

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

2023.08.21 | 第31期 | 总第1135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



全国纺织行业
传承弘扬梦桃精神
争做新时代最美奋斗者
-专题教育片-



扫码观看



RIFA 日发纺机
纺纱 / 前准备 / 织造 / 非织造 / 印染



▲ 喷气织机

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





**临空、出海，洪合以数字化转型
助力毛衫行销天下**

P10

8月8日，以“数字赋能·衫行天下”为主题的2023第十二届中国（洪合）毛衫文化节在浙江省嘉兴市秀洲区洪合镇开幕。

P08

鄂尔多斯：从全产业链和战略高度创造更高质量的可持续时尚



科技创星 布凡时尚

2023中国面料之星用户满意产品
调查活动发布仪式

欢迎参加

上海·8月28日

指导单位：中国纺织工业联合会

主办单位：《纺织服装周刊》杂志社 支持单位：绍兴市柯桥区会展业发展中心 德州华源生态科技有限公司

纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY



详情关注《纺织服装周刊》官方网站首页
www.taweekly.com



周刊二维码

关注《纺织服装周刊》公众号，了解更多



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

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 张灼垣

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: 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*
北服设计! 杭州亚运会中国体育代表团礼服发布
1—7月纺织品服装出口降10%, 外部需求不振将持续
- 07 关注 *Attention*
“大朗样板”强在哪?
鄂尔多斯: 从全产业链和战略高度创造更高质量的可持续时尚
临空、出海, 洪合以数字化转型助力毛衫行销天下
- 12 特别报道 *Special*
承压缓进, 积极探寻新发展模式
市场震荡, 行业处于低位运行
内需释放活力, 但增长动力仍显不足
恢复中前行, 压力下企稳
市场焕新, 商户创新, 实现恢复性增长



18 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

流传千年, 细品纺织里的中国式浪漫
男装衬衫面料革新的推动者
柯桥纺企亮相美国拉斯维加斯国际服装及面料展
中国轻纺城窗帘布艺协会赴佛山调研
深入交流对接, 经纬大师走进柯桥纺企

22 化纤 *Industry*

看功能性填充纤维新材料如何突破与革新?
“海科云绒”家族再添新成员

24 面料 *Industry*

科技创“星”“布”凡时尚

26 指数 *Index*

淡市营销环比回升 价格指数环比上涨

每周随笔

行而不辍

“这已是我们今年参展的第10个行业展览。”

在日前举行的 *intertextile* 秋冬家纺展上, 一家来自吴江的纺织企业携高端装饰布、汽车内饰、高档箱包等多个领域的家纺面料前来参展。该企业负责人信心满满地表示, 展会具有巨大的市场空间, 这是坚持参展的动力。

今年以来, 纺织行业在恢复中前行, 在压力下企稳。行业人拓展市场、提振信心的脚步从未停歇, 国内各地重要展会、海外展会与交流活动中, 都留下了行业人不断开拓的足迹。

从最新发布的数据来看, 市场整体仍是较为乐观、振奋的。行业生产运营稳步推进, 营业收入降幅逐渐收窄, 效益保持较好增长, 行业正在承压恢复之中。内销市场极具回暖潜力, 下半年有望迎来强劲复苏之势。

市场环境方面, 一系列政策相继出台, 为行业发展纾困解难、增强信心。《中共中央国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》, 首次提出民营经济是推动中国式现代化的生力军, 要促进民营经济做大做强。《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》发布, 旨在推动民营经济高质量发展。6月29日审议通过的《关于促进家居消费的若干措施》将“家居饰品”列入其中, 利好政策的发布, 有望让家纺家居消费热起来。

乘政策之东风, 迎时代之红利, 作为下半年首个在国内召开的国际性行业展, *intertextile* 秋冬家纺展的举行恰逢其时, 也为下半年行业人备战金九银十的重磅活动拉开了序幕。

紧随其后, 本月即将举行的2023中国纺联秋季联展, 将以四展联动之姿, 集结中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会、中国国际服装服饰博览会(秋季)、中国国际纺织纱线(秋冬)展览会、中国国际针织(秋冬)博览会。9月至11月还将相继举办产业用纺织品及非织造布展、纺机展、大湾区联展, 以展会规模效应、集聚效应、品牌效应, 提振信心, 畅通对接。

此外2023国际纺联年会、第六届世界布商大会、2023世界服装大会、中国纺织业“一带一路”大会、中韩日纤维产业合作会议、首届国际纺织服装可持续供应链大会等会议, 也将轮番举办, 不断增进各利益相关方在市场、政策、文化等领域的了解, 推进国际交流和合作, 助力纺织行业拓宽国际市场空间。

爬坡过坎, 关键是提振信心。在一次次汇聚中坚定信心, 保持定力, 稳扎稳打, 相信行业人定会攻坚克难, 收获金九银十, 也在一次次凝心聚力中, 稳步向前, 在新征程上行而不辍。

刘嘉

View point / 产经看点

近日发布的数据显示, 7月份我国国民经济持续恢复, 生产需求基本平稳, 就业物价总体稳定, 发展质量稳步提升。

——国家统计局

今年7月, 全国居民消费价格同比下降0.3%, 环比上涨0.2%; 1—7月平均, 全国居民消费价格比上年同期上涨0.5%。全国工业生产者出厂价格同比下降4.4%, 环比下降0.2%; 1—7月平均, 工业生产者出厂价格比上年同期下降3.2%。

——新华网

据统计, 今年前7个月, 我国进出口总值23.55万亿元人民币, 同比增长0.4%。其中, 出口13.47万亿元, 增长1.5%; 进口10.08万亿元, 下降1.1%; 贸易顺差3.39万亿元, 扩大10.3%。

——中国海关

国务院日前印发《关于进一步优化外商投资环境 加大吸引外商投资力度的意见》, 要求更好统筹国内国际两个大局, 营造市场化、法治化、国际化一流营商环境, 充分发挥我国超大规模市场优势, 更大力度、更加有效吸引和利用外商投资。

——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

北服设计！ 杭州亚运会中国体育代表团礼服发布

8月15日，由北京服装学院贺阳教授设计团队设计的杭州亚运会中国体育代表团礼服正式发布。这套全新礼服命名为“星耀”，以蓝色和白色为主色调，碰撞出闪耀星辰的遐想，象征着群星闪耀的体育拼搏精神。

礼服分为男式和女式两种，在男士礼服领带和女式礼服裙子的设计上，融入青花瓷、牡丹等元素，既中西合璧，又彰显出浓厚的中国文化魅力。杭州亚运会期间，中国健儿们将穿着这套礼服参加各类重要仪式。中国体育代表团也为运动员、教练员量身定制，让大家以完美的精神面貌亮相杭州亚运会，充分体现中国运动员的风采。

谈及设计灵感，贺阳介绍，中国文化与艺术源远流长，是当代设计与创新的不竭之源。服装应该以什么形式来表达中国文化和当代中国运动员的气质，是设计团队考虑的重要方面。此次设计任务就是一次很好的文化传承与创新的设计实践。运

动员出场是备受关注的焦点，远远走来的运动员方阵，从色彩和纹样上应当具有可识别性。蓝色是国人喜爱的颜色，青花瓷则体现了中国独特的审美品质与艺术趣味，是世界公认的中国符号。

贺阳说，按照中国体育代表团惯例，往往选择与往届接近的款式作为服装基本样式。其中，男装为“V”型领西装，领子的肩颈处抬高，有中式立领的意味，合体长裤，白衬衣配领带；女装为合体上衣，“V”型领与男装设计语言相同，内搭牡丹纹样的“A”型裙子。牡丹是中国的国花，缠枝牡丹图则源自青花瓷器上的纹样。

亚运会礼服设计运用中国传统文化、艺术，蕴含着中国传统设计思想与造物理念，是文化传承和文化自信的表达。服装需要在体现中国传统文化、礼仪精神与当代中国运动员风采之间取得平衡，设计团队从色彩、图案、服装款式、面料等诸多方面进行了细致的研究与反复试验，希望充分展现中国运动员的精气神。(综编)

Data / 数据

1—7月纺织品服装出口降10%， 外部需求不振将持续

根据海关总署统计快讯，今年1—7月，全国纺织品服装出口1697.9亿美元，同比减少10%（以人民币计同比减少3.8%），降幅较上半年扩大1.7个百分点。其中，纺织品出口788.5亿美元，同比下滑11.9%（以人民币计同比下降5.7%）；服装出口909.4亿美元，同比减少8.3%（以人民币计同比下降2.1%）。

7月当月，我国纺织品服装对全球出口271.1亿美元，同比下降17.7%（以人民币计同比下降12.7%），降速较上月有所加快。其中，纺织品出口111.5亿美元，同比减少17.2%（以人民币计同比减少12.2%）；服装出口159.6亿美元，同比下滑18%（以人民币计同比下滑13%）。

目前，全球通胀持续居于高位、欧美货币环境收紧，经济复苏动能不足。美、欧等传统出口市场纺织服装产品消费空间受到挤压，对我国纺织业出口需求造成负面影响。根据国际货币基金组织（IMF）7月25日更新的《世界经济展望》，全球经济增速预计将从2022年的3.5%下降至2023年和2024年的3.0%。同时，IMF下调了美国和欧元区的经济增长预期，预测其将在2023年分别放缓至1.8%和0.9%。外部需求不振可能持续一段时间，建议外贸企业充分挖掘双循环市场潜力，努力实现可持续经营目标。(秦枫)



出席发布会的领导嘉宾合影。



“大朗样板”强在哪？

定档11月的第二十届织交会来解密

本刊记者_郭春花

全球每五件毛衣就有一件产自大朗！

8月2日，2023年大朗毛织推介会上发布的一组数据让“世界毛织之都”的形象日渐鲜明：大朗集聚了2.3万家毛织企业、20万从业人员、10万台电脑横机，每年100万吨纱线集散交易，8亿件毛衣畅销海内外；大朗毛织全产业链年销售额达600亿元；2022年，大朗实现GDP414.4亿元，连续九年入围全国百强镇，2022年位列第26名。

此次推介会上还举行了第二十届“织交会”北京新闻发布会。会上宣布，第二十届中国（大朗）国际毛织产品交易会将于今年11月7—9日在东莞市大朗镇举办。

据介绍，创办于2001年的“织交会”至今成功举办了19届，伴随着大朗毛织产业的发展而不断壮大，已经成长为国内最具规模与影响力的毛织专业展会，同时也成为大朗毛织业界公认的年度盛会。

会上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，大朗镇党委副书记、镇长邓柏松分别致辞。中国纺织工业联合会副会长、中国贸易促进委员会纺织行业分会会长徐迎新，中国针织工业协会会长林云峰，中国毛纺织行业协会会长刘家强，以及大朗镇的相关代表回答了记者提问。

加快产业升级，推动区域高质量发展

据介绍，第二十届“织交会”意义重大，将以坚持高质量发展为主线，助力毛织行业树立信心。邓柏松指出，第二十届“织交会”将更加注重服务产业发展、开放性办展、展客商互动、提高服务配套，全面展示大朗毛织向科技、时尚、绿色高质量发展的亮点。

本届大朗织交会再获国家级机构的鼎力支持，活动将由中国毛纺织行业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国针织工业协会作为主办单位，由东莞市毛纺织行业协会承办，大朗镇毛纺织行业管理委员会、东莞市毛织服装设计师协会、东莞市纺织机械行业协会、东莞市纺织纱线行业协会、东莞市大朗电子商务协会、中国毛织第一村——巷头、上海设科科技集团有限公司共同协办。

四大重要抓手，凸显“织交会”变革创新

据介绍，本届大朗“织交会”展场总面积达30多万平方米，其中主会场12万平方米，设在中国·大朗毛织贸易中心。设五个分会场，分别是广东毛织市场、环球贸易广场、纺织世界、纱线世界、毛一商贸街。展会集中展示国内毛针织最新技术材料、展现大朗毛织时尚魅力的同时，倾力打造服装产业一站式采购平台。

展会通过四个“更加注重”，力求在凝聚行业力量、促进行业竞争力提升方面发挥更加重要的作用。

一是更加注重服务产业发展。在这个层面，其关键就是进一步放大

区域产业的品牌优势。当前，大朗正大力实施的“大朗优选”品牌行动计划就是服务产业的创新举措。

二是更加注重对外开放合作。第二十届“织交会”将突出国际化、专业化、品牌化、贸易化，进一步加强与行业协会、产业集群、批发市场，以及相关展会、专业机构等的合作。

三是更加注重展会的互动性。这是第二十届“织交会”的一大亮点。一方面，加强横向互动，与大湾区国际针织博览会的互动；另一方面，开展三百六十度的交流模式，推动线上线下一体化发展。

四是更加注重提高服务配套。按照计划，本届“织交会”将举办第二届全国纺织行业篮球联赛、电商直播技能竞赛、2024/25中国（大朗）毛织服装流行趋势发布会、第二十届中国（大朗）毛织服装设计大赛、第五届中国（大朗）毛织服装设计师年会、采购洽谈对接会等一系列专业论坛、时尚交流和采购对接活动，将为行业提供学习和交流的机会。

品牌双轮驱动，创造“大朗样板”

高质量发展是第二十届“织交会”的主线，同样是创造“大朗样板”的主线。邓柏松希望这届“织交会”更高水平、更有特色、更富成效；能够为毛织产业转型升级创造“大朗样板”，为广东的“大湾区建设”贡献“大朗力量”。

孙瑞哲评价道，作为改革发展的生力军，大朗毛织持续强化制造、集成服务，产业的规模优势、配套优势、先发优势不断夯实，在数智转型、创意设计、品牌培育中走在前列。“世界毛织之都”的形象日渐鲜明。

