

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

2021.09.13 | 第34期 | 总第1042期

中国即墨服装市场
牵手即墨市场 成就财富梦想

电话: 0532-89061667
地址: 青岛即墨区鹤山路920号




P16
激发市场主体活力
壮大共同富裕根基

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



P21

定制时代到来, 行业盛宴开启

P12

激发原生动力, 新风尚助推消费升级



9月3—13日, 2022春夏中国国际时装周在北京751D·PARK举办, 图为本季时装周首场大秀“盖娅传说·熊英”专场发布会。

做全球纺织品生意
上全球纺织网

☎ 热线电话 400-119-0123



浙江中国轻纺城集团股份有限公司旗下平台



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。

本次活动将于2021年10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

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

国际纺织：加强合作，科技创新，追求包容性和可持续发展
国内首项功能棉纤维团标实施，代表产品本草棉再受追捧
北京证券交易所设立，纺织专精特新“小巨人”迎来重要机遇

P08 关注 Attention

论“德才兼备”，这所时尚院校有一套！
“党旗红 123 工程”创造“恒丰速度”

P10 科教 Science

刷新行业认知，纺织学子收获多多

P12 特别报道 Special

激发原生动机，新风尚助推消费升级！

P16 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

激发市场主体活力 壮大共同富裕根基
深植“红色基因”，打造“柯桥样板”
柯桥区加快推进“数智轻纺城”改革

P20 话题 Topic

不仅有压力，更有机遇！“双碳”目标触发多端联动

P21 服装 Industry

定制时代到来，行业盛宴开启

P22 一线 Frontline

汇川技术：200% 业绩增长的背后
替代进口迈出重要一步，中复神鹰西宁万吨碳纤维基地正式投产
远信工业深交所创业板上市，募资用于主体项目
贝斯特：坚守企业品牌价值

P25 指数 Index

秋市行情仍显回缩 价格小幅下跌
市场买气不足 50 指数稳中回落

每周随笔

关照全球语境，思考本土文化

中国美，从何处寻？龙飞凤舞的图腾、青铜饕餮的狰狞、先秦理性的赋比兴、楚汉琳琅的浪漫还是魏晋文人的自觉，抑或是盛唐之音和宋元山水？

这是中国国际时装周上，新时代中国美·时尚峰会向业界抛出的问题。

在本季时装周上，我们可以看到，从中国传统文化、武侠文化、民族文化，到丝绸文化、敦煌文化、文学作品，一场场发布秀以服饰为媒介，将中国文化结合当代审美进行年轻、潮流化表达，多维度展现蕴含着中国文化之美的服饰。

盖娅传说一如既往地中式美学意境与西式时尚剪裁相融合，系列作品以山川河流、人文历史作为设计创作的灵感来源，在秀场置景上做了很大的突破，将难以实现的自然景象，如山川河流、花鸟飞蝶、雨林植被、盘根古树，及多种栖息动物等元素搬置到场地内，以此呈现出祖国大好山河。盖娅传说品牌主理人熊英则表示：“想用服饰展现出一幅幅瑰丽的画卷，传达展现中式唯美的美学意境，同时又蕴含中西文化相融合的特征。”

此外，成锦衣局以盛唐之年的夜市繁荣为灵感，用现代的表现形式展示唐代琳琅满目的百态人生；DAMOWANG 用武侠的元素表达文艺摩登的概念，加入诸如旗袍、立领、斜襟以及古典花卉纹样；今日青年大胆运用解构汉服、机能中山装、金属赛博格盘扣等设计手法……

除了设计师，劲霸男装、三六一度、LINC CHIC 等国货品牌，也运用了中国传统文化元素，将本土文化与时尚设计相结合。

本土时尚的崛起必须有自己的文化特色，这已经成为时尚领域的共识。新时代中国美·时尚峰会上，嘉宾们围绕“中国美学时尚生活”展开分享，纷纷表示，“中国美”是中华优秀传统文化中取之不尽、用之不竭的宝贵财富和发展资源，是宝贵的“无形资产”和“软实力”。时尚产业的“中国美”在国际交流、国家文化形象方面具有潜力和价值，在国潮崛起乃至坚定文化自信方面都具有重要作用。

实际上，“国潮风”、“本土热”的出现，是综合国力、经济社会发展到一定阶段的必然产物，既表现出当前消费者的文化自觉和对本土文化元素的认同，也展现出其消费观念的多元化、个性化。

但同时值得关注的是，在国际化的大时代里，中国时尚设计更要在全球化的语境下思考本土文化的意义。正如中国服装设计师协会主席张庆辉在时装周期间所言，不能一味功利地去强调某一个方面，比如只强调本土文化而忽略了全球语境，也不能只谈国际语境而忽略文化差异性，忽略我们的本土文化，要相辅相成，相互融合。

实际上，和合，正是中国传统文化的基本精神之一。服装服饰这一载体，自古就承载着人类对美的共同追求。在全球化不可逆的今天，我们要做的是以博大的胸怀和视野，兼容并蓄，各美其美，美美与共。



本周看点 View point

海关总署发布消息，今年前8个月，我国外贸进出口总值24.78万亿元，比去年同期增长23.7%。其中，出口13.56万亿元，同比增长23.2%；进口11.22万亿元，同比增长24.4%。

——经济日报

工信部发布，今年1月至7月，规模以上中小工业企业营业收入和利润总额同比分别增长26.4%和43.9%，中小企业生产情况和效益情况都在同步向好。

——中新网

国务院印发的《全面深化前海深港现代服务业合作区改革开放方案》9月6日发布，前海合作区将打造粤港澳大湾区全面深化改革创新试验平台，建设高水平对外开放门户枢纽。

——国务院新闻办

全国绿色电力交易试点9月7日在北京、广州两大电力交易中心平台同时启动，涉及20多个省市区，交易当日共成交了近80亿千瓦时的绿色电能。

——新华网

国家外汇管理局9月7日发布的最新数据显示，截至2021年8月末，我国外汇储备规模为3.2万亿美元，较7月末下降38亿美元，降幅为0.12%。

——人民日报



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

国际纺联：加强合作，科技创新，追求包容性和可持续发展

中国纺联外事办 / 供稿



会议提出了当前国际纺织行业的重点工作。

8月31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18:00召开。国际纺联董事会成员及前任主席出席会议。会议由国际纺联主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲主持。

在会议开幕发言中，孙瑞哲谈到，当前全球经济仍处于一系列不确定因素的影响之下，包括：持续的新冠肺炎疫情大流行、极端天气、粮食危机、地缘政治危机和经济增长放缓。世界需要加强团结，重建信心，努力促进全球经济的恢复和稳定。

孙瑞哲指出，当前，行业工作重点应放在三个关键领域：

第一，加强抗疫国际合作，共促经济复苏。去年的供应链中断促使一些政府采取措施，将“制造业回归”作为经济刺激计划的一部分，这一举措可能适得其反，因为跨境贸易网络和投资可以降低成本，促进彼此学习和产品创新。当前，应努力改善竞争与合作环境，积极消除贸易壁垒和歧视性法规，优化决策机制和采购流程，加强全球合作与多边协调，共同维护全球供应链和行业安全。

第二，追求包容性和可持续发展。新冠肺炎疫情给全球应对气候变

化带来深远影响，推动了可持续发展议程。一方面，企业正在通过诸如设立内部碳减排目标、开发创新绿色产品、倡导可持续性标准以及融入循环经济等方法，将可持续性融入其运营和产品中；另一方面，政府部门正努力以绿色发展方式重启各项经济活动，企业社会责任可以在应对气候变化方面为我们的行业发挥关键作用。

第三，充分依靠科技创新。新冠肺炎疫情客观上加速了数字工具和大数据手段的采用。虚拟技术、多路共享通信使我们能够举行线上线下会议活动——跨越地域的限制，有效互动，保持联系。不断变化的客户需求、更多的在线购买、将资产转移到云端以及在商业决策中越来越多地使用人工智能等正在重塑每个行业。这些变化将贯穿疫情期间，并会持续下去，应引起高度关注。数字技术正在带来有用的创新和改善我们的生活的同时，也在商业道德、社会、经济和法律方面带来了新的挑战。我们必须做更多的工作来改进数字信任和完善数字世界中的责任机制。

会上，孙瑞哲还介绍了中国纺织工业今年上半年运行情况，并就与会成员对我国行业出口、对外投资、产能扩充以及国际运输成本上涨等方面的关切和质疑做出了正面回应，坦诚解惑释疑的同时，凝聚共识，提振全球纺织业复苏的信心与力量。

中国纺联副会长徐迎新、李陵申、杨兆华，中国纺联副秘书长兼外事办公室主任袁红萍，社会责任办公室主任阎岩，外事办公室国际组织处处长黄高、对外交流与合作处处长高洛木，国际贸易办公室贸易政策处专员崔晓凌；以及国际纺联前任主席徐旭东（中国台湾），巴萨尔（巴基斯坦），贾斯·贝迪（肯尼亚），成者鹤（韩国）出席会议。

会议还就国际纺联奖项、与经济合作与发展组织（OECD）的合作、亚洲地区可持续纺织业网络（STAR Network）等作了进一步讨论。会议决定，下次董事会视频会议暨国际纺联纺织机械合作会议将在2021年11月召开。

直击
DIRECT

国内首项功能棉纤维团标实施，代表产品本草棉再受追捧

近日，由青岛邦特生态纺织科技有限公司牵头制定的国内首项功能棉纤维团体标准《植物多酚改性功能棉纤维》正式实施，对推动我国功能性棉纤维行业的健康可持续发展具有里程碑意义。

据了解，此项标准由中国棉纺织行业协会提出，归口中国棉纺织行业协会团体标准化技术委员会，由青岛邦特生态纺织科技有限公司牵头，联合深圳全棉时代科技有限公司、江苏悦达棉纺有限公司、东莞德永佳纺织制衣有限公司、淮安市东方染色有限公司、上海市纺织工业技术监督所起草。

随着社会的发展、科技的进步，多功能的纤维材料层出不穷，尤其是随着绿色环保和健康消费意识的增强，人们对棉织物提出了更高的要求，具有抗菌、除臭、防螨等功能的棉制品深受消费者喜爱。

伴随着《植物多酚改性功能棉纤维》团体标准的实施，邦特纤维打造的本草棉®也再次受到了市场的广泛关注。据了解，本草棉®通过萃取天然植物中有效成分，与自然采摘棉花活性结合，赋予了棉花持久的抗菌性，且无需漂白和染色。水洗标可标注为棉（含植物多酚）100%或棉100%（含植物多酚）。且经国家AAA级50次水洗，抗菌性均达到行业标准。

依托邦特纤维自有工厂研发生产优势，本草棉®不仅提高了棉纤维的附加值和性能，而且对纺织行业的发展也起到了示范及促进作用。（赵国玲）

把电池“穿”在身上，纤维锂离子电池实现新突破

出门不需带充电器和移动电源，通过身上的衣服，就可对手机进行无线充电。这一人们想象中的场景正在逐步成为现实。

近日，《自然》主刊发表了复旦大学高分子科学系教授彭慧胜团队的一项研究。根据此项研究成果，长度为1米的纤维聚合物锂离子电池，可以为智能手机、手环、心率监测仪等可穿戴电子设备长时间连续有效供电。同时，该电池具有良好的循环稳定性，循环500圈后，电池容量保持率仍然达到90.5%；在曲率半径为1厘米情况下，把该电池弯折10万次后，其容量保持率仍大于80%。

以锂离子电池为代表的储能器件，被称作现代电子设备的“心脏”。彭慧胜团队在2013年提出并制备新型纤维锂离子电池，然而，纤维锂离子电池研究多年来面临一项关键挑战，即面向块状锂离子电池的成熟生产体系难以适用于纤维锂离子电池。

为此，团队通过一系列研究，有效解决了聚合物复合活性材料与导电纤维集流体的界面稳定性难题，得到了高负载量、涂覆均匀和容量高度匹配的正、负极纤维电极材料。随后，团队相继开展了电池连续组装和封装等方法学研究，最终实现了高性能纤维聚合物锂离子电池的连续化稳定制备。

据介绍，团队通过纺织方法，已获得高性能大面积电池织物，可安全、稳定地为智能手机进行无线充电。（新华社）

聚焦
FOCUS

北京证券交易所设立，纺织专精特新“小巨人”迎来重要机遇

本刊记者_郝杰

9月2日晚上，一条消息刷爆网络，北京证券交易所横空出世。中国证监会官方网站随后发布消息表示，证监会将以现有的新三板精选层为基础组建北京证券交易所，进一步提升服务中小企业的服务能力，打造服务创新型中小企业主阵地。

中国证监会负责人对此表示，中小企业能办大事。中小企业在推动经济增长、促进科技创新、增加就业等方面具有重要作用。设立北京证券交易所，对于更好发挥资本市场功能作用、促进科技与资本融合、支持中小企业创新发展具有重要意义。证监会将统筹协调多层次资本市场发展布局，推动健全资本市场服务中小企业创新发展的全链条制度体系，着力打造符合中国国情、有效服务专精特新中小企业的资本市场专业化发展平台，更好服务实体经济高质量发展。

专精特新中小企业是工业和信息化部受理的项目，入选企业除了在金融服务上获得倾斜，政府还鼓励其挂牌上市，加强“专精特新”中小企业的上市辅导，为相关企业开辟新的融资渠道。

此前，7月30日召开的中共中央政治局会议提出，要强化科技创新和产业链供应链韧性，加强基础研究，推动应用研究，开展补链强链专项行动，加快解决“卡脖子”难题，发展专精特新中小企业。

其实今年以来，“专精特新”中小企业迎来多项政策力挺。2月，财政部、工信部联合印发《关于支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知》，提出2021—2025年，中央财政累计安排100亿元人民币以上奖补资金，引导地方完善扶持政策和公共服务体系，重点支持1000余家国家级专精特新“小巨人”企业。

六部门出台的《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》提出，发挥各类政府引导基金作用，鼓励社会资本出资组建优质企业培育基金；加强企业融资能力建设和上市培育，支持符合条件的优质企业在资本市场上市融资和发行债券。

