

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

2022.03.07 | 第08期 | 总第1064期



P14
研发与市场并重
柯桥纺企发力微笑曲线两端



P21
广州中大商圈如何转型?

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



P11
纺织老基地青岛焕新“火车头精神”

2月21—22日,中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇一行到青岛进行考察调研。

P12
2021年我国纺织品服装出口创新高

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

2022 | 第十届
SHAOXING KEQIAO | 绍兴柯桥

中国轻纺城窗帘布艺(墙布)展览会
数智成品·绿色新态

2022.3.22-25
中国轻纺城国际会展中心(老馆)



展品涵盖窗帘、窗纱、窗饰、墙布、辅料、机械及软件、酒店用品、床上用品、饰品、包装、整体家居软装等涵盖整个产业链。

咨询热线: 0575-81169717 81169718

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 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
记者 林晨莉

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 张灼焄
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

为金普时尚产业发展按下“加速键”!
苏美达、北自科技、无锡一棉获国资委“国有企业公司治理示范企业”称号
“十四五”将壮大安全应急产业,纺织业迎来新机遇

P08 关注 Attention

守初心担使命,营造干事创业的良好环境
增强联络沟通,凝聚党建合力
继承百年精神,绽放奋斗青春!
重点打造数字化转型示范产业集群
纺织老基地青岛焕新“火车头精神”

P12 特别报道 Special

2021年我国纺织品服装出口创新高

P14 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

研发与市场并重 柯桥纺企发力微笑曲线两端
纺城奔涌,“后浪”来了
筑牢防疫安全底线,推进有序复工复产市
抢抓政策先机,创新市场采购!

P18 行业 Industry

展现强大发展韧性,实现良好开局
平稳开局 未雨绸缪
富含黑科技,千禧氨纶赋予消费者高端舒适感官体验

P21 市场 Market

广州中大商圈如何转型?

P22 一线 Frontline

开创中国绳缆界的“四个第一”
科技之花别样红!
手舞银丝织彩梦 青春圆梦谱华章

P24 展会 Exhibition

面料数字化,正在颠覆原有生产模式
纺织源头企业如何借展会平台发力?

P26 指数 Index

春市营销震荡推升 价格指数环比上涨

每周随笔

我们的战略需求

2月中旬,国家发改委发布了2021年度的国家企业技术中心评价结果。在此次进入评价体系的全国1744家企业中,纺织行业约有70家,占比约3.7%。通过数据分析,在评价为“优秀”的企业中,纺织企业占比仅为1.4%;在评价为“良好”的企业中,纺企占比约为3.9%;在评价为“基本合格”的企业中,纺企占比约为2.4%;在评价为“不合格”的企业中,纺织企业占比为5%。

作为一个由国家发改委、科技部、财政部、海关总署、税务总局五部委联合授予的技术创新平台,其规格和影响力毋庸置疑,包括海尔、华为、徐工集团、宇通等很多家喻户晓的知名企业均在其列。就纺织行业而言,有际华集团、南山、华峰集团、英利、华茂、鲁泰、康平纳、红豆等等,这近70家企业,在行业里极具影响力。

能够进入国家企业技术中心企业阵营的,都是通过相当严谨的评价体系甄选出来的,这些企业无论在创新人才、技术积累方面,还是在创新平台、技术产出和创新效益等方面,都具有非常优秀的行业代表性,可以说,进入该名单也是对企业某一领域中技术地位的肯定。

然而,此次被评价为“不合格”的企业中,我们同样看到了一些极具行业影响力的企业名称,这些业界熟知的企业出现在这里让人颇感意外。原本跨过这个门槛已实属不易,毕竟凡能够进入这一序列的企业,都是从数以万计的企业中脱颖而出,那么,作为纺织行业标杆企业,无论出于自身需要还是行业形象,似乎都应该在这场跨行业的比拼中表现出纺织业的魅力来。毕竟,咱纺织行业当前获得的评价很有分量——在中国26类有代表性的制造业产业的国际比较中,中国纺织业位列5个处于世界先进水平行业之一。这一评价背后的支撑是纺织业值得赞许的科技水平和制造能力,所以,行业标杆企业着实不应该在企业技术中心评价这样的场合“掉链子”。

技术创新是一件该被铭记于心的事情,自中美贸易摩擦开始,行业内外都有被“卡脖子”的状况,现实情况是技术创新关乎市场地位,关乎经济回报,关乎一个企业甚至一个产业的国际竞争力。当然,没有任何一种创新可以一蹴而就,不过,眼下的自主创新速度带给我们的却并非简单的到达目的的“快”与“慢”,而是要在全球化的激烈竞争格局下,如何高效提升“作战”能力问题。

我们从中国“芯”的研发、制造之难中,感受到了在别人宅基地上建宫殿的尴尬,所以,强技术的起点我们该放在哪里很有必要评估一下。当然,中国纺织业在当下被“卡脖子”的地方可能没有芯片那么首当其冲、来势汹汹,但是,当我们面对纺织强国建设的更远大目标时,那些基础的、核心的技术必须自主可控。时处“十四五”规划关键年,对于中国纺织业而言,还有很多亟待我们去攻坚的技术,行业和企业理应在这些方面加紧战略布局。

本周看点 View point

2月份,中国制造业采购经理指数、非制造业商务活动指数和综合PMI产出指数分别为50.2%、51.6%和51.2%,持续位于扩张区间,高于上月0.1、0.5和0.2个百分点,表明我国经济总体继续保持恢复发展态势,景气水平稳中有升。

——国家统计局

国家统计局2月28日发布的《2021年国民经济和社会发展统计公报》显示,从经济总量看,2021年我国GDP达到114.4万亿元,按年平均汇率折算达到17.7万亿美元,占世界经济的比重预计超过18%。

——经济日报

教育部3月1日发布2021年全国教育事业统计主要结果,数据显示,全国共有各级各类学校52.93万所,在校生2.91亿人,专任教师1844.37万人,劳动年龄人口平均受教育年限为10.9年。

——人民网

2月28日,中华全国供销合作总社向社会公开发布150家“2022年农资保供重点企业”,加强农资采购及运输力度,建立乡村农资应急配送机制。

——中华全国供销合作总社



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

为金普时尚产业发展按下“加速键”！

中国纺联与金普新区签署战略合作协议



会上，中国纺织工业联合会和金普新区管委会签署战略合作协议。

伴随着冬奥会的圆满落幕，入春后的北京处处迸发着激情与活力。2月22日，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、副会长夏令敏，中国纺织建设规划院院长冯德虎、中国纺织工业企业管理协会常务副会长谢青、中国服装协会副会长周一奇、中国服装设计师协会副主席谢方明、中国纺织工业联合会品牌工作办公室副主任屈飞、辽宁省纺织服装协会会长王翀与大连市委常委、金普新区党工委书记、管委会主任李鹏宇率领的金普招商团一行进行座谈交流，共同推进“中国服装大潮地”这一重点项目落实落地。

会上，中国纺织工业联合会和金普新区管委会签署战略合作协议，标志着中国服装大潮地项目再获突破性进展，为金普时尚产业发展按下“加速键”。按照协议，双方将共同推动金普新区纺织服装产业资源汇聚、企业集聚成长、品牌提升壮大，重点支持“中国服装大潮地”项目的建设

与资源对接，带动大连乃至东北地区纺织服装产业高质量发展。中国服装大潮地项目由大连新新服装有限公司投资建设，计划投资5亿元，拟在金普南部城区选址6万平方米建设，中国纺织建设规划院受

其委托完成项目规划，指导项目运营。作为金普新区南部城区城市更新的重点项目之一，该项目对改造升级“老字号”、赋能大连服装产业、打造中国服装产业新亮点具有示范引领意义。

中国纺织建设规划院规划咨询部副主任陈刚介绍了中国服装大潮地项目概念性规划。根据规划，该项目计划打造“四地”，分别是：中国服装国潮新高地、东北亚服装原创设计引领地、辽宁服装智慧产销示范区、大连时尚消费打卡地。

李鹏宇表示，能够和“国字号”单位合作，标志着大连服装产业再一次站到了新的起点。金普新区有着大量优秀的服装企业，在“国字号”单位的大力支持下，一定会取得更高成就。下一步，金普新区将进一步完善中国服装大潮地项目概念性规划，在商业模式和项目建筑规划上寻找新亮点。希望以本次签约为契机，进一步延长相关产业链条，将大连服装品牌擦亮，让“大潮地”真正“潮”起来。

孙瑞哲对金普招商团的到访表示欢迎。他说，大连服装是全国服装行业重要组成部分，希望大连服装在金普新区发扬光大。当下，以纺织服装为主体的时尚产业已成为消费中心城市、时尚都市建设的重要支撑。金普推动中国服装大潮地项目是一个重要的、正确的战略选择。这个项目不仅是金普南部城区改造的重点项目，更是中国纺织服装行业强国建设新征程中的重点项目。

孙瑞哲表示，中国服装大潮地项目只是双方合作的开始，将以此为牵引，把金普新区打造成一个中国时尚的“新高地”“新特区”。通过政府、行业和企业“三位一体”紧密合作，让中国服装大潮地项目成为体制机制创新“试验田”、产业集聚“增长极”和扩大开放“新高地”。中国纺织工业联合会将协调成立专班，重点支持“中国服装大潮地”项目建设和资源对接，带动大连和东北地区纺织服装产业高质量发展。

(中国纺织建设规划院)

聚焦
FOCUS

苏美达、北自科技、无锡一棉 获国资委“国有企业公司治理示范企业”称号

近日，国务院国资委正式发布“国有企业公司治理示范企业”名单，28家中央企业集团公司、60家中央企业基层企业、17家地方国有企业集团公司、40家地方国有企业基层企业入选。其中，苏美达股份有限公司、北自所（北京）科技发展股份有限公司、无锡一棉纺织集团有限公司榜上有名。

国有企业公司治理示范企业创建活动是由国务院国资委组织，于2021年首次启动，旨在推选出一批高度重视公司治理、具有鲜明特色、有较强改革意愿的示范集团和基层企业，建立工作机制，加强沟通协调，强化督促指导，提炼总结不同层级、不同类型国有企业的典型治理模式。通过以点带面，加快推进中国特色现代企业制度建设，加快提升企业治理能力和治理水平。本次创建活动经过企业申报、专家评审、意见征求等环节，最终确定了公司治理示范企业名单。苏美达、北自科技作为中央企业基层企业上榜，无锡一棉作为地方国有企业基层企业上榜。

苏美达系中央直接管理的国有重要骨干企业中国机械工业集团有限公司的控股上市公司，从事供应链运营、大消费及先进制造、生态环保及清洁能源等三大业务领域，其中涉及服装、家纺等业务。作为一家高度参与充分市场竞争的企业，苏美达充分发挥公司体制机制的基础作用，建立具有特色的制度体系；紧紧结合信息化数字化时代新特征，构建“小前端+大平台”赋能型新组织；实施“走出去”与“请进来”相结合，

打造“学习研究型、科学决策型”董事会；坚守底线思维和稳健经营理念，搭建行之有效的风控合规平台；持续优化子公司董事会结构，加强子公司治理水平。

北自科技是北京机械工业自动化研究所有限公司的控股子公司，以北自所原物流技术工程事业部为核心组建而成。公司专注物流技术领域，以专业化、产业化发展架构，以智能物流为核心，不断研发智能技术，丰富设计施工经验，已在纺织行业成功完成多个自动化物流项目。对于本次获评，北自科技表示，公司将以此为契机，持续深入做好国有企业改革工作，充分发挥示范企业的引领带动作用，以点带面进一步提升企业治理能力和治理水平，着力促进将制度优势更好转化为治理效能，为实现高质量发展奠定坚实基础。

无锡一棉依托102年发展历史的深厚积淀，整合组建国有独资企业集团，并按照建立中国特色现代企业制度的要求，不断完善公司治理结构，健全以公司章程为基础的制度体系，把党的领导融入公司治理，加强董事会、监事会、经理层建设，努力构建科学合理、有效制衡的内部管理机制，提高科学决策水平，推动企业持续健康发展。目前，无锡一棉已成为中国棉纺织行业排头兵和两化融合示范企业，智能化、数字化应用水平国内领先。

(郝杰)

直击
DIRECT

“十四五”将壮大安全应急产业， 纺织业迎来新机遇

本刊记者_郝杰

国务院日前印发《“十四五”国家应急体系规划》(以下简称《规划》)，对“十四五”时期安全生产、防灾减灾救灾等工作进行全面部署。

《规划》要求，以推动高质量发展为主题，以防范化解重大安全风险为主线，深入推进应急管理体系和能力现代化，坚决遏制重特大事故，最大限度降低灾害事故损失，全力保护人民群众生命财产安全和维护社会稳定，为建设更高水平的平安中国和全面建设社会主义现代化强国提供坚实安全保障。

《规划》提出，到2035年，建立与基本实现现代化相适应的中国特色大国应急体系，全面实现依法应急、科学应急、智慧应急，形成共建共治共享的应急管理新格局。

围绕目标和任务，《规划》安排了五类共十七项重点工程。其中，《规划》提出要壮大安全应急产业。优化产业结构。以市场为导向、企业为主体，深化应急管理科教产教双融合，推动安全应急产业向中高端发展。采用推荐目录、鼓励清单等形式，引导社会资源投向先进、适用、可靠的安全应急产品和服务。加快发展安全应急服务业，发展智能预警、应急救援救护等社区惠民服务，鼓励企业提供安全应急一体化综合解决方案和服务产品。

推动产业集聚。鼓励有条件的地区发展各具特色的安全应急产业集聚区，加强国家安全应急产业示范基地建设，形成区域性创新中心和成果转化中心。充分发挥国家安全应急产业示范基地作用，提升重大突发事件处置的综合保障能力，形成区域性安全应急产业链，引领国家安全应急技术装备研发、安全应急产品生产制造和安全应急服务发展。

支持企业发展。引导企业加大应急能力建设投入，支持安全应急领域有实力的企业做强做优，培育一批在国际、国内市场具有较强竞争力

公司 COMPANY

新乡化纤携手新疆第三师市 签约5万吨生物质纤维素纤维项目

为带动新疆经济建设发展，利用新疆资源禀赋，稳固公司在再生纤维素纤维行业中的龙头地位，推动公司高质量发展，2月21日，新乡白鹭投资集团有限公司(以下简称“白鹭集团”)重要子公司新乡化纤股份有限公司(以下简称“新乡化纤”)与新疆生产建设兵团第三师图木舒克市(以下简称“第三师市”)举行年产5万吨生物质纤维素纤维项目签约仪式，成立新疆天鹭新材料科技有限公司。该项目总投资约25亿元，全部投产后年产值可达20亿元，带动就业约1800人。

白鹭集团始建于1960年，资产总值113亿元，员工8000余人，主导产品有“白鹭”牌纤维素长丝、氨纶两大系列，白鹭商标获得中国驰名商标称号。公司始终坚持做强做大主业、延伸产业链的发展思路，于2011年在图木舒克市投资建设了年产4万吨纤维素原料项目。历经10多年的创新与发展，公司被第三师市各级领导多次帮助解决项目建设及发展过程中遇到的难题所感动，被当地良好的资源禀赋、政策优势所吸引，被图木舒克经济开发区的办事审批效率、服务能力所打动，更加坚定了继续在图木舒克投资的信心与决心。

2月22日，新疆第三师图木舒克市隆重举行春季重大项目集中开复工活动。本次参加开复工活动的年产一万吨生物质纤维素纤维项目总投资7亿元，建筑面积近4万平方米，该项目装备、生产工艺及环保节能等方面处于国际领先水平，项目全部建成投产后预计可新增销售收入约3.6亿元，新增利税约6000万元，是公司在域外建设的第一个纤维素长丝项目，填补了新疆纤维素长丝生产的空白，将为新疆纺织产业升级、高质量发展提供有力支撑！

