

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

2020.04.06 | 第12期 | 总第972期

官方网站

微信公众号

电子杂志

微博

手机报

《纺织服装周刊》
新媒体全覆盖

提供便捷、及时、
高效的信息服务

招商热线：010-85229373
联系人：李江敏



P18

传递发展信心
做实做细“三服务”



纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

TAWEEKLY

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

中纺联发布调查周报：
行业总体平稳，订单不足问题凸显

P22

“纺织名城”再出发 “时尚之都”耀东方

目前，纺织企业复工复产形势保持稳定，产业链运转协同性基本恢复正常。图为宁纺集团生产车间。

WEARING A MASK, THE GREATER TREND

Young 潮 WEARING A MASK THE GREATER TREND

KAPOK INTL. FASHION CITY 红棉国际时装城

「著」顾好自己 不一样的潮

地址：广州市环市西路184号
网址：www.hongmian.com
微博：weibo.com/hongmiancn



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：万晗 010-85229013 发行热线：章箭 010-85229023

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

GROUP COOPERATION

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: [中纺网](#)

承印: 北京中科印刷有限公司

法律顾问: 大成律师事务所

穿越风雨, 中国纺企 彰显行业信心与底气

中国纺企、中国纺织业的共同努力, 为疫情防控取得阶段性重要成效提供了有力保障, 为正在穿越风雨的行业乃至中国经济带来了强劲支撑, 也让我们在面对未来时拥有了更多信心和底气。

疫情发生以来, 中国纺织企业担当重任, 快速行动。一方有难, 八方支援, 有的企业慷慨解囊、捐款捐物, 有的高效运转、保障防疫物资供应, 还有的转产扩产、开足马力生产紧缺物资……在疫情防控的关键时刻, 波司登第一时间送达的羽绒服, 切实有力地成为了一线工作人员的温暖保障, 目前波司登已向全国438家医院及单位驰援捐赠羽绒服超15万件, 总价值超3亿元; 达利集团紧急驰援武汉纺织大学、新疆阿勒泰地区和新昌县人民政府共计30000余只丝绸口罩, 同时加急转型生产一次性民用口罩抗击疫情。改革开放40多年来, 中国纺企不仅“块头”越来越大, 社会责任感也越来越强。正是他们的众志成城、鼎力相助, 为疫情防控提供了充足保障。

从制造业企业通过智能制造提升生产效率, 减轻成本压力, 再到终端型企业“上线”“上云”, 利用互联网开展新业务……太平鸟全力投入微信直播, 销售业绩稳中有增; 雅戈尔通过全员微信宣传推送的方式链接微商城进行销售转化; 上海鼎天时尚科技发挥快速反应机制和定制设计力量, 未曾停止设计和研发的投入, 使得竞争力更加凸显。中国纺织服装企业不惧困难, 想方设法在做好疫情防控的同时有序推进复工复产。这种昂扬的斗志、无畏的精神, 汇聚成强大的抗压能力, 也将助力企业把发展之道越走越宽广。

在全球纺织产业链中, 中国企业扮演着举足轻重的角色, 在特殊的全球抗疫时期, 更是如此。中国纺织工业联合会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会汇整、对接、核准近40家口罩、防护服、护目镜等医疗物资生产企业, 向16个国家与地区25家政府部门与行业协会, 以及9个国家驻华使领馆开展联络对接, 为缓解各国医疗资源紧缺、抗击疫情提供力所能及的帮助, 以中国纺织力量与智慧, 为各国打赢疫情防控阻击战注入“强心剂”。

当前, 不少企业在疫情影响下遇到了各种各样的困难, 有的还承受着不小的压力。为了助力企业发展, 各部门各地区相继出台了许许多多针对性的援企政策措施。期待这些政策能够尽快落到实处、见到实效, 为尽可能多的企业提供有力帮助。我们相信, 越来越成熟自信的中国企业会在各方支持下, 尽快渡过难关、发展壮大。

刘嘉

CONTENTS

6 关注 ATTENTION

视频调研, 促进产业上下游联动

8 科教 SCIENCE

“纺织之光”基金会携手流通分会捐助汉正街

18 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

传递发展信心 做实做细“三服务”
拥抱新模式 云端觅商机

22 盛泽专版 SHENGZE

“纺织名城”再出发 “时尚之都”耀东方

24 一线 FRONTLINE

中纺绿纤硬核算“疫”拼出中国效率, 消杀湿巾下线仅用19天

26 指数 INDEX

春市营销滞畅互现, 价格微幅下跌



10 特别报道 SPECIAL

中纺联发布调查周报： 行业总体平稳, 订单不足问题凸显

3月25日-4月1日, 纺织企业复工复产形势继续保持稳定, 产业链运转协同性基本恢复正常; 订单不足情况仍在持续, 出口订单下滑更为突出; 出口产业链全线面临较大经营压力, 开工负荷出现回落趋势。本周行业需求乏力、资金紧张等问题突出, 仍建议企业谨慎安排生产, 积极防控资金链风险, 出口企业合理、稳健转销国内市场。

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



视频调研， 促进产业上下游联动

2020年春季全国纺织服装产业园区视频调研会举行(下)

本刊记者_郝杰

3月25日，“2020年春季全国纺织服装产业园区视频调研会”继续进行，本次是新疆专场，调研会的内容包括今年以来新疆纺织园区开局情况、当前受疫情影响的情况，园区面临的困难、问题以及解决建议等。

3月25日，2020年春季全国纺织服装产业园区视频调研会新疆专场举行，中国纺织工业企业管理协会常务副会长杨峻，新疆自治区工业和信息化厅副厅长谢青，新疆库尔勒经济技术开发区党工委委员、管委会副主任杨晓东，新疆库尔勒经济技术开发区经济发展局局长刘勤，新疆伊宁县伊东工业园管委会副主任周晓明，恒丰集团名誉董事长苏建军，新疆中泰纺织集团库尔勒纤维公司常务副总经理、总工程师王小波，新疆阿拉尔市中泰纺织科技有限公司副总经理倪红梅，中纺联产业园区工作处处长白丽敏等参加会议。会议由中纺联产业园区工作办公室副主任王进军主持。

疫情当下，应积极打造产业链命运共同体

新疆库尔勒经济技术开发区作为区域经济发展的主要阵地，承担着新疆巴州乃至南疆经济发展的重要使命，纺织服装产业是开发区主要产业之一。刘勤介绍，疫情当前，开发区出台了有关社保、贷款等支持政策，虽然区内大企业春节期间都没有停产，但受大环境影响，今年1-2月工业产值、纱产量都同比下降，特别是大企业，如中泰纺织产值下降30%，利泰丝路下降60%。受疫情影响，目前企业面临的问题是订单少、库存积压、资金困难、劳动力成本上涨、企业经营困难等问题，一些企业正在打算降低产能。

中泰纺织集团是新疆大型纺织企业，王小波介绍，今年1-2月公司粘胶产量9.13万吨，纱产量5.14万吨，销售收入为4.58亿元，利润为-0.9亿元，产销率为75.5%。当前受疫情影响，内地下游织布、印染和服装厂复工受限，尚未回到疫情前上下游联动的良性发展轨道，公司下游纱厂的销售几乎都在疆外，导致中泰纺织集团从粘胶纤维到纱线，整体库存压力增大。企业随着库存积压，逐步调整生产负荷，但是这样一来，也会导致生产成本上涨，为企业造成一定的经营困难。因产品销售的影响，导致应收货款减少，资金回笼压力大，影响公司存量资金的来源，同时还有到期的还贷和贷款利息等产生，资金出现短缺。

随后，王小波表示，中泰纺织集团依托中泰集团的强大资金保障和信誉支持，在政府的关心支持下，伴随疫情期间各项信贷和资金扶持政策的出台，一定会突出重围。

对于疫情下公司的应对措施，王小波说，2020年纺织业压力很大，公司将采取上下游联动策略，抱团取暖，利用区位优势，与国内优势企业强强联合、资源整合、互相参股，打造产业链命运共同体。



调整产品结构是应对当下订单不足的对策之一。



上下游联动是当下新疆纺企平稳度过疫情的重要策略。

倪红梅补充说，自治区政府推动银行解决企业贷款难度很大，但相比其他地方还有提升空间，希望政府给企业创造更好的金融环境。

订单缺乏，库存增加，产品结构需调整

近年来，新疆伊宁县伊东工业园充分发挥产业援疆优势，积极引导和支持南通家纺服装和坯布织造产业向伊宁县整体转移，发展成立了“一区两园”轻纺产业区，形成了“纺纱—织布—家纺”全产业链体系。周晓明说，园区3月10日复产，目前9家服装、家纺企业到岗达1000余人，其余2000余人还在返岗途中。企业目前最大的困难是缺订单，有些去年延续的订单已经取消，企业库存大。政府在复工复产方面给了不少支持，出台了资金支持政策，企业资金问题不大，但由于不少外贸订单被取消，企业比较困难。

杨晓东也认为，从全国复工复产情况看，下游相对比较困难，伊宁县伊东工业园主要产品是箱包、服装、家纺，下游订单是主要问题，外贸所受影响最大。

近些年，恒丰集团响应国家“一带一路”号召，先后布局新疆等地，启动并全面投产了一系列项目。恒丰集团在农三师草湖工业园有100万纱锭厂房，苏建军说，公司3月13日开始员工返岗，16日全面复工，目前开工达85万锭，由于节前订单大多预交了全款，目前产销率达到100%。但是新订单不足，客户考虑到棉价下跌，不敢拿货，后市不容乐观。

国家为企业复工复产出台了疫情补贴、税收减缓、社保返还等政策支持，但各地落实情况不一，恒丰集团下属企业在各地的情况也不同。有的企业比较困难，未来压力很大。苏建军还认为，特殊时期，大家应该一起交流、相互鼓劲，缓解压力。目前，要做的就是调整产品结构，做好质量，降低成本，未来还是有希望的。

协会建议积极寻求线上突破

王进军最后说，由于石油价格下跌，所有化纤产品价格下降，传导至纱线下游，客户拿货积极性不高，保持观望。目前，政府出台不少政策，但各地政策落实情况不同，中小企业面临很大困难，需要积极解决。

从近段时间的调研情况看，由于门店还没有营业，服装线下销售不理想，但线上销售成为亮点。如作为一个拥有互联网基因的服装品牌，茵曼充分利用电商模式，实现销售逆袭，大家可以参考。☞

微信号: fzfzzk



纺织服装周刊

周刊典藏 时尚评论

大咖来做客

品牌故事

纺织头条

看 产业实时资讯，
听 行业精英箴言，
观 流行趋势分析
查 企业动态百科

关注 《纺织服装周刊》微信，
你就是行业大咖！



“纺织之光”基金会 携手流通分会捐助汉正街

本刊记者_郝杰

近来在全国上下共同努力下，疫情防控形势持续向好，生产生活秩序正在加快恢复，武汉的社区防控成为重点，各地对武汉的驰援正在从医疗物资转向生活物资捐助。纺织之光科技教育基金会携手中国纺织工业联合会流通分会继续多方联络，驰援武汉。

专项基金驰援汉正街

随着疫情得到进一步控制，湖北多地居民小区生活物资供应成了社区面临的一大挑战。武汉汉正街最危险的时候已经过去，正从抢救病患阶段逐步向保障供应阶段过渡。做好抗疫生活物资的保障，已经成为汉正街最重要的任务之一。

汉正街下辖19个社区，共有60多个专业市场。据悉，当前汉正街辖区内1.1万户共2.69万人所需的日常生活用品、药品均由汉正街市场管委会统一协调供应，日消耗量极大。尽管当地领导多方奔走协调，但目前居民生活保障物资仍然严重不足。

中纺联流通分会与纺织之光科技教育基金会了解到武汉汉正街相关情况，第一时间向理事及“纺织之光纺织服装流通专项基金”发起单位发布汉正街生活物资告急的求援信息，各单位纷纷积极响应并行动起来。

“纺织之光纺织服装流通专项基金”发起人、广州市红棉国际时装城总经理卜晓强得知消息后，从疫情防控的大局出发，向纺织之光基金会“纺织之光纺织服装流通专项基金”捐赠100万元。同时，还收到了东莞市虎门电子商务协会捐赠1万元、中纺商联（北京）投资管理有限公司1万元、上海新七浦实业有限公司5万元、上海圣和圣服饰市场经营管理有限公司2万元、广州白马商业经营管理有限公司2万元、叠石桥市场10万元，共计121万元。主要用于包括武汉在内的重点区域口罩、防护服等疫情防控物资与生活保障物资的采购，支持后续产业与市场复工开市，尽快恢复经济活力。

伸援手温暖“同业人”

2月14日，湖北省出现寒潮和中到大雪天气，武汉市气温降幅达10℃—12℃，阵风达7—9级，最低气温为零下3℃，湖北省气象局启动了重大气象灾害（寒潮）Ⅲ级应急响应。2月14日一早，在得知汉正街市场管委会有许多工作人员只能在单位过夜，寒冷的南方冬季，需要御寒服被后，辽宁西柳服装商业管理集团有限公司董事长陈彪迅速组织发动市场商户共向基金会捐赠支援汉正街棉被褥80套、羽绒服和棉服1054件，当天就快速整理打包发出。

