

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

2022.05.30 | 第19期 | 总第1075期



柯桥·中国轻纺城 专版

P16
柯桥中小企业
共绘数字经济蓝图



P20
今天的发展成果，
绿色纤维功不可没！



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 010-85229395
● 广告热线: 万晗 010-85229892



P10
**“政策 + 内功”，
合力答好外贸试卷**

P12
云上握手，共享应急保障与公共安全用纤维材料
及制品最新开发成果

“华艺扎染”在2022中国·海安523文化艺术节开幕式上精彩绽放。(顾鸣艺术染工作室 / 供图)

轻纺城好面料专区

- 汇聚纺城好面料，放心采，轻松卖 -

- 实力厂商
- 优选面料
- 一手货源
- 海量现货
- 上万款精品面料已入驻



扫码下载全球纺织网APP
直达好面料



《纺织服装周刊》杂志社理事会

(排名不分先后)

理事长单位



副理事长单位



常务理事单位



理事单位



国际战略合作单位



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
副主任 董笑妍
编辑/记者 李亚静 陶红
余辉 夏小云
廖小萱
美编 郭淼

融媒体中心

总监 墨影
资深摄影 关云鹤
美编 李举鼎
编辑/记者 许依莉

市场发展中心

总监 万晗(兼)
副总监 章简
媒介主管 雷蕾
客户经理 张灼瑄
武筱婷

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

热线电话

总编室: 010-85229395 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

06 资讯 Infos

行业短期内下行压力加大
发改委发布《“十四五”生物经济发展规划》,涉及纺织领域应用
日照三奇驰援北京地区一线疫情防控

07 关注 Attention

上海疫情好转,纺企复工复产进行时
当正常节奏被打乱,纺机企业在做什么?
“政策+内功”,合力答好外贸试卷
难寻的“订货会”以及停留在产地的春装



12 特别报道 Special

云上握手,共享应急保障与公共安全用纤维材料及制品最新开发成果

16 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

由“点”成“线”及“面”,柯桥中小企业共绘数字经济蓝图
叶时平:健全供应链体系,以差异化赢市场
持续深化市场改革 全力打造“国际纺都”
抗疫情 稳外贸 促发展

20 化纤 Industry

今天的发展成果,绿色纤维功不可没!

22 集群 Cluster

绍兴柯桥:共富路上一“布”领先,迈向世界级现代纺织产业集群

24 一线 Frontline

傲岳纺织:时尚驱动下的绿色转型

26 指数 Index

市场营销略显回缩 价格指数微幅下跌

每周随笔

稳与进

去年底召开的中央经济工作会议强调:“明年经济工作要稳字当头、稳中求进。”今年以来,我国纺织行业坚持稳字当头、稳中求进的工作总基调,持续深化转型升级,着力推动产业结构调整,交出了一份不错的开年成绩单。特别是出口方面,1-4月全国纺织品服装出口958.4亿美元,同比增长8.6%(以人民币计同比增长6.4%);企业方面,一季度全国3.6万户规模以上纺织企业营业收入同比增长10.6%。

当前,国内疫情散发频发、产业链供应链遭遇卡点堵点、国内外市场预期转弱等阶段性下行压力明显加大,纺织行业部分运行指标发生波动,经济运行逐步承压。对中国纺织业来说,当前要夯实“稳”的基础、更多激发“进”的动能。

“稳”是总基调。开年以来,纺织行业最大限度克服疫情反复蔓延、国际形势动荡不安、大宗商品价格高位波动等超预期因素带来的不利影响,行业经济运行平稳。要看到,纺织行业有超大规模的市场和强大的韧性,长期向好的基本面没有改变。更要看到,稳市场、稳预期政策实施力度不断加大。推动各地积极设立中小微企业纾困帮扶专项资金,加大出口退税支持力度、优化营商环境等多管齐下,外贸平稳发展有基础……“稳”的政策导向更鲜明,这些都将是稳住行业基本盘的信心和基础。

“进”是发展动力,纺织行业正呈现出一些新亮点、向好趋势。在纺织服装产业集群,纺城柯桥,锚定“国际纺都”的新定位、新目标,向产业高精尖领域探索,做好“产业+市场”深度融合的大文章;常熟纺织服装产业以品牌化、高端化、定制化为主要方向,通过龙头引领、政府引导、生态引育和服务引进,将智改数转作为产业转型内驱动力,加速产业二次腾飞;绸都盛泽,稳住经济运行基本盘,重点项目建设有序推进,实现了发展整体向好、增势强劲,正奋力夺取疫情防控与经济发展“双胜利”。在行业企业供给侧,纺织新材料、高端纺织、装备制造等先进制造业与新兴产业成为新亮点,一批专精特新“小巨人”和“隐形冠军”企业脱颖而出。而在需求侧,冰雪经济、新生活方式进一步释放消费潜力,推动产业链供应链不断创新,提振市场信心。

面对困难与挑战,“稳”的行业基础正在不断夯实,“进”的动能也在持续增强,在稳与进的相互作用之下,行业一定会行稳致远,实现预期发展目标。

刘嘉

View point / 本周看点 //

4月1日至5月15日,全国各级国库办理留抵退税超过9000亿元,资金直达相关企业账户。其中,江苏、广东、浙江等地退税规模居前列,共惠及企业76.1万户。

——中国人民银行

国家统计局5月20日发布的数据显示,2021年全国城镇非私营单位就业人员年平均工资为106837元,首次超过10万元,比上年增长9.7%;城镇私营单位就业人员年平均工资为62884元,比上年增长8.9%

——国家统计局

庆祝中国贸促会建会70周年大会暨全球贸易投资促进峰会5月18日在北京举行。中国贸促会代表与会工商界发布《全球贸易投资促进峰会北京倡议》,提出共同应对疫情挑战、促进世界经济企稳复苏等方面内容。

——经济日报

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》,明确到“十四五”时期末,基本建成文化数字化基础设施和服务平台,形成线上线下融合互动、立体覆盖的文化服务供给体系。

——央视新闻



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

Focus / 聚焦

国家统计局发布 4 月经济运行数据

行业短期内下行压力加大

■ 本刊记者_郝杰

国家统计局日前发布今年前 4 个月国民经济运行数据。今年以来，受国际环境更趋复杂严峻和国内疫情冲击明显的超预期影响，经济新的下行压力进一步加大。面对复杂局面，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，各地区各部门认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，有力统筹疫情防控和经济社会发展，加大宏观政策调节力度，努力克服疫情冲击影响，基础产业支撑有力，投资规模继续扩大，市场价格总体平稳，民生保障有力有效，新动能不断成长，经济社会发展大局稳定。随着高效统筹疫情防控和经济社会发展成效显现，国民经济有望企稳回升。

1—4 月份，工业生产放缓，规模以上工业增加值同比增长 4.0%。4 月份，规模以上工业增加值同比下降 2.9%。从环比看，4 月份，规模以上工业增加值比上月下降 7.08%。其中，1—4 月，纺织业工业增加值同比增长 0.5%，4 月当月同比下降 6.3%。主要产品中，1—4 月布产量 119 亿米，同比增长 2.0%，4 月份布产量 32 亿米，同比下降 3.3%；化纤产量 1—4 月 2203 万吨，同比增长 1.4%，4 月份产量 540 万吨，同比下降 7.6%。

1—4 月份，社会消费品零售总额 138142 亿元，同比下降 0.2%。其中，除汽车以外的消费品零售额 124807 亿元，增长 0.8%。4 月份，社会消费品零售总额 29483 亿元，同比下降 11.1%。其中，除汽车以外的消费品

零售额 26916 亿元，下降 8.4%。

按零售业态分，1—4 月份限额以上零售业单位中的超市、便利店、专业店零售额同比分别增长 3.6%、6.8%、2.5%，百货店、专卖店分别下降 8.2%、5.9%。1—4 月份，全国网上零售额 38692 亿元，同比增长 3.3%。其中，实物商品网上零售额 32887 亿元，增长 5.2%，占社会消费品零售总额的比重为 23.8%；在实物商品网上零售额中，吃类、用类商品分别增长 12.9%、6.3%，穿类下降 1.7%。其中，服装、鞋帽、针纺织品类 1—4 月零售额 4084 亿元，同比下降 6.0%，4 月份零售额 791 亿元，同比下降 22.8%。

1—4 月份，全国固定资产投资（不含农户）153544 亿元，同比增长 6.8%。其中，民间固定资产投资 86872 亿元，同比增长 5.3%。从环比看，4 月份固定资产投资（不含农户）下降 0.82%。其中纺织业 1—4 月固定资产投资同比增长 16.1%。

国家统计局分析认为，总的来看，4 月份疫情对经济运行造成较大冲击，但这种影响是短期的、外在的，我国经济稳中向好、长期向好的基本面没有改变，转型升级、高质量发展的大势没有改变，稳定宏观经济大盘、实现发展预期目标有利条件较多。随着疫情防控取得阶段性成效，稳定经济政策措施持续显效，经济运行有望逐步复苏。

Direct / 直击

发改委发布《“十四五”生物经济发展规划》，涉及纺织领域应用

近日，国家发改委发布了《“十四五”生物经济发展规划》。这是我国首部生物经济的五年规划，明确了生物经济发展的具体任务。

在发展目标方面，《规划》提出到 2025 年，生物产业融合发展实现新跨越，生物基材料替代传统化学原料、生物工艺替代传统化学工艺等进展明显。在生物质替代应用方面，《规划》提出重点围绕生物基材料、新型发酵产品、生物质能等方向，构建生物质循环利用技术体系，推动生物资源严格保护、高效开发、永续利用，加快规模化生产与应用，打造具有自主知识产权的工业菌种与蛋白元件库，推动生物工艺在化工、医药、轻纺、食品等行业推广应用，构建生物质能生产和消费体系，推动环境污染生物修复和废弃物资源化利用，确保生态安全和能源安全。

《规划》明确要培育壮大生物经济支柱产业，推动生物能源与生物环保产业发展。依托生物制造技术，实现化工原料和过程的生物技术替代，发展高性能生物环保材料和生物制剂，推动化工、医药、材料、轻工等重要工业产品制造与生物技术深度融合，向绿色低碳、无毒低毒、可持续发展模式转型。

《规划》在推动生物能源与生物环保产业发展方面，提出生物能源环保产业示范工程。要求推广应用生物可降解材料制品，重点在日用制品、农业地膜、包装材料、纺织材料等领域应用示范，推动降低生产成本和提升产品性能，积极开拓生物材料制品市场。促进竹纤维复合材料技术发展，推动在城市综合管廊等基础设施建设中示范应用。（郝杰）

Scene / 现场

日照三奇驰援北京地区一线疫情防控

5 月上旬，新一轮新冠肺炎疫情再次波及北京，病毒的传播隐匿性强、传播速度快、防控难度大。北京地区的公安、社区和高校系统对高等级的医用防护用品有着迫切需求，日照三奇医疗卫生用品有限公司通过中国产业用纺织品行业协会了解到这一情况后第一时间响应，携手纺织之光科技教育基金会迅速调配医用防护口罩运抵北京，纺织之光基金会协调北京当地社会组织等相关渠道发放，支援和保障了执勤民警、保安、社区工作者、高校防疫服务人员等一线抗疫人员对高等级防护物资的迫切需求。



日照三奇公司向防疫一线捐赠物资。

疫情无情，人间有爱。日照三奇公司的善举彰显了崇高情怀和责任担当，为北京一线防疫人员送来了温暖和保障。相信未来在各方的团结努力下，全社会同心抗疫，一定能够打赢疫情防控这场大仗硬仗，守护好人民群众生命安全和身体健康。

日照三奇医疗卫生用品有限公司成立于 1993 年，有着 29 年的专业历史，27 年的出口经验，是集研发、生产、销售于一体的中国口罩产品单项冠军企业，也是中国海关知识产权重点保护和 AEO 海关高级认证生产出口企业。三奇医疗坚持以大健康实业制造为基础，加大科研投入，研发新技术、新品类，提升品质，使企业不断提升不断进步。（综编）

上海疫情好转，纺企复工复市进行时

■ 本刊记者_郝杰

随着疫情防控形势的持续好转，上海全市生产生活秩序正开始有序走向恢复。目前，尽管复工复产的企业还是少数，但政府鼓励支持企业恢复运营的政策规范已经出台，这无疑给上海以及周边的纺织企业恢复正常生产带来了良好的预期。



嘉麟杰公司上岗员工进行核酸检测。

嘉麟杰：生产能力已恢复到 90% 以上

位于上海市金山区亭林镇的上海嘉麟杰纺织科技有限公司是一家主要从事户外高端运动休闲面料、成衣的一体化开发与生产的国家高新技术企业，该企业拥有员工约 1500 名。疫情以来，嘉麟杰承担了为抗疫一线生产隔离服的任务，因此，在上海市经信委、金山区经委的重点关注下，嘉麟杰被列入上海市第一批复工复产重点企业白名单，据了解经过努力，公司目前生产能力已恢复到 90% 以上。

据嘉麟杰总裁杨世滨介绍，4 月 17 日接到复工复产通知后，公司严格按照防疫相关要求迅速制定防控措施，做好相关准备工作，在上海市、金山区、亭林镇等政府部门的指导和帮助下，陆续召回居住于防范区的部分员工，严格落实防疫相关要求，确保疫情期间闭环生产。

在采访中，《纺织服装周刊》了解到，嘉麟杰坚持“防疫物资和正常外贸订单生产”双线作战，在优先满足防疫物资订单的前提下，逐步恢复正常订单生产。在各级政府的帮助下，嘉麟杰外贸订单有序出货，复工复产及订单出货给予了客户极大信心。到目前为止，客户未取消任何订单，对嘉麟杰信任有加，并且表示将继续加强深度合作，加大订单量。

截至发稿时，嘉麟杰 85% 的员工已返回公司，超过 1300 名员工住厂封闭生产，产能已快速恢复到正常生产的 90% 以上，称得上是上海市复工复产的表率。上海市各级政府多方协调和大力帮助，80% 以上员工居住在工厂附近且严格遵守政府防疫政策、工厂防疫管控措施落实到位是嘉麟杰之所以能够快速复工且产能快速恢复的主要原因。

