

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

2024.02.05 | 第06期 | 总第1158期



1月22-24日, 2024中国纺织品服装贸易展览会(纽约)在贾维茨展览中心举行。



**纽约展成功举办，
近200家中国纺企参展创新高**

P12
化纤产业链创新之路怎么走？

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



热烈庆祝

北自所（北京）科技发展股份有限公司



成功上市

股票简称：北自科技

股票代码：603082

创建世界一流专精特新示范企业
智能物流系统解决方案供应商

地址：北京市西城区教场口街1号3号楼 电话：010-82285821

邮箱：MARKETING@BZKJ.CN

网址：WWW.BZKJ.CN

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

纽约展成功举办, 近 200 家中国纺企参展创新高
情系纺织科教, 三家协会捐款支持纺织之光基金会
万亿级市场敞开怀抱, “银发经济”带来行业新蓝海
七部门部署推动未来产业创新发展

08

关注 Attention

陈大鹏: 高质量打造服装现代化产业体系
深度“触电”, 助力产业提升
地方两会齐发声, 激发企业源动力

12

特别报道 Special

化纤产业链创新之路怎么走?
以创新之笔书写绿色答卷



P16

16

柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

产才共兴, 纺城柯桥的“人才密码”
匠心一片, 只为“花”开世界
干货满满! 柯桥这场分享会教你海外拓客法

20

一线 Frontline

徐建林: 发力科技、锁定智能, 为实现“五年倍增”开好局、起好步
陈丽芬: 与时偕行、砥砺前行, 阔步迈向新征程
徐德荣: 坚持打造专业细分品牌的企业发展之路
张国强: 以科技赋能丝绸, 传承与创新并举

24

地方 Region

聚众力, 拓宽鲁锦产业化道路

26

指数 Index

农历年终行情小升 价格指数小幅上涨

敬告读者

因春节放假, 我刊将于 2 月 12 日、19 日休刊 2 期,
2 月 26 日正常出刊。

每周随笔

未来的市场

从红海危机对全球贸易的持续影响, 到国内外仍旧增长乏力的订单, 最近笔者在和一些业界企业的交流中, 可以明显感受到大家调低了对于未来市场的预期, 并努力寻找着市场中可以确定的机会。

关于市场, 有可以确定的或者能够提前布局的事情吗?

或许有。

不知大家是否还记得, 在 2023 年曾热得一塌糊涂的“酱香拿铁”, 很多人排队抢购不说, 甚至连人们聊天时也常常会带着这么一句: 你喝过“酱香拿铁”了吗?

当时, 我还为此写了一篇评论, 谈了自己对于这个事情的看法。自认为是深思熟虑过的, 认为堂堂的茅台跟差自己好几个量级的咖啡品牌联名, 几乎就是降尊纡贵, 自己的获益远不及这个咖啡品牌, 认为茅台在这次合作中几乎不会拿到什么价值点。

最近我看了一些资料, 才突然意识到自己当时的结论可能有些潦草、肤浅了。其实, 人家茅台要的从来就不是什么联名本身的获利, 而是其中潜藏的市场机会。他们锁定的是这个咖啡品牌年轻化的消费群体, 让茅台这个原本很难被一般年轻人消费的产品, 十分自然地靠近了这个群体, 形成了连接, 并将自己的名字早早注入到更多十几甚至二十年后的主力消费群体中。相信如今的年轻人在谈及茅台时, 一定不会觉得那么高不可攀或遥不可及了。

如此来看, “酱香拿铁”应该属于一次高性价比的联名。

“抢占未来市场”难道是“财大气粗”者独有的资格和机会吗?

可能也不是。

记得十多年前, 笔者曾经负责跟进过一家日本助剂企业的系列报道工作, 当时这家企业的很多活动日程安排都落在了纺织高校。当时笔者很好奇, 这个企业为什么不像其他企业那样, 全身心追着客户跑, 毕竟大家提升业绩靠的是订单, 多对接客户才是最有效的手段。但这家企业却把相当一部分精力投放到了纺织院校上, 从设立奖学金, 到建实践基地, 再到组织交流活动等, 在很多看起来与开拓市场没关系的事情上倾注热情。如今回想, 这家企业当时也是为了把自己的品牌尽早地灌输到更多未来纺企员工甚至管理者的思想里, 先入为主地抓住一部分行业“粉丝”。

看似很简单的事情, 却是极具前瞻性的布局。目光转向全行业, 又有多少人可以想到、做到? 目前, 不少行业企业所想的, 主要还是如何守住眼前的客户。当然, 这样做没有错, 但若我们可以放开视野, 再多看几步或多规划一程, 当我们面向未来时, 会不会可以找到更多确定性?

View point / 产经看点

国家统计局 1 月 27 日发布数据显示, 2023 年全国规模以上工业企业实现利润总额 76858.3 亿元, 继续保持恢复态势。

——中国新闻网

中国贸促会 1 月 30 日发布了《2023 年度中国营商环境研究报告》。《报告》显示, 2023 年, 超九成受访外贸企业订单量有所回升, 近九成受访企业对营商环境评价为“满意”及以上。

——经济日报

国家标准委 1 月 29 日发布统计结果, 我国国家标准有效实施率达到 93.7%, 这次调查涉及现行有效国家标准 4.5 万项。

——新华社

根据三省一市政府工作报告披露的数据, 2023 年上海、江苏、浙江和安徽的经济总量突破 30 万亿元大关, 对全国高质量发展的支撑作用进一步增强。

——经济日报



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

Exhibition / 展会

纽约展成功举办，近 200 家中国纺企参展创新高



纽约展现场。

纽约当地时间1月22—24日,2024中国纺织品服装贸易展览会(纽约)暨美国Texworld服装服饰面料展、纽约国际服装服饰采购展(以下简称“纽约展”)在纽约贾维茨展览中心隆重举办。

开展首日,登录柜台早早便排起了长队,众多专业观众齐聚纽约贾维茨展览中心,一同开启新年专业采购之旅。Macy's、Target、Walt Disney、Ralph Lauren、Calvin Klein、Gap、Victoria's Secret等大牌买家携带多项订单早早入场。

从展前观众预登记和首日现场注册情况看,本届纽约展不仅迎来知名百货商店、连锁商超等常规买家,更有影视娱乐、时尚经纪等跨界买家现身采购。“高质量+跨界融合”成为纽约展观众质量“新名片”。

2024中国纺织品服装贸易展(纽约)由中国纺织工业联合会主办,中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与法兰克福展览(北美)有限公司联合承办,共吸引了来自中国、韩国、土耳其、美国、秘鲁等26个国家和地区的350家服装服饰及面料企业集中展示。

中国展商、展品备受青睐

本届纽约展上,有来自浙江、江苏、上海、广东、山东、福建等地的近200家中国展商组团参展,重复参展率达到70%,两项数据指标皆

创1月纽约展历史新高。

从展出情况来看,拥有可持续、绿色环保认证的企业比例进一步提升;同时,参展企业不断以市场为导向进行展品品类调整,本次展品无论是从款式、材质、功能性还是从服装穿戴类别、针织与梭织比例上来看都更加适合国际市场消费需求,这些也侧面反映出企业在持续参展过程中,在面对国际市场复杂多变的情况下,快速应变能力有了进一步提升。

现场众多优秀中国参展企业收获了来自美国市场火热的关注度,多家展商展位人流络绎不绝,现场商贸氛围在询盘、洽谈、剪样中不断攀升。

主题论坛精彩开麦

本届纽约展除了为买家和企业提供国际化的商贸交流和展示空间,还围绕行业资讯、色彩趋势以及供应链变化等角度为参展企业和专业观众带来数十场主题讲座和论坛沙龙。

开展首日,“2025春夏色彩与灵感”“新一代创新空间”“绿色转型:全球立法对产业变革的影响”“鞋类与配饰类的创新与可持续性”“激励可持续性:投资者如何重塑供应链”等主题论坛轮番开讲。现场座无虚席,多家知名机构演讲嘉宾倾情分享,为参展企业更好地拓展美国市场提供了多重价值。

前沿趋势权威发布

知名趋势公司Doneger合作提供2025春夏时尚前沿流行趋势发布。本季的主题是“Balance”,给予行业关于生态与生产之间矛盾发展的洞悉,以潘东色入手,预测发布了“SOLACE”“FRAGRANCE”“AMUSE”“PROS—PECTIVE”4个方面共48款流行色号。

现场论坛及活动板块精彩连番上演,三天展期内还举办了“2024采购形势展望”“时尚循环经济的解决方案和战略”“美国制造——本地采购对生意带来的经济效益”“SAKURA COLLECTION时尚设计奖2024”等多场论坛活动。(张辉)

接等活动。

在“聚焦多样化需求,培育潜力产业”方面:加强服装面料、款式结构、辅助装置等适老化研发设计,开发功能性老年服饰、鞋帽产品。实施推进家居产业高质量发展行动,重点开发应用适老化日用品和老年休闲陪护产品。完善智慧健康养老产品及服务推广目录,推进新一代可穿戴设备等智能设备在居家、社区、机构等养老场景的集成应用。

中国“七普”较“六普”劳动人口占比下降了6.79%,老年人口占比上升5.44%。联合国预测中国将于2050年处于超老龄社会。

“银发经济”是向老年人提供产品或服务,以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和,涉及面广、产业链长、业态多元、潜力巨大。由于我国已经进入中度老龄化阶段,在城市更新中加大小区适老化改造、居家适老化改造等的力度,能撬动庞大的政府和市场投资。

由此可见,“银发经济”为扩内需、稳投资提供了广阔市场空间。这也是此时国家层面首提发展“银发经济”的背景——进一步促消费扩内需,以稳定经济大盘。

目前,我国“银发经济”规模大概在7万亿元左右,占GDP比重大约为6%。据《中国银发经济发展研究报告》的数据显示,到2035年,“银发经济”规模预计将达到19万亿元,占总消费的28%,占GDP的9.6%。(董笑妍)

Focus / 聚焦

情系纺织科教,三家协会捐款支持纺织之光基金会

■ 陈墨 / 文

1月22日,在中国纺织工业联合会2023年度工作总结大会上,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。

中国纺织机械协会会长顾平、中国服装设计师协会执行主席杨健、中国针织工业协会副会长张希成和纺织之光基金会理事长叶志民在大会现场进行了捐赠仪式。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲,原会长杜钰洲、王天凯,秘书长夏令敏上台见证了这一时刻。

叶志民表示,这笔善款将用于支持纺织科技教育事业的发展,为培养更多优秀的纺织人才提供资金保障。同时这次捐赠也是对纺织之光科技教育基金会工作的肯定和鼓励,让我们对中国纺织行业的未来充满信心。

中国纺织机械协会成立于1990年。2014年,由中国纺织机械器材工业协会正式更名为中国纺织机械协会。近年来,随着物联网、大数据和人工智能等技术的快速发展,纺织行业正积极推进智能化升级。“十四五”期间,中国纺织机械协会致力于引领行业在新业态、新模式、智能制造等方面积极作为,创新发展。

中国服装设计师协会成立于1993年。30多年来,协会始终助力中国时尚力量的崛起,关注中国服装设计师的成长,为其品牌宣传、设计推广构建权威平台,并积极开展国际时



捐赠仪式现场。

尚交流与跨国合作。1997年,协会开始举办中国国际时装周,并逐步建设成为海内外知名品牌和设计师发布的国际化舞台。协会颁发的“金顶奖”也成为了中国时装设计师的最高荣誉。

中国针织工业协会成立于1990年。协会致力于推动针织工业科技进步、组织新技术交流,推广行业最新技术成果,为企业技术改造、产品开发提供咨询服务。协会根据会员要求和行业技术发展趋势,定期组织针织新原料、新设备、新工艺、新产品方面的信息发布和经验交流;以主办刊物、通讯、汇编资料及互联网等形式,为大会会员通报行业信息;并向政府部门及有关单位提供行业情况。

Policy / 政策

七部门部署推动未来产业创新发展

日前,工业和信息化部、教育部、科学技术部、交通运输部、文化和旅游部、国务院国有资产监督管理委员会、中国科学院联合发布《关于推动未来产业发展的实施意见》,提出加强对未来产业的前瞻谋划、政策引导,围绕制造业主战场加快发展未来产业,支撑推进新型工业化,加快形成新质生产力。

《实施意见》提出了到2025年和2027年的发展目标。

到2025年,未来产业技术创新、产业培育、安全治理等全面发展,部分领域达到国际先进水平,产业规模稳步提升。建设一批未来产业孵化器和先导区,突破百项前沿关键核心技术,形成百项标志性产品,打造百家领军企业,开拓百项典型应用场景,制定百项关键标准,培育百家专业服务机构,初步形成符合我国实际的未来产业发展模式。

到2027年,未来产业综合实力显著提升,部分领域实现全球引领。关键核心技术取得重大突破,一批新技术、新产品、新业态、新模式得到普遍应用,重点产业实现规模化发展,培育一批生态主导型领军企业,构建未来产业和优势产业、新兴产业、传统产业协同联动的发展格局,形成可持续发展的长效机制,成为世界未来产业重要策源地。

《实施意见》提出,把握全球科技创新和产业发展趋势,重点推进未来制造、未来信息、未来材料、未来能源、未来空间和未来健康六大方向产业发展。发挥前沿技术增量器作用,瞄准高端、智能和绿色等方向,加快传统产业转型升级,为建设现代化产业体系提供新动力。(郝杰)

大国工匠人才培养规范出炉

近日,全国总工会印发《大国工匠人才培养工程实施办法(试行)》,目的是深入贯彻落实制造强国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略,围绕推进中国式现代化、推动高质量发展,为支撑中国制造、中国创造培养造就一大批大国工匠、高技能人才。

