

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

2022.09.19 | 第35期 | 总第1091期



中国即墨服装市场

牵手即墨市场 成就财富梦想

电话: 0532-89061667
地址: 青岛即墨区鹤山路920号

日发纺机

纺纱 / 加捻 / 织造 / 非织造系统

▲ 剑杆织机

客服专线 400-999-8008
网址 www.rifatm.com

SHENGZE FASHION

第十一届
江苏(盛泽)纺织品博览会
The 11th Jiangsu (Shengze) Textile Expo

2022 11TH

2022 The 11th
Jiangsu (Shengze) Textile Expo
第十一届
江苏(盛泽)纺织品博览会
10/25-10/27 | 盛泽国际会展中心 |

咨询热线: 0512-63599692

SHENGZE FASHION



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

主办单位



支持单位

科技创星 布凡时尚

2022中国面料之星俱乐部 正式启动

“中国面料之星用户满意产品调查活动”是由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办，华源生态科技有限公司支持的最具影响力的全国性面料调查活动。其宗旨是发现、表彰、推广优秀的面料产品及企业，搭建产业上下游对接的专业平台。

发布仪式将于2022年10月21日，在上海中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会首日举办。

俱乐部年度服务：

1. 会员将参加中国面料之星发布暨论坛活动1次及2场线下服装品牌对接会。
2. 会员进入专属社群，对接百家优秀服装品牌，开拓市场渠道。
3. 会员享受在《纺织服装周刊》的官微、官网、杂志、社群四端畅享年度推广。

商务合作咨询：

万晗 13466301578 赵国玲 15068579525

入会咨询：

雷蕾 13810445890 张灼瑄 13691474950



面料之星二维码
关注面料之星公众号，了解更多

中国轻纺城集团
ZHEJIANG CHINA TEXTILE CITY GROUP

2022 中国·绍兴柯桥 纺织辅料/后整理展 TEXTILE ACCESSORIES/FINISHING

11月11日-13日
绍兴国际会展中心

LATE OCTOBER EARLY NOVEMBER
SHAOXING INTERNATIONAL CONVENTION
AND EXHIBITION CENTER

与2022中国绍兴柯桥国际纺织品
博览会(秋季)、绍兴纺机展、服装
供应链展等多展联办展出

展位全额补贴
多展联合举办



主办单位：浙江中国轻纺城集团股份有限公司
承办单位：绍兴市柯桥区金柯桥展会有限公司

TEL (0575) 8552-8517/8552-8590/8552-8562

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 万哈
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 万哈(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 郭莹颖
主任助理 王利

行政管理中心

总监 崔淑云
副总监 黄娜
办公室
主任 黄娜(兼)
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

广告发布登记通知书号:京东工商广登字20170146号

出版单位:《纺织服装周刊》杂志社有限公司

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*
“纤维之路”让产品创新大有可为
推动高水平自立自强,教育部提出加强高校有组织科研
劲霸:以时尚艺术美学织绘中国男性新风貌
- 08 关注 *Attention*
叶梁:让纺织为江淮大地增色
徐建林:“鞭加背”,促成长
黄立震:爱拼才会赢
初雪梅:将男装定制做到极致
- 10 特别报道 *Special*
恒动焕新 25 年,赴一场流动的盛宴
- 14 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*
以产业聚人才,以人才赢未来
毕光钧:融合跨界,“玩”出纺织新花样
创意产业基地联合党支部:党建引领时尚梦,创意点亮一座城
柯桥设计绽放中国国际时装周
- 18 棉纺 *Industry*
智能化如何驱动棉纺行业发展?
- 19 印染 *Industry*
20 年同心笃行,创新成就新印染!
- 20 集群 *Cluster*
力争打造安徽第一个千亿纺织集群
- 22 一线 *Frontline*
科技创“星”“布”凡时尚
智见不凡,链动时尚!
国潮“跑”赢外资巨头,特步发布全新战略
- 25 指数 *Index*
秋市营销环比回缩 价格指数小幅下跌
延续淡季行情 景气指数大幅下降

每周随笔

“乡缘”正在成为重要变量

近日,合肥比亚迪首辆整车下线。据了解,比亚迪合肥项目总投资150亿元,而比亚迪落户在芜湖的新能源动力电池和配件项目投资总额却达200亿元,能够创造的就业岗位接近1万个。

比亚迪为什么不把这350亿的项目都布局在合肥呢?是合肥装不下吗?当然不是。这是因为,在芜湖的行政区划变动中,比亚迪董事长王传福成为了芜湖老乡。

在认亲式招商的积极加持之下,芜湖比亚迪产业园的一期项目3条生产线,从签约到投产只用了半年。这个效率和速度,无论是对芜湖还是对比亚迪来说都很罕见。

乡缘,正在成为中西部城市发展产业的重要变量。

同样是在安徽,“家家植棉、户户捣衣”的安庆市望江县也同样看中了这种“乡缘”。从去年开始,望江坚持“外联老乡”,实施“望江人·桑梓情,共识共为促振兴”工程,出台《望江县人才引进奖励办法》,建立纺织服装产业人才库,动员纺织服装产业链上下游在外成功人士和产业工人“凤还巢”。

“前些年,有很多望江人在湖州做童装。而得益于互联网,做服装生意已经不再局限于地域的限制,很多人都回到自己的家乡望江来做。”35岁的返乡创业者汪余清在多个电商平台都开设了自己的门店,每天发货四五千单,带动了当地23家乡村服装车间的生产,2021年销售额突破5000万元。

“20年前,我们外出是为了求生存。现在,很多人在外创业已经达到了一定条件,正是回乡创业的好时机。无论是地理位置还是营商环境,都给了我们很好的发展基础。”温格智能制造(安徽)科技有限公司总经理刘军华如是说。

与刘军华一样,本着反哺桑梓的初心,安庆市政协委员、福建省安徽商会会长程明也回到家乡安庆。他在该市宿松县合伙投资创办安徽顺源智纺有限公司,总投资45亿元兴办实业。

如今,越来越多的“老乡”带着“真金白银”和实干本领回到家乡投资兴业。企业家和各种人才们对故乡怀有特殊情怀,这是一种不需要人工智能、也不需要区块链技术的天然商业资源。而还乡情结,确实也是中华文明几千年来的共识:哪怕你在故乡已经没有了亲戚,这个土地跟你也永远有一层特殊的交情。

一直以来,纺织服装业都是母亲工业,不论是对城市发展,还是对中西部县域经济来说,借用安徽省纺织行业协会执行会长叶梁的一句话,最好的发展就是发展纺织服装产业。



View point / 产经看点

今年前8个月,我国外贸进出口总值27.3万亿元,同比增长10.1%。

——海关总署

8月份,消费市场运行总体平稳。全国居民消费价格指数CPI同比上涨2.5%,涨幅比上月回落0.2个百分点。

——国家统计局

截至今年二季度,全国工业企业关键工序数控化率、数字化研发设计工具普及率分别达到55.7%、75.1%,比2012年分别提高了31.1个百分点和26.3个百分点。

——工信部

2022全球服务贸易大会发布的报告显示,今年中国服务贸易综合指数在全球排名由去年第14位上升到第9位,首次进入前十。

——经济日报

中国人民银行9月9日发布的金融统计数据报告显示,8月份人民币贷款增加1.25万亿元,同比多增390亿元。

——中国人民银行

近日,文旅部市场管理司指导发布行业发展报告显示,2021年我国网络表演(直播)行业市场规模达1844.42亿元,网络表演经纪机构数量超过24000家。

——经济日报



纺织服装周刊
微信订阅号



纺织服装周刊
微信视频号



TA 潮报
微信订阅号



纺织机械
微信订阅号



纺织服装周刊
今日头条号



纺织服装周刊
网易号



纺织服装周刊
新浪微博

Focus / 聚焦

从纤维到品牌、从科技到应用、从生产到消费

“纤维之路”让产品创新大有可为

■ 本刊记者_郭春花

为贯彻落实《关于化纤工业高质量发展的指导意见》，进一步发挥纤维品牌在服装、家纺等终端产品中的增值作用，9月5—8日，中国纤维流行趋势联合华峰化学股份有限公司、桐昆集团股份有限公司和安徽丰原生物纤维股份有限公司共同开启“纤维之路——2022中国纤维流行趋势对接交流活动”，先后走进福建七匹狼实业股份有限公司、鸿星尔克实业有限公司、九牧王股份有限公司、安踏（中国）有限公司、福建柒牌集团有限公司、福建匹克体育用品有限公司、三六一度（中国）有限公司和中乔体育股份有限公司，通过与重点品牌企业面对面的交流，共同探讨解决民生与美化生活之策，引导纺织化纤加快转型升级，实现产业链高质量发展。

今年5月，中国纤维流行趋势2022/2023以“无界与共生”为主题，发布了“纤·自然本源”、“纤·蝶变新生”两大篇章，涵盖高品质生物基化学纤维、差异化循环再利用化学纤维、多元抗菌纤维、低温易染纤维、保暖纤维、舒弹保型纤维、安全防护纤维等八大类流行纤维，尽显纤维的科技、时尚与绿色。此次对接交流活动向下游品牌企业分享了本年度中国纤维流行趋势研究与发布的纤维品种。同时，华峰化学、桐昆集团、丰原生物也就各自企业的创新产品进行了分享，并深入了解下游品牌企业需求，交流产品开发经验，以探索合作，实现共同创新。



“纤维之路”活动走进品牌企业留影。

对于近年来推出的新型纤维，以及中国纤维流行趋势2022/2023入选纤维及企业分享的功能性产品，品牌企业表现出浓厚的兴趣，并结合各自品牌自身的研发需要对纤维开发提出了建议。他们表示，纤维端的创新大有可为，通过与纤维端的直接对接，能够在面料开发过程中少走弯路，今后期待与更多纤维企业建立更广泛的联系，互通有无，实现共赢。

Direct / 直击

推动高水平自立自强，教育部提出加强高校有组织科研

近日，教育部印发《关于加强高校有组织科研，推动高水平自立自强的若干意见》（以下简称《意见》），就推动高校充分发挥新型举国体制优势，加强有组织科研，全面加强创新体系建设，着力提升自主创新能力，更高质量、更大贡献服务国家战略需求做出部署。

《意见》明确了加强高校有组织科研的重点举措。一是强化国家战略科技力量建设；二是加快目标导向的基础研究重大突破；三是加快国家战略急需的关键核心技术重大突破；四是提升科技成果转化能力服务产业转型升级；五是提升区域高校协同创新能力服务区域高质量发展；六是推进高水平人才队伍建设打造国家战略人才力量；七是推进科教融合、产教协同培育高质量创新人才；八是推进高水平国际合作；九是推进科研评价机制改革营造良好创新生态。

《意见》强调，高校要强化责任落实，要在学校整体规划和科技创新等专项规划中，以国家战略需求为导向，以学校学科优势为基础，研究提出有组织科研的主攻方向，明确主要任务和战略目标。要充分发挥基本科研业务费稳定支持的重要作用，积极争取地方财政和国有企业、科技企业、社会组织等多元投入。教育部统筹重大人才计划、研究生招生、“双一流”建设等政策，加强对有组织科研的引导和支持。

中国纺织工业联合会科技发展部副主任张传雄表示，目前我国纺织行业科技创新依然处于以跟跑为主的“三跑并存”状态。未来，纺织消费品多功能化开发、跨界融合协同创新研发、高端纺织装备开发与数字化转型、绿色低碳技术和产品推广应用将成为纺织行业科技创新的四大方向。高校创新平台是纺织行业集聚创新资源、汇聚创新人才、开展技术创新的有效载体和提升科技核心竞争力的有效途径。跨界融合将成为创新平台建设新方向，协同互动将成为创新平台主体参与新方式，数字绿色赋能将成为创新平台提质增效新路径。（郝杰）

时尚聚力！11月，我们相约虎门

正青春，更时尚！25年的磨砺和40余载的沉淀，铸就了她灿烂、活力的青春。承载着新的时尚梦想，她又翩然而至——第26届中国（虎门）国际服装交易会暨2022大湾区时装周（秋季），将于2022年11月17—21日在服装名城虎门炫目登场。

当前，虎门正立足东莞“双万”新起点，聚焦“科技创新+先进制造”，实施筑基、塑城、强核、提质、惠民“五大行动”，加快推动高质量发展、可持续发展。本届服交会应运而生，致力于引领时尚，成就品牌，助力企业在疫情常态化新形势下多元化拓展市场、降低运营成本、提升竞争力，推动产业发展与新战略、新政策、新形势对接，与新模式、新技术、新业态融合，为虎门服装行业高质量发展打开新局面。

“双展协同，无缝衔接”将为此次服交会注入新活力，紧随服交会，第三届中国（虎门）纺织面辅料交易会将于11月25—27日在同一地点虎门会展中心举行，延续服交会的时尚热度，纺织服装上下游两大展会无缝衔接，完美融合，实现产业资源的优化整合。

此外，“数字赋能，就地升级”将为本届服交会带来不一样的时尚表达，服交会将与时俱进，以元宇宙、直播、VR、5G等技术赋能，推动服交会朝数字化、科技化、时尚化发展，实现服交会的就地升级，助力虎门建设粤港澳大湾区时尚中心、中国服装服饰时尚品牌名城、世界级时尚产业集群。（林欣）

