

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 2024.07.15 | 第26期 | 总第1178期

柯桥·中国轻纺城 专版



P12
柯桥纺企告诉你
如何“穿出健康”！

中国即墨服装市场
牵手即墨市场 成就财富梦想

电话：0532-89061667
地址：青岛即墨区鹤山路920号



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

影响
改变认知
服务
创造价值

《纺织服装周刊》官方网站：
www.taweekly.com

● 新闻热线：刘嘉 010-85229395
● 广告热线：万喆 010-85229892



P16 封面人物

**王忠杰：清河羊绒焕新，
打造全球影响力“世界绒谷”**



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY



聚绿 向新 美丽布 凡

2024中国面料之星用户满意产品 调查活动正式启动

2024中国面料之星面料征集评选现已全面开启，本次活动由中国纺织工业联合会指导，《纺织服装周刊》杂志社主办，绍兴市柯桥区会展业发展中心支持，以不断满足市场需求为导向，其宗旨是发现、表彰、推广优秀的面料企业，提升新产品竞争力，搭建产业上下游精准对接专业服务平台。

2024年7月26日，面料征集截止

2024年8月初，举办评审会及知名服装品牌产业对接会

2024年8月27日，上海中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会举办发布仪式

中国面料之星调查活动组委会：

赛事统筹：万晗 13466301578 赵国玲：13521507499 商务合作：雷蕾：13810445890

面料参评样品快递地址：云娟娟（收）15810501684

北京市东城区东四西大街46号院后楼207

备注：因收件场所限制，仅限顺丰快递，邮寄参评面料谢绝到付，如有到付将不予接收。

《纺织服装周刊》杂志社理事会

(排名不分先后)

理事长单位



中国轻纺城



广州红棉国际时装城



东方时尚中心

副理事长单位



即墨国际商贸城



重庆朝天门大融汇



浙江中国轻纺城集团股份有限公司



安莉芳 (中国) 服装有限公司



沭阳智能针织产业园

常务理事单位



大朗毛织管委会



虎门服装服饰产业管委会



北京大德和隆庆祥服装有限公司



劲霸男装 (上海) 有限公司



经纬纺织机械股份有限公司



青岛海佳机械有限公司



浙江日发纺织机械股份有限公司



云尚产业发展集团

理事单位



大连泛瑞客制衣有限公司



泉州卜硕机械有限公司



连云港鹰游纺机集团有限公司



常熟纺织机械厂有限公司



河南二纺机股份有限公司



北自所 (北京) 科技发展股份有限公司



常州宏大科技 (集团)



恒天重工股份有限公司



贝斯特机械制造有限公司



重庆金猫纺织器材有限公司



浙江泰坦股份有限公司



绍兴市水富纺织器材有限公司

国际战略合作单位



日本纤维NEWS



美国棉花公司



兰精纤维 (上海) 有限公司

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

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 夏小云
美编 郭森 余辉

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

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*

中国纺联召开五届五次常务理事会议
“诚”意无价,承“信”致远!
庆祝新中国成立75周年,中国纺联组织职工参观书画摄影展
沭阳纺织上下游企业实现供需“内循环”

08 关注 *Attention*

推动党纪学习教育走深走实
将“严真细实快”贯穿始终

09 话题 *Topic*

服装产业“数”造底层逻辑

10 特别报道 *Special*

守正创新谋发展,勇开新局向前进

12 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

“中药代茶饮”火出圈,柯桥纺企告诉你如何“穿出健康”!
科技为核,探索坯布里的炫彩世界
产品营销有何新策略?意大利专家带来店铺展陈设计指南
2024第二届中国轻纺城窗帘采购节即将举办

16 封面人物 *Figure*

王忠杰:清河羊绒焕新,打造全球影响力“世界绒谷”

18 行业 *Industry*

从龙头企业动向洞察化纤前沿科技
向“新”而行,为长丝织造产业发展蓄势聚能
聚“绿”向新 美丽“布”凡

24 市场 *Market*

集聚源头厂家 塑造整体品牌

25 品牌 *Brand*

波司登:品牌势能提升,业绩高质量增长

26 指数 *Index*

夏日淡季行情回升 价格指数环比小涨



袁春妹
《纺织服装周刊》副总编辑

REVERSE MARKET 反转市场

最近一段时间,高考学子们的紧张空气又来了——录取季。有渠道已经开始“剧透”一些高校极具特色的录取通知书了,带“密码锁”的、植入芯片的、传递传统文化的等等,看得出,高校在录取通知书的设计上也是各显神通。

其中,最吸引我的是北京化工大学的碳纤维录取通知书。据了解,这款采用碳纤维复合材料制成的录取通知书厚度只有0.2毫米,在阳光下变换角度,还可以看到它的颜色变化。

能够采用碳纤维材料制作通知书,其“含金量”可想而知,即便是当前碳纤维价格在下降,它仍稳坐“纤维贵族”之列。

说到碳纤维,近几年作为行业热点,可以明显感觉到国内碳纤维项目建设的密度在不断增加。有数据显示,2023年,我国碳纤维运行产能约14.08万吨,同比增长25.7%,几近全球碳纤维产能的一半。2024年一季度,国内碳纤维新增产能达到了6800吨,同比大幅增长了33.4%。

“有价”的碳纤维,产能仍在不断扩大,市场接得住这喷涌而来的供给吗?从当前需求端的情况来看,比较难。数据显示,2023年全国碳纤维消费量同比下降了7.2%,同期的全球碳纤维消费量更是出现了同比下滑14.8%的状况,这使得2023年的碳纤维价格较2022年最高点几近腰斩。这样的市场状况,相关企业今年过得好吗?

如此看,即便贵如碳纤维,也会遭遇窘境,从资源稀缺到过度供给,其中的企业充分感受着市场的大反转。不过,项目投入仍在继续,或许是他们看好了碳纤维的未来市场,风力发电一定会扩容,空中汽车的产业化也在路上……

面向整个纺织业,近十年来,在行业各个领域中的企业都已经在陆续面对高负荷的市场竞争压力了,曾经跑得轻快的赛道慢慢变得拥挤不堪,同质化加剧,大家都感觉赚钱越来越难。于是,有些企业选择用低价换市场,有些则决心换条赛道。这就使得企业虽同在低迷市场环境下,却能表现出不同的发展状态。

比如青岛东佳纺机为了避开棉纺梳理装备的激烈竞争,着手特种纤维、高性能纤维梳理技术和产品的研发,如今已经成功梳理了100个原料品种。从量大面广,到量小且需求多元,这家企业的转型必然艰难,但这又何尝不是他们逆转市场的出路?

青岛环球纺机虽然是国产粗纱机领域的佼佼者,却也不得不直面高强度竞争,好在他们将纺纱自动化业务纳入了事业版图,如今在筒纱自动包装领域已建立起了新优势。

市场无时无刻不在变,有时候,企业会因市场反转遭遇困境,有时,企业也可以通过主动出击来反转市场,所以,即便是逆境机会也一直都有,关键看大家是否有这个反转决心。

View point / 产经看点

据工业和信息化部消息,前5个月,规模以上工业增加值同比增长6.2%,增速较2023年底加快1.6个百分点。在500种主要工业产品中,有220多种产品产量位居全球第一。

——央视新闻

国家统计局7月10日发布数据,6月份,全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨0.2%,涨幅比上月回落0.1个百分点;环比下降0.2%,降幅比上月扩大0.1个百分点。1至6月平均,CPI比上年同期上涨0.1%。

——新华网

国家外汇管理局7月7日发布数据显示,截至6月末,我国外汇储备规模为32224亿美元,较5月末下降97亿美元,降幅为0.30%。

——经济日报

国家外汇局日前新开通部分资本项目行政许可业务办理项网上办理功能,提升相关政务服务便利化水平。自7月6日起,各经营主体可通过国家外汇局“数字外管”平台互联网端办理相关行政许可业务。

——光明网



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

中国纺联召开五届五次常务理事会议

■ 本刊记者_郭春花 / 文 关云鹤 / 摄

7月8日，中国纺织工业联合会第五届第五次常务理事会议在北京召开。中国纺联会长孙瑞哲，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，以及常务理事、特邀副会长、专家咨询委员会及监事会成员，各部门、各成员单位主要负责人和行业媒体等170人，以线上线下相结合的形式出席会议。中国纺联秘书长夏令敏主持会议。

当前，中国式现代化的新图景正在打开，新质生产力加速形成，进一步全面深化改革即将开启。以科技生产力、文化生产力、绿色生产力为内容，发展新质生产力，推动传统产业的高端化升级、前沿技术的产业化落地，纺织行业发展面临着全新形势、全新任务、全新要求。适应生产力与生产关系的质态变化，需要我们抓住主要矛盾和矛盾的主要方面，在时与势的变化中把握方向，在破与立的实践中总结规律。

在这种形势下，组织召开此次常务理事会，希望审视当前，辨析行业工作方法方向；开诚布公，推动机构建设规范自律。会议审议通过了《中国纺织工业联合会发展规划（2022—2027年）》；审议通过了《中国纺织工业联合会行业职业道德准则》、《中国纺织工业联合会行业自律公约》等相关规章制度。

会上，中国纺联会长孙瑞哲以“守正创新谋发展，勇开新局向前进”为题作工作报告。2024年是新中国成立75周年，是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。中国纺联紧扣高质量发展要求，以党纪学习教育为契机，夯实党建工作基础、强化管理机制创新、推动部分协会换届，营造良好生态、服务产业实践，有效确保党中央各项部署在产业落地落实。行业在稳增长、稳就业、稳预期中发挥了建设性作用。

行业工作务实创新，推动纺织新型工业化迈出坚实步伐。孙瑞哲指出，在新的结构中把握发展新质生产力的方向性，在全球竞合、市场供求、区域发展的结构之变中把握方向、因势利导、顺势而为；在新的风口中把握发展新质生产力的破局点，做好创新，把握企业出海、人工智能、新中式审美、未来产业、ESG实践中的时机，找准切口，做深做细，以点带面。

孙瑞哲强调，发展新质生产力，需要破除思想障碍和制度藩篱，形成与之相适应的新型生产关系。改革“一子落”，发展“满盘活”。进一步全面深化改革，推动体制机制和治理体系深层次调整、实现顶层战略规划与基层实践创新高水平结合，是必由之路。推动改革开放，需要打开格局、



中国纺联五届五次常务理事会议发布了相关规章制度。

凝聚共识；需要实事求是、问题导向；需要解放思想、务实创新。

孙瑞哲提出，我们要从战略高度和长远角度对行业定位与作用予以新的思考，坚持用改革精神推进各项事业，在立与破的有序转换中展现勇气魄力，在呼与应的互动中践行使命旨归，在谋与干的有机统一中探寻价值意义。下一步，中国纺联要以“十五五”规划前期研究为牵引，开展产业研究；以构建新型举国体制为保障，推进产业创新；以专精特新企业和未来产业为切口，构建产业体系；以消费投资扩容、内外贸一体为方向，打造产业循环；以推动产业集群升级、产业链重构为内容，优化产业布局；以生态价值和民生价值为核心，夯实产业责任。

大会审议通过了《中国纺织工业联合会发展规划（2022—2027年）》。《规划》提出，要以党的建设引领中国纺联的全面建设，在服务行业高质量发展，建设纺织现代化产业体系的重要领域、重大行动、重点任务的推进方面取得明显成效。内部治理进一步完善，桥梁纽带作用进一步增强，会员服务能力和服务水平进一步提高，国际国内影响力进一步提高。把中国纺联建设成为“讲政治、有高度，专业强、有影响，负责任、有担当，受尊敬、有威信”的行业组织，建成世界一流的品牌行业协会。《规划》还提出了十项重点任务。

会议还通报了中国纺联第五届理事会特邀副会长、常务理事、理事变更及中国纺联部门负责人变动等情况，2023年和2024年上半年财务情况；中国纺联新闻发言人正式发布了《中国纺织工业联合会行业职业道德准则》、《中国纺织工业联合会行业自律公约》以及2024上半年纺织行业运行情况。

Direct / 直击

“诚”意无价，承“信”致远！

纺织服装全产业链企业信用评价工作启动

为顺应纺织服装行业发展趋势，引导行业高质量发展，中国纺织工业企业管理协会（以下简称“中纺企协”）全面推进行业信用建设，正式启动纺织服装企业信用评价工作。中纺企协“质量管理与诚信建设专业委员会”将联合第三方专业机构进行客观评价，树立一批守法诚信合规、信用管理严格、社会信誉良好、社会责任感强的纺织服装企业标杆，引领更多企业加强诚信建设和信用管理，推动行业信用体系建设，营造良好的营商环境。

纺织服装企业信用评价是由中纺企协统一组织和监督，中纺企协“质量管理与诚信建设专业委员会”联合第三方信用评价专业机构北京富泰信用管理有限公司具体负责，在纺织服装行业全产业链范围开展，遵循“公开透明、自愿参与、客观公正、科学严谨”

的原则，经过企业自主申报、资格初审、第三方评审、结果公示、证书发放、年度复评等程序，并进行社会公告和标杆宣传的活动。

企业信用评价相关等级按国家有关标准划分为“三等五级”，即企业信用等级分为A、B、C“三等”，以及依次“五级”为AAA级、AA级、A级、B级、C级。其中A级以上是守信企业；B级对应提示企业；C级对应失信企业。评价结果有效期为三年。

参评企业须是中国大陆境内依法登记注册的纺织服装全产业链及相关企业；企业无严重违法违规情况，且连续三年工商年检合格；企业三年内无重大安全事故或环保事件；企业负责人未被纳入失信被执行人名单或联合惩戒名单；企业近三年均有主营业务收入，处于持续正常经营状态。（周维）

Scene / 现场

庆祝新中国成立75周年，中国纺联组织职工参观书画摄影展

7月2日下午，中国纺联工会组织职工参观中央和国家机关庆祝新中国成立75周年书画摄影展，中国纺联党委副书记陈伟康及中国纺联各部门、各单位干部职工近80人来到全国农业展览馆参观。

今年是新中国成立75周年。为了歌颂新中国成立以来走过的光辉历程、取得的辉煌成就，激励中央和国家机关广大干部职工更加紧密地团结在以习近平总书记为核心的党中央周围，为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业不懈奋斗，特举办“礼赞新中国 奋进新时代”中央和国家机关庆祝新中国成立75周年书画摄影展。

展出的660余幅作品，从不同角度反映新中国波澜壮阔的奋斗历程和举世瞩目的伟大成就，不仅是对新中国光辉历程和伟大成就的深情礼赞，更是一场集艺术之美、文化之韵于一体的视觉盛宴。一幅幅精心创作的书画作品，展现了祖国的繁荣昌盛，表达出对新中国的礼赞与祝福，激励广大职工从共和国的奋斗历程中汲取力量，更加坚定了不忘初心听党话、矢志不渝跟党走坚强决心。

中国纺联工会积极配合中社部全国性行业协会商会党委关于“礼赞新中国 奋进新时代”中央和国家机关书画摄影展作品征集的相关工作，今年3月，由中国纺联工会主办、中国纺联职工书画联谊社承办，中国纺联党委指导开展了中国纺联书画摄影展作品征集活动。经过中国纺联推荐、评比，中国纺织出版社有限公司原社长陈之善的书法作品《水调歌头·重上井冈山》、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会展览五部主任助理张嘉的

