

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

2024.01.22 | 第04期 | 总第1156期

柯桥·中国轻纺城 专版



P16
畅享轻暖冬季，
柯桥纺企上演“御寒术”

中国即墨服装市场
牵手即墨市场 成就财富梦想

电话: 0532-89061667
地址: 青岛即墨区鹤山路920号



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

影响 改变认知
服务 创造价值

《纺织服装周刊》官方网站:
www.taweekly.com

● 新闻热线: 刘嘉 010-85229395
● 广告热线: 万晗 010-85229892




厚植行业沃土，强化人才“磁场”！

P08

1月16日，2023年中国纺织人才大会在全国人大会议中心举行。

P12

打造百年老店，争做时代领跑者

高速、高效、智能、节能



宽幅烫光机



宽幅起毛机



节能高效
拉幅定型机

江苏鹰游纺机有限公司

江苏鹰游纺机有限公司是高新技术企业，具有近四十年纺机生产的经验，拥有强大的技术实力和先进的制造水平。公司注重科研及新产品开发，已形成起毛机、烫光机、剪毛机、刷毛机、磨毛机、印花机、拉幅定型机、特种整理设备、合成皮革设备、碳纤维设备十大系列 100 余种。2018 年，与中复神鹰碳纤维公司联合开发的“干喷湿纺千吨级高强 / 百吨级中模碳纤维产业化关键技术及应用项目”荣获国家科技进步一等奖。2020 年，入选国家“专精特新”小巨人企业。2022 年，入选国家制造业单项冠军示范企业。

(以上数据由企业提供)

电话：0518-85915139
地址：连云港市海州开发区振兴路 1 号



政策护航 拓单海外

展位抢购倒计时

2024纺博会海外展暨第二届中国轻纺城

韩国首尔纺织面辅料展

3/18-20

韩国首尔
aT Canter 展馆



- 报名通道 -
扫码了解更多资讯

SHAOXING KEQIAO DISTRICT JINKEQIAO EXHIBITION Co., LTD
绍兴市柯桥区金柯桥展会有限公司



- 抖音号 -



- 视频号 -



- 公众号 -

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)
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(100711)

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: Textile

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**
开门红! 法兰克福家纺展中国展商超 900 家再创新高
2023 年我国纺织品服装出口 2936 亿美元, 12 月恢复正增长
发挥福建纺织服装优势, 打造闽台具有全球竞争力的产业集群
“千团万企”拓市场!
- 08 **关注 Attention**
厚植行业沃土, 强化人才“磁场”!
凝心聚力再出发
迪尚集团: 外贸排头兵的数字共生共赢之路
将 ESG 理念融入产业基因
- 12 **特别报道 Special**
钱陈辉: 打造百年老店, 争做时代领跑者
付重先: 四大优势成就中国尼龙行业第一品牌
邵长金: 谱写白鹭高质量发展新篇章
肖风: 科技赋能添动力, 绿色共生创未来
- 16 **柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City**
畅享轻暖冬季, 柯桥纺企上演“御寒术”
正典纺织: 主动求变, 让企业发展可持续
柯桥两家纺企上榜“中国十大纺织科技”
- 20 **针织 Industry**
林云峰: 针织服装占比 66%, 出口再破千亿美元
- 21 **毛纺 Industry**
刘家强: 提升国际竞争力, 推进行业高质量发展
- 22 **人物 Figure**
她为华服锦绣而生!
- 24 **品牌 Brand**
高德康跨年演讲: 波司登迈向全球领先品牌之路
鄂尔多斯集团源牧场上榜“Sustain 100 可持续创意榜单”
- 25 **观察 Observation**
精细化运营与 OKR 指标在服装零售中的应用
- 26 **指数 Index**
冬市营销继续回缩 价格指数微幅下跌

每周随笔

出海, 谋新局!

刚刚过去的 2023 年, 在线下消费场景恢复、国家一系列扩内需促消费政策措施落地显著推动下, 纺织内销市场持续回暖。而在出口市场方面, 多元化国际市场格局正加速形成, 市场份额将向拥有国际供应链布局 and 核心竞争优势的头部企业集中。

全球经济增速放缓, 国际市场需求不足, 据海关总署统计快讯, 2023 年我国纺织品服装出口 2936.4 亿美元, 同比下降 8.1% (以人民币计同比减少 2.9%)。但 12 月当月同比增长 2.6% (以人民币计同比增长 4.3%), 继 2023 年 4 月之后重新恢复单月正增长, 呈现明显边际改善。

改革开放特别是加入 WTO 以来, 我国纺织品服装出口经历了潜能快速释放的爆发期, 逐渐步入稳定发展。疫情之后, 我国纺织业对美国 and 东盟等主要市场出口有企稳表现, 同时对共建“一带一路”国家的年出口额占比已超 50%, 对部分国家如俄罗斯、哈萨克斯坦、沙特阿拉伯、新加坡、阿尔及利亚等出口表现亮眼。纺机企业也在积极布局海外寻找市场增量。这是出海市场结构的新变化。

全球化背景下, 中国纺织服装产业在技术、文化、营销等方面积极探索和实践, 加强与全球市场合作, 拓展全球化产业布局。据统计, 46 家列入工信部“重点培育纺织服装百家品牌”名单的消费品牌企业中, 32.6% 已在国外开设线下店铺, 21.7% 通过跨境电商拓展国际市场。海关总署 2023 年 6 月发布的《中国跨境电商贸易年度报告》显示, 2022 年中国跨境电商进出口规模首次突破 2 万亿元人民币, 达到 2.1 万亿元人民币, 比上年增长 7.1%。而服装作为我国跨境电商出口重点类目, 占全国跨境电商出口额 10% 以上, 发展潜力巨大。这是出海渠道的新变化。

从希音产品销往 200 国到安踏的技术新突破, 从坦博尔、凌迪科技闪亮 ISPO 展会到 FLYTEC 户外、超酷新材料频频获得国际奖项, 中国时尚的代表正在全球渐露锋芒, 形成有力的市场影响与独特的身份识别; 恒力、盛虹、魏桥、波司登 4 家纺织服装品牌入选 2023 年度《世界品牌 500 强》, 中国纺织服装品牌开始打造世界级产品, 逐渐占领行业制高点、掌握技术话语权, 在全球时尚舞台上推出成功样本。这是出海质量和品牌化的新变化。

在“破与立”中找到发力点, 在“竞与合”中找到平衡点, 在“异与同”中找到共鸣点——正如中国纺联会长孙瑞哲所说, 我们要坚持互利共赢的开放发展战略, 寓中国发展于世界发展之中, 立足新方位, 探索新路径, 实现中国纺织服装产业更高质量的全球化发展。

深度融入“双循环”, 积极开拓国内国际两个市场, 是加快建设高质量、有韧性的纺织现代化产业体系的应有之义。中国纺织业的出海新格局, 正在铺展……

刘萍

View point / 产经看点

1 月 17 日, 国家统计局发布数据, 初步核算, 2023 年国内生产总值 1260582 亿元, 按不变价格计算, 比上年增长 5.2%。国民经济回升向好, 主要预期目标圆满实现。

——国家统计局

海关总署最新数据显示, 2023 年我国与东盟贸易继续保持增长, 规模达 6.41 万亿元, 东盟连续 4 年保持我国第一大贸易伙伴地位, 我国也连续多年为东盟第一大贸易伙伴。

——海关总署

1 月 15 日, 国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》, 提出 4 个方面 26 项举措。这是我国首个以“银发经济”命名的政策文件。未来, 国家将着力培育高精尖产品和高品质服务模式。

——国务院办公厅

截至 2023 年底, 我国 (不含港澳台) 发明专利有效量为 401.5 万件, 同比增长 22.4%, 首次超过 400 万件。

——国家知识产权局



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

Focus / 聚焦

开门红！ 法兰克福家纺展中国展商超 900 家再创新高



中国纺织工业联合会副会长杨兆华、梁鹏程等领导走访 2024 Heimtextil。

当地时间 2024 年 1 月 9—12 日，全球最大规模的家纺及室内纺织品展览会——2024 Heimtextil 法兰克福国际家用及商用纺织品展览会在德国法兰克福展览中心举办。

本届展会总面积达 280000 余平方米，吸引了来自全球 60 多个国家及地区的超 2800 家展商参展，展出了包括床上用品、窗帘沙发布艺、靠垫、窗纱、流苏花边、毯类、酒店用纺织品等新一季家纺家居及商用纺织品。

开展首日，中国纺织工业联合会副会长、中国家用纺织品行业协会监事长杨兆华，中国纺织工业联合会副会长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会常务副会长梁鹏程等领导走访参观了 2024 Heimtextil。

据了解，本次展会中国展商数量达 918 家，相较上年整整翻了一番；展出面积达 17203 平方米，同样迎来历史最大规模，中国展商数量及展出面积双双创历史新高。与此同时，有 57 家中国展商成功入驻专项产品馆。包括为客户提供软装一站式设计解决方案和配套实施服务的海聆梦家居股份有限公司；大力发展“蚕丝专业品牌”的苏州太湖雪丝绸股份有限公司；具有完整产业链的现代化家纺实力企业愉悦家纺有限公司；定位高端，以高支高密和天然原材料生产的产

品为主的烟台明远创意生活科技股份有限公司；一直坚守纺织印染主阵地，依靠持续的科技创新推动企业发展的华纺股份有限公司等明星大牌与实力新秀齐聚 2024 Heimtextil，纷纷带来了最新拳头产品，凭借中高端纺织制造品质优势和产品附加值，与国际企业同台竞技，提升国际市场影响力，收获了大批专业买家的垂青。

在展会现场，不少中国布艺企业展位熙熙攘攘，海外客商络绎不绝往来，中国纺联领导一行与软装面料专业供应商玛雅布艺、杭州艾可家纺有限公司、海宁市千百荟织造有限公司、海宁居莱纺织有限公司、海宁市卡申纺织有限公司、浙江菲摩斯纺织有限公司、浙江和心控股集团、浙江小轩窗控股集团、海宁市金佰利纺织有限公司、浙江金隆家纺服装有限公司、浙江英诺威纺织有限公司以及流苏花边专业生产商大连东立工艺纺织品有限公司，交流了海外市场出口情况和展会现场情况。

杨兆华表示，本次展会商贸交易、行业交流、经贸合作迎来兴旺局面，也印证了大家对家纺行业发展潜力的认可与对未来的信心。

中国纺联领导一行在展会现场还走访了来自美国、比利时、葡萄牙、印度、土耳其、巴基斯坦等国家和地区的参展企业，对国际企业在设计风格、产品研发等方面的独特优势表示赞赏。

在中国国际贸易促进委员会纺织行业分会的组织服务下，组团报名的参展企业在安全周到的参展环境中顺利开展业务，树立和展示了中国展团积极正面形象。同时，纺织贸促会现场工作人员与法兰克福家纺主办团队充分保持紧密协调沟通，为中国展团企业做好各项现场服务工作，确保展商参展效果及体验。梁鹏程表示，纺织贸促会一直致力于为中国展商提供更好的服务和便利条件，协助企业顺利拓市场、抢订单，更好地了解国际市场需求，对接海外客商；鼓励企业充分借助国际展会连接进出口，提振产业活力。（综编）

Data / 数据

2023 年我国纺织品服装出口 2936 亿美元，12 月恢复正增长

2023 年全球经济增速放缓，国际市场需求不足，在复杂严峻的外部环境下，我国纺织服装行业出口压力明显加大。海关总署 1 月 12 日统计快讯显示，2023 年我国纺织品服装出口 2936.4 亿美元，同比下降 8.1%（以人民币计同比减少 2.9%）。其中，纺织品出口 1345.0 亿美元，同比下降 8.3%（以人民币计同比减少 3.1%）；服装出口 1591.4 亿美元，同比下降 7.8%（以人民币计同比减少 2.8%）。

12 月当月，全国纺织品服装出口 252.7 亿美元，同比增长 2.6%（以人民币计同比增长 4.3%），继 2023 年 4 月之后重新恢复单月正增长，呈现明显边际改善。其中，纺织品出口 112.1 亿美元，同比增长 3.5%（以人民币计同比增长 5.2%）；服装出口 140.7 亿美元，同比增长 1.9%（以人民币计同比增长 3.5%）。

从大类产品看，我国纺织品去年一季度出口降幅明显。但自 3 月起，随着外贸企业充分发挥活力，积极抓订单、拓市场，降幅显著收窄。进入四季度，纺织品出口增速降幅较三季度大幅收窄

8.4 个百分点。服装方面，2023 年出口同比增速波动程度大于纺织品，但自 8 月份以来已连续呈现企稳回暖态势，并于 12 月恢复正增长。

当前，我国纺织行业对美国 and 东盟等主要市场出口有企稳表现。其中，对美出口纺织品服装增速连续三个月保持 5% 以上正增长；对东盟去年前 11 个月出口降幅较 1—10 月收窄超过 10 个百分点。同时多元化国际市场格局正加速形成，目前我行业对共建“一带一路”国家的年出口额占比已超过 50%，对部分国家如俄罗斯、哈萨克斯坦、沙特阿拉伯、新加坡、阿尔及利亚等国出口表现亮眼。

进入新的一年，全球贸易环境仍面临复杂性、严峻性、不确定性上升等风险挑战，但在我国纺织行业加快建设高质量、有韧性的纺织现代化产业体系进程中，企业需要增强信心和底气，深度融入“双循环”格局，积极开拓国内国际两个市场，充分发挥自身优势，在日趋激烈的国际竞争中赢得主动。（辛雯）

Policy / 政策

国家四部门发文支持两岸融合发展 发挥福建纺织服装优势， 打造闽台具有全球竞争力的产业集群

1 月 8 日，商务部、中央台办、国家发展改革委、工业和信息化部联合印发《关于经贸领域支持福建探索海峡两岸融合发展新路若干措施的通知》，从 5 个方面提出 14 项措施。

一是支持福建扩大对台开放合作。推动福建自贸试验区对台先行先试，支持福建用好《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）规则，支持福建加强对台招商引资。二是支持福建对台贸易高质量发展。提升福建对台贸易便利化水平，支持福建打造对台贸易枢纽，探索两岸服务贸易合作新业态。三是深化闽台优势产业融合发展。支持深化闽台产业融合，助力福建打造优势产业集群，支持福建对台合作平台建设。四是助力在闽台企融入国内大循环。推动福建内外贸一体化建设，支持在闽台企申报老字号，支持福建对台会展交流。五是促进重点区域加快融合发展。支持福建沿海地区密切与金门、马祖贸易往来，加强与金门、马祖合作开展园区建设。

