

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

2021.07.19 | 第26期 | 总第1034期

RIFA 日发纺机
 纺前/纺纱/加捻/卷绕/织前/织造/非织造/针织系统



针织系列之无缝内衣机、大圆机

客户中心电话：400-999-8008




P10
 国潮，
 中国服装的未来缩影

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

P09
 直面挑战与发展，为行业赋能!

P12
 探索智能化改造提升新路径，兰溪成焦点!



6月25日，“2021中国纺织行业两化融合大会暨纺织行业工业互联网平台赋能深度行（青岛站）”在山东青岛举行。图为与会代表在海尔工业智能研究院参观。

中国纤维
流行趋势
CHINA FIBERS
FASHION TRENDS

桐昆·中国纤维流行趋势
TONGKUN·CHINA FIBERS FASHION TRENDS

2022/2023

产品征集通知
Product Collection Notice

www.textfiberchina.com



扫一扫 更多精彩



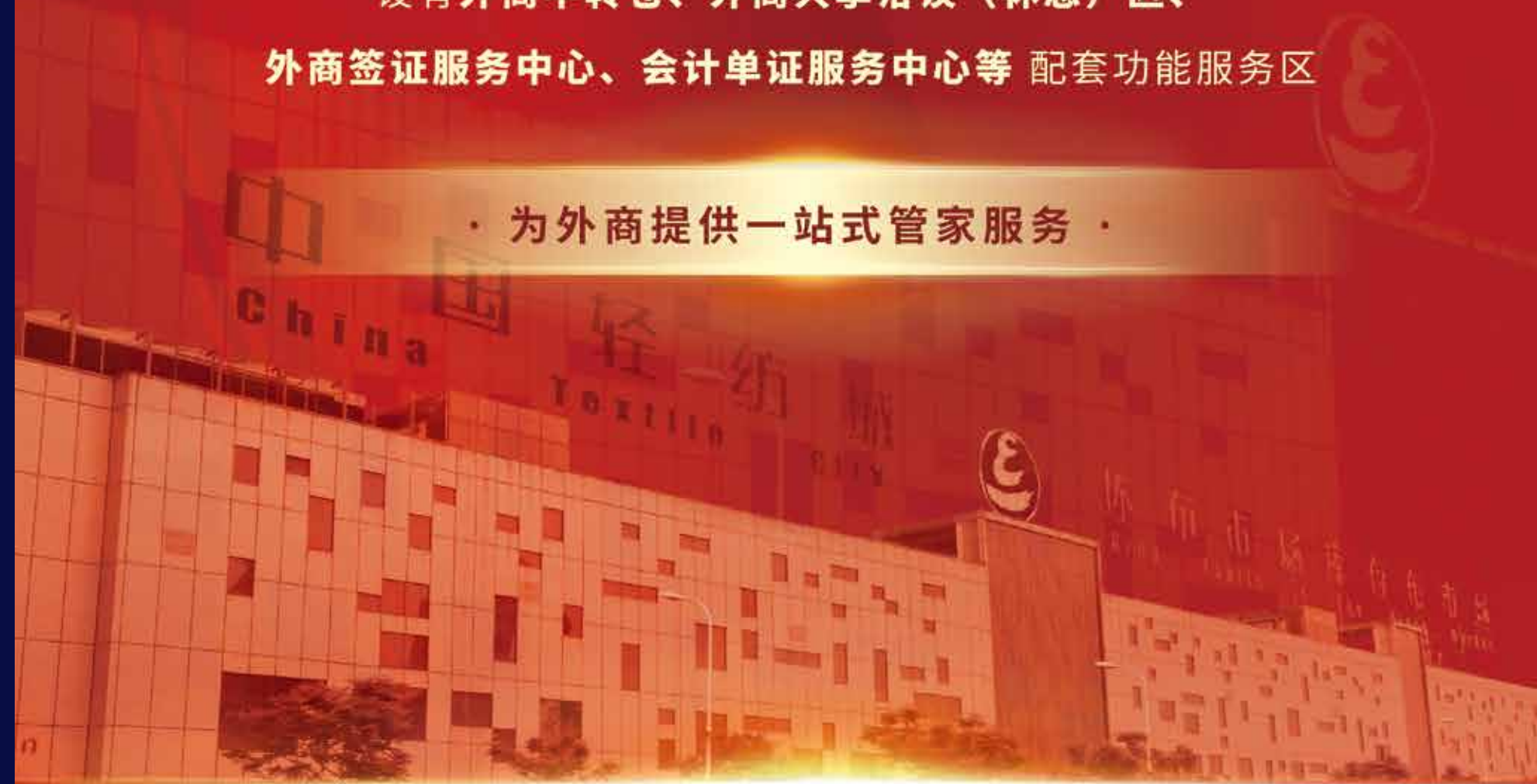
目前已经进入产品申报期，
如想参加请联系我们：
Contact us if any inquiries:
王永生 17710368286
靳高岭 15201484736

中国轻纺城集团
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP

坯布市场 外商专营区

设有外商中转仓、外商共享洽谈（休息）区、
外商签证服务中心、会计单证服务中心等 配套功能服务区

· 为外商提供一站式管家服务 ·



招商电话 0575 85588597 赵先生

— 地址 - 纺都路1099号坯布市场四楼 —

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

社长	徐 峰
总编辑	刘 萍
副社长	葛江霞 刘 嘉
社长助理	张尚南
副总编辑	袁春妹 万 晗
高级顾问	胡晓玉

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
美编	郭 淼

新媒体部

资深摄影	关云鹤
美编	李举鼎

品牌推广中心

总监	吕 杨
副总监	罗欣桐
主任	王振宇
执行专员	裴鑫榕

浙江运营中心

总监	赵玲玲
副总监	赵国玲
副主任	邹莹颖
主任助理	王 利

行政管理中心

总监	崔淑云
办公室	
主任	黄 娜
副主任	刘 萍
财务部	
主任	崔淑云(兼)
专员	张 艳

市场发展中心

总监	万 晗(兼)
副总监	章 简
媒介主管	雷 蕾
客户经理	张灼瑄
	夏小云

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

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

日本合作媒体: 纤维News

印度合作媒体: Inside Fashion

欧洲合作媒体: Textile

台湾地区合作媒体: 中国纺织网

承印: 北京晟德印刷有限公司

目录 CONTENTS

P06 资讯 Infos

提升时尚产业软实力水平，“中纺—北服时尚产业软实力研究院”成立
《“十四五”循环经济发展规划》出台，涉及纺织印染
意大利纺企加大创新性、可持续面料研发投入
“雷蒙”牵手雷蒙，北京老字号服装品牌开启时尚转型之路

P08 关注 Attention

赓续红船精神，谱写新时代壮丽篇章
直面挑战与发展，为行业赋能！
国潮，中国服装的未来缩影
做世界一流的高性能纤维新材料供应商

P12 特别报道 Special

探索智能化改造提升新路径，兰溪成焦点！

P14 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

东市场：时尚跃升、智慧赋能，30年转型升级启新程
线上线下成交额超1000亿元，中国轻纺城上半年交出漂亮“成绩单”！
抓住数字经济新机遇，探索软装行业发展新模式
唱响红色经典，献礼建党百年
《中国轻纺城发展口述史》出版
提高消防救援能力 共筑安全市场环境

P18 盛泽专版 Shengze

从一个镇到时尚全球，发出中国纺织好声音

P20 面料 Industry

有料才酷 为你而来

P22 纺机 Industry

慧林智能：41200针，中国人自己的核心提花技术！

P24 一线 Frontline

让大健康走进生活，生物基抗菌纤维大有可为
共谋国产莱赛尔产业链协同创新推广路径

P25 指数 Index

夏市销售环比回升 价格小幅上涨
市场成交走强 景气度小幅回升

每周随笔

一步一个脚印

最近,行业中的大事莫过于《纺织行业“十四五”发展纲要》及《科技、时尚、绿色发展指导意见》的全文发布。

笔者注意到,“十二五”、“十三五”时期除了行业发展纲要外,还专门发布了“科技进步纲要”,而此次则在行业综合篇的基础上,增加了科技、时尚、绿色专题篇部分。这足以说明,在基本实现纺织强国目标的基础上,行业已经进入新的发展阶段,在新时期就要贯彻新发展理念、构建新发展格局,行业将围绕“科技、时尚、绿色”实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续、更为安全的发展。

近一段时间以来,行业的各项活动无疑都是围绕科技、时尚、绿色而展开。

今年5月,行业曾举办过一次创新平台技术交流活动,来自院校、企业的技术精英在一家工程技术研究所中试基地就纺织行业人因材料、轻量化复合材料等前沿技术,以及协同创新体系思路等话题进行了交流研讨。大家还参观了中国空间技术研究院航天技术应用产业展,对我国航天技术水平惊叹不已,同时也对纺织在航天、军工领域的大有可为倍感兴奋。

纺织行业始终将科技创新摆在核心位置,科技实力的提升正在让这个行业成为转型升级的样板。日前,中国纺织工业智能制造现场会在兰溪召开,中国工程院原院长、国家制造强国建设战略咨询委员会主任周济等重量级专家与会,足以说明国家对纺织业智能制造成果的认可。兰溪纺织业智能制造的经验不仅为纺织业智能化改造提升提供了一个样板,也为其他行业中小企业智能化改造提供了经验。

说起时尚,应该与文化、设计、创意、品牌等诸多因素息息相关,这些相关要素背后体现的其实是软实力,美化生活、引领潮流的服装服饰产业是毫无争议的时尚产业。日前,中国纺织职工思想政治工作研究会和北京服装学院共同成立了时尚产业软实力研究院,目的就是要在理论上对时尚心理、创意设计、品牌价值、流行趋势、时尚消费、服饰文化等进行系统研究,促进研究成果转化。通过这个新型智力平台,增强对政府决策的影响力和舆论的渗透力,提升我国时尚话语权。

在绿色方面,一件大事即我国碳排放权交易市场在本月开始交易,这是以市场机制控制和减少温室气体排放的重要措施。据了解,首批纳入全国碳排放配额管理的是发电行业,今后将逐步扩大碳市场覆盖行业范围。日前国家还出台了《“十四五”循环经济发展规划》,其中专门提到了纺织和印染,显然这让行业绿色发展有了新的抓手。这个月底,中国印染行业协会将召开2021全国印染行业节能环保年会,会议将围绕国家最新环境管理政策、印染行业碳减排路径和技术、绿色低碳技术和装备研发应用、高效印染废水废气处理技术等展开探讨和交流。

一步一个脚印,中国纺织工业就是这样迈着坚实的步伐走向未来。

郭生

本周看点 View point

2021年1—6月,全国实际使用外资6078.4亿元人民币,同比增长28.7%(折合909.6亿美元,同比增长33.9%;不含银行、证券、保险领域,下同),较2019年同期增长27.1%。

——商务部新闻办公室

据海关统计,今年上半年我国货物贸易进出口总值18.07万亿元人民币,比去年同期增长27.1%。其中,出口9.85万亿元,增长28.1%;进口8.22万亿元,增长25.9%。

——海关总署

国家统计局公布的全国夏粮生产数据显示,2021年全国夏粮总产量14582万吨(2916亿斤),比2020年增加296.7万吨(59.3亿斤),增长2.1%。2021年夏粮播种面积恢复性增长,单产稳步提高,夏粮喜获丰收。

——国家统计局

中国人民银行决定于2021年7月15日下调金融机构存款准备金率0.5个百分点。此次降准为全面降准,除已执行5%存款准备金率的部分县域法人金融机构外,对其他金融机构普遍下调存款准备金率0.5个百分点,降准释放长期资金约1万亿元。

——中国新闻网

2021年1—5月份,全国百家重点大型零售企业商品零售额同比增长25.5%,低于1—4月份5.2个百分点。其中,5月份零售额同比增长7.4%,增速相比上月回落了10.9个百分点。

——中华全国商业信息中心



纺织服装周刊
微信订阅号



纺织服装周刊
微信视频号



TA 潮报
微信订阅号



纺织机械
微信订阅号



纺织服装周刊
今日头条号



纺织服装周刊
网易号



纺织服装周刊
新浪微博

现场
SCENE

提升时尚产业软实力水平 “中纺—北服时尚产业软实力研究院”成立

7月9日,由中国纺织工业联合会指导,中国纺织职工思想政治工作研究会、北京服装学院主办,北京服装学院商学院、北京市哲学社会科学首都服饰文化与服装产业研究基地承办的“中纺—北服时尚产业软实力研究院”揭牌仪式暨“十四五”纺织时尚产业软实力研讨会在北京服装学院举行。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、党委副书记陈伟康,工业和信息化部消费品工业司纺织处处长曹庭瑞,中国纺织职工思想政治工作研究会秘书长郑国峰,北京服装学院党委书记周志军、校长贾荣林、党委副书记倪赛力等领导嘉宾,以及中国纺联、中纺政研会、北京服装学院相关部门代表等近100人参加了本次活动。

在与会领导嘉宾的见证下,中国纺织职工思想政治工作研究会和北京服装学院签订了战略合作协议。签约双方依托北京服装学院商学院和北京市哲学社会科学首都服饰文化与服装产业研究基地合作建设“中纺—北服时尚产业软实力研究院”,打造时尚产业软实力研究新型高端智库和时尚产业与企业的智力平台,并以此为抓手推进各项合作内容的开展,承接或参与国家及地方产业规划的编制、持续跟踪采集行业数据、研究建

立中国时尚产业软实力评价体系、跟踪全国各地时尚及相关行业的软实力发展动态信息、推动企业文化建设、培育孵化品牌文化、参与组织起草中国纺织企业文化标准和《“十四五”助推中国纺织软实力全面提升指导意见》,合力推进实施中国时尚产业软实力战略工程。

曹庭瑞在致辞中提出,希望时尚产业软实力研究院加强对时尚经典、时尚心理、创意设计、品牌价值、流行趋势、时尚消费、服饰文化等时尚文化、生活新方式的研究,挖掘应用好中国传统文化元素,创新提炼新时代潮流的特色符号,弘扬纺织行业劳模精神、工匠精神、企业家精神,利用新技术、新工艺、新材料服务时尚产业发展,在数字化转型中,拓展时尚产业数字应用新场景,提升新效能。

高勇在致辞中强调,要充分认识到加强纺织行业软实力建设的重要意义。首先,加强软实力建设,是贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的应有之义;第二,加强软实力建设,是推动行业高质量发展的必由之路;第三,加强软实力建设,是提升企业核心竞争力的重要支撑。高勇提



会议分享了对北京时尚产业现状和趋势的思考。

出,加强纺织行业软实力培育与提升是一项长期性、科学性、系统性工程,需要集全行业和各地方力量积极推动。要坚定站位,把牢方向,践行培育正确价值引领,筑牢纺织软实力建设根基;要服务为本,协同为要,把纺织软实力工作成果引向纵深;要适应时代,以才为重,不断夯实纺织软实力研究人才根基;要整合资源,建强机制,有效激发提高软实力水平的创效潜能。

在“十四五”纺织时尚产业软实力研讨会环节,与会专家还解读了《纺织行业“十四五”时尚发展指导意见》,分享了对北京时尚产业现状和趋势的思考。(郝杰 文/摄)

品牌
BRAND

“雷蒙”牵手雷蒙, 北京老字号服装品牌开启时尚转型之路

日前发布的《纺织行业“十四五”时尚发展指导意见》提出,要融合产业发展、城市建设与区域创新,促进跨界时尚资源的深度聚合。走过81年风雨历程的“雷蒙”品牌秉承“红帮技艺”,已经走在时尚转型的路上。

