

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

2024.01.29 | 第05期 | 总第1157期



1月22日, 中国纺织工业联合会2023年度工作总结大会在北京召开。

P14
2024中国纺织服装行业大事早知道

广州中大门,时尚中国南大门。

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 郭淼

融媒体中心

总监 墨影
资深摄影 关云鹤
美编 李举鼎
编辑/记者 许依莉
李雨霏

市场发展中心

总监 万晗(兼)
主任 雷蕾
副主任 云娟娟

品牌推广中心

总监 吕杨
副总监 罗欣桐
主任 王振宇
执行专员 裴鑫榕

浙江运营中心

总监 赵国玲
副主任 王利
记者 边吉洁
周榆清

行政管理中心

总监 崔淑云
副总监 黄娜

办公室

主任 刘萍

财务部

主任 崔淑云(兼)
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*

联手打造数字时尚新高地
迎春团拜,纺织离退休老同志欢聚一堂

07

特别报道 *Special*

现代化产业体系取得积极进展,系统推进纺织新型工业化!
稳中求进谋发展,固本兴新创未来

10

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

深挖场景灵感“泉眼”,柯桥纺企面料创新这样做……
织蛛物联:让织造变得简单
步履不停,打造数码印花产业生态闭环

16

关注 *Attention*

地方两会密集举办,有哪些看点?
山东省纺织服装行业协会:织就纺织现代化产业新篇章

18

纺机 *Industry*

顾平:中国纺机,夯实内力、把握未来!

19

麻纺 *Industry*

董春兴:练好内功,推动麻纺行业可持续发展

20

家纺 *Industry*

“丝”路焕新,“循”道而行

21

品牌 *Brand*

敬启美学新知

22

一线 *Frontline*

邵卫国:扎实推进扎染的传承与发展
薛惊理:致力将中国高品质羊绒纱线推向全球
山东省鲁锦产业高质量发展联盟成立
潮涌珠江,广州国际轻纺城“卷”动东方美学新潮
华峰化学:一家氨纶企业的战略眼光

26

指数 *Index*

冬季尾市行情微升 价格指数微幅上涨

每周随笔

聚焦纺织价值高点

在过去的一年,中国纺织工业在全球经济增长动能不足的大背景下,呈现回升向好态势。2023年纺织行业规模以上企业工业增加值同比增长减少0.6%,降幅较上半年收窄2.4个百分点;限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额达1.41万亿元,同比增长12.9%。

纺织行业作为先进制造业的重要组成部分,其科技、时尚、绿色的属性越发得到各地认同和重视,成为推进中国式现代化建设的重要抓手。2023年,江苏、浙江、河南等多个省市重视纺织行业发展,提出要把推进重点产业集群式发展作为优化产业结构、推进新型工业化的重要抓手。湖北、安徽、江西、辽宁、广西、新疆、河南、黑龙江等内陆边疆省份通过组织一系列具有针对性的产业交流、招商推介活动,促进产业东西互济、南北共兴。盛泽、常熟、南通国际家纺产业园、临平艺尚小镇等12个地区与中国纺联签订《合作共建“现代化纺织产业集群”及编制发布“发展纺织现代化体系行动指数”》框架协议,推动优势集群高端化集约化发展。

新年伊始,各地出台举措办法,促进纺织行业的高质量发展,支持纺织产业迈向高端化、智能化、绿色化:江苏印发《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)》,提出19项具体举措,巩固提升纺织优势产业领先地位。湖南印发《湖南省纺织服装行业重点品牌培育办法》,提出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。浙江印发《关于支持纺织行业高质量发展的若干举措》,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。

日前,各地举行的两会中更是不乏纺织声音:柯桥提出,坚定不移推进新型工业化,力争印染企业数字化改造全覆盖,推动数码喷印、高端面料、成衣服饰等集聚发展,做强“浙江制造”现代纺织集群核心区。盛泽提出,强化新材料、智能制造、高端纺织产业项目招引,立足丝绸纺织全产业链优势,推动产业链向高端攀升,加快建设世界级高端丝绸纺织产业创新集群。北京时尚控股将为推动首都时尚文化产业加速升级发挥引领和支撑作用。天津纺织集团将赓续百年文化积淀和资源禀赋,为全市经济“添秤”。

纺织行业是推动经济繁荣的永恒产业、支柱产业,也是驱动创新发展的现代产业、未来产业,更是创造幸福生活的民生产业、责任产业。以先进制造业引领经济高质量发展是我国在新时期的战略选择。站在新年的起点上,我们有理由相信纺织行业必将加快打造先进制造业集群,加速形成协同创新、人才集聚、降本增效的规模效应和竞争优势,推动产业迈向中高端、提升产业链供应链韧性和安全水平,为中国式现代化建设做出更大贡献!



View point / 产经看点

中国人民银行1月24日宣布,决定自2024年2月5日起下调金融机构存款准备金率0.5个百分点;自2024年1月25日起分别下调支农再贷款、支小再贷款和再贴现利率各0.25个百分点。

——新华网

2023年,中央企业实现营业收入39.8万亿元、利润总额2.6万亿元、归母净利润1.1万亿元,实现高质量的稳步增长。

——国务院国资委

据对全国流通领域9大类50种重要生产资料市场价格的监测显示,2024年1月中旬与1月上旬相比,7种产品价格上涨,39种下降,4种持平。

——国家统计局

1月23日,国务院新闻办公室举行新闻发布会。农业农村部介绍,2023年,面对复杂严峻的国内外经济形势和多发、重发的自然灾害,我国保持了农业农村发展稳中向好、稳中有进的势头。

——央视新闻



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

联手打造数字时尚新高地

2024 中国纺织服装数字时尚产业大会在合肥举行

本刊记者_董笑妍



中国纺织、安徽省经信厅、合肥市政府签约共建合肥时尚服装产业之都。

1月20日，中国纺织服装数字时尚产业大会在合肥市瑶海区中国（合肥）服装原创设计基地举行。这是全国首届纺织服装数字时尚产业大会，中国纺织工业联合会、国内原创设计品牌、优秀设计师代表以及纺织服装产业企业代表出席会议。

中国（合肥）服装原创设计基地一期于2024年元旦开街，目前招商率达73%，已入驻服装品牌企业23家。与会人员现场了解基地规划建设和运营管理情况，对合肥市瑶海区通过城市更新，推动主导产业转型，打造区域新增长点表示充分肯定。

时尚服装产业是永不落幕的朝阳产业，作为拥有良好产业基因和全省纺织服装产业龙头的城区，瑶海区正在吸引更多产业链上下游企业落户，邀请更多新锐设计师入驻，形成设计、生产、销售一体化产业生态，并大力探索“线上销售+线下体验”融合发展模式，完善服装配饰、餐饮、停车位等功能配置，努力把中国（合肥）服装原创设计基地打造成为老城新亮点、网红打卡点、消费增长点。

活动现场，麓溪、海卓、单蓝、金氏九儿等原创品牌和屠俊、谢家齐、杨子、吴传宝、骆志勇、刘锐之等业内知名设计师集中签约入驻。中国纺织工业联合会、安徽省经信厅、合肥市政府共建合肥时尚服装产业之都战略合作框架协议签约。根据计划，今年合肥将举办合肥时装周、全国纺织服装AI设计大赛等系列活动。

中国纺织工业联合会表示，安徽纺织工业基础优良，2022年全省规模以上纺织企业营业收入居全国第7位。中国纺织工业联合会正推进数字时尚新布局，打造数字时尚新动能，形成数字时尚新风向，未来将积极助力合肥时尚产业之都建设。

同时，与会专家学者——国务院发展研究中心市场经济研究所原所长任兴洲、北京服装学院副院长邹游、北京服装学院服装艺术与工程学院院长郭瑞良带来的纺织服装产业数字化转型主题演讲赢得企业家、设计师业内人士的高度称赞，为时尚产业的数字化发展提供了新思路。

Scene / 现场

迎春团拜，纺织离退休老同志欢聚一堂

1月18日，国务院国资委纺织离退休干部局2024年新春团拜会在北京举办。在这辞旧迎新的美好时刻，160余位老领导、老同志和嘉宾们欢聚一堂、互致问候，气氛喜庆祥和。

国资委纺织离退休干部局局长李战红首先致辞，本次迎新春团拜会是时隔三年后线下重启的第一年。回顾2023年，纺织离退休干部局认真落实国资委党委、管理局党委部署要求，真抓实干，圆满完成了离退休干部服务管理各项工作。2024年，纺织离退休干部局将以习近平总书记关于老干部工作的重要论述为根本遵循，持续加强离退休干部党的建设，打造过硬老干部工作队伍，助力老同志安享幸福的晚年生活。

国务院国资委直属机关党委副书记、纪委书记张兵致辞表示，2023年，国资委和中央企业牢牢把握高质量发展主题，坚持稳中求进的工作总基调，各项工作取得积极进展。新的一年，我们将坚持和加强党对国资委和中央企业的全面领导，着力提高国有企业价值创造能力，希望各位老领导、老同志继续关心支持我们的工作，衷心祝愿大家幸福安康。

中国纺织工业联合会副会长阎岩代表联合会领导班子向大家致以最诚挚的问候。她表示，回首2023年中国经济爬坡过坎，中国纺织人不忘初心，坚持以实体经济为重点，在双循环格局下，走出了回升向好的曲线，为推进新型工业化发展做出重要贡献。过去的一年，行业积极融入中国式现代化进程，引导行业高端、智能、绿色融合转型。过去的一年，行业开放更广，各类行业大会展会彰显了行业的实力和魅力。正是在各位老领导老前辈的支持下，中国纺织不断进步，行业



新春团拜会上，老领导、老同志和嘉宾们欢聚一堂、互致问候，气氛喜庆祥和。

不断取得新进展，在这里致以最诚挚的新春祝福。

国资委纺织机关服务中心主任欧阳涵致辞表示，一年来，国资委纺织机关服务中心始终把“让党组织放心、让老同志满意”作为工作目标和努力方向，增强服务能力；始终坚持“稳健经营、特色发展”的原则，紧盯上级下达的各项目标任务，推进中心经营管理工作。今年，国资委纺织机关服务中心将以更加坚定的决心、更加饱满的热情、更加扎实的作风，全力以赴抓好党的建设和改革发展稳定各项工作落实，推动中心高质量发展取得更大成效。

随后，老领导老同志纷纷带来了各自精心准备的节目。歌曲联唱《走向复兴》、诗朗诵《我骄傲，我是中国人》、歌曲《我们走在大路上》、三句半《夸夸我们的老干部局》、歌曲《共和国之恋》……欢快的音乐响起来，愉快的歌声亮起来，精彩节目的逐一登台将气氛烘托到了高潮，共祝大家身体健康、新年快乐。（董笑妍）



大会举行了隆重的表彰仪式，与会领导为获奖单位及个人颁奖。

现代化产业体系取得积极进展，系统推进纺织新型工业化！

中国纺织 2023 年度工作总结大会在京举行

本刊记者_郭春花 陶红 / 文 关云鹤 / 摄

2023年，纺织行业面对外部的顶头风、市场的倒春寒，顶住压力，行业呈现回升向好态势，纺织现代化产业体系建设取得积极进展。2024年，注定是充满变数的一年。新形势下，全面把握2023年纺织全行业经济运行情况对2024年工作开展具有重要意义。

1月22日，中国纺织工业联合会2023年度工作总结大会在北京召开。会议对2023年纺织行业经济运行情况进行了深入分析，对2024年行业走势进行了预测和展望；部分专业协会代表介绍了各自领域2023年行业经济运行情况并对协会重点工作进行了总结。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，原会长杜钰洲、王天凯，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、阎岩、梁鹏程以及各部门及成员单位的主要负责人参加了本次大会。

会上，中国纺织产业部副主任、产业经济研究院副院长刘欣介绍了2023年中国纺织行业经济运行分析，并对未来走势进行了展望。她介绍，在全球经济复苏乏力、供需不足的宏观经济环境下，我国纺织行业运行处于减速运行、深度调整周期，质效压力明显。随着国内市场的回暖，对行业逐步恢复起到重点支撑，出口降幅逐步收窄。预计2024年，全球供应链压力风险、贸易摩擦风险仍然较高，需求端将持续疲弱，国际供应链采购格局将发生重要调整。但庞大国内市场及持续升级的市场需求，将继续支撑行业发展。行业运行将呈承压修复态势，整体仍处于低速增长周期；智能制造、绿色化改造等仍是投资重点。

此外，会议还介绍了棉纺、化纤、印染、针织、家纺、产业用、服装和专业市场等部分行业领域的经济运行情况。

中国纺织党委会办公室主任、纪委办公室主任周腊权通报介绍中国纺织党建、纪检工作。他指出，2023年在中国纺织党委的统一领导与部署下，党办顺利完成了中国纺织党的建设工作各项任务，取得了较好的工作效果。一是全面贯彻落实主题教育，推动政治建设贯穿全年；二是重点加强基层党建，不断提升党务规范管理水平；三是特别关注转隶部署，按上级要求做好有关工作；四是注重营造整体氛围，党建带动群团建设有力开展；五是积极配合，服务行业党建及思想政治宣传工作。

同时，会议还对行业数字化转型推进工作、促进棉纺织产业内外贸一体化工作、行业科技工作及奖励情况、行业教育工作及奖励情况和2023年行业展会情况做了通报。

中国纺织会长孙瑞哲以《稳中求进谋发展，固本兴新创未来》为题作2023年度工作报告。他指出，2023年行业工作卓有成效。中国纺织围绕中心、服务大局，实事求是、开拓创新，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，务实开展行业服务工作，行业呈现回升向好态势，纺织现代化产业体系建设取得积极进展。一是实事求是，科学研判引领发展；二是固本兴新，服务创新强化动能；三是稳中有进，提质增效激发活力；四是深化开放，合作交流打开局面；五是协同发展，点面结合完善布局；六是质量引领，面向高端锻造能力。

立足产业实际，在稳与进中深化行业服务。孙瑞哲表示，保持长期向好发展态势，在现代化产业体系建设中更进一步，是行业当前工作的着力点。行业服务要围绕扩大市场需求、稳定市场主体、提升会展能级、深度融入全球进行集中发力。

融入发展大势，在立与破中探索新的可能。孙瑞哲指出，一要挖掘数据要素中的服务机遇；二要挖掘未来产业中的服务机遇；三要挖掘区域变革中的服务机遇；四要挖掘文化赋能中的服务机遇；五要挖掘ESG实践中的服务机遇。

系统推进纺织新型工业化，扎实做好2024年行业工作。孙瑞哲强调，协会是行业的组织者、赋能者，要增强工作的大局观，把推进中国式现代化作为最大的政治，落实新型工业化关键任务，在全局上谋势，关键处落子。乘势而上、顺势而为，稳中求进，担当作为。一是强化以实践为落点的思想建设；二是强化以质效为重点的组织建设；三是强化以服务为导向的能力建设；四是强化以价值为轴心的系统建设；五是强化以协同为关键的生态建设。

大会还举行了隆重的表彰及基金会捐赠仪式。会上，中国纺织秘书长夏令敏宣读《关于表彰中国纺织工业联合会2023年度先进单位优秀集体和先进工作者的决定》。中国纺织机械协会、中国服装设计师协会、中国纺织服装教育学会、中国纺织出版社、《纺织服装周刊》杂志社等5家单位获先进单位称号，中国纺织工业联合会产业部统计处等12个部门获优秀集体称号，吴振等56名同志获先进工作者称号。

捐赠仪式环节，中国纺织机械协会、中国服装设计师协会、中国针织工业协会分别向纺织之光科技教育基金会捐赠200万元、200万元和100万元。纺织之光科技教育基金会是我国纺织行业公益性基金会，多年来为促进纺织行业科技教育事业发挥了积极作用。

稳中求进谋发展，固本兴新创未来

中国纺织工业联合会会长 孙瑞哲



孙瑞哲

2023年是全面落实党的二十大精神、推进中国式现代化新征程的开局之年，是三年新冠疫情防控转段后经济恢复发展的一年。面对外部的顶头风、市场的倒春寒，行业顶住压力，我们的事业更进一步。