孙瑞哲希望大朗毛织产业坚持守正创新，推进“科技、时尚、绿色”的高质量发展，在产业体系现代化建设中更有更大担当作为。一要能引领，加强工艺创新、制造创新、产品创新，推动产业智能化、绿色化、高端化、融合化发展；二要优结构，要做精主业、做强实业，加强资源协同，推动产业从集聚到集约转化，从集中到集成提升；三要增内涵，发挥先发优势，加强文化赋能与时尚升级，做强“大朗毛织”区域品牌，提升产业价值。

面向未来，发展才是硬道理。据介绍，大朗镇将以2025年打造千亿级纺织服装产业集群为目标，实施“六大行动”推动毛织产业品牌化、时尚化、智能化、数字化升级，实现纺织规上工业总产值超百亿，产值亿元以上龙头毛织企业超10家，形成100家“大朗优选”入库培育企业、30家“大朗优选”认定企业的品牌企业阶梯式培养模式，实现企业品牌与区域品牌双轮驱动发展。持续对外输出“大朗优选”区域品牌，支持企业组团以“大朗优选”品牌形式亮相全国大型展会。重点加快推动大朗毛织产业智慧生产项目建设，打造超万亩的纺织服装产业发展空间。TA

广告

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

“双碳”目标下的纺织企业 绿色转型新闻调查

9

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



在鄂尔多斯，每一个环节都充分体现着保护环境、绿色低碳的可持续理念。

鄂尔多斯：从全产业链和战略高度 创造更高质量的可持续时尚

本刊记者_郭春花



鄂尔多斯羊绒集团总经理戴塔娜

“在今天的企业经营中，可持续是所有企业都不能忽视的一个方向。无论你身处什么样的行业，也无论你身处什么样的发展阶段，绿色环保和可持续发展已经成为了全球的趋势，持续推出符合环保和可持续发展要求的产品和服务，不仅仅是一种责任，也是企业的日常行为。面向未来的有远见的企业一定会重视与自然、与环境的关系，也一定是有责任感的，否则难以长久。”近日，在丹麦哥本哈根举办的全球时尚峰会上，鄂尔多斯羊绒集团总经理戴塔娜以鄂尔多斯源牧场为例，向世界分享了企业需“创造更高质量的可持续发展”的观点。

鄂尔多斯是全球唯一一家拥有羊绒全产业链的企业，经营范畴涵盖羊绒原绒采购、初加工、深加工、成衣生产、品牌推广、渠道建设、产品销售。正是因为拥有这样一条完整的产业链，鄂尔多斯集团走出了一条独特的“可持续时尚”发展之路。

站在战略高度推进可持续发展

鄂尔多斯的可持续发展实践可以追溯至 20 世纪 90 年代。鄂尔多斯集团是以羊绒为核心资产的企业，而羊绒是一种稀有原料，其产量极低，因此保护源头、保护环境、尊重自然成为鄂尔多斯集团的传统。

进入 21 世纪，随着“可持续时尚”理念在各大国际时尚品牌中推行，鄂尔多斯集团清晰地看到了企业开展“可持续时尚”的优势所在。鄂尔多斯立足羊绒主行业，历经 40 年发展，早已形成包括分梳、染色、纺纱、针织、成衣等覆盖从牧场到客户，从牧场到商场的垂直产业链。这意味着，其对可持续时尚的践行，可以突破单点，由点连线，由线成面。而且，因为能 100% 控制到产业链的每一个环节，拿到最真实的数据，鄂尔多斯所推行的可持续研究和策略，也更具有说服力，且更易做到长期持久。

“因为我们作为全链条的拥有者，一荣俱荣，做得好，自己就是最大的受益者，反之则必然是最大的受害者。”戴塔娜坦陈。

2017 年，鄂尔多斯正式将可持续设定为集团的战

略重点之一，并制定了相应的行动计划。2019 年发布《ERDOS WAY 鄂尔多斯之道》，覆盖供应链、品牌、员工三大层面、八个方面的行动指引和目标，全面展示了其在产业链中系统性的方法论，从源头上建设超细羊绒牧场、保护培育山羊品种，到生产环节引进全新技术和生产模式，以及在零售终端通过创新产品与各种活动和消费者达成持续沟通，鄂尔多斯真正将可持续时尚贯穿于产业链全程。

2022 年 4 月 22 日，鄂尔多斯集团正式启动鄂尔多斯碳中和项目，宣布加入中国纺织工业联合会“30·60 时尚气候创新碳中和加速计划”，进一步推动集团可持续发展进程。同时向中国绿色碳汇基金会时尚气候创新专项基金捐赠 200 万元，以支持中国纺织服装行业的气候创新工作，并发挥品牌影响力，推动价值链伙伴和消费者积极参与产业和市场的绿色低碳可持续发展。

可持续基因贯穿全产业链

在鄂尔多斯，从原料、生产、设计，到包装、物流、消费，每一个环节都充分体现着保护环境、绿色低碳的可持续理念。鄂尔多斯希望通过羊绒全产业链的可持续绿色实践，引领行业走绿色高质量发展之路，让消费者在享受温暖时尚的同时逐渐接纳并践行绿色生活方式。

原料方面，从 20 世纪 90 年代起，鄂尔多斯就开始了牧场保护工作，同时，为保护牧民养好羊、采好绒的积极性，一直坚持对高品质羊绒的高价收购。到 2017 年，鄂尔多斯羊绒集团则开始全面开展牧场建设，在全国主要的绒山羊养殖区域成立推广中心，与当地政府、合作社建立深度合作关系，联合广大绒山羊养殖户，大力推行优质优价，通过经济上的激励，引导带动牧民养超细绒山羊。2022 年 9 月，“鄂尔多斯源牧场”落成揭幕，建立了一个将科学养殖、科研示范、培训推广、羊绒收储集于一体的可持续示范牧场，立足于保护珍贵的草场资源，保护优良的山羊品种。鄂尔多斯开发上线了“鄂尔多斯·源牧场”产品可追溯小

程序，成为消费者了解服装背后可持续原料与生产信息的窗口，可持续工作的传播成为了连接消费者的纽带。

走过原料端，便进入生产环节。在这里，采用节水技术和提高产能是鄂尔多斯集团可持续生产的关键。在羊绒洗绒环节，鄂尔多斯集团研究应用了最新技术，率先在行业中实现了无磷化山羊绒清洗、超声波洗绒，实现节约用水 20%；染色环节，持续研究并采用微悬浮染色技术、植物染料染色技术、无磷脱色技术、无染色技术、自清洁后整理技术，最大限度地保护羊绒天然纤维的品质特性，实现节水 50% 以上；应用全自动缩绒设备、改进优化缩绒固色工艺，实现节约用水用汽 15%，节约后整理时间 40%，使绿色染整技术达到全面升级；污水处理环节，通过实施污泥无害化处置、水循环利用和缩短流程等措施，使水的重复利用率提升至 80%。鄂尔多斯集团还大力改造分梳设备，使得产能大幅提升。

鄂尔多斯还领先行业，制定国家级绿色标准，关注实际生产过程中的水、电、汽等能源及化学物质的可管控，以及用量的合理逐步下降。关注包装物的使用与循环使用，合理规划运输和分销体系。目前，鄂尔多斯羊绒针织产品绿色加工设计产业化示范线已创建完成，并已经获得国家工信部的“绿色设计产品”“绿色工厂”认证、瑞士环保纺织检定协会颁发的“国际信心纺织品”以及“MADE IN GREEN”的认证。

鄂尔多斯还在行业内首创羊绒制品全生命周期 (LCA) 评价体系，通过这一体系可以清楚地看到，从生产到包装，一件羊绒衫会产生多少温室气体排放、共有多少初级能源消耗。这个数据，为羊绒行业进一步优化提升绒纺生产全流程技术水平，持续减少资源消耗和环境伤害提供了数据支撑。

除在生产方面大力推动绿色化之外，鄂尔多斯集团还在产品的设计方面加入了可持续性的基因。鄂尔多斯在制造工艺上依然保留许多机器无法取代的人工技艺，一件羊绒衫，要历经 120 道工序才能完成。这样一件艺术品也决定了羊绒产品不是快消品，是可以好好保存可传给下一代的。

此外，羊绒不需要经常清洗，它的保养可减少耗水，更加节能。为此，鄂尔多斯一直在倡导消费者树立正确的消费观念、传授正确的



保养方式，进而促进消费者养成珍爱产品的意识，改变其消费行为，传递环保意识，鼓励耗能少、用水少的设计。2018 年 11 月 7 日，“鄂尔多斯 1980”品牌正式启动“大衣焕小衣”项目。顾客只要将旧的鄂尔多斯成人羊绒衫送到鄂尔多斯门店，就可以收到由此改做的同款童装产品。此举的意义不仅在于“废物利用”，给予羊绒衫第二次生命，而且可以将其中蕴藏的温暖情感代代相传。

基于对可持续生产设计的承诺，2019 年，鄂尔多斯推出以再生羊绒、牦牛绒、无染色羊绒、全成型针织衫、可追溯羊绒与自清洁羊绒针织衫为核心产品的善 SHÀN 系列服装，重新定义时尚和环保之间的关系，向消费者表达尊重自然、保护生态、循环相生的品牌理念。

用好红利推动行业“双碳”发展

作为全球知名大企业之一，鄂尔多斯虽然在可持续时尚发展方面取得了令人瞩目的成果，但在其背后同样经历了各种各样的困难。

对于如何克服困难推动企业低碳发展，戴塔娜认为最关键的因素在于企业内部自上而下都要对低碳发展有深刻的认同和理解。鄂尔多斯经营范畴涵盖羊绒原绒采购、初加工、深加工、成衣生产、品牌推广、渠道建设、产品销售，其低碳转型牵一发而动全身，是一个系统性、长期性的工作，需要通盘考虑。为此，鄂尔多斯在项目启动之初，专门成立了一个可持续工作小组，协调各部门间的低碳发展工作，沟通集团低碳发展的长期愿景，让集团内部充分理解低碳发展的意义。同时，对内传播集团低碳发展进展与成果，并开展绿色知识竞赛、低碳打卡等员工活动，科普绿色发展理念与知识。

在集团各部门各环节的共同推动下，鄂尔多斯于 2019 年发布集团级战略《ERDOS WAY 鄂尔多斯之道》，制定了涵盖上游牧场、中游制造、下游消费的羊绒全产业链可持续发展战略，为集团低碳发展作出战略部署。

戴塔娜介绍，当前企业在低碳发展方面依然面临一定的困难。如企业在低碳目标制定、减排计划规划及实际减排工作的监测与跟踪中，涉及大量数据收集与管理工具。目前缺少可实际应用到服装产业链的数据收集与管理工具、碳排放实测工具。对此她希望可以得到适用于服装行业的碳排放实测工具、碳大数据管理工具支持。此外，低碳技术研发创新是低碳转型关键突破口，而企业自身研发资源与实力、配套技术有限，难度大，从研发到科研成果实际应用转化，周期长成本高。希望行业内可成立低碳技术共享平台，交流经验，共享通用技术，助力企业加速向低碳转型。

戴塔娜认为，低碳发展是企业长期发展的必然选择，这是一个系统性的长期工程，需要企业尽快行动。而且在“碳中和”背景下，国家也会出台相关政策保障和激励红利，企业应抓住机会，将绿色低碳发展转化为新的业务增长点 and 核心竞争力。作为羊绒行业领先者，未来，鄂尔多斯集团将更加积极开展气候变化治理和低碳转型工作，在全价值链的每个环节推行可持续理念，努力降低碳排放，践行绿色低碳生活方式，助力“双碳”目标实现！TA

“鄂尔多斯希望通过羊绒全产业链的可持续绿色实践，引领行业走绿色高质量发展之路，让消费者在享受温暖时尚的同时逐渐接纳并践行绿色生活方式。”



临空、出海， 洪合以数字化转型助力毛衫行销天下

■ 本刊记者_吕杨

开展电商交易的公司达 1200 余家，淘宝个体经营户超 6000 家，2022 年电商总成交额近 50 亿元，年外贸出口交货值达 10 亿元以上……一系列数据彰显了“中国毛衫名镇”洪合近年来通过产业优化和数字化转型取得的骄人成绩。



本届毛衫文化节开展了丰富多彩的活动。

为加强供需互动，提升洪合毛衫在国内国外的竞争力和影响力，8月8—10日，以“数字赋能·衫行天下”为主题的2023第十二届中国（洪合）毛衫文化节在浙江省嘉兴市秀洲区洪合镇盛大举办。

作为商务部和工信部2023纺织服装“优供给促升级”系列活动之一，此次中国（洪合）毛衫文化节聚焦新消费对产业流通领域的新要求，探索高效联动毛衫产业链上下游，提升毛衫产业优质供给的有效途径。



洪合借助毛衫节持续擦亮“中国毛衫名镇”金字招牌。



坚持特色成为产业发展核心

尽管面临世界经济增长放缓、国际市场需求减弱、不确定性增加的多重压力，今年我国纺织行业依托体系优势，在恢复中前行、压力下企稳，展现了强大的韧性与活力。中国纺织工业联合会秘书长、流通分会会长夏令敏对洪合毛衫产业近年来取得的发展给予充分肯定并表示，未来洪合的产业发展一要坚持特色发展不动摇，洪合毛衫是几代人不懈努力奋斗才形成的特色产业，区域品牌的影响力享誉世界；二要坚持品牌化发展不动摇，持续创新产品研发设计，提升产品品质，提高品牌整体水平；三要坚持数字化、智能化发展不动摇，在新一轮技术革命浪潮中不掉队，推动中小企业向价值链中高端迈进；四要坚持绿色化发展不动摇；同时还要加强区域协同、产业合作，实现共同发展。

