

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 2024.12.23 | 第47期 | 总第1199期



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：郭春花 010-85229379
● 广告热线：万 略 010-85229892

融新聚力 投创未来
CREATE THE FUTURE

2024中国纺织服装行业投融资大会

China Textile and Apparel Industry Investment and Financing Conference 2024

2024.12.05 绍兴·柯桥

主办单位：中国纺织工业联合会
承办单位：中国纺织工业企业管理协会 / 中国轻纺城控股集团有限公司
协办单位：中国纺织建设研究会 / 中国轻纺产业协会工作部 / 中国轻纺产业联盟工作部
支持单位：中国轻纺产业联盟工作部

P10
以金融创新促进产业发展



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)

HONGMIAN



营业时间 周一至周五：8:00 — 18:00
周六至周日：8:00 — 20:00

地址：广州市环市西路184号
www.hongmian.com



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	墨影
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	徐长杰(兼)
副主任	耿聃
资深摄影	关云鹤
美编	李举鼎
编辑/记者	许依莉 牛学轶

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

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

广泛互联、资源共享、价值共创
创新服务模式,推动可持续发展
广东:小而精走出棉纺高质量发展新路
连续上榜,进阶攀升!

08 关注 Attention

解锁“共赢链”新生态,“链”接无限可能!

10 特别报道 Special

以金融创新促进产业发展
新需求浪潮下,产品创新之路该如何走?
文化为新质生产力赋能

16 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

柯桥纺企“三折叠”,怎么折都有“面”!
璞兴纺织:精耕羽绒面料,演绎时尚华章
汇聚新质力量,“户”动纺织趋势



P20

20 纺机 Industry

纺机大咖年底复盘,再探来年发展新机会!

22 毛纺 Industry

实操培训、经验共享、答疑解惑,这场绒毛纤维检测交流会干货满满

23 长丝织造 Industry

织布工、整经工全国大比武

24 品牌 Brand

材料先行,开创新质未来
坦博尔进阶之路:以专业户外与高品质圈粉海外

26 指数 Index

冬市营销震荡回升 价格指数环比上涨



万晗
《纺织服装周刊》副总编辑

“在地文化”的自信与发扬

“在地文化”的传承与发扬,对于国内外服装品牌而言,既是探索创作灵感的源泉,也是履行社会责任的体现,更是提升商业价值的新战场。今年以来,这个领域格外热闹。

12月3日,香奈儿再度将新系列的全球首秀——2024/2025高级手工坊大秀在中国杭州举办。作为香奈儿每年一次的独有时装秀,本次大秀选择了亭台水榭、烟柳画桥,以西湖十景之一的曲院风荷作为T台秀场,将自然美景与古典建筑完美融合。

发布产品融合了东方灵感的中式领、盘扣或宝塔袖、折扇等元素,将高级手工坊的技艺与中国元素、丝绸文化进行了巧妙融合,生动自然,将杭州的自然美景、非遗文化呈现在服装之上,创新性地打造出了一一种现代高奢风格。

作为香奈儿最好丝绸原料的所在地,杭州携手香奈儿的大秀发布,让品牌与中国消费者进行了更深层次的情感链接,对深化中国市场布局意义深远,上演了一个服装品牌玩转“在地文化”的教科书式成功范例。

无独有偶,4月,Louis Vuitton在上海西岸龙美术馆举办了寰游时装周,新品发布中包含多款与中国年轻当代艺术家孙一钿的合作作品;10月,盟可睐首次在欧洲以外的城市上海举办Moncler Genius大秀,邀约本地跨界艺术人士进行跨界共创,推出联名系列羽绒服等鞋服产品;为庆祝品牌创立100年,意大利奢侈品牌Loro Piana即将在明年初在上海举办品牌有史以来的首次展览……

除了国际奢侈品在积极拥抱“在地文化”,国内优秀品牌也开始了大胆布局。

12月18日,波司登的“致敬冰雪”时尚大秀亮相哈尔滨索菲亚教堂广场,将羽绒服的时尚感与哈尔滨的历史文化及冰雪精神精妙交织,向世界展示中国品牌与中国城市的文化自信与独特韵味!

该系列产品以哈尔滨冰雪文化为灵感,设计上充分体现哈尔滨地域特色和文化元素,将城市魅力与品牌风格完美结合。值得一提的是,尔滨·波司登联名系列产品在其全国门店发售,在地文化的合作价值进一步放大。

今年,波司登在哈尔滨投资设立了哈尔滨产业基地项目,包括波司登羽绒产业智能工厂和行业领先的羽绒服装智能制造工厂,布局北方乃至俄罗斯市场。而第九届亚冬会将于明年2月7—14日在哈尔滨举办,冬奥会成功助推冰雪消费热潮后,亚冬会或是下一个增长契机,波司登深度绑定“尔滨”的深层次意义正渐渐浮现。

从国外品牌今年以来的各种操作来看,在如今品牌全球化的市场竞争中,品牌与在地文化的巧妙融合,能够更深入地了解目标消费者的需求与偏爱,从而更精准地开发产品,快速抢占消费者心智,这方面,国际服装品牌显然更加敏锐与主动。

未来,国内品牌可以更加自信与大胆些,看看“隔壁”,依靠“在地文化”创作而成的《黑神话:悟空》都在游戏界奥斯卡——TGA 2024拿下两项大奖了,我们服装行业的机会很大。

View point / 产经看点

据商务部消息,2024年1—11月,全国新设立外商投资企业52379家,实际使用外资金额7497亿元人民币。

——商务部

据工业和信息化部消息,2024年1—11月,我国新材料产业总产值同比增长10%以上,预计全年将超过8万亿元,新材料产业规模不断壮大。

——工业和信息化部

12月18日,中国人民银行、国家外汇管理局发布消息,决定在上海、北京、江苏、浙江、广东、海南、陕西、宁波、青岛和深圳等10省市优化跨国公司本外币一体化资金池业务试点政策,旨在提升跨国公司跨境资金管理效率,加大对跨国公司跨境投融资便利化的支持力度。

——中国人民银行

中国物流与采购联合会消息显示,我国社会物流需求实现大幅增长,预计2024年社会物流总额将超过360万亿元,有力支撑国民经济平稳较快发展。

——中国物流与采购联合会



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

广泛互联、资源共享、价值共创

纺织服装行业可信数据空间建设正式启动

为贯彻落实党的二十届三中全会决策，部署、引导和支持可信数据空间发展，促进数据要素合规高效流通使用，加快构建以数据为关键要素的数字经济，国家数据局10月18日发布了《可信数据空间发展行动计划（2024—2028年）》征求意见稿，并于11月份正式印发。以推动数据要素畅通流动和数据资源高效配置为目标，以建设可信可管、互联互通、价值共创的数据空间为重点，着力推动高质量发展。

中国纺织工业联合会积极响应号召，在12月5日举行的第一届中国纺织行业数字化转型大会上，正式启动“纺织服装行业可信数据空间”建设工作，旨在推进“纺织服装行业可信数据空间”的建设，促进纺织服装行业数据要素规模化流通共享使用，充分释放纺织服装行业数据要素的价值，进而促进纺织服装行业发展新质生产力。

可信数据空间具有平台可信、主体可信、品质可信、数据可信和交易可信五个可信原则：由中国纺织建设的纺织服装行业可信数据空间平台，具有影响力和公信力；中国纺织信息化部负责其日常管理和运营，制定相应标准和管理规范保证平台上的企业主体可信；产品/品质可信是可信数据空间核心要素之一，通过实现产品全生命周期的追溯，确保产品信息的透明度和品质的可信度；对数据资源开展可信检查、检测、审计和认证，对数据流通进行全过程的动态管控，提供实时存证和结果可追溯，确保数据的可信；线上主体企业在可信数据空间上传信息，平台采用大数据分析和算法模型等技术进行信息精准匹配、线上撮合，线下完成交易。

可信数据空间还在“六大场景”涵盖基本功能。在构建纺织服装行业可信数据空间平台功能方面，信息披露是关键一环，尤其是环境绩效、社会责任、公司治理、双碳信息披露、产品信息披露等多维度信息，全面反



纺织服装行业可信数据空间建设正式启动。

映企业的可持续发展状况。设计版权保护至关重要，可信数据空间支持设计图案、花型等敏感数据在加密状态下安全流通，有效防止设计被非法复制或盗版。在供应链中，可信数据空间支持各环节的数据共享与协同，确保生产信息的准确性和及时性，为产业链上下游企业提供安全、高效、精准的线上撮合、信息匹配功能。基于可信数据空间的数据分析能力，企业可以获得更精准的客户画像，制定个性化的优化营销策略。支持智慧设计、智能制造、智慧管理等创新应用场景，推动行业数字化转型。

为了进一步推进“纺织服装行业可信数据空间”建设，中国纺织工业联合会向全行业发出倡议，以广泛互联、资源共享、价值共创为目标，共同建设纺织服装行业可信数据空间。

会上，中国纺织工业联合会联合中国服装协会、中国家用纺织品行业协会等专业协会及首批15家纺织行业解决方案供应商和品牌企业共同签署“建设纺织服装行业可信数据空间倡议书”。(综编)

Direct/ 直击

创新服务模式，推动可持续发展

中国纺织规划研究会八届三次理事扩大会议召开

为了更精准、更系统、更高效地服务行业、企业及会员单位，12月5日，中国纺织规划研究会在绍兴柯桥召开八届三次理事扩大会议。

中国纺织规划研究会会长冯德虎在工作报告中表示，2024年研究会持续以党的二十届三中全会精神为指引，始终坚持以党建为引领，确保发展方向的正确性，推动了内部管理和业务发展再上新台阶。一方面，巩固传统规划咨询工作，为政府部门、园区及企业提供了高水平的规划咨询服务；另一方面，重点围绕行业专精特新企业，在绿色可持续和科技创新两个领域开拓新兴业务。

冯德虎表示，2024年研究会工作呈现了不少的亮点：一是通过举办“中国纺织专精特新展”、“专精特新·创新空间”等展览展示活动，有效激发了企业在专精特新之路上精益求精、抢占制高点的潜力，有效促进产业链上下游企业间的交流和协同。二是通过修订和完善相关制度规范运营管理，并通过系统性的业务技能培训提升团队的核心竞争力，加强知识产权保护工作及相关资质获取等工作，打牢基础。三是通过大量调研深入了解企业需求、研究自上而下针对中小企业的相关政策文件、整合各相关方资源、探索创新服务模式，开发出特有的一体化服务方案。

研究会在未来工作中，将继续强化党建工作，引领业务航向；加快一体化服务方案的实施；深度挖掘并持续跟踪行业企业的科技创新亮点，积极推广绿色科技，引领行业技术革新。

会议还通报了研究会2024年1—11月份财务收支情况，副会长变动情况并宣读会员的增补情况，表决通过了五家新增会员单位。

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解读了《中国纺织行业专精特新企业气候行动进展研究报告》。他表示，发挥专精特新企业的综合优势和示范作用，有助于引领并激励带动广大纺织中小企业绿色低碳发展，推动纺织行业实现绿色低碳发展；他通过详实的调研数据介绍了纺织中小企业气候行动的进展情况，并表明纺织行业专精特新企业的气候行动已经在路上，发挥引领示范作用、实现绿色低碳转型还有较大提升空间，呼吁社会各方面共同关注中小企业。

中国纺织规划研究会秘书长开吴珍从4个板块33项服务详细介绍了研究会的一体化服务。浙江瑞晟智能科技股份有限公司董事长袁峰对“中国纺织规划研究会国家服装行业数字智能化应用研究院”作阶段性工作总结。浙江赛唯数字能源技术有限公司总经理潘建国介绍了企业绿色转型之路。

在交流讨论环节，山东岱银集团股份有限公司总经理王运祥、江苏富之岛美安纺织品科技有限公司董事长张冲、浙江金佰利环境科技有限公司董事长谢家海高度评价了研究会对会员企业的支持和服务。他们表示研究会推出的一体化服务方案不仅紧贴行业发展趋势，更精准回应了企业的实际需求，对于推动企业转型升级、实现高质量发展具有重要意义，同时也提出了许多中肯建议。(何颖)

Scene/ 现场

广东：小而精走出棉纺高质量发展新路

近日，“金轮·2024棉纺织行业高质量发展调研全国行”调研组走访了广东省佛山市、清远市、湛江市、江门市等地区棉纺织企业，了解企业当前生产运营情况，交流行业高质量发展观点。

广东纺织业发展的一大特色就是以区域为依托，形成了以中小民营企业为主体的产业集群，这些纺织产业集群通过专业化生产与相应的专业市场相互配套，既增强了集群的活力，也带动了整个行业的发展。

广东棉纺企业规模多在5万锭以下，以转杯纺为主，产品以牛仔纱为主，下游客户集中在省内多个牛仔布集群。相较过去，全省纺纱产能压缩明显，但当地现存企业发展质量优于国内多数同类企业，在产品研发、小批量快反、再生环保纱、上下游协同开发等方面优势明显，走出了一条小而精、小而优的高质量发展道路。

南金纺织、广龙纺织作为再生棉纱线生产企业，与多家知名牛仔布生产企业联合开发新品，从源头促进牛仔布行业的可持续发展。南金纺织是国内最先引进赐来福Autocoro10全自动气流纺纱机的企业，新设备的投入大大减少了企业用工，提质增效效果明显。

溢达高明纺纱厂、中湛纺织充分利用市场信息优势和人才优势，在各自集团承担产品开发和中试生产任务，积极使用新材料、新工艺进行差异化产品研发，发挥集团研发基地使命，开发的新品大规模生产后取得了良好市场反馈。调研组走访了解到，企业在新型纺纱工艺、多组分混纺和新型天然植物纤维等方面积极进行探索，未来这些产品将有着广阔的市场前景。

开平奔达是集纺、织、印、染为一体的全产业链纺织企业，其最终产品贴近市场前沿，使得企业纱线产品能够及时、针对性地进行调整和开发，让牛仔布产品拥有更高的附加值，发展也更具可持续性。

