火灾事故教训，切实做好省第十五次党代会期间消防安全和安全生产工作，确保中国轻纺城市场持续平稳健康发展，6月17日，中国轻纺城建设管理委员会召开市场消防安全专项整治工作部署会。

中国轻纺城党工委班子成员，柯桥区开发经营集团有限公司、轻纺城集团股份有限公司、轻纺城展示中心有限公司和其他轻纺城有关市场（公司化交易区）分管安全负责人、市场联络员、第三方隐患排查单位负责人参会。本次会议由中国轻纺城党工委副书记、建管委主任王峻峰主持。

会上播放了市场火灾警示教育片，切实提升与会人员消防安全意识及防控火灾整体能力，防止火灾事故的发生。

轻纺城党工委副书记、轻纺城建管委副主任钱苗娣从自查自纠、督查整改、市场维稳、侨情调查等方面对下一步工作全面部署，她表示，中国轻纺城在做好疫情防控的基础上，下阶段将开展安全生产大检查，需做好主体责任落实、市场禁烟、消防通道、夏季用电、台账建设、消防设施完善、特种设备维护保养等工作，并结合安全生产月活动，切实落实好应急演练、技能比武等事宜。

柯桥区消防救援大队大队长吕炜烽通报近期省内外火灾事故情况，分析了当前消防工作形势，并就下一步消防安全工作提出了意见和建议，为市场今后的消防安全工作指明了方向。

王峻峰表示，本次会议的召开具有重要性、必要性和及时性，安全



工作部署会现场。

事故就在身边，中国轻纺城各单位要在做好疫情防控的基础上，从小事、细节着手，看清自身在消防安全方面的不足与问题，深化认识、压实责任、完善措施、加强宣传、形成合力，各分管负责人要亲自抓、亲自管，亲自参与、亲自把关，确保专项整治工作取得实效，落到实处，通过更为全面的消防规划和长效管理机制，营造和谐安全稳定的市场环境。

构建安全、有序、规范的营商环境是中国轻纺城不断实现跨越式发展的坚实基础。近年来，中国轻纺城全面开展消防安全综合治理工作，包括完善提升轻纺城各个市场消防硬件设施、排查隐患落实整改、建立健全消防应急力量，以及推动各市场经营户全面普及消防知识技能、不定期举行各项消防安全演练演习，进一步打造“平安纺城”，为全力打造“国际纺都、杭绍星城”营造安全和谐的营商环境。

出海拓市 开放共赢

柯桥纺织工贸企业共商“走出去”相关事宜

受疫情影响，柯桥纺织企业“走出去”步伐受阻，如何深化国际合作，帮助企业出海拓市，畅通营销渠道尤为重要。6月17日，柯桥80余家纺织工贸企业共聚一堂，针对在韩国首尔设立联合办事处相关事宜展开热烈讨论。

为帮助企业解决当下难点、痛点，绍兴柯桥轻纺城海外市场促进会自年初就谋划设立韩国联合办事处，经过对接，首尔政府及纺织品协会答应给予支持。联合办事处将设在韩国首尔东大门市场，总面积近200平方米，拥有办公、展示等功能。目前，已组建对接团队，招聘了韩语翻译，预计9月就可正式运营。届时，诸多柯桥纺织企业联合办公，产品优势互补、运营成本降低，与当地企业合作沟通将更加便捷。

据了解，为帮助疫情下企业“走出去”，中国轻纺城建设管理委员会在第三次世界布商大会期间成立了绍兴柯桥轻纺城海外市场促进会，作为“丝路柯桥·布满全球”面向海外推介拓展的服务外贸纺织企业平台之一。目前已经在英国、美国、意大利、巴西、埃塞俄比亚等全球15个国家和地区建立互通机制，举办多场“丝路柯桥·布满全球”线上对接会，推动柯桥成为纺织品“买全球、卖全球”的重要节点。（王利）

精准匹配 高效对接

海宁采购团走进轻纺城专场对接活动举行

在“双循环”新发展格局背景下，加强国内纺织产业集群上下游合作交流，是破除贸易壁垒，加快建设全国统一大市场，激发市场主体活力的重要举措。6月21日，2022“洽”逢其会，“宁”进纺城——海宁采购团走进轻纺城专场对接活动于中国轻纺城联合市场顺利举行。

本次活动由浙江中国轻纺城集团股份有限公司、海宁市服装协会主办，金柯桥展会、东市场分公司、海宁皮革城股份有限公司承办。本次活动是6月13日“柯桥优质面料×海宁时装产业交流对接会”的延展，是在前期“走出去”活动的基础上，以“引进来”的方式助力市场吸引优质经营户，进一步加强柯桥与海宁的产业互动，有效促进两地面料服装产业畅通“内循环”，打造竞争新优势。

活动现场，联合市场的80余家经营户展出了牛仔、羽绒、粗纺毛呢等2000余款时尚面料，与来自海宁的天池贸易、澳星服饰等30余家下游企业组成的采购团进行面对面沟通交流，精准高效、深度匹配。

此外，轻纺城集团还组织了采购团前往各市场进行自由采购，不仅组团参观了联合市场2楼牛仔区、真丝丝绸区，还根据采购商的实际需求，分成三队分别前往东市场羽绒区、东升路市场A区毛呢区以及北市场三区羽绒区深入实地采购。

为帮助经营户解决疫情下新品推广、拓展营销渠道受阻的难题，轻纺城集团立足实际、精准施策，充分发挥招商隆市、服务市场作用。本次活动进一步加强了海宁与柯桥产业对接交流、优势互补，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。（王利）

“黑科技”多功能纤维，让生活有无限可能

本刊记者_郭春花

炎炎夏日，一件凉感T恤能让你倍感清爽；凛冽寒冬，蓄热保暖内衣让你轻装上阵；运动场上，吸湿速干套装让你畅享运动的同时更觉舒适……拥有“黑科技”的纺织品仿佛让生活没有什么不可能。而“黑科技”的背后是具有各种功能的新型纤维。

功能性纤维是指除一般纤维所具有的物理机械性能外，还具备一种或几种特殊功能的化学纤维，如吸湿、保暖、抗菌、抗静电等。功能性纤维不仅用于服装、家纺，而且在交通、建筑、医疗卫生、航空航天等产业用纺织品领域也有着广泛应用前景。

中国纤维流行趋势发布活动举办十多年来，持续发布功能性纤维，为面料开发和和应用拓展了空间，使人们的生活充满科技、时尚、环保、健康等元素。为了让社会大众了解近几年发布的功能性纤维发展情况，《纺织服装周刊》选取了部分近年来流行以及未来发展空间较大的功能性纤维，介绍其最新进展。



功能性纤维为面料开发和和应用拓展了空间。



功能性纤维让人们的生活充满科技、时尚、环保、健康等元素。

弹性纤维 在高弹基础上附加更多功能性

近一段时间，“刘畊宏女孩”掀起一股健身运动风潮，其所穿的暗藏高科技的瑜伽裤也走上了爆火之路。而赋予瑜伽裤“黑科技”的少不了弹性纤维氨纶的作用。近几年来，中国纤维流行趋势发布了具有多种功能的弹性纤维，有低温定型熔纺氨纶、瑜伽服专用高伸低模氨纶、低温易粘合氨纶、高舒适性氨纶、石墨烯改性氨纶、牛仔用高弹性氨纶等。发布企业通过特殊改性和工艺设计，为氨纶打造出高伸长低应力、防脱散、不卷边等新性能，赋予了消费者良好的接触体验，在保持运动舒适感的同时，兼顾抗菌等功能。

连云港杜钟新奥神氨纶有限公司2021年推出的“银离子抑菌氨纶”获得了高度认可和广泛应用。该产品借助纳米技术，将银系抗菌剂在纺前或改性时加入，通过特殊纺丝工艺制成抑菌氨纶，使氨纶能够在保持优异性能的同时，还具有持久强力的抑菌效果并通过安全检测。缓释型芳香驱蚊氨纶也是连云港杜钟的一款拳头产品，该产品在干法纺氨纶生产工艺流程基础上，加入含有防蚊化合物的特制纳米级微胶囊，可以使生产的织物蚊虫趋避率达到A级。

