

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

2023.03.20 | 第10期 | 总第1114期

 柯桥·中国轻纺城 专版



P14
浅谈中国轻纺城智慧市场
建设新路径



P16
步履坚实，行稳致远

 **日发纺机**

纺纱 / 前准备 / 织造 / 非织造 / 印染



无缝内衣机



双面开幅机

 客服专线 **400-999-8008**
网址 www.rifatm.com



P18

绿色发展“拭”在必行!

P08

提振信心 创造新的辉煌

近日，以“擦出更洁净世界”为主题的2023亚洲擦拭材料大会 (AWipes 23) 在上海举办。



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2022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1710项、优秀教师和学生4558名、优秀教学成果奖2397项、针织内衣创新贡献奖136项、应用基础研究83项、科技成果推广339项、全国纺织行业技术能手325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

(以上数据由基金会提供)

广告



桐昆·中国纤维流行趋势

TONGKUN · CHINA FIBERS FASHION TRENDS

2023
2024



发布预告
Release Notice
2023.03.28
上午10:30
国家会展中心(上海)

National Exhibition and
Convention Center (Shanghai)
8.2号馆-H128

www.textfiberchina.com



线上观看
Online Viewing

社长 徐峰
总编辑 刘萍
副社长 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
副主编 徐长杰
副主任 董笑妍
特邀主笔 郝杰
编辑/记者 李亚静 陶红
余辉 夏小云
美编 郭森

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
李雨霏

市场发展中心

总监 万晗(兼)
媒介主管 雷蕾
客户经理 张灼琰
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 赵国玲
副总监 赵玲玲
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:

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*
共探行业发展新空间
《国家工业遗产管理办法》出台,将提升中国工业软实力
第32届中国真维斯杯休闲装设计大赛报名启动

07 科教 *Science*
确定2023工作任务,科教预算有所提高

08 特别报道 *Special*
提振信心 创造新的辉煌
为行业绿色低碳与可持续发展建言献策
数字化赋能,打通非遗消费堵点

12 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*
按下快进键、振兴产业链、挖掘新动能!
浅谈中国轻纺城智慧市场建设新路径

16 棉纺 *Industry*
步履坚实,行稳致远

18 产业用 *Industry*
绿色发展“拭”在必行!

20 观察 *Observation*
做好行业境外自办展 助力行业实现高质量发展

22 品牌 *Brand*
“登峰”之路从未止步,波司登再摘三项大奖

23 一线 *Frontline*
佳宝集团:新消费时代专业市场的创新发展之路

24 技术 *Technology*
关于镜面辊电镀缺陷的解决方案

25 指数 *Index*
春市营销震荡回落 价格指数环比小跌
市场走货略有上升 化纤指数维稳

每周随笔

活力群体

从2023年开年到现在,庞杂的信息充斥在我们身边,从宏观环境的新变化,到产业发展的新状况,再到外贸形势的新走向等等,延续的“变局”让很多人无法看清未来。不过,是不是能够看清,其实并未影响到我们企业前行的步伐,且可以清晰地感受到,他们对于自己未来要如何发展并不迷茫。

“我们在智能化产品的研发上还会再加大力气,今年要给客户更优的解决方案”;
“这个新技术能够减少印染工艺环节,不仅如此,产品的品质还会有大幅提升,每吨面料的加工成本可以减少上千元”;

“目前,用户行业都希望能够提供流程化服务,我们要把产业链再延伸,把自己的服务能力再提高”……

不管是记者走访企业时听到的直接反馈,还是通过各种渠道了解到的信息,哪怕只是一个小微企业,也都是目标清晰地不断升级自己前行的能力和水平。

众所周知,在中国纺织行业甚至整个中国企业阵营中,民营企业一直都是推动经济增长的重要力量。目前,中国民营企业总量已超过4700万户,在过去的十年中翻了两番,在中国企业总量的占比也超过了93%。同样,在中国纺织业里,支撑起行业超5万亿主营业务收入的约3.6万户规模以上企业中,民营企业的占比更是远高于这一数字,在中国纺织产业稳居世界首位的纤维加工总量和出口规模中,民营经济始终都在发挥着不可替代的作用。

这是一个充满活力的群体,也正在被给予更多关注,被寄予更多期望。

今年两会期间,习近平总书记就围绕民营经济健康发展、高质量发展作过深刻阐述。国务院总理李强也在十四届全国人大一次会议闭幕后的记者会中特别提及民营经济,并就民营企业最关注的一些问题给予了回复。从国家宏观经济政策,到民营企业发展环境、发展空间等方面都释放出了积极信号,未来民营企业将迎来更加市场化、法治化、国际化的营商环境和更加公平的竞争环境。与此同时,不断挖潜、释放的内需市场,以及新的发展路径也会让更多民营企业迎来新的发展机遇。

同样值得关注的是,此次国务院机构改革,科技部的重组将打造出更有利于企业成为科技创新主体的生态,不管是何种企业类型,只要在积极推进科技创新,都将被给予支持,且支持会更直接。

中国纺织产业作为中国市场化最早的行业,不仅在全球市场地位上为中国站好了队,而今,在着力高质量发展的背景下,科技创新同样成为了我们最重要的动力,从纤维、纱线,到面料、服装,以及装备技术等等,业界企业仍在不遗余力地释放自身的活力,让行业发光。

袁春妹

View point / 产经看点

中国物流与采购联合会发布数据,2月份中国物流业景气指数为50.1%,较上月回升5.4个百分点。其中业务总量指数、商品库存周转指数、资金周转指数、设备利用率指数等指数回升幅度超过5个百分点。这组数据反映出,在新增需求带动下企业业务量增加,微观经营条件得到改善,物流运行呈现稳健复苏态势。

——人民日报

中国消费者协会发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查报告显示,39.0%的受访者表示对国内消费环境“非常满意”,44.7%的受访者表示“比较满意”,二者占比合计超八成。

——人民网

国家统计局新闻发言人付凌晖表示,1—2月份经济运行整体上呈现企稳回升态势。但目前经济仍然处在初步恢复阶段,一些长期积累的结构性问题比较突出,稳定经济运行、促进经济运行整体好转还需付出艰苦努力。

——中国网

中国中小企业协会最新发布的数据显示,今年2月份,中小企业发展指数(SMEDI)为89.6,在上月大幅回升的基础上,进一步回升0.7个点,连续两个月上升且上升幅度达到两年来次高。其中,反映企业信心状况的宏观经济感受指数为99.5,比上月上升0.8。

——证券日报



纺织服装周刊
微信订阅号



纺织服装周刊
微信视频号



纺织服装融媒体
抖音号



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

共探行业发展新空间

中国纺联领导赴陕西、江苏等地调研

近日，中国纺织工业联合会各调研组赴陕西、江苏等地展开调研，实地走访企业，就当前企业发展现状、面临的困难、行业发展情况等展开研讨。

3月7—8日，中国纺织工业联合会秘书长夏令敏一行赴陕西调研。咸阳市纺织服装产业发展历史悠久，是全国最早成立的重要纺织基地之一，也是西北地区最大的棉纺织基地，涌现出了“全国纺织的旗帜赵梦桃”等众多优秀人才，为陕西乃至全国的纺织服装产业做出了重要贡献。在咸阳调研期间，夏令敏一行与咸阳市副市长李忠平及政府相关部门负责人深入交流，探讨咸阳纺织服装产业的发展路径和措施。

在西安调研期间，夏令敏一行与陕西经济联合会、陕西省纺织行业协会、陕西省工信厅消费品处、陕西总工会财贸金融轻工工会、西安工程大学等有关单位负责人，就地区整体发展情况和产业转型方向进行了交流。

围绕2022年纺织行业经济运行情况和2023年纺织行业发展，夏令敏分别在两地作了分析和展望。他提到，2022年，在全球疫情反复演变、经济下行风险加大、地缘政治危机加剧、大宗商品价格波动、通货膨胀、货币政策等因素影响下纺织行业发展压力巨大，行业生产波动下降，内销市场承压；2023年，纺织品服装内销市场有望平稳恢复，消费端复苏具有积极支撑，新消费理念、网络渠道等新的发展契机值得期待。面对未来发展，夏令敏指出，企业一要坚定信心；二要加快科技创新、品牌提升、绿色转型，实现高质量发展；三要加快数字化转型；四要坚持走出去，内引外联。

Direct / 直击

《国家工业遗产管理办法》出台，将提升中国工业软实力

3月14日，工信部发布《国家工业遗产管理办法》，明确国家工业遗产认定、保护管理、利用发展、监督管理工作方向。

国家工业遗产是指在中国工业长期发展进程中形成的，具有较高的历史价值、科技价值、社会价值和艺术价值，经工业和信息化部认定的工业遗存。国家工业遗产核心物项是指代表国家工业遗产主要特征的物质遗存和非物质遗存。物质遗存包括厂房、车间、作坊、矿区等生产储运设施，与工业相关的管理和科研场所、其他生活服务设施及构筑物 and 机器设备、生产工具、办公用品、产品、档案等；非物质遗存包括生产工艺、规章制度、企业文化、工业精神等。

工业遗产作为工业文化的重要载体，见证了工业发展历程。为积极推进工业遗产保护利用，工信部2017年启动试点工作，2018年印发《国家工业遗产管理暂行办法》，明确工作要求，先后发布5批194项国家工业遗产，抢救性地保护了一批蕴含优秀传统文化、赓续红色基因、见证新中国工业发展、传承工业精神的重要工业遗产。

工信部提出，加强国家工业遗产管理，对于传承弘扬工业精神、发展工业文化、提升中国工业软实力和中华文化影响力具有重要意义。

据了解，在194项国家工业遗产中，纺织相关工业遗产分别为：第一批认定的宝鸡申新纱厂、菱湖丝厂；第二批的国营751厂、大生纱厂、青岛国棉五厂；第三批的高平丝织印染厂、常州恒源畅厂；第四批的天津第三棉纺织厂、常州大明纱厂、二三四八蒲纺总厂；第五批的宁波和丰纱厂、六合丝厂。（郝杰）

围绕西安、咸阳两地纺织服装产业的发展，夏令敏表示，一是要坚持落实习近平总书记指示精神，把梦桃精神发扬光大，重振陕西纺织服装产业雄风；二是强链、延链、补链，在发挥既有优势盘活存量的同时，积极招大引强培育增量；三是支持龙头企业做大做强，带动中小企业良性发展，走集群化、园区化发展道路，形成良好的产业生态，提高产业效率和竞争力；四是鼓励纺织企业、园区和政府相关部门“走出去”，与产业发达地区的政府、集群、园区、企业开展交流合作，把握沿海发达地区产业布局调整机遇，创造陕西纺织产业发展新空间。

3月10—11日，中国纺织工业联合会副会长李陵申一行赴苏州市调研，实地走访恒力集团、江苏澳盛、江苏锐诚、关怀医疗等企业，了解企业生产经营、科技创新及发展诉求，积极推动当地现代纺织产业体系建设和先进技术纺织品领域高质量发展。

调研期间，李陵申一行先后参观了恒力集团、江苏澳盛、江苏锐诚、关怀医疗等企业的生产车间和产品展厅，并召开座谈会深入了解行业企业生产经营现状、产业链供应链情况、产品研发进展、绿色和智能制造需求、先进技术纺织品开发及应用拓展等情况。

座谈环节，与会代表针对特种聚酯纤维材料、碳纤维复合材料、血液透析中空纤维材料、安全防护装备等开发及应用，以及未来的发展趋势和展望等议题展开交流。并对如何推进先进技术纺织品领域科技创新，产业链和创新链融合发展，产业链供应链现代化水平提升，当地现代纺织产业体系建设等方面进行了深入探讨。（综编）

第32届中国真维斯杯休闲装设计大赛报名启动

随着“反PUA”、“做自己”、“去标签化”等热门话题不断出现在大众视野，越来越多年轻人开始审视自我。从认识自我到接纳自我，进而自洽，拒绝他人的定义，撕掉身上的标签，做最真实的自己。

第32届中国真维斯杯休闲装设计大赛密切关注当代青年的思想潮流，以“自定义”为大赛主题，旨在鼓励当代青年设计师敢于尝试新事物，勇于突破自我，对“内在力量”进行探索与表达；撕掉固化标签，不去定义也不作代表，向内挖掘，向外征服，共同发现自我新的可能。

目前，大赛报名通道已开启。本次大赛面向全国服装专业院校精英、海内外服装设计师及服装设计爱好者征稿，赛事分征稿、初评、总决赛三个阶段，并邀请国内外顶尖时装设计师、专家及时尚界人士担任评委，为赛事保驾护航。本届赛事由中国服装设计师协会、中国服装协会、真维斯国际（香港）有限公司联合主办，中国纺织服装教育学会、香港时装设计师协会共同协办，并由协办媒体时尚全程跟踪报道。

中国真维斯杯休闲装设计大赛自1993年开赛以来，已成功举办31届，是服装业界、各大院校师生及社会人士竞相推崇的服装赛事，也是国内同类赛事中历史最悠久的服装设计比赛。真维斯坚持为青年设计师搭建展示自我、相互交流的平台，培养具有创新精神和实践能力的创意人才，助力服装行业不断向前发展。正如品牌标语“真的，更精彩！”一样，真维斯鼓励年轻设计师挖掘内在潜力，用创意展现真实自我，用专业知识服务社会。（周锐）

确定2023工作任务，科教预算有所提高

纺织之光基金会三届十次理事会召开

■ 本刊记者_李亚静 / 文 关云鹤 / 摄

3月10日，纺织之光基金会第三届理事会第十次会议在北京召开，会议以线上线下相结合形式举行。纺织之光科技教育基金会（以下简称“纺织之光基金会”）理事会审议并通过了2022年工作总结、财务决算报告和理财报告，以及2023年工作计划、预算计划和理财计划。

中国纺织工业联合会秘书长、纺织之光基金会主席团常务主席夏令敏，中国棉花协会名誉会长林乃基，中国纺联原副会长陈树津，中国纺织服装教育学会会长、基金会副理事长倪阳生，基金会副理事长兼秘书长张翠竹，中国纺联纪委副书记、基金会监事孙晓音，中国纺联人力资源部主任、基金会监事朱超等纺织之光基金会理事、主席参加会议。中国纺联副秘书长、纺织之光基金会理事长叶志明主持会议。

持续推进科技创新与人才成长

张翠竹作基金会2022年度工作总结和2023年度工作计划。2022年基金会全面贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，在中国纺联的统一部署下，克服疫情影响，基本落实纺织之光科技教育基金会第三届理事会第八次会议工作安排，按照《慈善法》等法律法规和基金会相关管理办法，重点持续支持行业科教项目，并参与疫情防控、乡村振兴等社会慈善活动。

2022年基金会持续支持行业科技进步和人才培养的公益项目，支出合计749.96万元。其中支持表彰奖励中国纺织工业联合会科技奖74项，特别贡献奖—桑麻学者4人，优秀教师和学生177人，纺织职业教育教学成果奖206项，针织内衣创新贡献奖9项，职业技能竞赛获奖选手12名，并新立项10项应用基础研究项目。

2022年是基金会支持行业教育奖励项目25周年。25年来基金会支持在全国纺织服装相关院校开展“纺织之光”中国纺织工业联合会教育奖，共奖励4381名在纺织行业教育战线上做出突出贡献的优秀教师和优秀学生。基金会特开启“追光之路——纺织之光科技教育基金会开展行业教育奖励25周年”系列报道，通过对15所纺织高校领导、获奖教师和学生的采访，深入了解“纺织之光”教育奖对学校提高教学质量的作用、教育改革的变化等。