Brand / 品牌

劲霸：以时尚艺术美学织绘中国男性新风貌

■ 本刊记者_万晗

2021年9月，劲霸男装于中国长城发布“高端新国货”战略，自信发声“中国茄克 劲霸制造”。经历了疫情、高温等诸多不确定性对企业影响巨大的一年后，劲霸男装如何在更加多变莫测的市场竞争中坚守初心，又将怎样的落笔开启百年愿景的未来60年新篇章？

随着当代中国男性对服饰着装文化品格及精神需求的不断升级，“劲霸三代”劲霸男装CEO兼创意总监洪伯明接掌品牌以来，不断探索尝试时代语境下时尚品牌和消费者的链接与对话。9月4—12日，SS23中国国际时装周期间，劲霸男装铺陈“茄克·天地间”五大系列动作，以茄克品类专场秀为核心，首度呈现四季意象的全品类茄克秀款，并融合沉浸式数字艺术展、生活方式新零售空间、行业主题论坛、品牌自有IP首发等多元形态，从艺术人文美学、产品焕新设计、新消费场景探索、行业可持续发展、未来消费者情感链接等多层次、多维度呈现品牌的创新与尝试。

自1980年裁剪出第一件劲霸茄克，不断创制革新中国茄克的42年里，劲霸男装始终顺应时代变迁，以服装为载体，展现改革开放至今不同时代的中国男性的精神风貌，陪伴他们完成时代的前行。洞悉当代男性意识形态与多元审美，今年劲霸男装升级设计丰富度，以新色彩、新廓形、新材料、新风格“四新”产品，满足中国男性在商务休闲等多元场景下年轻态、时尚感、艺术人文、具精神内涵的新时代着装需求。

茄克品类专场秀期间，劲霸男装首度发布自有IP——劲H与霸H，以及它们的虚拟时空家园“劲象空间”，尝试以一种艺术化、潮流化、IP化的形式丰富品牌故事的内涵，增添人文温度，并借此探索品牌与未来年轻消费者的沟通方式，以当下通未来。

本次时装周期间，在数字媒体技术的加持下，劲霸通过鲜明的艺术



SS23中国国际时装周期间，劲霸男装首度呈现四季意象的全品类茄克秀款。

语言，带领品牌自身与消费者迈向前所未有的想象之境。时间与空间的维度被破解，品牌首次创新尝试秀与艺术展相生相成、彼此“伴生”。空间维度上，是品牌2022茄克品类专场秀的秀场，亦是品牌于中国国际时装周期间的沉浸式数字艺术展。展览借由新媒体包裹的空间，与时装装置结合，构造出一个包罗万象、人与自然和合共生的场域，展现品牌近半个世纪不断迸发的创新活力。通过时尚与数字艺术的对话，创新构建消费者沟通形态试验场。

同时，借中国国际时装周平台，劲霸男装发起关于“构建东方美学体系下的中国男装可持续价值生态”主题论坛，以开放、多元的视角交流、碰撞，探讨时代、市场、新消费趋势下，企业和品牌如何构建自己的核心价值体系，为消费者输出长期稳定的价值服务，同时给予中国男装行业未来可持续发展一些思考和启示。

广告

纺织服装周刊

TEXTILE & APPAREL WEEKLY

·行业信息+

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

·媒体平台+

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

·服务价值+

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

● 《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



中国纺织行业首档大型系列短视频

《我是纺织人》第二季

安徽省纺织行业协会执行会长叶梁、泉州卜硕机械有限公司执行董事长黄立震、河北宁纺集团总经理徐建林、大连泛瑞客制衣有限公司总经理、AruGaw 诺奈品牌创始人初雪梅……他们中有的是地方纺织产业发展的领导者，有的是纺织企业负责人，但都是有着数十年从业经验的“纺织人”，可以说，纺织装扮了他们的人生，而他们也让纺织更加绚丽多彩。

安徽省纺织行业协会执行会长叶梁：

让纺织为江淮大地增色



我是以奋斗终身、死而后已的态度来做这个行业，不会再改变。

当时来安徽是一个偶然的机，来了以后就喜欢上这里，同时开始做市场方面的工作。一路走来，叶梁是无怨无悔的。曾经，有人想高薪请他合作从事其他行业，他拒绝了。

叶梁：我今年都50多岁了，马上60岁的人了，我不会再去选择其他行业。我能有今天，也是江淮大地赋予我的成长，造就了我今天在行业中的一点影响。所以我要回馈安徽，报答江淮大地。

近年来，安徽纺织业的发展突飞猛进，给人们留下创新、科技等新印象。叶梁说，他和所在的安徽省纺织行业协会要努力为安徽省纺织工业的发展出一份力。

叶梁：去年协会制定了安徽省纺织服装产业区域发展规划，要对沿江产业带做一次系统性的集群建设规划。在合肥，建立一个以时尚、原创、品牌、设计、文化为中心的基地。同时，推动皖北地区智能制造基地的建设，皖北地区的人口资源比较丰富，县域经济最好的发展就是发展纺织服装产业。下一步，要以科技为引领、智能制造为驱动来带动安徽纺织服装产业发展。

叶梁认为，安徽的纺织工业发展潜力并没有得到充分发掘。但这几年，安徽的发展可谓是“裂变式”突飞猛进，安徽的形象也得到了很大提升。

叶梁：我们要融入长三角，与兄弟省市进行全方位的合作，打造安徽纺织服装产业高质量发展的新局面。

“从结缘纺织，到专注纺织，我是以奋斗终身、死而后已的态度来做这个行业，不会再改变。”

叶梁说，安徽是他的第二故乡，他亲历并见证了安徽的大建设、大发展。在安徽省纺织行业协会成立一周年之际，执行会长叶梁讲述了他的纺织故事。

叶梁：我出生在浙江，我到合肥来是为了发展与生存，是从卖服装开始的，是这样与服装结缘的。从结缘纺织，到专注纺织，

河北宁纺集团总经理徐建林：

“鞭加背”，促成长

徐建林常说，进入宁纺，是他一生的幸运，为宁纺而奉献，是他无怨无悔的选择。

徐建林：我是1987年大学毕业以后分配到宁纺的。我进入工厂以后，很快从思想上、行动上、身份上融入了纺织，这一干就是35年。

曾经，宁纺集团不畏艰难、白手起家；今天，企业努力创新升级、多面发力，立足纺织，又超越纺织，成为了中国北方最大的灯芯绒生产出口基地，实现纺织、印染、服装完整产业链的发展。

徐建林：50年来企业的发展，不仅实现了规模的扩张，更重要的是培育了一种企业精神。那就是“讲人品、出精品”的文化理念和“诚信、敬业、竞争、创新”的企业精神。

50年来，宁纺集团形成了自己的文化优势，打造出了一支敢于拼搏、敢于付出的优秀团队，徐建林常说，人的一生中最大的幸福莫过于跟随一位好领导，宁纺永远是他奋斗的舞台。

徐建林：我们的董事长苏瑞广，是宁纺的领路人、创业者，也是我的人生导师。他是全国劳动模范、全国优秀党务工作者。他今年已经87岁了，依然奋斗在生产经营的第一线。他身上体现的“一日无为，三日不安”的“鞭加背”精神，激励我们不断成长，不断进步，是我们学习的榜样。



“纺织产业永远是朝阳产业，只要我们坚信坚持和创新的力量，就一定能在未来取得更大的成就。”

纺织产业永远是朝阳产业，只要我们坚信坚持的力量，坚信创新的力量，我们就一定能够在未来的发展中取得更大的成就，使我们纺织工业越来越强大，越来越辉煌！

泉州卜硕机械有限公司执行董事长黄立震：

爱拼才会赢



来不容易，但都是一种好的经历。很多人都说我40多了才开始创业，已经算晚了。但我不这么认为，我身上有一种闽南人的非常突出的个性，就是敢拼敢干、爱拼才会赢。

如今的卜硕机械拥有深厚的技术优势、研发实力和规模化生产能力。而黄立震也成为国内圆纬机行业的领军人物，肩负起了更多行业的责任。

黄立震：要说这些年来印象比较深刻的事情，那应该是2017年成立中国纺织机械协会圆纬机行业分会，我任首任执行会长。协会和大家共同努力，将企业凝聚在一起，从背靠背到心连心，共同推动行业的健康发展。

这些年来，黄立震始终希望通过自己的努力，为行业发展做一些事情。担任圆纬机分会会长两年以来，他自掏腰包补贴运营。为了树立行业形象，他还带着同行甚至竞争对手，一同走访国内外的上下游企业。在家人眼中，黄立震把自己完全献给了工作。

黄立震：其实我经常也跟家里人讲，我不是家里的人，因为我全身投入到这个企业中。那现在因为年纪逐步大了，保证健康是最重要的。我办公室也自己放了一部跑步机，偶尔上班前下班后，在那边自己锻炼锻炼。有一个好的身体、好的体魄，为了这个企业的延续，更好地关注这个公司。

展望未来，黄立震表示，无论未来如何变化，自己和卜硕都将守住初心，他相信这是开启美好明天的唯一钥匙。

黄立震：一个行业的进步，最重要的标志就是创新。希望整个行业的同仁，继续携手共进，开拓未来！

“很多人都说我40多了才开始创业，已经算晚了。但我不这么认为，我身上有一种闽南人的非常突出的个性，就是敢拼敢干、爱拼才会赢。”

蓝蓝泉州湾，海上丝路从这里铺向世界。

20年前，黄立震放下铁饭碗，独闯纬编行业，深耕技术创新，创办了泉州卜硕机械有限公司，不仅在海内外拥有大批铁杆“粉丝”，更推动制定行业标准。

黄立震：对我来说，创业是一种乐趣。虽然辛苦，一路走

大连泛瑞客制衣有限公司总经理、AruGaw 诺奈品牌创始人初雪梅：

将男装定制做到极致

22年时间，从贴牌生产到高级定制，从一人一版到大数据处理中心，从线下定制到线上量体APP的推出，这位企业掌舵人，大胆融合智能制造与工匠精神，将男装定制做到了极致。她就是初雪梅。

初雪梅：我是1993年大学毕业之后，有缘进入了纺织行业，从事了西服这个产业。在2000年之前，我们做的一直都是贴牌生产，2013年开始向服装定制行业来进行升级，当时，这个定制系统做得还是偏技术类的。我们就想，如何能够在当今的社会条件下，如何能够对销售人员进行简单的培训、让消费者能够用好我们的定制系统？

我们在下单系统上做了升级，今年升级的结果就是，不一定你非得清楚技术，而是按照我告诉你的逻辑，填好你需要的内容，就能自主完成自己的一个设计和下单的过程，一切专业的事情交给我们。这时候，我觉得客户的体验度很好。

定位越高也意味着竞争越少，初雪梅要做的并不是单一的西装定制，而是消费者整体形象解决方案的提供者。这也是泛瑞客从一个服装加工制造商向一个专项服务行业转型的重大变革。

初雪梅：2019年开始，我们研发使用了线上的一个APP——视衣魔具APP。通过我们的指导，消费者通过两个人互动也可以测量数据，这样也方便了我们在跨地区、跨国家、没有量体师的情况下，解决了一些量体问题。

定制是体现人们对美好生活向往的一种生活方式，跟我合作的、纽约时装周学院教授Parsons说，“Tracy（初雪梅），恭喜你选择了一个最好的行业。”



“大家一定要坚信，我们是美的使者，我们是能够给消费者带来更美、让他们更自信的一个行业。”

纺织服装行业是一个传统的国民经济支柱型产业，也是一个美的行业，我要跟所有的纺织行业的朋友们讲，不论外界怎么样，不论环境怎么样，大家一定要坚信，我们是美的使者，我们是能够给消费者带来更美、让他们更自信的一个行业。所以我要告诉大家坚持，就像我一样不断地坚持。TA

恒动焕新 25 年， 赴一场流动的盛宴

中国国际时装周 2023 春夏系列发布举行(上)

本刊记者_刘嘉 吕杨 郭春花 王振宇



9月4—12日，中国国际时装周 2023 春夏系列发布在北京 751D·PARK 举行。今年是中国国际时装周创立 25 周年，本季主题为“恒动焕新”，聚焦中国美学、非遗创新、潮流型格、可持续时尚、商贸消费、时尚元宇宙、知识产权保护等七个方向，来自 19 个国家和地区，以及国内 23 个省市的 141 个品牌、361 位设计师，重磅呈现 134 场各类时尚活动。

本季中国国际时装周由北京市人民政府、中国纺织工业联合会指导，中国服装设计师协会主办，北京市商务局、北京市朝阳区人民政府、751D·PARK 北京时尚设计广场、北京服装学院联合主办，携手国内外众多合作伙伴共同呈现，以 25 周年的辉煌与博大，带动中国时尚产业持续恒动焕新。

让宋锦以年轻的姿态冲进潮流舞台

上久楷·边惠中 2023 高级定制全新系列上线

9月5日，上久楷·边惠中 2023 高级定制全新系列“无为”发布会登陆中国国际时装周。发布会取意庄子的“无为”之道，呈现了世界非物质文化遗产——宋锦在现代实用场景中的诗意表达。时装设计师边惠中以自然为题，以宋锦为纸，以点线面为墨，结合西式立体剪裁技术以及异质拼接，绘制出一幅未经刻意雕琢却带有诗意与浪漫时尚画面。企盼以有为之法入无为之境，自然而然地唤起大家对传统文化的共鸣，将东方美以全新的形式展现在观众面前。