据了解，工信部已经公布第三批专精特新“小巨人”企业名单，共4762家中小企业入选，其中纺织企业有120家，有些已经成功登陆资本市场，有些已经提出上市申请。

中小微企业是纺织行业的主体，是稳就业保民生、促进创业创新、保持创造活力和发展韧性的重要力量。“十四五”时期，我国纺织行业将在基本实现纺织强国目标的基础上，进一步推进行业“科技、时尚、绿色”的高质量发展，加快迈向全球价值链中高端。中国纺联表示，纺织行业将大力支持和积极引导广大中小企业专注核心业务、打造核心能力，走“专精特新”发展道路，并成长为“小巨人”企业和“单项冠军”企业，不断提升产业链供应链现代化水平，推动产业链上中下游、大中小企业融通创新，为巩固我国纺织强国地位、实现制造强国质量强国目标发挥重要作用。

此外，中国纺联也积极发挥行业协会组织、协调、服务职能，系统搭建产融合作平台，深入开展纺织行业拟上市企业推荐培育工作。今年7月，共有18家企业进入了“2021至2022年度纺织行业重点培育拟上市企业推荐名单”，涉及绿色制造、纤维新材料、高端装备等领域，与工信部“小巨人”企业培育名单主要集中在新一代信息技术、高端装备制造、新能源、新材料、生物医药等中高端产业领域相吻合。

广告

intertextile

SHANGHAI | SHENZHEN

上海
Shanghai

中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会

2021.10.9 - 11

国家会展中心(上海)
National Exhibition and Convention Center (Shanghai)

深圳
Shenzhen

大湾区国际纺织面料及辅料博览会

2021.11.3 - 5

深圳国际会展中心(宝安新馆)
Shenzhen World Exhibition & Convention Center, China (New Venue)

上海
Shanghai

中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会

2022.3.9 - 11

国家会展中心(上海)
National Exhibition and Convention Center (Shanghai)



官方App



官方微信



培养青年学生的道德担当是江服的日常工作之一。

论“德才兼备”，这所时尚院校有一套！

江西服装学院大学生公益实践活动纪实

本刊记者_董笑妍

“道不可坐论，德不能空谈。于实处用力，从知行合一上下功夫。”建校30年来，江西服装学院坚持公益性办学，围绕立德树人根本任务，鼓励大学生们不要坐而论道，而应该坚持知行合一，以公益形式将学习与实践链接起来，让公益成为青年学生生活的一部分，启发青年、培养青年、链接青年，深入开展青年思想引领，鼓励青年发挥创意、热情服务社会。

培育公益精神，提升大学生思想道德境界

江西服装学院致力于以党史学习教育培养学生的爱党爱国情怀。让党史学习教育落地落实，通过开展集中学习研讨、观看党史电影、开展“红色走读”、文艺展演活动等形式，让团员青年们获得沉浸式教育体验，通过“微团课”大赛、演讲比赛、征文比赛、公益策划方案评比等形式，把“讲故事”和“讲理论”相结合，增强大学生对公益精神的深度认知。

江服还特地为此建立了针对大学生公益精神研究与实践的学生社团，深入基层大力开展主题宣讲活动，通过社团活动，加强大学生志愿者之间的交流与协作，发挥学生之间朋辈教育、共同提高的作用，大力运用榜样激励办法，挖掘、宣传身边的大学生公益明星、公益模范和公益典型，增进大学生对公益精神的认可，切实提升大学生思想道德境界。

同时，学校不断加强“青马工程”培训体系建设，加大团学骨干的培养力度和投入，不断为党培养信念坚定、本领过硬、勇于创造、矢志奋斗、品格高尚的青年马克思主义者。2021年7月，学校三名优秀“青马学员”被选拔为2021年暑期省直机关“扬帆计划”的实习生；还有36名“青马学员”在暑期基层实践当中表现优秀，学校先后收到来自全国各地的感谢信，彰显了江服青年的青春担当。

推广公益实践，让志愿服务精神蔚然成风

江西服装学院充分发挥青年志愿者作用，鼓励学生积极投身于各类社会实践中，让青春的汗水洒在日常志愿服务中。2021年，学校学生注册志愿者人数达7525人，占全校学生总人数的67%，仅今年上半年就有1100余人参与无偿献血，多次荣获“江西省最佳献血单位”荣誉称号。

校团委每周周末还会定点开展志愿服务支教活动，受到了当地群众的一致好评。2021年暑期，校团委组建的11支暑期“三下乡”志愿服务团队和5支暑期文明志愿行团队，深入抚州市流坑古村、赣州市于都县、南昌市南昌县等地开展实践活动，通过深入农村基层，帮助村民们摘农作物、宣传抗疫知识、科普垃圾分类、宣讲防溺水知识等方式，让队员们在实践中受教育、长才干、做贡献，培养青年家国情怀和实践能力。据统计，学校共开展实践活动67场，走访爱国主义教育基地24个，

撰写社会实践调查报告14份，影响覆盖人数达十余万人。

江西服装学院团委书记孟安然介绍说，2021年暑假全校参与“返家乡”实践活动共计360人，影响覆盖近万人次。青年学子在抗洪救灾和抗击疫情斗争中展现了江服青年的青春底色。

在7月河南遭遇历史罕见的洪涝灾害期间，身在河南的江服学子不惧危险，毅然冲在救灾的第一线，有积极向共青团河南省委报到、担任大学生志愿服务队队长的艺术院李家铭同学；有筹集搬运救灾物资，受到中共辉县市委、辉县市人民政府、辉县市应急救援协会发来感谢信的设计院卢松林同学；有在灾区一线救死扶伤的商学院刘俊磊同学等。

此外，在近期国内疫情反复的情况下，学校返家的青年学生也义不容辞地投身到了抗击疫情的斗争中，有协助社区开展疫苗接种信息登记、向居民群众科普疫情防控常识的人文院徐欢同学；有登记汇总每日疫苗接种情况和了解未接种人员情况的艺术院刘晨轩同学，他们都用实际行动彰显了江服学子的青春担当。

鼓励发挥创意，在创新创业实践中服务社会

除了组织各类公益活动，学校也把培养青年的道德担当放到了日常教学之中。新时代是创新创业的黄金时代，而创新创业的最终目标都是服务于社会。江西服装学院坚持以赛促教、以赛促学、以赛促练，构建了“三级助推”的创新创业育人模式，培养了一大批动手实践能力强的应用型创新创业人才。

新时代的江服青年创业者们，正奋力描绘着属于新时代、新青年的中国服装“强国梦”。如上海CATHYON卡私顿高级定制品牌创始人刘玉婷、杭州艺缘文化传媒有限公司创始人苑艺、成都私图定位服饰设计有限公司创始人刘蔓等青年才俊都出自该校。

建校30年来，学校围绕“特色鲜明的高水平应用型大学”建设目标，按照“兴趣进社团、社团育能力、能力进平台、平台孵项目、项目进园区、园区助创业”的思路，依托专业实验室和大学生众创空间，成立了大学生创新创业实践平台，为创新创业项目配备指导教师，吸收学生参与教师的科研项目，为有潜力的创新项目提供实践平台和经费资助，切实提高学生的创新精神、创业意识和创新创业能力。

2021年，江西服装学院在创新创业类赛事上取得了新的突破，在第十七届“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛中荣获省级铜奖4项、红色专项赛中荣获省级铜奖3项；在第七届中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛中荣获省级铜奖2项；在第七届“东方财富杯”全国大学生金融精英挑战赛国赛中获国赛一等奖2个、二等奖1个、三等奖4个，用实力与实绩证明了江西服装学院在培养高道德、高能力人才上的不懈努力！[17A](#)



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 9

“党旗红 123 工程”创造“恒丰速度”

访德州恒丰集团党委书记王思社

本刊记者_夏小云



王思社

仅用10年时间，德州恒丰集团就实现了从濒临破产到全国行业龙头的超常跨越，企业规模增长36倍，创造了令人瞩目的“恒丰速度”、“恒丰现象”。

在生产经营创造奇迹的同时，德州恒丰集团党委总结提出了“恒丰党旗红123工程”，提出以党把方向、谋大局、定政策、促改革的能力和定力，把党建工作推向规范化、制度化、标准化，形成了以党建塑灵魂、促发展，以发展提素质、增党性的互动局面。

关键时刻党员勇担当

41家理事单位，21200余名员工，320万纱锭，2000台喷气织机，23条服装生产线，8条羊绒生产线的生产能力，在2020年发布的全国棉纺织行业竞争力百强排行榜中位列第六位、全国棉纺织行业主营业务收入排行榜第七位、蝉联中国化纤短纤混纺纱主营业务收入30强企业第1名——这是恒丰人交出的优秀答卷。

回首2008年下半年，改制后的恒丰纺织到了破产边缘，关键时刻党员率先站了出来，总经理苏建军与党委班子成员几天不休息，全面探求企业的出路和希望。由党员职工筹资筹建的第一个分公司——陵县恒丰纺织品有限公司应运而生。大家将希望寄托于此，新公司总经理罗东义更是带领公司党总支成员一头扎进盐碱地，没白没黑地干，厂房刚建起来就开始办公，屋子里返

潮起碱半米高，都没有阻挡住大家的工作热情。

从2008年建立陵县恒丰纺织品有限公司开始，德州恒丰集团迈上了快速发展之路，一个个项目上马，500多名优秀员工被派驻到四面八方，宁夏、四川、新疆、云南、广东、广西……恒丰人发展的步伐异常坚定，鲜艳的党旗在各个项目工地猎猎飘扬。“被派到各个理事单位的党员、管理人员发挥了巨大作用，成为了企业发展的领头雁、助燃剂。在决定企业生死存亡和改革发展的关键时期，都是党员们率先站出来。”德州恒丰集团党委书记王思社如是说。

独创“党旗红 123 工程”

从制度层面加强顶层设计，形成抓党建促发展的长效机制。2009年7月，恒丰集团党委总结提出了“恒丰党旗红”主题活动方案——123工程。随着时间的推移，活动已经深入企业的创业发展中，发挥了全面引领和积极推进的作用。

王思社介绍，123工程就是树立“一面旗帜”，即党员要做一面旗帜，一个党员一面旗；发挥“两个作用”，一是政治核心作用，二是在企业发展中党的政治引领作用；做好“三个结合”，一是党建工作与生产经营相结合，二是党建工作与企业文化建设相结合，三是党建工作与履行社会责任相结合。

有了顶层设计和纲领统筹，恒丰还紧密将党建融入企业发展，制定了规范的党建工作制度。其中，党的代表大会制度、集团理事会民主集中决策制度、每季度的形势任务报告会制度、党组织建设制度、三会一课制度、党员活动日制度、质询分析会制度、年度聘任干部制度、民主测评制度、宣传制度……无不是党建全覆盖。特别是党员和管理人员的工作承诺质询制度，强化了责任意识，促进了能力提升，密切了党群关系，提升了员工们彼此之间的信任感和工作的幸福指数。

此外，作为恒丰人的行动指南，《十二种意识》是恒丰集团党委为党员和管理人员制定的行为准则，更是党员和管理人员对客户、对员工、

对社会的一种承诺和宣言。员工行为的关键是看党员怎么做，全体党员始终坚守《十二种意识》，自觉养成良好的行为准则和思维习惯，以身作则，为企业的可持续发展注入无限活力。

党建创新融合推动企业发展

以123工程为总抓手，恒丰集团进行了系列党建工作创新，形成了大党建工作新格局。恒丰集团是理事会性质的集团，每一个理事单位在建厂的同时，就着手完善党组织建设。

2013年恒丰集团开始走出德州到外省投资办厂，至今已先后在宁夏、新疆、云南、四川、广东、广西等六个省、自治区投资建厂19家。针对多地投资、厂域分散、人员管理复杂的实际状况，集团党委对新建企业推行党组织和行政管理层“双向进入、交叉任职”的工作模式，并让大多数企业的一把手兼任党组织的负责人。

王思社指出，集团党委为给党组织培养更多优秀人才，在集团内部成立了“六大人才成长通道”，即：管理人才成长通道、技术人才成长通道、工人技师成长通道、内训师成长通道、学历教育成长通道、复合型人才成长通道。还创立了自己的商学院，为每一名有志青年打通了成长路径。

今年以来，为庆祝中国共产党成立100周年，王思社牵头部署“庆百年·党旗红”主题系列活动方案，在企业开展了“践行初心使命 献礼建党百年”征文、“学党史、比贡献、争做一面旗帜”和“庆百年·党旗红”七一表彰大会等多项活动。

谈到下一步的党建工作思路时，王思社提出五点计划，一是夯实“不忘初心、牢记使命”主题教育的成果；二是继续深化和开展“恒丰纺织党旗红”活动和“庆百年·党旗红”系列活动；三是做好新党员培育和发展工作，不断选拔、培育优秀员工加入党组织；四是做好党员网格化联系点工作，真正为员工解决问题；五是做好党群工作亮点推广工作，使党建工作和企业文化建设更好地服务于生产经营各项工作的开展。[17A](#)

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



叶志明

倪阳生

张翠竹

王玉萍

赵明霞

梁晓晖

刷新行业认知，纺织学子收获多多

“纺织之光”优秀学生研学夏令营首次举办

■ 本刊记者 郝杰

人才需求、行业发展趋势、社会责任、智能可穿戴、新材料、服装设计新理念……这些在学校里接触不到的课程让参加夏令营的同学们脑洞大开、受益多多。纺织业的美好前景坚定了同学们沿着行业之路走下去的决心。

8月29日，由纺织之光科技教育基金会、中国纺织服装教育学会、中国化学纤维工业协会共同主办的“纺织之光”优秀学生研学夏令营活动在线上圆满结束。来自东华大学、天津工业大学、浙江理工大学、西安工程大学、武汉纺织大学、中原工学院、苏州大学、江南大学、四川大学、成都纺织高等专科学校的10位优秀学生在三天时间里，聆听了6位行业专家的授课，与3位青年企业家对话，并在线上参观了服装科创研究院服装数字化实验室。

