

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

2023.06.12 | 第21期 | 总第1125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

纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

影响 改变 认知
服务 创造价值

《纺织服装周刊》官方网站:
www.taweekly.com

● 新闻热线: 刘嘉 010-85229395
● 广告热线: 万喆 010-85229892



5月31日,中国纺织服装品牌大会在浙江省湖州市召开。

P16

绸都盛泽：以文化为底，绘时尚蓝图

2023 第十二届绍兴柯桥
THE 12TH SHAOXING KEQIAO

中国轻纺城窗帘布艺展览会

深入产业源头地 共建产业新生态

开展
时间

2023.8.1-3

绍兴国际会展中心（新馆）

Shaoxing International Convention & Exhibition Center

展览面积达30000平方米

300+行业源头供应展商

打造柯桥窗帘产业全生态链产销基地

- 展品包含窗帘、窗饰、成品帘、辅料、墙纸墙布墙饰、机械及软件、地毯、沙发布、酒店用品、床上用品、家居布艺、配套包装设计、建材、整体家居软装等涵盖整个产业链。



展会官方公众号



中大国际时尚发布中心



地址：广州市新港西路82号广州中大国际时尚发布中心

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 万哈
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

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
副主任 王利
记者 边吉洁

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

行政管理中心

总监 崔淑云
副总监 黄娜
办公室
主任 刘萍
财务部
主任 崔淑云(兼)
专员 张艳

市场发展中心

总监 万哈(兼)
主任 雷蕾
客户经理 张灼焱

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: 台湾纺织

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**
为构建“绿色纺织”按下加速键
《加强消费品标准化建设行动方案》发布, 纺织服装为重点领域
三大原因要关注! 儿童及婴幼儿服装抽查不合格率为 20.7%
- 08 **关注 Attention**
魏桥创业集团: 为推动中国产业低碳发展贡献力量
- 10 **特别报道 Special**
新变革下的品牌价值如何提升? 中国纺织服装品牌大会揭晓答案
- 12 **柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City**
透过多项领先, 探究纺城知识产权保护之道!
心之所向, 素履以往
精准对接, 迸发 1+1>2 的发展合力
供需互联, 畅通产业循环
引商拓市, 链动产业
- 16 **盛泽专版 Shengze**
绸都盛泽: 以文化为底, 绘时尚蓝图
- 20 **长丝织造 Industry**
促稳提质谱新篇 长丝织造前瞻产业发展方向
- 21 **人物 Figure**
洪锺俊: 用“劲”折腾, 不负青春!
- 22 **品牌 Brand**
行业领先, 江苏标杆!
解决职场穿搭困境, GXG 定义“更适合通勤的青年休闲男装”
- 24 **指数 Index**
市场营销震荡回升 价格指数环比小涨
涤纶价格波动 化纤指数小幅下降

每周随笔

创新性减碳, 不可限量

在全国低碳日即将来临之时, 本刊推出了新闻调查专栏——“双碳”目标下的纺织企业绿色转型, 为行业企业提供借鉴, 带动更多企业向绿色发展转型。

当前, 聚焦“双碳”目标, 鄂尔多斯、罗莱、魏桥、鲁泰、申洲等一大批领军企业和盛泽、柯桥等千亿级的产业集群发布了碳达峰碳中和愿景、启动了碳达峰碳中和行动。实现“双碳”目标, 不仅是对一个政策、一个宣言的实施, 它还是纺织行业完成历史使命的实践, 是一场“广泛而深刻的变革”。

把“双碳”压力转化为经济增长的动力, 在这个目标过程中, 有专家观察到了三种不同的减碳类型。

第一种是衰退型减碳, 就是通过减少生产来减少碳排放。由于生产活动不能停顿, 这种类型通常会被认为是不可思议的, 比如有的地方为了完成短期节能减碳目标, 一度曾出现拉闸限电、停工停产等现象。

第二种是增效型减碳, 就是通过提高碳生产率, 用同样多的碳排放实现更多的产出, 或者同样的产出使用了较少的碳排放。我们经常讲的节能减排等, 大体上相当于这种类型的减碳。

第三种是创新型减碳, 是指通过创新形成新的技术、工艺、方法等, 在达到相同产出的情况下, 实现了低碳、零碳甚至负碳排放, 如用风、光、水、生物质等可再生能源发电。如果用这类技术去替代原有的高碳技术, 就可以在实现相同产出的前提下减少或抵消碳排放。

比如, 我刊新闻调查中所报道的, 山东魏桥创业集团每年研发投入占销售收入的比重达3%以上, 充分利用一系列产学研用平台, 围绕新型纤维材料、新型纺纱、功能性面料、智能穿戴等方面开展研发。2019年, 集团利用厂房屋顶建设了300兆瓦分布式光伏发电项目, 年可节约标煤10.34万吨。未来, 将持续加大清洁能源投入, 充分利用太阳能、风能等绿色能源, 为实现“双碳”目标奠定良好基础。

可以说, 创新性减碳跳出已有的技术和产业圈子, 开辟新的赛道, 可以实现对传统高碳技术或产业的长期替代。同时, 创新的内在动力和不确定性也令其发展空间无可限量, 将引领行业企业从防御型减碳战略转向进取型减碳战略。

正如山东魏桥创业集团有限公司董事长张波所言, 魏桥创业集团推进“双碳”战略的意义不仅是自身实现绿色低碳发展, 更在于通过企业在产业链中的影响力, 建立气候领导力, 引领链条中的所有伙伴一起深度参与到降碳行动中。

新征程、新目标, 中国纺织工业正成为全球气候行动的重要贡献者、全球可持续生产与消费的主要引领者, 期待着纺织业研发出更多创新性减碳技术, 令绿色转型沿着正确方向、充满生机活力地持续推进。

刘嘉

View point / 产经看点

中国物流与采购联合会调查、发布的2023年5月份中国大宗商品指数(CBMI)为100.7%, 较上月回升0.4个百分点。展望6月, 制造业订单类指数继续小幅回落, 反映市场需求收缩的问题仍然突出, 市场需求或面临较大的下滑压力。

——中国物流与采购联合会

近日中国和阿根廷两国政府代表在北京签署《中华人民共和国政府与阿根廷共和国政府关于共同推进“一带一路”建设的合作规划》, 将进一步推进两国共建“一带一路”走深走实, 为双方企业创造更多合作机遇。

——央视财经

近日《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)对菲律宾正式生效, 标志着RCEP对东盟10国和澳大利亚、中国、日本、韩国、新西兰等15个签署国全面生效。

——海关发布

自海南自贸港“零关税”政策实施以来, 截至今年5月31日, 海口海关共监管“零关税”政策项下进口货物共172.7亿元。目前, 进口享惠商品已覆盖基础设施建设、加工制造、研发设计等重点行业领域, 对推动产业聚集、稳定经济大盘发挥了积极作用。

——海南新闻联播



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

为构建“绿色纺织”按下加速键

纺织服装行业气候友好型技术分享会带来低碳生产新技术

6月1日,纺织服装行业气候友好型技术分享会“绿色印染专场”在绍兴市柯桥区举办。此次技术分享会由中国纺织工业联合会社会责任办公室、中国印染行业协会和中国纺织工业联合会科技发展部主办,中国纺织信息中心和国家纺织面料馆承办。为推动绿色低碳纺织产业发展,促进产业绿色清洁化转型提供科技支撑,HSBC汇丰银行和WWF世界自然基金会为本次活动提供支持。会上,来自高校和企业的6位嘉宾针对低碳印染工艺的技术经验进行了分享,共有140多名观众到场参加。

气候友好型技术分享会是中国纺织工业联合会社会责任办公室在中国纺织信息中心、中国纺织工业联合会科技发展部,以及HSBC汇丰银行和WWF世界自然基金会北京代表处的联合支持下于2021年开始共同开展的纺织行业绿色创新转型项目,旨在推进气候友好型技术在纺织行业的推广、转化,开展线下交流对接活动。

中国印染行业协会会长陈志华在会议致辞中表示,在碳达峰碳中和的目标下,我国生态文明建设已进入了以降碳为重点的战略方向。新时期,印染行业实现绿色转型任重道远,行业急需解决难点、消除痛点,努力在历史转型中实现更大发展。希望通过本次分享会,共同探索未来纺织印染行业绿色低碳创新发展新路径,为构建“绿色纺织”按下加速键。

绍兴市柯桥区工商业联合会党组书记孙成荣介绍,绍兴柯桥是纺织行业应对气候变化的先行者,也是全球首个发布碳中和愿景的纺织产业集群。他表示,柯桥拥有气候友好型技术创新与应用的沃土、关键支撑、

广阔空间和政策保障。在未来,柯桥将秉持绿色发展理念,努力将柯桥打造成产业集群绿色发展的新样板。

汇丰银行(中国)可持续发展总监王颖在线上致辞。她介绍到,中国纺织行业绿色转型项目是汇丰集团的气候解决方案伙伴计划的公益项目之一,希望通过这个项目能够识别到创新设计、可替代原材料、创新生产制造过程等气候友好的解决方案。

中国纺织工业联合会社会责任办公室副主任胡柯华针对GreenHUB纺织行业绿色低碳循环转型项目进行了介绍。本项目是由中国纺织工业联合会社会责任办公室在中国纺织信息中心、HSBC汇丰银行、WWF世界自然基金会的支持下,共同开发的GreenHUB绿色技术创新加速平台,为中国品牌气候创新碳中和加速计划(30·60计划)打造行业基础设施。胡柯华在分享中介绍了气候创新2030行动纺织业的行动目标与路线图,并结合我国“双碳”目标以及中国纺织服装行业碳排放整体情况,对30·60计划进行了全面介绍。同时他透露,在2023年还将举办5场纺织服装行业气候友好型技术分享会。

会上,东华大学教授毛志平、青岛大学特聘教授任燕飞、广州弘禹环保科技有限公司董事长杨爱民、中国矿业大学教授陆诗建、连云港鹰游新立成纺织科技有限公司副董事长兼总工程师孙素梅和浙江理工大学副教授崔志华,围绕绿色低碳印染技术、印染设备、绿色染料等方面进行了技术分享。(综编)

Direct / 直击

《加强消费品标准化建设行动方案》发布,纺织服装为重点领域

日前,国家标准化管理委员会、工业和信息化部、商务部发布《加强消费品标准化建设行动方案》,提出加强消费品标准化建设,不断健全消费品全产业链质量安全标准体系,持续推动重点领域主要消费品标准与国际接轨,以消费品标准提升促进消费提质升级。

在主要任务中,方案强调推进质量分级标准建设。在家用电器、家具、服装、箱包、鞋类产品、羽绒制品等大宗消费品领域,围绕消费者广泛关注的核心质量指标,加快制定消费品质量分级标准。鼓励企业依据质量分级标准明示质量等级、开展质量承诺,助力优标优质优价的市场竞争机制建设,营造安全放心诚信的消费环境。

方案把纺织服装与服饰产品列为重点领域,要求适应纺织纤维材料差异化、高性能、多功能化和服装服饰产品个性化、时尚化、绿色化发展趋势,加强棉麻丝毛绒皮等天然纺织材料及制品质量分级标准制定,加快新型纤维材料、复合材料标准研制。加快产品智能化、舒适性、功能性标准化关键技术研究,强化智能纺织品、功能纺织品、绿色纺织品标准制定。开展汉服、传统首饰等标准化研究,引领国潮国货产业健康发展。研究制定纺织品服装标签标识标准,明示产品材质和纤维成分。开展感官分析、洗后外观等产品消费体验标准研制。加强纺织数字化标准研究,制定纺织装备信息模型、互联互通、远程运维以及智能工厂、个性化定制等智能制造标准。加快建立以绿色原料、绿色设计、绿色生产、循环再利用为重点的纺织绿色制造标准体系,推进纺织产业全生命周期评价。积极推进纺织品标准样品研制。(郝杰)

三大原因要关注!儿童及婴幼儿服装抽查不合格率为20.7%

日前,市场监管总局发布了2022年产品质量国家监督抽查情况。全年对118种产品组织开展了产品质量国家监督抽查。组织抽查检验18397家企业生产经营的19440批次产品,发现1786家企业的1827批次产品不合格,抽查不合格率为9.4%,比上年下降2.8个百分点。其中,儿童及婴幼儿服装抽查不合格率较高,为20.7%。

据分析,儿童及婴幼儿服装产品中,因纤维含量导致的不合格达30批次,占该产品不合格总批次的44.1%;因绳带要求导致的不合格达29批次,占该产品不合格总批次的42.6%。

纤维含量项目不合格的原因主要是生产企业没有按标准要求正确标注纤维含量信息或没有严格核实纤维含量标注的准确性等。绳带要求项目不合格的原因主要是企业产品绳带款式设计不合理,如长度过长、给头颈部等重要部位设计了绳带等。可触及的塑料件中邻苯二甲酸酯增塑剂的限量项目不合格的主要原因是企业对新实施的学生用品安全标准理解不足,忽视了对原辅材料及成品有害物质的质量控制,采用了不符合标准要求的塑料部件等。

市场监管总局表示,对于抽查不合格产品及其生产经营者,一是要求不合格产品生产经营者立即停止生产、销售同一产品,严防不合格产品流入市场;二是责令不合格产品生产经营者限期完成整改,并及时对其开展复查;三是依法严肃查处抽查发现的质量违法行为,将涉嫌构成犯罪的移送司法机关。(郝杰)