2024年注定是充满变数的一年，人工智能应用日新月异，地缘政治博弈风起云涌；占全球经济总量42%的40多个国家和地区将迎来选举。但不确定中的确定性是，全球化大势没有改变，中国崛起的大势没有改变。

中国纺联要做志不求易者、事不避难者，担负起历史使命，耐得住时间检验，坚定信心，保持在场，与时代相关，做趋势的朋友，打开新的局面。

一、2023年行业工作卓有成效

中国纺联围绕中心、服务大局，实事求是、开拓创新，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，务实开展行业服务工作，行业呈现回升向好态势，纺织现代化产业体系建设取得积极进展。

（一）实事求是，科学研判引领发展

开展有实效的行业调研；开展有支撑的统计分析；开展有纵深的产业研究。

（二）固本兴新，服务创新强化动能

推进科技、教育、人才工作协调联动、一体发展，筑牢产业发展根基。强化行业科教服务。推动创新转化服务。开展先进选树工作。

（三）稳中有进，提质增效激发活力

发掘需求潜力；完善产业生态。

（四）深化开放，合作交流打开局面

2023年是共建“一带一路”提出十周年。统筹发展与安全，推动纺织行业高水平对外开放，“引进来”和“走出去”取得积极进展。一是凝聚共识，拓宽朋友圈。二是推动合作，形成新价值。

（五）协同发展，点面结合完善布局

中国纺联坚持“全国一盘棋”，在区域重大发展战略中开展产业服务。促进区域联动发展。推动先进集群建设。

（六）质量引领，面向高端锻造能力

聚焦纺织现代化产业体系建设价值高点，中国纺联系统推动行业能力提升和高质量发展。

工作的成效，来自同心同德，相互扶持。2023年，开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育，聚焦行业高质量发展，以党建为引领，中国纺联组织机构建设迈出坚实步伐，行业协同与服务能力显著提升。

在机构改革转隶的过渡期，中国纺联以高度的政治责任感和良好的精神状态，在中国式现代化新征程上，取得实绩实效。

二、立足产业实际，在稳与进中深化行业服务

2023年中央经济工作会议提出，今年要坚持稳中求进、以进促稳、先立后破，在转方式、调结构、提质量、增效益上积极进取，为行业服务工作提出根本遵循。我们要深刻领会党中央对新时代做好经济工作的规律性认识，精准把握“稳与进”“立与破”的辩证关系和深刻内涵，既要立足产业实际，坚持“稳”是主基调，“进”是大方向，以“稳”的服务激发“进”的动能；也要融入发展大势，围绕新质生产力，以“破”的勇气，“立”的智慧，探索新的可能。

在全球经济增长动能不足的大背景下，行业呈现回升向好态势。纺织产业发展和产业升级正处于关键期，结构性问题、周期性矛盾交织，内生动力不足的情况依然存在。保持长期向好发展态势，在现代化产业体系建设中更进一步，是行业当前工作的着力点。

（一）要扩大市场需求

把握市场趋势，促进供需发展是行业服务的重要方向。随着共同富裕的稳步推进，超大规模、多元化市场加快形成。新生活观、文化观转化为新时尚观、消费观，呈现出功能性消费与情感性消费，“理性”与“随兴”并存的趋势。

要把握制造品牌的机遇期。平替、白牌成为理性消费的一个重要选项。另一方面，社交平台和内容电商推动市场直连，提升消费者认知。行业工作要把握机遇，孵化、扶持具有供应链能力的制造品牌、集群品牌。

要把握品类创新的机遇期。银发经济、健康经济、悦己经济、可持续经济等细分垂直市场不断涌现。行业要推动细分市场和品类创新，形成百舸争流、百花齐放的局面。

（二）要稳定市场主体

中央经济工作会议强调，要切实增强经济活力、防范化解风险、改善社会预期，要求我们行业做好市场主体服务工作。

一方面，做好政策对接。民营经济是纺织行业的主体，贡献65%的专利、75%以上的技术创新、80%以上的新产品开发。行业工作要聚焦企业所需所困，帮助企业理解和用好政策工具。

另一方面，中小微企业占纺织行业整体比重达99.8%，对于稳定就业、提供创业机遇意义重大。营造环境，搭建平台，加大对行业中小微企业、创意设计型企业的关注、支持和孵化力度，是行业服务的重要突破口。

（三）要提升会展能级

展会是推动国际国内商贸交流、产业链和供应链高效合作、产业创新和品牌建设的重要平台，是科技、时尚、绿色发展的风向标与策源地。2023年，行业境内外展会全面重启，中国纺联共组织完成16个境内展，展出规模继2016年和2018年后，再次突破百万平米；国际参展商、采购商比例不断提升，春季服装展和纺机展到场观众均达历史新高。同时看到，作为协会重要服务内容，展会模式面临挑战。

面向未来，我们要坚持创新办展模式，持续提升展会的国内与国际影响力和价值创造性。聚焦专业化和细分化，推动展览内容差异化和精准化。顺应消费趋势，依托应用场景，推动行业展会的跨界发展、融合创新；创新展会展区类别，满足产业上下游不同环节和消费场景的需求。融合数字技术，探索虚实融合会展、元宇宙技术场景等展览新业态新模式。把握政策与市场关注的机遇，创新展会主题，做好各具特色的全国性、区域性会展业务，推动新兴展会的市场培育。

（四）要深度融入全球

当前，全球产业分工不断深化，产业链的依存度不断提升。国际分工颗粒度从产业间分工、产业内分工转变为产品内分工、要素分工。全球化演进呈现新特征，我们要以行业之“预见”服务企业之“遇见”。

一是提升精细服务水平。面对企业走出去愈加全面和细致的需求，行业工作必须更加系统、更加深入，既要持续加强对全球不同国家的投资环境的研究，针对不同的社会环境、法律环境与人文环境，提供信息指引；更要关注从投资、生产到经营、结算等综合性服务。

二是提升安全服务水平。行业工作要围绕政治、监管、法律、市场等方面，加强在识别规则、规避风险、贸易保护等方面的研究与服务，做好企业“走出去”的风险识别。

三、融入发展大势，在立与破中探索新的可能

我们要从推进新型工业化、培育新质生产力的角度，正确把握“立”和“破”的内在逻辑，前瞻思考，谋定后动。

（一）要挖掘数据要素中的服务机遇

将数据作为生产要素，是我国首次提出的重大理论创新，是新质生产力中“新质”最鲜明的体现。行业服务要从全局高度考虑数据要素价值，推动行业数据要素从连接到协同、使用到复用、叠加到融合转变，从“有数可用”向“数尽其用”发展，树立新的价值观，形成新的方法论。

1. 形成数据管理机制

行业要深化数据要素特性与价值规律的研究，完善数据标准体系和风险防控机制建设，分层分级管理数据，推动数据确权、定价、交易有序开展，增强行业数据要素的共享性、普惠性。

2. 夯实数字基础设施

生成式AI正向着全民化、通用化、纵深化发展。行业服务要推动AI数字基础设施与产业数字生态深度融合。适应新型工业化要求，面向数据资源有序汇聚、高效流通、有效利用等环节，推动支撑数据要素“供得出、流得动、用得好”的工业互联网、信息管理和智能制造平台等建设。

3. 引入新市场主体

当前数据产品标准化、商品化不足，行业需要围绕数据要素合规高效、安全有序的流通和交易需求，培育引入一批数据商和第三方专业服务机构。

4. 开发数据应用场景

应用层创新成为2024年AIGC产业发展的确定方向。行业服务要丰富应用场景和业态赋能，拓展数据要素应用的广度和深度。

（二）要挖掘未来产业中的服务机遇

未来产业代表着新一轮科技革命与产业变革的方向，具有高成长性和强赋能性，是重塑全球创新版图与产业格局的力量。新兴技术与传统产业融合是发展未来产业的常见路径。纺织行业呈现智能化、绿色化、融合化特征，正在形成新市场、新场景、新赛道。

前瞻布局未来产业，对于重塑产业形象、把握发展主动、构筑全新优势具有战略意义。行业应该将未来产业作为推进新型工业化的重要着力点。

1. 要做好未来产业的界定和识别

我们需要系统分析、动态识别纺织行业相关的未来产业。人类需求是未来产业产生和发展的逻辑源头，要从社会发展大局出发，从气候变化、人类幸福等全球性议题出发，进行研判。

2. 要构建未来产业的生态和网络

未来产业是复杂系统、跨界工程。单一学科、单一领域的知识已经不足以解决行业问题，需要以开源创新实现突破。培育和发展未来产业，应该协同更多利益相关方，建立多维价值网络和平台。推动产学研用深度融合。打造产业、科技、金融良性循环。

3. 要推动未来产业的培育和发展

引导未来产业逐步成长为战略性新兴产业、支柱产业是根本方向。要找到政策结合点、市场价值点，发现和培育更多应用场景和早期市场，通过应用实测、市场验证和创新反馈，促进产业优化和成熟。要完善顶层设计。要培育市场主体。

（三）要挖掘区域变革中的服务机遇

中央经济工作会议指出要“优化重大生产力布局，加强国家战略腹地建设”。正确认识现阶段行业生产力布局的新形势、新逻辑、新路径，是行业工作的一项重要任务。要在全球格局中思考行业布局，平衡好国内转移

与国际转移的关系。要在区域战略中思考行业布局，推动区域间协同发展、错位发展、联动发展。要在要素变革中思考行业布局，产业转移要与创新要素分布、新兴业态发展相耦合。

集群经济是纺织产业发展的基石，也是行业创新服务的重点。一要围绕专业化、特色化，培育先进制造业集群。二要围绕新要素、新业态，培育新兴产业集群。三在流量打造与内容创新中推动产业升级。

（四）要挖掘文化赋能中的服务机遇

新的内容生态下，文化现象变为经济现象，内容价值形成市场价值，体验过程融合消费过程。发挥文化赋能作用，按照传播规律，以时代化、特色化、场景化的内容表达，拓宽中国时尚的价值空间，是行业服务应该考虑的新问题。

要强化文化挖掘的系统性，在传承中激活传统文化。我们在推动非遗更好发展的同时，也要看到老字号等其他文化载体。行业服务要关注百强企业，也要看到百年企业。我们要探索服务机制，服务行业的中华老字号，使其健康发展、历久弥新。

要提升文化转化的多样性，在融合中形成时代价值。推动文化的创造性转化与创新性发展是我们行业服务的重要方向。另一方面，我们要把握文化的生态属性，与文娱产业、旅游产业协同共进，在更加丰富的业态场景中延展价值。

（五）要挖掘 ESG 实践中的服务机遇

深化ESG治理对于行业企业应对全球规则之变、市场之变，赢得社会认同、金融支持具有重要意义。行业工作需要高度重视ESG的价值，系统推进义与利的双螺旋进程。

我们要在充分研究国际国内出台的各种ESG规则和评级体系的基础上，更好结合产业实际与市场实践，尽快探索形成具有全球视野、中国特色、纺织特征的ESG理论与服务体系。以提升企业的积极性、主动性和可持续发展能力为重点，建立并持续完善行业ESG信息披露体系、ESG绩效评估体系和ESG能力提升支持体系。逐步形成ESG研究、ESG融资服务、ESG数据服务、ESG价值传播的综合服务能力。在找到行业既有工作与ESG结合点的同时，探索新的服务领域。一是提升绿色增值能力；二是提升企业社会价值。

四、系统推进纺织新型工业化，扎实做好2024年行业工作

2024年是新中国成立75周年，也是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。协会是行业的组织者、赋能者，要增强工作的大局观，把推进中国式现代化作为最大的政治，落实新型工业化关键任务，在全局上谋势，关键处落子。乘势而上、顺势而为，稳中求进，担当作为。

（一）强化以实践为落点的思想建设

坚定信仰信念，筑牢思想根基；保持乐观客观，树立发展信心。

（二）强化以质效为重点的组织建设

过“紧日子”既是我们面临的现实外部环境，也是党对国家单位的具体工作要求。联合会各级要以本次机构改革为契机，把握改革正确方向，理顺工作机制，提升工作质效，把精益化、集约化、高效化发展内化于心、外化于行、固化于制。其中各职能部门要统筹人财物事，让有限资源产生更大效益，把“紧日子”过成“好日子”。

（三）强化以服务为导向的能力建设

要提升市场服务能力；提升国际服务能力；提升研究服务能力。

（四）强化以价值为轴心的系统建设

要系统推进科技创新与产业创新深度融合；系统提升产业时尚话语权与文化引领力；系统推动产业绿色化发展；系统布局产业数字化转型。

（五）强化以协同为关键的生态建设

要关注区域间联动；价值链集成；跨领域合作。寒事欲无几，春归方有期。冻土之下，是希望在萌动。2024年，在推动纺织新型工业化、建设纺织现代产业体系的新征程上，让我们心怀锦绣，务实笃行，锐意进取，别开生面，在一起，向前进，创未来。[TA]

（注：本文有删节）



CHINA TEXTILE CITY



众多纺企企业紧抓时尚风口，从不断发展变化的场景中汲取产品创新思路，蓄力实现企业新的跃升。

深挖场景灵感“泉眼”，柯桥纺企面料创新这样做……

本刊记者_周榆清 文/摄

伴随着露营热、“云”健身、轻户外等消费场景不断涌现，消费者的消费行为和习惯悄然发生变化，他们已不再满足于产品的单一用途，而是对高品质、时尚化和绿色环保的纺织面料日益追逐。

面料产品迎着来自产业升级、消费升级、数字化升级的多重挑战，在不断更替的场景中持续迭代。在享有“面料王国”美誉的柯桥，中国轻纺城各大专业市场内琳琅满目的面料让人眼花缭乱，这些极富创新力、科技感和时尚度的面料背后，是纺城经营者们从大数据到应用场景，再从应用场景到产品创新的深刻洞察。

深入市场一线，《纺织服装周刊》记者发现，围绕户外

运动、健康养生、宠物经济等新场景，众多纺企企业或是专注创意理念，或是注重成分运用，或是聚焦功能革新等等，从各个方面对麾下产品进行调整与升级，不断打磨品质、提升工艺、完善服务，紧抓时尚风口，从不断发展变化的场景中汲取产品创新思路，蓄力实现企业新的跃升。

功能革新，赋能体验全线升级

一场疫情深刻影响了人们的生活方式，也大大增强了人们的健康环保意识，功能性面料由此成为市场“宠儿”。而在终端应用环节，兼具时尚度和实用性的瑜伽服装等产品，除了室内运动场景，也常被用于日常穿搭，使用范围不断外延。

多场景的使用对服装面料的功能性提出了更高要求。在运动方面，诸如帕梅拉全身燃脂运动、刘畊宏健身操这样动作幅度大、强度高、暴汗的室内健身项目，需要面料具备高弹、吸汗等特点，与此同时，越来越多的消费者也日渐追求此类面料的亲肤舒适。

关注到这一现象，位于东升路市场的东泰针织大幅推动产品升级，推出的瑜伽服运动系列面料，使用优质锦纶、氨纶纤维混纺而成，不但延展性极佳，能够满足消费者从容自在地完成在各类场景中会遇到的推、拉、深蹲、弯腰和转身等一系列动作，而且产品触感软糯细腻，还具备吸汗等特点。



“高弹、亲肤、防勾丝”是客户对瑜伽服面料提出最多的三点要求，也是公司在不断提升完善的部分。”东泰针织负责人余兵猛介绍道，功用性较模糊的服装往往会在各类场景中遇到不同问题，从前面碰到手部倒刺或稍尖锐的物品会出现勾丝现象，在张力状态的氨纶断裂之后就会迅速回缩，稳定的织物结构瞬间被打破，一个个线圈像倒下的多米诺骨牌，脱散成像梯子一样的长条，影响美观。对此，东泰针织使用优质高支数纱线织造面料，由于纱线更细，织物也更加平整、均匀，同时具有良好的透气性与吸湿性。

