

# 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

2020.10.19 | 第38期 | 总第998期



第八届

江苏(盛泽)  
纺织品博览会  
8<sup>th</sup> Jiangsu Shengze  
Textile Expo

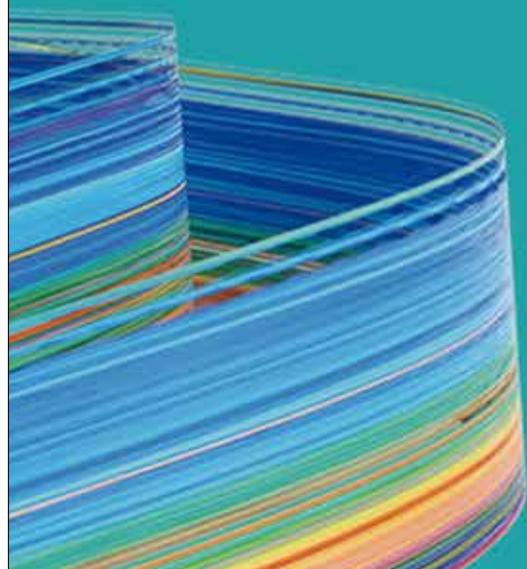
# 2020

## 第八届

江苏(盛泽)  
纺织品博览会  
8<sup>th</sup> Jiangsu Shengze  
Textile Expo

🕒 2020.10.28-30

📍 盛泽国际会展中心



合作共赢 · 责任发展  
Win-Win Cooperation and Responsible Development



World Textile Merchandising  
Conference 2020  
Keqiao Shaoxing China  
世界大会 · 中国绍兴  
柯桥

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。



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



# 2020 第3届世界布商大会 World Textile Merchandising Conference

产业新价值 纺织新贡献  
New Industrial Value New Textile Contribution

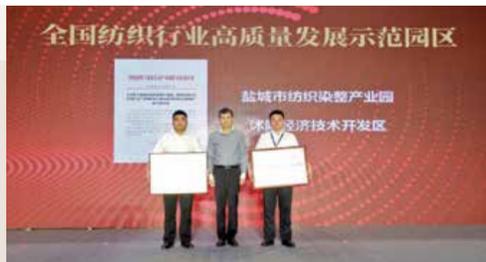
2020.10.26 - 29

中国·绍兴柯桥  
Keqiao Shaoxing China





“纺织服装产业园区深度行——沭阳站”启动。



盐城市纺织染整产业园、沭阳经济技术开发区获得“全国纺织行业高质量发展示范园区”称号。



四川芦山经济开发区、云南开远经济开发区获得“第十三批全国纺织产业转移试点园区”称号。

# 探索园区“双循环”发展之路

## 第二届全国纺织服装产业园区发展论坛

## 暨“沭阳杯”第九届纺织行业新闻奖启动会召开

本刊记者\_徐长杰 / 文 关云鹤 / 摄

2020年是“十三五”收官之年，也是“十四五”谋划之年，更是我国全面建成小康社会的关键年。当前全球疫情和世界经济形势严峻复杂，如何于危中育新机，于变中开新局？

9月26日，第二届全国纺织服装产业园区发展论坛暨“沭阳杯”第九届纺织行业新闻奖启动会在江苏沭阳召开。

中国纺织工业联合会副会长孙淮滨，中国纺织工业联合会副秘书长、中国纺织工业企业协会常务副会长杨峻，工业和信息化部消费品工业司纺织处副处长纵瑞龙，中国纺织工业联合会产业园区工作办公室副主任、中国纺织工业企业协会副会长王进军，中国纺织工业联合会产业部主任、产业经济研究院常务副院长华珊，中国纺织建设规划院副院长刘彦威，《纺织服装周刊》杂志社常务副社长兼总编辑徐峰，宿迁市人民政府副市长曹秀明，沭阳县委书记、县长彭伟，中国社会科学院管理科学与创新发展研究中心副主任、工业经济研究所研究员王钦等国家部委、行业协会、地方政府领导，以及来自山东魏桥、江苏斯尔克集团、德州恒丰集团、东方国际、华孚色纺、新疆中泰集团等龙头企业的代表和全国各地纺织协会、地方政府、产业集群、园区、大专院校、知名企业、媒体代表300余人出席会议。

本次会议聚焦“双循环”新格局下的发展战略选择，从行业经济形势、高质量发展切入，着力探讨企业数字化创新以及智能制造、绿色制造等热点话题。

### “双循环”格局下审视园区发展

彭伟在致辞时，用红色、绿色、蓝色、灰色、金色五种颜色介绍了沭阳县的历史名人、特色花木种植产业、地理优势、文化遗迹、城市建设、人口规模、粮食生产等多项突出的人文和产业特色。彭伟表示，按照沭阳县未来一段时期发展工业经济的战略规划，将始终坚持“工业强县、产业兴县”不动摇，围绕“产业集聚、扩大总量转型升级、提升质量，科技创新、集聚优量”总体思路，做到“项目招引和项目培育”双轮驱动主动融入国内大循环、国际国内双循环，切实推动纺织等主导产业高质量发展。“我们将以此论坛为新的契机，把握新机遇、应

对新挑战、实现新跨越，全力推动沭阳纺织产业更好更快融入国内大循环、国际国内双循环，加快形成市场新循环、区域新循环、要素新循环与产业新循环的新发展格局。”彭伟说道。

曹秀明介绍了宿迁市的基本情况。他表示，纺织服装产业是宿迁传统产业，也是市委、市政府重点培育的千亿级产业之一，目前已形成原料、纺织、染整、服装等较为完整的产业链，集聚了恒力集团、赛得利纤维、海欣纤维、晨风服饰等一批国内知名企业，同时以箭鹿、苏丝神龙等企业为代表的本土纺织服装企业规模也不断扩大，核心竞争力不断提升。2019年，全市纺织服装企业开票销售达到607.7亿元，同比增长18%；规模以上企业402家，亿元以上企业80余户。“当前，随着世界经济的深度调整和产业转型的加快推进，纺织产业正面临前所未有的机遇和挑战，以数字化、网络化、智能化为代表的新技术新成果的广泛应用，将进一步推动两化深度融合，促进纺织产业持续发展。宿迁将不断更新发展理念、探索新的发展方式和路径，着力提升纺织产业发展水平。”曹秀明说。

纵瑞龙站在国家战略高度，分析了国内外经济发展形势，并对国家构建“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”重要意义、未来发展作了阐述。纵瑞龙表示：“纺织行业在国民经济中占据重要地位，尤其是在贯彻‘六稳六保’中有着重要的作用。二季度我国经济数据明显好转，增长由负转正，主要指标恢复性增长。工业生产加快恢复，服务业开始回暖，市场销售由降转增、固定资产投资降幅明显收窄、贸易结构调整继续优化等现象都是经济发展向好趋势的表现。”但是他也提醒纺织企业，“现在国际形势依然复杂严峻，世界经贸增长出现萎缩，国内长期积累的体制性、周期性矛盾交织，纺织产业集群区域资源整合有待完善，发展结构还需继续调整。企业应保持头脑清醒，找准定位，继续推动行业的高质量发展。”

孙淮滨在大会致辞时谈到，站在新的历史节点上探索未来，中央提出了以持久战的部署推进国内经济大循环、国内国际相互促进的新发展格局，对未来经济发展指明了战略性发展方向。在这样一个背景下探讨园区发展路径非常具有现实意义。

对于园区及产业未来发展，孙淮滨指出四个力：首先是引领力。园区所拥有的产业实力要充分体现科技、时尚、绿色。除此之外还可以包括工艺、技术、管理、文化等，即综合实力要具备引领性。其次是凝聚力。园区要具备吸引先进人才、资本以及优质企业与品牌的能力。第三是责任力。发展产业也要充分体现社会责任，比如环境责任、人文责任、市场责任等。最后一个贡献力。无论是产业发展还是园区发展，都需要对社会对地方税收有所贡献。

### 发展模式面临长期调整

王钦以“双循环”新格局下的企业发展战略选择为主题进行分享。他指出，如果2006年我们面对这样的经济危机恐怕是灾难性的，因为当时我国的对外贸易依存度高达60%，今天这一数据已经下降了一半。当下进出口对GDP的拉动作用已经越来越弱，而且在2008年之后，全球化对全球经济增长的贡献也减弱了。这是现在提出“双循环”发展格局的一个很重要的基础背景。但王钦也指出“双循环”发展格局有一个重要的前提是“必须充分发挥国内超大规模市场优势”，其中重点是“充分发挥”，基于此，王钦提出以下三点判断：首先，新的格局调整不是短期的调整而是长期新模式的探索；其次是企业发展环境的巨变，不是企业短期量的冲击而是行业大洗牌；最后是企业将要进行战略的大变革，不是“术”的调整而是“道”的调整。王钦希望企业能够做到“器识”为先，器大识深。

华珊对今年以来纺织服装行业经济形势以及呈现的特点进行了介绍和分析。今年以来，行业运行增速显著下降，呈现逐步回升趋势、防疫物资拉动出口增长、整体经营压力较大等特点。虽然当前我国宏观经济随疫情防控形势好转回升态势显著，但纺织服装产品由于刚需特性不足，市场需求恢复相对缓慢。

疫情好转、恢复正常经济循环是全球经济稳定复苏的核心基础。目前全球疫情走势仍难以预计，对于经济前景难以做出明确的乐观预期。华珊提醒广大纺织企业，当前国际供应链格局正在重构，纺织产业在高性能纤维、高端制造等多方面都面临发达国家较大的竞争压力，企业要实现有效满足国内需求，必须提品质、增品种、创品牌，在未来较长时期的发展调整中，注重以提质代替增量，继续深入融入国际供应链，培育自身持续的原始创新能力。

### 数字化、智能化引领产业发展

石敬峰介绍了沭阳纺织产业高质量发展的实践和一些体会。他表示，目前沭阳县开票销售2000万元以上的纺织企业100多家，拥有新东旭纺织、宋和宋智能科技、恒能家纺、红柳纺织、腾盛纺织、宝娜斯袜业、邦源纺织、豪悦实业等知名企业，并依托包覆纱、特色家纺和智能针织三大板块，迈入“机械装备—纺织造—印染—成衣”全产业链时代，近年来纺织产业总量一直位居苏北前列。在打造品牌园区、培育产业、帮助企业发展方面，石敬峰谈了几点感悟：首先是在筑强平台载体上夯基础、强保障、助企业“开疆拓土”；其次是在提升服务保障上注真情、重效率，为企业“保驾护航”；三是在加强政策扶持上加力度、出实招，让企业“腾飞跨越”；最后是在创优城市居住上强功能、优环境，解企业“后顾之忧”。

当前数字化转型是行业热点话题，尤其是新冠疫情的影响更加速了行业数字化转型的步伐。山东魏桥创业集团有限公司的“无人工厂”近年来颇受

关注。山东魏桥创业集团有限公司执行董事长、副总经理张艳红以“聚焦数字化创新，推动高质量发展”为题介绍了魏桥的智能化、数字化转型路线。她介绍，近年来魏桥加快智能化、信息化步伐，大力推进智慧工厂建设。2016年投资3亿元建设了12.5万纱锭智能化紧密纺工厂。2019年投资8.2亿元建设了绿色智能一体化纺织生产线，全部采用当今世界最先进的生产设备，并配以强大的大数据平台和先进的管理系统，整体技术达到国际领先水平。

除了纺纱的智能化，近年来印染智能化生产技术也取得了极大的提升，印染智能化越来越得到重视。江苏斯尔克集团股份有限公司总经理孙德明分享了“智能绿色制造技术在染整中的应用”。孙德明表示，“斯尔克的智能化印染项目实现了传统染厂不能解决的能源消耗控制，通过系统科学制定工艺与精确配方，通过数字化生产过程实现节能减排与绿色环保相结合。通过网络化，荣盛染整实现了生产全流程的实时监测控制。”据悉，荣盛染整的ERP智慧管理可以实现通过ERP设置工艺路线，制定每个生产单的加工工序，为生产计划安排提供参考；由订单转成生产单，下达生产部组织生产，生产单预排主计划、车间作业计划（每一机台计划）；实现一单（色）一结的成本核算，优化工序成本，有助于改善产品结构，提升盈利；实现能源在线计量和用量实时控制，监控工艺参数变化。

