

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

2020.07.20 | 第26期 | 总第986期

RIFA 日发纺机

纺纱/加捻/卷绕/针织/织造/无纺



化纤倍捻机

客户中心电话：400-999-8008



P18

在存量世界里创造增量
纺城企业有“妙招”



纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊



《纺织服装周刊》官方网站：
www.taweekly.com

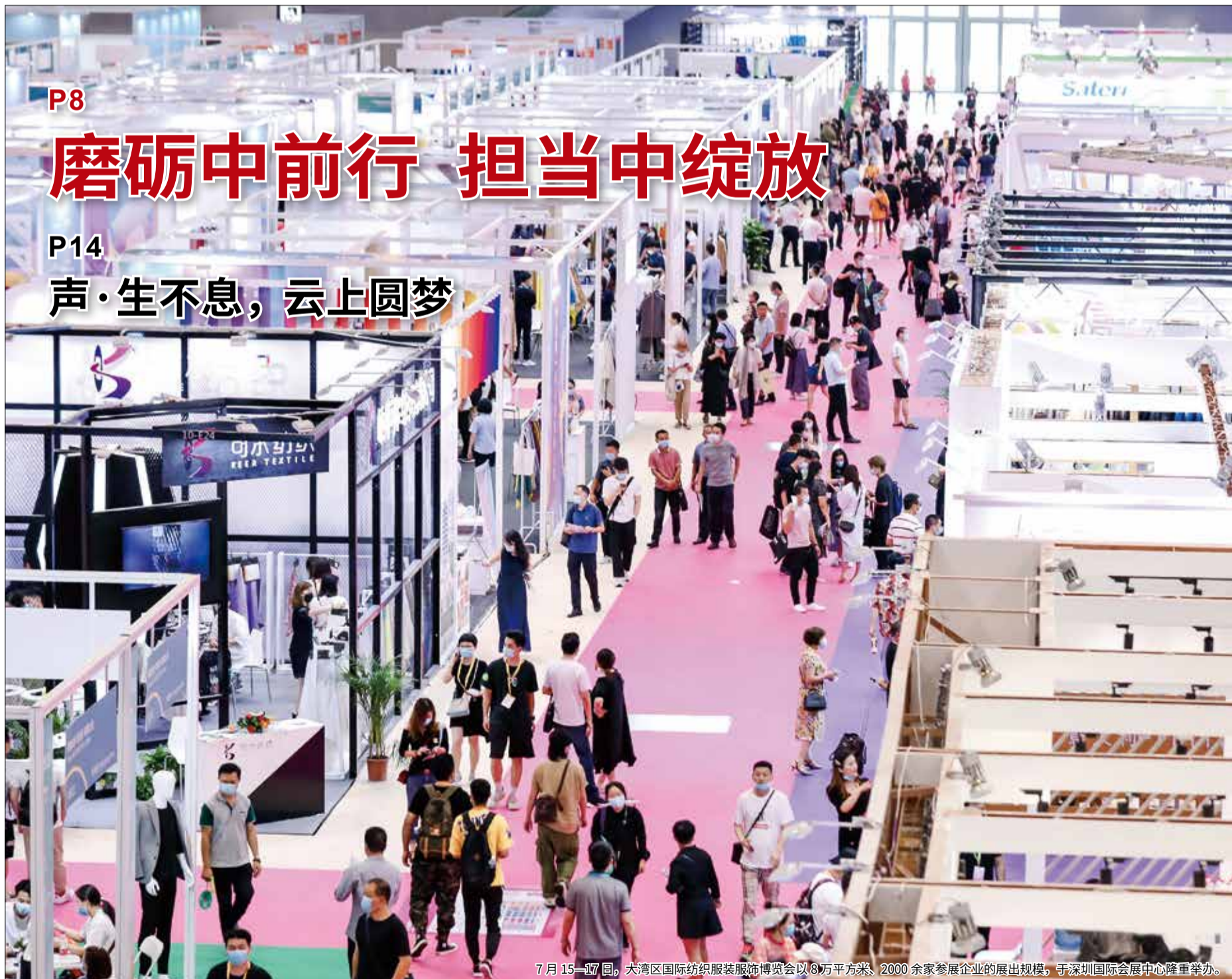
● 新闻热线：刘嘉 010-85229892
● 广告热线：万略 010-85229013

P8

磨砺中前行 担当中绽放

P14

声·生不息，云上圆梦



7月15—17日，大湾区国际纺织服装服饰博览会以8万平方米、2000余家参展企业的展出规模，于深圳国际会展中心隆重举办。

2020 HONGMIAN MEN'S FASHION WEEK

直面浩瀚潮汐
抵达时尚本真



营业时间

周一至周五: 8:00 - 18:00

周六至周日: 8:00 - 20:00

地址: 广州市环市西路184号

www.hongmian.com



<红棉抖音号>



<红棉快手号>



<红棉公众号>



中国轻纺城
CHINA TEXTILE CITY

2020 第七届 绍兴柯桥

中国轻纺城窗帘布艺展览会 中国轻纺城墙布展览会

7月30日-8月2日

📍 绍兴市柯桥区中国轻纺城国际会展中心 (老馆)

☎ 0575-81169717

重磅重启 创新前行

炎热七月，
与您相约柯桥



主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

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
李陵中 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 张尚南 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: 北京市东城区东四西大街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

壮举, 源于责任担当

7月17日, 首届大湾区国际纺织服装服饰博览会在深圳国际会展中心圆满落幕。为期三天的展会, 8万平方米的展场上, 共有2000余家纺织服装企业参展。在新冠肺炎疫情肆虐全球的当下, 此次“大湾区纺博会”堪称中国纺织服装行业的又一壮举!

众所周知, 2020年是建设粤港澳大湾区和深圳建设中国特色社会主义先行示范区(简称“双区”)的关键之年。纺织服装产业历来是广东地区的传统优势产业, 其规模、技术和产业体系完整性均居全国同行业领先地位。“双区”建设机遇与“一带一路”合作的区位优势, 以及深圳时尚之都、广东纺织服装产业的集群优势, 也为纺织服装行业的发展提供了有利条件。

在疫情常态化防控背景下, 纺织服装市场逐步回暖, 进一步促进消费回补和潜力释放, 此时正是纺织服装行业重启之良机。

中国纺联借鉴“上海联展”的成功经验, 抓住深圳“双区”建设机遇, 及时推出大湾区纺博会, 集结大湾区国际纺织面料及辅料博览会(intertextile)、大湾区国际服装服饰博览会(CHIC)、大湾区国际纺织纱线博览会(yamexpo)和大湾区国际针织博览会(PH Value)产业上下游四个展会, 四展联办, 引发了巨大的产业链上下游联动效应, 为当下纺织行业企业走出困境赢得先机。

展会是一项系统工程, 更何况如此规模的行业展会。此次大湾区纺博会, 主办方在场馆选择、观众邀约、展会宣传、展馆服务、安全措施等各个环节都做到了全力以赴。尤其在疫情之下, 更是做到了安全、有序、快捷、便利, 如: 采用绿码通行方式, 非接触式红外测温, 出示手机注册成功二维码, 扫码入馆。

对于疫情之下中国纺织行业的生存和发展, 中国纺织工业联合会会长孙瑞哲有过这样的论述: 2020是铭刻世界史册的一年。新冠肺炎疫情在全球蔓延, 从实体到心理, 从供给到需求, 从经贸到政治, 经济社会的各个层面都在承受巨大压力。中国纺联作为行业合力抗击疫情的关键“桥梁”, 在第一时间对重点骨干企业产能及库存展开摸底调查, 协调组织产业力量, 开展口罩、防护服等应急防控物资生产供给工作。纺织行业的相关工作有力保障了全国疫情防控的有效进行。

2020是体现纺织担当的一年。今年是中国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标的关键之年, 也是纺织行业建成纺织强国的节点之年。纺织行业作为国民经济的支柱产业, 作为与全球产业链深度融合发展的产业, 在本次疫情攻坚战中发挥了重要作用。

任何壮举, 从来都是高度负责和勇于担当的产物。无论是第一时间投入到抗击疫情中去, 还是疫情常态化防控下的复产复工, 中国纺联始终与行业企业守望相助、共克时艰, 用信心和实力从源头助力行业加速复苏, 稳定产业链, 不间断地为产业升级提供新动能, 为中国经济社会的永续健康发展, 奉献着一个“负责任、有担当”行业的全部力量。

赵媛媛

CONTENTS



14 特别报道 SPECIAL

声·生不息, 云上圆梦

中纺永景·2020 中国国际大学生时装周盛装举行

7月1—5日, 中纺永景·2020 中国国际大学生时装周举行。本届大学生时装周以“声·生不息”为主题, 集结了62所中外知名院校, 融合时尚与科技之力, 联手花椒直播、智联招聘等顶流平台, 聚焦数字经济时代下的创新与变革, 通过多种线上呈现方式以及近百场丰富的活动, 展现院校的教学成果, 助力莘莘学子圆梦T台。

6 资讯 INFOS

纪念钱之光诞辰120周年系列活动启动
河北省品牌服装流通商会开启新征程

8 关注 ATTENTION

砥砺前行 担当中绽放
打赢三大攻坚战, 新乡白鹭带领员工走向小康生活
应对变局要“善假于物”

18 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

在存量世界里创造增量 纺城企业有“妙招”
探索不止 未来可期

22 面料 INDUSTRY

有料才酷 为你而来

24 指数 INDEX

夏日淡季成交不足 价格小幅下跌
供需矛盾突出 “50指数”小幅下跌

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

纪念钱之光诞辰 120 周年系列活动启动

今年是老一辈无产阶级革命家、新中国纺织工业的奠基人——钱之光同志诞辰 120 周年，中国纺织工业联合会决定在全行业开展弘扬“新时代纺织之光精神”——纪念钱之光同志诞辰 120 周年系列活动。该活动由中国纺织工业联合会主办，中国财贸轻纺烟草工会支持，纺织之光科技教育基金会、中国纺织职工思想政治工作研究会、中国纺织服装教育学会承办，《纺织服装周刊》杂志社、《中国纺织》杂志社、《东方企业文化》杂志社、浙江理工大学协办。

活动以弘扬“新时代纺织之光精神”为主题，目的是以纪念钱之光同志诞辰 120 周年为契机，通过回顾、梳理、研究、总结钱之光同志的光辉足迹和精神光芒，构建弘扬“新时代纺织之光精神”长效机制，以善行力量不断扩充和广泛凝聚捐赠人、代理人、受捐人的责任担当与公益链条，从而进一步增强“纺织之光”的行业属性、公益粘性和可持续性，不断彰显和提升“纺织之光”公益品牌价值，助力纺织科教事业繁荣发展。

据了解，系列活动主要内容有系统研究总结“新时代纺织之光精神”、举办弘扬“新时代纺织之光精神”

宣讲活动、召开“首届纺织之光智慧论坛”，以及开展以新时代·新定位·新征程为主题，“做新时代纺织人”——全国纺织行业优秀研究成果征文活动。

以纪念钱之光同志诞辰 120 周年为契机，系统研究总结“新时代纺织之光精神”。将组织有关专家、学者就“新时代纺织之光精神”诞生背景、精神内涵、理论外延及时代意义进行研究。研究成果将通过“新时代纺织之光精神”发布会暨纪念钱之光同志诞辰 120 周年研讨会进行发布。有关行业媒体开设“纪念钱之光同志诞辰 120 周年”专栏，刊载钱之光同志先进事迹，开展“探寻先辈足迹，践行初心使命”新闻采风活动。

坚定行业发展信心，举办弘扬“新时代纺织之光精神”宣讲活动。活动将组织优秀纺织慈善企业家、纺织科技工作者、纺织教师学生、纺织劳模工匠及纺织之光志愿者组成弘扬“新时代纺织之光精神”宣讲团。宣讲团将以“线上+线下”形式适时走进纺织服装院校和企业，通过讲述自身成长经历、创业经验和公益故事，向全行业、全社会传播展现新时

代纺织人爱国爱纺、服务纺织、造福民生的良好形象与时代担当。

集合纺织公益力量，举办“首届纺织之光智慧论坛”。论坛以“智慧·善行”为主题，以“公益、智慧、高端、开放”为基调定位，拟举行一系列活动：一是举行新时代纺织之光精神公益论坛；二是全国纺织行业优秀研究成果推介；三是业内专家学者授课；四是举行有关慈善文化活动。