连云港杜钟新奥神氨纶有限公司总经理张斌介绍，目前，缓释型芳香驱蚊氨纶销售了近百吨，银离子抑菌氨纶销售了近千吨，获得了李宁、森马、安踏、前进牛仔、红豆、爱慕等知名品牌的广泛认可。

华峰化学股份有限公司在近几年的中国纤维流行趋势发布中，推出了高性能经编用氨纶、抗紫外氨纶、高舒适性氨纶、再生氨纶、低温易粘合氨纶和抗菌氨纶。其中千禧®再生氨纶是通过氨纶丝生产废弃物的回收再利用而生产的合格氨纶产品，是国内第一家获得GRS认证的环保型氨纶产品，并且已通过全球可再生回收标准产品认证（GRS）和OEKO-TEX Standard 100有害物质检验认证。目前，千禧®再生氨纶的品质已得到了世界知名快时尚品牌的认可，特别是在其产品入选中国纤维流行趋势发布纤维后，月平均销量同比增长10倍以上，已经广泛应用在世界知名快时尚品牌H&M和运动品牌Adidas、NIKE等的内衣、泳衣、运动服装中，引领休闲、运动、可持续时尚生活潮流。

另一款千禧®抑菌氨纶，在拥有优异弹性的同时具有高效广谱的抗菌效果，能有效抑制日常生活中碰到的各类细菌，在面料中仅添加7%的抗菌氨纶，无需额外的后整理，该面料即可达到国家3A级抗菌要求。同时，经多次洗涤后仍具有优异的抗菌性能，且能避免发生因细菌繁殖而导致的脆化、变色等问题。

华峰化学开发的低温粘合氨纶入选了中国纤维流行趋势2021/2022，该产品具有常规氨纶的性能优点，通过聚合改性，还具有低温熔融粘着的特点，使织物上氨纶丝的编织相交处被熔融粘着，形成网状分布的粘结点，该粘结点能够阻止破洞扩大、脱丝，从而达到防脱散的效果，提高织物使用寿命和美观度。

华峰化学股份有限公司市场总监王建波介绍，随着消费需求的日益多元，华峰化学未来将通过更改配方等手段，在原有产品的基础上，赋予氨纶其他方面的功能性，使产品兼具功能性和环保理念，目前企业正在着手开发生物基氨纶、可降解氨纶，以及带有特定功能的产品，如可以防蚊虫的驱蚊氨纶、可释放香味的芳香氨纶等。

健康防护纤维 聚焦未来市场，满足新时期需求

新冠肺炎疫情的爆发，让人们开始重新审视生活中的健康需求。为发挥先进功能纤维的优势，指引安全防护纺织品发展，中国纤维流行趋势先后发布了健康防护纤维、安全防护纤维、医疗卫生用纤维等，这些纤维融入了健康元素，透过锌离子、银离子、银/锌复合等抑菌剂打造健康防护属性。

山东银鹰化纤有限公司于2021年成功开发一款“翎鹰”稀土抑菌纤维，该抑菌纤维拓荒性地将稀土纳米材料应用到纤维素纤维领域，利用具有抑菌效果的稀土离子来破坏细菌和病毒DNA功能蛋白质从而达到抑菌效果，效果高效持久且安全无毒副作用。稀土抑菌面料洗涤50次后仍然保持极佳的抑菌效果，对金黄色葡萄球菌抑菌率达99%，对肺炎克雷伯氏菌抑菌率达91%，对白色念珠菌的抑菌率达96%。同时，稀土纳米抗菌剂的加入明显提高了面料的上染率，有优良的染色效果。山东银鹰化纤有限公司技术开发部总经理胡娜介绍，疫情的爆发让越来越多的人关注健康防护产品，公司目前已联合上下游企业，共同推进翎鹰®稀土抑菌纤维全产业链的发展，期望它能在纺织服装、产业用纺织品领域有更好的应用。

上海德福伦新材料科技有限公司在近几年的中国流行趋势发布中，共推出了功能性阻燃耐熔滴聚酯纤维、银锌双复合抑菌聚乳酸纤维、锌系抑菌聚酯纤维、抑菌阻燃循环再利用聚酯纤维等防护纤维。其中，锌系抑菌聚酯纤维是融合锌系抑菌、异形截面设计和原液着色技术的聚酯纤维，带给消费者兼具颜色艳丽、导湿快干和安全有效的抑菌体验。“锌离子具有氧化还原性，当它和细菌细胞膜相结合时，会与其中的有机物发生反应，破坏了细菌细胞膜的蛋白结构，达到杀菌目的。当细菌被杀死后，锌离子又会从菌体中游离出来，再与其他细菌接触，完成新的杀菌任务，所以显示出很强的杀菌活性。”上海德福伦产品开发中心总监王永东介绍说。

近年来，“石墨烯+纺织”给人们的健康生活带来了无限可能。常州恒利宝纳米新材料科技有限公司的多款石墨烯改性聚酰胺6纤维连续几年入选或者入围了中国纤维流行趋势发布，得到了下游的广泛应用。该产品具有优异的机械性能、阻燃、抗静电、抗菌抑菌、增强增韧、导热、抗紫外、远红外等性能，甚至可以集众多功能于一身，展现出“一丝多能”的独特性能。其中，石墨烯改性彩色聚酰胺6纤维还打破了消费者对石墨烯纤维一直以来的黑色和灰色的色彩认知，轻松实现原液着色。常州恒利宝副总经理邵筱珺介绍，该系列产品近年来广受福建永荣锦江股份有限公司、贝卡特纺织品集团、盛虹集团等多家大型企业关注，营业额一直保持增长。



功能性纤维有力拓展了企业产品销路。

保暖纤维 保暖舒适并存，科技创造更高价值

今年北京冬奥会上，无论是开闭幕式鸟巢内场观礼台供暖保障，还是冬奥后勤环卫团队温暖保障，都能看到纺织高科技保暖产品的身影。

中国纤维流行趋势2019/2020发布的全谱中空蓄热聚酰胺6短纤维就在这次冬奥会上发挥了重要作用，冬奥会制服以及安民警防寒服装中的保暖絮片正是由该产品制成。该产品由恒天中纤纺化无锡有限公司生产，可以吸收转换光能和人体的热能并实现长时间蓄热，同时锦纶短纤的轻质、柔软、回弹好和吸湿性好的特点提高了保暖絮片的舒适性。恒天中纤纺化无锡有限公司执行董事、总经理赵岭介绍，目前该产品还在不断迭代升级中，未来将继续深耕差别化功能性锦纶短纤维领域，而且还会特别注重绿色环保和功能性纤维的有机复合，研发循环再利用蓄热抗菌纤维，为下游企业及消费者创造更大的价值。

山东银鹰化纤有限公司研发的中空异形再生纤维素纤维因其独特的制备方法，在纤维中形成许多微孔，赋予纤维疏松多孔的结构，进一步提高了纤维的吸湿、保暖性能。用它制作的家居服不仅耐磨、抗起球，还具有良好的抗静电性和保暖性。2019年，“中空异形再生纤维素纤维产业化关键技术”通过中国纺织工业联合会科技成果鉴定，其产品总体技术达到国际先进水平，并荣获“2019年度中国纺织工业联合会科技进步二等奖”。

仿真纤维 用科技还原自然，向国际领先水平

仿真纤维是现在发布频率较高的一种功能性纤维，近年来中国纤维流行趋势推出了仿棉、仿毛、仿麻、仿真丝纤维，从视觉、触觉等多角度演绎了棉花触感、皮草质感、羊毛暖意、丝绸爽滑，为服装、家纺、产业用等领域提供了最佳选择，刷新消费者对化学纤维的体验。

苏州龙杰特种纤维股份有限公司在中国纤维流行趋势2021/2022发布了“仿皮草用异形循环再利用聚酯纤维”。该产品以废弃塑料瓶再生聚酯为原料，在具有仿真度高、抗倒伏强、耐磨性和抗拉伸性能好等特点外，更是引领仿皮草纤维向着循环再生、节能环保的方向发展，还丰富了再生聚酯的应用领域，符合当前环保概念。目前，该产品处于国际先进水平。