北市场的向洋布庄有同样的举措。以其近期推出的塔丝隆纬弹面料为例，该面料交织锦纶与氨纶纤维，不仅具备棉质的传统优点，还融合了现代化纤技术的性能，手感柔软有韧劲，色泽稳定，外观饱满蓬松，在耐磨性、耐撕裂性以及舒适伸展性上都有良好表现，更贴合当下运动户外休闲服饰需求，常被用来制作背包、鞋子或是工作服。

立足自身定位，柯桥纺企从时下火热的场景中挖掘客户需求，革新原有功能、拓展新的功能，提升面料的附加值，丰富客户体验，打造符合市场需求、具有吸引力和竞争力的产品，为服饰行业及相关企业赋予了更多可能。

“配方”更新，守护环保健康生活

随着新一代消费群体的不断年轻化，“精细化育儿”“科学育儿”观念得到广泛推崇。新生代父母们更加关注婴幼儿在爬行、学步、外出等场景下的各类穿着需求，能够实现时尚美观与健康安全的无缝切换。

在此背景下，具有环保、可持续优点，更具备抗菌、抗静电、透气等性能的新型纺织纤维材料成为市场新宠，在服装、家居用品等领域得到广泛应用。而在一众新型纺织纤维材料中，莱赛尔纤维近年来受到大众关注和品牌喜爱。它既有棉的舒适度，还包含了涤纶的强度，纤维表面光洁、杂质少，空气容积小、导热系数大，热量容易散发，因此与肌肤接触的瞬间，就仿若清风轻拂肌肤，实现凉感降温，对怕热的婴幼儿来说是一大好物。

鉴于莱赛尔纤维的此种特性，九艺纺织全新推出了“95%棉+5%氨纶”及“95%莱赛尔+5%氨纶”两大类别产品。“从前公司的产品多使用100%棉，想要实现功能性与美观性的完美结合只能通过后整理加工；同时棉类面料水洗易变形，弹性也不足，不利于婴幼儿活动伸展。如今，公司将面料绑定不同的用途场景，从用户

需求出发，推出在纤维纱线源头就实现抗菌、高弹、舒适等多项功能的产品，不同年龄段的婴幼儿能够面对更加多元化的选择，受到当下注重品质健康生活的消费者的青睐。”九艺纺织总经理王顺刚说道。

新的设计巧思符合新一代父母的生活理念，让孩子在不同场景下穿着更加自由、舒适、时尚，更让企业稳抓市场机遇，进一步提高了自己的不可替代性和核心竞争力。

理念焕新，引领打造至臻佳品

日前，2023年天猫户外六大新百亿市场报告发布，户外鞋服成为天猫新晋百亿市场。即使很多人并不处于运动户外消费场景，但他们对运动户外服装等赛道产品的喜爱，已经成为不可否认的事实。当运动户外产品持续迎来消费高潮，如何切入多元场景抓住衍生需求以及年轻群体，成为品牌提升竞争实力的必答题。

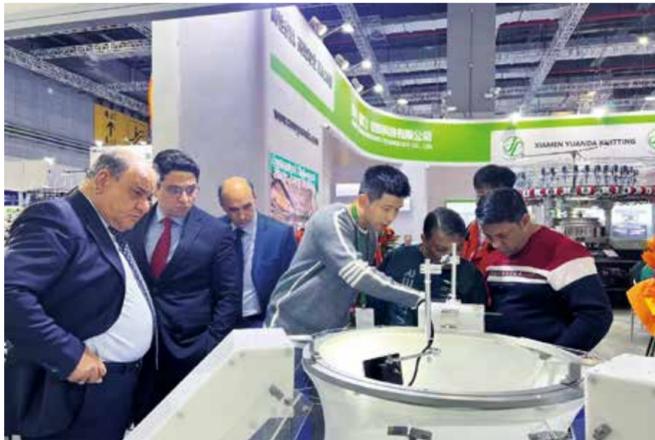
在向洋布庄销售主管王丹佳看来，人们既追求时尚品位，又希望穿着实用，消费者看重“颜值”，既是需求进阶，亦是探索自我。“当下户外品牌朝着两个方向发展：一种是追求纯粹的功能实用性，让穿着者成为地道的‘户外人’；另一种则是追求生活化，辅以时尚美学，将机能与美感融为一体。但总而言之，功能性需求是户外运动装的基本需求，例如防风防雨、耐磨、透气性等。对面料企业而言，则主要表现为：开发轻户外刚需的功能性面料、轻便易收纳型面料。”王丹佳说道。

新场景催生新的生活方式，对主动求变适应新形势、新环境和新要求的企业来说，更对自身发展理念起到全面焕新作用。在新理念的引领下，向洋布庄坚持户外休闲风衣面料供应商的定位，坚定走“轻量化出行”产品路线，即穿搭不仅要满足运动户外场景的功能性需求，还要兼顾时尚感和简约、元气和hippop等多样化风格穿搭，让消费者拥抱新的生活方式的同时，更借由运动户外的时尚风潮，形成新的潮流文化。

通过聚焦前沿趋势和客户真实反馈，向洋布庄打开了面料研发与创新的灵感之门，以新功能、生态、舒适、时尚的运动休闲面料为开发路线，陆续推出了符合轻量化户外运动的面料产品。

场景驱动布局下游市场，需求升级反哺上游织造，从场景应用出发，中国轻纺城的纺织人积极挖掘新事物中呈现的趋势特点，推动面料在科技、时尚、绿色的高质量发展轨道上行，为柯桥纺织产业的持续繁荣注入了强大动力，未来他们将持续助力柯桥面料不断迈向世界舞台。TA





吕华龙（左四）在展会上向客户介绍大圆机智能检测系统。



织蛛物联：让织造变得简单

本刊记者_周榆清

在纺织服装产业链上游，从“一根纱”到“一匹布”，纺织工厂保持竞争优势的关键因素取决于工作效率、成本控制、品质管理等关键因素。

作为“科创中国”浙江省试点区，柯桥区坚持创新强区、人才强区首位战略，近年来吸引了一大批高层次创新创业力量扎根柯桥，以技术创新为柯桥面料的科技、时尚、绿色赋能添彩。

绍兴织蛛物联科技有限公司正是其中之一。自2020年创立以来，织蛛物联一直致力于传统纺织行业的智能化变革，是一家集研发、织造与销售为一体的高科技企业。当前织蛛物联以大圆机智能检测系统为主打产品，凭借专业软硬件研发工程师团队和完善的软硬件研发体系，整合AI视觉大模型、边缘计算、云计算等技术，打造针对纺织行业的自动缺陷检测及智能制造平台。产品投放市场短短半年时间，就得到了土耳其、越南、巴基斯坦、埃及、毛里求斯、乌兹别克斯坦等国家客户的青睐。

简单不“减质”，让生产更智能更高效

织蛛物联总经理吕华龙是一名沉稳踏实的90后创业者，早前从事纱线供应链相关工作，在纺织服装面料领域积累了大量经验。在与织造厂家、面料企业打交道的过程中，吕华龙发现，坯布织造环节总是不可避免地遇到布面瑕疵问题，不少客户反映，因疵点造成的产品损失以及人工检验成本看似不起眼，对企业而言却也是一笔不小的开支。

“如果有一台设备能够帮助大家在生产过程中就看到疵点，并且规避掉那些在染整后才会发现的疵点，既能够大幅降低成本损耗，又可以显著提高生产效率和产品质量，岂不是一举多得？”吕华龙表示，过去的坯布检验工作，是通过人工或智能验布机器实现，不仅工作量大、效率低且难以形成统一标准，容易出现漏检、错检等情况。而抓住用户痛点的织蛛物联，推出了大圆机智能检测系统，将检验环节推前，采用外挂式设计将设备直接安装在织布机上，可以通过高清摄像头模组24小时不间断全自动、全覆盖监测布面，遇到疵点自动停机，减少连续性缺陷造成的损耗。

目前大圆机智能检测系统已覆盖横条、坏针、破洞等多种疵点，生产过程中一旦发现布面疵点，系统就会自动识别故障类型，并立即报警通知工人及时到场核解决，降低漏检、错检导致的疵点发生率，检验更快、更准、更全。凭借着稳定可靠的表现，该系统长疵检出率可达95%以上，误报率低于5%，从源头上提高了生产效率。

“从1到0”，低成本解决方案实现效益最大化

多数产品的开发设计遵循“从0到1”的流程，构思、反馈、优化……而织蛛物联的开发更像是“从1到0”，抓住用户核心需求，从目标结果逆推出解决方案，设身处地为客户提供精准的服务。

吕华龙坦言，以往同类型设备成本过高，对大部分中小型纺织厂家来说并不容易承担。因此，织蛛物联在研发产品时就明确一个目标：要最大程度降低客户成本，让客户以低成本解决方案高效解决实际问题。

瞄准难点“破题”，紧盯需求“出招”。作为产品开发的掌舵人，吕华龙在研发中主要负责产品整体设计以及市场推广工作。他将产品分为硬件与软件两部分，硬件部分由工业相机和工业主机组成，其中，采集部分的相机电路板、计算单元的算力板等大圆机智能检测系统中最核心的图像采集系统、5G数据传输等硬件，都由公司研发人员自行设计，具有自主知识产权，集采集模块、计算模块和控制模块为一体，使得成本较同类竞品降低一个数量级，从而降低了用户的使用门槛。

软件部分则采用了轻量化的MES系统，仅包含与生产过程相关的工人、机器、布种等要素，结合机器学习与人工智能，用户可使用APP实现疵点的记录查询、工厂工人的排班排产、计算工资与产量及查看虚拟工厂，同时在网页端及外置屏幕，能够第一时间了解生产情况。

在全球纺织业面临转型发展的重要关口，推动行业绿色发展成为纺织人共同的心声。大圆机智能检测系统在降本增效的同时减少或降低了原材料和能源的消耗，以及因疵品染整造成的水资源浪费及碳排放量。以绍兴一家加捻工厂为例，24台设备在28天使用周期内成功减少了385公斤的疵品产生，减少后续染整不必要的污水排放4.3万升、CO₂排放144.4千克，从而节约了近600千瓦时的电力。织蛛物联用实际数据助力企业书写绿色发展答卷。

“创新，永不止步。我们欢迎更多的‘玩家’一起来做这件事，大家一起协同共进，为推动纺织生产走向智能制造提供数字化新引擎。”吕华龙表示，公司正在筹划推出新一代产品，希望在有效检出率和检出精度上极致打磨，更好满足客户需求，不断探索新技术、新模式与实体经济的深度融合，以创新推动柯桥乃至全国、全世界纺织服装行业数智化转型升级与高质量发展。TA

步履不停，打造数码印花产业生态闭环

访绍兴柯桥常发纺织有限公司总经理谷佰军

本刊记者_边吉洁



谷佰军

清华MBA硕士、绍兴柯桥常发纺织有限公司总经理、柯桥区纺织对外贸易商会会长……谷佰军有很多不同角色的标签，也有一切创业者的共性模样：个性、张扬、追求自我。

2007年，谷佰军计算机专业硕士毕业后远赴日本，在知名企业从事软件开发工作，期间接触到基于计算机技术的数码印花工艺；2010年，他瞄准熟悉的日本市场，紧抓跨境电商的风口回国创业，掘得第一桶金；2012年，谷佰军创办了绍兴柯桥常发纺织有限公司数码印花工厂，开启工贸一体的发展之路，并于次年将目光投向广阔的海外市场，进一步扩大常发纺织的海外贸易版图，在2017年荣获阿里巴巴浙江省外贸达人赛冠军。如今，利用互联网电商平台、展会等多渠道营销手段，常发纺织成长为一家人近百家规模的工贸一体化数码印花纺织企业，产品远销40多个国家。

也许是理性思维导向，也许是所学专业的影响，谷佰军一直深信技术能够为企业带来巨大优势。因此，他对工厂进行智能化的改造升级，引入先进的机器设备和生产技术；选择使用智能办公平台作为企业运营管理的工具，使各部门之间的沟通对接更加便捷高效；在很多年前，工厂就引入ERP生产管理系统，使生产流程更加规范化和智能化。

修炼内功，工厂数智化改造升级

“疫情三年阻挡了企业向外拓展业务的脚步，那我们就选择向内沉淀，三年里我们一步步完成了智能化升级。”谷佰军告诉记者，以前的数码印花生产，一个人只能照看两三台机器，人均产量大约两三千米。而现在，通过技术升级，人均产量可以提高到三万至五万米。工人们只需按下按钮，机器就可以自动完成生产，生产过程中的记录和监控也得到完善，大大简化了操作流程。

磨刀不误砍柴工，机会只属于有准备的人。通过智能制造技术的改造升级，常发纺织工厂的生产效率和技术水平得到了显著提升，为获得更多订单创造了技术支撑。2023年，常发纺织迎来了外贸业务的翻倍增长，销售额超3.5亿元。

当下，产业的发展离不开数据和智能技术的有力支撑。谷佰军深耕其理，为了让公司更好地洞察市场趋势，优化生产流程，提升产品质量，在激烈的市场竞争中脱颖而出，他积极推动常发纺织在数据管理和智能化方面实现创新升级，为企业未来的可持续发展奠定坚实基础。

多管齐下，打通产品销售渠道

一家成功的企业需要注重销售、研发和服务三个方面。只有将这三个方面有效结合起来，企业才能真正实现可持续发展并在市场竞争中取得更大成绩。谷佰军认为，要想在市场上取得成功，销售是第一步，并且至关重要。

为更好地满足客户需求和提高市场份额，常发纺织采用了多元化的销售策略。除了电商平台的运营，还积极开展地推、展会，深入市场一线，与客户面对面交流，了解他们的真实需求和反馈。

据介绍，自2013年起，常发纺织就开始积极亮相国内外各类展会，包括美国拉斯维加斯展、法国面料展和上海面料展等，每年在展会上的投

入高达200万元。此外通过运营阿里巴巴、谷歌等电商平台展示产品，拓展潜在客户和合作伙伴。

2023年，谷佰军带领着公司销售团队走访了全球26个国家，探访了50多个城市，深入各国市场，与当地客户建立了紧密联系。“我们始终认为，找到客户的痛点并提供解决方案是至关重要的。虽然我不直接与客户谈订单、谈业务，但公司积极进行市场调查，了解不同国家的客户需求和市场趋势。通过不断优化产品和服务，满足客户的真实需求，公司不断拓展市场销售版图。”

常发纺织时刻关注客户的真实痛点并提供解决方案，在销售策略上注重线上线下双管齐下，在销售执行上通过地推活动、展会参与和实地考察深入了解市场需求，努力打通产品销售渠道，坚定地推行全球化市场发展策略。

“链上”发力，提升企业价值

“我精于市场洞察、分析与预测，不仅关注当下，更着眼于规划企业未来方向与价值的转化实现。”谷佰军自我评价道。基于这样的经营思维，在常发纺织快速扩张之际，谷佰军并未局限于现有的成就，而是不断寻找新的突破口，以长远的眼光为企业开创更广阔的发展空间。

2016年，在经过市场考察和可行性分析后，谷佰军做了一个大胆的决定：将企业的业务拓展至印花产业链的前端市场。至此，常发纺织开始了专业从事其数码印花设备和耗材销售业务。2019年初，常发纺织代理业内拥有良好口碑的冠豪转印纸，2020年成为华东数码印花纸最大经销商。如今，常发纺织的数码印花设备和耗材出口到土耳其、埃及、越南、印度等国家。

“通过深耕优质数码印花纸市场，我们对市场的把握更加精准。另外我们还起到了设备和耗材供给池的作用。当客户急需时，我们可以通过仓储备货及时满足客户需求，同时在需求量较低的情况下，也能确保客户的设备和印花纸得到妥善保管。这种供给和仓储的平衡，也正是我们在市场中取得成功的關鍵。”谷佰军说道。

