

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

2020.03.09 | 第08期 | 总第968期



P18
疫情下，看柯桥纺企
如何“疫”中求变谋发展

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 010-85229892
● 广告热线：万晗 010-85229013



P10
**体现抗“疫”担当
产业用纺织品跑出中国制造加速度**

在这次抗击“新冠”疫情战役中，产业用纺织品为人民防护和医院建设提供了重要支撑。图为北京邦维高科特种纺织品有限责任公司员工在加紧生产。

中国轻纺城国际面料采购中心

(原西市场)

3月1日起试营业

国际面料采购中心(原西市场)是中国轻纺城国有全资市场,位于中国轻纺城商圈的核心地段,是中国轻纺城市场集群设施设备先进的市场综合体。市场一至三层经营纺织面料,三层为后整理接单中心,四层为规模外贸专营区。

请广大承租户(经营户)抓紧做好开业准备,市场将提供优惠政策和一流服务。



招商服务热线:

0575 81181275 81167512

绍兴市柯桥区轻纺城大道1881号(104国道与笛扬路交界处)

YOUNG
潮

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

HONGMIAN

KARPOK INTL FASHION CITY
红棉国际时装城

「罩」顾好自己 不一样的潮



编委会名单

主任 王天凯
副主任 高勇 孙瑞哲 徐文英 杨纪朝 夏令敏 陈伟康 王久新

委员 (按姓氏笔画排序)

王加毅 王树田 叶志民 叶体亚 冯国平 朱北娜 乔艳津 许吉祥 孙晓音 孙淮滨 李进才
李陵申 李斌红 杨永元 杨兆华 杨峻 陈大鹏 陈志华 张庆辉 张慧琴 郑伟良 倪阳生
袁红萍 徐迎新 钱晋 徐峰 梁勇 黄淑媛 彭燕丽 端小平 翟燕驹

社长 钱晋
常务副社长兼总编辑 徐峰
副社长 刘萍
副总编辑 葛江霞 刘嘉
社长助理 郭也可 赵学君
高级顾问 胡晓玉 赵媛媛

总编助理 万晗 袁春妹

采编中心

主编 郭春花
主笔 郝杰
副主编 徐长杰 徐瑶
墨影
副主任 董笑妍
编辑/记者 李亚静 陶红
余辉 武筱婷
徐盼盼 廖小萱
夏小云 徐晶鑫
美编 郭森
资深摄影 关云鹤

新媒体部

主任助理 李江敏
美编 李举鼎

浙江运营中心

总监 赵玲玲
副总监 赵国玲
主任助理 邹莹颖
记者 王利 张颖

热线电话

总编室: 010-85229892 新闻热线: 010-85229379
发行热线: 010-85229023 传真: 010-85229422

国际标准刊号: ISSN 1674-196X 国内统一刊号: CN11-5472/TS

广告发布登记许可号: 京东工商广登字20170146号

本刊广告总代理: 中纺网络信息技术有限公司

出版发行: 《纺织服装周刊》杂志社

地址: 北京市东城区东四大街46号院(100010)

定价: 每期人民币12元

欧洲合作媒体: [textile](#)

印度合作媒体: [Inside Fashion](#)

日本合作媒体: [纤维News](#)

台湾合作媒体: [纺织时报](#)

承印: 北京中科印刷有限公司

法律顾问: 大成律师事务所

在大考中淬炼内功

2月下旬以来,全国多数地区纺织企业陆续迎来复工复产,纺织企业的经济“保卫战”也随之展开。面对疫情考验,纺企纷纷坚定信心,苦练内功,着眼未来。

不可否认,这次疫情对不少纺织服装企业造成了不小的短期冲击。从企业内部看,原有生产、用工、管理和现金流等方面节奏被打乱;从外部市场来看,供需匹配、订单交付等也因疫情受阻。

风物长宜放眼量,从本刊对行业企业的采访反馈来看,不少企业认为疫情冲击是短期的、总体是可控的。中国经济长期向好的基本面没有改变,中国纺织业迈向高质量发展的总趋势也没有改变。从中长期来看,因为疫情冲击而蛰伏的大量消费潜力和生产动能,一经有序释放就可以对冲疫情造成的影响。

在采访中,有不少企业判断:国际市场的不稳定性仍将持续,国内市场虽然表现不够亮眼但是稳定性尚佳,国内需求仍然有开发潜力。疫情结束后一个周期内,消费一般会“报复性”反弹,乐观分析,纺织服装消费也会阶段性上升。因此,2020年行业发展预计仍将是稳中有升。

疫情是危机,也是大考。在采访中,企业纷纷反馈,企业的管理能力、抗风险能力、产品服务能力、技术研发能力受到了检验,企业与企业之间核心能力的比拼来日将见分晓。有企业表示,得益于在长期发展中的谋篇布局、未雨绸缪、注重风险管理,使得应对此次疫情时,没有捉襟见肘,而是从容应对。

在危机中找机遇,在困难中找方法。面对困难与挑战,中国纺织人从来没有被压垮过,而是越挫越勇。

例如,江苏宋和宋正在关注“开发新产品扩大内需;运用智能化生产降低成本增强竞争力;瞄准备件市场拉动增量;加大开发国际市场进入空白区域扩大战果”等举措;大连泛瑞克将“加大创新力度、提高人工智能生产,有效开源节流、控本增效;苦练内功,组织开展线上培训,加强专业技能培训,强化企业管理”;而波司登则将从品牌方面建立与消费者的情感链接,从产品方面强化高品质和专业性,从渠道方面打通线上线下营造“一站式”消费体验。

大战还在继续,大考还在进行。越是在这个时候,越要坚定必胜信念,咬紧牙关,继续毫不放松抓紧抓实抓细各项工作;越是在这个时候,越要用全面、辩证、长远的眼光看待发展,增强信心、坚定信心,坚决把疫情影响降到最低,完成各项目标任务。唯有紧盯目标,埋头苦干,持之以恒,才能迎来美好的明天。

刘嘉

CONTENTS



10 特别报道 SPECIAL

体现抗“疫”担当 产业用纺织品跑出中国制造加速度

产业用纺织品是新材料产业的重要组成部分,不仅广泛应用于民生产业,而且在国家战略安全中发挥着重要的作用,已经成为医疗卫生、安全防护、环境保护、基础设施建设、新能源、航空航天、国防军工等行业的战略支撑力量。新冠肺炎疫情的爆发,让产业用纺织品行业再次显示了其重要性和不可或缺性。

8 资讯 INFOS

在蜕变中成长,纤维迸发磅礴生命力
“澜湄纺织合作”受澜湄合作第五次外长会点名认可
首秀米兰时装周,劲霸男装展示品牌匠心

18 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

疫情下,看柯桥纺企如何“疫”中求变谋发展
深化“三服务”防疫复产两手硬

22 观察 OBSERVATION

疫情挡不住贝斯特的海外势头
中小服装企业应对2020年的“十三策”

24 台湾专版 TAIWAN

流亚“A Team”助力纺织染整智能化

提升企业运营竞争力

订单全生态管理系统

创|新|未|来

痛点 临问题

- 订单准交率低
- 生产周期长
- 接单没竞争力
- 库存高
- 现金流紧张
- 生产过程不可控

订单全生态管理系统系中科院广电所与中纺网络联合开发,以TOC理论+人工智能技术为支撑,以提升订单准交、快交为目标,通过智能化的生产运营计划管理,帮助制造企业“打破数据孤岛、提供优化决策、促进业务协同、确保交期可控、加快反应速度、提升竞争能力、打造竞争优势、驱动业绩提升”,充分满足制造企业多品种、小批量、并行化、柔性生产的需要。

咨询电话: 13811957097 / 13717562390 / 13426020214

邮箱: wangzg@cntac.org.cn / xuewy@cntac.org.cn / zhanghn@cntac.org.cn

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

纺织有你 抗疫必胜

中国纺织工业联合会会刊

《纺织服装周刊》全媒体与行业共进

公益广告发布热线：13466301578

共同抗疫新闻热线：13520837805



《纺织服装周刊》



《家纺时代》



《纺织机械》

盛虹·中国纤维流行趋势

SHENGHONG·CHINA FIBERS FASHION TRENDS

2020/ 2021

发布预告

Release Notice

8.2号馆 (HALL)

国家会展中心 (上海)

National Exhibition and

Convention Center (Shanghai)



扫一扫更多精彩



If you have any requirements,
please contact us:
ccfa_ft@vip.sina.com

www.textfiberchina.com

在蜕变中成长，纤维迸发磅礴生命力

CCTV《纪录东方》播出《纤维改变生活》节目

2月22—23日，由CCTV-发现之旅频道《纪录东方》栏目制作的纪录片“大国协会的初心与使命”系列之《纤维改变生活》在该频道播出。

《纤维改变生活》节目组分别采访了中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，中国工程院院士蒋士成，东华大学校长、中国工程院院士俞建勇，盛虹集团董事长缪汉根，拍摄了桐昆集团股份有限公司自动化生产车间和国家企业技术中心，结合新中国成立70年来中国纺织化纤工业走过的不凡历程及中国纤维流行趋势发布活动举办八年来的点点滴滴，讲述纤维如何改变生活，展示纤维制造的非凡匠心。

节目中，高勇谈到，“我们从纤维开始做纤维流行趋势，同时，请面料设计师、服装设计师、品牌商、零售商都来参与其中，这样就把我们整个纺织产业链都动员起来了。”

俞建勇谈到，举办中国纤维流行趋势发布的初衷，就是建立一个纤维发布的平台，向世界展示中国纤维产业最有热度、最富科技性、最有市场潜力的纤维品种，不断满足人们对美好生活的追求。

蒋士成则表示，纤维的流行，实际上反映了科技发展的趋势。我们的科技进步

很快，每年都会有一些科技创新的新产品开发出来，科技发展融入到新产品中，特别是纺织产业链的后道产品会体现出科技的发展趋势和含量，所以这是一个最原生的动力。

缪汉根表示：“中国纤维流行趋势发布活动为我们提供了向同行学习的机会，促使我们在设备升级、自主研发方面加大投入力度。另外通过这个平台强化了上下游企业间的产业链协同，为我们掌握行业发展趋势、提高生产效率提供了帮助。”

纤维是构成纺织品服装的原材料，是纺织产业链的源头，它原本朴实无趣，隐身做贡献。然而，中国纤维流行趋势的发布，却让纤维走到台前，变得鲜活、生动起来。它引导消费者开始以全新视角审视隐藏在服装、家纺用品、医疗卫生防护用品等中的纤维，逐步改变人们以往对纤维的认知。

春华秋实，岁物丰成。八年路漫漫，中国纤维流行趋势在上下求索中逐渐蜕变成长，成绩斐然。在此过程中，我们也悄然发现，纤维已经不仅仅局限于“衣”，更步入人们生活的方方面面，在衣食住行各个领域都迸发出磅礴的生命力。

(中国化学纤维工业协会)

现场 | SCENE

“澜湄纺织合作”受澜湄合作第五次外长会点名认可

当地时间2月20日，澜沧江—湄公河合作第五次外长会在老挝万象举行。会上，六国外长回顾了澜湄合作第二次领导人会议和第四次外长会成果落实情况，在谈到六国产能合作相关领域问题时，在会后发布的《澜湄合作第五次外长会联合新闻公报》第九条提到：外长们支持根据《澜湄国家产能合作联合声明》，优化地区产能分布，实现产能优势互补，提升各国在全球产业链和价值链中的地位。外长们注意到在成立产能与投资合作促进联盟、启动“多国多园”合作方面取得的进展，六国商协会举办首次纺织业峰会，发表《纺织服装产业产能合作联合声明》。

作为澜湄区域国家产能合作的优先领域之一，中国纺织业积极响应澜湄合作机制的发展要求，率先在澜湄流域内组织开展了纺织服装产业的国际产能合作。目前，澜湄流域是我国纺织业境外投资合作资金存量最大的区域之一。

