

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

2020.08.10 | 第29期 | 总第989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



P20
超 40 家专精特新纤维企业
在大湾区纱线展“乘风破浪”

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: 万喆 010-85229013



P10

立足中国市场， 集中力量办好自己的事

中国纺织工业联合会召开第四届第七次常务理事扩大会议



7月28日，中国纺织工业联合会第四届第七次常务理事视频扩大会议在北京举行。



中国化纤科技大会（青岛大学2020） 暨第26届中国国际化纤会议

2020.9.7-9

科技创新、产业升级 ——构建全球化纤产业 命运共同体

- 会议将采用**线上+线下**结合的形式举办。
- **主论坛**围绕化纤行业科技发展展开深入探讨。
- **高端访谈**围绕后疫情时期发展思考、市场趋势、十四五发展等热点话题展开对话交流。
- **专题报告**分享围绕智能化和绿色化发展、创新纤维技术等不同专题，分不同时段进行报告演讲。

中国化纤期待与世界共赢！



E-mail: ccfa_cimfc@126.com 电话: 86 10 51292251-816 传真: 86 10 51292251-848/840 网址: www.ccfa.com.cn

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
支持单位：华源生态科技有限公司

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》杂志社
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

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 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
廖小萱 夏小云
徐晶鑫
美编 郭淼
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: [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

百炼成钢

疫情对行业的影响正在逐渐显现。在资本市场上,截至7月29日,已有10余家纺织服装上市公司披露了2020年半年度业绩快报,大多数业绩下滑严重,有些知名企业预计亏损。

从上半年行业数据看,规模以上企业营业收入、投资同比呈两位数下降。虽然出口同比实现增长,但拉动出口的是口罩、防护服等防疫物资。

由此可见,行业正处在低谷,形势不容乐观。

不过,低谷也一定程度上预示着机遇。从疫情初起,不少企业就开始尝试新营销模式,积极探索线上营销渠道,包括朋友圈卖货、微信秒杀活动、社群营销、直播、云店等,积极展开自救。

今年“618购物节”,京东、天猫累计下单金额分别为2692亿元、6982亿元,均创新高纪录,其中服装鞋帽、针织品品类位列全网零售额第一。这样的消息鼓舞人心。

日前举行的中国纺织工业联合会第四届第七次常务理事扩大会议引起了业内广泛关注,不少人通过视频参会,大家都想了解行业的现状,寻找未来发展的方向。

会上,行业年度创新人物代表通过云端向全行业分享了疫情下企业的应对措施以及发展思路。从发言中可以感受到,这些企业没有坐以待毙,而是深刻分析形势,找准方向,顺应潮流,从危机中看到机遇。

稳健医疗2019年成立稳健直播室,直播团队从营销、运营和自有主播培养三个板块,为2020品牌直播爆发做好准备。今年疫情下,公司线下业务大幅下滑,而线上视频直播销售业绩呈几何级数增长。

疫情发生以来,波司登主动适应线上消费变化,积极探索直播带货、私域流量经营、会员营销等新模式、新打法,用新零售思维整合嫁接资源和流量,低成本做好内容平台、社群营销、离店销售、拓客拉新,使线上线下相互结合、相互融合,共同创造更符合消费者习惯的商品一体化模式。

天虹纺织认为,尽管外部风险突出,但形势对所有企业是一样的,企业的问题还是自身内部的问题,没有核心优势,就没有抵御风险的能力。行业提出的“科技、时尚、绿色”的目标就是方向、就是机会。

苏州宝丽迪则比任何时候都关注市场需求与变化。针对后疫情时代,消费者更加关注纺织品的抗菌、抗病毒功能,“高品质、健康生活”更加突出,公司快速研制全效抗菌、抗病毒专用母粒,快速在市场得到应用与推广。这种及时了解市场动态,形成快速反应体系的做法,为未来发展提供了新的思路。

鲁泰则认为,如今的产业链比以往任何时候都更需要协同与合作,包括国内企业之间的合作、国内与境外企业之间的合作、上下游之间的合作以及同行之间的合作。只有合作,才能共赢,只有合作,才有未来。

孙瑞哲会长则引用了一句诗勉励行业同仁:“施为欲似千钧弩,磨砺当如百炼金”。什么意思呢?他用八个字做了解释,就是“百炼成钢、举重若轻”。

新生

CONTENTS



20 化纤 INDUSTRY

超40家专精特新纤维企业在大湾区纱线展“乘风破浪”

7月15—17日,2020yarnexpo大湾区国际纺织纱线博览会在深圳国际会展中心举办。中国化学纤维工业协会作为大湾区纱线展的主办单位之一,携手超40家国内特色纤维企业首次亮相大湾区,全方位、多层次展示我国纤维企业创新发展的技术成果、绿色发展的责任担当、高质量发展的蓬勃活力,以大湾区纱线展为契机,深入挖掘大湾区纺织产业的未来合作潜力。

6 资讯 INFOS

国际纺联董事会聚焦全球纺织业新常态以文化创新赋能柯桥纺织

8 关注 ATTENTION

全球纺织业长期向好趋势不变立足中国市场,集中力量办好自己的事

12 特别报道 SPECIAL

对标先进 创新突围

16 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

战疫之后,打响柯桥会展复苏“第一枪”树立时尚“风向标”吹响品牌“集结号”

22 面料 INDUSTRY

有料才酷 为你而来

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

国际纺联董事会聚焦全球纺织业新常态

中国纺联外事办 / 供稿



国际纺联董事会视频会议现场。

7月24日，国际纺织制造商联合会（以下简称国际纺联）董事会视频会议在北京时间17:00召开。国际纺联董事会成员及历任主席出席会议。会议由国际纺联主席、韩国纤维产业联合会会长成善鹤主持，主要就行业情况、国际纺联年会（2020-2022）、董事会选举等有关事项展开讨论。

国际纺联前任主席、中国纺织工业联合会原会长王天凯，国际纺联副主席、中国纺联会长孙瑞哲，中国纺联副会长徐迎新、杨兆华，中国纺联副秘书长兼外事办公室主任袁红萍，中国纺联社会责任办公室主任阎岩等出席会议。

会上，王天凯就国际纺联2020年会和与会代表交换意见。他谈到，此次疫情对全球生产和需求造成全面冲击，维护全球产业链供应链稳定和安全，已成为全球纺织工业的共同责任。在当前形势下，国际纺联如期召开2020年会，有利于全球纺织工业就当前

行业面临的问题和困难，行业发展方向和出路进行深入交流和探讨，有利于维护国际纺联的地位和作用，维护全球纺织工业在危机面前的团结一致。同时强调，要在充分考虑各种会议形式在技术和经济层面上的可行性基础上，重点关注会议取得成效的关键——会议议题和内容。

会上，关于行业形势，孙瑞哲强调，面对危机，世界纺织服装行业长期向好的总体趋势不会改变，全球深化合作的历史潮流不会改变。新冠疫情对全球纺织服装业的中期和长期影响体现在四个方面：一是这场危机将触发行业对经济全球化的新思考；二是这场危机将推动行业社会责任发展迈上新台阶；三是这场危机按下了行业数字经济发展的快进键；四是这场危机将带来行业科技创新活动的新高潮。

关于国际纺联2020年会，孙瑞哲表示，线上线下是会议形式，要对议题和内容进行充分考虑。为此，孙瑞哲提出，国际纺联要联合其在世界范围内的成员力量，聚拢全球智库专家和行业领袖，聚焦地缘政治、恐怖主义、疫情、气候变化与社会责任、数字经济等正在给行业带来深刻影响和改变的全球性议题，通过

年会这个全球共享平台，向全世界发出纺织工业强有力的声音，引领全球行业企业携手应对挑战，开辟更加美好的未来。

对于即将于2020年10月进行的国际纺联董事会选举，孙瑞哲提议：要推选更多值得信赖的行业专家和有影响力的行业领袖加入董事会，此举不仅符合国际纺联和其世界范围内成员的共同利益，更将为充满不确定性的全球纺织工业注入信心和力量，助力全球纺织经济复苏和发展。

关于全球纺织业新常态，与会代表分享到：由于环境、政治或经济原因，新冠疫情大流行暴露了全球纺织工业对意料之外的供需冲击的脆弱性。品牌/零售商和生产商都意识到必须考虑此类事件的成本，进而调整采购和生产战略，以减少此类意外事件带来的风险和成本。这意味着未来的供应链将不再具有集中性，而是更具区域性。因此，与危机前的情况相比，供应链将不再倾向于最优配置，但要更坚固，也更昂贵。在疫情大流行期间，数字工具和解决方案在消费者和生产商层面的应用得到了提升。此外，大规模定制将发挥更大的作用。因此，未来的纺织供应链将更受需求驱动，这将要求品牌/零售商和生产商互动更加灵活，合作更加紧密和透明。此外，消费者也更加意识到全球供应链中断带来的经济和社会后果，加上气候变化带来的挑战，可持续性在环境和社会问题上的重要性也将越来越大。

会议一致同意，今年9月再次召开国际纺联董事会视频会议。

以文化创新赋能柯桥纺织

浙江省委宣传部调研长发国际时尚中心

本刊记者_张颖 文/摄

7月22日，浙江省委宣传部文化发展改革处处长、一级调研员王均寅一行莅临长发国际时尚中心，专题调研柯桥文化产业发展情况，对长发国际以文化创新赋能纺织产业高质量发展的模式给予充分肯定与赞赏。长发国际常务副总经理蔡满及项目团队接待讲解。

今年突如其来的疫情，加速了线上直播产业的发展。在长发国际时尚中心一楼，6个专业网红直播间正在进行24小时不间断带货直播。王均寅一行饶有兴趣地观看了纺织服装等相关产品的直播，对直播流程、技术、效果等情况进行详细了解。在得知长发国际将在三楼打造4000平米的网红直播孵化基地时，王均寅肯定了长发国际积极响应市场需求、拓宽营销渠道的举动，同时强调要做好管理工作，避免出现质量问题。

在长发国际时尚中心四楼的全球集采中心，王均寅一行了解到全球集采中心作为专业订单撮合平台，是长发国际快反供应链闭环的“核心”，在整个产业链中承担着重要作用。他鼓励长发要立足柯桥文化及纺织产业优势，利用大数据助力柯桥传统产业转型升级，用时尚化、个性化的设计带动柯桥面料“布”满全球。

据了解，全球集采中心自去年6月入驻长发至今，已开展8场集合面料商、设计师、品牌方的三方对接会，促成合同金额近千万元。疫情影响下，长发国际和集采迅速反应，开启线上对接会新模式，已成功举办2期，促进产业链上下游“隔空”选款。

在CFU创意时尚联盟，王均寅对成衣展示区、先进面料展示区、潮流发布中心、设计师孵化基地、能力教室等七大功能区的分布特色赞赏有加，认为其在促进纺织服装产业链上下游的合作发展上作用强大。据悉，CFU创意时尚联盟在中国纺织工业联合会流通分会的指导下成立，联合了（产、学、研）联盟成员单位特色和社会资源。

王均寅一行还相继参观了大师工作室、纺绣供应链等长发入驻商家，深入了解入驻企业当前发展情况。在了解到大师工作室目前已与柯桥纺织企业、高校开展商品企划与文创孵化工作取得成功案例时，王均寅十分欣慰，他鼓励长发国际继续发挥文化创意优势，以时尚化、创意化、精准化的服务为柯桥纺织产业可



调研小组一行在长发国际时尚中心留影。

持续发展赋能。

作为纺织服装展贸综合体、长三角纺织服装产业创新服务平台，长发国际时尚中心在整合行业资源、时尚活动举办、助力产业升级等方面开展的系列工作得到了社会各界的肯定。未来，长发国际将继续深耕纺织服装产业，秉持“创意发源引擎，聚力时尚集采”的产业服务宗旨，不断创新服务模式，重构时尚生态圈，为柯桥打造新时期国际纺织之都集聚动能。



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

新日期

2021.6.12-16

国家会展中心 中国·上海

- 1700余家全球纺织机械制造商云集
- 18万平米先进技术装备荟萃

联系方式：

中国纺织机械协会 (CTMA)
北京泰格斯特国际展览展示有限公司

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

主办单位



中国国际贸易
促进委员会纺
织行业分会



中国纺织
机械协会



中国国际
展览中心
集团公司



欧洲纺织
机械制造
商委员会

承办单位



北京泰格斯特
国际展览展示
有限公司

协办单位



ITMA Services
N.V.