Region / 集群

沭阳纺织上下游企业实现供需“内循环”

日前，沭阳县高端纺织企业产品供需座谈会在沭阳恒能家纺产业园召开。来自沭阳县的16名企业相关负责人参加了本次会议。会上，江苏桐昆恒阳化纤有限公司、沭阳恒鸿纺织有限公司、江苏永能新材料科技有限公司签订供需双方合作意向书。

据介绍，高端纺织产业是沭阳县传统产业、民生产业，也是沭阳县“三大主导产业”之一，更是沭阳县唯一全链条产业，产业集聚度高，创新活力强。多年来，沭阳始终以“智能化、高端化、特色化”的发展路径，多措并举推进高端纺织产业高质量发展，取得十分明显的成效。

据统计，2023年底，全县拥有规模以上高端纺织企业161家，611家开票企业当年实现开票销售收入239.28亿元，同比增长33.24%，实现工业增值税5.04亿元，同比增长156.64%。开票销售收入、工业增值税比2020年分别增长71.50%、106.56%；2024年1—5月份，实现开票销售114.12亿元，同比增长55.03%，实现规上产值112.24亿元，同比增长57.90%。

目前，沭阳纺织产业发展呈现以下特点：

一是产业链条齐全完善。沭阳高端纺织产业产品较为齐全，形成了涵盖“聚合、切片—纺丝、加弹—织造（纺织机械）—后整理—成品”等较为完整的产业链条，主要产品有包覆纱、棉混纺纱、蚕丝、家纺面料、服装面料、各类男女（儿童）服装、牛仔服、各类针织内衣、运动服、特种防护服、各类服饰、产业用纺织品等。

二是产业集聚品牌鲜明。经过多年来精心培育和创新发展，实现了由“跟随式”发展向“引领式”发展的转型升级。沭阳先后被授予“全国纺织



中国纺联工会组织职工参观中央和国家机关庆祝新中国成立75周年书画摄影展。

书法作品《江山千里秀 祖国万年春》、中国纺织出版社有限公司王安琪的油画作品《生态水乡守护者》、中国纺织职工思想政治工作研究会秘书长郑国峰的国画作品《中华魂》、中国纺织出版社有限公司科普图书分社编辑林双双的摄影作品《镜头里的美丽中国》、中国纺织信息中心社会责任研究咨询部助理研究员孔衍的摄影作品《盛世同框》等6位同志的6幅作品报送至中社部参加评选。最终，中国纺织出版社有限公司王安琪的作品成功入选，并在此次中央和国家机关庆祝新中国成立75周年书画摄影展上展出。

国庆前夕，中国纺联工会将举办中国纺联系统书画、摄影作品展，目前，各基层工会组织正积极报送作品。（中国纺联党办）

产业结构调整突出贡献奖”“全国纺织产业转移试点园区”“全国纺织产业转移示范园区”“江苏省纺织产业集群推动先进单位”“中国包覆纱产业基地”“国家提花遮光面料产品开发基地”“国家墙布及窗帘产品开发基地”“纺织纤维新材料产业集群获批省级中小企业特色产业集群”等荣誉称号，沭阳高端纺织产业已经形成具有鲜明特色的区域品牌。

三是产业质态不断提升。沭阳高端纺织产业拥有国家高新技术企业32家，国家单项冠军产品企业1家，国家专精特新“小巨人”企业2家，省专精特新中小企业8家，省级以上研发平台24个，省级博士后创新实践基地1个；部分企业单体规模已位居全国乃至世界前列。

四是产业特色优势明显。目前沭阳高端纺织产业已经初步形成了包覆纱、智能针织和特色家纺等板块，桐昆集团沭阳项目总投资150亿元，覆盖纤维、纱线、面料全产业链，是沭阳有史以来最大投资项目，也是沭阳高端纺织产业链最关键的补链项目。

近年来，沭阳通过加强技术创新、优化产业结构、加强品牌建设、拓展市场渠道以及加强政策支持和引导等措施，推动高端纺织产业集群向高端化、智能化、绿色化方向发展，提升产业核心竞争力，集群发展模式不断优化。

会上，桐昆恒阳化纤相关负责人介绍了企业的配套产品及配套情况。会议期间，与会企业纷纷发布采购需求。可以看到，沭阳纺织产业已全力打通域内产业链内循环，释放资源优势和产业基础优势，促进生产要素合理流动，让企业之间实现优势互补，解决域内经济发展中的重复建设、效率低等问题，并在良好的互动中推动行业提档升级，让企业动起来、活起来。（徐长杰）

推动党纪学习教育走深走实

中国纺联党委举办党纪学习教育读书班（第五期·青年专班）



大家积极思考，认真分享学习感悟。

6月27日下午，中国纺联党委举办第五期党纪学习教育读书班（青年专班）。中国纺联党委副书记陈伟康，以及中国纺联直属工会负责人、工会委员，团委主要负责人、团委委员、基层团组织书记，各部门、各单位青年骨干，青年理论学习小组成员近60人参加。读书班由中国纺联党委办公室副主任、团委书记吴末寒主持。

本期读书班的主要内容有：集体学习“第一议题”习近平总书记对青年的重要指示；开展党纪学习教育集体学原文及学习有关辅导视频；对青年干部开展专题警示教育；青年代表交流学习心得。

首先，读书班落实“第一议题”，围绕习近平总书记2024年初在中青年干部培训班上对年轻干部提出的“五个自觉”以及历年五四青年节时习近平总书记对新时代青年的寄语开展集体学习，参加培训的青年们充分感受到了总书记对青年干部成长的殷殷期望。

在党纪学习教育学原文阶段，本期读书班延续了本次中国纺联系列读书班的内容安排，围绕《中国共产党纪律处分条例》总则部分、《习近平关于全面加强党的纪律建设论述摘编》第一部分以及中社部、驻部纪检监察组共同制定印发的《关于落实全面从严治党要求加强全国性行业协会商会监督工作的意见》组织青年干部原原本本进行学习，由中国纺联直属工会副主席、中国纺织建设规划院联合党委委员、副院长刘彦威，中国纺联团委委员、信息化部团支部书记、《纺织服装周刊》杂志社党支部委员、行政

将“严真细实快”贯穿始终

中国纺联党委召开《党纪学习教育应知应会学习材料选编》专题学习会

6月28日，中国纺联党委召开两期《党纪学习教育应知应会学习材料选编》专题学习会。中国纺联党委副书记陈伟康，副会长陈大鹏、梁鹏程，中国纺联各基层党组织书记及委员代表等近50人参加学习会。两期学习会分别由中国纺联党委副书记陈伟康、中国纺联党委、纪委办公室主任周腊权主持。

为使党纪学习教育取得更多实效，中国纺联党委办公室根据学习教育内容整理编制了《中国纺联党纪学习教育应知应会学习材料选编》，供全体党员同志有重点地准确、深入学习。

两期专题学习会督促同志们提高党纪党规的自主学习意识，强化学条例、用条例、守条例的浓厚氛围，通过现场答卷考核，巩固学习内容，检验学习效果。

两期学习会上，分别由中国纺联党委常委、副会长陈大鹏，中国纺联纪委委员、副会长梁鹏程，中国毛纺织行业协会党支部书记、会长刘家强，中国纺织职工思想政治工作研究会党支部书记、副会长

管理中心副总监黄娜，中国服装设计师协会团支部书记、会展中心项目经理王静怡，中国纺织信息中心团总支副书记江俊樾，中国纺联党委办公室副主任、团委书记吴末寒等五位同志领读学习。围绕学习内容，读书班还安排了关于《条例》内容和《党章》第五部分“党的纪律”的学习辅导视频。通过组织学纪、知纪、明纪的学习，有效提升了青年干部们遵纪、守纪的纪律意识。

在警示教育环节，读书班针对青年干部的常见廉洁风险，组织集体学习观看了《青年干部警示教育》专题片，用一系列违纪案例引导青年干部们加强自我修养，筑牢思想防线，切实提升拒腐防变能力。

在交流研讨阶段，中国纺联第三联合党支部委员、人力资源部（党委组织部）副处长周晓松，中国纺织工程学会党支部委员、学术处处长舒伟，中国纺联第四联合党支部委员、纪委办公室副处长刁建磊，中国家用纺织品行业协会青年工作组组长、床品分会副秘书长赵辰，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会团支部书记、贸易投资促进部主任助理程晓凌，中国纺联产业部副处长张倩等六名青年干部代表分别从政治纪律、组织纪律、廉洁纪律、群众纪律、工作纪律和生活纪律六个方面开展交流。六名发言人员通过贴近青年生活，联系工作岗位，结合社会见闻以及青年所担负的历史使命积极思考，认真分享学习感悟。

最后，陈伟康进行总结表示，中国纺联党委将青年干部专班作为本次党纪学习教育系列读书班的最后一期开展，也是党委重视对青年干部培养的特别安排。他讲到：青年干部要敢于担当、善于担当，要以热爱纺织、扎根行业、强国有我的信念敬业实干，以实际行动践行习近平总书记提出的“五个自觉”，秉承中国纺联“四有”文化理念，不断提升产业报国情怀和工作能力，不断提高工作质量，共同建设中国纺联和谐、积极的工作环境，在推动纺织行业高质量发展的过程中实现自己的人生价值。

至此，随着第五期读书班的结束，中国纺联全部五期的党纪学习教育读书班圆满完成。期间，学习安排周密紧凑，2场党课、3期专班、3项原文学习、5次警示教育、27位领读领学、23人交流分享、近280人参加培训，有效推动了中国纺联系统党纪学习教育进一步贴合实际、走深走实。

姜国华，中国纺织出版社有限公司纪委委员、财务部主任季珊珊，中国纺织信息中心纪委书记王寅书，中国纺织建设规划院联合党委委员、副院长刘彦威领读《中国纺联党纪学习教育应知应会学习材料选编》全文。以学习党规党纪知识要点的方式促进了学习取得实效。

全体参会人员在学习会后阶段，以笔试题答题的方式进行现场考核。并由中国纺联党委办公室副主任吴末寒公布试题答案，逐题进行解析。

陈伟康在专题学习会总结时指出：党纪学习教育不能是“走过场”“做样子”，要把“严真细实快”的作风要求贯穿始终，中国纺联各直属基层党组织应严格按照部署，坚持聚焦解决一些党员干部对党规党纪“不上心、不了解、不掌握”的问题，切实结合实际，加强统筹兼顾，抓好贯彻落实，以实际行动推动中国纺联党纪学习教育走深走实。

目前，学习《党纪学习教育应知应会学习材料选编》以及答题考核正在中国纺联各基层党组织中展开。

（本版供稿 / 中国纺联党办）



向“新”提“质”

数字生产力深刻改变了服装企业的业务逻辑与价值体系。

服装产业“数”造底层逻辑

本刊记者_董笑妍

数智融合，是我国立足于经济发展时代特征提出的新经济概念，是科技创新发展呈现的高级形态。随着中国服装产业踏上“时尚强国”的新征程，数字化引领着企业品牌建设、产业链协同创新等要素，构成了企业未来发展的核心力量，其先导性也在引导着企业在市场中获得更多主动权。

数字生产力的快速发展，不仅重塑了生产方式，更深刻改变了服装企业的业务逻辑与价值体系。

数字化仍在初级阶段

在探讨新时代服装行业的演进脉络时，中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大明明确指出，服装行业实现转型升级和高质量发展的大趋势不会改变。“科技的快速发展，带来人类社会各领域的巨大变革和颠覆性创新。转型就是产业形态的改变，新技术在产业链各个环节的应用，推动和催生着产业生产范式、组织方式和商业模式发生重大变革。企业持续的创新力就来自科技创新的支撑，来自产业链的现代化。”

这正是当下服装产业数字化的核心要求，即构建中国服装的现代化产业链，以科技创新为转型升级的基石，借助数字化实现面料至成衣的全流程智能操控与精益管理；以要素配置为保障，构建“数智化管理+智能化设备”模式，实现资源的最大化利用、人力的最优化配置和效率的最高提升；以产业升级为关键，迈向可持续发展之路。

对此，东华大学教授闻力生将数字化转型细分为规范级、场景级、领域级、平台级、生态级五个阶段，并指出我国企业的数字化水平整体尚低，服装企业亦是如此，九成以上企业仍处于数字化初级阶段，即规范级，要达到智能化特别是智能化的制造工厂，还有很长一段路要走。

“现在，基于数智化的智能工厂技术要求非常严格，它是在产品设计、工艺规划、计划控制、制造运营、生产跟踪反馈等基础上进行数字化和数据化的集成，从而形成基于数智化的智能工厂总体架构，要实现这样的数智化转型目标确实难度很大。”闻力生解释说。

服装行业从工业化时代产生并延续至今的专业化和职能化分工，在提高效率的同时也肢解了企业的整体性，使得企业组织管理日益碎片化，这种组织方式在经历了信息化建设后依然呈现出新一轮的数字式碎片化。

不畏征途，从底层开启变革

前路漫漫，但在数字化驱动的征途上，部分企业已走在前列，常州华利达服装集团有限公司便在其中。通过研发、生产、服务、管理等领域的全面数字化，华利达开启了深度变革之旅。

如今，华利达每道工序上都有标准工时。华利达IE部经理吉雪峰表示：“装衣领的标准工时现在是54秒，我们根据‘二八原则’设定，即80%的一线员工能达到或超越这一速度。”这一组标准工时不仅是华利达数字化的基石，更是其规模化快速响应能力的保证。

华利达更有一场精彩的“数字化之旅”：自主研发的工作站与工业互联网标识码，记录着布料从剪裁到出库的每一步；缝制在水洗标上的射频识别芯片，则承载着成衣从进店到销售的全周期数据，实现从以“产定销”到以“销定产”的变革。2023年，数字化转型使华利达的整体生产效率至少提升20%，成本下降10%。

红豆男装5G智能全连接工厂则展现了另一番智能化景象。订单自动进入各生产环节，检验人员借助吊挂PAD确保产品质量，西服在缝制与整烫车间高效传递，工人通过“机针管家”实现自助换针。经过智能化改造，红豆西服智能工厂的库存减少了30%，单耗成本降低了10%，生产效率提高了32%。这背后，不仅是红豆数智化建设的硕果，更是其以创新激活消费力的体现。

由下至上，融合开新局

服装企业在数字化转型的过程中，往往首先关注的是企业转型后所带来的利益，其次是否能连接更多消费者，建立以消费者为核心的组织文化。如何有效利用各类数字化，汇聚形成企业整体智慧，成为企业生存和持续发展的核心命题之一。

而由下至上，依托电子商务服务模式，服装电商由消费端向生产端延伸，也开启了企业

链全流程在线服务新时代，成为国内企业互联网先行先试的典范。

随着电子商务与服装企业深度融合，智能制造、个性化定制成为重要风口，品牌服装厂商纷纷布局“云端制造”平台，使得云端制造协同服务快速兴起。

如阿里犀牛智造平台通过云计算、物联网等基础设施，将服装企业行业洞察、销售预测与设计、生产制造等全部打通，提供端到端的全链路数字化解决措施，实现以消费者需求为出发点，打造独立的数字化定制服务，赋能国内多家服装工厂。

此外，青岛酷特智能股份有限公司也实现了C2M规模化定制服务；万事利集团依托AI技术，可为全球每个人设计1万条不重复丝巾；报喜鸟控股股份有限公司创建“云翼智能”平台，开展大规模个性化定制，交付时间由15天缩短至7天，物耗能耗下降10%以上。