目前，嘉麟杰正在全力以赴抓“达产”，追赶由于疫情停产造成延迟交货的订单。同时，记者了解到，公司在运营过程中也面临一些困难：一方面是物流虽然比以前通畅很多，但是由于各地管控政策不同，原辅料、染化料运输还存在一定困难，影响工厂配套生产及生产效率，还需要政府做一些细致的协调工作。另一方面，由于疫情影响，供应商所在区域也可能封控，这对公司的供应链也造成一定的影响。

杨世滨表示，嘉麟杰将用更大的决心、更细致的工作回报上海市各级政府对嘉麟杰的关心和厚爱，确保全年各项经营指标顺利完成。相信在国家及上海市政府的领导下，在大家的共同努力下，上海一定能早日打赢这场防“疫”战，社会将很快恢复正常秩序。

德福伦：打通供应链堵点

随着上海第一批 666 家重点企业“白名单”通知的出台，位于金山枫泾工业区的上海德福伦新材料科技有限公司也有序启动了复工复产。

作为防疫材料生产保供单位，德福伦公司在疫情期间从未真正踩下“刹车”。据公司有关负责人介绍，公司在疫情期间除压缩少部分产能外，一直在封闭式生产。早在 3 月底，公司就做好了封控管理方案，部分员工留守企业，驻扎在厂区内，维持厂区设备和生产的运行。自 3 月 28 日开始实施全程闭环生产以来，公司在不断完善防疫工作管理方案的同时，采购了充足的防疫物资和食材，为迎接全面复工复产做好准备。“白名单”出炉后，结合东方国际（集团）有限公司《关于集团制造企业复工复产工作指引的通知》精神，在企业所属地方政府的支持协调下，公司第一时间制订复工复产工作方案，落实复工复产工作措施，严格履行好各项防控工作要求。

在产能方面，随着公司被列入上海市第一批复工复产企业“白名单”后，15 名当地员工在落实闭环管理要求下增补到复工复产增能生产上，公司由原来的两条生产线，增加到 3 条生产线，产能从 40% 扩大增加到 70%。

据了解，目前公司限制产能的主要是运能，由于供应商集中分布于江浙地区，受到疫情形势影响，大部分地区物流管控措施极为苛刻，生产原材料以及成品跨省运输难度极大。经公司向所在地政府寻求帮助并向市经信委申请的“上海市重点物资运输车辆通行证”审批成功，目前，凭借 1 张枫泾镇内通行证和 2 张跨省通行证穿梭来回在上海和江浙之间，朝发夕归，运输生产急需的原材料，打通了供应链和运输链的堵点。

常熟服装城：助力商户有序复市

作为全国经济中心的上海，其复工复产的举措不仅支撑了上海自身产业的恢复，也带动了周边相关产业的平稳运行。

随着苏州市疫情防控形势稳中向好，常熟服装城各大市场也逐渐回暖。据了解，服装城各市场积极调整市场管理措施，持续创建“无疫市场”。在维护好商户、消费者健康安全的前提下，助力广大商户紧锣密鼓有序复商。

商户们陆续上架最新流行款式，同时趁着各节点进行促销活动，减少库存、资金积压成本。服装城女装商户黄女士说：“不少服装店积压了大量春装，折扣力度较大，很多消费者有补偿性消费需求，所以成交率比往年还要高。”

此外，市场沿街商铺也逐步放开。男装中心 M4M 门店销售人员介绍说：“沿街店铺对外大门放开后，很大程度上方便了我们商家揽客，客户进店也更加方便。我们薄利多销，争取抓住时机增加销量。”

市场物流积极对接有关部门协调解决货车运行中遇到的实际困难，提高货车通行证审核效率，推动各物流干线公司快速复工复产，目前各场站运量已恢复至 59.3%。同时，向服装城各市场商户及小微企业公开公司的“访易安”审批流程，帮助小微企业和商户解决货运困难，全力护航复苏服装城的物流运输。

随着物流堵点打通，供应链恢复正常，工厂货包开始陆续发往店内，店内小包也能正常发往客商；电商直播新零售稳步提升，综合市场玖号源点数字时尚基地二至五楼开门率 98%，夜间直播店铺约 80 家左右。[TA]



经历过疫情的洗礼，各大纺机企业未来的发展活力将更加强劲。

疫情下的应对之策 系列报道 4

当正常节奏被打乱，纺机企业在做什么？

■ 本刊记者_墨影

“好多年遇到假期，我们只休一天或者不休了，今年却能休满甚至多休！”“现在是原料进不来，产品出不去，货车司机宁愿休息也不拉。”“刚运走一批货，运费涨了五倍！”“勉强维持而已，能做的就是顺势而为。”“本来今年行情还可以，现在可惜了。”“生产虽然在继续，但是物料紧张，产线也是开开停停”……疫情当下，记者时常与不少企业沟通运营情况，综合来看，得到的信息并不乐观，太多的始料未及，使得企业不得不加快了调整的步伐。

受困局，被打乱的生产节奏

“今年以来，公司的订单很充沛，特别是海外市场表现非常好，然而因为疫情的起伏，使出国签证办理的难度提高，直接影响到了对国外客户设备的安装调试服务。同时，物流问题也让企业运营困难重重。”谈到这些，贝斯特机械制造有限公司董事长桑建中略显无奈。作为国产细纱机产品技术领域的优秀企业代表，贝斯特近年来凭借着持续的技术创新始终保持着良好的发展态势，2021年企业销售收入达到了历史最好水平。但疫情似乎让企业的运营不得不慢下来。

无锡宏源机电科技股份有限公司党委书记、董事长周志强也表示，企业2021年的总体状况很好，新品HY-9型全自动落筒机实现了批量销售；在国际市场逆势而上，实现了加弹机订单量新突破；开发了中国第一台全自动落筒锦纶弹力丝机……过去一年是企业的丰收年，但当他们鼓足了士气迈向2022年时，却也遇到了“始料未及”。“2022年疫情起伏不定，特别是上海疫情的爆发，让位于其周边的无锡防控责任加重，给宏源科技的生产经营带来了极大的影响，短期内已经打破了原有的生产节奏，甚至造成阶段性生产经营停摆。”

周志强告诉记者，最主要的影响是物流不畅，这一方面造成了很多外购外协部件无法进入公司，影响了公司生产及设备装配进度，生产周期延长；另一方面，已安装好的设备无法实现发货，库存增加，

资金回笼受阻；现有些地区运输虽已放开，但物流成本猛增。此外，人流不畅也形成了重重限制。人员进出无锡市受到限制，对外面对面交流减少，影响了运行效率。特别在市场的开拓上，人员不能外出，信息量明显减少，一些大项目必须要面对面交流，现无法进行，进展缓慢。公司推进的智能化技术改造项目中，部分设备已到公司，但人员受限制无法进行调试，也拖延了进度，影响生产效率。

种种不畅之下，直接导致的就是企业新增订单大幅减少，资金回笼无法保证进度。加之国际上原材料价格、石油价格不断上涨，疫情管控物流成本大幅增加，公司运营成本承压较大。

同样处于上海周边的汇川技术公司，多年来在纺织领域的业务保持了高速增长，通过持之以恒的工艺电子化路径，坚持为客户创造价值为先，为行业客户提供了织造行业的喷水三代产品、细纱机单锭系统、加弹机全电系统、张力在线检测系统等优秀方案。而今年一季度的疫情对汇川技术的经营也产生了一定干扰，所幸并未构成太多实质性影响。“苏州是公司产品的主要生产地，疫情期间，公司集中特定人员加班加点进行保供交付工作，经营得以持续；深圳是公司总部所在地，主要承担部分产品研发、办公职能，采用集中在公司办公和居家办公综合模式，在政府防疫防控要求和公司保供交付两者之间寻找平衡。”汇川技术高端纺织BU总经理叶远雄告诉记者。

求破局，为可能、尽所能

被种种因素按下暂停键的企业确实难觅应对良策，但唯有迎难而上，才能迎刃而解。

“贝斯特的品牌影响力在海外市场不断提升，对于这些优质客户的服务我们必须克服困难给予保障。”据桑建中介绍，在疫情期间，为了达成这样的目标，贝斯特强化推进了人员的素质提升，依托网络及数据化手段，通过远程、网络、视频等多种创新方式来解决包括安装、调试以及常规技术指导等客户服务问题。“疫情倒逼着我们进行思维和服务模式的转变，并取得了良好的效果，提振了团队的信心。”桑建中表示，“没有不好的市场，只有不好的企业，这句话果然不错。”

面对疫情反复，宏源科技主动响应上级号召，严格做好防控工作，坚决阻止疫情在公司传播，并稳步推进生产经营工作。围绕当前形势，无锡宏源在加强与用户沟通的同时，积极与上级主管部门、运输交通部门以及货运公司衔接，最大可能地保证物流的畅通，保证有序发货。企业采购部门一方面主动与原有供应商衔接，一起想办法来解决货物供应问题，尽可能保证供货顺畅；另一方面，积极拓宽渠道，部分部件寻找无锡市当地供应商，迅速解决燃眉之急。在市场拓展上，通过一系列措施的落实，取得了一些成效，仍然有一些新增订单，一些地区发货也在慢慢启动。



纺机企业纷纷迎难而上保生产。

而汇川技术也在供应形势严峻的情况下，坚守“保供战役”，不让交货成为客户及合作伙伴的业务瓶颈。据了解，汇川技术通过市场团队本地化运作的方式，拉通当地市场团队、服务团队，降低人员流动性，满足地区客户的销售咨询与服务工作，持续为客户创造价值；针对疫情带来的物流运输问题，通过备料、设立当地仓库的方式来缓解运输带来的压力。特别值得一提的是，汇川技术向北京的终端合作伙伴紧急采购了10万盒新冠抗原检测试剂盒，通过汇川技术全资子公司贝斯特电气捐赠给上海浦东新区航头镇政府，助力当地各界共同抗疫。

展新局，以确定性应对不确定

“黑天鹅”也好，“灰犀牛”也罢，所有经历都有阵痛，但也都教会了我们成长。

周志强表示，当前，世界经济形势大环境非常复杂，叠加疫情持续散发，对实体经济来说，不确定性明显增多。从阶段性来说，各行业面临的发展压力是非常大的，包括纺织纺机行业。在种种因素的综合作用下，宏源科技的经营思路也在被刷新，不断从战略层面思考企业的运营。

周志强表示，接下来，宏源科技将坚定不移地坚持科技兴企，推动公司产品向智能化、数字化方向发展。与此同时，进一步拓宽公司供应渠道，培育或发展更多国内或本地就近配套链，形成更自主可控的供应体系。相信，宏源科技定能冲破疫情，实现高质量发展。

而同样意识到技术沉淀重要性的还有在提花机领

域已颇有影响力的浙江慧林智能设备有限公司，慧林智能总经理孙善林表示，当前提花机产品同质化严重，没有核心技术、没有研发能力，做出产品就能赚钱的时代早已过去了，如果还不居安思危，迟早要面临生存的现实。几年来遭遇的疫情冲击，让孙善林更加认定，无论市场是否景气，技术研发都需要坚定方向持续投入，这样才能随时把握住市场上的新需求。今年一季度疫情期间，慧林智能投入了一批新的产品模具，计划下半年推出节能型提花机，单机节能可达1万元/年。

在叶远雄看来，今年的形势不容乐观，目前国内需求萎缩，再加上东南亚国家的复工复产，国内纺织行情呈现出下滑的状态。他认为，修炼内功是2022年能平稳过渡的关键。汇川技术在纺织领域始终坚持“推进工艺电子化、装备智能化以及产业数字化”，“工艺电子化的核心在于极致体验的性价比，装备智能化的核心在于超短流程创新，产业数字化的核心在于挖掘核心数据价值，2022年会继续坚持把收入的10%投入到研发中，为我们客户提供更具竞争力的纺织电气产品及解决方案。”叶远雄说。

正如周志强所说，“无论现在多么困难，从长远来说，世界向前发展的趋势不可阻挡。对未来，我们还是要充满信心。我国纺织行业属于优势产业，具备很强的国际竞争力，受客观形势包括疫情的影响只是暂时的，经过发展低谷及重新洗牌后，后面发展活力会更加强劲。”TA



“政策 + 内功”，合力答好外贸试卷

■ 本刊记者_郭春花

根据海关总署统计快讯，今年1—4月，全国纺织品服装出口958.4亿美元，同比增长8.6%（以人民币计同比增长6.4%），较一季度出口增速减少2.6个百分点。4月当月，我国纺织品服装出口235.9亿美元，较上月环比增长7.0%，与去年同期相比增长1.6%（以人民币计同比下降0.2%），表现出较强韧性。

从数据上来看，虽然我国纺织外贸还表现为增长，但随着国际局势动荡引发的全球供应链矛盾，以及3月份以来新冠肺炎疫情在国内多点频发带来的严峻挑战，2022年依然充满了诸多不确定性。近期，国内部分地区疫情反复，部分供应链环节阻滞，包括深圳、上海等在内的核心外贸城市的外贸企业再次迎来大考。

运输成本增加是最大挑战

物流运输成本的增加是当下外贸企业最大的挑战。商务部国际贸易经济合作研究院副研究员田原此前在接受媒体采访时表示，一方面，运输及库存成本大幅上升导致企业利润受到侵蚀；另一方面，物流不畅导致出口订单违约率上升，也严重影响出口企业的接单效率。

“在未来一段时间内，我国外贸企业面临的形势依然严峻，主要出口市场港口拥堵，集装箱周转期持续不畅，国际物流瓶颈制约依然存在，运价会在高位持续一段时间。”田原认为，“面对风险挑战，叠加2021年外贸基数较高，2022年我国外贸发展的压力突出，应多措并举稳定外贸。”