合作协会



日本纺织
协会

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



全球纺织业长期向好趋势不变

国际纺联副主席、中国纺联会长孙瑞哲接受国际纺联采访

近日，国际纺织制造商联合会副主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲就全球行业形势接受了国际纺织制造商联合会（简称国际纺联）采访，围绕需求冲击给中国企业内销出口带来的影响，危机爆发以来中国企业面临的三大挑战，中国纺织服装企业如何应对复工复产后面临的各种困难，以及新冠危机对全球纺织服装业的中期和长期影响等进行了详细阐述。

孙瑞哲强调，面对危机，世界纺织服装行业长期向好的总体趋势不会改变，全球深化合作的历史潮流不会改变。新冠疫情对全球纺织服装业的中期和长期影响体现在四个方面：一是这场危机将触发行业对经济全球化的新思考；二是这场危机将推动行业社会责任发展迈上新台阶；三是这场危机按下了行业数字经济发展的快进键；四是这场危机将带来行业科技创新活动的新高潮。



孙瑞哲

疫情导致中国企业面临三大挑战

国际纺联：2020年前两个季度，全球纺织业经历了前所未有的全球供需冲击。根据国际纺联新冠疫情疫情影响调查，全世界的公司预计2020年的营业额平均比2019年下降约30%。对于中国企业而言，需求冲击对出口和国内市场的影响是否一样？

孙瑞哲：新冠肺炎疫情在全球持续蔓延，对全球经济运行和市场需求产生重大冲击。中国纺织服装企业在内外需市场均受到较大影响。

就出口市场而言，自4月中下旬开始，中国纺织服装企业普遍面临海外客户取消订单、要求暂缓交货、打折支付货款等情况。由于目前疫情防控形势始终未明显好转，市场需求未能有效改善，中国纺织企业获取新的出口订单难度持续加大，出口规模也出现缩减。根据中国海关数据，1—5月中国纺织品服装出口总额为961.6亿美元，同比减少1.2%。其中，服装出口额为382.1亿美元，同比下降22.8%，表明国际市场需求低迷；纺织品出口额为579.5亿美元，同比增长21.3%，口罩等防疫物资对出口增长起到重要拉动作用。根据中国政府发布的《抗击新冠肺炎疫情的中国行动》白皮书，3月1日至5月31日，中国向全球200个国家和地区出口口罩706亿只，有力地支撑了全球“抗疫”。

就国内市场而言，中国政府采取了一系列积极有效措施应对新冠肺炎疫情影响，有序推动复工复产，目前疫情防控形势基本稳定，行业生产秩序已基本恢复，内需市场也逐步回暖，但仍面临重启商业活动、激发消费活力的压力。根据中国国家统计局数据，自3月起，中国社会消费品零售总额同比降幅逐步收窄，1—5月同比下降13.5%，降幅较1—2月收缩7个百分点。纺织服装产品零售降幅呈现逐步收窄走势，但由于不属于快速消耗性的生活必需品，恢复程度不及食品和日用品类产品，1—5月全国限额以上单位服装鞋帽、针纺织品零售额同比下降23.5%，同期粮油食品零售额同比增长13.4%，日用品同比增长2.5%。1—5月，全国网上穿类商品零售额同比下降6.8%，降幅较1—2月收窄11.3个百分点。

国际纺联：危机爆发以来，中国企业面临的三大挑战是什么？

孙瑞哲：一是发展前景不确定性持续不减。尽管德国、英国、法国、意大利、西班牙等欧洲国家以及韩国、日本等亚洲国家疫情得以有效控制，但美国、巴西、印度等国家迟

迟看不到好转的迹象。这对国际市场恢复、供应链重塑带来持续的不确定性。

二是国际纺织服装供应链存在断链、失衡的局面，重塑难度加大。疫情强化了地缘经济的基本特征，全球价值链合作承压。原有的产销渠道不畅、产品价格走低，增加资金周转压力，资金链断裂风险上升。

三是国内外市场需求严重不足，复苏有待时日。很多外贸企业调整策略，发力内销市场，但依然缺少订单而造成企业产能利用率降低，库存累积，成本费用负担沉重，经营压力显著加大。

三大创新实践应对重启压力

国际纺联：中国是第一个遭受疫情冲击的国家，也是第一个解除部分封锁、商店重新开业的国家。其他市场，如欧洲或北美，在疫情大流行之后受到了冲击。中国纺织服装业如何应对封锁/限制结束后出现的危机？

孙瑞哲：应对重启后的现实压力，中国纺织服装企业的创新实践可以归纳为三个方面。

一是有序恢复开工生产，完成在手订单的生产及交付，并逐步安排新的生产任务。在此过程中，非常重要的一点是，投入人力物力，做好企业内部的疫情防控工作，避免发生群体性感染。企业普遍采取的措施包括，按到岗人数配置足够的口罩，设立进厂测温点、临时隔离及医疗设施，定时对车间及公共区域进行消毒，调整职工宿舍人数，轮流到食堂就餐或配餐至工位等。

二是在需求不足的情况下，努力挖掘市场需求，获取新订单。中国纺织企业普遍加强了线上渠道建设，通过直播带货、云展会等模式创新，弥补线下渠道的不足。直播电商以高性价比的产品供应链为依托，通过强化互动体验和消费场景，能够有效拉动消费需求。服装类商品是直播带货中交易额最大的品类。直播电商正成为产业风口，成效较好。一些有条件的纺织企业转产口罩、防护服等防疫产品，为应对疫情影响赢得空间。不少企业向健康防护用品领域延伸，开发具有抑菌、保健等功能的新型纤维材料及制品，转产口罩、防护服等防疫产品，取得了良好的收益。很多外贸型企业积极推进进出口转内销的调整。

三是加强内控，努力降低成本费用。优化企业内部管理流程与资源配置，加强库存管理、资金链管理，提升运营质效成本费用支出控制等。同时，用好中国政府出台的减负纾困政策，减轻税收、社保等支出负担。

中国纺织工业联合会作为行业公共服务机构，积极作为，引导和帮助企业适应变化。

一是开展企业复工复产专项监测，及时了解企业在复工复产过程中遇到的困难问题，努力协调产业链上下游资源，恢复产业链上下游协调运转，促进企业复工达产；并将企业的政策诉求反馈至有关政府部门。在企业全面复工后，加强对行业生产经营情况的动态监测与分析，持续关注可能出现的困难问题。

二是帮助企业开拓市场，提升竞争力。将贸易展会、时装周、技术交流会、业务培训等行业活动全面转为线上，借助互联网平台，帮助企业对接市场需求，获取所需发展资源。

加强务实合作尽快恢复发展

国际纺联：在6月中旬公布的第四次国际纺联新冠疫情影响调查中，当被问及预计何时会恢复到危机前的水平时，大多数公司预计将是在2021年第一或第二季度。你同意这个观点吗？

孙瑞哲：企业的生产经营情况与全球的宏观形势密不可分。当前，新冠疫情继续蔓延、气候异常现象频发、贸易保护主义抬头、地缘政治冲突深化，这些因素相互叠加，正在深刻影响着世界经济社会的走势。未来一段时期，全球经济发展存在较大的不确定。从目前各方信息来看，世界经济有望在明年上半年恢复正增长，但能否恢复到疫情爆发前的水平还需观察。

个体企业的经营状况很大程度上取决于自身的策略、运营能力和竞争力。一些具有核心竞争优势的企业，把握住了疫情防控形势好转后的恢复期，甚至在疫情中就找到了新的市场空间，完全可能领先于宏观经济形势开始向好回升。当然，也必然有一些企业由于在疫情中受到较大冲击，恢复起来相对困难。但不管怎样，企业要想更快恢复发展，必须融入经济全球化的大势，加强务实合作。

国际纺联：自危机爆发以来，有这么多的订单取消/延迟，令人震惊。根据国际纺联新冠疫情影响调查，订单下降了大约40%。许多买家正在使用所谓的“不可抗力条款”，或使用所谓的“开放账户”。在这两种情况下，风险分配不均，对供应商不利。有哪些选择可以防止未来出现订单取消/延迟的海啸呢？

孙瑞哲：目前，中国纺联主要采取两方面的措施帮助企业应对订单大量取消的情况：

一是给出针对性的措施建议。包括建议出口企业规范合同文本，按合同收取定金，对出口合同使用出口信用保险等；建议有条件的地方政府、行业协会组织公益性的法律援助活动，对遭遇退单、交货延迟等状况的出口企业给予专业的法律援助；建议有条件的企业有序转



销国内市场等。

二是发起供应链倡议。比如，2020年4月，中国纺联与“亚洲地区可持续纺织业网络”（STAR网络）其他5个国家的8个行业组织，联合发出呼吁疫情期间落实负责人采购行为的倡议声明，倡议全球品牌公司、零售商、贸易商在做出重大采购决策时认真考虑其对纺织供应链上工人、小型企业的所有潜在影响，诚信履约，相互理解，协商合作，共渡难关。

国际纺联：纺织服装企业如何得到政府的直接和间接支持？

孙瑞哲：中国政府面向在中国注册成立的所有企业，包括外商独资、合资企业，出台了一系列措施，帮助企业应对疫情冲击。这些措施主要包括阶段性免交部分社会保险，允许有资金困难的企业申请缓交税金、社保，阶段性降低工业用能源价格等。中国政府出台的支持措施同时面向所有行业，没有单独支持纺织服装企业的政策措施。

长期向好趋势不会改变

国际纺联：这场危机对全球纺织服装业的中期和长期影响是什么？

孙瑞哲：无论疫情防控形势最终在2020年内或是2021年出现实质性好转，人们对于纺织服装产品的需求将会随着形势好转而逐渐恢复到正常水平，这是全球纺织服装产业发展最根本的影响因素。面对危机，世界纺织服装行业长期向好的总体趋势不会改变，全球深化合作的历史潮流不会改变。

新冠疫情对全球纺织服装业的中期和长期影响体现在四个方面：

这场危机将触发行业对经济全球化的新思考。此次疫情带给人们的重要共识是：人类是休戚相关的命运共同体。全球问题的解决离不开全球性的合作，人类福祉的实现有赖于全球化的发展。尽管全球价值链合作在疫情中承受着巨大压力，但世界纺织服装产业链、供应链合作的基本架构和现实基础没有改变。面对共同的危机，绝大多数国家加强产业合作的意愿将更加强烈。推进贸易全球化与自由化成为共同心声。在此背景下，全球纺织服装行业新的合作关系将会不断建立，产业链、供应链合作将更加紧密。

这场危机将推动行业社会责任发展迈上新台阶。作为重要民产品和防疫物资的供给部门，纺织服装产业价值向善、责任发展的特征在疫情中更加强化。全球看，企业社会责任开始加速纳入行业的生产体系和创新体系，深度整合于产业链、价值链各环节和产品服务的整个生命周期。未来，行业的发展将会更加注重人本责任，以产业普惠发展和产品优质供给，更好满足人类美好生活需要；未来，行业的发展将会更加注重环境责任，形成绿色低碳循环的产业链、供应链，积极应对全球气候变化；未来，行业的发展将会更加注重市场责任，以市场化、开放化运营推进整个社会的公平正义和劳动者的全面发展。

这场危机按下了行业数字经济发展的快进键。数字化、网络化、智能化是全球经济技术变轨的大趋势。此次疫情的发生拉大了社交距离、形成了市场隔离，对实体渠道造成了巨大冲击。现实压力正倒逼着全球纺织服装企业加速线上线下融合，推动资源组织方式与市场连接方式的数字化转型。一方面企业在加快生产领域物理系统和信息系统的融合，以智能装备和工业互联网为支撑，发展智能制造，推动供应链的精益化、柔性化升级。另一方面，企业在积极推进渠道融合与模式创新，提升电子商务应用的广度和深度，发展直播营销、社群营销、云展会等新业态、新模式。

这场危机将带来行业科技创新活动的新高潮。科技创新正在重塑全球纺织服装产业的发展方式和产业边界，决定着国际分工与竞争优势。此次全球疫情的蔓延，更使得科技的战略价值与地位得到充分彰显。科技已成为影响全球产业治理与企业决策的关键要素，是今后行业发展与竞争的高地。从中期看，企业要对冲此次疫情影响、创造市场需求，需要以科技创新强化产品创新和生产创新，形成“高效能、高品质、高责任、低成本”的供给；从长期看，为保障产业安全和自主可控，行业的基础研究和原始创新将得到更多关注，特别是纤维材料、纺织智能装备技术等战略性新兴产业相关领域的创新。TA



会议指出，疫情发生以来，中国纺织及其成员单位发挥自身优势，服务国家大局，做出了突出贡献。

立足中国市场， 集中力量办好自己的事

中国纺织工业联合会召开第四届第七次常务理事扩大会议

本刊记者_郝杰 / 文 关云鹤 / 摄

7月28日，中国纺织工业联合会第四届第七次常务理事视频扩大会议在北京举行。会议设一个主会场、三个分会场。会议通报了中国纺织有关部门负责人变动及中国纺织第四届理事会特邀副会长、常务理事、理事人员变更等情况；通报了关于举办中华人民共和国第一届职业技能大赛情况和2020年中华技能大奖评选工作情况；对中国纺织2020年会费收取情况进行了说明。中国纺织协会会长孙瑞哲作工作报告，会议还宣布了2019中国纺织行业年度创新人物名单，并举行创新人物云论坛。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、会长孙瑞哲，原会长杜钰洲、王天凯，原副会长许坤元，副会长夏令敏，党委副书记兼常务副秘书长陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、孙淮滨，原副会长陈树津、张延恺、徐文英、张莉、杨纪朝等中国纺织领导，中国纺织第四届理事会常务理事、特邀副会长，有关省、自治区、直辖市纺织协会及行业管理部门负责人，中国纺织各部门、各成员单位领导班子成员，2019年中国纺织行业年度创新人物代表出席。高勇主持会议。

通报人事变动及行业活动情况

中国纺织纪委副书记兼人力资源部主任孙晓音向大会报告了中国纺织职能机构有关负责人调整的情况：孙淮滨提出辞去产业部主任职务，聘任中国纺织经济研究中心主任、产业部副主任华珊为产业部主任；社会责任推广委员会副主任调整为陈大鹏。孙晓音还报告了第四届理事会特邀副会长、常务理事、理事等变更等情况。

她在通报关于举办中华人民共和国第一届职业技能大赛情况和2020年中华技能大奖评选工作情况时说，经国务院批准，定于2020年12月在广州，人力资源和社会保障部将举办中华人民共和国第一届职业技能大赛。竞赛共设63个世界技能大赛的选拔项目和23个国赛精选项目。23个国赛精选项目中涉及纺织行业的有一项是“时装技术”，也就是服装制版师。凡16周岁以上、法定退休年龄以内的中国大陆公民按属地原则报名参加国赛项目。请各有关企业可以关注各省人社厅局的技能竞赛选拔赛的通知，积极参赛。人力资源和社会保障部今年还将开展第15届中华技能大奖及全国技术能手评选表彰工作，中国纺织已经在官网发出了通知，将向人社部推荐优秀的技能人才。