2023年是基金会支持中国纺联科技奖奖励工作15周年。基金会将继续围绕纺织行业科技教育公益事业，促进纺织行业科技创新和人才成长为目标，汇聚行业慈善力量，努力发挥行业公益慈善平台作用。重点做好以下工作：一是加强党建工作。二是增强理事会治理作用。三是探索募集模式和资金安全运作。四是重点支持开展行业科教公益项目。五是开拓“纺织之光·爱益行”慈善项目。六是继续做好基金会宣传传播工作。七是加强内部管理。

科教公益类项目预算较上年增加

基金会办公室主任赵芝娥就2022年度财务决算报告和2023年度财务预算安排进行说明。2022年度纺织之光基金会资产总额11375.95万元，收入合计989.55万元，支出合计1559.80万元，用于公益慈善活动支出共计1368.58万元，占上年末净资产的11.67%，符合《慈善法》超过6%规定。

为做好2023年纺织之光科技教育基金会全年预算工作，基金会秘书处充分征求相关项目承担单位需求意见，参照2021年和2022年实际，结合本年度工作计划，重点保证支持科教人才公益项目开展，同时兼顾年度公益项目支出和管理费用支出占比符合《慈善法》有关规定，确定2023年度基金会收支预算计划，本年度预算收入679万元，本年度预算支出1478.5万元。



理事会强调，2023年基金会将继续履行引领行业科技、教育、人才发展的历史使命。

今年的业务活动成本支出中，除社会慈善类预算减少外，科技、教育、技能人才、专项基金、行业公益类项目比上年均有所增加，主要原因是周期性增长和疫情防控放开后的叠加因素影响。

建议基金会须做好引领行业发展和服务能力的平衡，建议从行业层面加大对基金会公益活动和捐赠服务宣传力度，鼓励企业捐赠，优先安排有捐赠来源的公益项目，积极稳妥开展理财活动，在确保资金安全前提下保值增值。

吸引行业骨干力量参与公益事业

回忆基金会发展历程，陈树津感慨万千。他谈到，近三年基金会承担了极大压力，非常不容易。当前纺织之光基金会面临的最主要矛盾是用于科技教育支出的费用增速与投资收益增速不匹配问题，各协会要加大对纺织之光基金会的支持力度，动员行业骨干企业支持科技发展，积极参与公益活动。

林乃基表示，纺织行业的平稳健康发展离不开一代代纺织人的不懈努力。党的二十大报告指出，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。高质量发展离不开科技创新的支持，更离不开人才支撑，纺织之光基金会一定要继续做好科技发展与人才培养工作，持续推动纺织科技教育事业的高质量发展。

夏令敏对纺织之光基金会在2022年的工作表示肯定。2022年基金会在疫情影响下仍能支持行业的各类纺织科技和教育活动，非常不容易。并特别感谢了安莉芳创始人郑敏泰先生对纺织之光基金会的大力支持。“纺织之光科技教育基金会郑敏泰专项基金”对支持和促进纺织行业科技教育事业发展 and 纺织人才培养做出了重要贡献。希望更多有行业公益情怀的企业家，参与到行业发展和慈善事业中来。

夏令敏指出，纺织之光基金会要把工作做得更好，需从三方面发力：第一，从自身出发，聚集各协会力量，尝试与专业协会共建募捐平台，做好行业统筹和发展工作。第二，立足行业科技教育人才项目，扩大筹款途径，提升筹款能力。第三，体现奖励效果，延伸科教事业影响力，让更多获奖企业、高校及师生能为行业发展助力。过去一年，行业发展不容易，2023年还要继续努力。

叶志明在总结中表示，纺织之光基金会的发展离不开各位领导和各专业委员会的支持。2023年基金会要把理事会的决策贯彻落实到具体的工作中，履行引领行业科技教育人才发展的历史使命，为推动纺织行业高质量发展做出应有贡献，赋予“纺织之光”新的时代内涵。让更多人发现行业之光，汇聚行业之光，传播行业之光。TA

提振信心 创造新的辉煌

纺织行业两会代表委员热议政府工作报告

■ 本刊记者_郭春花

3月5—13日，十四届全国人大一次会议在北京举行。会上，无论是政府工作报告对过去一年和五年经济社会发展成绩的总结，还是闭幕会上习近平总书记的重要讲话，以及国务院总理答记者问中谈到的话题，无不引起纺织服装行业人士的热议讨论。

全国人大代表、盛虹控股集团党委书记、董事长 缪汉根：

坚定信心、奋勇前行，为产业转型升级贡献更多力量

缪汉根表示，政府工作报告简明扼要、内涵丰富、包罗万象，鼓舞人心、催人奋进，他将认真学习领会报告精神，坚定信心、奋勇前行，带领盛虹集团在新征程上创造新业绩、续写新辉煌，为产业转型升级、行业创新发展贡献更多盛虹力量。

“报告总结成绩客观全面，谋划发展立意高远，既有高度又有温度，听了非常振奋！”缪汉根说，报告中提到“过去一年是党和国家历史上极为重要的一年”“过去五年极不寻常、极不平凡”，这些他和盛虹集团都有深刻感受，但是在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，我国经济社会发展依然取得举世瞩目的重大成就，这让他感到非常自豪。

在听完总书记的重要讲话后，缪汉根说，总书记的重要讲话为企业到本世纪中叶提出了奋斗目标，令人非常鼓舞。同时从政府工作报告和总理答中外记者问中也感受到了国家对民营经济的鼓励支持。“再一次给我们民营企业吃下了定心丸。”缪汉根说。

缪汉根认为，政府工作报告充分显示了为民营经济营造更好发展环境，帮助民营经济解决发展中的困难，支持民营企业改革发展，让民营经济创新源泉充分涌流，让民营经济创造活力充分迸发的谋划，这必能让广大民营企业安心干事创业，让民营经济进一步成为推动中国经济持续高质量发展的重要力量。

缪汉根表示，作为一名新能源新材料领域的企业家代表，他将认真学习政府工作报告，将其精神内涵转化为具体行动，在未来以“敢为、敢干、敢闯、敢首创”的担当作为，用“敢创新、大创新、真创新”的精气神，带领盛虹聚焦新能源新材料领域，打赢关键技术攻坚战，为中国式现代化新实践贡献力量。

全国人大代表、山东魏桥创业集团有限公司董事长 张波：

充分发挥引领带头作用，带动行业高质量发展

张波表示，政府工作报告客观全面、求真务实，充分体现了党的二十大精神，符合我国国情，体现了人民意愿，极大地鼓舞了我们的信心，完全赞成和拥护。

习近平总书记强调，要坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，深入推进新型工业化，推动制造业高端化、智能化、绿色化发展。任何时候中国都不能缺少制造业。政府工作报告提出，要加快建设现代化产业体系，围绕制造业重点产业链，集中优质资源合力推进关键核心技术攻关。加快传统产业和中小企业数字化转型，着力提升高端化、智能化、绿色化水平。

张波表示，魏桥创业集团作为制造业企业，将全面贯彻落实党的二十大精神和全国两会精神，完整、准确、全面贯彻新发展理念，始终以创新、协调、绿色、开放、共享的内生统一来把握发展、衡量发展、推动发展，紧紧围绕高端化、智能化、绿色化的发展方向，充分发挥“链主”企业的引领带头作用，持续加大科技研发投入，推动产学研深度合作，着力强化重大科技创新平台建设，不断加强产业关键核心技术攻关，积极推进企业智能化改造，同时将绿色低碳理念贯穿生产经营的全过程，不断追求企业的高质量发展，为推进中国式现代化贡献智慧和力量。

全国人大代表、鲁泰纺织股份有限公司

董事长、总裁 刘子斌：

紧抓重大战略机遇推动产业发展

“听了政府工作报告，我们由衷地感到去年各项工作取得的新突破来之不易，对未来新气象充满期待，更对全国上下万众一心克服困难、再创佳绩充满信心。”3月5日，走出十四届全国人大一次会议开幕会现场，刘子斌怀着激动的心情表示，报告中对今年重点工作作了部署，其中更好统筹国内国际两个大局、加快建设现代化产业体系、推动发展方式绿色转型等内容都与我们制造业尤其是纺织行业息息相关。

刘子斌表示，纺织行业和企业要抓住重大战略机遇期，在全球范围内统筹产业链供应链，利用全产业链的优势，进一步强链补链；要推进关键核心技术攻关，加大自主创新能力，着力提升发展的高端化、智能化、绿色化水平；要加快布局实施行业“双碳”战略，发展循环经济，推进资源节约集约利用。通过听取报告，让我们制造企业和民营企业备受鼓舞，相信我们行业发展的环境一定会更好、信心一定会更足、活力一定会更强！

习近平总书记在参加江苏代表团审议时指出加快实现高水平科技自立自强，是推动高质量发展的必由之路。尤其是对于纺织服装这个具有国际竞争优势的行业来说更具意义，我们的制造已经融入全球发展，必须要在智能制造、研发设计、产业应用、行业标准等领域实现新的突破，更好地应对来自其他国家和地区的挑战，坚定不移地走自主创新的道路。

纺织业是我国制造业的重要组成部分，我国是全球纺织产业规模最大的国家，也是产业链最完整、门类最齐全的国家。下一步鲁泰将围绕“稳量”和“提质”做文章。一是要在双碳经济、循环经济、高端材料等一系列行业共性技术难题上下功夫，依靠自主创新推动高质量发展，解决一批“卡脖子”问题。二是要推进创新链、产业链、资金链和人才链深度融合，形成高质量发展的合力和机制，要加大政产学研用金服的有效互联互通，出实效、见真绩。三是要在全球范围内统筹产业链供应链，利用自身全产业链的优势，进一步强链补链，深度参与国际产业分工，向产业链的高端和终端延伸。我们要抓住后疫情时代全球产业调整的重大战略机遇期，为人民美好幸福生活创造更大价值，为制造大国向制造强国转变贡献更多纺织力量！

全国人大代表、鄂尔多斯控股集团总裁、

鄂尔多斯资源股份有限公司董事长 王臻：

在温暖全世界的创业征程中再创辉煌

王臻对于当选第十四届全国人大代表感到非常荣幸，并表示将用脚踏实地的行动认真履行人大代表的职责和义务，积极为非公经济发展和产业振兴建言献策，贡献鄂尔多斯力量。她表示，在党中央、国务院新一届领导集体的坚强领导下，民营经济新的春天一定会到来，中国经济必将在稳中求进中实现高质量发展。我们企业也一定听党话、跟党走，在温暖全世界的创业征程中为国为民贡献一份温暖的力量。

今年，关于纺织行业的发展，王臻带来了两份建议。

一是关于推动重点纺织产业集群现代化建设。王臻认为，纺织工业作为国民经济的支柱产业和传统优势产业，市场化、国际化程度高，在基本建成纺织强国的基础上，要进一步推进纺织全产业链现代化水平的提升，推动重点纺织产业集群现代化建设。为此，王臻建议支持重点产业集群率先建设现代化纺织产业体系，推动重点产业集群高端化、智能化、绿色化。二是关于推动中国羊绒产业高质量发展的建议。中国山羊绒产业在世界上具有无可替代的原料优势和全产业链优势。面向未来，王臻建议要立足优势、补齐短板，推动中国羊绒纺织产业的高质量可持续发展，建设世界级的羊绒纺织产业，并带动广大西北牧区乡村振兴，保护草原生态。

全国人大代表、河北省赞皇县原村土布专业合作社

理事长 崔雪琴：

为助力农村贫困人口脱贫而骄傲

今年的政府工作报告中说：“经过八年持续努力，近1亿农村贫困人口实现脱贫”。对此，崔雪琴非常欣慰，因为这里面有她的付出，包含了她的汗水。

十多年来，每年春节过后，原村合作社都要从十里八村招一批农村闲散妇女。免费教她们学习种棉、弹花、纺线、染色、织布、缝制服饰等技术。学成后，她们可以选择到合作社上班，也可以选择承接合作社的外包加工业务在家里干活，离土不离乡，既不影响下田种地，也不影响接送孩子上学和操持家务。其中既有七八十岁的老奶奶，也有二三十岁的大姑娘小媳妇们，机杼声声，她们挣了钱、脱了贫、致了富，年人均收入2万—4万元。多年来，合作社也从无到有、从小到大、从弱到强，形成一个集土布手工纺织、加工、研发设计、销售为一体的全国“五十佳”合作社，主导产品有纯棉手工面料、服装服饰及床上用品等300多个品种。

全国人大代表、陕西五环(集团)实业有限责任公司

织造车间值车工 黄云娜：

发挥桥梁和纽带作用，解决人民群众的“急难愁盼”

黄云娜现场聆听了政府工作报告后心情激动，心潮澎湃，倍感振奋，倍受鼓舞，同时也信心倍增。她表示，作为新一届全国人大代表，在今后的履职过程中要以对人民高度负责的态度，积极履行职责，发挥自身优势，密切联系人民群众，发挥桥梁和纽带作用。

她表示，人民群众的“急难愁盼”，就是她履职尽责、建言献策的关注点，在今后的工作中要继续发扬工匠精神、劳模精神、劳动精神，用新时期的劳模精神带动身边的职工为全面建设社会主义现代化强国、为陕西的高质量发展贡献自己的力量。

全国人大代表、德州恒丰集团高级技师 王晓菲：

期待更多利好政策提振市场信心

在十四届全国人大一次会议开幕会后，王晓菲接受采访时说，在全面贯彻党的二十大精神开局之年，再次来到全国两会会场，心情无比激动、澎湃。政府工作报告全面深刻总结了2022年以及过去5年我国取得的历史性成就，擘画了今后经济社会发展的宏伟蓝图，让人倍感振奋。

“作为一名来自传统工业企业的代表，报告中关于传统产业和中小企业数字化转型的相关内容让我深受鼓舞。”王晓菲说，目前德州恒丰集团在数字化建设、设备智能化升级以及绿色产品制造等方面取得了很好的成绩，希望国家能够出台更多利于传统制造业和民营企业发展的好政策，进一步提振市场信心。

全国人大代表、石家庄常山北明科技股份有限公司恒盛纺织分公司

织造车间乙班教检工 冯丽朝：

以扎实的业绩为中国式现代化添砖加瓦

对于再次当选全国人大代表冯丽朝表示非常荣幸，她在听完政府工作报告后表示，这是强信心、聚人心，推动国家高质量发展的为民务实的好报告。在以习近平同志为核心的党中央领导下，常山北明公司上下戮力同心，充分发扬斗争精神，以“钉钉子”的韧劲和踏石留印、抓铁有痕的干劲，战胜了一个个困难，取得了一个个胜利。成绩的取得极为不易，中华民族伟大复兴的中国梦前景可期，未来光明。

冯丽朝说，作为一名来自纺织企业一线的人大代表，她将立足岗位，认真学习贯彻党的二十大精神，学习政府工作报告，深刻领会两会精神，回到岗位后及时做好宣贯工作，激发更多工友姐妹们实干为要，围绕提质增效创新突破，以扎实的业绩推动企业高质量发展。