中国化纤科技大会 (洪泽2023)

China Chemical Fibers Science and Technology Conference

科技引领创新 致力绿色发展

6.14-16 江苏·洪泽

会议地址

淮安洪泽湖国际大酒店

一场主论坛

- 院士、专家报告,探讨化纤前沿科技,行业发展
- 行业大咖共谋新形势下化纤行业高端化、智能化、绿色化发展
- 2023年度《中国化学纤维工业协会·恒逸基金》杰出科技人才发布
- 纺织工程学会化纤专业委员会委员调整
- 2022年度中国化纤行业产量排名发布
- 合作共建基地授牌

三场平行主题论坛

- 先进纤维技术论坛
- 化纤绿色低碳技术论坛
- 功能性纤维材料制备技术论坛



更多信息可关注
中国化学纤维工业协会

“双碳”目标下的纺织企业绿色转型新闻调查

栏目支持：山东魏桥创业集团有限公司

开栏语：

推进碳达峰碳中和，是新发展阶段我国实现可持续发展、高质量发展的内在要求，也是推动构建人类命运共同体的必然选择。纺织行业的绿色低碳转型，关系着产业安全的基础与根基，决定着产业发展的底蕴和后劲。目前行业已有一批企业在绿色发展方面走在了前列，但独行者速、众行者远，只有更多的力量加入到“双碳”行动中来，行业才能真正实现绿色发展。

当下，学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育正在深入开展。习近平总书记在主题教育工作会议上发表重要讲话，强调要大兴调查研究，运用党的创新理论研究新情况、解决新问题、总结新经验。为号召全行业加快“双碳”行动步伐，解决企业在绿色低碳转型中面临的问题和困惑，《纺织服装周刊》特推出“‘双碳’目标下的纺织企业绿色转型新闻调查”专栏，深入调研和采访部分走在前列的优势企业，了解他们对绿色转型的看法，遇到的困惑和解决方案等，为行业企业提供借鉴，带动更多企业向绿色发展转型。



山东魏桥创业集团总部。



魏桥创业集团旗下山东尚服饰文化有限公司智能化、数字化项目。



魏桥创业集团建设的屋顶分布式光伏发电项目。

魏桥创业集团： 为推动中国产业低碳 发展贡献力量

本刊记者_郭春花

“力争在 2025 年以前实现碳达峰，2055 年以前实现自身运营范围净零排放。”

“魏桥创业推进‘双碳’战略的意义不仅是自身实现绿色低碳发展，更在于通过企业在产业链中的影响力，建立气候领导力，引领链条中的所有伙伴一起深度参与到降碳行动中，持续推动绿色发展和可持续发展，为应对气候变化等全球性挑战贡献积极力量。”

2022 年 6 月，在第三届跨国公司领导人青岛峰会上，山东魏桥创业集团有限公司董事长张波作为跨国公司领导人在介绍魏桥创业加强国际合作、推进绿色发展的相关做法时，向全球发布了魏桥创业集团的“双碳”目标以及推进企业绿色低碳发展的信心和雄心。

2030 年前实现碳达峰、2060 年前实现碳中和，是以习近平同志为核心的党中央着眼构建人类命运共同体、共同守护地球而作出的庄严承诺。如何在碳达峰碳中和的关键期和窗口期，既要降碳减排，又要确保企业稳健发展？作为全球最大的棉纺织企业之一，魏桥创业集团将绿色发展理念贯穿到企业生产经营各环节，在纺织领域围绕“产业链数据贯通”和“智能化生产”两大重点，不断加大科研、技改投入，打造纺织—印染—服装、家纺全产业链智能矩阵，走出了一条绿色低碳发展的“魏桥路径”。

在实践中寻找“双碳”破题之路

魏桥创业集团是一家拥有 3 家上市公司、国内外 15 个生产基地、10 万名员工、2573 亿元总资产的特大型企业，在纺织领域拥有集“纺织—染整—服装、家纺”于一体的完整产业链，在铝业领域拥有集“热电—采矿—氧化铝—原铝—铝精深加工—再生铝”于一体的完整闭环产业链，是具有全球竞争力的棉纺织企业和铝业生产企业。对于这样一艘“巨轮”，在全球碳达峰碳中和成为共识下，推进低碳转型难度可想而知。

“既有减碳的压力，更有减碳的动力。”作为掌舵人，张波非常清楚企业低碳转型的必要性。他表示，魏桥创业集团的核心价值观是“为国创业、为民造福”，过去四十多年来，企业始终秉持这个核心价值观，专注于纺织业和铝业，为推动社会经济发展，提升百姓生活质量做出了很大的贡献。在新的发展阶段，在国家“双碳”目标的大背景下，开拓环保低碳的可持续发展之路，寻找符合集团实际的碳中和之路，打造人与自然和谐共处的绿色未来，是魏桥创业集团提高企业气候兼容性生产力和竞争力、主动担当社会责任的必然要求。

2021 年 4 月，魏桥创业集团同国际知名咨询公司罗兰贝格联合开展“双碳”战略规划，经过反复调研、推演、研究和论证，以科学严谨的方法和脚踏实地的精神制定了早于国家五年实现碳中和的目标：力争在 2025 年以前实现碳达峰，2055 年以前实现自身运营范围净零排放。

“虽然压力不小，但这是企业对自己的要求，也是企业响应国家号召，对市场和国际社会作出的承诺。为此，企业将通过优化能源结构、发展循环经济、拓展下游加工、深耕轻量化、加强科技创新、推进负碳技术等举措确保实现‘双碳’目标。”魏桥创业集团党委书记、总经理张红霞表示。

同年 6 月，魏桥纺织与中国纺织工业联合会社会责任办公室合作，启动了纺织板块的“双碳”战略规划，发布气候创新 3060 碳中和加速愿景：力争在 2023 年（公司上市 20 周年）实现碳达峰，2049 年（新中国成立 100 周年）以前实现自身运营范围碳中和。

对于加入中国纺织工业联合会“气候创新 2030 行动”，张红霞认为意义非常重大，这有利于企业开展全价值链碳排放基线调查与碳减排赋能计划，启动产品全生命周期评估。魏桥纺织承诺，加强与价值链伙伴的技术协作，共同开发绿色低碳循环的可持续材料，减少魏桥纺织产品的碳足迹输出，力争在 2028 年产品碳足迹降低 50%，



魏桥纺织绿色智能化工厂基本实现“无人化”生产。

2046 年实现纺织产品 100% 零碳化。

魏桥创业集团作为 15 家创始理事成员单位，还加入了“可持续市场倡议”中国理事会，为可持续发展贡献智慧和力量。

围绕国家的“双碳”目标，魏桥创业集团积极推进绿色转型与可持续发展，在实践中寻找“双碳”破题之路，着力实现绿色增长、为高质量发展增添动能。近年来，围绕“产业链数据贯通”和“智能化生产”两大重点，魏桥纺织建设了绿色智能化工厂、特宽幅印染数字化工厂、家纺服装数字化项目等 11 个智能化分厂，打造了“纺织—印染—服装、家纺”于一体的完整链式高端化、智能化、绿色化生产体系，以“智能矩阵”推动产业数字化升级，用工节约 50% 以上，能耗降低 40% 以上，用水节约 20% 以上，整体技术达到国际领先水平。荣获中国纺联科技进步一等奖、国家智能制造示范工厂、全国质量标杆等十几项荣誉，为纺织产业智能化发展发挥了示范引领作用。

绿色发展理念贯穿企业各环节

“生态文明建设实现新进步，建设‘绿色魏桥’‘生态魏桥’。”2021 年初，张波在描绘“十四五”时期魏桥创业发展主要目标时，就提出了将生态优先作为实现“十四五”规划目标的六大战略路径之一，要将绿色发展理念全面纳入企业发展的战略体系、生产体系、创新体系，深入开展绿色低碳技术创新，大力推进低碳、零碳、负碳等绿色技术研发和应用，切实抓好资源节约、循环利用、节能减排和环境保护。围绕这一目标，魏桥创业集团可谓将绿色发展理念贯穿到了企业生产经营各环节中。

首先是强化科技创新，打造绿色低碳品牌。魏桥创业集团高度重视科技创新带动产业绿色发展，每年研发投入占销售收入的比重达 3% 以上，2022 年达到 3.73%。不断深化产学研合作，充分利用魏桥国科研究院、魏桥创业院士研究院等一系列产学研用平台，围绕新型纤维材料、新型纺纱、功能性面料、智能穿戴等方面开展研发。

其次是推动装备升级，提升智能制造水平。近年来，魏桥创业集团先后建成了绿色智能化纺纱、特宽幅印染、嘉嘉家纺、尚尚运动等多个智能化项目，综合用工、能耗、用水分别节约 50%、40%、20% 以上，打造了世界领先的全产业链智能矩阵。

第三，发展循环经济，提高资源利用水平。循环经济所触发的产品结构及运营模式调整是碳中和的战略举措，也是绿色低碳愿景与长期发展的重要耦合点。一直以来，魏桥创业集团在可再生领域不断探索投入，建设再生棉车间、高档气流纺生产车间，对纤维进行回收利用，对各类下脚料吃干榨净、变废为宝，最大程度地实现资源利用最大化。强化设备管理，做好重点耗能设备的用电管理，优化工艺过程控制，加强余热和废水回收利用。顺利通过 Oeko tex standard 100 国际生态纺织品和 GRS 全球回收标准等国际系列认证。

第四，优化能源结构，提高绿色能源比重。优化能源结构是魏桥创业集团降碳行动中的基石举措，2019 年，集团利用厂房屋顶建

设了 300 兆瓦分布式光伏发电项目，年可节约标煤 10.34 万吨。未来，将持续加大清洁能源投入，充分利用太阳能、风能等绿色能源，为实现“双碳”目标奠定良好基础。积极开展新型储能、氢能等前沿储能技术应用，抢占行业制高点，探索能源供给侧减碳新路径。

第五，深化协同合作，引领产业链绿色发展。与中国纺联社责办合作，开展全价值链碳排放基线调查与碳减排赋能计划，启动产品全生命周期评估。嘉嘉家纺与罗莱家纺合作，率先开展了魏桥纺织 60S 紧密纺精梳棉纱及嘉嘉家纺—罗莱家纺全棉家纺四件套碳足迹测评，魏桥纺织 1kg60S 紧密纺精梳棉纱的碳足迹值仅为 4.393 千克二氧化碳当量，在行业内同类产品中处于最优水平。

引领产业链伙伴深度参与到减碳行动中

张红霞表示，作为纺织业和铝业的行业领军者，魏桥创业集团推进“双碳”战略的意义不仅是自身实现绿色低碳发展，更在于通过企业在产业链中的影响力，建立气候领导力，引领链条中的所有伙伴一起深度参与到降碳行动中，持续推动绿色发展和可持续发展，为应对气候变化等全球性挑战贡献积极力量。下一步魏桥集团将充分发挥科技创新的支撑引领作用，赋能传统产业转型升级，始终坚持生态优先的发展战略，大力推进节能低碳发展，加强清洁安全发展，推动再生循环发展，全面推进企业绿色低碳可持续发展。

科创引领，以先进技术和绿色产品引领行业发展。一是加强产学研合作。充分利用魏桥国科研究院、魏桥创业院士研究院等 20 余家创新研发平台，加快科技成果转化和项目落地。二是加强产品创新。继续按照研发实施一批、列入规划一批、技术储备一批、调查关注一批的思路，以序列化的方式来规划研发项目的策划和实施。三是加强技术创新。要组织员工广泛深入持久开展各种形式的劳动和技能竞赛，深化技术革新、技术协作、合理化建议和“小发明、小创造、小革新、小设计、小建议”等群众性创新活动，大力推进优秀职工创新成果在生产实践中的推广应用。

数字赋能，以智能化改造推动节能低碳发展。纺织智能化改造是行业未来发展的大势所趋，近年来魏桥创业集团智能化改造也充分证明了其在节能降碳方面的优势。未来，集团将持续加大智能化改造力度，力争在“十四五”期间全部完成纺织存量资产的智能化改造，推动企业走向数字化、网络化、智能化。

生态优先，以高度的社会责任推动绿色低碳发展。持续推进资源全面节约和循环利用，大力发展再生棉技术；持续优化能源结构，加强绿色再生能源利用，计划投资建设 100 万千瓦的光伏发电项目、100 万千瓦的风电项目，提高绿电比重；持续优化产业链协同发展，加强与中纺联社责办和价值链伙伴的技术协作，做好碳减排赋能计划和产品全生命周期评估，减少纺织产品的碳足迹输出，以高度的社会责任做好“双碳”工作，持续引领行业绿色发展。

党的二十大报告指出：推动绿色发展，促进人与自然和谐共生。魏桥创业集团厚植家国情怀，坚定不移走绿色发展之路，以打造“绿色魏桥”为初心，以建设“生态魏桥”为使命，正全力推进企业绿色低碳高质量发展。[A]