### “纺织服装产业园区深度行”走进沭阳

会议期间，还举行了“纺织服装产业园区深度行——沭阳站”启动仪式。徐峰表示，产业园区是中国改革开放事业的试验场，也是披荆斩棘的拓荒者；既是纺织服装产业发展的中坚力量，也是地方区域经济发展的中流砥柱。产业园区作为产业集聚的承载者，它的每一次创新实践都是纺织服装产业结构调整及转型升级的具体体现。中国纺联产业园区工作办公室与《纺织服装周刊》杂志社共同发起“纺织服装产业园区深度行”活动，带领各大媒体记者实地走访，旨在展现纺织产业园区在疫情后如何寻求发展，如何在防疫与发展经济方面寻求平衡，招商与服务工作方面的变化，展示园区发展成绩等。

王进军在会上发布了《2019全国纺织服装产业园区发展报告》并进行了详细解读，对园区发展作了详尽的指导建议。“园区经济已成为区域经济发展中不可或缺的组成部分，在今后的经济建设中也将进一步发挥拉动区域经济快速增长的积极作用。目前，中国纺织服装产业园区正承载着构建区域经济新格局、产业经济新引擎的重要使命，为推动中国纺织产业的高质量发展贡献着力量。”王进军表示。

会议同期还发布了“沭阳杯”第八届全国纺织行业新闻奖“双十佳”，“十佳作品”、“十佳记者”正式揭晓，并对获奖记者和作品进行了颁奖。与此同时，第九届全国纺织行业新闻奖正式启动。

此外，中国纺织工业联合会新闻中心与沭阳经济技术开发区进行了“十四五”期间合作签约；沭阳与投资客商也进行了现场签约。

会上还颁发了2019年全国纺织服装园区招商工作先进个人奖、2019年全国纺织园区建设突出贡献者奖、2019年全国纺织服装园区建设突出贡献企业奖三大奖项。除此之外，盐城市纺织染整产业园、沭阳经济技术开发区获得“全国纺织行业高质量发展示范园区”称号，四川芦山经济开发区、云南开远经济开发区获得“第十三批全国纺织产业转移试点园区”称号。TA



论坛现场。



与会人员参观了沭阳智能针织产业园。

# 读懂面料之星“时尚产业经”

本刊记者\_ 邬莹颖 文 / 摄

日前，“长发国际·2020中国面料之星评审会暨产业对接交流会”在柯桥长发国际时尚中心举行。千余块面料同台竞技，评审现场陈列井然有序、琳琅满目，令人目不暇接。

本次活动以“激发产业活力 提振行业信心”为主题，以引导产品开发与终端市场应用结合为重心，由北京方圣时尚有限公司集团副总经理金硕、宁波博洋服饰集团有限公司采购总监黄海燕、卓尚服饰（杭州）有限公司供应链平台总经理蓝建雄、杭州意丰歌服饰有限公司电商采购经理董明太、劲霸男装（上海）有限公司科创总监徐京云、爱慕股份有限公司助理首席开发员史俊、红纺文化有限公司设计经理关鑫、中国衣恋集团面料采购负责人周海兵 8 位重量级纺织服装行业大咖组成评审委员会，以专业眼光根据评审标准就参评面料在产品开发、科技应用、时尚创意、时尚理念、色彩应用、市场价值等方面进行综合考量，把脉产品创新。

活动设置了最佳企业服务奖、最佳时尚风格奖、最佳创新开发奖、最佳图纹创意奖、最佳市场价值奖、最佳组织奖、评委会大奖共计 7 项大奖，最终评选结果在 9 月 23 日举行的“长发国际·2020 中国面料之星发布仪式”上揭晓。每个奖项的设置，考量的是参评面料是否具有明确的产品定位和良好的市场潜力，特别是疫情之后，纺织面料需要成为融技术创新、流行时尚和生态理念于一体的新的生产力。

参评的每一块面料均有其自身唯一识别的标签，除了产品编号，标签涵盖的参数还包括面料名称、面料成分、服装类别、产品特点。

评审委员会根据评审标准，从各自从事的专业角度，根据面料之星系列活动“发现、表彰、推广优秀的面料产品及企业，搭建产业对接的专业平台”的宗旨，进行了严格遴选和评判，并带来前沿高端的专业意见指导和方向引导。

## · 评委话面料 ·

**北京方圣时尚有限公司集团副总经理金硕：**

我心中的“面料之星”需要从消费者需求和服装供应链支撑角度出发。面料企业可以从天然纤维、科技手段入手，创新面料研发，同时也应更注重时尚潮流，做到与时尚同步，与服装企业企划、研发思想同步。

**宁波博洋服饰集团有限公司采购总监黄海燕：**

今年的参评面料更加多元化，特别是女装面料板块，开发能力强，时尚感更明显。在疫情影响下，消费者更加注重产品的本质，创新工艺赋予了面料新的生命力，参评面料普遍兼具时尚性和实用性。

**卓尚服饰（杭州）有限公司供应链平台总经理蓝建雄：**

本届参评面料大多属于经典耐用型，今年受疫情影响，面料企业出于成本考虑，在开发力度上有所保留。接下来的消费市场会更加注重用户舒适感，消费者也更愿意为可以打动自己的产品买单。

**杭州意丰歌服饰有限公司电商采购经理董明太：**

今年的参评面料在工艺织法上有所创新，以往运用在梭织面料上的工艺，这次在针织面料上都有所体现。我认为，疫情过后，环保、可持续、功能性的面料值得行业、企业去研发、探索。



本次活动参评产品在科技含量、时尚度、环保性能等方面实现了重点突破。



**劲霸男装（上海）有限公司科创总监徐京云：**

我认为，除了抗菌、功能性面料是大趋势外，面料企业还可以在色彩运用上下工夫，运用具有治愈功能的颜色，让消费者在保守、压抑的环境下，也能保持心情愉悦。

**爱慕股份有限公司助理首席开发员史俊：**

参评面料整体呈现更多的是服务消费者、紧密结合当下流行趋势，根据市场需求做设计是疫情过后消费市场对面料企业的新需求。

**红纺文化有限公司设计经理关鑫：**

年轻消费市场除了关注品质外，性价比也是很关键的因素。设计师想要消费者买单，除了面料本身具有可以打动人的地方，也要有清晰的定位。

**中国衣恋集团面料采购负责人周海兵：**

受疫情影响，面料企业需要更加重视消费者的体验感，一方面需要注重面料本身的品质，比如在不影响手感的基础上，通过环保纤维结合其他创新手法工艺进行创新；另一方面企业可以运用新媒体进行推广宣传。

## · 高端访谈 ·

# 专注纺织产业全闭环，领航柯桥时尚蝶变

## 访长发国际时尚中心常务副总经理蔡满

本刊记者\_ 邬莹颖

日前，2020 中国面料之星系列活动再度携手长发国际时尚中心，通过举办“长发国际·2020 中国面料之星评审会暨产业对接交流会”和“长发国际·2020 中国面料之星发布仪式”，为广大面料企业的优秀产品推广提供平台与渠道，为国内面料行业健康有序发展提供一份有价值的参考。长发国际时尚中心为何二次携手“中国面料之星”？长发国际与获奖企业达成了怎样的合作？针对一系列话题，《纺织服装周刊》记者专访了长发国际时尚中心常务副总经理蔡满。

### 二度联手，全矩阵彰显头部效应

**TAweekly：**今年是长发国际与“中国面料之星”的第二次合作，从今年评审会面料及配套活动来看，您认为是否达到预期成效？

**蔡满：**这是长发国际第二次独家冠名“中国面料之星”系列活动。今年从参赛企业数量、参赛面料质量、种类及到场企业规模等方面来看，都超过了去年，各家面料企业对“面料之星”的参与热情超过我们的预期。

今年恰逢《纺织服装周刊》创刊 20 周年，“中国面料之星系列活动”创办 10 周年，在业内，“中国面料之星系列活动”是行业的一面旗帜，举办意义重大。这次活动不仅仅是优秀面料的评选，更是提振行业信心的重要行为。活动代表着纺织服装行业的一种立业精神，激励纺织服装人不忘立业之初心，步履不停，乘势而上，敢为人先。

同时，我们还邀请了皮尔卡丹、博洋、爱慕等 8 位全国知名服饰品牌的设计总监、供应链总监组成评审委员会进行评审，他们也代表着服装品牌的实际应用需求。通过让柯桥企业与国内一线大牌接触，将各自优势最大化，进一步推动了面料企业进行创新技术及研发设计的应用。

**TAweekly：**此次活动共设立 7 项大奖，在您看来获奖产品应当具备怎样的优越性能和竞争优势？

**蔡满：**本次参评涉及男装面料、女装面料、运动休闲装面料、内衣家居服面料、童装面料五大品类。国内各个领域的优秀面料企业如如意、鲁泰、北江智联、泉州海天、江苏澳洋、三毛等企业均积极参与评比，参评面料在科技含量、时尚度、工艺技术及质量、花色等方面有重点突破，尤其突出的是在环保方面有了许多创新面料。

今年的参评面料都是商业程度较高的产品，能够很快被品牌使用、落地。服装从最初的避寒取暖的必备品到现在彰显个性的时尚表达，已经发展为功能性、应用性、环保性多重复合的潮流商品。很多面料在实际应用中，也应针对服装品牌的调性和定位，进行量身定制的合作开发。我欣喜地看到很多面料设计师选择了这些主题，这也符合疫情下消费市场更趋理性的特点。

### 优布衣新，创新服务不止步

**TAweekly：**2019 年的活动后，长发国际与获奖企业达成了怎样的合作？与今年的获奖企业是否会有新的合作火花？目前是如何规划的？

**蔡满：**去年的评审会不仅为柯桥当地面料商带来了不少商机，更催生出“优布衣新”项目。在 2019 中国面料之星评选中脱颖而出 10 家柯桥优秀面料企业与长发国际合作，由设计师引导建立初期的产品定位、产品的系列企划与产品样衣的打样，形成样衣产品和书面企划资料，满足面料商与国内外新老客户的业务交流。其目的就是“以款卖布”，增加商品附加价值，带动面料销售。

对于今年入选的优质企业，我们还是以“优布衣新”为基准，同时在



蔡满

长发专门开辟面料展示区，定期举办线下对接活动，为这些面料企业对接有需求的设计师和品牌商，让他们获得荣誉的同时，真正能够通过产品转化获得收益。

**TAweekly：**作为“长三角纺织服装产业创新服务平台”，今年受疫情影响，长发国际在服务创新上有哪些具体举措？

**蔡满：**长发国际通过引进高效对接的订单撮合平台全球集采中心，为供需双方带来源源不断的商贸交易；发起 CFU 创意时尚联盟，整合产业优质资源；汇聚创意设计资源，将设计师这一重要的产业链角色融入柯桥面料市场，今年又积极响应“经纬计划”；推进“优布衣新”项目，将面料创意融入成衣开发，以款卖布带动面料销售；打造“星贸购网红直播孵化基地”，打通产业链闭环中最终的销售转化；开辟面料 to B x to C 直播及直播培训课程等，目前，长发国际已举办、协助各大企业直播百余场，开展包括面料、服装、美妆等产品 to B x to C 直播近 2000 小时。10 月 26—29 日，长发国际还将作为柯桥时尚周分会场，将呈现 20 多场 to B 面料直播活动。

### 营销赋能，做一个会直播的纺织服装综合体

**TAweekly：**伴随着柯桥建设新时期“国际纺织之都”的步伐，长发国际目前的定位和配套设施有怎样的扩充？对于柯桥纺织转型升级将起到怎样的作用？

**蔡满：**柯桥纺织服装产业基础雄厚，文化底蕴深厚，面对疫情冲击，柯桥积极引入新型营销模式助力企业发展，表现出了极强的韧性和创新力。8 月初，星贸购网红电商基地在长发正式成立，这是长发国际在面向直播电商大潮时，对自身角色、定位、功能的重新思考。作为传统商业形态，长发本身正经历转型升级，试图从原来的时尚创意服务平台向全品类供应链基地、网红孵化基地、直播电商服务中心等多功能商业综合体转变。