嘉兴市秀洲区委书记徐鸣阳也表示，洪合镇将紧抓嘉兴临空经济发展给毛衫产业带来的新机遇，积极探求产业发展新方向、新路径，持续扩大在全国纺织服装产业中的影响力、在国际市场中的知名度和美誉度，同时集聚毛纺优势资源，推动毛衫产业集群发展模式改善和全行业数字化转型，实现高质量发展。

如今，中国（洪合）毛衫节已是洪合毛衫品牌的品牌活动，持续举办了十二届，成为了引领时尚潮流的风向标、产业繁荣发展的助推器、政企合作共赢的主平台。据洪合镇党委书记陶春明介绍，毛衫产业作为洪合镇的时尚产业、民生产业、支柱产业，洪合镇党委政府将一如既往地秉承亲商、安商、富商理念，将毛衫产业打造成为推进经济转型升级的重要力量，不断擦亮洪合“中国毛衫名镇”的金字招牌。

开幕式上，洪合镇人民政府与中国纺联流通分会宣布围绕“洪合毛衫出海基地”进行共建，洪合镇外贸数智服务平台与意大利、匈牙利、

俄罗斯、波兰、智利等五大海外市场完成线上签约，为洪合毛衫出海提供了新的渠道和机会，进一步打响洪合毛衫海外区域品牌。

洪合众创供应链选品中心与中国纺联流通分会围绕“全国优品毛衫供应链基地”展开共建，并与国内五大专业市场完成落地签约，为毛衫时尚产业进一步发展打造强大供应链生态系统。

此外，洪合毛衫品质提升联合宣言在活动现场正式发布，此举标志着洪合毛衫产业将共树精品意识、共建消费场景、共促供给质量、共创区域品牌。

如今的洪合，已经是全国著名的毛衫加工制造基地、毛衫集散中心、外贸出口基地和电商供货基地，拥有相互支撑协作的完整产业链，是长三角地区极富活力的纺织服装产业基地。洪合以加工产业培育交易市场，以区域中心市场驱动加工工业规模化聚集，以规模化聚集塑造产业全要素协同发展生态，推动产业升级，从“卖全国”到“卖全球”，一根纱线，串起洪合毛衫产业发展壮大的历史脉络，也凸显着洪合独特的产业优势。

截至目前，洪合镇在天猫、京东、淘宝、抖音等第三方电子商务交易平台开展毛衫交易的公司（企业）共有1200余家，淘宝个体经营户超6000家，2022年洪合镇毛衫电商总成交额近50亿元。洪合毛衫企业在立足国内市场的同时，坚持把产品销往世界各地，洪合毛衫品类年外贸出口交货值也达10亿元以上。

把握临空新机遇，实现产业新跨越

当前，嘉兴正按照“全球航空超级联运中心，中国现代物流枢纽标杆，长三角制造业集聚高地”的定位建设临空经济示范区，嘉兴国家物流枢纽选址嘉兴市秀洲区洪合镇，机场主体工程正在建设中，洪合毛衫产业面临新的发展机遇。

8月8日下午，“临空新跨越·产业新协同”2023洪合毛衫产业转型发展圆桌会议在洪合举办，会议围绕嘉兴临空经济发展，探索洪合毛衫产业发展新机遇，与会领导、专家学者、各重点集群市场代表就相关话题展开深入讨论。

今年以来，在党中央国务院一系列稳经济、扩内需和防疫政策调整的综合作用下，“三重压力”得到一定缓解，国内经济总体上呈现恢复向好态势，实体经济发展正面临新机遇。国务院发展研究中心市场经济研究所原所长任兴洲结合当前宏观形势和行业发展，就当前实体经济发展面临的机遇和挑战发表了自己的看法。她认为，实体经济在恢复和发展中也会遇到经济恢复基础仍不实、内需不足、外部环境复杂严峻、产业链供应链仍待修复等新挑战。对此，中央政治局会议为做好下半年经济工作，促进国民经济良性运行制定了综合政策部署，各部门出台组合拳，力求更加精准、务实地支持实体经济发展，必将对纺织服装行业的恢复和发展起到重要的促进作用。

产业协同发力才能提升区域竞争优势，中国社科院工业经济研究所研究员、教授陈耀表示，洪合的毛衫产业作为传统的制造业面临从制造向“智造”转型的必然局面，外贸市场、原创设计、品牌化发展等方面有着极大的提升空间，未来希望洪合针对问题结合实际区分轻重缓急，找准发力点和着力点，通过产业链各环节、支撑机构、创新链等的区域协同，实现产业高质量发展。

此外，中国城市临空经济研究中心研究员、郑州航空工业管理学院民航学院教授张志宏，工信部消费品司纺织处副处长、二级调研员纵瑞龙还分别为临空经济发展背景下洪合毛衫产业发展提出宝贵意见，建议洪合加强宣传引导，增强区域品牌建设，向专业化、绿色化、特色化的世界级产业集群发展。

据了解，今年4月14日，嘉兴全球航空物流枢纽项目已开工，项目建成后，将大力促进嘉兴临空经济的发展，有力推动城市能级提升。在嘉兴临空经济的辐射下，洪合传统毛衫产业将迎来提档升级，洪合毛衫品牌也将进一步走向国际舞台。

设计引领产业，时尚改变生活。此次毛衫节还举行了首届“洪合杯”毛衫设计大赛颁奖典礼并进行了现场作品秀演。通过毛衫设计大赛的举办，洪合镇不断引导毛衫重点企业瞄准纺织产业价值链中高端，重视科技研发、时尚创意、品牌营销，加强流行趋势研究，提升产品原创设计力量，为毛衫产业转型升级和自主品牌发展提供强大助力。

本次活动由中国纺织工业联合会指导，中国纺织工业联合会流通分会、中国纺织工业联合会产业集群工作委员会、中国毛纺织行业协会、秀洲区人民政府主办，洪合镇人民政府、嘉兴毛衫城投资开发有限公司、洪合毛衫商会承办。[1]



随着中国纺织工业联合会 2023 年中工作会议的召开，各行业协会也纷纷发布本领域上半年行业运行分析报告，盘点各分行业运行情况、市场变化、趋势预判等等，力求准确、全面地反映上半年整体情况，并为行业、企业下半年发展提供借鉴、指明方向。本刊继上期特别报道后，再次带来部分行业运行分析的重点内容呈现。

承压缓进，积极探寻新发展模式

2023 年上半年中国家纺行业运行分析

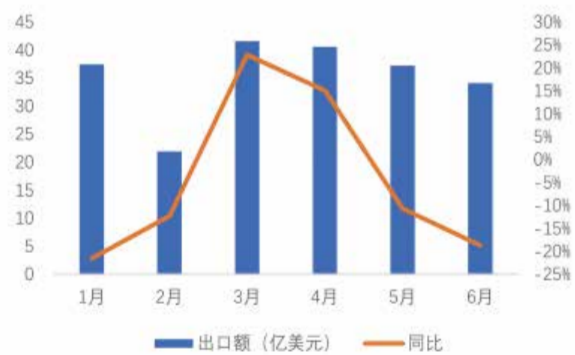
今年上半年，国际形势复杂多变，全球货物贸易增长低于预期水平；消费动力不足，市场活力有待进一步开发，我国家用纺织品行业内外贸总体承压缓进。

总体运行承压，出口显现降势

据国家统计局数据测算，今年上半年我国家用纺织品规模以上企业营业收入同比下降 4.12%，利润总额同比增长 3.86%；利润率为 3.84%，较上年同期略增 0.3 个百分点。行业内销相对平稳，规模以上企业内销同比略降 1.79%；出口下降明显，降幅为 5.62%。行业总体运行承压缓进，企业订单有所减少，订单多以小单快反形式为主，长期大单明显不足。

据我国海关数据显示，今年上半年我国出口家用纺织品 212.82 亿美元，同比下降 5.62%。今年以来，面对外需疲软、贸易环境复杂等各种严峻挑战，我国家纺行业外贸持续承压，显现降势，以单月出口数据来看，开年降幅显著，经过 3 月、4 月的短暂回升后，5 月又急剧下降，6 月降幅持续加大。但以历年上半年出口水平来看，当前我国家用纺织品出口额仍维持在高位，较疫情前的 2019 年同期水平增长了 16.59%。

图1 1—6月当月我国家用纺织品出口额及同比



数据来源：中国海关

主要品类均呈下降态势。据统计，今年上半年只有地毯和餐厨用纺织品出口额同比保持增长，其余大类产品均有不同程度的下降，其中出口体量较大的床上用品和布艺产品出口额同比分别下降 7.4% 和 9.64%。以历史同期数据来看，床上用品、毛巾产品出口规模已经回落至疫情前水平，床上用品 1—6 月出口额较 2019 年同期水平略增 0.87%，毛巾产品则下降 3.31%，布艺产品、地毯、毯子、餐厨用纺织品仍在历史高位水平。

主要市场降幅加深。美国、东盟、欧盟、日本是我国家用纺织品出口的前四市场，1—6 月对其出口额同比均表现负值，其中美欧日市场消费疲软且贸易环境更加复杂，今年以来降幅不断扩大，1—6 月我国对美欧日市场合计出口家用纺织品 83.45 亿美元，同比下降 12.81%，6 月当月同比下降 18.37%，降幅较 5 月当月加深了 7.75 个百分点。另外，东盟市场转为负，1—6 月，我国对东盟市场出口家用纺织品 40.96 亿美元，同比下降 0.86%，6 月当月下降高达 26.25%。

内销尚待恢复，订单以短期为主

今年以来，国内市场总体活力仍尚待恢复。据国家统计局数据测算，全国规模以上企业上半年内销产值同比下降 1.79%。中国家纺协会跟踪统计的 14 个产业集群和 240 余家样本企业内销产值同比分别微增 1.02% 和 3.54%。分行业来看，床上用品企业内销下滑较为明显，规模以上企业内销产值同比下降 4.17%；中国家纺协会跟踪统计的 116 家床上用品企业也呈现这一趋势，内销产值同比下降 1.72%。

据中国家纺协会开展的 2023 年（1—4 月）家用纺织品企业生产经营调查问卷结果显示，内销企业与去年同期相比订单基本持平的比重最大，但与疫情前的 2019 年同期相比则有将近一半的企业订单减少，其中有 24.49% 的企业内贸订单降幅超过 15%。可见家纺企业恢复至疫情前的水平尚待时日。

从接收订单的种类来看，样本企业的订单类型以短期为主，且以小单为主，其次是短期大单，长期大单和零散小单的占比相对较低。企业为维持订单的稳定性，今年以来就订单情况与客户沟通频率较去年更为频繁，且总体保持沟通顺畅。

图2 样本内贸企业订单种类



注：短期指订单从接单到交货的时间小于 2 个月；大单指订单的营收额大于 100 万人民币。
数据来源：中国家纺协会

二季度企业订单较一季度略有好转。据中国纺联开展的“二季度纺织企业经营问卷调查”结果显示，家用纺织品企业二季度内贸订单较一季度增加和持平的占比均为 38.1%。

总体来看，今年上半年我国家用纺织品行业总体承压缓进，内外贸市场动力明显不足。海外市场消费需求短期内难以回温，而地缘政治导致的外贸环境压力也将持续存在。但仍存在一些利好因素，外贸方面，随着 RCEP 等贸易协定逐步生效，国际航班逐渐恢复，对外贸企业正常经营、拓展客户提供保障。海外补库存或将带来部分订单。内贸方面，随着国内旅游业的恢复，酒店及饭店用纺织品市场需求呈现了爆发式增长。另外，由商务部、工信部等组织开展的“棉纺消费季”等系列消费促进活动，为恢复和扩大消费注入动力。在我国政府大力扶植下，各地围绕“优供给促升级”等开展的系列活动也将对家用纺织品行业内贸动力的恢复起到进一步的促进作用。行业企业应把握政策和时机，在逆境中找到适合自己的发展模式。

(信息来源：中国家用纺织品行业协会)

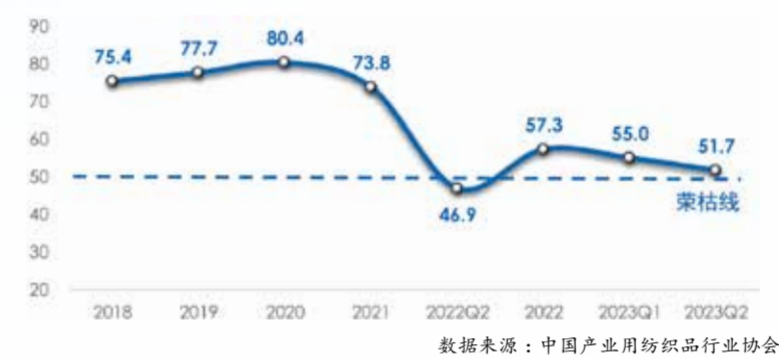
市场震荡，行业处于低位运行

2023 年上半年中国产业用纺织品行业运行分析

2020 年疫情发生以来，我国产业用纺织品行业工业增加值出现大幅度振荡。2020 年行业工业增加值增速达到历史高点，2021 年迅速回落，2022 年后开始恢复增长，2022 年上半年达到全年最高点，此后增速开始放缓，2023 年以来再度进入下降区间。

根据中国产业用纺织品行业协会对样本企业的调研，2023 年上半年产业用纺织品行业的景气指数为 51.7，处于微景气区间，较 2023 年一季度下降 3.3，较 2022 年同期上升 4.8，远低于 2021 年前的指标。