不忘初心，提升行业新认知

作为纺织之光科技教育基金会首次举办的夏令营活动，本次夏令营活动受到了行业的广泛关注。主办方从今年6月开始筹备，并进行了4次预热活动。来自东华大学服装与服饰设计专业的营员陈雨婷还为活动专门设计了“营服”。

在开营仪式上，中国纺织工业联合会副秘书长、纺织之光科技教育基金会理事长叶志明道出了夏令营活动的初衷。叶志明说，基金成立之初就特别重视人才培养，当时唯一的项目就是奖励7所部属院校的优秀教师和学生，现在奖励范围扩大到16所院校，截至2020年末，累计奖励了4205位行业优秀教师和学生。正是基于这样的初心和使命，在基金会成立25周年之际，首届“纺织之光”优秀学生研学夏令营活动举行。

中国纺织服装教育学会常务副会长、纺织之光科技教育基金会副理事长倪阳生一直以来对纺织专业招生困难忧心忡忡。他认为，招生难的原因之一就是行业宣传不够，而这次夏令营活动正是宣传行业的好机会。



夏令营极大拓宽了学生们的视野。

倪阳生在《纺织类专业毕业生就业报告》中，介绍了纺织业的过去、现在和未来。他还通过介绍行业领军人物、优秀企业家等纺织类专业毕业生的案例，鼓励同学们以他们为榜样，扎根行业，成为行业之才。

上海永澳纺织科技有限公司总经理张雷、杭州集锦印染有限公司董事长兼总经理王云军、江苏中杰澳新材料有限公司总经理助理吴文武则以自己的亲身经历和成长过程回答了学生们的种种问题。他们对年轻学子提出建议，进入纺织业要从基层做起，能动手，要理论联系实际，把所学所用相结合。不仅要懂技术研发，还要善于人际交往，要有艺术、财务、法律、管理等知识。

大咖授课，学生们大开眼界

作为纺织专业的学生，学习专业知识只是一方面，还要了解整个行业的发展形势及未来方向。中国纺织工业联合会产业经济研究院副院长赵明霞以“新形势下我国纺织行业的发展现状、趋势与方向”进行授课。针对我国纺织行业发展现状，赵明霞以详实数据介绍了纺织产业体系、内需市场，以及科技发展带来的生产效率提升。在纺织行业发展面临的新形势部分，她介绍了国际贸易格局、新冠疫情对行业的影响、科技革命带来机遇与挑战，以及双碳目标发展新模式。在未来行业发展趋势方面，她介绍了纤维需求、智能制造、绿色发展、国际国内双循环等。

纺织服装行业已经成为全球一体化的产业，如何让中国纺织服装行业成为受全球尊敬，并能引领可持续发展的行业？中国纺织工业联合会社会责任办公室首席研究员兼副主任梁晓晖分享了《纺织服装行业的社会责任与可持续发展》报告。他介绍，2005年，中国纺织工业联合会发布“CSC9000T中国纺织服装行业社会责任管理体系”是国内公认的中国企业社会责任的起点。行业社会责任贯穿投资、生产、流通、消费产业链全过程，涉及劳工、环境、安全、人权、知识产权等多个环节。

梁晓晖详细介绍了中国纺织工业社会责任走过的历程与具体实践。未来中国纺织服装社会责任体系将不断升级，并与国际组织加强合作，以责任赢得尊重和话语权。

在与同学们的沟通中，梁晓晖还邀请大家加入社会责任团队，为中国纺织服装社会责任尽力。

把关键技术掌握在自己手里，这已成为我国科技从上到下的共识。新材料是纺织行业重要组成部分，也是未来科技发展的关键。国家先进功能纤维创新中心主任王玉萍为此分享了“纤维新材料创新发展策略”。



她从纤维新材料的发展背景、理念、政策、应用、创新、未来共六个方面阐述了我国纤维新材料发展的现状和未来方向。她说，目前，我国纤维新材料产业已经达到国际先进水平；到2025年，产业将取得国际竞争优势；到2030年，国家先进功能纤维创新中心将成为全球先进功能纤维产业顶级创新机构，支持产业引领国际产业发展。创新中心将进一步拓展研究内容，围绕整个纺织产业薄弱环节进行攻关，最终实现纺织产业研究内容全覆盖。

智能纤维、电子皮肤、电致变色、柔性转能与储能器件、人工肌肉……这些听起来像科幻般的技术，是纺织科学家正在不断攻关的行业最前沿科技。东华大学教授王宏志为同学们带来了“智慧经纬，未来已来”的精彩课程。他认为，未来社会是智能社会，服装将成为最为重要的智能可穿戴载体。目前已经可以将智能电子器件附加或者嵌入在服装上，实现变色、动作捕捉、调温等功能，未来的发展方向是服装本身成为智能电子器件。王宏志还介绍了世界主要研究团队正在进行的电子皮肤、能源存储、光发射纤维、人工肌肉等研究方向，以及东华大学正在研究的智能变色与发光、能量转换与存储、柔性智能传感、高效智能变形等技术。

在与同学们的交流中，王宏志说，纺织服装已经不是传统产业，随着智能社会的到来，纺织服装迎来了新的机遇，在制造端可以与人工智能结合，像无人工厂就非常科技感；在产品端也可以与大数据、人工智能结合，此外科技和时尚设计相结合也大有作为，越来越成为科技尖端领域。他希望同学们多学习交叉学科知识，毕业后加入行业研究领域，在未来会有广阔发展空间。

科技在体育领域的应用越来越重要，比赛服装的科技含量也成为世界体育强国提升运动成绩的关键，我国也在加大这方面的研发。北京服装学院教授刘莉带来了“冬奥备战训练比赛服研发进展”的演讲。她介绍，由北京服装学院牵头，联合6所高校与4家企业组成的产学研研发团队，正在攻克冬季运动和训练比赛高性能服装关键技术，让服装助力运动员成绩提高更快，防护性能更高，保暖性更强，以及更加美观。目前，已经在纤维、面料以及服装设计方面取得了一系列成果，受到国家领导高度肯定。刘莉还说，很多研究生都参与了项目的研发，她希望同学们不断积累知识，未来大有用武之地。

此次夏令营活动还特意安排了线上参观中国服装科创研究院服装数字化实验室。在中服科创院市场部经理李杰的带领下，同学们参观了服装智慧零售、智慧生产示范线，了解了AI大数据、5G智能柔性生产、快反供应链、智能可穿戴在服装领域的应用。亲眼看到这些高科技在服装领域的实际应用，同学们颇感兴奋，不断地向讲解人员提问。

畅谈收获体会，行业未来前程似锦

短短三天的夏令营活动，从纺织行业的整体状况、可持续发展、毕业生就业情况、新材料和纤维研究前沿、服装设计的科技理念等讲座，到与青年企业家的对话，再到参观服装数字化实验室，让同学们对纺织行业有了全面了解、全新认识，并对自己未来职业选择有很大帮助，更激发了同学们热爱纺织、投身行业的热情。

纺织之光科技教育基金会副理事长兼秘书长张翠竹在闭营典礼上

表示，“纺织之光”优秀学生研学夏令营虽然结束了，但大家的友谊才刚刚开始。因为“纺织之光”是助推纺织行业科技事业的公益慈善组织，是个大家庭，我们都是这个家庭的成员，希望同学们有机会成为“纺织之光”志愿者，积极参与行业科教等公益活动，做一个会讲纺织故事的纺织人，尽快成为行业领军人物。张翠竹还希望参加研学夏令营的同学们坚定“强国有我”大局观，在建设现代化强国的征途中，立大志、挑重担、克难关，做一个具有民族自豪感、文化自信，有责任、有担当的新时代青年纺织人。

同学们也感慨多多，四川大学的李继康表示，在学校里大多时间是在实验室进行课题研究，对行业整体状况、科技水平较少了解。参加夏令营活动开阔了眼界，感觉纺织业已经焕发了新的生机。今后不能仅仅关注自己的课题，还要关注行业大趋势，找准自己未来定位，为提升纺织行业影响力做贡献。

江南大学的江洋说：“参加夏令营活动非常有意义，结识了不同专业的同学，行业大咖的讲课给我们更广的视野，线上参观看到智能生产，感觉像看科幻小说一样。这些都让我对未来行业发展充满信心。”

中原工学院的杨帆感慨道，此次活动拓展了眼界，增加了见识，感觉纺织行业很了不起，到处都有高科技，纺织未来会不断发展，前景可期。

武汉纺织大学的郭世贤表示：“夏令营中结识了来自五湖四海的小伙伴，安排的课程丰富多彩，深受启发。特别是成衣智慧零售、AI数据采集等科技，以前认为很遥远，如今已来到现实。我感觉作为纺织人应该具有交叉学科知识，要学习大数据、互联网，纺织业绝不是夕阳产业，未来将不断发展。”

成都纺织高等专科学校的赵丹说：“我是同学中唯一的专科生，以前对纺织业认知浅显，听课后感觉纺织业涉及很多领域，对行业有了全新认识，未来学习中要坚定在行业里走下去的决心。”

西安工程大学的马力表示：“两位青年企业家从其他行业转到纺织业，说明这个行业潜力很大，纺织业不是夕阳产业，也不是只做纱线、服装，高科技带来的新机会使纺织业正在转型，我们不仅要掌握基本纺织知识，还要学习其他学科，以适应未来纺织业发展需要。”

东华大学的陈雨婷说：“我是唯一设计专业的学生，平时埋头做设计图稿，这次听课了解了非常多的纺织知识，特别是成衣智慧零售很神奇，对我未来设计也有很大帮助。”

浙江理工大学的何晴认为：“听了专家的讲课，了解了许多前沿科技成果，我喜欢纺织，对未来很有信心。对纺织业的新认知让我坚定了为纺织业发光发热的决心。”

苏州大学的张志颖表示：“我是研三的学生，对就业最为关心，与青年企业家的对话让我了解到企业用人的要求和我们应具备的基本素质。今后无论在什么领域，我都要从基层做起，还要学习财务、法律、管理等方面的知识。”

天津工业大学的谢慧珂说，通过活动，认识了很多朋友，以前对纺织业认识浅显，现在了解到了行业现状和未来趋势，感觉纺织业未来前程似锦。

10位同学获得了夏令营结营证书，陈雨婷、江洋同学还被评为“纺织之光”优秀营员。TA

激发原生动力， 新风尚助推消费升级！

2022 春夏中国国际时装周华彩上演（上）

■ 本刊记者_刘嘉 万晗 吕杨 王振宇 董笑妍

9月3日，2022春夏中国国际时装周于北京751D·PARK拉开帷幕。为期10天的本季时装周以“原生动力”为主题，聚焦中国设计美学、科技创新、商贸合作、可持续发展、知识产权保护五个关键议题，呈现了专场发布、专业大赛、DHUB设计汇×TOYCITY玩具城市·潮玩造物展、中国国际时尚论坛、2021中国时尚知识产权大会、歌中歌之夜——中国国际时装周闭幕式暨中国时尚大奖2021年度颁奖典礼等百余场精彩活动；同时汇聚来自意大利、荷兰、美国、英国、韩国、法国、加拿大、哥伦比亚、日本、澳大利亚等国家的时尚力量，开启一场时尚盛宴。

本季时装周涵盖了男装、女装、礼服、运动、泳装、内衣、童装、亲子装等品类发布秀，传统与现代、新锐与潮流、创意与商业碰撞，全方位表达时尚态度。

本土时尚的崛起必须有自己的文化特色，中国文化表达是本季时装周的亮点之一。专场发布涵盖中国传统文化及武侠文化、民族文化、丝绸文化、敦煌文化、文学作品等相应主题发布秀，以服饰为媒介，将中国文化结合当代审美进行年轻、潮流化表达，多维度展现蕴含着中国文化之美的服饰。

作为国际化展示平台，本季时装周还吸引了来自全球的时尚力量，哥伦比亚品牌 Leonisa 莱霓莎举办中国首场线下发布秀，韩国买手店 Hi Seoul Showroom 带来韩国本土时尚品牌 LEEHO 最新系列作品，

DHUB 设计汇聚集来自意大利、荷兰、日本、美国、加拿大、澳大利亚、英国等7个国家的参展品牌，展示高品质且充满创意的时尚产品，联结国际时尚，以全球化的姿态讲述时尚故事。

在跨界方面，继上一季成功合作之后，本季时装周继续携手抖音电商，打造“抖 in 新风潮日”，琳工坊、哭喊中心、素白、迪丝曼苓、TRACY CHU 5个电商品牌参与走秀，展现年轻化与新风潮设计；还有“聚力抖音电商，造时尚新风潮——SS22 中国国际时装周·抖 in 新风潮”主题论坛、抖 in 新风潮 DFashion 互动展等活动，都在挖掘并分析精准案例，助力设计师品牌了解抖音电商新风潮及其运营模式，进一步实现商业转化。

培养设计及创意人才也是时装周长期的落脚点，专项设计大赛、10+3 SHOWROOM 青年设计师基地计划等活动，都是挖掘并扶持新锐设计师的相应举措。另外，中国国际时尚论坛作为中国国际时装周的重要板块之一，本季开启了10余场头脑风暴，汇聚近百位重量级嘉宾，聚焦当下备受关注的绿色可持续、科技智能、非遗文化、时尚投资、社会责任、潮流文创等行业亮点及痛点问题，开启一场场激烈的思想碰撞。

为期10天精彩纷呈，中国国际时装周始终聚焦中国时尚影响力和话语权的进一步提升，致力于推动产业转型升级，为设计赋能，促进本土设计师与品牌成长。

楚和听香·楚艳： 探索中国美的有限与无限

想要穿得足够中国，除了旗袍，我们还能选择什么？楚和听香品牌用实际行动充盈你追求中国美的精神。9月4日，著名设计师楚艳的“楚和听香 CHUYAN”2022春夏发布会在中国国际时装周隆重举行，这是一场穿越时空的文化盛宴。

“楚和听香 CHUYAN”本季发布会以“有限·无限”为主题，以有形有限的服装为载体，以内涵与人性之美为底色，以中国美为主旨，探索和表达新时代中国美的无限可能。

本季发布会服装设计采用“以形写神”的手法，对中国传统服装经典款型和结构进行解构和创新设计，大量运用了交领、立领、交立领、对襟、直立领、连肩袖、直领对开襟，以及深衣、襦裙、旗袍等经典结构和款式设计，变化丰富，不断探索对新时代中国美的形式和神韵表达。