缪汉根

刘子斌

张波

王臻

崔雪琴

黄云娜

王晓菲

冯丽朝

为行业绿色低碳与可持续发展建言献策

本刊记者_董笑妍

今年全国两会上，“绿色低碳”成为代表委员们热议的关键词。政府工作报告对今年重点工作任务的建议中也提出要“推动发展方式绿色转型”“稳步推进节能降碳”。

数据显示，截至2022年末，全国碳市场碳排放配额累计成交量2.23亿吨，累计成交额突破100亿元。此外，目前我国绿色贷款、绿色债券等绿色金融市场发展处于国际领先水平，碳减排支持工具带动2022年碳减排超1亿吨二氧化碳当量。

当前，我国“碳达峰、碳中和”在制度保障、监管与评价体系层面仍有一些挑战。“十四五”时期是完善碳减排相关制度最重要的时间窗口，应尽快推动建立以碳排放总量和强度控制为核心的制度体系。

政府工作报告为低碳未来指方向

今年的政府工作报告中，关于绿色低碳发展、生态文明建设、气候变化应对和新能源建设，不管是对过去一年和五年的成绩梳理，还是对今年的工作建议，都有诸多论述。

政府工作报告指出，过去五年极不寻常、极不平凡，但经济社会发展依然取得举世瞩目的重大成就，关于生态文明建设和绿色发展方面，一是生态环境明显改善，单位国内生产总值能耗下降8.1%、二氧化碳排放下降14.1%，美丽中国建设迈出重大步伐；二是深入实施创新驱动发展战略，推动产业结构优化升级，把制造业作为发展实体经济的重点，同时严格执行环保、质量、安全等法规标准，淘汰落后产能；三是加强生态环境保护，促进绿色低碳发展，处理好发展和保护的关系，不断提升可持续发展能力；四是稳步推进节能降碳，统筹能源安全稳定供应和绿色低碳发展，科学有序推进“碳达峰、碳中和”。

关于2023年的工作，政府工作报告也就双碳转型提出建议。一是今年发展主要预期目标中包含了单位国内生产总值能耗和主要污染物排放量继续下降，重点控制化石能源消费，生态环境质量稳定改善；二是推动发展方式绿色转型，深入推进污染防治，推进煤炭清洁高效利用和技术研发，完善支持绿色发展的政策，推动重点领域节能降碳，持续打好蓝天、碧水、净土保卫战。

行业代表委员为绿色低碳建言献策

纺织行业作为国民经济的支柱型产业之一，也是绿色低碳可持续发展的主要战场，今年两会期间，纺织行业及相关代表委员也就该问题表达了观点，提出了多项议案和提案。

全国政协委员、全国工商联副主席、安踏集团董事长丁世忠建议促进“低碳消费”，培育新的经济增长点。丁世忠表示，低碳消费是各类消费主体在消费活动全过程贯彻绿色低碳理念的消费行为，是顺应当前发展阶段和具有巨大发展潜力的新型消费模式。未来几年，中国在低碳消费领域将产生数万亿级的市场规模。为此，他提出四点促进低碳绿色消费的建议：一是完善企业绿色生产的经济激励政策；二是加强绿色产品标准认证体系建设；三是打通信息渠道，建立绿色产品发布与选用平台；四是强化对个人绿色行为的正向激励。

针对如何促进印染行业健康发展保证中国纺织产业链竞争优势，全国人大代表、泰和新材集团股份有限公司党委书记、董事长宋西全提出三方面的建议，一是支持工业园区建设，促进印染行业健康发展；二是不断完

善环境管理政策，推进印染行业可持续发展政策；三是设立印染行业绿色发展技改专项，打造绿色供应体系。

聆听了习近平总书记重要讲话后，全国人大代表、盛虹控股集团党委书记、董事长缪汉根表示，总书记的讲话坚定了盛虹发力实体经济，深耕新能源新材料领域，走绿色创新发展之路的信心和决心，也为广大制造业企业指明了发展方向，擘画了光明前景。

盛虹集团从盛虹村的两个车间做印染起步，到今天形成“石化炼化、新能源新材料、高端纺织”三翼并进的全产业链条，从一家村办企业成长为世界500强企业。在缪汉根看来，关键在于坚定跟党走、跟着国家战略走，扎根实体经济，围绕国家需要、用科技创新闯关夺隘，闯出了一条新路子。

全国政协委员、南通大学校长施卫东带来的提案之一便是关于支持纺织行业绿色循环低碳发展的。他表示，建立健全绿色发展体系是实现高质量发展的重要标志和技术体现。为此，他还提出了有关双碳人才教育的建议，希望国家相关部门给予更多支持。

他提出要以习近平生态文明思想贯穿于高等教育人才培养体系全过程和各方面，深化学科绿色低碳内涵建设，加快建设碳金融、碳管理和碳市场等紧缺教学资源，编写和出版“双碳”系列教材；加速发展风电、水电、核电、氢能、太阳能、生物质能等新能源学科，大力推进能源学科与经济、管理、人文等学科交叉融合，积极培育与“双碳”相关的新兴学科方向，加快建设一批在线课程、虚拟仿真实验课程，树立学生具备科技前沿与国际视野的“双碳”工程实践思维，提升学生解决复杂工程问题的综合素质，确保“双碳”科技人才培养与绿色低碳产业发展需求同步。

全国人大代表、新乡白鹭投资集团董事长邵长金今年带来的建议也主要与绿色低碳发展有关。一是立足减少塑料对生态环境的污染，提出加大发展聚乳酸纤维，推动生物基降解材料；另一个是打造绿色纤维产业安全生态，以持续科研为依托，努力实现用可再生植物纤维替代进口纤维素原料，打造中国绿色纤维产业安全生态，进一步增强传统优势产业的国际竞争力。

邵长金建议，加强对生物基化学纤维产业政策引导和支持；进一步提高生物基化学纤维产业技术水平，补齐短板；拓展生物基化学纤维在纺织品服装领域的应用，降低纺织工业对化石资源的依赖。他还提出，要做好我国溶解浆等生物基纤维原料产业布局和规划，在布局莱赛尔纤维等生物基纤维产业的同时，建议同步布局溶解浆等原料的供应。



智能化、绿色化发展已成为行业发展大势。



非遗源于生活，也需要融入时代、步入市场。



数字化赋能，打通非遗消费堵点

非遗承载着民族的记忆，凝结着先辈的智慧，镌刻着文化的基因，可以为各种国潮产品注入鲜明的文化底色。今年全国两会上，“非遗传承发展”“打通非遗消费堵点”“数字化赋能非遗”等成为两会代表委员们热议的关键词。

数字化赋能，焕发非遗新活力

年轻人是非遗保护传承的重要力量，鼓励年轻人利用新的手段更好地保护传承非遗项目，有利于非遗的创新发展。

丝绸产业不仅是传统制造业，更是中华民族文化自信的重要载体。今年两会期间，全国人大代表、万事利集团有限公司党委书记、董事长屠红燕提出了“关于加快实施‘丝绸强国’工程的建议”，其中重点提出了创建国家丝绸非遗传承保护中心，建立以政府为主体、社会各界广泛参与的保护机制，推动丝绸非遗文化的建立和探索，推动蜀锦、宋锦等传统技艺传承，深入挖掘国内丝绸非遗文化资源，推动传统技艺传承与创新，探索建立数字化非遗档案库。

屠红燕表示，数字化赋能是丝绸产业未来的发展方向，从栽桑养蚕、绞丝织布到检验、制造、印染印花、设计，产业链上每个阶段都能数字化。

创新能力越强，科技水平越高，企业的生命力才会更顽强，发展才会更恒久。在数字经济时代，传统制造企业应该紧抓机遇，向智造企业转型升级，为企业持续发展提供源源不断的竞争力。

全国人大代表、依文集团董事长夏华提出了推动传统产业数字化转型发展、推动苗绣产业可持续发展等建议，希望搭建苗绣数字化平台，打造苗绣产业基地，打造“深山集市”等平台，促进民族手工艺市场化。她表示，非遗活态传承非常重要，要运用数字化创新手段，让非遗参与到新生活方式和美学态度的创造中。建立绣娘数据库的同时，依文还建立了拥有8000多个民族传统纹样的数据库，来自全球的设计师可以在数据库里找到自己心仪的纹样，依文·中国手工坊负责与绣娘对接，让全球设计师与绣娘一起合作。

数字化赋能传统非遗技艺，可以让年轻人真正参与到中国纹样的体验和设计之旅中，不但实现了非遗的传承和发展，也给全球热爱中国文化的年轻人找到一个新的兴奋点。

打通消费堵点，让非遗作品融入生活

非遗源于生活，也需要融入时代、步入市场，“活”起来是非遗保护传承的根基所在。

作为“丝绸之路”和“一带一路”的历史载体，丝绸纺织产业肩负着传承与创新发展的双重使命。屠红燕在加快实施“丝绸强国”工程的建议中也提出，要加强丝绸内外市场的体系建设，建议举办中国丝绸宣传展、中国丝绸嘉年华等线上线下的促销活动，形成强大的丝绸内需体系，打通产业链的供应堵点，大力培育新型消费，加快构建双循环新发展格局，以此培育丝绸消费需求。

对于创造非遗消费新需求，全国人大代表、湖南省湘绣研究所有限公司执行董事、总经理成新湘建议加大各级非遗馆、非遗工坊的建设力度，推动非遗与旅游融合发展，推动非遗领域的文创产品开发。

成新湘表示，为促进非遗和旅游在更广范围、更深层次、更高层次上融合发展，要探索“非遗进景区”、“景区+村落”“公司+村落”“传承人+村落”“农旅融合”等非遗项目开发新模式，并通过“非遗+地铁”“非遗+高铁”“非遗+新业态”等形式，使非遗在新时代融入百姓生活，促进产业转型升级，推动经济发展，取得良好的社会效益和经济效益。同时，要推动非遗领域的文创产品开发，鼓励引进优秀的文创产品设计、开发、加工人才和资源，充分挖掘非遗文化底蕴，打造真正具有文化特色的非遗创意产品IP，让广大群众能够把非遗带回家。

非遗能真正融入当代生活，才能在中国式现代化建设的新征程上发挥更大作用。全国人大代表、河北省赞皇县原村土布专业合作社理事长崔雪琴采取“公司+合作社+基地+农户+产品”的模式，利用“原村”土布品牌优势，围绕授人以渔的脱贫思路，向留守妇女、贫困家庭妇女无偿传授土布纺织技术，让她们到企业工作，通过点对点帮扶，建立文化扶贫产业园，以非遗文化带动农民增收。

此次两会，崔雪琴带来进一步加大对非遗文化产业扶持力度的建议。她表示，赞皇县原村土布合作社主动适应新时期人们追求绿色生态、返璞归真的消费时尚，整理挖掘了省级非物质文化遗产“土布纺织技艺”，生产出“原汁原味”“原织原纹”的土布产品，深受广大消费者欢迎。

崔雪琴表示，希望国家更加重视非遗文化的开发、利用和保护，出台相应优惠政策，进一步加大对非遗文化产业的扶持力度，特别是加大对脱贫地区具有带动作用的非遗文化产业的支持，让非遗文化产业在脱贫攻坚向乡村振兴转变中发挥更加重要的作用。TA



对接会搭建了一个柯桥纺织面料企业与丹东服装品牌无缝对接的平台。

按下快进键、振兴产业链、挖掘新动能！

“丝路柯桥·布满全球”走进丹东经纬对接会举行

本刊记者_ 邬莹颖

一块布绵延“一带一路”，一座城联动全球纺织。绍兴柯桥从古至今以布扬名，从“日出华舍万丈绸”到“国际纺都·杭绍星城”，从跳“涤丝科”到拥有全国最完整的纺织产业链、最强的纺织产能、最大的专业市场之一，从一幅“水街柯桥”场景到一幅“丝路柯桥”画卷，从一段“步满全球”历程到一部“布满全球”史诗，一块“布”打开了一扇窗，一块“布”托起了一座城。

今年是贯彻党的二十大精神开局之年，是“八八战略”实施20周年，同时也是防疫措施优化调整后的第一年。站在新的起点上，3月9日，“丝路柯桥·布满全球”走进辽宁省丹东市，带着中多控股、嘉利隆纺织、鑫隆纺织、杨世纺织等近30家柯桥知名企业，与丹东华洋纺织、丹东新飞制衣、辽宁顺成实业、丹东昆季服装等近100家丹东服装品牌、服装加工厂、设计师、面料批发商进行点对点、面对面的专场对接，立足“托在一块布上”的庞大产业基础与发展态势，积极推动实体市场与新业态、新模式的深度融合，以多极支撑构建产业链布局和创新体系，实现了经济腾飞、产业跃升、华丽蜕变，并以先行者的姿态推动产业朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢的方向前进。

中国纺织工业联合会特邀副会长、辽宁省纺织服装协会会长王翀，中国纺联新闻中心副主任、《纺织服装周刊》杂志社社长徐峰，中国纺联流通分会秘书长王水元等国家行业协会领导，辽宁省工信厅纺织处副处长季婷、丹东市工业和信息化局副局长徐宏伟、辽东学院服装与纺织学院院长曹继鹏、丹东市纺织服装协会执行会长邓飞雄等辽宁省、丹东市领导，绍兴市柯桥区中国轻纺城党工委副书记、轻纺城建管委副主任钱苗娣，绍兴市柯桥区中国轻纺城西市场开发有限公司总经理陈越兴等主办单位领导，及丹东市东港工信

局、凤城市工信局、振兴区工信局、元宝区工信局、振安区工信局、合作区经发局、高新区经发局等单位的代表出席本次活动。

活动由中国纺织工业联合会流通分会指导，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会、浙江中国轻纺城集团股份有限公司主办，丹东市工业和信息化局、辽东学院、丹东市纺织服装协会、绍兴市柯桥区开发经营集团有限公司支持，《纺织服装周刊》杂志社承办。

探路 高质量打造强劲“增长极”

干在实处永无止境，走在前列要谋新篇，勇立潮头方显担当。“丝路柯桥·布满全球”系列活动不仅要为柯桥纺织产业发展提供示范，也要为中国纺织行业发展贡献智慧。作为纺织行业践行中国式现代化的生动缩影，柯桥在高质量发展方面走在了时代前列，为中国乃至全球纺织产业的发展持续贡献着价值与力量。而素有“北国江南”之称的丹东近年来以重振轻工业名城雄风为目标，加快纺织服装这一传统优势产业转型升级。

此次探路，标志着柯桥与丹东在未来将秉承优势互补、资源共享、共同发展的宗旨，充分整合优势资源，合力打造

产业集群互利协作、价值对接的高效平台，促成创新要素的协同联动与合作共赢。

钱苗娣在致辞中表示，近年来柯桥区正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“国际纺都”，坚持把改革攻坚作为关键一招，大力实施营商环境优化提升，深入推进数字化改革、“大综合一体化”改革。坚持把开放提升作为制胜法宝，用足用好市场采购贸易、跨境电商两大开放试点，努力将纺织“市场+产业+科创”三大优势培育成“三大高地”，打造纺织领域“五大中心”，持续推进“丝路柯桥·布满全球”行动，与全国纺织集群和世界重要纺织国家搭建交流、展示和推广的良好平台。此次柯桥带着满满的诚意、创意来到丹东，和这里的纺织服装和流通贸易企业对接交流，探讨当前及未来合作的可能性。相信通过一系列工作的有力推动，一定能促进双方找到纺织产业等领域新的发展契合点、合作共赢点、产业融合点，迸发新的活力，结出累累硕果。