长发国际在 10 月中旬还将举办为期两天的面料 to B 直播课程，之前我们已经开办过 to C 的个人主播培训课程，收获了非常好的口碑。这次我们希望通过培训让企业了解什么是 to B 的直播，有哪些形式、方法能够提升与粉丝的互动，如何经营自己的直播间等。

下一步，长发国际还将着手打造网红电商基地的另一个核心——选品中心。选品中心所有产品将具备完整的供应链信息，当主播拿到一件衣服后，通过阅读产品的“身份证”信息，产品的设计主题、面料选取、穿搭配饰、产品特性等信息将全部体现，极大方便直播服务、降低直播成本。

依托柯桥当地厚重的产业优势，结合自身多年整合的产业链资源，长发国际将与国内众多优质的 MCN 机构合作，打造集直播、展示、销售、培训为一体的一站式专业直播服务平台，切实帮助纺织服装企业打开“直播+电商”销售新渠道。 



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

纪念钱之光诞辰 120 周年系列报道 之光辉足迹



钱之光

曾任新中国纺织工业部副部长、党组书记(后任部长、党组书记),直到1981年任国务院顾问,主持纺织工业部工作(其中1970-1977年,一轻、二轻、纺织三部合并,任轻工业部部长),领导全国纺织工业32年,为开辟我国纺织工业的发展道路作出了重大贡献,是新中国纺织工业的奠基人。

## 加快纺织工业发展,适应人民和国家需要

1953年,国家在胜利实现国民经济的恢复工作后,开始了大规模的经济建设。纺织工业随之进入了大发展时期。

### 制定纺织工业发展报告

这一年的秋天,毛泽东在中南海主持会议,专门讨论纺织工业的发展问题,周恩来、朱德、林伯渠等中央领导同志都参加了会议。钱之光代表纺织工业部党组汇报了纺织工业的基本情况和有关建设规模的意见。毛泽东听得很仔细,他同意钱之光在汇报中提出的分析,并且认为在计划方案中,发展规模还可以再大一些。他说:“不是180万锭,也不是250万锭,而是300万锭。”会议进行中,涉及棉花供应问题,于是又把主持农村工作的国务院副总理邓子恢请来一起研究。会议从晚上7时一直开到深夜。就在这次会议上,原则上确定了我国纺织工业大规模发展的决策。

随后,钱之光于8月10日向中共中央作了《关于目前纺织工业基本情况及今后工作部署的报告》。他说:“在国民经济恢复时期,纺织工业完成了企业的恢复和初步改造工作,并使纺织生产有了一些发展。国营企业曾先后进行了民主改革,发动职工群众开展劳动竞赛,推广先进经验,并进行了工时和工资等方面的改革,生产量和劳动生产效率逐年均有增长。”纺织工业今后的指导方针和任务是:

第一,在不断改善企业管理、提高技术水平和改进设备的基础上,充分发挥现有企业的潜在力量,增加生产,提高质量,保证人民生活需要。

第二,根据需要与可能,在中国腹地产棉区,有计划地建设新厂,扩大内地纺织工业的基础。

第三,在保证社会主义经济比重不断增长的前提下,正确领导私营企业向国家资本主义发展,并逐步进行社会主义改造,发挥其积极方面的作用。

### 中共中央对报告作出批示

不到两个月,10月8日,中共中央即作出对《纺织工业部党组关于目前纺织工业基本情况及今后工作部署的报告》的批示:

(一)中央批准纺织工业部党组关于目前纺织工业基本情况及今后工作部署的报告。希望纺织工业部所属各企业按此执行。原件及中央批示一并转发各中央局、分局、各省市党委和中央各部门参考。

(二)纺织品的供应是关系全国人民生活的一件大事,是关系党和政府与人民群众联系,特别是与农民联系的一件大事。因此,在集中力量建设重工业与继续努力发展现有企业的生产潜力的方针下,应及早注意当地发展纺织工业的问题。根据全国人民对棉布的需要与纺织工业部在报告中所提的意见,中央认为纺织工业系统除努力发展现有企业设备的潜力外,在5年内应考虑至少争取增加300万左右的纱锭(包括50万锭扩建在内)而不是250万纺,是

必要的。这样才能基本上满足人民群众对棉布的需要。为此,中央责成纺织工业部党组根据中央的指示,认真地、切实地研究纺织工业五年建设方案和逐年建设进度计划,并提交国家计划委员会审核后报中央批准;同时,纺织工业部门应积极地有计划地逐步加强基本建设的力量,特别是技术力量,以适应基本建设逐年进度的需要;应积极地有计划地在现有企业中培养技术人员和技术工人,以适应新建企业开工生产的需要。

(三)满足人民群众对棉布的需要,不仅要注意数量(自然数量在今天还是首要的问题),还应及早注意纺织品的质量、品种和花色的问题。纺织工业部应特别注意加强新产品的的设计工作,认真研究,积极提高产品质量。

(四)国营纺织工业这几年来在发挥设备效能、提高劳动生产率、节约原料、降低成本等方面,是有成绩的。纺织工业部应继续努力防止和克服自满情绪、保守思想和某些浪费现象,加强对私营纺织企业的领导,引导其逐步走上国家资本主义的道路,并进一步提高纺织企业的劳动生产率。

中共中央的这个批示,充分说明了纺织工业在国民经济中的地位和作用,也指明了纺织工业今后几年的方向。批示要求各有关部门努力配合纺织工业部,解决纺织生产中的有关问题,以加快我国纺织工业的发展,适应人民衣着和国家建设的需要。

### 三项任务明确纺织产业发展方向

这几年,毛泽东、刘少奇、周恩来、朱德等国家领导人多次听取钱之光关于发展纺织工业的汇报;并按周总理的指示,在中南海瀛台办了一个纺织工业小型展览会,以实物形式汇报纺织工业的发展成就,毛泽东、刘少奇、朱德等党和国家领导人都亲临参观,充分肯定纺织工业发展的成就,并作了许多重要指示。

后来,毛主席又专门听取包括纺织工业部在内的各经济部门的汇报。钱之光专门组织各省、市、区有代表性的纺织企业,总结经验,反映情况,提出今后的发展方向和目标,向党中央写报告,并在总结企业经验的基础上,就纺织工业的发展问题,直接向党中央和毛主席陈述纺织工业的发展情况、经验、问题和今后工作设想。毛主席充分吸取了各经济部门的情况反映,在《关于正确处理人民内部矛盾的问题》和《论十大关系》中,都把发展轻工业(包括纺织工业在内)看作是实现中国工业化的道路问题。

在纺织工业进入大规模建设的第一个五年计划时期,1953年8月10日,钱之光向党中央和毛主席汇报时,提出了三项任务:(1)发挥现有企业潜力;(2)有计划地建设新厂;(3)发挥私营纺织企业的积极作用。这是钱之光为实现毛主席和周总理关于发展轻工业的系列指示所采取的重要措施。(本刊记者\_郝杰/摘编)

世界纺织看中国 中国纺织在柯桥

2020

10.27-29

浙江柯桥 中国轻纺城国际会展中心



THE 22<sup>nd</sup> KEQIAO TEXTILE EXPO (AUTUMN), SHAOXING CHINA

第22届中国绍兴柯桥国际纺织品博览会(秋季)



主要展品:纺织面料(辅料)、家用纺织品、创意设计

展会热线:0575-84135583 81181389



丰富活动助力品牌成长。

# 适变新商业时代， 品牌加快数字化转型

## 2020 年度中国服装成长型品牌发布会在常熟举办

本刊记者\_王振宇

数字经济作为当今世界经济技术变轨的一大趋势，正成为后疫情时代品牌发展的新机遇。面对这一新机遇，为了更好地引导专业市场品牌健康发展，9月20日，由中国纺织工业联合会流通分会、中国服装协会主办，江苏常熟服装城管理委员会、常熟服装城集团公司承办，以“新商业·新探索·新跨越”为主题的“2020年度中国服装成长型品牌发布会暨中国服装品牌数字化转型升级论坛”在2020常熟国际时装周暨第二十一届中国江苏（常熟）服装服饰博览会期间举行。

### 多方携手，共建产业发展新平台

中国纺织工业联合会副秘书长、行业发展部主任李进才，中国服装协会秘书长焦培，中国纺联新闻中心副主任、《纺织服装周刊》杂志社常务副社长兼总编辑徐峰，中国纺联流通分会副会长于敏静、秘书长王水元，江苏省纺织工业协会会长韩平，江苏省服装协会会长郁冰，江苏省服装设计师协会会长龚慧娟，常熟市人民政府副市长徐海东，常熟服装城党工委书记万晓军，拼多多副总裁狄拉克等有关领导嘉宾及各地行业协会领导、专业市场负责人出席本次活动。

徐海东致辞时表示，近些年，传统服装行业逐步向新商业跨越，拥有雄厚服装产业基础的千亿级常熟服装城面对新商业模式，将一切从“新”开始，抓住数字赋能带来的红利，推进常熟服装城开展新零售、网红经济、共享经济，发展新平台、新业态，把握未来发展趋势，以自己的区域影响力为市场及企业树立发展信心，由点及面促进整个服装产业在数字时代开拓创新。

李进才表示，全球肆虐的疫情在影响、改变人类的生产和生活方式的同时，也正成为服装行业数字化转型的加速器。无论是在供给侧还是需求侧，服装行业对以科技为先导的数字化发展提出了更为明确和直接的要求。当前，我国纺织服装行业正紧紧围绕着“科技、时尚、绿色”的新定位，积极开展创新转型和产业重构。在过去的11年里，中国纺织工业联合会流通分会和中国服装协会共同推荐的近千个成长型品牌，已成为中国服装品牌开拓创新、勇立潮头的典型代表。

为有效加快我国成长型品牌服装企业转型升级的发展进程，本次活动期间，中国纺联流通分会、常熟服装城、拼多多三方共同签署了“共建产业新电商平台发展战略”，成都衫数科技有限公司与常熟服装城共同签署“常熟服装城数字产业平台战略合作协议”。

### 聚焦数字化，探索数字转型新路径

面对数字经济与实体经济的深度融合，未来专业市场如何由点及面铺设服装产业在数字时代的商业模式，利用时代特点重塑品牌价值备受行业关注。会上，中国服装品牌数字化转型升级论坛以“新商业·新探索·新跨越”为题，为行业数字化转型带来了新的启发。

东华大学博士、浙江清华长三角研究院产业互联网研究中心研究员王德力以“数字经济时代服装企业的数字化转型”为题进行演讲。他表示，当前，全球正在掀起一场数字贸易、产业互联的深远变革，结合阿里数字工厂的经验和模式，当前服装企业数字化转型过程中主要存在业务流程碎片化，未能实现有效协同；供应链敏捷度低，未能搭建相匹配的组织体系；偏重精益制造，忽视需求导向和智能预测等几大问题。而问题的背后，是产品、人才、研发、设计、渠道、效率和数字化生态体系的缺失。服装企业进行数字化转型，直播是最有效的渠道；短视频是销售长尾效应有效的渠道之一；私域流量是核心资产。今后，服装企业数字化转型要注重打造服装综合体创新服务平台；建立数字化产品体系和培养数字化人才；以交易带动服务，以服务沉淀数据，以数据精准营销，以营销转化交易。

汇美集团董事长、副总裁曲晶作为题为“茵曼女装的品牌转型：数字化零售探索”的主题演讲。她介绍，依靠“茵曼+千城万店”新零售模式和“互联网+”优势赋能，汇美集团已从最早的代加工企业成为首批从线上走向线下的女装品牌。她表示，茵曼新零售是渠道融合与技术力量共同作用的创新结果，实现了场景、边界、社群和效率的多重效能叠加。

依托数字化赋能，通过“生产+数字化”、“仓储物流+数字化”、“门店+数字化”、“用户+数字化”的数字化链路，5年时间，茵曼新零售成功在179个城市开了600多家店。特别是在疫情期间，茵曼仅通过小程序“茵曼推手”微信直播就创下了3小时累计销售突破62万元的记录，超19万人点击观看。