的安全应急产业大型企业集团，鼓励特色明显、创新能力强的中小微企业利用现有资金渠道加速发展。

国家发展改革委经济运行调节局负责人许正斌表示，做好应急管理工作离不开应急设施和装备保障，需要加大投入力度，提高设施装备水平。我们将紧扣风险预防、应急准备、监测预警、处置救援、评估恢复等重点环节，坚持“项目跟着规划走、要素跟着项目走”，结合现有中央预算内投资专项，按照应急管理领域中央和地方事权划分，在加强安全防护、灾害防御等基础设施建设的同时，重点支持中央和地方应急物资储备库、安全监管监察能力、区域应急救援中心和森林消防航空力量等重大工程项目建设，有效提升防范化解重大安全风险、应对处置各类灾害事故的能力和水平。

许正斌还提到，做好应急管理工作离不开应急产品和服务的支撑，我们将引导社会资源加大对先进、适用、可靠的安全应急产品和服务的投入，加快推动安全应急产业向中高端发展。鼓励有条件的地区发展各具特色的安全应急产业集聚区，充分发挥国家安全应急产业示范基地作用，提升重大突发事件处置综合保障能力。我们还将配合强化数字技术在灾害事故应对中的运用，系统推进“智慧应急”建设，建立符合大数据发展趋势的应急管理数据治理体系。

中国纺织工业联合会副会长李陵申指出，以安全防护为代表的功能性纺织品开始逐渐应用到生活的各个方面。我国安全防护用纺织品在洪水防治、抗震救灾、火场救援、核泄漏处置、海洋漏油治理、应对恐怖袭击和国防军工等领域应对各类重大突发事件中发挥着重要的保障和支撑作用。他认为，我国功能性纺织品有着广阔的发展前景，必将带动全国纺织产业迎来新的变革。

强强联合! 际华集团与 泰和新材签订合作协议

2月24日，际华集团股份有限公司(以下简称“际华集团”)与烟台泰和新材料股份有限公司(以下简称“泰和新材”)合作协议签订仪式在山东烟台举行。

际华集团为中国军需保障、应急防护、行配工装领域的领军企业，多年来不遗余力的打造机制灵活、运转高效的研发平台，积极承接各类创新资源转移、科研成果应用性研究及转化；泰和新材是中国芳纶、氨纶等高性能纤维行业龙头企业，拥有高强、高模、阻燃、耐高温、绝缘、智能等功能性材料技术领先优势。本次合作协议的签订为双方合作再添一项里程碑，既能为际华集团的发展增添新的动力和活力，也将为泰和新材开启新征程、谱写新篇章提供更多更大的助力。

该协议的签订标志着双方强强联合，在科技创新、技术应用、成果转化、产业链配套等领域开展更加紧密的合作。未来，际华集团与泰和新材将进一步延伸产业链合作，集智聚力、各展所长，在更广阔的空间和领域，共同携手、共谋发展、共创未来。(何琳)

(李奥翔)

守初心担使命，营造干事创业的良好环境

中国纺联党委召开党风廉政建设专题中心组学习会

中国纺联党委办公室 / 供稿



学习会要求中国纺联全体党员干部要时刻绷紧廉洁纪律这根弦。

2月18日，中国纺联党委召开党风廉政建设专题中心组学习会。中国纺联党委书记高勇，党委副书记、会长孙瑞哲，副会长夏令敏，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、端小平、杨兆华、孙淮滨等领导班子成员，党委委员、纪委委员、各单位主要负责人、各基层党组织书记、纪委书记等60余人参加了会议。会议由党委副书记陈伟康主持。

会议首先集体学习了十九届中央纪委第六次全体会议公报，接着由中国纺联纪委书记王久新、纪委副书记孙晓音分别传达了习近平总书记在十九届中央纪委六次全会上的重要讲话精神和中央纪委书记赵乐际的讲话精神，认真学习了国资委党风廉政建设和反腐败工作会议暨警示教育大会上国资委党委书记郝鹏、中央纪委国家监委驻国资委纪检监察组组长陈超英的讲话精神，宣读了《关于9起中央企业党员干部、职工醉驾问题的通报》。

中国纺联纪委委员邢冠蕾、董清松分别传达了《关于2021年中央政治局贯彻执行中央八项规定情况的报告》和《关于2021年整治形式主义为基层减负工作情况的报告》。

会上集体观看了《中国共产党纪律建设百年回眸》视频。会议要求中国纺联全体党员干部要时刻绷紧廉洁纪律这根弦，深刻领悟习近平总书记关于党自我革命的战略思想，进一步学习国资委党风廉政建设和反腐败工作会议暨警示教育大会的精神，深刻领悟会议强调的重点内容，严格遵守中央八项规定及其实施细则精神。一是要深入领会全会精神，全面准确把握习近平总书记重要讲话思想精髓和核心要义，坚定理想信念，严守纪律规矩，深化和加强党的政治建设，强化政治监督，强化底线思维，始终在政治立场、政治方向上同党中央保持高度一致。二是党员干部要结合实际工作，压实工作责

任，勇于担当，增强廉政意识，加强和改进工作作风，深化落实中央八项规定精神，强化对“一把手”和领导班子监督，加强对年轻干部教育管理监督，推动党风廉政建设和反腐败工作取得新成效，进一步增强推进全面从严治党的思想自觉和政治自觉。

党委书记高勇在总结中讲到：今天的党风廉政建设专题中心组学习会开的很有意义，很有必要，也是党史学习教育的延伸和长效化工作。我们比较系统地学习了当前廉政教育和反腐败工作的文件精神，特别是学习了习近平总书记的有关重要讲话精神，更深刻认识到廉政建设是全面从严治党的重要内容和任务，党的纪律是对党员最直接、最明确的要求，更是党的事业发展的保证。各级党组织、广大党员干部必须不断提高政治站位，把纪律挺在前面，守初心，担使命，始终保持全面从严治党永远在路上的清醒和坚定，进一步营造风清气正、干事创业的良好环境。当前中国纺联各基层党组织、各部门各单位要在政治上、思想上、行动上做好接受新一轮巡视工作的准备，清楚并严守联合会换届工作的有关纪律要求，保证中国纺联健康发展进步，以实际行动迎接党的二十大胜利召开。



“开年第一课”活动得到了全体人员的共鸣。

继承百年精神，绽放奋斗青春！

中国纺联团委组织开展“开年第一课”主题团课活动

中国纺联党委办公室 / 供稿

2022年是共产主义青年团成立一百周年，正值2022年北京冬奥会如火如荼地开展，在这样的背景下，2月17日，中国纺联团委组织广大团干部和青年代表开展了一年一度的“开年第一课”主题团课活动。活动由中国纺联团委书记吴末寒主持，共有来自各部门各单位的45名青年参加了活动。

在活动第一部分，团委邀请了来自各个基层团组织的7位青年代表围绕“青年人担当使命、勇敢作为”的主题开团课。

来自信息化团支部的裴鑫榕以《革命青年的精神为当代青年指明奋斗之路》为题首先开讲，从回忆当年革命青年的热血，到瞩目当今奥运青年的激情，开宗明义地阐明了当代青年应当在奋斗中承担责任、实现价值、超越自我。

来自第一联合团支部的杨正向大家分享了人民音乐家聂耳用音乐抒发爱国情怀，从云南走到全国、走向世界的短暂一生以及创作《义勇军进行曲》的故事。

来自信息中心团总支的詹雅淇讲述了西北红军和西北革命根据地的主要创建人之一，杰出的无产阶级革命家、军事家刘志丹身先士卒、光明磊落、忠诚事业的革命生涯。

来自出版社团总支的陈怡晓联系出版工作，带大家追忆了近代中国著名记者和出版家邹韬奋用手中之笔占领舆论阵地，不断为国为民、救国救亡而奔走呐喊的沧桑岁月。

来自贸促会团支部的郭久畅带大家一起致敬抗美援朝的伟大精神，缅怀了革命烈士、特等功臣杨根思与群敌同归于尽，用生命保卫阵地，为夺取第二次战役胜利立下卓越功勋的英雄事迹。

来自第二联合团支部的欧阳夏子结合学习贯彻习近平总书记对纺织行业的重要指示，带大家再次学习了“纺织行业的一面红旗”“最美奋斗者”全国劳模赵梦桃的“高标准、严要求、行动快、工作实、抢困难、送方便”和“不让一个伙伴掉队”的“梦桃精神”。

来自服装协会团支部的马福慧联系正在举办的冬季奥运会，带大家回顾了中国百年奥运历史上第一位正式参加奥运会的运动员刘长春排除千难万险，于1932年正式代表中国参加了在美国洛杉矶举办的第10届奥运会，完成了“一个人的奥林匹克”的故事。

以上人物事迹的讲述，使参加活动的全体青年在短短的一个小时内，恍若在这些人物激情挥洒的奋斗青春之中连续走过了一个世纪。这些人虽然身处各行各业，但是无疑他们都在自己的岗位上，用行动脚踏实地，让自己的青春在责任的磨砺下绽放出璀璨的光芒。

在活动的第二个部分，团委安排集体观看了2008年北京夏季奥运会的献礼电影《破冰》，这部电影反映了中国短道速滑队奠基者，世界冠军杨扬、王濛、范可新的启蒙教练孟庆余的事迹，他用他的青春与热爱一手将黑龙江省七台河市缔造成为了中国冬奥之乡。

一部电影跨越时空连接双奥，一样的青春也激励我们拼搏奋进，“无奋斗，不青春”，活动的安排得到了全体人员的共鸣，所有参与人员纷纷表示，要把所学所感带回工作中、生活里，不断用实际行动传承使命、勇立潮头，不辜负自己的青春岁月。TA

增强联络沟通，凝聚党建合力

中国纺联党委召开党建联络员座谈会

中国纺联党委办公室 / 供稿

为推进全面从严治党，扎实做好基层党组织党建工作，密切各基层党组织的工作联系，多渠道搭建中国纺联党委与各基层党组织的联动桥梁，着力构建以党建联络员为联系纽带的工作体系，2月16日下午，中国纺联党委组织召开了中国纺联党委党建联络员座谈会。各直属基层党组织党建联络员、媒体宣传员代表等40余人参加了座谈会，会议由中国纺联党委办公室主任邢冠蕾主持，党委副书记陈伟康出席并讲话。

党委办公室处长吴末寒就党建联络员工作的基础联络职责和基本党务进行了说明并提出了“五及时”等具体工作要求。

党委办公室处长祁薇就充分认识党建联络员工作的重要性及加强联络员自身建设，加强党建理论及党务知识的学习提出了几点建议。

大家围绕进一步加强学习和有效沟通，严格“两化”建设工作标准，创新党建工作与业务工作相结合；如何有原则、有判断、有协调、有参谋，更加用心、主动、热情地做好联络员工作进行了交流和座谈。出版社党委李菁、信息中心党委艾东、规划院联合党委夏冉、服装协会党总支贾薇、第四联合党支部郑国峰、丝绸协会党支部柳恩见、第三联合党支部周晓松等同志结合自己在工作中的体会和经验、做法进行了交流发言。



通过座谈交流，同志们受到了极大鼓舞和启发。

通过座谈交流，同志们受到了极大鼓舞和启发，表示党建联络员制度是中国纺联党委在新时代推动行业协会党建工作务实开拓的创新举措，重点体现在四个方面：一是基层党组织党建联络员机制适应了联合会作为社会组织专职党务工作者少的客观实际，形成了符合实际的组织体系；二是提升了党建工作上传下达、快速反应的效率；三是培养锻炼了一大批不断

成长进步的党务工作者；四是促进了中国纺联“联合舰队”的建设。

党委副书记陈伟康在讲话中指出：感谢联络员同志们对党委、党办工作的配合和支持。党建联络员制度是中国纺联党委“建立机制、搭建平台、培养人才、建设文化”的有效工作机制，适应了联合会的实际情况和党建工作的新要求，使党建工作有抓手，保证了党建工作的落实和以党建促进业务水平的提升，必须要坚持和不断完善。希望大家通过党建联络员这个平台促进交流和沟通，不断增强基层党组织工作者的责任感和使命感。同时对联络员工作提出了四点要求：一是积极落实好中国纺联党委的各项工作，掌握工作的主动性；二是勤于思考，及时发现工作中的不足并提出合理化建议；三是注重宣传工作，落在实处，及时反馈基层党组织的工作情况，通过简报、数媒宣传等渠道扩大党建工作的影响；四是进一步推进“两化”建设，今年以完善考核方法和标准为“两化”建设的工作重点，促进党建工作质量进一步提升。

开栏语：中央经济工作会议提出，2022年经济工作要稳字当头、稳中求进。各地区各部门要承担起稳定宏观经济责任，各方面要积极推出有利于经济稳定的政策。中国作为纺织大国，纺织产业不仅关乎14亿人的穿衣问题，更关乎国计民生。

全国两会是备受全国人民关注的大事，两会代表人民利益，反映人民之声。在今天的全国两会上，来自纺织行业的两会代表委员如期而至，他们带来了怎样的建议和意见？这些建议意见如何落地实施？本刊特开辟“纺织春之声——2022全国两会专栏”，邀请代表委员们畅谈行业发展和基层呼声。

纺织春之声

2022全国两会专栏

全国人大代表、江苏阳光集团党委书记 陈丽芬：

重点打造数字化转型示范产业集群

本刊记者 郭春花



陈丽芬

建议设立国家数字化纺织服装产业集群创新发展中心；在纺织行业内遴选20个具有不同特色的优势产业集群作为重点，打造数字化转型示范产业集群，服务超过10000家大中小纺织企业。”

近日，江苏阳光集团收到了来自国家体育总局冬季运动管理中心的一封感谢信，感谢阳光集团为北京2022冬奥会及中国冰雪运动做出的突出贡献。1月24日，江苏阳光集团参与设计制作了“中国冰雪·运动员商务正装”，成为“中国冰雪商务正装合作伙伴”，为深度诠释东方美学，全面展现大国风采，凸显中国品牌原创精神，添上浓墨重彩的一笔。

不仅如此，作为行业龙头企业，过去的一年，阳光集团还克服疫情反复、原料价格波动、能耗双控等多重因素影响，在科技研发、数字化转型、落实“双碳”目标等各项工作上取得了长足进步。

为促进全行业健康可持续发展，全国人大代表、江苏阳光集团党委书记陈丽芬自履行全国人大代表一职以来，为行业发展建言献策，先后提出关于品牌建设、一带一路、高端装备制造、智能制造等的意见建议，特别是去年提出“关于进一步加大智能制造政策支持促进传统产业转型升级”的议案以来，受到了国家工信部的高度重视，对促进行业智改数转起到了重要作用。

今年全国两会意义非凡，陈丽芬结合企业以及行业，同时结合整个实体经济制造业的高质量发展，带来了更具建设性的意见建议。

对重点产业集群加强引导与支持数字化转型

纺织工业是我国国民经济的重要支柱产业，集群化发展是我国纺织产业的突出特征。未来纺织行业要保持高质量发展，必须加快产业集群的数字化转型步伐，以新一代信息技术促进纺织产业集群向数字化、智能化转型升级，打造一批数字化的世界级纺织产业集群。

建议由工信部牵头，设立国家数字化纺织服装产业集群创新发展中心；在纺织行业内遴选20个具有不同特色的优势产业集群作为重点，开展数字化转型公共服务能力建设，打造数字化转型示范产业集群，服务超过10000家大中小纺织企业，带动行业加快转型升级。具体建议如下：

一是支持设立国家数字化纺织服装产业集群创新发展中心，推动数字化产业集群建设。二是支持重点纺织产业集群建设数字化转型公共服务体系，构建数字化转型专家人才梯队，提升公共服务能力。三是将纺织服装企业数字化建设投入列入加计扣除优惠政策。

推动中非纺织服装产业全方位互利共赢合作

中非之间在纺织服装产业领域建立全方位互利共赢合作具备良好基础和较大发展空间。

一是建议制定“一带一路”制造业合作先行先试鼓励目录，在中非合作论坛机制下，将纺织服装业列为中非合作重点推荐产业。二是出台综合政策，鼓励纺织服装企业在具备合作潜力的非洲国家进行以我为主的纺织产业链合作。三是协调信贷、外汇、援外等部门加强对中非纺织合作项目支持。四是鼓励支持在各国搭建中非纺织服装贸易合作平台。五是支持行业协会开展“民间外交”，为中非产业间合作提供相关服务，引导企业负责任地“走出去”。