“集群式发展、特色发展是辽宁纺织服装产业的突出特征。”王翀表示，辽宁目前已经有十个国家级纺织产业集群，其中丹东就是辽宁“两城三地”的课代表。近年来，丹东市纺织服装产业正逐步从单一来料加工、贴牌生产，向既与知名品牌企业合作又主动打造自主品牌转变，整个产业处于升级转型的关键阶段。诞生于行业市场化改革的辽宁省纺织服装协会已历经27载发展，积极引导产业集群向高质量发展，协助地方政府制定新时期的产业规划，在优化产业结构、智能制造、协同创新、人才培养等方面积极努力，推进辽宁的产业集群建设向创新驱动的科技型产业集群、文化引领的时尚型产业集群、责任导向的绿色型产业集群、联动发展的开放型产业集群、和谐共进的普惠型产业集群等方向升级发展。

王水元表示，聚焦纺织服装流通领域专业市场的转型升级是中国纺联流通分会的重要工作内容，将不断推进专业市场自身能力与运营水平的提升，充分发挥内销市场的主渠道作用，加快智能化、品牌化、时尚化建设，助力产业流通效率提升。在时代的转折点上，希望与困难同在，机遇与挑战并存。作为纺织服装流通领域的先导，流通分会将继续发挥桥梁和纽带作用，立足于企业发展需要和当前商业环境变革趋势，坚持“服务为本”的思想，为行业提供品牌建设规划、市场渠道拓展、供应链配套资源整合等方面的行业服务，以帮助企业快速、健康成长。

担当 强强联手释放澎湃“原动力”

一个产业，同一个朋友圈。在新形势发展的“十字路口”，产业协作势在必行。面对开放新格局，本次活动双赢局面不仅体现在相关部门的联盟，也体现在集群、企业、院校之间以开放促协同，以

创新提质量，以时尚求跃变，以绿色增潜力。

活动现场，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会与丹东市纺织服装协会共同签署战略合作协议，双方将秉承共同发展、诚信合作的宗旨，通过战略合作，围绕集群，双向互动，加强纺织集群之间的交流与合作，进一步推进中国纺织产业发展，提升行业整体实力和品牌形象。

眼下，产业升级热潮涌动，产教融合工作也正由数量型向质量型方向发展蝶变。而高校与企业做到“无缝对接”，专业与产业实现“同频共振”，为培养更多高技术技能人才提供了有力保障。为进一步发挥各自优势，以深化产教融合为依托，加强在人才培养、科技创新等多维度的合作，绍兴市柯桥区中国轻纺城西市场开发有限公司与辽东学院服装与纺织学院签署校企全面合作协议。

开放 期待通过“1+1>2”寻求双赢

在这场供给与需求精准对接的行业活动中，柯桥优质面料企业展示了包括户外、运动、休闲、防护、羽绒、工装等面料，色彩丰富且工艺齐全。还结合丹东服装品牌对面料品类、设计、色彩、工艺、功能等方面的需求，有针对性地梳理和组织了自家的特色产品，从产品成份、工艺、花型、色彩、品质、功能、适用成衣风格、价格、起订量等方面为品牌提供了丰富的采购信息。

“通过参加这类精准、专业、高效的对接会，一方面，我们收获了直接客户，产生了效益，同时也认识了天南地北的朋友；另一方面，在学习借鉴的同时，对公司精准的市场布局也给予了很好的指导。”中多控股集团有限公司作为国家麂皮绒纺织产品开发基地，董事长吴荣国对此次对接会的效果表示认可。

嘉利隆纺织作为一家专业生产开发衬衫面料的工贸型企业，多次参与“丝路柯桥·布满全球”系列活动，总经理杜杰鑫表示，在政府支持下，该系列活动持续举办，产品匹配率、精准性更高。“我们之前没有直接对接过丹东服装品牌，这次也是我们进入这个市场的第一步，服装企业与我们的现场互动十分积极。”

“我们这次准备了一系列瑜伽、运动、防晒、泳装面料。之前与丹东客户合作过，这次既是参与对接会，也是希望借此机会能够拜访一下他们。”鑫隆纺织总经理吴志先表示，这是公司第一次参与“丝路柯桥·布满全球”活动，“这个活动性价比高，而且主办方也提前做好匹配工作，省去了我们盲目寻找新客户的麻烦。”

作为辽宁省“十强服装企业”之一，丹东华洋此次主要采购针织、梭织、毛衫面料三大板块。总经理于文福表示，这次对接会把服务送到了“家门口”，公司一直与柯桥合作密切，光是针织部门就有近70%的供应商是柯桥企业。“因为长期有固定合作对象，我们平时很少参与对接会，这次也是看中柯桥市场的潜力，不同部门的业务经理正在与柯桥企业积极对接中。”

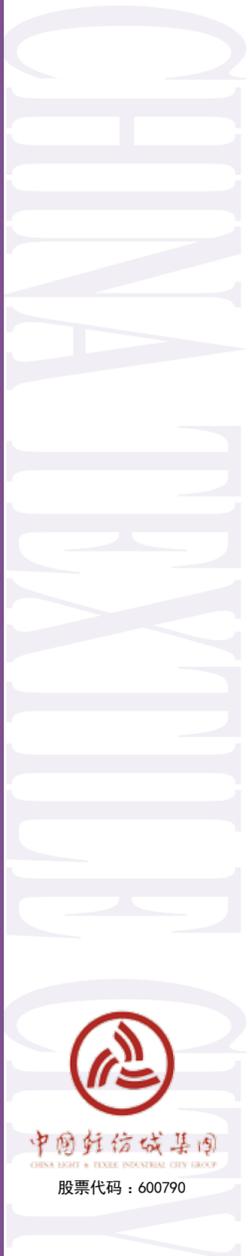
“这次来接触了不少新的柯桥供应商，后续我们还会进一步对接。”丹东新飞制衣有限公司业务经理王学峰告诉记者，此次主要想采购化纤、梭织面料，这也是公司第一次参与这种类型的对接会。“精准、高效！给这次活动点赞。”

活动结束后，柯桥企业还参观了丹东华洋纺织服装有限公司、丹东优耐特纺织品有限公司、丹东新东方制衣有限公司3家当地知名服装企业，除了交流纺织服装领域的新技术、新设计、新趋势，同时也探讨了市场放开后消费需求、内外销市场、营销渠道等方面的变化。

“以众人之力起事者，无不成也。”本次活动搭建了一个柯桥纺织面料企业与丹东服装品牌无缝对接的平台，为产业链上下游供需互动营造了良机。未来两大纺织产业重地将更加密切地合作，将协同创新推向纵深，挖掘潜在商机，实现合作共赢、互惠互利、共同进步。TA



对接会为产业链上下游供需互动营造了良机。



中国轻纺城集团
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP
股票代码：600790



中国轻纺城作为全球最大的纺织品集散中心，在智慧市场建设方面率先布局，取得卓越成效。

浅谈中国轻纺城智慧市场建设新路径

——以“数智轻纺城”建设为例

■ 顾建光 / 文

加快发展数字经济是实现经济现代化的战略路径，是推动中国式现代化进程的重要力量。面对新一轮科技革命和产业变革，传统专业市场智慧转型，不仅能帮助纺织企业创新贸易模式、提高企业竞争力，更能助推纺织产业将数字转化成价值，打造发展新引擎。本文以“数智轻纺城”建设为例，探究如何通过数字赋能重组聚合各类生产要素，颠覆传统纺织专业市场的价值创造逻辑，解析中国轻纺城智慧市场建设的新路径、新机遇。

向智慧化要新动能、向深化改革要新活力。中国轻纺城作为全球最大的纺织品集散中心，正积极对标世界级现代纺织产业集群，在智慧市场建设方面率先布局，取得卓越成效。近年来，中国轻纺城围绕打造“数智轻纺城”，着力变革市场运行模式，优化市场营销环境，持续深化“三服务”，线上直播、展会、对接会、大讲堂等同步推进，探索市场发展的增量与变量，大力建设智慧转型标杆市场。

一、智慧市场建设的背景与必要

数字化浪潮奔腾而来，成为世界百年未有之大变局的关键变量。智慧化、数字化转型是打造世界级纺织产业集群，推动纺织行业高质量发展的必经之路。中国轻纺城作为全球规模最大、经营品种最多的纺织品集散中心，市场经营户3万余户，经营品种5万余种，

销售网络遍布192个国家和地区，对于推动区域经济发展、稳定就业、产城融合等方面，起着至关重要的作用。然而，在新的形势发展下，中国轻纺城发展也面临新的挑战 and 瓶颈：

1. 地域和规模扩张的限制。目前，中国轻纺城市场总面积达390万平方米，形成了仓储物流区、原料交易区、面料交易区、创新发展区、国际贸易区等“东西南北中”五大市场格局，市场规模和软硬件条件显著提升。但与此同时，轻纺城面临的发展空间越来越受到限制，周边可供市场扩张的土地资源越来越少，土地购买成本也急剧上升。“数智轻纺城”项目，旨在构建一个“以数据汇聚与计算为先导、以广泛智慧应用为驱动”的新型数字化产业孪生市场，完全突破实体市场地域与规模的限制，抢抓线上线下“双渠道”发展商机。

2. 疫情下产业链运行受阻。近年来，新冠疫情在全球蔓延，实

“面对新一轮科技革命和产业变革，传统专业市场的智慧转型，不仅能帮助纺织企业创新贸易模式、提高企业竞争力，更能助推纺织产业将数字转化成价值，打造发展新引擎。”

体市场人流量锐减，供应链运行不畅，企业推广渠道不畅，订单减少，库存压力增加。为帮助经营户提升门店管理效率，拓展线上销售渠道，快速精准匹配供需双方，作为“数智轻纺城”二期建设重要成果之一的“金蚕宝宝门店管理系统”颠覆传统交易方式，助力采供双方实现面料交易数字化。同时，中国轻纺城集团股份有限公司在各大市场设置电商直播基地，举办线上对接会、云发布，架起中国轻纺城通往世界的“云”之路。

3. 数据管理与利用的缺乏。中国轻纺城在多年发展中积累了庞大的数据资源，用好这些数据资源不仅能够帮助经营户更好地组织和规划生产经营，还能对未来发展进行有效判断和预测，打造高质量发展生态圈。然而大数据如同一把“双刃剑”，为市场经营发展带来了许多便利，但也存在质量参差不齐、杂乱无序等弊端，需要仔细甄别。“数智轻纺城”项目致力打造轻纺城线上核心资源，帮助市场经营户和采购商最大限度挖掘数据背后的价值，赋能中国轻纺城新的经济增长。

二、智慧市场建设的现状与路径

中国轻纺城数字化发展起步早、发展快、连续性强。2000年，纺织在互联网领域尚属空白，浙江中国轻纺城网络有限公司正式成立，全球纺织网应运而生，开始了对纺织互联网领域的探索。2011年，随着B2B跨入2.0时代，网络公司面向柯桥中国轻纺城市场建立网上轻纺城，帮助轻纺城市场电商转型。2020年底，“数智轻纺城”项目正式启动，推动线上线下深度融合、相辅相成，国际国内两个市场齐头并进，为“产业+市场”转型升级开辟出一条高质量发展新路径。

1. 系统与应用并进，打造数字孪生市场。“数智轻纺城”项目共分为三期，围绕加快“建”、积极“采”、努力“用”的原则，分阶段实施。在系统建设方面，开发创建营业房管理系统、物业管理系统、智能停车系统、智慧用电系统、智能消防管理系统、智能安防（监控）系统、市场人员档案管理系统、智慧物流系统、商户智慧化管理系统、市场诚信管理系统、智能预警推送系统、“市场慧眼”数据中台、内部管理系统、系统管理14大模板。

目前已从重建设向重应用转变，通过“数智轻纺城”平台的建设和应用，推动纺织产品的信息交流，使其成为服务市场的重要手段，实现市场管理智慧化和服务精准化，促进市场生态互利共赢。

2. 市场与物流同频，畅通产业链双循环。数字物流是市场智慧转型的关键一环。在“数智轻纺城”项目建设过程中，“数字物流港”项目也同步有序推进，着力建设集联托运、智能仓储、异地货站、跨境电商、市场采购贸易等功能于一体的数字物流港，提供一体化线上物流服务，整合柯桥的物流产业，打破“低小散乱”的行业现状。同时，积极构建集

信息交换、平台服务、交易结算、智能管控于一体的利可达智慧物流平台，致力于畅通商贸流通渠道，使市场货物流转秩序化、托运业务高效化、物流价格透明化，真正实现“人在城中走，货在云中游”的良好效果。

3. 数据与价值共生，打造供应链金融服务。“数智轻纺城”建设的最终目标在于形成市场数据“一张网”，让数据参与价值创造，实现“数字+交易+金融”的供应链金融服务新模式。轻纺城市场经营户大多以个体户和小微企业为主，融资难是制约其发展的重要因素。依托数字市场与数字物流信息数据支持，可对纺城经营户开展供应链金融服务，有效解决融资问题，让供应链更加健康高效地运转，支持小微企业规模化发展，让更多经营户成为共富路上的模范生。

三、智慧市场建成的意义与展望

党的二十大报告多次提到“数字”二字，“加快建设数字中国”是推进中国式现代化的重要力量。“数智轻纺城”建成后将有力推动数字资源背后物流、人流、信息流以及资金流等的高效运作，通过丰富的时空动态数据分析，从而转化为市场发展的生产力，重塑轻纺城发展新的经济增长点，书写好中国式现代化柯桥答卷，以新担当新作为续写纺城新华章。

1. 市场管理更加智慧化、服务更加精准化。从“往返跑”到“最多跑一次”，再升级为“零次跑”，持续深化“三服务”，如：通过营业房网拍、智能缴费、智慧用电等模块应用，让数字多跑腿商户少跑路；通过实时客流、市场服务、消防预警等数据分析，让管理决策更智慧，优化市场营销环境，创新招商新业态，助力整个市场高质量、高效率运转。

2. 商贸渠道更加多元化、推广更加便利化。在线上可以实现网上商铺线上营销、门店数字化经营、热词标签精准对接等智慧化营销场景应用，提升移动办公效率；线上直播、展会、对接会、大讲堂等新业态的兴起，打破时间空间限制，通过线上拓市培育交易，帮助经营户抢抓线上线下“双渠道”新商机，融入国际国内“双循环”新格局。

3. 新品开发更具前瞻性、供需匹配高效化。通过市场经营品类分析、采购商分析、市场人气指数分析等抓取海量数据，来反映轻纺城的人气、运营、产品等真实情况，帮助经营户更好地组织和规划生产经营，预测行业季节风向、行业流行趋势，指导经营户下一季新品开发方向，同时根据采购商寻样、搜索频率，可开展用户采购需求预测，为采购商推荐更符合当下需求的纺织产品。

4. 数据资源更具价值化、资本运营集约化。未来的纺织产业供应链是数字化的供应链，谁能更好地利用数字资源，谁就能撬动更多财富。构建以用户、场景、数据为中心的现代金融服务体系，是数字经济的时代要求。未来中国轻纺城可利用数字市场建立起来的信用信息体系，以及物流仓储仓单优势，深化供应链金融业务拓展，让数据资产化、价值化。[1]



与会代表共同见证国内首个10万锭智慧纺纱工厂全面达产。

步履坚实，行稳致远

金轮·棉纺织行业高质量发展调研全国行首站走进大生智慧纺纱工厂

■ 本刊记者 陶红 文 / 摄

金轮·棉纺织行业高质量发展调研全国行活动已于去年在工业和信息化部、中国纺联有关领导的见证下完成签约，此次在大生集团启动“全国行”活动，并把集团作为第一家调研企业，对探讨棉纺织企业如何实现高质量发展的议题，具有重大现实意义和深远历史意义。