拼多多副总裁狄拉克以“新电商对服装业的价值”为题，结合拼多多新电商模式发展经验和未来的电商布局进行了介绍。他说，今后拼多多的发展方向是新消费，要把传统零售思维的“场”为先，转为新消费时代的“人”为先，来满足最广大用户消费升级的需求和在追求实惠的同时获得更多乐趣。此外，拼多多还将积极探索C2M模式，帮助生产厂商通过“现象级”爆款迅速赢得消费者的信任，进而树立品牌形象。截至2019年底，超过900家企业和品牌方成为试点，新品牌计划正式成员超过106家，通过拼多多C2M定制化产品累计订单量超过1.15亿件。

商业环境的快速变化带给传统品牌种种挑战，专业市场领域中传统品牌面临的问题更加突出。会上，济南派口服装城总经理刘学谦、集淘CEO大圣、成都瘾食文化COO黄诚斌、苏州常熟聚道中心负责人卓洪波、原创设计师品牌高色创始人李颖等5位嘉宾，就后疫情时代新电商模式崛起背景下，设计品质提升、传统产业转型升级现状、产业链新生态巨变、互联网跨界新融合等进行了交流与分享，并对产业发展趋势作了精辟分析。



### 成长型品牌发布，创新服务助推品牌建设

作为本次活动的重中之重，2020年度中国服装成长型品牌正式对外发布。

会上，于敏静代表中国纺联流通分会发布了《2020年度中国服装成长型品牌工作简报》，重点梳理了本年度品牌工作的主要成绩以及后续的品牌服务方式和服务计划。今后，中国纺联流通分会将持续关注成长型品牌的发展，推选扶持、强化创新、深化服务，继续整合资源，打造公共服务平台；深化上下游对接和渠道拓展服务；精准打造原创设计服务；以定制化提升品牌发展服务，为成长型品牌提供落地化服务。

焦培宣读了《关于发布2020年度“中国服装成长型品牌”和“中国服装品牌优秀渠道商”推荐榜的决定》。根据《中国服装成长型品牌申报与推荐办法》，共有74个自主服装品牌成为“2020年度中国服装成长型品牌”；11个自主服装品牌成为“2020年度中国服装成长型品牌——电子商务品牌”；16个自主服装品牌成为“2020年度中国服装成长型品牌——原创设计师品牌”；10个服装品牌代理商成为“2020年度中国服装优秀渠道商”。值得一提的是，中国纺联流通分会为倡导与推动传统品牌向多元化方向转型发展，今年特增设了“电子商务品牌”与“原创设计师品牌”两个独立申报品类。今年中国服装品牌孵化基地大家庭还增加了3个新成员，分别是“大朗镇毛纺织行业管理委员会”、“平湖·中国服装城”和“新东方男装城”。

展望未来，中国纺联流通分会和中国服装协会将始终以培育中国服装品牌成长为工作方向，以持续推动中国服装专业市场升级发展为己任，不断助力中国自主服装品牌快速成长，为行业发展打造健康生态、培育新生力量。

此外，为帮助品牌企业抓住直播机遇，在同质化竞争中打造差异化优势，中国纺联流通分会联合常熟服装城于9月20—22日在常熟时装周期间，成功举办了“直播视觉营销主题讲座——2020秋冬服饰搭配专场”。

此次培训通过2020秋冬色彩、面料、款式、风格、街拍流行趋势等五大板块时尚内容，为到场的成长型品牌企业进行了深度解析。课程时间虽然短暂，但每一位到场品牌代表都感觉意犹未尽，同时也认为品牌在未来的发展过程中需要进行更多的梳理、沉淀、自我升级。

未来，中国纺联流通分会还将开展更多针对品牌提升的培训课程与成长解决方案，让更多的成长型品牌能够在转型痛点与难点中找到突破方向，提升成长型品牌的发展实力。

### 常熟国际时装周，展示不一般的时尚常熟

9月20—22日，2020常熟国际时装周暨第二十一届中国江苏（常熟）服装服饰博览会成功举办。作为江南福地一年一度的时尚盛事，本届时装周以常熟纺织服装产业的坚实基础为优势，汇时尚之力，既是后疫情时期常熟纺织服装与时尚产业的强势回归，也是行业迎接机遇与新挑战的革新之举。

本届时装周以“中国男装商业潮流的源点”为主题，联动常熟会议中心、常熟时尚中心、常熟聚道中心三个区域地标，围绕品牌发布、专业论坛、特色展览、IP赛事四个核心板块，以城市与产业的力量掀起了一场时尚浪潮。

开幕式上，丹东市人民政府副市长刘国栋和常熟市委常委、常务副市长潘志嘉共同为“丹东市纺织服装协会驻常熟对接中心”揭牌，对接中心的正式成立也代表了两地产业深化合作新篇章的全面开启。

作为时装周不可或缺的核心元素，由常熟男装联合品牌和古唐东韵新中式女装带来了开幕大秀。江南霓裳、华服韵生，融合了国风文化与创意时尚，见证了常熟纺织服装产业的勃勃生机，向所有关注常熟产业发展的同仁们传达了常熟的专业态度与时尚之音。

随后，时装周围绕“秀、论、展、赛”四条主线，以专业化、多元化、国际化为常熟时尚产业全面助力。其中，品牌发布板块，汇集了特别特、恒帅、黑猫白猫、古唐东韵、言午国际等20余个品牌，畅想常熟时尚产业的全新版图；专业论坛板块，从区域产业着手，延续中国服装成长型品牌发布会和服装外贸论坛的品牌影响力，共话企业前行之路；特色展览板块，以采购节和市场联动活动为核心，联动整个服装城区域市场和商户，打造常熟时尚采购盛事；IP赛事板块，延续“常熟杯”设计大赛的魅力，不遗余力地推动设计的商业转化，为常熟纺织服装与时尚产业深度蓄力。

一系列活动的圆满举办，也代表着常熟纺织服装产业已经在新的大环境下寻觅到了未来发展的途径，正以雄厚的产业基础、独到的产业眼光加速转型。**TA**



新兴崛起的礼服产业，构筑起具有柯桥特色的高价值纺织产业体系。

# 礼服为引 链动产业

## 柯桥纺织构建高价值基本盘

本刊记者 张颖

一座城、一方产业的长期竞争力，并不取决于机会和技巧，而是“基本盘”。在柯桥这座以布闻名的城市，纺织业是柯桥改不了、丢不掉、夺不走的“基本盘”。如何在风起云涌的市场竞争中刷足国际纺都的“存在感”，如何在市场分层与细化的趋势中找准自己的方向，巩固和提升脚下的“基本盘”将是拨开云雾、窥见未来的重要一步。

时下的柯桥，时尚与创意交融，产业与城市共进。围绕纺织产业的一系列高规格、高标准大赛频频落户柯桥。其中，已连续成功举办三届的“敦礼为衣”中国国际礼服设计大赛，以学术研讨会、动态走秀、颁奖典礼等多样化形式，聚集国内外优秀服装设计师、研究者、爱好者和优秀的礼服文化于柯桥，有效拓展了柯桥面料的丰富性和审美高度，增强了行业和消费者对非物质文化遗产的保护传承与发展意识，更带动了柯桥面料设计朝着原创、多元和时尚的方向发展。

与此同时，围绕“礼服”这一细分产业而衍生的纺织花型设计、面料研发生产、时尚趋势发布等高价值产业链体系逐步形成，进一步深化提升了柯桥纺织的时尚内涵与核心竞争力。

### 创意为先，以时尚发布诠释设计精华

近年来，在“时尚柯桥”建设的纵深推进下，时尚力量在柯桥快速集聚，时尚设计人才在柯桥“落地生根”。以礼服花型设计为主的设计师高晶正是被柯桥浓厚的时尚氛围和产业集聚地优势所吸引，将工作室从青岛搬到了柯桥创意大厦，成立了绍兴市晶远花型设计有限公司，以别出心裁、丰富多元的原创设计为柯桥纺织创意升级注入前端活力。

作为一家以刺绣花型设计为主的设计公司，晶远设计产品的适用范围包括内衣、家纺、礼服、时装、汉服、旗袍等，其中礼服面料花型设计占到业务总量的70%。“刺绣作为经常出现在礼服面料中的元素，其立体、精巧、富于表现力的特性往往令服装

典雅脱俗。”晶远设计总监高晶说，公司的花型设计偏向于简约欧式风格，工艺主要运用了平绣、金片、钉珠、特种绣。

在晶远设计工作室里，琳琅满目的花型设计稿、花型设计样品多达千余款。高晶向记者介绍了正在为柯桥一家面料企业开发的几款礼服花型。其中一款平绣产品，花样设计自上而下不重复循环，再辅以水钻、钉珠等装点，面料看起来重工复古，耐人寻味。“一般一款花型从设计到制版需要2—3天，针法、针数、配色包括面料出来后制作成礼服的效果都是花型设计师需要综合考量的。”拥有16年花型设计经验的高晶强调，礼服花型的原创设计感是提高产品附加值、增加市场竞争力的核心。她在设计过程中往往将手绘与电脑结合，以多年的绘画功底融汇长期的实践经验设计出妙趣横生、丰富饱满的创意花型，深受客户喜爱。

除了与企业合作的定向开发，晶远设计还通过自主研发，将一部分原创花型通过成衣展示的形式进行时尚发布，以更加立体、直观的方式体现设计的精妙之处。“自去年公司在柯桥举行首场轻奢礼服发布秀后，设计订单络绎不绝。”高晶表示，当时礼服秀所展现的50余套华美礼服，从花型设计到面辅料选择再到服装设计均是亲手完成，旨在以创意赋能产品价值。

小设计撬动大市场，在柯桥，越来越多如晶远设计一样的原创花型设计公司为柯桥纺织企业提高创新力，把握纺织品价值链高端，深挖礼服细分市场，最终为柯桥纺织从“纺织制造”向“时尚创造”的转变，提供无限的创意动能。

### 生产为本，以智能制造提升产品品质

如果说出彩的面料创意设计是一款礼服重要的装饰手段和形式语言，那么面料的最终呈现还需先进的生产工艺为支撑。柯桥雄厚的纺织产业积淀孕育了一大批精益生产的纺织绣花企业，同时不断涌现的礼服设计大赛、礼服发布秀等活动碰撞出的创新成果，也加速着这些企业提升品质工艺、提高生产效率、步入智能升级的新通道。

专长于金片绣、立体绣的绍兴市柯桥区美楠绣品有限公司近年来投入了大量资金用于绣花设备的智能提升，借此不仅在国内市场形成了良好的口碑，订单量直线上升，还成功开拓了国际高端礼服业务。“今年以来，公司在原有12台绣花机基础上成功引入4台先进的高速机，大大提高了生产效率，提升了产品品质，节约了人力成本。”美楠绣品总经理汪美娟表示，公司并没有因为疫情的压力而停止设备升级，而是迎难而上，以积极的姿态布局后疫情时代。

记者了解到，美楠绣品最新引入的设备具备多项智能“基因”，实现了部分制造环节的自动化、智能化。如高速机采用数字化控制面板，能够实现自动化加油、剪线，生产过程中断线率大大降低，产品绣制精度更高。“如今终端消费市场越来越追求个性化、高端化和定制化，客户需求更加多元，这就要求企业产能效率更高，品质把控更严。”有着15年从业经验的汪美娟感慨道。

同样以智能高效生产接轨国际化产品品质的绍兴毕升纺织品有限公司，其生产的平绣、钉珠面料常常成为秀场的主角，品类细分、品质优秀、风格多样是公司产品的特色与竞争优势，而这背后离不开强大完备的生产工艺体系。毕升纺织总经理孙燕表示，公司生产线以小而精为主，新近引入的3台平绣设备自动化、信息化、智能化水平高，可实现产品针法饱满、花型丰富等要求。

伴随着工业4.0的到来，柯桥传统纺织企业以敏锐的市场洞察力和强劲的生产行动力紧抓消费升级下的细分市场，以智能提升为转型升级突破口，持续创造适应市场和消费者喜好的高价值产品，不断丰富柯桥纺织的内涵与外延。