“如何将宋锦传承与创新下去，是我们每一季设计的重点，也是一种使命。”边惠中说，本系列利用宋锦细腻与羊毛粗犷的特点，以特殊的织造技艺，制造出了时尚且耐用的新型提花面料。打破传统宋锦的织造理念，展示宋锦现代化应用的多面性，体现的正是上久楷活态创新发展宋锦工艺的坚定决心，以及实现决心的恒心。



愿此时平淡，若彼时灿烂……

ArtGift 品牌创始人任敏携新品亮相

9月6日，ArtGift 品牌在中国国际时装周发布了 2023 年春夏时尚系列“莎华”。该场发布延续了品牌一贯的突破自我和自我肯定的品牌座右铭。新品系列整体以花束粉、奶油白、时尚黑、薰衣紫色系为主，娴熟运用韵律感及颜色碰撞，搭配活跃的花束粉、粉紫，舒适的淡雅蓝与莫兰迪色的高级感、时尚黑与奶油白的稳重加持，使色彩的赋予像初夏，整体系列亮丽色块的跳跃应用，引入一种生疏的刺激感，令人赏心悦目。

该系列新品采用皮革元素的贯穿，侧重独特廓形、款式多样、多重拼接的设计，大气的舞台感与确幸的生活化相互加持、融入、延展、结合，极富视觉冲击力和代入感。在色彩与工艺方面，设计师将跨季面料进行衔接，采用了环保纹理皮革染色、手工擦色工艺等，将服装时尚性与舒适性进行整合，展现了女性自由飞翔、活力四射的体态。

刘彦君签约海宁皮革城

皮城严选联合秀亮相中国国际时装周

9月6日，中国国际时装周“皮城严选品牌联合发布”精彩上演，超前的设计理念、丰富多元的材质、时尚潮流的元素，一一呈现在观众眼前。

本场联合秀由海宁皮革城官方供应链品牌——“皮城严选”联合中国十佳时装设计师刘彦君，携手 JUNNE LIU、一直、天织燕衣、Foor 弗奥、欧思帝娜五大实力品牌、以“革新 INNOVATION”为主题，阐述了革新皮革、原生力量，引领国内皮革潮流趋势，推动创新发展致敬未来的品牌理念。值得一提的是，当天上午举行的“海宁日”开幕式上，中国十佳时装设计师刘彦君与严选总公司海宁皮革城成功签约，将作为海宁皮革城“潮来”产业服务平台特邀设计师与皮革城达成战略合作。

据介绍，皮城严选是海宁皮城的官方供应链平台，以优质供应链服务为核心，以长三角及国内知名时装品牌、海宁高品质皮衣皮革核心产品为支撑，为直播电商提供一站式供应链服务，为整个海宁的皮革产业进行全方位赋能。目前皮城严选服务品牌和厂家逾百家，与各电商平台头部主播达成战略合作。



迎风绽放，

迪丝曼苓发布新品为时尚“赋”活

9月6日，独立设计师原创品牌迪丝曼苓 (DISIMAN.LING) 登陆中国国际时装周带来 SS23 时尚大秀。品牌创始人韩苓认为，服饰与造型承载着女性不同阶段的成长足迹与美好记忆，是生活态度的重要组成部分。这一理念引领着迪丝曼苓将品牌基因“百变有型”融入到每一份设计里，诠释时尚、个性、百变的价值主张。

大秀伊始，模特化身时尚、个性、百变的灵动符号——绽放的黑白图腾、闪烁的金属光泽便是迪丝曼苓 DISIMAN.LING 的全新设计。发布会第一篇章以木槿花为核心延展出黑白图腾以及金属的辅料装饰作为大秀的开场系列，强调积极坚韧，遇到困难永不言弃的大女人精神。第二篇章系列版型兼具未来感和实穿性，通过廓形解构，层次叠加，镂空和宽肩展现前卫时尚质感，褶皱设计增强了力量感和雕塑感，打破沉闷。大秀在第三篇章笔触一转，转换成有厚度、有层次、有故事的牛仔主题。设计师以可拆解和循环回收的理念进行牛仔系列的设计，解构、拼接、洗破、磨损，呈现纱支质朴的纹理，利用牛仔面料的耐磨性、多样性、可塑性，带来许多亮眼的廓形和拼接方式，体现了品牌的环保理念和循环设计、坚持创新的思维。

聚焦“当代”：寻求创意与市场之间的平衡点

Silk box 携手李文耀登陆中国国际时装周

9月6日，Silk box 携手品牌专家李文耀在中国国际时装周为到场嘉宾及观众带来了一场集面料、设计、成衣与现代化数字管理于一体的全新尝试。

本次发布会以“当代”为主题，以“1 种不想被定义的创作风格”，“寻找创意与市场之间的平衡点”为品牌核心创作理念。在面料及设计手法方面也持续保持品牌力求的高级感与多元化——真丝，环保面料，提花，立裁等。

Silk box 由鲁建平与严炯联合创办，致力于研发可持续创新材料，建立遍及全球的设计师研发产品生态系统，同时，更力求配以高效协同的供应链，整合数字化管理及销售于一体，为时装品牌和设计师提供从材料到成衣的柔性生产，实现快速翻单。



探讨传统民俗文化的时空性

佗寂·梁云侠发布 2023 春夏“重塑”系列

9月6日，佗寂·梁云侠 2023 春夏发布新系列“重塑 REMOULD”发布会亮相中国国际时装周。发布主题意在重新塑造，重塑的过程又可以引申为重新解读，重新解构，重新给予生命。

本季灵感来自对“传统民俗文化的时空性”的探讨。设计师梁云侠表示，春来秋去，斗转星移，此时此刻我们遇见的除了那古美旧物，还有它们讲述的故事和延续在人间的精气神。

本季新品在延续品牌色系大地色的基础上加入了充满叙事性的夏日色调。结合本季主题“重塑”，佗寂深挖多种民俗工艺，对这些民俗工艺进行了再造和创新；并运用新技术、新材料对中式传统面料如非遗面料香云纱也进行了再造，对于服装解构手法同样重新诠释。

探索“无概率”事件

轻奢运动品牌 FENGGY 2023 春夏秀场新品发布

9月7日，轻奢运动品牌 FENGGY 2023 春夏秀场新品系列“无概率”亮相，设计中运用了大胆的色彩碰撞、极具辨识度的印花和仿生服装结构，将未来科技概念引入服装，兼具日常穿着的轻松实用性和户外运动的功能性。

本季产品采用治愈系色彩，旨在给人们带来明快的节奏感。主打运动系色彩，运用了极具质感的淡鹅黄色、鱼子酱黑色和象征生命力的嫩芽绿色，并加入科技蓝色、活力亮橙色和亮玫红色，更加突出时尚活力感。面料工艺中还运用了 3M 反光技术，极具未来科技感。

轻奢运动品牌 FENGGY 创始人、设计师葛凤表示，本季主题通过引入多重宇宙的概念，讲述更多元的人生体验，呼吁大家勇敢迈出脚步去尝试不同的生活方式，每个人都可以做自己的英雄。通过穿着 FENGGY，建立由内而外的自信，消除社会的刻板印象，找到更强大的自我。



Y.LEADING “谜·漫”： 让女性从容面对变幻莫测的社会

潺潺流水，仙气缭绕，灯光旖旎，在一片迷雾般的神秘感中，一名女性舞者怡然自得，不急不躁带着观众穿透迷雾，以坚定的乐观主义和浪漫情怀传递着女性积极向上的力量……

9月7日，Y.LEADING·王凤 SS23 “谜·漫”时尚品牌大秀在北京 751D·PARK 中央大厅隆重上演。Y.LEADING 来自鲁迅故里、中国面料之乡——绍兴，其寓意为先领先潮流，主张注重女性的内在价值，在传递“美”的同时，提倡精英女性构筑一个更独立、自由、自爱、智性的内在世界。

本季大秀的主题“谜·漫”来源于主理人 Wendy 的一次旅行，偶然的机会有了解到海南的面纹阿婆，脸上几何的面纹结构和充满岁月的皱纹重叠在一起，就像一座迷宫。对于本季主题“谜·漫”，Wendy 解释，这个词可理解为迷雾中的浪漫，亦可理解为“谜·慢”，即谜中的悠然自得不急不躁，还可变换成“谜·MAN”，展现社会环境中女性角色的多面性。



Beautyberry2023 S/S 王钰涛： 时代轮回的温柔之约尽在顶峰

9月11日晚，Beautyberry2023 S/S 时装在北京 751D·PARK 火车街区发布，设计师王钰涛以 PEAK/ 顶峰为主题登陆中国国际时装周。在充满未知与不确定性的当下，王钰涛再次发起对审美文化的探讨，引发大众对平衡与冲撞的思考。用时装的变化打破时空语境，在过去与未来的交织中呈现了中国时尚快速发展的二十年脉络。

粉色时空里烟雾突袭，童装率先从光中走出，倒流或反转，Beautyberrykids 的亮点在于立体造型完全溶于艺术化的引导中，夸张造就可爱，精致衬托跳跃，让童年获得纯真的梦境，在虚拟感中的审美浸润让童装引发建设性的思索。穿粉色西装的男孩儿“穿越”为男人的交错，开启主线系列的发布。

在巨型全粉的露天秀场，没有人可以置身事外，这是在极短的时间里，时装与艺术最高频的对话，也是一切细节浮动的精彩时刻。音乐的震动隐匿于服装的流动中，模特动态的轨迹被强行拽入时代的洪流，静止般“刺入”视线。本季，男性线条的流畅与女性线条的刚硬形成对比，在冲突中用色彩抵达和谐，复古与未来交织，情绪与行为互补，从容踱步，设计理念缓缓流淌，既追溯过往，也启幕新的纪元。



七匹狼·中国茄克时尚创意大奖颁奖典礼举办 获奖设计师安博作品发布大秀呈现男装新貌

9月7日，七匹狼·中国茄克时尚创意大奖颁奖典礼暨获奖设计师安博作品发布大秀，在中国国际时装周的舞台上亮相，呈现中国时尚男装的焕新风貌。

福建七匹狼实业股份有限公司董事长周少雄在发布会上表示，“为时尚梦想者创建舞台”是七匹狼的企业愿景之一，为了实现这一目标，七匹狼致力于在时尚文化与年轻设计师的设计梦想之间搭建起一座桥梁，为新时代的中国年轻设计师打造圆梦舞台，让更多喜欢时尚的中国年轻人成为世界所知，为行业提供动力，为社会肩负责任，为中国时尚走向国际化贡献力量。

本次七匹狼·中国茄克时尚创意大奖，设计师安博获奖系列“平行时空”，以科技感和未来感为主要概念之一，让思维与审美在现实生活和元宇宙中穿梭。在元宇宙的平行时空里，文化与审美杂糅交融，服装局限被打破。

据介绍，七匹狼·中国茄克时尚创意大奖由中国服装设计师协会、中国国际时装周组委会与七匹狼男装联袂举办，七匹狼·中国茄克时尚创意大奖以“战神新衣”为主题，聚焦七匹狼“狼文化”内涵，以“狼图腾”作为核心元素。

特步·隋振冲

2023 全新系列“昼·夜”亮相时装周

9月6日，北京 751D·PARK 第一车间内，特步·隋振冲 2023 全新系列“昼·夜”圆满发布。本季作品将跑者夜间训练的科幻气息与全天候防护功能相结合，从未科幻主义人物与跑者中汲取创作灵感，带来具有超现实主义运动美学的跑步运动产品。

为了减少奔跑中的碳足迹，本季作品基于环保设计理念，以科技为手段，将环保、美学、科技、性能、全面进化集于一身，同时也让人们感受环保材质制作工艺也能带来极致的体验魅力。此次发布的全天候功能解决方案，融合了多种不同类型的材料科技，整件衣服薄如蝉翼，非常轻质便携，极大减轻了跑者跑步期间的负重感。此外，搭载夜间 360 度感光系统，为夜跑者保驾护航，做到安全无死角。

为了让跑者身体始终保持恒温，产品根据人体汗区分布，借鉴汽车空气动力学原理打造的 360 度排汗系统，可以帮助跑者在跑步期间快速排汗，服装面料粘合一层耐风雨的透气薄膜，自适应纤维增强了透气性同时起到了锁定温度的作用。同时整套衣服采用超声波无缝热贴工艺，防止跑步期间服装接缝对跑者皮肤长时间摩擦造成损伤。以上都体现了产品以人为本的设计理念与人文关怀。



邓兆萍私人订制 SS23： 桃花拥抱未来好意头

成熟的设计作品一般会不费吹灰之力跟你讲述“我来自哪里，我要向哪儿走去”。邓兆萍的作品一直是用广府文化的底色来承载的，但当你剥离多元化的时装外壳，露出真正吸引人的部分，就不难发现，她是向着更广阔的空间奔走的：心灵与自然的融合、理念与科技的并行、态度与环保的契合、意识与文化的交织，最后，用对未来的渴望定义时尚的变迁。

9月7日，金顶奖设计师邓兆萍在北京 751D·PARK 第一车间发布了自己定制品牌的 2023 春夏系列时装作品。用“春之煦”的温暖寓意抚慰所有人的心灵。设计师特意将桃枝、桃花带入秀场，还原春回大地之时“人面桃花相映红”浪漫景致，将广府人红桃(宏图)大展的好意头带入中国国际时装周。本季，设计师从灵感出发，更关注大自然对人类的情感回馈，设计思路渗透着对未来的思考与憧憬，将自己多年科技探索的成果与可持续发展理念完美结合，让轱辘九五聚酰亚胺功能性纤维与再生纤维交织出时尚环保的新型面料。与自然相拥、和时间赛跑，以科技迎接时尚未来。TA



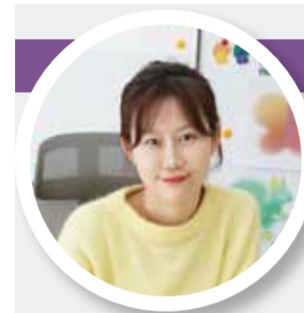
以产业聚人才,以人才赢未来

柯桥区创意设计人才“经纬计划”(第五批)B类人才推介

■ 本刊记者_王利

水深鱼聚,林茂鸟归。作为全球最大的纺织产业集群,柯桥依托“产业+市场”的独特优势,以及产业链综合优势,以“一块布”链动全球纺织,推动着区域经济发展。近年来,为推动时尚赋能纺织产业,柯桥区以产业聚人才,以人才兴产业,向全国高端时尚创意人才抛出橄榄枝,致力于打造贯穿人才链、创意链、产业链的纺织产业协同创新生态系统,助力柯桥成为国内时尚产业发展的先行区和浙江省时尚产业转型升级的示范区。

日前,柯桥区第五批创意设计人才“经纬计划”评审结果出炉,更多的高端时尚设计人才将汇聚柯桥,加速推动柯桥纺织融入世界潮流中心,进一步提升国际话语权和影响力。本期,《纺织服装周刊》记者贴近与6位B类人才交流,聊一聊他们将如何与柯桥纺织携手共进,双向赋能?如何通过自己的时尚美学感悟和创意设计能力为柯桥纺织创新跃变注入新活力、新动能?