当得知武汉市硚口区方舱医院和武汉汉正街街道隔离点急需床上用品时，中纺



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



目前，捐助的各类生活物资已陆续到达武汉。



联流通分会、纺织之光科技教育基金会紧急向各专业市场进行了募集，柯桥中国轻纺城建设管理委员会筹集捐赠防疫物资床上用品三件套2295套、锦荣国际轻纺城筹集捐赠了1000套床上用品和300个枕头、沈阳五爱集团筹集捐赠了1000套床上用品、常熟服装城管委会筹集捐赠了85套床上用品。目前，已将该批物资陆续发放至防疫一线。

3月初，经中纺联流通分会协调，虎门集团、海城毛衫镇分两批向纺织之光科技教育基金会捐赠共计28吨新鲜蔬菜，及时缓解了武汉汉正街百姓的蔬菜供应紧缺情况。与此同时，为了进一步做好武汉汉正街抗疫生活物资保障工作，中纺联流通分会、纺织之光科技教育基金会与汉正街管委会紧急协商，除了保证汉正街生活物资和蔬菜的需求，还应采购辖区居民亟需的米、面、食用油等生活保障物资并分发给武汉汉正街。

决策当天，中纺联流通分会与纺织之光科技教育基金会发动身边一切力量，寻找物资供应商，并多次与江苏、安徽、北京等地厂商直接沟通对接。在保证食品品质的首要前提下，把每一分钱用在刀刃上，力求以最快速度为汉正街百姓提供最好、最多的生活物资。

经流通分会秘书处与基金会秘书处协力寻找，终不负众望，找到最佳匹配的生活保障物资供应商，并于3月16日将采购的大米、食用油、挂面等生活保障物资约25吨从北京发往武汉。经过1100多公里的长途跋涉，本次采购的所有生活物资于3月17日晚全部抵达武汉汉正街。

此次捐赠的米、面以及食用油将进一步缓解汉正街百姓生活物资紧缺的现状，也将在未来一段时间内保障他们的生活。

自从疫情爆发以来，纺织之光科技教育基金会联合中纺联各成员单位、行业企业和爱心人士，组织多批次为湖北战“疫”捐赠款物，充分体现了纺织公益组织的责任担当。

众志成城，就没有翻不过的山；万众一心，就没有跨不过的坎。相信在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，我们一定能打赢这场疫情防控阻击战。TA

周刊+

· 行业信息+

不断更新的行业信息库——借助新媒体平台，传播频率从每周延伸到每天每时，深度展现一个行业的产经脉络，形成了强大影响力。

· 媒体平台+

全媒体平台同步传播——平面期刊《纺织服装周刊》，官方网站www.taweekly.com，拥有10万+用户的微信订阅号“纺织服装周刊”“TA潮报”，同步更新于今日头条、一点资讯等平台。

· 服务价值+

呈现三大维度的服务产品——可以定制的行业传播解决方案、立足企业实际需求的活动推广、实现有效营销的新媒体整合传播。

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY



《纺织服装周刊》官方网站: www.taweekly.com

新闻热线: 刘嘉 010-85229892

新媒体热线: 李江敏 010-85229373

广告热线: 万晗 010-85229013

发行热线: 章简 010-85229023





目前，纺织企业复工复产形势保持稳定，产业链运转协同性基本恢复正常。图为宁纺集团生产车间。

中纺联发布调查周报： 行业总体平稳，订单不足问题凸显

中纺联产业经济研究院 / 供稿

新冠肺炎疫情发生以来，国家全力应对保障社会生产稳定有序。目前，国内纺织行业复工复产形势稳定，全产业链运转协调性总体达到正常水平。但由于疫情的全球性蔓延，导致国际订单出现较大波动，中国纺织企业又该如何应对？

为更好地了解新型冠状病毒肺炎疫情对纺织行业生产运行的直接影响，中国纺织工业联合会于3月3日上线了纺织企业复工复产情况周报调查，截至4月1日12时共有498户企业在线反馈了企业开工情况。中纺联将周报信息进行了汇总分析，向国家发改委、工信部有关司局报送了行业复工复产最新进展，并反馈了企业遇到的困难问题和政策诉求，提出政策措施建议。现将3月25日—4月1日一周内纺织企业复工复产情况报告如下，供行业参考。

复工复产形势稳定，产业链协同性基本恢复

根据复工周报调查结果，3月25日12时—4月1日12时，共有193户企业通过在线问卷提交有效复工数据，已复工企业比例达到98.4%，较前一周调查结果提高1.3个百分点，新增复工企业主要位于湖北、新疆。190户已复工企业的返岗工人数达到29.3万，占正常情况下用工总人数的94.6%，较前一周调查结果提高3.2个百分点。

中纺联集群办、园区办对全国13个省份的28个重点纺织产业集群进行了调查，截至3月27日12时，上述集群共有6.6万户纺织企业复工生产，占集群企业总数的86.4%，较一周前调查数据略提高0.2个百分点；已复工人数达到166.5万人，占正常用工人数76%，较一周前调查数据提高4.5个百分点。其中，集群内3954户规模以上企业中，已复工企业比例达99.1%，已复工人员比例达84.9%，分别较上周调查数据提高0.5和3.3个百分点。

小微企业复工复产情况总体继续向好。28个重点产业集群共有6.2万户规模以上企业实现复工，占集群规下企业总数的85.7%，较一周前调查数据提高0.1个百分点；规下企业已复工人数达到101万人，占正常用工人数的71.2%，较一周前调查数据提高5.2个百分点。

纺织产业链上下游复工复产进度基本实现同步，全产业链运转协调性总体达到正常水平。根据周报调查情况，纺织产业链上游棉纺、化纤行业，以及中下游长丝织造、印染、针织行业中的被调查企业复工比例均保持在95%以上，工人返岗比例超过90%。根据集群调查数据，东莞、南通、常熟、海宁等10个信息完整的服装、家纺产业集群4万户企业中，已复工企业比例达到88.4%，较一周前提高4个百分点；其中，规模以上企业复工比例达到99.8%，较一周又提高1个百分点。

订单依旧不足，出口订单下滑更为突出

上周，纺织企业开始出现的生产订单下滑情况，本周仍在延续。根据周报调查结果，本周190户已开工企业中，订单量达到正常情况的80%的企业比例为33.7%，订单量不足正常情况50%的企业比例为23.2%，均与一周前的调查结果基本相当，但与两周前相比，订单情况明显下滑。出口订单不足情况更为突出，仅有9%的企业出口订单量达到正常情况的80%，出口订单量不足正常情况50%的企业

比例高达61.2%。

订单减少主要受疫情在全球加速蔓延影响。最近两周，随着各国加强防控措施，主要海外市场商业几近停摆。我国出口纺织企业被海外客户通知撤销订单、延期收货、暂缓生产的情况大量增加。我国疫情防控压力也因全球形势变化有所增加，目前商业活动仍未完全恢复正常，内需消费也未能出现反弹式增长。

订单不足已成为目前企业生产经营面临的首要困难，根据周报及集群调查数据，本周有80%的企业反馈存在订单不足问题，较一周前比例提高23个百分点；85.7%的产业集群反馈存在订单不足问题，较一周前比例提高9.8个百分点。

出口压力大，开工负荷出现回落趋势

产业链中下游服装、家纺及面料等产品出口订单减少的压力正在沿产业链向上游传导，出口产业链全线面临较大压力。根据各专业协会调查了解的情况，受需求缩减影响，化纤企业已经出现库存累升、减产意向增强情况；纺纱、织造、印染行业也逐步开始出现限产或鼓励工人轮休减产的情况。

由于外单减少情况已经持续两周左右，本周，企业生产负荷结束了此前的稳步提升态势，开始呈现回落迹象。根据周报调查数据，在190户有效填写产能情况的已复工企业中，57.4%的企业产能利用率达到80%，较一周前调查比例下降2.9个百分点；产能利用率不到50%的被调查企业比例为10.5%，比一周前调查时略提高0.2个百分点。

建议企业谨慎生产，积极防控资金链风险

受需求低迷、销售渠道不畅影响，疫情发生以来，纺织原料及产成品价格总体处于下行通道。近期，由于毁约、退单、拒货等现象频出，纺织企业原料及成品库存积压情况较为普遍，市场价格持续下行引起企业库存亏损增多，资金周转压力加大。本周，反映存在资金紧张的产业集群比例达到50%，较一周前提高近20个百分点，反映资金问题的周报调查企业比例也提高了10多个百分点，表明小微企业资金压力尤为突出。

中纺联综合各方信息，整理了专题材料报送有关政府部门，详细研判了纺织行业当前开工、生产、出口及就业形势较为严峻的态势，再次强调了强化资金支持、减轻企业负担、尽快启动内需消费、扶持出口企业渡过难关等政策诉求。

目前，全球疫情发展不确定性很高，美欧市场释放回暖信号仍需较长时间。针对企业资金链紧张问题，仍建议企业谨慎安排生产负荷、原料库存及投资项目，大力防控资金链风险；同时，充分关注各地方政府及金融机构出台的扶持措施，积极争取政策支持。出口企业在短时间内全线转销国内市场难度很大，建议企业先行评判自身生产模式、管理模式及主营产品特点，在转战国内市场、开拓其他出口市场等策略中做出合理选择。

行业行动

火线对接 20 余国重点物资供需信息 纺织贸促会为全球抗疫注入正能量

近期，在全球疫情暴发的危机时刻，中国秉承一贯的“人类命运共同体”理念，克服自身困难，主动向世界多国提供医疗专家、抗疫经验、医疗物资等方面的援助，用实际行动向世界展现了危难时刻的大国担当。

身处防疫物资重要的生产制造行业，中国纺织工业联合会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会快速响应，积极行动，汇总、对接、核准近40家口罩、防护服、护目镜等医疗物资生产企业，向16个国家与地区25家政府部门与行业协会，以及9个国家驻华使领馆开展联络对接，为缓解各国医疗资源紧缺提供力所能及的帮助，为各国打赢疫情防控阻击战注入“强心剂”。

这些企业当中，不仅有专业公司，还包括疫情期间履行行业责任增设相关医疗物资生产线的知名纺织服装企业，比如江苏红豆、江苏阳光、浙江达利、山东迪尚、虎豹、苏美达、际华3521、北京邦维、山东圣泉、中国纺织科学院绍兴分院等。

从意大利、法国、西班牙、德国等疫情较为严峻的国家和地区，到马来西亚、埃塞俄比亚等疫情快速发展并急需援助的国家和地区，中纺联、纺织贸促会充分发挥了行业桥梁与纽带的作用，以快速的行动充分显示了纺织大国、纺织强国的协作效率和责任担当。

患难见真情，在接收到这些重要对接信息及慰问后，各国协会、使领馆等机构纷纷满怀诚挚谢意，对中方协会的对接工作予以赞扬，并更加坚定了战胜疫情的信心。

罗马尼亚驻华使馆表示：“我们对你们在疫情期间为罗马尼亚提供的帮助表示非常诚挚的感谢，你们推荐的产品信息，对我们非常有用。”

意大利驻华大使馆表示：“你们分享给我们的中国医疗物资供货商名单对我们非常有用，感谢你们以及全中国朋友们对我们的大力支持。在中国需要帮助的时候，意大利也同样给予大力支持，深深体现了患难见真情。”

据纺织贸促会透露，目前海外相关机构正陆续落实采购事宜，中外企业也



协会的积极对接展现了中国纺织业的责任担当。

已开展具体合作事项对接。

对此，匈牙利轻工业协会表示，已将所有资料发给匈牙利政府相关机构，并已与国务秘书进行相关沟通，希望能够尽快确定需要采购的清单，并付诸实现。

罗马尼亚纺织服装及皮革协会表示，口罩等防疫物资非常紧缺，已将中方协会提供的供货商名单提供给罗马尼亚经济部国务秘书以及相关企业。最新消息显示，目前罗马尼亚进口商已经和相关企业进行医疗物资进口事宜的对接。

截至发稿时，中方企业名单还在不断扩充之中，纺织贸促会的海外联络也不会止步。疫情没有国界，各国团结合作是战胜疫情的最有力武器。具有国际优势的中国纺织业，正务实地为全球抗疫注入正能量，与世界纺织业守望相助，同心抗疫。（刘嘉）

户外运动联盟倡议捐赠，共同守护逆行者



联盟为抗疫一线工作者持续捐赠。

爱心接力，共同守护逆行者。自3月17日起，由中国纺织信息中心户外运动联盟联合多家爱心企业发起的“共同战疫致敬逆行者”活动的捐赠物资陆续抵达湖北武汉、黄冈和鄂州，为奋战在一线的1800余名“逆行者”送去关怀。

本次活动3月11日正式启动，所有捐赠物资均统一通过红十字协会，定向捐赠给外地驰援湖北的医护人员。中国纺织信息中心户外运动联盟捐赠工作联络人赵振宇在接受采访时表示：“当我们了解到一线医护人员衣物紧缺时，马上发起捐赠倡议，并得到了企业家们第一时间的响应，短短5天就将捐赠物资送达了一线。逆行者是我们这个时代无私无畏的典范，我们希望通过实际行动支持到他们。”

据了解，参与此次活动的机构有中国纺织信息中心户外运动联盟华东分部、



广州市汇美时尚集团股份有限公司、山东舒朗服装服饰股份有限公司、济宁霞美制衣有限公司、东莞市以纯集团有限公司、杭州江南布衣服饰有限公司、广州迪格生服饰有限公司、东莞市伊卓服装有限公司、北京医麦科技有限公司等，捐赠产品包括免洗凝胶、酒精湿巾、保暖内衣、毛衫、裤子、轻薄羽绒服等，共计6650件，总价值约148万元。