广东作为我国经济第一大省，制造业发展活力强劲，并拥有庞大的企

Company/ 公司

连续上榜，进阶攀升！

恒力、盛虹、魏桥、波司登入围2024世界品牌500强

由世界品牌实验室（World Brand Lab）独家编制的2024年度（第二十一届）《世界品牌500强》排行榜于12月12日在美国纽约揭晓。《世界品牌500强》今年是连续第21年发布，评判依据是品牌的世界影响力，按照市场占有率、品牌忠诚度和全球领导力三项关键指标，对全球知名品牌进行综合评分，最终推出了世界最具影响力的500个品牌。

今年，中国品牌入选数50个，稳居全球第三。其中表现亮眼的品牌有国家电网、腾讯、海尔、华润、中国人寿、五粮液等。纺织行业中，恒力品牌位列第363位，连续七年入选该榜单；盛虹品牌位列第380位，较去年提升3位；魏桥位列第402位，比去年排名上升了20位；波司登品牌持续向新攀登，位列第457名，排名攀升5位。

恒力集团目前已经发展成为了一家涵盖炼油、石化、聚酯新材料和纺织全产业链的国际型企业集团，展现出了强大的竞争力和影响力。未来，恒力集团将继续秉承“创新驱动发展、全球化战略、社会责任与可持续发展”的理念，不断推动企业的转型升级和高质量发展。

盛虹控股集团近年来坚持高端化、智能化、绿色化转型升级方向，持续强化科技创新，构建多元化绿色产品矩阵，厚植绿色品牌。在化工新材料方面，建成行业首条“二氧化碳捕集利用—绿色甲醇—新能源材料”绿色产业链等。在绿色纤维方面，建设了全球首条“二氧化碳制聚酯纤维”



调研组与当地企业座谈。

业群体，产业工人可选择机会多，棉纺在“抢人大战”中无明显优势，棉纺企业一线操作工和专业人才严重短缺。高质量发展中，人是核心资源，以行业目前情况看，未来几年行业将受到较大挑战。

广东棉纺企业小批量、多品种、快速反应和研发能力强的生产优势与当前行业普遍流行的大型自动化生产线契合度不高，容易出现产能闲置或利用率不高的情况。如何在小批量多品种的生产方式中合理应用自动化、智能化技术，需要在软硬件、生产流程布局以及人才培养等多个方面进行系统考虑。

市场大环境下，广东棉纺企业盈利情况不及往年，但依靠强大的适应能力和灵活的经验理念，企业仍然可以走出一条高质量发展之路。走访企业表示，广阔的内销市场，以及防止工业“空心化”的发展思路，让棉纺织企业未来依然会有较大发展空间；同时，国家“一带一路”倡议也为企业出海指明了新方向。(李继国)

产业链，推出碳捕集纤维品牌芮控（Recoer），获得了国际纺联“可持续和创新奖”。在再生利用方面，回收废弃塑料瓶生产再生纤维，建设了全球首条从瓶片到纺丝的再生纤维生产线，年产能达到60万吨，居全球第一。

魏桥创业集团连续第六年上榜世界品牌500强，不仅是对“魏桥”产品质量与服务的肯定，更是对“魏桥”品牌影响力的有力证明。近年来，魏桥创业集团在品牌创新方面取得了显著成果，展现了强大的科技实力和敏锐度。在科技创新方面，不断加大研发投入，与多家知名院校合作，共同探索先进材料、智能制造等前沿领域，成功研发出多项具有自主知识产权的核心技术。同时，积极推广绿色低碳的生产模式。通过引进先进设备、优化生产工艺，逐步实现生产全过程的智能化、绿色化，有效降低了能耗和排放，为品牌注入了绿色环保等更多内涵。

作为我国服装服饰领域唯一上榜品牌，波司登以卓越实力在世界舞台绽放中国品牌之光。波司登专注羽绒服领域48年，始终聚焦核心主业，坚持品牌引领，将品牌忠诚、专注匠人和创新思维融入品牌基因，成为全球羽绒服行业的领舞者。目前，波司登羽绒服连续29年（1995—2023年）中国市场销量领先，产品畅销全球，引领羽绒服成为中国服装行业最具国际竞争力的品类。(郭春花)



首届新加坡亚太展探寻合作与发展新机遇。

解锁“共赢链”新生态，“链”接无限可能！

首届 APTEXPO 亚太纺织服装供应链博览会暨高峰论坛成功举办

■ 本刊记者_陶红

全球化深入发展，只有加强合作、互利共赢，才能应对挑战，实现产业繁荣发展。面对新形势下的挑战与机遇，纺织服装产业坚定推进亚太区域经济一体化进程，以一场“供应链”盛宴，共筑灵活、弹性、可持续的纺织服装供应链体系，加速培育市场需求，推动产业创新发展，为纺织产业持续繁荣贡献力量。

从参展商琳琅满目的产品，到专业观众的每一次驻足凝视；从高峰论坛的智慧激荡，到主题发布会的热烈氛围……三天时间，新加坡这片土地仿佛被一股来自“供应链”的无形力量所点燃。11月13—15日，首届 APTEXPO 亚太纺织服装供应链博览会暨高峰论坛（简称“首届新加坡亚太展”）在新加坡金沙会议展览中心隆重举办。

据统计，首届新加坡亚太展共吸引了来自亚洲、欧洲、美洲、非洲、大洋洲等5大洲的45个国家和地区的2000多名专业人士到场参观，展会全球影响力和吸引力进一步凸显。与此同时，盛会还吸引了中国、中国香港、中国台湾、孟加拉国等亚洲国家和地区的品牌公司、成衣加工贸易采购和进出口公司等行业采购商到场参观，为推动亚太区域经济一体化和纺织服装产业合作助力。

此外，展会受到了美国、法国、德国、加拿大、瑞典、澳大利亚、英国、日本等传统消费市场的重量级时尚买家的关注。到场的欧美买家中高级管理层占比达到60%，为参展商带来了更多的商业机会和合作可能，再次彰显了这个国际盛会以新加坡为平台，打造亚太多元化供应链，吸引全球高质量采购商的价值所在。

作为首个以亚太供应链为主题的国际性行业展会，首届新加坡亚太展以“展、论、访”三大板块为核心内容，搭建了一个集展览展示、高峰论坛、闭门研讨、合作发布、参访调研等功能于一体的国际化专业平台，聚焦价值共创，着眼产业的全球布局。

回顾三天展期，4000平方米的展区内，来自18个国家和地区的150家亚太纺织服装优质供应链企业纷纷亮出拳头产品，彰显产业链上下游的紧密协作与科技创新的无限活力；数千位全球纺织服装采购商、经销商、进出口商、跨境电商等专业买家和投资机构也纷纷亮相，探寻合作与发展新机遇。

汇聚亚太精英企业 共拓全球市场

三天时间，来自中国及亚太地区的时尚休闲、户外运动、商务正装、家用纺织品领域的四条完整的供应链上下游企业亮相首届新加坡亚太展，链接超50家亚太区政府、协会，覆盖80%的全球纺织服装供应链产能，为中国及东盟国家纺织服装产业合作搭建了新平台，开辟亚太乃至全球纺织服装产业繁荣发展新渠道。

来自国内外的一线品牌、链主企业、头部制造商、供应链各环节服务公司齐聚狮城，以新产品、新标准、新赛道激发产业发展新动能；FOURSOURCE 展团、兴国展团、海阳展团、泉州展团、东盟国家展团、可持续展团等重量级时尚平台和产业集群抱团“出击”，以精英企业与优质产品亮相展会，上演“抢滩”大戏。

“新加坡亚太展是一个非常适合公司展示品牌和产品的平台，也是BtoB精准对接的最佳选择。”新加坡 Xinterra 公司相关负责人表示，展会期间接待了很多参观者，从报名、筹备到现场，一切工作进展都很顺利，特别期待继续参加下一届新加坡亚太展，与新加坡亚太展共同成长、共享机遇。

江苏汇鸿国际集团中嘉发展有限公司主要以美国、欧洲市场为主，占比60%以上，自2017开始在东南亚进行投资生产，并开拓东南亚市场。公司相关负责人表示，此次参展接触到来自欧美、新加坡、供应链大厂、东南亚国家商协会等多元客户，还接触到解决方案提供商、设备软件提供商、咨询机构和律所等资源，这有助于公司整合供应链上下游资源，为客户提供多样化的供应链解决方案，更好地在东南亚地区布局。

越南纺织服装协会相关负责人表示，新加坡亚太展对推动亚洲纺织产业发展方面发挥了至关重要的作用，不仅为亚太地区国家提供了一个交流的平台，让行业领袖、制造商和品牌方能够共聚一堂，分享新技

术和新想法，还通过展示亚洲纺织产业的实力和优势，吸引了投资者的目光，为产业的发展注入了新活力。

浙江乾硕纺织品有限公司以市场为导向，自主开发并专业化组织生产 TR、TRW、TR 纬弹、TR 四面弹面料，适用于男女正装、休闲装，以及英伦风学生校服。公司负责人表示，此次参展是希望企业“走出去”，与欧美、东南亚及“一带一路”沿线国家的客户多接触、多交流，认识了来自新加坡、中国香港、越南、以色列、比利时等多个国家和地区的客户，后续会与这些客户进行进一步的沟通和合作。

“新加坡亚太展也不仅是展示、推广产品和服务的平台，更是一个有意义的、有组织的交流平台。”菲律宾时装联盟相关代表认为，此次展会为菲律宾提供了与亚太地区同行沟通和交流的机会，让我们更好地了解行业趋势，建立了必要且紧密的合作关系，期待未来能有更多这样的机会。

“公司是以欧美市场为主的工教研一体的服装公司，此次参展主要期待从中发掘市场机遇，拓宽企业业务范围，参与国际竞争，并深化与业界的联系。”宁波高度纺织科技有限公司相关负责人表示，展会期间结识了很多专业参观者，其中来自加拿大的 LAMOUR 公司代表已经选定样品，已安排研发部进行开发工作，期待明年继续参展。

缅甸勃生工业项目相关负责人表示，此次展会为园区提供了一个极佳的展示机会，能够有效地促进园区与相关投资者之间的有效联系和沟通，让全球的从业者了解到缅甸勃生工业项目的成本竞争力优势，这对于我们拓展市场、提升知名度都具有重要意义。

深圳市五子牛实业发展有限公司展示了“学生日常学习”“体育运动”“户外休闲”“居家睡眠”四大场景在内的产品。公司相关负责人表示，接待了来自马来西亚、意大利、新加坡、印尼等多个国家的客户，他们对少女内衣产品表现出浓厚兴趣，目前已有来自新加坡、中国台湾、马来西亚的三位客户表现出强烈合作意向。

南通畅行纺织品有限公司此次参展主要带来了服装和家纺面料，包括衬衫面料、厚重和轻薄的麻、棉等不同材质的面料。企业代表强调，产品主要针对东南亚、欧美和中东市场，希望借此机会拓展东南亚市场，在展会上认识了来自马来西亚、新加坡等国家的采购商，后续会进行邀约商谈，我相信走出去总会有机会，不出来永远没有机会。

无锡四棉纺织有限公司此次参展带来了球鹤品牌绿色环保纱线、功能性纱线、时尚特色纱线三大主系列产品，还展示了双抗吸湿保暖纱线、赛丽诺毛精纺纱线、阻燃纺纱线等八大子系列产品。展位负责人表示，公司十分注重产品创新与研发，每个月都召开新品研发会议，通过高品质、差异化的产品应对快速变化的市场需求和激烈的市场竞争。此次展会上接待了新加坡本地的采购商，后续会进一步沟通对接。

集结全球采购巨头 共谋产业合作

三天时间，来自国际顶级时尚集团、知名品牌、电商巨头及零售商平台的全球重量级采购商悉数到场，深度剖析市场趋势，精准拓展高端人脉网络，携手发掘潜藏商机，开启产业交流与合作的盛宴。

“首届新加坡亚太展汇聚了来自世界各地的顶尖品牌与技术创新。



全球客商共谋产业合作。

在这里，我们能够近距离接触到最新的行业动态、产品趋势以及市场需求，这对于品牌的发展至关重要。”Helly Hansen 采购负责人表示，展会上有许多令人眼前一亮的技术和产品，防水、透气性能面料为户外运动爱好者提供了更加全面、便捷的保障；新型面料和制造工艺的展示，让行业人深刻感受到了装备科技的不断进步与创新。

作为家居高品质产品的顶级专业零售商，威廉索诺玛公司一直在寻找能够提升产品品质和用户体验的新技术和新材料。该公司参观代表说，展会上新型环保材料的应用十分符合公司对可持续发展的承诺。此外，还有一些智能家居产品的创新，为公司未来家居产品的设计和用户体验提供专业解决方案。通过参观这次展会，我们更加深入地了解市场动态和技术趋势，为我们的未来发展提供更多的灵感和方向。

Deckers Brands 采购负责人表示，公司一直致力于为全球消费者提供高品质、设计独特的鞋类、服装和配饰。此次展会汇聚多品类全产业链供应链，是企业了解行业动态、寻找合作伙伴和拓展市场的绝佳机会，为企业提供了更多创新产品设计和提升用户体验的可能性。

作为一个全球性的零售和酒店集团，Samsonite 一直追求创新和卓越。Samsonite 相关负责人表示，此次参观的主要目的是探索新的市场机会，了解最新的行业趋势，并与同行交流经验。我们注意到了两个重要的市场趋势：一是可持续性和环保已经成为行业的共识，许多参展商都展示了在绿色环保领域的创新成果；二是智能化和数字化正在加速改变行业，这将助力公司为客户提供更加便捷和个性化的服务。

SPARC Group LLC 相关代表也表示，展会期间与来自世界各地的同行和合作伙伴进行了深入的交流和探讨，共同分享了行业经验和创新理念，收获了许多新的灵感和合作机会。此外，还参加了展会期间举办的发布会，了解行业企业的最新动态、发展趋势、新兴技术。

多元活动绽放狮城 共探行业未来

同期，2024 亚太纺织服装供应链高峰论坛在新加坡金沙会议展览中心隆重举办，主办方共邀请了来自全球15个国家和地区的23位权威嘉宾登台分享，国际发言嘉宾比例达到88%。另有来自24个国家和地区的纺织服装供应链领军企业代表、国际采购商、时尚买手、行业专家学者和政策制定者等出席了盛会。会上，新加坡亚太展组委会与 LAZADA 集团举行了“Branding Through APTEXPO”合作谅解备忘录签约仪式。

