

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

2024.04.08 | 第13期 | 总第1165期





中国纺织服装大数据中心

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

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

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

●数据采集和整合 ●数据存储和计算 ●数据分析和挖掘 ●数据展示和应用

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



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

商务合作：
中国纺织工业联合会信息化部

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

(以上数据来源于企业)

中国轻纺城集团
ZHEJIANG CHINA TEXTILE CITY GROUP

中国轻纺城纺织新材料 采购中心

盛大招商



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

AUTHORITATIVE FASHIONABLE PROFESSIONAL

权威 / 时尚 / 专业 / 为中国纺织服装行业发声

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

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

总编助理 郭春花

采编中心

主编	徐长杰
副主任	董笑妍
特邀主笔	郝杰
主任助理	李亚静
编辑/记者	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:
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。

06 资讯 *Infos*

以创新促转型,中国纺联会长孙瑞哲带队调研盛泽纺企
强化纺织服装产品强制性国家标准制修订
20余纺织项目入选国家级非遗生产性保护示范基地

08 关注 *Attention*

科技创新解码新质生产力

10 特别报道 *Special*

我们的时代,我们的品牌

12 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

马面裙袂翩翩,带来提花面料的“春天”
打造现代化“国际纺都”
“经纬大师”齐上场
精品集聚抢商机,提档升级谱新篇

16 化纤 *Industry*

量变到质变,构建中国纤维品牌价值链

18 印染 *Industry*

林琳当选新一届会长,中国印染行业协会换届
向管理创新要效益!

20 长丝织造 *Industry*

新质蓝图已绘就,奋斗正当时!

21 一线 *Frontline*

新瑞贝:创造可持续生物基的新质生产力

22 时尚 *Fashion*

迈入“赋”时代

24 观察 *Observation*

电商领域针织内衣产品常见的质量问题分析及改善建议

26 指数 *Index*

春市营销小幅推升 价格指数环比小涨



刘嘉
《纺织服装周刊》副社长

A GOOD START “开门红”彰显韧性

今年纺织外贸情况怎么样?在纺城柯桥,一派忙碌景象。“最近企业每天处于满负荷生产状态,还有几百万米订单在排队。”一家位于柯桥的纺织印染企业负责人信心满满地表示,今年企业形势比去年好,国内市场销售大幅提升,同时随着欧美市场需求逐步恢复,占比达80%的出口订单也稳步增加。

不只是柯桥,今年我国外贸整体实现了“开门红”。海关总署发布数据显示,2024年前两个月,我国货物贸易进出口总值同比增长8.7%,规模创历史同期新高,增速比去年四季度加快约7个百分点。

今年1—2月我国纺织服装出口回稳向好,出口额为451亿美元,同比增长14%,增速好于全国货物贸易。主要出口市场复苏强劲,对美国出口连续第六个月增长,同比增长19.3%。对东盟、欧盟出口由负转正,分别增长12.3%和14.1%。良好的开局,有效提振了市场信心。“中国·柯桥纺织指数”显示,2024年3月份总景气指数收于1188.88点,环比上涨,其中流通信心指数、企业信心指数均呈现环比上涨态势。

这份“成绩单”来之不易。当前,世界经济增长动能不足、需求走弱,国际贸易与投资增长仍面临较大下行压力。我国纺织品服装出口回稳向好,充分反映了中国纺织业的国际竞争力,彰显了行业的强大韧性。

这不仅表现在规模增长向好,更体现为质量优中有升。从经营主体看,产业集聚和数字化改造,为纺织企业带来了成本降低、效率提升。一家纺企负责人表示,旧设备大多淘汰了,新设备采购花了7亿元,用电用气总成本相比集聚前下降了约20%,企业正加速迈向高端化、智能化、绿色化。从产品价值看,国货潮牌在海外火爆出圈,外贸新业态、新模式动力强劲,跨境电商、市场采购出口均实现增长。从市场布局看,贸易伙伴更加多元、稳定,与新兴市场贸易关系更加紧密,增长空间进一步扩大。“一带一路”国家仍是纺织服装出口的主要增长点,1—2月对中亚五国出口同比上升26.4%,对非洲出口增长20%。得益于一系列推动产业升级和稳外贸政策措施,我国外贸发展的产业基础、要素禀赋、创新能力不断增强,为外贸高质量发展奠定了更坚实的基础。

也要看到,当前外部环境依然严峻复杂,每年前2个月的纺织品服装出口数据受季节、假期等因素影响,波动较大,出口形势还需结合一季度数据进一步观察研判。从全年走势看,纺织行业对外贸易总体依然承压,外需弱复苏仍是今年的基本市场特征,出口订单不足也仍是纺织企业反馈现阶段面临的首要困难。

面对今年《政府工作报告》提出的“推动外贸质升量稳”,中国纺织业还需积极优化出口产品结构、市场结构,坚持全球布局,开拓新兴市场,推动形成多元、高效的生产力布局,促进自主装备、工艺、技术输出,通过并购、控股、战略投资等多种方式实现全球发展。在扩大高水平对外开放,为发展新质生产力营造良好国际环境的同时,强化优质、新兴产业链的根植性和完整性,努力培育新动能,推动行业外贸高质量发展。

View point / 产经看点

中国物流与采购联合会数据显示,3月份中国物流业景气指数为51.5%,较上月上升4.4个百分点;3月份中国仓储指数为52.6%,较上月回升8.1个百分点,重回扩张区间,仓储业务活动明显活跃。

——中国物流与采购联合会

工业和信息化部发布的最新数据显示,1—2月份,我国软件业务收入达到17050亿元,同比增长11.9%,利润总额达到2064亿元,同比增长11.5%,软件业务出口77.3亿美元。

——工业和信息化部

4月1日起,离岸贸易印花税优惠政策在上海自贸试验区及临港新片区正式试点。根据规定,从2024年4月1日起到2025年3月31日,对注册登记在中国(上海)自由贸易试验区及临港新片区的企业开展离岸转手买卖业务书立的买卖合同,免征印花税。

——国家税务总局



纺织服装周刊
微信订阅号



纺织服装周刊
微信视频号



纺织服装融媒体
抖音号



纺织机械
微信订阅号



纺织服装周刊
今日头条号



纺织服装周刊
网易号



纺织服装周刊
新浪微博

以创新促转型， 中国纺联会长孙瑞哲带队调研盛泽纺企

3月26日，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、副会长李陵申带队来到吴江高新区（盛泽镇），实地调研了一批优秀企业单位，与负责人深入交流，实地了解盛泽纺织产业的发展现状和面临的挑战，探寻产业高质量发展新路径。吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记陈宇，江苏新视界先进功能纤维创新中心有限公司董事长梅锋，国家先进功能纤维创新中心主任王玉萍陪同调研。

孙瑞哲一行参观了国家先进功能纤维创新中心中试基地、研发实验室等，深入了解概念验证中心的多条试验线运行情况，询问研发项目的技术攻关进展并给予指导。孙瑞哲表示，创新中心要把未来发展重点落在现有产业的高端化转型、技术创新的产业化落地，并鼓励创新中心继续加大研发投入，加强产学研合作，推动技术创新和成果转化，用新技术提升现有工艺水平，为纺织产业的转型升级提供有力支撑。

孙瑞哲一行还来到吴江嘉福福喷气织品有限公司，参观了企业展厅、生产车间，就产业发展趋势、市场需求等方面与企业负责人进行深入探讨。孙瑞哲希望吴江嘉福福喷气织品有限公司要继续做优做精时尚女装面料这一“拳头产品”，同时紧抓产业更新热潮，充分利用存量土地资源，进一步提升企业发展质效。

在吴江中冠纺织有限公司，大家参观了生产车间，详细了解企业生产经营、产品研发等情况。孙瑞哲表示，企业要立足产业有机更新，进一步加大科技创新力度，通过先进科学管理和数字化、自动化、智能化发展，提高生产效率，不断提高核心竞争力。

调研中，孙瑞哲对盛泽纺织企业的创新能力和市场竞争力给予了高度



中国纺织工业联合会会长孙瑞哲（左三）、副会长李陵申（左二）等参观国家先进功能纤维创新中心。

评价。他强调，纺织产业是我国传统优势产业之一，也是我国经济发展的重要支撑。面对新机遇、新挑战，广大盛泽纺织企业要紧紧围绕发展新质生产力的各项要求，紧抓转型升级的机遇，以创新驱动发展，提高产品质量和附加值。同时企业要不断开拓新市场，加强品牌建设，提升市场影响力和国际话语权，推动纺织产业高质量发展迈上新台阶。

陈宇表示，盛泽镇将坚定不移地支持纺织产业的发展，积极为企业提供优质的服务和保障，营造一流的营商环境。相关职能部门将持续深入走访企业，全面倾听企业需求，为企业排忧解难，帮助指导企业高效有序开展产业有机更新，进一步提升盛泽纺织产业的国际竞争力，推动盛泽经济社会高质量发展。（综编）

Direct/直击

市场监管总局联合 18 部委发文： 强化纺织服装产品 强制性国家标准制修订

日前，市场监管总局会同中央网信办、国家发展改革委等 18 部门联合印发《贯彻实施〈国家标准化发展纲要〉行动计划（2024—2025 年）》，就 2024 年至 2025 年贯彻实施《国家标准化发展纲要》提出具体任务。

《行动计划》提出，推动产品和服务消费标准升级。实施加强消费品标准化建设行动，加快大宗消费品标准升级迭代，建立健全消费品质量分级标准体系，推动产品和服务消费体验标准研制，以提高技术、能耗、排放等标准为牵引，推动大规模设备更新和消费品以旧换新。

《行动计划》还强调，持续强化纺织服装、鞋类箱包、家居装饰装修产品强制性国家标准与配套推荐性标准制修订。重点完善“适老宜小”产品安全和质量标准，加大智能产品、功能性产品等新兴消费品标准供给。

在强化产业融合标准制定方面，《行动计划》要求围绕数字技术与实体经济深度融合，加快研制物联网、大数据、云计算等新兴技术与传统产业融合相关标准，健全标准体系。实施高端装备制造标准化强基工程，持续完善信息化和工业化融合标准体系。深化智能制造等标准应用试点，推动矿山、冶金、石化、机械、纺织等传统产业升级。围绕先进制造业和现代服务业融合，健全服务型制造标准体系，强化个性化定制共享制造、全生命周期管理、总集成总承包等服务型制造标准制定等。（郝杰）

20 余纺织项目入选 国家级非遗生产性保护示范基地

日前，文化和旅游部公布 2023—2025 年国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地名单，共有 99 个非遗代表性项目入围，其中包括 20 余个纺织非遗项目。

据了解，生产性保护是非物质文化遗产保护的重要方式，主要应用于传统美术和传统技艺类非物质文化遗产保护领域，有利于增加项目实践频次、壮大传承队伍、激发创新创造活力；有利于促进传统工艺和现代技术有机结合，增强企业核心竞争力；有利于推动创造性转化、创新性发展，实现高质量传承发展。

文化和旅游部要求示范基地要始终把社会效益放在首位，实现社会效益和经济效益相统一。要处理好保护传承与合理利用的关系，坚持项目保护优先，不断强化项目保护力度，全面掌握并运用传统工艺核心技艺和关键技术，探索运用现代生产技术和方式，提高生产效率。要加强传承人队伍建设，充分发挥代表性传承人在带徒传技、交流推广、技术研究等方面的重要作用，建立年龄结构合理、数量充足、素质优良的人才队伍。要发挥示范引领作用，聚焦行业共性关键技术和标准的研究，助力行业发展和产业升级，推出更多满足人民美好生活需要、展现传统文化魅力的优秀作品。

文化和旅游部表示，要加大对示范基地支持力度。文化和旅游部将在企业培育、人才培养、资源对接、项目服务、品牌推广等方面对示范基地予以支持，及时总结示范基地经验做法，对于工作扎实有效、取得较好社会效益和经济效益、在传承人以及当地群众中具有良好影响和声誉的示范基地予以宣传。（郝杰）

要找布，用嘀嗒找布小程序

线上下单 · 线下找布


无需下载
便捷高效


海量面料
一键触达


规范服务
源头货源



扫码下单
一键找布

向“新”提“质”



纺织行业通过科技创新为发展新质生产力夯实基础。

科技创新解码新质生产力

本刊记者_郭春花

“嫦娥五号”月面国旗正负 150℃ 下不褪色，芳纶、芳砜纶、碳纤维等高性能纤维助力 C919 减重 7%，石墨烯纤维温暖了 2022 北京冬奥会，海藻也能做成衣服，智能纺织品给人们生活带来巨大变化……一系列具有颠覆性和前沿性的纺织技术变革正在系统性推动着产业变革与市场变革。

这个春天，“新质生产力”成为了中国经济大海中强劲涌动的新浪潮。作为发展新质生产力的核心要素，科技创新决定着产业的价值高线与安全底线，构筑着产业的主动权与话语权。当前，纺织行业企业通过科技创新，正在众多领域为发展新质生产力多方蓄力、夯实基础。