### 整合为要，以责任担当贯通产业链上下游

当我们在时尚T台上看到华美亮丽的礼服秀，在人生的重要时刻穿上精致优雅的礼服，可曾想过这背后蕴含的制作工艺以及礼服产业的发展现状？在消费升级的大背景下，人们对不同场景的服饰需求日益增强，其中以平绣、立体绣、激光绣等多样化绣花为核心的礼服产业作为一股新兴潮流正日渐风靡。在此过程中，有着多年纺织绣花经验的绍兴柯桥区归零纺织品有限公司担当起联动产业链上下游的职责，以融合共生、协作创新推动柯桥纺织新一轮发展。

归零纺织主营高端珠管绣、激光绣、定位印花等绣类产品，拥有产品的独立开发能力，设备先进，工艺领先，是一家集绣花花型设计开发、生产加工、婚纱礼服设计、时尚趋势研发等于一体的多业态、品牌化平台型企业。该公司总经理周国军深耕纺织市场20余年，是第一批从三合一盘带绣、六色毛巾绣到进口激光绣花、定位印花、珠管绣的开拓者。

通过多年的生产实践以及对新技术、新设备的敏锐前瞻，归零纺织已在行业内建立了良好口碑，拥有了稳定的客户群体。为加强纺织行业交流合作，解决上下游信息不对称等问题，归零纺织积极发挥龙头企业示范引领作用，成立浙江纺绣供应链管理有限公司，以互联网、大数据为依托，创建纺织绣品网络平台。“该平台以移动端小程序形式呈现，可实现面料、纺机、厂家、门店、人才等一站式资源共享、资源对接。动动手指，便可在云端寻觅商机。”周国军介绍说，今年的新冠疫情加速着企业云端布局，纺绣供应链平台正是技术与时代的产物，旨在整合行业优势资源，共享行业优质信息，促进产业间更加高效、精准的合作与提升。

除了线上资源整合，纺绣供应链同样重视线下实体的产业链布局。今年疫情爆发以来，该公司打造千余平米“婚纱礼服+面料”创意体验馆的步伐并没有放缓。“多系列、大面积、场景化的婚纱展示不仅生动直观地体现礼服面料的特性与优势，更将联合多元创新力量带动面料销售。”周国军表示，在面料研发生产的基础上延伸产业链、打通产业链，是传统纺绣企业实现更快更好发展的有效路径，也是新冠疫情之下突破重围的创新之举。

以创意设计为先，以精益生产为本，以产业链融合为要。在柯桥，新兴崛起的礼服产业犹如一个巨大的磁场，吸引了一批批锐意进取的纺织人，串联了一个个勇于开拓的纺织企业，构筑起具有柯桥特色的高价值纺织产业体系，在全球高端细分领域显现出独一无二的纺都风格。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

# 九天笨鸟：供应链集成创新的实践者

本刊记者\_张颖

九天笨鸟纺织公司以“色纺+快反+设计”带动供应链集成创新，以“环保、时尚、竞争力”理念为客户带来超脱产品之外的价值体验。

从单纯卖布到不断附加趋势引领、专业设计、新零售渠道开拓等增值价值，从传统跑量销售到供应链、价值链集成创新，在柯桥万千纺织企业中，浙江九天笨鸟纺织股份有限公司（以下简称“九天笨鸟”）发扬“笨鸟先飞”精神，率先改变面料营销模式，通过产业链整合实现强强合作，打造了一个与供应商、客户共赢的平台。同时以“环保、时尚、竞争力”理念，为客户带来超脱产品之外的价值体验。

作为行业内一家多年来在销售及税收方面均遥遥领先的企业，九天笨鸟由柯桥领军企业浙江凤凰庄纺织品有限公司投资成立，是一家以经营全球纺织面料连锁超市（凤凰 EFC 面料超市）为主的创新型公司，旗下拥有凤凰庄、天衣阁、百变、奥坤、金企鹅、银企鹅等多个面料品牌，其中“凤凰庄”为中国驰名商标。

## 色纺+快反，差异化道路更胜一筹

市场环境千变万化，流行趋势瞬息万变，而“绿色环保”是当下及未来不变的主题。九天笨鸟主推强调环保性与功能性的色纺、天然纤维、功能性纤维产品，以差异化发展走出了一片新天地。

在“柯桥优选·直播计划”中，九天笨鸟以时尚巧妙的成衣设计立体展现了色纺面料在生活场景中的多维应用，为服装品牌和设计师带来直观、便捷的时尚体验，同时传递绿色、可持续的环保理念。“色纺面料具有不染色、环保、色牢度高等特性，是节水、无污染、无排放的环保产品。”该公司总经理刘薇薇介绍说，色纺技术的核心是纤维原液着色，相比染色面料这一技术可进一步弱化对环境的影响，在生产过程中可减少 72% 的水资源及 26% 的碳排放，同时具有不掉色、手感佳等特点，深受设计师喜爱。

目前，九天笨鸟与国外服装品牌 H&M、优衣库、ZARA，国内的服装品牌太平鸟、伊芙丽、朵以、影儿时尚国际，电商服装品牌戎美、范思蓝恩等均建立了紧密合作关系。作为快消品牌面料供应商，优秀的产



九天笨鸟以成衣设计展现面料特色。

业链是品牌争夺的焦点。九天笨鸟以科学化管理为先导，强大的国内外销售网络为支撑，加快完善“快反供应链”建设，最快可做到 3 天出货。

尤其是公司旗下色纺面料品牌金企鹅，近年来主动接轨国际纺织供应链，在欧洲、美洲以及日本、韩国建立了 6 个开发基地，并重金投入研发，以设计带动需求，实现月开发新品 1200 个以上。“在金企鹅，5 天内完成打样，7 天内完成样品确认，面料生产时间与服装设计周期重叠，15 天即可完成最潮成品。”刘薇薇表示，公司致力于打造快速反应机制，与国际快时尚品牌的需求进行深度接轨，以全球资源配置推动产品“买全球，卖全球”。

## 用“设计”说话，以时尚创意领跑市场

在消费升级的大背景下，如今的面料企业要做的不仅仅是将产品卖予服装企业那么简单，而是转为“帮设计师准备合适的商品”。为增强品牌竞争力，九天笨鸟创新思路，以面料企划和时尚创意来触及市场，带给客户无限的增值体验。

“面料自己不会‘说话’，但设计可以帮它‘说话’。”九天笨鸟不但有一支训练有素的营销团队，还有一支富含创意的服装设计团队。每年 3 月和 7 月，公司服装设计团队都会开始做第二年春夏、秋冬的面料趋势企划方案。“我们的方案不只是单纯的面料展示，而是结合了最新的款式、色彩、花型等流行趋势信息，再搭配相应风格的不同面料和辅料，能直观地展示面料用途和适配性。此外，结合面料趋势企划方案，服装设计团队还会推出成品样衣，供下游客户参考。”刘薇薇介绍说，一款普通平纹 TR 基础面料加入面料趋势企划后，给客户提供了更多设计灵感，销售量上升了近一倍。

不仅如此，九天笨鸟的时尚触角延伸至国际前沿，与意大利研发团队进行深度合作。意大利团队会贴合最新的时尚流行趋势，每季度为公司提供三、四千个新品，再由国内的设计团队从中挑选与公司产品材质、风格相匹配的设计，最终投入生产。经过设计转化为结合流行趋势的时尚产品，会通过面料企划、成品样衣的方式推荐给客户，以设计带动需求，实现销售最大化。TA



## 聚焦

# “云上展+实体展”同步，柯桥纺博会 10 月重启

本刊记者\_张颖

10 月 27—29 日，第 22 届中国绍兴柯桥国际纺织品博览会（秋季）将在中国轻纺城国际会展中心举行。作为疫情后柯桥举办的首个大型专业性国际贸易展会，本届纺博会将以“云上展+实体展”相融合的模式创新重启，再次聚焦行业前沿趋势，向业界传递希望与信心，赋能“双循环”新发展。

## 云上纺博会，供需对接的“助推器”

今年以来，柯桥纺博会与纺织服装行业共同经历了新冠疫情“大考”，创新变革的步伐更加坚定有力。依托 20 余年办展积淀，本届纺博会继续坚持“国际、时尚、绿色、高端”主题和“国际化、专业化、市场化、信息化”理念，在努力办好线下实体展会的基础上，首次创办“云上纺博会”，通过开设线上展示、发布、直播、交流等多个功能，打破时间空间壁垒，实现供需高效对接，探索后疫情时代数字化办展新模式。

一直以来，柯桥纺博会是参展商推新品、塑品牌、赢商机的绝佳平台，也是采购商觅新品、观风向、寻良商的好时机。本届展会，浙江红绿蓝、浙江木林森、绍兴鼎记、四川川棉、张家港沙洲等省内外知名纺织企业将携时尚新品、创新理念前来，国内外专业观众也将开启“线上+线下”全新观展体验，以触达更广阔的商贸合作空间。

## 实效纺博会，行业振奋的“强心剂”

相聚、交流、互动；对接、洽谈、合作……行业的目光将再次聚焦柯桥，浓郁的商贸氛围将再次点燃破冰前行的信心。据了解，本届展会预设标准展位 1000 个，展览面积 3.4 万平方米，主要展品涵盖纺织面料、纺织辅料（原料）、家用纺织品、创意设计等，同期还将举办 2020 中国柯桥国际纺织品印花工业展。



往届纺博会现场。

截至目前，已确定参展企业 298 家，订购展位 922 个，完成预设总数的 92%。

柯桥纺博会创办于 1999 年，至今已迎来第 22 个年头。作为中国唯一的纺织原产地和纺织品集散地专业展会，柯桥纺博会积极拥抱时代变革，以创新转型应对新形势，现已发展成为国内影响最广，专业化、国际化、信息化水平最高的纺织专业盛会之一。此次疫后重启，犹如久旱甘霖，为柯桥乃至全国的纺织服装产业搭建起资讯共享、趋势共解、商贸共赢的有效平台，为提振行业信心注入强劲动力。

值得关注的是，本届秋季纺博会将与第三届世界布商大会、柯桥时尚周（秋季）同期举办。三大盛会互动融通，将进一步打造柯桥城市新 IP，实现“柯桥面料卖全球，纺都时尚遍世界”，为中国纺织行业可持续发展贡献柯桥力量。

# 尚正纺织首秀荣获“最佳市场价值奖”

近日，长发国际·2020 中国面料之星发布仪式在国家会展中心（上海）举行，最佳企业服务奖、最佳时尚风格奖、最佳创新开发奖、最佳图纹创意奖、最佳市场价值奖、最佳组织奖、评委会大奖共计 7 项大奖正式揭晓。浙江尚正纺织科技有限公司首次参评，其所研发的特色面料便荣获最佳市场价值奖。

据介绍，本次活动共有来自全国各省市产业链上下游数百家企业参与，参评面料千余块，涉及女装、运动休闲装、男装、童装及内衣家居服五大面料品类，在产品研发、流行趋势、上下游产业协同创新等方面具有专业引领性和前瞻性。尚正纺织结合活动奖项评选标准及自身产品特色，推选 10 个品种的新品面料参赛，其中一款具有单向导湿、冷感、抗菌、抗紫外线等功能的 SECDRY 鸟眼布，以其兼顾时尚与科技、功能与环保的鲜明风格特点，赢得了由劲霸、皮尔卡丹、卓尚、伊芙丽等品牌供应链总监组成的评审委员会的认可与赞誉，一举夺得最佳



尚正纺织产品兼顾时尚与科技、功能与环保。

市场价值奖。

尚正纺织创建于 2012 年，现已发展成为一家集新材料开发、面料设计研发、生产、贸易于一体的专业纺织品公司，并致力于摇粒绒、高端运动、功能性等面料的创新、研发，公司先后被评为 AAA 级信用单位，并通过 ISO9001 质量管理体系认证。近年来，尚正纺织坚持“科技、时尚、绿色”的行业发展新定位，发扬工匠精神，高度重视产品研发工作，不断加大科技研发投入，持续加强创新平台建设。特别是今年面对疫情冲击，尚正纺织更是不断创新、突破自我，研发的新型白色石墨纤维、ECOPOLY 再生环保、FIRELOCK 阻燃、SECRECOVER 护肤保健能量、TEMPLOCK 恒温、防蚊虫等系列功能性面料，先后赢得了国内外多家知名服装品牌的青睐，多款产品入围权威机构举办的国家级赛事。凭借专业、高端的产品，尚正纺织成功入选全国纺织行业首批“专精特新”中小企业培育库。