中国纺织办公室主任段红在会上对中国纺织2020年会费收取情况进行了说明。她表示，按照《中国纺织工业联合会章程》第三章“会员”第十一条“会员履行义务”第五款“按规定缴纳会费”和《中国纺织工业联合会会费收取和使用的规定》要求，中国纺织工业联合会拟开展中国纺织会费收取工作。

2020年新冠肺炎疫情在全球范围迅速蔓延，对经济造成较大冲击，给企业经营发展带来诸多实际困难。为贯彻落实党中央、国务院关于新冠肺炎疫情防控工作的决策部署，积极响应国家发展改革委、民政部《关于积极发挥行业协会商会作用支持民营中小企业复工复产的通知》（发改办体改〔2020〕175号）文件精神，统筹做好疫情防控和经济发展工作，缓解疫情给会员单位造成的困难，经中国纺织工业联合会会长办公会研究决定：中国纺织2020年会费收取采用全额、减半、免收三种方式。以上2020年会员会费特殊的收取标准和方式，现向中国纺织工业联合会第四届第七次常务理事提出审议。会员单位因受新冠肺炎疫情影响，缴纳2020年会费确有困难的，应向中国纺织办公室提出减免申请，经中国纺织会长办公会审议批准后，方可减免。

行业面临艰巨挑战， 但仍处于重要战略机遇期

孙瑞哲在工作报告中首先分析了行业发展现状，当前，新冠疫情、地缘冲突、气候变化等重大风险点相互激荡，世界百年变局的特征异常明显。我们正在经历一个历史的关口，行业发展面临挑战与高度不确定性。疫情之下，行业积极作为，全力保障防疫物资供给，稳步推进复工复产。4月初生产供给能力及产业链运转协调性基本恢复正常。随着防疫物资产销大幅增加和内需市场逐步回暖，行业运行指标降幅有所收窄，主要经济指标已出现边际改善。行业企业信心与预期有所好转。

对于2020年上半年中国纺织开展的工作，孙瑞哲说，疫情发生以来，中国纺织及其成员单位以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚决贯彻落实党中央关于统筹推进常态化疫情防控和经济社会发展的决策部署，发挥自身优势，服务国家大局，做出了突出贡献。

孙瑞哲还分析了新形势下新商业文明的新特征与新变化。他认为，在新技术革命推动下，全球产业发展的要素资源与动力系统正在发生趋势性变化。以追求社会价值为核心，以开放经济、技术经济、数字经济、绿色经济为特征的新商业文明正在形成。疫情的发生更是加快了新商业文明的步伐。

对于下一阶段中国纺织计划开展的主要工作，孙瑞哲提出五大任务：

一是树立战略思维，以产业规划引领未来发展。中国即将进入“十四五”时期，这是在全面建成小康社会基础上开启全面建设社会主义现代化国家新征程的第一个五年。在新的历史坐标系中，在新的产业基础上，需要对行业在整个国民经济中的贡献与地位进行新的思考。纺织行业是国民经济和社会发展的支柱产业；纺织行业是美好生活和文化自信的引领产业；纺织行业是人类命运共同体建设的先导行业。

二是树立底线思维，保障产业生态安全。要畅通产业循环，维护产业链安全；强化科技创新，保障科技安全。

三是树立辩证思维，在全局中把握行业发展方向。这需要平衡好危机与转机的关系、平衡好制造与服务的关系、平衡好责任与价值的关系。

四是树立系统思维，以内需为基点形成产业新循环。深挖内需潜力，推动行业形成基于超大规模市场的国际竞争优势；提升对外开放水平，为产业升级和消费升级注入新活力。

五是树立质量思维，综合提升产业链现代化水平。推动行业供给体系建设、推动行业数字经济发展、推动行业集群经济发展。

孙瑞哲最后表示，“施为欲似千钧弩，磨砺当如百炼金。”尽管当前外部形势空前复杂、挑战异常艰巨，但整体看，行业仍处于重要战略机遇期。让我们以恒心创恒业，立足中国市场，集中力量办好自己的事！为全面建成小康社会建新功，为行业“十四五”时期的发展开新局！



本次会议设一个主会场、三个分会场，并同步网络直播。

创新人物揭晓， 论道变局下创新突破

会上，高勇宣读了《关于授予2019中国纺织行业年度创新人物荣誉称号的决定》。他说，面对新的变局，中国纺织工业在充满不确定性、复杂性和模糊性的发展环境中勇于创新，涌现出一大批具有标杆意义的模范群体，他们在智能制造、绿色环保、协同创新等方面引领、引导着中国纺织工业的发展。中国纺织决定授予卫江等20位同志“2019中国纺织行业年度创新人物”荣誉称号。他希望受表彰的同志珍惜荣誉，谦虚谨慎，再接再厉，充分发挥模范带头作用，努力在新时代再创新业、再立新功。希望全行业以创新人物为榜样，不忘初心，坚定信心，攻坚克难，深入落实“科技、时尚、绿色”的新定位，为稳步推进行业高质量发展不懈奋斗。

本次理事会上还举行了中国纺织行业年度创新人物云论坛，论坛主题为“百年变局下的创新突围”，聚焦疫情之下的行业发展，嘉宾们通过云端分享了企业发展的新思路。论坛由陈伟康主持。

陈伟康说，创新是行业发展第一动力，中国纺织行业年度创新人物评选至今已举行15届，评选出200多名创新人物。持续产业创新是行业高质量发展的重要特征之一，这些创新人物已经成为引领行业创新发展的中坚力量。

论坛邀请了5位本届及往届中国纺织行业年度创新人物代表，分享当代纺企如何从纷扰中辨明趋势，在变局中谋开新局。

高勇最后在讲话中表示，今年以来，疫情加速了世界格局变化，中国以外的多国疫情仍在发展。虽然世界政治、经济、社会格局发生变化，但人类和平发展、经济全球化、贸易多边化依然是发展趋势。经过多年发展，中国纺织工业已经融入了国际贸易体系，顺应了国际潮流，已经拥有了强大的产业体系和足够的韧性，相信能够应对各种风险危机。在这个特殊时期，中国纺织将同广大会员单位共同提振信心，攻坚克难，顺应时代要求，加速行业高质量发展，为全面建成纺织强国做出更大贡献。TA



对标先进 创新突围

2019 中国纺织行业年度创新人物创新感悟与经验分享

受新冠疫情影响，纺织工业的供需两端都受到了前所未有的冲击，全球经济也正陷二战以来最严重衰退期。百年未有之大变局下，地缘政治、数字经济、贸易保护主义、疫情、社会责任与气候变化等各种不确定因素和新模式新业态交替重叠。在后疫情时期，纺织行业如何在危机中育新机、变局中开新局，亟需榜样的引领、经验的分享、创新的借鉴和产业的协同。

7月28日，备受行业关注的“2019中国纺织行业年度创新人物”正式揭晓，武汉裕大华纺织服装集团有限公司党委副书记、总经理卫江等20名行业精英人物榜上有名，成为全行业疫情之下进行创新突围的学习典范和标杆。为了弘扬先进、彰显英才，让全行业深入了解2019年纺织行业高质量发展过程中涌现出来的风云人物们坚持创新、勇于变革的精神，在此特将这些创新人物的创新感悟与经验整理提炼，以飨读者。

“中国纺织行业年度创新人物评选活动”作为中国纺织工业联合会从2005年开始在全行业展开的一项评优推优活动，至今已推选出了200多位创新人物，是在2009年经中共中央、国务院批准同意的评比达标表彰活动，多年来，在各专业协会、有关部门的积极支持和配合下，纺织行业年度创新人物评选已成为业内最具影响力和权威性的表彰活动之一。与此同时，被表彰的年度创新人物始终保持着创新活力，在行业内发挥着重要的榜样示范作用，成为引领行业创新发展的中坚力量，照亮了纺织强国创新路。



卫江 武汉裕大华纺织服装集团有限公司
党委副书记、总经理

卫江带领裕大华重点抓好生产经营、技术改造等工作，还亲力亲为跟踪落实国家工信部智能制造新模式运用项目“十万锭全流程智能化纺纱”项目，不仅在年内实现纺纱项目达产，还成功开拓了市场，成为雅戈尔等企业的高端纱线供货商。

他主持的智能化项目成为2019年中国纺织工业联合会全行业智能制造试点示范和武汉市工业智能化改造示范，先后荣获“2019中国纺织工业联合会科技进步二等奖”和“2019年纺织技术创新中心”两项荣誉。他带领公司全面提升生产能力、产品品质、知名度和美誉度，以实际行动践行了“振兴武字头国企的使命，担当扛旗举旗的责任”。



田左云 复星全球合伙人、
云尚产业发展集团 CEO 兼总裁

作为复星C2M战略实践者、时尚产业深度运营商，云尚在田左云的带领下，深耕时尚产业，以产业客户为中心，将时尚产业与线下场景做成全产业链的深度结合，以创新驱动、科技引领，打造“4+4+4”产业模式，构建了“时尚+”产业新生态。

2019年8月，投资100亿元的云尚首个将产业与商

业深度融合的发声场景云尚·武汉国际时尚中心启动，该平台将利用全球时尚资源为新兴市场以及设计师赋能。2019年10月，云尚与中国国际时装周合作冠名首届“YOSUN云尚·新锐设计师”奖，助推新锐设计师成长，加速原创作品商业落地。未来，云尚计划在西南、华南、华东、环渤海等建立时尚中心+时尚小镇，打造时尚产业核心蜂巢，实现“千店千面”，为设计、生产以及供应链赋能。



马廷芳 杭州万事利丝绸科技有限公司
总经理

为迎合丝绸柔软舒适的纯天然特性，以马廷芳为主的攻关小组，开发生态环保型染料和助剂，从各种植物的根、茎、叶或天然矿物中提取色素，经过多年的努力，掌握了一套从天然染料的制备到染色以及后整理的完整的工艺技术，成功开发出功能性天然染料与纺织助剂来满足绿色纺织品市场的迫切需求。

此外，他还先后开发了适合本公司生产的抗菌肽涂层仿真丝技术、真丝防霉抗菌技术和新型双面数码印花等技术，实现了技术赋能产品创新。为推进丝绸印染智能化改造，他带领技术团队联合国内知名高校，着手构建数码印花色彩管理体系，开发了数码印花花型智能化设计系统，将会推动数码印花大规模的小批量多品种的个性化定制发展。

冯琏 上海珍奥生物科技有限公司
董事、总经理

通过产学研合作，上海珍奥在冯琏的带动下，持续深耕功能纺织品领域，在2019年市场经济普遍下滑的环境下，实现了公司自成立以来的最好销售业绩14735万元，比上年同期增长51%。2019年公司不断加大品牌建设的投入，由专业品牌策划公司操刀对品牌命名、形象、定位、品牌营销等方面进行全面策划，并落实到位，妙宅及HTB品牌均有完整的VI体系，并且在2019年重点打造了百城千店计划，仅2019年已有10余家标准体验店落成。

在冯琏的推动下，公司在产品的研发过程中，除了注重核心技术的研发外，还侧重产品结构的创新及产品工艺的升级，并开发出了针对青少年、女性用户、过敏人群等不同人群的不同品类产品，品牌知名度及市场占有率日渐提升。



李建全 稳健医疗用品股份有限公司
董事长

2019年，李建全带领稳健以全棉时代为先驱，开启了数字化转型、全渠道中台建设工作，并于年底顺利上线运营，为消费者数字化和数据中台建设打下了坚实基础。公司基于“产品+平台”双轮驱动商业模式朝着产业互联网方向发展，实现品牌的数字化建设和管理。特别是在产品创新方面，通过积极探索产品品类、材料、工艺，使得产品研发始终具有高度的品牌战略性和方向性，兼顾产品的多元化及精品化。

在下游旺盛需求的刺激下，2019年稳健全棉水刺无纺布生产线已达到20条，总产能达3.45万吨/年，带领并撬动了生活护理、医疗器械、工业擦拭等多个下游领域的前景巨大的应用市场。



沈方勇 湖北天门纺织机械股份有限公司
董事长

完成“退城进园”的新厂区建设后，沈方勇着力建设智能制造车间，致力于实现“数字化、网络化、智能化”制造。这批高精尖设备极大地提高了工艺制造水平和产品生产能力，为公司打造精品名牌奠定了坚实的基础。通过现有产品的技术改造和创新，他带领团队研发出了多个型号产品，其中“TM3817S、TM3809Y型并条机、TM5263E型细纱机”三款代表性产品具有自主创新性，达到国际先进水平。

此外，公司搬进高新园区的这几年已缴纳税金上亿元，为三峡移民、退伍军人以及社会失业人员提供了较多就业岗位。在“精准扶贫”活动中，他积极响应，争当急先锋，参加了市政府组织的多项帮扶活动，帮助贫困户子女学技术、学业务，培养他们脱贫致富的能力。



陈少军 远信工业股份有限公司
董事长

陈少军注重技术创新工作，确立了“企业发展，技术创新是灵魂”的创新理念，形成了“研发不计成本，创新不打折扣”的创新文化。公司加大科技创新投入，不断完善创新体制机制和创新试验条件，提升企业研发试验实力，通过与浙江理工大学、武汉纺织大学等高校形成合作，推进企业技术创新工作，取得了显著的效果。2019年，累计完成研发投入2000多万元，占销售收入比例超过5%，获评“产品开发贡献奖”。

此外，陈少军还坚持以市场为导向，不断优化市场结构，巩固萧绍市场，提升江苏、广东、福建市场份额；积极开拓海外市场，重点布局东南亚市场，完成越南、印尼、印度、孟加拉等市场的实际销售；努力提升海外市场份额，2019年公司实现出口6000多万元，为远信工业迈出国门走向世界奠定了基础。



