

# 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

2024.01.01 | 第01期 | 总第1153期



《纺织服装周刊》  
恭祝广大读者

## 新年快乐

P06

孙瑞哲：  
实干成就价值  
信心塑造未来

P12

以现代化产业体系建设，  
促进纺织高质量发展

# 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 | huafon 华峰化学 | 华峰化学股份有限公司 | 江南大学 | 中国纺织工业联合会品牌工作办公室

# 《纺织服装周刊》杂志社理事会

(排名不分先后)

### 理事长单位



### 副理事长单位



### 常务理事单位



### 理事单位



### 国际战略合作单位



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 郭森

### 融媒体中心

总监 墨影  
资深摄影 关云鹤  
美编 李萃鼎  
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)  
主任助理 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:

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 新年贺词 *Greetings*

孙瑞哲：实干成就价值 信心塑造未来

### 08 资讯 *Infos*

中国纺联携手12个地区开启共建“集群现代化建设示范区”  
纺织行业举办劳模工匠研修交流活动  
捕捉行业脉动 把握增长风向

### 10 关注 *Attention*

再交高质量答卷！  
为行业发展建言献策

### 12 特别报道 *Special*

以现代化产业体系建设，促进纺织高质量发展

### 14 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

消费升级 or 消费降级？柯桥纺企有话说……  
在守业中创新，“创二代”的成长之路  
产教融合，推进柯桥时尚设计产业建设

### 18 棉纺 *Industry*

科技是第一生产力！  
搭建交流平台，优化行业科技发展生态

### 20 化纤 *Industry*

逐梦十八载，天竹联盟如何再谱新篇？

### 22 集群 *Cluster*

江西赣州招商引资签约101.9亿元！

### 23 品牌 *Brand*

波司登首次上榜世界品牌500强

### 24 时尚 *Fashion*

常素嫔：以现代时尚再现传统服饰之美

### 25 一线 *Frontline*

助力中越边贸开新局

### 26 指数 *Index*

冬市营销略显回缩 价格指数微幅下跌

### 每周随笔

## 成就非凡的“我们”

过去的一年，我们在劈波斩浪中坚定前行，虽感艰辛不易，但更觉成就非凡。

在2023年这个贯彻党的二十大精神开局之年，全社会生产生活持续恢复，经济总体回升向好，纺织工业持续推进产业转型升级。中国纺联发布了《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035年）》，勾勒出中国式现代化进程中纺织行业高质量发展的战略蓝图。

在这一年中，纺织企业奔赴各地展会开拓市场、组团出海收获订单，各地出台助企政策，推动生产“忙”起来、消费“暖”起来。截至2023年1—11月，全国限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类零售额达12595亿元，累计同比增长11.5%，增长率在16类商品中排第2位。2023年1—10月，网上穿类商品零售额同比增长7.6%，增速较上年同期加快2.3个百分点，行业在推动内需消费与经济恢复中发挥重要作用。

时光无言，在人心深处镌刻难忘印记。梦想无垠，照耀气象万千的中华大地。迎来新年第一缕阳光，“明天会更好”是我们共同的信念。

2024年是实施“十四五”规划的关键一年。纺织行业更需在转方式、调结构、提质量、增效益上积极进取，推进纺织现代化产业体系建设迈上新台阶。

辞旧迎新之际，工信部等四部门联合印发《纺织工业提质升级实施方案（2023—2025年）》；商务部会同多个部门联合出台了《关于促进棉纺织产业内外贸一体化的通知》等政策措施；中国纺联与12个地区签订协议共建“纺织产业集群现代化建设示范区”及编制发布“发展纺织现代化体系行动指数”；2024全年intertextile面辅料展参展报名火热进行，大湾区国际纺织服装服饰博览会定档2024年6月共聚深圳福田，AW24中国国际时装周与业界相约2024年3月24日……奋斗的脚步跋涉不停，希望的种子悄然萌芽。

希望的春天，在行将启程的参展日程表中，在工厂车间轰鸣的机器声中，在实验室夜以继日的科研攻关中，在挂满新品热闹繁忙的市场档口中……无数平凡的“你我”，即将成就非凡的“我们”。

以奋斗为笔，我们书写极不平凡的2023；以梦想之名，我们拥抱充满希望的2024！

“摧伤虽多意愈厉，直与天地争春回。”追梦路上，从来没有轻松抵达的彼岸，也没有唾手可得的果实。新征程中，只要我们团结一心、众志成城，就一定能依靠奋斗打开发展新天地，创造纺织行业新型工业化的锦绣未来。

刘嘉

### View point / 产经看点

国家能源局表示，可再生能源已成为我国保障电力供应的新力量，装机达到14.5亿千瓦，占全国发电总装机超过50%，历史性超过火电装机。

——国家能源局

据济南海关统计，2023年前11个月，黄河流域9省区进出口值达5.32万亿元，占全国进出口值的14%；其中，出口3.2万亿元，进口2.12万亿元。对共建“一带一路”国家出口1.57万亿元，同比增长7.9%。

——济南海关

环球同业银行金融电讯协会(SWIFT)汇编的交易数据显示，2023年11月，人民币在国际支付中的份额从10月的3.6%升至4.6%，创人民币最高纪录。人民币在全球支付中的占比超过日元，成为国际支付第四大货币。

——环球同业银行金融电讯协会

当地时间2023年12月22日，欧盟统计局发布的数据显示，2023年第三季度欧盟进口了价值354亿欧元的能源产品，与2022年同期相比下降49.1%。

——欧盟统计局



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



孙瑞哲

# 实干成就价值 信心塑造未来

中国纺织工业联合会会长 孙瑞哲

新故相推，岁月如梭飞逝；日生不滞，世事如织流年。变局中谋复苏，挑战下求发展，过去的2023年是风云激荡、极不平凡的一年。

这一年，世界形势变乱交织，在纷繁问题中见证变局演进。

新一轮巴以冲突、非洲政变、红海危机，地缘冲突持续深化；核污水排海、罕见高温、COP28 喜悦参半，生态危机警钟鸣响；需求不振、能源危机、债务风险，疫情“疤痕效应”仍未消退；ChatGPT、“百模大战”，人工智能呼啸而来，改变创新、冲击认知、挑战真实。Brittle(脆弱)、Anxious(焦虑)、Nonlinear(非线性)、Incomprehensible(费解)，全球社会进入“BANI时代”。风高浪急，千磨万击，我们身处其中，走得坚定。

这一年，中国经济爬坡过坎，在多元压力中彰显韧性定力。

有效需求不足、社会预期偏弱、风险隐患仍多，面对重重压力，我国经济波浪式发展、曲折式前进，呈现回升向好态势。从“淄博烧烤”到贵州“村超”，从“亚运会”到“演唱会”，社会流量转化为发展增量；从citywalk到山野主义，从数字游民到搭子社交，新生活方式催生新消费方式；“一带一路”倡议十年再启新篇，外贸“新三样”享誉全球，开放之年正在形成开放新气象。乘势而上，顺势而为，我们把握机遇，干得笃实。

这一年，中国纺织风劲帆满，在敢干敢闯中实现行稳致远。

远见，纲举目张，绘制发展新蓝图。

从中国纺织发布《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035年）》，到工信部等四部委出台《纺织工业提质升级实施方案（2023—2025年）》，统筹全局，引领发展；从东部的广东、浙江到中西部的湖北、江西、重庆等省市，围绕推进新型工业化，地方产业政策的东风带来行业高质量发展的时代机遇。

前瞻，创新引领，培育新质生产力。

科技创新推动产业创新。行业高端化、智能化、绿色化发展的新动能加速蓄势聚力；高性能纤维、产业用纺织品的发展实现着万物可织，在生物经济、航空航天、能源交通、大健康等领域加快融合。2023“软科世界一流学科排名”中，首次发布的纺织科学与工程学科全球前四的院校都在中国。

成效，求真务实，坚守制造主战场。

坚持发展实体经济，规模优势与体系优势更加明显。前三季度，纺织业、化纤业产能利用率分别为76.4%和

83.8%，均高于同期工业水平。增品种、提品质、创品牌，“优供给促升级”落地开花。防晒服、鲨鱼裤等品类创新层出不穷，羽绒服、冲锋衣等市场热度持续攀升，更有性价比的制造品牌、流量品牌脱颖而出。

器量，扩大开放，构建新发展格局。

从中国纺织联展到大湾区纺博会，从世界布商大会到世界服装大会，主场外交、国际展会展示行业实力魅力；“一带一路”上，市场更加多元，合作更加深入；网络空间里，Shein、Temu 在全球范围取得世界级成功；中间品贸易、服务贸易持续拓展，外贸提质升级的新动能、新格局加快形成。

一点一星，汇聚成炬；一丝一缕，共织锦绣。在全面落实党的二十大精神、在推进中国式现代化新征程的起步开局之年，在推进中国纺织业高质量发展的启航之年，纺织人以热情与热爱、坚守与坚持，将纺织事业推向了新的高度。

一元复始，万象更新。2024年的新篇章正在打开。中国式现代化是最大的政治，高质量发展是新时代的硬道理。行业发展面临着新的任务和要求。未来海阔天空，却也难免风雨兼程。我们坚信下一个“中国”，还是中国；锦绣事业的未来，必定锦绣。这是我们的信心之塔，在波涛暗涌中指引方向，是我们的信念之锚，在风云变幻中给予坚定，是我们的信仰之湾，在暴风骤雨中提供安宁。

把握当下，相信未来。在新的起点，我们要取日新以图自强，去因循以厉天下，做好纺织新型工业化这篇新文章。

第一，在“稳”与“进”中国本兴“新”。锻长板、补短板、强弱项、守底线，持续完善全产业链制造体系；转方式、调结构、提质量、增效益，培育壮大新的增长点，不断巩固稳中向好的基础。

第二，在“破”与“立”中革故鼎“新”。坚持先立后破，从行业发展需求出发，融入数字经济、生物经济、绿色经济，面向新领域创新场景、延展边界、拓展空间，推动新旧动能平滑转换。

第三，在“竞”与“合”中协同创“新”。竞有略，合有道。坚持自立自强、自主可控，牢牢掌握发展主动权；开放发展、合作共赢，融入双循环格局促进全球市场和资源的互联互通、集成利用。

草木待发，春山在望；百国之木，始于勾萌。让我们坚定信心，脚踏实地，抓住一切有利时机，利用一切有利条件，积跬步以至千里，集众腋成人间锦绣。

祝大家新年快乐，一切如愿！祝福明天，相信未来！



2023, 我们这样走过；2024, 期待更多精彩！

Scene / 现场

## 中国纺联携手 12 个地区 开启共建“集群现代化建设示范区”

在近日举行的中国纺织大会上，中国纺织工业联合会与江苏省苏州市吴江区盛泽镇、江苏省常熟市、江苏南通国际家纺产业园区、浙江省杭州市临平区、浙江省海宁市许村镇、浙江省桐乡市濮院镇、浙江省绍兴市柯桥区、山东省青岛市即墨区、山东省滨州市、广东省东莞市大朗镇、广东省东莞市虎门镇、江西省于都县 12 个地区成功签订《合作共建“纺织产业集群现代化建设示范区”及编制发布“发展纺织现代化体系行动指数”》框架协议。

为全面贯彻党的二十大精神，指导纺织行业加快高质量发展，为推动中国式现代化进程做出贡献，中国纺织工业联合会于 2023 年 8 月发布了《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035 年）》。《纲要》提出了动态评价全国和重点区域纺织产业地位强大稳定程度的重点任务，以及形成纺织现代化先行区的行动方案。

为落实好《纲要》要求，本次大会上，中国纺联携手与国内重点纺织产业集群共同开展“纺织产业集群现代化建设示范区”合作共建和“发展纺织现代化体系行动指数”编制发布工作。

据了解，盛泽镇、常熟市等 12 个纺织产业集群试点地



会上，中国纺联秘书长夏令敏代表中国纺联与 12 个地区的代表签约。

区和 2 个时尚小镇，相继自 2019 年起开始与中国纺联共建“世界级纺织产业集群先行区”，推进产业集群向高端化、国际化、专业化、生态化发展。

下一步，中国纺联将联合本次签约共建的集群地区共同组织深度调研，按照“发展纺织现代化体系行动指数”指标体系，全面评估当地纺织产业高质量发展成效及发展潜力，形成指数评价报告。并组织行业权威专家团队结合指数评价情况进行内部诊断，研判集群发展优势、有益经验和短板不足，提出促进集群升级发展的重点方向、可行路径和配套政策措施建议。

同时，中国纺联将充分统筹行业资源，协助各地区推进“纺织产业集群现代化建设示范区”实施，为集群提供专家智库、信息咨询、宣传推广、活动举办、平台对接等方面的服务支持。（综编）

Direct / 直击

### 纺织行业举办劳模工匠研修交流活动

近日，中国财贸轻纺烟草工会和中国纺织工业联合会联合主办的纺织行业劳模工匠研修交流活动在湖北省武汉市举办，近 70 名“中国纺织大工匠”、行业劳模和优秀职工代表参加了研修交流活动。

自 2017 年以来，中国财贸轻纺烟草工会与中国纺织工业联合会联合推树了四批共 89 位“中国纺织大工匠”，此次是双方首次举办针对工匠素质提升的研修交流活动，旨在深入学习贯彻习近平总书记关于工人阶级和工会工作的重要论述，贯彻落实中国工会十八大精神，大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，促进劳模工匠进一步提升政治思想觉悟和综合素质，更好发挥引领带动作用。

中华全国总工会兼职副主席、全国劳动模范、大国工匠高凤林出席活动启动仪式并开讲第一课。高凤林围绕学习贯彻习近平总书记重要指示精神，践行党的优良传统、极致追求工匠精神，畅谈了学习体会和思想感悟，引发了纺织劳模工匠们的强烈共鸣。随后的活动中，中国人民大学教授姚建明、武汉纺织大学教授王栋分别围绕数字经济与数字化转型、先进纺织材料的发展及其运用等专题进行了授课。

活动期间还组织劳模工匠赴中国信息通信科技集团有限公司、武汉高德红外股份有限公司进行了交流考察，劳模工匠们感受到国家科技进步发展和技术技能人才的卓越贡献，进一步增强了自豪感和使命感。

