

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

2020.04.20 | 第14期 | 总第974期



纺纱/加捻/卷绕/针织/织造/无纺



剑杆织机

客户中心电话: 400-999-8008





P10
疫情当前，
实实在在为行业做点事



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



P12
疫情之下，专业市场借道线上快速谋变

P16
“他”时尚呼唤纺企新一轮成长

4月8—15日，2020“丝路柯桥·布满全球”中国轻纺城云展会举办，直播探店作为配套活动，是本届云展会的亮点之一。

SALE ON

SALE IS ALWAYS READY ON

活动规则

1. 凡是到场购物的顾客，均可**免费参与**百万奖池抽奖活动，奖励丰厚。
2. 现场消费每满1000元，可凭采购证明和收据，再次参与百万奖池抽奖活动，10连抽将获得**额外一次**抽奖次数。
3. 现场抽奖顾客将额外获得一次**超值换购机会**，18.8元带走时尚单品。

时尚一起折



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 张庆晖 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

互联网 + 两手抓

4月8日, 武汉解封。这不仅标志着中国抗击新冠肺炎疫情取得了阶段性重要成效, 也标志着中国进入了全面复工复产的新阶段, 成为第一个实现疫情控制和经济发展“两手抓”的国家。

武汉解封的同一天, 中共中央政治局常务委员会召开会议, 要加大复工复产政策落实力度, 加强对困难行业和中小微企业扶持, 着力扩大国内需求, 有序推动各类商场、市场复工复产, 促进生活服务业正常经营, 积极扩大居民消费, 加快推进投资项目建设, 形成供需良性互动。

促经济, 稳就业, 保民生, 中小企业是关键。党中央一声号令, 一场“在常态化疫情防控中加快推进生产生活秩序全面恢复”的人民战争已然打响。

日前, 阿里巴巴“春雷计划2020”正式启动, 旨在充分利用20年来沉淀的商业力量和技术力量, 通过一系列硬核举措, 创造新供给、激发新需求、促进新贸易, 同时全力推动面向数字经济时代的新型基础设施建设, 用一切必要行动帮助中小企业共渡难关。

“春雷计划”共出台16项扶助措施, 涵盖外贸升级线上突围、助力外贸开拓内销、打造数字化产业带、智慧网络助农兴农、金融支持“再扶一把”五大方面。

在打造数字化产业带方面, 阿里巴巴将在全国打造10个产值过百亿元的数字化产业带集群, 三年内帮助1000个工厂线上直销产值过亿, 在全国产业带聚集省, 每省打造100个淘宝直播产业基地。在助农兴农方面, 阿里巴巴将在全国建设1000个数字农业基地, 深入原产地直采, 推广原产地农产品品牌, 组织产地溯源直播, 启动农产品城市合作计划。

经过多年的积淀发展, 中国已经形成全球首屈一指的庞大电子商务及物流系统, 并在此次抗击新冠肺炎疫情中发挥了重要作用。有国外媒体这样说: “中国的电子商务基础设施是为快速配送而建的。就物流、电子商务和零售而言, 中国比西方领先4到5年。”

有人称2020年是直播电商元年。随着全球疫情和经济形势的剧变, 各种无接触商业模式不断涌现, 直播电商便是其中之一。

广州市市长宣布2020广州直播带货年启动, 倾全市之力, 打造全国直播电商之都。“抗疫百分百”湖北英山县县长走进直播间, 向全国网友卖力推销当地茶叶: “希望大家能支持我们英山云雾茶, 因为这小小的一片茶叶, 承载着我们贫困县英山人民致富奔小康的梦想, 大家每购买一份茶叶, 都是对我们英山的爱心扶贫。”由央视主持人和“带货一哥”组成的“小猪佩奇”公益直播吸引了1091万人观看, 累计观看次数1.22亿, 直播点赞数1.6亿, 两个小时的直播, 累计卖出总价值4014万元的湖北商品……

直播电商正在从初期的带有娱乐性质的小打小闹, 开始呈现出全民参与、趋势化、产业化的特质。

在新冠病毒肆虐全球的时候, 中国在取得抗疫阶段性成果的同时, 正在全力复工复产, 推动经济发展。我们相信, 在党中央的坚强领导下, 在各行各业劳动者以及全国人民的共同努力下, 任何困难都无法阻挡中国决胜全面建成小康社会、决战脱贫攻坚目标任务步伐!

赵媛媛

CONTENTS



16 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

“他”时尚呼唤纺企新一轮成长

突如其来的新冠疫情, 催生着新的流行趋势与消费喜好。有着天然互联网生存基因的新时代男性消费群体表现为追求更为独立的思想 and 独特的品味。男装品牌、面料企业如何应对蓬勃而起的“他”时尚需求, 如何结合疫情之下的新消费进行产品要素设计、品牌提升、价值延展, 开启新一轮系统性成长, 值得深思。

6 资讯 INFOS

工信部: 医用防护服、口罩产能基本满足国内需求
一季度纺织品服装出口下降17.7%, 企业积极寻求应对措施

10 科教 SCIENCE

疫情当前, 实实在在为行业做事

12 特别报道 SPECIAL

疫情之下, 专业市场借道线上快速谋变
刘岳屏: 拼尽全力, 36小时建十万级无尘车间
管李兴: 奋战在一线的“老黄牛”
张静雯: 90后纺织女工显巾帼风采!
李军霞: 抗疫当先锋, 复工复产不落后

20 一线 FRONTLINE

践行国家战略 恒力布局西南再出发
让天更蓝、水更绿, 锦润嘉植物染色在行动

24 指数 INDEX

春季营销继续回缩 价格小幅下跌
终端信心不足 50指数承压下行

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

工信部： 医用防护服、口罩产能基本满足国内需求

林笑 / 文



新闻发布会现场。

4月8日，国务院联防联控机制召开新闻发布会，介绍了医疗物资生产保障情况：医疗物资产能基本满足国内需求，截至4月5日，一次性医用防护服日产能达到150万件以上，医用N95口罩日产能超过340万只；截至3月底，共有100多个国家和国际组织向中方提出相关物资需求，涉及防护服、口罩、护目镜、测温仪等；截至目前，累计向全国供应各类呼吸机近2.9万台，向国外供应各类呼吸机近1.8万台。

工业和信息化部消费品工业司副司长曹学军介绍，从供需情况看，医用防护服、医用防护口罩、医用隔

离眼罩/面罩、测温仪、呼吸机产能已基本能满足国内需求，企业也正在尽力组织扩大出口。截至4月5日，一次性医用防护服日产能达到150万件以上，医用N95口罩日产能超过340万只，重点跟踪企业医用隔离眼罩/面罩达到29万个，全自动红外测温仪日产能1万台，手持式红外测温仪日产能40万台。当前，海外疫情加速蔓延，国内防疫形势依然严峻，防疫物资的需求依然较大。

针对全球疫情的不攀升，中国医疗物资大量供给出口能否跟上不断攀升的国外订单需求问题，工业

和信息化部新闻发言人、运行监测协调局局长黄利斌说，中国是医疗物资的生产大国，面对疫情防控需求，我国各类呼吸机、医用防护服、医用口罩等重点医疗物资生产能力快速恢复并实现了扩能扩产，为有效防控疫情提供了有力的支撑。在保障本国疫情防控的同时，企业加班加点，千方百计为全球抗疫提供支持，根据全球疫情蔓延扩散的态势扩能扩产。但也应该看到，在庞大的国际需求面前，我们的能力也是有限的，同时还有诸多因素制约着我国医疗物资产能的发挥和供给能力的提升。

比如，防护服的全球保供也受到中外质量标准、使用习惯等差异的制约，我国防护服目前的日均产量已经超过了150万套，理论上讲，满足国际市场需要问题不太大。但这些防护服是分别按照中国、美国、欧盟、日本等不同质量标准体系生产的，与进口国和地区的相关要求并不完全匹配。

对于今后应急医疗物资的储备效能提升，黄利斌说将抓好三方面工作：一是更加突出生产能力储备和技术储备，确保及时统一生产、快速增产，加大核心技术和生产工艺研发投入；二是调整优化实物储备品类和规模，根据风险评估及时动态更新应急医疗物资分类和储备目录，科学调整储备数量，提高实物储备利用效率；三是建立统一储备体系，分级布局物资储备，扩大储备规模与资金投入，引导医疗机构和社会组织扩大应急医疗物资储备。

“纺织之光”2020年度 中国纺织工业联合会 科学技术奖申报启动

近日，“纺织之光”2020年度中国纺织工业联合会科学技术奖的申报工作正式启动。

据了解，本年度受理申报项目应为2015年以来通过地市级以上科委、经信委等或通过中国纺织工业联合会组织鉴定或验收的项目，技术发明和技术创新类项目至少经过一年以上的产业化应用（基础研究项目除外），软科学类项目被有关部门采纳一年以上，技术标准类项目实施一年以上；纺织科技奖不受限涉密项目。符合以上要求的项目完成单位可直接向中国纺织工业联合会科学技术奖励办公室申报。网络申报截止时间为2020年7月31日12时。

中国纺织工业联合会科学技术奖旨在奖励在全国纺织行业基础研究、技术创新、科技成果推广及产业化等方面做出突出贡献的单位或个人，该奖下设技术发明奖和科技进步奖等，中国纺织工业联合会将为获奖单位和个人颁发荣誉证书，并择优提名国家科学技术奖，纺织之光科技教育基金会将为获奖项目颁发奖金。（郝杰）

关于加强医疗防护用纺织品生产和出口质量保障的倡议书

各产业集群、会员单位：

新冠肺炎疫情发生以来，广大集群和会员单位以国家和人民的利益为重，积极响应协会倡议，克服重重困难组织生产，为控制疫情提供了大批高质量口罩、防护服和原辅料，有力保障了疫情防控工作大局。当前，我国新冠疫情防控已取得阶段性成果，全球疫情呈加速扩散蔓延态势。为贯彻落实党中央、国务院关于深化疫情防控国际合作，发挥负责任大国作用的重要指示精神，切实维护“中国制造”形象，做好医疗防护用纺织品生产和出口质量保障工作，协会倡议：

一、全面加强质量管理。积极树立以质量为基础的品牌形象，开展质量诚信建设。加强质量安全风险防控，确保出口产品质量。杜绝未取得医疗器械许可或备案擅自生产销售的行为，杜绝生产销售“三无”产品、检测不合格产品以及冒用认证标志等行为。

二、坚持依标生产和出口。严格按照《商务部海关总署 国家药品监督管理局关于有序开展医疗物资出口的公告》（2020年第5号）的规定，严格按照标准和合同约定的技术规范组织生产，确保出口产

品同时符合我国标准及目标出口国（地区）的质量标准要求，积极防范质量违约等相关法律风险。

三、尊重知识产权保护。增强知识产权保护意识，遵守我国和目标出口国（地区）有关知识产权法律法规，杜绝商标侵权、假冒专利、仿造混淆、虚假宣传等行为。积极申请和使用注册商标，完善产品标志标识和使用说明书内容。

四、保障行业可持续发展。新冠疫情期间，全社会加大了口罩和防护服等医疗防护用纺织品的生产能力。着眼未来，行业要进一步加强产业结构调整，强化国际合作和产能布局，积极提升创新能力和核心竞争力，保障行业可持续发展。