《办法》明确,每年有计划、有重点地遴选培育一批工匠人才,每年培育200名左右大国工匠,示范引导各地、各行业每年积极支持培养约1000名省部级工匠人才、约5000名市级工匠,形成大国工匠带头引领,工匠人才不断涌现,广大职工积极走技能成才、技能报国之路的良好局面。

大国工匠培育对象要政治素质过硬,有5年以上一线生产现场工作经历,长期践行精益求精、执着专注、一丝不苟、追求卓越的工匠精神,具有突出技术技能素质,以制造业等实体经济领域职工为主,兼顾行业、地区等因素。培育对象应在大国工匠能力标准上有突出潜能,即在引领力、实践力、创新力、攻关力、传承力等“工匠五力”上展现明显发展潜力。

《办法》规定,大国工匠培育期一般为两年。培育期满,由总局向完成培育任务并评价合格的入选对象颁发大国工匠证书。培育期内,推荐单位制定实施本单位的大国工匠培养方案,定期报备培育情况。通过举办劳模工匠创新训练营、大国工匠高级研修班、境外培训计划、工匠学院等培训项目,支持培育对象参加国内外相关培训、研修。

鼓励以培育对象名字命名其所在班组,创建以其领衔、命名的创新工作室,符合条件的优先命名为“全国示范性劳模和工匠人才创新工作室”。(郝杰)

Direct / 直击

万亿级市场敞开怀抱,“银发经济”带来行业新蓝海

随着我国老龄化人口的持续增加和“银发经济”的不断壮大,纺织服装行业在“银发经济”中的地位和作用将更加突出。不断创新和完善“银发经济”的产品和服务,满足老年人的多样化需求,将成为行业可持续发展的重要组成部分。

近日,国务院办公厅印发了《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》,这是我国首个以“银发经济”命名的政策文件。足见国家对未来发展“银发经济”的看重,或将成为纺织服装行业新蓝海。

《意见》共提出4个方面26项举措,其中与纺织服装行业相关的涉及到了行业协会、展会、集群、市场、服装、家纺、可穿戴设备等多个领域,具体情况如下:

在“发展民生事业,解决急难愁盼”方面:引导老年日用品实体店合理布局,鼓励商场、超市等开设老年专区或便捷窗口。

在“扩大产品供给,提升质量水平”方面:推进产业集群发展,在京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝等区域,规划布局10个左右高水平“银发经济”产业园区。支持企业、科研院所、行业协会等组建产业合作平台或联合体,加强公共数据共享,支持行业组织开展产业运行监测分析和信息发布。培育“银发经济”领域龙头企业,支持连锁化、集团化发展。鼓励行业协会分品类举办优质渠道对接会。鼓励展会平台展示推介“银发经济”前沿技术和产品服务,举办产业对



以织为盟 行至2035



陈大鹏： 高质量打造服装现代化产业体系

■ 本刊记者_董笑妍



陈大鹏

在推进中国式现代化的伟大征程中，中国纺织工业肩负着重要的历史使命，为此，中国纺织工业联合会正式发布了《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》）。在此背景下，针对中国服装产业如何融入中国式现代化进程，以及如何以《行动纲要》指引行业未来发展，《纺织服装周刊》专访了中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏，高屋建瓴解答行业发展关键问题。

中国式现代化征程中的服装产业

TAweekly：党的二十大报告提出了建设中国式现代化，您对此如何理解？

陈大鹏：党的二十大明确提出，我们当前的中心任务就是团结带领全国各族人民全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。这是新时代我国发展的重大战略决策和部署，标志着社会主义强国建设进入了新阶段。

现代化，是世界性的客观现象，展现了人类社会从传统文明向现代文明转变的历史过程。中国式现代化，就是在世界现代化大背景下展开的一场伟大实践，既有各国现代化的共同特征，更有基于我国国情的中国特色，蕴含着独特的世界观、价值观、历史观、文明观、民主观、生态观，展现出对世界现代化理论和实践的重大创新。

在政治领域，中国式现代化是中国共产党领导的社会主义现代化，坚持以人民为中心，是14亿人民共同奔赴的现代化；在经济领域，中国式现代化坚持以发展为第一要务，是全体人民共同富裕、物质文明和精神文明相协调的现代化；在文化领域，中国式现代化坚持以社会主义核心价值观为引领，以中华优秀传统文化为根基，实现中华文化繁荣兴盛；在生态领域，中国式现代化坚持以人与自然和谐共生为理念构建美丽中国；在国际领域，则以人类命运共同体为基本理念，是走和平发展道路的富有中国特色的现代化。

我认为，中国式现代化体现出的是党和人民面对百年未有之大变局的中国智慧，是面对人类共同挑战问题的中国方案，不仅会推动我国现代化强国建设

高质量发展，福祉于国家和人民，同时也一定会为全人类社会现代化发展提供鲜活的路径探索和选择，创造出人类文明全新的社会形态。

TAweekly：您认为服装行业应如何融入中国式现代化建设？服装行业在纺织现代化产业体系建设中应该扮演怎样的角色？

陈大鹏：中国式现代化是波澜壮阔的国家叙事，是新时代国家强国建设的总蓝图、总动员。在这宏大的背景下，作为创造美好时尚生活的基础性消费品产业和民生产业，也是集中体现人类文化创意、技术进步和时代变迁的创新型产业，服装产业要紧紧围绕党中央的决策部署，全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，积极推进高质量发展，力争在我国基本实现社会主义现代化国家的时候，助力中国成为对全球时尚产业发展有推动、有创造、有贡献的时尚强国，成为世界时尚科技的主要驱动者、全球时尚的重要引领者、可持续发展的有力推动者，从而为国家现代化作出行业的贡献和努力。

经过改革开放四十多年的发展，中国服装行业已由高增长阶段全面进入到高质量发展的新阶段，处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻坚期。面对全新的发展环境，我国服装行业一方面要以争当创新发展先行者的胆略，投身于现代化产业体系建设，形成新时代科技、文化、可持续发展的新优势。同时，作为纺织行业三大终端产业之一，我国服装行业更要协同纺织产业上下游，构建融合创新的研发链、创意链和价值链，特别是要依托互联网新技术，携手打造协同发展的产业生态，形成创新共赢、利益共享、责任共担的命运共同体。

以《行动纲要》 指导服装现代化产业体系建设

TAweekly：对于制定《行动纲要》，中国服装协会参与了哪些工作？提出了怎样的建议？

陈大鹏：制定《行动纲要》是2023年中国纺联一件重要的工作，也是行业发展的一件大事。在这期间，中国服装协会积极参与其中，在参加各阶段研讨、提出相关建议的同时，向编撰组提交服装行业专题材

料，并配合完成国际贸易发展相关研究。在此基础上，按照中国纺联整体安排，中国服装协会协同中国纺织信息中心、中国纺织规划研究院、中国家用纺织品行业协会、中国针织工业协会等多家单位共同研究起草了《我国内需市场消费趋势及纺织服装时尚发展路径研究》，对时尚和内需发展现状和问题做了回顾和总结，并根据未来趋势预测，初步制定时尚中短期发展目标及路径。我们围绕时尚强国的目标，遵循“双循环”发展新格局的要求，立足于产品这一行业本质，重点提出建设文化引领的纺织服装产业，并在积极推动中华传统与时尚融合发展的同时，构建具有全球影响力的数字化时尚体系，持续大幅提升设计创意水平和文化发展软实力。在此基础上，行业企业提升全球资源整合能力，通过体系化和系统化创新，打造一批代表中国高质量发展水平、具有国际竞争力的优势品牌和区域品牌，牵引和推动行业打造中国时尚话语权。

TAweekly：《行动纲要》提出了7项重点行动，服装行业作为纺织业的重点行业，应如何推进这7项行动？

陈大鹏：《行动纲要》立足大局，对纺织行业现代产业体系建设作了系统性规划，这是包括服装行业在内的纺织行业新时代强国建设科学的行动纲领。为了更好地推进这7项行动，中国服装协会针对服装行业现状和特点细化形成本行业的行动方案，并在此基础上形成了现代产业体系建设的服务框架和服务体系。

同时，在2023年10月中旬召开的2023中国服装大会暨中国服装协会七届六次理事会也全面聚焦“开启现代化产业体系建设新征程”这一主题，对行业现代化产业体系建设作了系统性的宣讲、部署和研讨。当前，服装行业企业对现代化产业体系建设的必要性和重要性认识充分，正以新发展理念为指引，以高质量发展为方向，系统性地加快创新发展步伐，开启了现代化产业体系建设新征程。

坚定发展信心，明晰发展路径

TAweekly：结合服装行业过去几十年的发展，在纺织现代化产业体系建设的大背景下，您认为服装企业应如何以《行动纲要》为指引来规划未来中长期的发展目标？

陈大鹏：经过多年的发展，中国服装产业在

生产制造、科技创新应用及商业模式变革等方面形成了国际竞争优势。同时，在文化创意、协同发展、品牌创新、人才支撑等方面依然存在非常大的发展空间。基于现代化产业体系建设这一目标，服装企业和品牌既要发扬优势，又要补齐短板，特别是要围绕着市场定位，从目标消费群体和细分市场出发，去锤炼和锻造核心竞争力。

作为方法论体系，《行动纲要》为企业高质量发展提供了一揽子的方案导引和指引。企业通过学习贯彻《行动纲要》的精神和内涵，目标性地、创造性地匹配发展措施和方法，重点聚焦一个或几个方面持续提升历练，不断打造企业内生动力，一定会为企业长远发展打下坚实的基础。

TAweekly：您认为打造纺织现代化产业体系，服装行业企业最重要的是要做到哪些自觉？企业作为主体最重要的自觉是什么？

陈大鹏：纺织现代化产业体系是现代化纺织产业的物质技术基础，加快建设以实体经济为支撑的现代化产业体系，事关行业是否在未来竞争中赢得战略主动。

作为行业来说，我们要坚守行业“科技、时尚、绿色”的新定位，以加快构建协同创新的现代产业体系为目标，不断提升产业的科技创新力、文化创造力和可持续发展能力，推动基于中华优秀传统文化的产业文化发展和时尚创新，全面提升产业的软实力，缔造时尚强国的中国精神、中国价值和中国特色话语体系，从而把创新创意的势能转化为动能，扎实推进产业高质量发展。

企业是行业发展的主体，也是行业创新活力的体现。“敢为天下先”的创新精神，是我国服装企业持续发展的内在基因。特别是在这产业变革和消费升级加快的新时代，我们既没有现成的路径可走，也没有成熟的经验可循，这需要我们以逢山开路遇水架桥的闯劲和韧性，去创新、去发展。因此，我国服装企业一定要自觉于彻底告别浮躁的时代，要更务实、更稳健、更富创新地发展，做好做强自己，从而以独特而丰富的价值赢得市场。

TAweekly：您觉得行业企业当下面对的最大变革和挑战是什么？如何做到这些自觉？

陈大鹏：正如刚才所讲到的，伴随着互联网技术的发展，特别是新成长起来的90后、00

后，他们的消费需求、生活方式、消费方式正发生深刻变革，在给行业调整带来巨大市场新空间的同时，消费分级分层的加快演化，消费场景细化多元的日益演进，消费需求体验个性化的持续升级，也对我们这一代服装人提出了时代的挑战。

面对这市场格局的历史性变革，企业要紧紧围绕价值创造，开启一轮创新发展。一方面，要从更关注营销和模式向更关注消费者和产品转变，从竞争导向向消费者导向转变。企业要融消费者价值和品牌价值于一体，以专注的态度做正确而难的事情。我认为，坚守长期主义才是强者的胜利。另一方面，要进一步提升综合能力。在新时代攀登产业制高点，做世界级企业就如登峰，需要强健的体能、优良的装备、科学的方法和顽强的意志力。而企业的变革则是持续积累的突破和迭代，我们要持续地把科技、时尚、绿色更深地内化到企业运营中，将内在的精益化管理和外在的协同创新结合，通过内外兼修的努力，提升企业和品牌软实力。

TAweekly：您对纺织现代化产业体系的构建信心如何？

陈大鹏：纺织现代化产业体系构建是新时代产业高质量发展的必然要求，也是时尚强国建设的基础性保障。纺织现代化产业体系建设取国家复兴大形势，集全行业强国建设大趋势，顺千万纺织服装人创新发展大态势，因此我对接下来的纺织服装现代化产业体系建设抱有十足的信心。

我们可以看到，在国家全面建设社会主义强国的大背景下，我国服装产业作为超大规模的产业经济体，正赶上新技术革命这一催化剂，必然会引起巨大的产业发展新能量，这为服装现代化产业体系构建奠定了产业基础。同时随着国家的日益强大，文化自信快速提升，我国消费者对富含中国文化元素和精神的产品及品牌更加认同，这为超大规模的服装时尚市场注入了更鲜活的新动力，也为服装现代化产业体系构建奠定了市场基础。更为重要的是，我国有一批思维方式和行为方式富有鲜明中华文化特色且代表先进生产力的服装企业家和人才队伍，他们在过去成就了我国服装产业的辉煌历史，相信也一定会在新一轮发展中披荆斩棘、拓荒成园，为我国服装现代化产业体系建设作出新贡献。☑





在多方助力下，天门服装电商特色产业取得了一系列发展成果。

深度“触电”，助力产业提升

天门走出服装电商特色化发展之路

■ 本刊记者_吕杨

事不避难者进，志不求易者成。销量 4.92 亿件，同比增长 71.6%；交易额 392 亿元，同比增长 84.1%，在刚刚过去的 2023 年，湖北天门服装电商交出了一份亮眼“成绩单”。而这背后，是当地政府、协会与市场共同走出的天门服装电商特色探索之路。

瞄准需求 抢占先机

2023 年开年伊始，天门市人民政府和中国纺织工业联合会流通分会就签署了共建“中国服装电商产业示范基地”战略合作协议，双方围绕夯实电商产业基础、扩大区域品牌宣传开展“6+1”合作计划布局谋篇，共同促进天门市服装电商产业发展。

