

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

2023.08.14 | 第30期 | 总第1134期



7月26日，中国纺织新材料高质量发展大会在吉林市召开。

P10

孙瑞哲：坚定信心，激发活力，务实推进行业发展



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

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。

《纺织服装周刊》杂志社理事会

(排名不分先后)

理事长单位



副理事长单位



常务理事单位



理事单位



国际战略合作单位



社长 徐峰
总编辑 刘萍
副社长 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)
主任 雷蕾
副主任 云娟娟
客户经理 张灼瑄

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
周榆清

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

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: 纺织时报
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*

6家涉纺企业上榜2023年《财富》世界500强
“织光行动”誓师大会传递“陪伴”的力量
江苏鹰游纺机公司数控车间获评智能制造示范车间
恒逸学者实验室正式启用

08

关注 *Attention*

发现问题、解决问题，将工作做深做实
安莉芳：做可持续发展的领导性内衣品牌

10

特别报道 *Special*

孙瑞哲：坚定信心，激发活力，务实推进行业发展
承压恢复，企稳向好基础仍待巩固
强预期、弱现实，未来市场待观望
高性能纤维平稳增长，上半年总体呈复苏之势

15

展会 *Exhibition*

2023intertextile 秋冬家纺展开展在即

16

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

十年，再出发！
纺织外贸难？“十字诀”你也能用上
实效显著，2023柯桥窗帘布艺展上交上满意答卷
助力纺企抢滩窗帘旺季

20

化纤 *Industry*

纺织新材料高质量发展之路这么走

22

面料 *Industry*

科技创“星”“布”凡时尚

24

观察 *Observation*

把握时尚产业总体定位，海宁坚定打造“国际品质潮城”

25

指数 *Index*

夏市营销略显回缩 价格指数环比微跌
面料维稳运行 化纤指数小幅上涨

每周随笔

护城河

前不久，第二十四届中国专利奖获奖名单发布，今年获得中国专利金奖、银奖和优秀奖的项目有800多个。其中，有29项发明、实用新型专利获金奖，60项发明、实用新型专利获银奖，777项发明、实用新型专利获优秀奖。

此次纺织行业的获奖专利有20多个，其中，青岛源海新材料科技有限公司专利“一种耐盐、耐洗涤剂海藻纤维的制备方法”、鲁泰纺织股份有限公司专利“纤维素纤维筒子纱在线染色彩点纱的制备装置及方法”获得中国专利银奖。

这个数据相对于偌大的纺织行业而言似乎过于单薄了，行业规上企业数量就达3.4万家，再加上数量庞大的中小微企业，难道真的很难在国家专利奖上保住自己的阵地吗？科技已经成为当下产业发展的重要支撑，对于能够在一定程度上体现创新能力的专利方面，我们的优势在哪里？

专利不重要吗？相信任何人、任何企业都不会给出否定的回答。就拿北京华宇创新科贸有限责任公司来说，一个以小小喷丝头为核心产品的企业，几十人就能创造出超亿元的营业收入。这样的经营业绩肯定会让更多企业羡慕，也会好奇他们的生财之道是什么。其实答案就是技术，是被十几个国内外专利加持的技术。为了这个小小的产品，他们用了几十年来打磨，最终靠着这些专利技术成就了自己的行业地位和优势。

专利犹如一条护城河，向内，企业可以用它评估自身技术创新的能力和效率；向外，则能帮助企业保护自己的主导产品，形成市场优势，甚至是垄断力。

不过，这条护城河怎么设计，挖多深，如今看来，咱们的企业也并非都清楚。

有的企业嫌麻烦，干脆放弃专利申请，把技术包裹得严严实实，只开放一个小口给市场，让创新价值大打折扣。还有一些企业则表现得过于坦诚，把自己的创新成果和盘托出，完全不设防地交给市场去评判，聚焦在用创新换来的客户的口碑和订单上，最终让极具战斗力的产品技术只是成为了短期获利的武器。

当然，行业里也不乏积极申请专利的企业，但是高价值专利不多，即便已经是满墙的专利，也并未让它们为企业带来应有的市场竞争优越性，专利的进攻和防护功能都没发挥出来。

专利申请也好，奖项入围也罢，看似偶然事件，但却能够反映出行业系统创新的能力和办法。如今，中国纺织业在全球范围内的竞争力将越来越依靠技术，能够更加严谨、科学地对待专利，应该会让行业企业的创新收益和可持续未来多一份重要保障。

View point / 产经看点

国家发展改革委等部门《关于实施促进民营经济发展近期若干举措的通知》近日发布，围绕5个方面提出28条具体措施，推动破解民营经济发展中面临的突出问题，激发民营经济发展活力。

——新华网

2023年二季度及上半年国际收支平衡表初步数据显示，上半年我国国际收支保持基本平衡。其中，经常账户顺差1468亿美元，与同期国内生产总值（GDP）之比为1.7%。

——国家外汇管理局

8月4日，国家发展改革委、财政部、人民银行、税务总局联合召开新闻发布会，深入解读打好宏观政策“组合拳”，实施积极的财政政策和稳健的货币政策，延续、优化、完善并落实好减税降费政策，大力支持科技创新、实体经济和中小微企业发展等方面的政策举措及落实实施情况。

——人民日报

财政部、税务总局近日发布公告，为进一步支持小微企业和个体工商户发展，现将延续小规模纳税人增值税减免政策至2027年底，对月销售额10万元以下（含本数）的增值税小规模纳税人，免征增值税。

——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



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

6家涉纺企业上榜 2023年《财富》世界500强

■ 本刊记者_董笑妍

8月2日,最新的《财富》世界500强排行榜出炉。本次排行榜中,共有恒力集团有限公司、浙江荣盛控股集团有限公司、山东魏桥创业集团有限公司、盛虹控股集团有限公司、浙江恒逸集团有限公司、新疆中泰(集团)有限责任公司6家涉纺企业上榜。除恒力集团有限公司排名有所下滑外,其余5家企业排名均有提升。

据悉,今年《财富》世界500强排行榜企业的营业收入总和约为41万亿美元,比上年上涨8.4%。进入排行榜的门槛(最低销售收入)也从286亿美元跃升至309亿美元。但是,受全球经济下行影响,今年所有上榜公司的净利润总和同比减少6.5%,约为2.9万亿美元。

今年中国共有142家公司上榜,大公司数量继续位居各国之首。值得注意的是,今年中国大陆(包括香港)上榜企业数量近15年来首次下滑,比上年减少一家,为135家。作为对比,美国今年共计136家公司上榜,比上一年增加12家,重新超过中国大陆的上榜公司数量。但是,两者仍然一起形成双头并进的局面,在大企业数量上共同领先全球其他国家和地区。

据统计,此次135家中国大陆(包括香港)的企业中,除去7家新上榜企业,以及4家位次不变的公司,有35家企业位次上升,但是89家位次下降。换言之,在可计算变化的128家企业中,69%的企业在排行榜中的位次下降了。涉纺企业阵营在其中可算是逆势上扬。

6家涉纺企业中,恒力集团有限公司位列第123位。恒力集团2022年总营收6117亿元,获国务院颁发的“国家科技进步奖”和“全国就业先进企业”等殊荣。集团坚持全产业链发展,打造“原油—芳烃、乙烯—精对苯二甲酸(PTA)、乙二醇—聚酯(PET)—民用丝及工业丝、工程塑料、

薄膜—纺织”的完整产业链。

浙江荣盛控股集团有限公司以营业收入86166百万美元上榜,排名第136位。2021年,荣盛集团以255位的成绩首次上榜;去年二度登榜,排名大幅提升75位至180位,成为榜单中中国排名上升最快的十家企业之一;今年集团连续第三年上榜,排名继续跃升,成为榜单中少数逆势提升的企业之一。

在全球经济下行压力下,山东魏桥创业集团有限公司实现逆势增长,以营业收入74922.8百万美元位列第172位,比去年上升27个位次。这是魏桥创业集团自2012年进入世界500强以来,连续12年上榜。2022年销售收入突破5000亿元大关,再创历史新高。

盛虹控股集团也再次成功登榜,名列第222位,较上年跃升19位,创历史排名新高。当前,盛虹积极融入国家重大战略,全面推进战略新兴产业转型,形成核心原料平台+新能源、新材料、电子化学、生物技术等多元化产业链条的“1+N”新格局,全力建设具有“强大基础原材料保障能力、世界一流的新能源新材料研发与供应能力”的高新技术产业集团,在服务实体经济、突破“卡脖子”关键技术、保障产业链供应链稳定、推进绿色低碳发展等方面彰显新担当、展现新作为。

恒逸集团以2022年度57332百万美元的营业收入,跃居第244位,排名较上年前移20位,连续三年荣列《财富》世界500强。

新疆中泰(集团)有限责任公司位列第412位。新疆中泰是新疆维吾尔自治区重点支持的优势资源转换企业,目前拥有新疆中泰进出口贸易有限公司、中泰国际发展(香港)有限公司等45家全资、控股子公司、47家参股公司。

Company / 公司

江苏鹰游纺机公司数控车间获评智能制造示范车间

近日,江苏省连云港市工信局公布了2023年连云港市智能制造示范车间拟认定名单,其中江苏鹰游纺机有限公司的“后整理配套数控智能制造车间”成功入选。

江苏鹰游纺机有限公司是连云港鹰游纺机集团有限公司全资子公司,是国内知名的纺织后整理设备的生产厂家,也是国内专业研制高性能碳纤维成套设备的企业。公司继2020年成为国家级专精特新“小巨人”企业后,在2022年11月又荣获国家级制造业单项冠军示范企业称号。

江苏鹰游纺机有限公司自成立起,就开始从传统纺织机械制造型工厂向智能制造全套解决方案服务型供应商转变,包括信息化提升和智能化升级改造,由之前的单台设备、单项工艺逐步转向成套设备、联机生产线工艺,提供单个车间、整个工厂的设计方案,同时对客户上下游延伸更多的配套服务。

走进江苏鹰游纺机有限公司数控生产车间,一排排数控机床在5G专网助力下,通过现场ERP终端与数控机床的互联,实现了生产数据实时传输。进行5G全连接工厂改造后,不仅将体力活交给了机器,产品质量数据、实时运行数据

等也全部无缝传输,实时清晰地展现在车间看板大屏上。

江苏鹰游纺机有限公司数控车间主任潘从磊在接受采访时谈到,“我们的生产计划,生产完成率,来了多少料,用了多少料,多少在运输中,包括车间设备点检的情况,设备是否有报修的情况,报修处理的情况,这些都可以在这个ERP管控系统上面实时显示出来,很全面。”

通过5G技术与智能制造的充分融合,企业的生产管理人员、设计和工艺人员、质检人员能够实时接收到相关数据,缩短了处理问题与协同解决问题的时间,也助力企业降本增效,增量提速,实现装备智能化、运营数字化、智慧管理化。

江苏鹰游纺机有限公司数控车间拥有一大批生产技术创新骨干,主要负责大型生产线箱体类零件的加工工作。车间先后荣获“郝建秀小组式全国纺织先进班组”、中国机械工业优秀车间、江苏省工人先锋号、连云港市工人先锋号等荣誉称号,并被江苏省质量管理协会评为“江苏省现场管理四星”,被连云港市质量协会评为“连云港市现场管理五星级”。(郭春花)

恒逸学者实验室正式启用

近日,恒逸学者实验室启用仪式在恒逸研究院举行,标志着恒逸科技创新工作迈出更加坚实的一步。

据了解,恒逸学者实验室占地面积达到500平方米,拥有一流的设施和先进的仪器设备,涵盖了多个领域的研究方向,包括催化材料、面向国家重点战略需求等。启动仪式上,恒逸学者实验室创始人、恒逸学者及与会专家畅谈实验室未来规划。恒逸学者实验室将以开放合作的理念,吸引国内外顶尖科学家和优秀青年人才加入,与企业、高校等机构建立紧密合作关系,通过跨界融合和创新思维,助力恒逸科技创新能力提升。同时,实验室还将注重人才培养工作,为年轻科研人员提供良好的发展平台和资源支持。此外,实验室还将组织国际学术交流,促进国内外科学家之间的合作与交流。

作为一个集合顶尖人才和先进设备的高水平研究机构,恒逸学者实验室将为恒逸科技领域的发展注入新的活力,助力在相关领域取得重大突破。(林伦)

Direct / 直击

“织光行动”誓师大会传递“陪伴”的力量

陪伴有质量,公益有力量。近日,2023年“织光行动”(第一季)大学生社会实践公益活动在线上举行了誓师大会。据介绍,“织光行动”由纺织之光科技教育基金会发起,中国纺织服装教育学会组织,常州旭荣针织印染有限公司捐资主办、中国纺织出版社有限公司、维彩纺织有限公司协办。本次誓师大会集结了组织方、参与方代表以及200名结伴大使。

今年3月共青团中央、全国学联等单位提出,全国每年组织不少于25%的高校团支部、20万名大学生就近就便参与社区实践。“织光行动”正是响应国家乡村振兴战略和共青团中央号召而举行的大学生社会实践公益活动。本次誓师大会的召开,预示着以“陪伴”为主题、致力于传递纺织行业光和热的本次公益活动,将成为激活乡村振兴、提升育人质量的新引擎。

7月4—10日,“织光行动”在圆满假期小程序上线开启报名;7月11—12日,通过纺织之光基金会审核筛选,学生再次确认,200名结伴大使正式成团;7月13日,主办方为200名志愿者购买保险;7月14日,纺织之光基金会秘书处和志愿者打包200份包裹,截至目前包裹已全部发出;7月21日—8月20日,结伴大使按要求完成公益任务。

“织光行动”从在圆满假期平台上线到发放物资仅用了一周时间,但其背后的筹备却用了半年之久。各组织、参与单位均希望通



纺织之光基金会秘书处和志愿者打包包裹后合影留念。

过“织光行动”的举办,传递纺织之光、慈善之光,唤醒每一位参与者的社会责任心,将爱心传递给身边的人,为学生们走向社会积蓄责任和向上力量。

誓师大会期间还进行了现场答疑。主办方代表释疑了何人签收、如何签收、如何保证自身安全、如何发布活动成果等具体信息。最后,在“织光行动”发起方、纺织之光科技教育基金会项目主管吴思楠带领下,全体“织光行动”结伴大使进行了宣誓。大家掷地有声地念出誓词,表达出牢记使命与任务、传递光芒与爱的决心。(李亚静)

intertextile
SHANGHAI | SHENZHEN

中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会 大湾区国际纺织面料及辅料博览会

2023.8.28-30
国家会展中心(上海)