开展“做新时代纺织人”——全国纺织行业优秀研究成果征文活动。面向全国纺织企事业单位科技工作者、纺织服装院校师生、思想文化工作者、纺织慈善工作者及有关从业人员开展征稿。经过专家评审后，优秀作品将纳入《“做新时代纺织人”——全国纺织行业优秀研究成果集》并出版。征文围绕全面实现小康社会目标和纺织工业“科技、时尚、绿色”新定位，结合本单位发展历程、转型升级、改革创新、抗击疫情、复工复产的实践做法；结合学习工作岗位、工作回忆、所见所闻，表达对新时代纺织人的理解与感受。截稿日期为 2020 年 8 月 25 日。（郝杰）

国家先进功能纤维创新中心于 2019 年 6 月 25 日正式获国家相关部门发文批复，组建全国第 13 家国家制造业创新中心。依托江苏新视界先进功能纤维创新中心有限公司市场化运营。

创新中心围绕高端用纤维材料及纺织品、功能纤维新材料、前沿纤维新材料等领域，构建功能纤维高效成形中试与产业化平台、前沿纤维培育与孵化平台、纤维工程设计与应用集成平台等，重点攻克碳纤维、对位芳纶、聚酰亚胺等及其复合材料设计、加工、制造一体化技术、纤维材料高效柔性化制备技术，研发前沿纤维新材料等纤维行业共性关键技术，提升我国纺织纤维产业核心竞争力。



河北省品牌服装流通商会换届大会现场。

河北省品牌服装流通商会开启新征程

日前，由石家庄金指数品牌服装广场助力的“我为带货狂# 百万主播带货大赛——中国河北石家庄”抖音推广活动成效显著，金指数品牌服装广场 30 余名商家从零开始，在经过 12 天如火如荼的激烈比拼后，创下了数十万订单量的辉煌成绩。

这一切的幕后推手便是刚刚当选河北省品牌服装流通商会会长的金指数品牌服装广场总经理林成法。近日，河北省品牌服装流通商会换届大会举行，代表商会工作开启了新征程。会上，石家庄杭秋商贸有限公司总经理李秋生当选名誉会长，石家庄绅贵服装销售有限公司总经理张彦格当选商会秘书长，新一届的执行会长、常务副会长和副会长也相继产生。

林成法表示，多年以来，河北省作为服装产销大省，一直在全国有着举足轻重的行业地位。随着现阶段社会经济的快速发展，商会将最大限度地整合资源，在

高效便捷地满足市场需求的同时，加强行业自律，提倡公平竞争，维护市场秩序。

林成法介绍，河北省品牌服装流通商会的会员单位都有着多年的经营经验和对行业的深入认知，行业地位突出、品牌优势明显、服装种类齐全，能满足市场的各种需求。北极绒、猫人、南极人、领秀、梦舒雅等品牌在华北区域的发展离不开他们的辛勤耕耘，同时，杰凡帝诺、绅贵公爵、唐古拉、慕昆、法莱度、杰克迪澳、凯斯豪、图纳、兰闺蜜、欧羽尚等一批自主品牌也正在处于上升期。未来，商会将与金指数品牌服装广场积极打造的金指数网红直播基地深度合作，开启实体经济、电商相结合的新模式。“我为带货狂# 百万主播带货大赛”仅仅是一个尝试，商会将带领会员单位强化自身品牌建设，加强区域经贸合作，扩大市场占有率。（吕杨）

225 项高质项目入围“创客中国”大赛

为贯彻落实《国务院关于推动创新创业高质量发展打造“双创”升级版的意见》和《建设纺织强国纲要（2011-2020 年）》有关要求，为纺织服装行业搭建纺织行业创新产品展示、推广、对接和创新人才交流平台，促进纺织行业大中小企业融通发展，工业和信息化部网络安全产业发展中心（工业和信息化部信息中心）、中国纺织工业联合会、鞍山市人民政府共同主办，纺织人才交流培训中心、鞍山海城经济开发区共同承办了 2019—2020 年度“创客中国”纺织服装中小企业创新创业大赛。近日，大赛对征集到的创新项目进行了评审。

本次大赛以“功能性”为主题，聚焦（一老一少）老年、孕婴服装、家纺、针织、卫生用品以及其他功能性终端产品，兼顾功能性纺织面料和可穿戴、监护智能装置，以产业园区、集群为基础，发挥大型企业引领作用，在全国范围内发起征集纺织服装创新创业项目。

从 2019 年 11 月启动至今，大赛共征集到项目 411 项。经专家评委们认真、专业的初步筛选，最终 225 项高质项目进入评审阶段。下一步，大赛组委会将在 7 月中下旬组织专家进行两轮线上评审，8 月下旬在鞍山进行现场决赛，届时将产生赛季项目奖项及发布十大创新企业家荣誉奖项。（雷蕾）



国家先进功能纤维创新中心
National Advanced Functional Fiber Innovation Center



磨砺中前行 担当中绽放

2020 大湾区国际纺织服装服饰博览会提振行业信心

本刊记者_王利 徐长杰 董笑妍 陶红

2020 注定是不平凡的一年，越是在困难的时候，越要强大自己，凝心聚力！

7月15—17日，首届大湾区国际纺织服装服饰博览会（简称“大湾区纺博会”）集结四大专业展会——大湾区国际纺织面料及辅料博览会、大湾区国际服装服饰博览会、大湾区国际纺织纱线博览会、大湾区国际针织博览会，以8万平方米、2000余家参展企业的展出规模，于深圳国际会展中心成功举办。

作为今年中国纺织工业联合会举办的首个线下展，大湾区纺博会的开展对于产业重振信心、加快恢复产业经济活力起到重要的促进作用。

开幕当日，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，会长孙瑞哲，原会长王天凯，副会长徐迎新、陈大鹏、端小平等领导嘉宾，在展会主办方负责人的陪同下参观了本次联合展会，与业界同仁共同见证纺织业在磨砺中前行的力量。



中国纺联领导一行参观展会，与展商深入交流。

intertextile
SHENZHEN apparel fabrics

大湾区国际纺织面料及辅料博览会

在这个特殊的2020年，大湾区国际纺织面料及辅料博览会给业界带来的不仅是一款款新品面料辅料，更有纺织优秀企业的创新经验、突围之道，这必将为行业发展带来信心，为非常时期下的行业、企业注入更加完备的产业链资源和创新驱动动力。

高勇一行在面料展参观了国家纺织产品开发基地展团、绍兴越城区展团、盛泽展团、可持续发展专区和中国纺织面料流行趋势专区。

国家纺织产品开发基地展团集结了诸多基地企业，代表棉、毛、麻、丝、新材料等各领域的领军水平，以面料为载体彰显了中国纺织的创新成果；绍兴越城区展团以“越时尚、越世界”为主题，携近80家企业集中亮相，展示了绍兴作为中国纺织名城走向世界的积极姿态；盛泽展团携百余家企业，以1600余平方米的展位集中亮相，展现了“中国绸都”的全新风采。

三个展团带来的新款流行面料，涵盖棉交织类、化纤、丝织、混纺等多个种类，在花型、质地、功能等方面处于时尚和科技前沿，不仅满足市场对于季节性产品的需求，同时也兼顾了穿着舒适与环保节能的未来潮流。高勇与各展团负责人亲切交流，并询问了企业最新研发的产品和市场复苏情况。他表示，在特殊时期，企业抱团参展，不仅能提升区域品牌影响力，还有利于凝心聚力、共渡难关。

中国纺织面料流行趋势专区以轻行世界、原生空间、愈幻乐园、智玩国度为主题，以地球生态为前提，聚焦于探寻自然与社会的平衡互动，可持续发展成为主流，消费主义脱离“无止境”的藩篱……这一展区向观众展示出，人类赖以生存的世界，一切都在变化之中，时尚正逐渐超越人与自然的界限，焕发生机，迈向永续。



CHIC
SHENZHEN

大湾区国际服装服饰博览会

首次登陆粤港澳大湾区，大湾区国际服装服饰博览会携手包括时尚男装、最美女装、匠心皮羽、ODM智造、时尚定制、设计力量、烂漫童装、流行配饰、箱包鞋履、潮流品牌、链接未来、牛仔世界、环球风尚在内的13个特色展区，集结供应链上下游资源，呈现强大品牌矩阵，共同上演商贸盛景。

2020年因为新冠肺炎疫情而变得尤为特殊，中国服装行业也在经历着前所未有之大变局。今年，企业们是怎样审时度势，如何应对变局的？在参观过程中，孙瑞哲一行就企业的市场开拓和供应链整合情况进行了详细询问，并表示，只有向外积极开拓诸如电商、直播等新渠道，向内强化供应链各环节、打造柔性生产线，才能应对2020年疫情影响以及未来的市场要求。

在元亨展位上，孙瑞哲一行具体了解了企业与国内外品牌的合作情况。作为一家以ODM为主的企业，设计是企业的生存之本，展位负责人表示，公司不仅有自己的设计团队，还会因不同品牌的需求与不同的设计力量跨界合作，形成了独特的竞争优势。

平湖羽绒服企业今年抱团参展，成为了展会中不容忽视的一支力量，孙瑞哲在展位上重点了解了平湖集群的发展规模和配套资源，以及平湖企业在国内羽绒服市场的占比情况。随后，领导们分别走进了平湖展团义众、NO.27、加加亲等品牌展位，针对最前沿的羽绒工艺、产品的个性化研发与企业负责人畅聊。

此外，领导一行还分别参观了金沐笙、悦蒂威童装、大涌牛仔、飞灵飞逸、今时秀、时尚海宁、MISSLace等展位。

yarnexpo

大湾区国际纺织纱线博览会

大湾区国际纺织纱线博览会集结125家行业精锐展商精彩亮相，可持续、环保、再生、抗菌等大健康主题成为突出亮点，从现场万纤争鸣的盛况和企业创新求变的精神，可以窥见纺织源头的蓬勃活力与生机，传递行业复苏最强音。

在新澳展位上，高勇一行详细询问了企业受疫情影响程度和目前恢复情况。新澳总经理助理陈车丽表示，新澳一直以来努力探索羊毛纤维在不同领域的延伸与创新应用，希望借此平台发布新产品，了解广东地区的纺织市场需求，交流与分享纱线新产品和纺织新技术，拓展线下时装和运动品牌，链接线上电商及网红直播客户，共同努力度过疫情之下产业的“寒冬”。

利泰醒狮设立了牛仔纱、家纺纱、针织纱、可持续纱、医用纱五大展区，全方位展示了公司的多元化创新成果。公司营销总监王建忠还向高勇一行介绍了公司库尔勒、奎屯、乌国三大园区布局和公司的下一步发展规划。

随后，高勇一行来到德州恒丰集团展位上，除了解企业生产规模、创新产品和最新技术成果，还重点询问了德州恒丰在宁夏的扶贫车间情况。高勇表示，宁夏扶贫车间对当地稳就业和保民生做出了一定贡献，这种政企合作的形式值得在产业链推广。

此外，领导一行还参观了赛得利、M.ORO、康赛妮、信诺、莱力、无锡一棉、盛虹集团、青岛百草、中国纺织科学研究院等多家企业和机构的展位，对疫情后产业复苏的情况进行了深入的了解与梳理，并对众多参展商提出了富有建设性的发展意见。对于企业创新求变的举措，高勇一方面鼓励大家坚持“科技、时尚、绿色”定位，以市场需求为导向，用创新手段掌握自己的核心技术，提高市场竞争力，另一方面建议企业不要操之过急，一定要考虑到成本、市场应用和具体执行等多方面问题，稳步前行。



PH
VALUE

大湾区国际针织博览会

大湾区国际针织博览会在深圳的举办，意味着针织产业的“重启”正迎来新的机遇。展会现场，有不少熟悉的面孔，展区中更是集结了一众行业干将。

在毛衫区，有大朗巷头毛织街、东莞欧丽致、浙江东企、广东鸿泰、海宁麦格拉、嘉兴秋蒙等优秀企业的全力加盟；内衣家居展区则汇集了天竹联盟、宝路易、英第爱纳、海的服饰、追速、声达等一批来自小榄、深沪集群的内衣家居领域优质企业；此外还有浙江理工大学、华南理工大学广州学院、中国针织电脑横机应用技术研发中心、五邑大学等院校机构联合展区。

高勇一行首先参观了天竹联盟展位和东莞大朗巷头展位。针对后疫情时代市场对抗菌、环保的需求，本次展会，吉藎化纤旗下深圳天竹生态服饰有限公司协同天竹联盟、吉林化纤、河北吉藎化纤，充分发挥竹纤维产品抗菌、抑菌的特性，集中展示从纤维源头到服装、毛巾终端产品的全产业链应对思路。高勇详细了解了吉藎化纤最新研发的“竹丽尔”纤维，对其原液着色工艺和环保可降解特性给予高度肯定。