为了让与会供应链和采购商代表得以充分交流和互动，APTEXPO 主办方特别举行了三场主题闭门会，分别聚焦“顶层专家对话：全球纺织服装供应链采购风险研判与应对策略”“携手凝聚共识：培育享誉全球的亚洲服装品牌”“从‘新’出发，立足东盟/CN”三大主题，从“供应链”到“区域化”，解锁全新战略视角。扎根新加坡，放眼东南亚，会议涵盖了新加坡蓬勃的市场、消费潜力、多元化的制造、衔接全球贸易生态网络枢纽等，协助企业快速拓展新兴活力市场。

APTEXPO 行业前沿发布则围绕时尚设计、科技创新、产业投资、可持续发展、电商全球购等五大主题，精准赋能产业发展，推动产业持续升级，为产业链可持续发展增添新动能。

据介绍，本届新加坡亚太展还举办了交流类、投资类、参访类等多项配套活动，高效推介亚太纺织服装产业园、产业集群，参访 TikTok、Lazada 等平台，挖掘更广泛的区域供应链投资新可能。

值得一提的是，展会主办方将数字化服务深度内嵌，实现线上线下“双轨”展示，与数字化合作伙伴 Foursource Group 共同引入海量全球行业资深客户资源，为新加坡亚太展参展企业提供12个月的优享会员资格，企业入驻平台后可直接对接全球超23000家买家，每月还可主动联系众多国际品牌买家，促进供需资源高效对接。

融合中创价值，开拓中赢未来。首届新加坡亚太展的成功举办，充分证明了中国纺织行业主动下好“先手棋”，为对冲未来贸易的不确定性做好充分准备的信心与决心。同时，随着新加坡亚太展“首航”结束，行业同仁共同见证了向灵活、弹性及可持续性供应链体系迈进的坚实步伐，新加坡亚太展已成为全球产业链、供应链深度合作与交流的新起点，引领着行业迈向更加繁荣的彼岸。TA



大会搭建产融合作平台，推动产、融、政三方合作。

以金融创新促进产业发展

2024 中国纺织服装行业投融资大会举办

■ 苏密 / 文

金融作为现代经济的血脉，承担着资金融通、资源配置、结构调整等重要功能，是推动纺织服装行业高质量发展、建设纺织现代化产业体系的重要资源。12月5日下午，以“融新聚力 投创未来”为主题的2024中国纺织服装行业投融资大会在绍兴柯桥召开。作为2024年中国纺织大会平行会议之一，此次大会旨在搭建产融合作平台，推动产、融、政三方合作，促进企业资本运作能力提升，培育新质生产力，加快实现产业高端化、智能化、绿色化发展。本次活动由中国纺织工业联合会主办、中国纺织工业企业管理协会和中纺资产管理有限公司共同承办。

● 加强产融合作 稳固行业国际竞争优势

我国纺织行业市场化程度高、创新活力足、具有国际竞争优势、产业发展韧性强，当前正处于转型升级的关键期，产业链部分环节正加速从劳动密集型向资本与技术密集型转变，既有加强产融合作的客观要求，也具备开展产融合作的独特优势。工信部消费品工业司司长何亚琼表示，本次大会既是推动金融支持传统产业高质量发展的具体行动，也是推动科技、产业、金融良性循环的实际举措。

就进一步推动纺织行业产融合作，何亚琼提出三点建议，一是探索新模式新路径，深入推进产融合作。纺织行业要根据自身发展阶段和当前发展任务，进一步通过“数转智改网联”提升行业综合竞争力，加强与金融机构交流对接。积极探索适配现代化产业体系的金融支持路径，为建设现代化产业体系提供有力的金融支撑。二是适配产业科技创新需求，不断丰富金融供给。纺织行业要以科技创新为引领，加大研发投入，推动新材料、新技术、新工艺的应用，提升产品附加值，增强品牌影响力。三是持续加强协作联动，深化金融赋能传统产业转型。当前，产业优化升级的紧迫性越凸显，行业要实现转型升级，必须与金融深度融合。加强与证券交易所等金融机构战略合作，鼓励符合条件的高技术型纺织企业上市融资和发行债券融资。持续支持行业龙头企业通过股权并购、资产收购等方式，主动掌控和整合全球纤

维时尚产业的原料、品牌、研发和市场渠道资源。

中国纺织工业联合会秘书长夏令敏表示，今年以来，面对复杂严峻的内外部环境，我国纺织服装行业努力克服需求端压力，供给端呈现恢复态势，行业产能利用水平稳中有升，生产增速同比加快，纺织企业运行质量延续改善趋势，纺织企业稳步扩大高端化、智能化、绿色化转型升级投入，固定资产投资实现增长。纺织企业和产业集群把握好金融创新赋能产业发展的关键点，聚焦科技创新，以“专精特新”增强发展确定性；聚焦区域协同，以优势互补增强发展确定性；聚焦数字赋能，以“智改数转”夯实发展确定性；聚焦ESG建设，以绿色低碳夯实发展确定性。

夏令敏介绍到，中国纺织于2017年全面启动产融合作，形成了较完善的工作机制，系统地有上市需求的企业提供服务。2018至2024年，共征集拟上市企业113家；推荐重点培育拟上市企业73家；成功助力企业上市21家。近年来，中纺企协、中纺资产和中纺规划研究会等单位着力提升产融合作服务能力，协力推动政银企对接、加强纺织行业重点拟上市企业推荐和培育、深入开展纺织行业专精特新等工作，积极搭建优质企业与金融机构之间的直接对话交流平台，帮助有投融资需求的企业和机构精准对接、双向奔赴。



● 构建沟通桥梁 助力资本与产业深度融合

柯桥作为中国纺织服装产业的重要基地之一，在多年发展中打下了坚实的根基，实现了从“水上布街”到“国际纺都”的华丽蝶变。绍兴市柯桥区人民政府副区长沈琴梅表示，在高速发展的同时，柯桥纺织服装产业也面临着提质升级的迫切要求，本次大会的召开具有重大而深远的意义。

一是柯桥纺织服装产业正处于转型升级的关键节点，在科技创新、品牌建设、绿色发展等诸多关键领域，均迫切需要资金投入和高效的资源整合。本次大会为纺织服装企业与资本构建沟通桥梁，助力具备良好发展潜力的项目寻得有力的资金支撑，同时也方便投资方精准挖掘纺织服装领域内的优质项目，实现资本与产业的深度融合，携手共创更大的经济价值与社会效益。

二是柯桥进一步提升产业影响力、强化对外交流合作的重要契机。行业精英齐聚，带来了多元的理念、前沿的技术和丰富的资源，通过思想的交融、经验的互通，势必会为柯桥的纺织服装产业注入强劲的新动能，拓宽发展视野，助力柯桥更好地洞悉行业发展趋势，进而在全球产业竞争格局中赢得更为主动的地位。

纺织行业与资本市场的深度融合，不仅为企业的发展带来了新的机遇，也为行业的转型升级注入了新的动力，把握行业投融资热点趋势、了解资本市场的重要作用，对于企业和行业的发展都至关重要。中国纺织工业联合会副会长端小平在题为“纤维产业的机会——纺织行业‘3+1’”的主旨演讲中介绍了纤维的发展历程，从功能性纤维、高性能纤维、智能制造与智能穿戴、关键装备与技术、现代煤化工、绿色印染等方面介绍了纺织工业的科技发展成果，以国潮国风加持行业本土品牌为重点解读了纺织行业在时尚方向做出的努力与突破，从循环再利用、生物基纤维、绿色印染等角度介绍了纺织行业绿色发展成果，并从产业安全和医疗卫生等方面展示了行业在健康领域的发展。目前，我国是全球高性能纤维品种覆盖面最广的国家，但产业发展仍处于成长周期，在常规化纤领域从跟跑转向领跑，在高性能纤维领域从跟跑迈向并跑，特别是碳纤维，在体育休闲、风电叶片领域保持着高速增长态势。

北京证券交易所市场发展部总助理王莹围绕“高质量建设北交所，助力企业创新发展”作分享，介绍了我国多层次的资本市场格局、市场制度特色，并对北交所契合创新型中小企业特点的的制度体系，发行上市路径和发行上市条件的行业要求等内容进行讲解。

金融是推动纺织服装行业高质量发展、建设纺织现代化产业体系的重要资源，纺织行业正处于转型升级的关键期，有加强产融合作的客观要求，也有开展产融合作的独特优势。

● 深度跨界融合 迸发新增长曲线

纺织服装是成熟行业，近年来面临很多问题和挑战，但是作为刚需行业，市场空间大，是投资的前置条件。目前需要与AI等新技术和新模式深度融合，迸发新的增长曲线。

在主题发言环节，中化资本创新投资有限公司董事总经理李维昆结合高端化工新材料领域的投资案例，介绍了国有资本投资策略及要点，对于企业在寻求国有资本合作、拓展发展空间等方面有着重要的指导意义；长江证券承销保荐有限公司副总裁陈国潮分享了企业资本运作的形式，详细解读了IPO审核形势及变化、并购重组新政，分析了并购关注事项及典型案例，并提出了针对性建议；兴业银行是国内较早涉足可持续金融业务的银行，绿色金融资深产品经理赵文建介绍兴业银行绿色金融发展背景、重点服务领域、发展历程，以及集团多元化产品体系和绿色金融产品与服务。

苏州宝丽迪材料科技股份有限公司是创业板第一批上市企业、中国纺织重点培育成功上市企业代表，公司董事长徐毅明分享了“企业上市经验和市值管理的心得”。他表示，通盘考虑资本市场规划与企业经营业绩，结合政策窗口和企业实际选择合适板块，组建高效有执行力的上市专班，提高企业内控规范程度和申报材料质量是宝丽迪上市把握的关键内容；而深耕主业守正创新发展，运用定向增发、并购重组、股权激励等资本运作手段，做好传播管理则是市值管理的重要保障。

“作为纺织行业的前沿领域，高性能纤维是提升我国在全球纺织产业竞争力的关键，对于打破国外高端纤维技术垄断，推动我国从化纤大国迈向化纤强国有着举足轻重的作用。”江苏神鹤科技发展有限公司董事长郭子贤表示，目前，市场上80%以上的超高分子量聚乙烯纤维和连续式防弹无纬布工程技术和设备都是神鹤科技提供的，在神鹤科技带动下，已有30多家超高分子量聚乙烯纤维生产厂家快速发展，合计产能达6万吨，全球市场占有率达60%以上。

北京锐界科技有限公司董事长金勇阐述了AI大模型技术如何重构服装生产底层逻辑。AI大模型在服装制造领域的应用，深刻改变了原有生产方式和经营模式，大幅提高生产效率，有效校准供需配比。公司的核心技术是并行制造系统和方法，借助AI大模型优化匹配“人一机一料一法”，通过专序专机使得生产效率提高30%。

在高端访谈环节，对话主持人、中国纺织工业企业管理协会常务副会长杨金纯与恒申控股集团有限公司董事、副总裁梅震，深圳歌力思服饰股份有限公司董事、副总经理兼董事会秘书王薇，长江证券承销保荐有限公司副总裁陈国潮，北京海润天睿律师事务所管理合伙人、原证监会上市公司并购重组审核委员会委员罗会远，御勤资本合伙人玛天羽，以“纺织服装行业并购与出海的机遇和挑战”为主题展开讨论。大家谈到，随着现代纺织技术在纺织业中的应用，行业将迎来新一轮投资机遇，产业有前景，投融资市场也会活跃起来，技术创新以及行业的整合会是未来投融资并购的方向。

从市场占有率情况来看，国内服装市场已经进入深度整合时期，企业通过并购做大做强是必然趋势，并购方不仅要做好标的筛选判断，对行业趋势有清晰认识和价值判断，明确自身优势，更重要的是不断提升投后管理能力；从近几年的行业并购案例来看，企业并购行为多为横向整合模式，并购的关键目标是要解决影响现有企业发展的瓶颈问题；企业并购首要的是明确战略，一场成功的并购并不仅仅是经济数字的增长，而是彻底改善企业自身在产业链中的议价权。

对纺织服装这样的成熟行业而言，未来投融资发展方向在内部主要表现为转型升级和产业链整合，在外部则是“走出去”。在新一波“出海热”和全球经济一体化背景下，越来越多中国企业加速海外布局。跨境并购作为中国企业实现海外布局的重要手段之一，将迎来更加广阔的市场发展空间。



会议探讨了新时期纺织产业创新合作的方向和路径。

新需求浪潮下，产品创新之路该如何走？

2024 中国纺织创新年会探索新路径

■ 陈墨 / 文

近年来，中国纺织产业持续深化转型升级，推进现代化产业体系建设步伐不断加快。随着进一步全面深化改革的帷幕逐渐拉开，培育新质生产力成为行业高质量发展的重要着力点。

12月5日下午，作为2024中国纺织大会平行会议之一，2024中国纺织创新年会在浙江省绍兴市柯桥区举行。本次会议围绕“洞察新需求 探索新路径”主题，从产业技术研究、时尚消费趋势、企业发展战略、产品开发体系等多个层面，开启了一场关于新时期纺织产业创新发展方向和路径的前沿探讨。

破立并举 推动产业高端跃升

聚焦纺织行业创新路径，中国纺织工业联合会副会长李陵申在致辞中提出了三点建议。一是弘扬企业家精神，通过加大研发投入，提升发明专利创造水平与国际标准贡献率，进一步塑造国际话语权；二是破立并举，改变管理理念和管理策略，从低成本与低价格竞争转向注重品质和实用，推动企业向价值链高端攀升；三是加强体系建设，夯实标准、计量、检测、认证等产业技术基础，构建从基础研究、应用研究到产业化推广的完整创新链。他还提到，全球产业竞争已转变为价值链与体系的竞争，需要政府和行业协会共同努力，加强强制性标准的制定和实施，为企业科技创新提供支撑。