迪丝曼苓·韩苓： 众声欢愉唤醒视界

9月4日晚，DISIMAN.LING 迪丝曼苓在751D·PARK 中央大厅发布了2022春夏新品。“陆仙人”身着玫粉色流苏西装登场，现场一片欢呼。作为国潮原创设计师品牌，DISIMAN.LING 迪丝曼苓为25—35岁个性百变的时尚女性而生，秉承“以人为本”的经营理念。设计师韩苓一直坚持自主设计、研发、生产与销售，通过前卫的设计，匠心的品质，将时尚、个性、百变诠释得淋漓尽致。

本季迪丝曼苓以“唤醒视界”为主题，以更具包容性的探索，展现欢脱的日常穿搭，表达乐观积极的时尚态度。本季呈现缤纷的色彩、时尚的廓形，治愈及唤醒世间的一切美好。韩苓希望通过原创设计的力量，诠释出“时尚女装”的价值主张，让新时代女性能够真正的突破自我，实现百变有型。



新时代中国美·时尚峰会举办， 《北京时尚产业发展蓝皮书2021》发布

9月4日，由北京市朝阳区人民政府、北京服装学院、保利·中国中丝集团、北京楚和听香服装服饰有限公司共同主办的新时代中国美·时尚峰会在751D·PARK 大罐隆重举行。

北京市委宣传部副部长王杰群，中国纺织工业联合会副会长孙淮滨，北京电影学院原党委书记、党史学习教育北京教育指导组第二组组长侯光明，河南省慈善总会副会长单恒伟以及朝阳区委、区政府，保利·中国中丝集团，北京服装学院等领导嘉宾近200人参加活动。

会上发布了《北京时尚产业发展蓝皮书2021》，该书以北京国际消费中心城市建设的背景任务为着眼点，从新的视角对北京时尚产业发展进行了进一步的梳理和谋划。

与会嘉宾还共同见证了“新时代中国美研究院”的揭牌，研究院将以全新的意识对新时代中国美的发展谋篇布局，开创新时代中国美的新范式。

开展了!“云裳小镇·2021 中国时装 技术奖获奖作品展”精彩亮相

作为本季中国国际时装周亮点展陈之一，9月5—12日，“云裳小镇·2021中国时装技术奖获奖作品展”在751D·PARK 武学伟工作室精彩亮相。

开展第一天，现场就吸引了大量的观众。当问及为何而来时，“一次难得的和顶尖技术大师学习的机会”，这是多数参观者给出的答案。通过此次作品展可以近距离欣赏学习服装裁剪工艺，拓宽视野，领略服饰设计的工艺魅力。

据悉，本次展览的十套获奖作品，是8月30日由专家评委们在云裳小镇设计师交流中心根据服装整体效果、结构造型、缝制工艺、款式样板、创新能力等方面，进行全方位综合考量，最终从29位参评选手的作品中脱颖而出，荣获今年“中国时装技术‘金剪奖’”和“中国十佳时装技术奖”的作品。



DAMOWANG·韩磊： 演绎武侠与部落之间的双重变奏

9月5日的中国国际时装周上，DAMOWANG·韩磊发布秀以“武侠部落”为主题，秉承“在当代游牧精神的映衬下逃离都市”的概念，设计师韩磊打破经典文化元素，以当下的审美语境重组创造，进一步突破了品牌风格界限。

设计师把对武侠影视的视觉记忆糅于随性自然的部落印象，在当代服装语境中寻求新的叙事空间。秉承“新古典主义”的理念，追溯远古部落披挂式简约廓形、古朴的流苏与绳带、革新的刺绣、重叠的镂空肌理，与斜襟盘扣、水袖、立领等极富武侠魅力的细节设计，结合现代的设计理念，通过高饱和的色彩，对宽大的廓形、多样的材质、可调节的穿着方式进行强调。

值得一提的是，DAMOWANG 本季还与中国画院著名画家郭子良以及青年插画师侯懿夫两位艺术家进行了合作，带来了艺术家合作系列。

怪诞星球 X 中国邮政： “豫邮未尽”，携手出圈

9月5日，潮流新锐品牌怪诞星球（FANTASTIC PLANET）携手中国邮政在中国国际时装周的舞台上共同发布了2022SS 联名系列服装，从豫剧到河南本土文化，从百年邮政到街头潮流，从生活到秀场，这场打破次元壁的联名大秀或成本季时装周一大看点。

本次发布会分为“邮来已久”、“以邮为潮”、“豫邮未尽”三部分，以“河南文化、豫剧文化、百年邮政”为核心，多角度诠释了中国邮政从过去到未来、从“中原”到“中国”、从生活到秀场等多个场景中的形象。

据介绍，怪诞星球是诞生于河南的本土潮牌，由插画艺术家、先锋导演卫哲于2016年在郑州创立，并担任品牌主理人。2019年，品牌设计总监丁梦姝和营销总监卫然相继加入品牌。怪诞星球以其独特的设计赢得了众多潮流明星和潮流类综艺节目的青睐。





I-LA · 李迎： 独立行走在“虚·实”之间

与今年“惴惴不安”的世界相比,设计师李迎的审美意识要稳定而和谐得多。究其原因, I-LA 品牌的审美价值观往往留有让人舒适的“余地”,表现为多层次的“虚实”相生。

9月5日, I-LA · 李迎 2022 春夏系列发布上演,以“虚·实”为主题,镂空网纹设计加强虚与实的视觉对比;大廓形直线条,细节拼接,大地色系点缀明亮的纯色块,是在虚幻的世界中真实而鲜亮的存在,虚实之间展现女性坚强的力量,珍视自己的美。

本季在天然纤维上的尝试和皮装单品的点睛之笔也让人难忘,“强硬”的女性主义中得以留存适当的生动甚至俏皮,就像“保留曲目”高腰位的设计,永远是渴望拉长身材线条的女性们难以割舍的爱好。

三六一度 · IISE X LIUYONG： 科幻国风，带来东方新破晓

9月5日,中国领先的体育用品品牌 361°亮相中国国际时装周,呈现了一场主题为“东方·破晓”的新品发布会。

该系列新品由 361°与“金顶奖”设计师刘勇、潮牌 IISE 三方联合推出,以“科幻国风”为设计核心,灵感取自于中国科幻经典著作《三体》,将中国传统服饰的元素、工艺与功能性材料进行结合运用,打造了一系列兼具“东方美”与“科技感”的新国潮风格运动服饰产品。

发布会秀场利用光线、烟雾、几何形状、折射镜面以及大面积的水滴侵袭而来的画面,制造了极具视觉冲击力的沉浸式展示场景。发布会以“地球往事”、“黑暗森林”和“死神永生”3大主题进行呈现,56套新品服装将各类新国潮元素进行融合,辅以未来科技感的秀场布置,充分展现了 361°的新品设计理念。



SGM ART · MOUSE JI： 苏式美学的国际化表达

9月5日,2022 春夏中国国际时装周期间,苏州工艺美术职业技术学院 SGM ART · MOUSE JI 2022 春夏系列以线上发布方式亮相本季时装周“特别呈现”单元。

本季 SGM ART · MOUSE JI 系列作品以“幽”为主题,灵感来源于东晋田园诗人陶渊明的《饮酒·幽兰生前庭》。作品共分为“南城忆旧”、“淡墨轻岚”、“夜泊姑苏”、“轻云出岫”、“瓷胎古迹”5个子主题,展示了80余套作品,以中国元素、江南文化为灵感来源,挖掘传统文化中所蕴含的当代审美情趣,实现中华优秀传统文化的当代化、国际化表达,以独特的视角带来一场苏式美学盛宴。

据悉,苏州工艺美术职业技术学院于近年成立了 SGM ART · MOUSE JI 国际时尚中心,聘请行业专家、能工巧匠与骨干教师组建混编师资队伍,带领学生共同设计研发实用化、国际化的时装系列产品。



LINC CHIC：年轻人的硬核潮流， “硬糖派对”演绎秋冬街头风

9月5日,知名潮流设计品牌 LINC CHIC 金羽杰以“硬糖派对”为主题登陆中国国际时装周,展现“Z世代”年轻群体的自我主张,以“华丽复古”的“混搭”设计来对抗后疫情时代的焦虑,神秘暗黑中带有一丝新锐迷幻的电子感。

品牌本季大秀分为活力休闲、潮酷高街、时髦精三个系列,分别呈现活力亮色彩的机能面包服、年轻酷帅的 oversize 派克装,以及简约高级的量感造型羽绒服。

LINC CHIC 本季的一大亮点还有品牌与美国插画师 Jayde Fish (GUCCI 合作艺术家)的“电子花卉”联名系列,用异国华丽复古设计为秋冬系列新品浪漫开季。“电子花卉”以浪漫与奇幻,传达“运动、节奏和电子”概念,呈现出“不安分”、“做自己”的品牌基因。



绿色年华 · 侯玲玲： 进军国内高级定制泳装市场

9月6日,大杨集团旗下绿色年华品牌与国内泳装界领军型设计师侯玲玲联合推出的“泳·初语”高级定制泳装新品发布会,在中国国际时装周亮相。

本次发布会上,大杨集团背靠优越的区位优势 and 行业脉动,依托企业雄厚生产与设计资源优势,全新推出绿色年华品牌高级定制泳装,正式进军国内高级定制泳装市场,加速企业转型升级,适应“双循环”战略新格局。

发布会上,绿色年华品牌以“泳·初语”为主题,共发布唯美、或优雅、或古典的60套泳装新品。其中包括设计师通过实地探访,从与敦煌壁画齐名的国宝永乐宫壁画《朝元图》中汲取设计灵感的作品,将古代服饰元素融入设计方案当中。

A.1 FASHION CHANGES LIFE · 梁云侠： 好的时装作品，每一处都滋养身心

9月6日,A.1(art-one)梁云侠带着以“转场”为主题的2022春夏系列作品登陆中国国际时装周,设计师在传统文化中获取灵感,并汲取科技力量,使用玻尿酸蚕丝面料、香云纱等面料,饱含浪漫主义色彩。

本次发布分为“玄黄”、“时空”、“临在”、“迁徙”四个系列。毕业于意大利马兰戈尼服装设计学院的创始人兼创意总监梁云侠,以“时装”为媒,以“关爱”和“自由”为原动力,运用手工编织、手工流苏、手工打揽、香云纱、面料二次改造等编织元素,采用大地色、橄榄绿、松花绿、深海蓝、赤金黄等色彩,使本季产品饱含朴拙诗意和浪漫主义色彩。

在本系列中,设计师首次使用了玻尿酸蚕丝面料,能有效防止体表的水分流失,穿着体验也更为舒适。梁云侠深信:“好的时装作品,应该在每一处都滋养着身体,滋养着精神。”



成锦衣局 · 张彦： 现代人的国风观，盛唐夜景犹在眼前

一场以现代身份穿越盛唐的时尚之旅,塑造了回溯千年的夜市景象。这就是9月5日,La brocart 成锦衣局在中国国际时装周上正式发布的2022春夏大秀“回眸游园会”。

本季发布的设计里运用了很多精纺羊绒、环保纺织材料、皮革、牛仔、丝麻、飘纱,展现垂坠的哑光黑,轻薄飘逸的纱,闪光灵动的流苏,清透的玉石,色彩丰富的刺绣,以多样的颜色混搭丰富的材质,来体现故事中不同人物的穿着风格。

品牌创始人兼总设计师张彦从个性实穿国潮系列,到有态度的玩家系列,再到藏品级国风限定系列,从三个方向用设计满足了不同人群的需求,提供在正装与街装之间的多元化穿搭方式。



新联和 · 刘薇： 纺织非遗“活化”创新落地

点点灯光,仿若浩瀚夜空中的一颗颗星辰,又好似传统非遗、时尚设计与科技面料碰撞出的一串串灵感火花,透过蕾丝极具艺术性的美学表达,呈现出万花筒般的奇妙世界……

9月7日,坐标北京 751D · PARK 第一车间,一场主题为“繁星”的时尚发布大秀完美上演。据了解,本场大秀由中国纺织工业联合会非物质文化遗产办公室主办,新联和集团和著名时尚艺术家、“金顶奖”设计师刘薇携手倾情呈现。

这场聚合行业顶尖资源的大秀以纺织非遗为“媒”,以时尚设计为“介”,成功地探索了纺织非遗传承、传统蕾丝工艺与全新技术时尚面料的融合,绘出了一幅中国纺织可持续时尚与传统文化焕发发展的美好蓝图。TA



聚焦共同富裕 柯桥先行一“布”

开栏语：

共同富裕是“十四五”时期的重大任务，随着《中共中央 国务院关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》发布，浙江大地率先开启探索建设共同富裕美好社会的序章。柯桥作为全国重要纺织产业基地，如何立足“产业+市场”优势，做好“共同富裕”这篇大文章尤为重要。

对此，柯桥区牢记“领跑全市、竞跑全省”重要使命，全力打造浙江高质量发展建设共同富裕示范区先行地。纺织产业作为柯桥的主导产业和支柱产业，是实现共同富裕必不可少的关键之匙。今年以来，纺城柯桥全力对标世界级现代纺织产业集群，通过营商环境优化、经营户素质提升、全面深化“三服务”等方式激发市场主体活力；通过科技创新、时尚跃升、绿色转型等举措推动纺织产业转型升级；通过打造“数智轻纺城”，赋能纺织产业高质量发展，为新时期纺城再次腾飞插上“数字翅膀”，走出了一条从传统向时尚、单一向多元、低端向高端的纺织产业高质量发展之路。

面向未来，新时代孕育新机遇，更需要新作为。柯桥纺织行业将立足新发展阶段，贯彻新发展理念，积极融入新发展格局，紧扣忠实践行“八八战略”、奋力打造“重要窗口”的主题主线，深入实施传统产业改造提升2.0版，推动全球布商、金融、科技、人才等全产业链高端要素的集聚，在实现共同富裕道路上“先行一‘布’”，加快建设新时期“国际纺织之都”。



