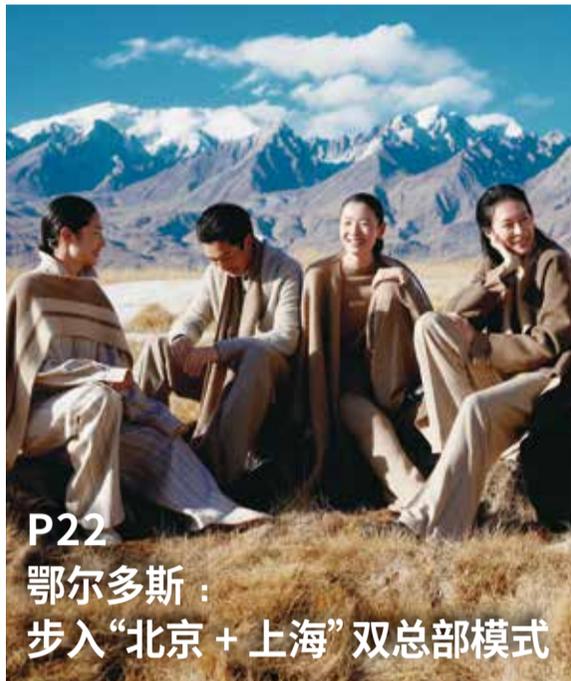


纺织服装周刊

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

2024.07.22 | 第27期 | 总第1179期



要找布，用嘀嗒找布小程序

线上下单 · 线下找布



无需下载
便捷高效



海量面料
一键触达



规范服务
源头货源



扫码下单
一键找布

聚核新质生产力 共建源头生态链

2024 第十四届
绍兴柯桥

中国轻纺城窗帘(窗饰)布艺展览会

2024 THE 14th Shaoxing Keqiao
China Textile City Curtain Fabric Exhibition

2024年8月1日-8月3日
绍兴国际会展中心(新馆)

EXHIBITION DATE:
AUGUST 1-3, 2024

EXHIBITION VENUE:
Shaoxing International Convention and Exhibition Center

展品包含窗帘、窗饰、成品帘、辅料、墙纸墙布墙饰、机械及软件、地毯、沙发布、床上用品、配套包装及设计、整体家居软装、跨境电商服贸等涵盖整个产业链。



官方公众号

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 夏小云
美编 郭森 余辉

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

一个产业成就一座城
9部门提出大力发展精细化工,利好纺织领域
三位纺织人入选2024年大国工匠培育对象名单

07 关注 Attention

中国纺联党委召开2024年理论学习中心组第六次学习会
纺织经济运行基本平稳
潮来海宁,皮革时尚之都掀起秋冬新风潮



10 特别报道 Special

乘风破浪,“泳”动兴城!
为兴城打造活力泳装产业新生态
触“电”泳装新未来
重塑泳装出海新机遇

14 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

梅雨、高温连续“到访”柯桥面料奉上舒适生活新选择
倚信纺织:乘风“数智”,引领功能性户外运动面料新风尚
总成交额1970.9亿元!中国轻纺城喜迎“半年报”
柯桥天天时尚大师课堂活动“面料创新与品牌需求对接培训”举办

18 封面故事 Cover Story

坦博尔:25周年启幕品牌战略新篇章

20 化纤 Industry

让氨纶的发展“弹力”十足

21 市场 Market

闽航蕾丝网布:把“配菜”做成“硬菜”,是有“绝招”的!

22 品牌 Brand

鄂尔多斯:步入“北京+上海”双总部模式

24 指数 Index

夏日淡季行情回缩 价格指数环比微跌
适逢淡季,市场景气指数小幅下降



万晗
《纺织服装周刊》副总编辑

LOOKING BACK AT THE PRESENT DAY 潮来潮去, 还看今朝

半年刚过,放眼世界,对于全球服装品牌来讲,下半年注定不会平静,短短的40余天,资深潮牌Champion与潮牌新贵Supreme相继被各自母公司以100多亿人民币的价格分别出售给EssilorLuxottica集团和ABG,引起全球热议。

两个来自美国的潮牌不管是拥有百年历史,还是靠限定发售收割狂热追随者,都得接受“潮来得快,退得也快”的残酷现实。

纵观潮牌的发展定律,一时火爆、三年过气、五年倒闭。想必两大在中国市场取得成功的新老潮牌忽视了当前世界最大的服装消费人群——中国的年轻人已经变了。

相反,抢占中国年轻消费者心智的服装品牌这些年驶入发展快车道,不仅扎根本土,还走出国门。

无论是国货时尚新标杆太平鸟,还是“落寞才子”美特斯邦威,以及波司登、安踏中国服装两大领军品牌,均在今年于各大超一线、一线城市开业了超大面积的城市旗舰店,以此顺应中国年轻消费者的购物习惯与喜好。

太平鸟相继在宁波、武汉以地标式超大旗舰店再续“一个品牌”精神表达,并以汉字“太平鸟”新LOGO形象,与各城市年轻人进行中国时尚的精神链接。

美特斯邦威本月发布“5.0新零售模式”,聚焦城市户外风口品类,在全国推出两大新零售模式——城市生活体验馆和社区驿站生活馆,以此贴近消费者的真实需求,有望延续其4月与抖音本地生活合作实现了单月GMV1亿的业界神迹。

单品类“一哥”波司登近些年在国内取得空前成功后已不满足国内市场,本月在法国举办的“融”概念秀,将尖端科技融入诸多非遗工艺,使中华传统文化在现代设计语境中焕发出时代的活力,向世界展示古法工艺与时尚的碰撞,以中国品牌散发的那份自信征服法兰西。

同样是中法故事,恒源祥X Bonjour Brand携手法国新生代全能设计师Cécile Vico重磅推出“恒源祥·炬龙成祥”生肖礼盒亮相埃菲尔铁塔,共创了兼具东方神韵和西方风情的独特作品,连接中法情谊,传承古今之美,作为国际奥委会正装合作伙伴的“羊羊羊”在这个夏天将继续彰显中国品牌的全球文化价值和力量。

看到了中国品牌所取得的成功,国际品牌也开始谦虚学习。看清中国市场与消费习惯的国际品牌不管是Lululemon、LV还是优衣库,均在今年制定了适应中国市场的本地化产品与开店策略,如今中国年轻消费者主导的消费市场一定程度上决定着他们的全球业绩走势,同时,也为中国本土品牌的突破与跨越式增长提供了绝佳机会。

时尚终究是个圈,未来国潮才是真的潮。

View point / 产经看点

7月15日,国家统计局发布数据显示,上半年,我国对共建“一带一路”国家合计进出口额同比增长7.2%,中欧班列累计发送货物量增长11%。

——国家统计局

商务部最新发布数据显示,今年上半年,我国新设立外商投资企业26870家,同比增长14.2%。这意味着上半年外商来华投资的步伐越来越快,也显示出中国市场对外资的强大吸引力。

——商务部

7月12日,中国人民银行发布的数据显示,上半年人民币存款增加11.46万亿元、人民币贷款增加13.27万亿元。

——中国人民银行

据海关统计,上半年,粤港澳大湾区内地九市外贸总值达4.2万亿元,规模创历史同期新高,同比增长14.1%,占同期全国进出口总值的19.8%。

——海关总署



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

一个产业成就一座城

《乘风踏浪》对兴城城市和泳装产业影响力报告发布

■ 本刊记者_徐长杰

7月12日，在2024东北亚（兴城）国际泳装博览会开幕式上，辽宁省纺织服装协会和《纺织服装周刊》杂志社联合发布了《乘风踏浪》电视连续剧对兴城城市和泳装产业影响力报告。

报告对《乘风踏浪》播出后对兴城城市形象的影响进行了分析。据统计，《乘风踏浪》3月29日开始播出，在酷云同时段卫视单日平均收视率登顶TOP1，爱奇艺站内热度一路攀升，热度峰值达7179，16次登顶热搜榜首。剧中对兴城美丽海滨和城市景观的展示，吸引了大量观众的关注和好评。

《乘风踏浪》播出后，作为该剧拍摄地，“五一”假期，葫芦岛兴城的吃、住、行、购、娱呈现爆发式增长，兴城的旅游热度冲进了东北地区前三，游客量猛增300%。马蜂窝大数据显示，兴城在2024年“五一”假期东北地区热度环比飙升，在TOP10中位居第二位，在东北地区热门目的地TOP20中位居第三位。另据统计，2024年“五一”假期，兴城共接待游客约112.46万人次，同比增长301.64%；旅游收入5.62亿元，同比增长301.42%。在社交媒体上，#来葫芦岛乘风踏浪#的微博话题阅读量达到了710万人次，互动量超过7万条。通过社交媒体的传播，葫芦岛兴城的知名度和美誉度得到了有效提升。

报告还对《乘风踏浪》对兴城泳装产业的影响进行了分析。以兴城泳装产业发展为背景的《乘风踏浪》的热播，让更多的人知道了兴城泳装的实力：最大的全球市场份额、最大的全国电商交易额、最具影响力的国际泳装博览会、最具权威的泳装产业发展指数、拥有品牌数量最多，兴城泳装再度火遍全国。

Direct/ 直击

9部门提出大力发展精细化工，利好纺织领域

日前，工业和信息化部、国家发展改革委、财政部、生态环境部、农业农村部、应急管理部、中国科学院、中国工程院、国家能源局等9部门联合发布《精细化工产业创新发展实施方案（2024—2027年）》，提出大力发展精细化工作为产业延链补链强链、转型升级的主攻方向，引导精细化工产业高端化、绿色化、智能化发展，为推进新型工业化、建设制造强国提供坚实基础。其中很多方面涉及纺织领域。

《实施方案》提出，到2027年，石化化工产业精细化延伸取得积极进展。围绕经济社会发展需求，攻克一批关键产品，对重点产业链供应链保障能力进一步增强；突破一批绿色化、安全化、智能化关键技术，能效水平显著提升，挥发性有机物排放总量大幅降低，本质安全水平显著提高；培育5家以上创新引领和协同集成能力强的世界一流企业，培育500家以上专精特新“小巨人”企业，创建20家以上以精细化工为主导、具有较强竞争优势的化工园区，形成大中小企业融通、上下游企业协同的创新发展体系。

在重点任务中，《实施方案》提出推动传统产业以产业链高端化延伸为重点发展精细化工，打造专业化、精细化、特色化、新颖化的产品体系，提升产品附加值，增强核心竞争力。把高性能纤维作为石化行业产业链工程，还要重点打造基于大宗农作物秸秆及剩余物等非粮生物质资源利用的生物材料体系，发展聚乳酸、尼龙等生物基聚合物等，形成对现有化石基材料的有效补充。（郝杰）

据企业统计，在电视剧播出后一个月，订单量、线上线下销售额均有20%左右的增长。截至目前，兴城泳装产业拥有生产企业1300户，泳装从业人员约8万人，年均产量约1.7亿件（套），集群年产值约150亿元，占国内市场份额40%以上、占国际市场份额25%以上，泳装产品远销俄、美、欧、东南亚等140多个国家和地区。

《乘风踏浪》的成功播出，不仅直接提升了兴城城市的知名度和形象，也促进了当地泳装产业的发展，为兴城打造了一张独特的走向世界的文化名片。电视剧作为一种文化传播媒介，对城市和产业的正面影响力不容小觑。兴城市政府和企业应当抓住这一契机，继续做好“古城文化节”等文旅活动，做强泳装博览会等专业活动，进一步推广城市品牌，扩大产业规模，以实现可持续高质量发展。

报告对兴城泳装下一步的发展提出了建议：加强城市品牌营销、拓展旅游产品和服务、促进泳装产业链的完善、培育泳装品牌和扩大市场、加强人才培养和引进、提升产业创新能力以及加强产业监管和品牌保护。“一个产业成就一部剧，一部剧带火一座城”，电视连续剧《乘风踏浪》的播出，为葫芦岛兴城带来了发展新机遇。通过精准的市场定位和有效的推广策略，兴城有望在旅游和泳装产业方面实现新的突破。

可以看到，影视剧通过独特的魅力提升城市和产业的知名度和影响力，推动着城市和产业的发展。相信伴随着《乘风踏浪》系列剧的持续热播，葫芦岛泳装产业和文旅产业的“火”会越来越旺，葫芦岛兴城带给人们的惊喜，也会越来越多。

三位纺织人入选2024年大国工匠培育对象名单

日前，全国总工会公布2024年大国工匠培育对象名单，并对培育工作进行部署。2024年大国工匠培育对象共有220人入选。纺织行业中，黑牡丹（集团）股份有限公司技术总监邓建军、安徽三宝棉纺织投资有限公司技术研发部主任马晓飞、上海纺织时尚定制服饰有限公司技术总监雍飞位列其中。