在中国毛织第一村东莞大朗巷头展位，高勇一行观看了“独腿战士”骆祥健、“独臂少年”张家城的篮球表演。该展位负责人介绍，希望将毛织产品与篮球相结合，共同发展，打造大朗毛织、篮球双名片，并研发一些运动风、篮球服等毛织服装，让时尚与健康跨界融合。而本次篮球表演是希望以骆祥健和张家城的励志人生，展现疫情后大朗积极向上的发展面貌。

磨砺中前行，担当中绽放。面对错综复杂的国际形势以及亟待复苏的内销市场，纺织产业机遇与挑战并存。多年来，中国纺联旗下的联合会以同期同地、共振共赢的创新之举，带动了全产业链的协同化创新，此次现场熙攘的参观人流也再次见证了展会的聚合效应与核心价值。本届大湾区国际纺织服装服饰博览会亦将承载着纺织人的信心与期待，推动产业链深度对接与提升，化危为机，全力破冰！

走向我们的小康生活

主题采访报道

打赢三大攻坚战， 新乡白鹭带领员工走向小康生活

郑逢善 / 文

在全面建设小康社会的道路上，新乡白鹭投资集团有限公司在抓好生产经营的同时，不忘国企姓党，主动履行社会责任，在助力打好精准脱贫、防范化解重大风险、污染防治三大攻坚战方面做出有力贡献。

自党中央提出小康社会的战略构想以来，几代人一以贯之、接续奋斗，特别是党的十八大以来，党把人民对美好生活的向往作为奋斗目标，带领大家攻坚克难，砥砺前行。新乡白鹭投资集团有限公司（简称“新乡白鹭集团”）不忘国企姓党，主动履行社会责任，为决胜全面建成小康社会贡献力量。

驻点扶贫，打赢脱贫攻坚战

在河南省封丘县的前九甲村，刚进村就能够看到一条平坦宽阔的通村水泥路，道路两边 50 多盏路灯错落有致，来往的村民更是满脸喜悦。村子东南角坐落着新乡白鹭集团的扶贫项目——河南封丘县九甲塑业有限公司，厂房内自动化的生产线正在满负荷运转，在此工作的员工都是村民，他们穿着统一制服，技术的娴熟程度堪比专业的产业工人。

很难相信，这样一个生机勃勃的前九甲村，几年前还是国家级贫困县的一个扶贫开发重点村。之所以形成如今的新面貌，离不开新乡白鹭集团在扶贫路上发挥的主力军作用。

2012 年，新乡白鹭集团选派扶贫干部到封丘县城关乡边庄村和前九甲村驻点扶贫，开展“文明创建”活动，组建民调小组，在民风提升和脱贫互助等方面做了大量工作，取得了很好成效。特别值得一提的是，新乡白鹭集团从治理出村的“破路”入手，出资 10 万元将出村 120 米道路进行了水泥硬化，并投资 2 万元，将村里的路灯全部换成新式 LED 路灯。还通过协调为村里申请到市扶贫办 70 万元资金，彻底解决用电设备老化和其他道路硬化问题，极大方便了村民的生产和生活。

新乡白鹭集团党委副书记张春雷经常带领到村“五保户”和特困户家中慰问，送去米、面、油等生活用品。多次组织相关人员到村里开展便民服务和调研活动，还邀请部分村民到新乡白鹭集团参观，帮助村民提高了认识、更新了观念，唤起自我脱贫的斗志和信心。

前九甲村位于城关西南部，地处偏僻，交通运输不便，农业结构单一，成了该村脱贫致富的瓶颈。新

乡白鹭集团经过认真的调研分析，决定把解决当前实际困难与实现长远脱贫致富相结合，在“输血”扶贫的同时，进行“造血”扶贫。集团捐赠了价值 100 多万元、年产值达 500 多万元的塑料编织设备，帮助筹建封丘县九甲塑业有限公司。该项目安置了近 50 名村民实现就业，使得 17 名贫困人员成功脱贫，使村里经济发展呈现出持续动力和强大的后劲，从根源上增加村民收入和改善落后面貌。

2018 年，该村成功实现全面脱贫。今年 6 月，张春雷又带领部分职能处室负责人等 40 余人到该村开展夏日送清凉活动，详细了解夏收、塑料编织企业运行和曾经的贫困户情况，防止部分贫困户返贫。

新乡白鹭集团的扶贫工作改变的是村容村貌，转动的是设备机器，减轻的是百姓疾苦，收获的是企业口碑，得到了行业和政府的肯定。公司荣获“2017-2018 年度纺织行业产业扶贫先进单位”、脱贫攻坚“十面红旗单位”和“示范基地”荣誉称号。

用创新发展防范化解重大风险

新乡白鹭集团用创新发展防范重大风险，围绕“做强主业，延伸产业”的发展战略，厚植优势产业，持续发力长丝和氨纶，几乎每年都有新项目奠基和投产，这些新项目都不是重复建设，在装备和技术上都有所提高。公司在壮大规模的同时，提升产品质量和研发能力，提高市场竞争力。今年 5 月 9 日，公司年产 2 万吨再生纤维素长丝项目顺利投产，标志着公司再生纤维素长丝发展又跨上一个新台阶，巩固了行业龙头地位。

随着氨纶应用领域越来越广、需求量不断增加，2014 年公司加大了对氨纶的投资力度，2019 年 4 月，公司氨纶总产能达到 12 万吨，成为国内单体氨纶产能最大、生产技术和装备最先进的生产企业。

公司还抓住加快传统产业升级的有利时机，加快自动化、智能化改造，实现了单台设备自动化、整套生产智能化、管理水平智慧化，提升了质量，优化了

效率，降低了成本，努力打造新的核心竞争力。

公司的高质量发展为企业创造更多效益，带领员工走向小康生活。从 2013 年起，公司在我国经济发展下行压力较大的情况下，连续四年为员工涨工资。公司每年为员工支付五险一金，开展夏日送清凉、节日送慰问、组织文体活动、金秋助学以及定期体检等，以实际行动践行对员工的承诺，传递着对员工的体贴与关怀。

做好污染防治，让绿色成为最动人色彩

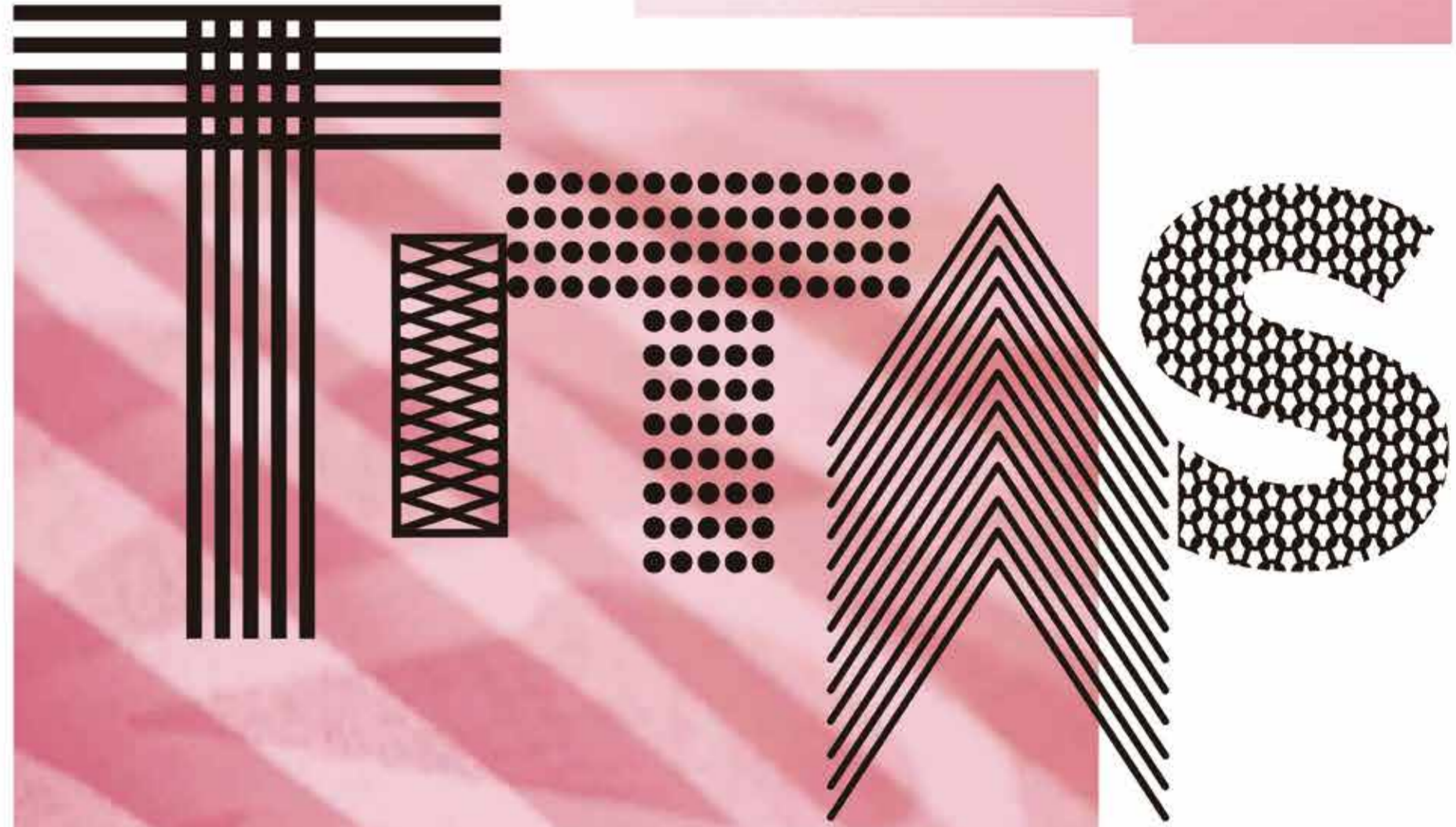
新乡白鹭集团积极适应新时代的发展，主动加入再生纤维素纤维行业绿色联盟，通过了 STeP、FSC® 认证（FSC®C133527）、STANDARD 100 by OEKO-TEX® 生态纺织品第一类产品认证和 CanopyStyle 审核。

用行动诠释“绿水青山就是金山银山”的理念，新乡白鹭集团坚持环保和生产同步安排、同时设计、同时使用，通过淘汰落后产能、加大环保投入、不断加大“三废”治理力度，获得“2018 年度化纤行业绿色制造优秀企业”称号。2016 年以来，公司先后投入环保资金数亿元，仅 2019 年，公司在三废治理、绿色改造方面投入资金达 5000 余万元。

同时，作为纺织产业链上游原料生产企业，与中国纺织科学研究院合作研发的 Lyocell 纤维已经产业化，今年将在新乡形成 9 万吨生产规模。联合西南交通大学的新型溶剂纺纤维素长丝项目完成了从实验室到小试的转变；联合中科院过程工程研究院等单位进行的“离子液纺丝技术研究”在溶剂回收和纤维物理指标上取得了重大突破。这些技术有望颠覆传统的再生纤维素长丝的生产工艺，也将再次为再生纤维素产业带来全面的、革命性的影响。

行百里者半九十，全面建成小康社会的“集结号”已经吹响，新乡白鹭集团上下团结一致、勠力同心，将以“咬定青山不放松”的韧劲和“不破楼兰终不还”的拼劲，坚决打赢三大攻坚战，努力实现从第一个百年目标向第二个百年目标的成功跨越，取得经得起时代检验的优异成绩。[1]

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





会议围绕纺织服装行业上市公司如何进一步团结协同、赋能增效、创新奋进等内容进行交流和研讨。

应对变局要“善假于物”

中国纺织服装行业上市公司董秘联盟 2020 年会在京举行

本刊记者_郝杰 文 / 摄

“在危机中育新机，于变局中开新局，需要我们‘自力更生’，也需要我们‘善假于物’”，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在7月6日举行的中国纺织服装行业上市公司董秘联盟2020年会上做主旨演讲时如是说。他进一步解释，成功企业的秘诀之一就是善假于物，比如“资本市场”。

2020年以来新冠肺炎疫情肆虐，全球经济需求和供给受到了双重冲击，引发资本市场巨大波动，世界政治及经贸格局变化的不确定性因素在增加。作为我国纺织工业创新优势企业的集中代表和产业发展排头兵，纺织服装类上市公司如何规避风险应对严峻形势，根据市场的变化和行业发展要求做好有序复工复产，提升上市公司管理和运营水平，扎实拓展市场，是亟待研究商讨的共性问题。

7月6日，中国纺织服装行业上市公司董秘联盟2020年会召开，考虑到北京市严控疫情要求，本次会议采用北京主会场与线上视频方式并联举行。会议主要围绕纺织服装行业上市公司如何进一步团结协同、赋能增效、创新奋进等内容进行交流和研讨。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、副会长端木小平，中国纺织副秘书长、中国纺织工业企业管理协会常务副会长杨峻，中国纺织副秘书长、行业发展部主任李进才，中国纺织规划研究会执行会长、中国纺织服装行业上市公司董秘联盟主席冯德虎，

