

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 2024.06.17 | 第22期 | 总第1174期



P08
共话泛大湾区
纺织服装外贸未来



P14
“新中式”风继续吹，
柯桥纺企御风而行



P10
潮起大湾，踏浪先行！

纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY



聚绿 向新 美丽 布 凡

2024中国面料之星用户满意产品 调查活动正式启动

2024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，绍兴市柯桥区会展业发展中心支持，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。

2024年7月26日，面料征集截止

2024年八月初，举办评审会及知名服装品牌产业对接会

2024年8月27日，上海中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会举办发布仪式

中国面料之星调查活动组委会：

赛事统筹：万晗 13466301578 赵国玲：13521507499 商务合作：雷蕾：13810445890

面料参评样品快递地址：云娟娟（收）15810501684

北京市东城区东西大街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。



纤维
新视界
NEW FIBER
NEW WORLD

中国化纤科技大会 [泰和新材2024] 暨首届化纤行业总工程师论坛

China Chemical Fibers Science and Technology Conference (Tayho 2024) & 1st Chief Engineers Forum

2024.6.26-28 山东·烟台



主办：中国化学纤维工业协会
支持：武汉纺织大学

承办：泰和新材集团股份有限公司
中国化学纤维工业协会相关分会 / 专业委员会
中国纺织工程学会化纤专业委员会

AUTHORITATIVE FASHIONABLE PROFESSIONAL

权威 / 时尚 / 专业 / 为中国纺织服装行业发声

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

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 晗

总编助理 郭春花

采编中心

主编	徐长杰
副主任	董笑妍
特邀主笔	郝 杰
主任助理	李亚静
编辑/记者	陶 红 余 辉
	夏小云
美编	郭 淼

融媒体中心

总监	墨 影
资深摄影	关云鹤
美编	李举鼎
编辑/记者	许依莉 李雨霏

市场发展中心

总监	万 晗(兼)
主任	雷 蕾
副主任	云娟娟

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)
主任助理	张 艳

热线电话
总 编 室: 010-85229395 新闻热线: 010-85229379
发行热线: 010-85229026 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(100711)
定价:每期人民币12元
日本合作媒体:纤维News
印度合作媒体:Inside Fashion
欧洲合作媒体:Textile
台湾地区合作媒体:
承印:北京晟德印刷有限公司

本刊声明

本刊已许可中国知网、超星期刊域、博看网、龙源期刊以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含上述平台著作权使用费,所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议,请在投稿时说明,本刊将按作者说明处理。

06 资讯 *Infos*

高品质、多功能家纺面料获市场高度认可
为健康生活赋能

08 关注 *Attention*

共话泛大湾区纺织服装外贸未来
正式签约!新加坡亚太展将落地狮城

10 特别报道 *Special*

潮起大湾,踏浪先行!
共创·共赢·共享湾区商机
携手创新 共赴“商”海
四大“新发现”点亮未来

14 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

“新中式”风继续吹,柯桥纺企御风而行
羽绒服面料:打造时尚与温暖新纪元
促供需互联,谋合作共赢
演绎国风雅韵,开启时尚新篇章

18 化纤 *Industry*

攻关关键核心技术,赋能纤维材料产业

20 长丝织造 *Industry*

新兴集群高质量发展实现新突破

22 品牌 *Brand*

莱卡:造形由你!

24 市场 *Market*

十年,金指数用服务赢真心

25 一线 *Frontline*

加入“30·60碳中和加速计划”,波司登打造碳中和先行示范样本
永荣股份绿色新品矩阵闪耀 yarnexpo 大湾区纱线展

26 指数 *Index*

夏市营销环比回升 价格指数环比上涨



袁春妹
《纺织服装周刊》副总编辑

旗开得胜里的需求逻辑

邻居家女主人5月底新添了三件旗袍,她身材比较高,常态下她的服装基本上都是裤装,所以一众平常交往不错的邻居都想看看她穿旗袍的样子,毕竟她这次是一举拿下了三件高开衩的旗袍,红、绿、黄色各一件。她说这就是她的“战袍”!

她的孩子今年高考。

“旗袍送考”大有文章,寓意旗开得胜。据说第一天红色,代表开门红;第二天绿色,代表一路畅行;第三天黄和灰,代表走向辉煌。

据了解,仅6月第一周,包括京东、淘宝在内的网销平台,旗袍类产品不管是关注度还是成交量均实现了大幅提升,集中度最高的当属符合“旗袍送考”寓意的那些吉祥色。据说有旗袍店在高考前的两个月几乎天天都会有翻番甚至更高的交易额,生生用两个月创造出了年销售额30%的好业绩。

旗袍还是那件旗袍,背书了“送考”等关键词之后,销量可以大不同。有平台称,借助这些关键词,一件旗袍的销量可以达到平常的十倍!

事实上,抓“高考”这个消费风口的不止是服装,还包括一些食品,比如定胜糕、粽子,甚至是一些关联度原本很低的产品,在抢占流量方面当仁不让,也能“生靠”出一些好业绩。比如中国石化的虚拟产品“高考加油包”彼时爆单,其中最受欢迎的要数“胜利油田加油包”;此外,盒马、飞猪、闲鱼、小米等也借着这个热度设计了自己的品牌或者产品传播点,从马到成功到

飞黄腾达、鱼跃龙门等等,迎着消费者“讨彩头”的热情设计了十分应景的消费场景,收获自然也不错。

前几年,疫情使全球经济受到了极大的冲击,由此带来的市场需求不振、消费降级等是不争的事实,企业喊难也确实有理由。但即便在这样的情况下,如大家所见,市场和消费其实都没有到让人绝望的程度,是有降低,有变化,所以,有些人无法适应了,有些人找不到新的出口了。

前不久,不少纺机企业去了土耳其,此前是印尼、孟加拉。记者在与一些赴海外展会参展或是观展的企业人员交流时发现,虽然他们去了同一个国家,在同一个展会上,但大家对于同一个市场的感受却并不相同,有的甚至迥异。比如土耳其市场,有人认为充满机会,有些企业甚至已经有了非常稳定的市场份额,而有些人则感觉国产设备在土耳其市场想要有优秀的表现还需要比较长的时间深耕,至少当下在土耳其市场与欧洲同类设备的比拼还并未到达势均力敌的状态,所以,他们认为当下的机会并不多……

土耳其也好,越南、东盟市场也罢,理性的数据一直在验证这些市场的潜力,可即便是数据大幅攀升的市场也并不是所有企业都感受良好,但感受好的无一例外都找到了他们挖掘市场的逻辑。

市场机会没有坐标,至于到底在哪,会以怎样的方式呈现,谁都给不出明确答案。但可以肯定的是决策在需求端,连接点得自己找。

View point / 产经看点

1—5月,京津冀地区外贸进出口总值达2.14万亿元,规模创历史同期新高,同比增长5%,占全国进出口总值的12.2%,其中对共建“一带一路”国家进出口1.06万亿元,同比增长4.6%。

——天津海关

数据显示,今年一季度末,商业银行贷款损失准备余额为6.9万亿元,较上季末增加2698亿元;拨备覆盖率为204.54%,较上季末下降0.6个百分点。商业银行风险抵补能力整体充足。

——国家金融监督管理总局

6月7日,财政部第一次续发行2024年超长期特别国债(一期)(30年期),发行总额达450亿元。

——财政部

1—4月,我国服务贸易继续快速增长,服务进出口总额24319.6亿元,同比增长16.8%。出口9846.9亿元,增长11%;进口14472.7亿元,增长21.2%。

——商务部



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

高品质、多功能家纺面料获市场高度认可

“宽幅绵柔针织家纺面料的开发与产业化”项目取得突破进展

6月7日，中国纺织工业联合会在江苏省江阴市组织召开了由江阴市红柳被单厂有限公司、武汉纺织大学、苏州大学、安徽华茂纺织股份有限公司、苏州市纤维检验院共同完成的“宽幅绵柔针织家纺面料的开发与产业化”项目科技成果鉴定会，鉴定委员会认为项目成果达到国际先进水平。

2023年全球家纺行业市场规模达到了1247亿美元，反映了消费者对高品质家纺产品的不断追求和提高生活品质的愿望。然而，传统机织和针织家纺面料在舒适性、宽幅度和生产工艺上存在一定局限性，往往难以完全满足人们对于优质睡眠和舒适生活的需求。目前欧美市场对2.8m以上幅宽床上用品的需求增长，而现有针织家纺面料在幅宽方面存在一定的限制，一般幅宽在2m左右，无法满足一些特定尺寸床上用品的需求，特别是对于超大床尺寸或特殊定制家居产品而言，常规幅宽难以提供所需的覆盖范围，造成了生产、定制和应用上的一定困扰。此外，传统圆纬针织后处理工艺

通常采用浸泡式水浴加热或蒸汽对针织面料进行热定型处理，需消耗大量水资源和能源，难以实现对环境温湿度的精准控制，导致整坯宽度面料受热不均匀而无法生产出柔软匀整的高品质宽幅针织面料。因此，目前亟需开发新型柔性梳理、低扭矩纺纱技术，优化纱线柔软舒适性与强度的协同性，进一步开发一种多维度调控宽幅绵柔针织面料制造的针织工艺技术及其装备，以攻克宽幅绵柔针织面料尺寸稳定性差、抗起毛起球性差、功能特征不够显著的技术难题。

项目围绕宽幅绵柔针织家纺面料生产关键技术，从棉纤维的物理特性、纺纱、织造、后整理和印花工艺等方面着手，创新了柔性梳理成网、须条多重握持、高效集聚成纱和捻回应力调控技术；采用了差异化模量平衡编织方法，通过正反捻交替喂入织造工艺和纱线张力均衡调控，攻克了大筒径纬编织物布面扭斜等技术难题；通过对后整理设备改造和生产工艺创新，提升了产品的布面光洁度、柔软性、平整性、

尺寸稳定性和印花精细度。

该项目突破了现有的针织技术的瓶颈，解决了现有针织工艺难以生产高品质功能化宽幅针织面料的技术难题，攻克了宽幅绵柔针织面料光洁匀整、柔软舒适与功能特征强化无法兼顾的技术难题，促进了我国高端纺织装备技术创新能力的提升，推动了家纺行业的转型升级和创新发展，实现了高品质、多功能家纺面料的生产。

该项目与恒源祥家用纺织品有限公司、舒乐家用纺织品有限公司、棉质巢家用纺织品有限公司、南通匠造有限公司、上海那畔有限公司、江苏蓝丝雨家用纺织品有限公司等下游客户建立长期合作关系，所开发的宽幅绵柔针织家纺面料广受市场欢迎。与德国或者日本的相同产品相比，本项目产品价格约低30%，产品盈利能力得到提升。2022—2024年，累计应用在上千款家纺产品中，取得了良好的经济和社会效益。

(钟方)

Direct / 直击

1—5月全国纺织品服装出口保持正增长

根据海关总署统计快讯，今年前5个月，全国纺织品服装出口1158.4亿美元，同比增长1.4%（以人民币计同比增长4.8%），增速较1—4月加快0.8个百分点。其中，纺织品出口571.3亿美元，同比增长2.6%（以人民币计同比增长6.1%）；服装出口587.2亿美元，同比微增0.2%（以人民币计同比增长3.5%）。

5月当月，我国纺织品服装对全球出口261.3亿美元，同比上升4.7%（以人民币计同比增长8.2%）。其中，纺织品出口128.9亿美元，同比上涨8.1%（以人民币计同比增长11.7%）；服装出口132.5亿美元，同比增加1.6%（以人民币计同比增长4.9%）。

相关国际统计数据 displays，今年以来，国际零售市场形势基本平稳，但大多数发达国家市场仅保持低速增长，回暖趋势仍不明显。二季度以来，我国纺织品服装出口情况较一季度有所好转，但企业外贸压力仍然较大，订单情况并未明显改善，出口回升可能与季节变化、零售端少量补库等短期因素有关，国际市场是否进入持续回升向好通道仍待进一步观察。(联盟)

国家完善首台(套)首批次保险补偿政策：

利好重大技术装备和新材料产业

日前，工业和信息化部、财政部、金融监管总局联合发布《关于进一步完善首台(套)重大技术装备首批次新材料保险补偿政策的意见》，提出一系列优化完善保险补偿政策。

首台(套)重大技术装备是指国内实现显著技术突破，拥有自主知识产权，进入市场初期尚未形成竞争优势的整机装备、核心系统及关键零部件产品。首批次新材料是指国内实现原始创新或显著技术突破，拥有自主知识产权，进入市场初期尚未形成规模化应用和竞争优势的新材料产品。

据工信部解读说，此次修订是为加快推动重大技术装备和新材料产业高质量发展，破解首台(套)首批次进入市场初期的推广应用难问题，同时培育风险共担、利益共享的保险市场，推动创新成果向现实生产力的转化，带动企业研发积极性，工业和信息化部、财政部、金融监管总局在总结前期政策实施经验的基础上，进一步强化政策定位、优化政策设计、健全运行机制、加强监督管理，确保政策更好发挥作用。

此次《意见》是按照“险种多元化、费率动态化、企业自主化、监管严格化、财政资金效用最大化”的原则进行修订的。一是险种多元化，聚焦生产企业推广应用及迭代更新阶段面临的主要风险，拓展适用保险险种，为首台(套)、首批次提供多种保险保障方案。二是费率动态化，建立市场化差异化的保险费率动态调整机制，要求保险公司按照“保本微利”与“精算平衡”原则，定期开展保险费率回溯和动态调整。三是企业自主化，支持生产制造单位根据装备、新材料产品特性和实际需要，在政策框架下自主决定投保险种、投保数量和投保年限。四是监管严格化，压实政策各实施主体责任，加强真实性审核，及时对保险费率等进行动态评估，强化监督检查，加大处罚力度，及时完善政策，保障财政资金安全有效。五是财政资金效用最大化，将首台(套)、首批次概念范围拓展至进入市场初期的装备、新材料产品，扩大支持数量和年限，通过应用带动首台(套)、首批次迭代更新，直至形成成本竞争优势。(郝杰)

Scene / 现场

为健康生活赋能

石墨烯多功能复合纤维产业链创新论坛举办

■ 本刊记者_王利

作为21世纪最强新材料之一，石墨烯凭借优异的力学、电学、热学、光学等性能，在智能穿戴、新能源电池、电子元器件纳米纤维、航空航天、国防、医药以及其他先进复合材料等领域都得到了广泛的应用。近年来，石墨烯在纺织服装领域的应用不断深入，进一步赋能美好生活，为人们的健康保驾护航。

