

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

2023.12.18 | 第47期 | 总第1151期



国韵礼赞·悦享华章

NATIONAL RHYME PRAISE · ENJOYING HUZHANG

隆庆祥·2024新年答谢音乐鉴赏



隆庆祥

量身定制 私人裁缝 | FLOURISH

12.23

民族服装定制品牌隆庆祥
邀您悦享国韵新颜



T 纺织之光科技教育基金会

extile 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2022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1710项、优秀教师和学生4558名、优秀教学成果奖2397项、针织内衣创新贡献奖136项、应用基础研究83项、科技成果推广339项、全国纺织行业技术能手325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

(以上数据由基金会提供)

要找布，用嘀嗒找布小程序

线上下单 · 线下找布



无需下载
便捷高效



海量面料
一键触达



规范服务
源头货源



扫码下单
一键找布

社长 徐峰
总编辑 刘萍
副社长 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
副主编 徐长杰
副主任 董笑妍
特邀主笔 郝杰
编辑/记者 李亚静 陶红
余辉 夏小云
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
李雨霏

市场发展中心

总监 万晗(兼)
主任 雷蕾
副主任 云娟娟

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 赵国玲
副主任 王利
记者 边吉洁
周榆清

行政管理中心

总监 崔淑云
副总监 黄娜
办公室
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: 010-85229026 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: 台湾纺织

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

凝心聚力建设好纺织企业家之家
前11月全国纺织品服装出口降幅连续多月收窄
争做新时代的最美奋斗者
针孔自闭型PTFE缝绉线助力袋式除尘行业更高质量发展

08 关注 Attention

鹰游集团：以科技创新保障碳纤维产业体系自主可控



10 特别报道 Special

全面提高科技创新能力!

15 话题 Topic

“消费降级”真的恐怖如斯吗?

16 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

探寻柯桥纺织的“瑞幸”模式
放眼世界,“探路”家纺供应链
2024/2025秋冬中国纺织面料流行趋势时尚沙龙在柯桥举办
中国轻纺城集团党群服务中心正式启用
柯桥两项科研成果喜获2023年度中国纺联科技奖

20 化纤 Industry

融合而生 创新而长

21 市场 Market

织就“中国纺织时尚中心”新图景

22 品牌 Brand

波司登超级发布会亮相博鳌,一展中国时尚力量!
悦新年旋律,品民族之韵
坦博尔再次受邀参展 ISPO MUNICH
凌迪 Style3D 和全球运动品牌约了个会

26 指数 Index

冬市营销环比回落 价格指数小幅下跌

每周随笔

高端新国货任重道远

寒冬将至,全国的消费者们,你心仪的羽绒服已经安排上了吗?前有网易严选、猿辅导旗下羽绒服定价过高引发全网热议,后有“不是羽绒服买不起,而是军大衣更有性价比”的戏言霸屏社交媒体。

国产羽绒服卖到7000元,我们该如何看待?从市场来看,无论是本次高价羽绒服事件导火索——新锐品牌SKYPEOPLE的羽绒风衣,还是波司登的户外鹅绒服、鸭鸭的全球珍稀冰岛雁鸭绒、高梵的黑金鹅绒马甲等,面对这些均价超过6000元的高端国货,消费者买单了吗?

我们以最具代表性的波司登为例,在刚刚过去的“双11”大促中,波司登天猫旗舰店的GMV仅次于优衣库,拿下服装大类亚军。在品牌官方旗舰店中,一款零售价格为2899元的极寒鹅绒服销售超过了1万件。而上述众品牌的高端产品销售数量并不理想。

可以说,消费者的选择主要集中在中端及平价产品,这也符合众品牌的产品规划预期,即高端做概念,终端跑销量,但这些刚需产品的价格上涨已成为不争事实。据中华全国商业信息中心数据,2014—2020年,我国羽绒服平均单价已经由452元涨到656元;大型防寒服的成交价突破1000元,其中2000元以上的占比已经接近70%。

由此,不难理解消费者为何发出“羽绒服买不起”的感慨,但如果仔细分析,我们发现羽绒服价格在近些年上涨是有原因的。

羽绒服行业的原材料价格上涨问题其实一直存在。作为内部填充物的鸭绒、鹅绒约占一件羽绒服总成本的45%。2016—2022年,90%白鸭绒从每千克200元涨至360元左右,90%白鹅绒从每千克不到400元涨至640元左右。

而大品牌在遵守2022年4月最新版的《羽绒服装》国家标准GB/T14272,顺应羽绒服填充标准由“含绒量”改为“绒子含量”之时,成本也无形中有所上升。再加上近些年各品牌在营销推广上一掷千金,波司登牵手谷爱凌、鸭鸭牵手王一博、高梵牵手张柏芝……可以看出,为了走高端化路线,国产羽绒服仿佛使出了洪荒之力,意在对标国际竞品,志在穿越品牌周期。

本土品牌能够真正走向国际,实现国货崛起并不容易。如何让消费者能够接纳和理解品牌高端化过程中带来的附加值,并愿意为此买单,需要品牌在产品的科技创新、创意设计及品牌内涵三方面带来更具诚意的体验,同时也需要消费者对国货品牌给予更多的自信与支持,与已经成功抢占消费者心智的华为、比亚迪、美的、瑞幸咖啡等国货品牌相比,服装领域还需要更多的安踏、比音勒芬、之禾等中高端品牌涌现出来。

可以说,近十年来,庞大的中国市场“捧红”了单品均价过万的盟可睐、加拿大鹅两大羽绒服奢侈品。当有一天,我们对中国本土品牌羽绒服卖到7000元不再惊讶时,我们的高端新国货或许真的崛起了。不妨多给本土品牌一些时间。

View point / 产经看点

截至今年11月末,我国外汇储备规模为31718亿美元,较10月末上升706亿美元,升幅为2.28%。

——国家外汇管理局

近日,中澳双方将相互认可对方的“经认证的经营者”资格,为进口自对方相关企业的货物提供通关便利。

——经济日报

证监会和国务院国资委日前联合发布《关于支持中央企业发行绿色债券的通知》,主要内容包完善绿色债券融资支持机制,助力中央企业绿色低碳转型和高质量发展等。

——经济日报

11月,全国居民消费价格(CPI)同比下降0.5%,环比下降0.5%;全国工业生产者出厂价格(PPI)同比下降3.0%,环比下降0.3%。

——国家统计局

11月,中国中小企业发展指数上升0.2点。随着企业信心的逐步恢复,今年以来,中小企业投资也持续回升。

——新华网



纺织服装周刊
微信订阅号



纺织服装周刊
微信视频号



纺织服装融媒体
抖音号



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

凝心聚力建设好纺织企业家之家

中纺企协十届五次理事会在咸阳召开

■ 本刊记者_吕杨

12月5日，中国纺织工业企业管理协会十届五次理事会在陕西咸阳召开，近300位中纺企协理事单位代表出席了本次会议。

会上，中纺企协常务副会长谢青向大会报告了2023年重点工作及2024年工作计划。围绕推动行业现代化体系建设和企业高质量发展，中纺企协在中国纺织工业联合会的指导下，在第十届理事会全体成员单位的支持下，秉承“为企业和企业家服务”的宗旨，大力推进企业管理创新、弘扬企业家精神，工作取得较好进展。

2023年以来，中纺企协以学习教育为抓手，坚持党建引领，打造协会发展新动能；以管理创新为重点，加强走访调研，展现协会发展新作为；以弘扬企业家精神为核心，推进精准服务，提升协会发展新质效；以促进对接合作为方向，汇聚产业资源，开拓协会发展新思路；以互动合作为契机，强化自身建设，打造协会发展新活力。

2024年，中纺企协将继续坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实新时代党的建设总要求，持续提高为企业和企业家服务的能力，围绕国家战略、行业定位，服务企业，着力抓好以下工作：坚持党建引领，增强综合优势；强化调查研究，推动成果落地；强化品牌建设，扩大协会影响；加快业务拓展，提升服务水平。

受世界经济复苏动能不足、外部需求收缩、国际市场竞争加剧等因素影响，纺织服装企业生产经营压力较大，如何破解当前难题成为到会企业家共同关心的话题。达利丝绸（浙江）有限公司董事长林平、嵊州雅戈尔毛纺织有限公司董事总经理周新祥、陕西五环集团实业有限责任公司总经理呼延波，分别围绕企业发展思路、具体做法、当前及今后一段时期的发展态势，分享了各自的思考和对策。

中国纺联秘书长、中纺企协会长夏令敏在总结讲话中指出，2023年



会议提出，未来将更加精心地把纺织企业家之家建设好。

是承压运行的一年，企业经营面对着复杂严峻的内外环境，但大家也要看到中国纺织工业的产业链优势、内需市场不断回暖，国内超大规模市场的支撑等积极因素，行业、企业要坚定信心，坚持不懈推进高质量发展；要积极探索，开拓建设现代化产业体系的新局面；要协同创新，建设融通发展的产业新生态。

同时，他希望广大纺织服装企业能够以纺织现代化产业体系为遵循，立足自身发展，在纺织现代化产业体系建设中明确着力点，坚持科技创新、时尚升级和绿色发展；希望行业同仁戮力同心，坚持高质量发展；希望好的企业更好，强的企业更强。

夏令敏表示，中纺企协从1981年成立至今，一直以为纺织企业和企业家服务为宗旨，未来要继续凝心聚力，更加精心地把纺织企业家之家建设好。

会议通报了十届五次理事会人员调整事项，表决通过了法定代表人变更和十届五次理事会增补理事、常务理事等有关事项。

三家纺企 入选第五批服务型制造示范名单

日前，工业和信息化部公布第五批服务型制造示范名单，110家示范企业、38个示范平台、13个示范平台（共享制造类）上榜，其中上海金发科技发展有限公司、上海水星家用纺织品股份有限公司、吉祥三宝高科纺织有限公司入围示范企业，沃尔沃共享制造产业化服务平台、辅布司纺织云工厂共享制造服务平台入围示范平台（共享制造类）。

服务型制造是制造与服务融合发展的新型制造模式和产业形态，是先进制造业和现代服务业深度融合的重要方向。2020年，国家15个部门发布《关于进一步促进服务型制造发展的指导意见》，提出积极利用工业互联网等新一代信息技术赋能新制造、催生新服务，加快培育发展服务型制造新业态新模式，促进制造业提质增效和转型升级。

意见明确，到2025年，继续遴选培育一批服务型制造示范企业、平台、项目和城市，示范引领作用全面显现，服务型制造模式深入应用。培育一批掌握核心技术的应用服务提供商，服务型制造发展生态体系趋于完善，服务提升制造业创新能力和国际竞争力的作用显著增强，形成一批服务型制造跨国领先企业和产业集群，制造业在全球产业分工和价值链中的地位明显提升，服务型制造成为制造强国建设的有力支撑。（郝杰）

Scene / 现场

争做新时代的最美奋斗者

2023全纺长丝织造织布工和整经工职业技能竞赛全国决赛落幕

■ 本刊记者_陶红

近日，由中国纺织工业联合会、中国财贸轻纺烟草工会主办的2023年全国纺织行业“罗田·天丝杯”长丝织造织布工和整经工职业技能竞赛全国决赛在湖北罗田举行。本次大赛设织布和整经两个工种，考试内容有理论、机下打结单项及相应工种的机下操作三大项目。共有6省的87名选手参加了比赛，其中织布选手53名，整经选手34名。

经过激烈角逐，大赛决出了最终结果。会上，中国纺织工业联合会分别授予织布和整经前六名选手“全国纺织行业技术能手”荣誉称号，并为第一名颁发奖金10000元，第二至六名各颁发奖金8000元（奖金由中国长丝织造协会、江苏牛牌机械电子股份有限公司向纺织之光科技教育基金会捐赠提供）。纺织行业职业技能鉴定指导中心和中国长丝织造协会共同授予两个工种第七至第十八名选手“全国长丝织造行业技术能手”荣誉称号，第十九至第三十名选手“全国长丝织造行业织布/整经操作能手”荣誉称号、第三十一名之后选手2023年全国纺织行业“罗田·天丝杯”长丝织造织布工和整经工职业技能竞赛优秀奖”荣誉称号，并颁发了相应的证

书、奖杯。同时还为优秀教练和裁判颁发了“优秀教练员”和“执裁贡献奖”荣誉称号。

纺织行业职业技能鉴定指导中心和中国长丝织造协会共同授予两个工种单项比赛前三名选手“机下打结”单项奖荣誉称号，第一名颁发奖金2000元，第二名颁发奖金1500元，第三名颁发奖金1000元（奖金由中国长丝织造协会提供）。

2023年全国纺织行业职业技能竞赛组织委员会授予湖北省罗田县工商业联合会“优秀组织单位”，授予罗田县人民政府、湖北天丝纺织科技有限公司“突出贡献单位”。同时为在大赛中执裁优异、作出突出贡献的裁判员授予了“优秀裁判员”荣誉称号。

中国长丝织造协会会长王加毅对大赛进行了技术总结，并对行业人才培养提出了建议，一是企业要把人才培养落到实处，建立健全职业技能人员岗位培养机制；二是政府要发挥人才培养引领作用，重点倡议产业集群地政府建设一个纺织技校，专门为长丝织造企业培养技术工人；三是鼓励企业员工积极参与行业技能竞赛，争取更高荣誉。



中国纺联纪委书记王久新（中）为两个工种的第一名选手颁发证书和奖金。

中国纺织工业联合会纪委书记王久新致闭幕词。他指出，选手们的精彩表现使得此次大赛十分成功，这得益于选手们的精湛技艺和敬业精神，十分值得肯定。同时也指出，“工匠精神”非一日之功，今年恰逢“赵梦桃小组”命名60周年，希望大家以赵梦桃同志为榜样，在工作上勇于创新、甘于奉献、精益求精，争做新时代的最美奋斗者。

闭幕式上，还举行了“中国长丝织造新兴产业基地”授牌仪式。

Direct / 直击

前11月全国纺织品服装出口降幅 连续多月收窄

根据海关总署统计快讯，今年1—11月，全国纺织品服装出口2685.6亿美元，同比下降8.9%（以人民币计同比减少3.5%），降幅连续4个月收窄，行业出口整体保持企稳回暖趋势，展现出较强发展韧性。其中，纺织品出口1233.6亿美元，同比下降9.2%（以人民币计同比减少3.7%）；服装出口1452亿美元，同比下降8.6%（以人民币计同比减少3.3%）。

11月当月，我国纺织品服装对全球出口236.7亿美元，同比下降1.7%（以人民币计同比减少0.5%）。其中，纺织品出口111.2亿美元，同比下降0.5%（以人民币计同比增长0.8%），降幅较上月收窄2.8个百分点；服装出口125.5亿美元，同比下降2.8%（以人民币计同比减少1.6%），降幅较上月收窄3.2个百分点。

