

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

2022.01.17 | 第03期 | 总第1059期



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

P07
中国纺联党委召开学习宣传贯彻
十九届六中全会精神专题交流会

P12
**护航北京 2022 冬奥会，
展现中国纺织产业时代精神**





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...



**推动
纺织服装
工业数据全面采集**

- ◇咨询诊断
- ◇数据平台建设
- ◇云 ERP/ERP
- ◇衣云智慧商货

**推进
纺织工业数据
分类分级
传输交互**

- ◇数据分类分级
- ◇标准建设
- ◇工业互联网标识解析二级节点

**协同
推进纺织服装
大中小企业
应用、发展**

- ◇纺织云超
- ◇中纺云课堂

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

(以上数据来源于企业)

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



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 许依莉
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 邬莹颖
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 张灼焱
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: Textile

承印: 北京晟德印刷有限公司

本刊声明

本刊已许可中国知网、超星期刊域、博看网、龙源期刊以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含上述平台著作权使用费, 所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议, 请在投稿时说明, 本刊将按作者说明处理。

目录 CONTENTS

P06 资讯 Infos

关注产业安全、“碳中和”和数字转型, 国际纺联将做出更大努力
中国纺联党委组织学习贯彻党的十九届六中全会精神读书班
AI 赋能时尚, 小冰助力中国时尚掀起“元”革命

P07 关注 Attention

中国纺联党委召开学习宣传贯彻十九届六中全会精神专题交流会
纺织非遗大会助力多彩苗绣走出深山



P12 特别报道 Special

护航北京 2022 冬奥会, 展现中国纺织产业时代精神

P16 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

数字+服务+金融, “数字轻纺城”建设推动纺城共富先行
轻纺城建管委荣获 2021 年度中国纺织工业联合会产品开发推动奖
柯桥区纺织工业创意设计基地入选首批国家级示范园区
专注私定, 亨世行走差异化品牌发展之路

P20 化纤 Industry

行业全面恢复, 利润规模创新高

P22 长丝织造 Industry

长丝织造行业: 呈现较好修复态势、较强风险抵御能力

P24 毛纺 Industry

瞄准新目标 明确新思路

P25 指数 Index

冬市场营销震荡回升 价格小幅上涨
市场回暖订单拉涨 50 指数小幅上升

每周随笔

定调 2022

“稳字当头、稳中求进”, 这是中央经济工作会议为 2022 年定下的基调。而在纺织行业, 开年第一讲——中纺圆桌论坛将主题定为“稳增长取向的纺织经济”, 向中国纺织业传递出重要信号, 并围绕“稳”字为行业汇聚了最新的思想和观点。

过去一年, 纺织服装出口创新高, 国产品牌影响不断提升, 纺织智能制造成果显著。截至 2021 年 11 月, 纺织行业规模以上企业工业增加值同比增长 4.8%, 增速较上年同期提高 7.9 个百分点, 纺织产业链绝大部分环节工业增加值实现正增长, 长丝织造、家用纺织品及纺织机械行业同比增长超过 10%, 纺织产业综合实力持续提高。行业的发展为稳定宏观经济大盘, 落实“六稳”、“六保”任务, 做出了建设性贡献。

但中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在本次中纺圆桌论坛上指出, 要看到随着一些不可持续增长因素消退, 行业稳发展面临压力。表现在分化趋势短期难以改变、国际市场增长动力趋弱、内需市场重要性增强、区域布局调整出现新动态。

他也指出刚刚结束的中央经济工作会议已经明确, 2022 年要稳字当头、稳中求进, 继续做好“六稳”、“六保”工作, 着力稳定宏观经济大盘。这为行业发展指明了方向、明确了责任、提供了遵循。那么, 中国纺织业如何做好“稳”这一课题?

本次中纺圆桌论坛同样传递了中央经济工作会议的一项重心: 把注意力集中在国内市场, 拉内需, 发力本土技术、产业和民生, 搞内循环。

论坛上, 国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微指出, 新发展格局下, 消费需求成为经济增长的关键支撑。她给出了扩大内需市场的五大突破点: 建立以消费变革为核心的新供给体系, 以数字化转型为导向加快供应链体系重构, 以品牌化为核心加快提升消费质量, 以生态化为抓手加快促进市场与制度环境改善, 以国际化为方向加快塑造和提升我国国际竞争新优势。

除了内需, 在新的一年里, 如何正确认识和把握碳达峰碳中和是当前市场最关心、引发讨论最多的议题, “可以预见, 未来碳排放会成为类似品质、价格的产品的一大属性。”在本次中纺圆桌论坛上, 清华大学环境学院教授、可持续发展研究院副院长王灿表示, 实现碳中和刻不容缓, 值得注意的是工业领域二氧化碳排放占比巨大, 是碳达峰碳中和任务工作的重点领域, 这离不开各行业的多种深度减碳技术与革新。

正如孙瑞哲所指出的, 稳字当头, 行业需要系统推进科技、时尚、绿色的高质量发展, 创造真实价值、长远价值、潜在价值、共同价值, 服务经济社会发展。

奋斗创造历史, 实干成就未来。2021 年, 我们实现“十四五”良好开局, 完成第一个百年奋斗目标, 交出一份高分答卷。2022 年, 我们也一定能够顶住压力、稳扎稳打。

刘嘉

本周看点 View point

2021 年全国脱贫人口务工规模超过年度目标任务, 2022 年将采取措施, 力争脱贫人口就业水平超过 2021 年。
——国家乡村振兴局

生态环境部日前部署 2022 年重点工作时强调, 要有序推动绿色低碳发展, 努力实现经济发展和环境保护协同共进。
——生态环境部

工信部日前发布征求意见稿, 明确到 2025 年, 规模以上企业有效发明专利数量年均增长 10% 以上。
——工信部

国办近日印发《关于做好跨周期调节进一步稳外贸的意见》要求进一步扩大开放, 做好跨周期调节, 助企纾困特别是扶持中小微外贸企业, 促进外贸平稳发展。
——经济日报

国家发改委、水利部印发规划, 明确“十四五”时期将实施国家节水行动, 加快形成节水型生产、生活方式和消费模式。
——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

聚焦
FOCUS

关注产业安全、“碳中和”和数字转型，国际纺联将做出更大努力



国际纺联董事会提出 2022 年重点关注的议题。

1月5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18:30召开。国际纺联主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲出席并主持会议。

国际纺联前任主席、中国纺联原会长王天凯，中国纺联副会长夏令敏、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，中国纺联行业发展部主任冯德虎、生产力促进部主任乔艳津、社会责任办公室主任阎岩，中国棉纺织行业协会监事长朱北娜、中国印染行业协会会长陈志华、中国纺织机械协

会会长顾平，中国纺联国际贸易办公室副主任刘耀中，外事办公室国际组织处处长黄嵩、对外交流与合作处处长高洛木一同出席会议。

在会议开幕发言中，孙瑞哲谈到，全球经济正在复苏，但仍面临许多风险，包括新变异病毒，新冠肺炎疫情走向的不确定性，以及通胀预期持续抬升。

孙瑞哲指出，新的一年意味着新的篇章。2022年，国际纺联将主要关注以下议题：应对新冠肺炎疫情的社会经济影响，产业安全和供应链问题，“碳中和”之路和数字转型，并在以下领域做出更大努力：

首先，国际纺联将加大投入，帮助成员和合作伙伴应对新冠肺炎疫情带来的不确定性。2022年，作为信息共享工具，国际纺联新冠肺炎疫情调查、国际纺联通讯、国际纺联网络研讨会将继续为其全球会员提供新的数据、行业实践和见解，并为行业应对危机提供导向。

其次，国际纺联将持续呼吁各经济体致力

于开放合作，以缓和当前贸易紧张局势、维护全球多边贸易体系，从而支持经济增长和就业。近日，区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）生效，将促进区域自由贸易一体化，维护多边主义，带动全球经济发展。

第三，国际纺联将合理引导行业加速实现“碳中和”，并为其成员应对气候变化行动提供支持。建议：建立由国际纺联秘书长牵头的工作机制，重点关注不同国家和地区针对纺织行业的温室气体排放标准和针对纺织产品的低碳产品标准识别体系；积极探索特定领域建立智库的“捷径”，加强与行业相关国际组织或多边机制的开放性和包容性联系。

第四，国际纺联将不断开拓新领域，扩大其全球影响力和相关性。2021年，成功启动了国际纺联奖项申报工作。2022年，将启动建立国际纺联标准委员会。作为一个艰巨但值得探索的领域，标准是一个行业建立秩序和信用的基础，将推动行业不断向前，实现可持续发展。

会议讨论并一致同意：将国际纺联现任主席孙瑞哲任期延长至2023年国际纺联年会。

会议决定：将国际纺联达沃斯年会延期至2022年9月18—20日召开。下次董事会视频会议将在2022年3月召开。（中国纺联外事办）



交流会主会场。

中国纺联党委召开学习宣传贯彻十九届六中全会精神专题交流会

中国纺联党委办公室 / 供稿

为深入学习党的十九届六中全会精神，弘扬伟大建党精神，1月4日下午，中国纺联党委召开学习宣传贯彻十九届六中全会精神专题交流会暨2022年第一次理论学习中心组学习扩大会议。

中国纺联党委书记高勇，党委副书记、会长孙瑞哲，领导班子成员夏令敏、陈伟康、王久新、徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、孙淮滨，原副会长杨纪朝以及中国纺联党委委员、纪委委员、各直属基层党组织书记，各部门各单位主要负责人、中国纺联工会及团委主要负责人等50余人在主会场参会。中国纺联各基层党组织全体党员以视频会议的形式参加了交流会。会议由党委副书记陈伟康主持。

本次专题交流会旨在深入学习贯彻党的十九届六中全会精神，深化巩固党史学习教育成果，联系行业发展和中国纺联内部建设实际进行交流研讨。党委办公室作了充分准备，列出了七个交流题目，七位领导同志会前作了认真准备，结合自身的工作实践进行了交流。

孙瑞哲以“提升行业产业链供应链稳定性，推动‘十四五’时期行业高质量发展”为题在交流中讲到：党的十九届六中全会审议通过的《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》，系统总结了党的百年奋斗重大成就和历史经验；为我们迈向新时代、启航新征程提供了重要遵循；为我们增强历史自觉、把握历史主动做出了重要指引；为我们观察时代、把握时代、引领时代设立了重要参照。在党的领导下，经过百年奋斗，中华民族伟大复兴进入了不可逆转的历史进程。这是行业发展的底气所在、信心所在，也是行业未来的空间所在、价值所在。服务国家富强、民族振兴、人民幸福，纺织行业不仅大有可为，也将必有作为。

在党的领导下，中国纺织工业以市场需求拉动产业创新，实现了由小到大、由大到强的历史性跨越。完备的产业体系和强大的规模优势也成为了国民经济的基础、国家民生的保障、制造强国的底色。中国纺联2021年发布了“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。

当前，经济全球化遭遇逆流，世界经济仍处于低迷期。地缘政治、病毒变异等因素影响下，需求收缩、供给冲击，不确定性的氛围浓厚。近期，美国通过H.R.6256涉疆法案，把“强迫劳动”标签强加于新疆所有农产品、工业品，阻止“新疆制造”进入美国市场。大国博弈正在对未来发展形成更深刻影响，世界经济进入动荡变革期。

孙瑞哲指出，纺织行业与一、二、三产业深度关联，具有很强的就业带动效应和产业延展性，在构建工农互促、协调发展的新型产业关系中具有特殊作用。作为关系国计民生的永恒产业、支柱产业，纺织行业深刻影响着人民的生活质量、生命质量，决定着消费升级、产业升级，保持供应链的安全稳定、实现行业高质量发展有着重要的战略意义。

为此，孙瑞哲强调，纺织行业要在四个方面做出努力：一是要坚持固本培元，为稳定经济大盘提供有力支撑；二是要坚持自主可控，打造可持续发展的动力系统；三是要坚持稳中求进，塑造行业的高质量发展增长极；四是要坚持发展导向，服务民生改善和共同富裕。

现场 SCENE

中国纺联党委组织学习贯彻党的十九届六中全会精神读书班

为深入学习党的十九届六中全会精神，推动党史学习教育走深走实，1月4日下午，中国纺联党委在前期集体学习的基础上，积极开展党的十九届六中全会精神专题读书班，通过读原文、看视频、谈体会等方式，再次掀起学习宣传贯彻热潮。中国纺联党委书记高勇，党委副书记、会长孙瑞哲，领导班子成员夏令敏、陈伟康、王久新、徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、孙淮滨，原副会长杨纪朝以及中国纺联党委委员、纪委委员、各直属基层党组织书记，各部门各单位主要负责人、中国纺联工会及团委主要负责人等50余人在主会场参会，中国纺联各基层党组织全体党员以视频会议的形式参加了此次读书班。会议由党委副书记陈伟康主持。

本次专题读书班的形式为主会场+视频分会场，由主会场同志领读和播放部分学习视频。读书班原文学习了《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》（第一至第三部分），重点研读了《<中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议>辅导读本》和《党的十九届六中全会<决议>学习辅导百问》中的有关篇目。读书班上组织观看了《学习领会党的十九届六中全会精神公开课“两个确立”具有决定性意义》视频。

通过学习研读，切实增强了广大党员领导干部从全局和历史高度深刻认识党的十九届六中全会的重大意义，感悟党的政治智慧和政治力量，提高了政治站位，增强了政治自觉。读书班引导同志们从百年党史中汲取奋进伟力，坚定历史自信，向历史寻经验，向历史求规律，向历史探未来，把党的十九届六中全会精神落实到行业工作中，充分发挥行业协会重要阵地作用，履行好新时代行业工作的新使命新担当，以优异成绩迎接党的二十大胜利召开。

(中国纺联党委)

公司 COMPANY

AI 赋能时尚，小冰助力中国时尚掀起“元”革命

日前，万科集团董事会主席郁亮在微信朋友圈发了一则消息：“祝贺‘崔筱盼’获得了2021年万科总部优秀新人奖，她催办的预付应收/逾期单据核销率达到91.44%。”令人震惊的是，这名优秀员工并非真人，而是小冰框架孵化的又一个虚拟人，并已在万科集团财务部悄悄工作了十个月。

据了解，小冰框架是全球承载交互量最大的完备人工智能框架之一，技术覆盖自然语言处理、计算机语音、计算机视觉及人工智能内容生成。其中，“人工智能创造”是该框架的主要分支之一。在图案设计领域，小冰框架已在纺织服装面料、包装、珠宝配饰、数字印刷图案等领域落地，不仅能够稳定设计多种主流风格，还能实现按需创作和个性化定制，其图案设计的多样性高达10的26次方，协助各领域改善设计方面的短缺。

目前，小冰公司已经与国内众多纺织面料企业、服装品牌达成了合作，依托人工智能技术来拓展设计能力。小冰框架的应用案例释放出一个重要信号，即人工智能正在从互联网、传媒、广电等信息密度高、科技落地快的行业，向信息密度低的地产、纺织服装等传统行业推进。

面对新一轮变革浪潮，纺织服装行业要顺利实现产业的全面提升和转型，产业数字化是必经之路。与人工智能的深度融合，不仅能大幅度减少人力成本，还将有效提升企业生产效率，突破原创设计瓶颈，激发新的市场增长点。

(罗欣桐)



高勇



孙瑞哲



夏令敏



陈伟康



徐迎新



孙淮滨



袁红萍



阎岩

“我们要进一步深入学习贯彻党的十九届六中全会精神，要把学习贯彻全会精神同巩固拓展党史学习教育成果结合起来，把学习全会精神成效转化为行动自觉，进一步提升服务行业、服务企业的水平，全力推动各项工作在2022年迈上新台阶。”

陈伟康以“推动行业党建和思想政治工作，倡导‘最美奋斗者’价值追求”为题在交流中谈到：推进党建工作是行业工作的重要内容和任务，是联合会落实党中央全面从严治党的职责所在。特别是党的十八大以来，联合会许多单位与企业一起，积极探索纺织行业党建工作的新模式、新方法，把党建工作融入企业队伍建设、规范管理、企业文化建设中，为企业的高质量发展发挥着作用。