下一步，中国财贸轻纺烟草工会与中国纺织工业联合会将进一步加强行业劳模工匠学习交流平台的创建，支持劳模工匠创新创造、在推动纺织行业职工素质提升和高质量发展中更好发挥引领带动作用。（邵林）

### 国家级棉花棉纱交易中心在新疆成立

日前，由新疆维吾尔自治区人民政府、新疆生产建设兵团和中华全国供销合作总社共同设立的国家级棉花棉纱交易中心在新疆国际会展中心揭牌成立。

新疆是我国最重要的棉花生产基地和优质棉纱生产基地，全疆棉花种植面积、单产、总产、商品调拨量连续 29 年居全国第一，纺纱规模占全国近 20%。设立国家级棉花棉纱交易中心，是国家在新疆实施棉花目标价格改革政策和发展纺织服装产业促进就业政策后，推动新疆棉花产业高质量发展的又一重大举措。

交易中心设立后，将积极探索从棉花种植到服装生产的溯源体系建设，建立棉花棉纱质量、品牌认证体系，打通棉花棉纱生产、加工、流通、消费等环节，为产业上下游客户提供交易、仓储、物流、金融等全产业链、一站式服务，助力新疆加快建设棉花和纺织服装产业集群。中心将整合行业协会、骨干流通生产企业现货交易资源，加大大数据平台支撑，建立国内棉花棉纱现货价格指数，有效引导产销衔接和供需平衡，充分发挥价格发现、稳定市场、便捷流通作用。

自 2014 年国家启动棉花目标价格改革试点以来，新疆围绕棉花产业发展，努力提质量、优结构、强监管，棉花优势地位进一步巩固，有力保障了我国棉花产业安全。近年来供销合作总社加强工作统筹，组织实施“质量兴棉”升级行动，指导全系统棉花企业加快在新疆布局，积极参与新疆棉花目标价格改革政策实施，着力打造棉花供应链综合服务平台，在服务宏观调控、保护棉农利益、稳定市场预期等方面发挥了重要作用。设立国家级棉花棉纱交易中心，将进一步促进新疆发挥资源、区位等优势，推动棉花棉纱产业高质量发展，助力增强国内棉纺产业国际竞争力和话语权，拓展我国棉花棉纱国际合作深度和广度。（周树）

Focus / 聚焦

## 4 家纺织服装品牌上榜世界品牌 500 强

由世界品牌实验室（World Brand Lab）独家编制的 2023 年度（第二十届）《世界品牌 500 强》排行榜于 2023 年 12 月 13 日在美国纽约揭晓。中国品牌入选数（48 个）首次超越日本（43 个），跃居全球第三。其中，纺织服装行业共有 4 家纺织服装品牌上榜，分别是恒力、盛虹、魏桥和波司登，其中波司登为新上榜企业。

恒力位列第 366 位，此次是连续第六年度上榜世界品牌 500 强，并被认定为“表现亮眼的中国品牌”之一。多年来，恒力品牌凭借持续成长的企业规模、突出的行业贡献和社会贡献，赢得了世界的一致认可。恒力品牌 2018 年首次上榜“世界品牌 500 强”列第 436 位，这六年来，恒力排名累计上升 70 位，充分展现了恒力的品牌影响力、市场占有率、品牌忠诚度和全球领导力正在持续提升。面对品牌的全球化竞争，恒力将继续坚守初心、守正创新，积极探索品牌多元化发展，打造品牌特色，提升品牌竞争力，坚定不移向着“世界一流品牌”的目标迈进。

盛虹位列第 383 位，较上年提升了 5 位。盛虹于 2021 年首次进入世界品牌 500 强，排名第 399 位。2022 年，盛虹再次入选世界品牌 500 强榜单，排名第 388 位。作为行业领军企业，盛虹以“为行业高质量发展探路”的高度责任感，聚焦“新能源、高性能新材料、低碳绿色”三大方向，以原创性引领性科技创新，攻克了诸多关键核心技术，引领行业高质量发展；成功研发打破国外垄断、填补国内空白的光伏级 EVA，目前产能达 30 万吨/年；成功完成 POE 中试，实现 POE 催化剂及全套生产技术完全自主

化，成为国内唯一同时具备光伏级 EVA 和 POE 两种主流光伏膜材料自主生产技术的企业。另一方面，着眼国内市场需求及助力实现“双碳”目标，盛虹积极探索绿色发展新路径，创新打造绿色负碳产业链，在降低碳排放、改善生态环境以及延伸绿色产业链上，具有积极意义和显著标杆效应。

魏桥本次位列第 422 位，比上年上升了 20 位，这是魏桥创业集团连续第五年上榜世界品牌 500 强。魏桥创业集团自 2019 年首次跻身世界品牌 500 强，成为世界企业 500 强和世界品牌 500 强双 500 强企业，至今已连续五年入选该榜单。据介绍，未来魏桥创业集团将继续提升品牌管理能力，抓好品牌建设，坚持以匠心铸精品，以质量树品牌，进一步提升“魏桥”牌产品的市场竞争力和影响力，积极创建世界名牌，致力打造“品牌魏桥”，全力创建基业长青的百年制造企业。

波司登品牌列第 462 位，这是该品牌首次入选。作为国内羽绒服的领军品牌，波司登专注羽绒服领域 47 年，致力于推动羽绒服从单一保暖功能向科技化、时装化、绿色化变革，为国内外消费者提供更专业、更科技的羽绒服产品。近年来，波司登的业绩节节攀高，品牌广受市场与消费者的认可。基于匠心打磨的创新设计与专利科技，波司登构建了年轻化、国际化、多样化的产品矩阵，包含轻薄羽绒服、舒适户外等创新系列，更首创了风衣羽绒服这一全新品类，屡获国际殊荣与设计大奖。截至目前，波司登已蝉联中国市场羽绒服品类销量冠军 28 年，全球羽绒服规模领先。（综编）

Exhibition / 展会

## 捕捉行业脉动 把握增长风向

### 第 31 届中国（杭州）国际纺织服装供应链博览会召开

近日，第 31 届中国（杭州）国际纺织服装供应链博览会在杭州国际博览中心（G20 峰会主场馆）召开。4 大主题展馆、超 1500 家参展企业、20 余场专场活动……本届展会规模盛大，展出面积超 50000 平方米，面料辅料、服装贴牌、原创设计、流行纱线、品牌内衣、帽子围巾手套等优质产品悉数呈现，琳琅满目的展品不仅展示出前沿产品的新工艺和新设计，更是释放了时尚潮流和生活方式的新信号。

活动现场热闹非凡，1A 服装贴牌馆、1B 品牌内衣帽子围巾手套馆、1C 面料辅料纱线馆、1D 面料馆火力全开，各个展馆内人头攒动。据了解，此次博览会不仅吸引了黑牡丹纺织、如意集团、浙江美欣达、吴江福华、绍兴麦势等浙江省内外行业实力企业到会参展，更有若干国际展商强势来袭。国内外展商齐聚杭城，借力展会平台优势，挖掘市场新商机。

为了更好地供需双方高效链接，本届展会延续众多异彩纷呈的配套活动，从多维度激发产业创新活力，延伸展会价值半径。第十八届天竹联盟新品发布秀、2025SS 色彩趋势静态展、凤凰庄系列新品发布秀、“看得见的温暖”——DOWNPLUS 安心羽绒 5.0、浙江洁尚设计有限公司新品发布秀、品牌内衣联合秀等多场服装服饰专场活动为观众呈现了一场场感官盛宴。

为便利供需双方进行“沉浸式”对接及商贸洽谈，本次博览会特别设置独立对接会区域。其中，杭州国际服装服饰品牌、电商、直播网红供应链对接会于展会首日在 A 馆对接区火热进行，近百家优质品牌买家与供应商面对面交流接洽，一次对接“链”接全国优质资源，以展促贸带来实效订单。



展会吸引了众多观众。

除了在展区的交流对接外，更有 2025SS 流行趋势论坛、新零售趋势论坛、71K 有机广谱抗菌新材料论坛、纺织服装 AI 数智制造国际峰会、2023 年腾讯视频服饰行业峰会等活动精彩开讲，各路大咖切中当下发展要害，分享当下品牌的运营趋势、营销思路，深入解读各大电商平台的最新玩法、商家扶持政策及前沿技术，为行业人士开拓视听，揭秘市场发展之道。

作为一次行业交流与合作的盛会，本届展会为纺织服装行业的发展注入了全新活力。在未来的日子里，本次展会上涌现的新产品、新技术和新理念，将会成为纺织服装供应链发展的催化剂，为行业带来更多合作机会与创新成果，引领着纺织服装产业迎来更加璀璨的明天。（周榆清）

# 中国纺织工业联合会 第五届三次理事会 暨第五届四次常务理事扩大会

2023.12.18 | 武汉



2023年行业服务能力显著提升，行业工作成效显著。

## 再交高质量答卷！

### 中国纺联五届三次理事会聚力再出发

■ 本刊记者\_徐长杰 / 文 关云鹤 / 摄

2023年是全面落实党的二十大精神的开局之年，也是推进中国式现代化新征程的启航之年。这一年，行业经历严峻考验，发展承受巨大压力，工作成效显著。

2023年12月18日，中国纺织工业联合会第五届三次理事会暨第五届四次常务理事扩大会议在武汉召开。会上，聘请东华大学校长、中国工程院院士俞建勇为中国纺织工业联合会首席科学家。经投票选举，增补阎岩、梁鹏程为中国纺织工业联合会第五届理事会副会长。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，秘书长夏令敏，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、张延恺、孙淮滨等领导，以及中国纺联第五届理事会理事、常务理事，特邀副会长、特邀常务理事、特邀理事、专家咨询委员会成员，有关省、自治区、直辖市行业协会负责人，中国纺联监事会成员、中国纺联各部门、各成员单位领导班子成员等代表共计450余人出席本次会议。夏令敏主持会议。

#### 求真务实，引领行业发展

会上，孙瑞哲作五届三次理事会工作报告。报告指出，2023年是全面落实党的二十大精神的起步之年，也是推进中国式现代化新征程的启航之年。面对风云变幻的国际环境、波浪曲折恢复的经济情境，中国纺联始终坚持党的全面领导，以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育为契机，强化行业思想政治建设，推动全行业统一思想、统一意志、统一行动。以党建为引领，中国纺联组织机构建设迈出坚实步伐。机构改革有序推进，行业服务能力显著提升。行业工作成效显著，向党、国家和人民交出了一份经得住检验的高质量答卷。

孙瑞哲从五个方面对理事会2023年开展的工作进行了总结。

一是明方向，求真务实，引导行业健康发展。大兴调研之风，聚焦现实关切。深化产业研究，引领未来发展。以党的二十大精神为指引，根据“十四五”规划整体要求与行业发展阶段，编制发布《建设纺织现代化产业体系行动纲要(2022—2035年)》，为产业发展提供了战略指引。

二是保稳定，纾困解难，产业实现稳中有进。完善生态，激发企业活力。发掘潜力，化解需求问题。

三是提质效，固本兴新，内生动力持续增强。推动科技与时尚创新，

提升产业价值。推动数字与绿色转型，升级产业体系。

四是促开放，兼容并蓄，全球发展卓有成效。增进交流，营造有利产业发展的国际环境。全球生产，推动形成多元产业格局。

五是强优势，集聚集约，产业布局更加合理。新故相推，深化集群建设，引导各类要素向集群合理流动和高效集聚，产业集群的高端化、品牌化、国际化发展卓有成效。东西联动，协调产业转移。

孙瑞哲强调，要以务实的态度，从以下四个方面做好2024年行业工作，推动落实新型工业化关键任务。一要坚定发展信心，增强发展主动，集中力量，扎实做好自己的事，不断解放和发展生产力，创造广泛价值。二要夯实制造基础，做精、做专、做实、做强制造，持续推动产业基础高级化，巩固产业规模优势与体系优势；提升产业链制造基础能力，推动产业链高质量发展。三要强化创新引领，顺应新型工业化基本规律，推动产业向高端化、智能化、绿色化升级。四要坚持开放导向，深化国际产能与创新合作，用好国内国际两种资源，实现产业高质量发展和高水平安全。

#### 固本兴新，力促产业升级

会上，中国纺织工业联合会人力资源部部主任朱超向大会报告了中国纺织工业联合会第五届理事会理事、常务理事变更等情况，并通过表决。

王久新宣读中国纺联党委推荐阎岩、梁鹏程二位同志为中国纺织工业联合会副会长人选的通报，并宣读中央社会工作部关于中国纺织工业联合会理事会负责人选审核结果的通知，同时对副会长人选的基本情况进行了介绍。

现场还对增补理事等进行选举。大会选举计票结果，阎岩、梁鹏程增补为中国纺织工业联合会第五届理事会副会长。

为强化科技创新引领，推动现代化体系建设，会上，陈伟康通报了《聘请中国纺织工业联合会首席科学家的决定》，聘请东华大学校长、中国工程院院士俞建勇为中国纺织工业联合会首席科学家。TA

## 为行业发展建言献策

### 2023东湖圆桌会议展开深入探讨

■ 本刊记者\_徐长杰 / 文 关云鹤 / 摄



会议现场。

2023年12月18日下午，2023东湖圆桌会议在武汉东湖宾馆召开。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中国工程院院士俞建勇、王玉忠、徐卫林、孙以泽，中国纺织工业联合会领导夏令敏、陈伟康、王久新、徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、梁鹏程，湖北省经济和信息化厅党组成员、副厅长周开斌等领导以及中国纺联特邀副会长参加会议。会议由陈大鹏主持。

会上，几位特邀副会长代表就当前纺织行业形势，企业经营状况、面临的困难和挑战，以及如何围绕建设现代化产业体系推进纺织高质量发展等问题进行深入交流与探讨。

岁末年终，大家围桌论道为行业发展建言献策。会议现场交流气氛热烈，话说得实，含金量更高，冬日气温虽低，但流淌在纺织人心里的暖流终将迎来春天。

#### 达利丝绸(浙江)有限公司董事长林平：

达利专注丝绸行业40年，面对复杂多变的国际国内环境，达利也经历了很多。事实上，每个企业的发展过程都不会一帆风顺，疫情三年间，达利在数字赋能方面做了大量工作，原来一个需要500个工人的车间，经过数字化改造后仅需要70余人。