2023.11.6-8
深圳国际会展中心(宝安新馆)



扫码关注官方微信订阅号
了解更多展会详情

广告

中国纺联党建工作

专栏

发现问题、解决问题，将工作做深做实

中国纺联党委召开第二次主题教育调研成果交流会

7月31日，中国纺联党委召开学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育调研成果第二次交流会，在6月5日第一次调研交流会的基础上，进一步全面总结调研工作情况和成果，梳理存在问题，研究对策办法，创新思路举措，致力于把调研成果转化为解决实际问题、促进中国纺联发展的积极行动，切实推进主题教育走深走实。



主会场现场。

明确“两个方面”，推进调研工作

中国纺织工业联合会会长、党委副书记孙瑞哲，领导班子成员夏令敏、陈伟康、王久新、徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华和中国针织工业协会会长林云峰在主会场出席会议并就所牵头专题的调研成果作了交流发言。国资委主题教育第十三巡回指导组组长谭星辉，成员桂群英、尹太兵到会指导。中国纺联党委委员、纪委委员、各直属基层党组织书记，各部门各单位主要负责人、中国纺联工会及团委主要负责人等60余人视频参会。会议由中国纺联党委副书记陈伟康主持。

中国纺联结合纺织行业整体发展与联合会自身发展，明确了“两方面”的调查研究工作：一是推进行业高质量发展，二是中国纺联内部治理建设。在推进行业高质量发展调研方面，明确了主要围绕《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035）》的研究编制，列出了10个有关调研项目；在加强内部治理建设调研方面，列出了5个有关调研项目。共计15个调研项目。

在此基础上，中国纺联党委统筹部署了“两方面”调研工作的调研方式和具体调研安排。

十位领导进行汇报交流：夏令敏围绕“重点产业集群现代化产业体系建设”；徐迎新围绕“中部区域纺织服装产业发展”；陈大鹏围绕“服装产业集群在现代化产业体系建设中转型升级问题”；李陵申围绕“科技创新支撑纺织现代化产业体系建设”；端小平围绕“棉纺织行业建设现代化产业体系重点问题”；杨兆华围绕“我国家纺市场及纺织服装品牌建设”；陈伟康围绕“加强中国纺联内部治理建设”；王久新围绕“加强各级纪检委员作用”；林云峰围绕“针织行业现代化产业体系建设”；孙瑞哲围绕“主题教育调研工作及成果”等逐一进行了交流发言。大家深入剖析典型案例，交流专题调研成果，研究破解难题，提升工作的思路举措。

把握“三个特点”，认真落实到位

孙瑞哲在交流会点评和总结讲话时指出，自主题教育开展以来，中国纺联党委遵照党中央和国务院国资委党委要求，在国资委党委主题教育第十三巡回指导组的指导下，高度重视调查研究工作，重点体现了三个特点：

一是牢牢把握主题教育总要求“学思想、强党性、重实践、建新功”，学习贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想的基本观点、科学体系，用党的创新理论指导调研、推动工作；以推动纺织行业的高质量发展为目标，以纺织现代化产业体系建设和新时期行业协会改革发展为抓手。

二是体现了中国纺联“不忘产业报国初心、牢记强国富民使命”的责任感与使命感，在时代潮流中明晰产业价值，在复兴伟业中彰显实践担当。调研工作聚焦在历史演变、时代大潮、全球风云中找到行业发展方位和价值坐标，在新时代新征程中更好地担当使命、建立功勋，围绕在中国式现代化中找到行业发展立足点、价值点、着力点来开展。《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022-2035）》作为主线贯穿行业调研工作，以推动科技进步、解决棉花问题、完善生产力布局、可持续发展等为问题导向，为下一步行业发展理清产业与国家、产业与民生、产业与世界的关系。

三是党建引领推动中国纺联机构建设和行业工作。通过主题教育及调研工作，逐步明晰了中国纺联在全面建成社会主义现代化强国、以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的宏伟蓝图这一新时代新征程的目标任务中，建设高水平现代化的行业组织这一新的更高要求，即要牢记国之大者，始终坚持党的领导，做讲政治、有高度的行业组织；要全面增强本领，始终坚持守正创新，做专业强、有影响的行业组织；要增强斗争精神，始终坚持奋发有为，做负责任、有担当的行业组织；要保持清正廉洁，始终坚持风清气正，做受尊敬、有威信的行业组织。

通过此次调研成果交流会，中国纺联党委要更加自觉以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，在工作中不断发现问题、解决问题，融会贯通、整体推进主题教育各项重点工作，有效促进中国纺联主题教育不断走深走实，取得实效。

巡回指导组组长谭星辉对中国纺联党委主题教育调查研究工作给予了充分肯定，认为做到了选题谋划精心独到，高标准制定周密方案，紧贴实际坚持问题导向，调研成效明显。谭星辉要求：中国纺联党委要进一步深化调研成果转化，进一步抓实整改落实，进一步推动高质量发展，切实以调研成果的转化持续推动中国纺联高质量发展；下一步继续做好主题教育专题民主生活会的筹备和主题教育的总结工作，对照主题教育调研过程中发现的问题，以及在巡视、审计和上年度民主生活会提出的问题，认真落实整改措施，确保主题教育取得实实在在的成效。TA

（中国纺联党办 / 供稿）

“双碳”目标下的纺织企业绿色转型新闻调查

8

指导单位：中国纺织工业联合会社会责任办公室
支持单位：山东魏桥创业集团有限公司



安莉芳：做可持续发展的领导性内衣品牌

本刊记者_董笑妍



鹿群

步入安莉芳山东工业园，第一眼便看到杂花生树、河水潺潺的景象，这让许多人不禁生疑：这是一个公园，还是一家工厂？

园区内借用天然河道，拦坝蓄水营造湿地，绿化率40%以上，主要绿化树种就有几十种，此外还有牡丹园、玫瑰园，果树林、时令蔬菜及经济作物等，可供员工膳食和接待客人。安莉芳山东工业园早在2010年就成为了国家AAA级旅游景区，徜徉其中仿佛置身湿地公园，无论春夏秋冬美不胜收。

而在“绿色外衣”包裹下的则是“环保硬核”，园区内先后建设了地源热泵、地板采暖、外墙保温、天窗采光、建筑节能等系列智能化环保工程，整个园区一年节能达70%以上。即使十几年过去了，安莉芳山东工业园的环保节能依旧处于同行业领先水平。

如今的一切，都始于安莉芳集团始终贯彻的环保理念。

“双碳”行动，安莉芳做行业表率

安莉芳集团创建于1975年，是中国现代内衣的开创性企业，如今产品远销美国、澳大利亚、加拿大、新西兰、新加坡、马来西亚等国家，在内地及港澳地区的300多个城市有千余零售点，更成功地建立了“EMBRY FORM 安莉芳”、“FANDECIE 芬狄诗”、“COMFIT”、“LIZA CHENG”、“E-BRA”、“IVU”、“IADORE 安朵”、“LUCIE'S WORLD 露西的世界”共八大内衣品牌。

“48年来，和谐理念一直引领着安莉芳的发展，短期经济效益并非安莉芳的唯一追求，打造百年品牌才是安莉芳的夙愿。”安莉芳控股有限公司执行董事、战略副总经理、安莉芳（山东）服装有限公司总经理鹿群如是说，百年品牌需要全方位打造，其中可持续发展就是主要理念之一。

安莉芳始终是环境友好的内衣企业，旗下安莉芳、芬狄诗品牌早在2002年便获得了中国环境标志（十环标志）认证。成为消费者健康环保高品质贴身衣物的首选品牌，一直是安莉芳的愿景。

如今在“双碳”目标的达成上，安莉芳集团也走在了行业前列。2021年6月1日中国纺织工业联合会正式启动了“中国纺织服装行业30·60碳中和加速计划”，同年10月26日，安莉芳就正式加入其中。

企业“双碳”行动一步接一步，2021年12月安莉芳又和中国纺联、中国纺织信息中心签订了“双碳”战略合作协议，帮助安莉芳制定气候规划并设定阶段性目标。“在启动‘双碳’工作前，对政策、工作流程、战略方向进行详细规划是非常必要的，借助专业团队力量可有效避免走弯路。”鹿群如是说。

如今，安莉芳已完成多项“双碳”阶段性目标：完成蕾丝文胸、糖果裤两款经典产品的碳足迹以及产品绿色生态分析，并将产品碳足迹推上市面向消费者；2021年安莉芳山东工厂荣获“国家级绿色工厂”；2022年安莉芳山东参加工信部及环资委组织的低碳企业竞赛，荣获“低碳企业”称号；同年12月底安莉芳山东工厂完成一阶段（2.6MWp）光伏项目，并入国家电网投入使用；此外，中国纺织工业联合会主导的《纺织服装碳标签技术规范》《零碳纺织产品评价技术规范》《纺织企业零碳工厂评价技术规范》《纺织企业ESG披露指南》4项团标起草工作，安莉芳积极响应参与并成为这4项团标的起草单位。

与此同时，在2022年安莉芳发布了自己的“双碳”愿景，开启了安莉芳气候加速行动：力争在2024年实现首款零碳产品，在2026年实现自身运营碳达峰，2038年达到自身运营碳中和，并在2045年实现价值链近零排放。

2022年，安莉芳集团碳排放已经测算完毕，测算结果显示主要碳排放源自电力使用，约占总排放的91%。“为此，安莉芳正大力推进光伏建设及能源管理平台建设，引入绿电使用概念，降低电力碳排放。”鹿群说，“安莉芳正对自身运营和价值链排放进行基线测算和减排规划，并逐步推动企业和价值链减排，为中国‘双碳’目标贡献一份力量。”

责任前行，需全行业戮力同心

鹿群介绍说，安莉芳的“双碳”行动将从企业层面和产品层面两个维度开展：

企业层面，安莉芳从自身起步，测量碳排放基线，制定碳中和方案，优化碳管理体系，随后经验与成果可以应用到供应链的碳管理中；并通过开展纺织品全生命周期测评工作，梳理产品全供应链碳排放情况，引领低碳产品的开发和应用。

产品层面，安莉芳将进行全供应链梳理，测评产品碳足迹，通过降低所采购货品和服务的碳足迹以解决碳排放问题，促进碳价值市场化；为消费者提供低碳产品，将低碳概念形象化，通过具象真实的碳排放数值与消费者进行沟通，向消费端传递可持续消费价值。

安莉芳尽早制定“双碳”目标，采取“双碳”行动，不仅是企业勇于承担社会责任感的体现，也是满足政府、投资者等利益相关方期待的重要举措，更是在行业中发挥竞争优势奠定基础。因此，安莉芳在完成第一阶段“双碳”项目之际，已在思考如何开展第二阶段“双碳”工作。

在发展过程中，问题的出现也是不可避免的，“比如，现在香港对上市公司ESG年报的规则出现了一些调整变化，光伏发电相关政策各地也有不一致和不断调整的情况，这些都给安莉芳第二阶段‘双碳’工作的制定与执行带来了困惑。”鹿群并未回避现阶段的问题，她表示，希望当地政府和相关部门在企业“双碳”发展中给予更多资金、人才、技术、政策方面的扶持，颁布减排奖励政策或企业低碳零碳工作指导规范等具体化帮助措施。

相信在环保大环境、政策支持与企业自身努力的多重推动下，安莉芳将成为一家具备高节能、高增值、高知识含量、高工艺水准、高度和谐的现代化内衣集团。TA

编者按：

8月4日，中国纺织工业联合会2023年中工作会议召开，会议对今年上半年纺织行业经济运行情况进行了深入分析，对下半年行业走势进行了预测。会上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲以“坚定信心，激发活力，务实推进行业发展”为题发表重要讲话；中国纺织其他领导也分别介绍了各自分管工作的主要情况以及下一步重点工作安排。本刊特此节选部分重要讲话内容及行业运行报告，分两期刊发，以飨读者。

中国纺织工业联合会会长 孙瑞哲：

坚定信心，激发活力，务实推进行业发展



孙瑞哲

半年来，在风云变幻的国际环境中，在“波浪”“曲折”恢复的经济情境下，我们坚定信心、真抓实干，把敢为、敢闯、敢干、敢首创作作为干事创业的风向标，走遍千山万水、说尽千言万语、想尽千方百计、吃尽千辛万苦，系统推进行业服务。由于大家的努力与付出，中国纺织的各项工得以顺利开展，行业工作打开了新局面。

一、上半年中国纺织工作

（一）坚持凝心聚力，提高政治站位，协会党建工作有效开展、机构建设迈出坚实步伐。

以主题教育为契机，党的领导作用进一步强化。深入开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育，中国纺织通过主题教育培训会、专题党课、专题读书班、主题党日、媒体宣传等多种形式，引导广大干部职工以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干。

以增进协同为重点，内部管理水平进一步提升。中国纺织根据建设新时代行业协会的发展需要，根据巡视反馈意见整改落实，不断强化支撑与服务能力，优化职能、落实机制、完善管理。

（二）坚持求真务实，大兴调研之风，协会对行业发展的判断能力和引导能力更加精准。

结合主题教育要求，中国纺织及各成员单位发扬调查研究的光荣传统，发现真问题，寻求真答案。

将调查与统计相结合。优化数据统计服务，提升数据监测搜集、整理分析能力。

将调查与研究相结合。编制《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035）》，为产业发展提供战略指引。围绕行业共性问题、热点问题、难点问题深入研究，形成一批具有战略性、前瞻性、实效性的研究成果。

（三）坚持问题导向，激活市场需求，产业在内外双循环格局中的动力与活力愈加强劲。

以内需体系构建为重点，提效率、创需求。中国纺织坚持把恢复和扩大消费摆在优先位置。配合有关部门开展“纺织服装优供给促升级系

列活动”、“棉纺消费季”活动等，有效提振行业信心、释放消费需求。

以开放型经济为方向，稳规模、优结构。为帮助企业稳订单拓市场，中国纺织全面重启海外展会，以精准、多元的服务助力企业出访参与和参观，巩固传统市场，开拓新兴市场。

（四）坚持系统观念，促进平衡发展，产业发展的整体效率和协同优势得到进一步强化。

优化产业布局，促进区域协同发展。中国纺织对接国家区域发展战略，把握各地重新审视纺织行业地位的新契机，加强与安徽、湖北、江西、辽宁等省份地方政府相关部门的交流合作，推动产业东西互济。