数字化在重塑服装产业逻辑的同时，也在衍生新项目，一种“共享工厂”的新模式正在广受推崇。区别于传统代工模式，共享工厂联合各服装生产企业，依靠数字化分析，统筹各企业的生产线空档期，组成“虚拟联合工厂”生产模式，真正做到产能与订单共享，提高生产制造的效率。

据介绍，服装生产企业只需通过手机下单，平台接收后就可以自动测算裁剪所需费用，将任务快速分发到加工中心，布料运送到加工中心，完成裁剪后通过物流流回工厂，并在线上完成结算和付款。

继“1688淘工厂”平台后，浙江桐乡、广东中山、福建石狮等地服装企业的“共享工厂”也在迅猛发展。即使在当年疫情之下，福建石狮服装“共享工厂”也有超过12万件海外服装订单陆续上线生产，工厂开机率由60%提高到90%以上。

直至今日，数字化为服装行业带来的变革、阵痛与惊喜依旧只是个开头。展望未来，数字技术将推动新研发、新制造、新工厂、新贸易、新零售等在全产业链全方位融合，研发设计端在线服务、制造端供应链协同服务、生产端“共享工厂”服务、零售端智慧门店服务等新模式将在全国各地纷纷落地。[IT](#)



编者按：

7月8日，中国纺织工业联合会五届五次常务理事会议在北京召开。会上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲作题为“守正创新谋发展，勇开新局向前进”的工作报告。本刊节选部分报告内容刊登于此，以飨读者。

中国纺织工业联合会会长 孙瑞哲：

守正创新谋发展，勇开新局向前进

天地回生意，风云起壮图。中国式现代化的新图景正在打开，新质生产力加速形成，进一步全面深化改革即将开启。以科技生产力、文化生产力、绿色生产力为内容，发展新质生产力，推动传统产业的高端化升级、前沿技术的产业化落地，纺织行业发展面临着全新形势、全新任务、全新要求。适应生产力与生产关系的质态变化，需要我们抓住主要矛盾和矛盾的主要方面，在时与势的变化中把握方向，在破与立的实践中总结规律。

本次常务理事会议的重要目的是，审视当前，辨析行业工作方法方向；开诚布公，推动机构建设规范自律。

在新的结构中把握发展新质生产力的方向性

力的效果取决于大小、方向、作用点。“力”之“执”为势。如何发展新质生产力，要放到发展的大趋势、所处的大环境、演变的大逻辑中思考，在全球竞合、市场供求、区域发展的结构之变中把握方向、因势利导、顺势而为。

（一）应全球格局之变，在发展与安全的平衡中发力

全球产业，全球发展。习近平总书记指出：“要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。”培育新质生产力需要统筹安全与发展，在国际竞合体系中找到发展方向。一要适应供应链的新调整。离岸制造、回岸制造、近岸制造、友岸制造广泛发展。二要应对经贸环境的新变化。

发展新质生产力，需要高质量“引进来”和高水平“走出去”，提升产业链供应链的强度和韧性。要把握“一带一路”沿线国家和地区产业发展机遇，开拓新兴市场，以更开放的姿态推动贸易、投资、产能等方面的国际合作。

（二）应市场格局之变，在供给与需求的升级中发力

热梗“City不City”生动表达了中国式现代化的发展成就。高速增长与高度社会流动相伴发生，构筑起超大规模的国内市场，形成产业发展新质生产力的战略纵深。

发展新质生产力要适应消费升级大势。新生活观、文化观正在转化为新时尚观、消费观。消费个性化、多样化、品质化、圈层化特征日益明显。文化认同、体验经济、情绪价值变得日渐重要。健康消费、绿色消费、场景消费、亚文化消费带来新的市场机遇。

发展新质生产力要适应多元市场结构。受外部环境影响，市场存量经济特征突出，产品同质化、产业内卷化加剧。“平替”趋势更加明显，内容电商、直播电商赋能，新兴品牌、细分品

类涌现。如何推动“白牌”到品牌、网红到“长红”的发展是重要课题。

发展新质生产力，要把握全国统一大市场的特征与机遇，推动产品升级、技术升级、模式升级、服务升级，增品种、提品质、创品牌，在更高层次上实现供给与需求的平衡。

（三）应区域格局之变，在错位与补位的联动中发力

改革开放以来，从沿海到内地、从东部到中西部区域梯次开放，纺织行业形成以五省一市为主体的生产力布局。发展新质生产力，要立足基本盘，巩固既有优势，形成引领力。

地区差别大，产业不平衡，是行业的分布现状，也是发展空间。沿江合作、跨省协同，东西互济、城乡融合，区域间产业发展协调性不断提升。伴随基础设施互联互通、政策规划配套衔接，城市群、都市圈不断扩容升级。

新时代中部崛起和西部大开发的序幕正在拉开，区域协调发展进入新阶段，面临新的变量。要坚持以大开放促进大开发，把握机遇，打造全球产业链合作新节点。原料、土地、劳动力等传统要素的比较优势加速调整。要因地制宜布局产业，将资源优势、要素优势转化为产业优势。统筹资源禀赋、发展环境、现实需要，要把握先机、抢位发展，做强优势、错位发展。

在新的风口中把握发展新质生产力的破局点

新质生产力由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生，是创新的事业。做好创新，需要把握时机，找准切口，做深做细，以点带面。

（一）企业出海

依托强大的制造能力和高效的供应链优势，“Made in China”的全球辨识度和认同感不断提升。从产品、产能走出去到品牌、资本走出去，企业出海蔚然成风。我们要充分发挥供应链优势，将国内的红海，成为全球的蓝海。推动更加多元化的市场布局，加强与东南亚、中东、非洲等区域合作。推动本土化创新，合规化发展，以多元化、优质化供给嵌入国际市场体系。通过合资、并购整合全球资源，实现全球布局。

（二）人工智能

把握人工智能机遇，需要回归本质，加强垂直领域攻关，实现重点场景应用突破，构筑丰富应用生态。大模型在制造领域落地与深化应用的一个核心难题在于数据。将散落在各生产环节里、闭锁在人员经验中、运行在软件平台上的关键技术、流程、工艺数据，汇集、整理、封装形成高质量数据集与语料库，是在人工智能时代，行业实现换道超车的关键。把握人工智能风口，要适度前瞻布局，整合碎片化场景，沉淀高质量数据，做好“人工智能+”，将设计、制造、营销、品牌建设，架构于“大数据+大算力+强算法”上。

（三）新中式审美

新中式服装成为一种集体叙事、时尚浪潮。对于优秀传统文化、当代先进文化的系统性挖掘和时代性转化，正在形成中国时尚产业新的突围和崛起路径，美学价值、情感价值、品牌价值的重要来源。从文化内容到传播模式，数字经济正在形成中国文化崛起的历史性节点。时尚策源地正在从传统的T台秀场、时尚杂志逐渐向社交媒体、短视频平台迁移。行业要把握国牌国潮风口，挖掘优秀文化，以差异化、特色化的符号和产品表达中国时尚；掌握流量密码，在数字经济语境中打造大师大牌大事；要把握人工智能带来的时尚范式之变，建立基于中国本土文化的时尚大模型。

（四）未来产业

行业要把握未来产业的风口，前瞻谋划、长远布局，充分发挥新型举国体制优势，打造产学研用资创新联合体，以国内大市场和丰富应用场景为牵引加速构建“新技术突破—新场景应用—新物种涌现—新赛道爆发”的未来产业生态。要探索建立概念验证中心、新型研发中心、技术转移中心等平台，畅通科技成果孵化与转化链条，促进科技创新和产业创新深度融合。要发挥产业体系优势，持续搭建与延伸技术阶梯，实现资源、技术和能力优化配置、创新聚合，推动未来产业、新兴产业与传统产业融合发展。

（五）ESG实践

围绕ESG实践，高效能、高品质、高责任、

低成本产业形态加快形成。要实现ESG的价值自治和可持续发展，需要通过市场方法推进，用创新工具撬动。要关注环境资产。要关注技术市场。要关注金融创新。

下半年工作方向——把握改革机遇，发展新质生产力

发展新质生产力，需要破除思想障碍和制度藩篱，形成与之相适应的新型生产关系。改革“一子落”，发展“满盘活”。进一步全面深化改革，推动体制机制和治理体系深层次调整、实现顶层战略规划与基层实践创新高水平结合，是必由之路。

新一轮改革开放的大幕正在拉开。我们要从战略高度和长远角度对行业定位与作用予以新的思考，坚持用改革精神推进各项事业，在立与破的有序转换中彰显勇气魄力，在呼与应的互动中践行使命旨归，在谋与干的有机统一中探寻价值意义。把握机遇，守正创新，发展新质生产力，推进新型工业化。

（一）以“十五五”规划前期研究为牵引，开展产业研究

以研究引领实践。围绕新一轮改革开放中的新方向与新要求、围绕新质生产力发展的新规律与新趋势，配合国家有关部门开展“十五五”相关领域研究。以项目为载体，做好顶层规划与具体实践的研究、外部环境与产业实际的研究，既为行业发展提供方向指引，也为相关政策制定与出台提供有力支撑。

以实践丰富研究。求真务实，扎根泥土，开展调研与统计工作，及时了解企业诉求痛点，真实掌握产业发展情况。坚持“摸着石头过河”，不墨守成规，大胆假设、小心求证，发现真问题，寻求真答案。

（二）以构建新型举国体制为保障，推进产业创新

强化科技创新。加强产业科技创新体系建设，推动科技创新和产业创新深度融合。围绕新材料、装备等领域，加强基础研究和原始创新，探索以新型举国体制解决卡脖子技术难题。坚持企业创新主体地位，强化创新中心、重点实验室等平台建设，提高科技成果转化效率。打造“科技—产业—金融”良性循环。

强化文化创新。继续推进纺织非遗、新中式发展，促进优秀传统文化元素的保护传承与应用转化。继续推进流行趋势、生活方式研究。把握人工智能重塑时尚话语权机遇，加快构筑新的路径优势。加强知识产权保护，完善时尚知识产权保护中心。

（三）以专精特新企业和未来产业为切口，构建产业体系

推动产业梯次发展。巩固制造基础，加快制造环节的高端化、智能化、绿色化升级；找到行业与大健康、生物经济等领域的结合点，发展新兴产业、未来产业。把握好时效度，推动传统产业的高端化升级和前沿技术的产业化落地，构建传统产业、新兴产业、未来产业协同联动的发展格局。

推动主体梯度培育。以集约化、全球化方向，支持大企业在兼并、收购、联合中做强做优，加快成为生态主导型企业、世界一流企业；鼓励中小微企业强化专业化优势，打造更多专精特新企业。完善公共服务，引导优质要素资源向中小企业加速集聚，保障产业生态稳定。顺应产业变革，培育平台企业等新市场主体。

（四）以消费投资扩容、内外贸一体为方向，打造产业循环

升级供需平衡。增品种、提品质、创品牌，以优质供给促进消费升级。培育纺织行业在国货“潮品”、文旅旅游、体育运动等领域的新增长点。丰富消费场景，以VR、数字人等新技术提升消费新体验。继续把握新一轮大规模设备更新和消费品以旧换新机遇，形成消费和投资相互促进的良性循环。发挥展会平台优势，提升能级、扩大影响。

深化内外融通。坚持以内循环牵引外循环、以外循环促进内循环，提升国际循环质量和水平。对标高标准国际经贸规则，改善进出口结构，发展跨境电商等新模式，促进内外贸一体化。推动要素资源在更大范围内畅通流动，整合原料、技术、品牌等优质国际资源，加快行业转型升级。深化国际交流合作，增进与跨国公司、国际组织的常态化联系。

（五）以推动产业集群升级、产业链重构为内容，优化产业布局

提升集群能级。聚焦集群高端化转型，加快技术创新和转化应用，打造先进制造业集群。围绕新业态、新模式，发展数字集群、绿色集群等新兴集群，打造未来产业先导区。

强化区域联动。积极融入主体功能区战略，把握新时期中部崛起、建设全国统一大市场等机遇，促进产业资源在区域间有序流动、高效配置，推动产业错位发展、协同发展。

推动全球布局。聚焦发展与安全，平衡好本土发展和国际转移的关系。在增强优质产业链根植性、完整性的同时，积极推动国际产能合作、开拓新兴市场，深度参与全球产业链重构。

（六）以生态价值和民生价值为核心，夯实产业责任

创造生态价值。围绕生态文明体制改革需要，发展循环经济，优化用能结构，打造绿色低碳循环的产业链供应链体系。进一步发展绿色设计、绿色材料、绿色制造，打造绿色工厂。完善纺织品生命周期绿色评价服务平台，丰富社会责任和ESG治理方法和工具。

创造民生价值。发挥纺织连接一二三产、衔接城乡的优势，在缩小城乡差别、工农差别、区域差别中发挥更大作用。坚持就业优先，以行业高质量发展促进就业质的有效提升和量的合理增长。加强劳动者权益保障，着力解决收入分配、技能培训、安全卫生等核心关切。

“犯其至难而图其至远”。在伟大的变革中，把握时代的韵律，转动命运的齿轮，惟勇者进，惟坚毅者强，惟笃实者成，惟创新者胜。让我们躬身入局，挺膺担当，以胸中丘壑，手中锦绣，创美好未来。 **TA**



柯桥许多纺企从绿色环保、功能防护等入手，用纺织科技为人们的健康保驾护航。

“中药代茶饮”火出圈，柯桥纺企告诉你如何“穿出健康”！

本刊记者_王利

健康，是人类永恒的追求。近年来，“健康中国”成为家喻户晓的热词，健康养生不再是老年人的专属爱好，许多年轻人纷纷加入了养生大军。这个夏天，各种来自中医院的中药茶饮“破圈”爆火，年轻人手中“冰美式”换成杯中“新中式”，更加注重健康生活方式。

衣食住行，民生四需，衣居其首。“健康，不仅可以喝出来，也是可以穿出来的。”这句话不仅是一种生活方式，更是万千专注健康纺织品的企业家对消费者的承诺和呼吁。柯桥面料作为链接上下游的中间桥梁，积极推动健康纺织新材料在面料中应用转化，并不断把健康理念传递给服装、家纺下游市场，致力于以一块“布”赋能全民健康，让消费者体验如何“穿出健康”。

面对人们健康生活需求，柯桥许多纺企早已率先布局，从绿色环保、功能防护等入手，用纺织科技为人们健康保驾护航。近日，《纺织服装周刊》记者走访了柯桥多家企业，发现功能性保健类纺织品种类越来越丰富，应用领域越来越广泛，从曾经的概念到后来的实践再到如今的市场宠儿，把面料之于健康生活的价值发挥到极致，把企业家精神和责任感发挥到极致。

把大自然“穿在身上”

面对快节奏的城市生活，越来越多的人愿意亲近自然，享受绿色健康。在这片广袤而悠长的大自然中，蕴含着人们身体和心灵的康复之道。随着我国纺织技术的不断提升，除了传统的棉、麻、毛、丝等天然纤维，竹、木、花、草、蔬菜、水果也能“穿在身上”，用现代科技的力量“碳”循自然、健康之美。