近年来，国家非常重视文化建设，丝绸虽是小众产品，但其文化属性决定了它有着无限的生命力。2023年，达利丝绸可以实现两位数增长，同时也看到，在行业高质量发展的背景下，丝绸产业的创新环境仍有待改善。

#### 无锡一棉纺织集团有限公司党委书记、董事长周晔璋：

从2023年企业整体运行和市场情况来看，国际市场比较低迷，出口压力较大，客户需求相对不够旺盛。国内市场虽然相对有所回暖，但经济运行仍然面临较大压力。总体来说，大趋势在逐渐回暖的过程中，但明显的机会还未出现。在市场复苏的过程中会不断出现新的变化，要看企业能不能抓住这些机会，领先半步，保持稳健发展。

2023年，无锡一棉强化延链补链，管理控制内部风险，同时在国内市场重点加强了与品牌、电商、微商的合作，打造了棉花混纺、高端家纺等高附加值高技术含量的产品，营收保持了比较好的状态。接下来企业将围绕以下几个重点布局：一是加强研发投入，保持每年研发投入占比3%以上；二是加快转型升级，特别是数智赋能建设；三是继续融入国家战略，积极响应“一带一路”倡议；四是加强与终端品牌合作，共同探索开创新局面；五是坚持绿色发展。无锡一棉也从绿色纤维产品到绿色生产方式不断进行的研究尝试，在安全生产投入上较以往也有大幅增加。当前在合规经营、环保要求和安全要求等方面对企业的要求也越来越高，如何平衡好这之间的关系是接下来企业要去思考的。

#### 中国纺织科学研究院有限公司董事长姜俊华：

要客观看待和分析当前面临的行业形势，是周期性调整还是结构性调整？这需要企业有不同的应对方式。从近两三年情况看，行业发展处于结构性调整叠加周期性的调整，因此需要把更多的精力放在行业的转型升级上。

行业企业要保持战略信心和定力，把信心统一到党中央的判断和部署上来。综合来看，我国经济回升向好、长期向好的基本趋势没有改变，我们面临的是前进中的问题、发展中的烦恼，要增强信心和底气。具体实践上，贯穿其中的是科技创新，在转方式、调结构、提质量、增效益上积极进阶，要努力提高企业核心竞争力和价值创造能力，努力推进高质量发展。

#### 北京服装学院党委书记周志军：

近年来，北京服装学院不仅在北京市获评高水平特色办学，且多次圆满完成国家多项重大活动中相应的工作，在科技助力下提升了文化软实力。

为培养复合型人才，学校已将“服装学”申报为北京市新兴交叉学科，期望通过培养学生在材料研发、面料设计、智能制造、品牌营销、市场传播、文化传承等专业方面的学习和实践，塑造全产业链的应用人才。作为一家艺、工、商融合的时尚院校，北京服装学院希望与行业及企业更加紧密合作，为时尚赋能高质量发展做出更大贡献。

#### 哈尔滨红博商业总经理王丽梅：

近年来，红博商业坚持“抓两头、带中间”，一头抓设计创意，另一头抓市场，带动产业发展。在抓设计创意方面，哈尔滨时装周如今已成功举办10届，一直力求国际化，如今已有70多个国家1000多名国外设计师参与其中；在抓市场方面，以红博为依托，提出品牌高地工程、人力资源工程、诚信服务工程和网路信息工程，形成新的流通渠道。

目前，红博商业已构建成了“平台+基地”生态平台，以艺术文化为引领、以创新商业为主体、以时尚产业为延伸、以智能科技为依托，形成了“商、艺、旅、产、学、研”六大业态“解耦”的创新型商业模式，强势带动了商业进步和产业升级。TA





## 先进产业集群/园区



## 第四批“中国纺织大工匠”命名仪式



本次大会为中国纺织业界同仁搭建了多层次多方位的交流沟通渠道和桥梁。

# 以现代化产业体系建设，促进纺织高质量发展

## 2023年中国纺织大会在武汉召开

本刊记者 徐长杰 / 文 关云鹤 / 摄

为深入贯彻落实党的二十大精神，推动纺织行业高质量发展，加快建设纺织现代化产业体系，由中国纺织工业联合会与湖北省人民政府共同主办的2023年中国纺织大会于2023年12月19日在湖北省武汉市召开。

本次大会秉承服务企业、引领行业、做强产业的宗旨，将主题设置为“建设现代化产业体系 促进行业高质量发展”，呼应国家方针政策和行业发展方向。除主题大会外，四场平行会议也相继召开，分别是2023中国纺织创新年会、2023中国纺织企业家年会暨纺织服装企业管理创新沙龙、2023年度中国时尚产业ESG治理峰会、中国纺织职工思想政治工作研究会系列会议。内容涵盖纺织创新、纺织企业管理、时尚产业ESG治理、纺织职工思想政治工作等方面，为中国纺织业界同仁搭建互为融通、多层次多方位的交流沟通渠道和桥梁。

本次大会，来自国家部委的领导有：工业和信息化部消费品工业司一级巡视员曹学军，商务部市场体系建设司副司长王建波，中国财贸轻纺烟草工会二级巡视员吕杰，国家发改委产业发展司轻纺处副处长张曙光；

纺织行业的院士有：中国工程院院士、东华大学校长俞建勇，中国工程院院士、四川大学教授王玉忠，中国工程院院士、武汉纺织大学校长徐卫林，中国工程院院士、东华大学教授孙以泽；

来自湖北省的领导有：湖北省副省长、省政府秘书长蔚盛斌，湖北省政府副秘书长赵俊，湖北省经济和信息化厅厅长刘海军，湖北省商务厅二级巡视员刘道伟，湖北省经信厅党组成员、副厅长周开斌；

来自中国纺联的领导有：中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，秘书长夏令敏，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、阎岩、梁鹏程，原副会长陈树津、张延恺、孙淮滨。

各地方政府、协会、产业集群、骨干企业、各大高校研究机构、媒体等1000余人出席本次大会。会议由中国纺织工业联合会副会长徐迎新主持。

## 坚定信心，为中国式现代化贡献行业力量

纺织服装产业是湖北重点发展的特色产业之一，蔚盛斌表示，一是产业规模实现迅速扩张，产业门类齐全，链条完备，纺织服装规上企业近1700家；二是产业质量品牌实现新的拓展，稳健医疗等企业行业声名卓著；三是产业集群形成新的集群优势，依托交通区位优势，集聚一大批服装加工制造企业，仙桃等地成为产业用纺织品制造基地，集群式发展构建了产业新生态；四是科技创新资源塑造新的竞争优势，建有纺织新材料与先进加工技术，纺织纤维及制品等国家重点实验室。

“今年是贯彻党的二十大精神开局之年，全社会生产生活持续恢复，经济总体回升向好，纺织工业持续推进产业转型升级。”曹学军表示，2024年是实施“十四五”规划的关键一年。纺织行业要按照中央经济工作会议的精神，在转方式、调结构、提质量、增效率上积极进取，落实好纺织业提质升级的实施方案，推进现代化纺织产业体系建设迈上新台阶。一要加快科技创新，形成纺织新型生产力；二要注重品牌培育，提升纺织产业链价值；三要坚持数字化转型，推进新型工业化；四要推进绿色低碳循环，培育可持续发展新优势；五要加强产业区域合作，提升产业链韧性。

王建波表示，为贯彻落实党中央、国务院的决策部署，推动我国纺织消费的持续升级，商务部会同多个部门联合出台了《关于促进棉纺织产业内外贸一体化的通知》等政策措施，增强内外市场联动，扩大纺织服装消费，组织开展多项促消费活动，引领纺织消费升级，激发纺织消费的潜力。

面对新形势，商务部将开展以下工作：一是积极扩大服装消费。二是提高内外贸一体化的水平。三是建设现代纺织流通体系。希望纺织服装行业围绕适应新形势，把握新机遇，丰富新业态，挖掘新潜力，满足新需求，赋能新供给，继续向新而行，以高质量供给更好地满足日益升级的市场需求。

## 开拓奋进，书写新型工业化锦绣篇章

“中国式现代化是最大的政治，实现新型工业化是关键任务。纺织行业推进新型工业化，需要兼顾短期之‘形’和长期之‘势’，在产业现实、时代潮流、国家战略的框架下审视现状条件、把握趋势特征、理清规律方向，探索方法路径。”孙瑞哲在《坚定信心、开拓奋进，书写新型工业化的锦绣篇章》的主旨报告中谈到。

谈及纺织行业当前运行情况，孙瑞哲表示，2023年是三年新冠疫情防控转段后经济恢复发展的一年。行业顶住现实压力，围绕扩大内需、优化结构、提振信心、防范化解风险扎实推进高质量发展，在复杂的外部环境中保持回升向好态势。现代化产业体系建设取得重要进展，新型工业化建设迈出坚实步伐。同时，孙瑞哲还阐述了纺织新型工业化的时代特征：融入全球经济，新型工业化是全球发展的工业化；融入知识经济，新型工业化是创新驱动的工业化；融入数字经济，新型工业化是实数融合的工业化。

对于纺织新型工业化的中国特色，孙瑞哲表示，行业推进新型工业化需要立足中国国情和产业实际，面向人民意愿和战略需求，适应中国和时代发展进步要求。以人为本是纺织新型工业化的价值航标；区域联动是纺织新型工业化的空间优势；文化自信是纺织新型工业化的精神支柱；要素流动是纺织新型工业化的活力源泉。

孙瑞哲认为，纺织新型工业化的基本规律与主要原则，一是要坚持发展实体经济，防止脱实向虚；二是推动三产融合发展，不能贪大求洋；三是适应极化分布特征，兼顾效率公平；四是推动开源开放发展，不能闭门造车；五是适应知识生态调整，把握传播规律；六是发掘产业文化属性，推动价值实现。

在主题报告环节，俞建勇作题为“纺织产业科技创新与发展”的报告，他指出纺织产业科技创新要聚焦四个主题：高端化、智能化、绿色化、融合化。他从五个方面展开介绍：第一纺织科技创新发展战略。要实现人与自然的和谐共生，实现资源可持续利用，绿色、智能、高端融合发展。第二纺织产业的高端化发展。围绕适用性、引领性、聚集产业链价值链关键环节，持续推进系统性创新，着力发展高性能产品与高价值产业。第三纺织产业的智能化发展。包括智能装备与系统、特种编织智能化装备、智能车间和工厂、智能服务、智能生态。第四纺织产业的绿色化发展。包括原材料绿色化、加工技术绿色化、资源回收绿色化、绿色标准体系化。第五纺织产业的融合化发展。包括柔性纺织工程材料、纤维复合材料、纤维复合材料、智能纺织材料、生物医用纺织材料、纳米纤维材料。

“湖北开放包容，打造市场化、法治化、国际化的一流营商环境，全力支持企业更快更好发展。”刘海军在大会上作地方推介。作为历史悠久、人文荟萃的省份，湖北省高校众多，拥有81位院士，在校大学生200万人，武汉成为国家批准建设的第五个也是中部唯一一个全国性科技创新中心。“以丝为桥、以布为媒”，湖北产业齐全，基础雄厚，形成较为完整的产业体系，主要工业产品2000多种，重点工业产品66种，位居全国前列；突破性发展光电子信息、新能源与智能网联汽车、高端装备、生命健康、北斗等先进制造业，形成新质生产力。



## 着眼未来，把脉行业可持续、高质量发展

在典型发言环节，山东魏桥创业集团有限公司党委书记、总经理张红霞分享了魏桥集团以科创驱动、数智赋能，为建设纺织现代化产业体系贡献力量的实践。在行业“科技、时尚、绿色”的定位和高端化、智能化、绿色化的发展方向要求下，魏桥集团大力实施科创引领、数字赋能、生态优先、开放融合的发展战略，加快转型升级。一是加快向高端化发展，大力推进科技创新；二是加快向智能化发展，大力推进数智赋能；三是加快向绿色化发展，大力推进低碳转型。

宜宾丝丽雅集团有限公司董事长胡波以“舒适生活缔造者，可持续时尚引领者”为主题，分享了丝丽雅以“三个引领”构建纺织现代化产业体系，分别是绿色低碳引领、创新引领及数字化智能化引领。在绿色低碳引领方面，以三绿制造、循环发展、践行可持续发展理念、“碳”管理目标计划为主线；在创新引领方面，打造“科技—产业—金融”创新平台成果转化模式；在数字化智能化引领方面，企业进行数字化“三化”转型。

“经过四十年的发展，纺织服装产业已成为仙桃工业第一产业、富民惠民的主导产业。”仙桃市委副书记、市长孙道军在“内外联动，蓄势赋能，推动现代纺织服装产业高质量发展”为题的发言中介绍了仙桃产业发展概况。仙桃被中国纺联授予全国首个“中国非织造布产业名城”称号，与中产协共建世界级纺织产业集群培育单位。未来，仙桃将抢抓机遇、乘势而上，加快推动纺织服装产业产能升级，全力建设江汉平原纺织服装国家先进制造业集群，为中国纺织服装产业高质量发展做出更大贡献。

在题为“华纺九州、织链未来，共享湖北纺织服装供应链万亿机遇”的分享中，湖北华纺供应链有限公司常务副总经理廖斌表示，公司以“平台+供应链服务”作为切入，围绕“原料+面料+辅料+成衣”等业务场景，通过大数据、区块链、人工智能等数字技术，为纺织服装产业上下游企业提供在线撮合、智能交易、数字工厂、供应链融资、政策服务、质检服务、设计师对接、电商供应链服务等一站式综合服务，帮助企业有效降低成本、提升效率、实现业务增长。

阎岩发布了《2022—2023中国纺织行业社会责任报告》，介绍了纺织行业发展概况及其对社会责任建设工作的影响，从人本责任、环境责任、市场责任三个维度总结行业社责工作成果，介绍了中国纺织服装行业的社会责任尽责指南。2023—2024年的社会责任建设规划，将围绕以下几方面展开：一是依托信息化服务平台，持续推进社会责任融入治理；二是积极应对气候变化，推动行业加速低碳转型；三是强化产品生命周期管理，引领行业贡献可持续发展；四是聚焦社会与环境风险，提升供应链发展韧性；五是支持“走出去”企业，开展负责的海外投资。