6月6日，正值第六届国际石墨烯日，由中国化学纤维工业协会与杭州高烯科技有限公司联合举办的石墨烯多功能复合纤维产业链创新论坛在2024yarnexpo大湾区纱线展现场引发广泛关注。活动探讨了高烯石墨烯康护纤维如何赋能高端纺织新内涵，解析了中国石墨烯多功能复合纤维标识大赛的征集历程及特殊意义，致力于引领产业链上下游共同探索石墨烯多功能复合纤维在纺织产业创新应用和高质量发展之路。

作为一种功能性、差异化、科技型的材料，石墨烯纤维如何让人们的生活充满健康和

美好？从一块石墨到一身衣衫，杭州高烯科技在石墨烯行业内深耕细织十余年，攻克技术难题，成功打通“产学研用”一站式健康解决方案，致力于赋能健康中国、美丽中国，重构康护、纺织与人的关系，开启康护纺织新时代。杭州高烯复合纤维材料科技有限公司总经理沈兵华表示，作为第四代纤维，高烯®石墨烯多功能复合纤维具有抗菌抑菌、抗病毒、远红外发射、负离子发生、紫外线防护、抑制螨虫六大核心功能，通过了欧洲信心纺织品OEKO-TEX Standard100婴儿级附录六安全认证等。

什么是标识？在中国石墨烯多功能复合纤维不断发展过程中标识有何重要意义？中国化学纤维工业协会市场推广部主任王永生表示，标识作为一种视觉语言，不仅可以用于传达信息，还具有塑造品牌形象、增强认知度、提高品牌价值等作用。高烯科技、石墨烯多功能复合纤维共同体研究院联合中国化学纤维工业协



论坛致力于探索石墨烯多功能复合纤维发展之路。

会、北京服装学院共同发起中国石墨烯多功能标识设计大赛，经过征集、宣讲、评审等程序，目前已完成标识注册。据王永生介绍，大赛共收到400余件投稿作品，得到专业团队和院校师生的广泛参与，金奖标识以“中”字、字母“CGMF”为主要设计元素，同时融入石墨烯、石墨烯纤维等视觉识别元素，体现了石墨烯多功能复合纤维品牌特征和属性。

Company / 公司

吉林化纤年产15万吨华绒项目开车投产

6月8日，吉林化纤集团公司年产15万吨华绒项目一次开车成功。该项目是吉林化纤加快构筑新质生产力，引领行业新风向，助推纤维板块全面升级打造的重点项目。

项目生产的华绒纤维是吉林化纤在美国孟山都公司科技原创、意大利蒙特公司生产技术的基础上，结合吉林化纤60年的纤维生产经验，通过集成创新拥有自主专用技术的新型纺织材料。依托比棉绒更柔，比羊绒更暖，比鹅绒更轻的产品特性，弥补了其他纺织材料特性的缺陷与不足，可与各种纺织纤维进行混纺，广泛应用于家纺、针织、梭织、床品等领域。

与此同时，吉林化纤集团与国家纺织品开发中心联合建立了“华绒之链”立体化的营销体系，从纤维、纱线、面料、成品及品牌开发上协同发力，现已取得明显可观的市场前景。

该项目汲取了公司碳纤维原丝和腈纶纤维的生产技术和管理经验，进行了设备优化升级，实现装备自主加工国产化，产品质量更好、装备运行更稳、生产成本更低；也是吉林化纤一次单体产能最大、建设时间最短、工艺流程打通最快的优质项目。

自去年8月项目开工以来，吉林化纤广大干部员工夜以继日、驻厂加班，历时9个月实现一次开车投产。项目的建成，进一步巩固了吉林化纤在纤维行业的龙头地位。(罗宇)

“绿”力同心，“双碳”同行！

丝丽雅在2024年“气候创新·时尚峰会”上喜获多项荣誉

近日，由中国纺织工业联合会主办的第3届“气候创新·时尚峰会”在北京举行，会议发布了丝丽雅集团参与制定的T/CNTAC187-2023《纺织行业碳中和工厂创建和评价技术规范》、T/CNTAC188-2023《碳中和纺织品评价技术规范》、T/CNTAC189-2023《纺织品碳标签技术规范》三项中国纺织行业团体标准，丝丽雅集团旗下宜宾雅士德纺织有限公司、四川丝丽雅纤维科技有限公司被评为首批碳中和工厂标准试点企业，四川丝丽雅纤维科技有限公司被评为首批碳中和产品标准试点企业。

作为纺织产业龙头企业之一，一直以来，丝丽雅集团积极“碳”寻绿色高质量发展新路径，在绿色产业实践进程中创新构建起利用竹浆、回收浆等“绿色原料”，采用莱赛尔、双极膜等“绿色工艺”，使用宜宾水电“绿色能源”进行产品加工的“三绿制造”工业体系，以“三绿制造”构建“三绿园区”，实现低碳绿色化运营，形成新的竞争高地；加入“30·60中国纺织服装碳中和加速行动”，制定丝丽雅可持续发展战略，启动丝丽雅“双碳”愿景计划；相继开展了Higg FEM 3.0 Index环境模块体系认证、ZDHC MMCF废水指南检测、STeP OEKO-TEX绿色清洁生产认证；在Canopy纽扣排名报告中达到30枚纽扣，获得最高级“深绿色衬衫”评级；用Circolose回收浆制作的循环再生纤维素长丝、短纤产品相继投产下线，成为全球唯一用Circolose回收浆同时生产再生纤维素长丝和短纤产品的企业；旗下宜宾雅士德纺织有限公司成功获得PAS2060碳中和认证证书，正式跻身“零碳工厂”行列，成为宜宾千亿纺织产业园首家“零碳工厂”。

未来，丝丽雅集团将始终坚持科技创新、绿色低碳、数字智能“三个引领”，不断挖掘绿色潜力，完善绿色体系，加快打造形成新质生产力，为纺织行业转型升级与绿色发展持续贡献丝丽雅力量。(周放)



与会嘉宾探讨了泛大湾区外贸市场面临的机遇和挑战。

共话泛大湾区纺织服装外贸未来

2024 泛大湾区纺织服装外贸形势分析与合作专题研讨会举行

■ 陈墨 / 文

“在改革开放与中国式现代化进程中,与‘深圳速度’一样,‘纺织高度’也是改革开放成效的重要表征。”在6月5日举行的2024泛大湾区纺织服装外贸形势分析与合作专题研讨会上,中国纺织工业联合会会长孙瑞哲如是说。

创新、协同、开放, 推动泛大湾区产业再上新台阶

会上,孙瑞哲表示,纺织高度是改革开放成效的重要表征,主要体现在三个方面:一是制造之高;二是创新之高;三是主体之高。当前,行业所处的外部环境正在发生深刻变化。一方面,新技术革命呼啸而来,以人工智能为代表的新一代信息技术重塑产业的基础架构和底层基座,能源创新与生物技术颠覆原有投入产出关系;另一方面,百年变局加速演进,大国博弈深化,地缘政治复杂。

要充分发挥大湾区的区位优势、产业优势和市场优势,立足全球,加强大湾区及周边省市间的区域合作和协同创新,推动泛大湾区纺织服装产业高质量发展再上新台阶。对此,孙瑞哲提出三点建议:一要强化创新,提升引领力。推动传统领域高端化升级,前沿技术产业化落地。发展智能制造、绿色制造,跨境电商、内容电商。前瞻布局未来产业。二要强化协同,提升凝聚力。加强战略对接,推动区域联动,围绕国家重大区域战略,构建资源集约,优势互补、错位发展的泛大湾区产业合作空间。三要强化开放,提升整合力。平衡原地升级、国内转移和全球发展的关系。深化与“一带一路”沿线国家地区的合作,高水平走出去、高质量引进来。

泛大湾区供应链协作 建成更广泛空间的“前店后厂”

“广东、福建纺织服装产业起步早、产业链成熟,外溢效应较强,形成‘前店’;江西、湖南、广西、云南等地积极承接东部化纤、纺织、印染、服装制造等环节的产业转移,成为‘后厂’。广西、云南等地在大力拓展东盟等‘一带一路’市场的同时也形成了新的‘前店后厂’。”中国纺织工业联合会副会长阎岩在题为“泛大湾区纺织服装外贸形势分析”的主旨报告中对大湾区及泛大湾区纺织服装产业与贸易情况进行分析,解读了泛大湾区外贸市场面临的机遇和挑战。

阎岩表示,对于泛大湾区而言,需要推进区域合理布局与融通发展,需注重各自具有特点优势的发展,首先是合理布局,形成特色化、差异化发展;其次是在外贸实务中推进国际化供应链管理提升,核心是加强对国际市场上优质产业资源的整合利用,发展领航企业,增强自主品牌的出口,注重业态模式的转型升级,构建产业安全的国际化发展格局,打造“中国+‘一带一路’沿线”的全球快速反应制造体系。作为区域经济发展的重要支柱、作为纺织现代化产业体系建设的重要一环,泛大湾区纺织服装产业应着眼于全球市场,产业龙头引领、产地高效协同,促进外贸转型升级发展。

区域优势、跨境电商、通关实务…… 探索产业合作新趋势

对于广东省纺织服装外贸情况与泛大湾区产业合作趋势,广东省服装服饰行业协会专职副会长叶奕莉表示,广东拥有全国第二的产业集群规模,纺织服装出口持续位居全国前列,出口市场

遍布全球,其中欧美、东南亚等地区,呈现多元化、品牌化、高端化的发展趋势。当前,广东服装供应链综合实力强劲,外贸转型升级基地正在重塑产业新优势,跨境电商发展势头迅猛,传统生产模式正在向全球供应链协同模式转变,双碳推动可持续时尚发展,数字化及品牌战略引领全球化征程。

“澳门纺织制衣业发展始于20世纪60年代,一直以来,粤港澳大湾区服装行业的合作都非常密切,澳门可以通过与其他城市合作,实现资源共享、互利共赢。”谈及澳门纺织服装产业,澳门生产力暨科技转移中心理事长关治平介绍,今年将积极推广澳门制造、澳门品牌、澳门设计。内循环方面,澳门时装品牌可以在大湾区建设中更多参与大湾区城市的各类时装活动,以提升澳门品牌在内地的知名度;对外方面,澳门可以发挥独特的“一中心、一平台、一基地”作用,即世界旅游休闲中心、中国与葡语国家商贸合作服务平台、以中华文化为主流多元文化共存的交流合作基地。



中国贸促会贸易推广交流中心的FTA业务发展定位,就是在FTA领域打造精专多能的资源整合器,为供给端提升效能、为需求方赋能,形成正循环闭环。中国贸促会贸易推广交流中心自贸协定推广处负责人孙盛含表示,自2002年11月中国与东盟率先开展自贸区建设以来,目前已与29个国家和地区签署了22个自贸协定。作为区域自贸协定的典型代表,RCEP是现代、全面、高质量、互惠的大型区域自贸协定。

广东省跨境电子商务协会会长林保表示,当前跨境电商运营策略主要体现在四方面:一是布局欧美、东盟、拉美、中东、非洲、中亚及俄罗斯等全球市场;二是以“平台+独立站”的方式进行销售;三是产品方面凸显极致性价比,品牌化打造;四是不断迈向合规化经营。未来,新技术、新模式、新思维会在更广领域、更深层面,甚至颠覆性的改变跨境电商,只有更深入的理解客户、更全面细致的服务客户,以客户为中心,企业才有可能在市场竞争中立于不败之地。

在本次专题研讨会促进下,泛大湾区产业集群、园区和企业将进一步依托重点城市、重点跨境合作区、自由贸易区等平台开展交流与合作,积极培育纺织服装外贸新动能,以新质生产力推动现代化纺织产业体系建设。

中国纺联产业集群工作委员会副主任兼秘书长张海燕在会议总结时表示,泛大湾区的纺织服装产业集群,广东、福建地区发展较早、产业规模大,企业在国内外市场中有深厚的积累。江西、湖南在新一轮的产业转移中,已经形成了有后发优势的新型产业集群,是泛大湾区外贸格局中新的供应链支撑。广西、云南、海南在RCEP机遇下,已经在形成新的产业集群,也将进一步协同泛大湾区产业集群,更便利地开拓东盟、一带一路和全球贸易市场。交融协作、共荣共生;优势互补、协同发展。在新的全球化市场格局中,泛大湾区各地区间的区域化协同、协作,将会是更高效率的发展方式,也将形成新的供应链协作方式。TA

正式签约! 新加坡亚太展将落地狮城

纺织贸促会与新加坡旅游局

签署 APTEXPO 2024(新加坡亚太展)项目合作备忘录

■ 本刊记者_刘嘉

6月5日,中国国际贸易促进委员会纺织行业分会(纺织贸促会CCPIT TEX)与新加坡旅游局(STB)在深圳会展中心正式签署合作备忘录,双方就亚太纺织服装供应链博览会暨高峰论坛(APTEXPO 2024,简称“新加坡亚太展”)达成合作意向,新加坡旅游局将为该项目落地狮城给予全方位支持。

新加坡亚太展是由中国纺织工业联合会与东盟纺织工业联合会共同发起,纺织贸促会与MP新加坡私人有限公司联合主办的首个覆盖亚太地区纺织服装产业全生态,并以供应链为主题的国际性会展平台,同时也是以研究和探讨亚太纺织服装领域存在的现实挑战、促进亚太产业链供应链合作与重构,打造更加安全、畅通、可持续的全球纺织服装供应链体系为宗旨的全球性高端对话与合作机制。首届新加坡亚太展将于2024年11月13日至15日在新加坡金沙会议展览中心举办。

“新加坡是全球重要的金融中心、贸易中心、航运中心和创新中心,也是通往亚太经济圈的重要门户。近年来,中新两国在纺织服装行业的多领域合作硕果累累。”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在签约仪式上表示,新加坡在中国纺织行业高质量共建“一带一路”、纺织服装企业链接全球市场、开展共赢合作过程中发挥了重要作用。亚太纺织服装供应链博览会暨高峰论坛选择新加坡作为项目举办地是一个极具战略意义的决定。在新加坡旅游局的大力支持下,纺织贸促会与MP国际公司携手全球合作伙伴,不仅能够将新加坡亚太展打造成为亚太地区乃至全球纺织服装供应链合作的领先平台,同时也有望借助新加坡的政策优势、区位优势与市场优势,以及RCEP协定生效带来的政策机遇,进一步汇聚力量、凝聚共识,加强亚太地区纺织服装产业间合作,促进区域内产业链供应链价值链深度融合,为推动全球纺织服装产业的稳定可持续发展发挥积极作用。

新加坡旅游局展览与会议署执行署长傅启川则强调:“签约是一个重要的里程碑,标志着新加坡旅游局与纺织贸促会就今年11月在新加



双方成功签约。

坡举办的首届亚太纺织服装供应链博览会暨高峰论坛正式建立合作共识,双方将共同致力于推动区域内纺织服装供应链合作与创新发。傅启川表示,新加坡亚太展的落地对新加坡的展览与会议行业意义重大,也希望此次与纺织贸促会的合作能够激发更多新加坡与中国展览会议领域企业之间的跨境合作。