本次培育工作以大国工匠具备的“五力”标准为目标，以科技创新需求为牵引，坚持“推选高起点学员、配备高水平师资、输出高质量成果”，创新人才培养模式，着力培养造就一批堪当中华民族大厦的“基石、栋梁”和“顶梁柱”的大国工匠，作为国家创新人才链中的高技能领军人才，为加快建设科技强国，推动实现强国建设、民族复兴伟业提供重要战略人才支撑。

据了解，本次培育设置智能制造、新能源、新材料、芯片、人工智能等几十种专业课程，致力于帮助培育对象提升专业素质能力，创新管理思维与方法，掌握互联网、人工智能先进技术等，适配新质生产力的能力需求。（郝杰）



通过警示教育与传达学习有关文件，与会人员提高了认识。

中国纺联党委召开2024年理论学习中心组第六次学习会

7月9日上午，中国纺联党委召开2024年理论学习中心组第六次学习会，中国纺联党委副书记、会长孙瑞哲，领导班子成员夏令敏、陈伟康、王久新、徐迎新、李陵申、端木小平、梁鹏程以及中国纺联党委委员、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，中国纺联工会正副主席，团委书记等近50人出席会议。会议由党委副书记陈伟康主持。

深度学习，真正做到心中有戒、行有所止

落实“第一议题”制度。中国纺联党委贯彻落实“第一议题”制度，中心组成员认真学习习近平总书记在青海考察时的重要讲话精神；集体学习习近平总书记在主持中共中央政治局第十五次集体学习时强调的“贯彻落实新时代党的建设总要求 进一步健全全面从严治党体系”的相关讲话内容。习近平总书记的讲话，从健全组织体系、教育体系、监管体系、制度体系、责任体系等五个方面，对进一步健全全面从严治党体系作出了重要部署。

党纪学习教育学原文。中国纺联秘书长夏令敏、中国纺联纪委书记王久新领读《习近平关于全面加强党的纪律建设论述摘要》（第二部分 党章是党的纪律规矩的总源头），带领全体中心组成员认真学习《摘要》内容，进一步明确了党章是党的纪律规矩的总源头，也是全面从严治党的总遵循，纪律是管党治党的“戒尺”，要牢固树立党章意识，让全体党员用党章党规党纪约束自己的一言一行，弄清楚自己该做什么、不该做什么，能做什么、不能做什么，真正使党章内化于心、外化于行。

警示教育学习。中心组成员集体学习观看了《明纪释法》系列警示教育微视频——如何精准把握“吃公函”问题、出差途中改变行程借机旅游如何认定、力戒调研研究中的形式主义官僚主义等三集内容。通过以案说法的形式，深入浅出地解释了党纪国法，让大家对如何做一个清正廉洁的党员有了更为清晰的认识。作为党员领导干部更应树立正确的价值观，认清法律的底线，严守党的纪律，坚持原则，真正做到心中有戒、行有所止。

党史教育学习。中心组成员集体学习观看了纪录片《“党史六对”启示录》第五集《窑洞对》。纪录片以历史片段的形式，展示了中国共产党早期面临的种种挑战和应对方略。毛主席用“让人民来监督政府”给出了中国共产党为什么能跳出治乱兴衰历史周期率的“第一个答案”。而经历了七十多年的风雨，我们党又给出了确保长治久安的第二个答案：自我革命。这是我们党在推进全面从严治党的伟大实践中，面临长期存在的“四大考验”、“四种危险”，通过不断实践探索和理论思考而得出的重要成果。

学习传达党纪学习教育、党建工作有关文件。会上，中国纺联党委常委、副会长徐迎新传达全国性行业协会商会党委《关于认真学习领会习近平总书记关于全面加强党的纪律建设的重要论述 扎实开展党纪学习教育的通知》文件精神；中国纺联党委委员、副会长李陵申传达中国纺联党委《关于开展全国性行业协会商会相关突出问题排查整治情况“回头看”的通知》通知要求。

中国纺联党委委员、副会长端木小平，中国纺联纪委委员、副会长梁鹏程传达中共中央社会工作部《关于印发〈全国性行业协会商会党建工作质量提升行动计划（2024—2026年）〉的通知》文件精神；中国纺联党办、纪办主任周腊权传达全国性行业协会商会党委《关于印发〈全国性行业协会商会党组织重大事项请示报告工作规定（试行）〉的通知》文件精神。

结合实际，深入推动党纪学习教育取得实效

通过警示教育与传达党纪、党建有关文件，与会人员深刻感受到，违规吃喝、公款旅游以及调研中的形式主义官僚主义等问题都是中央坚决予以整治和三令五申禁止的，需要我们在工作中特别注意，对于违纪案例应引以为戒。

会上，陈伟康就近期中国纺联党委、中央社会工作部及全国性行业协会商会党委部署的相关工作和重点要求向各基层党组织进行了通报。

孙瑞哲在总结讲话时提出三点要求：一是结合工作实际，深入推动党纪学习教育取得实效。党的伟大事业需要纪律严明的队伍去推动，我们的初心使命更是要在遵规守纪的前提下才能得以实现，因此，广大党员干部都要自觉用“党中央提倡的坚决响应、党中央决定的坚决执行、党中央禁止的坚决不做”的实际行动来捍卫“两个确立”，做到“两个维护”；二是切实履职尽责，落实好上级各项要求。要再次强调党组织的战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，尤其是主要领导干部，要以身作则、发挥表率，坚决抓好党的建设，压实党建工作责任制；坚决抓好反腐倡廉，压实党风廉政建设责任制；坚决抓好舆论宣传和风险防范，压实意识形态工作责任制。通过完善机制建设，确保各项工作高质高效有序推进；三是及时关注学习三中全会精神。党中央确定于7月15日至18日召开第二十届中央委员会第三次全体会议。会上将重点研究进一步全面深化改革、推进中国式现代化问题，需要我们加强关注主动学习，并在下一阶段，结合我们的实际工作，积极贯彻落实党中央有关决策部署。（中国纺联党办）

纺织经济运行基本平稳

2024年上半年我国纺织行业经济运行情况发布

在7月8日召开的中国纺织工业联合会第五届第五次常务理事会议上，中国纺织工业联合会发布了2024年上半年我国纺织行业经济运行情况。

今年以来，我国纺织行业全面贯彻落实党中央、国务院决策部署，坚持稳中求进、以进促稳、先立后破，持续深化转型升级，加快推进现代化产业体系建设。在国家宏观政策效应持续释放、国内外市场需求逐步恢复等积极因素支撑下，上半年纺织行业供需两端延续平稳增长态势，效益水平持续改善，发展信心有所巩固，经济运行态势基本平稳。展望全年，纺织行业面临的发展形势依然复杂严峻，加快巩固稳中向好基础，持续推进高质量发展仍面临诸多考验。

行业景气水平保持扩张，生产供给平稳增长

今年以来，纺织产业链供应链有序稳定运行，国内外市场消费及流通环境持续改善，行业综合景气度延续扩张态势。根据中国纺织工业联合会产业经济研究院测算，二季度纺织行业综合景气指数为63.3%，连续6个季度位于50%以上的扩张区间，较上年同期和今年一季度分别提高6.3个百分点和9.8个百分点，为2021年以来的较高水平。

纺织行业生产形势保持平稳。国家统计局数据显示，1—5月纺织行业规模以上企业工业增加值同比增长4.8%，增速较上年同期回升8.4个百分点。纺织全产业链主要环节工业增加值延续正增长态势，其中化纤、毛纺织、长丝织造等子行业工业增加值同比实现两位数增长。在国家统计局统计的15个纺织大类产品中，化学纤维、印染布等12个大类产品产量实现同比增长。

内需市场平稳增长，出口延续恢复态势

今年上半年，在居民收入及消费信心逐步趋稳、品牌企业数实融合加快推进、“大健康”“国潮”等消费热点、假日经济及国家促消费政策共同发力支撑下，我国纺织品服装内销实现平稳增长。根据国家统计局数据，1—5月全国限额以上服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额同比增长2%。直播带货、即时零售等电商新业态新模式带动线上纺织服装消费平稳释放，同期全国网上穿类商品零售额同比增长9%。

今年以来，在部分海外市场需求基本平稳、国际品牌商少量补库存带动下，我国纺织品服装出口情况整体好于预期，产业链竞争力保持稳定。根据中国海关快报数据，1—5月我国纺织品服装出口总额为1158.4亿美元，同比增长1.4%。其中，纺织品出口额为571.3亿美元，同比增长2.6%；服装出口额为587.2亿美元，同比微增0.2%。我国对主要市场纺织品服装出口整体延续修复态势，1—5月对美国、墨西哥、“一带一路”沿线国家纺织品服装出口规模实现正增长。

效益水平持续改善，投资信心有所增强

今年以来，纺织企业效益水平持续改善，营业收入及利润保持较快增长。根据国家统计局数据，1—5月全国3.8万户规模以上纺织企业营业收入同比增长6.4%，利润总额同比增长27.3%，增速较上年同期分别回升11.6个百分点和54.8个百分点。纺织全产业链营业收入同比实现正增长，为行业盈利恢复提供了重要支撑，化纤、毛纺织、印染、产业用纺织品等八成子行业利润总额保持在两位数



以上的较快增长水平。企业盈利能力及部分运营指标趋于改善，1—5月规模以上纺织企业营业收入利润率为3%，较上年同期和今年一季度分别提高0.5个百分点和0.4个百分点；总资产周转率同比增加1.3%，三费比例由上年同期的6.9%下降至6.5%。

企业产销及效益修复带动行业投资信心有所增强。根据国家统计局数据，1—5月我国纺织业、服装业和化纤业固定资产投资完成额（不含农户）同比分别增长13.4%、14.8%和4.7%，增速较上年同期分别回升17个百分点、19个百分点和10.3个百分点。

全年向好基础仍待巩固，以新质新力促高质量发展

展望全年，我国纺织行业面临的国内外宏观环境复杂性、不确定性仍然较多，经济运行保持稳中向好态势还面临诸多困难挑战。国际政经环境更趋错综复杂，全球货币政策分化、地缘政治环境趋紧、贸易保护主义抬头等不稳定不确定因素均将制约国际市场需求改善，全球纺织供应链保持稳定有序运转也面临着较大考验；国内宏观经济整体仍将延续恢复向好态势，但短期内有效需求不足、市场预期偏弱等问题与中长期结构转型压力相互交织，经济稳增长、防风险压力依然存在，居民的消费能力和消费信心仍待进一步提升。

在更趋复杂严峻的发展环境下，超大规模、不断升级的内需市场仍将是纺织行业涵养内生动能、实现高质量发展的首要动力。纤维材料技术的不断创新和应用领域的稳步拓展，均将带动功能性、个性化、可再生纺织服装产品供给能力及质量的稳步提升。纺织服装线上线下多场景、融合式消费模式不断更新，国货潮品、运动健康、低碳生态等消费热点拓展延伸，将在需求端发力牵引行业供给体系的扩张和升级。

同时，纺织产业链供应链数字化、智能化、高端化、融合化发展趋势日益显著，个性化定制、柔性供应链等新制造范式加速普及，将为纺织企业推动技术革新、业态创新及供应链更新，不断挖掘市场潜力、激发运行活力，培育发展新质生产力提供积极支撑。此外，今年以来，国家统筹稳增长、促改革、防风险，密集出台和落实的一系列宏观调控政策，也将为提振行业发展信心、促进产业良性循环、完善企业营商环境深度赋能，促进行业发展实现质的有效提升和量的合理增长。

纺织行业将全面贯彻落实党中央、国务院有关决策部署，聚焦高质量发展主线，持续深化转型升级，扎实推进现代化产业体系建设，培育发展新质生产力，为推动行业经济运行持续回升向好、落实“十四五”时期国民经济和社会发展的目标任务做出应有贡献。

（中国纺织工业联合会产业经济研究院 / 供稿）

潮来海宁，皮革时尚之都掀起秋冬新风潮

第三十一届海宁中国皮革博览会举办

■ 本刊记者_吕杨

从面料到服装再到时尚，从31届博览会到27届大赛，再到日新月异的时装周，是行业对于海宁皮革城深耕产业三十年的实力公认，也是助推产业向千亿级市场发展的动能。7月10—14日，第三十一届海宁中国皮革博览会（以下简称“皮博会”）拉开大幕，以前所未有的规模与活力，向世界展示了海宁作为“中国皮革之都”的独特魅力与无限可能。

五天中，2024/25秋冬中国国际皮革裘皮时装流行趋势发布、2024海宁中国国际时装周、2024海宁中国国际时装周等“王牌节目”，引领行业时尚趋势，数场对接会、溯源之旅精准对接产业上下游，万余名全国客商纷至沓来，依托于“皮革时尚之都”的强大影响力与号召力全面聚焦全行业资源。