苏州龙杰在中国纤维流行趋势2019/2020还发布了“异形仿皮草聚酯纤维”。该产品仿真度高，制成的面料具有与天然皮草类似的形态、触感、光泽以及保暖性。由于该仿皮草纤维是采用聚酯制备而成，在耐磨性、抗拉伸性等性能方面优于天然皮草，所以可以直接放进洗衣机里进行清洗，保养打理起来都较方便。据苏州龙杰开发部部长刘虎易介绍，公司研发的这些仿真纤维目前在ZARA、宜家、H&M等终端品牌上都得到了推广应用。

旷达纤维科技有限公司研发的“车内饰专用原液着色仿毛PBT/PET复合纤维”也在中国纤维流行趋势2021/2022榜上有名。该产品为粗旦仿毛双组分复合纤维，结合原液着色技术，将熔点较低的PBT与PET材料结合空气变形后纺工艺及芯纱加湿工艺制备而成。因其织物柔软蓬松、有弹性适中的手感又极具装饰效果，不仅可以应用在汽车飞机内饰产品中，还可以应用在服装、沙发、窗帘、靠垫等民用产品中，目前合作的品牌包括宜家、优衣库、H&M等。

此外，近年来新凤鸣、吉林化纤、福建永荣锦江、国望高科也都推出了各种各样的仿真纤维，获得了广泛的应用。TA

“十四五” 集群启征程

策划：《纺织服装周刊》
协办：中国纺联产业集群工作委员会

第五次全国纺织集群试点复查深度行系列报道 14

“中国丝绸名镇”震泽： 占领丝绸纺织服装产业高地

本刊记者 李亚静



薛美娟

作为“中国丝绸名镇”、“中国蚕丝被家纺名镇”，江苏省苏州市吴江区震泽镇依托数千年的丝绸产业积淀，建立起现代化的产业体系，拥有纺织服装企业 329 家，其中丝绸企业 200 多家，占苏州全市四成，年产蚕丝被 400 万条，占全国市场的 33%，并形成了丝绸全产业链发展态势，2021 年实现总产值 110.67 亿元。

江苏省苏州市吴江区震泽镇人民政府副镇长薛美娟表示，震泽镇领导班子按照空间布局的统筹、集聚、协作、科学等原则，将集聚区规划为“片区式”的空间结构形态，即高端纺织服装生产、电商创意设计服务、丝绸文化休闲旅游、蚕桑特色田园乡村四个功能分区。震泽正着力打造“四大版块”，积极推动“文商旅农”协调发展，占领丝绸纺织服装产业高地。

强优势，让传统产业重振生机

丝绸是江南的文化名片，亦是震泽的文化地标。地处长江三角洲太湖之滨的震泽镇，历史上素有“鱼米之乡，丝绸之府”的美称。

资料显示，震泽丝绸已有 4700 多年历史。这里出产的湖丝、盛绸、苏缎畅销全国，曾被用作织造清朝康、乾两位皇帝的龙袍而蜚声世界，光绪时期，震泽出口的生丝相当于全国总量的十五分之一。“中国蚕丝之母”费达生在此开办过中国近代首个股份制机械缫丝厂。

至今，震泽丝绸产业仍持续迸发新亮点、新活力。“十三五”期间，震泽集群荣获了“中国丝绸小镇”、“震泽蚕丝”中国地理标志集体商标、省级生产性服务业集聚示范区、江苏省重点文化产业园区、国家纺织服装创意设计试点园区等荣誉称号。共孵化高新技术企业 11 家，创建省级工业设计中心 3 个，新增省级企业技术中心 3 个、省级星级上云 10 个、市级智能工厂 1 个、市级智能车间 4 个、市级工业互联网典型应用 2 个、市级企业技术中心 13 个、市级工业设计中心 3 个。

数千年的积淀是震泽发展现代丝绸产业的基础，但



在产业升级过程中，震泽也预感到了危机。薛美娟表示，随着国际生丝市场低迷，第二、三产业的发展，劳动力资源减少，养蚕环境有待优化，全镇年蚕饲养量已大不如前，第一产业支撑不足。

震泽实施了很多企稳之策，例如开始深化“企业+基地+农户”的发展模式，增加本地蚕桑种养面积。具体措施包括积极推动现代化蚕桑养殖，研制标准化、整洁化、省力化养蚕器具，以及小蚕共育室、数字化大蚕车间、环境监测站、虫情监测站等智能科技生产系统，构建较为完整的智慧生产模式，使综合智能化水平提升到 23%，超出蚕桑产业整体智能化综合水平 18 个百分点。为扩大原材供应，震泽还倡导丝绸企业“走出去”，赴广西、云南、四川等地建立蚕桑基地。

同时，震泽不断加大政产学研合作力度，将蚕桑产业作为绿色产业，积极发展现代蚕桑、观光蚕桑，探索彩色蚕茧、平板吐丝、饲料养蚕等种养新技术，培育新品种。

创建于 2016 年的太湖雪蚕桑文化产业园，是震泽镇政府与企业合作构建的标杆工程。产业园在数字化改造和智能化转型、一二三产业高效协同创新发展、蚕桑文化传承与发展等方面，迅速取得成效，先后荣获“江苏现代蚕业发展示范基地”、“苏州市智慧农业示范基地”、“苏州市科普惠农服务站”、“江苏省湿地自然学校”等称号，在地方产业及行业发展中发挥了重要带头作用。

值得一提的是，震泽结合自身产业特色，促进区域龙头骨干企业的快速成长，除了太湖雪，还培养了山水丝绸、新申集团、震纶棉纺、奥林特、亚西玛、青田制衣等一批优势企业，形成差异化竞争优势。



丝绸是江南的文化名片，亦是震泽的文化地标。倪亚新/摄

聚合力，推动产业高质高新发展

区域产业的良性发展，必然离不开地方政府、行业协会的大力支持。薛美娟谈到，震泽肩负着振兴苏州丝绸、发展丝绸家纺产业的使命。为营造良好的生产及营商环境，避免出现恶性竞争等情形，震泽建立了相关行业协会，持续推进标准化工作，并延伸了检验检测服务。

苏州市吴江区震泽蚕丝同业公会是由震泽拥有的全国首个蚕丝被行业协会，现有会员企业 75 家。成立十数年来，公会持续致力于维护正常的生产经营和贸易秩序，保护行业内部公平竞争，维护集体和会员的合法权益，促进整个蚕丝被行业的健康发展。

“坚持标准引领，完善质量保障能力”是推进丝绸产业高质量发展的重要支撑。震泽镇主动适应国家标准化工作改革要求和市场新形势，积极引导和帮助震泽蚕丝同业公会制定并发布了《震泽蚕丝被》、《震泽蚕丝绵》两个团体标准；鼓励企业积极参与《蚕丝被》新国标等国家行业标准的起草，抓好新国标的宣传贯标工作，为震泽丝绸名牌的打造做好了准备。

落实标准体系建设，离不开检验检测工作的支撑。震泽镇政府特出资筹建了苏州市吴地丝绸纺织产品检验中心有限公司，专为震泽镇丝绸企业提供免费质量检测服务。丝检中心拥有 CMA 中国计量认证资质，依托苏州纤检所的技术支撑，对企业进厂原料和出厂成品进行检验，对不合格产品的产生原因进行系统分析，形成预警机制，为企业提供免费检测和具有法律效力的报告，保障震泽家纺产品的高标准高质量。

打响区域品牌是震泽丝绸产业焕新的重要一步。集群早在 2019 年 2 月就获得了苏州市吴江区首个国家地理标志集体商标“震泽蚕丝”，并已向镇内 11 家丝绸企业授予了使用权，目的就是“震泽蚕丝”国家地理标志集体商标和震泽·中国丝绸名镇两者概念深度绑定。

薛美娟表示，震泽将全力振兴苏州丝绸，承担发展丝绸家纺产业的使命，推动丝绸产业高质高新发展。

畅渠道，让丝绸产业直抵消费终端

终端消费是检验产业链承压能力与反应能力的试练场。在畅通了整个产业链、供应链之后，震泽将提振终端销量视为产业发展的重中之重。

如今的消费市场，终端品牌之间早已不是线下之争，而体现在线上线下全渠道，考验的更是全产业链的协同反应及服务能力。从渠道端来看，近年来线上渠道蓬勃兴起，直播电商、社群营销快速成长，新赛道成为终端品牌、区域品牌奋起直追的新机遇。震泽一直致力于探索商业发展新趋势，拓展多元渠道营销。