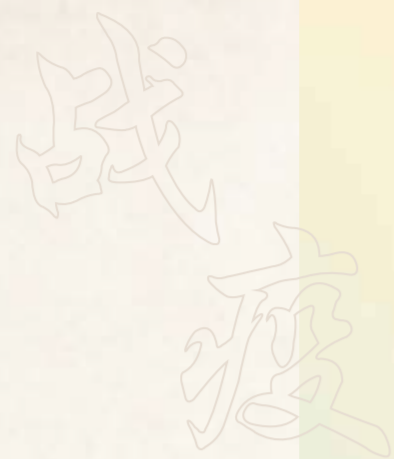
据了解，此次致敬逆行者活动是中国纺织信息中心户外运动联盟发起的第二次捐赠。此前，3月5日，联盟分别向上海市普陀区中心医院、上海市普陀区人民医院、上海市普陀区利群医院进行了爱心支持，捐赠消毒液10吨，总价值4万元。

中国纺织信息中心户外运动联盟创办于2018年，由中国纺织信息中心联合纺织服装行业优秀企业共同发起，并在中国纺织工业联合会的领导与支持下开展工作。自联盟成立以来，发起多项纺织行业大型赛事，促进了纺织户外运动领域的高效沟通与深度合作，推动了纺织户外运动领域产业链上下游间的合作共赢。

中国纺织信息中心户外运动联盟秘书长周长在采访中表示：“‘岂曰无衣？与子同裳。’纺织人集智集心、集力集资，传递爱心、表达担当，为逆行者送去了一件新衣。”

春风送爱，衣暖人心。纺织人以特有的方式表达了对逆行者的关爱，为医护人员送上温暖，点亮希望。（万晗）

战疫会客厅 生产篇



稳生产保经营， 纺企理性应对疫情影响

本期主持人



陶红
《纺织服装周刊》记者

本期访谈嘉宾



初雪梅
大连泛瑞客制衣有限公司
总经理



蔡中涵
广东名瑞(集团)股份有限公司
总经理



周锦
山东太阳鸟服饰有限公司
董事长



柴方军
上海鼎天时尚科技股份有限公司
董事长

TAweekly: 新冠肺炎疫情的暴发，短期内打乱了我国纺织服装企业的正常生产秩序，极大地延缓了节后正常复工的节奏，增加了产能恢复的不确定性与难度，使纺织服装企业面临较大的生产经营风险。目前，贵企业生产情况如何？

蔡中涵: 目前生产一切正常，我们公司是手工生产占比较多的服装制造业，且用工主要以本地工人为主，自2月10日复工以来，生产较为顺利。

柴方军: 公司于2月20日复工，现在复工率基本已经达到100%。整体状况挺好，一切都已经正常运行。

TAweekly: 据了解泛瑞客和太阳鸟都有定制业务板块，目前定制板块生产情况如何？

初雪梅: 在严格部署防控疫情的同时，公司有序组织开展安全生产，工厂于2月17日正式开工复产，开始赶制春节期间收到的世界各国的定制订单，有序安排定制生产和发货、出货，目前生产情况较为稳定。

周锦: 公司的主营业务包含服装高级定制、特种劳动防护、环境防护三大板块。疫情发生以来，公司新增加了医用防护服生产板块，加大防护服生产力度，全力以赴保障抗疫物资供应。目前企业运作正常，生产情况良好。

现阶段，有10%的员工仍然在负责防护服生产，90%的员工投入公司的常规定制订单生产。

纺织服装企业
理性应对疫情。

TAweekly: 公司在复工复产过程中遇到了哪些问题？

初雪梅: 复工后压力很大，如何保证安全生产、杜绝疫情发生是首先要考虑的问题；其次，发货时间大多安排在4月底，由于国际疫情形势较为复杂，目前面临发还是不发的尴尬局面；此外，员工复工的待遇、公司人员不齐、收汇风险大等问题也有待解决。

周锦: 自2月1日复工以来，企业遇到了原材料费用上涨、运费上涨等各种各样的困难。当然，对此类问题的解决能力一定程度上也折射出企业、民族的意志力、战斗力、行动力。

每一个企业都是产业链中的一部分，每一位员工都是生产中的重要组成部分。我希望企业都能迎难而上，安全复工复产，希望企业家有责任有担当为社会服务。

TAweekly: 在疫情期间，企业能够第一时间进行复工复产，体现其柔性生产和数字化技术应对短期大量多样化产品需求时所发挥的作用。那么，相较往年，订单方面有哪些变化？

周锦: 原有订单较去年同期相比减少了50%，但由于公司今年新增了防护服订单，因此总体订单数量与往年持平。当然这是我们之前没有想到的。

柴方军: 国内疫情发生其实对公司生产影响并不是很大，因为当时正值春节假期，之前接的订单也基本都完成了。

但随着国际疫情形势的严重，近期公司的生产还是受到了一定影响。现在国外客户下单非常谨慎，订单数量较以往出现一定幅度的下降，不过好在他们还是很看重我们的产品，尤其是欣赏公司的快速反应机制和定制设计力量。此外，公司没有因为疫情暴发而停止设计和研发，可以说这次疫情一定程度上让我们的竞争力更加凸显。

TAweekly: 泛瑞客和名瑞都是聚焦海外市场的企业，随着国际疫情的暴发，各类不确定因素增加，公司业务开展情况如何？

初雪梅: 由于国际疫情暴发，公司海外订单量急剧下降。不得不承认，较往年相比订单减少，公司的新品开发也呈现出下滑趋势。此外，最重要也是最关键的一点是公司的贷款回款风险加大。

蔡中涵: 名瑞国外市场占比95%，现阶段欧美订单已经有明显减少的趋势。尤其是3月15日以来多个国家进入封国的状态，订单情况非常不明朗。

保守估计，国外疫情或将在6月底得到良好控制。未来一段时间内，原材料问题或将成为突出问题，公司大部分面料来自韩国等国家，随着国际疫情的暴发，韩国等国家的疫情情况较为突出，一定程度上限制了公司的原材料进口。虽然现阶段公司库存尚充足，若国际疫情长期无法缓解，将造成原材料供应不足等问题。

此外，疫情结束后，6—12月或将迎来大批订单，公司将面临“6个月的时间干9个月的活儿”的情况。

TAweekly: 鉴于当前情况，您认为企业整体情况将会如何？

初雪梅: 艰难维持。6月份是企业转折的关键点，若有新订单增加，此次疫情对企业而言不会有太深远影响；若一直没有订单，损失的将是一年的收益，这必将重创企业。

蔡中涵: 行业整体情况尚不明朗。目前很多国家和地方相继规定婚礼延后举办，短期之内公司部分店面将关闭，新人也不会到店看衣服，整个销售将停顿，如同春节期间的餐饮业。

当然，原定今年举办的婚礼很大程度上只是推迟举办，因此，疫情结束后或将面临产能不足。目前公司也在提前安排库存生产，当然也要根据市场情况来判断，不能盲目。下半年或将用“加班加点”来弥补上半年的订单不足。

此外，值得关注的是，结婚这件事受经济环境影响较大，消费客单价将会受影响，客单总量受消费数量的影响，因此客单价将下跌，这对整体营业额将会有一定影响。

TAweekly: 您认为，这次疫情后产业链协作的模式是否会发生变化？

初雪梅: 变化是必然的。疫情期间，消费方式主要以电商为主，未来也将成为主流。当然纺织服装的产业链一直在不断优化，此次疫情防控对企业乃至整个生产链而言都是一项“通关挑战”，疫情后的产业链及企业必将不断优化和完善。

蔡中涵: 我认为产业链协作模式变化不会太明显。现阶段，线上线下模式其实很难明确地分而论之。比如，之前名瑞的机场店客流量大，成交也很多，但随着近期机场人流减少，销售则以微信群销售为主，微信购买客户主要以回头客为主。这种销售是线上销售，但主要的推动力量其实是与客户的互动。

TAweekly: 产业链环环相扣，一个环节阻滞，上下游企业都无法运转。您认为经过这次疫情，未来产业链合作模式的发展方向是否更加明确？

周锦: 一直以来，产业链协作十分重要，一个环节的细微变化将影响整个产业链协作模式的变化。未来，行业、企业物联网的建立，物联网、互联网的融合十分重要，希望行业能牵头搭建行业物联网平台，不断深化加紧产业链各个环节、企业的互相合作，共同建立“纺织命运共同体”。

柴方军: 在助力疫情防控的各种“硬核”技术中，5G身影频现、视频直播、远程医疗、热成像体温筛查……可以说，在此次疫情中，5G不负众望，大显身手，应用5G已是大势所趋。

实际上，公司很早就开始应用云视频会议了，每天早上的例会，都会通过视频和各地办事处联系。此次疫情暴发后，除一些设计工作必须到工厂进行外，很大一部分工作其实受影响不大，还是按照以往的步骤进行。

TAweekly: 未来，健康、环保、功能性纺织品是否会成为新的消费趋势？

初雪梅: 近年来，健康、环保、功能性纺织品的需求一直在“往上走”，今后也将如此。当然，抑菌抗菌等功能性的需求预计将进一步扩大。

蔡中涵: 抛开此次疫情不谈，环保纺织品本来就是行业发展的趋势。名瑞的产品主要出口欧美，环保、健康方面也严格按照标准要求生产，未来也将如此。

周锦: 健康、环保、功能性纺织品成为新的消费趋势是毋庸置疑的。此外，科技、安全类纺织品也将成为新的消费趋势。这也是公司在不断研发新产品过程中总结出来的。

TAweekly: 现阶段企业应该如何谋划未来？

蔡中涵: 有危才有机。关键时期是对企业内功和基础的考验，企业人员、销售都将出现不小的波动，但需要消费的还是会消费。报复性消费出现的几率很高，历经生死别离之后，人们的消费习惯和想法或将改变。

柴方军: 整体来看，今年行业所处的大环境比较严峻，但我认为大家正好可以利用这个机会，好好静下心来思考下企业发展方向，苦练内功。

未来，消费刚性需求肯定存在，只是消费模式和需求可能会有所变化，如何生产更加环保、舒适、竞争力更高的产品是大家该多思考的事情。

TAweekly: 请谈谈您对行业的期望和建议。

初雪梅: 希望行业能维持稳定的政策和发展环境，也希望企业都能在激烈的竞争中健康地活下去，不断提高应对突发事件的能力，培养灵活选择生产的能力，更好地适应市场的需求和变化。

周锦: 一是服装高级定制，未来的设计师一定是有文化、有思想、有个性的设计师，以服饰为载体传播和发扬中国传统文化；二是希望行业企业一同为环境保护尽力尽责，切勿无休止地掠夺自然资源；三是要不断转变消费理念，认识到服装是一种文化，所有的服装都是为生活服务的；四是注重美学观念教育。

TAweekly: 现阶段，国内疫情防控取得了阶段性的胜利，企业生产也渐渐步入正轨，疫情的持续让纺织服装企业直面挑战、快速响应的能力需求被进一步放大。因疫情带来的持续压力、挑战和不确定性下，纺织服装企业的弱点与软肋也暴露出来，用工问题、供应链问题、库存问题、物流问题等均可能成为阻碍企业复工复产的瓶颈。企业不约而同地开始思考如何加速自身的转型升级，让自己能够在复杂环境中继续“活下去”，去迎接下一个春天的到来。

抗疫故事 (一)

开篇语:

新冠肺炎疫情期间,中国纺织人肩负起行业使命,涌现出众多动人事迹,为抗击疫情、复工复产做出了巨大贡献。为弘扬纺织人勇担当、敢作为的精神和树立行业榜样,中国纺织工业联合会新闻中心与中纺联会刊《纺织服装周刊》共同发起“讲述纺织人‘抗疫复产稳发展’故事作品征集”活动,书写纺织人的生动事迹和感人故事。

全力以赴抗击疫情,中产协工作获国家肯定

新冠肺炎疫情暴发以来,在中国纺织工业联合会党委指导下,中国产业用纺织品行业协会(简称中产协)领导班子勇于担当、积极行动,认真贯彻习近平总书记重要指示精神和贯彻落实党中央、国务院决策部署,第一时间带领协会投入到抗击疫情的战斗中,所做工作得到了国务院副总理刘鹤、国务委员王勇等领导以及工信部、国家发改委、国资委领导的充分肯定。

协助国务院、工信部等开展抗击疫情工作

疫情暴发以来,中产协领导班子成员多次参加国家各部委召开的工作协调会,配合完成防护服和口罩物资的辅料、原材料和产成品的生产、供给和运输等相关事项,安排熟悉技术的同志在工信部、国资委协调工作和参加相关会议,具体包括:

1月23日上午,中国产业用纺织品行业协会会长李陵申参加了工信部副部长王江平主持召开的电商平台疫情防控物资对接座谈会,汇报了口罩和防护服生产企业相关情况及存在的困难和问题。23日晚,李陵申参加了工信部部长苗圩主持召开的工作座谈会,并就推动防护服、口罩产品供需对接,做好供应保障提出了建议。

1月25日,中国产业用纺织品行业协会副会长李桂梅参加了工信部副部长王江平主持召开的防护服生产组织协调会,汇报了国内医用防护服和欧美等国家防护服执行标准情况,建议将相关标准进行比对,药监部门提出主要通用技术要求,启动相关优质出口型企业的产能,以补充国内防护服的供给。