图1 产业用纺织品行业景气度指数

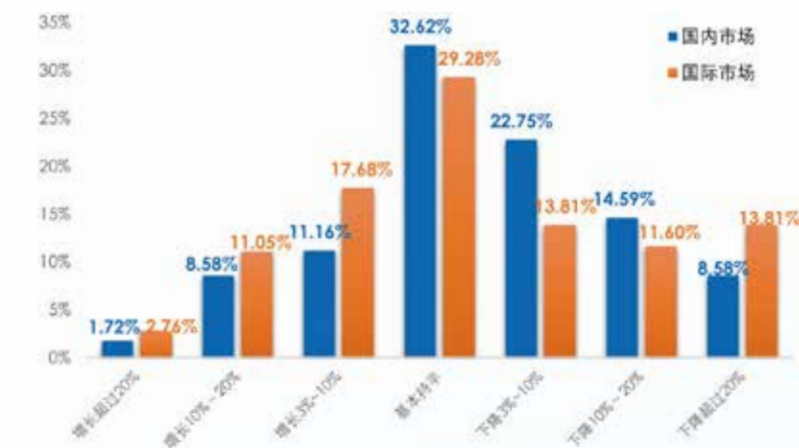


数据来源：中国产业用纺织品行业协会

需求有所下滑，生产基本稳定

根据中产协对会员企业的调研，分别有 45.9% 和 39.2% 的受访企业表示 2023 年上半年国内和国际市场的需求出现了不同程度的下降，国内和国际市场需求指数分别为 37.8 和 46.1，与一季度（42.9 和 50.0）相比分别下滑 5.1 和 3.9。分领域看，交通工具用纺织品、结构增强用纺织品的内需市场持续复苏，国内市场需求指数均处于荣枯线以上；国际订单方面，非织造布、安全与防护用纺织品、过滤与分离用纺织品的国际市场需求指数均位于荣枯线以上，其中，海外市场对于非织造布的需求相比一季度明显回暖。

图2 2023 年上半年产业用纺织品行业国内、国际市场需求情况



数据来源：中国产业用纺织品行业协会

企业在手订单方面，32.2% 的受访企业拥有相对稳定、持续的订单来源或在手订单能够支持三个月以上的生产，而 28.3% 的受访企业仅能够支撑企业一个月以内的生产。根据企业规模，大企业的在手订单更加稳定、充足，能够支持更长时间的生产；而中小企业的在手订单大多只能支撑一个月以内甚至半个月以内的生产。

营业收入减少，利润出现下滑

根据国家统计局数据，2023 年 1—6 月产业用纺织品行业规模以上企业的营业收入与利润总额分别同比下降 7.6% 和 41.5%，利润率 2.9%，同比下降 1.7 个百分点。

分领域看，1—6 月规模以上非织造布企业的营业收入和利润总额分别同比下降 5% 和 66%，但利润率仅为 1.2%，同比下降 2.2 个百分点，正处于历史最低水平；绳、索、缆规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比下降 7.6% 和 60.5%，利润率为 2%，同比下降 2.7 个百分点；纺织带、帘子布规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比下降 6.3% 和 48.6%，利润率为 2.9%，同比下降 2.4 个百分点；篷、帆布规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比下降 14.8% 和 13.5%，但毛利率同比增长 1.25 个百分点，利润率为 5.8%，为当前行业最高水平；过滤、土工用纺织品所在的其他产业用纺织品规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比下降 9.6% 和 19.6%，但毛利率增加 1.44 个百分点达到 17.6%，是行业最高水平，利润率依旧维持在 5% 以上的水平，达到 5.2%。

表1 2023年1—6月行业运行主要经济指标（规模以上企业）

项目	单位	产业用	非织造布	绳、索、缆	纺织带和帘子布	篷、帆布	其他产业用
营业收入增速	±%	-7.57	-5.02	-7.55	-6.32	-14.78	-9.57
营业成本增速	±%	-6.72	-3.32	-4.46	-3.46	-16.03	-11.12
毛利率	%	13.94	12.40	11.41	12.33	16.28	17.64
利润总额增速	±百分点	-0.78	-1.53	-2.86	-2.60	1.25	1.44
利润率	±%	-41.47	-65.98	-60.49	-48.64	-13.50	-19.56
利润率	%	2.85	1.21	2.01	2.85	5.79	5.15
产成品周转率	次/年	13.09	14.45	12.50	11.59	11.38	12.44
总资产周转率	次/年	0.88	0.82	1.09	1.04	1.13	0.83

数据来源：据国家统计局数据整理

从中产协问卷调查看，30% 的企业表示上半年收入有不同程度的增长，23% 的企业表示利润有所增长；分别有 30% 和 26% 的企业表示收入和利润基本持平。2023 年以来，行业的盈利状况急剧下降，主要还是由于市场竞争加剧导致产成品价格持续走低，中产协调研显示今年上半年产成品价格指数仅为 32.6，相比 2022 年年底和 2023 年一季度分别下降 6.1 和 12.0。

出口方面，高技术产品保有较高增速

根据中国海关数据，2023 年 1—6 月我国家用纺织品行业的出口额为 200.7 亿美元，同比下降 12.5%，降幅有所加深；1—6 月行业进口额为 26 亿美元，同比下降 17.3%。

从主要出口产品来看，毡布 / 帐篷、产业用涂层织物和非织造布出口额分别同比下降 12.7%、8.8% 和 5.4%，但从数量上看，出口非织造布 62.2 万吨，增长 1.9%；尿裤、卫生巾的出口额达到 16.6 亿美元，同比增长 21.7%；线绳（缆）带纺织品、革基布、产业用玻纤制品、包装用纺织品的出口额降幅有不同程度的加深。

尽管整体出口下降，但一些较高技术含量的细分市场产品的出口则保持了较高的增速，如安全气囊出口 4.3 亿美元，同比增长 14.2%；工业用毡毯出口 2.1 亿美元，同比增长 8.3%；结构增强用纺织品出口 1.1 亿美元，同比增长 6.5%；过滤与分离用纺织品出口 1.1 亿美元，同比增长 13.2%。这些反映了近年来行业在技术创新、产品开发和市场拓展方面取得了积极成效。

2023 年下半年，随着国家各项积极政策的实施和疫情扰动因素的减弱，预计行业情况会有所改善，主要经济指标的降幅会有所收窄，但不会改变低位运行的态势。

(信息来源：中国产业用纺织品行业协会)

内需释放活力，但增长动力仍显不足

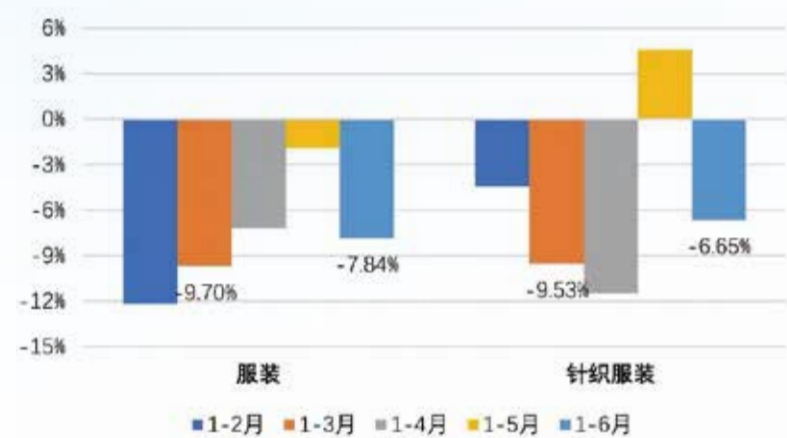
2023年上半年中国针织行业运行分析

总体来看，今年上半年针织行业整体承压运行。得益于内需市场活力释放，产销情况较一季度有所改善，但增长动力仍显不足，产业仍处恢复阶段；同时受欧美通胀严重、宏观政策大幅转向、国际局势恶化等不利因素影响，外需市场压力尚未缓解，海外订单下滑明显。

产销降幅有所收窄

据国家统计局统计，2023年1—6月，我国规上企业服装产量同比下降7.84%，降幅较今年一季度收窄1.86个百分点；其中针织服装产量同比下降6.65%，增速较一季度提高了2.88个百分点。针织服装产量占服装总产量的比重为64.4%，较2022年全年提高了2.27个百分点。近年来，针织服装在服装总产量中所占的比重呈明显的上升趋势，反映出消费市场对针织服装的需求呈持续增长态势。

图1 2023年1—6月我国规上企业服装产量增速变化情况



数据来源：国家统计局

盈利情况有所改善

今年以来行业利润同比持续收缩，但随着企业积极应对外部变化、调整发展思路，到6月份情况开始有所好转。1—6月，针织行业规上企业利润总额同比下降8.49%，降幅较今年一季度收窄了近10个百分点。针织物表现好于针织服装，利润总额同比分别下降了6.84%、9.15%，降幅较今年一季度分别收窄了11.42个百分点和9.53个百分点。

同时，针织行业规上企业的利润率和亏损面情况均有所改善，但运行质量仍待提高。1—6月针织行业规上企业的利润率为3.93%，与上年同期基本持平，同比略降了0.1个百分点，较今年一季度提高了1.56个百分点；亏损面为28.62%，较一季度降低了4.84个百分点。同期，针织物、针织服装的利润率为3.06%和4.46%，较一季度分别提高了0.09和2.45个百分点；1—6月针织物、针织服装的亏损面为26.26%和29.89%，较一季度分别降低了6.85和3.76个百分点。同期行业总资产周转率和产成品周转率同比也有所放缓，运行质量仍待提高。

出口延续收缩态势

今年二季度以来，行业外贸形势仍然较为严峻，继今年3月份前期积压订单集中释放的短暂回暖后，又开始掉头向下。根据中国海关数据统计，今年1—7月，全国纺织品服装出口1697.9亿美元，同比减少10%，降幅扩大1.7个百分点。其中，纺织品出口788.5亿美元，同比下滑11.9%；服装出口909.4亿美元，同比下降8.3%。

1—6月，我国针织行业出口487.71亿美元，出口额同比下降10.25%，降幅较一季度扩大4.46个百分点。其中，针织物出口额为107.72亿美元，同比下降14.4%；针织服装及附件出口379.99亿

美元，同比下降8.4%。6月当月，我国针织行业出口97.77亿美元，同比下降15.75%。

图2 2023年上半年我国针织行业出口增速对比



数据来源：中国海关

从主要出口市场来看，1—6月我国针织产品对几大出口目的国的出口额依旧保持收缩态势，且降幅较一季度有扩大趋势。1—6月我国针织产品对东盟、美国、欧盟、日本分别出口90.36亿美元、84.65亿美元、66.75亿美元和29.83亿美元，同比分别下降11.91%、22.14%、19.09%和11.54%。

同期，我国对中亚、中东、俄罗斯等地区和国家出口涨势明显。1—6月我国针织产品对中亚五国出口合计24.06亿美元，同比增长61.15%；对俄罗斯出口10.88亿美元，同比增长45.34%；对沙特阿拉伯、土耳其、尼日利亚、巴西等国家出口也有大幅度增长。

内销市场持续回暖

6月，我国国内市场销售持续恢复。上半年，我国社会消费品零售总额22.76万亿元，同比增长8.2%，增速较一季度加快2.4个百分点。其中，限额以上服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额为6834亿元，同比增长12.8%。1—6月全国实物商品网上零售额6.06万亿元，同比增长10.8%，其中穿类商品增长13.3%。同时，在经历了9个月连续跌破90点后，今年1月起中国消费者信心指数呈现稳步回升态势，说明国内消费市场持续回暖，经济复苏向好。

另据国家统计局数据，7月中国制造业采购经理指数（PMI）为49.3%，比上月上升0.3个百分点，制造业景气水平有所改善。其中，生产指数为50.2%，仍高于临界点，制造业生产保持扩张；新订单指数为49.5%，比上月上升0.9个百分点，制造业市场需求景气度继续改善。

展望下半年，针织行业面临的市场需求环境依然复杂。内销方面，我国宏观经济持续恢复态势，《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》等政策措施的出台，将为企业发展注入新动能，同时，国家促消费政策逐步落地生效，加上国庆、双11、春节等假期和购物节，预计内销恢复性增长好于上半年。

但国内总体需求仍显不足，经济回升内生动力不强，还需巩固势头稳中求进。外销方面，受海外金融风险爆发经济下滑影响形势依然严峻，后续欧美经济衰退风险或将提升，出口将面临来自欧美市场外需下降和国际供应链深刻调整的冲击。随着全球经济格局重塑，企业需要准确把握全球供应链合作的新变化，进一步关注和开拓RCEP，及中亚、中东、俄罗斯等市场，积极适应并灵活应对国际贸易环境，在效率和安全的平衡中思考行业发展布局。

（信息来源：中国针织工业协会）

恢复中前行，压力下企稳

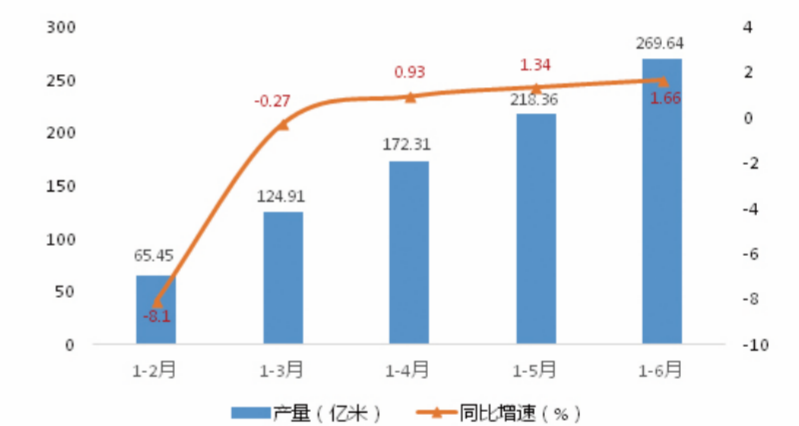
2023年上半年中国印染行业运行分析

2023年上半年，我国疫情防控政策全面优化调整后，经济社会逐步恢复常态化运行。印染行业生产形势持续好转，印染布产量增速逐月回升。行业外贸压力与韧性并存，主要印染产品出口数量保持增长，出口金额有所下滑，对主要市场的出口呈现新的变化。多因素叠加影响下，印染行业运行效率有所下降，主要经济效益指标降幅持续收窄，但仍为负增长，企业盈利依然承压。印染行业上半年经济运行在恢复中前行，压力下企稳，总体呈现回升向好态势，但发展质效有待进一步修复。