协会将继续加强与政府有关部门和产业链相关组织沟通、对接，进一步协调保障医疗防护用纺织品生产和出口相关工作，积极协助企业解决实际困难和问题，与广大会员单位一道强化政治站位，维护国家荣誉，共同做好医疗防护用纺织品生产和出口保障工作，支持国际社会共同抗击疫情。

中国产业用纺织品行业协会

盛虹·中国纤维流行趋势

SHENGHONG·CHINA FIBERS FASHION TRENDS

2020/ 2021

云发布华幕将启， 敬请期待！



扫一扫更多精彩



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

www.textfiberchina.com

一季度纺织品服装出口下降 17.7%，企业积极寻求应对措施

本刊记者_郝杰

4月14日，海关总署公布了2020年一季度进出口数据，一季度全国货物对外贸易整体下滑，按美元计，全国外贸进出口额9432.2亿美元，同比下降8.4%，其中出口下降13.3%，进口下降2.9%。

2020年一季度，我国纺织品服装累计出口额452.6亿美元，比上年同期下降17.7%，其中，纺织品出口额226.9亿美元，同比下降14.6%；服装出口额225.7亿美元，同比下降20.6%。

对于全年外贸走势，海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文表示，当前全球新冠肺炎疫情还在加快蔓延，对世界经济发展造成了严重冲击。国际市场的需求萎缩必然会对我国外贸出口造成冲击，外贸

新订单减少等问题开始逐步显现，我国外贸发展面临的困难不容低估。但同时也要看到，中国的外贸韧性强、竞争力强，我国企业的创新能力和市场开拓能力也很强。各地各部门已经采取了一系列稳定外贸发展的措施，帮助企业克服困难，逐步打通国际运输通道，稳定供应链、产业链。我国有集中力量办大事的制度优势，有强大的国内市场，我们有信心稳住外贸基本盘，将疫情对我国进出口的影响降至最低。

从中国纺织工业企业管理协会近日进行的纺织服装企业调研中了解到，今年第一季度，经济效益普遍低于往年同期。浙江绍兴、嵊州等地已经有企业陆续停工，调研研判，随着国际疫情逐步得到控制，如果

5月份市场走势逐渐明朗，行业就能够逐渐好转，如果6月份市场形势还不能好转，多数企业今年将遭遇生死大考。

面对困境，纺织企业也在积极寻求应对措施，主要有：积极与客商沟通，尽量降低损失；积极与员工沟通，尽最大可能在保障员工生活的同时维持企业运转；增强内生动力，实现产品档次升级，为形势好转做好准备；通过并购等方式在行业内进行资源整合，共渡难关；开拓线上销售新渠道，满足消费者的多样化需求；做好现金流风险控制等。此外，企业还希望国家能稳定汇率、及时出口退税、帮助企业解除远期汇率锁定。

稳岗就业新举措，化纤行业线上校企招聘会获认可



线上招聘会现场。

4月10日，由中国化学纤维工业协会组织的“化纤行业线上校企招聘会”成功召开。会议共邀请了国家先进功能纤维创新中心、中国纺织科学研究院有限公司、上海德福伦化纤有限公司、桐昆集团股份有限公司、盛虹控股集团有限公司等5家行业重量级企业发布招聘需求

吸引了来自北京服装学院、天津工业大学、武汉纺织大学、苏州大学、嘉兴学院、东华大学、同济大学、浙江理工大学等院校的毕业生及行业媒体近200人，通过腾讯会议程序参加了此次线上招聘会。

会议由中国化学纤维工业协会副秘书长吕佳滨主持。他介绍，这次化纤行业线上招聘会，是中国化学纤维工业协会贯彻落实党中央、国务院关于疫情防控和复工复产的决策部署，做好当前稳岗扩就业工作的一项创新举措，目的是在疫情期间为国内化纤行业内相关企业和高校提供安全便捷的求职招聘服务，助力高校毕业生稳定就业，满足化纤企业复工复产用工需求。

据了解，自3月24日以来，中国化学纤维工业协会就在微信平台陆续发布了15家知名化纤企业的400多个岗位需求，以及7所高校近百名毕业生的就业意向信息。举办此次线上招聘交流会就是希望给校企搭建一个“零接触、零距离”充分展示和交流的平台。

此次招聘会吸引的高校都是国内纺织院校中的佼佼者，为我国纺织化纤行业发展输送了众多人才。会上，中国化学纤维工业协会副总经济师李增俊对这些高校情况进行了简单介绍。随后，国家先进功能纤维创新中心人事主管吕冬平、中国纺织科学研究院有限公司人力党群部主任助理施樨、上海德福伦化纤有限公司行政总监黄秀平、桐昆集团股份有限公司招聘专员胡奇芳、盛虹控股集团有限公司招聘主管李小刚分别介绍了企业的基本情况、远景规划、招聘岗位、基本待遇、大学生职业规划等信息。期间，针对学历限制、解决户口、住宿、薪资情况、晋升要求等问题，高校学生们与各自感兴趣的企业进行了沟通交流。(郭春花)



签约仪式现场。

蓝科士-北服健康防护柔性科技工程中心揭牌

4月2日，北京服装学院和广州蓝科士生物科技有限公司举行“云签约”、“云揭牌”仪式，共同成立了国内第一家健康防护柔性科技工程中心。北京服装学院副院长廖青，广州蓝科士生物科技有限公司董事长张海涛，蓝科士-北服健康防护柔性科技工程中心主任胡军岩、副主任张建忠、王琪、郭静等出席仪式。

今年1月以来，医用防护用品全球供需矛盾突出，疫情的暴发也在改变未来人们的生活方式。无论是专业人士还是非专业人士都对个人防护装备需求迫切，并且现有的防护装备也有进一步提高的空间。在这样的背景下，蓝科士-北服健康防护柔性科技工程中心致力于结合材料科技创新与人工智能工学研究新成果，为大众提供健康安全舒适的功能性旅行防护产品。

据悉，结合使用场景，预计产品包括以下几类：高风险工作区域工作服，例如机场检疫人员防护服；中风险工作区域工作服，例如企业抗疫工作人员或小区工作人员的防护服；低风险旅途中自我保护服装，以及旅行用功能性附件，例如手套、口罩、鞋套、交通工具的座椅套、头巾及酒店卫生用品等。中心同时将与北京服装学院无障碍服装研究中心合作共同推出残疾人无障碍出行服装。

蓝科士-北服健康防护柔性科技工程中心的成立，旨在特定产品领域(功能性旅行产品)通过产学研一体化的合作，形成一个良好、顺畅的产学研信息平台；整合各方优势，并在此基础上建立产品体系、评价方法及产品标准的研发及发布平台；引领并推动行业的科技进步与发展。(贺兰)

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！



疫情当前，实实在在为行业做点事

红棉向“纺织之光”捐款助力武汉专业市场复工复产

本刊记者_郝杰

投身战“疫”、捐赠款物、走访商户、促进复工复产……新冠肺炎疫情爆发以来，红棉国际时装城总经理卜晓强没有休息过一天。近日，红棉又经由“纺织之光科技教育基金会——纺织服装流通专项基金”向包括武汉汉正街在内的各市场及相关单位进行捐赠，支持当地复产复工。



卜晓强

近日，卜晓强以广东省服装服饰行业协会会长的身份出现在广东省政府新闻办举行的第四十七场疫情防控新闻发布会现场，向记者介绍了广东省服装行业在疫情下的状况，以及目前复产复工情况。他表示，尽管面临很多困难，但协会正发挥桥梁纽带作用，及时做好引导沟通协调，积极履行社会责任，努力促进行业复工复产。

“履行社会责任”已经成为红棉国际时装城总经理卜晓强倡导的“红棉精神”的重要内涵。2019年底，为促进中国纺织服装流通领域科技教育事业发展，支持纺织服装流通行业科技进步和人才培养，“纺织之光科技教育基金会——纺织服装流通专项基金”应运而生，卜晓强作为发起人积极向专项基金捐款。

在他看来，流通领域是纺织服装行业产业链的最后一环，行业要做大做强，最后总要通过流通环节实现，因此流通的作用很关键。产业升级的同时，流通领域也要升级，设立专项基金很有必要，要把流通领域的资金集中起来，资助奖励纺织服装流通领域在科技发展、人才教育和培养方面做出贡献的人和单位，助力纺织服装流通领域先进科技和教育基础研究，资助纺织服装流通领域科技创新成果推广活动。“红棉的发展离不开社会各界的支持，企业发展了不能忘记回馈社会，是行业的发展促进了红棉不断前进，红棉理应为行业做点事情”，这就是卜晓强领导的红棉向专项基金捐款的初衷。

天下专业市场是一家人

专项基金成立不久，就赶上新冠肺炎疫情爆发。卜晓强当即向专项基金捐赠100万元，主要用于包括武汉在内的重点区域的疫情防控与生活保障物资采购，支持后续产业与市场复工开市。卜晓强还惦念着汉正街的60多个专业市场，以及下辖的社区居民。他说：“天下的专业市场是一家人，汉正街专业市场既是同行也是家人，他们的困难就是我们的困难，我们要力所能及地做点事。”

随着疫情得到进一步控制，武汉的生产生活秩序正在逐步恢复中，考虑到有序复工开市的需要，红棉国际时装城向武汉市有关政府机构、医院、学校、市场、客户、社区捐赠了50万只口罩。近日，在第一次捐赠口罩的基础上，红棉国际时装城委托中纺联流通分会、纺织之光科技教育基金会，由纺织之光纺织服装流通专项基金再次采购捐赠了10万只一次性医用口罩，并于3月25日运抵武汉，3月30日全部分发到汉正街各市场及相关单位，支持当地复产复工。

做公益，彰显红棉责任担当


据了解，自2007年正式营业以来，红棉国际时装城一直投身公益慈善事业，多次向社会进行捐款。红棉及商家先后向四川汶川、青海玉树地震灾区，以及遭受冰灾、水灾的地区捐款；自2010年“红棉慈善基金会”成立，10年来基金会连续向中国医药、青少年发展基金会等机构捐款，持续为广东清远等偏远地区的中小学捐资捐物；公司时刻心牵残障群体，持续向广州盲人学校、越秀区慈善会等机构进行捐助；公司高层带队，定点帮扶多位孤寡老人、贫困家庭和重疾人士；响应政府号召，连年举办为公安干警、清洁工、出租车司机等送温暖活动。慈善已成为企业领导及员工的自觉主动行为，慈善已成为“红棉精神”的重要组成部分。

卜晓强出身于军人家庭，是革命烈士后代，他曾经当过兵，上过前线，立过战功。尽管投身商业及流通领域30多年，军人的超强意志力、执行力、团队协作能力以及集体荣誉感依然深深地影响着他。他至今仍为曾经的军旅生涯而自豪，“军人的职责就是奉献，在国家困难之时，军人就要义不容辞地冲在前线，国家哪里有需要，哪里就会有军人的身影”，卜晓强把这份责任担当带到了所从事的商业和流通领域。

历经转型，红棉华丽蜕变

早在2012年，红棉国际时装城就获得“首批广州市企业文化示范基地”称号。在卜晓强的带领下，红棉国际时装城始终规范经营，历经三次转型，从最初的批发市场，华丽蜕变为国际前沿的时尚商贸平台，有力推动了服装流通业向国际化方向迈进，打造出民营企业转型升级的样板工程，并成为国际时尚进入中国不可忽视的桥梁。