刘峥

曾就职于纳薇、上海丝绸集团,2019年自创童装品牌 poco blush,2020年获得中国十佳童装设计师称号。

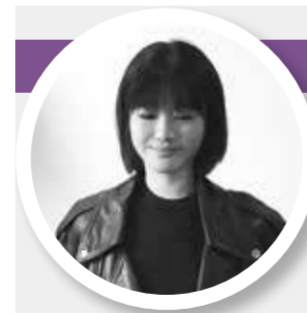
作为一名追求高品质童装的优秀设计师,刘峥对于服装面料的亲肤性和图案都有特别的要求,她自创的 poco blush 是一个主打手绘印花的童衣品牌,愿景是在追求舒适度、高品质的同时,不断输出高审美、设计师原创款。“柯桥纺织产业链完整,面料品类丰富,但在自主研发创新方面还有待提升, poco blush 所使用的面料大概 50% 都来源于柯桥。下一步我希望与柯桥具有创新意识的印花企业达成深度合作,一起参与到面料研发过程,为 poco blush 寻找更优质面料供应商的同时,也为柯桥纺织时尚转型尽绵薄之力。”刘峥说道。



陈怡凡

中国服装设计师协会会员,2015年创办北京佳琳服装设计有限公司,并担任 le Arome 品牌主理人,2021年 Le Arome 于中国国际时装周举办品牌发布。

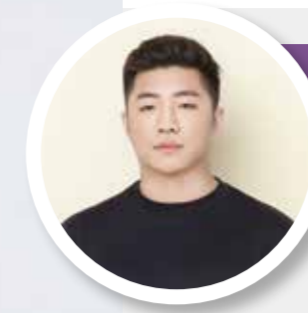
陈怡凡创办的 le Arome 乐欧慕是一个将法式风格的服装理念与中国女性相结合,以浪漫花朵为元素的法式轻奢品牌。作为国内优秀的原创设计师独立品牌创始人,陈怡凡期待本土品牌能走向国门,走向世界,提升国际影响力和话语权。在陈怡凡看来,面料是服装的基础,柯桥拥有众多的实力雄厚的面辅料、印染、后整理工厂,le Arome 所采用的面料一半以上来自柯桥。下一步计划在柯桥成立办事处,与柯桥纺织产业链各环节的工厂紧密合作,从环保可持续和功能性面料的研发创新入手,实现柯桥面料和原创品牌双向赋能。



奚蕾

2015年获得服装赏;2019年自创品牌抽屜 tiroirs,并参加东京时装周,之后连续两年参加上海时装周。

抽屜 tiroirs 是奚蕾创办的独立设计师品牌,以浪漫主义与叛逆精神为基调,将解构、斜裁等传统工艺重新演绎,其中毛边、渐变波纹紧身衣和假皮草展示新世代末日美学。该品牌女装对面料要求非常高,对印花、刺绣等面料也有较大需求,一个偶然的机会,奚蕾与柯桥的后整理工厂有了合作,对柯桥纺织近年来的发展变化有了新的认知。“柯桥是名副其实的‘面料王国’,面料品类齐全,是我们设计师向往之地,下一步我将在柯桥设立一个分公司,并把 tiroirs 品牌打版间移到柯桥,与配合默契的优质面料工厂携手开发更多新材料、新工艺面料,协同创新、合作共赢。”



郑欣然

mohno studio 品牌主理人,作品曾参展纽约设计周,刊登在 NYCxDesign、Dwell、Dezeen、ELLE 等杂志。曾就读于罗彻斯特理工学院以及罗德岛设计学院。

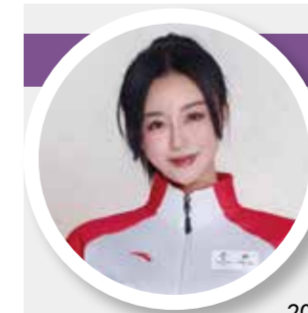
郑欣然创办的 mohno studio 是一个生活方式品牌及设计服务工作室,涵盖服装服饰、家纺家居等多元化产品。“mohno studio 探索的是一种令人在日常使用过程中感到愉悦的产品和空间,未来还将融入更多能带给使用者惊喜的时尚元素。柯桥拥有许多服装面料和家纺面料工厂,近期我们将前往柯桥,深入了解一些企业和供应链现状,再规划接下来的合作方向。我们不仅可以为柯桥纺织带来设计服务,还可以将柯桥面料原产地的优势和 mohno studio 终端品牌优势相结合,一起拓宽销售渠道,深挖国内外市场潜力。”郑欣然说道。



陈昊

就职于盐城工学院设计艺术学院服装与服饰设计系,主持参与多项省级、市厅级科研项目,多次获得优秀指导教师荣誉,并参与编著《服装 CAD 实训教程》、《视觉传达设计史》等教材。

作为一名服装与服饰设计系教师,陈昊认为,很多学术上的问题,只有深入产业才能真正找到答案,因而她一直在思考如何如何推动产学研融合发展,在解决设计问题的同时,带领学生推出更多优秀设计产品。“近年来,我一直在探索可持续设计,探究面辅料循环和绿色工艺相关课题。很荣幸能入选本次‘经纬计划’,柯桥作为全球最大的纺织产业集群,拥有完整产业链,我希望能够下沉到产业,通过了解从纤维纱线源头到织造、印染、后整理各个环节,从而设计出更具可持续发展的产品,推动理论成果的实践转化。”陈昊说道。



刘柳

北京服装学院博士研究生,66 Design Studio 品牌创始人。2018年获得美国 AOF 时装设计大赛巴黎时装周大师奖;2019年获得韩国 GDC award 2019·China cup 最佳商业价值奖;2021年获得北京 2022 冬奥会服装视觉外观设计银奖等。

作为一名有民族情怀的原创设计师,刘柳一直探索将中国传统文化元素和现代时尚相融合,并成立了自己的潮牌 66 Design Studio,将对时尚美学的理解运用于服装服饰作品。刘柳告诉记者,柯桥面料品质好、性价比高,经常到柯桥采购面料,近年来明显发现这里时尚氛围越来越浓厚,许多的创新型企业不断探索中寻找发展新方向。希望自己的加入可以让这类企业少走弯路,帮助企业精准开发产品,减少无用功,带动更多保留型企业走向时尚转型之路,同时,加强 66 Design Studio 与柯桥面料的合作匹配,实现 1+1>2 的资源转化。TA



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

股票代码:600790



打造新时期
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台,您将获取更多资讯。

“圆梦三十年 最美纺城人”系列报道 17

浙江金点子纺织有限公司董事长毕光钧：

融合跨界，“玩”出纺织新花样

■ 本刊记者_ 鄂莹颖 文/摄



礼赞纺城 30 周年

柯桥民风淳朴，包容性强。作为纺织产业基地，30 年来，在政策的积极引导下，纺织产业链愈发完善，在产品原创、环保等方面也取得了优异的成绩。柯桥这个城市的发展不仅在于经济总量、财富聚集，更在于提供给人一种有价值、有意义、有梦想的文明生活。

——毕光钧

浙江金点子纺织有限公司是柯桥本土中高端服装面料生产企业，以女装面料供应为主，与哥弟、太平鸟、伊芙丽、UR 等时尚品牌均有合作。对于公司董事长毕光钧来说，早在上世纪 90 年代创业初期，公司就实行差异化经营，朝着产品多元化的方向发展。

与中国轻纺城 30 年来的同步发展中，金点子纺织如何做到与时俱进？在毕光钧看来，资源整合和跨界合作是关键。“活在当下，做有意义的事是我的人生信条。以纺织面料为基础，我还开拓发展了服装品牌、生态农业、艺术品收藏等事业，脚踏实地，玩出纺织新花样。”

技术融合 爱拼才会赢背后的执着

和大多数在中国轻纺城发展的温商一样，作为温州人的毕光钧，在 1991 年来到这里打拼创业，起初只是在市场开了一家叫做“光钧纺织”的门市。记者和他聊到在创业初期是否给自己设定过目标，毕光钧直言，如果用四个字来形容那时候的自己，那就是“敢拼敢闯”，彼时市场发展还处于卖方市场，只要勤奋肯干，大家都能在其中分得一杯羹。

到了 1994 年，毕光钧仅凭一款点子印花面料就卖出 500 万元，赚得了人生的第一桶金。毕光钧回忆，那时他将韩国进口的一个点子花型与生产丝绸的厂家合作，做成了 19 种颜色，产品虽普通但胜在性价比高，订单纷至沓来。由此开始，正式创立“金点子纺织”，一方面是纪念这个金点子花型让自己创业有了更多资金，由此开始新征程；另一方面也寓意公司能给客户提供更多“金点子”，不断优化服务理念。目前，公司年均销售量达 1 亿米。

金点子的蹒跚成长、转折新生、日益壮大也是中国轻纺城

带来的“黄金时代”中，无数纺织人酸甜苦辣人生百态的缩影。对于“爱拼会赢”，毕光钧有着自己的理解，让自己铆足了劲跑起来！这个劲来自于不断地提高自己、保持对生活工作的热情、对事业的执着和面对困难的勇气。“从公司成立到现在，我一直倡导的是‘价格可以商量，品质不可以商量’，这是一家企业的生存之本。”

在不停忙碌的背后，“不安分”的毕光钧又开始谋划：如何让企业随着时代发展实现转型升级？如何带领公司团队抓住时代带来的机遇……每一个问题背后都有着重重困难，但他却表现得十分坦然：既然选择了远方，便只顾风雨兼程。

目前，公司旗下共有金点子面料品牌、融慧服装加工企业、CY 高端定制面料品牌、LS 户外运动面料品牌以及 BCY 服装品牌，通过技术融合，形成品质保证、快速返单、高性价比的核心供应链。

产品融合 打造纺织艺术新名片

技术的融合驱动着产品的融合。随着消费需求不断向多元化、差异化、个性化的方向发展，消费者在关注产品价格、品质的同时，开始注重消费体验与文化表达，市场对服务化、定制化、娱乐化的需求成为趋势，科技与时尚融合的产品越来越受到人们的青睐。

把纺织品当艺术品是毕光钧一直追求并坚持的。从 2014 年开始，毕光钧尝试将儿子毕昌煜的画作印在面料上。作为自闭症画家，毕昌煜的油画与产业结缘，也是一次无心之举。一次，一家知名服装供应商到公司找面料，毕光钧看到供应商手中的面料上印有一幅画，顿时灵光一现，何不将儿子的画也印到面料上？色彩艳丽、画面独特，没想到制成成衣后，订单从四面八方飞来。这些年，印着毕昌煜作品图案的服装不断亮相纽约、米兰等国际大型时装周，纯净的画面仿佛一股清流，令需要新鲜创意的时尚界焕发新活力。他的画作还被应用到了肯德基、光明牛奶等产品的包装上。

在毕昌煜艺术生活馆中，从面料到丝巾，再到衣服、鞋子、皮包、首饰、伞、床品、靠垫、绒毯、旅行箱、瓷器、茶具等，共计有 30 多个品类的艺术衍生品。BCY 品牌也由此诞生，涵盖女装、男装潮牌等，通过时尚化等跨界合作的方式不断拉长产业链，提升产品附加值，以匠心精神满足消费者需求。