凭借专业的销售团队、雄厚的市场资源及多年从事纺织品研发、生产的丰富经验，尚正纺织不断将产品做精、做专、做深、做新，将普通的产品做到极致（单双面绒、摇粒绒、冲锋衣软壳面料、鸟眼珠地布等），将特殊的产品做到常规，积极满足市场多元需求，目前公司产品畅销国内外，并深受欧美、日本等中高端市场认可。

据悉，近期尚正纺织正在研发一款可降解面料，该款产品可以进行任何类型的加工，且功能性也有新的突破。尚正纺织总经理舒灵龙表示，公司从生产第一款凉感面料到现在能够自主研发纱线，从添加剂到真正达到功能性标准，为的就是真正做深细分领域，从高端运动、功能性纺织品用户出发，从原料本身开发出舒适、透气、易洗、快干、抗菌等性能，这也契合行业科技、时尚、绿色的定位和趋势。（赵国玲）TA

# 做疫情常态化下的胜利者！

## 中国长丝织造协会二届五次理事会暨产业发展论坛在江苏海安召开

本刊记者\_徐长杰



会议现场。

由中国长丝织造协会、江苏省海安市人民政府主办，江苏海安高新技术产业开发区管委会承办，中国纺织科学研究院海安分院、海安市化纤业总商会协办的中国长丝织造协会二届五次理事会于9月8日在江苏海安举行。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、专家咨询委员会委员徐文英，工业和信息化部消费品工业司纺织处处长曹庭瑞，中国长丝织造协会会长、纺织企业技术进步咨询服务中心主任王加毅，江苏省纺织工业协会会长韩平，海安市委副书记、市长于立志，海安市政协主席、市时尚锦纶产业园区建设指挥部总指挥李春旺，海安市委常委、副市长卢忠平，海安高新技术产业开发区党工委副书记、市时尚锦纶产业园区建设指挥部副总指挥张勇华，海安高新技术产业开发区管委会主任邓加忠等领导出席了本次会议。会议由中国长丝织造协会秘书长黄满瑾主持。

### 全面提升产业综合实力和竞争力

韩平在致辞时表示，疫情爆发以来，纺织行业面临前所未有的严峻挑战。江苏纺织企业同样经受了市场的严重冲击和考验。今年1—6月，江苏纺织规模以上企业实现营业收入3565.84亿元，同比减少19.17%，实现利润总额85亿元，同比减少38%。江苏是我国纺织工业的重要基地之一，纺织经济总量约占全国的五分之一，长丝织造在江苏也比较集中。希望在中国纺联的带领下，全行业团结奋斗，通过“十四五”的努力，打造中国纺织未来全球竞争的新优势。他同时勉励企业要洞察“双循环”下的市场需求，保持特色，做好产品创新和技术创新，要有新的作为。

于立志表示，锦纶新材料产业是海安重点打造的七大特色产业之一。近年来，海安围绕“打造千亿级锦纶产业基地”目标，建成高新区锦纶新材料产业园、开发区常安纺织园、墩头镇化纤产业园等三大锦纶产业集聚区，拥有锦纶新材料企业200多家，2019年实现销售236亿元，比2018年增长7.7%，尤其是以文凤集团、弘盛新材料、永通新材料、中平神马等龙头企业为引领，形成年产产能锦纶6切片100万吨，锦纶66切片20万吨，锦纶丝产量占全国的1/8。海安将以此次大会的召开为契机，进一步加强合作，加快建立完善产业自主创新体系，推动产学研结合，推动化纤纺丝、织造上下游产业紧密结合，加强产业链合作，全面提升产业综合实力和竞争力。

### “双循环”格局下推动行业高质量发展

孙瑞哲在会上作了主题为《“双循环”格局下中国纺织工业的高质量发展》的报告。他指出，面对疫情和外部风险的冲击，行业依托产业优势与制度优势，生产供给能力及产业链运转协调性快速恢复，表现出强

大的韧性和活力。行业的恢复和发展，有力保障了防疫物资的充分供给，在稳就业、保民生、促发展中发挥着重要作用。他同时谈到，当世界进入动荡变革期，“双循环”格局成为战略抉择，而这也是纺织行业谋划“十四五”发展的根本遵循。

“长丝织造行业作为纺织工业重要的制造环节，在行业发展中发挥着基础性作用，是产业规模优势的集中体现，是实现价值的重要环节”，对于长丝织造产业的发展，孙瑞哲认为要发挥好基础性、支撑性作用，如打造“三高一体”的供给体系，提升制造环节的科技含量；提升制造环节的集约化水平，以市场为导向提升产品开发能力。

曹庭瑞在会上谈到，今年是最不平凡、遇到挑战最多的一年，在疫情防控中，纺织业居功至伟。从今年3月到8月，我国共生产口罩1465亿只、防护服13.56亿件，充分证明了我国强大的制造能力和组织动员能力，全体纺织人在防疫中是一个英雄的群体。

面对世界经济陷入深度衰退，保护主义、单边主义上升，外贸环境更是严峻复杂的环境，一些企业特别是中小企业面临更为复杂的困境。纺织业如何发展？曹庭瑞提出几点建议：一是要加大纺织行业技术和科技创新力度；二是要重视纺织工业互联网的建设；三是要重视纺织业大数据中心的建设；四是要推进纺织行业智能化、绿色化改造；五是要形成协调优化的空间布局，建立稳定的国内产业链。

### 企业要为经受更多考验、迎接市场复苏做好准备

浙江大学教授倪云虎分享了当前中国宏观经济形势分析与机遇挑战。他从疫情之下全球的金融形势、世界经济形势以及中国股票市场、大宗商品市场多角度分析了未来经济走势，并对国际经济贸易形势进行了分析与研判。他建议企业在危机中寻找机遇，做好迎接市场复苏的准备。

邓加忠在对海安高新区经济社会发展及锦纶产业发展情况进行介绍时称，海安化纤产业起步较早，经过“十一五”、“十二五”时期的发展，已成为全市重点产业。化纤也是高新区工业经济的支柱产业之一。经过多年的发展，产业规模逐步壮大，产业结构不断优化，产业层次持续提升，形成了以锦纶为主的国内重要化纤生产基地。全区拥有规模化纤企业40多家，涌现出文凤、弘盛、锦荣等一批行业知名企业，“文凤牌”、“双弘牌”、“纬洲牌”、“锦荣牌”等一批品牌不断叫响。

王加毅在会上作了题为《渡难关，求生存，争做疫情常态化下的胜利者》的中国长丝织造协会2019年度工作报告，介绍了2019年度及2020年工作情况。他谈到，2020年以来，新冠肺炎疫情在全球蔓延，对世界经济、社会、乃至政治都造成重大冲击。我国长丝织造行业也在承受着前所未有的巨大压力，根据8个集群产量统计，2020年上半年，累计化纤长丝织物产量为106.68亿米，同比减少13.17%，降幅较一季度收窄9.45个百分点。目前，我国长丝织造行业产品直接出口占30%，经服装等后道加工后再出口估计有30%—40%，真正用于国内消费的只占30%—40%，一旦我国对外贸易大幅减少或严重受阻，对我国长丝织造产业就会造成重大打击。但今年以来，国家统筹推进疫情防控和经济社会发展，不失时机推出了许多政策措施，援企稳岗，减免税费，“保民生”、“促消费”拉动内需市场，稳定经济增长，线上线下消费都在加速回暖。王加毅认为，“保生存”是当前我国大多数长丝织造企业应采取的战略方针，企业必须做好迎接更大风险、经受更多考验的准备。

会议期间，代表们还审议了协会财务收支报告、吸纳会员及增补理事、副会长的议案以及审议协会管理制度。会上还对全国技术能手颁发了荣誉证书。同期还举行了长丝织造产业发展论坛。**TA**



# 唯创新方可通行未来

## 2020 中国国际面料设计大赛硕果累累圆满收官

本刊记者\_徐长杰

疫情也不能阻挡中国纺织服装行业创新的脚步。在2020中国国际面料设计大赛的舞台上，可以欣喜地看到，中国纺织企业的初心没有改变，工匠精神没有改变，他们把目光更多地投注到了内功的修炼之上，思考如何强科技、强创意、强产品、强品牌，思考如何以产品创新来对冲疫情影响、创造市场需求，确保可持续发展。

9月23日，在中国纺织工业联合会秋季联展盛大开幕之际，“2020中国国际面料设计大赛颁奖典礼”在国家会展中心（上海）同期举行。会上颁发了2020年度金奖、银奖、铜奖、单项奖、专项奖等40项大奖。

出席此次颁奖典礼的嘉宾有中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，原副会长许坤元，副会长徐迎新、杨兆华，专家咨询委员会委员张延恺，中国纺织信息中心主任乔艳津，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会常务副会长梁鹏程，中国纺织工业联合会人力资源部、纺织行业职业技能鉴定中心主任孙晓音，国家纺织产品开发中心主任李斌红，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长常清，法兰克福展览（香港）有限公司高级总经理温婷，中国纺织信息中心副主任李波，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会秘书长张涛，国家纺织产品开发中心总工程师陈宝建，美国棉花公司亚洲供应链营销副总监林蓓，兰精集团中国区纺织事业部商务总监戴富强等领导以及获奖企业代表和媒体百余人。

### 赛展联动促升价值效应

据悉，2020中国国际面料设计大赛年度参赛作品达500余家，参赛作品数量总计达7500余份，获奖产品累计800余种，其中大奖40项。获奖产品无论是创新度、流行时尚度还是市场应用度，都充分展现了中国流行面料的创新水平。

在国内各大型行业活动及展会平台展示获奖产品，传递“科技、时尚、绿色”的产品开发理念，促进产业对接，是大赛20余年来一贯坚持的推广方式。在本次展会上，大赛的1100余款优秀面料产品分别在中国纺织信息中心/国家纺织产品开发中心展位的“中国流行面料”展区、“2021/22秋冬中国纺织面料流行趋势发布”的功能 & 科技区、时尚概念区、可持续时尚区中联合呈现，此外还特别安排了流行趋势专家“驻扎”各发布区现场，结合面料产品提供趋势知识讲解。

2020中国纺联秋季联展12馆齐开，全球近4500家纺织产业链上下游企业集聚国家会展中心，如此巨大的行业“流量池”与“资源池”带来的产业效应、商业效应和影响效应不可估量。在如此庞大的产业量级平台上，大赛获奖产品的“多点开花”



与会领导与获奖企业代表合影。

为创新产品与企业品牌形象影响力的提升无疑裨益良多。

值得一提的是，在中国纺织面料流行趋势时尚概念发布区及中国纺织信息中心展位的大赛获奖产品展示区，由中国纺织信息中心与心咚科技合作打造的一项超高精度3D数字面料模拟技术引发了众多展商和观众的兴趣。该项技术对“2020中国面料设计大赛”金银铜奖产品进行了数字面料可视化转化，借助物理参数的快速解析、超小颗粒度物理解析、超高精度3D面料仿真引擎以及实时仿真系统的核心技术打造出了电影级别的面料仿真效果，无论是数字面料的静态表现还是动态表现，都达到了“形神兼备”的境界，为行业提供了可借鉴的数字化解决方案。

此外，在本次秋季联展中，共计有201家2021/22秋冬中国流行面料入围企业参展，每家企业展位上都有统一的“2020/21秋冬中国流行面料入围企业”标识。作为公信力和品质保证的象征，“中国流行面料入围企业”称号已成为纺织面料企业的金字招牌，成为了展会上的吸睛亮点。