在此背景下，2019年，中国纺织工业联合会联合湄公河五国兄弟商协会共同举办了澜湄纺织合作峰会，并在会上发布《澜沧江-湄公河国家纺织服装产业产能合作联合声明》、《中国与湄公河五国纺织服装产业投资合作报告》，启动“澜湄纺织服装产业对话”长效合作机制。

上述活动的举办正式拉开了纺织服装行业在澜湄流域进一步全方位深入合作的序幕。纺织行业也成为制造业领域在澜湄流域推进产能合作的先行者和探路者。

当前，正值纺织产业上下齐心、全力保障新冠肺炎疫情防控物资生产的攻坚时刻，也是全行业企业为保障产业链协调运转，积极响应号召、安全复工复产的关键时期。六国外长会对纺织业澜湄合作工作的“点名认可”，无疑为行业继续稳妥推进澜湄流域国际产能合作注入了一剂强心针；更为疫情结束后全行业尽快恢复产业正常发展，继续投入“一带一路”建设，进一步提升区域内的纺织服装产业链和价值链合作水平坚定了信心。(中国纺织国际产能合作企业联盟)

品牌 | BRAND



KB HONG 展示出了中国男装品牌对设计、品质、版型的匠心坚守。

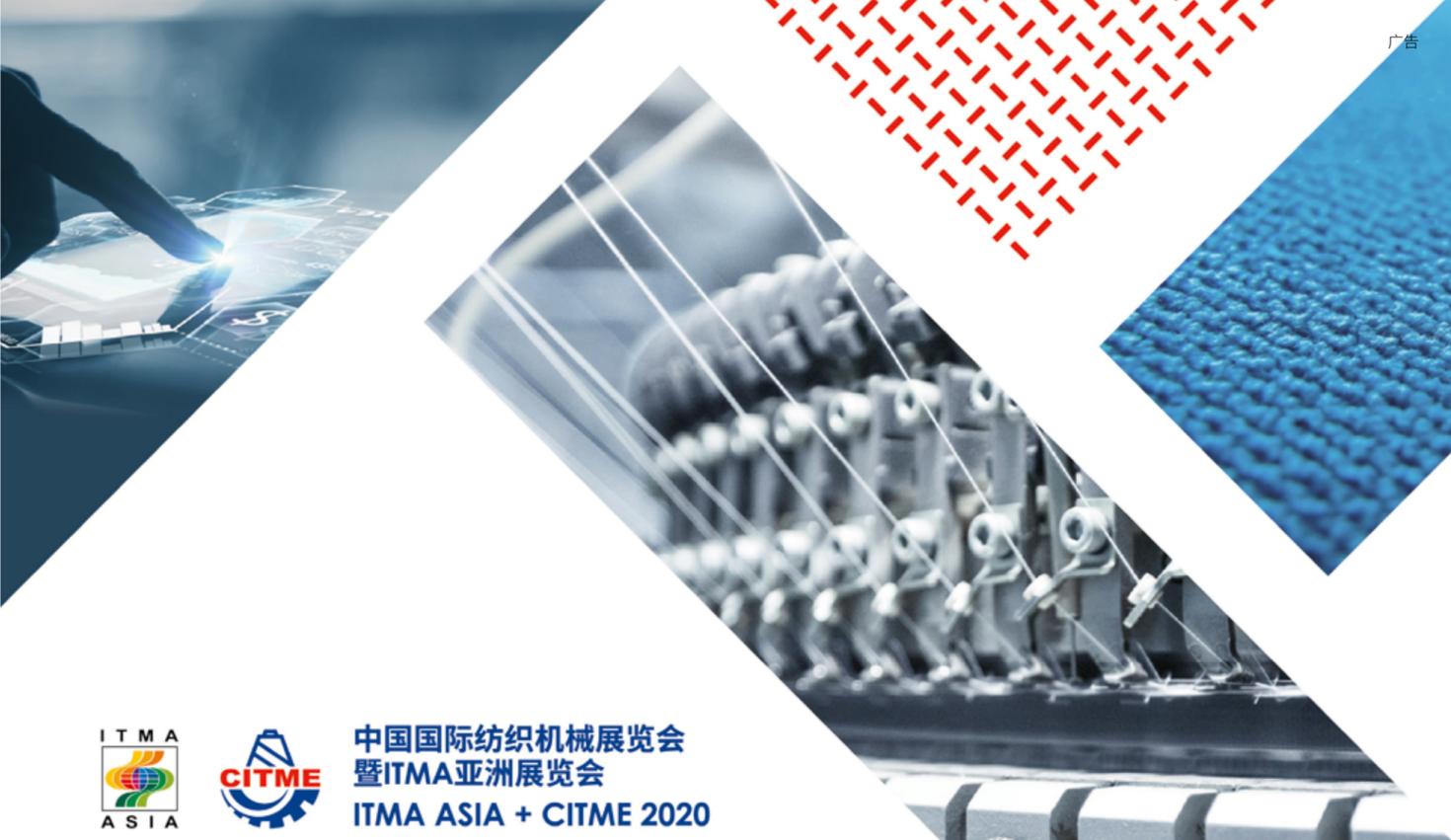
首秀米兰时装周，劲霸男装展示品牌匠心

日前，中国商务休闲男装标志性品牌 K-BOXING 劲霸男装登上米兰时装周官方日程，首秀国际舞台，以“门见万象 INTO THE MIRAGE”主题，全球首发品牌高端轻奢系列 KB HONG，开启劲霸男装40周年序幕。

甫一亮相国际顶尖专业秀场，KB HONG 展示出了中国男装品牌对设计、品质、版型的匠心坚守，其对东方艺韵与意式优雅的把握融合，对可持续时尚的思考，引发意大利时尚界、专业服装领域的高度关注。很多国际专业买手、男性时尚媒体、服装行业权威媒体纷纷来到活动现场，近距离感受和体验中国品牌的专业匠心与创造。

劲霸男装 CEO 兼创意总监洪伯明表示：“劲霸男装把走向世界的第一步选在米兰，是因为我们40年的发展一直对专业保持敬畏之心，从服装的设计到版型、面料、工艺，始终坚持以消费者提供国际化高品质的男装。随着时代人文的变迁，变化的是潮流趋势，不变的是对专业的坚守。”

据悉，复古未来主义是本次秀款的设计灵感，东方与西方、传统与现代、前卫与实穿主义的碰撞让“门见万象”的主题更加丰满。致敬巴黎画派艺术大师常玉的先锋花型、强烈色彩碰撞、中式传统设计元素、自然主义花型纷纷登场，开启精彩不绝的时尚篇章。(李江敏)



中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会
ITMA ASIA + CITME 2020

商业平台 引领亚洲

2020.10.15 - 19

国家会展中心 中国·上海

- 中国纺织机械协会是本展会受理中国大陆地区展商报名申请的机构
- 本展会在中国大陆地区没有其他任何形式的销售代理或渠道

线上报名开始日期：2019年6月28日

报名详情请登录：www.citme.com.cn | www.itmaasia.com

联系方式：

中国纺织机械协会 (CTMA)
北京泰格斯特国际展览展示有限公司

电话：+86 10 5822 0799/5822 0599/5822 1499
传真：+86 10 5822 1466
电子邮箱：ctma@ctma.net/itmaasiacitme1@bjitme.com

主办单位



中国国际贸易促进委员会纺织行业分会



中国纺织机械协会



中国国际展览中心集团公司



欧洲纺织机械制造商委员会



北京泰格斯特国际展览展示有限公司



ITMA Services N.V.



日本纤维机械协会



日本纤维机械协会

www.itmaasia.com
www.citme.com.cn



行业行动



在这次抗击“新冠”疫情战役中，产业用纺织品为人民防护和医院建设提供了重要支撑。左图为北京邦维高科特种纺织品有限责任公司生产车间，右图为天鼎丰非织造布有限公司生产车间。



体现抗“疫”担当 产业用纺织品跑出中国制造加速度

中国产业用纺织品行业协会 / 供稿

产业用纺织品是新材料产业的重要组成部分，不仅广泛应用于民生产业，而且在国家战略安全中发挥着重要的作用，已经成为医疗卫生、安全防护、环境保护、基础设施建设、新能源、航空航天、国防军工等行业的战略支撑力量。其科技创新活跃，产品附加值高，一直是国家重点支持和鼓励发展的行业。我国产业用纺织品纤维加工总量在纺织行业中占比从2010年的20%增长到了2019年的30%左右，位居纺织行业三大终端应用（服装、产业用、家用）的第二位；行业主营业务收入、利润、工业增加值增速等指标在纺织行业中一直处于领先水平。产业用纺织品行业已成为我国工业体系中最具活力的领域之一，未来的发展空间依然巨大。

从1984年“产业用纺织品”概念的提出，到如今产业用纺织品因其无所不在的“身影”而被行业内内外所熟知，走过了30多年的历程。这30多年来，产业用纺织品因其高性能、功能性和应用领域的广泛性等特点，在病毒防控、洪水防治、抗震救灾、火场救援、核泄漏处置、海洋漏油治理、战争和恐怖袭击应对等各类重大突发事件中发挥着独特的支撑和保障作用。新冠肺炎疫情的爆发，让产业用纺织品行业再次显示了其重要性和不可或缺性。中国产业用纺织品行业协会和行业内企业以国家和人民的利益为重，在疫情爆发之初即积极投入防控新冠病毒战役中，克服诸多困难，组织口罩、医用防护服等医用防护物资的生产，竭力保障原辅料的正常供应。同时，中产协在积极开展调查研究、深入研判疫情对行业企业发展的影响、推动复工复产、提出政策建议和舆论宣传引导等方面做出了重要贡献，在抗击疫情中的工作得到了国务院和国家相关部委领导的深度认可和大力赞扬。

一、产业用纺织品在重大突发事件中的作用

（一）抗疫担当，安心屏障

口罩是医务人员抗击疫情“武器”，是保护群众健康的“盾牌”；医用防护服，则是抗疫一线“战士”的“盔甲”和“战袍”。口罩和医用防护服都属于产业用纺织品的范畴，是防控疫情中需千方百计保障的重点物资，也是各级政府和人民群众热切关注的焦点。无论是2003年的抗击“非典”，还是当前的防控“新冠”，口罩和医用防护服在阻病毒、防感染、增安全、保健康中发挥了至关重要的作用，成为让国家放心、让人民安心的屏障，为抗“疫”取得最终胜利提供了强力保障。这次新冠肺炎疫情，是新中国成立以来在我国发生的传播速度最快、感染范围最广、防控难度最大的一次重大突发公共卫生事件。对产业用纺织品行业来说，这是一次大战，也是一次大考。口罩、防护服用原辅料、装备、产成品等产业链上的生产企业都积极行动起来加入防控疫情的战斗，为口罩、医用防护服的生产提供了强大的支援，为缓解疫情防控物资紧缺状况做出了重要贡献。在疫情面前，产业用纺织品行业内企业跑出了中国制造加速度，体现了行业的抗“疫”担当。

（二）强基固本，长治久稳

土工合成材料在基础设施建设，特别是在防汛抢险中发挥着防护、隔离、排水、反滤等作用，可及时排除险情，达到强基固本的目的。并且，土工合成材料在堤坝

建设中的应用，可以很好地提高工程质量，延长工程使用寿命，节省工程成本，对生态环境保护也起到了积极作用。1998年，长江、松花江和嫩江发生全流域大洪水。伴随着抗洪斗争，一种俗称“土工布”的土工合成材料因在抗洪抢险中的显著功效而受到人们的普遍关注，国务院领导多次明确指示要在防汛抢险中推广应用土工合成材料。当时一位国外的土工合成材料专家在看了中国的洪灾报道后感叹：如果在堤坝建设中广泛采用土工布，中国这次洪灾所造成的损失会小得多。而在这次抗击“新冠”疫情战役中，土工合成材料也“扮演”了重要角色，在“火神山”和“雷神山”医院防水防渗、防护工程建设过程中，其地基防渗层均采用了土工布和土工膜，从另一侧面为抗“疫”工作提供了支撑。