除了物流费用激增，纺织行业的外贸还面临原材料价格上涨、受东南亚市场冲击等诸多不利因素。

宁纺集团是一家以纺纱、织布、印染、服装为主导产业，集多种经营于一体的跨行业、多元化大型企业。其中染色布销售3.8亿元，产品的一半以上是外销出口，年出口创汇超3000万美元。今年以来，宁纺集团的外贸业务同样受到了影响。“宁纺集团的外贸业务覆盖了澳大利亚、美国、欧盟、新西兰、孟加拉，越南、柬埔寨等多个国家和地区，与去年同期相比，今年外贸业务量增长有所趋缓，有些国家的业务量有所下降。”宁纺集团有限责任公司进出口公司总经理赵云涛介绍，从去年上半年至今，原材料价格尤其棉花价格上涨迅猛，且涨幅巨大，导致最终成品价格居高不下，高位运行。而国外纺织企业，尤其东南亚国家、印度等纺织业大国的迅速崛起，对国内企业现有订单造成了一定的冲击。此外，由于全球疫情反复，导致与客户业务往来不畅，无法开发和接触新的客人，无法找到新的业务增长点。

蛰伏，向优势企业取经

当下的市场格局非常考验企业的海外布局以及应对能力，海外渠道的多样化、销售网络的成熟度以及产品品类的覆盖面都决定了企业外贸业务的韧性。疫情背景下，不少外贸企业表示“挺住就是一切”。尽管困难重重，但一些优势企业正在进行新的调整、探索新的机会。且来看看行业外的一些优势企业是怎么做的。

某家新能源企业针对运费上涨的情况，在不影响产品质量的情况下，通过优化尺寸结构、提高整体空间利用率等方式，达到节省整体包装空间的效果，这样也能够减少产品的个体重量，在产品装入运输柜时省下一定费用。

有些企业则一方面不断深化网络渠道建设，另一方面不断增强产品和方案竞争力。通过整合产业链资源、提高经营效率等，企业保证了对用户需求的快速响应和订单的及时交付。

常州恒利宝纳米新材料科技有限公司是一家致力于原位聚合石墨烯改性PA6和三元共聚石墨烯改性PET的新材料研究和生产公司，近两年来受疫情和其他因素影响，外贸业务处于暂缓状态。“这段时间企业主要以研发为主，为后续的工作打下扎实的基础。同时公司也一直在和客户进行



在特殊时期，给企业“强健体魄”无疑会为外贸业务的开展增添砝码。

当下的市场格局非常考验企业的海外布局以及应对能力，海外渠道的多样化、销售网络的成熟度以及产品品类的覆盖面都决定了企业外贸业务的韧性。

电话、微信的联系，甚至是视频会议，为疫情后的合作提前做计划。这样既保证了经济效益又能有效控制疫情。”常州恒利宝总经理蒋焱介绍，当下这样的状态，企业应尽可能减少开销、扩大业务，同时做好团队凝聚力，提高管理与业务管理能力，给企业打造一副“强健体魄”，无疑是具备反危机力最扎实的方法。

出台措施，助力外贸企业渡过难关

事实上，今年以来，相关部门一直不断出台措施，助力外贸企业渡过难关。

4月22日，国家税务总局等十部门发布通知，从进一步加大助企政策支持力度、进一步提升退税办理便利程度、进一步优化出口企业营商环境等三方面入手，提出15条措施。

5月5日召开的国常会强调，要着力保订单和稳定重点行业、劳动密集型行业进出口。保障外贸领域生产流通稳定，确定重点外贸企业等名录并在生产、物流、用工方面予以保障。同时，要有力有序疏通海空港等集疏运，提高作业和通关效率。用好航空货运运力，保障重要零部件、装备和产品运输，查处外贸货运价格违法行为。

实施增值税大规模留抵退税，是新的组合式税费支持政策的主要内容，是今年稳定宏观经济大盘的关键性举措，2022年新增留抵退税约1.5万亿元。如今，助企纾困的政策效应已经开始显现。

宁纺集团作为A类企业就充分享受到国家的出口退税政策。“现在的结汇流程、结汇时效较以前都有了很大提高，对于企业的及时收汇、换汇、及时回笼流动资金有很大帮助。”赵云涛表示，宁纺集团出口的每单业务都在中信保有备案，对于企业货款的安全回收提供了有力保障，为企业进行国际贸易消除了货款的后顾之忧，通过中信保，企业还可以查询国外客户的信用情况，对于辨别国外客人的优劣提供了有力支持。

同时，赵云涛也表示，由于新冠疫情影响，现在企业面对的最棘手的问题还是国内物流不畅、港口出运困难的问题，希望国家出台强有力的政策措施来改善国内物流状况，及缩短货物的进港、进仓时间，以保证出口货物的及时送港，按时出运。

蒋焱也建议，希望国家可以控制外贸出口的成本。因为疫情，产品价格和运输费用仍居高位。对于中小微企业而言，成本过高，略显吃力。税率在一个长期时间内希望能保持稳定的状态，并且简化退税手续，这样办理可以更加方便快捷。

虽然当前全球需求趋弱、外贸增长压力较大，但要看到我国外贸产业基础雄厚，长期向好的基本面没有改变。相信在国家和企业共同努力下，一定能通过这场外贸大考。TA

难寻的“订货会”以及停留在产地的春装

■ 本刊记者_徐长杰

春季，本来是纺织服装行业如火如荼开展订货会的旺季，即使是在2020年，春季订货会也只是“姗姗来迟”。而如今已要悄然入夏，却很难在朋友圈看到人声鼎沸的订货会现场。一些展会的延期、取消都阻碍了服装企业迈向终端市场的步伐，而终端市场又是这样瞬息万变，服装企业这一季的产品还没有销出，下一季的市场却又有了新的变化，供应链原有体系也开始变得有点无所适从……

“鲜见”的订单

疫情之下，大家还会关注服饰、关心美吗？这不仅是你我的疑问，也是很多企业主的疑问。在经济环境不好的情况下，大家节衣缩食，很多服装品牌下单采购时也是一再斟酌。

江苏华艺集团是中外合资的集艺术染整、现代扎染和制衣工贸研一体化的集团企业，是国家艺术染整与现代扎染产品开发基地、南通市非物质文化遗产传承基地，华艺不仅有自己的服装品牌“弄影”，多年来更是一直在服务包括例外、素然、之禾、江南布衣、雅莹、太平鸟等知名女装品牌。谈及今年的市场情况，该集团艺术总监顾鸣表示，出于对后续市场的担忧，服装品牌在下单时表现得非常谨慎。

不仅大品牌们翘首观望，对于一些批发市场的档口来说更是受到不小打击。“这次疫情导致我们的春夏款严重滞销，对于批发行业来说打的就是时间战，这次疫情把我们的黄金时期给吞噬了，导致我们春夏款无法如期销售。与去年的同期相比，整体营收至少下降了50%。同时我们也面临着夏季产品生产的滞后，工厂无法按期完工，这次疫情春夏两季影响最为严重。”一位批发市场的商户说道。

近日，中国纺联产业经济研究院发布了一季度纺织行业运行情况，根据该部门调研的结果显示，有25.8%的样本企业订货（需求）量较上期有所增加，而上期这一比例为52.6%；本期表示订货（需求）量减少的企业比重为50.2%，比上期比重增加31.2个百分点。总体来看，市场订单大幅减少。

当然，这其中一方面是因为海外疫情的冲击，另一方面是产业的转移。其实，订单减少和取消的冲击，对于纺织服装企业来说并不罕见。不过，宁波市服装协会秘书长毛屹华却坦言，今年内销品牌的日子甚至会比外贸企业更难，“对于国内品牌来说，他们的运营成本非常高，全国店面的租金、人力成本，这些都可能成为压垮企业的最后一根稻草。”

在等秋季的“春装”

宁波服装行业品牌林立，国产品牌数量已经超过300多个，疫情之下，这些品牌企业的产品却也愁卖了。“由于人员无法流动，大部分企业都取消了今年春季的线下订货会，也有一些像太平鸟、唐狮等品牌一样开展了线



“华艺扎染”在2022中国·海安523文化艺术节开幕式上精彩绽放。（顾鸣艺术染工作室/供图）

上订货会，但效果并不好。由于物流的不畅，今年夏季的产品在终端市场的呈现肯定会延后，而且已经有一些企业已经决定将春季产品放到秋季销售，对秋季产品研发的投入会大幅减少。”毛屹华接受《纺织服装周刊》记者采访时说。她预计宁波服装品牌今年春装产销率将不到四成，春装销售季短，库存积压严重，四月以后将大幅减价，企业亏损压力凸现。

对于宁波服装行业来说，其外贸企业也受到了很大影响，据悉，宁波一家在意大利设有设计和销售的服装企业，在意大利的市场占有率能够位居前15名，但由于新一季样品很难寄给国外客户，导致这一季产品的销售基本凉凉，数年深耕的国外市场正面临同类品牌的挤压。

记者在宁波服装协会产业研究院的一份材料中看到，宁波3月底以来受到周边地区疫情防控的影响，纺织服装产业遭遇物流受阻、国际订单外流、原料持续高位等多重因素交织影响。

4月，宁波品牌企业销售普遍下滑。实体渠道客流呈断崖式下降，以博洋集团为例，该企业2000多家线下门店分布于全国各地的商场、购物中心和步行街，这些商铺在4月大都处于停摆或半停摆状态，营业收入惨淡，一些品牌4月销售只有去年同期销售的三分之一。不仅如此，线上销售也受到冲击，从3月中下旬开始到4月，博洋集团旗下唐狮、果壳、德玛纳等品牌线上业务同比流量和销售下滑约52%。

困难重重的线上订货会

上海在今年经历了疫情出现以来最严峻的考验，但作为时尚之都的上海，却是众多服装品牌的大本营，不仅如此，这里还聚集了一群年轻的本土独立设计师们。

对这些设计师而言，每年的3、4月本该是异常忙碌的时候，不仅事关春夏服装的上新、宣传、销售，还是一个重要节点：上海时装周。

2015年，TUBE Showroom启动于上海，创始人Zemira表示，今年的挑战超乎想象。疫情刚有苗头时，Zemira就开始计划应急机制，做了五六个方案，但最后只能将订货会搬到线上。“大家没法亲眼看到服饰，触摸面料的质地。封控之下，物流停滞，许多设计师的服饰素材有缺失，有些设计师没有衣服在身边，即便有衣服也无法发货。这都是线上订货所面临的挑战。”

疫情当前，各服装品牌的实体店人流骤降。疫情给服装业带来的挑战，其实不仅是难寻的“订货会”，更是对产业链的冲击和终端市场消费意愿的下降。在下一阶段，服装企业仍可能会面临供应链受阻、集中复工后的原材料价格上涨等叠加因素的影响。

如今，服装品牌纷纷通过拓展销售渠道、跨界生产等一系列方式进行“自救”或“突围”。线上销售几乎成为服装品牌的标配，而实体店的租金、人员等管理费依旧存在，这就要求线下门店的运营及新店开设更为科学合理，也会更为谨慎；销售模式也将更快的向新零售转型。

从疫情过后的消费趋势看，消费者更趋向于将有限的消费基金，在不降低自己消费水平和生活质量的情况下，追求极致的产品性价比。因此，作为一个企业首先要提升自己的核心竞争力，不断地应对市场、消费者的变化，这才是获得成功的法宝。同时，也呼吁各相关部门加强协作，尽快落实减免扶持政策，推动减税降费、金融信贷、稳岗扩岗等政策措施加快落地。TA

云上握手， 共享应急保障与公共安全用纤维材料及制品最新开发成果

■ 本刊记者 郭春花

在国内外疫情多点爆发的严峻形势下，5月11日，一场应急保障与公共安全用纤维材料及制品最新开发成果的分享会重磅举行。

由国家先进功能纤维创新中心携手盛虹控股集团有限公司联合设立“盛虹·应急保障与公共安全用纤维材料及制品科研攻关项目”专项基金两年来，推出了包括疫情防护用口罩、防护服等高阻隔功能纤维材料，新型防护用智能、纳米、生物基及生物降解等纤维材料与制品，防护用纤维与产品的检测与评价等丰硕成果。

为了解基金项目最前沿的研究技术成果，展现应急防护与公共安全用纤维材料的最新发展动态，共同为纤维产业上下游协同创新发展、互联互通献计献策，由国家先进功能纤维创新中心主办、国家先进功能纤维创新中心联盟单位协办、盛虹控股集团有限公司支持的“盛虹·应急保障与公共安全用纤维材料及制品科研攻关项目”成果发布会在江苏苏州吴江盛泽纺织科创园举办。会议采取“线上+线下”的模式举行，通过主题报告、技术推广、产品推广、成果展示的形式，介绍了涵盖2020、2021年度发布的48个基金项目，向社会、行业展现了纤维材料领域的最新科技成果。

来自基金项目优秀单位、国内知名纤维纺织高校和研究所、先进纤维新材料企业等的有关负责人、专家学者近400人参加了本次会议。



会议设立了多个分会场。

盛虹基金成立两年 48项成果为抗疫做出贡献

中国工程院院士蒋士成为会议致辞时讲到，新冠疫情在全球蔓延，高质量应急防护新材料研发破题刻不容缓。创新中心与盛虹联合设立的“攻关项目”专项基金，旨在推动相关学科基础研究、关键技术和科技成果产业化攻关，同时，也彰显了盛虹集团行业龙头企业的社会责任担当，展现了先进功能纤维创新中心具有的组织创新能力、蓬勃朝气与新生活力，发挥了资源整合、要素集聚、协同发展的带动作用，意义重大。

自2020年以来，该专项基金已连续发布两期，围绕新型防护用智能、纳米、生物基及生物降解纤维制备技术及材料，疫情防护用高阻隔功能纤维材料，防护用纤维与产品的检测与评价等，发布了48个项目成果，在疫情期间发挥了重要作用，有效推动我国应急防护用纤维材料及其制品关键核心技术突破与产品研发应用。

此次会议国内纤维材料及相关领域的专家、科研人员等集聚线上线下，搭建了针对个人防护、医学防护、生化防护等领域技术交流和成果推广的平台，这展现出纤维新材料在应急保障与公共安全用领域的生命力、发展力、持续力、竞争力。蒋士成希望行业加快应急保障与公共安全用纤维材料及其制品研发实力创新，推动行业和产业升级，为完善与提升我国公共安全体系、保障能力提供有力支撑。