### 从源头融入生态可持续元素

2020年，为推广性能优异的优质纤维及创新技术应用，从纤维材料的源头鼓励和引导企业开启多样化的产品开发模式，传递绿色环保、可持续发展的生活方式理念，推动全产业链协同创新、提升可持续竞争力，大赛与美国棉花公司、兰精纤维（上海）有限公司合作，分别设立了棉纺奖、兰精纤维产品开发应用奖两大专项奖。

已连续设立四届的棉纺奖，让“棉”更加深入人心，获奖产品对棉的创新应用让人眼前一亮。如广州市佳泰纺织科技有限公司和江苏联发纺织股份有限公司的全棉产品，展现了棉纤维轻奢级的优异品质和艺术气息；杭州铭和丝绸有限公司采用新疆长绒棉与桑蚕丝搭配，以盐缩工艺使得织物蓬

松而富有弹性；绍兴顶佳纺织品有限公司的产品突破了空气层织物开发的思维模式，体现了科技创新的价值。

从兰精™纤维产品开发应用奖获奖产品中可见，企业不仅在色彩、印花、款式和面料肌理上追求标新立异，在完美展现纤维本身的特性和功能性的同时，更注重对产品材质及功能性的延伸，特别是融合了当下最为流行的时尚元素和科技基因，显得格外“出圈”。比如江苏易可纺家纺有限公司以锦纶66高收缩性原料配合提花组织和特殊后整理工艺，使天丝™ X悦菲纤™技术莱赛尔纤维赋予织物真丝手感；仁和纺织有限公司通过传统简洁规则的条纹织物，充分展示了兰精品牌纤维的品质和功能；洛阳白马集团进出口有限责任公司将天丝™品牌莱赛尔纤维与T400交织，让面料丹霞似锦等。

### 协同产业链深化设计新认知

在后疫情时代，中国国际面料设计大赛不仅在赛事层面多维度地激发了产品设计的时尚创造力，更在行业层面从科技创新、文化创造、责任发展的维度传递出了一种强大的信心、信念和力量。一方面从内核上，紧密呼应了当下行业创新转型的内生需求；另一方面从实践上，积极引导了企业对时尚创意薄弱环节的不断强化。大赛通过持续推动中国纺织企业的面料开发创新，引导和帮助企业从科技、时尚、绿色三个维度进行提升，从纤维的源头推动全产业链的协同创新，不断深化纺织企业对流行趋势、技术创新和时尚设计的新认知。

本次活动由中国纺织工业联合会主办，中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、纺织行业职业技能鉴定指导中心、中国流行色协会、法兰克福展览（香港）有限公司共同承办，中国国际纺织面料及辅料博览会特别支持，美国棉花公司、兰精纤维（上海）有限公司支持。**TA**



中国重庆国际时尚周现场。

以中国重庆国际时尚周为例

## 看时尚周与区域产业发展共进

本刊记者\_刘萍

近年来,时尚(时装)周在全国各地不断涌现,几乎成为各大都市、实力城镇的“时尚标配”,对当地产业、消费、文化和传播等发挥着各自不同的作用。其中,时尚周与区域产业发展的关系尤其值得业界探讨。重庆,提供了一个很有特色的案例。

突如其来的新冠肺炎疫情,自1981年以来最高位长江洪水,世界经济低迷、进入动荡变革期……重重考验在这个特殊之年落到中国重庆国际时尚周的主办者身上。克服种种困难,9月17-21日,因洪水而推迟了两周的“长安UNI-T·2020中国重庆国际时尚周”在具有浓厚历史和文化积淀的法国水师兵营旧址举行。这个地方其实也刚被洪水淹过,还是政府方面组织赶工清理出来的。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲,中国纺联副会长、中国服装协会会长陈大鹏,中国服装设计师协会主席、亚洲时尚联盟主席张庆辉,重庆市人大副主任沈金强,重庆市政协副主席谭家玲,重庆市政府副秘书长王余果,江北区长代小红,南岸区委常委、南滨路发展中心党委书记王愚,中国纺联特邀副会长、成渝双城经济圈时尚产业联盟总顾问马明媛等相关部门和行业协会领导赶来出席开幕式,以示支持。就如孙瑞哲在致辞中所说,历史与现实都在证明,国际大都市同时必然是时尚之都。重庆国际时尚周历经七年的发展积淀,已经成为中国时尚产业的一个亮点,是展现重庆、链接全球的重要平台。

### 结合城市地标、名胜非遗,交相辉映放大传播

重庆拥有独特的山水和人文景观,为时尚周发布提供了取之不尽的天然秀场。而城市地标、名胜、名产与时尚周的创新结合,也为时尚周增添了独属于重庆的色彩。

作为直辖市,重庆下辖38个区县。由重庆市纺织服装联合会主办的中国重庆国际时尚周,七年来持续与重庆市内各区深度合作,在本届时尚周举办的5天里,分别在南岸区南滨路法国水师兵营旧址、长嘉汇购物公园、万州区万州大瀑布等重庆地标性时尚、景观场地举行了10余项活动,彰显了重庆的山水文化创新实力。

2020中国重庆国际时尚周第七次牵手长安汽车、重庆南岸区以及首次联合重庆万州区,跨界融合更多时尚、文化、科技、运动等产业资源,以积极务实的创新行动响应产业战略重构和城市创新蜕变的全新发展。

如本届时尚周闭幕式以宽151米、高64.5米的“亚洲第一瀑”万州大瀑布为背景;以糅合了万州国家级非物质文化遗产——川东竹琴以及汉服秀、古琴演奏等地方传统特色的原创歌舞《万州画里来》开场;与毛戈平“气蕴东方”彩妆造型秀同台展演,充分展现传统与现代、人文与自然、传承与创新的互促共荣。万州地处三峡库区腹地,巴渝文化、三峡文化、抗战文化、移民文化在这里交融。大山大川、美景如画,文化与旅游在此深度融合并现场同步云上直播。

此次时尚周还与重庆国际马拉松赛组委会签订合作协议,双方将从活动组织、市场开发、营销推广等多个方面深入整合资源,着力提升相关产业的创新集聚度、活跃度、开放度、辐射度,推进重庆市“时尚+体育”的品牌化建设。同时,借助已成立的成渝地区双城经济圈时尚产业联盟,打通双城产业渠道,重点打造成渝相关产业示范项目和高水平大型活动。

### 营造时尚生态圈,反哺本土设计与产业

本届时尚周不仅继续邀请业界名师前来发布、交流,如中国时装设计“金顶奖”获得者刘勇,彩妆大师毛戈平,知名潮流插画师、跨界艺术家李欢等,还举行了主题为“后疫情时代,时尚产业的创新可持续发展”的云尚峰会。“成渝双城经济圈建设大背景下的时尚产业可持续发展”、“重庆时尚产业发展路径研究”等主题报告,基于充分的调研与分析,从各个角度为重庆时尚的可持续发展提出未来十年的行动方案和建议。

作为重庆国际时尚周的总策划,马明媛表示,之所以连续七年举办时尚周,尤其是今年在疫情、洪水来袭等严峻挑战下依然克服困难坚持举办,为的就是以时尚周带动重庆纺织服装业的生态圈建设持续向好。她认为,当产业发展的生态系统一旦建立,必将反哺产业,吸引更多优秀人才留驻重庆、建设重庆,从而增强重庆作为西南重要都市的时尚影响力。

七年来,这一愿景正在变为现实,越来越多的年轻力量开始聚集发声。今年,严冲、刘静等5位重庆新锐设计师带来了“花样绽放”潮牌发布秀,重庆首届十佳服装设计师黄子棉、叶妍等5人带来了“滋养未来”新锐设计师发布秀。

建设具有全球影响力的大都市与城市群,必须找到时尚的基因,并进行充分的本地转化与产业表达。本届时尚周主题为“时尚就是生活”。的确,重庆的时尚体现在日常,融合了川美的艺术、麻辣鲜香的火锅以及朝天门的服饰批发,塑造着热情爽朗、好享乐尚自由的重庆人。结合制造业的西部转移,重庆的时尚产业将更贴近本土消费文化。而码头文化赋予重庆的商业特色,又使重庆对带动西南地区消费和时尚潮流有了极其重要的作用。

从全球看,以科技与创意为核心的时尚产业正凭借其强大的资源汇聚能力、产业延展能力和消费引领能力,成为打造现代经济系统、营造区域发展生态的关键力量。立足2020上半年在中国内地GDP排行中升至第四位的重庆,中国重庆国际时尚周及时尚产业将为重庆国际消费中心城市、国际化枢纽城市和高品质生活宜居地的建设提供更大支撑、融汇更多力量。TA

TAIPEI INNOVATIVE  
TEXTILE APPLICATION SHOW  
2021 台北纺织展  
OCTOBER 5 - 7



TAIPEI NANGANG  
EXHIBITION CENTER

台北南港展览馆 1馆





**立享机械：打造高品质钩编机**

立享针织机械有限公司是一家位于台湾中部的机械制造厂，专门研发制造高质量钩编机。公司主要营业项目为平带及花边钩编机。设备拥有良好的功能和特性，包括速度快、低噪音、易调整、好操作、自动给油、使用年限长等，可用于生产各式弹性松紧带、无弹性平带、口罩带、

服装带、内衣裤带及绷带等产品。

公司依托创办人赖有玮 40 多年的专业技术背景以及研发团队力量，实现了所有机器从材料、零组件、加工、组装到成品的可追踪管制，严密品管，实现设备的全部台湾制造。此外，公司成品需经试车满意后才允许出厂，能够为客户创造竞争优势并提供优质的售后服务。

秉持永续的经营理念，公司打造着企业与内部员工的信任，推动企业不断成长，用产品和技术提升企业的客户信任及忠诚度。



**企业信息：**  
立享针织机械有限公司  
LAND SUMMER KNITTING MACHINERY CO., LTD.  
<https://www.landsummer.com.tw>

**元图股份：高水平服务收获回购率**

元图股份有限公司是纺织机械的领先制造商，工厂设立于台湾。企业可提供各种高品质的变频式起毛机、高速梳毛机、全功能式剪毛机、磨毛机、改良式起毛机等。

MRA 2000 型变频式起毛机是元图公司开发多年的成熟机种，设备采用感应式变频马达，搭配了微电脑控制系统，实现了数字控制、数据化管理，可精准控制起毛针、覆针针辊及导布轮的速度。

该设备可广泛适用于平织、针织、毛巾布、仿鹿皮、组织布、超细纤维布及弹性布的纬纱起毛加工。经起毛后，面料可呈现短且浓密的细毛，布匹厚实、柔顺、触感极佳，提高产品附加值。

设备拥有良好的机械特性，包括 PLC 程控系统；微电脑控制起针针辊、覆针针辊、导布轮的 R.P.M.；生产条件可在静止或运转中变更，维持生产效率；起针针辊、覆针针辊及导布轮可手动慢速正转或反转；具备起针与覆针的零点起毛控制；布可慢速引入及引出；拥有中心校正装置、静电消除装置、集尘装置。

秉持“注重安全、追求质量、顾客至上、服务第一”理念，元图股份坚持始终如一的高质量产品制造，不断改善制造流程和工作环境，以向客户提供高水平的服务来获得客户满意的回购率。



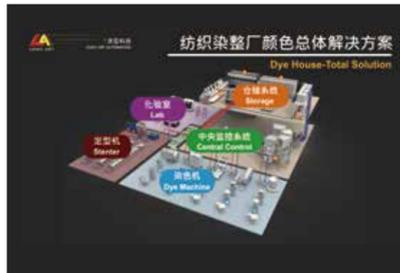
**企业信息：**  
元图股份有限公司  
YAN TU CO.,LTD  
<http://www.yantu.com.tw>

**流亚科技：以优秀色彩解决方案服务全球**

流亚科技股份有限公司长期致力于“纺织印染设备—全厂自动化整合”，为用户提供完整的定制化服务。

一直以来，流亚科技都在向客户提供建构自动化染整厂房所需的设备与系统，近几年，公司更进一步将自动化提升到智能化的高度，以染整智能化总体解决方案构建厂房的化验室、仓储系统、染色机、中央监控系统，以及定型机等五大区块所需的设备，着力打造智慧化染整工厂。