这一年，双方共同努力，相继制定了《天门市建设全国服装电商产业示范基地三年行动方案（2023—2025 年）》，共同举办了 2023 中国·天门服装电商产业峰会、2023“天门杯”中国服装电商时尚主播大赛等系列活动，发布《促进中国服装电商产业发展天门宣言》和全国首个服装电商行业景气指数——“中国服装电商景气·天门指数”，向社会各界征集并发布天门服装电商区域公共品牌“天门衣尚”。

经过一年的强势发展，天门市在全面建设“中国服装电商产业示范基地”上，取得了一系列卓有成效的发展成果，服装电商产业也进一步跃升，成为推动天门经济社会高质量发展、助力建设四化同步发展示范区的重要支撑。

筑牢根基 谋定而动

服装产业是湖北省的传统优势产业和重要的民生产业，也是推动文化创意、引领生活方式的时尚产业和外贸经济发展、商业模式创新的先导产业。湖北省委省政府十分重视湖北服装产业的发展，积极采取有力措施，为有意返乡创业的湖北籍服装人才创造条件，留在家乡。

天门市人民政府抢抓纺织服装产业转移机遇，引导在外成功人士返乡创业，将返乡潮变为发展潮。如今，天门全市纺织服装企业达 5000 余家。全市形成了以纺织织造、面辅料供应、服装加工、电商营销、物流配送为一体的产业链。健全的产业链成为天门服装产业最大的优势，服装款式多样，出货速度快，为服装电商产业发展造就一片沃土。如今，每天有数十万件服装被打包成大大小小的包裹，从天门发往世界各地。

天门服装电商快速发展，随之而来的是更多产业资源的引入需求。通过与中国纺织工业联合会流通分会的“6+1”合作，以中国纺织大会、中国国际服装服饰博览会、2023 中国（天门）服装电商产业峰会、纺织服装产业（广州）招商推介会等活动为契机，持续开展“一把手”招商、产业链招商、以商招商、亲情招商，通过洽谈、签约，引进投资 80 亿元的年产 5 万吨涤纶丝、年产 10 万吨织布、年产 20 万吨锦纶长丝等一批延链补链项目，填补全市化纤产业空白；引进投资 10 亿元的白马服装原创电商基地，打造服装产业集聚平台；与全国头部直播企业遥望科技、新光控股打造天门遥望网络直播基地、中豪网络直播基地，为服装销售拓宽渠道。2023 年，共签约纺织服装类项目 92 个，总投资超 200 亿元。

跨境出海 抢抓市场

随着天门市服装电商产业发展日趋壮大，供应链也更加快速灵活。如今在天门，瞄准海外赛道的服装企业越来越多。两年前，当地开展跨境电商业务的服装企业数量仅是个位数，而如今，天门市服装电商平台注册商铺数量突破 1 万家，其中在拼多多上有 5000 多家，在抖音上有 3000 多家，TEMU、希音等跨境电商平台上有 400 多家。

新年伊始，这股席卷天门服装产业的“跨境热”持续升温。在天门，悦姿服饰、莱依宛服饰、蓝菲儿服饰等“出海”经验丰富的跨境电商企业，年交易额超过 2 亿元。“我们还将进一步加强跨境电商与服装产业链的深度融合，把天门打造成服装出海的中转地。”天门市商务局局长黄彩庭介绍，当地政府将努力建设产业集聚明显、配套链条完善、生态体系健全、创新活力强劲的服装特色电商集聚区，构建“买全球、卖全球”的产业新格局，形成“货通天下、万商盈门”的产业新生态。

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。数字经济正以前所未有的速度、规模、范围改变着产业形态和组织逻辑，新消费模式的更迭，不断推动产业模式创新发展和向外延伸，在赋能产业交互、引导产业升级的同时，也为行业发展带来新的可能。

未来，天门将继续与中国纺织流通分会紧密合作，围绕天门市服装电商产业各方面开展合作，全面提升天门服装电商产业基地的行业影响力和市场号召力，积极打造天门服装电商区域品牌。乘势而上、顺势而为，稳中求进，担当作为，天门在服装电商特色产业高质量发展之路上奔跑前行！[TA](#)

两会春之声

地方两会齐发声，激发企业源动力

■ 本刊记者_刘嘉 董笑妍 / 整理

随着全国各地陆续进入两会时间，如何充分激发纺织服装企业的内生动力，如何将企业发展与当地政策深度融合，如何更好发挥企业家的带头作用和不竭动力，从而带领产业高质量前行，成为今年两会纺织行业的一个焦点。

天津纺织集团：赓续百年积淀，为天津经济“添秤”

近日，天津市政协召开十五届二次会议，“三新”“三量”成为不少政协委员热议的话题。作为天津市政协经济界别委员，天津纺织集团党委副书记、总经理葛传兵告诉记者：“今年集团将在积极推动老字号传承创新发展的同时，赓续天津纺织百年文化积淀和资源禀赋，助力天津建设检验检测新高地，为全市经济‘添秤’。”

今年天津纺织集团怎么干？葛传兵表示，身为政协委员，他在调研中感受到天津现代服务业的实力和潜力。为此，今年集团将推动盘活东亚毛纺厂这个纺织老工业厂房，通过城市更新路径，让天津纺织产业整体焕新；规划建设一批具有天津纺织元素，以科技、教育、医疗、文化、创意为主题的产业园区，形成攥指成拳的合力。“目前结合和平区商圈，我们正在推动‘东亚坊’项目建设，计划 2024 年底具备运营条件，成为天津网红地标。”葛传兵说。

被问及集团如何把握天津纺织制造业的高端化、智能化、绿色化、融合化发展时，葛传兵表示，将把“抵羊”“白玫瑰”等中华老字号与纺织制造深度融合，推进以品牌为牵引的产业链串链、补链、延链、强链；积极开拓新媒体赛道，加大品牌推广宣传，实现线上销售、线下体验新模式，让老字号焕发新活力。

葛传兵还表示，今年集团所属上市企业天纺标公司将借助北交所资本市场平台，充分利用资本市场优化产业结构，将检测触角深入“衣、食、住、行”各领域。“我也将积极建言，推动建设天津检验检测产业聚焦区，吸引更多检验检测相关企业落户天津，快速形成天津检验检测新高地、新优势，努力贡献‘天津检测之都’的纺织作为。”

九三学社浙江省委会：浙江纺织服装产业如何“繁花”不落

在近日举行的 2024 年浙江两会上，九三学社浙江省委会提案建议，加快推进纺织服装业高端化、品牌化，建设世界级纺织服装先进制造业集群，助力浙江纺织服装“繁花”不落。

目前，现代纺织与服装业作为浙江四个万亿级产业集群之一，规上企业达到 8580 家，从业人员超过 100 万人，并形成生态体系完善、集群特色鲜明、产业链路完备的综合竞争优势。

然而，九三学社浙江省委会在调研中发现，早在 21 世纪初，浙江乃至中国全域纺织服装业即开始向劳动力成本更低的东南亚转移。同时，中国国内正面临产业转型升级的关键期。浙江纺织服装业能否在数字化浪潮下不落人后，面向高端制造和品牌建设再开“繁花”，将成为聚焦点。

为此，九三学社浙江省委会提案建议，强化数字赋能，加快行业转型。通过智能制造示范工厂梯度培育、行业数智人才队伍建设、产业大脑应用场景丰富、碳排放数据库建立，助推浙江纺织服装业数字化转型进一步融入数字经济。

在品牌建设方面，浙江纺织服装业也需要强化品牌营销，抢占高端价值。具体而言，九三学社浙江省委会提案建议，通过打造科工贸一体化、内外贸一体化的世界一流跨国企业，增强国际竞争力和话语权，并加强纺织服装业功能、时尚、绿色等方面全面发展的人才培育，以及高端时装节、时尚大赛等氛围感打造。

此外，围绕浙江“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”，九三学社浙江省委会提案建议，着力引导纺织服装企业用好国内国际两种资源、两个市场，在稳企基础上求开放，并在生产要素、税费政策、资本市场等方面给予重点支持。

江苏省政协委员周海江：激发企业家精神，形成发展自驱力

近年来，全球经济增长放缓，国际形势复杂多变，世界百年变局全方位深层次加速演进。严峻挑战面前，靠什么稳定发展？

“中国经济发展的新动能在于科技创新、数字化转型，更在于企业家精神。”江苏省政协委员，红豆集团党委书记、董事局主席周海江认为，企业家精神是经济发展的源动力，是最强驱动力。面对复杂严峻的国内外形势，广大企业家要进一步激发这一发展源动力，形成自驱力，从而更加坚定信心，迎难而上，真正做到敢闯敢为。

企业家精神何来？周海江认为，国家和各级政府对于民营经济的重视和支持一以贯之，这为民营企业发展指明方向；从中央到地方，各项利好政策频出，为民营企业坚定前行鼓足信心，成为激发企业家精神的不竭动力。

“当然，发扬企业家精神，还需要企业家自身辩证看待目前遇到的各种挑战和困难，不能‘躺平’，盲目等待，要积极寻找机遇，主动作为，来加快自身发展。”周海江表示，面对科技产品差异化、自主品牌、自主资本、“一带一路”、数字经济、跨境电商等机遇，只要企业家们坚定信心，抓住机遇，善于危中觅机，就一定能够取得更好发展。

对于企业而言，则要以自己内部的确信性应对外部环境的不确定性。红豆集团的“三个确定性”，一是“三自”战略的确定性，二是进化的确定性，三是团结拼搏的精气神的确定性。正是因为这些坚持，2023 年，红豆集团通过推进“三自六化”进一步加快企业提质增效，国际化、高端化、数智化突飞猛进。

“我们民企对中国经济未来的发展充满信心。”周海江相信，通过弘扬企业家精神，永葆敢闯敢干的拼搏奋斗精神，一定会让这颗“红豆”扎根成林、花开万里。[TA](#)





论坛现场。

化纤产业链创新之路怎么走？

中国化纤产业链创新论坛聚焦行业热点

■ 本刊记者_王利

当前，百年变局加速演进，我国纺织产业发展环境亦面临深刻复杂变化，对化纤产业发展提出更高要求。化纤产业作为纺织产业链稳定发展和持续创新的核心支撑，是国际竞争优势产业，也是新材料产业重要组成部分，面向新时代、新征程，高质量发展之路如何走？

1月24日，以“纤引创新，链动共生”为主题的中国化纤产业链创新论坛在浙江杭州萧山召开。论坛旨在围绕聚酯纤维材料、可降解高分子材料、生物基化学纤维等纤维材料技术创新及可持续发展、行业竞争格局与化纤产业发展、化纤油剂助剂、母粒发展现状及趋势等热点话题进行专题交流，促进产业链上下游务实合作，合力推进我国化纤产业高质量发展。

从经济运行到产业升级 加快探索新质生产力

进入高质量发展阶段，积极推进智能化、绿色化、低碳化、高端化发展，加快探索新质生产力，是促进化纤行业企业高质量发展的重要途径。

化纤行业是我国纺织工业的基础支撑，对产业链的创新深度、应用广度与价值高度密切相关，具有重要战略价值。2023年我国经济回升向好，为纺织化纤产业链平稳发展提供了基础条件和积极支撑。中国化学纤维工业协会会长陈新伟在致辞时分享了去年纺织化纤产业链的运行情况，并针对化纤产业链创新发展提出四点建议：一是推动行业高质量发展，引导理性投资，坚持继续推动产业高端化、智能化、绿色化、品牌化发展。二是开拓国际市场，规划好产业布局，出口方面要紧抓如“一带一路”、RCEP区域贸易合作等机遇积极开拓化纤出口市场，国内要关注产业向中西部和东北地区转移的趋势。三是加快转型升级，积极贯彻落实《关于化纤工业高质量发展的指导意见》《建设纺织现代化产业体系行动纲要(2022—2035年)》《纺织工业提质升级实施方案(2023—2025年)》。四是协会及各分会应发挥桥梁纽带作用，深入开展相关服务工作，在此过程中要持续推动扩大产业边界，助力行业企业走产业链合作的道路，上下游进行密切合作等。

2023年化纤行业的运行情况可概括为化纤产量增速逐步恢复；行业总体开工负荷好于上年同期，库存基本处于正常水平；化纤出口继续保持增长态势；行业盈利压力突出，但环比有所改善；行业固定资产投资同比下降，但产能惯性增长。中国化学纤维工业协会副秘书长兼信息部主任吴文静在分析中表示：“行业竞争格局将呈现多元化并存趋势，价格竞争不再是唯一的表现形式，如产业集中度持续提升、一体化全产

业链竞争的龙头效应、细分领域的专精特新等。基业长青的企业，总是那些能够不断适应市场变化、具有敏锐触觉能及时转型的企业。”

中国纺织工业联合会产业经济研究院副院长张倩分析了纺织行业经济运行情况，并展望了2024年的市场环境。她表示，我国纺织行业运行处于减速运行、高质量发展阶段，2023年市场需求恢复较为缓慢，行业运行压力明显，出口降幅较大，但在内需市场支撑下，主要运行指标降幅稳步收窄，供需两端亮点依然突出，发展韧性有所显现。预计2024年，全球经济增长乏力，需求端将维持疲弱态势，但庞大的国内市场规模及多元化多圈层市场需求将为行业内销提供存量保证和增量空间，智能制造、绿色化转型、数字化融合等新赛道也将为行业持续健康发展提供新动力，行业运行有望走出负增长区间。