国家先进功能纤维创新中心主任王玉萍对基金项目做了总体介绍。国家先进功能纤维创新中心是由国家工信部批复，全国第13家、江苏省首家国家级制造业创新中心。2020年3月，新冠肺炎疫情爆发反映出我国防护用纤维材料及制品存在一定的短板和不足，为加快高质量应急防护新材料的研发，国家先进功能纤维创新中心和盛虹控股集团有限公司联合设立了“盛虹·应急保障与公共安全用纤维材料及制品科研攻关项目专项基金”，用于应急保障与公共安全用纤维材料及制品相关的科研攻关项目，旨在立足当前疫情防控，放眼长远，总结经验补短板；加快应急保障与公共安全用纤维材料及其制品关键核心技术创新，发挥我国先进纤维材料为基础的产业链优势；促进纤维材料相关领域科研院所、重点实验室和行业创新中心、企业、检测机构等成果转化及应用；支撑完善与提升我国公共安全体系及保障能力。

基金设立以来，创新中心组织国内纤维材料及相关领域的专家、科研人员开展科研项目攻关，针对个人防护、医学防护、生化防护等领域的迫切需求，从产、学、研、用全产业链合作、协同创新，2020年设立了应急防护新材料科研攻关项目31项，2021年科技攻关项目17项，有效地推动了我国应急防护用纤维材料及其制品关键核心技术的创新。

随后，王玉萍对项目成果进行了具体的汇报和总结。她介绍，目前部分项目已经实现了成果转化，如创新中心依靠大数据平台，以建设平台整体框架完成交易流程为重点，设立以品质、研发、专业、服务、可信为核心推广中心的“新纤维”运营平台；创新中心对接北京冬奥组委会，将部分适用于低温环境使用的基金项目产品，借助北京冬奥的商业契机进行宣传推广；由苏州大学洪岩团队承担的项目，以“IP×MOFs口罩”为起点，打造“IP+新材料”的大健康纺织材料产业化模式，形成完备的从IP赋能大健康纺织材料产品设计到供应链管理、再到产品生产和营销的产业化链条；创新中心成果转化部围绕现有产品与技术，积极对接市场需求，邀请海清时尚科技进行产品需求交流，针对可重复使用口罩及儿童口罩的需求，重点推荐了几项基金项目在医疗卫生防护领域的成果。



本次活动向社会、行业展现了纤维材料领域的最新科技成果。

三个主题报告 彰显前沿技术水准

东华大学教授张清华作为题为“聚酰亚胺在防护领域的应用”的报告。他首先介绍了聚酰亚胺材料的发展情况，聚酰亚胺制品具有优异的性能，特别是在纤维领域，具有优异的力学性能、高强高模、热稳定性、阻燃性、耐紫外与耐臭氧性、保温性、抑菌安全性、可染性。为此，课题团队对聚酰亚胺纤维进行了工程化研究及产业化，提出并建立了“反应纺丝”理论体系，解决了纤维制备关键科学与工程化问题，建成了国际上首条干法纺聚酰亚胺纤维1000t/a生产线，并于2015年荣获香港桑麻基金会纺织科技奖特等奖，2016年荣获国家科技进步奖二等奖。目前已在特种防护与紧急救灾领域得到了实际应用，并取得了较好的效果。

武汉纺织大学教授王栋作为题为“实时监测用传感材料及器件”的报告。新冠疫情的肆虐对现有医疗检测水平提出了极大的挑战。可穿戴实时监测用传感器能够实时、快捷地收集到患者生理信息，能够极大地节省医疗诊断时间，表现出巨大的应用前景。然而，现有柔性传感器多以薄膜材料为基材，还存在不足。纤维及其集合体材料的优异特性使其在构筑柔顺、舒适，高灵敏、可靠传感且易于宏量制备的柔性传感器展现出巨大潜力，为高性能的可穿戴实时监测系统提供了有效途径。研究团队基于纤维等纺织材料，设计并制备了系列具有压力、温度和生化物质检测能力的传感器件，提出了轻纺与针织一体化集成技术。全织物可穿戴系统的成功研制并应用于生理和动作信号监测，为新型可穿戴实时监测用传感器件的设计及其工业应用奠定了坚实的基础。

东华大学博士朱倩沁作为题为“瞬时释压纺丝法制备微细纤维”的报告。她首先介绍了闪蒸纺丝技术的发展情况和闪蒸法非织造布的优异性能，指出研发集安全性、可靠性、舒适性于一体的高端防护服是课题组的研究方向，并已研发制备出医用/有限次使用防护服和符合欧盟标准的防护服、有限次使用防护服。制备的高端防护服在疫情期间畅销国内外百万件/套，新增产值4000余万元。瞬时释压纺丝法突破了国际公认的高难度技术壁垒，打破了国际市场50多年来单一供应格局。制备的材料是世界卫生组织推荐的少数有效病毒防护材料，长期被视为安全防护领域的标杆材料。未来，课题组将联合厦门当盛新材料公司扩大产能建成10万套可重复使用连体防护服生产示范线。

作为“瞬时释压纺丝法制备微细纤维”项目的带头人，中国科学院院士朱美芳表示，该技术在东华大学和当盛新材料公司的共同推动下，经过五六年的发展，逐渐成熟，未来将继续加大力度研发该项目，希望携手行业更多的力量，共同推动国产高端防护服的发展。

五项技术推介 获得更广的实际应用

会上，北京化工大学教授谭晶作为题为“PLA熔体微分静电纺乳酸微纳米纤维膜及口罩技术研究”的技术推广。在疫情反复的当下，性能优异的纳米纤维膜口罩成抗疫利器。未来随着疫情常态化，口罩消耗量将会很大，其回收也成为需要面临的问题。为此，课题组采用聚乳酸为原料，利用熔体微分静电纺绿色制造技术生产，实现了从原料、技术、制品到回收全链条的绿色生产。目前已成功制备出直径小于500nm的聚乳酸纳米纤维及口罩，应用于煤矿井下领域和透皮给药领域。

山东省碳纤维工程技术研究中心教授朱波作为题为“生物基高性能活性碳纤维可控制备及医用防护面具研发关键技术”的技术推广。他介绍，活性碳纤维是新一代高吸附材料，具有更高的吸附能力和应用前景，特别是功能精细化、性能高端化是未来的发展方向，所涉领域可达百亿级市场，且处在快速增长期。目前该产品在日本已发展成熟，我国亟待优化升级。课题组以前期开发的警用防护装备及新型生物基活性碳纤维复合材料制品研究为基础，开展了功能性口罩研究，目前已通过了医用外科口罩产品注册及II类医疗器械生产许可资质。

天津工业大学教授王春红作为题为“可降解型多功能医用防护服面料结构与制备关键技术”的技术推广。该项目针对传统防护服材料存在的弊端，通过可降解防水透湿面料结构与制备关键技术、单向导湿技术和可降解医用防护服人体工学及防护性评价，创造性地将可降解PBAT聚合物引入医用防护服产业中，充分发挥微孔膜结构与汉麻水刺非织造布的性能优势，满足医用防护服和舒适性要求。项目还调整医用防护服产品结构，开发了高附加值的可降解医用防护服，满足不同市场需求以及环保要求，促进传统防护服企业转型升级。还拓展应用至非医用防护服材料，带动附加产业发展，缓解防护材料带来的白色污染等环境问题，同时也提升了经济效益。

江南大学纺织科学与工程学院副教授肖学良作为题为“重大传播疫情下穿戴式心电监测服(12导联)及其诊断系统的研究”的技术推广。传统粘贴式湿电极心电记录仪存在的监测不便和健康隐患两大痛点问题，课题组对标医疗级Holter设备，开发基于12导联医疗级穿戴式柔性织物电极心电监测服，探索阻抗低和生物相容性良好的导电材料制备织物电极，将传统一导联心电带发展成为12导联心电衣，基于心肺耦合技术，能够快速准确的采集心电和呼吸等信号并预警意外事件。该产品重点针对老年人、慢性病患者、运动群体为目标客户，基于其所用材料、功能、涵盖学科，有望成为心电监测领域的“独角兽”。

中纺标检验认证股份有限公司高级工程师刘飞作为题为“可重复医用防护织物性能评价标准研究”技术推广。该项目根据当前对应急保障与公共安全用纤维制品的创新需求和在全球新冠肺炎疫情蔓延背景下对医疗物资的性能要求，对可重复医用防护织物性能评价标准进行研究，对当前可重复医用防护服用聚四氟乙烯覆膜织物和可重复手术衣用聚四氟乙烯覆膜织物两种新型防护产品建立评价标准，同时对医用防护织物中的关键指标抗合成血液渗透性能建立独立统一的方法标准，形成以独立、统一的测试方法标准为支撑，以科学、合理的产品标准为指导的可重复医用防护织物评价标准体系。目前已推出三项相关的团体标准。

六项产品推广 彰显纤维材料高科技水平

会上，新凤鸣集团股份有限公司正高级工程师崔利作题为“高效抗菌抗病毒涤纶纤维开发与产业化”的产品推广。近年来，新凤鸣研发了纳米银抗菌抗病毒整理液批量化制备技术、纳米银功能化涤纶纤维及面料制备与表征、磷酸铝银离子络合交换和合成引入促进剂和双表面活性剂技术、纳米银功能化纺丝关键技术等新型技术，开发出了一系列抗菌、抗病毒纤维。这些抗菌、抗病毒纤维通过微量改性高效共混技术添加纳米级抗菌材料，纤维截面采用异形“十”断面，具有高表面积及沟槽，利用纤维导沟结构的毛细作用，有效传输或扩散汗水并带入空气形成冷却，且吸收皮肤表层湿气，保持皮肤干爽；对大肠杆菌、葡萄球菌、肺炎克雷伯氏菌、白念珠菌、H1N1 甲型流感病毒具有较好抑制作用，纤维具有耐久性抗菌、抗病毒效果。

福建永荣锦江股份有限公司资深工程师金志学作题为“抗病毒锦纶 6 纤维的开发及应用”的产品推广。该项目研发出了能够遏制病毒活性的锦纶 6 产品，可以有效干预病毒的复制与传播能力。产品经广东省微生物分析检测中心、广检集团检测认证，产品采用 ISO 18184:2014 标准检测对流感病毒的病毒灭活率达 99.97%；FDY 物性符合 GB/T16603-2017 标准；DTY 物性符合 FZ/T54007-2019 标准；50 次洗涤后，大肠杆菌抑菌率达 99%，金黄色葡萄球菌的抑菌率 > 99%，白色念珠菌的抑菌率达 98%。本项目瞄准不同规格的抗病毒锦纶 6 纤维的开发与产业化，将其应用于口罩、防护材料及特种服饰用等医疗用品领域，获得了良好的经济、社会效益，为我国锦纶行业进入医疗健康用品领域做出产业化示范以及提供技术支持。

厦门当盛新材料有限公司应用研发总监何力军作题为“闪蒸法耐磨高透高防医用一次性防护服”的产品推广。疫情发生以来，催生了闪蒸无纺布防护服的发展。闪蒸无纺布断裂强力是粘粘覆膜布和 SMS 的 2—3 倍，抗刺穿强力是 SMS 的 3 倍、粘粘覆膜布的 8 倍，这种材料制作的防护服更能经受环境的物理冲击和撕扯，提供更佳防护安全性。其灭菌适应性强，普遍适用环氧乙烷灭菌和正常剂量辐照灭菌。该产品还适合长期储备，对浸水、对热空气老化有良好的抵抗能力，对紫外线照射一开始老化较快，但趋向平稳，微生物屏障性能可长时间保持。

浙江理工大学纺织科学与工程学院讲师朱斐超作题为“高效低阻 PTFE 复合纤维膜防护材料制备关键技术及产业化”的产品推广。新冠疫情使得高性能医工防护用过滤材料需求量大幅增加，开发高效低阻的防护用过滤材料至关重要，特别是纳微米过滤材料势在必行。课题组发明了全纤维的 PTFE 滤膜、软硬支撑体和低阻复合制备技术，制备了高效低阻系列覆膜产品，在空气净化、口罩防护等领域得到广泛应用。目前已形成了年产 1000 万平方米膜的能力。

青岛大学特聘教授王海涛作题为“隔离防护用纳米纤维膜规模化制备与应用”的产品推广。为解决现有隔离防护膜材料存在的效率衰减、气阻大、导湿性差等问题，青岛大学研究开发了纳米纤维膜材料连续化生产技术与关键装备，以及基于纳米纤维膜材料的产品制造技术。目前，该成果在山东纳纤材料、山东黄河三角洲纺织科技研究院、山东如悦医疗、青岛多果智能等单位得到推广应用。该成果用于纳米纤维口罩、空气过滤等产品的生产，产品过滤效率高，衰减慢，耐用性好，生产的口罩具有单向导湿的特点，解决了因无纺布过滤材料疏水性强所导致的防护产品透气透湿性差、舒适性差的问题，实现了静电纺丝过程的绿色环保，避免了因使用有机溶剂导致的安全和空气污染等问题。

国家先进功能纤维创新中心课题负责人张林作题为“石墨烯碳纳米管复合导电纤维及织物的热管理应用”的产品推广。他介绍了碳纳米材料的分散、碳纳米复合改性纤维及织物、碳纳米自支撑纤维膜的研究开发情况。通过研发，课题组目前已开发制备了柔性电热组件、轻薄保暖马甲、极寒工况设备保暖、冬奥开闭幕式保障装备、运动康复及理疗设备等。特别是在 2022 北京冬奥会期间，创新中心联合北京爱尚家科技股份有限公司、江苏奥神新材料股份有限公司，开发了 5V 石墨烯低温电池供电 + 远红外辐射主动制热 + 高性能聚酰胺被动保温的方案，提升户外转播设备的续航，在 5G 转播团队的设备背包中获得应用。