彰显品牌力，以实力叩问市场

扩大商贸流通，进一步实现服装市场价值是皮博会31年来始终“乐此不疲”的秘诀所在。

在时装展上，百余家参展企业纷纷拿出了“明星产品”叩问市场，匠心独运的工艺剪裁、优中选优的原料把控，精巧别致的设计，处处彰显着企业对于服装的无限热忱与高标准、高要求的品质把控。华雁皮草推出的皮毛一体产品多采用高端进口面料，在传统皮革制作的工艺基础上，增加新型绣花设备，使得服装纹理更加多样化；舞巴黎通过对皮毛一体版面的工艺处理，呈现出风格感突出的爆裂纹、磨砂感、渐变效果；名臣通过机开工艺来增强水貂服装的垂感。

工艺水平不断跃升的同时，丰富多元的样式同样是品牌吸引是市场的重要抓手。圣隆推出的新中式水貂与宋锦，大胆的撞色强调年轻与时尚；小时代不断做深单皮系列产品，推出皮革拼接水貂、皮毛一体、香云纱、提花面料等，同时将品类延伸至真丝、棉麻、定制面料等时装类产品；N7推出的泡芙零压力款羽绒服实现了防水、防静电、防勾丝、防跑绒，以及西装、套装、衬衫、马甲等全品类时装。

三十一载锤炼，赋予了海宁皮博会更多的标志与职能，尤为显著的特征在于越来越多的企业将展会作为“品牌的首发站”、“新品的试验场”、“市场价值的试金石”。“原本无尘”男装品牌将自己的“荧幕首秀”选在了海宁皮博会，带来了以皮革+老帆布，皮革+棉麻为重要标志的系列产品。品牌负责人王龙军表示，原本无尘品牌是针对审美和品质有较高要求的时尚男性，海宁服装展无论是展会定位、面向的群体都与品牌完美适配，是新品拍亮相的好舞台。

展会季同时也是订货季，博览会开幕的第一天就聚集了来自全国各地的客商。来自株洲市场的李先生在海宁的订货行程排的满满当当，在展会逛了一圈之后他的心中采购方向更加明确：“带有民族纹饰的服装我比较意向，已经跟几个厂家下单了。这次收获特别丰富，看了秀也看了展，特别是对接到了几个优质的企业，海宁皮革城不愧是秋冬高端服装的源头市场。”

与此同时，链接买手与企业，品牌与企业的两场城市产业联盟成衣对接会力邀国内实力品牌商开展接洽交流，进一步实现设计、买手、品牌等多维度资源的商贸合作，把握市场商机。“中国服装好设计”第五季订货SHOWROOM的设立，更是将原创设计产品与市场需求紧密相连，促进了设计产业链上下游的深度融合，为设计企业及设计人才搭建了高效的市场展示交易平台。



孙瑞哲会长一行参观展会。

引航时尚力，领潮秋冬新风尚

“秋冬看海宁，引航时尚力”既是海宁皮革城深耕产业三十年的实力所致，亦是组委会打造本届皮博会的驱动力。

7月11日，2024/25秋冬中国国际皮革裘皮时装流行趋势发布抢先开启。本届趋势发布以“繁星共时”为主题，由海宁皮革城联合中国时装设计“金顶奖”获得者刘薇，携手弗奥、格瑞特、中莹、圣隆、冰域、傲鲲、新大顺、MICOUUSO迈扣、赢嘉、尚谷传祺、与里、炼铠等海宁领先企业共创演绎。通过繁星共时、星河漫步、晨辉印象三大系列，带领观众见证了“人类第一件服装——皮草”的诞生与演变，以沉浸式的演绎与发布，向观众展示服装的文化内涵与未来趋势。

百花齐放的海宁中国国际时装周更是各个品牌、设计师、机构发出时尚声音的麦克风与扩音器。2024海宁中国国际时装周的15场发布会容纳了实体品牌、区域品牌联合、设计师、院校机构，带着新一季设计与产品引“行”高歌，复古摩登的皮装、充满民族元素的皮草、新中式的香云纱羽绒拼接，全品类秋冬时装在这方舞台上奏出各种或流行、或古典、或民族多彩乐章，牢牢掌握着秋冬时尚的最强话语权。

与此同时，第27届“真皮标志杯”大赛也迎来了“终极角逐”，25幅入围作品的背后是新兴设计力量的破土萌芽；以“与时偕行·触达”为主题的流行趋势发布静态展，以专业的研究成果向市场发布秋冬趋势的同时，4个篇章的成衣静态展示也向市场传递设计方向、色彩灵感。

时尚大会同期举办，加速推进千亿经济

在第31届皮博会火热开展的同期，2024中国时尚大会在海宁中国皮革城举办，并将永久结缘海宁。立足海宁放眼世界的态势，促进海宁皮革产业的转型升级，推动海宁打造千亿级时尚经济的创新与发展。

大会汇聚各行业巨擘，共同探索时尚新趋势，共商时尚大势。王紫菲、宋祖耀、陈宇三位知名设计师带来了联合秀，融合了海宁皮革与武侠两大元素，激发出时尚的火花；百余位设计师、时尚买手走进海宁源头生产企业，进一步加深海宁与全国时尚的融合。

两大盛会的同频上演，如双子星闪耀，让海宁再次以其实力与魅力，向世界展示在皮革与时尚领域的深厚底蕴与无限潜力，更是海宁皮革产业、时尚产业迈向新高度、开启新篇章的开始。在未来，海宁将继续以时尚为引领，以商贸为纽带，不断推动产业升级与创新，让“我看世界，风尚看我”以更加高亢、嘹亮的声音，唱响海宁皮革与时尚的华章，传遍世界的每一个角落。



本届泳装博览会突出品牌化、国际化、专业化、市场化。

乘风踏浪，泳动兴城！

2024 东北亚（兴城）国际泳装博览会举办

■ 本刊记者 陶红 徐长杰

兴城位于辽宁省西南部、“辽西走廊”中部，拥有 118 公里的海岸线，得天独厚的自然条件为兴城泳装产业的发展创造了良机。如今，全球每 4 件泳装中，就有 1 件产自兴城。

渤海之滨喜迎八方来客，兴盛之城续写泳装传奇。7月12—15日，为期4天的2024东北亚（兴城）国际泳装博览会、2024东北亚（兴城）国际泳装展在辽宁省葫芦岛兴城市举行。来自全国各地的领导和嘉宾，以及国内外采购商、参展商企业代表、电商平台负责人、院校代表等参加了开幕式。

本届泳装博览会以“乘风踏浪·泳立潮头”为主题，共设置13大展区，共有近830家国内外知名纺织泳装企业、面辅料、内衣连锁企业线上线下参展，30多家国内外电商平台、10个产业集群、15个国家组团参展，1000余位国内外采购商齐聚。参展企业带来了60余种品类、超100000件新品。此外，10多场座谈会、新品发布会、签约会、电商新增长活动周及雨果跨境专场活动、30余个品牌秀、多场主题分享和对接会轮番上演，设计大赛、颁奖盛典、泳装产业带研学等活动精彩不断。



徐迎新一行参观泳装展。

各方协同，助力兴城打造全球泳装时尚之都

近年来，辽宁省兴城市各级党委、政府对兴城泳装产业的建设与发展高度重视，提出要把兴城打造成泳装标准的制定者和风向标，建成世界泳装之都。

葫芦岛市泳装产业是支撑地方经济社会发展的重要支柱，也是民生产业。葫芦岛市委常委、统战部副部长朱德义表示，葫芦岛市围绕“一通道六基地”、千百亿产业集群建设，坚持项目为王，建设、招引、谋划同步发力。泳博会不仅带来了“中国泳装名城”“全球泳装之都”的靓丽名片，还带来了以纺织服装、服饰业为优势产业的消费品工业“三品”战略示范城市、“兴城泳装”区域品牌等荣誉，让葫芦岛迸发出创新创造的无限激情与梦想。

辽宁省商务厅党组成员、副厅长李军表示，兴城是全球最大的泳装供应链基地，拥有完整的产业链和设计开发能力，兴城泳装产业集群是辽宁22个产业集群的重要组成部分、辽宁省重要的民生产业，是全省纺织服装产业高质量发展的有力支撑，肩负着推动全省乃至全国纺织服装产业高质量发展的使命和重任。辽宁省商务厅将致力推动兴城泳博会升级发展，稳步扩大制度型开放，助力多方经贸合作迈上新台阶，为辽宁全面振兴作出新的贡献。

辽宁省工信厅党组成员、副厅长郑岩表示，希望兴城泳装进一步提升升级，坚持高起点规划、高标准建设、高水平管理，全力打造高端要素聚集、创新能力凸显、经济效益突出的产业地标，持续推进产业数字化、智能化改造，抓住国家推动大规模设备更新和消费品以旧换新政策机遇，以“科技、时尚、绿色”为重要方向，积极支持泳装企业开展设备更新，加快补齐产业短板，聚焦泳装产业链优势潜力、短板弱项和空白环节。

“新技术革命呼啸而来，新业态新模式不断激发新需求、创造新供给。”中国纺织工业联合会副会长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会会长徐迎新表示，在新的形势下，兴城泳装沿着加快建设“全球泳装之都”的轨迹，向着高端化、智能化、品牌化、国际化的发展目标奋进具有重要战略意义，要准确把握兴城泳装的产业优势和市场优势，加快以新质生产力赋能兴城泳装现代化产业体系建设。他建议，一是因地制宜，做强做优兴城特色泳装产业链；二是推动科技创新，赋能兴城泳装现代化产业体系建设；三是深耕品牌建设，擦亮“中国泳装名城”的金字招牌。

7月13日，2024东北亚国际泳装展在兴城海滨景区开幕。兴城市委书记陈玮表示，兴城市委、市政府全力支持产业链补链延链强链，助力泳装企业“线上线下载融合”，产品网销全国各大城市、140多个国家，推动泳装产业向高端化、智能化、绿色化、品牌化加速转型，实现泳装产业高质量发展。本届泳装展全产业链品种琳琅满目、精品荟萃，希望广大境内外参展商、采购商发现商机、抢抓订单，深化合作、开拓市场，携手走上纺织泳装发展的快车道，互惠共赢。

“兴城市建设泳装产业研发基地、生产基地和运营基地，大力实施泳装产业提升工程，推动全产业链发展、集群发展、高质量发展，努力成为泳装行业的标准制定者和发展风向标。”中国针织工业协会会长林云峰表示，兴城泳装产业的稳固发展，为泳装展的成功举办奠定了坚实的基础，本届展会同时启动线上与线下展会平台，这表明东北亚国际泳装展将不再只是一个集合产业链资源、促成商贸的单功能性专业服装类展览会，它将具备更多的促进产业提升、开创营销模式、引领企业新质生产力发展，以及更便捷、更多元、更丰富的多功能展会作用。

多元活动，赋能兴城泳装产业高质量发展

世界泳装看中国，中国泳装看兴城。自2011年举办至今，兴城国际泳装博览会已经走过13年历程，本届泳博会突出品牌化、国际化、专业化、市场化，通过形式多样的商贸、文化主题活动，创造更多交流合作机会。

泳博会开幕式上，播放了《这才是兴城》专题片，举行了《乘风踏浪》电视连续剧对城市和产业影响力报告发布、2024/2025（中国·兴城）AI泳装流行趋势成果发布。

本届泳博会发挥品牌引领作用，凝聚兴城企业力量，集聚了全球高端品牌范德安，时尚品牌三奇、亦美珊、奇海、爱多尔、斯达威、畅宁、ESSV、舒漫、麦斯卡、伊美等11个品牌在泳博会开幕式上举行2024/2025中国（葫芦岛·兴城）流行趋势发布会暨葫芦岛兴城泳装时尚品牌联合展演，展示兴城泳装区域品牌新成果新形象。

现场还发布了中国·兴城泳装产业指数六周年成果、“电商采购赋能·产业兴升”兴城泳装千企出海计划，启动了淘宝新产地线上泳衣节，京东集团还颁发了“京东好店”牌匾。同时，还举行了签约仪式，助推兴城泳装企业出海、做电商、拓市场、塑品牌、提销量，更好地释放泳装产业带经济活力。



2024葫芦岛·兴城“振兴杯”泳装设计大赛颁奖礼也同场举行，设计大赛获奖作品专场秀精彩上演，并以视频形式回顾了大赛历程。

随后，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，辽宁省纺织服装协会会长王翀、兴城市泳装行业协会会长张东元一行参观了2024东北亚（兴城）国际泳装展，走访了辽宁英华纺织服饰集团有限公司、葫芦岛斯达威体育用品有限公司、兴城市艾迪斯制衣厂、兴城市铠晟制衣有限公司、汕头市能通实业有限公司等企业展位。