（三）抢险救灾，消除危害

帐篷、救援和逃生绳（索）具、特种防护服装等产业用纺织品是地震、火灾、油罐爆炸等各类灾害中的重要保障物资，对保护人民群众生命财产安全和社会和谐稳定有着极其重要的作用。帐篷、救援器具、空投储水袋等“生命救援”器具在汶川、玉树震后抢救生命、受灾群众安置中提供了有力支撑；特种防护服装为一线救护人员在火灾、核辐射等特殊环境下的救援提供了身体和生命安全保障。此外，功能性过滤与分离用纺织品可以有效减少核泄漏事故中放射性物质的释放；拦油绳索、油污过滤布、吸油毡在原油泄漏事故中的使用，可以快速处理事故现场，避免造成更大不利影响，并且可实现高效回收原油；高分子柔性膜结构材料可更快速、便捷地实现海上应急救援。随着原材料、技术、产品的不断创新，产业用纺织品在应急救援中的作用还将继续拓展。

（四）装备保障，减轻伤亡

为了维护国家的经济发展与国民生活的安全稳定，公共安全一直处于重要地位，军事及国防安保体系从业人员的人身安全保障受到各国的高度关注。防弹衣、防弹头盔等防弹类纺织品已经成为必不可少的单兵防护装备，在保障士兵人身安全中发挥着日益关键的作用。近年来，在和平与发展的主旋律下，战争和恐怖主义活动依然存在，全球武装冲突数量和致命/非致命武器伤害数量不断增加，给士兵、警察和人民群众的生命安全带来了巨大威胁。在此情况下，具有防弹、防刺、耐热阻燃、防化等功能或多种功能复合的防护用纺织品的应用就显得尤为重要，对于减轻战争、反恐中造成的人员伤亡有着重要的作用。



口罩和医用防护服在阻病毒、防感染、增安全、保健康中发挥了至关重要的作用。

二、产业用纺织品行业发展建议

在重大突发事件频发、防控难度不断加大的严峻形势下，大力发展产业用纺织品能为防范和应对突发事件提供重要的物质保障，可提升突发事件应急救援能力，提升全社会抵御风险水平，对于保障人民群众生命财产安全、维护国家公共安全具有重要意义。针对中国产业用纺织品行业在应对各类重大突发事件和当前疫情防控中发现的问题，我们就行业的未来发展提出如下建议。

（一）完善应急储备机制，提高保障能力

新冠肺炎疫情防控期间，最牵动人心的当数口罩、医用防护服等应急物资的储备和供应。医疗机构出现口罩、医用防护服供应极度紧张的情况，市场上也出现口罩供应短缺、哄抬物价的行为。为缓解口罩、防护服供不应求的局面，各有关部门按照国务院联防联控机制的部署，千方百计多管齐下，全力以赴增产扩能，产进并举，在一定程度上缓解了供给紧张的情况，但面对巨大缺口，依然显得力不从心。当前情况下，完善口罩、医用防护服国家应急储备机制，补缺体系中不健全部分，迫在眉睫。针对现行应急储备机制中存在的问题，建议完善口罩和医用防护服等应急物资储备标准，建立中央、地方和重点企业分级储备体系，明确各级政府物资储备的品种、规格、数量、时间、更新等；健全口罩和医用防护服等应急物资定点生产制度，引导社会资源投向物资储备和生产；制定税收减免政策，鼓励企业、社会组织储备应急物资；在应急物资采购、紧急征用、志愿捐助和灾害救助等方面建立诚信制度和各类主体信用记录。

（二）调整统计分类体系，精准行业信息

产业用纺织品在历次公共卫生事件、自然灾害、国家重点工程、基础设施建设、环境治理中都发挥了关键作用。但在抗击“新冠”疫情过程中我们发现，口罩、医用防护服等产业用纺织品在现行的统计体系中没有明确分类，造成统计口径不统一，配套企业不清晰，面对重大事件决策时容易出现效率低、局面乱的状况。现行《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017）中对产业用纺织品的分类存在系统缺漏、部分产业用纺织品未按生产方归在产业用纺织品门类、产业用纺织品中的重点门类没有全覆盖等情况，这些情况不仅制约应急响应，影响政策制定，而且阻碍行业发展，制约自主创新。现行统计分类体系已不能适应产业用纺织品行业发展的迫切需要，尤其不利于国家在应急状况时对产业资源的动员和调配。为适应产业用纺织品在全球范围内高速增长的趋势，助力我国产业用纺织品以及下游诸多新兴战略产业的发展，完善产业用纺织品行业的应急动员体系，建议调整产业用纺织品统计分类体系，在国民经济统计分类中建立产业用纺织品独立统计类别，形成“纺织业，纺织服装、服饰业，化学纤维制造业，产业用纺织品”四大统计分类体系，提高国家在应急状况时对产业资源的信息收集、生产组织和调配水平。

（三）加强标准体系建设，统筹质量监督

中国产业用纺织品行业协会是全国纺织品标准化技术委员会产业用纺织品分会（TC209/SC7）的主任单位、国际标准化组织土工合成材料技术委员会（ISO/TC 221）国内技术对口单位，承担着产业用纺织品领域的国内和国际标准化工作，同时承担了纺织行业的国家军用标准管理工作。在日常工作中，尤其在本次防控新冠肺炎疫情工作中，行业深感产业用纺织品行业标准化工作的组织形式与行业在国家公共安全、应急保障中的重要作用不相符，不利于专业化、系统化的运行和管理，不利于产业链上下游、行业间的协调和交流。建议强化产业用纺织品行业的标准化管理职能，开展更专业、更高效的标准化和全产业链的标准化协调工作，调动更多的资源服务于环境保护、应急突发事件、安全防护、医疗健康等当前经济发展重点和热点领域，形成跨部门的协同机制，推动产业链上下游标准的无缝对接和配套政策的完善，实现产业用纺织品标准化全面统筹管理和质量监督。

面对疫情， 化纤行业要坚定信心更要适应变革

访中国纺织工业联合会副会长、中国化学纤维工业协会会长端小平

中国化学纤维工业协会 / 供稿

一场突如其来的疫情，改变了2020年的开局，改变了很多人的生活模式，改变了很多企业的开工计划，也改变了整个中国的运行节奏，甚至正在悄然改变着世界。



端小平

疫情肆虐之时，国家的力量和行动、逆行者的无畏和光芒、普通人的扶持和善良，温暖着我们，感动着我们，激励着我们，让我们坚信爱和希望始终同在。疫情终将过去，我们终将迎来春暖花开。

如今，抗疫已进入关键阶段，各行各业复工复产、继续发展也成为当下最紧要的事情，化纤行业亦是如此。在这样的时刻，我们需要梳理疫情对行业企业的影响，寻求有效的应对措施；需要号召企业在疫情可控的前提下科学有序复工复产，最大限度地减轻疫情的冲击，充分释放企业的巨大潜力和强大动能，助力社会经济平稳发展；需要更多地思考疫情过后，化纤行业企业未来如何发展。针对这些问题，中国纺织工业联合会副会长、中国化学纤维工业协会会长端小平提出了自己的见解。

坚定信心，未雨绸缪迎挑战

问：就当前的疫情您最想对化纤行业企业说的是什么？

端小平：现在行业企业一定要有信心，就像协会在给企业的复工建议里所说的，企业要相信中央、相信政府，坚定打赢防疫战役的必胜信心。中国经济长期向好的基本面未发生变化，坚持深化改革，挖掘内需市场潜力，经济增长依然可期。要相信疫情过后化纤行业发展会更好，未来会更美好。过去，中国红军二万五千里长征历经千辛万苦，最终完成了战略大转移。这背后靠的就是理想和信念，靠的就是革命的乐观主义，靠的就是对新中国美好未来的憧憬。一味的悲观解决不了问题，现在的情况和经济社会基础不知道要比那时候好多少，现在我们更要坚定战胜疫情的信心，要看到“危”背后暗藏的“机”。

坚定信心是基于对党和政府统筹推进疫情防控和经济社会发展工作有力领导的信心；坚定信心是基于中国经济长期向好的基本面没有改变的信心；坚定信心是基于中国必将加快改革开放，迎来更好发展机遇的信心；坚定信心也是基于对中国文化，中国人民勤劳勇敢、吃苦耐劳品质的信心。坚定信心从行业层面讲，也是基于对中国化学纤维工业综合实力和整体产业配套优势的信心。正如哲学家尼采所言，“那些没能消灭你的东西，会令你变得更强大。”

问：本次疫情对各行业都产生了不同程度的影响，就化纤行业而言，当前面临哪些困难？请您谈谈该如何应对？

端小平：在当前的防疫复工中，我们必然会遇到这样或者那样的问题。比如，人工短缺、防御物资买不到、交通物流不畅、订单不足等问题。很多企业已经采取了各种措施来积极应对，但毕竟这些问题是共性的，需要一个逐步解决的过程。困难和问题想多了只会影响自己的心情，影响自己和企业的积极性，打击企业和员工的士气。疫情过后还要发展，所以这时候，我们应该静下心来想想未来，想想未来该怎么做，未雨绸缪，尤其珍贵。



思考变革，创新发展谋未来

问：疫情过后会带来哪些变化？行业和企业该如何应对？

端小平：最近，协会在尽量收集一些财经作家、经济学家的相关文章，并归纳他们的观点。当然这不代表协会完全同意他们的观点，但是他们的部分观点给协会提供了一些思路，确实具有很强的思考价值。这段时间我也学习了他们的报告、演讲中的内容，并从中归纳了最重要的两点：一是疫情过后会有新的业态和受益行业产生，我们要认真研判，从中发现机会；二是化纤行业如何适应这种新业态，如何利用好新业态的工具，适时调整业务结构和流程以便更好地适应疫情过后的新业态和新经济。

问：当前，抗疫进入关键阶段，复工复产、继续发展也成为当下最紧要的事情，对此您有何建议？

端小平：实际上，化纤协会于2月21日发布的微信头条已经对企业防疫和复工提出了五点建议。一是逐步提高生产负荷，稳步恢复生产；二是保持定力，防止竞相压价销售恶性竞争；三是认真细致做好恢复生产各项准备工作；四是坚定信心，着眼未来，创造性开展工作；五是凝心聚力，积极响应中央号召，共同坚决打赢疫情防控阻击战。根据目前的情况，我想再加一条，第六条建议即思考未来，思考变革，思考适应新业态。

在疫情过后，发展依然是硬道理，我们要洞察某些可能引起变革的力量，它们既会深刻地改变当下，又会拉动未来发展。2020年是“十三五”规划收官之年，它承载着“十三五”的任务目标节点，连接着“十四五”的挑战变革发展。面对即将到来的“十四五”，如何梳理总结“十三五”期间化纤行业所经历的变化、取得的成绩、获得的启示，如何在新的变革、新的形势、新的业态、新的时代、新的发展阶段、新的国际格局下做好化纤行业“十四五”规划等相关工作，实现化纤工业的高质量发展，是全行业都要深入研究思考的问题，让我们即刻行动起来吧！

三刊联动

覆盖全产业链

纺织服装周刊杂志社旗下三大刊物《纺织服装周刊》、《纺织机械》、《家纺时代》，从纤维纱线到纺机设备，从纺染织印到服装家纺，全面覆盖纺织行业读者用户群。

与纺织服装周刊杂志社合作
一次获得多重行业关注！



中国纺织机械协会会刊



中国纺织工业联合会会刊



中国家用纺织品行业协会会刊



纺织机械微信



纺织服装周刊微信



家纺时代微信

新闻热线：刘嘉 010-85229892 新媒体热线：李江敏 010-85229737 广告热线：万喆 010-85229013 发行热线：章简 010-85229023

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

GROUP COOPERATION

战“疫”赢未来

直面挑战，服装企业危中寻机

本刊记者_董笑妍 刘嘉 李亚静 吕杨

新冠肺炎疫情发生以来，中国服装企业积极捐款捐物、转产防护物资，其反应之迅速、行动力之强悍，体现出了世界第一纺织大国的行业素质以及强大的社会责任感。但疫情的影响远未停止，面对疫情造成的波动，这些优秀的服装服饰企业又有怎样的认识、预判与准备？