思想政治工作在纺织行业有着光荣的传统，至今发挥着行业“发展软实力”的独特作用。新时代思想政治工作的特点、内容、方法需要我们更深入地探索开拓创新，是挑战，更是现实的任务。我们要倡导“最美奋斗者”价值追求，积极做好这一项提高人的素质、思想境界的工作，鼓励同志们争做有责任的、自信的纺织人。坚持敬业、奉献、责任担当的精神，追求产业报国的价值取向，就是在争当“最美奋斗者”。“最美奋斗者”也一定是快乐的、幸福的！

夏令敏以“为行业企业办实事，探索疫情常态化下纺织企业的生存与发展”为题在交流中谈到：我们基层党组织和党员干部，只有深刻领会全会精神 and 习近平总书记讲话精神，才能在实际工作中贯彻好落实好，才能够把行业服务做到位，落到实处。作为全国性的行业组织，在为行业服务过程当中就是要为行业企业办实事，把政策落地、把技术落地、把服务落地。

要实现“十四五”和未来产业健康稳定发展，要在以下几方面继续努力：一要主动协调有关部门和地方政府，把中央支持企业发展特别是支持中小企业发展的有关政策措施能够不折不扣的落到实处。二要积极协调组织开展行业公共服务。三要大力推动数字化转型在企业成功落地。要让企业把数字化赋能作为提升竞争能力的重中之重，抓紧行动，见到实效。四要稳妥推进绿色可持续发展，增强纺织企业社会责任意识。五要不断激发企业自身创新发展的潜力。

孙淮滨以“纺织非遗助力乡村振兴”为题在交流中谈到：乡村振兴是党和国家推进建设社会主义现代化国家和实现中华民族伟大复兴的重大战略部署。习近平总书记说过“民族要复兴，乡村必振兴”。党的十九届六中全会通过了《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》，在经济建设领域再次强调了乡村振兴的重大意义。纺织非遗能够纳入乡村振兴发展大局，也有利于促进中华优秀传统文化和传统工艺振兴。

纺织非遗助力乡村振兴具备良好的条件。纺、染、织、绣、印和民族服饰等非遗项目资源在国内数量多、分布广，是我国非遗大家庭中的重要成员，其中70%集中在西部少数民族地区。近十年来，开始形成了一定的产业基础，出现了不少手工坊、合作社和极少的规上企业，为增加乡村就业、脱贫攻坚做出了积极贡献。党的十八大以来，习近平总书记多次考察和指导乡村非遗工作并发表重要讲话，党和国家有关部门及各级机构陆续出台规划和政策，支持非遗事业发展，融入国家和地方发展大局，为纺织非遗助力乡村振兴提供了难得的历史性机遇。

纺织非遗在助力乡村振兴中所面临的问题，如努力提升传承人的技艺能力，优化生产组织和布局结构，健全传承发展创新发展链条，充分发挥行业组织作用等也需要逐步解决。

徐迎新以“‘一带一路’建设新丝路”为题在交流中谈到：《决议》为我国深化改革开放、构建人类命运共同体、共建共商共享“一带一路”建设、“走出去”“引进来”提供了根本遵循。纺织行业一直走在改革开放的前列，在推动自由贸易、共建“一带一路”等方面始终按照党中央指引的方向努力前进，成绩显著。目前我国纺织对外贸易额占全球近三分之一，对“一带一路”沿线国家出口不断增长，其中东盟已成为我国第三大出口市场。

疫情以来，我国为世界提供了大量的口罩和防护用品，为全世界抗疫工作做出了巨大贡献。RCEP今年1月1日起实施，这是全球最大的自贸区协定，对扩大贸易和深化产业链供应链合作发展带来巨大机遇。“一带一路”倡议近十年来，纺织行业国际化步伐在加快，在100多个国家有投资和合作。产能走出去、投资走出去成为行业的一个重要特征，是强国建设重要的组成部分。

今后将继续按照党中央制定的路线方针政策，在信息研究分析、桥梁沟通、投资促进活动等方面做深做实，发挥好国际产合作企业联盟作用，为实现2035的远景目标继续前进。

中国纺联社办主任阎岩以“落实‘双碳’目标，推动绿色发展”为题在交流中谈到：通过对十九届六中全会精神的学习，学习了党的百年奋斗重大成就和历史经验，学习了党对于一系列方向性、根本性、战略性重大问题的新思想新观点新论断，使我深刻认识到，作为中国纺织服装行业的服务机构，我们要切实增强使命感、责任感，更为坚定地推动行业工作。在落实“双碳”目标，推动绿色发展的工作中，针对创新技术、低碳绩效评估与供应链的协同，链接制造与消费等关键点上，勇于责任担当。

我国提出碳达峰、碳中和目标，既是中国作为一个负责任大国应该对国际社会承担的责任，也体现了我国经济社会发展全面绿色转型的内在要求。当前，我国开启全面建设社会主义现代化国家新征程，实现“双碳”目标，是党中央经过深思熟虑作出的重大战略决策，事关中华民族永续发展和构建人类命运共同体。因此，我们一定要立足国情，坚定不移地贯彻新发展理念，以经济社会发展全面绿色转型为引领，绿色低碳发展为关键，加快形成节约资源和保护环境的产业结构、生产方式、生活方式和空间格局，坚定不移走生态优先、绿色低碳的高质量发展道路。

在落实“双碳”目标的探索与深度产业实践中，中国纺联社责办已形成了组织结构与产品两个层级的工作机制。2021年6月，社责办启动了“中国品牌气候创新碳中和加速计划”，目前已有服装和家纺头部品牌企业与龙头制造企业共60余家加入。

中国纺联外事办主任袁红萍以“发挥国际纺联平台作用，讲好中国故事”为题在交流中讲到：行业外交工作肩负着服务行业发展、推动构建人类命运共同体的重要职能和使命，是开展行业国际传播的重要力量。我们要发挥国际纺联平台作用，为讲好中国故事、传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国纺织作出积极贡献。

一是要坚持党的领导，在行业工作大局中下推动做好国际纺联工作。二是要讲好中国抗疫故事，倡导团结合作，共同应对疫情挑战。三是要澄清事实真相，维护行业、企业的正当利益。特别是在当前行业内外普遍关注的新疆棉花问题，中国不会接受任何人带着偏见的、预设立场的，基于“有罪推定”的指责。新疆的大门是向世界敞开的，欢迎到新疆亲眼看看。希望各国纺织业者在新疆棉花问题上，不要以意识形态划线，坚持客观理性，拒绝虚假信息 and 谎言。四是要分享中国行业新探索和新实践，引领行业发展方向。

我们要深入领会《决议》中“两个确立”的重要和深远意义，切实提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力，推动中国纺联在国际纺联工作中发挥积极作用，推动国际纺联在全球产业可持续发展和共同繁荣中持续发挥建设性的作用。

高勇在交流会总结讲话中讲到：今天，是2022年新年过后的第一天上班，中国纺联党委举办学习贯彻党的十九届六中全会精神专题交流会，及今年第一次中心组学习扩大会议，以集中学习、深入学习的方式，以更为饱满、昂扬的精神风貌，来开启新一年的工作。

过去的一年，是党和国家历史上具有里程碑意义的一年。全党全国坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，党和国家各项事业取得了新的重大成就，“十四五”实现良好开局。

高勇指出，过去的一年，中国纺联党委不断深化党建工作，深入推进党史学习教育，组织党员干部学习习近平总书记系列重要讲话，引导广大党员干部和职工学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行，弘扬伟大的建党精神，党建工作对行业发展的作用进一步强化，基层党组织建设、党员教育管理进一步完善，基层党组织的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用进一步发挥，党员干



部的政治判断力、政治领悟力、政治执行力得到了提升。

学习宣传党的十九届六中全会精神，是当前和今后一个时期的重大政治任务。按照《中共中央办公厅关于做好党的十九届六中全会精神学习宣传的通知》、党史学习教育领导小组《关于学习贯彻党的十九届六中全会精神拓展党史学习教育的通知》部署，以及国资委党委办公厅《关于做好党的十九届六中全会精神学习宣传的通知》和国资委领导的批示要求，去年11月开始，中国纺联党委第一时间组织部署学习，制定学习安排，重点围绕“六个深入领会”的重点内容，抓好全会精神的学习宣传贯彻。26个基层党组织按照党委的部署要求，紧密结合党史学习教育、结合“我为群众办实事”、结合推动纺织行业高质量发展的具体工作，开展专题学习、讲座辅导等不同形式的学习活动，进一步把广大党员干部职工的思想统一到全会精神上，落实到推进中国纺联和全行业的工作上来。

按照国资委党委要求组织专题学习和交流的工作安排，我们组织了读书班，以及今年第一次中心组学习扩大会议进行交流，七位领导同志从七个方面重点结合行业工作进行了交流。

高勇强调，在党的十九届六中全会召开后，去年11月和12月间，党中央又相继召开了中央经济工作会议、中央农村工作会议、中央全面深化改革委员会第二十三次会议等一系列重要会议，研究部署了2022年国家的经济发展工作、“三农”工作、提高政府监管效能推动高质量发展工作等，为新一年的工作指明了方向。

当前，纺织行业工作也进入了一个新发展阶段，行业面临的是不断深化的百年变局和日益变幻的复杂形势。我们要进一步深入学习贯彻党的十九届六中全会精神，要把学习贯彻全会精神同巩固拓展党史学习教育成果结合起来，要同落实纺织行业“十四五”发展纲要重点任务结合起来，要同推动行业高质量发展工作结合起来，把学习全会精神成效转化为行动自觉，进一步提升服务行业、服务企业的水平，全力推动各项工作在2022年迈上新台阶。

高勇最后指出，今年，我们党将召开第二十次全国代表大会，这是党和国家政治生活中的一件大事。在此，我们号召各基层党组织、全体党员和广大干部职工，加倍努力，接续奋斗，为满足人民美好生活需求做出新的贡献。让我们以良好的精神面貌和优异的工作成绩，迎接党的二十大的胜利召开！

交流会最后阶段，陈伟康对近期党建工作情况进行了通报和要求。



中国纺联各基层党组织全体党员在各个分会场参会。



第五届中国纺织非物质文化遗产大会现场。

纺织非遗大会助力多彩苗绣走出深山

第五届中国纺织非物质文化遗产大会暨多彩贵州苗绣系列活动举办

■ 本刊记者_徐长杰

2021年12月28日，第五届中国纺织非物质文化遗产大会暨多彩贵州苗绣系列活动（以下简称“大会暨活动”）在贵阳举行。本届大会暨活动以“发展苗绣产业 助力乡村振兴”为主题，深入学习贯彻习近平总书记视察贵州时关于苗绣的重要指示精神，按照中央和省委对苗绣工作部署要求，加快推进苗绣产业高质量发展，为贵州乡村振兴作出积极贡献。活动采取线上线下同步直播的方式进行。

本届大会是在特殊时期以特别形式召开的一次盛会，大会深入挖掘文化遗产当代价值，把包括苗绣在内的民族传统文化传承好、发展好，推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

大会由中国纺织工业联合会、中共贵州省委宣传部、贵州省工业和信息化厅、贵州省文化和旅游厅、贵州省民族宗教事务委员会联合主办，中国纺织工业联合会非物质文化遗产办公室、多彩贵州文化产业集团联合承办。

工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼，工业和信息化部消费品工业司二级巡视员邓小丁，文化和旅游部非物质文化遗产司副司长李晓松，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党委副书记陈伟康，中国纺织工业联合会副会长孙淮滨，中国纺织经济研究中心主任华珊，贵州省委常委、省委宣传部部长卢雍政，贵州省人大常委会副主任何力，贵州省人民政府副省长陶长海，贵州省政协副主席、省工商联（总商会）主席（会长）李汉宇以及纺织非遗传承人、纺织企业、品牌设计师、地方行业协会、高等院校等嘉宾代表出席了本次会议。

01 嘉宾致辞

何亚琼在致辞时谈到，近年来，纺织非遗传承创新工作取得了可喜成效，以更加生活、生动的方式进入寻常百姓家，特别是纺织非遗纹样与现代时尚审美的结合得到了国内外消费者和品牌商的高度认可，实现了纺织非遗的市场价值和文化价值。

为加快苗绣等纺织非遗高质量发展，发挥苗绣等纺织非遗在文化、扶贫、时尚等方面作用，何亚琼提出三点建议：一是让苗绣文化“活起来”，真正融入日常生活；二是让苗绣技艺传承人“富起来”，促进农民就业增收；三是让苗绣艺术“潮起来”，为中国时尚注入新鲜力量。

李晓松在致辞时指出，党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视非物质文化遗产工作，从坚定文化自信，实现中华民族伟大复兴

大复兴中国梦的全局和战略高度作出一系列重大决策部署。

为此，李晓松围绕包括苗绣在内的非遗保护传承和利用工作谈到了三点思考和建议：一是在非遗保护传承中要坚持人民至上。要坚持非遗保护为了人民，非遗保护依靠人民，非遗保护成果由人民共享；二是在非遗保护传承中要坚持守正创新。非遗是中华优秀传统文化的重要组成部分，传承保护好非遗要本着对历史负责、对人民负责的精神，把这份遗产保护好传承好；三是在非遗保护传承中要坚持服务大局。非遗虽然来自过去，但在时代变迁和自身的传承中逐渐得到丰富与发展，不断解决时代的问题和需求，回应时代的课题和挑战，成为国家富强、民族振兴、人民幸福的宝贵财富。

卢雍政在致辞时则谈到，近年来，贵州大力实施锦绣计划，大力发展指尖经济，通过搭平台抓产业强培训，苗绣产业在决战脱贫攻坚、决胜全面小康中扮演了重要角色。贵州将以举办本次大会为契机，进一步树牢产业项目、产业主体、产业链条、产业园区、产业布局、产业融合这样发展产业的六产联动思维，夯实发展基础，积极培育各类市场主体，构建产业发展集群，紧扣创意设计、工艺制造、市场营销三大环节，推动传统元素的现代表达成为时尚产品。实施科技创新工程，不断研发新材料、新工艺、新产品，推动苗绣产品走进日常生活，更好满足人民群众对美好生活的需要。

02 主旨报告

会上，高勇围绕“发展苗绣产业 助力乡村振兴”作了主旨报告。高勇认为，习近平总书记在贵州关于苗绣的讲话有三点精髓需要我们认真理解和贯彻落实，一是点赞苗绣“一针一线绣出来，何其精美”，这是对苗绣绣娘的匠心精神和精湛技艺的充分肯定，也为纺织非遗和整个传统工艺传承发展点明了应该坚守的文化精髓；二是指出“苗绣是传统的也是时尚的，是文化也是产业”，把苗绣的历史和现实进行了链接，在文化与产业之间进行了融合，为苗绣传统文化与工艺传承发展指明了前进方向；三是明确苗绣可以用产业来扶贫和振兴乡村，可以为服务国家战略做出贡献。习总书记重要讲话为苗绣产业发展、助力乡村振兴提供了方向和遵循，也为纺织非遗事业发展注入了使命感和强大动力。

为此，高勇从正确处理苗绣传承与发展的关系，着力推进苗绣传统工艺高质量发展，遵循市场经济规律发展苗绣产业，讲好苗绣故事、传

播苗绣文化，用苗绣产业助推乡村振兴五个方面，发表了关于苗绣与纺织传统工艺的相关意见，指出要把苗绣发展纳入乡村振兴战略大局，作为特色产业、绿色产业、文旅融合产业发展，真正将苗绣资源稳定和持续地转变为苗族村民的收入和财富。