中纺资产管理有限公司副总经理房娜，中国纺联品牌工作办公室副主任屈飞，中国化学纤维工业协会、中国产业用纺织品行业协会、中国纺织建设规划院相关领导，以及60多家各类纺织服装上市企业、行业重点培育拟上市企业的代表出席。

强化资本的力量，推动践行产业新定位

孙瑞哲在会上作《我国纺织工业现状与产融合作发展前景》的主旨报告，他在介绍了我国纺织工业上半年运行情况后说，随着国家对疫情的有效防控，行业生产经营活动已经基本恢复，内需市场也逐步回暖。但全球疫情态势依然严峻，行业的平稳运行面临诸多挑战，深化产融合作是实现可持续发展的现实需要。同时，世界格局正发生深刻调整，对行业造成了很大影响，深化产融合作是适应变局的客观要求。目前，随着产业与金融协调发展的生态加快形成，深化产融合作也具有现实基础和发展潜力。

实现行业高质量发展，孙瑞哲强调要强化“资本的力量”，推动行业践行“科技、时尚、绿色”的产业定位。孙瑞哲提出了产融合作的五个途径：一是要强化对抵御疫情冲击能力较弱的中小微企业、产品深度融入国际供应链的外贸型企业、身处重点疫区和贫困地区的企业、对供应链有带动效应但短期资金压力较大的龙头企业等四类企业的融资能力建设，防止出现大面积企业破产，使这些企业能够更好地生存下去，保证产业链的完整性与安全性。二是以产融合作推动行业数字化转型，探索运用新型“举国体制”，以金融工具有效联动各方力量，支撑行业新型基础设施建设。行业企业更要抓住机遇，加快自身与新技术、新产业、新业态、新模式的深度融合。三是企业要善于借助金融资本力量，协同各方资源，推动技术、人才等创新资源向行业的加速集聚，以产融合作助推行业基础创新。四是资本的赋能，使得企业可以在更短时间实现扩张与成长，同时，借助资本力量企业可以实现跨领域、跨行业的快速发展，以产融合作培养产业主体。五是借助绿色金融工具，企业可以更好更快地实现产能结构调整、淘汰落后产能，建设绿色供应链，以产融合作引导行业可持续发展。

上市公司健康度指数同比提高，但仍处亚健康状态

据不完全统计，截至2019年末，我国沪深两市以纺织服装为主营的（A股）上市公司约176家。沪深两市纺织上市公司市值规模约13975.61亿元，较上年同期增加29.48%。与34734家纺织工业规模以上企业相比，沪深两市纺织服装类上市公司数量占比仅为0.51%，资产规模占比却高达47.16%。2019年全年营收总额约占全行业规模以上企业的25.85%，利润占比为36.36%。纺织上市公司在技术、资本、品牌、市场、管理等方面优势明显，凸显出在纺织工业经济发展中的中坚作用与重要贡献。

冯德虎在会上介绍了2019年度沪深两市纺织服装类上市企业运营发展综合测评评估结果。本年度Asys.16评估测评总分505.06，比上年度提高了2.72%。其中中简科技、地素时尚、光威复材位列前三。2019年度沪深两市纺织上市公司健康度指数（HIS分值）74.22，比上年提高了2.42分，但仍处亚健康状态（HIS分值在60—75分）。表明沪深两市纺织上市公司还可能存在一定的潜在隐患或不稳定因素。

对于今年一季度纺织服装上市公司运行情况，冯德虎分析说，2020年一季度，受新冠肺炎疫情冲击，纺织服装上市企业承受了全球市场低迷和经济下行所带来的风险和压力，经济运行、生产销售受到较大影响。相关统计数据显示，纺织工业11个子行业除化纤等个别行业外，一季度各项主要经济运行指标较上年同期均有不同程度的下降，盈利质效水平整体下滑，发展增速由正为负呈减速放缓态势。同时，从一季报各月度经济运行数据变化和专项调研情况看，纺织服装上市公司面对疫情冲击表现出了较强的信心和韧性。多数公司表示目前生产经营受到的影响是暂时和有限的。尽管一季度业绩有所下降，但随着二、三季度生产经营逐渐恢复踏上正轨，对全年影响应该是较小和可控的。

会上还发布了“沪深两市纺织类和服装服饰类上市公司2019年度运营发展绩效综合测评前十名”、“沪深两市及香港股市纺织服装类上市公司2019年度市值、营收、利润前十名”名单。

上海证券交易所发行上市服务中心经理吴杨文就上市公司并购重组、再融资作了专题演讲。她说，纺织类上市公司受疫情冲击很大，但同时也孕育着机会，通过资本运作可以更好地恢复发展动力。



测评成绩优异上市公司交流发展经验

2019年度运营发展绩效测评成绩优异的大豪科技，是一家从事各类缝制及针织设备电脑控制系统的研发、生产和销售的企业。在科研投入强度方面，可与化纤企业媲美，这足以说明科技创新在这家企业中的地位。大豪科技投资总监吴琼介绍了大豪云平台智能工厂系统。她说，近两年缝制设备制造业和中国其他制造业一样出现了终端市场需求疲软、发展增速放缓的情况。作为“世界工厂”的中国缝制设备制造业，如何直面压力、突出重围是摆在每个企业面前的课题，无疑智能化是产业升级的途径。本次疫情加速了企业智能化的推进速度。

2019年，华峰氨纶通过重大资产重组的方式将控股股东华峰集团旗下最优质的聚氨酯资产华峰新材料装入上市公司体内，利用在各自产业领域内的优势，通过资源整合，将单一产品优势转换为系统竞争优势。华峰氨纶董秘李亿伦分享了公司实施资产重组成功经验。她说，通过本次重组，华峰氨纶市值大幅提升，公司在资本市场的能见度和活跃度快速增加，随着资本市场的不断成熟，大市值公司由于行业地位、流动性、安全边际等享有额外的估值溢价，能增加公司抗风险、抗周期能力，优化资产结构，提升盈利能力和可持续发展能力，从氨纶行业龙头到全球聚氨酯制品材料行业龙头跨越式发展，因此本次资产重组对公司具有极高的战略意义。

端木小平在总结中表示，纺织服装行业上市公司董秘联盟是全国所有行业中唯一的董秘联盟。自2017年成立以来，通过深入调查研究，每年通过平台发布《纺织服装上市公司发展报告》，建立了自2010年以来纺织服装上市公司运营发展数据库，开发了“纺织服装行业上市公司绩效综合测评评估体系Asys.16”，从多维度对业内上市公司运营发展进行综合分析评估，并开展绩效测评和综合排名等。

端木小平还提出董秘联盟要进一步做好测评系统，深入进行上市公司价值分析。同时，做好企业市值维护工作，体现行业形象，提高投资价值。他希望董秘联盟要充分发挥“联谊交流、合作共赢、创新发展、奉献社会”平台作用，共同探索纺织服装上市公司创新发展的新路径，研究行业发展进程中的热点难点问题，为促进纺织行业健康持续发展做出新的更大贡献。TA

2019年服装服饰类A股上市公司前十排名

排名	证券代码	证券名称	收益质量 与盈利能力	营运质量 与管控能力	资本结构 与偿债能力	发展潜力	评估 总分值
1	603587.SH	地素时尚	84.99	64.29	75.66	47.40	693.98
2	002832.SZ	比音勒芬	78.20	62.39	67.54	51.37	659.58
3	603808.SH	歌力思	74.28	64.63	56.72	44.45	619.04
4	600398.SH	海澜之家	67.62	62.63	67.79	38.09	602.50
5	002003.SZ	伟星股份	61.13	69.02	63.40	42.24	601.74
6	002776.SZ	柏堡龙	62.04	60.70	73.29	43.11	601.00
7	603608.SH	天创时尚	60.52	66.42	66.62	42.99	600.03
8	603877.SH	太平鸟	62.78	68.63	63.24	37.97	596.63
9	002763.SZ	汇洁股份	63.19	63.13	68.87	39.12	594.92
10	002563.SZ	森马服饰	61.68	65.02	65.69	40.45	592.37

2019年纺织(大类)A股上市公司前十排名

排名	证券代码	证券名称	收益质量 与盈利能力	营运质量 与管控能力	资本结构 与偿债能力	发展潜力	评估 总分值
1	300777.SZ	中简科技	92.48	54.50	67.55	60.02	696.07
2	300699.SZ	光威复材	72.20	62.44	74.52	58.49	669.93
3	300107.SZ	建新股份	73.99	62.45	81.22	47.01	665.78
4	603332.SH	苏州龙杰	63.19	71.96	70.70	52.75	652.35
5	002064.SZ	华懋氨纶	67.89	76.51	62.11	44.17	645.76
6	603306.SH	华懋科技	69.61	60.17	79.12	47.69	642.95
7	603025.SH	大豪科技	73.82	61.96	66.60	50.54	641.61
8	002293.SZ	罗莱生活	66.50	67.17	69.50	45.85	631.71
9	603790.SH	雅运股份	62.86	60.21	75.25	52.32	624.35
10	002327.SZ	富安娜	72.59	63.92	67.18	39.88	623.65

2019年纺织服装类(港股)上市公司市值前十排名

序号	证券代码	证券名称	总市值(亿港元)
1	02020.HK	安踏体育	1884.61
2	02313.HK	申洲国际	1712.17
3	02331.HK	李宁	540.73
4	03998.HK	波司登	304.89
5	02299.HK	百宏实业	107.17
6	01368.HK	特步国际	104.02
7	02232.HK	晶苑国际	91.58
8	02678.HK	天虹纺织	80.25
9	01382.HK	互太纺织	77.27
10	01234.HK	中国利郎	76.16

2019年纺织服装类(港股)上市公司营收前十排名

序号	证券代码	证券名称	总市值(亿港元)
1	06288.HK	FAST RETAIL-DRS	1694.99
2	00494.HK	利丰	888.85
3	02020.HK	安踏体育	378.75
4	02313.HK	申洲国际	253.02
5	02678.HK	天虹纺织	245.63
6	02232.HK	晶苑国际	189.07
7	02698.HK	魏桥纺织	169.32
8	02331.HK	李宁	154.83
9	02299.HK	百宏实业	104.90
10	01368.HK	特步国际	91.35

声·生不息，云上圆梦

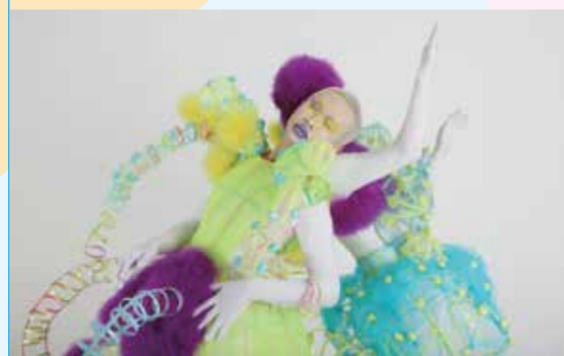
中纺永景·2020中国国际大学生时装周盛装举行

本刊记者_董笑妍

7月1—5日，由中国纺织工业联合会、教育部高等学校设计类专业教学指导委员会作为指导单位，由中国服装设计师协会、中国服装协会、中国纺织服装教育学会主办，北京迪百可文化发展有限公司联合主办的中纺永景·2020中国国际大学生时装周举行。

本届大学生时装周以“声·生不息”为主题，集结了62所中外知名院校，融合时尚与科技之力，联手花椒直播、智联招聘等顶流平台，聚焦数字经济时代下的创新与变革，通过多种线上呈现方式以及毕业生发布、人才招聘会、大学生PK赛、中国国际时尚论坛、时尚[e]课堂、纸上毕业季等近百场丰富的活动，展现院校的教学成果，助力莘莘学子圆梦T台。

中国服装设计师协会主席张庆辉表示，创新和多元化是时尚产业发展最重要的特质，此次大学生时装周与智联招聘、花椒直播的首次触电，就是大学生时装周根据当下形势主动求新求变的尝试。本届大学生时装周踏“云”而来，不仅是疫情下的现实选择，更是新常态、新时尚、新零售的必然趋势。优势平台资源与先进科技手段的导入，突破了时空限制，为大学生时装周这个梦想舞台赋予新的价值与使命。



广州美术学院工业设计学院： “剪刀-石头-布” 是设计也是人生态度

今年，广州美术学院设计学院服装与服饰设计专业的毕业设计主题为“剪刀-石头-布”。剪刀，是服装设计中剖析服装奥秘的神器；布，是夜以继日练就服装造型的魔法星光；而石头，就如同学们在四年汗水背后，今朝手握拳头的自信与坚定！本次的作品具有三大特点：对服装主题选择的丰富多元，对传统文化的传承新用，材料的跨界糅合与重组。