傅启川在接受采访时表示,在竞争激烈的会展产业中,新加坡的价值主张仍然引人注目。期待11月在新加坡举办一场充满活力和成功的APTEXPO2024,推动纺织和服装供应链迈向前方,为该行业留下积极而持久的影响。作为亚太地区高水平、高层次的行业盛会,新加坡亚太展在项目立意及举办方式上都有众多创新举措,将对全球纺织服装供应链的长期优质发展贡献力量。在东盟与中国产业优质资源的“强强联合”、新加坡官方机构的大力支持下,新加坡亚太展将不仅作为促进全球纺织服装供应链合作、推动行业可持续发展的全新平台发挥作用,更有望成为亚太地区纺织服装行业的标志性国际盛会。

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常务副会长梁鹏程与新加坡旅游局展览与会议署执行署长傅启川分别代表双方机构签署了合作备忘录。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,深圳市服装行业协会会长潘明、秘书长况菲,MP国际公司副总经理侯阔轩,马来西亚制衣协会执行秘书陈允养及马来西亚纺织服装企业代表团一行,以及来自十数家国内外媒体代表在仪式现场见证了双方的合作签约。TA



领导嘉宾参观 2024 中国纺联大湾区纺博会。

intertextile
SHENZHEN apparel fabrics

yarnexpo



潮起大湾，踏浪先行！

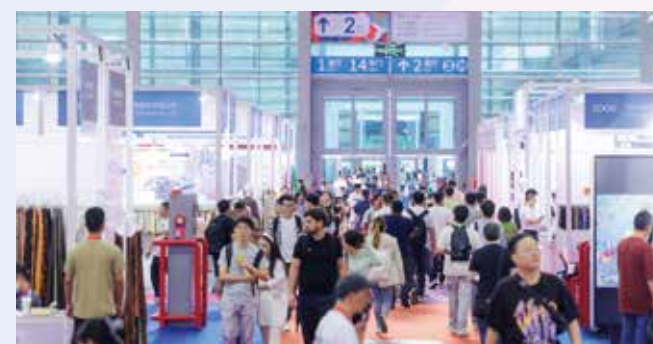
2024 中国纺联大湾区纺博会落幕

■ 本刊记者_刘嘉 王利 陶红

潮起大湾，踏浪先行。6月5—7日，2024中国纺联大湾区国际纺织服装服饰博览会在深圳会展中心（福田区）举办。本届大湾区纺博会集结三个产业链上下游品牌展——intertextile 大湾区国际纺织面料及辅料博览会、yarnexpo 大湾区国际纺织纱线博览会、PH Value 大湾区国际针织博览会，同期同地，同频共振。

新地点、新时间、新体验。本届大湾区纺博会展出规模60000平方米，来自全球的1000多家纺织企业共聚于此，纤维纱线、面料及辅料、针织产品、服装成衣及纺织配套等展品云集，三展联合，着力打造一场面向华南、粤港澳、东南亚乃至全球市场的国际纺织产业链盛会，助力业界实现市场拓展和国际商贸合作的高效联动。

开幕首日，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，副会长徐迎新、阎岩、梁鹏程，专家咨询委员会委员曹学军，中国纺联各部门、各成员单位，以及广东省服装服饰行业协会、广东省纺织协会、广东省跨境电子商务协会、香港贸易发展局大湾区服务中心、澳门生产力暨科技转移中心、澳门服装业协会、澳门服装品牌孵化中心、澳门时尚文化协会、福建省纺织服装协会、湖南省服装协会等单位负责人及代表参观了本届展会。



共创·共赢·共享湾区商机

2024 大湾区面辅料展为持续推动产业发展聚势赋能

“开到家门口的展会，驱车50公里也要来逛。”“刚开展一个多小时就已经接待了五六批客户。”“想要结识本地企业，拓展中国华南地区市场。”“找到两款感兴趣的产品，接下来会联系打样品、谈合作。”“上午十点到下午五点，一直有客户到展位，洽谈很顺利。”“有的客户直接拿着样品来谈更实际的需求，目前已沟通到打版、供货、预付款。”……细雨浇不灭纺织人热情，6月7日，2024大湾区国际纺织面料及辅料博览会（以下简称“2024大湾区面辅料展”）圆满落幕。

商贸·高效互联 精准对接，双向奔赴

“服务好！”“效率高！”“匹配精准！”……展会商贸对接专场再次交上高效、直达的商贸成绩。三天时间内，SHEIN 希音专场、赢家专场、香港知名内衣品牌采购对接专场、新中式国潮专场、品牌主理人选品专场、马来西亚专场等不同主题商贸对接会密集上演。在前期的精准匹配下，采购方意向迅速传达，参展商拿着样品现场讲解，以对口的产品“引爆”精准的采购需求，真正实现“采”“购”双向奔赴。

“2024大湾区面辅料展与春季联展的客户不重合，我们又认识了不少新朋友！”SHEIN 希音面辅料招商部相关负责人表示，品牌很重视在“家门口”的专场商贸对接会，全部业务线共委派了十余位同事分别洽谈了近30家面料供应商，初步沟通了产品线需求，并对符合需求的供应商预约了时间，进一步谈合作。

谈及赢家专场对接会的效果，赢家时尚控股有限公司采购部相关负责人表示，公司正在为预计明年上市的运动功能性新品做准备，希望通过商贸对接会可以在原有的女装供应链渠道外，找寻新的符合需求的优质面料企业供应商。目前对接的浙江圣丹新材料科技股份有限公司、上海金霖纺织业有限公司、广东兆天纺织科技有限公司等的产品都十分符合企业的采购需求。

今年恰逢中马两国建交50周年，两国纺织业界贸易合作也更加密切。马来西亚组织了10余家企业参加了马来西亚服装市场协会专场采购对接会，其中包括女装、男装等中高端品牌商、零售商。马来西亚制衣商会、马来西亚时装批发进出口商会、马来西亚礼品商会执行秘书陈允养表示，现场对接了多家面辅料企业，马来西亚服装企业普遍反映惊喜连连、收获颇丰，均找到了符合需求的产品，对接效果超出预期。

团组·重磅来袭 阵容强大，惊喜连连

三天时间，华南地区、港深珠澳等地专业团组纷至沓来，释放超大体量采购需求，最大规模化的有效对接和订单转化无疑是此次展会最大的诚意。此外，“一带一路”沿线国家采购团、欧美买家团，巴基斯坦、阿塞拜疆、赞比亚、俄罗斯等国家的服装贸易采购商组成的特邀海外买家参观团等更是以强大阵容，带来多重国际贸易“惊喜”。

“展商很多，展品品质很高，与企业要采购的产品需求匹配程度比较高，大大地提高了采购的效率。”马来西亚针织厂商会会长陈冠智表示，今年是第一次组团来参观2024大湾区面辅料展，希望通过展会与参展的纱线、面料、配件等参展商进行交流，探讨合作机会，并了解行业最新动态及发掘市面上的新产品与先进技术，每天都有不错的收获，也找到很多感兴趣的合作方，接下来会进行后续合作。

广东溢达纺织有限公司此行目的是寻找高品质供应商，了解新材料、新设备以及新合作模式。相关负责人表示，企业每年都参加intertextile面辅料展，今年是第一次参观大湾区面辅料展，因此特意组织了一百余人的团组来参观，同时也考察一下展会规模，为将来参展做准备。

“这是我第一次参加大湾区面辅料展，但我相信不会是最后一次。”



三天时间内，不同主题商贸对接会密集上演。

欧美工商会成员、ChinaImport24.eu 进出口代理 Marek Latawiec 表示，展会给我留下了非常好的印象，参展商很专业，面辅料种类繁多，而且展会主办方有英语翻译员，这一点对我来说非常重要。此次参展主要想采购正装面料和配饰，找到不少感兴趣的产品，已经与意向企业建立了良好的联系。

展商·百花齐放 融湾区风尚，揽国际商机

11个国家和地区的海内外优势面辅料企业，分时尚女装面料、花样设计、皮革皮草、辅料视界、休闲装面料、正装面料、衬衫面料、跃动牛仔、时尚制造、功能/运动装面料、内衣面料、婴童面料、时尚女装面料、婚纱/礼服面料、染料/助剂区、配套服务区等16个专业展区，集中展示42个细分面辅料品类。产品过硬、功课做足、服务到位，展商现场收获满满。

张家港市谷得一纺织有限公司主营正装面料。展位负责人表示，展会第一天就对接到很多正装面料买家，不少采购商对公司一款特别工艺的面料十分感兴趣，问价、寻样不断，采购意向很大的已添加微信，线上继续沟通后续合作。

绍兴馥源纺织品有限公司负责人表示，对接的客户里有两家意向较强，他们需要包容性强、不要太特立独行的产品，对公司一款含羊毛的桑蚕丝系列产品很青睐。此次参展也发现，服装企业对国风面料的需求很大，许多之前没有国风业务的设计师品牌现在也有需求，这对面料企业而言是很大的商机。

苏州洪合纺织有限公司此次参展主推户外类面料产品，弹力仿棉、反光类产品比较受欢迎。业务部负责人表示，公司特别针对南方市场设立了现货仓库，符合品牌小单快反的需求，品牌方很感兴趣。

“洽谈区的接待服务给我们留下了深刻的印象。无论是环境布置还是服务态度，都展现了高水准。设计师品牌专场对接会更是让我们感受到行业的趋势和需求。”广东超易达服装辅料有限公司负责人表示，部分深圳南油本地的品牌对他们的产品很感兴趣。在洽谈过程中我们也发现品牌方在积极寻求策略，以减少库存积压。对此，企业也需要调整策略，更加注重产品的品质、款式的多样性和快速响应能力，以满足市场的不断变化。

本届2024大湾区面辅料展继续线上线下双向赋能、同步互动，以小程序、APP等为载体，展前、展中线上平台不打烊，展馆内火热商贸氛围辐射至线上。同时，一波波“开心刮刮乐、享好礼”、“循碳记”打卡等活动为观众逛展再添新乐趣。

商贸互联，商机共享！大湾区面辅料展为市场注入了新的活力，为行业创造了更多增长机遇、转型机遇、创新机遇，也将为持续推动产业发展聚势赋能。

携手创新 共赴“商”海

2024 大湾区纱线展意犹未尽明年再约

伴随着参展商的满载而归与采购商的意犹未尽，2024 大湾区国际纺织纱线博览会（以下简称“2024 大湾区纱线展”）于6月7日精彩收官。三天展期，全国各地纺织人集聚深圳，在展会现场深刻感受到产业变革的活力。对于采购商而言，这里有新技术、新工艺、新产品值得一看；对于参展商来说，这里有新讯息、新机遇、新趋势值得捕捉。在浓郁的商贸氛围下，参展企业收获满满、尽兴而归，专业观众意犹未尽、赞誉如潮。

携手前行，与平台共成长

自2020年首届举办至今，2024 大湾区纱线展综合影响力不断提升，展商与平台共同携手前行，快速成长。

在诸暨市新丝维纤维有限公司展位前，来往客商络绎不绝。“我们这几天不仅接待了许多来自深圳本地和广州、东莞等周边的客户，还接触到一些来自荷兰、日本、蒙古、中国台湾、中国香港等地区的采购商。”公司出口部经理冯迪琼表示，从首届大湾区纱线展至今，企业每届都参加，明显感受到展会的辐射面和影响力不断提升，观众越来越专业，通过几天的交流可以发现，大湾区客户有着明显的地域特点，即使很小的企业，在细分领域都有着自己独特的见解，对产品的质量有更高要求，对功能性新材料产品也有更多需求。未来，新丝维愿意携手展会共进、一起成长，明年将继续相约深圳。

“公司的定位是做中高端的化纤混纺纱，目前公司客户群主要集中在浙江和江苏地区，广东这边的市场还是蛮大的，终端也有消费潜力，但企业销往广东的纱线不到5%，所以公司也要来开拓一下。”南通双弘纺织有限公司营销总监王海荣介绍，近几年，企业与大湾区纱线展相伴相随、共同成长，在新品开发上狠下功夫，希望每次都能拿出新产品与展会上新老客户见面。

甲纶纱是南通双弘最新开发的一款阻燃纱线，相比阻燃涤纶阻燃性能更优，主要应用于消防、航空航天领域。“这是一款小众纱线，它的价格较高，主要走小批量生产，还在市场推广阶段，尽管不能在短期内带来利润，我们还是要去尝试，不断开发新品，向客户证明企业拥有做各种差异化纱线的能力。”王海荣说。

目的明确，采供一拍即合

浓郁的商业氛围始终贯穿在展馆其中，参展企业普遍认为，2024 大湾区纱线展的观众，都是带着明确的采购目的前来，这让企业与客户的对接更高效，双方握手详谈间，许多意向已经达成。

虽然是展会的新朋友，但三沐新材料（浙江）有限公司此次却收获颇丰。作为一家年轻的企业，三沐新材料（浙江）有限公司在研发创新方面活力十足。本次展会重磅推出了自主研发的AC-TEX® 调温纤维长丝、AC-TEX® 调温纤维短纤、AC-TEX® 调温纤维粒状棉与絮片三款产品，引发下游客户高度关注。



特色展位人流持续不断。

“公司成立以来首次参展，展位虽然不大，但效果不错，不仅认识了许多广东一带的高质量潜在客户，还接到来自山东和福建的两个打样实单，希望后续有进一步合作。我们以前一直专注研发，这次借助展会平台与下游客户深入交流后，更加了解市场行情和产业发展趋势，对产品应用推广有极大的帮助。”谈到展会效果，公司总经理宋鹏程不由竖起大拇指，并表示8月份还将参加上海的2024yarnexpo 秋冬纱线展。

作为展会的老朋友，康赛妮集团有限公司可以说是本届纱线展的人气展商，展位上持续人流不断。“深圳有很多服装品牌，是时尚高地，来逛展的客户，目的性都是很强的，这里既有我们的老客户，也有新客户，客户会直接表明要哪类的纱线，有的甚至直接带样品过来问我们有没有现货，我们也借此机会收获了很多客户的联系方式，回去之后会寄样品，持续跟进直至开展合作。”内销部经理刘静表示，康赛妮既有纱线也有面料，涵盖低端、中端、高端的产品，色卡资料准备的很齐全，所以客户来到展位面对面沟通十分高效。目前，康赛妮的纱线一公斤起订，主要服务中小客户、高端买家，不会因为客户订单量小而不接单。