1月26—27日,李陵申与工信部和国药集团领导赴河南新乡和平顶山调研生产企业复工及实际生产情况,了解企业实际需求,期待通过整合整个产业链资源,有效解决企业原材料供给问题。

1月27日,中产协提前恢复办公第一天,中国纺织工业联合会党委



中产协全体员工放弃春节假期,于大年初三正式复工。

书记兼秘书长高勇、会长孙瑞哲来到协会视察和指导工作,要求中产协提高政治站位,强化使命担当,坚决落实习近平总书记的重要指示,贯彻落实党中央的重大决策部署,全力协调相关企业,做好口罩、防护服等重要物资的生产和供应。

1月31日,心系防疫物资生产情况的孙瑞哲再次来到协会,了解连日来中产协会员企业的复工情况及遇到的困难,并鼓励协会工作人员精准服务,最大限度发挥协会的桥梁纽带作用,及时将企业的诉求上报国家相关部门,协调解决好生产、运输、供应中遇到的难题,并要求企业规范行业秩序,为打赢防疫阻击战贡献协会力量。

2月1日,李桂梅出席国务院口罩生产调配组织调度工作会议,并汇报了中产协连日来在积极配合工信部、发改委等行业主管部门梳理、摸底口罩、防护服等重点物资的产能、执行标准、生产布局、生产情况和存在困难;号召相关企业未放假的加班生产、已放假的提前复工投入生产;帮助企业协调解决生产过程中存在的问题等方面所做的工作。

2月6日,李陵申出席国资委中央企业医疗物资保障工作会议并汇报了现阶段口罩防护服产能产量情况及问题等,并应国资委主任郝鹏要求对央企进入这一领域提出总体协调、分类指导扩能扩链,以工序承包和产业链共建切入等建议。

在抗击疫情的关键时期,中产协充分发挥了社会组织的重要作用。

全力掌握口罩、医用防护服生产企业运行信息

从1月20日开始,协会组织人力对口罩、医用防护服、消毒湿巾和重点原材料的1000多家生产企业进行全面梳理,对300余家重点企业逐一进行电话联系,了解企业复工情况及面临困难,梳理并汇总企业产品类型、生产资质、生产能力等行业数据。根据工信部消费品司、原材料司、科技司,国家发改委产业司、环资司,国资委协会党建局及地方政府、行业协会等的需求,提供大量的第一手行业素材,并迅速建立起了口罩、防护服、消毒湿巾、原材料卷材四大类的重点生产企业基本信息库,产业链物资供应信息平台逐步完善,为国家统一调度重点物资生产起到了积极促进作用。

在医用防护服供应紧张的情况下,协会汇总了具备国内医疗器械生产资质的防护服生产企业名录。对不具备国内医疗器械生产资质,但满足欧美等国家防护服生产标准的出口型企业进行了系统摸排,在对比分析欧美等防护服和国内防护服标准主要技术指标差异的前提下,建议启动部分优质出口型防护服企业的产能,扩大国内防护服的供给量。同时帮助有条件的非医疗用防护服和口罩企业及服装、家纺企业转型生产用于疫情防控的相关产品。

特别是地处湖北地区的“中国非织造产业名城”湖北仙桃市,疫情出现后,中产协迅速与仙桃市经信局联系,了解其需求,沟通口罩、防



1月26—27日,工信部、国药集团和中产协领导赴河南新乡和平顶山调研生产企业复工及实际生产情况。



在抗击疫情的关键时期,中产协充分发挥了社会组织的重要作用,受到中纺联及国家各个部门的高度肯定。

护服等防护用品的储备,并将所有口罩、防护服的6个标准发给仙桃市经信局,帮助他们进行质量把关,并对其开展的“双证”认可给出了意见建议。同时,为帮助当地企业生产,中产协将防疫口罩、防护服生产企业在生产及用工等方面遇到的问题反映至相关部委,向国家发改委产业发展司提供《疫情重点保障企业名单及信贷资金需求表》,汇总19家符合贷款需求的行业重点骨干企业,为企业贷款提供便利,其中就包括恒天嘉华等企业。

倡议企业提前复工,引领会员企业全力生产保供应

在疫情日益严峻的形势下,协会根据国家需要,在1月25日向全行业发出了提前复工,保障口罩、医用防护服等重要物资供应的倡议书,并呼吁企业务必确保产品质量,保证口罩、防护服出厂价格稳定,同时为防疫重点企业协调支持资金,助力企业技术改造、增产扩能。

400多家会员企业积极响应协会号召,以国家和人民的利益为重,全力恢复生产。稳健医疗、奥美医疗、佛山必得福、振德医疗、四川友邦、泰达洁净等行业骨干企业在春节期间一直全负荷生产,保持产品价格稳定,提供了大量抗疫急需的高质量产品和原辅料。

3月初,针对市场出现的国内熔喷非织造布价格上涨较快的现象,中产协为了更好地推动防疫物资的生产与供应保障工作,及时对市场所反映的相关问题进行了调研和梳理,并形成相关意见和建议提交给国家市场监督管理总局,为维护合理规范的市场秩序做出了一定贡献。

此外,抗击疫情期间,中产协积极配合国资委,协助国机集团、通用技术集团、新兴际华集团、国药集团等中央企业,在口罩、防护服、熔喷非织造布等防疫物资的改扩建和转产新建方面,做了大量产业链对接、技术沟通和标准咨询等方面的工作,使中央企业在口罩、防护服等抗疫物资快速形成产能产量,满足一线医护人员需求,为保障企业复工复产等方面贡献协会力量。

精准服务,保障企业供应链运转

疫情暴发时值春节,工人放假、企业停产、库存不足、物流停运,原有的供应链基本停摆,企业面临原料、用工、运输和设备等方面的问题。协会领导迅速组建了口罩、防护服、消毒产品、原材料和政策保障五个工作组,建立五个工作群,对接需求和供给,为1000多家纺织产业链企业、20多个省市工信部门对接10000多条口罩防护服生产物资信息,解决企业在生产过程中遇到的种种问题。

协会领导和全体员工春节放假期间牺牲和家人团聚机会,迅速投入紧张的抗疫工作。李陵申第一时间投入工作,李桂梅腊月二十八回到山东当天就立即返京,张传雄正月初二从福建赶回北京,李昱昊、赵瑾瑜、黄景莹、李冠志1月20日投入信息梳理工作,赵瑾瑜不顾右肩手术正在恢复期,黄景莹不顾孩子生病,都迎难而上。在京过节的郑俊林、季建兵、

李昱昊、韩竞、白晓、赵瑾瑜、黄景莹、赵东瑾、刘东明、宋名扬、夏文文、王宁(综合财务部)除夕和大年初一也在家进行信息收集和梳理工作;离京的段守江、祝秀森、孙蓓蓓、王宁(信息宣传部)、李冠志、杨耀林、安茂华、李润林在正月初四前全部赶回北京,共同奋战在抗击疫情一线。

正月初三恢复办公后,李陵申坚持每天到协会值班,具体指导开展抗击疫情工作,带领全体员工尤其是党员干部奋勇争先、不分昼夜、加班加点帮助企业解决在生产过程中遇到的问题,对接需求和供给,至今未曾间断。许多员工在单位或家里经常工作到深夜,甚至连家属都在配合、协助统计信息等工作。

以强大执行力,迅速有效解决行业问题

疫情期间,口罩需求急剧增加,出现了民用口罩企业采标乱、市场监管难、消费者无从辨别等一系列新问题。而且当时国家相关口罩标准中没有对儿童口罩进行专门规定,疫情期间儿童应该选用什么样的口罩,也成为社会焦点所在。为此,中国产业用纺织品行业协会迅速牵头制定了《民用卫生口罩》团体标准,并于3月11日正式发布,为口罩企业提供技术支持,为市场监管提供依据,便于消费者选择适用的口罩。

同时,中产协在配合国家部委梳理口罩产能的过程中,发现口罩没有独立税号的制约效应尤为显著。新冠疫情初期,我国进口了大量口罩和防护服,根据商务部数据,截至2月20日,我国各种贸易方式已进口口罩超过12亿只,进口防护服超过1300万套。目前,我国疫情已经得到缓解,口罩产能已经由原来的日产2000万只增长到超过2亿只,医用防护服的日产能超过30万件,产品已开始大量出口,为全球抗击疫情贡献中国力量。未来我国口罩、防护服的贸易量将会保持较大的体量和较高的增速。在这种情况下,准确把握口罩和防护服的贸易数据对于国家制定相关政策、行业提供精准服务、方便企业进出口业务等都具有重要意义。因此中产协向海关总署提出了调整税号的申请,并得到了海关的快速批准。

此外,针对本次疫情现状,中产协还积极提出各种政策建议,如全国统一调度,按渠道分配相关产品,解决结构性错配造成的效率失衡;放开防护服出口企业国内生产资质,临时放宽符合欧、美等标准的产品准入审批;针对不同应用场所,建立口罩、防护服等应急防护产品分级体系,有效应对重大突发事件;规范熔喷布市场秩序,倡议会员企业优先优质优价保障国家抗击疫情的紧急需求;开通应急物资生产所需原材料的绿色通道,多渠道解决用工难题;由现行临时性囤货到疫情过后建立重点应急产品储备机制,加大口罩、防护服等产品储备。

中产协这个优秀集体,将不忘初心、砥砺前行,一如既往为行业企业、为国家、为民众作出自己的贡献。

抗疫故事 (二)

波司登：“疫”无反顾，彰显中国企业力量

一场突如其来的新冠肺炎疫情牵动亿万国人的心。广大一线工作者“逆行”奋战，华夏儿女众志成城，全民战疫、共克时艰。2月初，媒体上相继出现“一线医护人员非常艰苦，病毒原因无法使用中央空调”，“多处疫区气温已达0摄氏度以下，抗疫英雄仍在寒冷中奋战”等诸如此类令人揪心的报道。

作为一名具有强烈社会责任感的企业家，波司登国际控股有限公司董事局主席、总裁高德康在了解情况后，为奋战在一线的抗疫人员“不论生死，不计报酬”的精神所感动，决定要把最温暖的羽绒服送给最可爱的人，当即表示捐出15万件总价值3亿元的高品质羽绒服。

3亿羽绒服发往抗疫一线

2月4日，“有保暖需求，速联系波司登，3亿羽绒服正发往抗疫一线”微博公益征集活动迅速在全网转发，来自四面八方的需求如雪片般飞至。为了确保在第一时间把羽绒服送到疫情最紧急、最需要的地方去，让一线医护人员在倒春寒中感受到波司登的专业和温暖，高德康要求：此次捐赠，所有物资必须直接联系、直送一线。对他而言，这既是民族品牌应有的责任担当，也是对“波司登温暖全世界”这一企业使命的忠实践行。

驰援之路，是与疫情赛跑，为生命助力。当时正值春节，就算非疫情期间，人员、物流运输、车辆调配等都面临巨大困难，再加上疫情期间的交通管制，“第一时间送达”的复杂性和巨大障碍可想而知。面对重重困难，高德康表示：“时间就是生命，驰援一线要不计成本、不讲条件、不畏艰难！”波司登全国九大仓库物流零售体系迅速调动起来，青年党员挺身而出、担当奉献，一线员工主动请战、放弃假期，大家舍弃“小家”、加班加点支持抗疫，在担当与奉献中展现了波司登人的大爱与勇毅。



危难时刻，高德康和波司登以一片赤诚之心，驰援守护着华夏英雄儿女，彰显了中国企业力量。

每一批波司登羽绒服被送到一线医务人员手中，背后都有着无数逆行的身影和温暖的故事。2月5日，波司登武汉分公司收到来自黄冈的“加急”需求。湖北黄冈黄州总医院地处全国第二大疫区，物资严重不足，为了防止病毒传播扩散，医务人员办公区与休息区均无法使用中央空调，从病房到寒冷环境的转换，极易感冒着凉，白衣天使们急需羽绒服御寒！接到信息后，经与黄州总医院沟通需求，高德康决定捐赠1000件羽绒服支援医护人员。由于武汉仓库已进行4000余件首批驰援物资发送任务，致使符合要求的高品质羽绒服储备不足，高德康立即下达了“全国紧急征调令”，一天之内就调到满足医护人员需求的羽绒服。2月7日上午7点半，开始装货出发驶向黄冈黄州总医院，12点10分，1000件羽绒服已经顺利送达黄州总医院医务人员手中。时值湖北遭受冰雹和大雪侵袭，武汉、黄冈等多地遭遇断崖式降温，疫区一线人员在收到波司登捐赠的羽绒服后，纷纷在微信、微博等社交平台回应：“太感谢波司登了，放心，我们不冷！”

“波司登捐赠的每一件衣服都是有温度的，爱的温度。”截至3月18日，波司登共向武汉协和医院、火神山和雷神山建设单位等全国438家医院及组织的抗疫英雄们送去151368份温暖的力量。疫情未止，守护仍在。在全国防疫物资紧缺的情况下，高德康迅速响应政府需求，召集公司骨干成立隔离衣项目小组，充分利用长期积累的供应链优势，第一时间组织设备、原料和员工，前后仅用48小时就完成了生产线改造，正式投产后隔离衣日产能超过2000件，持续支持疫情一线。危难时刻，高德康和波司登以一片赤诚之心，迅疾行动，驰援守护着华夏英雄儿女，彰显了中国企业力量。