新变革下的品牌价值如何提升？ 中国纺织服装品牌大会揭晓答案

本刊记者 万晗 云娟娟

5月31日，中国纺织服装品牌大会在浙江省湖州市召开。大会以“新变革下的品牌价值提升”为主题，汇聚知名专家学者、行业大咖、品牌精英，从技术创新、文化自信、绿色环保、消费引领等多个维度，通过多角度、多层次的分析和探索，深度解析品牌价值提升的重要性和独特性，为促进品牌建设高质量发展、满足人民群众对美好生活的新期待、实现共同富裕的目标做出了积极而有意义的探索。

本届中国纺织服装品牌大会由中国纺织工业联合会、湖州市吴兴区人民政府共同主办，中国纺织工业联合会品牌工作办公室、湖州市吴兴区织里镇人民政府承办。来自全国工业和信息化系统、行业协(商)会、品牌企业、区域品牌、创意设计园区、新闻媒体的近500人线下参加了本次大会，线上同步直播观看超过1.66万人次。



会议现场。

新时代新动能 创新引领强国发展

改革开放40年来，湖州织里凭借“敢想敢为、创新创强、开放开明”的精神，实现了改革、创新、发展。为推动童装产业升级，织里引导企业向设计和销售两端发力，做优做强品牌品质。步入新时代，织里正大力转型升级，不仅表现在童装产品结构升级，更体现在织里产业结构的整体优化。

湖州市委常委、常务副市长吴智勇表示，在深入贯彻落实党的二十大精神、以昂扬姿态迈向新征程的重要时刻，湖州在服装品牌蝶变中有三个比较优势。一是湖州历史悠久，服装品牌打造内涵深厚；二是湖州环境优美，服装品牌发展底气十足；三是湖州平台广阔，服装品牌崛起潜能无限。中国纺织服装品牌大会在湖州召开，必将带动湖州服装品牌走向全国、走向世界。

品牌工作对于建设纺织强国的重要性不言而喻。工业和信息化部消费品工业一级巡视员曹学军介绍了《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022-2025年）》等系列品牌建设政策措施。作为“三品”战略的重要内容，品牌工作对于行业转型升级、结构调整、上下游融合发展和产业链附加值提升具有重要意义。曹学军对系统推进纺织服装品牌工作提出几点建议：提升创意设计园区服务、产业升级和时尚城市建设能力，提升消费品牌带动供应链协同发展能力，提升制造品牌培育产业链竞争新优势能力，提升区域品牌赋能中小企业价值升级能力。

现阶段，中国纺织服装品牌建设的特征及品牌价值提升方向是什么？“品牌凝结技术创新、文化创意，承载价值理念、社会信誉，是消费趋势和区域经济的风向标，是产业内涵和国家形象的定盘星。新发展格局下，中国品牌的觉醒与进化，必将助推现代化产业体系建设。”国际纺织制造商联合会主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲指出，现阶段中国纺织服装品牌的发展表现为“三个提升”——对冲市场风险的柔韧度提升、凝聚消费文化的感召力提升、引领绿色发展的内驱性提升，中国品牌正向全球价值链高端跃升。

围绕未来中国纺织服装品牌的价值提升，孙瑞哲提出四点建议，一是保持定力，秉承匠心精神，优化产品供给能力，品质是底线；二是保持活力，筑牢迭代思维，强化品牌模式创新，创新即活力；三是保持合力，融合系统边界，深化跨界资源共生，合作是必然；四是保持愿力，坚守长期主义，沉淀品牌文化价值，文化即大道。

新阶段新格局 重磅发布指引行业发展

本届中国纺织服装品牌大会立足新阶段、新理念、新格局，遵循“科技、时尚、绿色”行业新航向与消费新方向，引导品牌高质量发展。

会上，中国纺织工业联合会副会长杨兆华分享了《2022年中国纺织服装品牌发展报告》。报告指出，过去的一年，行业综合景气低位波动，生产增速有所放缓，内销市场恢复缓慢，面对新局面，品牌整体承压运营。在迎接新挑战的过程中，品牌竞争力优势凸显：出口支撑作用显著，制造品牌成为生力军；依托数字化驱动，品牌制造力显著增强；面对新消费方式，品牌引领力不断提升；着力区域品牌建设，品牌协同力逐步加强；注重绿色发展，品牌可持续力更受关注。

党的二十大提出了实现中国式现代化目标，中国纺织产业如何实现产业目标？中国纺织经济研究中心主任华珊解读了《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035）》，深入分析了建设纺织现代化体系的的七项行动，即推动全球行业进步的纺织科技创新、突出文化引领的纺织时尚升级、纺织绿色制造和履行社会责任、适应现代化发展的纺织人力资源保障、促进东中西协调的纺织区域融通发展、保障产业安全的高效国际供应链提升、数字经济和纺织行业深度融合发展。

国际化的产业集群地和区域品牌该如何打响？早已享誉全球的织里童装最新的发展情况如何呢？

在专题发布环节，湖州市吴兴区织里镇党委副书记、镇长丁百川作了“在织里看见童装时尚”产业推介，分享了依托深厚的文化底蕴“老成持重”的织里，凭借优越的地理位置、强大的产业实力、自信奔放的年轻态，呈现出强劲发展势头。目前，织里童装企业有14000家、电商企业8000家、年销售额700亿元、年产童装15亿件(套)，同时也是全国最大的羊绒服饰品牌集群，上市企业5家，今年新引进3亿元以上

新驱动新思路 高端论坛为品牌价值赋能

随着数智化时代的到来，新变革也为行业发展提出了新的命题。对此，品牌该如何实现价值升级？本次大会汇聚品牌精英、专家学者以及行业领袖、先锋人物等，围绕“数字驱动创新价值、时尚驱动文化价值、消费驱动商业价值、绿色驱动社会价值”四大主题分享了中国品牌价值提升的新思路、新举措。

成功的制造品牌是让业界肃然起敬的实业榜样。山东魏桥创业集团有限公司董事、魏桥纺织股份有限公司总经理魏家坤作题为“创新引领发展 数字点亮未来”的分享，解读了魏桥纺织这家具有全球竞争力的企业在今年一季度取得两位数增长背后的秘密。近年来，魏桥纺织以“链式思维”培育产业智能矩阵，建设了11个智能化分厂，形成了“纺织—印染—家纺、服装”完整的智能化产业链，打造了国际领先的纺织绿色智能化工厂，形成了智能、数字、未来化的一站式印染工厂，创建了满足终端消费者需求的家纺、服装智能化工厂。

任何一个成功的品牌都离不开制造带来的强有力支撑，特别是新制造的澎湃动力令品牌插上快速腾飞的翅膀。淘天集团犀牛智造首席创新官张帅表示，犀牛智造是阿里巴巴集团“五新”战略中“新制造”的重要组成部分，是阿里赋能和升级制造业的战略桥头堡。犀牛智造以成衣制造行业为切入点，面向成衣制造市场订单小、款式多、变化快的趋势，为服装制造工厂提供智能化的柔性制造平台。

当下，中国的本土服装品牌应该如何表达中国的品牌文化？传递怎样的品牌精神与价值？三寸盛京国风高定品牌及成锦衣局国风品牌创始人兼设计总监张突然通过“就玩着传承吧”主题，分享了关于人生、工作、梦想的趣事。他表示，经典国风文化的传承从来不止复刻，而是在传承中加入新意，打破、重构、再造。

成功的品牌理念来源于生活又高于生活，它们总会传承经典而又与时俱进。江南布衣集团企业公关总经理郑丹丹在题为“让传统活在当下、成为未来”的演讲中表示，品牌矩阵覆盖多元消费群体，让消费者“感知美好”，构筑品质生活的态度，表达了江南布衣艺术探索、人文关怀、社会责任的企业使命。



纺织服装创意设计试点、示范园区(平台)发布。

项目6个，立讯精密项目成功落户，营造了织里一流的营商环境。

一流的产业集群需要塑造一流的服装品牌，成为百亿品牌是每个中国服装品牌的心中所愿。大会特邀君智百亿战略咨询董事长谢伟山作“百亿品牌中国策”主题报告，他提出了国潮热、大市场、新战略的百亿大机会，并就孙子兵法中的“以正合，以奇胜”展开新战略，分享了“以正合”有关的产品、渠道、传播、运营的战备报告，以及在“以奇胜”宗旨下，企业如何赢得竞争、引领行业的关键专项，如何出其不意的战法制服常规战法的战役报告与案例分享。

品牌需要榜样的力量。正是他们的引领让众多企业的品牌建设有了目标与方向。大会“成果发布”环节，工业和信息化部发布了“纺织服装创意设计试点、示范园区(平台)”和“重点培育纺织服装百家品牌(2022版)”名单；中国纺织工业联合会发布了“2022中国纺织服装优秀品牌人物”名单；“织里童装”区域品牌logo也首次在公众与行业视野中震撼亮相，标志着织里童装品牌升级迎来新的里程碑时刻。

在国家提出“双碳”战略目标之时，可持续发展已成为每个成功品牌未来的必经之路，中国服装品牌更是走在了世界前列。在“多品牌时尚集团的可持续转型战略”主题报告中，歌力思集团首席可持续时尚官Dominique Simard表示，歌力思倡导在产业变革中发挥建设性作用，共促可持续发展、负责任消费，为建立一个更加美好的世界承担应有的社会与环境责任。现阶段主要聚焦及发力在减少碳排放、倡导循环经济与保护生物多样性方面。

绿色品牌离不开绿色的供应链，上游的纤维开发与应用是品牌决胜的起跑线，赛得利集团可持续发展副总经理黄文彬在“走向绿色未来：赛得利可持续发展的探索与实践”演讲中表示，赛得利集团的可持续发展目标是实现气候与生态系统保护、闭环清洁生产、创新与循环、包容性成长。

有厚度的品牌离不开文化的引领，文化认同是实现品牌情感共鸣的核心要素。INXX联合创始人铁手在“新文化新品牌”演讲中，分享了文化认同、情感价值、圈层认同等。为顺应“新”文化趋势，INXX于2013年开始布局中国潮流文化商品开发，积累自身核心竞争力，摆脱同质化竞争。2023年，作为青年文化品牌管理和青年品牌孵化的公司，INXX已经形成了颇具特色的品牌矩阵。

敢于创新的品牌不仅需要满足市场需求，还需要创造需求，引领新的价值方向。大连泛瑞客制衣有限公司董事长初雪梅在“用好产品满足客户期望，为市场创造无限想象”的主题演讲中表示，品牌不是冰冷的牌子，是生活方式的价值体现。大连泛瑞客制衣有限公司旗下品牌AruGaw 诺尔既是继承者又是求索者，致力引领潮流时尚，传承意式定制西服，并结合国人的特质进行改良与革新，打造属于中国人的时尚流派。

本次大会倡导多元化思维，以创新的理念和开放的态度拓展了中国纺织服装品牌在全球市场中的地位和影响力，与会嘉宾在参观和交流过程中，体会到了更多品牌价值升级的新思路。大会期间还举办了童装时尚产业对接沙龙，以及第三届中国(吴兴织里)童装时尚周等活动，为推动中国纺织服装区域品牌建设、自主品牌提升与破局注入了新的活力和动力。TA

透过多项领先， 探究纺城知识产权保护之道！

■ 本刊记者_王利 文/摄

高价值知识产权的创造是高质量发展的新动能，知识产权保护工作则是高质量发展的重要保障。作为一头连接创新、一头连接市场的纽带和桥梁，知识产权不仅是引领发展的第一动力，更是创新发展的刚需。作为全球最大的纺织品集散中心，在数万市场经营户和企业家的深耕厚植下，中国轻纺城每天都有大量的新花型、新产品面世，可以说破解知识产权保护难题是纺城领跑高质量发展的重要途径。



市场繁荣的背后有知识产权保护在“护航”。

近期，浙江首个知识产权广场——绍兴市柯桥区东升路知识产权广场落成并举行揭牌仪式，发布首批33家“知识产权示范经营户”榜单，开启柯桥纺织知识产权保护新篇章。作为全国最大的纺织产业集群基地之一，柯桥区纺织业产能约占全国1/3，全球近1/4纺织产品在中国轻纺城交易。2022年，中国轻纺城“线上+线下”年成交额突破3300亿元，再创发展新高。而市场繁荣的背后，有知识产权保护在“护航”。

作为国家首批知识产权强县建设示范县、国家首批知识产权纠纷快速处理试点区，柯桥区成立了全省首个区级知识产权保护中心和全国首个纺织领域知识产权快速维权中心，首创纺织品“花样数治”，开创全国花样版权保护领域跨省共享共保先河……多项领先的背后，是柯桥区近年来政企携手，不断加强知识产权保护的缩影。



面料设计背后的艰辛与开心

时尚潮流千变万化，只有不断创新才能勇立潮头，作为“面料王国”的柯桥深谙此道。位于东市场的畅想纺织主营差异化时尚印花面料，集研发、设计、生产、销售于一体，有专业的花型设计师和配色师团队，每天可推出5—10款新品，经过市场和客户需求检验，这些新品中或许只有3%—5%能成为当季的精品、爆款，但是畅想纺织从未停下创新脚步。

“面料创新不是一个简单的事情，什么材质、肌理的底布与什么样的花型、色彩搭配，新花型品质和颜色是否稳定，都是需要不断开发试样的，时常会面临批样报废的情况，其背后的成本不言而喻。而且，我们花费大量心血和成本研发出的一个爆款，往往短期内市场就会出现跟风的现象，相同或类似的产品层出不穷，因此我们希望通过知识产权保护让原创面料的‘花期’更长。”畅想纺织总经理吴丽虹感慨道。