东华大学高性能纤维与制品教育部重点实验室主任王华平介绍了聚酯纤维的主要创新方向。如聚酯纤维成形均匀化、细旦/异形聚酯纤维成形均匀化稳定化等工程技术，多组分复合纺丝对流扩散过程与界面相成形控制技术，以及聚酯纤维智能制造体系等。王华平认为，未来产业发展的方向包括：极限新产品（细旦、异形度、强度极限）；极限新技术（超高压挤出、负压与相分离纺丝、同步辐射与在线检测）；新体系拓展（高品质碳纤维、静电纺、聚酰胺6熔体直纺、生物基聚酯等）；以及智慧研究平台（先进加工模块与智能化系统）。

论坛同期还举行了涤纶长丝分会、油剂助剂分会新任会长单位授牌仪式，浙江恒逸集团有限公司担任涤纶长丝分会会长单位、浙江传化化学有限公司担任油剂助剂分会会长单位。同时还举行了2023中国纤维流行趋势优质供应商发布仪式。

从自然中来到市场中去 生物基、可降解纤维未来可期

当前，发展低碳循环经济已成为全球共识，生物基产业是其中重要一环。在国家政策持续利好的环境下，越来越多的企业进军生物基行业“新蓝海”，行业、院校、企业携手探索绿色低碳发展新路径，推动生物基化学纤维及原料从自然中来到市场中去，凝心聚力推动行业健康发展。

塑料不仅能回收还可以实现生物降解吗？中国塑料加工工业协会降解塑料专业委员会秘书长、北京工商大学轻工科学与工程学院院长翁云宣表示，当前塑料包装及其废弃物的处置成为全球热点，国内外出台了一系列塑料可持续发展相关政策。传统塑料中加添加剂可降解，但目前仍然不能证明其是完全降解。生物可降解塑料可在自然界如湖泊、海洋、土壤、沙土、特定条件下（如堆肥化条件）降解，主要由自然界存在的微生物作用引起降解，并最终完全降解变成简单化合物如二氧化碳、甲烷、水，及其所含元素的矿化无机盐等。根据实验，不同条件下，降解周期也不一样。降解塑料的方法在纤维领域是可借鉴的，为了防止假降解，在国家相关部委的支持下，塑料降解专业委员会出台了“jj”可追溯认证标志。

为缓解降解浆的来源紧缺，新乡化纤攻克菌草制浆、纺丝等多个科研难题，成功研发了菌草再生纤维素纤维系列产品，该纤维具有优异的本体抗病毒性能及优异的服用特性。新乡化纤股份有限公司总工程师谢跃亨分享了再生纤维素纤维新原料、技术创新及应用。为完善粘胶法生产工艺存在的缺陷，新乡化纤攻克了离子液体法再生纤维素纤维绿色制造新技术。公司的离子液体法再生纤维素纤维首赛尔是全新概念绿色纤维，具有纤维制作全过程绿色环保、无“三废”排放、可萃取天然植物内的纤维素、可循环再利用、纤维强度高、不产生原纤化、易于染色等优异特性。为推动废旧纺织品回收利用，弥补常规能源、物理、化学回收法缺陷，新乡化纤攻克了DT溶剂法再生纤维素纤维再造新技术，以废旧棉纺织品布草为原料代替浆粕纺丝，实现废旧纺织品的循环利用。

天津工业大学材料科学与工程学院教授尹翠玉指出，传统纤维素纤维生产技术包括粘胶法、铜氨法、醋酸酯法。新型纤维素纤维生产技术包括NMMO溶剂法（莱赛尔纤维）、离子液体法、纤维素氨基甲酸酯(CC)法、尿素-碱溶剂法等。其中，莱赛尔纤维的差别化和功能化方向丰富，目前开发的产品有：非木浆莱赛尔纤维、抗菌莱赛尔纤维、吸水莱赛尔纤维、导电莱赛尔纤维、抗紫外莱赛尔纤维、发光莱赛尔纤维等。对于纤维素纤维的绿色发展路径，尹翠玉表示，要围绕舒适、艳丽、多彩纺织品做好文章，利用好纤维素纤维的亲肤、吸湿抗静电、色泽鲜艳、易染、色谱齐全的特性，开发更多更适用的应用场景；要围绕绿色可追溯、可持续、可降解与循环发展讲好故事。

此外，中国化学纤维工业协会生物基化学纤维及原料分会会长、安徽丰原生物纤维股份有限公司总经理范亚庆，北京服装学院材料设计与工程学院院长张秀芹，青岛大学海洋纤维新材料研究院院长夏延致，桐昆集团股份有限公司质量管理部经理李国元，恒天纤维集团有限公司副总经理王乐军等嘉宾也纷纷发表了精彩演讲。



2023中国纤维流行趋势优质供应商发布仪式在会上举行。

从行业配角到创新要素 油剂母粒发挥大用途

现阶段，随着化纤龙头企业的规模化和产业链优势愈加明显，对油剂的需求量不断增长，对油剂的生产技术和创新能力也提出更高要求，尤其是对油剂稳定性的需求更为凸显。化纤油剂助剂和母粒作为重要的辅料，是化纤行业重要的创新要素，为我国化纤工业的高质量发展起到积极的推动作用。

浙江传化化学有限公司研发中心副主任卢书辉表示，化纤油剂的发展趋势主要表现在以下几个方面：差异化和功能化品种开发，成为化纤企业转型升级的主要方向和策略，对油剂也提出了更多差异化需求；环保节能是化纤行业发展的大趋势，对油剂而言将体现在低上油、水性易降解、能耗降低等方面；工厂的自动化、柔性化和智能化程度提高，对油剂的全方位性能持续提升有更高的要求。基于此，他详细介绍了传化化学前纺油剂的开发模式。

“纤维用母粒是纤维差别化、功能化的重要解决方案，支撑终端纤维制品价值。”苏州宝丽迪材料科技股份有限公司总经理蒋志勇说，母粒的发展与化学纤维的发展相向而行，对提升纤维的时尚舒适、安全健康、绿色低碳等发挥重要作用。但纤维用母粒的发展也面临一些压力，如化纤企业对品质高要求日益增加、迭代技术对纤维母粒的冲击、下游用户需求与母粒开发模式仍然没有转变、纤维功能母粒联动开发的机会很少等。基于此，他提出纤维用母粒的创新策略与方案：构建可控分散体系，满足不同加工与应用要求；建立基础原料、母粒、纤维、面料应用评价指标；关注再生、生物基、可降解纤维用母粒新赛道；产业链协同、包容、共进。

钛系聚酯催化剂无毒环保、活性高、资源丰富，是替代锡的首选催化剂。浙江恒逸石化研究院有限公司高级研发工程师孙妍妍在作聚酯纤维“无锡化”的必要性分析时表示，针对产业链现存技术瓶颈，恒逸集团从钛催化剂定向开发、添加方法、聚酯聚合、熔体稳定输送、钛系聚酯可纺性等相应的关键技术进行研究，最终实现无锡涤纶长丝熔体直纺连续、规模化生产。目前，恒逸集团已生产无锡环保聚酯产品80余万吨，总产值达66亿元，使用客户60余家，有效减少锡排放约170余吨，达到了良好的经济效益和社会效益。

浙江金彩新材料有限公司生产副总张俊俊介绍了多款功能母粒的性能特点，如全光谱抗紫外母粒、远红外线发热母粒、超级凉感母粒、除甲醛母粒、阻燃母粒、非金属抗菌母粒、石墨烯母粒等。此外，他还介绍了石墨烯纳米复合材料的制备及其应用研究，并用视频展示了该产品的抗电磁波应用。

在加快建设纺织现代化产业体系新征程中，化纤行业正全面推进化纤强国建设，探索新质生产力，加快向更高端迈进。本届论坛针对行业发展运行中的难点、堵点，从原料创新、技术升级、制备完善、低碳转型、产业链协作等多方面为行业健康发展提出建设性观点，将进一步推动行业企业创新跃变，走好高质量发展之路。

以创新之笔书写绿色答卷

化纤协会生物基化学纤维及原料分会年会举办

■ 本刊记者_王利

1月23日,在中国化纤产业链创新论坛前夕,中国化学纤维工业协会生物基化学纤维及原料分会年会也于同日举办。行业协会领导、院校专家教授和产业链上下游领军企业代表等共聚一堂,围绕聚乳酸纤维、生物基聚酰胺56纤维、纤维素纤维、蛋白改性纤维素纤维、海藻纤维等生物基纤维及其原料细分品类的发展现状、研发创新、应用领域、社会价值等展开交流,携手探索产业高质量发展新赛道。



年会现场。

发挥平台优势,赋能产业发展

近年来,在国家政策持续利好的环境下,进入生物基材料行业的企业数量逐渐增多,经过数年发展,行业涌现出如安徽丰原、恒天纤维、新乡化纤、凯赛生物等许多领军企业。自生物基化学纤维及原料分会成立以来,充分发挥平台优势,凝心聚力推动行业健康发展。

当前国内生物基行业发展势头良好,越来越多的企业进军生物基领域,然而,新行业、新领域在不断发展过程中难免会面临诸多问题,中国化学纤维工业协会会长陈新伟在会上表示,分会要及时了解企业诉求,对企业难点、痛点进行研究、反馈、解决。

生物基纤维及原料涵盖内容多,发展迅速,比如莱赛尔纤维发展速度快,产量大幅增长,产品品质稳步提升,市场接受度提升,实现部分原料替代进口。聚乳酸纤维取得重大技术突破,海藻纤维荣获多项大奖,菌草纤维技术和应用取得突破。目前,生物基纤维及原料的发展也面临技术提升和下游市场应用推广两方面问题,分会和企业要加强沟通交流,探索如何把利好政策与企业发展相结合,共同推动行业健康发展。

中国化学纤维工业协会项目经理王菲做生物基化学纤维及原料分会工作报告。分会自2013年成立,至今拥有全国生物基化学纤维及原料生产企业、高等院校、科研院所等80余家会员。2023年,分会配合国家部委开展相关工作、开展技术对接及交流活动、组织参与生物基纤维科技成果鉴定会、推进生物基纤维行业标准化建设等,取得一些成绩,但尚需进一步提升为企业、为行业服务的质量。

作为生物基化学纤维及原料分会会长单位,安徽丰原生物纤维股份有限公司在生物基材料,特别是聚乳酸开发应用方面走在前列、干在实处。分会会长、安徽丰原总经理范亚庆提出,希望协会能根据相关政策文件制定具体可行实施方案,对纺织品生物基含量提出具体要求,以此促进生物基纤维的应用,进一步推动生物基纤维材料产业的发展。

破解技术瓶颈,拓展应用领域

随着我国生物基材料生产工艺水平不断提升、产品种类更加丰富,产业化关键技术不断取得创新突破,为拓展应用领域提供了强大的动力和支撑。

皮革工业边角料也能变废为宝?浙江启宏新材料科技有限责任公司总经理戚宇峰分享了公司胶原蛋白改性再生纤维素纤维的环保优势、安全标准和应用领域等情况。该公司的胶原蛋白纤维有三大创新点:一是胶原蛋白来源于皮革工业的边角料再生利用;二是合理设计湿法纺丝工艺,多种条件协作,提高胶原蛋白纤维的物理性能;三是生产工艺均不采用高刺激性的硫酸铵作蛋白质的凝固剂,属于绿色制造、绿色产品。

“伊品生物基因工程技术拥有低成本的赖氨酸、高效催化菌株、低成本绿色提纯技术三大优势,EYLON伊纶®产品具有柔软手感、卓越速干性、特别凉感、抗拉强度高、耐温性优异等性能。”据黑龙江伊品新材料有限公司事业部总经理郑文昌介绍,公司拥有生物发酵专利技术,可生产纯度高达99.9%的生物基PDA、生物基尼龙盐溶液,以及有光、半消光、全消光生物基尼龙切片等,目前已形成动物营养、植物营养、食品营养、生物基材料四大板块的产品结构。

此外,青岛大学海洋纤维新材料研究院院长夏延致围绕海洋生物基纤维性能提升与应用,北京服装学院材料设计与工程学院院长张秀芹、安徽同光邦飞生物科技有限公司总经理孙永新围绕聚乳酸纤维研发创新、产品设计、应用领域等进行分享;新乡化纤股份有限公司总工程师谢跃亭就如何寻找新的生物基材料替代进口原料,如何以新工艺推动生物基材料回收利用提出可行性建议。

大咖同台论道,探索未来之路

在“双碳”目标大背景下,越来越多的化纤企业华丽转身,化身绿色发展先行者。然而,生物基化学纤维及原料如何从实验室走向生产线,最终在市场得以广泛应用推广呢?