以新材料延展新空间

在纺织行业，从智能制造、生物制造、纳米制造、激光制造、循环制造等制造创新，碳纤维、石墨烯材料、生物基材料、3D 打印材料、纤维状能源与电子器件等材料创新，到核能、核聚变、氢能、生物质能等能源领域创新，智能纺织品、高性能纺织品等产品创新，一系列颠覆性、革命性的新材料新技术推动着产业结构升级与应用场景延展。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲曾指出，发展纺织新质生产力，要以新质生产力的新特征为引领，形成新的投入产出关系。要积极布局高质量发展新赛道、挖掘产业发展活力与潜力，成为累积、提升发展韧性新的突破口。要以新材料延展新空间，不断开拓纤维新材料、纺织复合材料及产业用制品的品类与应用。

武汉纺织大学就将众多纺织材料的科技成果应用在了国家重大战略工程中，发挥了纺织力量，也拓宽了纺织应用领域。比如，武汉纺织大学研制的“嫦娥五号”月面国旗成为中国航天史上第一面在月球上“正负 150℃ 下不褪色”的织物版国旗；助力天问一号着陆“魔鬼 9 分钟”的耐高温弹性密封装置等代表性成果，在中国深空深潜、航天军工事业领域做出了卓越贡献。此外，

还在生物医用和大健康、智能穿戴等领域，在人工心脏瓣膜、人造血管、纳米纤维柔性传感等研究上取得突破性进展。中国工程院院士、武汉纺织大学校长徐卫林介绍，航空航天和军工、生物医用材料、智能可穿戴纺织品是目前极具潜力的研究方向，也是下一步研究的重点。

作为国家级制造业创新中心，国家先进功能纤维创新中心自成立以来，就聚焦前沿技术，打造产业创新的引领力，强化纤维材料的前瞻性基础研究，从源头上解决了各种关键共性技术和科学问题，推动纤维材料与智能制造、生命科学、绿色循环等方面的交叉创新，为服务国家战略做出了很大贡献。创新中心主任王玉萍表示，下一步中心将面向国家战略集中力量进行自主性、原创性、引领性的科技攻关，以纤维材料为牵引，加快形成体系化融合，促成创新链发展、产业链合作、技术链互通的大局面，加快形成纺织新质生产力。

我国已出台《关于推动未来产业创新发展的实施意见》，指出要重点推进未来制造、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。未来产业具有科技与产业的双重属性，代表着新一轮科技革命与产业变革

的方向，是培育和发展新质生产力的战略选择。

作为国产碳纤维从无到有、从有到站上世界舞台的亲历者、践行者，中复神鹰碳纤维股份有限公司先后成功研发出了 T300、T700、T800、T1000、T1100，规模从百吨到千吨再到万吨，应用领域也在不断拓展。现在，公司已经开始了第四代碳纤维的研发。“这一代碳纤维将是更低成本、更大规模化、更高稳定性的碳纤维，未来在航空航天、风电叶片、单晶硅、光伏、建筑、氢能等领域发挥更大作用，我有信心做好。”董事长张国良心中已经布局了未来产业。

利用海藻研发纤维，这在青岛大学也已经实现规模化生产。青岛大学海洋纤维新材料研究院院长、省部共建国家重点实验室主任夏延致介绍，海藻纤维不仅成功开拓了纺织纤维第三来源，生产加工过程还绿色环保，是典型的绿色纤维。而且该产品纤维强度是传统棉花的 1.5 倍，手感却接近羊绒，且具有阻燃性，前景非常广阔。

制造创新、材料创新、产品创新系统性发展，纺织科技创新已进入“跟跑、并跑、领跑”并存阶段。在此基础上，加快融合创新就更能铺就锦绣坦途，新领域、新赛道、新场景将持续涌现，产业未来与未来产业发展蹄疾步稳。

以新质效提升老产业

专家解读，新质生产力的“新”，核心在以科技创新推动产业创新；新质生产力的“质”，关键在以产业的新“质态”带来发展的新“质效”。产业升级、业态创新既是牵引新质生产力的重要场景，也是实现生产力系统跃迁的重要落点。

但是，发展新质生产力不是忽视、放弃传统产业，而是要立足自身实际和比较优势，用新技术改造提升传统产业，促进产业高端化、智能化、绿色化。新乡白鹭投资集团董事长邵长金认为，新质生产力以创新为核心，基础是硬件。无论是装备更新还是工艺创新，都需要不断创新，才能形成高效的生产体系。通过推进大规模设备更新，装备制造业将得以快速发展，并将最新、最先进的装备应用于纺织行业等领域。

“我们通过设备更新，生产效率提高

了 30%。在车间不增加甚至关停四个老车间的情况下，产量没下降反而增长了。靠的就是装备创新和智能化改造，发展新质生产力。”邵长金举例道。

数字生产力是新质生产力的核心内容，也是当前纺织行业发展的重点方向之一。2022 年纺织行业智能制造就绪率达 14.6%，高于全国 13.1% 的平均水平；智能制造装备市场满足率超过 50%。网络化协同、平台化设计、智能化制造、柔性供应链、智慧型营销、沉浸式体验，丰富的数字化实践加速产业系统性变革重构。

在达利丝绸（浙江）有限公司智能车间，墙上大屏跳动的数据实时反映车间产量、能耗等，以前，工人通过手工操作机器，1 人管 4 台；现在，通过中控设备“指挥”机器，1 人管 30 台。达利丝绸（浙江）有限公司董事长林平介绍，这套智能化无人

以新绿色构筑话语权

孙瑞哲曾指出，发展以低碳、资源效率和社会包容性为特征的绿色生产力，在技术的涌现中形成绿色产品、绿色业态、绿色价值是产业体系完整性、安全性、先进性的有力支撑，是构筑产业持续竞争力与未来话语权的关键所在。

当前，我国每年产生 600 万吨左右废旧纺织品，并以超过 10% 的速度快速增长，化解资源约束，循环经济成为重要模式。可喜的是，已经有众多企业在以资源综合利用为重点，攻克技术难点，开发出了一系列循环再利用纺织品。

作为中国民用锦纶技术的龙头企业，福建永荣锦江股份有限公司一直倡导绿色产品研发，近几年开发出以原液着色锦纶、生物基锦纶为代表的绿色低碳系列产品“锦生纱”，广受下游认可。去年，公司更是攻克核心技术壁垒，利用废旧纺织品为原料，率行业之先重磅研发出消费后再生锦纶纤维 E-SUNLON®（中文名称“爱赛纶”），在国内外市场收获了可观订单。公司更是在“变废为宝”的过程中兼顾了经

济发展和低碳排放。

宜宾丝丽雅集团有限公司使用部分或全部废旧纺织品制成的溶解浆和木材，制备的再生纤维素纤维赛尔，在针织、梭织、牛仔、商务、休闲、运动等领域内获得了广泛应用，并凭借其优异的绿色可持续特点助力应用项目屡获大奖，得到市场高度认可。

通过化学法循环再生技术，浙江佳人新材料有限公司把废旧涤纶纺织品进行解聚离心分离，实现在分子和原子层级回收聚酯，使其以原始资源的同等纯度实现再利用。如今佳人新材料每年可以转化废旧涤纶纺织品近 4 万吨，这代表每年节省石油近 1.2 万吨，减少二氧化碳排放 4.65 万吨，节约标准煤 5.7 万吨、节约水 12.6 万吨，产生了良好的经济和生态效益。

无水染色，这在以前根本想象不到的技术，现在已经成功实现生产。连云港鹰游新立成纺织科技有限公司开发的全自动免水洗联合生产线整个过程就不用一滴水，更不产生废水。该技术与传统印染相

比，可以减少用水量 90% 以上。

近几年，迪尚集团不断推动服装生产向智能化、高效化方向发展，加大在 AI 和 3D 等新技术方面的应用，以数字化手段打造全产业链立体化发展模式，以新质生产力不断推动传统纺织服装产业从“制造”向“智造”跨越，向价值链更高端攀升。迪尚集团党委书记、董事长朱立华介绍：“以前做一件衣服，建模需要两三天，现在用 AI 就很快，而且对整个收集时尚信息、各方面的配饰信息能起到非常高效的作用。我们一年光做样品，就相当于一个中型工厂，能生产 60 万件。”



发展新质生产力，就是用新技术改造提升传统产业。图为达利丝绸智能化生产车间。



凌迪 Style3D · 2024 中国服装论坛现场。

我们的时代，我们的品牌

凌迪 Style3D · 2024 中国服装论坛在京举行

■ 本刊记者 _ 董笑妍 李亚静

时代变迁是品牌成功的契机，成功品牌记录着时代发展的脉络，在这条路上，两者携手向前。3月29—30日，由中国服装协会主办、凌迪 Style3D 协办、北京盛世嘉年华国际文化发展有限公司承办的“凌迪 Style3D · 2024 中国服装论坛”以“好品牌的好时代”为主题在北京圆满举行。

● 透视万象，与时代同频

在时代的推动下，中国品牌建设正面临快速跃迁，从单纯打造品牌，步入品牌价值深度挖掘和品牌资产全面积累的新阶段。中国品牌究竟应透过世间万象看到怎样的本质？如何塑造强大的自我以成为被时代选择的品牌？29日上午，一场“思想者大会”为行业带来俯视视角。

首先，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲作“共创好时代的好品牌”主旨演讲，风起云涌的时代变革中，中国服装产业亟待展翅腾飞苍穹。其中，品牌成为中国服装产业实现新腾飞的重要支撑和引领力量。

当下，拥抱好品牌的好时代恰当时，究其原因，一是我们正在迎来品牌力量日益凸显的好时代，一批中国品牌在时代的考验面前熠熠生辉；二是我们正迎来消费者品牌意识觉醒的好时代，消费意识逐渐“专业化”、消费观念逐渐“国潮化”、消费欲望逐渐“全民化”；三是我们正在迎来品牌高质量创新发展的好时代，从个性化定制、智能化生产到服务型制造

正在深刻改变行业；四是我们正在迎来品牌加速国际化发展的好时代，中国时尚力量开始与世界品牌同台竞技。

所以，共创好时代的好品牌机不可失，一要精研质量，极致品类，强化“品质”；二要尊重设计，凸显基因，打造“风格”；三要创新营销，融通边界，整合“渠道”；四要用心叙事，构造艺境，文化“造梦”；五要资本向善，贯通供需，践行“责任”。

最后，孙瑞哲寄语，勇敢的人享受世界，勇敢的品牌赢得世界。让我们道不变、志不改，开辟新天地。

什么是新质生产力？新技术进展如何？在纺织产业中有哪些应用？Style3D 创始人兼 CEO 刘彬从 AGI 的发展、多模态的 AIGC、AI 辅助设计等新技术中解读道，高科技只有和产业结合，才能产生新质生产力。目前，AI 实现了产业模型，未来一定会形成企业模型；AI 技术可应用于整个 3D 数字化链条，通过作用于设计、展示效果、个性化定制等环节，贯

通整个纺织服装产业链，可以说，AI+3D 是新灵感产生的来源。刘彬最后总结道，向科技创新要新质生产力，AI+3D 是时尚行业的新质生产力。

智能系统专家、中国科学院自动化研究所复杂系统管理与控制国家重点实验室主任王飞跃，北京师范大学新闻传播学院学术委员会主任、北京师范大学传播创新与未来媒体实验平台主任喻国明，致知 ZHIZHI 品牌创始人李三寿，YIN 隐品牌创始人 & 主理人武崑，中国社会科学院学部委员、哲学研究所研究员赵汀阳也分别作了分享。

随后，论坛进入“非凡时尚人物 2024 年度致敬”环节，2024 年度获奖者为：国家级非物质文化遗产项目剪纸（金坛刻纸）代表性传承人杨兆群，广东省工艺美术大师、工艺美术非遗传承人、“中国绣娘”周雪清，非遗传承草编艺人林三元，永缔土布传承馆创始人、崇明土布传承基地负责人何永娣，文化学者、艺术家潘鲁生。

● 品牌的数实融合新常态

“数字”正在释放时代的潜能，正在赋能经济社会价值的加速转化，正在由单纯的资源转变为蓬勃的生产力。在服装行业亦然，数字与时尚两大领域正以前所未有的速度融合，从而催生出服装领域新质生产力的巨大潜力。29日下午，“新质生产力峰会”带领众嘉宾深入理解和把握数字未来，通过数据价值最大化走向领先。

人工智能的实际进展比预计的要快，经济学博士、横琴粤澳深度合作区数链数字金融研究院学术与技术委员会主席朱嘉明指出，人工智能正在不断加速发展，逐渐接近人类思维，2027 年通用人工智能或可成为现实。现在的人工智能实现了科学、技术、资本和产业的混合生长；近中期趋势是 AGI 和逼近“奥本海默”时

● 和而不同，美美与共

正值中法建交 60 周年的重要时刻，30 日上午，中国服装论坛特别策划“中法时尚对话”主题大会，以论坛之力积极推动中法两国在时尚艺术领域的对话与合作，交流两国各自的文化底蕴和时尚趋势，以服装之美联结中法，为携手未来再添新彩。