寻新而来，特殊材料引关注

对于采购商来说，大湾区纱线展这一优质纤维/纱线商贸平台，可以让客户高效又便捷的找到需求产品，其中绿色、功能性的特殊材料往往更受青睐。

“公司主要做电商品牌，这次想了解一些适用于防晒衣、丝袜的新型功能性、特殊化纤材料，已经了解过惠群新材料等多家企业。”深圳黑马科技材料开发师秋琴带着两位同事一起，穿梭在纤维纱线的海洋里，寻找适合新一季开发的纤维新材料产品。秋琴表示，公司有强大的研发设计团队，为了满足终端消费者需求，从纤维源头开始把关，希望接触更多匹配的纤维企业，一起合作研发，赢得更多下游市场。

来自深圳的一家主要做棉麻风格服装的采购商表示，对功能性化纤产品有少量需求，常规产品已经不能引起其兴趣，此行主要来寻找一些特殊的材料，桐昆集团股份有限公司的产品与其匹配度较高，已经留了联系方式，后续会进一步接洽。

“公司现在主要做蚕丝被，根据需求，展会第一天便逛了面料展，看了真丝面料，第二天逛了纱线展，想寻找绿色、再生、可降解的纱线产品。”以外销为主的某家纺品牌负责人张园表示，国外市场对绿色环保、可持续发展十分重视，顺应这一需求，企业想做可降解的蚕丝被，所以对相关绿色原料会更感兴趣，逛展过程中，福建永荣锦江股份有限公司的产品给他留下了深刻印象，希望可以开展合作。

2024 大湾区纱线展圆满落幕，本届展会以超人气商贸战绩为参展商和专业观众交出了一份高分答卷。相信这里不仅是年度采购的站点，更是行业变革前行的起点。

四大“新发现”点亮未来

2024 大湾区针织展前行步伐更坚定

6月7日，为期三天的2024 大湾区国际针织博览会（以下简称“2024 大湾区针织展”）在深圳会展中心（福田区）落下帷幕。针织行业人的又一次聚会也到了相互告别的时刻。满载故友重逢、新品看遍、商贸斩获的喜悦，展商及观众们各自回程自然感慨万千，而让行业人前行步伐更为坚定、奋斗信心更为强劲的，还是要细数2024 大湾区针织展上的四大“新发现”。

发现一： 现货储备成标配

2024 大湾区针织展上，展商们与买家们的交流中，“现货”成为高频出现的词汇。当下市场、尤其是国内市场，对快反提出了越来越高的要求，有没有现货储备，成为衡量企业实力及吸引快反需求买家的重要决胜力。

从贴牌升级为自主原创设计路线的常熟东方雅服饰有限公司，在提供区别于市场同质化毛衫的差异化、原创个性产品的同时，也以“现货批发”优势，抢占市场先机。公司业务经理单真真介绍：“我们秋冬现货储备为80多款，每款30—50件，能够为直播客户、设计师集合店等目标客户快速发货，且支持一件代发，小单客户也可无忧合作。”

以差异化牦牛绒为核心产品的桐乡欣烁服饰有限公司，作为一家从原料到成衣自主研发的企业，不仅可以做到品质保障、价格优势以及源头可追溯，也可提供小单快反服务。公司负责人金震辉表示：“牦牛绒相对比较稀缺，加上公司基本都会选用18.5μm的牦牛绒原料，手感更舒适自然，稀缺性也更高。所以在做大货前除了会跟客户沟通周期外，也会备好现货纱，备货量在每年3—5万件，以确保客户下单后能最快速响应。”

主打功能优势与差异化优势的广州市蓝尼纺织品有限公司，更是国内少有的做“高端现货”的企业。董事长李元庆说，公司能走“高端现货”路线的关键原因，除了公司拥有从纱线、织造到染整的“一条龙”体系外，更在于公司在细分领域强大的研发优势。以往高端现货主要是日本企业在做，而公司选择在涤纶化纤功能性这一小小的细分领域去深耕，更能发挥研发优势，开发出领先市场的产品，从而以更高性价比优势，去赢得市场。比如这次带过来的部署日本市场的每平方米克重只有51g的超轻超薄冲锋衣面料，就让参观的客户们大吃一惊，纷纷表示心动。

发现二： 跨界探索拓市场

当下，各行各业都在加强探索跨界市场，为自身所属市场带来新的活力。针织领域的跨界探索同样与时俱进。此前的大湾区针织展上，就有展商通过极具艺术审美的针织装置，让观众及同台竞技的展商们感受到针织的无限可能。

2024 大湾区针织展上，同样有展商关注到跨界市场的机遇空间——中国针织时尚创新中心就是其中之一。

中国针织时尚创新中心（CKRC）是由中国针织工业协会和江苏金龙科技股份有限公司共同打造的行业时尚设计开发服务平台。在通过趋势发布、产品开发、资源共享等一系列的服务助力用户提升自我价值的过程中，也从海量的服务案例中，清晰地观察到了针织市场的这一跨界趋势。

江苏金龙科技股份有限公司研发中心事业部总经理、中国针织时尚创意思中心主任梁勇提及了针织产业从以往卷价格战转向重视自主开发路线的改变之路，分享了针织行业比较明显的两大跨界方向。一是家居市场，现在很多家居客户，会选择宽幅针织产品来做个性化家居床品、针织凉席等，很多客户还会选择专属定制，以进一步加强针织在家居领域的艺术美的表现；二是宠物市场，针织在宠物领域的运用已经非常普遍了，不仅是宠物服装、鞋帽，宠物睡袋、宠物窝、宠物牵引绳等都可以运用到针织，这背后是非常庞大的市场空间。



针织领域的跨界探索与时俱进。

发现三： 功能升级受追捧

尽管功能性升级的“风”，在纱线领域早已吹了很多年，但在针织服装领域，两年前市场推广依旧存在难点。


广东楠熙服饰有限公司对此深有感触。公司总经理杨晓波提到，这次带到展会的三防和除臭纱线及针织成衣，之前在国内很难推动，但随着该产品这两年在日本市场获得绝佳反响，也让他萌生了将产品倒推至国内的想法。

“我们观察到国内市场产品同质化现象严重，越来越多人想要通过差异化、细分化走出‘新路’，功能性产品的市场正在快速扩张。展会现场大家的反馈也验证了这个预判，不只是工装等特种服装客户，还有很多女装客户、运动休闲客户都对公司产品的功能性与应用表现非常感兴趣。”杨晓波说。

同样主打功能性优势的还有苏州同得利新材料科技有限公司，作为一家专注生产、研发、销售地毯锁边线、各类毛巾高弹拷边线、银纤维导电丝、石墨烯发热线等高、精、尖产品的企业，这次在展会上也引来了众多观众的围观。公司负责人张俊说：“公司最受关注的是一款超级涤纶纱线，这款纱线有着跟氨纶一样的高弹性，但价格比氨纶便宜很多，且适用范围广泛，很多客户都提出了采购意向。”

发现四： 全链优势助共赢

从产业集群打出产业链配套齐全优势到实力企业走从原料、印染、纺纱、面料、成衣的一条龙路线，越来越多的企业，选择布局产业全链，以获取品质、交期、价格等多维度竞争优势。2024 大湾区针织展上，鸿企、楠熙、欣烁、东方雅等企业纷纷打出了“全链”优势牌，为客户提供全方位一体化服务。

其中，桐乡市鸿企纺织有限公司在为客户提供优势纱线、印染服务以及差异化品质成衣，助力客户以过硬产品赢得市场的同时，更是走出了另外一条“共赢”之路。公司业务经理郁嘉梁讲道：“依托公司人员充沛、销售渠道众多的优势，公司除了为客户提供纱线外，还可以帮助他们销售制成的成衣。用这样的方式，做到与客户共赢，与行业共荣！”



精心打造的面料，让中国传统元素以更加细腻、精致的质感，展现出其魅力。

“新中式”风继续吹，柯桥纺企御风而行

■ 本刊记者_边吉洁 文/摄

新中式风潮席卷时尚舞台，马面裙引领潮流，国风服饰遍地开花，成为了当下潮流的新宠。不只是马面裙销量飙升，电商平台上的新中式服装销量也居高不下，越来越多的年轻人开始将汉服融入日常穿搭。而在这股热潮中，新中式服装大部分面料都源自纺城柯桥。

近日，记者走进中国轻纺城市场，各式国风面料琳琅满目，采购商络绎不绝，市场对新中式服饰的需求达到了前所未有的热度。许多商家都表示订单量激增，正在加班加点赶制生产。

那么，“新中式”这股风潮究竟能持续多久？未来的发展趋势又将如何演变？在市场的快速更迭之中，如何在“流量”红利逐渐消退之后，依然能够保持长久的竞争力？这无疑是在轻纺城经营户们亟待思考的问题。为了应对这一挑战，他们正积极寻求提升产品品质、创新设计思路以及深入分析消费者需求变化等策略。通过不断探索和实践，确保能够在激烈的市场竞争中稳固立足，展现特有的竞争优势。



文化底蕴是汉服面料风向标

在中国轻纺城联合市场的汉服面料专营区，一场关于传统与现代的融合正在悄然上演。上百家经营户各展所长，将马面裙、盘扣外套、刺绣衬衫等样品服装呈现得独具韵味，吸引着无数采购商的目光。妍锦纺织是这片繁荣市场中的新成员。

妍锦纺织原先在北联市场做窗帘生意，妍锦纺织负责人敏锐地捕捉到了“新中式”的风口，得益于相通的提花技术和生产工艺，妍锦纺织果断转型，开始进入汉服面料领域。从最初的工厂接单，到如今门市部的开业，业绩实现了快速增长。

“如今的市场，爆款意味着供不应求，工厂的订单排起长队。”妍锦纺织负责人施秀华在接受记者采访时，这样形容当前的市场状况。她的纺织厂订单已经堆积如山，部分订单至今尚未能如期完成，这足以显现出其产品的热销程度。

然而，尽管销售业绩喜人，施秀华并未沉溺于现状，作为汉服面料领域的“新人”，施秀华更加深入地洞察市场需求，早早谋划。在经营过程中她发现，钟情于新中式元素的客户群体，对中国传统文化怀有深厚的情感与独到的理解。他们在挑选服饰时，对于面料上的纹案和肌理都表现出近乎挑剔的态度。

因此，在妍锦纺织的产品设计中，如意阁、龙凤、梅兰竹等图案屡见不鲜，这些富有深意的纹样不仅代表着国人对美好生活的追求，更成为了产品设计中不可或缺的元素。客

户对这些充满文化底蕴的特殊纹样青睐有加，这也为妍锦纺织的产品设计提供了源源不断的灵感。

守传统之精髓，也要勇敢尝试新的路线。妍锦纺织门市之中，一款名为“星光”的新面料格外显眼，其在光照下可如繁星闪烁，熠熠生辉。这款面料与传统纹样截然不同，它展现出的时尚与个性，吸引了众多年轻消费者的目光，成功打破传统汉服面料的固有印象。小众而不失时尚感，为妍锦纺织开拓了新的消费群体。

依托自身的优势不断更新产品，找准自己的特色。施秀华说：“我计划将设计思路投向绍兴独特的文化和江南风物的瑰丽多姿，与当地文旅产业深度融合，通过面料传递江南水乡的温婉与灵动，让面料承载着江南的故事，成为传播中国传统文化的使者。”

走对路子，就有市场。深植于国人血脉的文化底蕴，为汉服面料创造了消费需求。面料供应商以坚守传承和发扬中国传统文化为方向，不断推陈出新，让每一位客户都能感受到那份来自东方的韵味与情怀，才能长久赢得市场。

品质是品牌的生命线

无论是璀璨的奢侈品还是日常所需的消费品，无论是前沿的科技创新还是传统的工艺传承，品质始终是品牌核心竞争力的基石，它的重要性在各行各业中均不容忽视，纺织面料领域自然也不例外。面料品质的提升，离不开企业在产品研发、生产制造、售后服务等各个环节的严格把控和精益求精的态度。

在这股“新中式”服装市场的热潮中，市场定价的混乱、品质的参差不齐以及货不对版等问题层出不穷，但蝶恋花·提花品牌却以其对品质的坚守和前瞻性的市场布局，在行业中脱颖而出，成为佼佼者。

自2018年起，蝶恋花·提花开始涉足汉服面料领域，以中高端的品牌定位，与十三余、钟灵记等众多国内知名汉服品牌建立了稳固的合作关系，专注于汉服面料定制这一细分市场。“品质不仅是企业对消费者的庄重承诺，更是对自身长远发展的深刻责任。正是因为公司产品的品质稳定、工艺精湛，才赢得了国内知名汉服品牌的长期青睐与合作。”蝶恋花·提花总经理沈军自信地表示。

据介绍，在汉服面料定制领域，客户对设计的还原度要求极高。为了确保品质卓越，蝶恋花·提花早在2018年就斥巨资从法国引进了先进的独花机设备，以世界一流的标准来把控每一道工序，力求精益求精。

此外，蝶恋花·提花在面料工艺上倾注了大量心血。无论是渐变的协调度还是颜色的搭配，他们都力求做到尽善尽美。沈军进一步介绍道：“今年汉服的款样更加丰富，图形设计也更加新颖独特，这对我们的面料生产、工艺和后整理提出了更高的要求，织物组织稍有差错，最终呈现的效果就会大打折扣。虽然开发频率可能每周只能更新两三款，但每一款都是我们团队精心设计和制作的成果，力求达到最高的品质标准。”

在汉服面料领域，品质已不仅是对产品的一种衡量，更是一种担当。柯桥的汉服面料企业，怀揣着对传统文化的深厚情感和对品质的不懈追求，致力于引领消费市场朝着更加健康、有序的方向稳步前行。他们期望，通过精心打造的面料，让中国传统元素以更加细腻、精致的质感，更有质量地展现出其魅力。



传统韵味融入现代时尚

“新中式”虽未有一个明确的定义，但我们可以将其理解成一种独特的文化融合，它将中国传统元素与当下审美潮流巧妙地结合在一起，将古老的元素以现代的手法重新诠释，创造出一种既传统又时尚的美感，使之焕发出新的生命力。

位于联合市场的创丹纺织，是一家深耕国风面料生产达十载的“元老”企业，始终站在行业的前沿，引领着潮流。其门市部内挂满了各式传统纹样的织锦缎、绸缎、雪纺等，琳琅满目，令人目不暇接。问及国风面料市场的变化，创丹纺织创始人许佳丹提到，过去创丹纺织的主要客户是专注于汉服、旗袍制作的商家。近年来，随着越来越多服装企业的涌入，传统国风面料与现代服装设计相互碰撞，诞生了别具一格的“新中式”风格。这种风格的兴起，不仅拓宽了创丹纺织的客户群体，也让其业务得到了迅猛的发展。如今，创丹纺织每日出货量高达三四千米，与去年同期相比，几乎翻了一番。

无独有偶，蝶恋花·提花对于新中式面料的发展也有着独到的见解。“未来的新中式面料不应局限于传统的马面裙、唐装、旗袍等服饰，而是更加注重中国元素的广泛运用，无论是作为主