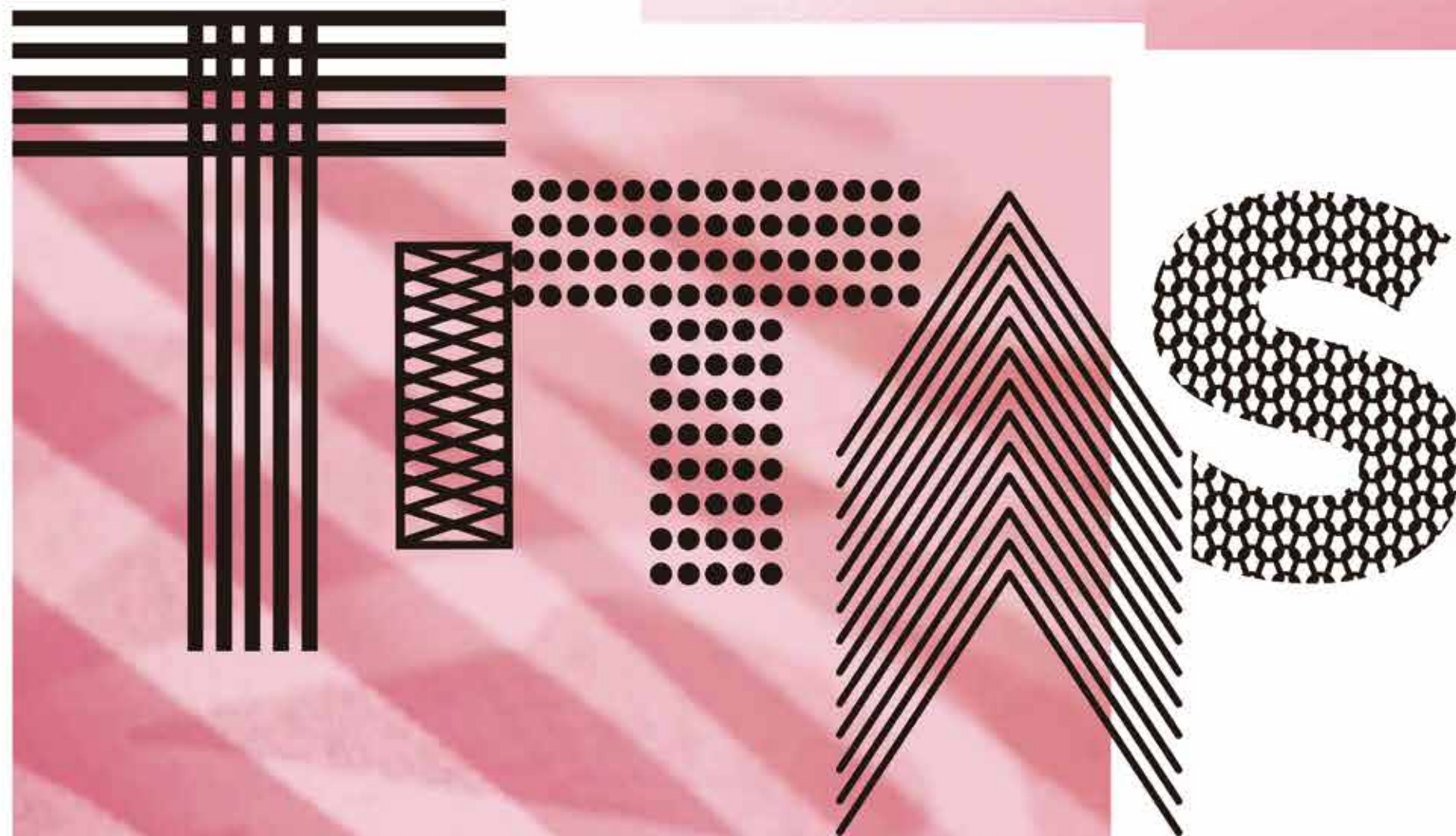
红棉国际时装城先后荣获国家工信部、国家工商行政管理局、国家纺织服装行业省市各级机构部门给予的各类奖项，包括“中国纺织服装行业十大专业市场”、“全国诚信示范市场”、“广东省守合同重信用企业”、“广东省最具社会责任感企业”、“广东省清洁生产企业”等数十个称号。红棉国际时装城已成为纺织服装行业专业市场的领军企业。

熟悉卜晓强的人都知道，他平易近人、做人低调。采访中，卜晓强也谦虚地说：“所有的一切都是红棉应该做的，红棉的所作所为不为名不图利，就是想为社会、为行业实实在在做点事。” 



红棉国际时装城外景。

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



战疫会客厅 专业市场篇

疫情之下， 专业市场借道线上快速谋变

疫情之下，各地纺织服装专业市场为实现引流采取了哪些措施？线上渠道是否将成为市场转型新路？会涌现哪些新的模式？未来，专业市场有哪些新的计划？《纺织服装周刊》记者与各位大咖一起论道。

TAweekly：现阶段，积极的心态对商家格外重要，在这方面各市场采取了哪些措施引导商家和采购商？

黄坤：富民时装城按照东莞市、虎门镇有关租金减免的通知精神，为商户减免两个月租金或管理费。这一举措助力富民时装城的广大商户集中精力复工复产。

此外，富民时装城一如既往地加强宣传推广服务，为商家、厂家、采购商搭建桥梁，协助开展对接服务。例如策划促进消费的活动，组织一些优惠活动，邀约下游采购商前来富民时装城采购，提升市场客流量。

王红晖：为推动企业和市场有序复工开市，海宁皮革城做了很多努力。首先是租金优惠。海宁皮革城以上一年度租赁期（2019—2020年度）租金为基数标准，给予实际经营者两个月租金和物管费减免优惠，以直接的经济手段缓解经营户的资金压力。

伴随着国内疫情逐渐平稳，我们大力倡导行业同仁、广大商户齐心协力、携手并肩，以立足质量为先，做好明码实价，推出当季新品，共同优化服务升级；积极向社会与行业输出资源与能力，合力为消费者提供最优产品。

同时，趁着春节热销之际，海宁总部市场推出春季购物节，斥资超千万，以最给力的措施刺激消费，拉动需求，全面激活春季消费市场。此外，嘉兴市推出了云购物节，发出2亿元消费券，以此带动嘉兴五县两区的居民前来购物消费。

特别值得一提的是，自市场复工开市以来，各级领导多次调研视察，市委书记、市长更是亲自为海宁皮革城点赞、打CALL，带头选购皮衣、提振消费，这对我们来说是一针强心剂。

刘学谦：沭口服装城在全国纺织服装流通行业率先复工，树立一个标杆。2月24日复工当天，即有3000多户商家开业，截至目前复工返场的商户已全面复工到岗。开业复工的沭口服装城构建起坚强的防控堡垒，守住疫情防控第一线，按照责任分工做好疫情防控工作，做到“六个到位”，即引领到位、动员到位、排查到位、监测到位、暖心到位、宣传到位，让商户安心、让消费者放心。

为了消除商户的房租成本顾虑，沭口服装城在复工之前就出台了优惠一个月管理费的规定，并积极协调房东与租赁户的租金退还工作，沭口服装城承担了1100多万元损失。

本期主持人



李亚静
《纺织服装周刊》编辑记者

本期访谈嘉宾



黄坤
东莞市虎门富民投资有限公司
副总经理、富民时装城经理



王红晖
海宁皮革城股份有限公司
副总经理



刘学谦
济南沭口服装城
总经理

TAweekly：疫情期间，线上直播等形式备受关注，您对此一趋势有何看法？

黄坤：直播能够实现与用户的实时互动，不仅仅只是单向的观看，更能满足用户更为多元的需求。主播或网红通过直播方式，可随时随地介绍富民商家新款和活动特卖，从而促成线上订货和批发零售；不能及时来到市场的国内外客商都能通过线上直播，及时采购到富民新款服装。

王红晖：事实上，网上销售、直播销售对于很多皮革城经营户而言已经是轻车熟路了，近年来海宁皮革城一直在探索线上线下融合发展之路，前瞻性的谋划布局，在此次疫情期间收获了巨大的回报，很多企业在春节期间就开始通过网络直播来销售产品，不仅缓解经营压力，还实现了盈利创收。另一方面，强化服务，深度融合线上，可以帮助经营户缓解经营与产品压力。

TAweekly：在线下渠道销售受阻之后，越来越多的商贸对接行为向线上平台转移，云发布、云展会、云招聘、线上直播等层出不穷，在线上渠道方面，各市场做了哪些工作？

黄坤：受疫情影响，市场方协助商家共同寻求突破之路，邀请第三方专业电商平台运营公司的广州领迅信息科技有限公司进驻市场，每期邀请人气主播或网红，在淘宝、快手、抖音等主流平台免费为富民服装商家进行现场直播销售，为商家搭建线上销售渠道。

与此同时，富民品牌商家也各出奇招，制定了相应的方针战略，例如“奔腾”牛仔与电商企业合作开发新款，开发O2O商城，开展线上下单、线下出货的经营模式，组建新媒体运营团队，增加私域流量，加强品牌号召力。

王红晖：疫情发生以后，海宁皮革城快速反应，联合北京服装学院海宁时尚产业园为广大经营户开启了系列线上直播课。2月28日—3月1日，海宁皮革城联合阿里巴巴淘宝聚划算平台开展了线下档口品牌专场活动。近期我们也积极与其他线上平台联合，进一步开拓线上销售渠道，鼓励海宁及全国分市场的全体从业人员积极参与到此类促销活动中来。

下一步，我们将创新办展观展模式，拟在原辅料展期间推出“云看展”“云论坛”“直播电商展会”等线上活动，让无法来到现场的采购商、订货源实现“线上看货，同步获取行业资讯”。

刘学谦：抓好疫情防控的同时，沭口服装城也积极助力商户经营复苏，根据经营品类组建了“十大秒杀群”。联合时尚女装、商务男装、快时尚女装、童装等品牌商家，每天在秒杀群内推送折扣商品，以特惠价秒杀销售，积极在快手、抖音、微商城等平台帮助引导商户开展线上销售。秒杀群受到社会各界和消费者的关注，为商户疫情期间组建线上销售打通渠道。

TAweekly：疫情的短期影响显而易见，从长期看，疫情也在加速行业的转型升级，您认为纺织服装专业市场未来会涌现哪些新的模式？

黄坤：从长期看，拓展线上销售渠道是企业发展的必然之路，如线上直播、线上商贸对接会等，已经成为时下的一种流行趋势。

王红晖：突如其来的疫情，让我们更清醒地看到，大转型大变革已成新时代的必然，也让我们深刻体会到线上线下融合的重要性，互联网+行业的“线上经济”必将迎来空前的爆发。唯有主动发挥产业优势，坚守主业、加快创新升级，在产业结构调整中走在前列，才能永葆活力，实现更高质量的长效发展。

刘学谦：受疫情影响的不仅仅是生产企业和品牌商，很多经销商、零售商也受到了很大冲击，市场的商业模式也发生改变，很多渠道商积压了大量库存，商户们有苦难言。为了应对库存和复工后打不开销售的局面，商户开展微分销、微商城、社群营销、直播带货等线上销售方式，虽然有一定的效果，但是作为实体，我认为线上销售是过渡期的产物，不会成为今后零售商的主战场，而线上线下相融合的全渠道模式会成为主流。

上游的生产加工企业，加剧竞争筛选、优胜劣汰，品牌运营的能力和集团效应，将会使行业集中度进一步增强，品牌头部效应会更加凸显。下游的销售商家，渠道和体量产生的盈利能力将成为抵抗风险的基石，销售市场份额也将进一步向头部运营商聚集。