创新不易，坚守更难。“面对巨额投入、同行模仿、客户转单，我曾多次问自己坚持自主创新到底值不值得？不过每当我们的花型被客户认可，受到市场追捧成为爆款时，我就更加坚定了原创的初心。”吴丽虹说道。对此，“红枫叶”纺织总经理曹彩荣深有同感：“原创背后的艰辛与开心只有经历过才知道。”

走进位于东升路市场B区5楼的“红枫叶”纺织，数百平米的超大展厅内整齐地排列着天丝、麻、人丝、棉等各种



创新 VS 保护，二者缺一不可

面料创新重要还是版权保护重要？吴丽虹认为，没有面料创新谈何版权保护，没有保护企业哪有继续创新的动力，二者缺一不可。曹彩荣表示，一味模仿终究不是长久之计，创新才是面料企业发展壮大的永恒宝典，版权保护可以为企业提供更好的创新氛围和条件。

作为中国轻纺城市场首批“知识产权示范经营户”之一，畅想纺织多年来一直坚持原创设计，从底布开始把关，研发出天丝、棉、涤，以及各类新型原料的底布，将印花与烂花、剪花等多工艺完美融合，形成独具特色的面料风格。为引领时尚潮流趋势，公司内部专设研发设计部门，外部与POP、蝶讯等国内外领先的趋势预测机构合作，时刻关注趋势变化和潮流更迭。

面料创新和版权保护两手抓是近年来畅想纺织发展的主攻方向。“公司大量的原创设计花型在赢得客户青睐的同时，也面临被同行模仿的困扰，依托柯桥‘快维中心’，一周左右就拿到外观设计专利授权证书，无疑为企业创新提

供了一层保障。前段时间公司的一个爆款刚上新不久，就被一家企业模仿了，我们积极沟通协调，告诉对方这个花型公司已经注册专利，对方立马就下架了，可以看出市场经营户尊重原创的意识在不断提升。”吴丽虹说道。

同样作为中国轻纺城市场首批“知识产权示范经营户”之一的“红枫叶”纺织，从纤维特性开始设计研发，产品以梭织肌理类面料为主，聚焦时尚舒适、绿色环保，构建起差异化、时尚化、多元化产品体系。近年来，“红枫叶”纺织在注重面料创新的同时，不断加强版权保护力度，希望新产品能得到有效保护，也为柯桥知识产权保护工作贡献一份力量，共同营造良好的创新创业氛围。

曹彩荣表示，近年来，随着柯桥纺织转型升级，越来越多的经营户走上自主创新之路，相信在政府、市场、经营户三方共同努力下，市场营商环境和创新氛围将不断优化，进一步激发经营户内生动力和创新活力，力推整个中国轻纺城良性发展。

如何织密知识产权“防护网”？

俗话说：“众人拾柴火焰高”。对于纺城柯桥而言，推动整个中国轻纺城都形成尊重知识产权的氛围，是优化营商环境的关键，对创新创业、招商引资、汇聚人才等都会产生积极的影响，从而推动柯桥纺织行业企业高质量发展。如今的纺城柯桥，企业知识产权的保护意识已逐渐蔚然成风。

在柯桥区国家级知识产权快速维权中心，每天前来办理专利申请的纺织企业不在少数。据了解，2022年新增专利授权5817件，其中发明专利授权516件，受理花样版权登记申请10147件、发证8656件。同时，柯桥区纺织工业设计基地企业设计服务性营收3.79亿元，带动服务对象形成销售收入449.23亿元，柯桥以创意设计赋能产业链价值，持续提升时尚创造力与影响力。

目前，纺城柯桥已构筑起行政保护、司法保护、仲裁调解、行业自律“四位一体”的知识产权保护体系，以纺织全产业链知识产权发展为抓手，打通知识产权创造、运用、保护、管理、服务“全链条”，为柯桥纺织高质量发展提供核心支撑。据了解，“快维中心”通过AI赋能，搭建起纺织品“花样数治”应用平台，场景应用涵盖网上花样登记、区块链备案和存证、AI自助查重、金融服务、司法审判、维权调解等功能，实现花样版权登记、管理、维权全链条线上服务，加快纺织类外观设计专利审



查和授权，授权时间由6个月压缩至7天内完成，实现柯桥区专利授权“加速度”。

为突破知识产权保护地域局限性，柯桥联络山东潍坊、江苏南通、广东佛山等全国主要纺织产地，签署《四省纺织品花样版权保护联盟协作机制》，形成纺织品市场版权保护“协作联合体”，开创全国花样版权保护领域跨省合作先河。

党的二十大提出，要加强知识产权法治保障，加快实现高水平科技自立自强，强调创新是引领发展的第一动力，保护知识产权就是保护创新。以党的二十大精神为指引，纺城柯桥将切实抓好知识产权领域各项工作，打造良好的版权生态，激发市场主体创新活力，打造贯穿人才链、创意链、产业链、金融链的纺织产业协同创新生态系统，构建起知识产权保护“柯桥模式”。TA



心之所向，素履以往

访绍兴源黛码纺织品有限公司创始人章涵希

■ 本刊记者_边吉洁



打造爆款、快时尚服装是章涵希擅长的事情。边吉洁/摄

服装设计师，是一个将艺术与生活相结合的时尚职业。这些对服装的色彩、质感、搭配等进行艺术表达和造型创作的人，他们有着超乎常人的对待服装的敏锐感与前瞻性。

柯桥本土设计师章涵希就是这群人中的一员，她是柯桥区创意设计人才“经纬计划”（第三批）A类人才，曾留学韩国，毕业于亚洲顶级设计院校韩国弘益大学。2016年参加“七购杯”首届原创设计大赛获得最佳原创设计时尚奖，毕业后又在森马、雅莹等国内一线品牌工作，2019年回到柯桥创立了绍兴源黛码纺织品有限公司。相较于其他设计师大胆前卫的设计，章涵希属于市场型设计师，主打女装、童装及羽绒服等，设计的服装风格更加贴近生活，倾向于舒适实穿性。

初心不改，落地生根

出生在绍兴，仿佛从小就被贴上了与“纺织”相关的标签，也在章涵希心中埋下了种子。问及为何选择服装设计，章涵希说道：“做服装设计师是从小的理想，随着成长，心里的种子生根发芽。在高中学习期间，我的美术老师发现了我对色彩有着天然的敏感性，这也开启了我走向服装设计的大门。”

高中时，章涵希开始学习美术，凭着本身的美感基础和辨色天赋，顺利地考上了浙江理工大学服装设计专业，再出国进修，毕业以后进入社会，义无反顾地选择了从事服装行业。至今入行已经有十多年，她从未停下过前进的脚步。

近年来，柯桥纺织对原创能力的需求不断增强，纺织和设计双向赋能，不断释放柯桥纺织“从布到衣”的发展潜能，政府和企业对设计的重视更为设计师创业提供了不错的发展环境与前景。“2019年是充满挑战的一年，当时刚回到柯桥创业就遇到疫情，公司业务一度遭



重创。通过创意设计人才‘经纬计划’，我的创业之路才得以持续。”章涵希说道。

加入创意设计人才“经纬计划”后，柯桥政府组织了一场场对接会和设计师进市场选品活动，为设计师与面料企业提供了直接接触与交流的机会，这也进一步打开了章涵希的知名度，为源黛码纺织发展奠定了基础。目前，章涵希已与轻纺城东市场、联合市场、北市场内的多家面料企业建立长期合作，近期刚完成设计制作的样衣将被带到国外巡回展出。

作为市场型设计师，打造爆款、快时尚服装是章涵希擅长的事情。“独立设计师品牌要走在时尚前沿，元素要新，单品的价格高一点客户也能接受。但要打造市场爆款，则需要真正落地，了解品牌与市场消费需求，根据品牌定位和需求趋势来设计。特别是在与面料企业的合作中，在加工简单、设计简约的基础上，要着重展现面料差异性，挖掘面料发展成爆款的潜质，同时还要控制成本。”对此，章涵希深有体会。在柯桥创业，她正好可以依托柯桥纺织的产业链优势和面料资源，将新面料运用在自己的设计当中，更好地为面料企业及服装品牌服务。在入选创意设计人才“经纬计划”后，章涵希明显感觉到获得了企业更多的信任，找寻面料也更加便捷。

不设边界，无限可能

在内需消费升级、品牌格局面临调整的大环境下，纺织服装行业也正经历着“洗牌”：或转型升级，或淘汰出局。作为设计师以及销售者，品牌的生死存亡与大众需求密切相关。在变局中乘风，就需要不断思变、全面布局。

对于未来的发展，章涵希有着自己的思索。她表示，对设计师而言，市场流通款对设计的要求不会很高，受市场需求局限，设计师可能沦为一个做衣服的机器；而设计秀场款的服装可以尽情诠释自己对时尚的理解、个性的表达，但往往又不被大众轻易地接受。“如何在这时尚与市场需求之间寻求一个平衡点是我需要探索的，现在的市场瞬息万变，我不轻易给自己定位和设限，会向不同的方向尝试探索。”章涵希说道。

今年，章涵希就减少了对市场款式的精力投入，决定转向秀场这一赛道。据悉，章涵希已成立新的服装品牌——立希越早涵，品牌名取自她的名字，传达了她对设计、自我、生活的追求与感悟。除此之外，章涵希也已着手设计走秀系列服装，计划参与国内各大秀场发布。“此次走秀系列服装是新国风的风格，与同为‘经纬人才’设计师的邹迎双老师合作设计。以‘春见、寂夜、秋望、喜树’为主题，创作春、夏、秋、冬四个系列，以邹迎双的漆画为灵感来源，以中国传统技法为元素，将传统文化与时代潮流相结合，让传统文化和柯桥面料展现在各大时尚舞台。此系列计划在柯桥秋季时尚周正式推出。”章涵希说道。

在“落地”柯桥的这几年，章涵希时刻关注着行业的发展，不断提升自我应对变局的能力。未来，章涵希将持续发力，运用自己的专业优势，拓展服装设计的视野和界域，发现更多的可能性，满足面料企业和自身品牌的双向需求，为柯桥纺织创造更多的价值。TA

Focus / 聚焦

精准对接，迸发 1+1>2 的发展合力

■ 本刊记者_王利

追寻红色记忆，赋能丝路传奇。近日，“丝路柯桥·布满全球”走进中国品牌服装制造名城·江西赣州（于都）招商、面料对接会成功举办。中国轻纺城国际面料采购中心、南区市场等近50家优质面料企业奔赴江西赣州于都，与当地300余家服装生产企业进行面对面招商推介及面料精准对接。柯桥区委常委、中国轻纺城党工委书记袁笑文出席活动并致辞。

袁笑文在致辞中指出，于都与柯桥两地纺织产业相通、产品优势互补，纺织企业合作密切。于都作为闻名全国的革命老区，近年来，紧紧围绕建设“赣州纺织服装产业带”核心区，正焕发出时尚新活力。中国轻纺城庞大的市场集群、丰富的纺织产品、时尚的纺织信息，是服装企业创新之源，柯桥中国轻纺城可以为服装企业提供从面料、色彩、图案到成衣版型等全方位服务。此次走进于都，再一次将柯桥和于都两地紧密联系在一起，为两地的纺织服装和面料企业的合作与发展提供更多机会。

寻样、洽谈、加微信……现场商贸氛围浓郁，赣州（于都）服装企业与轻纺城面料商围绕服装面料的生产、加工、销售等环节开展面对面交流，供需双方洽谈愉快，火热交流的场景折射出两地纺织服装产业发展的蓬勃生机。利泰纺织、喜来纺织、老鲍纺织等柯桥优质纺织企，共展出了5000多款全品类女装以及工装、校服面料，色彩丰富、工艺齐全，为到场服装品牌提供多样化选择。

活动现场，柯桥区开发经营集团负责人向于都服装企业发出邀请，希望对方入驻中国轻纺城国际面料采购中心，提升柯桥面料与江西赣州于都服装黏合度，让“于都服装”和“纺城明珠”强强联合，进一



于都对接会现场商贸氛围浓郁。

步畅通产业链，迸发新优势。早在2021年，轻纺城国际面料采购中心已组织优质经营户赴于都开展精准对接活动，并与于都县服装服饰行业协会签订了战略合作协议。这次的深度合作更为打造富有联动效能的线上线下供应链体系奠定了基础。

轻纺城建管委相关负责人表示，在以内循环为主体的格局下，产业链上下游只有协同创新、优势互补，积极深挖内需市场潜力，才能有效畅通纺织产业链“内循环”，打造国际合作和竞争新优势。本次对接会专为柯桥面料供应商和于都服装企业定制举办，旨在促进产业链上下游优势互补，推动区域协同创新发展，让两地纺织服装产业迸发出1+1>2的发展合力。

供需互联，畅通产业循环

近日，中国轻纺城优质窗帘企业走进郑州锦荣专场对接会在锦荣国际轻纺城举行，40余家中国轻纺城北联市场、天汇市场优质窗帘企业及锦荣国际轻纺城窗帘区商户代表参加了活动。活动中，双方签署《中国轻纺城、锦荣国际轻纺城窗帘产业集群战略合作协议》，推进柯桥、郑州两地迈入借力发展，实现优势互补、资源共享的合作新阶段。