03 《“十四五”纺织非物质文化遗产行业性工作指导意见》发布

会上，孙淮滨发布了《“十四五”纺织非物质文化遗产行业性工作指导意见》。他谈到，传承发展非物质文化遗产是纺织行业弘扬中华优秀传统文化、推动文明交流相鉴、振兴中国传统工艺的重要责任和使命担当，是挖掘纺织服装历史文化源泉、提高纺织文化软实力和增强产业文化自信的重要体现。孙淮滨指出，“十三五”以来，纺织行业在摸清非遗资源、加强组织建设、构筑传播平台、培养传承队伍、融合设计及品牌、助力扶贫与乡村振兴、推动产业化与市场化发展等方面取得一定成效，得到各级政府和社会广泛认可。

“十四五”时期，纺织行业将以建立纺织非遗资源信息库、推进纺织非遗基础性研究、加大非遗产品研发投入、应用科技和资本推动非遗发展、健全非遗传承发展创新链条、加快纺织非遗人才培养、提高产业化市场化发展水平、推动纺织非遗跨界融合发展、构建纺织非遗品牌体系、完善非遗发展行业支撑系统等为重点任务，力争到2025年，逐步建立健全传承、创新与发展链条体系，发挥纺织非遗服务人民美好生活的积极作用。

04 专家分享

长期以来，我国纺织非遗事业发展离不开广大非遗纺织专家和社会各界的大力支持，正是有了他们的深入研究与不懈努力，才有纺织非遗事业的繁荣发展。为此大会还邀请了中国社会科学院荣誉学部委员、中国民俗学会理事长刘魁立及“全国脱贫攻坚楷模”荣誉称号获得者、内蒙古科右中旗刺绣协会会长白晶莹两位嘉宾，以视频形式与会人员进行观点和经验分享。

05 中国纺联非遗办战略合作签约仪式

在“十四五”开局之年，为全面推进纺织非遗创造性转化、创新性发展，积极推动传统工艺与时尚设计、现代科技、生产制造、商业平台、学术研究、出版传媒、公益推广等领域合作，中国纺织工业联合会非遗办与8家机构举行第五届中国纺织非遗大会战略合作签约仪式，通过发挥各自资源优势共同打造纺织非遗事业美好明天。

06 颁奖

一直以来，社会各界涌现出许多为纺织非遗和苗绣产业发展作出积极贡献的个人和团体，他们凭着对非遗文化的满腔热忱和高度的文化自信，不断推动中华优秀传统文化走向国门、走向世界。

会上，主办方以视频形式对“华艺杯”全国纺织非遗扎染职业技能邀请赛进行了回顾，中国纺织工业联合会党委副书记陈伟康在会上宣读了“华艺杯”全国纺织非遗扎染职业技能邀请赛获奖名单。2021文化创意设计大赛成果也在会上发布。本次大赛由贵州省文化创意设计活动组委会办公室、省文改产办主办，以苗绣、贵银等特色非遗产品为重点，面向社会组织开展文创设计作品征集，历时两个月，共征集到300余件设计作品，经网络投票、专家评审，最终36件优秀作品脱颖而出。现场对优秀作品进行了视频展示。



中国纺织非遗苗绣推广大使名单

（排名不分先后 按姓氏笔画排序）

姓名	单位 职务
王启萍	国家级非遗项目花溪苗绣国家级代表性传承人 贵州民族大学美术学院特聘教授
邓莉娜（邓立）	中国宋庆龄基金会理事、女性幸福基金发起人 曲生文化传媒（上海）有限公司总经理
石丽平	第十三届全国人大代表 国家级非遗项目苗绣省级代表性传承人 贵州省松桃梵净山苗族文化旅游产品开发有限公司总经理
龙禄颖	国家级非遗项目苗绣省级代表性传承人 贵州省五一劳动奖章获得者 贵州省施秉县舞水云天旅游商品开发有限公司董事长
李绍玉	第十三届全国人大代表 重庆市彭水苗绣市级代表性传承人 重庆市荣玉苗家刺绣工艺开发有限公司刺绣技术员
杨春林（阿新）	贵州省凯里市古阿新民族服饰有限公司总经理 陕西省妇女手工业协会副会长
陈月巧	贵州省贵阳市五彩黔艺民族服饰博物馆馆长 中华服饰文化研究会副会长
彭艺	国家级非遗项目苗绣市级代表性传承人 贵州省黔西市原色有染非遗传播有限公司总经理兼设计师
曾丽	贵阳苗疆故事民族服饰博物馆馆长 贵州省苗绣产业协会副会长 贵阳中视和阳文化传媒有限公司董事长
滕静蓉	国家级非遗项目苗族挑花州级代表性传承人 湘西静静文化有限公司总经理
潘倒略	贵州特殊教育中等职业技术学校刺绣教师

07 第五届“中国纺织非遗苗绣推广大使”发布

会上，孙淮滨宣读了《关于发布中国纺织非遗苗绣推广大使评选结果的决定》。作为非遗大会的另一项重要活动，每年的中国纺织非遗推广大使备受瞩目。本次大会上，王启萍、邓莉娜、石丽平、龙禄颖、李绍玉、杨春林、陈月巧、彭艺、曾丽、滕静蓉、潘倒略共计11人被评为第五届“中国纺织非遗苗绣推广大使”，并为他们颁发了铜牌和证书。

此外，还授予北京依文集团董事长夏华，台湾长河艺术博物馆创办人、馆长黄英峰“贵州苗绣特殊贡献奖”。该奖是由贵州省苗绣产业发展工作领导小组颁发给为贵州苗绣保护传承和创新发展作出特殊贡献的个人或团体。

08 贵州省苗绣产业协会成立

为了搭建集非遗传承人、现代设计师、金融资本于一体的苗绣产业发展平台，加强苗绣行业自律管理，制定和发布行业标准，推动苗绣行业健康发展，整合全省苗绣企业资源，实现信息共享、优势互补，传承、发展多彩贵州苗绣技艺和少数民族文化，培育乡村振兴重要产业，在省委宣传部、省民政厅的指导下，由多彩贵州文化产业集团根据产业发展需要，积极组建了贵州省苗绣产业协会。

为全面展示纺织非遗在脱贫攻坚、乡村振兴等重大国家战略中发挥的重要作用，促进以苗绣为代表的贵州纺织类非遗的跨区域交流，大会还举行了全国纺织非遗精品展，对25家省内外纺织非遗及苗绣相关企业、设计师和传承人等进行展示。展览类别以纺织非遗的纺、染、织、绣、印产品为主，科技创新体验为辅，展示具有市场开发潜力、时尚气息十足、体现生活实用性以及文化融合性的纺织非遗创新转化产品。同时，对30件文化创意设计活动大赛作品也进行了展示。

最后的压轴大秀，是一场古朴神秘与时尚华彩激情碰撞的苗绣服装盛宴，完美展现了绚丽多彩的非遗苗绣文化，将整个活动推向了新的高潮。参展的服装不仅有贵州本土企业的设计作品，还有金顶奖设计师刘薇带来的全新作品。设计师们将国际流行时尚与传统文化、民族元素重新排列组合，将浪漫优雅唯美的风格融为一体，多角度散发出非遗创新的力量，塑造出视觉对比和流畅曲线，使得整体时装更具独特气质，更加年轻时尚。TA

护航北京 2022 冬奥会， 展现中国纺织产业时代精神

■ 本刊记者 _ 李亚静

2022 年伊始，在有效进行疫情防控的同时，我们将迎来一场具有重要历史意义的标志性活动——北京 2022 年冬季奥运会、冬残奥会。

“办好北京冬奥会、冬残奥会是党和国家的一件大事，是我们对国际社会的庄严承诺。”“我们不仅要办好一届冬奥盛会，而且要办出特色、办出精彩、办出独一无二来；要通过奥林匹克运动和文化传播，讲述中国体育故事、弘扬中华体育精神，加强国际体育交流合作，推动我国同世界各国文明互鉴、民心相通。”对冬奥会的筹办工作，习近平总书记一直高度重视、强力部署。

毫无疑问，北京冬奥会是展现国家形象、促进国家发展、振奋民族精神的重要契机。纺织服装行业作为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，在这一展现中国经济、社会、文化发展及体现国家形象的重要契机，也将迎来一次事关产业发展水平的重要检阅！

制服，是奥运会赛事景观系统的重要组成部分，也是工作人员、技术官员和志愿者专属的身份标识，包含服装、鞋品、配件三类。做好制服装备工作，为赛时工作人员、志愿者和技术官员提供一套轻便保暖、美观舒适的制服是一届冬奥会成功举办的重要保证。

为做好制服装备工作，北京冬奥组委特成立了北京 2022 年冬奥会

和冬残奥会组织委员会制服装备专家委员会，对制服装备面料选择、版型提升、外观设计等进行把关。据悉，专家委员会委员不仅有来自知名高校、科研院所、国际组织、国家级协会等不同单位，还有来自服装设计、纺织工业、工程技术、艺术文化、体育产业等不同领域的专家、学者，代表了业内最高水平。

2021 年 10 月 27 日，在北京 2022 年冬奥会倒计时 100 天之际，北京冬奥会和冬残奥会制服装备正式发

布，前后进行了 8 轮版型优化的 600 多套外观设计作品脱颖而出。

冬奥制服精彩亮相，博得网民纷纷赞叹：“又见中国风！”更有网友在评论区求购买链接，“冬奥时尚单品”颇有引领今冬潮流之势。同时，北京服装学院、安踏、嘉麟杰、仪征化纤、恒天中纤、上海安凸……为奥运制服提供科技、人才、供应链等专业支撑的院校、企业相继进入大众视野，他们纷纷为冬奥会助力发声。

奥运会颁奖仪式是整场赛事中最具荣耀的高光时刻，因而颁奖礼仪服装的设计制作应力求实现最佳呈现。2021 年 12 月 31 日晚，北京 2022 年冬奥会和冬残奥会颁奖元素正式发布，本次发布的颁奖元素包括颁奖台、颁奖托盘、颁奖托盘放置台、获奖运动员定制版吉祥物纪念品、颁奖花束和颁奖礼仪服装。其中，手工绒线编结的颁奖花束，践行了节俭、可持续的办奥理念，在奖牌颁发仪式中将奖牌一同颁发给获奖运动员；礼仪服装包括“瑞雪祥云”“鸿运山水”“唐花飞雪”三套方案，赛时将分别出现在雪上场馆、冰上场馆和颁奖广场的颁奖仪式中。

不仅如此，从参赛人员和工作人员的专业服装到比赛及生活场馆，从防疫举措到衣食住行，方方面面都有着产业用纺织品及非织造布产品的身影。速度滑冰、短道速滑、高山滑雪、雪车……面对绝对速度与特殊的运动环境，冰雪运动的专业服装始终凝结着大量技术，为运动员提供着专业全面的保障，其中有不少性能是通过非织造技术达到的。

冬奥会竞速类项目的服装，需要进行有效减阻，一定规律的粗糙表面可以使滑雪服降低 10% 的阻力，表面粗糙的面料在 50—60km/h 的风速之间，阻力系数可实现骤减；由于特殊的比赛环境，保暖也是冬奥会冰雪项目的必备属性，提升纤维保暖率、使用加热技术、增加保温涂层等等都已是常见操作；赛事服装的防护作用更是始终被放在首位，比如速度滑冰或高山滑雪等，伴随着较高概率的冲撞性可能，高弹性切割面料、吸能缓震材料等等，都能够为运动员带来极大程度的保护。

表面粗糙的降阻面料、保温性能卓越的服装、防切割材质、缓震材料……有不少是通过产业用及非织造技术实现的，更不用说奥运场馆建造中用到的土工类产品，以及整个冬奥会的过滤、除尘等防护工作中都使用的大量产业用纺织品及非织造布材料了。可以说，2022 年北京冬奥，中国纺织元素无处不在！

北京服装学院： 担起特殊使命，向世界传播中国美

北京服装学院曾先后完成 2008 年奥运会、残奥会系列服装，2014 年南京青奥会官方制服与火炬传递服装，2014 年 APEC 会议领导人服装设计等重要工作。针对本次 2022 年北京冬奥会与冬残奥会，北京服装学院精心设计研发了北京 2022 年冬奥会和冬残奥会系列制服、颁奖礼仪服装、火炬手服装、具有防护功能的工作系列服装、中国自由式滑雪空中技巧队比赛服、中国高山滑雪队比赛服、中国短道速滑队比赛服、中国速度滑冰队比赛服、中国花样滑冰队比赛服、冬残奥会运动员训练服装等。

制服装备： 功能与时尚兼备，实现设计效果最大化

在北京冬奥会制服装备发布会上，承担了 2022 年北京冬奥会与冬残奥会系列制服设计工作的北京服装学院民族服饰博物馆馆长、奥运服饰文化研究中心负责人、博士生导师贺阳表示，奥运制服设计是高难度的命题作文，要传达举办国和举办城市的文化特色。设计必须使用北京 2022 年冬奥会核心图形与标准色彩，兼顾时尚与功能性，“在限制中寻求创新与突破，是冬奥会制服设计工作的特殊使命。”

据贺阳介绍，根据设计要求，2022 年北京冬奥会制服设计视觉元素取自中国传统山水画与冬奥会核心图形中的“赛区山形”。相似的图形、不同的颜色，是制服区分不同身份人群、又保证视觉同一性的基本手段。工作人员和技术官员的制服以不同的山水位置和颜色变化来区分，庄重、大气；志愿者服装包含山水的图形，并放大了核心图形中的长城元素，对角线的动态构图，形成持续流动、跳跃、进取向上的视觉意象。

制服设计不仅要区分人群，更要充分满足保暖抗寒等特定的功能需求。制服的款式和面料应具有基本的功能性，材质和工艺保证轻便、保暖。在工艺方面，制服设计充分考虑到图形完整性与穿着功能有效性之间的关系平衡，寻求稳重与动感的结合点是设计的关键。另外，裤子和上衣下摆色彩一致，在视觉上形成腿部拉长的完美效果，可以起到修饰和美化人体比例的作用。

功能性兼顾时尚与流行，使得制服版型满足不同体型特征人群的穿着需要，具有普适性，也更加美观。制服的图案制作，采用图案定位设计，能保证设计效果呈现的最大化，同时也减少了生产加工的难度。

为圆满完成冬奥制服装备设计工作，北服还参与共建了“奥运服饰文化研究中心”。

礼仪服装： 展现新时代中国美和中国礼仪

北京 2022 冬奥颁奖礼仪服装包括“瑞雪祥云”“鸿运山水”“唐花飞雪”三套方案。三个系列都为引领员服装和托盘员服装，分别以蓝色和红色区分。每套颁奖服装都包括外套、帽子、手套、防滑长靴、自发热保暖内衣等套件。

“鸿运山水”“唐花飞雪”两套方案分别由北京服装学院服装艺术与工程学院尤珈副教授团队、楚艳教授团队设计，“瑞雪祥云”方案中的帽子由北京服装学院民族服饰博物馆馆长、教授贺阳团队设计。

“鸿运山水”系列颁奖服由尤珈设计，灵感源于中国名画《千里江山图》为灵感来源。礼服形制主体采用中式服装风格，结合西式服装裁剪方法，整体兼具东方韵味美与西方结构美；服装呈 A 型轮廓，彰显出女性的庄重大方及曲线美；袖子运用西式裁剪的灯笼袖，为服装增添了妩媚与时尚。

尤珈介绍，裙摆上的图案采用了提花面料工艺，使得服装更富层次感。整片面料的长度达 80 公分，操作难度和最终呈现的精美效果充分体现了当代中国服装行业制造的技术水平。

“唐花飞雪”颁奖礼服方案由楚艳教授设计，服装造型的核心要素借鉴了中华服饰的经典形制——交领右衽。三套服装的色彩选取自北京 2022 年冬奥会和冬残奥会色彩系统中的四个主要颜色：霞光红、天霁蓝、冰蓝、瑞雪白，是对中国传统色彩文化的提炼及与冬奥精神的结合。