生产形势持续好转，产量增速逐步回升

根据国家统计局数据，2023年1—6月，印染行业规模以上企业印染布产量269.64亿米，同比增长1.66%，增速较一季度提高1.93个百分点，产量增速呈现逐步回升向好态势。从月度产量来看，上半年各月产量均维持在50亿米以上的较高水平。2023年以来，随着我国疫情防控政策调整优化，居民线下消费场景不断丰富，纺织品服装终端消费回暖向好，为印染行业生产恢复提供重要支撑。

图1 2023年上半年印染规上企业印染布产量及增速变化情况



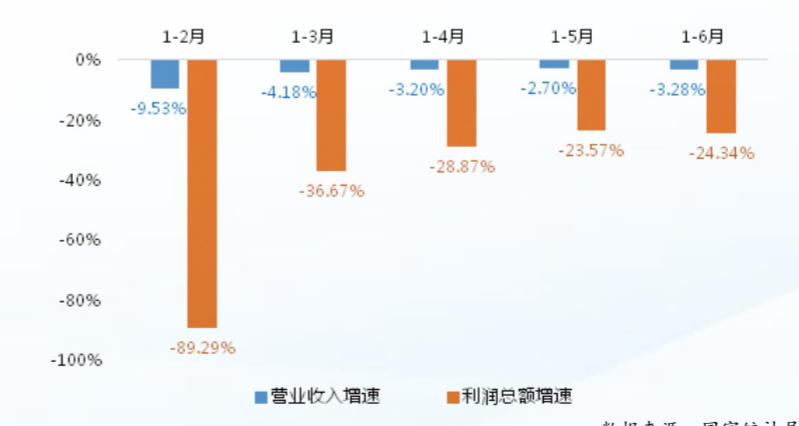
数据来源：国家统计局

运行质量有所下降，经营效益承压恢复

上半年，印染行业主要运行质量指标维持低位，运行效率有所下降。根据国家统计局数据，2023年1—6月，规模以上印染企业三费比例为7.07%，同比提高0.27个百分点。

印染行业主要经济效益指标总体呈现修复态势，但与上年同期相比仍为负增长，尤其是利润总额下降幅度较大，行业盈利压力仍未缓解。

图2 2023年上半年印染规上企业营业收入和利润总额增速变化情况



数据来源：国家统计局

根据国家统计局数据，2023年1—6月，规模以上印染企业营业收入1364.65亿元，同比降低3.28%，降幅较一季度收窄0.90个百分点；实现利润总额39.37亿元，同比下降24.34%，降幅较一季度收窄

12.33个百分点。1740家规模以上印染企业亏损户数为672户，亏损面38.62%，同比扩大3.47个百分点；亏损企业亏损总额21.94亿元，同比增长24.23%。

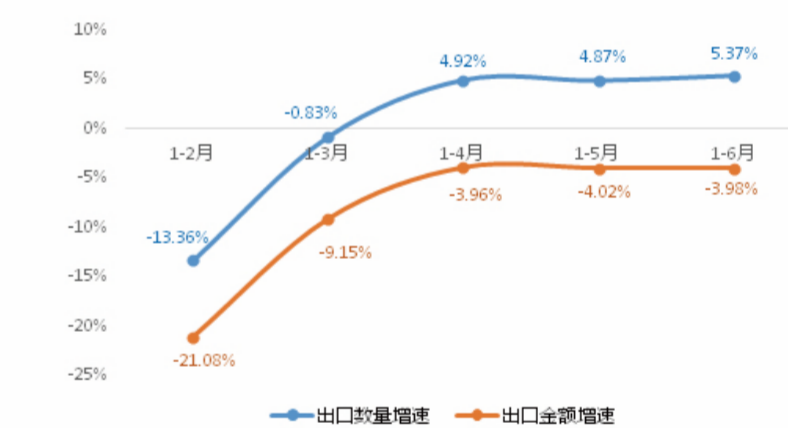
印染行业效益下滑主要原因在于尽管疫情防控已全面放开，但疫情“伤痕效应”尚未消退，有效需求不振导致市场竞争加剧，在生产成本维持高位的背景下，行业盈利空间受到挤压。

出口持续回暖，主要产品量升价跌

根据中国海关数据，1—6月，印染八大类产品出口数量157.76亿米，同比增长5.37%，增速较一季度提高6.20个百分点；出口金额152.84亿美元，同比降低3.98%，降幅较一季度收窄5.17个百分点；出口平均单价0.97美元/米，同比降低8.87%。2023年上半年，印染行业出口承压开局，随后出口增速逐步回升，出口数量增速自4月份由负转正，出口金额降幅逐步收窄，但出口平均单价下滑较为明显。

印染产品间接出口持续承压。1—6月，我国服装出口金额为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；我国家用纺织品出口金额212.82亿美元，同比下降5.62%，降幅较一季度小幅收窄0.19个百分点。

图3 2023年上半年印染八大类产品出口增速变化情况



数据来源：中国海关

从出口市场来看，1—6月，我国印染八大类产品对东盟出口35.81亿米，同比增长1.02%，占出口总量的22.70%，增速低于印染八大类产品出口总量增速4.35个百分点；对RCEP贸易伙伴国出口38.41亿米，同比增长0.46%，增速低于印染八大类产品出口总量增速4.91个百分点。分国家来看，我国印染行业出口呈现新的变化，对尼日利亚、越南、孟加拉国等国出口数量有不同程度下降，对印度尼西亚、巴西、印度、俄罗斯等国出口实现较快增长。

展望下半年，世界经济形势依然复杂严峻，行业发展面临的不稳定不确定因素仍然较多。主要经济体货币政策紧缩外溢效应突出，在世界经济增长动能不足、全球贸易增速放缓的背景下，国际市场需求不振将成为新常态，我国印染行业出口或将继续承压。但同时我国作为全球最大的印染产品生产国和出口国，在国际市场上具有较强竞争力，行业有基础实现外贸平稳发展。面对经济社会发展压力，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了一系列政策措施，这将有助于增强居民消费预期，推动消费需求提质扩容，缓解企业经营压力。超大规模内需市场优势和巨大消费潜力是行业应对国际环境深刻变化、顶住经济下行压力的关键，是行业经济持续恢复的重要基础。随着一揽子政策落地生效，印染行业产需循环将更加畅通，行业发展质效将逐步改善。

（信息来源：中国印染行业协会）

市场焕新，商户创新， 实现恢复性增长

2023年上半年中国纺织服装专业市场运行分析

2023年上半年，我国纺织服装专业市场顶住国内需求不足、产业环境遇冷、消费复苏乏力的巨大压力，坚持稳规模、调结构、提质效的发展基调，积极践行市场焕新和商户创新理念，一方面持续修炼内功，大力推进市场创新升级、融合发展，在消费疲软的经济环境下，展现出强劲稳定的复苏态势；另一方面积极对外交流，各地举办丰富多样的行业盛会，点燃流通热情，提振行业信心。2023年上半年，流通分会重点监测的44家纺织服装专业市场（含市场群）总成交额达到6770.78亿元，同比增长22.76%，专业市场实现了成交额的恢复性增长。

大环境回暖，总成交额增长

2023年上半年流通分会重点监测的44家纺织服装专业市场（含市场群）总成交额达到6770.78亿元，同比增长22.76%。其中，37家市场成交额同比上涨，占总成交额的98.01%，平均增幅为23.84%；7家市场成交额同比下降，占总成交额的1.99%，平均降幅为14.30%。

从市场运行效率看，2023年上半年重点监测的44家纺织服装专业市场平均运行效率（年化）为6.03万元/平米，同比增长21.39%；平均商辅效率（年化）为466.47万元/铺，同比增长22.77%。2023年上半年，市场整体回暖，营业时间稳定，空置率下降，市场运行效率和商辅效率均实现了20%以上的回升。

从区域结构看，44家重点监测市场中，东部地区专业市场成交额为5983.83亿元，占到专业市场总成交额的88.38%，东部地区是我国纺织服装行业领先地区，实现了21.73%的稳健增长；中部地区专业市场成交额为530.85亿元，同比增长25.42%，占到专业市场总成交额的7.84%；西部地区专业市场成交额为256.1亿元，占到专业市场总成交额的3.78%，西部地区专业市场成交额此前受疫情影响下跌最为明显，本期也实现了最大幅度的回升，增幅达到44.81%。

图1 44家重点监测市场区域成交额分析

指标	东部地区	中部地区	西部地区
成交额(亿元)	5983.83	530.85	256.10
占比(%)	88.38	7.84	3.78
增幅(%)	21.73	25.42	44.81

数据来源：中国纺联流通分会

从流通层级来看，44家重点监测市场单位中包括26家产地型专业市场、18家销地型专业市场。2023年上半年，26家产地型市场成交额达到6064.92亿元，占总成交额的89.57%，同比增长21.73%；18家销地型市场成交额为705.86亿元，占总成交额的10.43%，同比增长32.38%。销地型市场在2023年上半年实现了有力回升，增幅高于产地型市场。

精准把握新需求，拉动市场新增量

我国消费者对服装的消费需求结构逐渐分级，极致性价比的大众品牌服装成为居民服装消费的一大“新增量”，纺织服装专业市场的产品定位精准匹配了这一内需新增量，在部分消费需求下沉、县乡消费极大释放的大环境下，获得了新的发展空间。

为了更精准地把握消费新需求，各地专业市场大力提升运营服务

水平，通过市场创新升级、融合发展、交流对接等一系列行动，积极为商户赋能，实现了产业流通的稳步回暖。

专业市场大力引入优质设计资源，广州红棉中大门建设“T11服装设计师品牌中心”，重庆朝天门市场打造“恒升×设计师工作室”，石狮市举办“产教融合·设计与纺织鞋服教育高质量发展暨一流应用型人才培养论坛”，提升市场品牌的原创设计水平；加大硬件升级改造的投入，意法服装城、天虹服装城、常熟男装中心等专业市场对市场软硬件进行重装升级，提升经营环境；积极划行规市，着重发展符合消费新需求的特色品类，实现资源集聚效应，平湖中国服装城引入原创严选专区，大力培育孵化优质大众品牌。

跨界融合发展，深入交流对接

纺织服装专业市场积极推动线上线下融合发展，发展直播探店、直播销售、电商供货、私域电商，实现专业市场销售渠道多元化。常熟建设常熟易购男装店播供货基地，中国轻纺城服装市场直播电商基地正式开园，全国各地专业市场积极建设直播电商基地，赋能线下实体商业，打造“电商+商业”融合发展的全新平台。

纺织服装专业市场积极推动内贸外贸融合发展，将布局海外市场、拓展国际渠道作为市场成交额新的增长点，市场采购贸易方式试点出口贸易表现亮眼。常熟举办TikTok跨境电商直播节，在直播电商的基础上大力发展跨境电商；海城西柳市场连续参展2023年广交会、海拉尔第十九届中俄蒙商品展销会、2023年中国品牌商品中东欧展览会等，大力拓展海外市场。

2023年上半年，疫情防控政策平稳放开，纺织服装流通产业掀起举办行业活动的新热潮，各地纺织服装产业集群、专业市场乘势而为，举办各类展览会、时尚盛典、行业交流等活动，激发产业活力，提振行业信心，同时也起到了提升成交额的作用。

展览展会方面，2023中国纺联春季联展、广州国际轻纺城2023面料辅料（春夏）采购节、2023中国绍兴柯桥国际纺织品面料辅料博览会（春季）、海宁中国·国际家用纺织品（春季）博览会等顺利举办，“春夏盛会”激活行业信心；时尚盛典方面，第十届红棉国际时装周×云尚周、中国（海阳）第六届毛衫艺术节、2023盛泽时尚周、2023武汉时装周等时尚活动盛大开幕，为纺织服装流通行业注入时尚新动力；行业交流方面，2023中国（天门）服装电商产业峰会在天门市召开，2023中国纺织服装产业链发展大会在荆州市召开，柯桥与武汉共同举办“丝路柯桥·布满全球”走进武汉精准产业对接会，在产业数字化升级、供应链整合、资源对接等方面，展开深入交流，共谋产业未来。

今年以来，我国纺织服装专业市场行业实现恢复性增长，但是整体来看，国内经济运行仍然面临诸多挑战，行业运行压力依然巨大，经济的恢复仍然是一个波浪式发展、曲折式前进的过程。我国出台一系列政策措施，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，提振民营经济发展信心。纺织服装专业市场作为民营经济的重要组成部分，作为中小企业、中小商户的重要发展平台，应持续修炼内功，实现专业化管理，精准化服务；应踏实践行“三品”战略，大力推动资源对接，积极拓展海内外销售渠道，加大投入数字化建设，承压前行，稳中求进，增强韧性，为国民经济复苏和拉动内需市场作出贡献。TA