毕光钧认为，纺织产品本身就是艺术品，跨界融合和差异化发展赋予了纺织产品新的生命力，并通过文化、美学、艺术和设计等赋予纺织品的时尚化、品牌化表达。万物都是互生互通的，一方面可以通过综合运用民族纹样、数码印花、手工刺绣等设计元素，对功能性面料的优异特性进行创新设计，使功能性产品与舒适、休闲、时尚等紧密联系在一起；另一方面，可以将科技元素植入纺织品，实现纺织服装、通讯技术、人工智能等多门学科的交叉融合。这也是柯桥纺织适应消费时代带来的新挑战和新变化，重构生产组织方式和流通商业模式的必经之路。TA



党建引领 品牌赋能 3

创意产业基地联合党支部：党建引领时尚梦，创意点亮一座城

■ 本刊记者_ 王利



支部活动。

“十四五”时期，时尚创意产业是柯桥重点发展的五大千亿级产业之一，是拉伸纺织产业链条，培育经济新增长点的重要方向。2019 年，中共中国轻纺城创意产业基地支部委员会正式成立，致力于以党建引领时尚创意产业蓬勃发展。目前该党支部共有在册党员 20 人，流动党员 30 余人，预备党员 1 人，入党积极分子 7 人，正以中国轻纺城大力实施“党建引领·品牌赋能”工程为契机，党支部积极打造“党建引领时尚梦，创意点亮一座城”品牌，让党建工作与时尚创意产业发展同频共振，携手跃上新台阶。

阵地高附加。基地联合党支部依托国家纺织面料馆“共享展厅”强化阵地建设，分设“永远跟党走，共筑中国梦”、“发挥党建引领，助推产业发展”等四个板块，设立“创意书吧”，作为党员学党史、知党情、懂纺织、强创意的学习阵地。积极探索“党建+互联网”

工作模式，以基地党员之家为开展党组织生活和党员教育培训的阵地，建立健全党组织各项机制，不断推进基地非公企业党建的组织覆盖和工作覆盖，为创意产业发展发挥重要组织力量。

资源高融合。基地联合党支部有效发挥聚合功能，推进组织覆盖、工作推进、阵地建设、活动开展一体化，促进了企业联动、文化联动，实现党群工作同推进、共提升。通过开展基层党组织结对共建，以组织联建、活动联办、工作联动、资源联享、场地联用等方式扩大党建载体的利用率，实现“一个阵地、多种资源、多种功能、集约服务”。同时，整合各方资源，为入驻企业的创新联动、科学发展提供支持、增添动力。

创意高密集。基地联合党支部以“共享展厅”为新阵地，打造创业者与党建工作的沟通桥梁与思想阵地，让散落在创客群体中的党员重新聚集在党旗下，充分感受到党组织的关怀，凝聚创业的力量。党支部充分发挥“红色引擎”作用，将党建政治优势、组织优势转化为服务优势，助力双创建设，并通过理顺体制机制、夯实基层基础、强化资源保障、创新工作载体等多种形式，不断探索党建新途径，把党建工作与推动企业发展、打造文化品牌、开展公益活动等结合起来，提升了党建工作有效性，努力营造多元互动、融合发展的良好创业氛围。

在喜迎党的二十大胜利召开的关键之年，党支部将充分发挥党建引领作用，推动柯桥纺织实现以创意设计为核心、科技创新为支撑、优秀文化为引领、品牌建设为抓手、可持续发展为导向的创意高密集、资源高融合、产品高附加值方向发展。

Focus/ 聚焦

柯桥设计绽放中国国际时装周

■ 本刊记者_ 王利

近日，中国国际时装周在北京举行，时尚云集、潮流涌动，吸引了多个国家和地区的时尚品牌积极参与。柯桥作为全国重要纺织产业集群，在本季国际时装周上以屠俊、王凤为代表的本土优秀设计师携原创设计作品惊艳亮相，将柯桥设计对于时尚潮流的见解传递给世界。

此次荣获“中国十佳时装设计师”的屠俊，发布了主题为“兰亭雅集”的 SS23SHIJI 品牌大秀。一贯的江南新中式风格中，以魏晋气韵生动、以形写神的视角重塑了现代时尚美学的叙事结构。用水墨、竹、鹅、书法等典型中国元素，发掘历史纵深意识，将“人的主题”，由古今双向代入，阐释了具体的审美表达，体现了更乐观的生活态度，让“兰亭”二字在时尚潮流中活化新生。

作为浙江省十佳服装设计师的王凤则带来了 Y.LEADING·王凤 SS23“谜·漫”时尚品牌大秀。Y.LEADING 作为柯桥本土品牌，其寓意为领先潮流，主张注重女性的内在价值，在传递“美”的同时，提倡

精英女性构筑一个更独立、自由、自爱、智性的内在世界。本季主题“谜·漫”传达女性用乐观主义悦己悦人，在迷雾里展示浪漫的自然女性味，在不断变化的社会环境中充实内心。

近年来，随着柯桥时尚创意产业的蓬勃发展，越来越多的柯桥本土设计师、本土品牌和纺织企业走进中国国际时装周，逐渐引领时尚行业潮流趋势，以“一块布”加速推进着从世界面料集散地到全球时尚策源地的进程，打造贯穿人才链、创意链、产业链的纺织产业协同创新生态系统，为传统纺织行业转型升级注入新动力、焕发新气象、带来新活力。

当前，来自全国乃至全球的时尚创意正与柯桥设计、柯桥制造、柯桥品牌完美结合，通过柯桥时尚周、“天天时尚”、“柯桥优选”、“经纬计划”等重要活动和创新举措，助力打造国内时尚产业发展的先行区和浙江省时尚产业转型升级的示范区。



智能化如何驱动棉纺行业发展？

2022 中国纺纱智能化技术论坛有看点

■ 本刊记者_夏小云

信息化、网络化、数字化、智能化交织演进，大数据、人工智能和实体经济深度融合，行业正以数字化、智能化生产赋能高效纺纱，助推企业纺纱质量变革、效率变革和动力变革，构建纺织新生态。

近日，“天门纺机·智目智能”2022 中国纺纱智能化技术论坛在江苏徐州召开。论坛以“深化数智赋能 构建纺织新生态”为主题，探讨纺纱企业在智能制造条件下如何推进高质量发展。

数智赋能 把脉全局

全国棉纺织科技信息中心副主任、《棉纺织技术》期刊社副社长王杨俊致辞时表示，我国纺织企业要充分识别行业发展风险，研判发展机遇，在新的条件下利用数字化及智能化技术重构产业竞争优势，提升行业发展质量、提高企业的市场竞争力。一是利用智能化技术提升企业综合成本优势；二是利用智能化技术助推纺纱产业向高端升级；三是充分利用智能化增强供应链韧性；四是充分利用智能化技术提升企业抵御风险的能力。

对于棉纺织行业如何进行智能化转型，中国棉纺织行业协会副会长景慎全表示，为了深入推进工业领域的智能制造，无论从国家政策上还是行业层面上，都发布了相关指导意见及实施指南。智能制造是一把手工程，企业要有准确的自我定位与清晰规划，要重视数据资源的深入发掘，拥有将人的能力转化为数据的能力。

江苏省纺织工业协会名誉会长谢明介绍了智慧工厂技术方案的六大系统——全流程智能化生产线、全流程质量管控追溯系统、全流程智慧能源管理系统、全流程智慧物流运输系统、全流程智慧仓储管理系统、全流程在线收集系统生产执行管理系统。谢明谈到，未来要立足江苏完备的产业体系和规模优势，进一步强化科技驱动、数智赋能的引领作用。

“天门纺机作为国内并条机的主要生产厂家，在 40 多年的产品研发过程中，始终坚持三大核心原则：质量优先于利润，品牌优先于速度，社会价值优先于企业价值。”湖北天门纺织机械股份有限公司总经理焦伦进表示，天门纺机从早期的低端产品到现在拥有超过百项专利技术的高端并条机和细纱机，各个时期的产品都具有开创性、原创性、引导性和始终先进性。天门纺机的智慧工厂建设项目已经启动，一个“生产制造柔性化，仓储物流自动化、信息管理现代化”的工厂建成后，将会为纺织企业数字化转型和智能化改造创造装备基础。

“智目智能（卓目）致力于为棉纺行业提供智能化的棉纺设备，以及全方位的异纤清除数字化解决方案，希望通过我们的设备和数据平台，将智能化生产的整个体系打通，实现线下和线上、设备和信息系统的互联。”武汉异纤检测科技有限公司（卓目智能棉纺）副总工程师、软件技术总监魏巍重点介绍了今年的 4 月推出专门解决新疆地膜问题的宽幅高端机型——“猫头鹰”系列异纤机，相比于传统异纤机，其检测性能大幅提升，运行更加稳定，维护也更加便捷。7 月还推出了业内第一台异纤废棉智能处理装备——智目·棉花清分机，这款设备可以完全替代人工处理异纤废棉，真实异纤清除率达 98%，异纤废棉回收率达 95%。



会议现场。



高峰论坛环节，嘉宾们探讨棉纺企业如何“深化数智赋能，构建纺织新生态”。

全面应用 引领示范

“随着疫情控制稳定，中国纺织业在世界的体量、产业链的巨大竞争性，将会重拾正常的发展轨道，下半年是重塑经济信心，恢复市场活力重要期。”中国纺织机械协会会长顾平对下半年的经济形势充满信心，在主题报告环节，他分享了棉纺行业纺机装备智能化水平，并从四个方面展望了智能化未来发展趋势。第一，世界科技的发展，将极大影响和改变世界产业发展的形态及产业链的布局，纺机也是同样。第二，目前中国纺织发展到高质量阶段，装备的连续化、自动化、智能化和智慧化、绿色化及大规模的定制化等不同层次需求十分迫切，纺机的需求中国仍为全球之首。第三，中国“双碳”目标，这是低碳的发展约束目标，纺机在绿色化、节能减排方面，将为纺织及纺机行业开辟新的发展路径。第四，中国经济“双循环”发展，将融合国内外更多的纺织、纺机的合作和交流，共创未来。

会上，湖北天门纺织机械股份有限公司市场总监周志宏分享了并条装备的技术发展与智能化应用；武汉异纤检测科技有限公司（卓目智能棉纺）副总工程师、软件技术总监魏巍详细解析了智能化、自动化、数字化异纤全面清除方案；青岛大学副教授辛玉军从纺纱企业智能化现状，智能纺纱工厂建设目标、方式、主体以及核心竞争力等几方面分享了智能纺纱工厂建设关键技术研发实践；江苏海马纺织机械有限公司副总经理、副总工程师陈云介绍了新推出的新型推杆式横动智能集体落纱系统；夏津县天润纺织有限公司副总经理徐福华分享了智能化检测技术在紧密赛络纺的应用；瑞士洛菲兄弟公司高级工程师黄卓群介绍了新一代电子清纱技术与纺纱质量数字化监控；西安工程大学院长助理、教授邵景峰分享了如何通过海量的数据充分挖掘，实现棉纺质量智能控制；赛特环球机械（青岛）有限公司销售总监陈涛介绍了全流程配重技术在筒纱智能包装物流生产线的应用研究；李洋代吴忠德悦纺织科技有限公司生产副总经理陈洪奎作分享，介绍了清梳联工序系统降低成纱棉结的改造措施；魏桥纺织股份有限公司设备管理处处长张海忠分享了魏桥纺织在重点工序自动化、智能化改造应用实践探索；山东正凯新材料股份有限公司工业互联网事业部总监何胜军围绕 5G+ 纺织工业互联网多品种智能化纺纱智慧工厂进行了经验分享。

本次论坛特别策划了高峰论坛环节，共同探讨棉纺企业如何“深化数智赋能，构建纺织新生态”。由焦伦进、魏巍、张海忠、何胜军及冠县冠星集团总工程师肖际洲参与对话，辛玉军担任主持。

以智能化生产赋能高效纺纱，助推当前棉纺织企业自身转型升级的步伐，这场智能化技术会议为中国纺织智能改造领域带来了重要的驱动和突破。我们看到了纺企智能化改造升级的新起点，不管是对现有智能化改造案例的剖析与分享，还是对智能化改造的设想与展望，都将成为纺织行业智能化升级改造领域的重要改变力量。TA

20 年同心笃行，创新成就新印染！

第二十届“四新会”再掀印染科技浪潮

■ 本刊记者_董笑妍

当前，科技创新已成为国际战略博弈的主战场，2021 年全球创新指数报告指出，我国创新能力位居全球第 12 位。就印染行业而言，近年来，一大批先进适用技术得到广泛推广应用，行业的智能化和数字化水平有效提升。继往开来，印染行业正在加强沟通，提升自主创新能力，发挥好“新材料、新技术、新工艺、新产品”对产业发展的引领和支撑作用，共同推进印染行业实现更高质量发展。

日前，由中国印染行业协会主办，浙江龙盛集团股份有限公司协办的“龙盛·第二十届全国印染行业新材料、新技术、新工艺、新产品技术交流会”在杭州举行。

中国印染行业协会会长陈志华、原会长李金宝、副会长李瑞萍、副会长兼秘书长林琳等有关领导和嘉宾出席本次会议。会议分别由中国印染行业协会副会长李瑞萍、副秘书长董淑秀主持。

20 年伴随发展 助力印染行业向高质量迈进

陈志华在致辞时表示，今年是印染行业四新会举办的第二十个年头。20 年来，印染行业科技创新和技术进步取得了巨大成就，四新会始终与行业风雨同舟、砥砺前行，陪伴见证了行业跌宕起伏的发展历程。多年来，印染行业始终坚持科技创新和技术进步，行业转型升级取得显著成效，一大批先进适用技术得到广泛应用或推广，印染产品品质和档次不断提高；生产装备稳定性、可靠性和工艺适应性明显增强，行业智能化和数字化水平获得有效提升。