企业拥有近 30 年的丰富行业实践经验，秉持 ISO 理念的专业、品质、服务、创新，进行从研究、开发、生产、销售到服务的整合，以现代化的管理模式，完善全球市场的本土化服务。流亚科技立足台湾、放眼全球，已与 Datacolor、Adaptive 等世界知名公司共同研发合作，产品销售至全球超过 50 多个国家，更是全球少数能提供颜色总体解决方案的公司之一。



**企业信息：**  
流亚科技股份有限公司  
LOGIC ART AUTOMATION CO., LTD.  
<https://www.logicart.com.tw>

**高亨精机：新技术带给客户新价值**

高亨精机股份有限公司专精于制造高品质、高效率横机。产品采用电脑辅助绘图系统，基于数十年的经验累积，始终保持产品的不断提升，并最终设计出符合客户需求的产品。以标准化组装流程及零件规格化，让产能更有效率与弹性。

电脑横机 KH-212SP，采用了公司最新研发的 V V 双 V 式选针系统，能更有效率地缩短织程，减少空车时间，提高产能的同时降低能耗损耗；新型选针系统更能精准选针，达到节省电能、提高准确率；该机还配有沉降片装置，能大幅缩短织物的废纱量，且配合副卷布机，将织物提早下拉。采用新设计的不断电系统，能让企业在电力供应不稳定的国家，断电后恢复电力时不会造成断电时的织品耗损。

提供花样多元性。在织品的设计和运用上，可提供新使用模式，研究出变化式二段度目，改变了传统编织机的度目，减短时程又增加花样的多元化。设备采用高速伺服马达驱动，可以减少回转时加减速的距离及时间的浪费，进而提高生产力。



**企业信息：**  
高亨精机股份有限公司  
KAUO HENG PRECISION MACHINERY INDUSTRIAL CO., LTD  
<http://www.kauoheng.com.tw>

**秋市销售环比回升 价格微幅上涨****20201012 期价格指数评析**

“中国·柯桥纺织指数”20201012 期纺织品价格指数收报于 103.49 点，环比上涨 0.01%，较年初下跌 1.57%，同比下跌 2.04%。



2020 年 1—9 月，中国轻纺城面料市场实现成交额 905.23 亿元，同比上涨 10.39%；网上市场实现成交额 432.56 亿元，同比增长 11.62%。

近期，中国轻纺城秋市营销环比回升，其中原料市场价值量小幅回升，坯布市场价值量小幅上涨，服装面料市场布匹价值量小幅下跌，家纺类产品成交价值量环比小升，辅料行情环比小涨。

**原料价值量小幅回升，涤纶环比微跌，纯棉纱行情环比上涨**

据监测，本期原料价格指数收报于 77.34 点，环比上涨 0.48%，较年初下跌 4.81%，同比下跌 6.10%。

**聚酯行情震荡回缩，涤纶行情环比微跌。**本期涤纶原料价格指数环比微跌，华东地区 PTA 现货主流 3215 元/吨，MEG 主流 3590 元/吨左右，聚酯切片市场报价震荡回缩，江浙地区半光切片现金或三月承兑 4380 元/吨左右，萧绍地区涤纶长丝价格基本稳定。“金九银十”传统销售旺季，涤纶工厂却处于亏损和高库存的不利局面，终端需求疲软导致成色不足。上游原料市场 PTA 部分短期检修装置恢复，且部分装置检修计划推迟。当前聚酯高开工，但是 10 月有降负荷预期，因此或许降低对原料的采购，PTA 继续承压下行的可能性较大，成本端支撑不足。

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 5310 元/吨，价格环比跌幅在 25 元/吨左右，成交价重心仍有下跌。纯涤纱市场报价有稳有跌，32S 纯涤纱报 9400 元/吨左右，报价环比持平；45S 纯涤纱报 10600 元/吨，报价环比下跌 50 元/吨。

**纯棉纱行情环比上扬，人棉纱价格有稳有涨。**近期，纯棉纱市场销售呈现震荡上行走势，行情环比上扬，价格稳中上涨。萧绍地区纯棉纱市场报价稳中涨，成交环比推升。结合棉花走强，成本面的硬性支撑增强，纱线企业自 6 日起陆续拉涨报价，幅度在 100—400 元/吨。国庆中秋节日期间轧花厂籽棉收购价格持续上升，新棉成本一再攀高。因上游棉花上涨后，低库的纱线企业积极调涨，尤其 CVC 混纺纱上涨较为迅速，涨幅为 200—400 元/吨。由供应端来看，企业积极去库，维持理性状态。由需求端来看，海外需求回归，内需稳中向好。严峻的海外疫情以及贸易摩擦，持续限制了欧美订单增量，但印度疫情的高爆发，导致部分订单转移至国内，外单声势有所好转；国内“双 11”、“双 12”的订单存在，家纺订单对市场的推动较为明显。订单的释放结合纱线企业拉涨报价，市场上询单增加，有助于夯实价格及出货。短期来看，纱线市场喊涨的氛围依旧浓厚，普涨范围将进一步扩散。

近期，粘胶短纤原料价格环比小涨，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 9100 元/吨左右，价格环比涨幅在 180 元/吨左右。近期人棉纱价格有稳有涨，30S 人棉纱价格报 12250 元/吨左右，价格环比持平；40S 人棉纱报 13300 元/吨左右，价格环比上涨 100 元/吨；人棉纱行情环比小升，价格局部上涨，人棉纱厂家表示订单表现尚可，市场心态维稳出货为主。

**坯布行情环比推升，价格指数小幅上涨**

据监测，本期坯布价格指数收报于 119.44 点，环比上涨 0.13%，较年初下跌 0.37%，同比下跌 0.75%。

本期坯布类价格指数呈环比推升走势。近期，市场营销环比推升，坯布厂家订单局部增加，坯布价格小幅上涨。其中：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值量环比小升，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，价格指数小幅下跌**

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.57 点，环比下跌 0.31%，较年初下跌 0.54%，同比下跌 0.66%。

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环比回缩，国庆中秋长假市场成交环比下降。秋季服装面料现货成交和订单发货环比回落，初冬季服装面料订单发货局部回缩，价格环比小跌。其中：纯棉面料、涤棉面料、涤毛面料、涤锦面料、涤氨面料、粘胶面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉面料、麻粘面料成交价值量不等量下跌，拉动服装面料类总体价格指数小幅下跌。

**家纺市场环比推升，价格指数小幅上涨**

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.97 点，环比上涨 0.26%，较年初上涨 0.50%，同比上涨 0.26%。

本期家纺类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城家纺市场成交环比回升，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回升，兼具时尚元素创意产品现货成交和订单发货环比小增。其中：床上用品类现货成交和订单发货环比回升，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回升，价格指数呈小幅上涨走势，拉动家纺类总体价格指数小幅上涨。

**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 129.50 点，环比上涨 0.17%，较年初下跌 1.72%，同比下跌 1.67%。

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，因下游企业备货逐日小增，国庆中秋双节后市场成交环比回升，长假后成交逐日增加，现货成交和订单发货呈现环比小涨走势。服装里料类行情环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；线绳类行情环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；衬料类行情环比回升，价格指数呈小幅上涨走势，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升走势。织造端行情的回暖，势必与上下游企业息息相关，一年一次的“双 11”已为期不远，部分印染厂已经出现爆棚现象，而坯布价格也是涨势不断。“双 11”的服装已进入生产阶段，后市纺织市场将开始变得较为忙碌。纺织市场走货速度加快，秋冬季面料走货势头较好，常规坯布企业订单也有明显增加，主要是下半年的羽绒服面料开始增加，订单数量在增长。随着气温下降，梭织的防寒休闲面料、家纺面料等需求量将明显放大，还有一些仿真丝绸中面料将进入正常生产。[K]

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：尉隼男 传真：0575-84785651

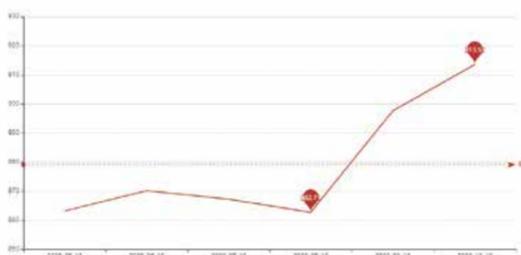
# 传统旺季到来 50指数逐步走高

## 2020年9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家丝绸化纤企业的净现金流为依据，按月统计发布。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9月份盛泽“50指数”上涨，收于913.55点，与上月相比上升了15.93点，涨幅为1.74%。

图1 盛泽市场“50指数”走势图



如T400、仿记忆、酷丝棉等走货较好，部分坯布价格有了小涨。

**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，9月份“50企业”平均销售重量收于408.9958点，与8月相比上涨了3.7052点，涨幅约为0.89%。随着秋冬面料的好转，市场的坯布走货量也跟着上涨。随着厂家开工率上升，对原料的需求也有所回升。

**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，9月份“50企业”平均原材料购入金额与8月相比有所上涨，收于701.0734点，上涨了45.4584点，涨幅为6.9%。9月聚酯原料价格回升，尤其是涤纶拉涨多日，刺激了下游厂家的购买欲，再加上上月末补货节点，且对10月份预期向好，厂家或多或少都对原料有一定的备货。

图2 盛泽市场平均原材料购入金额走势图



### 影响“50指数”走势的因素分析

**1. 市场进入传统旺季，秋冬面料订单发力。**涤纶面料近期表现较好，9月以后的订单数量确实变多了，从市场中了解到的情况来看，纺织企业9月的接单情况较8月有了明显的好转。订单主要集中于制作秋冬季节外套和羽绒服的面料，例如T400、酷丝棉等。

**2. 月底涤纶开启缓慢上涨通道，产销表现较好。**9月中下旬，涤纶长丝开启了缓慢上涨通道，带来了产销的脉冲式上涨。23、24日，在涤纶价格上涨及下游织造补货节点临近的刺激下，产销连续两日超百。28日，涤纶产销又上升至9成附近，较好的能达到120%。

**3. 国外订单大量回流，家纺产品需求回升。**29日，一则印度纺织订单已经转移到中国的消息传遍了市场，其中毛巾、床单等产品订单量较大，预计订单数量已经排到2021年5月。今年家纺面料订单一直不错，在走访的过程中，不少外贸老板表示今年服装面料量价齐跌，可家纺却是个例外。这是由于疫情之下，消费者长期居家，对家居用品更换速度也变得更慢，导致了家纺产品需求量也同步扩大，如仿麻布、麂皮绒、桃皮绒等常规家纺面料在市场上均有一定程度的表现。

虽然“50指数”呈现上升态势，但是我们也应该看到市场背后仍然存在部分利空因素。

受二次疫情爆发的影响，多国刷新单日新增确诊病例纪录，几乎所有欧洲国家的疫情都再次恶化，多国实行更为严格的防疫措施，这不利于外贸需求的进一步恢复。

### “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”销售量以及产品价格变化。分析可见，9月“50企业”平均销售总额收于896.1776点，与8月份相比上涨了64.4286点，涨幅为7.7%。9月纺织市场大部分企业走货好于8月，主要是因为9月传统旺季，服装厂为了备货“双11”、“双12”以及圣诞季，开始批量下达秋冬订单，

**平均总工资**方面，9月份“50企业”平均总工资较8月份稍有下跌，收于1105224.2946点，下跌了1943.4272点，跌幅为0.18%。9月份行情有所好转，但整体社会库存较高，很多厂家还是处于轮休状态，因此9月份的平均总工资与8月相比变化不大，稍有下跌。

图3 盛泽市场平均总工资走势图



### 后市预测

由于十一黄金周零售数据、服装销售数据增速较快等因素影响，市场上行情快速升温，内外贸订单表现较好，部分厂家的订单已经排到了十月底。随着十月气温的降低，并且今年出现冷冬的概率较大，或将带动防寒面料的走货，预计下月“50指数”还将继续走高。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 即刻下载纺织通APP

2020  
KEQIAO  
FASHION  
WEEK  
柯桥时尚周



时尚源  
创新地

2020第八届柯桥时尚周

THE 8TH KEQIAO FASHION WEEK 2020

10月26日-10月29日

中国·绍兴柯桥 东方米兰国际时尚发布中心



# 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