陈文 福建新华源纺织集团有限公司
总裁

在陈文的推动下，新华源积极实施管理创新，精细化见效益，将旗下各企业的人、机、料、法、环、信六大模块有效结合起来，达到优质、高效、低耗、均衡、安全、文明生产的目的。为实现产品创新，新材料赋能传统纺纱，陈文运用和发挥基地平台，抓好主导产品粘胶纱品牌建设，成功试制包芯纱并开发出舒弹丝、莫代尔、天丝、腈纶、锦纶、雅赛尔、精梳棉、

羊毛等原料与粘胶纱的混纺产品，大大增强了产品的市场竞争力。

为实现技术创新，打造新时代纺织企业现代化样板，陈文发挥三家企业技术中心的作用，将企业打造成为国内最大的纤维素纤维应用生产单体企业。陈文先后荣获全国劳动模范、全国纺织企业诚信文化建设带头人、2019全国优秀纺织青年企业家等称号。



何炳祥 广东奥丽内衣集团有限公司 董事长

在何炳祥带领下，广东奥丽历经三十年从小内衣加工厂成为行业龙头企业，公司年利润同比增长率20%以上。为满足企业发展需求，公司在“一带一路”沿线国家进行投资发展，建立新的生产基地，并率先通过海关AEO认证。为整合和升级品牌形象，2019年公司创建了融贯中西方时尚元素的新品牌“摩登本色”。

为实现产品创新，何炳祥把3D打印概念技术应用于内衣产品上，并将人工智能融入内衣的设计与制作，开创了内衣产品用科技及智能互动式展示的新方式。此外，他还以“关爱女性健康，促进行业和谐发展”为己任，积极参与和倡导各项行业推广与社会公益活动。

谷源明 大连瑞光非织造布集团有限公司 董事长

谷源明认为：“创新是一种深植于瑞光血脉中的基因，是具有澎湃动力的发动机。”自1991年瑞光集团承接国家七五攻关项目——中国第一条纺粘法非织造布生产线的工业化投产开始，公司就开始了以技术创新、产品创新缔造企业核心竞争力的发展模式，1991年，中国第一条国产纺粘线由谷源明亲自主导设备改造，产能由每年500吨提高至2500吨。2005年，谷源明尝试将气流成网技术与梳理成网技术结合，填补了国内空白。

谷源明认为100%降解是市场的未来，便从德国引进了采用造纸技术生产可冲散非织造布的工艺。2019年，湿法造纸成网与非织造布成网技术结合是他的又一个想法，既拓宽了造纸技术的应用，又能实现目前年百万吨涤纶产品的全降解。



徐柏青 江西昌硕户外休闲用品有限公司 总经理

为践行“创一流户外民族品牌，做户外纺织制造专家”，徐柏青以伞布新材撑起户外纺织品功能面料市场的一片天，并以此带动当地纺织产业的发展和提升。他带领公司始终坚持走科技创新之路，通过深化产学研合作，形成了“以研促产、以产养研”的良好循环，目前公司已成为江西省首家户外功能性长纺织品研发及产业化基地，产品市场占有率位居全国同行前列。2019年公司年销售额同比增长20%以上，年利润同比增长20%以上。

此外，徐柏青作为万年轻纺行业协会会长，积极为万年县打造现代纺织百亿产业板块出智出力，先后引进了天润天和、江苏苏美达等优质企业，连续数年被推选为万年县招商大使。



倪德锋 浙江恒逸集团有限公司 总裁

倪德锋在恒逸集团工作15年，牵头制定公司“三五”、“四五”和“五五”发展战略，提出包括石化产业、石化金融、石化贸易和石化物流在内的“石化+”发展战略；完成恒逸石化借壳上市；完成资本市场股权和债权融资突破500亿元；组建百亿产业并购基金；完成8个重大化纤项目近80亿元资产并购与整合。2019年倪德锋牵头组织完成了17.5亿美元海外项目银团贷款和15亿元的国内首个“一带一路企业债”，为恒逸文莱炼化项目顺利投产保驾护航。

在倪德锋的带领下，2019年恒逸集团各项经营指标创历史新高——化纤产能突破800万吨，总资产突破1000亿元，工业产值突破2000亿元，利税突破100亿元。



徐毅明 苏州宝丽迪材料科技股份有限公司 董事长

二十多年来，徐毅明始终专注于色母粒行业。在他的带领下，公司从小型企业逐步成长为规模企业，总产量及产能自2011年至今连续多年行业排名第一，牢牢占居国内化纤母粒行业龙头地位，公司被认定为“国家纤维功能母粒研发基地”。目前公司正在参与国家“重点基础材料技术提升与产业化”重点专项项目“高品质原液着色纤维开发及应用”的研发工作，是项目主要参与单位。

除此之外，公司还负责聚酯纤维用高色牢度深染色母粒制造产业化技术研发，建设聚酯纤维用高品质色母粒、功能色母粒工业化示范线任务。

2019年6月19日，公司向中国证监会提交创业板上市材料并已受理。



张皓 青岛雪达集团有限公司 董事长

身为“创二代”，张皓不满足于企业发展现状，在工作中将自己的能力和胆识发挥得淋漓尽致，面对严峻的经营形势他大胆开拓，以技术创新为抓手推进企业的品牌化、多元化、信息化、智能化战略实施，将传统的纺织服装行业与时代发展紧密结合，促进企业健康持续发展。

此外，张皓还充分利用集团的研发创新和资源优势，将技术创新作为集团经营的核心和抓手，在他的领导下集团平均每年有十多项科技成果实现转化，改性亚克力、茶花油系列等多项产品填补了国内空白，石墨烯改性纤维高导电复合功能性针织品等10多项技术达到国际先进水平。



周长胜 际华三五零二职业装有限公司 党委书记

在服装市场整体滑坡的情况下，周长胜全力构建“服装+装备”战略布局，成功遏制收入利润滑坡局面，2019年逆势实现收入、利润增长；带领企业圆满完成新中国成立50、60、70周年阅兵生产任务，2019年荣获“阅兵服务保障单位”等多项省部级荣誉称号。

周长胜还首创“双模化”生产模式，提升了产品品质；推动企业从制造业向“制造业+服务业”转变，规划建设消防救援应急储备库；推行精益生产，破解企业发展难题；强化科技创新，主持完成三个国家级、五个省级研发平台、三个职工创新工作室建设，推进企业纵深发展；推进研发体系“1+N”模式运行，积极推进绿色工厂建设，切实履行企业社会责任。



傅双利 浙江迎丰科技股份有限公司 董事长、总经理

多年来，傅双利积极践行“绿水青山就是金山银山”的理念，要求公司不断创新追求高标准，加大环保设施投入，加快传统产业提升发展，引进节能、环保型先进设备的同时，积极参与“五水共治”、“五气共治”，大力实施清洁化生产和资源节约集约利用，加大“三废治理”投入，累计完成投入达1.5亿元。

在傅双利的推动下，公司投资9000多万元建造日处理量2万吨的污水预处理及中水回用设施，使污水回用率达到60%以上。投资近4000万元加强定型机废气和有机废气的收集治理，使废气的收集率达到95%以上，排放浓度标准远低于绍兴地方标准。与此同时企业也被评为国家级循环化改造示范点重点项目。



梅顺齐 武汉纺织大学省部共建纺织新材料与 先进加工技术国家重点实验室副主任

2019年，梅顺齐主持完成的成果“高性能工业丝节能加捻技术与装备及其产业化”获得国家科学技术进步二等奖，该项目的成功实施促进了纺织行业向高端产业用纺织品拓展和转型升级，使国产装备的国际市场占有率达到50%以上，近三年综合经济效益达50多亿元。项目研发的技术与装备，满足了国家高端产业对于高新技术纤维制品的战略需求，将有力支撑民用军用运载车辆、高铁、海洋、航空航天、电子制造等行业用复合材料产业的发展。

2019年，梅顺齐还带领武汉纺织大学的“省部共建纺织新材料与先进加工技术国家重点实验室”通过了国家科技部组织的专家论证，将纳入国家重点实验室建设序列，是目前我国西南地区唯一、全国少有的面向纺织行业的省部共建国家重点实验室。



郭清海 广东蒙泰高新纤维股份有限公司 董事长、总经理

郭清海是中国化学纤维工业协会丙纶分会会长，长期从事丙纶纤维的研究与开发，公司开发的功能性丙纶在行业中起到了引领作用，并在差异化研发方面持续投入，功能性产品销售额占企业年销售额的4.05%。郭清海主持和参与制定了“丙纶弹力丝、丙纶牵伸丝、丙纶工业丝”等多项标准。

公司于2019年6月向中国证监会提交首次公开发行股票申请并获受理。郭清海正带领公司全力冲刺力求实现“A股丙纶长丝第一股”的目标，并以“全球聚丙烯纤维专家”的企业愿景为奋斗目标，不断加强研发创新和开拓，全力发展主营业务，将公司做强做大，为推动我国丙纶行业实现跨越式发展贡献力量。



顾元德 宜宾恒丰丽雅纺织科技有限公司 总经理

2015年3月，顾元德临危受命赴屏山开始宜宾恒丰丽雅的筹建工作，2019年初12万锭紧密赛络纺全面竣工投产，成为四川乃至西南最大的纱线生产、研发基地，成为“产业转移先进集团”。在顾元德的带领下，公司大力开发功能性新产品，相继推出晴纶、丽彩、茶多酚、蚕蛹蛋白、海藻纤维等数十个独具特色的新产品，目前已形成200余个差异化产品，

成为企业盈利的主要增长点。

为推进产业集聚发展，顾元德牵头组建屏山纺织协会并任会长，使屏山乃至四川纺织企业实现了抱团发展，目前已经吸引到浪莎、绵阳、天之华、弘曲等近20家企业入驻，2019年签约400万锭，投产达200万锭。此外，顾元德带领恒丰丽雅不仅积极践行社会责任，开展扶贫工作，还解决了740余名四川屏山本地人口就业，并成功帮助两个贫困村脱贫。



薛惊理 康赛妮集团有限公司 董事长、总裁

在薛惊理的带领下，2019年康赛妮治理日趋成熟，品牌矩阵日渐完善、人才梯队更加稳固、人文建设卓有建树、科技创新更进一步、产业转型升级加速、重大项目相继落地。其中，半精纺二期扩建项目及江南织造府项目顺利投产；智能工厂项目即将竣工；染色智能工厂项目顺利启动。为实现创新驱动，2019年康赛妮累计投入研发资金5800万元，比上年度增加15%，累计研发23项产品，

其中大部分粗纺纱线、花式纱线得到广泛推广。2019年，公司实现科技成果转化20项，获得发明专利3项，软件著作权2项。

为实现品牌引领，2019年薛惊理带领康赛妮成功入围世界顶级奢侈品纱线俱乐部PITTI FILATI，打破了该展会近百年来没有中国企业入驻的历史。公司自有品牌CONSINEE、TOPLINE、ICCI与全球100多个顶尖品牌开展合作。TA





本届窗帘布艺展加速柯桥会展业复苏，是柯桥纺织创新发展的重要发力点。

战疫之后， 打响柯桥会展复苏“第一枪”

2020 柯桥窗帘布艺展提振行业信心

本刊记者_ 鄂莹颖 / 文 施斌 / 摄



纺织产业的生产线及供应链在上半年受到疫情影响，如今，在市场回暖的背景下，线下展会重启成为行业重新建立联系的关键平台，协助供需双方为下半年冲刺做准备。

7月30日—8月2日，为期4天的2020第七届柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会（以下简称“柯桥窗帘布艺展”）在中国轻纺城国际会展中心举行。作为后疫情时期柯桥纺织行业的线下“第一展”，此次窗帘布艺展的举办具有重要意义。它不仅有力提振柯桥会展业信心，加速会展业全面复苏，更将成为支持柯桥窗帘布艺企业稳定发展、为柯桥纺织行业带来新机遇的重要发力点。这也是柯桥深入推进“一手抓疫情防控，一手抓复工复产”，科学防控、精准施策，扎实做好“六稳”工作，全面落实“六保”任务，努力克服疫情带来不利影响的重要举措。

本届展会由中国家用纺织品行业协会、柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办，柯桥区中国轻纺城窗帘布艺协会承办。展会以“云丝路，涌品牌，迎融合”为主题，以20000平方米展览面积、242家参展企业的产业矩阵，通过线上线下资源融合、提前布局区域品牌走向全国品牌、设立布艺品牌精品馆，加速展会模式创新。根据门禁系统统计，4天共计吸引采购商38637人次，较上届增长3.1%，为柯桥窗帘布艺产业注入一针强心剂。

现场设有特装展区、标准展区和活动展示区，集结好时光、众茂、昌达、红山芋等柯桥知名窗帘企业，还吸引了来自浙江杭州、嘉兴、台州和北京、江苏、河南、福建、广东等地的窗帘布艺企业及相关配套企业的加入。此外，“后疫情时代，如何定位软装？”、“后疫情时代，布艺软装企业如何破茧成蝶？”等主题分享、高峰论坛作为配套活动也轮番上演，发布流行趋势和行业资讯。为积极做好疫情防控工作，主办方制定了展会期间具有针对性、可操作性的疫情防控工作预案，采取包括健康必查、信息必录、体温必测、口罩必戴、消毒必做等严防措施，确保展会防疫工作落细落实落地。