《通知》提出，支持福建用好《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）

规则。支持福建强化 21 世纪海上丝绸之路核心区的引领示范作用，吸引台湾石化、纺织、机械、美妆等行业项目在闽落地发展，并用好 RCEP 等自贸协定优惠政策拓展国际市场。

在深化闽台优势产业融合发展方面，《通知》提出，支持在闽台企积极参与新型工业化进程，引导台资投向先进制造业和高新技术产业。支持两岸行业协会、企业、检测机构开展技术交流，促进标准互通，深化产业链供应链合作，推动制造业高端化、智能化、绿色化转型，提升产业整体竞争力。支持福建企业与在闽台企共建企业合作联盟。

《通知》还提出，发挥福建在数字经济、集成电路、新能源、锂电池、石油化工、纺织服装等方面的优势，支持有条件的地区建设新型工业化产业示范基地，打造闽台优势产业融合发展、具有全球竞争力的产业集群。支持福建推进中小企业特色产业群建设，加大优质中小企业培育力度，支持福建加快实施消费品“三品”行动。（郝杰）

Region / 区域

“千团万企”拓市场！

浙江出台《关于支持纺织行业高质量发展的若干举措》

2023 年 12 月 25 日，浙江省制造业高质量发展领导小组办公室印发《关于支持纺织行业高质量发展的若干举措》（以下简称《若干举措》）。

《若干举措》旨在贯彻落实浙江省委省政府决策部署，进一步引导预期、提振信心、优化环境，推动纺织行业高质量发展。《若干举措》提出优化产业布局、大力开拓市场、加强创新驱动、深化强企培育、加大要素保障、加快数智赋能、推进绿色转型、推进减负降本八项具体举措。

《若干举措》指出，今后浙江将持续深化“千团万企”拓市场增订单行动，每年组织不少于 300 个经贸团组、2000 家企业出海参展洽谈。加强创新驱动，争取每年新认定纺织类高新技术企业不少于 100 家、科技型中小企业不少于 300 家，新建省级重点企业研究院、企业研究院、高新技术企业研究开发中心分别不少于 1 家、5 家、50 家。同时进一步深化强企培育，到 2025 年力争培育纺织领域专精特新“小巨人”企业、单项冠军企业、雄鹰企业合计 70 家以上。（周峰）

提升湖湘纺织服装品牌影响力

《湖南省纺织服装行业重点品牌培育办法》指明发展方向

2023 年 12 月 28 日，湖南省工业和信息化厅印发《湖南省纺织服装行业重点品牌培育办法》（以下简称《培育办法》）。

《培育办法》旨在贯彻落实《中共湖南省委 湖南省人民政府 关于加快建设现代化产业体系的指导意见》（湘发〔2023〕8 号）、《湖南省人民政府关于全省纺织产业集群建设有关问题的会议纪要》（湘府阅〔2022〕67 号）等文件精神，改造提升传统纺织服装产业，培育一批纺织服装行业重点品牌，促进全省纺织服装行业高质量发展，加快实现“三高四新”美好蓝图。《培育办法》从培育目标、基本条件、培育步骤、培育任务、培育措施等方面对培育工作作出说明，为加强纺织服装行业重点品牌建设，提升湖湘纺织服装品牌公信力、影响力指明了发展方向。（钟文）



苏锡通三地拥有大批优秀纺织企业。图为位于苏州盛泽的盛虹集团生产车间。

“苏锡通”三年行动方案出台

推动高端纺织国家先进制造业集群 向世界级集群提升

2023 年 12 月 21 日，江苏省工业和信息化厅印发《江苏省苏州市、无锡市、南通市高端纺织国家先进制造业集群培育提升三年行动方案（2023—2025）》（以下简称《行动方案》）。

《行动方案》旨在深入贯彻党中央、国务院关于培育发展先进制造业集群的决策部署，全面落实全国和江苏省新型工业化推进大会精神以及工业和信息化部《纺织工业提质升级实施方案（2023—2025 年）》要求，加快推动高端纺织国家先进制造业集群向世界级集群提升。《行动方案》明确提出，到 2025 年，苏锡通高端纺织集群产业规模稳步壮大，规上工业产值实现 7200 亿元左右。

《行动方案》从推动产业高端化、智能化、绿色化、一体化发展四个方面提出 19 项具体举措，为加快培育专业化特色化世界级高端纺织集群，进一步巩固提升纺织优势产业领先地位，建设制造强省提供有力支撑。（段静）

厚植行业沃土，强化人才“磁场”！

2023 年中国纺织人才大会助力打造“人才生态圈”

■ 本刊记者_董笑妍

人才建设是当下纺织行业转型升级关键时期的决定性因素之一。党的二十大报告指出，教育、科技、人才是全面建设社会主义现代化国家的基础性、战略性支撑。中国纺织行业积极响应国家号召，一直致力于培养高素质、专业化的人才队伍，并总结出了覆盖行业各领域的大量经验，正需要一场酣畅淋漓的交流，以实现经验的系统性转化，提高行业的整体竞争力和创新能力。

1月16日，2023年中国纺织人才大会在全国人大会议中心隆重举行。大会以“人才引领驱动中国纺织现代化体系建设”为主题，集行业领导、院校专家、企业代表近200人于一堂，深入探讨了纺织人才培养的科学目标和具体措施。本次大会由中国纺织工业联合会主办，纺织人才交流培训中心承办。

提高站位，让人才助力纺织现代化体系建设

随着科技与人才的深度融合、相互促进，中国纺织现代化体系建设必将迎来崭新的、高质量发展的光时刻。

会上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲致辞表示，中国式现代化是最大的政治，实现新型工业化是关键任务。在中国纺织工业推动建设具有完整性、先进性、安全性的纺织现代化产业体系征程中，如何实现“人才高质量发展助力中国纺织现代化”是核心议题。

“天下之要，人才而已。首先，化解现实问题、实现稳中向好，用好人才是必然要求；其次，把握发展趋势、赢得未来主动，集聚人才是根本支撑。”会上，孙瑞哲提出三点期望：一要协同，构筑高水平的人才培养体系。遵循人才成长规律，推动教育、科技、人才一体化发展。二要激活，营造高品质的人才发展生态。以创新价值、能力、贡献为导向，健全科学、公正、客观的评价激励机制。三要赋能，提升高质量的人才服务能力。增强人才服务意识，切实做好人才培养培训和交流发展等服务工作。

中国纺织工业联合会副会长李陵申作题为“科技创新助力我国纺织现代化产业体系建设”的主旨发言，从我国纺织行业基本情况切入，阐述了如何建设具有完整性、先进性、安全性的纺织现代化产业体系。建设纺织现代化产业体系，要坚持以实体经济为重，防止脱实向虚；坚持稳中求进、循序渐进，不能“贪大求洋”；坚持三次产业融合发展，避免割裂对立；坚持推动传统产业转型升级，不能当成“低端产业”简单退出；坚持开放合作，不能闭门造车。

当下，中国整体科技创新环境和发达国家相比还有上升空间，还需进一步优化，未来科技创新需要面向世界科技前沿，构建更加完善的人才培养体系，培养更多高水平研究人员，在重大科研攻坚上贡献智慧和力量。李陵申重点介绍了我国纺织行业具有突破性的科技成果，并表示，新一轮的科技革命和产业变革，必将促进新的世界科技中心和经济中心的形成；全新的科技创新和产业范式转变也为我们“换道超车”嵌入全球产业链高端提供了历史性机遇。

思想交汇，培养符合行业需求的特色化人才队伍

科技、教育、人才三者如何交融才能更好地促进行业发展？大会上，院校教育者、企业领导者等众多演讲嘉宾给出了自己的答案。

近年来，北服主动对接服务国家、首都、行业发展需要，高水平特色型大学建设成效明显，在产教融合、协同育人方面，北服以设计学为龙头，艺、工、商多学科交叉融合，实现一流本科专业建设点覆盖率达92%。在题为“坚持产教深度融合创新行业人才培养新模式”的报告中，北京服装学院党委书记周志军以建设“服装学”新兴交叉学科平台为例，深入阐述了推进产教融合、培养创新人才的有效途径；并表示学校愿意与行业企业和社会各界一道，探索更多有益的新方式、新载体，共同应变局、开新局，探索中国特色时尚教育的新路径，书写中国式现代化的



会上启动了2024中国纺织服装创新创业大赛。

锦绣篇章。

在经验交流环节，河北凤展织带有限公司董事长温日学表示，企业想要培养人才、留住人才，就需要为人才提供精神食粮。凤展织带为了深度拓展公司人才建设，2023年10月安排相关员工赴德国参观展会，并赴法国知名院校、纺织研究所开展研学活动，以真金白银的各项活动投入助力企业人才成长。

“当下，产教融合还存在融而不合、合而不作、对接不紧密、合作不持续等问题。”江西服装学院院长薛家宝指出，一要设立人才培养的新目标。充分发挥市场的引导作用、专业的主导作用、学生的主体作用，设立“专业能力”与“从业技能”双轨并重的人才培养新目标。二要构建人才培养的新方案。根据“通识与专业渗透、理论与实践渗透、专业能力与从业技能渗透”的理念，设计多维性课程体系，引导学生根据个人发展规划，自主选择课程方向及技能模块，有效提高知识能力与职业需求的匹配度。

浙江日发纺织机械股份有限公司行政人力总监厉永江介绍说，作为公司科技研发和人才培养的重要基地，日发智能纺织装备研究院通过加大技术创新投入，引进行业高端人才，集聚创新资源，形成了功能完备的企业研究院。在人才培养方面，以产品经理为例，都是从技术员起步，第一年间、第二年调试、第三年服务、第四年市场、第五年设计，从产品知识、市场调研、项目管理、商业计划、企业管理等全方位对产品经理进行培训。

当下虚拟仿真技术正在破解纺织服装职业教育难题，让学生敢动手、学校敢放手，极大地增加了校园实践机会。浙江纺织服装职业技术学院纺织学院院长王成表示，为符合纺织现代化发展要求，浙江纺织服装职业技术学院将虚拟仿真实训基地建设作为了学校层面整体推动专业数字化转型升级、加快数字化资源建设的示范引领和辐射带动项目，效果显著。

会上，还举办了2024中国纺织服装创新创业大赛启动仪式。据悉，中国纺织服装创新创业大赛是中国纺织工业联合会主办的全国性赛事，2019年启动至今已经成功举办了三届。三届大赛先后共征集到参赛项目1280余项，其中500余项入选纺织行业双创项目库。获奖参赛项目通过双创大赛专题对接会，同投资机构、产业集群（园区）建立了洽谈对接关系，部分项目已经开展了落地实施，部分项目获取了投融资机会和战略合作。

本次大会还发布了2023年中国纺织行业人才建设优秀单位和个人榜单暨“新时代纺织英才”名单。TA

凝心聚力再出发

中国纺联选举产生新一届工会委员会

■ 本刊记者_郭春花

1月15日，中国纺织工业联合会第五次工会会员代表大会在北京举行。大会选出了第五届工会委员会、经费审查委员会，推选出了女工委员会。周腊权当选中国纺联第五届工会委员会主席，刘彦威、焦培、李波、郭慧娟、刘丽华当选副主席；李振洁当选经费审查委员会主任；刘丽华当选女工委员会主任，祁薇当选副主任。中国纺联会长、党委副书记孙瑞哲，中国纺联党委副书记陈伟康到会并作讲话。会议由中国纺联第四届工会委员会副主席焦培主持。

坚定信心，积极主动服务好职工群众

会上，中国纺联第四届工会委员会主席邢冠蕾代表第四届工会做工作报告；中国纺联第四届工会经费审查委员会委员季珊珊代表第四届工会做工会财务收支情况报告。

会议听取并审议通过了第四届工会工作报告、财务收支情况报告。回顾过去四年，中国纺联全面贯彻党的十九大、二十大精神以及党的各项路线方针政策坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平总书记关于工人阶级和工会工作的重要论述，在中国纺联党委的坚强领导下，团结带领中国纺联全体职工围绕中国纺联党委中心工作，坚定信心、努力工作、开拓创新，积极履行工会使命、践行工会担当、传递工会温度、厚植工会情怀，做到党委有号召、工会有行动，职工有需求、工会有回应，在统筹推进疫情防控和各单位发展、有效应对风险挑战中发挥了重要作用。

四年工会工作实践，中国纺联深深了解工会工作的重要性。会议提出下一步一是要围绕党的中心任务、坚持群众路线不动摇；二是要全面促进职工精神生活共同富裕；三是要持续加强工会自身建设。

会上，中国纺联党委办公室、纪委办公室主任周腊权作大会筹备工作报告；中国纺联第四届工会副主席林云峰宣读《关于中国纺联第五届工会委员会组成人员候选人预备人选的批复》并向大会介绍候选人基本情况；中国纺联党委办公室副主任吴未寒宣读选举办法，宣读计票结果及选举结果。

会议以无记名投票和差额选举的方式，选举产生了第五届工会委员会；以等额选举的方式，选举产生了第五届经费审查委员会。周腊权等21名同志当选为中国纺联第五届工会委员，李振洁等5名同志当选为第五届经费审查委员会委员。

随后，召开了中国纺联第五次工会委员会第一次会议、经费审查委员会第一次会议，推选产生女工委员会。

会议宣布，周腊权当选中国纺联第五届工会委员会主席，刘彦威、焦培、李波、郭慧娟、刘丽华当选副主席；李振洁当选经费审查委员会主任；刘丽华当选女工委员会主任，祁薇当选副主任。

中国纺联第五届工会委员会主席周腊权代表新一届委员会发言，对第四届工会以及历届工会领导和同事们表示感谢。他表示，工会工作就是做人的思想工作，要发扬求真务实、开拓创新、甘当配角、团结协作“四种精神”。未来，工会工作要在三个方面发挥作用：一是服务职工干事创业上发挥作用，为广大职工岗位成才、岗位建功创造条件。二是在增强职工凝聚力上发挥作用，通过开展丰富多彩的工会活动，陶冶干部职工的情操，增强干部职工的向心力和凝聚力。三是在维护职工合法权益上发挥作用，密切联系职工，认真反映职工诉求，积极主动服务好职工。