7月8日,北京时尚控股旗下北京京工服装集团有限公司“雷蒙”品牌与北京首钢篮球队明星球员雷蒙代言签约仪式在京工时尚创新园举行。

近年来,京工集团旗下北京老字号品牌在时尚化发展中,坚持创新至上、品质至臻,坚守专业精神、工匠精神,品牌产品、品牌价值和品牌服务质量以及市场占有率得到逐步提升,“雷蒙”品牌连续三年荣列“中国500最具价值品牌”,获2019、2020北京时装周紫禁城品牌大奖。

以“努力”、“坚持”、“激情”著称的球员雷蒙,今年2月正式加盟北京首钢篮球队,身披9号球衣。球员雷蒙对“雷蒙”品牌81年的历史沉淀,注重细节的“海派”设计和精湛的“红帮”技艺赞誉有加,非常认同品牌的品质感与时尚度。

京工集团十分欣赏球员雷蒙作为运动员永争第一、刻苦训练、超越自我、自信自强的精神,

展现中国体育运动员的时代青春风貌,充满“正能量”。

相同的理念、命中的“缘分”让双方相互携手。据介绍,此次签约后,双方本着相互认同、相互合作的原则,共同探索体育与时尚跨界融合的新合作。京工集团借助球员雷蒙朝气蓬勃、奋斗不息的良好形象,扩大老字号品牌的目标消费群体,不断传承弘扬、创新发展老字号品牌,增强老字号品牌在年轻人中的影响力,努力让“红帮技艺”这块“活化石”成为北京国际消费中心城市建设的新名片,满足年轻人对时尚品味的需求和群众对美好生活的需要。

近年来,京工集团紧紧围绕首都城市战略功能定位,以改革驱动创新,以创新驱动发展,逐步形成以时尚服装品牌运营为核心的主业发展新格局。京工集团党委书记、董事长李耀东表示,此次与北京首钢篮球队明星球员雷蒙签约是“老字号”品牌跨界融合的全新尝试,旨在让更多的年轻人关注北京老字号品牌服饰文化,让更多的年轻人了解、认可和选择具有81年工匠传承和海派文化底蕴的“雷蒙”品牌。

球员雷蒙也在现场表示,非常期待此次的合

作,能够为这个拥有81年历史文化遗产的服装品牌创新发展助力,也倍感荣幸。

北京老字号协会副会长孙月婷在签约仪式上说,京工集团遵循老字号“尊古不泥古,创新不失宗”的祖训,本次签约更体现出“老字号”与“新时尚”融合创新,使老字号品牌更加具有生命力,让更多人喜欢北京老字号品牌产品。

签约仪式后,雷蒙·1940高定品牌首席量体师李传均代表京工集团赠予球员雷蒙绣有9号纹样的京绣口袋巾,并向与会嘉宾讲解了“红帮技艺”的历史。

球员雷蒙队友、北京首钢篮球队队长翟晓川也出席了签约仪式。李耀东将一幅寓意为传承、圆满、繁荣的“国色天香”京绣挂画赠予翟晓川及翟晓川篮球训练营,并表示祝福。

据了解,未来,京工集团将继续深耕主业发展,使集团形成转型发展有特色、品牌建设有亮点、业务经营有突破的新格局。不断探索时尚转型、跨界融合,积极投身首都“四个中心”建设、国际消费中心城市建设。在“十四五”时期开好局、起好步,展现出首都国企的全新风貌。

(郝杰)

聚焦
FOCUS

《“十四五”循环经济发展规划》出台, 涉及纺织印染

日前,国家发展改革委印发《“十四五”循环经济发展规划》(以下简称《规划》)。《规划》提出,到2025年,我国主要资源产出率比2020年提高约20%,单位GDP能源消耗、用水量比2020年分别降低13.5%、16%左右,大宗固废综合利用率达到60%,废纸利用量达到6000万吨。

在重点任务中,《规划》提出,推行重点产品绿色设计。健全产品绿色设计政策机制,引导企业在生产过程中使用无毒无害、低毒低害、低(无)挥发性有机物(VOCs)含量等环境友好型原料。推广易拆解、易分类、易回收的产品设计方案,提高再生原料的替代使用比例。推动包装和包装印刷减量化。加快完善重点产品绿色设计评价技术规范,鼓励行业协会发布产品绿色设计指南,推广绿色设计案例。

强化重点行业清洁生产。依法在“双超双有高耗能”行业实施强制性清洁生产审核,引导其他行业自觉自愿开展审核。进一步规范清洁生产审核行为,提高清洁生产审核质量。推动石化、化工、焦化、水泥、有色、电镀、印染、包装印刷等重点行业“一行一策”制定清洁生产改造提升计划。加快清洁生产技术看创新、成果转化与标准体系建设,建立健全差异化奖惩机制,探索开展区域、工业园区和行业清洁生产整体审核试点示范工作。

在重点工程与行动方面,《规划》提出城市废旧物资循环利用体系建设工程。以直辖市、省会城市、计划单列市及人口较多的城市为重点,选择约60个城市开展废旧物资循环利用体系建设。统筹布局城市废旧物资回收交投点、中转站、分拣中心建设。在社区、商超、学校、办公场所等设置回收交投点,推广智能回收终端。统筹规划建设再生资源加工利用基地,推进废旧纺织品、废塑料、废纸等城市废弃物分类利用和集中处置,引导再生资源加工利用项目集聚发展。鼓励京津冀、长三角、珠三角、成渝等重点城市群建设区域性再生资源加工利用基地。(郝杰)

意大利纺企加大创新性、 可持续面料研发投入

第33届Milano Unica展会举行

7月6—7日,为期2天的第33届米兰国际面料展(Milano Unica展会)在米兰新国际展览中心(RHO Fiera Milano)举办,共有270家企业参展(与2020年9月相比增长27%),其中224家来自意大利,46家来自其他国家,国际参展商主要来自葡萄牙、法国、英国等地,共同展示了2022/2023秋冬男装、女装和童装系列的高端纺织品和配饰。

据统计,共有3100家(同比增长29%)采购方企业参与展会,尤其令人鼓舞的是,其中有570家采购方来自意大利之外(同比增长42%)。

Milano Unica展会主席Alessandro Barberis Canonico强调,要重振意大利制造业,维护意大利纺织服装供应链的独特性与完整性。“我们要通过本届展会向行业传达信心,由于过去一年多的疫情影响,国际贸易一度中断。我们的产业虽然尚未恢复正常,但这届展会无疑是一个令人鼓舞的信号,尽管国际环境充满不确定性,但参展商表现出的信心得到了买家的回报。”

据悉,Milano Unica展会是欧洲最具影响力的面料展会之一,代表着意大利乃至欧洲纺织品制造业水平,是欧洲高端纺织产品发布的首选平台,已成为全球时尚界不可或缺的行业盛会。(董笑妍)

让东方美丽走向世界·让世界时尚重回东方

165潮模大赛

国家美、国货美、国人美

600家专业市场、100所纺织服装高校、
2.7万家国民品牌店铺,打造属于我们这个时代的“国潮星模”。

扫码关注

赛事合作:
万 喆 13466301578
王柳淇 13062670331

品牌合作:
张尚南 13910098884
刘瀚丹 19937882011

赛事报名:
雷 蕾 13810445890
牛艺颖 13849000484

赓续红船精神，谱写新时代壮丽篇章

2021 全国纺织服装流通领域党建工作经验交流会举办

■ 本刊记者_吕杨



本次活动以多种形式礼贺建党百年华诞，展示纺织服装流通人的精神风貌。



奋斗百年路，启航新征程。2021年6月20—21日，由中国纺织工业联合会、中共桐乡市委员会主办，中国纺织工业联合会流通分会、全国纺织行业专业市场党建引领发展联盟、中共濮院镇羊毛衫市场工作委员会以及中共濮院镇委员会承办的第三届全国纺织服装流通领域党建知识大赛暨2021全国纺织服装流通领域党建工作经验交流会在浙江濮院举办。

本次活动以“壮志凌云绘新卷，百年跨越谱新篇”为主题，旨在通过多种形式的活动礼贺建党百年华诞，尽情展示纺织服装流通人的精神风貌，号召大家继续保持拼搏奋斗精神，进一步以高标准党建推进我国纺织服装产业流通的高质量发展。

活动期间，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，中国纺织联副会长、流通分会会长夏令敏，中国纺织联党委办公室主任、中国纺织职工思想政治工作研究会会长邢冠蕾，中国纺织流通分会副会长徐建华、秘书长王水元；桐乡市委常委、市政府党组成员朱伟强，桐乡市人民政府副市长库尔班江·尼扎米丁，桐乡市委组织部副部长、两新工委书记范瑜，濮院镇党委书记、濮院羊毛衫市场管委会主任苏伟明等领导嘉宾，以及来自成都、即墨、济南、常熟、青岛等地的全国纺织服装流通领域的党员先锋代表共计百余人参加了此次活动。会议由王水元主持。

抓党建就是抓发展，让“红船精神”绽放光芒

高勇充分肯定了在建党百年之际，在“红船”扬帆启航地嘉兴举办流通领域党建知识大赛和党建工作经验交流会的重要意义，希望这样的活动能长期举行下去。他强调，流通领域的党建工作区别于企业党建，具有一定的特殊性，商户中间的党员流动性非常大，导致组织工作难度比较大。此次作经验分享濮院羊毛衫市场、常熟服装城、中国轻纺城以及上海市纺织原料有限公司这四家企业代表很有特色，可以看出流通领域的党建工作越来越实，越来越细，很有创新示范。站在“两个一百年”历史交汇点上，此次会议的召开很有意义，希望先进经验能在行业里得到更多的推广和学习，不断推动纺织工业高质量发展，开启新征程。

邢冠蕾谈到，在建党百年及“十四五”开局之年，第三届全国纺织服装流通领域党建知识大赛暨2021全国纺织服装流通领域党建工作经验交流会举办意义重大，充分展现了纺织服装流通领域基层党组织的组织力、创造力、凝聚力，激发了党员活力。希冀大家能继续秉承红船精神，在中国

共产党的带领下，增强开拓前进的勇气和力量，沿着南湖红船开辟的革命航道奋勇前进，开启新的征程，谱写新的篇章，创造出更大的辉煌。

朱伟强表示，桐乡是红船启航地的重要板块，依托红船精神引领，桐乡实现了从绝对贫困到高水平全面小康、从百废待兴到繁荣兴旺的历史性跨越，成为浙江省第九个突破千亿大关的县级市。濮院是距离嘉兴南湖红色教育基地最近的纺织服装专业市场之一。多年来，濮院积极践行红船精神，在加快由传统加工制造产业向时尚创造产业转型，积极打造中国时尚第一镇，高水平建设“世界级针织时尚产业集群”，引领市场转型升级中发挥了重要作用。

通过举办本次活动希望大家在近距离感悟红船文化的同时，继续保持奋发向上的精神，使红船精神成为推进纺织强国建设的坚强精神支撑，让红船精神绽放新的时代光芒。

理论指导实践，展现奋发精神面貌

活动期间，来自全国纺织服装专业市场的党员先锋代表凭借丰富的党建知识储备和扎实的理论功底，通过以赛促学、以学促用，提高了广大党员干部理论素养和党建知识水平，通过多种形式探索建立“不忘初心、牢记使命”主题教育长效机制，进一步增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，展现出了新时代纺织服装流通领域党员先锋精神。

经过激烈的对决，濮院羊毛衫市场管委会摘得第三届全国纺织服装流通领域党建知识大赛桂冠，辽宁西柳服装城、常熟服装城集团荣获第三届全国纺织服装流通领域党建知识大赛二等奖，济南沭口服装城、圣和圣（上海）韩国馆、洪合众创毛衫精品市场荣获第三届全国纺织服装流通领域党建知识大赛三等奖，即墨国际商贸城、成都荷花池大成市场荣获第三届全国纺织服装流通领域党建知识大赛优秀奖。

创新案例共享，前进路上携手并行

多年来，纺织服装流通领域各成员单位始终将党建工作摆在引领市场转型发展的首要位置，不断积极寻找新的历史条件下做好各项工作的方法和途径，把创新之根深深扎在加快市场创新发展上，积极地做好基层党建工作，把党建工作与业务开展紧密结合起来，实现了党建工作与业务工作最佳结合。

中国纺织流通分会事业发展部副主任唱双惠发布了《全国纺织服装专业市场党建工作调研报告》，她从全国纺织服装专业市场党建工作的基本情况、创新做法和主要成果等三方面作了具体解读。

活动期间，濮院镇党委书记、濮院羊毛衫市场管理委员会主任苏伟明，常熟服装城集团有限公司党委副书记、集团董事沈岚，浙江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，上海市纺织原料有限公司综合管理办公室主任吴米多为大家分享了党建工作先进经验和创新成果。

会上，党建专家以《努力实现基层党建创新 开启基层党建新模式》为题作专题报告。

活动期间，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，中国纺织工业联合会副会长、流通分会会长夏令敏为桐乡市濮院羊毛衫市场管理委员会、辽宁西柳服装商业管理集团有限公司、绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会、常熟服装城集团有限公司授予“党建引领·全国纺织服装专业市场党建工作创新示范单位”荣誉。

此外，与会人员共同参观了嘉兴红船以及濮院市民中心，在传承红色经典的同时，近距离感悟红色文化。TA



▲工信部、中国纺织领导和联合体单位共同见证了平台启用。
▲会议现场。

直面挑战与发展，为行业赋能！

2021 中国纺织行业两化融合大会召开

■ 本刊记者_吕杨

6月25日，“2021中国纺织行业两化融合大会暨纺织行业工业互联网平台赋能深度行（青岛站）”在山东青岛举行。

大会现场，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、原副会长许坤元、副会长夏令敏、原副会长杨纪朝、副秘书长兼外事办主任袁红萍等来自中国纺织的领导，工业和信息化部原副部长杨学山、消费品工业司一级巡视员曹学军等工信部的领导，以及青岛市人民政府副市长耿涛、青岛市工业和信息化局副局长冯伟，山东省纺织服装行业协会执行会长刘建国、江苏省纺织工业协会会长韩平、河南省纺织行业协会常务会长袁建龙、安徽省纺织行业协会执行会长叶梁等来自青岛市政府及各地方协会、产业集群的领导、嘉宾共400余人出席会议。中国纺织工业联合会副主任殷强主持上午的大会，中国纺织行业工业互联网联盟副秘书长王正光主持了下午的技术交流环节。

高屋建瓴，直面“挑战与发展”

耿涛指出，青岛当下正在举全市之力打造世界工业互联网之都，要激励依托纺织产业的产业基础，突出工业互联网的引领互动作用，支持中小企业上云，用平台打造一批传统产业的AI深度应用场景，推动企业开展机器换人、数字化车间、智能化工厂建设，加快实施全产业链工业互联网的改造，实现产业转型升级。

曹学军表示，纺织行业要顺应新一轮科技革命和产业变革大势，立足新发展阶段，紧跟高质量发展要求，以质量效益为中心，深化互联网、大数据、人工智能在行业的创新应用，培育发展新动能、打造发展新生态、加快纺织行业的数字化转型。