此外，为强化科技创新引领，发展现代化体系建设，中国纺织工业联合会聘请东华大学校长、中国工程院院士俞建勇为中国纺织工业联合会首席科学家，并为其授牌。

会上，陈大鹏、李陵申、端小平宣读了相关决定和通知。现场举行了第十一届全国纺织企业管理创新成果及管理创新主创者名单发布第四批“中国纺织大工匠”、2023纺织行业数字化转型劳动竞赛先进产业集群/园区、2023年全国纺织行业劳动技能竞赛“全国纺织行业技术能手”、2023年纺织行业创新示范科技型企业、2023年纺织行业创新平台、2023年度中国纺织工业联合会优秀专利、“纺织之光”2023年度中国纺织工业联合会针织科技创新贡献奖、2023年度十类纺织创新产品“十大精品”等多个颁奖仪式；还举行了中国纺织工业联合会与重点集群合作共建“纺织产业集群现代化建设示范区”签约、湖北纺织投资项目集中签约、中国纺织工业联合会成员单位与湖北各市州/单位集中签约、华纺链与湖北地州市纺织服装产业集群战略合作签约等多项签约仪式。TA



中国轻纺城的众多经营户对消费市场动向有着超强的感知力和敏锐度。

# 消费升级 or 消费降级？ 柯桥纺企有话说……

本刊记者\_王利 文/摄

这个冬天，“国产羽绒服卖到 7000 元”的报道冲上热搜，“不是羽绒服买不起，而是军大衣更有性价比”的调侃话题一度在各大网站和短视频平台掀起热议。一边是国产羽绒服迈上高端品牌之路，一边是军大衣、花棉袄重回大众视野，这不禁让人思考：过去的一年，纺织服装消费市场到底是升级还是降级？

春江水暖鸭先知。作为市场主体，中国轻纺城的众多经营户对市场动向、下游品牌和消费者的需求变化有着超强的感知力和敏锐度。近日，《纺织服装周刊》记者深入中国轻纺城市场一线，针对当下纺织服装市场到底是升级还是降级的话题，面对面与多家服装、家纺面料企业交流探讨，听取市场经营户的真实声音。

对此，经营户们仁者见仁智者见智。一部分经营户认为，消费升级是大势所趋，企业要不断创新，满足消费者追求更高品质、更个性化、更有体验感的消费方式；另一部分经营户认为，消费降级的本质是消费者追求更具性价比的产品，这就要求企业降本增效，让消费者花同样的钱买到更好的产品；还有经营户认为，没有消费降级，只有消费分级，不同的人有不同的需求，企业多元化、差异化发展才是正道。



## 观点1 消费升级是大势所趋

2023 年是商务部确定的“消费提振年”，也是市场拥抱变化的一年。在采访中，大部分市场经营户认为，纺织服装行业作为民生的压舱石，创造美好生活的重要力量，这一年，尽管面临诸多挑战与压力，但消费升级仍然是主流。

波司登一件羽绒服为何能卖到 7000 元？位于联合市场的绍兴柯桥盛世天宇商贸有限公司是波司登的面料供应商之一，公司总经理吴红英认为，不可否认其中有品牌效应，但更是面料品质、服装设计、多元功能和辅料配饰等每一个细节的精心打磨而成就的。“中国本土服装品牌的崛起，对我们面料企业而言何尝不是一种示范效应，不仅留给面料的价格空间更大，也能带动面料企业更加关注品牌塑造、质量把控、面料设计等元素，从而不断升级。”吴红英说道。

作为一家专注时尚和功能性的中高端羽绒服面料的企业，盛世天宇一直走在面料创新升级的路上。在吴红英看来，创新是迎合消费升级的不二选择，在保暖的基础上，轻薄、舒适、功能性是公司面料升级的主要方向。为此，盛世天宇一方面从原材料入手，通过真丝、蛋白丝、石墨烯、火山岩等新材料与涤纶混纺，开发出蓄热、锁温、抗菌等功能性面料；另一方面从面料风格入手，通过提花、压花、色彩创新等提升面料时尚感。

同样位于联合市场的绍兴尚强纺织品有限公司，专注中高端羽绒服面料已有 20 余年，与红袖、埃文、纳纹、朗文斯汀、西纳



维思、片断等许多女装品牌均有合作。对于纺织服装市场消费升级，尚强国际店长庄燕秋在近年来品牌需求变化和和市场客户寻样变化中深有体会。在记者采访期间，陆续有许多客户前来门店寻样，其中就有寻找高端醋酸、天丝羽绒服面料的客户。

“从客户需求变化可以明显感受到消费升级是大势所趋。我们公司有十余人的内部研发团队，针对服装品牌更加注重面料的功能性、环保性和舒适度。近年来，我们在面料研发上，不仅开发出三防、抗菌、保暖等功能性产品，还关注可持续时尚，对循环再生涤纶的运用逐年增加。”庄燕秋说道。

面对消费升级的大背景，越来越多的柯桥面料企业如盛世天宇、尚强国际一般，紧跟趋势、不断创新，从原材料、纺织工艺、后整理、色彩等多方面下功夫，围绕健康、环保、功能等方向提升面料附加值。

## 观点2 降级本质是降本增效、超高性价比

对于当下的消费趋势，不少声音把低价和消费降级捆绑在一起，其实不然。消费者的消费行为在持续进化，变得更加专业和理性。部分市场经营户认为，没有降级，消费者对品质依旧是高追求，这一点没有改变，消费者只是倾向于用同样的价格买到更高品质的产品，而面料作为中间环节，更要思考如何降本增效，提高性价比。

消费者越来越专业、理性，对于面料企业而言有何影响？位于东升路市场的绍兴柯桥恒立精纺织品有限公司总经理陈振亮认为，当下的年轻消费者对品牌并没有很高的忠诚度，反而更追求个性化和实用性。当越来越多的消费者变得专业、理性，更加关注面料本身的品质、功能，对于面料企业而言无疑是利好的，这会倒逼部分服装品牌改变为了营销、包装等外在因素挤压面料价格的行为，给面料企业带来更大发展空间。

在陈振亮看来，服装品牌要找准自身的定位，高端品牌是满足少部分人需求的，亲民的价格才是大部分人的需求，如霞湖世家、优衣库这类亲民品牌，着重于面料的研发与设计，减少不必要的溢价，让产品真正做到了“好，而不贵”。在采访过程中，陈振亮还向记者展示了身上所穿的

在霞湖世家购买的外套，注重品质、品味，但价格亲民。

为此，恒立纺织一直以来专注探索以棉为主的极致性价比针织女装面料。公司最新研发的一款 95% 棉 +5% 氨纶的面料，采用烧毛、蚀毛工艺，使布面更有光洁度，提高抗起毛起球性能，并通过活性染色，达到国标 A 级婴童标准，甲醛、偶氮含量低于国标 50% 以上，同时通过 5A 抗菌整理，添加玻尿酸、氨基酸护肤成分，希望带给消费者更高性价比，更健康、安全、舒适的穿着体验，用实际行动践行“好，而不贵”。

旧时王谢堂前燕，如何飞入寻常百姓家？提质不加价，说来容易做起来却难。对此，柯桥许多领军面料企业早有成功案例。“面料是纺织产业链中承上启下的环节，正面临着原材料向可持续、可循环再生的转变。2022 年麻原料涨价 50%，我们用一种新的材料代替麻，基本上能做到一模一样，使价格降下来 70%，让面料价格从 40 多元一米降到了 10 多元一米，还实现了再生可循环，既创造了企业利润，也创造了社会价值。”凡特思集团有限公司董事长傅光伟在 2023 全球知名企业圆桌会议上的分享值得更多的面料企业学习探索。

## 观点3 没有消费降级，只有消费分级

在消费升级的大趋势下，消费分级趋势也愈加明显。部分纺城经营户认为，由追求产品附加值回归到追求产品高性价比并不意味着消费降级，而是一种多元化、分级化趋势。因此，许多面料企业不断探索差异化发展路线，精准匹配细分市场下的消费者需求，寻求消费分级中的“升级”。

随着秋冬婚庆季的来临，位于老市场的爱丽佳家纺迎来了企业销售旺季。从纯棉面料到天丝、莫代尔、可再生纤维混纺面料，爱丽佳家纺专注二十余年专业专注高端床品面料，坚守匠心与品质，不断突破、持续探索、大胆创新。“‘婚庆大军’是家纺产品的主要消费群体，尤其是随着 90 后、00 后加入‘结婚大军’，他们对床上用品的品质要求非常高，款式、设计、质量、选料都要到位，价格反倒成为了其次，这在很大程度上带动了婚庆家纺的销售。”爱丽佳家纺销售经理卢文广说道。

卢文广告诉记者，一场疫情改变了大众的消费习惯，民众的选择会更加多元化和多样化。为此，爱丽佳推陈出新，坚持做好品质的面料，也让价格更具有市场竞争优势。2023 年，爱丽佳坚守“质造传递健康生活”，主推“海丽尔”“美杜莎”和“舒雅缙”等印花类面料，以及“臻慕丝·提花”和“臻慕丝·剪绣”高端系列，多层次地阐述了秋冬新品花型设计亮点和理念。

的确，不同消费群体有不同的消费需求。柯桥许多面料企业针对消费分级现象早有布局。比



如，主营休闲时尚女装面料的浙江朗贝尼纺织科技有限公司就致力于以个性化、时尚化、差异化、成衣化等趋势满足不同客户群体需求。朗贝尼纺织的研发创新主要围绕三个维度进行：一是新材料创新型开发，特点是短频率、长周期，主要针对社会价值和商业价值相对较高的产品；二是经典产品工艺优化，以满足快时尚品牌的快反需求，未来感、科技感贯穿于产品的灵魂；三是基础产品性价比突破，主要对大众消费需求，力求做到极致性价比的惠民产品。

一花独放不是春，百花齐放春满园。当下，中国本土高端品牌不断崛起，是消费升级的有力表现；军大衣、花棉袄成为小众流行趋势说明部分民众对性价比的追求；拼多多成为仅次于淘宝和京东的第三大电商平台说明消费分级日益明显……在这样的背景下，柯桥许多纺企下沉市场，找准自身定位，以客户需求为导向，走出一条符合自身发展的创新之道。TA

# 在守业中创新，“创二代”的成长之路

## 访奥睿纺织产品经理齐睿

■ 本刊记者\_边吉洁 文/摄



齐睿

在柯桥纺织企业中,有这样一批创业者或守业者,他们受过高等的教育,去外面看过大千世界,有想法、有智慧、有勇气。他们的上一辈曾在经济发展的大潮中闯出了一片天地,而现在,他们选择薪火相承守初心,在守业中创新,在创新中担使命。

成长在与父辈完全不同的时代背景下,却有着一股“初生牛犊不怕虎”的闯劲,他们在这场创业和守业的接力中不断用实力证明自己。齐睿是众多的创二代中的一员,父辈在其幼时创立了奥睿纺织。他16岁出国留学,24岁开始接手公司。过去这两年,他四处奔走,穿梭于各个展会、对接会、专业市场、服装工厂,和行业内不同层面的人聊市场、聊企业经营,尝试和不同的客户沟通,开发优质的新产品,学习市场上好的销售经验。

“守业”看似只有二字,但其实并非易事,而是一份沉甸甸的责任。“接手家中的事业,从事纺织行业的这个决定,主要来自于对家庭的责任,也像是一种与生俱来的使命。”作为家中年轻的一代,齐睿既独立有主见,又有很强的家庭观念,希望承担起家族企业发展的责任。

“从事纺织这个行业既是承担对家庭的责任,也是一种与生俱来的使命。公司根据自身的定位与模式,积极走出去拓展销售渠道,不局限于一个品类赛道,在面料功能性上做创新,让面料有卖点,让产品有销路。”

### 走出去,主动才是硬道理

从小生活在与纺织相关的环境里,这让他的成长和父母的创业经历重叠在一起。耳濡目染之下,父辈言传身教之中,齐睿的心里埋下了一颗“纺织”的种子。“虽然没有系统地学习纺织相关的专业,但好像无形中就有了纺织相关的基础,对面料有一种亲切感。”齐睿说道。

这样的成长经历,让齐睿很快就能对公司业务上手。随着对公司业务及发展的深入了解,齐睿发现,原来父辈的守店经营模式,等着客户上门下单,并不能适应如今的行业发展形势,守店就意味着总是比市场慢一拍,跟着做是没有出路的。

必须走出去,主动寻求机会。于是齐睿开始转变经营、管理模式,首先把守店转变为主动抓住客户,亲自去二、三线城市推销产品,地毯式搜索目标客户,同时发挥客户力量,引导客户带动客户。这些举措之下,公司客户有了明显的增量。

除了公司内部,齐睿还主动向外界学习,和很多同行的朋友聊市场环境、公司发展,还有很多接管父辈家业的二代朋友,聚在一起也会聊如何经营、管理公司。通过不断学习,齐睿的经营、决策能力日益成熟。他提到,公司会积极参与各种线下展会与对接会,主动接触客户,把产品尽可能地推广到客户手中,同时尝试开启线上销售,拓宽销售渠道,提升品牌知名度。

对于未来的规划,齐睿表示,将开拓海外市场,慢慢布局亚马逊、阿里巴巴国际站等平台的运营,让产品走出国门,销往更多的地区与国家。

### 找准定位,抢占市场先机

随着人们的消费水平越来越高,对产品的要求也越来越高,不断创新产品成了行业的共识。在这样的时代背景下,齐睿对企业产品的布局也有着自己的看法,他认为企业的产品之路绝非千篇一律,重要的是找到适合自己的定位与模式。“不局限于一个品类赛道,在面料功能性上做创新,让面料有卖点,让产品有销路。”齐睿说道。

据介绍,奥睿纺织成立多年,已拥有着完善的生产体系,无论什么样标准的产品都有可匹配加工、印染的工厂,生产线基础扎实可靠且反应迅速。公司同时经营生产多种产品,包括涤纶、锦纶、可再生面料等,主要应用于春、夏、秋三季服装。

依托于父辈累积的优势,现在,齐睿开发产品有着底气,他会更多地从市场、客户角度考虑,看技术能不能落地、有没有广泛的应用空间。“我把公司的受众群体定位为20—30岁的年轻女性,致力于生产中高端的时装女装面料。我会有意识地从生活里汲取创新灵感,看看身边的年轻人都在穿些什么,看看时尚秀场都在发布什么,看看服装品牌在热销什么。然后毫不犹豫将我认为可应用的、有市场的元素快速引入到面料的开发中,以最快速度生产并推向市场。”齐睿说。