在产业链上的延伸，让常发纺织得以深入了解印花行业的各个环节，从而更好地满足客户的需求。这种全面覆盖的优势使得常发纺织在行业内获得了较大的竞争优势，提升了企业的价值，逐渐成为众多企业首选的合作夥伴。

作为数码印花界的“明星”，常发纺织在谷佰军的带领下，不仅见证了数码印花技术在纺织应用领域从初级打样到大规模量产的跃进，还打造出独特的营销模式。谷佰军表示，未来企业不会停下脚步，将继续优化服务方向，调整发展策略，希望能更好地掌握市场需求和行业动态，打造出极具竞争力的中国数码印花品牌。TA



常发纺织希望打造出极具竞争力的中国数码印花品牌。

2024 中国纺织服装行业大事早知道

1月 January

SUN	MON	TUE	WED	THUR	FRID	SAT
	1元旦	2	3	4	5	6小年
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

- 中国化纤产业链创新论坛 (2023)
- 中国纺织品服装贸易展览会 (纽约) 暨美国 Texworld 服装面料展、纽约国际服装采购展
- 法兰克福国际家用及商用纺织品展览会

2月 February

SUN	MON	TUE	WED	THUR	FRID	SAT
				1	2	3
				小年(北)	小年(南)	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

- 中纺圆桌论坛第十八届年会
- 广州白马服装市场新春采购季
- 中国纺织品服装贸易展览会 (巴黎) 暨巴黎国际服装服饰采购展
- 法国国际纺织面料春季博览会 (Texworld Evolution Paris)
- 孟加拉国际纺织暨制衣机械展 - DTG

3月 March

SUN	MON	TUE	WED	THUR	FRID	SAT
					1	2
					妇女节	
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

- 中国纺联春季联展
- 中国国际纺织面料及辅料 (春夏) 博览会
- 中国国际服装服饰博览会 (春季)
- 中国国际家用纺织品及辅料 (春夏) 博览会
- 中国国际纺织纱线 (春夏) 展览会
- 中国国际针织 (春夏) 博览会

4月 April

SUN	MON	TUE	WED	THUR	FRID	SAT
	1	2	3	4	5	6
	愚人节					
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

- 第 22 届全国印染行业新材料、新技术、新工艺、新产品技术交流会
- 亚洲擦拭材料大会暨卫生和母婴用品创新峰会
- 2024 (春夏) 广州国际轻纺城面辅料采购节
- 中国化纤协会氨纶分会年会暨氨纶产业链协同发展论坛
- 中国纤维流行趋势产业链对接会
- 纤维之路—中国纤维流行趋势对接交流活动
- 2024 全国纺织复合人才培养工程高级培训班课程开班仪式
- 第六届中国 (绍兴) 纺织新材料展
- 法兰克福国际产业用纺织品及非织造布展览会
- 纺织贸促会埃及纺织服装业国际产能布局调研

5月 May

SUN	MON	TUE	WED	THUR	FRID	SAT
			1	2	3	4
			劳动节			青年节
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

- 中国品牌发展国际论坛——纺织服装行业论坛
- 中国纺织知识创新会暨纺织行业“知识更新工程”项目展
- 第十四届亚洲化纤会议
- 中国产业用纺织品行业协会第五届四次理事会

- 2024 柯桥时尚周 (春季)
- 2024 中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会 (春季)
- 第十二届管理创新年会
- 2024 盛泽时尚周
- 中国 PTA 及涤纶短纤市场与技术发展大会及年会
- 纺织贸促会埃塞俄比亚、马达加斯加纺织服装业投资调研
- 纺织贸促会泰国纺织服装业投资调研及合作洽谈
- 2024 中国国际大学生时装周
- 2024 中国 (广东) 大学生时装周
- 第七届中国 (海阳) 毛衫艺术节
- 中国纺织服装行业上市公司绿色高质量发展大会暨“董秘联盟”换届会

6月 June

SUN	MON	TUE	WED	THUR	FRID	SAT
						1
						儿童节
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

- 中国纺联“大湾区国际纺织服装服饰博览会”大湾区国际纺织面料及辅料博览会
- 大湾区国际纺织纱线博览会
- 大湾区国际针织博览会
- 大湾区国际时尚设计博览会
- 中国纺织行业“专精特新”中小企业资源对接暨“专精特新”中小企业联盟会

- 中国化纤科技大会 (泰和新材 2024)
- 交通工具用纺织品创新发展论坛
- 第十二届红棉国际时装周
- 2024 中国 (天门) 服装电商产业峰会
- 泰国服装及纺织机械设备及面辅料展览会 (GFT2024)
- 纺织贸促会俄罗斯纺织服装业商贸洽谈

7月 July

SUN	MON	TUE	WED	THUR	FRID	SAT
	1	2	3	4	5	6
	建党节					小暑
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

- 第五届全国纺织服装流通领域党建知识大赛
- 第七届中国·汉正街服装服饰博览会
- 中国纺织品服装贸易展览会 (纽约) 暨美国 Texworld 服装面料展、纽约国际服装采购展、纽约国际家纺采购展

- 中国纺织品服装贸易展览会 (巴黎) 暨巴黎国际服装采购展
- 法国国际纺织面料春季博览会 (Texworld Evolution Paris)

8月 August

SUN	MON	TUE	WED	THUR	FRID	SAT
				1	2	3
				建军节		
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

- 中国纺联秋季联展
- 中国国际纺织面料及辅料 (秋冬) 博览会
- 中国国际服装服饰博览会 (秋季)
- 中国国际纺织纱线 (秋冬) 展览会
- 中国国际针织 (秋冬) 博览会
- 中国纺织专精特新展 (秋季)
- 中国国际家用纺织品及辅料 (秋冬) 博览会

- 2024 全国纺织服装标准创新大会暨中国纺织工程学会标准化技术委员会年会
- 中国非纤维用聚酯 (瓶片) 市场与技术发展大会及年会
- 第十三届中国 (洪合) 毛衫文化节
- 第八届沈阳旗袍文化节
- 2024 江苏双面呢服装新品发布会
- 2024 海宁中国·国际家用纺织品 (秋季) 博览会
- 中国纺织服装创新创业大赛
- 巴西圣保罗国际纺织服装采购展 (GOTEX)
- 中国纺织品服装贸易展览会 (洛杉矶) 暨美国 Texworld 服装面料展、洛杉矶国际服装采购展

9月 September

SUN	MON	TUE	WED	THUR	FRID	SAT
1	2	3	4	5	6	7
初九	三十	八月	初二	初三	初四	白露
8	9	10	11	12	13	14
初六	初七	教师节	初九	初十	十一	十二
15	16	17	18	19	20	21
十三	十四	中秋节	十六	十七	十八	十九
22	23	24	25	26	27	28
初八	初九	廿二	廿三	廿四	廿五	廿六
29	30					
廿七	廿八					

- 中国国际产业用纺织品及非织造布展览会
- 中国化纤协会七届八次常务理事会
- “科创中国”2024 全国纺织科技成果转化与合作大会
- 第十二届中国国际非织造布会议
- 2024 中国服装成长型品牌大会
- 2025 春夏中国国际时装周
- 2024 广东时装周 - 秋季

- 第 31 届中国·清河国际羊绒及绒毛制品交易会暨清河电商节
- 2024 广州白马服装采购节
- 2024 (秋冬) 广州国际轻纺城面辅料采购节
- 2024 青岛时装周
- 2024 中国·济南第十二届冻口服装文化艺术节
- 2024 苏州国际时装周暨第二十四届中国江苏 (常熟) 服装服饰博览会
- 全国纺织复合人才培养工程高级培训班海外行
- 华峰千禧·中国纤维品牌联动创享汇年度品牌发布会
- 孟加拉达卡国际面料、纱线展览会 (DIFS 夏季)
- 中国纺织精品展 (南非) 暨南非成衣及纺织品、皮革与鞋类展览会 (All fashion Sourcing)
- 俄罗斯国际家用及室内纺织品展览会
- 纺织贸促会西班牙纺织服装业资源对接
- 纺织贸促会摩洛哥投资调研

10月 October

SUN	MON	TUE	WED	THUR	FRID	SAT
		1	2	3	4	5
		国庆节	三十	九月	初二	初三
6	7	8	9	10	11	12
初四	初五	寒露	初七	初八	重阳	初十
13	14	15	16	17	18	19
十一	十二	十三	十四	十五	十六	十七
20	21	22	23	24	25	26
十八	十九	二十	廿一	廿二	廿三	廿四
27	28	29	30	31		
廿五	廿六	廿七	廿八	廿九		

- 中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会
- 第六届中国纺织新材料展
- 中国家纺大会
- 产业用纺织品行业科技大会 (2024)
- 世界服装大会
- 中国纺织人才大会
- 中国纺联流通分会第五次会员代表大会暨五届一次理事会议

- 中国纺联流通分会赴非洲摩洛哥、肯尼亚等国考察调研
- 第十四届中国纺织学术年会
- “科创中国”第八届全国纺织服装机器人应用高峰论坛
- 中国化纤产业链创新论坛 (2024)
- 第十三届江苏 (盛泽) 纺织品博览会
- 中国 (虎门) 国际服装交易会
- 大湾区 (虎门) 时装周
- 第十四届意法全球采购商交流大会
- 纺织贸促会马来西亚、新加坡投资调研及合作洽谈
- 武汉国际纺织面料及辅料博览会 (待定)

11月 November

SUN	MON	TUE	WED	THUR	FRID	SAT
					1	2
					十月	初二
3	4	5	6	7	8	9
初三	初四	初五	初六	立冬	初八	初九
10	11	12	13	14	15	16
初十	十一	十二	十三	十四	十五	十六
17	18	19	20	21	22	23
十一	十二	十三	十四	十五	小雪	廿三
24	25	26	27	28	29	30
廿四	廿五	廿六	廿七	感恩节	廿九	三十

- 第七届世界布商大会
- 2024 全球纺织品数码喷墨印花峰会
- 2024 湖南服饰博览会暨芦淞服饰节
- 第十三届红棉国际时装周
- 第二十一届中国 (大朗) 国际毛织产品交易会
- 2024 全国纺织复合人才培养工程高级培训班毕业典礼
- 2024 年“纺织英才”发布

- 尼日利亚国际纺织服装博览会 (NGTEX)
- 2024 埃塞俄比亚国际面料展览会 (Texworld Addis Abeba 2024)
- 越南国际纺织暨制衣机械展览会
- 纺织贸促会波兰、捷克纺织服装业商贸洽谈、参观波兰国际纺织展览会
- ISO/TC 221 第 21 届全体会议
- 2024 亚欧土工合成材料论坛
- 第九届中国 (阜宁) 环保新材料创新论坛

12月 December

SUN	MON	TUE	WED	THUR	FRID	SAT
1	2	3	4	5	6	7
十一月	初二	初三	初四	初五	大雪	初七
8	9	10	11	12	13	14
初八	初九	初十	十一	十二	十三	十四
15	16	17	18	19	20	21
十五	十六	十七	十八	十九	二十	冬至
22	23	24	25	26	27	28
廿二	廿三	廿四	圣诞节	廿六	廿七	廿八
29	30	31				
廿九	三十	腊月				

- 第三届世界纺织服装教育大会
- 中国纺织服装品牌大会
- 全国纺织机械行业生产经营工作座谈会
- 纺织之光科技教育基金会第四届理事会第二次会议
- 全国化学纤维标准化技术委员会年会
- “20·30”中国 (天门) 服装电商产业协作大会
- 第十一届虎门国际电商节暨东莞时尚优品供应链对接大会
- 缅甸国际纺织暨制衣机械展览会

两会春之声

地方两会密集举办，有哪些看点？

本刊记者_郭春花 郝杰 / 整理

一元复始万象新，大寒之后就立春。每年的此刻，正是谋划新一年的时刻。1月中旬开始，各地陆续进入两会时间。记者通过梳理近期各地地方政府工作报告内容发现，“构建发展新格局”“高质量发展”“科技创新”“大抓项目建设”“提振消费”“扩大内需”“区域协调发展”等成为地方经济工作部署的高频词。

盛泽：加快建设世界级高端丝绸纺织产业创新集群

近日，盛泽镇第十八届人民代表大会第五次会议举行。政府工作报告显示，过去一年，盛泽生产总值超500亿元，增长5%以上；规上工业总产值超680亿元，增长6%以上；全社会固定资产投资超100亿元，增长5%以上；工业投资超48.5亿元，增长10%以上。进出口总额量稳质升。单位地区生产总值能耗下降、主要污染物排放总量削减完成上级下达任务。

取得上述成绩源于盛泽聚焦产业转型升级，掀起产业更新高潮，推进内外贸一体发展；统筹城乡协同发展，加快高铁片区规划建设，擦亮“万企兴万村”品牌；绘好文化繁荣画卷，做好非遗传承弘扬，强化时尚设计赋能，彰显丝绸文化深厚底蕴；坚持绿色发展，持续深化“生态优先、绿色发展”提升攻坚行动。

针对新一年的工作任务，政府工作报告提出，牢牢把握坚持高质量发展这个新时代的硬道理，聚焦经济建设中心工作、高质量发展首要任务，在转方式、调结构、提质量、增效益上积极进取，坚决扛起经济大镇应有的担当，带头在高质量发展上能快则快、挑起大梁。要锚定区委赋予的打造传统产业转型升级示范区目标，厚植民营经济优势，充分调动企业的积极性、主动性，全力推进新型工业化，发展新质生产力。强化创新蓄势赋能，发挥国家先进功能纤维创新中心龙头牵引作用，依托高端纺织工业互联网赋能中心带动加快智改数转网联步伐，加强创新企业培育壮大，强化新材料、智能制造、高端纺织产业项目招引，加速产业技术攻坚突破，提升核心竞争力。统筹工贸一体发展，立足丝绸纺织全产业链优势，狠抓重点产业项目建设，保持产业有机更新热度，推动产业链向高端攀升；着力培育贸易竞争新优势，加快国际贸易集聚区建设，推动贸易企业集聚发展，积极融入和服务构建现代化产业体系。增创开放型经济新优势，加强招引高成长性贸易企业，积极办好、参与境内外展会，深化跨境电商、电商直播、海外仓等发展，大步迈开抢订单步伐，加快建设世界级高端丝绸纺织产业创新集群。

同时，更加自信赓续丝绸文脉，深挖丝绸文化千年底蕴，做好非遗活态传承，以时尚设计为媒，让丝绸文化穿越古今、绽放华彩，推动“产城商、农文旅”融合发展迈上新台阶。

报告还提出，要坚持“两山”理念，持续开展“生态优先、绿色发展”提升攻坚行动，加快推进印染循环产业园建设，完成南部工业区8万吨/日水质净化和中水回用等工程建设，启动镇东6万吨再生水厂建设，选树一批生态环保治理标杆企业，推进生态环境质量提升。

柯桥：全面塑强领跑优势

近日，浙江省绍兴市柯桥区进入“两会时间”，为新的一年明确发展“路线图”。台上台下，会前会后，政声民意交融共鸣。

“着力推进突破性创新、攻坚性改革、提升性开放。”在新一年的政府工作报告中，柯桥提出要以“改革创新深化年”为总抓手，以“全省领跑竞跑”为总目标，在奋进中国式现代化新征程上勇当先行者、谱写新篇章。翻开新一年的政府工作报告，柯桥频频提及“领跑”“示范”“先行”等关键词。这些词，对柯桥来说并不陌生。

作为绍兴全市经济体量最大的区，制造业是柯桥经济高质量发展的“压舱石”，也是富民强区的重要支撑。去年，柯桥成功获评制造业高质量发展促共富示范区，系绍兴唯一。

柯桥也的确扛起了“先行”的担当——去年一年，该区GDP首次迈上两千亿元台阶，增速预计高出全省2个、全市0.5个百分点。规上工业增加值、固定资产投资、外贸出口等主要指标预计分别增长11.5%、12%、10%。高质量发展绩效全市领跑。综合实力居全国百强区第九位。