支持纺织行业有序推进落实“双碳”目标

经过改革开放以来40多年的发展，我国已成为全球最大的纺织服装的生产国、消费国和贸易国，纤维加工量占全球的比重超过50%，纺织品服装出口总额占全球的比重超过三分之一。我国纺织行业长期践行向节能低碳绿色化方向转型升级，为我国及全球纺织业绿色发展做出贡献。

碳达峰、碳中和将成为纺织行业绿色发展未来最具影响力的研究与开拓领域，为支持纺织行业有序推进绿色低碳化发展，助力国家实现碳达峰、碳中和目标，完善相关政策措施，提出以下建议：

一是稳经济增长和“双碳”目标相协调。统筹有序做好纺织行业碳达峰、碳中和工作，避免“运动式”减碳，防止“一刀切”拉闸限电。二是加大节能减排技术开发和推广力度。充分利用高等院校、科研院所、行业协会等单位创新资源，推动节能减污降碳协同增效的绿色共性关键技术和相关设施装备攻关。三是加强中小企业碳排放服务。我国纺织行业90%以上是中小企业，加强中小企业碳排放服务对取得双碳目标的胜利具有决定性意义。四是支持纺织行业绿色发展服务平台建设。五是享受国家参与碳交易及分配的有关政策。

优化海运集装箱运输能力

2020年以来，新冠肺炎疫情的传播给国际海运带来了深远的影响，甚至将颠覆未来航运的走向。集装箱空箱供应出现全球性短缺，各大航运公司舱位不足，中欧航线的订舱提前期在两周左右，而中美航线更是出现了舱位售罄的紧张局面。

为优化海运集装箱运输能力、加强产业链安全和产业可持续发展，提出以下建议：一是优化进出口模式，规范海运市场秩序；二是支持集装箱产业智能化改造；三是建立公开透明的信息平台；四是创新集装箱管理模式。TA



中国纺联党委书记兼秘书长高勇一行到青岛进行考察调研。

纺织老基地青岛焕新“火车头精神”

郑国峰 / 文

2月21—22日，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇一行到青岛进行考察调研。中国纺联党委办公室主任、工会主席，中国纺织职工思想政治工作研究会会长邢冠蕾，中国纺织职工思想政治工作研究会秘书长郑国峰，中国财贸轻纺烟草工会纺织工作部部长赵武参加调研活动。

纺织谷：强化纺织强国“软实力”建设

高勇一行首先来到青岛工业文化时尚地标——纺织谷进行调研。在红景四方产业发展集团有限公司董事长张永伟，青岛纺联控股集团有限公司党委书记、董事长，纺织谷发展有限公司董事长闫勇，青岛纺联控股集团有限公司党委副书记、常务副总朱建平陪同下，高勇一行分别走进青岛纺织博物馆、1902美术馆、青岛人工智能国际客厅及马克思主义情境教学基地等，学习了解在中国共产党领导下，青岛纺织工业走过的光辉发展历程，现场感受纺织谷围绕打造“国家纺织服装集成创新平台”“城市时尚生活体验中心”和“行业标志性的工业旅游目的地”三大目标推动工作的有关情况。

今年恰逢郝建秀小组建组70周年。在专题座谈研讨上，闫勇详细汇报了郝建秀小组建组70周年纪念活动方案，邢冠蕾和与会领导、专家逐一对照活动方案的组织机构、重大意义、活动内容、活动地点及活动主题等进行研讨交流，并形成工作共识。

在听取汇报后，高勇强调指出，首先，郝建秀小组自1952年5月成立至今，凭着拼搏创新、无私奉献的“火车头精神”，创造了一个个优异成绩，成为全国纺织行业的标杆小组。“火车头精神”是纺织行业精神的重要组成部分，进入新时代，要在全行业继续大力弘扬传承“火车头精神”。其次，要把郝建秀小组建组70周年活动作为行业的一项重要工作来抓，各方做好组织落实工作，在全行业、全社会营造良好舆论氛围。第三，从“硬实力”来看，我国已初步建成纺织强国，但是对标纺织强国目标要求，在“软实力”上还存在差距短板。青岛纺织工业有着悠久的历史，要立足中国纺织“上青天”文化传播基地，讲好纺织历史、讲好纺织故事、传播纺织文化，积极推动研学教育、文化创意、工业旅游、时尚消费以及纺织产业链资源整合等工作向纵深发展，为纺织强国“软实力”建设添砖加瓦。

青岛海丽雅集团：以科技创新推动产业发展

2月22日，高勇一行考察了青岛海丽雅集团有限公司企业文化展厅、企业产品展厅、安全应急教育培训中心、“蛟龙”绳索救援技术训练场景。在调研过程中，青岛海丽雅集团有限公司董事长张旭明就公司百年发展历程，以及集团产业布局情况进行汇报，特别是对公司改制以来，集团坚持

绳缆主业，不断向海洋科考、航天航空、安全应急、救援等应用场景拓展、相关技术研发成果及转化，推动企业转型发展进行了重点汇报。调研人员现场还观摩了工作人员利用企业自主研发的高层楼宇缓降器进行高层楼宇逃生演练和绳索救援技术训练。

高勇对海丽雅集团自主研发的高端系列绳缆装备和安全绳缆衍生产品——安全应急工具，以及企业坚持走“专精特新”的发展道路给予肯定。他提出三点希望：一是海丽雅集团能同上游纤维企业以及最终用户联合起来，在高性能纤维材料方面不断提升绳缆产品性能，促进纤维产品的进步发展。二是要进一步加强绳缆本身的设计，通过与社会应用的合作，促进整个产业链的不断向前发展。三是要继续加强与行业领域顶尖专家的研发合作，进一步提升高性能绳缆的研发生产技术能力，为中国产业用纺织品行业科技创新作出新的贡献。

青岛宏大：抓住机遇、坚持创新，提高应对风险挑战能力

具有百年历史的青岛宏大纺织机械有限责任公司厂区内处处是热火朝天、井然有序的生产景象。高勇一行在经纬纺织机械股份有限公司党委副书记、青岛宏大纺织机械有限责任公司党委书记、执行董事邵明东，青岛宏大纺织机械有限责任公司党委副书记、总经理王丽霞等陪同下，首先参观了公司络筒机厂和清梳设备厂生产车间，实地了解了青岛宏大在生产工艺、精益管理、两化应用等方面的情况，同邵明东和相关负责人进行深入交流。高勇对青岛宏大运用智能化、信息化指导实际生产表示高度肯定，对清梳联产品引领行业发展表示了高度赞扬，对公司在技术创新、质量提升、绿色环保等方面的工作提出了针对性建议措施。在企业百年历史文化展厅，高勇认真听取了邵明东对企业百年发展历程的简要介绍，驻足观看了展厅内承载历史记忆的珍贵文字和老照片。高勇表示，参观青岛宏大的展厅，犹如穿梭于各个缤纷灿烂的经典年代，回味无穷，振奋人心，青岛宏大一定要把世代积淀的宝贵历史遗产和精神财富保存好、传承好、发展好，助推企业实现更高质量的发展。

调研座谈会上，邵明东向高勇一行简单介绍了公司近几年的技术创新成果和生产经营情况，2021年青岛宏大合同订单饱满，生产任务繁重，各项指标持续提高，今年上涨趋势将延续，目前总体呈增长态势。高勇对青岛宏大的生产经营情况表示高度认可，并对棉纺、化纤、无纺等各个领域的市场需求和发展趋势进行了简要分析。高勇强调，当前行业运行整体呈现了恢复性增长态势，青岛宏大要抓住发展机遇，坚持创新驱动，加大产品研发投入，完善工艺装备，提高应对市场波动和风险挑战的能力，以优异成绩开创企业高质量发展新局面。TA

2021年我国纺织品服装出口创新高

中国纺联产业经济研究院 陆健 张倩 / 文

2021年，在疫情冲击下全球产业链、供应链受阻。国际上，疫情仍在全球蔓延，多国货币政策宽松，国际政治经济局势较为复杂，世界经济复苏前景存变，中美关系不确定性仍存；国内，疫情呈现多点散发，大宗商品价格持续上涨，原料价格及海运价格暴涨，人民币升值，部分地区限电限产。

面对严峻复杂的国际国内形势，在国家积极有效的防控措施和稳经济、稳出口政策的鼓励与带动下，我国纺织行业抓住机遇挑战，坚持稳中求进，推动我国纺织出口实现“超预期”增长，交出了一份令人满意的成绩单，充分显示出我国纺织服装行业和外贸出口企业的强大韧性和灵活性。全年我国纺织品服装出口创历史同期新高。据我国海关月报数据显示，2021年我国纺织品服装出口3154.7亿美元，同比增长8.4%。若加第94章部分产品（褥垫、睡袋及其他寝具），行业出口额达到3346.3亿美元。

（一）纺织品服装出口创纪录，回归以服装、面料、纱线、家纺等大类商品为主导增长贡献的格局。

2021年，我国纺织品服装出口中，涉及防疫的口罩、防护服等产品出口同比下降较快，全年口罩、防护服出口151.0亿美元，比2020年同期减少494.1亿美元。在口罩、防护服出口缩减近500亿美元的情况下，全年我国纺织品服装出口创出历史新高。

从历史角度看，若加上94章部分产品（含褥垫、睡袋及其他寝具），2021年纺织行业出口规模第三次站上3000亿美元台阶，并创造历史新高，行业出口额达到3346.3亿美元。纺织行业出口规模距离上一次创造历史纪录的2014年已过去7年，2014年我国纺织品服装出口额达到3069.6亿美元，首次突破3000亿美元大关。2020年，新冠疫情给予了我国纺织行业充分展示完整产业体系稳定性和高效性的机会，行业再次开启了冲击历史高点的进程，在口罩、防护服等防疫物资带动下，纺织行业出口额达到3066.6亿美元，接近历史最高水平。2021年则最终突破2014年的高点纪录。



从季度数据看，一季度在上年低基数效应下，出口呈迅猛增长态势，增速达到43.8%；二、三季度由于基数上升以及防疫产品口罩、防护服出口回落，同比分别下降5.9%和3.4%；到四季度，在国际市场需求增加、节日促销的拉动下，纺织品服装出口快速增长，增速达到16.1%，带动全年出口超预期。



数据来源：中国海关

从产业链角度看，全球疫情防控常态化后，我国纺织品服装出口中涉及防疫的口罩、无纺布、防护服等产品出口快速下降，全年分别下滑了75.9%、10.0%和80.1%；但疫情仍在持续，这些产品出口相比疫情前仍有大幅增长，分别比2019年增长138.4%、42.2%和144.8%。

由于南亚和东南亚国家疫情形势严峻导致开工率降低，其自身产业链配套能力也随之下降，从我国进口纺织纱线和织物大量增长。2021年，我国出口纺织纱线138.3亿美元，出口纺织织物667.4亿美元，同比分别增长41.5%和34.4%，比重也较2020年分别提升1个和4.1个百分点。

2021年“宅经济”产品出口强劲，家用纺织产品出口快速增长，床上用品出口增长31.1%，地毯出口增长26.5%，窗帘出口增长28.1%。服装中家居的针织服装出口增长39.1%。

总体来看，随着防疫产品出口下滑，我国纺织品服装出口回归以服装、纺织面料、纺织纱线、家用纺织品等大类商品为主导增长贡献的格局。

2021年我国纺织产业链上主要商品出口表

产品名称	2021年出口额 (亿美元)	同比增长 (%)	与2019年同期相比增长 (%)
化学纤维	99.2	45.4	16.1
纺织纱线、织物及制品	1,452.0	-5.6	22.0
纺织纱线	138.3	41.5	11.1
纺织织物	667.4	34.4	10.3
纺织制品	646.9	-31.4	40.4
口罩	129.6	-75.9	138.4
无纺布	45.5	-10.0	46.2
绳、索、缆	10.5	24.9	39.7
地毯	37.5	26.5	28.5
床上用品	62.1	31.1	30.8
窗帘	34.3	28.1	34.8
服装及衣着附件	1702.6	24.0	16.2
针织服装及附件	865.3	39.1	21.3
梭织服装及附件	702.2	12.8	5.3
防护服	21.4	-80.1	144.8
纺织机械	48.8	5.7	27.7

数据来源：中国海关月报

此外，推高我国纺织行业出口额的因素还包括出口价格的上涨。2021年纺织行业产成品价格随大宗商品震荡上行，纱线、织物、制品和服装价格基本呈现上涨态势，如美国从我国进口纺织品服装价格同比提高0.6%，欧盟从我国进口服装价格同比提高2.6%。

（二）服装出口超过1700亿美元，针织服装出口增长迅猛，梭织服装价格增长较快。

与2020年防疫物资拉动不同，2021年我国纺织行业出口实现超预期增长，主要拉动力量来源于服装、纺织纱线和织物出口大幅增长，其中，服装的贡献作为显得尤为吸引眼球。2021年，随着外需恢复和部分订单回流等利好因素，服装出口额为1702.6亿美元，同比增长24.0%，比2019年净增188.9亿美元。

服装出口明显扩张得益于三个方面：一是发达国家服装消费需求显著增长。以美国为首的发达国家创造极为宽松的货币环境刺激经济恢复增长，推高服装消费意愿。二是服装出口替代效应明显。由于疫情防范措施有限、

近两年我国服装出口趋势图



数据来源：中国海关

疫苗接种率较低，导致一些南亚、东南亚地区国家疫情形势严峻，越南、印度、孟加拉等国家的纺织服装工厂一度停工，部分家纺和服装产品订单回流至我国。三是部分新兴国家无法完成出口订单的同时，也较难满足自身的服装消费需求，自我国进口服装有所增长，2021年我国对东盟地区服装出口额占纺织品服装出口额的比重较疫情前共计提升2.7个百分点。

从各季度出口来看，上半年，由于国际市场需求复苏和2020年同期基数较小等原因，我国服装出口快速增长，一、二季度增幅分别为47.5%和34.9%。下半年，由于去年出口基数较高，三季度增速明显放缓，增幅为8.9%，四季度由于国外市场假日采购需求大涨的利好，实现增幅20.5%。

从出口产品来看，针织服装出口增长迅猛，梭织服装价格增长较快。针织服装出口865.3亿美元，同比增长39.1%，出口单价同比增长9.2%。梭织服装出口702.2亿美元，同比增长12.8%，出口单价同比增长19.9%。由于防护服归类于梭织服装，全年出口下降80.1%，拉低了梭织服装出口增幅。

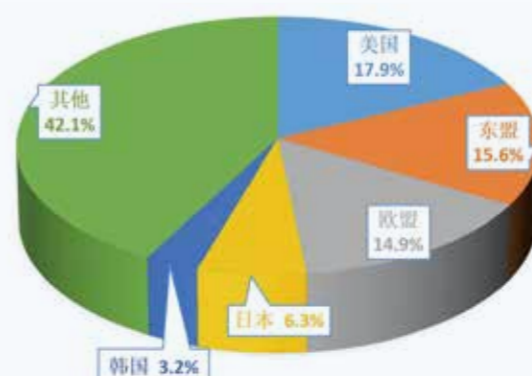
从出口市场看，我国服装出口传统三大市场美国、欧盟、日本仍占据前三位置，2021年向这三大市场分别出口服装396.0亿美元、324.2亿美元和146.6亿美元，同比分别增长36.4%、21.5%和6.3%。在美国财政货币刺激计划带动下，美国服装零售连创历史新高，服装服饰商店全年销售额达3006亿美元，同比猛增47.3%，带动我国服装对美出口快速增长，在主要出口市场中增幅最高。

但从美国海关进口数据看，美国从全球进口服装都增长较快，我国市场占比却没有相应增加。据美国商务部纺织服装办公室数据，2021年我国占美服装进口市场的份额为24.0%，比2020年占比仅增长0.3个百分点。从日本海关进口数据看，2021年我国占日本服装进口市场的55.9%，相比2020年增加了1.8个百分点。