3月9日，由中国棉纺织行业协会主办，江苏大生集团、金轮针布（江苏）有限公司协办的金轮·棉纺织行业高质量发展调研全国行启动暨大生智慧纺纱工厂达产仪式顺利举办。金轮·棉纺织行业高质量发展调研全国行（以下简称“全国行”）首站活动在大生集团启动，共同见证国内首个10万锭智慧纺纱工厂全面达产。同期举办了棉纺织行业党建引领高质量发展座谈会。

中国纺织工业联合会副会长端小平，南通市人民政府副市长凌屹，中国棉纺织行业协会会长董奎勇、中国棉纺织行业协会副会长景慎全，江苏大生集团党委书记、董事长漆颖斌，江苏大生集团党委副书记、总经理包卫东，金轮针布（江苏）有限公司总经理黄宏兵，经纬纺机党委书记、董事长、总经理邵明东，江苏联发纺织股份有限公司总经理于拥军等领导嘉宾出席了启动仪式。启动仪式由中国棉纺织行业协会副秘书长欧阳夏子主持。

“全国行”启动，开启高质量发展加速度

金轮·棉纺织行业高质量发展调研全国行活动已于去年在工业和信息化部、中国纺联有关领导的见证下完成签约，此次在大生集团启动“全国行”活动，并把集团作为第一家调研企业，对探讨棉纺织企业如何实现高质量发展的议题，具有重大现实意义和深远历史意义，具有典型示范作用。

凌屹致辞表示，面对新的发展形势，大生集团主动拥抱智能制造，率先探索传统产业转型升级，先后建成全国纺织行业首个数字化纺纱车间和智慧纺纱工厂，为纺织企业实施智能化改造和数字化转型树立新的示范标杆。作为纺织企业的“娘家人”，中国纺织工业联合会和中国棉纺织行业协会长期以来与南通保持着密切联系，也开展着精诚合作，为推进产业协作、人才交流、技术进步和市场开拓搭建了广泛的交流合作平台，提供了指导和帮助。2023棉纺织行业高



与会代表参观了大生智慧纺纱工厂及展厅。

质量发展调研全国行在南通市启动，既是对南通纺织产业的莫大鼓舞，也是推动产业更好发展的精神指导。

董奎勇致辞表示，全行业要在二十大精神的指引下，瞄准世界科技革命和产业变革方向，立足行业实际，打好产业基础高级化、产业链现代化的攻坚战，全面建设现代化产业体系，着力推动棉纺织行业向着高端化、智能化、绿色化、时尚化发展，这也是棉纺织行业高质量发展的要义。目前，我国棉纺织产业的体量已处于高台水平，由足够大，到足够强，相信通过高质量发展的力量，能让我国棉纺织产业更富有科技内涵、更具有时尚表现、更突出绿色发展，为全面实现中国式现代化贡献产业力量。

漆颖斌表示，“十三五”期间，大生集团建成国内首条全流程国产设备数字化纺纱车间，该项目入选工信部智能制造试点项目，为我国传统产业的转型升级探索出一条全新路径，大生集团也成为智能制造的新典范。在2021年、建党100周年的重要时刻，大生集团启动建设“十四五”国内首个10万锭智慧纺纱工厂，以大生数

字化纺纱车间为基础，结合国家纺织产业发展规划和南通市打造高端纺织产业的要求，投资5亿元，从工厂的智慧化、智能化、数字化、自动化等方向突破提升，先后克服了资金筹措、疫情管控以及关键设备技术攻关等难题，最终建成全面达产。

通过对行业主要地区、重点单位、关键领域进行充分的走访、探讨、交流，寻求行业发展的最优发展路径是金轮针布的初心和使命。黄宏兵表示，金轮针布将牢记使命，不忘初心，以创新为驱动，深入开展智能制造建设，提升行业的智能化水平；推进绿色发展，助力实现双碳目标；践行“三品”战略，提升产品质量、生产效率、品牌价值；优化产业布局，平衡国内外发展，应对国际竞争压力；推进行业社会责任建设，为实现共同富裕做出贡献。

一直以来，大生集团都是经纬纺机的重要合作伙伴。邵明东表示，未来，经纬纺机将依托智能成套装备以支撑行业绿色发展；依托智能物流系统以贯通工序无缝衔接；依托智能管理系统以服从纺织数字化转型；依托智慧纺纱工厂以助力行业高质量发展。同时，在云计算、纺织专家系统、供应链和供应链金融平台等方面不断尝试跨领域合作创新。

会上，与会嘉宾共同为金轮·棉纺织行业高质量发展调研全国行按下启动键。据悉，中国棉纺织行业协会将在全国范围内开展广泛深入、扎实有效的调研，并将根据调研成果编写发布《中国棉纺织行业高质量发展报告》。

会后，与会代表参观了大生智慧纺纱工厂及展厅。2021年，大生集团启动建设“十四五”国内首个10万锭智慧纺纱工厂，以大生数字化纺纱车间为基础，结合国家纺织产业发展规划和南通市打造高端纺织产业要求，运用5G数据传输及智能管理云平台等技术，实现运营智能化、装备智联化、制造数字化，全面达产的“智慧纺纱工厂”项目万锭用工少于10人，生产效率在数字化纺纱车间基础上提高了20%，整个厂区成为一座以智能制造为引领、信息技术为支撑的“黑灯工厂”，成为国内用智能化改造传统纺织产业的新标杆，树立了智能制造的新典范。

党建共建，聚力同行 找准高质量发展着力点

3月9日下午，棉纺织行业党建引领高质量发展座谈会在江苏大生集团举办。中国棉纺织行业协会组织开展了党建共建活动，大生集团、金轮针布、联发纺织、经纬纺机等企业的党组织负责人共同交流探讨、谋划发展。会议由中国棉纺织行业协会副会长景慎全主持。

二十大报告指出，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。谈及棉纺织行业高质量发展调研全国行的情况，景慎全表示，提高全要素生产率、提升产业链供应链韧性和安全水平、推进城乡融合和区域协调发展是行业高质量发展的三个着力点。必须提高生产率，才能对冲劳动力成本上升，稳定投资边际产出，提高企业盈利水平，缓解资源环境压力，减缓积累的风险冲击，才能推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。中国棉纺织行业协会



棉纺织行业党建引领高质量发展座谈会在江苏大生集团举办。

将通过开展高质量发展企业行活动，加强优秀企业间的交流沟通，建立行业和企业高质量发展评价体系，并将根据调研成果编写发布《中国棉纺织行业高质量发展报告》。

包卫东作为“党建引领”助推高质量发展跑出“加速度”的报告。包卫东表示，未来大生集团将坚定不移走好智能制造之路，以高端、智能、绿色、服务为导向提升纺织产业；走好低碳发展之路，实践创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念；走好全产业链之路，做强做大做优南通纺织产业；走好弘扬张謇企业家精神之路，让爱国、创新、担当、诚信、国际视野等品质熠熠生辉。

金轮针布党总支副书记、总经理助理庄春波作为“打造‘五有’金轮党建凝聚高质量发展活力”的报告。未来金轮针布将紧盯消费升级的战略机遇，提升高端产品市场份额；打造服务创新模式，聚焦营销与品牌建设；加大海外市场开拓；拓展研发平台创新、推广制造智能化与精益化；强化面向未来的人才梯队建设，持续强化党建统领，围绕战略目标实现，不断提升党组织把方向、管大局、促落实的能力和水平，打造世界一流企业。

董奎勇从中国棉纺织行业协会党建工作，中国棉纺织行业经济运行情况，全面贯彻落实二十大精神、推进行业高质量发展三个方面作为“坚持党建全面引领促进行业高质量发展”的报告。

董奎勇指出，我国棉纺织产业体系的完备程度与产业发展的韧性活力仍然具有比较优势，棉纺织产业是建设现代化产业体系的重要领域。董奎勇指出了棉纺织产业高质量发展的九大路径：一是营造良好产业生态。二是推进产业基础高级化与产业链现代化。三是强化科技创新支撑。四是提升绿色发展水平。五是增强产品时尚表现。六是用好强大内销市场。七是建设强大人力资源，培育新时代产业工人。八是理性看待模式创新。九是刷新企业家思维。

在党建与高质量发展交流环节，江苏联发纺织股份有限公司总经理于拥军，经纬纺机党委书记、董事长、总经理邵明东，江苏大生集团副总经理赵志华，江苏大生集团副总经理、正高级工程师陈建等领导分享了各自的经验。

端小平在总结发言中表示，此次座谈会是中国棉纺织行业协会第一次将党建工作与行业日常工作相结合的会议，是一次非常成功和有益的尝试。党的二十大明确提出要以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。中国式现代化要实现，需要每个行业都要现代化，这其中就包括纺织行业。端小平表示，现阶段，中国纺织科技创新已经从“跟跑”进入“跟跑、并跑、领跑”并存的新阶段，随着《建设纺织强国纲要（2011—2020年）》建成纺织强国目标的基本实现，阶段性任务完成，行业需要下一步指引性的目标。2023年是全面贯彻党的二十大精神开局之年，中国纺联以编制《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035年）》为新的工作起点，将以实际行动引领全行业贯彻落实党的二十大精神。此外，推进中国纺织的现代产业体系建设的重点在于培育打造一批具有国际竞争力和影响力的产业集群，打造现代化的纺织产业集群，接下来中国纺联也将发布“中国纺织现代化产业体系发展指数”，为维护纺织产业链、供应链韧性与稳定助力。TA

绿色发展“拭”在必行！

第二届亚洲擦拭材料大会聚焦可持续发展

■ 本刊记者_李亚静

在智能制造、绿色制造、责任消费的大趋势下，绿色发展、创新应用成为非织造布及擦拭巾行业的主旋律和风向标。行业未来关注点是如何在产业升级、质量提升、节能降耗、品牌拓展和结构性调整的压力下走好可持续发展之路。

近日，以“擦出更洁净世界”为主题的2023亚洲擦拭材料大会（AWipes 23）在上海举办。大会由中国产业用纺织品行业协会主办，美国非织造布协会、欧洲非织造布协会、日本卫生材料工业联合会、泰国非织造布行业贸易协会支持，赛得利集团、安德里茨集团、稳健医疗用品股份有限公司协办。

中国纺织工业联合会副会长李陵申，中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅，副会长段守江，中产协副会长、纺粘法非织造布分会会长陈立东，中产协副会长、水刺非织造布分会会长张芸，香港无纺布协会副会长钟敬国等相关领导，研究院所、检测机构 and 高校代表，以及原材料生产商、非织造布生产商、设备制造商、擦拭巾生产商、经销商和品牌商，擦拭材料产业链其他人员参加会议。会议分别由中产协副会长段守江，中产协副会长、水刺非织造布分会会长张芸，中产协国际交流部负责人杨耀林主持。

亚洲擦拭材料大会（Asia Wipes Summit）是亚洲地区首个国际高端擦拭材料行业会议，是继WOW（北美地区）、GO Wipes（欧洲地区）后的第三大擦拭材料行业论坛，也是国外行业协会和相关机构深度参与的国际性论坛。大会分为主题论坛、展览展示两部分，主题论坛围绕行业分析、消费趋势、外贸形势、绿色可持续、标准解读、电商数据、品牌战略、产品、技术和设备创新等，对擦拭材料行业进行全方位、多层次、宽领域、立体化解析；展示区集中展示擦拭材料产业链上下游企业的最新技术和产品，为企业高效推广品牌、提高知名度、提升竞争力创造优质平台。



展示区集中展示了擦拭材料产业链上下游企业的最新技术和产品。



主题论坛对擦拭材料行业进行了全方位、多层次、宽领域、立体化解析。

► 高端视点

立足高质量可持续发展理念，在变局中创造新的生存和发展机遇

李陵申在大会致辞中指出，党的十八大以来，稳健发展的非织造布产业谱写了绚丽篇章。擦拭材料作为非织造布重要的应用领域，10年来呈现出高速发展态势，年均增长率在15%左右。2022年，我国擦拭材料生产所用的非织造布量约80万吨，在非织造布的应用占比约10%。擦拭材料行业的质量提升和产品创新也非常活跃，功能性、环保

型和差别化产品不断涌现。非织造布的原料、制备工艺和后整理技术创新在不断赋予擦拭材料新功能和更优化的消费体验。此外，巨大的市场空间促使国际品牌和本土品牌纷纷以“三品”战略提高市场占有率。

李陵申提到，近年来中产协和非织造布行业在探索行业绿色科技创新方面作了大量工作，并取得了一定成效。非织造产业绿色

发展创新联盟、先进技术纺织品创新联盟的成立和绿色工厂的培育，都将有效推动非织造布、擦拭材料行业的低碳转型升级和绿色创新发展。未来，希望行业同仁以重大绿色工程、项目为牵引，以绿色产品、绿色标准和绿色供应链管理企业建设为纽带，齐心协力推动行业绿色低碳发展再上新台阶。

► 宏观分析

绿色发展、创新应用正成为全球共识

李桂梅以《中国非织造擦拭材料行业可持续发展之路》为题分享到，在经历了多年的高速发展和2020年的爆发式增长后，中国非织造布行业的发展渐趋平稳，其应用领域——擦拭巾产业市场规模持续扩大，产品和技术不断创新迭代。同时，行业发展也面临着多重挑战。在智能制造、绿色制造、责任消费的大趋势下，绿色发展、创新应用成为非织造布及擦拭巾行业的主旋律和风向标。行业未来关注点是如何在产业升级、质量提升、节能降耗、品牌拓展和结构性调整的压力下走好可持续发展之路。

美国非织造布协会会长 Tony Fragnito 以视频形式解读了《北美湿巾行业发展现状》，北美湿巾市场正受到经济、消费者和监管趋势的影响，与新冠疫情相关的需求快速增长促进了生产率和投资的上扬。产能赶超、需求趋缓导致短期内库存和产能的增加，通货膨胀和能源成本也在大多数地区造成严重影响。经销商和消费者倾向于要求行业在可持

续投入和使用寿命终结的选择方面进行创新，这些要求在促进业内协作的同时，更需要在经济形势不确定的时候进行大量投资。与塑料和废水处理有关的监管压力一直存在，对技术、经济和社会影响缺乏深入了解的监管仍然是行业面临的挑战。

欧洲非织造布协会总经理 Murat Dogru 以视频形式分享了《欧洲擦拭巾行业现状及发展前瞻》报告，他对欧洲婴儿和个人护理湿巾的市场概况、渗透率以及行业对欧盟的自愿承诺（可冲散）进行了解析，详述了欧洲《一次性塑料指令》的适用范围和缘由，以及欧洲国家如何贯彻实施该指令，同时介绍了 EDANA 推行的《湿巾标签规范》制定和执行情况。

中国纺织工业联合会产业部副主任、国际贸易办公室副主任赵明霞以《纺织业外贸形势分析及对擦拭巾出口的启示》为题进行了分享。近年来，新冠疫情对国际市场需求的深层次影响日益显现，国际贸易环境趋于