惟其艰难方显勇毅

在这场没有硝烟的战斗中，高德康充分发挥“战疫中枢”的作用，亲自担任集团疫情防控领导小组组长，坚决贯彻落实党中央的决策部署，严格落实防疫管控工作，筑牢防疫安全屏障，全力保障全体波司登家人的生命安全和身体健康。为了帮助外地籍员工准时返岗，高德康还设专人专岗、动态追踪员工健康信息，并积极与所在地政府沟通，先后派出16辆波司登“温暖”专车，从重庆石柱、河南北关、永城、安徽潜山等地集结出发，“点对点”接440余名员工安全抵达公司，确保工厂一线于3月2日全面复工复产，全面打响了经济攻坚战。

惟其艰难方显勇毅，高德康坚信“对企业来说，危机和挑战时刻都在，应对当前复杂形势、顶住新的下行压力，发展是第一要务、也是关键之举”。他向全体员工发出倡议，希望全体家人坚定“疫情终将过去，胜利必会来临”的信心，相信公司、相信品牌，并全面动员公司上下“紧起来、动起来、跑起来”。

2月16日，波司登以独立品牌身份首次亮相伦敦时装周，更是让国际时尚界见证了中国品牌的信心和决心。由于疫情，很多中国服装品牌因此取消了行程，高德康认为在疫情笼罩之下绝不能“消极等待”。经过慎重考虑，最终决定不仅要参加，而且要做得更好。这次大秀现场，波司登将国际化的时尚设计、匠心的产品品质完美融合，精彩大秀震撼全场，展现了中国品牌在国际时尚舞台的自信自强，赢得全场观众欢呼，大家齐喊“中国加油”，感受到了来自中国的正能量。波司登伦敦秀，让世界听到了中国的声音，感受到了中国品牌的精神和力量！

“勇攀高峰、永争第一”，是高德康执着一生的坚定信念。无论是抗击疫情，还是经济复苏，与国家同进退，与员工共患难，他以“疫”无反顾的使命与担当，倾情绽放波司登的温度与力量，终将拥抱扑面而来的春天！

抗疫故事 (三)

张金珍：深入车间前沿阵地的最美战疫人

疫情期间，达利丝绸（浙江）有限公司积极践行社会责任，先后紧急驰援共计30000余只丝绸口罩。同时，又临危受命，加急转型生产一次性民用口罩。在这场战疫之中，达利丝绸（浙江）有限公司副总经理张金珍从组织安排，深入车间前沿阵地，从丝绸口罩向防护型口罩改进，从转型一次性民用口罩生产到企业复工、防疫，倾注了大量的精力和心血，全力以赴打响了一场“口罩生产战”，成为人们眼中最忙最美的战疫人。

除夕前，危急之际担重任

1月23日，张金珍接到公司董事长林平的紧急电话，立即驱车赶回南昌。

原来，林平刚刚接到武汉纺织大学校长的电话，说还有一些尚未离校的师生缺少口罩，请求援助。达利丝绸与武汉纺织大学在学生实习实训、科研合作、人才培养等方面建立了长期的友好合作。2014年，达利丝绸就曾向该校捐赠桑树林。此次疫情面前，达利丝绸自然不能袖手旁观。但是，公司前一天就放假了，谁来负责这项工作？

林平想到了张金珍。作为副总经理，张金珍虽然分管行政工作，但她是从车间操作工、班长、车间主任一步一步走上领导岗位的，且在车间时熟悉口罩生产的每一个流程环节，这一重任非她莫属。

达利丝绸是一家专业生产各类丝绸面料和家纺产品的企业，以前口罩只是附属产品，仓库内有部分未包装库存。张金珍一到公司，连忙联系愿意返厂的员工，当晚36名员工连夜赶来包装生产，1月24日凌晨，首批3000余只丝绸口罩就从达利丝绸紧急运往了武汉。

在复工期间，张金珍已召集到80多名员工来加班生产口罩。而此时，新疆阿勒泰地区肺炎疫情防控指挥部又来电话，他们的一线工作人员、警务人员都没有口罩。公司领导决定加快速度生产，但生产人手严重不足，张金珍在安排员工满负荷生产的同时，发动公司中高层干部和党员做义工，在口罩一线做后勤保障工作。

经过张金珍火速调动人力，公司每日产能保证在1万只左右。日夜扑在车间里，张金珍每天工作到深夜才回家，短短几天，公司又分两次向武汉纺织大学捐赠口罩，并向新疆阿勒泰地区肺炎疫情防控指挥部和南昌县人民政府捐赠丝绸口罩共3万只。

战疫情，口罩生产“加速度”

目前，口罩主要分为医用、防尘和一般防护三大类，其中医用口罩的生产条件有严格要求，需要在十万级无菌车间进行生产。之前，达利丝绸生产的口罩是一般日常防护性口罩。里外层为丝绸面料，中间隔层为U-SILVER银纤维织物或石墨烯丝绸织物，这种口罩的优势是可以用中性洗涤剂清洗，可重复使用，但这种口罩不能有效防护病毒。

特殊时期，提高现有丝绸口罩的防护功能成为达利丝绸面前的一项新课题。张金珍与领导层一起商讨如何改进技术、提高防护功效。最终，通过与浙江理工大学纺织科学与工程学院（国际丝绸学院）教师、专家的紧密联系，制定了提升口罩生产关键技术的方案。张金珍经过反复试验实践，在短时间内改进技术，出炉了加强版丝绸口罩（3D口罩），即在一般防护型口罩的基础上，提高口罩抗菌功能性，进一步阻隔有害物，这项产品得到了权威机构的全检合格。

这种丝绸口罩一上市，便得到了广大消费者的好评，产品供不应求。但是，疫情面前大局为重，达利丝绸生产的口罩价格不涨反降，从疫情之前的24元/只，降价至成本以下的15元/只。

2月10日，达利丝绸接到浙江省政府指令，要求公司紧急转型，日产50万只一次性民用防护口罩，并作为一项政治任务来完成。当然，转型生产防护口罩，必

须履行相关手续和提供样品。

接到任务后，张金珍赶赴杭州参加了浙江省新冠肺炎疫情领导小组组织的口罩生产协调会，当晚，立即联系口罩材料供应商。

一只简单的口罩，生产流程非常复杂，单是原材料采购就有熔喷布、鼻梁条、耳带、银纤维、缝纫线等10种。直到后半夜，她终于找到相关供应商，形成一个完整的供应链。张金珍紧催快跑，14日全部材料采购到位，并连夜投入试样。15日一早，张金珍带着样品专车送到浙江省轻工质检院检测，当日检验合格，允许马上投入生产。

张金珍舒了一口气，但接下去的任务更重。一天50万只口罩，如何完成？现在已组织下属服装公司、家纺公司专门生产口罩，但凭现有生产能力，根本出不了那么多产量。张金珍利用上级部门给的信息，以及外协单位的优势，广纳资源，组织到3000多台缝制机开足马力加速生产，日产已达100多万只。

生产问题解决了，难题又接踵而来。非常时期，原材料的供应不能确保，特别是被称为口罩“心脏”的熔喷布。尽管熔喷布价格一涨再涨，但还是找不到货源，如果能找到稳定的熔喷布原料，那原材料供应链就能稳定了，张金珍提着的一颗心才能真正放下。

公司订购的12条口罩生产线，2月底已进入全面安装调试阶段，一次性口罩生产即将进入自动化，为了适应新的形势，张金珍又在筹划下一步的各项工作。

为大家，防疫复产两不误

复工以来，张金珍不分昼夜地坚守在岗位上，既要管理口罩车间的生产，又担负着公司的防疫、复工等诸多事宜。

随着公司大面积复工，2月4日，公司发出致全体员工的一封信，并出了25道新冠肺炎预防的复工培训必答题。张金珍作为主要负责人，除了通知湖北7名员工先不要回来上班外，严格要求未接触外籍人员的本地员工从事口罩生产工作；将所有员工正确佩戴口罩落到实处，强调员工进入车间先洗手，车间勤洗手，车间处于通风状态；安排专人每天对员工班前、班中、班后进行严格的体温测量；每日两次对工作场所、电梯间、卫生间等场所进行消毒；车间门口新增消毒地毯、电梯口摆放一次性纸巾供按键时使用、各洗手槽增加洗手液，公司LED大屏幕滚动播放防疫科普知识等。

张金珍认为，对员工的安全负责，既是对口罩生产所服务的对象负责，也是为社会稳定助力。

为了保障员工的健康安全，张金珍和人事行政部同事一起承担了公司人员信息全面跟踪工作。每日跟踪调查上报员工的信息如假期动向、有无湖北接触史、健康状况、住址、电话等各项信息，确保员工复工前的身体健康情况。由于复工员工人数众多，她对下属企业上报的数据报表还要逐一核实。

疫情就是命令，防控就是责任。张金珍觉得安全防范工作就是建立在重复和繁琐的流程上的。在她眼中，阻击疫情、保障公司顺利复工比什么都重要。TA



张金珍临危受命，承担起达利丝绸在复工、转产、防疫等方面的重要工作。



中国轻纺城市场党委成为助推市场转型、业态发展、服务创新的一面旗帜。

传递发展信心 做实做细“三服务”

中国轻纺城以党建组织力提升经济复苏力

本刊记者_ 郭莹颖 文 / 摄



随着国内疫情形势逐渐好转，中国轻纺城市场党委第一时间吹响“两手抓、两战赢”的集结号，党员们闻令而动，干在实处，走在前列，深化“党建+三服务”，助推防疫复工齐头并进。

目前，中国轻纺城市场党委下辖34个党组织，党员939名，这张鲜亮的红色覆盖网，如今已成为助推市场转型、业态发展、服务创新的一面旗帜。党建强，则市场强，市场党委实现市场服务与市场发展同频共振，巩固创新2020年度柯桥区党员春季培训，及时聚焦疫情之下，中国轻纺城市场转型升级中遇到的瓶颈问题，广泛组织党员开展联系服务经营户活动，为经营户解难题、办实事、化矛盾，解决市场当中发现的一些共性问题，采取项目化、清单式的方式，逐项推进落实。

主动上门 面对面指导

为了充分发挥党组织主心骨作用，构建联防联控体系，近日，中国轻纺城市场党委创新开展“三服务”工作，广泛征集、梳理市场发展需求和共性问题，帮助解决实际困难，为经营户答疑解惑、提供精准服务。

3月18日，中国轻纺城市场党委联合中国轻纺城司法所对经营户进行上门服务，先后走访浙江金凤凰家纺有限公司、绍兴富妮诺家纺有限公司、柯桥远东纺织有限公司、绍兴一家人布业有限公司。同时为市场经营户送上“普法大礼包”，帮助企业党组织建立防控预案及应急预案，着重对企业复工、

政策帮扶、劳动人事、诉讼应对等给予指引，交流经营户当前遇到的一些困惑，如疫情之下企业发展有哪些难处、疫情全球性扩散对进出口企业带来的影响，该如何应对等，进一步凝心聚力、提振信心。

一名党员，一面旗帜。徜徉在中国轻纺城市场，除了种类繁多、琳琅满目的面料，来往的客商总会被挂在门市内的一块公示牌吸引——“共产党员经营户”。这些在市场里经营的党员商户，平时在经商之余，也经常会帮着调解其他经营户之间的纠纷，或者为困难群众提供救助……邱远东就是这样一位热心的党员，作为北市场网格党支部书记，邱远东积极发挥党建工作的先锋作用，以党建来引领市场更好发展。中国轻纺城复业后，市场的交易氛围逐渐浓厚起来，邱远东告诉记者，一次，一名采购商和市场经营户发生口角，在看到市场宣传栏处标有自己支部书记的职务和联系方式后，便联系到了自己。“我当时正在外地，在与这位客商电话沟通两小时之后，第二天马上返回柯桥，为他们做中间的协调工作。作为党员，也是中国轻纺城市场的一份子，我有责任带领大家更和谐、更强大，这也是党员的初心和使命。”

邱远东在北市场有一间名为远东纺织的门市，主营麂皮绒烫金、印花、压皱、复合等深加工面料。他坦言，受疫情影响，导致货期延迟，货款迟迟收不回来，随着疫情全球性蔓延，出口订单被取消，公司目前的现金流受到影响。在市场党委和司法所相关人员的指导下，邱远东表示，他在服务好客户、做好产品的同时，将根据柯桥区在疫情期间出台的政策文件寻求帮助。

中国轻纺城党工委副书记、中国轻纺城建管委副主任钱苗娣表示，中国轻纺城市场党委要以正确的政治方向引领市场发展，深刻认识到党建工作对传统市场走出困境、转型升级的重要性。同时紧扣市场发展主题，坚定市场发展信心，全面提升市场全体党员干部、广大经营户的精气神，狠抓工作落实，走出一条“党建强市场强”的示范之路，为建设“国际、时尚、智慧、高端”的现代化轻纺城和新时期“国际纺织之都”提供坚强保障。

“云”上调解 点对点服务

在为经营户送上的“普法大礼包”中，有一本由柯桥区司法局、绍兴市律师协会柯桥分会编订的《柯桥区企业应对疫情法手册》，共设70个问答，从劳动人事、对外经营、建筑施工、诉讼应对、捐赠实务、行政责任、刑事风险等八方面助力依法推进疫情防控，满足企业有效应对防疫有关的法律需求。

为了满足中国轻纺城市场化解纠纷的现实需要，推动调解工作提质增效，中国轻纺城司法所于1999年成立，这也是国内专门为大型专业市场服务而设立的首家司法所。根据市场分布及特点，目前设立东市场、东升路市场、北市场、天汇市场和柯北市场五个调解室。