良好的营商环境，进一步激发市场主体创新创业活力。

激发市场主体活力 壮大共同富裕根基

本刊记者_王利

市场主体是经济的力量载体，保市场主体就是保社会生产力。对于柯桥纺织行业而言，所有企业和经营户都是重要的市场主体，是中国轻纺城提升发展的源泉活水。据了解，今年1—7月，中国轻纺城新注册市场主体3652家，目前市场群注册经营户共有3万余家。如何激发原有市场主体活力，并培育更多充满生机、持续稳定经营的市场主体，对稳定就业、增强经济活力都是新的支撑，有利于壮大共同富裕的根基。

优化营商环境，打造良好双创生态

近年来，中国轻纺城一直以“刀刃向内的自我革命精神”推动营商环境走在前列，以“三服务”为导向，以“最多跑一次”改革为优化市场的工作重点，持续创优政务环境、市场环境、法治环境，激发创新创业活力，大力弘扬企业家精神，推动企业发展壮大，为柯桥纺织行业高质量发展做出积极贡献。

说到纺城的政务环境，从中国轻纺城综合服务中心就可窥见一斑。如果说中国轻纺城是展示新时期中国纺织风采的重要窗口，那么综合服务中心就是展示中国轻纺城形象的重

要窗口。为进一步提升中国轻纺城服务水平，打造一流营商环境，去年底，中国轻纺城综合服务中心搬迁至国际面料采购中心5楼，设置窗口服务区、公共服务配套区、办公区、办公配套区等四大功能区，业务包括中国轻纺城相关的全部行政审批、公共服务事项，着力为市场经营户提供“一站式”便捷服务。

在市场环境方面，轻纺城各大市场分公司频出新招，通过内部考核机制提升服务水平，为经营户和客商提供便利，通过经营户诚信文明积分管理，引导市场主体诚信经营、良性竞争，通过广告更新、物业上门服务、休息区改造、直播大厅、应急照明和消防软管维修等整治措施，提升市场整体形象，通过“数字市场”建设，开发建设治安、消防、疫情防控、市场运营等相关设备及系统，将数据及智慧管理延伸至市场服务，着力打造智慧市场。

在法治环境方面，柯桥区积极探索轻纺城智慧治理体系建设，将矛盾化解工作纳入法治化轨道解决，进一步深化“警调对接”工作，推动公安、司法行政资源优化整合、多元调解机制融合发展，打造共建共治共享的轻纺城治理新格局。全面实行“派驻式”对接模式，在轻纺市场设立五个警调对接点，打通信息共享通道，推进法治宣传、法律服务“组合拳”，激活法治“细胞”，助力轻纺城市场治理体系现代化。

提升综合素质，挖掘企业内生动力

授人以鱼不如授人以渔，在中国轻纺城，科技服务进市场、电商直播培训、消防知识培训等各类免费培训活动屡见不鲜。其中影响最大、持续时间最长的培训活动，当属“中国轻纺城经营户素质提升工程”。通过学习培训，在中国轻

纺城各大市场形成知识溢出效应，帮助广大经营户进一步提升经营理念，掌握贸易经营的知识能力，挖掘企业内生动力，推动行业可持续健康发展。

今年6月，中国轻纺城经营户素质提升工程第31期（夏季）培训如期开班，从经营户需求出发，增设“一键成衣”模拟课程。从2008年开始，中国轻纺城建设管理委员会率先在市场经营户中推出中国轻纺城经营户素质提升工程，十余年来，从市场营销、电子商务、外贸单证、染整技术及各类小语种等方面进行培训，从经营户的痛点难点出发，紧跟时代需求。目前，已免费培训经营户2.5万余人次，被经营户称为“及时雨”，先后被评为“浙江省成教品牌项目”、“浙江省终身学习品牌项目”、“全国终身学习品牌项目”。

为庆祝中国共产党成立100周年，今年上半年，中国轻纺城各大市场将学党史和市场实际情况相结合，纷纷开展党史学习教育，夯实基层党建基础，引领市场党员经营户在生产经营中积极发挥先锋模范作用，做好示范、当好表率，诚信经营、不断创新。为积极配合轻纺城“数字市场”建设，各大市场积极打造或升级专业直播厅，并举办直播电商培训交流会，为经营户开拓更多电商营销新思路，协助大家进一步熟练掌握直播操作技巧和实战知识。

随着各类培训的开展，纺城经营户综合素质不断提升，更加注重产品创新、企业文化建设、品牌建设、高效管理，激发了企业内生动力，从而形成核心竞争力。如今，中国轻纺城3万余家经营户中，有全球知名品牌专业供应商，有在全国范围内拥有较高知名度的领军企业，也有专注各自领域不断创新发展的小而美、小而精的企业，大众创新成为常态，共同助力柯桥纺织迈向高质量发展新赛道。

对于柯桥纺织行业而言，所有企业和经营户都是重要的市场主体，是中国轻纺城提升发展的源泉活水，是壮大共同富裕的根基。

创新发展业态，探索经济新增长点

作为名副其实的国际纺都，中国轻纺城的纺织品远销192个国家和地区，全球近四分之一纺织品在此交易。外贸企业是中国轻纺城市场主体的重要组成部分，激发外贸企业活力，将有效带动柯桥纺织行业发展和新的经济增长。今年以来，纺城积极探索新业态新模式，深化市场采购贸易方式和跨境电商综试区两大国字号试点，抢抓政策窗口期，积极破解贸易壁垒，最大限度发挥叠加效应，打造外贸高质量发展的“新引擎”。

跨境电商综试区作为绍兴对外开放首个国家级平台，聚焦“产业集群+跨境电商”、“专业市场+跨境电商”两大特色，厚植于独有的产业优势，通过“四平台、六体系、八机制”建设，加快形成跨境电商全产业链“闭环生态圈”。而市场采购贸易方式是一种适合小微企业的新型贸易方式，单票报关单商品货值15万美元以下，符合条件可享受简化申报、免征不退等政策便利，是除一般贸易、跨境电商之外的又一外贸新业态。

据了解，今年上半年市场采购、跨境电商两个外贸新业态出口总额达50.05亿元，占比10.6%，拉动柯桥区出口15.74个百分点。“市场采购+跨境电商”双轮驱动、相辅相成，推动中国轻纺城数字化转型，为市场经营户搭建了一个低成本、高效率的出口通道，实实在在地解决了中小企业和个体工商户使用一般贸易方式出口的难题，为柯桥区外贸新业态新模式发展注入了强劲动力，推动“买柯桥、卖全球”的出口商品贸易格局初步形成。

在“双循环”新格局背景下，中国轻纺城一方面优化营商环境，打造良好的创新生态，另一方面提升经营户素质，挖掘企业的内生动力，同时拓展供应链，探索新模式、新路径，用好用足跨境电商综合试验区、市场贸易采购方式国家级试点等平台优势，提升纺织产业链价值，激发市场主体活力，全力打造浙江高质量发展建设共同富裕示范区先行地，为柯桥“领跑全市、竞跑全省”贡献更多力量。



CHINA TEXTILE CITY



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





坚持对“红色引擎”的不懈探索是企业发展的不竭动力。

党员父子让红色精神在企业传承

深植“红色基因”，打造“柯桥样板”

■ 本刊记者_ 郭莹颖

柯桥，水陆通达，历朝历代商贾云集，千年来物阜民丰。当古越大地巧夺天工的纺织工艺，遇上建设新时期“国际纺织之都”的浩荡东风，一座轻纺城，造就了布满天下、誉满天下的纺织之都柯桥。

从“河边布街”到“布满全球”，中国轻纺城并不满足。依托“市场”和“党建”的双轮驱动，以中国共产党成立100周年为新起点，中国轻纺城这张“金名片”正铆劲转型升级，围绕“开放、时尚、智慧、高端”的发展定位，深植“红色基因”，打造“柯桥样板”，为加快打造新时期“国际纺织之都”贡献纺城“竞跑领跑”力量。

风雨改革路，坚持走到底

浙江金蝉布艺股份有限公司董事长杨来荣是一名老党员，也是柯桥最早一批涉足纺织产业的布商之一。1978年，杨来荣进入社办企业工作，担任生产技术副厂长，因表现优异，1983年又被调往乡工业公司担任副经理，主要进行纺织原材料采购，这在当时是一份人人艳羡的工作。1983年，杨来荣的儿子杨卫尚在襁褓之中，谁也没想到，20多年后，他的命运会和父辈“闯荡”下来的产业紧密联系在一起。

1988年，杨来荣开始着手创办属于自己的纺织厂，与中国轻纺城的发展步伐同频共振。在上世纪80年代初，柯桥的纺织产业是由一批操着浓重“绍普”话的小船户进行原始交易的，一条不过四五百米长的狭长临河小街，就是当时柯桥最繁华的商贸中心。在



同一年，绍兴轻纺市场建成开业，这是当时浙江省最大的室内专业市场。更让柯桥人自豪的是，1992年，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。

1992年，受当时绍兴县钱清镇委委托，杨来荣受命管理由两家亏损企业合并的纺织厂。面对工厂扩大、资金设备不足、产品质量低等困境，杨来荣召集全厂员工召开质量现场会，将卖不掉的残次品现场烧掉。这一把火烧醒了全厂员工的质量意识，也烧起了工厂抓质量的热潮。“金蝉”品牌就此打响，坚持每个生产环节、每道工序都严把质量关，产品出厂优等品率达到100%，客户满意率达到100%，并且连续几年生产销售率达到100%。

1994年，经编面料在市场上遭遇瓶颈，杨来荣在枕巾繁复的花纹颜色中得到启发，首创窗纱印花工艺，进入彩色时代，这不仅拯救了当时举步维艰的工厂，也给产业带来了新的发展方向。“金蝉”由此迈入快速发展阶段，品牌如其名，叫得更响、飞得更高，名噪海内外。

厚积薄发，守正创新

时代流转，历史使命也在不断变化，2010年，杨卫学成归国，进入“金蝉”从基层销售做起。一步一个脚印的背后，这个青年党员始终相信：只有心中有阳光、肩上有担当、脚下有力量，方能有所作为，面对未来，用奋斗和奉献书写无悔青春。

杨卫的加入，让“金蝉”的发展如虎添翼，增加了无数可实践的可能性。跨境电商、功能性窗帘、知识产权、校企合作、智能车间、防疫物资生产等大刀阔斧的创新举措，用多元化产业链融合方式，让“金蝉”的品牌得以继续纵深发展，源源不断地注入新鲜活力。

对于杨卫来说，从父辈传承下来的品牌、设计和品质这三点虽然很朴素，但这是一个企业最重要的内涵，唯有围绕这三点不断创新，才会有更大的舞台。

这与中国轻纺城的发展方向不谋而合，近年来，中国轻纺城以“轻纺城+”为核心，在实体市场基础上，发展了时尚创意、电子商务、数字经济等产业，多条腿走路，为柯桥纺织打通多元发展脉络。

像杨来荣、杨卫父子这样的“强强联手”进一步凝聚了柯桥纺织的力量，而坚持对“红色引擎”的不懈探索则是发展背后不竭的动力。越来越多像杨卫这样的青年党员正在不断涌现，为新时期“国际纺织之都”更高智慧、更靓时尚的红色新未来，书写属于他们的新传奇！

聚焦 FOCUS

柯桥区加快推进“数智轻纺城”改革

在浙江省数字化改革的浪潮下，去年底，柯桥区推出“数智轻纺城”改革项目，由浙江中国轻纺城集团股份有限公司全面组织实施。集团公司将“数智轻纺城”项目的核心，定位为数聚生态、智领未来，旨在构建一个“以数据汇聚与计算为先导、以广泛智慧应用为驱动”的新型数字化产业“孪生”市场。“数智轻纺城”项目的实施计划共分为三期，“七一”建党节前，项目一期已顺利完成，二期正在紧锣密鼓地进行中。

目前，“数智轻纺城”项目已有了初步成果：14个系统开发完成6个，经营户业务服务体系初步建成；可视化大屏、一体化情指中心和数据中台一期全面完成，整体上实现可看、可用的要求。据悉，已开发完成的6个系统，分别为营业房管理系统、物业管理系统、智能停车系统、智慧用电系统、智能消防管理系统、智能安防（监控）系统。其他8个系

统为市场人员档案管理系统、智慧物流系统、商户智慧化管理系统、市场诚信管理系统、智能预警推送系统、“市场慧眼”数据中台、内部管理系统、系统管理。

下一步，轻纺城股份将以数据采集、业务应用、线上交易作为总体思路，从重建设向重应用转变，花更多时间，下更大功夫，努力实现“数字+交易+金融”的目标。二期项目共分为两个阶段推进。第一阶段为7至9月，主要以市场服务和市场管理为中心，健全数字市场智慧化管理体系，第二阶段主要以数据挖掘、系统完善、应用推广为主。建设工作主要围绕7个目标展开：市场应用全面覆盖、移动办公提升效率、实时响应精准服务、数字赋能助力经营、线上拓市培育交易、智能物流降低成本、诚信体系探索金融。

轻纺城好面料专区正式上线

近日，在浙江中国轻纺城集团股份有限公司的支持下，历时2个多月建设的“轻纺城好面料专区”正式上线。截至上线日，入驻“好面料专区”的产品已达2567件，覆盖了轻纺城各市场，后期还将有更多市场上的好面料源源不断地加入进来。

轻纺城好面料专区是由全球纺织网打造的，为整合线下市场核心资源，以数字赋能，为广大经营户提供优质的服务和良好的线上营商环境，全面打造数字轻纺城，实现线上、线下融合发展。专区的甄选标准为具备电商经营理念、根据市场文明积分、具备较强企业实力、具备创新研发能力、具有面料方面优势、具备现货供应能力。好面料专区从前期招募阶段就受到市场经营户的热切关注，各市场公司协同网上轻纺城以培训会、地推等形式，有序铺开专区在经营户中的宣传推广工作。

目前，采购商库的建设也取得了很大进展，以好面料为重点，网上轻纺城面向江浙沪粤服装产业区，以及安徽、山东、江西、四川、河南、北京、辽宁、湖南、湖北、贵州等地开发服装企业，获得了众多采购商的关注。接下来加入平台采购商体系的买家，将获得好面料专区的重点推送对接，提升采购商面料采购效率。