第一，拓展多元营销渠道。站在“互联网+”的风口，震泽丝绸企业突破传统营销方式，充分运用互联网思维，从最初开设淘宝 C 店，到经营天猫、京东网店，再到各个平台、渠道的灵活应用，主动加载 B2B、B2C 模式，布局 PC 端、移动端、电视购物、跨境电商和直播电商等领域。通过近几年的深耕，震泽蚕丝被在全国蚕丝被电视购物领域已占据三分之二的市场份额。新冠肺炎疫情又促使震泽丝绸企业迅速作出调整，进一步发力线上销售，大力开展直播带货，积极扩大跨境贸易，做优客群维护。

第二，引入抖音直播基地。得益于震泽丝绸纺织产业的集聚效应和蓬勃的发展态势，抖音电商直播基地落户吴江丝绸文化创意产业园，这为震泽企业发展直播业务带来了便利。目前，已有 100 多家丝绸品牌入驻基地。基地的正式开业标志着“互联网+”和数字经济发展机遇下，苏州丝绸产业转型拓展出了新路径，丝绸电商产业发展开创了新局面。

第三，线上线下融合发展。震泽积极探索商业发展新趋势，坚持线上线下融合发展。线下依靠政府组织企业抱团发展，坚定以“震泽·中国丝绸名镇”名义，参加国内外重大展会和行业活动，打造区域名牌的影响力；线上依托抖音直播基地，把握抖音集中力量打造内容电商的风口，以国家地理标志集体商标“震泽蚕丝”的品牌优势，加大输出优质的震泽蚕丝制品。

讲传承，让丝绸文化革故鼎新

震泽不遗余力深耕丝绸产业的同时，从未松懈对丝绸文化的传承与创新。在他们看来，保留丝绸文脉，激活创新因子，是推动传统产业升级、工艺创新，让古老的丝绸文化革故鼎新的重要动力。

传承丝绸文脉，首先要传承历史传统。为此，震泽多次举办震泽旅游文化节暨蚕花节等活动，推进剥绵兜、拉丝绵等非遗技艺活态传承，开展采桑葚、绕柴龙、领养蚕宝宝等趣味文化活动，让蚕桑文化进学校、进课堂，留住蚕桑记忆，传承文化血脉。

丝绸文脉传承，更需要强化创意引领。与上海市农业科学院合作研发“蚕花香”蚕蛹虫草等创新产品，连续举办震泽丝绸杯·中国丝绸家用纺织品创意设计大赛……震泽通过一系列与产业联动、产学研融合发展的举措，扩大了丝绸实际用途，集聚设计人才，产出创新产品，更扩大了丝绸文化的影响力，奠定了震泽丝绸创新基础。

树立版权意识、推动版权创新，是震泽传承丝绸文脉的第三板斧。近年各行业领域均在发起版权保护工作，震泽也将版权保护工作提上了日程，成立了版权工作站，2021 年震泽累计受理作品 5039 件，归档作品 4591 件。近年来，震泽陆续拥有了全国版权示范单位 3 家、江苏省版权示范单位 5 家、苏州市版权示范单位 7 家。吴江丝绸文化创意产业园于 2021 年荣获江苏省版权示范园区称号。

震泽以蚕桑农业为生态基础，以蚕丝文化为区域内核，以丝绸家纺产业为特色品牌，力求打造产业创新、三产协调、生态绿色、发展共享的“丝绸名镇”。

面向“十四五”，震泽将积极推进品牌发展、创意设计、版权保护、渠道变革、多元融合等方面的协同发展。线下依靠政府组织企业抱团发展，坚持以“震泽·中国丝绸名镇”名义参加国内外重大展会和行业活动；线上依托抖音直播基地，把握抖音集中力量打造内容电商的风口，以国家地理标志集体商标“震泽蚕丝”的品牌优势加大输出优质的震泽蚕丝制品。以震泽丝绸杯·中国丝绸家用纺织品创意设计大赛为源泉，为震泽丝绸家纺产业注入更多创新元素和行业关注；以震泽版权工作站为盾牌，为震泽丝绸家纺产业版权建设保驾护航。TA

震泽将集聚区规划为高端纺织服装生产、电商创意设计服务、丝绸文化休闲旅游、蚕桑特色田园乡村四大功能分区，积极推动“文商旅农”协调发展，全面发力丝绸纺织服装产业。”



纺织非遗要实现活化传承。

把路走宽， 让市场驱动纺织非遗“活”起来

纺织非遗市场化发展座谈会集思广益

本刊记者 徐长杰

近年来，随着中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展深入推进，中国纺织非遗工作得到快速发展，使纺织非遗人深受鼓舞。但纺织非遗事业仍然面临着传承人才短缺、设计创新薄弱、资金支持不足等问题，小、散、弱现象比较明显，尤其是市场化发展问题突出，这也是“十四五”期间纺织非遗发展的重点任务。

6月24日，由北京何所有国际商业集团有限公司主办、中国纺织非遗办协办的“纺织非遗市场化发展座谈会暨何所有·纺织非遗创新转化基地创建启动仪式”在北京何所有酒店举行。

中国纺织工业联合会专家咨询委员会委员孙淮滨、北京时尚控股有限责任公司副总经理负天祥、清华大学美术学院教授李薇、北京服装学院教授郭瑞萍、著名服装设计师劳伦斯·许、松雷集团、何所有国际商业集团董事长曾庆荣、北京富全泽空间设计有限责任公司总设计师李富军等嘉宾出席。活动由中国纺织非遗办副主任兼秘书长陆茵主持。

打造非遗美学，坚定产业化进程

会上，曾庆荣就松雷商业、松雷教育、松雷文创、松雷农业、松雷科技、松雷金融、松雷地产等领域做了详尽介绍，重点针对近年来松雷文创集团及“何所有”文化创意品牌将纺织非遗与松雷商业体相结合，推动纺织非遗产、学、研、展及探索C端市场方面做出的实践进行分享，并从“衣、食、住、行、读”五个维度解读何所有。何所有定位于“低碳、文化、时尚、数字”，以“再造一体验—自然—无名”为导向进行设计，重塑文化消费模式下的美学场域和商业空间，提供多种可能的生活艺术方案。

曾庆荣表示，去年12月，在第五届中国纺织非物质文化遗产大会上，中国纺织工业联合会非遗办与何所有以创建“纺织非遗创新转化基地”为目标开展了系列合作，这不仅体现了国家行业协会对推进非遗创新的重视，也体现了对何所有商业品牌的肯定。

她还提出，面向未来一是坚持守正创新，以“时尚化、品牌化、国际化”为发展目标，探索推出具有市场开发潜力、时尚气息十足、体现生活实用性以及文化融合性的纺织非遗创新转化产品；二是融入现代生活，推动纺织非遗与实体经济，与时尚设计、现代科技、生产制造、商业平台、学术研究等领域深度融合，运用科技和资本推动纺织非遗创新转化；三是推动企业升级，纺织非遗与企业结合是推动企业培育新型产业的有效途径，有助于加快纺织非遗产业化进程。

强化各环节合作，打造纺织非遗命运共同体

孙淮滨充分肯定了松雷集团在推动纺织非遗创造性转化、创新性发展方面所做出的成绩，并代表中国纺织非遗办向北京何所有颁授了“纺织非遗创新转化基地”牌匾，希望松雷集团作为集商业、教育、金融、文化等

领域于一体的多元化、跨行业的现代型企业集团，在充分发挥自身优势，整合资源渠道的基础上，促进纺织非遗产业链渠道建设，加大研发，将纺织非遗产品设计、商业转化作为重点来抓，将松雷教育与纺织非遗有机结合，实现非遗进校园，打造多元化非遗交流展示平台，聚合非遗人才，推动纺织非遗市场化发展。

孙淮滨还表示，纺织非遗产业化、市场化发展，不仅能为非遗传承人带来经济收入和提升生活尊严，而且能为品牌发展和行业转型升级提供文化内核和软实力，全面提升民族文化自信。针对纺织非遗事业的下一步工作，他提出：一是理论创新先行，加强纺织非遗学科建设，逐步建立完整清晰的知识理论体系，更好地服务于实践；二是建设完整的传承发展创新链条，打造纺织非遗事业发展命运共同体，聚力推动纺织非遗产业化、市场化。