深化集群服务，提升产业发展效能。做强行业集群优势，引导优质要素资源向集群加速集聚，不断推进世界级纺织产业集群和时尚小镇建设，形成全球影响力和引领力。

优化产业生态，推动企业梯度发展。中国纺织持续优化行业企业公共服务平台，为优质企业加快建设世界一流企业提供指引，为中小企业实现专精特新发展提供帮助。

（五）坚持稳中求进，夯实基础能力，产业在高质量发展和转型升级的道路上阔步前行。

推动产业高端化升级。中国纺织坚持引导行业练好“内功”，破解现实瓶颈。

推动产业数字化转型。落实数字“三品”战略，推动行业数字化转型向纵深演进。

推动产业绿色化发展。中国纺织坚持把行业绿色低碳和节能减排摆在突出位置，科学引导产业有序实现绿色转型。

（六）坚持以人为本，推动责任建设，产业服务民生福祉的质感与温度得到了充分彰显。

加强就业服务工作，中国纺织将稳岗稳就业作为服务的关键，落实落细就业政策和人才政策。加强人的能力建设，完善产学研用协同育人模式，培育行业领军人才、高端创新人才、专业技术人才。加强人才推荐选树，举荐行业先进模范人物和事迹，表彰行业优秀人才，营造创新创造的良好氛围。

二、立足产业实际，坚持问题导向，推进行业服务

韧性与活力是上半年行业的显著特征。在复杂严峻的外部环境下，中国纺织工业依托体系优势，恢复中前行、压力下企稳。我们既要看到主流趋势，也要发现潜在风险，把握主要矛盾，保持战略定力，在解决实际问题中推动行业高质量发展。

（一）要着力化解需求不足的突出矛盾。

行业服务要紧跟市场变化与特征，引导行业形成有效供给，构建供需良性循环。

1、要在理性市场中找到破局点。把握政策和市场机遇，引导行业丰富应用场景，发掘市场潜力。

2、要在人群变迁中找到增长点。把握好新消费人群行为观念的变化，

洞察消费新趋势。

企业要坚持长期主义做深做实做细产品品类，坚持体验价值、环境价值、社会责任统一，扎根社群，在品牌与消费者之间建立起持续有效链接。

（二）要着力提振企业信心和活力

“保市场主体就是保社会生产力”。行业服务要把握政策机遇，引导行业用好政策空间。

一是聚焦动力，推动企业深化产融合作；二是聚焦实力，推动企业提升发展质量；三是聚焦潜力，推动企业主动布局未来。

（三）要着力用好区域政策调整的机遇

把握机遇，行业服务要关注两个重点。

一是立足城市群经济，培育高能级全球时尚中心。培育“大师、大牌、大事”，建立起中国时尚话语权的主阵地。

二是依托县域经济发展产业集群、服务乡村振兴。面向C端，打破产业与生活的边界，以更有人文、更有温度的方式推动集群发展，是行业服务新的思路。

三、融入发展趋势，把握客观规律，推进行业服务

行业服务要在社会进步的历史潮流中发展，在人类文明的演进逻辑中创新。

（一）应对全球市场的转与折

1、供应链收缩重构的特征明显。要主动识别风险，应对规则变化，稳步提升在全球价值链中的位置。

2、贸易在发生结构性变化。既要引导产业强化与传统市场的经贸合作，也要充分用好共建“一带一路”、RCEP 协定等协议带来的战略机遇，强化国际投资与商贸合作。

（二）把握民族复兴的时与势

1、要把握国内统一大市场中蕴含的势能。要融入全国统一大市场建设，营造推动消费升级的良好生态。

2、要把握文化自信确立中蕴含的势能。要深入理解文化符号和元素，更好把握叙事情境和视角。

（三）聚焦科技创新的质与效

1、在发挥新型举国体制中有所作为。完善协同机制，整合资源要素，推进基础性、原创性理论研究和重大工程创新。

2、在推动融合创新中有所作为。引导行业开展大跨度、大纵深的协同联动，以多技术、系统化、集成化创新推动产业应用领域延展、拓宽。

3、在推动创新成果转化中有所作为。一方面完善科技创新服务链条，另一方面要推动科技创新合理布局和协同演进。

（四）推动绿色经济的真与实

1、要适应绿色规则的变化。在规则形成过程中做好应对、占得先机。

2、要正视发展过程中的信任问题。建立信任，落实真实价值。

3、要树立环境资产观念。引导企业增强环境资产意识，使企业在可持续发展中获得新的竞争优势。

（五）开启智能时代的知与行

一要树立成长性思维。紧跟学术前沿和市场前沿，关注未知和新生，关注边缘和异常，找到行业工作与未来赛道的结合点。

二要强化专业性能力。融汇理论与实践、集成经验与趋势，要以专业性和创新性为核心，打造学习型、创新型组织。

三要建立包容性网络。关注新规则，要深入研究、积极适应数字经济、知识产权、人工智能等新规则，为行业争取更多空间。

四、下阶段中国纺织工作

下半年，我们要坚持实事求是、尊重规律、系统观念、底线思维，将行业的认识和行动统一到中共中央政治局会议确定的工作部署和要求上来。

（一）增强内生动力，有效激发企业发展活力和市场需求

加强市场主体培育保障。做好政府与企业间的桥梁纽带，以更加细化务实的服务，推动企业创新涌流、活力迸发。



年中工作会议现场。关云鹤 / 摄

积极扩大国内有效需求。继续配合工信部开展2023纺织服装“优供给促升级”系列活动，配合商务部开展“发展时尚产业、促进时尚消费”活动，畅通产业循环，推动产业与市场对接。

（二）拓展开放深度，推动行业开展更高质量的国际合作

增进国际交流，强化发展共识。立足行业需要，提高战略思维，多做顺应全球化大势、符合各方共同利益的事，为产业发展营造良好国际氛围。

推进国际合作，拓宽市场空间。充分发挥展会平台作用，持续扩大办展规模、提高办展质量、提升国际影响，帮助企业收获新订单。

（三）夯实产业根基，引导产业转型升级与有序转移

推动产业在守正创新中增强能力。进一步巩固制造环节的核心地位。引导企业补短板、锻长板，不断完善从纤维材料生产、纺织染加工到终端产品制造的全产业链制造体系，强化产业的规模优势、体系优势。

推动产业在区域调整中平衡发展。借力各省重视产业发展的政策东风，加快推动产业与区域协同发展。

（四）坚持自立自强，推动产业构建自主可控的知识体系

深度挖掘优秀文化。要夯实文化根基，充分发挥文化要素对行业品质提升、品牌建设的作用，将文化自信转化为产品自信、品牌自信，提升发展软实力。

强化科技服务能力。要坚持全局思维，引导行业加快形成引领性的战略科技力量。注重基础研究和原始创新，探索以新型举国体制助力产业加快突破卡脖子环节。

弘扬产业精神文化。要以社会主义核心价值观为引领，大力弘扬新时代纺织行业精神，为产业发展提供强大精神动力。

（五）聚焦责任价值，增强产业可持续发展的潜力与后劲

推进产业绿色低碳循环发展。要更多站在人与自然和谐共生的高度谋划行业服务，引导产业有效降低发展的资源环境代价，为美丽中国建设作出更大贡献。

深化产业社会责任建设。以人本责任、环境责任、市场责任为重点，引导企业将社会责任系统纳入生产体系、价值体系、创新体系，不断提升企业发展对经济、社会和生态的贡献度。

（六）做好分析研判，提升服务产业发展和政府决策能力

我们要立足当前与长远，从改善社会预期出发，从增强内生动力出发，从化解风险隐患出发，做好行业引导工作。

进一步强化调研体系。行业调研要做好事关全局的战略性调研、破解复杂难题的对策性调研、新时代新情况的前瞻性调研、重大工作项目的跟踪性调研、典型案例的解剖式调研，把情况摸清、把问题找准。

进一步强化研究体系。立足国家战略和行业实际，统筹当前形势与长远发展，从全局高度绘制产业蓝图。

进一步强化宣传体系。做好行业宣传工作，塑造中国纺织工业新形象。不畏山高路远者，山川回馈以奇绝景色；不惧风高浪急者，大海回报以壮丽风光。在中国式现代化的新征程上，让我们以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，涵养稳的定力、保持进的姿态，务实推进纺织现代化产业体系建设，添人间锦绣，创美好未来。

承压恢复，企稳向好基础仍待巩固

2023 年上半年我国纺织行业经济运行分析

今年以来，面对更趋复杂严峻的国际环境和新形势下更为紧迫的高质量发展任务，我国纺织行业全面贯彻落实党中央、国务院决策部署，紧密围绕高质量发展和建设现代化产业体系战略目标，坚持稳中求进工作总基调，持续深入推动产业高端化、智能化、绿色化转型。随着我国经济社会全面恢复常态化运行，纺织行业内销呈现回暖态势，产业循环更趋畅通，但受外需疲弱、贸易环境复杂、生产成本高企等因素影响，上半年纺织行业生产、效益、投资等主要运行指标均增长承压，出口压力明显增加。展望全年，纺织行业发展形势依然复杂严峻，世界经济复苏动能不足、外部需求收缩、国际市场竞争加剧、企业生产经营压力较大等风险因素依然较多，纺织行业企稳向好的基础仍待巩固。

行业综合景气保持回升，生产形势持续恢复

今年上半年，在国内市场形势持续改善、国家宏观政策协同发力支撑下，我国纺织行业综合景气度保持回升，企业发展预期有所改善。根据中国纺织工业联合会调查测算，二季度我国纺织行业综合景气指数为 57%，较上年同期和今年一季度分别回升 10.7 和 1.4 个百分点，为 2022 年以来的较高水平。

受外需低迷影响，今年以来纺织行业生产形势略有波动，但降幅逐渐收窄。根据国家统计局数据，上半年纺织业和化纤业产能利用率分别为 76.2% 和 83.2%，较上年同期分别放缓 1.8 和 0.8 个百分点，但较今年一季度分别回升 0.7 和 1.1 个百分点，高于同期制造业 74.7% 的产能利用水平。上半年，纺织行业规模以上企业工业增加值同比减少 3%，增速较上年同期回落 3.9 个百分点，但较今年一季度回升 0.7 个百分点，化纤、棉纺织、长丝织造等分行业工业增加值实现正增长。

内销稳步回暖向好，出口压力与韧性并存

今年以来，我国生产生活秩序有序恢复，消费场景拓展、促消费政策落地带动纺织品服装内需实现较好增长。根据国家统计局数据，上半年，我国限额以上服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额同比增长 12.8%，自今年 4 月以来累计增速保持两位数的较快增长水平。直播短视频等新模式带动网络零售渠道增速较好，上半年我国穿类商品网上零售额同比增长 13.3%，增速较上年同期和今年一季度分别回升 10.9 和 4.7 个百分点，高于同期吃类、用类商品零售增速。

受海外需求收缩、国际贸易环境更趋复杂等因素影响，今年以来我国纺织行业出口压力明显增大，但对部分市场出口仍展现良好韧性。根据中国海关数据，上半年我国纺织服装出口总额为 1426.8 亿美元，同比减少 8.8%，增速较上年同期和今年一季度分别放缓 20.5 和 1.9 个百分点。主要出口产品中，纺织品出口金额为 677 亿美元，同比减少 10.9%，降幅较一季度收窄 1.2 个百分点；服装出口金额为 749.8 亿美元，同比减少 5.9%，降幅较一季度加深 4.6 个百分点。主要出口市场中，我国对美国、欧盟、日本纺织品服装出口额同比分别下降，同期对韩国、澳大利亚及俄罗斯、中亚五国等部分“一带一路”沿线国家纺织品服装出口额均实现较好增长。

效益降幅逐月收窄，投资规模小幅缩减

今年以来，在外需低迷、成本高位的背景下，纺织行业效益有



与会人员认真听取行业分析。关云鹤/摄

所下滑，但在内销回暖及国家各项调控措施落地显效支撑下，行业效益降幅逐月收窄，生产经营压力较一季度有所缓解。根据国家统计局数据，上半年全国 3.7 万户规模以上纺织企业营业收入、利润总额同比分别减少 5.1% 和 21.3%，较上年同期分别回落 10.8 和 4.3 个百分点，但较今年一季度分别回升 2.2 和 11.1 个百分点。产业链上大部分环节盈利较一季度有所改善，其中毛纺织、丝绸、家纺及纺机行业利润总额实现正增长。

在生产经营压力加大的形势下，纺织企业投资信心略有不足，行业投资规模有所缩减，上半年纺织业、服装业和化纤业固定资产投资完成额同比分别减少 2%、5.3% 和 7%，其中纺织业投资额降幅较一季度收窄 2.3 个百分点。

发展形势仍然严峻，合力共促压力下企稳

上半年，纺织行业积极把握我国经济社会全面恢复常态化运行的有利时机，努力克服需求不足、经营压力较大等风险挑战，不断提升抗风险能力和发展韧性，主要经济指标虽处于低位运行态势，但已呈现企稳迹象，为促进国民经济回升向好和助力民生改善发挥了应有作用。

展望全年，纺织行业发展的不稳定不确定因素仍然较多，实现平稳恢复向好还存在诸多困难挑战。国际形势错综复杂，发达经济体持续加息负面作用显现、通胀压力仍然高位、国际供应链合作效率下降等不确定因素增加世界经济衰退风险，制约国际市场需求改善。国内宏观经济整体将保持恢复向好态势，但基础仍不稳固。超大规模、不断升级的内需市场仍将是纺织行业高质量发展的首要动力；国家围绕保民生、促消费、支持民营经济发展壮大等领域出台的一系列政策措施，为纺织行业市场需求和营商环境改善优化提供重要保障。纺织行业仍需把握国内产需循环更趋畅通的有利时机，立足多角度、多层次、多领域内需市场，着力推动技术革新、业态创新及供应链更新，不断挖掘市场潜力、激发运行活力，更好统筹量的合理增长和质的有效提升，形成共促高质量发展合力。

纺织行业将全面贯彻落实党的二十大精神和中央经济工作会议有关决策部署，坚持稳中求进工作总基调，不断巩固企稳回升基础，更加主动融入和服务构建新发展格局，加快累积增强高质量发展韧性，努力保障产业链供应链稳定、安全运行，继续发挥好纺织行业在保障供给、激活内需、改善就业与收入等方面的积极作用，为推动行业经济运行持续好转、完成全年经济社会发展主要目标任务做出应有贡献，在构建现代化产业体系系中筑牢发展根基。

(中纺联产业经济研究院 / 供稿)