导设计还是点缀装饰，将中国文化代表性纹样、盘扣、立领、云肩、斜襟等元素融入到更多日常的时装中，使之被大众所喜爱并日益日常化，才是新中式面料发展的方向。”沈军说道。

据了解，为了掌握市场的主动权，蝶恋花·提花还积极开发暗纹形式的面料，简单不失国潮韵味，同时能够引导客户进行二次加工，增加产品的设计丰富度和附加值。客户对于这种面料的反馈热烈，销量可观。

传统与现代并非对立，而是可以相互融合、相得益彰。除了传统的马面裙外，妍锦纺织已经推出了适应更多客户群体的新款式。改短裙、与时装结合的设计让小个子女孩也能穿出优雅气质；轻薄款马面裙则加入了薄纱，让夏天穿着更加舒适透气。

“新中式”未来的走向如何，目前尚难以给出明确的答案。未来，“新中式”服装产业还将面临更多的挑战和机遇。在这个充满变数的市场中，柯桥的纺织企业也在摸着石头过河，不断探索和调整自己的定位，推陈出新，坚守品质与创新的双重底线，挖掘和融合中国传统元素与现代审美，让这股“新中式”热潮走得更久、更远、更好。

柯桥面料 说话 6

羽绒服面料：打造时尚与温暖新纪元

访绍兴盛世天宇纺织有限公司总经理施秋雅

■ 江佳仪 文 / 摄

近年来，柯桥羽绒服面料产业蓬勃发展，创新不断，功能性面料日益丰富，满足了市场的多元化需求。作为中国纺织走向世界的重要门户，柯桥中国轻纺城汇聚了众多优质面料供应商。其中，盛世天宇纺织有限公司以其敏锐把握流行趋势、快速响应客户需求的能力脱颖而出。

十四年来，盛世天宇一直走在面料创新升级的路上，始终坚持做羽绒服单一品类，将科技与时尚完美融合，打造出既保暖又时尚的羽绒服面料。以客户需求为导向，不断提升产品质量和服务水平是盛世天宇的核心所在。近日，记者专访了绍兴盛世天宇纺织有限公司总经理施秋雅，深入探究羽绒服面料的创新与发展，了解企业如何挑选客户并展现更好的品牌形象。

精选客户群体，有“舍”才有“得”

一直以来，盛世天宇始终坚守着“有舍才有得”的经营理念。公司创立于2010年，自创立之初起，盛世天宇便明确了自己的定位——只做羽绒服面料。凭借对品质的坚持、创新的追求，盛世天宇成为业内的佼佼者。多年来，公司长期服务于波司登、三彩等一二线品牌，以精湛的工艺和卓越的品质赢得了市场的广泛认可。这一选择使得盛世天宇能够集中优势资源，专注于羽绒服面料的研发与生产，将精益求精贯彻到底。

守少则固，力专则强。在提升核心竞争力方面，盛世天宇有着自己的独到之处。施秋雅告诉记者，“只有舍弃一部分与自己不匹配的客户，才能更好地专注于服务那些与自己品牌相契合的客户。”因此，盛世天宇在客户选择上始终面向高端客户群体，坚持高标准、严要求，对于那些只注重价格而忽视品质的客户，公司选择了主动放弃。这一策略虽然在一定程度上减少了公司的客户数量，但却使得公司能够更加专注于服务那些真正有需求的客户，从而提升了公司的整体运营效率和服务质量。

此外，盛世天宇还非常注重与客户的沟通和服务。公司会根据客户的需求，制定详细的生产计划，并及时与客户沟通生产进度和面料质量。与此同时，公司还会定期对面料进行抽检，确保每一批产品都符合国家标准和客户要求。这种精细化的管理和服务，使得盛世天宇能够与客户建立起长期稳定的合作关系。

高标准羽绒服面料的生产成本必然会有所提升。施秋雅认为，这正是保证产品质量和客户满意度的必要条件。因此，公司愿意在成本上做出一定的牺牲，以确保产品的品质和服务的优质。这种对品质的坚持和追求，使得盛世天宇在行业中树立起了良好的口碑和形象。其精湛的工艺、卓越的品质和优质的服务，不仅赢得了客户的赞誉和信任，也为公司的长远发展奠定了坚实的基础。



施秋雅

专注面料创新研发，以匠心铸就品牌之魂

在纺织业的浩瀚星空中，盛世天宇以其深耕面料创新研发的执着和专注，成为一颗璀璨的明星。多年来，公司始终坚持每年开发至少70—120款的新产品，并在众多款式中精心筛选，结合市场与客户的双重需求，打造出一款又一款引领潮流的新产品。

为了稳固并进一步提升在行业内的领先地位，公司每年都会派遣专业团队前往欧洲、日本、韩国等地深入调研市场，汲取国际先进的面料设计理念和技术。这些宝贵的国际市场经验为公司的面料研发提供了源源不断的创新灵感和强大动力。

近年来，国风文化备受瞩目。在面料研发上，盛世天宇紧跟这一潮流，巧妙地将国风元素融入羽绒服面料的设计之中，并从科技含量上下功夫，成功研发出了赛柔丝真丝感羽绒服面料和抗菌系列面料等一系列高科技产品。

其中，赛柔丝真丝感羽绒服面料采用了独特的高端纱线和领先的染整技术，打造出了具有高级丝绸般光泽感和超强亲肤舒适感的面料。该面料易于打理的特性使其成为当下时尚高端羽绒服品牌的首选面料，受到了市场的热烈追捧。抗菌系列面料具有持久抗菌效果的面料，经过50次洗涤后，抗菌率仍能达到98%以上，还兼具保暖、防臭、防皱、透气等实用功能，满足了消费者对健康和舒适性的双重需求。

此外，盛世天宇还积极创新面料展示方式，将成衣面料直接展示给客户，让客户能够直观感受到面料的质地、色泽和纹理。这种直观的展示方式不仅增强了客户对产品的信任度，也提高了公司的市场竞争力。“公司还联合网红直播共同推广，让模特们穿上由盛世天宇面料制作的派克服和羽绒服，通过直播的影响力将产品推给更广泛的客户群体。”施秋雅说道。这种创新的营销方式不仅为公司带来了可观的传播效益，也提升了品牌的知名度和美誉度。

“今年，客户对品质方面的要求明显提高。对于盛世天宇来说，这是一个挑战，也是一个机遇。”施秋雅告诉记者，目前羽绒服市场的需求已经发生一定的转变，只有不断提升产品质量和创新能力，才能满足客户的需求，赢得市场的认可。

盛世天宇纺织有限公司以其匠心独运的面料创新研发能力，铸就了品牌的灵魂。未来也将继续秉承这一理念，不断推出更多具有创新性和实用性的面料产品，为行业的发展贡献更多的力量。

Focus / 聚焦

促供需互联，谋合作共赢

2024“布行天下”系列优质女装企业进市场对接交流会举行

■ 本刊记者_边吉洁 文 / 摄

近日，2024“布行天下”系列优质女装企业进市场对接交流会在中国轻纺城集团所属东升路市场顺利举行。

厦门亦也工贸有限公司、苏州独逸衣阁服饰有限公司、山东梦楚服饰有限公司等来自全国各地的服装工厂、独立设计师品牌，带着明确的采购需求和合作意向，在主办方的精心安排下走进豪成纺织、川潮纺织、艺多毛纺等东升路市场优质经营户门市，与经营户展开了深入的直接对话。对接会充分利用市场优势，联动纺织服装行业上下游优质企业资源，为采购双方搭建起便捷、高效的互通平台。采购商们纷纷给予高度评价，满载而归；市场经营户也心满意足，收获满满。

新沐纺织专注于提供粗纺、小香风、针织毛呢等多种面料，品类丰富、品质卓越，现货供应，满足广大采购商对最新面料的需求。刚结束与采购商面谈的企业负责人林晓

怡分享道，“这次是我们首次参与市场方主办的对接会，收获满满，整体体验极佳。未来，我们还将更积极地参与此类活动。”绍兴汀冉纺织品有限公司负责人陈海霞也表示：“我们热衷于参与这类对接会，每次的参与都能有效拓展与客户的交流渠道，增强彼此的合作关系，效果相当不错。”

厦门亦也工贸有限公司深耕时尚女装行业领域，核心需求是时尚女装面料。公司设计经理陆晓屏说道：“我们公司正计划推出冬季新款，已经挑选到了合适的面料，直接下单了样布去进行款式设计。此次对接的面料企业非常符合我们的需求，期待未来能继续参与此类活动，寻求更多合作机会。”山东梦楚服饰有限公司在对接会上，与众多经营户建立了联系，并收集了大量面料样卡。“其中，有一家企业将面料以成衣的样式进行展示，让我直观地感受到了面料设计的无限可能，这让我感到非常惊喜。”公



企业与经营户开展交流。

司总经理付小利对此次活动表示肯定。

活动相关负责人表示，对接交流会联动了纺织服装供应链上下游企业合作发展，提振了市场经营户信心，收获了很好的效果。未来还将进一步发挥平台的桥梁纽带作用，与经营户携手同行，为柯桥的优秀面料企业与服装品牌缔结深度合作关系提供更多可能，为柯桥纺织高质量发展注入活力。

演绎国风雅韵，开启时尚新篇

“织梦华彩·东方提花云端展”举办

■ 本刊记者_周榆清

近日，“织梦华彩·东方提花云端展”在中国轻纺城集团所属坯布市场南一门大厅举办，艺晟隆纺织、嘉利旺纺织、明凯纺织、科旺纺织、几米提花等13家坯布市场优质经营户带来各类精品提花面料及成品，为观众呈现了一场穿越古今的面料盛宴。

浙江中国轻纺城集团股份有限公司副总经理季江锋出席开幕式并致辞，他表示，希望通过本次活动搭建起沟通的桥梁，让更多人参与其中，感受国风提花面料的魅力，促进供需双方的交流与合作，带动提花面料的创新与发展。

活动现场气氛热烈，艺晟隆纺织、嘉利旺纺织、明凯纺织带来3场精彩的T台秀，以各色成衣展示出国风提花面料的多样性和创新性，推动塑造品牌形象。古韵琴曲、优美舞蹈与国风面料在舞台上融合辉映，将开幕式推向高潮，吸引了潜在客户关注。

本次展会采用“线上+线下”双平台相结合的方式进行。线上方面，柯桥纺城商务公众号、抖音直播间同步进行直播。直播内容丰富



活动充分展示了国风提花面料迷人的一面。

多样，主播深入各个展位，详细介绍各类展品的特点、优势及应用，使观众能够更深入地了解展品及参展商信息；商家访谈环节，主播与部分参展商家进行访谈，分享公司经营理念、产品特色和市场战略；观众互动环节，邀请观众参与其中，增加直播的趣味性和激发观众的积极性。

线下实体展安排了各类提花纺织品的展出，并为观众提供了现场体验服务。艺晟隆纺织在现场进行了新品发布，除了带来39套成衣，更

有3款最新产品亮相。据了解，艺晟隆纺织主营新中式风格坯布以及成品面料的研发、生产和销售，公司以内销为主，面向杭州、广州、武汉等地的二批市场、电商以及品牌服装企业客户。

“公司成立12年来销售国风面料产品已有7年，近年来‘新中式’服装的爆火也迎来了接单热潮。”艺晟隆纺织总经理季吉隆表示，国风浪潮的崛起绝非偶然，传统文化消费持续升温背后，是青年一代的文化追求和审美观变化，公司在面料研发方向上也将向品牌化、高端化发展，走出差异化发展之路。

作为坯布市场“布行天下”系列活动，本次活动旨在提升市场影响力，打造纺织时尚品牌中心，引领纺织时尚新潮流。丰富多彩的内容让大家看到传统和时尚碰撞的火花，充分展示了国风提花面料迷人的一面，给予参展经营户更多曝光度与商机，也展现出坯布市场的新生机和新动力，将激发市场经营主体的热情，促进市场新时尚新趋势的形成。TA



部分与会嘉宾在国家先进功能纤维创新中心展厅合影。

攻坚关键核心技术，赋能纤维材料产业

2024 先进纤维新材料科技创新高质量发展论坛举办

■ 本刊记者_边吉洁 文/摄

从贴近生活的舒适健康、安全防护、智能与功能消费品，到影响国计民生的国防军工、交通运输、新能源、生命健康、现代农业、生物医用等关键领域，先进纤维新材料都是不可或缺的基础和核心，发挥着举足轻重的作用。它们不仅影响着人们的生活品质，也为国家的发展和国家安全提供了强有力的支撑。

作为现代化产业体系的战略性、基础性领域，先进纤维新材料的发展引领着产品、工艺的创新，推动着产品应用的深化与延伸，促进着产业体系的重构与升级。那么，在大力发展新质生产力的新时期，先进纤维新材料如何实现技术革命突破、迭代升级？

6月7日，纤维纺织领域的专家学者齐聚国家先进功能纤维创新中心研发大楼，在“2024先进纤维新材料科技创新高质量发展论坛”上深入交流、智慧碰撞，聚焦面向新兴产业发展的纤维新材料，探讨实施路径与合作共赢的新模式。

研发新型纤维材料，满足重点领域需求

“十四五”时期，我国纤维新材料行业进入新阶段、新理念、新格局的高质量发展期，围绕重点领域的需求，发展航空航天材料、高端装备材料、新一代电子信息材料、生物医用材料、新能源材料等，关注5G、柔性显示等新兴方向的材料需求，促进开发与应用联系更紧密。

中国科学院院士、东华大学材料科学与工程学院院长朱美芳在致辞中表示，在新一轮科技革命和产业变革的推动下，我国纤维材料产业正以高质量发展为导向，通过纳米技术、生物技术、信息技术、先进制造技术等多学科交叉、多领域融合创新，不断丰富自身内涵，带动产业转型升级。对于纤维新材料未来技术发展方向，朱美芳提出三点建议：一要进一步发挥科技创新引领作用，发挥新材料的创新性和颠覆性特点，强化科技创新、关键技术、绿色要素和可持续发展。二要持续关注技术绿色低碳发展，提升技术研发在环保方面的关注度，发展可降解、可循环再利用材料，促进行业碳减排。三要大力提高纤维材料数智度，运用工业

互联网、人工智能和大数据等技术，搭建透明可信的数字化平台，推动产业升级和数字化转型。

为满足未来我国在经济、社会、国防等建设发展中对纤维材料技术创新以及国内外纤维材料技术发展趋势的需求，论坛上，国家先进功能纤维创新中心主任王玉萍发布了“2024纤维领域十大新兴技术”。