今年，学校从本科毕业生62人的132套作品中，精选出67套参加本届时装周。这67套作品中，展现出毕业班师生们对“服装”概念的深度思考，特别是在个性与表达、改造与创新、功能与审美等方面的解构和探索。学生们在服装作品中除了表达个性与自我之外，还在服装中讲述故事、研究材料、考究细节。



青岛职业技术学院： “创想”艺术创意 与服装时尚的无界融合

7月2日13:00，青岛职业技术学院服装与服饰设计专业2020届毕业生设计作品“创想”专场亮相中纺永景·2020中国国际大学生时装周。

本次亮相的是由青岛职业技术学院服装与服饰设计专业30余位学生设计的120套优秀服装作品，设计以“创想”为主题，作品汇集“创意畅想”、“时尚风潮”、“休闲雅趣”、“田园风采”和“运动生活”五个方向，在风格上将中华民族传统文化元素与当代时尚艺术充分融合，创新时尚理念和设计，真正实现了艺术“创意”与服装时尚的“无界”状态。

常州纺织服装职业技术学院： 以“寰”宇视野， 冲破固有次元

作为中国国际大学生时装周的“常客”，常州纺织服装职业技术学院保持着一贯青春洋溢的风格和满怀激情的状态，带来一场充满时空幻想的大秀。本次发布的主题是“寰”，从这个字中探索时空的更迭，亦可感受文化历史的变迁，可以在无限大甚至多次元的范畴内讨论多元设计的变化，探索继承与创新的精髓。

发布会分为三个章节，层次分明、结构清晰。分别为星光下的意外、失眠的飞行、记忆里的未来。三个极具创意色彩的主题恰如其分地呼应了“寰”的精神内核。发布作品中创新处处体现，如富有科技感的设计、对传统文化的表达、民族文化的挖掘等，“寰”中尽显新意。



北京电子科技职业学院艺术设计学院： 探索无界限，打开属于我的异次元

在这特殊的一年，北京电子科技职业学院艺术设计学院的2020届服装专业毕业设计作品以直播发布的方式亮相中纺永景·2020中国国际大学生时装周，展示了30名毕业生的70套优秀服装设计作品。

北京电子科技职业学院已经连续6年参加中国国际大学生时装周。今年通过视频直播展现了学生从主题诠释、灵感来源、设计图到成品展示的全部创意过程，吸引了兄弟院校师生、学生家长、企业单位等大量观众在线观看秀。

闽南理工学院： 以年轻视角让设计绽放

7月2日，闽南理工学院服装与艺术设计学院的应届毕业生在“声·生不息”的呼唤里，绽放了属于青春梦想的光彩，以“e绽放”为主题，发布了60多套优秀毕业生时装设计作品。

年轻人以独特的轻生活理念，关注社会、关注环境、关爱自然，发现生活中那些低调无声的魅力，自然界里精致的景象。例如以冰川消融敲响的白色警钟、墙壁斑驳、地貌形态作为美妙的灵感，用层层堆积、拼接缝绗、色彩渐变的专业手法再造质感，用意想不到的元素打造服装视觉盛宴。这是一种发声、一种呼吁，是绿色生活的理念和无为而治的人文情怀。



曼彻斯特城市大学： 打破界限、紧密合作， 展示可持续时尚的无限活力

7月3日，曼彻斯特城市大学带着本届毕业生的优秀作品亮相中纺永景·2020中国国际大学生时装周，展示了他们丰富的创意构想，也展示了团队精神与责任意识。在设计中他们紧密合作，打破学科界限，并表现出了对可持续发展的强烈关注。

曼彻斯特时装学院是曼彻斯特城市大学下属的一所多学科学院，共有1500名在校生，50年来，时尚专业一直是曼彻斯特城市大学的核心专业，如今，学院正与业界专业人士合作开展高质量的学术课程，确保学校能提供满足行业所需技能和品质的人才。本科和研究生的课程涵盖了时尚设计、经营管理以及产品开发等，并为学生配备符合行业标准的各类设备。





西南大学： 与时代共振， 展开关于使命的思考

西南大学纺织服装学院 2020 届服装设计专业于 7 月 4 日，带来了以“攻坚·振兴”为设计主题，共计 27 名同学的 27 个系列 70 套服装作品。

攻坚，2020 年对高校和应届服装专业毕业生而言，是一个不平凡的年份，没有毕业照、没有拨穗仪式，但学生们克服困难，完成了精彩的毕业作品。作为时尚新生代力量的大学生，有义务用自己的方式攻克艰难时刻、振兴时尚产业，为传承和创造美好生活而努力。

振兴，是对后疫情时代发展困境的一种回应，是新时代学生对现实境况的观察与反思。艺术的力量直指人心，技以载道，道器并举，希望通过本次毕业设计呼唤人性的美与爱，渡过现实中的艰难时刻。

四川师范大学服装与设计艺术学院： 新十年，留未止遇见， 给璀璨明天……

大学生时装周期间，四川师范大学服装与设计艺术学院毕业生以“未止·新十年”为主题，带来一场精彩绝伦的发布秀。当遥远的未来正逐步逼近，新生代设计师们作出对自我时代的回应：创造性思维总是围绕着物质文明主体生长，孕育之新思想从不间断，只要投入足够的耐心，一定回报源源不断的惊喜。我们一直在创造，一直在前行，新十年，留未止遇见，给璀璨明天……

本届毕业设计共分三个方向，第一个方向是“老手艺·心自由”，是对传统工艺的创造性理解和创新型应用。第二个方向是“新十年·未止步”，是对自身民族文化的认同和创新设计。第三个方向是“人·AI·爱”，人工智能将是未来 20 年内最重要的技术趋势。



华南农业大学： 用设计向生命致敬，用思考为产业发声

华南农业大学服装系云展作品以“生”为出发点，追溯历史文化，精研现代潮流，让服饰融合生活的缩影。这场疫情让学生有了对“生”的思考，“生”既是“生活”，亦是“生命”。服装系本着构建“民族服饰文化传承，可持续设计创新，智能化、数字化设计与

管理，服务地方产业经济”四大全新教学体系理念，以“生·云展”为导向平台，力求呈现跨界的创意设计，展现莘莘学子的芳年华月。

“万物生于有，有生于无，生生不息”，本次云展为艺术学院营造了新的发声环境，用艺术设计的语言，为青春喝彩，向时代发声。



重庆第二师范学院： 书写关于亲子装的最美答卷

7 月 4 日，重庆第二师范学院美术学院服装与服饰设计专业 23 名优秀毕业生带来一场亲子装毕业作品线上展示。童装与成人装之间的互动联系是此次线上展览中的一大亮点。

本次毕业设计主题为“漾在夏天”，此主题着重强调童装与成人装之间的创意组合与情感关联。此次毕业设计通过探讨疫情影响下，各类亲子服装面料再造的实验性、服装结构的可能性、服装功能的互通性以及视觉设计的趋向性等问题，构建亲子装与时尚设计的内在互通。围绕该主题的释义，本季毕业生运用纷繁多样的元素，将时事与专业、传统与当代、科技与时尚、地域与多元相结合，积极发声，为大家呈现这个别样且灵动的夏天。



北京联合大学艺术学院： 寻找文化融合时代的自我认同

7 月 4 日，北京联合大学毕业生专场作品联合秀以“京·尚”为主题，以“新中式”为整体设计理念，展现了 15 位年轻设计师的 70 套作品。他们以设计新生代的视角演绎着传统与现代的结合，体味着灵感创新带来的惊喜与变化。

毕业设计作品强调从北京传统文化中汲取营养，同时结合当下流行趋势和审美理念，运用刺绣、拼贴、编织、面料再造等不同设计手法和工艺，在民族性和现代性之间寻找平衡点。这些作品既代表着他们对中国传统文化的感悟，也表达着他们在文化融合时代的自我身份认同。



东华大学服装与艺术设计学院： 让“日常行为”成为后浪们的“创意主张”

7 月 5 日，东华大学服装与艺术设计学院新一届优秀毕业生作品的创意视频在云上发布，吸引在线围观数达 20 余万人次。本次发布主题为“日常行为”，意在表达从任何角度看待任何问题都离不开作为常态的人的行为。作为“后浪”如何让行为主义成为新一代的创意主张是本次主题背后的深意。

学院 2020 年度毕业生近 120 人，作品 470 余套，通过 2019 年底的初赛选拔出前 50 个系列进入毕业季展演。本次线上发布汇集了服装艺术设计专业、服装设计与工程专业、中日合作班等班级学生的优秀作品。



大连工业大学服装学院： “竟”亦未竟， 关注矛盾开启设计深思

7 月 5 日，大连工业大学服装学院携本届毕业作品线上登陆中纺永景·2020 中国国际大学生时装周，以“竟”为主题，展示毕业生们不止关于设计的深刻思考。

本次发布主题“竟”，即完毕，终止。在即将结束大学学业之时，通过即时重塑与未来探索等矛盾概念，将充满实验性的材料结合新技术运用到创新服饰设计中。在当下疫情特殊情况下，以多元化多维度设计视角去解读我们面对巨大冲击和变革的创造之心。“竟”，亦未竟。



苏州大学艺术学院： 居肆问道， 探寻现代服装设计之道

7 月 5 日，苏州大学艺术学院服装设计系的 25 位毕业生带来的近 100 套作品，出现在中纺永景·2020 中国国际大学生时装周上。今年是特殊的一年，在突如其来的严峻“疫”考面前，线上毕业展同样温馨，却别样的精彩。

本次发布的主题为“居肆问道”，百工居肆以成其事，君子学以致其道。“居肆者”代表一种忘我的钻研精神，一种现代推崇的工匠精神。学生自身的想象力和创造力是无限的，对于服装不同的理解在这次毕业设计中充分展现，通过把玩不同材质、工艺，异质交融碰撞后呈现出新的视觉美感，探寻服装设计之道。



西安工程大学服装与艺术设计学院： 撷取唐代艺术风采， 凝练今时服饰风尚

7 月 5 日，西安工程大学服装与艺术设计学院在线上展示了主题为《唐·未央》的 2020 届毕业设计。未央：未央、待头。未央：未完、待续、无边无际之意。丰富多彩的服饰、风剥雨蚀的佛像、瑰丽细腻的织绣、典雅的壁画、纹样精美的金银制品……这些历史深处的隋唐文物是泱泱大国最具代表性的文化符号，彰显着那个时代的民族形象和艺术魅力。

本次展示的毕业设计作品是从服装与服饰设计专业、服装表演专业、服装设计与工程专业学生们近 300 多个系列中精选出来的 40 多个系列的优秀设计作品。毕业设计主题建立在唐代艺术之上，基于传统，探究多样文化艺术形式的糅合。



北京服装学院服装艺术与工程学院： “美好生活，经纬时致”， 为时代而设计

7 月 5 日，北京服装学院服装艺术与工程学院 2020 届毕业生作品进行了云上发布，本次时尚展演发布了从 58 位导师指导的 226 位学生完成的 581 套设计作品中精选的优秀作品。

“美好生活——经纬时致”是北京服装学院服装艺术与工程学院本次发布的设计理念。现在的我们处在最好的时代，在经历了千年历史浸润后，融汇古今连接传统与未来的大国格局，是经天纬地大变化下，实现中华民族伟大复兴的中国特色社会主义新时代。今天的设计，终而为人，以经纬时致。[1]



柯桥中国轻纺城 专版



在存量世界里创造增量 纺城企业有“妙招”

本刊记者_张颖

中国纺织行业历经 70 年历史变革，从供应短缺做到了衣被天下，成为了维系国计民生、支撑全球市场的重要供给者。中国大多数纺织企业都诞生、成长于过去几十年的高速增长里。

曾几何时，只要你敢闯敢拼、勤奋努力，一张桌子一把剪刀便能在中国轻纺城市场开张生意，实现“布”满全球。而如今，全速迭代的科技发展，规模化和机械化带来的高效生产，使常规市场日趋饱和，新的供需平衡不断打破重塑。也许企业昨天和今天还享受着红利，明天却很快被填补、抹平。纺织品增量市场变成存量市场的速度日益加快。

未来总在想象之外，经济周期和行业周期交织碰撞，加之突如其来的新冠肺炎疫情冲击，长居市场一线的纺城企业最能深刻体会从“天下没有难做的生意”到“天下没有好做的生意”的转变。站在新的十字路口，这些企业开始重新认清“活得好”到“活下去”的现实，重新思考如何在残酷的存量世界里寻找新的增长点，如何在新的消费生态下创造新的竞争力。他们以各自的创新力量、创意产品和前瞻布局，在纺织之路上乘风破浪，砥砺前行，描绘着属于自己的理想蓝图，亦为实现柯桥区域经济高质量发展、实现纺织强国梦贡献着不容小觑的“企业智慧”。