2023年12月,深圳光华伟业股份有限公司完成对恒天长江生物材料有限公司的收购,进军纤维领域,完成了生物医用、3D打印、生态纤维和生物降解制品四大应用布局,并进一步打通了聚乳酸化学回收丙交酯、再熔体直纺生产聚乳酸纤维的绿色闭环产业链。深圳光华伟业股份有限公司董事长杨义浒表示,公司已与北京服装学院签订《聚乳酸并列复合纤维合作项目》协议,将以易生新材料为基地,深入探索聚乳酸三维卷曲纤维的生产及应用。

作为国内化纤领域老牌企业,吉林化纤在创新中不断前行,在“竹、碳、长、腈”四大板块均实现行业领先。天竹联盟执行秘书长康志海介绍了吉林化纤集团旗下河北吉藁在竹纤维创新、推广、检测、应用等方面的成果。他表示,下一步将重点研发并推出彩色、原生态、阻燃、循环再利用竹纤维,打通产业链生态闭环,在重点领域放量,携手协会和合作伙伴一起前行。

当前,转向低碳循环经济已成为全球共识,生物基产业是其中重要一环。在行业交流环节,扬州惠通、山东鲁嘉、富艾铂科技、银都拉玛、上海蓝晶、唐山三友等生物基细分领域代表企业也各抒己见,围绕各自优势产品、创新成果、技术难点、应用推广、未来规划等进行沟通交流,希望产业链各环节强强联合,共同打造生物基行业良好生态体系。TA

中国纺织服装大数据中心

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

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

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

●数据采集和整合 ●数据存储和计算 ●数据分析和挖掘 ●数据展示和应用

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



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

商务合作:
中国纺织工业联合会信息化部

王先生 010-85229046 13811957097
宋女士 010-85229513 13683184867
吴女士 010-85229541 13910583128



产才共兴， 纺城柯桥的“人才密码”

■ 本刊记者 边吉洁

2023年，“柯桥纺织”成为行业首个价值千亿级区域品牌，柯桥区位列全国综合实力百强区第九位，实现连续多年的持续晋位，柯桥多家纺企入选2023年度国家知识产权优势企业名单……每一次区域能级的跃升，都离不开人才的支撑；每一次产业竞争力的拔节，都为人才逐梦提供更大的舞台。

纺城柯桥，拥有“市场+产业”的独特优势，柯桥的纺织面料一直是引领全球纺织产业发展的风向标，近年来，在产业发展的战略布局中，越发显现出独特的竞争优势。产业因才而兴，人才依产而聚。面对新的机遇与挑战，柯桥区立足人才驱动，持续发布柯桥区人才新政，深入实施人才多层次资助项目，加速打造“人才链、创新链、产业链”畅通融合，为国际纺都高质量发展提供人才保障、智力支持和科技支撑。

在政府的引领下，柯桥纺企也倾力释放引才留才诚意，通过构建企业发展和人才成长的“双螺旋”，为人才提供更广阔的逐梦舞台，找到实现自己价值的人生方向，为实现“人到柯桥必有为”的行业使命护航。



执企之道，引才育才并行

企业之道，唯在得人。人才是企业发展的原动力，创造着企业的专业能力、创新能力和合作能力。在纺城柯桥，有许多优秀的纺企将人才视为最重要的资产，通过激励与培养，努力把企业价值与员工价值紧密结合，让企业与员工实现共同成长。其中，绍兴岁寒纺织品有限公司正是践行这一理念的典型代表。

岁寒纺织成立于2015年，是一家专注于中高档针织面料，集研发、设计、贸易为一体的面料企业。在人才战略方面，岁寒纺织一贯贯彻落实着“内外兼修”四个字，秉持开放合作的理念，积极引进各领域的专家型人才，吸纳高潜力、高成长的年轻人才。

通过与高校建立紧密的合作关系，开展多样化的校园岗前培训活动，岁寒纺织为广大纺织相关专业学生提供宝贵的实习和就业机会。此外，公司还与高校学生开展项目合作，助力他们的创意和作品孵化落地，为行业不断注入新鲜血液。在岁寒纺织总经理蒋杰看来，通过开展这些合作，不仅为学生的成长提供了有力支持，同时也为岁寒纺织的长远发展储备了丰富的人才资源。

外引内育，双管齐下。岁寒纺织关注现有员工的成长，持续系统、有针对性地开展专业培训，提升员工的专业能力、培养思维方式以及更新行业理念等。同时为了激发员工的内在动力，岁寒纺织采取了高薪酬、高福利政策，通过实行订单业务透明化，让每位员工都能清楚了解每一笔订单的报价、生产、交付等状况，让员工收益与订单的发展紧密相连。“公司实行了‘合伙人’模式，从接下订单起，员工就可以知道自己有多少收益，在享受比例分成的同时也做到责任细分，让员工真正感受为自己奋斗和‘内部创业’的激情。”蒋杰说道。

在精准的人才战略指引下，岁寒纺织采取了一系列有力的措施。近年来，公司实现了独特的“铁三角”管理模式，将业务、生产和设计三大核心部门紧密结合，形成强大的协同效应。各部门通力合作，专业相互支撑，使得岁寒纺织在经营模式上实现了显著的提升。蒋杰表示，岁寒纺织是员工坚实的后盾，会为员工提供个人成长和职业发展的广阔空间，同时员工的力量也将让岁寒纺织在不断变化的市场环境中保持持续发展的核心优势，为公司的长远发展提供强有力的支撑。

双向赋能，合力实现共赢

随着生活水平的提高，消费者对纺织品的需求进一步趋于品质化、多样化、时尚化，并对功能性等附加特质有了更高的要求。为寻求突破，每一家柯桥纺企都寻找着新的拳头产品，而专业设计师的加持成为了促进面料进化的“正确打开方式”。

位于北市场的东润纺织，是一家专注于羽绒服面料开发的企业。在长达15年的经营历程中，公司始终致力于提升面料的性能与时尚度。近年来，东润纺织意识到成立专门的设计部门面临诸多挑战，如专业设计人才稀缺、用人转化率低。为了突破这一困境，东润纺织打开思路，决定与外部设计师展开合作，借助他们的专业力量为公司产品提供更强大的支持。

东润纺织总经理杨淑华告诉记者，近三年来，公司已与十家知名设计师品牌建立了紧密的合作关系。通过合作，东润纺织得以设计出引领潮流的时尚羽绒服单品，并持续推出创新产品。这种合作模式不仅加速了订单的增长，还实现了商业价值的快速转化。

“与那些自带品牌效应和拥有稳定消费者流量的设计师合作，对我们而言是一次正确的选择。这些设计师不仅扮演着创意提供者的角色，更是东润纺织面料的有力‘推广员’。他们不仅为我们带来了设计上的新思路 and 高品质创意，更在无形中拓宽了我们的市场覆盖范围。”杨淑华说道。

据了解，合作以来，东润纺织和设计师一直保持着良好的双向互动。设计师为东润纺织提供创意和市场需求，为公司的产品研发提供宝贵的意见。同时，公司也为设计师提供高品质的面料，助力其创意转化落地，打造时尚展示作品的独特魅力等。这种开放合作、互利共赢的模式提高了东润纺织面料的竞争力，也助力设计师个人品牌成长，赋能孵化爆款作品。

如果说，面料是实现设计师创意的基石，那么设计师就是将无限想象的灵感转化为触手可及的实体的魔法师。面料与设计紧密相连，相互依存，正如面料企业与设计师的合作，共同创造出超越个体之和的价值。这种共生关系催生出无限可能，推动纺织产业持续发展。



柯桥的“经纬计划”吸引来大批人才。

为凤筑巢，助推才尽其用

人才是纺城柯桥建设的重要基石，是推动纺织产业升级的关键力量。近年来，柯桥区通过科技、设计赋能纺织产业，加速完善纺织产业价值链条，推动纺织产业提档升级。为了吸引和培养更多优秀人才，柯桥区推出了一系列创意设计人才“经纬计划”和高层次技术创新人才扶持政策，牢固树立人才优先发展理念，为优质人才搭建逐梦场。

依托“千亿产业”的集群优势和“全球最大”的规模优势，柯桥培育了一大批本土设计企业和设计师品牌，同时也吸引了一批高端研究院和外地设计师相继落户。“独特产业优势、得力的人才新政和优厚的资金扶植，这都是柯桥给予我们的最好创业环境，参加评选、秀演、落户柯桥，都是非常正确的决定。”绍兴柯桥趋时服装设计工作室设计师徐晓燕是近年来被引进的设计师之一，在柯桥落户短短4年，实现了从独立设计到拥有设计品牌、成衣品牌的提升转变，对于未来她信心十足。

2020年，徐晓燕加入西安工程大学柯桥研究院时装设计中心，得益于人才扶持政策与研究院的资源赋能，徐晓燕不断接触优质的面料企业并达成合作，慢慢打开了自己的知名度。目前，徐晓燕已与三元纺织、一米纺织等上百家柯桥面料企业建立了合作关系。此外，她还与企业合作参与了共计5场柯桥时尚周的秀演，在2023年秋季时尚周上，首次推出了自己的服装品牌XIIIIMIIGO，为日后在服装领域的深入发展奠定了基础。

“柯桥是一个充满活力和机遇的城市，对设计师的需求度和包容性非常高，有着广阔的发展空间，同时，柯桥还给予我们足够思考和沉淀的时间，帮助我们找准发展方向，慢慢成长。”徐晓燕表示，柯桥良好的产业环境让她能够充分发挥自己的能力，未来，她将继续做好设计本职工作，努力服务好面料企业，同时也会尽自己的能力帮助年轻的设计师人才在柯桥落地生根。相信未来在柯桥，服装设计师和面料供应商之间的深度合作一定能为柯桥的纺织服装产业带来更大的发展空间。

梧高凤必至，花香蝶自来。柯桥纺织正处于高质量发展的关键时期，比以往任何时候都更加渴望人才、需要人才。在不断完善和优化的人才生态环境下，相信会有越来越多的优秀人才像徐晓燕一样汇聚于柯桥，落地柯桥，共同实现他们的价值与梦想。TA



匠心一片，只为“花”开世界

访绍兴柯桥典丽纺织有限公司总经理赵雅冉

本刊记者_周榆清 文/摄



赵雅冉

十年，用极致匠心描绘出国韵提花的东方之美；十年，实现从默默无闻到闪耀国内外秀场的蜕变；十年，坚持独树一帜的风格致力打造业内标杆……这是绍兴柯桥典丽纺织有限公司成长的十年，也是公司总经理赵雅冉风雨兼程的创业之路。

从没有接受过系统学习的纺织小白，到能够独立研发设计出极具创新力的面料花型行家，再到打造出典丽纺织这样一家供应高定、设计师品牌时尚女装提花面料，专注于研发梭织、染色和色织大提花工艺为主的生产企业，赵雅冉付出了成倍的努力去钻研、去探索、去试错。经过十年的沉淀，如今的她完成了角色的转变，不论是在面料的生产研发，还是企业的经营布局上，都怀揣匠人精神和情怀追求极致，助力“中国制造”走向“优质制造”“精品制造”。

从爱好到工作，让生活更鲜活

初到纺城，赵雅冉在亲戚开办的企业任职，期间负责提花面料的销售。业余时间，她热衷于练习书法、素描，特别喜爱中华传统文化。正因如此，传统的提花工艺与现代时装设计碰撞出的独特美感，让入行不久的赵雅冉沉醉其中，并决心将提花面料的研发和设计视为自己终身的职业追求。

为了追求内心深处的纺织梦，赵雅冉孜孜不倦地研究提花图案设计和织造技术，虚心向纺织行业的专家请教，并在多次实践中积累经验。历经三年多的探索，2013年，掌握提花设计要领的赵雅冉创立了自己的公司。

在大众的普遍认知中，提花面料总是与考究的服装剪裁一起出现，更适合在一些重要正式的场合穿着，然而，赵雅冉创办典丽纺织的初衷却是希望提花面料能够平价化、日常化，“飞入寻常百姓家”。“以‘典’入名，是高贵端庄、超凡脱俗的含义，‘丽’字意指美丽，寓意吉祥。创立典丽纺织就是希望能够让广大女性穿上我们的面料，变得更加自信阳光、幸福美满。”赵雅冉解释道。

在传统文化由内而外的涵养渗透下，赵雅冉也在无形中成为公司面料最好的代言人。或是身着公司面料制作而成的衣服出席各类活动，或是与之搭配的提花饰品和包包点睛日常着装，她的一举一动无不诠释着“优雅”这个词，让人感受到典丽纺织的经营理念。

凭借创新的理念、优质的服务和严格的质量管理，典丽纺织赢得了众多国内外客户的信任，当前在广州中大市场、深圳南油

市场、韩国东大门市场等设立分点，产品常年远销韩国、欧美及中东等多个国家和地区，在全球范围内形成了良好的品牌效应。

练内功、强研发，做“小而美、精而专”的提花面料供应商

如果说一家企业的成功，离不开团队的共同努力；那么一家企业的持续成功，则更离不开领航人对行业风向的准确把握。在赵雅冉看来，做面料好比做菜，创新力是企业的核心竞争力，同时，也要不断打磨其他环节，才能做出“拿手好菜”。

赵雅冉介绍道，典丽纺织的面料生产采用工厂承包制。不同的合作工厂有着不同的工艺优势，公司根据每个工厂的技术强项提出相应的提花生产要求，这样不仅大大提升纺织车间的面料生产效率，前期高效整合的资源也让织造出的面料品质更高，促使后期设计事半功倍。

随着大众品位及生活品质的逐渐提高，市场对提花面料的花型及花色繁复程度的要求也在不断升级。为此，赵雅冉更是下了很多心思。“公司的花型创新灵感20%来自前沿流行趋势、流行色，80%则是从原材料出发不断尝试打磨以及日常采风收集而来。”赵雅冉说道。

为了满足多元化、个性化的市场需求，她常辗转于国内外的艺术馆、博物馆、画展，在开拓视野的同时寻求设计灵感；游览景致别致的美景古迹，到甘肃欣赏敦煌壁画的精美绝伦，到西藏领略神秘高原的文化底蕴，深入体验少数民族风土人情……在赵雅冉一次又一次的亲身实践下，典丽纺织如今保持着每月至少原创30种花型的研发速度，备受客户青睐。

与此同时，不同于大部分企业会将面料色卡直接提供给客户，典丽纺织的色卡只能在调样之后获得，这是赵雅冉对自家产品实力的底气，也建立了一种双向选择的销售机制。“在此模式下，客户调样下单的‘命中率’能够达到80%，公司渐渐筛选出一批忠诚度、要求明确的客户，形成典丽纺织产品小清新、中式轻奢、欧美古典的特色风格。”赵雅冉说道。

近年来，越来越多的面料企业看准“从布到衣”的发展潜能，将目光投放到成衣展示领域，与服装设计师开展紧密合作。赵雅冉也不例外，她带领典丽纺织在国内时尚舞台频频亮相，2023年更作为首批登上米兰时装周柯桥面料企业，受到国际时尚界的广泛关注和赞誉。