（三）出口市场活跃，发达国家对纺织终端消费需求增加，东盟市场占比回升。

经过2020年疫情的冲击，各国纷纷出台应对疫情的政策，2021年各国进入疫情常态化运行。美国、欧盟等发达国家采购模式再度向“中国+越南+其他亚洲低成本国家”回归，2021年我国纺织品服装出口东盟占比回升。欧盟、日本市场在对防疫产品需求下降的情况下，拉动我国纺织品服装对其出口下滑。虽然美国市场对防疫产品需求也有下降，但对家纺、服装产品需求增长迅猛，稳占我国纺织品服装出口第一大市场地位。

2021年我国纺织品服装出口市场占比情况



数据来源：中国海关

从2021年我国纺织品服装出口前五大市场看，分别为美国、东盟、欧盟、日本、韩国，我国向这五大市场出口纺织品服装金额分别为563.8亿美元、491.3亿美元、470.6亿美元、200.4亿美元、100.7亿美元；同比分别增长4.1%、25.0%、-10.9%、-7.2%、10.5%。

美国市场：在美国国内疫苗接种率提升、居民收入稳定增长、商品类消费支出比重增加等因素的共同作用下，美国市场对纺织终端消费保持较活跃的态势。2021年美国占我国纺织品服装出口市场的17.9%，其中23.3%的产业链终端产品（纺织制品和服装）都出口到美国。有396.0亿美元服装出口美国，还有150.8亿美元的纺织制品出口美国，分别占到服装和纺织制品出口市场的23.2%和23.3%。据美国商务部纺织服装办公室数据，2021年美国进口我国纺织品服装316.0亿美元，同比增长25.1%，占美国进口市场的27.7%，相比2020年占比下降0.5个百分点。

东盟市场：随着疫情防控进入常态化，东盟国家制造业开始恢复，对我国纺织产业链前道产品需求不断增加。2021年，我国化学纤维、纺织纱线、纺织织物出口第一大市场被东盟稳居，其中越南占据最大比重。2021年化学纤维出口东盟19.3亿美元，同比增长41.4%，占化纤出口市场的19.5%，其中出口越南就有10.0亿美元，同比增长36.1%。2021年纺织纱线出口东盟26.1亿美元，同比增长31.7%，占纺织纱线出口市场的18.9%，其中出口越南13.6亿美元，同比增长35.7%。2021年纺织织物出口东盟223.2亿美元，同比增长27.6%，占纺织织物出口市场的33.4%，其中出口越南104.5亿美元，同比增长26.3%。

欧盟和日本市场：随着疫情防控常态化，欧盟和日本市场对防疫产品口罩、防护服需求下降；但疫情的反复让受到打击的服装等终端消费需求恢复缓慢。2021年，欧盟分别占据我国服装出口第二、纺织制品出口第三的位置，日本市场占据我国服装出口市场的第三位和纺织制品市场的第四位。全年服装出口欧盟324.2亿美元，同比增长21.5%；纺织制品出口欧盟97.8亿美元，同比下降56.7%，其中，床上用品出口欧盟增长31.1%。服装出口日本146.6亿美元，同比增长6.3%；纺织制品出口日本47.1亿美元，同比下降35.0%，其中，床上用品出口日本增长17.9%。据日本海关统计，2021年日本进口我国纺织品服装21762亿日元（约合189.3亿美元），同比下降6.4%，占日本进口纺织品服装市场的56.7%，相比2020年占比下降1.9个百分点。

（四）东部重点省份带动作用凸显，浙江、江苏、山东、福建增速超全国平均值，西部地区快速增长。

2021年，我国西部地区出口纺织品服装快速增长，东部地区重点省份带动作用凸显。具体看，西部地区全年出口纺织品服装182.6亿美元，同比增长28.4%，占我国纺织品服装出口市场的5.8%；东部地区出口2704.5亿美元，同比增长8.5%，占我国纺织品服装出口市场的85.7%；中部地区出口226.8亿美元，同比下降3.0%；东北三省出口43.0亿美元，同比增长1.6%。

2021年各区域纺织品服装出口份额



2020年各区域纺织品服装出口份额



数据来源：中国海关

从出口前五省市看，浙江、江苏、山东、福建出口纺织品服装增速超过全国平均值，广东省出口负增长。2021年浙江、江苏、广东、山东、福建分别出口纺织品服装821.6亿美元、517.3亿美元、457.8亿美元、318.6亿美元和276.9亿美元，同比分别增长15.5%、11.3%、-6.8%、20.5%和29.0%。

虽然中西部地区纺织品服装出口占比较小，但全年有三省市增速超过100%。其中，四川、宁夏、青海2021年纺织品服装出口增长分别达到110.4%、386.0%和148.2%。



柯桥纺织企业紧跟科技、时尚、绿色大方向，围绕消费市场深耕产品研发，破圈升级，实现质的飞跃。

研发与市场并重 柯桥纺企发力微笑曲线两端

■ 本刊记者_ 邬莹颖 文 / 摄

疫情之下，培育壮大新增长点，把握发展的主动权对于行业企业来说尤为重要。柯桥纺织企业积极适应消费时代的新挑战和消费模式的新变化，围绕产业新需求，重构生产组织方式和流通商业模式，实现供应链渠道的专业化、智慧化、精准化和高效化。

近年来，受疫情持续波动影响，世界经济的不稳定性、不确定性持续增加，纺织产业也面临诸多机遇与挑战。困难是现实的，但前景无限光明。在众多需求的倒逼之下，柯桥纺织企业紧跟科技、时尚、绿色大方向，围绕消费市场深耕产品研发，破圈升级，实现质的飞跃。

随着品质消费、绿色消费日渐深入人心，时尚、品质、高端、智能、功能、环保等产品需求日益增长。在科技创新驱动之下，纺织产品设计在一个更加开放、系统、智能的文化环境中，融合硬科技与文化内涵，朝着更加协同、多元、综合、智能的方向发展，打造了推动产业高质量发展的强大驱动力。

对于柯桥纺织面料企业来说，疫情影响的最初，表现在销售端。随着疫情防控逐步进入常态化，越来越多的企业开始从产业链角度思考未来的路该怎么走：研发抗菌面料、推出自主品牌、引入设计师、建立直播基地……一手抓研发，一手抓市场——进入后疫情时期，他们已开始向微笑曲线两端拓展业务。

从研发开始，应对疫情下的市场变化

后疫情时代，人们的生活方式甚至思维方式都在发生变化，面料产品也迎来了突发性转变。面料的时尚度只是基础，其一定还要兼具各种功能性来丰富面料的内涵。位于东市场的璞兴纺织负责人许静萍在接受记者采访时表示，“先前，消费者在选购服装时，首先会关注到这件衣服好不好看，其次是面料触感是否柔软，接下来才会看穿在身上效果如何。但经过这次疫情，通过客户的反馈，消费者目前还会更加关注面料的‘安全性’，功能性面料也由此迎来了新的市场机遇。”

作为具有全球代表性的纺织产业集聚区、世界级纺织产业集群先行区，柯桥已经有不少纺织企业紧抓行业发展契机，在抗菌新型功能性面料的研发道路上积极探索。对于企业来说，功能性面料的开发要建立在原料的基础上，力求表现出技术与自然的和谐与平衡，满足人们对自然、舒适、美观、健康、时尚的需求。像璞兴纺织研发出的石墨烯面料，如今已推出了3.0版本。早在疫情初起时，璞

兴纺织和其他从事纺织面料的柯桥企业一样，无可避免地受到冲击和影响。唯一不变的是变化，许静萍意识到，在这种情况下人们对除菌抗病毒的产品需求会越来越强烈。从面料上开发功能，也是企业在疫情面前的主动应对之举。据悉，该种石墨烯面料具有“持久抗菌、抗紫外线、防静电”等功效，可抑制细菌沾染到服饰上。

璞兴纺织主做各类羽绒服面料，许静萍介绍，以前羽绒面料偏暗色系为主，如今受疫情影响，治愈色系开始广泛流传。“不只是羽绒面料品类，应该说大多数面料都发生了这种色系转变。比如具有使命感的白色、动能感的红色，以及富含自然气息的蓝色与绿色，这些色彩蕴藏着强大的力量，能够疗愈人们的心灵，都属于典型的治愈色系。”

功能性面料的应用，在增加面料产品附加值的同时，还体现出人们对舒适便捷生活方式的追求和对自身健康与安全的保护。受市场消费影响，功能性面料的需求还体现在家纺面料上。位于东路市场的富妮诺纺织是一家致力于健康植物纤维的自主研发与功能性产品设计的公司，其将本草纤维转化为纺织纤维、纱线、面料等相关健康纺织品及其他衍生品。总经理张伟告诉记者，受疫情影响，国民健康意识的提升加速了大健康产业的爆发。同时在消费升级的驱动下，大健康消费市场正呈现出产品升级全面化、产品功能细分化、消费场景丰富化、消费需求多元化等显著特点。

目前，富妮诺主推一款名为“古树棉”的纤维产品，据张伟介绍，该种植物纤维可制成天然抗菌、除异味的家纺产品。“未来的纺织品，一是具有功能性，二是智能化，当人们使用纺织品时，能随时感知、自觉践行健康的生活方式，让人们在轻松愉悦中获得健康、追求幸福。”张伟描述着其心中的“未来纺织”样貌。

品牌升级，由价格主导转向价值主导

受疫情影响，由于外贸受阻，想要扩大内贸业务比例的面料企业不在少数，这进一步加剧了纺织内贸市场的竞争压力。而竞争最直接的手段就是打“价格战”，这也导致很多企业不得不降低面料价格。

位于北市场的贾思敏纺织总经理安伦坦言，价格的确是摆在面料企业和服装品牌之间的最大问题，但他并不认可此时“价格战”硝烟再起。“一些服装企业为了实现利益最大化而压价采购面料，面料企业中出现的一种情况是坚持自己的价格，导

一手抓研发，一手抓市场，向微笑曲线两端拓展业务，这是疫情防控逐步进入常态化后，越来越多的柯桥纺织面料企业进行转型升级的新路径。



致服装企业为了降低采购成本，重新去寻找其他供应商来仿制这种面料，从而损害了面料商的利益；另一种情况是，面料企业表面答应降低一点价格，而实际拿出来的产品却在品质上‘缺斤少两’。”他分析说，这势必会使服装风格和效果大打折扣，因此影响服装的销售、导致库存积压的情况并不少见。在他看来，面料与服装企业在保持一定合理利润分配的前提下，应相互讲诚信才能获得长远发展。

“面料是服装的灵魂，品质永远是面料不过时的保障。”安伦介绍，公司主营各类童装面料，受疫情及成人装企业和快时尚品牌的多重夹击，童装面料企业唯有加紧苦练内功，加快新型材料和面料的研发步伐，走差异化之路，积极为品牌发展找到出路。

对于柯桥传统童装面料企业来说，确实面临着不小压力，成人面料企业在渠道、品牌及资源等方面更具优势。如今，奢侈品品牌、快时尚品牌、运动品牌等，都在加紧布局发力童装市场，促使童装成为服装行业的新兴热点。

作为童装面料供应商，安伦认为，童装在面料选择上具有一定特殊性，尤其是对舒适、柔软、轻盈、防撕、耐洗等的要求更高。“研发新面料确实会给公司增加很多成本，包括进口原材料的费用、生产成本以及专业机构检测费用等，但这一切都是值得的，因为企业必须走创新的路线。”据悉，贾思敏纺织每个季度平均要设计与开发新品种多达100个。“我们要提供给客户的灵感不仅仅是一年四季创意的收集，还包括延伸到每季度的创意和前瞻。”

发展直播电商，以销售变革促品牌提升

重研发重设计，推出自有品牌……中国轻纺城的产业转型升级早就启动。受疫情影响，无论是市场还是商户企业都认识到加大智慧应用、建设智慧市场的重要性和紧迫性，特别是应尽快构建起电子商务应用、智慧物流、智慧停车、智慧消防等智慧化的管理体系，建立更加智慧、精准的供应链渠道。

那么，如何在后疫情时代抓住电子商务的机遇？如何搭建互联互通、共生共融的本地化电商产业服务优化方案？品牌商、制造商、贸易商如何转型升级，加速企业智慧发展？

近期，位于老市场的爱丽佳家纺开展了一系列一对一线上新品发布活动，作为一家专业研发生产家纺面料的企业，多年来，这家企业坚定不移地走品牌化道路，其打造的“爱丽佳 ALLEKA”品牌在家纺面料行业内知名度颇高。总经理卢文告诉记者，“其实面料企业做直播并没有面对面交流的效果好，但是做这件事的意义不在于直接效益，而在于我们面对疫情影响包括行业趋势做出的积极应对。”

想做直播，就必须要有自己的品牌。销售商的崛起，也会反作用于设计研发端，作用于生产端。在爱丽佳900平方米的门市内，琳琅满目地挂着家纺面料及成品。卢文广介绍，“爱丽佳 ALLEKA”这个品牌注册近10年，刚开始做品牌时，很多人并不理解，觉得面料没有必要做品牌，甚至觉得门市的抬头其实就是品牌。“对很多市场经营户而言，门市抬头就意味着品牌，当客户信赖这个品牌的时候，这就代表着时尚、品质和高端。不过，过去面料利润一般在10%—15%，品牌推出后，利润可以翻倍，随之而来的订单也是明显增多的。”

未来已来，直面巨变。在后疫情时代，伴随着柯桥纺织的转型升级，中国轻纺城已经重新审视市场原先的战略布局、商户结构、资源渠道和要素投入，进一步思辨专业市场的定位、功能、作用及未来发展方向和趋势。作为经营户企业，如何瞄准消费趋势，进一步提升行业主导力和话语权，已经成为后疫情时代的必要之举。TA



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。

纺城奔涌，“后浪”来了

■ 本刊记者_林晨莉 文/摄

轻纺城的“后浪”来了。

90后和00后，这批曾经被认为“垮掉的一代”，已经逐渐成长为中国轻纺城市场与产业聚合发展的中坚力量。如今，无论在纺织原料、织造染整、花型设计、市场采购还是配套加工环节，都能看到他们跃动的身影。

新一代“纺织人”，正在延续“纺一代”的使命。关于“守”业，绿色生态、可持续发展被行业不断提及，作为接班人，他们需要在父辈们已有基业之上，思考调整战略，为企业谋求契合时代，更绿色、低碳、高效的发展方式；关于“创”业，以时尚创新为重点的轻纺城产业新路径，驱使他们发挥所长，不断为产品注入新科技、新思维、新知识和新技能。

在朝向高质量发展奔涌的轻纺城，“后浪”们拥有多元的选择。拥抱纺织业，投身轻纺城，年青一代怀抱什么样的理想？又有着怎样的信念？事实上，我们看到很大一批“后浪”，正在以谦卑的姿态，在纺织行业弯腰下沉。

热爱与颠覆 让“科技”添把柴

热衷科幻小说和电影，渴望“科幻照进现实”，年青一代“后浪”多半是科技潮流的拥趸。近年来科技成为推动纺织行业创新发展的支撑，给产品增加“科技”感的年轻人，为纺城的“创新”狠添了把柴。

1997年出生的纺城创业者潘星安，是行业内公认的科技狂热分子。“真正的开发应该是天马行空、颠覆不设限的。”潘星安认为，目前面料行业最缺乏的就是想象力。从小熟知塑料全工艺的他，对于很多高性能的塑料原料与化合物没能在面料开发上而感到可惜。

今年，他从不粘锅的免洗属性汲取灵感，尝试将不粘锅的免洗属性移植到羽绒服面料的后整工序。开发期间，他诚心向“免洗”涂层的制钢厂请教，为他的面料提供涂层原料。经过不断的尝试匹配，这款羽绒服面料的“免洗”属性，在防水防污的基础功能之上，实现大号签字笔涂渍也能除渍的效果。