透过政府工作报告和众多代表委员发言，不难发现柯桥不仅重视项目的招引和落地建设，还提出了“企业为重”这一要点。

从产业升级来看，柯桥一方面要坚定不移推进新型工业化，争创1家省级“未来工厂”、2家“智能工厂”，力争印染企业数字化改造全覆盖；推动数码喷印、高端面料、成衣服饰等集聚发展，做强“浙江制造”现代纺织集群核心区。另一方面，柯桥加快培育新质生产力，力图将高新技术产业增加值占比稳定在52%以上；以宇越新材料、宝万碳纤维、日月光能等重大项目为牵引，打造先进功能材料“万亩千亿”平台。

北京市政协委员顾伟达：擦亮时尚消费品牌

“十四五”时期是大力推动新时代首都发展的关键时期。聚焦北京推动国际消费中心城市建设这一话题，在北京市第十六届人民代表大会第二次会议上，北京市政协委员、北京时尚控股有限责任公司党委书记、董事长顾伟达透露，北京时尚控股将继续深耕北京时装周品牌，加快形成专业化商业运营模式，吸引更多国际时尚消费品牌、买手、设计师等主体集聚，同时与“首发首店”经济互动，构建一体化时尚发布交易平台。

消费是畅通国内大循环的关键环节和重要引擎，打造消费新场景、培育消费新模式已经成为各大城市激发消费创新活力、释放消费潜力的重要抓手。顾伟达介绍，创立于2016年的北京时装周，致力于首都时尚消费的提质升级、中国时尚消费品牌的培育壮大以及国际间时尚文化的交流交融。2023年以来举办10余场线下活动，参展品牌超过150个，不仅为品牌打通了收益转化的链路空间，也为广大市民和消费者提供了更为接地气的时尚消费体验和多样化的消费互动空间，释放了文化消费新活力。

顾伟达表示，要聚焦高质量推进北京国际消费中心城市，培育擦亮时尚消费品牌，加速壮大品牌发展优良土壤，积极构建时尚消费品牌北京总部聚集生态，持续打造北京文化味浓、国际潮流范足、科技互动性强的消费新场景，为推动首都时尚文化产业加速升级发挥引领和支撑作用。TA

以织为要 行至2035



刘建国

山东省纺织服装行业协会：织就纺织现代化产业新篇章

本刊记者_云娟娟

建设现代化产业体系的漫漫征途，是一场接力赛。不仅需要一棒接着一棒跑得坚毅执着，也需要一浪更比一浪高的开拓进取。读懂中国式现代化，理解纺织现代化，并踊跃投身强国建设的洪流，这是行业的使命与任务。

中国式现代化宛如一幅磅礴的全景画卷，在新时代坐标中，中国纺织服装企业及企业家应当扮演精准如画师的角色，以企业为笔触，确保其发展路径与中国社会和时代的宏伟蓝图保持精准对接、同步跃进。

发挥企业主体作用 建设纺织现代化产业体系

山东省纺织服装行业协会执行会长刘建国指出，纺织企业在构建纺织现代化产业体系中，承担着举足轻重的核心主体地位，犹如构筑新时代纺织长城的中流砥柱。因此，企业应当勇担重任，积极推进纺织产业向高端化、智能化、绿色化、融合化方向发展，进而实现具有完整性、先进性、安全性的纺织现代化产业体系，实现纺织产业的高质量发展。

刘建国指出，大型骨干龙头企业、特别是省市级链主企业，应发挥引领带动作用，主要担负起和扮演好纺织现代化产业体系建设主导者的角色；中小企业、特别是专精特新企业，发挥其自身“专业化、精细化、特色化、新颖化”特点，自觉担负起和扮演好纺织现代化产业体系建设重要参与者的角色；产业集群，特别是世界级、过千亿级纺织产业集群，努力担负起和扮演好纺织现代化产业体系建设区域发展产业协同创新者的角色。

企业要重点聚焦现代纺织新技术，加大科研攻关力度，引领新技术新赛道；聚焦现代纺织新材料，增强自主创新能力，不断实现新突破；聚焦现代纺织新时尚，坚定文化自信，引领现代时尚新潮流；聚焦现代市场新消费，研发满足新消费需求的终端产品，拉动纺织产业链动升级。纺织企业要自觉成为现代新技术、新材料、新时尚、新消费创新发展的开拓者。

此外，刘建国还表示，企业要积极践行绿色化发展，坚定绿水青山就是金山银山理念，加大绿色化发展力度；努力实现低碳化发展，提质增效，引领绿色低碳新航标；加快实现数字化转型发展，实现新型智能工业化；强化品牌化系统推广，实施品牌发展战略。纺织企业要自觉成为绿色化、低碳化、数字化、品牌化全面发展的践行者。

落实“链长制”行动 推动新时代强省目标

山东省纺织服装规模较大、产业齐全、链条完整、分布面广，在国内纺织服装产业链中具有举足轻重的地位，尤其棉纺和面料在产业供应链上拥有较强优势。2023年，山东省纺织服装行业以党的二十大会议精神为指引，认真贯彻新时代发展路径，面向山东省纺织服装行业，坚持“两条主线、多平台驱动”的工作思路和实施路径，促进早日实现新时代现代化纺织服装行业强省目标。

刘建国表示，为推进和落实“链长制”工作，2023年，在山东省工业和信息化厅领导下，山东省纺织服装行业大力推进产业链对接与合作，通过组织一系列活动如迪尚集团全球供应商大会、中国（威海）国际纺织服装供应链博览会、全省纺织服装产业链产学研精准对接和新技术新产品推介会、2023山东纺织服装产业链大会暨纺织服装订单合作洽谈会、2023全国纺织服装产业链融链固链对接交流活动等，强化省内外产业交流互动，激发行业发展新动能，解决企业技术难题并推动高校科研成果产业化，以及

加速推动山东纺织服装行业订单信息交流、提升精益生产等。这些活动的成功举办，对推动山东省纺织服装行业高质量发展具有重要意义。

同时，山东省纺织服装行业协会也采取了一系列措施以增强企业实力、规范行业行为并推动绿色发展。为应对国际贸易挑战，山东省纺织服装行业多次组织专题培训研讨会，聚焦国际贸易救济规则、合规操作、反垄断法规及跨国转移策略等核心议题，并联合济南海关举办纺织品和服装海关合规实务讲座，现场答疑解惑。此外，针对印染行业的节能减排需求，举办了山东省印染行业规范公告等培训活动。目前，国家工信部推行的印染企业准入公告制度中，已有五批典范企业入选，10家山东企业赫然在列。

此外，在推进校企合作方面，山东省纺织服装行业协会与北京服装学院、迪尚集团有限公司签订战略合作协议。协会还协调推动坦博尔服饰与北京服装学院进行合作创新商洽，以此推动全省纺织服装产业链的技术创新和人才引进。

强化人才培养 实现产业升级与竞争力提升

随着国际国内市场竞争加剧，新技术、新业态快速发展，作为核心竞争力的人才竞争和技术创新，是企业面临的重大变革和挑战。各层次人才关乎企业发展的主动权，自立自强的技术创新关乎企业发展进步权。

刘建国表示，为全面落实国家对技能人才工作重要指示精神，培育壮大山东省高技能人才队伍，2023年山东省纺织服装行业协会在人才培养方面采取了一系列重要举措。

第一，协会依托职业技能认定中心，大力开展人才培养工作。2023年成功举办了3D服装数字化设计培训，并与中国纺联环资委联合举办了纺织行业双碳培训会等活动。第二，山东省纺织服装行业协会组织参加了多场全国职业技能竞赛，包括全国纺织行业“日发杯”纬编工职业技能竞赛和全国纺织行业“盈通杯”缝制工（防护服）职业技能竞赛等。第三，为推动数字经济与纺织行业的深度融合，协会在全省纺织行业开展了数字化转型劳动竞赛，并参与组织了全国纺织行业数字化转型劳动竞赛的山东省选拔赛。第四，协会还参与举办了云门酱酒·第十七届中国超级模特大赛山东赛区总决赛，为山东省纺织服装行业的繁荣与发展注入新的动力。

刘建国说，未来，山东省纺织服装行业协会将发挥平台效能，提供高端服务，经验模式推广，引领产业发展；充分发挥桥梁纽带、沟通协调作用，以高端服务赋能高质量发展；积极宣贯《行动纲要》，推进七项重点行动；努力做好行业企业的“联系人”“代言人”“牵头人”“引路人”和“贴心人”。TA



2023年，山东省纺织服装行业协会组织举办了一系列活动，推进产业链对接与合作。



2024 坚韧·突破

中国纺织机械协会会长 顾平：

中国纺机，夯实内力、把握未来！

■ 本刊记者_袁春妹



顾平

以中国正在全力推进的新型工业化背景，兼顾科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少已成为纺织行业发展的重心。“目前纺织行业正大力推进现代化产业体系建设，锁定产业高质量发展，创新引领首当其冲。”中国纺织机械协会会长顾平说，在产业高端化、智能化、绿色化、融合化的发展过程中，纺织机械始终都在发挥不可替代的作用，而今，纺机行业围绕产业发展，在需求端和供给端双向有的放矢推进产品技术创新。

融合创新，遇见新活力

“回看 2023 年，虽然行业面临着很多困难和挑战，但纺机企业的创新步伐不仅没有停下，还更加坚定、更加迫切且更具成果。”提及过去一年纺机行业的总体表现，顾平如是说。

据介绍，2023 年，包括常州宏大智慧科技、中纺精业等十余家企业及行业高校承担的 20 余个项目通过了中国纺联的科技成果鉴定，所有鉴定项目均达到国际先进水平，甚至有个别项目达到了国际领先。

顾平表示，鉴定项目一方面反映了行业企业深耕产品技术做专、做强的特点；另一方面，围绕纺织业发展需要，行业创新不仅锁定了智能化、绿色化、高效率等特点，还围绕新型纤维加工和新型生产工艺等贡献解决方案；此外，协同创新特征明显，有超过 30% 的鉴定项目是产学研用合作完成的。

“鉴定项目还只是纺机行业推进技术状态的部分体现。”顾平说，近年来，市场竞争的加剧以及纺织产业的高质量发展需求也在更大程度上倒逼行业企业更加扎实、高效地推进创新。

“2023 年国际纺织机械展展出的产品和技术，较为全面地体现了贯穿整个产业链的装备技术创新情况。单台锭数不断增加的环锭细纱机和转杯纺纱机；实现设备间互联互通的并条机；纺纱各个环节的柔性解决方案；不断扩大应用场景的各类织机和持续提升的织造车间数字化、信息化；超低浴比甚至无水染色装备技术的扩容；针织机械在多种编织工艺方面的融合；化纤及产业用装备技术在环保主题下的更多解决方案……”顾平表示，纺机装备技术的创新变得更加多元，随着 AI、5G、大数据等技术不深入行业应用，纺机技术创新展现出了新的特点，产业服务力和成果转化力不断增强。

深化服务，挖掘新价值

围绕科技、市场、信息等，多年来纺机协会不断深化行业服务工作，积极引导并推动了行业和企业健康发展。

自《纺织机械行业“十四五”发展指导性意见》发布以来，行业的科技创新就有了量化的目标和路径。2023 年作为行业“十四五”承上启下之年，纺机协会专门组织专家对《意见》涉及的科技项目进行梳理和评估，并发布了《纺织机械行业“十四五”发展指导性意见中期评估报告》。据了解，经过评估，《意见》所涉及的 60 项科技攻关项目中，超 80% 的项目进展顺利，且有 2 项已提前完成；在 50 项先进适用技术推广项目中，

则有 98% 的项目用户应用良好。此外，还根据行业发展情况在科技攻关项目和先进适用技术推广项目中分别追加了 3 项内容。“相信到‘十四五’末，纺机行业的技术创新会交出值得业界骄傲的答卷。”顾平说。

在 2023 年，由中国纺织机械协会等 13 个单位组建的产学研用联合体所推动的纺织智能制造标准试验验证公共服务平台顺利通过国家验收，在服务行业智造升级方面有了新的平台和共享抓手。

“多年来，协会的行业经济运行分析以及展会评估等方面信息，已经成为企业了解全球技术发展以及市场动态的重要渠道。未来，协会还将加大相关数据的整理和分析，为行业企业发展提供更多信息支持。”顾平表示。

据了解，2023 年协会组织了包括孟加拉国、印尼等多个重点海外市场在内的一系列展出工作，并组织了多次海外考察和对接交流活动，力求开阔企业的国际化视野。“未来一段时间，行业或许仍将面对国内外需求收缩、竞争加剧等状况，但在中国纺织产业新旧动能加速转换，以及扎实推进高质量发展的背景下，纺机行业仍将迎来更多机会。”顾平对此坚信不疑。“过去几年，中国以及亚洲纺织业为全球纺织业的发展起到了重要支撑作用，全球纺机企业仍看好中国以及亚洲市场，这也是 2023 年举办的 ITMA 2023 以及国际纺织机械展所释放出的信号。”顾平进一步表示，即将在今年 10 月举办的 2024 国际纺织机械展，将进一步展现这样的趋势，且从当前国内外企业报名情况来看，展会将有更多值得期待的产业升级、转型所需的新产品技术和新应用场景。

重塑优势，开启新未来

“步入 2024 年，行业也进入到了‘十四五’攻坚之年，纺机企业在技术创新方面仍有大量的工作要做：在家用、服装、技术纺织品等众多领域，从关键基础件到智能制造示范线，在产品类别足够完整、应用范围足够大的背景下，如何围绕微观层面的加工水平和产品质量精益求精，如何锁定智能化、绿色化、高端化，深化服务用户端的多元化、柔性化需求……这些都是摆在纺机企业面前的重要课题。”顾平说。

在顾平看来，行业企业或将在这一年面对更加低迷的市场环境，以及更加严峻的国内外市场竞争，但不同类型企业可以立足各自特质建立不同的优势。

“头部企业锁定世界一流提升自己，以更加强大的产品技术获取竞争优势；中小企业围绕‘专精特新’成为细分市场的领头羊，让自己赢得足够的的话语权。”顾平希望，在新的一年里，行业企业可以放开视野，摒弃同质化、低价值竞争，让产业生态环境更佳、行业资源更高效地运转。

“目前，很多企业都在积极布局海外市场寻找增量，希望更多的纺机企业能够立足产品技术和品牌形象在全球市场为中国制造加分。”顾平表示，2024 年，协会也将充分融通资源，围绕大家关注的全球化布局、细分市场拓展以及资源有效配置和品牌打造等提供更多有效助力，释放更高产业价值。TA



2024 坚韧·突破

中国麻纺织行业协会会长 董春兴：

练好内功，推动麻纺行业可持续发展

■ 本刊记者_郭春花



董春兴

2023 年，我国麻纺行业克服了原料高位波动、劳动力成本上升等困难，展现出韧性活力，在恢复中前行、压力下企稳，取得了较好成绩，成为纺织行业的亮点之一。但行业依然面临着需求不足、市场波动等严峻形势，特别是占比最大的亚麻行业，面临着原料短缺、价格暴涨、质量不稳定等挑战。

在这样的形势下，麻纺行业 2024 年应如何发展？下一步应重点关注哪些方面？近日，中国麻纺织行业协会会长董春兴在采访中解读了麻纺行业发展情况，并展望 2024 年发展形势。

中国麻纺织行业协会会长董春兴在采访中解读了麻纺行业发展情况，并展望 2024 年发展形势。

共同努力，克服原料波动挑战

作为麻纺行业的重要产业，亚麻纺织是我国具有比较优势的制造业，目前全球 70% 以上的亚麻纤维在中国完成纺织服装加工，产成品覆盖全世界。董春兴介绍，中国亚麻纤维主要以进口为主，大约占到年加工量的 90% 以上。近十年来，每年进口的亚麻原料大致在 12 万—14 万吨左右，中国生产的亚麻纱线大约有 30% 直接出口全球各地，但近年来受多方因素的影响，出口量总体上呈现小幅下降的态势。