为配合“好面料专区”上线，网上轻纺城积极建设热词库，帮助纺织上下游建立统一产业语言，同时也将为各实体市场公司提供经营数据化导向。未来将通过观察搜索词的热度周期，预测用户采购需求，为采购商提供更精准的产品推荐与服务。



好面料专区手机端界面。



浙江东进新材料有限公司车间。

柯桥两家企业入选 国家级专精特新“小巨人”企业

近日，工信部公布了第三批国家级专精特新“小巨人”企业名单，柯桥区浙江格洛博机械科技股份有限公司成功入选。截至目前，柯桥区共有两家企业入选国家级专精特新“小巨人”企业。

专精特新“小巨人”企业是中小企业的佼佼者，是专注于细分市场、创新能力强、市场占有率高、掌握关键核心技术、质量效益优的排头兵企业。通过培育这些业绩良好、发展有潜力的专精特新小巨人企业，使其成长为行业中或本区域的“巨人”，将有力推动制造业补链强链，有效解决“卡脖子”难题。

2020年入选的浙江东进新材料有限公司是一家户外运动功能性服装面料研发生产销售的高新技术企业，专注打造原料（化纤）、织造、印染、后整理（复合）一条龙纺织面料全产业链。作为制造业单项冠军省级培育企业，公司建有“浙江省东进功能性复合面料研究院”，近年来积极引进国际先进仪器设备，不仅成功创建省高新技术企业研发中心，而且发布了“浙江制造”标准《服装用防水透湿复合纤维复合面料》，获得了浙江制造认证证书，实现了在纺织新材料研究领域的较大突破。

此次入选的浙江格洛博机械科技股份有限公司是柯桥一家专业研发生产汽车自动变速箱齿毂等核心零部件的制造业企业。下一步，柯桥区将聚焦推动制造业高质量发展，深入实施“雏鹰行动”，进一步加强服务指导，推动中小企业专精特新发展，努力培育更多国家级“小巨人”企业，不断为领跑竞跑注入发展新动能。

（本版文字 / 郭莹颖）

不仅有压力，更有机遇！ “双碳”目标触发多端联动

■ 本刊记者_李亚静

在纺织服装业，行业的绿色低碳转型关系着产业安全的基础与根基，决定着产业发展的底蕴和后劲。中国纺织和中国制造能否在受到全球消费者欢迎的基础上获得更大尊重，有赖于能否成为全球气候行动的重要贡献者、全球可持续生产与消费的主要引领者。



行业绿色行动进行时。



“节能减碳”企业在行动

在“双碳”目标的顶层设计下，很多纺织服装企业未雨绸缪，提出了自己的碳达峰、碳中和目标或相关响应计划。

将可持续融入到企业发展的基因里，向下游品牌传达可持续价值的晨风集团；以生态环保、绿色发展为企业发展的第一优先级的民族品牌波司登；拥有业内领先的国家级绿色工厂的恒力集团；聚焦能效与资源、再循环利用、绿色包装、绿色物流的盛泰集团；将绿色发展作为企业实现永续经营的前提，选用可再生的绿色环保面料的海澜之家；率先签署“建立绿色企业宣言”的赛得利；三代传承践行可持续公众教育的劲霸男装；聚焦可持续木材和可再生能源，为保护森林和温室气体减排做出巨大贡献的兰精集团；协同产业链上下游，建设可持续时尚体系的赢家集团……位于产业链上中下游的纺织服装龙头企业，带动着产业经济的改革创新与可持续发展。

在龙头企业的带动下，其他企业也纷纷推出了各自的节能减碳方案。例如，丽华家居推出原材料和生产制造端均零污染的环保地毯，恒能家纺着力打造污水智能化处理系统等。

对于企业的积极探索，清华大学低碳经济研究院副院长、气候变化与可持续发展研究院规划发展部主任麻林巍表示，要将应对气候变化作为重要的战略方向，积极承担社会责任、创新商业模式、参与气候治理；力争自身的节能减排和可再生能源利用水平达到顶尖；自身开发或要求供应商提供低碳的能源和材料；通过产品和服务向下游消费者传递低碳理念和知识。他指出，工业革命始于纺织业，气候革命也是纺织业再次崛起的历史契机。

“减碳行动”引发消费联动

减碳行动不止停留于国家层面、行业层面以及企业层面，更有来自消费市场的驱动。

在文化自信、国潮复兴的新消费时代，消费者的购买行为已经有了新的变化。例如新疆棉事件，让吊牌上的“新疆棉”标识，成为消费者眼中的新晋“网红”。同时，天丝、莱赛尔、德绒等具有环保标签的新材料，已成为消费者购买商品时的重要考量因素。

除了服装领域，床品、毛巾等产品也受到了来自消费市场的检验。具有环保、可持续标签的产品，通过不断试水，建立起企业与消费者间的信任纽带。

此外，前不久河南暴雨期间，运动品牌鸿星尔克向灾区积极捐赠，其善举被网民捧上热搜，一时间成为一货难求的民族品牌代表。

最值得说的是，线上直播平台的异军突起，成为减碳行为下沉到消费端的最佳窗口，也成为企业试水产品的最优平台。

例如，在李佳琦、薇娅等头部主播的口播中，服装、家纺等类目的优势产品，迅速为自己贴上了天然材料、节能降碳等标签。在最直观的消费数据面前，消费者更愿意接受哪种“安利”？如何让品牌与标签快速衔接？这些都在直播平台实现了快速反应和最终转化，值得企业加以重视。

由此而来的消费数据，最终反哺到品牌、企业及整条产业链，将成为指引他们进行下一步设计、研发、推广、营销的指南。

相信在行业引导与消费导向之下，纺织服装品牌及产业链上下游企业，更坚定了走向绿色环保、可持续发展之路的决心。当下及未来，“双碳”目标带给纺织服装企业的，不仅有压力，更有机遇！TA

自上而下的“减碳”行动

“节能降碳，绿色发展”无疑是对“双碳”目标的一种贯彻。

2020年9月，习近平总书记向世界宣布了中国的碳达峰和碳中和目标，承诺2030年达到碳达峰，2060年达到碳中和。中国的“双碳”目标，由顶层引领、自上而下发挥着重要作用。

值得关注的是，社会经济活动是碳排放的主要来源，作为推进碳达峰、碳中和的重要领域，中国纺织服装行业一直是全球可持续治理的活跃力量。

近年来，中国纺织工业一改高耗能、高污染行业固有形象，从传统产业向科技产业、绿色产业、时尚产业加速转变，正在自上而下贯彻落实“双碳”目标。

在中国纺织工业联合会的引领下，无论是成立于2005年的中国纺织工业联合会社会责任办公室牵头的“碳管理创新2020行动”、“气候创新2030行动”，还是围绕“双碳”目标推进的中国纺织服装行业全生命周期评价工作组、“可持续未来材料”项目、“30·60中国时尚品牌气候创新碳中和加速计划”、“牛仔产业链零碳行动”等，无不是中国纺织行业的积极探索。

“中国时尚品牌气候创新碳中和加速计划”是中国纺联2021年6月1日启动的项目，将在有关部门指导下和技术机构支持下，筛选一批中国纺织服装行业竞争力500强企业，优先支持30家重点品牌企业和60家重点制造企业开展气候创新行动，并引导重点产业集群气候创新行动的碳中和先行示范。

值得一提的是，长时间以来，中国纺联社责办从人本责任、环境责任、市场责任三大能力建设入手，吸引了大批纺织服装行业领军企业和数千亿级产业集群，加入了以中国纺联为首的“气候创新2030行动”等减碳行动中。

此外，“2021可持续时尚践行者”评选、聚焦“双碳”目标的行业会议，无不是在引导企业，要着眼绿色、环保、可持续等领域，推进科技进步、技术创新。

定制时代到来，行业盛宴开启

2021年度中国服装定制行业 9.9 定制周推动新消费浪潮

■ 本刊记者_董笑妍

伴随着消费者视角向国内的转移，以及对外表个性化、精致化的追求，创意、高级、专业的服装定制必将成为未来趋势，服装定制也正成为服装消费的下一个风口。而本土服装定制产业链厚积薄发，早已具备造就中国服装定制时代的雄厚实力，新浪潮一触即发。



9.9定制周启动日活动现场。

9月1—9日，2021年度中国服装定制行业“9.9定制周”正式上线，参与本次定制周活动的零售及供应链企业通过各类大众媒介传播手段和定制优惠促销政策，广泛宣传了服装定制文化与服务，引爆了消费者购买定制服装产品的热情，并促使服装定制消费模式进一步融入到大众消费习惯中。

9月1日活动启动日当天，中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏，中国服装协会常务副会长、定制专业委员会主任杨金纯，中国服装协会副秘书长、定制专业委员会秘书长赵雅彬，定制专业委员会副秘书长谢文靖及部分企业代表在现场，近两百位企业代表通过线上会议连线方式出席了活动。活动由赵雅彬主持。

服装定制面向未来强势崛起

陈大鹏在致辞中表示，当下服装定制产业发展势头强劲，中国服装协会在这个契机下打造定制行业直接面对市场、连接消费者的品质购物节，一是能够在市场中更深入推广服装定制文化；二是能够加强定制企业和消费者的沟通交流；三是促进服装定制产业链上下游协同创新。

服装定制是产业基于数字技术制造范畴的改变，也是企业基于消费变革和商业模式的改变。它的核心是企业数字化转型依托科技赋能和产业链协同，更直面消费者，更贴近新的消费趋势和诉求，用更直接的方式为消费者提供更适配的产品和精细的服务。同时，服装定制企业也是行业创新发展走在最前列的企业。服装大规模个性化定制一方面是满足消费者对美好生活的向往和需要，另一方面也

在推动新发展时期产业生态的改变。它代表着整个行业在数字经济时代发展的全新形式和方向。

现在，产业处在一个大变革时代中，企业也要面对经济下行压力带来的困难。但是，服装行业是基础性消费产业，只要紧紧聚焦消费变革，以消费者为中心，抓住技术进步，加快数字化转型，不断提升文化创造力，那么服装行业尤其是定制产业的发展空间是巨大的。

杨金纯对9.9定制周总体情况进行了详细说明，对后期目标进行简明阐述。9.9定制周自今年1月发出倡议以来，作为发起单位的中国服装协会定制专业委员会做了大量工作。在CHIC2021春季展期间，召开新闻发布会通过数十家媒体进行活动曝光，组织三次筹委会会议讨论完善参与企业活动规划方案，自6月下旬起持续更新公布参与企业名单，并在中国服装协会官微和中国服饰微信公众号进行针对22家零售企业和10家供应链企业的产品活动文案系列报道。

据介绍，今年9.9定制周共有223家企业经确认报名参与，其中定制零售企业和定制店158家，定制加工企业72家，定制面料辅料企业29家，定制关联企业18家。在参与零售企业通过各自平台及线下门店开展活动的同时，天猫男装也在9月4—8日为9.9定制周开设天猫平台线上分会场，助力服装定制行业的盛会。所有参与的定制零售企业和定制店在各自线下

门店和线上平台结合“9.9定制周”主题做了促销优惠活动。

全力助推 9.9 定制周，打造影响力

为规范参与企业促销行为，并保障消费者购物体验，在中国服装协会定制专业委员会倡议下，参与的零售企业向消费者发起联合承诺，承诺从产品品质、交付效率、客户服务、公平竞争等角度进行自我规范。

衣邦人（杭州贝哪科技有限公司）创始人兼CEO方琴，北京京工服装集团有限公司党委副书记、总经理朱华诚作为企业代表分享了促销活动形式与投入资源。

方琴表示，衣邦人拿出了全年预算的四分之一用于9.9定制周推广，包括全域广告投放和立体公关传播。在北京、上海、深圳、杭州等24城都有上线衣邦人9.9定制周相关电梯广告，覆盖4万多部电梯，触达2.2亿人次。在邀请核心媒体传播9.9定制周的同时，衣邦人还邀请了近50家地方媒体及近百位网红KOC/KOL，开展衣邦人产品测评及衣邦人定制体验中心体验活动。为在活动期间给消费者带来更多产品选择和福利，衣邦人推出了9.9定制周专属战报资料册，并推出“你宣告我全返”、“99元限时秒杀”、“惊喜预售”等相关站内促销活动。

朱华诚作为零售企业代表认为，此次9.9定制周活动的举办，是服装定制行业服务平台的一个窗口，一方面向广大消费者推广并普及服装定制文化，增加了服装定制行业的市场空间；另一方面促进了零售商和供应商订单量的增长，推动了整个供应链体系顺畅合作。为了响应9.9定制周活动，京工集团携旗下多个品牌策划了多种活动形式，最大限度让利给消费者，同时带给顾客极佳的服装定制购物体验。让消费者在活动过程中了解定制、关注定制、感受定制，为定制行业焕发更多生机，提升品牌知名度和影响力。

随后现场也与线上参与的供应链企业进行互动，沈阳杰恩盛科技有限公司董事长邵洪杰、山东傲饰服饰有限公司副总经理郭庆西、杭州新意法女装大厦总经理周丽敏等针对本次活动所投入资源、活动促销形式以及计划目标进行了详细介绍。TA

223家
今年9.9定制周共有223家企业报名参与。



汇川技术： 200% 业绩增长的背后

■ 本刊记者_墨影

2021 年一季度，汇川技术纺织板块的业绩同比增长超 200%，这得益于企业对超级大终端的发力，同时也有 2020 年疫情得到控制后市场短期反弹的因素。而在记者看来，亮眼成绩背后的关键在于他们对市场及客户诉求的理解。

TAweekly：企业对当前市场状况、需求状况感受如何？

汇川技术：2021 年一季度，汇川财报公布，公司业绩增长超过 120%。其中，纺织版块增长超过了 200%。预计公司全年整体订单量将实现大幅增长。分析认为增长主要得益于以下几个方面：一是整体市场需求良好，截至 4 月份的订单交付就已经排到年底；二是汇川持续推进变革，从内部动力提升入手，在提高运营效率，开发新市场，推进新项目开发的速度等方面有显著提高；三是外部因素把控方面，汇川能够识别供应商风险，加大关键器件的采购与备货，帮助客户保供应、保生产，进而形成良性循环。