强力“免洗”只是潘星安开发科技面料的冰山一角。由潘星安创立，位于中国轻纺城联合市场A区4楼的绍兴风向标纺织品有限公司，还在持续推出令人耳目一新的科技面料。同样是利用新材料，以一款“摩尔纹动画”为例，面料只需0.8—0.9毫米的位移，就能使面料的局部花型拥有诸如大鹏展翅、蝴蝶飞舞的动态效果。目前，该公司已经接到以纯、梵高等品牌2022年的订单。

科技着力改善生活。在潘星安眼里，现代人追求有生命力、会说话的作品。以开发为例，“免洗”属性是为了方便就餐时的大快朵颐，开发“夜光”则是为了照顾女性怕黑的心理，打造“感光”只为给心爱的人制造“仪式感”。毋庸置疑，年青一代“后浪”对“科技”



轻纺城年轻商户与客户积极对接业务。

的狂热，正在持续点燃纺织产品创新纵深之路。

笃定与责任 为“效能”续航

随时掉入“我EMO了”

或选择“躺平”的后浪，一

旦扎根纺织行业，也有自己的态度与坚守。打工人也好，经营者也罢，弯腰下沉是每一位新人应有的姿态。

毕业于纽约大学经营硕士专业、1990年出生的海归沈杰是鲜活的案例。放弃了热爱的工作——证券二级市场调研员，2020年，沈杰回到父辈的生辉拉毛厂接手。入厂初期，沈杰经常受到父亲责骂。但慢慢地，他通过下车间、深入每道工序，持续参与产品质量回修，在干中学，在学中悟。很快，通过4个月的努力，他顶替了原先厂长的位置，在入厂的第一年，以超出建厂以来最好业绩的15%证明了自己的实力。

如何拉长旺季时间，将产能最大化，是考验经营者决策的关键。对于承接纺织品印染后整工艺的加工厂来说，加工的利润并不低，最大的问题在于旺季时间太短。近年来，柯桥区致力于打造先进制造业集群，尤其鼓励企业提高产能利用率。

沈杰一边考察下游市场，一边思考出路。为了错开每个区域客户的淡旺季时间，他放弃掉一部分旺季客户，转与不同区域的下游市场合作，以增加淡季的开机率；同时，利用课余时间制作效能表，分发给车间各流程主管填写，采集不同产品的产量数据，在此基础上，他将产量低的产品提前排产，为高产量产品在旺季有序上机铺路。最终，机器的长期运转不仅提升了工厂的效益，也提高了工人的薪资待遇，实现了加工厂的良性运转。

“一个人除了自己的爱好，也要有自己的责任和使命。”沈杰总结，即便之前极少参与家里的生意，但他从未停止过思考——关于拉毛厂的出路，加工厂的未来应该是一种什么样的状况，以及经营者如何调整迎合市场和政策的改变。转换思路，积极谋划，他希望在未来的5年为工厂带来更多效能的优化和提升。

自信与自由 为“行业”加注

将传统的变为现代的。近年来，年青一代用“自信”与“自由”，打破了扣在纺织行业头上“传统”的刻板印象，为纺织行业加注新内涵。

2022年生辉拉毛厂计划落地新工厂，有了大环境、新场地设备的加持，沈杰充满自信。加工制造虽然属于传统实业，但能够提升的空间很大，经营者只要勤思考，有付出就会得到回报。

一直以来，“俯首甘为孺子牛”概括了多数人眼里的“纺织人”形象。面对父亲下基层帮员工搬布推车的做法，沈杰认为是不必要的，“经营者的付出必须放在重要的位置，一味苦干和保守的产出是有限的。”

追求“自由”的理想，也成为纺城年青一代的职场文化。金钱不再是投身纺织业的唯一诉求。在物质资源极度丰富的当下，科技面料达人潘星安坚信，他的成就感来自让自己开发的科技面料遍布大街小巷，为当代人增添“幸福”感。

“后浪”奔涌，新一代年轻人不断探寻、求索的勇气，求新求变的特质，正在为中国轻纺城，这个经历了30年依然蓬勃发展的市场集群添薪添火，注入新的发展动能。TA



沈杰在认真看样。

聚焦 FOCUS

筑牢防疫安全底线，推进有序复工复产

柯桥区委书记陈豪调研北联市场

■ 本刊记者_王利

近日，柯桥区委书记陈豪实地调研了中国轻纺城北联市场，了解企业复工、市场复市、疫情防控、安全生产等工作情况。区委常委、常务副区长丁贵，区委常委、中国轻纺城党工委书记袁笑文等陪同调研。

陈豪一行深入北联市场，走进“半岛生活”“优绣纺织”“凯萨迪”等门市部，与市场经营户亲切交流，详细了解了产品开发、市场开拓、销售、订单以及市场复市等情况，重点了解了2021年窗帘窗纱市场整体经营以及跨境电商业务开展情况，勉励新一年经营户们坚定信心、坚持创新，努力实现新发展、新跨越，并要求市场方加强服务指导，积极主动帮助企业解决难题，统筹抓好疫情防控和安全生产，助力市场“开门红”“全年旺”。

据了解，中国轻纺城市场自新年开市以来，市场经营秩序逐步步入正轨，轻纺城集团高度重视常态化疫情防控工作，全力帮助解决经营户实际困难，加快推动企业复工复产。轻纺城集团旗下北市场、北联市场、东市场、东升路市场、联合市场、坯布市场等各大专业市场到正月十五，已全部正常开市营业。

轻纺城集团相关负责人表示，新一年，将紧紧围绕“市场、数字、投资”三大战略，全力推进“数字轻纺城”和“数字物流港”两大项目，持续



柯桥区委书记陈豪（右一）实地调研中国轻纺城北联市场。

深化“三服务”，配合“水韵纺都”建设，优化营商环境，夯实市场基石，从产品、招商与业态角度同步推动市场提档升级，努力构建现代核心商圈，打造时尚产业“金名片”，引领柯桥纺织向时尚化、数字化、绿色化迈进。

抢抓政策先机，创新市场采购！

2022年市场采购贸易业务培训交流会召开

■ 本刊记者_王利 文/摄



会议现场。

为确保主体权限架构即将全新升级的中国轻纺城联网信息平台上线后相关单位能顺利使用，通报宣传市场采购贸易方式最新政策，部署新一年工作，推进中国轻纺城市场采购贸易方式试点可持续健康发展，2月18日，中国轻纺城建管委召开2022年市场采购贸易业务培训交流会。

绍兴海关、区商务局、浙江电子口岸有限公司、中国轻纺城市场采购监管中心、网上轻纺城、市场采购贸易外贸企业、报关行、试点银行等各单位相关负责人或代表出席。

浙江电子口岸有限公司业务经理徐佳丽围绕市场采购备案体系、功能、常见问题，对即将升级中国轻纺城市场采购联网平台权限管理进行培训。据介绍，中国轻纺城市场采购贸易联网信息平台涵盖市场采购贸易外贸公司、供货商、报关行、监管部门等各方面主体，覆盖市

场采购贸易全流程，包括门户平台、企业端、监管端三部分，实现“源头可溯、风险可控、责任可究”，为市场采购贸易出口提供全方位一体化服务。

柯桥区商务局促贸会副会长吴萍通报了新一年财政政策并就市场采购经营者关切的税收问题进行了了解。

轻纺城建管委副主任余锦然对2021年市场采购贸易所取得的成效和所做的重点工作进行了总结，并部署2022年工作目标任务。他指出，中国轻纺城市场采购贸易方式试点在全省同批次试点中，起步最晚，发展最好，涌现出一批先进典型，联动格局初步形成。2021年全市出口共结关24371票，货值142.7亿元，其中柯桥区114.8亿元，交出首份运行全年满意答卷。

余锦然表示，2022年绍兴市市场采购全市任务为26亿美元，其中柯桥区16亿美元。今年将继续锚定目标，领跑全省，继续发扬服务优势，突破发展难点、堵点，加大培育本地主体、加快外综平台招引，并全力推进柯桥集货区建设，推动本地“组货拼箱”模式，推进国际物流通道建设，加快海外仓与实体市场深度融合。同时要求大家依法合规经营，爱纺城、爱柯桥、柯桥货柯桥出口，将税费、外延业务留在柯桥，加强沟通交流，共同推动轻纺城市场采购贸易蓬勃发展。

现场，与会代表针对外贸企业和个体户结汇、本地“组货拼箱”、报关、物流等方面展开热烈讨论交流，有关职能部门为企业答疑解惑。新起点、新征程，2022年，中国轻纺城将继续深化市场采购贸易方式国字号试点，抢抓政策窗口期，不断加强制度创新、管理创新、服务创新，进一步推动贸易自由化、便利化，促进市场采购贸易持续健康稳定发展，打造外贸高质量发展的“新引擎”。TA

展现强大发展韧性，实现良好开局

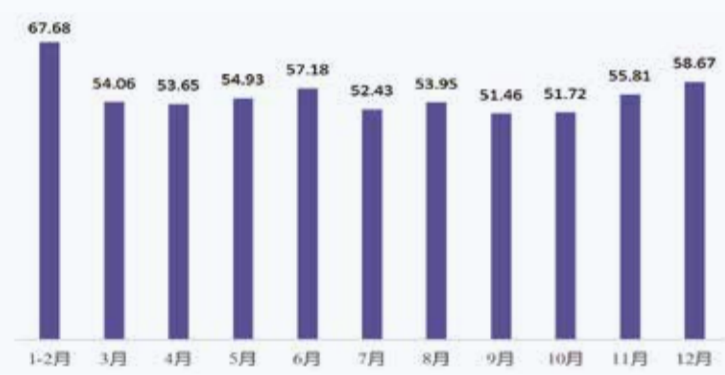
2021年1—12月印染行业经济运行简析

■ 中国印染行业协会 / 供稿

2021年，面对复杂多变的国内外形势和各种风险挑战，我国印染企业积极调整发展战略，印染布产量保持了良好增长态势，主要产品出口规模较疫情前进一步扩大，主要经济指标持续修复，企业盈利水平明显改善，行业表现出强大的发展韧性，实现了“十四五”良好开局。但也要看到，当前全球疫情仍未得到有效控制，大宗商品价格虽有回落但仍处于高位，纺织产业链供应链连接仍不够顺畅，行业实现全面复苏的基础仍需进一步巩固。

生产形势保持良好，产量增速稳中加固。根据国家统计局数据，2021年1—12月，印染行业规模以上企业印染布产量605.81亿米，同比增长11.76%，两年平均增长6.15%，两年平均增速连续4个月走高。2021年，我国印染行业面临的发展环境仍然错综复杂，疫情、汛情、限电限产、原材料价格高涨等多重因素叠加，印染企业生产受到一定影响。但在消费市场逐步回暖、终端需求持续复苏的带动下，印染行业生产保持了良好增长态势，规模以上企业印染布当月产量均保持在50亿米以上，全年累计产量突破600亿米，创近十年最好水平。

2021年规模以上企业印染布当月产量情况（亿米）



市场需求持续回暖，出口实现较快增长。根据中国海关HS8位码统计数据，2021年1—12月，印染八大类产品出口数量282.30亿米，同比增长22.11%，两年平均增长2.59%；出口金额287.43亿美元，同比增长28.83%，两年平均增长2.39%；出口平均单价1.02美元/米，同比增长5.50%，较2019年微跌0.39%。2021年，在国际市场需求回暖的拉动下，印染行业主要产品出口呈现“量价齐升”态势，出口规模超2019年同期水平；出口平均单价持续回升，年末较年初增长6.25%。我国印染产品的间接出口也呈现扩大趋势，2021年1—12月，我国累计完成服装及衣着附件出口1702.63亿美元，同比增长24%，两年平均增长7.7%，创2016年以来同期服装出口规模新高。

从出口市场来看，尼日利亚、越南、孟加拉国、印度尼西亚和巴西为我国印染八大类产品前五大出口市场，出口数量均在10亿米以上，同比增长率除越南外均超过20%，孟加拉国和印度尼西亚对我国印染八大类产品需求增长强劲，同比分别增长46.71%和49.40%，对我国印染产品出口增长的贡献率分别达到17.35%。传统市场中，对日本的出口已恢复至疫情前的水平，出口数量较2019年小幅增长1.10%；对美国的出口则延续近两年的下滑态势，2021年全年出口3.93亿米，同比下降19.52%，较2019年同期下降34.37%。2021年，我国纯棉染色布、纯棉印花布、棉混纺染色布、棉混纺印花布、T/C印染布等五大类棉相关产品在美国的出口数量同比分别大幅减少50.05%、61.31%、28.66%、19.35%、56.06%。

运行质量稳步修复，产销衔接仍不顺畅。根据国家统计局数据，2021年1—12月，印染行业规模以上企业三费比例6.68%，同比降

低0.13个百分点，其中，棉印染企业为6.52%，化纤印染企业为7.86%；产成品周转率18.31次/年，同比提高1.09%；应收账款周转率8.22次/年，同比提高3.21%；总资产周转率1.04次/年，同比提高9.39%。

与2019年相比，2021年印染行业规模以上企业三费比例降低0.04个百分点，表明随着原材料价格的上涨，企业在费用成本控制方面更趋精细化，三费比例整体呈现下降态势；产成品周转率和总资产周转率分别降低15.68%和5.78%，应收账款周转率提高0.57%。2021年，随着全球消费需求的逐步释放，集装箱运输需求保持高位，多数出口型企业面临“一箱难求”的困境，国内外疫情的反复进一步阻碍了供需两侧的有效衔接，产品交货周期被迫延长。国家统计局数据显示，2021年1—12月印染行业规模以上企业存货达349.70亿元，同比增速逐月走高，全年累计同比增长12.78%，较2020年同期提高13.79个百分点。

运行效益持续改善，盈利压力有所缓解。根据国家统计局数据，2021年1—12月，全国1584家规模以上印染企业实现营业收入2949.87亿元，同比增长15.06%，两年平均增长2.07%；实现利润总额159.13亿元，同比增长25.60%，两年平均增长0.25%；成本费用利润率5.84%，同比提高0.54个百分点；销售利润率5.39%，同比提高0.45个百分点；亏损企业户数331户，亏损面20.90%，同比收窄6.36个百分点；亏损企业亏损总额17.48亿元，同比减少5.37%；完成出口交货值388.19亿元，同比增长12.30%，两年平均下降3.25%。但与2019年同期相比，规模以上印染企业成本费用利润率降低0.22个百分点，销售利润率降低0.20个百分点，亏损面扩大1.98个百分点，亏损总额增长2.17%。

2021年以来，原材料价格持续高位波动，叠加国际物流不畅、货运价格高企等因素，印染企业经营成本明显增加。根据国家统计局数据，2021年印染行业规模以上企业成本费用总额同比增长14.01%，成本的上升使得企业在盈利端承受较大压力。随着国家“六稳”“六保”工作扎实推进和一系列保民生、促消费、扩内需政策组合的持续发力，印染行业主要经济指标逐步改善，企业盈利能力不断提升，2021年1—12月规模以上印染企业营业收入两年平均增速较上半年、前三季度分别提高2.80和1.15个百分点，利润总额两年平均增速首次实现正增长，销售利润率较上半年和前三季度分别提高1.53和1.16个百分点。

趋势展望

展望2022年，印染行业经济运行仍具备稳中向好的条件和基础，但稳定发展面临的不确定性依然较多。一方面，我国经济发展韧性强、潜力大，经济长期向好的基本面没有变，随着中央“稳字当头、稳中求进”经济工作方针的确定，国家层面将积极推出一系列有利于经济稳定的政策，市场主体活力也将得到持续激发。同时，世界经济也有望保持在复苏轨道上逐步向好，这为纺织印染行业市场需求改善提供动力。但另一方面，全球新冠疫情仍在持续演变，欧美等发达国家通胀率高企成为世界经济复苏的重要阻碍，发达经济体货币政策收紧预期升温，将对市场消费能力及消费信心形成负面制约。此外，原材料价格仍在高位波动，经营成本上升及价格向下游传导困难对印染企业盈利增长造成压力，企业发展信心仍待稳固。TA

（备注：两年平均增速是指以2019年相应同期数为基数，采用几何平均的方法计算的增速）

平稳开局 未雨绸缪

2022年产业用纺织品行业开工情况调研

■ 中国产业用纺织品行业协会 / 供稿

为及时了解产业用纺织品行业2022年开工情况，向企业、行业和政府有关部门提供有针对性的咨询建议，中国产业用纺织品行业协会近期在行业内开展了2022年度春季线上调研。