高勇提出，在建设纺织强国过程中，两化融合发挥了巨大的作用。进入“十四五”，纺织工业进入了建设纺织强国的新征程，要实现高质量发展，需推动加快纺织工业智能化建设。前不久发布的《纺织行业“十四五”发展纲要》，明确了“十四五”时期行业在整个国民经济中的定位，即：国民经济与社会发展的支柱产业、解决民生与美化生活的基础产业、国际合作与融合发展的优势产业；提出了2035年行业的远景目标，即2035年我国基本实现社会主义现代化国家时，我国纺织工业要成为世界纺织科技的主要驱动者、全球时尚的重要引领者、可持续发展的有力推进者。

他强调，“十四五”期间，除需要加快推广信息化智能化，还要提升广大中小企业尤其是产业集群中的中小微企业的两化融合水平，为全行业下一步提升自动化打下良好的基础。在这个新的历史时期，各方要共同推进行业深度调整和数字化转型，为推动行业的高质量发展做出应有的贡献。

两化深度融合，加快纺织业高质量发展

夏令敏表示，在错综复杂的国内外环境中，纺织行业创造国际化新优

势产业的地位进一步巩固，综合竞争力进一步增强。“十三五”期间，纺织行业持续推进两化深度融合，鼓励发展以新一代信息技术为核心的技术、应用与管理模式创新，取得了长足的进步，为行业发展提供了重要的技术支撑。首先，行业两化融合发展水平显著提升，数字化基础进一步夯实；其次，工业电子商务应用加速普及，网络化水平快速提升；第三，智能生产线、智能车间建设进程加快，智能化发展取得进展；第四，积极推进制造强国和网络强国建设，工业互联网蓬勃发展，面向纺织服装全行业提供数字化转型公共服务的行业级的工业互联网平台也正在建设当中；第五，互联网与纺织工业加速融合，新模式、新业态不断涌现；第六，企业上云用云步伐加快，大中小企业协同发展生态正在形成。

他强调，“十四五”时期，纺织行业必须抓住新一轮的产业变革机遇，加强统筹规划，突出创新驱动，大力推进以互联网、大数据、人工智能等为代表的新一代信息技术与纺织工业深度融合，推动行业向数据驱动、平台支撑、智能主导方向发展。为确保发展目标的实现和重点任务实施，纺织行业必须积极作为，为两化深度融合发展营造良好环境；推动交流合作与人才培养；努力改善中小企业融资环境；完善行业公共服务与知识产权保护，加快纺织行业数字化、网络化、智能化进程，不断推进产业高质量发展，铸就纺织行业新的辉煌。

杨学山指出，“两化融合”是抓制造业发展的根本。“十四五”期间，行业实现高质量发展要有新思路，要用系统的观点去分析问题，而要实现纺织工业高质量发展目标，就离不开两化融合与“机械化”、“自动化”、“智能化”三化并举。

工业互联网赋能，加强平台示范项目建设

本次大会上举行了“纺织行业工业互联网平台赋能深度行”活动启动仪式。袁红萍宣读了“纺织行业工业互联网平台示范项目”名单。

为了加速推进全国省级纺织服装大数据中心的建设，中国纺织服装大数据中心（江苏中心）和中国纺织服装大数据中心（河南中心）同期在会上揭牌。中纺网络信息技术有限公司与海尔集团下属公司云织工业互联网有限公司进行了战略合作伙伴签约仪式。

“纺织服装行业数字化转型解决方案应用推广公共服务平台”是中国纺织工业联合会承担的工信部创新发展工程项目，平台对纺织企业数字化水平进行科学全面的评估，并通过资源整合的方式为纺织企业提供具有针对性的解决方案。工信部与中国纺织的领导及联合体单位共同见证了平台的启用。

大会期间，北京航天智造科技发展有限公司总经理纪丰伟、舒普智能技术股份有限公司副总经理毛分忠、上海致景信息科技有限公司高级产品总监刘运春等多家业内企业带来了他们的经验分享。会后，与会代表参观了海尔工业智能研究院，实地了解了数字化、信息化如何改变人民的生活。TA

“纺织内循环进行时”系列报道之一

编者按：

当前，百年变局和世纪疫情交织叠加，全球不稳定性不确定性显著上升。“经济内循环”是应对当前国际国内形势的重要战略选择。智者不惑，勇者无惧。《纺织服装周刊》特推出“纺织内循环进行时”系列报道专栏，将邀请产业链中的纤维、面料、服装、家纺等上下游企业家及行业专家、经销商、设计师等，深入纺织服装产业链，分析“内循环”中的机遇与挑战，提炼行业发展新动向。

国潮，中国服装的未来缩影

本刊记者_董笑妍

“国潮”的兴起源于中国生产力提升后，国人逐渐加深的自我认同、对于国货品质的日趋自信，切中了“人民对于美好生活的向往”代表的新消费趋势。在我国“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进”的新发展格局下，正在形成“审美+消费+品牌+供应链+市场”的内部正循环。

品牌，新苗“生根”、老树“回春”

趁着这次“国潮”的势头，本土服装品牌打破了数十年来，国际大牌在“供应链+品牌营销+渠道”上全方位压制的优势格局。据百度发布的国潮搜索大数据显示，2021年，中国品牌和海外品牌的市场关注度分别为75%和25%，国货为“洋货”的3倍，在服饰领域，本土品牌关注度空前，品牌内涵得到全面升级。促使了契合新意识形态的新生代国潮品牌大量强势崛起，形成了品牌概念与消费者认同的深度绑定。诞生于2014年的“潮范儿中国风”品牌密扇，就是代表之一。品牌的两位年轻主理人借由时尚语言与商业逻辑，表达品牌对当下中国的理解，深得年轻人青睐，形成了由中国人自己独立研发款式、图案和面料，并以中国传统文化为灵感的时装品牌。

这类新兴国潮品牌的受众群体往往拥有强烈的独立审美，不会随波逐流，可以读懂品牌所传递的文化价值，忠诚度与稳定性较高。

乘上“国潮”东风的还有一类企业，它们成立已经有数十年，也有广泛的销售基础和扎实的产品功底，但在品牌势能的积累和品牌引爆方面有所欠缺，然而，这些“老品牌”一旦发现了焕新路径，就会“一遇风云便化龙”。

波司登就是一个突出的例子。波司登发力品牌势能，邀请国际顶级设计师设计联名款，登陆纽约、米兰时装周，做珠峰系列万元高端极地服装……一系列举措，最终又通过媒体引爆，使得大量线下店出现了顾客潮，2018年更是营收破百亿，2019年后，已经成为一个都市群体主动关注的国潮品牌。

后工业化时代，中国制造急需打造中国品牌，这是伴随着中国发展进程，一直悬在本土品牌头上的“达摩克利斯之剑”。未来的增量不再是倚靠“世界工厂”，而是真正的品牌价值，这次消费意识形态的转向，极大助推了我国家服装行业的内循环建设，推动了我国家本土品牌的强势崛起。

供应链，国潮是未来市场缩影

消费者愿意为国潮买单，一方面是国潮产品与中国文化的深度结合、时尚演绎，但同时也离不开产品品质的提升，这尤其体现在行业的研发能力和制造力的升级。

在国潮刚刚兴起之时，本土服装品牌凭借对传统文化的挖掘和对新消费趋势的把握，赢得了众多消费者的认可，国潮作为营销概念成为破圈的重要推手。但与此同时，市场上不乏一些生搬硬套的同质化产品，以及对传统文化的误读和滥用。

经过初期的消化，消费者对于国潮的审视不再流于表面，产品质量、创造性、精神内核成为新生代消费群体的国潮诉求。

此时，强大的中国制造再次彰显了中国智慧，更新、更好的国潮服装正在重塑消费者认知。因此，形神兼备成为了国潮品牌的必修课，回归产品、



服装业的强大供应链正在助力国潮崛起。

练好硬核内功，国潮的热度背后，实际上反映了中国消费结构正发生新一轮升级与变革，也记录了中国制造的嬗变。

曾经面向国际市场的供应链，正在带着数十年积累的前沿技术、市场敏锐、时尚解读、制造实力强势回流，加入内循环，助力国潮崛起。

中国服装品牌正向品质溢价型增长升级，并逐渐进入品牌生态型发展的全新阶段。

可以说，服装供应链是中国经济转型的一个缩影。中国如今拥有全世界最大的独立消费市场，并不断辐射海外，我们的商业模式已经从“Copy to China”走到“Copy from China”。

2020年之后，“内循环”的客观环境也决定了中国服装品牌无法跟随，只能创新。服装供应链在向内转移的过程中，也在迎接绝佳的历史机遇，我国成熟的产业链离庞大的消费端很近，不论反应速度、技术应用，还是产品迭代都先于其他国家，在可见的未来，优势巨大。

在一个行业展会上记者了解到，庞大的国潮品牌与国内供应链正在形成紧密的商业循环，国潮品牌 SOULGOODS 产品经理王晓嵬奔赴上海寻找供应商，“潮牌合作不是简单的来样加工，要在达成共识的基础上寻找供应商，这个共识就是对品牌文化的深入认知和深厚感情，潮流品牌并不只是一门生意，更是一种对文化的追求，只有思维同轨，未来的合作才能顺利。”随后数天，他找到了多位心仪的本土户外类和针织类供应商，他们的统一特征就是拥有现代化的成熟加工系统，能够迅速理解和满足客户需求。

国潮的崛起正在促使更加时尚化、敏锐而非粗放式的供应链的历练与养成，这也正是产业体系成熟的表现，有利于中国服装塑造多元化内循环。

此外，中国完善的工业化体系也在推动着产业链的迭代，在不同地区形成了不同的产业集群，例如大朗毛衫、虎门女装、盛泽丝绸等，每个产业带都有催生国潮品牌的土壤。

渠道，聚全国之力成势

对于国潮品牌而言，“内循环”创造了两个机遇窗口：一是在生产端，中国最优质的供应链回流，服务于国潮品牌；另一个就是在需求端，国潮品牌迎来内需红利，市场力推国货，进一步夯实品牌心智。

在政策引导之下，中国电商等新渠道也在通过增加新供给，拉动新国潮品牌的成长，激发内需，培育消费者的国货心智，扶持国潮品牌的成长。

阿里巴巴的“新国货计划2020”、京东的“新国品计划”、腾讯与人民日报数字传播的“人民·新国货”计划、拼多多的“新品牌计划”、小红书的“买手会”、快手的“国货发光”项目等，都在距离消费决策最近的一环，创造国潮品牌的增量，建立品牌发展的“近水楼台”。TA

擘画“十四五”齐鲁启新程

建党百年深入齐鲁纺织服装产业系列报道 4

做世界一流的
高性能纤维新材料供应商

访山东烟台泰和新材料股份有限公司党委书记、董事长宋西全

本刊记者_夏小云

走过30多载勇于创新、激情澎湃的岁月，山东烟台泰和新材料股份有限公司由最初单一的氨纶业务，发展成为横跨高性能纤维、特种纸、精细化工等多个产业领域的现代企业，成为国家创新型试点企业、国家高性能纤维材料研发生产基地，2008年6月在深交所上市。

30多年的发展历程中，泰和新材坚持党建引领，将党建工作与生产经营深度融合、协同发展，始终团结带领全体员工凝心聚力谋发展，加快推动企业的高质量可持续发展。泰和新材党委书记、董事长宋西全表示，今年是建党100周年，公司党委始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，把党建工作融入企业的各个环节，发挥党组织的“领航员”作用，党建工作已成为企业发展壮大的助推器。

匠心深耕，硕果累累

泰和新材诞生于上个世纪80年代那个激情燃烧的岁月，借着改革开放的东风，泰和新材抓住机遇创新发展，1989年，中国第一代氨纶长丝在烟台成功下线，填补了行业空白。2004年起，泰和新材研发出具有自主知识产权、达到国际先进水平的芳纶系列化产品，使中国跻身于世界少数几个芳纶生产国之列，改变了世界芳纶产业格局。

30多年来，泰和新材实现了氨纶从“引进消化”到“自主创新”，芳纶从掌握“一般技术”到“核心技术”的转变，建成了国内规模最大的高性能纤维研发生产基地，成功打造出具有国际竞争力的、国内最完整的、集芳纶原料、芳纶纤维和下游制成品于一体的芳纶产业链条。

自主创新，驱动发展

自主创新始终是泰和新材遵循的发展之道。泰和新材先后开发出抗菌、阻燃等差别化氨纶产品，提高国产氨纶在高端应用领域的核心竞争力；开发出高强度、高模型、原液着色等高性能芳纶产品，实现了国产芳纶从工业过滤、摩擦密封等低端领域向安全防护、现代交通等高端领域发展的转变。

随着技术进步和产品竞争的国际化，仅仅掌握通用氨纶、芳纶产品技术还远远不够，为更快推进技术研发速度，泰和新材把技术创新摆在企业发展的核心位置，培养、构建了一支拥有国务院特殊津贴专家、泰山产业领军人才为带头人高性能纤维材料研发团队，先后完成了国家芳纶工程技术研究中心、国家认定企业技术中心、山东省重点实验室、博士后科研工作站等省级以上创新平台建设，形成了集研发、试制、生产、检测、应用于一体的全方位、开放式的创新模式。泰和新材牵头并参与氨纶、芳纶相关国家和行业标准70余项，用标准化引领行业技术创新，推动中国高性能纤维产业与国际接轨，提高国际话语权和国际竞争力。

关于泰和新材未来发展的布局，宋西全表示，未来，泰和新材将紧跟绿色、环保、舒适、安全、时尚、智能化等行业新趋势，以突破新材料领域“卡脖子”产品为重点，不断研发出具有功能性、安全性的环保新材料，围绕智能纤维、5G通讯、绿色发展、安全防护、碳中和等产业热点开拓新业务，开发新产品，创造新利润增长点，成为中国新材料行业的趋势引领者。



泰和新材积极开拓新业务、开发新产品。图为宋西全（左二）在展会中与客户交流。

逐梦“十四五”，党建引领显力量

今年是中国共产党建党100年，是“十四五”开局、全面建设社会主义现代化国家新征程开启之年。

“面对‘十四五’这一新的发展征程，泰和新材将进一步提升自身的核心竞争优势，聚焦高性能纤维主业发展，围绕存量业务提升、增量业务拓展、产业链条延伸三个方面，做强做大存量业务，做新做优增量业务，形成存量带动增量、增量反哺存量的多元化发展格局，巩固行业龙头地位。”宋西全表示，泰和新材将坚持“人才引领创新、创新驱动发展”的经营战略，构建新的竞争优势和发展格局，成为先进高分子材料行业领导者。

围绕建党百年，泰和新材坚持发展高质量党建，开展了一系列活动。学党史、观影片、读红书，畅谈党的百年历史，重温入党誓词，牢记党员初心使命；“七一·我想对党说”，感悟历史，初心向党，表达党的忠诚和无限热爱；红色教育基地现场教学、党风廉政党课宣讲，坚定信心用奋斗书写美丽华章。通过各项活动的组织开展，泰和新材提升了党员干部的责任感、荣誉感、使命感，进一步增强了党组织的凝聚力和战斗力。

泰和新材党委坚持党要管党、全面从严治党，牢固树立和自觉树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，坚决维护党中央权威和集中统一领导，严格遵守党的政治纪律和政治规矩，以党的建设为统领推进全面从严治党。公司严格落实党委会议前置研究程序，围绕投融资、资本运营、深化改革、人事任免等“三重一大”事项进行前置研究，确保党委与股东会、董事会、经理层等治理主体的议事权责边界清晰、议事程序运行顺畅。