中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏首先致辞，中国和法国作为东西方文化的代表，各自有着悠久历史和时尚见解，共同推动着时尚多元化的发展。法国以其独特的审美观念和精湛技术，为全球时尚产业树立标杆；中国有着 5000 年文明，中国设计师致力于将传统文化与现代生活相融合，同时中国巨大的消费市场也为服装产业的发展提供了沃土。多年来，中法两国在文化领域相亲相近、各美其美，值此中法建交 60 周年之际，陈大鹏希望两国在文化艺术、传统工艺、设计人才等多领域展

● 多元意识形态下的时尚诉求

社会、审美、科技、文化，看似独立的领域，实则共同反映人们意识形态的流向。未来行业的风云变幻与无限机遇将更多源自于外部，品牌在多元碰撞中寻求共识和融合，将孕育更丰富的创造力。30 日下午，“时尚观念盛典”涌动着将文化之美和当下生活结合的生命力。

清华大学美术学院副院长、《装饰》主编方晓风表示，当下，时尚的语境非常复杂，所以到底什么是时尚？他认为，时尚所受的影响是非常开阔的，文化、科技往往会被吸收进时尚范畴，甚至底层元素、叛逆思维也会成为时尚的灵感。时尚审美不是简单的提供样式，而是将思想注入设计。在时尚领域，技术并不是最重要的，重要的是文化对技术的驾驭，成就更有生命力的转化。

随后，靳刘高创意策略创办人、香港设计及创意产业总会主席、亚洲设计连副主席刘小康，中国美术学院资深教授、校学术委员会副主任宋建明，融设计图书馆 & 品物流形创始人、设计总监张雷也先后作了演讲。

界限逐渐模糊，各领域的发展和变革正在相

刻；未来的人工智能国际竞争将陷入非均衡博弈状态。

北京大学经济学院教授、北京大学国民经济研究中心主任苏剑分享道，影响中国宏观经济的中长期因素包括全球经济、国际环境和中国的人口问题。如今，中国面临的国际贸易环境发生了改变，大家逐渐意识到国际贸易的基础首先是价值观；中国人口形势不容乐观，这将带来消费总体收缩、投资需求收缩、出口收缩等问题。他分析道，中国宏观经济的中长期自然形势是供给、需求双收缩，政策的作用值得期待。

中国社科院信息化研究中心主任、中国科学院《互联网周刊》主编姜奇平，中国美术学院工业设计学院院长、教育部哲学社会科学实验

开更多交流合作。

法国驻华大使馆商务投资参赞、中国法国商务投资处主任 Pascal Gondrand（孔士嘉）在致辞中介绍道，法国时尚产业发达、时尚品牌及设计资源丰富，我们也充分认识到中国消费市场的重要性。与此同时，中国的丝绸、服装产业历史悠久、产业实力强劲，很多新一代设计师开始在法国崭露头角，我们相信，借助本次论坛，中法两国时尚产业的交流与合作机遇将进一步增多。

高级定制和时尚联合会执行主席 Pascal Morand 致辞表示，高级定制和时尚联合会与中国服装协会始终保持密切联系。高级定制和时尚联合会汇集了法国乃至全球最具才华的设计师，拥有众多国际一线品牌和新锐品牌成员，联合会始终关注创造力和价值观，策划了巴黎时装周、高定时装周等众多活动，产生深远影响。联合会

室——中国美术学院文创设计智造实验室主任王昀，上海财经大学数字经济系博导、电子商务研究所执行所长崔雨丽也带来了各自的主题演讲。

以创新思维驱动新质生产力，共话行业新图景，论坛随后进入“领航对话”环节。卓尚服饰（杭州）有限公司董事长丁武杰，高田时尚集团董事长高淑丽，GOELIA 歌莉娅品牌创始人胡啟明，大杨集团有限责任公司党委书记、总经理胡冬梅，上海兆妩品牌管理有限公司董事长孙青锋，云创意设计（深圳）集团 COO、WRONG 品牌总经理胡碧琼 6 位重量级企业领航人就发展新质生产力的先进实践与前瞻布局等话题展开了多维度智慧交流。

欢迎世界各地包括中国的创意人才来到法国，并将一直追踪和支持这些新锐时尚团队。

随后，中国法国工商会总经理 Caroline Penard（韦嘉玲），Mazars 集团董事会成员、Mazars 中国大陆执行合伙人刘钰涓分别致辞。

中法两国时尚交流日益密切，为文化、经济多领域带来了繁荣和进步。在“圆桌对话”环节，来自中法两国的嘉宾包括高级定制和时尚联合会执行主席 Pascal Morand，之禾品牌创始人、之禾卡纷集团 CEO、CARVEN 卡纷品牌 CEO 陶晓马，老佛爷百货中国首席执行官 Nicolas Morineaux，例外 EXCEPTION de MIXMIND/ 方所 Fang Suo Commune 创始人毛继鸿，歌力思服饰股份有限公司董事长兼总经理夏国新，Sand River 沙涓羊绒创始人郭秀玲等，基于本国时尚产业情况就打造高级定制、中法合作感想等问题作了充分交流。

品、服务的需求从“有没有”向“好不好”转变，消费升级的动能强劲；人工智能正处于群体性技术变革的起点，孕育着时尚生产力的新质态。

第二，成为好品牌，深耕才能卓越。我们看到，好时代的好品牌，正在深耕产品的技术创新，正在深耕市场的数智融合，正在深耕文化的时空重构，正在深耕发展的道德价值，始终保持品牌的创新性，持续彰显品牌的竞争力和影响力。

第三，本土情怀，世界眼光。好品牌与好时代，必将交相辉映。从中国式好品牌，到成为掷地有声的世界品牌，中国品牌必将与全球时尚产业发展的语境同频共振。让我们不辜负这个伟大的时代，以品牌为帆，向着品牌强国、时尚强国的光明未来勇毅前行！

知之愈明，则行之愈笃。中国服装品牌正展现出前所未有的潜力与活力。未来，让我们于时代的瑰丽变幻中，于世界文明的激荡和共鸣中，汇聚智慧、凝聚力量，成就响彻国际的中国时尚声量，为时尚强国建设开辟新天地，共勉共进。TA



中国轻纺城超百家商户瞄准新趋势，进击新中式市场。

马面裙袂翩翩，带来提花面料的“春天”

本刊记者_周榆清



宋锦外套搭配牛仔裤、盘扣皮衣叠穿帽衫、针织毛衫配马面裙……随着东方美学不断融入日常生活，越来越多年轻人对以“新中式”为代表的国风元素服装青睐有加，并对其进行创新性的搭配和展示，穿着这些服饰走上街头、走进“格子间”，漫游于青山绿水、国风古城，去聆听博物馆的编钟古韵……为生活加上一份特别的格调与注脚。

电商平台数据显示，2024年前两个月，汉服品类中，马面裙的搜索量同比去年翻了23倍，新中式服装的搜索量同比增长12倍。国潮大风从线上刮到线下，越刮越猛。“马面裙热”的背后，也直接“带火”了纺织产业链上游的面料市场。

在全球最大的纺织品集散中心——中国轻纺城，超百家商户瞄准新趋势，进击新中式市场，结合时尚需求变化演绎，不断推陈出新，推出以马面裙为代表的各种国风提花面料，从花型纹样、色彩工艺、市场应变等方面不断提升产品设计力、创新力和品牌活力、发展力，迎来了属于自己的“春天”。

纹样：自“来处”向“去处”的探寻与追问

作为中国古代裙式的主要代表之一，马面裙往往设计了精美的纹饰。纹样主要集中在裙摆的位置，下部花样繁复而向上逐步简化，这其中每一种纹样都具有美好寓意，并且纹样间相互组合所传递出来的寓意也会不同。在轻纺城市场的门市里，走兽鱼虫、日月星辰、山水花木、书画文字等元素都被“烙印”在纹样中，除此之外，也融入暗纹、拼色等具有现代感的纹饰，琳琅满目的面料带来跨越千年的古今邂逅。

位于联合市场的绍兴众歌纺织品有限公司是一家集研发、生产、销售为一体的原创源头面料供应商，专业经营天丝大提花、绞经大提花、天丝麻提花、化纤绉横罗等传统汉服面料。在众歌纺织微信视频号、抖音等新媒体平台，负责人万丽丽总会身着公司开发产品所制成的样衣进行新品推介，或是明制袄裙，或是宋制褙子，还亲切地称呼顾客为“掌柜”。

万丽丽介绍道，自家产品在设计方面会偏向复原传统服饰，日常的开发过程中不同于时装面料要关注流行趋势、时尚秀场，更多是注重考古研究发

现，钻研各个朝代的服饰特征并向研究相关内容的专业人士请教。“缠枝莲花、萱草纹、团瑞纹等都是不同朝代服装中运用比较多的。”她说道。

在传承和发展传统文化方面，创新是一种非常重要的手段。如何通过创新，将传统文化有机融入到当今时代中，并使其更适应现代社会的需要和审美，从而推动传统文化的传承和发展？振丰纺织科技有限公司负责人潘国强告诉记者，龙凤、云蟒、青鸾等动物图案常被运用于马面裙面料，而在发展变化的过程中，面料纹样也精进改良，图案更为多元、内涵更加丰富、风格更偏日常，清雅的梅兰竹菊、诗词山水和亭台楼阁都是近期较受欢迎的纹样。

持续研究挖掘纹样“来处”，是对传统文化的探寻和向往；变化创造追求花型“去处”，是对其的延续和发扬。在原创开发、客户定制和数字化技术应用等方式并行下，柯桥提花面料在现代设计中进行转化和创新表达，助力传统服饰文化不断焕发时代光芒。

色彩：持匠心守初心的坚持与创新

在中国古代，人们对于色彩的观念，更重视“意象”，追求“随类赋彩”“以色达意”。马面裙色彩较为鲜艳，作为中国传统文化中最热烈的颜色，红色代表着吉祥与喜庆，经常被用于制作服装。而在清代，蓝色的马面裙也比较常见，作为当时的流行色，常与黑色和黄色的衣衫搭配。

调查发现，85%的消费者会把色彩作为他们购买过程中的首要因素。随着服装设计的创新改良，设计师们对新中式服装的款式、图案、颜色、面料等细节不断打磨，使其更具年轻态与时尚感，更符合现代化审美。“客户在面料色彩选择上不再拘泥于传统中式服装的黑色、红色或金色，而是更加丰富，多为低饱和度色系。”潘国强说着便拿出近期销量较好的一款藕粉色提花产品，温润雅致的色彩在面料缎面光泽感和线条感的辅助下被放大，呈现出丝绸般的华美质感。值得一提的是，在色彩搭配方面，两种本身差异比较大的颜色通过降低饱和度能够很好地融

合在一起，看上去格外和谐，更有着别具一格的美感。

在众歌纺织的面料色卡上，“山岚”“半见”“碧泉”“柳染”“绯色”“凤仙紫”“釉蓝”“胭脂”等富有诗意的颜色名称夺人眼球，这也是他们坚持复原传统汉服面料的一部分。“作为中国传统‘五正色’之一的红色系，描述词汇众多，单一的就有赤、丹、炎、彤、朱、纁、红等等。”万丽丽说道，这些来源于大自然的色彩词汇包罗万象，能将同一色系下颜色的微妙差异都充分体现，把传统服饰的古韵气质巧妙地勾勒出来，通过这种命名方式，在向客户介绍产品时也能对面料应用在何种场景、适合何种风格进行清晰表达。

随着民族文化自信、东方审美强势崛起，中国传统色彩影响力正在迅速增强。柯桥纺织企致力于传承发展优秀民族传统色资源，将其融入到产品研发生产及营销活动之中，还在传承中锐意创新，提升产品创新力的同时更添内涵，有利于企业品牌的塑造。

应变：从一元到多元的应对与化解

爆款年年有，而年年都能前瞻到爆款趋势却不简单。在与市场经营户交流的过程中，记者发现，中国轻纺城市场的提花面料商户主要分为两大类，一类为常年经营提花面料，另一类则是在近年来洞察到提花面料的发展潜力，在原有面料品类上新增提花板块，或者是某一特定服装面料的产品。

在从事提花面料研发销售三十余年的喻晓燕看来，盲目追求风口，想要“一招鲜吃遍天”在现在多元化、多选择的时代并不是长久之计，企业经营要有拳头产品作为“护城河”，爆品带动流量，不断迭代、不断升级才能基业常青。因此，由她带领的绍兴柯桥蜀润纺织品有限公司更注重磨炼“内功”，凭借丰富的市场经验和专业判断，不断精进产品与服务，挖掘新的增长点。

“市面上常见的马面裙面料底布有缎面布料、混纺布料、纱质面料、绸缎面料以及涤纶面料等等材质。”喻晓燕介绍道，不同

的材质呈现效果不同，例如仿妆花纱、条纹衫一类的纱质马面裙，轻薄、透气，穿上身十分飘逸，比较适合夏季穿着。而在经面缎上起三色以上纬花，由多个层次和色彩的织物组成的织锦缎马面裙，则往往能够呈现出非常华丽的效果。那如果不局限于天然材质如棉、丝等，而是创新采用粘胶、醋酸等再生纤维织造而成的底布，又会怎么样呢？“时尚美观+绿色环保+柔软舒适”，新的卖点应运而生，又将迎来新一波商机与订单。