展会首日，中国家用纺织品行业协会秘书长吴永茜，柯桥区人民政府副区长方优美和相关部门、单位负责人及来自全国各地家纺行业协会、家纺企业的负责人共同参观了本次展览会。

云丝路

构筑线上产业生态圈

后疫情时代，亦是新展会时代，线下展、线上展都得有。今年电子商务、数字经济逆势暴发，成为拉动消费、推动地方经济复苏的优选项，也让更多传统企业对线上发展的重视度提高了一个层次，而直播成为当下一个人人抢抓的风口，在这届展会上能明显感受到。

本届展会充分利用内容电商和流量平台，与搜狐焦点家居达成战略合作，将直播间引入展会现场，发展柯桥直播经济。据直播间负责人叶挺介绍，直播间为上下游企业构筑起“网货”与“直播”交互的实体空间，提供直播孵化培育、运营模式创新、供应链打造、电商选品、社交电商等“一站式”参考模板，让传统企业借力直播等新业态、新技术打开新市场，迎接新机遇。

在伊方布业展位，公司总经理王绍昔刚接下来自福建的8套样品订单。“这是疫情之后我们第一次参加线下实体展会，仅第一天上午就接了100多单，对我们有很大的激励，现在大家都干劲十足。”据王绍昔介绍，自4月份以来，公司开始请专业主播进行直播卖货，目前已经收到了来自福建、江西、安徽、湖南等地的订单，“我们会坚持线上线下同步走的策略，打造全场景体验模式。”

而对于第一次尝试线上直播的米兰世家总经理张东明来说，线上直播则充满了新奇感。“这是一款新中式的全遮光窗帘，运用山水画和墨绿色的点缀，为大家打造简约的家居氛围，整套产品能最大化做到不废布，也符合现在绿色环保的消费理念。”主播简单的几句介绍，就让镜头对面的采购商了解了这款产品的主要特点。张东明认为，这种把展位变直播间的方式也真正呈现了企业的产品和方案，扩大了企业的社会影响力和品牌知名度。



涌品牌

布局区域品牌走向全国品牌

近年来，柯桥家纺布艺产业发展势头良好，成为整个纺织行业内一股不可小觑的力量，也日益成为柯桥轻纺市场以及纺织业的重要组成部分。通过举办窗帘布艺展，能够进一步引导柯桥窗帘布艺企业树立品牌意识，注重产品营销，形成整体品牌形象，扩大柯桥在行业内的影响力和知名度，全力打造中国最专业的窗帘布艺展，塑造柯桥布艺新形象。

在昌达布业展位，领导一行驻足欣赏了一款经编绒布窗帘，据负责人方国松介绍，该款面料通过烫金加雕印工艺，增强窗帘的金属感，可观性很强。昌达布业在中国轻纺城已经发展了20余年，分别在北联市场和天汇广场设有门市。作为土生土长的柯桥窗帘企业负责人，方国松认为，柯桥窗帘展至今已经举办了七届，每一届都有所突破，今年墙布企业的加入就是一大亮点，加大了柯桥窗帘布艺的品牌竞争力。

嘉禾尚品每一年的展位布置都让人眼前一亮，总经理孙德华介绍，此次展位主打简约时尚风，这也与这次带来的各款窗纱产品风格一致。“公司自6年前成立以来，就走品牌发展之路，这不仅是我对产品质量的要求，也是我从事这个行业的初心，而且我们合作的客户也必须是品牌企业。”

此前，中国轻纺城窗帘布艺协会已通过组织柯桥窗帘布艺行业“8大品牌联盟”等举措，带动企业深入培养自身品牌，推动柯桥中国轻纺城窗帘布艺产业从品牌个体化突破中走向品牌集体化，做大做强做响“中国轻纺城”窗帘布艺品牌。

迎融合

“大家居”趋势延续

“大家居”是一个包含众多家居门类的广阔空间。其中，全屋定制与消费者个性需求之间的关键就是软装，这不仅是家纺单品向多品的创新，也昭示着企业未来发展的方向。在软装大融合的“生态圈”中，越来越多的企业进行横向和跨行业的有机融合。秉承原有的优势，联合多种题材，扩大品类展览，让各方资源彼此链接，相互赋能，形成多门类混合、相互尊重、相互并行的联合展览态势。

为此，本届展会设立布艺品牌精品馆，集结了不同软装创作理念的参展企业，如迪曼森立面软装、蝶装壁布、AFFAIR雅菲等墙布软装企业，帘创优家、特伟达等成品布艺企业，厦门中缝科技、屹杰缝纫等成品帘设备生产商，嗖布拉等成品帘生产商，软装设计公司等成品帘产业链展团。

金蝉布艺是柯桥较早开展电子商务的家纺企业，多年前就定位“高端成品窗帘的定制专家”，致力于探索搭建完善的窗帘电商平台。品牌部经理马晓琴表示，此次参展，公司以“成品帘+定制”的服务理念进行招商，成品帘的势头在这几年十分迅猛，因为公司主要服务中高端客户，所以又在成品帘服务的基础上加上了定制的版块。公司一方面通过建设电商平台，深化窗帘布艺产业链整合，另一方面联合线上知名品牌和线下实力品牌，提供专业的线下体验、定制服务及售后服务。

每到一处展厅，领导们在听取企业介绍、查看企业产品后，都会勉励企业不断根据市场情况调整产品结构。

“沉舟侧畔千帆过”，一场疫情的到来加快了企业间优胜劣汰的进程，也为行业变革、业态发展打开了新的世界。疫情让行业重新洗牌，更为熬过寒冬的企业提供了广阔的生长空间，就像一场暴风雨，让树把根扎得更深。柯桥窗帘布艺展承载着纺织人把握机遇、创新变革、走向辉煌的信心和决心。那些没有消灭我们的，终将使我们变得更加强大，愿共同乘风破浪，只待“疫”散云开。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。

柯桥优选 系列报道



“柯桥优选”行动方案致力于打造柯桥纺织集体品牌。

树立时尚“风向标” 吹响品牌“集结号”

本刊记者_王利

面对风云变幻的世界，柯桥作为全球知名纺织产业集群，一直走在时代的前沿。近年来，柯桥不少纺织企业主动走上创新升级和时尚转型之路，具有科技创新、原创设计引导能力和品牌意识的本土企业如雨后春笋不断涌现，带动城市经济和整个行业高质量发展。

当下，由于行业认知惯性，柯桥面料的品牌影响力和溢价能力仍不足。为重塑行业认知，打破刻板印象，助力特殊时期柯桥纺企外贸转内销，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会牵头推出“柯桥优选”行动方案，帮助企业拓展销售渠道，畅通内循环产业链，渡过当下难关，同时引导企业树立品牌形象，重塑柯桥纺织“科技、时尚、绿色”新标签，提升柯桥面料整体溢价能力。

首期推出的“柯桥优选·直播计划”甄选了柯桥10家优质面料企业，以直播带货形式，实现设计师、服装品牌与柯桥面料企业“零距离”对接。从本期起，《纺织服装周刊》特推出“柯桥优选”系列报道，逐一介绍首期10家“头部”企业的特色亮点，同时采访中国轻纺城创意产业服务中心主任徐舒，剖析打造“柯桥优选”品牌矩阵的整体规划。

首批10家“柯桥优选”企业名单

企业名称	企业亮点
浙江吉麻良丝新材料股份有限公司	以汉麻纤维及其制品为主导，开发出壳聚糖、海藻纤维等多种功能性产品
浙江金晟纺织有限公司	克服竹纤维面料不够挺括的难题，成为全球首家将竹纤维面料运用到西装领域的企业
浙江三川纺织科技有限公司	专注衬衫面料，围绕人性需求，打造五个核心点：易打理、个性化、时尚、舒适、享受
绍兴妮妮纺织有限公司	以设计为主导，始终走在时尚前沿，主营兼具时尚感与功能性的羽绒服面料
绍兴市杨世纺织有限公司	研发户外运动弹力面料，产品适用于户外运动、潮流时尚、特种应用等方向
浙江九天笨鸟纺织股份有限公司	以“科技、时尚、绿色”为主导，集产品研发、加工、品控、营销及服装设计于一体
绍兴市元无纺品有限公司	主营中高档女装面料，注重原创设计与创新
绍兴柯桥整绣纺织品有限公司	深耕绣花面料，集开发、设计、销售于一体
浙江梅盛新材料有限公司	主营水性超纤产品和麂皮绒面料，始终践行可持续发展理念
绍兴柯桥汉唐纺织有限公司	科技领航，绿色为核，主推植物纤维领域的新型功能性面料

“柯桥优选”的评判标准是什么？

本着补缺毋滥的态度，设定了三条“柯桥优选”品牌筛选评价标准：一是品牌建设意愿强烈，申请加入“柯桥优选”的企业及企业家必须有强烈的品牌建设和提升的意愿，确保参与主体经营理念的一致性；二是企业具备一定规模，要求贸易型企业年销售产值2000万元以上，生产型企业年产值一亿元以上；三是拥有较强的新品研发能力，较完善的产品创新体系和可持续的新品研发能力，是优质面料生产和品牌持续建设的内在要求。

按照以上严选标准，经过实地评估，首期推出的“柯桥优选·直播计划”从26家申报企业中，优选10个品牌参与直播。入选企业只须承担10%的费用，其余由政府大力支持。

首期“柯桥优选·直播计划”成效如何？

首期“柯桥优选·直播计划”只是一个尝试，不过活动效果非常好，打响了“柯桥优选”行动第一枪。首期10家企业共推出新品面料100余款，吸引了耐克（中国）、美特斯邦威、森马、唐狮、利郎、太平鸟、九牧王、拉夏贝尔、三六一度、韩都衣舍、雅鹿、快鱼、江苏苏美达、金太阳纺织、上海东方国际、Essenza spa（意大利意孚服饰）等诸多知名服装品牌购买观看直播，在线观看总量达到4万多人次。

此外，活动行业曝光数60余万，前期预热覆盖3万余家专业采购商。直播期间，采购咨询数1万余条，915余家高意向采购商与直播企业建立联系，160多家专业采购商预约调样，12家采购商近期将来柯桥上门选料。

未来“柯桥优选”将如何深入推进？

首期10家企业以面料品牌为主，面料直播仅仅是拉开了“柯桥优选”的序幕，直播也仅仅是其中一种工具，下一步将引入墙布、窗帘、服装等全产业链企业共同参与。未来，“柯桥优选”将打造为集体品牌库，通过产品开发体系、产品质量标准体系、供应链合作、品牌推广等形式，发挥“柯桥优选”企业头部效应，以集体品牌输出方式，提升纺城整体形象，助力新时期国际纺织之都建设。

吉麻良丝：灵萃自然 健康时尚

汉麻在万年的历史长河中，享有“衣祖”之美誉，它带着天生的灵性与素雅，诠释出静态的温润和山涧流水般的自然灵动。

汉麻，又称大麻，是一种神奇的纤维，但本身却带有一定毒性。为了更好地传承麻文化，践行健康生活和可持续发展理念，浙江吉麻良丝新材料股份有限公司从大麻改良入手，让汉麻新材料从无到有，从田间、实验室走向各大时尚舞台，频频亮相国内外活动和赛事，并走向大众生活。

吉麻良丝由华通色纺董事长季国苗在2006年创立。成立之初，公司的定位就是攻克当时还停留在研发阶段的汉麻纺织新材料。为此，吉麻良丝先后与解放军总后勤部军需装备研究所、香港理工大学、东华大学等尖端技术科研机构合作，通过不断的尝试和实验，终于将大麻改良成了无毒大麻——汉麻，易于广泛种植，同时又保留了汉麻各种对人体有益的功效和特性。

十五年磨一剑 打造天然抑菌之王

从田间摇曳的绿植，到一根根柔韧的纱线，再从色彩斑斓的面料，到时尚高端的成品，作为汉麻服饰推广的先行者，吉麻良丝从汉麻的改良、种植开始，打通了整个产业链循环，其每一件服饰都经历了一道道繁复的工序，一次次严谨的抑菌实验和混纺配比，将汉麻的特性用到极致。

现代科学表明，汉麻具有吸湿、透气、凉爽、防霉、抗菌、防辐射、防静电、消散光波声波、抗紫外线、吸附有毒有害气体，有益人体代谢机能与微循环机能等优异功能，被称为完美的天然纤维，人类的第二层肌肤。经吉麻良丝改良后的汉麻新材料，完美保留了以上功效，抗菌方面的性能尤为突出，经广东省微生物分析检测中心检测，其中大肠杆菌抑菌率99.73%，金黄色葡萄球菌抑菌率95.73%，白色念珠菌抑菌率92.31%。

2015年，在中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会现场，吉麻良丝向全球同行发出挑战：凡使用天然植物纤维，并已产业化生产应用的服装面料，如果能同时超越吉麻良丝面料的各项抑菌指标，企业愿奖励其人民币300万元。五年过去了，从未有人挑战成功，吉麻良丝的汉麻制品成为名副其实的“天然抑菌之王”。

凭借优异的抗菌、吸湿、透气、舒适性能，吉麻良丝产品先后荣获伦敦奥运会、第21届中国金鸡百花电影节、博鳌亚洲论坛、G20杭州峰会、首届世界布商大会等国内外大型活动赛事的赞助商和合作伙伴等殊荣，让“柯桥面料”和我国传统麻文化在世界各大舞台脱颖而出。



吉麻良丝的汉麻制品深受市场青睐。

多领域融合 科技护航健康生活

吉麻良丝一直以来都致力于用科技为消费者健康生活护航。吉麻良丝通过汉麻与棉、真丝等混纺，克服汉麻产品易褶皱、易褪色、刺痒感等不足，成功开发出了包括汉麻服装服饰、汉麻制服（校服）定制、汉麻墙布、汉麻窗帘、汉麻床品、汉麻卫浴、汉麻地毯、汉麻卫生用品等近20个系列产品，多领域跨界融合，渗透人们生活的方方面面，并在杭州和绍兴等周边地区开设多家汉麻美学生活馆。