► 技术探索

推动绿色发展，产品与技术创新永远在路上

双碳背景下水刺非织造布的原料、工艺、技术正在发生变化。2022年中国水刺非织造布产量1500kT，其中粘胶用量约565kT，占比38%，随着无塑的推广及欧洲限塑令的执行，粘胶及木浆等可降解材料占比将稳步提高。赛得利集团无纺下游副总裁陈喆以《双碳背景下，水刺擦拭材料的可持续发展》为题介绍到，擦拭产品是水刺非织造布的主要应用，践行可持续发展企业可从原材料、设备、工艺技术创新等环节出发开发差异化产品。

擦拭材料已广泛应用于个人护理、家庭清洁、餐饮服务、医疗临床、光学仪器、金属塑料涂层抛光、工业清洁等领域。擦拭材料的加工方式主要有非织造和织造两大工艺技术，而大多数擦拭布是由非织造材料制成。东华大学教授、博士生导师靳向煜围绕《品类扩展+产品升级：擦拭材料行业的进阶历程》主题报告，介绍了擦拭材料的市场情况、擦拭巾的种类和性能要求。

可持续湿巾要在正常环境下可降解、可堆肥，同时适用于商品市场的成本；CP的创新概念可提供可持续擦拭巾的生产，是作为常规擦拭巾的另一种可选方案，并具有较高的性能；对可持续擦拭巾技术的投资是对未来清洁世界的投资。安德里茨（中国）有限公司非织造事业部技术与工艺专家罗海涛分享了《创新驱动，擦亮未来：湿巾生产全方位解决方案助力行业可持续发

展》报告。他讲到，安德里茨集团一直专注于开发具有可持续性的解决方案和产品，能为客户提供全面的专业知识和解决方案。

二十大报告提出要加快发展方式绿色转型，发展绿色低碳产业，倡导绿色消费，推动形成绿色低碳的生产和生活方式。绿色低碳和可持续发展是非织造行业高质量发展的必由之路，可冲散、可降解、可持续等生态标签即是落实国家和行业相关政策的具体举措。广州检验检测认证集团有限公司广纺院副院长王向钦以《可冲散、可降解、可持续：非织造材料及制品的生态标签》为题，介绍了国内外可冲散、可降解、可持续生态标签及认证的相关情况。

深圳市兴业卓辉实业有限公司研发部经理胡树以《“拭”在必行：精密设备擦拭材料的应用与发展》为题分享到，随着精密设备行业向精密化、微型化和稳定化方向发展，在生产制造、包装运输以及使用维护过程精密设备微污染无处不在。精密设备对于环境要求相当苛刻，污染控制变得极其重要，对传统无尘擦拭布产品性能提出了差异化的新要求。

广东德美精细化工集团股份有限公司项目总监助理杨卓作《生态助剂：擦拭巾生产和消费安全的必然选择》报告，介绍了从纤维到擦拭巾生产过程中所用到的各类助剂情况，分析并展望家用和产业用两大细分领域对擦拭巾生态助剂的新需求。

► 消费洞察

捕捉需求变化，拓展新的市场增长点

欧睿国际认为，三大由消费者生活方式变迁带来的关键趋势，将会在未来几年内重塑全球个人湿巾行业：对纯净和自然的健康生活方式的强调，专注于清洁、无毒原料的价值创造和创新，以及对更具目的性的可循环和可持续性的追求。欧睿国际信息咨询家庭与科技行业首席分析师李晟炜发布了《湿巾发展与生活方式改变：满足市场需求及引领消费趋势》主题报告。

京东消费及产业发展研究院高级研究员董菲解读了《2022生活用纸行业消费趋势报告》，报告中覆盖擦拭巾类、生活用纸类、护肤类，从各类产品的消费趋势、用户购物特征及全国各地的消费特色等，全面解析了行业发展情况。

围绕《一片优质面膜背后的创新“密码”》主题报告，诺斯贝尔化妆品股份有限公司副总裁（市场策划）、诺斯贝尔杭州分公司行政总裁麦耀雅全方位解读面膜产品升级迭代的市场指向。现阶段面膜市场需求日新月异，我们需要不断创新性地使用新材料和新技术，从而抓住市场先机。以技术革新，满足消费者功效需求；以材料革新，

推动面膜在市场竞争中不断向上攀登。

安姆科大中华区首席技术专家、产品开发总监邹燕红以《擦拭巾包装新趋势》为题分享到，持续增长和更加环保将是擦拭巾未来发展的主要趋势。在产品方面，便携、一次性成为擦拭巾行业最大趋势。擦拭巾的包装也呈现出卫生、安全、可再封、高阻隔、方便携带、可回收、可重复使用的新趋势。

广东在水一方品牌营销管理有限公司策划部负责人薛超辉分享了《品牌的力量：擦拭巾品牌建设启示录》报告，重点围绕擦拭巾行业品牌现状、品牌构建原理、成功案例分享及未来市场展望等进行了深入探讨，报告涵盖品牌建设的作用及价值、擦拭巾品牌现状与趋势、品牌基础建设及战略规划等内容。

产品与技术创新永远在路上。绿色发展、创新应用，捕捉需求变化、拓展新的市场增长点，在变局中创造新的发展机遇正成为全球共识。立足高质量可持续发展理念，亚洲擦拭材料产业未来可期！

做好行业境外自办展 助力行业实现高质量发展

■ 中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 _ 张涛

2023年春节后,纺织外贸人终于再次出现在纽约贾维茨会展中心和巴黎布尔歌展览中心先后举办的“中国纺织品服装贸易展(纽约)、(巴黎)”展会,以及孟加拉达卡 ICCB 国际会展中心“达卡国际纺织面料及纱线展览会(DIFS Winter 2023)”的现场。三年疫情延宕,很多企业已经许久没有和海外客户坐在一起面对面交流,而海外买家也在翘首以盼中国供应商的回归。疫情期间,为了维持业务和全球纺织供应链的正常运转,展会主办单位、中国企业、海外客户利用 ICT 技术进行了各种尝试,网上对接会、线上展会、样品代参展起到了阶段性的救急作用,但也更加凸显了实体展览会对行业国际贸易的不可替代性。疫情后恢复举办的上述几个行业境外自

一、行业境外自办展发展沿革

2001年中国加入WTO,纺织工业开始加速融入全球产业链,行业进入发展“快车道”。国内机构在境外举办纺织服装类专业自办展览会则肇始于2000年,中国国际贸易促进委员会纺织行业分会(简称“纺织贸促会”)在当时国家纺织工业局指导下,针对众多生产型工贸企业长期为贸易公司加工订单,难以与国外客户建立直接联系获得一手订单的痛点,以及美国当地的服装展和家纺展不接受中国企业参展的情况,率先在美国纽约开始举办“千禧年中国纺织品服装贸易展览会(纽约)”,首开行业境外自办展先河。并且从2001年起每年六月在纽约贾维茨会展中心举办“中国纺织品服装贸易展览会(纽约)”,得到美国主流商界的欢迎与支持,成为中国纺织服装企业直接进入北美市场的重要平台。

从2010年起,纺织贸促会与法兰克福展览(北美)公司合作在纽约推出“纽约Texworld服装面料展览会”、“纽约国际服装采购展(Apparel Sourcing)”、“纽约国际家纺采购展(HTSE)”三个专业化垂直采购类展会。三展联动在美国东海岸为国际时尚供应链提供了“一站式”的采购平台。特别是创造性地把“中国纺织品服装贸易展(纽约)”以国家展团的形式分别嵌入到三个专业展会中,既突出了三个专业展会的专业性和国际性,又保持了中国展团的独立形象和自有展会品牌。

为顺应行业出口多元化开拓国际市场的需要,支持捍卫全球纺织品服装贸易自由化和维护全球供应链稳定,纺织贸促会从2011年起先后与法兰克福展览(法国)公司合作在巴黎举办中国纺织品服装贸易展(巴黎)暨巴黎国际服装服饰采购展(Apparel Sourcing Paris);与中国纺织品进出口商会合作在巴西圣保罗创建了“圣保罗国际纺织服装采购展(Gotex)”;与江苏联亚国际展览集团合作开创“南非开普敦中国纺织精品展(CPT)”和“尼日利亚拉各斯中国纺织精品展(NCPT)”;与美国CEMS Global展览集团合作举办“孟加拉达卡国际面料及纱线展览会冬季展(DIFS Winter)”等国际性行业专业展览平台,形成了自己的国际性展览平台网络。

同样在新世纪,中国纺织品进出口商会也从2006年墨尔本“澳大利亚中国纺织服装服饰展览会”发轫,2017年在加拿大多伦多创立“加拿大纺织服装采购展(ATS)”品牌,同年在美国迈阿密面向中南美洲客户创立“迈阿密纺织服装采购展”。中纺广告展览有限公司从2002年开始每年分别在东京和大阪举办CFF(China Fashion Fair)展,逐步发展成为日本纺织服装领域最大的专业OEM展会,

办展到场贸易观众情况和实际效果都超出了预期。

行业境外自办展借中国加入WTO的历史机遇始于2000年,帮助企业开拓海外市场,为企业提供高效商贸交流平台,同时也是中国纺织工业国际化和全球化战略的重要组成部分,与行业逐步深度融入国际产业链、价值链的过程共生发展,且具有“行业办展、专业高效、自主可控”的独特优势。行业境外自办展在疫情前已经初具规模,疫情后开始进入快速恢复期,是延续疫情前的发展模式,还是需要因时而变?为了更好地助力行业实现高质量发展,在中国式现代化伟大进程中贡献行业力量,本文将对行业境外自办展未来的发展路径做初步探讨。

从2016年起更名为AFF(Asian Fashion Fair),每年在东京、大阪、名古屋分别举办一次。

目前纺织贸促会、中国纺织品进出口商会、中纺广告展览有限公司三家行业主流办展机构已经在全球我主要出口市场基本上建立了自己的专业自办展品牌,成为中国企业进入和扩大当地市场的重要渠道,同时也是专业商协会和各级商务主管部门推广当地纺织服装产业整体形象、扩大影响力的重要手段之一。

目前行业境外自办展按照国家确定的国际化、品牌化、专业化、信息化的总要求,在中国贸促会的指导下健康有序发展。境外自办展均完成从只有中国参展商到各国展商共存的跃迁,充分体现了行业的国际化特征;按照品牌展览会的要求,从展览会的各个维度强化了品牌建设,将各自主办的展览会整合到统一的品牌系列中,形成自己的展会体系,展会间形成了较好的互动补充关系;在专业化方面,系列展会都发挥了各自专业领域展商的特色,通过对展商的有机组合,逐渐建立有中国特色的时尚产业采购类展会管理运作体系;同时也在展会运营管理信息系统和对参展商和专业观众的信息服务方面形成了有效的服务手段和网络。通过这些努力,行业境外自办展已经和国际知名行业专业展览会形成了鼎足而立之势,为进一步的发展奠定了良好的基础。

行业境外自办展经过20多年的发展,成功地帮助众多中国纺织服装企业进入了国际市场,参展商的构成演变也反映了行业逐步深度融入国际供应链的历程。2000年到2008年,参展企业主要以成衣企业和家纺成品企业为主,企业倾向于获取基本款和批量较大的订单,低端针织类服装占比较大。2008年以后,随着国内化纤产能的高速增长以及面料产品开发和档次的提升,面料类参展商增长迅速,以2019年9月“中国纺织品服装贸易展(巴黎)暨Texworld面料博览会”为例,参展的中国面料企业700余家,服装类参展企业近600家,这个占比也与当年全国纺织品出口开始超过服装类出口的大趋势基本接近,显示了行业在全球纺织品服装供应链上已经逐步掌握了中高端面料上游制造资源的趋势。同时,服装类参展企业在这20年间也逐步从OEM向ODM和OBM演进发展,得益于国内完善的基础设施、训练有素的产业工人队伍、产业集群提供的强大配套能力、企业的设计研发能力,经过两化融合、数字化改造的服装类参展商开始具备柔性化和个性化生产制造能力,在最小起订量、短交期、电商平台定制等方面有比较强的竞争力。

二、后疫情时代境外自办展发展路径

三年疫情改变了很多,新技术热点变幻。借鉴通讯行业技术发展LTE(long term evolution,长期演进)发展理念,在展览这种面对面沟通交流的形式被虚拟现实等未来技术彻底颠覆前,以展览会平台、桥梁、纽带这三个基本功能所构筑的核心价值为基础,顺应新时期行业和市场的新热点、新关切,可考虑从以下几个方面有所加强:

1. 战略布局方面。如前所述,当前国内主办机构的境外自办展布局已经在重要出口市场实现了全覆盖,但在“一带一路”和RCEP协定相关国家的覆盖率不够高。需要加强战略布局的前瞻性,协调当前目标市场商业流量和全球产业链供应链演变方向之间暂时的不平衡,也就是展会平台即期价值和行业长远利益之间的平衡取舍。目前境外自办展的主要目标还是偏重于为参展企业获取生产加工性质的订单,但随着经济发展,在一些人口基数大的发展中国家,当地有稳定收入的产业工人群体也会逐步地形成新的消费群体和消费势能,当地电商兴起也会带来新的机遇。

如果能准确识别出市场机会,可在这些国家或者区域市场中心适时举办面向当地消费市场的中国纺织品及服装品牌展览会,从以往的主要服务连接大B端客户向服务小B端客户、电商客户延伸,从而间接服务C端客户转变,帮助中国品牌在当地建立营销渠道、培育当地消费者。

同时展览会平台也承载着行业外交的使命,通过中国参展商群体与当地业界的商贸交流,对口商协会的合作交流,以及利益相关方的良性互动,可在当地逐步建立良好的中国行业形象,消弭分歧,聚焦合作,配合国家对外大政方针。

2. 展会品牌核心价值方面。多年来为满足行业外贸国际化拓展以获得订单为主要目的的需要,境外自办展在品牌核心价值和品牌战略方面比较突出发挥中国纺织服装行业体量大、产业体系完整的规模性竞争优势,在突出行业“科技、时尚、绿色”方面有所探索与尝试,但与知名国际展会品牌相比,依然有欠缺。目前海外特别是欧美买家对专业展览会也日趋挑剔,更愿意去他们认为与他们有共同价值取向的品牌展会,可以说展会品牌和参展商的信誉是高度正相关关系,清晰、明确的核心价值导向是展会品牌的灵魂与基础。

境外自办展要建立与自己行业身份和使命相一致的核心价值理念,并能用精准、精炼、达意的外语加以表达。以此为出发点,在展会整体形象、市场推广、广告营销等方面给予全方位的体现,特别是要精选部分标杆企业参展,利用企业品牌和市场影响力突出展会的核心价值。2013年纺织贸促会与纺织品进出口商会在巴西创立的“圣保罗国际纺织服装采购展(Gotex)”,从项目立意策划之初就确立了“绿色”和“互惠贸易”两个基本导向;2017年在“中国纺织品服装贸易展(巴黎)”展会上为配合商务部自主品牌项目开始将“可持续发展”作为展会核心价值导向;2018年开始用“供应链弹性”和“互惠贸易”来匹配和定位“中国纺织品服装贸易展(纽约)”。这些实践证明,展会核心价值的准确界定对扩大展会影响力、突出展会的商业价值方面起到重要作用。

3. 供应链价值方面。纺织贸促会中国纺织品服装贸易展(纽约)的三展联办从产业链的角度形成了上下游衔接“一站式”采购模式。但是现行供应链全球化的模式对展览会平台的功能有更高要求:一方面是在专业买家邀请和组织方面需要依据参展商的基本面,针对展会举办地以及其可以辐射的市场范围内的供应链上下游构成进行分析,了解其叠加形成的复杂供应链网络系统,找到关键供应链系统节点,把专业展览会的平台功能按照供应链超级节点的模式进行适应性升级,把展览会目标企业招展、供应链各层级买家的合适配比和组织,以及与市场的互动有机结合起来。另一方面全球产业链、供应链加速重构,从全球布局到区域布局,围绕区域协定的产业转移成为供应链