会议现场。

开拓创新，开创中国纺联工会工作新局面

会上，中国纺联党委副书记陈伟康对新一届工会委员会表示祝贺，他讲到，工会是中国纺联内设机构的重要组成部分，在联合会的内部建设中发挥着特殊作用。多年来，工会工作一直在维护职工权益、推进内部和谐建设、促进联合会的稳定发展、增强凝聚力和职工的归属感、幸福感等方面起到了积极作用。新时代的工会工作要坚持党的领导，坚持政治引领，要与时俱进、守正创新，要不断提升组织力、服务力，更好完善工会机构组织体系、工作机制建设，使工会工作更加贴近群众，充满活力。特别是要在宣传、践行中国纺联“四有”文化理念，建设积极向上的工作氛围上，工会组织要有所作为，组织职工群众发挥更强更有效的作用。

中国纺联会长、党委副书记孙瑞哲作总结讲话。他首先代表中国纺联党委，向大会的召开、对新当选的工会委员、经费审查委员会委员以及女工委员会委员表示热烈祝贺，对中国纺联第四届工会委员会以及各级工会组织所做的工作和取得的成绩给予充分的肯定，向为工会工作和中国纺联改革发展付出辛勤努力的中国纺联全体工会干部、会员表示衷心的感谢。并代表中国纺联党委对工会工作提出了三个方面的要求。

一是强化政治引领，开创工会工作新局面。要强化理论武装，学思想强党性重实践建新功。要秉承服务意识，有高度有影响有担当有威信。二是要完善工作机制，激发工会组织新活力。要加强党的全面领导，增强工会组织的政治性、先进性、群众性。要聚焦党的方针理念，增强工会工作的时代性、针对性、创造性。要贯彻党的群众路线，增强职工群众的获得感、幸福感、安全感。三是推动建功立业，展现工会工作新作为。要为职工搭建建言献策平台，构建团结和谐发展环境。要为职工搭建事业成长平台，激发群众创新创业精神。要为职工搭建文化交流平台，厚植中国纺联文化理念。

孙瑞哲指出，加强工会建设，增强广大干部职工凝聚力，营造团结和谐干事创业氛围，对于中国纺联实现高质量发展具有重要意义。中国纺联各级工会组织、广大干部职工责任重大、使命在肩。让我们以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，团结带领广大干部职工，锐意进取、迎难而上、主动作为，努力开创中国纺联工会工作新局面，为建设奋发有为团结和谐的中国纺联而努力奋斗。

会议期间，与会代表还集体学习了《习近平关于工人阶级和工会工作论述摘编》。TA



迪尚集团响应行业发展要求不断完善自身架构。

迪尚集团： 外贸排头兵的数字共生共赢之路

■ 本刊记者_徐长杰

自立则生，利他则久。

迪尚集团从一家如微尘般的外贸服装公司发展成为中国最大的服装进出口企业之一，经过30年不懈努力，以创新驱动打造自主品牌，在欧美、日韩等地设立研发设计中心近20家，为全球500多个品牌提供从设计研发、生产制造到贸易的全供应链服务，获评国家双创示范基地等荣誉，跻身“2022中国制造业企业500强”。

“我们乘着改革开放的东风获得成长，找到了属于自己的节奏。”迪尚集团董事长朱立华认为，企业的发展离不开国家方针政策的引导，党的二十大擘画出了以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的宏伟蓝图，如果说中国纺织工业是中国式现代化的重要组成，那么企业便是构筑中国式现代化的基础细胞。

新时代下，企业发展与行业目标同频

2023年8月27日，中国纺织工业联合会发布了《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035年）》（以下简称《行动纲要》）。其中，针对推进双循环的国际化供应链提升，《行动纲要》提出，要全方位提升纺织行业国际贸易及投资合作质量水平，构建稳定、安全、高效的国际化供应链体系，牢牢把握产业安全发展主动权，成为国际纺织产业合作和全球产业治理的重要引领者，开创产业全球合作新局面。

作为双循环战略的响应者，迪尚集团于2020年全面进军工装市场，打造内外贸融合发展平台。始终遵循“同线、同标、同质”标准，有效整合国内外资源，将外贸业务经验引入国内工装市场，打造有中国特色、有民族情怀的工装品牌。

如今，迪尚集团在国内建有威海、青岛、临沂、大连、济宁、日照、河南等生产基地，在缅甸、柬埔寨和孟加拉国等“一带一路”共建国家也建有生产基地。同时，集团还有800多家配套协作企业、4000多家面料辅料供应商，在欧、美、日、韩等国家和地区设有20多个品牌公司、设计公司、贸易公司和办事处。

近年来，面对复杂多变的出口形势，迪尚集团始终坚持将“保市场、保订单、保份额”作为战略要务。运用探索应用新技术、创新研发新材料、研究开发新品类、持续开拓新市场的“四新”发展内核，着力向创新要动力、要活力、要效益。同时以国内阵地为支撑，加速融入“一带一路”建设，持续完善对外贸易布局。

打造共享数字共生平台

《行动纲要》中的另一项重要行动，即促进数字经济与纺织产业深度融合发展。近年来，迪尚集团创造性地提出了“DDM—Digital Design

Manufacturer”，即“数字化设计制造”的全新概念，建立了国家纺织面料馆迪尚面料中心、中国服装数字化设计创新中心、迪尚服装技术研发中心等平台，并在此基础上打造国内首家纺织服装垂直生态链平台，集云设计、线上线下一体供应链、柔性制造、智能销售、高端定制等功能为一体。

“现在我们全力将数字化、新技术与传统产业进行融合，成长为主营业务达185亿元、每年生产各类服装超过1亿件套、自主研发占比超过95%、销售额年增速15%以上的中国最大的服装出口企业之一。”朱立华表示，未来依托与北京服装学院共同打造的“北服迪尚创新研究院”和“北服迪尚智能制造与生产实验室”，迪尚集团将着力打造探索数字化领域前沿技术、推动产学研用结合、为行业发展注入新动能的强大平台。

《行动纲要》中也特别指出，要加快纺织工业互联网平台体系建设。鼓励骨干企业打造以自身供应链协同为核心的“链主式”企业级工业互联网平台，带动上下游合作方协同联动。

事实上，对于供应链上下游环节众多且零散的服装行业而言，数字化不只是运用新技术这么简单。如何打破行业内部的“信息孤岛”，是摆在迪尚集团平台建设面前的棘手难题，对于传统纺织服装行业转型升级至关重要。

为此，迪尚集团的平台设计更新和生产环节智能化改造一直保持“进行时”。“迪尚集团打造了国内首个纺织服装垂直生态供应链平台，截至目前，来自全世界的500多个服装品牌、3000多名设计师、4000多家供应商、11个生产基地已“接入”平台，每年为1000多家单位提供定制服务。”迪尚集团相关负责人表示，平台实现产业链各环节的数字智能化，促进了资源、效率和效益倍增。

供应链平台的建设打通了从服装设计面料辅料资源协同成衣生产到销售的各个节点，海量在线的版型数据库实现了从设计图纸到批量成品的高效率转化，迪尚集团稳扎稳打，重构线上线下产业环境“双生态”，完成了单个企业“一枝独秀”向全产业链的提质跃升。

如今，面对日趋复杂的国际市场环境，这家出口业务曾占95%的服装外贸企业，积极主动融入国内国际双循环。自2019年开始，迪尚集团先后参与了庆祝中华人民共和国成立70周年大会、庆祝中国共产党成立100周年大会、2022北京冬奥会等国家级重要项目。目前，国内销售占比以年均3个百分点的速度提高。

2023年7月31日，中国服装协会正式发布“2022年服装行业百强企业”名单。迪尚集团有限公司位列“营业收入”百强企业第八位、“利润总额”百强企业第六位。朱立华表示，下一步，迪尚集团将在持续做强加工制造能力的同时，着力推动主营业务向设计、品牌等价值链中高端延伸，计划在未来3到5年，企业完成数字化转型，推动纺织服装从“制造”向“智造”跨越。TA

将 ESG 理念融入产业基因

中国时尚产业 ESG 治理峰会推进产业链共同行动

■ 张超 / 文

时尚产业作为文化与创意产业的载体，不仅关乎着经济发展，更是社会进步的风向标。全球化的当下 ESG 环境社会治理已经成为衡量企业可持续发展的重要标准。在此背景下，2023年12月19日，在中国纺联五届三次理事会和2023年中国纺织大会举办之际，中国纺联于武汉召开了2023中国时尚产业 ESG 治理峰会。

本次峰会集合行业精英、学术权威、企业领袖以及政策制定者，共同探讨交流了时尚产业在 ESG 治理方面的最佳实践和未来趋势。

聚众力，构建时尚产业 ESG 治理体系

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲表示，作为具有全球优势的产业，中国时尚产业的社会责任建设始终处于引领地位。ESG 作为提升行业与企业责任治理能力的重要方法工具，中国纺联未来将在三个方面逐步推进 ESG 理念融入产业基因：一是增强意识，树立全局观、大局观。加强社会传播与市场引导，提升 ESG 相关工作的声誉与价值影响。推动 ESG 融入到企业战略层面和生产运营的全流程，转化为高质量发展的内生动力。引导建立包含 ESG 内容的企业文化、商业模式和话语体系。二是构建体系，形成引领力、规范力。立足实际，建立标准，持续完善行业 ESG 信息披露体系、ESG 绩效评估体系和 ESG 能力提升体系。强化企业透明、诚信、开放、多元机制，杜绝“漂绿”行为。三是推进落实，保持节奏性、实效性。分层次、分步骤培育具有全供应链 ESG 管理体系和能力的企业，由龙头企业、行业上市企业示范先行，逐渐带动全产业链发展。讲好行业故事，引导投资向 ESG 绩效良好的企业和项目倾斜，促进行业价值转型。

湖北省经信厅一级巡视员孟春林出席峰会并致辞。他表示，纺织服装产业是湖北传统支柱产业，2022年湖北省纺织服装产业拥有规模以上企业1651家，实现营业收入3358.6亿元，位居全国第5位。2023年以来，湖北省将现代纺织服装产业列为九个新兴特色产业之一，并以科技、时尚、绿色为发展方向，出台湖北省纺织服装产业高质量发展三年行动方案。湖北省将以此峰会为契机，将时尚产业 ESG 治理新思考、新理念转化为湖北产业发展的新思路、新赛道。

中国纺织工业联合会副会长、社会责任办公室主任阎岩表示，行业推动 ESG 治理的重要性主要有四个方面：一是顶层设计，ESG 理念与行业高质量发展和构建现代化产业体系的发展战略高度吻合；二是贸易壁垒，欧盟、美国等国家的国际贸易政策不断提示着 ESG 风险将成为市场准入评估的重要一环；三是资本转向，ESG 已逐渐成为投资活动的新方向，ESG 信息将在资本融通时提供重要支撑；四是消费变革，可持



部分与会代表合影。

本次峰会集合行业精英、学术权威、企业领袖以及政策制定者，共同探讨交流了时尚产业在 ESG 治理方面的最佳实践和未来趋势。

续消费理念盛行，可持续的产品将是贯通企业与消费者沟通的重要载体。

中国纺联于2005年成立社会责任办公室，是第一个在行业层面推进企业社会责任的部门，自2006年起已连续18年发布年度行业社会责任报告；2008年发布中国首个行业自律性社会责任管理体系。2022年开发行业 ESG 评价体系与信息披露平台，并引导行业企业建立 ESG 工作闭环系统。未来，中国纺联将以此为抓手，推动行业企业建立信息披露与 ESG 管理的闭环工作系统。

ISSB 国际可持续准则基金会北京办公室主任张政伟作为标准制定方代表，对时尚产业 ESG 治理提出了他的思考。没有好的信息，就不会有有效的计量，也就不会有好的决策，而传统财务报告只占投资人决策信息中的5%，其余95%均为非财务信息。具体到如何让企业着手使用标准与开展 ESG 管理，张政伟认为，核心要素是企业要提高主人翁意识，不推卸，不犹豫，由一把手自上而下解放思想，联合产业链上下游共同行动。

集众智，探索企业 ESG 治理之道

会议还邀请了业内优秀企业代表分享他们的 ESG 治理经验。

安踏集团 ESG 及投资关系高级总监黄萃琪作为品牌企业代表表示，安踏自2007年开始应香港联交所要求披露 CSR 报告；2016年开始发布 ESG 报告，是第一个发布 ESG 报告的中国体育用品公司。“与伙伴共生”是安踏将 ESG 融入公司战略的核心理念。经过重要性调研，安踏以

“消费者、人、伙伴、员工、供应商伙伴”五个方面作为重点，分别制定目标并实施。

前进牛仔 CEO 王宗文作为制造企业代表分享了她的经验，牛仔行业经过多年技术发展，已摆脱高耗水高污染的标签，这主要基于其原料生物基、短流程制造、化学品少、常温染色、水洗技术变革、洗涤微纤少等特点。当谈到企业 ESG 管理经验时，她提到前进牛仔近年来主要在可持续采购、设备开发、产品研发、能源管理、废物治理、智能化改造几个方面发力，如持续提升可持续纤维使用比例，使用环保染色设备，实行54项技改活动，实现年循环用水46万吨，数字孪生技术实现车间水电气数据实时跟踪等。

新华网产经中心副总编辑、产业经济研究院院长吴晔作为媒体代表，以企业如何讲好 ESG 故事为主题做了分享。她表示，ESG 本质上是强调数据理性、科学体系和标准化逻辑的理念，从传播的角度而言，将其翻译为大众易于理解的叙事题材，并辅以多元的传播形态和媒体渠道，才能触达更多的利益相关方。这就需要企业从强化信息披露、品牌形象传播和公关先行这三个策略入手，以共识、共情、共振为沟通手段，坚持年轻化的逻辑，重视案例与故事，强化舆情应对能力，与利益相关方建立长期的沟通机制与平台。

会上，还有众多嘉宾进行了内容分享和对话。大道不孤，众行致远。中国时尚 ESG 治理具有全球视野、中国特色，也体现着时代特征，是一项长期事业、系统工程，也将为全球时尚产业和可持续发展提供典型案例。TA

编者按：

2023年，我国纺织行业顶住现实压力，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。承压前行的背后，是广大从业者胸怀祖国、心系人民，拼搏奉献、勇攀高峰，用他们的志气与骨气，构筑起中国纺织的生气与底气。