但从目前市场情况来看，需求明显减缓，终端布匹行情下行，加上原材料涨价、机器涨价等因素综合作用，从业者观望态度凸显，未来走势尚不明朗。

TAweekly：“双循环”发展格局之下，企业如何布局国内外市场？

汇川技术：在国家的“双循环”发展格局下，公司坚守最初的方针：首先，修炼内功。因缺“芯”问题，很多工控厂家都出现了供货周期延迟，影响 OEM 客户的正常生产等现象。国产化是一个大趋势，不管是设备国产化，还是元器件国产化都势在必行。汇川非常关注供应链安全，并从 2020 年就开始了芯片的自主化，未来 2—3 年内会全面解决芯片的供应安全问题。其次，国内市场竞争愈发激烈，我们会坚持贴近终端，从工艺结合工控的角度，持续优化方案的竞争力，为客户创造价值。第三，针对海外市场，我们已经有相对完善的海外服务网点，并在持续扩充，下一步我们将在海外建立销售团队，把目前优秀的方案提供给国外市场。

TAweekly：目前企业的工作重心是什么？在产品技术创新上有哪些持续打算？

汇川技术：目前，企业工作重心主要是围绕大主机厂、大终端客户提供系统解决方案以及智能制造产品，并以“节能+增效”为中心，不断升级系统方案。

在产品技术创新上，重点打造零缺陷、免调试、高颜值等标签化产品及解决方案。技术创新分为两种，一种从成本角度出发，致力于

提供高集成度、高性价比的方案，降低客户的制造成本，比如一体化的驱控方案；另一种是从价值角度出发，帮助终端解决工艺或用工贵、招工难等问题，比如自动落筒换筒的方案等。

TAweekly：汇川技术重点服务的客户包括哪些？

汇川技术：目前我们的重点纺织企业客户包括海佳、华尊、天一、日发、浙江引春、上海引春、浙江日发、卓郎、泰坦、英迈杰、华裕、伟峰、东星、万利、榆次经纬、青岛宏大、天津宏大、天门纺织、华方、金驰、三枝、坚华、德意佳等。终端纺织用户则包括了恒力、台华新材等。

TAweekly：在产品技术应用中，有哪些优秀的应用案例？为客户企业带来了怎样的提升？

汇川技术：在织造领域，喷水 A6 直驱系统能为客户带来每年 20% 的节能效果，截至目前已经累计发货达到 3 万台，为企业的节能减排提供助力。

在倍捻机的应用上，通过工艺与工控的深度耦合，输出更有竞争力的方案，缩小机械方案与电子方案的价差，全电系统的销售占比持续提升。

拨叉电子卷绕系统方案，累计发货达 1 万锭，为客户提供差异化竞争方案，为终端提升单机台产能，改善工作环境，减少维护工作与维护成本。

TAweekly：企业如何看待当前乃至未来纺机和用户企业之间的关系？

汇川技术：当下，纺机行业正处于转型期，越来越多的纺机企业意识到要靠产品本身给客户带来价值，并不断加大产品本身的研发和生产设备的投入，力争为用户企业提供更加优秀的产品。

任何时候，纺机与用户企业都是相互依存的关系，而且随着国内超级终端越来越多，选择国产纺机品牌，势必助推很多国内优秀企业的腾飞。我们相信随着“双循环”的不断推进，国内产业链优秀企业之间的配合将越发默契，带动行业更好发展。TA

替代进口迈出重要一步， 中复神鹰西宁万吨碳纤维基地正式投产

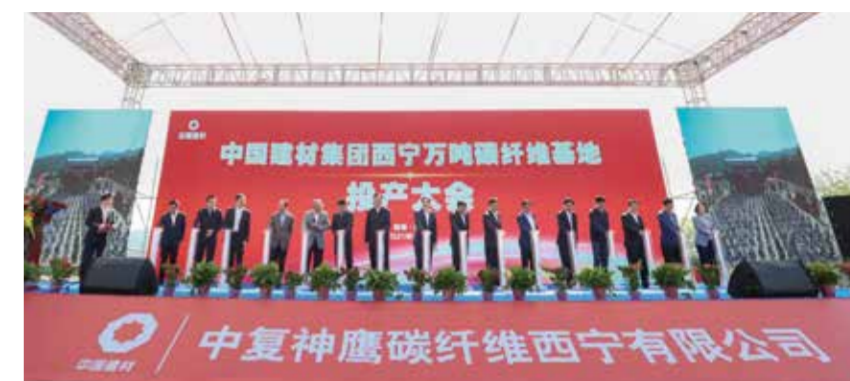
■ 本刊记者_郝杰

9 月 8 日，中复神鹰西宁万吨碳纤维基地投产大会在青海省西宁市甘河园区成功举行。青海省委常委、西宁市委书记陈瑞峰，青海省委常委、副省长王黎明，国家发改委产业发展司司长卢卫生，中国建筑材料联合会党委书记阎晓峰，中国建材集团党委书记、董事长周育先，西宁市市委副书记、市长孔令栋，中国建材集团党委书记、副总经理魏如山，中国工程院院士、中国建材集团总工程师彭寿，西宁市常委、副市长李小牛，中国化学纤维工业协会会长陈新伟，中国纺织职工思想政治工作研究会副会长姜国华，中复神鹰董事长张国良、总经理刘芳等领导出席大会。大会由中国复合材料集团党委书记、董事长刘标主持。

中复神鹰西宁万吨碳纤维基地自 2019 年 5 月启动建设，总占地 800 亩，一期总投资 20.58 亿元，目前已具备满产运行条件，产品性能稳定，品质优异。中复神鹰在碳纤维研发制造领域深耕了十余年，实现了高端碳纤维成套技术自主可控，荣获了 2017 年度国家科学技术进步一等奖。此次中复神鹰西宁万吨碳纤维项目投产，标志着中复神鹰在高端碳纤维市场布局中迈出了重要一步，提升了国产碳纤维的国际竞争力和影响力，有力推动了碳纤维行业进一步高质量发展。

张国良向来宾介绍了万吨基地情况。西宁项目是中复神鹰“十四五”规划中的重大工程，为中复神鹰开好局起好步打下了坚实的基础。中复神鹰以科技创新为动力，维护国内碳纤维产业链、供应链的稳定。

孔令栋指出，碳纤维基地的建成，是贯彻落实习近平总书记重要指示精神的的具体实践，为深入实施“五四”战略、奋力推进“一优两高”、加快推进全省工业经济转型发展注入强劲动力。西宁将为企业提供优质、高效



投产大会现场。

的服务，不断拓展新的合作空间，助力中复神鹰的快速发展。

卢卫生在致辞中希望中复神鹰牢记央企责任担当，主动融入新时代国家西部大开发全局，为青海经济社会发展作出新的更大贡献。希望青海更多关心和支持西宁万吨碳纤维基地建设。国家发改委产业司将一如既往地支持区域经济协调发展和制造业高质量发展。

周育先在致辞中指出，万吨碳纤维基地的建成投产，是中国建材集团科技创新的重要成果、新材料业务快速成长的重要见证，是我国碳纤维事业蓬勃发展的里程碑事件，标志着国产碳纤维迈入产业化新时代。他希望中复神鹰能将西宁基地打造成为具有国际竞争力的世界一流碳纤维生产基地，以更加优异的成绩回报社会各界的支持与厚望。

九万里风鹏正举，中复神鹰将矢志不渝为国家发展而奋斗，为引领国产碳纤维的高质量发展开拓新局面。TA

广告

纺织服装周刊

TEXTILE & APPAREL WEEKLY

·行业信息+

不断更新的行业信息库——借助新媒体平台，传播频率从每周延伸到每天每时，深度展现一个行业的产经脉络，形成了强大影响力。

·媒体平台+

全媒体平台同步传播——平面期刊《纺织服装周刊》，官方网站 www.taweekly.com，拥有10万+用户的微信订阅号“纺织服装周刊”“TA潮报”，同步更新于今日头条、一点资讯等平台。

·服务价值+

呈现三大维度的服务产品——可以定制的行业传播解决方案、立足企业实际需求的活动推广、实现有效营销的新媒体整合传播。

(以上数据来源于企业)

《纺织服装周刊》官方网站: www.taweekly.com

● 新闻热线: 郭春花 010-85229379 新媒体热线: 刘嘉 010-85229892

● 广告热线: 万喆 010-85229013 发行热线: 章简 010-85229023

周刊官微

TA潮报

远信工业深交所创业板上市，募资用于主体项目

■ 丛棠 / 文

9月1日，远信工业股份有限公司（股票简称：“远信工业”，股票代码“301053”）在深交所创业板正式上市。

对于业界而言，远信工业并不陌生，近年来，该公司围绕拉幅定形机产品始终在不断推进技术创新，并成为国内该领域的重点企业之一。

据招股书显示，远信工业拟使用募集资金3.94亿元，主要用于年产200台热风拉幅定形机建设项目、年产50万件纺机精密零部件配套建设项目以及补充流动资金。

作为国家高新技术企业，远信工业始终注重研发体系的建设和完善，依托浙江省重点企业研究院和省级高新技术企业研究开发中心，形成了较强的产品研发和设计能力。

近年来，远信工业自主开发的“Y2088系列热风拉幅定形机”是浙江省级工业新产品项目，并通过“浙江省装备制造业重点领域首台（套）产品”、“浙江省节能产品”相关认定；企业的“新型非导热油热风拉幅定形机”先后荣获“省重点企业研究院重大科技专项”、“2018年浙江省装备制造业重点领域首台（套）产品”称号。



远信工业正式上市。

经过多年的技术创新和积累，目前远信工业已拥有各项专利133项；掌握“热风拉幅定形机控制系统”、“自动过滤网技术”、“自动对中技术”、“自动上浆技术”、“热能回收技术”以及“热场优化技术”等众多关键技术。

目前，行业正在大力度推进节能环保的生产方式，其中，数控节能环保型印染设备在过去的五年中，已成为行业科技攻关及推广的重点，其目标是改进、升级印染生产线数字化在线监控系统，包括定形机能耗监控系统，并在行业内加快推广数字化监控拉幅定形机等节能减排设备。而远信工业也将持续围绕产业发展需求进行研发投入，依托企业研发创新和完整的制造体系，通过创新技术、引进先进人才等，促进企业持续、稳定、快速、健康发展。

贝斯特：坚守企业品牌价值

■ 本刊记者_袁春妹 通讯员_张斌

贝斯特机械制造有限公司2021年的销售业绩始终保持较高增速，这一成绩是贝斯特经历各种市场考验取得的。

为品牌，有所不为

“2021年，中国的疫情阴霾逐渐散去，市场持续复苏，得益于对疫情的良好管控，去年三四季度以来，中国承载了大量的全球订单，很多企业把握住了机会，实现了销售业绩的逆转，贝斯特也迎来了良好增势。”谈及市场总体情况时，贝斯特总经理张英表示。

事实上，疫情期间低迷的市场需求带给了业界企业不小的运营压力，往往一个订单会将几家同类企业带进“战斗”模式，恶性竞争时常出现。贝斯特不止一次遭遇这样的状况，虽然无奈，但企业并没有选择低价、降品质的方式应对。“贝斯特所做的就是坚持一贯的严谨、扎实的匠人态度，深耕产品，不浮于表面，不断为用户呈现值得信赖的新产品和新技术，以此来赢得市场的稳步扩大。”张英表示，用降品质实现降成本或许能够帮企业拿到订单，但在换取短期利益的同时，企业必将因此累积负面口碑，得不偿失。

贝斯特不会改变自己的初心，会努力守住企业来之不易的品牌价值。

赢订单，取之有道

中国纺织业从“十三五”期间便已进入深度转型升级期，再加上2020年的疫情，让越来越多的企业开始认真、谨慎思考如何生存和发展的的问题。不少企业在高质量发展的目标下开始重点培育自身的特质和竞争优势。就纺纱企业而言，有的选择走量化、低成本路线，有的则选择了差

异化发展模式。

“近年来，高品质、差异化、数字化已成为市场热点。”张英表示，贝斯特早已付诸行动的产品技术创新，就是在紧扣这些需求，最终迎来了客户和市场的稳步增长。

前不久贝斯特与新疆企业签订的104台1200锭紧密纺集落长车订单，就是基于企业对新疆市场的综合分析取得的。“近年来，新疆纺织业保持了良好的发展状态，地区企业起点高，产品品质提升、多样化、企业核心竞争力提升，并以可持续发展作为企业运营的方向和目标，因此对于设备、技术也提出了更高、更严格的要求。”张英说。贝斯特就是依托自身在细纱机产品技术方面积累的技术和经验，为新疆地区企业提供了一批又一批深受信赖的设备，切实用设备助力新疆纺企的竞争力提升。目前，贝斯特在新疆地区有超100万纱锭在运行，且高端化紧密纺集落长车占据很大比重。

围绕当前纺织企业的差异化发展，贝斯特根据不同客户的不同产品特性和生产需要，设计研发了多款设备，交付客户的设备大都根据客户情况进行了个性化方案设计，使贝斯特能很好服务客户的同时，也让企业在纺纱工艺研究方面有了更多技术积累。而这些，在当前制造业向制造服务业转化的大背景下，无疑将贝斯特的发展紧紧扣在了时代发展的脉搏之上。TA