强预期、弱现实，未来市场待观望

2023 年上半年中国棉纺织行业经济运行分析

上半年，在国家政策支持下，棉纺织行业生产有序恢复，高质量发展稳步推进。但世界政治经济形势仍然错综复杂，带来诸多影响，棉花原料价格脱离供需基本面持续上涨，国内消费虽有所回暖，但出口压力仍然较大。行业经济运行整体呈现“强预期、弱现实”特点，仍面临较大压力。

内销支撑，承压前行

正值行业淡季，叠加去年同期高基数因素，企业营业收入延续下滑趋势，但降幅有所收窄。1—6 月，重点企业营业收入同比下降 1.88%，降幅较 1—5 月收窄 1.83 个百分点；重点企业营业成本同比下降 1.62%，降幅较 1—5 月收窄 2.83 个百分点。1—6 月，重点集群营业收入同比下降 9.7%，营业成本同比下降 2.1%。

欧美等主要纺织品服装消费市场疲软，对进口纺织品服装需求呈现不同程度的下降，外贸形势较为严峻。海关总署数据显示，1—6 月，我国纺织品服装出口额同比下降 8.3%，其中纺织品出口额同比下降 10.9%。1—6 月，重点企业出口交货值同比下降 14.10%，降幅较 1—5 月加深 0.84 个百分点；重点集群出口交货值同比下降 14.5%。

图1 棉纺重点企业出口交货值同比变化

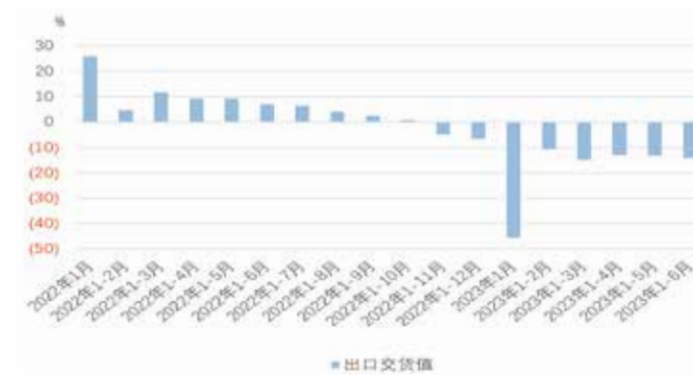
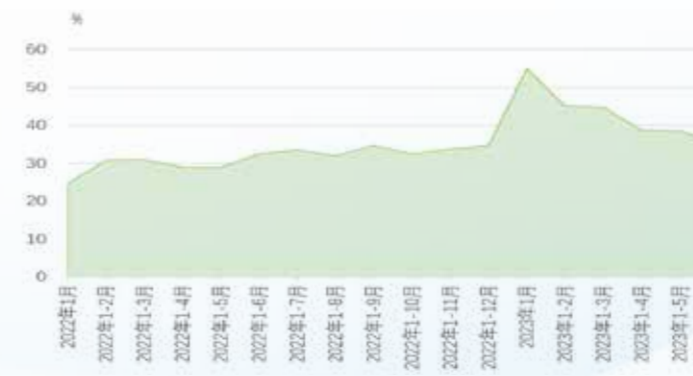


图2 棉纺重点企业亏损面变化



总的来看，今年以来，我国经济保持较快增长，对全球经济发展提供了重要支撑。近期，主要国际组织上调了全球经济增长预期，我国经济增速明显快于世界主要发达经济体，内需拉动我国经济增长的潜在动能还很大，棉纺织企业在稳定和争取外贸订单的同时，将积极开拓内销市场。

价格传导受阻，运行压力凸显

上半年，内需市场对经济增长的贡献率明显提升，但是世界经济动能不足，叠加棉花价格持续高位波动，纱、布产品难以跟涨，6 月份棉纺织市场运行压力凸显。

原料采购同比增环比降。1—6 月份，重点企业原料采购同比增长 9.84%，比 1—5 月份下降 2.14 个百分点，其中，棉花同比增长 18.38%，比 1—5 月份下降 4.79 个百分点；化纤短纤同比下降 1.12%，降幅比 1—5 月份扩大 0.73 个百分点。6 月份，重点企业原料采购环比下降 3.06%，其中，棉花环比下降 1.17%（进口棉环比增长 43.69%），化纤短纤环比下降 5.62%。

原料库存同比增环比降。1—6 月份，重点企业原料库存同比增长 4.76%，比 1—5 月份增加 0.18 个百分点，其中棉花消耗同比增长 9.31%，比 1—5 月份下降 0.68 个百分点；化纤短纤消耗同比下降 1.40%，降幅比 1—5 月份收窄 1.08 个百分点。

图3 2022年以来棉纺重点企业原料库存变化



纱产量同比增环比降，布产量同环比均增。1—6 月份，重点企业纱产量同比增长 4.64%，比 1—5 月份增加 0.34 个百分点，其中，纯棉纱和棉混纺纱产量同比分别增长 8.01% 和 11.73%，纯化纤纱产量同比下降 4.04%。1—6 月份，重点企业布产量同比增长 6.63%，比 1—5 月份减少 1.11 个百分点，其中，纯棉布和纯化纤布产量同比分别增长 8.34% 和 19.71%，棉混纺布产量同比下降 1.01%。

纱、布销售同比增环比降。1—6 月份，重点企业纱销售量同比增长 9.06%，比 1—5 月份下降 0.33 个百分点，其中，纯棉纱、棉混纺纱和纯化纤纱销售量同比分别增长 13.44%、13.65% 和 0.06%。1—6 月份，重点企业布销售量同比增长 8.01%，其中，纯棉布和纯化纤布销售量同比分别增长 10.16% 和 26.91%，棉混纺布销售量同比下降 1.42%。

纱、布库存同比降环比增。1—6 月份，重点企业纱期末库存同比下降 9.59%，降幅比 1—5 月份收窄 0.66 个百分点。1—6 月份，重点企业布期末库存同比下降 5.22%，降幅比 1—5 月份收窄 4.43 个百分点。

纱、布产能及产量情况，1—6 月，重点集群纺纱产能同比增长 7.4%，织布产能同比增长 2.1%。产量方面，1—6 月，重点集群各类纱线产量同比下降 4.8%，其中规上企业同比下降 2.0%；布产量同比下降 2.5%，其中规上企业同比下降 3.6%。

总体来看，6 月份，在棉价高企、行业淡季及外贸订单数量下降需求低迷的背景下，棉纺织企业生产经营压力加大。近日，储备棉轮出和棉花进口配额政策相继落地，随着棉花市场供应得到补充，棉纺织企业的用棉压力有望缓解。

(以上数据均来源于中国棉纺织行业协会，涉及 260 余户棉纺织企业及全国约 15 个产业集群数据，纺纱产能合计占全国棉纺织行业的比重约 75%，具有行业代表性。)

(信息来源：中国棉纺织行业协会)

高性能纤维平稳增长，上半年总体呈复苏之势

2023 年上半年中国化纤行业经济运行分析

2023 年以来，我国市场需求逐步恢复，生产供给持续增加，就业物价总体稳定，在此背景下，化纤行业整体处于承压修复期，已呈现出逐步复苏之势，总体开工负荷保持高位，库存状况良好，出口继续较快增长。但需求端不及预期，行业效益同比下降明显，企业盈利压力依然突出。此外，高性能纤维主要产品生产平稳增长，上半年总体仍有盈利；莱赛尔纤维产能利用率提升，产销量快速增长。

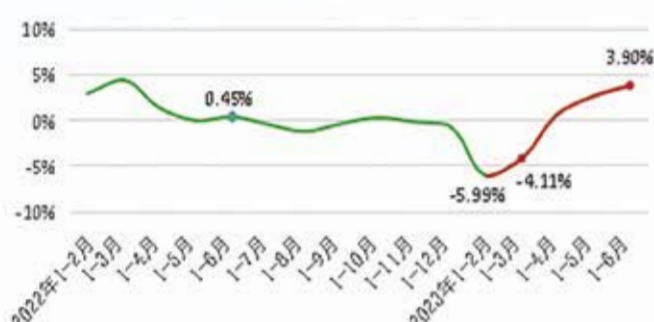
行业运行基本情况分析

（一）产销基本稳定，库存状况良好。

上半年，化纤行业总体开工负荷好于去年同期，除春节因素导致 1—2 月开工负荷明显下降外，3 月以来，行业开工负荷基本维持在高位。据国家统计局数据，2023 年 1—6 月化纤产量 3382 万吨，同比增长 3.90%，产量增速由年初的负增长呈逐步上升趋势。

上半年，化纤行业库存状况良好。在经过去年四季度的一轮去库存后，化纤行业库存压力不大。截至 7 月末，涤纶 POY、涤纶短纤、锦纶、氨纶的平均库存分别约 14 天、12 天、27 天、39 天。

图1 2022年以来化纤产量同比增速变化



数据来源：国家统计局

（二）市场相对平稳，价格波动减弱。

相比前两年，今年以来化纤市场相对平稳，价格波动减弱。

具体来看，聚酯产业链中 PTA 价格涨幅大于涤纶，涤纶行业效益压缩，但二季度 PTA 价格跌幅大于涤纶，涤纶行业效益有所改善。锦纶产业链下游需求平稳，成本传导稍顺，行业总体保持微利运行，但 5 月以来，锦纶新单商谈减少，加之原料下跌，产品价格亦有所下跌。氨纶产业链方面，原料 PTMEG 由于供需及成本的驱动，价格坚挺，尤其是一季度价格涨幅明显，但氨纶产销存在缺口，库存累积，加之新增产能投放，市场竞争激烈，尤其是二季度氨纶价格跌幅远大于其原料，企业现金流明显压缩，局部减停产有所增加。

（三）出口继续较快增长，但品种间有差异。

据中国海关数据统计，1—6 月化纤主要产品合计进口量同比减少 14.5%；出口同比增加 17.4%，较去年全年增速提升 8.68 个百分点。其中涤纶长丝出口同比增长 25.9%。一是化纤企业积极扩展海外市场；二是印度 BIS 认证影响下，厂家提前赶量，对印度出口涤纶长丝同比增长 165%。锦纶、腈纶、粘胶纤维、氨纶出口同比均减少。此外，聚酯瓶片出口仍呈增长态势，但增速减慢，1—6 月同比增长 2.9%。

（四）终端内需平稳增长，外需压力较大。

得益于内需消费的恢复性反弹增长，纺织行业内销实现较好增长。当前行业主要出口市场消费者购买力提升乏力、衣着消费支出及服装服饰商品零售增速均有所放缓，加之国际采购商库存压力仍未缓解、纺织品服装国际采购格局持续调整，纺织品服装出口压力较大。中国

海关数据显示，1—6 月全国纺织品服装出口 1426.8 亿美元，同比减少 8.3%，降幅自二季度起震荡加深。细分来看，纺织品出口额同比减少 10.9%，其中纱线、织物、制成品出口额同比分别减少 12.1%、11%、10.5%；服装出口额同比减少 5.9%。

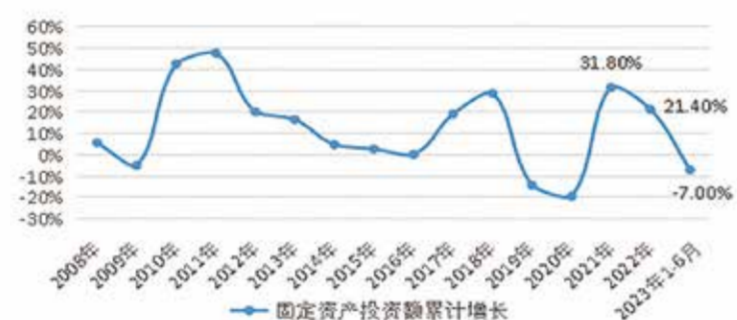
（五）盈利压力突出，环比有所改善。

上半年，化纤行业经济效益延续了 2022 年的下滑态势，且营业收入和利润总额双下降。据国家统计局数据，1—6 月化纤行业营业收入 5020.47 亿元，同比减少 2.09%；实现利润总额 58.16 亿元，同比减少 55.58%；主营业务利润率为 1.16%；亏损企业亏损额为 82.58 亿元，同比增加 57.91%；行业亏损面 38.27%。

（六）投资增速下滑，产能惯性增长。

据国家统计局数据，1—6 月化纤行业固定资产投资额同比下降 7.0%，但从实际新增产能来看，上半年依然是集中投放期。上半年聚酯新增产能约 500 万吨，其中涤纶 360 万吨，非纤 155 万吨。

图2 2008年以来化纤行业固定资产投资增速变化



数据来源：国家统计局

下半年行业运行走势预测

今年以来，国民经济持续恢复，总体回升向好，1—6 月 GDP 同比增长 5.5%。总体判断，宏观预期偏暖，但经济恢复是一个波浪式发展、曲折式前进的过程。

回到化纤行业，原料端，在基准情形下，国际油价保持当前区间震荡，三季度季节性需求支撑相对偏强，四季度或小幅走弱。从化纤产业链的产能匹配来看，化纤主要原料，如 PTA、CPL 新增产能大于纤维的新增产能，因此原料成本相对宽松，将对行业利润修复有一定贡献。

供应端，原本计划在 2022 年投产的装置由于市场行情问题，部分延后至 2023 年，使得 2023 年产能再次集中投放，是近年来增量最多的一年。因此，在需求有效增长之前，行业企业应着力控制新增产能，加强行业自律，避免供需矛盾进一步升级，以维护化纤行业持续稳定发展。

需求端，内销市场具备平稳恢复基础，政策提振消费信心，可重点关注家纺消费。外销方面，纺织品服装出口市场压力大，但化纤产品出口依然有望平稳增长。

展望全年，化纤行业运行有向好预期，但行业供需关系能否有效改善成为行业运行能否企稳回升的关键，预计可能要经历较长时间的修复周期。仅从数据指标来看，由于去年四季度基数低，所以今年下半年各项指标的增速预计会有较好的修复。TA

（信息来源：中国化学纤维工业协会）

秋季展会 抢先看

大有看头，大有可为

2023intertextile 秋冬家纺展开展在即

■ 陈墨 / 文

4 大展馆，12 大展区，近 1200 家参展商……8 月，来 2023 intertextile 秋冬家纺展，一展看遍产业全链风采，掀起新一轮家纺家居消费热潮！

2023 年是“扩大内需”年，促进消费成为提振经济的关键。乘政策之东风，迎时代之红利，即将于 8 月 16—18 日在国家会展中心(上海)举办的 2023 中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会(以下简称“intertextile 秋冬家纺展”)，可谓恰逢其时。