“近年来，柯桥坚持先进制造业强区战略，以新质生产力赋能纺织产业焕新升级，走出了一条传统向时尚、单一向多元、低端向高端的产业转型和集聚提升之路。”绍兴市柯桥区委常委、统战部部长方优美在致辞中指出，在科技创新方面，柯桥建立了国内最大的浙江省现代纺织技术创新中心（鉴湖实验室），取得了丰硕的科研成果；时尚引领方面，柯桥大力发展时尚创意产业，以“天天时尚”强氛围、以“经纬计划”聚人才，打造了一系列高端平台，推动了产业基地和设计力量的深度融合；绿色发展方面，柯桥持续推动印染行业转型，打造了可持续发展的“柯桥样板”。

解码需求 构筑高增长竞争力

“中国纺织企业需要在全球产业变局中审慎布局，在市场消费变量中创造增量。”纺织产品开发中心主任李斌红在“洞察新需求 探索新路径”的主题报告中，基于对发达国家及新兴市场的消费潜力和产业链布局进行了全面分析，指出全球纺织服装供应链发展呈现出供应链多元化、近岸制造与再区域化、数字化与智能制造、定制化与柔性生产、可持续发展与社会责任等趋势。此外，产业重塑受到消费者需求变化和营销渠道演进驱动，企业要针对有效需求细分赛道品牌、品类与产品矩阵，构筑高增长壁垒。

针对发展新路径，李斌红从构建系统产品力、把握数智设计力、塑造韧性供应链、协同生态创新体四个方面进行了分享。企业需要提升针对多元应用场景的纺织产品系统开发能力，建立结构化创新体系竞争优势；关注数字技术的推动力，以人工智能技术赋能产品设计、生产制造和供应链管理。她表示，需求推动供应链变革，时尚消费趋势将从单一品牌驱动转变为由创意产业链上下游共同驱动，构建全产业链流行趋势、技术创新与数字时尚等多维度协同创新生态，提升数字化辅助决策能力，将促使纺织服装企业由“供需匹配”的生意竞争转变为以消费者为中心，能够灵活应对市场情况的数字化时尚创造系统。面对不确定的时代，行业需要全球视野定位发展格局，洞察需求精益产品创新，数智赋能增强内生动力，跨界协同融创质量效益。

战略引领 优化企业创新生态

围绕“大家纺”+“大健康”双链融合的发展模式，愉悦家纺有限公司轮值董事长、总经理王玉平在“双链融合 开创健康纺织新质生产力”的分享中表示，愉悦家纺立足健康纺织的“千人千面”，推出了多种健康产品和服务。一方面，聚焦细分赛道，打造家居服、智能手表等多品类产品，满足消费市场的健康需求；另一方面，进行跨界融合，构建愉悦特色的健康纺织生态圈。此外，企业还以高精尖技术赋能纺织发展，联合科研院所、医院等优质力量，打造了高科技、高品质的绿色纺织产品生产体系。

“长链纱线、面料、服装、洗衣环节相承，才能演绎出好的牛仔产品。”广东前进牛仔布有限公司董事总经理王宗文在“绿色创新引领牛仔未来时尚”演讲中指出，前进牛仔将绿色创新作为企业DNA与发展战略，绿色技术贯穿材料、染辅料、设备、成衣等全产业链条。公司通过推动低碳材料发展、打造洁净生成环境、创新装备技术、构建能量循环、应用AI及数字化管理网络等举措，开发生产低碳时尚的品质牛仔面料，为牛仔产品的碳中和贡献力量，致力共创绿色牛仔的时尚新未来。

SIINSIIN品牌创始人、CEO吴冬清在“创新品类品牌的跃迁之路”中指出，当下是主观审美时代，应让消费者随心所穿，SIINSIIN以精准定位洗牌功能性服饰市场，以全新的产品观为用户呈现无负担的身材美。SIINSIIN的鲨鱼裤将瑜伽裤的舒适度与紧身裤的外穿美学创新融合，打破了市场对于塑形品类的压抑、土气的刻板认知，成为了全服饰行业的流行词。流量浪潮下，产品第一、用户至上能够突破流行周期，SIINSIIN将从企业责任建设、线下门店建设、全球化布局等细微处落实品牌长期主义建设。

精准发力 领跑差异化市场

在对话环节，纺织产品开发中心副主任陈宝建围绕“打造细分赛道新优势，聚力产品开发新体系”的议题，从战略选择、管理体系、应用场景、数据价值、技术优势等维度，与来自纤维、面料、服装以及数字科技领域的企业嘉宾展开了深入交流。陈宝建指出，随着市场由短缺时代进入过剩时代，产业转移成为趋势。为应对这一挑战，信息中心一方面聚焦服用领域的功能性和可持续发展，在垂度领域做好应用基础研究，为企业产品开发提供指导；另一方面，以数据分析和决策平台等数字化手段为企业提量化的数据支撑，帮助企业找到市场空白点，并通过协同创新将产品推广到品牌，形成价值闭环。

桐昆集团股份有限公司总工程师、技术中心主任孙燕琳表示，桐昆集团以技术、装备为支撑开发高性能、功能差异化的产品，特别是与禾素共同开发的生物基抗菌产品，具有可纺性好、广谱抗菌、防异味、环保无污染等特点。此外，集团注重产业链生态营造，通过数字化发展、集成创新和建立新材料研究院，更好地服务于社会和消费者。

“我们具备品牌优势定位、技术创新实力，因而选择了高端功能性面料细分赛道。”嵊州雅戈尔毛纺织有限公司董事总经理周新祥指出，雅戈尔通过广揽高层次研发人才、从纤维材料开始研发、制定高端功能性产品的相关标准，建立了产品开发创新管理体系，增强了品牌影响力，实现了业务稳定增长。

恒田企业有限公司高级副总裁姜延慧指出，恒田在成立工业研发中心的同时，聚焦流行趋势研究，基于数字化改造、AI、GPT以及智能设计等技术打造了数字化研发中心。他表示，企业在产品开发过程中，会根据生活场景和消费场景赋予每块面料新的灵感，未来也将从纱线端到面料端、成衣端、品牌端真正形成产业链数字化平台。

“3D数字化打通了纺织企业从产品研发到市场营销间的流程壁垒，能够有效优化供应链管控。”浙江凌迪数字科技有限公司创始人兼CEO刘椰表示，GPU速度的提升使AI工具仿真性能突飞猛进，能够量化面料悬垂度、拉伸弹性等物理属性，使面料产品营销直抵C端消费者，从面料到服装为全产业链赋能。

基于专题对话企业家探讨的内容，工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼以“十大创新产品”培育数据为切入点，对细分领域的创新方向发表了见解。他表示，走到“无人区”的中国纺织行业应更换视角，思考未来发展。首先要以人为本，理解消费者需求，在设计中体现稳重、自信的中华传统美德，展现人们内在的生命力。同时，应冷静看待新技术对纺织行业的影响，注重细分产品的落地，使中小企业与龙头企业同频共振。新质生产力是可持续发展的生产力，纺织行业的创新必将推动收益递增。企业家应秉承奉献精神，让更多人受益，从而在细分市场中找到自身定位。中华民族的自信源于对真理的实践体验，面对问题行业企业应直面现实，找到问题根源和解决办法，最终实现蜕变成长。



共创价值 赋能产业提质增效

会上，举行了时尚产业数字技术创新联合实验室共建仪式、桐昆集团 & 禾素时代战略合作签约仪式、2024年度十大类纺织创新产品“十大精品”发布仪式。纺织行业数字化创意与协同设计重点实验室作为中国纺织工业联合会批准设立的纺织行业重点实验室，构建了具备资源整合、协同交互指导和虚拟体验功能的行业产品创意设计数字化公共服务体系。

在共建仪式上，中国纺织信息中心、纺织产品开发中心与愉悦家纺有限公司、绍兴乾雍纺织有限公司、福建东龙针织有限公司携手，分别组建了家用纺织品人工智能图案设计联合实验室、功能性运动织物人工智能图案设计联合实验室、人工智能花边图案设计联合实验室。未来，联合实验室将针对纺织服装企业实际应用场景，完善数字技术解决方案合作研发体系，推动数字技术在行业的创新实践。

桐昆集团股份有限公司与南京禾素时代抗菌材料科技集团有限公司在会上达成了“关于生物基原纱抗菌抑臭涤纶长丝及短纤生产与推广”的战略合作。作为全球化纤行业龙头与生物基抗菌纤维的引领者，双方将充分发挥自身特色优势，深化在工艺创新、技术应用、市场推广等领域的协同合作，共同推动创新成果技术价值向商业价值的转化升级，引领绿色健康纺织消费新潮流。

自消费品工业“三品”专项行动实施以来，中国纺织工业联合会在工业和信息化部消费品工业司的悉心指导与大力支持之下，连续八年开展了“十大类纺织创新产品培育和推广工作”，打造了中国纺织行业创新成果展示推广与示范引领的重要平台。2024年度十大类纺织创新产品“十大精品”在会上发布，汇美时尚、凯乐石、如意路嘉纳等企业从多个维度展现了行业在时尚设计、科技应用和功能研发等方面的综合开发实力，为消费市场注入了新鲜活力。

文化为新质生产力赋能

2024 中国纺织企业文化大会召开

■ 陈玲玲 / 文



会议旨在提升企业文化软实力。

12月5日下午，2024中国纺织大会平行会议——2024中国纺织企业文化大会在绍兴柯桥召开，同期召开中纺政研会五届六次理事会、五届十一次常务理事扩大大会。大会旨在深入学习贯彻党的二十届三中全会精神和习近平文化思想，践行社会主义核心价值观，培育适应现代化产业体系的纺织先进文化，研究部署全国纺织行业企业文化建设工作，展示交流企业文化优秀成果案例，增强改革发展信心，提升文化软实力，赋能发展新质生产力。

会议以“培育先进企业文化 赋能发展新质生产力”为主题。中国企业联合会、中国企业家协会、中国纺织工业联合会及各有关单位领导，浙江省、绍兴市、柯桥区及中国轻纺城相关领导，中纺政研会副会长、特邀副会长、常务理事、理事单位负责人，各省、自治区、直辖市纺织服装行业协会、政研会负责人，各地纺织产业集群、产业园区、纺织院校和企事业单位代表，全国纺织行业企业文化建设优秀典型及浙江省、绍兴市企事业单位代表等近180人参加会议。

本次会议由中国纺织工业联合会主办，中国纺织职工思想政治工作研究会（中国纺织企业文化建设协会）承办。

● 守正创新， 聚焦企业文化价值引领

绍兴市柯桥区人民政府副区长周艳在致辞中指出，柯桥区在全国综合实力百强区中位列第八，支柱产业纺织集聚了全国三分之一的绿色印染产能，全球规模最大的纺织品集散中心——中国轻纺城，吸纳了全球近四分之一的纺织产品在此交易。中国纺织企业文化大会在此召开，既是对柯桥纺织文化的肯定，也是一场学习与交流的盛会。柯桥区将借此机会吸收先进纺织企业文化建设的理论与实践成果，助力本地纺织企业创新企业文化建设，赋能高质量发展。

中国企业联合会、中国企业家协会企业文化工作委员会秘书长王建军指出，在新时期，纺织企业文化建设要坚持守正创新，聚焦企业文化的价值引领；坚持服务发展，聚焦企业文化的价值创造；坚持责任担当，聚焦企业文化的价值追求。以中国式现代化为方向，重点引领和支撑国家战略部署，打造具有中国式现代化特征和管理特点的优秀企业文化。未来，中国企联与中国纺联将一如既往地支持广大企业开展企业文化建设，为全面建设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而团结奋斗。

● 责任担当， 开拓纺企文化建设新局面

中国纺织工业联合会党委副书记陈伟康在主旨报告中指出，企业文化是现代企业核心竞争力的重要组成部分。党的十八大以来，全国纺织行业以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深化企业文化建设，涌现出无锡一棉、天津纺织、恒力集团、际华集团、北京时尚控股集团、中国轻纺城、大杨集团等一大批全国纺织企业文化建设先进典型。企业文化建设是一项久久为功的系统工程。要坚定文化自信，准确把握企业发展和文化繁荣之间的关系，不断学习借鉴成功经验和文化精髓。立足数智时代，要转换逻辑思维，重塑企业变革之道。要加强品牌文化建设，在研发、设计、生产、流通、消费等各生产要素中，植入文化因素，提升品牌文化价值。要厚植“大师、大牌、大事”时尚沃土，挖掘纺织非遗元素与现代理念相结合，发挥全国纺织博物馆联盟工业文化资源嫁接作用。同时，必须树立长期的系统思维观念，把握企业文化引领力、激发企业文化融合力、培育企业文化竞争力与和谐力、提升企业文化价值力，不断开拓新时代纺织企业文化建设的新使命、新境界、新局面，建设现代化纺织强国。

陈伟康强调，为进一步贯彻落实习近平总书记亲切勉励，传承弘扬“梦桃精神”，中国纺联召开纪念“赵梦桃小组”命名60周年大会、开展创建“赵梦桃小组式全国纺织行业先进班组”等一系列活动。在中国纺联多年发展过程中，不断传承、弘扬、加强文化建设，科学提出了做“讲政治有高度、专业强有影响、负责任有担当、受尊敬有威信”的社会组织的“四有”文化理念。

在优秀企业文化建设优秀案例交流发言环节，浙江中国轻纺城集团股份有限公司党委副书记、总经理王百通，天津纺织集团（控股）有限公司党委副书记、工会主席李树桐，吉利控股集团企业文化经理刘天宇，咸阳纺织集团有限公司党委工作部副部长、赵梦桃小组第十三任组长何菲分别作主题分享。

● 久久为功， 筑牢企业发展“硬支撑”

会议审议通过了中纺政研会五届六次理事会、五届十一次常务理事扩大大会工作报告。邢冠蕾在工作报告中回顾了中纺政研会在2024年的工作成果，包括强化党纪教育、突出思政引领、开展调查研究、加强组织建设、推进人才兴纺以及理论与舆论阵地建设等方面。对于新一年的工作，邢冠蕾指出，要进一步加强思想引导、扩大会员队伍、深化纺织文化、推动产业改革、弘扬纺织精神和加强自身建设，为纺织行业的高质量发展提供坚实支撑。