值得一提的是，女帽的设计中，毛呢毡帽的装饰牡丹花饰，造型取自敦煌唐代牡丹花形，工艺手法采用列入北京非物质文化遗产的传统工艺——绒花，邀请北京绒花非遗传承人蔡志伟亲自手工制作而成。

“瑞雪祥云”方案中的帽子由贺阳设计，帽子结构为民间传统女孩花帽式样，帽身以一块长方形布料折叠而成，不需多余的裁剪，帽顶八等份后折叠缝合而成，帽顶形成自然流畅的弧线与头部完美贴合。帽顶的折叠结构完美塑造了帽身的立体感，也提高了帽子的实用性能，厚重保暖、结实耐用。据悉，贺阳也是北京 2022 冬奥会火炬手服装的设计者。

比赛服装： “中国造”赛服为竞技体育提供有力支撑

北京服装学院与国家体育总局冬季运动管理中心共建了“国家冬季运动服装装备研发中心”，针对冬奥会训练和比赛的复杂气候环境条件，研发适应中国运动员体型特征与生理特性的竞速与技巧类分项项目比赛服装，开发适用于冬季项目训练与比赛服装的减阻、防护、热湿舒适高性能服装。

北京服装学院教授刘莉带领科研团队承担了国家重点研发计划“科技冬奥”重点专项“冬季运动与训练比赛高性能服装研发关键技术”，体现“快、护、暖、美”阶段性成果静态展示、为国家花样滑冰队《我和祖国》表演所设计制作的服装，曾接受习近平总书记的检阅。

据悉，刘莉与其团队为 400 多名国家运动员进行了三维测量，追踪运动员的动作，细化研究运动员的皮肤伸展规律，进而精细化设计比赛服的结构，最大程度符合运动员的动作规律。刘莉教授带领的研发团队打破了比赛服依赖进口的状态，实现了超世界水平的“中国造”。例如，中国速度滑冰队运动员高亭宇的赛服制作，从模型入手到面料制造，曾经对比过 56 种服装结构，并筛选出最适合中国运动员技战术特点的比赛服结构，经风洞测试将阻力下降超 10%。

刘莉说，赛服的研制背后有强大的科技助力。国家体育总局在 2020 年建成两大两小体育风洞，对冬季运动项目的每支队伍都进行了运动姿态的科学化评价与矫正。冬奥赛服所用的所有面料和设计都要提前进行风洞测试，服装减阻可以直接影响比赛成绩，速度提高 0.01 秒都可能形成关键突破。在风洞里吹过 900 个小时，110 件不同款式，逐步确定各速度类项目的比赛服减阻设计。



北京服装学院为冬奥会设计的颁奖礼服。



安踏：科技助力冬奥， 树立国家品牌形象

作为北京 2022 年冬奥会官方体育服装合作伙伴，安踏紧抓“双奥”机遇，延续专业运动理念，在 2021 年 10 月 27 日发布的冬奥制服装备，运用了安踏自主研发的“炽热科技”。

据介绍，冬奥赛时制服含技术官员、工作人员、志愿者的制服装备，运用了安踏两大自主研发的面料科技——炽热科技和防水透湿科技，这是以往专业运动员级别的运动科技。

炽热科技通过锁住热量，有效降低人体热量流失。其中，立体结构保暖材料聚热棉，具有光蓄热性能，热量流失阻隔效果提升约 20%，能够瞬间升温，高效蓄热；远红外石墨烯材料的使用，可显著提升远红外辐射升温；另外，超级羽绒则附着纳米级保护层，防水防潮的同时比普通羽绒增加 30% 蓬松度，更好地发挥羽绒长效保暖效果。

据介绍，本次冬奥赛时制服中的科技成果也将运用到安踏的大众商品中：2021 年 11 月安踏的“中国冰雪系列”就应用了冬奥制服“同款”炽热科技，系列产品包括超级羽绒服、滑雪服及配件产品和儿童产品。

安踏集团执行董事、总裁郑捷曾在北京 2022 年冬奥会制服装备研发实验室挂牌成立时表示，安踏集团高度重视北京 2022 年冬奥会和冬残奥会制服研发工作，从组织变革、摸底调研到科技研发，各部门紧密协作，全力保障，这是北京冬奥会官方合作伙伴义不容辞的责任，更是民族企业的使命和担当。安踏将与北京服装学院携手，交出一份满意的答卷。

值得关注的是，以专业运动为品牌核心的安踏，多年来始终将助力奥运作为重要工作，已经为包括体操、举重、柔道、游泳、短道速滑、速度滑冰等在内的 28 支中国国家队打造比赛装备，在本土运动品牌中数量最多。本次北京冬奥会中，安踏为 12 支中国国家队及 5 支加拿大参赛队打造比赛装备，成为冬奥赛场上支持中国国家队比赛装备最多的运动品牌。

其中最值得称道的是短道速滑比赛服。安踏自主设计的短道速滑比赛服达世界最轻、最透气水平，减阻提速系数高达 5%，曾获“ISPO 全球设计大奖”，支持武大靖在平昌冬奥会上首夺奥运金牌。

不仅如此，安踏的比赛服均根据运动员的动作用习惯为其量身定制版型，根据运动员肌肉线条比例确认剪裁分割线，至少经过 5 次版型调整，保证服装与运动员身体的高度契合，提升运动员赛场表现。



安踏将炽热科技运用于冬奥赛时制服。

嘉麟杰：功能性面料护航 科技冬奥、绿色冬奥

作为北京冬奥会制服装备的面料供应商，上海嘉麟杰纺织品股份有限公司充分发挥功能性面料生产及成衣制造优势，保证了制服装备的科技含量和绿色环保特性。

上海嘉麟杰纺织品股份有限公司总裁杨世滨透露，经过前期近一年的接洽，公司凭借强大的研发能力和先进技术，最终与北京冬奥组委官方合作伙伴安踏公司签订供货协议，成为冬奥会制服面料供应商，同时还提供了志愿者运动手套、帽子以及相关国际奥组委、中国代表团和国家队长袖针织衫保暖针织面料。

冬奥制服面料的正面图案，融合了中国传统山水画与冬奥核心图形的雪山图景，反面是具有保暖性的抓绒面料，根据冬季特殊气候条件的需求，保暖是重要指标，经过检测，这款面料的保暖性能是市场上同类产品的 2 倍左右。上海嘉麟杰纺织品股份有限公司研发部经理张义男介绍，该面料兼具抗起球、防静电、轻薄透气、弹力大等特性，让穿着者更舒适。

为了满足这些面料性能，嘉麟杰的技术研发团队在面料开发和生产过程中也遇到了重重困难。据了解，冬奥服饰运用了墨色、霞光红、长城灰、天霁蓝、瑞雪白这几种色彩，勾勒出冬奥会恢宏场景与空间意境。而这些需要通过印花来实现，冬奥会服装对于印花要求异常严苛，这对于工艺复杂的抓绒面料来说，无疑是难上加难。张义男表示，为了解决印花污点、花型不稳定、印花确定裁剪定位等难点，前前后后耗费了将近两个月时间进行工艺开发。

值得一提的是，多年来，嘉麟杰一直注重绿色可持续发展理念，在产品



嘉麟杰充分发挥功能性面料生产及成衣制造优势，保证了制服装备的科技含量和绿色环保特性。

设计源头有效利用自然资源，减少影响环境的负面因素。因此，在制服装备的设计、生产、发放各环节，嘉麟杰都在着力践行绿色环保和可持续发展理念。例如，在冬奥会服饰面料开发环节，采用的是回收利用的废旧塑料瓶、纺织品做成的再生纱线。

江苏康大、仪征化纤、恒天中纤、上海安凸： 助力北京冬奥，提供暖“芯”服务

日前，北京 2022 年冬奥会和冬残奥会制服以及安民警防寒服装正式亮相，服装中的保暖“内芯”由江苏康大无纺有限公司独家供应。

由于冬奥运动气候条件特殊，制服保暖材料必须要抵御严寒、防风保暖，同时还得透气、透湿、轻便舒适，最大程度满足所有场景下的需求。江苏康大研制的北京冬奥制服专用保暖材料——多维蓄热保暖絮片，具有瞬间升温、长效蓄热、轻薄舒适、吸汗透气的优异性能。

据悉，该多维蓄热保暖絮片 70% 采用了中国石化仪征化纤有限责任公司的多种功能性涤纶短纤维，30% 采用了恒天中纤纺化无锡有限公司与上海安凸阻燃纤维有限公司联合研制的功能性锦纶短纤维混合研制而成的。这些多功能性短纤维可以吸收转换光能和人体的热能并能够实现长时间蓄热，同时短纤维的质轻、柔软、回弹好和吸湿性好的特点提高了保暖絮片的舒适性。



绒耀之花。

恒源祥： 践行可持续理念， 制作“永不凋谢的奥运之花”

作为北京 2022 年冬奥会官方赞助商，恒源祥集团提供了北京 2022 年冬奥会和冬残奥会颁奖花束。花束是以非物质文化遗产——海派绒线编结技艺钩编而成的绒线花花束——绒耀之花，在奖牌颁发仪式中将奖牌一同颁发给获奖运动员。

冬奥会颁奖花束包括玫瑰、月季、铃兰、绣球、月桂和橄榄 6 种寓意美好的花型，分别象征着友爱、坚韧、幸福、团结、胜利与和平，花束丝带为北京冬奥会色彩系统中的蓝色，深浅搭配，突显冰雪运动元素。花材经过造型和捆扎成花束高 34 厘米，胸径 24 厘米，花束手柄的蝴蝶结丝带上印有“BEIJING2022”字样，花束整体清新、自然，与北京冬奥会主色调一脉相承。颁奖将共用花束 1251 束，累计花材共 16731 支。

绒线花束既保留了奥运颁奖仪式中花束的形制，又践行了可持续发展的理念，寓意着温暖、祥和，可永久保存，成为“永不凋谢的奥运之花”。

“作为双奥企业，恒源祥五度携手奥林匹克，在此过程中，恒源祥以往主要为中国体育代表团等团队提供礼仪服饰。这次冬奥会，恒源祥除了提供服装、冬奥村的家用纺织品外，还用恒源祥传承的非遗技艺编结制作颁奖花束。希望这根根承载着真、善、美的绒线能让饱受新冠肺炎疫情影响的人们更加团结，用无限之线编织全世界的恒好未来。”恒源祥集团董事长兼总经理陈忠伟解释了制作绒线花花束的初衷。

丰原生物： 可降解餐具将走上冬奥餐桌

安徽丰原生物化学股份有限公司是北京 2022 年冬奥会和冬残奥会官方生物可降解餐具供应商，在该公司助力下，玉米、薯类、农作物秸秆等可再生资源，将成为北京冬奥会选手吃饭时“饭碗”的制作材料。目前丰原生物正在抓紧生产生物材料聚乳酸制作而成的可降解餐具。

随着北京冬奥会进入倒计时，位于安徽省蚌埠市固镇经济开发区的丰原生物产业基地内一派繁忙景象。在这里，经过原料检测、聚乳酸生产加工、餐盒生产，就能将玉米等原料加工制作成可生物降解的一次性餐盒。

爱家科技： “黑科技”石墨烯赋能科技冬奥

致力为北京 2022 冬奥会提供科技保障的北京创新爱尚家科技股份有限公司（简称爱家科技），多年来专注石墨烯柔性热管理技术的研发及应用，本次将为冬奥雪上工作人员提供发热马甲、围巾、手套、袜子、加热内衣等服装服饰产品。

据悉，由北京创新爱尚家科技有限公司联合北京石墨烯技术研究院有限公司研发的低温环境石墨烯智能发热产品及热力保障应用技术，针对冬奥会低温环境下，人员、现场专业设备的保暖需求，突破石墨烯柔性织物加热材料的低温启动和运行、快速电热转换等关键技术，实现石墨烯柔性织物加热技术低温应用。发热马甲、围巾、手套、袜子、加热内衣等服装服饰，可实现 38℃ - 52℃ 温度调节，满足低温环境人员保暖需求。

除了服装服饰，项目组与 2022 年北京冬奥会特许商品生产商联合研制的冰墩墩暖手宝石墨烯加热技术，2020 年 11 月 11 日获冬奥组委市场部批准上市，是石墨烯技术在冬奥会特许商品的首次应用。

值得一提的是，爱家科技配合云转播公司研发了石墨烯加热装置改进云转播背包。云转播科技公司承接了冬奥赛场的高清视频云转播工作，其中在张家口赛区的保障工作，需要工作人员背一个“云转播背包”，里面的转播设备需在零下 20℃ 可正常开机使用。爱家科技配合研发的石墨烯加热装置改进云转播背包，在云转播背包内设计石墨烯加热层、保温层等，并配合低温电池，进行现场使用。目前开发工作已经完成，第一批背包在 2022 年 1 月份测试环节投入使用。



爱家科技石墨烯相关产品正在接受测试。

中国石化：为奥运火炬披上碳纤维“外衣”

作为北京 2022 年冬奥会官方合作伙伴，中国石化为助力“绿色冬奥”，为北京 2022 冬奥和冬残奥会火炬“飞扬”披上了碳纤维“外衣”。

据悉，“飞扬”采用氢做燃料，氢燃料的特性保证了火炬能在极寒天气中使用。火炬筒身由中国石化上海石化研发的“黑科技”新材料碳纤维复合材料制成，具有“轻、固、美”的特点，能够实现高于 800 摄氏度的氢气燃烧环境中正常使用。

中国石化上海石化创新研究院总经理林生兵表示，碳纤维的质量只有钢的 1/4 左右，但是强度是钢的 7—9 倍。这次，研发团队用碳纤维与树脂形成的复合材料来做奥运火炬，堪称世界首创。

中国石化上海石化公司副总经理黄翔宇称，冬奥组委给它的第一个评价就是轻，而且很牢固，随便怎么摔也摔不坏。另外一个就是，冬季火炬传递的时候天气很冷，传统金属材料的话手感不太好，复合材料可以解决这个问题，避免很冰凉的感觉。

据悉，中国石化除了实现全球首次以碳纤维复合材料制作奥运火炬外壳，还为北京冬奥会、冬残奥会基础设施建设和赛事运营提供清洁能源保障，并肩牵头进行冬奥火炬研发攻关和量产工作。[TA]



2021年，以实体市场为根基，“数字轻纺城”项目稳步推进。

数字+服务+金融，“数字轻纺城”建设推动纺城共富先行

■ 本刊记者_王利

年前的中央经济工作会议指出，2022年经济工作要稳字当头、稳中求进。柯桥作为全国重要纺织产业基地，立足“产业+市场”优势，区域经济稳步发展，正全力打造浙江高质量发展建设共同富裕示范区先行地。当数字化转型浪潮已经席卷全球，面对产能普遍过剩的时代，用数字化重构供应链与消费的关系，让数据要素参与价值创造，是稳中求进、共富先行，寻找经济新增长点的关键所在。

中国轻纺城作为全国纺织品专业市场中的龙头，早已在数字化改革方面走在前列、干在实处，取得显著发展成效。2021年，作为“十四五”的开局之年，浙江中国轻纺城集团股份有限公司（以下简称：轻纺城集团）紧紧围绕“5+2”工作思路，坚决推进“市场、数字、投资”三大战略，在数字化浪潮的“风口”御风而行、趁势而上，以建设“数字轻纺城”和“数字物流港”为两大战略导向，用数字化新引擎赋能纺织产业高质量发展，为助力纺城共同富裕插上“数字翅膀”。

2021年，以实体市场为根基，“数字轻纺城”项目稳步推进，系统建设与实际应用齐头并进，数字市场与数字物流相辅相成，不断创新招商隆市新形态，积极打造供应链金融服务新模式，为传统面料市场注入新活力、新动能。据了解，2021年，中国轻纺城网上市场实现交易额701.68亿元，同比增长15.59%，轻纺城线上线下两个市场深度融合，推动市场持续繁荣向好。