波司登：

疫情影响下短期困难，长期向好

TAweekly：面对疫情，公司采取了哪些应对措施？

波司登：对内防疫措施方面，波司登集团成立了疫情防控工作领导小组，制定企业应急预案，还通过企业发文、微信公众号等途径发布了《告波司登全体员工书》、《员工须知》以及《疫情期间员工个人防护工作指导》，确保复工后各项工作有序开展。同时，公司严格实施工作场所消毒管理，采购大量口罩、消毒液等防疫物资，用于复工后的员工防疫。

防疫物资生产方面，公司接到生产抗疫一线防护用隔离衣需求之后，紧急启动产前准备，仅用了2天时间就筹集了隔离衣生产所需的面辅料。与此同时，各工厂与休假的本地员工逐一联系确认，并向政府提交复工申请，目前防疫物资生产工作有序进行中。

对外捐款捐物方面，在了解到抗疫一线工作者们面临倒春寒的困扰后，波司登捐赠了15万件总价值3亿元的高品质羽绒服，为抗疫英雄提供御寒保障。此次捐赠，公司将所有物资都送达一线，虽然这让捐赠工作更复杂，但我们认为这样做更有效，也是对“波司登温暖全世界”这一企业使命的忠实践行。

TAweekly：怎么评估疫情给企业经营带来的影响？

波司登：公司严格落实党中央、国务院以及各级政府关于疫情防控的政策规定要求，一些地区的门店在疫情期间已停止营业。由于羽绒服为季节性产品，春节期间为销售黄金期，因此疫情对1、2月份销售业绩造成了一定影响。

TAweekly：企业后续将采取哪些措施恢复生产或寻找新的增长点？

波司登：在2020年，波司登仍将坚持“聚焦主航道、聚焦主品牌”的战略方针，加速推进转型升级。品牌方面，持续提升品牌势能，建立与消费者的情感链接；产品方面，在设计研发、工艺技术等方面持续优化，向国际先进水平看齐；渠道方面，打通线上线下消费场景，致力于为消费者打造“一站式”便捷消费体验。

TAweekly：如何预判2020年的行业情况和企业发展情况？

波司登：疫情在短期内对行业会产生影响，但疫情结束后一个周期内，消费一般会“报复性”反弹，乐观估计，纺织服装消费也会阶段性上升。因此，2020年行业发展预计仍将是稳中有升。

凯灵箱包集团董事长 申建新：

认知局势变化，看清发展方向

TAweekly：面对疫情，企业采取了哪些应对措施？

申建新：在严峻的疫情面前，四面八方力量汇聚，其中民营企业和企业家的自发行为、快速响应以及勇担社会责任的意识和作为，都令我感动。

针对疫情，凯灵箱包的措施包括：第一，发起设立“凯灵爱心防疫抗疫捐款基金”，发动各部门及涉外办事处的每一位员工，第一时间为武汉献出一份爱心，共计捐款20万元，已全部汇款至武汉市慈善总会。

第二，当了解到苏州市吴江区医护人员即将奔赴抗击疫情的最前线时，凯灵箱包启动“出征护航，平安归来”抗疫支援活动，首批向吴江区援鄂医护人员捐赠价值8万余元的拉杆箱，为抗击疫情的一线卫士送去了帮助。

自两次捐赠消息传出后，苏州市及上海市相关抗疫部门纷纷来电申请出征装备，凯灵箱包将尽一切努力做好装备供应，确保英雄出征无忧。

TAweekly：您怎么评估疫情给企业经营带来的影响？

申建新：新冠肺炎疫情对中国经济发展会产生巨大影响，特别是与人民生活息息相关的大众消费品，包括旅游业、餐饮业等。其中，纺织服装行业受到的影响也很大，一些小企业可能会面临较大困境。

幸运的是，中国政府对这次疫情的判断十分具有预见性，出台了诸多利于国民经济发展和维护经济稳定的政策。江苏省委省政府和苏州市委市政府也出台了一系列维护企业稳定的政策，进一步激发了民营企业的创业激情，在党和政府的指导下，我们相信中国经济将逐步稳定。

TAweekly：您如何看待当下形势，企业的发展机遇在哪里？

申建新：品牌化是我国经济发展的主旋律，更是新经济时代的核心，在中国，有品质、有诚信、重知识产权、有服务意识的品牌队伍还需扩充。改革开放40多年来，人口红利、土地红利、环境红利将成为历史，品牌强国、品牌立国将是国民营企业家为国家经济做出贡献的主要方向。

为此，我们将动员全体员工，以强烈的爱国情怀和社会责任感，努力成为一个能得到国人信任的高品质品牌，并积极响应国家“一带一路”倡议，走出去，成为一个让国人骄傲的民族品牌。



云尚产业发展集团 CEO 兼总裁 田左云：

做好客户服务，化解疫情危机

TAweekly：面对疫情，企业采取了哪些应对措施？

田左云：疫情发生后，复星集团迅速成立十大抗疫工作组，复星集团云尚产业发展集团也抽调骨干力量参与了武汉区域抗疫工作，截至目前，共计捐赠5.5万件防疫物资，并为保障公司运营准备了药品、防护用品等大量物资。

TAweekly：企业后续将采取哪些措施恢复生产或寻找新的增长点？

田左云：短期内我们的商户有两个痛点要解决——货品供应和业务维持。

货品供应方面，云尚将对“尚来APP”在原有功能上进行升级，帮助商户实现与客户的数字化连接；同时，我们也将对地推策略进行调整，把短期主攻方向放到湖北周边，迅速帮助商户做好开市准备，比竞品市场快一步进入状态。业务维持方面，云尚“星科技”将跨区域帮助武汉疫区商户解决货品供应以及代发问题，并在抖音、快手等直播平台为商户提供直播服务。

TAweekly：如何预判2020年的行业情况和企业发展情况？

田左云：2020年是充满挑战的一年。我们将面临短期内全行业受到疫情冲击的局面，经历经济复苏时期的阵痛。

风口浪尖上，云尚必须奋勇直前，依托复星集团强大的平台资源，在行业危机时刻迎难而上，发挥时尚标杆、汉正街“领头羊”的作用，心系商户、带领商户抗击风险，帮助商户渡过经营困难期，真正巩固云尚行业标杆、城市标杆、时尚标杆的招牌。



白领时装有限公司董事长 苗鸿冰：

致敬中国纺织人

疫情当下，中国纺织人正在加班加点赶制口罩和防护服，他们和白衣天使一样在战斗，和时间赛跑，为的是挽救生命，保家卫国。

这次疫情的爆发，让人反思，民生工业永远是国家的支柱，它不是只用GDP占比就能衡量的，只要是关乎民生的事，都没有小事，都是天大的事。

很多民营企业家，为了捐赠口罩和防护服不惜包专机从国外高价购买。殊不知，中国是世界上最大的纺织品生产国，中国的纺织工人是世界上最能打胜仗的团队。

我为我是纺织人而骄傲，我为中国的纺织工业呐喊助威！我为我的同事们、同行们鼓掌致敬！



山东海思堡服装服饰集团股份有限公司董事长 马学强：

疫情过后，推进智能制造刻不容缓

TAweekly：面对疫情，企业采取了哪些应对措施？

马学强：近日，海思堡集团旗下专注于服装智能制造的山东尚牛智能制造有限公司，被列入防疫物资保供单位重点企业名单，正全力投身于防护服、口罩等防疫物资的生产。

疫情发生前，山东省淄博市只有一家正式口罩生产厂，相对于淄博近500万的人口而言，其产能远远不够，因此公司紧急转产，依托海思堡集团的各种渠道快速采购原材料，紧急订购的口罩机也于近日到位，预计未来口罩日产量可提升至12—14万只。

另外，我认为，除了转产各类防疫物资外，企业对内严把防疫关，也是应尽的义务，为此我们指定了隔离区，要求外地员工一律隔离观察满14天才可上岗，并对车间执行严格消杀制度。

TAweekly：您如何评估疫情给企业经营带来的影响？

马学强：现阶段，还无法全面评估出所受影响，但产业环境的复杂性可以想见。国际贸易方面，持续的中美贸易摩擦和突发的新冠肺炎疫情，为公司的海外业务带来了更多不确定性。国内消费市场方面，大家都是“一件睡衣过春节”，线下及线上消费受到明显影响。但当下，我并没有过多考虑这些，还是以生产防疫物资为首要任务。

对于企业自身转型升级而言，本次疫情也产生了较大影响。海思堡是我国率先进行服装大规模个性化定制转型的企业之一，承担着国家“互联网+”重大工程的相关任务，以及科技部的服装机器人自动化生产示范线国家重点研发计划。2019年，企业的个性化定制订单和2018年相比增长24倍，效果喜人，但目前来看，2020年的计划执行会受到影响。

TAweekly：您如何预判2020年的行业、企业发展情况？

马学强：针对疫情，从中央到省市地方都出台了政策，体现了政府快速反应的应变能力，我们企业有信心能最终战胜疫情；针对疫情后的行业发展，我希望政府能给予企业更多实质性帮助，助力企业恢复生产甚至加快改革。

海思堡去年智能制造发展势头良好，但这次疫情的影响已经显现，所以我希望国家产业基金或地方相关产业基金能给予发展智能制造的企业更多关注，尽快完善相关基金项目，让企业能够在疫情结束后顺利投入到数字化生产建设中去，把握住现阶段中国服装智能制造的世界领先地位。

战“疫”赢未来

春天必将来到， 纺机人快速应对布局未来

本刊记者 _ 袁春妹 墨影 武筱婷 徐盼盼

2020年，新冠病毒肺炎疫情打乱了经济运行的正常节奏，由其带来的影响将会持续作用于经济发展的方方面面，甚至成为经济结构调整和企业创新变革的催化剂。面对疫情，纺机企业受到了哪些影响？企业将如何应对？未来有何打算？且听6位纺机企业家的生意经。

郑州纺机工程技术有限公司党委书记兼总经理 李泉： 为防护用关键原材料装备保驾护航

疫情对企业发展影响较大，对于以长线产品为主的郑纺机而言，在手的订单年内交付难度加大，个别合同面临履约和执行风险。同时，新增订单在疫情期间迟迟无法深入交流落实，也面临着下游不确定性的巨大压力。

然而在疫情面前，郑纺机体现了国企的责任和担当。例如，春节期间，公司40余人为厦门裕忠、亚泰森博、山东永信、深圳稳健医疗、金三发、郑州裕力等用户提供各种力所能及的服务支持；下属企业恒天嘉华春节期间开足马力全线复工，累计生产医用无纺布原材料突破1700吨，生产口罩超500万只，目前已达到110万只/天的产能；并根据国家发改委、工信部和国资委的统一部署安排，加班加点、夜以继日研制开发出目前市场急需的防护服压条机设备。

与此同时，郑纺机已在谋划后期的生产经营工作，安排研发、工艺人员对已有订单新产品提前开展设计工作，安排采购人员同主要配套企业联系沟通，掌握其复工复产的第一时间信息，并适时将长线零部件有序下单，安排销售人员及时排查信息，做好前期的网上沟通和准备。

全面复工后，公司拟采取加班轮休、缩短后续假期休息日的方式进行赶工，全力抢回耽误的时间，力争实现全年目标任务。

2020年，郑纺机有信心克服困难，由于前期订单相对充裕，且产品方向和防疫工作的要求契合度较大，只要后续措施有力，采取赶工和并行策略，预计全年业绩不会有大的下滑。

常州宏大科技(集团)董事长 顾仁： 疫情检阅企业硬核战斗力

不可否认，这次疫情对大部分企业都造成了极大的冲击。很多纺织企业在复工环节就经受了巨大的考验。开工越迟，面对的损失就越大。从企业内部来看，生产、交付、研发等原有节奏都因此被打乱。从外部市场环境来看，市场订单、供需匹配等也会成为较为突出的矛盾，所以，在这种情况下，考验的是企业的管理能力、产品服务能力、技术研发能力。

常州宏大发展至今已经走过了30余年，在科技创新、质量管理、产品服务等方面有着深厚积累。在当地政府的大力支持下，常州宏大于2月11日顺利复工，员工根据政策要求分批分次返工，生产、研发、售后等逐步走上正轨。在产能逐步恢