创新办展，抢占全球泳装品牌销售新赛道

除了线上、线下渠道同启的盛景，本届泳装展更是成为电商平台和泳装中外采购商产业联手拓市场的高地。展会云集了亚马逊、阿里巴巴国际站、TikTok Shop、雨果跨境、TEMU、快手、小红书、淘宝、京东、抖音、企发中俄数字贸易平台、Shopee、速卖通、Shopee、日本乐天、eMAG、Gmarket&Auction等国际国内30个电商平台，持续释放东北亚泳装展的溢出效应。

同时，本届展会云集了各大海内外采购商、国内纺织服装专业市场负责人等，呈现出更多O2O、B2C、B2B资源，聚焦线下全资源配送，聚力打造电商选品经济，建立高品质快反应供应链，制造性价比符合潮流趋势产品。其中，淘宝、抖音、快手等平台覆盖有效消费人群达数千万，“兴城泳装”必将抢占全球泳装品牌更快出口、更多内销的新赛道。

随着人工智能（AI）技术的飞速发展，兴城泳装快速“入局”，以期在激烈的市场竞争中脱颖而出。本届泳博会开幕式上，还惊现中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、辽宁省纺织服装协会会长王翀、兴城市泳装行业协会会长张东元三位的AI分身畅谈泳装流行趋势的酷炫场景。

据了解，辽宁省纺织服装协会、兴城市泳装行业协会与杭州深度思考人工智能有限公司（DeepThink AI）共同创立辽宁纺织服装AI设计研究院兴城分院，设计师不仅能利用AI进行市场分析，预测流行趋势，更能设计出更符合消费者喜好的泳装。通过AI算法，可以在数以千计的颜色和图案中迅速筛选出最受欢迎的选项，大大缩短了设计周期，提高了工作效率。在AI的强力助推下，兴城泳装必将朝着更加智能化、个性化的方向迈进。

蓝图展开，征程再起，兴城准备好了！

为兴城打造活力泳装产业新生态

■ 本刊记者_陶红

泳装年产量达到 1.9 亿件，年产值超过 150 亿元，这是兴城的今天；拓宽泳装市场体系，促进全球高端要素资源加速集聚，这是兴城的未来。下一步，兴城泳装产业如何因地制宜谋发展？7 月 13 日，作为 2024 东北亚（兴城）国际泳装博览会的重要活动，以“汇聚新质力量，共谋泳装未来”为主题的 2024 兴城泳装高质量发展座谈会如约召开。

推动泳装产业提质升级

“过去 40 年，兴城泳装由手工小作坊，发展成为百亿元级的产业，创新产业体量和质量，并实现了跨越式发展。”兴城市委副书记、市长李兆瑞表示，兴城逐渐形成拥有超过 4000 家行业企业，8 万名从业人员，泳装年产量达到 1.9 亿件，年产值超过 150 亿元的规模。特别是辽宁全面振兴新突破三年行动方案实施以来，兴城市以打造 300 亿产业集群为目标，着力拓宽泳装市场体系，促进全球高端要素资源加速集聚，着力丰富泳装产品体系，加强全产业链资源优化整合，着力健全泳装行业管理体系，打造更加自律更有活力的泳装产业生态。

葫芦岛市副市长刘辉表示，目前兴城市正在全力打造包括泳装服饰产业在内的八大特色产业，全面构建“4+8”现代产业格局，加速培育八大“千亿元”产业集群，特别是以创新发展等为重点来打造百亿元级服装服饰产业集群，全力构建多点支撑、多业并举、多元发展的现代产业发展格局。兴城将趁势而上，加大投资力度，着力推动服装产业提质升级，全力打造纺织服装国家先进制造业集群，努力为中国纺织服装产业高质量发展做出更大的贡献。

扩大兴城泳装国际影响力

“近年来，兴城的泳装企业在设计创新、技术改造、品牌建设等方面都取得了不错成绩，也涌现出了像德安、三奇、斯达威等一批优秀的企业和品牌，已经走在了行业的前列。”中国纺织工业联合会特邀副会长、辽宁省纺织服装协会会长王翀表示，现阶段兴城泳装在设计原创性、市场开拓能力，以及供应链管理等方面还有很大的提升空间。她建议，兴城泳装应深入挖掘消费者需求，开发高性能、多功能、绿色化的新产品，以高品质供给创造多元化的需求。同时，加强国际交流合作，通过参与国际竞争，提升辽宁兴城泳装企业的国际影响力。

围绕如何构建新质生产力和实现高质量发展，中国纺织建设规划院院长张庆辉提出了五点建议：一是要进一步强化开放、多元、高效和国际化的营商环境，不断擦亮兴城泳装的区域品牌，提升兴城泳装的附加值、竞争力和影响力；二是要补短板，锻长板，不断加强在人才、



本次座谈会旨在推进兴城泳装高质量发展。

设计和品牌方面的培育和支持力度；三是要加大产业在数字化转型方面的力度，把数据要素和传统行业的发展进行深度融合，在生产、设计、物流、销售等环节全方位实现数字化提升；四是要主动作为，在零碳产业的塑造、碳交易、绿色金融等方面提前布局；五是要积极探索泳装产业发展和区域布局。

提升区域品牌竞争力

AI 如何助力时尚设计产业升级？杭州深度思考人工智能有限公司联合创始人、首席设计师王飞表示，在服装行业尤其是头部企业中，AI 已经成为设计师的标配。人工智能的到来将开启由 c 端决定款式的生产模式。公司致力于打造一个智能化的时尚世界，让每个人都能享受到时尚的乐趣，让时尚成为生活中的一种美好体验。

在全球经济常态化发展的背景下，兴城泳装如何在全球版图上扩大影响力和竞争力？辽宁英华纺织服饰集团有限公司董事长王娜表示，企业品牌的重要性日益凸显，一个强大的品牌可以为企业带来良好的声誉和信誉，进而提升竞争力和市场的占有率，实现长期可持续发展。她认为，随着市场需求的不断变化，企业需要不断研发新品，满足市场多元化的需求，进一步提高消费者的满意度和忠诚度。同时企业应该不断提升产品的品质，严格控制产品的制造流程，提高产品的安全性和可靠性，确保以高标准产品服务客户。

发展新质生产力，行业需要以提高资源效率和社会包容性为重点，以集约化、减量化、低碳化、循环化、清洁化方向，推动全产业链的绿色低碳转型。中国印染行业协会会长林琳表示，印染产业的发展为服装、家纺和产业用纺织品等下游产业提供了重要的技术支撑，印染在整个纺织产业链条上是重要的价值增值环节，是确保纺织产品竞争力的关键，印染产业水平是纺织强国的重要体现。印染是泳装生产的一道关键工序，同时也是泳装产品的高质化的一个重要基础和保障。此外，印染可以提高泳装的附加值，通过印染赋予泳装面料特殊的性能，比如防水、抗紫外线、抗菌、防臭等。在工艺和面料设计中的应用，同样也赋予了泳装面料丰富的艺术内涵，增加泳装的时尚感和设计感。

在嘉宾对话环节，中天证券股份有限公司投资银行部总经理郑克国，广州市出口易供应链管理有限公司总经理高进，汕头市纺织服装产业协会会长、宏杰内衣股份有限公司董事长翁创杰，兴城市泳装行业协会会长、葫芦岛斯达威体育用品有限公司董事长张东元，兴城市泳装行业协会常务会长、兴城市卓衣美制衣有限公司总经理刘卓兴，兴城市泳装行业协会常务副会长、兴城市玉服饰有限公司董事长苏鹏作为对话嘉宾，畅谈泳装行业新模式、新路径，预测产业未来发展趋势。

触“电”泳装新未来

东北亚合作新机遇、电商新增长活动周举办

作为“全球泳装之都”，兴城以其悠久的历史、精湛的工艺和优质的产品享誉全球。近年来，随着互联网技术的飞速发展和电子商务的蓬勃兴起，兴城泳装行业的电商产业也取得了显著成绩。

7 月 14 日，以“汇聚新质力量 共谋泳装未来”为主题的东北亚合作新机遇、电商新增长活动周在兴城举办。

从原材料供给、产品设计研发到生产制造、渠道创新，中国纺织服装行业依靠体系化优势始终稳居世界首位。2023 年，我国服装出口额达 1673.1 亿美元，服装跨境电商出口额占全国跨境电商出口金额的 26.61%，足见服装跨境电商发展速度之快、潜力之大、带动作用之强，这种外贸新业态为纺织服装产业转型升级增添了强劲的动力。

“坚实的产业基础是行业发展新质生产力的起点和优势。”中国纺织工业联合会流通分会副会长兼秘书长王水元表示，兴城泳装现有电商 4 万家，兴城泳装全网出货占比 80%，产品覆盖 140 多个国家，兴城泳装的国际影响力不断扩大。相信此次电商活动周的举办必将为兴城泳装电商产业的发展搭建更加高效的交流与合作平台，助力兴城打造“跨境电商+泳装产业集群”的新模式，构建内外贸一体化发展的新格局，进而推动兴城泳装跨境电商健康、有序、创新发展。

“在兴城泳装产业中，电商的兴起不仅为泳装企业提供了更广阔的销售渠道和更便捷的交易方式，也为经济增长注入了新的活力。”兴城市委常委、宣传部部长徐晓表示，下一步兴城将聚焦推进跨境电商创新发展，强化载体支撑，完善园区服务，拓宽品牌渠道，构建联通国内各大城市和欧美市场、辐射东北亚、东南亚的跨境电商渠道网络，提高“买



会议现场。

全球，卖全球”的能力，助力兴城打造“跨境电商+泳装产业集群”、“跨境电商+泳装专业市场”的新模式。

会上，亚马逊全球开店区域拓展高级经理蒋明月，阿里巴巴国际站辽宁本地化服务中心总监马闯，快手泳衣行业负责人庄超凡，TEMU 泳装运营总监莫客，TikTok Shop 跨境电商泳装类目招商经理谢超权，小红书商业部潮流服饰行业 KA 经理阿比，淘宝运动户外负责人希静，京东零售大时尚事业部游泳用品类目招商经理徐廷宸，抖音电商综合业务运动户外行业运营经理杨雅茹，企发中俄数字贸易平台副总经理金晓慧，兴城市泳装行业协会常务副会长、兴城市七棵树网络科技董事长张昊纷纷带来主题分享，为兴城泳装跨境出海保驾护航。（陶红）

重塑泳装出海新机遇

雨果跨境电商专场活动聚焦市场趋势



跨境电商平台助力兴城泳装出海。

兴城，是辽宁省西南部的历史文化名城。作为东北与京津冀的重要连结点，兴城地处环渤海经济圈，面向东北亚经济圈，是辽宁乃至东北的“西大门”。多年来，兴城大力发展泳装产业，将小门类做出了大成绩，跃入中国泳装名城之列。

7 月 14—15 日，“东北亚新机遇、电商新增长活动周-雨果跨境专场”活动在兴城举行。近 300 家泳装企业参与了本次活动，进一步推动泳装产业集群深化电商平台合作，加强与跨境电商平台的沟通合作，助力兴城泳装出海。

作为 2024 东北亚（兴城）国际泳装博览会的重要活动，本次活动邀请了 SHEIN、TikTok Shop、TEMU、速卖通、亚马逊、美客多、Shopee、日本乐天、eMAG、Allegro 等国内外电商平台负责人，为企

业带来入驻红利政策、运营模式、泳装选品指南、优秀商家案例、经营策略等分享。

“好泳装在兴城。”兴城市人民政府副市长赵旭也在致辞中表示，兴城是东北地区第一个荣获国家消费品工业“三品战略示范城市”称号的城市，“兴城泳装”是 17 家重点培育的区域品牌之一。在贯彻落实《辽宁全面振兴新突破三年行动方案》的攻坚之年，此次活动的举办恰逢其时，必将助力兴城泳装企业在国内外各大电商平台开拓新零售市场，让消费者能选到心仪的兴城泳装厂家和时尚品牌。

全球运动健身行业的发展以及旅游业的全面复苏，使泳装市场迎来持续增长的新机遇。在“泳装品类出海洞察”报告中，雨果跨境品类出海指南主理人刘丽欣介绍了全球泳装增量空间、泳装热卖趋势及差异化开发方向。她表示，欧美市场是泳装消费的主要驱动力，2023 年占据全球市场份额的 54%，亚太地区的泳装市场增速领跑全球。满足特殊群体需求、提供多样性尺码、特殊面料应用是泳装差异化开发的三大方向。

会上，Shopee 全托管家居生活类目招商负责人蔡华杰、TikTok Shop 东南亚跨境运动户外行业负责人郭静、TEMU 半托管全品类招商总监智达、速卖通华北区招商负责人张国鑫、速卖通女装泳装类目招商经理踏青、亚马逊全球开店时尚品类运营经理王婷、Shopee 生活方式类目招商经理徐文韬、日本乐天招商经理马羽菲、eMAG 高级招商经理 Wensery、Gmarket&Auction 官方代理王梦思等介绍了各电商平台的“出海”优惠政策。（陶红）