泰和新材党委创新工作方法，力求党建与生产经营主业深度融合。为发挥党支部的战斗堡垒作用和党支部的先锋模范带头作用，围绕生产经营工作，党支部积极开展“书记突破项目”。项目以支部书记为头雁，积极作为、攻坚克难，解决生产经营管理工作中的短板弱项问题，带领广大党员职工将党支部覆盖的多部门、多领域的工作绩效与支部党建绩效相融合，攻坚克难，为解决行业技术难题做出贡献。推动行业高质量发展，使中国化纤行业在国际上的竞争力不断增强，泰和新材正以实际行动为中国共产党建党100年献礼。TA



会议现场。

探索智能化改造提升新路径，兰溪成焦点！

智能制造进园区·兰溪站暨 2021 中国纺织工业智能制造现场会举行

■ 本刊记者_袁春妹 墨影

智造不止高大上，也有润物细无声的轻量化推进，且能带给行业占比巨大的中小企业更好的转型升级思路。当下热度极高的兰溪“4+X”模式由此成为行业焦点。

7月7日，智能制造进园区·兰溪站暨2021中国纺织工业智能制造现场会在浙江兰溪召开。会议以线上+线下形式同步进行，线上累计参会者近18万人次。据悉，“智能制造进园区”兰溪站活动自2021年3月启动，来自工信部智能制造专家咨询委员会、智能制造系统解决方案供应商联盟及纺织行业分盟等的44名专家，对兰溪市15家纺织企业进行了现场诊断。

中国工程院院士、国家制造强国建设战略咨询委员会主任周济，工业和信息化部装备工业一司副司长汪宏，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、副会长李陵申，中国工程院院士、东华大学校长俞建勇，中国工程院院士、浙江理工大学校长陈文兴，浙江省人民政府副省长卢山，浙江省智能制造专家委员会主任毛光烈，金华市委副书记、市长邢志宏，中共兰溪市委书记陈峰齐，以及来自工信部相关司局、中国纺联各行业协会、浙江省经信厅、科技厅和金华市、兰溪市相关部门领导，纺织行业相关高校、制造企业、供应商代表等出席会议。

本次现场会由国家制造强国建设战略咨询委员会指导，智能制造系统解决方案供应商联盟、中国纺织工业联合会、浙江省智能制造专家委员会主办，兰溪市人民政府、中国纺织机械协会、中国棉纺织行业协会、浙江理工大学承办，赛特环球机械（青岛）有限公司、恒天重工股份有限公司、必佳乐集团协办。会上还举行了棉织智能制造转型促进中心和纺织服装大数据中心（兰溪数据中心）揭牌仪式。

展望“十四五”，为未来发展定调

“十三五”以来，工信部通过智能制造试点示范、标准体系建设、系统解决方案供应商培育等多方举措，使智能制造取得长足进步。汪宏在致辞中表示，“十四五”乃至更长一段时间，我们仍将坚持智能制造这一主攻方向不动摇：一是通过加强关键核心技术攻关，加速系统集成技术开发，推进创新型网络建设，进一步加快智能制造系统创新。二是通过建设智能

制造示范工厂，推进中小企业数字化转型，拓展智能制造行业应用，促进区域智能制造发展，不断深化智能制造应用推广。三是通过大力发展智能制造装备，研发工业软件产品，打造系统解决方案，进一步提升智能制造供给支撑能力。四是通过深入推进标准化工作，强化人才培养，完善信息基础设施，加强安全保障，不断夯实智能制造发展基础。

高勇表示，“十三五”期间，纺织工业智能化及装备技术水平取得明显进展，化纤、纺纱、印染、服装、家纺等智能化生产线建设取得明显成效，然而，织造的自动化生产目前尚未全线打通，存在难点、堵点。随着兰溪经验的出现，织造智能化车间建设取得令人惊喜的进步，过去几年，以机织面料为主的兰溪纺织业进行了积极探索，其轻量化改造、通用型、可持续、可复制、易推广的经验，为纺织工业智能化改造提升提供了一个好的路径和实践经验，值得学习推广。

高勇指出，“十四五”期间，我们要建设高质量的纺织制造体系：推进产业基础高级化、提升产业链现代化、推进制造能力高端化。而在纺织智能制造方面，要从两个方面实施：一是新增产能、新上项目应该全面推广纺织智能化示范生产线；二是现存的约50%拥有数控装置的工艺装备要应用兰溪经验，实施数字化、信息化、网络化改造升级，让智能制造走入寻常百姓家，在全行业开花。

高勇特别提到，针对产业集群，量大面广的中小纺织

需要借助外力实施智能制造，培养面向中小企业智能制造系统解决方案的供应商和产业金融服务机构，创新面对中小企业的合作和服务模式，助力中小企业智能化改造。同时搭建公共服务平台，让智能制造供应商主动对接产业集群及企业，通过咨询诊断、供需对接等方式，树立行业标杆企业，并推广成熟可复制的系统解决方案，围绕集群的产业特色，打造纺织智能制造的产业生态。

卢山介绍了浙江省的纺织产业现状，并对持续的智造推进提出希望。浙江工业围绕“打造世界先进制造基地”的目标，确定了高端化、数字化和绿色化发展方向。智能制造将重构技术、产品、企业、产业、产业链，甚至产业生态，未来的发展模式将以“产业大脑+未来工厂”为标志，智能制造助力加速实现这一模式。卢山表示，未来的生态建立将面临很多问题和难题，他期待能够在“点”上以企业，在“线”上以纺织行业，在“面”上以兰溪、金华、浙江先行，为整个行业的智能制造探索一些经验。

探索纺织行业数字化的“兰溪路径”

周济在主题报告中指出，传统制造业优化升级是建设制造强国的重要任务之一，而创新是我国传统产业优化升级的根本动力。未来要以智能制造为主攻方向，从智能产品、智能生产、智能集成制造系统入手，建设以智能服务为核心的制造业新模式新业态，推动制造业全面创新升级。

周济提出五点建议：一、凝聚共识，坚定创新发展制造业的决心和信心；二、加强战略谋划，统筹推进传统制造业创新升级工程；三、以智能制造为主攻方向，开展新一轮大规模技术改造；四、坚持以企业为主体，推动企业做优做强，发展先进制造业产业集群；五、加强传统制造业科技创新。

浙江省智能制造专家委员会副主任徐纪平表示，智能制造系统解决方案供应商联盟、中国纺织机械协会共同推动了此次活动的进行，进一步将全国智能制造优势资源、经验、成功案例引入兰溪。未来兰溪将在企业扩面上花力气；在深度应用数据上下工夫，不断增加应用场景，实现数据价值最大化；基于数据驱动，大力推进设备自动化，推进车间“少人化”以应对一线工人“招工难”；着力以点带面，扩大云平台的服务面，打造行业领先的工业互联网平台；坚持以人为本，加强数智化员工队伍建设，持续推进兰溪智造。

陈峰齐指出，制造业是兰溪最实的家底，数字化是当前最大的风口。兰溪以数字经济“一号工程”和数字化改革为引领，在全国率先开展“纺织行业智能制造示范市”创建，形成了适合纺织中小企业数字化改造的“4+X”模式，推出了“8+3”应用场景，取得了试点企业效益平均提高12.3%的良好效果，探索出了纺织行业数字化的“兰溪路径”。

找准方向，解决企业智改痛点

俞建勇表示，我国纺织行业数字化已经处于较高水平，网络化升级正全面铺开，智能化发展也已起步。就数字化，他对化纤数字化控制产线、纺纱数字化控制产线、纺织大数据平台、数字孪生技术等进行了介绍。

在纺织智能制造展望中，他表示行业将呈现两大趋势：趋势一是自主智能纺织制造系统。包括大数据自主感知与分析、装备决策控制、群体智



兰溪的智改探索走出了自己的特色，也给行业带来了新的智造模式。

能协同优化、微服务协作网状结构进行持续推进。趋势二是全产业链融合智能生态。他表示，全产业链融合智能生态将成为必然，同时面向集群模式的分布式云协同工业互联网、多集群协同发展体系、全产业链协同制造系统、基于区块链的生态链互信机制、网络化协同快速响应服务体系等都将逐步建立。

陈文兴指出，数字化转型是提升产业的有效途径。浙江纺织行业数字化改造体现出了几大特点：一、领导重视，政府引导，组织专业班子指导实施；二、解决痛点，不求全面，自动化与信息化相辅相成；三、专业团队，落户当地，提高精准服务能力；四、宣讲培训，打消顾虑，数字化转型全周期跟踪；五、以点带面，分段实施，实施成效看得见。

中国纺织工业联合会信息化部主任翟燕翔就“纺织行业两化融合发展数据地图”进行了解析。据悉，到2020年该项目累计对8600多家纺织企业进行了数据调查，其中，民营企业占比达82%，中小微企业占比达92.2%。

“十三五”期间，纺织行业两化融合发展水平实现了15.9%的提升，基础夯实、单项业务融合应用、数据集成互联、业务协同创新等方面的指标水平均实现10%—30%的跃升。从生产设备的数字化、网络化情况看，2020年，纺织行业生产设备的数字化率达到了52.1%，数字化设备的联网率达到45.3%，均高于全国平均水平；从关键环节的数字化水平来

看，到2020年，纺织行业数字化研发工具普及率达到70.3%，关键工序数控化率达到49.7%，但比全国平均水平都略低；从工业软件应用情况看，近年来ERP、MES在纺织行业的普及程度稳步提升，主要用于企业经营管理的ERP软件普及率达到62.6%，主要用于车间制造执行的MES软件普及率达到24.5%；从企业业务上云情况来看，2020年纺织企业应用工业云平台的比率达到50%，总体应用率高于制造业整体水平；从新模式、新业态创新应用情况来看，纺织服装行业面向B端、C端，互联网等渗透率高，是催生新模式、新业态较多的行业；从智能制造就绪率情况来看，纺织行业智能制造基础不断夯实，智能产线、智能车间建设进程加快，预计到2025年，纺织行业两化融合评估指数将超60。

联动上下游，探索兰溪智改新模式

浙江鑫海纺织有限公司董事长邱海斌在会上分享到，鑫海在浙江省智能制造专家组的指导下，遵循4+X的模式，设备基本联网，完成了所有生产数据的采集，实现了各系统间互联互通。企业安装了管理看板和手机APP系统，实现可视化、无纸化管理。在个性智改项目方面，鑫海完成了ERP、MES、能源管理系统、智能验布系统等的开发应用。其中，企业重点推进了ERP系统升级，大数据看板，能源管理系统，以及智能验布系统的升级。

赛特环球机械（青岛）有限公司营销总监陈涛表示，环球智工厂以提升客户体验为中心，以数字化为手段、全方位创新，打造引领行业先锋的数字化工厂。位于兰溪的浙江万舟数字化工厂的建设就是环球智工厂的落地实践代表作。万舟数字化工厂以智物流为载体、信息数字流为导向、现金流为根本的管理主线，实现管理智能化为基本目标，进一步推进了数字化流程再造。

恒天重工股份有限公司织造工程事业部副总经理韩爱国在发言中提到，GA系列高效数字化浆纱机有着成熟高效的经纱上浆工艺流程，多种工艺组合能够满足不同客户需求。兰溪是恒天重工最重要的浆纱机市场，目前已有100多台设备在使用。接下来，恒天重工仍将为兰溪乃至全行业浆纱车间数字化提供优质系统解决方案。

浙江天衡信息技术有限公司总经理陈炜在报告中指出，在兰溪信息化改造工作的前两批试点中，走访了55家棉纺织企业，提供了22个解决方案，天衡共承建了12家企业的改造工作，同时，兰溪棉纺织工业互联网平台建设也已初步完成，处于推广阶段。

此外，阿里巴巴集团副总裁、阿里云研究院院长肖利华、必佳乐集团中国区服务总监Kris Coopman、中国移动浙江分公司5G行业总监孙宇豪等也做了分享。TA

18万

会议以线上+线下形式同步进行，线上累计参会者近18万人次。



中国轻纺城东市场在高质量发展方面走在前列、干在实处，朝着时尚化、智慧化、高端化稳步发展。

纺城“三服务”2.0版 之市场行

东市场： 时尚跃升、智慧赋能， 30年转型升级启新程

本刊记者_王利 文/摄

1991年，绍兴轻纺市场启动一期扩建，自此成为国内规模最大的现代化轻纺产品专业批发市场，其中包括东交易区。1992年1月，东交易区开业，同年6月，绍兴轻纺市场正式更名为“中国轻纺城”，成为全国首个被冠名“中国”的专业市场。春华秋实三十载，中国轻纺城东市场一步一个坚实的脚印，镌刻着纺城政企同心、不懈奋斗的痕迹，记录着市场创新跃升、不断转型的历程，见证着中国轻纺城乘风破浪、走向世界的辉煌。

在时代的浪潮中，中国轻纺城东市场“一张蓝图绘到底，一任接着任一任干”，在高质量发展方面走在前列、干在实处，朝着时尚化、智慧化、高端化稳步发展。目前，东市场是轻纺城“数字市场”建设的试点示范市场，在智慧服务、智慧应用、经营户数字化转型等方面成果显著，推动市场交易持续兴旺、招商降本持续繁荣。

浙江中国轻纺城集团股份有限公司东市场分公司负责人孟伟东表示，东市场营商环境良好、智慧应用一流、时尚氛围浓郁，是全国各地纺织追梦人创新创业的热土。站在开业三十年的新起点，东市场将围绕轻纺城集团“5+2”工作思路，

聚力“五化”提升，从市场主体培育、数字经济赋能、服务水平提升等方面继续努力，进一步释放出市场发展的灵性与动能。

市场主体活力十足 大众创新成为常态

经营户作为市场主体是中国轻纺城经营活动的主要参与者，纺织技术进步的主要推动者，时尚化转型和可持续发展的践行者，在市场发展中发挥着重要作用。中国轻纺城东市场一直以来注重激发市场主体的活力，通过引导提升经营户自主创新能力，增强市场的新发展动能。漫步东市场一楼，可以发现每家企业都有各自的特色，大众创新成为一种常态。

从一家个体经营户到具有较强研发创新能力的开发型企业，扎根东市场多年的太泰纺织，在市场氛围的引导下不断转型升级。近年来，随着大健康和环保意识的不断提升，公司瞄准市场需求，开发出两大系列主营产品，一是可降解的天然纤维面料，如：天丝、醋酸、竹纤维面料及混纺面料；二是亲肤舒适的新型化纤面料，如：仿麻、仿真丝、仿醋酸

等产品。并从色彩、提花等方面进行创新，迎合年轻消费者的时尚化、个性化、舒适化需求。

在东市场一楼黄金地段，一米纺织宽敞的展厅内，整齐地排列着各类清新简约、时尚新颖的连衣裙、风衣面料等春夏秋季女装面料，以及上百件风格各异、版型精致的样衣。据了解，一米纺织拥有一支专业研发团队，每个月都会根据当下流行趋势推出适量新款，以创意和设计为下游服装设计师提供灵感，让公司成为时尚面料的前沿引领者。

在东市场，如太泰纺织、一米纺织这样注重原创设计和产品创新的企业比比皆是，正是这些“小而美”的企业，凝聚起浓郁的时尚创意氛围、构筑了大众创新的良性竞争，推动市场不断转型升级。从廉价跑量到大力投入科技研发，从普通面料到各大秀场的时尚宠儿，活力十足的经营户，推动着东市场与时俱进、蝶变新生，告别传统“微利时代”，成为中国轻纺城时尚发展“风向标”。