竹是一种常见的植物，不仅拥有极高的药用、食用和文化价值，还可用于加工用品、建筑、工业用品等领域，如今更是广泛用于纺织行业。据《本草纲目》记载，竹叶、竹茹、竹沥均可入药，当全身是宝的竹子用于纺织品，将为人们身体健康带来哪些好处呢？绍兴东纳纺织品有限公司自成立起就专注天然竹纤维面料，致力于以绿色竹纤维赋能人们健康新生活。

走进东纳纺织位于中国轻纺城联合市场的展厅内，平纹、斜纹、缎纹、提花、色织等多元化、差异化系列面料，以及印花、烂花、扎染、烫金等后整理面料整齐地陈列着，竹元素的布置风格让人赏心悦目。东纳纺织总经理余粤锋表示，竹纤维具有良好的吸湿透气、瞬间吸水、超级抗皱、可自然降解、抗菌保健等优异特性，是真正意义上的天然环保、绿色健康产品。

亚麻纤维是世界上最古老的纺织纤维，具备天然的抗菌、隔热，吸湿排汗速干等功能，经历几个世纪依然久盛不衰，如今亚麻服饰更是受到越来越多时尚人士的青睐，不仅升级为一种品质生活的象征，也是回归“自然”“纯粹”生活本质的美好联想。作为一家年轻的企业，绍兴薄荷纺织品有限公司以亚麻

面料为主攻方向，将亚麻与棉、羊毛、真丝、舒弹丝混纺，开发出多品类高品质亚麻系列面料，让传统产品焕发新生。当问及为何以亚麻面料为主攻方向，公司总经理黄威回答：一切源于对美好生活的向往。

如果说竹与麻作为常见的纺织原料，“穿在身上”并不令人惊讶，那么美丽芳香的玫瑰花穿在身上又是一种怎样的体验呢？“玫瑰是爱与美的象征，然而玫瑰虽好却容易凋零，我们就有了把它做成纤维、纺成纱、织成布，穿在身上的想法。公司研发的玫瑰纤维面料可广泛用于服装、丝巾，不仅能散发自然清香，还具有抗氧化功能，为人们带去更多健康与祝福。”绍兴英瀚纺织品有限公司孙文英说道。

作为全球规模最大的纺织品集散中心，纺城柯桥面料经营品种5万余种，海量的面料品类，如同一座巨大的宝库。走进柯桥，或许会发现，自然界中你所看到的、喜欢的许多植物都能转化为时尚面料“穿在身上”，带您体验人与自然和谐共处的平衡之道。

功能性纺织品为健康护航

伴随着人们生活水平和消费水平的提高，健康养生意识逐渐加强，消费者对于产品的功能性需求急剧上升，健康纺织成为赋能人们健康的途径之一，也是纺织行业转型升级的重要方向。在柯桥，许多纺织企业将健康理念融入面料研发，深入挖掘一块“布”的功能性，为人们的健康养生撑起一层防护屏障。

在浙江生然时尚科技有限公司总经理董丽香看来，纺织品是要与人们24小时相伴的，一定要选择让人穿着舒适、心情愉悦，对健康有益又对环境无害的产品。因此，该公司以“生于自然，心悦自然，保护自然”为品牌理念，聚焦生物基可降解系列玉米纤维PLA面料、再生纤维素纤维面料、海藻纤维面料，塑料瓶/渔网/旧衣回收系列再生面料，植物染印&天然芳香系列等五大系列，致力于可持续时尚，创造环保、健康、舒适、愉悦的纺织品。

据了解，生然时尚科技主推的生物基可降解系列玉米纤维PLA面料，以生物质为原料，主要来源是秸秆、玉米芯等农作物有机废料，是全球公认的环境友好材料，其物理性能同样令人瞩目。“这个系列面料具有优良的吸湿性、透气性，确保穿着者在各种环境下都能有舒适的体验感。聚乳

酸还具有抗菌、防螨、消臭、抗紫外线、难燃等功能，对于敏感肌人群尤为友好。”董丽香表示，作为自然与科技的结晶，玉米纤维PLA面料满足了现代消费者对功能性与时尚感的双重追求。

在许多纺城经营户的眼里，从事面料经营早已不仅仅是一种商业行为，更是一种对个人梦想和社会价值的追求。“东纳纺织之所以选择专注竹纤维面料，主要原因在于竹纤维的优异特性和超高性价比，我们希望为更多消费者的健康保驾护航。”余粤锋说道。据了解，竹纤维中含有“竹琨”抗菌物质，有抗菌、防臭之功效，竹含有丰富的果胶、竹蜜、酪氨酸、维生素E以及SE、GE等多种防癌抗衰老功能的微量元素。根据相关权威机构认证，竹纤维的透气性比棉强3.5倍，被誉为“会呼吸的纤维”，抗紫外线能力是棉的41.7倍，竹纤维面料被业内专家称为“二十一世纪最具有发展前景的健康面料”。

智能调温、抑菌、抗病毒、阻燃抗熔滴、防蚊、导电、抗静电……如今，大众创新在柯桥纺织行业成为常态，功能性纺织品不断崭露头角。纵观柯桥纺织，可以发现“做真正保护人们健康的绿色功能性面料”成为越来越多纺织企业不断探索和努力的方向。

科技创新打破行业“边界”

从某种意义上，纺织服装对于人们生活的用途是有边界的，同一种材料的用途也是有边界的。然而随着纺织科技创新能力的提升，纺织服装行业正在被重新定义，不断打破边界效应。随着更多纺织新材料的落地转化，柯桥面料应用领域不断延伸，在推动人们健康生活中释放更大的潜能。

薄荷、薰衣草、艾草、枇杷叶、芦荟、益母草、洋甘菊、百合花、绿茶……这些名字大家都不陌生，有的可以入药、有的可以食用、有的用于欣赏，但是你知道它们都可以应用于纺织领域吗？在生然时尚科技主推的植物染印&天然芳香系列面料中，这些都是常用的原料。“植物染料是从植物的根、茎、叶、花、果壳中提取的色素作为染料，你看这款蕾丝面料，正是采用植物染，还有洋甘菊的香味，可以改善压力，缓解急躁情绪。”董丽香说道。

正是这种跨界融合的思维，让一块面料展现出多维度的价值。众所周知，海藻是餐桌上的美味，还具有降血压、降低胆固醇、预防中风、脑血栓、

脑溢血等药用价值，而通过纺织科技创新，舌尖上的美味也能变成时尚服装。海藻纤维具有抑菌、防霉、阻燃、高舒适、可降解等各项性能，基于这些特点，生然时尚科技研发出海藻纤维面料，得到许多国外品牌客户的关注。

棉花可以做成面料，玫瑰花为什么不能？玫瑰花入药具有活血化瘀、温胃健脾、疏肝解郁等功效，那么穿在身上有什么效果呢？绍兴英瀚纺织品有限公司在孙文英的带领下，与中国科学院能源科学与技术研究中心一起研发玫瑰花纤维，历时三年终于研发成功。“我们在山东承包了玫瑰花基地，每100朵玫瑰花才能做1米玫瑰纤维面料，所以很珍贵。经第三方权威检测，玫瑰纤维具有抗氧化、美肤、抑制肿瘤的功效。”孙文英说道。

悠悠民生，健康最大。纺织工业作为重要的民生产业，在全民健康的道路上发挥着不可替代的作用。柯桥作为“托在布上的城市”，以一块布演绎时尚、守护健康，越来越多的小而美、小而精的企业正在崛起，从默默无闻到光芒绽放，在大健康时代为守护人们美好生活做出力所能及的贡献。

柯桥面料会 说话 8

科技为核，探索坯布里的炫彩世界

访绍兴汉途纺织品有限公司总经理朱宇

■ 本刊记者_边吉洁 文/摄



朱宇

成品面料犹如一幅幅色彩斑斓的画卷，绚烂夺目，而坯布则如同一张纯净的画布，以白色为主调，静静等待着设计师和工匠们的灵感与巧手，将其渲染、雕琢，最终绽放出无限的艺术魅力和实用价值。

作为纺织产业链中承上启下的核心部分，坯布连接着原料纱线和成品面料，从纤维选材到复杂精细的生产流程，再到后续的加工染整，坯布的优良都影响着成品面料的品质与时尚。不同材质的坯布展现不同纹理与质感，不同的生产工艺可打造出独具特色的风格与品位。与此同时，高科技纤维与环保新材料的应用，更让坯布的性能与质量得以飞跃，满足现代人对功能、健康与环保的追求。

位于中国轻纺城坯布市场的绍兴汉途纺织品有限公司，多年来专注于仿醋酸、乐丽丝、环保再生纤维、SPH/CEY、大提花、阳涤、复合丝、假捻丝以及格子风格布等多元纺织品的研发与生产。产品成功获得 GRS、inditex、TG 平台、BSCI 及 Higg 等多项国际权威认证，充分证明了其在品质、环保标准以及供应链管理上的卓越表现。

先人一步，抢占市场新风口

当今市场，信息传播飞速，爆款产品的流行周期已明显缩短。过去，一款面料产品能火爆数月并带来丰厚利润，而现在，一旦某款面料走红，便会迅速吸引众多企业一拥而上，竞相模仿、复制生产。这样的环境下，产品稀缺性、差异化和持续创新的价值愈发凸显。

而汉途纺织在总经理朱宇的带领下，不仅灵活应对市场环境的变迁，更在探索和实践新兴纺织技术方面展现出了前瞻性和领导力。其产品线丰富多元，充满创新活力，涵盖传统面料的精髓，更延伸至再生面料和功能性面料等新兴领域，精准把握市场脉搏，持续满足多元化、个性化的消费需求。

朱宇举例到，针对传统弹性面料过度依赖氨纶且易氧化变质的问题，汉途纺织大胆创新，快人一步，早在 2017 年便引入了 SPH、CEY 和 T400 等新型高弹丝材料。这些材料不仅具有出色的保存性能，而且各具特色：SPH 因其爽滑垂感成为职场女性服饰的首选；CEY 以其仿棉效果深受休闲服装的欢迎；而 T400 则以其硬挺质地和卓越弹性，

特别适合男装制作。

此外，在全球倡导低碳环保的大背景下，汉途纺织积极响应，致力于环保再生产品的研发和生产。目前，其公司环保再生产品高达 40%。“我了解到，当前可再生纤维采用回收废旧塑料瓶或旧衣服作为原料，经过特殊处理转化为再生纤维 PTA，既做到废弃物品再利用，又满足了消费者对环保理念的需求，所以就很快将再生环保面料引进并应用到生产中。我们目前与 H&M、ZARA、沃尔玛、耐克、ANTA 等知名品牌达成合作，为全球环境保护助力。”朱宇说道。

在研发过程中，汉途纺织不仅注重可持续再生原料的运用，还积极融入国内外时尚元素和客户反馈，持续进行着创新和研发。“我们每年在新品打样和研发上的投入高达 30 余万元，这是一笔不小的成本。但必须更加坚定地追求创新，敢于试错，这样才能走在市场前沿，降低盲目跟风的危险，在激烈的市场竞争中保持领先地位。”朱宇说。

协同创新，纵深拓展产业链

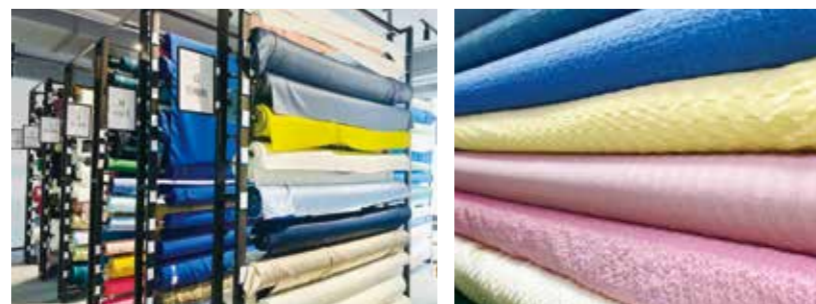
在瞬息万变的市场浪潮中，产品的外观与款式虽易遭同行仿效，但真正的竞争壁垒，却深藏于那些难以复制的内在工艺、科技之中。自主研发坯布，固然周期长、难度大，且需要雄厚的资金与科研团队支撑，然而这正是抵御模仿者的坚实壁垒，确保了产品的独特性与市场地位。

“过去，每家企业都专注于自己擅长的产品领域，以此确保一定的利润。然而当前的市场形势已经发生了巨大变化，利润空间被严重压缩，行业内竞争激烈，形成了所谓的‘内卷化’。”朱宇感叹道，“在这种环境下，由于每家企业都难以获得利润，许多企业开始盲目跟风，试图通过模仿热门产品来获取市场份额。”

观市场，定策略。面对这样的市场环境，汉途纺织在众多方向中，选择了将功能性面料视为新的增长点，并与上下游企业展开紧密协作，共同研发创新。通过打通石墨烯全产业链，实现从矿石采购、纤维研发、纺纱织布到成衣设计的全面覆盖，汉途纺织走出了一条独具特色的创新之路。

“我们与国家石墨烯创新中心共同研发，将石墨烯粉通过特殊生产工艺加入 PTA 中，从源头上增强面料的功能性，不断优化产品性能和质量。我们研发的石墨烯面料具备抗紫外线、吸湿排汗、远红外等多种功能，目前已广泛应用于防晒衣、瑜伽服等产品，获得了市场的高度认可，石墨烯面料的应用领域也在不断扩大。”朱宇自豪地说，“这种全产业链紧密的合作模式确保了研发效率和自主性的提升，也为我们在产品创新上提供了更多可能性。”

有所长，有所新，有所为。面向未来，朱宇表示，汉途纺织将不断在坯布上开创出新的市场空间，为客户提供更高品质、更环保、更时尚的产品。同时通过与上下游企业的紧密合作，共同推动产品的绿色发展和品质升级，为纺织产业高质量发展增添一份“底气”。



Focus / 聚焦

产品营销有何新策略？意大利专家带来店铺展陈设计指南

■ 本刊记者_周榆清

近日，2024 柯桥天天时尚大师课堂活动——“展陈设计助力产品销售与品牌发展”走进中国轻纺城集团所属联合市场，意大利注册建筑师、米兰理工大学设计学院教授、米兰时尚学院时尚品牌与生活方式管理硕士方向副主任 Lorenzo Morganti 通过解读品牌营销的未来趋势和优秀案例，为柯桥企业进行产品展厅升级与可持续门店设计，提供了丰富的理论支持和实践经验。新宏钰纺织、风向标纺织、大树纺织、滙洲源纺织等企业的近 70 位代表参与本次活动。

活动现场，Lorenzo Morganti 深度剖析了新型整合体验模式下的店铺视觉营销战略，他强调，在展厅设计中企业应把握好可持续发展的环保要求，营造素雅、大气的氛围。以 LV、Dior、BV 的店铺展陈为例，他提倡在保留传统工艺的基础上融入创新设计理念，通过有效的市场推广让顾客接受新的美学观念。同时，通过主题化的展示、优秀的展陈设计，能够更加突出产品特点，为客户提供更加完善的定制化服务。

在互动交流环节，Lorenzo Morganti 为企业代表答疑。他指出，产品的展陈并不是孤立的，而应与其他配套产品相结合。以面料为例，将用于上衣、下装和配饰的面料进行组合展示，可以为服装品牌采购商提供更全面的参考信息。这种做法不仅展示了面料企业的产品品质和开发能力，还体现了其时尚敏感度。