梅雨、高温连续“到访” 柯桥面料奉上舒适生活新选择

■ 实习记者_陈丹丹 文/摄

今年的梅雨期，小半个中国似乎被“泡”在了水里。湖南、广西、江西、江苏、安徽、贵州等地出现持续性强降雨天气。浙江的梅雨季出现南北两段强降雨集中期，呈现西部雨量大、暴雨集中、极端性等特点。而随着湿漉漉、黏糊糊的梅雨季悄然落幕，浙江地区立即无缝切换至高温炙烤模式，迎来了酷暑难耐的盛夏时节。

面对这样的特殊天气，人们的生活需求也发生了显著变化。出行时，防晒与防暑成为了迫切需要；居家时，更渴望营造一个易于入眠的居住环境，以缓解酷暑带来的疲惫感。

作为亚洲首屈一指的轻纺专业市场，中国轻纺城汇聚了众多优秀面料企业。他们紧跟市场潮流，围绕原材料、功能、设计等方面精心研发了满足大众需求的吸湿速干、抗菌除螨功能的创新型面料。这些面料不仅极大地提升了用户穿着的舒适度，也成为了人们在炎热如“火焰山”般的气候条件中出行的首要选择，便利了日常生活。

吸湿速干，提升舒适体验

夏日出行，人们普遍面临着一个问题：汗水容易在衣物上积聚而未能有效排出，导致身体感到黏腻与不适。这种不适感不但影响了出行的舒适度，而且影响了个人的社交形象。因此，消费者如果有机会选择透气性好、能够快速排汗的衣物，就可以有效缓解这一问题，让夏日出行变得清爽自在。

位于联合市场的苏州婷湖纺织有限公司，是一家集研发、生产和销售于一体的企业，始终秉持“以消费者市场需求为导向，创新研发面料”的经营理念。公司注重与国际市场的交流与合作，先后与知名品牌建立了长期稳定的合作关系，产品远销至欧美国家。公司主营户外功能性面料，推出的系列产品包含防晒服、冲锋衣、滑雪服。

据了解，为了应对梅雨、高温这样的特殊天气，公司最新研发了特密克隆棉、双面棉感索罗娜等五种适合夏季出行的速干面料。“我们的面料具有吸湿速干的功能，借助体温，加速汗水挥发，风吹就能达到面料速干的效果。”苏州婷湖纺织有限公司的经理屈国强表示，对速干面料畅销拥有极大的信心。

消费者对该面料的最初印象是卓越的吸湿速干性能，但实际上这款面料还蕴藏着抗皱特性。说到这里，屈国强拿起面料为记者演示起来：用力抓取面料，然后将其放在桌子上，轻轻一铺，原本褶皱的面料居然恢复如初。“该款面料通过人体手掌温度即可抹平原本的褶皱，抗皱性很好。此外，面料柔软，会降低产品和皮肤摩擦的灼痛感，以此达到保护皮肤的效果，并且性价比很高。”屈国强说。

柯桥纺企从消费者需求出发，围绕原材料、功能、设计等方面创新，研发出适合梅雨、高温天气的吸湿速干、抗菌除螨、防晒等新型功能性面料。

绿色时尚，引领可持续发展

夏季是一个与汗水紧密相连的季节。高温情境下，粘上汗渍的衣服极易滋生细菌，同时会产生异味。于是，抑菌防臭的面料对于人们的重要不言而喻，成为了提升生活品质的关键要素之一。当下，柯桥纺织企业紧跟时尚可持续发展理念的潮流，依据天然植物本身具有的功效，生产了环保绿色的功能性面料。

走入中国轻纺城东市场的绍兴亿曼特纺织品有限公司展厅内，平纹、斜纹、提花等多样化的组织结构面料层出不穷。经了解，立志做竹纤维行业标杆的亿曼特纺织从2006年创立至今，就选择了主打环保、可替代性较低的竹纤维差异化道路。公司以竹纤维为主，铜氨、莱赛尔为辅，自主研发了连衣裙等女装产品，致力于成为新型纤维面料的创新者，产品不仅在国内市场有一定热度，也远销给东南亚国家，开辟了内外销双轮驱动的新格局。

作为五大天然纤维之一，竹纤维有抑菌防臭、除螨、抗紫外线、透气性好的效果，在纺织品、建筑品、食品以及生态环保领域都具有广泛的应用。用竹纤维做的衣服，具有独特

的手感，抗菌、舒适、对人体有益，也符合当下人们对美好生活的追求。

“在公司的产品体系中，竹纤维占比80%，通常采用混纺的技术，运用扎染、印花等后工艺加工，这样可以使面料种类变得更加多元化，深受顾客欢迎。”绍兴亿曼特纺织品有限公司门市经理陈园园说。

据了解，亿曼特纺织的竹纤维产品主要分为竹纤维素色系列与竹纤维提花系列两大类。公司产品不但保持了纤维面料的舒适与耐用的普遍特性，而且在此基础上展现了抗菌除螨的独特魅力。竹纤维服饰在满足大众对于时尚穿着追求的同时，也成为了个人参与环境保护、践行绿色生活理念的重要载体，彰显着穿着者对于可持续未来的支持与行动。

未来，可持续时尚面料将成为人们日常生活中不可或缺的一部分，健康、环保的功能性面料将深刻融入并改善人们的生活方式。这一转变促进了资源的合理利用，推动了时尚产业的绿色转型，不但可以更好地保护环境，还能进一步提升社会效益和经济效益。



柯桥企业坚持科技创新，通过面料带给消费者美好的体验。

透气抗螨，让你睡得安心

近些年，随着人们对于睡眠健康的日益重视，睡眠问题已上升至国家健康中国战略的重要议题之一。天气炎热，一套舒适、亲肤、凉爽的床上用品可以营造健康的睡眠生活环境，但这类产品在高温潮湿的条件下极易成为滋生螨虫的温床。为了有效预防螨虫侵扰，人们在挑选床上用品时，愈发青睐具备透气抗螨功效的产品，以此助力睡眠质量与生活品质的整体跃升。

“1999年，我和先生选择了从事床上用品细分赛道，一直以来我们坚持做健康、安全的床上用品，在原材料、功能性、舒适性等方面下功夫，致力于为消费者提供健康舒适的产品，从而改善睡眠质量。”福来门家纺创始人钟国飞说道。

据悉，福来门家纺的客户遍布湖南、贵州、四川、东北乃至全国各地。公司主营蚕丝被、大豆被、鹅绒被、羽绒被以及枕芯等床上用品，以批发为主。不同于市面上以大工业机械化方式批量生产的日用工艺品，福来门家纺的产品多采用磨毛印

花、绣花、贡缎绣花等具有独特艺术风格的传统手工艺方法，展示了中国古老文化的多样性。

钟国飞表示，大豆被的销量很好，一方面是它的性价比很高，另一方面是它具有吸湿排汗的特性。大豆棉被采用的天然大豆蛋白纤维具有抑制螨虫滋生的作用，有助于改善人体的睡眠环境。此外，它比棉花被轻薄，既拥有棉花被保暖的普遍特性，又在此基础上延伸了防潮和抗菌除螨的效果。收纳时，大豆被凭借其轻松安放的特性，赢得消费者的青睐。这种灵活性特质使得消费者更加轻松的管理储存空间，无需担心特定的存放条件。

在柯桥，有越来越多的企业在追求自身价值的同时，用心关注消费者需求。面对多雨、高温天气，企业坚持科技创新，采用更多的新型技术，通过面料带给消费者美好的体验。柯桥纺织企业不仅加速了产业结构的优化与升级，为纺织行业的革新注入了强劲动力，更是积极践行企业社会责任的典范。



倚信纺织：乘风“数智”，引领功能性户外运动面料新风尚

■ 本刊记者_周榆清 文/摄

步入绍兴倚信纺织科技有限公司的展厅，简约大气的格调 and 生机盎然的色彩环境交相辉映，各色绚丽的面料令人眼花缭乱，款式新颖的成衣按色系依次排开，与点缀的花草和摆设相得益彰……

相较于柯桥诸多具有悠久历史的老牌纺企，成立于2018年的倚信纺织不论是企业主体还是团队成员都显得十分“年轻”。然而，倚信纺织自成立以来便专注功能性户外运动面料，在短短几年内，公司已发展多条生产线，织机300余台，年产面料米数超1000万米，与始祖鸟、迪卡侬、Columbia等知名户外运动品牌建立合作关系，成为一家集面料设计研发、生产、销售、服务于一体的综合性纺织科技企业。

在公司总经理刘安屏的领导下，倚信纺织把握趋势、精准发力，持续在技术创新和数字赋能方面升级，不仅使公司在竞争激烈的市场环境中崭露头角，还为公司未来的稳健发展奠定了坚实的基础。

智慧赋能，拥抱数字未来

拥抱数字化浪潮、实现数字化转型，成为时下纺织企业继续发展壮大的必经之路。一直以来，柯桥区不断推动纺织产业朝着国际化、时尚化、数字化方向转型升级，目前已形成“市场+产业+科创”三大核心优势，实现了纺织产业的量质双提升。

“企业在2020年启动‘互联网+纺织产业数字化’升级。在生产端，通过引入智能化设备，如自动抓包机、自动换筒系统等，以及高精度的剪裁、喷染设备，实现了生产过程的自动化和智能化，显著提高了生产效率，也保证了产品的质量；在数据应用管理及仓储方面，则通过大数据、云计算等方式，实现智能化管理，提前储备原材料，降低库存率，减少资金占用。”刘安屏说道。

对于纺织面料企业来说，元宇宙的加持，赋予了他们日常工作丰富的想象空间，也为整个产业的发展呈现出一片新天地。在此背景下，倚信纺织推出了3D数字面料，不仅能够清晰呈现面料的纹理和质感，实时生成动态服装廓形，为客户提供更直观的面料选择和试衣体验，还大大缩短了设计周期，提高了设计效率，同时降低了样品制作成本。

值得一提的是，2023柯桥秋季时尚周上，倚信纺织与浙江理工大学柯桥研究院共同打造的数字人T台秀成为一大亮点。数字人模特穿着由3D数字面料制成的服装亮相，吸引了众多观众和媒体的关注。

“自3D数字面料技术推出以来，已被来自时尚产业和服装设计与制造领域的多家客户采纳和使用。”刘安屏告诉记者，秀演结束后，更是有多家时尚品牌和设计师表达出强烈的兴趣。

“当初选定功能性户外运动面料赛道是以市场趋势为首要考虑因素，而如今，我认为高效率才是最关键的。”刘安屏透露，倚信纺织在之后也会引入AI设计师，满足时尚行业快速迭代、精准触达的要求，以AI之力赋能纺织服装产业的全链条。



绍兴倚信纺织科技有限公司展厅。

技术创新，打造高品质专业面料

随着户外用品市场的不断细分与专业化，将科技功能融入户外装备已逐渐成为常态，越来越多的中高收入消费者在选择服装时更加追求在保留单品时髦感的同时带来实用功能性。

新的消费需求升级倒逼着纺织产业的同步升级。为了在功能性户外运动面料的探索研发上精益求精，2023年，倚信纺织建立了公司研发实验室和面料检测中心，致力于打造高品质专业面料。

在中国轻纺城跨境电商产业园，公司600余平方米的实验用房里配备了国内外先进的仪器设备，SDL ATLAS 撕破强力测试仪、马丁代尔耐磨测试仪、日晒机、耐洗色牢度试验机、全自动甲醛测定仪、梅特勒pH值测试仪等一应俱全，除用以检测纤维含量、色牢度、强力、起毛起球、耐磨、尺寸变化率、pH值等常规项目外，还增设石墨烯材料、可降解材料、含锌纳米凉感元素、无污染三防、吸湿速干、隔热阻燃等前沿科技项目的研发。

“当前，公司产品以纤维类型主要可分为石墨烯、凉感防晒抗菌三合一、环保可降解三大类。”刘安屏介绍道，倚信纺织从环保自然和优异功能两个维度为客户提供可持续面料解决方案。同时随着消费者选择户外运动服装时，在不缺失其基本需求的基础上，对时尚及细节个性化的追求逐渐提升，公司也根据流行趋势开辟了中式自然、城市户外、创世纪三大产品系列，以满足不同消费者的需求。

人才是第一资源，创新是第一动力。为此，倚信纺织还聘用专家顾问团队，对纺织新材料、时尚面料等领域的研发提供强大支持，并与清华大学、中国科学院、浙江理工大学柯桥研究院、西安工程大学柯桥研究院开展合作，深化产学研协同创新，落地转化前沿纺织科技成果。据了解，公司的多款面料具有发明专利、实用新型专利以及申请发明专利。