拥抱数字赋能机遇 抢抓行业发展先机

近年来，柯桥纺织与数字经济深度融合，通过消除信息不对称，产业链上下游的协同性与耦合性得到提升，供给需求及时匹配，生产要素实现优化配置与高效循环。东市场就是数字化转型的先行者，目前该市场1200余家经营户中，有1100余家已开通网上商铺，许多经营户积极参与线上直播，抢抓线上线下“双渠道”商机。

去年疫情期间，东市场是柯桥最早一批打造直播厅的市场，在困境中寻找破局之道，让

纺城时尚面料在云端绽放。今年轻纺城集团投入了大量资金改造东市场直播厅设备设施，目前东市场直播厅已拥有企业级直播设备，升级为纺织市场上为数不多的专业级直播厅，并且全部免费提供给有直播需求的纺城商户。

提到线上发展，太泰纺织总经理曾琪翔深有感悟，她告诉记者，经常会有客户通过网上商铺了解到公司信息和主营产品，从而慕名到东市场的门店进行深入洽谈，尤其是参与了直播的企业，更是取得明显成效。“前段时间参与东市场和全球纺织网组织的直播后，有个山东客户专门开车来到我们门店，对直播中介绍的醋酸面料非常感兴趣，后续有很大的合作机会。”曾琪翔说道。

在东市场，积极拥抱数字化转型的企业不在少数，绍兴豪仕纺织品有限公司也是积极开通网上商铺和参与直播的优秀代表之一。该公司主营毛、棉、黏胶、涤、锦等系列中高档面料，适用于风衣、外套、套装、裙装、休闲裤等。产品主要结合日、韩、欧美之时尚，从纱线到成品由专业人士研发、生产，各项指标均达国家标准，将快时尚和高质量相结合，注重品牌化、智慧化经营。

东市场活跃的市场氛围，潜移默化地提升了经营户对新事物的接受能力。对于整个市场而言，数字经济时代，各种新思想、新观念、新技术的传播，将形成知识的溢出效应，引导经营户解放思想，以适应迅速变化的市场需求，抢抓行业发展先机。

服务水平不断提升 营商环境持续优化

良好的服务水平和营商环境是一个市场留

住经营户的重要因素。在东市场，有的经营户从市场成立起便扎根于此、共同成长，有的经营户从公司成立起就坚守此地、不断壮大。为引导经营户尝试“楼下店铺+楼上展厅”的新型营销模式，东市场分公司整合东市场与联合市场资源优势协同发展，联合市场三、四楼推出“精品服装面料展示洽谈专区”，满足经营户的多元化需求。

在记者走访过程中，所有经营户对于东市场的服务水平和营商环境均给予一致好评，希望未来继续与东市场携手前行，赢得更大发展。可蝶纺织从2014年成立，一直在东市场一楼从事经营活动，自“精品服装面料展示洽谈专区”推出后，果断尝试“楼下店铺+楼上展厅”的新型营销模式，公司的品牌形象、新品展示空间、商贸洽谈环境得以进一步提升改善。

可蝶纺织总经理刘飞认为，东市场分公司人性化的服务、市场创新发展的氛围是企业不断进步的坚实后盾。作为一家以快时尚快反应为特色的原创开发型企业，可蝶纺织经营的毛呢面料始终走在流行趋势前沿，常年备有现货，在全国各地一二线城市拥有许多二批商、服装品牌等稳定客户。

今年以来，围绕“5+2”工作思路，东市场分公司按照“安全有序、服务提升、管理高效、效益优先”基本目标和轻纺城集团岗位目标责任制之新标准、新要求，进一步深化“一个平台，两个抓手”的管理模式，以“客户服务中心”为一站式服务平台，以“经营户诚信文明积分管理”为对外管理抓手，以“管理人员督查考核和绩效考核”为对内管理抓手，最大限度提升市场服务能力，为经营户提供一片良好的创新创业沃土，全力推动新时期“国际纺织之都”建设。TA

浙江中国轻纺城集团股份有限公司东市场分公司负责人孟伟东： 从细节入手，经营户之事无大小

广告更新、物业上门服务、休息区改造、直播大厅升级、应急照明和消防软管维修……自孟伟东分管中国轻纺城东市场以来，从细节入手，一件件看似无关紧要的小事，却推动了市场整体形象和营商环境的大幅提升，得到经营户的广泛认可。孟伟东常说，经营户之事无大小，要从经营户的难点痛点着手，切实做好每一件小事，支撑起市场繁荣稳定的大局。

为更好地服务经营户，今年上半年孟伟东一方面优化“客户服务中心”职能，将“最多跑一次”与“一站式上门服务”相结合，另一方面调动分公司工作人员服务的积极性、主动性和责任感，系统性地对分公司岗位责任制考核办法重新进行修改完善，创造性提出“三纵三横”新考核方法，有效提升服务水平，优化营商环境。同时，修订“经营户诚信文明积分管理”制度，进一步提升经营户素质。

孟伟东表示，作为今年“五化”提升行动的试点市场，东市场将继续坚持以人为本的发展思想，努力构建“便利化、智慧化、人性化、特色化、规范化”为一体的市场服务新体系。同时，配合轻纺城“数字市场”建设，积极创新智慧服务模式，引导经营户数字化转型，奋楫扬帆奔向下一个辉煌30年。（王利）



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。

聚焦
FOCUS

线上线下成交额超 1000 亿元， 中国轻纺城上半年交出漂亮“成绩单”！

■ 本刊记者_ 郭莹颖 文 / 摄

近日，2021年中国轻纺城上半年的“中考”成绩出炉。记者从中国轻纺城建管委了解到，中国轻纺城面料市场上半年成交额实现862.63亿元，同比增长38.04%，网上轻纺城实现成交额350.23亿元，同比增长41.23%，线上线下交出漂亮“成绩单”！

2021年是十四五规划的开局之年，也是全面推进中国轻纺城市场转型升级、加快实现新一轮发展的突破之年。今年以来，中国轻纺城聚焦市场与产业、城市联动发展，聚焦五大市场区协同发展，积极落实产业扶持、业态培育、人才保障、管理服务政策，细化轻纺城在时尚创意、电子商务、会展经济、现代物流等方面的举措，推动轻纺城不断向智慧化、国际化、时尚化发展。

在双向开放方面，为了更好地融入国内国际“双循环”，中国轻纺城全力推动“月月有会展、天天秀时尚”，持续深化“丝路柯桥·布满全球”行动。今年上半年，除了高标准高水平办好2021绍兴柯桥春季纺博会、2021第九届柯桥时尚周，同时还推进了“专业展会”与“专业市场”互动融合，举办了2021第八届绍兴柯桥窗帘布艺展，全方位搭建纺织贸易交流平台。此外，轻纺城通过常态化举办流行趋势发布会、创新论坛等活动，做专做好中国·柯桥纺织指数、时尚指数，全力打造国际纺织时尚发布中心。

值得一提的是，今年以来，中国轻纺城市场采购贸易方式试点成绩亮眼。截至6月19日，中国轻纺城市场采购贸易出口结关货值超7亿美元大关，市场采购出口集聚效应明显，“买柯桥、卖全球”的出口商品贸易格局初步形成。

在完善市场功能方面，中国轻纺城通过完善市场服务体系，深化“最多跑一次”改革进市场，完善市场智慧体系，积极推动轻纺城实体市场与“网上轻纺城”线上平台深度互动、融合，深入推进轻纺城



智慧综合治理中心建设；完善市场物流体系，加快推进轻纺城数字物流港规划建设，着力打造集信息交互、现代仓储、联托运、配套服务等功能于一体的国际物流仓储基地。

在做强时尚产业方面，中国轻纺城着力提高“时尚策源地”话语权。近日，绍兴市柯桥区创意设计人才经纬计划（第三批）评选结果出炉，12名高端设计人才入选，为新时期“国际纺织之都”建设提供智力支撑。此外，“柯桥优选”品牌推进计划在今年时尚周期间正式启动，不断推动轻纺城区域品牌、高端品牌及特色品牌发展壮大。

今年是中国共产党成立100周年，中国轻纺城组织开展各种形式的主题系列活动，紧扣忠实践行“八八战略”、奋力打造“重要窗口”主题主线，对标“四个率先”，扛起“领跑竞跑”的使命担当，以奋进者姿态全面开启中国轻纺城高质量发展新征程，努力把新时期“国际纺织之都”建设得更加美好。TA

抓住数字经济新机遇，探索软装行业发展新模式

2021中国轻纺城时尚布艺网红流量新思维论坛召开

为推动窗帘布艺行业转型升级，提升柯桥企业品牌影响力，6月25日，由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办的时尚布艺网红流量新思维论坛在柯桥举办。论坛邀请行业精英、网红大咖分享窗帘布艺行业短视频运营与电商直播经验，共同探讨行业未来发展趋势。据悉，此次论坛采用线下+线上同步进行、现场+网络实时互动的形式，利用网络直播突破空间限制，扩大活动传播范围。

论坛现场，中国轻纺城窗帘布艺协会秘书长赵君会作了“时尚布艺网红流量新思维”的主题报告，他表示，网红作为自媒体时代不可取代的现象级产物，其带来的经济效益逐渐渗透到各类消费领域，窗帘布艺行业要抓住数字化、网络化、智能化发展的新机遇，大胆探索新技术、新业态、新模式，着眼未来探寻新的增长动能和发展路径。

与会嘉宾们围绕网红经济新形式与传统窗帘布艺行业转型升级等主题分别作了精彩演讲。流量媒体冲击着窗帘布艺行业传统的运作方式，如何适应新时期发展特色通过流量为实体经济赋能、在窗帘布艺行业的红海中找到对应的蓝海市场是目前亟待解决的问题。嘉宾们认为，窗帘布艺行业面临实体经济下滑、客流量减少、跨行竞争激烈等困境，在这个万物互联的时代，能不能抓住流量的机遇，决定着未来

行业发展版图。传统窗帘企业要向新领域转型，要改变开拓市场的方式及传统思维模式，不断学习提高设计与运营能力，从单一产品加工销售向渠道升级转型。

在网红达人分享会上，品牌渠道专家、企业管理导师、短视频运营达人等行业精英们从不同视角分享对区域流量、产品营销、短视频运营、IP打造、渠道拓宽等内容的看法。窗帘布艺品牌、门店要与时俱进拓宽视野，利用电商直播、短视频等新媒体平台拓宽销售渠道，打造个人IP，进行优质内容创作及持续性内容输出，为实体门店引流，为窗帘墙布产品赋能，进而促进整个窗帘布艺行业转型升级。

活动现场还举行了中国轻纺城窗帘布艺协会副会长单位授牌仪式、中国轻纺城窗帘布艺协会网红达人俱乐部成立仪式及授牌仪式，在窗帘布艺协会带动下整合碎片化个体传播、汇聚各自的流量，用更高的效率、更专业的团队，在更大的范围去进行更深刻的更有效的合作，整合行业资源、创新发展机制、促进全行业渠道改革，以更好地解决过剩供应链问题，从而拉动新的消费增长点，建设窗帘布艺行业生态链、加速整个行业的转型升级，为中国轻纺城走高质量发展之路、打造新时期国际纺织之都添砖加瓦。(缪智芬) TA

唱响红色经典，献礼建党百年

中国轻纺城集团举行庆祝中国共产党成立100周年红歌大合唱活动

穿过历史浩瀚烟云，回望百年风雨征程，用歌声唱响红色经典，用音乐庆祝建党百年华诞。6月30日，浙江中国轻纺城集团股份有限公司举行庆祝中国共产党成立100周年红歌大合唱活动。轻纺城集团本部及下属各分子公司等十支队伍参加此次演出，重温百年征程，感悟初心力量，不忘时代使命，共创美好未来。

“五星红旗迎风飘扬，胜利歌声多么响亮，歌唱我们亲爱的祖国，从今走向繁荣富强……”在激昂昂扬、铿锵有力的歌声中，红歌大合唱活动拉开序幕。《爱我中华》、《红旗飘飘》、《我和我的祖国》……一首首红色经典歌曲将现场气氛一次次推向高潮，嘹亮的歌声唤起中华儿女对祖国的深厚感情，熟悉的旋律奏响中华民族伟大复兴的华章。在“七一”到来之际，纺城人用歌声抒发对党的深厚感情、表达对党的美好祝愿和永远跟党走的坚定信念。

据悉，本次红歌大合唱活动作为集团党史学习教育的重要内容，在建党百年这一重大时刻，讴歌中国共产党百年辉煌征程，重温中国共产党百年奋斗历程，追寻红色记忆、传承红色基因、发扬红色精神。在“两个一百年”奋斗目标的关键节点和“十四五”规划的开局之年，轻纺城集团



全体成员在党的精神引领下将以饱满的热情、昂扬的斗志投入到纺织事业当中，为轻纺城的高质量发展贡献力量，为“领跑竞跑”注入纺城动能。(缪智芬 文 / 摄)



献礼建党100周年 《中国轻纺城发展口述史》出版

近日，由浙江工业大学之江学院、绍兴市布商研究中心主办，中国轻纺城建管委等单位协办的《中国轻纺城发展口述史》新书首发暨专题座谈会，在浙江工业大学之江学院举行。轻纺城口述史的访谈对象代表、图书获赠单位代表、编委会全体成员百余人出席会议。发布会还举行了图书捐赠仪式。

《中国轻纺城发展口述史》由浙江工业大学之江学院、绍兴市布商研究中心负责人郑雅萍主编，访谈了100位与轻纺城发展有关的典型人物，采取口述史的方法，以普通人的视角生动反映中国轻纺城的发展轨迹、体制改革、经济贸易、科技创新、时尚设计、文化创意、管理服务等内容，全方位展示中国轻纺城改革发展历程，深度解码中国轻纺城的成功逻辑，以此书献礼中国共产党成立100周年，具有深远意义。

在座谈研讨中，与会代表一致认为，《中国轻纺城发展口述史》的出版，与当下深入学习党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史相契合，意境深远、意义特别。作为一部特别的“史”志、“市”史，《中国轻纺城发展口述史》以“讲故事”的访谈形式，真实记录与中国轻纺城建设、发展、转型有重要关联的决策者、管理者、服务者等的奋斗经历及心路历程，通过对轻纺城风雨几十年的多维再现，留下一段真切而难忘的“同期声”。(郭莹颖 文 / 摄)

提高消防救援能力 共筑安全市场环境

中国轻纺城集团举行2021年度应急疏散逃生与灭火演练活动

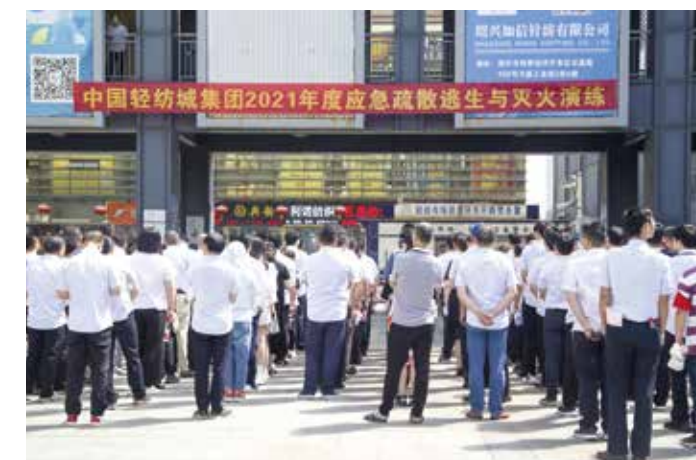
为进一步增强消防安全意识，提高火灾事故的应急处理能力，浙江中国轻纺城集团股份有限公司以“安全生产月”为契机，围绕“落实安全责任，推动安全发展”主题，于6月24日开展应急疏散逃生与灭火演练活动。此次活动由集团本部、各市场、物流公司等派出代表，近400人参加。