会上，举行了“新时代纺织之光精神”发布仪式。“新时代纺织之光精神”研究课题组组长郑国峰就研究情况进行说明，并发布诠释了以“忠诚担当、守正创新、科教为重、奉献社会”为核心内容的“新时代纺织之光精神”的基本内涵。

为弘扬劳模精神、慈善精神，中国纺织工业联合会原副会长许坤元为全国纺织工业劳动模范、“新时代纺织之光精神”优秀践行者——绍兴水乡纺织科技有限公司技术设计总监马金星颁发证书，以褒奖他的公益捐赠奉献。

为传承弘扬“火车头精神”，青岛纺联控股集团有限公司党群部副部长、郝建秀小组第九任组长姜玲在会上还推介了新书《号召与响应——“郝建秀小组”的七十年》。

第一期全国纺织行业企业文化建设培训班同期举办。浙江省重点智库浙江工商大学浙商研究院执行副院长、浙商博物馆馆长杨轶清以“复杂环境下企业文化建设的痛点和方向——以浙江民企实践探索为例”为题进行现场授课，分享了浙商“四千”精神。他以弓与箭的关系为喻，点明提升企业文化“软实力”是筑牢企业发展的“硬支撑”，企业文化的建设不仅仅是口号和形式上的东西，更需要务实，通过文化价值观改造引领企业，推动行业发展。

在调研考察环节，与会代表参观了中国轻纺城东市场、展示中心及浙江迎丰科技股份有限公司，进行企业文化建设培训现场教学，切身感受企业文化助推发展新质生产力，建设现代化国际纺都所取得的工作成果与宝贵经验。[T]

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



柯桥纺企不断拓展市场，提升品牌价值。

柯桥纺织正凭借工艺、功能和文化三方面的深度‘折叠’，不断拓展市场边界，提升品牌价值。

柯桥纺企“三折叠”，怎么折都有“面”！

■ 潘琨 / 文

“三折叠，怎么折都有面”，这句源自华为手机的宣传语在网络上迅速火爆。它朗朗上口且极具感染力，其含义是无论怎样折叠，都能展现出产品的独特优势与卓越之处。火热出圈之后，它演变成一种文化现象，化作凝聚网友情感共鸣的精神桥梁，催生众多不同的“三折叠”版本。

在全球纺织业的广阔舞台上，绍兴柯桥作为“托在一块布上的经济强区”，拥有千亿级纺织产业集群和全球最大纺织品交易市场——中国轻纺城。那么，用“三折叠”的方式打开柯桥纺织，又会迸发出怎样的魅力呢？

深入中国轻纺城市场一线可以发现，柯桥纺织正凭借在工艺、功能和文化这三方面的深度“折叠”，不断拓展市场边界，提升品牌价值。柯桥纺企更是率先布局，通过“三折叠”提升企业的关键核心竞争力，助推整个柯桥纺织行业昂首迈进高质量发展新时代。

工艺折叠：绽放艺术设计的绮丽之面

面料作为服装的灵魂，新工艺、新设计的运用直接关系到服装的最终呈现效果。以图案为卖点的面料商们将创意性工艺技术“折叠”进面料之中，赋予面料创新更多的可能性。

位于轻纺城联合市场的达蔓花坊专注于中高端面料的开发与生产，其产品涵盖色织、印花、扎染、提花等多种工艺，材质涉及真丝、人丝、麻、棉等丰富种类。公司的花型

工厂和设计师团队，以惊人的速度更新着花型库，每月数千个新款花型的推出，极大地满足了市场的多元化需求。“我们将无限的创意与艺术灵感，巧妙地融入每一寸面料之中。”总经理叶凌琳表示。

在花型的灵感来源上，达蔓花坊展现出了非凡的创新力。除了捕捉常规的时尚流行趋势，他们还擅长从自然中找到灵感的来源，并制成独一无二的印花。因此，在达蔓花坊的面料中，不难看到植物热转印、扎染等工艺的融入。植物热转印技术是将自然之美转化为独特面料花型的桥梁，让植物的纹理图案完美地转移到布料上。在这一过程中，花叶的选择和组合，包括不同的叠加、铺陈摆放方式都会影响转印最终呈现出来的色彩和图案效果，转印后的布料正反面也会呈现出截然不同的视觉效果。

与此同时，公司还积极拓展国际时尚版图。“我们与英国设计师合作，推出了具有强烈画笔笔触质感与艺术张力的设计。这些面料充满了原本真与自由不羁的独特美学气质。”叶凌琳补充道。此外，在胶印与植绒等工艺的叠加运用下，原来平坦、单一的面料外观，也被赋予了丰饶的质感与错落的层次。

据介绍，侘寂风将成为公司明年主推的产品风格，它就像调色盘上的色彩在不经意间肆意流淌，以倾洒的姿态晕染于面料之上，尽显优雅沉静之美。“我们相信，这样低调

而又高级的面料，将会吸引更多追求品质生活的消费者，为达蔓花坊开启新的市场篇章。”叶凌琳说道。未来，达蔓花坊将继续在面料新工艺、新创意上深耕细作，不断推出更多具有市场竞争力的产品。

功能折叠：赋能创新的科技之面

随着人们对健康、环保及高性能产品的关注度不断攀升，纺织面料的角色定位早已突破了传统的保暖与遮蔽的基本功能界限，扮演起更加多元的角色，功能性面料由此在纺织行业脱颖而出。科技的持续发展以及消费者需求的日趋多样，使得功能性面料不仅要满足传统面料的舒适与美观特性，还要将吸湿排汗、防晒抗紫外线等众多高科技元素巧妙地“折叠”其中，以满足人们在不同场景的功能性需求。

步入花花纺织的门市，首先映入眼帘的是一排由反光系列面料制成的成衣外套，这些服装因其特殊的质地，呈现出奇妙的视觉效果：颜色与花型随着步伐和光影的移动而产生微妙的变化，将面料原本平常的“静态”转变成了一种“动态”的视觉体验，给人带来别具一格的观赏感受。

据了解，目前反光系列面料是花花纺织的主打产品，这类面料在城市交通网络安全生产设备领域，以及制服、作业服、防护服等方面有着广泛的应用。反光包边条、反光烫带或织带等反光材料，可以作为辅料缝制、印烫在户外装备上，无论白天还是晚上都能提供很好的警示保护作用。花花纺织总经理徐月芬介绍道：“反光系列面料在市场中已经具备了一定的基础和市场需求，但能够将这类面料制作精良厂家为数不多，我们充分依托自家工厂的优势，全力打造出了在外观上精美时尚，在确保良好反光效果的同时，还能完美兼顾耐磨损与耐洗涤性的反光系列面料。该系列面料一经推出展示，便立刻吸引了众多客户纷纷前来咨询下单。”

此外，花花纺织在功能性面料的研发上还有诸多亮点。例如获杜邦三防认证的面料，防泼水、防油污、防裂，在零下20摄氏度环境中仍品质可靠，同时还耐磨损、抗紫外线，经得起反复洗涤与长期磨损。此外，使用索罗娜纤维的面料具有吸汗不起球的优异特性，日常穿着干

爽舒适，还有良好的弹性、恢复性与抗皱性。“索罗娜纤维契合了当代环保与功能性两大重要趋势，它融合了多种纤维的优点，是创新原材料领域中的佼佼者，为服装设计提供了极具吸引力的卖点。”徐月芬说道。

值得一提的是，花花纺织的面料库中还有一种双面布料，无论怎样折叠，都能展现出完美的“一面”，它使得衣物在正反穿着、领子翻折等操作时不会产生违和感，拓宽了服装的设计空间与穿着灵活性，为设计师和消费者提供了更多的创意和选择。

文化折叠：传承与融合的国风之面

在新中式风格逐渐盛行的当下，富含传统文化元素的面料顺势成为大众新的心头好。这些面料将深厚历史文化“折叠”其中，为属于中国自己的布料语言增添了独特的魅力与附加价值。

众歌纺织是一家集设计研发、生产、销售于一体的纺织面料企业，负责人万丽丽说道：“我们企业始终专注于国风、汉服、旗袍以及新中式服装面料的设计研发与生产，源于我们内心深处对中国传统文化深沉的热爱之情。”也正是这股源自心底的热爱，化作了众歌纺织在探寻文化与面料深度交融的核心驱动力，激励着企业在每一寸面料上匠心独运地“折叠”进丰富多样的传统文化元素，让传统工艺的面料在新时代的背景下重焕生机。

在设计理念上，众歌纺织从色彩、纹样两个方面将传统文化元素融合于面料之中。一张张特别的中式色卡，犹如文化的色谱，引领人们走进一个充满古韵的色彩世界。这些传统色皆从古典书籍中悉心选取而来，十样锦、玉石蓝、瓷秘……每一种颜色都浸染着历史的韵味。在纹样设计上，博物馆、陶瓷、古建筑皆成为灵感的宝库。喜鹊登梅、柿蒂纹、曲水桃花兔等吉祥如意的传统纹样纷纷跃上面料，这些纹样不仅是自然界动植物的艺术呈现，更蕴含着吉祥、繁荣、人丁兴旺等丰富寓意的文化密码，传递着中国文化的深厚内涵与独特美学。

在工艺创新上，众歌纺织在保留传统工艺精髓的基础上大胆突破。其主推的天丝花罗面料便是传统与现代融合的典范之作。“花罗既保留了苏罗、吴罗的绞经造工艺，又通过技术创新降低了成本，提高了实用性，能够更好地适应现代市场的需求。”万丽丽介绍道。此外，针对秋冬季市场，企业匠心独运地推出了复合面料。在传统面料的背面巧妙添加现代的摇粒绒或北极绒，既保留了中式美学的独特韵味，又满足了现代生活对保暖性与多样性的追求。

柯桥纺企的“三折叠”，是纺织行业创新发展的生动缩影，更是对未来时尚趋势的前瞻性探索。“工艺折叠”赋予了面料无限的艺术魅力，“功能折叠”满足了现代生活的多元需求，“文化折叠”则唤起了人们对传统文化的热爱与传承。在全球时尚产业日益融合与竞争激烈的今天，柯桥纺织企业正以独树一帜的风采，大步迈向国际舞台，续写着纺织行业新的辉煌篇章。TA



璞兴纺织： 精耕羽绒面料，演绎时尚华章

■ 潘琨 文/摄



璞兴纺织主理人许静萍

在这个追求个性与品质并重的时代，一件好的羽绒服不仅仅是抵御寒冷的工具，更是展现个人品位的重要载体。璞兴纺织作为在女性羽绒服面料领域精耕细作长达十余年的行业典范，凭借其独特的经营理念、强大的研发能力和鲜明的品牌特色，在市场浪潮中闯出了一片独具特色的天地。

璞兴纺织拥有敏锐的市场洞察力和强大的原创设计能力。其研发团队不仅具备前瞻性的视野，能够预见并引领未来的面料与色彩趋势，紧跟时尚潮流，更成功研发出了功能性强及轻薄如羽的创新面料，使得消费者在凛冽寒冬中享受到轻松而持续温暖，也让冬日的出行变成了一场愉悦身心的时尚之旅。

研发驱动，打造面料核心竞争力

“我们选择进入羽绒服面料领域，是因为我们看到了品类升级背后的广阔商机。”璞兴纺织主理人许静萍回忆道，“当时，棉服市场已接近饱和，难以再有颠覆性的创新，这预示着更轻盈、更时尚的羽绒服将成为市场的新宠。”正是凭借着这份对市场动态的敏锐洞察，璞兴纺织在羽绒服面料领域深耕细作，逐渐铸就了自身不可替代的核心竞争力。

璞兴纺织的研发团队是该企业创新活力的不竭源泉，打破了传统纺织行业“按图索骥”的被动局面。“以往，面料供应商总是跟随服装企业的步伐，但现在，我们会主动提供预示着未来趋势的面料与色彩方案，并通过展示成衣款式与独特卖点，引领服装设计师和企业的选择方向。”许静萍分享道，“我们销售的不仅是面料，更是创新的思维和设计的灵感。”值得一提的是，许静萍个人也致力于不断学习成长，每年参加中国美术学院、清华大学等高等学府的进修课程，从中汲取美学灵感，将设计思维融入面料销售之中，使她在为客户策划主题、精准推荐产品时能够得心应手。

在色彩开发上，璞兴纺织展现出了卓越的预见性。丁香紫、秋棕色、晴空蓝等一众流行色在画册中有序排列，相得益彰。“我们预判南瓜色将成为当年的时尚流行色并将其纳入色卡，设计师想要采用这种颜色的面料时，璞兴便自然而然地成为了他们的首选。”许静萍介绍道。

璞兴纺织对面料的功能性同样予以高度重视。除了基础的防风性，他们还深入探索，进一步研发出具备防静电、防油污、自发热等功能性面料。据介绍，将具有天然抗菌特性的石墨烯材料融入面料之中，不但能够确保面料维持长效抗菌效能，其良好的导电性还可高效疏散穿着者身上的静电。同时，得益于石墨烯出色的导热性，面料的升温反应速率显著加快，从而为穿着者营造出更为温暖舒适的穿着感受。此外，璞兴纺织的畅销产品采用了极为轻薄的面料，其厚度仅为15D，轻盈如云朵，完美契合了消费者对轻量化的追求。

恰似对市场潮流有着精准“嗅觉”，璞兴纺织将捕捉流行趋势的触角伸至社会现象等诸多领域，不仅在供应链体系内构建起坚实的研发壁垒，更在时尚与功能性的捕捉与引领上，走出了一条属于自己的道路。

品牌赋能，拓展国际市场版图

如果将企业拟人化，璞兴纺织无疑展现出非常鲜明的个性色彩——“有趣、时髦且实用”。这也是璞兴纺织的风格定位。实用性是品牌的根基，决定了企业能走多远；时髦则是其外在表现形式，用以吸引人们的目光；而有趣，则是驱动团队带着热爱去做事的内在动力。

“我们总是怀着热情去做一些有趣的事情。比如在展厅里展示一件巨大的羽绒服，或是推出吸引眼球的设计如羽绒包、羽绒帽等。”许静萍介绍道。除此之外，璞兴纺织还积极参与各类活动，包括时装走秀以及快闪活动等，以轻松愉快的方式展现面料特性，加深消费者对品牌的印象。“这些看似不直接盈利的举动，实则铸就了我们品牌的灵魂，收益的‘益’的不止于利润，更有‘意义’层面的价值沉淀，凝结为敢闯敢创新的企业精神。”许静萍感慨道。