受访企业基本情况

自2月14日发放问卷后，截至2月21日共回收312份问卷，剔除重复以及其他无效问卷，合计共有295份有效问卷。从地区看，受访企业主要集中在山东、江苏和浙江地区，占总数的67.46%，其余受访企业主要分布在广东、上海、河北、安徽、福建、河南和湖北等地，基本覆盖了我国产业用纺织品的主要产地。从行业分布看，受访企业主要分布在安全与防护用纺织品、医疗与卫生用纺织品、非织造布卷材、绳网、过滤与分离用纺织品等领域，产业用纺织品的其他领域以及纤维、装备行业也有部分企业提交问卷。

从规模看，9.83%的受访企业年销售收入超过10亿元，8.14%的企业销售收入在5亿元到10亿元之间，34.24%的企业销售收入在1亿元到5亿元之间，另外有14.24%的企业属于规模以下企业。

2022年1—2月行业运行情况

（一）行业开局运行平稳

受访企业对前两个月经营状况满意度较高，11.53%的企业认为当前的经营状况非常好，40.34%的企业认为经营情况比较好，42.37%的企业认为经营情况一般。与去年同期调研情况相比，认为经营情况非常好和比较好的企业比例分别下降了1.87个百分点和11.72个百分点，认为经营情况一般的企业比例上升9.9个百分点。

将经营情况指数化处理，1—2月行业的景气指数为73.1，与去年同期（81.7）相比下降明显，但仍远高于荣枯线（50）。分领域看，过滤与分离用纺织品、线带、造纸用纺织品、军用纺织品、装备及配件领域的景气度较高，其中军用纺织品领域的景气指数达到83.3，医疗与卫生用纺织品、非织造布领域的景气指数相对较低，但仍处于荣枯线以上。

受访企业分领域景气指数

（样本数低于10的领域不显示）



数据来源：中国产业用纺织品行业协会

（二）市场需求保持稳定

对于当前的订单情况，企业普遍表示订单量有所增加，国内订单指数为65.7，国际订单指数为57.3，与去年同期基本持平。具体到企业在手订单的情况，34.24%的受访企业表示公司有相对稳定、持续的订单来源，8.81%的企业表示在手订单可以支持3个月以上的生产，接近20%的企业订单可以支持3个月以内的生产，24.41%的企业订单可以

支持1个月以内的生产，12.88%的企业表示在手订单可以支持半个月的生产。

（三）复工复产势头良好

由于春节期间疫情出现反复，“就地过年”的倡议连续第二年被提及，因此近两年企业的复工复产情况明显好于往年。截至2月下旬，近3/4的受访企业表示工人已全部到岗，15.59%的企业表示75%左右的工人已经到岗。20.34%的受访企业已经满负荷生产，34.92%的企业产能已经恢复80%，恢复至60%的企业达到27.12%，5%左右的企业产能恢复低于40%。

（四）企业经营成本上升

产业用纺织品行业主要原材料的价格自2021年以来进入上升通道，2022年初仍处于较高水平，原材料价格指数达到83.7，接近70%的受访企业表示原材料价格有不同程度的上涨，近30%的企业表示涨幅超过10%。企业用工成本则延续多年来的上涨趋势，用工成本指数为83.2，高于去年同期水平。原材料成本和用工成本的上涨导致部分企业的产品价格出现不同程度的上涨，但接近60%的企业产品价格基本维持不变，企业产品价格指数为56.9，低于原材料价格和用工成本指数。

2022年全年研判

对于2022年全年的发展情况，受访企业的信心指数为65.6，71.53%的企业对全年的发展情况表示乐观。分领域看，过滤与分离用纺织品、土工与建筑用纺织品、绳网、军用纺织品等领域的企业对2022年的经营预期更为乐观；而医疗卫生用纺织和非织造布企业面对防疫物资需求放缓的局面，对全年的预测表现得更为谨慎。

从企业规模看，年销售额超过5亿元的企业对行业全年的预测更为乐观，规模以下企业对全年形势的判断最不乐观。具体到单项指标，受访企业的全年国内订单指数为70.8，国际订单指数为64.8，均高于前两个月的水平；全年的生产指数为75.0，收入指数为73.5，利润指数为64.6。

企业的信心还反映在固定资产投资意向。64.41%的受访企业表示在2022年有新的投资计划，计划的投资项目主要集中在产能扩张、既有设备的升级改造和新建厂房。有投资计划的企业主要集中在安全与防护用纺织品、非织造布卷材和医疗与卫生用纺织品领域。

对于当前企业经营过程中面临的困难，运营成本增加和市场需求下降是受访企业选择最多的两项，缺少专业人才、用工短缺和海外市场拓展困难也是企业反映较多的问题。

对于企业面临的外部挑战，受访企业反映的问题主要集中在原材料价格的大幅波动和行业产能的过快扩张，此外，商务活动受阻、海运费用居高不下和招工困难也是企业反映较多的问题。

面对复杂环境和激烈竞争，受访企业认为自身的竞争优势主要集中在创新能力、客户关系、产品质量和品牌影响力上，各有26.1%的企业认为公司处在一个持续成长的细分领域，且拥有优秀的经营团队。

结论

2020、2021年产业用纺织品行业的发展受疫情影响经历了一次大幅度波动，预计2022年行业将重回增长通道，但当前外部环境依然复杂严峻，行业“稳增长”仍面临一些不确定因素。2022年以来，国家密集出台了一系列支持制造业发展的政策措施，行业将充分利用这些利好政策，加强科技创新和产品开发，推动企业进行数字化改造和绿色生产，积极拓展新应用、新市场，实现行业高质量发展。TA

富含黑科技，千禧氨纶赋予消费者高端舒适感官体验

■ 苏密 / 文

2月22日晚，由中国化学纤维工业协会联合华峰化学股份有限公司主办的云上纤维之路千禧论“弹”系列活动第二场——从消费趋势到流行纤维专场在纤维新视界直播间成功举办。此次活动聚焦以消费趋势驱动从纤维到面料的联动创新，邀请到知萌咨询机构创始人兼CEO肖明超、江南大学纺织科学与工程学院教授马丕波、恒田企业研发中心面料研发经理孙信洲、华峰化学股份有限公司市场部开发推广工程师黄一川进行经验分享与交流，吸引了众多线上观众，直播间内互动热烈。



从四个方面把握消费趋势

“中国消费潮流正在从基本消费、颜值消费演变到意义消费，即‘心’意优先，步入‘心’价比时代。极致体验、满足感和愉悦感驱动消费者追求精专消费。因此，精专主义与‘心’价比消费时代驱动着材料技术的创新机会。”肖明超说道。在新的消费潮流下，“专业材料+精湛科技+生活美学+‘心’价比”将为纺织行业品牌带来创新机会。

如何把握消费趋势，在材料、工艺、体验和触感上进行创新，讲述纺织品牌的故事？肖明超从四个方面进行了解读：一是抓住“本真”消费，致力“内在绽放”，为消费者提供舒适体验，打造“真感务实”的品牌展现，如Under Armour推出全新Clone科技，带来“双脚如同克隆般贴合包裹”的体验及更灵活的支撑表现等；二是创造“感官滋养”，深耕“触感科学”，塑造丰富的品牌“感官印记”，如Lululemon将“感触科学”融入其设计理念，推出弹力良好的柔滑的Nulu™、轻盈灵活的Nulux™、软绵舒适的Luon®等面料科技；三是抓住“国货进化”，在设计中融入中国元素，并在开发和应用好材料的基础上，不断创造新工艺、新技术，打造“中国匠心”；四是提供“驭感消费”，普及“材料科学”，打造品牌信息“驭感系统”，如可持续时尚品牌Frank And Oak利用区块链追溯织物原料等。

高弹、抗菌产品满足功能性需求

在新的消费趋势下，消费者对纺织品的功能有了更多的需求，如高弹、抗菌等。据黄一川介绍，针对这种消费趋势及需求，华峰化学依托深厚的产业基础及强大的研发能力，相继推出了千禧®高弹氨纶、千禧®抗菌氨纶等极具市场竞争力的产品。

千禧®高弹氨纶在力学性能上较普通氨纶有了进一步提升，可赋予服装面料更优异的拉伸和弹性，让服装穿着既贴身又无束缚感。在下游应用开发上，华峰化学通过千禧®高弹氨纶与涤纶、锦纶等纤维的混纺，已经开发出性能优异的瑜伽服、运动服、泳装等面料，得到下游用户的一致好评。千禧®抗菌氨纶通过分子设计以及添加剂筛选，在氨纶分子中首次引入新型广谱抗菌剂，纤维产品抗菌性能优异、抗菌谱谱宽、耐水洗性能优异。同时，采用千禧®抗菌氨纶可实现高性价比，如“10%千禧®抗菌氨纶+90%常规涤纶”的面料与“10%常规氨纶+90%抗菌涤纶”的面料均可满足消费者抗菌需求，但前者可降低5%以上的材料成本。目前，千禧®抗菌氨纶在下游也得到了很好的应用推广，如采用7.3%千禧®抗菌氨纶、76.1%常规粘胶纤维、16.6%常规锦纶制备的女士无缝内裤面料，经抗菌性能检测，在水洗50次后，对大肠杆菌的抑菌率为99.8%，对金黄色葡萄球菌的抑菌率为99.5%，对白色念珠菌的抑菌率为95.9%。

完善产业链上下游合作机制

在访谈环节，本期嘉宾针对如何围绕趋势开展工作以及纤维端、品牌端、消费端如何建立更有效的联系等分享了各自的见解。

肖明超表示，一切创新的源动力来源于趋势，对于纤维化纤行业来说，小趋势的价值在于结合热点话题做营销策划，大趋势是材料产业的技术变革，长趋势则是跨越时代形成的一种消费文化。目前，消费端其实非常关注纤维材料，纤维端或品牌端要与消费端充分交互，挖掘消费需求与痛点，以反向驱动创新，同时纤维端要主动向消费端传输产品创新理念，如通过纤维吊牌充分展示产品信息等，最终形成纤维端、品牌端、消费端协同共创的生态。

马丕波认为，趋势就是时尚、运动、科技，围绕这些趋势，江南大学进行了一系列的研发创新，如无源保暖面罩等可助力冰雪运动。对于联合研发，他建议，一是科研院所加强基础研究，再到纤维企业进行中试或产业化；二是纤维企业推广其产品，再由科研院所开拓下游应用方向；三是中小企业可通过联盟方式，降低研发成本与风险。

孙信洲表示，作为一家专业生产功能性针织面料的企业，恒田企业非常注重以趋势研究引领企业产品创新。对于如何链接纤维与消费市场，他认为，与品牌端强强联合是最有效的方式，而深入了解消费端的服务场景，寻找差异化的营销卖点，赋予面料叠加功能，才能创造出更多的可能性。

黄一川说道，华峰化学从销售数据中发现，弹性面料中氨纶的含量大幅增加，市场对弹性面料的需求也在不断加大，同时面向品牌端与消费端的交流活动与数据调研显示，消费者愈加关注服装穿着的舒适性。针对弹力需求趋势，华峰化学推出了千禧®高弹氨纶，让消费者更加享受运动，享受生活。此外，针对纺织品抗菌需求的趋势，华峰化学又推出了千禧®抗菌氨纶，以提升消费者的生活品质。可以说，在发现和掌握趋势的过程中，华峰化学正在不断为消费者带来感官滋养黑科技。TA

广州中大商圈如何转型？

从红棉中大门升级透视新趋势

■ 本刊记者_罗欣桐

在红棉集团的实力控股下，2022年1月1日起，位于广州市海珠区中大商圈的广州轻纺交易园正式更名为“广州红棉中大门”，全新定位“纺织服装时尚生态港”，稳步布局建设“一基地三中心”，构建国际时尚发布中心，进一步释放区内纺织服装时尚商业活力。

近年，广州市海珠区升级转型浪潮不断，成为中国专业市场创新发展的示范区、先行区、引领区。区内市场纷纷开展特色改造计划，助力全国闻名的中大商圈实现新一轮创新发展和蝶变升级。

比如，今年元月焕新登场的红棉中大门受到社会各界高度关注，被视为行业打造传统专业市场转型升级的新时代范本。从红棉中大门的全新升级方案中捕捉信号，“时尚化”“国际化”“品牌化”“工业互联网应用”“数字化”等关键词成为专业市场发展新趋势。

填补服装板块空白 增强海珠时尚消费功能

2019年，在各级政府、企业、协会以及学界、科研机构的联动下，中大商圈明确了中长期发展战略思路；2020年，海珠区重磅推出《海珠区关于支持中大纺织商圈转型升级 打造广州时尚之都的若干措施》，为商圈时尚产业发展提供强有力的人才、资金、政务服务支持；2021年，海珠区委区政府印发《中大国际纺织时尚中心推进建设总体工作方案》，大力推进中大纺织商圈综合提升，商圈内市场和商户积极行动，围绕建设“中大国际纺织时尚中心”这条核心主线，在不同的重点领域展开创新。

海珠区政府规划，未来将在现有商圈基础上推动一批典范性、示范性市场，打造以服装设计和展贸为主、纺织科技领先、服装创意品牌集聚、引领国际时尚潮流、在世界拥有行业话语权的国际纺织时尚中心。位于中大商圈核心位置的红棉中大门焕新登场，可谓恰逢其时。不仅填补了海珠区的服装板块空白，又增强了区域的时尚消费功能。

进阶原创设计 海外服装品牌抢先入局

红棉中大门是中大商圈最早推进转型升级的专业市场，多年来注重产业时尚化模式创新，受到了国家、省、市和区级有关政府部门的关注和认可。2017年成为首批国家级的“纺织服装创意设计试点园区”。在新一轮的优化升级工作中，布局了可容纳上千家服装设计机构的原创设计功能空间，规划引入近10000名设计师，吸引了大批意大利、韩国等海外时尚创意企业及机构抢先进驻。

广州红棉中大门执行总经理杨志雄表示，升级后的广州红棉中大门围绕“纺织服装时尚生态港”的全新定位，全力打造互通互联的“一基地三中心”，即面料总部基地、T11服装设计师品牌中心、纺织服装设计制版中心、供应链电子商贸中心。通过应用新技术、拓展新渠道、打造新平台，引领纺织服装时尚化创新模式，构建国际时尚发布中心。

其中，T11服装设计师品牌中心作为广州红棉中大门重点打造的创新模式，旨在打造展贸设计工厂一体化平台，自升级方案公布之初就成为业界聚焦。今年1月，整体改造升级完成，第一批韩国时装品牌代表团即率先签约T11服装设计师品牌中心。作为红棉中大门全新挂牌后的首件时尚大事，韩国设计师品牌资源的抢先进驻，充分展示出红棉中大门的国际化视野与产业实力。

杨志雄表示，与韩国纺织服装企业长期良好的合作基础，以及红棉集团多年来深耕国际时尚领域的雄厚实力，促成了广州红棉中大门与百家韩国一线时尚品牌的合作。未来，以T11服装设计师品牌中心为新起点，将更多来自韩国、日本、意大利等的海外原创服装设计师、设计师品牌资源导入广州红棉中大门，将这一项目打造成真正的国际时尚发布中心。开门迎客的首次签约品牌全部为海外服装品牌，意味着“原创服装”



广州红棉中大门是中大商圈最早推进转型升级的专业市场。

和“国际时尚”将是广州红棉中大门首轮升级发展的重头戏。杨志雄表示，未来，广州红棉中大门超过28万平方米的空间将汇聚全球更多服装品牌资源和服装设计师资源，改变以往单一品类的专业市场模式，真正打通从面料、设计、制版、成衣、销售、展示、交易的产业闭环，打造植根中大商圈、辐射全国、面向全球的纺织服装时尚生态港。

纵深产业链 让服装设计师一站式“圆梦”