妙招 1

研发创新，赋予产品更多价值

高度发达的市场出现一丝商业机会的时候，给任何企业的机会窗口期都很短。过去企业依靠增量市场的时代面临着新转折，很多敏锐的纺织企业基于对新形势的判断，已不再只寻找新客户，而是回归产品与客户体验，以技术和工艺的深度创新，厚植竞争优势，从而优化、转化原有市场容量。

“面对经济下行压力，优质的产品依然是企业保持竞争优势的硬指标。”绍兴岁寒纺织有限公司总经理蒋杰认为，专注开发好产品，差异化竞争，提升产品和服务供给体系的质量是企业任何时候保持可持续发展的关键点。

作为一家中高档针织面料供应商，岁寒纺织以环保、再生理念贯穿产品，强调可持续生活的价值观，保持着与 ZARA、H&M、MK 等国际品牌的稳定合作。公司不仅是 BIC 瑞士良好棉花发展协会会员，同时致力于有机棉和可循环、可回收材料的多维运用。近期，该公司研发的一款丝光面料成为外贸订单回暖的新突破，“这款面料不仅兼具凉爽骨感的特质，更可贵的在于面料纱线来自于可乐瓶回收，是一种真正的可持续时尚。”蒋杰认为，疫情让人们们对可持续、大健康产业更加关注。

除了对产品的精准定位，纺织染整专业出身的蒋杰对原材料选择和配比有着多年经验，“环保材料是基石，同时在配比中增加科技元素，比如吸湿排汗、阻燃抗菌等特殊纱，凸显一定的功能性，让产品产生更多价值。”蒋杰表示，通过精准洞察目标用户群体的需求喜好，进而完成对产品的创新和创意设计，不失为一种激活存量客户、增强客户粘性的有效方式。

绍兴岐织纺织品设计有限公司总经理温宇菲同样认为，紧跟时尚流行趋势，加大对产品的研发创新，是企业持续创造利润增长点的不变法则。“近年来公司在联合市场门市销售的基础上，加大原创花型设计、融入新型再生纤维，大大提高了梭织提花产品的附加值，实现了稳中有升的良好发展态势。”

妙招 2

品牌出海，激发潜在市场订单

存量博弈时代，并不意味着企业必须死守存量，寻找新的增量是企业突围的另一个重要战略。随着国家“一带一路”倡议的推进，全球化的“蛋糕”意味着更多人分享。绍兴柯桥金昊布业有限公司便是柯桥众多传统纺织企业中紧抓时代机遇，深耕“一带一路”沿线国家，以品牌出海实现新一轮增长的典型代表。

早在上世纪 90 年代初，金昊布业便在中国轻纺城开办门市，经营西装、职业装、制服等梭织面料。二十余年的积淀形成了公司特有的产品风格和生产供应链体系，注册品牌“金昊”逐渐为大家所熟知。疫情防控期间，当记者采访金昊布业总经理吴煜昊时，仍有几位阿富汗客商在公司看样洽谈。“这些客户正是看中‘金昊’的品牌慕名前来。”吴煜昊颇为欣慰地表示。

为了拓宽消费边界，跳过中间商直达海外市场，去年金昊布业成立了绍兴圣昊进出口有限公司，加快了“走出去”步伐。同时，公司在产品中增加“金昊”品牌编码，无形中加深了客户对品牌的认知度，提高了产品的溢价能力。“今年虽受疫情影响，外贸订单有所缩减，但多年积累的品牌效应正在逐步放大。”吴煜昊指着一批带有英文品牌编码的产品告诉记者，这批面料出口到迪拜，比没有品牌标识的面料每米高出 10 美分。

“面料品牌化”、“品牌出海”成为金昊布业近年来开拓新兴市场的关键词。在中国轻纺城“丝路柯桥·布满全球”行动计划引领下，金昊布业多次深入越南、缅甸等东南亚市场，挖掘潜在客户。“去年年底公司参加了缅甸展，收获不小，今年陆续有订单产生，一定程度上缓解了疫情带来的严峻影响。”吴煜昊兴奋地告诉记者，顺利进军海外市场的机遇正是面料品牌化所带来的。

在吴煜昊看来，未来产品的最终归属是品牌，面料作为中间产品的属性虽不能像终端产品一样直抵消费者内心，但品牌意味着优质的品质、服务与信用，在全球纺织服装供应链范围内塑造品牌是必然趋势，此次疫情也加大了他坚持品牌之路的决心与信心。目前，他正谋划在迪拜、阿富汗、缅甸、越南等国设立“金昊”品牌代理中心，进一步扩大品牌优势，深挖潜在市场。

妙招 3

立体布局，扩大产业链优势体系

放眼全球，新消费主义、市场分层与细化、跨境电商、可持续发展等创造行业增长新空间的重要因素不断涌现。面对新形势，绍兴依喜欧纺织品有限公司御风而行，以新时代消费需求为导向，从产品研发、生产到营销服务立体布局全产业链体系，通过持续不断的自我变革，创造企业价值增长新优势。

依喜欧纺织以阿里巴巴国际站为创业起点，主营有机面料产品。“搭上跨境电商的快车，让企业之间的合作变得高效便捷，跳过了重重出口商、代理商，意味着有更高的溢价空间。”依喜欧纺织总经理罗进表示，如今国外主流客户群体已变成 80、90 后，这些正在成长的小众品牌、小型批发商潜藏着无穷的增长空间，他们的订单往往碎片化和个性化，同时具有较高的粘性和互动性。为适应这些客户特点，公司在沟通方式上依托阿里平台朝着场景化和社交化转变，如业务员与客户之间随时随地分享订单进度视频，甚至是生活与工作的心得感悟，以“朋友圈”心态实现交易。

十余年来，依喜欧纺织已在线上平台积累了 200 多万个客户，遍布欧洲、美洲、亚洲以及中东国家和地区，并与欧洲众多童装品牌建立了长期合作关系。即便今年受疫情影响，公司与海外客户的沟通仍在线上保持活跃，为疫情之后的消费需求释放时刻准备着。

在产品与营销之间，罗进不断寻找着平衡点。为了在有机类产品上有更完善的标准和配套，公司先后取得了国际有机棉 GOTS 和 OE-100 标准认证证书、国际有机纺织品认证机构 IMO 和 CEOCERT 认证证书等多个国际权威纺织品生态标签，同时成立绍兴首家通过有机 GOTS4.0 标准的工厂——友机针织厂和首个有机面料展馆，形成了有机棉梭织、有机棉针织、有机亚麻、有机大麻四大产品体系。

“今年以来，公司对工厂进行了全面升级，不仅面积扩大到原来的 3 倍，更是在设备和品控管理上进行了严格规范和调整，从而适应大品牌对面料企业生产资质的严苛要求。”罗进说，多一些大品牌合作经验，不断提升自我，才有足够的力量面对全球经济变化，而高效的产业链体系是企业适应未来，保持持续增长的有力砝码。下一步，他计划涉足印染版块，以更为专业化和标准化的纺织生态链优势探寻市场新风口。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。



何伟泉

探索不止 未来可期

访绍兴缔衣纺织品有限公司总经理何伟泉

本刊记者_张颖

在数以万计的纺城创业者中，80后何伟泉把自己定义为一只“快乐的小蚂蚁”。如此，他可以心无旁骛地做好“一块布”，也可以在小小的纺织天地里绵延出无边的快乐和创意，实现滚烫人生与闲适生活的平衡。

走进何伟泉创立的绍兴缔衣纺织品有限公司，20余人的团队规模不算大，此起彼伏的电话铃声、专业高效的交流声传递着企业忙碌的节奏，年轻态和创新力是公司留给记者的第一印象。而公司掌门人何伟泉亦如公司呈现的生机活力一般，思维敏捷、处事果断，对新生事物保持着极高的敏锐度和洞察力。他是如何从一名纺织小白做到阿里巴巴皇冠金牌供应商的引领者？又是如何保持先知先觉，跳出舒适圈紧抓时代机遇先行变革？让我们一起来听听这位纺城新生代的创业创新故事。

换个赛道，突出重围

何伟泉初入社会的第一份工作便与纺织相关，在资深纺企磨砺的经历让他在接手父辈经营的门市生意时多了几分底气与自信。那时凭着一股初生牛犊不怕虎的劲头，他时常活跃在老市场、精品广场一带。“当时主营中老年梭织面料，市场间低价同质化现象严重，竞争力不足，经营起来十分吃劲。”何伟泉回忆道。是继续在舒适圈中温水煮青蛙还是换个赛道突出重围，显然他选择了后者。

转变从2013年开始，沉淀了一定纺织经验的何伟泉尝试运用互联网技术和思维来为传统纺织寻找转型升级的突破口。借着电子商务的东风，他摒弃原有的业务模式和产品方向，全新成立缔衣纺织，相继开通阿里巴巴国内/国际站，建立企业自营站，运营微信订阅号，化被动为主动，通过多渠道引流，迅速形成竞争优势，塑造了线上多元发展的纺织新生态。与此同时，他重新精准定位产品线，将更具年轻时尚感的亲肤、休闲、运动类针织面料作为主营产品，以“科技、时尚、绿色”的高品质迅速占领国内外市场。

本着对纺织事业的热爱，颇具情怀的何伟泉将自己的初心融入公司的经营理念中。“‘缔衣’实则是一针一线、助您缔造魅力衣装的缩写，这也是公司的核心价值，是团队中每个人坚守的准则。”何伟泉谈到，正是本着这样的初衷，公司不断在产品差异化、品控、交付能力、采购体验等方面多维精进，驶入线上线下立体发展的“快车道”。

做深产品，直面风口

无论营销模式怎么变，服务方式如何优化，硬核产品是根基。十余年的弹力面料开发、生产、贸易经验，赋予了何伟泉前瞻的产品开发思维。在他的主导下，各类抗菌、凉感、蓄热保暖、防水、防污等功能性面料，

可持续回收再生面料以高标准、高品质呈现，产品更新每周不断。就在采访间隙，他还不忘远程叮嘱工厂将一款高精度瑜伽面料的色牢度做到5级。“我的原则是既然产品在原料、织造上已足够优秀，那在后处理的附加功能上也同样要坚持高标准。”何伟泉表示，只有做精做深产品不放松，才能任尔东西南北风。

今年的新冠疫情着实对纺织企业带来了严重冲击，订单缩小、交易下降是诸多企业面临的困境。但危中有机，机遇又是留给有准备的人的。正是基于多年对品质的严苛，对产品线的精益求精，缔衣纺织的产品在国标GB、欧标ISO、日标JIS等全线达标，同时遵循多国环保指令，拥有全球可回收标准GRS&RCS再生环保纺织品交易证书。“抗菌面料、防护服面料、针织口罩面料成为公司在疫情下的特色产品，可谓是赶上了一波小风口。”何伟泉说道。

无论是对于当下还是未知的挑战，何伟泉始终认为产品在原有基础上做深再做深，是企业可持续发展的关键。他时常会在bilibili上看一些黑科技题材的视频寻找产品创意灵感，也会去发达国家和地区旅行考察，观摩各类展会，开阔眼界，提升视野。他不断深化、专业化产品生产体系，构建有2个针织车间，总计104台针织大圆机，力争以高效率的生产加工能力专心做好“这块布”。**TA**

记者手记

新一代纺城人 正在为布满全球注入新活力

在短短两小时采访时间里，何伟泉身上流露出来的博学、睿智、机敏令人印象深刻。他语速快、思维活跃、表达力强，处理起问题来游刃有余。他告诉记者，一套高精度的视频直播设备正在购买中，计划探索短视频营销、直播带货模式。但“核心产品版权如何保护？目标客户如何触达并且有效转化？”又是他对热门趋势下的冷思考。“也许面向‘头部客户’直播，不失为一种精准推荐产品的新方式。”何伟泉表示，探索永不止步，只为链接更广阔的世界。

于闻名全球的中国轻纺城而言，何伟泉和他带领的缔衣纺织也许微不足道，但其散发出来的创新和勇气，具备的眼界和格局，代表的正是新一代纺城人的特质。他们或许并不伟岸宏大，但足够强劲有力，是纺城实现“布满全球”的一股重要力量。**（张颖）**

聚焦

1-6月中国轻纺城“线上线下”总成交1140.33亿元！

近日，记者从中国轻纺城建设管理委员会获悉，2020年1—6月，中国轻纺城市场群实现成交额892.35亿元，其中中国轻纺城面料市场实现成交额624.9亿元，钱清中国轻纺原料城成交额267.45亿元，同比增长0.4%。网上市场实现成交额247.98亿元，同比增长2.32%。轻纺城“线上线下”两个市场成交额达1140.33亿元，柯桥纺织显现出强大的韧性与活力。