Lorenzo Morganti 深度剖析了店铺视觉营销战略。

会后，Lorenzo Morganti 还在工作人员陪同下，走访参观了恒迈纺织、瓯越纺织、东纳纺织等十家中国轻纺城商户的展厅，并对具有不同特色的展陈设计进行了评价与指导。

此次活动不仅为柯桥纺织企业带来了国际前沿的展陈设计理念，更为企业提供了与国际设计专家面对面交流的宝贵机会。Lorenzo Morganti 的精彩演讲和实地指导，有助于引导面料企业深入挖掘展厅创意设计背后的营销智慧，更鲜明地展现其独具匠心的时尚理念，在展示中更有效地传达产品的真实感，进而增强品牌和产品的市场竞争力。

2024 第二届中国轻纺城窗帘采购节即将举办

■ 本刊记者_王利



第二届中国轻纺城窗帘采购节即将举办。图为首届采购节直播探店。

这个夏季，你家的窗帘换新了吗？7 月 31 日至 8 月 2 日，2024 第二届中国轻纺城窗帘采购节即将盛大举行，并隆重推出“来就送 买就送”活动。采购节期间，百万消费券免费大赠送，可在中国轻纺城集团所属北联市场和天汇市场采购窗帘窗纱、辅料使用，为下半年窗帘布艺采购旺季加码助力。

据了解，“来就送”活动每日免费赠送采购券（面值 200 元）1000 张和午餐抵扣券 500 张，采购商可凭 2024 年 7 月 29 日至 8 月 2 日期间且目的地为杭州、绍兴、柯桥的交通票据，至现场服务中心免费领取采购券和午餐抵扣券。“买就送”活动每日赠送午餐抵扣券

500 张，采购商可凭 2024 年 7 月 31 日至 8 月 2 日期间在北联市场或天汇市场的订单和付款凭证，至现场服务中心免费领取快餐抵扣券。采购商凭券抵扣采购金额，单笔订单每满 2000 元可使用一张采购券。

温柔治愈的奶油风、传统元素与现代时尚相结合的新中式、回归自然元素的田园风、技术与智能相结合的功能性产品……品类丰富、时尚新颖的产品将集中亮相，等待更多采购商前来挑选。近年来，中国轻纺城窗帘布艺行业蓬勃发展，创新活力十足，许多经营户从主题、色彩、图案、面料、工艺等多维度下工夫，不断推出新产品、新概念、新功能，为下游客户和消费者带来一站式美好家居解决方案。

作为全国窗帘布艺供应链的重要源头，纺城柯桥集聚众多窗帘窗纱经营户。产品品类多样，辅料齐全，配套加工厂完善。北联市场是国内面积最大、交易最集中、品种最齐全的窗帘窗纱布艺龙头企业之一，天汇市场也是中国轻纺城的主要窗帘布艺市场。本次采购节期间，两个市场将联袂为采购商带来全新的采购体验。

去年 8 月 1—3 日，中国轻纺城集团举办了首届中国轻纺城窗帘采购节，得到诸多市场经营户积极响应和一致好评，活动成效显著，给经营户带来了潜在客户和实际订单。今年，第二届采购节持续发力，将充分发挥“展会+市场”的联动效应，与 2024 绍兴柯桥秋季窗帘布艺展同期举办、相互引流，营造商贾氛围，帮助更多经营户拓渠道、赢商机、谋发展，助力市场兴商隆市、繁荣发展，打响中国轻纺城窗帘布艺整体品牌。TA



清河县羊绒小镇综合管理中心主任王忠杰：

清河羊绒焕新， 打造全球影响力“世界绒谷”

■ 本刊记者_徐长杰

举世闻名的京杭大运河，是世界上开凿最早、最长的一条人工运河，清河，便是一座因运河而兴的县城。

蜿蜒流淌的河水，为清河带来了丰富的物产和繁荣的经济。历史上，清河都曾号称“天下北库”，一度是中国北方最大的物资集散地。一条横穿而过的大运河给清河人“运”来了文明之波，更“运”来了搏击市场、弄潮商海的胆识。

说到羊绒，清河不靠山，没有草原牧场，也没有规模化养羊的传统，它是如何与羊绒结缘的呢？清河县羊绒小镇综合管理中心主任王忠杰在接受《纺织服装周刊》记者采访时表示：“靠的就是清河人干事创业的精神！”

走在清河羊绒小镇，品牌门店鳞次栉比，直播电商几乎是每家店面的标配，生产工厂内更是呈现出艺术与技术的结合；现代化厂房干净整洁的背后，是智能化设备的广泛应用，工业旅游也开始在产业中生根发芽……清河羊绒早已不是印象中的模样，产业焕新正在悄然进行。

数据显示，清河的羊绒产量占世界的40%、中国的65%。如今的清河，把羊绒产业做到了全国首屈一指的规模，成为全国最大的羊绒原料集散地和重要的羊绒制品生产加工基地，赢得了羊绒之都、“世界绒谷”的美誉。

TAweekly：清河主要有哪产业？羊绒是否是清河的首位产业？

王忠杰：清河产业兴旺、特色鲜明，羊绒、汽车及零部件、稀有金属等特色产业驰名中外，是全国最大的羊绒原料加工基地、最大的羊绒纺纱基地、最大的汽车密封条生产基地、最大的滤清器产销基地、最大的再生稀有金属集散地。羊绒产业是清河的支柱产业、富民产业，有“世界羊绒看中国，中国羊绒看清河”的美誉。清河还被国家有关部门授予“中国羊绒之都”“中国羊绒纺织名城”“中国汽车零部件制造基地”等荣誉称号。

TAweekly：目前清河县羊绒产业发展的整体情况如何？

王忠杰：清河因绒而兴、因绒而名。全县具有一般纳税人资格的羊绒企业1000余家，羊绒业市场主体1万余家，从业人员10万余人。清河



清河是全国最大的羊绒原料集散地和重要的羊绒制品生产加工基地。

是全国最大的羊绒加工集散地、羊绒纺纱基地和全国重要的羊绒制品产销基地。年产销无毛绒8000余吨，占全国的65%、世界的40%；年纺纱9000余吨，纺各类面料400多万米；各类羊绒服饰3600多万件，占全国总量的20%。

TAweekly：清河羊绒产业发展呈现出哪些特点？

王忠杰：清河羊绒产业目前的发展优势主要表现在以下方面：

首先，产业链条全、规模大。形成了从原绒采购、分梳、纺纱、织衫、织布到制衣完备的产业链条，年产销无毛绒8000余吨，约占全国总量的65%、世界总量的40%；羊绒纱线、羊绒衫、大衣、披肩等各类制品的产销能力位居全国前列。产品美誉度高。清河羊绒是国家地理标志证明商标，拥有羊绒商标9000余个，产品远销意大利、英国、法国、美国、日本、韩国等30多个国家和地区。行业影响力大。清河先后参与主持了《山羊绒》国家标准以及《绵羊绒》河北省标准8个标准的制定。我们连续举办了30届中国清河国际羊绒及绒毛制品交易会，是业界最有影响力的专业展会之一。

其次，清河羊绒具有“全、广、多、优”的特点。

全：原料端以山羊绒为主，同时还包括绵羊绒、驼绒、兔绒、牦牛绒等几十种其他动物纤维；成品端既涵盖了羊绒衫、裤、围巾、披肩、大衣等羊绒全系列秋冬产品，又引进了真丝、亚麻、丝光棉等夏季产品。

广：全国有羊绒产业的地方，就会有清河人；有羊绒生意的地方，必然会与清河有贸易往来。

多：商标数量多，位居全国县级行政区域第一；产品销量多，是全国最大的羊绒原料加工集散地、全国最大的羊绒纺纱基地和全国重要的羊绒制品产销基地。

优：羊绒产量稀少，仅占世界动物纤维总产量的0.2%，更重要的是因为其优良的品质和特性，被人们称为“软黄金”“纤维皇后”。清河羊绒具有良好的品牌形象，一分价钱一分货，绝对物有所值。

TAweekly：您觉得清河羊绒的发展优势是什么？

王忠杰：干事创业的清河精神。上世纪70年代，清河还是河北省18个贫困落后县之一，是全省出了名的“四不靠（不靠山、不靠水、不靠大城市、不靠铁路）、两没有（地上无资源、地下无矿产）”。改革开放以后，清河靠着“敢创伟业、事争一流”的精神，认准正在悄然成长的羊绒行业，出台扶持经济的政策，鼓励农户放开手脚搞羊绒分梳，成功走出了一条“千军万马闯市场、千家万户奔小康”独具特色的富民强县之路。

抓住电商发展的历史机遇。清河县电子商务一是起步较早，发展始于2006年，实施“网上网下互动，有形市场与无形市场互补”发展战略，依托清河县羊绒制品市场发展形成了“专业市场+电子商务”的“清河模式”，被认定为中国电子商务“三大模式”之一。二是规模较大，目前拥有淘宝镇6个、淘宝村71个，京东、淘宝、唯品会等网络店铺3.5万余个，2023年实现网络销售额超145亿元、全市第一，快递业务量2.74亿件、



清河羊绒产业焕新正在悄然进行，产业集群正在向“世界绒谷”迈进。

全省第一。清河电商的快速发展，有力带动了实体企业的发展，呈现出“产业催生网销，网销带动产业”的良好局面，助推清河羊绒产业顺利实现了从原料分梳向纺纱和制成品的转型升级。

TAweekly：目前产业在两化融合方面开展了哪些工作，有哪些进展？

王忠杰：历经四十多年的发展，清河羊绒已经形成了从原绒采购、分梳、纺纱、织衫、织布到制衣完备的产业链条。

近年来，清河县聚焦羊绒产业，强化政策激励引导，提供设备购置补贴、租金补贴等具体支持，鼓励企业引进羊绒智能化针织设备，推动产业两化融合工作取得了长足进展。目前清河县已有60余家羊绒企业实现研发设计智能化、采购销售网络化、生产管理信息化。在政府的牵头下，龙头企业新华羊绒公司与宁波慈星股份有限公司联合建设大型针织数字共享工厂暨事坦格羊绒针织数字研究院，项目建成后，清河一线成衣电脑横机的数量将达到2000余台，成为全球重要的织可穿一线成型羊绒针织基地。同时，羊绒针织数字研究院也会开展针织数字化设计、3D虚拟仿真、数字化生产、数字化销售、数字化物流等研究和产业化工作，加快发展清河羊绒产业新质生产力。

TAweekly：清河规上羊绒企业的占比是多少？在品牌培育方面树立了哪些品牌，目前有什么具体扶持措施？

王忠杰：目前全县具有一般纳税人资格的羊绒企业1000余家，其中规模以上企业81家，占比8.1%。

在品牌培育方面，全县羊绒商标注册量9000余个，数量位居全国县级行政区域第一。拥有国家地理标志证明商标一个（清河羊绒）；中国驰名商标4个（衣尚、宏业、宇腾、昭友），另有在外地创建的中国驰名商标2个（兆君、皮皮狗）；河北省著名商标10个；中国服装成长型品牌70个。

对于培育自主品牌，我们深入实施自主品牌建设工程，筛选一批基础条件好、技术能力强、管理水平高、市场潜力大的企业和品牌作为重点，利用行业会展、网络平台及各种媒体，加大对其宣传力度，提升品牌的影

**清河深度实施自主品牌建设工程，
筛选一批基础条件好、
技术能力强、管理水平高、
市场潜力大的企业和品牌作为重点，
利用行业会展、网络平台及各种媒体，
加大宣传力度，
提升品牌的影响力和知名度。**

响力和知名度。引导和组织企业积极争创中国驰名商标、中国服装成长型品牌以及省知名品牌。鼓励企业收购、入股国际化优质品牌；引导企业积极进行国内外商标注册、专利申请，为企业品牌寻求法律保护。

同时，充分利用好中国清河国际羊绒及绒毛制品交易会平台，创新交易会举办方式和内容，运用市场化手段，吸引专业批发市场和买手参与，线上线下互动，进一步提升交易会的影响力和实效性，力争把该交易会打造成为中国服装行业独具特色的展示平台。

此外还大力实施“走出去”发展战略。以“清河羊绒”名义组织企业集中参展中国国际服装服饰博览会（CHIC）、中国国际针织博览会（PH Value）、时尚深圳展等国内外展会。鼓励企业自行参加国内外的大型展会，加强与欧美、日本等传统市场的合作，并积极开拓“一带一路”沿线国家的供应链渠道。鼓励品牌企业在大中城市设立清河羊绒集成店、专卖店、商城专柜、机场店等。

TAweekly：以往，清河很多产品给消费者的印象是不够时尚，那么近年来，清河羊绒在前端纱线的研发以及时尚设计方面做了哪些工作？未来还将有哪些推动举措？

王忠杰：目前纱线新品不断涌现，创新研发出高达200支的高级精纺纱以及抗起球、免后整理、蚕丝等高档纤维混纺纱线。在国际市场，快时尚品牌优衣库所用羊绒纱线的70%来自清河，爱马仕品牌纱线的独家供应商在清河，MORO纱线供应古琦、百丽、普拉达、ZARA、芬迪等50多家国际快消和奢侈品品牌。

时尚设计方面，一是加强与行业协会的合作，联合中国畜产品流通协会发布年度中国羊绒秋冬流行趋势；联合中国针织工业协会，发布年度中国针织纱线流行趋势。二是充分发挥中国服装设计师协会、清河羊绒服装设计师协会的力量，每年为企业设计新款服饰500多款；三是每年举办清河羊绒时装周等时尚活动，发掘培养本地设计师人才。

TAweekly：清河羊绒近年来在电商方面成绩卓著，目前做电商的企业有多少家，年成交额是多少？今年以来的总体销售情况如何？

王忠杰：截至目前，全县在天猫、淘宝、抖音等电商平台注册的网络店铺达3.5万余个，年网络销售额超145亿元，位列全市第一。今年以来，电商销售业绩稳步增长，较去年同期增长10%。

TAweekly：清河对羊绒产业未来发展的规划如何？下一步的工作有哪些？

王忠杰：我们清河羊绒将以培育千亿级产业集群为目标，以制造智能化、产品四季化、设计原创化、渠道多元化为实施路径，坚持产业和市场双轮驱动，着力打造羊绒原料价格形成发布中心、羊绒服饰智能织造中心、羊绒品牌博览和销售中心、羊绒时装设计与流行趋势发布中心，把清河打造成为在羊绒行业制造链、供应链、价值链和创新链具有引领作用的“中国时尚羊绒名城”和具有全球影响力的“世界绒谷”。**TA**



化纤龙头企业的总工程师、专家齐聚会场，分享企业发展现状。

从龙头企业动向探察化纤前沿科技

首届化纤行业总工程师论坛透露行业发展方向

■ 本刊记者_郭春花

在“双碳”、高质量发展成为全球发展大势的当下，各行各业都在加快培育新质生产力。化纤龙头企业如何发展新质生产力？目前在做哪些前沿研究？未来有何规划？近日，首届化纤行业总工程师论坛在烟台举办，来自涤纶、锦纶、氨纶、再生纤维素纤维、装备、油剂等领域龙头企业的总工程师、专家齐聚会场，分享企业当前的产品研发现状和发展规划，共同探讨行业的未来。

桐昆集团：重视技术创新，开发差异化产品

历经四十多年的跨越式发展，桐昆集团股份有限公司已实现从“一滴油”到“一匹布”的完整产业链，涤纶长丝产能产量位居全球第一，奠定桐昆在全球聚酯纤维行业的领军企业地位。桐昆集团是如何做到涤纶长丝产能产量第一、品种最全、掌握多项核心技术、中国化纤4项排名第一的？桐昆集团股份有限公司总工程师兼企业技术中心主任孙燕琳现场揭秘——技术创新、开发新产品。