他指出，取得成绩的同时，印染行业仍然存在着综合创新能力偏弱、部分关键核心技术对外依存度高、高端产品有效供给不足等问题。针对行业创新和未来发展，他强调，科技创新已成为印染行业实现高质量发展的战略支撑力量。对此，他提出三点建议：一是坚持问题导向，加强关键共性技术研究，补齐技术短板；二是加强跨领域、跨行业合作，推进产业链上下游协同创新；三是围绕消费需求，开发高品质产品，提升高端产品供给能力。

会上，林琳宣读了“关于发布 2022 年度中国印染行业优秀面料获奖产品及企业名单的决定”和“关于批准远信工业股份有限公司等单位为中国印染行业协会产品研发生产基地的决定”。杭州卓达染整有限公司醋酸缎面料荣获 2022 年度中国印染行业优秀面料特等奖；青岛凤凰东翔印染有限公司超级发丝纹机印蜡染面料等 49 件产品荣获 2022 年度中国印染行业优秀面料一等奖；杭州天瑞印染有限公司新意面料等 48 件产品荣获 2022 年度中国印染行业优秀面料二等奖。

远信工业股份有限公司被授予“中国热风拉幅定形机研发生产基地”，江苏新瑞贝科技股份有限公司为“中国生物基材料纺织印染助剂研发生产基地”，南通东屹高新纤维科技有限公司为“中国超纤弹力布印染研发生产基地”，江苏德美科化工有限公司为“中国印染行业活性染料研发生产基地”，并在现场获颁牌匾。

汇聚各方智慧 “四新会”再掀创新热潮

本次会议以“科技赋能、创新驱动”为主题，与会专家学者围绕行业新材料应用、新技术新工艺研发、新产品设计开发，就复合面料、醋酸纤维面料、抗菌等功能性面料的染整加工技术，醋酸纤维面料和复合面料的开发及染整加工技术，抗菌等功能性后整理技术，高品质面料染色和印花技术、高效染料应用、再生涤纶面料染整加工技术等内容展开探讨和交流。

浙江理工大学教授郭玉海以“复合膜材料性能对比及在纺织上的应用”



会议现场。

为题，从复合膜材料功能、常用复合膜种类、复合方法三个方面进行了分享；分散染料的色牢度是当下引发售后纠纷的主要问题之一，浙江龙盛集团股份有限公司资深应用服务工程师肖幸丰在会上作“新一代高牢度分散染料和活性特深黑的解决方案”主题分享；阿里巴巴犀牛智造高级供应链专家方君以“面料开发及如何满足电商快反需求的模式探索”为题结合企业案例进行了分享；常州宏大智慧科技有限公司董事长兼总经理顾仁作“基于新一代人工智能技——INSHK 定型智慧系统”主题分享时结合当下产业的智能化需求，详细介绍了常州宏大智能定型机、智能在线克重仪等产品；山东鲁联新材料有限公司研发中心博士蒋莹莹以“纺织品抗菌整理技术”为题，从抗菌剂种类及抗菌机理、抗菌技术新进展、抗菌效果及安全评价以及抗菌纺织品生产现状及存在问题四个方面进行了讲解；浙江永通印花有限公司总经理助理毛学泽以“创新人棉活性印花工艺，提升织物黑色乌度及色牢度”为题，从创新人棉活性印花工艺的现状及研发目的、创新人棉活性印花工艺技术方案、创新人棉技术效果和经济效益等方面进行了分享；传化化学集团染色产品项目部总经理余培泽以“提高高饱和度蓝色系分散染料的匀染和一次成功率的有效方法”为题，从高饱和度蓝色系分散染料特性、客户问题需求与解决方案、保色回修三个方面进行交流；常熟理工学院教授陈百顺在线上以“户外功能材料的发展及趋势”为题做了介绍；立信染整机械（广东）有限公司科技发展部工艺中心染整工艺师赵宏军以“智能系统和智能装备在染整行业的应用”为题进行了分享；昆山华阳新材料有限公司研发部部长陈家平以“复合面料的开发及技术实现路径”为题，从复合面料、功能复合开发、复合工艺要求、面料复合趋势几个方面进行了分享。

当天下午，广东德美精细化工股份有限公司项目总监吴少新、美国伊士曼亚太区开发应用及技术经理高建平、杭州新生印染有限公司研究院院长展义臻、上海雅运纺织化工股份有限公司活性产品经理李延军、浙江美欣达纺织印染有限公司研发中心副主任任炳、亨斯迈（中国）有限公司纺织染化中国事业部技术总监孟建平、多恩生物科技有限公司产品总监吕江龙、蓬莱嘉信染料化工股份有限公司应用工程师高东等专家学者还围绕染整过程中回用水相关问题及应对措施、醋酸纤维素纤维 Naia Renew 染整分享、醋酸面料染整加工的难点及解决方案、混纺织物涤棉一浴快速染色方案、再生涤纶织物染整过程中出现的问题及解决方案、染整高效整体解决方案、化纤浸染中常见问题及解决方案、高耐碱高耐氧漂分散染料染色工艺及应用等内容进行交流和分享。

9 月 7 日，与会代表还参加了第二十一届中国国际染料工业暨有机颜料、纺织化学品展览会。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 25

力争打造安徽第一个千亿纺织集群

本刊记者_徐长杰



霍辉

望江，位于长江下游北岸，皖鄂赣三省交界处，承东启西、连南接北、通江达海，地处武汉、南京、杭州、合肥、南昌五大省会城市的中心位置，是长三角和珠三角地区经济对接的交汇地、东部沿海向内地产业转移的必经之地。

望江物产资源丰富，生态环境优美，鱼米之乡、白云之乡美誉加身，更是全国新兴纺织产业基地县、

优质棉生产出口基地县、安徽纺织服装第一县，最高年份棉花种植面积 42.3 万亩、皮棉总产 3.9 万吨，素有家家植棉、户户捣衣的传统。

纺织服装业既是该县传统产业，也是该县的主导产业，已稳居望江县工业的“半壁江山”。在望江，规上工业总产值、财政税收、群众就业的主要途径多是纺织服装行业。

如今，在望江县有 10 万余人从事纺织服装工作，有纺织服装企业 1008 家，2021 年，全县纺织服装行业实现总产值 153 亿元，其中规上纺织服装企业实现产值 127.9 亿元。

近年来，国家大力推进长三角一体化发展战略，加速了长三角产业溢出效应。安徽省早在 2010 年就全面启动了皖江城市带承接产业转移示范区建设。安庆市更是将纺织服装产业作为八大产业链之一重点打造、加快推进。这也为望江承接长三角先发地区纺织服装等传统产业升级提供了难得的机遇和政策支持。

多年致力于传统产业的转型升级，望江纺织服装产业得到了长足发展。全县现有环锭纺 34.5 万锭、气流纺 2.5 万头、织机 2000 余台、印染 1.5 万吨、服装生产加工设备 3 万台（套），形成年产纱 14 万吨、服装 3 亿件、消耗布料 40 万公斤，印染印花水洗相配套、童装研发产销于一体的纺织服装全产业链集群。

望江县纺织服装产业集群（基地）被安徽省人民政府授予安徽省县域特色产业集群（基地）称号，是阿迪达斯、耐克、优衣库、李宁、巴拉巴拉等国内外知名品牌的生产基地。目前有纺织服装类电商 1100 多家，日均快递 40 万件。继“做服装、到望江”家喻户晓之后，“买服装、到望江”又成为望江一张新的靓丽名片。

为深入了解安徽纺织服装第一县——望江县的纺织服装产业发展情况，日前，《纺织服装周刊》记者专访了望江县委书记霍辉。

TAweekly: 望江如何定位纺织产业在县域经济发展中的地位？

霍辉: 近年来，望江县以纺织服装为主导产业，围绕从头到脚、从里到外、从老到少、从夏到春的“四从四到”全产业链协同发展格局进行规划、建设、配套，朝着千亿纺织服装产业、全国纺织服装名县目标努力奋斗。现在，全县“顶天立地”的龙头企业和“铺天盖地”的中小微企业并存，纺纱制衣、创意设计、电商直播等各种业态并举，童装城、示范创业园、国联纺织产业园等大小项目并进，形成了纺织服装全产业链集群。

安庆市委书记张祥安要求，望江“要深耕纺织服装产业，全力打造若干家纺织服装产业细分领域的中国第一乃至世界第一，推动望江纺织服装产业向更高水平、更高质量发展。”我们结合望江纺织服装产业发展实际，进一步明确了纺织服装产业发展的目标定位，即，打造千亿纺织服装产业集群、建成全国纺织服装名县。

如今，望江已在精心编制“望江县纺织服装产业‘十四五’发展规划”和产业链、招商“两图谱”，注重纺织服装关联产业发展，推进全产业链发展，树立望江在全省纺织服装产业中的主体地位。

TAweekly: 您认为望江发展纺织服装有哪些优势？

霍辉: 一是科技支撑优势。我们先后与中国纺联、中棉所、东华大学等 10 余家行业协会、科研院所长期合作交流，开展基础性科学研究和共性、关键技术攻关。成立中棉所长江江研究中心、中油所望江综合实验基地，承办国家棉花产业联盟望江实验区现场观摩会。并在全省县级率先实施科技项目“揭榜挂帅”，帮助企业破解技术难题，扩大优质创新成果供给，助力企业转型升级。

二是交通物流优势。长江黄金水道过境流程 65.3 公里，境内华阳港常年可停靠 5000 吨级江海轮，347 国道、济广高速穿境而过，合安九高铁快速通道望江段建成通车，宿望宣城铁路纳入安徽省十四五规划和 2035 年远景目标纲要。全县共有货运物流企业 31 家，个体货运经营者 62 户。沪苏浙地区货物实现 24 小时内到达。发货量最大的童装快递每单不超过 2 元，物流成本处于全省较低水平。今年上半年，全县快递业务总量累计完成 26320 万元，同比增长 11.32%，快递业务收入累计完成 15866 万元，同比增长 15.69%，居全省县域第 4 位。

三是人才众多优势。全县从事纺织服装研发设计、制作加工、品牌营销等从业人数达 15 万左右，其中县内从业人员 4 万人左右。我们还与安庆师范大学合作共建纺织服装产业学院，培养高素质纺织服装技术人才。与安庆职业技术学院开展产学研合作，输送优秀纺织服装产业人才到学院学习培训，引导学院毕业生来望江实习就业。特别是从去年开始，我们坚持“外联老乡”，实施“望江人·桑梓情，共识共为促振兴”工程，出台《望江县人才引进奖励办法》，建立纺织服装产业人才库，动员纺织服装产业链上下游在外成功人士和产业工人“凤还巢”。同时，我们还加大招工力度，实施“2+N”招聘工作计划，吸引周边地区的产



纺织服装业既是该县传统产业，也是该县的主导产业，已稳居望江县工业的“半壁江山”。

业工人来望江就业，充分满足企业不同类型的用工需求。

四是平台建设优势。省级望江经济开发区是全国第一批承接纺织服装产业转移示范园区、安徽省纺织品商标基地和中国纺织服装行业十大产业园区，规划面积 15 平方公里，建成面积 12 平方公里，区内配套设施完善，具备较强的大项目、大产业承载能力。中国（望江）纺织服装产业新城、示范创业园、亮亮科技园、颐高智慧城等 60 余万平方米、层高 5.4 米、承重 500 千克/平方米的多层标准化厂房正陆续投入使用，另有 100 余万平方米的标准化厂房即将启动建设。此外，在高士、长岭、鸦滩三个工业集中区内相继建成了 12 万平方米的标准化厂房，可大大节约企业购地建厂资金，缩短投入产出周期，让企业快速入驻，轻装上阵。

五是配套齐全优势。我们围绕纺织服装产业发展，加大配套设施建设，望江经开区已形成 9 纵 14 横 50 多公里的路网；拥有 110KV 古港变和 35KV 园区变 2 座变电站，220KV 江调变正在建设，并网后可充分保障园区企业的电力供应及架设专线满足特殊行业电力接入需求。建设规模为 260/h 高温高压循环流化床锅炉、2 台 15MW 背压式汽轮发电机组的热电联供项目已建成投产，可为企业提供供热供气等全方位服务。日处理能力 7 万吨的污水处理厂已提标升级，可充分满足园区各企业的污水处理需求。同时，我们还在园区配套建设了教育医疗、购物娱乐等生活设施，实验学校开发区分校现有 60 个教学班、吸纳职工子女 3000 多人，县中医院整体搬迁到经开区，占地 80.5 亩、面积 11.56 万平方米融休闲、购物、娱乐于一体的全市县域最大城市综合体开放运营。另外，我们还在园区规划建设望江初中经开区分校、望江经开区医院，各项工作正在有序推进，真正让各位企业家在望江有创业热情，无后顾之忧。

六是政策集成优势。我们全面落实国家和省、市关于助企纾困、稳经济大盘、促进企业提质扩量增效等系列政策措施，出台《望江县支持市场主体纾困稳定经济增长政策二十条》，用“真金白银”支持发展“个转企”、企业扩量增效、提质升级，增强企业获得感。