多位专家与企业代表进行了“云”上分享。

启动两大平台 发布 2022 基金项目申报指南

会上，“新纤维运营平台”和“国家先进功能纤维创新中心土工用纺织材料技术协同创新公共服务平台”正式启动。

国家先进功能纤维创新中心大数据实验室平台负责人曹秀雨介绍了“新纤维”运营平台的相关情况。该平台是按照国家先进功能纤维创新中心整体运营规划与思路，围绕技术成果转化与中试和新一代信息技术、智能制造、增材制造、新材料、生物医药等领域创新发展的重大共性需求而建设的自营产品频道。未来，该平台的建设将分为三个阶段，逐渐建立强大的供应商体系，完善财务流程，提供全方位的技术支持，争取到 2024 年打造成为中国具有特色的高性能纤维及面料的综合性大数据交易平台。

山东路德新材料股份有限公司副总经理赵纯锋介绍了“国家先进功能纤维创新中心土工用纺织材料技术协同创新公共服务平台”的相关情况。该平台属于国家创新载体，由国家先进功能纤维创新中心和山东中研国建先进合成材料创新中心有限公司共同建设，将开展土工用纺织材料测试评价服务和关键共性测试技术与能力的开发应用，承担土工用纺织材料测试评价技术开发和对外服务功能。该平台的启动，将发挥双方协同创新公共服务平台和新型土工用纺织材料的优势，将赋予平台三大功能，即共同开发功能、技术开发功能、传递信息功能。未来，平台将打造成为土工用纺织材料试验试制、检测、评价及项目孵化为一体的技术协同创新公共服务平台。

国家先进功能纤维创新中心董事长梅锋介绍了 2022 年“攻关项目”专项基金申报指南及项目征集的相关情况。2022 年，专项基金将重点聚焦新一代高性能、多功能、高防护等级的高新技术纤维材料的开发及技术水平的提升，鼓励防护与公共安全用高新技术纤维材料及制品基础研究、关键技术、应用推广的产业链协同创新，推动终端产品结构创新设计、高新技术纤维材料的成果转化及其性能检测、功能评价、标准体系的建立和完善。

申报项目需满足应急、特种、功能、日常与医疗防护等各领域产品防护等级提升与产业化要求，攻关防护用高新技术纤维功能改性 / 或功能后整理等关键技术，研发功能性高新技术纤维材料及制品，制定不同级别防护的技术要求与相应的检测方法，统一产品标准和认证。项目申报截止日期为 2022 年 5 月 31 日。

会议最后，国家先进功能纤维创新中心总经理王华平对会议进行了总结。他首先对各方给予基金项目的关注和帮助表示感谢，并表示很欣慰看到基金项目有很多都实现了产业化转化，取得了一定的社会效益和经济效益，有力推动了相关技术的开发，为抗击疫情做出了贡献。更重要的是，基金项目集聚了纤维材料领域的科研院所、领军企业的资源，实现了全产业链的协同创新，为行业今后的发展奠定了基础。今后期待各方继续支持创新中心工作，共同推动科技创新，为行业提供更多的解决方案，促进行业更快更高更好发展。□

桐昆·中国纤维流行趋势

TONGKUN·CHINA FIBERS FASHION TRENDS

2023/2024 产品征集开始啦!

The product declaration has begun

主办单位：中国化学纤维工业协会、东华大学、中国棉纺织行业协会



扫描二维码
下载附件申报表

中国纤维流行趋势始终贯彻“创新、绿色、低碳、环保”的活动宗旨，遵循创新、协调、绿色、开放、共享五大理念，致力于将中国纤维品牌建设和新产品市场推广工作推向新阶段，打造联合上下游的全行业风向标。

申报截止日期：2022年8月15日
联系方式：中国化学纤维工业协会
市场推广部联系人：王永生 靳昕怡
手机：17710368286 15811208850
邮箱：ccfa_ft@vip.sina.com
地址：北京市朝阳区朝阳门北大街18号



柯桥纺企的数字化实践，为增强产业链供应链韧性和竞争力，提升产业链现代化水平提供了有力支撑。

由点成线及面 柯桥中小企业共绘数字经济蓝图

■ 本刊记者 林晨莉

数字经济发展正当其时。

柯桥作为全国重要的纺织产业基地，一直以来立足“产业+市场”优势，区域经济稳步发展，全力打造浙江高质量发展建设共同富裕示范区。借助数字化赋能，中国轻纺城通过“数字轻纺城”“数字物流港”两大战略为导向，以市场为根基，不断创新招商隆市新业态，以数字化路径为经济发展注入不竭动力。

裹挟于时代洪流之中，中小企业一直以来是数字化进程中的重点和难点。相比大中型企业能够通过投资快速推进全面的智能化升级，中小纺织企业的数字化转型脚步相对缓慢。在中国轻纺城，中小纺织企业和市场商户的数字化进程如何？都有哪些演进中的模式？他们应用自动化程度几何？工业互联网平台在转型中扮演什么角色？……如何与产业链上下游实现数据与价值的共享，是从决策层到市场主体普遍关注的问题。

由点 环节自动化助力企业提质增效

技术令人兴奋，因为自动化能够在瞬息之间解放人的双手。以数字化转型为抓手，提高产业集群中呈点状分布的中小微企业两化融合水平，最好的切入点就在于自动化。

自动化已经有几百年的历史。有人考证古代就有自动化的实例，但现代意义上的自动控制始于瓦特的蒸汽机。如今，自

动化正以“星星之火可以燎原”之势，助力企业提质增效。

在中国轻纺城，近年来应用自动化生产设备的商户数量在逐年攀升。区别于中大规模的印染企业斥巨资上线集成式智慧大脑、引进设备、打造“未来工厂”，中小企业的数字化体现在纺织生产各环节的应用之中。在中国轻纺城窗帘布艺市场沿市周边，近两年开出数家自动化设备的门店，针对窗帘市场的家纺窗帘商户，提供从纺织品到窗帘成品缝制环节的自动化服务。

伴随家纺布艺行业线上规模的增加，窗帘成品化趋势也在加速自动化进车间入工厂。位于中国轻纺城北联市场“遇见”软装负责人孙道燕告诉记者，从前二级批发商来柯桥都只是采购面料辅料运输到外地加工，如今他们也开始向柯桥供应成品窗帘，为分销商提供成品帘头、拼接窗帘成品等。

自动化缝制设备的普及为窗帘缝制环节节省了人工成本。可以肯定的是，“劳动力红利时代”已然过去，“用工荒”倒逼中小企业纵深数字化转型。众所周知，窗帘成品的前道在缝纫。孙道燕介绍，上半年正逢窗帘产销旺季，公司的缝纫车间数十名熟练工哪怕工作24小时也无法满足客户对窗帘成品的需求。如今，窗帘等家纺产品应用智能化水平提高，下游环节也在强调工艺与生产的效率提升，公司增设自动化设备后，能够更好地满足市场需求。

在智能化、自动化设备的助力下，窗帘家纺产品如今能够实现从单机生产到整个生产过程的自动化，使生产线真正实现少人化、无人化，达到原料进、成品出的高度自动化过程。孙道燕介绍，一台布带机、拼接机、全自动打褶机，三台机器就能形成一条简单的缝制流水线，面料利用率能够得到极大提升。而人工智能赋能后，验布机等能够将验布、铺布、裁剪各环节打通，将设备与系统数据无缝对接。

在轻纺城市场周边，更普遍的自动化发生在与市场销售环节紧密相连的仓储环节。位于中国轻纺城北市场的宏达三俊纺织品有限公司，早在3年前就购置并投入使用了1台自动包装机以代替人工。公司销售经理吴华芳介绍，旧式面料打卷的机器，操作时通常需要2个人合作，由一人机器打卷，另一人贴上产品标签后打包完成。利用自动化设备后，产品的包装也能够实现无人化，可以为公司节省5—10人的人工成本。同时，包装自动化更简易和便利，减少了布匹在运输等环节因人工和环境等外因产生的损害，使面料在抵达客户之前的损耗减至最低。

成线 工业互联网打通信息孤岛

货物扫码入库、用扫码枪找货、出货自动出码单、销售单一键生成……除了包装的自动化，如今，柯桥的中小纺织企业利用各种工业互联网工具打通信息孤岛，实现了从生产到出货的全流程自动化。

通过深入实施“企业上云”行动计划，柯桥区近年来加快中小企业从资源上云逐步向管理上云、业务上云、数据上云升级，促进设备联网上云、数据集成上云等深度用云，拓展云计算应用覆盖面。目前，柯桥区已建立起贯穿行业上下游的省级工业互联网平台4个，其中行业云应用示范平台3个，推动200多家产业链骨干企业应用平台，1万多家企业上云。

越来越多的轻纺城中小企业加入到工业互联网的数据建设中。作为企业的数据枢纽平台，工业互联网平台正在帮助企业、产业和园区串联纺织品从原料、织造、印染、加工到仓储、销售产业链全线，催生中小企业实现效益的提升。

工业互联网发挥着信息“大动脉”的效用。于企业而言，工业互联网帮助实现全要素、全产业链、全价值链的全面链接，这意味着，只要一个端点上线，就可以触达所有流程的进度。以宏达三俊纺织应用的爱讯布行APP为例，公司的门市前台、业务跟单能够通过APP确认坯布、半成品、成品入库和出库数量，APP还能为财务提供码单结算，在平台中共享各项产品的销量、各销售分点营业额统计结果，以及每个供应商、客户的应收款、应付账目。

通过构建精准、实时、高效的数据采集互联体系，工业

互联网实现资源的优化配置，通过提高全要素生产率，最终催生经济发展的质量变革、效率变革。“比起人工点单入库，数据上云后我们的货物出入库能够做到便利且不易出错，而人工盘点库存会造成大量的时间精力浪费。”宏达三俊的仓库主管告诉记者。

在销售端，工业互联网以精准的数据辅助面料销售的进行。“我们能够在系统上看到每周、每月、每季度到年度的销售均价统计，通过分析价格趋势我们能够对产品的价格与行情有更精准的把握。”宏达三俊的销售人员吴华芳认为，传统的纺织业是以人工开单、开发票为主，而人工的遗漏疏忽会产生不可估量的损失。

工业互联网平台还能实现“跨行业”的营销数据共享。位于轻纺城东市场的浙江点线面纺织品有限公司是柯桥羽绒服面料的标杆供应商，如今，公司为波司登、艾莱依、鸭鸭等知名女装品牌提供羽绒服面料的研发与销售。通过环思科技提供的工业互联网平台，向品牌客户端就织品的库存量、坯布数量进行实时共享，企业最直接的获益在于数据的高效共享能使企业适应快节奏的线上推款、个性化定制、服装的柔性制造。以数据驱动品牌与制造升级，平台帮助企业实现从生产制造到服务制造的转变，从传统营销向“新零售”方向蝶变。

及面 找到上行空间，加速数字化下沉

找到新的上行空间，中小企业的数字化还需做到更全面的弯腰下沉。

事实上，我们需要明确的是，中小企业转型升级的最终目的在于找到提质增效的空间，弯腰下沉，寻找和满足企业真正的需求，充分激发企业作为市场主体的活力。浙江点线面还是一家为淘系品牌和犀牛制造提供羽绒服面料的加工配套和生产企业。公司总经理赵玉峰介绍，公司目前仍以传统的“供销”模式为犀牛智造供货。他强调，智能制造必将是未来的方向。疫情之下，公司需要不断地进行内部调整，挑选有价值的客户，以期在未来能够更好地融入“新制造”。公司计划在即将上线的织造环节和印染工厂引进阿里的智能化设备和技术，最大程度提升产能，更好地融入上下游产业链新业态。

全球数字化的发展，也在助推跨境电商平台的海外仓建成，帮助中小企业深入拓展海外市场的发展空间。目前，绍兴市磊石纺织品有限公司投资了一项TIPTOP供应链管理系统并建成美国4个海外仓的布局。公司计划打造“绍兴人自己的海外仓”，旨在为绍兴乃至全国的跨境卖家提供境外的供应链管理和海外仓服务。通过先进的仓库信息化技术设备和完善的WMS仓库软件操作系统，“绍兴制造”在出海后能够享受到贴标换标、一件暂存和代发，拖车“清关”拆柜和货物暂存等服务，解除货物到地后销售前沿的后顾之忧。

由点、成线、及面，轻纺城市场商户和中小企业在数字化改造进程中保持着自己稳健的节奏。在日常的经营中，中国轻纺城的中小企业努力以需求为导向，由上及下，自下而上，持续推动中国轻纺城的纺织产业在公共基础数据、生产要素数据、供应链数据等数据上的联动，以大企业带动中小企业融通创新，形成共赢、共担的生态环境，增强产业链供应链韧性和竞争力，提升产业链现代化水平。从而充分释放数字经济对经济发展的放大、叠加、倍增作用，开辟更为巨大的价值创造空间，为柯桥区打造“国际纺都、杭绍名城”注入新动能。TA



中国轻纺城集团
股票代码：600790



打造新时期
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台，您将获取更多资讯。



“圆梦三十年 最美纺城人”系列报道 ⑦

万姿科技有限公司总裁叶时平： 健全供应链体系，以差异化赢市场

本刊记者_ 邬莹颖



叶时平(右二)夫妇与日本东丽代表合影。

礼赞纺城 30 周年

在与中国轻纺城共同奋斗的岁月里，柯桥纺织的道路越走越宽，纺织企业的脚步愈加铿锵有力。作为这其中的参与者和见证者，感谢纺城的开放和包容，让我收获榜样和感动的力量，懂得坚守和创新的意义。

——叶时平

随着信息与通讯技术的发展、自信与自我意识的增强，在趋同的大环境下，追求多元化与差异化成为潮流。如何在这样的背景下寻找新的亮点，满足消费市场多层次需求，是众多纺织企业正在共同思考的问题。

聚焦打造现代化“国际纺都、杭绍名城”战略目标，如今的中国轻纺城已经呈现百家争鸣、百花齐放之势。在众多本土企业中，万姿科技有限公司抓牢纱线这一源头创新，深耕时装面料主业，以差异化赢得市场，为柯桥纺织市场带来别样风景。绍兴市著名商标、守法经营示范户、现代服务业重点企业、中国纺织服装人才培养基地……这些荣誉是对企业价值的认可。