本届展会从面料到成品，再到整体软装方案，“一站式”软装采购元素全覆盖。参展产品涉及领域多、品类全、规模大，现场呈现的创意灵感、前瞻趋势必将引发新一轮消费热点，带动我国家纺家居市场的消费增长与经济恢复。

集结消费“尖货”，以新供给创造新需求

2023intertextile 秋冬家纺展集结了近 1200 家优质软装企业，展出规模超 11 万平方米，占据国家会展中心(上海)4 大展馆、12 大展区，倾力打造家居软装全品类专业盛会，集中展现中国家居产业强大的韧性和强劲的内生动力。

5.1 馆“品牌软装馆”汇聚行业优质软装品牌，经过近几年的打磨，商家们纷纷携其“看家本领”集中亮相。5.2 馆“潮流布艺馆”将带来最具创意设计巧思，把流行趋势演绎得深入浅出、淋漓尽致。6.1 馆“国际品牌/精品家居馆”接轨国际前沿、畅连全球市场，让观众零距离体验国际家居界最新风尚和潮流生活方式。6.2 馆“家具面料馆”将展示最全的软装选材，解锁最新的面料织造技术，带来“一站式”整体软装解决方案。

2023intertextile 秋冬家纺展进一步优化了展区设置和参展企业结构，划分为国际品牌展区、海外进口布艺展区、品牌窗帘展区、窗帘及窗帘布展区、遮阳窗帘展区、设计师面料展区、装饰布及沙发布展区、家具皮革展区、床品及整体家居展区、家居服饰及浴室用品展区、精选地毯展区、设备展区，12 大展区有效联动、互为补充，充分发挥出 intertextile 家纺展聚人气、促交易、增价值的平台作用，以及多元化、广覆盖、优供给的商贸价值。

作为国家级家纺家居行业专业盛会，intertextile 家纺展拥有惊人的吸引力和独特魅力，能将整个产业生态吸纳过来。届时，国内软装布艺品牌强势集结，参展阵容更加强大，奥坦斯、艾可、和心、安利、博卡、华尔泰、OTE、恒业时代、恒立、小轩窗等众多行业大咖携新品重磅登台，不少首发款、新工艺、新设计即将揭开神秘面纱。

海外家居布艺也强势回归，比利时、法国、印度尼西亚、意大利、日本、韩国、葡萄牙、土耳其、英国、美国等国家的重点展商将悉数到场，展示海外进口布艺和家居软装新品等。比利时、土耳其等国家及地区的知名家纺企业将以展团形式展出，意大利 Lanmood、美国 MORGAN、英国 Prestigious Textiles、葡萄牙 Elastron Group、法国 Elka、日本 Textile Depo、韩国 Dongjae、印尼 PT Sinar 等海外知名品牌也将如约亮相。



往届家纺展掠影。

激发创新动力，构建沉浸体验新范式

2023intertextile 秋冬家纺展在保持专业性和前瞻性的同时，不断寻求突破，开辟出新鲜有趣的展览议题和内容。展会现场将呈现诸多具有前瞻性的展位设计、主题策展、超级展品、设计论坛等，为观众带来一场“沉浸式”家纺家居设计体验展。

届时，2023/2024 国际家居流行趋势论坛、健康宜居下的室内(硬·软)装修新动力、中国大家居产业生态高质量发展大会、中国室内设计达人论坛、IKASAS 专题设计研讨会等活动将整合高端设计资源，赋能品牌发展，为行业注入创新思想和原创设计的驱动力。

随着宏观经济好转，市场逐步回暖，行业的升级转型正在加速，家居人如何在激烈的全球格局中调整战略？如何在迷途的经济形势下看清风口？又如何在全新的产业环境中重振赛道？2023intertextile 秋冬家纺展紧扣行业痛点、热点，汇集行业创新思想，即将推出多场重磅活动、会议论坛，为行业创新理念提供充分交流和商业转化的平台。

联通全球市场，为世界家纺注入“中国动力”

在国际市场，intertextile 家纺展也拥有较强影响力，主办方通过境外办事处、使领馆商务处、海外社交媒体、合作媒体、海外代理、协会、旅行社和庞大的数据库向全球范围内的专业买家发出邀请。目前已有印度、俄罗斯、韩国、美国、日本、巴西、波兰、叙利亚、泰国、南非、英国等 60 多个国家及地区的国际买家进行了观众登记，已有日本、韩国等东南亚和 CIS 的一些国家确定组织买团队。

为进一步激活内需消费潜力，2023intertextile 秋冬家纺展利用海量数据库进行短信、邮件、电话点对点邀请专业买家，并通过在抖音、腾讯视频、官微等自有平台以及家居、软装等媒体，多频次、多角度、多平台的宣传露出充分展示展会形象、传播展会信息，叠加大数据画像精准投放推广，广泛聚集品牌家具企业、软装公司、网络电商、批发商、零售商、产业园等流通渠道资源和经销商群体，同时辅以深入的商贸服务，高效链通上下游循环通道。届时，现场还会有省级家具协会、室内设计装饰协会、大型沙发布艺材料市场、窗帘布艺批发市场等数十个超级买团队在现场专门搭建的专业观众综合服务专区与展商们展开高效对接洽谈。

广度与深度兼具的产业定位、历久弥新的行业根基、庞大且专业的观众资源库、精准的商贸对接服务，2023intertextile 秋冬家纺展将以国际平台影响力和行业辐射力，助推上下游实现双向丰收。TA



柯桥纺织以务实创新融入全球纺织供应链。

新路上的纺城追梦人 ①

十年，再出发！

本刊记者_王利

阵阵驼铃声，猎猎风帆起。千百年前，丝绸之路开启了中国与中亚友好的大门，打通了东西方两大文明交流的通道。千百年后，“一带一路”从历史深处走来，融通古今、连接中外，携手共富之路。

古代丝路难赴，今朝大道通途。2023年是“一带一路”倡议提出十周年。十年间，“一带一路”倡议始终保持强大韧性和旺盛活力，持续为世界提供新机遇，同时也收获了累累硕果。浙江省是丝绸的起源地，海上丝绸之路的重要出发地，纺城柯桥更是世界最大的纺织贸易集聚地，堪称“一带一路”承前启后的贸易重镇。中国轻纺城书写了无数个“无中生有”的创业佳话，创造了“布满全球”的丝路传奇。

从“河边布街”到“国际纺都”，纺城柯桥的成长史，本身就是新丝路故事中最精彩动人的篇章。共建“一带一路”倡议，加快了我国纺织行业布局全球的步伐，也加快了柯桥纺织“走出去”与“引进来”深度国际化。十年间，纺城柯桥不断加强“一带一路”沿线国家的合作交流，充分利用国际国内两个市场、两种资源，围绕展馆设立、涉外服务、商贸交易，加快海外投资脚步，积极融入全球产业链，构建国际竞争新优势。

近年来，纺城柯桥持续加强会展带动作用，大力推进“丝

路柯桥·布满全球”行动计划，高标准举办世界布商大会、纺博会、时尚周三天纺织盛会；深化市场采购贸易方式和跨境电商综试区两大国字号试点，打造外贸高质量发展的“新引擎”；同时，通过实施“纺城海外火种”计划，加快在全球各地设立海外商会，鼓励外贸企业海外布局，进一步提升柯桥的行业话语权和国际影响力。

站在历史的新起点，今年11月，纺城柯桥将再次吹响国际盛事“集结号”。2023国际纺织制造商联合会中国绍兴柯桥年会、第二届新丝路故事汇·柯桥论坛等国际重磅活动，以及2023中国纺织业“一带一路”大会、世界布商大会全球知名企业圆桌论坛等十余场2023世界布商大会系列活动将在柯桥隆重举办，让世界听见柯桥的声音，展示现代化“国际纺都”新风貌。

融汇全球发展进程，面向未来发展方向。《纺织服装周刊》特推出“新路上的纺城追梦人”人物系列报道，聚焦10位纺城柯桥外贸领军人物，看他们在新丝路上如何搏击国际市场“蓝海”，主动融入全球纺织供应链。见微知著，通过树立纺城外贸标杆人物和典型企业，带动更多企业积极融入国际国内“双循环”新格局，为构建新型的世界纺织产业命运共同体，实现全球纺织产业可持续发展贡献柯桥力量。



纺织外贸难？“十字诀”你也能用上

记浙江实在纺织科技有限公司董事长唐华良

东小江畔，一座巍峨的高楼在朝阳之下闪烁着光芒，照亮了许多纺织追梦人前行的道路。走进大门，从墙上各国语言的“你好”可以发现这是一家外贸公司。乘电梯上7楼，一片美轮美奂的空中花园印入眼帘，夕阳的余晖下，花园里三五成群的人，边喝咖啡边谈订单，谈笑间各国订单纷至沓来。这样的办公场地舒适又充满温暖，还承载了一百余名纺织从业者的“梦想与面包”。

这里就是浙江实在纺织科技有限公司。在柯桥数千家外贸企业中，实在纺织成立的时间并不算长，却一路高歌猛进、脱颖而出。自2010年成立以来，在唐华良的带领下，实在纺织每年都保持两位数以上的增长比例，多次被评为“中国轻纺城自营出口十强企业”，并成功收购浙江红绿蓝纺织印染有限公司，客户群体遍及非洲、南北美、东南亚、欧洲等地近50个国家和地区，创造了从零起步到“布满全球”的丝路传奇。

问及成功的秘诀，唐华良的回答是：方向、方法、坚持、做好自己。朴实无华的“十字诀”背后，到底潜藏着唐华良怎样的经商和处世之道？



唐华良

“单品类爆款不如全品类做强”

走进实在纺织的展厅，整齐陈列着天丝罗马布、超柔系列、假粘系列、人棉汗布、全棉汗布、针织提花、梭织人棉平布印花、针织乱麻等近万款面料，这是实在纺织多年来决胜市场的秘密武器。面对如此多品类的时尚化、功能化、个性化精品面料，想必很多人都很好奇哪个品类是实在纺织的主打产品。

“不要给自己设限，市场需求就是企业方向。单品类爆款不如全品类做强，如果我的所有产品，每一类都能在品质、设计和性价比等方面媲美甚至超越做单一品类的企业，相信对于公司和客户而言都是更好的选择。”唐华良回答出乎意料又引人深思。

据了解，实在纺织拥有近十人的研发设计团队，每一类产品都各有特色，也拥有稳定的客户群体。公司的天丝罗马系列是一种新型针织面料，与兰精天丝混纺，柔软舒适、弹性好、亲肤感强，产品畅销各国；再生系列面料以其环保性深受欧洲各国大牌好评；人棉汗布、全棉汗布、针织提花等各种面料，凭借超高性价比深受“一带一路”沿线国家青睐……

今年上半年，实在纺织销售额突破5000万美元，下半年有望持续增长。“迎合市场需求只能带来一时效益，走在市场前沿，比客户需求先行一步才能引领企业长远发展。”在唐华良看来，以市场需求为导向，快速精准解决客户问题，根据消费者需求变化和市场供求关系的新特点，进行产品创新和客户服务，企业才能形成核心的竞争力。

“分蛋糕不如共同做大蛋糕”

在今年的浙江省“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”大会上，柯桥区喜获“浙江省十佳外贸强县（市、区）”称号。2022年，纺城柯桥对外开放水平取得重大进展，全年实现出口1338.91亿元。然而，不少纺织外贸企业却在感叹：蛋糕虽大分羹不易。如何才能从柯桥纺织外贸这块大蛋糕中分得更多的份额？

“与其想着如何分割现有的蛋糕，不如共同做大做强柯桥纺织外贸这块蛋糕，放眼世界、立足长远，把柯桥打造为真正的国际纺都、百年纺都。”唐华良的回答再一次让记者感到惊讶和佩服。作为土生土长的柯桥人，唐华良对这片土地和纺织产业有着深深的热爱，他希望通过国家、政府和企业共同努力，把这个被一些人视为“夕阳”的产业，发展为充满蓬勃活力、闪耀世界的“朝阳”产业。

那么，如何共同做大外贸这块蛋糕？唐华良认为，作为外贸企业首先要有国家荣誉感，产能可以转移，产业不能转移，扎根柯桥是实在纺织不变的坚持；其次，企业之间可以有竞争，但不能是拼价格的内耗，应该是拼创新、拼质量、拼服务的良性竞争；再次，企业要有合理的规划，一步一个脚印，实实在在做好自己，不仅要快更要稳。

为了提升产品质量、性价比，更好更快解决客户问题，不断扩大实在纺织世界版图，近年来，唐华良从产业链延伸出发，将贸易与印染相结合，把握更多发展主动权。2017年，唐华良投资泽平印染A车间，主营针织染色；2019年，唐华良入股华星印染，为企业发展再添助力；2022年，唐华良牵头收购浙江红绿蓝纺织印染有限公司，规划五年内改造为染印一体、人机结合的数字化智慧工厂，以数字化转型为企业发展添动能。

“花样留工不如创造归属感”

“这栋办公大楼斥资一亿元，总面积达2.8万平方米，集仓储、包装、办公、展示、休闲于一体，是公司再次腾飞的启航之地，也是员工们共同的家和为梦想奋斗的地方。”唐华良说道。

年底留工年初引才，是很多企业不断的循环，而实在纺织却是很多纺织从业者愿意共同携手成长的舞台。唐华良表示，目前公司有160余名员工，其中很多都是老员工，企业的发展离不开每名员工的劳动和创造，员工实现自我价值的过程就是企业蓬勃发展的过程，只有为他们创造舒适的工作环境，帮助他们得到个人成长，企业才能在这种互利中取得更长远的发展。

“企业留工用‘薪’更要用‘心’，要让员工实现价值感，并为他们创造家的归属感。”唐华良是这样说也是这样做的。为了提升员工的外语水平，实在纺织专门高薪聘请外教，定期开展英语和西班牙语培训，提升销售人员的业务素质；为解决暑期周末员工子女教育问题，公司从2015年开始设立暑假班，让公司外教给孩子培训英语，帮助孩子成长成才，解决员工的后顾之忧。

谈及下一步外贸规划，唐华良表示，以时代为领路人，以市场需求为方向，一方面积极拥抱数字化，不断优化内部ERP智能管理系统，提升企业管理和客户服务水平，全力打造印数字化印染工厂，通过节能减排、降本增效，积极响应“双碳”目标；另一方面做好内控和产品创新，建立强大的供应链体系，不断提升企业品牌影响力和国际市场话语权。TA