问及其成功开发的产品,齐睿举例道,加入公司后不久,他主导开发的一款桃花绉面料,品质好且性价比高,一经推出市场,就深受市场喜爱,让公司吃到了市场第一波红利,年销量约达300万米,并且这两年仍持续有着不错的销量。自己开发的产品成功让他看到了方向,一直坚持着做适合公司定位的产品创新。齐睿说:“虽然许多好的面料开发出来也没有达到预期,但只要有几款产品是受到了青睐,那就是成功的。”

从奥睿纺织的发展转变中,可清晰地看到新一代纺织人不同的发展思路。他们在传承的基础上,更将新发展理念融入企业管理,注重品牌知名度及新科技、新工艺的研发和应用。正是这种迭代更新推动着企业的突破发展,也书写着整个纺织行业前行之路。TA



## Focus / 聚焦

# 产教融合,推进柯桥时尚设计产业建设



揭牌仪式现场。

近日,浙江工业大学之江学院时尚设计产业学院揭牌仪式暨AIGC数字时尚设计论坛在之江学院举行。柯桥区领导、学院领导,来自不同领域的专家学者、企业代表、师生代表等200余人到场参加。仪式上,浙江中国轻纺城集团股份有限公司党委书记、董事长潘

建华和之江学院党委书记何作井共同为时尚设计产业学院揭牌。同时,中国轻纺城集团向之江学院时尚设计产业学院捐赠师生服装设计券。

在同期举办的AIGC数字时尚设计论坛上,中国美术学院教授吴海燕、浙江理工大学教授周超、浙江大学教授彭韧等行业专家,围绕数字化与时尚、数字化与设计等方向展开了深刻的讨论,提出时尚品牌应主动应对数字化新基建的构建,对时尚产业发展方向提供了指导性建议。

潘建华表示,时尚设计产业学院是柯桥纺织产业拓展产教合一的重要平台,是之江学院与中国轻纺城集团的共富平台,也是为中国轻纺城和柯桥纺织打造成才培养直通车的必要一环。希望通过校企双方通力合作,打造出一个高起点、高质量、高影响力的产教融合平台,开展更深层次、更高领域的校企合作,培养更多高质量、具有国际视野的创新型设计人才。

本次论坛的举办是校地合作培育时代新人的有益探索,也是加强国际交流与合作的良好契机。未来,通过时尚设计产业学院的建设与发展,中国轻纺城将聚焦数字化,进一步推进产教融合,为中国轻纺城和柯桥纺织产业的持续发展注入源源不断的新鲜血液。

## 联合市场开展“迎新纺韵·时尚成衣展示采买节”

为提升市场人气,解决年底市场经营户库存积压、资金回笼的问题,同时深化配套服务,规范市场内经营户售卖样衣的行为,中国轻纺城东市场分公司特别举办的“迎新纺韵·时尚成衣展示采买节”于近日在中国轻纺城集团所属联合市场5楼顺利开展,吸引了众多市场经营户的积极参与。

其中,蔡氏纺织、星辉纺织、敦元纺织等众多市场经营户纷纷展示了各自别具特色的冬季新款时尚成衣,产品涵盖羽绒服、棉衣、棉裤、羊毛、羊绒大衣等。这些成衣款式各异、质量上乘,吸引了大量消费者前来选购。

在活动现场,经营户们精心布置了各自的展区,将各式各样的样衣统一展示出来,供消费者自由选择 and 购买。消费者穿梭于各个展区,试穿不同的样衣,挑选自己心仪的时尚成衣。消费者与经营户面对面洽谈购买事宜,下单、付款环节接连上演,整个活动现场热闹非凡,商贸氛围浓厚。

据了解,此次活动将持续至市场农历休市前,为经营户和消费者提供了充足的时间。活动相关负责人表示,此次活动的举办为市场经营户和消费者都带来了实实在在的益处和好处,市场经营户可以充分展示自己的产品,吸引更多的消费者关注和购买,从而扩大销售渠道,提高品牌知名度,获得更多的商机和利润。消费者可以充分享受活动带来更多的购物选择和优惠,与商家的面对面沟通也让他们能更加了解产品的特点和细节,提升了购物体验。

## 时尚与美的交汇! 左拉2024早春新品首发亮相



左拉新品深受消费者喜爱。

近日,左拉2024早春新品发布会于柯桥创意大厦精彩演绎。此次发布会新品聚合多种潮流元素,以“节日绽放”为主题,以粉色为主色调,展现出春天般的美好氛围。发布会现场陈列着百余款左拉品牌的最新产品,每一款都独具匠心,注重细节与品质,让人感受到时尚与艺术的完美融合。

发布会吸引了众多时尚界人士、企业代表及品牌代表到场,共同见证这一盛事。现场气氛热烈,观众们纷纷表示对品牌的喜爱和支持。现场还有时尚达人对新品进行搭配展示,通过巧妙地搭配,将新品的特点和魅力发挥得淋漓尽致,赢得了现场观众的声声赞美。此外,发布会当天还设置了手作香薰的互动环节,让观众在芬芳中更加深入地了解了此次发布会的理念和新品特点。

作为柯桥本土时尚品牌,左拉品牌服饰致力于为消费者提供高品质、时尚优雅的服装,深耕羊毛、羊绒大衣设计,已被业内熟知与喜爱,前来订购、定制、设计的客户不断,人气颇高。此次对粉色重新定义是左拉在品牌格局上又一次的创新拓展与大胆尝试。“粉色可以不再是单一的少女感,也可以塑造成性感里带着天真,成熟但不世俗的模样,棱镜色的粉色调传达出优雅的现代浪漫,也宣告着女性力量的崛起与凝实。”设计师屠俊说道。

据介绍,此次发布会所呈现的大衣的面料全部来源于柯桥当地的面料企业。屠俊表示,柯桥拥有丰富的面料资源和优秀的面料企业,作为一名本土设计师,她有责任和义务将柯桥的优质面料推广到更广泛的领域,让更多品牌和消费者了解和认识柯桥面料的独特魅力和优势。

(本版整理\_边吉洁)



“天门纺机”第三届中国棉纺织科技大会助力行业科技高质量发展。

# 科技是第一生产力！

## “天门纺机”第三届中国棉纺织科技大会举办

■ 本刊记者\_陶红

新一轮科技革命带来发展机遇，在纤维材料、纺织、染整、产业用纺织品、纺织装备、信息化各领域取得了一系列创新成果，实现了全行业关键、共性技术的突破，棉纺织行业也在一步步进入自主创新新阶段。

2023年12月12—13日，以“科技·融通·聚变”为主题的“天门纺机”第三届中国棉纺织科技大会在湖北武汉举办。中国纺织工业联合会副会长端小平，中国工程院院士、武汉纺织大学校长徐卫林，中国棉纺织行业协会会长董奎勇，湖北省经济和信息化厅副厅长周开斌，以及各地方协会、学会、高校、研究机构、企业的领导和专家代表出席了此次会议。开幕式由中国棉纺织行业协会副会长景慎全主持。

会议集“会、展、服”于一体，涵盖原料应用、品牌建设、智能制造、成果转化四大方向，同时进行多角度、多维度科技转换互动活动，除了开幕式、发布与颁奖活动、CCTTC·科技巡礼展，还包括四大板块主题报告，以丰富内容助力纺织行业科技高质量发展。

本届大会由中国棉纺织行业协会、全国棉纺织科技信息中心、武汉纺织大学联合主办，湖北天门纺织机械股份有限公司冠名。

### 坚持科技创新，开辟传统领域新赛道

2023年，棉纺织行业经济运行恢复基础有所巩固，高质量发展的积极因素积累增多，韧性强、潜力大的基本面始终未变。董奎勇表示，2023年中国纺联正式发布《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035年）》，对新形势下纺织科技创新工作提出新方向与新要求。对此，他建议，一是破除禁锢，让科技创新在传统领域继续发挥不可替代的突出作用；二是优化机制，让科技创新更加务实与高效；三是敢为人先，勇于创立传统领域新赛道。

“湖北省棉纺织产业优势突出，2022年营业收入1533亿元，同比增长8.4%，占整个纺织服装产业的45.6%。”周开斌表示，湖北省省委省政府高度重视纺织服装产业的高质量发展，将现代纺织服装产业列入湖北省9条新兴特色产业链，出台了《湖北省纺织服装产业高质量发展三年行动方案（2023—2025年）》，将以创新为动力，以三品战略为抓手，提升行业供给水平，以供应链为切入点，重构产业链，提升价值链，以印染为突破口，补齐产业链短板，以智能制造为引领，助力产业转型升级。

棉纺织是传统产业中科技创新的基础性引领性产业。全国棉纺织科技信息中心主任、《棉纺织技术》期刊社社长王杨俊表示，当科技

创新成为行业高质量发展的第一共识，开放包容的科技创新共同体显得尤为迫切。树立共同体意识，面向未来加强科技融通与转化，需要科技工作者、科技型创新企业、科技服务机构协同一致、共同努力。谈及科技创新及行业科技共同体建设，他提出，一是产业要关注基础研究，打赢关键技术攻坚战；二是行业要助力科技融通，跑出科技转化加速度；三是棉纺织企业要聚焦未来变化，开辟产业发展新赛道。

### 聚焦产业升级，引领行业可持续发展

作为并条机的专业生产厂家，天门纺机始终把技术创新作为工作的重点。湖北天门纺织机械股份有限公司总经理焦伦进表示，智能制造是纺织行业实现提档升级的发展方向，智能化、信息化更是必然趋势，需要通过加强基础管理和技术创新来化解纺织企业危机，实现可持续发展。2023年，公司又推出了全新一代的T2、T3系列并条机，以“智并联·向未来，开创并条产线联动时代”的新理念吸引了全行业广泛关注。

开幕式上，徐卫林作“纱线结构的演化与创新”主题报告，介绍了纱线结构的演化、创新和未来发展趋势。他表示，最理想的纱线结构是从外到内实现分层集聚，外部纤维应该紧密包缠主体、内部纤维应该充分内外转移。纤维初始模量影响三角区中内外转移效率、强制性收紧三角区会导致纱线内外都紧密，是影响理想成纱结构的两大瓶颈。

在“棉纺织工程领域技术需求与展望（2024）”发布活动中，中国纺织工程学会副理事长、江南大学纺织技术研究所所长高卫东介绍了研究背景、优质高产技术、高端产品、智能制造和绿色生产技术等。优质高产技术方面，高速高产精梳机技术可以优化分离罗拉轨迹和须丛搭接点，棉条质量在线监测及自调匀整；多组分纤维精细混合技术可实现纤维束自动均匀混合，实现色纺纱及差别化纤维混纺的混纺比自动、精确。智能制造方面，环锭细纱机自动接头机器人解决环锭细纱自动接头；织造自动上了机机器人可以做到经轴、浆轴、织轴自动运输，自动上机、了机。绿色生产方面，推广应用稀土永磁电机，压缩空气制备与使用，少浆易退浆纱技术提升浆料的利用率。TA

# 搭建交流平台，优化行业科技发展生态

## “天门纺机”第三届中国棉纺织科技大会看点集锦

■ 本刊记者\_陶红

“天门纺机”第三届中国棉纺织科技大会主题报告分为“科技与前言”“自强与回顾”“学术与应用”“技术与创新”四大板块，从原料技术应用到设备绿色智能，从新材料应用到纺织工艺技术的融合创新，围绕行业科技体系建设发展与实践，关注行业全方位技术推动与影响，助推棉纺织企业进入科技发展新时代。

### 看点1 迎接科技带来的新变化

在“科技与前言”板块，香港理工大学纤维科学与技术讲座教授王训该，国家先进功能纤维创新中心主任、教授级高工王玉萍，湖北天门纺织机械股份有限公司副总经理杨文峰分别带来题为“棉纺织面临的全球挑战”“纤维新材料：技术创新与发展趋势”“并条工序全自调匀整技术研发应用及发展趋势”的报告。

在全球棉花市场上，中国扮演着不可忽视的角色，经济、政治与环境都在影响棉纺织行业的发展。王训该分析了气候变化、碳排放、新疆棉禁令等因素对棉纺织行业的影响。

王玉萍表示，绿色、低碳的纤维新材料技术及产业化将成为未来发展的主要方向，在追求经济目标的同时，需要企业更加注重资源节约、环境保护、公共健康等社会目标。在“双碳”战略目标下，低碳消费将成为下一个消费升级的风口，成为一种新时尚。

天门纺机倡导的“并条工序全自调匀整”理念得到了越来越多客户的应用和认可。杨文峰从研发背景、研究内容、技术成果和未来发展趋势等方面进行了详细介绍。他指出，天门纺机“智并联”理念是并条产线技术发展的趋势。

### 看点2 创新求变应对时代挑战

在“自强与回顾”板块，中国纺织工程学会副理事长高卫东，武汉裕大华纺织服装集团有限公司党委副书记、总经理李鹏，稳健医疗董事长、全棉时代创始人李健全，立达（中国）纺织仪器有限公司立达喷气纺产品经理沈浩作报告。

高卫东表示，随着纺纱技术不断进步，色纺纱产品经历了从少到多，从粗到精，从单一品种到多品种的发展阶段。目前，我国色纺纱产能已具有世界领先优势，产能占全世界的80%以上。

近年来，裕大华集团抢抓发展机遇，更新智能化装备，向产业链后端延伸，向价值链高端转型，初步形成了从原料、纺纱、织造、印染到服装的完整产业链布局。李鹏分享了裕大华在智能工厂建设、产学研合作、绿色工厂实践等方面的经验。

李健全介绍了企业在科技驱动与产品创新、品牌发展方面的先进做法，结合稳健全棉创新经验总结出创新的方法论。

立达致力于生产全球领先的纺纱技术及高效可靠的纺纱装备，为纺织企业提供贯穿全生命周期的产品服务。沈浩介绍了立达最新一代喷气纺纱机J70，该设备具有高效、灵活、经济的特性。

### 看点3 科技创新赋能研发应用

在“学术与应用”板块，东华大学纺织学院院长、博士生导师覃小红，西安工程大学纺织科学与工程学院院长、教授孙润军，品特裕华科技有限公司副总经理张永龙，天津工业大学纺织科学与工程学院服装设计与工程系主任何釜，安徽华茂纺织染整技术研究院院长助理叶葳分别围绕相关主题作报告。