（信息来源：中国纺联流通分会）

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



流传千年， 细品纺织里的中国式浪漫

本刊记者_边吉洁 文/摄

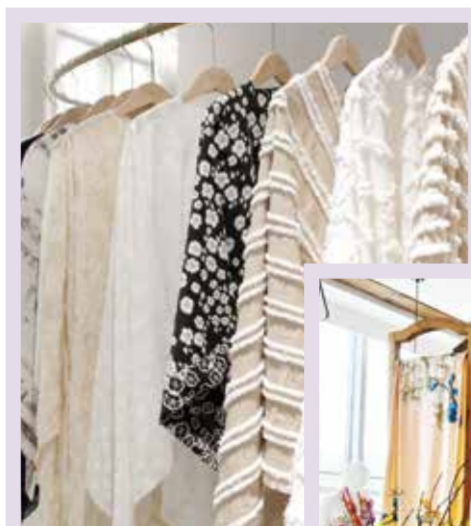
国潮正当时，市场热情亦不断升温。柯桥纺织企业以敏锐之姿，迅速反应，捕捉新趋势，迎合市场新需求，从传统文化、技艺中汲取灵感，融合东方美学，在原创意设计、制造工艺、品牌打造等方面不断修炼内功，创造出了兼具传统与现代的时尚产品，为消费者带来独树一帜的全新体验。



柯桥纺织企业以敏锐之姿捕捉国潮新趋势。

广袖飘飘，衣裾渺渺。穿越千年的汉服出现在城市的大街小巷，一场场国潮盛会竞相登场，传统文化与新时代审美生活的碰撞已然上演，正绽放出极富生机的绚烂之花。

成长在国家高速发展时代的“Z世代”年轻群体，拥有着极高的民族认同和文化自信。如今，将中国文化同时代潮流完美融合的国潮，已成为连接新一代消费者与中华优秀传统文化的时尚纽带。



传统文化与新时代生活的碰撞已然绽放出绚烂之花。



文化自信，赋能非遗传承创新

在我国，纺织文化传承千年，源远流长。绶罗绸缎、纺染织绣、丝帛锦绢，无一不是纺织文化的灿烂星辉。纺织文化是历史的缩影，是时代的象征，一丝一缕、一经一纬，串联起中华民族上下几千年的时光脉络。纺纱、织造、刺绣、染色、印花……纺织文化之丰富，在非物质文化遗产上可见一斑，时刻向世界传达着中国之美。

据考证世界第一台提花机诞生于距今两千多年的春秋战国时代，是中国古代一项极为重要的发明。时至今日，名满天下的中国四大名锦以其独特的提花织造工艺和艺术表现力被誉为“东方瑰宝”。经过了历史数千年的沉淀与发展，提花工艺在新时代的潮流中又将绽放出怎样的独特魅力？

浙江汇明提花织造股份有限公司是一家集研发、生产、销售一体化的现代化高新技术企业，深耕提花面料30年，每年推出近2500款原创新品，构建起多元化产品结构体系，产品涵盖全涤、T/C、T/R、全棉、全粘胶、涤毛、金银丝、酮氨纤维等多种原料组合，单层、多层、定位、纬弹、经弹等多种特殊工艺系列产品。

迎合国潮热的流行趋势，解读新中式定义，今年汇明推出了新中式系列，面料可应用于裙装、男装、裤料等。随着现代织造技术的发展以及新材料的应用，提花面料具有了更好的功能性，提花纹样呈现出了丰富多彩的表现形式，提花织造的艺术表现力也得到了前所未有的提

升和发展，更加契合了市场的消费需求。

浙江汇明提花织造股份有限公司总经理钱道敏认为，如今“汉服热”逐渐升温不仅源于汉服本身的古韵之美，背后更多的是国人强烈的本土意识和文化自信的回归，是年轻人对于传统文化热爱。而更多专业人士的介入，对纺织行业的发展有良好的促进作用。在国家对传承和弘扬传统文化的倡导下，中国消费者对国货以及中国风的接受度、喜爱度达到一个高峰。

服装作为文化的载体，面料是其中不可或缺的一环。汇明作为以织锦非遗传承为己任的公司，拥有高精尖的织锦提花技艺，努力继承和发扬中国织造文化；以研发创新为支撑，让传统提花工艺和现代时尚相融合；以市场需求为导向，将纹案色彩设计与面料功能都提到了新的高度。



文旅融合，拉动地域特色新消费

小桥流水，雨打乌篷，细听江南烟雨绵绵。鉴水悠悠，十里荷塘，穿越千年久远时光。白墙黛瓦，曲水流觞，引无数文人墨客诗诵赞赏。拥有2500年历史的绍兴古城本就是传统文化最好的载体，也是纺织品创新最好的元素，用文化和旅游带动纺织品新消费，为柯桥纺织打开了新的“黄金时代”。

用笔绘出美景，将风景穿在身上。走进位于柯桥创意大厦内的绍兴彩色棉纺织科技有限公司，展厅中错落有致地挂着图案各异、充满中国传统文化韵味的手绘丝巾与服装，现代与传统的气息在这里融合交汇。

一条绘着小桥流水、白墙黛瓦的丝巾首先映入眼帘，该公司董事长盛素英告诉记者，此产品所有的元素都取自绍兴特色景点，响应“老绍兴·金柯桥”的城市文旅品牌战略，通过在丝绸上的细细绘制，把诗韵绍兴尽情展现。这是一种灵魂与载体的完美结合，不仅丰富了纺织品的文化内涵，也让绍兴的传统文化得到了更好的演绎与传播。

据悉，彩色棉纺织刚设计完今年的“老绍兴·金柯桥”纹案作品，包含绍兴经典名人形象、作品等。



彩色棉纺织力图将诗韵绍兴尽情展现出来。

盛素英告诉记者，目前此类纹案不仅限于文旅景点打卡的消费场景，也被更广泛的用于旗袍、丝巾、抱枕、床品、窗帘等纺织产品，成为近来一个不容小觑的商业新领域，是企业拓展的新增长点。

精准打造具有地方特色和精湛工艺的高品质纺织产品，能充分发挥纺织行业的资源优势，拓宽市场营销渠道，将纺织产业打造为文化引领的时尚产业，促进文旅产业与纺织实现创造性转化和创新性发展。

IP打造，让经典人物活化新生

近年来，IP活化已经成为互联网时代的经典营销模式，其中，传统文化IP的复兴，借助了深入人心的经典形象与大众情怀的经典情节，通过影视古装剧的热播，新媒体平台的推波助澜，传统文化IP快速建立起消费记忆点，汉服热潮就是一个很好的证明。

绍兴唐僖文化发展有限公司旗下核心品牌“华裳夏潮”，致力于打造汉服文化传播、国学文化传播、沉浸式汉服剧本演绎为一体的融合性文化平台空间。当记者问及公司最新的产品，设计总监常超就拿出了一款马面裙介绍道，这款马面裙以黑色为主基调，采用织金的手法将《满江红》整篇词句绣于裙面，金银丝交叉编织，文字错落，乱中有序，在光照下熠熠生辉。另外在文字间还点缀着岳飞驰骋疆场的人物形象，使整体设计更加鲜活生动，彰显出精忠报国的民族气节。

“中国古代文化的沉淀，很大部分凝聚在了诗词歌赋和动人心弦的人物故事中，今年我们主要就推出了古代诗词系列与古代名人系列，通过对诗词含义的理解和历史人物形象的新设计，使他们以新的面目重新出现在人们视野之中。‘满江红’‘将进酒’‘花木兰’等款式皆受到了大众的青睞。”常超说道。

据悉，绍兴唐僖文化发展有限公司正与上海芹梦品牌发展有限公司达成华裳衣潮与红楼灵感品牌联名合作，共同打造“华夏梦”及“红楼梦”系列主题汉服、国风文化项目。其中“红楼梦”主题系



唐僖文化在面料上让经典人物、故事活化。

列之“贾宝玉IP款”整体服装为明制两件套，面料使用锁甲、祥云、铜钱、万寿作填纹，罩甲上的团纹以白虎取水、百花彩蝶萦绕为题材，寓意贾宝玉出生优越，与红楼众女子千丝万缕的交集。“林黛玉IP款”整体服装以人丝线仿苏绣绣花为主，长比甲衣身上落花散铺，裙摆流水纹呼应，寓意落花入流水，葬花伴柔情。“我们在‘红楼梦’系列的创作过程中，仔细、反复研读了红楼人物的判词以及小说中关联的经典桥段，慎重选择设计元素，不断贴近人物形象。”常超说道。

从文化经典中汲取营养，于现代时尚之中再造，是传承传统、赋予传统文化生命力的最佳路径之一。无论是历史人物还是小说形象，以新面目和形态重新打造也是当今IP化市场的需要。考究历史，研读经典，找准传统文化与创新成果在时代发展当中的最佳结合点，才能让文化底蕴和时代风貌更好地融合，让其闪耀于当下的生活场景。TA



新丝路上的纺城追梦人 ②

男装衬衫面料革新的推动者

访浙江三川纺织科技有限公司总经理江一玮

■ 本刊记者_王利 文/摄

“走过全球五大洲，去过 80 多个国家，看过‘一带一路’好风光，欣赏过巴黎时装周和米兰时装周，领略过欧美国际时尚潮流，越发体会到故土难离，也更加叹服中国传统文化的博大精深。”江一玮的身上不仅有企业家的沉稳、睿智，还有浓浓的纺织情结和爱国情怀，更有对中华传统文化深深的热爱。

江一玮祖籍广东普宁，与大多数普宁人一样选择纺织行业，却敢于打破桎梏，实现颠覆固有的工艺、突破传统的技术，把“五行”学说融入产品研发创新，将一块普通衬衫面料锻造成“科技、时尚、绿色”的代名词，以致致匠心成就功能性衬衫面料的新典范。

破局新生，向着梦想再出发

1998 年，江一玮从普宁来到柯桥从事衬衫面料生意，中间短暂离开。2004 年底，一次常规体检给江一玮的命运带来了重大挫折，也迎来涅槃重生。当被医生告知他的肾最多能维持五年时，差点万念俱灰的江一玮脑子里却闪出一个强烈念头：回柯桥重新创业做面料，为父母和不离不弃的爱人留下充足的生活资金。

2005 年，怀揣着一定要创一份纺织事业，让家人过上幸福生活的坚定信念，江一玮再次回到中国轻纺城，并成立了三川纺织。一路上，江一玮一边拼命工作，一边调理身体，不断学习，拜访名师，始终保持乐观向上的心态，最终健康和事业双丰收。公司的衬衫面料凭借时尚化、功能性、个性化不仅赢得国内品牌青睐，还远销中亚五国、欧美、印巴、俄罗斯等几十个国家和地区。

三川纺织还先后在澳大利亚创立了 SaintRiver、Seine、Gerase 三个中高端商务、休闲男装衬衫品牌，全部采用公司自主研发的面料，如今已成为在澳知名品牌。“衬衫是现代男士必备的时尚单品，它是身份和品味的象征，随着男性审美和消费的崛起，男装衬衫将成为把东方文化推向世界的重要载体。”江一玮说道。

活用五行，创新不走寻常路

“金、木、水、火、土”，五行学说是中国传统文化的核心。当五行原理融入现代纺织面料的时尚趋势，将碰撞出怎样的火花？在研发创新方面，江一玮大胆颠覆常规，从五行原理中汲取精髓，最终确定了个性化、易打理、环保、舒适、时尚五大开发理念。

“水代表流动的物质，性格属水的人对个性化有着极致追求；金是刚强坚韧，然而过刚易折，我们定位为易打理；土代表大地，她包容并循环可持续，定位为环保；性格属火的人充满热情和激情，也需要舒适的产品抚平急躁的性情；木代表生命勃发，好华美，定位为时尚。”江一玮向记者介绍了三川纺织关于产品研发的新“五行”定位。

据江一玮介绍，三川纺织拥有专业的研发设计团队，每年投入的研发经费在 500 万元以上。在材料创新方面，公司与杜邦、赛得利、丝丽雅、高烯科技等诸多知名纤维企业达成深度合作，潜心钻研材料成分配比，开发出多组分、



浙江三川纺织科技有限公司总经理江一玮

多功能的最优产品；在工艺创新方面，不仅在色彩趋势上下功夫，还加入大提花、小提花、印花、色织等多种工艺，始终走在衬衫面料革新前沿。

在三川纺织的展厅里，上万款面料整齐排列着，再辅以模特将衬衫面料最新潮流趋势演绎得淋漓尽致，每一块面料背后都有着一个不为人知的创新故事。莱赛尔、舒弹丝、石墨烯、咖啡碳、优可丝、珍珠纤维、桑蚕丝、羊毛……在江一玮的带领下，三川纺织用实际行动告诉大家，除了棉、涤等常规原料，衬衫面料也可以采用差异化纺织新材料，以科技创新破圈。

众行者远，畅通丝路谋共赢

独行者速，众行者远。江一玮不仅是浙江三川纺织科技有限公司创始人，还是绍兴中小纺织企业促进会会长、绍兴潮汕商会执行会长、浙江省广东商会常务副会长。他始终相信一个人的力量是有限的，一群人的力量是无限的，也愿意发挥自己有限的力量，带动更多纺城追梦人一路前行，进一步提升“柯桥纺织”整体的国际话语权和影响力。

当记者来到三川纺织时，绍兴中小纺织企业促进会的一家会员企业负责人吴先生正在请教江一玮有关旗袍面料原料创新和印染工艺相关问题。通过江一玮的倾囊相授、耐心讲解，吴先生豁然开朗，对下一季旗袍面料的创新研发有了新的方向。而这一幕对于江一玮而言只是常态化的小事。