未来的专业市场更注重的是智能化云数据管理，运用一体化智能的系统管理工具，不断突破新的管理半径，实现客户在线、管理在线、供应链在线、员工在线、门店在线的全渠道智能体系。线上直播+社群营销将更加凸显区域消费的优势，实体店会以多种形式打进社群营销的终端，全渠道、全场景、全链路，做到淘宝、微信、门店、短视频、直播“五店合一”的全渠道销售模式。



TAweekly：疫情打乱了市场、企业的常规发展节奏，未来，各市场都有哪些新的计划？

黄坤：现在，我们正推进富民时装城停车场项目的动工及其配套提升，预计年底可以完成。这将有效营造安全、放心的经营环境，稳定商户的经营信心，提升市场客流量。

此外，积极引导品牌把控自身的原创优势、时尚魅力与匠心品质，寻求创新突破，通过运用直播平台、促销、线上商贸对接会等多种方式拓展突围。

王红晖：未来，海宁皮革城将紧紧围绕“巩固提升皮革主业，叠加发展时装产业，稳步推进健康产业”的发展战略，积极推进市场转型升级、业态优化，不断扩大对外影响、夯实产业基础。同时，加快推动线上线下融合发展，继续加大与各大线上平台合作，进一步开拓线上销售渠道，提升对外输出服务及货品的能力。

刘学谦：维护市场稳定，助力商户尽快走出困境，打开销售瓶颈，将是沭口服装城2020年上半年的重点工作。近期，服装城将以“五一”为节点，拉开促销大潮的序幕，引导消费回流，实现市场全面经济复苏。

TAweekly：线上渠道已成为疫情期间的“主战场”，成功改变了用户在终端的消费习惯。除了品牌商、代理商等群体，越来越多的专业市场、商户开始在此方面布局。可以预见的是，随着经济的逐步复苏，线上渠道与线下渠道的不断融合，将引起市场经营模式的一次全新变革。

抗疫故事 (六)

刘岳屏：拼尽全力，36小时建十万级无尘车间

无尘车间建成，创造了广东速度与合作模式的双重奇迹。广东省服装服饰行业协会党支部书记、执行会长刘岳屏坦言，疫情就是命令，协会在此次资源整合中只是发挥了“桥梁”作用。

深夜急寻 60 台生产设备

2月9日深夜，刘岳屏接到了一个电话：广东省抗疫指挥部物资组要求协调防护服生产所需的压条机。放下电话的那一刻，他决定尝试“与时间赛跑”，不仅要找到生产医用防护服所需的压条机，还要调集各种资源帮助企业建立一个防护服生产车间。

“当时我所掌握的信息是，香雪制药厂为生产医用防护服腾出一个十万级的无尘车间，但苦于没有设备无法立即开工，特别是压条机。”刘岳屏介绍说，生产一套合格的医用防护服，最核心的设备就是压条机。

疫情期间，稀缺的压条机该去哪里寻找？刘岳屏扎根服装行业20余年，凭经验产生的“嗅觉”让他选择从冲锋衣企业入手。

“沟通中，我们发现佛山企业全顺来原本打算在本地生产防护服，该公司董事长曾翔了解情况后当机立断，无条件响应，将设备搬到香雪。”刘岳屏与同事们一个一个企业问，一台一台设备找，当晚发动了周边同事和各大微信群至少上千人，一夜之间集结了包括压条机在内的60台生产设备。

三台大货车佛山“会师”

春节假期遇上疫情，如何在第二天中午前将设备运送到远在65公里外

的香雪制药厂车间，成为刘岳屏面对的又一大难题。

早在疫情发生初期，刘岳屏就成立了由20人组成的“防疫物资辅料指挥中心”，在整个资源调度过程中发挥了关键作用。

2月10日，在“防疫物资辅料指挥中心”的协调下，三台大货车

准时在佛山“会师”。2月11日，距离刘岳屏接到的第一个电话仅36个小时，香雪制药厂的第一个十万级无尘车间响起了压条机运转的声音。

据刘岳屏介绍，这个防护服生产车间，刚开始的产量是200多件/天，一周后便达到1000件/天，随后在宾宝服饰董事长余旭锦支持下，再次调集了40名生产工人加入生产团队，在预订的时间内顺利达产，完成了政府要求的收储任务。

36小时建成生产医用防护服的十万级无尘车间！这一声动员、千人响应的背后，是企业、协会等多方无条件配合的结果，体现了无数广东服装人在紧急时刻的凝聚与担当。



管李兴：奋战在一线的“老黄牛”

在东方国际（集团）有限公司时尚发展M50创意园，工会主席管李兴是出了名的“老黄牛”，园区里的同事和客户们都亲切称呼他为“管老爷”。

“管老爷”尽心尽责、脚头勤快

疫情爆发期间，管李兴带领园区里的党员干部职工，对园区公共区域每2小时进行一次消毒；4部电梯口均放置餐巾纸，每2小时对电梯按钮进行酒精消毒，避免交叉污染；放置4个口罩收集桶，对废弃口罩采取集中收集处置……严格落实预防措施，确保防控落到实处。

“管老爷”考虑周全、超前一步

“M50创意园是上海市文化创意产业示范园区，园区在这次疫情防控方面做得比较超前，特别是工会主席管李兴，当其他单位还没意识到防疫物资的采购时，他已经在1月20日及时采购了大批的口罩。”M50创意园总经理周斌说，园区在这次疫情防控组织工作上多亏了“管老爷”到位，工作意识方面都走得比较超前，为党政分忧，为员工真正贴心谋福利。

“管老爷”忙里忙外、苦口婆心

疫情防控期间，园区还给客户赠送了防疫物资，“管老爷”除了一家送货上门，还不厌其烦地给每一家客户耐心介绍如何使用。在上门宣传中，他积极引导客户理解并共同参与到疫情防控工作中。

疫情期间，园区4个出入口，封闭3个，仅保留1个，并放置隔离栏，

设置健康登记处和体温监测点，由保安24小时值班对进出园区的车辆和人员进行管控，外卖和快递一律不能进入写字楼。

由于园区的严格管理，难免有客户不理解、嫌麻烦。碰到这种情形按惯例有请“管老爷”出场，他总是笑脸相迎，耐心地安抚对方的情绪，不厌其烦地向大家介绍园区的相关规定，同时站在对方的角度换位思考。

“管老爷”不忘初心、处处带头

疫情就是命令，作为一名老党员、作为园区资格最老的“老人”，“管老爷”几乎天天泡在园区里。他说：“只要我没倒下，我就坚持天天来园区上班、到处转转。”2月10日起，各类企业全面复工，M50创意园的部分客户选择复工，无论是M50的员工或是客户都相信，园区的“冷清”只是暂时的，大家对战胜疫情都充满了信心。



张静雯：90后纺织女工显巾帼风采！

张静雯是大朗广东春夏新材料科技股份有限公司（东莞市防疫物资定点生产企业之一，以下简称“春夏公司”）一线操作工人，妥妥的90后。在今年的三八妇女节期间，她被广东省总工会授予“广东省五一劳动奖章”，是全市唯一获此荣誉的工人。

新冠肺炎疫情发生以来，张静雯一直工作在口罩生产一线上，为抗击疫情贡献力量。

主动请战，放弃休假迅速复工

疫情发生后，在东莞市、大朗镇有关部门的号召下，春夏公司立即电话召集员工复工进行口罩生产。考虑到疫情紧急、公司人手缺乏以及肩上的社会责任，张静雯接到公司电话后第一时间响应号召，放弃休假主动请战，立即投入到紧张的口罩生产一线工作中。

她的主动请战起到了有效的带动作用，其他当地员工得知后也陆续赶回公司，投入生产，加入这场“疫”。张静雯的举动也得到家人的支持。

吃苦耐劳，努力提升口罩产量

张静雯从复工开始，连续一个月未休假，一直坚守在口罩生产岗位。每天8点钟开始生产，中午只有10几分钟吃饭时间，通宵上班是常事，最长工作30多个小时，中途只休4个小时。

辛苦劳动付出换来了口罩产量提升和公司的不断进步，工人由刚复工的不足10人增长到现在的37人；口罩由刚复工的日产量不足2万只，增长到目前的14万只……张静雯带领一线工人为抗击疫情作出了贡献。

不断学习，从仓管员到“技术工”

张静雯于2014年进入春夏公司工作，原来的岗位是仓库管理员，

对于物料储存、物料分发以及异常状况的处理等工作都非常熟练。疫情发生后，口罩需求量激增，且春节期间大部分外地员工无法及时返岗，张静雯便主动承担起口罩生产的工作。



在工作过程中，她默默地观察并学习专业维修人员修理机器，掌握了简单的维修技术。为避免机器出故障，她每次上班前都会对机器进行一次全面检查，为口罩生产线保驾护航。眼见生产线将要超负荷，张静雯建议公司增加口罩生产线，公司积极采纳了她的建议，生产线由原来的1条增长到目前的4条，生产效率和产能不断提高。

好评如潮，优秀品质值得学习

掌握相关技术后，她还热心于“传帮带”，把掌握的技术和方法传授给其他刚投入到生产一线的同事，共享技术信息，大家对她的细心和耐心都赞不绝口。

公司对张静雯的评价主要有“四强”：学习能力强，操作能力强，适应能力强，应变能力强；同事对她的评价是幽默、乐于助人、冲锋在前。在家人眼中，张静雯是“顶梁柱”，在同事眼中，她是“全能手”，只要有需要的地方她都能上。

李军霞：抗疫当先锋，复工复产不落后

“抗疫当先锋，复工复产更不能落后。”随着疫情的平缓，石家庄常山北明科技股份有限公司恒盛纺织分公司于3月16日复工复产，细纱车间甲班值班长李军霞听到这个消息无比兴奋，自告奋勇要求带领甲班开冷车。

受疫情影响，车间生产停摆了近2个月，开车难度可想而知。公司及车间周密安排，制定了开车方案，先开九万锭车间。这光荣而艰巨的任务落在了李军霞身上。身为细纱甲班值班长和党员，李军霞开车前详细摸底、排兵布阵。她对轮班每位员工在放假期间每天的流动情况及辖区的管控情况了如指掌，精心挑选了44名精兵强将，进行复工第一个班的开车生产。开工当天，李军霞带领的44名员工按时按点按要求来到岗位。李军霞精神抖擞，一声哨响，员工们按要求进行皮辊加压、落纱、穿喇叭口、接头、换段、工艺复核，同时根据需要调整自络台。李军霞安排得井然有序。哪道工序出了问题她都跑去组织解决，合理调度。员工们在岗认真走巡回，做清洁，不聚群，不窜岗，仅用了不到4小时就开齐了细纱机，为顺利生产打下了良好的基础。

在抗击疫情中，李军霞同样表现得可圈可点。新冠肺炎疫情发生

后，李军霞第一时间响应社区号召，动员爱人张建刚及就读西安理工大学、放假回家的儿子张浩伦一起参加了居住地正定镇福屯固营社区志愿服务队，并在第一时间与邻居一起为社区服务队捐



了100件价值1700元的志愿者马甲。此外，她还主动承担“危险”工作，牺牲自己的休息时间，走街串户一家一家的登记了解情况。“全家齐上阵，抗疫做贡献。”公司、社区对李军霞及家人在抗疫中的表现给予高度评价。TA