春风吹暖“春经济”，以“花”为媒产业旺。在这个万物复苏的季节，不妨走进中国轻纺城市场，徜徉在浩瀚的面料海洋里，亲身体验国风提花面料所带来的独特魅力。你会发现，一块块高品质提花面料的背后，潜藏着经营户逐新求变的心血，伴随着消费水平的提升和纺织产业的转型升级，众多纺城经营者已经站在时尚潮流的前列，迎接一个又一个“暖春”。TA



Focus / 聚焦

打造现代化“国际纺都”

2024 年度中国轻纺城党员主题春训活动举办

■ 本刊记者_边吉洁 文/摄

为认真贯彻中央和省、市、区委关于加强和改进新时代党员队伍建设的精神，巩固拓展习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育成果，引导纺城党员以“开局就要奔跑、起步就要跃进”的状态，全身心投入到“图强争先、领跑竞跑”新征程，近日，中国轻纺城建管委积极开展 2024 年度中国轻纺城打造现代化“国际纺都”党员主题春训。

此次活动由中国轻纺城党工委副书记、建管委副主任钱苗娣主持并传达全国“两会”精神和易炼红书记考察中国轻纺城精神。她提出，要坚持把学习贯彻全国两会精神作为重要政治任务，同时立足纺城实际，创造性抓好落实，着重从三个维度发力：一是壮实轻纺城大市场“主根基”，提升开放发展融通力；二是激活轻纺城大市场“主引擎”，提升开放发展辐射力；三是优化轻纺城大市场“主阵地”，提升开放发展竞争力。

活动现场，全体党员重温入党誓词，将现场氛围推向高潮。“我志愿加入中国共产党，拥护党的纲领，遵守党的章程……”一句句誓言铿锵有力，映照出赤诚的初心与使命，更坚定了党员们的理想与信念。

会上，浙江省委党校老教授讲师团团长汪岩桥以“中美关系——定位、坐标和未来”为题作专题讲座，立足中国式现代化新使命，



活动现场。

解读中美关系国际大势。他提出，中国轻纺城要以“四千精神”与“浙商精神”为坚实内核，强力推进“一号工程”，倾力打造国际纺都。浙江中小企业家群体更要发扬敢为人先、坚韧不拔以及勇于创新的新时代浙商精神，在改革开放的大潮中勇往直前，为纺都发展添砖加瓦。

下一步，中国轻纺城将以此次春训为契机，持续优化党员教育培训方式，提升党员能力素质和业务本领，凝聚发展合力，为打造现代化国际纺都“五大中心”贡献纺城党员力量。

“经纬大师”齐上场

“柯桥设计”闪耀 2024 秋冬中国国际时装周

■ 本刊记者_周榆清

近日，2024 秋冬中国国际时装周在北京盛大举行，柯桥区“经纬计划”创意设计人才孙瑶、魏丹、史艳、章涵希分别携品牌“NANCY 孙”“山从云”“衫也晴之”“立希越早涵”精彩亮相，让世界各地的嘉宾充分领略了来自柯桥的独特魅力。

“洛神赋·邂逅”服装选用柔和的粉色系辅以印花、刺绣等工艺，给人以明丽、清朗、华艳的色感。极简温婉系列中淡绿色、赤金色等令人愉悦，暖色系色彩赋予必备单品以活力。孙瑶运用清雅色彩诠释当代的穿搭美学，赋予了整个系列轻松休闲的风格，以流传千年的中国色彩为观众打造了一场极致的视觉盛宴。

秉承对中国传统文化的尊崇与传承，魏丹巧妙地将开合精神融入到服装设计之中。服装廓形、面料纹理、色彩的融合为现代服饰注入了丰富的历史文化内涵，巧妙运用层次感与对比度，呈现出丰富的视觉效果。此外，立体剪裁、拼接等现代设计手法也使服饰在传承文化的同时，兼具时尚感与舒适性。

史艳的本次发布以“丹霞”地貌为灵感，通过“正”与“负”的形态，以丹霞地貌来阐释时间与空间、物与人、圆与缺、正与负，表达了物与物相互的关系。

章涵希带来的主题发布秀“水龙吟”，首次运用了大漆艺术里的漂漆工艺，从植物中提取的染料，在水面上形成漂漆图案，利用水波自然形成波纹纹样，直接印在面料上形成图案，展现一种全新

视觉的中国风概念。

值得一提的是，在本次秀演服装的面料的选择上，设计师们采用了不少柯桥面料企业的优质产品。其中，“山从云‘开合’”选用的重磅“赛真丝”面料和羽绒服面料均来自万姿科技有限公司的“释美”和 HAOLISHI 产品线。“衫也晴之‘等第二天的日落’”主要采用流线型肌理图案，系列中大量运用的毛呢、醋酸、再生纤维等材质面料均来自柯桥。例如真丝醋酸面料就源于绍兴乐古古纺织科技有限公司，面料将中国的丝绸文化与再生纤维结合，具有环保性能，多元化的面料经过深加工后，可以呈现出各类不同的手感和视觉表达上的差异化，其创新面料将环保可持续推向了更深层次的纱线探索。柯桥面料再次为经纬大师们的新锐设计加分添彩。

柯桥设计频频亮相时尚秀场，柯桥面料数次闪耀时尚盛会。近年来，柯桥区大力开展高端创意设计人才引育工作，助推人才强区建设，紧盯纺织产业链强链补链目标，推进时尚创意产业高质量发展，不断构筑完善“人才链”，全力为打造现代纺织领域“五大中心”提供人才保障和平台支持。

以产业引人才，以人才强产业，人才与产业的“双向奔赴”将持续推动纺城深度融入世界纺织发展潮流，加速柯桥纺织产业迈向全球价值链中高端，为助力纺织产业链国际化、品牌化、时尚化发展，打造现代化“国际纺都、杭绍名城”提供澎湃动力。

精品集聚抢商机，提档升级谱新篇

■ 本刊记者_周榆清 文/摄

近日，东升路市场 B 区二楼男装 / 裤装专区开业仪式暨 2024 “布行天下”系列优质男装企业进市场对接交流会顺利举行。本次活动以“提档升级，新起点，新篇章”为主题，来自江苏、辽宁、广东、浙江等地的服装企业及设计师品牌深入市场，走访首批入驻东升路市场男装 / 裤装专区的面料企业进行挑选采购，与商户互动交流，探讨合作机会，促进产业链的协同发展。

对接会现场，带来时尚男装、户外面料、高级定制等面料需求的采购商们与男装、裤装面料企业们“无缝”对接。采购商们对专营区的呈现模式纷纷点赞。“效率高，找面料更方便了！”来自苏州乔绅堡服饰有限公司的谢志益感慨道。作为柯桥面料的忠实粉丝，他常常在不同的市场中挖掘所需产品，他表示，东升路市场男装 / 裤装专营区的设立让面料的采购与供应之间高效匹配，大大减少了寻找产品的时间，并为他更好地了解市场动态和保持货源稳定提供了许多便利。

同时，从经营户角度出发，本次专营区的设立还对促进业态形成集聚效应发挥了重要作用。在新世纪纺织位于专营区的门市，宽敞明亮的展厅、时髦靓丽的样衣装点一新，一件由水溶纱面料制成的休闲衬衣引起了采购商们的热切关注，对面料明显的垂感褶皱和时尚美观性予以好评。负责人童少隆介绍道，公司原先在老市场一楼经营，此次选择入驻专营区除了考虑到公司的核心客户带来更为舒适的采购体验，也希望集聚的专营区能够形成更强的辐射力和影响力，为公司带来更多商机。

据了解，去年以来，东升路市场通过前期摸排，了解到市场 B 区



专营区带来了新商机。

二楼有着优质营商“土壤”，但原有的男装面料缺乏创新，为了给市场注入新的活力，决定实施“腾笼换鸟”计划。经过精心筹备，专营区目前已新入驻优质男装面料企业 30 家，整层开门率达 80% 以上，包含新世纪纺织、色尚纺织贸易、万红纺织、皮尔波澜纺织、型格纺织等多家实力企业，致力于采购商带来男装、裤装面料一站式采购体验。

东升路市场相关负责人表示，接下来，市场公司将继续做好“腾笼换鸟”计划，实现招商、引商、聚商，进一步提升商户的知名度和品牌形象，吸引更多客户和合作伙伴的关注，促进市场的整体繁荣。

中国轻纺城集团 携多家企业亮相海宁皮革面辅料展

近日，为期三天的 2024 海宁中国国际皮革毛皮时装面辅料展暨中国·马桥经编时尚面料展举行，超 200 家海内外面辅料供应商齐聚一堂，集中展示前沿时尚产品。其中，中国轻纺城集团组织凯伦纺织、康佳纺织、博赢纺织等 12 家柯桥优质纺企在高端时尚面料区组团亮相。

此次轻纺城展团共带来 2000 余款精品面料，包括 PU 皮系列面料和辅料，其中醋酸、天丝、铜氨丝、丝醋、丝毛、醋酸羊毛等高品质面料吸引了众多业内人士前来垂询。与此同时，绣花直充、发泡直充、色织直充、全品类素色等冬装羽绒服面料也吸引了大量目光。

展会现场商贸氛围浓郁，旭展纺织携 PU 皮革面料参展，当天就接待了多批客户；作为联合市场的经营户，虹兴源纺织展示了近 30 多件羽绒服样衣和 100 个挂件，功理针织绣花也展示了近 300 个样卡，独特的设计、过硬的品质吸引了众多设计师、服装厂和二批客户前来咨询剪样。组团参展企业纷纷表示，展会期间已与多家服装厂达成初步合作意向，收到大量设计师的剪样请求，期待后面进一步的沟通合作。

展会赋能，激活纺织服装产业“一池春水”。本次海宁展会为轻纺城经营户们深入洞察市场需求、及时掌握行业发展最新动态与未来发展提供了有力支撑。接下来，中国轻纺城集团将继续组织更多市场经营户参与下半年的上海展、深圳展等国内外大型展会，助力企业在更大平台上展示纺城面料实力，开拓更为广阔的市场。(周榆清)

以“咖”会友拓市场， 外贸咖啡会别开生面

近日，面向中亚市场、巴西市场的两场外贸咖啡会在柯桥区现代大厦先后举行。柯桥纺织外贸企业代表们聆听来自一线的声音，共同探讨行业话题，足不出户了解海外市场。

中亚市场外贸咖啡会介绍了吉尔吉斯斯坦、乌兹别克斯坦、塔吉克斯坦和哈萨克斯坦中亚四国的纺织品市场情况。绍兴柯桥轻纺城海外市场促进会秘书长、分享人韩俊带来了包含市场容量、市场趋势、产业情况、采购习惯、注意事项等一手信息，大量图片和真实见闻让在场人员收获满满。巴西市场场次则特别邀请到从事面料进口十余年的巴西采购商介绍巴西纺织市场情况，进行经验交流，解读如何避坑南美最大纺织市场。

据了解，柯桥外贸咖啡会旨在引导外贸企业共享海外市场、加速抱团出海。自 2019 年举办以来，规模已从开始的每场二三十人扩大到现在的近百人。随着近年来全球化机遇涌现，部分专注内销的柯桥纺企为了拉动业绩，寻找新的增长曲线，也纷纷将目光投向海外市场，前来了解学习。

“外贸咖啡会的举办时间不固定，正如此次两场，一般契机为有外商前来柯桥或从国外回来与企业分享海外市场的第一手资料，为经营户们拓‘圈’海外、研究不同地区市场特点提供思路和方法。”韩俊说道，目前活动内容多根据目标市场的地区来区别，之后也会围绕对外贸易销售技巧、提升市场分析能力等主题有所延伸。(周榆清)



量变到质变，构建中国纤维品牌价值链

桐昆·中国纤维流行趋势 2024/2025 深度解读

本刊记者_郭春花



王华平

“纤维的流行风格和服装的流行风格不一样。通常，一种服装流行风格可能一两年就过去了，而纤维的流行风格的演进相对慢一些，可能好几年还流行同一种风格。但是我们坚持 13 年连续发布中国纤维流行趋势，就是希望时尚端不断加大纤维材料的认知，从而开发出更好的流行产品。让更多的新纤维产品能和下游实现联动，在下游实现更多转变和应用，真正形成从纤维产业链到品牌价值链的融合。”近日，东华大学材料科学与工程学院研究员王华平在桐昆·中国纤维流行趋势 2024/2025 发布会上讲述了该活动举办 13 年来坚持的宗旨。

今年，桐昆·中国纤维流行趋势 2024/2025 以“聚变与万象”为主题，发布“纤·多元探索”、“纤·回溯自然”、“纤·功能解构”、“纤·极限升级”四大篇章，共计九大类 29 种入选纤维及十大类 36 种入围纤维。