从上任时 20 余家会员企业，到如今 400 余家，从柯桥区升级为绍兴市中小纺织企业促进会，自 2016 年当选会长以来，江一玮以雷厉风行之势进行了一系列改革创新，带领大家一起做促进会，做强自身企业。破困局、开新局，在江一玮身上似乎总有化腐朽为神奇的力量，通过牵头组建“一带一路”、科技创新、行业整合三个工作组，与各国机构、国内院校专家和业内协会等建立起友好合作交流平台，通过成立梭织、针织、棉纺三个供应链联盟，形成一个以纤维开发、纺纱、坯布织造、印染、服装设计制作和贸易等为一体的全供应链生态圈。

当记者问及成功的秘诀时，江一玮的回答是：道本无话可说，一切皆当全力以赴！

Focus / 聚焦

柯桥纺企亮相 美国拉斯维加斯国际服装及面料展

■ 本刊记者_周榆清

近日，2023 美国拉斯维加斯国际服装及面料展在拉斯维加斯国际会展中心如期展开。绍兴海通印染有限公司、绍兴奈乐纺织品有限公司、绍兴瑞赛纺织品有限公司等 18 家优质柯桥企业抱团亮相展会。

作为全球知名的专业纺织类综合展会，美国拉斯维加斯国际服装及面料展已有 70 余年的历史。据了解，本次展会规模逾 20 万平方米，有来自 20 多个国家和地区的 2000 家企业赴会参展。

展会现场，柯桥面料企业凭借前期主办方梳理的采购需求信息，甄选了涵盖针织、牛仔、蕾丝等下游多个应用领域的面料展品，吸引了大批国外专业买家前来选购，展区内商机涌动，来自纺城的精品面料受到众多外商的青睐与好评。

“本次展会我们准备充分，带来了针织、梭织等休闲女装面料共 100 款产品，其中新品占到两成。此次展会中公司的拳头产品全棉绣花面料备受采购商关注。”绍兴海通印染有限公司主营涤氨、涤棉、锦棉等系列产品，年产纺织面料近 2 亿米，总经理李钦涛表示，现场面对面的方式能够更加深度联络客户关系，实现有效互动，对纺城企业抢抓贸易订单、稳定市场份额，进一步扩大柯桥纺织的国际影响力也起到了至关重要的作用。

今年以来，柯桥区积极响应全省“千团万企拓市场抢订单”行动，



展会现场。

已多次成功组织柯桥企业“抱团”参展、掘金海外。依托柯桥纺织品牌集聚效应和世界级现代纺织产业集群地优势，柯桥将继续以“丝路柯桥·布满全球”品牌的新模式、新业态助力更多柯桥纺企收获高质量商机与实效订单。

中国轻纺城窗帘布艺协会赴佛山调研

在数字化浪潮下，窗帘布艺企业如何抓住风口趁势而上？在提振消费的背景下，企业如何通过窗帘和家具“融合”发展相互赋能？近日，中国轻纺城窗帘布艺协会组织多家会员企业赴佛山工业互联网数字体验中心和家具产业基地调研跨行业跨领域发展情况，探索如何提升供给质量，创新消费场景，构建“大家居”生态体系。

协会一行在佛山卡盾科技有限公司相关负责人的陪同下参观了润联工业互联网数字体验中心，通过沉浸式工业数字化体验，深度了解产业链、供应链、数据链交织而成的产业互联数智生态圈，探索如何通过数字赋能推动窗帘布艺行业高质量发展。

据了解，润联工业互联网数字体验中心作为工业互联网和智能制造技术应用体验的创新中心，是集“科技创新、技术验证、人才培养、生态融合”于一体的工业互联网深度体验中心和多功能数字化培训赋能基地，致力于联接多元化产业和跨领域场景，以润联 Resolink 国家级跨行业跨领域工业互联网平台为基座，协同产业生态共建工业互联网创新基地，全面赋能企业转型升级，支撑国家智造强国、数字中国战略顺利落地。

作为中国轻纺城窗帘布艺协会会员单位，佛山卡盾科技有限公司专注于窗帘行业信息化管理已超过十年时间，研发的“优帘易售”等系列智能互联网定制窗帘软件及智能生产系统，为窗帘行业提供前中后端的解决方案（APP+ERP+MES）。公司开发的软件除国内众多窗帘企业在应用外，还远销澳洲、越南等海外市场。

引入 AI 智能软装，为客户提供一站式、全场景家居解决方案；抢抓流量经济，拓展更多营销商机；采用智慧管理和生产系统，高效管理、精益生产……中国轻纺城窗帘布艺行业正蓬勃发展，紧抓数字化赋能新引擎，领跑高质量发展新赛道。（王利）

深入交流对接，经纬大师走进柯桥纺企

为切实解决纺织企业在时尚设计、研发方面的实际问题，推动设计师与纺织企业面对面交流对接，近日，2023 柯桥天天时尚——设计大师走进面料企业专题交流会活动持续开展。“经纬大师”韩燕娜先后走访了绍兴太泰纺织品有限公司、绍兴柯桥润润纺织品有限公司、绍兴庐纹纺织品有限公司三家柯桥纺织面料企业。

在本次走访中，韩燕娜聚焦国潮服饰、个性化消费、直播营销等行业热点，从企业特点与优势出发，对走访企业的差异化开发方向与营销渠道拓展等方面提出了不同的、切实可行的建议，同时强调了行业交流与产学研互动的重要价值。

此外，韩燕娜带着精准的需求走进企业，对三家企业的产品产生了浓厚兴趣并对其各具特色的开发成果给予了高度评价，尤其是多材质交织面料、大小提花产品、双面异花型的双层色织面料等特色面料品种。在走访过程中，韩燕娜分别在三家企业选中了多款面料，在未来的品牌发布、样衣定制等方面，双方都表现出了强烈的合作意愿。

通过交流时下热门的产品科技、流行趋势、消费需求与营销模式，设计师与企业对动态的市场环境都有了更加全面深刻的认识，激发出了双方在设计、研发方面更多的创意灵感，为未来的协同合作开启崭新的思考角度。专题交流活动中，纺织与设计双向赋能，实现了新技术、新设计的商业转化，推进了柯桥纺织时尚创新、技术攻坚的转型升级进程。（边吉洁）



与会领导嘉宾合影。

看功能性填充纤维新材料如何突破与革新？

■ 本刊记者_陶红

“纤维新材料是支撑智能、绿色、可持续发展的关键。现阶段，纤维材料领域的科技革新正推动纤维产业的颠覆性发展，催生新一代纤维产业。”7月28日，国家先进功能纤维创新中心主任、教授级高工王玉萍在“向阳而生 逐梦前行”中国金湖功能性填充纤维新材料产业高质量发展大会暨海科“云绒”填充纤维新品发布会上如是说。本次大会由中国化学纤维工业协会指导，苏州大学、金湖县人民政府主办，江苏海科纤维有限公司承办。

王玉萍还在会上强调，每个企业都可通过“绿色、能源、环境、健康、安全、空间”六大策略去寻找、开发包含现在及未来需要的纤维，以解决创新应用需求。

议形势，科技革新催生产业新生态

我国拥有全世界最完备的纤维加工产业链，纺织工业覆盖从化学纤维生产、天然及化学纤维纺纱、织造/非织造、染整到多门类终端制成品制造的全产业链条，并自主配套纺织专用装备制造业，全产业链综合制造水平达到国际先进。

“在我国纺织产业链体系中，化纤工业是产业链稳定发展和持续创新的核心支撑，是国际竞争优势产业，也是新材料产业的重要组成部分。其中，循环再利用化学纤维是解决我国化纤行业资源短缺和环境压力双重问题的关键，也是我国化纤产业真正走向绿色低碳、可持续发展道路的重中之重。”中国化学纤维工业协会副总工程师李德利指出，去年，我国循环再利用化纤产量超过500万吨，国际品牌从国内采购的循环再利用涤纶占其总量的60%—70%，我国已经成为世界品牌方的主要原料采购地。

王玉萍则表示，纤维开发应更加关注社会责任、终端消费和未来发展，具有多功能及超高性能、超高性价比、超高附加值、超产业拉动效应、低碳绿色特征的纤维，其应用领域已超越传统纤维

产业，已经成为先进制造业、智能与功能消费品、医疗与健康、环保与防护、现代建筑业与农业、新能源业等的关键基础材料和核心材料，以及国家供给侧结构性改革的重要突破口。

明趋势，负碳材料应用前景广阔

在“双碳”背景下，绿色低碳转型成为企业履行社会责任和可持续发展的必答题，“绿色”也成为了高质量发展的底色。在此背景下，新材料有哪些创新发展趋势？石墨烯材料又有哪些应用机遇？

中国碳达峰迫在眉睫，碳中和任重道远。绿色环保材料发展缓慢，亟需开发新型绿色可持续功能材料，减少环境污染、助力“双碳”目标早日实现。苏州大学纺织与服装学院院长张克勤指出，新型负碳材料及改性技术是以性能优异的可降解材料PPC为原料，通过熔融共混改性改善PPC加工性能差等问题，进而进行改性PPC基础功能产品的开发。

据悉，改性PPC充分利用了工业废弃的二氧化碳，赋予了终端开发产品的固碳特性，是真正意义上的绿色可持续负碳功能产品，实现了二氧化碳的高效资源化利用，利用二氧化碳的阻燃特性开发的绿色可持续功能材料可实现本征A级阻燃。

此外，该材料还具有性能可调、生物降解、功能拓展等优势，因其具有较强的可扩展性，可赋予终端产品抗菌、防紫外线等附加性能。

石墨烯纤维具有低密度、高强度、高柔性、电/热性能优异等特点，且具有结构设计性强、性能可调控性高等优点。目前，石墨烯纤维的电学和热学性能已经超过碳纤维和碳纳米管纤维，并逐渐在轻质导线、功能织物、传感器件、致动器件、纤维状能源器件纤维状电池、催化等领域展示出应用潜力。

对于石墨烯纤维材料及行业的可持续发展，王玉萍建议，一是加强高端应用攻关，推动规模化绿色化制备技术突破。石墨烯的高品质、高效率、低成本制备仍是制约应用的首要问题，要将石墨烯高性能纤维及复合材料的研究方向与制造业强国战略相统一，从国家层面进行战略性方向、核心技术、专利和产品的布局。

二是加快传统市场领域应用推广，建立标准规范。要充分挖掘石墨烯的性能优势价值点，实现差异化竞争，积极推动相关检测方法及产品标准的建立实施，助力良性发展。

三是推进前沿应用开发落地，拓展新动能。要积极推动应用研究及产品落地，在柔性智能穿戴、生物医药、智能防护等方面，开拓石墨烯智能纤维及织物的杀手锏应用。

搭平台，联合创新中心签约揭牌

产业要发展，创新是第一动力。推进产学研用深度融合是实施创新驱动引领的关键环节。会上举行了苏州大学、海科纤维“功能性填充纤维新材料联合创新中心”签约揭牌仪式，以及“功能性填充纤维新材料联合创新中心”揭牌仪式。

谈及功能性填充纤维新材料联合创新中心成立的初衷，海科纤维董事长李军表示，一方面，再生资源回收利用是碳减排的重要路径之一，“双碳”背景下，再生资源回收行业备受瞩目，企业与苏州大学合作，共同推动废旧纺织品、海洋塑料等的回收再利用，借助院校科研成果，将再生资源回收利用的路走得更宽泛；另一方面，安全、健康、舒适的产品越来越受消费者喜爱，企业通过与高校合作，不断丰富纤维种类，为消费者提供抗菌、舒适且可降解的产品。

苏州大学纺织与服装工程学院党委书记肖甫青也表示，希望此次合作能充分发挥企业创新主体作用，发挥苏州大学最优质的创新资源和金湖的产业资源，推动双方在更广范围、更深程度、更高水平上融合创新，在合作的过程中着力增强企业自身的技术能力，双方联手攻克“卡脖子”技术，合力锻造产业发展“新引擎”，围绕高端纺织产业转型升级方向加快布局，涌现更多一流市场化应用成果。

优服务，营造良好营商环境

近年来，金湖县始终坚持“环境是金，项目为王”工作导向，推动新材料、大健康、高端装备制造等产业集群成链、智转数改，实现了产业的量质并进和整体跃升。

截至2022年底，金湖获国家高新技术企业认定131家、省级以上专精特新“小巨人”企业达38家、江苏省级研发平台62家，高新技术企业数、国家专精特新小巨人企业数、省级企业研发平台数位居淮安前列。

金湖县委副书记李尚武指出，目前金湖县初步形成了高端装备制造、新材料、大健康三大主导产业。海科纤维等一批创新能力强、掌握核心技术的企业，在激烈的市场竞争中脱颖而出，在产业链供应链中享有了更大的话语权，为金湖的经济发展和科技创新作出突出贡献。

为更好地服务企业、优化营商环境，金湖县委、县政府建立了全方位、全链条、全配套的扶持政策体系。据金湖县人民政府副县长杨鸣介绍，政府在产业、科技、创新每个方面都有奖励，从项目落地到后续发展，每个环节都有扶持。TA

“海科云绒”家族再添新成员

从“一墩难求”到“一户多墩”，2022年冰墩墩的爆火让“海科云绒”走进大众视野。海科云绒以其轻柔如羽、爽滑如丝、洁白如云、温暖如绒的优良特性成为2022年北京冬奥会吉祥物冰墩墩的填充物，如今海科云绒家族再添新成员——石墨烯系列云绒。



新产品吸引大量专业人士驻足。

7月28日，江苏海科纤维有限公司发布了新品石墨烯系列云绒——石墨烯云绒、石墨烯量子点云绒。该产品除具备海科云绒无荧光、可水洗、高回弹、超爽滑的优良特性外，更突出抗菌抗病毒、防霉驱螨、远红外保健、蓄热保暖等优异功能。