柯桥男装结合疫情之下的新消费进行产品要素设计、品牌提升、价值延展，开启新一轮系统性成长。

“他”时尚呼唤纺企新一轮成长

本刊记者_张颖

长久以来，女性群体一直占据着消费市场的主导地位。马云曾表示，抓住了女性就抓住了消费。而随着消费升级的演化，男性群体的自我意识开始觉醒，他们对于自身价值和能力进行重新定义，消费市场也悄然发生着改变。

“他”关注个人形象，注重颜值；“他”愿意为高品质付费，对品牌忠诚；“他”对时尚有着自主的审美和追求。西装、衬衫、夹克的老三样已不再是他们的心头好，黑蓝灰等暗色系不足以表达他们的个性与品味，不挺括、易变形的面料彰显不了他们的生活态度。

突如其来的新冠疫情，催生着新的流行趋势与消费喜好。有着天然互联网生存基因的新时代男性消费群体表现为追求更为独立的思想 and 独特的品味，男装的个性化和定制化将成为服装消费的新趋势。映射到纺织品牌林立的柯桥，男装品牌、面料企业如何应对蓬勃而起的“他”时尚需求，如何结合疫情之下的新消费进行产品要素设计、品牌提升、价值延展，开启新一轮系统性成长，值得深思。

焕新：从传统面料到轻奢男装

从面料到成衣，虽只有一步之遥，但要完美跨越却需要天时地利人和。柯桥雄厚的产业积淀、浓厚的时尚创意氛围、完善的产业价值链体系，以及“中国轻纺城”、“柯桥印染”等响亮的集体品牌，无不成为传统面料企业进军服装产业、培育和发展服装品牌提供了成长的沃土。

国内轻奢男装品牌“巴鲁特”出品方浙江巴鲁特服饰股份有限公司，便是由有30多年纺织产品研发生产经验的浙江草木纺织科技有限公司发展而来。“利用柯桥纺织大产业优势可以深入开发面料，各个环节的交流互动可以更直接高效，让纺织企业和服装品牌无缝对接，同时通过柯桥时尚周等平台更好地展示品牌。”巴鲁特董事长吕勇表示，以优势重塑企业发展逻辑，焕新时尚新动能的做法有利于企业开拓市场新蓝海，提升自身竞争力，实现纺服一体化。

巴鲁特以新中产阶级为主要消费群体，定位“轻奢”，以“互联网+线下实体”相结合的新零售模式，诠释一种新的生活哲学与穿着方式的转变，倡导高贵而不贵的生活理念。针对当前疫情影响，巴鲁特从男性消费者注重品质个性的需求与移动端购物的消费喜好出发，以实体店销售人员线上直播带货模式创新转变，重新激活实体店销售，同时积极在抖音、天猫等主流平台开设男性时尚穿搭、服饰选配技巧等直播课堂引流。“通过实体店直播，消费者能近距离感受到服装面料的质感和工艺细节，对产品和品牌的信赖感更强。”吕勇介绍说。

作为柯桥首家轻奢时尚男装上市公司，高品质高性价比一直是巴鲁特坚守的初心。为满足日益多元的消费需求，巴鲁特还推出线上私人定制高端会员服务——轻奢会，开设线下私人定制体验馆，让时尚男士体验到一对一的私人搭配服务、专业量体定制服务，享受超高的性价比。此外，该品牌还通过线下老会员互动，线上抖音等短视频新媒体展示品牌态度，宣传品牌形象，进一步扩大影响力与知名度。



延展：从源头研发到设计落地

在柯桥千变万化的女装面料之外，男装面料以沉稳、低调、内涵、个性的品质魅力自成风格。而一款好面料，不仅需要优质的纱线、精良的织造，还需要巧妙的设计来体现最终的价值。面对时尚的蜕变、科技的进步，专业从事男式西装面料开发、生产和销售的浙江金晟纺织有限公司早已开始顺势谋变，从原料端、生产端、设计端等多个环节进行上下游整合，以“产业链一体化”构建企业新一轮竞争优势。

作为一家发展了30余年的老牌纺企，金晟纺织拥有成熟的设计、生产、印染和营销团队，在土耳其、俄罗斯均设有分公司。“近年来，公司专注于将舒适环保的竹纤维运用到西装面料领域，独家研发了竹纤维梭织西装面料，令面料具有抗菌、抗皱、吸湿等特性，同时也符合当前注重健康、环保的消费需求。”金晟纺织执行董事金艳琦介绍说，公司不仅是国家差别化男装面料产品开发基地，还是全球最专业的天竹纤维西装面料生产开发基地。

依托特色化的产品研发生产，金晟纺织逐步延伸产业链，扩张时尚版图，将目光投向下游的服装设计产业。去年，金晟纺织成功签约金集和设计师艺术生活平台创始人、第23届中国时装设计“金顶奖”得主张义超，共同成立打造竹纤维纺织服装品牌的文化创意公司——金晟集和（浙江）文化创意有限公司，并注册“天竹·金晟”服装商标，开启了竹纤维产业链融合发展的新模式、新探索。

“疫情期间，公司与设计师积极探索新的设计领域，尝试了家居、家居服、茶饮等方面的设计开发，而不仅仅将面料局限于西装和工装。”金艳琦表示，从面料到设计不是一蹴而就的，但“面料+设计”的规划布局是企业顺应市场、增强核心竞争力的有力砝码。据了解，下一步公司将在杭州艺尚小镇和柯桥工厂内分别设立“生活馆”，联合设计师打通整个竹纤维产业链，为消费者带来极具辨识度的品牌体验。



再造：从单一生产到多元创新

面料作为时尚之源，与服装行业唇齿相依。在柯桥，星罗棋布的纺织企业，不计其数的新款面料是服装生产背后的强大支撑。而如何紧跟时尚脉搏，不断为“一块布”赋予新的创意价值，迎合越来越挑剔的消费品味，是面料企业在生产过程中常常思考的问题。

绍兴家乐纺织有限公司主营T/R仿毛为主的男装面料，是一家集纺纱、染整、销售为一体的专业性服装面料企业。为适应男装的个性化和定制化需求，配合新冠疫情之下服装设计的新趋势，公司从技术层面、图纹色彩等方面进行多元创新，引领男装时尚新潮流。

“针对新时期男性着装需求，我们在产品技术创新上率先提出发热点、冰凉丝和再生等概念，推出市场深受设计师和消费者喜爱。”家乐纺织总经理卢桂飞介绍说，以冰凉丝面料为例，其纤维是用棉短绒、木材作为原料优化处理而成，品质更纯正，吸湿性、透气性较普通粘胶纤维好，还具有较好的保型性和悬垂性，仅衬衫的品类就能开发出比纯棉面料更为凉爽、透气和悬垂性好的款式。而再生技术创新点则立足环境资源保护和服装面料产能过剩的社会现实，从服装面料的再生创意和设计出发，探讨服装面料的再生途径与方法。

目前，家乐纺织与海澜之家、七匹狼、利郎、太平鸟等国内知名男装品牌建立了长期合作，同时也更加关注都市潮流性的男装品牌，着力发展与他们的产品调性相符合的面料产品。“未来男装流行趋势将更加注重在穿着舒适度与设计个性化的风格延展上，公司将加大对锈金色、戏剧黄、电竞蓝、星空紫等偏亮色彩的运用，对字母、涂鸦、动物、海洋等图案加以延展性应用，凸显面料的环保、科技和时尚内涵。”卢桂飞说。

同样以男装T/R面料为主营业务的绍兴恩知纺织贸易有限公司，也以自己的方式对产品进行创新升级。“我们对原料成分进行重组配比，加入具有弹性的氨纶，提高面料的伸缩性与舒适性。也尝试在平纹底布中加入别致的印花，或是以蓝、绿、粉等亮色线条打破中规中矩的单调格纹来提升面料的时尚感。”恩知纺织总经理赵怡表示，男装产品正趋于休闲化和年轻态，此次疫情的冲击加速了公司对产品进行重塑再造，对服务进行升级优化，为疫后占领更大的市场积蓄能量，于部分企业而言不失为一次“自我修行”的良机。TA



中国轻纺城集团

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。

大健康将成为行业未来新风口

访绍兴柯桥富妮诺纺织有限公司总经理张伟夫

本刊记者_ 郭莹颖



张伟夫

受疫情影响，国民健康意识的提升将加速大健康产业爆发。同时在消费升级的驱动下，大健康消费市场正呈现出产品升级全面化、产品功能细分化、消费场景丰富化、消费需求多元化等显著特点。在纺织领域，天然、健康、功能性的健康面料将成为行业未来发展的新风口。同时，在“人货场”迭代背景下，如何更加精准地把握用户需求，并以更高效的方式深度连接用户实现品效合一，成为企业致胜新消费时代的关键。

身为一家以纺织新材料——本草纤维为主，集研发、销售、品牌运营为一体，拥有多项知识产权的高科技公司，绍兴柯桥富妮诺纺织有限公司一直致力于健康纤维的自主研发与功能性产品设计，将本草纤维转化为纺织纤维、纱线、面料等相关健康纺织品及其他衍生品。在总经理张伟夫看来，科技创新无疑是企业生存和发展的根本理念，纺织大健康产业不仅是未来功能性面料发展的新风口，亦是行业自主创新的重要方向，它代表着绿色、健康、科技与时尚融合的时代发展需求。

据悉，本草纤维可通过聚酯短纤维、粘胶短纤维、腈纶短纤维、锦纶长丝、聚酯长丝等纤维形式呈现，制作成具备健康功能性的内衣、运动文胸、袜子及改善睡眠的家纺、睡眠枕头等产品。“未来的纺织品，一是具有功能性，二是智能化，当人们使用纺织品时，能随时感知，自觉践行健康的生活方式，让人们在轻松愉悦中获得健康、追求幸福。”张伟夫向记者描述着心中的“未来纺织”样貌。

聆听，以深度服务助力品牌成长

在疫情影响下，公司还能保持平稳发展的原因，在张伟夫看来和公司愿意聆听客户真实需求的理念分不开。张伟夫告诉记者，“我在这之前曾经陷入过一个误区，就是想把产品做到极致的好，但是这却违背了客户的需求，我研发出来的产品并没有对应的客户需要。所以公司通过充分的市场调研和分析，迅速缩减主营产品范围，从纤维入手，成为一家专注于全棉、羊毛、化纤面料生产的纺企，以便将有限的人力、物力和财力用于产品的研发和生产。加之公司提供宽松的设计环境，让研发团队源源不断推出高附加值面料产品，使得我们成功地逃离了靠“跑量”来赢利的命运。”

富妮诺纺织能够逃离“跑量”怪圈，张伟夫坦言是被“逼”出来的，无论是十年前还是现在，懂得聆听，以深度服务助力品牌成长，是张伟夫给自己目标客户准备的杀手锏。

“再者是受益于与上下游新颖的合作方式。”对于上游原料采购，张伟夫从来都是个一丝不苟的人，他相信面料的品质很大一部分取决于原料的材质。为了能选购合意的纺织原料，富妮诺纺织在云南建立了自己的原材料基地，专门研发高质量纤维。“本草纤维是我们的团队通过原材料植物种植，经过特殊的环保工艺生产而成，纯天然绿色环保，真正植物提取，具有天然织物纤维具备的吸湿透气、舒适亲肤等特质。”张伟夫拿出发明专利证书和检测报告，证实由本草纤维制成的袜子成品，在洗涤100次后进行振荡试验，其大肠杆菌、白色念珠菌等细菌减少率仍然大于99%。