TAweekly: 今年望江纺织产业招商情况如何？

霍辉: 目前望江的招商形势整体不错，到今年 7 月，已有 29 个亿元以上项目，绝大部分为纺织服装。望江一直顶格推进“双招双引”，实行产业链“链长制”，组建纺织服装产业链工作专班，“外联老乡”精准招商，摸清全国纺织服装产业链头部企业情况和对外投资意向，发挥行业协会、基金公司作用，深入推进社会化招商、以商招商、产业链招商，加大已建承载平台的招商引资力度，扩大纺织服装产业的增量。

TAweekly: 望江的用地能否支撑起千亿级集群的发展需求？

霍辉: 为了实现千亿产值，我们粗略估算，百亿产值需要一万人，千亿则需要 9 万人左右，那么土地以及相关配套设施方面都需要全方位考量。

在用地方面，望江有一个极大的优势，过去望江是贫困县，国家对贫困县有一些政策的支持，就是每年给 600 亩的建设用地指标，而省里每年也给予 100 亩地指标，也就是说望江每年有 700 亩地的用地指标，所以目前望江开发区有足够的空间。但我们在招商时也会考量企业的各项能力，珍惜每一块用地，比如我们的“亩均论英雄”，就是从投资强度、产值以及税收几个方面考量。望江经开区是省级开发区，要求亩均税收达到 15 万/亩。目前望江与这个指标还有差距，还处在调整期。一些生命周期较短的企业导致一些低效用地，将成为我们重点清理的对象。望江对土地使用一直比较科学，我们也是国家土地节约利用示范县。这样会为未来发展腾退一些空间，所以在保障用地方面，望江有一定优势。

TAweekly: 发展纺织服装产业，给望江县域经济带来了哪些改变？

霍辉: 近年来，产业的发展确实为地方经济带来了助推作用，一个是产业规模初具态势，以商招商，越集聚，产业获得配套的成本越低，所以会带动更多的企业投资兴业。在起步阶段，企业需要的面辅料产品要到广东、浙江购买，但现在产业形成集聚后，我们已拥有自己的面辅料市场。

如今产业的分工也越来越细化，并带动了望江千家万户家庭式做纺织，成了人民增收的产业。

值得一提的是，目前所有大的物流公司在望江都有设点，我们不仅物流成本低且时效快。望江的邮政快递已经连续三年在安徽增幅第一、总量第一，这主要是产业集聚带来的。

TAweekly: 您认为望江的营商环境有哪些优势？

霍辉: 望江县的龙头企业申洲在 2008 年投资望江，当时仅想做 2000 人左右规模的企业，但经过考察望江的营商环境，了解用工情况后，扩展到 10000 人，目前在望江已经开发了三期，对政府非常信任。特别是近年来安徽积极融入长三角、对标长三角，全力打造一流营商环境。

近年来望江也在持续优化营商环境。如全面落实省委、省政府创建一流营商环境“十做到”“十严禁”“三保障”，设立企业服务中心、金融服务中心，推行顶格服务企业和“网格化+铁脚板”工作机制，开展单月走访、双月座谈“助企服务日”、“优环境、稳经济”现场办公活动，为项目提供从立项到投产全过程、全周期的“店小二”“妈妈式”服务。

望江纺织服装产业的发展，离不开优质项目的支撑，离不开优秀企业的加盟。如今的望江正处于重要战略机遇期，各种优势机遇交汇叠加，各类有利因素加速集聚。随着一个个企业的签约进驻、一个个优质项目的开工投产，必将助推望江县纺织服装产业向高端发展、终端延伸、集约集聚，实现质的提升和飞跃。□



关注面料之星俱乐部公众号，
了解更多详情

科技创“星” “布”凡时尚

本刊记者_雷蕾 / 文 关云鹤 / 摄

2022“中国面料之星”用户最满意产品调查活动是由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办，华源生态科技有限公司支持的最具影响力的全国性面料调查活动，自今年5月启动以来，已陆续收到全国各大纺织企业参选产品。

为进一步发现、推广优秀面料企业，活动组委会根据参选企业提交面料信息表完善程度、参选产品市场迎合度等标准，经初步筛选，借助《纺织服装周刊》杂志、官微、官网等载体进行免费推广报道。

本期推介的面料在现有织染工艺的基础上进行了多种创新，尤其是一些新材料的应用，使产品形成了鲜明风格，在舒适性、功能性及时尚环保等方面实现了进一步提升。

山东稀有科技发展有限公司



面料名称: VTS 美肤抗皱水舒棉
原料成分: 棉 100%
产品特点: 该面料采用 VTS 生物多糖美肤抗皱祛痕水舒棉织造，原材料天然环保，华夫格花型工艺设计，既可做居家服饰又可做单独外穿服装，亦用于男女休闲服装。
应用领域: 男装、女装、休闲装、内衣、家居服



面料名称: 生物质石墨烯六角弹力提花布
原料成分: 聚酯纤维 49% (内含生物质石墨烯)、阳离子漆 45%、氨纶 6%
产品特点: 采用特殊改进的输纱系统，让两种原料产生交错翻转，实现独特立体效果。使六角花型周边产生特殊的疏纱工艺，面料颜色为原色，未经染色，更环保。
应用领域: 男装、女装、休闲装、内衣、家居服

广东佛山市顺德区西布朗纺织实业有限公司



面料名称: 变化组织牛仔面料
原料成分: 棉 72.1%、聚酯纤维 21%、粘胶 5.9%、氨 1%
产品特点: 该产品在编织方法上大胆创新，使得此风格跟常规牛仔形成了鲜明的对比，手感柔软厚实。
应用领域: 男装、女装、休闲装



面料名称: 提花牛仔面料
原料成分: 棉 100%
产品特点: 经过独特的工艺织造后手感柔软，凹凸有致，立体感强。此面料做成的衣物穿起来非常舒适，而且轻薄、柔顺，透气性也非常好。
应用领域: 男装、女装、休闲装

上海丝诚纺织有限公司



面料名称: 拉架平纹
原料成分: 莫代尔 40.1%、涤纶 22.6%、铜氨 22.6%、PU14.7%
产品特点: 面料的吸水性能强，可以快速吸收空气中水分，同时透气性能非常好，面料用莫代尔加铜氨丝使亲肤性能特别强，更舒适。
应用领域: 男装、女装、内衣、家居服



面料名称: 双面分离随心裁
原料成分: 腈纶 48.7%、MODAL24.4%、牛奶 4.4%、棉 11.1%、PU11.4%
产品特点: 面料组织分上下 5 层结构，最外层用手感好的纱线让人目测有光泽感，中间选用杜邦低温氨纶经过定型呈现；双层网状氨纶链接让面料更有弹性和层次感。
应用领域: 男装、女装、内衣、家居服

江苏尼高纺织面料有限公司



面料名称: 230T 棉锦扎染丝丝点缀肌理感面料
原料成分: 棉 63%、尼龙 37%
产品特点: 经纱采用 60S 全棉与纬纱 20D 尼龙长丝交织，两种纤维交织具有全棉的吸湿性柔软性，又有尼龙的骨感挺括速干性。染色采用扎染工艺和微缩工艺处理，轻透若隐若现朦胧的视觉效果。
应用领域: 女装、休闲装



面料名称: 270T 全消光洞眼尼龙四面弹超强透气面料
原料成分: 尼龙 76%、氨纶 24%
产品特点: 经纬纱采用 40D 全消光尼龙 DTY 纱，氨纶采用韩国晓星 20D 氨纶丝，洞眼处 50D 碱熔纱，前处理采用气流缸预缩工艺，使面料蓬松质感，染色采用特殊工艺，使建熔纱溶解成洞眼，超强透气性。
应用领域: 女装、休闲装

绍兴柯桥品诺纺织品有限公司



面料名称: 弹力银丝 2*2 罗纹
原料成分: 人棉 55%、涤纶 24%、锦纶 19%、氨纶 2%
产品特点: 此面料银丝和罗纹结合，条纹罗纹时尚感强烈，弹力大，灰、黄、绿色泽鲜艳。
应用领域: 女装、童装



面料名称: 全棉竹节 1*1 粗针罗纹
原料成分: 全棉竹节 100%
产品特点: 此款面料由白色和蓝色纱线交织而成，产品应用范围广泛，全棉竹节效果，有抗菌效果。
应用领域: 男装、女装、休闲装

绍兴彩色棉纺织科技有限公司



面料名称: 针织提花面料 1
原料成分: 聚酯纤维、莱赛尔、粘胶
产品特点: 针织提花面料，厚度适中，适用于女装，可制成上衣、连衣裙等，抽象的图案增加趣味，色彩清晰明亮，高贵优雅，气质大方，手感柔软。
应用领域: 女装



面料名称: 针织提花面料 2
原料成分: 聚酯纤维、莱赛尔、粘胶
产品特点: 针织提花面料，厚度适中，适用于女装，可制成上衣、连衣裙等，原创的花型图案，搭配创意字母，立体感强，自主研发的的色彩配色，手感柔软舒适，色牢度好。
应用领域: 女装

绍兴柯桥利泰衬衫布有限公司



面料名称: S96390
原料成分: 聚酯纤维 54%、竹纤维 40%、麻 6%
产品特点: 仿牛津特有的点状肌理，对汗液的吸收更加迅速。加入麻成分，进一步加强织物透气性，加速汗液挥发，散热干爽，柔软亲肤。
应用领域: 男装



面料名称: S9091
原料成分: 竹纤维 20%、聚酯纤维 77%、氨纶 3%
产品特点: 通过仿色纺工艺，在同一根纱线上显示多种颜色，使织物效果立体，质感柔软，色彩丰富。
应用领域: 男装

绍兴市柯桥区天创纺织有限公司



面料名称: WD22093
原料成分: T60%、A20%、R20%
产品特点: 从羊绒毛呢深挖的产品，具备毛呢一样的手感品质。
应用领域: 男装、女装



面料名称: Y1953
原料成分: T76%、R12%、A12%
产品特点: 轻薄舒适柔软，具有羊绒一样的手感，适合做衬衣款大衣。
应用领域: 男装、女装

智见不凡，链动时尚！

南山智尚用赛事定义中国“新正装”



决赛现场。

9月7日，由山东南山智尚科技股份有限公司与中国服装设计师协会共同主办的南山智尚杯·中国正装设计大赛决赛暨颁奖典礼在中国国际时装周期间举行。

这场以“智见不凡、链动时尚”为主题的赛事自启动以来，就吸引了来自全国92所时尚设计类院校和1200位女装新锐设计师的积极参与，共收到1310份有效稿件。通过评委从主题诠释度、实用性、时尚性及可落地性等方面的初选评定，最终22件作品脱颖而出，挺入总决赛。

经过激烈的角逐，独立设计师崔欣斩获金奖；来自广州城市理工学院的罗琳和成都香玺玺服饰有限公司的熊俊峰，厦门晴兴服饰有限公司的李晴兴摘得银奖。来自烟台南山学院的王婷婷，惠州学院的廖仕玲，独立设计李冬生、杨诗琳、雷小萍夺得铜奖；优秀奖、入围奖、院校组织奖也花落各家。

设计是生产力，时尚产业的价值内核是设计。知识经济语境下，设计集成科技创新与文化创意，推动产业升级、引领消费升级、促进价值升级。

据山东南山智尚科技股份有限公司董事长、总经理赵亮介绍，大赛旨在挖掘和引培正装设计人才，从创意设计端赋能面料创新，彰显南山面料实力和竞争力，为品牌国际化发展搭建起多元化合作交流桥梁；也希望为中国服装设计领域的青年设计师，提供一个“展示梦想与走向国际”的重要舞台。

“南山智尚杯·中国正装设计大赛计划连续举办十年，每年一届，通过赛事探索中国正装设计的新观念、新路径、新方法，以年轻的视角延伸时尚想象力，提升时尚产业势能，为中国时尚的发展立中国风、树民族韵，让世界见证中国正装崛起。”赵亮说道。

随着穿着消费习惯与工作场景的改变，介于“正装”与“休闲装”之间的“新正装”在精英族群中崛起。

为此在赛事创立之初，主办方就鼓励参赛设计师们进行大胆突破，不拘泥于市面现有正装款式，打破正装中规中矩、老气横秋的刻板印象，将时尚、文化、实用、受众、创新几大方面通盘考虑，融汇贯通。从决赛现场，我们也不难看出，在对于个性与自我价值的审视、对当代文化中的都市生活的深思中，一众年轻设计师从不同的设计侧重点与精妙构思出发，将点、线、面进行组合，在设计上展现独特时尚。

面料的创新性运用是设计链的重要一环，在此次大赛中，参赛设计师们皆以南山精纺羊毛面料为载体进行设计创作。工艺精湛的精纺羊毛面料与新锐设计师们的创意有机结合，成功建立起企业与设计师互动双赢的赛事机制，提升了参赛作品的视觉效果，保证了其舒适性与功能性。（王一白）[TA](#)

国潮“跑”赢外资巨头，特步发布全新战略

近来，以阿迪达斯为代表的国际运动品牌巨头业绩接连下滑，在中国市场呈现疲软态势，本土运动品牌与这些国际龙头的竞争日趋白热化，一场博弈势不可挡。而在跑步这个最大的赛道上，特步正乘势而上，引爆蓄力已久的专业势能。