那么“聚变与万象”这个主题是如何产生的？四大篇章、九大类纤维是如何征集来的？发布会上，王华平深度解读了桐昆·中国纤维流行趋势 2024/2025 背后的故事，希望以此启发行业企业去思考中国纤维的发展，希望消费者对对中国纤维流行元素有更深的了解。

聚变与万象 中国纤维破解发展难题

每年 5 月，中国化学纤维工业协会流行趋势研究与推广工作室、王华平和其他评审组成员就开始了产品征集、素材收集，与品牌企业沟通交流了解其需求。

王华平介绍，对于流行素材的收集，主要关注全球热点与大事件，研究分析政治、经济、文化等带来的影响。基于对热点和重大事件的深入研究，中国纤维流行趋势发布提出了很多热点词汇。

“从这些热点词汇可以看出，人们对未来有着美好的期待，那么纤维产业能做什么？怎么

做？”王华平介绍，无论是社会、政治还是经济、文化，都在不断变化中，我们需要深度整合变化，把变化转化成前行的力量。为此，此次发布的主题定为“聚变与万象”，就是积聚至善于思变，而勇于造浪潮；在千变万化中包罗万象，以非凡之力不断充实自我而蓄力迸发，进而拥抱未来。它代表着中国化纤人经历风雨而后新生，坚持突破自身，超越自我的坚毅品质，在瞬息万变中发展，为推动破解发展难题，提供中国方案。

产品流行不流行，市场说了算。为此，流行趋势研究与推广工作室团队会走访纤维企业、下游企业、终端品牌企业进行深入沟通交流，并通过各种渠道和平台，对流行元素进行预测调研，也会主动去市场搜寻符合趋势预测的纤维产品。同时深度研究所有企业提交的征集产品的特色、应用等。最终综合调研结果，确定发布篇章。

积淀十三载 发布品种发生质的飞跃

正如王华平介绍，纤维的流行风格相对服装来说，持续时间更长，一款纤维可能会流行好几年。历经 13 年的积淀与发展，中国纤维流行趋势发布的纤维品种由量变到质变，慢慢发生着质的飞跃。今年发布的纤维在原料、生产工艺、性能、外观等方面就有着明显的升级。

前几年，复合弹性纤维大多数都是聚酯纤维，而此次发布“纤·多元探索”篇章中，出现了聚酰胺纤维的身影。弹性纤维品类中的同质异构复合弹性聚酰胺纤维，以 PA5X、PA6 为原料，采用并列复合纺丝技术制备而成，且并列双组分异形截面设计使得纤维弹性更好且持久，特性更加优于复合弹性聚酯纤维。

舒感纤维品类中的阳离子改性聚酰胺 6 纤维也是一大升级产品。阳离子纤维由于能够实现面料同浴染色的效果受到广泛关注，但大多数是阳

离子涤纶纤维，聚酰胺纤维却较为缺乏。此次发布的阳离子改性聚酰胺 6 纤维可达到同浴深浅色效果，满足了市场对多样化色彩的需求，同时还附加很多功能。

“纤·回溯自然”篇章中，消费后再生的循环再利用纤维近年来也频频亮相。这些纤维以部分或全部废旧纤维素类纺织品为原料，将其溶解制浆，再制成全新的循环再利用纤维素纤维，助力纺织产业链绿色可持续发展。

莱赛尔纤维近年来发展迅猛，市场认可度高。此次发布产品中，离子液法再生纤维素纤维采用了世界首创的离子液法，生产过程中使用的离子液经回收精制可循环使用，全过程实现绿色环保。

“纤·功能解构”篇章中，凉感异形抑菌聚酰胺 56 纤维则是进一步挑战凉感极限。该纤维中的凉感因子可以让纤维快速放湿，接触瞬间凉感，且可以保持持续凉感效果。姜·动物蛋白复合改性纤维素纤维开创了动植物双重抑菌的先河，使得纤维天然抑菌，同时其蛋白质及氨基酸含量极高，透气亲肤，深受内衣、家纺等品牌和消费者的喜爱。

“纤·极限升级”篇章中，发布了防切割超高分子量聚乙烯纤维。该纤维既有高强度、防切割、防撕裂、抗冲击功能，又具备柔软、亲肤等服用性能，精彩演绎了刚与柔的完美结合。

历经 13 年的发展，在中国纤维流行趋势的带动下，纤维企业不断加大在自主研发等方面的投入力度，进而推动了纤维品种数量与质量的提升，为纺织行业全产业链践行供给侧结构性改革、实施“三品”战略发挥了重要作用。如今，中国纤维流行趋势正在为行业贯彻落实二十大报告精神和建设纺织现代化产业体系贡献重要力量，为发展纺织新质生产力奠定坚实基础。TA



中国纤维流行趋势发布的纤维品种由量变到质变，慢慢发生着质的飞跃。

中国轻纺城集团 旗下平台

利可达
LIKEDA LOGISTICS

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

林琳当选新一届会长，中国印染行业协会换届

■ 本刊记者_夏小云

新形势下，保障印染行业的持续稳健运行，不仅关乎印染企业的未来生存与发展，更关系到我国纺织工业产业链的韧性与安全，关系到能否巩固我国纺织产业国际领先地位、实现纺织行业高质量发展新跨越。

“发展新质生产力，印染行业要在纺织现代化产业体系建设中有更大作为。”在中国印染行业协会第七次会员代表大会暨七届一次理事会上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲强调，印染行业要立足产业定位与发展特征，聚焦新质生产力的新要求，解新题，谋新篇；坚持高端引领，推动创新化发展；坚持责任导向，推动绿色化发展；坚持集约高效，推动协同化发展；坚持开放合作，推动全球化发展。

3月26日，中国印染行业协会第七次会员代表大会暨七届一次理事会召开，中国印染行业协会各会员单位等有关领导和嘉宾500余人出席了本次会议。大会对中国印染行业协会第六届理事会期间开展的行业工作进行全面梳理和总结，选举产生了新一届理事会。林琳当选中国印染行业协会第七届理事会会长、法定代表人，毛志平等16人当选特邀副会长，张怀东、董淑秀等26人当选副会长，张怀东兼任秘书长；聘任刘秀艳、刘添涛为协会副秘书长。陈志华当选中国印染行业协会第一届监事会监事长，张战旗为副监事长，王岩、王伟、付少海为监事。

会上还颁发了2023年中国印染企业30强、符合《印染行业规范条件（2017版）》企业以及中国印染行业协会基地牌匾。

上下游联动，打造高端印染产业体系

“盛泽是重要的丝绸纺织产业基地，拥有健全的产业链，打造了千亿级的产业。印染作为纺织产业链的重要环节，对提高纺织品附加值十分关键，盛泽的印染在全国有很重要的位置，目前全镇共有印染企业28家，产值达到71.5亿元。”吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记陈宇表示，未来盛泽将以科技创新赋能产业的发展，围绕高品质印染产品的开发，节能减排印染新技术的应用，推动更多的科创成果孵化转化，提升产

品的竞争力；以优质的供给激活有效的需求，大力推进产业更新，加快低碳循环可持续发展，强化上下游的联动，坚持内需和外贸的并重，着力打造高端印染产业体系，助力纺织产业更上一层楼。

国家发展和改革委员会产业发展司二级主任科员曹琦表示，印染行业作为纺织工业的重要组成部分，是纺织产品深加工、提升品质、增加功能的关键环节，也是提高服装面料、家用纺织品和产业用纺织品附加值的重要支撑。近年来，我国印染行业加快结构调整和转型升级，产业结构不断优化，科技创新水平稳步提升，为保障我国纺织产业体系完整优势和产业链发展韧性提供了重要支撑。

“新形势下，保障印染行业的持续稳健运行，不仅关乎印染企业的未来生存与发展，更关系到我国纺织工业产业链的韧性与安全，关系到能否巩固我国纺织产业国际领先地位、实现纺织行业高质量发展新跨越。”中国纺织工业联合会副会长李陵申对中国印染行业协会工作重点提出了三点期望，一是要稳步推进现代化产业体系建设，着力推动行业高端化、智能化、绿色化、融合化发展；二是要全面提升协会服务能力和水平，高质量做好行业服务工作；三是要持续加强协会自身建设，完善内部管理及运行机制，增强协同服务水平。

立足新阶段，探索新时期工作新思路

中国印染行业协会会长陈志华作印染行业协会第六届理事会工作报告，分析了2018年以来中国印染行业运行特点，并从三方面总结了第六届理事会的工作重点。一是求真务实，围绕服务会员企业和行业发展需求，深化调查研究，聚焦产业发展诉求，为行业企业持续发声，助力产业转型升级；二是守正创新，坚持以科技创新、绿色转型、管理升级为重点，强化行业标准建设，引导产业规范发展，推动行业高质量发展；三是建章立制，推进协会规范管理 with 高效运行，持续提升综合服务能力和水平。

面对行业未来发展，陈志华建议，一是进一步凸显党建引领，

始终坚持党对行业的全面领导；二是进一步完善工作机制，不断提升专业水平与服务质量；三是进一步做好调查研究，找准行业企业的问题与需求；四是进一步强化服务意识，探索新时期协会工作新思路。

中国印染行业协会新一届理事会会长林琳在履新发言时表示，立足新阶段，新一届理事会将继续发扬协会历届理事会务实的工作作风，密切联系会员企业，围绕企业需要和行业发展需求积极开展工作；也将勇于创新，敢于担当，不断延展行业服务的领域与范围，更好地助力解决新时期印染行业发展面临的现实瓶颈问题，为行业平稳运行、转型升级和实现高质量发展打开新局面。

发挥印染重要作用，实现发展新跨越

“纺织现代化产业体系建设开局良好，行业进入高质量发展新阶段。”中国纺织工业联合会会长孙瑞哲谈道，2023年纺织行业顶住现实压力，扎实推进高质量发展，在复杂的外部环境中保持回升向好态势。2023年，规模以上印染企业印染布产量是558.82亿米，同比增长1.3%，规模以上印染企业主营业务收入为2986.15亿元，增长1.44%，利润总额为139.15亿元，增长9.26%。

印染是纺织产业链上技术密集、价值密集的枢纽环节，也是关系产业安全与发展的咽喉部门。孙瑞哲表示，印染行业在建设纺织现代化产业体系中发挥重要作用，主要包含三个方面：其一，印染行业是建设具有完整性的纺织现代化产业体系的重要力量。印染行业是落实“以实体经济为重”的重要环节，同时也是实现物质与文化统一的重要环节。

其二，印染行业是建设具有安全性的纺织现代化产业体系的重要力量。在科技创新和开放合作中实现产业安全，创新是引领行业发展的动力，印染是产业链提质增效、创造价值的关键环节。

其三，印染行业是建设具有先进性的纺织现代化产业体系的重要力量。印染行业融入数字经济，实现数字化生产系统，打造未来工厂；同时持续推广应用绿色先进适用技术和工艺，行业清洁生产水平不断提高，能源资源利用效率明显提升。

孙瑞哲表示，此次理事会总结过往、面向未来，将开启印染产业发展新质生产力，建设纺织现代化产业体系的新的征程。TA

向管理创新要效益！

全国印染行业管理创新年会探索高质量发展内生动力

■ 本刊记者_夏小云



会议现场。

印染行业正处于产业转型的关键时期，行业发展整体保持平稳，但潜在的压力还存在。为了更好地用技术和管理双引擎赋能企业，3月27日，“第十二届全国印染行业管理创新年会”围绕精益管理、规范发展、安全生产、智能制造、可持续发展等议题展开交流，探索推进行业转型升级的突破口、新路径。

管理创新，实现高质量发展

印染生产涉及到纺织品原料、工艺装备以及资源能源和排放监督等综合的管理环节。围绕如何更好地实行精益生产、管理创新，提升产品品质，与会嘉宾进行了深入探讨。

“管理创新是提升企业生产效率，降低生产成本的最主要的手段，也是我们行业转型升级和实现高质量发展的一个重要内生动力。”中国纺织工业联合会副会长李陵申谈道，管理创新，一要以精益生产为抓手，加强全流程的精细化管理；二要把握数字化发展机遇，提高信息化管理水平；三要建立品牌发展战略，强化供应链管理；四要加强人才管理，为发展夯实基础。

中国印染行业协会副秘书长刘添涛对《印染行业规范条件（2023版）》及《印染企业规范公告管理办法》进行解读，对印染企业规范公告申报工作的工作流程进行了详细介绍。她谈到2023版印染行业规范条件对企业规范发展提出要求，包括企业布局、工艺装备、质量管理、资源消耗、环境保护、安全生产、社会责任、规范管理等方面；《管理办法》也明确了规范公告各项工作程序。

山东恒泰纺织有限公司生产中心经理助理李国辉分享了印染企业如何建设精益生产管理体系。他围绕企业推行6S基础管理，设备TPM管理，改善提案管理，维修技能标准化管理，作业标准化管理，员工技能教育培训管理，工艺设计原理及规律探索，实行焦点课题机制等方面，讲述了恒泰纺织实现精益管理的路径。