“公司的宗旨是做小而精、小而美、小而专的提花面料，接下来我们将创立自己的面料品牌，成立高定系列工作室，争做提花领域的王牌企业。”赵雅冉对未来充满信心，她表示，下一步会与设计师加深链接，以参加海内外服装走秀的形式为典丽纺织的面料引流，让世界看到柯桥面料、中国面料，让中国的提花面料在世界“开花”。TA



Focus / 聚焦

干货满满！柯桥这场分享会教你海外拓客法

近日，第二届韩国首尔纺织面料展拓客交流沙龙暨中国轻纺城海外市场营销分享会在柯桥中国轻纺城集团所属联合市场五楼时尚发布厅顺利举行。典丽纺织、向洋布庄、影响力纺织等面料企业代表，分享嘉宾以及媒体代表等近百人到场参会。本次活动由浙江中国轻纺城集团股份有限公司主办，绍兴市柯桥区金柯桥会展有限公司承办。

活动以“拓圈强链 开辟发展新空间”为主题，特别邀请了知名市场营销讲师陈建志结合前期市场调研和一线数据，立足纺城产业发展实际，围绕聚焦海外纺织市场发展趋势、海外参展要点、展会引流获客技巧等热点话题进行干货分享，同时为第二届韩国首尔纺织面料展做预热宣传。

韩国纺织市场现状如何？企业怎么在海外展会上更好地引流与获客？活动现场，陈建志首先从中国纺织品出口概况、最新韩国时尚现状、2023韩国纺织市场数据、中韩贸易真实现状等方面为在场嘉宾们进行介绍分析，从详实的数据中可以看到韩国市场表现出的潜力；紧接着向企业说明了如何进入目标海外市场、如何接触韩国市场的各类方法措施以及参加专场展会的好处，并针对企业海外参展的展前、展中、展后各个环节作具体指导，让在场企业代表们收获颇丰。

近年来，越来越多的中国企业在政策激励下探索“出海”发展，



沙龙活动现场。

积极实施“走出去”战略，开拓新兴海外市场。其中，系列海外展会的举办，为拓展企业的目标市场范围，增加企业利润、助力企业技术升级和生产率提高等方面产生了积极作用。

对柯桥纺织企业来说，海外市场蕴藏着无限可能，出海浪潮已势不可挡，然而机遇与挑战并存，唯有洞悉趋势，才能更好地把握住方向。此次活动精准点拨，帮助企业拓展了国际视野，“手把手”教企业如何在海外展会上洽谈好生意、服务好客户，为企业高效拓市接单，延伸柯桥纺织产业链触角提供了重要参考。(周榆清 文/摄)

探索爆款时尚，助企提升产品企划

近日，中国纺织面料流行趋势——产品企划时尚沙龙在绍兴柯桥中国纺织信息中心浙江分中心举办。来自格沃纺织、盛世天宇、宇华控股、晶远创意、三阖纺织等柯桥面料企业的30余位企业负责人、开发人员、销售人员共同探讨产品企划的关键策略，从风格定位、研发流程、研发模式和结构策略等多个方面进行了解和交流，以期提升企业的自主研发能力，更好地满足下游需求。

活动中，K-Maker创始人、创意总监，中国纺织信息中心浙江分中心特邀趋势专家李勇向柯桥的面料企业强调了关注终端消费需求的重要性。他表示，品牌策略需根据当地自然与人文条件，深入研究目标人群的消费心理。季度主题设计的关键在于主题风格、重点面料、流行廓形、潮流颜色和辅料细节五大元素的相互匹配；品牌应丰富其产品线，开发形象款，以前瞻性风格占据中高价位市场；流行款应与当季主体风格相符合，作为品牌的主营项目；而基础款则能吸引更广泛的客户。

臻旺针织有限公司品牌VP穆雨欣表示，公司紧跟时尚潮流，密切关注当下流行的静奢风、老钱风等趋势，并计划进军成品布领域。通过参与此次活动，深刻认识到了影视业界和时事热门内容对穿着时尚的巨大影响，将影响其公司对面料产品的开发方向。

本次沙龙深入剖析了产品热销背后的逻辑，为企业代表提供了构建产品思维的系统方法，为柯桥面料企业的产品策划与经营提供了一条切实可行、可靠且充满希望的新路径。未来，中国纺织信息中心浙江分中心将持续关注柯桥纺织企业的成长，深化时尚创意服务内涵，助力企业制定适应终端消费者需求的品牌策略，以贴近市场的纺织创新产品开拓新市场，实现新的突破。(边吉洁)

柯桥区7个项目入选2024年度省级“尖兵领雁+X”研发攻关计划

近日，浙江省科技厅下达了2024年度“尖兵领雁+X”研发攻关计划立项项目公告，柯桥区共有7个项目入选，涵盖了生态环保、服装面料、特色新材等领域多个“卡脖子”关键核心技术。

浙江省自组织实施省“尖兵”“领雁”研发攻关计划以来，大力推进“项目、平台、人才、资金”创新资源一体化高效配置，设立“尖兵计划”、“领雁计划”、重大社会公益等专项。其中“尖兵”“领雁”研发攻关计划重点面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家和浙江重大需求、面向人民生命健康，开展重点技术领域的前沿科学问题研究、重大关键核心技术攻关、重大社会公益性研究、重大国际科技合作等研究活动的科技计划，旨在解决一批关键核心技术和科技瓶颈问题，推进科技高水平自立自强。

浙江津膜环境科技有限公司研发的《水处理分离膜材料研发与应用—高效新污染物去除复合膜材料制备关键技术与应用》，专注于工业废水处理及资源化领域，通过构建以“膜技术”为核心的整体解决方案，精准满足各类细分市场的需求。

此外，其他6个项目均由浙江省现代纺织技术创新中心推出。值得一提的是，数字时尚团队在浙江省现代纺织技术创新中心未来纺织技术方向研究核心成员钱狄青的带领下，与企业紧密合作，共同研发服装与数字时尚产业链的关键技术，通过建立数字成衣中心、数字面料中心、数字展厅以及数字内容服务中心，树立了纺织产业与数字技术完美融合的行业典范，为企业带来了前所未有的竞争优势。

近年来，柯桥区始终将科技创新和人才强区置于首位战略，加强高能级的创新平台建设，集中力量解决“卡脖子”技术难题，全力推动“315”工程，通过引进顶尖人才资源，深化政产学研的协同攻关，在科创赛道上不断加速，攀上新高峰。(边吉洁)

领军者说

宁纺集团总经理 徐建林：

发力科技、锁定智能，为实现“五年倍增”开好局、起好步

■ 本刊记者_郭春花



徐建林

近日，宁纺集团举办了2023年度总结表彰大会。宁纺集团总经理徐建林代表集团作题为“打赢增长 决胜2024”的讲话，回顾了一年来的发展业绩，并明确了2024年的经营目标和主要措施。

2023 一路走来成果喜人

徐建林介绍，刚刚过去的2023年，是宁纺建厂50周年，也是奋斗再出发、再启新征程的一年。一年来，面对经济恢复缓慢、市场需求不振等复杂严峻的经营形势，

企业上下同心，抓机遇、闯难关，效益稳中有升，特别是上缴税金1.16亿元，同比增长9%，创历史新高。

过去的一年，企业发展步伐坚实。在数智转型方面，引进了筒纱自动打包机、高速整经机、全自动拍绒拍棉机、全自动拉布机、电脑平缝机等自动化、智能化装备；在科技创新方面，荣获首届河北省政府专利优秀奖、中国服装专利银奖、全国商业科技进步奖；在管理提升方面，通过推行精益管理，累计提交改善提案1496个，降低成本148.5万元；在文化建设方面，立足50年的发展，总结提炼出具有宁纺特点的六条基本经验和十大企业精神，编印了《宁纺五十年》丛书。

过去的一年，宁纺集团各经营单位勇于创新，亮点纷呈。广和纺织新开发的被誉为“棉中贵族”的匹马棉高品质纱线再一次抢占市场竞争高地。棉织分公司在巩固军品市场的同时，继续在金属防静电功能化领域精耕细作。

过去的一年，企业赢得广泛社会赞誉，先后荣获“全国纺织行业劳动关系和谐企业”“河北省诚信企业”“河北省民族团结进步示范单位”等诸多荣誉称号，董事长苏瑞广荣登“河北省道德模范榜单”。

2024 目标已定勇毅前行

徐建林表示，现在我们已经跨入了新的一年。当下尽管市场依旧低迷，但我国经济持续向好的基本面没有改变。我们要振奋精神，坚定信心，

踏雪寻梅，危中求机。

2024年，我们要坚持“以人为本，科技赋能，守正创新，绿色发展”的经营总方针，以更强的韧性和耐力，实现增长，决胜2024，为实现“五年倍增”开好局、起好步。

要以市场销售为龙头，加快业务开拓，推进客户高端化。强化业务龙头地位，加快招兵买马，建设一支销售“铁军”；加快业务关口前移，把根据地建在市场最前沿，多到国外参展，抢占高端市场。

要以数字化、智能化为方向，加快产业转型，推进装备高端化。2024年确定为企业的“数字化提升年”，在集团内全方位推动数字化、智能化转型升级。同时，棉织分期完成64台喷气织机升级改造；奔发制衣要完成高速电脑平缝机改造、自动裁剪机改造等工作。

要以科技创新为路径，加快技术进步，推进产品高档化。瞄准专精特新和市场需求，开发高档色织用纱、丝光针织用纱，高支高密、特殊纤维面料，高端医护面料、阻燃面料、仿棉面料等高附加值产品，提高服装自主研发水平，承接ODM订单。

要以管理升级为抓手，加快降本提质，推进管理精益化。要进一步强化精益思维，凝聚全员智慧，减少浪费，推动综合成本降低5%以上；推进“数字阿米巴”扩面工程，深挖经营潜力，释放经营活力；继续开展后勤帮扶一线活动，及时化解难题，助推经营提升。

要以人才培养为引擎，加快梯队建设，推进团队高效化。坚持文化留人、待遇留人、事业留人、感情留人，引进一批大学生和高端人才；加强内部培养，为更多符合条件的人才申报技师和专业技术职称，建设一支更具战斗力和凝聚力的优秀团队。

要以“安全”“环保”为底线，加快护航保障，推进发展平安化、绿色化。认真落实好《安全生产目标管理责任书》，利用信息化等手段，紧紧抓住关键少数、薄弱环节、“弱势”群体和特殊时间节点，补短板、强弱项，巩固安全生产良好态势；要坚持“一厂一策”，严抓细管，确保污染物长期稳定达标排放。

要以“以人为本”为宗旨，加快“幸福工程”建设，推进企业和谐化。徐建林最后指出，汗水浇灌希望，奋斗成就梦想，宁纺集团将奋力拼搏，只争朝夕，打赢增长，决胜未来，为企业“高端化、智能化、绿色化”高质量发展，为打造“百年宁纺”而努力奋斗。TA



2024年是阳光集团转型升级、实现高质量发展的再出发之年。

江苏阳光集团党委书记 陈丽芬：

与时俱进、砥砺前行，阔步迈向新征程

■ 本刊记者_郭春花



陈丽芬

岁序更迭，华章日新，2023年跌宕起伏，俄乌冲突、巴以战争、日本核污水排海……世界百年变局加速演进，全球产业链供应链遭受冲击，各种不确定、不稳定因素逐渐增多。

江苏阳光集团顶住外部压力，以“稳中求进、稳中向好”为工作总基调和目标，深耕纺织服装主业，持续放大人才、技术、质量、产品等优势资源的集聚裂变效应，科技创新能力、市场开拓能力、综合竞争能力得到进一步提升。

近日，江苏阳光集团党委书记陈丽芬在接受采访时回顾了企业在2023年取得的一系列成就，并对2024年的发展做出了重点规划。

2023 科技创新、智改数转再上新台阶

一年来，在深耕细作、统筹兼顾中，阳光集团保持纺织服装主业向上向好。纺织和服装板块统筹协调，相互耦合，从生产效率到产品质量，从品牌管理到售后服务，搭建电商平台，为电力、电网、国家移民管理局及银行、税务、海关等企事业单位提供“一站式”制装服务，通过“工艺更新、技术迭代、品质提升”等手段，不断提升客户满意度和品牌知名度。

一年来，在科技创新、智改数转中，阳光集团保持发展动能快速积蓄。以“双碳”目标为战略导向，由阳光集团研发的“羊毛羊绒聚乳酸纤维系列面料”获评“国际先进水平”，发明专利“一种羊毛织物的保形整理方法”申请并获中国纺织工业联合会优秀专利金奖，获国家知识产权局中国专利优秀奖。以智改数转为主攻方向，阳光集团产业链高端化、现代化水平全面提升，先后被国家工信部认定为“单项冠军企业”“绿色工厂”“工业产品绿色设计示范企业”等，“精纺呢绒纺织一体化数字车间”获评2023年度中国毛纺织行业智能制造典型范例。以标准化建设为引领，阳光集团获批准筹建的“江苏省纺织技术标准创新基地”于2023年高分通过验收，为纺织行业技术、产品、服务、标准等方面提供技术平台支撑。

2024 绿色化、智能化、高端化、融合化发展

2024年是实施“十四五”规划的关键一年。国际形势变乱交织，国内经济大循环依然存在堵点。在诸多不确定性的环境中寻找确定性，才能实现企业稳定、健康、可持续的发展。

新的一年，阳光集团将准确把握“破”与“立”、“稳”与“进”的关系，在产业绿色化、智能化、高端化、融合化发展过程中成长、突破，助力纺织现代化产业体系建设。

乘势而上，加快智改数转步伐。阳光集团将持续推动工业互联网等设施建设，以创新链和数据链为抓手，建设全链条数字化管理系统，在高效提升公司管理能力和应变能力的同时，持续为纺织行业各企事业单位打造公共服务平台；加速融入数字经济，依托阳光集团37年来形成的规模宏大的生产支撑系统和面料服装数据，做好数据资源管理和积累，充分挖掘与发挥数据价值，构建全沉浸式、全要素、全体验的全新数字工业生态，努力把阳光集团建设成为高端化、智能化的纺织服装制造企业。