石墨烯系列云绒问世

石墨烯，被认为是彻底改变21世纪的新材料。石墨烯云绒是以海科云绒为基础通过与石墨烯母粒熔融共纺工艺制成。

云绒是海科纤维的核心产品，是一款超细超柔的螺旋立体卷曲新纤维产品，产品在保持细旦纤维柔爽糯手感的的同时，更兼备了无与伦比的持久抛弹性能，超越了人们对传统填充纤维的固有认知。

“石墨烯云绒是具有海科云绒的优良性能及石墨烯功能性于一体的纤维。”据江苏海科纤维有限公司销售总监李辰昊介绍，石墨烯独特的二维结构使其可以与细菌细胞膜上的磷脂分子发生超强的相互作用，从而导致大量磷脂分子脱离细胞膜，吸附到石墨烯表面，石墨烯不但可以通过对细菌细胞膜的插入进行切割，还可以直接对磷脂分子进行大规模抽取，来破坏细菌。检测报告显示，石墨烯云绒对金黄色葡萄球菌、大肠杆菌抑菌率均达到99%，对白色念珠菌抗菌率大于99%。

另一款新品海科石墨烯量子点云绒同样具有如此超高的抗菌率。石墨烯量子点是对石墨烯微片进行进一步功能化制备而得的碳原子组成单元，呈亮黄色，其尺寸更小，功能更强大。石墨烯量子点云绒以聚酯（PET）为基本原料，通过海科云绒的纺丝工艺与石墨烯量子点母粒共混纺丝工艺制成。

值得一提的是，石墨烯系列云绒均可作为羽绒的代替品，为家纺蓄热、户外保暖领域的产品升级开发提供了更大的可能性。

专注再生填充纤维赛道

“专、精犹如地板，特、新犹如天花板。”海科纤维是江苏省专精特新中小企业、中国纺织行业“专精特新”中小企业、淮安市专精特新“小巨人”企业。江苏海科纤维有限公司董事长李军表示，专精特新就是从无到有的过程，专、精是企业专注自身专业领域，二十年如一日坚持研发，不断技改，精益求精；特、新是企业组建自己的专业团队，坚持做别人没有的产品，锻造产品独特优势。只有筑牢地基才能不断拓宽赛道、建高天花板，才能引领市场，助力行业产业高质量发展。

据介绍，海科纤维成立于2018年，建设有两条年产9万吨PET高净度瓶片及再生差别化涤纶短纤生产线，配置了具有国内领先地位的成套自动化生产设备，与国内数十家知名家纺、家居等大型企业建立了良好的战略合作伙伴关系。

目前，海科二期年产9万吨再生涤纶差别化短纤维项目已于6月份动工建设，计划总投资7亿元，占地100亩，预计2024年10月建成试生产。李军表示，两期项目全部建成后，海科将可实现年产18万吨再生差别化涤纶短纤。

对于公司下一步发展，李辰昊表示，未来应将研发高科技功能性填充纤维放在重要的位置。海科将继续在再生循环纤维的道路上努力前行，在废旧纺织品回收应用领域做更多的突破；加强与科研院校的合作，共同研发新品种和功能性产品，以达到技术创新和关键要素的优化组合，使科技成果及时转变为现代生产力，增强企业的产品竞争力。TA



2023 中国面料之星
参选企业产品系列报道 (七)



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。

广东溢维环境科技有限公司



面料名称：无水染色梭织提花布
原料成分：棉 100%
产品特点：100% 棉的梭织纹样布中用到的红色、黄色等非白色纱均采用无水染色技术，该技术是活性染料染色领域的颠覆性创新技术。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装



面料名称：无水染色针织蓝黄条纹双面布
原料成分：棉 100%
产品特点：100% 棉的针织蓝黄条纹双面布中用到的蓝色、黄色色纱采用了无水染色技术，实现了 97% 以上的超高固色率。使用该技术的 1 吨棉纱在染色全工序节水率达到 95%，在上染环节的节水率达到 100%。
应用领域：男装、女装、休闲装、内衣、家居服、童装

黑牡丹纺织有限公司



面料名称：方圆殊趣
原料成分：环保棉 100%
产品特点：该面料经纬采用全棉纤维，舒适亲肤；采用 OPT 织机织造，提花组织赋予面料特殊的凹凸肌理感；染色工艺生态环保、节能降耗。
应用领域：男装、女装、休闲装



面料名称：星辰大海
原料成分：棉 100%
产品特点：特殊的提花组织结构使经典靛蓝经纱与白色纬纱不规则交织，达到风格迥异、结构立体的布面效果。花纹设计精巧，增加服装的时尚气息。
应用领域：女装、休闲装、童装

杭州品文纺织有限公司



面料名称：棉色织双层布
原料成分：棉 100%
产品特点：面料采用喷气织造的双层布，正面格纹、反面素色，为成衣开发提供更多可能性。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装



面料名称：棉色织布
原料成分：棉 100%
产品特点：面料采用 40S/2 棉，采用重磅织机织造，颜色组合透亮、格型新颖，尤其适合做裤装。
应用领域：男装、女装、休闲装、童装

烟台北方家用纺织品有限公司



面料名称：城市之光
原料成分：有机棉 65%、涤纶 30%、铜离子纤维 5%
产品特点：面料采用有机棉、铜离子纤维织造而成，增加了面料的透气性和抗菌性能。以人字纹作为底布衬托，几何图案浮于其上，像在空中俯视建筑群。
应用领域：休闲装

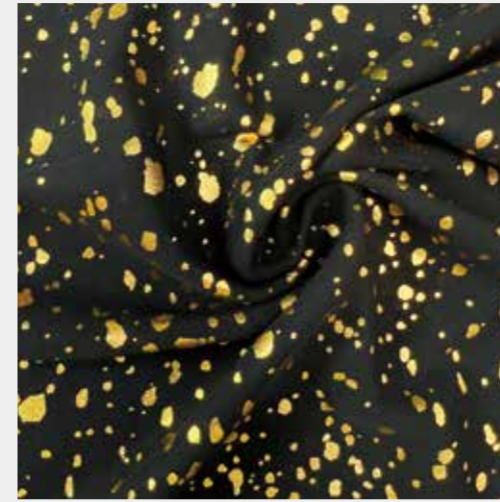


面料名称：春夏泡影
原料成分：再生棉 30%、有机棉 70%
产品特点：面料以再生棉和有机棉为原料，提升产品环保性能，凉爽、透气、舒适、可贴身。在传统泡泡纱的基础上加入色织格工艺，不失时尚元素。
应用领域：休闲装

绍兴璟俊纺织品有限公司



面料名称：100D/150D 理想格印花
原料成分：POLY 97%、SPANDEX 3%
产品特点：此款面料是涤纶加弹力面料，采用斜纹组织，布面有微细的气泡效果，富有蓬松感。
应用领域：女装



面料名称：佳丽烫金
原料成分：POLY 100%
产品特点：此款面料是全涤纶面料，黑底上散布不规则的烫金圆点，带来时尚效果。
应用领域：女装

湖南华升纺织科技有限公司



面料名称：冰清玉洁
原料成分：天丝 53%、苎麻 47%
产品特点：面料采用天丝与苎麻交织，后整经过玻尿酸处理，使面料有亲肤嫩肤的效果，使附加值得到大大提高。
应用领域：男装、女装



面料名称：多姿多彩
原料成分：棉 59%、苎麻 41%
产品特点：在传统的格纹上作新的设计，将色纱改为段染纱，让面料花型更具灵动性。后续采用生物酶处理，吸湿透气，抗菌抑菌。
应用领域：男装、女装、休闲装

愉悦家纺有限公司



面料名称：多彩丘峦
原料成分：棉 100%
产品特点：该面料是纯棉 20S 多彩色织华夫格面料，采用独特的 3D 蜂巢网状设计，使面料蓬松、挺括且不失细腻感；纱线选用活性染料充分浸染，机洗耐磨不褪色。
应用领域：内衣、家居服



面料名称：骄俏云朵
原料成分：亚麻、棉
产品特点：亚麻与棉交织的剪花面料，底布平纹部分是纯麻面料，提花、剪线部分是棉麻交织面料；纱线选用活性染料充分浸染，颜色鲜艳稳定，耐磨不褪色。
应用领域：女装

绍兴蒲荷纺织品有限公司



面料名称：亚麻棉大理石格纹
原料成分：棉 75%、亚麻 25%
产品特点：花纹灵感来自大理石，效仿石头不同的纹理间层进行设计，面料硬挺，做外套可提升女性干练又不失温婉的气质。
应用领域：女装



面料名称：渐变色织格
原料成分：亚麻 100%
产品特点：渐变的纱线赋予面料不同的渐变色，突出面料层次感。
应用领域：女装、休闲装

淡市营销环比回升 价格指数环比上涨

20230814 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20230814 期纺织品价格指数收报于 106.24 点，环比上涨 0.38%，较年初下跌 0.30%，同比下跌 0.74%。

总价格指数



近期，中国轻纺城淡市营销环比回升，其中：原料市场价环比微涨，坯布市场价明显上涨，服装面料市场布匹量环比推升，家纺类产品成交量环比回升，辅料量环比推升。

原料量环比微涨，涤纶环比微跌，纯棉纱稳涨互现

据监测，本期原料价格指数收报于 83.11 点，环比上涨 0.05%，较年初下跌 0.02%，同比下跌 2.28%。

聚酯原料涨跌互现，涤纶价格环比微跌。本期涤纶原料价格指数环比微跌，华东地区 PTA 现货主流 5862 元/吨，环比上涨 2 元/吨左右；MEG 主流 4005 元/吨，环比上涨 25 元/吨左右；聚酯切片市场报价环比下跌，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6800 元/吨左右，环比下跌 50 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格稳涨互现，POY 报价 7680 元/吨，环比持平；FDY 报价 8800 元/吨，环比持平；DTY 报价 9200 元/吨，环比下跌 25 元/吨。目前下游加单、织造企业乃至印染行业整体开机率呈现小幅下降的趋势，但仍高于去年同期水平。内外贸订单均无明显改观，内贸类成品下达气氛不高，仅部分散单以及网销单为主，多为市场刚需备货；外贸订单压价显著，议价情况较往年增加，目前多处于观望及清货阶段。

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 7415 元/吨，环比上涨 150 元/吨。纯涤纱市场报价基本稳定，32S 纯涤纱报 11700 元/吨左右，环比持平；45S 纯涤纱报 12600 元/吨左右，环比持平。

纯棉纱价格稳涨互现，人棉纱价格稳中有涨。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，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 24285 元/吨，环比上涨 170 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 27450 元/吨，环比上涨 115 元/吨。纯棉高支纱询价继续增加，下单意愿环比推升，棉纺织服装行业为内需“金九银十”旺季备货。部分纺纱厂家纯棉纱报价继续上调。整体来说，当前行情在传统淡季下行情依然多显低落，市场心态近期依然不足。

近期，粘胶短纤原料价格环比上涨，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 12850 元/吨左右，环比上涨 150 元/吨。人棉纱价格稳涨互现，30S 人棉纱价格报 16700 元/吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 17800 元/吨左右，环比上涨 100 元/吨。

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 122.62 点，环比上涨 1.41%，较年初下跌 1.53%，同比下跌 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，坯布量环比上涨。坯布新增订单环比增加，企业排单率环比回升。坯布整体市场行情震荡上行，织厂订单环比增加。其中：混纺纤维坯布行情明显回升，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价环比回升；化学纤维坯布现货成交和订单发货明显推升，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交量环比推升；天然纤维坯布需求环比推升，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推升，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比推升，价格指数环比上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.06 点，环比上涨 0.14%，较年初下跌 0.04%，同比下跌 0.03%。

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推升，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，秋季面料成交环比推升，初冬季面料下局部小增，对口客商入市认购环比增加，服装面料价格指数环比上涨。创新色花型面料市场成交环比推升，秋季面料现货成交和订单发货环比增加，初冬季产品订单发货环比小增，价格环比上涨。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料成交量不等量上涨，拉动服装面料价格指数环比上涨。

家纺市场环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 102.15 点，环比上涨 0.27%，较年初上涨 0.27%，同比上涨 0.27%。

本期家纺类价格指数环比上涨。近期，市场成交环比回升，轻纺城家纺市场行情震荡上行，整体市场价格环比上涨。创新色花型面料现货成交量和订单发送量环比增加，兼具时尚元素的创意产品现货成交和订单发货环比增长，价格指数环比上涨。其中：窗帘类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈环比上涨走势；床上用品类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈环比上涨走势；日用家纺类现货成交和订单发货微势推升，价格指数呈微幅上涨走势，拉动家纺类总体价格指数环比上涨。

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 133.93 点，环比上涨 0.46%，较年初上涨 0.59%，同比下跌 1.46%。

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现环比推升走势，价格指数环比上涨。服装里料类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；带类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势，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。后市内销市场将环比小增，市场内许多供应商打样下单将继续增加，实质性订单将继续小增。内销市场，尤其是秋冬面料订单将继续增加，销售将继续推升，但海外市场纺织服装的出口需求端是否回升有待观察。产业链终端的纺织企业受成品库存较高及销售回款周期拉长影响，导致资金压力加大。后市创新面料价格维持震荡上行的可能较大。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



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; 以上数据来自中国轻纺城服装市场直播电商直播基地提供

CHIC

中国国际服装
服饰博览会 (秋季)

China International Fashion Fair (Autumn)

秋

2023.8.28-30

国家会展中心(上海)

National Exhibition & CONVENTION Center (Shanghai)

北馆 / 2.1馆 / 3馆
HALL / HALL / HALL



关注CHIC微信公众号
Follow Us on WeChat