“2024纤维领域十大新兴技术”被精准划分为三大体系：通用纤维、特种纤维与前沿纤维体系。其中，通用纤维体系，重点突出多功能性、可持续发展以及高值化趋势，涵盖聚酰胺纤维的高效柔性化技术、消费后纺织品的高值化再利用，以及引领绿色潮流的负碳纤维技术。特种纤维体系则聚焦特种功能、面向能源及可降解，包括生物基可降解聚酯、高性能生物基纤维、先进能源纤维材料。前沿纤维体系，瞄准了跨尺度、高通量及未来产业发展潜力，囊括了仿生气凝胶纤维、纤维基柔性感知材料与技术、纳米纤维高通量制备技术、超材料。这十大技术代表了纤维领域的战略前瞻性研究，展现了纤维领域的创新活力，为未来的可持续发展与产业升级奠定了坚实基础。

深度融合，将科研成果推向市场

会上，围绕高端用纤维材料、功能纤维新材料、前沿纤维新材料三个方向，纤维纺织领域的专家学者将高校、科研院所的前沿科技成果从实验室带向市场，对接重大研发需求，将技术创新资源与产业深度融合，开展了广泛的技术交流和应用研讨。他们以深厚的学术造诣和丰富的实践经验，分享了先进纤维新材料的最新研究，对纤维纺织现代化产业的发展趋势和未来前景提出了建设性见解。

东华大学孙以泽院士团队教授孟焯以《大尺寸异形复材结构件编织技术与装备》为主题，详细介绍了三维编织装备技术，包括编织原理与装备创新、机械与纤维束系统优化、数控系统研制与控制方法实施、运用三维编织技术生产的纤维复材产品及应用场景、国产三维编织装备的主要性能指标等内容，为三维编织复合材料的发展提供理论依据和技术支持。她表

对于纤维新材料未来技术发展方向，专家提出：要充分发挥科技创新引领作用，要持续关注技术绿色低碳发展，要大力提高纤维材料数智度。

示，“复杂曲面、大曲率、大尺寸、超厚异形复材结构件是国家的重大战略需求。无论采用哪种成型方法，装备是最基础保障。”

高性能有机纤维在国防军事、安全防护、交通运输等诸多领域起着不可缺少的作用，是未来国家制造业和低碳经济的核心竞争力之一。天津工业大学教授郑帼在《高性能有机纤维界面处理技术开发及应用》中，重点介绍了芳香族聚酰胺纤维、超高分子量聚乙烯纤维等界面处理剂的开发关键点，提出了高性能有机纤维界面处理剂的国产化方向，为打破纤维界面处理技术的壁垒，提供了新的思考和突破方向。

武汉纺织大学教授王栋作了《纳米纤维材料及其在过滤分离领域的应用研究》的主题报告。重点介绍了膜过滤分离技术在废水处理、脱盐和中水回用等领域的巨大潜力、纳米纤维及其集集体材料的制备方法以及纤维基高性能液体过滤材料制造与结构设计等内容。

北京服装学院副教授汪滨以《功能聚乳酸纤维及其产品开发》作主题报告，介绍了功能聚乳酸纤维的关键技术研发以及在服装、家纺产品中的应用开发。他介绍，其团队开发的改性聚乳酸纤维制备关键技术、抗菌聚乳酸纤维及三维卷曲聚乳酸纤维制备关键技术已得到产业化应用，这些功能聚乳酸纤维及制品提升了企业的产品竞争力，产生了良好的经济和社会效益，助力纺织行业低碳发展。

细菌纳米纤维素，具有超高持水率、高纯度和结晶度、优良力学性能，在食品、美妆以及生物医用等多个领域具有广泛应用前景。东华大学教授洪枫在《纤维素纳米纤维水凝胶膜的全生物合成及用于止血海绵和抗菌敷料》中主要介绍了高效低成本制备细菌纳米纤维素(BNC)的技术、高附加值应用研究及项目落地规划。他提出，当前基于纳米纤维膜的医用抗菌敷料和止血海绵更能满足临床对修复材料的多功能化需求，开发复合材料已成为主要策略。

上海工程技术大学纺织服装学院纤维材料研究中心副教授王纯在《纤维分离膜制备技术与应用》的分享中，强调了高效分离技术在当前社会背景下的紧迫性和重要性。详细介绍了纤维材料研究中心的研究现状及其团队在熔融纺丝一拉伸界面致孔技术、连续油水分膜制备技术等领域的研发成果。

北京化工大学教授杨卫民的报告以《聚合物熔体微分纳米纤维高效低碳绿色智造技术创新研究进展》为题，系统讲解了聚合物熔体电纺纳米纤维绿色高效制造关键技术，介绍了多场耦合电纺纤维超细化调控技术、熔体电纺纳米纤维膜产业化装备等多项原创性成果，并将最新科研成果在现场展示。

苏州大学教授黄程在《智能相交制冷纤维：从铁电光纤到超构表面》中提出了基于电卡主动制冷与微纳发光体辐射被动制冷的柔性铁电PVDF基薄膜与纤维固态制冷技术。该技术在提升柔性铁电



论坛期间，还展示了先进功能纤维创新项目。



论坛聚焦纤维新材料，探讨实施路径与合作共赢的新模式。

PVDF基耐高温、高模量、超弹性铁电纤维的基础上，研究了其超构表面与超结构化纤维膜对微纳发光体辐射被动制冷的影响；克服传统纤维膜辐射制冷单一功能，实现多场景、智能（相变）辐射制冷与智能热管理。智能相变制冷纤维为解决电卡主动制冷及主被动结合制冷的固有问题提供了解决方案。

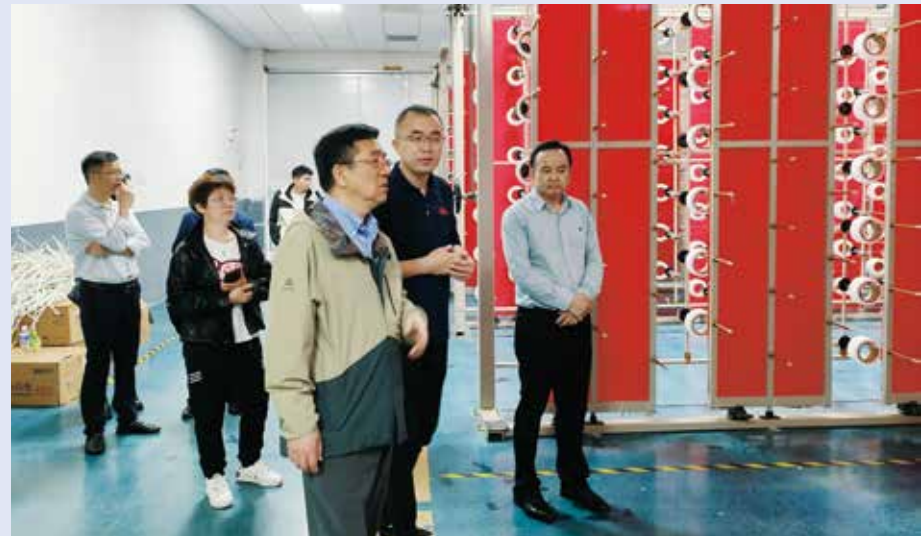
国家先进功能纤维创新中心研发副部长张林在《液相高效溢流法纳米纤维规模化制备成套技术及产业化》报告中提出，纳米纤维的规模化制备是困扰其低成本大规模应用的难点之一，与静电纺相比，气纺技术具有实现纳米纤维规模化生产的潜力。项目基于气纺技术，研发出了液相高效溢流法纳米纤维成套技术，历经3代构型迭代，建立起液相高效溢流法纳米纤维宏量制造设备的设计和交付能力，实现了多品种、多系列纳米纤维膜的连续生产，具有良好的经济社会效益及前景。

工业大数据、人工智能技术与化纤生产的深度融合对于推进化纤行业的高质量发展，实现化纤强国具有重要意义。东华大学人工智能研究院教授张洁在《数据驱动的化纤生产全流程智能管控技术》中分析了当前我国化纤生产面临的挑战，梳理了工业大数据与人工智能的技术优势，提出了数据驱动的化纤生产全流程智能管控技术架构，并详细介绍了团队在化纤卷绕机卡头早期故障预测、化纤云边协同飘丝视觉检测、化纤聚酯熔体质量预测与调控以及化纤长丝自主智能排产优化等四个场景的相关研究。

做好保障，为纤维新材料发展赋能

国家先进功能纤维创新中心所在地——吴江区盛泽镇，近年来立足推动产业自主可控定位，打造了从“一滴油到一匹布”“一根丝到一个品牌”的完整纺织产业链，不断增强产业全球竞争力。在这一过程中，吴江区盛泽镇尤其重视纤维新材料发展，围绕纤维新材料方向，构建了以重点实验室、中试基地、国家级检测中心等为支撑的全链条服务生态，打通了从技术、知识产权分析到基础应用研究开发、再到产品中试量产及产业化的全链条路径，将科创成果嫁接应用于更多行业企业，加快推动科技创新“关键变量”转化为新质生产力“有效增量”。

吴江区委副书记陈琦表示，吴江将以此次活动为契机，进一步聚焦新质生产力，不断提升服务意识，营造良好发展环境，为制造业创新中心建设提供坚实保障，为纤维新材料产业发展持续赋能增效。吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记陈宇也表示，未来，盛泽将一如既往地高度重视、全力支持纤维新材料产业发展，推进产业更新，以纤维材料创新带动纺织产业整体焕新。TA



中国长丝织造协会调研组赴安徽、江西，了解集群、企业生产经营情况。

新兴集群高质量发展实现新突破

中国长丝织造协会赴安徽、江西调研

■ 黄潇瑾 杜兆龙 / 文

发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。各集群政府能够充分考虑当地发展条件，结合自身区位优势及政策优势，为当地的长丝织造企业提供高效服务，同时积极引进优质企业，培育扶持当地长丝织造产业做大做强。

2024年是全面贯彻落实党的二十大精神的关键之年，是深入实施“十四五”规划的攻坚之年。为及时掌握长丝织造产业发展现状，了解产业集群和当地企业的生产经营情况及面临的问题，充分发挥协会的桥梁作用，更好地服务政府和企业，中国长丝织造协会春季调研第一调研组由会长王加毅带队，对安徽省池州市、江西德安县、共青城市、万年县产业集群及长丝织造企业进行了走访调研。

安徽、江西调研亮点闪现

一、企业年后运行平稳增长

走访调研可知，年后企业生产经营情况良好，企业织机普遍可以满足负荷运转；订单数量充足，企业反映订单较去年有较大增长，有的企业订单排到8月中旬，受制于产能因素已经不敢贸然接单；企业库存压力也较小；多数企业认为今年整体情况较去年有所好转。

此外，企业还反映低端产品市场竞争激烈，企业间内卷严重，产品价格低，没有利润空间；而重视产品开发和科技创新工作的企业，他们所生产的高端面料，产品附加值高、企业利润充足，市场需求一直在上涨。

二、各产业集群高度重视长丝织造产业发展

集群地政府高度重视长丝织造产业的发展，积极贯彻落实高质量发展理念，因地制宜发展新质生产力。多数集群地政府能够充分考虑当地发展条件，结合自身区位优势及政策优势，为当地的长丝织造企业提供高效服务，同时积极引进优质企业，培育扶持当地长丝织造产业做大做强。

各地政府十分重视产业提质升级，积极提高集群的产业竞争力。园区内企业多为独立运行，独立建厂，车间整洁，管理较为规范；多数企业重视产品创新和研发工作，产品具有特色化和差异化特点，附加值高，在市场上反响较好，如江西万年县的聚润、昌硕、金月亮等。但也有个别企业存在车间管理混乱等问题，急需提质升级。

三、多地区实现了污水零排放

绿色生产是高质量发展的底色，污水处理是实现绿色生产的基本要求。集群地政府在喷水织机污水处理及中水回用问题上充分重视并采取了相应的措施。不同地区根据自身情况采取了不同的污水处理方式。

德安县等地政府鼓励园区内的长丝织造企业自建污水处理设施，下机污水多采用“絮凝气浮+杂物过滤”的处理方式，处理后的污水可以直接回用于喷水织机的生产，中水回用率可达100%；印染企业污水则由园区内的污水处理企业统一处理，实现了污水零排放。

池州市皖江江南新兴产业集中区内企业污水则采用园区统一处理和企业自行处理两种方式。喷水织机产生的废水由企业自建的污水处理设施自行处理后，可直接上机回用，实现了污水的100%处理，其余的污水排到市政管网由园区污水处理厂统一处理。

四、企业重视产品开发

加快发展新质生产力，核心在于以科技创新推动产业创新。中国长丝织造产业在二十多年的时间里迅速成长，原因之一就在于产品创新。可以明确的是，注重产品创新、拥有独特产品和核心竞争力的企业将会发展得越来越好，走低端常规产品路线的企业发展日后会受到越来越多的限制。

在调研走访企业时，了解到多数企业重视产品开发的工作。在产品开发上，企业越来越注重面料的特色化、差异化、功能化、时尚化等重点方向，深耕细分领域，开发优质产品，开发新产品的手段越来越丰富。

有的企业生产时装面料，如安徽鸿美达纺织科技有限公司紧跟当前流行的马面裙、国潮等流行趋势，开发符合市场审美和需求的产品。有的企业重视多种原料的运用，为开发优质且性能良好的产品，企业通过各种丝深加工设备对化纤丝不断进行探索，这类产品开发难度大、技术水平高，产品附加值高，如旭腾纺织科技有限公司由原来做服装、袜子转型为做加弹、海岛丝、仿棉等差别化产品，万年县恒艺纺织科技有限公司专门生产乐丽丝、高弹面料，江西互利纺织印染有限公司

做75D、50D高弹面料等。有的企业则重视交织面料的开发和应用，交织面料经向使用化纤长丝、纬向使用天然纤维或是再生纤维素类纤维，产品具有优良的性能，整体附加值较高。还有企业重视细分产品特色市场，如万年县金月亮纺织科技有限公司专注于旗帜布和数码印花布等细分市场，它们产品主要面向国外，国内同类型企业竞争较小，企业年营业额高达数亿元。

五、高端化设备得到广泛应用

在技术改造方面，长丝织造企业对高端化的织前准备设备和织机的需求日益迫切，有条件的企业配备了多种自动化生产设备，推动行业朝着高速高效、节省用工的方向发展。在调研走访中发现，多数企业都配备了自动穿经机、结经机等自动化设备，整浆并系统的自动化程度也有所提高，织机的转速可以达到600rpm—700rpm，永磁直驱电机、双储纬器等在织机上也得到了广泛应用。各种先进设备的使用极大促进了企业的降本增效。

集群发展产业过程中应重视的问题

发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。为培育发展新质生产力，实现产业的高质量发展，各集群政府积极培育扶持长丝织造产业发展壮大，但在这个过程中也遇到一些问题。