复的同时，宏大将继续加大技术研发力度，加快研发进程，丰富旗下Hawk Vision品牌内涵，为纺织印染企业提供核心产品和印染智能化检测一站式解决方案。

今年以来，疫情给所有经营者都带来了考验，传统制造业企业业绩同比会有所下降，外贸企业订单一季度大幅缩减，但是纺织印染行业从业者在这次疫情中也学到了很多：不少企业开始重新审视企业自身的抗风险能力，包括企业经营模式、内部管理能力、市场经营能力、产品技术发展水平等；整个行业将面临一次洗牌，粗放型企业抵御风险能力较弱，可能不再适应行业的发展，技术主导型企业相对好些，但企业与企业之间核心能力的比拼也将日见分晓。

泉州卜硕机械有限公司总经理 黄文栋： 坚定信心，未来可期

2019年，卜硕已历经20年的发展，在行业口碑和品牌影响力方面都表现得不错。事实上，公司执行董事长黄立震始终在为卜硕的长期发展谋篇布局。基于这些积累，使得卜硕在应对此次疫情时，没有捉襟见肘，而是从容应对。

在董事会的监督指导下，卜硕每个部门都在高效开展工作，企业的应对能力越来越强。借助这样的机制，卜硕始终保持着健康、稳步、持续的发展状态，做到了稳健运营，实现了营利目标。

我们对打赢这场疫情阻击战充满信心，目前各地相继出台的中小企业帮扶政策，反映出了国家和政府对企业困难的关注和持续发展的关心与支持。我认为，此次疫情会导致需求递延，但非绝对减少，从全年来看，圆纬机国内市场需求旺盛，海外市场维持稳定增长，龙头企业保持增长无忧。对于未来，卜硕充满信心，将带领企业及员工积极应对。



江苏宋和宋智能科技有限公司生产与服务总监 于江： 增长受阻，多维度寻找新增长极

疫情之下，宋和宋受到较大影响，例如目前不能正常销售、经营收入减少、流动资金紧张；物流以及供应商、客户复工时间不统一（延迟严重）导致生产不顺畅、销售不正常；员工不能及时返岗、开工率低影响交货等。

而疫情对于公司的外贸冲击则更大，首先，出口受限、销售人员不能及时出国跟进；其次，交期产生的违约、客户信誉受损等降低了企业国际竞争力。整体来看，预计我们上半年营业收入、利润会较预期下降20%左右。

与此同时，疫情也让企业在均衡生产、国外投资、分摊风险等方面有了更多的思考。接下来，我们将继续开发新产品、扩大内需，同时运用智能化生产降低成本，增强竞争力，瞄准备件市场拉动增量，加大开发国际市场进入空白区域、扩大战果。

从2019年的市场情况看，预计2020年上半年应存在小幅增量，但受疫情影响上半年市场情况不会很好，预计上半年营业收入、利润较预期下降20%左右，但下半年有望弥补一些，实现与2019年持平。



苏州深杭智能化技术有限公司总经理 吴松： 全力以赴服务客户，共克时艰

由于疫情尚未结束，湖北、河南等用工大省的员工暂时不能回来复工，所以同纺织行业大多数企业一样，公司面临复工难问题。我们产品主要出口印度、越南等市场，预计短时间内难有起色。

此次疫情，让我们对企业发展有了更多思考，作为汇川技术的代理商，我们将响应汇川技术加速推进“工艺电子化、设备智能化”进程的号召，采取提升工作人员技能等措施。我们将认真做好客户服务，协助客户进行设备升级改造，让客户真正享受到使用汇川技术智能控制系统带来的效益。

多难兴邦，在灾难发生时，我们需要有“化”难兴邦的勇气和智慧，加之政府出台的一系列惠企政策和引导措施，相信2020年大家依然有信心面对。深杭智能背靠汇川技术强大的技术与产品实力，也会全力以赴，在帮助客户的同时实现自身价值，在2020年有所成长，有所收获。



赛特环球机械(青岛)有限公司总经理 赵传福： 不懈怠、不恐慌，化危为机

疫情对我们的影响很大，具有不确定性，尤其是外部环境方面，目前原有的国际市场宣传和开拓计划全部受阻，而国内，因为物流、人流的限制导致后续订单延迟或取消，我们复工后也面临着员工无法全部到岗、原材料储备有限等问题。

与此同时，下游客户的复工时间无法确定，导致我们订单需求严重萎缩。赛特制定了“不懈怠、不恐慌，化危为机”的工作方针，确保绝对安全的前提下，有力有序补短板、强根基，同时2020年将加大研发投入，寻求新的市场拓展空间，疫情过后，赛特的营销强度也将空前加大。

如今，行业本就出现了结构性产能过剩，新冠肺炎的影响加重了这一形势，一季度肯定影响巨大。期待二季度触底反弹，下半年应该总体好于上半年，2020年总体经营形势不乐观。不过，公司因为2019年取得历史最好成绩，各方面都有充足的储备，2020年是赛特的战略机遇调整年，通过调整，我们有信心让公司实现持续发展。TA





柯桥纺企防疫复产两手抓，通过创新求变，布局未来发展。

疫情下，看柯桥纺企 如何“疫”中求变谋发展

本刊记者 王利

“没有一个冬天不可逾越，没有一个春天不会来临”。连日来，全国新冠肺炎疫情相关确诊和疑似病例数据持续回落，多数省份连续多日无新增，绝大部分地区疫情状态逐步得到明显缓解。

随着疫情形势好转，复工复产已在多地循序铺开，柯桥作为全国最大的纺织产业集群，为遏制疫情蔓延，大部分企业延迟到2月17日后复工复产，这对整条产业链影响不言而喻。2月18日，中国轻纺城25个实体市场全部复业，当天实现交易额1.56亿元。这意味着面料

占全国产能三分之一、全球产能四分之一的纺织品交易中心重新转动了起来。

疫情危机总会过去，柯桥纺织启动键已然按下，危机中善于抓住机遇的企业，一定会率先复苏并占据新一轮发展的制高点。近日，《纺织服装周刊》记者在采访柯桥纺织企业家的过程中发现，疫情面前，他们不仅服从大局，心怀大爱，更有理性和深思，一方面直面和消化疫情产生的负面影响，另一方面积极应对，从困难中寻找机遇，创新求变、布局未来。

浙江红绿蓝纺织印染有限公司副总经理 黄新明： 增强企业凝聚力 复产防疫两手抓

近日，在浙江红绿蓝纺织印染有限公司的车间里，一匹匹色彩鲜艳的印花面料正从印花机中徐徐吐出；在市场门市部，国内外客户纷至沓来，挑选最新产品、洽谈订单事宜。复工至今，红绿蓝循序渐近、稳扎稳打，防疫复产两不误。

据黄新明介绍，疫情发生以来，公司高层非常重视，第一时间安抚员工，避免员工引起慌乱，积极宣传新型冠状病毒肺炎的相关知识和自我防护知识，劝诫大家春节期间减少外出，安心自我隔离。公司在发放基本工资，做好企业内部自身防护的同时，积极践行社会责任，带头捐款15万元支援前线疫情防控。

谈及疫情影响，黄新明说：“作为一家以外贸为主的公司，

很多订单春节前已经接下来了。延迟开工，对订单交期和后续返单有一定影响，不过通过跟客户积极沟通和解释，不少客户表示理解。早已定好展位的法国展也没能参加，好在政府出台了一些积极政策，能给予补贴，降低企业损失。”

目前，红绿蓝印染厂已开机运行，形势不断好转。企业在加快生产的同时对防疫也没有放松警惕，自开工以来准备了充足的口罩、消毒水、体温检测仪等防疫物品，每天对车间、宿舍、厕所、办公楼等进行全面消毒。黄新明认为，困难只是暂时的，本次疫情让政府和企业、企业和员工更加团结一致、凝心聚力，让公司内部更具忧患和全局意识，对于公司长远发展有一定帮助。



浙江金点子纺织有限公司董事长 毕光钧： 制定长远规划 提升应急能力

作为一家主营棉、麻、丝绸、化纤等春夏装面料的企业，疫情对浙江金点子纺织有限公司的影响非常大。“我们的产品时效性很强，因交期延误已经陆续收到客户取消订单的信息，加之下游客户春装销售不畅，后期付款估计也会出现一定的延误，但是工厂应付款和员工工资我们都要按时付，还是有一定压力。”毕光钧说道。

已经发生的无法改变，只能坦然面对、尽力弥补，但对于未来却可以提前布局，毕光钧深谙此道。在春节隔离期间，毕光钧并未闲着，他一方面联系国外客户帮忙筹集口罩，为复工做好充足准备，积极安抚员工和客户；另一方面提前考虑复工后的资金周转问题，同时详细研读《关于应对新型冠状病毒感染肺炎疫情支持中小企业共渡难关的

二十条政策措施》，准备复工后与政府沟通对接，降低损失。

复工复产以来，金点子的经营情况逐步复苏，毕光钧对后续发展保持着乐观的态度。“公司成立近30年，原创能力强，产品性价比高，国内外中高端品牌客户群体相当稳定，因此订单问题我并不担心。随着工厂逐渐步入正轨，我相信情况会越来越越好。”面向未来，毕光钧表示，这次疫情对于企业提高社会危机应对和处理能力有很大的启发，后期企业会做更多关于突发情况的设想，制定长远发展规划，如从每年的经营利润中提取一部分作为风险基金、开辟防护服生产线等，从而提高企业抗风险能力。



浙江中多控股集团有限公司董事长 吴荣国： 启动应急防控 政企同心闯关

浙江中多控股集团有限公司专业生产鹿皮绒，是国家鹿皮绒纺织产品开发基地，订单比较稳定，年前一直处于忙碌状态。直到腊月二十九，吴荣国关注到国内各大媒体都在持续报道疫情新闻，意识到疫情严重性后，他迅速启动应急方案，成立了一支6人应急小组。应急小组一方面负责通知每一位“中多”人，在疫情期间要做好自我安全防护措施，在力所能及的前提下帮助他人，另一方面紧急采购口罩、酒精、消毒水等防护物资，保障员工复工后的健康安全。

此次疫情涉及面广，对于中多控股而言，延迟开工让国内外订单无法按时交付、部分外省员工无法及时返程使生产延误、国内外展会

延期或取消影响产品推广等，多重影响一定程度上延缓了中多全面复工的步伐。不过吴荣国对于企业恢复充满信心，因为疫情期间，政府出台了各类扶持政策，包含降低要素成本、金融、财税、外贸等全方位支持，充分站在企业的角度去思考应对之策。“有政府强有力的后盾，我们对复工复产信心倍增。”吴荣国说道。

复工多日，中多控股一方面按照坚定信心、同舟共济、科学防治、精准施策的要求，筑起抗疫防线；另一方面目标明确，继续做精做专鹿皮绒，着力提升企业知名度和单品专业度，做好疫情下抓经济的必修课。



浙江原色数码科技有限公司总经理 张为海： 转变经营策略 积极创新突围

当很多柯桥企业都忙着复工复产时，张为海却一再延迟复工日期，主动将上班时间推迟到3月1日以后，这是为何呢？近日，原色数码刚刚复工便很快步入正轨，并推出一系列创新举措。

原来，在春节期间原色数码早已启动了线上异地办公，要求员工在隔离期间强化个人学习，提升专业知识，并准备好了复工后的防疫物资。作为一家专业图案设计配色及配套软件研发培训等一条龙服务的国家高新技术企业，疫情对原色数码直接影响并不大，不过对于部分客户的影响会造成间接影响，原本预计今年新成立销售部门的决策很难开展，于是该公司另辟蹊径，顺应当下形势、积极创新求变。

张为海表示，本次疫情的发展，更加体现了网络异地办公及现场

生产管理的重要性。公司自2015年研发出设计配色专业平台“图来旺”，目前平台有近十方的设计和配色图库，可供客户挑选。从今年3月份开始，公司已实行新的优惠政策，在“图来旺”预充值人民币1万元以上的客户，不仅可以下载同等金额购买的图案，还会全额返还预付款。如果在平台上没有找到自己喜欢的图案，可以单独进行定制设计，线下安排专业的配色及配色人员服务。