“企业在品质上不搞障眼法，在成本上不记糊涂账，在定位上要做精准化。”深圳市3A企业管理顾问股份有限公司总经理党新民谈到，印

染企业要有明确的品质目标，并介绍了从多方面提升品质路径：从打样开始基本模拟同大样工艺流程，减少变异提高品质；明确品质指标；明确制程；开展部门长带头的品质课题与品质问题解析活动；围绕生产计划产品，实施品质稽核。

可持续导向，构建绿色印染产业链

印染行业一直十分关注自身供应链对于环境的影响。本次大会，可持续发展方向也是企业关注的重点。

盛虹集团有限公司常务副总经理胡一飞讲述了新形势下盛虹可持续发展的破局之路，一是实现可持续发展要坚持主业；二是坚持自主创新，把科技创新转成发展增量；三是要坚持智改数转，把数字技术转化为发展质效；四是坚持绿色低碳，把环保高要求转为发展新蓝海，将绿色理念融入到盛虹发展的每一个环节。

汕头市鼎泰丰实业有限公司总工程师田剑介绍了公司节能低碳亮点，包括热能回收及热水工艺应用、针织布平幅前处理等节能项目。比如，利用行业先进装备转型升级，降低物料及能源消耗，提高成功率；引进染化料自动输送装备、能源在线监控系统、升级改造在线工艺控制系统等。

科技引领，促进数字技术与管理融合

印染企业要充分利用新科技手段，重点推进企业生产线的智能化技术改造，强化印染智能生产装备和智能管理体系，实现印染企业智能生产和智能管理的有效融合，同时积极推进行业数据资源化和资产化的进程。很多印染公司在数据智能化和市场化进程中已经迈出了重要的一步。

绍兴环思智慧科技股份有限公司常务副总肖若发分享了应用数智化手段提升企业效率案例分析。他详细讲述了公司智能化系统，包括ERP系统、全流程排产系统、配方推荐系统、印染MES系统、染缸中控系统等；并建立BI大数据分析平台，将ERP、MES、财务等系统中的各项生产经营数据进行分析提炼，形成经营管理数据驾驶舱，为工厂经营各项管理决策提供数据支撑。

上海致景科技高级产品总监龚斯伟分享了飞梭智纺助力印染企业数智化转型升级。飞梭智纺为染整工厂建立数字化工厂基础设施和智能化染整大脑，通过超级中控，可以连接市面九成染色机，进行扫码排产，实现智慧工艺；同时可以提供智慧定型、智能配方、协同排产、智慧染程等系统，实现全流程智能化协同生产。

在题为“Hawk vision 智能化检测技术引领印染行业数字化发展”的分享中，常州宏大智慧科技有限公司董事长兼总经理顾仁表示，印染行业智能制造进入新的创新发展阶段，印染装备正向着高端化、智能化、绿色化方向发展，基于工业互联网、大数据、人工智能以及数字孪生技术的数字印染制造已经成为重要的发展方向。

德塔颜色商贸（上海）有限公司应用技术经理张子涛分享了印染企业自动化色彩管理解决方案与应用，通过Datacolor分光仪进行面料测试，色光控制，可以使得产品色光保持一致性；化验室打样一次对色率可达到80%以上，极大提高化验室的效率，做到增加打样数量而无需增加人员。

集聚优势，产业集群释放能量

产业集聚的能量更加强大，如今越来越多印染园区集聚起来，坚持绿色化、智能化、高端化发展方向，推进平台建设，培育产业发展核心优势，不断推进园区印染产业转型升级和高质量发展。

纺织服装产业是荆州重点发展的五百亿级优势产业之一。荆州经开区党工委委员、管委会副主任卜小荣介绍了荆州印染产业现状。荆州经开区纺织印染产业园区内现有纺织印染企业47家，其中规上企业32家，年纱织印染6500吨，针织和化纤印染各4万吨，梭织印染2.8亿米、成衣6200万件。未来，荆州经开区还将自主投资28亿元，打造经开区绿色纺织印染循环产业园项目，规划车间面积达88万平方米，项目建成后年产约38亿米成品印染布。

晋江经开区绿色高端面料整理微工业园招商主管王鑫表示，园区重点引进数码印花、圆网印花、定型、压光、复合、植绒、烫金、退浆、水洗、无水印染等纺织面料后整理优秀共性企业及染料助剂/设备/后整理材料供应商、第三方服务商、面料贸易商等企业入园，使其强强联合，形成产业链完整的后整理精品工业园，助力绿色高端面料高质量发展。

会上，还有愉悦家纺有限公司、浙江领卓智慧科技有限公司、浙江博澳新材料股份有限公司、海恩斯坦纺织检验（上海）有限公司、上海嘉麟杰纺织科技有限公司等企业代表进行了分享。TA



会议现场。

新质蓝图已绘就，奋斗正当时！

2024 年中国长丝织造行业技术创新研讨会召开

■ 本刊记者_陶红

3月27—28日，以“科技创新赋能高质量发展”为主题的2024年中国长丝织造行业技术创新研讨会在江苏海安召开。各产业集群地方政府及部门领导、行业组织代表，纺织院校和科研机构专家学者，长丝织造行业企业主要负责人、总工程师或技术部门主管，长丝织造主机及辅助设备、器材生产厂商等相关企业代表参加了本次会议。

本次会议由中国长丝织造协会、海安市人民政府主办，江苏海安高新技术产业开发区管委会承办，海安市化纤产业培育办公室、海安市化纤业总商会协办，江苏永固纳米科技有限公司、浙江引春机械有限公司支持。

重创新，加快发展新质生产力

会上，中国纺织工业联合会副会长端木小平提出了三点建议：一是行业要重视科技创新和人才培养，集聚力量进行原创性、引领性科技攻关，坚决打赢关键核心技术攻坚战，解决行业“卡脖子”问题，加快发展新质生产力；二是面对错综复杂的国际环境，行业企业要坚定发展信心，增强战略定力，加大产品研发力度，挖掘中华传统文化，推动以传统文化为核心的产品创新、业态融合，开拓细分市场，走稳专精特新发展之路；三是要聚焦AI背景下的新机遇和挑战，加快“智改数转”步伐，推动人工智能和数字经济加快发展，扎实推进纺织现代化产业体系建设。

中国长丝织造协会会长王加毅在题为“以新质生产力赋能产业高质量发展”的报告中表示，2023年长丝织造行业抵御住各种风险压力，产量稳步增长，效益持续改善，外贸市场承压前行，内销市场总景气程度同比上升，行业总体运行稳中有进。

近年来，长丝织造企业在技术创新与绿色生产方面成绩显著。一是科技创新实现新的突破；二是新技术推动产业迈向“高智绿”，国产喷水织机达到国际先进水平，织前准备自动化设备得到普及，智能化软件系统广泛应用；三是绿色生产质量稳中改善，多地区实现污水零排放，行业积极稳妥助力碳达峰碳中和。

发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。王加毅表示，要加速发展长丝织造产业新质生产力，为实现高质量发展赋能加力。他具体提出了四个方面要点：一是科技创新是发展新质生产力的核心；二是走与新质生产力相适应的绿色发展之路；三是人才是发展新质生产力第一要素；四是要以现代化企业管理打通新质生产力堵点。

“当前，‘四个面向’指明了纺织产业科技创新的方向：面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求、面向人民生命健康。



会议现场。

未来纺织产业的发展趋势应是多学科融合的。”中国工程院院士、武汉纺织大学校长徐卫林围绕“面向健康需求的纺织创新方向与实践”作专题分享，从纺织纤维材料的应用领域、纤维原料的种类及分类、纺织纤维材料的特点等角度，结合长丝织造产业生产特点进行讲解，介绍了长丝织造与莱赛尔纤维、聚乳酸纤维、功能性抗菌纤维、抗紫外纤维等优势结合生产发展趋势。

优政策，推动产业链转型升级

锦纶新材料产业是海安重点打造的特色产业之一，现阶段共建成高新区时尚锦纶产业园、开发区常安纺织园、墩头镇化纤产业园等三大锦纶产业集聚区。海安市政协主席、党组书记、海安市时尚锦纶产业园建设指挥部总指挥李春旺表示，随着与东华大学等科研院所的合作不断深入，锦纶新材料产业持续向高端化、绿色化、智能化方向发展。到“十四五”末，全市化纤产业产值预计超过650亿元，将成为江苏规模最大，长三角地区门类最全、配套最完备的锦纶化纤生产基地。未来，海安将加快建立完善产业制度创新体系，推动化纤、服装、家用纺织品上下游产业紧密结合，全面提升综合实力和竞争力。

“海安高新区是全国重要的化纤生产基地，全区化纤企业有200多家。”海安市委常委、高新区党工委书记郝三旺介绍到，海安高新区率先健全组织体系，调整完善了时尚锦纶产业园建设，重点引进功能化、差异化锦纶、锦纶工业用丝及下游产品、锦纶产业链下游终端纺织品制造业等加工生产企业。未来，海安高新区锦纶产业将围绕科技创新、绿色发展、品牌建设、优化布局等方面加快转型升级，海安将从要素、资金、招商、人才、平台建设等方面提供有力保障。

提品质，促进行业高质量发展

“企业发展的目标是以客户为中心，为客户创造价值，深度聚焦专业领域并持续跟进，不断

思考创新。”中国纺织工业联合会行业发展部主任、中国纺织建设规划院副院长郭宏钧表示，专精特新是新质生产力的一个典型代表，希望更多的企业加入到专精特新的发展行列中来，让企业发展更具创新力和创造力。

“ESG报告指的是披露涵盖公司运营的三个领域的数据：环境、社会和公司治理。它为投资者提供企业在这三个领域的具体实施情况。”东华大学旭日工商管理学院副院长、教授沈滨认为，ESG信息披露的重点在于如何收集、如何发布、何时发布数据，纺织服装企业应主动参与评级，这不仅能推动企业的高质量发展，也有助于企业在商业竞争中取得先行优势。

当下，核心价值就是新质生产力的一部分，重视知识产权就是重视未来纺织的高质量发展。上海统摄知识产权代理事务所负责人王强华表示，专利质量取决于专利申请，其中包括创新性、新颖性和创造性、实用性和文本质量的评分分布；专利保护在于布局与维权，包括制度建设、运用及保护措施等。

深圳市立正管理咨询有限公司合伙人、副总经理胡英通过对合作过的纺织企业实际案例的深度剖析，为参会代表讲述了运用精益管理在改善环境、提升工作效率、保障作业质量、营造优良管理氛围等方面的显著效果。

浙江引春机械有限公司研发部经理朱建春表示，企业耗时多年对喷水织机部件进行了细节化创新研究，研发了APR自动抽纬、拘束式电子测长、机上验布等装置，助力织造企业实现高速高效、减少用工，满足高品质的织造需求。

江苏永固纳米科技有限公司创始人李婷介绍了高性能综丝的产品创新点和特性。她表示，超细高密专用综丝可以避免经丝与综丝摩擦过程出现破纤和断纱现象，有效提升织造效率，实现降本增效。

会后，与会代表参观了常安纺织园展馆和弘盛新材料纺丝车间、研发中心。TA



江苏新瑞贝专注绿色生物基新材料领域。

新瑞贝： 创造可持续生物基的新质生产力

■ 本刊记者_万晗

发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。对中国纺织服装行业来说，革命性技术突破、生产要素创新性配置是新质生产力的主要来源。

在原料领域，传统材料以外的新材料——生物基材料前景十分广阔，符合新质生产力的特点与内涵。江苏新瑞贝生物科技股份有限公司（以下简称“新瑞贝”）专注于绿色生物基新材料领域，经过16年的发展，在提升产品附加值、进行资源综合利用、推进节能降耗和延伸产业链等方面取得了突破性进展。

聚焦生物科技，共创生态圈

生物基材料作为我国战略性新兴产业，已被纳入《中国制造2025》新材料领域，今年一月，工业和信息化部等六部委联合发布《加快非粮生物基材料创新发展三年行动方案》，再次明确了其重要性及创新发展路径。

新瑞贝坚持“聚焦生物科技，创造可持续发展的解决方案”。在生态染整领域，新瑞贝开发了全系列生物基产品，已取得生物基DIN国际认证，完全替代传统的石油基纺织助剂。

“在当下的经济形势下，我们愿意为纺织服装产业链企业，从纺纱制造厂、印染厂到品牌方

**对中国纺织服装行业来说，
革命性技术突破、
生产要素创新性配置
是新质生产力的主要来源。**

等提供全生物基产品解决方案，实现绿色赋能、节能降本、减碳增效，共同打造健康共赢的生物基价值生态圈。”江苏新瑞贝生物科技股份有限公司常务副总裁张磊表示。

专注可持续的绿色生物基

随着全球气候变化、环境危机、能源资源短缺等问题的日益凸显，以化石资源为基础的传统工业制造产业链条正在进行一场绿色变革。

特别是“碳达峰”和“碳中和”目标的提出，更使得生物基材料这一绿色、环境友好、资源节约的新材料成为未来产业发展的焦点。

新瑞贝领先全球开发的“零碳”生物基新材料，可完全替代传统有污染的化工原料，应用于纺织、日化、美妆、医药、农业、食品等行业，率先实现了国内“纺纱织造+印染”完整全产业链绿色生物基布局。