系统与应用并进，开辟产业升级新路径

向数字化要新动能、向深化改革要新活力。2021年，“数字轻纺城”项目建设如火如荼，从系统设计到实际应用，从软件开发到硬件配套，全方位、多维度下功夫。自去年1月初，轻纺城集团成立工作推进领导小组，短短1年便取得显著发展成效，推进市场管理更加智慧化、服务更加精准化。

在浙江中国轻纺城集团股份有限公司一楼大厅，一块展示纺城“晴雨表”的大屏幕格外引人注目，各项数据交替滚动更新：实时客流、市场服务、消防预警……每一个数据都与纺城运行息息相关。屏幕那头，专业工作人员可对采集的数据进行分析梳理，最后形成决策，助力整个市场高质量、高效率运转。这正是“数字轻纺城”一期建设中的重要成果“情指中心及数字大脑大屏2.0”投入使用产生的重要作用。

为帮助经营户提升门店管理效率，拓展线上销售渠道，快速精准匹配供需双方，作为“数字轻纺城”二期建设重要成果之一的“金蚕宝门店管理系统”在去年9月正式上线，

“以建设‘数字轻纺城’和‘数字物流港’为两大战略导向，轻纺城集团用数字化新引擎赋能纺织产业高质量发展，为助力纺城共同富裕插上‘数字翅膀’。”

已有5100家经营户注册使用。系统以微信小程序为载体，分为供应商版和采购商版，其中供应商版包含样品管理、产品发布、花样保护、产品销售、库存管理等功能；采购商版包含浏览、收藏和咨询产品等功能。经营户可以将门店分享到微信或者朋友圈，在一定程度上可有效打通公、私域流量，助力采供双方实现面料交易数字化。

去年11月，北联市场营业房首次通过“网拍”系统成功竞租，打响数字化赋能营业房竞租“第一炮”，带来了15.01%的竞租收益增长。从报名、缴纳保证金、资格审核，到最终竞拍，网上轻纺城手机APP全流程线上完成，营业房“网拍”新模式的落地，有效解决了传统拍租流程繁琐、空间局限大、时间紧、任务重等难题，是中国轻纺城在数字化改革过程中，利用“数字轻纺城”平台对市场服务提档升级的一项实际应用，有效避免疫情期间人员聚集，从“往返跑”升级为“零次跑”。

此外，物业管理系统、营业房系统、智慧用电、智慧停车、视频监控及人流管理等模块均已投入使用；“网上轻纺城”APP与“市管通”APP基本达成全覆盖，热词库完成热词收集整理15万个；好面料频道上线面料22000件；智慧用电系统上季度帮助北市场减少15.1%的能耗……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雏形已初步形成，为“产业+市场”转型升级开辟出一条高质量发展新路径。

市场与物流同频，创新招商隆市新形态

中国轻纺城仓储物流与纺织产业同频共振，形成以商贸带物流、以物流促商贸的双向联动模式，构建起现代化的物流信息体系及现代物流生态圈。对于中国轻纺城而言，物流是推动纺织行业发展的基础性、战略性产业，物流仓储运行畅通、便捷才能让纺城“布布领先”，实现产品“买全球、卖全球”。因此，打造“数智轻纺城”过程中，数字物流是其中关键一环。在这样的需求下，“轻纺物流数字港”建设项目应运而生。

2021年，在“数字轻纺城”项目建设过程中，“数字物流港”项目也同步有序推进，着力建设集联托运、智能仓储、异地货站、跨境电商、市场采购贸易等功能于一体的数字物流港，提供一体化线上物流服务，整合柯桥的物流产业，打破“低小散乱”的行业现状。同时着手搭建轻纺城智慧物流货运平台，



数字物流港效果图。

通过将物流业务信息化、集约化手段统筹管理，使市场货物流转秩序化、托运业务高效化、物流价格透明化，真正实现“人在城中走，货在云中游”的良好效果。

据了解，目前，数字物流港项目已入库，一期项目及公共立体智能仓已进场开工，二期图纸、编标等准备工作已全部就绪；国际物流中心关停拆迁工作正在有序推进中，成立轻纺城国际物流中心拆迁（关停）工作领导小组，实行专班运作，有效做好动员、评估、腾空签约等工作，合计507户承租户已签约492户，签约率97.04%，已腾空移交505间，同时过渡场地敷设及配套设施建设已大部分完工。轻纺智慧物流货运平台也正在建设中，届时，该平台的用户对象不局限于轻纺城物流园区及数字物流港的企业，而是面向整个柯桥的物流产业，形成集聚规模效应，增强与国内国际纺织市场的互动。

随着“数字轻纺城”和“数字物流港”两大项目的稳步推进，中国轻纺城将在纵向上打通线上线下的信息通道，为纺城经营户赋能，在横向上则整合国内外资源，实现柯桥面料全球通，进一步优化市场服务和营商环境，创新招商隆市新形态，对标世界级现代纺织产业集群。

数据与价值共生，打造供应链金融新模式

数字经济时代，数据作为一种新的生产要素，对于社会经济发展的作用变得越来越重要。中国轻纺城作为全国最大的纺织专业市场，每天都会产生庞大的数据资源，用好这些数据资源，将对轻纺城的发展产生重要推动作用。而“数字轻纺城”建设的最终目标在于形成市场数据“一张网”，让数据参与价值创造，实现“数字+服务+金融”的供应链金融服务新模式。

轻纺城集团相关负责人表示，轻纺城市场经营户大多以个体户和小微企业为主，融资难是制约其发展的重要因素。下一步，将进一步完善商户征信管理系统，支持商户和融资担保公司规范对接人民银行、蚂蚁金服、支付宝、微信等的征信系统，建立商户“信用云”，查证商户信用记录，为每一位经营户评分、画像。并在评估商户的信用风险和流动性风险基础上，依托数字市场与数字物流的信息数据支持，通过存货、仓单和订单融资，打造供应链金融，积极扩大经营户投融资服务，支持小微企业规模化发展，让更多经营户成为共富路上的模范生。

为推动轻纺城集团重要资产纳入数字轻纺城系统进行高效管理，近日“资产管理系统”开发上线，主要具备对外租赁资产管理、固定资产管理、设备设施管理三块功能。通过对外租赁资产管理，各管理单位可添加所管辖的房屋资产信息，并登记租赁情况；通过固定资产管理、设备设施管理，各市场公司可管理本市场资产、设备，并进行调拨、调出、闲置、报废等操作，实现闭环运作。该系统的上线，可有效管理内部资产，从而推动资本运作和对外投资，更好地服务中国轻纺城发展。

风潮所向，未来已到。未来的纺织产业供应链是数字化的供应链，谁能更好地利用数字资源，谁就能撬动更多财富。2021年，浙江省委把数字化改革列为“一号工程”，轻纺城集团以实际行动积极推进纺城数字化改革进程，“数字轻纺城”和“数字物流港”的建设，将为纺城数字供应链金融开拓一片新“蓝海”，从而提升柯桥纺织产业的供应链竞争力，为柯桥领跑共富先行作出积极贡献。[17]



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。



轻纺城建管委荣获 2021年度中国纺织工业联合会产品开发推动奖

12月17日,2021年度中国纺织工业联合会产品开发贡献奖评选结果正式公布,绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会荣获2021年度中国纺织工业联合会产品开发推动奖,也是2021年唯一一家获此殊荣的单位。

中国纺织工业联合会产品开发贡献奖和推动奖评选活动旨在推进我国纺织行业的产品开发工作,树立行业产品开发的先进典型单位,促进产品结构调整,推动产业升级和纺织强国建设。该奖项经评委会对申报单位的资格审查、专家初评和终评、结果公示等环节后正式公布。

中国轻纺城是浙江改革开放的一张“金名片”,是柯桥的产业之

本、立城之基。近年来,中国轻纺城坚定扛起省委赋予打造新时期“国际纺织之都”重要历史使命,大力实施转型升级,在融入“双循环”新发展格局中寻求新突破新跨越,走出了一条传统向时尚、单一向多元、低端向高端的专业市场转型之路。

2021年,中国轻纺城建设管理委员会紧扣新时期“国际纺织之都”建设目标,围绕现代纺织产业发展和中国轻纺城转型升级两个主题,以“技术+、设计+、标准+、人才+、服务+”为重点,致力通过举办世界布商大会、柯桥时尚周等盛会活动,持续扩大业界影响力和时尚话语权,全力助推世界级纺织产业集群建设进程。

(邬莹颖)

柯桥区纺织工业创意设计基地 入选首批国家级示范园区

12月29日,工业和信息化部开展的2021年纺织服装创意设计示范园区创建评选结果正式公告,第一批纺织服装创意设计示范园区(平台)名单出炉,绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会下属国有企业柯桥区纺织工业设计管理服务有限公司为主体运营的柯桥区纺织工业创意设计基地成功入选,成为全国9个、全省2个示范园区之一,同时也是绍兴市唯一入选的园区。

纺织服装创意设计示范园区(平台)是指在国内注册,聚集创新创业服务资源,从事纺织服装研发设计、产品开发为主,为纺织服装企业提供创意设计支撑的载体和平台。该项评审由工业和信息化部组织发起,旨在推进纺织服装创意设计能力提升和自主品牌建设,引导制造商业企业专注创新和产品质量提升,推进纺织行业供给侧结构性改革,带动中国制造走向世界。柯桥区纺织工业创意设计基地自2017年成功入选全国首批试点(平台)以来,经过四年多的全力发展和持续创新,2021年基地从工业和信息化部公布的第一—5批共计54家试点园区(平台)中脱颖而出,成功入选全国首批纺织服装创意设计示范园区(平台)。

柯桥区纺织工业创意设计基地现已建设形成“一核两中心”功能布局,即以创意大厦、中国轻纺城创意园、中纺大厦、中纺国际时尚中心等为核心的纺织创意设计“时尚谷”,蓝印时尚小镇为主体的染整艺术中心和以绍兴纺织装备特色产业基地为主体的纺织装备



设计创新中心。基地是以纺织工业创意设计产业集聚为主的特色园区,主要通过对纺织产业进行时尚创意设计,提升产业和产品的核心竞争力,促进柯桥区传统纺织产业改造提升,培育文化创意、时尚设计、时尚展会等现代服务业发展。

目前,基地入驻工业设计企业150家,工业设计人才1221人。2021年基地入驻企业的设计服务性营收预计达到3.51亿元,同比增长8.4%左右,带动服务对象形成销售收入预计达到415.12亿元,同比增长8.7%左右。(邬莹颖)

专注私定,亨世行走差异化品牌发展之路

通过品牌布局,私人定制已成为不少面料企业谋求价值转型的“新起点”。去年以来,绍兴米然纺织品有限公司创立了一家名为“亨世行私人定制”的男装品牌。经过一年多的筹备,公司已初步完成人员、硬件、品牌定位、店铺软装方面的基础建设。

近年来,品牌化发展已成为柯桥高质量发展战略中的重点。以“柯桥优选”等区域公共品牌的打造为风向标,面料商的品牌意识也有了大幅提升,许多企业开始思考如何做“深”品牌,谋求价值转型。“传统的面料生意,价值含量和利润空间相对有限,”亨世行品牌创始人唐建祥表示,“品牌服装更注重差异化、个性化的产品和服务,也更契合当下消费者对于场景感、仪式感的消费诉求和情感驱动。”

值得一提的是,在男装品类中,私人定制更符合高端面料的设定,这就要求企业以强大的产品研发能力为品牌背书。作为一家拥有30年经验的老牌面料经营户,依托全球纺织品产业基地中国轻纺城,米然纺织长期深耕品牌市场,与ZARA、H&M等女装国际品牌保持长期的合作关系,取得了行业内外一致的好口碑,通过多年的耕耘,公司在面料的升级和加工方面有长期稳固的积累和资源。

转型“私人定制”一方面也源于企业对价值的坚守。自轻纺城开市以来,米然纺织一直是市场花布品类多年的领跑者。由于产品同质化日益严重,2012年,唐建祥关闭门市,转战价值空间更大的外销市场,贸易总额一度完成千万美金级别的跃升;2016年,由于外贸环境的恶化和低价竞争,公司再次选择渠道转型,通过展会接触到一批优质的服装品牌客户,最终公司的业务结构和产品都得到有效的优化和提升。

据悉,亨世行计划将到手的每一块高品质面料,进行“产地再造”。借助轻纺城的产地资源、产地周边工厂后整理和开发实力,从面料的舒适度和功能性着手,在面料纱线和工艺端精简面料的成本,



亨世行男装私人定制位于柯桥的门店。

以最接地气价格,打造私定面料中的最优款。同时,向欧洲老牌定制男装一流的做工、剪裁和设计靠拢,在风格上保留私人定制专属的优雅和品味,为客户提供更为时尚、经久耐用的产品。

“现在人们出席各种社交、商务谈判、庆典等,对着装的要求也越来越高。”唐建祥表示,贴在传统定制身上的“老气”、“商务”标签,已逐渐被时尚和个性化特质冲淡,私人定制更多被冠以“新风尚”和“新品味”。不同性别、社会阶层、文化背景的消费者会根据自己需求进行个性化消费。对此,公司将目标客户人群设置为三类,以40-80岁的精英男士为主打群体,商务人群以及相对低频的婚庆市场为补充。

亨世行,“亨达世界的行当”,借助美好寓意,公司计划逐步完善设计链和供应链,新的一年将以视觉呈现、品质提升、品牌内涵三个方面为起点,着手对品牌进行深度打造。(林晨莉文/摄)

中国轻纺城四大市场 顺利通过省第二批“五化”市场验收

2021年以来,中国轻纺城东市场、北联市场、服装服饰市场和坯布市场以创建便利化、智能化、人性化、特色化和规范化的“五化”市场为目标,对市场内的软硬件设备进行了整体的提档升级。目前,四个市场均顺利通过了浙江省第二批“五化”市场验收。

据悉,“五化”创建标准即全方位建设便利化市场、立体式打造智慧化市场、多维度建设人性化市场、多场景创建特色化市场、高标准建设规范化市场。按照行动目标,浙江中国轻纺城集团股份有限公司全面贯彻“加快‘最多跑一次’改革延伸覆盖,推动公共场所服务大提升”的实质性举措。

为优质高效地完成“五化”市场改造提升工作,轻纺城集团从五方面着手,为市场经营户及客商提供更优质的服务。在便利化方面,在新增市场休息区、指引牌等市场设施的基础上,完善市场服务台功能,优化市场服务体系;在智慧化方面,结合“数字市场”建设项目,推进市场智慧化服务水平提升;在人性化方面,完善便民服务设施,改造优化纠纷调解室;在特色化方面,在市场内增设直播基地,推出“金蚕宝宝”门店管理系统、热词库以及好面料专区三大实际应用帮助经营户提升线上市场开拓能力;在标准化方面,健全市场规范化管理机制。验收通过后,轻纺城集团将继续结合市场实际,优化市场服务质效,激发市场发展活力。(邬莹颖)

网络公司推进数字轻纺城系统 开发收官工作

2021年,浙江轻纺城集团股份有限公司提出“数字轻纺城”改革项目,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”的新型数字化产业市场。通过“数字轻纺城”的建设,形成市场数据“一张网”,做到“管理智慧化、服务精准化”,并最终实现“人在城中走、货在云中游”。

旗下网络公司围绕市场服务、市场管理、线上拓市、数据挖掘4大板块内容,开发完成了19大分系统共94个子系统,建立网上轻纺城、全球纺织网和市管通三大APP作为市场服务主平台、线上拓市主平台和市场管理平台,上线“金蚕宝宝”门店管理系统小程序,开发业务系统后台、数据中台两套PC平台和7套展示智控大屏。

目前,网络公司正通过加紧完成业务系统开发、加快数据挖掘模块搭建、妥善做好网拍系统移交、进行全系统数据串联,积极推进数字轻纺城系统开发的最后收官工作。紧跟轻纺城集团以数据采集、业务应用、线上交易为总体思路和目标,从重建向重应用转变,抓实数字赋能、线上拓市、智能物流、诚信体系等方面,努力实现“数字+服务+金融”的终极目标,为柯桥区的数字化改革打造轻纺城样板。(邬莹颖)