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

成效显著， 2023 柯桥窗帘布艺展交上满意答卷

■ 本刊记者_边吉洁

参展商尽兴而来，采购商满意而归。8月3日，为期三天的2023第十二届绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会在采供双方的意犹未尽中圆满落幕。寻样、问价、下单……满满的采购需求让每个展位人气爆棚；工厂走访、返单政策……不断加码的优惠让展会商贸基因更加活跃，交流洽谈更加精准高效；品牌分享、流量经济、数字智能……数十场精彩活动，树立起窗帘布艺行业高质量发展“风向标”。

历时七载，年复一年。每一届的柯桥窗帘布艺展，一样，又不一样。这一次，柯桥窗帘布艺展用现场的盛况再次证明了窗帘布艺产业的生命力、企业的创新力、展会平台的凝聚力。根据现场门禁系统统计，2023第十二届柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会三日共吸引采购商33156人次。网上云展及直播活动吸引超100万人次观看。

展会已经结束，更多的商机正在酝酿。新产品、新趋势、新工艺、新理念在这里汇聚，通过展会平台拓展至全国各地，通过展商供给侧改革提升供给质量，创新消费新场景，促进窗帘布艺行业消费恢复和升级。

锚定所需，一件件创新好物夺人眼球

逛柯桥窗帘布艺展，国潮中式、低碳绿色、功能性……展品一应俱全，涵盖窗帘、窗纱、窗饰、辅料、墙布、沙发布、机械、床上用品、整体家居软装等。除了能看到新产品、新技术和新趋势，更能感受到产品在空间布局中的氛围感和和谐美。

走进绍兴岚莎纺织有限公司的展厅，各种色彩、款式的成品窗帘整齐悬挂着，整个展厅充斥着青春活力的气息。首次参展的岚莎纺织此次推出了棉麻、雪尼尔、高精度等20多款窗帘。“我们品牌主打极简风格，以暖色调、素色为主，用各种蝴蝶结、花边、绳结等作为装饰物进行搭配，使窗帘富有层次感，深受年轻人的喜爱。”该公司总经理徐跃庭说道。

致力于开发健康、舒适、环保产品的洛梵诗成品窗帘，一直将安全产品作为主打特色，此次展会推出的棉麻、羊绒等系列，已通过专业机构的健康安全认证，为消费者创建安全的守护。其区域经理杜鹏表示，洛梵诗在保证产品安全的同时，在纹理、色彩设计上也独具特色，此次借力展会推出新品窗帘，积极拓展国内中高端消费市场。

寻觅商机，一次次千里奔赴如约而至

人流不断，洽谈热火朝天，这是柯桥窗帘布艺展现场带给人们的第一感受。采购商们带着精准需求，与优质参展企业深度交互。不止一位采购商谈到：“新产品太多了，选不过来。”柯桥窗帘布艺



全国各地采购商云集展会。

展举办多年以来，成功圈粉江苏、安徽、河南、福建、山东、甘肃等全国各地采购商。

来自山东圆梦布艺的马文红已是第三次来柯桥窗帘布艺展，此次带着精准需求来采购布帘、纱帘、百叶帘等各种秋季新品。“我一直与柯桥窗帘企业有合作，店里大部分产品都是从柯桥采购的，现在我已下单了5、6款窗帘。”马文红表示，相较于以往，柯桥窗帘布艺展的参展企业越来越优质，产品品质也越来越好，展会整体档次都有了很大的提升。

“我每届都来，我相信柯桥的窗帘企业。”来自温州乐清的陈乐英这样说道，她刚与第三家企业签下订单。柯桥窗帘布艺展汇集了大量的优质产品，企业展示也很全面，产品性价比也高，极大满足了她的采购需求，也便捷了采购选样下单。

来自安徽李道忠窗帘的陈梅说，此次来展会希望采购到雪尼尔材质的秋季新款窗帘，他们一行共5人，每个人都选到了心仪的产品。陈梅告诉记者，这是她第一次来柯桥窗帘展，一方面挑选采购最新的产品，另一方面了解了当下的流行趋势，此行收获颇丰，感受很好，明年还将继续来观展采购。

重磅论坛，一场场智慧分享各抒见解

为提升互动氛围及展会内涵，增加参展商及观展商之间的黏性，展会期间，多场精彩的品牌推介、趋势分享论坛轮番上演，围绕产业链渠道建设、行业流行风向、最新趋势动态等方面，为行业提供更多的思路参考与方向指引，探讨未来发展的更多可能。

其中，“第十二届中国轻纺城窗帘布艺展高峰论坛暨数智赋能窗帘产业高质量发展趋势论坛”围绕窗帘智慧工厂打造、新媒体领域赋能、数字化服务平台等核心议题展开集中探讨，全方位解读了窗帘产业科技创新演变，共同探索未来数智化产业生态转型。

电商流量、直播流量作为新媒体时代不可取代的现象级产物，所带来的经济效益已引起越来越多人的重视，“流量赋能窗帘产业线上线下融合发展趋势论坛”直指经济新常态，重新定位窗帘的销售渠道和路径，促进窗帘行业的整体变革和发展。

展会是行业发展的风向标，柯桥窗帘布艺展通过一场场专业论坛全方位输出高质量见解，启迪行业未来。

拥抱未知，积极探索。柯桥窗帘布艺展以推动产业转型升级，搭建供需商贸平台为己任，为产业高质量发展提供更多技术、资源支持。展会虽已落幕，但行而不止，任重道远，柯桥窗帘布艺展将怀着对未来的憧憬与展望，向更高、更远的目标前行。TA

Focus / 聚焦

助力纺企抢滩窗帘旺季

中国轻纺城窗帘采购节精彩收官

■ 本刊记者_周榆清 文/摄

以节兴市，以节促贸。近日举办的2023中国轻纺城窗帘采购节上，柯桥区委常委、中国轻纺城党工委书记袁笑文出席开幕仪式，现场为北联市场首批“窗帘优选”经营户授牌。活动举办的三天里，中国轻纺城北联市场、天汇广场客流量不断，为8月窗帘布艺采购旺季再添“一把火”。

市场多措并举，真金白银促消费。百万消费券免费赠送、经营户新品集中亮相、网红直播走进市场……活动现场精彩不断，贸易洽谈氛围浓郁。“本次活动中国轻纺城集团推出了‘百万消费券免费大赠送、来就送、满就送’活动，包含6000张的消费券和午餐抵扣券，总价值超过100万元。”北联市场分公司总经理金厚庆介绍道，活动期间采购商可凭飞机票、火车票等交通票据，也可凭采购订单免费领取消费券或者午餐抵扣券。

线上线下联动，抢抓双渠道商机。北联市场甄选了39家优质经营户的新品新样进行线上线下集中发布，供广大采购商挑选采购，并邀请窗帘网红走进市场，进行探店直播。此外，为便利采购商往返市场和2023第十二届绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会，市场特安排免费车辆接送采购商往来北联市场与绍兴国际会展中心。

商户积极发力，踊跃参与迎客来。位于北联市场四楼的升腾布艺针对此次窗帘采购节特推出9大系列新品，产品以涤棉为主，从纤维、织造、印染、成品等供应链全过程严格把关，在面料的组织结构、原材料以及美学搭配三个方面表现优异。董事长邹湘平说道：“当下市场环境日益复杂，窗帘采购节犹如一场‘及时雨’，营造了浓厚的商贸氛围，提振了经营户的信心。”

品牌服企和国际采购团进市场

为畅通产业链上下游对接交流渠道，抢抓国际国内“双循环”商机，近日，2023“布行天下”系列品牌服企进市场对接交流活动和国际采购团走进市场对接交流活动在中国轻纺城集团所属联合市场五楼发布厅举办。

活动共持续3天，邀请了全国各地40余家品牌服企代表、世界各地30余名采购商共赴中国轻纺城，找面料、寻商机、促合作。市场围绕品牌企业的采购需求，精选优质经营户代表，在活动现场实现精准配对。各市场经营户现场摆摊，采供双方热切洽谈，许多客户达成合作意向。

当下专业市场的行业竞争日趋激烈，更需要平台提供专业、精准、高效的服务，让采购商“走进来”，让经营户有单子，让实体市场热起来。为进一步助力实体市场繁荣，浙江中国轻纺城集团股份有限公司依托“布行天下”品牌，开展常态化采供对接、新品发布等系列活动，不断融合上下游优质资源，深化专业商贸对接服务平台，帮助企业提高专业市场竞争力。

此外，来自韩国首尔和大邱的采购团还乘坐市场观光直通车分别前往北市场和东升路市场参观，通过优秀企业的面对面洽谈，为中国轻纺城经营户赢得商业机会、提高产品知名度和销售量作保障。(李娜)



窗帘采购节推动采供双方高效对接。

中国轻纺城集团总经理王百通表示，中国轻纺城集团依托“走出去”和“请进来”的形式，立足市场经营户和采购商需要，推出“布行天下”隆市拓展活动，累计举办系列隆市对接活动39场，新品发布活动22场，自办展、组团展4场，线上孔雀云展12场及多场线下对接活动。希望本次节会活动能够为市场经营户与采购企业深入探寻发展契合点、合作共赢点起到积极作用，推动采供双方高效对接，助力市场经营户深度了解流行趋势、精准把控产品开发方向。

作为“布行天下”隆市拓展活动之一，本次窗帘采购节既是推动轻纺城市场繁荣的一次创新行动，也是进一步巩固北联市场国内面积最大、交易最集中、品种最齐全的窗帘窗纱布艺专业现代市场龙头地位的重要举措，给采购商带来实惠的同时，也给消费市场加快复苏增添了新的动力。

这场培训手把手教你 用好色彩“利器”

近日，由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办的纺织面料色彩企业培训班开班，吉麻良丝新材料、元绒贸易、佳诚纺织、懿纱纺织等企业的50余位代表参加。

COLORO消费研究专家丁晋佳、色彩专家吴若曦聚焦宏观趋势、消费情绪、消费者画像，为参与企业带来面料设计方向的专业讲解。在实践环节，企业代表们以小组形式，以所学的COLORO色彩体系为基础进行实操练习，通过将色卡按色相、明度、彩度的不同顺序排列组合，从源头梳理色彩体系高效应用的方法。

此次培训通过实训练习与讲座环节的有机融合展示了色彩体系工具的运用方法，为柯桥纺织企业捕捉市场热点、精准制定产品基调提供了可行方案，在场的企业代表皆表示不虚此行。

绍兴乔奈纺织品有限公司总经理杜玲婕认为，通过培训了解了产品开发要结合更多的专业方法，对客观的流行趋势有更准确的把握。盛世天宇纺织有限公司总经理施秋雅表示，这类高效率、实战性强的活动，使她的积极性被充分调动起来，也获取了许多关于女装面料色彩趋势的精辟分析。

本次培训内容丰富，理论与实践相结合，使企业代表更深层次地理解色彩体系及色彩工具的实用价值，进一步帮助企业用好色彩这把“利器”，以色彩精细化管理构建更为清晰的产品开发思路，塑造面料的千面风格。(边吉洁)



与会代表进行了深入探讨和交流，并达成了合作共识。

纺织新材料高质量发展之路这么走

中国纺织新材料高质量发展大会共谋行业发展

本刊记者_王利

七月江城美如画，白山松水展新颜。一场国际大咖齐聚的千人盛会、一场关乎纺织全产业链高质量发展的行业论坛在吉林召开，展示了东北老工业基地在新时代浪潮下不断转型升级的澎湃活力。

东北地区是新中国的工业摇篮和我国重要的工业基地，发展制造业具有坚实基础和传统优势。在东北老工业基地振兴的浪潮中，吉林省深入实施“一主六双”高质量发展战略，以高水平科技自立自强支撑高质量发展。新兴产业“无中生有”，传统产业“有中新生”，“高精尖新”正成新解。新材料正是“六新产业”主攻方向之一。

7月26日，由中国纺织工业联合会、吉林省工业和信息化厅指导，吉林市人民政府、吉林省纺织工业协会主办，吉林化纤集团承办的“中国纺织新材料高质量发展大会”在吉林市召开。会议以“协同创新，共享未来”为主题，来自全球纺织产业链上下游的1200余名业界同仁齐聚一堂，共商产业政策，共话前沿技术，共谋行业发展。

一主六双 打造碳纤维领域改革新样板

吉林市不仅是全国知名的“化工城”，是美轮美奂的“雾凇之都”，是享誉全国的“滑雪天堂”，是“中国粳稻贡米之乡”，更是快速崛起的“中国碳谷”。在“一主六双”高质量发展战略下，吉林市纺织新材料发展取得显著成效。当地的老牌国企吉林化纤集团，是全球最大的人造丝、竹纤维、腈纶纤维生产基地，全国最大的碳纤维生产基地，全国唯一的保健功能纺织品原料基地和国家差别化腈纶研发生产基地。

“作为全国唯一的‘国家级碳纤维高新技术产业化基地’，吉林市现已形成了国内最完整的碳纤维产业链条。吉林化纤集团的碳纤维产业迅速发展，2021、2022年连续两年实现了翻番式增

长，是中国碳纤维领域一颗闪亮的新星。从国家层面，国务院国资委推选吉林化纤集团为中国创建世界一流专精特新示范企业；当地也将举全市之力支持吉林化纤集团在做好腈纶、人造丝和竹纤维等优势传统领域之外，在碳纤维领域加快做大做强，建设中国最大的碳纤维生产基地。”吉林市委副书记、市长王吉说道。

近年来，在吉林省委、省政府的高位推动下，吉林省碳纤维产业发展迅速，2021年和今年上半年先后出台了《推动碳纤维及复合材料产业高质量发展若干举措》1.0和2.0版，持续举全省之力以硬核之策推动碳纤维产业发展，全省上下抢抓碳纤维产业发展机遇，准确把握工作重点难点，做大做强碳纤维产业，助推碳丝变身“黑黄金”。

“我们将深入贯彻习近平总书记视察吉林重要讲话重要指示精神，坚持‘一主六双’高质量发展战略，全面落实省委省政府工作部署，探索新模式、构建新业态、创优新环境，积极推动吉林省在碳纤维领域率先打造改革新样板，率先推进全球新布局，率先树立一流新形象，致力于从全球行业的产能优势走向‘技术最强’和‘产品最优’，努力培育碳纤维产业竞争新优势，助推吉林化纤集团做得更大、更强。”吉林省工业和信息化厅党组成员、副厅长长穆可桢如是说道。