满载欢笑与汗水的2023已然远去，充满希望和憧憬的2024正向我们走来。岁末年初，《纺织服装周刊》特开设“领军者说”专栏，分享行业企业领军者的收获心得和对未来发展的深思远虑。

领军者说

常熟纺织机械厂有限公司党委书记、董事长兼总经理 钱陈辉：

打造百年老店，争做时代领跑者

■ 本刊记者_赵国玲 通讯员_邵盼盼



钱陈辉

2023年是常熟纺机全面深化改革，向高质量发展坚实迈进之年。作为国产织机开口装置的先行者和引领者，常熟纺机以创新发展为驱动，坚持可持续高质量发展，坚守细分领域的精耕探索，产品性能和数字化、智能化水平稳步提升，并成功通过工信部国家专精特新“小巨人”企业认定，开创了打造百年“长方”品牌新时代。

勤练内功，“长方”份额稳步提高

“面对复杂的全球经济环境，企业要实现健康发展，还是要在‘练内功’上主动作为，更好地推动原创性、引领技术的开发和创新。”常熟纺织机械厂有限公司党委书记、董事长兼总经理钱陈辉表示，2023年常熟纺机业务明显提升，特别是高速电子多臂市场占有率不断提高。核心工艺层面也做了着重升级，产品智能化水平显著提高。

过去一年，常熟纺机成功推动了多项关键项目的落地实施。“6S精益管理”模式的引入，大大提高了生产经营效率。多家创业公司的成立，核心零部件精度得到极大提升，业务量及服务范围不断扩展。

过去一年，常熟纺机全面强化技术革新与产品研发。研发生产的D2876/D2875两款分别适用于喷水、喷气织机的高速电子多臂，工艺转速可达700rpm；推出的无立轴直驱系统电子提花机，在节能降噪、提高使用寿命方面得到较大改善；新一代S1692凸轮开口装置，适用于喷气、剑杆织机，最多可配10片综框；推出的适用于各类织机的长方综框，作为产业链上的一个延伸，获得客户高度认可。

过去一年，常熟纺机生产线稳步升级，设备工艺持续改进。数控设备、智能生产线改造、立体仓库、ERP更新持续投入，数字化、智能化水平显著提高。尤其是通过国外先进设备的引进，进一步提高主关键零部件的制作工艺，大大提高了生产效率。

过去一年，常熟纺机深入市场分析与研究，及时调整营销战略。国内国外双细分市场发力，在巩固原有主机客户、优质客户的基础上，制定个性化方案，增加在线渠道的宣传力度，“长方”品牌知名度进一步提高，新客户数量不断增加。

过去一年，常熟纺机多措并举，人才培养、团队建设再上新台阶。对管理层、中层、基层班组等进行各类培训，创新内部晋升机制，不仅吸引了核心人才，还激发了团队的创新活力。通过对员工办公环境、就餐环境、休息环境的改善，进一步提高员工的幸福感和归属感，员工满意度进一步提升。

砥砺前行，百年“长方”指日可待

“始建于1970年的常熟纺机，自成立以来，始终专注织机开口装置的研发生产，目前已形成了高速电子多臂、高速凸轮开口装置、电子提花机三大类产品，实现了多臂、凸轮、提花开口机电一体化领域的全面布局，多项技术指标在产业链关键领域实现补短板、填空白。”钱陈辉表示，2024年，常熟纺机更值得期待。

钱陈辉指出，作为国家专精特新“小巨人”企业，接下来常熟纺机将以“高效运行求突破，持续创新谋发展”为指导方针，专注核心业务方向，从根本上解决技术、生产、营销、管理运行的难点痛点，谋求可持续高质量发展，探索出一条具有新竞争优势的“长方之路”。

新的一年，常熟纺机将始终把科技创新作为第一生产力，瞄准国际先进水平，不断加强新产品的研发创新。积极引进、培养科技人才，制定科技创新激励机制。做好年度新品研发规划，尤其是在提升产品性能、提高主关键零件精度、工艺优化、项目攻关等方面持续改进创新。

新的一年，常熟纺机将强化发展愿景，精益求精，不断完善优化效能管理。做好年度产能提升规划，在生产计划管理、工效提升、成本控制、财务核价、体系建设、6S管理等方面持续突破改善。同时，充分激发科技人员、一线工人的岗位潜能，营造全体员工爱岗敬业的氛围，为公司不断发展提供保障。

新的一年，常熟纺机将以市场需求为导向，继续发力国内国外双细分市场，全面增强“长方”品牌影响力。做好年度营销服务规划，在营销机制创新、品牌形象塑造、奖惩机制建立、优质队伍建设、服务理念提升等方面持续优化，全面完善销售、服务体系。同时，专注核心产品优势，通过品牌引领，打造持久竞争力。

新的一年，常熟纺机将以可持续高质量发展为核心目标，为用户提供更智能、可靠、绿色、高端的织造装备。依托省级技术中心平台，继续加大产品研发力度，做好产学研合作的进一步探索，利用高效平台进一步提升核心零部件性能和智改数转水平，进一步推进数字工厂建设。

作为我国织机用开口装置的领航者，常熟纺机始终把科技作为第一生产力，把品牌作为持久竞争力。50余年来，紧跟时代步伐，在细分领域精耕探索，走出了一条“长方”独有的康庄大道。目前，产品研发能力、核心零部件自制工艺能力进一步加强，特别是主关键零件工艺攻关、整机主要技术指标综合提高，使产品在转速、织造效率、可靠性等方面基本达到或接近同类进口产品水平。截至2023年，现已拥有专利62项，其中发明专利26项。

“细分市场的专业化，核心业务精细化，主导产品特色化、产业化，不仅是常熟纺机自身发展的需要，更是持续推动纺织工业高质量发展，贡献‘长方’力量的有力抓手。”钱陈辉表示，常熟纺机将一如既往秉承“精铸长方奔明天”的企业愿景，为打造百年老店，争做时代的领跑者，砥砺前行。

福建永荣锦江股份有限公司副总经理 付重先：

四大优势成就中国尼龙行业第一品牌

■ 本刊记者_郭春花



付重先

岁末年初，福建永荣锦江股份有限公司（简称：永荣股份）接连传来喜讯：公司“三根纱”系列产品实现再增长25%；打通纤维生产过程中全品类回收技术，实现100%可回收；突破“卡脖子”难题，攻克消费后再生产品的核心技术壁垒，重磅发布消费后再生尼尼龙纤维E-SUNLON™；数智化转型实现人均产能提升10%；发布纺织行业首个虚拟数字人“RONG”，实现纤维、面料、服装新品从设计研发到上身展示的云端协同……

骄人成绩的背后，是永荣股份近年来奉行“以客户为中心、以奋斗者为本、与合作者共享”的核心价值观，秉承“和合共生，守正出新”的企业精神，以及不断激发团队创新热情，凝聚向上发展的力量，用行动创造价值，用奉献回报社会所付出的努力。近日，永荣股份副总经理付重先通过分享永荣股份在产业规模、科创产品、市场服务、品牌建设方面的优势，解读了取得以上成绩的因素，并对未来提出了规划。

产业规模优势

永荣股份具有锦纶产业链一体化的成本优势，着力产业链补链强链，在打通“苯—己内酰胺—尼龙切片—尼龙纤维”上下游产业链，以及尼龙纤维一体化延伸的基础上，通过补短扩增产业链产能以及一体化延伸产品ACY、ATY、TTY和TDY的差异创新，使产业链的配置更加优化。这有助于公司控制原材料成本、提高生产效率和产品质量，降低了运营成本和风险，从而提升整体盈利水平，实现了绿色低碳发展。

作为民用锦纶行业领导者，永荣股份拥有庞大的生产能力和市场份额，这使得公司能够在采购、生产、运营等方面实现规模经济。规模经济优势降低了成本，提高了盈利能力，为实现企业目标奠定了基础。

产品规模优势也助力企业拥有全领域全地域全品类产品优势。目前，永荣股份产品涵盖了多个品类，被誉为全球产品种类最齐全的“锦纶界沃尔玛”。产品适用于全球各地的市场，无论是发达国家还是发展中国家，永荣股份都能满足客户的需求。永荣股份始终致力于为客户提供高品质的产品，通过严格的质量控制和检测，确保产品的质量达到或超过行业标准。

科技创新优势

永荣股份拥有智能化自动化高精尖设备，已打通从“订单—排产—生产—检验—包装—仓储—交付”的全流程智能制造，并不断寻求创新变革，突破产业升级难点，共同推进行业数智化发展。智能化自动化设备具有更高的精确度和稳定性，可以降低人为错误导致的损失，确保产品质量和一致性，降低次品率，提高了生产效率和产能。

同时，永荣股份积极推进产品、产线创新升级，实现产品价值效益最大化。注重打造具有行业竞争力的价值产品，以新技术新业态新标准的差异化提升产品价值，在打造高端差异化产品思路指引下，围绕“三根纱”，聚焦消费者舒适健康，不断创新研发。开发了主打功能性的“锦康纱”，实现科技与自然内涵相结合，主打高端差异化的“锦逸纱”，以及贴合国家碳达峰碳中和主题，主打绿色低碳环保的“锦生纱”三大类创新产品系列。

客户服务优势

永荣股份具有独具特色的铁三角客户服务优势，组成“研发+生产+营销”的铁三角客户服务团队。在接到客户的请求后，能够迅速行动，第一时间响应客户需求，共同为客户提供高效、专业的服务。不仅提供售前咨询、售后服务，还主动与客户保持沟通，了解客户的需求变化，为客户提供持续的关怀和支持，确保客户的需求得到及时满足。

品牌营销优势

永荣股份具有较高的市场占有率及品牌优势，构建了三方协同、四方机制的品牌研发模式，采用“推力+拉力”的方式，与下游终端品牌商接洽，了解需求、满足需求，然后促进终端品牌商与指定的下游客户合作，延伸了企业组织和利益的边界，有力地推广公司品牌知名度。同时，根据客户需求携手研发高新产品，最终在市场逐步建立永荣股份的高端品牌形象。

此外，永荣股份还拥有一支有激情、强执行的营销团队。营销团队能够快速对市场变化作出反应，及时调整营销策略，能将策划好的营销方案准确、高效地执行下去，把握市场机会，有效利用各种资源，通过创新的推广手段，提高产品的知名度和销售量。同时，各区域各司其职，不仅能够维护好现有客户的需求，还能够积极开拓新客户的需求，形成合力，共同完成营销目标。

对于永荣股份下一步的发展，付重先说：“在未来的发展中，永荣股份将继续聚焦主业，精耕细作，不断追求技术含量的提升和产品质量的卓越；将以终端化、一体化、科创化、数智化和全球化“五化战略”为指导思想，推动企业持续健康发展。同时，企业将积极拓展国际市场和加强与国内外企业的合作交流，携手共进，共同推动中国纺织行业的繁荣发展。”

具体来说，2024年永荣股份将继续加大研发投入，不断推出新产品、新技术和新工艺；将以市场需求为导向，不断优化产品结构，提升产品质量和性能，进一步拓展功能性化纤材料的应用领域，挖掘新的市场潜力。同时，将积极实施国际化战略，关注国际市场的需求和趋势，不断调整和优化出口产品结构，希望通过国际化战略的实施，进一步提升公司的综合实力和竞争力。

绿色可持续发展和数字化转型仍将是公司下一步的发展重点，将通过采用环保原料、优化生产工艺、降低能耗等方式减少生产过程中的环境污染，将加速数据驱动的供应链管理，应用大数据分析和供应链管理系统，实现供应链的可视化、协同和优化。

付重先表示，中央经济工作会议提出了“以进促稳、发展新质生产力”的要求，作为从事功能性化纤生产的企业，永荣股份将努力通过技术创新和转型升级，加快形成企业自身的新质生产力，为促进行业建设、国家建设贡献力量。



新乡白鹭集团党委书记、董事长 邵长金：

谱写白鹭高质量发展新篇章

■ 通讯员_郑逢善



邵长金

岁月不居，时光如流，2024年如约而至。回顾2023年，机遇与挑战并存，荆棘与勇气同在，新乡白鹭投资集团有限公司（以下简称“白鹭集团”）在风云变幻的国际环境中，在“波浪”“曲折”恢复的经济情境下，坚定信心、真抓实干，把“创新引领、数字赋能、绿色转型”作为发展风向标，围绕“完善、提升、绿色、发展”的工作主线，稳健发展基本盘，团结奋斗克时艰，项目建设加速度，技术创新出效率，绿色发展

创效益，扭亏增盈添活力，逆境突围开新局，实现全年圆满收官，交出了一份高分答卷。

近日，新乡白鹭投资集团有限公司党委书记、董事长邵长金在采访中回顾了企业在2023年取得的一系列成绩，对2024年的发展做出了重点规划。

2023年：逆境突围开新局

这一年，党的建设成效显著。白鹭集团党委深入学习贯彻党的二十大精神，坚持把党的领导融入企业治理全过程。严格落实“第一议题”制度，切实用党的先进理论武装头脑、指导实践、推动工作；多措并举推动主题教育走深落实，在调研中形成“纤维素纤维绿色发展”“氨纶高质量发展”两项破局发展调研报告；认真落实好意识形态工作责任制，牢牢掌握党对意识形态工作的领导权，加强阵地建设，白鹭精神深入人心，坚决筑牢“思想边防”。抓好市委巡察整改工作，深挖根源、找准病灶，对症下药、解决问题。党风廉政建设、正风肃纪持续深入，员工队伍干事创业精气神进一步提振；“党员示范岗”的深化创建，使党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用得到充分发挥；宣讲团将党的创新理论从讲台走向机台；学习强国、复兴壹号等网络优质学习平台，掀起指尖学习新热潮，党建工作与生产经营融合得更加紧密，凝聚起发展合力。

这一年，高质量发展开创新局面。白鹭集团持续培育壮大主导产业，年产4万吨超细旦氨纶项目、一长丝车间年产8000吨生物质纤维素升级改造项目、年产2万吨生物质纤维素项目二期工程、全资子公司兴鹭水务年产3650万吨工业用水项目一期工程相继投产，项目建设速度之快、质量之优，屡刷白鹭发展新高度，以项目建设之进守牢企业发展之稳，进一步提振高质量发展信心、蓄足高质量发展后劲。