在首期推出的“柯桥优选·直播计划”活动中，吉麻良丝不仅带来了多款汉麻面料，还推出了汉麻纱线、毛巾、墙布、凉席等全产业链产品。其中一款汉麻冰丝凉席，采用汉麻纤维与超分子量聚乙烯纤维混合制成，具有快速导热、持续凉感、透气透湿、抑菌凉爽的功能，赢得诸多线上观众的青睐，询价、了解产品详情的线上互动此起彼伏。

除了常规的生活用品，在今年抗疫关键时期，吉麻良丝第一时间研制出汉麻无纺布和汉麻抗菌口罩。值得一提的是，吉麻良丝生产的大麻面料口罩中间的芯片可以更换，面料可以反复清洗，比一次性口罩更加耐用、环保。而汉麻无纺布更是可作为生产口罩的原材料，自身内部中空的特殊结构，使其在抗菌抑菌方面更胜一筹。

据了解，十余年来，吉麻良丝投入科研经费近亿元，以汉麻为主导，在新材料上持续突破，多项研发位居世界第一。近年来，吉麻良丝不仅对汉麻类产品精益求精，还把研发领域拓展到海洋物质纤维中。公司先后从贝壳里提取甲壳素，制成壳聚糖，从海藻里提取海藻酸，用于制成各种医用面料，使得吉麻良丝在功能纤维技术领域迈上新的台阶。

如今，吉麻良丝对汉麻和各类新材料的创新研发仍在继续，一个有情怀、有实力、有担当的民族品牌正在崛起。TA



大湾区纱线展上，40多家专精特新纤维企业展示了最新产品。

超40家专精特新纤维企业 在大湾区纱线展“乘风破浪”

中国化学纤维工业协会 / 供稿

7月15-17日，2020 yarnexpo 大湾区国际纺织纱线博览会（简称“大湾区纱线展”）在深圳国际会展中心举办。在区域历史发展机遇和雄厚时尚产业基础的助力下，大湾区纱线展携手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）、大湾区国际针织博览会（PH Value）等产业链展会同期同地举办，以粤港澳大湾区为窗口，立足深圳，打造覆盖全国、辐射世界的纺织服装全产业链上下游国际型博览会。

本届纱线展分为创意花式纱区、奢华羊绒区、品质毛纱区、绿色麻纱区、流行棉纺区和功能化纤区，集结125家行业精锐展商精彩亮相。中国化学纤维工业协会作为大湾区纱线展的主办单位之一，携手超40家国内特色纤维企业首次亮相大湾区，全方位、多层次展示我国纤维企业创新发展的技术成果、绿色发展的责任担当、高质量发展的蓬勃活力，以大湾区纱线展为契机，深入挖掘大湾区纺织产业的未来合作潜力。

中国纺织工业联合会副会长、中国化学纤维工业协会会长端小平说：“今年受疫情影响，行业生产、销售、出口、内需等表现都不太如意，企业的效益不佳，这样的时代我们需要为行业做点实事。大湾区纱线展是我们第一次尝试将实体展和线上观展直播相结合，上半年我们做了一些线上的活动，下半年我们终于向线下迈出了第一步，在疫情之下仍然把大湾区纱线展办起来了。遇到困难不能干等，要行动起来，这就是我们为行业企业做的实事。”

因受疫情影响，海外的展商、观众无法来到展会现场，这次纱线展规模上也受到限制，有些出口型企业也未能来参加深圳展，端小平认为：“这是另外一个机会，这次来参展的主要以内销展商和观众为主，虽然可能订不到外销单，但可能会订到内销单，在国家倡导打通内循环、出口转内销的背景下，了解一下内需市场，这对企业调整自己的目标市场也会有帮助。”

对于此次展会，端小平感触最深的是，“不同于上海纱线展，这次来参展的都是专精特新企业，在疫情之下，逼着企业做一些与众不同的产品，其‘不同’体现为三方面：一是用不同的纤维做不同的纱线、不同的面料；二是纤维从单一组分向多组分转变，更注重效益和利益；三是产品更多在高品质、多功能方面做

文章。专精特新代表了应对疫情的措施，也代表了行业未来的发展方向。大湾区纱线展的人气超过预期，这是个良好的开端，代表市场某种程度的复苏，只要我们一起努力，一定能渡过难关，当前重要的是把行业的事做好，把企业的事做好。”

“纤妮儿”视角直播逛展

此次大湾区纱线展期间，中国化学纤维工业协会派出“纤妮儿”小分队，直达企业展位，通过直播逛展的方式，让展商与客户在“云”上相聚。开展首日，“纤妮儿”小分队就跟随中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，原会长王天凯，副会长徐迎新、端小平等领导来到赛得利、盛虹集团、百草新材料、中纺院等企业展位，对疫情后产业复苏的情况进行了深入的了解与梳理，并听取了领导们对众多参展商提出的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。跟随“纤妮儿”小分队的镜头，直播间的朋友们足不出户，就可以跟着领导们一起逛展，独特的视角让人大呼过瘾。

此次展会，中国纤维展区集中展示了每家企业的拳头产品，百“纤”争艳。通过直播镜头，“纤妮儿”小分队将这些产品一一呈现在大家面前，犹如置身展会现场。在中国纤维流行趋势主题展区，入选中国纤维流行趋势2020/2021的新型纤维映入眼帘，来自39家企业的35种纤维，从可持续、多功能、高质量、重担当的角度诠释了纤·绿动、纤·巧思、纤·质尚、纤·鼎制四大篇章，展示中国

纤维在时尚服饰、高端家纺、医疗防护、国防安全等多领域应用。直播间内，中国化学纤维工业协会市场推广部杨涛为大家详细介绍了聚乳酸纤维、细旦/交联新溶剂法再生纤维素纤维、阻燃高强聚酰胺66纤维、医疗卫生用纤维、易染聚酰胺纤维等入选中国纤维流行趋势2020/2021的新型纤维。同时，她还结合首次亮相展会的中国纱线流行趋势2020/2021、春夏原液着色色彩流行趋势2021，以及绿色纤维标志认证、纺织科技前沿趋势等内容，向大家全方位地介绍了中国纤维流行趋势主题展区，展示出中国纤维勇立潮头、演绎潮流的风范。

参观完中国纤维流行趋势主题展区，“纤妮儿”小分队马不停蹄地来到盛虹集团、恒利宝、山力化纤、毅通织造、嘉兴胜邦科技、鼎凯化纤、博立格、晋大纳米、易昌、通运、变色化工科技、芷睿纺织品、东华纤维、贝耀纺织、赛得利、中纺院、中纺绿纤、青岛源海、荣成化纤、海利环保、汇隆新材料、广东秋盛、旷达纤维、昌新差别化纤维等企业展位，与各企业负责人就特色展品、研发情况、发展规划等，进行了互动交流。这些企业在创新功能纤维以及可持续纤维的研发上，不断摸索，为行业的高质量、绿色发展注入了强劲的动力。随后，“纤妮儿”小分队直播逛展，还走访了欣战江、百事基、金沙港、尼希米、鼎艺、九州星宇、奥神、银鹰、天竹联盟、博富、华尔利、新丝维、宝丽迪、文凤、华盛、三邦、照森、豪烨等企业展位，一览“中国纤维”的风采。

创新论坛共话可持续发展

以企业为主体，以产品为支撑的纺织材料创新论坛，主张专精特新，倡导产学研融合。开展首日，“创新论坛——可持续纤维专场”如约而至。中国纺联社办主任阎岩、CV联盟项目经理崔家一、赛得利市场总监李孝琴、山东银鹰技术开发部总经理胡娜、青岛百草总经理甄丽、中纺院浙江分院总经理崔桂新、江苏国望高科品牌运营副总经理朱剑飞、海利环保副总经理林灵玲、苏州宝丽迪技术工程师谢伟、清远毅通总经理何善斌等10位嘉宾围绕CV联盟及再生纤维素纤维行业的可持续发展，各企业可持续纤维产品研发、生产、市场、应用，以及助力化纤行业绿色发展的特色母粒的相关情况等做了精彩报告。

后疫情时代，可持续纤维产品的研发也将成为重点创新领域，拥抱可持续发展的企业必将在市场中更具竞争力，在绿色发展之路上行稳致远。

线上线下双轨联动

创新产品“云”展示，先进技术“云”分享，直播交流“云”互动。展会期间，“yarnexpo 纱线展云展”小程序从纺织材料创新云论坛、直播逛展、精彩企业分享会、热门展商展品、商机供需发布、展会前沿咨询、精致服务体验等七大板块，为观众带来大湾区纱线展新的观展体验。

在“yarnexpo 纱线展云展”小程序中，“展商”栏目为参展商提供强大的展示平台，线上观众可以足不出户就能尽情浏览全部的展商信息，如果感兴趣，可以直接使用拨打电话 & 企业留言功能与展商进一步交流，即刻实现“云对接”。同时，供求类及需求类信息可以在“商机”栏目里随时发布，商贸氛围同样火热。

此外，进入“yarnexpo 纱线展云展”小程序，点击“直播逛展”栏目，可以看到“纤妮儿”第一时间分享的企业主打产品、性能特点、应用领域等信息；点击“纺织材料创新论坛”板块，可以查看来自纺织产业链的近20位嘉宾围绕环保、健康、功能、差别化等话题做的精彩报告；点击“企业发布会”直播板块，可以看到展商通过精彩对话，探讨行业热点话题，分享产品研发经验，展示企业创新产品。

作为促进中国与世界纺织贸易重要的交流平台，大湾区纱线展在这样的特殊时期举办，十分不易，为此，“yarnexpo 纱线展云展”突破时空所限，特别设置“云对接”“云直播”和“云看展”，首次以线上展与线下展的“双轨联动”为展商、买家创新服务模式，努力维护国际、国内纺织产业链、供应链安全。在疫情防控常态化机制下，我国经济和行业将呈现更多可能性，行业企业还需不迷茫、不冒进，厚积薄发，乘风破浪，围绕市场需求进行科技创新，不断推出品质提升、客户和消费者认可的好产品，在国际市场开拓更大发展空间，确保纺织产业链、供应链的安全与稳定，为产业链可持续发展增添力量。TA



常州恒利宝纳米新材料科技公司展出了原位聚合石墨烯产品。

原位聚合石墨烯新产品 赋予消费者健康生活

本届纱线展期间，在“yarnexpo 纱线展云展”小程序上，中国化学纤维工业协会邀请相关行业人士，与线上线下观众分享了石墨烯时尚锦纶产品开发应用情况。

常州恒利宝纳米新材料科技有限公司董事长、石墨烯原位聚合锦纶技术发明人蒋焱表示，常州恒利宝凭借新技术将功能性石墨烯精细化，通过多种功能基团可控修饰技术、石墨烯在线分散技术、原位聚合工艺、宏量制备的工艺及设备自主知识产权，解决了化学键结合、分子级分散和千分剂量稳定无流失等常见问题，生产出了石墨烯原位聚合高分子复合材料。由该材料制成的产品具有抗菌抑菌、低温远红外、抗紫外、抗静电、高强低伸、高耐磨等特性。

由于近年来“石墨烯”已成为高频热词，但产品品质参差不齐。福建永荣锦江股份有限公司研发总监杨胜安谈到，目前市场上石墨烯工艺主要是共混、母粒添加和聚合改性技术。恒利宝采用石墨烯原位聚合改性技术生产的锦纶产品稳定性很高，摩擦系数小，耐磨性也远远高于常规材料。通过与恒利宝的战略合作，永荣锦江开发出了锦纶丝，经过第三方权威机构检测后，面料同时具有抗菌、远红外、接触凉感、耐磨、负离子等多种功能，而且未经过任何功能助剂处理，更有价值的是，材料在具有多种功能的同时，还能具有极佳的手感。

北京服装学院副教授、中国十佳时装设计师梁燕表示最近几年她多次采用石墨烯产品来进行相关的服装服饰设计。其实石墨烯产品可应用于很多领域：如凭借抗菌、远红外、抗螨特性可应用于内衣、床品、孕婴用品；耐磨特性，可应用于户外服装、箱包鞋材；金属光泽，可应用于时装；凉感、抗菌、可应用于运动类、室内瑜伽服等；抗紫外，可应用于户外运动类等。尤其是采用了原位聚合改性技术，现在的石墨烯产品也可以进行染色。

近年来，国家一直在积极提倡打造全民健康新生活、启动新材料强国战略、彰显行业话语权，同时广大消费群体也不断追求新生事物，且生活中越来越趋向于健康化。对于我国纺织服装产业，也要从打造中国品牌提升到中国品质。对此，业内人士积极呼吁，新型材料也要匹配新的工艺处理技术，希望有更多的上下游企业尤其是织造企业加入进来，完成从材料、纺纱、织造、设计到最终产品的全产业链。TA





长发国际·2020 中国面料之星
参评企业产品系列报道 (四)



有料才酷 为你而来

本刊记者_雷蕾/文 关云鹤/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，德州华源生态科技有限公司支持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，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，经初步筛选，借助《纺织服装周刊》杂志、官微、官网等载体进行免费推广报道。

本期将向大家介绍鲁泰纺织、绍兴俪森、张家港三得利、德州恒丰、绍兴利泰、奈凡因、南通东屹、绍兴顶佳、诸城裕民、浙江鑫门、杭州新天元、浙江尚正、广州四方布业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。

鲁泰纺织股份有限公司



面料名称：浮生若梦
原料成分：再生涤

产品特点：利用先进的阳离子染色技术将涤纶染成花灰效果，赋予织物朦胧美。使用经过回收处理的废弃纤维制成，将纤维绘制、卷曲、切割并压缩成捆，并采用鲁泰独特的 Fiberprint 技术与阳离子改性技术，确保每个环节都有环保追踪，整个生产过程都可追溯。