一、新兴产业集群普遍缺乏完整产业链

各新兴产业集群长丝织造产业建设虽取得一定进展，但尚未形成相互配套的上下游产业链，集群缺乏前端的化纤和后端的印染后整理企业。调研可知，各集群均意向打通长丝织造的上下游产业链，引进前端化纤企业和后端的印染或成衣企业入驻园区，打造完善的上下游产业链，实现全产业链的流通，提高产业的附加值。如池州市已引进古纤道年产28亿米印染中心项目，计划围绕该项目打通纺织产业下游产业链，形成闭环，提升产品附加值。

打通长丝织造全产业链对于集群增强产业竞争力具有重要作用，但首先应把织造放在核心位置。长丝织造产业链的核心在于中间的织

**加快发展新质生产力，
核心在于以科技创新推动产业创新。
中国长丝织造产业
在二十多年的时间里迅速成长，
原因之一就在于产品创新。**

造环节，无论是前端的化纤还是后端的印染，都依赖织造环节的创新与应用。较强实力的织造环节能够更好地吸引前后端产业的聚集与发展。

二、集群存在招工难和两班运转问题

本次走访的新兴产业集群企业均反映当地存在招工困难的情况。工人多来自周边地区，企业缺乏熟练挡车工和青年职工。

由于招工难、企业用工紧张的原因，多数企业实行两班两运转，员工缺少培训和再学习的时间。建议有实力的企业能够坚守三班三运转，即使做不到也要保证关键技术岗位三班三运转，为员工成长和人才培养预留发展空间有利于企业的长远发展。

三、部分集群管理职能缺失

调研时部分企业反映，集群当地政府在企业入驻园区后，缺乏后续的管理和服务工作，对入驻企业“不管不问”，企业的需求无法得到保障，导致企业发展情况参差不齐。有的企业来自江浙地区的产业转移，基础较好，管理规范，在进入园区后依然能够高效运行；而有的企业盈利主要依靠各地招商引资时给予的优惠政策，入驻园区以后缺乏有效的产业政策引导和监督，生产流程粗糙、混乱，拉低园区整体的产业质量。

建议集群要加强对企业的管理和服务工作，不能把企业的入驻当成产业发展的终点，要对入驻企业进行有序的引导，企业的合理需求应尽量满足，推动企业朝着降低消耗、增加产出、减少用工、提升品质、创新驱动、快速反应的方向发展，实现产业集群核心竞争力的提升。

四、集群对产业发展缺乏规划

新兴产业集群地政府虽然重视长丝织造产业的发展，对长丝织造产业给予了多种服务，但对于如何规划长丝织造产业，产业的未来发展方向均不明确，部分集群对于长丝织造产业长期以来也未形成连续完整的产业政策，这也是制约新兴长丝织造产业集群发展壮大的重要原因。

新兴产业集群地政府应致力形成连续完整的产业政策，在产业发展过程中坚定信心。只有发展长丝织造产业的决心不动摇，才能有机会扶持培育出大企业、强企业；政府、机构和地方行业协会要加强纺织领域的专业技术学习，并积极参加行业间的技术交流活动，及时了解行业发展的最新动态，清楚行业当前的发展趋势，做发展行业的行家里手，为推动地方乃至全国长丝织造产业高质量发展做出应有的贡献。

此次调研集群皆为新兴长丝织造产业集群，具有后发优势，在发展建设时充分吸取了传统产业群建设的经验，在污水处理、产品创新、技术装备更新上采取了相应措施，有力促进了长丝织造产业的健康发展。TA



李颖
莱卡公司中国区商务总监及全球价值链管理总监

造形由你！

全新 LYCRA FitSense® (莱卡® 智塑®)
牛仔专利技术实现定向塑形

■ 本刊记者_陶红

“81%的消费者表示会在第一眼看到时毫不犹豫地选择购买”“69%的消费者表示愿意接受更高的价格”“运用这一最新技术的牛仔裤能提升高达8%的情感指标，使人更觉自信、快乐和时尚”……在莱卡公司的消费者市场调研中显示，消费者对全新 LYCRA FitSense® (莱卡® 智塑®) 专利技术的应用早已翘首以盼。

作为一项具体专利的创新技术，LYCRA FitSense® (莱卡® 智塑®) 牛仔技术致力于为各种体型和身材的消费者提供独特的低调隐形的定制化塑形功能——智能塑形，这对于牛仔行业而言是一项重大创新。

5月23日，The LYCRA Company (以下简称“莱卡公司”)携全新 LYCRA FitSense® (莱卡® 智塑®) 牛仔技术亮相 Kingpins 中国展，为牛仔行业人士带来全新牛仔裤设计方案，以专利定向塑形技术赋能弹力牛仔，为消费者带来全新穿着体验。

莱卡公司中国区商务总监及全球价值链管理总监李颖在采访中表示，今年4月底，LYCRA FitSense® (莱卡® 智塑®) 牛仔专利技术首次亮相阿姆斯特丹 Kingpins 展会。不到一个月时间，该技术便在亚洲迎来首秀。

以消费需求为导向，聚焦隐形智能塑形

在时尚的轮回中，牛仔跨越了时代的界限，多年来始终占据时尚潮流顶端位置，居高不下。

“牛仔是莱卡公司非常重要的品类，一直以来，莱卡公司都十分重视牛仔市场，包括对中国市场持续投入、拓展。”李颖表示，莱卡公司致力于做弹性纤维研发，给弹性牛仔提供完美、合身的解决方案，这个过程中企业发现，基于流行趋势不同，不同体形的消费者对于牛仔的弹性需求也不同。在莱卡公司的市场调查显示，在以往市场中，无论是低弹、中弹，还是高弹，牛仔的弹性基本上都是一致的，消费者想拥有一件完美、合身的牛仔裤，并且能在不同的部位提供相应的弹力或支撑力的这一诉求是没有被完全实现的。



如何能买到合身、完美的牛仔裤也成为牛仔消费市场的一大顽固痛点。

基于此，莱卡公司直击痛点，全新推出 LYCRA FitSense® (莱卡® 智塑®) 牛仔专利技术，致力于为各种体型和身材的消费者提供独特的合身解决方案。李颖介绍，这项全新纱线和服装工艺技术十分灵活，能够在保持牛仔面料外观和手感的前提下，针对女性所关注的塑形部位——如腹部、腰部、大腿和臀部，在一件牛仔裤里提供定向支撑功能，真正做到智能塑形。

可以说，LYCRA FitSense® (莱卡® 智塑®) 牛仔技术的推出将彻底改变牛仔裤的设计方式，并且给牛仔本身带来了革命性的改变，推动牛仔往智能牛仔跨界迈进一步。

“品牌和零售商可以运用 LYCRA FitSense® (莱卡® 智塑®) 牛仔技术自由选择塑形、支撑与提升的区域，优化设计工艺，打造‘合身牛仔’，不仅能为消费者带来量身定制的全新穿着体验，还能显著提升牛仔裤的穿着效果和舒适度。”谈及 LYCRA FitSense® (莱卡® 智塑®) 牛仔专利技术的创新之处，李颖表示，莱卡公司一直致力于把最先进的技术推广向市场，该技术的研发推广涉及更多纱线供应商、面料工厂、成衣制造商等价值链上合作伙伴的通力协作，通过供应链发力，整合资源、协同创新，为消费者提供定制化、多样化和个性化的解决方案，真正做到“每一条都为你量身定制，造型由你”。这也是该技术与以往技术相比最特别的创新点。

李颖强调，运用该技术可以对牛仔裤不同部位进行塑形，却不会改变牛仔本身的外观和造型，也不会限制设计师的设计，可以说这个定向支撑技术，实际上能提供一个隐形支撑，在看不到的地方给你提供一个塑形效果和支撑。因此，该技术对于品牌设计师而言也是一个非常强有力的工具，它可以让设计更加定制化、个性化。

谈及该技术的市场反馈情况，李颖表示，效果非常好，首次发布就收到了非常热烈的反响，许多供应链上的伙伴、品牌商也纷纷咨询。当然，莱卡公司在推广该技术前也做过市场调研，运用该技术的产品在消费者的反馈里面是非常积极的，81%的消费者表示会在第一眼看到时毫不犹豫地选择购买，69%的消费者表示愿意接受更高的价格，运用这一最新技术的牛仔裤能提升高达8%的情感指标，使人更觉自信、快乐和时尚……可以说，这不仅仅是一项技术创新，它满足了消费者穿着更自信、更舒适、更个性化的着装需求及情绪价值。

值得一提的是，该技术还能提升消费者满意度，让每条牛仔裤都能做到契合不同身形，有效减少因不合身所导致的高昂退货成本。

以创新研发为核心，助力牛仔产业升级

在激烈的市场竞争中，创新研发能力是企业脱颖而出的关键，也是企业长盛不衰的奥秘。作为服装和纺织行业开发创新可持续纤维及技术解决方案的全球领导者，莱卡公司一直将创新研发作为企业安身立命的根本，不断推成出新，预见变革，更引领变革。

“牛仔是莱卡公司在梭织领域非常重要的品类，莱卡公司也一直在牛仔市场默默耕耘，致力于为牛仔领域提供革新性的产品。”李颖表示，近年来，消费者对牛仔的弹性需求在不断变化，在追求舒适性的同时，更希望在一条牛仔裤上实现功能性、可持续性的叠加，这无异于对整个牛仔产业链提出了更高的要求。

为此，莱卡公司整合了价值链的各个环节优势资源，携手纱线、面料、成衣和零售等供应链伙伴协同创新，不仅为消费者更高品质的需求赋能，也为整个行业带来解决方案。全新 LYCRA FitSense® (莱卡® 智塑®) 牛仔专利技术就是其中之一。

该技术由莱卡公司携手天虹国际集团、前进牛仔、晶昀时装通力合作，从消费者痛点出发，立足产业链协同创新，从纱线、面料到牛仔裤，实现低调隐形的定制化塑形。

此外，大家耳熟能详的双芯技术——LYCRA® (莱卡®) dualFX® 技术，既可以赋予产品不同弹力区间的弹性，又可以通过 LYCRA® (莱卡®) T400® 纤维的稳定性赋予产品良好的回复性，该专利技术完美地解决服装的弹性和回复性之间的平衡；LYCRA® ADAPTIV fiber (莱卡® 智合智纤) 也是牛仔领域的一款特殊产品，它可以给牛仔带来更大范围的弹性，使用该纤维的产品其拉伸性比一般的产品会更好，回复性也非常不错，该纤维也给牛仔提供了一些更多舒适穿着的体验；LYCRA® (莱卡®) XFIT® 纤维技术——一种360度弹性的技术，该专利技术又称双经轴技术，通过该技术制成的四面弹面料会有更好的回弹性和稳定性，以舒适的弹力满足消费者对运动、舒适和时尚生活的追求。

“莱卡公司还升级了 LYCRA® (莱卡®) Anti-Slip 纤维，针对弹力牛仔与漆、粘胶纤维等的混纺后出现滑移的痛点，开发出防滑移的产品。”李颖介绍道，具有吸湿快干功能的 COOLMAX® 纤维、具有轻质保暖功能的 THERMOLITE® 纤维等也在牛仔领域得到充分应用，满足了消费者对牛仔产品多样性、功能性的需求。未来，可持续性的产品在牛仔裤领域的应用也是莱卡公司重要的研发方向。

以社会责任为使命，蓄能可持续发展

当前，大力发展绿色低碳循环经济、构筑可持续发展体系，已经成为全球共识。纤维源头企业该如何在可持续发展中重塑成本结构、竞争优势与价值逻辑？



莱卡公司携手价值链合作伙伴举办全新 LYCRA FitSense® (莱卡® 智塑®) 牛仔技术分享会。

作为为服装行业开发新型可持续纤维和技术的全球专家，莱卡公司给出了标准答案。李颖表示，在社会责任方面，莱卡公司于2008年制定了可持续发展框架，规划了清晰可持续的发展路线图，并推出了“地球议程”平台；2022年和2023年，莱卡公司均发布《地球议程更新》。此外，莱卡公司签署了《科学减碳倡议 (SBTi) 之行动号召承诺函》，积极推进可持续发展，并制定2030年目标，为实现2050年净零承诺不懈努力。在生产方面，注重节能减排，提高生产效率，增强企业竞争力和发展实力。在产品创新方面，2022年，莱卡公司与 QORE® 公司的合作，双方将美国种植的工业用玉米转化成生物基 LYCRA® (莱卡®) 纤维的原材料，叫做 QIRA®。据介绍，该生物基氨纶产品将于2025年一季度进行商业化的量产。同时，还推出了 COOLMAX®、THERMOLITE® 和 LYCRA® (莱卡®) FIT400™ 纤维等涤纶环保产品。

李颖表示，生物基 LYCRA® (莱卡®) 纤维的生物基含量达到70%，其碳足迹减少最高可达到44%。未来将把莱卡公司1/3的年产量都转化成生物基产品；而 COOLMAX® 和 THERMOLITE® 纤维有80%左右材料来自瓶片回收再造、纺织废料回收再利用，希望通过纺织废料回收再利用，推动整个产业链形成闭环循环，减少供应链对环境的影响。目前，莱卡公司还在探讨 LYCRA® (莱卡®) 品牌的氨纶板如何实现一个可循环、可回收的闭环。

值得一提的是，莱卡公司的部分产品和科技能够赋予成品耐久性能，让牛仔和其他服装减少更换的频次，做到防破损、耐磨损，延长产品生命周期和使用寿命。这也是莱卡公司对环境做出的贡献。

突破当下，造形未来。无论是从行业层面还是消费者层面来看，LYCRA FitSense® (莱卡® 智塑®) 牛仔专利技术的独特性、创新性、引领性都可见一斑，相信随着该技术越来越广泛成熟的普及应用，莱卡公司必将推动牛仔智能化发展更进一步！[IT1](#)





十年时间金指数品牌服饰批发广场不断提档升级。

十年，金指数用服务赢真心

■ 本刊记者_吕杨

一直以来，金指数品牌服饰批发广场坚持以市场为导向，以务实创新、服务致胜为自己的发展目标。优良的软硬件设施以及便捷的交通和地理优势，促成了金指数快速发展和服装品牌孵化平台的快速建设。

坚守初心，推动专业市场向供应链平台市场进化

十年，对于一个世纪，只是它的十分之一。而对于金指数，则是一段漫长的成长岁月。如今的金指数已成为华北地区服装批发行业龙头市场。

2014年10月16日，金指数品牌服饰批发广场举行破冰仪式，荣耀开业。金指数曾是2012年地王项目，项目所在的区域位置和产业前景被所有商界人士共同看好，项目立项之初，便感受到石家庄政府的殷切期望，承接了新华集贸升级改造的重任。