这一年，新产品赋予竞争新优势。白鹭集团经过前期的研发与创新，隆重推出菌草纤维、首赛尔纤维和ByluRecel纤维三大新产品。白鹭集团对菌草的高值化利用，盘活了再生纤维素纤维原料供给受制困局，开辟了“以草代木”纤维素纤维原料的新途径。菌草纤维独具的天然抗菌、抗病毒特性，引领纯天然抗菌纺织品的浪潮。公司获得了菌草浆粕和菌草纤维等多项发明专利，项目整体达到国际领先水平；还与中国科学院大连化物所合作对菌草进行三素分离，实现菌草全方位工业化应用。首赛尔纤维是白鹭集团与中国科学院过程研究院合作研发的一种新型绿色纤维，制作全过程无“三废”排放，是一种全新概念绿色纤维。ByluRecel纤维是白鹭集团与西南交通大学合作研发的采用DT绿色复

合溶剂对废旧棉制纺织品循环化利用，实现生物基纺织品的循环利用，该产品荣获“可持续时尚绿色产业突破奖”。三大新产品实现了原料来源持续化、生产过程绿色化、资源利用循环化的全产业链闭环式绿色低碳生产体系。

这一年，绿色低碳发展成效显著。白鹭集团积极践行新发展理念，走“尊重自然、顺应自然、保护自然”的发展道路，不断强化能源双控各项措施，让更多节能环保新技术、新装备赋能企业发展；在加快BaiLu—ECO长丝、零碳再生纤维素长丝的推广应用的基础上又推出零碳氨纶产品，打造再生纤维素长丝及氨纶绿色产品领跑企业；2023年8月与中国纺联环资委签订战略合作协议，参与“旧衣零抛弃”——城市项目酒店废旧布草回收与循环再造计划，以引导促进废旧布草实现零废弃。

2024年：坚定不移推进企业科技、时尚、绿色发展

新故相推，日生不滞。邵长金指出，做好2024年工作，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大和二十届二中全会精神，坚持稳中求进、以进促稳工作总基调，完整、准确、全面贯彻新发展理念，坚定“创新引领、数字赋能、绿色转型”发展方向，深入开展“增品种、提品质、创品牌”三品行动，强化过程管控，优化生产流程，不断挖掘内生发展潜力。

不断壮大优势产业，集聚高质量发展定力。2024年要扎实推进白鹭集团“十四五”战略规划，精心谋划好“年产5000吨菌草生物质纤维产业化研发中试项目”“年产20万吨菌草生物质纤维产业化应用项目”“年产1000吨首赛尔纤维”中试研发项目和“年产1000吨DT新溶剂再生纤维素纤维”中试研发项目建设。在不断扩大规模的同时，要持续以“单台设备自动化、整套产线智能化、综合管理智慧化”为目标，加快转型升级步伐，积极实施智能改造，使传统“制造业”向现代“制造业”转变。

突出创新引领，激发高质量发展原动力。2024年要发挥好研发创新优势，用好河南省化学纤维工程技术研究中心、白鹭新材料研究院等研发平台，不断优化新型连续纺丝机设备与工艺匹配度，提升满筒率，做到效率和质量双提升。氨纶要继续“苦练内功”，在高速卷绕技术的基础上，进一步稳定聚合纺丝工艺，继续加大差异化、功能性产品的研发力度。

绿色低碳赋能，注入高质量发展新动能。2024年要积极探索绿色低碳的工业发展路径，充分利用屋顶空间分三期建成17.88MWp光伏发电项目，让这些屋顶成为“自带流量”的发电厂。白鹭集团还将在绿色产品链上巧妙布局，加快做好首赛尔纤维、DT溶剂法循环再生纤维素纤维以及菌草浆粕和菌草纤维的标准制定，加大离子液体法生物基膜、生物基碳纤维、醋酸纤维的研发投入，不断提高以企业为主导的科技成果转化水平，积极倡导绿色消费意识，争做可持续时尚的生动实践者。

面对形势依然复杂严峻的2024年，邵长金提出要继续深入推进“转观念、梳流程、重创新、再提升”主题活动，强化过程管控，优化生产流程，不断挖掘内生发展潜力，力求实现管理提升、质量提升、效率提升、效益提升、成本降低的目标。2024年是新中国成立75周年，是实现“十四五”规划目标任务的关键一年，白鹭集团将坚定不移推进纺织行业的“科技、绿色、时尚”目标，努力完成各项目标任务，共同谱写高质量发展新篇章。



广东溢维环境科技有限公司非水染色技术生产车间。

广东溢维环境科技有限公司总经理 肖风：

科技赋能添动力，绿色共生创未来

■ 本刊记者_李亚静



肖风

当前，中国纺织行业正以“双碳”目标为导向，有序推动绿色低碳循环发展，持续推动产业转型升级，绿色印染等清洁生产技术应用成效、废旧纤维循环再利用规模稳步提升。纺织企业是推动并践行绿色可持续发展理念的排头兵。以专注绿色印染的溢维环境为例，2023年该公司的最大发展亮点是自主研发的浣可染™非水染色技术实现了量产，并成功进入国内外知名服装品牌供应链。

“链”动2023，以创新技术助推产业健康安全发展

非水染色技术是一项颠覆性技术，不仅能大幅减少水资源消耗和废水排放，同时也能提高生产效率、降低成本，是中国纺织高质量发展的生动实践。广东溢维环境科技有限公司总经理肖风谈到，浣可染™非水染色技术被中国纺织工业联合会认定为国际领先、行业首创，充分认可了这项技术的环保性、创新性和先进性。该技术在染环节完全不使用水，能够彻底解决纺织染色废水问题，同时大大提高印染行业的水资源利用效率，实现印染及纺织产业的健康安全发展，从而助力纺织产业链突破行业地域限制，优化和重构整体纺织服装业的格局。

一项技术只有落地到应用推广环节，转化为生产力，才能真正实现价值的最大化。基于此共识，溢维环境积极联合产业链上下游伙伴，推动非水染色技术的大规模推广应用。在消费侧，与多家国内外知名时尚品牌合作开发绿色环保产品。高端国货男装品牌十如仕于2023年4月、8月分别发售两批非水染色联名服装；高端衬衫品牌派开发的非水染色产品于2023年8月推向市场；国际时尚品牌的非水染色系列产品也将在2024年春夏定档发售。在生产侧，通过集成建设染厂、技术授权等多种方式与印染企业开展合作，助力企业解决废水排放等环保难题。目前，溢维环境与中国西北地区的一家公司正在推进一体化染厂建设项目。同时，基于区块链技术的产品追溯平台也已搭建完成，正在为生产商、品牌商和消费者提供可信而直观的产品追溯和价值体验。

谈及专注绿色印染的初心，肖风介绍到，溢维环境自成立以来，即以可持续发展为初心，希望能够用绿色科技、能源科技赋能纺织行业乃至制造业走向“资源节约型，环境友好型”的绿色可持续、高质量发展道路，浣可染™非水染色技术是企业的合作研发团队历时十年取得的研究成果。合作研发团队拥有国家级企业技术中心、博士后科研工作站，是广东省棉

染织及后整理工程技术研发中心，下辖六个实验室和一个国字认证的物理测试中心。

“为客户创造价值”是溢维环境进行技术研发、产品方案迭代的原动力。溢维环境关注到印染企业普遍面临着高耗水、废水高排放、高耗能的共性问题，因此投入大量精力研发非水染色技术、染色盐回用技术以及染整节能减碳技术。从某种程度来说，溢维环境取得的成绩得益于这种价值导向。

“绿”动2024，推动非水染色技术实现更大规模应用

值得一提的是，中央经济工作会议提出以进促稳、发展新质生产力，纺织行业也发布了《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035年）》等，多项政策指引着纺织产业发展。

以政策为依据，以市场及企业实际需求为导向，溢维环境制定了2024年发展规划。肖风表示，溢维环境将继续以科技创新与市场推广为目标，积极构建以市场为导向的绿色技术创新体系。

专注非水染色技术的技术创新与优化升级，让溢维环境持续焕发生命力。在构建具有先进性的纺织现代化产业体系的新征程中，溢维环境与《行动纲要》同向同行，科技创新方面，将进一步扩大技术适用范畴，染色设备从现阶段的纱染延伸至染棉、匹染，染色对象从棉延伸至麻、莱赛尔等更多纤维素纤维；将以工艺迭代持续增强技术的稳定性，并通过不间断地对应用此技术的产品进行第三方检测，确保新技术产品质量的安全性和可靠性。

市场推广方面，溢维环境将加强与政府、行业协会、印染产业园等产业链上下游的合作交流，推动非水染色技术在全行业实现更大规模的应用。助力责任导向的绿色低碳循环体系早日建成，实现印染产业健康安全发展。

为推动绿色生产的行业标准体系建设，2024年溢维环境将重点完善推广浣可染™非水染色认证追溯体系。目前已搭建一套基于区块链技术的浣可染™非水染色认证追溯体系，合作纱厂、面料厂、成衣厂可将生产数据及时上传至不可更改的认证追溯系统，品牌端和消费端可通过非水染色产品吊牌中的NFC芯片接入系统，看到终端产品的生产、节水数据。溢维环境希望以此提高非水染色技术在生产端和消费端的公信力。

科技赋能添动力，绿色共生创未来。虽然非水染色技术是国家多项政策明确鼓励支持的纺织发展技术，但溢维环境印染技术的商业化推广启动于2023年4月，其市场影响力和应用规模尚有待进一步开发，“因此对内需要不断精进技术本身，对外要借助社会各界的力量。”肖风提出，2024年，溢维环境将继续在“双碳”目标指引下，高度聚焦“科技创新”与“市场推广”，积极推进行业的绿色发展进程，将绿色作为描绘纺织行业企业高质量发展的重要底色。TA

正典纺织： 主动求变，让企业发展可持续

■ 本刊记者_边吉洁 文/摄

中国轻纺城东升路市场的一间门市里，不时有人进进出出，有的是来询问同样的，有的是来洽谈合作的。这个繁忙而有序的场景，正是绍兴正典纺织品有限公司的门市日常。

记者走进绍兴正典纺织品有限公司门市，首先映入眼帘的是整齐陈列的各种精致的面料，色彩繁多、质地优良。客户们或驻足欣赏，或仔细询问，对这些产品表现出浓厚的兴趣。

绍兴正典纺织品有限公司是一家以原创、精致为核心的中高端男装面料供应商，主营男装时尚面料、经编运动休闲、时尚夹克及男装休闲裤等。凭借多年的品牌积淀与创新，正典纺织用优质的产品和服务赢得了市场份额与客户信任，让企业始终能在行业的浪潮中稳步成长。



正典纺织用优质的产品和服务赢得了客户信任。

新格局下的“性价比”思维

对于当下的消费趋势，消费者变得更加专业与理性，倾向于购买高性价比的产品。同时国内一些服装品牌也开始探索高性价比这一新路径，不断推出迎合市场的平价产品。基于对这种消费偏好的洞察，正典纺织改变产品策略，创造性地提出高性价比的解决方案。

2020年，正典纺织开始大胆改革，深入市场调研，探索降低成本、提高性价比的新路径。他们尝试采用新材料替代传统原材料，同时改进制造工艺和后整理加工技术，在保障产品品质、性能的前提下，为消费者提供更高性价比的产品。

公司销售部经理王玺智举例道：“有一款运动面料，我们把其中部分氨纶成分用涤纶替代，在保证面料品质的前提下，价格大幅降低。令人惊喜的是，调整后的产品一经推出，便迅速获得了市场的热烈反响与青睐，订单纷至沓来，这无疑为我们坚定走性价比之路注入了强大的信心。”

“市场竞争白热化，格局复杂多变，正典纺织的性价比思维其实是‘用户思维’。”王玺智强调，站在消费者的角度思考，对市场需求进行分析。正是基于这样的思考方式，公司调整了产品策略，不仅降低了成本，拓宽了产品应用领域，还成功吸引了大量消费者的关注。

把创新看作一种常态

创新是正典纺织与生俱来的基因，自创立以来就被植入企业的每一个细胞，继而成为正典纺织持续发展的动力。一直以来，正典纺织都不断地开发新产品，以满足市场多变的需求。在王玺智看



来，对一个健康成长的企业而言，创新应该是一种常态。

在产品色彩方面，正典纺织进行了大胆的选色。把以往被忽略的亮色系应用于产品中，为市场带来了更多活力与选择，满足当下消费者对时尚和个性化的追求。在产品品类方面，随着人们对健康和舒适生活的追求，运动面料需求的不断扩大，正典纺织果断调整了产品开发重心，着手研发运动面料，推出具有吸湿排汗、透气及抗紫外线等功能的产品。

“企业经营不能一成不变，需要因时而变、因势而变。”王玺智说道。正典纺织一路走来，坚守创新理念，通过与设计师的紧密合作，及时掌握最新的潮流资讯，并将时尚元素和先进工艺运用到新产品开发中。

从产品品类到产品品质、从团队到体系，创新不仅提升了产品的时尚水平，还为正典纺织带来了更强的市场竞争力。正因如此，在面对生产要素成本上涨、市场变化等多重挑战时，正典纺织才能展现出强大的应变能力，为未来发展提供更多可能。

实现内外销并进的关键转型

2023年对许多纺企来说都是充满挑战的一年。然而，正典纺织却在这一年实现了从单一内销到内外销并进的关键转型，实现了产值和利润的增长。

据介绍，这一切的转变开始于一位来自俄罗斯的客户，为公司的外贸业务打开了新的篇章。“在完成俄罗斯客户的订单后，我们意识到俄罗斯市场具备回款速度快、交付周期短等特点，这激发了我们布局海外市场的想法。”王玺智说道。

2023年，正典纺织凭借优质的产品和服务，不仅在俄罗斯市场取得了良好开端，还与朝鲜、越南、巴基斯坦等国家客户建立了贸易关系。王玺智提出：“开始外贸业务后发现，企业同时经营国内外两个市场并不矛盾，而是一种相互补充，对企业业务增长起到了正向促进作用。”立足海外市场的需求，正典纺织通过调整开发设计思路、拓宽产品品类，让外贸板块成为公司业务的重要组成部分。

在未来的发展规划中，王玺智表示，通过精工细作、持续创新，不断提升产品品质，正典纺织将国内市场作为坚实基础，同时积极开拓国际市场，借助优越的产品品质和创新实力，不断扩大外贸业务规模。内外兼修的战略布局，将为企业业务增长注入新动力，实现更加稳健和可持续的发展。TA