9月5日，特步在北京水立方举行了“世界跑鞋，中国特步”品牌战略发布会，正式公布了品牌全新战略定位——“世界级中国跑鞋”。特步最新科技成果XTEP ACE缓震科技平台、搭载该科技的战略新品160X 3.0 PRO跑鞋重磅亮相。

不同于阿迪达斯等外资巨头的疲软态势，特步以亮眼的业绩展现了逆势而上的强劲势头。据特步国际(1368.HK)2022年上半年财报，集团上半年收入达56.84亿元，同比增长37.5%；经营利润实现9.22亿元，同比增长34.8%；普通股股权持有人应占净利润为5.90亿元，同比增长38.4%。这背后，极大程度得益于特步多年来在跑步领域积累的专业势能，为品牌带来的强大竞争力。

产品力的背后，是特步多年来持续攀升的研发投入。早在2015年，特步就成立了X-Lab运动科学实验室，是我国体育行业首个针对鞋履测试、设计及研发的跑步专属研发中心。

本次发布会上，X-Lab运动科学实验室最新科技成果——特步XTEP ACE缓震科技平台重磅揭牌。XTEP ACE由诺贝尔物理学奖得主、“引力波之父”Barry C. Barish教授担任首席科学家，并由国家体育总局体育科学研究所联合发布。据Barish教授介绍，XTEP ACE缓震科技平台搭载全球首创PISA超临界发泡技术，发挥材料最大性能，对于专业跑者来说，可以感受到更好的回弹和推进感；对于大众跑者



特步160X 3.0 PRO跑鞋重磅亮相。

来说，有利于保护膝盖、避免受伤。未来，特步的冠军版跑鞋家族都将搭载XTEP ACE缓震科技平台持续升级。

搭载着XTEP ACE缓震科技的160X 3.0 PRO，作为新战略扛鼎之作，也在此次发布会上惊艳亮相。

除了产品科技实力，特步在跑步生态圈的打造上，也已形成了独特的品牌资产。特步所建立的特跑族目前拥有150万会员，是中国最大、最活跃的品牌跑团之一。特步也是中国赞助马拉松赛事最多的体育品牌，2007年至今已累计赞助超过1000场，是行业公认的中国第一路跑品牌。

在“世界级中国跑鞋”新战略的指引下，特步集团董事局主席兼CEO丁水波宣布，未来10年，特步将投入50亿助力中国路跑事业，包括产品研发创新、赛事及运动员支持、国人竞速激励计划、跑步群体运营支持、5km/10km赛事建立等，持续打造跑步生态圈，不断筑高特步在跑步领域的竞争壁垒。（郝杰）[TA](#)

秋市营销环比回缩 价格指数小幅下跌

20220912 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220912期纺织品价格指数收报于107.18点，环比下跌0.10%，较年初下跌0.39%，同比下跌0.98%。



近期，中国轻纺城秋市营销环比回缩，其中：原料市场价量环比小升，坯布市场价量明显下跌，服装面料市场布匹价量小幅上涨，家纺类产品成交价量环比小跌，辅料价量明显下跌。

原料价量环比小升，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84.67点，环比上涨0.20%，较年初下跌4.40%，同比下跌4.82%。

聚酯原料环比推升，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6370元/吨，环比上涨95元/吨左右；MEG主流4277.5元/吨，环比上涨285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7150元/吨左右，环比上涨125元/吨左右。近期，萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨，POY报价8070元/吨，环比上涨90元/吨左右；DTY报价9600元/吨，环比上涨200元/吨左右；FDY报价9150元/吨，环比上涨200元/吨左右。高温天气降温，下游限电稍有缓解，江浙织机综合开机率小幅推升，终端有一定补货。从目前需求终端来看，纺织服装消费局部小增，但仍维持刚需为主。

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7675元/吨，环比上涨250元/吨。纯涤纱市场报价稳涨互现，32S纯涤纱报11550元/吨左右，环比持平；45S纯涤纱报12800元/吨左右，环比上涨200元/吨。

纯棉纱价格环比上涨，人棉纱价格基本稳定。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15700元/吨，环比上涨100元/吨；普梳32S纯棉纱报价23650元/吨，环比上涨150元/吨；精梳40S纯棉纱报价26100元/吨，环比上涨150元/吨。纯棉纱市场交投近期有所好转，但弱于往年，价格上涨后短期行情以偏稳震荡为主，出货氛围相对不足，纺企库存压力依然较大，下游需求仍显不足。

近期，粘胶短纤原料价格环比下跌，粘胶短纤1.5D×38MM中端实际中心价为14100元/吨左右，环比下跌500元/吨。粘胶短纤偏弱运行，市场价格环比下跌，且订单不足，目前下游纱厂开工率仍较为低迷，对于原料补库积极性不高，粘胶短纤产业链仍显弱势，市场销售仍显低迷。人棉纱价格基本稳定，30S人棉纱价格报17800元/吨左右，环比持平；40S人棉纱报19000元/吨左右，环比持平。人棉纱价格基本稳定，人气仍较为低迷，库存率依然较高。

坯布行情明显回落，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于125.10点，环比下跌1.31%，较年初上涨2.94%，同比上涨1.45%。

近期，坯布市场营销明显回落，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单环比下降，坯布价量环比下跌。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，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下跌；天然纤维坯布需求明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，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落，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

服装面料环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于117.07点，环比上涨0.30%，较年初上涨0.38%，同比下跌0.06%。

本期服装面料类价格指数小幅上涨。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回升，连日成交环比小升。近期，对口客商入市认购相应增加，创新面料市场成交环比回升，秋季新风格面料现货成交和订单发货环比回升，初冬季兼具时尚元素的创意产品订单发货环比增加，价格环比小涨。其中：涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、粘毛面料、锦棉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101.75点，环比下跌0.19%，较年初下跌0.11%，同比下跌0.08%。

本期家纺类价格指数环比小跌。近期，轻纺城家纺市场行情环比回缩，整体市场价格小幅下跌。大众色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比下降，跑量产品现货成交和订单发货环比下降，价格指数环比小跌。其中：日用家纺类现货成交和订单发货环比下降，价格指数呈环比下跌走势；床上用品类现货成交和订单发货环比下降，价格指数呈环比下跌走势；窗帘类现货成交和订单发货环比下降，价格指数呈小幅下跌走势；窗纱类现货成交和订单发货环比下降，价格指数呈微幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比小跌。

市场行情明显下降，辅料指数环比下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于134.88点，环比下跌1.02%，较年初上涨3.18%，同比上涨3.56%。

本期服饰辅料类价格指数环比下跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情明显下降，因下游企业备货环比回落，市场成交逐日下降，现货成交和订单发货呈现环比下跌走势，价格指数环比下跌。服装里料类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；花边类行情环比回落，价格指数呈环比下跌走势；线绳类行情环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；衬料类行情环比回缩，价格指数呈微幅下跌走势，拉动辅料类总体价格指数环比下跌。

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。后市纺织市场走货速度将加快，市场价格将环比小涨。织造端行情局部小增，秋冬服装早已进入生产阶段，因此后市纺织市场将继续忙碌。针织面料订单整体开机率良好，针织绒类面料等将成为四季度市场上主流品种。梭织类休闲面料、家纺面料等需求将局部放量，一些仿真丝围巾面料将进入正常生产。随着“金九”的来临，市场行情将有所改善，预计后市创新面料价格将震荡上行。[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/

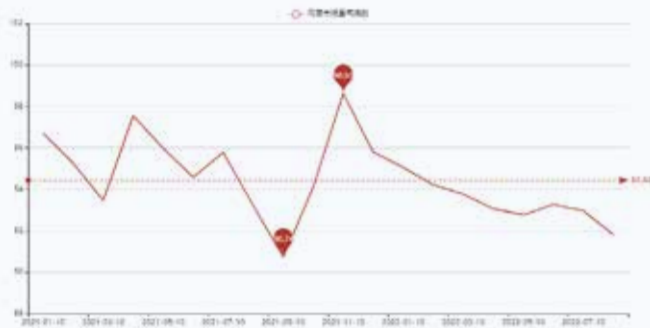
电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651

延续淡季行情 景气指数大幅下降

2022年8月份商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”市场景气点评

据商务部中国·盛泽丝绸化纤指数（下称“盛泽指数”）监测显示，受需求逐渐减少的影响，2022年8月份盛泽市场月度景气指数大幅下降。数据显示：2022年8月份市场整体景气指数为89.98点，与上月相比下跌了1.83点，跌幅为1.99%。从分类产品市场景气指数来看，化纤类产品8月份市场景气指数为85.53点，较上月下降了4点，跌幅为4.47%；丝绸类产品景气指数较上月下跌了0.21点，收在103.59点。

图1 盛泽市场月度景气指数走势



分析可见，8月是传统淡季，终端需求有限，导致企业接单气氛不佳，上下游整体成交低迷。国内方面，新单下达有限且零散，甚至处于长期观望状态。国外方面，有部分新单下达，但数量有限，难以改变低迷大局。原料方面，涤纶长丝价格趋于稳定，但下游企业受高温放假和有序用电影响，开机率偏低，导致涤纶产销一般。

影响化纤产品景气指数的因素分析

化纤类产品8月份市场景气指数为85.53点，较上月下降了4点，跌幅为4.47%。

图2 盛泽市场化纤类产品月度市场景气指数



分析可见，8月总体成交气氛较7月有所下降，且所有指标都下跌。这主要是由于8月是传统淡季，市场整体缺乏订单，坯布库存过高，厂家抛货居多，导致利润低迷。同时，8月高温气候持续，不少织造、印染企业选择放假，且有序用电情况增多，导致整体开工率下滑。国际油价持续下降，涤纶长丝价格不断走低，坯布价格也稍有回落，从而导致化纤类景气指数小幅下滑。

同比来看，今年8月行情与去年同期相比，除经营成本外，所有经营指标均下降，主要是由于今年上半年国内疫情导致行业订单有所断层，内销市场需求也受到减弱，而全球经济局势依然不佳。企业接单大幅降低，坯布库存不断累存，企业现金流紧张。市场难掩利润亏损局面，坯布价格上调难度加大，织造厂商生产积极性不佳，订单难以跟进下，缺乏大单。

1. 缺乏下游支撑，聚酯原料偏弱运行。8月涤纶整体价格仍跟随原油及聚酯成本端波动。但因下游织造厂开工率走低，下游观望较多，涤纶板块维持弱势，下游刚需采购仍是市场主力。在缺乏需求支撑的情况下，即使原油和PTA成本端持续高位，涤纶长丝也难以提振价格。聚酯工厂依然多次促销，以去库存为主。

2. 传统淡季深入，订单不足。8月以来，是纺织市场的传统淡季，且在高温天气的影响下，行情冷清更显著了。下游服装生产企业、家纺生产

企业订单走弱，纺织品市场观望情绪较浓，多数客户刚需打样拿货，并未有实质性大货下达。欧美国家部分秋冬服装订单刚需已下达，然而数量不多，后续持续性有待观望。

3. 企业资金链紧张，经营压力增大。今年受到疫情影响，市场整体订单表现不佳，不少织造企业资金压力较往年更大，一方面厂家产销难以平衡，库存持续上升占用企业流动资金；另一方面原料价格上涨，货款回收缓慢，企业资金周转压力较大。部分织造企业为了减少开支、降低库存选择降低开机率，降低了涤纶的需求。

影响丝绸产品景气指数的因素分析

8月丝绸类产品景气指数下跌，较上月下跌了0.21点，收在103.59点。从蚕茧丝绸产品数据分析，8月总体成交气氛较7月略有下降，且所有指标均下滑，仅进货成本保持不变。8月依然是传统淡季，且行情更为惨淡，导致企业抛货亏本套现的情况增多，各经营指标自然出现下滑。

图3 盛泽市场蚕茧丝绸类产品月度市场景气指数



从同比数据来看，今年的市场行情与去年相比大幅降低。仅进货成本和总体经营指标是小幅上升，其余指标均大幅下降。

1. 夏季高温天气，桑园夏伐。鲜茧收购方面，广西桑园大部分夏伐，收购点收缩较大。广西丝厂机器车速下降生产量下降，部分丝厂前期订单由于车速下降也影响交货速度，同时受淡季影响，内外销需求量也一般，所以呈现淡季下的正常格局。

高品质生丝方面，部分企业有小幅上涨，部分企业继续持价观望，部分企业因为资金回笼对老客户有一点让利。

2. 8月下游织造企业开机率下滑，需求减少。8月出现持续高温气候，各地工厂放假停产以避免的情况增多。另外，在高温的影响下，各地有序用电政策日益趋严，导致工厂开工率进一步下降。在开机不足叠加订单不足的情况下，蚕茧丝各指标也受影响下降。

后市预测

综合来看，8月整体市场行情下降，订单数量减少。8月延续淡季，且因工厂放假停产情况居多，行情更受影响。9月是传统旺季，随着“双11”和圣诞节的来临，订单也会陆续释放，整体行情回暖。另外，下游工厂也将在气温下降和订单回暖的双重影响下，提升开工积极性。因此，预计9月丝绸化纤指数将会明显提升。ITV

Tex.com 中国绸都网

指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：http://index.168tex.com/ 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通同行 做生意
扫二维码 下载指数APP

中国纺织服装大数据中心

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

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

中国纺织服装大数据中心功能：为政府宏观决策、区域经济发展、企业生产经营以及国际贸易竞争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)