近日，轻纺城司法所东升路市场调解室成功调解处理了一起因疫情导致物流延误而引起的经济纠纷案。2月底，一位来自临安的采购商向东升路市场的一家门市订购了价值4万余元的40匹面料，并付定金8000元，要求马上发货。但由于受疫情影响导致物流无法发货，该采购商向别的商家购买了同类产品，并要求东升路经营户退还定金。但东升路经营户认为物流是由于疫情导致的延误，责任不在自己，故双方请求轻纺城司法所



东升路市场调解室的工作人员进行调解。调解室工作人员了解事情原委后，表示双方要相互理解，考虑到双方没有明确具体交付日期，而且该面料那时已经发货，如果拒收也会给经营户带来一定损失。经过工作人员的耐心劝导，最终由经营户退还5000元，双方握手言和。

据中国轻纺城司法所所长王国红介绍，为了给疫情期间市场能够平稳发展提供法制保障，中国轻纺城司法所还通过“零接触”调节服务、“定制式”法律服务和“自助式”智慧服务等“互联网+”思维，开创司法行政服务工作新格局。“我们引导经营户及客商实行扫码维权、微信公众号、电话等信息化平台进行咨询，复业以来共成功调处纠纷19件，为当事人挽回损失57.2万元。同时开展组团驻点服务，推进免费法律服务专项活动，由9名律师组建“法律服务团”，律师每周三到市场无偿提供驻点式的法律服务，线上通过微信群、“轻纺城微司法”公众号全天候把脉，复市以来共接受咨询74人次。为了实现从“最多跑一次”到“一次都不用跑”的转变，打造最佳营商环境，落实惠企便民，我们在轻纺城智慧治理中心引进了公共法律服务人工智能自助机。今年以来法律机器人解答咨询15人次，赔偿计算1人次，律师视频连线解答5人次，下载法律文书99份。”王国红说。

“微”端助力 心对心帮扶

此次疫情对于柯桥纺织企业来说也是一次挑战。怎样最大限度地纾解中小微企业的困难，提振企业的信心？把服务送到中小微企业，中国轻纺城市场党委在行动。3月27日，市场党委借助浙江轻纺城集团股份有限公司旗下网上轻纺城直播平台进行以“疫情带来的市场法律问题”为主题的云直播，邀请浙江越光律师事务所律师陈子平对柯桥纺织企业开展针对性的法律知识指导，进一步提升企业对于复工复产的信心。

陈子平在为大家介绍当前国内外疫情形势的基础上，从“企业用工方面法律风险”、“企业合同履行方面法律风险”、“柯桥区防疫期间的政策”等三方面，结合实际案例引导广大市场经营户如何在疫情期间合理保障自身权益，获得大家的满屏点赞。大家纷纷留言：“法律问题线上直播，走新又走心”、“实际案例都是身边事，对我们经营户很有帮助”、“最新的政策，线上直播活动形式新颖，鼓舞人心，催人奋进”……直播期间，经营户参与1200余人次，并积极交流互动。

党员经营户代表戴子诚来到网上轻纺城旁听直播，他表示，前期外地员工因疫情无法返回柯桥，自己在工资发放、员工管理等方面存在较多疑惑，旁听直播课程之后了解到了如何避免法律风险，更好地规划后续发展。“一直以为直播是交流娱乐的工具，现在直播也可以是宣传党建思想政治工作的重要途径。作为党员，听了这么多年党课，也要紧跟时代步伐，通过这种既新颖又接地气的方式，学习党的思想政策，紧跟时代潮流。”

加快推进企业复工复产，加快恢复经济社会运行秩序，这是对企业的考验，也是对中国轻纺城全产业链的考验。后续，中国轻纺城市场党委还将继续保持越难越攻坚、越险越争先、越苦越奉献、越强越亮剑的作风，通过强党建、敢担当、善创新，以税务、知识产权等为主题进行线上直播，同时计划组织经营户去法院旁听学习法律知识，为夺取疫情防控阻击战、发展总体战的“双胜利”，实现“开门红”、“全年红”展示更有力的柯桥自信。TA



中国轻纺城集团
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL 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。



首届 2020 全球纺织云展会助力柯桥纺企“云”端破局。

拥抱新模式 云端觅商机

首届 2020 全球纺织云展会举办

本刊记者_王利

推新品、觅商机、观趋势、会商友……展会是展示新品的窗口，是连接上下游产业链的桥梁，是行业发展的助推器。然而受疫情的影响，国内外各大展会纷纷延迟或取消。对于纺织行业而言，原有的节奏被打乱，新品推广受阻，直接影响到后续订单和企业的发展。为此，柯桥政府和纺企齐心协力寻求破局之道，依托大数据、云平台等新业态变革运营模式和服务方式，在危机中寻找转机，迎来发展新机遇。

3月20—27日，首届2020全球纺织云展会成功举办，助力柯桥纺企“云”端破局。云展会由中国轻纺城建设管理委员会、柯桥区商务局、浙江中国轻纺城集团股份有限公司主办，轻纺城集团旗下全球纺织网、网上轻纺城承办，绍兴市贸促会协办。参展商以柯桥当地纺企为主，杭州、温州、嘉兴、台州、海宁等浙江省内企业和广东、江苏等国内其他纺织集群企业也踊跃参与。150余家展商在线展出了毛呢、牛仔、针织、印花面料、蕾丝等多品类新品，让面料时尚魅力在云端精彩绽放。

展会设立女装面料、男装面料、婴童装面料、印花面料、产业用布、家纺家饰等六大在线展馆，一切操作均在云端进行，采购商不仅可以线上逛展会，与展商进行直播互动，还能通过展品页面直接进行下单购买。据统计，展会期间日均浏览量达13680次，94家企业开通直播，观看总计33681次。

让“互联网之光”照亮后疫情时代之路

目前国内疫情虽然得到有效控制，国外疫情却在蔓延，在经济全球化的大环境下，纺织企业面临着严峻的挑战，也倒逼很多企业走出舒适区，探寻另一种生存的可能。本届云展会恰逢其时，旨在帮助轻纺城纺织企业解决国际疫情之下展会开展难、企业参展难、客商互动难等多重问题，推动“互联网+纺织”的深度跨界融合，为行业发展注入新活力。

1号女装馆的绍兴誉迎纺织品有限公司通过直播成功引流多位意向客户。据了解，该公司主营各类粗纺毛呢面料，从原料端入手，以高品质、快反应、多品类见长。“受疫情影响，2020年新品推广渠道受阻，云展会为企业产品推广提供了新的方向。这几天我们每天都在直播，从最初的直播画面和语音延迟到后来同步，并增加视频聊天新功能，我见证了该平台一步步完善，我相信未来网上轻纺城将带给展商更多惊喜。”公司销售经理任昱铭说道。

绍兴柯桥区龙之谷电子商务有限公司主营罗马布、提花、印花、毛圈、雪纺、网眼布等各类针织产品。“我们公司是工贸一体的企业，‘龙之谷’这个抬头是在2014年专门针对与网上轻纺城合作成立的，多年来从线上引流到线下的客户源源不断，为公司发展提供了充足的客户资源保障。”公司

总经理汪家苗说道。

对于本次云展会，龙之谷积极响应，由于经营品种较多，在女装、婴童装两大展馆均有展出。汪家苗表示，云展会和同步直播是未来渠道营销新模式，面料作为B端产品，畅通线上销售还有很长的路要走，但对于企业品牌推广和客户引流有着良好效果，我们愿意和主办方一起尝试，在探索中不断进步，引领未来发展趋势。

经此一疫，未来人们的生活和工作方式逐步改变，对线上模式的依赖达到新的高度，加快数字化转型，抢占新赛道，将帮助纺织企业把握后疫情时代互联网经济主动权。柯桥纺织行业深谙此道，愿第一批“吃螃蟹”，引领行业变革，布局未来发展。

以云端助力产业链上下游“千里相见”

本届云展会打破千篇一律的营销模式，免去参加展会和拜访客户的舟车劳顿、各种费用，以及疫情下的安全隐患，足不出户便可结识国内各地客户，不仅解决了展商新品推广的当务之急，也为采购双方带来全新的参展体验。

展会期间，吴江市永隆发纺织品有限公司总经理蔡鸿苗每天都能接到十余个产品询问和洽谈电话，收获了大批意向客户。据了解，该公司主营四面弹面料，为了支援抗疫，从今年2月底开始拓展无纺布防护面料，与诸多老客户达成合作，已成功销售几十万米面料。“由于无纺布面料是今年新拓展的，在目前特殊情况下，除了从老客户中挖掘合作对象，很难开拓新的客户，本次云展会让我们结识到国内各地客户，为产品推广打开新的大门。”公司总经理蔡鸿苗说道。

6号家纺装饰馆的鸿辉家纺今年以来主营棉麻类工程纱和白纱，以简约现代风为主，做工精湛、品质高端，致力于满足疫后消费者健康环保新需求。面对疫情影响，今年鸿辉家纺一直在寻求新的营销模式，并尝试抖音直播方式为线下引流，云展会如同一场“及时雨”，帮助企业拓宽销售渠道，打通产业链上下游信息不对称的阻点。

公司总经理章洪浩对记者说：“展会期间，我每天都进行线上直播，还尝试通过抖音和云展会直播相互引流，增加线上人气，效果非常不错，每款产品每天的浏览量平均达300左右，为公司带来精准的潜在客户群体。”

作为疫情期间全国首届云展会，这是一次尝试探索，展现了全球纺织网、网上轻纺城强大的资源整合、技术创新能力，以及强烈的社会责任担当。展会的成功举办，为产业链上下游架起合作交流的云通道，进一步提升中国轻纺城整体品牌形象和影响力，为全国同类纺织产业集群的创新变革树立了新的样板。 **TA**

聚焦

以“步鱼计划”推动柯桥纺织高质量发展

近日，柯桥区召开了干部大会暨制造业高质量发展“步鱼计划”推进大会，深入学习贯彻习近平总书记关于制造强国战略的重要论述精神，贯彻落实浙江省制造业高质量发展大会和绍兴市制造业集群发展推进大会精神，进一步凝聚共识、提振信心、营造氛围，脚踏实地推进制造业高质量发展，为柯桥实现“两手硬两战赢”、冲刺全国“十强区”提供强大动力和支撑。

那么，为何提出“步鱼计划”呢？一是步鱼的生存水质一定要好，这与发展制造业离不开良好营商环境十分吻合；二是步鱼在水里很安静，这与发展制造业要耐得住寂寞、抵得住诱惑的特性十分契合；三是步鱼看似不动，但对外界的感知非常灵敏，这又与制造业要及时有效应对市场环境变化的要求十分符合。

纺织业作为柯桥的支柱产业，现代纺织是柯桥区将聚力打造的重要制造业产

业集群之一。根据“步鱼计划”，到2025年，柯桥将新培育形成2000亿级现代纺织，并做强时尚产业、智能制造产业两大优势制造业，做专新材料新兴产业。未来几年，柯桥区将持续深入实施传统制造业改造提升和印染产业转型升级两大省级试点，聚焦高端化、智能化、协同化、绿色化，加快推进“智能+”“5G+”，以“最多跑一次”改革为牵引，持续深化“三服务”，不断为纺织行业发展赋能。

会议强调，制造业是产业发展的关键支撑，是经济高质量发展的重要基石。当前和今后，柯桥要建设新时期“国际纺织之都”，打造融杭接沪示范区、区域治理现代化标杆区，冲刺全国“十强区”，争创全国一流现代化强区，都离不开制造业的高质量发展。对于柯桥纺织行业而言，“步鱼计划”为接下来的发展指出明确方向，将进一步推动柯桥从“纺织大区”向“纺织强区”迈进，助力行业高质量发展。

柯桥外贸纺企驰援意大利米兰

“青山一道，同担风雨”、“同舟共济，共克时艰”……近日，贴着深情寄语标签的防护服从柯桥区出发，顺利抵达意大利米兰。据悉，这批经CE认证的3000套防护服均是柯桥当地企业绍兴金阳纺织有限公司生产，总价值20余万元，将供米兰市政当局和医疗系统使用。

记者获悉，这批柯桥区驰援意大利米兰防疫物资由凡特思集团有限公司、绍兴柯桥木林盛贸易有限公司、绍兴凯明纺织品有限公司、浙江红绿蓝纺织印染有限公司、绍兴博成纺织品有限公司、浙江莉莎贝拉纺织服饰有限公司等柯桥重点外贸企业发起，会同柯桥区人民政府，通过柯桥区慈善总会，让米兰华夏董事长周小燕代为赠送。

意大利不仅是欧洲文艺复兴的发源地，同时也是世界上最著名的时尚国度，随着柯桥时尚创意产业的发展，近年来柯桥与米兰之间的合作交流日益紧密，两地政府签署了友好交流合作备忘录。落户柯桥的中欧时尚梦工厂、中纺CBD的米兰·柯桥馆和已在意大利落地的丝路柯桥·米兰馆为两大时尚之都搭建起产业合作的桥梁。

近期，意大利新冠肺炎疫情蔓延牵动着柯桥纺织外贸企业的心，政企协力以最快的速度筹集防护资源，帮助米兰共度难关。相信疫情过后，柯桥与意大利米兰市的情谊将进一步升华，合作将进一步拓展，推动柯桥从“世界工厂”向“东方米兰”华丽转身。