以客户为导向， 把契约精神刻到骨子里

万姿科技有限公司的前身是中国轻纺城市场的一家面料门市，于2001年注册成立浙江万姿布业有限公司，经过多年市场拓展和全球化的供应链打造，在2018年成立“万姿科技”，旗下共有WANZI、HAOLISHI、WANZI LAB三大品牌，发展成为集面料研发、供应链管理、纺织品贸易、面料企划服务输出及成衣设计开发为一体的综合性面料服务公司。

对于总裁叶时平来说，自与夫人屠利萍共同创立万姿后，在20多年的发展中，公司从对客户信守承诺、对社会担当责任、对员工完善制度等方面恪守契约精神，使企业赢得了市场，赢得了客户的信赖，也使契约精神铭刻在每个万姿人心里，成为企业文化的重要内容。

1998年，乘着改革开放的春风，中国轻纺城迎来了快速发展的时期。那一年，万姿紧抓时代机遇，与国际著名的纺织纤维企业——日本东丽集团建立合作关系，并成为东丽集团在中国合作的第一家面

料企业。叶时平回忆，那一年日本东丽的代表在市场观察了半个多月，唯独选中了他们这一家作为合作对象，看中的正是他们对产品的苛求和对服务的不断完善。

与日本东丽的合作，是偶然，也是必然。熟悉叶时平的人用“专心、专注、专业”来评价他，言必信行必果是他血液里流淌的基因，也是他做事的准则。与日本东丽合作初期，对方提出的面料匹样与当时市场流行的大相径庭，且下单量小要求高，这在当时别人眼里并不起眼的单子，却引起了叶时平的重视。对他来说，件件有着落，事事有回应，要遵守契约规则，对契约精神心存敬畏。也正是他这种对产品及服务精雕细琢、精益求精的精神理念，由此产生“蝴蝶效应”，使他对接上更多日资企业，走上了更大的国际化合作舞台。

从源头创新， 将差异化做到极致

在中国轻纺城30年的发展中，差异化竞争已经被提上日程，纺企努力使自己的产品达到“人无我有，人有我优，人优我变”。品牌化打造是万姿还只是一家市场门市时就坚定不移的发展路线，如今公司已经建有面料企划、面料研发、成衣设计和面料检测等部门，通过对大量终端品牌的市场调研，结合销售数据和供应链能力分析，进行一年两季的产品开发，形成了以市场需求为导向的面料研发模式，不断为服装品牌客户提供更具差异化的面料服务。

叶时平表示，将差异化做到极致也是创新，这也是核心竞争力。在公司总部展厅，高大的展板上整齐记录着公司的WALTZ系列明星产品。该款产品从特殊纱线入手不断创新，自1998年以来与日本东丽合作开发畅销至今，已累计销售超1亿米。

在深耕WALTZ系列的同时，近年来，公司又利用差异化纱线研发一款全新的AIRCOSY三醋酸系列面料实现产品迭代，由差异化短纤开始切入，从短纤针织延伸到梭织，已经沿用到三醋酸毛衫，紧扣行业“科技、时尚、绿色”的发展主题。

目前，国内市场上有近90%的商场时尚女装品牌均与万姿有合作，其中不乏edition、Marisfrolg.SU、MO&CO.、PEACEBIRD、EP、Koradior、LILY、UR等知名服装品牌。之所以有如此之多的品牌选择与万姿合作，源于公司强大的供应链管理体系和面料研发体系。

在中国轻纺城加快实施转型升级工作的同时，万姿对技术、模式、市场、政策的新发展也保持着高度敏感。自2019年万姿尝试依托互联网开拓新市场，并一举获得成功。2019年，企业携手流量网红，进行网红带货，抓住第二届进口博览会的契机，以“万姿科技羽绒面料暗藏新型黑科技”为主题系列报道，踩准“双11”电商销售关键节点，实现了流量到销售的完美转化；2019-2021年连续三年参加天猫超级面料项目，并通过消费者可视化、可感知的方式，讲述了“从天然树木到三醋酸T恤的进化论”的品牌故事，仅2020年3-5月期间，万姿科技全渠道销售近40余万件三醋酸黑科技T恤的面料，真正做到“一个体验平台，多个渠道共驱”的线上销售策略。

万姿的下一个创新点在哪里？绿色环保、规范化、科技创新、知识产权……叶时平心中还有一份宏伟蓝图。在这简单执着、固守本心的追求中，叶时平希望柯桥纺企能在根脉相通的基础上，不断打响纺城面料品牌，铺开柯桥纺织美美与共的高质量发展新画卷。TA

Focus / 聚焦

持续深化市场改革 全力打造“国际纺都”

柯桥区委副书记、区长袁建调研中国轻纺城

本刊记者_ 邬莹颖



袁建(左二)在轻纺城大桥改建工程项目现场。

近日，柯桥区委副书记、区长袁建调研中国轻纺城，深入了解轻纺城机制体制、改革进化、未来发展等一系列工作，并听取座谈会汇报。区委常委袁笑文陪同调研。

袁建一行首先来到轻纺城大桥改建工程项目现场，实地了解工程进展情况，并要求区建设集团加快工程进度、加强质量把关，力争早日通车，缓解轻纺市场区域的交通瓶颈问题。在“水韵纺都”项目现场，袁建仔细了解项目规划建设情况，要求建设方完善方案、注重实用，进一步优化市场营商环境。

今年以来，柯桥区高标准建设“水韵纺都”城乡风貌样板区，以轻纺城市场为核心，重点对范围5.5平方公里的区域进行改造提升，突出业态提升、空间优化、商务功能及配套完善，实现轻纺城市场“全域提升、全域美丽、系统重塑”，全力打造柯桥城市新地标。

在随后的座谈会上，轻纺城建设管理委员会等相关部门作汇报交流。袁建强调，要从政策、规划和技术三个层面研究数码喷印等先进理念和技术，巩固提升中国轻纺城在国内独一无二的市场地位；要做深做实“柯桥优选”等文章，细化领域分类，鼓励品牌创新，进一步激发市场创新发展活力；要通过提升产业层次，畅通国际物流，推动出口扩量；要大力推动市场进化，强化数字赋能、畅通数字物流，增强市场粘性，全力谱写“国际纺都”新篇章。

今年是党的二十大召开之年，是“十四五”规划推进之年，也是轻纺城命名三十周年，更是“国际纺都”建设新征程起步之年。中国轻纺城创立三十年来，为柯桥经济社会发展作出巨大贡献，成为柯桥区在全球知名度最高的金名片。随着国际国内局势的变化和市场业态的变迁，中国轻纺城将坚持改革方向，保持发展态势，以引领高端、对标一流、系统重塑的信心决心，提出一批推动轻纺城改革纵深发展的新课题、实施一批对轻纺城今后发展具有长远意义的重大举措，持续提升竞争力、影响力，为全区经济发展提供强大动力。

抗疫情 稳外贸 促发展

2022年市场采购贸易方式培训营第1期(南区市场专场)举行

本刊记者_ 邬莹颖

为推进市场采购贸易方式试点可持续健康发展，打造纺织品便利出口渠道，激发中国轻纺城南区市场外贸新活力，促进传统市场外贸转型升级，近日，以“抗疫情 稳外贸”为主题的2022年市场采购贸易方式培训营第1期(南区市场专场)在中国轻纺城展示中心举行。

市场采购贸易方式试点自2020年9月落地以来，中国轻纺城市场采购贸易管理服务中心会同各市场公司，加大在试点主阵地内宣传和推广，通过进市场、面对面帮助经营户完成联网信息平台主体注册备案、进行“市场采购贸易备案供货商”授牌等方式，加大市场采购基地市场培育，引导现有轻纺城市场经营户开展市场采购贸易，特别是在疫情反复的情况下，持续不断为稳外贸创造新动能。

本次活动由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办，绍兴市柯桥区中国轻纺城南区市场经营有限公司承办，绍兴市柯桥区轻纺城海外市场促进会、浙江泰隆商业银行绍兴分行协办。南区市场及周边市场经营户代表，轻纺城海外促进会、泰隆银行绍兴支行等相关人员约40人参加。

南区市场作为中国轻纺城新兴市场，于2016年正式开业，确定以划行归市为中心的招商理念，以不断细化分类面料为中为基础，明确各类专营区，以精、特、优作为市场特色，赋予中国轻纺

城更多商机和活力。近年来，南区市场调动起各方资源和力量，为入驻企业提供包括市场服务、技术培养、潮流播报、精准对接等优质服务。

会上，中国轻纺城市场采购贸易服务中心主任倪燕能介绍中国轻纺城市场采购贸易方式试点相关情况，截至2022年4月30日，市场采购贸易方式试点备案219家外贸公司，供货商(个体工商户)1714家，报关行18家，结关34178票，结关货值311079.5万美元，遍布六大洲153个国家。

绍兴柯桥轻纺城海外市场促进会秘书长带来面料市场商户转型外贸常见问题分析和海外面料市场介绍。浙江泰隆商业银行绍兴分行国际业务部经理对疫情之下中小微外贸企业外汇管理进行了解读。

活动还围绕市场采购贸易内容、特点、优势、适用对象及当前试点运行情况等方面展开解读，对市场采购与传统贸易间的差别作了深入分析，并对企业在实际业务操作过程中遇到的难点痛点问题提供专业解答。培训深入浅出，内容丰富，针对性强，让参会者对市场采购政策有了深刻全面的理解，有助于企业更好地用活政策。

下一阶段，中国轻纺城建管委将继续做好政策辅导和精准服务，助力企业用足用好政策红利，为推动纺织外贸高质量发展起到积极作用。

编者按:

近日,一年一度的中国纤维流行趋势产品征集启动,得到了众多纤维企业的关注。这一由国家工业和信息化部消费品工业司指导,中国化学纤维工业协会、东华大学、中国棉纺织行业协会主办的中国纤维流行趋势发布活动,至今已成功举办11届。

十多年来,中国纤维流行趋势参与申报的企业总计有550多家,申报纤维产品900多个,共有260个产品在该平台上获得发布,为纺织新产品开发奠定了坚实基础。其中绿色纤维、高性能纤维、功能性纤维受到了较大关注。为此,《纺织服装周刊》特开辟“中国纤维流行趋势深度回访”系列报道,通过采访部分参与企业,了解发布产品的最新发展情况,以及中国纤维流行趋势研究与发布平台在践行化纤行业供给侧结构性改革和“三品战略”中发挥的引领作用。

今天的发展成果,绿色纤维功不可没!

■ 本刊记者_郭春花

当前,全球绿色低碳发展的大势不可逆转。随着“碳达峰、碳中和”呼声在全球范围内持续升温,在我国纺织强国目标基本实现的新发展阶段,纺织服装行业以绿色、低碳、循环为特征的新经济形态加速形成,而这样的成绩,离不开产业链源头绿色纤维的贡献。

中国纤维流行趋势从第一届发布开始,环保、绿色就是其主题之一,之后每年发布的纤维中,绿色纤维赫然在列,对推动全产业链低碳发展起到了重要支撑作用。本期我们走近盛虹集团、桐昆集团、安徽丰原生物纤维股份有限公司和广东新会美达锦纶股份有限公司,更好地了解近几年企业发布的绿色纤维发展情况,以及未来发展趋势。



三大系列近百款绿色纤维助推行业发展

从最初开始的“生态”“绿色循环低碳”“纤之源”等,到近几年的“纤·绿意之道”“纤·绿动”“纤·溯绿源”等主题,在每一届中国纤维流行趋势发布中,绿色纤维几乎都赫然在列,涵盖了生物基纤维、循环再利用纤维、原液着色纤维等三大系列近百款绿色纤维产品,为引导下游开发绿色产品做出了不可磨灭的贡献。

基于主动担当推动化纤行业发展,以及向同行学习、促使自己在设备创新、自主研发等多个方面升级的初衷,从发布活动初期盛虹集团便给予该活动积极支持,并于2015—2020年冠名该活动。盛虹集团总工程师梅锋介绍,秉承创新的纤维技术和创建美好绿色生活的理念,盛虹集团前后推出了多款绿色纤维产品,并入选了纤维流行趋势发布。如舞虹弹(BEY, H400)这种阳涤复合弹性纤维,为人们带来了全新的非氨弹体验,也使织造工序更简便,降低了生产能耗;海丽丝,是新生代低耗海岛丝,可使后道染整开纤时用水损耗减少15%,CO₂排放减少50%;再生Memory生物基弹性纤维(再生H400),是循环再生和生物基材料的完美结合,具有超强的记忆弹性,适用于运动、休闲、瑜伽等高端面料。

桐昆集团从2021年开始,接替盛虹集团冠名中国纤维流行趋势发布活动。公司近几年也有多款绿色纤维产品入选该发布活动。特别是在桐昆·中国纤维流行趋势2021/2022年度中,桐昆集团的高透气性循环再利用聚酯纤维和原液着色细旦超黑聚酯纤维受到了下游企业的密切关注。桐昆集团市场服务部经理李国元介绍,高透气性循环再利用聚酯纤维是以再生聚酯切片为生产原料的纤维,其性能与原生聚酯切片生产的POY纤维相差不多,但采用特殊的喷丝孔型与孔数,使产品具有高透气性。原液着色细旦超黑聚酯纤维通过在纺丝前将着色剂加入到聚合物熔体中而制得的有色纤维,与常规的化学纤维相比,对环境友好,纺丝过程中不产生废气、废渣,原料利用率为100%,每吨有色纤维的着色能耗约为50KWh。

为2022年北京冬奥会提供生物可降解餐具的安徽丰原生物纤维股份有限公司,是国内少有的可以以玉米、秸秆等为原料生产聚乳酸的企业之一,其生产的聚乳酸纤维、丰原绒等产品均入选了近三年的中国纤维流行趋势发布。安徽丰原生物纤维股份有限公司总经理范亚庆介绍,聚乳酸是目前最具发展前景的“绿色纤维”之一,自发布以来,受到了消费领域的密切关注。

在2018年和2020年的中国纤维流行趋势发布活动中,新会美达的抑菌原液着色聚酰胺6纤维、再生尼龙同样受到了密切关注。新会美达董事、总经理郭敏介绍,对于锦纶纺织品来说,后道染色存在染色困难、上染率低和染色均匀性差的问题,新会美达利用原液着色技术很好地解决了这一问题,近年来开发出了军绿、橙色、灰色等系列产品。同时,新会美达还将抑菌性能赋予锦纶,破解了功能丝匀染性差的技术难题。