桐昆集团一直致力于打造领先的科研创新平台，始终保持技术、装备迭代领先与产品高端化、品牌化，按照“谋划5年，设计3年，做好1年”的技术创新思路研发装备、技术，掌握了多项绿色制造、智能制造等关键技术，开发出功能多元化、绿色高值化、时尚智能化等新型纤维。

孙燕琳表示，下一步，行业、企业需改进提升空间、攻关突破卡点，持续探索聚酯改性机理、机制，研究开发可预测、预制、可追溯品种开发与品质管控系统。桐昆集团将围绕基础支撑强化、高端聚酯开发、聚酯再生循环、聚合、纺丝、三维系统仿真、数字孪生、极限性能与功能聚合等方面发力，带动行业发展。

从早期的跟随者、模仿者逐步成长为行业的领军者，桐昆走出了属于自己的创新之路。“我们的创新永远在路上。”孙燕琳由衷地说。

中国平煤神马集团：绿色聚酰胺纤维的发展及应用

当前，聚酰胺纤维正在朝着绿色环保、高性能化、功能性的方向发展，其中绿色聚酰胺包括生物基纤维、废料回收再生循环纤维、原液着色纤维。神马集团是世界一流的千亿级尼龙新材料产业基地，拥有完整、技术含量高、循环经济特征明显的行业领先的尼龙产业链，近年来在生物基聚酰胺纤维研发方面取得了较大进展。

中国平煤神马集团尼龙纤维全流程重点实验室副主任张超介绍，神马目前已初步开发生物基尼龙56细旦丝、工业丝，并在实验室进行了捻线、浸胶小试试验，产品断裂强力接近常规尼龙66。下一步将进行捻线、织布、浸胶试验。预计在一年内，将开发出尼龙56工业丝白坯布、浸胶布，形成相关新产品产业化生产工艺整套技术包。

神马集团还通过循环再利用技术，开发出了尼龙66纺丝成套技术，实现高强度、均质化尼龙66再生纤维关键制备技术突破，目前已通过全球GRS（全球回收标准）体系认证。原液着色纤维研发方面，神马目前已开发出母粒共混法高强高耐热型尼龙66原液着色纤维技术，产品获得中国化学纤维工业协会的绿色纤维认证。下一步，将在色牢度与染色均一性方面发力，开发拓展尼龙色母粒色系，优化母粒添加法加工工艺，提高产品性能、降低加工成本，开发更先进的聚酰胺色丝生产技术，进一步提升原液着色带来的社会及经济价值。

新乡化纤：以草代木，开辟纤维素纤维原料新途径

为缓解纤维溶解浆来源紧张问题，新乡化纤股份有限公司作为行业龙头企业，一直致力于追寻非木源生物基纤维探索研究，先后进行了竹子、竹柳、秸秆等多项制浆研究尝试，发现菌草（芦竹）具有纤维素含量高、生长速度快、生长周期短、制浆容易、天然抗菌等诸多优势，是理想的非木源纤维原料。历经三年时间，新乡化纤陆续攻克菌草制浆、纺丝等多个科研难题，掌握了从一棵草到一根丝的全套工艺技术，成功研发了菌草再生纤维素纤维系列产品，具有优异的服用性能以及本身自带的抗菌性、抗病毒性。

“菌草不是一棵草，而是一类草的归纳。”新乡化纤股份有限公司总工程师谢跃亭表示，目前公司以菌草为原料，制备了菌草浆粕，并通过粘胶法、离子液体法、DT溶剂法和NMMO法成功开发了菌草长丝和菌草短丝的系列再生纤维素纤维产品。为推动菌草纤维产业发展，2024年4月26日，公司开始建设新乡白鹭生物基新材料绿色工艺中试产业园，将展开相关中试项目，其中5000吨菌草生物质纤维中试项目预计今年年内投产运营。下一步，新乡化纤将继续推动菌草规模化种植与处理工作，加速“三素”分离及高值化利用工作，统筹菌草纤维生产基地建设，加强菌草纤维知识产权相关管理工作，推广菌草纤维在多领域的应用。

“小小菌草，不仅仅是人们眼中的‘幸福草’，更是我们纺织人心目中的‘希望草’。”谢跃亭说道。

浙江传化化学：开发环保功能差别化油剂，提升国产油剂占比

我国化纤产量占全球总产量的70%以上，但国产前纺油剂的市场占有率不足20%，提升国产油剂占比是当前发展重点。浙江传化化学有限公司专注于服务化纤纺织行业，经过多年的技术攻关，打破了国外垄断，涤纶前纺油剂已经实现与国内化纤龙头企业战略合作，锦纶前纺油剂也在国内得到了广泛认可。

浙江传化化学有限公司研发中心技术总工顾永欢介绍，顺应全球化纤智能化、绿色环保、功能化的发展趋势，传化化学革新传统开发模式，利用有效的配方设计工具探索出油剂开发新模式，利用全产业链价值优势联合开发出功能性油剂产品，深入理解润滑、摩擦机理，开发出了高性能、环保型油剂。

顾永欢表示，国内前纺油剂的技术发展水平还有很大空间，亟需市场检验。传化化学品已经向行业推出系列旗舰涤纶、锦纶前纺油剂产品，通过头部客户的长周期验证，可实现进口油剂的替代。未来将有更多的环保型、功能性、差别化产品推向市场，为下游客户提供油剂解决方案。

华峰化学：用高效组合拳培育氨纶新质生产力

近几年来，全球氨纶产能处于持续快速扩张期，年均增长率保持在8%左右，但价格出现持续下跌，企业利润微薄，部分产能停产甚至关停。随着市场竞争的加剧，氨纶新产品新技术不断涌现。华峰化学专注于氨纶的研发、生产与销售，产能处于国内最大（超30万吨/年）、世界前列，拥有两大生产基地。

华峰化学股份有限公司副总经理兼研究院院长杨晓印介绍，华峰化学不断创新，通过“三高”赋能、绿色低碳赋能、数智赋能，培育新质生产力，满足市场多样化需求。“三高”赋能，是指开发出更高品质、更高性能、更高附加值的氨纶产品，包括耐高温/氯、高均一、抗菌、可染、生物基等氨纶产品；绿色低碳赋能，是指研发出大产量反应器、多头纺、高速纺、智能化等技术，通过配方、原辅料和工艺创新，赋予氨纶更加绿色、低碳的特质；数智赋能，是指采用人工智能、大数据、AI等信息化、数智化技术，创新性自主开发自动化、智能化管理、控制系统，使传统氨纶生产过程更加安全、更加高效。

杨晓印表示，展望氨纶行业，下一步生产要素的重新优化配置将进一步加深，行业优胜劣汰将加速，落后产能退出或被兼并在所难免，产业链向上下游整合将进一步加强，新产品、新技术、绿色低碳的生产方式将加速涌现，自动化、智能化、信息集成将加快赋能氨纶行业发展。

北京中丽制机：为化纤高质量发展提供整体解决方案

北京中丽制机工程技术有限公司专注于化纤工程总承包和化纤高端装备制造，拥有涤纶、锦纶、丙纶、差别化纤维及其他高性能纤维等产品的熔体直纺、切片纺及非织造布的纺丝工艺、工程大型成套技术装置和工程总承包能力，可提供化纤工厂数字化智能制造整体解决方案，拥有碳纤维工程总承包能力。

北京中丽制机工程技术有限公司总经理助理王志君介绍，中国化纤长丝成套装备经过50多年的发展，从最开始的单锭轴两头纺，到今天的全自动多头纺，通过数智化转型，完全实现全流程的自动落筒自动包装，一步一步取得了骄人成就。

王志君表示，下一步中丽制机将结合工业5.0和《关于化纤工业高质量发展的指导意见》、《纺织工业“十四五”发展规划》、《国家重大科技基础设施建设中长期规划》等相关文件政策，将化纤长丝成套装备与新兴领域和未来产业相结合，补齐短板、拉长长板、锻造新板，朝着高端化、智能化、绿色化的方向发展，坚定不移地推进化纤行业的高质量发展，为加快建设制造强国不断谋势、蓄势、聚势。TA

探寻粘胶纤维行业绿色、智能、高质量转型之路

6月26日，《粘胶纤维行业规范条件》宣贯会暨纤维素纤维分会年会在烟台召开。会议从企业布局、工艺装备、资源消耗、环境保护、碳排放、质量管理、安全生产、社会责任八个方面对《粘胶纤维行业规范条件》进行了宣贯。例如，鼓励企业研发应用新型浆粕原料（竹浆、麻浆、菌草浆、循环再利用浆粕等），鼓励和支持现有粘胶纤维企业通过技术改造淘汰落后产能；鼓励粘胶纤维企业开展绿色工厂建设、工厂碳核查、产品碳足迹、碳标签及产品生命周期评价等相关基础研究及能力建设等。

来自唐山三友、赛得利、新疆兴泰、丝丽雅、雅美科技、兰精、潍坊欣龙、银鹰化纤、新乡化纤、吉林化纤、南京化纤等企业的代表分别交流了《粘胶纤维行业规范条件》在企业中的实施情况。大家一致认为，通过充分的意见征求，《粘胶纤维行业规范条件》具备

科学严谨性，对促进粘胶纤维企业技术及装备水平进步具有重要意义。此外，与会代表还就纤维名称规范、智能制造转型等行业发展过程中出现的共性问题进行了探讨。

工业和信息化部消费品工业司副处长吴桐表示，《粘胶纤维行业规范条件》旨在促进粘胶纤维行业结构调整和升级，推动绿色转型，合理引导行业发展方向，实现可持续发展。以规范促生产，期待粘胶纤维行业向更高水平和更高质量发展迈进。

中国化学纤维工业协会会长陈新伟在总结发言中对行业发展提出三点建议：一是以《粘胶纤维行业规范条件》为抓手，继续推动行业绿色可持续转型；二是关注科技前沿动向，探索行业数字化车间和智能工厂建设路径，推进行业智能制造转型；三是提升品牌建设能力，深化差异化产品研发，实现行业高质量转型。（宁翠娟）



会议引领企业从产业高度、全球视野思考未来发展。

向“新”而行， 为长丝织造产业发展蓄势聚能

■ 本刊记者_陶红

为深入挖潜长丝织造产业新质生产力，持续提升产品创新能力，以产品创新带动技术创新、管理创新和制度创新，推动全产业链融合创新、高质量发展，7月4日，以“谋新重质 向新而行”为主题的2024年全国长丝织造行业产品创新年会在浙江省长兴县举办。本次会议由中国长丝织造协会主办，长兴县夹浦镇人民政府、长兴县经济和信息化局承办，长兴县纺织行业协会协办，得到了苏州金楠纺织科技有限公司、向兴(中国)集团有限公司的大力支持。

凝聚高质量发展共识，提升产业韧性

近年来，长丝织造企业研发投入强度不断提高，科技创新能力持续提升，创新驱动发展成效日益显著，绿色发展理念走深走实，发展内生动力不断积聚，正在稳步发展壮大。中国纺织工业联合会副会长端小平肯定了长丝织造行业的发展成绩。谈及以新质生产力赋能行业高质量发展，他提出四点建议：一是行业要重视科技创新，面向重大需求加强关键技术突破，加快创新驱动发展，增强自主创新能力，以企业为主导提高成果转化水平；二是当前全球经济环境复杂多变，纺织企业要在加大内循环的同时，加强与“一带一路”沿线国家的合作，深化国际经贸关系；三是打造绿色低碳供应链，促进发展和谐永续，开发利用环保材料，加快绿色新产品开发步伐，推广行业节能减排技术，实现生产过程集约化、清洁化和智能化；四是纺织企业要瞄准细分市场，抢抓进口替代机遇，研发纺机产品、高性能纤维，投资储能和绿电项目，不断延伸产品应用范围，向国防军工、汽车工业和家居等延展。

端小平表示，面对错综复杂的国际环境，纺织企业要坚定发展信心。从中国纺织工业发展趋势来看，长丝织造仍将是规模化优势的基础支撑，是全球化优势的重要组成，中国长丝织造产业将大有作为。

今年以来，纺织行业生产形势稳中有升，企业效益水平持续改善，规模以上企业工业增加值、营业收入、利润总额等指标均实现恢复性增长。中国纺织经济研究中心主任、中国纺联产业经济研究院院长华珊分析了“纺织行业经济运行及发展趋势”。华珊强调，行业要以纺织现代化产业体系七项行动为指南，加快高端化、智能化、绿色化转型。

其中，纺织新质生产力是赋能现代化产业体系建设的关键，应重点培育科技新质生产力、文化新质生产力和绿色新质生产力。此外，行业创新还需要关注技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级。

长兴是全国主要长丝织造产业集群之一。浙江省长兴县委常委、副县长金永良表示，长兴县委、县政府历来十分重视纺织产业转型升级工作，先后荣获“中国长丝织造名城”“中国衬布名城”“国家外贸转型升级基地”等称号。目前，全县纺织产业全面实现了集聚入园和设备更新改造，创新产品和终端产品占比有了很大提升。希望以此次会议为契机，长兴纺织企业加快产品创新，积极开拓市场，努力打响长兴品牌。

夹浦的家纺面料全国知名，是长兴县优秀纺织产业集群的代表。长兴县夹浦镇党委书记彭长永表示，在头部企业的带领下，夹浦镇企业正在积极实施技改转型和创新研发，以求在行业竞争中领跑抢先，逐渐形成既见树木又见森林，大中小企业协同发展的良好态势。目前，夹浦镇纺织相关产业产值达200亿元，其中家纺面料产能占全国近三分之一。未来，夹浦将围绕高端家用纺织品面料细分行业创新发展，每年新增亿元以上纺织项目5个以上。

此外，长兴县洪桥镇党委副书记、镇长庄忠杰介绍了洪桥镇纺织产业发展情况。他指出，依靠“转型、创新、团结”三个发力点，洪桥在提花类纺织产品上实现高质量发展，成为当地响亮的名牌。未来将不断深入“三个发力点”，持续推动产业升级发展。

面对错综复杂的国际环境，纺织企业要坚定发展信心。从中国纺织工业发展趋势来看，长丝织造仍将是规模化优势的基础支撑，是全球化优势的重要组成，中国长丝织造产业将大有作为。

延展创新思路，激发创新动力

中国长丝织造协会会长王加毅发表主题报告指出，今年以来行业运行延续回升向好态势，主要是因为近年来长丝织物的功能性、差异化不断突破，产品质量持续提升，为消费者提供了高品质、高性能、高环保性的优质供给。上下游产业的高质量发展，为深度融合、协同创新创造了更多可能。从宏观经济环境来看，国货潮品、运动健康、绿色生态等新兴消费热点的延伸，为长丝织物的应用拓展提供了更多空间。

展望全年，行业有望延续回升向好态势，但总体形势依然复杂严峻。对此，王加毅建议，企业要向“新”提“质”，继续深入产品研发，包括要坚持交纺织物的开发，做好非氨纶弹力织物开发，推进新型功能类面料的开发和迭代，深入材料源头，增加开发新动能。