“我们致力于环保生物浆料已经有三十余年，凭借全球唯一突破性技术，可以在纯棉还有涤棉上取代PVA。”江苏新瑞贝生物科技股份有限公司副董事长林源杰表示。

新瑞贝致力于研究纺织印染行业可持续发展的完美解决方案，在产品开发和工艺推广的思维理念上，新瑞贝始终坚持把节能减排、保持生态平衡放在首位。

公司先后开发出一系列短流程及低温生产工艺产品，这些产品和工艺能够减少污染物排放，提高废水的可生化性，节约大量的水、电、蒸汽等能源消耗。

从品牌到标准，创造新赛道奇迹

新瑞贝的创新式发展为赢得市场打下坚实基础，实行代理产品和自主产品双核运营模式：在

代理方面，与美国亨斯迈、德国巴斯夫、美国杜邦、美国昂高等国际一线品牌保持紧密的战略合作伙伴关系；在自主品牌方面，新瑞贝开发了全系列的生物基自主产品，包括替换PVA的生物基浆料及蜡片，低碳减排的前处理系列，全纤维覆盖的染色和印花助剂，特种生物基后整理助剂。

在牢牢占据市场、开发拳头产品的同时，新瑞贝也参与创建了行业标准，牵头制定了生物基检测的国内及国际标准，通过可追溯系统和生物基特质吊牌为终端品牌提供附加值，彰显行业责任与使命。

据悉，新瑞贝牵头制定的生物基团体标准入选“2020年工信部团体标准应用示范项目”，公司也成为中国纺织建设规划院生物基溯源认证的指定检测机构。

在各个维度取得优异成绩之后，新瑞贝得到了业界广泛认可，荣获制造业单项冠军企业、国家级专精特新小巨人企业、中国新三板“金牛奖”——最具创新价值百强奖、国家科技部“国际先进”科技成果、江苏省专精特新产品、江苏省专精特新小巨人、全国纺织技术研发贡献奖、中国印染行业节能减排先进技术等荣誉。

资本市场也非常关注这样的独角兽企业，新瑞贝陆续获得了北京百朋基金、哈尔滨百朋基金、苏高新基金等知名机构的投资，目前，新瑞贝正在主板上市进程中。

随着我国生物基材料生产工艺水平不断提升，如今生物基材料已经广泛应用于生物医用材料、包装材料、服装、家居、工业、一次性用品等行业。

作为一个高度创新的领域，生物基材料不断涌现出新技术、新产品、新品种，为拓展应用领域提供了强大的动力和支撑。新瑞贝在这样的一个生机勃勃的赛道突飞猛进，值得期待。TA

迈入“赋”时代

2024 秋冬中国国际时装周举行

本刊记者_刘嘉 罗欣桐 王振宇 云娟娟 李雨霏

中国设计正在成为全球时装体系中一个不可或缺的支点，协同全球时尚伙伴，一起撬动令人振奋的焕新时代。3月23—31日，由中国服装设计师协会主办的2024秋冬中国国际时装周在北京举行，以“赋”为主题，持续聚焦中国美学、非遗创新、国潮跨界、绿色可持续、数智时尚、知识产权等价值高点，130多项重磅时尚活动陆续在北京751D·PARK、北京饭店等时尚地标蓄力上演。

本届时装周深度联动中国纺织服装重要产业带、重要院校、行业头部品牌，集结100+时尚品牌、170+设计师深度参与，涵盖男装、女装、礼服、运动休闲、童装亲子装、家居服、配饰、数字时装等全品类，以海纳百川之势，推动和促进国际时尚与文化的互动和交流，赋活中国当代时尚新生态，助力中国时尚产业新质生产力提升。



中国西服产业发展论坛举办

作为本届中国国际时装周的重点活动之一，中国西服产业发展论坛于3月24日召开。此次论坛包括主题演讲、大咖对话环节，云集了设计、产业、营销等各界专家，共同探讨中国西服品牌的当代发展和焕新策略。论坛上，国内首家上市股企杉杉股份携手中国服装设计师协会，联合启动了《2025中国西服流行趋势白皮书》项目，在男装行业掀起新的时尚风潮，制造新的消费热点。

中国纺织工业联合会副会长阎岩表示，面对全球经济不确定性，中国服装行业正在成为中国时尚产业提升新质生产力重要的组成部分。杉杉作为行业引领者，其创新实践将深刻影响中国西服产业的发展趋势，甚至是中国男装产业塑造新范式的模式和策略。

杉杉品牌运营股份有限公司总裁骆叶飞表示，此次杉杉回归西服核心单品之际，市场中也有“西服没人穿着”的质疑声，但西服背后的精神、气质和力量一直存在，这也是中国西服产业为之奋斗的初心所在。



杉杉： 发布中国西服流行趋势

3月24日，杉杉中国西服流行趋势发布在751D·PARK 79罐举行。作为行业引领者，杉杉的创新实践将深刻影响中国西服产业的发展趋势。此次流行趋势发布以“启序”为主题，被视为开启杉杉品牌面向未来的迭变之旅。

此次发布了四大系列、65套全新设计，尽显“活力、优雅、睿智、坚毅”，诠释了杉杉品牌的时尚主张。“时尚通勤”系列强调实用与细节的结合，服装设计以舒适性为核心；“诗意生活”提倡简洁、高品质和持续的舒适生活方式；“REMIX”系列强调突破界限、文化融合和趣味自信，通过混搭跨越时间和空间的设计理念；“您好先生”系列聚焦于创新与传承，展现了精致与放松并存的搭配艺术，满足新一代消费者的需求，特别是Z世代对独特个性设计的偏好。

LAFAVEUR 芸想： 用现代设计传承创新中国文化

3月27日晚，来自中国香港的高级定制女装品牌LAFAVEUR芸想24秋冬系列亮相中国国际时装周。品牌创始人、设计师关淑敏以“繁花之约”为主题，强调了用现代设计传承创新中国文化，诠释现代东方女性美。

本场发布是LAFAVEUR芸想与时尚之都北京以及中国国际时装周的首次连接，在作品展示、秀场设计等方面“花”尽心思。步入秀场，一片“繁花”映入眼帘，把自然之趣引入一室之内，治愈而美好，为精彩忙碌的中国国际时装周嵌入一座后花园、一个惬意的感官庇护所，亦似一首为岭南生活写的慢叙诗，邀请每位爱美者驻足探索。

随着大幕开启，新中式旗袍、摩登轻礼服、高级定制礼服等高定作品别致绽放。最终，由20多名工匠耗时100天打造、备受瞩目的“繁花系列”压轴登场，带来全场高潮。



素白： 开启品牌新质旅程

3月26日，中国原创设计师品牌素白再次登上中国国际时装周，发布2024秋冬系列新品。作品在现代审美习惯和穿着诉求里展示了详实的民族风格。从颜色、面料、工艺制法等方面呈现了藏地服饰设计语汇，又以时尚的剪裁、廓形、立体造型实现了时空融合。以“经溯”为主题，描述了设计师马乖心灵净化、思路重置、品牌新质开启的旅程。

“从文化脉络到创意落地”是素白品牌发展的路径。定位时尚国风、崇尚自然、追求和谐的设计理念是由一系列民族文化产品实现的。本季发布的大部分服饰采用藏地氆氇面料，以手工染色工艺碰撞出颇具时尚都市感的套装，通过藏族非遗手工织法的复原，毛呢面料的大胆运用，以时髦的版型、搭配方式和穿着习惯创造新的文化风格，马乖已多次运用这种创新思维“复活”民族特色。从株洲放眼全国，民族传承创新的产品已经融入了品牌发展的基因中，急迫开启新质发展的序幕。

BDV： 呈现舞蹈时装新概念

来自北京舞蹈学院创业孵化的品牌BDV于3月26日在中国国际时装周上首次亮相，本季发布以“舞之，蹈之”为主题，提出了舞蹈时装的全新概念，倡导让时尚在时装与舞蹈之间流动，让舞蹈服装更具时装化。

据设计师刘佳慧介绍，BDV品牌取自“Busy Dancer's Accompany”的英文缩写，意为“忙碌舞者的陪伴”，将舞蹈基因深深地刻入服装风格中。BDV作为舞蹈环境中成长的品牌，致力于一衣多穿与多场景穿着，开创舞蹈服装时装化理念，在功能性与场景应用中自由切换，将时装中的精剪裁、裆部一片式剪裁、时尚色彩搭配、时装面料的强功能性使用等运用在舞蹈功能性练功服中；同时也将舞蹈服装转换为日常出街搭配，为忙碌的舞者提供自我归属与品牌温度。



迪尚工装： 让一线职业劳动者更加时尚

3月28日，迪尚工装品牌发布暨2024迪尚新品发布会亮相AW24中国国际时装周。本次发布会由迪尚集团携手北服迪尚创新研究院联合举办，是迪尚集团旗下迪尚工装品牌的一次全新亮相。

本季迪尚工装发布会以“逐光”为主题，精彩呈现“微光”“晨光”“和光”三大系列，发布工装、校服及职业装共计近百套全新时尚工装，旨在让职业工装走上国际秀台，让一线职业劳动者更加时尚、更加自信和自豪。

此次发布的新品系列工装注重科技环保面料的运用，在具备实用和功能性的同时，兼具了新时代工装的时尚性和美观性，完美诠释了未来工装的流行趋势，获得了在场观众及业内人士的极高赞誉。[1]

电商领域针织内衣产品常见的质量问题分析及改善建议

■ 李培玲 袁恒超 张晓娅 / 文



针织内衣产品具有柔软贴肤、弹性优良等优点，在人们日常穿着过程中必不可少。随着市场的飞速发展，消费者对针织内衣产品的质量关注不仅仅是耐磨、不掉色等常规物理性能方面的要求，转而对面料功能性、款式多样化的追求日益突出。内衣商家及生产企业也积极响应市场需求加大新产品的开发。

在电商平台蓬勃发展的今天，短视频购物、直播购物等新兴网络购物模式不断兴起。作为贴身穿着的内衣产品对于消费者来说非常重要，各电商平台对此类产品的管控也较为严格，必须通过国家标准测试，获得第三方质检合格报告后才能上架销售。

内衣产品质量标准及要求

内衣的产品种类分为文胸、内裤、塑身内衣、秋衣秋裤和其他贴身穿着产品，考虑到贴身穿着的舒适性，内衣产品多为针织产品。涉及的标准有国家标准、行业标准、企业标准、团体标准、地方标准等。

虽然内衣产品种类繁多，产品标准多式多样，但是其质量要求归纳下来分为基础考核项目和特性考核项目两大类。基础考核项目包括纤维含量、产品使用说明、外观质量、内在质

量四大方面。内在质量包括国家强制性标准要求的基本保障项目比如 pH 值和甲醛等项目、洗涤性能比如洗后外观和缩水率等项目、耐用性能包括强力等项目、色牢度包括耐洗色牢度等项目。

对于不同的产品，标准还规定了相应的特性考核项目，比如针织保暖内衣执行 FZ/T 73022—2019 标准，除了基础考核项目外，还要考核保温率和透气率这两个特性指标。又如，运动文胸底围压力会影响穿着舒适性及运动效率，因此 FZ/T 74002—2014 标准还要考核底围压力，另外，运动文胸的使用场景容易出汗，还考核耐光、汗复合色牢度和透气率。再如，对于一体成型文胸，鉴于其生产工艺为热压定型，其肩带与罩杯连接牢固与否是重点考核项目，故 FZ/T 73046—2020 标准增加了肩带连接强力项目的考核。

内衣产品质量监督抽查概况

市场监督管理总局在 2018 年和 2021 年对针织内衣产品进行了监督抽查，重点对甲醛含量、pH 值、可分解致癌芳香胺染料、纤维含量、耐水色牢度、耐酸汗渍色牢度、耐碱汗渍色牢度、耐干摩擦色牢度、拉伸弹性回复率、保温率等

项目进行了检验。

2021 年内衣产品质量国家监督抽查情况如下：在流通领域抽查了 20 个省（市）354 家企业生产的 355 批次针织内衣产品，发现 56 批次产品不合格，不合格发现率为 15.8%，较上次抽查上升 6.2 个百分点。不合格项目集中在纤维含量，有 54 批次产品纤维含量不合格，产生质量问题的主要原因是部分企业对纤维含量相关标准要求不了解，仅根据经验或原料供应商提供的数据标注产品的纤维含量。抽查发现产品不合格发现率与产品单价关系较大，单价低于 100 元的 210 批次产品，不合格发现率为 18.6%；单价 100 元及以上的 145 批次产品，不合格发现率为 11.7%。