在对接会现场，北联市场、天汇市场窗帘企业展出了各自最新和热销的产品，为锦荣国际轻纺城商户提供了多元化的选择，凭借出色的品质与先进的生产工艺，产品获得了青睐与认可。对接期间，两地企业面对面进行了深度洽谈咨询，交流气氛热烈，互动频繁，多家商户企业达成合作意向，其中，裕丰、嘉空间、御品绣庄等当场接单成交，成果丰硕。

本次“走进郑州”专场对接会，是中国轻纺城窗帘企业继3月份“走进成都”后的再一次成功对接，通过搭建窗帘产业链上下游企业沟通交流的高效平台，共同探讨窗帘产业未来发展的新技术、新趋势，同时促进两地窗帘产业集群间的商贸交流和协同发展，为双方未来合作提供了更多的可能性。接下来，轻纺城集团将继续发挥市场优势，寻求产业链上下游更多新的合作机会，做好“请进来、走出去”文章，携手发展，实现共赢。（边吉洁）

引商拓市，链动产业

面对面交流推动高效融通，一对一接洽促进协同发展。近日，中国轻纺城坯布市场有限公司携柯桥优质市场经营户前往江苏常熟，金典坯布、永和兴纺织、中晖织造、万亚纺织、富莱雅纺织等坯布企业深入常熟服装产销基地，与川泽女装、欧路艾米、苏州橘蓝女装等当地龙头服装产销企业进行精准对接，畅通产业链上下游商贸新渠道。

活动现场氛围火热，双方诚意对接，成效显著。中国轻纺城坯布市场经营户展出热销面料精品，质量上乘、品种多样的坯布产品赢得常熟当地采购企业好评不断，多家常熟服装产销企业与中国轻纺城坯布市场经营户现场达成合作意向，双方初步创建合作机制，搭建起采供双方“一站式”便捷沟通的桥梁。

此外，中国轻纺城坯布市场有限公司考察调研人员走访了常熟服装专业市场、服装生产基地、直播带货基地。交流过程中，中国轻纺城坯布市场工作人员对中国轻纺城市场数字化建设成果进行宣传推介，现场建立了坯布市场服装面料采购商交流群组，便于下游企业寻样问价及采供双方的沟通联络。

作为全国重要的纺织服装产业基地，江苏常熟集聚了5000余家纺织服装企业，从业人数达到30余万，产业积淀深厚，链条丰富完善。以常熟巨大的纺织服装市场与柯桥庞大的优质坯布供给为基础，本次活动为两地企业之间的资源对接提供了新的发展契合点，加深了柯桥、常熟两大千亿级纺织服装产业集群的深度链接，将有力推动两地产业集群上下游优势互补，实现合作共赢。（周榆清）



领导一行共同启动第五届中国苏州江南文化艺术·国际旅游节“丝韵江南”活动、2023 盛泽时尚周。



绸都盛泽： 以文化为底，绘时尚蓝图

■ 本刊记者 陶红

从一滴油到一匹布、从一根丝到一个品牌，新时期盛泽持续完善纺织产业体系，千亿级市场、千亿级产业、千亿级企业相互辉映，“丝绸古镇、纺织名城、时尚之都”次第发展……依托深厚的文化底蕴、完备的体系优势、持续的创新能力和盛泽已成为行业高质量发展的引领者、纺织现代化产业体系建设的排头兵。而今绸都盛泽从“织造基地”向“时尚高地”攀升，用文化与时尚联通世界。



5月29日—6月1日，由苏州市吴江区人民政府、江苏省纺织工业协会主办，中国纺织工业联合会、中共苏州市委宣传部指导的第五届中国苏州江南文化艺术·国际旅游节“丝韵江南”活动、2023 盛泽时尚周精彩上演，集聚产业资源、创新时尚因子，联结江南文化与时尚生活，为全球观众呈现了一场经典的创意盛宴。

在5月29日举行的开幕式上，国际纺织制造商联合会主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，工信部消费品工业司一级巡视员曹学军，吴江区委书记李铭，苏州市人民政府副秘书长盛乐，恒力集团副董事长范红卫，盛虹集团副董事长唐金奎，江苏省纺织工业协会会长韩平，吴江区委常委、吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记沈春荣，吴江高新区管委会主任、盛泽镇党委副书记、镇长徐惠林共同启动第五届中国苏州江南文化艺术·国际旅游节“丝韵江南”活动、2023 盛泽时尚周。

用丝绸文化讲好发展故事

作为一座产城深度融合的时尚和纺织重镇，盛泽以丝为源头，在历史的针线中织就千年锦绣，“日出万匹、衣被天下”，丝绸纺织薪火相传。

近年来盛泽持续推进产业、市场、城市三位一体融合发展，突出特色、强化制造。作为行业高质量发展的排头兵，建设具有完整性、先进性、安全性的纺织现代化产业体系，盛泽要走在前挑大梁，成为样板，多做贡献。对盛泽未来发展，孙瑞哲提出了三点建议。

一是聚焦完整性，坚持协同演进，完善产业生态，融入国家重大区域战略，构建优势互补的产业布局，以盛泽区域品牌为核心，加强三次

产业融合发展，构建大中小融通、产供销协同的格局，强化场景创新，推动纺织产业融入时代风物、自然风貌与生活风情，在产城文旅融合中形成生产、生活、生态价值新空间。

二是聚焦先进性，坚持创新驱动，提升引领能力，把握创新趋势，培育增长引擎，不断拓展产业边界，丰富产业内涵，发展智能制造、生物制造等制造新模式，布局大健康、生成式AI等应用新领域，充分释放创新的价值叠加倍增效果，培育先进制造集群、数字产业集群、新材料集群等未来产业集群。

三是聚焦安全性，坚持固本培元，夯实产业基础，强化制造能力，立长远、调结构、抓关键、优供给，巩固提升盛泽纤维全产业链优势，加强高性能纤维、生物基纤维等领域的关键技术和装备发展，巩固优势产业领先地位，在产业专业化、差异化、特色化上下功夫，将纺织专精特新做到极致。

丝绸是最江南的文化符号，也是吴江最靓丽的名片。李铭在开幕致辞中表示，吴江区将推动纺织产业传承和创新发展，让新技术、新设备、新业态、深度的嫁接和文化深度的联动，努力为全球高端纺织产业聚集的发展当好领跑者和引领者，全力打响苏州制造品牌。未来，吴江区将不断提升盛泽时尚周这一活动品牌的影响力，立足产业集群的优势，集聚更多时尚的资源。

开幕式上，沈春荣推介了“丝韵东方·时尚盛泽”。他表示，盛泽将继续发扬“开放包容、守正创新、务实奋进”的城市精神，提振“敢为、敢闯、敢干、敢首创”的担当作为，抢抓长三角一体化发展、环太湖“科创圈带”建设战略机遇，对标“创新湖区、乐居之城”新要求，加快产业转型升级步伐，不断做强做优做深做透，推动盛泽丝绸纺织向“微笑曲线”两端延伸；前瞻谋划“三位一体”轨交布局，以高铁片区高位规划建设，带动城市品质全面提升，强化时尚增长极，打造“江南首秀场、浪漫新水乡”；大手笔做好丝绸文化文章，统筹“产城商、农文旅”融合发展，用丝绸故事讲好发展故事。

以时尚之笔谱写产业新篇

从丝绸古镇到纺织名城，再到如今的时尚之都，盛泽时尚力量从星星之火呈现出燎原之势。

经过连续3届的沉淀积累，2023 盛泽时尚周结合第五届中国苏州江南文化艺术·国际旅游节“丝韵江南”活动同期举办，通过文化赋能时尚产业，助力吴江文化产业加速发展，“融”出盛泽纺织产业的深度和厚度，有效提升盛泽城市文化软实力和对外影响力。

本届盛泽时尚周历时4天，以“丝韵东方 时尚盛泽”为主题，共举办18场秀演、1场时尚大讲堂、2场时尚设计赛事、3场峰会论坛、3场对接会和4天静态展、4天云上展，共展示300多家优质商家、万款面料风采。其中，3名金顶奖设计师、3名国际设计师、1名最佳设计师、6名十佳设计师、12名独立设计师、52名大赛设计师携手22家本土品牌共同演绎绸都时尚，展示盛泽文化创意和时尚产业蓬勃发展的生机与活力。

以未来科技赋能盛泽时尚，以创新之力探索盛泽力量。作为本届时尚活动的亮点之一，盛泽时尚虚拟体验官受聘仪式成功举办，3位盛泽时尚代言人与3位时尚虚拟体验官首次亮相，通过线上与线下、虚拟与现实的沉浸式互动，扩大“盛泽织造”品牌影响力，加速盛泽时尚产业高质量转型，在更广阔的平台上传播盛泽声音、展示发展成果、擦亮时尚形象。

本届盛泽时尚周上，22家本土品牌联袂上演18场大秀，分功能户外、时尚女装、高级定制等三大主题，以“秀”为媒，从创意设计赋能面料创新，全面展现盛泽面料企业实力和产品竞争力，以及本土企业对江南时尚文化的传承和创新。

“南海有花”上久楷·边惠中2023高级成衣发布、“丝缕”桑罗SANGLUO真丝女装趋势发布、“风格永恒 优雅自信”恒信·张鹏时尚女装发布、“踏歌而行”福华世家·ROSEW刘薇科技功能时装发布等共同演绎开幕大秀；“行走在无形之间”会臻|雨正·CHEN.1988付志臣时装发布、“破局”2023/2024AW柳絮荷衣女装定制发布、“APEX”罗曼罗兰户外时装发布等时尚女装主题发布，表达女性特有的着装生命力；“如愿”旗艺·盛亚荣新中式女装发布、“兼爱”欧梦尼亚·OROMO90时尚女装发布、“着色”天唯·Bequityberry王钰涛时装发布等高级定制主题发布，充分展现盛泽面料原创、原产的无限魅力。

“悦界”设界YIWAY新品制造局·科盛达|蔚兰广贸|维泰新材料趋势发布、“脊索·鱼侠”前衍设计时尚发布、“ROAM 遨游”BROLIN博莱·孙德春户外时装发布、“密韵东方”涂泰克·安博功能运动发布、“新生”紫晶花·韩琪户外时装发布、“边缘界面”汉塔·黄光辰2023AW时装发布、“NEWWEAR EXPLORE”兴丰强·皑力运动防寒发布、“无边·无界”逆行者高纬密尼龙·祁刚时尚发布等功能户外主题发布充分展现了“盛泽织造”推陈出新、不断突破的科技实力。

值得一提的是，东方杯·2023中国女装设计大赛决赛、“盛泽杯”2023江苏省十佳服装设计师评选、2023中华杯·时尚盛泽数字艺



6月1日晚闭幕式上领导嘉宾合影。

术应用设计大赛启动仪式在盛泽时装周期间举办。在6月1日闭幕式现场，揭晓了2023盛泽时装周贡献奖、盛泽杯·2023江苏省十佳服装设计师评选优秀面料供应商等奖项，众多盛泽企业载誉而归；同时揭晓了2023江苏省十佳服装设计师、2023江苏省优秀服装设计师获奖名单，并为2022江苏省技术能手颁发证书。

本届盛泽时装周还集中举办了一系列仪式活动，“舜湖D-PARK”项目发布仪式、百家面料品牌暨区域品牌发布仪式、2023中国时尚指数（产业）报告发布仪式、2023第六届中国生态环保面料设计大赛启动仪式等，无一不彰显盛泽为时尚转型厚植产业根基，为人才聚集深耕资源沃土，为品牌培育开辟国际赛道，以时尚之笔谱写盛泽高质量发展新篇章的决心和信心。

聚多方之力赋能区域品牌

作为纺织现代化产业体系建设的领跑者，盛泽处在第一方阵。聚焦“科技、时尚、绿色”，盛泽纺织制造能力、科技创新、品牌建设深入发展，产业高端化、集约化、品牌化、全球化水平不断提升。

本届盛泽时装周“秀、展、赛、会、商”五大板块联动，融产业实力、市场活力与城市魅力于一体，传播盛泽“原产、原创、流行”的时尚文化，向全球展示盛泽“科技、时尚、绿色”发展理念，全面展现“时尚之都美丽盛泽”的高质量发展成果。

开幕当天，以“设计向文化溯源”为主题的第三届中国设计峰会举办，设“聚焦文化自信”和“聚力非遗活化”两个分议题，以嘉宾主题演讲和对话交流的形式共商时尚发展大计。

作为本次峰会的配套活动，同时也是2023盛泽时装周的重要板块之一，“盛泽织造·百家品牌面料设计师专场对接会”同期举办，



盛泽织造·百家品牌面料设计师专场对接会举办。



盛泽织造·百家品牌面料买手采购对接会举办。

助推“盛泽织造”区域品牌商贸推广。百余家盛泽本地优质面料品牌携最新开发面料到场展示，为到会服装品牌代表和时装设计师提供创作新思路。

盛泽织造·百家品牌面料买手采购对接会于5月30日在盛泽东方纺织城举办。来自全国各地的专业买手深度参与，并实地走访盛泽品牌面料企业，进行对接交流，实现互利共赢。

纺织产业要坚持“科技、时尚、绿色”发展，离不开纤维行业的贡献。5月30日，以“跨越经纬 万物可织”为主题的2023国际先进功能性纤维时尚可持续高峰论坛举行。来自政府部门、科研院所、数字服务企业、纺织企业代表和行业专家齐聚一堂，共同探讨产业升级与产品升级、纤维材料的创新发展，进一步深化纺织企业与终端品牌的交流，拓展功能性纤维的应用场景，引导创新成果的产业价值转换，助力打造稳定健壮的产业生态。