活动现场用烟雾弹模拟市场内发生火灾的紧急情况，现场管理人员发出火情警报信号后，在疏散引导员的引导下，室内人员用毛巾紧紧捂住口鼻快速有序从应急出口安全撤离。轻纺城市场专职消防队第一时间赶赴火灾现场实施救援与灭火，并用担架将受伤人员抬到疏散集结地。同时，柯桥区消防队派出登高车高空救援被困人员。

应急疏散逃生活动后，市场专职消防人员现场讲解、示范灭火器使用方法，并指导参与演练的人员使用灭火器实施灭火。据了解，此次活动联合柯桥区消防队、轻纺城派出所、轻纺城交警中队等多部门共同行动，旨在通过模拟消防演练提高市场对各类突发事件的协调配合能力、应急救援能力，努力为广大经营户营造安全的营商环境。

活动相关负责人表示，近年来，中国轻纺城十分重视市场消防安全，通过配备消防车、机动巡逻车、微型消防站等硬件设备做好消防基础设施建设，并将消防救援队伍建设、消防知识宣传教育、消防追责制度实行等内容纳入常态化工作中，提高各单位防控意识及应急救援能力，共同建设平安纺城。

(缪智芬 文 / 摄)





从一个镇到时尚全球 发出中国纺织好声音

2021 盛泽时尚周暨第九届江苏（盛泽）纺织品博览会云展会举行

本刊记者_刘嘉 通讯员_范明娟

从一滴油、一根丝，到一块布、一个品牌，从一个小镇到时尚全球，盛泽以“时尚周”和“云展会”为形式，集成了纺织服装业的内涵价值链，向全球发出了时尚强音。

6月16—19日的盛泽，大咖云集，群星璀璨，重量级设计大师、时尚界人士齐聚于此。

为期5天的2021盛泽时尚周暨第九届江苏（盛泽）纺织品博览会云展会集结“秀、展、赛、会、商”，从线下到线上，以23场时尚发布秀、4场时尚云直播、2场时尚赛事、4场行业论坛、1场云展会，展示了盛泽纺织产业与本土品牌在流行趋势、技术创新、产业对接、国际贸易等领域多点开花的“最美窗口”。

权威加持 集成纺织服装全价值链

在16日举行的开幕式上，嘉宾云集，国际纺织制造商联合会主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中国纺联副会长徐迎新，中国工程院院士、四川大学教授王玉忠，中国纺织信息中心主任乔艳津，中国纺织工程学会理事长伏广伟，国家纺织产品开发中心主任李斌红，中国纺联社会责任办公室主任阎岩，中国服装协会常务副会长杨金纯，中国服装设计师协会专职副主席杨健，北京《瑞丽》杂志社有限公司董事长陈业进，江苏省纺织工业协会会长韩平，江苏省服装协会会长郁冰，上海时尚产业发展中心理事长邵峰，东华大学副校长陈南梁，江西服装学院副校长易城，意大利驻沪总领事馆商务领事艾珊，意大利旅游局总经理克里斯瓦罗蒂，意大利驻沪总领事馆商务处官员吴怡娜，苏州市领导吴琦、徐联合，吴江区领导李铭、王国荣、徐晓枫、李斌、钱斌、郑

立军、钱宇、李卫珍、陈建忠、季恒义、吴吉祥等，以及盛泽镇领导徐惠林、徐国华、张建华、赵菊观等出席。

国际纺织制造商联合会主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲和吴江区委书记李铭分别致辞，吴江区副区长、吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记、中国东方丝绸市场党工委书记沈春荣主持仪式。

孙瑞哲在致辞中表示，今年是“十四五”开局之年，中国正在开启全面建设社会主义现代化国家的新征程。作为纺织重镇，盛泽依托千亿级集群的产业协同能力、千亿级企业的跨区域发展能力、千亿级市场的资源整合能力，对于行业高质量发展举足轻重。面对未来发展，盛泽要以打造世界级先进产业集群为中心，发出中国纺织好声音，形成中国制造新优势。同时，进一步围绕“以纤维为源头的产业创新生态”“以文化为支撑的品牌价值生态”“以责任为内核的可持续发展生态”“以融合为重点的数字生态”，积极打造“科技集聚、时尚联通、绿色引领”等方面优势，系统推进产业高质量发展。

李铭在致辞中表示，吴江正积极抢抓长三角一体化发展国家战略机遇，大力推进丝绸纺织产业高端化、智能化、绿色化发展，进一步完善从纤维材料生产、纺织染整加工、到终端产品制造的全产业链布局，大力推动江南文化和时尚潮流交流碰撞，展现产城融合之下时尚之都、美丽盛泽的活力与魅力。在去年的第八届纺博会上，与中国纺联共建“世界级纺织产业集群先行区”正式揭牌，吴江作为长三角乃至全国丝绸纺织产业集聚区、样板区的标识度不断彰显、愈发鲜明。

沈春荣在开幕式上表示，盛泽，作为全球纺织行业集聚度最高的地区之一，立足深厚的文化底蕴、雄厚的产业基础、强大的创新能力，坚持把时尚创意深度融入纺织产业，不断激发时尚转型升级的鲜活生命力和时尚因子，促进绿色科技时尚循环产业链、政产学研合作创新链、生产生态生活产城融合链聚合融通，进一步推动盛泽综合实力领跑千强、主导产业领军转型、丝绸文化领秀时尚。

开幕式上还举行了2021瑞丽轻奢品牌大赛长三角（盛泽）赛区启动仪式、2021“中华杯·时尚盛泽”数字艺术应用设计大赛启动仪式、“致力可持续率先碳达峰”——打造世界级纺织产业集群气候行动示范区启动仪式、第九届江苏（盛泽）纺织品博览会云展会暨五五购物节上线仪式等，彰显了盛泽产业重磅发力“云经济”“可持续”的发展愿景。

风潮涌动 顶尖设计力量汇聚盛泽

大师秀由双“金顶奖”设计师张肇达领衔开启。16日晚，张肇达献上主题为“中国风”的发布秀，通过解构18世纪欧式“中国风”印象，结合盛泽时尚面料展现不一样的当代“中国风”魅力。他说：“要感谢盛泽的面料品牌，天维大提花、混纺面料等让本场服装在肌理和纹样上的

要求得到满足，显得既古老又年轻。”

“金顶奖”设计师张义超首次与盛泽面料企业紧密合作，呈现了以“行走的花”为主题的发布秀，推出50套具有中国文化特色的新设计款式。张义超说：“本次设计与盛泽多家面料企业的合作，将企业提供的提花、印花和高科技新型材料与创意设计互相渗透、融合，尝试将中国传统美学、自然风貌、服饰技艺、人文哲学获得全新的展现、激发出更多时尚创意，并产生相应的商业价值。”

“金顶奖”设计师武学凯“视线之外”发布秀演以潮流户外为主打，突出户外服装的功能性和潮流感。武学凯将“科技环保”的盛泽特色面料，辅以自己的创作灵感，通过多元的色彩、实用的款式、功能性的材料、丰富的搭配，呈现出一件件匠心独运的时装。

“1+1>2” 为盛泽时尚之都蓄势赋能

盛泽时尚周的精彩，不仅在于有来自于国内顶尖设计师们的时尚设计，也有本土企业携手时尚设计力量，展现了对千年丝绸文化的传承和创新。

东纺城商家紫晶花与盛泽本土设计师品牌LIJINZHEN携手，演绎了面料与设计的流行“双趋势”，成功诠释了面料与设计品牌“1+1>2”的商业效应，受到多方关注。秀场内，“原力觉醒”紫晶花·LIJINZHEN时尚发布秀，给观众留下了深刻印象；秀场外，“紫晶花 FUTURE LAB”静态展 & 订货会现场，以科技蓝与银白相结合、复古未来科技感的展厅吸引着众人目光。

紫晶花采用线上直播、线下订购相结合的方式，多元互促实现“销售与人气两旺”的局面。据紫晶花的工作人员透露，时尚周期间销售业绩喜人，超薄系列、超亮系列、石墨烯等市场占有率高且性价比高的产品受到广大客商追捧。

此外，华佳集团携手上海著名时装设计师陆坤成立高端服装品牌“库外 couldwe”，带来“疯狂 de 丝绸”库外时尚发布秀；鼎盛上久楷则呈现了“锦瑟年华”上久楷·李薇 & BT 联合发布秀，展示了宋锦文化的独特魅力。

以“科技引领变革，艺术赋能时尚”为主题的“中国设计峰会”则以开阔的视野，为盛泽产业的

赋能发展带来创新理念、创意思维。纺织服装行业领导、国内双一流大学美学专家、文化创意研究专家、国际设计学院负责人等共聚一堂，深入挖掘盛泽产业资源和时尚元素，为盛泽时尚之都建设蓄能。

云上展会 线上线下融合链接产业

本次盛泽时尚周期间，盛泽云展会展商规模升级，300家盛泽优质商家在东纺云 APP 上齐聚，丝绸成品品牌区、功能科技面料区、女装时尚面料区、再生环保面料区四大在线展馆精品云集，集中展示数万款国内外时尚、精品、流行的面料。

尤其是云展会期间，“四大主题云直播”、“服装面料静态展”、“趋势专场对接会”等几场活动亮点纷呈、精彩不断。其中“四大主题云直播”、“服装面料对接会”成功利用线上线下融合发展的新模式，为专业采购商、设计师与盛泽优质纺织企业提供展示交流平台。

据介绍，4场主题直播流量总计104880余人次，其中五大直播平台共计观看81611余人次，意向采购企业数668家，成功调样760块。

苏州欧梦尼亚褶皱面料有限公司的现场工作人员表示，自直播开始，采样群里就一直不断有人加入，短短几分钟就有几十人参与群聊。其中几款褶皱渐变色面料，有不少观众都明确表示有兴趣，并咨询是否有现货，能否寄样等等。

兴丰强纺织的 ZERO DOWN 零下无绒、充气智能调温服装专利技术整套解决方案及涂泰克纺织带来的环保 IKAT 电波纹系列面料受到了网友的高度关注，两家企业现场采样调样需求较多。

据吴江市六福有限公司的钮经理介绍，他们已经是第二次参加云直播活动，没想到今年效果更好，云直播是一种非常好的销售和推广方式。直播开始后，就不断有采购商通过扫码进入调样群，询价、采样调样以及咨询专业问题的人也非常多。

为实现采购商与面料商精准对接，云展会针对盛泽当地企业面料特色，精选了三大主题专场对接会——“防寒服专场对接会”、“品牌专场对接会”、“运动/户外专场对接会”。此次“千客商进盛泽”面料专场对接会结合主题流行趋势，邀请服装品牌企业主理人、行业知名设计师走进盛泽时尚周，感受时尚、立体盛泽。现场人头攒动、座无虚席、气氛热烈，盛泽纺织企业所展示的面料产品凭借出色的品质与先进的生产工艺，获得了品牌服装客户的一致好评。

正如沈春荣所评价的，时尚周是集中展示美丽盛泽风貌的一段缩影，一大批优秀时尚成果惊艳亮相，一系列前沿课题深入探讨，一揽子合作项目顺利达成，活动取得了丰硕收获、显著成效。

聚散有时，未来无限。为期5天的系列活动已落幕，但其带来的新锐观点、前沿思想、时尚趋势，以及线下“面对面”、线上“零距离”的商机，仍在持续发酵。“时尚之都，美丽盛泽”的未来值得期待！**TA**





有料才酷 为你而来

本刊记者_雷蕾/文 关云鹤/摄

2021 中国面料之星用户最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, 华源生态科技有限公司、青岛邦特生态纺织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。

本期报道, 我们将向大家介绍山东南山智尚科技股份有限公司、江门市大兴针织厂有限公司、绍兴花庆纺织品有限公司、江苏澳洋纺织实业有限公司、绍兴市杨世纺织品有限公司、兰州三毛实业有限公司、盛意成石墨烯科技(苏州)有限公司、宁波纬一长毛绒有限公司带来的最新面料。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。

山东南山智尚科技股份有限公司



面料名称: Nirvana
原料成分: 绵羊毛 75%、桑蚕丝 25%
产品特点: 面料具有常规羊毛和桑蚕丝无法表现的特殊肌理风格。回收再利用的羊毛 75%、桑蚕丝 25%, 利用环锭纺纺纱, 煮呢后采用重洗呢工序, 织物内应力释放, 手感蓬松柔软。
应用领域: 男装



面料名称: 盎然
原料成分: 绵羊毛 89%、山羊绒 5%、桑蚕丝 6%
产品特点: 采用 SUPER 180 超细羊毛、羊绒及桑蚕丝为原料; 采用毛条拉断技术, 纺半精梳纱线, 与桑蚕长丝并线, 利用精纺粗做的后整理工艺, 保证呢面底绒丰厚均匀, 手感丰满柔和。
应用领域: 男装

江门市大兴针织厂有限公司



面料名称: 37.5 功能面料(液氨丝光)
原料成分: Poly37%、Cotton28%、Modal28%、Lyra7%
产品特点: 采用氨纶平纹织法, 后整理采用液氨丝光工艺。37.5POLY 能够强化人体的自然降温机制, 利用身体分泌汗液来降低体温, 而 37.5POLY 能将汗液从衣物的微气候中去除。
应用领域: 休闲装



面料名称: 华夫格一码通面料
原料成分: Micro Modal91%、Spandex9%
产品特点: 采用华夫格提花织法, 超细莫代尔使面料手感极为柔软、透气, 且有较好的悬垂性和丰满度。利用自动提花机跳针的特性, 不吃氨纶的位置形成凸起的纹理, 使布面形成华夫格效果。
应用领域: 内衣、家居服

绍兴花庆纺织品有限公司

面料名称: 速干平板布
原料成分: DTY100%
产品特点: 吸湿透气, 水洗后速干, 强度高, 抗起球, 产品色牢度高、性价比、应用广泛。
应用领域: 男装、女装、休闲装、内衣、家居服



面料名称: 速干平板布
原料成分: DTY100%
产品特点: 吸湿透气, 水洗后速干, 强度高, 抗起球, 产品色牢度高、性价比、应用广泛。
应用领域: 男装、女装、休闲装



江苏澳洋纺织实业有限公司



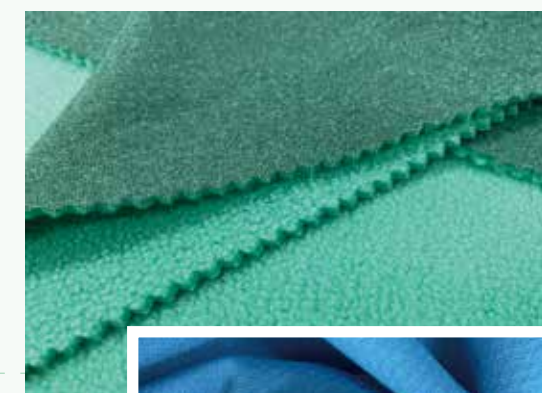
面料名称: 混纺花呢
原料成分: W50%、P42.9%、麻 3.5%、TE3.6%
产品特点: 利用透孔组织的变化和色纱排列形成纵横交错的格子面料, 就像通向世界之门的道路一样。
应用领域: 男装