利用大数据、云计算、物联网等新一代信息技术，倚信纺织全面打通纺织服装行业的信息流、物流和资金流，提高了生产效率，还通过数字化技术推动新品研发与创新，为传统纺织赋能“新质”，实现了集原创设计、数据分析、快速反应、数字化管理、智慧生产于一体的多维度转型升级。谈及下一步规划，刘安屏表示，“倚信”中的“信”是信念，也是信仰，她坚信纺织面料行业大有可为，在保持当前布局的同时，公司也会持续学习和进步，推动功能性户外运动面料朝着更加光明的未来发展。

Focus / 聚焦

总成交额1970.9亿元！中国轻纺城喜迎“半年红”

■ 本刊记者_王利

近日，记者从中国轻纺城建设管理委员会获悉，1—6月，中国轻纺城总成交额1970.9亿元，同比增长9.38%，柯桥纺织展现出蓬勃的发展活力和强劲的增长态势。

在绍兴市九艺纺织品有限公司8000平米的仓库里，工人们正在快速地打包、发货，一片热火朝天的繁忙景象；而另一边，位于东升路市场3楼的九艺纺织展厅里，直播、小视频等线上新品发布也如火如荼地开展着。“今年上半年，公司销售额增长了约20%，下半年是我们的销售旺季，预计全年销售总额将增长30%左右。”公司总经理王顺钢说道。

自2016年正式成立，九艺纺织每年都保持两位数的增长率，如此亮眼的成绩背后究竟潜藏着怎样的成功秘诀？王顺钢认为是渠道创新和产品创新双轮驱动的结果。以产品为基础，九艺纺织专注婴童面料细分领域，产品以有机棉、天然彩棉为主，立足“健康、安全、绿色”，不断开发出棉与莱赛尔、竹纤维、芦荟、薄荷各种天然纤维混纺面料；以渠道拓市场，九艺纺织以电商起步，设立线上商铺，结合抖音直播、短视频等新型传播方式，以及实体店、展会、对接会等多渠道优势，通过“线上线下”融合，不断拓展市场，挖掘更多客户。

近年来，在中国轻纺城如九艺纺织一般的优质纺织企业不断涌现，

立足“产业+市场+科创”的独特优势，柯桥纺织围绕科技创新、数字赋能、绿色健康等下功夫，不断提升国际话语权和时尚引领力。成绩的背后，是中国轻纺城政企同心，坚定不移围绕现代化“国际纺都”建设总目标，全力打造“五大中心”，不断培育新质生产力的缩影。

柯桥春季国际纺博会、柯桥时尚周成功举办；“丝路柯桥·布满全球”行动走进重庆、天门等多个产业集群；“天天时尚”系列活动成功举办品牌发布会、时尚设计展、时尚论坛、时尚沙龙、米兰日等20场；招引“经纬大师”17人；“柯桥优选”优秀企业在香港、深圳发布秀演，亮相广东时装周；“中国轻纺城面料成衣化平台”项目完成场地装修；大力推进纺织新材料中心招商……一个个项目、一件件工作的有序推进，助力中国轻纺城市场不断转型升级，帮助经营户拓渠道、树品牌、谋发展。

谈及下半年计划，中国轻纺城建管委相关负责人表示，将围绕高标准承办第七届世界布商大会、深化“丝路柯桥·布满全球”活动、加强多功能海外服务平台建设，创新推进市场采购贸易方式试点、大力提升柯桥时尚周、天天时尚活动层次等重点项目和工作展开，为奋力打造现代化“国际纺都”、全面建设“五大中心”作出更大贡献，力争实现“全年红”。

柯桥天天时尚大师课堂活动 “面料创新与品牌需求对接培训”举办

■ 本刊记者_边吉洁

为进一步助力柯桥面料企业精准把握市场脉搏，快速响应品牌采购痛点，深度挖掘面料开发与服装设计、创意设计与市场需求、技术创新与商业价值之间的内在联系，近日，2024柯桥天天时尚大师课堂活动·“面料创新与品牌需求对接培训”在中国纺织信息中心浙江分中心举行。

活动吸引了来自绿锦纺织、三川纺织、高本纺织、华晨印染、赞智数码纺织等企业的六十余位代表参加，有效地链接了品牌需求与企业生产实践，实现了精准对接与深度融合，助力企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。

活动中，宁波东瑞唐狮创意有限公司副总经理李海亚、三六一度(中国)有限公司服装材料高级研发经理董稳定、年年有余(杭州)文化科技有限公司技术顾问李智慧分别聚焦休闲装、运动装、新汉服三大热门终端品牌市场，深入剖析这些领域对材料创新、科技创新、面料创新及设计创新的迫切需求，为柯桥面料企业量身打造了一场交流与合作的盛宴。

品牌对接环节，现场氛围热烈，服装品牌与面料供应商之间的交流意愿空前高涨，双方互动频繁。品牌方紧密围绕自身独特的品牌定位、前瞻的产品开发理念以及对面料性能的精准诉求，与供应商展开了深入而细致的洽谈。

“面料创新不能闭门造车，需要及时了解市场需求与消费动向。”浙江绿锦纺织科技有限公司作为麻、棉类面料领域的创新先锋，始终秉持开放与前瞻的视野。总经理金国华表示，在本次活动中与品牌客



活动现场。

户近距离交流，直接聆听了他们对于面料的真实需求与期待，公司将以此为契机，精准施策，将收集到的市场信息深度融入未来的产品开发之中，确保每一款产品都能精准对接市场需求。

浙江乾硕纺织科技有限公司精心准备了十余款前沿产品，包括石墨烯面料、锦纶速干功能性面料等，广泛适用于校服、男士西装等多元化服装领域。总经理张新军表示，此次分享紧密贴合消费者的实际需求，贴近日常生活场景，能有效帮助面料企业直观且准确地掌握服装面料概念，之后会将学习吸收到的理念应用到企业实际生产中。

作为“天天时尚”系列活动的重要一环，此次“面料创新与品牌需求对接培训”活动的举办，进一步激活了柯桥面料企业的创造力引擎，有效深化了产业链上下游的合作交流，为柯桥优秀面料企业与服装品牌深度合作提供了更多可能。TA

坦博尔： 25周年启幕品牌战略新篇章

■ 本刊记者 罗欣桐

25岁是一个充满活力与探索的年龄。“只要功夫深，铁杵磨成针”“路遥知马力，日久见人心”等诗句，如果用来形容一家企业，不仅是对毅力的赞美，也是对时间的深刻理解。

今年，迎来25周年的坦博尔为行业送上一份特别献礼——坦博尔智慧科技园正式揭幕。这座融合了生态人文与时尚科技的建筑群，既是坦博尔的自然美学体现，也是品牌25年来蓬勃产业活力的最佳注脚。

山景作序，依势而建，在坦博尔智慧科技园，移步易景间，每一寸都倾注十分匠心。自然元素融入园区，与新古典主义建筑相得益彰，不仅是美学建筑典范，更是人文与科技相结合的时尚生态，为产业发展带来绿色和可持续的未来。

站在品牌发展的新起点，7月8日，坦博尔25周年盛典&2024大消费产业高峰论坛暨2024AW户外流行趋势发布会在科技园盛大开启，高朋满座、星光灿烂。全行业共同见证坦博尔25年砥砺前行创新成果以及不断攀升的未来新境，解码大消费产业的前沿发展，推动国货品牌坦博尔的战略升级新路。同日，坦博尔智慧科技园盛大揭幕，全链条数智化产业升级，开启服装产业智能营销的新篇章。

坦博尔智慧科技园以一站式、全链条科技创新为核心，以全链条数智化解锁服装产业智能制造新篇章，打造服装行业数字化的产业发展新业态。



举办大消费产业高峰论坛，开启服装数智时代新洞察

随着互联网普及与消费升级，消费者对个性化、定制化及高品质产品的需求持续攀升，这对各行业提出了更高的发展挑战。在此背景下，坦博尔借25周年盛典之机，以2024大消费产业高峰论坛为契机，携手业界权威专家共探服装行业的数智化转型新路径。

“今年是坦博尔的第25年，也是品牌重要的成长里程碑。”坦博尔集团总经理王丽莉表示，顺应时代潮流，拥抱数智化转型，坦博尔始终坚持以用户满意为导向，用户的满意是衡量一切工作的准绳。未来，坦博尔希望提供给顾客一个环保和环境友好的品牌，鼓励一份对自然的敬意，倡导消费者寻求自我、达至真我的绿色生活方式与理念，与自然为友，做自然之美的传递者。

青州市委书记宋伟伟对坦博尔多年来的发展和社会贡献给予了高度肯定，希望未来坦博尔能进一步加快数智化、品牌化、国际化发展步伐，向打造世界一流企业和全球领先品牌的目标奋勇前行。

针对行业新发展趋势，与会专家进行了深入讨论与前沿分享。中国人民大学原副校长、国家金融研究院院长、中国资本市场研究院院长吴晓求就“中国经济与资本市场”发表了主旨演讲，回顾了中国近十年的三次消费升级以及消费变迁。他指出，中国经济里面富有生命力的表现是来自于民营企业，它的蓬勃发展让中国经济拥有无与伦比的竞争力。同时，他还在如何让民营经济发展起来中强调，“要正确看待民营经济发展，注重平等性，坚持国民待遇原则；要正确看待民营企业家，他们是财富的创造者”。

中国商业经济学会副会长王耀着重指出了文化在品牌发展中的重要性，他认为品牌可持续发展，需要品牌文化与功能相结合，要文化复兴、与时俱进。

国家冬季运动服装装备研发中心主任刘莉的分享，展现了科技对于运动服装、体育竞技发展的重要性。她指出，国家经济强大，竞技体育成绩才能好，这个时候拼的不是个人，而是整个国家。

会上，坦博尔与北京服装学院进行战略合作签约，并举行了北服-坦博尔极寒科技实验室揭牌仪式。北京服装学院党委书记周志军在讲话中表示，将进一步加强产教融合、校企合作，更好发挥双方在各自领域的资源优势，围绕科研攻关、人才培养、成果转化等方面全面合作。

此外，坦博尔还与国科创投进行了战略合作签约，国科创业投资管理有限公司董事长吴乐斌对与坦博尔合作的未来充满期待。



坦博尔带来了一场视觉与功能的双重盛宴。

启幕坦博尔智慧科技园，解锁服装智能制造新篇章

在万物互联的时代，科技正改变着人们生活，也影响着产业的发展，尤其是传统服装产业，更亟需数智化的赋能与推动。洞察行业发展新趋势，坦博尔率先布局，在25周年盛典之际，坦博尔智慧科技园全面揭幕，以全链条数智化解锁服装产业智能制造新篇章。

坦博尔智慧科技园项目总投资8.6亿元，占地面积2568亩，建筑面积17.9万平米，建设了面向全球的研发设计中心、产品线上销售中心，现代物流智能即时配送中心、羽绒服全

产业链数字化生态系统平台等，以一站式、全链条科技创新为核心，致力于打造服装行业数字化的产业发展新业态。走进智慧科技园，随处可见一台台高速运转的智能化设备，从设计研发、智能生产，再到智能分拣、仓储运输等，全链数智化赋能，极大提高了生产效率与产品品质。比如，通过部署智能箱式输送平台等智能设备，坦博尔的商品出库处理能力提升120%，分拣准确率高达99.999%。

此外，通过对服装产业前沿发展洞察，坦博尔在智慧科技园内打造了第六代全新户外旗舰店。店面室内设计秉承高山美学DNA，以岩石、木质、植被为主视觉点题，打破城市与自然的边界，让人宛若置身于广阔的山川森林，为消费者带来全新场景沉浸式购物体验。

直击灯光时尚大秀，创新科技引领场景功能服饰新潮流

在主题为“与自然为友”的25周年盛典上，坦博尔展示了一场令人耳目一新的时尚灯光大秀，这不仅是对过往辉煌的致敬，更是对未来时尚版图的深刻探索。作为服装产业创新的先行者，多年来坦博尔始终秉承对产品极致追求的理念，此次盛典更是将这份专注转化为了一场视觉与功能的双重盛宴。

现场，25名模特身着坦博尔经典系列服饰自坦博尔博物馆逆光涉水前行，带领与会嘉宾直观感受坦博尔从品牌开创新到发展，从设计灵感起源到经典版型打造的全过程，开启了一场经典与未来的对话。随后，园区激光闪耀，行政楼、体育馆、博物馆等重点建筑及景观被依次点亮，“坦博尔TANBOER智慧科技园”盛装启幕。

随着光影的流转，一件件设计感与功能性并重的服饰逐一亮相，它们不仅是行走的艺术品，更是应对不同户外挑战的智能装备。比如，明星单品坦博尔“果冻防晒衣”，采用创新原纱面料，不仅具备持久防晒、耐水洗的特性，还融合了凉感与速干科技，带来独特的清凉“果冻”般肤感，为户外爱好者带来清爽防晒的卓越体验。