对于今年的发展形势，张为海认为，负面影响肯定是有的，但这何尝不是企业练好内功，冷静下来调整战略、改变销售和研发思路、改善经营方法的好时机呢？



浙江布联网络科技有限公司总经理 林成兴： 紧跟行业风向 完善线上服务

浙江布联网络科技有限公司是国内纺织面料交易 B2B 电子商务服务提供商，旗下运营平台“布联网”致力打造以“互联网+现货布料”为主题的面料交易平台，整合数百优质面料供应商，开拓连锁店销售渠道，结合业务实际场景，通过定制系统、全网营销赋能线下实体，帮助纺织企业销售渠道快速拓展与精细化运营。

对于布联网这样的电商平台而言，疫情影响并不大，甚至创造了进一步发展的机遇。一直以来，布联网紧跟互联网时代的风向，不断完善线上服务，展示产品已达上万种，品类丰富齐全，注册活跃用户达十万

余位。在开工以前，该公司内部便开始积极对客户做线上拜访，提前匹配订单信息，为开工后做充足准备。

林成兴表示，纺织业属于传统行业，对于接入互联网的管理模式、协作模式接受程度一直比较低，线下实物的展示可以让客户更全面地了解产品，但也需要打造线上资料库，便于远程发送给客户做参考，再做进一步的线下服务。本次疫情，极大地考验了企业的抗风险能力和在线协同能力，未来布联网会让全员加入线上协作模式，为更多的纺织人提供服务。



中国轻纺城集团
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP

股票代码：600790



打造新时期
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台，您将获取更多资讯。

浙江汇明提花织造股份有限公司总经理 钱道敏： 以困难为养分 提高自身“免疫力”

“现在我们生活在一个 VUCA 年代，外部环境的不确定性和越来越多的黑天鹅事件，可能顷刻间让企业乃至行业受到威胁，只有未雨绸缪，不断训练自身的‘作战能力’，提高自身的‘免疫力’，才能保证在遇到打击时能够存活，甚至逆袭。”钱道敏说道。

浙江汇明提花织造有限公司主营梭织大提花服装面料和家居面料，是全国领先的提花面料方案供应商，在国内外享有一定的知名度。然而该公司也曾经经历过设计返工、研发浪费、无法满足终制品要求的种种痛点，通过不断总结经验、改变策略、创新模式而取得成功。从困难中汲取养分，指引企业不断前行已成为企业核心文化。



疫情发生以来，该公司积极响应国家防疫号召，第一时间取消法国展会行程，带头支援抗疫，同时立即召集销售线上办公，启动危机营销。如今，企业已顺利复工，除了全力以赴恢复经营，钱道敏还深入思考着产业链上下游存在的问题，以及如何改变今年的营销方式等。

对于纺织行业，钱道敏认为未来应当向信息集成、智能化方向发展。对于企业内部，她表示，本次疫情对企业营销方式、社群营销、线上营销的运营能力提出了新的要求，以此为契机，接下来将不遗余力地把汇明打造为一个学习型组织，提升应对突发情况的能力和自身“免疫力”。

绍兴尚正纺织有限公司总经理 舒灵龙： 积极采取对策 启迪未来之变

从一家中型摇粒绒织布工厂发展为拥有销售团队、进出口公司和科技研发中心的工贸一体企业，绍兴尚正纺织有限公司一步步稳扎稳打、克服困难砥砺前行，练就了卓越的外部反应能力。在关注到疫情爆发时，舒灵龙立刻安排部门经理通知所有员工测试体温，每日将体温和健康状况通过钉钉汇报统计，并叮嘱大家过年期间注意防护。

后来，接到政府下发的2月17日后复工的通知，舒灵龙大力支持，并推出居家办公手册。针对不同岗位员工分派在线办公任务，每天进行视频会议汇报执行情况，针对客户拿出生产方案和客户沟通方案，倾听客户声音和需求，积极承担相应损失。“通过全体员工的积



极应对，对于订单交期的问题大部分客户都表示理解和配合，至于疫情造成的招工用工、业务拓展、产品推广等多方面影响，我相信随着时间推移都会成为助力企业走得更远的基石。”舒灵龙说道。

本次疫情给舒灵龙带来很多启发，他认为公司要实现持续长远发展，必须具备以下几点：一是完善的企业制度和企业文化，保证遇到困难时所有人能团结一致、凝心聚力；二是对于人员结构分工要明确细化，在紧急情况下才能井然有序、各司其职；三是要学会拥抱变化，顺势应势、与时俱进；四是对未来新市场定位要目标清晰，做好品牌规划，做到精益求精。

绍兴柯桥云博纺织有限公司总经理 张国阳： 提升职业素质 优化企业机制

“复工延迟，一定程度上影响了春季推广和订单交期；疫情的发生扰乱了行业生产秩序，生产恢复需要时间；上半年预计疫情防御不会停止，降低了消费者购买力；生产恢复和疫情防控期间，员工工资和租金也给我们小微企业带来挑战。”张国阳说道。

云博纺织专业生产加工窗帘、地毯、床上用品以及数码印花面料，对于一家小微企业而言，抗风险的能力相对较弱，受疫情冲击可能影响更大，这时企业领导者的敏锐性、决策力和员工的信心至关重要。



张国阳表示，面对不可抗的突发情况，首先要拥护政府的各项决策，再进行自救。从疫情蔓延到如今好转，他知道企业必须做好打持久战的准备。

从2月9日开始，云博纺织不仅给所有员工发放基本工资，还组织大家进行线上学习，提高员工职业素质和技能，随时为复工做准备。复工后，该公司正从产品开发、生产效率、节约成本方面下功夫，做到最大程度地优化内部机制，企业经营状况稳中向好。

记者点评

“沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春。”无人能想象，今年的春节居然在抗击新冠病毒肺炎中度过，各行各业都或多或少受到疫情冲击。抗疫阻击战仍在继续，无数人在战“疫”中逆行，在抗“疫”中创造生命的奇迹，我们相信病魔终将被打败，春暖花开指日可待；经济保卫战已然全面展开，政府、企业都在全力以赴，复工防疫两手硬，我们相信通过疫情考验，中国纺织业终将占领新一轮发展制高点。

柯桥纺织作为中国纺织业的重要组成部分，在抗疫中做出了力所

能及的贡献，在复工复产中也积极应对。2月10日，浙江中国轻纺城集团股份公司旗下网上轻纺城全面复工，为纺经经营户架起通往世界的云之路；2月15日，由中国轻纺城建设管理委员会牵头，网上轻纺城开发的“智护纺城——中国轻纺城经营户开市及采购商登记系统”正式运营，为采供双方进出市场管理提供智慧支撑；2月18日，中国轻纺城25个市场全面复工，全国纺织中樞重新转动起来。柯桥政企在疫情中汲取经验启发，以创新求变谋求长远发展，相信定能把机遇，早日实现新时期国际纺织之都的目标。(王利) TA

聚焦



朱从玖（前排左一）督查指导中国轻纺城东市场疫情防控和复工复产工作。

深化“三服务”防疫复产两手硬

随着中国轻纺城25个实体市场和所有纺织企业陆续复工复产，全国纺织中樞重新转动起来。近日，浙江省副省长朱从玖来柯桥区督查指导疫情防控和复工复产工作，组织召开座谈会。绍兴市市长盛阅春、副市长邵全卯，柯桥区委书记沈志江、区长赵如浪等陪同督查并出席会议。

朱从玖一行首先实地督查浙江凡特思纺织品有限公司。凡特思董事长傅光辉介绍了企业复工情况，作为柯桥纺织外贸企业的领头羊，该公司复工以来订单稳定、生产有序，疫情防控和经济发展两不误。朱从玖听取汇报后鼓励企业要增强信心，积极恢复生产，并要求属地部门主动下沉、靠前服务，切实为企业解决复工复产中遇到的实际困难。

在中国轻纺城东市场，朱从玖一行认真查看热成像体温监测仪器使用、采购商服务点工作情况，并与经营户亲切交谈，详细了解市场复工情况，要求相关部门把疫情防控、服务经营户、推动政策落地等各项工作落实到位，以高质量服务帮助经营户渡过难关。

在座谈会上，朱从玖强调，下一阶段，按照省委省政府统一部署，围绕“两确保三争取”新目标，各级党员干部要进一步增强统筹协调能力持续深化“三服务”，做好疫情防控和经济发展工作，以积极务实有效的举措，把工作抓实抓细抓落地，坚决打赢疫情防控和复工复产两场硬仗。要进一步提高思想认识，精准落实省委省政府出台的各项扶持政策，增强主动服务意识，积极协调解决企业面临的困难和问题，科学有序推进企业复工复产。要坚定发展信心，尤其要发挥柯桥的外贸优势，抢抓发展机遇，努力转危为机，携手共克时艰，确保疫情防控和复工复产“两手抓、两手硬、两战赢”。

“一企一员”帮助柯桥纺企有序复工复产

为精准助力企业复工复产，在抗疫中打赢经济保卫战，柯桥区推出“一企一员”服务，累计向全区规模以上工业企业、重点限上商贸企业、外贸公司、科技人才企业、商会和市场重点经营户等下派了1842名机关干部，以最有力、最及时、最温暖的“三服务”，打赢防控阻击战、打好发展总体战。

纺织印染相关企业是其中重点服务对象。在柯桥滨海印染集聚区，108家印染企业目前正在有序复工复产，产能逐步恢复。绍兴市三水纺织有限公司内，分布在全国各地的200余名员工陆续返回，驻企服务员提出要重点把握好两个环节，一是对返回员工进行体温测量，填写个人情况时做到一人一笔，不重复用笔，避免交叉感染可能；二是报到过程力求简洁、务实、有效，尽量减少人员聚集风险。

据了解，驻企服务员们与企业进行点对点对接，一方面第一时间把政府的一系列惠企政策向企业宣传传达到位，上门帮助企业制订复工复产计划进度，了解企业复工复产中面临的困难，帮助企业解决各类实际问题，提振企业信心；另一方面严格指导企业制定疫情防控方案，落实测温登记、企业职工宿舍和食堂管理等具体防控措施，做到关口前移、宣传到位。

时尚战“疫”，柯桥在行动

疫情不仅仅是国家的大事，背后也有一个个企业和个人的支持。柯桥在关注疫情发展的同时，充分发挥自身产业优势促进经济发展，助力柯桥纺织产业时尚化转型提升。近日，绍兴市柯桥区中国轻纺城创意产业服务中心联合逸尚创展等众多时尚产业集群、行业协会、导师专家共同发起“时尚战疫，柯桥在行动”公益活动。

此次公益服务活动暂定于2-3月（根据疫情与企业复工情况进行调整）举行，首周2月24-29日，推出了趋势+经营两大类型的公益在线时尚课程，上午以疫后趋势流行深剖析为主，为企业创灵感、解疑问，下午以专家案例实操讲解，大咖齐聚，帮助行业转危为机。内容涉及2021年春夏男女装的疫情之下的图案趋势、2021年秋冬女装实用主义的衫衫轮廓趋势、疫情驱动的零售变革、直播带货等，将疫后趋势主题和时尚产业发展策略化为企业发展工具，致力于携手企业共助柯桥纺织产业时尚蜕变。

近年来，柯桥立足良好的纺织产业积淀，积极寻求完善时尚创意产业价值链条、培育经济新增增长点的多元化路径，纺织产业跃入了“科技+时尚”双轮驱动高质量发展的新时期。在这个特别时期，由柯桥区中国轻纺城创意产业服务中心牵头，引导纺织企业积极寻找创新跃升、时尚蜕变之道，给予柯桥纺织企业最深切切实的复工服务，必将助力柯桥纺织行业迎来新一轮高质量发展。

柯桥纺企延伸防护产业线 助力疫情防控

疫情之下，口罩、防护服等防疫物资成为稀缺物，随着复工复产，口罩的需求量更大。为了支援抗疫，保障安全复工复产，柯桥诸多纺企发挥产业优势，纷纷开始增设防护用品生产线。