柯桥 800 余款面色卡现身深圳睿时尚设计平台。

网上轻纺城与睿时尚携手共赢

日前，睿时尚设计（深圳）有限公司赴网上轻纺城考察，希望通过双方资源整合，把设计师平台和全球纺织网供应链体系结合起来，两个平台结合的双赢体系将会有效对接设计师的上游需求，为终端客户提供从面料到设计的一站式服务。近日，网上轻纺城、全球纺织网将首批匹配完成的800余款色卡及挂卡样运至睿时尚公司设计部展示，以供该公司的设计师挑选使用。

据了解，深圳睿时尚设计师平台是一个致力于为服装行业提供产业链服务的大型互联网平台，业务涵盖设计、趋势、样衣、面料、供应链等多领域。平台以“设计”为核心，建立了全球最大的服装设计图稿交易平台，带动了趋势、样衣、面料等周边衍生业务的发展，形成良好产业生态闭环。

据网上轻纺城、全球纺织网相关负责人介绍，此次合作旨在通过资源整合，把设计师平台和全球纺织网供应链体系结合起来，接下来将不断挖掘双方的资源潜力，以对接会、展会等多种形式开展更多合作，促进平台会员企业更多元化、立体化营销，激发设计师灵感，为设计赋能，为产业助力。

(本版整理/王利)

柯桥坯布新材料展将于6月举行

近日记者获悉，受疫情影响延迟的2020中国坯布纺织新材料展（绍兴柯桥）将于6月11—13日在柯桥·中国轻纺城国际会展中心举办。

展会展出面积约为1.5万平方米，按经纬、纱线、坯布、染料助剂、后整理等分区展出，并设置主形象区、大型特装区、小型特装区、标摊区四大展区，将集结众多行业内标杆实力企业展出20余万款产品，将依托柯桥纺织集散地资源优势，再次为行业带来一场融汇新技术、新产品、新趋势的纺织源头盛会。

为最大程度保障展商的参展效果，营造疫后舒适安全的参展观展环境，主办方将为

此次参展的非绍兴市（柯桥区、越城区）展商提供一定的住宿及餐饮保障，具体根据展商所购展位进行标准划分。结合当前因疫情改变了的消费行为和心里，展会主办方将顺势应变，优化营销模式和服务手段，为参展商提供额外的“云发布”配套服务，进行线上线下同步展出，保障展商展出效果最大化。

此外，展会同期还将举行精彩配套活动，形式将不限于产业论坛、新材料趋势发布、T台秀等，将邀请业内精英、时尚大咖、专家学者等重量级嘉宾悉数到场以多元思维碰撞智慧火花，以创新思路启迪未来之变，展示纺织源头改革创新的发展风向、绿色环保的责任理念、合作共赢的大势所趋。

“纺织名城”再出发 “时尚之都”耀东方

专访吴江市委常委、吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记王益冰

通讯员 范明娟



王益冰

面对突如其来的新冠肺炎疫情，盛泽镇全面动员、全员参与、全力以赴，疫情防控阻击战取得了阶段性胜利。

目前，盛泽正根据区委“争、抢、闯、快、拼”五字诀要求全镇上下抢任务、补时间、拉节奏，加快推动经济社会高质量发展以夺取最终胜利。

日前在接受采访时，吴江市委常委、吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记王益冰表示，今年是高水平全面建成小康社会和“十三五”规划收官之年，盛泽镇将围绕市、区的战略部署，突出“三重”（重点领域、重点活动、重点项目）、提升“三力”（创新力、组织力、执行力），全面提速创新引领的“时尚之都”建设。

产业、市场、城市“三位一体”，按下高质量发展“快进键”

王益冰表示，建设“时尚之都”需要通盘考虑、精准施策。

盛泽镇将全面贯彻落实坚持“两手抓”、夺取“双胜利”的部署要求，在打好疫情防控阻击战的基础上，以关注“三重”、提升“三力”为主导，加速产业、市场、城市“三位一体”融合发展。

今年以来，盛泽镇积极在产业提档升级上创新突破，抓好“后疫情”时期的发展先机，围绕“科技、时尚、绿色”发展方向，坚持走差异化、功能化、智能化、科技化的发展路径，引导企业向创新要动力、向智能要效率，提升企业的技术装备水平，推动企业高质量发展。

盛泽镇坚持用创新赋能产业，开展工业企业整治提升行动，细化企业评价系统，通过正向激励和反向倒逼机制，针对性开展租赁企业管理，加大“散乱污”企业整治力度，促进优质资源向优质项目和优质企业倾斜，实现产业有活力、企业有竞争力、土地更有效益。

盛泽镇在激发市场活力上勇立潮头。围绕区委、区政府打造吴江南部“新时尚组团”的战略部署，盛泽镇主动展示自身的首位担当，全面提速“时尚之都”建设。以首届盛泽“国际时尚周”为媒介，



盛泽镇正以更加开放的姿态拓展发展新空间。

打造“秀、展、赛、会、商”等系列活动，吸引时尚创意资源流入，塑造盛泽的时尚城市气息。

同时，盛泽镇正以更加开放的姿态提升市场，积极拓展对外开放新空间，打造“国际贸易集聚区”，建立纺织贸易新高地，为稳定全球纺织供应链贡献出“盛泽力量”。

盛泽镇还在提升城市能级上用功发力。围绕提升基层治理体系和治理能力现代化的发展要求，盛泽镇深化行政管理体制改革，提升社会治理能力，以智慧盛泽建设为主导，细化微网格管理，促进基础网格、警格、专业网格的互动融合，形成“大网格+”的精细化管理体系。

盛泽镇以全国文明城市创建为总抓手，切实提高市民文明素质和城市文明程度。今年，继续推进农村人居环境整治工作，深化违章建筑、黑臭河道整治，加强出租房管理，全域提升农村人居环境质量。

推动纺织产业提档升级，创新引领实现“弯道超车”

创新，是区域实现高质量发展的前提条件，也是长三角一体化发展的大背景下，盛泽镇突出重围的根本出路。

纺织业是盛泽镇的支柱产业，如何让这一传统产业焕发新的活力与生机？盛泽镇从“两园一区”建设、新兴产业项目招引、新兴产业技术与人才落地、产学研深度融合等方面入手，多措并举，推动纺织产业提档升级。

盛泽镇着力加快吴江循环经济产业园和战略性新兴产业园的建设，把推动新兴产业发展作为优化产业结构的重要抓手，引进“大健康”、智能制造等战略性新兴产业项目，打造以专精特新企业为主体的战略性新兴产业创新集聚园区。

同时，盛泽镇不断提升科学聚才水平，擦亮盛泽人才品牌服务中心名片，发挥盛泽海外“双创”联谊会作用，通过“以才引才，以才荐才”，打造海外人才集聚高地。加强技能人才队伍建设，加快纺织产业工人技术的提档升级，培养稀缺人才，提升高技能人才队伍占比，为纺织产业转型升级培养更多“绸都工匠”。

在开展引才聚才工作的同时，盛泽镇积极推进产学研深度融合，促成千人计划工作站、院士工作站在盛泽落地，积极引导企业与国内外高校、科研院所产学研合作，举办“走进高校、感知盛泽”招才引智活动，助推科技创新成果在盛泽的有效转化。

民营企业是盛泽纺织产业的主力军。盛泽镇持续优化营商环境，助推企业继续转型升级，推动产业进一步提档升级。

疫情发生后，全镇上下一心、政企同心，疫情防控与经济发展“两手抓、双过硬”，稳定了经济社会发展的基本局面，3月初已实现了全产业链的复工复产。接下来，盛泽镇在全面贯彻落实各级惠企政策的基础上，结合发展实际，



盛泽镇正不断提升科学聚才的水平。

优化营商环境，提振发展信心，增强区域吸引力，用优质的营商环境实现“弯道超车”。

盛泽镇将优化调整经济高质量发展政策和市场扶持政策，出台时尚产业、纺织产业、市场发展三年行动计划，以产业政策的规划引领，实现政策的精准扶持。

王益冰表示，盛泽镇党委、政府将当好服务企业“店小二”，树牢“用户思维”，关注“客户体验”，坚持问计于企、问需于企，稳定企业发展预期，坚定发展信心。同时，将全力推动行政审批制度改革，在承接权力下放的基础上，优化内部流程，全力营造优质、高效、便捷的营商环境。

放眼望世界，树立高标准，勇当一体化发展的“先遣队”

今年，长三角一体化示范区建设将全面推进。盛泽镇始终把全面融入示范区建设、主动承接示范区溢出，作为拉高标准、高质量发展的核心之策。

王益冰表示，盛泽镇将在经济、产业、文旅、科技、项目、人才等方面积极作为，进一步接轨上海等长三角区域中心城市，以“绿”为底色建设世界级纺织产业集群，以“生态宜居”的新姿态，积极主动融入一体化发展的现代都市圈。其中，举办首届盛泽国际时尚周就是一次极具创新意义的探索、尝试。

王益冰说，举办首届盛泽国际时尚周既是落实区委、区政府打造吴江南部“新时尚组团”的实践之举，更是用时尚赋能产业、助力市场提档的现实之策。时尚周以“丝韵东方、时尚盛泽”为主题，打造“秀、展、赛、会、商”五大板块，将展现一场具有盛泽特色的时尚大典。当前，盛泽镇已完成时尚周的初步建议方案，组委会组建方案正在落实中，与相关机构的对接也在有序开展中，后期会根据疫情防控情况，明确时尚周的举办时间。

除了打造首届盛泽国际时尚周，盛泽镇还不断推动中国东方丝绸市场业态的提档升级，优化改造传统市场经营布局，科学合理划行归市，运营好东方纺织城，提升市场的层级和发展水平。“我们正按计划推进‘智慧市场’的建设，优化整合‘东纺云’，打造永不落幕的‘网上市场’。”王益冰说，盛泽镇将用开放激发市场活力，立足一体化发展大背景，加大盛泽对外贸易拓展力度。

盛泽镇将围绕楼宇经济，打造5000平方米左右的“国际贸易集聚区”，以此推动纺织外贸企业集聚发展，力争全年引入50家贸易公司集中入驻，并配套相关的扶持政策和公共服务平台，打造纺织贸易的新高地。

盛泽镇还将充分利用长三角一体化发展的战略机遇，突出发展协同，主动融入上海国家科创中心建设体系，全面深化与华东大学等高校院所的合作交流，加快高层次人才和创新资源集聚。用创新助推产业提档，用时尚引领市场转型，深化与上海会展中心的有机联动，全面提升盛泽时尚周、纺博会的专业化水平，增强“产业+展会”叠加效应，实现产销良性互动。



同时，盛泽镇正积极筹划，畅通城市路网，重点开展城北、城南快速通道及对接浙江快速通道的规划研究；以城市有机更新为主线，聚力“三治”、“三优三保”，加大小型工业集聚区整治强度、低效用地盘活和“两高一低”企业的淘汰力度，为发展提供更大空间；推进城市生态廊道工程，启动蠅子荡南滩先导段建设，打造精致绿色高品位的城市景观。

“目前来看，虽然疫情防控给盛泽经济社会发展带来了一定的压力，但受益于盛泽完整的产业链条和复工复产的迅速落实，我们有信心有决心完成全年高质量发展的各项预期目标任务，进一步打响‘中国面料看盛泽’的金字招牌，提升盛泽‘科技、创新、绿色、时尚’的纺织产业在全世界的影响力。”王益冰表示。TA

中纺绿纤硬核战“疫”拼出中国效率， 消杀湿巾下线仅用 19 天

本刊记者_郝杰

上市了！3月4日，绿纤—卫赛尔卫生湿巾在京东商城正式开始销售。距离1月24日除夕凌晨通用技术集团中国纺织科学研究院有限公司（以下简称“中纺院”）向所属单位发出抗“疫”动员令，仅仅过去才40天。事实上，2月12日第一批绿纤—卫赛尔战“疫”产品消毒湿巾就已成功下线，仅用19天实现了从上游纤维原料到终端湿巾商品的延伸，并采取捐赠和定向购买的形式为抗击新冠肺炎疫情做出贡献。

对于中纺院绿色纤维股份公司（以下简称“中纺绿纤”）的所有人来说，这是一场硬核战“疫”。在这么短的时间内打通产业链和销售渠道，对于一家纤维生产商来说难度可想而知。为了给人民群众做好消毒保护，必须分秒必争，与时间竞速，这是央企扛在肩上的社会责任与使命担当，更是中纺绿纤创新制造的集中体现。

“抗击疫情需要什么，我们就生产什么！”

中纺绿纤的战“疫”工作日报摘要中记录了这个践行使命的奋斗历程。作为中纺院自主研发的Lyocell莱赛尔纤维产业化项目的实施主体，中纺绿纤的生产技术打破了国外20多年技术垄断，生产工艺绿色环保，达到世界领先水平。

在中国通用技术集团和中纺院的领导下，中纺绿纤以“防护”和“消毒”组合拳投入战斗中，研究决定迅速调整产品结构，向着可用于医用防护服、医用口罩的专用纤维——绿纤—卫赛尔发力。