为了推动可持续发展，积极响应国际市场的环保号召，璞兴纺织同样展现出了不懈的努力与决心。据介绍，企业目前推出的环保面料主要采用生物基材料和再生材料。特别是生物基面料，以玉米秸秆为原料，通过特殊工艺转化为纱线。这种面料不仅减少了对传统石油基材料的依赖，而且其着色过程所需的温度也相对较低，从而进一步降低了碳排放，更加有利于环境保护。

璞兴纺织独特的品牌建设方式，就像是精心编排的一场创意演出，让企业逐步走向更加广阔的国际舞台。2024年米兰时装周“柯桥日”活动中，璞兴纺织作为特邀面料商亮相意大利，这正是其多年坚守羽绒服面料单一品类、厚积薄发的成果见证。

展望未来，璞兴纺织将继续与满怀热忱且创意无限的设计师携手同行，匠心雕琢更具国际化视野与风范的产品佳作。同时积极开拓海外市场，深度挖掘可持续发展潜力，为纺织行业的绿色生态进程倾尽全力、添砖加瓦。

璞兴纺织的故事，是关于时尚与创新的故事，是关于坚守与突破的故事。在这个充满挑战和机遇的时代，璞兴纺织有望在未来续写更为辉煌的篇章，为行业革新注入源源不断的动力，成为纺织行业可持续、高质量发展的生动范例。□



Focus / 聚焦

汇聚新质力量，“户”动纺织趋势

作为我国优势制造行业，纺织业正处于向更高级形态和更合理结构跃迁的关键期，围绕建设纺织现代化产业体系的方向，发展新质生产力是推动纺织行业高质量发展的内在要求和根本动力。柯桥如何以新质生产力为核心赋能产教融合？

12月14日上午，中国绍兴·纺织产业新质生产力发展论坛——2024年柯桥户外功能面料高层论坛暨时尚发布秀于柯桥召开。此次论坛由中国纺织服装教育学会、绍兴柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办，绍兴市纺织工程学会、绍兴文理学院纺织科学与工程学院承办。立足新质生产力及新时代纺织品设计人才培养的发展方向，与各职业院校和行业专家广泛交流，深化产教融合及校企合作，服务柯桥纺织经济，助力中国户外功能面料产业发展。

在论坛开幕式上，与会代表纷纷强调，产学研合作在推动资源共享、加强科技创新人才培养具有重要意义，坚持以工学交替模式引领校企合作，同时呼吁构建高效的协同创新体系，为纺织产业的持续升级提供强大支撑，产教融合有助于推动地方经济发展和行业进步，从而作出更大的贡献。

为深入挖掘和探索户外运动服装与工装面料之间所蕴含的无限潜力与可能，主题报告环节，行业专家从现状、功能性、贸易三个维度，共同探讨“户外+工装”领域的发展趋势、检测技术创新以及进出口监管，通过分析典型案例，为相关行业提供应对策略与实际指导。

此外，本次活动将比赛成果转化设计与应用领域的创新实践，组



论坛现场。

织“中国轻纺城·东进杯”第十六届中国高校纺织品设计大赛“户外运动与工装服装设计组”的获奖作品进行走秀，通过动态展示全面呈现设计亮点与理念价值，助力纺织工业设计和创意产业发展，推出“产、教、学、研、用”合作新模式，助力高校纺织设计人才教育与纺织产业融合建设。

论坛的成功举办，标志着纺织产业在创新融合推动新质生产力方面迈出了坚实的步伐，为行业专家提供了一个交流思想、分享经验的平台，将理论与实践相结合，也为纺织品设计和功能面料的开发注入了新的灵感，紧密对接纺织行业需求，以新质生产力为动力，提升现代纺织设计人才的培养质量，不断创新纺织类高素质应用型人才的教育模式。（王耀祖）

左拉时装： 以五大风格系列解读 2024 秋冬时尚趋势

近日，左拉 2024 秋冬时尚沙龙在柯桥创意大厦举行，为现场嘉宾带来了一场视觉与时尚的双重盛宴。本次活动精心策划，将新品划分为五大风格系列：实用通勤风、冷萃新中式、千金玛德琳、优雅慢生活以及静奢老钱风。共计 500 余款成衣作品按风格井然陈列，生动诠释了当季流行趋势，为观众提供了直观而具象的风格体验。

活动现场，时尚界知名人士、企业代表、设计师以及众多时尚爱好者纷纷前来，现场充满了浓厚的时尚氛围。观众们对左拉品牌所展现出的设计创新与市场敏锐度表达了赞赏与支持，认为左拉不仅在服装设计上独具匠心，更在时尚趋势的把握上走在了行业前列。此外，活动现场还对五大风格系列进行了深入细致的解读，让观众们更加清晰地了解此次展示作品的设计理念与风格特点，进一步提升了活动的观赏性和互动性。

左拉时装设计有限公司自 2011 年成立以来，便以设计研发、生产制造及供应链整合的全方位能力，在服装 ODM 领域占据了一席之地。公司拥有一支独立且专业的设计研发团队，凭借对全球流行趋势的精准把握与卓越设计能力，为国内外众多时尚品牌、电商平台及网红达人提供了大量具备市场竞争力的服装产品，赢得了广泛的认可与好评。

值得一提的是，左拉近年来在海外市场拓展方面取得了显著成果，已经成功与意大利等国际知名品牌建立了稳固的合作关系。据设计总监屠俊介绍，本次沙龙上展出的部分成衣已经远销意大利。这些成衣的面料均精选自柯桥本地的优质面料企业，从最初的设计构思到最终的成品制作，全程由左拉独立完成。

立足于柯桥纺织产业优势，左拉整合优质资源，凭借卓越的设计实力与国际化视野，成功开拓了新的市场版图。未来，左拉将继续创新设计、提升品质，为国内外市场带来优雅、高品质的服装产品，引领时尚潮流。（边吉洁）

以精准培训 赋能柯桥纺企成长

纺织企业如何塑造自身优势？企业营销有哪些技巧？近日，绍兴市柯桥区中纺院江南分院培训学校有限公司相关负责人受邀在中国轻纺城联合市场时尚发布厅为柯桥纺织企业带来了一场别开生面的培训课程，吸引了尊爵纺织、新正布业、至上纺织、筱鲁纺织、新生印染等柯桥纺织印染企业的 50 多位代表积极参加。

据了解，本次课程通过经典案例分析、现场互动答疑、剖析营销技巧，将理论知识与实际操作紧密结合，为现场众多代表带来了产品销售的新方向，更针对企业面料销售过程中出现的问题，提出了多种策略来规避风险。这些策略精准地定位了不同市场的差异，增强了产品的社会属性，为未来的发展奠定了基础。

今年，浙江中国轻纺城集团股份有限公司新推出了“赋能成长 同行致远”培训课程，自 2 月以来，公司下属的金柯桥展业有限公司已经邀请时尚大咖、网红达人、专家学者等，为柯桥纺企免费推出了多场纺织领域全新培训课程。截至目前，已经开展了海外分享会、小红书电商、抖音直播等多次培训。

这些培训搭建起了“产业+时尚+营销+市场”的优质创新平台，帮助柯桥纺织企业能够实现精准的定位与战略，打造优质标杆产品，进一步提升市场竞争力，为贯穿人才链、创意链、产业链的纺织产业协同创新生态系统作出了贡献。（王耀祖）



会议指出 2025 年我国纺织行业发展空间仍然广阔。

纺机大咖年底复盘，再探来年发展新机会！

本刊记者_袁春妹 墨影

2025 年是否值得期待？纺机企业该如何应对复杂多变的发展环境？新的市场机会和亮点在哪里？

12 月 10 日，2025 年度纺织机械行业生产经营工作座谈会在浙江宁波举行。中国纺织工业联合会、中国纺织机械协会相关领导、业界专家学者，以及来自全国各地的百余位纺机企业代表共聚一堂，围绕宏观环境、行业运行状况以及未来市场预期等方面信息进行了分析和交流，探索行业发展新机会。会议由中国纺织机械协会会长顾平主持。

观大势，寻找前行路径

“纺机行业前三季度运行总体平稳，行业生产、出口、效益、投资等主要经济运行指标基本延续了上半年增长态势，但增幅有所回落，出口有所回暖。”中国纺织机械协会副会长刘松在分析行业运行时表示，细分行业中针织机械、织造机械销量处于增长态势，印染机械销售由降转增，纺纱机械有所回落，化纤机械产品销量分化明显，非织造布机械销量逐步恢复并保持稳定。

今年以来，全球纺机设备需求仍处于弱势调整，整体尚未出现好转，主要纺机生产国家纺机出口呈现下滑态势。作为全球最大的纺机出口国，我国纺机的出口表现最为稳定，印度、越南、孟加拉国、巴基斯坦和土耳其等五个国家位列中国纺机出口前五名，其中越南、孟加拉国、巴基斯坦呈现正增长，对土耳其出口则呈现较大幅度的下降。从出口类别来看，纺纱化纤机械降幅较为明显，针织机械和印染后整理机械出口实现较大增长。

谈到行业预期，刘松表示，全球纺织服装产业链的重构仍将持续，国内市场需求持续面临压力，贸易环境不确定性上升等挑战仍待化解。从历史数据来看，2025 年我国纺机行业主要运行指标增长可能

会有所放缓，纺机行业高质量发展的基本盘仍然坚固，行业发展的空间仍然广阔。国内市场方面，我国纺织行业智能化转型，高性能纤维、高端产业用纺织品等市场需求不断增长，环保节能、资源循环利用等将带来新的设备需求增量。海外市场方面，全球纺机贸易额经历了两年的下降后，今年四季度有企稳的迹象，2025 年我国纺机产品出口有望进一步提升。

中国纺织机械协会副会长赵晓刚总结了 2024 国际纺机展总体情况，并对 2025 年海外展以及 2026 国际纺机展的筹备组织情况进行了介绍。2024 国际纺机展展出面积超过 16 万平方米，有超过 1700 家展商参展，来自全球 100 多个国家和地区的观众到访问量超过 9 万人次。本届展会按照工艺划分，参展的纺纱设备企业数量最多，在展商总量的占比为 20%，其次为染整设备企业，占比为 17.3%，织造设备企业占比为 15.6% 位居第三。按照展览面积划分，染整设备企业展出面积位居第一，在总展出面积的占比为 22%，其次为纺纱设备，占比为 20%，针织设备展出面积位居第三，占比为 15.7%。

从调查情况看，本届展会观众对于展会的满意度，包括展品的范围和完整性、参展企业的行业代表性、业界知名企业参与度、展品创新性等方面的满意度均超过 98%。就观众参观目的的实现满意度来看，包括了解总体市场潮流和技术革新、了解价格和行业信息、客户关系维系，以及实际采购投资等方面看，满意度均超过 95%。观众对于参观下一届国际纺机展的意愿也达到了历届展会最高，有约 71% 的观众表示一定会再次参观展会。

据介绍，新一届国际纺织机械展将于 2026 年 11 月 20—24 日举办；国际纺机展（新加坡）将于 2025 年 10 月 28—31 日举办，该展会的展示面积将达 6 万平方米，将有超过 600 家参展商，预计观众到访问量将达到 3 万人次。

谋全局，明晰未来方向

浙江大学教授孙家良在分析宏观经济运行环境时提到，去年中央经济工作会议对经济问题的概括为：有效需求不足，社会预期偏弱，风险隐患仍然较多，国内大循环存在堵点，外部环境的复杂性、严峻性、不确定性上升。面对复杂的环境，解决问题的关键在于改革，改革政府与市场、政府与企业、政府与老百姓以及中国与世界发达国家之间的关系。他建议，2025 年企业要减少扩张的冲动，加强内部管理；减少对与钢筋水泥相关产业的关注，增加对人口相关的产业，特别是老龄化进程加速的关注；企业要放弃规模扩张，提高产品附加值，以技术创新、品牌创造差异化价值；用新产品供给创造需求。

中国纺织工业联合会副会长徐迎新对宏观经济形势以及行业发展环境进行了简要分析。他表示，虽然当前行业发展仍面对很多不确定因素，但中国经济总体平稳向好，且中共中央政治局会议也释放出了积极的信号，行业企业应认真研究寻找方向。纺织行业发展状况虽然不及预期，但横向对比其他行业，纺织业基于多年打下的良好基础，仍旧实现了多个指标的正增长，展现出了行业的发展韧性，行业企业应对未来抱有信心。

针对纺机行业发展，徐迎新表示，在产品技术创新方面，中国纺机企业迭代升级的节奏在持续加快；纺机企业运营模式也在发生改变，纺机企业不仅在努力做好自己的产品技术，而且还在联动上下游推动协同创新、合作发展，希望行业企业能够根据自身特点创新模式；随着国产纺机技术水平和质量的提升，出口呈现出了良好的发展态势，希望企业能够深耕国内市场的同时，高质量开拓海外市场。

理思路，立足现实求发展

围绕纺机行业发展状况以及企业市场感受和应对策略，在经营会的座谈交流环节，中国纺机协会副秘书长、产业一部主任位迎光分析纺纱机械市场情况；中国纺机协会总工程师李雪清分析织造机械市场情况；产业三部主任邵洪分析针织机械市场情况；产业五部主任刘革分析化纤及非织造布机械市场情况。

会上，与会代表就今明两年企业经营情况和预期，以及企业 2025 年市场运作的思考和国内外市场活动建议等方面信息进行了交流。

杭纺机董事长叶文表示，目前，企业总的运营理念是辨明方向、循序渐进、健康发展。2025 年，行业企业应该更加谨慎，不仅要捂紧口袋，也要学会未雨绸缪，不仅要做好发展规划，也要做好风险防范。

必佳乐（苏州）总经理刘明也表示，未来不可预测，对于企业来说保存实力很重要，要保持积极心态，做好防守，应该可以度过难关，并进入新的发展格局之中。新的一年必佳乐苏州工厂将扩大产能，中国仍旧是最大的市场。