吉林化纤集团党委书记、董事长宋德武表示，吉林化纤将继续立足四大纤维主业，坚持人造丝优质化升级，腈纶规模化基础上的差别化，竹纤维联盟化中绿色化，碳纤维产业链一体化协同发展，继续遵循价值思维、问题导向、协同共生的经营原则，与国内外纺织企业协同创新，共享未来。

七项行动

助力建设纺织现代化产业体系

现代化产业体系是现代化国家的物质技术基础，是中国式现代化的重要组成和必由之路。作为重要的民生产业和实体经济部门，建设纺织现代化产业体系意义重大。那么，纺织现代化产业体系是怎样的体系？作为纺织产业链的源头，纺织新材料行业又该如何发力？

中国纺织工业联合会副会长端小平指出，纺织现代化产业体系是以新发展理念为引领，融入时代大势、立足中国实际、美化人民生活、服务全球发展的产业体系，是创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业体系，要围绕纺织行业发展目标推进ESG与可持续发展，建设具有完整性、先进性、安全性的现代化产业体系。

随后，端小平介绍了七条行动路径：深入开展具有全球竞争力的纺织科技创新行动，突出文化引领的纺织时尚升级行动，纺织绿色制造和履行社会责任行动，适应现代化发展的纺织人力资源保障行动，促进东中西协调的纺织区域融通发展行动，保障产业安全的高效国际供应链提升行动，数字经济和纺织行业深度融合行动。

当前，世界经济与中国经济发展大势如何？在此背景下如何落实高层方略？企业有哪些选择？浙江大学国际经济研究所所长赵伟作“经济大势、高层方略与企业选择”主题报告。他指出，中国经济中期潜在经济增长率预期持续走低，以往改革、经济全球化、人口三重红利已经或正在消退，但长期来看中国经济依托大经济体、经济增长阶段优势和增长动力转换优势仍然具有巨大潜力。高层方略短期内促进增长，只有增长才有应对国际变局的底气；中长期来看，由“三区+两流域”的国家级区域战略和“一带一路”倡议、双循环新发展格局的国家总

体战略引领。企业要认清大势，防风险前置，短期关注供应链安全，中期关注产业链程度，长期留意经济全球化分群带来的风险。

四个方向

从源头推动产业高质量发展

纤维材料的突破是行业设计创新、工艺创新、装备创新、产品创新的源头和先导，推动着产业体系的重构与升级。协同创新是打造高端化、智能化、绿色化的先进制造能力的重要支撑，是新发格局中推动产业质量、效率、动力变革的关键一招。

正如宋德武所言，吉林化纤集团今天的业绩与产业链各环节合作伙伴的支持密不可分。

大会对2023年度吉林化纤集团优秀产业链合作企业进行了表彰，为产品开发奖、创新突破奖、国际合作典范奖、质量优胜奖、卓越贡献奖获奖单位颁发了奖牌和证书。

围绕吉林化纤集团竹纤维、碳纤维、人造丝、腈纶在纺织生产中的应用情况，天虹国际集团有限公司、隆基绿能科技股份有限公司、印度baid synthetics公司、吴江新民高纤有限公司、德州华源生态科技有限公司代表分别作了精彩分享。

以“Ecobamboo全球推广”“碳纤维领域全覆盖”“人造丝高端领域应用”“腈纶棉纺拓展”为方向，在与会嘉宾的共同见证下，大会举行了吉林化纤纺织新材料高质量发展启动仪式。

会后，与会人员实地参观了吉林化纤集团公司人造丝生产线、腈纶纤维生产线、碳纤维原丝、碳丝生产线及汽车轻量化、碳纤维助剂等项目建设现场，见证了老牌国企在纺织现代化产业体系中的新担当、新作为。

7月27日，吉林化纤还组织召开了用户座谈会。来自人造丝、腈纶、天竹联盟、碳纤维领域的供应商等行业代表围绕产业政策、前沿技术、行业发展等方面，在4个会场进行了深入探讨和交流，并达成了合作共识。多年来，吉林化纤集团公司坚持以客户为中心，深度实施产销融合，促进了产品升级、客户升级和产业升级，实现了创新链突破技术壁垒、产业链协同发展创新，价值链合作共赢，为推动纺织行业高端化、智能化、绿色化、融合化发展作出了重要贡献。TA





2023 中国面料之星
参选企业产品系列报道 (六)



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

为进一步发现推广优秀面料企业，“中国面料之星”用户最满意产品调查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。

2023“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面料企业参选产品。

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。

佛山市果然纺织科技有限公司



面料名称：冬日暖阳珠地
原料成分：棉 38%、莫代尔 38%、涤纶 21%、氨纶 3%
产品特点：莫代尔棉混纺面料，纬编圆机双面提花组织，面料肌理感强而不失柔软，风格粗犷兼具保暖功效。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：华夫格双面
原料成分：涤纶 95%、氨纶 5%
产品特点：仿棉感涤纶采用拉毛起绒工艺，增加面料肌理感，使面料具有棉感与保暖舒适性。
应用领域：男装、女装、休闲装

苏州橄榄枝纺织品有限公司



面料名称：再生咖啡纱弹力面料
原料成分：T95.5%、SP4.5%
产品特点：面料使用回收的咖啡渣，通过环保工艺将咖啡渣加入到排汗纤维中进行纺纱，织成面料，与其他常用面料相比可有效提高 50% 的干燥效率。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



面料名称：晒不黑
原料成分：T87%、SP13%
产品特点：面料主要以轻量、防晒、吸湿排汗为主要优点作为推广。其中晒不黑云感与太极石冰氧系列纤维结合，在纺丝中添加纳米级冰玉石分子，能够瞬间带走皮肤热量，给人凉爽舒适的感觉。
应用领域：男装、女装、休闲装

青岛新维纺织开发有限公司



面料名称：青春绵
原料成分：涤代涤纶、莫代尔
产品特点：面料既具备涤代涤纶的自然亲水、快吸快干、抗起球、低静电等性能，又具备凉爽、悬垂、柔软的触感。面料风格结合了棉感、利爽、垂感等，统一了时尚与舒适。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服



面料名称：三维导湿
原料成分：涤代涤纶、普通涤纶
产品特点：三维导湿面料利用了涤代涤纶遇湿快扩散、速蒸发的特性与普通涤纶的疏水特性，形成高亲水动力差，从而实现三维导湿。实现面料内层干爽舒适的永久功能性。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服

绍兴林凤纺织科技有限公司

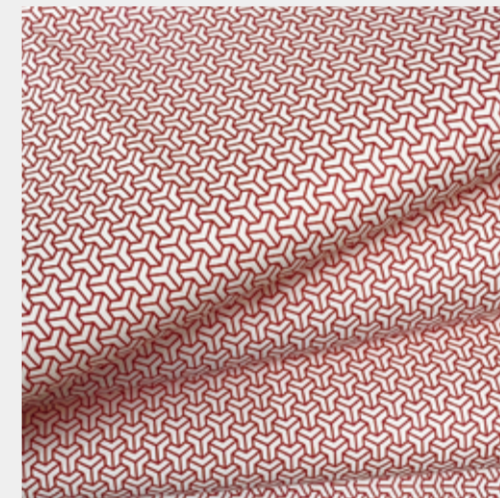


面料名称：RNT 罗纹小提花
原料成分：R52%、T26%、N22%
产品特点：在罗纹小提花中加入包芯纱，使面料具有亲肤感，柔软光滑，穿着舒适。
应用领域：女装、休闲装、内衣、家居服、童装



面料名称：2*2 竹节罗纹
原料成分：R66%、T34%
产品特点：在 2*2 罗纹中加入新合纤高收缩丝，利用该材料的特性性能（粗细竹节长度、热收缩率和伸长率不同）来满足面料的不同风格。
应用领域：女装、休闲装

浙江杨世新材料有限公司



面料名称：彩色印象
原料成分：涤纶
产品特点：面料由四面弹复合彩色印花膜制作而成，防水透湿，打破了传统的单一透明膜的概念，在膜上印花，贴合四面弹，使面料具有防水透湿功能，满足户外运动需求。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：彩虹
原料成分：涤纶、氨纶
产品特点：面料采用含有不同颜色的色纱通过针织工艺织就而成。改变了传统的单色染纱方式，使织物风格得到根本性突破，在平面中显出立体感，层次丰富，手感柔滑，穿着舒适。
应用领域：男装、女装、休闲装

江门市大兴针织厂有限公司



面料名称：棉盖赛丽丝环保面料
原料成分：棉 50%、赛丽丝 50%
产品特点：面料采用赛丽丝与棉交织，赛丽丝纤维是全球第一个通过德国莱茵实验室可生物降解检测并获得国际认证的聚酯纤维，同时具有出色的性能，使面料具有很好的环保性和优异的吸湿速干性。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装



面料名称：莫代尔/蚕丝混纺凉感功能面料
原料成分：凉感粘胶 45%、莫代尔 42%、氨纶 8%、蚕丝 5%
产品特点：这是一款专为内衣而开发的高档面料，面料含有蚕丝，有益于皮肤健康，同时结合 100D 凉感粘胶长丝，具有凉感、透气、高吸湿、抗静电、悬垂性，质感柔顺更接近天然丝绸的特性。
应用领域：内衣、家居服

福建恒益纺织有限公司



面料名称：MY07153/1440/X
原料成分：锦纶 73%、氨纶 27%
产品特点：这是一款可以随意裁剪的蕾丝面料，采用提花组织和褶皱处理，让面料风格清新动人。
应用领域：内衣、家居服



面料名称：MS06748/1300/PU
原料成分：涤纶 90%、氨纶 10%
产品特点：面料使用再生涤纶，材质更加环保，已通过国际生态纺织品 Oeko-Tex Standard 100 标准认证。
应用领域：内衣、家居服

浙鹏实业集团有限公司



面料名称：双纱珠地抗菌面料
原料成分：棉 63%、聚酯纤维 37%
产品特点：手感柔软舒适，亲肤性强，适合夏季着装，抗菌面料具有良好的安全性，保持织物清洁。
应用领域：男装、女装、童装



面料名称：棉平纹复合绒
原料成分：聚酯纤维 61%、棉 39%
产品特点：面料蓬松柔软、不易掉毛、保暖不易起球。棉平纹复合绒面料的表面清淡整洁，视觉效果好，面料具有极好的透气性和悬垂性，稳定抗皱。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装

把握时尚产业总体定位， 海宁坚定打造“国际品质潮城”

■ 吴明彦 / 文

作为中国知名的制造业基地，海宁提出，“十四五”要培育以“1+4+2”为主导的制造业集群（即做强1个1000亿级时尚产业集群，壮大泛半导体、高端装备、光伏新能源、新材料4个500亿级产业集群，培育生命健康、航空航天2个100亿级产业集群），其中领头的“1”，就是千亿级时尚产业集群。

皮革、经编、家纺“老三样” 不断塑造海宁新优势

多年来，海宁的皮革、经编、家纺已经是在国内外享有盛誉的特色产业。近年来，这些特色产业加快了转型升级的步伐，正成为海宁在全国产业集群中具有强大基础、新动力优势的产业。

从制革到制衣，海宁皮革产业一直走在全国的前沿，目前已形成了从养殖、制革、皮革制品加工到皮衣生产销售的完整产业链。面对新时代的消费升级，海宁皮革通过加强品牌建设、实施标准化、提高产品质量和服务水平，持续促进皮革产业的创新与升级。海宁生产了全国30%的皮革产品，而其销售产品却占据了全国60%的市场。拥有5000多个注册商标，现有中国头部品牌企业17家、浙江名牌8家，成为全国皮革行业品牌最集中的县市之一。

如今，马桥经编产品也日益丰富，真正实现了能“上天、入地、下海”，无论是在衣服、鞋子、户外休闲运动装备上，还是飞机、汽车、家居建材、大型风机叶片、灭火毯、纹理逼真的PVC地板上，化纤、玻纤、碳纤维等多种新材料、创新型产品正成为马桥经编的新主流。按照高性能化、多功能化和低碳环保三大方向，马桥经编不断突破“卡脖子”的关键技术。马桥经编园区集聚了500余家企业，拥有高新技术企业42家、超亿元企业68家、超10亿元企业3家。全球8万台经编机，6万台在中国，5000台在马桥镇。正是依靠产业集聚、科技创新和数字化赋能，马桥镇也成为全球最大和最具竞争力的经编产业基地之一。

家纺产业是海宁三大传统产业的金名片之一。在许村镇，以“美丽经济”和“时尚产业”为定位，围绕家居装饰需求的窗帘、沙发布艺、墙纸、壁布等多类产品，在多年的专业化生产基础上，依托现代化的时尚设计，许村家纺正不断在向新型功能化、智能化、个性化、时尚化转型。致密防水、智能遮光、新款色织大提花等全新工艺随处可见。从“一块布”到“一个家”，展开时尚创新先河。海宁许村现有市场经营主体2万余家，家纺企业2700余家，其中规模以上企业179户，家纺从业人员3.68万人。海宁中国家纺城55万平方米的市场展销中心和跨境电商联盟平台，将产品远销至海内外40余个国家和地区，许村镇正大力提升家纺产业集群的世界影响力和竞争力。



海宁正在打造千亿级时尚产业集群。

服装和袜业兴起， 打造海宁时尚产业新动能

海宁许村镇有着天然的“融杭”地缘优势，全国著名的杭州四季青服装街区距离许村镇不足半小时车程。近年来，大批服装企业到许村工业园区投资办厂，“门店在四季青，工厂在许村”的情况比比皆是。据了解，截至目前，已有8000余家服装企业、近20万从业人员扎根许村。许村镇积极承接了这些企业转移发展，五德国际园区、前进工业园区、杭海数智新城等都是服装产业集聚化、时尚化、数字化转型发展的新载体。此外，海宁家纺时尚面料创新中心以面料设计开发赋能服装企业产品需求，杭海面料市场积极引进各地面料辅料供应商对接服装产业链上下游资源。目前许村已集聚了1000余名设计师，许村镇服装行业协会也应运而生，许村将成为杭州四季青市场70%的服装货源产地、杭州电商平台40%的女装供应链基地。

袜业当前也正成为海宁的优势产业。据不完全统计，海宁共有袜厂950家左右，为袜子行业配套的如橡筋、氨纶等产业上下游相关企业有1500多家，产业链完善。袜业及上下游配套产业的从业人员在8万人左右。现有各类袜机3万余台，年生产袜子30亿双，年产值100多亿元。海宁袜子生产主要是以出口为主导的中高档袜子，销往欧美、日本等国家和地区。近年来海宁袜业也在瞄准庞大的国内市场，专业研发各类时尚化、功能性、个性化定制袜品，同时积极打造智慧工厂、无人车间，推进袜业产业转型升级发展。