绿色纤维获得更大推广

在采访中,多家企业都明确表示通过参加中国纤维流行趋势发布,产品获得了更大范围的推广。

在梅锋看来,通过多年参与冠名支持,中国纤维流行趋势发布已成为推广盛虹品牌的有效载体,所获得的收效远远超出了预期目标。“我国是世界化纤生产和消费第一大国,但是要国内产业优势转变为国际竞争优势,单靠一两家企业远远不够。而‘中国纤维流行趋势发布’从整个产业出发,努力打造了一个‘生态圈’协同发展、创新引领的平台,放大整个行业在国内和国际市场上的影响力,这对企业高质量发展是一件好事,也是盛虹从一开始就参与的重要原因。”梅锋谈到,近几年,中国纤维流行趋势发布已经从“活动”向“平台”转变,希望它能够继续加大品牌化推广力度,继续强化和巩固“平台化”运营效果,并能进一步扩大国际影响力,不仅成为国内化纤企业的交流和推广平台,还成为中国化纤产业与世界对话的窗口和舞台。”

具体到盛虹的产品,梅锋谈到,舞虹弹系列自推出以来,已经和各世界品牌进行了定向的产品研发,销售规模超万吨,成为了弹性纤维产品的市场风向标,舞虹弹也成为了公司具有行业代表性的品牌产品之一。海丽丝低耗海岛产品的推出,给面料染整工厂带来了巨大的节能减排的优势,对实现碳达峰碳中和的环保目标做出了贡献;舒棉弹基本奠定了次世代运动休闲面料的基调和研发方向,已经被优衣库、安踏、李宁等品牌公司指定使用;再生Memory生物基弹性纤维(再生H400)目前已经通过了阿迪达斯、迪卡侬等运动品牌的认证。

李国元也表示,自参加趋势发布以来,桐昆集团的绿色产品发展迎来了很大变化,订单量得到了明显上升,特别是入选的产品,订单量几乎是原来的2—3倍,咨询的客户也明显增多。同时,部分产品打出了品牌,如原液着色细旦超黑聚酯纤维解决了客户的染色和可纺性的问题,日产量已经超过了150吨,深受广东、福建、绍兴等地客户的青睐。同时,通过“纤维之路”等中国纤维流行趋势发布相关活动,桐昆更好地与终端服装品牌如安踏、特步、沐途者等建立了联系,并达成相关业务合作,为未来形成品牌产业链奠定了很好的基础。

郭敏谈到,新会美达的抑菌原液着色聚酰胺6纤维自入选中国纤维流行趋势发布活动以来,确实受到下游市场的广泛关注。看到行业对产品的认可,让企业更有信心为天更蓝、水更清的生活环境贡献自己的力量。

范亚庆表示,通过参加发布活动,让更多的人对聚乳酸纤维有了更深的认识,同时通过与下游客户的结识,也让公司不断发现问题、解决问题,带动了大批量的下游客户使用聚乳酸纤维。



纺织业绿色发展成为共识,作为源头的纤维则担负起更多的责任。

引导全产业链绿色发展

绿色发展毫无疑问是整个纺织行业大势所趋的方向。上游提出了绿色发展,对于下游来说也是一种倒逼、一种传递,一定会引起下游的重视和思考。对于未来,众多企业也纷纷表示仍将加大力度研发更多的绿色纤维,以引导下游、引导全产业链绿色发展。

梅锋介绍,盛虹集团一直关注纤维的循环可持续发展,2021年集团投产了全球首套6万吨/年瓶片直纺生产装置。项目采用PET瓶片为原料,突破了熔体直纺生产再生纤维的关键技术,首次实现了国内外再生纤维熔体直纺大规模产业化的生产;项目投产后,每年可消化约30亿只塑料瓶,可减碳约12万吨/年,与切片纺生产再生纤维相比,单位产品能耗下降5%,为我国碳达峰、碳中和做出积极贡献。在消化该技术的基础上,盛虹集团正在分二期建设芮邦科技50万吨再生纤维产能。建成后,盛虹集团将成为全球产能最大的绿色纤维生产基地。

李国元表示,再生循环利用和原液着色免染是目前桐昆集团绿色纤维的两个主要方向,同时还将在在此基础上进一步研究其功能性,实现绿色纤维的功能化。另外,桐昆还着手研究生物基纤维的发展。桐昆集团希望三个方向同时研究、同时发展,力求在做大做强的基础上,进一步提升差别化、功能化比例,为引领中国化纤向绿色、低碳发展作出桐昆应有的贡献。

随着聚乳酸纤维的进一步应用,越来越多的企业认识到聚乳酸纤维的优点。范亚庆表示,随着国内外“禁塑”、“碳达峰、碳中和”等政策的发布,聚乳酸纤维市场占有率将会越来越大,目前安徽丰原聚乳酸纤维应用正在向家居产品及无纺布产品方向拓展。TA





“十四五” 集群启征程

策划：《纺织服装周刊》
协办：中国纺联产业集群工作委员会

第五次全国纺织集群试点复查深度行系列报道 9

柯桥纺织正围绕打造高端纺织产业链
向着“十四五”蓝图扬帆远航。

绍兴柯桥：共富路上一“布”领先，迈向世界级现代纺织产业集群

本刊记者 王利

一块布链动全球纺织，一块布领跑共富之路。这里因布而兴、因布而名，不断挖掘“布”里乾坤，创造出千亿级纺织产业集群。绍兴柯桥，作为全国最大的纺织产业集群，拥有化纤、印染、面料、服装、家纺等完整的纺织产业链，销售网络遍布192个国家和地区，以“一块布”推动着区域经济发展，编织出伟大的产业梦、国际梦。

2022年，是中国纺织工业联合会开启“集群试点”工作的20周年，也是中国轻纺城冠名“中国”的30周年，又恰逢中国纺联开展第五次全国纺织产业集群复查。二十载春华秋实谱新篇，三十年栉风沐雨铸辉煌。回首柯桥这些年的发展历程，围绕“一块布”衍生的集群式发展效应，对于稳定就业、繁荣经济、产城融合等方面，无疑都起着至关重要的作用。

最新数据显示，2021年中国轻纺城市场群成交额达2338.88亿元，同比增长8.12%，轻纺城网上成交额达701.68亿元，同比增长15.59%。轻纺城“线上线下”两个市场成交额首次突破3000亿元，交出年度满意答卷。跃上新的时代关口，纺城柯桥将围绕打造世界级现代纺织产业集群的目标，通过四链融通构建完整的纺织产业链，通过科技创新、时尚跃变、绿色转型、数字赋能、开放共赢抢占发展制高点，在共富路上跑出纺城“加速度”。

发挥集群优势 塑造高端纺织产业链

2002年初，时任中国纺织工业协会会长的杜钰洲一行在调研过程中发现，浙江省的纺织产业集聚特点非常突出，如绍兴、萧山已经初具规模，产业链上下游也形成了完整的市场化配套。特别是绍兴柯桥，其纺织印染产业不仅具备了相当的规模，中国轻纺城的市场集散能力和辐射力在全国也有着响当当的名号。

多年来，依托“产业+市场”的独特优势，以及产业链综合优势，柯桥成为全国纺织产业链最完整、纺织产能最大、专业市场最大的纺

织产业集群。从上游的聚酯纤维、化纤原料，到中游的织造、染整，再到下游的服装、家纺和轻纺市场等，柯桥纺织拥有一条完整的产业链和市场产销体系。中国轻纺城市场总面积达390万平方米，单体市场交易区25个，每年全球大概四分之一的面料在纺城交易。

虽然柯桥纺织产业具有完善的产业链和强大的产能，但高端纺织产业在柯桥产业发展中仍是“短板”。为补强“短板”，“十三五”期间，柯桥区着力推进化纤产品走差别化、面料走时尚化、印染走绿色化、服装家纺走品牌化，重点实施产业提升、品牌提升、绿色发展、创新驱动四大工程，培育出一批龙头企业、标杆企业，引领柯桥区纺织业向高端纺织业发展，努力实现柯桥从纺织大区向纺织强区的跨越。

2019年，在第二届世界布商大会上，中国纺织工业联合会与柯桥区政府举行了“共建世界级纺织产业集群先行区”揭牌仪式，致力于共同推动柯桥纺织产业迈向全球价值链中高端；2020年，以柯桥纺织为核心的绍兴现代纺织产业集群入选国家先进制造业集群……柯桥纺织产业集群式发展取得显著成效，走出一条传统向时尚、单一向多元、低端向高端的高质量发展之路。

集群式发展是推动柯桥纺织产业企业由小变大、由大变强的重要动力，不仅提升了区域产业整体竞争力，也促进了广大中小微企业合作共赢、优势互补。在新的时代背景下，柯桥纺织正围绕打造高端纺织产业链，聚焦“科技、时尚、绿色”新定位，向着“十四五”蓝图、2035年远景目标奋楫破浪，扬帆远航。

聚焦产业升级 打造时尚创新策源地

量的扩张，让纺城坐稳了“头把交椅”；质的提升，让纺城实现了华丽转型。近年来，柯桥纺织坚持完善产业链、补强创新链、提升价值链、优化生态链，致力于“四链融合”通过推动柯桥纺织全链升级，围绕新材料、时尚创意、数字赋能、品牌建设、绿色发展等，推动柯

桥从世界面料集散地到全球时尚创新策源地加速迈进。

按照现代纺织产业链“补链强链”原则，柯桥区深入推进产业链发展和精准招商，以加快招引培育恒鸣新材料、宝武碳纤维等绿色、再生、功能性纤维项目为依托，补齐纺织品上游产业链；以印染产业全域提升、跨域整合、引进高端织造项目等推动中游织造、染整迈向“绿色高端、世界领先”；以打响金蝉布艺、好时光、百思、左拉等服装家纺品牌知名度为依托，做强特色家纺服装产业，不断完善纺织产业链。

为补强创新链，近年来，柯桥大力构筑科技创新公共服务平台，以创新平台为牵引，发挥“枢纽”优势，深化校企合作，汇聚创新要素，激发区域创新动力，增强企业创新能力，成功创建现代纺织产业创新服务综合体、省级印染制造业创新中心，集聚印染工程师协同创新中心、现代纺织鉴湖实验室等高端创新平台，扎实做好“人才+平台+产业”大文章，打造传统制造业改造提升的创新引擎。

发展时尚创意产业是柯桥纺织培育经济新增长点、提升纺织业价值链的重要抓手。近年来，柯桥围绕时尚周、“天天时尚”、“柯桥优选”、“经纬计划”等重要活动和创新举措，完善时尚创意产业价值链条、构筑时尚创意产业生态体系。据统计，2021年，柯桥区纺织工业设计基地企业设计服务收入达3.51亿元，同比增长8.4%，带动服务对象形成销售415.12亿元，同比增长8.7%，交出一张漂亮的答卷。

与此同时，柯桥还在优化营商环境、深化“三服务”等方面下功夫，有序推进“数字轻纺城”和“数字物流港”两大项目建设，做好跨境电商和市场采购贸易方式两大试点，还针对疫情特殊情况，积极举办云展会、云对接、云直播、云发布等线上活动，最大限度优化纺织生态链，推动传统纺织这棵“老树”在创新驱动下发新芽、长新枝，积极构建“水韵纺都”新风貌。

扩大开放格局 奋进国际纺都新征程

为推动柯桥面料走向世界，提升柯桥纺织产业集群整体国际影响力，十三五时期，纺城柯桥积极抢抓“一带一路”、长三角一体化、杭绍甬同城化等重大战略机遇，以大开大合促发展，坚持“走出去”与“引进来”相结合，以更加自信、开放的姿态奋进新时代、拥抱全世界。

在2018年首届世界布商大会主题大会上，柯桥向全球发布了“丝路柯桥·布满全球”行动计划。多年来，该项计划深入落实，“向东”，在缅甸、印尼等“一带一路”沿线国家举办自办展、展中展，成立中国轻纺城商会，加强柯桥与“一带一路”沿线国家产业合作；“向西”，“丝路柯桥·米兰馆”和“米兰·柯桥馆”相辅相成，共同促进两地时尚产业的互通共赢；面向国内，在“杭州·绍兴周”、“深圳·绍兴周”、“成都·绍兴周”等活动现场举办“丝路柯桥·布满全球”专场对接会，推动区域协同发展。

2020年，受疫情影响，很多柯桥企业“走出去”受阻，为解决企业难点、痛点，轻纺城建管委成立了绍兴柯桥轻纺城海外市场促进会，作为“丝路柯桥·布满全球”面向海外推介拓展的服务外贸纺织企业平台之一，目前已经在英国、美国、意大利、巴西、埃塞俄比亚等10多个国家设有办事处，举办了多场线上海外对接会，为纺城企业搭建通往世界的云之路。

此外，通过高标准举办世界布商大会、纺博会、时尚周三大会及其他大型会议，加强进出口跨境商贸、海关、商检等配套服务，深化市场采购贸易方式和跨境电商综试区两大国字号试点，全力打造国际化的营商环境，提升国际影响力和话语权，打造外贸高质量发展的“新引擎”，形成“买全国、卖全球”商贸发展新格局。

回首过去，弯道超车换新颜；展望未来，信心满满再起航。“十四五”时期，围绕“高标准打造现代制造集群地、高标准打造时尚创新策源地、高标准打造杭绍同城示范地、高标准打造共富和美先行地”，纺城柯桥将积极发挥“面料王国”的独特优势，积极抢抓国际国内“双循环”、线上线下“双渠道”新机遇，在共富路上一“布”领先，领跑高质量发展新赛道。



跨界融合，寻找“第二增长曲线”

柯桥区委常委、中国轻纺城党工委书记袁笑文

纺织业之于柯桥，就如空气之于生命，以中国轻纺城为龙头的纺织全产业链，是柯桥纺织发展的独特优势。“十三五”时期，中国轻纺城市场规模质量稳步提高、市场环境格局优化升级、时尚要素加快集聚、国际影响力显著提升、智慧智能日益彰显、管理服务不断完善，大纺织产业链稳步发展为柯桥区域经济繁荣稳定做出巨大贡献。