化纤长丝织物的产品创新高度依赖于原料、织造、印染后整理、服装设计与加工以及销售与服务各环节的优势整合与协同合作。单一企业受资金和能力限制，难以以一己之力布局全产业链。为此，王加毅提出，行业要建立全链条的产业联盟，实现上下游协同创新，长丝织造企业要作为“链主”，充分调动各方资源，助力产品研发，并尝试建立以资本为纽带的产业联盟。

王加毅还表示，长丝织造企业要探索新模式，积极向服务型制造转型。通过创新优化生产组织形式、运营管理方式和商业发展模式，不断增加服务要素在投入和产出中的比重，从以加工组装为主向“制造+服务”转型，从单纯出售产品向出售“产品+服务”转变。有利于延伸和提升价值链，提高全要素生产率、产品附加值和市场占有率。

针对新兴产业集群，王加毅特别强调，要持续紧抓产品创新，要对引进企业加强产品考核，对已入驻企业要加强培育和引导，逐步提升集群产业管理者专业素养。

王加毅介绍，协会每年都会围绕产品创新开展多项工作，希望相关企业能积极参加协会活动，激发创新动力，从产业高度、全球视野思考企业发展的未来。

找准提升方向，引领行业发展

“大纤维+”关系到纤维与人类、纤维与生态环境、纤维与新兴产业的关系，建议企业关注三方面，一是定制化产品，满足应用与消费者多元化需求；二是践行低碳、绿色、环保理念；三是支撑先进制造，拓展新领域。教育部高性能纤维及制品重点实验室主任、东华大学材料科学与工程学院研究员王华平作“纺织新材料产业发展与展望”主题报告。目前纺织新材料产业发展趋势主要体现出以下特点，一是高性能纤维进入技术与产业、应用与市场协同发展阶段；二是通用纤维发展产能承压加剧、市场波动加大；三是生物基合成纤维技术迭代加快，受到资本与品牌关注；四是循环再利用纤维发展进入专业化分化期；五是前沿纤维产业孵化进程加快；六是功能纤维平稳发展，进入突破瓶颈期；七是应用发展切入新赛道；八是军民两用不可或缺中创新发展。

中国家用纺织品行业协会高级研究员沈婉瑜对2025中国家纺流行趋势进行了预测。据介绍，本季主题为探&寻，意为共同“探”生态之道，“寻”内心声音。在总主题下，又衍生了智·愈·绿·动·中·合三个系列。其中，智·愈系列展现出真实与虚拟交织的双重特性；绿·动系列的重点是环保可再生材料、循环利用技术、旧物再造设计；中·合系列将传统文化与现代创新设计交融，将传统技艺与现代审美需求结合，展现出风格融汇的创意与活力。

“国风”会不会持久？北京服装学院教授、奥运服饰文化研究中心常务副主任贺阳给出了答案：会！在题为“古韵新潮，国风绽放——国风面料的古今叙事”的报告中，贺阳表示，国风浪潮兴起，是国人文化自信的具体表现。目前，中国纹样提取、再设计的主要来源途径包括博物馆展览、网站、图书、画册、古玩交易等实物、图像、文献等资料，这就要求设计师和研究者更深入地研究传统和民族的服饰文化，探索历史渊源和未来走向，设计出更好的产品，让国风在发展变化中以新的面貌被理解和接受。

江南大学纺织科学与工程学院院长、国家特支计划科技创新领军人才付少海作题为“聚酯纤维新型印染技术的现状和趋势”的分享，详细介绍了涤纶织物免水洗热熔染色关键技术、涤纶织物超临界二氧化碳染色技术、耐碱性分散染料短流程涤纶织物染色技术等生态着色技术，并指出，聚酯着色应加强聚酯纤维原液着色技术、零废水排放染色技术、短流程染色技术、数字喷墨印花技术的应用与推广。

全国纺织品标委会化纤长丝织物分会秘书长伍冬平进行了化纤织物产品标准宣贯，介绍了化纤长丝织物标准化基本情况、标准制修订要求、标准化工作效益、长丝织造标准化四个方面。标委会未来将持续深入功能性产品的研究与应用，积极参与基础标准的制定，呼吁企业积极参与进来，围绕“双碳”目标，探索绿色低碳产业发展新路径。

“新材料的创新是保持竞争力的关键。”东丽酒伊织染(南通)有限公司技术研发副部长吉安明作题为“注重产品创新，保持企业竞争活力”的报告，重点分享了TSD的产品创新体系。一是与战略合作企业的全方位合作共建，相互派员驻海外据点开展产品研发创新等工作；二是为客人提供有价值的产品研发体系，或重新企划的PDCA循环体系；三是倡导专业的人做专业的事情，坚持做公司擅长的事情；四是坚持全流程的管理体系；五是塑造不断变革的体系；六是不断提高新品率等。

在“‘节’尽所能，小处入手，全力更新老旧设备——工业领域降本增效降碳发展新契机”的主题报告中，诺力集团指导员郑永梅重点介绍了诺力集团叉车油换电、机器换人、智能立库、整体解决方案四个方面的产品与服务。诺力集团的叉车油换电更能降低成本和能耗；AGV物流机器人具有高效运行、大幅降本、提升安全等特点；智能立库能降低土地、人力成本，提升生产效率；整体解决方案，可为客户提供全领域产品、一体化设计和服务。[21]





2024 中国面料之星
参评企业产品系列报道(二)



关注面料之星俱乐部公众号，
了解更多详情

聚绿向新 美丽布凡

本刊记者_云娟娟/文 关云鹤/摄

2024“中国面料之星”用户满意产品调查活动是由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办的最具影响力的全国性面料调查活动，自今年5月启动以来，已吸引了全国各大面料企业的积极参与，并陆续收到了众多优质参选产品。

为进一步挖掘和推广国内优秀面料企业及其产品，活动组委会根据参选企业提交的面料信息表的完善程度、参选产品与市场需求的契合度等多项严格标准，进行了初步筛选，并借助《纺织服装周刊》杂志、官方微信公众号、官方网站等多元化平台，进行免费推广报道。

本期推介的面料产品不仅在织染工艺上进行了多种创新，更是在新材料的应用上取得了显著突破。这些新材料的应用不仅为面料产品赋予了鲜明的风格特色，更在舒适性、功能性和时尚环保等方面实现了大幅提升。

▶ 沈阳杰恩盛科技有限公司



面料名称：优毛针织商务定制西服面料
原料成分：原液着色粘胶 34%、原液着色涤纶 39%、美丽诺羊毛 14%、锦纶 10%、氨纶 3%
产品特点：采用天然木浆纤维搭配再生聚酯纤维以及原液染色锦纶，增添面料厚重感，原液染色色牢度可达4级以上，面料环保舒适，手感滑爽。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：优毛定制西服面料
原料成分：原液着色粘胶 41%、原液着色涤纶 44%、美丽诺羊毛 12%、氨纶 3%
产品特点：此款面料是纯毛面料价格的1/3，光泽手感与纯毛面料近乎无异，支持机洗，带有经纬异色风格，具有层次感。
应用领域：男装、女装、休闲装

▶ 三禾兴轻纺(福建)科技有限公司



面料名称：运动休闲
原料成分：33% 冰氨锦纶、58%N、9%SP
产品特点：此款面料为双面提花，花型以迷彩镂空风格展示，能够起到透气、舒适的效果。面料中含有太极石冰氨锦纶，可持续保持凉感，实现快干舒适效果。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：运动瑜伽
原料成分：22% 太极石锦纶、43% 锦纶、35% 氨纶
产品特点：此款面料为双面提花，花型表面以蛇皮纹展示，弹性好、张力大、抗菌性强。面料含有太极石抑菌锦纶，凉感抗菌。
应用领域：男装、女装、休闲装

▶ 山东南山智尚科技股份有限公司



面料名称：锦裳
原料成分：绵羊毛 50%、纤维素纤维 32%、桑蚕丝 18%
产品特点：采用紧密纺纺纱技术，保证纱线条干均匀毛羽少，毛丝异支合股制成高支纱线，通过4/2的组织结构展现出细腻的叶片外观效果。采用多尼尔织造技术，运行稳定适合量产。
应用领域：男装、女装



面料名称：领秀
原料成分：绵羊毛 100%
产品特点：采用美丽诺羊毛紧密纺纺纱技术，保证纱线条干均匀毛羽少，采用极限打纬方式使面料达到最大纬密。染整采用加强平洗呢技术+KD(231)罐蒸技术，使面料保持极紧密，表面立体感强。
应用领域：男装、女装

▶ 苏州市斯运伯恩纺织有限公司

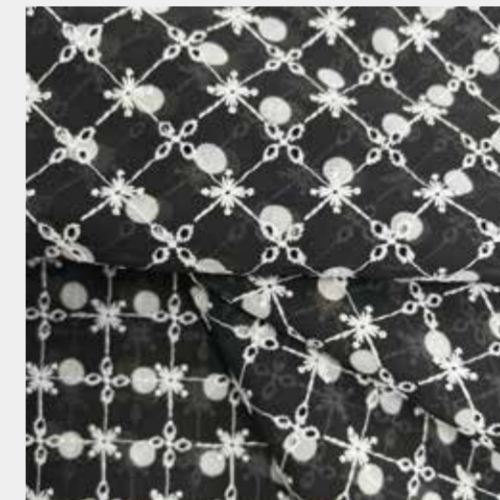


面料名称：涤纱 T400 提花条速干
原料成分：涤纶 100%
产品特点：独特提花面料，速干，具有良好的透气性，强度高、耐磨性强，同时也具备一定的弹性，穿着舒适，适合制作运动服装、户外服装等。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：涤竹混纺弹力阳涤条
原料成分：涤纶 61%、竹纤 36%、氨纶 3%
产品特点：结合了竹纤维的透气、吸湿、抗菌等特性。综合了涤纶的强度、抗皱性和竹纤维优点，使面料性能更全面。阳涤条形成的条纹具有装饰性，增加了视觉美感。
应用领域：男装、女装、休闲装

▶ 绍兴众蔚纺织品有限公司



面料名称：珍珠绣花
原料成分：100%P
产品特点：采用全涤黑色底布，具有优异的耐磨性和抗皱性，适合多种使用场景。绣花图案体现出精湛的纺织工艺水平。适合制作各种服饰和家居用品。
应用领域：女装、休闲装



面料名称：碧波清纹
原料成分：50%C、48%P、2%SP
产品特点：采用高品质棉涤混纺工艺，柔软舒适、耐磨耐洗、触感丝滑且易于打理。白色的基调纯净而高雅，织布特有的纹理设计，为面料增添了一抹独特的艺术感。
应用领域：女装、休闲装

▶ 南通东屹高新纤维科技有限公司



面料名称：T字提花
原料成分：100%P
产品特点：提花纹理，细腻时尚，采用无弹力纱线经过特殊的织造工艺使面料具有弹性、舒适。具备天然的弹性和长丝般的清爽手感，适合休闲类服装，高度契合当下服装用料的三大趋势——棉感、弹力、超细。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：泡泡大格
原料成分：100%P
产品特点：采用定织纱线，引进环保染色技术，避免同质化的染色污染。其染色性能优秀，手感柔软，伸长性同弹性纤维一样好，不需使用特殊化学品，染色物具有干爽、挺括等特点。
应用领域：男装、女装、休闲装

▶ 杭州卓达染整有限公司



面料名称：仿牛仔针织莱赛尔英式罗纹
原料成分：95%LC、5%SP
产品特点：传统的数码直喷工艺丰富了这款超柔试穿的莱赛尔针织面料，纱线透过英式罗纹的传统针织，提升了面料的轻盈和清新感，标准版型让穿着更加舒适。
应用领域：男装、休闲装



面料名称：仿牛仔超薄人丝
原料成分：100%V
产品特点：轻薄夏季人丝底布上印了仿牛仔的花卉，呈现出独特的牛仔风情。人丝质地坚牢、挺括、表面平整，轻薄耐磨性好、透气性好，可广泛用于时尚女装的仿牛仔印花。
应用领域：男装、休闲装

▶ 苏州百航纺织科技有限公司



面料名称：大提花国风夹层
原料成分：88%P、12%SP
产品特点：面料质地厚实挺括，是高端品牌春秋商务夹克首选面料。夹层纱线根据应用场景使用功能性纱线，进一步提升服装功能，克服普通面料同质化。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：大提花 LOGO 提花管状双层无胆羽绒
原料成分：88%P、12%SP
产品特点：该面料紧度合适，质地厚实挺括，无胆羽绒，是高端时尚羽绒服首选面料。LOGO 提花工艺进一步提升服装功能，克服普通面料同质化。
应用领域：男装、女装、休闲装

开栏语：作为中国轻纺城占地面积最大、单体营业房最多的市场，中国轻纺城北市场一直以来以经营户需求为导向，坚持与时俱进、创新前行。近年来，围绕打造现代化“国际纺都”总目标，北市场深入践行“一市一特色”发展定位，率先打造“蕾丝、网布专营区”，致力于通过错位发展、集聚效应，帮助经营户拓市场、树品牌，带动市场整体繁荣，推动传统市场在时代的浪潮中焕发新生。

“蕾”绽纺城 “丝”语全球

中国轻纺城北市场蕾丝、网布专营区

集聚源头厂家 塑造整体品牌

北市场蕾丝、网布专营区引领市场迭代升级新风向

■ 本刊记者_王利

作为全球规模最大的纺织品集散中心，中国轻纺城销售网络遍布全球200余个国家和地区，经营品种5万余种，经营户3.7万余户，日客流量达10万人次。然而，在多重优势背后，也存在采购商为找一块面料而跑遍各大市场、上下游信息不匹配让经营户与订单失之交臂等现状。深化划行规市，打造细分品类面料专营区成为中国轻纺城集团推动市场迭代进化的重要路径。

北市场作为中国轻纺城内产品种类最丰富、客流量最多的专业市场之一，积极响应中国轻纺城集团“优质经营户回归”行动，率先打造蕾丝、网布专营区，引导同类型面料形成集聚效应，大力推动兴商隆市，促进线下实体市场繁荣发展。浙江中国轻纺城集团股份有限公司北市场分公司总经理阮海锋表示，近年来，北市场一直在探索转型升级，从硬件改造到配套服务，全方位优化营商环境，打造蕾丝、网布专营区是市场、经营户和采购商三方共赢之举。

从分散到集聚，打造市场地标性品类

在中国轻纺城各市场中，始终存在楼层越往上人流量越少的现象，如何打破常态化定律，推动各楼层均衡发展？阮海锋认为，正如中国轻纺城因纺织品集聚而闻名世界，市场也可以推动细分品类从分散到集聚，通过塑造整体品牌，打造市场地标性品类，从而弥补楼层之间的差距，促进市场良性健康发展。

走进北市场北二区三楼蕾丝、网布专营区，干净整洁的市场通道、焕然一新的店面装修、时尚新颖的蕾丝产品、实力雄厚的源头厂家，释放出蓬勃发展的活力与生机。据了解，北市场蕾丝、网布专营区面积近4000平方米，共有营业房279间，自去年3月开业以来，不断提升集聚效应，目前195间营业房、76户经营户已签约入驻，大部分是来自福建长乐地区的源头厂家，致力于为下游客户带来“一站式”采购全新体验。