“抗击疫情需要什么，我们就生产什么！”为了完成这个目标，尽快为抗击疫情作贡献，公司上下积极投入到战斗中，春节期间一日无休，每天24小时开足马力

组织生产，并与下游企业积极对接，积极开发用于抗疫的防护和消杀用品。

做好全国人民的健康卫士

为了打好防护和消杀的组合拳，中纺绿纤展开了对于下游产品的研发论证。绿纤—卫赛尔作为一种新型绿色环保纤维材料，其特有的物理和化学结构使其具有天然抑菌性，特别适用于医用防护用品的生产。其亲肤特性可以有效解决普通口罩长期佩戴导致的皮肤红肿问题，用于医用防护服舒适性更高；优良的吸湿性能表现，尤其适用于消毒湿巾的开发。经研究，中纺绿纤将消毒湿巾开发作为主要的攻关目标，与此同时在防护方面的医用口罩与防护服开发也同步推进。

最终，绿纤—卫赛尔卫生湿巾确定以75%医用酒精作为消毒液，为携带方便并尽量保持拆开包装后的酒精浓度，采用了一次性包装设计；每一片湿巾高达3.9倍保液能力，远超国家标准的1.7倍，可以吸收更多酒精，使杀菌更高效；由于原材料绿色环保无污染，在保持了湿巾擦拭强度的同时拥有棉一般的舒适手感，并且使用后降解，不会对环境造成污染。

为全力抗击疫情，共渡难关，中纺绿纤公司积极履行社会责任，先后向社会捐赠消毒湿巾共计108箱，价值97200元，产品受到一致好评。

19天，从抗疫责任到消杀产品，并且打通销售渠道，把产品传递给祖国人民，这就是中纺绿纤硬核战“疫”拼出的中国效率。做出好产品，保卫每一位医护人员和百姓的健康安全，为国家抗“疫”之战做出贡献才不辱使命！**TA**



微信号：tachaobao



微信号：fzfzck

潮报

他的时尚，她的时尚，TA的时尚，关于时尚的新潮播报尽在**TA潮报**
接地气的时尚产业新闻，本土原创的设计推广平台
《纺织服装周刊》(TAweekly)出品，行业品质，精良之作

依托信诺集团内外资源联动优势加快转型升级

针织设计新贵诺仪的 5 年进阶史

本刊记者_郭春花

尽管2015年才刚刚成立，但因创新的管理模式、全新的设计服务理念，诺仪公司迅速崛起，在国内针织行业独树一帜，让传统同行艳羡不已。然而就在诺仪设计成立5年之际，2020年初，一场人事地震让外界再次将目光汇聚。

就在所有人都在担心诺仪设计的前途时，公司董事长史可杰坦陈，在2020年初，公司的高管团队发生了一系列的调整变化。其实，有关企业的未来发展方向，早在2019年年底，信诺集团成立20周年庆典上，史可杰就给出了两条关键信息：一是要整合各方资源，形成多维合作，二是要紧密结合市场，健全服务体系。信息一经提出即成为业界关注的焦点，同时也让合作伙伴、供应商和外界吃下了一颗“定心丸”。

关键信息一： 整合各方资源，形成多维合作

早在2018年，诺仪开始尝试“哑铃式结构”的“虚拟经营”模式，即专注于产品设计与生产、物流、市场拓展、销售服务和信息化管理等全供应链流程协同管理，有效将信诺集团资源和海内外针织行业优秀的生产资源进行整合。

从目前诺仪公司的一系列行动中不难看出一些端倪：一是整合日本设计，贴合亚洲审美。2019年，

诺仪引入了以品质及细节著称的日本设计师，从设计源头做到让产品更精致含蓄符合亚洲审美。二是缩短产品工期，满足客户速度。诺仪改变销售策略，推出“小批量即期供货”，率先把大规模订单生产转变为小批量、快速交货的现货储备销售体系。“为了配合客户的生产周期，从策划开发、原料采购、生产、管理等方面进行改进，实现了小批量快速交货。”诺仪市场总负责人翁维阳表示，小批量快速生产是未来公司的重点方针之一，也是我们与各方客户、合作伙伴形成多维合作的重要基础。

关键信息二： 紧密结合市场，健全服务体系

随着市场化商业化发展，消费者喜好的多样化、个性化的需求提升，这就要求诺仪将设计与生产紧密结合，通过自主研发流行趋势和畅想时尚设计，实行多品种、少批量和短流程的现货模式，为客户提供全方位、多维度的供货、订货、贴牌等生产和产品服务。而为了更贴合市场需求，诺仪的市场增量则体现在部分款式的现货充足备量上，在瞬息万变的市场中，快速为品牌客户提供充盈的产品。翁维阳表示，2020年诺仪将“拓展渠道，健全服务体系”，具体包括加大客户服务团队建设，提高运营管理水平，满足不同品牌客户的需要。



诺仪产品。

具体在增量方面，诺仪设计将从两大方面解决，一是拓宽新渠道，其目的在于推进销售扁平化、减少中间环节。二是用于优化产品结构，调整增加贴合市场需求高的产品款式计划和投放。

可以这样说，在提供针织一体化服务的同时，诺仪做足了“精”“细”功夫。史可杰表示，从“设计”到“智造”再到“服务团队建设”的转变是由当前局势促成的，也一定是针织行业实现转型升级的必然前提，诺仪会朝着这个方向不断努力。**TA**

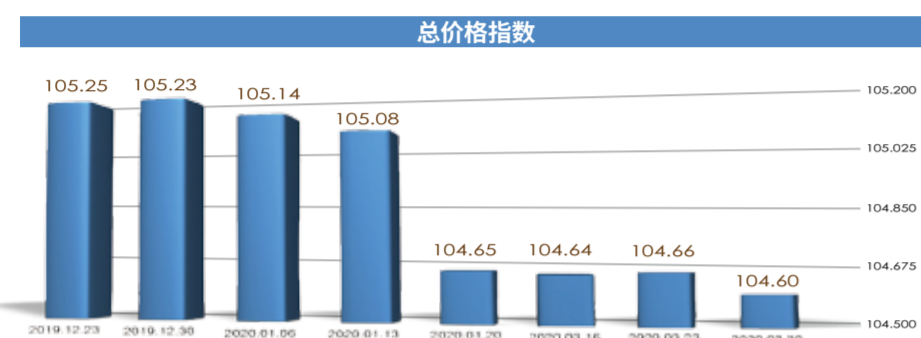
www.taweekly.com



春市营销滞畅互现, 价格微幅下跌

20200330 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20200330 期纺织品价格指数收报于 104.60 点, 环比下跌 0.06%, 较年初下跌 0.51%, 同比下跌 1.80%。



近期, 中国轻纺城春市营销滞畅互现, 其中: 原料市场价量明显下跌, 坯布市场价量环比小升, 服装面料市场布匹价量小幅推升, 家纺类产品成交价量环比小升, 辅料行情环比下跌。

原料价量明显下跌, 涤纶明显下跌、纯棉纱价格环比小跌

据监测, 本期原料价格指数收报于 79.54 点, 环比下跌 1.00%, 较年初下跌 2.10%, 同比下跌 7.14%。

聚酯行情继续下行, 涤纶行情明显下跌。本期涤纶原料价格指数明显下跌。上游聚酯原料行情继续下行, 近期华东地区 PTA 现货主流 3275—3290 元/吨, MEG 主流 3270—3300 元/吨, 聚酯切片市场报价环比下跌, 江浙地区半光切片现金或三月承兑 4550 元/吨左右。本轮涤纶原料不断下跌, 最直接的因素直指原油暴跌。作为整个纺织业的最上游产品, 原油价格大幅下跌, 导致 PTA、MEG 也出现崩盘局面, 涤纶长丝也难逃厄运, 价格不断下探。萧绍地区涤纶长丝市场行情环比下行, 厂家报价明显下跌, POY、FDY、DTY 报价明显下跌, POY 跌幅在 650—830 元/吨, FDY 跌幅在 700—800 元/吨, DTY 跌幅在 600—650 元/吨。

近期涤纶短纤价格环比下跌, 江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 5640—5700 元/吨, 跌幅在 350—375 元/吨。近期纯涤纱市场报价环比下跌, 32S 纯涤纱报 10750 元/吨左右, 跌幅在 250 元/吨左右; 45S 纯涤纱报 11700 元/吨左右, 跌幅在 300 元/吨左右。

纯棉纱价格环比下跌, 人棉纱价格继续下跌。受国外疫情影响, 全球纺织市场波动比较大。目前国内棉花期货价格已跌破万元大关, 导致下游采购不敢轻举妄动。冀鲁豫地区纱线市场, 在此大形势下也深受影响。虽然山东、河南地区的纱厂近期开机率较高, 异动较小, 但面对原料使用均为高价时购入的高成本和后续订单缺失的实际现状, 也面临着相当大的困难。萧绍地区纯棉纱市场报价环比下跌, 普梳 21S 纯棉纱、普梳 32S 纯棉纱、高配 21S 纯棉纱、高配 40S 纯棉纱、精梳 40S 纯棉纱、气流纺 10S 纯棉纱报价环比下跌。多数纺企面临着后续订单紧缺, 库存明显增加, 纱线价格随着原料价格的下跌而有下调的迹象。

近期, 粘胶短纤原料价格环比下跌, 目前粘胶短纤 1.5×38mm 中端实际中心价为 9430—9450 元/吨。近期人棉纱价格环比下跌, 30S 人棉纱价格报 13500 元/吨左右, 跌幅在 300—320 元/吨; 40S 人棉纱报 14700—14800 元/吨, 跌幅在 300 元/吨左右, 人棉纱行情持续降价。

坯布行情环比推升, 价格指数小幅上涨

据监测, 本期坯布价格指数收报于 119.05 点, 环比上涨 0.47%, 较年初下跌 0.69%, 同比下跌 1.34%。

本期坯布类价格指数呈小幅上涨走势。目前织造企业的开机率继续提升。近期, 市场营销局部推升, 坯布厂家订单环比小增, 春季坯布下单局部小升, 夏季坯布订单环比推升, 实际成交环比小增, 坯布价格环比小升。其中: 化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回升, 价格指数呈一定幅度上涨走势, 涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比回升, 拉动坯布类总体价格指数环比小涨。

服装面料销售环比推升, 价格指数小幅上涨

据监测, 本期服装面料价格指数收报于 117.52 点, 环比上涨 0.24%, 较年初上涨 0.27%, 同比上涨 0.69%。

本期服装面料类价格指数小幅上涨。中国轻纺城面料市场服装面料销售继续推升, 至目前, 传统市场采购商入市找样、下单继续增加, 市场经营户快递寄样、小批量多品种下单和中小批量发货局部仍有增加, 联托市场收货率继续增长。在今年特殊的情况下, 直播这种新的营销模式, 已经在面料销售中出现, 对于熟悉面料的“圈内人”, 专业使得面料直播完全可行。纺织企业复工复产总体继续推进, 已复工企业及返岗工人人数持续增多。目前部分规模型织造企业复工明显增加, 产出继续增加, 服装面料市场成交环比小增。其中: 纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、粘胶面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉面料、麻粘面料成交价量不等量上涨, 拉动服装面料类总体价格指数小幅上涨。

家纺营销环比推升, 价格指数环比小涨

据监测, 本期家纺类价格指数收报于 101.74 点, 环比上涨 0.19%, 较年初上涨 0.28%, 同比下跌 0.25%。

本期家纺类价格指数环比小涨。近期, 轻纺城家纺市场销售局部成交环比推升, 价格环比小涨。创新色洋花型面料订单发送量环比推升, 兼具时尚元素创意产品现货成交和订单发货环比推升。其中: 床上用品类成交环比推升, 价格指数呈一定幅度上涨走势; 窗帘类现货成交和订单发货环比回升, 遮光型窗帘布为营销主流, 提花、绣花、印花面料互动, 价格指数呈小幅上涨走势, 拉动家纺类总体价格指数环比小涨。

市场行情环比回落, 辅料指数明显下跌

据监测, 本期服饰辅料类价格指数收报于 132.36 点, 环比下跌 0.88%, 较年初上涨 0.45%, 同比上涨 1.89%。

本期服饰辅料类价格指数明显下跌。近期, 轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回落, 因下游企业备货环比下降, 现货成交和订单发货呈现环比回落走势。衬料类行情明显回落, 价格指数跌幅相对较大; 服装里料类成交明显回落, 价格指数呈一定幅度下跌走势; 带类行情环比回落, 价格指数呈一定幅度下跌走势, 拉动辅料类总体价格指数明显下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡小跌走势。主要是外单取消越来越频繁, 织造厂已难堪重负, 复工之后部分中小企业开机率仍相对不足。疫情在全球范围大流行, 各国对纺织服装的需求都在下降, 产能过剩、订单缩减的情况已远超过去年, 近期企业资金压力非常大。后市春季面料供给局部显现不足, 现货成交和订单发货局部回缩, 夏季面料局部批量下单小跌, 织造企业开机率局部显现不足, 印染企业产出相对有限; 预计大众产品认购踊跃度将环比小跌, 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

2020内蒙呼和浩特塔拉 骑士服时尚 设计大赛

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。

骑士服作为内蒙古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: fzfzck

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



T 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2019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1473项、优秀教师和学生4028名、优秀教学成果奖1555项、针织内衣创新贡献奖111项、应用基础研究55项、科技成果推广292项、全国纺织行业技术能手259名、技能人才培养突出贡献奖16人及28家获奖单位。

自1997年至今，科技教育公益活动支出9000余万元，对促进纺织科技教育事业发展起到了积极的推动作用。

宗旨 科技进步 人才成长 产业升级



纺织之光科技推广
云平台微信



纺织之光科技推广
云平台网站