袁笑文

辉煌成绩属于过去，奋斗才能赢得未来。面向“十四五”，如何探索柯桥大纺织产业新增长极，持续擦亮中国轻纺城这张“金名片”？柯桥区委常委、中国轻纺城党工委书记袁笑文表示，随着国际政治经济环境、行业发展环境、市场消费形态等多维度的变化，未来柯桥纺织产业发展机遇与挑战并存，要敢于尝试“颠覆式创新”，在立足“产业+市场”，不断优化营商环境、提升服务水平的同时，做强“纺织+”新模式，通过跨界融合，走出一条“第二增长曲线”。

对此，袁笑文提出以下建议：一方面重点做好“纺织+数字”大文章，持续推进“数字轻纺城”和“数字物流港”两大项目，推动市场、物流、印染“三合一”，打造“智慧纺城”新局面；另一方面深挖“纺织+文旅”大乾坤，发挥柯桥作为水乡、桥乡、酒乡的地域特色优势，打响“老绍兴·金柯桥”城市品牌，构建“水韵纺都”新风貌；此外，重塑“纺织+创意”、“纺织+外贸”等新优势，增强纺城时尚引领力和国际影响力，加快构建更加现代化、更具开放度、更有时尚味、更富竞争力的现代化“国际纺都、杭绍星城”。

袁笑文表示，下一步纺城柯桥在探索“纺织+”背后新增长极的基础上，还将率先响应全国统一大市场建设意见，迈上“融杭接沪联甬”战略新征程，并联动深圳、成都、常熟等更多纺织产业集群，推动区域协同、优势互补，书写跨界、跨区域融合新篇章，全力打造世界级现代纺织产业集群。TA

傲岳纺织：时尚驱动下的绿色转型

■ 本刊记者_林晨莉



田赛

可持续时尚已然蔚然成风。作为服装的供应链上游，在可持续时尚风靡之下，企业们也争相加入了共谋“绿色”、“时尚”的大军。许多拥有前瞻思维的企业将“可再生”、有机纤维不断植入产品开发与设计环节，既为自身打开了走向“高端”品牌的大门，助力企业走上了可持续路径，同时也为未来消费者提供了更环保的“面料”。

绍兴傲岳纺织品有限公司是持续倡导绿色转型的先行者。为更好地服务国内外一线的高端女装品牌，公司将“低碳”目标持续践行于纺织品原料、开发、织造、染整环节，将一系列“可再生”原料运用到公司主打产品罗马布、针织提花等各类产品当中，走出了一条有机、循环、创新的绿色转型之路。

“环保”驱动，从概念到理念的转变

如今，“环境友好”、“环保”不再是概念，而逐渐演变为企业发展理念的存在。在客户的指引下，傲岳纺织于2016年涉足绿色转型。

“环保”的崛起需要内化为企业坚定的理念和行动。傲岳纺织在公司成立初期，大量接触欧美的一线品牌商，在品牌客户的影响下，公司总经理田赛逐渐意识到，环保不应该只存在于意识流，而应在供应链中被广泛实践。

尤其在2016年以后，高端及全球奢侈品牌的可持续路径发展到新阶段。在时尚界，包括ZARA、H&M在内的各大时尚品牌都发布了自己的可持续发展报告，以表明服装公司乃至时尚产业在环保方面的决心。在中国，“双碳”目标为国家实现绿色低碳发展指明了方向。环境友好的浪潮不仅席卷了时尚产业，如今也成了包括纺织产业在内，全球制造业的大“热门”。

“环境友好”正在被纺织行业的更多环节需要。近年来，中国轻纺城产业集群地着力提高柯桥纺织的绿色竞争力，其中印染产业释放的强烈变革信号提醒了田赛，未来的环保将不仅仅是印染环节局部的变革，而是全面的整体的。对此，企业必须从纱线开始重视绿色转型，将“环境友好”的功课做足全产业链。

兰精环保黏胶是傲岳纺织跨出的第一步。受到客户的影响和推动，傲岳纺织开始研发和生产具有兰精“环保”黏胶的罗马布。环保黏胶的生产周期长，纤维异常珍贵，需要寻找同样高品质的生产线投产，公司为此付出大量心力。通过不断调试织造机器、印染环节的工艺等方面进行适配，在不断优化和提升后，近年来公司的“绿色”流水线已趋于完善。

可再生资源绿色制造、绿色产品为主体的绿色经济是全球发展的必然趋势。如今，傲岳纺织的“可再生”生产线已囊括可再生涤纶、再生棉、环保粘胶ECO、有机棉等多种“可再生”产品，公司已争取到OEKO-TEX TANDARD 100证书、GOTS和OCS有机棉证书、BCI证书，并成为全球一线时尚品牌“可再生”领域的合作供货商。

设计指引，以面料开发推进服装设计

在新的“绿色”竞争中如何赢得设计师和服装公司青睐？傲岳纺织的做法是，以面料开发推进服装款式的设计。一方面，傲岳纺织保持了与设计师高频次的交流，开发不仅限于“来样”，同时也将全新的面料“创意”给到服装公司。公司高薪聘请了既有原料整合能力又能兼顾织物花型设计

的面料开发师，以强大的创意开发能力获得了国内外一线品牌女装的认可。

个人的设计才华也为公司的面料设计提供了创意源泉。作为公司的管理者兼公司的销售经理，在从事面料行业之前，田赛是一名狂热的服装爱好者。浏览品牌趋势、服装设计书籍和时尚杂志已成为她经年累月的习惯和日常。通晓设计与时尚的语言，田赛乐于在“面料”创作中探索环保、可持续发展理念的可能，将绿色元素整合到更多别致的服装款式当中。

对女装品牌“个性”的重视为傲岳纺织打开了合作的大门。如果收到一条来自品牌设计师关于裤料的开发要求，开发团队会考虑裤料在拥有适当的克重、良好回弹性等基本属性之上，面料的特殊性能是否符合品牌调性。品牌对“个性”的要求尤其凸显在面料特殊性的塑造、纱线色彩的搭配、风格化的布面呈现上。

“高端的‘高’在于品牌对产品风格的把控，以及远高于市场对产品的品质和环保方面的要求，”田赛告诉记者，如今的高端女装品牌乃至奢侈品牌往往不吝资金，但对产品的绿色属性有更严苛的要求。他们通常不满足于全棉、人棉等常规规格的产品，且要求从纺织品纱线、各类牢度、扭度、缩率等方面实现更全面可控的专业度。

“环保”品牌，成为有辨识度的供应商

“环保”标识正在不断为傲岳纺织树立别具一格的品牌辨识度。

为更好地服务高端女装品牌，傲岳纺织要求面料的纺织工艺全流程做到精益求精。作为国际一线奢侈品牌的供应商，傲岳纺织基于加工生产可再生纤维的优势，将公司的“绿色”生产线不断夯实。公司常年对可再生纤维如兰精人棉、再生涤纶进行囤货和不间断补货，以保证“绿色”供应，且专设40台圆机以织造“可再生”纤维，保证产品品质。

目前，公司的针织车间拥有具备世界领先水平的纺织生产设备：日本丰田整、浆、并一台套，从日本进口180台，能够配套生产针织系列全棉、棉弹力、棉交织、全涤纶、涤纶弹力和针织罗马布、空气层，花式针织等高档女装休闲时尚面料。

重视对花样版权的保护也为打造“傲岳”面料品牌的辨识度奠定了基础。在印花面料的供应上，企业极为重视对品牌花型在供应链的保护。公司从花型设计、印染到印花各环节都与合作方进行了详情说明和条约规范，防止花型的泄露并同时对有版权需求的花版进行及时的版权申请和保护。

“时尚品牌能够带领我们走得更远，”田赛告诉记者，“岳”代表大山，“傲”则指代企业咬定青山不放松的追求，傲岳纺织带着美好的企业愿景，专注企业的“可再生”运用和“绿色”开发，在时尚产业和品牌推动下，减少“碳足迹”，助力企业高质量可持续发展，为纺织产业的“环境友好”贡献一份力量。TA



“环保”标识正在不断为傲岳纺织树立别具一格的品牌辨识度。

·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 010-85229395

广告热线:万晗 010-85229892 发行热线:章简 010-85229023



周刊官微



TA潮报

市场营销略显回缩 价格指数微幅下跌

20220523 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220523 期纺织品价格指数收报于 108.64 点，环比下跌 0.06%，较年初上涨 0.97%，同比上涨 0.76%。



近期，中国轻纺城市场营销略显回缩，其中：原料市场量价环比推升，坯布市场量价环比下跌，服装面料市场布匹价量小幅下跌，家纺类产品成交量环比小跌，辅料量价小幅下跌。

原料量价环比推升，涤纶环比上涨，纯棉纱环比上涨

据监测，本期原料价格指数收报于 90.14 点，环比上涨 0.45%，较年初上涨 1.77%，同比上涨 3.01%。

聚酯原料震荡上行，涤纶价格环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比上涨，华东地区 PTA 现货主流 6790 元/吨，环比上涨 110 元/吨左右；MEG 主流 4982.5 元/吨，环比上涨 130 元/吨左右；聚酯切片市场报价环比上涨，江浙地区半光切片现金或三月承兑 7775 元/吨左右，环比上涨 50 元/吨。近期，萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨，POY 报价 8400 元/吨，环比上涨 210 元/吨左右；DTY 报价 9750 元/吨，环比上涨 150 元/吨左右；FDY 报价 9550 元/吨，环比上涨 200 元/吨左右。成本端支撑，近期涤纶长丝价格持续上涨，而下游织造行业开机率与上年同期相比处于低位，供需错配的问题较为凸显，企业库存多在一个月附近，去库进程缓慢，后道利润不断压缩，一定程度上抑制终端生产积极性，而最关键的问题在于终端纺织订单稀少，需求萎缩使得涤纶长丝价格涨势难以向下游传导，市场形成上强下弱的局面，涤纶长丝处于涨跌两难的境地。

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 8450 元/吨，环比上涨 25 元/吨。纯涤纱市场报价环比上涨，32S 纯涤纱报 13150 元/吨左右，环比上涨 370 元/吨；45S 纯涤纱报 14100 元/吨左右，环比上涨 200 元/吨。

纯棉纱价格环比上涨，人棉纱价格涨跌互现。近期，萧绍地区纯棉纱市场报价环比上涨，销售局部仍显不足。气流纺 10S 纯棉纱报价 17000 元/吨，环比上涨 100 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报价 29700 元/吨，环比上涨 1470 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 33000 元/吨，环比上涨 1260 元/吨。原料暴涨创新高，涨价潮强势来袭，下游跟涨。纯棉纱涨价，订单却仍显不足。从国内来看，不少企业也陆续进入了停车检修时期，原料供应受到影响。涨停之下逼停一众工厂，聚酯厂、切片厂、加弹厂和纺纱企业、织造企业，从上到下，无一幸免。行情不随疫情走，也不随订单跑，这样订单缺少的涨价使下游企业成本压力增大。

近期，粘胶短纤原料价格涨幅收窄，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 14900 元/吨左右，环比上涨 50 元/吨。成本压力下，5 月以来，粘胶短纤厂商多次上调价格，近期价格难以让步，因下游需求一般，最近粘胶短纤价格涨幅收窄。人棉纱价格涨跌互现，30S 人棉纱价格报 18050 元/吨左右，环比下跌 250 元/吨；40S 人棉纱报 19800 元/吨左右，环比上涨 300 元/吨。

坯布行情环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 124.10 点，环比下跌 0.57%，较年初上涨 2.11%，同比下跌 0.06%。

近期，市场营销环比回缩，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单环比回缩，坯布量价环比下跌。其中：化纤纤维坯布现货成交和订单发货环比回缩，价格指数呈环比下跌走势，涤纶坯布、涤纶纺坯布、涤纶约坯布、涤纶麻坯布、

涤纶色丁坯布成交量环比回缩；混纺纤维坯布行情环比回缩，价格指数呈环比下跌走势，T/C 涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场量价环比回缩；天然纤维坯布需求环比回缩，价格指数呈环比下跌走势，纯棉纱坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比回缩，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

服装面料环比回缩，价格指数环比小跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.65 点，环比下跌 0.11%，较年初上涨 0.02%，同比下跌 0.17%。

本期服装面料类价格指数环比小跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，连日成交环比小跌。大众面料市场成交环比回缩，夏季大众面料现货成交和订单发货环比下降，秋季跑量产品现货成交和订单发货环比小跌，价格环比小跌。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤粘面料、涤氨面料、粘胶面料成交量不等量下跌，拉动服装面料价格指数环比小跌。

家纺市场继续回缩，价格指数环比小跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.81 点，环比下跌 0.12%，较年初下跌 0.05%，同比下跌 0.22%。

本期家纺类价格指数环比小跌。近期，轻纺城家纺市场营销继续回缩，价格环比小跌，大众色洋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继续下降，价格指数环比小跌。其中：床上用品类现货成交和订单发货继续回缩，价格指数呈环比下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比小跌。

市场行情继续回缩，辅料指数环比小跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 135.03 点，环比下跌 0.14%，较年初上涨 3.30%，同比上涨 2.54%。

本期服饰辅料类价格指数环比小跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情继续回缩，因下游企业备货继续下降，市场成交逐日回缩，现货成交和订单发货呈现环比下降走势，价格指数环比下跌。服装里料类行情继续回缩，价格指数呈环比下跌走势，拉动辅料类总体价格指数环比小跌。

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。部分纺企产销势头不减，尤其是“一带一路”沿线国家和地区订单稳中有增。因部分贸易商和织造厂家新风格产品订单有所增加，预计创新创意产品认购踊跃度将环比增加，整体市场成交将呈现环比小升走势。随着夏装面料现货成交和秋装面料订单发货的局部小增，服饰生产企业采购将环比小增，新款面料上市品种继续增加，创新创意产品价格呈小幅上行走势。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



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、技能人才培养突出贡献奖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



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

(以上数据来源于企业)