也是通过此次疫情的倒逼，富妮诺纺织逐步调整市场策略，公司通过与下游企业进一步接触，提升了产品创新的能力。“这是一个能够让我们静下心来学习的时期，当别人都在挣扎如何存活下来的时候，不如换个角度看问题，如何成为这个行业真正需要的人。”张伟夫说。目前，张伟夫正带领公司从营销、内容、供应链、

技术等方面所积累的优势和壁垒，深度探析纺织大健康产业的趋势和未来。

升级，用行业情怀建立核心优势

从业近30年来，张伟夫拥有了丰富的纺织面料研发设计经验和卓越的团队领导能力，他将情怀、艺术和面料结合起来，孜孜不倦地探索纺织面料新的内涵和表现形式。“我把以本草纤维为源头的产品命名为‘本草归心’，就是希望自己在做产品时能够像植物一样安静纯粹，不忘初心。”张伟夫认为，面料是有生命的，城市空间和生态环境的发展犹如有机体的生长，人们需要遵循自身内在的规律。纺织面料作为人们生活的必需品，其健康走向应是持续不断地关注公众生活，让人们真正共享健康面料的价值，回归植物天然本质。

张伟夫也认为，在如今的时代背景下，需要线上线下协同创造新的消费场景，新场景、新内容、新产品、新渠道和新模式的呈现，能够为品牌快速在市场竞争中建立自己的核心优势和占有率。“面料虽然不是终端产品，但是在这个万物互联的时代，我们通过将健康的产品、信息和服务带给客户，为客户提供针对性的服务内容和解决方案。我也始终坚信专业的事应该由专业的人来做，我们由专业团队进行平台操作，通过智能内容投放系统进行服务升级，打通产品、消费者、经销商和平台服务体系之间的壁垒，真正做到对客户数据的挖掘和运用。”

回归本质，在张伟夫看来，富妮诺纺织的终极目标始终是从用户体验出发，满足和创造需求。张伟夫提到，“消费需求在变，消费者行为习惯在变，每天用户碎片化时间关注的点也在变，我们必须紧盯这种变化，我想让我的客户在我的产品中感受到美学、艺术和健康。”

纺织大健康产业是纺织行业的增量市场，富妮诺纺织基于服务、数据、渠道、技术的创新协同满足品牌及消费者深度需求，为商家提供全面解决方案，正不断深化其在纺织专业领域的核心优势。张伟夫表示，未来，随着健康消费进一步爆发，公司将和更多团队和品牌共赢增长。“我始终认为在企业发展过程中需要一个可以并肩作战、并利用自己的行业经验和优势优势的合作伙伴，快速帮企业实现高增长、高利润、高市场占有率，也真正能做出为消费者所需、被消费者认可的产品，这是我的初心，也是我的未来。”TA



富妮诺纺织产品展示。



聚焦

直播探店 线上观展 2020“丝路柯桥·布满全球”云展会精彩不停歇

世界纺织看中国，中国纺织在柯桥。4月8—15日，2020“丝路柯桥·布满全球”中国轻纺城云展会精彩来袭。本届云展会由绍兴市商务局指导，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。百余家中国轻纺城优质商家齐聚线上云展会，产地直销、群英荟萃、精品云集，让困难时期纺城的自信与魅力在云端精彩绽放。

据统计，本次云展会参展企业169家，展出产品3193款，开通直播商家136家，直播探店92家，直播观看人次总计44586，流量总计115160，在线意向订单330余次，交易额近2000万。

在首届云展会成功举办的基础上，本届云展会在探索中进步，发挥优势，不断完善、亮点频现。采购商可以随意选择需要观看的展商及展品参与直播互动，通过文字、视频、语音聊天等多种沟通方式与展商在线零距离交流；对于意向面料，采购商可以通过直播商铺入口进入了解详情，还可线上一键采购，方便快捷。

直播探店作为配套活动，是本届云展会的最大亮点之一。全球纺织网、网上轻纺城直播团队走进东市场、中国轻纺城国际面料采购中心、北市场等各大市场的代表性经营户，带领观众直击中国轻纺城面料一线，并现场进行现货推荐和找样服务，让采购商足不出户便可网罗优质商家和面料。

位于中国轻纺城国际面料采购中心的广东明丰纺织品有限公司，是随轻纺城潮汕商会整体入驻的企业之一。该公司门店以服装成品形式展示了各类2020春夏女装面料，公司销售代表陈相阳现场介绍了多款瑜伽服、运动服功能性面料。绿色健康、防紫外线、排汗速干、凉感舒适等功能迎合了纺织新时代消费者的多元诉求。

云展会期间，直播团队走进宾力纺织、浩枫纺织、城兴纺织、美儒纺织、



全球纺织网、网上轻纺城直播团队入驻轻纺城市场。

利泰纺织等数十家经营户。棉麻、天丝、铜氨等绿色纤维面料，吸湿排汗、抗菌、凉感、防紫外线等功能性面料，印花、绣花、烫金等后整理工艺面料，蕾丝、绒布、雪纺等各类男女装面料，全方位呈现了中国轻纺城经营户转型升级的成果，彰显了柯桥纺织在危机中创新求变的积极姿态。

新模式、新机遇、新未来。全球疫情蔓延，没有谁能独善其身，国内外线下展会取消延迟、中国轻纺城外贸急剧下降，危机中寻找转机，提前布局才能在后疫情时代抢占新一轮发展制高点。中国轻纺城政企同心，通过线下转线上、外贸转内销、苦练内功等积极措施，助力柯桥纺织高质量发展。本届展会，以云端破局降低疫情影响，为柯桥纺织经济复苏再添一把“薪火”。(王利)

聚纶纺织： 战疫淬炼内功，创新树立信心

创新是一个企业永恒的追求，也是一个企业核心竞争力的有力体现。面对当下疫情冲击，各企业或创新营销模式，或创新开发工艺，积极打造自身产品特色，力求在激烈的市场竞争中占据一席之地。

作为一家专营全棉、棉麻、天丝面料的纺织品开发型公司，绍兴聚纶纺织有限公司疫情期间苦练内功，通过差异化产品策略，跑出了创新加速度，赢得了众多客户的青睐。

走进聚纶纺织新品展厅，阵阵香气扑面而来，寻香而去，总经理蒋开河研发的一批带有桂花香的全棉面料映入眼帘。据了解，此系列面料专门针对中东地区开发，目前市场反响不错，已有意向客户。

“随着当前疫情全球性扩散，纺织品内外销市场的竞争将更加激烈，企业要在激烈的竞争中保持平稳发展，必须有自己的特色。”在谈及此产品开发初衷时，蒋开河表示，开发面料只有精细化、差异化才有竞争力，我们会根据不同国家的国花和品牌的需求，有针对性地开

发香味，通过纯天然提取，再用特殊工艺在纱上加入助剂，香味持久又环保。

作为助剂应用领域的行家，蒋开河在产品推陈出新方面正如其名，可谓开创新河。其公司成立以来的第一单外贸生意就体现出了产品创新的价值和重要性。据介绍，在竞争法国品牌艾格的一单全棉风衣面料业务时，聚纶纺织面对强敌不退缩，凭借助剂的创新运用，使得全棉面料更挺括、更有型，最终拿下创业以来的第一笔单子。

凭借多年的技术研发和实战经验，聚纶纺织迅速打开了国外市场，产品远销英国、法国及中东等国家和地区。值得一提的是，在目前严峻的外贸形势下，聚纶纺织出口到英国的天丝面料单子依然坚挺，自复业以来光这个单子出口达到300多万元。在谈到自己的成功秘诀时，蒋开河认为在人生的一生中，必须根据自己的长处确定人生目标，把自己擅长的事做到极致就会成功。

(赵国玲)

关于2020中国绍兴柯桥国际 纺织品面辅料博览会(春季) 延期举办的通知

尊敬的参展商、专业观众及各相关单位：

根据新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控需要，为进一步做好疫情防控工作，切实保障广大展商、专业观众及相关工作人员的身心健康与生命安全，确保国内外参展商的参展效果，原定于2020年5月6日至8日在绍兴国际会展中心举办的“2020中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会(春季)”将延期举办,由此给您带来的不便,我们深表歉意。

我们将积极应对疫情发展,及时与各相关单位协商确定新的展期。新展期确定后我们将第一时间另行通知,并全力做好相关服务工作。

感谢您22年来对柯桥纺博会一如既往的支持和陪伴!恭祝您和家人身体健康、平安顺遂!

中国绍兴柯桥国际纺织品博览会筹委会
2020年4月9日



恒力(泸州)产业园3D效果图。



践行国家战略 恒力布局西南再出发

恒力(泸州)产业园举行开工仪式

本刊记者_郭春花

4月16日,恒力(泸州)产业园开工仪式在四川泸州隆重举行,标志着恒力集团第六大生产基地正式在西南布局,同时在助推成渝地区双城经济圈发展,践行国家“一带一路”、长江经济带建设及西部大开发战略中,恒力集团又迈出了坚实步伐。

四川省省委常委、常务副省长罗文宣布恒力(泸州)产业园开工;泸州市委书记刘强,恒力集团董事长、总裁陈建华出席开工仪式,四川省、泸州市有关领导以及200余家恒力集团上下游合作伙伴代表参加活动;泸州市委副书记、市长杨林兴主持仪式。

攻坚克难,恒力速度对接泸州优势

当前,复工复产是社会经济发展的关键,保效率、提速度、稳增长、稳就业成为当务之急。恒力集团自去年第一次赴泸州考察,到9月项目签约,仅用时2个月。疫情期间,恒力与四川党政各级在严抓疫情防控的同时攻坚克难,呈现出联系沟通不掉线、前期工作不断档的良好态势,开工条件迅速具备,不仅实现了恒力速度与四川效率、泸州优势的无缝对接,也为疫情过后社会经济发展按下“快进键”。

恒力集团目前已高质量建成苏州、南通、宿迁、营口、大连等五大生产基地,形成“从一滴油到一匹布”的完整产业链。26年来,集团立足主业,坚守实业,不忘初心,矢志报国,在东北振兴、长江经济带、长三角经济一体化等重大国家战略部署中屡出真招、均见实效。本次项目正式开工,是集团在助推成渝地区双城经济圈发展,践行国家“一带

一路”、长江经济带建设及西部大开发战略中又一重要举措,具有里程碑意义。

陈建华在致辞时表示,恒力集团的发展始终与时代同步,与国家战略同行。恒力(泸州)产业园是恒力集团时隔九年建设的第六大生产基地,也是在西南地区的首次战略布局。从江苏苏州到四川泸州,从“长三角一体化”核心区到“长江经济带与南丝绸之路”的交汇点,恒力家国情怀、实业兴邦的初心更加坚定,为国家争光、为地区谋发展的步伐更加有力。

接下来恒力将以“当年开工,当年投产”为目标,全力打造长江经济带发展示范项目,奋力建设新一轮西部大开发标杆项目,在不断做大做强西南聚酯新材料及纺织产业链的同时,为“成渝地区双城经济圈发展”注入新活力,为泸州工业、四川工业及民族工业高质量发展作出更大的贡献。

坚守实业,持续打造全球行业新标杆

中国纺织工业联合会恒力(泸州)产业园项目高度关注并发来贺信。贺信指出,多年来,恒力集团始终以“产业报国、实业兴邦”为己任,立足主业、坚守实业,已建成五大生产基地,3家上市公司、23家实体企业,成为拥有全球单一产能最大的PTA工厂、全球最大功能性纤维生产和织造应用基地之一的集团,并通过打通“原油—芳烃、乙烯—PTA、乙二醇—聚酯—民用丝及工业丝、工程塑料、薄膜—纺织”全产业链的企业集团,成为世界500强企业,为中国纺织在世界赢得了话语权,对民族