当前，尽管外部环境仍较为复杂严峻，但我国外贸发展积极因素不断增多，稳中向好的发展态势持续巩固。今年前10个月，我行业对欧美市场出口纺织品服装较今年上半年降幅明显收窄，其中对美国单月出口额已连续两个月保持同比6%以上的正增长。同期，我国对共建“一带一路”国家出口纺织品服装占比进一步扩大53.8%，其中对中亚五国出口纺织品服装同比大幅增长21.6%，对俄罗斯出口同比增长17.4%，对沙特阿拉伯出口同比增长11.3%，对土耳其出口同比增长5.8%。我行业多元化的国际市场布局正逐步形成。（综编）

Technology / 技术

针孔自闭型PTFE缝纫线 助力袋式除尘行业更高质量发展

日前，中国纺织工业联合会在江苏省盐城市组织召开了由苏州耐德新材料科技有限公司、广州检验检测认证集团有限公司、东北大学等单位共同完成的“除尘滤袋用针孔自闭型PTFE复合缝纫线的开发及应用”项目鉴定会，鉴定委员会认为项目成果达到国际先进水平。

PTFE缝纫线是耐高温除尘滤袋优选材料，我国已经成为PTFE缝纫线第一大生产国和出口国。但PTFE缝纫线在袋式除尘技术应用中的缺陷会造成滤袋失效现象，该项目从改善缝纫线的性能缺陷入手，通过纺纱复合技术制成复合缝纫线，使材料在性能方面取长补短，更好地发挥各自的性能优势。项目产品最终实现改善滤袋除尘效果（提高过滤效率）、延长滤袋使用寿命、降低用户生产成本、提高生产效率的目的。在技术层面上，项目针对材料的性能缺陷，采用复合纺纱技术，使产品在耐磨性等机械性能方面得到加强，在缝纫线力学结构方面进行创新性改善，是PTFE纤维材料在复合材料应用技术上的突破。

项目研究开发的“针孔自闭型PTFE复合缝纫线”，在封堵针孔透灰，提高除尘滤袋的除尘效果，延长除尘滤袋使用寿命，降低企业滤袋生产成本以及提高生产效率等方面做出积极贡献，以推动袋式除尘行业高质量发展。

项目已建成针孔自闭型PTFE复合缝纫线生产线，实现了产业化，项目产品已用于电力、垃圾焚烧、水泥、钢铁冶炼等行业的高温、高腐蚀烟气治理中的除尘滤袋，提高了滤袋除尘效率，延长了滤袋的使用寿命，实现了长期稳定的颗粒物超低排放，具有良好的经济和社会效益。（综编）

国产含氟功能整理剂 广获市场认可

近日，中国纺织工业联合会在福建省晋江市组织召开了由福建省晋江市华宇织造有限公司、海西纺织新材料工业技术晋江研究院和北京中纺化工股份有限公司共同完成的“含氟功能整理剂的合成与制备及在鞋材领域的应用研究”项目科技成果鉴定会，鉴定委员会认为项目成果达到国际先进水平。

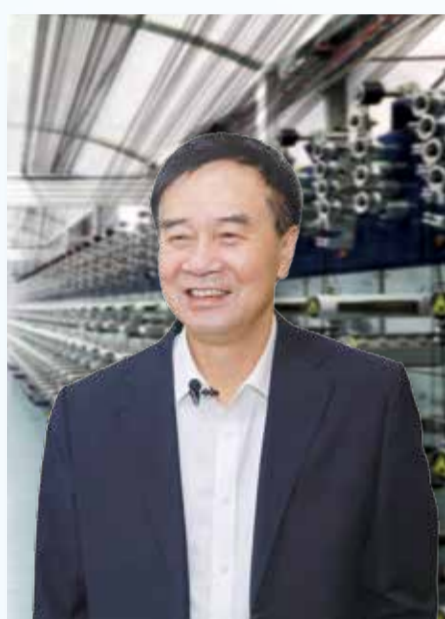
含氟功能整理剂具有拒水、拒油、防污、去污等优异性能，被广泛用于窗帘、雨伞、帐篷、地毯、滤材、工装、防护服和户外运动服等领域。长期以来，纺织品以及鞋材用含氟功能整理剂一直被国外化工巨头垄断。因此，依靠技术创新，实现国内纺织鞋服产品含氟功能整理剂开发和应用技术的国产化和品牌化，并满足国内对防虹吸等功能性纺织鞋服产品的需求迫在眉睫。

该项目针对立体网格鞋面材料动态防虹吸、抗弯折防水性能差等问题，优选了全氟烷基丙烯酸酯（C6）、含有能与羟基反应形成化学键的丙烯酸酯单体，引入了多臂丙烯酸酯单体，通过自由基聚合技术，控制自交联程度，开发出具有交联结构的含氟聚丙烯酸酯功能整理剂，提高了立体网格鞋面材料的动态防虹吸、抗弯折防水性、耐摩擦性能。目前，项目研制的含氟功能整理剂及其防虹吸鞋材面料已应用于户外运动服装和运动鞋等领域，附加值高，竞争力强，得到了市场认可。（综编）



鹰游集团：以科技创新保障碳纤维产业体系自主可控

本刊记者 郭春花



张国良
连云港鹰游纺机集团有限公司党委书记、董事长，
中复神鹰碳纤维股份有限公司董事长

“中复神鹰加速了高端应用市场碳纤维的国产化替代进程，实现了国产化碳纤维供应链的自主可控，全面提升了国产碳纤维的国际竞争力。”

党的二十大报告首次提出了“现代化产业体系”新理念和“建设现代化产业体系”新任务，提出要“打造自主可控、安全可靠、竞争力强的现代化产业体系”。《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035年）》也提出，建设纺织现代化产业体系要聚焦制造，把发展的着力点放在实体经济上，以自主可控、安全可靠、竞争力强为目标，坚持问题导向、系统推进、突出重点，持续提升全要素生产率，不断夯实物质技术基础。

无论是国家层面还是行业层面，建设现代化产业体系都聚焦于自主可控、安全可靠、竞争力强，对于碳纤维等关系国家战略安全的高性能纤维材料产业来说，其完整性、先进性、安全性更加令人瞩目。

作为国产碳纤维从无到有、从有到站上世界舞台的亲历者、践行者，连云港鹰游纺机集团有限公司党委书记、董事长，中复神鹰碳纤维股份有限公司董事长张国良对打造自主可控、安全可靠、竞争力强的碳纤维材料产业体系更是有着深刻的理解。

他表示，自主可控，是指对产业链供应链的关键环节具备较强的把控力；安全可靠，是指产业链供应链能够在面临挑战时确保安全稳定运行；竞争力强，是指产业发展在全球竞争中处于优势地位。其中，实现产业体系自主可控，是构建现代化产业体系的重要基础和前提。

替代进口，实现国产碳纤维供应链自主可控

从T300到T1100，从零起步到荣获国家科技进步一等奖，从千吨到万吨的跨越……张国良感慨国产碳纤维的每一步都在朝着实现供应链自主可控的目标发展。

碳纤维进入张国良的视野是在2005年3月，当时身为全国人大代表的张国良在会议期间了解到碳纤维是国家安全、武器装备急需的关键战略物资，而掌握这项技术的少数国家长期实行技术封锁和垄断，严重影响了国家的经济建设和国防发展。两会之后，一向对技术攻关特别感兴趣的张国良萌生了投身碳纤维产业化之路的想法。但当时国家既没有设备参考，也没有相关资料，同时又面临国外的技术封锁，对于碳纤维行业几乎一

无所知。“作为一个企业家，要有敢于冒风险为国家分忧的责任心！哪怕倾家荡产，也要造出中国人自己的碳纤维！”张国良有着强烈的家国情怀。

之后，在连云港郊外一片长满芦苇的盐碱滩上，张国良和技术人员、工人们经过千辛万苦，一路过关斩将攻克技术难题，终于生产出了第一批碳纤维。随着国产碳纤维零的突破，千吨级T300碳纤维逐渐实现规模化生产，打破了发达国家对国内碳纤维市场的长期垄断。

又经过了3年多的艰苦摸索和实验，中复神鹰立足自主创新，首次构建了具有自主知识产权的干喷湿纺千吨级高强/百吨级中模碳纤维产业化生产体系，成为我国首个、世界第三个攻克干喷湿纺工艺难题的企业。该项目荣获了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。

2019年，中复神鹰碳纤维公司做出重要战略布局，“年产2万吨高性能碳纤维及配套原丝项目”落户西宁。2021年，万吨碳纤维生产基地成功投产，该项目和“国际空间站、中老铁路”等一起荣获国务院国资委“央企十大超级工程”。

“犹记得五年前，在北京人民大会堂举办的国家科技进步奖励大会上，总书记嘱咐我要在碳纤维领域不断取得新的进步。当时我诚惶诚恐，从那时起，我便一直担心因做不好而辜负了党和国家的期望。”回想起总书记的嘱托，张国良至今记忆犹新。

如今，中复神鹰累计向市场供应高性能碳纤维近3万吨，从根本上解决了国家在航空航天、氢能、光伏、风电等诸多战略和新兴领域的“卡脖子”问题，加速了高端应用市场碳纤维的国产化替代进程，实现了国产化碳纤维供应链的自主可控，全面提升了国产碳纤维的国际竞争力。

以低成本、大规模、高稳定性，成就强大竞争力

竞争力强，是指产业发展在全球竞争中处于优势地位。张国良表示，对于碳纤维等高性能纤维来说，就是要研发更低成本、更高性能、更具规模的碳纤维产品。

作为国家战略性材料，碳纤维的应用领域非常广，很多行业也都引入了碳纤维，未来发展前



鹰游集团将始终勇攀科技高峰，为国争光。

景十分宽广。特别是近三年来，由于疫情和中美贸易摩擦影响，一些以前依赖进口的关键材料实现了国产化替代，并获得了高度认可。这其中就包括国产碳纤维。2020年，我国风力发电、光伏发电、氢能、航天航空、体育用品等领域开始使用国产碳纤维。通过实际应用国产碳纤维，使用方感受到了国产碳纤维的高性价比。

为紧紧把握住产业快速发展机遇，2022年4月6日，中复神鹰在上海证券交易所科创板挂牌上市，成为科创板第一家碳纤维上市公司，希望充分借助资本市场力量继续为我国碳纤维行业高质量发展开拓新局面。

张国良对碳纤维未来的市场潜力很自信，他认为行业目前需要做两件事，第一是随着技术发展成熟，行业应快速扩大生产能力，满足国内外市场需求；第二是加大力度研究更高质量的碳纤维，“从理论上讲，目前我国的碳纤维材料在功能上、性能上，只发挥出理论水平的4%，未来还有很大研究空间。”张国良说。

今年以来，中复神鹰年产3万吨高性能碳纤维项目、年产2.5万吨高性能碳纤维项目先后在连云港、西宁开工、投产，打造了全球首个单体规模超过两万吨的高性能碳纤维生产基地。特别是西宁万吨碳纤维生产基地，突破了万吨级下聚合、纺丝、碳化等单元的产业化关键技术，在国内首次构建了具有完整自主知识产权的万吨级干喷湿纺碳纤维生产体系，实现了碳纤维生产规模从千吨到万吨的跨越。该项目于今年11月荣获了“青海省科学技术进步一等奖”。

张国良表示，两个新项目均充分运用了数字化、智能化成果，将实现产品结构、生产效率、技术水平、关键装备再优化、再提升，将大大降低碳纤维的生产成本，产品的竞争力将更强。

“现在我们正在研究第四代碳纤维，这一代碳纤维将是更低成本、更大规模化、更高稳定性的碳纤维，未来在航空航天、风电叶片、单晶硅、光伏、建筑、氢能等领域发挥更大作用，我有信心做好。”张国良信心十足地表示，除了发展高性能碳纤维产业，公司还要紧紧抓住新历史机遇，发展碳纤维复合材料，不断进行技术创新、



张国良（右）与工人一起检查刚刚生产出的碳纤维的质量。刘畅 / 摄

扩展生产规模、开拓新市场，努力发展成为航空航天领域的主力供应商，成为压力容器、碳/碳复材和轨道交通等工业高端领域的最大供应商。

以高端装备保障产业链供应链安全可靠

党的二十大报告强调要着力提升产业链供应链韧性和安全水平。具体到碳纤维等高性能纤维复合材料行业，张国良认为，就是要在高端装备上发力，要掌握关键核心技术，解决“卡脖子”技术难题。

张国良表示，中复神鹰碳纤维项目之所以荣获国家科技进步一等奖，之所以能建成全球单体规模最大的高性能碳纤维生产基地，与集团全资子公司江苏鹰游纺机有限公司掌握自主知识产权的装备技术密切相关。“我国现在要求稍高的自动生产线用的控制软件几乎全是进口的，企业投入成本高，还非常容易受国外控制，所以我们一定要开发自己的装备。拥有高端装备，企业才有核心竞争力，产业链才能安全可靠。”

研发生产高端装备也是连云港鹰游集团的一大核心产业。子公司江苏鹰游纺机有限公司是国内专业研制高性能碳纤维成套设备的企业。近年来，公司实施纺织装备制造企业基于智能制造的个性化定制服务管理，以生产过程智能化、流程管理数字化、制造全链服务化等先进手段，打造系统解决方案供应商模式和设备个性化定制的商业模式，实现了纺织后整理设备、印染定型设备、高性能碳纤维设备、复合材料专用设备的专业化定制生产，有效促进了我国纺织业自动化、信息化、智能化的提升。

为确保高性能碳纤维产业链供应链安全可靠，江苏鹰游纺机一直聚焦主业，强化创新，在高性能碳纤维和复合材料成套装备的新赛道上，强化自主知识产权，以高端化、智能化推动装备产业高质量发展，着力提升智能制造水平，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。

目前，围绕高端装备的研制与开发，江苏鹰游纺机有限公司正在重点进行“第四代”高性能碳纤维成套装备的研制工作，同时也在为下游碳纤维复合材料制品的生产开发高性能的系列化设备。江苏鹰游纺机有限公司希望通过持续的科技创新，助力集团全方位深度参与配套“风电”“光伏”“氢能源”等新能源产业。

对于如何结合《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035年）》来推动企业发展，张国良表示下一步将加大相关的投入和布局力度，一如既往地企业发展融入国家发展战略，致力于尖端装备的现代化与高新技术的产业化，以科技创新为引领，勇攀科技高峰，推动企业和行业可持续高质量发展，为祖国争光，为民族争气。TA