2023 年，亚麻行业经历的最大挑战就是原料短缺，以及 2024 年将要面临的重新洗牌和整合。董春兴介绍，2023 年，欧洲亚麻主产区受气候影响，亚麻植物长势很差，成熟度不够，长度较往年要短很多，并且参差不齐，品质下降明显，这种影响将在 2024 年体现得更加明显。在这样的形势下，他希望原料商能够稳定住价格，纺纱厂要保持足够的清醒，不要哄抢原料。他呼吁行业要一起努力，共同建设全球范围内亚麻市场，培育市场需求和消费习惯，促进亚麻市场不断发展和壮大，促进亚麻产业的可持续发展。

董春兴还提到，行业还需要深化国际合作，推动亚麻产业链的价值提升。亚麻行业是高度国际分工与合作的产业，我们要和国际同行加深了解和互信，坚持高水平的开放与合作，积极构建国际贸易、

投资、社会责任等平台。中麻协也将发挥行业组织的国际交流、产业对接作用，不断提升全球产业链、供应链运行效率，同时还要加强企业间互动，提供更加优质的产品，带领企业开拓新市场、新领域，提升国际合作水平。

最大化发挥麻制品的绿色价值

麻纺行业一直以来都面临着高能耗、高排放的挑战。在碳达峰碳中和成为全球发展重点的当下，研发绿色生产技术和装备，推动行业绿色发展更是成为中麻协、麻纺企业的重中之重。

2023 年 12 月 16 日，由河南平棉纺织集团股份有限公司、天津工业大学和东华大学共同完成的中国纺织工业联合会科技指导性项目“高效短流程纯亚麻干法纺纱关键技术研究及产业化”和“干法纺纱用亚麻纤维制备关键技术及产业化”科技项目通过鉴定。评审专家指出两个项目分别达到国际领先水平和国际先进水平，建议加快推广应用。

董春兴介绍，两个项目在麻行业装备和技术研发上有划时代意义，在经济、社会和环境效益方面具有明显的优势和潜力，应用前景广阔。两个项目创新研究了适合干纺纯亚麻纱的精细化亚麻选择性氧化与绿色脱胶、给油加湿养生和开松除杂关键技术，攻克了传统脱胶工艺对亚麻纤维损伤的难题，显著改善了纤维的纺织加工性能。在此基础上平棉首创采用短流程设备进行纯亚麻干法纺纱加工，破解了传统亚麻纺纱工艺流程冗长的问题，攻克了精细化亚麻纤维干法纺纱强力低、可纺性差、断头多的技术难题，创新性非常强。

此外，金达控股有限公司凭借在 ESG 实践方面的成就，荣膺 2023 年怡安中国“最佳 ESG 雇主奖”，为行业树立了典范。据了解，金达一直在积极寻求组织结构优化、打造敏捷运营模式，聚焦技术升级并勇于走向海外，以推动自身可持续、高质量增长。

董春兴说，应对气候变化是全人类的共同事业，麻纺产品本身具有天然绿色环保的特性，我们要更加坚持绿色发展，推动行业可持续发展，让行业绿色环保的价值发挥最大化。下一步，麻纺行业要加强技术合作，推动绿色低碳工艺、技术装备的应用，鼓励企业落实社会责任管理体系，提高企业社会责任管理能力和管理水平；加强协会间、企业间的合作，积极开展麻纺产品全生命周期碳足迹的研究和相关标准的制定，不断推动麻纺行业的可持续发展。TA

湖南省工信厅调研华升股份提出：加大培育纺织服装重点品牌

1 月 18 日，湖南省工信厅副厅长张治平一行来到湖南华升股份有限公司走访调研，参观了企业时尚创意技术中心及“华升·自然家族”生活馆。

华升股份相关负责人向工信厅调研组一行介绍了华升股份近年来品牌建设情况。公司以历史文化为依托，积极推进打造含麻中高端服装品牌，通过国内外销售渠道搭建和拓展，实现国际国内双循环发展。

张治平表示，华升股份致力于建立以“麻文化”为主导的创

新体系，以创意设计、时尚推广、品牌建设为抓手，推动中华优秀麻文化的创造性转化、创新性发展，加快形成新质生产力，赋能企业高质量发展。期待华升股份坚持高端化、智能化、绿色化发展方向，更进一步加强科技创新与创意设计，加强研发与营销人才队伍建设，打造苧麻产品原创技术策源地，力争迈进全国麻类服饰行业第一方阵，努力成为全国、全省纺织服装重点培育品牌企业，打造一张湖南麻纺织走向世界的特色品牌名片。

(综编)

“丝”路焕新，“循”道而行

震泽丝绸杯·第八届中国丝绸家用纺织品创意设计大赛收官

■ 本刊记者_李亚静

循道而趋，追光而往；厚植文化，赋能发展。2024年1月19—20日，以“丝·循”为主题的震泽丝绸杯·第八届中国丝绸家用纺织品创意设计大赛（以下简称“震泽丝绸杯”）在江苏震泽收官。

经统计，本届大赛共收到来自160家参赛单位的2882件作品，数量创历史新高。其中145家院校投稿2810件作品，15家企业和设计工作室投稿24件作品，还收到48件独立设计师作品。

本次评审历经初评、复评、终评层层遴选，最终评选出金奖1名、银奖3名、铜奖5名、优秀奖30名、最佳创意设计应用奖5名、最佳设计题材奖5名、最佳传统纹样表现奖5名和入围奖若干。评选结果将在“家纺设计汇”微信小程序和中国家纺官网进行为期一周的获奖作品公示，公示结果无异议后，将对外发布获奖结果。

值得一提的是，今年大赛评审环节实现了革新，全面升级为无纸化模式，由家纺行业资深专家、高等院校的知名教授和优势企业的负责人组成的7人专业评审团，依托“家纺设计汇”小程序，全程采取数字化画稿盲评模式，围绕赛事主题，严格按照评审标准对参赛作品进行多元化、多维度的深度评选，确保评审的公正性客观性。同时，秉承专业、权威的办赛理念，大赛组委会与江苏省版权局合作，免费为参赛作品提供版权登记服务。

本届大赛由中国家用纺织品行业协会、江苏省苏州市吴江区人民政府主办，中国家用纺织品行业协会设计师分会、江苏省苏州市吴江区震泽镇人民政府承办，苏州吴江丝绸文化创意产业园协办。

焕新“丝”路，搭建全产业链互动融合的高质量平台

“震泽丝绸杯”大赛在家纺行业内实现了五个“第一”——第一个丝绸专品类创意设计赛事，第一个有官网和官微，第一个实现线上报名，第一个为参赛者免费提供版权注册服务，第一个将获奖作品转化为产品的大赛。

大赛评审委员会执行主任、中国家纺协会副会长兼秘书长王易表示，自创办以来，大赛作品的质量和数量实现了双提升，今年革新式的无纸化办赛，更是充分将绿色、科技、时尚的理念深入到大赛的改革升级当中。同时，参赛对象从院校学生不断向成熟设计师及设计工作室扩容，作品质量越来越高，产品转化率逐步提升，赛事的平台和桥梁作用凸显。

评审现场，王易解读了大赛的未来方向及规划：第一，继续坚持以丝绸文化为载体，打造一个具有国际水准和影响力的丝绸家纺创意设计赛事；第二，加强与国内外各知名艺术院校、家纺企业和专业设计机构的合作和交流，提升大赛的专业性和权威性，培养和选拔更多的优秀设计人才；第三，拓展互联网、新媒体等宣传和推广渠道，提高大赛的知名度参与度，继续增强大赛的社会影响力和公众认知度；第四，继续大力推动获奖作品的产业化和市场化，促进设计与生产、销售、消费的有效对接。



大赛评审期间，专业评审团对作品进行了多元化、多维度评比。

厚植文化，赋予丝绸产业新灵感、新内涵和新定义

深入举办“震泽丝绸杯”大赛，一方面可以扩大丝绸文化及产业的影响力，进一步提高小镇和产业的知名度；另一方面可借助赛事平台发现创意、挖掘人才、服务企业，推动设计成果的落地运用。

苏州市吴江区震泽镇副镇长薛美娟解读到，大赛为震泽丝绸企业创新发展提供了宝贵的设计作品素材库，并且源源不断地注入新理念、新创意与新工艺，这对擦亮震泽蚕丝名片、提高震泽丝绸产品的品牌形象大有裨益。震泽有很多中小型丝绸企业，他们没有能力培养优秀的设计团队，“震泽丝绸杯”大赛的举办正好解决了这一企业难题。此外，大赛还为震泽丝绸产业和丝绸企业提供了设计人才储备，很多设计师借助大赛平台与震泽及震泽丝绸企业结缘。

“循”迹传统，重建新丝绸之路中国设计文化软实力形象

本届“震泽丝绸杯”的主题是“丝·循”，大赛新闻发言人、江南大学设计学院教授、博士生导师张毅对大赛主题进行了解读。大赛旨在鼓励设计师将绿色、科技、时尚的理念融入到丝绸家用纺织品的设计中，从传统的丝绸文化中汲取灵感，结合当今的时尚趋势，打造出既有传统韵味又符合现代审美需求且更加环保、健康的产品，积极推动纺织行业向更加绿色、创新、时尚的方向发展。希望设计师们能够在特定主题之下发挥创意，为纺织行业的可持续发展做出贡献。

如今，00后成为了设计大赛的参赛主力军，他们对中国传统文化拥有深厚情感和独特情结，这一特点开始逐步反馈在大赛作品的设计及元素运用中。与此同时，作品中也暴露出一些问题，例如，部分作品对传统文化的主题挖掘不够深入。张毅谈到，期待参赛选手能够就大赛主题进行充分理解，更深入探索并挖掘中国传统文化的精髓，在此基础上用设计语言进行更充分、更有深度的演绎。

评委们提到，今年的参赛作品总体上做到了紧扣主题，体现了设计师的独特创意，反映了目前家纺行业的发展趋势和创新动力。具体特点包括：题材风格多样、表现手法丰富、注重实用性和功能性、原创作品占比较高，很好地融合了传统与现代元素，部分作品的产业转化程度高。更有评委认为，一些作品用当下的视觉语言对中国优秀传统文化以及非物质文化遗产的美好寓意进行了再创造、再表达，这种表达从浮于表面，转变为对内容丰富性、多元性、美好性的一种深入追求。同时，越来越多的作品开始关注生态环保，参赛者们展现出了强烈的社会责任感。[1]



敬启美学新知

例外“大观定觉”2024 春夏系列在广州发布

■ 本刊记者_罗欣桐

大观定觉，溯源本真。近日，2023中国（广州）国际时尚产业大会期间，中国原创设计品牌例外（EXCEPTION de MIXMIND）全新发布2024春夏女装系列，创作中借由宋代定窑和缂绫等传统文化回溯历史本源，让东方美学由衣而生，在传袭再造中敬启美学新知。

融入万物之形，糅合自然人文新装

作为东方美学的当代发现者，例外从源远流长的中国文化中汲取灵感，用独树一帜的艺术形式将传统东方美学融入现代时尚设计。“大观·定觉”系列即从宋代定窑与缂绫的精神延伸，传统与新生巧妙糅合，通过精湛的原材料、工艺与剪裁，将富有生命力、文化力的东方美学融入现代生活方式，为现代女性创造身心合一的体验。

“大观·定觉”是中国人面对日月运行、天地恒常的一种生命观。“大观”即非凡的洞察力和智慧。“定觉”即极致的专注与觉知。在色调上，“大观·定觉”系列以空色白、玉子黄、建盏黑、青云蓝、浮烟青等色彩，唤醒人们对东方的诗意想象。自然主义的设计理念与超然大方的轮廓，精简至极，仅余核心。在面料上，例外擅长让原材料回归自然姿态，并融入现代日常着装。雨时醋酸、冉竹丝麻、轻舟丝毛、子也提花、临灵丝、素初牛仔等精致面料，在如东方蕾丝般编织的锁链绣和盘绳绣的点睛下，塑造出如软雕塑一般的立体造型，呈现出别具一格的简约新中式女装。

缂绫、虫吟丝麻、社柔提花，以及镜双提花、山吟提花、频郁绢、苏沐丝毛、缙泽绢、之江缎等珍贵面料，将与生俱来的浪漫、诗意、人文特性与身体衔接，自带风骨。恰如服装的剪影或记忆，从传统工艺和中国古文化中汲取精华，结合现代独立女性生活方式，相得益彰，构造新装。

例外始终追求更自然、全然的风格叙事，从纤维、织法就开始设计，贯穿整个供应链上下游，为整个品牌的设计生态服务。在现代时装设计的语境中，传统文化内涵被重新修复、考量、思索、直面。当被延伸至秀场上，传统与创新、民族与世界的涵义经受审视——通过“我”去感知“是”，通过个性去感知共性，通过有形去感知无形，通过民族去感知世界。

言有尽而意无穷，传袭“美”的生生不息

大会期间，“传袭再造”服饰文化展也面向公众开放展出。展览由例外、浙江理工大学国际丝绸与丝绸之路研究中心、天一纺织联合策展。这场展览提出了对衣服与人文、生命的全新思考，涉及历史、工法、文学、艺术、建筑、科技、设计等多重维度。

展览内容丰富多元而贴近历史，由浙江理工大学团队手作的“绫罗绸缎”大型纺织面料装置、《寻找缂绫》影像纪录片，以及天一纺织提供的纺织机零件装置等数十件展品和大量的文献，完整记录了缂绫的前世今生。透过对缂绫的传袭再造，延伸曾经辉煌的唐宋织造文化技术，让人们看到传承

中从不缺席的美的创造力。

此外，本次展览也追踪了例外传袭再造项目的文化轨迹，一路回溯例外从“苗艺-传袭再造”“宋文化-清韶”“女书-生命是美丽的”“敦煌-美成在久”“风雅·宋”五个经典系列到如今“寻找缂绫”的所有年代探索。如同一幅画卷，随着参观者的走动在展览中徐徐展开。

通过回望例外27年来与艺术、建筑、文化跨界合作的多元面貌，深入挖掘这个具有远见卓识的原创设计品牌，如何重塑人们对东方美学生活方式的理解，探索例外将服装提升至智识与精神层面的意义所在。

凝练传统与现代，发现当代东方美学新气象

最好的设计不是去张扬和强调，而是无形的、无设计的，这也是例外品牌“生而例外”的审美观。融合着力量浑然天成的美感的探寻，成就了例外服装中完美糅粹的平衡感。衣襟行云流水的色彩与肌理，是生命最纯粹、最初始的流动。每一个当下，都充分去体验和表达，生命中的丰盈与空灵之美。

例外服装既有中国的美学文化和传统工艺元素，又吸收了西方的现代剪裁和科技，旨在用设计找回服装与人的深刻链接，探讨时装与品牌的永续价值，无愧于中国原创设计先锋翘楚的盛名。

创造力与民族精神，决定着—个国家的未来。作为国内现存时间最长亦是最成功的设计品牌，例外秉承原创精神，坚持从古老的东方哲学中汲取丰富的生命滋养，基于当代生活方式及意识形态的重塑当代审美，引领中国原创设计高质量发展，彰显中国服装设计力量崛起的全球竞争力和影响力。

例外创始人毛继鸿在秀后采访中表示，自2015年起，例外一直怀着敬畏之心去做文化、艺术、环保。这次用现代科技将失传千年的缂绫复原出来就是一个功德无量的事情，例外有必要又有责任去一起努力。

“做一个盈利的企业不难，做一个文化的企业也不难，但是做一个既有人文关怀又能盈利的企业，其实是不容易的，我们就要挑战这个不容易。”毛继鸿认为，当下是最好的时代，中国品牌需要重新发现文明，寻找当代中国生活美学里的自我。“当我们越来越有国际视野，就越要打造差异性、独特的语言系统、审美价值观，赢得更广泛的尊重。在不忘初衷的前提下，可以无限尝试更多可能。”