顺势而为，提高企业绿色发展水平。以“双碳”目标为牵引，阳光集团将持续践行绿色低碳发展理念。立足“绿色+数字”融合路径，以创新技术和数智化手段实现绿色发展；在低碳转型、污染防治、资源综合利用、绿色制造体系建设等方面持续发力，形成资源循环型产业体系；着力强化产品研发、生产过程、客户服务全流程、全生命周期绿色管理，让绿色低碳成为企业的核心竞争优势。

勇立潮头，坚定实施创新驱动发展战略。阳光集团将继续推进卓越绩效管理模式，聚焦纺纱新技术、数字化纺织、纺织生物技术和高端纺织品等领域，充分利用“一站三中心”科技创新平台与国际标准化秘书处工作平台，加大技术研发的投入力度，持续提供高附加值、高性价比和绿色、低碳的产品，始终成为市场潮流的引导者和带头人。

奋楫笃行，深入实施品牌发展战略。始终聚焦纺织、服装产业发展前沿趋势，练内功、强本领、提质效，积极打造阳光自主高端品牌，着力提升产品科技含量和品牌附加值。靠市场培育品牌，用质量维护品牌，以科技提升品牌，让标准铸就品牌，全方位、多角度讲好阳光品牌故事。

时代潮起催奋楫，激流勇进再扬帆！陈丽芬表示：“2024年是阳光集团转型升级、实现高质量发展的再出发之年，我们将持续加快数智化转型步伐，着力加大科技创新力度，完整、准确、全面贯彻新发展理念，以新担当、新作为实现高质量发展，为全面推进中国式现代化建设作出新的更大贡献！”TA





罗曼罗兰时尚集团董事长 徐德荣：

坚持打造专业细分品牌的企业发展之路

■ 本刊记者_陶红



徐德荣

“有品牌才能有未来，夯实专业根基，聚焦细分领域，才能取得成功。”这是苏州罗曼罗兰时尚集团有限公司董事长徐德荣一直坚持的发展理念。

2023年是苏州罗曼罗兰时尚集团有限公司成立的第十年。十年来，公司始终坚持将“实业+品牌”作为企业持续发展源动力，坚守“从一根丝到科技时尚纺织品”的目标，组建了涵盖新特种纤维、立新纺织科研、新曼新纤维男装面料、罗曼罗兰新纤维女装面料、罗曼罗兰户外新材等多个细分领域的专业团队，

不仅为企业高质量发展奠定了坚实基础，也获得了中国纺织工业联合会“功能时尚面料产品开发基地”等多项殊荣。

2024年，开启新十年的罗曼罗兰将如何谋篇布局再创新高？对此，徐德荣又有着怎样的新设想、新谋划？

以创新驱动发展，筑牢核心竞争优势

创新是一个企业提升竞争力的重要途径和手段。2023年，罗曼罗兰围绕纤维创新和设计创新发力，筑牢核心竞争优势。

在纤维创新方面，罗曼罗兰利用自身纺织产业链优势，不断加大研发投入，引进中试设备，不断探索先进的技术应用落地，同时加强与相关纤维研发机构合作，在纤维功能改良上下功夫。比如通过添加助剂，增加纤维的抗紫外线、凉感、吸光发热等功能，开发出了一系列功能性纤维产品，如锦纶石墨烯发热材料、锦纶火山岩、锦纶气凝胶等系列面料。

“公司在进行新纤维产品创新和升级的同时，也在纱线应用上叠加各种织造工艺，以此提高罗曼罗兰差异化面料在细分市场的竞争力。”徐德荣表示。

在工艺设计、花型设计等方面，罗曼罗兰在香港和上海设立两大创意设计团队，持续助力集团旗下庄面印象艺术面料、东纺智造创意纺织品、罗曼罗兰生态家纺三大时尚纺织品牌的成长。

“从成立之初，庄面印象就将‘专注花型的时尚面料’作为品牌定位，从‘一根丝的研发’到‘原创花型设计’，通过现代纺织工艺，坚持打造‘原创荟’印花、‘织言花语’提花、‘织言绣语’绣花三个方向的细分艺术面料。其中，印花板块很有特色，始终围绕小批量、定制快反进行原创设计、快速定制。”徐德荣介绍。

值得一提的是，庄面印象还拥有自己的微信小程序，里面有3D试衣间，设计师可将选定的面料进行不同款式的搭配；一旦确认下单，小批量定制化的快反生产可以做到5—7天出货，大大节约了设计师从打样到大货定制的时间成本。据介绍，自2023年以来，庄面印象已开发各类原创面料1000多款，其中有200多款面料已申请版权。

以科技赋能产业，推动行业高质量发展

数字化转型是纺织服装企业提高盈利能力和品牌价值，实现转型升级的重要途径。罗曼罗兰自2020年起着手进行数字化改革，从生产端的面料开发速度、印花色系开发到终端的提升客户体验、高效开拓海外销售市场，

罗曼罗兰实现了数字化产业链全链路升级。2023年，央视对罗曼罗兰数字化转型进行了专门报道；凭借数字化转型，罗曼罗兰成功上榜“2023年中国纺织行业年度十大科技驱动榜样”。

在生产环节，罗曼罗兰时尚集团引进了数字化选稿平台，拥有50万个不同的花型素材，通过AI技术和人工整合，将开发周期缩短到几天甚至几分钟，可以做到1米起订的高效小批量生产模式。

在与上下游对接环节，罗曼罗兰借助数字化科技增强了服务品牌客户的能力。一方面，罗曼罗兰通过style 3D技术，模拟面料转化成衣的效果，让客户可以直观感受到面料样式，减少开发成本；另一方面，罗曼罗兰将模拟的面料和客户的style 3D端口进行链接，让品牌服装客户直接选用模拟的成衣款式图，节省时间成本。

此外，罗曼罗兰还通过数字化面料产品，与线上的海外客户需求进行高效匹配，增加了成单机率，借此开拓了国际化销售渠道。下一步，罗曼罗兰将继续深化数字化科技改革，不断提升企业竞争力，推动纺织服装产业的高质量发展。

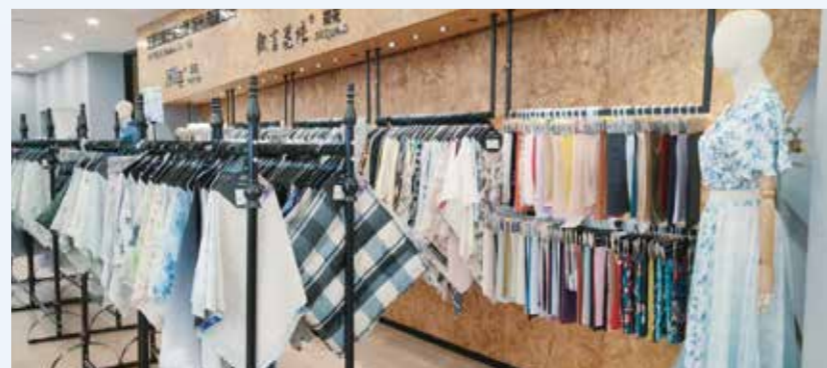
以品牌聚焦未来，助推区域品牌建设

自2023年盛泽全面启动品牌建设工程以来，区域品牌“盛泽织造”集结了首批优秀面料企业，成功打造出品牌建设的第一梯队，罗曼罗兰便是其中之一。

“2024年是‘盛泽织造’品牌建设年。”徐德荣表示，作为盛泽织造品牌促进会会长单位，罗曼罗兰时尚集团将继续围绕纤维创新和设计创新展开工作，并与其他优秀品牌企业抱团合作；将继续坚持高质量发展，开发更多功能的纤维产品，提高产品的附加值和竞争力；积极拓展海外市场，加强与海外合作伙伴的沟通和合作，推动公司的国际化发展；加强产业链上下游的合作，推动产业协同发展，提高罗曼罗兰在整个纺织行业的竞争力；加强原创花型设计的版权保护，根据客户的实际需求持续改进印花面料产品。

同时，罗曼罗兰将进一步加强技术研发和创新，推动新质生产力的发展，建设纺织现代化产业体系，实现数字化转型；持续优化人才团队，加强与高校、研究机构的合作，引进先进的技术和设备，提高公司的核心竞争力。

作为盛泽织造品牌促进会会长，徐德荣也明确表示，2024年盛泽织造品牌促进会将紧紧围绕“政府部门+促进会+品牌企业”模式，以一个区域品牌带动多个企业品牌的方式，加强与设计师协会合作，打造百家企业品牌，助推盛泽打造世界级高端丝绸纺织产业创新集群，积极推动区域纺织产业创新和时尚发展，通过企业间科技、绿色发展以及时尚资源的结合，促进传统纺织产业向智能化、绿色化和高端化的方向发展。TA



凯喜雅集团董事长兼总裁、国际丝绸联盟主席 张国强：

以科技赋能丝绸，传承与创新并举

■ 本刊记者_郭春花



凯喜雅集团董事长兼总裁、国际丝绸联盟主席张国强（左）在海外考察交流。

律回春晖渐，万象始更新。在刚刚过去的2023年，面对复杂严峻的国内外经济形势，作为国内丝绸行业的领军企业之一，凯喜雅集团践行初心、担当使命，秉持“丝绸行业的引领者、品质生活的创造者”的企业愿景，致力于“丝绸大纺织全产业链”和“蚕桑生物科技产业链”的建设发展，稳步推进位于柬埔寨西哈努克港、磅士卑、越南平阳、隆安等地的海外生产基地建设，并在全球范围内扩大和优化产业链供应链价值链布局，推动集团高质量发展行稳致远。

为全球茧丝绸产业贡献一份力量

在过去的一年，凯喜雅作为国际丝绸联盟（ISU）发起单位、主席单位，积极加强与国际丝绸纺织行业组织和政府部门的交流互动和跨界合作。凯喜雅集团董事长、总裁，国际丝绸联盟主席张国强率团先后调研了意大利、瑞士、法国、泰国、越南、柬埔寨、日本等国，以及云南、四川、重庆、山东、江苏等地的丝绸产业和行业协会，考察走访了当地代表性的丝绸企业，为构建集团更加全面、高效的全球化供应链体系，同时也为进一步促进国内茧丝绸产业上下游企业协同发展、互利共赢，推动全球茧丝绸产业可持续发展贡献凯喜雅的一份力量。

在过去的一年，凯喜雅大力践行纺织绿色制造行动，推动产业高端化、智能化、绿色化转型，积极履行社会责任。2023年，凯喜雅与美国塔夫茨大学就生物医药方向开展技术交流合作，与浙江理工大学合作开展《数智背景下艺术与虚拟科技融合设计技术与应用》等资深设计教师团队“尖兵”“领雁”计划重大技术攻关项目，与浙江理工大学合作共建教育教学基地，与苏州大学合作共建国家纺织工程实验室。

此外，凯喜雅紧紧围绕蚕桑版块产业发展战略目标，重点参与开展了《高品位雄蚕茧生产关键技术研发与产业化》《集团信息化溯源（蚕桑、缫丝版块）建设》等多个项目，其中《高品位雄蚕茧生产关键技术研发与产业化》荣获中国纺织工业联合会科技进步奖一等奖。这些项目的开展为凯喜雅蚕桑版块优质蚕桑品种的筛选提供科学数据支撑和研究基础，也为后端丝绸纺织产业链的延伸和可持续发展提供原料基础保障。

助力“双碳”目标，践行绿色发展

与此同时，凯喜雅持续研发绿色、低碳、可持续纤维面料和技术，在无水染色、回收丝、桑纤维等方向上不断探索和创新。经过不懈努力，凯喜雅已率先完成Innosilk®可机洗真丝面料的量产配方与工艺研制，在全产业链各环节拥有自主知识产权。通过产业链协同，凯喜雅获得了全球回收标准GRS认证，发掘出多家具备GRS认证资格的真丝再生原料加工工厂、纺纱厂。同时，集团研发的再生丝绸梭织面料被评为2023年浙江省优秀工业产品，以回收丝为原料开发设计的再生丝绸面料“新生”荣获“2023第六届中国生态环保面料设计大赛ECO材料产品开发大奖”三等奖。

为积极助力“双碳”目标，凯喜雅在“2023全球纺织碳中和国际峰会”上作为首批倡议单位，参与了“纺织全产业链碳足迹信息公示平台”启动仪式；协同国际丝绸联盟专家团队，开展茧丝绸全产业链生命周期评价，已先后完成桑蚕、缫丝、织造和印染环节的碳足迹/水足迹核算。

文化丝绸，奏响中国时尚新乐章

在过去的一年，凯喜雅以科技赋能古老丝绸，多维度创新产品，传承与弘扬丝绸文化。2023年3月，凯喜雅携手故宫文化创意产业有限公司联合推出了“锦绣岁贡”高端丝绸品牌，以丝绸面料、丝绸服装、丝绸礼品三大产品线为主，多面辐射丝绸产业的各个领域。“锦绣岁贡”品牌应用保真溯源系统，利用区块链技术严格把控丝绸产品每一个流程关键点，在产品吊牌上加装智慧芯片，确保每一件产品在出厂前都有据可查且真实可信，并最终通过手机触碰或扫码的方式显示在用户终端上，给予消费者全新的数字应用体验。