2018 年内衣产品质量国家监督抽查情况如下：2018 年第 2 批，共抽查了北京、天津、上海、江苏、浙江、广东、湖北、福建、山东、辽宁、江西等 11 个省、直辖市 119 家企业生产的 119 批次内衣（针织内衣）产品，发现有 11 批次产品不符合标准的规定，不合格发现率为 9.2%，涉及到 pH 值、可分解致癌芳香胺染料、纤维含量、保温率项目。

电商领域内衣产品常见质量问题及案例解析

随着电商的蓬勃发展，新的网络购物模式已普及大众，产品质量问题随之而来。一方面是商家为寻求卖点过度宣传导致的产品质量问题，比如宣传内衣具有保暖性，实际检测并不具有保暖效果；另一方面是产品自身存在的质量问题，比如纤维含量、pH 值等项目不合格；还有一方面是快递或售后服务导致的质量问题或消费者投诉。

目前电商领域针织内衣产品存在的质量问题，主要集中在产品使用说明、纤维含量、pH 值、水洗尺寸变化率、洗后外观及外观质量问题等方面。下面主要从产品质量的角度对内衣产品常见的质量问题进行解析。

纤维含量不合格主要体现为纤维成分标称种类与实际不相符，或纤维含量实测值与标称值超出允差范围，或纤维含量标识不规范。纤维含量不合格的主要原因有投料未按工艺单执

行，考虑成本原因未送检直接根据供应商提供的成分标注，面料加工成衣的过程中加入其他配料或复合处理而未重新检测成衣成分。

例如，对于内衣产品中文胸品类应注意，若执行 FZ/T 73012—2017 标准，则纤维含量应至少标注罩杯里料和侧翼里料的部位，其他部位也可以同时标注。

再如，保暖内衣产品，如果产品的面料为复合面料，即外层是常规面料，里层为复合的起绒织物，电商平台的商家经常会只标注外层面料的成分，从而导致纤维含量不符合标准允差要求。这是因为商家在内衣产品由常规款升级为加厚款之后，由于不了解产品结构或标准要求，仍然沿用之前的纤维含量标签所致。

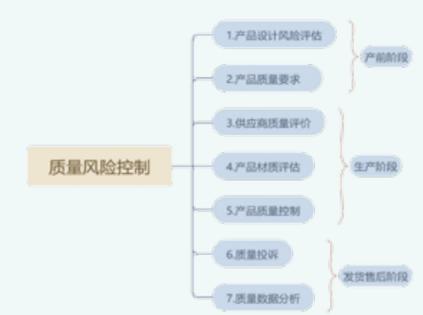
举个典型案例，成衣面料（成分为聚酯纤维 95%、氨纶 5%）复合了一层绒布（成分为聚酯纤维 100%），由于半成品面料送检的时候并没有复合绒布，成衣成分标注为面料（聚酯纤维 95%、氨纶 5%），最终判定为不合格。

产品使用说明不合格是日常委托送检和监督抽查中发现最多的问题，主要表现为未按标准要求正确标注或者标识缺项，其产生的主要原因是企业对标准 GB/T 5296.4—2012 不了解，缺乏质量意识。在日常抽检中发现电商平台上产品使用说明不合格率高达 90% 以上，大品牌的产品使用说明绝大多数是合格的，不合格的主要是一些个体户的商品，究其原因是对标准的了解，导致挂牌存在一些随意性。

制造者的名称和地址应标明承担法律责任的制造者依法登记注册的名称和地址。产品名称要表明产品的真实属性，使用不易引起消费者误解或混淆的名称。需要特别提醒电商商家，如果缺失制造者名称、地址、产品名称这三项，产品会定性为三无产品。

纤维含量标识不规范主要表现为标注不全、名称不规范、内标无纤维含量等，例如纤维名称标为“涤”“抗起球纤维”“冰丝”等均为不规范名称。

号型标注不规范是电商领域标识不合格的重灾区。服装类产品号型宜按 GB/T 1335 或



GB/T 6411 表示服装号型的方式标明产品的适穿范围，针织类服装也可标明产品长度或产品围度等。号型的正确标注形式示例“165/68A”，如果仅标注商家和消费者熟知且常见的号型形式如 L、M 等是不规范的。

维护方法标注不规范是电商领域标识不合格的另一个重灾区。主要表现为维护符号样式与标准 GB/T 8685 不一样、维护符号顺序不对。此外，产品标准编号错误或年代号错误、安全类别缺失或标注错误等也是电商领域标识不规范的常见表现形式。

对于成分为纤维素纤维的产品，其水洗尺寸变化率容易不合格，主要体现为缩水。水洗尺寸变化率不合格的主要因素有纤维成分、生产工艺等，企业应对棉、粘纤等纤维素纤维含量高的产品重点关注缩水。

服装检出 pH 值不合格率较高，pH 值不合格大都是偏碱性，一般通过酸碱中和的原理重新调节服装产品的 pH 值。可用来调节的酸剂有很多种，最常见的为冰醋酸和柠檬酸两种，调节时注意控制用量，过量会影响产品手感，还容易引起黄变。

内衣产品洗后外观质量通常关注以下几方面：整体颜色变化，最好控制在 4 级以上，注意洗后缝线有无脱开，印花部位有无起皱、脱落、开裂现象，绣花部位有无起皱现象，粘合部位有无出现脱胶、开胶现象，饰品有无脱落，拉链等附件有无掉漆等现象，面料有无明显起球现象，以及其他严重影响外观的情形等。

内衣产品外观质量需要重点关注，这是触达消费者后消费者的第一感受，作为不了解标准的消费者通常关注做工质量，比如是否有线

头或明显瑕疵，因此生产企业应严格把关。此外还要关注以下几点：表面疵点如是否起毛露底或脱绒等，色差是否明显，粘合衬部位是否有脱胶、渗胶、起皱及起泡现象。

有些产品虽然满足标准要求，但是鉴于标准的滞后性，有些产品性能标准并未考核到，可消费者在穿用后确实出现质量问题，比如掉毛和洗液沾色等现象尤为突出。对于纯棉深色内衣应重点关注掉毛的问题，很多纯棉衣物都有不同程度的掉毛现象，尤其是深色衣服看着特别明显。对于深色产品除了关注产品自身的变色和沾色情况，还应关注洗液沾色情况。比如深色产品耐皂洗色牢度虽然检测合格，商家宣传不掉色，但是消费者购买后洗涤却发现溶液出现严重掉色现象。一方面是消费者对色牢度合格存在某种误解，认为合格就是不掉色，其实不然，合格只是满足标准规定的掉色标准要求；另一方面是有些产品掉色后自身颜色并无明显变化，但是水里有明显颜色变化。

内衣产品质量改善建议

电商领域针织内衣产品质量的提升可从两大方面考量：一方面，电商平台应建立完善的规则制度、严格监管商家，提高商家和消费者的认知和普及标准基础知识，引进品牌商家、建立对大宗货源的稳定质量保障等；另一方面，生产企业或商家应在产前阶段、生产阶段和售后阶段建立相应的质量风险监控机制，做好全供应链的质量控制。设计时应考虑到最终产品的相应标准和客户的要求，加强原料和成品的送检，面料的检测结果有时候跟成衣不一致，所以有些环节必须在成衣环节进行测试和验证，补货时也要检验，将风险降到最低。

同时，经营者还应建立进货检查验收制度和定期抽查制度，及时送检，重视并改善消费者关注或投诉项目，密切关注国家相关部门的抽查计划和规范，提前预警。TA

作者单位分别为：中联品检（北京）检验技术有限公司、中国消防救援学院、中联品检（北京）技术集团有限公司



春市营销小幅推升 价格指数环比小涨

20240401 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20240401 期纺织品价格指数收报于 105.04 点，环比上涨 0.14%，较年初下跌 0.10%，同比下跌 1.26%。



近期，中国轻纺城春市营销小幅推升，其中：原料市场价量环比下跌，坯布市场价量环比回升，服装面料市场布匹价量小幅回升，家纺类产品成交价量环比微升，辅料价量明显回落。

原料价量环比下跌，涤纶环比下跌，纯棉纱环比下跌

据监测，本期原料价格指数收报于 82.52 点，环比下跌 0.21%，较年初上涨 0.60%，同比下跌 0.95%。

聚酯原料涨跌互现，涤纶行情环比下跌。本期涤纶原料价格环比下跌，华东地区 PTA 现货主流 5892 元/吨，环比上涨 65 元/吨左右；MEG 主流 4480 元/吨，环比上涨 7.5 元/吨左右；聚酯切片市场报价环比下跌，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6890 元/吨左右，环比下跌 10 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝成交环比下降，价格环比下跌，POY 报价 7550 元/吨，环比下跌 100 元/吨；FDY 报价 8850 元/吨，环比下跌 150 元/吨；DTY 报价 8950 元/吨，环比下跌 100 元/吨。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实单成交继续回缩，涤纶原料成交走势局部下降，因江浙地区织造企业局部备货仍有下降，涤纶长丝价格环比下跌。

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 7385 元/吨，环比上涨 75 元/吨。浙江地区涤纶短纤市场行情环比上涨，实单商谈，下游按需采购，市场交易气氛局部回升。纯涤纱市场报价稳跌互现，32S 纯涤纱报 11725 元/吨左右，环比下跌 35 元/吨；45S 纯涤纱报 12900 元/吨左右，环比持平。

纯棉纱价格稳跌互现，人棉纱价格基本稳定。近期，萧绍地区纯棉纱市场成交局部仍显不足，价格稳跌互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16450 元/吨，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 23140 元/吨，环比下跌 110 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 26620 元/吨，环比下跌 120 元/吨。当前下游市场相对不足，棉纱价格继续阴跌，目前仍低于年前水平，短期棉纱行情仍以弱势为主。

近期，粘胶短纤原料价格基本稳定，成交环比回缩，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13550 元/吨左右，环比持平。粘胶短纤交投环比回缩，价格基本稳定。下游人棉纱市场行情呈环比下行走势，市场成交环比回缩。30S 人棉纱价格报 17400 元/吨左右，环比下跌 25 元/吨；40S 人棉纱报 18700 元/吨左右，环比持平。

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 117.13 点，环比上涨 0.90%，较年初下跌 2.47%，同比下跌 5.40%。

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，坯布价量环比上涨。其中：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；化学纤维坯布现货成交和订单发货环比回升，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量环比上涨；混纺纤维坯布行情环比小升，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比小升，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比回升，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 117.07 点，环比上涨 0.20%，较年初上涨 0.53%，同比上涨 0.21%。

本期服装面料类价格指数环比小涨。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回升，春季面料补货环比小增，夏季面料下单局部回升，对口客商入市认购环比增加，服装面料价格指数环比小涨。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、锦纶面料成交价量不等量上涨，拉动服装面料价格指数环比上涨。

家纺市场环比微升，价格指数环比微涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 102.13 点，环比上涨 0.03%，较年初上涨 0.27%，同比上涨 0.11%。

本期家纺类价格指数环比微涨。近期，家纺市场行情环比微升，轻纺城家纺市场成交环比微增，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增加，兼具时尚元素的创意产品现货成交和订单发货量环比增长，价格指数环比微涨。其中：窗帘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；床上用品类现货成交和订单发货环比小升，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。

市场行情明显回落，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 129.65 点，环比下跌 2.87%，较年初下跌 1.50%，同比下跌 2.02%。

本期服饰辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交明显回落，轻纺城传统市场服饰辅料行情明显下行，价格指数环比下跌。服装里料类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；线绳类行情明显下降，价格指数呈一定幅度下跌走势；衬料类行情环比回缩，价格指数呈环比小跌走势，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。因清明假期，部分南北商贾返乡离场，后市春夏季面料现货成交和订单发货局部下降。服装面料、家纺面料订单仍显不足，部分贸易商和织造厂家订单局部减量，织造企业开机率局部显现不足，印染企业产出相对有限，预计大众产品认购踊跃度将环比小跌，后市整体市场成交将呈现震荡小跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

中文网址：<http://www.kqindex.cn/> 英文网址：<http://en.kqindex.cn/>

电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651



纺织之光科技教育基金会
Textile Vision Science & Education Foundation

纺织之光科技教育基金会是在1996年设立的“钱之光科技教育基金”的基础上，由一批拥有高度使命感和责任感，愿为中国纺织行业科教进步作贡献的优秀纺织企事业单位和个人捐赠资金成立的。2008年5月在民政部登记注册成为全国纺织行业性基金会，注册资金2000万元。

截至2022年底，纺织之光科技教育基金会已支持表彰奖励纺织科技奖1710项、优秀教师和学生4558名、优秀教学成果奖2397项、针织内衣创新贡献奖136项、应用基础研究83项、科技成果推广339项、全国纺织行业技术能手325名、技能人才培养突出贡献奖16人及33家获奖单位。

自1997年至今，科技教育公益活动支出超1亿元，对促进纺织科技教育事业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

KQFW 2024
KEJIAO FASHION WEEK
柯桥时尚周

逐光而行

CHASING THE
LIGHT

KEJIAO FASHION WEEK

2024柯桥时尚周 | 春季

05.05-05.09

© May 2024 ©