本次“大观·定觉”系列大秀和“传袭再造”大展的呈献，既是例外品牌对历史人文的求索和礼赞，也是对传统工艺和东方美学精神的追寻与致敬——以服装为纽带，凝练传统与现代，交织过去与今夕，发现当代东方美学新气象的稳实与不凡。[1]



江苏华艺集团董事长、中国纺织非遗推广大使 邵卫国：

扎实推进扎染的传承与发展

■ 本刊记者_徐长杰 通讯员_江海人/文 顾鸣艺术染整工作室/摄



邵卫国

在第七届中国纺织非物质文化遗产大会上，作为中国纺织非遗推广大使、江苏纺织服装优秀企业家的江苏华艺集团董事长邵卫国在主题对话中谈到，非遗活在当下必须要融入时尚，要通过研究、预测和发布流行趋势，探索积淀纺织非遗设计方法论，这是推进纺织非遗“三化”的重要内核。同时，纺织非遗要快速融入新型工业化才能产业化。而扎染非遗一定要主动与平台、行业 and 业界联动，围绕柔性化、科技化、

生态化共同探讨、创新纺织非遗和艺术染整可持续发展路径。

一时间，扎染和华艺得到行业的广泛关注，而邵卫国对纺织非遗及扎染的发言，并不是他的理论设想，而是华艺集团在多年实践中为产业发展摸索出的方向和路径。

工艺时尚化，趟出艺术染整集成创新之路

江苏华艺集团成立于1979年，是一家集扎染时尚创意、服装制造、品牌营销于一体的集团公司，也是国家艺术染整产品开发基地、中国现代扎染流行趋势研究中心、江苏省首批省级非遗工坊和南通市非物质文化遗产传承基地。

近年来，华艺集团通过工艺美术、纺染科技与时尚创意跨界实践，走出了一条整合扎染、勾编、刺绣等纺织非遗与面料三维记忆、数智科技应用的艺术染整集成创新之路。

尤其是2023年以来，我国服装行业供需两端严重承压，既给华艺带来严峻挑战，也为华艺人带来“危中见机”的发展机会；华艺工艺差别化、时尚化、柔性化细分的市场定位，不仅为奋斗者“创造市场”带来无限可能，更倒逼华艺集团坚定不移地走科技、时尚、绿色的“专精特新”发展之路。

“我们通过加强研发团队建设、行业资源整合和国内知名纺织院校、科研机构产学研合作，深度发掘‘南通扎染’非遗文化及其时尚化、产业化应用，在打造‘中国华艺’品牌矩阵、服务中国优秀品牌的市场实践中，不断完善工艺设计认识论、方法论和实践论。”邵卫国表示，过去一年，华艺集团在中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟指导下，与东华大学艺术染整科技创新中心合作，发布“2024中国艺术染整与现代扎染工艺流行趋势”；通过参加国内外专业时尚展会和时尚论坛，推出“华艺扎染”时尚展品系列，受到业界好评。

不止如此，华艺扎染非遗时尚化、产业化发展，始终坚持数智引领、文化赋能、绿色发展理念。比如在扎染远程数字化对色与数控测配色系统的基础上，华艺集团通过与东华大学合作，共同开发具有“自主学习”能力的现代扎染机器人，目前已经完成样机实验并进入生产阶段，为扎染时尚数字孪生智慧工厂升级夯实了基础。

谈及取得这些成绩的原因，邵卫国认为，一方面源于企业与时俱进的创新思路，但更多的是大环境成就了华艺集团扎染事业的发展。

“首先是从文化自信方面来看，国家顶层设计到社会层面都高度重视非遗技艺传承发展，不断完善非遗保护法律，健全保护传承体系，推动了传统文化创新性发展；其次国潮文化、非遗时尚深入人心，成为时代风尚；第三，如今有一批中国优秀设计品牌、休闲运动品牌设计师，在品牌文化创意、产品创新方面一直在积极探索，成为焕新中国纺织非遗活力的重要力量，这是非遗事业近年来能够蓬勃发展的关键性因素。”邵卫国说。

扎染非遗传承，行业责任与社会责任并举

为更好地传承、发展扎染，江苏华艺集团在2023年开始筹建“南通扎染博物馆”。据悉，这是国内首家以南通地域命名的中国扎染时尚应用博物馆，建成后，将在推动南通扎染传承发展、展现南通地域文化魅力、弘扬张謇企业家精神、服务高校科研及品牌创意和爱国主义教育等方面发挥积极作用。

在促进行业发展方面华艺集团也始终不遗余力。2023年3月，中国纺联批准发布T/CNTAC 137-2023《扎染服饰》中国纺联团体标准，并于2023年4月1日起实施。这是国内首次发布扎染的产品标准，填补了国内关于扎染标准的空白。作为该项标准的起草单位之一，华艺集团在该领域实现了产品质量提升、管理水平提高的新突破。2023年，华艺集团还成功申报江苏省非遗工坊、江苏省美丽工坊示范点，接待各类非遗教育和实践活动近100场次。

打造文化IP，深挖“扎染非遗+”的无限可能

未来，华艺集团将以绿色设计引领时尚产业，通过非遗时尚化、产业化实践，以艺术染整工艺差别化创新打造“非遗时尚，中国华艺”品牌矩阵，扎实推进“中国制造”向“中国创造”升级。同时，加快南通扎染博物馆建设，形成华艺扎染“产、学、研、销、美”非遗活态传承新范式，为南通扎染非遗技艺申报国家级非遗打好基础。

对于2024年企业的发展规划，邵卫国表示：一是整合优质成衣供应链。当下服装消费正朝着个性化、时尚化、高品质演变。线上线下联动购买，使国内领先品牌商对成衣供应链提出柔性快反与高质价比的需求，而生产精益化和品类专业化是实现服装制造柔性快反的基础。通过市场化手段整合优质成衣供应链，是提升华艺市场竞争力的重要抓手。

二是探索“非遗+”多元模式。深挖拓展“非遗+”模式和旅游+扎染非遗工艺，加快“1979华艺园”建设，打造“华艺美学生活空间”，开发华艺工业旅游项目，让“小而美”汇聚大能量；非遗在乡村振兴中发展潜力巨大，不仅能为更多人提供就业、创业机会，为乡村长远发展留住人才，也能通过非遗活态传承和创新形成新产业，在弘扬中华优秀传统文化的同时，培育、发展和壮大乡村经济。

三是数智营销创造价值。继电商之后，直播为纺织服装产业带来很多的整合机会。华艺尝试打造扎染非遗专属IP，用数智科技激活传统技艺，短视频/直播+电商的新通路，打破了“酒香也怕巷子深”的窘境，让更多的传统手艺人 and 非遗文创者成为时尚弄潮儿。

邵卫国最后表示，华艺集团无论如何创新、如何发展，都会做有责任担当的绿色企业，坚持生态发展，让扎染非遗事业健康可持续发展。TA

康赛妮集团董事长、总裁 薛惊理：

致力将中国高品质羊绒纱线推向全球

■ 本刊记者_郭春花



薛惊理

康赛妮集团董事长、总裁薛惊理总是戏称自己是“卖纱的汉子”，一天不卖纱，一天不自在。2024年一开年，他就带领企业高管远赴意大利佛罗伦萨参加第105届PITTI UOMO国际男装展、PITTI FILATI国际纱线展，再赴法国巴黎参加Spinexpo Paris B2B纱线展，开启了一场羊绒之旅，希望将中国的高品质羊绒纱线推向世界，让中国时尚成为世界新风潮。

刚刚过去的2023年，在严峻的经济形势下，康赛妮集团实现营业收入超57亿元，同比增速达到近30%。薛惊理认为，这种快速增长，最重要的原因在于康赛妮坚持走高端化、时尚化的发展路线。特别是在2023年，康赛妮谋在新处，干在实处，凝聚蓬勃力量，突破捷报频传。

捷报一 向国际奢侈品舞台再迈一大步

继连续五年受邀参加意大利PITTI FILATI国际纱线展后，2023年6月13—16日，康赛妮集团首次受邀参加第104届佛罗伦萨国际男装展——PITTI UOMO，向国际奢侈品舞台迈出了又一大步。PITTI UOMO自1972年以来，已举办半个世纪之久，分别在每年的1月和6月举行，是全球最具权威的男装及配饰展示平台，一直致力于发展国际男装产业和传播高品质的现代生活方式，发掘并预测男装市场的审美趋势和消费走向，是高端品牌原材料市场的风向标。

2024年元旦刚过，薛惊理就带领康赛妮再次远赴意大利，参加第105届PITTI UOMO国际男装展。展会上，康赛妮以别具一格的智能化、数字化纱线生产技术，让观众叹为观止。

捷报二 与世界巨头同台竞技

2023年10月，康赛妮集团在上海时装周期间，举办“康赛妮时尚之夜 CONSINEE FASHION NIGHT”点燃绚烂世界东方时尚之都。此次活动为国际国内众多行业企业、时尚买手、专业设计师等搭建了一个开阔眼界、交流畅谈的大平台。康赛妮希望通过这样的活动培养和支持一些优秀设计师，与他们共同成长，向世界传递与众不同的时尚理念以及中国新一代时尚人走向世界的圆心历程和梦想，成就中国品牌的价值。

2023年11月，第六届进博会期间，“康赛妮红”更是享誉全球。此次进博会，康赛妮打造的进博会VIP定制款围巾成为匠心国礼，敬献八方来宾，其浓烈鲜艳的家国色彩，柔软温暖的包容呵护，铿锵有力的中国品牌，让世界感受到了中国的品质、时尚力量。此次进博会，康赛妮与LVMH集团、DOLCE & GABBANA等国际奢侈品品牌同台竞技，向世界展示品牌的优势特色和时代责任感。据透露，2024年的进博会，康赛妮更是拿下了与LVMH面积相当的特装展位，公司目前在国际时尚界的影响力可见一斑。

捷报三 科技绿色发展获认可

2023年，康赛妮集团秉承“绿色、智能、可持续、和合发展、天人合一”价值观，建立人与自然和谐发展新模式，荣获了37项荣誉奖项。

为行业创新——荣获中国纺织工业联合会产品开发贡献奖、纺织行业创新示范科技型企业、纺织行业数字化转型劳动竞赛先进集体/先进企业、2023年度十大类纺织创新产品、节水标杆企业、节水创新集体等。

做行业引领——2023年度中国毛纺织行业智能制造典型范例、中国羊绒行业优秀龙头企业、2023中国纺织服装品牌竞争力优势企业、浙江省五一劳动奖状、宁波市重大科技项目等。

给行业信心——中国—东盟数字经济研修班现场教学基地、中国纺织工程学会科普教育基地、浙江制造标准、毛纺行业绿色低碳联盟等。

薛惊理本人荣获中国羊绒行业领军人物、2023年浙江省爱乡楷模、浙江省红十字会工作成绩突出个人称号，撰写了多篇论文并收录于《第40届全国毛纺年会论文集》，参与起草《智能制造数字化车间设计通用规范》并受到表彰。

康赛妮集团一直以来重视绿色发展和环境的可持续，致力于羊绒纤维的生态设计，从源头开展环境保护，引入羊绒纺织品服装废弃物处理技术，建立了具有国际先进水平的废旧羊绒纺织服装的分拣和分解专业生产线，每一批加工生产的再生羊绒纤维原料都必须经过一系列严苛的指标检测，完全合格后方可入库使用。

目标：打造中国自己的奢侈品品牌

康赛妮集团通过近20年的不懈努力，现已形成集染色、粗纺、精纺、半精纺、花式纱、高档面料、进出口贸易、数字化物流、智能制造、信息化平台于一体的绿色先进制造业产业集团。在宁波拥有6家实体生产企业外，还拥有4家境外销售分公司以及数十家海外销售代理商。

康赛妮集团年生产销售以羊绒等纯天然原料为主的高档纱线、面料近10000吨，其中100%羊绒纱线超过3000吨，占世界纯羊绒原料产量的20%以上，是中国羊绒纱线出口量最大的企业，中外高档品牌和业界公认的“世界高档纱线的优势供应商”之一，也是亚洲地区首个加入世界奢侈品联盟并受邀参加意大利PITTI FILATI国际纱线展的企业，LV、香奈儿、爱马仕等奢侈品品牌所用的羊绒衫纱线都来自康赛妮。

尽管在国际上取得了傲人的成绩，但在薛惊理看来，真正的高端奢侈品消费在中国。当前康赛妮85%的业务都是出口国际高端市场，他希望联手国内高端时尚品牌打造中国自己的奢侈品品牌。

目前，康赛妮纱线跻身时尚顶流圈，康赛妮集团旗下自有品牌CONSINEE、TOPLINE、ICCI，在国内外均享有极高的知名度和美誉度，与全球100多个顶尖品牌开展合作。连续多年在世界各时尚之都举办专业性展览、时装走秀及品牌活动。

对于企业下一步的发展，薛惊理表示，集团始终秉承四个主要的努力方向，即：不断提高产品质量和技术创新，从原材料的研究直到设计环节；促进生产流程和供应链管理的智能化、数字化，提高效率和灵活性；不断致力于环境保护和可持续绿色发展；扩大国际知名度和高奢朋友圈，在国际奢侈品品牌的原料供应中享有话语权。不断用我们的独特性和先进性，迎接新的渠道和市场，推动集团与众多行业品牌的进一步合作，逐步实现成为世界级中国奢侈品品牌的跨越。TA

山东省鲁锦产业高质量发展联盟成立

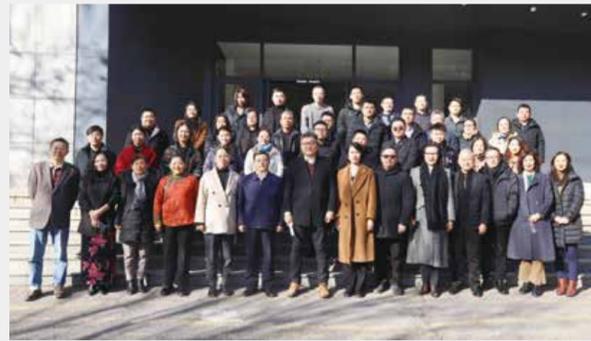
为深入贯彻落实山东省委、省政府关于推动鲁锦产业发展的部署要求，凝聚各方力量共同推动鲁锦振兴，山东省工业和信息化厅发起成立山东省鲁锦产业高质量发展联盟。1月10日，“山东省鲁锦产业高质量发展联盟”成立大会在济南举办。会上进行了“山东省鲁锦产业高质量发展联盟”成立仪式。

鲁锦作为黄河流域历史文化的传承载体，在齐鲁大地有着千年的悠久历史。山东省工业和信息化厅总经济师、二级巡视员王樵夫指出，鲁锦产业高质量发展联盟的成立，有利于从现代产业发展视角探索鲁锦经典产业振兴的新路径，促进鲁锦产业与多领域融合发展。他希望将联盟打造成协同发展的平台、要素集聚的平台、国际合作的平台。

山东艺术学院院长徐青峰表示，鲁锦产业高质量发展联盟的成立是贯彻山东省委省政府关于“鲁锦产业高质量发展”战略部署的具体举措。山艺作为联盟的发起单位，将在工信厅的指导下，在各兄弟院校及相关行业企业的支持下，做好统筹协调和服务工作，共同为推动鲁锦产业振兴发展贡献智慧和力量。

会上汇报了“山东省鲁锦产业高质量发展联盟筹备工作”，审议并通过《山东省鲁锦产业高质量发展联盟章程》《联盟筹备工作报告》《联盟2024年工作计划》，并选举产生了山东省鲁锦产业高质量发展联盟第一届理事会及研发设计中心、产业中心负责人，徐青峰当选为联盟理事长，王大海当选联盟研发设计中心负责人，周锦当选联盟产业中心负责人。