Focus / 聚焦

柯桥两家纺企上榜“中国十大纺织科技”

近日，2023中国纺织科技成果对接峰会暨第十届“中国十大纺织科技”发布会公布了第十届“中国十大纺织科技奖”及新锐科技奖、产业推动奖和绿色先锋奖获奖名单，浙江雅琪诺装饰材料有限公司、浙江红绿蓝纺织印染有限公司两家柯桥纺企榜上有名。

多年来“中国十大纺织科技”活动累计评选、发布了200余项年度行业重大创新科技成果，促成近40项科技项目现场签约，共吸引了1000余家科技型企业、高校与科研院所深度参与，是纺织行业技术创新成果展示对接的专业平台。柯桥纺织企业在此次名单上的亮相不仅充分展示出企业研发创新能力，也是对柯桥纺织产业实力的认可。

作为柯桥区家居软装龙头企业，浙江雅琪诺装饰材料有限公司从墙纸、墙布、墙咔到大家居软装一体化，始终坚持自主创新，特别在墙纸领域，具有强大的行业影响力，连续多年蝉联中国墙纸行业十大

品牌。此次，公司的“水刺无纺布基PVC精压墙纸”项目入选“中国十大纺织科技·绿色先锋奖”，充分彰显出公司在墙纸产品上的研发创新实力。

同时入选“中国十大纺织科技·绿色先锋奖”的“色光可控的‘仿蛾眼’面料高效增深关键技术及产业化应用”项目，浙江红绿蓝纺织印染有限公司在其中承担了重要任务。作为柯桥区数码印花的标杆企业，红绿蓝依托强大的创新研发能力再次上榜2023年中国印染企业30强，公司产品还获得“品字标浙江制造”认证。

近年来，柯桥区纺织企业创新力不断提升，在不少国家级科技奖项上有收获。以科技创新为产业发展注入能量，柯桥纺企不断涌现的新技术、新工艺、新成品，将全力助推“国际纺都 杭绍名城”蓄势腾飞。

浙江省经济管理沙龙(柯桥站)举办

近日，浙江省经济管理沙龙(柯桥站)在绍兴柯桥圆满举办。众多浙江省内经济管理专家教授和企业企业家们齐聚纺城，共同探讨如何抓住新经济发展机遇，探索发展符合绍兴柯桥的新业态和新模式。

浙江中国轻纺城集团股份有限公司董事长潘建华在分享中表示，市场的繁荣是轻纺城发展的基础，数字化的改革帮助连接数字市场、数字物流，为轻纺城的客商提供智慧化的服务，进而壮大公司的产业。目前，公司围绕“市场、数字、投资”发展战略，以纺织品专业市场的集成服务商为定位，聚焦助企拓市增单、打造出海跳板、强化配套建设等方面持续发力，将实体市场集群做优做强，未来将重点在元宇宙技术赋能线上交易、高端印染制造和智慧物流体系等领域进行深化，推进实现轻纺产业“五脑合一”，以新担当、新作为探寻新增长红利。

在建言献策环节，与会专家学者围绕科技创新如何推动数字化转型、资金安全等内容纷纷发言，对企业和产业发展发表真知灼见。沙龙结束后，嘉宾们参观了轻纺数字物流港项目，观看了项目智能立体仓的货物出入库实操演示。

作为沙龙活动首站，本次活动涉及面广、成效显著。立足柯桥产业实际，专家们从实务、理论和研究角度出发为企业指点迷津，满满干货让在场企业家们对于新形势下如何学好一门“政治经济学”，充分挖掘柯桥产业潜力、转化产业优势有了更加深入的思考，为大力传承并发扬“四千精神”，让绍兴企业以更精明、更高明、更开明、更文明的姿态走向世界助力赋能。



成果转化展示会现场。

凝聚科研智慧，共鉴科研成果

近日，由中国纺织工业联合会印染产业卓越工程师协同创新中心、中国印染行业协会浙江办事处主办的“科研凝智慧·成果展风采”2023年绍兴(柯桥)印染产业工程师协同创新中心科技成果转化展示会在绍兴(柯桥)印染产业工程师协同创新中心举行。

活动现场，来自江南大学柯桥轻纺产业技术中心、西安工程大学柯桥纺织产业创新研究院、东华大学绍兴创新研究院、浙江理工大学绍兴柯桥研究院以及浙江红绿蓝纺织印染有限公司的专业嘉宾们就纺织印染全产业链，从染整技术、智能制造、绿色环保、纤维材料、时尚设计等多个领域链接供需端展开热议，积极探索现代化纺织产业在规模优势下如何实现“产才融合、双向赋能”。

活动还同步展出了绍兴(柯桥)印染产业工程师协同创新中心四家研究院的16项代表性技术与成果，这些技术与成果主要聚焦在纺织材料、纺织设备、印染技术等多领域，具备高应用价值、市场潜力、产业化等特点。

作为高校科技成果转化的一个缩影，本次活动旨在通过展示中心入驻单位、企业工程师的重点科技转化成果，为研究院和企业提供科技成果“供给—转化—落地”思路。这将助力优质科技成果从实验室走向生产线，转化为新质生产力，从而最大程度释放全产业链创新创业创造动能，为推动纺织印染产业高质量发展贡献重要力量。

(本版整理_周榆清)

20 坚韧·突破 2024

中国针织工业协会会长 林云峰：

针织服装占比66%，出口再破千亿美元

■ 本刊记者_徐长杰



林云峰

2023年，全行业坚持创新驱动，千方百计化解不利因素，行业运行开始企稳向好。2023年针织行业出口预计再次突破千亿美元，超过疫情前的2019年出口额。

根据国家统计局数据，2023年1—11月，针织行业6943户规模以上企业实现主营业务收入5262亿元，同比下降4.51%，实现利润总额208亿元，同比下降11.4%，利润率为3.96%，利润率水平较2023年前三季度提高0.1个百分点，亏损面较前三季度收窄2.95个百分点，行业营收状况出现边际改善。

随着消费场景的持续创新，消费习惯向休闲、运动转变，针织服装的占比持续上升。2023年1—11月，针织服装产量占服装总产量的比重为66.35%，比疫情前2019年提高了近12个百分点。内销方面，国内市场持续回暖。1—11月，我国社会消费品零售总额约42万亿元，同比增长7.2%，增速较前三季度持续提高。出口方面，呈现市场多元化发展。1—11月我国针织产品出口合计953.19亿美元，同比下降9.82%，未来，随着“一带一路”共建效应持续释放，将为我国中西部地区出口创造更多有利机会。

产业基础高级化和产业链现代化稳步推进

2023年行业在压力下彰显韧性，面对复杂严峻的外部环境，广大企业迎难而上，强化能力建设，通过科技创新、数智赋能，产业基础高级化和产业链现代化稳步推进，行业呈现出高质量发展的新特点。

一是数字化转型加速推进。数实融合成为新型工业化最鲜明的时代特征。人工智能在行业的应用场景渐次展开，AIGC开始应用于设计研发，虚拟数字人在电商导购、客户服务等场景逐渐兴起，基于AI的机器视觉在坯布疵点检测上进步明显；CAD设计与针织工艺融合，向全链路延伸，虚拟织机开始商用；全流程智能化建设稳步推进，数字化车间、5G智能工厂如雨后春笋；跨境电商等纷纷崛起，虚拟现实和元宇宙正重塑商业场景和消费体验，线上线下加速融合。

二是科技创新蔚然成风。前沿材料、先进工艺广泛应用，产品的科技感、体验感、价值性、功能性持续提升。再生纤维素粘胶长丝在针织领域的应用取得突破，针织产品的应用边界持续拓展，针织类外衣面料工艺有了长足进步，针织产品发展迅速；航空航天、医用等产业用领域的应用日益广泛；高针高密圆纬机等国产针织装备在关键核心技术方面都取得了明显进步。

三是绿色发展理念深入践行。“降碳、减污、扩绿、增长”一体发展。以莱赛尔、聚乳酸等为代表的生物基纤维和部分可降解、原液着色绿色纤维，在行业的应用比重进一步提升；超临界二氧化碳流体染色等一批少水、无水绿色印染工艺产业化应用；越来越多的企业开始采用绿电供电，清洁生产工艺、热能/水资源/染料回收循环利用技术持续发展，行业向着绿色制造新模式转型，开始形成“双碳”环境下的新质生产力。

四是时尚升级活力奔涌。非遗+科技+时尚+潮流，传统技艺与新兴技术融合，使得产业时尚发展的呈现更加丰富多元。纱线、面料、

成衣全产业链流行趋势研究与发布体系化，时尚风向标作用显著。以“濮院杯”中国针织设计师大赛为代表的各类设计赛事为行业时尚人才队伍持续注入源头活水，推动行业创意设计水平持续提升。

五是区域融通发展成效显著。随着东部沿海省份劳动力成本上升、环境承压和中西部地区纺织产业支持政策的加码，针织产业由东部沿海向中西部地区有序转移，呈现出东中西协调发展新局面，区域发展空间布局进一步优化。

践行《行动纲要》七项重点行动初显成效

中国纺联于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）》，明确了现代化产业体系建设的概念、目标、任务，提出了推动纺织行业现代化建设的科技创新、时尚升级、企业社会责任、区域融通发展、国际供应链提升、数字化与产业深度融合、行业人力资源建设等七大专项行动。

中国针织工业协会将以《行动纲要》为指引，通过多种方式宣传推广纺织现代化产业体系和绿色可持续发展理念；以中国纺联针织行业创新贡献奖和中国针织行业科技大会与标准工作为抓手，建立产业链上下游协同创新机制，推动行业科技创新。

同时，整合国内数字化解决方案服务商资源，推动数字化车间、智能工厂建设，加速行业数字化转型；加大对生物基纤维、少水无水印染技术、绿色回收与循环利用技术及企业社会责任建设的行业推广，引导行业绿色可持续发展；加强对中西部地区及“一带一路”共建国家的投资环境与政策研究，组织企业海外商务考察，加大对地方产业集群支持力度，为企业投资和地方政府产业发展提供决策支持、搭建平台，更好促进区域融通发展与国际产能的优化布局；丰富和拓展流行趋势研究与发布体系，从原料端、面料端和产品端引领行业时尚风向，为行业时尚注入新的发展动能；发挥全国职业技能竞赛等赛事的平台作用，赛训结合、赛学互促，提高行业技能人才水平，培养专业的针织时尚设计师和高素质技能人才队伍，为行业高质量发展夯实人才支撑。

2024机遇与挑战并存，回归常态化发展

展望2024年，国内经济有望延续回升向好态势，但稳增长、调结构、促改革任务依然艰巨，消费和投资信心的恢复仍面临变数。国内有效需求不足，外需收缩、电商直播平台低价竞争，行业价格“内卷”的趋势可能加剧，企业效益修复仍面临挑战。

国际贸易方面，地缘政治风险上升，大国博弈加剧，全球贸易体系处于新秩序建立前夜的脆弱期，世界将面临更多不确定因素。预计2024年行业出口仍将延续下滑态势，继续向疫情前的常态化发展回归。出口市场结构上，则呈“东升西降”之势，即对欧美日发达经济体的出口下降，而对“一带一路”共建国家出口上升。市场份额将向拥有国际供应链布局和核心竞争优势的头部企业集中，中国针织产业从东部沿海向中西部地区和东南亚等新兴经济体的转移可能提速。

尽管外部环境复杂多变、充满不确定性，但中国针织行业供应链的连接力与效率、人才与数字化红利在国际供应链重构中仍具有无可比拟的优势，行业韧性强、潜力大、空间广的基本面没有变。中国针织工业协会将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，加大对国家宏观政策研究和行业发展趋势研判，全面贯彻、落实《行动纲要》，加快行业结构调整，推动行业向高端化、智能化、绿色化方向发展。TA

20 坚韧·突破 2024

中国毛纺织行业协会会长 刘家强：

提升国际竞争力，推进行业高质量发展

■ 本刊记者_郭春花



刘家强

2023年，受外需疲弱、贸易环境复杂、生产成本高企等因素影响，毛纺行业生产、效益、投资等主要运行指标均增长减弱，出口压力明显增加。尽管面对严峻复杂的环境和外部压力，但毛纺行业整体效益平稳，主要数据呈现增长，行业运行显示出强大韧性。

行业运行彰显强大韧性

据中国毛纺织行业协会发布的2023年1—11月毛纺行业运行情况显示，2023年，虽然面临严峻形势，但全行业仍保持了稳定发展。截至2023年11月，规模以上毛纺织及染整精加工行业营业收入同比增幅达8.8%，增速回升，仅次于2021年的快速回升增速。规模以上毛纺织及染整精加工行业利润总额同比增长15.7%，行业平均利润率为4.0%。

进出口方面，毛纺行业作为高度全球化分工和区域化产业合作的产业，过去几年中，全球产业链不断调整，2023年以来中国毛纺原料与制品在美国、欧盟和日本市场上进口份额均有下滑。

据中国毛纺织行业协会统计，截至2023年1—11月，毛纺原料与制品出口额112亿美元，同比下跌1%，出口呈现逐步放缓形势。出口市场方面，美国依然是最主要的出口市场，出口份额占比有所提升，占毛纺产品总出口额的23%，主要体现在地毯出口的增长，而对美毛针织和毛梭织服装出口均呈现明显下滑。对欧盟毛纺产品出口也基本平稳，同比增长0.3%，占比约20%。对另一主要市场东盟的出口呈现下滑，同比下跌11%，占比12%，下降1.4个百分点，主要体现在对东盟的毛纱线和毛织物出口均呈现较快下滑。

2023年前11个月，毛纺原料及制品的进口额下滑较快，合计进口额约38亿美元，同比下跌7.8%。同期羊毛进口27.2万吨，同比增长2.5%，进口额18.8亿美元，同比下跌9.8%。从几个主要产毛国进口的羊毛数量均呈现增长。

在复杂形势下，整个毛纺行业在承压下彰显出强大韧性。下一步行业应继续立足新发展阶段，着力提升基础能力和现代化水平，积极开展行业对话交流，利用国际组织等平台，在国际上发出行业声音、展示行业形象，营造有利于中国毛纺织制造业发展的国际环境，扩大国际合作朋友圈，实现行业高质量发展的新局面。