大会在人民大会堂隆重召开。

全面提高科技创新能力！

2023 年度中国纺联科技奖励大会在京举行

本刊记者_郝杰/文 关云鹤/摄

纺织行业是国民经济与社会发展的支柱产业、解决民生与美化生活的基础产业、国际合作与融合发展的优势产业。一直以来，我国纺织行业紧扣创新驱动，科技能力不断增强。数据显示，自2004年启动至今，中国纺织工业联合会科学技术奖已累计奖励2172项科技成果，其中66项获得国家科学技术进步奖，成果斐然。

“科技创新是行业高质量发展的驱动力，大会的召开将进一步引领纺织行业的高质量发展，助力纺织科技强国建设。”中国纺织工业联合会会长孙瑞哲表示。12月6日，2023年度中国纺织工业联合会科学技术奖励大会在人民大会堂隆重召开。

把握新一轮历史性机遇，实现高水平自立自强

第十届全国人大常委会副委员长顾秀莲在致辞中表示，中国纺织工业联合会科学技术奖经历了近20年的发展与完善，已经成为影响力大、含金量高的重要社会科学奖，有效地激发了纺织行业科技工作者的工作热情和创新活力，科学地强化了行业原创性、引领性科技攻关，切实地促进了纺织行业整体技术创新与转型升级，对纺织行业科技事业的发展起到了重要的推动作用。

顾秀莲指出，在新时代新征程上，纺织行业要把握新一轮科技革命和产业变革的历史性机遇，全面提高科技创新能力，广泛激发纺织行业创造潜能，努力实现纺织行业高水平科技自立自强，为加快纺织科技强国建设做出新的更大贡献。

“纺织行业是科技与时尚的融合”。工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼表示，近年来我国纺织行业高举科技创新的旗帜，坚持结构优化和自主研发，从纤维生产到终端产品的制造，形成了完整的生产加工体系，产品的科技含量和品牌的附加值显著提高，不仅满足了个性化、差异化、多元化的内需市场，且深受国内外用户的青睐。

孙瑞哲指出，历经多年发展，中国纺织工业在产学研用的深度融合中构建起从材料、工艺、产品到装备的全产业链创新生态，实现了从“跟跑、并跑”到“跟跑、并跑、领跑”并存的飞跃。行业绝大部分指标已达到甚



与会领导为“桑麻学者”获得者颁奖。

至超过世界先进水平，成为我国制造业进入强国阵列的第一梯队。

会上，中国纺织工业联合会副会长李陵申作了题为“以科技创新引领纺织行业新型工业化建设”的报告。他认为，目前，我国不仅在规模体量上已稳居世界第一纺织大国，而且在构建新发展模式，以创新驱动提升内生动力等方面也取得显著成效。“未来，纺织科技创新引领新型工业化建设的重点工作主要包括，提升产业链供应链韧性和安全水平，推进人工智能全方位、深层次赋能新型工业化，构建绿色制造技术体系等。”

“锦绣人物成就锦绣事业。遥遥领先的背后，靠的是广大科技工作者胸怀祖国、心系人民，拼搏奉献、勇攀高峰，正是他们的志气与骨气，构筑起中国纺织的生气与底气。”孙瑞哲表示。

砥砺前行，以科技带动产业向前

随后大会表彰了为我国纺织科技事业发展作出突出贡献的科技工作者。其中，技术发明奖和科技进步奖67项，特别贡献奖-桑麻学者4人。（完整获奖名单附后）

据介绍，2023年总申报项目中，40岁以下的青年科技工作者占到了43.2%，青年科技人才已成为行业最具创新活力的群体，成为纺织行业科技创新和科研攻关的主力军。同时，获奖项目多为产学研用合作实现关键技术突破，其中企业牵头项目占比达46.3%，企业技术创新主体作用显著加强。

技术发明奖一等奖获奖代表、青岛即发集团股份有限公司副总工程师王健介绍，本次获奖的技术以二氧化碳为介质替代传统染色，实现了“全程不用水、不用助剂和零污水排放”。“绿色低碳发展任重道远，未来我们希望继续把无水染色技术做精做实，把无水染色事业做优做强，为助推

企业和行业绿色低碳高质量发展作出应有的贡献！”

科技进步奖一等奖获奖代表、东华大学纺织学院院长覃小红团队不仅致力于微纳米纤维跨尺度镶嵌纺关键技术的研发，更注重将科技成果转化到实际应用。覃小红表示，目前该项技术已全面产业化，形成了完整的知识产权体系，建成了微纳米纤维跨尺度镶嵌纺功能纺织品生产线，开发了一系列高性能、功能化的纺织品，取得了良好的市场反响。

特别贡献奖-桑麻学者代表、江南大学教授蒋高明团队始终秉持着创新、求实、勤奋的精神，对纺织行业的技术创新、工程应用和产业升级进行了有效实践，尤其在针织装备数控化、针织智能化生产、针织提花和成形关键技术等方面进行了系统研究和原始创新，目前研究成果已推广应用到18个国家和地区。蒋高明说：“我们将始终发扬中国纺织人的优秀传统，始终胸怀感恩报国之心，积极投入服务国家纺织建设与科技进步的时代洪流，为中国纺织工业强国建设，贡献我们最大的力量。”

2023 年度中国纺织工业联合会科学技术奖授奖名单



壹等奖

| 序号 | 项目名称 | 主要完成单位 | 主要完成人 |
|----|---|---|-----------------------|
| 1 | 千吨级纺织用海藻纤维产业化成套技术及装备 | 青岛大学、青岛源海新材料科技有限公司 | 夏延致、王兵兵、全凤玉、田星、纪全、成芳芳 |
| 2 | 柔/弹陶瓷超细纤维材料的产业化关键技术及应用 | 东华大学、嘉兴富瑞邦新材料科技有限公司、上海诚格安全装备集团有限公司 | 丁彬、赵兴雷、刘一涛、张世超、斯阳、高强 |
| 3 | 聚酯纤维筒子纱超临界CO ₂ 无水染色机制及应用技术研究 | 青岛即发集团股份有限公司、中昊光明化工研究设计院有限公司、东华大学、成都泰华中成科技集团有限公司、青岛大学 | 王健、毛志平、姜涛、杨为东、赵克中、万刚 |

贰等奖

| 序号 | 项目名称 | 主要完成单位 | 主要完成人 |
|----|-------------------------|--|------------------------|
| 1 | 废旧涤纶混纺织物分离与高值化利用的关键技术研发 | 太原理工大学、安徽省天助纺织科技集团股份有限公司 | 史晟、李飞、牛梅、侯文生、戴晋明、阎智锋 |
| 2 | 离心熔体电纺宏量制备超细纤维技术及应用研究 | 北京化工大学、温多利遮阳材料(德州)股份有限公司、山东阳谷华泰化工股份有限公司、清华大学 | 刘勇、李凯丽、胡平、董瑞国、李秀红、宋庆松 |
| 3 | 高品质超纤革多功能整理关键技术研发与产业化 | 浙江梅盛新材料有限公司、现代纺织技术创新中心(鉴湖实验室)、绍兴文理学院、浙江理工大学 | 钱国春、董爱学、孙阳艺、钱能、刘承海、林国武 |



科技进步奖

壹等奖

| 序号 | 项目名称 | 主要完成单位 | 主要完成人 |
|----|---|---|---|
| 1 | 微纳纤维维跨尺度镶嵌纺关键技术及产业化 | 东华大学、魏桥纺织股份有限公司、际华集团股份有限公司、江苏联发纺织股份有限公司、江苏悦达纺织集团有限公司、安踏(中国)有限公司、四川圣山白玉兰实业有限公司、夏津仁和纺织科技有限公司 | 覃小红、王荣武、夏前军、张红霞、张弘楠、王黎明、权震震、于拥军、戴俊、季东晓、李欣欣、李苏、蔡金南、张雪萍、谢金华 |
| 2 | 高品位雄蚕蚕丝生产关键技术研发与产业化 | 浙江省农业科学院、浙江理工大学、浙江凯喜雅蚕桑研究院有限公司、淳安县茧丝绸有限公司、绵阳天虹丝绸有限责任公司 | 王永强、祝新荣、孟智启、江文斌、杨斌、赵树超、张忠信、章朝凯、杨慧君、曹光华、王红芬、于少芳、杜鑫、何秀玲、陈小龍 |
| 3 | 废旧涤纶纺织品乙二醇解-甲醇酯交换间歇法再生 DMT 及其钛系催化剂合成 PET 的产业化关键技术 | 浙江佳人新材料有限公司、东华大学、绍兴文理学院、上海慧翌新材料科技有限公司、浙江太新材料有限公司、绍兴惠群新材料科技有限公司 | 孙宾、官军、陈龙、孟继承、李德利、左伟伟、侯恺、詹伟东、潘江峰、陈林江、孙刚、陈珈、郭洪、曾志宏、吴小马 |
| 4 | 锦纶专用 TiO ₂ 消光剂绿色制造及全消光锦纶产业化应用成套技术 | 浙江恒逸石化研究院有限公司、东华大学、浙江恒逸锦纶有限公司、海宁澜钛新材料有限公司 | 王松林、张青红、陈爽、杜玮辰、刘明明、刘雨、孙妍妍、朱瑞赞、王韩、陈毅荷、王鹏、梁希慧、林斌、邱奕博、温坤坤 |
| 5 | 聚乳酸高效生物合成及纤维制备与应用技术 | 华东理工大学、山东寿光巨能金玉开发有限公司、恒天长江生物材料有限公司、恒天纤维集团有限公司 | 赵黎明、王乐军、田锡伟、吴泽华、鲁士君、高世军、赵岭、李玉林、陈涛、李振华、叶建文 |
| 6 | 超细孔玻纤棉毡复合膜阻隔材料的研制与产业化 | 浙江理工大学、浙江福莱新材料股份有限公司、现代纺织技术创新中心(鉴湖实验室)、南京玻璃纤维研究设计院有限公司、浙江欧仁新材料有限公司 | 戚栋明、杨晓明、张焱、李家炜、朱晨凯、周岚、夏厚君、吴金丹、郭仁贤、李耀邦、季鹏、涂大记、严小飞、王振朋、胡德林 |
| 7 | 电磁波传输特性可控的系列电磁功能纺织材料关键技术及应用 | 中国人民解放军军事科学院系统工程研究院、北京工业大学、上海炬通实业有限公司、圣华盾防护科技股份有限公司、兴中村(东莞)新材料有限公司 | 肖红、王群、邹挺、王焰、唐章宏、代国亮、陈剑英、张恒宇、韩笑、李永卿、施榴榴、刘胜超、蒋春燕、刘鸿刚、刘鑫宇 |
| 8 | 船用轻质高强芳纶复合装甲关键技术及产业化 | 武汉纺织大学、威海威复合材料有限公司、泰和新材集团股份有限公司、烟台泰和兴材料科技股份有限公司、百思通新材料科技(武汉)有限公司、武汉理工大学、华中科技大学 | 孙九霄、张帆、张斌、张科、谭海英、罗怡杭、鲁程、王桦、王罗新、刘欣、朱雨璇、刘伟、唐凯、林威宏、陈长海 |
| 9 | 纺织基高端敷料功能成型技术及其在复杂创面上的应用 | 东华大学、振德医疗用品股份有限公司、海军军医大学第二附属医院、复旦大学附属华山医院、上海必趣医疗科技有限公司 | 高晶、王璐、鲁建国、王富军、胡修元、曹蓉、温海、吴昊、关国平、李超婧、李彦、毛吉富、谭绍洁、宋子钰、袁香楠 |
| 10 | 高耐碱高耐氯漂分散染料制备关键技术及产业化应用 | 青岛大学、蓬莱嘉信染料化工股份有限公司、江南大学、杭州传化精细化工有限公司、华纺股份有限公司、江苏联发纺织股份有限公司、江苏联发高端纺织技术研究院、济南大学、石狮市新祥华染整发展有限公司 | 许长海、张善生、苗大刚、杜金梅、王喆、王淑香、逢增媛、金鲜花、盛守祥、蔡红梅、陈森、方东林、李春光、李涛、邱煌乐 |
| 11 | 纤维复合材料预成型体内环轨道三维编织系列成套装备技术 | 江苏高倍智能装备有限公司、东华大学、西安超码科技有限公司、江苏高路复合材料有限公司 | 孟焯、程皓、郁欣甫、赵大明、张玉井、孙志军、陈玉洁、李霞、孙以泽、朱永飞、奚海、姜成、刘钰、乔闯、李麒阳 |
| 12 | 数据驱动的织造智能工厂关键技术研究及产业化 | 浙江理工大学、浙江鑫山纺织有限公司、浙江天衡信息技术有限公司、合肥井松智能科技股份有限公司、杭州普若威科技有限公司、浙江省科技项目管理服务中心 | 向忠、史伟民、黄敏、胡旭东、沈春娅、卜伟、毛满雨、李振刚、陈炜、王俊茹、莫小峰、吴威涛、朱旭迪、李建强、汝欣 |
| 13 | 高效节能数字化定形机系列智能装备关键技术及产业化 | 远信工业股份有限公司、东华大学、浙江理工大学 | 季霞、向忠、陈少军、蒋仁积、张建新、丁伯军、顾敬明、庞静珠、陈小良、柏宇轩、闫红霞、王磊、王颖 |
| 14 | 基于人工智能的纺织品图案生成设计技术研发与产业化 | 中国纺织信息中心、北京红棉小冰科技有限公司、鲁丰织染有限公司 | 李斌红、张战旗、王宝元、李鑫、陈煌榕、曹潇文、李波、齐元章、齐梅、宋富佳、洪溶、丁继惠、韩俊霞、王璐、严馨旖 |