25年变迁，看中国户外服饰未来

创始于1999年的坦博尔，创立之初紧跟行业发展，25年来，以消费者为核心，不断推动产品创新与品牌战略升级。从选材的精益求精，到设计的匠心独运，从成人到儿童的全覆盖，从单一场景到全域场景的深度拓展，坦博尔用实际行动诠释了“专业”与“卓越”，并打造出一系列兼具潮流与功能属性的户外运动装备，重新定义了户外服饰的新趋势。

本次盛典，不仅展现了坦博尔在设计领域的深厚积淀与卓越成就，更夯实了品牌在场景化功能服饰浪潮中的引领者与标杆地位。未来，坦博尔将以创新驱动为核，拥抱数智化新浪潮，加速推动企业向更加智能化、个性化、高效化的方向迈进，并以更加丰富的场景化功能服饰持续满足消费者的多元需求。TA



让氨纶的发展“弹力”十足

2024 年氨纶行业新质生产力发展论坛召开

■ 王军锋 / 文

为促进中国氨纶行业的持续健康发展，实现氨纶产业的技术创新升级，促进创新产品开发，让氨纶行业向产业高端迈进，由中国化学纤维工业协会主办、氨纶分会承办的“2024 年氨纶行业新质生产力发展论坛”于 7 月 12 日在河南洛阳举办。来自行业协会、研究院、高校及产业链上下游的专家、学者分别就国内外纺织服装贸易形势、行业可持续发展趋势、绿色低碳发展、原料应用、市场行情、产品应用等内容展开探讨和分享。

近年来，氨纶行业步入了高速扩能的周期，在经历了一段高速增长阶段后，产业产能过快增长，供需格局发生了较大的变化，市场竞争更趋激烈。中国化学纤维工业协会会长陈新伟表示，面对行业发展新形势，氨纶企业必须大力推进科技创新，发展新质生产力，提高企业的核心竞争力。现在氨纶不仅是传统概念面料的“味精”，已成为最具舒适功能的纤维新材料。随着人们对健康舒适美好生活的向往，氨纶在西服礼服、运动休闲、内衣家居等领域广泛应用。未来氨纶企业要与产业链上下游企业有机结合，在各个阶段都加大开发力度，研发差异化、功能性产品，坚持绿色化发展的理念，发展“新质生产力”，重视产品创新、打造氨纶品牌、开拓应用领域，持续提升氨纶行业竞争新优势。

行业运行篇：应市场格局之变，在供给与需求的升级中发力

2024 年以来，纺织行业总体上抵御了各种风险压力，呈现回升向好趋势，企业效益水平持续改善，规模以上企业工业增加值、营业收入、利润总额等指标均实现恢复性增长。

中国纺织工业联合会国际贸易办公室主任、中国纺织工业联合会产业经济研究院副院长赵明霞指出，发展新质生产力是加快行业高质量发展的强劲推动力和支撑力。纺织新质生产力是赋能现代化产业体系建设的關鍵，应重点培育科技新质生产力、文化新质生产力和绿色新质生产力，加强数实融合、布局未来产业、厚植绿色底色、文化赋能。在谈及纺织行业发展对策建议时，赵明霞强调，一是立足中长期低速增长市场环境，稳妥决策应对措施；二是发展新质生产力，建立核心竞争优势。

2024 年 1—5 月我国化纤产量为 3208 万吨，同比增长 15.39%。中国化学纤维工业协会副秘书长兼信息部主任吴文静表示，高增速很大程度上是由于 2023 年同期基数较低，随着基数的提升，增速会逐渐回落。2024 年以来，涤纶长丝、氨纶库存有所升高，涤纶短纤、锦纶、粘胶短纤库存处于低位。在下游需求方面，2024 年三四月份旺季开机负荷保持高位，特别是加弹、织造开机明显好于去年同期，回到近年同期高位，五六月份回落。2024 年以来，化纤行业运行呈现恢复性增长态势。

氨纶自发明以来，以其功能性及舒适性，为现代纺织服装行业的发展开辟了新天地。新乡化纤股份有限公司氨纶市场部部长贾舰坦言，目前氨纶品质突破不足，大部分生产厂家仍处于同质化扩建竞争。随着生物基原材料研发及商业化，为绿色氨纶的生产提供保证，绿色氨纶将成为新的亮点；氨纶差异化、功能性产品研发及成果进一步转化，这些都赋予氨纶新的市场机遇。



会议现场。

技术发展篇：坚持绿色发展，用科技打造氨纶新质态

BDO(1,4 丁二醇)是一种基础的有机和精细化工原料，也是氨纶生产的重要上游原料。中国石油和化学工业联合会化工新材料委员会副秘书长邓会昌对 BDO 行业及下游发展提出四点建议，一是健康有序发展 BDO 新增项目，大力推广生物法 BDO 项目；二是谨慎投资 BDO 产业；三是引导行业健康有序发展；四是关注 PTMEG 上下游产业链。

随着市场对于氨纶产品质量及细分化的需求，企业对于氨纶油剂性能有了更高的要求。洛阳常龙新材料科技有限公司纤维油剂产业技术研究院副院长刘银鑫表示，油剂配方的确定需要经过实验室验证、中试制样及最终工业生产稳定后确定，油剂的开发需要在实验室和纺丝工厂进行不断的迭代论证。油剂企业需要增加研发投入，提升研发实力，着重开发新型油剂原料，达到降本增效的要求。

绿色低碳和节能减排已成为社会经济发展共识，而生物基产业是其中重要一环。现阶段，氨纶的生物基路线各环节正在逐个打通，利用玉米、甜菜、农作物秸秆、甘蔗渣、玉米芯、废弃植物油等生产氨纶上游原料(BDO、PTMEGD 等)，已形成不同工艺路线。郑州中远氨纶工程技术有限公司董事长、总经理桑向东表示，目前生物基氨纶存在生产工艺复杂、成本高，生产规模还较小；生产技术成熟度较低，产业链还不完整，关键核心技术突破不足；产品市场推广和应用还需要时间等挑战因素。

创新应用篇：坚持创新发展，形成应用引领优势

东华大学材料科学与工程学院教授陈焯介绍了单一材料聚氨酯的各种化学回收方法、原理、技术难题、解决思路，以供氨纶回收借鉴。在目前应用中，氨纶并不是以单一材料出现，而是在涂层织物、混纺织物内，其回收方法主要有物理法和化学法，其中化学法有溶氨保 X- 碱解法、溶氨保 X- 醇解法、溶氨保 X- 共溶剂法。

江南大学纺织科学与工程学院副院长、教授马丕波指出，差别化氨纶在服饰用、产业用领域发挥着不可替代的作用，单品用量越来越多，应用领域也越来越广。未来，随着科技的不断进步和消费者需求的日益多样化，氨纶纺织产品将在更多领域展现出其独特的魅力和价值。

福建省宏港纺织科技有限公司专注于创新研发运动、内衣、时装领域的功能性化纤面料，公司市场部总监林铃松介绍了不同含氨纶服装的要求和特点，如贴身内衣、瑜伽服、泳衣等要求贴合性好、轻盈；专业运动服装要提供更好运动动态缓震、包裹感、支撑性，以及良好的肌肉压缩；户外通勤与时尚服装，要求提供更强紧密性、平整性，提升质感，增加跨场景、灵活性与舒适性。

上海七匹狼居家有限公司专注于男士居家服、内衣裤、袜品系列针织产品的研发、生产和销售。公司总经理杨杰表示，氨纶在內衣的应用呈现三个特点，一是氨纶用量持续增加；二是高性能氨纶需求增长；三是环保可持续氨纶受欢迎。TA

“蓄”绽纺城“丝”语全球

中国轻纺城北市场蕾丝、网布专营区

闽航蕾丝网布：

把“配菜”做成“硬菜”，是有“绝招”的！

■ 本刊记者_王利 文 / 摄

时尚是个轮回，这个夏天蕾丝元素强势回归，蕾丝与薄纱的混搭掀起时尚波澜，曾经的“配角”晋升为当之无愧的“主角”。那么，在服装应用中蕾丝到底是辅料还是主料？当很多人的认知还停留在蕾丝通常用作装饰辅料和女生贴身衣物时，这家企业的蕾丝不仅广泛应用于女装、童装大身面料，还成功推出适用于男装的热销面料。

漫步中国轻纺城北市场二区三楼的蕾丝、网布专营区，浪漫优雅、绚丽多彩的蕾丝，轻盈飘逸、柔软丝滑的网布，如乱花渐欲迷人眼。位于楼梯口的“福建闽航蕾丝网布”门店格外引人注目，这是一家源自福建长乐 的蕾丝、网布工厂企业，并在柯桥成立了绍兴奥高贸易有限公司。走进 去与总经理陈维栋面对面交流后会发现，潜藏在门店背后的研发创新、原创设计、生产织造、渠道流通等强大的综合实力更加值得关注。

创新迭代，提升应用领域和时尚价值

如何把“配菜”做成“硬菜”？作为一家专注蕾丝、网布 20 余年的老牌企业，“福建闽航蕾丝网布”在不断实践和创新的过程中，探索出属于自己的“绝招”。陈维栋认为，蕾丝、网布的应用领域和时尚价值，不仅受不同时期时尚潮流趋势和不同设计师设计风格影响，更是由面料本身的材质、花型、色彩、工艺等多方面因素决定。

“你看这款面料，如果是单一的网布，那么通常用于服装里料，但是我们通过后道工艺加入 3D 立体绣和珠片，塑造出甜美、可爱的风格，就成了童装热销款，很适合做小朋友的公主裙。”陈维栋说道。在“福建闽航蕾丝网布”门店内，色织蕾丝、磨毛蕾丝、蕾丝印花、牛百叶等系列，以及锦棉、锦氨、全棉，叠加金银丝、亮片等材质的蕾丝让人眼花缭乱，网布通过绣花、烂花、涂印等后道工艺处理，附加值和高级感直线提升。被问及公司共有多少款产品时，陈维栋表示，一直走在创新的路上，二十余年的积淀，款式根本数不清。

据了解，该公司拥有专业的设计团队，每年都会前往欧美各国参展、调研，结合国际流行趋势，每个月推出近 20 款新花型。随着面料材质的多元化运用、花型设计的不断创新、工艺技术的迭代升级，该公司生产的蕾丝应用领域持续拓展，从常用于婚纱、礼服、内衣和配饰的辅料，拓展到可以广泛用于女装、童装、男装、家纺、鞋材等多领域的主料。

那么，蕾丝如何用于男装？很多人或许觉得不可思议。“这款蕾丝采用色织工艺，正是今年用于男装的热销款，材质上可以用棉、涤、丝、毛等不同成分，色彩上通常采用黑白混合经典色，可以用于男装外套、短袖等，风格新颖、时尚大气。”陈维栋认为，只要格局和思维打开，敢于创新尝试，



陈维栋

“配菜”也能做成“硬菜”。

二十余年来，“福建闽航蕾丝网布”通过产品不断迭代升级，陈维栋始终保持行业竞争力。凭借新颖的款式、过硬的品质、丰富的品类，该公司产品远销欧洲、美国、东南亚等世界各地，得到许多国际品牌的高度认可，同时在国内市场也占有一席之地，保持稳步发展的态势。

前店后厂，重构商业模式与竞争优势

说到“前店后厂”，许多人都知道是珠江三角洲地区与港澳地区经济合作中地域分工与合作的独特模式。而陈维栋却给出了不一样的解释：中国轻纺城是全球最大的纺织品集散中心，福建长乐是我国重要的蕾丝网布生产基地，把柯桥作为拓展营销渠道的“前店”，而福建长乐作为生产“后厂”，两地强强联合、协同发展，将形成具有独特产业优势的“前店后厂”新型商业模式。

当然，不管是前店还是后厂，产业集聚、串珠成线才是提升竞争优势的关键。“搬到专营区后不仅市场环境升级了，我们的门市面积也扩大了三四倍，产品陈列、客户洽谈空间更大了，‘一站式’采购更加方便客户找样。我对蕾丝、网布专营区的做大做强非常有信心，可能有人会担心太多的蕾丝、网布企业集聚在一起会造成‘内卷’，但我认为良性竞争会促进企业不断提升和市场健康发展。”陈维栋表示，中国有句老话“团结就是力量”，专营区整体品牌知名度提升了、人气兴旺了，这将惠及入驻的所有企业。

据了解，陈维栋不仅是第一批入驻专营区的经营户，还是专营区建设的重要支持者，号召了许多来自福建长乐的源头厂家签约入驻。“你别看大家都在一间小小的门店里经营，其实大部分门店背后都有自己的工厂，拥有强大的生产协作能力。”陈维栋告诉记者，“福建闽航蕾丝网布”拥有电脑机、贾卡机、经编机等共 50 余台设备，还有自己的印染工厂，近年来不断对设备进行更新升级，随着设备自动化程度提升，极大地提高了生产效率和产品质量，降低了人工成本和生产能耗，让产品更具性价比、竞争力。