欧瑞康（中国）总裁王军表示，未来充满了不确定性。因此，企业在技术上积极加大投入。目前，欧瑞康研发中心已移到苏州，正在进行新产品技术的布局，也更好地实现了与客户的紧密对接。

行业发展有波峰波谷，只要企业保持创新，保持稳定的心态，把产品做好，未来还是光明的。天门纺机市场总监周志红表示，2024 企业做了三方面的工作，一是产品研发，推出了一系列新品；二是提出了智慧工厂建设；三是加强人才队伍建设。

2025 年我国纺机行业

**主要运行指标增长可能会有所放缓，
但纺机行业高质量发展的基本盘仍然坚固，
行业发展的空间仍然广阔。**



会议现场。

中国纺织机械协会成立了纺织数字化制造创新中心和纺织数字化制造公共服务平台，目标是赋能纺机行业企业的智造提升。众仁智杰总经理刘广喜表示，目前创新中心已经为包括宏源科技和经纬纺机等单位在内的多家企业做智造项目，未来还将持续扩大平台与企业的合作，让纺机企业实现自身制造升级和企业竞争力的提升。

铜陵松宝总经理阮德智表示，公司一路走来有过连续增长，但更多是得益于产业红利，当环境不好时就看到了自身的不足，从研发到市场选择，再到企业发展战略的制定等，企业需要重新审视自己，实现健康发展。

当前产业转移在加速，未来几年，中国纺纱产能可能下降，留下高端、精品。白鲨针布董事长张永钢表示，现阶段大家都说不出海就出局，白鲨也在加大对海外的布局，对于未来几年的市场预期不乐观，但也有信心。

“金猫做的钢丝圈是小产品，但要求却很高。”重庆金猫董事长杨崇明表示，未来有很多不确定，企业要做的是做好产品，跟国外一流企业卷技术、卷质量，拒绝向下卷，拼价格和成本。未来，金猫将坚持“攻高端、顶进口”的战略，仍有很大的市场空间。

宏源科技董事长陈志宏表示，得益于加弹机市场上升，2024 年宏源科技的经营业绩有所增长，基本完成企业年度目标。2025 年，企业将持续进行研发投入，希望与行业友商一起向上卷、向外卷。

2024 年万利纺机销售达到 10 亿元，实现了企业的大跨步发展。万利纺机董事长万祖干表示，期待行业企业加强自律，在技术创新和提升产品质量上发力，让产业链发展可持续。

无锡专件总经理卢锡鸣表示，在产品多元化的策略下，企业注重研发投入和精益生产，关心如何解决客户痛点，相关的产品也取得了很好的收益。下一步，企业将打造核心基础件的智能工厂。

康特斯副总经理邓伟源表示，2023 年，企业做出大调整，将企业产品研发投入向产业用及特殊织物、跨工序智能化装备等方面倾斜。今年国际纺机展上，公司推出了全球首台机上经纱色织机，产生了轰动效应。

日发纺机董事长何旭平表示，截至 2024 年 10 月，日发纺机营收增长了 17%，利润增长 11%。织造板块上升明显，纺纱业务板块下降明显。明年，基本控制在 6% 的增长率，公司要练内功，把产品做好，特别是新的产品线要实现喷气涡流纺的产业化。TA

实操培训、经验共享、答疑解惑，这场绒毛纤维检测交流会干货满满

■ 本刊记者_郭春花 / 文 关云鹤 / 摄

为维护山羊绒产业的健康有序发展，中国毛纺织行业协会山羊绒专业委员会自2015年以来已组织了八次绒毛纤维含量比对试验，旨在提高国内绒毛纤维含量检测水平，得到国内外业界极大关注和积极响应。12月10—11日，为进一步深度解析第八次比对试验情况，交流绒毛检测先进技术，中国毛纺织行业协会在陕西省榆林市组织召开了2024年度全国绒毛纤维检测技术交流会。

搭建交流平台 共推绒毛产业健康发展

“近年来，毛纺行业面临的内外部形势较为复杂，但从生产上看，毛纺各产品门类总体上依然保持在平稳区间或恢复区间；从品质和价格的关联性判断，山羊绒在全球范围内的奢侈品领域始终都是不可或缺的珍惜资源。”中国毛纺织行业协会会长刘家强说，“检验检测工作是保障产品质量、提升企业实力、促进产业升级、维护产业安全的重要环节，中毛协山羊绒专业委员会自2015年以来，联合内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司，已坚持举办八届绒毛纤维含量比对试验，累计参加检测实验室超过350家次，在推动和引领全行业绒毛检测技术水平提高，和培养专业技术人才方面发挥了重要作用。”

山羊绒和牦牛绒是毛纺工业重要的高端国产原料品类，中国毛纺织行业协会副会长刘焱围绕种质分布、毛绒产量、原料品质以及加工技术，介绍和分析了毛纺织产业链主要环节的最新情况，检测技术情况，存在问题以及发展方向。在检测技术领域，刘焱建议应重点聚焦三个方面：一是研究新技术和标准，这些技术和标准将基于染料助剂对纤维鳞片的影响；二是建立和完善基于图像人工智能的各类动态数据库；三是在高精度特征识别、指标确定和算法优化方面进行深入探索。这些举措将为实现智能、高效、精准的检测提供坚实保障，同时也是提升行业检验检测能力、推动山羊绒产业向多维度、高质量可持续发展的关键技术支撑。

答疑解惑 深度探讨检测共性问题

围绕行业关注的绒毛细度、品种鉴别、回用山羊绒鉴别，以及在检测过程中遇到的细节问题等，交流会开设专家对话环节，邀请赤峰东黎羊绒股份有限公司经理李星、中国毛纺织行业协会山羊绒专业委员会秘书长庞瑞冬、上海海关工业品与原材料检测技术中心高级工程师费静、北京毛纺织科学研究所检验中心主任韩静、天祥（天津）质量技术服务有限公司高级经理陈继红提出了建议。

针对近年来市场上广受欢迎的小山羊绒，李星介绍了企业鉴别小山羊绒的方法以及遇到的问题和正在研究的一些工作。费静从生物学的角度，提出可用蛋白质组学分析来鉴别小山羊绒。针对回用山羊绒的鉴别，庞瑞冬介绍，鄂尔多斯目前通过观察外观形态、测试分析纤维成分含量、鉴别染色性能、判断物理性能等定性鉴别山羊绒，但企业在定量检测方面还面临瓶颈。

在原料交易过程中，除了细度问题，还会碰到一些当前还没有国标、行标、团标等涉及的指标问题。针对这些问题，韩静建议绒毛买卖双方要正确认识绒毛细度值是个范围，不能极致追求一个数值。陈继红则围绕纯羊绒制品测试结果中若有“疑似羊毛”、微量绵羊毛但含量超过0.5%时如何出具检测报告，以及“中粗”“杂交”或“非绒山羊”羊绒纤维如何出具报告，提出完善修订相关标准，建议中毛协联合专



与会代表在实践中切磋技艺。

业标委会统一根据羊绒细度测试结果评价被检样品是否符合承诺品质的方法等。

分享推广经验 提升检测鉴别技能

和往年一样，今年的绒毛纤维含量及无毛绒长度细度比对试验同样得到了行业的积极响应，此次比对试验共有来自全国的45家企业、检测机构及院校实验室参加。

中国毛纺织行业协会山羊绒专业委员会秘书长庞瑞冬在分析毛绒比对试验鉴别能力时表示，大多数实验室对山羊绒、绵羊毛、牦牛绒、骆驼绒的定性检测基本掌握，但对含有牦牛绒及其他不常见的动物纤维的混纺产品的定量还需对照标样大量练习，提高鉴别水平。

内蒙古东科纺织品检测服务有限公司动物纤维含量检测工段长马海燕对2024年全国绒毛比对样品做了梳理。她总结到，要结合样品的整体情况做总体分析，要多看、反复看、对比看、连续看，多参加能力验证和比对试验，提高检测结果的准确性。

根据2024年度全国绒毛纤维含量及无毛绒细度检测比对试验结果，北京毛纺织科学研究所检验中心等11家单位达到“优秀实验室”水平；北京市产品质量监督检验研究院等10家单位达到“良好实验室”水平；北京毛纺织科学研究所检验中心高旭童等11人达到“优秀实验员”水平。

此次交流会邀请了来自天祥（天津）质量技术服务有限公司、东华大学、上海海关工业品与原材料检测技术中心、北京毛纺织科学研究所、必维申美商品检测（上海）有限公司、宁夏新澳羊绒有限公司产品、北京和众视野科技有限公司、深圳市菲雀兰博科技研究中心有限公司、新疆天通兴业农牧科技有限公司、内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司等多位检测机构和企业的专家分享了最新检测技术和检测仪器。此外，作为先进实验室和实验员代表，江苏联合宏纺织有限公司、上海天祥质量技术服务有限公司、康赛妮集团有限公司、河北宇腾羊绒制品有限公司代表分别介绍了相关经验。

今年的交流会还别出心裁地增设了无毛绒手排长度现场操作演示这一环节，与会代表不仅在理论上进行了深入交流，更在实践中切磋技艺、展现风采。会议现场氛围热烈，与会代表们全神贯注，不时主动与专家互动交流，分享自己的见解和心得。这样的交流会不仅为代表们提供了一个学习提升的平台，更促进了彼此之间的经验共享和合作共进。TA



织布工、整经工全国大比武

2024年纺织行业“龙感湖·丰帛杯”织布工和整经工职业技能竞赛全国决赛举办

■ 中国长丝织造协会 / 供稿

2024年纺织行业“龙感湖·丰帛杯”织布工和整经工职业技能竞赛全国决赛于12月11—13日在湖北龙感湖成功举办。

本次竞赛由中国纺织工业联合会、中国财贸轻纺烟草工会全国委员会主办，中国长丝织造协会承办，湖北省黄冈市龙感湖管理区协办，纺织之光科技教育基金会、黄冈市龙感湖织造协会、湖北丰帛纺织有限公司、江苏牛牌机械电子股份有限公司支持。

在大赛闭幕式暨颁奖仪式上，各大奖项逐一揭晓。吴江福华面料有限公司申祥祥获得了本次织布工竞赛的总成绩第一名；何婷、李艳清分别获得第二、三名；王泽凤、常丽丽、李欣益分别获得第四、五、六名。本次织布工职业技能竞赛为国家级二类竞赛，前六名奖金由纺织之光科技教育基金会支持。

吴江福华织造有限公司张家丹获得了本次整经工竞赛的总成绩第一名；杨义英、杨维雪获得第二、三名；陈丽娟、肖利娜、蒋与云获得第四、五、六名。何婷、李欣益、李艳清获得织布工竞赛机下打结单项前三名；杨维雪、张家丹、郇佩琴获得整经工竞赛机下打结单项前三名。整经工前六名奖金和机下打结单项奖前三名奖金由中国长丝织造协会和江苏牛牌机械电子股份有限公司共同提供。

加强行业技能人才队伍建设

开幕式上，黄冈市人民政府副市长王健，黄冈市龙感湖管理区党组书记、管委会主任高维鹏，湖北丰帛纺织有限公司董事长陶建华分别为大赛致辞。

中共中央、国务院于2024年10月12日发布了《深化产业工人队伍建设改革意见》，体现了行业技能人才队伍建设的重要性。中国纺织工业联合会党委书记陈伟康在致辞中强调，中国纺织工业联合会以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，开展了一系列技能人才培养、选拔的相关工作。此次织布工和整经工大赛的举办为长丝织造行业搭建了技能人才学习、交流平台，充分激发了行业技能人才的创新创造活力，进一步在全行业掀起比学赶超、争先创优的热潮，加快推进了行业技能人才队伍建设。

据介绍，本次大赛设织布和整经两个工种，包括理论知识考试、机下打结单项及相应工种的上机操作考核三大项目。历时5个月的初赛与选拔，共有来自江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东、河南、湖北8省的97名选手参加本次决赛，其中织布选手61名，整经选手36名。

全国各地选手经过层层选拔进入决赛，技术水平、综合素质等均属行业顶尖，展现了纺织追梦人对精湛技艺的执着追求。

理论基础扎实不仅可以帮助操作工明确岗位职责、标准和要求，重点是培养员工学习掌握所从事岗位必须具备的专业基础知识，以保证其知其然更知其所以然。因此，理论考试一直是操作大赛的必考内容。

打结是织造行业各运转操作工种的基础技能，对速度和质量都有严格的要求。本次大赛专门设立打结单项奖，为选手颁发奖金和证书，鼓励选手们能够重视并打牢基本功。

织布工和整经工是行业的两大核心工种。此次大赛，织布操作考核穿绞边丝、断经处理及断纬处理三个分项目，整经操作重点考核接经过结项目。比赛从速度、规范性和质量三个维度考验选手操作技巧、精准手法和处理突发问题的能力。参赛选手皆为生产线上熠熠生辉的明星，他们以卓越的技能为笔，在赛场上尽情挥洒，展现着纺织人的风采与匠心。

展示纺织工人魅力和风采

本次大赛组织有力、群英荟萃，选手们奋勇拼搏，赛出了成绩和水平，是一次圆满成功的技能竞赛。中国长丝织造协会会长王加毅对大赛进行了技术总结，明确了各比赛项目对行业操作人员培养的意义，对选手的成绩进行了分析。他表示，近几年中部地区与沿海地区参赛人数和技术水平的差距越来越小，中部地区对人才培养越来越重视。

“长丝织造产业工人队伍建设取得快速发展，为行业蓬勃发展提供了有力支撑。”王加毅对行业人才培养提出四点建议，一是企业要承担人才培养主体责任，建立完善的、与时俱进的人才管理机制；二是集群要为人才培养做好服务，以企业需求为导向，定向培养技术型、实用型产业人才；三是产业工人要强化自我提升内生动力，围绕操作技术，不断提升综合素质；四是协会要继续发挥人才培养引领作用，继续组织各工种的行业操作大赛，培养更多优秀的技术能手。

中国纺织工业联合会纪委书记王久新在闭幕致辞中指出，选手们一丝不苟、积极应赛，出色地完成了各比赛项目，赛出了水平、赛出了风格，展现出纺织产业工人不惧挑战、追求卓越的精神和风采。他强调，在刚结束的第47届世界技能大赛上我国技能健儿荣获佳绩，展现了我国职业技能整体实力与精湛技艺，是值得骄傲和学习的榜样。希望大家戒骄戒躁、志存高远，未来能在更大的舞台上展示纺织工人的魅力和风采。TA