贰等奖

| 序号 | 项目名称 | 主要完成单位 | 主要完成人 |
|----|----------------------------|---|--|
| 1 | 绿色环保仿兔毛系列纱线产品开发及产业化 | 福建新华源纺织集团有限公司、中国纺织科学研究院有限公司、浙江九舜纺织有限公司、浙江方舟控股集团有限公司 | 陈文、廉志军、姚瑞鹏、徐伟红、刘昱煜、白莹、金剑、金子豪、姚卫芬、李四年 |
| 2 | 基于中长纤维混纺的喷气流纺疏柔纱制备关键技术及产业化 | 德州华源生态科技有限公司、东华大学、德州富华生态科技有限公司、济南元首针织股份有限公司、中国纺织科学研究院有限公司 | 张弘楠、李向东、李欣欣、刘明哲、刘琳、陈希杰、雒书华、杨楠楠、李志勇、曹凯 |
| 3 | 基于天然纤维创新材料及其产业化关键技术 | 浙江理工大学、杭州新光塑料有限公司、湖州市菱湖新望化学有限公司、山联(长兴)新材料股份有限公司 | 余厚咏、Somia Yassin Hussain Abdalkarim、陈祥、卢伟东、陈雪飞、沈云飞、吴美琴、蔡剑勇、沈家源、董廷娟 |
| 4 | 基于皮芯差动的吸湿速干多功能运动面料关键技术研发 | 江苏工程职业技术学院、江苏中纺联针织有限公司、江苏鼎新印染有限公司、福建华源纺织有限公司、南通纺织丝绸产业技术研究院 | 陈志华、杨继烈、马顺彬、陈文、吴晶、刘梅城、翟建新、张岩、沈萍、张曙光 |
| 5 | PE/PP 超细超短纤维制备关键技术及应用 | 绍兴文理学院、凯泰特种纤维科技有限公司、现代纺织技术创新中心(鉴湖实验室)、莱州联友金浩新型材料有限公司、中国纺织科学研究院有限公司、绍兴水乡纺织科技有限公司 | 占海华、许志强、陈江炳、赵德方、马金星、徐继亮、黄芽、李顺希、张艳、徐煜东 |

| 序号 | 项目名称 | 主要完成单位 | 主要完成人 |
|----|--------------------------------|---|--|
| 6 | 超细巨异形抗菌除臭复合功能纤维关键技术研发及产业化应用 | 东华大学、和也健康科技有限公司、上海纳米技术及应用国家工程研究中心有限公司、上海德福伦新材料科技有限公司、新凤鸣集团股份有限公司、嘉兴学院、上海慧翌新材料科技有限公司 | 江晓泽、方彦雯、廖钟财、郭淑红、纪晓寰、魏丽菲、庄耀中、杨雅茹、林琳、潘丹 |
| 7 | 异形多功能多元聚酯短纤维高制成本技术及其产业化 | 上海德福伦新材料科技有限公司、江苏集萃先进纤维材料研究所有限公司、东华大学 | 周家良、魏丽菲、胡泽旭、俞森龙、魏艳红、郝鹏、陈辉华、朱丽萍、侯恺、相恒学 |
| 8 | 石墨烯柔性发热材料关键制备技术及推广应用 | 北京创新爱尚家科技股份有限公司、北京石墨烯技术研究院有限公司、江苏新视界先进功能纤维创新中心有限公司 | 陈利军、王旭东、张林、李炯利、贺洪影、王玉倩、谢晶兰、白莹、王怡婷、张维晷 |
| 9 | 差别化多功能聚酰胺超旦束丝的低碳制造技术及其产业化 | 南通大学、东华大学、江苏文凤化纤集团有限公司、江苏集萃先进纤维材料研究所有限公司 | 刘蓉、相恒学、周家良、章再稳、张伟、张广宇、胡泽旭、龚剑兵、瞿文琳、谈君婕 |
| 10 | 电弧防护材料研制与性能评价系统构建关键技术 | 南通大学、山东省产品质量检验研究院、泰和新材集团股份有限公司、常熟市宝洋特种纤维有限公司、圣华盾防护科技股份有限公司、际华集团股份有限公司 | 孙启龙、鞠彬彬、赵军、夏前军、曹丽霞、李飞、丛林、任仲恺、唐虹 |
| 11 | 航天超大尺寸异形防热编织预制体设计、调控、制备及应用 | 宜兴市新立织造有限公司、江南大学 | 张典堂、宗晟、伍立立、逢增媛、缪碧云、王晓旭、钱坤、孙浩、徐阳、郭文文 |
| 12 | 多功能预警绳网制备关键技术与水下防护应用 | 东华大学、上海仪耐新材料科技有限公司、山东海岱智能设备有限公司、山东滨海新材料科技有限公司、中国科学院宁波材料技术与工程研究所 | 许福军、宋维广、王龙生、蒋秋彤、孙昊、曾志翔、张弘楠、王刚、宋启海、程红玉 |
| 13 | 半导体抛光液用 PVDF 纳米纤维膜滤材制备关键技术及产业化 | 浙江理工大学、杭州帝凡过滤技术有限公司 | 冯建永、张凌霄、李圣泉、徐德钱、王文富、王明康、黄志超 |
| 14 | 日光驱动抗菌、抗病毒多功能防护面料的关键制备技术及产业化 | 天津工业大学、石狮市中纺学服装及配饰产业研究院、闽江学院、中原工学院、石狮蒙宝染织有限公司 | 李婷婷、蔡涛、许炳铨、张恒、胡艳丽、刘雍、胡献进、黄桂森、梁坤波、彭浩凯 |
| 15 | 干法缠绕碳纤维/环氧树脂预浸材料的制备和产业化技术 | 东华大学、山东江山纤维科技有限公司、山东国碳复合材料科技有限公司 | 张辉、李新河、孙泽玉、代俊、陈烨、张相一、刘卫亮、李硕同、王景宾、阳泽濠 |
| 16 | 高舒适卫生用热风非织造材料关键技术及产业化 | 天津工业大学、北京京兰非织造布有限公司、北京清河三羊毛纺织集团有限公司、光山白鲨针布有限公司、瑞法诺(苏州)机械科技有限公司、杭州金百合非织造布有限公司、山东齐鲁化纤有限公司 | 封严、韩丽娜、马计兰、师云龙、张永钢、张道宏、李成群、孙武平、邵会、钱晓明 |
| 17 | 功能性无静电微纳米非织造空气滤材制备关键技术及产业化 | 浙江朝晖过滤技术股份有限公司、东华大学、中原工学院、嘉兴学院、浙江净膜环保有限责任公司、桐乡市健民过滤材料有限公司 | 赵奕、尤健明、宋宇、邵伟力、王荣武、崔利、孙成磊、柴文强、李成族、胡文锋 |
| 18 | 轻质干态保暖材料制备关键技术及新型军用保暖被装产品研发 | 东华大学、空军研究院特种勤务研究所、上海工程技术大学、联勤保障部队军需能源质量监督总站、南京际华三五二一特种装备有限公司 | 赵艳娇、吴国栋、杨雪、潘星夷、刘海燕、王克毅、杨雷、葛兰、卫胜男、刘丽芳 |
| 19 | 定向流水利刺非织造卫材关键技术及产业化 | 福建福能南纺卫生材料有限公司、东华大学、金华市东方线业股份有限公司 | 黄晨、黄族健、刘宏刚、邓霁霞、刘嘉炜、李娟、黄植宝 |
| 20 | 基于微沉积机制的纺织品抑菌防霉洗护关键技术研发与应用 | 纳爱斯集团有限公司、浙江理工大学、纳爱斯浙江科技有限公司、现代纺织技术创新中心(鉴湖实验室) | 吴金丹、蔡国强、高玉洁、何一波、陈凯、张蕾、张艳、刘英、戚栋明、何美林 |
| 21 | 防水透湿阻燃功能户外面料制备关键技术及产业化 | 浙江东进新材料有限公司、绍兴文理学院、浙江技立新材料股份有限公司 | 陈明贤、邹春勇、谢国炎、王建、董洪波、董正梅、金世豪、张奇鹏、孙立新、杨世玉 |
| 22 | 功能性中深色工装面料的绿色低碳染整关键技术及产业化 | 四川省纺织科学研究院有限公司、绵阳佳联印染有限责任公司、四川意龙科纺集团股份有限公司、四川益欣科技有限责任公司 | 樊武厚、田睿、石岷山、刘太东、梁娟、廖正科、李齐红、徐万春、胡晓、马逸平 |
| 23 | 高性能伪装面料纳米复合涂料整理关键技术及产业化 | 浙江盛发纺织印染有限公司、东华大学 | 顾浩、郭纯方、孙晓霞、王新厚、吴重军、杨文龙、孙旭东 |
| 24 | 色光可控的“仿蛾眼”面料高效增强关键技术及产业化应用 | 浙江理工大学、浙江科峰有机硅股份有限公司、浙江理工大学绍兴柯桥研究院有限公司、浙江红绿蓝纺织印染有限公司、浙江理工大学上虞工业技术研究院有限公司 | 杨雷、李剑浩、江芳、陈丰、李琪、熊春贤、章云菊、马狄、姜建堂、单兴刚 |
| 25 | 减少 VOC 系列助剂制备关键技术研发及产业化应用 | 浙江理工大学、浙江理工大学桐乡研究院有限公司、浙江汉邦新材料股份有限公司、浙江雀屏纺织新材料股份有限公司、浙江同晖纺织股份有限公司、博森纺织科技股份有限公司、浙江瑞隆纺织科技有限公司 | 李永强、吴明华、黄益、司银松、王懿佳、陈贵龙、万军民、曹志海、汪东晓、沈楚良 |
| 26 | 开放型超微孔聚氨酯湿法涂层技术 | 吴江市汉塔纺织整理有限公司、齐鲁工业大学、浙江新建纺织有限公司、吴江福华织造有限公司、中国纺织信息中心 | 陈玉林、曲建波、沈红霞、周长年、鹿文慧、朱秀忠、张海涛、李浪、沈亚萍、林维杰 |
| 27 | 棉针织物节能减污染加工关键技术及装备 | 汕头市鼎泰丰实业有限公司、东华大学 | 陈荣洪、纪柏林、田剑、吴伟、毛志平、徐红、钟毅、贺华伟、邓雅楠、祝存进 |
| 28 | 大容量粘胶短纤维成套装备关键技术研发产业化 | 恒天重工股份有限公司、邯郸宏大化纤机械有限公司、赛得利(中国)纤维有限公司、江西泰德工程有限公司 | 李新奇、吴朝晖、千翠娥、杨娜、李康、吴和平、李建立、宿锐、王少平、王永兴 |
| 29 | 高可靠长寿命系列化高低温碳化炉 | 西安富瑞达科技发展有限公司、中国科学院宁波材料技术与工程研究所、中国化学纤维工业协会 | 刘永华、张永刚、吕佳滨、郭蓬勃、高珊珊、刘浩然、袁野、钟俊俊、徐国强 |

| 序号 | 项目名称 | 主要完成单位 | 主要完成人 |
|----|--|--|---|
| 30 | 数字化圆纬机及其智能生产管理系 统关键核心技术 | 厦门兴全龙机械股份有限公司、 东华大学 | 蒋金华、邵慧奇、廖进成、黄凯乾、 陈南梁、彭丹翔、邵洪、肖唐炎、 林孚才、邵光伟 |
| 31 | 全能型针织物松式连续化浸煮工 艺练漂新技术与专用装备 | 青岛大学、枣庄龙翔纺织品有限公 司、山东源丰纺织机械有限公司、 石家庄琨谱化工有限公司 | 徐维敬、刘彦召、龙广卓、张元明、 韩光亭、翟保京、闫军、郑鑫、姜 伟、宋名珠 |
| 32 | 基于大数据和视觉感知的智能高保 型洗涤技术及产业化应用 | 无锡小天鹅电器有限公司、江南大 学 | 胡蒙、刘毅波、陈莹、王潮霞、王 海峰、化春健、殷允杰、徐刚、 张晓良、周存玲 |
| 33 | 全数控节能细纱机关键技术及产 业化 | 常州市同和纺织机械制造有限公司、 江南大学 | 徐兆山、谢春萍、唐国新、周镭、 刘新金、费云锋、徐晓江、苏旭中、 丁峰、姜彭宇 |
| 34 | 女装单件流柔性智造关键技术及其 产业化应用 | 浙江理工大学、浙江嘉欣丝绸股份 有限公司、杭州中服科创研究院有 限公司、嘉兴市良友制衣有限公司、 嘉兴市秀洲区综合科技服务中心、 嘉兴学院 | 刘正、侯珏、杨阳、邹奉元、何艳芬、 郭玲玲、刘冰、徐丙顺、封磊、崔 利 |
| 35 | 工业丝智能热辊技术开发 | 北京中纺精业机电设备有限公司 | 薛学、王青、吴运梅、裴桂鑫、陈 栋、刘家鑫、袁明清、梁亚鹏、侯 伟、刘冠华 |
| 36 | 智能高效喷气织机研发及产业化 应用 | 陕西长岭纺织机电科技有限公司 | 张建民、张志刚、董少伟、史飞虎、 袁伟、王华、龔小龙、赵婷、魏 永东、王维 |
| 37 | 超高速低能耗棉纺锭子关键技术及 其应用 | 天津工业大学、经纬智能纺织机械 有限公司、河南二纺机股份有限公 司、衡阳新新纺织机械有限公司、 广西大学 | 莫帅、金国光、管幼平、曹秀成、 畅博彦、王少伟、朱红伟、冯战勇、 彭来深、王亮 |
| 38 | 纺织网络协同关键技术研发与产 业化应用 | 山东如意毛纺服装集团股份有限公司、 西安工程大学、山东如意恒成产 研新材料科技有限公司 | 丁彩玲、高全力、赵辉、朱欣娟、 金帅、邵连合、丁翠侠、孟霞、 王科林、秦光 |
| 39 | 服装数智化工艺集成应用关键技术 | 海澜之家集团股份有限公司、武汉 巨星智能技术有限公司、东华大学、 江阴海澜科技有限公司 | 周立宸、朱建龙、武大治、龚俊、 石晓东、杜劲松、居红宇、黄 頌臣、卞芹、岳春明 |
| 40 | 羽绒羽毛及制品检测关键技术研究 和标准化应用 | 四川省纤维检验局、中国羽绒工业 协会、南京海关纺织工业产品检测 中心、绍兴力必信仪器有限公司 | 赵瑞方、姚小蔓、姚静、孙近、朱 银、许杰、李莘、宋晨、朱福忠、 鲁毅 |
| 41 | GB/T 40270-2021《纺织品 基于消 费者体验的通用技术要求》 | 中纺标检验认证股份有限公司、利 郎(中国)有限公司、际华集团股份 有限公司、天纺标检测认证股份有 限公司、安莉芳(中国)服装有限公 司、恒源祥(集团)有限公司、上海 水星家用纺织品股份有限公司 | 韩玉茹、章辉、徐路、田琳琳、高 兵、曹海辉、赵娟芝、张大华、王 慧、林若文 |
| 42 | 基于国际绿色贸易壁垒的纺织化学 品中有害物质检测技术 | 绍兴市质量技术监督检测院、浙江 闰土股份有限公司、九江富达实 业有限公司、沈阳沈化院测试技术有 限公司 | 王建刚、叶琼、寿谦益、陈素娟、 彭德新、吴建江、阮瑜迪、沈江 琴、胥维昌、董岳龙 |
| 43 | ISO 24180:2021《纺织品 合成纤维 长丝 静电倾向评定 电阻测量法》 | 上海市纺织工业技术监督所、上海 纺织集团检测标准有限公司、江苏 省纺织研究所股份有限公司、江苏 澄信检验检测认证股份有限公司、 凯泰特种纤维科技有限公司、中国 化学纤维工业协会 | 李红杰、刘玲玲、陈斐、周建平、 王丽莉、陆永良、李顺希、刘世 扬、李睿、陶再荣 |
| 44 | GB/T 14272-2021《羽绒服装》 | 上海纺织集团检测标准有限公司、 波司登羽绒服装有限公司、雪中 飞实业有限公司、中国服装协会、 广州检验检测认证集团有限公司、 艾莱依时尚股份有限公司、雅鹿 集团股份有限公司 | 高德康、杨秀月、曹宗华、杜岩冰、 罗胜利、何荣军、顾振华、周双 喜、王甫友、高志方 |
| 45 | GB/T 40181-2021《一次性卫生用非 织造材料的可冲散性试验方法及 评价》 | 广州检验检测认证集团有限公司、 广州纤维产品检测研究院、广东 省科学院微生物研究所、杭州诺 邦无纺股份有限公司、晋江恒安 家庭生活用纸有限公司、大连瑞光 非织造布集团有限公司、杭州路 先非织造股份有限公司 | 王向钦、李桂梅、赵瑾瑜、龚金 瑞、柳燕贞、马宏强、张芸、朱 锐钊、严华荣、刘彩虹 |
| 46 | 中国纺织服装行业循环发展转型路 径研究 | 中国纺织信息中心、中国服装协 会 | 陈大鹏、阎岩、胡松、胡柯华、 李诗特、范华星、刘爽、夏艳宏、 关一松、张丹 |
| 47 | 分子生物学技术在天然纺织材料定 性定量分析中的应用及标准的研 制 | 上海海关工业品与中心原材料检测 技术中心、上海海关动植物与食 品检验检疫技术中心、北京毛纺 织科学研究所检验中心、上海爱 丽纺织技术检验有限公司 | 费静、刘敏华、陈晓、韩静、吕 蓉、黄钰、赵庆珠、袁志磊、高 麟美、沈润华 |



| 序号 | 姓名 | 工作单位 |
|----|-----|---------------------------|
| 1 | 蒋高明 | 江南大学 |
| 2 | 刘雪强 | 军事科学院系统工程研究院军需工程技 术研究所 |
| 3 | 王桦 | 武汉纺织大学 |
| 4 | 张国清 | 愉悦家纺有限公司 |