应用领域：男装、休闲装



面料名称：璀璨之光
原料成分：棉 59.2% 银丝 1.17% 聚酯纤维 39.62%

产品特点：鲁泰独有的 RVP 整理技术赋予面料丝绸一样的手感，金银丝和酷彩双色纱的运用让面料闪闪发光，色彩绚丽。由改造的环锭纺细纱机纺成类似股线的纱，赋予必要的物理性能，结合恒力酷彩纱技术打造。

应用领域：男装

绍兴俪森纺织品有限公司



面料名称：豪醋嫩
原料成分：AC72% T28%
产品特点：将醋酸纤维和弹性丝复合，采用双层组织，既有醋酸纤维的华丽色泽和干爽手感，又有弹性使它手感更丰满。
应用领域：女装



面料名称：出水芙蓉
原料成分：T93% SP7%
产品特点：该面料拥有醋酸纤维般的光泽和大弹力的性能，硬度完美、成型良好、质感冰凉。选用八角形仿醋酸截面特种涤纶，这些沟槽会扩散光线而产生高雅柔和的自然光泽，将仿醋酸特种涤纶与氨纶包覆加捻，解决网络织造难题，为国内首家开发的仿醋酸四面弹面料。
应用领域：女装

张家港三得利染整科技有限公司

面料名称：彩点氨纶空气层针织面料
原料成分：涤纶 93% 氨纶 7%
产品特点：采用多花色纱线连续染色技术，以分散色浆为原料，对纱线进行多色喷染，然后织成面料。采用集成 10 多项发明专利的多花色纱线连续染色技术进行染色，生产过程实现废水零排放。
应用领域：女装、休闲装



面料名称：斑斓氨纶空气层针织面料
原料成分：涤纶 93% 氨纶 7%
产品特点：采用多花色纱线连续染色技术，以分散色浆为原料，对纱线进行底色染色 + 多色喷染，然后织成面料。中蓝底色加淡绿、浅橙斑斓效果，赋予面料时尚价值。
应用领域：女装、休闲装



德州恒丰纺织有限公司



面料名称：M50 支(负竹节)
原料成分：兰精莫代尔
产品特点：此面料用兰精莫代尔为原料，采用长短竹节纱自由搭配，布面风格独特，立体感强，布面时尚、新颖，具有类似镂空的特点，面料手感滑爽透气性佳。
应用领域：女装、休闲装、内衣、家居服

面料名称：R/PD 90/10 50 支
原料成分：粘胶 90% 大豆蛋白 10%
产品特点：粘胶混纺纱线制成的针织品导湿透气、富有光泽。粘胶纤维与大豆蛋白纤维混纺织成的针织面料手感柔软、滑爽亲肤、穿着舒适，适合制作贴身内衣。
应用领域：女装、内衣、家居服



绍兴柯桥利泰衬衫布有限公司

面料名称：SJ8330-1
原料成分：竹纤维 40% 超细旦 57% 弹力 3%
产品特点：竹纤维是由特级竹纤维与超细纤维制造而成的梭织衬衫面料，具备天然免烫、天然抑菌、防螨防臭和抗紫外线的功能，具有良好的透气性、瞬间吸水性，并具有丝绸一样的滑爽感，亲和肌肤。本产品采用了独特的梭织提花工艺，浅蓝色的底纹配上同色系的不规则线条提花，明暗交错，若隐若现，纹理细腻，富有光泽。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



面料名称：S9124-3
原料成分：竹纤维 31% 涤(舒弹丝) 69%
产品特点：S9124 是由天然环保的竹纤维和杜邦舒弹丝组合，赋予面料优秀的弹性恢复性能，满足不同场景的转换，纹路采用麻灰效果，使面料看起来简约不简单，质感强。竹纤维 + 舒弹丝，使面料手感柔软、吸湿排汗、天然保健、抗菌抗紫外线、挺括不起皱，随意洗涤、熨烫。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



奈凡因控股(广东)有限公司



面料名称：锦纶双面高弹奈凡因单磨
原料成分：N76% OP24%
产品特点：奈凡因经典的磨毛 54012# 系列，适宜训练、瑜伽或休闲搭配穿着；注重面料的裸感穿着体验。
应用领域：女装

面料名称：提柔尔 / 奈凡因单磨
原料成分：锦纶 88% 氨纶 12%
产品特点：T 恤裸感系列打破传统面料的陈规，兼具舒适性与功能性，触感细腻，吸湿排汗。
应用领域：女装



南通东屹高新纤维科技有限公司



面料名称：310T 棉感记忆平纹
原料成分：P 100%
产品特点：仿记忆面料其原料中含有谷物淀粉(葡萄糖)制成的生物基材料 PDO (1, 3- 丙二醇)，这种原料本身就有吸湿、排汗的功能。用其面料制成的服装不用外力的支撑，能独立保持任意形态，可以呈现出任意褶皱，面料免烫、易护理。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：7D 尼丝纺 0.4 格抗 UV 涂层
原料成分：N 100%
产品特点：本产品采用极细旦 7D 尼龙纱线织造而成，轻薄柔软，通过抗 UV 涂层，可以避免过量紫外线的辐射，对人体安全，对皮肤无刺激、无过敏反应，不影响织物的色泽、强力和吸湿透气性。
应用领域：男装、女装、休闲装

绍兴顶佳纺织品有限公司



面料名称：反光纤维双面布
原料成分：P 59% C18% REFLECTIVE LINE18% N2% SP3%
产品特点：面料正面横向组织 3:1 比例加入了反光纤维，反光纤维因为太硬，通常用在粗针、无弹的面料上，我们通过原料包覆、改机等工艺，在细针纬编、弹力面料上开发成功。
应用领域：女装、休闲装



面料名称：兰精 NR 空气层
原料成分：LENZING/R/EV77% N15% SP8%
产品特点：兰精 NR 空气层，手感细腻，有肉感，改变了以往空气层的硬挺，质地柔软，可以更加体现空气层的蓬松感。
应用领域：男装、女装、休闲装

诸城裕民针织有限公司



面料名称：双珠网眼
原料成分：棉 60% 涤纶 40%
产品特点：精梳棉涤纶混合，透气挺括。粗针织机，布面光洁挺括。
应用领域：男装、休闲装



面料名称：臻品无名
原料成分：铜氨纤维 47% 尼龙 43% 氨纶 10%
产品特点：铜氨纤维尼龙纤维组合，精密织机织造，布面细腻。生态环保，可降解。
应用领域：休闲装、内衣、家居服

浙江鑫门纺织品有限公司



面料名称：麻灰千鸟格提花布
原料成分：粘胶 48% 涤纶 24% 锦纶 24% 氨纶 4%
产品特点：由粘胶、涤纶、锦纶、氨纶四种原料完美组合，通过高端提花工艺倾力打造，手感非常柔滑，弹性自然，千鸟格随角度变换会呈现出不同的视觉效果。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



面料名称：段彩夹丝空气层
原料成分：粘胶 39% 棉 26% 莫代尔 17% 涤纶 10% 氨纶 8%
产品特点：由粘胶、棉、莫代尔、涤纶、氨纶 5 种原料精心组合搭配而成，风格明朗，手感柔软，弹性非常好，段彩风格强烈，非常适合做短裙。
应用领域：女装、休闲装、内衣、家居服

杭州新天元织造有限公司



面料名称：梦幻清晨
原料成分：天丝™ 品牌莱赛尔纤维 80% 涤纶 20%
产品特点：柔软、轻薄、爽滑、无弹性。运用定制色纺纱、兰精莱赛尔纤维与有色涤纶混纺、柔和纱线为原料，采用经典平纹织造工艺和天丝材料特有的后整理工艺，体现纱线原始风格。
应用领域：女装



面料名称：斑斓世界
原料成分：原液着色涤纶 69% 原液着色粘胶 31%
产品特点：粗犷、厚实、无弹性。TR 单纱经过一次并线加工后，再将股线二次并线加工成四股纱，通过股线倍捻技术、原液着色技术制造染色。
应用领域：女装

浙江尚正纺织科技有限公司

面料名称：SECRECOVER 鸟眼布
原料成分：R50% T50%
产品特点：采用尚正自行研发的 PESTLOCK 纱（面）和 SECRECOVER 纱（底）织造而成，产品绿色环保、舒适、抗菌、透气透湿，应用广泛。面纱采用 PESTLOCK 纱线，防蚊驱避率达到 83.5%，含有 30 多种微量元素，抗菌值达 5.4、抗紫外线指数达 U50+。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



面料名称：UVCONTROL 遮热+TEMPLOCK 恒温棉毛布印花
原料成分：遮热涤纶 50% 恒温涤纶 50%
产品特点：遮热表面层的遮热涤纶长丝是将陶瓷粉体添加到涤纶的纺丝原液中制备而成的遮热功能长丝。该遮热面料具有良好的遮热抗 UV 效果，能够赋予穿着者凉爽舒适感，能吸收 90% 的紫外线，保护皮肤，可以水洗，具有抗菌和抑菌的功能。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



广州四方布业有限公司



面料名称：SF8867
原料成分：精梳棉 100%
产品特点：双层双面高密平纹风衣，有光泽，挺括。
应用领域：男装、女装、休闲装

面料名称：SF2092
原料成分：精梳棉 100%
产品特点：精密双面斜，布面清晰，有光泽，挺括。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装 **TA**



本栏目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。

植物染产业化发展的六大方向

马志辉 李涛 沈铨鸣 / 文

植物染料是指将自然界之花、草、树木、茎、叶、果实、种子、皮及根中含有的色素通过某种工艺技术提取出来，并以分子状态或分散状态使其他物质获得色泽的物质。利用植物染料对某一物体进行染色，且在染色过程中不使用或极少使用化学助剂的染色方法称为植物染。

进入 20 世纪后，工业化生产的合成染料快速发展，植物染逐渐被取代。然而时至今日，

随着降低印染对环境响声的提高，以及人们追求生态环保消费理念的不断升级，植物染以其染料来源于植物、无毒无害、生物可降解、环境相容性好的自然属性，以及产品色光自然、柔和典雅、与传统文化和技法相融合的特点，又开始重新焕发出生机。

本文针对植物染产业化的进程中，主要存在的产品成本高、品质良莠不齐、标准欠缺等主要问题，提出了六个发展方向。

方向一：建设植物染料提取基地，降低染料成本

常用的植物染料色素提取方法有超临界流体萃取法、微波提取法、吸附提取法、超声波提取法、有机溶剂浸出法、水煮法、捣碎过滤法、酶提取法等。由于植物中的色素含量非常低，植物原料受种植条件影响常常出现波动，且部分植物原料如兰草、莲子等的价格与中药行业存在竞争，造成植物染料价格通常远高于合成染料。

为此，未来应优先寻找更多适当的地点和合作伙伴建设植物染料提取基地，研究各种原料的生长所需光照、水分、土壤等环境，并与农户进行长期合作，大规模种植植物染料原料，在原料基地建设植物染料初加工基地，保障供应的充足与稳定；继续研究、优化植物染料精提取技术，染料废渣综合利用技术，在染料端降低成本。



用植物染色工艺生产的产品。

方向二：以高端市场为突破口，寻求贴近主流消费人群

目前针织、梭织面料及成衣的植物染色均已实现产业化生产，但由于市场规模小，工厂染色加工成本很高。在云南、贵州、四川、湖南、新疆等地区，近年来应用植物染技法开发的服装、创意产品也开始涌现，因其工艺多为传统的夹染、扎染、绞染、缝染、蜡染、拓染等，基本为手工完成，故产品定价也较高。

针对植物染产品价格较高的问题，首先，将植物染产品价格较昂贵、风格低调静谧的特点作为独特卖点，以小众消费为突破，以高端市场为切入，主打高端人群的高附加值纺织品；针对婴童产品的特殊要求，开发无化学添加物的婴童用植物染产品。其次，不断提高产品的丰富度与时尚度，将植物染产品的市场规模做大，作为降低整体成本的根本途径。

在当前市场上，植物染料已经应用于真丝制品、保健内衣、家纺、婴幼儿服装、时装、布艺包装材料等各个领域，一些推崇可持续理念的品牌和企业也开始推出植物染产品，如广州例外、上海之禾、北京爱慕、杭州万事利等，但作为服装、服饰类制品，植物染仍显创新不足。在未来，应积极探索植物染在设计理念、视觉冲击、产品品类、消费场景等方面的提升，确保产品紧跟时代潮流，其最终目的就是不断贴近主流消费人群，加大市场规模的同时也彻底解决成本问题。

方向三：加强技术攻关，增强产品稳定性

植物染色仅使用少部分媒染剂，不会使用诸如渗透剂、匀染剂和分散剂等化学助剂，在不对纤维、面料进行预处理的情况下，产品容易褪色，这在应用传统染色工艺时尤为突出；植物染色由于不同的植物原料中色素成分复杂、含量多变，即便是相同的方法、材料进行配料，在同样染色条件下，染出的颜色效果也不一定相同，图案复制存在一定困难。

在未来，各相关单位应联合高校、研究院、联盟组织等加大对不同色系植物染料的染色机理和染色工艺的研发与投入，提高植物染色色牢度、耐水洗性以及染色效果的可复制性，为植物染产品真正大规模工业化生产奠定基础。