各抒己见，多角度解析纺织非遗未来之路

座谈会上，各位领导专家还以纺织非遗市场化发展为主题，结合各自工作领域从学术研究、设计创新、转化载体、渠道开发、传播新业态、数字化手段、国际交流等角度展开讨论交流。

负天祥谈到，北京时尚控股近年来开展的北京时装周一直在致力于整合资源，让更多服装品牌讲好纺织非遗故事，这是时装周平台与品牌共同的社会价值和使命。

李薇表示，非遗的市场转化有着三个维度，第一是历史维度，需要我们好好记录非遗手工艺，形成著作和文本；第二是文化维度，即寻找民族文化的DNA；第三是艺术维度，将传统进行创新，让更多人去了解和使用的。

郭瑞萍从个人成长经历切入，分享了自己对非遗文化的感悟。针对如何才能找到真正属于自己的自己东西和时尚话语权这一问题，劳伦斯·许认为，要用自己的实际行动去不断丰盈羽翼，不能忘记中国特色文化，也要努力追逐国际时尚，才能真正形成中国时尚风格。

李富军表示，纺织非遗不能只是单纯地靠加入某种元素，从商业化角度来看，应更多地打造设计为主的小众品牌；从产业化角度来看，设计要符合时尚的需求、实用性的需求、人们精神的需求。

纺织非遗事业的发展是一个命运共同体，会上，作为传承发展链条中的一个个关联人，嘉宾们都表示会用各自资源优势共同推进纺织非遗市场化进程，为促进非遗事业繁荣发展贡献力量，实现互惠共赢。TA



营收、利润连续五年双增长

波司登 2021/2022 财年年报发布成绩喜人

容兰 / 文

6月23日，波司登正式发布2021/2022财年年报，财报显示波司登集团营收和净利润连续5年创历史新高。

2021/2022财年，波司登集团收入同比上升20.0%至约162.14亿元，实现连续5年复合增长率达18.9%；权益股东应占溢利同比上升20.6%至约20.62亿元，实现连续5年复合增长率达39.4%，创历史新高。

其中，羽绒服业务板块，波司登品牌收入同比上升16.3%至约116.18亿元，实现连续5年复合增长率达23.4%，再创新高。

作为专注羽绒服46年的专业羽绒服品牌，波司登集团坚定“聚焦主航道、聚焦主品牌”的战略方向，持续夯实“品牌引领、产品领先、渠道升级、优质快反”四项核心竞争力，在行业整体趋势下行的背景下，实现品牌羽绒服业务的稳定、高质量增长，彰显企业发展韧性。

拥抱消费者与市场变化， 波司登深耕产品研发

随着消费的不断升级，2022年服装行业涌现诸多机遇与挑战，如消费者越来越追求高品质产品带来的精致感与舒适体验，高品质品牌需求旺盛，但市场缺乏主导型品牌。在此环境下，波司登如何持续凸显产品优势，精准把握消费者高品质需求，决定了波司登发展的可持续能力。

长期以来，波司登持续深耕羽绒服产品研发，在专业品质、设计、科技等多维度创新升级，以核心产品力的独特优势引领发展，为羽绒服行业的转型升级、中国羽绒服高质量发展树立典型。

2021年，波司登联合中国航空工业文化中心升级推出100%中国原创登峰2.0系列，首次将航天材料科技应用在羽绒服上。同时，该系列采用了全球三大卫星导航系统之一的中国北斗定位系统，实现了中国北斗卫星导航系统在服装领域的首次应用。迭代升级的登峰2.0系列凝聚着波司登46载的心血，使产品达到了行业顶配，获得了诸多登峰专业人士的好评。

凭借在专业层面的过硬实力，波司登连续25年助力中国登山事业，早在1999年开始，波司登就登上“雪龙号”完成南极科考的“极寒”考验；2019年、2020年、2021年波司登持续助力中国第36、37、38次南极科学考察，用科技与实力诠释羽绒服的专业和极致匠心。

为满足商务场景穿着，2021年波司登创新推出风衣羽绒服，充分结合了风衣与羽绒服两个经典品类的风格和优势，打造集时尚度、保暖性、修身型、正式感、防护力于一体的风衣羽绒服，为企业与品牌发展开辟新蓝海。

在今年，波司登城市多功能夹克荣获ISPO Award全球设计大奖，复合结构露营羽绒服和零压力羽绒泡芙分别获得ISPO全球设计奖和红点设计奖，体现了全球市场对波司登的高度认可。

多措并举提升品牌价值， 波司登稳居全球领先地位

波司登在稳固产品力优势之外，还从渠道、供应链、品牌建设、社会责任等多维度创新突破，巩固全球领先地位。

近年来，波司登不仅相继登上纽约时装周、米兰时装周和伦敦时装周，在世界舞台绽放中国品牌的光彩。为满足国际消费者需求，波司登还整合全球顶级设计资源，携手美国、法国及意大利三国设计师发布“波司登国际设计师联名系列”。2019—2020年，连续两度携手法国国宝级设计师高缇耶发布联名系列，变革羽绒服时尚法则，融合东西方文化，为全球消费者提供更高品质的产品和服务体验。波司登不断提升中国品牌在国际上的话语权。

2021年12月，波司登还联合中国国家话剧院，首创戏剧秀场形式，召开了一场主题为“中国羽绒服全球领先”的发布会，演绎波司登45年的发展历程，让消费者与行业再一次感受到了中国品牌波司登全球领先的品牌实力。

据益普索(Ipsos)调研报告显示，波司登品牌美誉度高达9.11，成为超过71%中国消费者首选的羽绒服专家，波司登品牌在消费者心目中

的形象越来越积极健康。

渠道层面，波司登更加注重渠道结构性布局，目前在国内已进驻各大主流商圈，覆盖主流人群，还开设了伦敦全球旗舰店，在意大利进驻350多家买手店，赢得国内外主流人群喜爱。

在产品力、品牌力方面不断获得行业、消费者认可的同时，波司登还积极承担社会责任，践行着“波司登温暖全世界”的企业使命。2020年，波司登捐赠3亿羽绒服驰援抗疫一线，彰显民族企业的责任和实力；2021年10月，山西洪灾又遇持续寒潮，波司登积极响应灾区御寒需求，驰援5000万物资及现金，助力山西抗洪救灾和灾后重建工作。波司登持续关注公益，成立波司登公益基金会，累计捐款捐物超12亿元。持续不断的公益举动，也让波司登品牌形象与消费者心目中优秀民族品牌紧密相连。

在多重举措的加持下，波司登品牌势能逐步提升，更多消费者开始对波司登有了全新认知，而这也使波司登品牌收获了众多荣誉与肯定。

2021年，波司登首次入选国际五大品牌价值评估权威机构之一Brand Finance公布的“2021全球最具价值服饰品牌排行榜50强(Brand Finance Apparel 50 2021)”。2022年波司登再次入选该榜单，品牌全球价值不断提升。

2021年8月，世界权威市场调查机构欧睿国际发布了2020年全球羽绒服调研报告，根据报告显示，波司登羽绒服的销售额、销售量同时位列全球第一，向世界展示了波司登品牌的卓越潜力与魅力。

如今，通过产品的研发与品类的创新，以及渠道、品牌力打造、社会责任等多维度发力，波司登实现了业绩规模的节节攀升，为中国羽绒服行业乃至服装市场的高质量发展、全球化运营提供了可以借鉴的方向。从国内走向国际，波司登一步步将民族品牌推向全球领先，依靠的不仅仅是专业与匠心，更有对市场的精准把控以及不断创新、拥抱变化的品牌活力。未来，期待波司登持续发力，借助全球领先优势，开创更具期待的事业蓝图，带领更多民族品牌走向世界。TA



关注面料之星
俱乐部公众号，
了解更多详情

科技创新 布凡时尚

本刊记者_雷蕾 / 文 关云鹤 / 摄

2022“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》杂志社主办的最具影响力的全国性面料调查活动，自今年5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，活动组委会根据参评企业提交面料信息完善程度、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。

本期推介的面料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，使产品形成了鲜明风格，在舒适性、功能性及时尚环保等方面实现了进一步提升。