今年以来，面对突如其来的疫情冲击，中国轻纺城依托“产业+市场”优势，积极拥抱新模式，开拓营销新路径，在2020“丝路柯桥·布满全球”计划中，把打造以云展会、云直播为主的线上推介交易模式作为重要内容。通过举办全球纺织云展会、中国轻纺城云展会、中韩面料云对接等一系列“云”上活动，助力纺城企业推新品、觅商机，企业迎来发展新机遇。与此同时，以“时尚战役，柯桥在行动”时尚直播公益课、窗帘墙布联盟招商云直播、“柯桥优选·直播计划”等活动，开启柯桥纺企营销新时代。

产业的活力与发展离不开政策的前瞻引领，也与市场主体的进化生长密不可分。上半年，中国轻纺城国际面料采购中心逆势开业，创新的商业模式和多元的业态融合为纺城进一步优化发展注入了强心剂。此外，在“最多跑一次”改革的深化推进下，中国轻纺城服务大提升改革工作取得良好成效，市场设施逐步完善，服务便利通达，管理智慧高效，纺城综合实力和影响力与日俱增。

目前在疫情防控常态化的形势下，柯桥仍将坚持“线上+线下、国内+国外”四轮驱动，在危机中寻发展，在变局中谋新篇，全力打造“交易环境一流、开放水平一流、智慧应用一流、时尚氛围一流、文化融合一流”的新时期国际纺织之都。**（张颖）**



会议就文明城市创建专业市场标准和责任做了详细部署。

冲刺全国文明城市 当好浙江建设“重要窗口”排头兵

全国文明城市作为反映城市社会文明水平的最高综合性荣誉，全面体现了柯桥城市的综合竞争水平和可持续发展潜力，极大提升了柯桥和中国轻纺城的对外形象和区域影响力。

为巩固中国轻纺城市场前期文明秩序、环境卫生、硬件设施和公益宣传等方面建设成果，打赢全国文明城市复评迎检攻坚战，7月7日，中国轻纺城建设管理委员会召开了“2020中国轻纺城全国文明城市创建工作动员会”。开发经营集团和股份公司分管负责人，市场监管局轻纺城分局、轻纺城派出所、轻纺城司法所、轻纺城交警中队、轻纺城综合行政执法中队等相关派驻部门负责人，各市场主要负责人，轻纺城建管委处室负责人和全体市场指导员参与本次会议。

会议从市场环境秩序、市场消防安全、市场服务提升、公益广告宣传、礼让斑马线五个方面明确了文明城市创建专业市场标准和责任，就轻纺城市场如何迎检做了详细部署。现场，各相关部门认真听取会议内容，做好记录，并承诺保质保量完成任务，交出让柯桥区委区政府满意的答卷。

绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会党工委书记钱苗娣强调，全国文明城市迎检暨创建工作的重要性、紧迫性和严峻性不言而喻，各相关部门要上下联动、凝心聚力、营造氛围，切实增强全国文明城市迎检创建的协作性、协同性，要切实提站位、统一思想、凝聚共识，切实增强全国文明城市迎检创建的责任感、使命感，要突出重点、加大投入、补齐短板，切实增强全国文明城市迎检创建的精准性、实效性。

本次文明城市复评创建是继习近平总书记浙江考察、浙江省委书记车俊轻纺城考察之后，柯桥迎来的第一场全国性荣誉复评大考，是柯桥当好浙江建设“重要窗口”排头兵的一次全面检验和生动展示。中国轻纺城将以最高标准、最严要求、最实举措，力争高分确保本轮迎检创建成功，为建设“重要窗口”、展示“绍兴风景”作出纺城更大贡献。**（王利文/摄）**

发扬“螺丝钉”精神 夯实基层党建

为隆重纪念党的99华诞，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和习近平总书记在浙江考察时关于建设“重要窗口”的讲话精神，7月8日，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会特举办“纺都先锋”微党课比赛。

活动以学习宣传贯彻两会精神为主线，以“打造新时期‘国际纺织之都’，为‘重要窗口’做贡献”为主题。建管委机关党支部、委直属企业党支部、股份公司党委、派出所党支部等近50人参加本次活动。

活动现场，来自中国轻纺城系统的十余名基层党员参加了演讲比赛，他们从身边的榜样事迹、工作岗位经验，以及对自我的作风要求、对纺城转型升级的见解等多方面诠释了作为一名基层党员的初心和使命。“党员不是一种称呼，而是一个标杆和高度，是一种奉献和牺牲，打造新时期‘国际纺织之都’，为‘重要窗口’做贡献我们责无旁贷。”一句句掷地有声的话语，是基层党员对纺城的承诺和信心。

本次比赛根据演讲内容、语言表达、仪表风范等标准，评选出一等奖、二等奖、三等奖和优秀奖。中国轻纺城党工委书记、轻纺城建管委主任冯华林为一等奖选手颁奖，柯桥驻区委办纪检组组长沈彤、区委组织部企工科科长莫悦为二等奖选手颁奖，中国轻纺城集团股份有限公司党委副书记、副总经理王百通和轻纺城建管委退休老领导施秀美为三等奖选手颁奖。

近年来，中国轻纺城强化党组织建设，充分发挥党组织战斗堡垒作用、党员模范作用，以“先锋力量”为引领，打造市场提升发展的“红色引擎”。在中国轻纺城打造新时期国际纺织之都，争当浙江建设“重要窗口”排头兵的征程中，纺城基层党员将以“螺丝钉”精神和责任担当，传递党的声音、奏响时代乐章，唱响主旋律、弘扬正能量。**（王利文/摄）**



微党课比赛现场。



长发国际·2020 中国面料之星
参评企业产品系列报道 (一)

长发国际时尚中心
CHANG FA FASHION CENTER

有料才酷 为你而来

本刊记者_雷蕾 / 文 章简 / 摄

长发国际·2020 中国面料之星用户满意产品调查活动是由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办，长发国际时尚中心独家冠名的最具影响力的全国性面料调查活动，自6月下旬启动以来，已陆续收到全国各大面料企业参评产品。

为进一步发现、推广优秀面料企业，切实搭建产业上下游精准对接的专业服务平台，不断满足市场需求，自本期起，活动组委会将根据参评企业提交面料信息表完善程度、参评产品市场迎合度等标准，初步筛选后，借助《纺织服装周刊》杂志、官微、官网等载体进行全国推广报道。

本期我们向大家介绍江苏澳洋、浙江三川、新申集团、河北宁纺、昆山华阳、广东德强、沈阳杰恩盛、浙江金晟带来的最新面料产品。这些面料涵盖了男装、女装、休闲装、家居服、童装等领域，在现有织染工艺的基础上进行了多种创新，尤其是一些新材料的应用，使得产品形成了鲜明的风格特点，在舒适性、功能性及时尚环保等方面得到了进一步的提升。

江苏澳洋纺织实业有限公司



面料名称: N34204
原料成分: 59W17.7 保暖纤维 21 三角异形涤纶 2.3V
产品特点: 利用纱线粗细、色纱排列和组织变化形成风格独特的格子产品。
应用领域: 男装、女装、休闲装



面料名称: N34205
原料成分: 50W7.5 竹炭 7.5V35P
产品特点: 利用黑白色纱和单、双层组织变化形成立体感强的格子产品。
应用领域: 男装、女装、休闲装

浙江三川纺织科技有限公司



面料名称: 4747-112
原料成分: 35G/25B/25T/15 舒弹丝
产品特点: 经向采用竹涤混纺纱，纬向将雅赛尔纤维与美国杜邦 SORONA 纤维的舒弹丝结合，将粗细不同的条子与大小不同的格子有序地拼接在一起，让面料更具时尚休闲之风。
应用领域: 男装、休闲装



面料名称: 4748-112
原料成分: 35G/25B/25T/15 舒弹丝
产品特点: 经向采用竹涤混纺纱，纬向将雅赛尔纤维与美国杜邦 SORONA 纤维的舒弹丝结合，在条与条之间添加细菱格基底，采用藏青的色彩，使菱格若隐若现，从而使整体的花型简约而不简单。
应用领域: 男装、休闲装

新申集团

面料名称: 纯亚麻格子提花
原料成分: 亚麻 100%
产品特点: 梭织面料; 21S/1 纯亚麻纱经纬交织; 染色工艺; 变化格子提花面料; 适合薄款衬衫面料。表面有光泽, 立体感强; 亚麻面料自带凉爽特质; 视觉整体时尚、简洁、素雅。
应用领域: 男装



面料名称: 色织细条纹面料
原料成分: 亚麻 100%
产品特点: 梭织面料; 21S/1 纯亚麻纱经纬交织; 染色工艺。蓝白细条纹; 亚麻面料自带凉爽特质; 衬衫面料, 薄透; 百搭时尚休闲。
应用领域: 男装



河北宁纺集团有限责任公司



面料名称: 棉雅赛尔 28 条仿平绒
原料成分: 棉 60% 雅赛尔 40%
产品特点: 面料细腻、轻薄、滑爽, 绒面雅赛尔纱线的使用, 使面料外观光泽性好。
应用领域: 休闲装



面料名称: 弹力棉粘入字纹提花
原料成分: 棉 68% 粘胶 30% 氨纶 2%
产品特点: 面料手感柔软、厚实, 肌理感明显, 弹力适中, 通过组织结构设计, 使灯芯绒面料具有入字纹的外观风格。
应用领域: 休闲装

昆山华阳新材料股份有限公司

面料名称: 310T 0.3*0.4 尼龙弹力洞洞格
原料成分: N85% SP15%
产品特点: 此款洞洞格面料手感细腻柔软, 表面具有规则的孔洞, 带给人不一样的视觉效果, 而且具有优异的弹性和优异的透气性。
应用领域: 休闲装



面料名称: 锦纶横条石墨烯
原料成分: N97% 锦纶石墨烯 3%
产品特点: 采用将石墨烯纱线与普通涤纶纱线混纺的方式, 使得面料具有石墨烯的远红外、保暖、抗静电等优良性能。
应用领域: 休闲装



广东德强纺织科技股份有限公司



面料名称: 缎纹铜氨面
原料成分: 棉 98% 铜氨丝 2%
产品特点: 色彩浓郁且复古, 织物表面隐现着不规则的绒毛, 缎纹质地柔软, 微量铜氨纤维的加入让织物表面光滑细腻。
应用领域: 男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



面料名称: 双色冰花染
原料成分: 棉 100%
产品特点: 扎染形成细腻的龟裂冰花纹使得每一块面料都独一无二且彰显艺术气息。色彩清新有阳光感, 面料斜纹清晰有骨感, 手感爽利滑糯, 双线条纹织法新奇独特。
应用领域: 男装、女装、休闲装、童装

沈阳杰恩盛科技有限公司



面料名称: DN432375
原料成分: TE/T/SP 55/41/4 145g/m²
产品特点: 产品拥有胜毛面料的制作工艺, 胜毛面料采用原液染色工艺, 含弹力纤维 3% 左右。泡泡纱的面料风格使服装穿着舒适有弹性并具备高抗皱易打理的特性, 面料的保型性极其突出, 可水洗的同时具备速干的效果。
应用领域: 男装、女装、休闲装



面料名称: PS96140
原料成分: T/R/SP 69/29/2 200g/m²
产品特点: 产品拥有胜毛面料的制作工艺, 胜毛面料采用原液染色工艺, 含弹力纤维 3% 左右, 是现阶段服装行业用料的前沿产品。时尚的绒感条纹面料风格, 手感柔软舒适, 穿着舒适有弹性并具备高抗皱易打理的特性。
应用领域: 男装、女装、休闲装

浙江金晟纺织有限公司



面料名称: JSB-01140
原料成分: 涤纶 62% 竹纤维 35% 氨纶 3%
产品特点: 该产品全门幅为 152cm, 有效门幅为 147cm, 克重为 300g/m²。适合商务与休闲两用, 能够很好地凸显出男士典雅的气质。
应用领域: 男装、女装、休闲装