■ 本刊记者_董笑妍

一段时间以来,“消费降级”成为了网络上频繁出现的热门词汇,有财经类媒体密切关注、严肃讨论,也有年轻人在抖音、小红书上玩起了诸如“军大衣”之类的梗。一些人因此对未来消费市场产生悲观情绪。其实“消费降级”的根本定义是追求更具性价比的商品,目前的情况是,大众在花钱会上会相对谨慎,但消费意愿始终是有的,消费者依旧追求更高的生活品质,想拥有更好的产品体验,需求侧也仍然有热烈的一面,只是需要用新的逻辑去捕获机遇。因此,将消费趋势完全视为“下降”是不妥的。

“小确幸”类产品获芳心

只要细心观察服装市场就会发现,大家对产品的要求并没有下降,只是对品牌的溢价更加敏感。随着国内消费者逐渐告别大牌崇拜,追求“性价比”的趋势也将给本土品牌带来更多机会。少买一个轻奢包包,就可以同时购入多件兼具个性与品质的国潮服饰。

在这种情况下,成本相对可控、能给人带来幸福感的“小确幸”类产品会获得更多空间。服装企业需要做的是,根据自身情况做出及时应对——如调整产品结构、更好地整合供应链和渠道,当然这属于老生常谈。今天我们来聊聊另外两种破局方法,一是瞄准品类分化和功能升级,二是品牌走向海外。

近年来,我们可以看到很多新商品的崛起,如一次性内裤、湿厕纸、功能性护肤品等无不是专注于品类分化和功能升级。即使大环境变化,品类的分化和升级也是不可逆的,只是增长的快慢会受到影响。

这种范例早已有之,未来只会更加明显。曾经的 lululemon 就是看准了北美白领瑜伽运动的兴起而分化出来的品牌。在不久前举办的 2023 世界服装大会上,意大利时尚工业联合会执行主席、意大利皮具制造商协会主席 Riccardo Braccialini 也指出,“未来世界时尚产业的主要任务之一就是了解年轻人认识世界的方式。现在我们谈论时尚趋势,其实更是在谈论一种生活方式,包括吃什么食物、如何健身、旅行住宿何种酒店等等,这种生活方式由年轻人领导,他们对品质的追求其实是对整体生活质量的追求。”服装行业未来机遇也将源于对生活方式的细致观察。

如果生活方式带来的品类分化短时间内难以把握,那么功能升级不失为一种更常态化的突围思路。这让记者想到了日前的一次购物经历,在挑选保暖内衣时,我被一个名叫“筒云”的品牌主打的

护肤理念所吸引,介绍称产品内衬为羊毛、羊绒和蚕丝混纺,保证接触皮肤的为 100% 天然纤维,同时提高了蚕丝的比例,起到滋养皮肤的功效。身处北方的消费者都懂得冬季的干冷会导致皮肤干裂,除了涂身体乳外谁不想再多一层滋养?在欣然下单后,我注意到了该品牌的销量,在产品价格稍高于一线保暖内衣品牌的情况下,其多个单款产品月销量达 5000+,这一数字直逼一线品牌的头部产品销量,而筒云的淘宝粉丝只有 19 万,远低于一线品牌动辄三五百万的粉丝量。也许这就是,企业通过产品微调主打一个“功能升级”的力量吧。

今天的中国消费者的心智成熟度、甄别能力已经到了很高的水平,对品牌的认知不再仅仅停留在表面形象,这个趋势在一二线城市尤为明显。而这也是一种健康的发展趋势,消费者对提供优质产品和服务的品牌的认可、以及愿意为此付出溢价这件事是没有变的。

是时候出去看看了

现在,“内卷”有点卷不动了。

经历几十年全球化发展的中国服装企业在供给端的生产制造、成本管控等方面能力是很强的,越是出海越能体会到这种强大,而现在行业在品牌打造方面也在日渐成熟,因此走向世界也是服装品牌未来比较大的机会。

在几个月前,CHIC(中国国际服装服饰博览会)主办方组织了一次出海参展,极大地振奋了品牌们和主办方的信心。CHIC 首次带领近 20 个中国服装品牌参展巴黎 WHO'S NEXT 展,便成为了那个“NEXT”。中国品牌们一经亮相其品质与设计感就震动了整个展会,成为了展会期间人流密度最大的区域。观众们惊讶于中国服装品牌的设计理念,甚至有一家专为明星策划礼服的平台想与品牌深度合作;另有一家中东采购商在得知中国品牌可以做到常规款式 7 天交货后震惊地反复确认,最终现场签合同下了单。

“原来中国服装品牌已经如此强大,不出海没有这么强烈的感受。”由于往年出海参展的都是上游企业,这次出海给中国服装行业打了一剂强心针。在多年“内卷”的过程中,中国品牌的供应链统筹、渠道管理、规模效率乃至设计理念都已强大如斯。也许中国服装品牌相较海外品牌已更具价格及产品竞争力,是时候出去看看了。TA



中国轻纺城商户通过灵活巧妙的产品研发思路打开了更广阔的市场空间。

探寻柯桥纺织的“瑞幸”模式

本刊记者 边吉洁

今年的社交平台上，瑞幸咖啡频繁出现在大众视野里，瑞幸咖啡与贵州茅台携手推出的“酱香拿铁”、与《猫和老鼠》联动推出的“马斯卡彭生酪拿铁”等，都迅速成为各大平台的热门话题，高热度成功带动了破记录的销量。

可以看到，这样跨界合作、品牌联名的模式实现了双赢，丰富了产品品类，拓宽了受众群体，进一步满足了消费者的多元化、个性化消费需求，为市场带来更多惊喜。那么，从这场成功的全民刷屏级别的营销事件中，纺织行业可以获得哪些方面的启示，以寻求新的突破口和出路呢？

作为纺织行业的主力军，中国轻纺城市场始终在行业发展中发挥重要作用。《纺织服装周刊》记者通过深入中国轻纺城市场了解发现，此种模式早已被柯桥企业运用。诸多柯桥纺企都有着准确的定位和理性的发展方向，无论是在产品创意、营销手段还是产业链衍生上，都不断进行着创新和求变，为“国际纺都”前进积蓄高质量发展新动能。



延伸产品半径，混纺创造新可能

在当今快速发展的时代，新一代年轻消费者成为消费主力，他们对舒适度、时尚感和品质的追求推动了混纺面料的广泛应用。随之而来的就是企业面临着需要通过不断创新和改进产品来快速适应消费新需求，换句话说，纺织行业也在不断创造着自己的“酱香拿铁”。

混纺面料就像是美酒加咖啡的存在。功能性纤维的加入可以提升混纺面料的性能，使其适用于更多特定场合；智能化技术的运用则使得混纺面料能够更好地适应人体需求，提高穿着舒适度。通过将不同的纤维、纱线混合在一起，为企业带来更多的产品品类和差异化竞争优势，使企业在激烈的市场竞争中吸引更多的消费者，占领更多市场份额。

位于轻纺城市场的浙江烯禾纺织科技有限公司致力于将传统的面料工艺和现代科技结合在一起，创造出具有独特设计和强大功能的新型面料，满足了消费者对于面料功能性的需求和期望。

“公司致力于以石墨烯功能性纤维和天然环保再生纤维为核心原料，来设计研发纱线与各种针织和梭织面料，采用石墨烯锦纶、涤纶、超细旦等多组分的科学配比，使面料具有蓄热保暖、抗静电、抗菌抑螨、远红外等多种功能，在现代科技创新引领下，践行‘碳达峰、碳中和’，为



高品质健康生活保驾护航。”公司负责人林素兰说道。

混纺面料在当今市场中的地位日益凸显，其市场容量和创新空间都呈现出广阔的发展前景。在服装、家居用品、产业用纺织品等领域，混纺面料的身影随处可见。这种面料巧妙地结合不同纤维的优点，弥补单一成分在某些性能上的不足，为消费者提供更丰富、更满足需求的产品，凭借其独特的优势，如质感优良、风格多变、可塑性强，成为时尚宠儿。

深挖跨界创意，打造纺织领域“共生效应”

自然界有这样一种现象，当一株植物单独生长的时候，往往长势不旺盛，甚至枯萎衰败，但与其他植物一起生长时，它却能够郁郁葱葱、生机盎然，人们把这种相互影响、相互促进的现象，称之为“共生效应”。

就像贵州茅台与瑞幸咖啡，两个看似毫无关联的品牌跨界联手，呈现出了1+1>2的效果。观之柯桥纺织行业，企业通过与其他行业领域合作，叠加创意与知名度，从品牌理念、目标受众、设计风格等方面变革创新，提升着自身产品的吸引力和市场占有率。

绍兴唐僖文化发展有限公司是一家致力于将汉服文化传播、国学文化传播、沉浸式汉服剧本演绎融为一体的融合性文化企业，此前与上海芹梦品牌发展有限公司达成“华裳衣潮”与“红楼灵境”的品牌联名合作，共同打造“华夏梦”“红楼梦”系列汉服国风主题项目，成功吸引了大批热爱国潮文化的年轻人，为品牌带来了不少流量。

绍兴彩色棉纺织科技有限公司是一家综合性的面料开发公司，近年来多次与“老绍兴·金柯桥”城市文旅品牌合作，作品所运用的元素都取自绍兴特色景点，以手绘工艺在丝绸上



细细绘制，尽情展现诗韵绍兴，这是一种“灵魂”与“载体”的完美结合，不仅丰富了纺织品的文化内涵，也让绍兴的传统文化得到了更好的演绎与传播，实现了文旅结合，达成共赢。

这样的跨界合作之所以能够产生吸引力，是因为两个领域在理念和受众上有着诸多相通之处，两个品牌之间能够形成共鸣。不论是时尚与文旅结合，还是品牌选择与影视、游戏、动画IP进行合作，都能成功打开柯桥纺织企业一个不容小觑的商业新领域。柯桥纺织企业正采用这样的跨界尝试，不断打破企业边界，极大地拓展产品品类，提高品牌市场渗透率，促进企业可持续发展。

一朵棉花的“裂变”，产品领域的延伸

细观瑞幸的产品模式，其实很简单，就是单纯卖咖啡。只是为了更好迎合大众口味，瑞幸以咖啡为底，接连推出了多种口味，比如生椰、厚乳、丝绒等，让瑞幸覆盖的消费者群体变得更为广泛。一杯咖啡的花式玩法，满足了各个年龄阶段的消费群体，那么在纺织领域，一个单一品类的深挖是否也能抓住消费者的心呢？

其实，对于任何一家企业来说，只用单一产品做品牌都是冒险之举，这意味着企业需要花费更多成本与精力。尤其纺织行业在各种化学纤维成本低、性能强大的冲击下，多数企业都不会选择只做全棉产品，但库尔勒天山雪域棉业有限责任公司凭借得天独厚的原料优势，始终致力于深耕全棉领域。

走进库尔勒天山雪域棉业有限责任公司浙江总经销门店，从被芯、枕芯、婚庆床品、婴童用品到家居服，门店内全品类的家纺产品瞬间吸引了记者的眼球。据了解，这家门店一开始只单一地经销传统棉被批发，立足客户需求，慢慢地把产品开拓到了消费频次更高、离年轻人生活更近的其他赛道，实现了产品生态的拓展。

市场需求瞬息万变，围绕棉花做文章。据公司负责人章佳娜介绍，随着消费者环保消费、绿色消费意识的不断成熟，棉花作为一种可再生、

可降解、可循环的天然环保纤维，在低碳、可持续方面拥有独特优势，伴随着越来越多的客户对棉材质产品的需求，公司产生了拓展品类的想法。凭借着自身拥有的原料及客户优势，公司的棉花链条也由此铺开。

“紧紧围绕‘棉’做研发创新，我们开拓了多个全新品类赛道。在做精做强常规产品的基础上，不断根据消费需求的变化选用新元素，从产品的原料组合、色彩、花型、材质、功能等多方面创新升级，并根据对市场的敏锐感知，结合品牌特色及设计师风格，生产出满足消费者需求的产品。”章佳娜说道。

一朵小小的棉花，一根细细的纤维，构建出婴童护理、家居服饰、家纺用品等多条产品线，通过不断深挖棉花纤维的潜力，不断创新产品，拓展新的市场领域，为企业生存与发展提供了更多的可能。

世界上唯一不变的就是变化，这一点在中国轻纺城得到了生动体现。作为全球最大的纺织品交易集散中心，中国轻纺城的市场经营户深知要想在这个日新月异的市场环境中立足，就必须敏锐地捕捉行业发展趋势，灵活地调整产品设计和生产策略，使自己的产品能够更好地满足消费者的需求，拥有属于自己的“瑞幸”模式。TA