为进一步畅通产业链、创新链，推动产业链升级、价值链向高端延伸，助力建设现代化纺织服装产业体系，中国（盛泽）服装供应链新品展示对接会于5月31日举办。此次对接会特设展示空间和知识课堂两大环节，盛泽织造®百家品牌及创新型面辅料供应商聚集展示空间，展示新一季科技功能、时尚创意服装面料新品；知识课堂上，波司登、瑞希 RAXXY、法国 PROMOSTYL、汇美、卓比奥斯等行业专家、国内知名品牌企业负责人，就服装标准、流行趋势、品牌分享进行深入交流。

短短四天的时间里，在一场场时尚秀演、设计大赛和高峰论坛中，盛泽以丝绸文化演绎时尚潮流，时尚对丝绸纺织产业发展的引领和支撑作用越发凸显。

作为长三角一体化发展国家战略示范区的“主阵地”、江苏民营经济的“领头羊”，吴江正加速打造具有国际竞争力的产业创新集群。吴江区委副书记、区长王国荣在闭幕致辞中表示，下一步，盛泽镇将不断探索国内时尚产业与盛泽丝绸纺织产业协同创新、合作共赢的发展契机，通过全新数字主题呈现，吸引更多创新时代的时尚设计力量入驻盛泽，为盛泽丝绸纺织产业注入新时代的时尚元素。

中国纺织工业联合会副会长徐迎新也在闭幕致辞中表示，未来，中国纺织将与盛泽更加紧密的协作，专心做强、做深、做透丝绸纺织行业，以时尚为方向，加快产业的转型升级，朝着创新链前端、价值链高端不断迈进，共同推动世界级高端丝绸纺织产业创新集群的建设，以高质量发展为方向，营造行业时尚转型的良好生态。

作为盛泽丝绸纺织产业最具影响力的时尚盛宴，本届盛泽时装周极大增强了盛泽城市的文化魅力，无论是彰显盛泽“原产、原创、绿色、时尚”的“盛泽织造”，还是融合文化自信、时尚发布、设计赋能、产业对接的发展交流，都折射出吴江丝绸纺织产业的坚韧与创新。随着盛泽时尚创意产业蓬勃发展，越来越多盛泽本土时尚品牌强势崛起，盛泽与盛泽时装周未来都将更精彩。

看点集锦

东方杯·2023中国女装设计大赛决赛举办

作为聚焦面料创新与时尚创意的赛事，5月29日晚，东方杯·2023中国女装设计大赛再度拉开时尚战幕，31位新锐设计师以盛泽优质面料为载体，围绕女装品类展开角逐，争夺各类专项大奖，呈现优质面料与创意设计双向奔赴的精彩大秀。

最终，来自杭州寅蕴服饰有限公司的马海昆以一组《OBLIVIOUS》斩获金奖；来自中原工学院的鞠承贤与来自南昌毓秀泰德服饰有限公司的余国强分别斩获银奖；来自CHEN1988工作室的王先凡、独立设计师陈思坤分别斩获铜奖；来自江苏国泰盛实业股份有限公司的花毅荣获网络人气奖。



2023盛泽“时尚之都”大讲堂开讲

5月29日，2023盛泽“时尚之都”大讲堂举行。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲以“深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，推动纺织行业现代化产业体系建设”为题开展专题授课。中国纺联社会责任办公室主任阎岩，国家纺织产品开发中心主任李斌红，吴江区、盛泽镇领导沈春荣、徐惠林、张建华、赵菊观、钟永林以及盛泽镇商会（协会）、企业代表400多人参加。



“盛泽杯”2023江苏省十佳服装设计师评选暨颁奖典礼举办

作为2023盛泽时装周闭幕式的重要内容，盛泽杯·2023江苏省十佳服装设计师评选暨颁奖典礼于6月1日在苏州吴江盛泽东方纺城举行。经专家评委最终评审，杨易等10位设计师被评为“2023江苏省十佳服装设计师”；沙婷婷等11位设计师被评为“2023江苏省优秀服装设计师”。评选活动颁奖典礼上，还举行了2022江苏省技术能手颁奖。



2023盛泽丝绸旅游文化节举办

5月31日，2023盛泽丝绸旅游文化节开幕式在丝博园文旅产业园举行，以“织云绣锦 小满盛泽”主题，连结丝绸文化与时尚生活，推动盛泽文旅产业高质量发展，助力盛泽产业转型升级和城市品质提升。

开幕式上发布了“吾礼盛泽 适意生活”盛泽伴手礼、腾讯“天涯明月刀·盛泽”合作项目，“天衣盛泽 不眠之梦”丝绸美学展正式开展，丝路盛泽·数字文化产业园也正式启动，将以“数字文化IP”为抓手，精准服务于吴江、盛泽地区丝绸纺织企业，助力企业提升产业数字化水平和品牌附加值。



2023盛泽时装周贡献奖揭晓

本届盛泽时装周期间，盛泽企业通过“原产、原创、绿色、时尚”的品牌面料奉献了一场精彩绝伦的风尚大典。为了向本届盛泽时装周作出贡献的各界力量进行感谢，闭幕式现场举行了颁奖仪式，现场揭晓2023盛泽时装周贡献奖、盛泽杯·2023江苏省十佳服装设计师评选优秀面料供应商等重量级奖项，众多盛泽企业载誉而归。TA

促稳提质谱新篇 长丝织造前瞻产业发展方向

■ 本刊记者_陶红



会议围绕长丝织造产业未来发展进行了深度交流。

6月1日，以“稳中求进 创新发展”为主题的中国长丝织造协会三届三次理事会暨产业发展论坛在苏州市盛泽镇举行。会上还发布了“东进杯”2022年中国长丝织造行业经济效益50强入围企业名单。

本次会议由中国长丝织造协会、江苏省苏州市吴江区盛泽镇人民政府主办，中国东方丝绸市场管理委员会承办。来自中国纺联、地方政府的有关领导，中国长丝织造协会理事及骨干会员单位主要负责人，各产业集群地方政府和行业组织、专业院校和科研机构、化纤长丝面料生产与经营企业及相关企业负责人230余人出席了本次活动。

布局未来，争创世界一流

盛泽素有“日出万绸，衣被天下”的美誉，现形成了千亿级产业、千亿级市场、千亿级企业齐头并进的良好态势，特别是在长丝织造上，众多企业不断创新，引领面料生产潮流，为全球提供质优物美的产品。吴江高新区管委会副主任、中国东方丝绸市场管委会主任张建华表示，本次会议的召开不仅为盛泽纺织转型发展助力，也提升了盛泽在长丝织造行业里的影响力。未来，盛泽将继续坚持“科技、时尚、绿色”的发展定位，加快推动产业链向“数字化、网络化、智能化”转型。

谈及纺织业国际贸易形势与RCEP实施进展，中国纺织工业联合会副会长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会会长徐迎新表示，当前全球经济环境仍不容乐观，尽管国际形势复杂严峻，但积极因素也在不断积累。今年以来，国内经济持续向好，国内需求逐步扩大，生产供给加快恢复，社会预期显著改善。

“一带一路”沿线、RCEP国家蕴含较大贸易增长潜力。数据显示，今年1—4月，纺织行业对RCEP市场总出口额达296.7亿美元，同比增长3.1%。徐迎新指出，RCEP对纺织业稳外贸起到了积极的支撑作用，正逐步形成区域统一大市场，促进地区纺织服装产业发展，必将推动区域纺织产业链供应链合作不断深化。

今年一季度以来，长丝织造企业生产销售逐步恢复，内销市场呈现加快恢复向好态势；外贸出口数量已实现同比增长，但价格压力较大。中国长丝织造协会会长王加毅以“稳中求进，创新发展”为题，作《中国长丝织造协会三届三次理事会产业发展及理事会工作报告》。展望全年，长丝织造行业有望逐步回归平稳，但总体形势仍复杂严峻。他表示，拥有产品独特优势和核心竞争力的企业发展会越来越好，企业必须把“促稳提质”作为发展的主要目标，深耕细分市场，专注修炼“内功”，在新兴消费热点基础上不断挖掘市场潜力，持续开发新产品，实现创新发展。

谈到长丝织造行业应如何提高发展质量，王加毅建议，企业要向创新要动力、向管理要效益、向人才要活力、争创世界一流；加快建设高质量长丝织造产业集群，传统产业集团应做优做强，新兴产业集团应谨慎发展；

企业投资扩张应深思熟虑，海外投资需更多关注当地的用工成本、物流成本、土地租赁、产业配套等问题。

此外，会议审议并通过三届三次理事会工作报告、追认第三届科学技术委员会选举结果的议案以及增补理事的议案。

随后，中国长丝织造协会会长助理张呈就现代纺织技术专业继续教育的意义、培训学校、课程特色、培训方式、目标和任务等进行了宣讲；浙江台华新材料股份有限公司常务副总经理沈俊超结合企业发展，就再生锦纶产业链的发展进行了经验分享；吴江广宇纺织有限公司总经理盛宇从为何创新、开发选择、开发流程、开发案例、开发灵感、生产放样、数据追踪等几个方面分享了交织类面料的创新开发经验。

会上，中国长丝织造协会副会长兼秘书长黄满瑾宣读了《人力资源社会保障部关于授予2019—2020年度职业技能竞赛优秀选手全国技术能手称号的决定》。大会对江苏德顺纺织有限公司张黎明、江苏佩捷纺织智能科技有限公司刘和、浙江台华新材料股份有限公司王雪英进行了授牌表彰。

产业协同，共促行业创新发展

为积极构建现代化长丝织造产业体系，推动行业高质量发展，产业发展论坛同期举行。行业专家学者、优秀企业代表就中国宏观经济形势、新型纤维材料的研发与应用、交织产品的开发趋势与研究、污水处理及回用新技术、关键设备智能化应用与发展等热点话题进行了深度探讨和交流。

“经济发展就像一块砖，一定要有一个‘推手’，局部推动整体。”华中科技大学经济学院副教授、乡村振兴研究中心主任杨进在“新时代背景下的中国宏观经济形势与企业发展新动能”的主题演讲中表示，推动经济发展，改变发展格局，应从三方面着手：一是撬动中国短期经济发展；二是解决中国收入分配问题；三是探索中国经济长期增长路径。

在题为“人丝女装面料流行趋势和发展方向浅析”的演讲中，吴江新民高纤有限公司厂长华伟建议，长丝织造企业应根据下游市场需求，主动联手原料厂家和印染企业，合作开发新的原料和新的面料。目前公司与新乡化纤、下游印染企业合作开发了超高F粘胶长丝，该系列面料深受市场青睐。

东丽酒伊织染南通有限公司董事、工务本部长周磊以“喷水织机污水处理回用技术推广”为题，结合企业应用和大量数据，介绍了东丽中国CWT、CWT主要水处理技术、喷水织布废水特点和回用要求以及织布水回用技术。

浙江湖州威达集团股份有限公司总工程师陈顺明在“差别化纤维材料的研发与应用——威达色纺，融入大纺织，创绿色低碳高端时尚新发展”的主题分享中表示，随着短纤色纺纱在长丝织造领域的不断开拓，其产品应用领域也逐步扩大。未来，企业将继续打造绿色可持续发展产业链，加大产品开发与应用领域的拓展力度。

常熟纺织机械厂有限公司营销总监陈立新在“电子开口在化纤长丝织物上的应用和研究”的演讲中表示，近几年来，常熟纺机通过工艺改进，产品在高速化、可靠性以及性价比优势方面有了明显提升。多臂、提花机等拳头产品适配国内外各类主流织机，实现了高速化、电子化、个性化和系列化。

青岛天一红旗纺机集团有限公司总工程师韩万军以“喷气织机的特性细述及应用研究”为题，就喷气织机的性能和技术创新，以及应用过程中存在的问题进行了分享，详细介绍了公司全新推出的共轭凸轮打纬HQF001型喷气织机。

会后，主办方还组织与会代表集体参观了恒力集团企业展厅、恒力化纤工业生生产智能车间、博雅达纺织智能生产车间。TA



洪隍俊：用“劲”折腾，不负青春！

■ 赵爽 / 文



洪隍俊

青年强，则国家强。党的二十大报告指出，当代中国青年生逢其时，施展才干的舞台无比广阔，实现梦想的前景无比光明。青年企业家兼具青年朝气与企业家精神，在实现中华民族伟大复兴中国梦的征程上，始终是驱动时代车轮滚滚向前的先锋力量。

总有后浪推新潮，当一批又一批的新锐力量开始逐渐崭露头角走上“台前”，承续父辈爱拼敢赢的精神的同时，他们以90后特有的朝气活力诠释当代青年企业家精神和风采。“用劲折腾，不负青春”的劲霸男装研供应链系统负责人兼精品事业部总经理的洪隍俊就是其中之一。