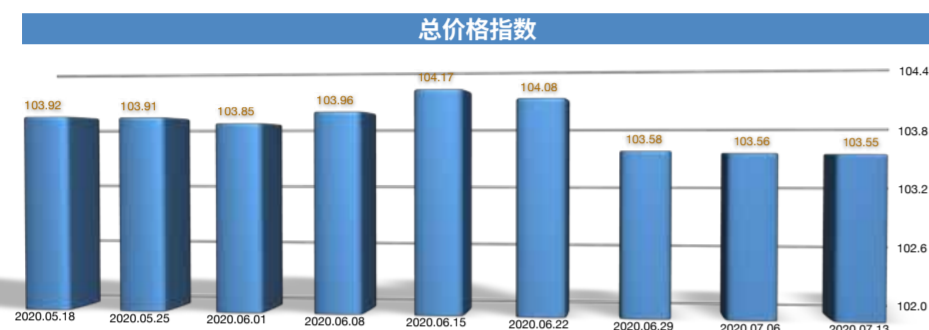
面料名称: JSB-01351
原料成分: 50% 腈纶 50% 竹纤维
产品特点: 该产品全门幅为 152 cm, 有效门幅为 147 cm, 克重为 280 g/m²。由腈纶与竹纤维混纺而成, 使人体穿着过程中达到舒适的平衡。产品非常适合秋冬季节服装。
应用领域: 男装、女装、休闲装 **TA**

本版刊登企业为经活动组委会初选适合报道的企业, 与是否获奖无关。最终获奖名单由赛事评审委员会最终裁定, 并于 9 月在中国国际纺织面料及辅料 (秋冬) 博览会现场举办发布仪式。

夏日淡季成交不足 价格微幅下跌

20200713 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20200713 期纺织价格指数收报于 103.55 点，环比下跌 0.01%，较年初下跌 1.51%，同比下跌 2.01%。



2020 年 1-6 月，中国轻纺城面料市场实现成交额 624.9 亿元，同比下降 12.14%；网上市场实现成交额 247.98 亿元，同比增长 2.32%。

近期，中国轻纺城夏日淡季成交不足，其中：原料市场销量小幅下跌，坯布市场销量环比小升，服装面料市场布匹销量微幅下跌，家纺类产品成交量微势推升，辅料行情环比小跌。

原料销量小幅下跌，涤纶环比下跌，纯棉纱价格稳中回缩

据监测，本期原料价格指数收报于 76.70 点，环比下跌 0.14%，较年初下跌 5.60%，同比下跌 8.71%。

聚酯行情震荡回缩，涤纶行情环比下跌。本期涤纶原料价格指数环比下跌，华东地区 PTA 现货主流 3555—3565 元/吨，MEG 主流 3450—3460 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—4620 元/吨。萧绍地区涤纶长丝价格下跌，POY、FDY、DTY 报价环比下跌，POY 跌幅在 260—270 元/吨，FDY 跌幅在 350—400 元/吨，DTY 跌幅在 200—250 元/吨。上游聚酯原料端开工热情依旧高涨，而下游需求方面，企业纷纷调整生产，或停产放假以维持运转。涤纶长丝价格多有下滑，几乎降到历史以来的最低点。织造市场走弱，江浙地区织造企业坯布平均库存已经达到了年内最高水平。

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 5465—5535 元/吨，跌幅在 105—135 元/吨，成交重心环比下跌；涤纶短纤价格波动，连连有所下跌，目前出口订单销量不及预期，国内市场又是传统淡季，在供强需弱的背景下，未来涤纶短纤供应压力将逐步增加，预计短期内涤纶短纤依旧弱势运行。近期纯涤纱市场报价环比下跌，32S 纯涤纱报 9650—9800 元/吨，报价局部性下跌 150 元/吨；45S 纯涤纱报 11000 元/吨左右，报价基本稳定。

纯棉纱价格稳中回缩，人棉纱价格稳中回软。因纺织品服装等消费终端价格、订单未见起色，部分沿海地区纺织制造企业实行联合限产保价，棉花消费需求继续回落，纱布厂利润下滑甚至倒挂。广东、江浙市场 32S、40S 纯棉纱高中配普梳纱的需求也有所放缓，精梳纯棉纱 50S 及以上支数棉纱订单没有改善，市场预计 7 月中下旬减产、轮流放假甚至停产的纺企或继续增多。萧绍地区纯棉纱市场报价基本稳定，局部稳中回软，成交仍显偏淡。冀鲁豫地区纺织市场延续淡季行情，各方的订单都在急剧减少，纱线市场目前普梳纱的销售情况好于精梳纱的出货。

近期，粘胶短纤原料价格稳中局部下跌，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 8660—8700 元/吨，价格环比跌幅在 100—140 元/吨。近期人棉纱价格局部稳中回软，30S 人棉纱价格报 12050—12100 元/吨，价格环比跌幅在 100—130 元/吨；40S 人棉纱报 13200 元/吨左右，价格环比下跌 100 元/吨左右；人棉纱行情环比下跌。

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 121.07 点，环比上涨 0.33%，较年初上涨 0.99%，同比上涨 1.99%。

本期坯布类价格指数呈小幅上涨走势。近期，市场营销环比推升，坯布厂家订单环比小增，坯布价格小幅上涨。其中：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、锦棉麻坯布市场价环比推升；天然纤维坯布营销环比回升，价格指数呈小幅上涨走势，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、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交量环比推升，拉动坯布类总体价格指数小幅上涨。

服装面料销售略显回缩，价格指数微幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.55 点，环比下跌 0.07%，较年初下跌 0.55%，同比下跌 0.30%。

本期服装面料类价格指数微幅下跌。近期，因夏日淡季成交不足，中国轻纺城面料市场服装面料销售略显回缩，大众面料价格环比下跌，跑量产品价格环比回缩。近期，服装面料现货成交和订单发货略有回缩，价格环比微跌。其中：涤纶面料、涤锦面料、涤氨面料、锦纶面料、锦棉面料、麻粘面料成交量不等量下跌，拉动服装面料类总体价格指数微幅下跌。

家纺营销微势推升，价格指数微幅上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 102.07 点，环比上涨 0.01%，较年初上涨 0.60%，同比上涨 0.79%。

本期家纺类价格指数微幅上涨。近期，轻纺城家纺市场销售微势推升，价格微幅上涨。创新色洋花型面料现货成交量和订单发送量环比推升，兼具时尚元素创意产品现货成交和订单发货环比增加，价格环比上涨。其中：日用家纺类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈小幅上涨走势；窗帘类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈微幅上涨走势，拉动家纺类总体价格指数环比微涨。

市场行情继续回缩，辅料指数小幅下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 128.94 点，环比下跌 0.36%，较年初下跌 2.15%，同比下跌 0.29%。

本期服饰辅料类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情继续回缩，夏日淡季辅料销售仍显低迷，因下游企业备货仍有下降，现货成交和订单发货呈现继续回缩走势。线绳类行情环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；服装里料类行情环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，拉动辅料类总体价格指数小幅下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。正值特殊之年的夏日淡季，下游需求局部下降，传统市场常规面料和大众面料销售低迷，后市夏季面料供给环比回缩，夏季面料现货成交环比下降，秋季面料采购局部显现不足；今年淡季受疫情影响，外单不足，织造企业开机率逐步下降，印染企业产出锐减，南北客商认购踊跃度将震荡小跌，市场行情走势局部偏淡，整体市场成交将呈现震荡小跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

中文网址：<http://www.kqindex.cn/> 英文网址：<http://en.kqindex.cn/>

电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651

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



Taiwan Textile Federation
纺拓会



供需矛盾突出 “50 指数” 小幅下跌

2020 年 6 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。它是盛泽地区生产规模最大或者较大的 50 家丝绸化纤制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 月为基准期，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 6 月份，盛泽“50 指数”小幅下跌，收于 867.21 点，与上月相比下跌了 2.93 点，跌幅为 0.34%。

图1 盛泽市场“50 指数”走势图



影响“50 指数”走势的因素分析

1. 聚酯工厂产销清淡。纵观整个 6 月，聚酯工厂大多数平均产销在 5 成及以下，仅有几次超百。现在大部分厂家对原料的购买较为谨慎，首先是资金不允许，谁都不敢将大笔资金投入在原料上；其次，据调查，大部分织造厂家的原料库存有半个月左右，囤货较多的厂家在上次那波行情中已经将原料囤到了 7 月下旬甚至 8 月初，换句话说，习惯性囤原料的厂家手头的库存比较充裕，而那些按需采购原料的厂家，不会多投入资金到原料中去。

2. 织造厂家库存高企。进入 6 月，淡季气氛愈加深，市场进入了“一潭死水”的现状，缺乏亮点产品支撑，市场成交表现不佳。尤其是常规产品方面，织造厂家坯布库存已经达到近几年的高位水平。

根据中国绸都网检测的样本企业显示，6 月末盛泽地区的坯布库存上升至 43—44 天，比去年同期高出 2—3 天，比 2018 年同期高出 19 天左右，比 2017 年同期高出 16 天左右。

3. 坯布利润再次被稀释。对于织造厂家来说，6 月以来上游涤纶在涨，可下游跌价却使得他们难以继续上涨，整个大环境不断释放淡季信号，市场供需矛盾升级、上热下冷的环境下，坯布的利润再次被稀释。以 190T 涤塔夫为例，市场售价不到 1 元/米，可是近期原料加价已经超过 1000 元/吨，按照目前的原料价格算，190T 涤塔夫已经进入了亏损模式。

虽然“50 指数”呈现下降态势，但是我们也应该看到市场背后仍然存在部分利多因素。

欧佩克+声明草案显示，创纪录的石油减产将延续至 7 月末，随着市场风险偏好回升，再加上产油国延长减产预期，国际油价持续上涨。6 月 3 日，布伦特原油期货价格升破每桶 40 美元关口，这是自 3 月爆发原油价格战以来，每桶价格首次站上 40 美元。原油价格冲高，也带动了 PTA、乙二醇的上涨。

50 企业分项指标变化趋势分析

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、平均总工资）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、产品价格变化。分析可见，6 月“50 企业”平均销售总额收于 787.8288 点，与 5 月份相比下跌 17.5612 点，跌幅为 2.2%。6 月平均销售总额出现下跌，这是因为 6 月纺织市场进入淡季，不论是外贸还是内贸方面，订单量都比 5 月有所减少。需求的萎缩，直接导致市场供大于求，议价能力弱，布价无法上涨。

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，6 月份“50 企业”平均销售重量收于 352.045 点，与 5 月相比下降了 18.0264 点，跌幅约为 4.9%。6 月份的平均销售重量指标下降明显，这是由于市场大环境不佳，面料走货缓慢。

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，6 月份“50 企业”平均原材料购入金额与 5 月相比稍有上涨，上涨了 17.2084 点，涨幅为 2.7%。由于原油上涨带动了涤纶价格回暖，市场积极性好于前期，再加上 6 月涤纶促销优惠次数多，企业或多或少购入了一定的涤纶，这也导致 6 月份平均原材料购入金额好于 5 月。

图2 盛泽市场平均原材料购入金额



分析可见，6 月份“50 企业”平均总工资较 5 月份有所上涨，收于 1107238.4598 点，上涨了 14021.0726 点，涨幅为 1.3%。6 月份工人的工作时间比 5 月份长，且端午放假天数少于五一劳动节的放假天数，因此平均总工资高于 5 月份。

后市预测

如今，海外新冠肺炎疫情仍在持续，外贸市场复苏程度不如预期，对面料的需求整体减少，市场上新单难以以为继，不少纺织企业的坯布库存已经堆至 1 个半月到 2 个月，较多的已经接近 3 个月，市场产能过剩加剧。

此外，7 月是纺织市场的传统淡季，市场交投气氛会进一步下降，企业去库存难度较大，预计下月“50 指数”还将进一步走弱。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
扫描二维码 立即下载纺织通APP

有料才酷 为你而来

2020 中国面料之星用户满意产品调查活动正式启动

“中国面料之星用户满意产品调查活动”已经连续举办 9 届，是目前行业里较权威、专业、高品质的面料调查活动。以不断满足市场需求为导向，旨在发现、表彰、推广优秀的面料企业，提升新产品竞争力，搭建产业上下游精准对接的专业服务平台。

2020 年第十届“中国面料之星用户满意产品调查活动”，面向全国优秀面料企业征集产品，将对参选面料生态环保、科技含量、时尚趋势、工艺创新及市场潜力等方面重点关注。活动报名 2020 年 8 月 25 日截止并将于 9 月底中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会等行业联展期间举办发布仪式及系列延展活动。

指导单位：中国纺织工业联合会

主办单位：《纺织服装周刊》杂志社

独家冠名单位：长发国际时尚中心

参评面料邮寄地址：

雷蕾(收) 13810445890

北京市东城区东四西大街 46 号后楼 210《纺织服装周刊》杂志

备注：因收件场所限制，企业请优先发 EMS，其次顺丰，邮寄参评面料谢绝到付，如有到付将不予接收。

参评表申请、系列活动参与、商务合作咨询：

“中国面料之星系列活动”组委会

赵国玲 15068579525/13521507499

详情关注纺织服装周刊官方网站首页

WWW.TAWEEKLY.COM



周刊二维码

关注纺织服装周刊公众号，了解更多



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