材料先行， 开创新质未来

2024 波司登材料推荐会举办

■ 陈墨 / 文



产品是服装企业最核心的竞争力之一，材料则是产品领先最重要的支撑。波司登集团提出了“成为世界领先的时尚功能科技服饰集团”的战略愿景，凭借卓越品质与创新精神，积极探寻优质材料，持续为全球消费者带来更高品质的穿着体验，推动引领着行业发展。

产品领先，材料先行。12月10日，“暖新科技，质选未来”——2024波司登材料推荐会在波司登集团总部举办。活动特邀行业内近30家优质供应商齐聚波司登，共同探讨服装材料的未来发展路径，为行业带来一场科技与时尚的创新盛会。

波司登集团领导、供应链、商企、设计条线负责人，以及三十多位优质供方代表共同出席活动。

汇聚行业资源，激发创新活力

波司登集团副总裁兼供应链管理中心的总经理何茂生从品牌向上、产品领先、规模增长的视角，深入阐述了材料供应商与服装品牌的战略合作意义。伴随科技的不断进步和消费者需求的变化，服装材料的创新已经成为推动行业高质量发展的关键要素。波司登作为链主企业，共创未来材料趋势，搭建材料创新生态，为战略合作提供体系与机制保障，提升产品大价值链创新效益与满意度，为材料领先奠定坚实的基础。

何茂生表示，品牌企业与材料供应商的战略合作不是单方面的技术提供，而是链接市场趋势、引领技术、优质资源并结合产品领先规划，共同推动趋势研究、技术突破、研供协同，加速新材料推广应用落地，携手创造最大价值，期待借助材料推荐会的平台和桥梁作用，在更高层次上共享理念、资源与技术，最终实现品牌与战略伙伴的共生共赢。

“中国服装行业正在加速科技功能创新，时尚功能科技服饰赛



与会代表合影。

道大有可为。”波司登科研技术中心总监陈百顺强调，本次材料推荐会旨在为品牌企业、优质供方与设计师搭建一个高效、透明、合作共赢的交流平台，推动材料研发与产品应用紧密结合，为整合全产业链优质资源、打造行业创新平台提供崭新思路，助力产品领先、生意增长、品牌向上。从轻量耐磨、防风保暖的科技面料，到具有更高舒适度的功能性材料，众多优质材料供应商展示的各类创新面料，充分满足了设计师对科技、舒适、环保等多维度的材料需求。

搭建对接平台，实现互利共赢

“优质材料的选取对于服装产品开发起着至关重要的作用。”波司登事业部常熟产品中心总监张至善表示，本次材料推荐会为设计师直连材料供应商、激发设计创新力提供了有力支撑。从设计需求出发，现有产品经典材料也需要做出更多升级创新，和供方伙伴一起思考，联合共创，形成更好的业务咬合。通过深入的需求匹配与资源整合，双方能够更加精准地定位材料需求并实现技术匹配，共创赋能材料设计思维落地，实现从材料创新到产品领先的无缝对接。

供方伙伴代表、昆山东利营销总监马丽分享了与波司登的合作历程和工作体会。她表示，品质需从源头抓起，唯有好的材料方可做出好产品。东利作为波司登年度新锐合作奖的获得者，拥有专业的研发团队，不断进行技术创新和产品升级。东利愿与波司登携手共进，在深化科研创新以及流行趋势合作方面持续发力，为波司登供应更优质的材料，打造更多爆款产品，实现互利共赢。

在会场设置的选材专区，展示了来自优质供方的创新产品，涵盖了聚焦轻量化、防风保暖、防护舒适等多种功能的优质面料及服装，为供应商、设计师选材提供了一个领先材料展示、优质材料挖掘以及高效沟通的优质平台，有力促进了设计师与优质供方之间的交流合作，为双方协同创新、互利共赢搭建了高效对接平台。

当前，我国服装行业正处在深度调整转型期，消费者对服装的需求持续升级，不仅追求时尚的外观，更注重服装的科技含量、舒适度以及环保性。本次材料推荐会圆满收官，为波司登新一年度产品开发注入了新的灵感方向，展现了科技创新与材料进步带来的无限可能，开启了创新驱动、质选未来的新征程。

波司登将继续发挥行业领军作用，携手优质供应商和设计师，深化探索创新材料的研发与应用，以暖新科技引领行业未来风向，以优质供给温暖全球消费者的美好生活，为我国纺织服装业高质量发展贡献品牌力量。TA



坦博尔进阶之路： 以专业户外与高品质圈粉海外

■ 本刊记者 _ 罗欣桐

12月3—5日，坦博尔携多场景专业户外新品登陆德国慕尼黑国际体育用品博览会（ISPO Munich），向全球业界亮相品牌的新美学、新标杆、新场景，传递中国智造、大国工匠的品牌精神，以专业户外与高品质圈粉海外。

作为全球最具影响力的多品类运动用品专业展览之一，ISPO不仅是坦博尔深度接轨国际市场的重要桥梁，也是坦博尔品牌全球发现之旅的重要目的地之一。

坦博尔于2022年首度受邀参加ISPO展，与全球50个国家的优秀品牌同台，展示中国智造的品质和魅力；次年品牌二度受邀亮相慕尼黑，以专业高品质产品荣获ISPO年度大奖；此番，连续第三年受邀参展，坦博尔更是一举囊括多个奖项，其中含金量满满的年度面料TOP10、ISPO 2024年度大奖，表明坦博尔经历25年历史沉淀，已成长为深耕国内市场并兼具国际拓展优势的专业户外品牌。

新美学

国际展会尽显东方哲思

本届展会，坦博尔匠心打造了一个充满东方哲思与自然平衡的美学空间。“石”韵天成的展位创意，延展自坦博尔品牌第六代门店“自然、生活与人互为调和”的设计理念。展厅现场，一座源于品牌诞生地青州山地自然肌理的“红岩丹峰”艺术装置，将现代艺术与商业视觉完美融合，全新释出坦博尔品牌“与自然为友”的设计美学。

坦博尔首家第六代概念户外旗舰店位于古城青州，传承坦博尔品牌基因的爱与温暖，溯源当地千年文脉的人文积淀，通过融入充满新意的自然体验，在山景、树木等充满生命力的自然万物包裹下，有效衔接起品牌与场地、与城市历史的关系。

新标杆

25年匠心打造好羽绒

25年匠心专研，坦博尔始终坚持品质为本，聚焦场景化功能服饰。注重功能与科技的同时，始终以“好羽绒好温暖”为核心竞争力，向用户输出自然、健康、温暖的温暖生活方式。

坦博尔户外羽绒服大量采用源自中国、西伯利亚等北纬41度、零下83℃黄金羽绒带的高品质羽绒，如保养得当，可使用数十年。

好羽绒，不仅限于羽绒本身，更是在面料、工艺、细节上不断打磨。全球顶级科技面料eVent、CORDURA、DERMIZAX等加持，与具有260多年历史的英国高士缝纫线、德国蓝狮金针等面辅料供应商长期合作，坦博尔以国际一流供应链体系为消费者提供户外场景化功能的高品质产品。

新场景

多场景户外服饰全亮相

展厅现场，在红岩丹峰、冰川雪地、现代都市的移步换景之间，坦博尔多场景专业户外服饰“全明星阵容”高能上阵，一次性满足高性能户外、极地探索、轻量户外、滑雪、城市运动、时尚运动、商务等多元户外场景的不同时尚需求。

值得关注的是，坦博尔极地探索系列，甄选95%法国木拉羽绒，能满足零下35℃极寒环境下御寒需求。该系列核心单品采用CORDURA高强抗撕裂面料，具有高强度耐磨性、抗撕裂性能，同时兼具防水性能，满足使用者在极端自然环境下的防护需求；外壳防风层兼容石墨烯锁温中层，能出色阻隔风雪与寒气，助极地探索者以全备之姿进入酷寒之境。

全方位展示硬核实力的坦博尔全天候逐风三合一冲锋衣，升级eVent专业户外面料，轻量舒适，防风拒水，高透湿更耐磨，以适应在徒步、攀爬等场景遇到的突变天气和复杂地形；保暖层为法国进口的800+高蓬松度木拉羽绒，为户外低温环境灵活保暖做好充足准备；版型上采用了4D技术动态剪裁，袖底一片式拼接，活动更灵活，专为户外运动量身定制。

专业可靠的产品性能使坦博尔新品在国际户外从业者与爱好者面前大放异彩，而品牌“功能性兼具时尚度”的设计理念也得到超模Coco Rocha等一众时尚圈内人士的共鸣，倾情演绎专业户外与都市时尚的和谐兼容。

大国工匠，全球视野

25周年从“心”出发

走在全球发现的旅途上，以“新美学”“新标杆”“新场景”不断出发的坦博尔，坚持为消费者提供以人为本的场景化功能服饰。25年的积淀与历练，坦博尔不断加码全球领先的数字化供应链，融合国际前沿科技与屡获大奖的自主研发创新工艺，激发“更多场景、更高品质、更加时尚”的专业户外功能时尚新质态，不仅成为中国户外羽绒服行业高质量发展的创新标杆，更展现出进军全球市场、代表中国智造与世界对话的信心和视野。

行至旷野，从“心”出发，坦博尔将与户外爱好者们一路相伴，探索无限新境。TA



冬市营销震荡回升 价格指数环比上涨

20241216 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20241216 期纺织品价格指数收报于 104.65 点，环比上涨 0.48%，较年初下跌 0.47%，同比下跌 0.70%。



中国轻纺城冬市营销震荡回升，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环比推升，家纺类产品成交价量环比持平，服饰辅料价量环比回落。

原料行情环比下跌，涤纶环比下跌，纯棉纱价稳量跌

据监测，本期原料价格指数收报于 80.80 点，环比下跌 0.30%，较年初下跌 1.50%，同比下跌 1.37%。

聚酯原料涨跌互现，涤纶行情环比下跌。本期涤纶原料价格指数环比下跌。近期华东地区 PTA 现货主流 4608 元/吨，环比下降 82 元/吨；MEG 主流 4788 元/吨，环比上涨 86 元/吨；聚酯切片市场报价环比下跌，江浙地区有光切片现金或三月承兑 5985 元/吨，环比下跌 60 元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比回缩，价格涨跌互现，POY 报价 6675 元/吨，环比持平；FDY 报价 7275 元/吨，环比下跌 25 元/吨；DTY 报价 8125 元/吨，环比下跌 100 元/吨。上游聚酯工厂涤纶长丝价格涨跌互现，但市场成交继续下降，订单仍有回缩，常规品种成交量继续回缩。因下游需求多显不足，传统市场涤纶类产品成交继续回缩，涤纶长丝成交继续下降。

近期，涤纶短纤价格环比下降，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 6910 元/吨，环比下跌 40 元/吨。12 月上旬，纺织行业需求依然处在传统淡季状态，纱厂对涤纶短纤刚性需求继续减少。纯涤纱市场报价基本稳定，32S 纯涤纱报 11200 元/吨左右，环比持平；45S 纯涤纱报 11300 元/吨左右，环比持平。

纯棉纱市场稳量跌，人棉纱市场成交回缩。近期，萧绍地区纯棉纱市场成交环比回缩，价格基本稳定。气流纺 10S 纯棉纱报价 16410 元/吨，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 21900 元/吨，环比持平；精梳 40S 纯棉纱报价 25600 元/吨，环比持平。纯棉纱行情偏弱运行，产业下游纺企、织厂开机率继续下降，纯棉纱企业库存周环比增加，成品库存累积，下游暂未见明显的春节前备库，纺企对棉花原料采购也多维持刚需小批量采购。

近期，粘胶短纤原料价格环比下跌，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13750 元/吨左右，环比下跌 50 元/吨。近期下游需求端局部回落，粘胶短纤成交环比下降，工厂低价惜售情绪浓郁，市场价格环比下跌，厂商报盘环比下跌。人棉纱市场成交环比回缩，下游人棉纱厂出货环比下降。30S 人棉纱价格报 17500 元/吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 18500 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 120.08 点，环比上涨 1.69%，较年初下跌 0.02%，同比下跌 0.57%。

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：混纺纤维坯布行情明显回升，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明显回升；天然纤维坯布需求明显推升，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推升；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，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比推升，价格指数环比上涨

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 116.53 点，环比上涨 0.53%，较年初上涨 0.07%，同比下跌 0.22%。

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震荡推升，近期传统市场成交环比推升，冬季面料下单环比推升，春季面料下单环比增加，对口客商入市认购逐日增加，服装面料价格指数环比上涨。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、粘胶面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉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。

家纺市场基本稳定，价格指数环比持平

据监测，本期家纺类价格指数收报于 100.84 点，环比持平，较年初下跌 1.00%，同比下跌 1.14%。

本期家纺类价格指数环比持平。轻纺城家纺市场成交环比持平，整体市场价格基本稳定，创新色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比推升，兼具时尚元素的创意产品现货成交量和订单发货量环比增加；大众色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比回缩，跑量产品现货成交量和订单发货量环比下降，致使家纺类价格指数环比持平。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；床上用品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；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 128.89 点，环比下跌 0.66%，较年初下跌 2.08%，同比下跌 2.75%。

本期服饰辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回落，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比下行，价格指数环比下跌。带类行情明显回落，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；线绳类行情环比回落，价格指数呈环比下跌走势；服装里料类行情略显回缩，价格指数呈环比微跌走势，拉动辅料类总体价格指数环比下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。因市场订单局部好转，织厂、染厂产出环比增加，主要是冬季面料的订单和春季面料订单的备货。后市冬季面料成交环比小增，春季面料下单局部增加，织造企业开机率局部小增，印染企业产出环比增加，预计传统市场成交将震荡推升，整体市场成交将呈现震荡小升走势。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纺织科技奖1781项、优秀教师和学生4735名、优秀教学成果3120项、针织科技创新贡献成果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单位43家、个人16人。

自1997年至今，科技教育公益活动支出超2亿元，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