从0到1打造劲霸男装精品配饰线KBXNG，到新增D2C采购模式及优化升级供应链生产管理系统，劲霸终端体系化配套美学服务变得更加完整，供应链体系也完成了创新突破和重构，展现出洪隍俊在产品、可持续发展等方面别具一格的商业理念及对劲霸男装“高端新国货”战略落地保障的新思考。

见山见丘见自己

事实上，除了以更好的产品满足消费者多元的需求和不断探索供应链各个环节的可持续发展外，洪隍俊长期以来还积极参与和支持行业活动，曾担任中国服装协会青年企业家沙龙2021—2022年轮值主席等众多社会职务。随着社会身份的增加，他意识到“担当”有多重含义。

身为轮值主席，洪隍俊始终坚持以促进服装行业的繁荣与发展为核心目标，以高度的责任感和积极向上的精神风貌，扎实有效地开展中国服装协会青年企业家沙龙的各项活动。作为交流的平台、学习分享的课堂、行业融汇的窗口、公益慈善的通道，中国服装青年企业家沙龙汇聚了新一代服装精英的智慧与力量，他接任那年正值中国服装青年企业家沙龙成立10周年，具有承上

启下的意义，他深切地感受到“使命在身，责任在肩”的意义。

在任期间因处于“特殊时期”，他便通过策划和组织徒步爬山露营、走访晋江企业等丰富的沙龙活动，帮助大家在面对不确定时期的困难与困惑时，于迂回曲折的徒步路程中磨练意志力，在参观走访优秀晋江服装企业的交流中，激励更多青年企业家投身中国纺织服装行业的高质量发展，以实际行动诠释当代青年企业家精神，以实际行动彰显当代青年企业家作为。

参天之本，必有其根；怀山之水，必有其源。晋江经验和企业家精神对于中国经济的影响，并不止于一时一地、一家一业，而是系统性的指向，是历久弥新、充满活力的精神密码，激发了企业家们的使命感、责任感、荣誉感，也激励着他们以更大的动力、更强的担当，心无旁骛做实业，为中国的经济高质量发展贡献自己的力量。

也正因如此，劲霸男装43年经历了三代人，始终保持着闽南人“爱拼才会赢”的特点，永远在创业，始终在创新。

洪隍俊自小在晋江这片热土里长大，它也是劲霸的诞生地。他说，晋江的这一方水土也养育了晋江人“创业奋斗”的底色，劲霸和他的血液里也都流淌着“爱拼敢赢”的“闽商精神”，如今他在家族企业内工作体感更加强烈。

且歌且行且“折腾”

对于青年企业家来说，“接棒”就意味着责任和担当，他们需要汲取和传承父辈的经验，也需要时刻提升自己的能力。在洪隍俊看来，父辈给予了足够的空间和包容，允许他不停地“折腾”。见他对鞋“沉迷”就鼓励他从0到1打造精品配饰线，增强品类饱满度，拉宽挖深终端零售空间。感受到他有“折腾”的劲儿，并在精品配饰线打造中积累了和上下游打交道的经验，就鼓励他在供应链上“折腾”。

在洪隍俊的“折腾”下，劲霸男装精品配饰线KBXNG也随着当代男士审美的变化，进一步深挖并靠拢主牌的风格与内涵，将品牌基因的老花纹样经过设计时尚化地运用到各种配饰中，与主牌服饰搭配相得益彰。洪隍俊表示，未来KBXNG也将不断提升设计丰富度，在保留东方美学的精髓之下，用当代的设计理念融合符合当下的时尚审美、人文精神与艺术美学等，让中国元素焕发时代之美，彰显文化自信。

在供应链方面，洪隍俊带领劲霸男装研供应链打通纱线、织造、成衣等供应商，推出中国首套商务休闲男装碳足迹评测——劲霸男装“碳”索套装，引导全产业链一起完成绿色协同。值得关注的是，劲霸男装的供应链生产管理系统（SCM系统）已实现企业日常业务的线上化和数据化，为劲霸公司内部各岗位和面料供应商、辅料供应商、成衣供应商等之间的在线管理、数据透明、高效协同提供了有力保障。系统二期项目升级优化后，将重点着眼与内部管理的标准化和简单化，提高整个供应链的可持续性。

随着不断融入企业的生产经营、管理制度和重大决策之中，果敢敏锐的洪隍俊在掌握自己节奏的同时，也有了自己的观察和思考。他认为，当下服装产业面临两个问题。一是互联网经济的发展给年轻人提供了诸如“直播带货”等就业方式，工厂里专业技术人员却鲜有年轻人，造成了纺织服装行业人才紧缺。二是目前很多年轻人不愿意接班，想凭借自己的能力做出一番事业，即便是接班，也面临着“守业”和“创业”的巨大挑战。

基于此，他一是努力推动劲霸男装和行业协会及纺织院校之间合作，构建产业工人培训到实习，再到正式工作的可持续产业人才培养体系。二是多推介像晋江市企业家素质提升行动“领航计划”这样的好平台。洪隍俊的父亲、劲霸男装董事长洪忠信从第一期就主动请缨担任“领航班”和“启航班”的顾问与班主任，为了培养新一代高素质企业家队伍贡献智慧和力量，洪隍俊自己也参加培训，并感到受益匪浅。他希望未来有更多二代可以参与，并找到自己的事业方向。

如果说祖辈和父辈开创的事业是一座高山，那么洪隍俊要做的不仅是攀上山顶，更要攀登更高的山峰，创造属于新一代的未来。不惧山高路远，永不停歇的前进之路才是人生的主打歌，对此洪隍俊将更加坚定地肩负责任与使命，且歌且行，步履不停；用劲“折腾”，不负青春！

在国家综合实力在世界的地位和实力的提升的背景下，洪隍俊心中有一个更大的愿景：在未来，一定会有更多如劲霸男装一般，在强化创新能力、注重产品力和提升品牌力等方面持续深耕的中国服装品牌，在世界时尚舞台上展现属于中国服装品牌的品质与自信，释放中国服装产业从制造强国向时尚强国迈进的强大动能，赢得与我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权。TA



波司登总部园区。

行业领先，江苏标杆！

波司登集团入选全国“两业融合”典型案例

■ 陈墨 / 文



全国“两业融合”工作现场交流会会场。



供应链数字化管理系统为波司登赋能。

为促进先进制造业与现代服务业深度融合，扎实推进国家级“两业融合”试点，5月26日，全国“两业融合”工作现场交流会在苏州举行，同时发布《“两业融合”典型案例汇编》。波司登集团成为苏州唯一入选企业。

推动“两业”深度融合，实现经营业绩与品牌价值“双提升”

“两业融合”即先进制造业和现代服务业深度融合发展，我国“十四五”规划《纲要》明确指出“促进先进制造业和现代服务业深度融合”，党的二十大报告再次强调“推动现代服务业同先进制造业、现代农业深度融合”。近年来，苏州以数字经济时代产业创新集群建设为抓手，坚持先进制造业和现代服务业深度融合、双向赋能，不断推动“苏州制造”转型升级和高质量发展。

波司登在行业领域中率先探索先进制造业和现代服务业深度融合新模式，紧跟供给侧改革、消费升级和数字化变革大趋势，以提升企业及品牌价值为目标，坚持“品牌引领+数字化变革”双轮驱动，聚焦智能工厂建设、智慧供应链管理、工业设计服务及品牌营销服务等主要内容，持续推动两业深度融合，实现经营业绩与品牌价值“双提升”，入选国家发展改革委先进制造业和现代服务业融合发展试点企业；今年4月，入选江苏省现代服务业高质量发展领军企业、江苏省两业融合发展标杆引领典型。

提升供应链数字化，驱动服装精准设计研发

波司登通过推进5G+工业互联网数字化智能工厂建设，加强生产制造单元与前端设计研发、

市场营销、顾客经营，以及后端售后服务、智能配送等联动，形成优质快反柔性供应链核心竞争力。波司登智慧供应生态平台具有基于市场动态智慧决策的特性，形成“数据集成—实时可视—智能分析—快速决策”高效闭环，可按市场需求柔性生产、动态交付、库存周转平衡，生产交付周期缩短至7—14天。

波司登将大数据、人工智能技术应用在商品生命周期预估、顾客画像等领域，应用数字化三维设计、3D打版、产品数据管理系统等，以终端消费洞察数据驱动产品研发，创新端到端数字化设计模式，实现人体数据采集、虚拟试衣、样板和工艺的自动生成、柔性加工生产的无缝连接，研发效率有效提升，形成了大数据驱动的服装精准设计研发新模式。

波司登持续打造品牌引领的发展模式，已形成以消费者为中心的“顾客研究—设计研发—供应链服务—仓储配送—品牌营销—顾客反馈”全链路协同，有效激发创新动能，赋能品牌升级。

当前，正是制造业“由大变强”、现代服务业内涵提升的关键时期。波司登将坚持品牌引领，通过“品牌价值体系建设、工业设计能力建设、柔性快反能力建设、全域零售能力建设”四大核心策略，持续提升品牌力、产品力、零售力；聚焦“重构业务流程和系统，实现全链路、全量、实时在线化运营”以及“构建数字协同平台，数字驱动变革，实现协同效率、预警智能决策”两大变革方向，加速数字化、智能化转型，探索“制造+服务”新业态、新模式，带动纺织服装产业链上下游企业高质量转型，不断向价值链中高端攀升，为全国两业融合发展作贡献。TA



青年休闲男装品牌 GXG 朝着百亿品牌的目标起航了。

解决职场穿搭困境，GXG 定义“更适合通勤的青年休闲男装”

■ 本刊记者_万喆

教育部最新数据显示，2023年高校毕业生预计达1158万人，再创历史新高，严峻的就业形势让人们重新关注职场领域。目前全国职工总数4.02亿人左右，这样一个庞大的群体每天也面临着另一个困扰：上班时穿什么服装？



慕尚集团零售副总裁、GXG品牌总经理吴磊阐述品牌新战略。

职场精英对美好生活的向往不仅是物质消费，他们爱美爱玩爱健康、怕老怕累怕孤独，因此其对于职场的形象塑造需要通过合适的服装搭配去营造。过于严肃或过于休闲的穿着无疑会成为减分项，于是消费端的细分市场需求——通勤服装应运而生。

从产业端来看，这类服装的全球化需求同样旺盛，据中国纺织品进出口商会服装分会发布的一季度全国服装出口数据显示，通勤类服装和衣着附件增长较快，西服/便服套装、衬衫分别增长9.9%和5.4%，一个供需齐增长的细分市场正扑面而来。

5月28日，中国青年时尚品牌GXG发布品牌全新战略。面对“不想太严肃，不要太随意”的通勤穿衣主张，GXG将品牌定位为“更适合通勤的青年休闲男装”，提出“上班穿GXG刚刚好”的全新品牌slogan。

简单的三句话，令人印象深刻，对于25—35岁的职场主力军来说，穿纯正品牌略显严肃、运动品牌又太随意，现在有这么一个“皮肤”，不严肃也不随意，还可以满足人们工作与生活的多元场景需求，确实存在一定吸引力。

这个2007年创立、2019年香港上市、LVMH基金唯一在亚太地区控股超过51%的服装公司，在本次战略升级中有哪些亮点？

联手分众传媒，上亿投放锁定两点一线

可以看出，GXG瞄准的是庞大的通勤青年人群，他们占据了都市消费70%-80%份额，市场潜力巨大。已经实现年销售近50亿的GXG目标剑指百亿，其营销计划与渠道措施的蓝图也已经徐徐展开。

“我们在未来三到五年将坚定不移地做品牌的投入和转型：在5大核心城市+5大辅助城市投放1亿元的广告推广；零压系列产品也将在品牌年度大秀中震撼亮相。”慕尚集团零售副总裁、GXG品牌总经理吴磊说道。

从即将在“人、货、场”三端发出的“洪荒之力”可以看出，GXG希望成为算准人心的高质量品牌，这才是穿越品牌周期的关键所在。

“挣它1个亿”是某些人眼里的“小目标”，而用半年时间花掉1个亿做广告的自信从何而来？答案来自上半年GXG战略签约的分众传媒。

分众传媒覆盖4亿年轻主流消费者，独家占据全国80%核心写字楼，占据70%核心公寓楼。“人是两点一线的，分众的广告霸占了双楼，上下班电梯中看到‘上班穿GXG刚刚好’高频频繁地出现，精准对应品牌消费圈层，我们打通这个人群，破百亿是确定的。”分众传媒董事长江南春说道。

与中国最具爆发力的传媒公司合作，GXG已经收到成效。在长期被忽略的Polo衫品类中，在品牌技术革新提升产品自身实力之外，借助分众投放，实现了销量的明显提升。

回归品质初心 让“刚刚好”成为一种潮流

这样的一个爆款品类实现高增长是令人惊讶的，除了分众传媒的流量红利，也得益于GXG对于产品设计的匠心与坚持。据悉，秋冬季的新

品“时尚零压系列”具有极强的黑科技与功能性卖点，令人期待。

“当一件大衣比一件羽绒还要轻的时候，你受得了吗？我们通过一些科技的做法，一如既往地做好产品开发，打造高质量品牌，赢得消费者的心。”慕尚集团总裁、GXG品牌创始人余勇低调而幽默地说道。