面料名称: 混纺花呢
原料成分: W50%、优亮纤维 20%、太极石 30%
产品特点: 利用色纱排列及组织变化形成丝丝发亮的风格独特的面料, 如叠嶂的山崖、如几何图形、如“回”字样貌。优亮纤维、太极石具有远红外、抗菌性能。
应用领域: 男装

绍兴市杨世纺织品有限公司

面料名称: 绿色屏障
原料成分: 涤纶 95%、氨纶 5%
产品特点: 采用涤纶阳离子纤维的新型原料, 双面组织, 单面起毛双色套染工艺, 面料柔软, 有弹性。双色风格抓绒, 在保暖的同时具有时尚元素, 增加弹性, 适合运动服饰, 手感舒适柔软, 秋冬季必备。
应用领域: 男装、女装、休闲装、童装



面料名称: 排汗机器人
原料成分: 涤纶 88%、氨纶 12%
产品特点: 面料由吸湿快干原纱制成, 具有良好的吸湿速干性能; 表面的小提花设计, 增加面料抗撕裂性; 采用进口高牢度环保染料, 绿色生产, 保护环境。
应用领域: 男装、女装、休闲装



兰州三毛实业有限公司



面料名称: 时光掠影
原料成分: 羊毛 60%、天丝 25%、粘胶 10%、金银丝 5%
产品特点: 采用羊毛与原液粘胶、天丝混纺, 加入金银丝线, 使呢面光彩照人, 富有生机; 采用粗细纱线配合, 利用变化小提花的组织纹路, 形成双面的不同花型效果。
应用领域: 男装

面料名称: 格秀
原料成分: 羊毛 50%、再生涤纶 40%、柔丝蛋白纤维 10%
产品特点: 采用羊毛和再生涤纶及柔丝蛋白纤维混纺, 紧密纺纺纱工艺及后整理水洗松工艺, 压光处理, 使得织物手感柔糯, 有质感。
应用领域: 男装



盛意成石墨烯科技(苏州)有限公司



面料名称: 宙斯盾棉力纺
原料成分: 涤纶 92%、石墨烯涤纶 8%
产品特点: 面料轻薄同时具有防风防雨防晒功效, 也具有优异的防皱效果, 双面石墨烯材料的远红外抗静电效果优异。
应用领域: 男装、女装、休闲装



面料名称: 宙斯盾弹力三合一
原料成分: 涤纶 92%、石墨烯涤纶 8%
产品特点: 具有石墨烯纺织品远红外抗菌抗静电等基本特性, 采用高防水高透湿 PU 膜赋予户外产品基本功能, 同时采用最新反光印花技术, 让服装在不同光照条件下显示不同风格。
应用领域: 男装、女装、休闲装

宁波纬一长毛绒有限公司



面料名称: 黑白灰斑马纹
原料成分: MAC100%
产品特点: 改性腈纶, 阻燃, 耐磨, 且不易产生褶皱, 保型性佳。采用特有的溢流缸高温高压染色技术, 从根本上改变了染色烦恼。面料采用环保染料, 色牢度高。
应用领域: 男装、女装、休闲装、童装



面料名称: 三色提花滚束
原料成分: AC100%
产品特点: 三色提花工艺, 海派长毛绒, 立体感的毛面穿在身上更具有灵动性, 黑底镶嵌搭配高贵紫、经典湖蓝, 颜色协调鲜明, 垂感强, 手感柔顺、细腻、轻薄、防寒保暖。
应用领域: 男装、女装、休闲装、童装 **TA**

本版刊登企业为经活动组委会初选适合报道的企业, 与获奖与否无关。最终获奖名单由活动评审委员会最终裁定, 并将于 8 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。

慧林智能： 41200 针，中国人自己的核心提花技术！

■ 本刊记者_墨影

2020 年，一定是孙善林这辈子最难忘的一年。

孙善林是浙江慧林智能装备有限公司的总经理，因公司提花机海外业务拓展需要，过去几年，他大部分时间都在印度。而 2020 年赶上了疫情，他被“困”在了国内，却因此借机“酿”出了慧林智能的新机。

41200 针意味着什么？

“现在随便一块背景墙的高端墙布都得一两万元，我曾在红星美凯龙看到过，仅仅一个床头背景墙墙布都要两万多元。”墙布是提花机的重要应用领域之一，自然也是孙善林格外关注的。

孙善林 2020 年连续在上海、深圳参加了几场人气超旺的高端软装墙布展会，全国十大墙布品牌他都曾走访参观过，高端墙布的市场潜力和附加值让他对自己正在做的事情更有信心了。

据了解，由于当前提花技术的局限，目前市场上的高端墙布还都是采用提花+绣花的方式，以绣花来弥补提花所不能实现的清晰度，效率也不高。可如果采用孙善林的高集成电子提花选针机构的专利技术(CN201922036673.3)，提花机最大针数可以达到 41200 针，效果则会完全不同。

“现在市场上有 2 万多针的国外提花机在应用，但我们推出的 S8-41200 提花机是一个完全不同的概念，像素足足提高了 1 倍！”孙善林说，慧林智能的高集成电子提花选针机构使单体最大针数提花机和宽幅独花高经密提花织造成为了可能，这就意味着可以用更高清的方式来表现更丰富的巨幅图案。

据孙善林透露，现在已经有多家高端品牌墙布企业看好这一装备的市场价值，正在积极对接订购。

中国人的核心提花技术，提气！

其实，对于孙善林而言，除了市场潜力可期之外，慧林智能 S8-41200 提花机更大的价值与意义在于：这是中国人自己开发出来的技术。

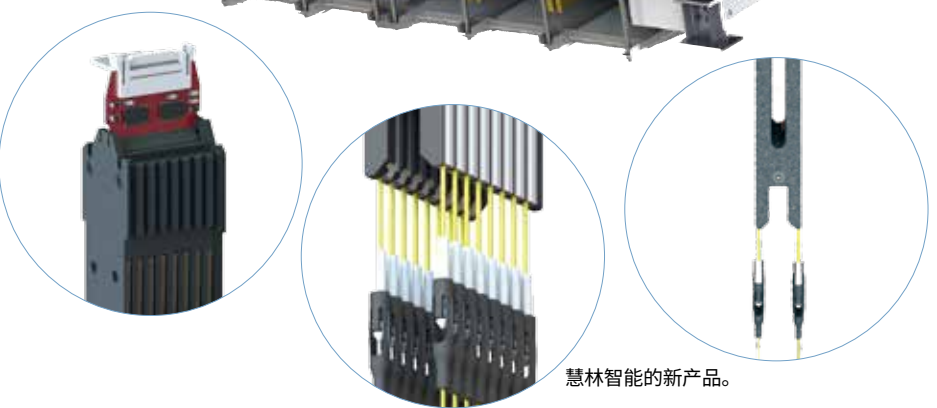
“我记得有一年在米兰纺机展上，看到国外同行推出了两万多针的提花机，当时觉得人家怎么这么厉害！”对那次参观带来的冲击，孙善林到现在记忆犹新，研发中国自己的提花技术的意识也从那时开始萌芽。

早在几年前，孙善林发现市场上有一些客户迫切需要大针数的提花机，但是按照现有的技术路线，势必要把机器做成很大的体积。“2 万针的机器就得七八米长，如果做到 4 万针不得十几米吗？但又不能做得太宽，否则没办法修理，无法推广！”想突破创新确实没有那么容易。

孙善林是技术出身，企业创立之初也是生产、销售提花机的组件，这是慧林智能独有的优势。对电磁学、表面处理等各种技术的熟知，多年的客户服务经验和市场阅历积累，让他慢慢找到了突破的方向——在核心部件上用更精巧的设计来解决问题，实现完美运行。

2017 年在印度时，孙善林就已经设计好了高集成电子提花选针机构的图纸，但碍于企业运营的各种事务，并未持续推进。但 2020 年的疫情，让主打海外市场的慧林智能订单寥寥，于是，他干脆静下心来推进 S8-41200 提花机的研发与测试。“正好在慧林公司内我们自己有模具配套，做东西也很快，从出图纸到零件成型，最快一周就可以实现。”孙善林很感谢疫情带来的空档期，让他完成了这一颇具价值的“执念”。

孙善林告诉记者，目前提花机市场上两大核心技术是 Staubli（瑞士）和 Bonas（英国），Staubli 技术省电节能，维护简单方便，市场占有率最



慧林智能的新产品。

高，单机最大针数为 18000—20000 针，单机最大机身尺寸为 6.2×1.7×1.3 米，单针能耗为 0.41 瓦特；Bonas 最新推出单体最大针数 3 万针 LJ 技术提花机，机身尺寸大约为 6×2×1.8 米，单针能耗为约 0.65 瓦特。而现在慧林智能可以生产制造的提花机是单体最大针数 S8 系列 41200 针，机身总尺寸为 6.2×1.7×1.3 米，基本跟织机尺寸相当，不仅符合稳定织造生产条件，单针能耗也仅为 0.35 瓦特。

此中的关键技术就在于其具有专利技术的一种高集成电子提花选针机构。据介绍，该机构在单针占位面积（105.2 平方毫米）很小的情况下，实现了 16 针的选针机构排列，是目前占位面积最小的电子提花机选针机构（Staubli 单针占位面积是 210.4 平方毫米；Bonas 是 155 平方毫米）。

这意味着什么？懂行的人自然懂得其中价值。

做让客户用一辈子的机器

2020 年让孙善林难忘，除了新产品的高效研发、测试运转之外，还在于 2020 年是慧林智能提花机整机的“内销元年”。

从 2014 年组件扩展做提花机主机开始，一直到 2019 年底，慧林智能的提花机全部出口，其市场覆盖到印度各大纺织区域。但 2020 年，受疫情之困，海外订单受阻，孙善林迅速将目光转移到了国内市场，并凭借其过硬的产品质量得到了客户的一致好评。

在年前的环太湖遮光布协会会议上，有不少用户前来与孙善林交流，称赞慧林智能的设备运行平稳，使用感受颇为满意，这给了孙善林极大的鼓舞。“我们企业本身就是做组件出身，不仅具有多年积累的技术优势，更有成本优势，那我干脆就把这块儿的福利做到机械上让客户，对设备的排风系统、润滑方式、传动受力部件等方面进行了完善提升。”正如孙善林所说，慧林智能是技术型企业，他也是“技术性格”，对外也没有太多华丽的市场销售措辞，他的理念就是“做一台机器就让人家放心用一辈子”，这是他的追求。

逐渐树立起来的国内市场口碑，给慧林智能带来了越来越多的客户，孙善林却始终在理性接单，“我们目前产能有限，少做一点不怕，但一定要保证每一台设备的品质，这是对客户起码的尊重。”

对技术心怀敬畏，对客户保持尊重，对慧林智能而言，这 41200 针的技术突破只是个开始。TA



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 月注册成为全国纺织行业性基金会，注册资金 2000 万元。

截至 2020 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 1556 项、优秀教师和学生 4205 名、优秀教学成果奖 1726 项、针织内衣创新贡献奖 118 项、应用基础研究 63 项、科技成果推广 306 项、全国纺织行业技术能手 283 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超 1 亿元，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

让大健康走进生活，生物基抗菌纤维大有可为

“2021 生物基抗菌纤维产业应用发展论坛”在绍兴举行

6月25日，由中国棉纺织行业协会、绍兴市科学技术协会主办，南京禾素时代抗菌材料科技有限公司、绍兴文理学院、上海纺织工业技术监督所承办的“2021 生物基抗菌纤维产业应用发展论坛”在绍兴举行。全国抗菌纤维产业应用领域的著名专家以及相关高校、企事业单位代表等200余人齐聚一堂，共同就生物基抗菌纤维未来创新发展和市场推广应用方向进行了探讨和交流，共谋产业高质量发展新路径。

中国棉纺织行业协会会长董奎勇，绍兴市科学技术协会主席张荣社，绍兴文理学院纺织服装学院院长钱红飞，中国棉纺织行业协会总工程师叶骞春、副会长景慎全，中国化学纤维工业协会副会长吕佳滨，绍兴市科协党组成员、副主席宣懿范，绍兴文理学院纺织服装学院副院长邹专勇，绍兴市科技工作者服务中心主任许雅琴，南京禾素时代抗菌材料科技有限公司总经理陈健等有关领导和嘉宾出席了本次活动。

活动期间，叶骞春、宣懿范、邹专勇共同为“中国棉纺织行业协会绍兴服务站”揭牌。据悉，服务站由中国棉纺织行业协会与绍兴文理学院在绍兴市科学技术协会支持下共建，将对绍兴棉纺织企业的创新需求提供支持，推动企业技术和产品创新。

论坛围绕生物基抗菌研究发展趋势、从材料研发到消费者触达、生物基 PHBV/PLA 纤维生产研发及特点、抗菌纤维开发与生产实践、基于 PHBV 功能性纤维的产品研发与应用等议题展开，以“禾素纤维”为例，探讨生物基抗菌纤维及应用产业健康发展，切实找准产业发展路径，提升产业创新能力，为纺织产业的长远发展找准方向。

据了解，禾素纤维是基于聚乳酸 (PLA) 和聚羟基丁二酸酯 (PHBV) 两种生物物质且生物降解材料，植物来源，完全生物物质且完全生物降解，具有



论坛集结行业企业人士共同探讨健康生活方案。

天然抗菌抗病毒功能，纺织品只需添加 30% 禾素纤维，就可以达到 AAA 级抗菌。南京禾素时代抗菌材料科技有限公司是一家合资企业，隶属于天安集团的国家高新技术企业。公司创立的“禾素时代”企业品牌，将旗下“禾素”、“禾合”系列抗菌抗病毒产品广泛应用于医疗用品、纺织服饰、家纺用品、母婴护理、女性用品、个人防护等多个领域。

新发展阶段，贯彻新发展理念、构建新发展格局。本次论坛立足生物基抗菌纤维天然抗菌抗病毒、全生物降解等优异特性，面向市场应用和消费新需求，共同探讨健康生活方案。“十四五”期间，“纤维新材料持续创新升级”被列为五大重点工程之首，生物基抗菌纤维作为新一代的绿色环保纤维，天然抗菌，符合可持续发展趋势，将为满足人民日益增长的美好生活需要作出更大贡献。(王利 文 / 撰) **TA**

共谋国产莱赛尔产业链协同创新推广路径

互帮纺织 20 年庆典暨互帮纺织 - 中纺绿纤莱赛尔产品市场应用发布会举行

聚焦绿色纤维，擘画绿色纺织。6月23日，互帮纺织科技20周年庆典暨互帮纺织-中纺绿纤莱赛尔产品市场应用发布会在江苏常州举办。来自莱赛尔纤维原料生产、纱线加工、面料开发及品牌应用等产业链上下游的专家学者、企业代表共聚一堂，为国产莱赛尔纤维的技术升级、应用推广及高质量发展赋能。同时，为互帮纺织20年庆典送上祝福，共同见证互帮纺织奔赴下一个20年的耀眼时刻。

国家先进功能纤维创新中心主任王玉萍，中国化学纤维工业协会副秘书长靳高岭，中国化学纤维工业协会发展部副主任、再生纤维素纤维行业绿色发展联盟秘书长张子昕，山东省纺织服装行业协会常务副会长蔡小平，常州市纺织工业协会会长、黑牡丹纺织公司总经理姜为民，常州市纺织工程学会会长、旭荣 CSR 委员会副总经理张国成，通用技术新材料集团有限公司副总经理刘剑，江苏互帮纺织科技有限公司董事长任长邦等嘉宾出席活动。