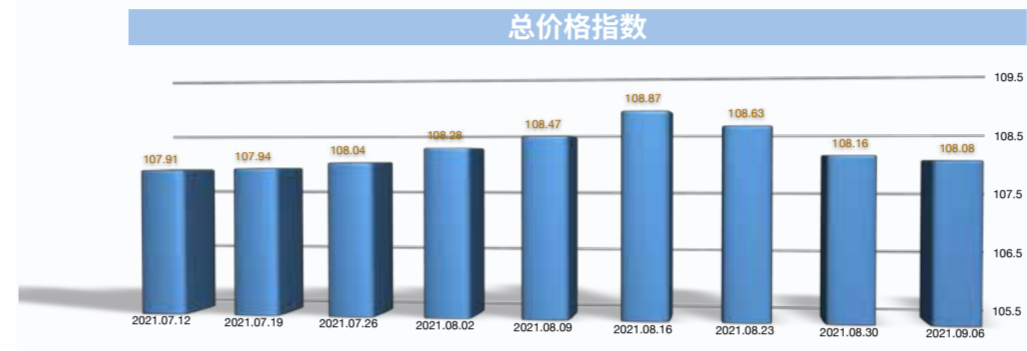


贝斯特始终秉持为客户而设计的理念。

秋市行情仍显回缩 价格微幅下跌

20210906 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20210906期纺织品价格指数收报于108.08点，环比下跌0.07%，较年初上涨3.48%，同比上涨4.10%。



2021年1—8月，中国轻纺城面料市场实现成交额1091.85亿元，同比上涨45.13%；网上市场实现成交额498.30亿元，同比增长22.93%。

近期，中国轻纺城秋市行情仍显回缩，其中：原料市场价量环比下跌，坯布市场价量环比回升，服装面料市场布匹价量微势回升，家纺类产品成交量小幅上涨，辅料价量环比小涨。

原料价量环比下跌，纯棉纱环比下跌，氨纶环比下跌

据监测，本期原料价格指数收报于89.16点，环比下跌0.80%，较年初上涨11.31%，同比上涨15.76%。

纯棉纱价格环比下跌，人棉纱价格仍有下跌。近期，萧绍地区纯棉纱市场报价环比下跌，销售环比下降。气流纺10S纯棉纱报价15400元/吨，环比下跌100元/吨；普梳32S纯棉纱报价26895元/吨，环比下跌205元/吨；精梳40S纯棉纱报价30300元/吨，环比下跌150元/吨。受储备棉轮出政策调整影响，近期棉花、棉纱期价大幅回调。纯棉纱市场因上游棉花期货现货不稳定，期货市场乏力整理为主；棉花现货市场价格逐渐走弱，成交走淡。棉纱价格继续下跌，生产利润缩小，而下游坯布市场交投偏弱，坯布端生产利润薄，企业经营风险加大。同时受到全球疫情持续蔓延、国际大宗商品涨价、全球运力结构性失衡等因素的影响，外贸订单受压，出口订单议价能力减弱，下游压力可能最终倒逼上游降温，“金九银十”前期期待过高，后期转弱。

近期，粘胶短纤原料价格环比下跌，粘胶短纤1.5D×38MM中端实际中心价为13050元/吨左右，环比下跌100元/吨左右。人棉纱价格仍有下跌，部分品种环比下跌。40S人棉纱报18800元/吨左右，环比下跌200元/吨左右；30S人棉纱价格报17750元/吨左右，环比下跌50元/吨左右。近期人棉纱市场气氛以稳中观望为主，销售趋淡。原料粘胶短纤市场报价下跌，气氛平淡。

氨纶市场行情下降，价格环比下跌。近期，40D氨纶报价79000元/吨左右，环比下跌1000元/吨左右。自8月下旬以来，氨纶走势开始疲软。目前弹力类面料较前期走货一般，且下游终端纺织依然面临资金及订单不足的局面，织造开工仍有降负预期。市场对高价氨纶多有抵触，当前氨纶库存有小幅回升趋势。现在高价区氨纶多有回落，部分贸易商低价走量，但整体价格区间仍维持偏高水平。抛开成本端，当前需求面的变化是影响氨纶走势的最关键因素，后续应进一步关注下游国内外订单跟进情况。下半年氨纶供应进一步充裕，若需求难以提振甚至下滑，市场价格势必承受更大的压力。

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122.55点，环比上涨0.60%，较年初上涨2.90%，同比上涨1.21%。

近期市场营销环比回升，坯布厂家订单环比小增，坯布价格小幅上涨。因下游需求环比回升，坯布端整体行情环比小增，整体走货环比小增，坯布厂家库存环比减少，利润空间环比小升。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、涤纶色丁坯布成交量环比上涨，拉动坯布类总体价格指数环比小涨。

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116.87点，环比上涨0.05%，较年初上涨0.11%，同比下跌0.09%。

本期服装面料类价格指数微幅上涨。9月初是秋冬订单下单和生产的传统旺季，纺织行业将迎来传统“金九银十”的需求旺季，下游面料企业库存并没有明显累积。夏季面料现货成交和订单发货继续下降，秋季面料现货成交和订单发货环比小增，初冬季面料现货成交和订单发货环比小增，价格微幅上涨。其中：涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、粘胶面料、粘毛面料、麻粘面料成交量不等量上涨，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101.84点，环比上涨0.19%，较年初下跌0.18%，同比上涨0.15%。

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，创新色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比回升，兼具时尚元素的创意产品现货成交和订单发货环比小增，价格小幅上涨。其中：床上用品类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；窗帘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；窗纱类现货成交和订单发货环比小增，价格指数呈微幅上涨走势，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131.42点，环比上涨0.11%，较年初上涨0.34%，同比上涨1.77%。

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，下游企业备货环比小增，市场成交逐日推升，现货成交和订单发货呈现环比回升走势，价格小幅上涨。线绳类行情环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类行情环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，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。后续织造市场行情不确定性因素仍较多，利好偏少，业者信心不足，后续也多取决于疫情走势。因海外疫情仍未有明显改善，叠加海运费上涨等一系列问题，下半年的旺季或将显现不足。因内需不足，外单不多，下游需求继续下降，市场行情走势继续显现不足。秋季面料供给环比回缩，现货成交环比小跌，初冬季面料批量试单局部回缩，南北客商认购踊跃度将震荡小跌，市场行情走势局部回缩，后市轻纺城传统市场营销仍将逐步小跌，整体市场成交将呈现震荡小跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

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

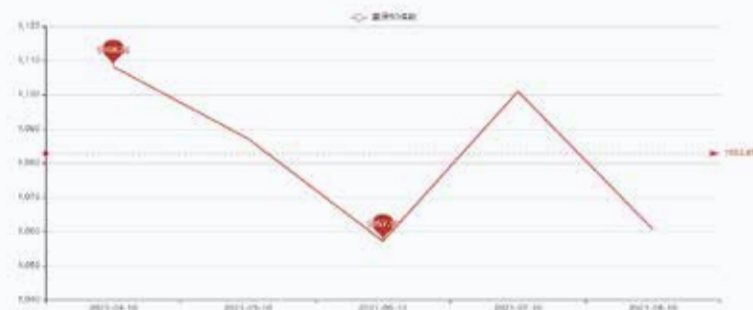
市场买气不足 50 指数稳中回落

2021 年 8 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 家丝绸化纤织造企业的净现金流为依据，按月度统计发布。盛泽“50 指数”反映了盛泽地区主要企业的经营效益波动情况，在一定程度上反映了企业竞争能力的变化。盛泽“50 指数”采用定基指数法，即以 2007 年 8 月为基准期，从纵向的角度提供一个标杆，为企业和市场研究人员提供一个参考基准。

据国家商务部中国·盛泽丝绸化纤指数(下称“盛泽指数”)监测数据显示：2021 年 8 月份，盛泽“50 指数”小幅下降，收于 1030.68 点，环比下降了 30.04 点，跌幅为 2.91%。

图1 盛泽市场“50指数”走势图



影响“50 指数”走势的因素分析

1. 终端市场成交缓慢，市场成交不如前期。进入 8 月，本是淡季旺季的交接时刻，按照传统惯例而言，下旬开始市场需求将逐步回升，不过今年行情与预期相差较大。据悉前期贸易商囤货较多，自 7 月开始订单开始回落，直至 8 月市场订单还是难以提升，市场成交气氛一般，对坯布的需求量表现一般，下单较为谨慎，难以带动市场成交量放大。

2. 涤丝厂家促销开始，下游买气不足。8 月开始，聚酯厂家因库存量大，又展开了“一周一促”的套路，但由于市场需求较低，即使是促销降价，织造厂家依旧很难买账，本着“买涨不买跌”的原则，织造厂家仅按需购买，涤丝产销并不理想，下游织造企业对于囤积原料积极性普遍较低，不愿意大量购买原料已经成为常态。

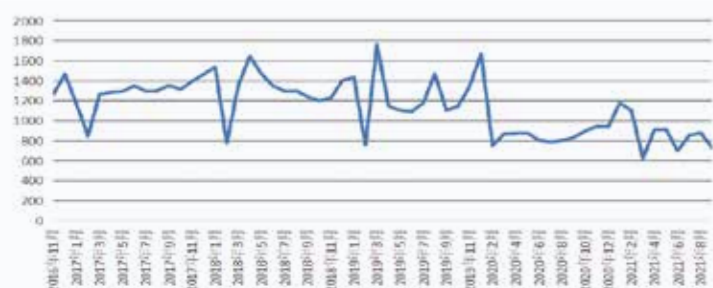
3. 国外疫情难以控制，外贸市场难回从前。在内需市场稳定的同时，外贸市场仍然在受疫情的摧残，变异毒株“德尔塔”使国外市场仍受疫情影响。进入 8 月，国外疫情始终难以控制，终端需求萎缩，服装企业对于市场缺乏信心，外贸订单被取消、延迟的情况比较普遍。

“50 企业”分项指标变化趋势分析

以下曲线图表(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，8 月“50 企业”平均销售总额收于 728.3778 点，与 7 月份相比下降了

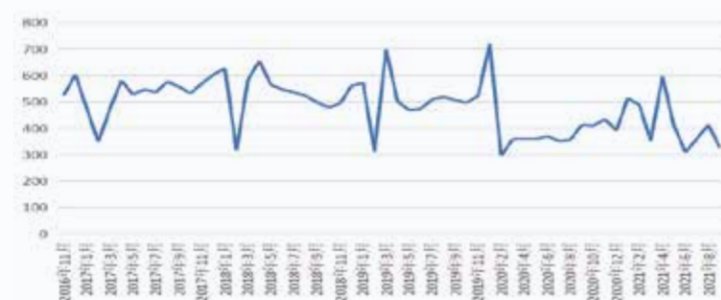
图2 盛泽市场平均销售总额走势图



150.1316 点，跌幅为 17.09%。进入 8 月，市场并未如预期出现好转，因前期贸易商囤货订单集中下达以后，8 月销售量明显不及前期，市场需求走淡，纺织老板谨慎下单。所以 8 月份的平均销售总额低于 7 月。

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，8 月份“50 企业”平均销售重量收于 325.4862 点，与 7 月相比下降了 88.1754 点，跌幅约为 21.32%。进入 8 月，秉持“买涨不买跌”的原则，下游厂家按需购入，市场订单减少，织造厂家买气不足。因此 8 月份的平均销售重量要低于 7 月份。

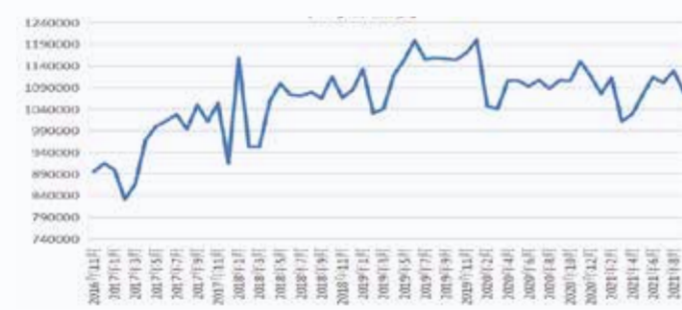
图3 盛泽市场平均销售重量走势图



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，8 月份“50 企业”平均原材料购入金额与 7 月相比有所回落，收于 519.762 点，下跌了 107.898 点，跌幅为 17.19%。进入 8 月，涤丝厂家又开启了促销去库存的套路，但是由于下游厂家接单情况不佳，就算是促销，产销也不是十分乐观，因此 8 月份的平均原材料购入金额要低于 7 月份。

从**平均总工资**曲线走势图上看，8 月份“50 企业”平均总工资较 7 月份小幅回落，收于 1079680.2152 点，下降了 48967.5852 点，跌幅为 4.34%。进入 8 月，由于订单情况不如前期，织造厂家开工率下降，加上高温天气影响，很多工厂开始“工人轮休”政策，工人实际上班天数少于前期，因此平均工资有所减少。

图4 盛泽市场平均总工资走势图



后市预测

总体来看，8 月行情并未如预期出现好转，相比 7 月而言，平稳中带着一点回落。当然 8 月还是传统旺季，市场走货虽不及前几年，但随着金九来临，相信 9 月份市场将会迎来一波订单，因此，预计 9 月“50 指数”或将有所回升。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 即可下载纺织通APP



中国纺织服装大数据中心

中国纺织服装大数据中心是由中国纺织工业联合会主持，中国纺织工业联合会信息化部负责组织推进，中纺网络信息技术有限责任公司作为主要承建与实施单位的全国纺织行业数据汇聚、共享、应用平台。

中国纺织服装大数据中心架构：在北京设立全国中心，在重点省份设立省级中心和地级市中心，在重点产业集群设立数据平台。

中国纺织服装大数据中心功能：为政府宏观决策、区域经济发展、企业生产经营以及国际贸易竞争竞争力提升等提供数据支撑。

●数据采集和整合 ●数据存储和计算 ●数据分析和挖掘 ●数据展示和应用

数据平台建设、云 ERP/ERP、MES、纺织工业数据、相关政府部门统计数据、进出口数据、产业集群数据、纺织服装上市公司数据、电商数据、...



充分发挥中国纺织服装大数据中心的平台作用，推动纺织服装行业数据汇聚，促进产业链、供应链数据融合，形成产业集群、省市、全行业基础大数据库，为政府、产业集群、纺织服装行业、企业提供数据分析、数据大屏展示、数据平台建设、解决方案推广、产融合作、供需对接等服务。

商务合作：
中国纺织工业联合会信息化部

王先生 010-85229046 13811957097
宋女士 010-85229513 13683184867
吴女士 010-85229541 13910583128



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

科技进步 人才成长 产业升级

25th
ANNIVERSARY

1996-2021

成立25载



纺织之光微信公众号 纺织之光科技教育基金会官网 纺织之光科技推广云平台网站