回眸 2021 展望 2022

行业全面恢复，利润规模创新高

中国化学纤维工业协会会长陈新伟解读行业发展



陈新伟

刚刚过去的2021年，化纤行业实现了全年总体运行良好，行业利润规模创新高，利润率迎来2008年经济危机以来的第二高点，其中涤纶和氨纶行业分别贡献化纤行业利润总额的40%和23%，国产碳纤维行业更是呈现难得的量、价、利齐升的局面。这一年，行业发展与“双循环”、消费升级、能耗“双控”、产业安全等相伴而行，随着供给侧结构性改革的深入推进，行业供需格局改善；随着炼化一体化发展，产业链配套更趋完善，一体化企业的竞争力、抗风险能力增强。同时，产业链利润分配更趋均衡，行业产品开发持续加强，产品的差异化和高品质能够满足国内国际市场需求……

对于2021年所取得的成绩，行业如何看待？2022年这样的现象是否还能持续下去？企业应在哪些方面加大关注力度？岁末年初，《纺织服装周刊》记者采访了中国化学纤维工业协会会长陈新伟，分析2021年的变化，展望2022年的发展。

完全恢复到疫情前水平 行业利润规模创新高

2021年以来，化纤行业面临的国内外挑战错综复杂，尤其是下半年国内多地疫情此消彼长、能耗双控持续加码，对行业主要运行指标的回升幅度影响明显。但在这样的形势下，化纤行业全年实现了总体运行良好。国家统计局数据显示，2021年1—10月，化纤产量为5571万吨，同比增长11.8%；化纤行业实现营业收入8356亿元，同比增长31.5%，利润总额539亿元，同比增长275.6%；行业利润率为6.45%，为2008年经济危机以来的第二高点；化纤行业为纺织全行业贡献了27%的利润。

对于行业成绩的取得，陈新伟介绍，这其中最

亮眼的一点是国产碳纤维行业呈现出量、价、利齐升的局面。我国碳纤维行业是自2005年后才真正发展起来的，正好跨越了“十一五”、“十二五”和“十三五”，走过了跌宕起伏的15年，在国家相关部门、单位、协会、企业的通力合作下得以快速发展，技术水平明显提升，才取得了现在的业绩，形成了一批具有相当市场竞争力的重点企业，产销量突破万吨，全行业实现盈利，表明我国碳纤维行业整体已达到国际先进水平。

对于碳纤维目前的发展，陈新伟提到，要看到行业欣欣向荣背后可能存在的影响产业链安全稳定发展的潜在问题，虽然2021年碳纤维行业整体运行情况良好，但仍应居安思危，继续苦练内功，提升产品品质，密切关注下游需求的变化，让下游客户更加放心地使用我们国产的碳纤维。当前很多资本对碳纤维产业产生了极强的兴趣，此时更应理性投资，将关注点更多地放在提品质、降成本上。

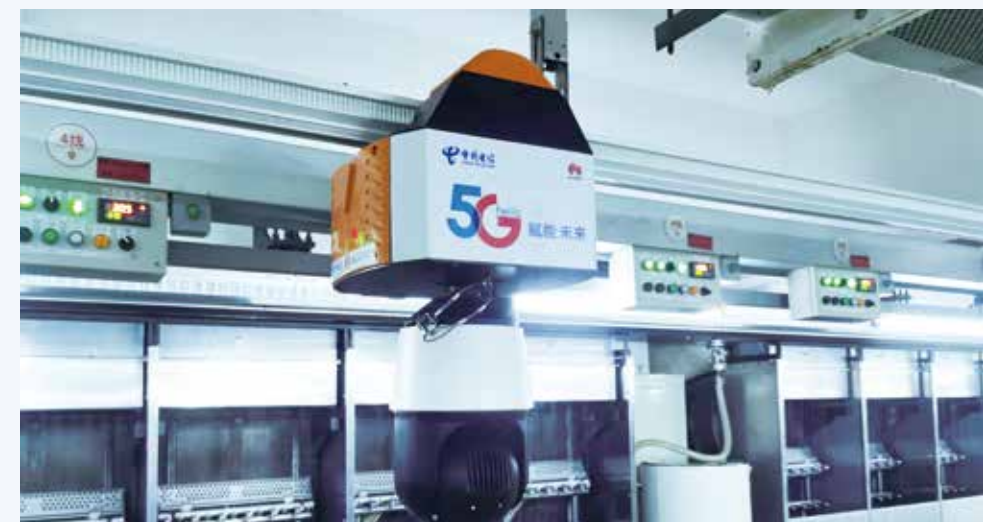
2021年，让人印象深刻的还有氨纶的火热行情。从2020年四季度开始，氨纶行业行情开始走高，这种状态一直持续到2021年11月份，氨纶价格的涨幅及企业的经济效益均处于近年来最高的位置。陈新伟分析，其原因主要来自于原料端与下游应用端两部分。从原料端来看，在成本端BDO价格上涨的支撑下，氨纶主原料PTMEG作为BDO的第二大下游应用领域，其价格也水涨船高，进而从原料端带动了氨纶价格的持续提升。从下游应用端来看，氨纶已从单一的弹性丝袜、内衣等传统应用领域，逐步拓展到高档弹力休闲装、针织外衣等时尚服装。同时，医用氨纶、弹力装饰布和松紧带等产业用氨纶也逐步成为氨纶应用的新领域。此外，疫情的影响使口罩的需求有了大幅度提升，而氨纶作为口罩耳带的主要材料，需求量始终居高不下。

陈新伟对氨纶企业发展的建议是：面对氨纶行情的高涨，刺激了外部企业投资氨纶的积极性，氨纶企业首先要做好自己的工作，保持理性，协调产能投放和顺应市场需求的节奏；二是加大产品开发力度，增加差异化品种，开拓新的应用领域，避免同质化竞争，提升氨纶品牌的竞争力；三是提高智能制造水平，提升生产技术，增强企业创新能力，推动行业技术进步；四是提高绿色制造水平，降低能耗，促进行业可持续发展。

此外，2021年行业还有一个重要的盈利点——库存溢价。陈新伟介绍，2021年10月中旬之前，化纤市场虽有波动但总体处于上升通道，这就为化纤企业带来了原料和产品的库存盘盈，如果除去库存溢价贡献，化纤行业的利润率基本相当于疫情前2018、2019年的平均水平。



化纤品牌时尚度和影响力快速提升。



智能制造助力行业高质量发展。

2021年，化纤行业实现了“十四五”良好开局，但是行业要有清醒的认识，警惕国际油价下跌和全球新冠疫情明显缓解后的海外纺织订单“逆流”，以及新增产能集中投产，这些都给化纤行业带来较大风险。此外，我国能耗双控趋严也将是行业要长期面对的问题。

结构调整不断深化 行业发展亮点频现

对于2021年化纤行业取得的成绩，陈新伟认为得益于近年来行业不断推进的供给侧结构性改革。一是产能增长速度明显放缓，行业供需格局改善；二是随着炼化一体化发展，产业链配套更趋完善，一体化企业的竞争力、抗风险能力增强，同时，产业链利润分配更趋均衡；三是化纤行业产品开发持续加强，产品的差异化和高品质能够满足国内国际市场需求，这一点在氨纶行业表现尤为突出。

2021年，化纤行业在科技创新、绿色发展、智能制造、品牌建设、炼化一体化等方面取得了一系列成果。

科技创新方面，以中国科学院院士朱美芳团队牵头完成的“有机无机原位杂化构筑高感性多功能纤维的关键技术”荣获了2020年度国家技术发明奖二等奖，项目构筑了多功能纤维的全链条设计与一体化实施新策略。威海拓展碳纤维等项目获国家科技进步奖，以及15个化纤项目荣获中国纺织工业联合会科技进步奖，推动了纤维材料的高端化。国家先进功能纤维创新中心能力建设有序推进，为行业提供跨领域的关键共性技术研发、工程验证与产业化支撑。以浙江恒澜科技有限公司为依托单位的纺织行业绿色环保聚酯及纤维制备技术重点实验室等5家实验室获得了2021年度纺织创新平台称号，福建永荣锦江股份有限公司等8家企业获得2021年纺织行业创新示范科技型企业，科技创新体系建设取得了有效进展。

绿色发展方面，2021年中国化学纤维工业协会通过了工信部绿色制造公共服务平台第

三方评价机构资质审核，具备了开展绿色工厂等相关评价工作的资质；桐昆集团等5家化纤企业获评第三批工业产品绿色设计示范企业；2021年新增绿色纤维认证企业5家，其中泉州海天为绿色纤维制品认证企业，认证企业合计达到39家；与芮邦科技合作筹划开展中国纤维零碳行动，启动绿色纤维制品可信平台；再生纤维素纤维行业绿色发展联盟内企业开展LCA碳足迹核算核查、进行产业链可追溯、发布可持续发展报告等，推进联盟可持续发展的目标。

智能制造方面，以桐昆集团股份有限公司牵头完成的《功能性聚酯纤维智能制造系统关键技术与应用模式创新》荣获中国纺织工业联合会科技进步奖。新凤鸣5G+工业互联网平台-凤平台成功入选国家工业和信息化部办公厅公布的“第二批‘5G+工业互联网’十个典型应用场景和五个重点行业实践”。永荣锦江科技

通过端到端数字化流程、智能化制造展现锦江创新发展。这些示范工程的建设，对推动制造业迈向高质量发展之路具有重要意义。

品牌建设方面，历经十年的积淀与发展，中国纤维流行趋势实现“破圈”走向大众，推动了化纤行业整体时尚度和影响力的快速提升，今年更是携

手桐昆集团揭开了新十年的序章。2021年度发布的流行纤维，平均利润率为14.2%，是行业平均水平的3.46倍；每年发布的《中国纤维流行趋势报告》得到下游企业的广泛关注，被誉为纤维领域的“百科全书”。2021年7月，中国纤维流行趋势与华峰化学、桐昆集团走进李宁、沐途者、特步、361°、安踏、柒牌、九牧王等终端品牌，通过面对面交流的方式，更加了解终端品牌的产品开发需求，增进了终端品牌与纤维企业的协同创新。

炼化一体化发展方面，行业体现出了比较明显的产业链配套优势和民营企业的效率成本优势，产业竞争力进一步提升，进一步增强了产业话语权。

未来要适度增长，更加关注智能化、绿色化、高端化发展

当前，我国经济发展遇到的新挑战交织叠加，预计2022年化纤行业面临的宏观经济环境压力依然较大。对于2022年行业的发展，陈新伟分析，虽然经济形势比较严峻，但政策层面有望宽松、积极，国际油价的波动仍将对化纤市场造成较大影响，但影响力度可能弱于2021年，行业将更多围绕自身基本面运行。总体来看，化纤行业具备良好的发展韧性和风险抵御能力，预计2022年仍有望实现平稳发展。

“十四五”已经到来，对于行业未来的发展，陈新伟介绍，化纤工业是先进制造业和国际竞争优势产业，也是新材料产业重要组成部分，加快化纤工业高质量发展，对保障纺织工业原料安全、提升纺织产业链供应链现代化水平、助力战略前沿技术发展等方面具有重要意义。为此，“十四五”时期，化纤工业规模要适度增长，形成一批具备较强全球竞争力的龙头企业，构建智能化、绿色化、高端化现代产业体系，进一步巩固和提升化纤工业对纺织产业链的引领作用和对战略性新兴产业的支撑作用，建成化纤强国；数字化转型要取得明显成效，工业互联网作为新兴基础设施的作用更加显著，智能制造在行业运用的广度和深度大幅提升；绿色制造体系要不断完善，生物基化学纤维和可降解纤维材料产量年均增长20%以上，废旧资源综合利用水平和规模进一步发展，行业碳排放强度明显降低；创新能力要不断增强，提升行业研发投入水平，常规纤维综合竞争力保持国际领先水平，高性能纤维研发制造达到国际先进水平并满足国家战略需求。

展望未来，外部环境更趋严峻和不确定，化纤行业仍将面临错综复杂的形势，“双碳”、“能耗双控”将是行业要长期面对的课题。面对要素约束，陈新伟也给行业企业不断鼓劲：我们要坚信，中国经济仍将稳中有进，化纤仍将是实现纺织产业链供应链安全可靠的坚实保障，仍将是满足人民美好生活不可或缺的重要基石。我们要相信生活会越来越好，行业会越来越好，世界会越来越好，心之所向，素履以往，让我们一路同行，共创美好！

“2021年，化纤行业实现了全年总体运行良好，行业利润规模创新高，利润率迎来2008年经济危机以来的第二高点。”



2021年，碳纤维行业呈现量价齐升的局面。

275.6%

2021年1—10月，化纤行业实现营业收入8356亿元，同比增长31.5%，利润总额539亿元，同比增长275.6%。

回眸 2021 展望 2022

长丝织造行业：呈现较好修复态势、较强风险抵御能力

■ 中国长丝织造协会_贾慧莹 / 文

2021年以来，我国长丝织造行业呈现出较好的修复发展态势，主要运行指标正在回升，生产形势逐渐好转，内销市场持续恢复，外贸市场运行平稳，企业效益得到改善。展望2022年，尽管不确定因素较多，但长丝织造行业发展基础和条件较好，对“双循环”经济模式适应力较强，有望平稳健康发展。

行业效益持续修复

据国家统计局统计，2021年1—11月，我国规模以上化纤织造及印染精加工营业收入同比增长18.7%，较2019年同期增长7.6%；营业成本同比增长17.5%，较2019年同期增长7.2%；利润总额同比增长41.2%，较2019年同期仍下降2.1%；利润率为3.4%，较2020年同期提高0.6个百分点，较2019年同期下降0.3个百分点。

细分行业来看，1—11月，化纤织造行业（规上）营业收入同比增长18.5%，较2019年同期增长6.9%；营业成本同比增长17.3%，较2019年同期增长6.0%；利润总额同比增长43.4%，较2019年同期仍下降1.7%；利润率为3.2%，较2020年同期提高0.6个百分点，较2019年同期仍下降0.3个百分点。化纤染整行业（规上）营业收入同比增长19.5%，较2019年同期增长10.7%；营业成本同比增长18.6%，较2019年同期增长12.9%；利润总额同比增长35.1%，较2019年同期仍下降3.3%；利润率为4.6%，较2020年同期提高0.5个百分点，较2019年同期仍下降0.7个百分点。

表1 2021年1—11月我国化纤织造及印染精加工主要经济指标汇总

指标名称	营业收入	营业成本	三费合计	利润总额
本月止累计（亿元）	1648.87	1464.81	96.43	56.71
同比（%）	18.70	17.52	15.88	41.22
本月止累计（亿元）	1332.78	1193.76	71.79	42.25
同比（%）	18.50	17.28	15.61	43.43
本月止累计（亿元）	316.10	271.05	24.64	14.46
同比（%）	19.54	18.58	16.70	35.13

数据来源：国家统计局

值得注意的是，与2019年同期相比，2021年1—11月我国规上化纤织造行业营业收入增长6.9%，营业成本增长6.0%，利润总额却下降了1.7%，利润率下滑了0.3个百分点，盈利能力尚未恢复至疫情前同期水平。这是因为2019年同期行业亏损面为11.7%，现在扩大至14.1%，亏损企业亏损额增长了37.3%。企业三费也有不同程度的增长，其中销售费用增长8.2%，管理费用增长8.4%，财务费用增长11.5%。应收账款增长14.0%，产成品存货增长8.7%，企业赊销比例偏高，库存高位，存在一定的财务风险，盈利能力不足。

以上数据表明，我国长丝织造行业经济效益仍处于持续恢复过程中。2021以来，受新冠疫情反复、原材料价格波动、海运费价格上涨和能耗双控、用工成本增加的影响，企业利润空间遭到挤压，盈利能力未能恢复至疫情前同期水平，行业整体运营受到较大挑战。