新丝路上的纺城追梦人 9

放眼世界，“探路”家纺供应链

访浙江菲乐控股有限公司董事长胡斌

本刊记者 周榆清 文/摄

作为一个地道的柯桥人，浙江菲乐控股有限公司董事长胡斌的成长轨迹和轻纺城息息相关，他见证了柯桥的发展变迁，纺城也伴随他的一路成长。与大多数柯桥人一样选择纺织行业，胡斌却敢于直接将目光投向国际市场，以全球视野推进企业布局。在胡斌身上，不仅能够看到他鲜明的个性和处事风格，更能感受到他作为企业家的胆识和睿智。

十余年的发展，菲乐控股从一家普通的贸易公司逐渐成长为纺城外贸企业中的佼佼者，在品牌化和数字化供应链新消费时代全面到来的大背景下，公司从多维发力，全面推动链路升级、模式创新、管理迭代，不断强化着自己的核心竞争力。

“打直球”，让合作变得更简单

1992年至2015年间，中国轻纺城外贸越做越大，形成“市场交易+外贸出口”模式，彼时有较好英语基础的胡斌在老师的建议和家庭的影响下，选择学习了国际经济与贸易专业。

2009年，积累了一定业务经验的胡斌创办了绍兴七夕进出口有限公司，正式开启自己的创业之路；2011年，成立绍兴莫拉家纺有限公司，专注向北欧市场销售家居面料及成品，得益于胡斌对市场发展趋势的敏锐嗅觉，公司飞速成长；2022年，浙江菲乐控股有限公司正式上线，主营睡衣、毛毯、靠垫、椅子垫、地毯、窗帘及家具等家居全品类产品，拥有户外、床上用品、洗护等多个系列，为客户打造一站式购物体验。

“打直球”原为棒球运动中的专业术语，指球员站直身体、瞄正杆头，上杆、下杆，打出一条直线。当被运用在社交话题中，即表示交往过程中表达直接又爽快。在多数人感慨全球经济疲软、外贸订单萎缩的当下，胡斌的微信朋友圈里却仍晒出一笔笔忙不过来的订单和一张张亲赴世界各地的照片。显然，与“委婉表达”相比，“打直球”的表达方式更加受到国外客户的青睐。

直率，是胡斌给人的第一印象。在行事与交谈中直来直往的方式让他与目标客户一拍即合，从而建立起深厚的合作情谊，订单一笔接一笔，客户朋友圈拓宽再拓宽。“少一点套路，多一点真诚”成为胡斌带领菲乐控股向前向上的秘诀之一。

如今，菲乐控股已在德国、丹麦、荷兰、中国香港等国家和地区设立了分公司及展厅，出口欧洲北部及葡萄牙、西班牙、墨西哥、巴西、智利等国家，并与Lidl、Aldi、Jysk、Rossmann、REWE、Costco、洁丽雅德国公司等知名品牌与集团达成合作，产品四季畅销，仅睡衣一项单品一年便可销售近1000万套，毛毯销售2500余万件，靠垫销售量超过3000万套。



胡斌

做好品质，做优服务，做强供应链

在外贸市场中，不论企业的角色是“生产型”供应商还是“纯贸易型”供应商，能区别于其他同类型公司的关键点之一是，能够提供其他同类公司提供不了的产品和服务，或者提供的产品和服务在产业链、纵向单一深度、种类和灵活度上，优于其他竞争者。

“未来的竞争不是企业和企业之间的竞争，而是供应链之间的竞争。”胡斌深谙公司发展升级之道，于织造、印染、面料加工、成品服装、物流等全产业链进行布局，从各个环节把关质量的同时，以更低成本扩大产能，实现降本增效的“双赢”局面。

“经过认证的产品不仅是跨入市场的‘敲门砖’，更能够带领企业在激烈的行业竞争中处于优先级地位。”据胡斌介绍，菲乐控股每年用于产品质量检测及各项国际认定的费用就将近160万元，产品可达婴儿级品质，直接供给百货公司与大型商超，面对对纺织品要求更为严苛的欧洲市场，同样能够接受客户的随机抽检。

品质与颜值缺一不可。在产品方面，胡斌同样追求极致，高薪聘请欧美专业团队进行面料及成品服装的花型设计。以国际设计潮流为蓝本，公司产品主打轻奢简约风格，低调优雅的气质彰显时尚之美。

外贸销售中，产品与客户始终是两大核心要素，产品要足够出色，对客户的服务自然也不能有丝毫马虎。菲乐控股采用国内外工作人员1:1比例与客户进行对接，这意味着国内有多少员工，国外分公司都有相等甚至更多的工作人员为客户提供服务，从而避免了因分工不明确、责任模糊等因素导致的推诿和争执。与此同时，销售助理们在向客户提供报价的过程中同期安排样品发送，不到三天的时间，样品便能送到大洋彼岸的客户手里。菲乐控股以卓越的产品质量、高性价比和资源调动能力，在补链强链的过程中深化了品牌在买手和客户心中的印象，从而增强了公司品牌的忠诚度与认可度。

数字时代没有一成不变的经营方式，有的只是时刻洞察消费者，致力于在各个环节做到最优，构筑自身的竞争壁垒，逐步升级的不可替代性。胡斌早已在心中萌发了建设全自动化无尘工厂的构想，接下来，他计划继续优化产品质量和提供优质服务，为中国纺织供应链的模式创新和价值提升助力赋能。TA

Focus / 聚焦

2024/2025 秋冬中国纺织面料流行趋势时尚沙龙在柯桥举办

近日，2024/2025秋冬中国纺织面料流行趋势时尚沙龙在绍兴柯桥成功举办，活动汇聚了典服饰、凡特思、金点子纺织等40余家柯桥纺织企业，共同探讨当下消费者生活方式及面料流行趋势。

此次活动以“启序”为核心概念，通过流行趋势专家分享，深入解读当季流行元素、流行色彩在不同领域的运用。同时结合实操互动，为企业产品开发提供了指引，帮助企业在产品设计、色彩搭配、面料选择等方面更加贴近市场需求和流行趋势。

在分享环节中，中国纺织信息中心流行趋势部副主任李晓菲以“2024/2025秋冬中国纺织面料流行趋势——消费者需求与面料趋势解析”为主题进行分享。她指出，在追求性价比的时代，消费者之间盛行着循环使用的“RE式二手消费”新时尚，另外能满足多场景穿着、设计感丰富的休闲商务套装是未来重要的服装开发趋势。中国纺织信息中心流行趋势部流行趋势研究员王玢聚焦“迭起”“承续”“流转”“合创”四个主题概念下的关键单色，分析了中性色、马卡龙色、电子感亮色等在面料和服装上的创新应用。

在实操环节中，企业代表们自带面料新品小样，集合时尚杂志上的图片单品，以小组为单位进行了交流。他们从生活方式、灵感图片、面料质地、适用场景、参考样衣、色彩色调等方面进行了探讨，构想出了许多创意设计杰作。

此次活动不仅带来了流行趋势的分享，还通过实操互动为企业产



时尚沙龙现场。

品开发提供了实用的指导。参与活动的企业代表纷纷表示受益匪浅。绍兴格沃纺织品有限公司主营用于童装、少女装的新工艺绣花面料，公司总经理胡晨表示，专家在沙龙上分享的诸多当下流行趋势，为企业开发风格独特的小众精品面料提供了启发。绍兴维致纺织品有限公司业务经理洪华楠也表示，通过实践操作、专家指点，让企业产品开发的思路更清晰，对打造“既有里子、也有面子”的时尚秋冬面料有了全新认知。

聚焦柯桥纺织产业集群特点，针对企业产品开发中的痛点问题，此次活动聚合行业资深从业者的智慧与经验，为柯桥纺织企业带来了秋冬产品开发的新思路，为柯桥纺织企业开展系列化的时尚精品设计与开发提供了系统、专业的解决方案。

中国轻纺城集团党群服务中心正式启用



党群服务中心打通了服务群众的“最后一公里”。

凝聚党员经营户等工作上开启了全新的篇章。

中国轻纺城集团党群服务中心坐落于联合市场5楼A区，总面积约850平方米，设置综合服务大厅、文化宣传展厅和“双家”活动室三大主题功能区，涵盖服务、教育、活动、宣传、交流五大功能，是服务党员群众、开展学习交流、展示活动成果的重要阵地。

综合服务大厅设综合服务、市场服务、交易服务、工商服务、税务服务、商标专利服务等窗口，旨在为轻纺城市场经营户解决市场业务需求、处理投诉与建议、调节矛盾与纠纷。文化宣传展厅集中展示了轻纺城的发展历程、特色党建工作、百年党史知识等内容，是党员群众近距离感受集团发展、了解党史的重要场所。“双家”活动室则是党员群众开展活动的阵地、学习党的理论知识的园地、增进员工感情交流的根据地，致力于把“党员之家”“职工之家”打造成“温馨之家、幸福之家”。

“中心+驿站”的联动模式，切实架起了党群连心桥，打通了服务群众的“最后一公里”。接下来，集团将持续真正发挥中心作用，更好地为市场经营户提供便捷、高效的服务，为中国轻纺城高质量发展打造优质营商环境。

柯桥两项科研成果喜获 2023 年度中国纺联科技奖

近日，2023年度中国纺织工业联合会科学技术奖励大会在人民大会堂举行，隆重表彰2023年度中国纺联科学技术奖，今年评选出技术发明奖和科技进步奖共计67项，柯桥占2项。

据悉，中国纺织工业联合会科学技术奖是由国家科学技术部批准设立的面向全国的行业性科学技术奖项，旨在奖励在全国纺织行业科技进步活动中作出突出贡献的集体和个人，代表了我国纺织科技领域的最高荣誉。

其中，由浙江梅盛新材料有限公司、现代纺织技术创新中心（鉴湖实验室）等单位合作完成的“高品质超纤革多功能整理关键技术研发与产业化”项目获得技术发明奖二等奖；由浙江东进新材料有限公司、绍兴文理学院和浙江技立新材料股份有限公司合作完成的“防水透湿阻燃功能户外面料制备关键技术及产业化”项目获得科技进步奖二等奖。

纺织产业是柯桥重要的民生产业和支柱产业，依托浙江省现代纺织技术创新中心、浙江理工大学绍兴柯桥研究院以及绍兴文理学院等高能级科创平台，近年来，柯桥区积极作为，紧扣创新驱动，鼓励和扶持企业技术改造和技术创新，推动重大技术成果转化与落地孵化，促进现代纺织创新链、产业链和人才链的精准对接，使柯桥纺织科技创新体系不断完善，科技创新能力稳步提升，持续赋能柯桥纺织的高质量发展。

(本版整理 边吉洁)

融合而生 创新而长

纤维之路——中国纤维流行趋势产业链创新交流会走进厦门

■ 张冬霞 宁翠娟 / 文

自2012年以来，每一年度的中国纤维流行趋势都会集中发布中国纤维产业最有热度、最富科技性、最有市场潜力的纤维品种。作为“中国纤维流行趋势”的重要延伸活动，纤维之路——中国纤维流行趋势对接交流活动始于2021年，从北京出发，先后走过了很多地方，本次来到了厦门。

由融合而生，因创新而长，纤维之路走出了不一样的精彩。12月6日，纤维之路——中国纤维流行趋势产业链创新交流会在新时尚之都厦门举行。会议由中国化学纤维工业协会主办，华峰化学股份有限公司支持，流行趋势研究与推广工作室、中国纺联传媒中心承办。

中国化学纤维工业协会会长陈新伟，华峰化学股份有限公司总经理朱炫相、市场部总监王建波、营销总监蔡以勇以及来自行业协会、中国纺联传媒中心、纺织化纤产业链的领导和专家，高等院校、下游及品牌企业代表等共聚厦门，深度解读纤维材料创新及时尚流行趋势，分享创新纤维产品应用解决方案，探讨产业跨学科创新发展之路。

融合创新的成长基因

“自2021年始，3年时间里，纤维之路——中国纤维流行趋势对接交流活动已组织重点化纤企业与数十家下游企业及优质品牌进行交流对接，从面对面传递纤维新技术、新品种，深入了解下游企业研发痛点、难点，到探讨多方协同创新的可行路径，再到提出产业链垂直一体化整合，‘纤维之路’坚持一步一个脚印，力求让每一家参与的企业都有获得感，切实搭建产业链上下游之间的沟通桥梁，为发挥纤维新材料在终端产品中的增值作用提供支撑。”中国化学纤维工业协会副会长兼秘书长关晓瑞在致辞时表示，这也是中国化纤行业深入贯彻落实“三品”战略，推动纺织行业现代化产业体系建设的重要举措。她希望本次交流会能激发出更多新观点、新思路、新举措，助力产业链上下游更好地融通对接，合力提升“链”价值。

“我们能不能创造流行，产品端与制造端如何更好地融合，如何从消费者的角度提出我们的纤维解决方案，如何通过创造需求、引领需求将中国纤维流行趋势进一步打造为生态化平台？”基于这些思考，东华大学材料科学与工程学院研究员王华平围绕纤维材料的新定义、新内涵、新设计及其发展历程，介绍了纤维材料的可持续创新发展。对于纤维材料的未来发展，王华平提出三点建议：一是制造产业链与品牌、消费者达到有效协同；二是强化技术创新、消费者体验及易于理解的表达；三是结合不同地区、不同气候条件、不同应用场景将原料、技术、产品、服务创新等更多元素融合在一起，为终端及消费者提供更多友好的流行产品。

纤维与时尚的美好邂逅

运动领域是当今社会消费趋势的热点，运动装备功能性的需求不断提高，其中明显的需求之一便是抗菌抑味。基于此，华峰化学股份有限公司市场中心市场发展经理邱品斌主要介绍了千禧®抗菌氨纶的性能特



交流会现场。

点及市场应用效果。该产品除抗菌性能优异外，还具备两大优势，一是符合可持续发展趋势，降低消费后洗涤次数和成品淘汰频率；二是赋能面料开发，注重消费者体验，将抗菌技术和时尚关联，释放出更多可能性。“一种纱线无限可能，以千禧®抗菌氨纶为基础，叠加凉感、吸湿速干、抗皱易打理、防护等功能，华峰化学在各领域均有产品开发成果。”此外，他还介绍了华峰化学更多的创新产品，如千禧®酸性可染氨纶、千禧®黑色氨纶、千禧®再生氨纶、千禧®生物基氨纶等。