牛仔行业具备实践循环可持续发展模式的前提和基础。覃小红表示，突破牛仔面料的高品质和绿色制造是牛仔行业的重点发展方向，实现绿色短流程高效染色是牛仔制造行业的发展趋势与客观要求。

孙润军分享了常规的纺织品功能性开发的途径：一是采取某些特种纤维和功能化纤维，开发生产功能性纺织品；二是对纺织品进行功能性整理，赋予产品所需的功能；三是采用具有高性能的纤维材料，开发具有相应功能特殊用途的纺织品。

单锭监测与粗纱自停装置通讯的稳定性，对实现减少用工、降低成本至关重要，是项目取得成效的关键。张永龙介绍了单锭监测在实际纺纱中的应用。

随着智能化融入到人们生活的各个领域，发展柔性智能产品成为纺织领域新的热门话题。何釜介绍了在推进可穿戴设备、智能健康电子产品和健康医疗移动应用服务方面的探索，为企业开发柔性智能穿戴装备提供了有益借鉴。

在“双碳”战略目标下，符合可持续发展的高分子材料的开发与应用受到越来越广泛的重视。叶葳表示，聚乳酸具有优异的生物可降解性、力学性能、加工性能，是目前最具发展前景的“绿色纤维”。

### 看点4 新技术引领企业探索新思路

在“技术与创新”板块，东华大学纺织科学与工程教授、博士生导师薛文良，魏桥纺织股份有限公司生产技术部部长、高级工程师高延忠，浙江正凯集团有限公司董事长助理、山东正凯新材料股份有限公司副总经理满孝颐，广东匡敦科技有限公司数智转型副总监杨刚，武汉纺织大学纺织科学与工程学院副院长夏治刚纷纷作精彩报告。

薛文良提到，纺织品设计专业围绕“纺织品设计”开展教学科研工作，以“科技、时尚、绿色”为核心发展理念，基于消费者需求分析，通过纺织结构设计实现产品创新。

高延忠表示，纺制莱赛尔纱线要选用物理指标优质的原料，采用最佳的预处理方式，以此提高莱赛尔纤维的可纺性能和抱合力。

满孝颐表示，新型纤维的应用使得行业的新原料纱线的占比逐步提升。随着更多的企业寻求产品突破，采用新型纤维如莱赛尔、功能性纤维等，相应的差别化纱线产量会大幅提升。

杨刚介绍了基于全产业链的纺织服装数智化解决方案，公司研发的纺织服装生产管理信息系统让生产工序和进度透明化、数据化，给企业发展提供更好的支持。

夏治刚介绍了摩擦纺纱机的纺纱原理，摩擦纺纱技术的优势以及研究现状，并详细介绍了摩擦纺纱在智能可穿戴纺织品、个人热管理纺织品、智能防护型纺织品方面的应用。TA



本次会议立足绿色低碳发展，前瞻全球纺织市场形势。

# 逐梦十八载，天竹联盟如何再谱新篇？

## 第十八届天竹联盟大会推进协同创新平台建设

■ 本刊记者\_王利

“天地广袤映蓝天，竹林幽静韵自然。联手团结织锦绣，盟心共聚谱新篇。”从蹒跚学步到风华正茂，由小到大，由大到强，天竹联盟历经 18 载，一路走来，为纺织行业的高质量发展做出了协同创新的表率 and 民族品牌国际化的示范，现已成为最具影响力的全球纺织产业合作创新平台之一。

2023 年 12 月 14 日，以“资源共享、平台共建、产业共赢”为主题的第十八届天竹联盟大会在浙江杭州召开。来自中国纺联的领导嘉宾、相关行业协会、金融界、学术界、产业界领袖级精英，以及来自中国、巴基斯坦、土耳其、韩国、印度、印度尼西亚、伊朗等国家的天竹联盟产业链上下游会员代表齐聚一堂。会议立足绿色低碳发展，前瞻全球纺织市场形势，总结天竹联盟创新成果，探索行业发展新质生产力，致力于携手产业链上下游合作共赢，领跑可持续时尚新赛道。

问渠那得清如许？为有源头活水来。绿色材料创新从源头改变着投入产出关系。天竹纤维产业发展符合国家提出的《加快“以竹代塑”发展三年行动计划》，天竹联盟隆重推出“ECOBAMBOO”，从竹林到纺织进行整个产业链的严格管控，做到让全球消费者放心，致力于实现“以竹促棉、以竹缓木、以竹代塑”，为美丽中国建设贡献更大力量。



### 前瞻趋势，绿色转型成为全球共识

随着“碳达峰碳中和”呼声在全球范围内持续升温，纺织行业低碳可持续发展已成为全球共识。在纺织现代化产业体系建设的新征程中，纺织行业如何以加快发展以低碳、高效和可持续为特征的绿色经济形态，更好地服务国家大局、人民幸福，是我们亟待回答的时代课题。在这样的背景形势下，纺织行业发展呈现出怎样的趋势？作为行业可持续发展的引领者，天竹联盟发展前景如何？

“2023 年以来，我国宏观经济恢复向好为纺织行业平稳、有序发展创造了重要基础条件，内需保持回暖势头为行业经济运行提供了强大的市场动力。今年以来，纺织行业生产降幅持续收窄，内需保持较快增长，出口降幅有所收窄，效益降幅持续收窄。”中国纺织工业联合会秘书长夏令敏解读了纺织市场形势。夏令敏充分肯定了天竹联盟对推动行业可持续发展做出的巨大贡献，对于天竹联盟未来发展提出以下建议：第一，聚联盟之智，创新协同，追求卓越；第二，集联盟之力，数字赋能，共享共赢；第三，壮联盟之势，供应链高效协同，跨界合作；第四，合联盟之心，践行 ESG，展现担当。

2023 年，宏观经济增长率全球比较来看，中国经济表现优秀，为什么企业却面临困境？南华期货首席经济学家、南华研究院院长朱斌以“转轨与重启——宏观经济展望”为主题，从经济复苏的痛点与难点、有利因素、风险点、中长期挑战等几个方面分析了当前全球宏观经济形势。他指出，宏观数据与微观感受之间，名义 GDP 才是关键。当前，制造业是国家大力支持的投资领域，人民币的贬值有望提升中国出口竞争力。

“中国是竹资源和竹产业大国，竹子分布广、生长迅速、产量高，一次造林，永续利用，具有可持续、可循环、可降解的特性。塑料垃圾已经对地球生态和人类健康造成严重威胁，限塑禁塑，寻找塑料替代品刻不容缓。‘以竹代塑’是中国政府同国际竹藤组织共同发起的倡议。”中国循环经济协会以竹代塑标准化工作组主任傅金和作“以竹代塑，减塑降碳”的报告。他指出，世界各国都在努力实现“碳达峰碳中和”目标，竹子及其制品可以通过三种方式帮助减少温室气体排放：竹林生长快，大量固碳，是巨大的碳汇；生产耐用的竹制品，可以储存碳；竹子可以替代木材，以及高耗能高排放的塑料、混凝土和钢材等，实现节能减排。

### 合作共赢，领跑可持续时尚新赛道

十八年前，天竹联盟发源于萧山，今天又回到这里，意义深远。十八年来，天竹联盟因竹而聚、因竹而兴、因竹而强，天竹成为最具中国元素、享誉世界的民族品牌，成为可持续发展的引领者。天竹联盟长期致力于从纤维的源头开始推动全产业链的协同创新，构筑了优质的产业链一体化生态圈，打造了一个联盟会员多方受益的共赢链和价值链，以科技驱动、时尚内涵、绿色文明推动了产业链上下游有机融合、可持续发展。

“当下，天竹联盟呈现出产品更丰富、内容更多元、体系更健全、发展更稳健的崭新格局。天竹联盟成员每一位都是精、专、特、新的代表，而天竹联盟是最耐久、最有竞争力的新产品联盟，随着联盟大家庭的不断发展壮大，联盟成员由以前的 24 家到现在的 261 家。”天竹联盟会长、吉林化纤集团党委书记、董事长宋德武指出，未来联盟将携手纤维、纱线、面料、服装等环节做强产业链；以品牌、价值观、双碳、绿色的理念体现价值链；以技术成果转化、产学研用一体化延长创新链；坚持做好高端化、智能化、绿色化的传统产业优化升级；坚持专业化、精细化、特色化、新颖化的专精特新目标，向新兴产业融合集群发展，培育新质生产力。吉林化纤集团将始终坚持产品要素的升级，以“竹碳长睛”四种纤维材料主导做好“四化升级”。

天竹联盟副会长、河北吉藁化纤有限责任公司总经理魏全东作题为“践行新理念，构建新格局，开启天竹联盟高质量发展新征程”的《2023 年度天竹联盟工作报告》。报告总结了三年来，联盟在产品升级、市场拓展、品牌升级、绿色发展、提升产业核心竞争力方面取得的阶段性成果。展望未来，天竹联盟踌躇满志，将聚焦一个核心任务：不忘初心，牢记使命，建设具有国际影响力的纺织产业联盟，促进产业高质量发展，践行社会责任；加快形成国内、国际双循环，加快终端市场培育，强化国际市场拓展；突出绿色、创新、协同三大发展主题；强化原料带动、产业推动、消费拉动、创新驱动四个驱动；培育生态、技术、市场、品牌、平台五个优势。

Intertek 天祥集团中国市场事业部经理阿阳以“合作共赢，助力天竹可持续发展”为主题，提出作为全球领先的全面质量保障服务机构，天祥集团将与天竹联盟继续紧密合作，勇担社会责任，从标准、认证、检测等方面提供全面质量保障解决方案。

活动现场，魏全东代表天竹联盟与河北省产品质量监督检验研究院、宜宾学院、上海三枪（集团）有限公司、厦门巢儿尚制电子商务有限公司、ED KOREA 公司 5 家单位，签署了《天竹联盟战略合作协议》。未来，天竹联盟将携手各方力量，从检测认证、人才培育、开发应用、市场推广等方面发力，共同推动中国原创纤维和民族品牌的创新发展。



### 荣誉见证，携手再创联盟新辉煌

独行者疾，众行者远，未来是合作共赢的时代。面对机遇与挑战，天竹联盟企业团结一心，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，构建新发展格局，促进产业高质量发展。天竹联盟坚持拉长产业链、补强创新链、提升价值链、优化生态链，在产品开发、领域拓展、产业升级等方面取得了丰硕成果。经推荐评选，天竹联盟对 44 家单位及 21 名个人予以表彰。

上海七匹狼家居用品有限公司等 10 家企业荣获天竹联盟 2023 年度卓越贡献奖；无锡万斯家居科技股份有限公司等 12 家企业荣获天竹联盟 2023 年度市场应用奖；鲁泰纺织股份有限公司等 12 家企业荣获天竹联盟 2023 年度质量优胜奖；韩国 ED 有限公司等 10 家企业荣获天竹联盟 2023 年度全球优秀合作伙伴奖；浙江金晟纺织有限公司金焕根等 21 人荣获天竹联盟 2023 年度创新开发奖。

### “竹”够精彩，展秀联袂彰显国潮魅力

大会同期，天竹联盟惊艳亮相第 31 届中国（杭州）国际纺织服装供应链博览会，2024 天竹联盟创新产品发布会在展馆内精彩绽放。

天竹联盟重点展示的 ECOBAMBOO——全新一代天竹纤维，选用优竹材为原料，采用先进的专利技术、设备和环保控制方法制成，其织物柔软亲肤、吸湿透气、天然抑菌、完全可自然降解，通过 BSC 认证，可全球范围检测、全生命周期管理、全产业链追溯。同时还展示了人造丝、腈纶、碳纤维，从纺织产业链源头赋能，引领行业高质量发展。

浙江金晟纺织有限公司、深圳天竹生态科技有限公司、绍兴市嘉利隆纺织品有限公司作为天竹联盟优秀的产品开发基地，本次发布了三场专题秀，现场展示天竹纤维在终端服饰应用的最新设计，让灵感化作新动能，携手天竹联盟，共创美好生活，助推纺织行业高质量发展，为建设“一带一路”做出新贡献。

天竹逐梦十八载，联盟同心再出发。第十八届天竹联盟大会聚众智、谋共赢，联合全球纺织上下游一起共商产业政策，共话前沿技术，共谋行业发展，为人类带来更环保、舒适、健康的衣着体验，为全球纺织可持续发展开辟新的方向。TA

# 江西赣州招商引资签约 101.9 亿元！

## 2023 江西纺织服装周暨第四届江西(赣州)纺织服装产业博览会举行

■ 本刊记者\_吕杨



本届江西服博会打造了一个“双向互济、内外联动”的商贸平台。

2023年12月23—26日，以“新长征·新智尚”为主题的2023江西纺织服装周暨第四届江西（赣州）纺织服装产业博览会在中央红军长征集结出发地、中国品牌服装制造名城——江西于都举行。

开幕式上，中国纺织工业联合会、中国服装协会授予于都县“纺织服装产业链现代化建设示范区”称号，江西省纺织服装行业产教融合共同体正式成立，赣州市与中国纺织工业联合会签约战略合作，还进行了各地招商引资代表项目暨订单签约。共签订合作项目16个，1个战略合作项目、8个招商引资项目、7个订单合作项目，招商引资项目签约金额达101.9亿元，订单合作项目签约金额10.9亿元。

值得一提的是，本届江西纺织服装周被列入2023“三品”全国行活动和国家优供给促升级活动计划，成为宣传推介产业的又一张名片。其间，还举行了2023江西纺织服装周暨第四届江西（赣州）纺织服装产业博览会颁奖盛典、2023年江西省“天工杯”纺织服装行业职工职业技能竞赛、纺织服装国际直采对接会、产业供应链展、品牌供应链对接会、纺织服装原创设计周、赣州市纺织服装职业院校技能大赛、招商推介会等一系列活动。

本次活动由江西省人民政府、中国纺织工业联合会指导，中国服装协会、江西省工信厅、江西省商务厅、江西省贸促会、赣州市人民政府联合主办。

### 聚合产业引擎，推进品牌建设

2023江西纺织服装周暨第四届江西（赣州）纺织服装产业供应链展面向全国及江西聚集了包括日播、赢家、翡丽文德、润达、豪阜、新奕隆、佰盈、脉动、鸭鸭、卫棉、中纺标、汉丞科技、星华反光、天易、祥兴、良誉、润木、赫仕达、叁洋、伊仕曼缝觅物联、宇峻、梧桐台、大朗优选、巨千服饰等近200家知名服装品牌、优质制造企业、面料辅料商、智能设备商、服装设计师、设计院校、软件平台参展，以高质量制造为核心，以聚合纺织服装供应链为导向，打造中国服装供应链资源链接与商贸合作交流平台。