为行业绿色发展贡献毛纺力量

2023年，经历了三年困难局面的毛纺人在中毛协的带领下，瞄准绿色低碳等方向开展了多项工作，并取得了较大成果。

绿色发展方面，中毛协组建了毛纺织行业绿色低碳联盟，吸引了26家生产制造企业、高等院校、咨询机构加入。联盟正式成立后，中毛协对联盟成员组织了专题培训，包括欧盟绿色低碳政策（PEF）、全生命周期（LCA）方法、碳足迹核算与评价方法、毛纺织品的碳足迹/LCA实操及讲解等内容，课程实用有效，通过系统培训，使联盟成员对政策、标准、方法有了清晰了解，为后续工作有效开展做好充足技术准备。下

一步，联盟将有序开展产品碳足迹、企业碳排放调研和行业数据库构建等工作。

此外，中毛协还开展了毛纺织行业绿色低碳技术征集工作，最终形成2023年度毛纺织行业绿色低碳技术推荐目录，江苏丹毛纺织股份有限公司申报的“植物染料染色毛针织物生产技术”等11项技术列入推荐目录。目前，该目录已面向行业发布，希望为行业推进绿色低碳提供技术参考。

众多优势企业也在绿色发展方面取得较大成果，为行业树立了典范。2023年9月，鄂尔多斯羊绒集团在联合国“产业可持续创新”官方边会上，签署并递交了“可持续发展产业共识”倡议，在联合国可持续发展领域的最高级别峰会上，发出代表中国羊绒的“善议之声”；山东南山智尚科技股份有限公司则在2023年秋冬法国PV面料展上，推出一款自然原色产品吸引了众多商家的关注，展现出南山智尚对环保和可持续发展的重视。

未来，绿色发展将是毛纺行业的重中之重，行业将牢固树立绿色、低碳、可持续发展理念，承担中国毛纺人的责任，贡献中国毛纺人的智慧，共同为推进毛纺织行业绿色低碳可持续发展贡献更大的力量。

以科技、标准、智造助力高质量发展

“科技是国之利器，国家赖之以强，企业赖之以赢，人民生活赖之以好。”毛纺行业始终将科技创新作为驱动力、引领力，不断加强企业主体自身创新能力建设。

自2020年起，中毛协开启了“中国毛纺织行业技术研发中心认定”工作，旨在通过行业技术研发中心的培育认定，发现和培养一批企业，帮助指导企业健全完善研发体系、增强研发能力、树立研发目标、提升研发绩效，对标国际，带领行业创新能力的提高。2023年，江苏丹毛纺织股份有限公司和舟山久意达机械有限公司被认定为“中国毛纺织行业毛精梳梳理装备制造与应用技术联合研发中心”；浙江新澳纺织股份有限公司被认定为“中国毛纺织行业精梳毛纺纱线技术研发中心”。目前共有十家毛纺织企业通过“中国毛纺织行业技术研发中心”认定，这十家企业代表着当前我国毛纺织行业技术研发的先进水平。

同时，中毛协在项目合作、标准制定等方面侧重与研发中心及所在企业开展合作，如合作开展《可机洗纯山羊绒针织衫》团体标准制定、《质量分级及“领跑者”评价要求 精梳毛织品》团体标准制定、《毛纺织行业碳排放研究项目—毛织物部分》等项目。

此外，中毛协自2019年以来就启动了行业智能制造工作。2023年，行业推荐江苏阳光股份有限公司、康赛妮集团有限公司、内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司、浙江新澳纺织股份有限公司四家企业的项目入选行业智能制造典型范例。截至目前，共有14个在建项目入选，为行业提供范本。

中毛协还根据行业智能制造建设程度，分阶段组织智能制造标准的制定，逐步构建标准体系。例如牵头组织制定了《毛粗纺智能工厂》3项中国纺联团体标准，并于2021年完成并发布。随后，中毛协牵头组织制定《毛精纺智能工厂》团体标准，标准于2023年3月发布。

对于2024年的发展，中毛协将继续做好集群调研咨询、开展专业技术人才培训，开展新标准项目征集和立项工作等，继续提升中国毛纺行业影响力，为全球毛纺产业链可持续、高质量发展贡献力量。TA

她为华服锦绣而生！

记山东省服装设计协会会长、意大利“金顶奖”获得者周锦

■ 贺兰 / 文



周锦向意大利中国理事会基金会主席马里奥·博塞利赠书。

她是德锦华服高定总设计师、中国十佳时装设计师，她设计的精美华服亮相“故宫以东——文商明珠”驻华使节感知北京活动，外宾们对她的设计赞不绝口；

她是中国国际华服设计大赛总策划，带领华服赛事、展览、走秀、研讨会走进韩国首尔、意大利米兰，同时举办尼山世界文明论坛分论坛；

她是意大利“金顶奖”得主、全国归侨侨眷先进个人，受中联部邀请参加第三届文明交流互鉴对话会，为世界各地友人展示中国服饰之美；

她也是山东省服装设计协会会长，一年来，组织举办山东十佳设计师和优秀设计师评选，推进产业提升；陪同山东省工信厅等部门机构赴北京服装学院、曹县汉服集群、鲁锦生产企业等调研交流，共推发展；持续推出数十场服饰文化公益讲座；频繁出镜央视、山东广播电视台，讲解马面裙、鲁锦等服饰文化知识，推出专著《锦绣罗裙——传世马面裙鉴赏图录》……

2013年，习近平总书记在山东考察时首次提出“创造性转化、创新性发展”方针。在文化“两创”提出十周年的今天，周锦多次往返日本、韩国，利用山东与两国地域优势，联合两国代表成立了中日韩青年设计师联盟和中日韩传统美学联盟，目前这两个联盟被中国国际交流协会纳入世界青年大会的成果项目，这也让三个国家的设计师、专家教授在世界推广以中国文化为基础的东方美学。

在2023年年初的协会工作部署会议上，周锦说要有超前的设计理念，才能走在时代的前沿。中国国际华服设计大赛要擦亮“锦绣华服”这一国际名片，推动华服产业发展，引领山东时尚产业提升，为弘扬华夏服饰而努力；要继续打造国际国内交流沟通的平台，立足齐鲁、着眼世界，在新发展格局中构建完善的纺织服装时尚产业空间体系。

2023年已经结束，让我们看看，这个山东女子周锦，是如何将这一切的一切，变为现实的。

聚焦“中国色” 华服大赛梅开三度走向国际

山东是中华文明的重要起源地，从小生长于齐鲁大地、近年更往来于中国与欧洲的周锦深刻地感受到，文明交流互鉴是推动人类文明进步和世界和平发展的重要动力。中国服饰也在接收各国养分的同时，走出一条时尚又不失民族特色的道路。

中国国际华服设计大赛以华服设计、研究、制作、推广为主要内容，是目前国内华服设计领域水平最高、覆盖面最广、影响力最大的国际化专业赛事之一。自2021年举办第一届以来，日益成为挖掘创新民族服饰文化，展示华服美裳的重要载体和平台。

身为赛事总策划的周锦不断寻求创新突破，在大赛举办到第三届之时，毅然开启了华服世界行。在她的全力推进下，2023年4月19日，华服世界行第一站走进韩国，在首尔展示了往届华服大赛部分获奖选手作品以及具有华服元素的空乘服装，并进行了充满朝气的童装走秀。精彩的展演唤起观众对华服、对东方美学共同的热爱。

随着全球东方美学研究热潮的兴起，中国传统服饰的审美价值，儒家文化与传统服饰的紧密关系，不仅为中韩两国的时尚风格交流提供了营养，也为时尚设计领域的生产、学习和研究做出了贡献。

紧接着，“五四”青年节来临之际，山东省服装设计协会在尼山世界儒学中心的指导下，在意大利米兰举办了一场华服大秀，山东曹县汉服惊艳亮相，往届华服大赛部分获奖选手作品和德锦品牌华服同时做了展演。一时之间，意大利各个汉服社积极响应，燃起了Z时代留学青年的爱国热情，增强了新时代海外华人的文化自信。

而这也源于近年来周锦多次带队赴曹县调研。山东省服装设计协会联合曹县政府、曹县汉服产业推动成立汉服设计研究院，强强联合推动曹县高质量发展汉服产业，力求为汉服原创设计人才培养、市场开拓、品牌打造等方面提供有力支撑，助推汉服产业提档升级。

以“国色天襄 环宇共彩”为主题，第三届中国国际华服设计大赛突出华服时尚、色彩智慧。自2023年2月25日开启报名通道以来，大赛共收到参赛作品2652件，这些作品来自全国31个省、自治区、直辖市和港澳台地区，以及意大利、加拿大、俄罗斯、英国、日本和韩国等国家，创历届大赛作品征集数量新纪录。

2023年9月4日，第三届中国国际华服设计大赛评选在山东广播电视台举行。入围决赛的33件作品通过现场展示、评委打分，最终评出成衣金奖、银奖、铜奖以及虚拟金奖、最佳元素创新奖、最佳工艺奖、最佳网络人气奖、华服短视频奖等奖项。

专家评委一致认为，这次决赛评出的各类获奖作品水平显著提升，选手聚焦“中国色”主题，结合各地地域和民族文化特色，采用植物染色、手工串珠、皮雕、编织等传统技艺，大胆运用现代科技手段对香云纱、粗布等面料进行创新重塑，呈现出多元化、高端化、国际化的风格。

颁奖盛典走进米兰 尽展华服与国际时尚碰撞的魅力

有了大赛到首尔、米兰的两次展演，周锦仍在寻求创新的重突破点。“把颁奖盛典办到海外去！”此前国内还没有哪个赛事这样操作过，但周锦不是别人，她总是有勇气、有魄力做“第一人”。说干就干，克服重重困难，她做到了！

当地时间2023年9月17日，第三届中国国际华服设计大赛决赛颁奖盛典在意大利米兰ADI设计博物馆圆满举办，中国明清服饰及鲁锦·现代华服展、尼山世界文明论坛·东西方服饰之美、鲁锦风尚三大系列活动同步举行。这是中国国际华服设计大赛首次在海外举办颁奖典礼，大赛给了世界各地青年设计师与中国设计师交流的机会，也让世界看到了数千年来中华服饰文化的发展历程，以及中华民族绵延不断的美好画卷。

盛典现场，先后展演了第三届中国国际华服设计大赛获奖作品、前两届获金奖设计作品，以及大赛总策划、中国十佳设计师周锦、清华大学美术学院教授李薇、中国残疾人艺术团团长邰丽华、北京服装学院教授梁燕倾情演绎的现代华服秀。美轮美奂的大秀之后，大赛为获得金奖、银奖、铜奖、优秀奖以及最佳工艺奖的选手及代表颁奖。

为全面挖掘、创新、展示大赛成果，盛典现场还同步举办了“尼山世界文明论坛·东西方服饰之美分论坛”、“中国明清服饰及鲁锦·现代华服展”等系列活动。其中，“尼山世界文明论坛·东西方服饰之美分论坛”活动作为2023尼山世界文明论坛的重要组成部分，邀请到中国、意大利知名高校负责人、研究学者、设计师和行业管理者，围绕东西方服饰之美的特征、相互借鉴与应用设计、传播推广等题目展开主旨演讲和对话。至此，第三届中国国际华服设计大赛圆满落幕。

2023年12月15日，受中国民间组织国际交流促进会的邀请，中国国际华服设计大赛携带鲁锦华服走进新西兰，跟随全国政协副主席、中国和平发展基金会理事长高云龙到新西兰展演鲁锦华服，受到当地华侨的热烈欢迎。

此次在新西兰举办的系列活动，让华服成为世界文化交流的纽带，不仅向世界展示了华服美裳，也是推动世界人文领域深度合作、世界文明交流互鉴的重要举措之一，更是中华文化走出去的重要成果之一。

秀、展、论共舞，梅开三度的华服大赛从齐鲁大地出发，联动韩国、意大利与新西兰，在“一带一路”倡议十周年之际，收获了丰硕成果，奏响了新丝绸之路上一曲华彩乐章。目前，华服世界行已走过了四站，同时华服大赛和华服世界行被“一带一路”丝路相通评为配套项目，受到了国家有关部门表彰，周锦也参与了“一带一路”丝路相通的论坛，阐述中国服饰之大美。



鲁锦新品风尚秀。



“锦尚齐鲁”秀出鲁锦新风尚 做强做优鲁锦IP

从2022年开始，在山东省工业和信息化厅的全面策划和指导下，山东省服装设计协会就将鲁锦振兴列为工作的重中之重。周锦敏锐地看到：作为传承千年的齐鲁大地特色织锦，鲁锦产业如今正迎来华丽转身、振兴发展的历史性机遇。

集一切资源和各方力量，2023年9月，以“古往锦来·与世界共经纬”为主题的鲁锦风尚展终于在济南举办，并成为2023中德（欧）中小企业交流合作大会的重要组成部分。其中，周锦参与的“锦尚齐鲁”风尚秀美轮美奂，让观众不仅领略了鲁锦的无限魅力，也感受到其巨大的应用前景。

初次亮相就是大手笔的风尚展，包含开幕式、“锦尚齐鲁”时尚秀、鲁锦新品订购会等环节，坚持传统与现代、文化与产品、消费与产业相结合，通过打造鲁锦爆款IP、推动时尚鲁锦出圈，促进鲁锦产业增品种、提品质、创品牌，进一步激发消费活力、提振消费市场，培育纺织服装产业新的增长点，助力山东现代化强省建设。

在鲁锦风尚展开幕式上，鲁锦产业高质量发展联盟、鲁锦研发设计中心、鲁锦产业中心获得授牌；山东省工信厅与意大利工业设计协会、中日韩青年服装设计师联盟、北京服装学院、中国纺织出版社有限公司等签署战略合作协议。这背后，都有周锦大力推动的身影。近年来，周锦大力宣传推广鲁锦，走到哪说到哪，如数家珍。鲁锦是山东地区独具特色的织锦，相关纹样和名称从生活中发展而来，2008年鲁锦织造技艺被列入第二批国家级非物质文化遗产保护名录。

为重塑鲁锦产业优势，山东省工信厅联合13部门在2023年发布鲁锦产业振兴发展专项政策，提出促进文化传承、加快产业创新等举措，建立省市县三级联动机制，推动省内5所高校、50余家企业联合成立山东省鲁锦产业高质量发展联盟，鲁锦产业聚焦高端化、时尚化、个性化、品牌化消费发展趋势，逐步开发形成一批创新产品。