苏州大学纺织与服装工程学院副教授、香港理工大学高级研究员、法国卡琳品牌与流行趋势机构中国区CEO洪岩结合趋势研究方法和营销学理念，介绍了法国卡琳品牌的发展历程，并分享了法国卡琳2024/2025时尚流行趋势的四个方向，分别为“再生”、“绝对主义”、“华丽再生”、“未来冒险”，其中，和纤维材料更为接近的是“未来冒险”主题。针对如何来应对这样的趋势？洪岩提出了几种思路，如将动荡肌理应用于服装面料的印花，开发具有温度调节质感的材料来满足消费者被保护被关爱的需求；利用光泽感让面料形成视觉化、差异化的特点，依据海洋生物形态开发符合流体动力学的运动类服装等。

打造跨学科创新的纺织品

纺织品作为多学科交叉的创新产物，从石化矿物炼化、农林种植，到化学单体精制、聚合、纺丝成形、织造、染整、服装设计等，每一个环节都是涉及不同专业的深度融合。在“纺织品——跨学科创新的商业催化剂”对话环节，东华大学材料科学与工程学院研究员王华平、华峰化学市场部部门副经理孙律平围绕趋势、可持续发展、产品研发等话题进行了精彩分享。

关于趋势，王华平表示，要引领市场、创造需求，并形成规模效应，在实现手段上要融合文化、生活方式、社会现象等，提供高水平的解决方案，并不断创新迭代。孙律平认为，从纤维企业角度，要找到下游的关注点，并从材料端为消费趋势提供支撑。

关于可持续发展，王华平认为，在探索人与环境的平衡中蕴含着很多科技机会，如对生活品质、运动健康的关注，对资源环境的保护等，都会推动纤维新材料的突破性发展。孙律平说道，一方面企业要在减少能耗、物耗上下功夫；另一方面也要培养消费者，特别是年轻消费者的可持续意识。

此外，在上下游联动开发、品牌合作案例、消费者链接等方面，嘉宾们也分享了诸多经验。TA



中国纺联秘书长夏令敏(右)为广州国际轻纺城授牌。

织就“中国纺织时尚中心”新图景

■ 张丽 / 文

12月9日，向潮而生，消费焕新——中国纺联流通分会携手广州国际轻纺城共建“中国纺织时尚中心”活动在广州国际轻纺城隆重举行。活动上，中国纺织工业联合会流通分会向广州国际轻纺城授予“中国纺织时尚中心”牌匾，标志着全国首个纺织时尚中心正式落户广州市海珠区。

当前，广州市海珠区正奋力推进“百千万工程”，其中一项重点任务就是“建设中大国际创新生态谷”。此次“中国纺织时尚中心”的正式落户是贯彻落实“百千万工程”的一项实际举措，将有力助推中大纺织商圈转型升级。

中国纺织工业联合会秘书长夏令敏表示，广州国际轻纺城作为我国纺织服装业内首屈一指的龙头市场，链接生产端、紧贴消费端，紧扣时代脉搏，以提振行业信心、拉动时尚消费为导向，始终走在产业焕新升级的前沿，在商流、物流、信息流、资金流等的深度融通中带动区域发展，同时也在项目品牌形象、消费基础设施、配套服务等维度持续引领商圈及产业加速提质焕新、提档升级。

把握历史机遇，持续做强品牌

今年广东省政府印发的《关于进一步推动纺织服装产业高质量发展的实施意见》明确提出，打造两个纺织服装总部经济增长极，将依托广州、深圳在纺织服装商贸、全球性展会、总部、高端定制、时尚创意等方面的优势，打造纺织服装总部经济和创意设计的“两极”。广州市政府印发的《广州市建设国际消费中心城市发展规划(2022-2025)》也明确提出，要做强时尚消费、打造时尚消费示范区，打造中大国际时尚消费中心，建设海珠潮流时尚消费商圈。

当前，海珠区紧抓广州建设国际消费中心城市的有利契机，以“一圈引领、五圈支撑”为总体布局，高标准建设国际消费中心城市标杆区，进一步加快中大纺织商圈向中大国际纺织时尚中心发展目标迈进，持续做强“中国纺织时尚名城”品牌，向数字创意设计中心、科技面料研发基地、潮流趋势发布基地、品牌孵化总部基地转型升级，致力于成为具有经典魅力、时代活力和全球影响力的现代化中心城区和消费示范区，成为广东省推动纺织服装产业高质量发展、广州市建设国际消费中心城市、打造国际时尚之都的重要载体、产业支撑和闪亮名片。

创新消费场景，引领产业新朝向

消费升级是当前消费的主旋律，正形成追求创新和变化、更加偏好新产品和新体验的消费文化，市场需求呈现个性化、多层次、多元化趋势。活动上，中国纺织工业联合会流通分会会长徐建华在主题演讲中分享道，崇尚个性的新生代人群成为消费主力，其消费理念、消费模式、消费习惯发生变化：从注重量的满足向追求质的提升，从关注有形产

品向关注服务体验，对产品性能、品质、个性化、设计感、情感因素、性价比以及消费方式、购物环境、体验场景的要求不断提高，愈发成熟的消费群体不断涌现；文化自信大背景下，国内消费者对本土品牌的认可度也在提升，国潮国货崛起和国产替代的浪潮下，高性价比的国内品牌正逐步替代同类的外国品牌。

活动现场，作为广州国际轻纺城升级消费基础设施的最新成果，全面焕新后的AB区2楼盛大启业，该区域命名为“AB2·潮玩力量”，首创定位为电商服装潮品、面料采购专区，兼具批发与零售功能。此外，广州国际轻纺城还将在此搭建起电商服装潮品柔性供应链，为商户注入更多不同的数字化技术与营销推广支持，赋能其订单与流量双增长、双提升。当天下午，广州国际轻纺城便在B区休闲区内举行了电商服装品牌专场对接会，邀请多个知名品牌与“AB2·潮玩力量”内商户进行近距离交流对接。

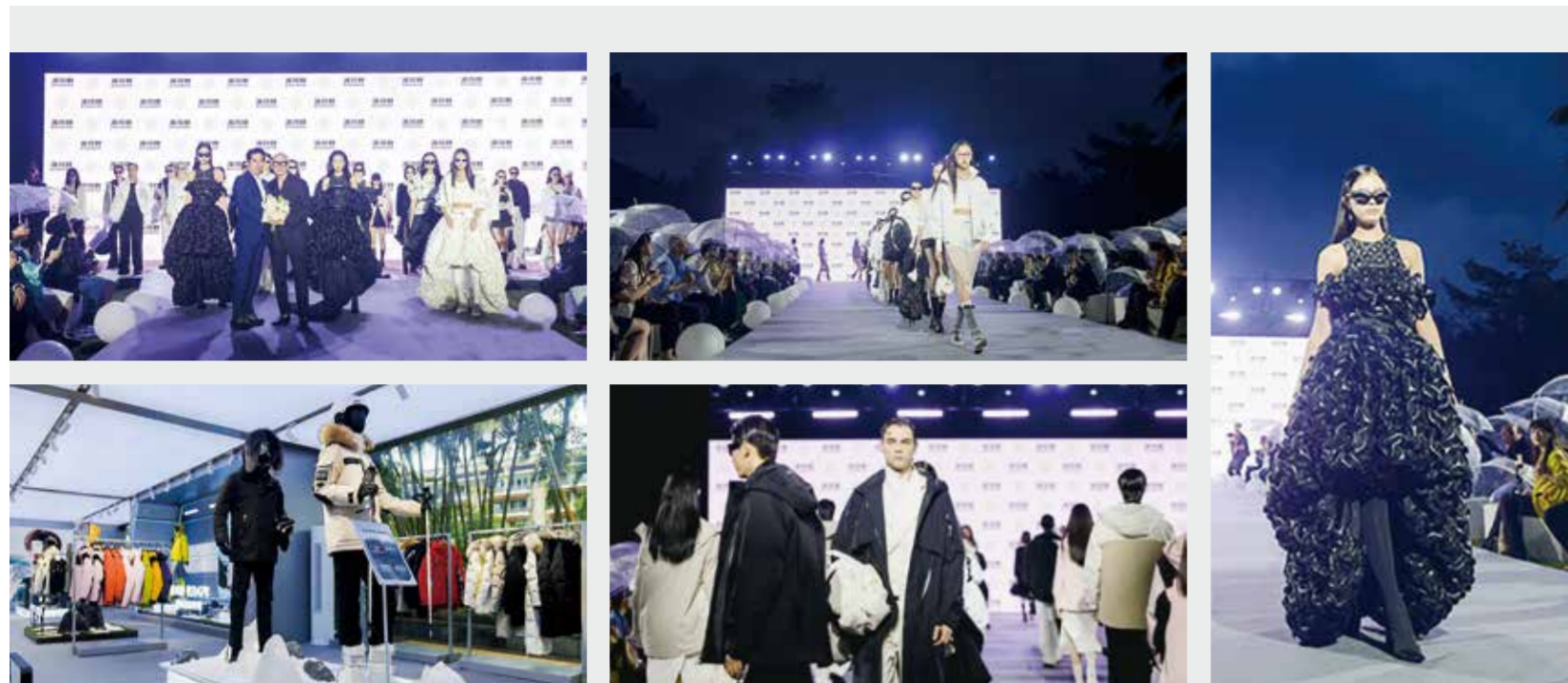
焕新品牌形象，释放生态新引力

活动现场，广州国际轻纺城全新品牌标识ONEFABA正式发布。此次广州国际轻纺城全发布的新品牌标识由色彩鲜明的中英文设计字标组成，色彩上采用充满高端科技感的大气蓝为主，更显年轻、时尚与国际范。广州国际轻纺城相关负责人透露，标识中的英文ONEFABA灵感源自ONE(统一)、FABRIC(布料)、ALLIANCE(联盟)三个英文单词的缩写，寓意广州国际轻纺城将继续凭借自身的平台势能将上下游产业链、商户及每一位到访轻纺城的人连接起来，生动演绎“一城链时尚”理念的同时，在新的时代方位下，携手构筑品牌集聚、产业集群、要素集约、服务集中的现代化纺织时尚产业生态联盟与消费中心。

活动现场，2024/2025秋冬中国纺织面料辅料流行趋势——广州国际轻纺城专场发布火热进行。最新一届静态展通过“迭起、承续、流转、合创”四大主题，以图片与实物的时尚化组合，多层次、立体化展示全国500多家知名企业开发的入围产品，以及广州国际轻纺城实力商户代表的面辅料产品，全方位演绎未来季节的产品特色、色彩趋势及面料辅料开发的重点和方向。

与此同时，作为首创推出，持续为激励商户创新、赋能产业升级、优化营商环境而生的品牌主题IP活动——广州国际轻纺城2023年度“人气时尚门店”评选也在本月内重磅启动，共同掀起门店时尚新浪潮。

扬帆再启航，推动“二次创业”再出发。广州国际轻纺城将稳步加大对消费基础设施升级改造与商圈生态培育的正向投入，同时携手城内商户及产业链上下游各方力量，助力广州培育建设国际消费中心城市，以更多新的出发续写中大纺织商圈的新辉煌，织就“中国纺织时尚中心”的时代新图景。TA



发布会现场。

波司登超级发布会亮相博鳌， 一展中国时尚力量！

千川汇海阔，风正好扬帆。12月2—5日，以“聚焦新质生产力，增强发展新动能”为主题的2023中国企业家博鳌论坛拉开帷幕。逾千名世界500强、中国500强和行业领军企业家汇聚一堂，共谋中国经济高质量发展之道。

本次论坛期间，波司登以一场精彩的时装发布秀，向大众展示了中国品牌的魅力与实力。

全国工商联纺织服装业商会理事长，波司登品牌创始人、集团董事长兼总裁高德康在本次波司登超级发布会上表示：“波司登抓住供给侧改革和消费升级的大趋势，聚焦主航道，聚焦主品牌，回归品牌引领发展模式，重塑品牌力、产品力和零售力，波司登‘大品牌、好品质、羽绒服代名词’的品牌认同感不断强化，迈向‘全球领先’的脚步更加坚实。”

品牌的成功源于持续的创新。今年，波司登以创新产品传承品牌文化基因，再次重新定义轻薄羽绒服，让羽绒服跨界融合卫衣、针织衫、冲锋衣等经典单品，不断以创新丰富供给，以创新扩大消费，以创新引领市场。

众多来自各行各业的企业家、艺术家和相关部门组织代表齐聚一堂，共赏这场羽绒服时尚盛宴。秀场上，波司登展示了“高鹅绒三合一冲锋衣羽绒服”，其独特之处在于采用热湿力平衡系统，以及三重功能科技面料，防风防水的同时，保持舒适透气，一衣三穿，适合更多户外场景。



博鳌会场。



波司登的成功源于持续的创新。

在这场波司登带来的时尚盛宴中，时尚与功能的界限得到巧妙平衡，对现代时尚的理念得以完美诠释，波司登以其强大的创新实力，展示了羽绒服品类创新的无限可能。

以创新成就品牌价值，以专业诠释品牌内涵。在观赏大秀之后，新华网董事长储学军、岚图汽车科技有限公司 CEO 卢放、元气森林联合创始人王璞、东方雨虹控股副总裁兼民用建材集团总裁牛德彬、江苏恒瑞医药股份有限公司副总经理霍仕文等一同登台，身穿波司登“高鹅绒三合一冲锋衣羽绒服”，共同为国货点赞加油，见证中国品牌乘势而上、向新而行。

秀场之外，波司登国潮馆亮相博鳌，开放迎宾。大气开阔的展厅、络绎不绝的人群，波司登以十足的诚意，让消费者共同见证一个中国品牌的自我超越，近距离感受中国时尚、中国品牌的奋进力量，感受一个与时俱进、持续创新、“创唯一、永争第一”的波司登。

三江汇流，万泉归海，思想激荡，洪波涌起。这场在椰林海风的美景中进行的超级发布秀，向众人展现了波司登在时尚创意、设计研发等方面的全新升级，传递出更加国际化、时尚化的波司登品牌形象。相信未来会有众多像波司登一样的国货品牌，成为世界舞台上的璀璨明星。(欣桦) TA



悦新年旋律，品民族之韵

隆庆祥 2024 迎新年音乐鉴赏活动即将闪耀亮相

■ 本刊记者_云娟娟

如果说，音乐是深入灵魂的艺术生活，那量身定制，则是浓缩制衣技艺与美好生活的文化表达。12月23日，隆庆祥——这个承载着华夏服饰礼仪文明、拥有500年历史的民族服装定制品牌，将以“国韵礼赞·悦享华章”为主题，在国家大剧院隆重举办2024迎新年音乐鉴赏活动。这场音乐鉴赏活动不仅是一场答谢客户的感恩礼赞，更是隆庆祥品牌升级和创新的生动诠释。