另外，本届展会特设立产业集群馆，集中展出涵盖品牌服装、羽绒、针织、棉纺、麻纺、化纤、鞋服等江西纺织服装产业带的优秀企业，进一步推动江西省纺织服装产业的商贸交流、品牌建设、时尚创意、科技创新，唱响“新江西·新时尚”品牌建设，积极开拓国内外市场。

### 链接行业动能，智造科技优势

近年来，于都以时尚设计研发为引领，以“两化融合”的现代制造体系为基础，以具有持续创新发展能力的制造品牌为主导，建设技术最好、成本最低、速度最快、在途最短的“全国服装优质智造示范区”，打造“世界级纺织服装产业集群先行区”，实现千亿产业集群，不断推动数字经济与先进制造业、现代服务业深度融合，为高精尖创新大会的举办提供了理想的背景和支持。

由中国服装协会、江西省商务厅、赣州市人民政府联合主办的2023中国服装论坛高精尖创新大会在本届服博会期间举办。本次大会聚焦“链接新动能 智造新优势”主题，着力探究科技创新和产业创新的紧密对接，推动新技术与新产业融合发展，进一步引领产业升级，实现高质量发展，指引江西纺织服装产业加速融合全球创新要素，推动产业智能化、绿色化、融合化，努力打造现代化产业体系和世界级制造高地，为产业链供应链增强竞争力与安全性，开辟新领域、新赛道，塑造新动能、新优势。

同时，为助推牛仔时尚产业绿色发展，提高牛仔企业的社会责任感，促进牛仔时尚产业绿色转型升级，2023牛仔时尚产业科技创新发展论坛也于本届服博会期间举行。

### 开拓商机机遇，创造赢商效应

近年来，于都大力发展纺织服装首位产业，先后出台降成本优环境措施116条和“服装二十条”。为打通产业发展堵点，营造良好营商环境，助力参展企业获取新的产业空间、市场潜能与发展契机，本届江西服博会以线上、线下等方式举办多项贸促活动和资源对接会，打造一个“双向互济、内外联动”的商贸平台。

服博会期间，由江西省贸促会主办的2023江西纺织服装国际直采对接会通过国际直采的方式，充分利用国内国际两个市场、两种资源，拓宽纺织服装企业对外贸易渠道，促进对外贸易成交，提升国际知名度及影响力。

同时，为优化供应链资源，2023江西（赣州）品牌供应链对接会也同期召开。本届对接会集合了行业最优秀的制造企业代表，助力上下游企业的纵向发展和横向联合，引领和推进以消费者为中心、数字化驱动的新型产业生态体系和价值体系的构建，为众多服装品牌提供稳定、优质的供应链体系。

### 强化创新引领，提升原创力量

作为江西纺织服装产业的重要展示窗口，本届服博会期间还举办了2023江西纺织服装原创设计周。邀请了知名高端女装品牌克劳西、播 broadcast、茵曼、西班牙知名牛仔品牌 Lois、功能性内衣品牌速塑、潮流女装品牌 OFF-WEUIN、新风品牌 GUANJU 关睢记与牛仔大赛作品发布、江西服装学院产教融合作品发布，联袂呈现9场品牌、知名设计师、院校作品发布秀。

为凸显纺织服装产业的创新引领，以“穿出最美时尚，守住绿水青山”为主题的2023“新长征杯”全国绿色牛仔创意作品大赛在本届服博会期间举行，通过大赛来展示设计师的创意灵感与环保清洁加工技术，展现未来牛仔产业的创新发展方向，提升企业生态可持续发展意识。

### 坚持引育并举，加强人才保障

为进一步夯实人才资源基础，落实国家职业教育改革工作要求，推动赣州市服装行业高技能人才队伍建设，助力赣州服装产业高质量发展，由江西省总工会主办，赣州市总工会、于都县人民政府等部门承办的2023年江西省“天工杯”纺织服装行业职工职业技能竞赛在服博会期间举行。本次大赛围绕“制版、缝纫”等领域展开角逐。同时，2023赣州市纺织服装职业院校技能大赛也一并举行，在服装选题制作方面展开角逐。

作为在中国纺织服装行业供应链资源对接、产业智能化转型、市场柔性化供给等方面颇具影响力的大型盛会，本届江西服博会通过强化行业技术交流、促进产业链协同创新、拓展市场需求等方式，进一步巩固产业竞争优势，提升江西省纺织服装高质量发展水平。站在新时代新征程的历史起点上，江西省将继续秉持产业报国情怀，在“科技、时尚、绿色”的高质量发展轨道上勇毅前行，以极致追求卓越，以专业引领价值。TA



# 波司登首次上榜世界品牌500强！

■ 陈墨 / 文

当地时间2023年12月13日，2023年度《世界品牌500强》排行榜在美国纽约揭晓，共有48个中国品牌入选榜单，跃居全球第三；波司登品牌列第462位，成为我国服饰领域唯一入选品牌，彰显出卓越的创新力和品牌影响力。

《世界品牌500强》(The World's 500 Most Influential Brands) 由世界品牌实验室(World Brand Lab) 独家编制，评判依据是品牌的世界影响力。品牌影响力的三项关键指标包括：市场占有率(Market Share)、品牌忠诚度(Brand Loyalty) 和全球领导力(Global Leadership)。世界品牌实验室对全球约8000多个知名品牌进行了综合评分，最终推出了世界最具影响力的500个品牌。

世界品牌实验室编制世界品牌报告已是第20个年头，2023年入选的国家总数为32个，今年《世界品牌500强》共覆盖了47个行业。中国(含港澳台)新上榜6个品牌，分别是保利(POLY)、抖音(TikTok)、中国华电(China Huadian)、通威(TONGWEI)、中国航油(CNAF)和波司登(Bosideng)。

### 聚焦主航道，彰显品牌实力和发展韧性

作为全球知名的品牌羽绒服企业，波司登专注羽绒服领域47年，致力于推动羽绒服从单一保暖功能向科技化、时尚化、绿色化变革，为国内外消费者提供更专业、更时尚的羽绒服产品。近年来，直面百年变局和国内外诸多超预期因素的冲击，明确“聚焦主航道、聚焦主品牌”的战略方向，坚持品牌引领的发展模式，持续夯实品牌引领、产品领先、零售升级、优质快反核心竞争力，企业营收、净利润连续6年创历史新高，彰显出波司登品牌实力和发展韧性。

特别是在践行“三个转变”、助力品牌强国建设方面，波司登基于品牌基因与消费者洞察，以全球视野高点定位品牌，通过参展纽约时装周、米兰时装周、伦敦时装周，参加中国品牌日等重要品牌活动等，持续夯实“全球领先的羽绒服专家”品牌形象。融合品牌策略、创意视觉、公关体验及数智内容等方式，通过品牌战役发力、品销两旺的策略，不断加深消费者对品牌的认知度和美誉度。

同时，结合消费者喜好及行为特征，整合国际前瞻性优质资源，布局现代化产业发展新生态，升级创新品质工艺，拓展中国羽绒服美学边界。精准开发不同系列的产品，以满足消费者不同场景下的需求，登峰系列、风衣羽绒服、舒适户外系列、新一代轻薄羽绒服、高鹅绒三合一冲锋衣羽绒服等创新产品屡获国内国际设计领域大奖，赢得时代主流消费群体的青



睐和认可。2023年9月，波司登在米兰·达芬奇庄园上演了一场惊艳全球的时尚大秀，以“更多样、更时尚、更轻暖”的设计理念，重新定义轻薄羽绒服，掀起羽绒服领域的“革新浪潮”。

### 聚焦主品牌，迈向全球纺织价值链中高端

波司登还加快数字经济和实体经济深度融合，推动品牌转型升级，与消费者建立温暖连接。聚焦单店经营提质增效和分店态运营，通过数字化赋能，形成以多渠道触达、精准洞察分析、差异化内容互动的运营闭环，提升会员购物体验与会员价值。截止2023年9月30日，波司登品牌在天猫及京东平台共计粉丝超过3760万人，会员超过1460万人；在抖音平台共计粉丝亦超过900万人。

目前，波司登品牌第一提及率、净推荐值、美誉度等稳居行业第一，波司登羽绒服连续28年中国市场销量遥遥领先，畅销美国、法国、意大利等72个国家，羽绒服规模(销售额、销售量)全球领第一，成为中国服装迈向全球纺织价值链中高端的标志性品牌。

当前，世界之变、时代之变、历史之变正以前所未有的方式展开，无论世界还是中国消费市场都在发生深刻的调整与变革。波司登品牌创始人、波司登集团董事长兼总裁高德康表示，品牌是企业发展的最高领导力，品牌自信是最大的文化自信。波司登将坚持长期主义和价值创造，立足人们对美好生活的新需求、新期待，从单一销售规模领先向品牌综合性全球领先迈进，打造世界一流企业和全球领先品牌，构建企业稳健经营、穿越周期的核心能力，书写“世界羽绒服、中国波司登、引领新潮流”的崭新篇章。TA

# 常素嫿： 以现代时尚再现传统服饰之美

■ 邵钰 / 文



常素嫿

新中式服饰风格作为现代审美时尚对传统中式服装文化的新诠释，继承了中国服饰美学的精髓，并与当代潮流进行碰撞与融合。因此，具有传统中式服装文化元素的新中式风格受关注程度越来越高，深受各类社会群体的喜爱，尤其是新一代年轻人，而这正体现了新中式设计的包容性。如今，新中式服饰风格有着持续不断的设计作品产出，新中式服装设计产业的前景也越来越好。

常素嫿，中国知名设计师，常常为明星名媛定制新中式礼服的她擅长将中国艺术和文化元素融入现代时装设计，以中国绘画、传统纹样和古代刺绣等为设计灵感，向世界展示中国传统服饰的魅力。她经常在全国各地参加或举办具有中式风格特色的服装艺术展，如“水墨中国·常素嫿服装艺术展（2023）”“彩绣时光·中式礼服精品展（2022）”等，在每一场展览中，她的服装设计作品都受到广泛赞誉。此外，服装设计经验丰富的常素嫿还开发了一系列原创技术，以提高新中式高端服装设计的美感和流行度。

## 化繁为简的整体造型

如今，人们往往追求轻便舒适的通勤穿搭，而传统中式服装因穿着以及户外活动不难以适合大多数日常场合。因此，常素嫿对传统中式服装的造型创新，以“化繁为简、少即是多”的设计理念结合抗皱工艺技术，让她所设计的服装款式能迎合现代服装的流行风向，同时又能符合大众日常需求，还保留了传统中式服装的风格和意蕴。

在常素嫿的服装设计中，可以发现她在保留传统中式服装和现代服装原有特点的基础上，将传统中式服装和现代服装的不同元素去巧妙地拆解、组合。比如在传统中式服装整体造型上，常素嫿通过改变装饰线、工艺手段、色彩搭配等设计元素，对服装进行创新设计；亦或是将交领、大襟、盘扣、边饰等传统服装的典型特征，运用到现代服装设计中，使服装具有传统的韵味。

常素嫿设计的服装，常常打破原有的秩序化的服装造型范式，以别致、创新的设计效果赢得专业人士与市场的青睐。

提起新中式服装，就离不开旗袍。常素嫿坦言，现在人们对旗袍提出了更高的要求。在她的新中式旗袍设计中，保留并改良了中式立领、古风盘扣等元素，再加入极具现代审美的色彩与新兴面料，通过复古元素与现代审美的碰撞让旗袍焕发了新活力，产品顺利“走进了”年轻人与外国人的衣柜。

“化繁为简、少即是多”的设计理念，让常素嫿的新中式服装兼顾了实用性与功能性。常素嫿以对服饰美学的独特解读和对服装设计的创新思考进行新中式服装设计，汲取了传统中式服装文化之精华，并通过现代审美与现代意识对传统中式服装元素进行了创新应用。

## 传统图案的灵感来源

中国传统服装图案造型优美、寓意吉祥，反映了民族文化和审美特征，且都具有丰富多样的内涵。常素嫿喜欢将富有美好寓意的图案与色彩融入她的新中式服装作品中，让设计体现出独特的内涵，力

求从服装的角度体现出人们对于生活的美好向往。

在其新中式服装中，常素嫿以面料提花、大面积印花、单体刺绣等手法呈现了大量的传统花鸟图、水墨画等元素。有人曾用“画入衣裳，衣裳如画，优雅无比”来形容常素嫿将苏绣风格融入提花面料的技术，可见其新中式服装作品的魅力。常素嫿让传统花鸟图元素化为新中式服装作品上点缀着的各式纹样，以“牡丹、莲花、仙鹤、孔雀”等元素赋予了服饰吉祥美好的寓意，让服装兼具物质形态与文化形态，尽显文化的璀璨。

作为最具冲击力的视觉元素，色彩可作为一种标签在市场中实现高收益。在传统花鸟画的颜色搭配中，石青、蛤白、赭石这类石性颜料常常与花青、藤黄、胭脂这类水性颜料相结合。这种经典的搭配，让服装整体造型出现了统一和谐的中式韵味。因此，常素嫿设计的改良旗袍这类作品，就常以大量纯色与同色系暗纹相结合的搭配，让新中式旗袍焕发出中式雅致。

此外，水墨画元素也是常素嫿在设计过程中重要的灵感来源。在设计新中式服装时，常素嫿喜欢将水墨画元素转化为服装颜色、图案或面料，比如以精巧的绣法表现水墨画的笔墨魅力，运用提花等现代工艺结合于传统水墨写意图等，在服装上再现了传统画作中潇洒的水墨效果；并通过服装上色彩的浓淡变化、层次对比形成了如水墨画中晕染效果般的独特韵味；用渐变染色、印花、镂空、抽纱、缝缀等方法，以服饰面料的层次感来表现水墨画元素，让整件衣服具有水墨画的层次渐变和虚实之美。