随后，山东省鲁锦产业高质量发展联盟第一任理事长徐青峰发言表示，接下来联盟将重点做好鲁锦文化研究阐释工作，做好鲁锦技艺



与会代表合影。

的传承发展工作，为联盟成员搭建共商共建共享的展示平台，并做好鲁锦文化宣传工作。

在研讨会环节，联盟副理事长单位代表、山东省服装设计协会会长周锦、国锦文化产业有限公司王晶、烟台明远创意生活科技股份有限公司王蕾、淄博汉青陶瓷有限公司黄少晨、青岛大学李鸿宇、德州学院丁爱玲、济南工程职业技术学院张泽起等围绕2024年联盟重点工作进行了深入交流。

未来，鲁锦产业高质量发展联盟将聚焦推动鲁锦振兴发展重大课题，开展技术支持、设计提升、人才培养等服务，促进产业联盟成员交流合作，推动鲁锦产业与多领域融合，全力打造“时尚新鲁锦、文化新鲁锦、品质新鲁锦”。(陶红) TA

潮涌珠江，广州国际轻纺城“卷”动东方美学新潮



广州国际轻纺城携手“金顶奖”设计师祁刚联合发布“卷书”主题新作。

时尚之都，广州发布。2023年12月27日晚，2023中国（广州）国际时尚产业大会首秀——“花城时尚之夜”在广州海心沙星光大道华丽绽放，集中展现了当下广州时尚产业强劲的集聚力、创造力与引领力。活动期间，包括广州国际轻纺城在内的来自六大时尚产业的64家企业，更被授予“广州时尚产业生态主力阵容”称号，以肯定其重要的产业价值与市场地位。

为积极助推广州“时尚之都”建设与时尚产业高地打造，赋能重要时尚活动提升显示度与影响力，广州国际轻纺城持续身体力行，携手中国时装设计最高奖“金顶奖”设计师祁刚联合发布“卷书”主题新作，运用中西融合裁剪，展现传统意蕴风采，再度刷新现代东方时尚美学的风向标与国际范。据悉，这不仅是广州国际轻纺城近期品牌焕新后的首场“金顶奖”设计师联名大秀，也是在时尚产业大会上，继文波、张肇达后，第三次携手金顶大咖联合发布。

聊起与广州的渊源，祁刚滔滔不绝，“从1999年开始，每年至少来广州采购两次辅料，差什么基本在广州都能补上，不仅工艺新、生产周期快，还支持定制。最难得的是，除了服装，这里还聚集了箱包、鞋子、饰品等细分产业，时尚产业链齐全。广州时尚产业正吸引着全国无数的优秀设计师汇聚于此。”

值得一提的是，广州是世界公认规模最大的服装产业集聚地，拥有完备的服装产业链基础，在原材料供应链、产品生产力和物流服务等方面都居领先地位。全球纺织看中国，中国纺织看中大。作为国家级纺织品交易枢纽——中大纺织商圈的核心龙头，近年来，广州国际轻纺城持续打造包括原创设计中心、科研创新中心、时尚趋势中心和产业联盟中心在内的“时尚源创平台”，通过一系列消费基础设施升级改造和时尚项目引入，为设计师与服装、面辅料经销/生产商、服装企业搭建各种交流合作平台，其首创的“源·创”设计师联盟已吸引包括“金顶奖”获得者在内的超过100名优秀设计师进驻。截至目前，“时尚源创平台”已成功举办了7场专场大型联合发布会。

当前，广州正加快培育建设国际消费中心城市。广州国际轻纺城多年来与时尚产业大会高规格深度合作背后，正是双方共同助推广州打造具有国际影响力的时尚文化交汇点、时尚活动荟萃地，携手奏响广州时尚产业高质量发展最强音的决心与行动力。

展望未来，广州国际轻纺城将进一步发挥“中国纺织时尚中心”的平台势能，强化时尚产业对扩内需、促消费的带动效能，为提升广州的全球时尚软实力与话语权、赋能培育建设国际消费中心城市开拓更多新境界，创造更多新可能。(老罗) TA

华峰化学：一家氨纶企业的战略眼光

■ 陈墨 / 文

迎着“千禧”年的曙光，华峰化学股份有限公司（简称“华峰化学”）于1999年12月创办，“千禧”也便成了其氨纶品牌名称的由来。2006年，华峰化学成功登陆深交所，成为全国首家主营氨纶的上市公司；2013年，参与中西部大发展，在重庆涪陵投资建设新的世界级氨纶生产基地，为差异化、低成本战略奠定了坚实基础；2015年开始，在土耳其和韩国设立境外全资子公司，国际品牌拓展之路大步迈开；2017年，氨纶产品获得工信部制造业单项冠军产品；2019年，获评国家级“绿色工厂”，同年完成对华峰新材料的重大资产重组，跨越进入新的聚氨酯制品领域；多年来，华峰化学生产规模持续保持国内第一、全球前列。

2023年12月，“纤维之路—中国纤维流行趋势产业链创新交流会”在厦门举办。活动开始前，笔者采访了华峰化学市场部副经理孙律平，围绕华峰化学在科技创新、绿色发展、市场推广、品牌打造等方面取得的成果展开对话，探索高质量发展的“华峰经验”。

科技与绿色同频共振

由于氨纶具有其他纤维无法比拟的弹性，再加上新式弹力面料的开发力度加大、应用领域不断拓展等因素，氨纶当前已不再是传统概念里的“味精”，而是各类终端用品中必不可少的纤维新材料。内衣、袜子、运动服、泳衣、紧身衣、纸尿裤、卫生医疗用品……有了氨纶的加持，赋予其弹性，穿用时让人感到柔软、舒适。

“2023年以来，化纤行业受需求收缩、贸易环境风险等因素影响，承压运行。但氨纶这一细分领域的压力相对小一些，这得益于近年来氨纶在居家服、运动服、瑜伽服等产品中用量的提高以及应用场景的大幅增加。未来，弹性面料仍将有很大需求，氨纶的发展前景依然广阔。”孙律平说，“当然，在氨纶这一赛道，华峰化学始终坚持‘先进技术领跑行业’理念，持续科研攻关，实现了超耐氯、抗菌、酸性可染、黑色等千禧®功能性差别化系列氨纶的产业化，并致力于将差别化做成规模化，让功能性成为氨纶的基本特性。例如，千禧®抗菌氨纶通过分子设计以及添加剂筛选，在氨纶分子中首次引入新型广谱抗菌剂，纤维产品抗菌性能优异、抗菌谱宽、耐水洗性能优异。同时，采用千禧®抗菌氨纶可实现高性价比，如‘10%千禧®抗菌氨纶+90%常规涤纶’的面料与‘10%常规氨纶+90%抗菌涤纶’的面料均可满足消费者抗菌需求，但前者可降低5%以上的材料成本。”

不仅如此，华峰化学始终坚持绿色与科技同行，是率先通过再生氨纶国际认证的制造商。目前，华峰化学可提供回用料含量20%—



华峰化学致力于让功能性成为氨纶的基本特性。

100%、旦数20D—1120D的千禧®再生氨纶，应用领域广泛。通过对比100%千禧®再生氨纶与常规氨纶的物理性能、耐水洗性能等，孙律平表示，千禧®再生氨纶能够在确保产品质量和性能的前提下，减少生产废弃物对环境所造成的危害，符合全球绿色、环保趋势。此外，华峰化学还研发了千禧®生物基氨纶。该产品是用非食用玉米发酵提纯出生物质基材1,3-丙二醇代替石油精炼转化的石油质基材1,4-丁二醇进行聚合、纺丝等工序生产出的环保纤维，生物基含量达到38%，相较于传统的石油基氨纶，可以显著地减少碳排放。

产品的绿色低碳很重要，生产过程的绿色低碳也很重要。2020年，华峰化学通过各种举措，实现了氨纶产品综合能耗下降10%以上，吨丝产品的综合能耗不足1吨标准煤，远低于代表清洁生产国际先进标准，硬是把能耗高这一劣势变成了参与市场竞争强有力的优势。“未来，华峰化学将进一步增加氨纶生产过程中绿色能源的使用比例，助力国家‘双碳’战略。此外，在化学品使用方面，华峰化学正在加大研发投入，以提高DMAC这一有机溶剂的回收率，实现化学品的循环利用。”孙律平补充道。

“千禧”品牌链接终端

目前，华峰化学已拥有浙江温州和重庆涪陵两大世界级氨纶生产基地，并建有浙江省华峰纤维研究院，生产能力及研发能力行业领先，产品品类已形成从低成本到中高端产品全覆盖，差异化产品满足客户个性化定制需求，销售和服务公司遍布土耳其、越南、印度等欧亚纺织业核心区。

在企业做大做强的同时，华峰化学在品牌打造方面也走在行业前列。2021年，华峰化学支持的“纤维之路—中国纤维流行趋势对接交流活动”首次启动。跟随纤维之路的步伐，华峰化学从北京出发，足迹遍及福建、广东、

上海等产业集群地。3年时间，华峰化学已与数十家下游企业及优质品牌的供应链采购、面辅料开发、商品规划等相关部门负责人进行了面对面的对接交流。

“以前，终端品牌可能只使用华峰化学的氨纶，但对华峰化学的实力及‘千禧’品牌并不是很了解。通过纤维之路活动，越来越多的终端品牌对华峰化学建立了信任度，也更加青睐‘千禧’氨纶。值得一提的是，在遇到材料端的问题时，他们还会主动询问我们。这种直接、持续的沟通交流，能够催生出更多新的想法。”孙律平说道。

谈及参与纤维之路的初衷，孙律平表示，“我国化学纤维的产量占全球比重已超过70%，稳居全球第一。然而化纤的品牌力却远不及生产力。终端品牌对中国化纤的实力几乎没有概念，这就需要我们主动展示中国化纤的实力，提升终端品牌对中国化纤的认知度，进而自下而上，助推终端品牌供应链体系的重构。”对于纤维之路未来怎么走，这位深耕氨纶市场推广数十年的专家也提出了自己的想法，如以单一品类为主，汇聚下游面料、服装等企业，进行精准对接；以电商为切入点，通过电商品牌对纤维材料的关注，打通电商这条供应链，走出一条纤维推广的新路等。

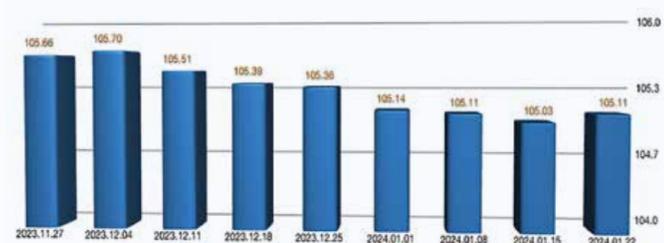
2023年3月，华峰化学在品牌打造方面再次布局，联合中国化学纤维工业协会、江南大学共同开启华峰千禧·中国纤维品牌联动创享汇系列活动。同年11月，华峰化学参与的《中国纤维品牌评价指标体系》(T/CCFA 02012-2023)团体标准发布实施，为我国纤维企业的品牌建设提供系统性指导。对此，孙律平表示，“在推动‘中国产品向中国品牌转变’的过程中，安踏、李宁等服装企业带了一个好头，未来纤维企业也要跟上，打造出具有国际影响力的化纤品牌。”凭借着着眼于未来的战略眼光，华峰化学打造品牌之路必将越走越宽，“千禧”品牌也必将更加深入人心。TA

冬季尾市行情微升 价格指数微幅上涨

20240122 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20240122 期纺织品价格指数收报于 105.11 点，环比上涨 0.08%，较年初下跌 0.03%，同比下跌 1.22%。

总价格指数



近期，中国轻纺城冬季尾市行情微升，其中：原料市场价值量环比小跌，坯布市场价值量环比微跌，服装面料市场布匹价值量环比推升，家纺类产品成交量环比微升，辅料价值量环比下跌。

原料价值量环比小跌，涤纶环比微跌，纯棉纱环比持平

据监测，本期原料价格指数收报于 82.47 点，环比下跌 0.11%，较年初上涨 0.54%，同比下跌 1.03%。

聚酯原料稳涨互现，涤纶行情环比微跌。本期涤纶原料价格环比微跌，华东地区 PTA 现货主流 5814 元/吨，环比上涨 127 元/吨左右；MEG 主流 4685 元/吨，环比上涨 247.5 元/吨左右；聚酯切片市场报价基本稳定，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6800 元/吨左右，环比持平。萧绍地区涤纶长丝成交环比回缩，价格环比下跌，POY 报价 7525 元/吨，环比下跌 25 元/吨；FDY 报价 8900 元/吨，环比下跌 50 元/吨；DTY 报价 8850 元/吨，环比下跌 50 元/吨。本周国内涤纶长丝市场价格环比下跌，江浙地区主流涤纶长丝工厂接单成交局部下降，终端开机率处于下行趋势。目前多数织造厂商库存压力增加，补货积极性下降，仅维持刚需拿货，多消耗原料库存为主。

近期，涤纶短纤价格环比上涨，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 7300 元/吨，环比上涨 90 元/吨。纯涤纱市场报价基本稳定，32S 纯涤纱报 11650 元/吨左右，环比持平；45S 纯涤纱报 12500 元/吨左右，环比持平。

纯棉纱价格基本稳定，人棉纱价格稳涨互现。近期，萧绍地区纯棉纱市场成交环比推升，价格基本稳定。气流纺 10S 纯棉纱报价 15000 元/吨，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 22640 元/吨，环比持平；精梳 40S 纯棉纱报价 25800 元/吨，环比持平。近期纺企棉纱库存逐渐降低，但内地纺纱利润仍不理想。春节前备货和外单下达带动下需求好转，织厂开机率持续提升。部分织厂计划提前放假，最近对棉纱的备货显著增加，坯布库存也有所下降。当前整个产业链偏良性循环，郑棉受到提振偏强震荡。

近期，粘胶短纤原料价格基本稳定，成交环比推升，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 12950 元/吨左右，环比持平。粘胶短纤交投环比增加，价格环比持平。下游人棉纱市场延续调整走势，市场低价货源仍有减少，人棉纱市场整体相对平稳。30S 人棉纱价格报 16780 元/吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 17900 元/吨左右，环比上涨 200 元/吨。

坯布行情环比回缩，价格指数环比微跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 118.65 点，环比下跌 0.03%，较年初下跌 1.21%，同比下跌 4.24%。

近期，坯布市场营销环比回缩，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单继续回缩，坯布价值量环比下跌。其中：天然纤维坯布需求明显回落，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回落；化学纤维坯布现货成交和订单发货环比回缩，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交量环比回缩，拉动坯布类总体价格指数环比微跌。

服装面料环比推升，价格指数环比上涨

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 116.58 点，环比上涨 0.26%，较年初上涨 0.11%，同比下跌 0.18%。

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

家纺市场微势回升，价格指数环比微涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.96 点，环比上涨 0.02%，较年初上涨 0.10%，同比上涨 0.05%。

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

市场行情环比回落，辅料指数环比下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 132.19 点，环比下跌 0.50%，较年初上涨 0.43%，同比下跌 1.56%。

本期服饰辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回落，轻纺城传统市场服饰辅料行情震荡下行，因下游企业备货环比回缩，市场成交环比下降，现货成交和订单发货呈现环比回落走势，价格指数环比下跌。衬料类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；线绳类行情略显回缩，价格指数呈环比微跌走势；服装里料类行情略显回缩，价格指数呈环比微跌走势，拉动辅料类总体价格指数环比下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡小跌走势。随着农历年终的临近，面料现货成交将环比下降，整体市场成交显现不足。目前市场供大于求的局面依然突出，常规性面料的高库存情况也比较严重，相较原料库存来说，坯布的去库存压力更大。就最近市场来看，织造企业目前销售不足，开机率环比下降，动销产品相对有限，尤其是常规面料占据着大量的市场份额产品，销售却并不如预期。预计大众产品认购踊跃度将环比小跌，整体市场成交将呈现逐日小跌走势。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

中国轻纺城纺织新材料 采购中心

盛大招商



招商热线 **84111017** 0575-
联系人：徐先生 俞小姐
项目地址 中国轻纺城北市场南侧