工业发展做出了突出贡献。

“建世界一流企业,创国际知名品牌。”中国纺织工业联合会在贺信中希望恒力集团以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引,一如既往地勇当国家战略的践行者、实业兴邦的担当者、创新发展的引领者,创新开拓、锐意进取,力争项目早建成、早投产、早见效,把恒力(泸州)产业园建设成为中国西南聚酯新材料及纺织制造中心,持续打造全球行业新标杆,为新一轮西部大开发和高质量发展做出新的、更大的贡献。

合作企业代表西门子(中国)有限公司副总裁安德里亚斯介绍,西门子公司将义不容辞,紧跟恒力集团发展步伐,继续加强与恒力的合作,把最先进的工业和能源技术应用到恒力(泸州)产业园项目中。日本TMT株式会社中国工厂总经理大和学说,TMT将竭诚为项目提供最先进的技术、顶级的设备、优质的服务、可靠的保障,全力助推产业园早日投产。

作为四川省重点项目,恒力(泸州)产业园也是成渝地区双城经济圈建设的重点项目之一。项目落户中国(四川)自由贸易试验区川南临港片区,占地面积5000亩,总投资200亿元,将引进国际最先进技术、最高端设备,计划建成智能化、高端化的聚酯、纺丝、新材料及纺织产业园,单体产能达到国内最大,形成恒力集团在西南地区的聚酯新材料及纺织制造中心。

恒力(泸州)产业园一期项目计划于今年10月底建成投产,全面投产后预计可实现年产值200亿元—300亿元,利税约20亿元,解决就业1.5万人。TA

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

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》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



让天更蓝、水更绿，锦润嘉植物染色在行动



锦润嘉车间效果图。

植物染色工业是一个可持续发展的新兴产业，越来越多地受到 GAP、COSTCO、H&M、LEVI'S 等国际知名品牌的青睐，前景十分广阔。

由德州恒丰集团与济南锦润纺织科技股份有限公司、锦柯草木染（上海）纺织科技有限公司合资成立的山东锦润嘉植物染色科技有限公司，将于 4 月完成环评工作，5 月完成厂房建设与设备引进，6 月进行试车

生产，2020 年计划完成植物染色 3000 吨生产线建设。

据悉，锦润嘉是目前全球唯一一家拿到国际控制联盟 Control Union 植物染色企业认证的公司，植物染色技术在行业内处于领先地位。公司定位为高端植物染色纤维、纱线生产商，在带动植物染色产业链发展，建设植物染色工业园的同时，为国内外品牌提供高端纺织原料，助力中国纺织服装品牌走向世界。

该公司主营功能纤维技术开发、咨询、服务与转让，抗菌功能纤维加工等业务。以“绿色是永续发展的必要条件”为理念，后期将不断开发绿色、环保、健康的纺织原材料，满足人们消费不断升级的需要，推动纺织产业可持续发展，让“天更蓝、水更绿”。

据了解，该公司随后将完善植物染色 PDS 认证标准，与恒丰植物染研究院等研究机构及大专院校深入合作，进一步开发植物染色专利技术，确保技术领先地位。此外，2021 年公司计划完成染料提取生产线建设，新增种植基地 1 万亩，2025 年完成 1 万吨生产线建设。

目前，德州恒丰集团植物染色纤维纱线已经实现标准化、规模化、工业化生产，生产规模已达 2 万多锭，与 MONKEY、童泰婴幼儿服饰、南通大东、小猪班纳、爱慕、悦达家纺、瑞典北欧公馆、无印良品等品牌服装生产企业建立合作关系。此次强强联合成立锦润嘉公司，必将推动植物染纤维纱线的工业化、品牌化，以及中国纺织产业的健康、可持续发展。

(赵国玲)

吉林化纤 逆势实现首季“开门红”

吉林化纤集团努力克服疫情影响，在困境中抓机遇，外拓销量内降成本，一季度实现工业总产值 28.37 亿元，同比增长 0.6%，累计完成全年目标的 26.7%，创历史最好水平；产品产量 13.6 万吨，同比增长 10%；纤维直接出口量 2.4 万吨，同比增长 77%，出口创汇 6358 万美元，同比增长 28%，逆势实现首季“开门红”。

新冠疫情带来严峻挑战，吉林化纤集团抓紧拓销量，四大纤维销量均达到预期水平，并通过打通物流、销售等一个个难点，推动全产业链联动复工复产。

人造丝一季度实现出口同比增长 16.6%，短纤系统实现纺速提高 38%，平均日产达 227 吨。企业还积极调整腈纶产品结构，持续加大差别化腈纶产品升级及市场推广力度，抗起球纤维市场占有率达 80%；细旦、华绒纤维等新产品性能持续改善；高强腈纶国外市场销量达 8500 吨，一季度腈纶直接出口 11266 吨，同比增长 17%，创历史新高。

专利产品竹纤维充分发挥抗菌、抑菌特性，在衬衫、床品、色纺、巾被、无纺布和卫材等领域的应用得到有效拓展。一季度实现竹纤维销量近万吨，同比增长 9%。同时企业积极携手下游开发竹纤维口罩，为全国战疫情贡献了一份力量。

碳纤维一方面强化提速增产，另一方面强化应用拓展，通过原液提产扩能改造、优化纺丝工艺参数等系列攻关，一季度原丝产能同比增长 63%，实现销量 3126 吨，同比增长 29%；小丝束碳丝成功应用到表面装饰布领域，大丝束碳丝实现销量 997 吨，同比增长 233%，碳纤维板块已经成为吉林化纤又一新的效益增长点。

同时，吉林化纤集团内部强化“人、机、料、法、环”全要素优化，挑战极限式降成本，一季度四大主导纤维单位制造成本同比明显下降，各项费用总额同比减少 3%，实现首季“开门红”。(郭春花)

抢回工期，新乡白鹭 2 万吨生物质纤维素项目加紧推进

日前，在河南省重点项目新乡白鹭投资集团有限公司年产 2 万吨生物质纤维素项目工地现场，施工人员、安装人员正在按照计划稳步推进工程项目建设，现场防疫措施严密无缝，呈现一派热火朝天的建设场景。为确保准时复工，白鹭集团升级施工方案，努力将疫情耽误的工期抢回来，尽可能按照原定项目开车时间顺利开车。



项目工地现场。

在疫情防控上，以白鹭集团副总经理李云生为组长的项目疫情防控领导小组，积极和经开区等相关部门协调复工工作。该公司基建指挥部编制上报了《疫情期间复工防控方案》，加大对疫情防控知识的宣传，按照疫情防控“466”要求制定疫情防控措施，备足防护物资，按照土建、安装、现场等方面实施网格化管理，通过多项严格的防疫措施，为参建人员建立起安全屏障。

白鹭集团还抓住推动河南省重点项目复工的有利时机，和政府相关部门积极沟通，打通了运输、原材料供应等通道。河南省、市相关领导先后到该项目现场指导工作，白鹭集团董事长部长金多次到工地现场对项目建设提出要求，监督工程质量。

白鹭集团还成立了项目建设质量检查小组，制定专项检查方案，对进厂安装的设备材料及施工工艺进行作业检查和指导。各属地管理部门认真负责，加强对设备材料的检查，避免不合格产品影响建设安装质量。参建部门倒排工期、各司其职、相互合作，交叉作业互不影响。参建员工精神抖擞、铆足干劲，发扬只有工期没有假期的吃苦耐劳精神，全力保证又快又好地完成项目建设任务。

通过严控疫情管理，狠抓施工进度，预计该项目将如期开车。白鹭集团在抓好项目建设的同时，还充分利用疫情带来的“空档期”，扎实做好 2020 年新建设项目的前期准备工作，为新项目开工创造积极条件，让新建项目巩固企业行业地位，带动河南新乡社会经济发展。(郑逢善)

紡織 TAIWAN TEXTILE MONTHLY 月刊

亚洲专业之中文纺织杂志

纺拓会出版之《纺织月刊》自 1996 年创刊以来，已成为中文纺织专业杂志的优秀品牌，订阅厂商遍布亚洲市场，包括中国内地、中国香港等。

提供即时丰富的纺织资讯

《纺织月刊》内容提供即时丰富的纺织资讯，内容如：“专家论坛”、“专题报导”、“市场讲座”、“纺织统计”、“设计研发”、“流行时尚”、“永续时尚”、“产业动态”及“国际大展”等，协助您掌握全球纺织产业及市场的新脉动，领先一步与世界接轨。

《纺织月刊》每期精选报道内容皆刊登于月刊官网，欢迎上网浏览！

如果您欲了解月刊内容与订购方式，欢迎前往官网 (<http://monthly.textiles.org.tw/>) 查阅各期精华文章，更欢迎您加入订阅！

《纺织月刊》研讨会或发布会规划服务

《纺织月刊》可依个别厂商需求，规划办理品牌、市场、产品、技术、环保等专题研讨会或产品发布会，邀请相关专家及厂商参加，并将活动内容摘要报道于《纺织月刊》中，以协助业者寻求商机、开拓市场。

订阅专线：+886-2-23417251#2362 张小姐

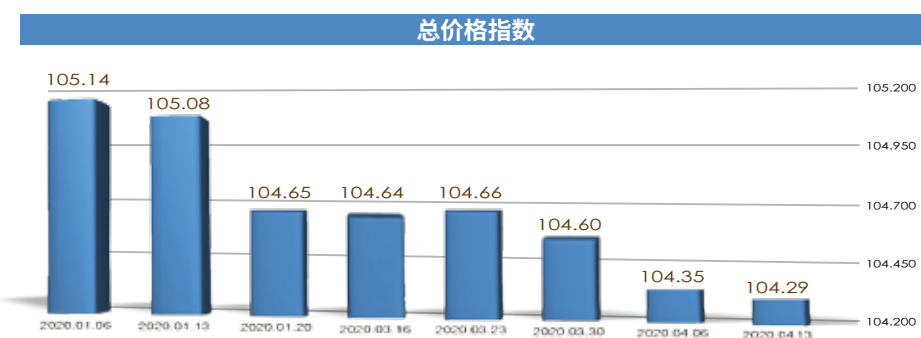
E-mail: ya_ling@textiles.org.tw



春市营销继续回缩 价格微幅下跌

20200413 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20200413 期纺织价格指数收报于 104.29 点，环比下跌 0.06%，较年初下跌 0.81%，同比下跌 2.05%。