绍兴凯尔海针纺服饰有限公司是最早一批复工的企业之一，作为劳动密集型企业，面对复产复工，如何解决口罩等防护物资是最基本的要求。经过深思熟虑，金晓波决定，不和医院抢资源，自己生产合格的口罩。短短3天时间，该公司完成了从购买原材料到灭菌处理，到生产出成品口罩，并获得了浙江省工业产品质量研究院的检验合格报告。生产的口罩不仅满足了职工的需要，还拿出部分捐赠，支援抗疫。

近日，浙江金蝉布艺股份有限公司总经理杨卫在朋友圈里发了一则口罩原材料的采购信息，其中包括蓝色无纺布、过滤熔喷布和白色无纺布。据了解，作为全国窗帘布艺行业领军者，该公司将借助自身在生产管理、市场协同等方面的能力与优势，打通原材料采购、设备制造、产品生产等全产业链，增加医用口罩的生产供应。

在柯桥，延伸防护产业线的纺织企业不在少数，吉麻良丝、金阳纺织等诸多企业在疫情蔓延之际，充分发挥纺织企业责任和担当，先后进军防护领域，为疫情防控和复工复产做出了贡献。

(本版整理 / 王利)

疫情挡不住贝斯特的海外势头

本刊记者_袁春妹

当前，新冠肺炎疫情对行业的影响还在持续，但却未能阻止贝斯特机械有限公司的海外市场业务。春节前后工程师们远赴重洋为海外客户进行设备安装调试，国内被迫“隔离”在家的销售人员们也在有效对接着手上陆续到来的订单。尽管大家都切实感受到了疫情带来的影响，但仍然充满信心，“2020年贝斯特的海外市场业务仍会有不俗表现，致胜的底牌始终在我们手上”。

随着贝斯特海外市场业务的拓展，这两年春节期间都有服务人员在国外过节，今年也一样，至今仍有人在海外为客户企业安装调试设备。

作为贝斯特的老员工，刘龙已经在贝斯特工作了10多年，从山东市场到海外市场，伴随着贝斯特的成长，他在工作上也迎来了收获之时。

外贸专业出身的他到公司的最初10年一直负责山东市场，直到公司开始重视海外市场，他才算正式开启了自己的“专业”之路。运营海外市场，刘龙有种蓄势而发的感觉，“10年国内市场销售工作经历让我熟悉了各种类型的纺织企业，积累了大量经验，这对于服务海外市场大有裨益。”但刘龙认为这些经验还不算他最大的收获，“10多年的市场验证，贝斯特的品牌和产品给了我非常强大的信心和底气。贝斯特一直在扎实做设备，力争让每一个合作者都能进入我们的老客户名单。”

此后几年的海外市场拓展，更让他深刻感受到了贝斯特这一力量带来的影响。

“贝斯特的海外市场业务起步比较晚，且又属于内敛、不善于宣传自己的企业，使得公司的海外市场拓展之路走得并不轻松，我们的‘敲门砖’只有产品质量。但仅依靠贝斯特的产品，海外市场也被逐步打开，如今更呈现出了快



贝斯特以优异的产品赢得海外客户的高度认可。

速裂变增长的态势。”如今，在很多海外市场中，贝斯特早已经被视为优秀的中国品牌，这其中口碑宣传的贡献毋庸置疑。

按照当地政府要求，贝斯特于2月20日复工以来，已经很快进入了有序运营、排产的状态。疫情虽有影响，但贝斯特仍旧平稳开启了自己的2020年。

放眼海外，越南、印尼、孟加拉国、泰国、巴基斯坦、乌兹别克斯坦……贝斯特团队还会继续为公司奔走海外，他们相信，属于贝斯特的国际市场定会空间无限，而贝斯特这个品牌也值得他们尽心竭力守护、推广。TA

中小服装企业应对2020年的“十三策”

白玉生 / 文

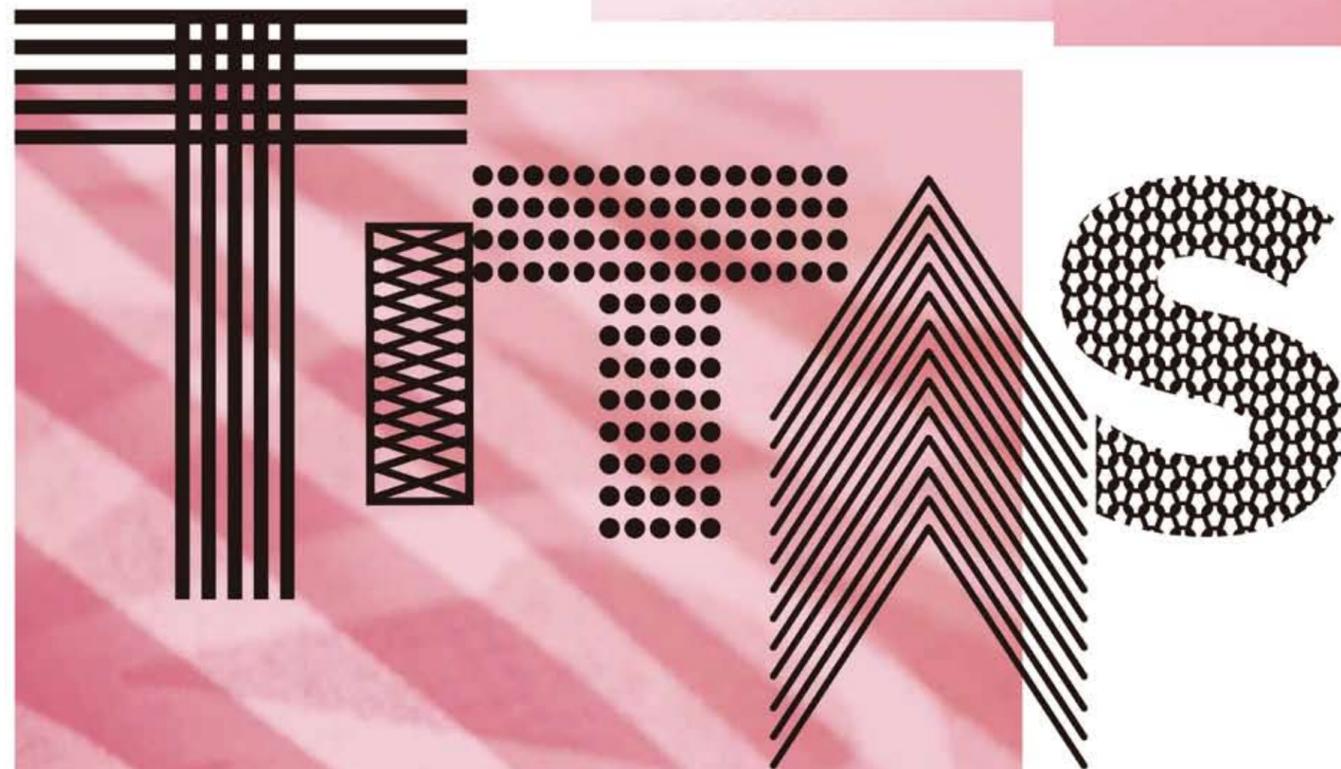
2020年注定是不平凡的一年，由于绝大多数服装企业采取季前“订单制”生产及供货方式，不期而遇的“黑天鹅”给服装企业当头一击。预计此次疫情给服装行业带来的直接冲击和滞后效应会在未来10个月中显现。中小型服装企业经营者可以利用当下时间静下心来对企业未来做一次战略思考，以下几点建议。

- ▶ 1、此次疫情再次彰显了互联网企业优势，服装企业必须认识到企业全面信息化进程是未来发展的前提，更是企业减负的基础，应充分利用这段时间，对企业自身组织架构和流程做一次再造思考。
- ▶ 2、“获客”方式已经改变，企业应加大对电子商务人才的吸纳培养，加快企业互联网平台及团队建设，积极拓展线上渠道，构建自有“流量池”，以社交电商引领传统销售渠道的转型。
- ▶ 3、加大企业数字化基础设施的投入，为未来的发展留出接口。
- ▶ 4、对供应链的整合与互联能力，是决定企业从容应对市场变化的前提。
- ▶ 5、放弃对“大而全”品类的诉求，在细分品类上下功夫，更容易发挥中国特色的企业优势，做精并不断提高产品标准化程度，也是加工型企业生存的基础。
- ▶ 6、以柔性生产创造鲜明的品牌个性，适应需求获得消费认同。
- ▶ 7、在行业分类日益细化、专业化的今天，企业应放弃“大而全”的组织架构要求，采用更积极互信的横向互联，以最少的投入和风险获取最大的合作受益。

- ▶ 8、以“环保及可持续发展”为理念，在产品开发创意上，大胆采用新材料、新工艺、新技术，包括含有5G技术的辅料，将其融为品牌文化。
- ▶ 9、疫情结束还需时日，况且即便结束还会有滞后效应，受此拖累2020年秋冬季货品生产及订货计划恐难落实，企业应及早制定短中期（6—12个月）应对方案。
- ▶ 10、对原有的加工或批发零售业务做一次梳理，只保留具有核心竞争力产品或服务，这是企业健康发展的必须。
- ▶ 11、充分利用这段时间，始终保持与上游供应链各环节供应商的沟通，以掌握各地各区域市场变化，调整经营模式及时应对。
- ▶ 12、对已有的客户做一次细致梳理、分析和筛选，同时基于自身资金状况，制定不同的针对客户的服务及优惠政策，是所谓“有福共享，有难同当”，体现共渡难关、共谋发展理念。
- ▶ 13、为应对疫情对经济的冲击，各地都在推出积极的扶持或减免政策，中小企业一定要加强与当地政府职能部门的沟通，借助和利用好这些政策，切不可因自己“被遗忘”。TA

（作者为中国纺织建设规划院服装产业专家、梵兮咨询策划（北京）有限公司首席咨询师）

TAIPEI INNOVATIVE
TEXTILE APPLICATION SHOW
2020台北纺织展
OCTOBER 13-15



TAIPEI NANGANG
EXHIBITION CENTER

台北南港展览馆 1馆





流亚科技股份有限公司董事长陈昭仁



流亚“A Team” 助力纺织染整智能化

台湾《纺织月刊》/ 供稿

随着全球化竞争、全球供应链的变化、对于可持续发展的重视，以及消费模式的改变，全球纺织制造业面临着巨大挑战，工业 4.0 成为产业升级的解决之道。然而，智能化不仅只考虑单一公司的资源及设备，更要考虑跨部门及跨公司的可行性，是相当耗费时间及人力的过程，因此，总体解决方案扮演着极为重要的角色。在此趋势下，流亚科技股份有限公司运用“团结合作”的概念组织了“A Team”，为企业提供染整智能化总体解决方案，不仅让自家团队在国际上表现非凡，也协助顾客一步步建立自动化、智能化工厂。

流亚科技股份有限公司（以下简称“流亚”）于 1993 年创立，目前员工有 121 人，主要业务为海外销售，在全球有 15 个服务中心，例如泰国、印度尼西亚、马来西亚、孟加拉国、印度、中国上海等，销售网络遍布美国、德国、法国、意大利、日本、中国等 50 个以上国家和地区，聚焦为客户提供染整智能化的总体解决方案。公司客户包含旭荣集团、儒鸿、宏远兴业、兴采实业、南纬实业、泰国 YRC、斯里兰卡 stretchline 公司等，超过七成 adidas 的上游供货商皆使用流亚“A Team”染整设备与系统。其中，流亚在泰国、斯里兰卡及印度尼西亚的市占率高达八成左右。

流亚除了销售产品之外，还在全球范围内导入“A Team”的合作模式，并依据客户对自动化的需求，提供染整智能化解决方案，让全球在地化服务更加完善，以协助客户朝自动化及智能化迈进。此外，流亚亦积极申请专利，目前已获 49 项专利权，其营收八成成为自有品牌营销，原厂委托设计代工仅占两成。