据了解，2002年，江苏互帮纺织科技有限公司成立；2015年，互帮纺织由主营棉纱转型主推国产莱赛尔纯纺及其混纺系列产品；2018年，互帮纺织与中纺绿纤达成战略合作，从纤维到纱线，强强联合，不断拓展国产莱赛尔纤维及纱线的市场空间。目前，互帮纺织已开发的国产莱赛尔纯纺及混纺纱线有8大系列，规格覆盖6S到60S，并已发展成一家集纱线研发、生产、贸易、仓储为一体的技术型企业。2020年，互帮纺织国产莱赛尔纱线实现销量2万吨左右，销售额突破5亿元。

在互帮纺织20年庆典晚会现场，一场由莱赛尔面料制作的旗袍秀优雅上演。莱赛尔纤维原料来自大自然的再生木材，强度可与涤纶媲美，具



与会嘉宾共同见证互帮纺织 20 周年。

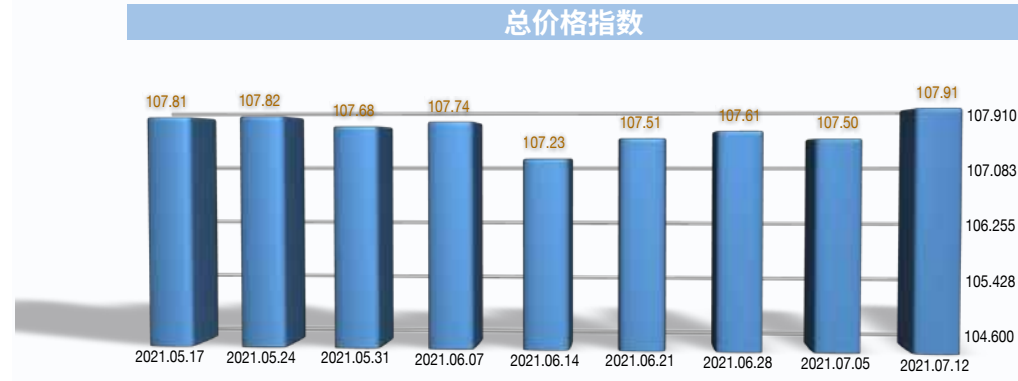
有与棉花相当的吸湿性和染色性，织物颜色鲜艳，穿着舒适，纤维废弃后可自然降解成二氧化碳和水，是现代服装及家用纺织品等领域的理想面料。互帮纺织团队穿上莱赛尔面料制作的旗袍，以得体的剪裁、靓丽的颜色、清爽的质感将莱赛尔纤维的魅力表现得淋漓尽致，也展现出互帮纺织团队的青春气息和文化韵味。

“十四五”时期，我国纺织行业已转向高质量发展新阶段，践行“碳达峰、碳中和”目标和可持续发展是行业企业价值提升的重要途径。随着新需求的崛起，国产莱赛尔纤维将迎来发展的“春天”。本次活动就莱赛尔纤维从源头到终端产品的需求变化及发展方向进行了探讨与分享，将助推国产莱赛尔纤维的技术升级、应用推广及高质量发展。(宁翠娟) **TA**

夏市销售环比回升 价格小幅上涨

20210712 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20210712 期纺织品价格指数收报于 107.91 点，环比上涨 0.38%，较年初上涨 3.31%，同比上涨 4.21%。



近期，中国轻纺城夏市营销环比回升，其中：原料市场价值量环比推升，坯布市场价值量明显上涨，服装面料市场布匹价值量微幅上涨，家纺类产品成交价格小幅下跌，辅料价值量环比小跌。

原料价值量环比推升，涤纶环比上涨，纯棉纱环比推升

据监测，本期原料价格指数收报于 88.30 点，环比上涨 0.54%，较年初上涨 10.24%，同比上涨 15.12%。

聚酯原料涨跌互现，涤纶价格环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比上涨，华东地区 PTA 现货主流 4955 — 5115 元 / 吨，环比下跌 35 — 195 元 / 吨；MEG 主流 5012.5 — 5030 元 / 吨，环比上涨 17.5 — 35 元 / 吨；聚酯切片市场报价震荡推升，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6350 — 6500 元 / 吨，环比上涨 50 — 200 元 / 吨。萧绍地区涤纶长丝价格环比推升，POY 报价 7750 元 / 吨，环比上涨 400 元 / 吨左右；FDY 报价 8650 元 / 吨，环比上涨 250 元 / 吨左右；DTY 报价 9200 元 / 吨，环比上涨 400 元 / 吨左右。

近期，纯涤纱市场报价环比上涨，32S 纯涤纱报 12000 — 12200 元 / 吨，环比上涨 220 — 420 元 / 吨；45S 纯涤纱报 13200 元 / 吨左右，环比上涨 300 元 / 吨左右。

纯棉纱行情环比推升，人棉纱行情逐渐回升。近期，萧绍地区纯棉纱市场报价环比上涨，行情局部推升。气流纺 10S 纯棉纱报价 14000 — 14050 元 / 吨，局部性上涨 50 元 / 吨左右；普梳 32S 纯棉纱报价 25300 — 25500 元 / 吨，环比上涨 50 — 250 元 / 吨；精梳 40S 纯棉纱报价 28850 — 29000 元 / 吨，环比上涨 10 — 160 元 / 吨。国内棉花市场报价稳中上涨，储备棉输出情况乐观。纯棉纱市场整体行情在棉花价格强势下，气氛有所回升，成交相对良好，价格稳中有涨。纱厂出货量普遍尚可，高支纱货源依旧紧俏。近期，国内棉纱价格上涨，国际棉纱价格持续上涨，虽然国内纺织市场明显走淡，但纺企手中订单支撑棉纱现货挺价意愿较强；印度疫情缓解后需求迅速增加，棉纱供应和发运紧张，推动国际棉纱价格再涨。

近期，粘胶短纤原料价格环比上涨，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13050 元 / 吨左右，环比上涨 150 元 / 吨左右。目前粘胶短纤厂家出货有所回升，价格局部上调，低价货源也多有减少现象。近期人棉纱市场行情逐渐回升，报价稳中局部有所坚挺。

坯布行情环比回升，价格指数明显上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 123.20 点，环比上涨 1.19%，较年初上涨 3.44%，同比上涨 1.76%。

近期市场营销环比回升，坯布厂家订单环比增加，坯布价格明显上涨。因上游原料价格上涨，秋冬坯布囤货局部增加，坯布端整体行情环比回升，整体走货逐日增加。其中：化学纤维坯布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，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上涨；混纺纤维坯布需求环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，T/C 涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价值量环比回升；天然纤维坯布需求环比回升，价格指数呈小幅上

涨走势，纯棉纱坯布、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小升，拉动坯布类总体价格指数明显上涨。

服装面料环比回升，价格指数微幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.90 点，环比上涨 0.07%，较年初上涨 0.14%，同比上涨 0.30%。

本期服装面料类价格指数微幅上涨。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回升，创新面料市场成交环比小增，价值量微幅上涨。夏季面料现货成交和订单发货局部下降，秋季面料现货成交和订单发货环比回升，价格微幅上涨。其中：纯棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤氨面料、粘胶面料、锦纶面料成交价值量不等量上涨，拉动服装面料类总体价格指数微幅上涨。

家纺市场环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.73 点，环比下跌 0.23%，较年初下跌 0.28%，同比下跌 0.33%。

本期家纺类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城家纺市场成交环比回落，价格环比小跌。大众色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比回落，跑量产品现货成交和订单发货环比回缩，价格小幅下跌。其中：日用家纺类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；床上用品类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；窗纱类现货成交和订单发货环比回缩，价格指数呈微幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数小幅下跌。

市场行情环比回落，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 131.08 点，环比下跌 0.35%，较年初上涨 0.08%，同比上涨 1.66%。

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环比回落，因下游企业备货环比下降，市场成交环比回缩，现货成交和订单发货呈现环比下跌走势，价格环比小跌。花边类行情环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；服装里料类行情环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；线绳类行情环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；带类行情环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势，拉动辅料类总体价格指数小幅下跌。 **TA**

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。近期纺织行情出现了淡季不淡的景象。三季度恰恰是坯布市场传统的“金九银十”旺季，根据往年经验分析，一旦原料价格达到一定高度，坯布价格必然会上涨。因下游需求局部小增，市场行情走势局部顺畅。秋季面料供给环比增加，现货成交环比增长，初冬季面料批量试单局部小增，南北客商认购踊跃度将震荡小升，市场行情走势局部顺畅，后市轻纺城传统市场营销将环比小增，整体市场成交将呈现震荡小升走势。

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

市场成交走强 景气度小幅回升

2021年6月份商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”市场景气点评

据商务部中国·盛泽丝绸化纤指数(下称“盛泽指数”)监测显示,2021年6月份盛泽市场月度景气指数上升。数据显示:2021年6月份市场整体景气指数为95.78点,与上月相比上涨了1.2点,涨幅为1.25%。从分类产品市场景气指数来看,化纤类产品6月份市场景气指数为93.84点,较上月上涨了1.39点,涨幅为1.48%;而丝绸类产品景气指数回落,较上月下跌了0.61点,收在104.82点。

图1 盛泽市场月度景气指数走势图



分析可见,6月市场景气度稍有回升,主要是因为部分外贸订单下单,尤其是秋冬面料订单出现提前的情况。另外上游纺织原料价格大幅上涨,推动下游囤货、备货,带来了市场成交走强。

影响化纤产品景气指数走势的因素分析

化纤类产品6月份市场景气指数为93.84点,较上月上涨了1.39点,涨幅为1.48%。

图2 盛泽市场化纤产品景气指数走势图



分析可见,6月总体成交气氛较5月稍有上涨。具体来看,总体经营指标、盈利(亏损)变化、销售总量、进货成本、产品订货、产品销售价格、产品库存、流动资金周转、货源供应、货物发运、运输成本等所有销售指标都小幅上升。同比来看,今年6月行情要好于上年同期。

1. 部分外贸订单下达,秋冬面料走货较好。近期虽然处于纺织淡季,但市场对于下半年的行情普遍比较看好,尤其是部分外贸订单,随着海外疫情逐渐好转开始下达。尼丝纺、春夏纺、四面弹等秋冬面料走货出现明显好转,甚至有部分面料已经缺货。印染厂也多以这类面料为主,且进仓量并没有因为淡季而减少,但因为环保限产印染厂的开机率只有70%左右,生产车间因此比较忙碌。

2. 涤纶降价促销结束,原料开始大幅上涨。涤纶长丝从4月初开始出现的每周降价促销在6月底结束,并且开始大幅涨价。下游部分织造企业出现“买涨不买跌”情况,涤纶产销开始好转。另外弹力面料的重要原料

氨纶也是连续多日上调价格,下游市场出现不少贸易商囤积氨纶,整个纺织原料市场走货明显好转。

影响丝绸产品景气指数走势的因素分析

本月丝绸类产品景气指数小幅回落,较上月下跌了0.61点,收在104.82点。

图3 盛泽市场丝绸产品景气指数走势图



分析可见,6月市场景气指数整体走弱。其中产品订货、产品库存、顾客人气、货物发运、资源供应、进货成本、贷款拖欠、企业融资、产品销售价格、运输成本、进货成品、销售总量、店员工资等指标上升;盈利(亏损变化)、流动资金周转、产品创新、总体经营等指标小幅下降。同比来看,今年的市场行情与去年相比有所好转,整体上升。

1. 国储放丝稳步进行,生丝价格整体下调。6月生丝交易量整体清淡,整体各等级生丝价格有所下调,绸缎同样淡季特征明显,丝绵价格也有所下调。广西宜州等地第6批蚕茧在饲养之中,快点的已进入5龄,6批或7批结束后,7月份广西桑园将逐步进入夏伐。国储放丝正按照程序有条不紊进行,对市场影响力有所加大。生丝上走货表现一般,市场反映平淡。

2. 疫情还在反复,蚕蛹出口量减少。泰国宣布自6月21日起,疫情防控措施最严格的深红色区域——首都曼谷、暖武里府、巴吞他尼府和北榄府,允许餐厅营业至晚11点,但仍禁止在餐厅内饮酒;商场可营业至晚9点;允许开放露天运动场所等。主要卖蚕蛹的夜市没有开放,影响蚕蛹销售。泰国蚕蛹采购商询价增多,但所接受的价格一般在60泰铢/公斤以下,这在一定程度上影响了中国出口商的积极性。截至目前预计6月份中国蚕蛹出口量有所减少。

后市预测:

综合来看,6月整体市场行情表现稍微好转,外贸订单逐步下达,秋冬面料走货向好,出现了“淡季不淡”景象。另外纺织原料也开启了涨价通道,整个原料市场成交一片火热。丝绸方面,市场进入淡季行情,丝绸厂订单减少,生丝需求减少,价格开始震荡下调。预计7月化纤指数和丝绸指数将呈现下降走势。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.168texp.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 下载纺织通APP

盛世·中国

“池上锦”杯中国汉服设计大赛

DESIGN MENTOR CHARM 风尚设计大赛

奖项设置

金奖1名	奖金:15万	网络人气1名	奖金:1万
银奖2名	奖金:5万/名	工艺制作奖1名	奖金:1万
铜奖3名	奖金:3万/名	市场潜力奖1名	奖金:1万
		优秀奖5名	奖金:0.5万/名

备注:全部获奖选手将获得奖金、证书,以上所有奖金及个人

大赛流程

大赛作品征集:2021年5月6日至2021年7月20日(截稿)
大赛初评:2021年7月底
总决赛成衣制作:公示期结束至9月中旬
总决赛暨颁奖典礼:2021年9月底

征稿对象

本次大赛面向国内外服装艺术院校师生及职业服装设计师征集参赛作品,每组作品的参赛选手限1人。

组织机构

指导单位:中国纺织工业联合会
主办单位:中国纺织工业企业管理协会
中国纺织工业联合会流通分会
中国服装设计师协会
中国纺织服装教育学会
成都嘉润置业集团

承办单位:
《纺织服装周刊》杂志社
成都大成市场经营管理有限公司
成都市池上锦商业管理有限公司
中国纺织摄影协会
支持单位:
四川省服装(服饰)行业协会

参赛指南

报名表下载地址:《纺织服装周刊》官网大赛区盛世中国系列赛事专区
投稿邮箱: sszgcjsjb@163.com
纸质稿件邮寄地址:北京市东城区东四西大街46号院
中国纺织《纺织服装周刊》杂志社 王先生(收)
18600345956

赛事详情请关注

《纺织服装周刊》官网: <http://www.taweekly.com/>
中国纺织经济信息网: <http://www.ctei.cn/>
《纺织服装周刊》官方微信: [fzfzck](https://www.fzfzck.com/)
注:投稿需纸质版和电子版各1份。



扫描二维码下载报名表



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
支持单位：
华源生态科技有限公司
青岛邦特生态纺织科技有限公司

有料才酷 为你而来

2021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10届，由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办，是目前行业里权威、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。

样品递交截止时间为2021年7月20日。本次活动将于2021年8月在上海举行的中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会期间举办2021中国面料之星发布仪式等系列活动。

奖项设立

创新开发奖 图纹色彩奖 时尚风格奖 市场价值奖 设计服务奖

商务合作咨询

万晗 13466301587

面料参评报名表申请、“中国面料之星系列活动”组委会

联络人：赵国玲、雷蕾 15068579525/13810445890

面料参评样品邮寄地址

北京市东城区东四西大街46号院(100010)

雷蕾(收) 13810445890

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