调整的重要方向。特别在当前供应链从以往强调全球化的效率和成本优先向强调供应链弹性、供应链区域化、供应链安全转化的趋势,适时的分析调整自办展平台和区域复杂供应链的结合,坚定地维护行业利益是行业境外自办展的重要使命。

4. 线上与线下平台融合发展。疫情期间,国际旅行受限,各级政府、展览公司、互联网平台企业都利用信息网络技术提供了各种线上展会服务,在特定时期发挥了作用,帮助企业维持了与海外市场最低限度的联通,一度也曾经有了可能会替代实体展会的声音。随着实体展会的全面复苏,展会线上服务的优先级已经大幅下降。但疫情后实体展会的恢复并不意味着从此线上服务会和实体展会分离,各自独立发展,从技术创新S曲线的发展规律来看,展会线上和线下融合出现全新的展览业态和商业模式已是呼之欲出。

展览会平台作为商流、人流、信息流三流汇聚之所,通过有效的线上平台的加持,专业展会在产业链中的枢纽作用会得到放大和加强。展前通过AI辅助,ChatGPT优化提高搜索和联通效率,特别是辅助中英文之间的高效实时交流,主办方和展商可以相互促进完成展前引流,通过展期高效的面对面沟通解决信任问题,中小企业展后还可以通过线上平台提供的商业辅助功能达成交易,完成一个完整的商业闭环。行业境外自办展需要保持对展会线上平台技术发展的投入和应用,小步快跑,快速迭代,逐步通过线上渠道加大对参展商和专业观众的粘性,注重数据格式的规范统一,加强客户数据保护,摸索有行业特色适合展会长远发展的线上线下相结合的商业模式。

5. 塑造市场、引导市场方面。行业境外自办展在促进商贸合作、帮助企业获取订单方面发挥了重要作用,服从服务于国家外交、外经贸政策方面也进行了积极的探索。展览会作为人员、信息密集交流汇聚的平台,对积极宣传扩大中国纺织行业“科技、时尚、绿色”的发展理念,以及凸显行业在不确定国际环境中体现国际合作确定性的重要力量方面也可以发挥更加积极的作用。

数字经济、生物经济、绿色经济、创意经济与纺织行业的深度融合发展带来了更多市场机遇,在这一轮新经济发展的浪潮中,中国企业也将在产品开发、市场开发等细分领域形成新的竞争优势,通过境外自办展览会的市场推广和宣传活动,有前瞻性地给予关注和放大,对市场进行有先导性的引导,配合企业从以往的产品销售导向向长期合作发展转变;引导企业加强客户服务,特别是对中小创新型客户的服务力度,有长远培育市场的眼光和战略思维。积极开展跨界合作,全方位多手段地对中国企业、品牌、设计和新技术研发成果进行推广,全面塑造行业软实力。展览会期间的各种论坛、研讨会、讲座等也是重要的舆论阵地,需要提高政治站位,在促进产业合作的同时,获得行业话语权,形成对我有利的全球行业叙事体系。

6. 加强风险意识、坚持底线思维。境外自办展面临的风险点多,百年未有之大变局及复杂多变的国际环境对行业自办展主办单位提出了更高的要求。行业境外自办展需要以市场化为导向,以财务上的良性可持续性发展作为长期稳健发展的基础。同时必须强化政治安全和人员安全意识,守住不涉险、不违规这条底线,确保境外自办展在安全可控的前提下开展工作。

从建国初期以自给自足为特征的“内循环”,到改革开放前30年以大进大出为特征的“外循环”,再到当下“双循环”新发展格局的逐步演变,行业实现由小到大、由弱到强的重要原因就是坚持对外开放不动摇,充分用好两个市场、两种资源。行业境外自办展只要坚持市场化导向,以服务行业和企业发展为宗旨,促进国际交流与合作为己任,就一定能够助力行业高质量发展,为实现中国式现代化做出新的贡献。TA

“登峰”之路从未止步，波司登再摘三项大奖

■ 陈墨 / 文

3月8日，第26届中国国际羽绒博览会在浙江杭州国际博览中心召开。会上，波司登集团被授予“中国羽绒行业功勋企业”以及“2021—2022年度中国羽绒行业出口十强企业”称号。波司登集团党委书记、董事局主席兼总裁高德康荣获“中国羽绒行业功勋企业家”称号。

再获行业大奖，波司登展现国民品牌力

自1976年创立以来，波司登专注温暖使命、聚焦羽绒服赛道，视品牌为生命，坚定不移实施名牌发展战略，“波司登”成为家喻户晓的国民羽绒服品牌，为大众带来更专业、更时尚、更轻暖的羽绒服产品，创造了连续27年中国市场销量领先的行业传奇。

比山峰更高的，是攀登者的梦想。2018年以来，波司登激活品牌认知，重塑品牌力、渠道力和产品力，连续五年实现经营业绩和品牌势能的“双提升”。在羽绒服规模总量跃升至全球第一之后，波司登的“登峰”之路也从未止步，持续夯实“品牌引领、产品领先、渠道升级、优质快反”四项核心竞争力，一路奋进。

近年来波司登在各领域频频摘得桂冠，先后获得中国优秀工业设计奖金奖、全国首批“数字领航”企业、获评“全国供应链创新与应用示范企业”等国家级殊荣，以品牌升级赋能成长活力，以改革创新驱动持续发展，在高质量发展中扛起新担当、勇攀新高峰，为“世界羽绒服、中国波司登、引领新潮流”开辟了领先之路。

面对多重挑战与考验，波司登集团出口业务锁定“成为中高端国际品牌功能服饰OEM/ODM专家”目标，前置规划布局生产资源，全力以赴抢抓窗口期，内部深挖潜力，外部化解压力，克服万难，逆流而上，以超出行业预期的营收净利获评“2021—2022年度中国羽绒行业出口十强企业”称号。

大力弘扬“工匠精神”、企业家精神

波司登品牌创始人、集团董事局主席兼总裁高德康，47年专注羽绒服核心主业，勠力打造自主品牌，坚定推动中国品牌国际化，书写了近半个世纪“中国羽绒服全球领先”的光荣与梦想，成为“跟党走一起创业、跟党走一起奋斗、跟党走一起圆梦”的生动写照。

本届羽博会，中国羽绒工业协会授予高德康“中国羽绒行业功勋企业家”荣誉，不仅仅是表彰他坚守实体经济的专注和底气，聚焦质量、创新、品牌和“工匠精神”，培育“中国品牌”、对羽绒产业进步作出的重大贡献，更是对他积极倡导践行做有温度、负责任企业公民，弘扬企业家精神，引领行业探索实践绿色发展与可持续时尚之路，以大爱之心行公益之举的高度肯定。

近年来，波司登企业ESG评级稳步跃升至A级，代表中国品牌服装行业最高水平。首次参与全球环境信息研究中心（CDP）年度企业评级，获得行业领先的“B-”评级。公司还获得两大国际权威评级机构穆迪和标普“双投资”评级，传递集团践行“双碳战略”、实现可持续高质量发展的坚定信心，先后四次获得“中华慈善奖”，为纺织服装品牌社会责任管理提供领先范本。TIA



我们将深入学习贯彻党的二十大精神，以企业的高质量发展为社会创造更多价值，更主动地扛起领军企业责任，带动本土纺织服装产业以及产业链上下游企业共同发展，同时在共同富裕道路上更积极地践行好社会责任，助力乡村振兴和百姓致富，为经济社会发展贡献波司登力量。”

——高德康



波司登坚持为大众带来更专业、更时尚、更轻暖的羽绒服产品。



佳宝集团：新消费时代专业市场的创新发展之路

■ 本刊记者_吕杨 罗欣桐

新春伊始，沉寂已久的批发市场正在不断恢复昔日的红火景象，其中最具代表的是佳宝集团旗下常青休闲女装。市场内交易订单暴涨，一些商户达成日交易千单，清晨开始面向全国各地发货、半夜仍在打包的情景，供不应求的情形比比皆是。很多商家抢占先机，从前年开始备货春夏新款，市场的火热氛围也加快了商户上新的速度，商户与采购商们普遍对市场预测十分乐观，研发、采购的热情和动力大大增添。

过去三年，受疫情和全球形势影响，行业受到严重冲击。佳宝集团通过二十年发展，在专业市场升级改造领域积累了丰富经验。立足当前，专业市场的集约发展趋势日渐明显，佳宝集团正在加快推进专业市场品牌化建设，致力于发掘优质产能、优质商户、优质客源向市场聚集，提升市场竞争力，推动行业的高质量发展。

佳宝集团创建于2009年，其前身为浙江佳宝童装市场经营管理有限公司，如今已发展成以专业市场和运营管理为依托，专注打造现代化、多元化发展的品牌集团。旗下拥有杭州佳宝常青商业管理有限公司、杭州佳宝卓邨商业管理有限公司、杭州佳宝物业管理服务有限公司等十余家子公司，以及常青休闲女装、佳宝女装中心、佳宝金三角时尚休闲女装、佳宝童装城、常青女装城（常熟）、佳宝科创中心等多元化发展的商业中心。

三步走，高质量发展书写行业典范

回顾佳宝集团的发展历史，经历了起步、转型和飞跃三个关键阶段。2003年进入该行业；2009年国民经济快速发展，董事长王忠敏敏锐地捕捉市场先机，带领公司探索奋进。进入2020年，为适应市场经济改革需要和集团发展战略，公司升级为浙江佳宝商业集团。不断扩展业务范畴，积极调整定位，增加商业开发的新模式，羽翼丰满的佳宝集团正在实现飞跃式发展。

二十年来，在专业市场领域，佳宝集团始终以“规范、服务、发展”为核心，以精细化管理为手段，全面提升市场建设、管理和服务水平，助力市场经济高质量发展。

一方面，坚持围绕行业特点及行业趋势，重点开发“爆品打造能力”“产品竞争能力”“高效协调能力”“品质保障能力”“品牌挖掘能力”五个方面，为商户打造一流的市场交易资源及环境。比如活用引流形式帮助商户去库存，积极推动商户提升原创设计水平，以产品创新升级激发消费者对服装品类的购买热情，创新开展推广宣传等活动，助力商户打开销路。

另一方面，近三年积极与当地政府职能部门保持沟通，关注相关产业扶持政策，推出了一系列推动商户复工，减轻商户融资、税费等负担，主动给予商户租金优惠以及减免部分租金等政策，帮助商户渡过难关。

老牌的常青休闲女装以及升级改造后的佳宝女装中心，就是佳宝集团不断创新发展的成功示范。

提升创新力，科技与人才双重驱动

创新是专业市场发展的根本动力，无论是初期专业市场的兴起，还是后来的扩张发展和转型升级，都离不开各个层面的创新。第一，数字化转型对专业市场的发展影响深远且关键。面对市场发展高度集约化、竞争愈发激烈，佳宝集团积极开源，不断探索推动数字化建设，及时推进产品和服务的革新，提高市场在复杂的外部环境下的抵御风险能力。

一方面，挖掘探索“线上引流+实体批发”新模式的可行性方案，助推专业批发市场转型升级，树立“做服务”就是“做未来”理念，树



迈进发展新时期，佳宝集团将坚持精耕细作，为专业市场焕发新活力作出标杆示范。

立与客户是战略联盟共同体的理念。另一方面，积极探讨如何帮助商户压缩成本，以成本更优为原则，协调优化物流与供应链，提高服务效率与品质赢得顾客对品牌的信任度。同时，加强与上下游市场、产销地市场的对接与合作，拓展市场渠道，推动优势互补，寻求精准对接，打造市场合力。

第二，人才是创新的根基。佳宝集团不断深化改革、推动创新，聚集一批站在行业科技前沿、具有国际视野和能力的领军人才，努力抢占经济科技制高点，为提升集团综合竞争力注入强大推力。集团坚持感情留人、事业留人、待遇留人、制度留人、文化留人的聚才文化。

佳宝集团致力打造旗下佳宝科创中心完整的业务价值链和有效的产业园区管控，打造产业园区统一架构的互联网一体化平台。佳宝集团依托项目本身的区位优势、当地政府对行业的支持以及集团的实力，结合浙江服装企业的发展特点与需求，将努力构建一个集服装交易、产品展示、商务谈判、国际贸易、物流中心等于一体的大型服装交易中心和集散中心，引导佳宝集团向“品牌建设+平台展销+仓储物流”的展览中心转型。

融合升级，激发新型专业市场活力

推进我国专业市场转型升级，关键在于深化对专业市场内涵和转型发展方向的认识。近年来，佳宝集团旗下的常青休闲女装、佳宝女装中心等批发专业市场在原有基础上推陈出新，抓住现代物流、会展经济、网红经济等发展机遇，经营模式面向现代化，经营产品注重品牌化、连锁化，取得了一定的成效。这种在传统专业市场内涵上拓展出的新型专业市场，将成为今后发展的主流。

未来，中国服装行业将利用好我国宏观经济与产业链供应链率先稳定复苏的窗口期，进一步深化供给侧结构性改革，加快转型升级，全面务实创新发展，着力提升产业数字化程度，进一步促进线上线下融合运营，增强行业内生动力和发展韧性，努力巩固行业经济运行稳步向好的发展态势，为我国经济实现平稳发展做出积极贡献。

迈进发展新时期，佳宝集团将坚持精耕细作线下实体渠道，通过积极发挥自身产业链及经营模式升级优势，为专业市场焕发新活力作出标杆示范。TIA

关于镜面辊电镀缺陷的解决方案

■ 江苏鹰游纺机有限公司 | 张斯纬 徐同强 李政治 王士军 薛垂允

很多行业的设备上都需要镜面辊件，镜面辊的加工工序多，生产周期长，电镀铬是其中重要一个工序。影响此工序的因素很多，出现电镀缺陷后很难处理，而采用贴片焊接方法可以有效提高镜面辊的加工成品率。

碳纤维设备 - 辊件要求镜面的原因

随着我国科技经济的发展，市场对纤维类产品的需求量逐年递增，特别是碳纤维近年来的需求量也很大，相应地给碳纤维设备制造带来了新的机遇和挑战。我国的碳纤维设备在生产制造过程中从无到有，到现在快速增长，品质一直在不断进步。

由于碳纤维生产工艺的特殊性，对设备各部件有很多特殊要求，其中一点就是辊件的表面需要电镀硬铬，并做镜面处理，表面既要耐磨又要光滑，粗糙度要达到 Ra0.04μm，同一种设备上的辊件外圆要求尺寸统一（±0.025mm），否则就会损坏纤维表面，产生毛丝或者断丝问题，这会直接影响碳纤维的品质。因此，碳纤维设备的辊件表面不能有任何缺陷。

下面就以一种碳纤维原丝线水洗机的水洗辊，来分析如何解决辊面电镀缺陷。

解决辊面电镀缺陷的工艺路线

1. 清洗

在辊件进入电镀槽之前，采用以下流程处理辊面：清水清洗 - 清洗液清洗 - 细砂纸打磨辊面 - 清洗液清洗 - 清水清洗。材料的本身都会有微小的缺陷，比如气孔、夹渣、裂纹等，这些微小的缺陷，在电镀之前的磨削工序无法目测，需要在电镀前的清洗工序中尽可能发现可以辨别的缺陷，一些目测不了的缺陷只有在电镀后才能发现。因此，这些缺陷就需要分多次来处理，在电镀前清洗发现时要尽可能处理好，减少后续处理难度。由于该零件经表面电镀工序后，它的表面粗糙度及形位公差、尺寸公差的精度要求都很高，必须采取合适的缺陷处理方法来满足零件的技术要求。