生态是企业成长、产业发展的肥沃土壤。广州红棉中大门以“应用新技术，拓展新渠道，打造新平台，引领纺织服装新模式”为主旨，引领行业打开时尚化创新模式的先河。

未来，这里将成为服装设计师的一站式时尚目的地，不仅可为服装企业、设计师品牌、服装电商、个性化定制等商户企业提供设计制版、品牌旗舰店、总部办公、展贸、直播、分享的综合性空间，还将配套3D裸眼数字显示大屏、网红摄影基地、直播间、国际纺织博物馆、水上演艺中心、时尚广场等功能场景，成为服装设计师的“终极”价值创造平台。

做时代典范 为湾区造“港”

随着广州建设“时尚之都”“国际消费中心城市”战略版图的步步推进，广州市政府通过政策规划引导、树立行业典型，着力推动专业市场转型升级。在这波创新升级浪潮中脱颖而出的广州红棉中大门，正在助力中大商圈从传统批发市场向时尚创意之都的蝶变。

杨志雄表示，广州红棉中大门目前已初步构建形成一个纺织服装时尚产业链生态体系，在新发展定位的引领下，未来还将加大力度，靶向引入知名的服装品牌、时尚及设计研发总部、纺织百强企业等，积极整合和融入科技、文化创新等元素，通过丰富的时尚产业链生态圈层构建，支持纺织服装产业的“技术美、生态美、生活美”变成掷地有声的现实，推动传统产业实现与时代、与城市、与人们需求的和谐连接。

可以预见，在不久的将来，随着广州红棉中大门产业运营模式迭代升级，国际服装品牌落户生根，服装设计师不断聚集，时尚氛围愈加浓郁，这座满载商机的纺织服装时尚生态港，将融汇吞吐出更多令人惊艳的时尚新力量。

中大商圈作为广州乃至全国极具特色的专业市场商圈，承载着新时代产业、市场、消费、城市等多维度变革与创新升级的使命。业界正在见证中大商圈再创时尚传奇，更翘首期待着广州这座千年商都焕发“国际时尚消费之都”的新时代光彩。TA

编者按：虎年春节期间，“铿锵玫瑰”中国女足姑娘们用两场荡气回肠的比赛，为自己、为中国足球赢得了荣誉，赢得了赞美！在纺织行业，也有这样一群“铿锵玫瑰”，她们奉献在不同的岗位，从事着不同的工作，在她们之中，有女儿，有妻子，有母亲，无论是何种身份，她们都有相同的品质——坚韧不拔、勇敢向前。她们为纺织行业的发展撑起了半边天！

在三八妇女节来临之际，《纺织服装周刊》策划推出“致敬纺织行业的铿锵玫瑰——三八妇女节特别报道”，选取几位纺织巾帼，分享她们的奋斗故事和成就。

致敬纺织行业的铿锵玫瑰

“三八妇女节”特别报道

开创中国绳缆界的“四个第一”

访青岛海丽雅集团有限公司董事长张旭明

本刊记者_郭春花



张旭明

青岛的一家民营企业——青岛海丽雅集团有限公司。

海丽雅作为中国航天科技集团的供应商，多次参与航天科研项目中所需特种绳缆的自主研发，并得到了成功应用。而掌管这么一家高科技企业的，则是一位看起来和蔼可亲，实则雷厉风行的女企业家——张旭明。

从一根扎头绳做到如今可以“上九天揽月，下五洋捉鳖”的高科技绳缆，从业42年来，张旭明用坚韧不拔，把一件事做到极致，让科技的力量在大洋深处熠熠生光。

临危受命，带领企业华丽转身

海丽雅集团始建于1922年，是由民族资本家生产扎头绳起家，今年即将迎来百岁生日。张旭明1981年就业就进入了国营青岛花边厂，也就是海丽雅集团的前身。进厂后发现一个企业能从扎头绳起家，并发展成国内同行业“江北第一家”，张旭明有一种莫名的自豪感，打心底里喜欢这份工作。正是凭借着对绳缆的热爱和一股拼劲，张旭明完成了从一名普通的织绳工人到民营企业女掌门人的华丽转身。

上世纪90年代，随着市场经济的转换，行业竞争不断加剧，低附加值的绳带产品已无法满足企业生存。当时临危受命的张旭明雷厉风行对公司进行了一次大改革，“关、停、并、转”9个与主业无关的子公司，将攻关目标瞄准了技术含量高、附加值高、国内市场空白的特种绳缆，坚定了“聚焦主业，进军绳缆”的初心。

随后，借着国家发展海洋装备业和海洋强国战略的春风，海丽雅集团迎来了华丽的转身。2009年7月，“大洋一号”采用海丽雅研发的深海勘探高强度绳缆，成功下探至3000米，开创了我国海洋科考首次使用国产绳缆的先河。2012年，我国“蛟龙号”载人潜水器在马里亚纳海沟创造了下潜7062米的中国载人深潜纪录，而为“蛟龙号”拴上一道生命之绳的正是海丽雅的应急浮缆。海丽雅还相继为“雪龙号”、“科学号”、国家战略先导海洋科学项目等国家重大科研项目定向研发特种绳缆，成功破解深海潜标观测数据有线实时传输世界难题。

紧紧围绕着一根绳子，张旭明带领海丽雅继续向“深空”领域进发。

上天入海，在张旭明的带领下，海丽雅集团把一根绳子做到极致，成为国之重器的“关键部位”，并创下了中国绳缆界的“四个第一”，即：“中国深度”“中国精度”“中国温度”“中国强度”。

今年2月4日晚，北京冬奥会开幕式点亮主火炬最大悬念揭晓，引发全球关注。而为这项核心机密“保驾护航”的，是来自

2020年5月8日，我国新一代载人宇宙飞船返回舱成功着陆，连接返回舱和降落伞的垂挂吊索是海丽雅生产的“蛟龙”特种绳缆，用高性能超纤绳缆替代笨重的钢缆，成功助力返回舱着陆，填补了国内航天领域的纤维绳缆空白。2021年5月，“天问一号”火星探测器成功着陆火星，海丽雅集团为其提供了着陆伞绳连接技术和特种弹性绳索装备，用于着陆器耐冲击试验，这两项技术都是探测器进入火星后安全着陆的核心环节，解决了“卡脖子”问题，该技术及装备均属世界首创。

2021年，海丽雅集团研发近3000平方米的伪装网，用于保密2022年北京冬奥会“奥运火炬项目”试验过程中的关键部件，成功保障演练过程中不会泄露主火炬的形貌，让冬奥“最高机密”圣火悬念留到最后一刻，为国际赛事贡献中国民企力量。

迎接新风口，开创更广应用场景

当前，为适应并满足我国加快构建“全灾种、大应急”的救援力量体系建设的需要，站在城市安全应急的新风口上，张旭明带领海丽雅集团在特种绳缆及装备的基础上不断拓展特种绳缆新的应用场景。

海丽雅集团发挥多年来安全应急救援实战经验导向的资源优势，开发了“蛟龙”绳索救援技术体系。集团自主开发的绳索救援装备项目，打破国外救援装备技术垄断，个别装备解决了救援装备轻量化的世界难题，相关功能性达到国际先进水平。针对山岳、水域、高空、狭小空间等多重情境下绳索救援技术培训，为全国消防救援队伍培养救援骨干力量，全面提升国内城市救援能力。2021年，公司建成了全国首个以应急安全为主题的文化产业园，聚焦打造“应创、应展、应研、应游”于一体的安全应急文化产业园区全国标杆。

自主创新，做世界特种绳缆品牌的NO.1

2022年正值海丽雅集团百年华诞。一百年来，海丽雅非常坚定地走出了一条创新之路，一条传承之路。站在两个一百年的历史交汇点上，张旭明对未来的规划也非常清晰：无论什么时候都要一心一意地去做老祖宗留下来的产业，把这根绳子做到极致。

一路走来，创新是百年海丽雅发展不变的核心动力。下一个百年，海丽雅集团将紧紧围绕国家战略，坚持自主创新，坚持工匠精神，深耕以智慧特种绳缆为基础的高端装备领域主业的同时，加快数字化转型，向全球隐形冠军行列进发，做世界特种绳缆品牌的NO.1，在安全应急产业方面，构建安全应急产业新型经济运行模式，逐步向平台公司转型，开拓应急市场新蓝海，与时代同频共振，坚持走好“专精特新”发展之路。**TA**

科技之花别样红！

记连云港鹰游纺机集团碳纤维装备研究所所长于素梅



于素梅

企业优秀员工”“全国纺织工业劳动模范”“全国五一劳动奖章”，她参与研发的“干喷湿纺千吨级高强/百吨级中模碳纤维产业化关键技术及应用”项目获得“国家科技进步一等奖”。

回想起以前的点点滴滴，于素梅感慨万千。1987年，大学毕业后于素梅被分配到连云港纺织机械厂（连云港鹰游纺机集团公司前身）技术科工作。自那时起，她就立足于技术岗位，扎根在生产一线。

在1992年以前，连云港纺机厂还是一个只能生产单一的黄麻络纬机及其零配件的小厂。由于黄麻行业严重滑坡，企业渐渐陷入了困境。经过市场调研，企业领导决定开发毛绒行业后整理设备——剪毛机。由于缺乏经验，加之设计时考虑不周，而且那时设计是手

绘绘图，无法模拟设备运转状况，在装配过程中发现剪毛机呢架在让缝头翻转时与抓毛辊传动部件相干涉，当时于素梅一下子就蒙了，看着生产好的机器无法正常运行，她内心非常着急，也非常委屈。但于素梅没有气馁而是想方设法进行补救，后来想出了一个既容易做到又浪费不大的方案，解决了干涉问题。

多年以后看到自己在工作上取得的一个个成绩，于素梅说如果没有当时的坚持，也就无法品尝到一次次产品开发成功带来的喜悦。

2005年9月，鹰游集团开始研发碳纤维，由于国际市场技术封锁，当时谁也没有见过碳纤维设备。困难面前，在公司领导的坚持下，于素梅带领的团队没有认过输，一边四处请教专家，一边走访生产相近的腈纶厂家参观学习，画了近万张设计图纸，终于设计出了生产高性能碳纤维原丝纺丝设备。随后，打通了聚合、纺丝、碳化全部工艺流程，实现了T300/T700/T800级碳纤维及原丝设备的全部国产化，形成了具有自主知识产权的碳纤维核心技术，打破了国外垄断与进口限制，实现国产碳纤维的规模化生产。

近年来，于素梅所在的劳模创新工作室不断探索，相继完成多条碳纤维生产线、碳纤维预浸布等复合材料设备生产线的设计开发工作，形成了具有自主知识产权的PAN基碳纤维关键设备、配套系统和工程化核心技术，打破了国外的技术垄断与进口限制。2017年，其参与的“干喷湿纺千吨级高强/百吨级中模碳纤维产业化关键技术及应用”获得国家科技进步奖一等奖。2020年，该项目又获得工业界“奥斯卡”——中国工业大奖表彰奖。**(郭春花) TA**

手舞银丝织彩梦 青春圆梦谱华章

记德州恒丰纺织有限公司技能教练王晓菲



王晓菲(右)

王晓菲，1985年7月出生，山东省陵县人，中共党员，大学学历，高级技师，2003年7月参加工作，现任德州恒丰纺织有限公司技能教练。王晓菲是一个敢于追梦、敢于创造奇迹的女孩子，她干练、美丽、坚韧、聪慧，一双大眼睛总有迷人的笑意。她瘦小的身材承载了许多耀眼的荣誉：山东泰山技能类产业领军人才、全国高级技师、全国技术能手、国务院特殊津贴专家、全国劳动模范、党的十八大党代表、全国人大代表。

采访王晓菲时，她情不自禁地描述了无法忘怀的激动人心时刻。记得有一年两会期间恰逢“三八”妇女节，习近平主席来到山东代表团参加两会讨论。当习主席在会议结束后与所有代表一一握手时，她难以按捺激动脱口而出：“主席您好！我是一名纺织工人。”她当时并不奢望主席能和她对话，然而，主席握着她的手微笑着说：“纺织工人很了不起啊！”

这句话让王晓菲彻夜难眠！她说主席的话语不单单是对纺织工人的鼓励，也是对传统产业工人的赞许，对我这位老纺织人而言更是强大的使命。

每个人都有梦想，女孩子的梦想更是绚丽而芬芳。19岁的王晓菲毕业后成为了一名纺织女工，从此，三尺车弄成为了她的练兵场。面对种下梦想的岗位，王晓菲做出了抉择：我要立足三尺车弄，坚定岗位成长，实现自己的梦想！

2008年3月，细纱工序全国操作大赛的消息传来，王晓菲兴奋异常，她下了决心：一定要抓住这一次难得的机会，拼一回，搏一回，冲击全国比武“状元梦”！功夫不负有心人，2008年9月17日，王晓菲一举夺魁，实现了纺织“状元梦”！

“状元梦”实现了，“大学梦”又提出了奋斗征程。当王晓菲得知可以报考电大时，她毫不犹豫地报了名。三班三运转地忙碌着，再利用业余时间到学校上课，终于，她将三年的课程用两年的业余时间全部学完。2014年，王晓菲又走进了中国劳动关系学院劳模本科班脱产学习四年，成为一名优秀的本科毕业生，圆了“大学梦”。

追梦，让不服输、不放弃的王晓菲品尝到了奋斗的甘甜和快乐。她立足岗位，大胆创新，总结出了氨纶包芯纱“食指勾断氨纶丝”接头法和“罗卡丝紧密纺”皮辊上单手接头法，减少接头动作50%，速度提高了2倍。还摸索出了“不停台改纺操作法”和“紧密纺斜接头操作法”，减轻了劳动强度、减少了用工成本。**(郭春花) TA**

intertextile
SHANGHAI apparel fabrics

面料数字化，正在颠覆原有生产模式

■ 本刊记者_徐长杰

面料因其纹理、色彩、图案、成分的多变，在行业数字化转型的过程中一直存在着诸多难点，但面料企业也一直在这场数字革命中摸索前行。近年来，更有许多面料企业在数字化的洪流中找到了突破点，开发出可以应用于面料生产研发的数字体系，让我们看到了面料数字化的一片坦途……



在终端服装产业数字化转型如火如荼进行时，作为上游的面辅料供应商们，也在积极求变，一方面来源于上游快反需要加速生产流程的压力，另一方面源于产业寻求转型的动力。而这其中，intertextile也见证了一批敢于创新的“先行者”早早开启数字化转型，收获新发展与新机遇。

方式一 面料企业数字化探索

作为intertextile面辅料展的忠实参与者，江苏阳光集团多年来从未缺席。阳光面料在业界首屈一指，其毛纺产品更堪称引领业界的风向标。在制造业两化融合的当下，阳光集团通过数字化转型突破原有的发展瓶颈，其数字化改造可以说最先是面料下手的。

数据不通是影响阳光数字化改造的一大障碍。为此，自2018年起，集团斥资2个多亿打造“智能车间”，采购最先进的自动化、智能化纺织生产设备，对生产设备进行技术改造，形成自动化、智能化生产线，全面提高生产效率，降低生产成本，发力智能化转型升级。

通过建设百万级精毛纺配方数据库，驱动染色、配色工序最优最高效组合；通过人工智能视觉识别，驱动中国精毛纺织品瑕疵识别的新变化；通过实施服装裁剪智能化，构建个性化服装定制精准服务最低成本方案；通过研发“智能面料图谱”，让多品种小批量的库存面料及辅料，快速成为下游个性化服装定制企业急需的最优原料来源……“让数据成为新的生产资料，使贬值的低价库存转变为增值的高价财富，解决整个行业面临的痛点。”江苏阳光集团党委书记、董事长陈丽芬说，江苏阳光集团实现了企业从传统制造的羊毛生产资料到智能制造的数据成为生产资料，带来数字化生产体系的新变革，目前还在不断探索“互联网+”的新商业模式。