韶关市北纺智造科技有限公司



面料名称：幻影繁星
原料成分：棉 47%、莱赛尔 22%、涤纶 21%、粘胶 9%、SPX1%
产品特点：不同深度的镭射组合创造出不同的花型图案。“棉+莱赛尔”的混纺使得布面顺滑糯软，具有良好的弹性效果。
应用领域：男装、女装、童装



面料名称：巴特罗之家
原料成分：棉 100%
产品特点：全棉靛蓝的马赛克提花，灵感源自于西班牙史上最杰出建筑师安东尼·高迪的设计作品。在巴塞罗纳的魔幻公寓中，阳光透过天井打在墙面上，形成马赛克图案，让人们感受到艺术与文化之美。
应用领域：男装、女装、童装

河北宁纺集团有限责任公司



面料名称：天丝棉弹力直贡
原料成分：天丝 64%、棉 29%、T400 5%、氨纶 2%
产品特点：经纱采用 100% 天丝，纬纱采用棉双包纱、5/3 缎纹组织，三者结合使面料光泽亮丽，手感清爽，弹力舒适，适合做高档女装。
应用领域：女装、休闲装



面料名称：新疆棉 1.5 条
原料成分：棉 100%
产品特点：选用 80% 新疆棉，20% 回收棉为原料，面料风格粗犷，手感柔软，长长的绒条在寒冷的冬季给人温暖的感觉，怀旧色彩将经典还原。
应用领域：休闲装

兰州三毛实业有限公司



面料名称：几何画板
原料成分：羊毛 50%、粘胶 30%、涤纶 20%
产品特点：复杂的提花组织与彩色线条的色纱排列交相辉映，犹如黑色的画板上了一幅彩色的几何图案。条纹的运用复古而随性。
应用领域：男装、女装



面料名称：二维码
原料成分：羊毛 50%、原液着色涤纶 20%、莫代尔 10%、石墨烯 10%、桑蚕丝 10%
产品特点：特殊纤维的搭配使得面料具有抗菌抑菌的功能，环保健康，透气性较好。
应用领域：男装、休闲装

绍兴华尚纺织有限公司



面料名称：仿铜氨面料
原料成分：R88%、P12%
产品特点：吸水透气、手感舒适，染色效果优异，且抗静电。
应用领域：女装、休闲装



面料名称：麻棉色织布
原料成分：C 55%、L45%
产品特点：棉麻属于天然纤维，手感细腻，具有透气干爽等特点，还可防辐射、防静电，对皮肤非常友好。
应用领域：女装、休闲装

盛意成石墨烯科技(苏州)有限公司



面料名称：薄荷宙斯盾面料
原料成分：涤纶 100%
产品特点：自由几何花型设计，基布的哑光与反光部位形成强烈对比，手感柔软，贴身不粘身，只要有光源就能显现高科技动感图案。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装



面料名称：强反光弹力棉感石墨烯
原料成分：涤纶 98%、石墨烯改性尼龙 2%
产品特点：具有石墨烯面料基本特征，永久抗菌、有远红外功效、抗静电，面料采用了滚涂反光加工，让图案在变化的光源里显现不同效果。
应用领域：男装、女装、休闲装

绍兴厚汉纺织品有限公司

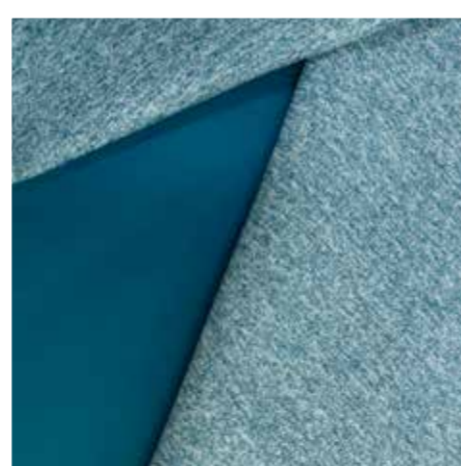


面料名称：轻薄飘逸面料
原料成分：聚酯纤维 90%、氨纶 10%
产品特点：超薄弹力底布加上各种印花，使面料柔软蓬松、轻盈顺滑，在环保的基础上提升弹性，欧根纱全面升级，增加了面料舒适度和实用性。
应用领域：男装、女装



面料名称：水波光泽面料
原料成分：粘纤 75%、聚酯纤维 25%
产品特点：具有造型感的丝绸光泽面料是新一季的重要趋势。在“元宇宙”概念盛行下，将万千花型浓缩在方寸之间，赞颂了唤醒美好情感的科技力量。
应用领域：女装

诺曼联织造有限责任公司



面料名称：森林秘密
原料成分：锦纶 58%、涤纶 28%、氨纶 14%
产品特点：三种材料完美组合，适用于童装、瑜伽裤等，可两面穿着，不易变形。
应用领域：内衣、家居服



面料名称：三明治
原料成分：涤纶 88%、氨纶 12%
产品特点：三层组织复合，直接压模一体成型，弹力极佳。
应用领域：内衣、家居服

新大发(骅洋)福建材料科技有限公司



面料名称：开拓者
原料成分：P 100%
产品特点：高温 3D 环保材料，物理起皱，采用点对点套版印花工艺。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装



面料名称：原纱石墨烯
原料成分：P 100%
产品特点：抑菌、蓄热、均热、减少静电，释放负离子、低温远红外线可改善人体微循环。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装



海宁纺机长期坚持专业化发展战略，深耕智能化起绒纺织后整理领域。



专精特新，向窄而宽

系列报道 ③

海宁纺机：成为“单打冠军”

本刊记者_墨影



缪朝晖

上一年度主营业务收入增长率为30%，主导产品在细分市场占有率名列前茅，企业拥有有效发明专利、著作权30余项，现有科研人员和工程技术人员达企业总职工30%以上……如此成绩背后是海宁纺机长期坚持的专业化发展战略，是其在智能化起绒纺织后整理领域的专注与深耕。对话海宁纺织机械有限公司董事长缪朝晖，我们来探讨“单打冠军”的成长之路。

TAweekly：目前，企业的“专精特新”发展面临着哪些挑战？

缪朝晖：首先，宏观经济下行压力明显。全球经济低迷徘徊，使当前经济运行面临的形势更复杂、更严峻；经济发展增速回落，整个市场需求不足，主要工业品价格持续低迷，工业从业人员持续减少；行业自律松散，市场潜规则泛滥。

第二，企业生产经营面临困境。受节能减排双控影响，一些企业流失稳定的熟练员工，企业用地规划局促，产能未能得到释放，指标衔接要求越来越高，市场拓展方面也不理想。

第三，融资环境有待进一步改善。部分成长型企业受困于流动资金不足，不敢扩大生产规模。中小微企业有稳定的优质订单，但苦于现金流有限，不敢扩大规模承接更多订单，制约了企业做大做强。

TAweekly：为提高企业在“专精特新”等方面的能力，企业做出了哪些努力？

缪朝晖：我们做了很多工作。如加强创新平台建设。公司先后与浙江大学联合成立了“浙江大学海宁纺织机械研究所”，和浙江理工大学建立了全面合作伙伴关系，并签署了校企合作共建协议及浙江理工大学研究生培训实习基地合作协议，投资设立了江苏海纺智能机械有限公司和浙江致信智控装备有限公司；

完善创新激励机制。公司相继制订并完善了有关激励办法和措施，在开发设计上分三个阶段对产品开发速度、效果、效益作定额奖励和销售提成，对新成长起来的科技人员、技术骨干作期权奖励；相继出台了一系列办法，激发了技术团队的创新性、积极性、主动性；

保证研发经费充分投入。企业一直致力于对纺织后整理成套设备进行自主知识产权的高新技术化升级研发，研究所技术开发所需的经费纳入企业年度财务预算并单独列账，近三年科研费用投入达到了销售收入的4.5%；

注重核心技术、关键技术研发攻关；强化研发中心的基础建设，提升开发能力和成果转化。

产业链延伸板块。研发生产绿色、环保、节能印染污水处理装备；建设绿色、环保金属表面处理生产线；建设新型建材装备生产线，国家正在大力推广装配式建筑，而该新型建材装备生产线正符合国家产业政策，目前已在扬州、温州、台州落地产业化，计划3年内形成20台（套）的生产能力，达产后可实现销售收入2亿元。