生产形势逐渐恢复

2021年前三季度，我国长丝织造行业生产形势逐步恢复。据中国长丝织造协会统计，我国盛泽、长兴、秀洲、龙湖、泗阳、平望、七都、柯桥和小海九地化纤长丝织物产量累计为233.4亿米，同比增长1.9%。

受能耗双控和产业结构调整影响，部分集群化纤长丝织物产量出现下滑。前三季度，长兴地区化纤长丝织物累计产量48亿米，同比下降11.1%，两年平均下降2.52%；平望地区化纤长丝织物累计产量31.7亿米，同比下降12.7%，两年平均下降14.3%。

盛泽地区表现较好，1—9月，盛泽地区化纤长丝织物产量累计达74.7亿米，同比增长11.0%，两年平均增长4.1%。作为传统的化纤长丝织物生产基地，盛泽依托完整的产业链，持续推进产业结构升级，引进数字化管理系统，逐步淘汰落后产能，生产能力稳居行业领先水平。

龙湖、泗阳和七都的化纤长丝织物产量也实现了两年平均正增长。2021年8月份，国务院发布《全民健身计划（2021-2025年）》，引发全民健身热潮，加之2021年“拉尼娜”来袭，冬季提前到来显著激发消费者购买冬装的意愿，防寒服市场丰富多彩的产品较好的刺激了市场需求的释放。龙湖地区以功能性户外运动面料、防寒服生产为主，在市场需求端的带动下，产量增长明显。泗阳、七都以家纺面料为主，市场韧性较强，产量保持小幅增长。

表2 2021年1—9月我国主要长丝织造产业集群化纤长丝织物产量

集群名称	产量（亿米）	同比（%）	两年平均增长率（%）
盛泽	74.69	11.00	4.06
长兴	48.00	-11.11	-2.52
秀洲	13.80	29.33	-6.15
龙湖	31.97	12.50	7.95
泗阳	13.43	1.54	1.99
平望	31.70	-12.72	-14.73
七都	2.26	3.01	0.16
柯桥	13.85	1.00	-1.02
小海	3.72	15.51	-2.68
合计	233.42	1.91	-1.62

注：两年平均增长率是以2019年前三季度为基期计算的几何平均数。
数据来源：各产业集群

据协会调研，随着限电限产政策的取消，企业已逐步恢复正常生产。从企业当前的产能利用率来看，83%的受调查企业产能利用率达80%以上；17%的企业产能利用率在50%—80%。全年来看，长丝织造物产量将实现小幅增长。

原料价格高位震荡

2021年以来，受国际政治因素、全球通胀、新冠疫情等影响，原油价格上半年一路高歌猛进，三季度短暂回落，继续快速上涨，年内最大涨幅一度突破了70%，油价达到7年来高位。进入11月份，南非出现新型变异新冠病毒奥密克戎，加之美国释放战略石油储备，原油价格暴跌，但仍高于2020年同期水平。12月份，油价再次回升，截止到12月30日，布伦特原油收盘价达78.92美元/桶。

在原油价格的影响下，1—10月，我国化纤长丝价格波动上涨，11—12月，随着织造市场行情偏淡，原料续涨乏力，价格有所回落。2021年全年，受原材料价格大幅波动影响，下游织造企业经营压力明显增大。

内销市场稳定恢复

2021年以来，国民经济持续恢复发展，居民收入继续增加，消费能力有所提升。国家统计局数据显示，前三季度，我国国内生产总值823131亿元，同比增长9.8%，两年平均增长5.2%；全国居民人均可支配收入26265元，同比实际增长9.7%，两年平均增长5.1%。根据国家统计局数

据，1—11月，我国社会消费品零售总额399554亿元，同比增长13.7%，较2019年同期增长8.2%。其中，全国限额以上服装鞋帽、针织品类销售额同比增长14.9%；在实物商品网上零售额中，穿类商品网上零售额同比增长11.1%，网络消费活力不断释放。

具体到长丝面料市场，从中国轻纺城的交易数据来看，上半年坯布市场表现亮眼，三季度面料市场热度下降，进入10月份以来，市场活跃度明显提高，成交量逐月增加。其中，窗帘布、窗纱等梭织涤纶装饰布日成交量呈稳定上升态势，遮光大提花窗帘类面料长期占据畅销面料排行榜首位，受到广泛关注；各类色织布、里子布和箱包里辅料下半年市场表现良好，出货量平稳增加。进入四季度，多地出现明显雨雪和大风降温天气，尼丝纺、胆布等羽绒服面料和茄克时装休闲面料受到普遍关注，出货量不断走高；11月以来，春夏服装开始生产备货，仿真丝面料市场明显回暖。

据协会调研，2021年内销订单与2020年同期持平或同比增长的企业比重达66%，订单量同比增长20%以上的企业占比达19%，内需市场稳定恢复。但需要注意的是，有22%的企业内销订单量同比减少10%以上，以仿真丝类企业为主。每年11月到第二年4月为仿真丝传统旺季，建议企业以生产差异化、功能化面料为主，避免同质竞争。

外贸市场运行稳健

（一）出口增势良好

2021年以来，我国纺织品服装出口保持良好增势，但受口罩、防护服等防疫物资的出口回落的影响，纺织品出口额同比下降。据中国海关数据，2021年1—11月，纺织服装累计出口2852.9亿美元，同比增长7.7%，较2019年同期增长15.6%，其中纺织品出口1309.3亿美元，同比下降7.5%，较2019年同期增长19.8%；服装出口1543.5亿美元，同比增长25.1%，较2019年同期增长12.2%。

2021年以来，面对全球新冠疫情反复、海运费飙升和原材料价格持续上涨等不利因素，我国化纤长丝织造行业表现出较好的抗风险能力，出口增势不减。1—11月，我国化纤长丝织物累计出口金额153.2亿美元，同比增长36.1%，较2019年同期增长10.3%；累计出口数量173.8亿米，同比增长30.9%，较2019年同期增长11.8%。平均价格为0.9美元/米，同比增长3.9%。

表3 2021年1—11月我国长丝织物累计出口情况

名称	累计出口金额（亿美元）			累计出口数量（亿米）			平均价格（美元/米）	
	数值	同比（%）	较2019年同期（%）	数值	同比（%）	较2019年同期（%）	数值	同比（%）
长丝织物	153.15	36.05	10.26	173.84	30.94	11.83	0.88	3.90
锦纶长丝织物	7.37	29.30	6.33	4.60	22.96	-12.98	1.60	5.16
涤纶长丝织物	127.93	35.49	8.73	149.59	30.35	11.14	0.86	3.95

数据来源：中国海关

据中国海关数据，1—11月，涤纶长丝织物累计出口149.6亿米，同比增长30.4%，较2019年同期增长11.1%；锦纶长丝织物累计出口4.6亿米，同比增长23.0%，较2019年同期下降13.0%。数据表明，涤纶长丝织物出口数量高于疫情前水平，锦纶长丝织物仍处于持续恢复过程中。

综合来看，在国际市场需求回暖和海外订单回流等因素影响下，2021

图1 我国化纤长丝织物累计出口数量及增速



数据来源：中国海关

年上半年，我国化纤长丝织物累计出口数量保持大幅增长，2021年1—6月出口增速达到最大值50.1%。下半年以来，出口增速虽有放缓，但是外贸市场需求客观存在，出口增速仍维持在较高水平。2021年1—11月，我国化纤长丝织物出口增速为30.9%。

（二）进口持续恢复

据中国海关数据，2021年1—11月，我国化纤长丝织物累计进口10.2亿美元，同比增长17.9%，较2019年同期下降18.9%；累计进口数量为4.6亿米，同比增长2.0%，较2019年同期下降33.0%。平均价格为2.2美元/米，同比增长15.6%。

与2020年1—11月相比，我国化纤长丝织物进口量价齐升，但与2019年同期相比，进口数量降幅达33.0%，但进口单价上涨了21.1%。这说明我国中高端长丝织物生产能力已基本可以满足国内需求，仅部分尖端产品仍需进口。

表4 2021年1—11月我国主要长丝织物累计进口情况

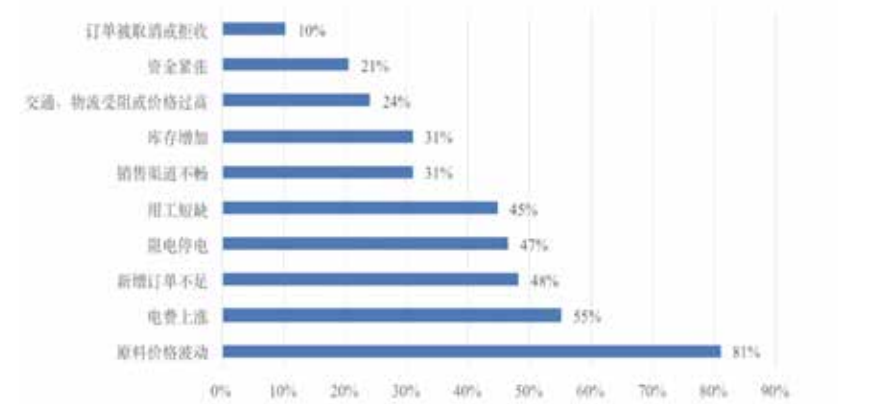
名称	进口金额（亿美元）			进口数量（亿米）			平均价格（美元/米）	
	数值	同比（%）	较2019年同期（%）	数值	同比（%）	较2019年同期（%）	数值	同比（%）
长丝织物	10.15	17.89	-18.87	4.55	2.01	-33.03	2.23	15.58
锦纶长丝织物	3.00	23.53	-20.81	1.73	-2.74	-36.58	1.73	27.02
涤纶长丝织物	4.44	15.76	-19.58	1.80	15.40	-30.18	2.47	0.32

数据来源：中国海关

企业目前面临的主要问题

在调查企业目前生产经营中面临的主要问题，原料价格波动集中度超过80%，是困扰企业的首要难题；其次需要警惕的是电费上涨、新增订单不足、限电停电和用工短缺；30%左右的企业面临销售渠道不畅、库存增加的问题；同时也有企业反映存在交通、物流受阻或价格过高、资金紧张、订单被取消或拒收问题。

图2 企业面临的主要问题



数据来源：中国长丝织造协会

未来展望

2021年以来，全球疫情反复、原材料和海运费价格上涨、经济通胀明显，为我国长丝织造行业生产经营带来风险与挑战。但整体来看，我国长丝织造企业表现出了较好的风险抵御能力和发展韧性，随着我国电力供需形势恢复常态，生产形势恢复正常，销售收入明显好转，企业效益持续修复，企业运行质量平稳，为2022年的发展奠定了较好的基础。

从内销市场来看，我国已全面建成小康社会，人们消费能力普遍提高，消费意愿也进一步增强。随着《全民健身计划（2021-2025年）》的发布，居民健身意识不断增强，“全民健身热潮”方兴未艾；加之，北京冬奥会的到来将进一步刺激滑雪服、防寒服以及户外运动服装的市场需求，内销市场将继续释放。从出口市场来看，受海外疫情影响，全球经济复苏缓慢，外贸市场不确定性增大，海运压力仍在，原有市场份额或将受到挑战，需谨慎对待；但随着RCEP正式生效，有望扩大我国同东盟十国的合作力度，为长丝织造行业出口带来利好。

展望2022年，我国长丝织造产业基础和条件仍将继续提升，数字化转型、智能化发展都将为企业带来更多有力支撑，全行业有望保持平稳增长。TA

瞄准新目标 明确新思路

中毛协六届二次理事会暨创新发展年会提出未来发展方向

■ 本刊记者 郭春花

刚刚过去的一年，毛纺行业经历了从强劲复苏到趋于平缓的发展历程，行业整体运行趋稳，稳中提质。从市场情况看，毛纺产品的国内外消费市场呈现持续性的复苏，成为行业发展的驱动力。在生产和运行效益方面，毛纺主要产品生产形势有所差别，毛纺企业盈利水平进一步向好。

1月12日，中国毛纺织行业协会六届二次理事会会议暨第六届中国毛纺织行业创新发展年会视频会议在北京召开。由于疫情防控要求，本次会议采用线上+线下的方式召开，设1个主会场和12个分会场，主会场设在北京雪莲集团有限公司会议室。

工业和信息化部消费品工业司一级巡视员曹学军，中国纺织工业联合会副会长、中国家用纺织品行业协会会长、中国纺联品牌办公室主任杨兆华，工信部赛迪研究院消费品工业研究所所长李博洋；中国毛纺织行业协会会长刘家强，副会长刘焱、刘丹；北京雪莲集团有限公司党委书记、董事长孟泽，副总经理赵俊杰；工信部消费品工业司纺织处处长赵永辉，北京毛纺织科学研究所检验中心主任韩静，北京服装学院教授郭瑞萍，澳大利亚羊毛发展有限公司北京代表处市场部高级市场经理张莹等有关领导、特邀嘉宾、中毛协第六届理事会理事，各专业委员会委员，毛纺织产业集群（园区）负责人，毛纺织行业“十三五”管理和科技创新先进人物、山羊绒竞争力企业以及特邀专家和企业代表，分别在主会场、分会场或通过视频形式参加会议。会议由中毛协秘书长张京炜主持。

对标新消费 毛纺业需提升产品竞争力

近几年，毛纺行业处于良性发展，特别是一些毛纺龙头企业在技术创新、行业引领、品牌建设上都发挥了行业的标杆作用。曹学军在致辞中提出，希望毛纺行业下一步要高端化发展，要充分发挥毛纺原料的珍贵天然属性，精耕细作，做毛纺精品。同时加强毛纺产业链关键技术和关键装备的创新。曹学军表示，在服装定制中，精纺面料是支撑定制的一个最重要来源，所以企业要按照新的消费升级需求，提高毛纺附加值，增强高品质毛纺消费品的供给能力。要发挥好毛纺企业龙头带动作用，提升毛纺行业数字化和绿色化协同发展。特别要培育新业态、新模式，提高市场的快速反应能力，增强质量管理能力和市场适应能力，提高全产业链数字化管理。另外，要加强行业监测，目前总体稳增长的任务较为繁重，毛纺行业仍然面临许多不确定因素。所以工信部也建立了



会议采用线上+线下的方式召开，提出了未来发展思路。

2021年，毛纺行业经历了从强劲复苏到趋于平缓的发展历程，行业整体运行趋稳，稳中提质。

和毛纺行业龙头企业的联系机制，一些毛纺龙头企业也是工信部重点跟踪服务的对象。接下来要加强通力协作，加强行业监测和对重点企业的跟踪服务，及时反映问题，共同做好形势研判和政策储备。

杨兆华谈到，“十三五”期间我国毛纺行业在结构优化、科技创新、绿色制造、时尚转型、国际合作等五个方面都取得了显著成效，但仍然存在一些不足，诸如行业集成创新能力尚待完善，产品附加值、品牌价值有进步空间，行业专业性技术人才与行业发展需求不相适应等。他表示，“十三五”期间纺织行业品牌建设成果斐然，品牌建设体系持续完善，已形成终端消费品牌、加工制造品牌、区域品牌三级体系。其中我国毛纺织行业品牌建设也取得了一定的成绩，但还有很大的提升空间。对于毛纺行业品牌建设接下来的发展，杨兆华提出，要着重在产业生态和企业品牌构架上发力。

弘扬创新，科技带头 要为“十四五”发展创造新成绩

会上，刘家强作了题为“承前启后彰显‘十三五’成就，继往开来共谋‘十四五’发展”的工作报告，介绍了中毛协六届二次理事会的相关工作，毛纺行业2021年所取得的成绩，并介绍了接下来的发展思路。

刘家强介绍，后疫情时代，毛纺行业复苏形势虽已逐步稳固，但未来的发展仍面对诸多不确定因素的影响。2021年以来，中毛协秘书处全体人员在新一届领导班子的带领下，围绕科技创新、市场拓展、国际交流、产业集群四大业务板块开展了相关工作。值得一提的是，为了树立毛纺织行业在“十三五”期间锐意改革、攻坚克难、转型升级过程中涌现出的典型事例，弘扬坚持创新、敢于挑战、精益求精的工匠精神，中毛协还开展了“十三五”创新