以“音”为证，国韵新颜

百年匠心，国韵可鉴。隆庆祥始于1522年，坚守非遗技艺500多年，承袭了皇家制衣工艺与精神。在传承中国传统非遗文化的同时，隆庆祥始终追求变革与突破，持续推进品牌创新，实现民族服装定制品牌的全面升级。作为首登长城举办新品发布会的民族服装定制品牌，隆庆祥在500年之际，以文化打底，用设计赋能，引领了服装定制新风潮、新风尚，展示了品牌实力和影响力。

今年以来，隆庆祥将服装定位瞄准“年轻化、时尚化”“多场景穿搭”，以“自由之境”“旷野之息”发布秀，更加凸显其关注消费者精神追求与内心体验的品牌精神。不拘泥于沉稳与端庄，游刃有余驾驭传统与现代，凭借更加年轻化、休闲化、自由化的设计表达，隆庆祥正大步迈入品牌风格焕新实践新阶段。

以“音”礼赞，匠心永传

有一种力量，能让所有情感都得以安放，那就是音乐。音乐能表达匠心、坚守、初心、感恩和爱。在隆庆祥品牌理念中，匠心是对非遗技艺、传统手工艺的传承，坚守是对品牌理念、文化的坚持，初心是对品牌精神的理解，感恩是对消费者的大爱，爱是对品牌的深情。今年是隆庆祥第10次举办迎新年音乐



往年隆庆祥新年音乐会现场。

鉴赏活动，十余年来，隆庆祥坚持通过让客户聆听音乐的形式，在音乐与服装的交织中感受到隆庆祥的品牌精神和文化内涵，激发客户对品质、高雅生活方式的热情。从2014“隆庆祥瑞新年”到2015“隆庆祥——迎春”，充满着喜庆与祥和；从2016“感恩回馈，臻享品质生活”到2018“隆庆盛世·祥韵京华”，饱含着对传统文化的尊重和传承；从2022“匠心织锦绣 岁月谱华章”到2024“国韵礼赞·悦享华章”，展现了音乐与生活的完美融合。隆庆祥通过历年新年音乐鉴赏活动，表达着与客户之间的密切关系。

“音”你而在，爱不缺席

以匠心传承，坚守初心；以感恩致远，展现品牌百年沉淀的文化魅力。五百年国粹老字号品牌隆庆祥始终致力于传承和发扬中国传统文化，此次迎新年音乐鉴赏活动将依然延续答谢客户的传统，通过“国韵”作为“礼赞”客户的形式，邀请客户悦享民族管弦乐华章，让客户欣赏到音乐之美，感受品牌文化和艺术魅力的“国韵悠长”。

隆庆祥2024迎新年音乐鉴赏活动现场的客户，将聆听到国家大剧院“中华情怀·民乐名家”系列之“国韵悠长”2024民族管弦乐表演，现场著名音乐家、演奏家，以及表演艺术家等共同为客户带来一场精彩视听盛宴，让客户欣赏到音乐之美和民族服装之美，感受隆庆祥品牌的文化魅力。

“音”你而在，爱不缺席。2023年12月23日，隆庆祥百年品牌与您共赴这场音乐与爱的盛宴，感受品牌深厚的文化底蕴和温度，共同奏响新年的华丽乐章。相约国家大剧院，我们不见不散。TA

坦博尔再次受邀参展 ISPO MUNICH

■ 本刊记者_罗欣桐

近日，国民高品质户外羽绒服品牌坦博尔受邀参加 2023 慕尼黑国际体育用品博览会 (ISPO MUNICH 2023)，焕新亮相国际运动滑雪品牌馆。作为国际馆唯一一家中国羽绒服品牌，坦博尔重磅推出生活滑雪、露营冲锋、时尚运动、轻薄弹力运动、商务户外五大全新系列，展示中国羽绒服品牌的领先实力，与众多国际一线品牌同场竞技。

走出国门演绎靓丽“中国红”

本届 ISPO MUNICH 展以“体育运动新视角”为口号，汇聚了全球一线功能科技品牌展商，万名观众齐聚德国慕尼黑展览中心。

展会紧跟时代步伐，聚焦运动领域的创新产品与优质服务，探讨体育产业中的创新、可持续发展、包容性与零售业等焦点话题，为行业人士、参展商、观众等提供面对面交流的理想平台。这与坦博尔的品牌战略方向高度契合。

早在去年 11 月，坦博尔就首度受邀参加上届 ISPO MUNICH 展，与全球 50 个国家的优秀品牌同台，作为博览会馆唯一的中国品牌，展示了中国智造的品质和魅力。

今年 10 月，随着“新自然 心自由——坦博

尔定义户外新趋势”上海大秀荣耀绽放，坦博尔刷新业界对高品质羽绒服的理念与认知。此番二度受邀亮相慕尼黑，一方面，组委会给予了坦博尔更大更好的展位，全新定位的坦博尔也带来了更有竞争力的产品，展现更有辨识度的品牌定位。

本次参加 ISPO MUNICH 2023，坦博尔再次展示了行业领先的产品及服务，体现出品牌的匠心品质，演绎出一道道靓丽的中国智造风景线，是坦博尔近年技术升级、设计升级、品牌升级等创新成果的又一次集中呈现，引起了来自全球专业观众与买家的高度关注。

为中国羽绒服品牌赢得更大市场

自 1999 年创办以来，坦博尔秉承专业、时尚、功能的品牌理念，在产品研发、品牌视觉呈现等方面持续升级，不断推出迭代升级的户外高品质羽绒服产品。以覆盖全年龄段的多系列产品，满足消费者对“更多场景、更高品质”的户外服装消费需求，引领中国羽绒服行业在高质量发展之



ISPO MUNICH 2023 上的坦博尔展位。

路上实现价值升级。

以坦博尔为代表的中国户外运动服装品牌，面对新时代产业发展趋势和服装行业市场环境变化，始终发力高品质羽绒服赛道，大力推动品牌升级、研发创新、产品多元、营销创新和服务提效，成为了中国羽绒服行业高质量发展的重要力量。

未来，针对户外功能服装时尚化、潮流化的发展趋势，坦博尔将坚持打造高品质户外羽绒服，以科技创新、设计创新、产品创新为品牌升级赋能，带领崛起的中国羽绒服品牌在全球时尚领域赢得更大市场。TA

凌迪 Style3D 和全球运动品牌约了个会

■ 贺兰 / 文



凌迪正在将 AI+3D 技术渗透至全球产业链。

11 月 28—30 日，全球著名的体育用品博览会 ISPO MUNICH 2023 在德国慕尼黑展览中心举办。此次展会吸引了来自德国、中国、意大利、法国等 55 个国家及地区的超 1600 家体育用品领域知名企业参加，Style3D 作为数字时尚基础设施，携 AI+3D 相关多款产品惊艳亮相此次展会，助力全球体育时尚可持续发展。

在展会的 B1 馆 409 展位，Style3D 展台吸引了众多专业观众驻足，Style3D 海外团队以饱满的热情，向参观者们介绍 Style3D 从设计到生产全链路的 3D 研发解决方案，并在 AI 产品融入下实现更逼真的营销展示。现场还展出了 Style3D 面料数字化硬件设备及数字服装穿搭体验的 Mixmatch，让众多参观者上手操作，亲自感受数字化时尚升级的奇妙过程。

此外，在 ISPO MUNICH 2023 的数字化转型论坛上，Style3D 向在场观众分享了品牌和零售商如何通过 3D 运动服装系列实现可持续增长和创造全新客户体验，获得现场热烈掌声，成功吸引诸多客户与海外团队深入洽谈，并建立良好的合作关系。

作为数字时尚技术提供商的“领军者”，Style3D 积极推进全球时尚研发变革，加速与全球时尚企业合作，将 AI+3D 技术渗透至全球产业链，以科技推进时尚可持续。未来，Style3D 还将持续创新技术，打造更多更“提效”、“易用”、“可持续”的数字化工具，并逐步提供全球各地本地化部署的实施与服务，为全球时尚行业数字化贡献中国力量。

慕尼黑国际体育用品博览会始办于 1970 年，每年一届，现已成为世界知名的多品类运动用品展。在“体育运动新视角”的口号下，ISPO Munich 2023 全面覆盖运动行业的各个领域及这些领域的最新发展趋势，不仅展望体育行业的未来，还将为相关领域开辟新的天地。TA

华峰千禧®

Huafon QIANXI

中国纤维品牌联动创享汇

China Fibers Co-branding World

· 搭建纤维品牌与下游及终端品牌的联动平台

· 进一步提升纤维企业对品牌建设的重视程度

· 推进纤维品牌与下游品牌的联动与合作深度

· 持续提升中国纤维品牌整体影响力与竞争力



扫码申报 共享平台

联系人：戎中钰

电话：13581831679 (同微信号)

邮箱：amosroy@126.com

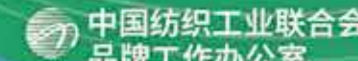
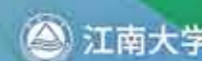
网址：www.cffa.com.cn



中国化学纤维工业协会



华峰化学股份有限公司



冬市营销环比回落 价格指数小幅下跌

20231211 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20231211 期纺织品价格指数收报于 105.51 点，环比下跌 0.18%，较年初下跌 0.99%，同比下跌 0.50%。



2023 年 1—11 月，中国轻纺城面料市场实现成交额 1845.59 亿元，同比上升 10.31%；网上市场实现成交额 858.07 亿元，同比增长 10.68%。

近期，中国轻纺城冬市营销环比回落，其中：原料市场价值量环比下跌，坯布市场价值量环比回落，服装面料市场布匹价值量环比小升，家纺类产品成交量环比微升，辅料价值量环比回升。

原料价值量环比下跌，涤纶环比下跌，纯棉纱环比下跌

据监测，本期原料价格指数收报于 82.24 点，环比下跌 0.27%，较年初下跌 1.07%，同比下跌 0.07%。

聚酯原料环比下滑，涤纶成交环比下跌。本期涤纶原料价格环比下跌，华东地区 PTA 现货主流 5655 元/吨，环比下跌 40 元/吨左右；MEG 主流 4040 元/吨，环比下跌 40 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 6635 元/吨左右，环比下跌 40 元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比下跌，价格稳跌互现，POY 报价 7475 元/吨，环比下跌 25 元/吨；FDY 报价 8825 元/吨，环比持平；DTY 报价 8850 元/吨，环比持平。本周国内涤纶市场成交呈现环比下跌走势，下游备货积极性有所下降，涤纶长丝价格呈现环比下跌走势。目前多数织造厂商库存压力增加，随着聚酯原料价格走弱，补货积极性下降，仅维持刚需拿货，多消耗原料库存为主。

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 7170 元/吨，环比下跌 45 元/吨。涤纶短纤报价环比下跌，产销仍显清淡。纯涤纱市场报价稳跌互现，32S 纯涤纱报 11650 元/吨左右，环比下跌 20 元/吨；45S 纯涤纱报 12500 元/吨左右，环比持平。

纯棉纱价格环比下跌，人棉纱价格继续下跌。近期，萧绍地区纯棉纱市场价格环比下跌，销售环比回缩。气流纺 10S 纯棉纱报价 14950 元/吨，环比下跌 100 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报价 22250 元/吨，环比下跌 350 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 25300 元/吨，环比下跌 350 元/吨。纯棉纱市场的交投气氛一直较弱，很多中小纱厂出现大幅亏损，导致减产停产现象持续增加。目前贸易商手上的棉纱库存依旧高企，巨大的去库压力拖累了整个棉纺织产业链。尽管棉纱贸易商已经开始降价抛货，库存略有下降，但纱厂的棉纱还在加速累库，所以整体库存的消化仍需要较长的时间。

近期，粘胶短纤原料价格环比下跌，成交环比回缩，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13175 元/吨左右，环比下跌 225 元/吨。人棉纱价格环比下跌，销售继续下降，人棉纱市场延续清淡走势，走货情况依然不佳。30S 人棉纱价格报 16870 元/吨左右，环比下跌 80 元/吨，40S 人棉纱报 17900 元/吨左右，环比下跌 100 元/吨。

坯布行情环比回落，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 120.62 点，环比下跌 0.98%，较年初下跌 3.14%，同比下跌 2.23%。

近期，坯布市场营销环比回落，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单环比回缩，坯布价值量环比下跌。坯布市场价格低价抛货。目前将进入 2023 年底，企业尤其需要现金，手上有充足库存的老板，就会降价抛货，将价格再打下来。其中：天然纤维坯布需求明显回落，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明显回落；化学纤维坯布现货成交和

订单发货明显回落，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明显回落，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

服装面料环比推升，价格指数环比小涨

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 116.86 点，环比上涨 0.14%，较年初下跌 0.21%，同比下跌 0.03%。

本期服装面料类价格指数环比小涨。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比推升，初冬季面料成交环比推升，春季面料下单局部小增，对口客商入市认购环比推升，服装面料价格指数环比小涨。其中：纯棉面料、涤棉面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、粘胶面料、粘毛面料、锦纶面料、麻粘面料成交量不等量上涨，拉动服装面料价格指数环比小涨。

家纺市场微势回升，价格指数环比微涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.89 点，环比上涨 0.03%，较年初上涨 0.02%，同比上涨 0.17%。

本期家纺类价格指数环比微涨。近期，家纺市场营销微势回升，轻纺城家纺市场行情环比微涨，整体市场价格微幅上涨。创新色泽花型面料现货成交量和订单发货量环比回升，兼具时尚元素的创意产品现货成交和订单发货环比推升，价格指数环比微涨。其中：日用家纺类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈环比上涨走势；窗帘类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈环比微涨走势；窗纱类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈环比微涨走势，拉动家纺类总体价格指数环比微涨。

市场行情环比回升，辅料指数环比上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 133.47 点，环比上涨 0.45%，较年初上涨 0.24%，同比下跌 1.29%。

本期服饰辅料类价格指数环比上涨。近期，市场成交环比回升，轻纺城传统市场服饰辅料行情震荡上行，因下游企业备货环比增加，市场成交环比回升，现货成交和订单发货呈现环比增长走势，价格指数环比上涨。服装里料类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；衬料类行情环比推升，价格指数呈环比上涨走势；带类行情环比回升，价格指数呈环比上涨走势；线绳类行情微势回升，价格指数呈环比微涨走势，拉动辅料类总体价格指数环比上涨。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡回缩走势。2023 年年终临近，纺织产业产销率较低，目前纺企普遍面临较大竞争压力，纺织厂在犹豫是否提前囤积原料，以稳定报价；因下游需求相对不足，后期市场走势还需进一步观望。在织造市场下单数量减少、后劲不足的情况下，市场或将呈现局部下行走势。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能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

中大門 廣州
ZHONG
DA
MEN

广州中大門,时尚中国南大門。