“蕾丝、网布、花边，我们专营区企业经营的品类或许不是最多的，但是每一家企业的专业、实力是有目共睹的。比如奥高贸易有限公司有自己的织厂和染厂，还有专业的研发设计团队，让蕾丝、网布的应用领域进一步拓展；若辉针纺专业经营网布，把作为里料的网布通过研发创新、功能叠加，广泛用于运动领域。”阮海锋表示，蕾丝、网布专营区的每一家企业都有着各自的特色优势，期待更多采购商走进来，发现更多优秀企业，相信一定会满意而归。

水深则鱼悦，良好的营商环境是推动专营区持续向上发展的重要因素。为提升专营区整体营商环境，北市场一方面进行采光井改造、电梯增设、公共通道地砖重新铺设、市场导视牌升级，并对专营区的吊顶、墙面及店面门头等进行统一装修、提档升级；另一方面加强专营区宣传力度，在市场外围增加大型幕墙广告、软膜灯箱、铁艺道旗等，市场内增加吊幔、挂旗等多措并举，希望将蕾丝、网布专营区打造成可复制可推广的样板专营区。



蕾丝、网布专营区的企业都有着各自的特色优势。

优服务促发展，抱团搏击更广阔市场

在专业市场发展过程中，市场、采购商和经营户无疑是一荣俱荣的命运共同体，三方携手将爆发出1+1>2的强大合力。北市场蕾丝、网布专营区顺应专业市场发展趋势，立足产业链上下游发展的难点痛点出发，希望通过集聚效应，形成“一站式”采购模式，让经营户形成相互引流、大众创新的良性竞争新局面，从而增加专营区客流量、提升经营户差异化创新能力，带动市场引商聚商、繁荣兴旺。

“近几年我在多次市场调研和与经营户的沟通中了解到，中国轻纺城许多经营蕾丝、网布的企业较十余年前产品旺季时期销售额出现一定程度的下降，一些经营户考虑到成本问题，分流到工厂、写字楼等区域。所以我们要打造一个经营成本更低、营商环境更好、优惠政策更实、竞争能力更强的专营区。”阮海锋表示，蕾丝、网布专营区企业不仅租期三年可享受租金、物业费、装修补贴、停车等优惠政策，还可以优先免费参加集团公司和北市场分公司举办的云展会、云直播、新品发布会、精准对接会、静态展、抖音直播等多元化营销活动。

据了解，去年北市场成功举办线上线下新品发布会8场、精准对接会8场、静态展2场，参加纺织论坛专场2场，对福建奥高、若望纺织、川页纺织、阳光纺织、剑光纺织、鹤轩蕾丝等9家专营区企业进行直播探店，并组织19家专营区企业免费参加2023中国绍兴柯桥纺织辅料暨职业工装面料展览会。今年，北市场组织了20余家/次采购对接活动，有效帮助企业丰富客户资源，畅通销售渠道，积极抢抓国内超大市场规模优势和内需潜力。

谈及下一步发展规划，阮海锋表示，专营区的培育不是一蹴而就的，需要稳扎稳打、持续发力，围绕集团公司“一市一特色”发展定位，北市场将继续加强对专营区经营户的支持力度，以整体形象塑造蕾丝、网布专营区集体品牌，抱团搏击更广阔的星辰大海。同时，对北市场五个区进行全面规划布局，以蕾丝、网布专营区为样板，探索毛绒布专营区等更多特色新业态，推动传统专业市场焕发新活力，为发展新质生产力奠定良好基础。TA

波司登发布2023/2024年财报：

品牌势能提升，业绩高质量增长

■ 陈墨 / 文

6月26日，波司登BOSIDENG正式发布2023/2024财年年报。根据财报显示，2023/2024财年，波司登集团收入稳步提升38.4%至约人民币232.1亿元；集团净利润稳步提升44.7%至约人民币31.2亿元，经营利润再度实现高质量提升。

波司登集团董事局主席兼总裁高德康表示，纺织服装产业开启了以新质生产力推动现代化产业体系建设的新征程，强化科技创新、加速数智转型、推动绿色发展是集团最关注的发展机遇。波司登将立足人们对美好生活的新需求、新期待，坚持长期主义和价值创造，锚定“聚焦羽绒服主航道、聚焦时尚功能科技服饰主赛道”的发展方向，升级“战略布局、研发创新、协同供应、管理体系”四项核心能力，强化“品牌引领、品类经营、渠道运营、客户体验”四项核心举措，择高而立，向新而进，迈向可持续高质量发展新征程。

业绩表现超预期，营收净利连续6年创新高

2023年我国服装行业在供需两端承压，但随着2024年经济向好发展，服装市场需求明显回暖。据国家统计局数据，2023年服装行业规模以上企业工业增加值同比下降7.6%，2024年1—3月，规模以上纺织企业工业增加值同比增长4.9%，营业收入同比增长8.0%。

在此背景下，波司登聚焦“渠道领先、商品领先、形象领先、用户领先”四大板块，实现了营收、净利双双高质量增长。2018年，波司登确立“聚焦主航道、聚焦主品牌”的战略方向，此后，波司登集团营收和净利润连续6年创同期历史新高。2023/2024财年，集团经营溢利增速再次快于收入增速，经营溢利率提升至55.6%。

从业务板块看，2023/2024上半财年，波司登各大产品类别均实现稳健增长。波司登品牌方面，收入稳步提升42.7%至约人民币167.8亿元，创同期历史新高；雪中飞品牌发力线上业务，普惠品牌升级，持续打造爆品，实现收入约为人民币20.2亿元，同比增长65.3%；贴牌加工管理方面，收入较去年同期上升16.4%，达人民币26.7亿元，创历史新高。

五大经典系列焕新升级，大国匠心品牌重塑

财报显示，波司登品牌羽绒服总收入人民币195.2亿元，同比增长43.8%。

在数十年的历程中，波司登沉淀了登峰、极寒、泡芙、高端户外以及滑雪五大经典系列。2023年波司登五大经典系列再次升级，从

保暖性、时尚度、轻便性等多维度进行了全面突破重塑，再一次树立了羽绒服行业的领先标杆。2023年11月5日，波司登北京王府井银泰in88登峰主题概念店启幕，该店强调以更场景化的呈现和沉浸式、交互性的体验。此外，波司登再次重新定义“轻薄羽绒服”。2023年9月在米兰·达芬奇庄园上演了一场时尚大秀，重新定义轻薄羽绒服，掀起羽绒服领域的“革新浪潮”。

波司登还推出一衣三穿冲锋衣鹅绒服，以“会呼吸”为关键词，通过科技防护面料的加持，为穿着者带来专业保护与舒适体验；三合一可拆卸设计让波司登羽绒服与冲锋衣产生连接，进一步拓展使用场景。

夏季成功拓展增量业务，打开未来业绩增长想象空间

波司登在稳定羽绒服市场份额首位的基础上，再次扩展产品线。从半年度收入看，波司登跨越冬季，未来可期。2023/2024财年上半年，得益于防晒衣销量迅速提升，波司登品牌实现收入人民币44.2亿元，同比增长25.5%。

2023年6月，波司登跨季节推出了主打“黑科技防晒”的防晒服，并凭借“千元防晒服”话题直接出圈。据了解，产品上市后引起广泛关注，更与不少艺术家及设计师合作推出联名产品，得到消费者非常积极正向的反馈。2024年4月波司登还亮相北京国际电影节“电影与时尚单元”，在北京举办全球首个防晒衣大秀。

此外，波司登将可持续发展理念贯彻到企业长期发展战略中，摩根士丹利资本国际(MSCI)给予波司登ESG评级为行业领先的“A”级，这代表中国品牌服装行业领先水平。此外，全球环境信息研究中心(CDP)在“气候变化”领域也给予波司登“B”评级。波司登品牌价值突破千亿元，连续上榜中国500最具价值品牌。

优化供应链管理，商品运营管理能力持续提升

根据财报，截至2024年3月31日，波司登集团库存周转天数为115天，较2023年3月31日的144天有29天的下降；应收账款周转天数为19天，较去年同期有4天的下降，波司登资金流动性持续增强。

这源于波司登在供应链管理上做的持续努力。2023/2024财年，集团供应链在柔性快反、品质运营、科研技术、资源整合及成本管理方面进行了系统性的规划和升级。在商品运营上，波司登持续维持较低首次订单比例，持续使用拉式补货、小单快返的调节机制，有效推进全渠道商品一体化运营管理。



波司登持续推进产品焕新。

根据东兴证券研究报告，优质快反的供应链是在服装行业持续胜出的重要竞争优势。波司登的快反供应链系统是公司高效健康持久发展的核心竞争力，公司通过拉式补货、快速上新及小单快反的形式支持更快的周转周期及效率，落实了“好卖不缺货、不好卖的少生产”的供应链体系。

渠道结构升级，单店提质增效

截至2024年3月末，波司登集团羽绒服业务的常规零售网点总数较上一财年末净减少206家至3217家。

具体而言，线下渠道方面，波司登持续稳健改善现有渠道结构、布局、质量以及终端形象。一方面推动“以门店为中心，以顾客价值为原点”的业务流程变革，实现“单店经营提质增效”；另一方面通过进一步夯实渠道结构、布局、质量以及终端形象，更加精细化管理和运营渠道建设，同时通过“Top门店”等项目实施落地，实现了渠道端资源的有效匹配。

在线上方面，波司登积极布局新零售业务，在天猫、京东销售平台重点发力，同步布局抖音等社交新电商，稳固线上销售份额，行业地位持续巩固。在电商节中表现抢眼，多次获得天猫平台品牌服饰销售榜第一等荣誉。

今年，多家知名券商机构上调或维持对波司登的评级。5月29日，摩根大通上调波司登目标价至6.4港元，维持列入正面催化剂观察名单；6月13日，国盛证券对波司登维持买入评级，认为中长期公司核心的竞争力在于：多年来主动思变、应变，始终坚持产品创新和研发、坚持打造品牌核心资产、坚持渠道体系的完善和升级等，作为行业龙头引领趋势方向，并在财务指标层面持续实现高质量的增长。

48年来，波司登立足“全球领先的羽绒服专家”的品牌定位，从“领先国牌”迈向“全球领先”，其未来业绩表现令人期待。TA

夏日淡季行情回升 价格指数环比小涨

20240708 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20240708 期纺织品价格指数收报于 105.13 点，环比上涨 0.17%，较年初下跌 0.01%，同比下跌 0.64%。



中国轻纺城夏日淡季行情回升，其中：原料市场价量环比下跌，坯布市场价量明显回升，服装面料市场布匹价量继续下跌，家纺类产品成交价量环比回升，辅料价量环比下跌。

原料价量环比下跌，涤纶环比上涨，纯棉纱仍显回缩

据监测，本期原料价格指数收报于 82.65 点，环比下跌 0.22%，较年初上涨 0.76%，同比上涨 0.19%。

聚酯原料继续上行，涤纶行情环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比上涨，华东地区 PTA 现货主流 6110 元/吨，环比上涨 123 元/吨；MEG 主流 4732.5 元/吨，环比上涨 132.5 元/吨；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 7175 元/吨左右，环比上涨 75 元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比推升，价格稳涨互现，POY 报价 8000 元/吨，环比上涨 25 元/吨；FDY 报价 9200 元/吨，环比上涨 100 元/吨；DTY 报价 9400 元/吨，环比持平。市场行情逐渐走淡，涤纶长丝价格却在聚酯大厂的带动下持续走高，有很多纺织人都表示出了对原料淡季涨价的抵制。下游秋冬季节订单稍有升温，部分厂商原料刚需采购以支撑订单生产，织造企业原料库存窄幅增加。夏季订单基本告罄，秋冬季节订单询价气氛仅窄幅提升，且订单多在商榷阶段，周内织造工厂订单天数仅小幅减少。

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 7850 元/吨，环比上涨 50 元/吨。江浙地区涤纶短纤市场行情环比推升，实单成交局部增加，下游采购环比增加，市场交易气氛局部推升。纯涤纱市场报价稳涨互现，32S 纯涤纱报 11970 元/吨左右，环比持平；45S 纯涤纱报 13300 元/吨左右，环比上涨 100 元/吨。近期纯涤纱开工率环比小升，出货局部小增。

纯棉纱行情仍显回缩，人棉纱价格基本稳定。近期，萧绍地区纯棉纱市场成交仍显回缩，价格基本稳定。目前利空情绪基本释放完毕，棉价呈反弹之势，国内市场方面，郑棉日内振幅较大，先跌后涨，持仓下降。

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 13500 元/吨左右，环比上涨 50 元/吨。虽处纺织淡季，下游需求端表现疲软，但粘胶短纤企业库存偏紧，叠加成本增加，工厂低价惜售情绪浓郁，市场价格坚挺向好，厂商报盘上涨。人棉纱市场或不温不火，随着高温来袭，下游人棉纱厂亦存减产可能。30S 人棉纱价格报 17170 元/吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 18400 元/吨左右，环比持平。

坯布行情明显回升，价格指数环比上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 120.36 点，环比上涨 1.84%，较年初上涨 0.22%，同比下跌 1.40%。

近期，坯布市场营销明显回升，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：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量明显回升；混纺纤维坯布行情环比推升，T/C 涤棉纱坯布、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推升；天然纤维坯布

需求环比推升，纯棉纱坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比上涨，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 116.04 点，环比下跌 0.28%，较年初下跌 0.35%，同比下跌 0.67%。

本期服装面料类价格指数环比下跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，因夏日淡季夏季面料补货环比回缩，对口客商入市认购逐日回缩，服装面料价格指数环比下跌。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤锦面料、粘毛面料、锦棉面料成交价量不等量下跌，拉动服装面料价格指数环比下跌。

家纺市场环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.13 点，环比上涨 0.39%，较年初下跌 0.72%，同比下跌 0.54%。

本期家纺类价格指数环比上涨。近期，家纺市场行情环比回升，轻纺城家纺市场成交环比增加，整体市场价格环比上涨。其中：窗纱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；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；床上用品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；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上涨。

市场行情环比回缩，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 129.52 点，环比下跌 0.82%，较年初下跌 1.60%，同比下跌 2.79%。

本期服饰辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回缩，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比下行，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；线绳类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；花边类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；带类行情环比回缩，价格指数呈环比下跌走势，拉动辅料类总体价格指数环比下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因高温酷暑天气，夏日淡季深入，纺织品市场观望情绪较浓。传统市场常规面料和大众面料销售仍显低迷，后市夏季面料供给将环比回缩，夏季面料现货成交将环比下降，秋季面料采购局部显现不足；织造企业开机率将逐步下降，印染企业产出回缩，南北客商认购踊跃度仍将震荡小跌，市场行情走势局部将继续偏淡，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2023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1781项、优秀教师和学生4735名、优秀教学成果奖3120项、针织内衣创新贡献奖145项、应用基础研究93项、科技成果推广355项、全国纺织行业技术能手373名、技能人才培养突出贡献奖16人及43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



聚核新质生产力 共建源头生态链

2024 第十四届
绍兴柯桥

中国轻纺城窗帘(窗饰)布艺展览会

2024 THE 14th Shaoxing Keqiao
China Textile City Curtain Fabric Exhibition

2024年8月1日-8月3日
绍兴国际会展中心(新馆)

EXHIBITION DATE:
AUGUST 1-3, 2024

EXHIBITION VENUE:
Shaoxing International Convention and Exhibition Center

展品包含窗帘、窗饰、成品帘、辅料、墙纸墙布墙饰、机械及软件、地毯、沙发布、床上用品、配套包装及设计、整体家居软装、跨境电商服贸等涵盖整个产业链。



官方公众号