金指数集团总经理林成法也不止一次向记者表示：“金指数集团自2012年开始与石家庄政府紧密合作，承担起引领新华集贸服装商圈升级改造的重任，打造出了新一代专业服装批发市场，将采购商的购物体验提升到高端城市购物中心水平，实现了和城市环境友好性、客户购物体验舒适性、商品货物流通便捷性的有机结合。近几年的不断提档升级，特别是针对企业上游的原材料采购、设计研发、小单快反供应链管理体系，针对企业内部管理提升需要的专题培训、管理交流，针对下游市场拓展需要的采购商邀请、采购节举办、重点国内外展会平台拓展，都在常年工作中得到了积极有效的落实。场内品牌企业也得到了快捷高效的公共服务。”

十年，对于四季，只是春夏与秋冬的往复

轮回。而对于金指数，则是一部积极开展创新服务的拓荒史诗。

纺织服装专业市场作为传统分销体制的流通渠道和重要的模式业态平台，是产业流通创新重要的孵化器、加速器、放大器和成果转化中心。专业市场发展新质生产力，核心重点是通过思维理念、体制机制、模式业态和管理服务创新，推动专业市场向供应链平台市场进化，最终要打造内容平台、场景平台和供应链平台相融合、消费互联网和产业互联网相链接的生态系统。

创新服务，助力产业流通高质量发展

服务，始终是金指数成长的核心。

在金指数，十年的商户不在少数。强派男装负责人汲建亮表示：“十年来，始终选择金指数的原因是全方位的服务。金指数的不断创新服务模式，让品牌能够及时跟上行业发展。我们除了猫人男装的省级代理外，自主品牌强派也有了不错的发展。如今，消费者的消费行为越来越理性、越来越追求品质化和差异化，品

专业市场发展新质生产力，要打造内容平台、场景平台和供应链平台相融合、消费互联网和产业互联网相链接的生态系统。

品牌核心不会变，品质要求其实是消费者给予的机会。尽管当前行业面临着严峻的发展压力，但金指数给予的强大服务保障，让企业的发展有了充分的信心。”

与汲建亮有着同样感受的品牌商在金指数还有不少。许多品牌在此成立运营中心，在市场的扶持与帮助下，销售额、品牌知名度均得到了很好的提升和发展。“金指数始终以服务商户为工作出发点，以能否帮助企业发展为工作衡量标准，以行业发展为工作目标。近些年，金指数与国内众多服装集散地和市场调研对接，帮助商户与外界达成合作关系。”运营总监杜美茹在介绍金指数服务理念时坦言。

作为目前华北体量大、品类全的品牌服装批发市场，金指数汇聚品牌男装、商务男装、品牌女装、精品女装、时尚皮草、潮流前沿男女装、运动休闲装、服装辅料/面料等，集服装产业链于一体，15万平方米空间内现有经营品牌2284个，其中457个原创品牌。

岁月如梭，韶光易逝。重回首，去年，揽尽风雨苦亦甜。十年，见证了金指数作为华北品牌服装批发行业引领者的成长。始建于上世纪80年代的石家庄新华集贸市场，位于石家庄最繁华商圈的核心位置，现已形成以经营纺织服装类和电子信息类两大产业商品为主体的超大型专业市场集群。

林成法表示，未来将持续深化纺织服装产业结构调整与转型升级，加快壮大纺织服装批发交易大市场，不断完善上下游产业链，推动产业链价值链迈向中高端；同时坚持“河北服装是一家”的理念，利用金指数的带动作用，加快推进纺织服装现代产业流通体系的建设，推动产业流通高质量发展。TA

加入“30·60 碳中和加速计划”，波司登打造碳中和先行示范样本

5月30日，波司登出席中国纺织工业联合会第三届“气候创新·时尚峰会”，并参加中国纺织工业联合会团体标准发布及碳中和产品、碳中和工厂标准试点启动仪式。

会上，中国纺织工业联合会和中国纺织信息中心宣布，支持波司登加入“中国品牌30·60碳中和加速计划”，并成为该计划组织成员之一，共同推进中国纺织行业应对气候变化挑战之策，致力于实现更加可持续和环保的产业未来，共谋人与自然和谐共生之道。此次合作标志着波司登在迈向可持续高质量发展目标进程中取得实质性进展。

2020年9月22日，中国宣布2030年碳达峰2060年碳中和的战略目标。“时尚气候创新30·60碳中和加速计划”由中国纺织工业联合会于2021年6月1日正式启动。截至2023年12月，已有21家品牌企业、42家制造企业加入该计划。波司登加入该计划组织，对于企业ESG建设起到良好的推动作用，也促使波司登将可持续时尚理念向价值链延伸，提升可持续性，打造碳中和先行示范样本。

鉴于全球气候变化对人类社会和自然生态系统构成的挑战，面对全球环境治理前所未有的困难，波司登以“双碳”战略目标为牵引，加快推动行业绿色转型，积极推广低碳技术和产品。

产品方面，波司登持续研发、推广使用新型环保面料，从原材料阶段就为产品赋予低碳属性，推动全过程的协同创新和减排。携手GORE-TEX品牌推出的羽绒服搭载了GORETEX聚乙烷(ePE)薄膜环保科技面料，产品轻盈纤薄而强韧，具备耐用性能。此薄膜不含PFC(全氟化合物)，通过更轻的材料质量与新型材料组合，有效减少了碳足迹。采用新型膨体聚乙烯(ePE)薄膜的全新GORETEX产品还可提供持久防水、防风 and 透气防护，产品寿命长，有效应对天气和温度变化，最大限度减少产品全生命周期内对环境和社会的负面影响。迭代升级“骄阳”防晒服等产品，开展碳足迹评价，为消费者提供了更为透明绿色的选择。

截至2023年，波司登100%的羽绒获得负责任羽绒标准RDS认



波司登向时尚气候创新专项基金捐赠200万元，支持时尚产业气候创新2030行动。

证，70%的羽绒获得生态纺织品OEKO-TEX®认证，48%的羽绒经过bluesign®认证。

项目建设方面，2023年波司登与中国羽绒工业协会携手开展《迈向净零排放：羽绒服行业高质量低碳转型路径研究》，以能效标杆企业的具体实践，探索“双碳”背景下羽绒工业高质量发展的创新路径，致力带动行业提供更加绿色环保的产品，打造可持续产业生态。

此外，波司登还积极打造碳中和林，通过营造生态灌木公益林，将绿色带到阿拉善左旗通古淖尔嘎查一片被腾格里沙漠覆盖的土地，为未来以自然之道实现碳中和的工作打下良好基础，目前波司登碳中和林(四期)累计开展260亩，植株13000棵。

基于波司登积极承担社会责任，将可持续发展理念贯彻到企业长期发展战略中，摩根士丹利资本国际(MSCI)给予波司登ESG评级为行业领先的“A”级，这代表中国品牌服装行业最高水平。此外，全球环境信息研究中心(CDP)气候变化也给予波司登“B”评级。(陈墨) TA

永荣股份绿色新品矩阵闪耀 yarnexpo 大湾区纱线展

6月5—7日，民用锦纶行业龙头企业——福建永荣锦江股份有限公司亮相2024yarnexpo大湾区纱线展，展示了锦纶在技术、产品、应用、组织、商业模式等方面的综合创新，为行业探寻绿色、功能、科技相结合的可行路径，引领可持续时尚潮流开拓了新视野。

永荣股份作为全球锦纶民用丝产能最大的企业之一，已打通



本次展会，永荣股份重点展示了在绿色低碳领域开发的锦纶产品。

从“苯—己内酰胺—锦纶切片—锦纶”上下游产业链，形成了己内酰胺(CPL)、锦纶聚合切片和锦纶纤维三大品类，广泛应用于服装、运动、休闲、健康、医疗、汽车等各个领域。永荣股份近年来致力于高端差异化纤维产品的研发与生产，打造出聚焦功能性的“锦康纱”、聚焦差异化的“锦逸纱”以及聚焦低碳环保理念的“锦生纱”。

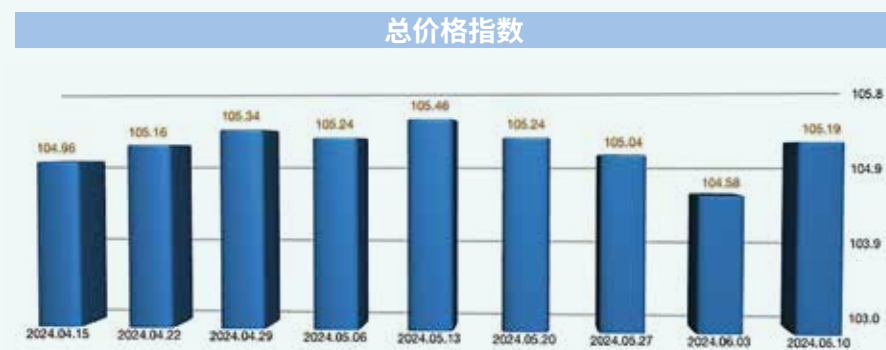
本次展会，永荣股份重点展示了在绿色低碳领域创新开发的锦纶产品。去年，永荣股份攻克核心技术壁垒，率行业之先重磅推出全新循环再生材料——消费后再生尼龙纤维E-SUNLON®(中文名称“爱赛纶”)，已取得国际认可的GRS、LCA、EPD等绿色认证，斩获多个行业奖项。除此之外，原液着色锦纶、再生锦纶、生物基锦纶、生物降解锦纶等绿色环保产品，亦收获了市场及消费者的青睐和赞誉。展位前，前来参观和走访的客户络绎不绝，成为绿色纤维材料区耀眼的“明星”。

为引领绿色消费新理念，拓展锦纶纤维应用边界，永荣股份不断推陈出新，积极探寻当下休闲、舒适、健康的无限可能，为纺织现代化产业体系建设树立了新标杆。(艾锦) TA

夏市营销环比回升 价格指数环比上涨

20240610 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20240610 期纺织品价格指数收报于 105.19 点，环比上涨 0.58%，较年初上涨 0.05%，同比下跌 1.04%。



中国轻纺城夏市营销环比回升，其中：原料市场价量环比小涨，坯布市场价量明显回升，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回缩，辅料价量小幅上涨。

原料价量环比小涨，涤纶环比上涨，纯棉纱稳跌互现

据监测，本期原料价格指数收报于 82.45 点，环比上涨 0.22%，较年初上涨 0.51%，同比下跌 0.33%。

聚酯原料震荡下滑，涤纶行情环比上涨。 本期原料涤纶价格震荡下滑，华东地区 PTA 现货主流 5931 元/吨，环比下跌 77 元/吨左右；MEG 主流 4515 元/吨，环比下跌 42.5 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 6855 元/吨左右，环比下跌 45 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝成交环比推升，价格环比上涨，POY 报价 7800 元/吨，环比上涨 100 元/吨；FDY 报价 8925 元/吨，环比上涨 75 元/吨；DTY 报价 9175 元/吨，环比上涨 125 元/吨。国内涤纶长丝市场价格环比推升，江浙地区主流涤纶长丝工厂实单成交环比增加，江浙地区织造企业备货环比增加，整体市场成交环比增长。

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 7405 元/吨，环比环比上涨 10 元/吨。纯涤纱市场报价稳涨互现，32S 纯涤纱报 11775 元/吨左右，环比上涨 25 元/吨；45S 纯涤纱报 12900 元/吨左右，环比持平。近期纯涤纱开工率环比推升，纯涤纱出货局部小增。

纯棉纱价格稳跌互现，人棉纱价格基本稳定。 近期，萧绍地区纯棉纱市场成交环比回缩，价格稳跌互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16450 元/吨，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 22550 元/吨，环比下跌 180 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 25900 元/吨，环比下跌 150 元/吨。棉纱线询价、提货积极性不高，逆势上调纱价导致订单流失，市场整体信心不足。

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 13200 元/吨左右，环比上涨 150 元/吨。近期粘胶短纤价格环比上涨，发货局部小增。市场仍以刚需采购为主，走货平稳。下游人棉纱市场呈现偏弱整理走势，整体销售平淡，市场成交环比回缩，价格基本稳定。30S 人棉纱价格报 17050 元/吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 18400 元/吨左右，环比持平。

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 118.92 点，环比上涨 1.29%，较年初下跌 0.98%，同比下跌 2.91%。

近期，坯布市场营销明显回升，连日成交呈现环比上涨走势，坯布厂家订单环比增加，坯布价量环比上涨。其中：天然纤维坯布需求明显推升，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明显上涨；混纺纤维坯布行情明显回升，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明显上涨；化学纤维坯布现货成交和订单发货环比回升，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶约坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比上涨，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 116.87 点，环比上涨 0.64%，较年初上涨 0.36%，同比下跌 0.70%。

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，夏季面料补货环比增加，秋季面料下单局部增长，对口客商入市认购逐日回升，服装面料价格指数环比上涨。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、锦纶面料、锦棉面料、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。

家纺市场环比回落，价格指数环比下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.19 点，环比下跌 0.31%，较年初下跌 0.66%，同比下跌 0.76%。

本期家纺类价格指数环比下跌。近期，家纺市场行情环比回落，轻纺城家纺市场成交环比下降，整体市场价格环比下跌，大众色洋花型面料现货成交量和订单发送量环比回落，跑量产品现货成交和订单发货量环比下降，价格指数环比下跌。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；窗纱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；床上用品类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈环比小跌走势；窗帘类现货成交和订单发货略显回落，价格指数呈环比微跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比下跌。

市场行情略显回升，辅料指数小幅上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 130.08 点，环比上涨 0.02%，较年初下跌 1.18%，同比下跌 1.35%。

本期服饰辅料类价格指数小幅上涨。近期，市场成交略显回升，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比上行，价格指数环比微涨。带类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；衬料类行情环比回升，价格指数呈环比上涨走势；花边类行情环比推升，价格指数呈环比小涨走势，拉动辅料类总体价格指数小幅上涨。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因下游新订单接单情况不佳，下游需求将局部显现不足，市场行情走势平淡，面料认购活跃度将有所下降；因夏日淡季临近，国内市场需求偏淡，外贸订单回缩，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，下游服装生产企业、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



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2023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1781项、优秀教师和学生4735名、优秀教学成果奖3120项、针织内衣创新贡献奖145项、应用基础研究93项、科技成果推广355项、全国纺织行业技术能手373名、技能人才培育突出贡献奖16人及43家获奖单位。

自1997年至今，科技教育公益活动支出超1亿元，对促进纺织科技教育事业起到了积极的推动作用。

宗旨：科技进步 人才成长 产业升级



纺织之光
微信公众号



纺织之光科技推广
云平台网站

HONGMIAN



营业时间

周一至周五：8:00 — 18:00
周六至周日：8:00 — 20:00

地址：广州市环市西路184号
www.hongmian.com