人物、科技带头人和高技能人才的推选工作。经申报、审核、推选、公示等环节，陈丽芬等25名同志获得“十三五”毛纺织行业“创新人物”荣誉称号；程晓虎等19名同志获得“十三五”毛纺织行业“科技带头人”荣誉称号；董瑞兰等10名同志获得“十三五”毛纺织行业“高技能人才”荣誉称号。刘家强希望通过树立典型，以先进人物为标杆，弘扬行业正能量，鼓励行业在新发展理念引导下，继续发扬创新、拼搏、进取的精神，共同为“十四五”期间我国毛纺织行业高质量发展创造新的成绩。

在未来一段时间内，刘家强指出，协会工作将围绕全面提升行业科技创新能力、完善和提升行业标准体系建设、推进毛纺行业绿色制造可循环发展、稳步推进企业智能化生产水平、整合资源推动产业时尚文化自信、加强国际合作、增强产业链供应链韧性等思路展开工作。

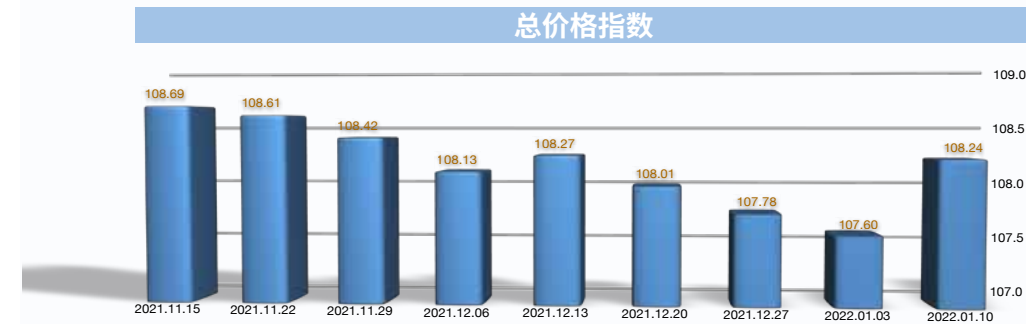
当前，世界各国都提出了碳达峰碳中和的相关目标，为带动行业绿色发展，会议邀请李博洋结合工业绿色低碳发展提出建议。并邀请北京雪莲集团有限公司党委书记、董事长孟泽，桐乡市濮院羊毛衫市场党工委委员、濮院时尚产业发展集团公司董事长朱永良，江苏阳光集团有限公司党委书记陈丽芬分别结合企业自身发展特点提出了行业未来发展的趋势。

会议还宣读了《中毛协第六届理事会新增会员、新增理事及变更情况说明》、《关于第一届时尚与艺术委员会筹备情况说明》、《关于中毛协第三届专家委员会换届、中国毛纺织行业技术研发中心等有关事项的说明》、《中国毛纺织行业“十三五”期间管理和科技创新先进人物推选决定》、《2020—2021年度中国毛纺织行业协会山羊绒行业竞争力测评结果》，介绍了《毛纺织行业“十四五”发展指导意见》编制情况。TA

冬市营销震荡回升 价格小幅上涨

20220110 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220110期纺织品价格指数收报于108.24点，环比上涨0.59%，较年初上涨0.59%，同比上涨3.31%。



近期，中国轻纺城冬市营销震荡回升，其中：原料市场价量明显推升，坯布市场价量环比回升，服装面料市场布匹价量环比微跌，家纺类产品成交价量微幅下跌，辅料价量环比回升。

原料价量明显推升，涤纶环比推升，纯棉纱稳中小升

据监测，本期原料价格指数收报于89.96点，环比上涨1.57%，较年初上涨1.57%，同比上涨11.35%。

聚酯原料震荡上行，涤纶价格环比推升。本期涤纶原料价格指数环比推升，华东地区PTA现货主流5125元/吨，环比上涨225元/吨左右；MEG主流4995元/吨，环比上涨157.5元/吨左右；聚酯切片市场报价环比推升，江浙地区半光切片现金或三月承兑6525元/吨左右，环比上涨175元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨，POY报价7500元/吨，环比上涨200元/吨左右；FDY报价8050元/吨，环比上涨250元/吨左右；DTY报价9100元/吨，环比上涨300元/吨左右。国际原油价格继续上涨，成本支撑继续增加，涤纶长丝市场成交行情环比推升，报价环比上涨。

近期，涤纶短纤价格环比上涨，江浙1.4D×38MM直纺涤纶短纤中心价在7250元/吨，环比上涨250元/吨左右。江浙涤纶短纤厂家报价环比上涨，受原油继续反弹影响，成本支撑仍有增加。纯涤纱市场报价稳涨互现，32S纯涤纱报12100元/吨左右，环比持平；45S纯涤纱报13300元/吨左右，环比上涨150元/吨左右。纯涤纱销售行情环比推升，实际价格重心稳涨互现。

纯棉纱价格稳中小升，人棉纱价格稳涨互现。近期，萧绍地区纯棉纱市场报价基本稳定，局部震荡小升。气流纺10S纯棉纱报价16500元/吨，环比持平；普梳32S纯棉纱报价28090元/吨，环比上涨10元/吨左右；精梳40S纯棉纱报价31690元/吨，环比上涨10元/吨左右。近期郑棉期货持续震荡上行，棉纱累库压力略有减轻。由于各棉纺厂接单情况差别较大以及棉纱库存不同，加上年底前现金流及棉花成本迥异，导致棉纱报价差异较大。纯棉纱期价延续震荡走势，现货交投较前期有所好转，下游接受力度有限，纺企提价较为困难，纱价整体持稳。

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12550元/吨左右，环比上涨300元/吨。粘胶短纤市场走货量有回暖好转，粘胶短纤厂家报价环比上涨，纱厂补货局部推升。30S人棉纱价格报17610元/吨左右，环比持平；40S人棉纱报18800元/吨左右，环比上涨200元/吨左右。近期部分人棉纱厂有所补货，人棉纱价格稳涨互现。

坯布行情环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于122.59点，环比上涨0.87%，较年初上涨0.87%，同比上涨2.82%。

近期市场营销环比回升，连日成交环比增加，坯布厂家订单局部增长，坯布价量环比回升。因下游需求环比增加，坯布端整体行情逐日上行，整体市场走货环比回升，坯布厂家库存环比下降，利润空间环比回升。其中：混纺纤维坯布行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势，T/C涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比推升；化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯

布、涤纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比回升，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比回缩，价格指数环比微跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于116.61点，环比下跌0.02%，较年初下跌0.02%，同比下跌0.30%。

本期服装面料类价格指数环比微跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，连日成交环比微跌。大众面料市场成交环比回缩，冬季大众面料现货成交和订单发货环比下降，春季跑量产品现货成交和订单发货环比回缩，价格微幅下跌。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤氨面料、粘毛面料、锦纶面料成交价量不等量下跌，拉动服装面料价格指数微幅下跌。

家纺市场微幅下行，价格指数环比微跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于101.84点，环比下跌0.02%，较年初下跌0.02%，同比上涨0.10%。

本期家纺类价格指数微幅下跌。近期，轻纺城家纺市场成交微幅下行，价格环比微跌，大众色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比下降，跑量产品现货成交和订单发货环比下行，价格微幅下跌。其中：窗纱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，拉动家纺类总体价格指数微幅下跌。

市场行情环比回升，辅料指数环比上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于131.28点，环比上涨0.43%，较年初上涨0.43%，同比上涨0.53%。

本期服饰辅料类价格指数环比上涨。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回升，因下游企业备货环比增加，市场成交逐日回升，现货成交和订单发货呈现环比增长走势，价格环比上涨。花边类行情环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类行情环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；线绳类行情环比回升，价格指数呈小幅上涨走势，拉动辅料类总体价格指数环比上涨。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。随着春夏季订单的下达，部分规模以上企业接单形势有所好转，纺服订单询价、下单意向开始增加。因市场订单稍显好转，染厂都在加班加点赶货，在原料上涨作为支撑和业内对2022新年市场乐观的刺激下，又因国内外疫情影响，部分生产企业春节放假较往年有所提前，织布厂和各轻纺城中间商则抓紧采购棉纱、坯布，囤货有所增加，同时将带动下下游单气氛有所好转。后市冬季面料成交环比小增，春季面料下单局部增加，织造企业开机率局部小增，印染企业产出环比增加，预计传统市场成交将震荡推升，整体市场成交将呈现震荡小升走势。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

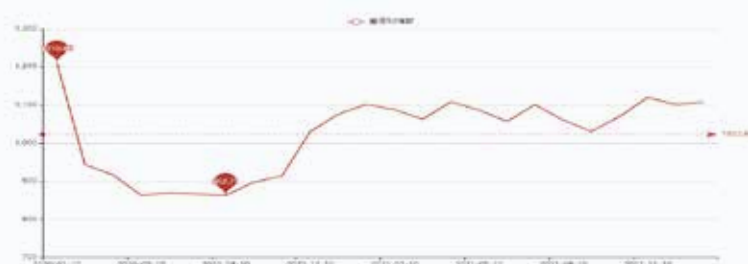
市场回暖订单拉涨 50 指数小幅上升

2021 年 12 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。它是以盛泽地区生产规模最大或者较大的 50 家丝绸化纤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 12 月份盛泽“50 指数”小幅上升，收于 1107.9 点，与上月相比上涨了 6.32 点，涨幅为 0.57%。

图1 盛泽市场“50指数”走势图



影响“50 指数”走势的因素分析

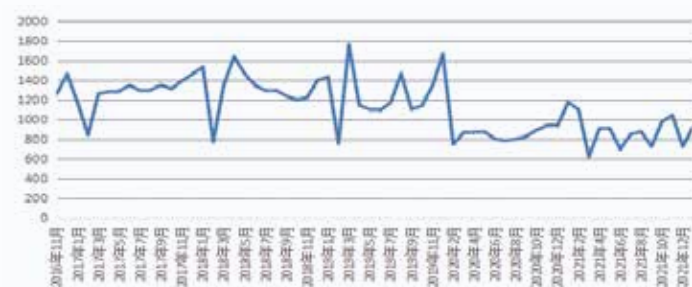
1. 后半月外贸市场回暖，订单增多。进入 12 月，市场走入淡季，但后半月，平静了很久的外贸市场终于发力，迎来了一波订单潮。且临近年关，国内市场也有补单、翻单，加上原料上涨后，再次出现小部分备货的情况。因此，坯布库存良好，销量回升。
2. 涤丝开启上涨通道，下游“买涨”情绪高涨。12 月前期，涤丝价格不断下跌，原本下游的采购支撑逐渐减弱，后期随着成本支撑涌起，涤丝价格又走高，但上涨幅度远不及成本的上涨，涤丝部分规格处于亏损状态，且下游采购后原料库存充足，购买积极性降低，准备等待抄底。
3. 成本价格大幅上涨，市场涌入订单。12 月以来，新冠病毒影响着国际油价以及产业链上游产品的价格，后期随着国外对病毒担忧的逐渐缓解，油价大幅度上涨，PTA 等价格一路走高。原料价格跟随上涨，虽然染厂爆仓，不少企业在赶工最后一批订单，但临近年关，下游订单缺乏，再加上原料价格波动的情况也使得企业不敢贸然接单，市场起伏不大。

50 企业分项指标变化趋势分析

平均销售总额、平均销售重量、平均原材料购入金额、平均总工资的波动均影响着 50 企业分项指标综合变化趋势。

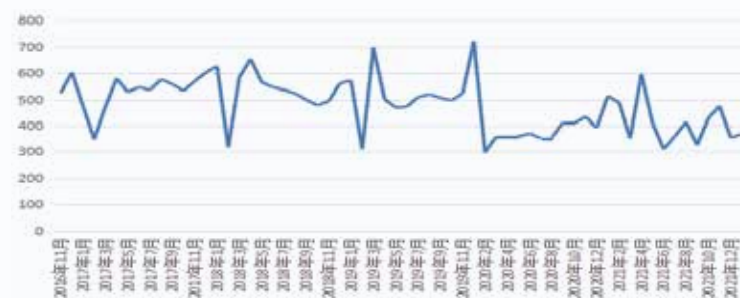
平均销售总额显示“50 企业”销售量以及产品价格变化。分析可见，12 月“50 企业”平均销售总额收于 932.5508 点，与 11 月份相比上涨了 204.522 点，涨幅为 28.09%。进入 12 月，市场活跃度受到最后一批订单赶工的氛围感染，以及原料后期的不断走高影响，刺激了下游的“买涨”情绪，因此平均销售总额相比 11 月小幅上升。

图2 盛泽市场平均销售总额走势图



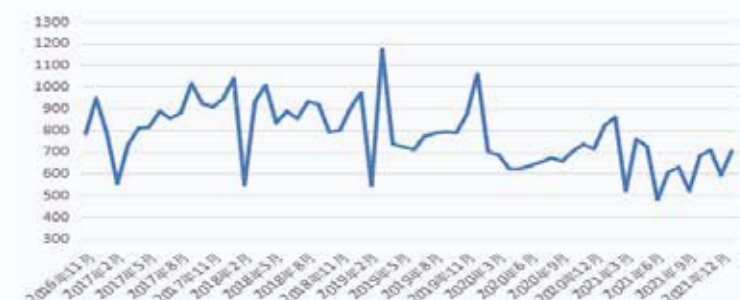
平均销售重量显示“50 企业”销售布匹、原料的数量，进而显示市场活跃度。分析可见，12 月份“50 企业”平均销售重量收于 368.1872 点，与 11 月相比上涨了 14.0104 点，涨幅约为 3.96%。进入 12 月，市场订单较前期有小幅上涨，聚酯厂家原料后期连续上涨，下游买家买涨不买跌。因此 12 月份的平均销售重量要高于 11 月份。

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，12 月份“50 企业”平均原材料购入金额与 11 月相比有所上升，收于 700.5552 点，上升了 108.6634 点，涨幅为 18.36%。进入 12 月，涤丝厂家价格受到成本支撑，开始不断上涨，下游厂家受买涨不买跌情绪引导开始购入原料，产销后期转好，因此 12 月份的平均原材料购入金额要高于 11 月份。

图4 盛泽市场平均原材料购入金额走势图



分析可见，12 月份“50 企业”平均总工资较 11 月份小幅上涨，收于 1352447.635 点，上升了 25544.231 点，涨幅为 1.93%。进入 12 月市场面临人手缺乏，由于工人回乡过年但企业需赶制最后一批订单，因此工人工资上涨，平均总工资有所上升。

后市预测

总体来看，12 月市场行情呈现小幅上升趋势，相比 11 月而言，稍微有些起色，当然临近年关，一些订单需要在年前完成，增加了市场的气氛，但外贸方面仍处于紧张状态，市场走货偏弱。如今成本端不断上涨也带动了下游的购买欲望，聚酯产销良好，但下游等到最后一批订单赶制结束也会进入偏弱行情，不少企业已经处于放假或者准备放假状态。因此预计 1 月“50 指数”或将有所回落。TA

168tex.com 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 即可下载最新APP

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：万晗 010-85229013

发行热线：章简 010-85229023



周刊官微



TA潮报



T 纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

纺织之光科技教育基金会是在1996年设立的“钱之光科技教育基金”的基础上，由一批拥有高度使命感和责任感，愿为中国纺织行业科教进步作贡献的优秀纺织企事业单位和个人捐赠资金成立的。2008年5月在民政部登记注册成为全国纺织行业性基金会，注册资金2000万元。

截至2021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1632项、优秀教师和学生4381名、优秀教学成果奖2167项、针织内衣创新贡献奖127项、应用基础研究73项、科技成果推广339项、全国纺织行业技术能手313名、技能人才培育突出贡献奖16人及33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
微信公众号



纺织之光科技推广
云平台网站

(以上数据由基金会提供)