什么是GXG定义的“更适合通勤的青年休闲男装”？在余勇看来，“今天出门前照镜子时，除了取悦自己以外，一定不会影响别人对我的观感；今天这样穿可能不出挑，但是一定不出格，这就是‘刚刚好’。与别的品牌起伏不同，我们一直基于这样的产品逻辑，稳步前进。”轻描淡写的几句话，让人仿佛找到了职场男士通勤服装的正确答案。

刚刚好，深受中国年轻人喜欢的青年休闲男装品牌GXG，朝着百亿品牌的目标起航了。TA



市场营销震荡回升 价格指数环比小涨

20230605 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20230605 期纺织品价格指数收报于 105.97 点，环比上涨 0.25%，较年初下跌 0.55%，同比下跌 2.42%。



近期，中国轻纺城市场营销震荡回升，其中：原料市场量价环比小涨，坯布市场销量明显推升，服装面料市场布匹量价环比下跌，家纺类产品成交量环比下跌，辅料量价环比小跌。

原料量价环比小涨，涤纶环比上涨，纯棉纱涨跌互现

据监测，本期原料价格指数收报于 82.61 点，环比上涨 0.17%，较年初下跌 0.63%，同比下跌 7.92%。

聚酯原料稳跌互现，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 5510 元/吨，环比下跌 40 元/吨左右；MEG 主流 3920 元/吨，环比下跌 55 元/吨左右；聚酯切片市场报价基本稳定，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6750 元/吨左右，环比持平。萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨，POY 报价 7700 元/吨，环比上涨 230 元/吨；FDY 报价 8700 元/吨，环比上涨 110 元/吨；DTY 报价 9000 元/吨，环比上涨 250 元/吨。近期国内涤纶长丝价格持续小幅回暖，当前涤纶工厂库存压力减轻，负荷重新走高，叠加新装置投产预期，聚酯负荷仍有回升空间。在买涨不买跌的情绪带动下，需求端纺企存在阶段性补库动作，但随着夏季的到来，纺服消费处于淡季阶段，终端订单不足，像浙江长兴和江苏吴江等地大部分产品销量或者出货已较前期明显回落。江浙织造开机率在 60% 附近，涤纶长丝供应压力逐步增加。

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 7275 元/吨，环比上涨 50 元/吨左右。纯涤纱市场报价稳涨互现，32S 纯涤纱报 11720 元/吨左右，环比上涨 20 元/吨；45S 纯涤纱报 12400 元/吨左右，环比持平。

纯棉纱价格涨跌互现，人棉纱价格基本稳定。近期，萧绍地区纯棉纱市场价格涨跌互现，销售局部小增，纯棉纱行情环比小升，市场成交氛围局部小增。气流纺 10S 纯棉纱报价 16270 元/吨，环比下跌 10 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报价 23600 元/吨，环比上涨 120 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 26660 元/吨，环比上涨 140 元/吨。郑棉行情上涨，主要源于市场炒作，目前新疆流通环节棉花库存偏低，至年度末叠加新棉减产预期，导致市场供应紧张。近期进口纱价格由于原料价格的不稳定略有上调，内销订单进入淡季，下单明显减少。纱厂即期利润较 5 月上中旬好转，40S 以下棉纱亏损面减少，对开机率维持在相对高位形成支撑。

近期，粘胶短纤原料价格基本稳定，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13250 元/吨左右，环比持平。人棉纱价格基本稳定，30S 人棉纱价格报 16950 元/吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 18100 元/吨左右，环比持平。人棉纱市场仍呈分化态势，报价维持稳定，出货情况仍未明显改善，市场呈现相对弱势。

坯布行情明显回升，价格指数环比上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 124.00 点，环比上涨 2.16%，较年初下跌 0.43%，同比上涨 0.54%。

近期，坯布市场营销明显回升，连日成交呈现环比上涨走势，坯布厂家订单环比回升。夏秋季产品坯布交投环比上行，企业整体开机率环比回升。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回升，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交量环比回升；天然纤维坯布需求明显回升，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升；混纺纤维坯布行情明显推升，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场量价环比推升，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比回落，价格指数环比下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.34 点，环比下跌 0.43%，较年初下跌 0.66%，同比下跌 0.67%。

本期服装面料类价格指数环比下跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回落，因夏日淡季临近，市场成交环比下降，连日量价环比下跌。其中：涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、粘胶面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉面料、麻粘面料成交量不等量下跌，拉动服装面料价格指数环比下跌。

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 101.93 点，环比下跌 0.29%，较年初上涨 0.06%，同比下跌 0.08%。

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震荡下行，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回缩，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：床上用品类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比小跌。

市场行情环比回缩，辅料指数环比小跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 132.61 点，环比下跌 0.12%，较年初下跌 0.41%，同比下跌 2.00%。

本期服饰辅料类价格指数环比小跌。近期，市场成交环比回缩，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比小跌，因夏日淡季临近，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小跌走势，价格指数环比小跌。衬料类行情明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；花边类行情环比回缩，价格指数呈环比下跌走势；带类行情环比回缩，价格指数呈环比下跌走势；服装里料类行情环比回缩，价格指数呈环比下跌走势，拉动辅料类总体价格指数环比下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因夏日淡季临近，国内市场需求偏淡，外贸订单不足，部分贸易商和织造厂家大众产品订单仍显不足，后市夏季面料供给继续回缩，夏季大众面料现货成交和订单发货局部下降，秋季跑量产品订单发货局部显现不足，下游服装、家纺生产企业订单逐步减少，纺织品市场观望情绪较浓，整体市场成交将呈现环比小跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

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



科技创星 布凡时尚

2023中国面料之星用户满意产品
调查活动正式启动

欢迎参加

2023中国面料之星面料征集评选现已全面开启，本次活动由中国纺织工业联合会指导，《纺织服装周刊》杂志社主办，以不断满足市场需求为导向，其宗旨是发现、表彰、推广优秀的面料企业，提升新产品竞争力，搭建产业上下游精准对接专业服务平台。

2023年7月31日，面料征集截止

2023年8月初，举办评审会及知名服装品牌产业对接会

2023年8月28日，上海中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会首日举办发布仪式

2023年11月4日，中国绍兴柯桥国际纺织品面料辅料博览会(秋季)举办赛事静态展

中国面料之星调查活动组委会：

赛事统筹：赵国玲：13521507499 商务合作：雷蕾：13810445890

面料参评样品快递地址：雷蕾（收）13810445890

北京市东城区东四西大街46号院后楼207

备注：因收件场所限制，仅限顺丰快递，邮寄参评面料谢绝到付，如有到付将不予接收。

涤纶价格波动 化纤指数小幅下降

2023年5月29日—6月2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·盛泽丝绸化纤指数小幅下降。其中,化纤总指数收盘于99.12点,与上周相比下跌了0.15点;化纤面料价格指数下跌,收盘于99.28点,与上周相比下降了0.12点;化学纤维价格指数小幅下降,收盘于108.97点,与上周相比下降了0.18点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上升,收盘于107.05点,与上周相比上升了0.13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下跌,收盘于99.28点,与上周相比下降了0.12点。从中国绸都网监测的样本企业看出,面料里料总体交易量较上周略有下降。内需走货数量下降,春夏面料订单接近尾声,秋装面料出现放量。外贸订单略有起色,整体市场成交较月初有所回暖。其中涤美丽、舒美绸、高弹面料和锦涤面料走货量上升,其他产品开始下降。

里料行情:本周里料织造交易量与上周相比略有一点回落,涤纶交织平纹里料价格呈“平稳”走势,目前上游涤纶长丝市场成交价小幅上调,织造生产利润缩小,三大主流“涤塔夫、轻盈纺、半弹春亚纺”目前市场价位维持在前周水平,涤塔夫290T销量依然尚好,涤塔夫290T采用涤纶长丝产品为半光FDY48D/48F、50D/48F等,常用于羽绒服面料。五枚缎产品的销售因受床上用品及家居装饰的用量增长而上升。喷水涤美丽、舒美绸市场上比较动销,价格走势稳定。其中,规格为14×3×30的喷水涤美丽绸本周市场供应偏紧。特丽纶布料价格走势平稳。针织经编网眼布市场成交量出现小幅上升,主要是运动装的制作对其需求有增,促使针织经编网眼布有所好转。从里料市场行情总体看,产销基本平衡,今年社会存量与去年同期相比偏低。

面料行情:本周成交量与上周相比略有增长,秋装面料呈现出放量行情,高弹面料市场成交最为活跃,织造厂家逐渐呈现产销两旺,尤其是50D系列高弹春亚纺系列销量提增。涤纶交织“塔丝隆”系列面料在本周销售份额有所扩大,塔丝隆174T、178T价格与上周相比均为平稳。

喷气面料的市场前期一直动销,本周个别品种销售缓慢,喷气织造弹力面料占很大比率,其中,一款锦棉弹力横条布成为市场亮点,该产品在喷气织机上应用提条组织而成,面料不仅具有锦纶织物抗皱性与悬垂性,而且兼具棉织物的舒适性与透气性。成衣上身,既光彩照人又尽显时尚风采。针织经编面料的荧光布、闪亮丝光绸等近来市场出货频繁,经编海岛麂皮绒继续保持良好销售状态,而梭织麂皮绒销量不大。长丝牛津布是市场上最受关注产品之一,织造厂家特色箱包生意兴隆。另外,涤锦棉三合一开始有人问津,但是交易量尚未展开。目前T400面料、SSY面料、仿记忆等面料销售尚好。

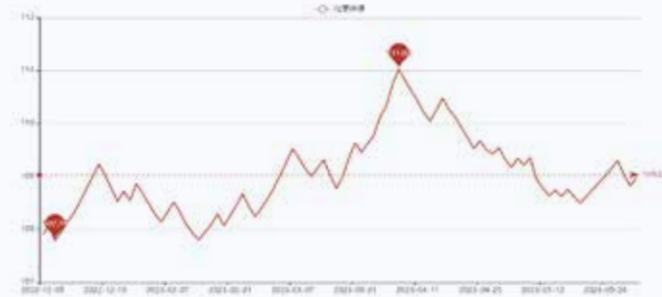
从商务部盛泽指数可以看出,下游接单数量良好,夏季面料处于

收尾阶段,工厂开机率稳定在75%。秋装面料有所放量,贸易商接单数较好,故工厂内坯布库存小幅下降至34.9天。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数小幅下降,收盘于108.97点,与上周相比下降了0.18点。

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



本周以来,原油价格先跌后涨。本周前期,市场对美联储加息预期升温,同时强劲的经济数据推高美元指数,加之美国两党谈判尚未达成一致激发市场对能源需求前景的担忧,国际油价承压下跌。本周后期,美国汽油的季节性需求增长,叠加全球多地供应趋紧,OPEC+亦存进一步减产的可能性,且美国原油库存意外骤降,供需两端利好油价,国际油价止跌上涨。截至6月1日,纽约商品交易所7月交货的轻质原油期货价格下跌1.73美元,收于每桶70.1美元,跌幅为2.40%;7月交货的伦敦布伦特原油期货价格下跌1.98美元,收于每桶74.28美元,跌幅为2.60%。

PTA方面,本周PTA价格先扬后抑,目前PTA主流报价在5543元/吨自提。本周PTA市场价格上涨,买盘情绪好转,PTA加工费有修复。

乙二醇方面,本周乙二醇价格延续了弱势格局,目前主流报价在3880—4020元/吨。乙二醇宏观利空情绪开始蔓延市场下,使得市场空头情绪增强,未来走势偏空。

涤纶长丝方面,本周涤纶长丝工厂5月产销任务已经提前完成,叠加库存水平良好,企业挺价意愿较强。在本周后期原油大幅下跌的局面下,涤纶长丝工厂多报价稳定,市场重心涨后企稳。

开工率方面,PTA平均开工率在70.88%,较上周下降3.34%;聚酯方面,聚酯平均负荷为89.21%,较上周上升0.96%。进入6月,纺企接单情况尚可,织造开机率稳定,维持在75%左右。

产销方面,上周涤纶长丝厂商多让利出货,下游用户已集中补仓,本周少部分客户刚需拿货,产销率维持在3—4成,周均产销大幅下降。

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升,收盘于107.05点,与上周相比上升了0.13点。现货面上,生丝和绸缎价格近期都保持相对平稳态势。随着全国春茧的大面积上市,近期干茧购销也开始活跃起来。TA

1688.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.1688.com/> 联系人:张强

电话:0512-63086536 传真:0512-63506703



知纺织 通同行 做生意
扫描二维码 即可下载指数APP



便捷发货 立可到达

发货就上利可达

专业市场

专业物流

专业服务



扫一扫 下载



TEL:
(电话)

400 606 5018



中国轻纺城服装市场 直播电商基地

全方位一站式直播电商服务

四大中心

直播电商中心、供应链选品中心、培训孵化中心和公共服务中心

九项服务

货源选品、办公场地、直播培训、直播辅导、达人带货、
活动交流、直播人才、电商综合、公共配套

基地首期面积 (2万M²)

年GMV: 1.5亿

直播团队孵化

入驻及服务商家数量:1000+

0租金0物业费

免费入门直播培训+资深导师付费直播培训

政策支持+中国轻纺城  + 好牛电商

三方共建



关注公众号



关注抖音



关注牛选

地址: 中国轻纺城服装市场D区E区4楼

*GMV: 直播销售成交额; 以上数据由中国轻纺城服装市场直播电商基地提供