“A Team”计划提升企业竞争力

流亚于 1998 年进入国际市场，鉴于解决单一客户问题须整合 4~5 间设备厂，甚至需跨国沟通与协调，不但耗费时间与人力，效率也相对较低，因此，流亚公司集结优秀设备厂组织了“A Team”，一次性满足客户所需，有效提供解决方案，并与“A Team”团队共同营销，加上与当地代理商互相支持，藉以提升竞争力，争取国际订单。

在台湾相关部门的推动之下，流亚于 2018 年 8 月启动纺织设备业“A Team”计划，用心寻觅合作伙伴，从盘点新设纺织染整厂

所需的设备做起，找出台湾优秀厂商。此外，流亚会事先做好大量的市场调查，依据当地市场需求，将团队成员依照需求组合后才完整导入市场。最终，流亚整合了台湾佰龙机械股份有限公司的织布机、东庚实业股份有限公司和亚矾工业股份有限公司的染色机、东阳精机股份有限公司和力根实业股份有限公司的定型机、兴承机械工业股份有限公司的验布机、键轮机械厂的刷毛机、大展染化集团的染料助剂等，成为一个 Total Solution 供应链的服务模式，提供全方位整合服务。将“A Team”导入市场后，流亚及“A Team”成员会定期拜访客户，聆听客户需求，统合下一年度的研发方向。

流亚科技董事长陈昭仁表示，寻找合适的团队成员并非易事，更何况不同市场的成员也存在不同，如何与团队成员做好沟通协调才是更重要的工作。为此，流亚会定期与“A Team”成员举行会议，除了了解各厂商在执行中遇到的问题，讨论解决方案，也会分享客户的反馈及彼此的经营理念，让团队成员共同成长，形成一支具强大竞争力的团队，在全球市场打响知名度、提升占有率。

未来，“A Team”的短期目标是积极深入越南市场，透过举办研讨会打响知名度，进行量与质的提升。若在越南市场成功植入“A Team”模式，将会把此模式移转至孟加拉国市场。除深耕纺织业外，流亚对于中期规划已有更大的目标。陈昭仁表示，流亚的本业为精密计量，因此除了纺织产业外，可将“A Team”模式跨足其他产业，例如食品业、隐形眼镜等产业，以持续发展流亚的第二条成长曲线。

染整智能化总体解决方案

染整智能化总体解决方案是由“A Team”衍生而来，主要目标是为顾客提供一条龙式的服务，让客户可以在最短的时间内有效率地解决问题。

随着科技的进步，市场竞争越来越激烈，客户对于自动化及智能化的需求增加，然而，这涉及的是一组、甚至一个厂区机台及系统的更新或升级。此外，还要将厂房内每台机器透过其控制器相互连接，进而与企业资源规划系统（ERP）、制造执行系统（MES）等结合，需要各公司、各部门、各机台及系统相互协作，花费的时间、资金、心力更多，更遑论要打造一个智能工厂须投入多少资源及人力。因此，为有效解决客户自动化及智能化问题，流亚将“A Team”打造成能为客户全面解决此类问题的团队，从工厂自动化到智能化，皆能有效完善客户需求。

然而，建立智能化工厂周期长且所费不貲，而且智能化工厂必须做全盘考虑，否则很可能要重置机台，等于投入双重成本。鉴于此，流亚的染整智能化总体解决方案就是要一次满足客户在自动化与智能化上的需求，并进一步打造将前端与后端相互整合的智能化工厂。透过流亚智能创新优化模式与云端平台建置服务，除垂直整合染整产业供应链，还可同步横向整合染整设备制造商、信息科技、机电与自动化产业，提供给终端客户总体染色解决方案 AI 服务。

创新染整智能化工厂。在染整智能化总体解决方案概念下，流亚打造的创新染整厂智能化工厂共有五个系统：化验室、仓储系统、染色机、中央监控系统、定型机。在客户下单之后，化验室计算机即会调出配方及制程，透过 ERP 系统匹配配方与订单，再与现场染程结合，修改及调配出最适合配方，提高一次染色率，并于每次染色后留好纪录参数，作为之后订单优化的参考。藉由 ERP 系统将所需物料传达给仓储系统及中央监控系统，使染料能被及时供应而无须堆积在现场；ERP 系统的信息传至中央监控系统后，再结合 MES 系统，将信息完整且优化地传递至各染程，而各染程也会将所搜集的数据传回至 MES 系统，使其能及时做出反应与报告。

最后，建立工业 4.0 信息室。用搜集的数据与信息做进一步的分析，详细记录打色色样、染程所耗费的能源、水资源、人员及工时等，进而计算出成本及预估产量。不仅如此，信息室系统还会自动侦测设备使用时间、功耗、次数，统计后反馈给流亚及用户，以此提前得知设备保养时间，无须等设备损耗才进行修理，省下维修或重置费用；这些数据亦可协助设备商了解备货量、优化其产品。同时，还能将设备搜集到的信息，经分析之后形成标准化模块，分享至使用者平台，进而增加用户对于流亚或“A Team”设备及系统的信赖度及忠诚度，并向前、向后影响整个染整供应链。另外，信息室可作为日后建构“全球信息室”的基础。未来，流亚不但可销售产品，还可进一步销售数据和信息。

纺织染整智能化示范工厂。染整过程中须考虑的因素相当多，稍有变动，染好的布料成品就会有差异，导致无法达到客户的指色要求。除了化学反应的颜色合成，物理作用也会影响药剂均匀程度；再者，前端瑕疵会扩及后端，环环相扣，更遑论要兼顾最低能耗和时间的消耗，以符合水足迹、碳足迹等规范。这些亟需经验的信息，虽有多年的数据累积，但在缺乏完善的信息系统进行搜集及整合下，可用的信息粗筛后只有三成数据具参考性，想再传承则更加困难。

为解决以上问题并作为示范场域，供企业参考，台湾纺织产业综合研究所与



A Team 染整智能工厂示意图。

流亚及亚矾合作，贯彻染整智能化总体解决方案及创新染整厂智能化工厂的概念，建立纺织染整智能化示范工厂，打造无人化工厂模式，从化验室测色、秤料开始数字化，实时监控氧化还原电位、化纤、色差、色牢度等表现，并透过设备联网搜集数据、串连信息流、AI 算法减少人为判读，透过设立战情室来汇集大数据，以实时调整避免不必要的损失。

建立该工厂的目的在于找出关于配方、染程、染料助剂、控制水压和温度等关键变量的建议方案，进而建立一套模块，将制程标准化。此外，藉由 RFID、机联网与工单系统的串联，打造染料剂自动化的秤料和输送；同时，纺织染整智能化示范工厂也能做到设备维护预知保养。

除了上述功能，纺织染整智能化示范工厂在节能环保上亦有所贡献，由于染整是一个高污染与耗水的制程，因此在其应用中也特别重视厂务能源管理，希望藉由监控整厂的用水、用电，有效减少染整厂的制程用水。

纺织染整智能化客户案例分享

在实际运作上，流亚究竟如何执行“A Team”计划及染整智能化总体解决方案？以下以旭荣集团、强盛染整股份有限公司、浙江华晨印染有限公司为例简述。

流亚为旭荣及强盛提供“A Team”成员的设备及自家系统：化验室无管式染液自动计量系统；染/助计量、储存、溶解、输送系统；染色机控制计算机及染色机中央监控系统。

流亚为华晨提供“A Team”成员的设备及自家系统：染/助计量、储存、溶解、输送系统；染色机控制计算机及染色机中央监控系统。

流亚依各公司需求打造特定智能工厂，以使其标准化染程，提升一次成功率，并优化染程以缩短染色时间，进而达到全流程无人智能化染色技术执行作业，减少用工，解决劳动力不足问题，进而提升生产效率、产品质量、节省成本，并提高资金利用率、加快市场响应速度、降低资源消耗及污染排放。以上三家企业在流亚的协助下，均达成以下效益：一次对色率提升；染程时间缩短；误差率降低；产能提高；质量稳定；节省人力及成本；节省能源及助剂，并减少污染；接单容易、订单等级及单价高；劳工工作环境优，薪水收入提高，提升员工向心力及生产效率。未来，流亚将持续了解客户需求，协助其朝着智能工厂迈进。

智能化进程下之重点考虑因素

建立智能化工厂是相当庞大的工程，要历经半自动化、全自动化再到智能化的过程，需要的时间至少要 5 年以上，因此，陈昭仁建议，企业在进行智能化进程时需考虑以下要点：每家企业应针对其产品及工厂状况去客制化适合的智能工厂；智能化必须做到一次性规划、分期投资，逐步达到智能化的目标，以免造成投资浪费；加强新型人才培育，如 IT 人才、电机人才、大数据分析人才，以跟上智能化的脚步；找寻可靠且可长期合作之供货商，了解客户需求，降低失败率；合作的供货商应能提供总体解决方案，以降低自动化的失败率及重新投资的可能性。

陈昭仁认为，纺织服装产业的全面自动化及智能化已是不可避免的趋势，除了企业本身须加强自身对该趋势的认知及努力外，也应了解智能化无法一步达成、需逐步建构，不同染厂存在不同的建构过程，必须做好事前分析与事后修正，因此，相同理念的合作供货商就显得非常重要，如此才能共同向前，共创优质的染整智能工厂。TA



流亚为客户设计的染整智能化工厂。

2020内蒙呼和浩特塔拉 骑士服时尚 设计大赛 Design

骑乐

大赛主题

个人信仰与民族文化意识的共荣是骑士精神的特质,用时尚的态度、创意的勇气驰骋在设计“辽阔草原”。

乐:可作马术的韵律之术,亦可表达骑士驭马的喜悦之心。

骑士服作为内蒙马文化一个必不可少的组成部分,承担了内蒙古民族文化和马文化展示和输出的重要责任。

作品征集

2020.1.2

2020.4.27

截稿(寄到日期)

专家初评

2020.5.6

入围作品公示

2020.5.7

决赛成衣制作

2020.5.7

2020.6.5

总决赛暨颁奖典礼

2020.6.6

呼和浩特

奖项设置

金奖一名 100000元

银奖一名 50000元

铜奖一名 30000元

工艺制作奖一名 10000元

骑士之风设计奖一名 10000元

优秀奖五名 5000元/每人

备注:全部获奖选手将获得奖金、证书,以上所有奖金及个人所得税均由组委会代缴。

赛事资讯请关注

《纺织服装周刊》官网:<http://www.taweekly.com/>

中国纺织经济信息网:<http://www.ctei.cn/>

《纺织服装周刊》官方微信:fzfzk

咨询电话:王振宇 010-85229653; 裴先生010-85229657;

电子稿件投稿邮箱:hhtlqsf@163.com

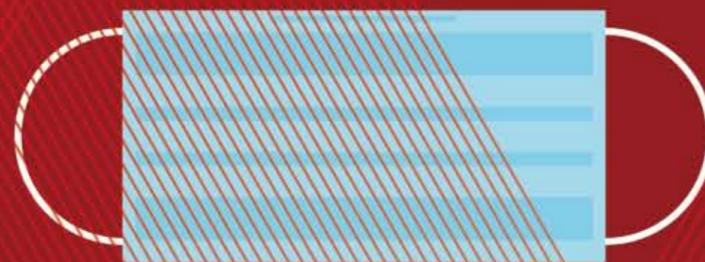
快递地址:北京市东城区东四西大街46号院《纺织服装周刊》杂志社 大赛组委会

王振宇 收 电话:18600345956

邮编:100010

纺都柯桥 产业聚力

疫情终将过去 期待春暖花开



 长发国际时尚中心
CHANG FA FASHION CENTER

纺织服装展贸综合体
绍兴柯桥·纺都路941号



码上关注 时尚资讯

科学应对
群防群控

战胜疫情

纺织之光·蓝蝶万众一心专项基金

有捐赠意向或任何问题的纺织服装企业，
请与纺织之光科技教育基金会取得联系。

秘书长张翠竹

联系方式：13910010152（微信同手机）

副秘书长陈思奇

联系方式：13910699887（微信同手机）



长按识别二维码
共同助力慈善



千训基金会
WISH1000 FOUNDATION



蓝蝶基金会
Blue Butterfly Foundation



纺织之光科教基金会