TAweekly：“专精特新”定位，为企业带来了怎样的发展成效？

缪朝晖：首先，有利于中小企业提高抵御风险能力，减少贸易摩擦、新冠疫情等突发情况对企业造成的影响；其次，有利于中小企业扩大市场份额，提高企业效益；再次，有利于中小企业走差异化成长道路，构建企业核心竞争力，赢得长期市场竞争优势。

TAweekly：坚持走“专精特新”之路，将迎接哪些挑战？

缪朝晖：首先，“专精特新”企业需要新的管控点应对QCDC的挑战。在新的生产组织方式中，我们发现原来工业经济大规模生产不关注的管控点，正在变成我们现在必须面对和解决的问题。比如，产品研发的项目管理，BOM和物料的管控，研发制造的一体化，生产端的柔性制造能力，生产过程的数字化、透明化，要与设备进行联网实时采集生产参数和进行生产过程管控，进行过程品质管控，进行产品的全生命周期的质量追溯，要了解生产现场的实时绩效等等。

其次，“专精特新”企业数字化转型方向是建立高品质新型内循环。其中主要在于两点：一是规划，确定年度的经营目标并分解到不同的产品线和产品族，形成销售计划、生产计划、新产品研发计划、供应计划、资金和预算计划等；和传统不同的是，这些运营环节都需要实现管控，特别是产品研发、数字化生产、产品运维这三个环节，并实现全要素、全过程的数字化管理。二是在实现企业内部运营数据的积累后，可以用大数据、人工智能的工具找到提高经营质量的改善场景，这些应用给“专精特新”企业带来实际经营上的帮助，也是进行高品质发展的重要组成部分。

第三，“PLM+ERP+MES”三位一体，这是“专精特新”的中小制造企业进行数字化转型的刚需。

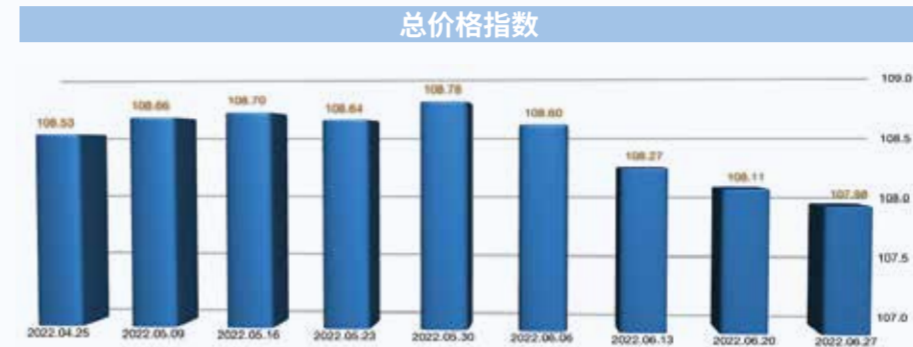
TAweekly：您认为企业达到怎样的水平，“专精特新”之路才可以称之为成功？

缪朝晖：围绕“做专”，成就“单打冠军”；围绕“做精”，争创知名品牌；围绕“做特”，培育“配套专家”；围绕“做新”，锻造“科技小巨人”。**TA**

夏市营销环比下降 价格指数小幅下跌

20220627 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220627期纺织品价格指数收报于107.98点，环比下跌0.12%，较年初上涨0.35%，同比上涨0.34%。



近期，中国轻纺城夏市营销环比下降，其中：原料市场价量环比下跌，坯布市场价量环比回升，服装面料市场布匹价格小幅下跌，家纺类产品成交量环比微跌，辅料价量小幅下跌。

原料价量环比下跌，涤纶明显下跌，纯棉纱稳涨互现

据监测，本期原料价格指数收报于88.83点，环比下跌0.66%，较年初上涨0.29%，同比上涨1.68%。

聚酯原料环比下跌，涤纶价格明显下跌。本期涤纶原料价格指数明显下跌，华东地区PTA现货主流6970元/吨，环比下跌265元/吨左右；MEG主流4560元/吨，环比下跌592.5元/吨左右；聚酯切片市场报价环比下跌，江浙地区半光切片现金或三月承兑8025元/吨左右，环比下跌325元/吨。近期，萧绍地区涤纶长丝价格环比下跌，POY报价8650元/吨，环比下跌420元/吨左右；DTY报价9850元/吨，环比下跌650元/吨左右；FDY报价9700元/吨，环比下跌450元/吨左右。目前因终端需求乏力，下游领域行业开机率偏低，织造负荷下调，涤纶长丝库存依旧较高，供需矛盾较为突出。随着气温升高，且终端订单不佳情况下，下游织造行业开工存下滑预期。终端成交气氛仍然偏弱，多数工厂表示秋冬订单仍未全面开启。需求端未见好转，成本驱动减弱，涤纶长丝价格呈现震荡偏弱走势。

近期，涤纶短纤价格环比下跌，江浙1.4D×38MM直纺涤纶短纤中心价在8450元/吨，环比下跌500元/吨。纯涤纱市场报价涨跌互现，32S纯涤纱报13180元/吨左右，环比上涨130元/吨；45S纯涤纱报13900元/吨左右，环比下跌300元/吨。

纯棉纱价格稳涨互现，人棉纱价格稳跌互现。近期，萧绍地区纯棉纱市场报价稳涨互现，销售局部仍显不足。气流纺10S纯棉纱报价17100元/吨，环比持平；普梳32S纯棉纱报价28050元/吨，环比上涨280元/吨；精梳40S纯棉纱报价31500元/吨，环比上涨400元/吨。纯棉纱前端成本提价未能转嫁到终端消费价格上，大部分提价成本都摊在了产业链上，棉纺织企业持续承压，面临国内需求不足，海外订单有逆流趋势。

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15500元/吨左右，环比上涨100元/吨。人棉纱价格稳跌互现，30S人棉纱价格报18520元/吨左右，环比下跌80元/吨；40S人棉纱报19800元/吨左右，环比持平。

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121.95点，环比上涨0.30%，较年初上涨0.35%，同比下跌0.99%。

近期，市场营销环比回升，连日成交呈现环比上涨走势，坯布厂家订单环比回升，坯布价量环比上涨。因下游需求环比回升，坯布端整体行情逐日回升，整体市场走货环比小增，坯布厂家库存环比下降，利润空间环比回升。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交量环比回升，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比回缩，价格指数微幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于116.93点，环比下跌0.01%，较年初上涨0.26%，同比上涨0.03%。

本期服装面料类价格指数微幅下跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，连日成交环比微跌。近期，因夏日淡季，对客商入市认购环比回落，大众面料市场成交环比回缩，夏季大众面料现货成交和订单发货环比下降，秋季跑量产品现货成交和订单发货环比小跌，价格环比微跌。其中：涤纶面料、涤棉面料、涤锦面料、涤氨面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉面料成交量不等量下跌，拉动服装面料价格指数微幅下跌。

家纺市场环比回缩，价格指数环比微跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于101.73点，环比下跌0.02%，较年初下跌0.13%，同比下跌0.19%。

本期家纺类价格指数环比微跌。近期，轻纺城家纺市场营销环比回缩，价格环比微跌。大众色洋花型面料现货成交量和订单发送量环比回落，跑量产品现货成交和订单发货环比回缩，价格指数环比微跌。其中：床上用品类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈环比下跌走势；窗帘类现货成交和订单发货环比下降，价格指数呈环比微跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比微跌。

市场行情继续回缩，辅料指数环比小跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于135.67点，环比下跌0.15%，较年初上涨3.79%，同比上涨3.38%。

本期服饰辅料类价格指数环比小跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情继续回缩，因夏日淡季，下游企业备货继续下降，市场成交逐日下滑，现货成交和订单发货呈现环比下降走势，价格指数环比小跌。带类行情明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；衬料类行情环比回缩，价格指数呈环比下跌走势；服装里料类行情环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势，拉动辅料类总体价格指数环比小跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因夏日淡季，部分服装厂家布匹采购有所减少，下游服装生产企业、家纺生产企业订单环比减少，纺织品市场观望情绪较浓。因下游需求下降，部分贸易商和织造厂家大众产品订单仍显不足，织造企业开机率逐步下降，印染企业产出环比下降，市场行情走势局部偏淡，预计大众产品认购踊跃度将环比下降，整体市场成交将呈现环比小跌走势。**TA**