2. 贴片焊接

上述的缺陷可以采取焊接、打磨、抛光等方式处理，如果采取常规焊接的方式处理缺陷，焊接点的辊面会出现收缩凹陷，辊面尺寸就会变小，零件就不能满足技术要求。本文介绍一种特殊的贴片焊接工艺：用工模具修补冷焊机来焊接，选用 0.05mm 不锈钢焊片，因为 0.05mm 不锈钢焊片比较薄，材质软，焊接手柄能碾压动，更容易和辊件焊接到一起，不易脱落，不会产生变形，打磨抛光后不易产生新的缺陷，这是在电镀前清洗时能够发现的缺陷修补。焊接方式的优点是焊接成本低，焊接时散发热量低，最大程度保护了辊面不被焊接发热破坏。

3. 电镀后贴片焊接

还有一类缺陷非常小，在清洗过程中无法目测，只有在第一遍电镀后才能发现。由于生产线上同一类辊件的外圆尺寸要求一致：±0.025mm，电镀层的厚度 0.08mm。镀层超过 0.1mm，电镀就容易起皮。0.05—0.1mm 电镀层比较容易控制，且当镀层厚度达技术要求后才发现有缺陷时，很难修补缺陷。因此要在电镀层在 0.02mm 时让辊件脱离电镀槽，检查辊面是否还有缺陷，如果有，再贴片焊接，打磨抛光后再继续电镀，再镀 0.02mm 后，把辊件吊出电镀槽，检查辊面是否还有缺陷，如果有，再贴片焊接，打磨抛光后再继续电镀，反复几次，保证镀层厚度在 0.1mm 左右（镀层厚度过高会造成电镀质量下降，后续磨削困难，同时会出现磨削镀层脱落现象，因此电镀次数越少越能控制电镀质量，尽量保证一次检查出所有问题，后续起吊只是检查有无其他缺陷），到此基本上消除了辊面缺陷。

4. 贴片焊接方法

焊机可以选择电子冷焊机（YJXB-3 型），焊接方法如下：调节电流参数为 5-1-8，用贴片盖住缺陷点，再用焊接手柄碾压贴片的四周，使贴片粘在辊面，然后再逐步往中间碾压，直至碾压平整，使贴片全部粘贴在辊面上，再用手持式气动抛光机装上 400 目砂带，打磨焊接面，直至没有划痕，表面光滑圆润，且不能有穿孔，即可电镀。

总结

这种方案考验焊接技术及打磨抛光技能，采取此方案能够有效提高镜面辊件电镀成品率，避免了辊件镀层厚度已经到尺寸时，辊面仍然有缺陷而难以处理的问题。退镀或磨削镀层二次电镀的方法都有很大困难，退镀不环保，如果出现多次退镀，对辊件表面材料产生破坏，会出现大面积的针孔缺陷，最后无法修补，造成辊件报废。并且辊件材料如果含有 Cr、Mo，退镀时和酸发生氢脆，同样会造成零件报废，磨削时间长，成本高。所以对于有尺寸精度要求高的镜面辊处理缺陷时采取上述方案经济而又高效。尽量细致检查辊面缺陷，减少焊接次数，保证镀层达到图纸技术要求而无缺陷。□

春市营销震荡回落 价格指数环比小跌

20230313 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20230313 期纺织品价格指数收报于 106.49 点，环比下跌 0.16%，较年初下跌 0.07%，同比下跌 1.80%。



2023 年 1—2 月，中国轻纺城面料市场实现成交额 273.18 亿元，同比上升 17.22%；网上市场实现成交额 85.81 亿元，同比增长 8.54%。

近期，中国轻纺城春市营销震荡回落，其中：原料市场价量小幅上涨，坯布市场价量环比回落，服装面料市场布匹价量环比小跌，家纺类产品成交价量继续回缩，辅料价量环比下跌。

原料价量小幅上涨，涤纶环比推升，纯棉纱稳涨互现

据监测，本期原料价格指数收报于 83.53 点，环比上涨 0.16%，较年初上涨 0.48%，同比下跌 8.13%。

聚酯原料涨跌互现，涤纶价格环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比推升，华东地区 PTA 现货主流 5860 元/吨，环比上涨 90 元/吨左右；MEG 主流 4140 元/吨，环比下跌 147.5 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 6700 元/吨左右，环比上涨 50 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨，POY 报价 7730 元/吨，环比上涨 80 元/吨左右；FDY 报价 8800 元/吨，环比上涨 150 元/吨左右；DTY 报价 9000 元/吨，环比上涨 150 元/吨左右。目前终端工厂大多仍以消化存量订单为主，内销订单小幅提升，外贸新单下达依然不畅，制约部分厂商生产积极性。

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 7240 元/吨，环比上涨 15 元/吨左右。纯涤纱市场报价环比上涨，32S 纯涤纱报 11800 元/吨左右，环比上涨 50 元/吨左右；45S 纯涤纱报 12800 元/吨左右，环比上涨 100 元/吨左右。

纯棉纱市场稳涨互现，人棉纱价格稳跌互现。近期，萧绍地区纯棉纱市场报价稳涨互现，销售局部小增。气流纺 10S 纯棉纱报价 16400 元/吨，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 23590 元/吨，环比上涨 205 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 25770 元/吨，环比上涨 190 元/吨。棉纱期货价格近涨远跌，成交量明显增长。棉花企业皮棉报价稳中小幅增长，纺企刚需采购，交投气氛略有好转。但棉纱市场交投整体平稳，下游订单新增不足。

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 13150 元/吨左右，环比下跌 50 元/吨。粘胶短纤供强需弱，价格环比下跌。粘胶短纤出货情况一般，厂家报价下滑，下游纱厂刚需采购为主。人棉纱价格稳跌互现，30S 人棉纱价格报 17050 元/吨左右，环比下跌 50 元/吨；40S 人棉纱报 18000 元/吨左右，环比持平。人棉纱市场弱势运行，市场成交不佳。

坯布行情环比回落，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 124.58 点，环比下跌 0.46%，较年初上涨 0.04%，同比上涨 1.96%。

近期，坯布市场营销环比回落，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单环比回缩，坯布价量环比下跌。坯布交投环比回落，纺织企业整体开机率环比下降。坯布厂家库存环比增加，利润空间环比回缩。其中：天然纤维坯布需求明显回落，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回落；化学纤维坯布现货成交和订单发货环比回落，涤纶坯布、

涤纶坯布、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比回落，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

服装面料环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.75 点，环比下跌 0.15%，较年初下跌 0.31%，同比上涨 0.28%。

本期服装面料类价格指数小幅下跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回落，市场成交环比小跌，连日价量小幅下跌。近期，对口客商入市认购环比回缩，春市营销震荡回落，价格指数小幅下跌。大众面料市场成交环比下降，春季大众面料现货成交和订单发货环比下降，夏季跑量产品现货成交和订单发货环比回缩，价格小幅下跌。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、涤粘面料、锦纶面料、锦棉面料成交价量不等量下跌，拉动服装面料价格指数小幅下跌。

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 101.13 点，环比下跌 0.25%，较年初下跌 0.73%，同比下跌 0.87%。

本期家纺类价格指数环比小跌。近期，市场成交环比回缩，轻纺城家纺市场行情逐日下行，整体市场价格环比小跌。大众色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比下降，跑量产品现货成交和订单发货环比回缩，价格指数环比小跌。其中：床上用品类现货成交和订单发货明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；日用家纺类现货成交和订单发货环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比小跌。

市场行情环比回缩，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 132.26 点，环比下跌 0.91%，较年初下跌 0.67%，同比上涨 0.05%。

本期服饰辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回缩，轻纺城传统市场服饰辅料行情震荡下行，因下游企业备货环比下降，市场成交逐日回缩，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。衬料类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；服装里料类行情明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；花边类行情继续回缩，价格指数呈小幅下跌走势，拉动辅料类总体价格指数环比下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡小跌走势。面料现货成交将继续下降，整体市场成交显现不足。目前市场供大于求的局面依然突出，常规性面料的高库存情况也比较严重，坯布的去库存压力也大。近来，虽然已经进入传统旺季，但织造企业目前销售局面仍难打开，动销产品较少，尤其是常规面料占据着大量的市场份额产品，销售却并不如预期。预计大众产品认购踊跃度将环比小跌，整体市场成交将呈现逐日小跌走势。□

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

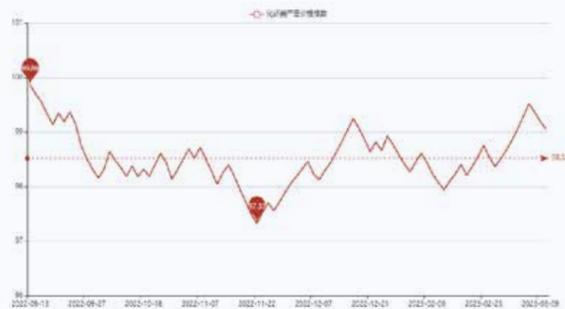
电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651

市场走货略有上升 化纤指数维稳

2023年3月6—10日商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”一周点评

据对350家被采价单位反馈的数据监测分析，本周商务部中国·盛泽丝绸化纤指数维持不变。其中，化纤总指数收盘于99.06点，与上周持平；化纤面料价格指数基本持平，收盘于98.95点，与上周相比上涨了0.01点；化学纤维价格指数基本持平，收盘于109点，与上周相比下降了0.01点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上涨，收盘于107.78点，与上周相比上涨了0.05点。

图1 盛泽市场化纤类产品价格指数



化纤面料市场行情分析

本周化纤面料价格指数基本持平，收盘于98.95点，与上周相比上涨了0.01点。从中国绸都网监测的样本企业看出，目前市场坯布走货略有上升，企业接单正常，但旺季并不明显。涤纶长丝市场行情坚挺上抬，但是坯布库存量居高不下。

里料行情：本周里料织物的常规“平喷”类，市场上交易有所转好，与去年同期相比略显上升，目前整体价位依然平稳。例如，170T、180T、190T 涤塔夫市场报价分别在1.26元/米、1.35元/米、1.46元/米，与上周持平；仿塔夫规格为16×26价格也较为平稳，目前价格在1.17元/米。半弹春亚纺170T、190T价格与上周相比同样持平，目前市场报价在1.40元/米、1.62元/米。轻盈纺布料市场出货放大，该产品用于里面料均可，原料规格为50D×50D，在喷水织机上平纹组织而成。据了解，该面料用途十分广泛，单层轻盈纺可以做里料；覆上针织布后可以制成轻薄夹克；压一层棉布后可做棉袄等冬装；压皱后还能做礼服等，因此价位弹性幅度比较大，目前210T价格在1.55元/米。

喷水五枚缎产品的销售因床上用品及家居装饰的用量增长推动，价格走势相对坚挺。提花里料新品层出不穷，“提花黑丝布”市场已形成一大类里料产品，近日市场呈“短平快、小批量”交易方式，产品主要销往江苏常熟、浙江杭州等地服装生产基地，“提花黑丝布”的价位一般在2.30—2.50元/米之间。尼丝纺里料类市场销量一般。这段时间涤纶长丝市场行情坚挺上抬，但是坯布库存量居高不下，预计后期里料市场价格波及甚小。

面料行情：本周各类面料系列销量持续上升，喷水春亚纺240T(磨毛坯)市场较为动销；全消光全弹春亚纺近来一度热销，下游织造有改机现象，一直影响上游全消光DTY的销售放大。喷水仿真丝面料市场销售也有放量。锦纶交织产品市场依然走畅，例如，塔丝隆系列产品市场求购者增多，交易面也在扩大，销售量逐步提升。喷气锦棉面料销售并不理想，个别规格销售持续小幅回落，价格走势疲乏，近来一款宽幅“CEY雪纺”呈现独立行情走势，不但交易次数频繁，价格也出现了微幅上涨。涤纶DTY丝交织的牛津布在本周也表现出了较强动力。600D×300D、600D×600D两种喷水牛津布受到买方青睐。预计下周面料销量会适度上升，但是价格走势难有升势。

从商务部盛泽指数可以看出，下游织造企业开机率基本平稳。进入3月，传统旺季似乎并没有体现，市场信心下降，工厂生产积极性稳定，本

周织造工厂开机率在76%。织造工厂负荷较高，但实际新单跟进情况不及预期，因此周内工厂坯布库存再次上升至35.4天左右。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数基本持平，收盘于109点，相比上周下降0.01点。

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



本周国际油价小幅下跌。市场忧虑激进加息，或导致经济衰退，拖累石油需求，国际油价连跌三日。截至3月9日收盘，纽约商品交易所4月交货的轻质原油期货价格下跌0.94美元，收于每桶75.72美元，跌幅为1.23%；5月交货的伦敦布伦特原油期货价格下跌1.07美元，收于每桶81.59美元，跌幅为1.29%。

PTA方面，本周PTA价格小幅上涨，目前PTA主流报价在5800—5900元/吨自提。下游买气不畅，预计PTA市场未来有下降趋势。

乙二醇方面，本周乙二醇价格小幅下跌，目前主流报价在4100—4200元/吨。乙二醇受自身供求关系影响，未来走势偏弱。

涤纶长丝方面，上周末本月初，成本支撑明显，提振市场心态，局部涤纶长丝工厂产销表现较好，支撑涤纶长丝市场重心不断上涨。但周中原油连续下跌，聚酯原料表现弱势。叠加下游及终端业者适度补仓后谨慎观望为主，涤纶长丝工厂高产销数据状态不能持续。涤纶长丝价格止涨企稳。

开工率方面，PTA平均开工率在70.35%，较上周下降了3.85%；聚酯方面，聚酯平均负荷为85.51%，较上周上涨2.17%。内贸纺织市场应季面料需求尚可，然而外贸订单总体偏弱，整体内贸需求提升好于外单，然后续新单衔接情况一般。近期织造开机率维持在76%左右。

产销方面，受成本端支撑，涤纶长丝持续拉涨，导致下游采购成本增加，进而影响采购积极性，本周涤纶长丝产销平平。

库存方面，根据绸都网统计数据来看，现如今聚酯市场整体库存集中在19—30天；具体产品方面，POY库存至21—30天，FDY库存至19—28天，而DTY库存则至17—29天。

蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上涨，收盘于107.78点，与上周相比上涨了0.05点。盘面各远近合约价格涨跌不一，现货面上，3月以来各地丝厂到处寻找茧源保持增长势头，但茧本维持较高，与此同时，受到绸缎库存较高影响，丝厂向绸厂提价难度较大。在丝茧倒挂下，干茧成交难度加大。TA

168tex.com 中国绸都网

指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：<http://index.168tex.com/> 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通用行 做生意
扫第二二维码 即可下载知纺织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

证券简称：远信工业
证券代码：301053

YOANTION[®] 远信工业

节能 环保 高效

铸就 远信品质 / 远信品牌

WWW.YOANTION.COM



Y9000型双层热风拉幅定形机

地址：浙江新昌澄潭工业区

电话：0575-86068888

传真：0575-86059666

E-MAIL: JUNSHAOCHEN@163.COM