同年10月，凯喜雅携手中国时装设计“金顶奖”获得者武学凯在上海时装周开启“国色东方”系列时装秀，将600多年的故宫文化和中国传统的制式服装以全新的解构方式，融合到更多元化、深度的场景中，让“锦绣岁贡”新中装展现出更适合当代人生活场景的国潮表达。勤于耕耘，获于丰盈。过去的一年，凯喜雅产品开发取得可喜成绩，多款丝绸产品荣获“2023中国国际面料设计大赛金奖”“2023年度十大类纺织创新产品”“2023中国丝绸宣传展新产品金奖”“2021—2022浙十年·浙设计TOP100产品”等纺织领域重要奖项。

过去的一年，透过杭州亚运会，世界认识了活力浙江，看到中国式现代化的万千气象，同时也对杭州传承千年的文化符号大为震撼。凯喜雅作为行业领军企业，有幸参与亚运盛会的服务工作。受浙江省政府委托，设计与制作国宾夫人丝绸礼送给各国元首夫人，同时也为西湖国宾馆亚运会接待任务打造了“国宾壹号”礼——“此湖勾留”系列产品，凯喜雅用科技赋能古老丝绸，焕发蓬勃生机。通过传统与现代的碰撞、文化与智能的结合，凯喜雅向世界展示中国丝绸在传承与创新之路上的无限可能，奏响跨文化交流与合作的新乐章。

展望未来，凯喜雅集团将继续以乘风破浪的姿态，以创新驱动和可持续发展为核心，锻长板、补短板，增强全产业链整合能力，持续提升核心竞争力，为世界呈现更多精彩的丝绸故事，为全球丝绸产业的繁荣发展做出更大贡献。TA



聚众力，拓宽鲁锦产业化道路

■ 本刊记者_陶红

作为齐鲁大地的民间织锦，鲁锦织造采撷天地万物的美感意蕴，在历史的长河中源远流长；作为中国非物质文化遗产的代表之一，鲁锦以其丰富多彩的图案和精湛的工艺，在文化传承的道路上焕发出绚丽的光彩。

“2023年，山东发挥学术及产业资源优势，提炼鲁锦经典内涵进行再设计，推出了2023年五大纹样，并筹备成立了山东省鲁锦产业高质量发展联盟，搭建行业共同协作平台，聚焦高端化、时尚化、个性化、品牌化消费发展趋势，开发形成六大系列1000多种鲁锦创新产品。”山东省工业和信息化厅轻工纺织产业处处长管晓艳在采访中表示，只有让人们去了解历史、探究历史，拓展对非物质文化遗产的认知深度与广度，才能增强人们传承与发展非物质文化遗产的使命感和紧迫感。“通过产业化、市场化，让鲁锦元素走进人们的日常生活，让这朵东方文明之花以崭新姿态拥抱世界，探索出一条既守住传统内涵、又融入时代元素的鲁锦振兴发展道路，是我们一直在做的事情。”

优政策、搭平台，持续推进鲁锦产业振兴工作

2023年，山东省工业和信息化厅联合13部门印发《推动鲁锦产业振兴发展的若干措施》，提出强化创意设计、改进制造能力、优化供给质量、积极开拓市场、注重传承保护、完善保障体系等6个方面20条措施，建立省市县三级联动机制，一体化谋划推进鲁锦产业振兴发展，推动鲁锦产业进入快速发展期。同时，联合省艺术学院成立专项课题组，历时8个多月研究撰写了鲁锦专题报告，形成鲁锦产业保护发展的百科全书。深入菏泽、济宁等鲁锦文化历史悠久的地区，对纹样图案、色彩搭配等要素进行挖掘整理，累计整理民间纹样图案300余种，形成基础色线24种，进一步打开了鲁锦的文化内核。

“2023年已推出五种纹样，这五种纹样流传比较多、与现代生活结合较为紧密，因此我们对其进行了矢量化和数字化研究。”管晓艳表示，这一方面挖掘保护了鲁锦技艺，归纳提炼了鲁锦的精神内核和文化内涵；另一方面一定程度上解决了鲁锦纹样无法复制再设计和市场化较难的痛点。

此外，山东省工业和信息化厅还推动高校、企业等70余家单位联合成立鲁锦产业高质量发展联盟，依托山东省服装设计协会、省艺术学院，分别成立了鲁锦产业中心和研发设计中心，明显提升了创意设计、时尚发布等方面的服务水平；积极引导大染坊、宝恩皮具等省内优质企业，跨界加入鲁锦产品研发制造，有力提升鲁锦产业的创新能级；研发上线了“锦尚齐鲁”应用小程序，策划开展鲁锦展销推介、线下订购会等特色鲜明的活动，在讲好鲁锦故事中提升市场占有率。

2023年是硕果累累的一年。作为工信部、山东省政府联合举办的中德（欧）中小企业交流合作大会的配套活动，2023鲁锦风尚展有力提升



山东以一系列行动助推鲁锦产业发展。

了鲁锦的影响力和知名度，取得了务实成果。鲁锦风尚展再次让人们看见了这个千年产业的新活力，山东鲁锦产业正迎来新的发展机遇。

强品牌、铸链条，深入推动鲁锦产业高质量发展

“2024年是攻坚克难的一年。”管晓艳表示，这一年，山东省工业和信息化厅将持续深入推动鲁锦产业高质量发展。一是潜心培优鲁锦品牌，聚力打造时尚山东地理标志；二是全面塑造产业链条，聚力打造纺织服装新增长点；三是深度激发消费活力，聚力打造快销热卖爆款产品。

谈及具体做法，管晓艳表示，一方面积极实施品牌提升行动、品牌宣传行动、品牌IP打造行动。持续完善品牌管理体系，积极组织参评“好品山东”品牌、注册山东鲁锦地理标志；利用广播电视、微信公众号等平台，加大鲁锦产业特色宣传；依托鲁锦产业高质量发展联盟等平台，每年重点推出若干经典纹样，不断打造鲁锦文化IP。

另一方面，持续加强新品研发，突出提升设计能力，深入推进技术改造。推出面向不同客户群体的特色产品，着力构建日常购买使用的时装类、鞋帽类、家具类、壁挂类产品体系；依托“省长杯”工业设计大赛纺织服装分赛等平台，积极培养产业设计人才；组织鲁锦企业对外深化互动交流；依托协会、高校、企业等力量，对传统鲁锦织造技艺进行创新研究。

此外，还将强化消费体验、深化数字营销、开拓外贸市场。将鲁锦产品纳入文旅惠民消费范围，组织企业参加中国非遗博览会、成都国际非遗节等重大活动；依托“山东制造·网行天下”“中华老字号（山东）直播嘉年华”等专项行动，组织开展鲁锦线上订货会系列活动；发挥意大利工业设计协会等知名机构作用，在广泛交流合作中提升发展活力。

2024年年初，山东省鲁锦产业高质量发展联盟成立大会在济南举办，联盟制定了七大工作计划：一是做好鲁锦文化研究工作，二是开展鲁锦技艺传承工作，三是举办产品创新设计大赛，四是塑造中国鲁锦品牌，五是促进鲁锦产教融合发展，六是做好鲁锦文化宣传工作，七是推进国际交流合作。

作为协同发展、要素集聚、国际合作的平台，山东省鲁锦产业高质量发展联盟必将为鲁锦产业高质量发展贡献智慧和力量。谈及此，管晓艳表示，联盟成立能更好的利用高校设计资源，以多元设计赋能鲁锦市场化发展，也能更专业、全面地助力鲁锦产业化升级。以手工振兴赓续文化传承，以工业振兴推动产业蝶变。齐驱并进，继往开来，在传统内涵中注入现代活力，让鲁锦元素重新成为中国人的生活美学，让古老的东方文明在国际舞台绽放光彩。TA



广州中大门,时尚中国南大门。

中大门
ZHONG
DA
MEN

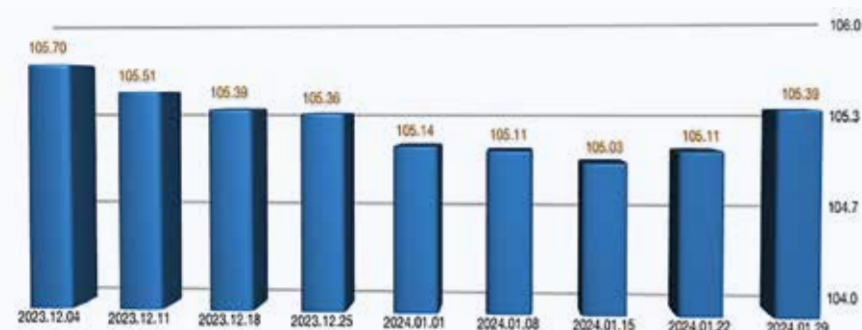


农历年终行情小升 价格指数小幅上涨

20240129 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20240129 期纺织品价格指数收报于 105.39 点, 环比上涨 0.27%, 较年初上涨 0.24%, 同比下跌 0.96%。

总价格指数



近期, 中国轻纺城农历年终行情小升, 其中: 原料市场价值量环比推升, 坯布市场价值量环比上涨, 服装面料市场布匹价值量环比小升, 家纺类产品成交价值量环比持平, 辅料价值量环比上涨。

原料价值量环比推升, 涤纶环比上涨, 纯棉纱环比推升

据监测, 本期原料价格指数收报于 82.79 点, 环比上涨 0.39%, 较年初上涨 0.93%, 同比下跌 0.65%。

聚酯原料环比推升, 涤纶行情环比上涨。本期涤纶原料价格环比上涨, 华东地区 PTA 现货主流 6009 元/吨, 环比上涨 195 元/吨左右; MEG 主流 4692.5 元/吨, 环比上涨 7.5 元/吨左右; 聚酯切片市场报价环比上涨, 江浙地区半光切片现金或三月承兑 6975 元/吨左右, 环比上涨 175 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨, POY 报价 7700 元/吨, 环比上涨 175 元/吨; FDY 报价 9100 元/吨, 环比上涨 200 元/吨; DTY 报价 9000 元/吨, 环比上涨 150 元/吨。本周国内涤纶长丝市场价格环比上涨, 江浙地区主流涤纶长丝工厂接单成交局部回升, 涤纶原料成交走势环比推升, 因农历年终备货环比增加, 涤纶长丝价格环比上涨。

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 7400 元/吨, 环比上涨 100 元/吨。纯涤纱市场报价环比上涨, 32S 纯涤纱报 11750 元/吨左右, 环比上涨 100 元/吨; 45S 纯涤纱报 12700 元/吨左右, 环比上涨 200 元/吨。

纯棉纱价格环比推升, 人棉纱价格环比上涨。近期, 萧绍地区纯棉纱市场成交环比推升, 价格环比上涨。气流纺 10S 纯棉纱报价 15050 元/吨, 环比上涨 50 元/吨; 普梳 32S 纯棉纱报价 23000 元/吨, 环比上涨 360 元/吨; 精梳 40S 纯棉纱报价 26320 元/吨, 环比上涨 520 元/吨。国内纺织厂订单局部增加, 纯棉纱行情环比推升。纯棉纱市场气氛尚可, 价格环比上涨。农历年终随着织厂棉纱原料的备货增加, 棉纱需求环比增长; 春节前备货和外单下达带动下需求边际好转, 织厂开机率继续提升。部分织厂计划放假, 最近对棉纱的备货显著增加, 坯布库存也有所下降。

近期, 粘胶短纤原料价格环比上涨, 粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13150 元/吨左右, 环比上涨 200 元/吨。下游人棉纱市场延续调整走势, 市场成交环比增加, 人棉纱整体市场行情推升, 纱厂报价环比上涨。30S 人棉纱价格报 17050 元/吨左右, 环比上涨 270 元/吨; 40S 人棉纱报 18200 元/吨左右, 环比上涨 300 元/吨。

坯布行情环比回升, 价格指数环比上涨

据监测, 本期坯布价格指数收报于 119.19 点, 环比上涨 0.46%, 较年初下跌 0.76%, 同比下跌 3.80%。

近期, 坯布市场营销环比回升, 连日成交呈现环比上涨走势, 坯布厂家订单环比回升, 坯布价值量环比上涨。其中: 化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回升, 涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶约坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价值量明显回升; 天然纤维坯布需求明显回升, 纯棉纱卡坯布、纯棉帆布坯布、

纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交明显回升; 拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比小升, 价格指数环比小涨

据监测, 本期服装面料类价格指数收报于 116.74 点, 环比上涨 0.14%, 较年初上涨 0.25%, 同比下跌 0.04%。

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小涨。其中: 涤纶面料、涤毛面料、涤粘面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉面料成交价值量不等量上涨; 拉动服装面料价格指数环比小涨。

家纺市场涨跌互现, 价格指数环比持平

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

本期家纺类价格指数环比持平。近期, 家纺市场行情涨跌互现, 轻纺城家纺市场行情环比持平, 整体市场价格环比持平其中: 床上用品类现货成交和订单发货环比推升, 价格指数呈环比上涨走势; 日用家纺类现货成交和订单发货环比回落, 价格指数呈环比下跌走势; 窗帘类现货成交和订单发货环比回落, 价格指数呈环比小跌走势; 窗纱类现货成交和订单发货略显回缩, 价格指数呈环比微跌走势; 致使家纺类总体价格指数环比持平。

市场行情环比回升, 辅料指数环比上涨

据监测, 本期服饰辅料类价格指数收报于 132.99 点, 环比上涨 0.61%, 较年初上涨 1.03%, 同比下跌 0.97%。

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

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈环比下跌走势。因农历年终临近, 中小织厂开机率环比回缩。轻纺城传统市场经营户发货已逐日减少, 部分迟开早关, 部分关门离市。联托运市场春节放假将局部增加, 后市冬季面料成交环比下降, 春季面料下单环比下降, 整体市场成交将呈现环比下跌走势。按往年惯例, 中国轻纺城传统交易区将于 2 月 2 日 (农历十二月廿三) 下午 5 时开始休市, 至 2 月 17 日 (农历正月初八) 8 时开市。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、技能人才培育突出贡献奖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

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