近期，中国轻纺城春市营销继续回缩，其中：原料市场价量环比小跌，坯布市场价量环比小升，服装面料市场布匹价量小幅下跌，家纺类产品成交价量环比小升，辅料行情明显下跌。

原料价量环比小跌，涤纶环比回升、纯棉纱价格环比下跌

据监测，本期原料价格指数收报于 79.02 点，环比下跌 0.28%，较年初下跌 2.74%，同比下跌 7.61%。

聚酯行情环比回升，涤纶行情环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比上涨，华东地区 PTA 现货主流 3305—3365 元/吨，MEG 主流 3315—3380 元/吨，聚酯切片市场报价环比回升，江浙地区半光切片现金或三月承兑 4600—4625 元/吨。在原油高涨刺激下，聚酯市场迎来一波高潮，PTA 主力期货拉涨，江浙涤纶长丝也终于在各方利好提振下触底反弹，尤其是 FDY 产品，单日价格上涨 400 元/吨，其余产品也有不同程度的上涨空间。下游买涨情绪下，开始补仓，涤纶工厂产销放量涨价，个别聚酯工厂产销量剧增，库存释放较好，而到了周末甚至出现聚酯工厂封盘的消息。萧绍地区涤纶长丝市场报价上涨，POY、FDY、DTY 报价环比上涨，POY 涨幅在 375—575 元/吨，FDY 涨幅在 400—650 元/吨，DTY 涨幅在 200—350 元/吨。江浙部分涤纶工厂成交气氛依然清淡，部分工厂产销仅在 20%—40%，涤纶涨价的背后，依旧需要各方力量的支撑。

近期涤纶短纤价格环比上涨，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 5850 元/吨，涨幅在 520—590 元/吨。近期纯涤纱市场报价环比上涨，32S 纯涤纱报 10000 元/吨左右，涨幅在 50 元/吨左右；45S 纯涤纱报 11400 元/吨左右，涨幅在 200 元/吨左右。

纯棉纱价格环比下跌，人棉纱价格继续下跌。目前纱线市场成交多以刚需为主，部分企业降低产能甚至放假减压。纯棉普梳纱报价普跌，山东滨州某厂纯棉普梳纱（剑杆）21S、32S 报价普跌。气流纺行情普跌，河南某厂 OEC12S 纱报价普跌。纯棉高支高密纱同样承受着订单少、消费萎靡的压力，江苏某厂紧密纺 JC80S 纱报价下跌。市场较为悲观，纺织市场或面临新一轮洗牌。萧绍地区纯棉纱市场报价环比下跌，其中：普梳 32S 纯棉纱价格跌幅在 70—85 元/吨，精梳 40S 纯棉纱价格跌幅在 70—80 元/吨，气流纺 10S 纯棉纱价格跌幅在 50—70 元/吨。

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 9100 元/吨左右，跌幅在 50 元/吨左右。近期人棉纱价格环比下跌，30S 人棉纱价格报 13150 元/吨左右，跌幅在 150—200 元/吨；40S 人棉纱报 14200 元/吨左右，跌幅在 200—300 元/吨，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 120.30 点，环比上涨 0.59%，较年初上涨 0.35%，同比下跌 0.52%。

本期坯布类价格指数呈小幅上涨走势。近期，市场营销局部推升，坯布厂家订单环比小增，坯布价格环比小升。其中：天然纤维坯布行情环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，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环比回升；化学纤维坯布现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈小幅上涨走势，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推升；混纺纤维坯布行情环比推升，价格指数呈小幅上涨走势，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比小升，拉动坯布类总体价格指数环比小涨。

服装面料销售继续回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.82 点，环比下跌 0.13%，较年初下跌 0.32%，同比上涨 0.22%。

本期服装面料类价格指数小幅下跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售震荡回缩。纺织企业复工复产形势总体继续保持平稳，但受新冠肺炎疫情全球蔓延影响，近期出口订单出现严重下滑，对纺织行业生产经营造成较大冲击。终端服装方面，库存依然爆满，导致面料下单模式一直以“小批量、多批次”为主。服装、织造不景气，自然使得印染、后整理行业热度均被降低。目前部分织造企业开机率不足，产出环比回缩，服装面料市场成交环比下降。

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 102.09 点，环比上涨 0.12%，较年初上涨 0.62%，同比下跌 0.05%。

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。创新色印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：窗帘类现货成交和订单发货环比推升，遮光型窗帘布为营销主流，提花、色织条格、绣花、印花面料互动，价格指数呈小幅上涨走势；窗纱类成交环比推升，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。

市场行情继续回缩，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 128.91 点，环比下跌 1.77%，较年初下跌 2.17%，同比下跌 1.22%。

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继续回缩，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缩走势。服装里料类成交明显回落，价格指数跌幅相对较大；带类行情明显回缩，价格指数跌幅依然较大；花边类成交环比回缩，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。终端市场需求不足、出口订单下滑的压力目前已传导至全产业链，纺织企业普遍面临较大经营压力，复工复产以来稳步提升的产能利用率开始逐步下降。目前很多企业订单只能维持短期开工运行，预计未来两个月纺织行业产能利用水平将面临进一步下滑的压力。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，印染企业产销相对有限；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



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

www.taweekly.com



终端信心不足 50 指数承压下行

2020 年 3 月份商务部中国·盛泽丝绸化纤指数“50 指数”述评

盛泽“50 指数”从时序上反映了盛泽地区纺织产业发展的总体状况。从某种意义上讲，也反映了企业的景气状况。它是以盛泽地区生产规模最大或者较大的 50 家丝绸化纤织造企业的净现金流为依据，按月度统计发布。盛泽“50 指数”反映了盛泽地区主要企业的经营效益波动情况，在一定程度上反映了企业竞争能力的变化。盛泽“50 指数”采用定基指数法，即以 2007 年 8 月为基期，从纵向的角度提供一个标杆，为企业和市场研究人员提供一个参考基准。

据国家商务部中国·盛泽丝绸化纤指数（下称“盛泽指数”）监测数据显示：2020 年 3 月份，盛泽“50 指数”收于 916.77 点，与上月相比下跌了 27.01 点，跌幅为 2.95%。

图1 盛泽“50 指数”走势图



影响“50 指数”走弱的利空因素分析

1. 海外疫情发酵，市场陷入“订单荒”。3 月国内疫情得到有效控制，但是国外疫情却开始爆发，截至 3 月底，新冠疫情还在持续发酵，震中仍在欧美国家，全球都被新冠疫情笼罩，海外经济活动基本停摆，国外绝大部分品牌纷纷关闭门店，从而导致很多外贸订单已经处于取消或者半待取消的状态，这种状态已经持续一个月左右，影响已经开始从贸易环节向整个纺织产业链蔓延。

外贸市场表现不佳，内贸市场也恢复缓慢，整个市场订单缺失，前期厂家多执行年前所接的订单，随着这批订单执行完毕，新单接单不佳，企业手头可做订单越来越少，市场逐渐陷入订单荒。

2. 终端需求萎缩，织厂库存压力加大。3 月以来，随着国内疫情得到有效控制，外来务工人员已经陆续返岗，厂家急于执行年前订单，开足马力搞生产，从而导致市场开工率回升较快；但是随着外贸市场停摆，内销市场恢复缓慢，市场供需失衡明显，大部分厂家开始进入累库存阶段。截至 3 月底，盛泽地区坯布库存突破 40 天，是近 7 年的新高，与去年同期相比，库存上升了至少一个星期。

面对直线上升的坯布库存、日益萎缩的订单，市场产销难以做平，企业去库存意向较高，部分企业已经通过让利促销来降低库存回笼资金，市场信心明显不足。

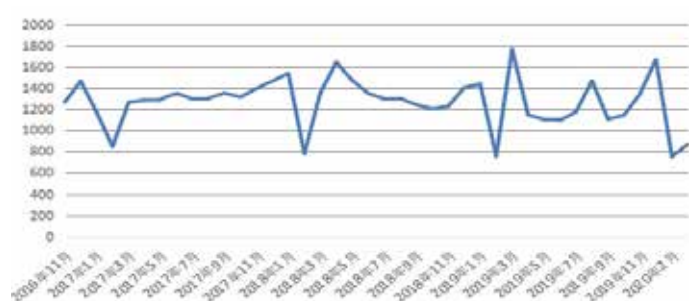
3. 坯布价格走低，利润空间萎缩。随着市场走货疲软，厂家去库存意向增强，再加上上月因沙特跟俄罗斯打起价格战，原油跌穿 20 美元/桶，大宗纺织原料价格也同步跟跌，主流产品涤纶长丝半个月跌价超千元，与年初相比原料端下跌在 2000 元/吨，这造成了面料价格明显走低，与 2 月相比下跌了 0.20—0.30 元/米，很明显，对于纺织老板而言，面料价格的跌速明显高于原料价格，企业利润明显收缩，目前常规涤纶塔夫已经接近亏损。有纺织企业表示，随着原料价格下跌，客户压价较为频繁，厂家对后市预期较差，走货意向较强，只能压缩自己所剩无几的利润。

影响“50 指数”下跌的具体因素分析

注：以下四类曲线图表（平均销售总额、平均销售重量、平均原材料购入金额、平均工资）均为 50 企业分项指标综合变化趋势，曲线仅反映盛泽地区主要企业的经营效益波动情况，在一定程度上反映了企业竞争能力的变化。

平均销售总额显示“50 企业”销售量以及产品价格变化。分析可见，3 月“50 企业”平均销售总额收于 870.0522 点，与 2 月份相比上涨 118.0774 点，涨幅为 15.70%。进入 3 月，厂家多执行年前订单，所以走货尚可，但受到疫情的影响，今年常规产品新单接单情况不佳，销售持续性不佳，因此今年 3 月平均销售总额与去年同期相比下跌幅度较大。

图2 盛泽市场平均销售总额走势图



平均销售重量显示“50 企业”销售布匹、原料的数量，进而显示市场活跃度。分析可见，3 月份“50 企业”平均销售重量收于 358.401 点，与 2 月相比上涨了 61.84 点，涨幅约为 20.85%。虽然 3 月的平均销售重量指标有所上涨，但是与往年旺季行情相比，今年表现较为不佳。目前市场大环境交易环境不佳，面料走货缓慢，而月底原料迎来一波行情，刺激了市场“投机囤货”操作，原料量价齐升，走货较好，从而导致 3 月市场平均销售重量较前期好转。

平均原材料购入金额显示当月企业采购情况以及生产积极性。分析可见，3 月份“50 企业”平均原材料购入金额与 2 月相比稍有回落，下跌了 15.1994 点，跌幅为 2.17%。由于 3 月沙特跟俄罗斯打起价格战，大宗商品的原料原油价格跌至低位，从而导致纺织原材料价格大幅走低。且复工以后，市场对原料采购积极性一直不佳，聚酯厂家库存持续上涨，厂家以价换量。再加上上月末对“OPEC+ 减产”预期提振，原油冲高，带动了涤纶长丝量价齐升，缩小了涤纶下跌的空间。

平均工资方面，3 月份“50 企业”平均工资较 2 月份稍有下跌，收于 1041116.99 点，下跌了 6337.257 点，跌幅为 0.61%。3 月平均工资指数下跌，主要源于市场新单缺失，厂家生产积极性不佳，轮休放假操作有所增多，从而导致薪酬福利下降，再加上近期市场销售情况不佳，业务员提成也相对减少，因此本月总体资金水平有所下跌。

后市预测

今年疫情对内贸和外贸都带来了巨大损失，目前无论是纺织行业还是其他制造业，均在感叹生意难做、利润微乎其微，企业将资金用在更新设备或新品开发的投入越来越少。

目前市场行情继续平淡，新单打样、试样操作不多。再加上国外疫情还在持续发酵，外贸市场短期内不能恢复，市场行情依旧在低位徘徊，预计 4 月市场开工操作会增多，市场行情还会走弱。

虽然“50 指数”代表了盛泽中大型企业，但是在外部环境不佳的情况下，他们的经营环境也难以好转，预计后市“50 指数”还将下跌。TA

中国绸都网

指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：<http://index.168tex.com/> 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通同行 做生意
扫码二维码 即刻下载纺织通APP

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

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