鲁泰纺织是全球高档色织面料生产商和顶级品牌衬衫制造商，也是intertextile面辅料展的老朋友。多年来，鲁泰纺织始终把推进信息化与工业化融合作为企业加快发展的重要策略。2019年，由鲁泰纺织股份有限公司、香港理工大学、东华大学、浙江大学和中原工学院共同完成的“纺织服装行业纱线与面料颜色数字化关键技术及产业化应用”项目，通过将颜色进行数字化表达，对纺织面料的测色、配色、呈色和传色等方面开展了系列攻关，突破了颜色数字化表达的关键装备和技术瓶颈，实现了颜色从产业链到供应链的精准和高效传递。

该项目在精准控制原料品质和加工工艺的基础上，探析了不同种类和色系染料在纤维、纱线和织物介质的饱和浓度特征，实现了染料配方的智能检索配对；研究出面料六分光学模型，奠定了精准配色理论根基；创

建了混色和单色的光谱匹配模型，确保了混色样品和单色面料的高度匹配，样品配色成功率提升至90%以上。该技术可以适用于棉、麻、毛、丝和化纤等色纺、色织和印染，同时鲁泰纺织在全球布局的各生产工厂和重要客户间已实现颜色的数字化传输。项目成果推进了纺织面料的高端化和时尚化进程，提升了行业整体技术实力和国际竞争能力。

方式二 科技企业数字化配套

面料产业的数字化转型不止发生在面料企业当中，尤其是当下，疫情已成为影响全球纺织行业发展的重要变量，纺织行业供需两端经受着前所未有的冲击与挑战。在对制造效率要求更高、差异化需求更加强烈的今天，该如何发挥既往的制造优势？又该如何面对汹涌而来的数字经济、绿色发展的浪潮？

2021intertextile面辅料展期间的“2021中国国际面料设计大赛”，采用了数字化展示。视频中展示了25款超高精度3D数字面料与数字服装，清晰立体的肌理与逼真的效果让人难辨虚实。这是由中国纺织信息中心与北京心咚网络科技有限公司再度携手打造的超高精度3D数字面料展示平台，展现数字科技在商业形态进化、价值增长模式、低碳创新转型的巨大潜力与应用前景。

在2021中国国际面料设计大赛的获奖面料产品数字化展示中可见，心咚科技利用超高精度3D数字面料模拟技术，对面料真实数据进行采集，通过AI物理引擎实现对面料的虚拟化。无论是扎染风水墨风呈现出简洁柔和的清新格调，还是抽象化数字迷彩表现的未后感格调感；亦或是星光闪烁的星际视效，甚至是轻盈蓬松的舒适手感的呈现，在心咚技术的加持之下，都构建出丰富细腻的视觉层次。

无独有偶，鹿优数科构建了“大数据需求预测—面料智能研发—工艺数字化—物料智能供给—网络化产能协同—云工厂智慧生产—销售数据监测”的业务闭环及数据闭环，以数字化面料为流转载体，以工业大数据及工业云计算为核心资源及能力，实现以需求为导向的面料规模化按需柔性生产的创新模式。

据悉，鹿优数科通过ODM模式代替OEM或者加工单模式，可以看作是推荐逻辑替代搜索逻辑，制造“增量”。此外，可跨区域跨工厂复制的数字化工艺，可解决染厂完全依靠“老师傅”解决工艺问题的困局，致力于将全行业染成率提升至95%以上。TA

结语

在数字化转型不断深化的今天，企业实现内外部数字化的协同一体，成为亟须跨过的门槛。因为，没有哪个单一的产品可以满足企业的全部需求。

当然面料产业的数字化转型是一个系统性工程，它不仅仅是技术的简单应用，更涉及企业设计、制造以及运营的方方面面。数字化转型并不是面料企业的终极目标，而是帮助面料企业完成自身提升的一个重要途径。

yarnexpo

纺织源头企业如何借展会平台发力？

■ 本刊记者_王利

在“稳字当头、稳中有进”的经济工作总基调下，2022yarnexpo春夏纱线展将发挥源头展会平台优势，激发下游市场主体活力，从源头为行业践行“双循环”新发展格局，并为新发展理念下的高质量发展助力。

2022年4月14—16日，步入第19个年头的2022yarnexpo春夏纱线展将在国家会展中心（上海）继续与面料展、服装展、家纺展、针织展同期同地举办。

本届展会，老展商依然如约，新展商亦慕名而来。纺织上游产业的龙头企业、企业联盟、行业标杆、“专精特新”小巨人、细分领域特色企业等悉数到场。他们将携各自创新成果和特色产品参展，或拓市场，或寻求符合自身发展定位的新机遇、发力点，找到产业链上下游合作共赢的新路径、新方向。

领军企业：完善创新体系，攻关核心技术

大型企业是各自领域经济发展的领头者、中坚力量和支柱，它们的发展理念、战略布局，可为同类型企业未来发展提供可借鉴的方向。在2022yarnexpo春夏纱线展的展商中，不乏中国制造业或民营企业500强的领军大型企业，这些企业的科技创新能力是推动中国纺织实现由“跟跑并跑”到“领先领跑”的源动力。

盛虹控股集团有限公司是yarnexpo纱线展的忠实追随者，每届展会都会携新品亮相。近年来，盛虹集团不断攻克循环再利用涤纶、原液着色涤纶、生物基纤维等绿色纤维生产技术壁垒，在绿色纤维的研发和生产上取得显著成绩。盛虹旗下的芮邦科技拥有行业领先的循环再利用涤纶纤维直纺生产技术，总规划年产量50万吨，一年可消化约300亿个回收PET瓶。2022yarnexpo春夏纱线展上，盛虹将携最新绿色环保产品亮相，让更多的面料、服装、家纺企业加入绿色发展队伍。

作为全球最大的涤纶长丝制造商，桐昆控股集团股份有限公司也是yarnexpo纱线展的老面孔。在去年的展会上，桐昆主推的涵盖功能性、环保、健康、时尚多个范畴的五大系列产品，深受下游客户青睐，这也是2022yarnexpo春夏纱线展将重点推广的产品。“十三五”期间，桐昆上马了多个重大项目，在绿色化、智能化方面成效显著。其中桐昆集团主持完成的行业首个工信部绿色制造系统集成项目——“绿色多功能性差别化聚酯纤维制造与应用技术集成创新”，对化纤行业的绿色发展具有很强的推动示范作用。

2022yarnexpo春夏纱线展现场，还将有更多行业领军企业，如三房巷集团、唐山三友、吉林化纤、赛得利等将带来各自前沿技术创新成果。这些企业通过不断完善科技创新体系、攻克关键核心技术，助力行业稳步发展、转型升级，为同行或下游企业树立起高质量发展“风向标”。

中小企业：深耕细分领域，迈向专精特新

2022年一批具有创新能力的中小企业或将迎来新的发展机遇期。2022yarnexpo春夏纱线展上，将看到许多“专精特新”的展商，他们在细分领域拥有领先实力，是推动行业经济发展的重要助力。

杭州高烯科技有限公司作为全球单层氧化石墨烯唯一量产商，在石墨烯行业内深耕细作十余年，在“专精特新”的发展道路上坚定前行，努力将单层氧化石墨烯及相关产品做到专业化、技术工艺上追求精细化、服务上做到特色化、创新成果达到新颖化。高烯-石墨烯多功能复合纤维集远红外发射、负离子发生、紫外线防护、抑菌等多功能于一体，以全球首创填补该领域市场空白。“国内良好的政策支持发展环境和创新生态，为高烯由小到大、由大到强、由强变优提供了优质土壤，未来我们将继续与产业链上下游合作企



业融合共生、共享共赢，为健康中国赋能，为美丽中国添彩，为人类命运共同体的健康穿戴献上中国方案。”公司总经理汪洋说道。

作为中国纺联和青岛市授牌的“专精特新”企业，青岛百草新材料股份有限公司一直走在创新的路上，以自然为灵感源泉，以天然植物为素材，以纤维优势为载体，在生物纤维领域不断开拓新思路、新技术。继2021yarnexpo纱线展上推出的“百草一号”大生物纤维系列产品和“百草薰衣草改性锦纶”深受关注好评，2022yarnexpo春夏纱线展上又将带来哪些惊喜呢？据青岛百草副总裁姚茂波透露，目前多款新品正在加紧研发中，展会现场将正式推出。

纺织工业产业链长、产业环节多、细分领域广，许多纤维纱线源头展商另辟蹊径，通过“专而精”的方式，打造优势特色产品。2022yarnexpo春夏纱线展上，将有更多中小企业携新材料、新工艺、新技术亮相，一展新阶段、新格局下，纺织源头中小企业的蓬勃生机。

展会平台：拓展市场，促交流合作共赢

在严峻的国内外形势下，每届实体展会的成功举办都来之不易，承载着主办方、展商、采购商的不懈努力与美好期待。在稳字当头的2022年，2022yarnexpo春夏纱线展不仅是重要的商贸和展示平台，还是连接生产与消费、供给与需求、国际与国内的重要桥梁，更是稳产业链、供应链，推动纺织产业高质量发展的助推器。

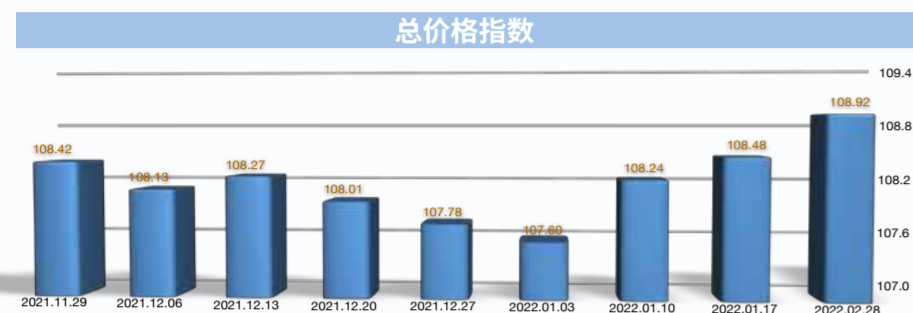
作为一家正处于发展上升期的企业，青岛百草每届yarnexpo纱线展都会积极参加，并多次在现场举办新品发布活动。“公司的下游客户基本都会参加同期的面料展、服装展、家纺展，如罗莱、梦洁等。参加yarnexpo纱线展可以加强与老客户的沟通合作，还能让更多的新企业了解公司的大生物系列产品，广泛传递公司的绿色低碳理念。”对于新一年的发展，姚茂波表示，公司将一如既往地走“专精特新”之路，不断研发创新，聚焦国内服装、家纺领域的头部品牌，为企业创新赋能，为人类健康服务，推动大生物产业发展。

参加2022yarnexpo春夏纱线展也是高烯科技今年发展战略中的重点规划之一。汪洋认为，yarnexpo纱线展作为在全球有着绝对影响力的纺织上游专业展会，涵盖了行业内最优秀的企业、最顶尖的专家、最专业的观众、最强大的信息流等，对于目前正处于高速发展状态的高烯科技而言，参加该展会是一个展示现有产品、发布新品、塑造品牌、结识客户，提升影响力与知名度的良好契机，可以更高效地让业内企业了解公司产品及可提供的技术服务，从而加速石墨烯产业链上下游的合作进程，促进企业在稳定增长中实现可持续发展。TA

春市营销震荡推升 价格指数环比上涨

20220228 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220228 期纺织品价格指数收报于 108.92 点，环比上涨 0.47%，较年初上涨 1.23%，同比上涨 1.69%。



近期，中国轻纺城春市营销震荡推升，其中：原料市场价量环比小涨，坯布市场价量明显推升，服装面料市场布匹价量环比回升，家纺类产品成交价量小幅下跌，辅料价量环比上涨。

原料价量环比小涨，涤纶环比下跌，纯棉纱环比上涨

据监测，本期原料价格指数收报于 90.69 点，环比上涨 0.14%，较年初上涨 2.39%，同比上涨 3.54%。

聚酯原料涨跌互现，涤纶短纤环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比小跌，农历年终至今，华东地区 PTA 现货主流 5690 元/吨，环比上涨 385 元/吨左右；MEG 主流 5020 元/吨，环比下跌 250 元/吨左右；聚酯切片市场报价震荡回升，江浙地区半光切片现金或三月承兑 7025 元/吨左右，环比上涨 250 元/吨左右。农历年终至今，萧绍地区涤纶长丝价格涨跌互现，POY 报价 7800 元/吨，环比下跌 180 元/吨左右；FDY 报价 8700 元/吨，环比上涨 150 元/吨左右；DTY 报价 9450 元/吨，环比下跌 50 元/吨左右。

农历年终至今，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 7675 元/吨，环比上涨 225 元/吨左右。涤纶短纤价格随原料 PTA 价格上涨，短纤节后开工率回升，多套装置预期重启，供应压力增加，下游开工回升但总体需求回升较慢，短纤现货报价较农历年终上涨。农历年终至今，纯涤纱市场报价环比上涨，32S 纯涤纱报 13050 元/吨左右，环比上涨 950 元/吨左右；45S 纯涤纱报 14200 元/吨左右，环比上涨 300 元/吨左右。短期来看，国际原油价格受俄乌地缘局势、需求回暖等因素影响易涨难跌。

纯棉纱价格明显上涨，人棉纱价格环比上涨。农历年终至今，萧绍地区纯棉纱市场报价明显上涨，销售局部震荡回升。气流纺 10S 纯棉纱报价 16765 元/吨，环比上涨 325 元/吨左右；普梳 32S 纯棉纱报价 29350 元/吨，环比上涨 1320 元/吨左右；精梳 40S 纯棉纱报价 32650 元/吨，环比上涨 1030 元/吨左右。近期，国内纺织企业复工仍显不足，纯棉纱价格跟随外纱上涨，市场有价无市。ICE 棉价走强及东南亚国家复工复产，推动外纱价格大幅上涨。国内部分织布企业陆续开工，生产前期订单及发货为主，纯棉布价格较节前上涨。

农历年终至今，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 12950 元/吨左右，环比上涨 200 元/吨。30S 人棉纱价格报 18050 元/吨左右，环比上涨 440 元/吨；40S 人棉纱报 19100 元/吨左右，环比上涨 200 元/吨。

坯布行情环比推升，价格指数明显上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 124.32 点，环比上涨 1.86%，较年初上涨 2.30%，同比上涨 3.13%。

近期，市场营销环比上涨，连日成交环比增加，坯布厂家订单局部推升，坯布价量明显上涨。因春节后备货，坯布端整体行情逐日增加，整体市场走货环比推升，利润空间环比推升。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；天然纤维坯布需求环比推升，价格指数呈一定幅度上涨走势，纯棉纱卡坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比推升；化学纤维坯布现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈一定幅度

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推升，拉动坯布类总体价格指数明显上涨。

服装面料环比回升，价格指数环比小涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.97 点，环比上涨 0.14%，较年初上涨 0.29%，同比上涨 0.28%。

本期服装面料类价格指数环比小涨。自 2 月 8 日（农历正月初八）开市至今，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比推升，连日成交环比增加。创新面料市场成交环比推升，春季创新面料现货成交和订单发货环比增加，夏季创意产品现货成交和订单发货环比推升，价格小幅上涨。其中：涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤氨面料、粘胶面料、锦纶面料、麻粘面料成交价量不等量上涨，拉动服装面料价格指数小幅上涨。

家纺市场环比回缩，价格指数环比小跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.54 点，环比下跌 0.20%，较年初下跌 0.31%，同比下跌 0.34%。

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

市场行情环比推升，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 131.73 点，环比上涨 0.69%，较年初上涨 0.77%，同比上涨 1.04%。

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推升，因下游企业备货环比增加，市场成交逐日推升，现货成交和订单发货呈现环比增长走势，价格环比上涨。衬料类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；花边类行情环比推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类行情环比推升，价格指数呈小幅上涨走势，拉动辅料类总体价格指数呈环比上涨走势。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡小升走势。绍兴纺织印染企业春节后已基本恢复生产，满负荷生产厂家逐日增多，订单逐日增加。后市春季面料供给有所增加，现货成交和订单发货局部增加，夏季面料局部批量下单小增，织造企业开机率继续小增，印染企业产出持续增长，预计创新创意产品认购踊跃度将环比小增，价格环比小涨，整体市场成交将呈现逐日小升走势。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



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能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

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)