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

中文网址：http://www.kqindex.cn/ 英文网址：http://en.kqindex.cn/

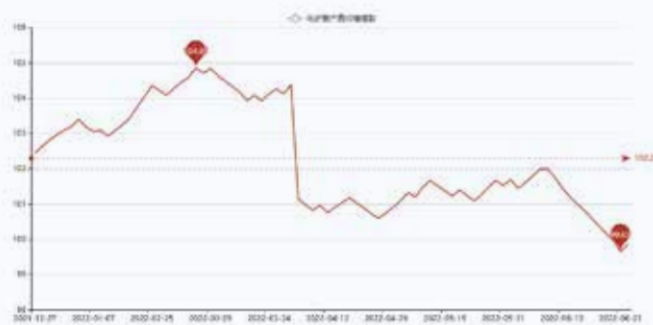
电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651

国际油价走跌，化纤指数小幅下降

2022年6月20—24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下降。其中，化纤总指数收盘于99.85点，与上周相比下降了0.77点；化纤面料价格指数小幅下降，收盘于99.97点，与上周相比下降了0.82点；化学纤维价格指数小幅下降，收盘于109.35点，与上周相比下降了0.72点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上调，收盘于106.82点，与上周相比上升了0.84点。

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下降，收盘于99.97点，与上周相比下降了0.82点。

里料行情：本周，市场平纹里料的销售情况有所降温，下游购买力出现迟滞，但是提花产品“恢复性”行情得以继续。其中“黑丝梅花条”的销售颇为踊跃，成为近期市场一大亮点。该面料经线采用涤纶FDY68D，纬线采用涤纶DTY75D黑丝，织物规格为17×3×33，应用提条工艺组织在喷水带龙头设备织机上织造，克重为120克/米，幅度有160CM、170CM两种，现市场白坯成交价分别为2.10元/米、2.40元/米。据经营者透露，“黑丝梅花条”以风格新、质优良、价适中优势占领里料市场。

平纹涤塔夫的情况表现不佳。半弹春亚纺的销售量虽然不错，但价格不理想。轻盈纺产品的销售受到下游面料市场的不利影响，其在里料市场上也难有作为。涤短里料布的情况较好些，另一里料类产品——针织网眼布显现出了很大销售潜力，本周产销平衡。其中，“六边型网眼布”销售叫人称羨，该面料采用DTY75D/72F为原料，织物采用网眼组织在经编高速织机上交织而成，布面美观迷人。从织造情况看，喷水平纹里料产销不平，隐形库存趋于增大。预计下周里料坯布还将以偏弱调整行情出现。

面料行情：本周，面料行情由于外贸订单批量性不多，内需市场正处在季节交替阶段，市场热点产品匮乏，面料总体销售平静。从成交品种看，锦涤系列面料销售良好。其中一款“锦涤阳离子闪光缎”销售形势日见强劲，该面料经线采用锦纶FDY大有光30D，纬线采用100D阳离子DTY丝，织物系缎纹组织结构在喷水织机织造而成，坯布经精练—碱减量—染色—柔软定型整理等处理，具有手感滑爽、悬垂性好、缎纹细腻等优点，布面幅宽148CM，织物重量130克/米，现市场成交价为3.60元/米左右，染色后成品价达5.60—5.80元/米，适宜舞台、婚纱礼服、工艺品包装及包装容器等多种用途。

本周塔丝系列全光面料销量在逐步放大，其中，320T塔丝隆全消光面料较为畅销，产品先染色后经磨毛工艺，风格新颖，特别适宜制作男士秋季休闲装。从织造厂信息反馈看，全弹春亚纺、全弹桃皮绒库存日趋上升。近来受到锦涤冲击，尼丝纺市场供大于求，价格走势乏力。“棉绒缎”系列近期市场勉强动销，面料主要用于制作睡衣等。海岛纤维织物产销平稳。从市场交易情况看，整体面料交易量不大，而主流产品如春亚纺、桃皮绒等库存压力较大。喷气类的秋装面料开始露面，以单丝人棉、导电布、锦棉布等棉型为主导产品。

从商务部盛泽指数可以看出，下游织造企业开机率保持震荡稳定。目

前淡季氛围浓重，生产成本较高，使得利润较弱、订单有限，厂家生产积极性偏弱，故开机率偏低，在66.5%。本周市场接单气氛走低，贸易商囤货积极性也开始下降，因此坯布库存回升至35.5天左右。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数小幅下降，收盘于109.35点，与上周相比下降了0.72点。

本周，国际油价急剧走跌。据路透社报道，鲍威尔表示美联储专注于遏制通胀是“无条件的”，而且劳动力市场的强势不可持续，这些言论激起了人们对更多加息的担忧。美国石油学会数据显示上周美国原油库存增长，国际油价延续跌势。截至6月23日收盘，纽约商品交易所8月交货的轻质原油期货价格下跌1.92美元，收于每桶104.27美元，跌幅为1.81%；8月交货的伦敦布伦特原油期货价格下跌1.69美元，收于每桶110.05美元，跌幅为1.51%。

PTA方面，本周PTA价格直线下跌，目前PTA主流报价在7000—7100元/吨自提。由于美联储加息，国际油价走跌，PTA跟随国际原油下跌，加之下游织造行业买气下行，预计PTA市场或继续震荡走弱。

乙二醇方面，本周乙二醇价格开始下跌，目前主流报价在4500—4600元/吨之间。乙二醇整体基本面不佳，下游需求不足，导致供大于求的情况愈发严重，未来整体走势看空。

涤纶长丝方面，本周涤纶价格大幅下落，遭遇滑铁卢，其主要原因是上游原油价格崩盘，在需求端没有强力支撑的情况下，涤纶长丝跟随成本波动。下游用户目前以刚需补货为主，促销有所放量，涤纶长丝整体产销依旧不高。

开工率方面，PTA平均开工率在70.2%，较上周上涨了0.8%；实时开工率在71.6%，实时有效开工率在80.2%。聚酯方面，聚酯平均负荷为84.8%，较上周上升0.3%。目前生产成本较高，使得利润较弱、订单有限，厂家生产积极性偏弱。近期织造开机率在66.5%左右。

产销方面，本周原油价格持续回落，终端订单表现冷清，市场交投气氛清淡，聚酯产销持续低迷。仅23日工厂多优惠促销，产销略有好转，产销平均在4成左右。

库存方面，根据绸都网统计数据来看，现如今聚酯市场整体库存集中在27—30天；具体产品方面，POY库存至26—31天，FDY库存至21—27天，而DTY库存则至25—27天。

蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上调，收盘于106.82点，与上周相比上升了0.84点。

本周盘面远近各生丝合约价格继续上扬，盘面交易呈活跃态势。鲜茧上市，进入6月下旬，全国的鲜茧上市量和上市量下降。现货面上，中低品位上，3—4A级生丝继续在盘面现货月合约价格上下成交。高品质生丝在近期供应面态势下询价比前期活跃，但在消费现实面前的成交，依下游企业的主观情况而表现有所不一。TA

Tex.com 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
扫二维码 下载最新APP



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。

截至2021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1632项、优秀教师和学生4381名、优秀教学成果奖2167项、针织内衣创新贡献奖127项、应用基础研究73项、科技成果推广339项、全国纺织行业技术能手313名、技能人才培养突出贡献奖16人及33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
微信公众号



纺织之光科技推广
云平台网站



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

科技创星 布凡时尚

2022中国面料之星用户满意产品 调查活动正式启动

“中国面料之星活动”自2011年来已连续举办11届，由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办。其宗旨是发现、表彰、推广优秀的面料产品及企业，搭建产业上下游对接的专业平台。

本次活动将于2022年8月29日，在上海中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会首日举办发布仪式。

新增亮点：

“中国面料之星俱乐部”全面启动，会员优享最新流行趋势、面料采购信息、直面对接服装品牌；
1场论坛、2场线下对接会，资源精准对接。

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 13466301578

“中国面料之星系列活动”组委会：

赵国玲：15068579525 雷蕾：13810445890

面料参评样品邮寄地址：

北京市东城区东四西大街46号（100010）雷蕾收

备注：因收件场所限制，仅限顺丰快递，邮寄参评面料谢绝到付，如有到付将不予接收

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