## 现代时尚的工艺细节

时尚潮流千变万化，除了影响着大众审美，也带动着传统元素设计的改变。常素嫿认为，对于新中式服装，要将中国传统服饰文化和现代的工艺相结合，才是真正有价值的服饰文化创新和发展。

中国刺绣是中国传统服饰文化中最有代表性的传统工艺之一，作为古老而又神秘的手工技艺，它将图案用线绣于面料之上，丰富而细腻。常素嫿除了将刺绣大面积绣在新中式衣服上，还将刺绣作为点缀出现在袖口与衣襟处，极具立体艺术感。最妙的是她将苏绣进行传统新用，将真丝丝线与现代感珠宝元素相结合。传统中式礼服往往通过丝绸来体现魅力，而常素嫿的新中式礼服除了采用丝绸，还会叠加入造丝、醋酸、聚酯纤维、荧光面料等现代面料，以达到一定的顺滑和光泽质感，并为新中式服装设计添加了多种重塑的可能性。

除了十分擅长的刺绣设计，常素嫿还在作品中添加许多年轻化、现代化的细节，如将传统立领等元素与流行的款式、面料结合而进行设计。作为传统服装的代表性造型元素，立领是新中式服装风格的点睛之笔，体现了中国人的节制气质，同时又适度露肤、对颈部有修饰效果，且不显得僵硬。常素嫿让立领不只局限于旗袍和长衫，而是与日常外套创意结合，展现当代新时代女性气质。此外，她还改良了垂感斜襟，将中国传统服饰与现代的剪裁相融合，更好地修饰人体曲线，显得新颖而灵活。

随着国家综合实力越来越强，现代人的经济生活需求以及文化精神内涵也愈加提升，博大精深的中国传统文化在新时代群体中以新中式风格迸发出了强烈的生命力与创造力。新中式服装以其独特的创意满足了现代人的审美需求，也是民众日常穿着的时尚追求与自我认同。新中式风格必将持续散发出新的力量，也将会与更多产业相融合，摆脱形式的限制，彰显中国的文化自信与魅力。TA

# 助力中越边贸开新局

## 奥宝龙国际服装城落地云南河口口岸

■ 本刊记者\_吕杨

2023年是中国与越南建立全面战略合作伙伴关系15周年。中国式现代化给世界各国带来前所未有的机遇，将为越南加快推进工业化现代化提供助力。

中越两国经济互补性强、经济联系紧密。中国正在以高水平对外开放推动构建新发展格局，越南经济保持稳步增长，双方要充分发挥地缘相近、产业互补优势，加快推动共建“一带一路”和“两廊一圈”战略对接合作，不断拓展在互联互通、国企改革、绿色能源、关键矿产等领域合作，更好服务国家发展，更多惠及两国人民。

## 抢抓边贸发展机遇

近年来，中越双边贸易快速发展，双边贸易额已从2000年的24亿美元增长到2022年的2349亿美元。2023年1—10月，中越双边贸易额达到1851亿美元，边境小额贸易和边民互市日趋活跃。中国连续多年是越南最大贸易伙伴，越南是中国在东盟最大贸易伙伴和全球第四大贸易伙伴国。

当前，随着我国纺织服装产业向中西部转移的步伐不断加快，越来越多的纺织服装产业项目开始寻找在中西部地区发展机遇。在此背景下，云南省抢抓沿海发达地区纺织服装产业加快向中西部转移机遇，将纺织服装产业作为承接转移的重点领域加以培育和发展，为纺织服装产业发展创造良好条件，吸引一批山东、广东、浙江等地企业落户。

随着相关项目的落地，云南纺织服装产业链不断完善，近几年来中越两国边贸活动的不断发展，也为两国的纺织服装贸易带来了新的机遇。目前，已经有多个纺织服装项目落户于毗邻越南的云南红河州，而作为中越边境云南段最大的口岸，位于红河州的河口口岸是中国连接东南亚最便捷的陆路通道之一。

据广东奥宝龙控股集团有限公司执行董事孟祥龙介绍，早在2022年12月20日，河口县人民政府、自贸区（河口边合区）管委会就与广东奥宝龙控股集团有限公司签署“中国·东盟（河口）服装服饰市场国际采购贸易中心”合作投资协议书；2023年3月6日，广东奥宝龙控股集团有限公司与红河自贸耀太开发展有限公司签署“中国·东盟服装服饰市场国际采购中心”项目合作协议书。

据了解，河口地处我国西南边境，号称云南“小香港”，面积1332平方公里，总人口为11.1万人，城镇人口6.1万人，与越南老街省、莱州省隔河相望口岸相通，形成“两国一城”的格局。

但是，由于人口基数问题，使河口本地服装零售市场发展受限，而小额贸易和边民互市不能满足越南服装市场日益增长的需求。发展跨境服装贸易将填补河口口岸经济发展的空白，建立集群式大型服装专业市场，形成品牌效应，获取更多越南及海外客户，是河口



该项目将打通纺织服装服饰产业链跨境贸易的最后“一公里”。

兴边的必要举措。

全球市场分析公司标准普尔不久前发文指出，未来5年越南有望成为亚洲地区增长最快的新兴市场之一。据越南统计局的数据显示，2023年11月份，越南全国服务业需求大幅增长，社会消费品零售总额和消费服务收入总值达552.7万亿越南盾（折合1683.52亿元人民币），环比增长1.4%，同比增长了10.1%。

值得关注的是，毗邻河口的越南老街省和莱州省，总人口超过100多万人，跨境贸易发展潜力巨大。此外，越南近期还批准了《2021—2030年越中陆地边境口岸规划》，旨在加强越南老街省与中国的边境贸易活动。

## 搭建跨境贸易新平台

“奥宝龙国际服装城正式落户自贸区，为纺织服装产业在云南地区开展边贸活动，完善云南纺织服装产业链打开了一扇窗、搭建了一座桥。”孟祥龙说，未来，奥宝龙国际服装城将通过多元化商业合作模式，发掘更多国际商贸功能，在自贸区投资兴建标准化、数字化跨境物流仓储中心，通过自建、共建等模式在越南建设海外仓，以海外仓推动线上线下跨境贸易量的释放和服务前置，完善服装企业品牌出海物流链路。

孟祥龙指出，该项目将帮助卖家实现线上销售与线下跨国供应链的整合，把跨境供应链短板转为“本地竞争优势”，从而让买卖双方都能省时、省力、省心、省钱地交易。

“该项目地理位置优越，具备很好的发展前景。”孟祥龙介绍，这里不仅是我国西南边境地区最大的时尚聚集地、云南边境口岸首家跨境服装服饰面料产业型专业市场、云南对越边境唯一跨境服装服饰面料批发市场，也是河口沿边产业园唯一政企深度合作服装服饰面料产业专业市场、河口服装服饰跨境贸易行业唯一集服装服饰面料产业为一体的批发市场、河口中越边境200公里范围内唯一的服装服饰面料批发市场。

据介绍，奥宝龙国际服装城占地19.5亩，建筑面积近40000平方米，有商铺610套。其中，项目一楼有面积9—25平方米的商铺194套，二楼有面积11—30平方米的商铺209套，三楼有面积13—26平方米的商铺207套。

“这些商铺的空间灵活多变，入驻商家可以根据需要自由组合。”孟祥龙说，该项目将打造一个集展示、批发、采购于一体，涵盖线上、线下融合经营的市场范本。

有专家表示，中越经贸合作可以有效整合和利用两国比较优势和资源禀赋，增强两国在区域和全球产业链、供应链中的竞争力，同时带动区域内其他国家的产业发展和转型，形成更加紧密和高效的区域产业网络，有利于促进中国—东盟合作和区域一体化进程。

孟祥龙表示，得益于中越两国合作发展，该项目还得到了云南省、红河州政府、河口县政府、广东省服装服饰行业协会、东莞虎门服装协会的重点支持，相关主管部门对奥宝龙国际服装城（中国东盟（河口）服装服饰国际采购中心）给予了多方面的优惠政策。通过该项目，入驻企业和商户还可以获得大量的外贸信息，企业也会协同多个相关机构引导国内服装服饰企业、商户“走出去”，将国外买家“引进来”，打通纺织服装服饰产业链跨境贸易的最后“一公里”。

河口口岸即将推出口岸大贸易的发展概念，并以此大力开展延边产业投资。孟祥龙透露，该项目的发展目标就是“落地河口、面向越南、拥抱东盟、牵手欧美”。TA

# 冬市营销略显回缩 价格指数微幅下跌

## 20231225 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20231225 期纺织品价格指数收报于 105.36 点，环比下跌 0.03%，较年初下跌 1.13%，同比下跌 1.02%。



近期，中国轻纺城冬市营销略显回缩，其中：原料市场价量环比小升，坯布市场价量环比微升，服装面料市场布匹价量小幅下跌，家纺类产品成交量环比小跌，辅料价量明显回升。

### 原料价量环比小升，涤纶环比小跌，纯棉纱稳涨互现

据监测，本期原料价格指数收报于 82.01 点，环比上涨 0.11%，较年初下跌 1.35%，同比下跌 1.30%。

**聚酯原料震荡回升，涤纶成交环比小跌。**本期涤纶原料价格涨跌互现，华东地区 PTA 现货主流 5820 元/吨，环比上涨 239 元/吨左右；MEG 主流 4340 元/吨，环比上涨 250 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 6700 元/吨左右，环比上涨 75 元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比小跌，价格涨跌互现，POY 报价 7500 元/吨，环比上涨 80 元/吨；FDY 报价 8850 元/吨，环比上涨 50 元/吨；DTY 报价 8825 元/吨，环比下跌 25 元/吨。近期油市获得提振，拉动聚酯原料震荡回升，本周国内涤纶长丝市场价格涨跌互现，江浙地区主流涤纶长丝工厂出货意向积极，实单成交相对不足，涤纶原料成交走势仍显不足，下游谨慎心态较强，以刚需为主。

近期，涤纶短纤价格环比上涨，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 7270 元/吨，环比上涨 145 元/吨。受聚酯原料震荡回升影响，涤纶短纤报价环比上涨；目前短期原油价格或继续左右成本，供应端涤纶短纤一套新增装置计划出料，供应量或有增加；下游需求淡季，纱厂出货阻力大，当前各地区纱厂开机率稳中有降，未来或面临累库格局。纯涤纱市场报价涨跌互现，32S 纯涤纱报 11550 元/吨左右，环比下跌 20 元/吨；45S 纯涤纱报 12400 元/吨左右，环比上涨 100 元/吨。

**纯棉纱价格环比回升，人棉纱价格仍有下跌。**近期，萧绍地区纯棉纱市场价格环比回升，局部性价格稳涨互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 14800 元/吨，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 22260 元/吨，环比上涨 60 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 25230 元/吨，环比上涨 30 元/吨。从供应端来看，国内市场棉花日加工量日趋减少，已低于前两个年度同期水平，新疆棉花加工增速明显放缓。需求方面，纯棉纱产成品库存处于累库状态，纺企谨慎采购。织厂开机有所恢复，内销以春夏订单及冬季少量补单为主，外销订单有所增加。

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 13125 元/吨左右，环比下跌 50 元/吨。粘胶短纤交投清淡，市场淡稳运行，价格环比下跌。厂商订单发货，零星刚需新单成交，粘胶短纤行业开机率基本维持。下游人棉纱出货艰难、库存增加，市场多数人士普遍认为行情偏淡，价格仍有小幅下跌。30S 人棉纱价格报 16750 元/吨左右，环比下跌 50 元/吨；40S 人棉纱报 17700 元/吨左右，环比下跌 100 元/吨。

### 坯布行情微势推升，价格指数环比微涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 120.85 点，环比上涨 0.07%，较年初下跌 2.96%，同比下跌 3.12%。

近期，坯布市场营销微势推升，连日成交呈现环比微涨走势，坯布厂家订单略有推升，坯布价量环比微涨。其中：天然纤维坯布需求明显推升，纯棉纱卡坯布、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推升；

混纺纤维坯布行情微势推升，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量微幅上涨，拉动坯布类总体价格指数环比微涨。

### 服装面料环比回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 116.57 点，环比下跌 0.19%，较年初下跌 0.46%，同比下跌 0.06%。

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，冬季面料成交环比下降，春季面料下单局部小跌，对客商入市认购环比回缩，服装面料价格指数环比小跌。其中：涤纶面料、涤棉面料、涤锦面料、锦纶面料、锦棉面料成交价量不等量下跌，拉动服装面料价格指数环比小跌。

### 家纺市场环比回落，价格指数环比小跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.90 点，环比下跌 0.10%，较年初上涨 0.03%，同比上涨 0.05%。

本期家纺类价格指数环比小跌。近期，家纺市场营销环比回落，轻纺城家纺市场行情环比小跌，整体市场价格小幅下跌。大众色花型面料现货成交量和订单发送量环比下降，跑量产品现货成交和订单发货量环比回缩，价格指数环比小跌。其中：日用家纺类现货成交和订单发货明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；窗纱类现货成交和订单发货环比回缩，价格指数呈环比小跌走势；床上用品类现货成交和订单发货环比回缩，价格指数呈环比微跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比小跌。

### 市场行情明显回升，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 133.99 点，环比上涨 1.09%，较年初上涨 0.63%，同比下跌 1.69%。

本期服饰辅料类价格指数环比上涨。近期，市场成交明显回升，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回升，市场成交环比增加，现货成交和订单发货呈现环比回升走势，价格指数环比上涨。线绳类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；衬料类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，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环比小跌走势。因 2023 年终临近，成交继续回缩，囤货气氛不足，许多面料商存在观望心理，囤货谨慎。临近年关下游阶段性补库下降，实际成交仍显有限。下游市场订单依旧不足，且库存继续上升，进一步抑制企业开工热情，以刚需备货为主。在织造市场下单数量减少、后劲不足的情况下，市场或将呈现局部震荡小跌走势。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



# 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发展起到了积极的推动作用。

**宗旨：科技进步 人才成长 产业升级**



纺织之光  
微信公众号



纺织之光科技推广  
云平台网站



# 中国纺织服装大数据中心

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

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

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

- 数据采集和整合
- 数据存储和计算
- 数据分析和挖掘
- 数据展示和应用

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



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

商务合作：

中国纺织工业联合会信息化部

王先生 010-85229046 13811957097

宋女士 010-85229513 13683184867

吴女士 010-85229541 13910583128

(以上数据来源于企业)