方向四：加快标准制定，规范市场

在目前从事植物染产业的主要相关国家和地区中，针对植物染料和植物染产品的质量认证体系和产品标准体系均处于起步阶段，关于植物染及其产品的判别尚无严格标准。2019 年 11 月，我国成立了中国纺织工业联合会标准化技术委员会植物染标准化工作组，着手开展植物染团体标准的制定工作，如植物染标准术语、植物染产品的检测方法标准、植物染产品标准、植物染颜色标准等。目前，植物染针织服装行业标准已经通过标准审定，即将发布；植物染机织服装质量技术要求（行业标准）已于 2019 年立项，即将在 2021 年发布。在未来，中国应持续提高植物染标准编制效率和完整性，推动植物染产品市场流通与可追溯性，逐步规范国内植物染产品市场。

方向五：重视行业宣传，提升整体影响力

植物染经过长时间的沉寂后再次发展，多数消费者对植物染及其产品并不十分了解，消费群体也不够大。未来应加大植物染相关资讯的宣传力度，尤其要针对消费群体层面。要加大对植物染环保、无毒、可再生优势的宣传力度；加大对植物染产品“悠然、质朴、独一无二”的宣传力度；加大对植物染行业重大新闻的宣传力度；加大对植物染在“非物质文化遗产、履行社会责任、助力脱贫攻坚、农林废弃物的综合利用与增收”的宣传力度，提升消费者对植物染产品的好感度、重视度和支持度，扩大植物染行业的整体社会影响力。

方向六：增强国际交流，共同推进行业发展

目前世界上植物染产品主要来自中国、日本、韩国以及中国台湾，且各具特色。日、韩植物染料以液态为主；植物染产业的组成绝大部分是手工艺人和手工作坊；以媒染剂、染色工艺对染色性能的影响，植物染料分子结构、染色机理为重点研究方向，传统技法和产品设计感比较强。中国植物染染料已经实现粉体化规模生产，在植物染料开发、染料色系和植物染产业化方面走在世界前列。目前植物染行业国际间的协同发展非常不足，各国/地区缺乏交流与沟通。未来应加强上述国家和地区间的交流，构建常态化协同机制，如创办每年一届的中日韩植物染论坛、组建中日韩全球植物染产业联盟等，共同推进植物染产业发展。 **TA**

（作者单位：中国纺织建设规划院）

夏市销售继续偏淡 价格微幅下跌

20200803 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20200803 期纺织品价格指数收报于 103.39 点，环比下跌 0.02%，较年初下跌 1.66%，同比下跌 2.00%。



近期，中国轻纺城夏市营销继续偏淡，其中：原料市场价值小幅下跌，坯布市场价值环比小升，服装面料市场布匹价值微幅下跌，家纺类产品成交量环比小升，辅料行情小幅回升。

原料价值小幅下跌，涤纶环比微涨，纯棉纱价格稳中回缩

据监测，本期原料价格指数收报于 76.37 点，环比下跌 0.24%，较年初下跌 6.01%，同比下跌 7.99%。

聚酯行情震荡上行，涤纶行情环比微涨。本期涤纶原料价格指数环比微涨，华东地区 PTA 现货主流 3540 元 / 吨，MEG 主流 3640—3645 元 / 吨，聚酯切片市场报价环比上涨，江浙地区半光切片现金或三月承兑 4525 元 / 吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨，POY 报价环比涨幅在 75—120 元 / 吨，FDY 价格环比涨幅在 50 元 / 吨左右，DTY 价格环比涨幅在 50—100 元 / 吨。纺织行业仍处传统淡季，周初涤纶长丝市场维持弱势，后半周成本支撑增强，下游织造工厂开始逢低采购，提振市场交投，江浙一带主流工厂上调 50—100 元 / 吨。虽然现在产销只是稍有好转，但在聚酯高开工的情形下，产销哪怕只是好一丁点儿，也能放缓聚酯库存的增速，进而为涤纶挺价。涤纶价格在持续下跌之后回暖一点也算是正常反应，但要说能够持续性拉涨，不管是从自身基本面、下游织造还是终端服装需求来看，都显得心有余而力不足。后市短期来看，涤纶长丝价格筑底震荡概率较大。

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 5350 元 / 吨，涨幅在 80 元 / 吨左右，成交价重心环比上涨。近期纯涤纱市场报价环比下跌，32S 纯涤纱报 9250 元 / 吨左右，报价环比下跌 50 元 / 吨；45S 纯涤纱报 10400 元 / 吨左右，报价环比下跌 100 元 / 吨。

纯棉纱价格稳中回缩，人棉纱价格稳中回软。受公共卫生事件和中美关系等不利形势的影响，棉花市场现货价值波动不休，而纯棉纱市场却未能随市而动。这对于疲乏之下仍奔波于保机器运转、保企业不倒的纺织经营者来说无疑是实际与心理并存的巨大压力。企业除去用棉成本、人工费用等，所剩利润有限。纯棉高支纱的行情及销量同样遇冷，规模不等的纺企都在坚守顺价销售，以销定进，原料与产品库存均被压至最低。萧绍地区纯棉纱市场报价基本稳定，局部稳中下跌，成交仍显偏淡。纺织品服装等市场消费低迷不振，导致棉价难涨、棉纱难销难涨是正常的市场供求关系，企业所能做到的依然是把产品质量搞上去，把生产成本降下来，期待疫情和摩擦早日过去。

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 8300 元 / 吨左右，价格环比跌幅在 50—80 元 / 吨。近期人棉纱价格局部稳中回软，30S 人棉纱价格报 11730—11750 元 / 吨，价格环比跌幅在 120—150 元 / 吨；40S 人棉纱报 12800 元 / 吨左右，价格环比下跌 200 元 / 吨左右；人棉纱行情环比下跌，价格仍然以低迷为主。

坯布行情环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 120.88 点，环比上涨 0.13%，较年初上涨 0.83%，同比上涨 1.50%。

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、锦棉麻坯布市场价值环比推升；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。

服装面料销售环比回缩，价格指数微幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.49 点，环比下跌 0.02%，较年初下跌 0.61%，同比下跌 0.44%。

本期服装面料类价格指数微幅下跌。近期，因夏日淡季深入，中国轻纺城面料市场服装面料销售继续回缩，大众面料价格环比下跌，跑量产品价值环比下降。近期，服装面料现货成交和订单发货环比回落，价格环比微跌。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、涤氨面料、锦纶面料、锦棉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。前所未有的淡季正在悄然改变着市场上很多规则，整个纺织市场销售偏淡，在市场找样、询价的客户明显偏少。

家纺市场局部小增，价格指数环比小涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 102.17 点，环比上涨 0.26%，较年初上涨 0.70%，同比上涨 0.30%。

本期家纺类价格指数环比小涨。近期，轻纺城家纺市场成交局部小增，价格环比小涨。创新色洋花型面料现货成交量和订单发送量环比小增，兼具时尚元素创意产品现货成交和订单发货环比增加。其中：床上用品类现货成交和订单发货明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；日用家纺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小涨。

市场行情环比回升，辅料指数小幅上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 129.29 点，环比上涨 0.51%，较年初下跌 1.88%，同比下跌 1.03%。

本期服饰辅料类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回升，因下游企业备货环比小增，现货成交和订单发货呈现环比回升走势。服装里料类行情环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；带类行情环比回升，价格指数呈微幅上涨走势，拉动辅料类总体价格指数小幅上涨。

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。疫情冲击之下，国内外服装品牌都受到了波及。有的品牌面临破产倒闭，有的不得不关闭全球多家店铺，全球服装产业正集体经历寒冬，面临着产业大洗牌。终端服装企业前景堪忧，自然对面料的需求量将更加减少。因气温上升夏日淡季深入，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，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。 **ITX**

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：尉铁男 传真：0575-84785651

市场走势转好 化纤指数小幅回升

2020年7月27—31日商务部中国·盛泽丝绸化纤指数一周点评

据对 350 家被采价单位反馈的数据监测分析，本周商务部中国·盛泽丝绸化纤指数小幅走高。其中，化纤总指数收盘于 96.7 点，与上周相比，上涨了 0.64 点；化纤面料价格指数小幅走高，收盘于 96.09 点，与上周相比，上涨了 0.54 点；化学纤维价格小幅走高，收盘于 100.36 点，与上周相比，上涨了 0.75 点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上涨，收盘于 101.65 点，与上周相比，上涨了 0.11 点。

图1 盛泽市场化纤类产品价格指数走势



化纤面料市场行情分析

化纤面料价格指数小幅走高，收盘于 96.09 点，与上周相比，上涨了 0.54 点。从中国绸都网监测的样本企业看出，本周里面料市场交投气氛好于前期，部分产品出货较好，库存有所下降。

里料方面，本周成交量较前期稍有好转，市场价格变化不大。具体来看，涤塔夫系列成交仍集中在 290T 等，胆布销售也稍有好转；轻盈纺系列中，210T 轻盈纺走货加速，价格与前期变化不大；舒美绸、涤美丽系列成交表现较好，厂家采购多用于制作西装里料等；五枚缎系列需求也较前期有所好转，其中下游采购多用于制作床上用品和礼盒装饰用品，价格变化不大，厂家出货意向较强；提花里料成交尚可，有厂家表示常规产品产销难以做平，但提花黑丝里料图案繁多，订单多呈现“小批量、多批次”的特点，多销往常熟、杭州等地。

面料方面，本周面料交易局部升温，市场成交多集中于秋冬服装面料，尤其是弹力面料本周出货不错。本周四面弹系列订单表现突出，内销和外贸市场双双有较好的表现，厂家去库存表现较好，其中一款用于制作裤装的双层四面弹面料需求较好；经编面料近期成交表现良好，尤其是经编麂皮绒，下游采购多用于沙发、休闲装、风衣等，颜色以驼灰、藏青、米黄等销量较好；塔丝隆系列表现稳定，其中涤纶塔丝隆有一定的销量；用于皮肤衣的尼丝纺面料近期订单尚可，从而带动 380T 尼丝纺的走量，但是价格同比差距较大。此外市场上一款 20D 尼龙超皱光变面料需求较好，经过特殊的后整理工艺后，该面料常温下显示白色，但是在阳光照射下则会变成红色，非常适合生产轻薄羽绒服，时尚与温暖并行，后市销售潜力较大。仿真丝系列整体走货不佳，市场订单稀少，厂家累库存较为明显，市场有价无市；桃皮绒近期走货也放缓，无论是斜纹还是平纹打样一般。

从商务部盛泽指数可以看出，本周市场成交气氛稍有好转，为淡季市场带来了一丝信心，但是市场冷热不均，适销产品走货较好，滞销产品依旧处于累库存阶段，市场去库存阻力较大，现盛泽地区库存在 45 天偏上，较上周稍有回落，开工维持在 6—7 成。进入 8 月，随着高温季节来临，行情持续性有待验证。

化纤原料市场行情分析

化学纤维价格指数小幅走高，收盘于 100.36 点，与上周相比，上涨了 0.75 点。本周国际油价先稳后跌，整体下跌。7 月 30 日，据美国商务部发布的最新数据，美国二季度 GDP 年化季率初值录得 -32.9%，创下有史以来最大降幅。受美国经济数据疲弱影响，国际原油价格随即出现大幅下跌，然而因担心全球新冠病毒人数激增可能破坏燃料需求复苏，而主要产油国还将增产。截至周四收盘，纽约商品交易所 9 月交货的轻质原油期货价格下跌 1.35 美元，收于每桶 39.92 美元，跌幅为 3.27%；9 月交货的伦敦布伦特原油期货价格下跌 0.81 美元，收于每桶 42.94 美元，跌幅为 1.85%。PX 方面，本周 PX 价格整体小幅下

图2 盛泽市场化学纤维产品价格指数走势



跌，截至周五，亚洲 PX 下跌至 525 美元 / 吨 FOB 韩国和 543 美元 / 吨 CFR 中国。欧洲 PX 下跌至 475 美元 / 吨 FOB 鹿特丹。

开工率方面，本周 PTA 周平均开工率集中在 80.4%，较上周下降了 0.7%；实时开工率在 80.3%，实时有效开工率 85.6%。聚酯方面，本期聚酯平均负荷集中在 92.2%，较上周上涨了 0.6%。织造方面，近期织造厂家开机率稳定，至 65% 左右。

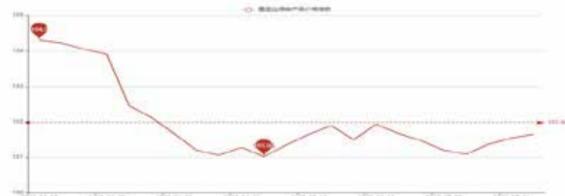
产销方面，本周涤纶长丝产销维持在 6 成附近。7 月 30 日，织造厂家常规补货操作，涤纶长丝产销超百。

库存方面，从中国绸都网统计数据来看，现如今聚酯市场整体库存集中在 30—39 天；具体产品方面，其中 POY 库存至 10—15 天，FDY 库存至 21—28 天附近，而 DTY 库存则至 29—39 天左右。

蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上涨，收盘于 101.65 点，与上周相比，上涨了 0.11 点。

图3 蚕茧丝绸产品价格指数走势



本周盘面各远近合约继续小幅收涨，生丝指数连续小幅上扬逐步站于各均线之上。210325 生丝合约增仓。

现货面上，各等级生丝走货继续维持压力下的努力奋进格局。在电子盘面连续小幅走红的信心鼓舞下，生丝报价有所上涨，但来回还价后，成交价格略有上涨或还是维持不变。

在国内外压力面前，服装家纺终端消费仍旧不振。对于“金九银十”，多数人也是持谨慎乐观的态度。虽然内需和外贸市场仍在缓慢复苏中，但是市场还是存在较多不确定性因素和黑天鹅事件，使得旺季能否如约而至也变得扑朔迷离，再加上去年遗留下来的大量服装库存还没有完全消化，也会影响新一轮的补货速度。 **ITX**

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 即刻下载纺织通APP



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