2023年9月21日晚的“锦尚齐鲁”时尚秀中，周锦设计的将民族性与艺术性、现代性融为一体的鲁锦服饰，巧妙且精准地向人们传递了鲁锦的技艺之美、现代之美、时尚之美；同年9月25日，一场鲁锦大秀又绽放在世界友城论坛的晚会上，包括外国领导人及驻华使节们共聚一堂，吉尔吉斯斯坦总理看完这次大秀后给予了高度评价；同年11月13日，鲁锦展再出发，走向了香港理工大学这个历史悠久又充满时尚的高校，让老师和学生们体会到鲁锦的历史与时尚，看到了鲁锦更加年轻化、多元化、时尚化的未来。

如今，在山东省人民政府的领导下，鲁泰、迪尚、魏桥、即发、大染坊、宝恩皮具、明远床品、千里行鞋业、汉青国瓷等山东优秀纺织企业也纷纷加入鲁锦产品研发制造，鲁锦的应用领域已从单一的床上用品拓展到时装、鞋帽、皮具、陶瓷类等6大领域。山东省服装设计协会的鲁锦推广，初战告捷！

凡益之道，与时偕行。履践致远，笃行不怠。回首过往，周锦欣慰地笑了。肩负使命的她不知疲惫，她说这些成绩都得益于山东省工业和信息化厅的指导和全方位的调度，得益于山东多个部门的支持，得益于全国高校、合作企业和老师们的支持，而不仅是她的努力，她只是华服事业的服务生。

今天的她理理衣裙、甩甩头发，那个高挑美丽的的身影，又向着远方出发了……

高德康跨年演讲： 波司登迈向全球领先品牌之路



高德康以“登峰”为关键词分享创业初衷。

近日，世界品牌路跨年演讲在北京举行，作为中国品牌出海“弄潮儿”和“引领者”的九大品牌企业的负责人及代表，用一个个“品牌出海”的生动故事和精彩案例，与现场千余名与会者共同回首“出海”初衷，分享“出海”经验，放飞“出海”梦想。

全国工商联纺织服装业商会理事长，波司登品牌创始人、波司登国际控股有限公司董事局主席兼总裁高德康应邀作题为“登峰：波司登迈向全球领先品牌之路”的跨年演讲。他以“登峰”为关键词，概括了波司登“一

群人、一辈子、一件事，只为做更好的羽绒服，温暖全世界”的创业初衷，总结了波司登近47年的品牌发展历程，分享了波司登引领中国羽绒服全球领先的奋斗史和温暖故事。

高德康介绍说，自1998年登顶珠穆朗玛峰的中国登山队首次穿上波司登自主研发的登山服以来，波司登以专属定制的专业服装，为中国登山队和中国极地科考队的出征保驾护航，陪伴中国极地科考队远征南极、北极，登峰系列羽绒服荣获“中国优秀工业设计奖”金奖。目前，波司登已建成国家级工业设计中心、国家级博士后科研工作站，拥有专利873项。公司还高质量推进数智化转型升级，建成了国家级智能制造示范工厂，关键环节自动化程度超过了90%。

以中国温度丈量世界高度，波司登人47年不改登峰者本色，坚持择高而立，品牌引领，“创唯一、永争第一”，不断推动企业发展壮大，成为我国民营企业实施名牌战略的成功典范。近年来，波司登聚焦主航道，聚焦主

品牌，以全球视野高点定位品牌，整合国内外优质资源，融汇东西方文化、创意设计和科技功能，把联名设计、跨界设计、科技设计发挥到极致。并大跨步“走出去”“走上去”，在英国伦敦开设了旗舰店，把品牌和业务向“一带一路”共建国家和地区延伸，面向全球市场讲好中国品牌故事，让世界感受到中国品牌的创新活力。波司登品牌上榜2023“世界品牌500强”，波司登羽绒服连续28年中国市场销量遥遥领先，羽绒服规模（销售额、销售量）全球第一，赢得了全球消费者的认可和选择。

纺织服装是“美好生活”产业，但目前还缺少真正具有世界影响力的品牌，在未来形成一批具有全球影响力的中国品牌，大势所趋，未来可期。波司登的目标，不仅仅是要做到中国第一，而是要实现全球领先，真正成为世界名牌，奋力书写“世界羽绒服、中国波司登、引领新潮流”的全新篇章，为建设品牌强国、推进中国式现代化贡献力量。TA

鄂尔多斯集团源牧场 上榜“Sustain 100 可持续创意榜单”

2023年，在WWD第三届“Sustain 100 可持续创意榜单”中，“鄂尔多斯集团源牧场社区共建”项目上榜“绿色社会榜”。

据介绍，“Sustain 100 可持续创意榜单”是WWD全球年度精选项目。其中，“绿色社会”榜旨在表彰在社会公共事业层面勇于承担责任的企业及品牌。鄂尔多斯集团源牧场因“社区共建”工作中积极履行企业社会责任，成功上榜“绿色社会”榜。

作为羊绒行业传承、创新和推动者，为保护并合理有效运用好羊绒这一珍稀资源，推动羊绒行业可持续发展，鄂尔多斯羊绒集团将可持续行动布局至产业链源头——草原牧场。鄂尔多斯集团于2021年开始建设鄂尔多斯集团源牧场，并于2022年正式落成揭幕。在源牧场不仅自身通过对草原、土壤、羊种进行长期的科学研究，探索可持续的生态养殖方式，同时，以源牧场为平台加强牧企链接机制，推广可持续养殖理念，携手牧民保护草原、帮助牧民增收致富。

一直以来，集团致力于在羊绒全产业链推广并践行“负责任羊绒”理念。2023年，集团邀请国际权威机构、高校教授等面向牧民开展多次养殖培训，将世界先进的技术、最佳的实践经验与牧户分享，让广大牧户向科学、可持续的养殖方式转型；同时，积极推广动物福利养殖理念，一方面源牧场结合国内外动物福利标准和牧区养殖经验，起草出台了绒山羊养殖标准向周边牧民推广，另一方面积极推动ABTF、ICCAW两项动物福利标准的认证工作，并对完成认证牧户给予奖励，鼓励牧民逐步走上科学养殖、合理利用草牧场的养殖道路。

源牧场的落成进一步加强巩固了集团牧企链接机制，集团出台各项措施帮助源牧场周边牧民改善生产工具和优化生产条件，帮助牧民增收致富；开展种公羊免费配种服务，从源头纯化阿尔巴斯绒山羊血统，助力牧民生产品质羊绒。2023年集团为示范牧户新建综合养殖半棚部分已经完工，未来还将为示范



鄂尔多斯集团源牧场。

牧户配置数字化养殖管理系统，加速牧民向现代化养殖转型。同时，集团建立优质优价羊绒收储体系，直接收购合作牧场羊绒原料，减少中间环节，向牧民发放补贴，鼓励牧民生产优质羊绒，帮助牧民稳定增收。

羊绒行业的可持续发展离不开供应链上下游伙伴、牧民朋友的参与和贡献。未来，鄂尔多斯集团将继续以源牧场为纽带，加强牧企链接机制，通过推广科学养殖带动牧民增收致富，携手筑造共同富裕社区，让牧民增收、社区蓬勃、草原繁茂。TA

(本版整理_陶红)

精细化运营与OKR指标 在服装零售中的应用

■ 崔业松 / 文

随着企业规模的扩大和市场竞争的加剧，精细化运营成为了服装零售管理的重要手段。同时，OKR (Objectives and Key Results) 指标作为一种新型的目标管理工具，也在服装零售管理中得到了广泛应用。本文结合《雅鹿运营公司的门店精细化运营》案例中的内容，探讨精细化运营和OKR指标在服装零售中的应用。

精细化运营与OKR指标的概念和原理

精细化运营是一种以精细化管理为核心，以数据为驱动、以流程为基础、以协同为手段，最终实现全面优化的现代化管理方法。在精细化运营中，通过对企业内部各个环节进行精细化管理和优化，从而实现生产、销售、财务等方面的高效协同和优化，提高企业的效率、降低成本、提升产品质量和客户满意度。

OKR指标即“目标与关键成果指标”(Objectives and Key Results)，是一种目标管理方法，通过制定明确的目标和关键结果来帮助企业实现战略性目标。其主要原理是将宏观目标分解为具体可行的细分目标，并设定关键结果作为衡量目标完成情况的标准，同时通过不断地调整和优化目标和关键结果，促进企业不断向着战略目标前进。OKR指标不同于传统的KPI (Key Performance Indicator) 指标，它具有挑战性和使命感，能够激发员工的积极性和创新性。在制定OKR指标时，需要确保指标具有明确性、可衡量性、可达性、相关性和时限性，即符合SMART原则。同时，OKR指标的制定需要自下而上，反复沟通，勇于失败，不与个人绩效挂钩。

精细化运营和OKR指标的实际应用

精细化运营和OKR指标在服装零售中有着重要的应用。通过PDCA循环，企业可以实现运营的持续改进；通过OKR指标，企业可以聚焦重要事务，促进团队协作，追踪责任，激发员工的潜力；通过正确的工作方式和习惯，员工可以提高工作的效率和质量。因此，服装零售企业应该积极引入和应用精细化运营和OKR指标，以提高企业竞争力。

精细化运营在零售管理中的主要应用包括以下四个方面：

一是流程优化。通过流程优化，精简销售流程，缩短销售周期，提高工作效率。

二是数据驱动。通过数据分析，掌握商品的生产、销售、客户反馈等关键数据，帮助服装企业管理者及时发现问题，并采取相应的改进措施。

三是协同协作。通过协同协作，促进服装企业内外部各个环节的协调配合，提升全局效果，加速决策和执行。

四是持续改进。持续改进是精细化运营的核心要素之一，服装企业需要不断地进行反思和优化，从而实现全面优化。精细化运营是一种以数据为基础，通过对业务流程的深入理解和优化，提高运营效率和效果的管理方式。在这个过程中，PDCA循环起着重要的作用。PDCA循环包括计划(Plan)、执行(Do)、检查(Check)和行动(Act)四个步骤，是一个持续改进的过程。通过PDCA循环，服装零售企业可以不断地对运营过程进行检查和评估，发现问题，找出解决方案，从而实现运营的持续改进。

OKR指标在服装零售中的应用主要包括以下几个方面：

一是制定目标。服装零售管理者需要制定明确的宏观目标，将其细分为具体可行的细分目标，并设定可衡量的关键结果，从而使企业目标能够可量化和可监控。

二是实现目标。通过OKR指标的设定和管理，服装企业能够实现更加全面和精细化的目标管理，确保所有员工都对企业目标有清晰的认识和了解，并根据自身岗位的任务和职责，做好目标的落实。

三是监控进度。利用OKR指标对目标和关键结果进行监控，能够及时发现问题和困难，并帮助服装零售管理者采取相应的措施，调整目标和关键结果，从而提高企业目标的实现效率和效果。

精细化运营和OKR指标可能面临的挑战及解决方案

精细化运营和OKR指标可能面临数据不够精准和准确。服装零售企业需要大量的数据支持精细化运营，但是由于数据问题，可能会导致数据不够精准和准确，从而影响企业的精细化运营效果。解决方案是企业需要加强数据的采集和分析，建立科学合理的数据管理系统，提升数据的准确性和精确性。

以雅鹿运营公司的门店精细化运营为例。作为一家以服装零售为主的企业，江苏雅鹿品牌运营股份有限公司2020年度的经营目标是加快店铺结构调整，完善三大基本盘，包括人才轴、产品轴和营业轴。为了实现这一目标，雅鹿运营公司提出了一系列策略和措施，实现从产品思维向消费者思维进行转变。2020年的经营目标非常明确，目标实现的路径是推进门店管理精细化。

怎样才能做好精细化管理？雅鹿运营公司以下三个方面作为经营抓手：第一，责权利强化责任意识，实行严格的经营问责制度，干不好就要降职降薪，甚至离开团队；第二，营业团队的考核更加的清晰明确，人人会算账；第三，建立门店的合伙人制度并落地执行。

门店精细化运营相当于一棵树，在这个大树的左边是公司的各项考核指标，包括连带、客单价、目标任务、新增会员、会员复购、会员活跃度、新老会员占比等等，都是KPI指标。大树右边包括两个方面，一个是组织的支持，包括公司管理者对门店的支撑和赋能，包括单店经营表的分析，单店整改计划的执行，单店费用压降计划的制定，C类店整改等等，重点提升公司组织绩效和营造门店积极向上的氛围；另一个是制度保障，公司全年目标达成需要很多的制度保障。下面是树根，即人、货、场、竞品和天气。

精细运营怎么做？首先是思想的到位，人员思想上不重视，那行动上一定不会去做；第二提升个人认知，精细运营是借鉴了标杆企业的做法，借鉴世界知名咨询公司的做法，不是空穴来风；第三，合理制定相关指标；第四，工作方法按照PDCA循环熟练应用，通过门店数据分析，把它影响业绩增长的两三个问题点找出来，把整改方案分解到月、周、天，工作量化，还要去检查和监督，形成一个完整的PDCA循环。

精细化运营要区分OKR指标和KPI指标。OKR有意义感和使命感，有很大的挑战性；如果KPI指标理解为跳一跳够得到，那OKR指标是站在凳子上蹦一蹦才能够得上，它是不一样的。OKR让整个组织聚焦在最重要的事情上，能促进团队的协同，对责任进行追踪。最重要是OKR指标最具有挑战性，能让团队每个人都激发自己的潜力和潜能。

实现精细化运营的配套方法，是信任谈话和绩效谈话。围绕着目标进行充分的沟通，最终要达成共识，反馈是不断的追踪和确认OKR的进展情况，识别就是不断地评价OKR的完成情况，进行打分。OKR是愿景的管理方法，让目标不会偏离方向，最终取得实实在在的进步。只要公司的经营思路清晰、紧盯目标、方向明确、措施得当、坚持去做，公司及门店将会得到想要的结果。TA

(作者为无锡轩帝尼咨询管理有限公司总经理)



T 纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

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

发货选我

LIKEDA LOGISTICS

< 货通天下，立可到达 >

—— 全国范围线路一键可查，发货就上利可达 ——



扫码即可一键下单

电话：400 606 5018

您值得信赖的专业市场物流