锚定“国际品质潮城”， 建设千亿级时尚产业集群

据了解，截至目前，海宁时尚产业拥有相关企业已逾万家，其中规模以上工业企业数量达785家，从业人员超20万人。

海宁已经先后出台了《千亿时尚产业集群建设若干措施》《“十四五”时尚产业发展专项规划》《海宁市时尚产业高质量发展行动方案》等重磅政策，提出了“双千双百”的工作目标：“双千”即时尚产业规上总产值超1000亿元、规上企业超1000家；“双百”即引育100名知名设计师、100个新品牌，坚定不移让产业发展往设计研发端、品牌营销端延伸。

海宁市委书记曹国良表示：“时尚产业是海宁的主导产业、富民产业，是海宁产业高质量发展的‘金字招牌’。未来一个时期内，海宁将坚定不移发展时尚产业，聚焦国际化视野，瞄准世界级产业集群，进一步谋划海宁时尚产业发展路径，不断完善体制机制，持续优化营商环境，推进时尚产业在‘十四五’期间达到千亿规模。”

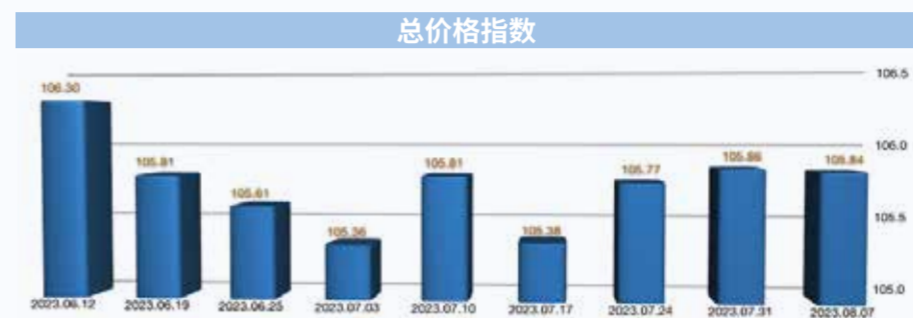
曹国良同时指出，先发的优势不会自然而然变成明天的胜势，只有看清大势、把握趋势、放大优势、转化劣势，才能形成“舍我其谁”的新胜势。当前海宁时尚产业发展还存在不少问题，下一步要锚定“国际品质潮城”这个海宁时尚产业的总体定位，使名企集聚、名师云集、名品荟萃、名赛纷呈，打造时尚流行策源地、时尚文化交汇地、时尚品牌集聚地、时尚活动荟萃地，争创“全国时尚第一城”。TA

（作者为福建师范大学2020级广播电视学专业学生）

夏市营销略显回缩 价格指数环比微跌

20230807 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20230807期纺织品价格指数收报于105.84点，环比下跌0.02%，较年初下跌0.68%，同比下跌0.96%。



2023年1—7月，中国轻纺城面料市场实现成交额1137.47亿元，同比上升9.25%；网上市场实现成交额534.67亿元，同比增长8.95%。

近期，中国轻纺城夏市营销略显回缩，其中：原料市场价量环比上涨，坯布市场价量环比下跌，服装面料市场布匹价量环比回升，家纺类产品成交价量环比微跌，辅料价量环比推升。

原料价量环比上涨，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83.07点，环比上涨0.12%，较年初下跌0.07%，同比下跌2.69%。

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上涨，华东地区PTA现货主流5860元/吨，环比下跌60元/吨左右；MEG主流3980元/吨，环比下跌135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6850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7680元/吨，环比上涨30元/吨；FDY报价8800元/吨，环比上涨50元/吨；DTY报价9225元/吨，环比上涨25元/吨。近期国内涤纶长丝市场行情继续上涨，但涨势仍有所放缓，涤丝企业去库效果良好。下游加弹、织造企业开机率呈现小幅下滑趋势，高价抵触情绪升温。

近期，涤纶短纤价格环比下跌，江浙1.4D×38MM直纺涤纶短纤中心价在7295元/吨，环比下跌55元/吨。纯涤纱市场报价环比上涨，32S纯涤纱报11700元/吨左右，环比上涨100元/吨；45S纯涤纱报12600元/吨左右，环比上涨200元/吨。

纯棉纱价格稳涨互现，人棉纱价格稳跌互现。近期，萧绍地区纯棉纱市场价格稳涨互现，销售局部小增，纯棉纱行情环比推升，市场成交氛围局部小增。气流纺10S纯棉纱报价16450元/吨，环比上涨70元/吨；普梳32S纯棉纱报价24115元/吨，环比上涨45元/吨；精梳40S纯棉纱报价27335元/吨，环比上涨55元/吨。据江苏、河南、山东等地棉纺企业反馈，织布、面料、服装厂对纯棉高支纱询价有所增多，一方面开始为内需“金九银十”旺季备货；另一方面郑棉震荡上涨，储备棉轮出竞价激烈，因此消费终端观望情绪降温。部分纺企纯棉纱报价上调，但OE纱、低支环锭纺纱仍处销售缓慢、累库的状态，40S及以下棉纱亏损面仍突出，因此目前国内中小棉纺厂采取棉纱惜售的同时，降低开机率甚至减停产来达到减轻运营资金压力。

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12700元/吨左右，环比下跌150元/吨。人棉纱价格稳跌互现，30S人棉纱价格报16700元/吨左右，环比下跌50元/吨；40S人棉纱报17700元/吨左右，环比持平。

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120.91点，环比下跌0.64%，较年初下跌2.91%，同比下跌1.19%。

近期，坯布市场营销环比回落，连日成交呈现环比下跌走势，秋季产品坯布交投环比下行，坯布市场行情局部回落。坯布新增订单环比下降，企业排单率环比回落。坯布整体市场行情震荡下行，织厂订单环比下降。其中：混纺纤维坯布行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，T/C涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、

涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比回落，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

服装面料环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于116.90点，环比上涨0.14%，较年初下跌0.18%，同比上涨0.06%。

本期服装面料类价格指数环比上涨。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回升，因部分南北商贾现货成交和下单环比增加，市场成交环比上行，连日价量环比上涨。近期，秋季面料成交环比回升，初冬季面料下单局部小增，对口岸商入市认购环比增加，服装面料价格指数环比上涨。创新色泽花型面料市场成交环比回升，秋季面料现货成交和订单发货环比回升，初冬季产品订单发货环比小增，价格环比上涨。其中：涤纶面料、涤粘面料、涤氨面料、锦纶面料、麻粘面料成交价量不等量上涨，拉动服装面料价格指数环比上涨。

家纺市场环比回缩，价格指数环比微跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于101.87点，环比下跌0.06%，较年初持平，同比上涨0.30%。

本期家纺类价格指数环比微跌。近期，市场成交环比回缩，轻纺城家纺市场行情震荡下行，整体市场价格环比微跌。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量环比下降，价格指数环比微跌。其中：日用家纺类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；床上用品类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈环比下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比微跌。

市场行情环比推升，辅料指数环比上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于133.32点，环比上涨0.64%，较年初上涨0.13%，同比下跌2.24%。

本期服饰辅料类价格指数环比上涨。近期，市场成交环比推升，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比上行，因下游企业备货环比推升，市场成交逐日增加，现货成交和订单发货呈环比推升走势，价格指数环比上涨。带类行情明显推升，价格指数呈上涨走势；线绳类行情明显推升，价格指数呈上涨走势；衬料类行情明显推升，价格指数呈上涨走势，拉动辅料类总体价格指数环比上涨。

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。因下游需求局部小增，市场行情走势局部顺畅。秋季面料供给环比增加，秋季面料现货成交环比增长，初冬季面料批量试单局部小增，南北客商认购踊跃度将震荡小升，市场行情走势局部顺畅，后市轻纺城传统市场营销将逐步增加，整体市场成交将呈震荡小升走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

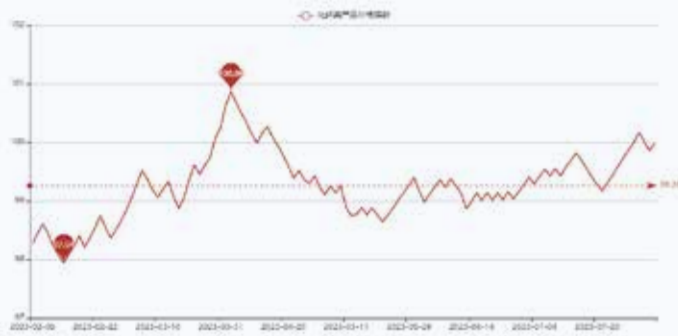
电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651

面里料维稳运行 化纤指数小幅上涨

2023年7月31—8月4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上涨。其中，化纤总指数收盘于99.97点，与上周相比上升了0.11点；化纤面料价格指数上升，收盘于100.05点，与上周相比上涨了0.11点；化纤纤维价格指数小幅回调，收盘于109.98点，与上周相比上涨了0.17点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅上升，收盘于108.25点，与上周相比上涨了0.14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上升，收盘于100.05点，与上周相比上涨了0.11点。从中国绸都网监测的样本企业看出，面里料总体维稳运行。喷水织造里料产销率略显不平，下游交易气氛偏弱。里料方面，提花里料层出不穷，较受欢迎。面料类尼丝纺等尼龙产品销量抬升，价格也出现上涨，针织经编布业出现升温，总体成交数量出现回暖。

里料行情：本周里料市场成交量不大，市场整体价位趋于平稳。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，与上周价位基本持平；半弹春夏纺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210T 市场出货频率加快，价格较为平稳，从生产成本角度看，按目前涤纶长丝市场价位测算，“平喷”里料基本处在微利状态。五枚缎产品的销售因受床上用品及家居装饰的用量增长推动，价格走势相对平稳。

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，提花图案繁多，选用涤纶长丝原料，主要以FDY63D和DTY75D黑丝在喷水龙头织机织成，近日市场交易稍显活跃，市场以“短平快、小批量”交易方式为主，其中，一款舒美绸双黑条近期交易量明显放大。锦涤纺的里料类市场销量略有放大，但产品价格走势难于提升。预计下周里料的交易量将以平稳态势为主。

面料行情：本周面料总体交易呈平稳状态，市场成交量维持在中等水平，尼龙产品销售局面温和放量，其中消光尼丝纺量价齐升。常规“绒类”织物行情疲软态势再度显现，水洗绒、卡丹绒出货迟钝。

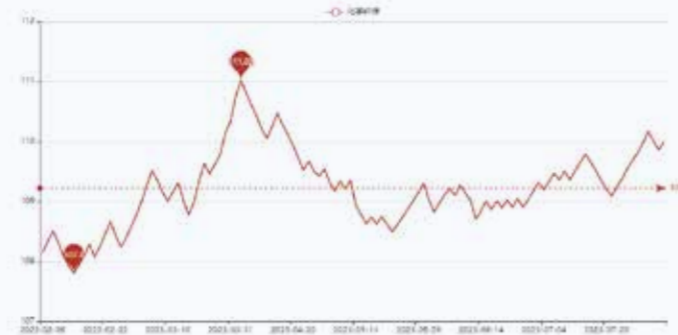
针织经编面料呈现出成交量小幅放大格局。经编面料海岛丝麂皮绒面料销售一般，梭织经向纬、向麂皮产销尚好。锦涤织物走俏，其中“锦涤米通格布”是近年入市的一款时尚面料，亦是混纺织物的一颗明珠，市场销量明显攀升。目前面料行情的外贸订单批量性不多，内需市场正处在逐渐形成淡转旺阶段，目前价格走势维持平稳。预计下周面料行情还将有所调整。

从商务部盛泽指数可以看出，淡季气氛依旧浓厚，加上目前利润整体低迷，工厂开工积极性欠缺，织造工厂负荷略微下降至68%。坯布库存方面，实质性新单到达数量稀少，故工厂内坯布库存小幅攀升至36.3天。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数小幅回调，收盘于109.98点，与上周相比上涨了0.17点。

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



本周国际油价先跌后涨。周初，国际油价冲高回落，但至8月3日，沙特能源部宣布，将7月开始实施的自愿额外减产日均100万桶原油的措施延长至9月底。同一天，俄罗斯副总理诺瓦克表示，俄罗斯将在9月减少石油出口量，削减规模为每日30万桶，国际油价重新反弹。截至8月3日收盘，纽约商品交易所9月交货的轻质原油期货价格收涨2.06美元报每桶81.55美元，涨幅2.59%。10月交货的伦敦布伦特原油期货价格收涨1.94美元报每桶85.14美元，涨幅2.33%。

PTA方面，本周PTA价格先涨后跌，目前PTA主流报价在5800—5900元/吨自提。本周PTA表现出现波动，下游支撑回暖，预计PTA未来或小幅走高。

乙二醇方面，本周乙二醇价格小幅回落，目前主流报价在3900—4000元/吨。港口库存维持高位，带动乙二醇价格重心下滑。

涤纶长丝方面，周内国际原油偏强走势，支撑聚酯成本，然下游前期集中备仓后，周内涤纶高价货源下游较为抵触，进入本周后半周，成本支撑转弱，在成本走势不佳以及需求偏弱的影响下，工厂多稳定报价，实单具体商谈。

开工率方面，PTA平均开工率在78.16%，较上周下跌2.2%；聚酯方面，聚酯平均负荷为90.86%，较上周回落0.26%。淡季市场气氛一般，织造企业接单承接仍然乏力，开机率有所回落，在68%左右。

产销方面，成本端支撑下涤纶长丝成交重心震荡上扬，下游用户抵触情绪升温，成交维持刚需，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17—27天；具体产品方面，POY库存至19—27天，FDY库存至17—26天，DTY库存至15—26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108.25点，与上周相比上涨了0.14点。本周生丝电子盘面延续上周涨势，成交较为活跃，生丝电子指数累计一周涨幅1.73%。240325合约价格依旧保持最高价49.14万元。川渝陕等地区夏茧继续陆续上市，抢购氛围浓厚。

从需求端情况来看，近期国内多部门连续发布促消费相关文件，并且多地已经开始实施消费券发放等直接性刺激政策，这是信心回升、前道价格升温的主要因素之一。后期，仍建议关注金九银十旺季成色的检验以及今年后期蚕茧上市等因素的叠加影响。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 通同行 做生意
扫第二二维码 即可下载最新APP



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 服装市场 +好牛电商

三方共建



关注公众账号



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；以上数据来自中国轻纺城服装市场直播电商基地提供



T 纺织之光科技教育基金会

extile 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