谈及下一步发展规划，陈维栋表示，产品与渠道两手都要抓，两手都要硬。在产品创新方面，不仅要以市场需求为导向，更要以高质量产品供给创造更多新需求，在坚守产品质量底线的基础上，坚持原料、花型、色彩持续创新；在渠道拓展方面，以专营区为大本营，跟随市场的脚步积极参加对接会、云展会等，并计划扩宽门店面积，以良好的营商环境吸引更多采购商上门洽谈交流。TA



鄂尔多斯开启全新温暖之旅。

鄂尔多斯： 步入“北京+上海”双总部模式

■ 本刊记者_郭春花

6月27日，鄂尔多斯品牌上海总部正式启幕，品牌步入“北京+上海”双总部模式，开启全新温暖之旅。

鄂尔多斯上海总部启幕， 助力品牌迈向更广阔市场

鄂尔多斯品牌上海总部地处静安区，该区一直是国际时尚高地和品质消费的风向标，将品牌上海总部选址于此，有利于品牌对接国际化的时尚人才和资源，而上海国际化、多元化的文化氛围，也将为品牌提供更多设计与创意灵感。如今，品牌上海总部正式启幕，北京上海一南一北双总部协同模式，将助力鄂尔多斯品牌向更广阔的市场迈进。

鄂尔多斯品牌上海总部由知名设计工作室 ONOAA STUDIO 设计，以“Worker and Workshops，被看见的工作者，被看见的工作间”为设计理念，在空间设计、功能区域规划中关注人与空间的情感连接和融合。将员工工作、休息等活动有机融入空间之中，与空间构成一个和谐的整体，每一位员工的工作状态在空间里自然呈现。

办公空间设计中还充分考虑来访者切身感知和员工办公的双重需求，空间的布局和办公家具的设计与陈列都兼具了很好的开放性私密度。独特的陈列和动线设计，引领到访者在这里直观地感受、理解鄂尔多斯品牌内涵。

办公区采用白色为主色调，打造明亮、雅致的氛围，而墙壁则选择更为内敛的灰色壁布加以装点，平衡了白色的纯净感，同时壁布丰富的肌理则营造出放松感。办公区的颜色及材质选择，配合为员工沟通交流、劳逸结合而精心设计的协作区和休闲区，细节处体现了鄂尔多斯的“温暖”文化。



五品牌 24 秋冬系列预览， 展示新一季创新工艺与设计风格

6月27—28日，鄂尔多斯集团旗下五品牌矩阵集体在新启幕的上海总部亮相，举办了五品牌 24 秋冬系列预览会，展示各品牌新一季的创新工艺与设计风格。

1436 2024 秋冬系列主题为“即兴 Improvisation”，女装系列设计灵动而随性，如即兴表演般，让身体感知成为创作的来源；男装系列则解析多重角色的穿搭魅力。

ERDOS 2024 秋冬女装以“FALLING INTO THE WOODS 大梦想家”为主题，艺术化时装作为秋冬系列的核心概念，在羊绒与多元材质的反差对比和工艺肌理的变化，以及代表女性多面时刻的风格中生动呈现。

ERDOS 2024 秋冬男装以“HIS PHENOMENON”为主题，时装作为一种间接自述，鲜明风格由此外化成自我意识的表达，为工作场景注入松弛意味，休闲时刻保持雅致风格，营造属于 ERDOS 男性的独特时装语境。

鄂尔多斯 1980 2024 秋冬新品系列以“诗中屿”为主题，纯净色系由浅及深，剪裁流畅轻盈，以简洁廓形回溯生命本貌，抒发自由生动的内在力量。本季鄂尔多斯 1980 继续以“羊绒专家”为核心定位，打破传统羊绒的应用边界，探索羊绒在不同领域间的更多可能。

BLUE ERDOS 2024 秋冬系列以“人间乐园 Paradise Anyways”为主题，展开一场对时间与空间、生活与世界的探索。新一季品牌依旧不断追求在任何都市场景中都可以脱颖而出的廓形设计与材质，让简约随性与考究时髦同时展现于一件服装上。

erdos KIDS 2024 秋冬以“WARM HUG 拥抱”为主题，将羊绒作为故事主角，诠释拥抱带来的亲密连接和能量，定格爱和陪伴的美好时刻。

作为品质羊绒的代表者和羊绒文化的传承者，鄂尔多斯品牌不仅在羊绒材质、设计风格上不断探索，也一直以积极态度推广传播羊绒全产业链可持续发展并践行“负责任羊绒”理念，即在保护生态、减少碳足迹、遵循动物福利的前提下生产羊绒，已成为推动时尚行业可持续发展的重要力量。

此次预览会特意设置了可持续展示空间，向到场客人展现鄂尔多斯对羊绒行业可持续发展的独到见解和长期坚持。以鄂尔多斯高原独有植物为原型设计的玻璃窗花，视频里嬉戏玩耍的阿尔巴斯绒山羊一家，以及鄂尔多斯可持续发展产品——善 SHAN 系列的特别呈现，不仅将内蒙古草原的自然气息带到了上海，更展示了鄂尔多斯集团从草原牧场到消费市场一系列的可持续行动，讲述了羊绒材质背后所蕴含的温暖。

从草原到市场、从北京到上海，鄂尔多斯品牌上海总部伴随 2024 秋冬季的来到正式启幕，“鄂尔多斯，温暖全世界”的故事也翻开新篇章。TA

中国轻纺城集团 旗下平台

利可达
LIKEDA LOGISTICS

发货选我

LIKEDA LOGISTICS

< 货通天下，立可到达 >

—— 全国范围线路一键可查，发货就上利可达 ——



扫码即可一键下单

电话：400 606 5018

您值得信赖的专业市场物流

夏日淡季行情回缩 价格指数环比微跌

20240715 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20240715 期纺织品价格指数收报于 105.09 点，环比下跌 0.04%，较年初下跌 0.05%，同比下跌 0.28%。



中国轻纺城夏日淡季行情回缩，其中：原料市场价量环比回升，坯布市场价量明显回落，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升，辅料价量环比上涨。

原料价量环比回升，涤纶环比上涨，纯棉纱基本稳定

据监测，本期原料价格指数收报于 82.95 点，环比上涨 0.36%，较年初上涨 1.12%，同比上涨 0.62%。

聚酯原料涨跌互现，涤纶行情环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比上涨。近期华东地区 PTA 现货主流 5952 元/吨，环比下跌 158 元/吨；MEG 主流 4822.5 元/吨，环比上涨 90 元/吨；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 7150 元/吨左右，环比下跌 25 元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比推升，价格环比上涨，POY 报价 8025 元/吨，环比上涨 25 元/吨；FDY 报价 9220 元/吨，环比上涨 20 元/吨；DTY 报价 9410 元/吨，环比上涨 10 元/吨。部分聚酯工厂涤纶长丝价格依然上涨，涤纶本轮涨势仍未停止。上游原料价格持续高位，但随秋冬季订单稍有升温，部分厂商原料刚需采购以支撑订单生产，织造企业原料库存窄幅增加。

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 7760 元/吨，环比下跌 90 元/吨。江浙地区涤纶短纤市场行情环比下跌，实单成交局部下降，下游采购环比回缩，市场交易气氛局部下潜。纯涤纱市场报价稳涨互现，32S 纯涤纱报 12080 元/吨左右，环比上涨 110 元/吨；45S 纯涤纱报 13300 元/吨左右，环比持平。近期纯涤纱开工率环比小升，纯涤纱出货局部小增。

纯棉纱价格基本稳定，人棉纱价格稳涨互现。近期，萧绍地区纯棉纱市场成交仍显回缩，价格基本稳定。气流纺 10S 纯棉纱报价 16450 元/吨，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 22300 元/吨，环比持平；精梳 40S 纯棉纱报价 25600 元/吨，环比持平。近期陆续有少量秋冬季订单下达，市场需求有缓慢启动迹象，需求以 C32S 及以上支数纯棉纱为主，但当前订单主要流向大中型织造企业，小厂限产、关停状态没有改变，整个棉纱、坯布市场仍需要“以时间换空间”。目前沿海地区除 32 支高配环纺、紧密纺出货稍好外，低支环锭纺纱、气流纺纱询价成交也触底反弹，活跃度有所回升。

近期，粘胶短纤原料价格基本稳定，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13500 元/吨左右，环比持平。虽处纺织淡季，下游需求端表现疲软，但粘胶短纤企业库存偏紧，叠加成本增加，工厂低价惜售情绪浓郁，市场价格基本稳定，厂商报盘环比持平。终端需求不足，下游人棉纱厂开机率不高，人棉纱价格稳涨互现。30S 人棉纱价格报 17200 元/吨左右，环比上涨 30 元/吨；40S 人棉纱报 18400 元/吨左右，环比持平。

坯布行情明显回落，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 118.39 点，环比下跌 1.64%，较年初下跌 1.42%，同比下跌 2.03%。

近期，坯布市场行情呈环比回缩走势，订单环比下降，价格环比下跌。其中：天然纤维坯布需求明显回落，纯棉纱卡坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交明显回落；化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回

落，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量明显回落；混纺纤维坯布行情环比回落，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，本期服装面料类价格指数收报于 116.47 点，环比上涨 0.37%，较年初上涨 0.02%，同比上涨 0.09%。

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，因夏日淡季夏季面料补货环比回缩，秋冬季面料下单局部增加，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：涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、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。

家纺市场微势推升，价格指数环比微涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.14 点，环比上涨 0.01%，较年初下跌 0.71%，同比下跌 0.84%。

本期家纺类价格指数环比微涨。近期，家纺市场行情微势推升，轻纺城家纺市场成交略有增加，整体市场价格环比微涨，创新色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比推升，兼具时尚元素的创意产品现货成交量和订单发货量环比增加，价格指数环比微涨。其中：床上用品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；日用家纺类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈环比小涨走势，拉动家纺类总体价格指数环比微涨。

市场行情环比回升，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 130.33 点，环比上涨 0.63%，较年初下跌 0.99%，同比下跌 1.39%。

本期服饰辅料类价格指数环比上涨。近期，市场成交环比回升，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比上行，价格指数环比上涨。线绳类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；衬料类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类行情环比推升，价格指数呈环比上涨走势；带类行情环比回升，价格指数呈环比上涨走势，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，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，整体市场成交将呈现震荡小升走势。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

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

适逢淡季，市场景气指数小幅下降

2024年6月份商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”市场景气点评

据商务部中国·盛泽丝绸化纤指数（下称“盛泽指数”）监测显示，随着传统淡季来临，2024年6月份盛泽市场月度景气指数小幅下降。数据显示：2024年6月份市场整体景气指数为91.88点，与上月相比下降了0.14点，跌幅0.15%。从分类产品市场景气指数来看，化纤类产品6月份市场景气指数为90.97点，较上月下降了0.51点，降幅为0.56%；丝绸类产品景气指数略有下降，较上月跌了0.29点，收在102.66点。

图1 盛泽市场整体景气指数走势图



分析可见，6月市场传统淡季来临，纺织企业接单数量开始走淡，市场整体行情较5月略有下降。订单方面，夏季订单基本告罄，秋冬季节订单询价气氛仅窄幅提升，且订单多在商榷阶段。原料方面，聚酯切片、聚酯短纤、涤纶长丝价格均上涨，但产销并不乐观，且需求端属行业淡季，加剧下游抵触心理，工厂维持刚需采购。7月纺织市场将受到淡季和高温双重考验，预计市场景气度将再度下降。

影响化纤产品景气指数走势的因素分析

化纤类产品6月份市场景气指数为90.97点，较上月下降了0.51点，降幅为0.56%。从二级指标来看，6月总体成交气氛较上月5月略有下降，所有指标均下跌。6月市场传统淡季来临，纺织企业接单数量开始走淡。在整体行情走弱的前提下，月度景气指数的二级指数均受到影响而出现下降。

图2 盛泽市场化纤产品景气指数走势图



相比上年同期，今年6月二级指标全部上涨。虽然同为传统淡季，但今年整体纺织行情复苏明显，且上半年旺季行情持续时间较长。因此，今年6月份月度景气指数的二级指数均较去年同期上涨。

1. 正值传统淡季，需求减弱。6月是传统淡季，但今年淡季来得较晚且氛围较轻。目前下游服装生产企业、家纺生产企业订单走弱，纺织品市场观望情绪较浓，多数客户刚需打样拿货，并未有实质性大货下达。外贸订单稍有传达，欧美国家部分秋冬服装订单刚需已下达，交付时间缩短。因此，6月化纤类产品景气指数下降。

2. 涤纶长丝价格上涨，坯布价格跟随上涨。6月下旬开始，涤纶长丝

受到国际原油不断上涨和聚酯大厂联合保价的影响，其价格出现明显的跟涨。受此影响，坯布市场迎来了一轮明显的价格上涨潮。但6月正处于淡季，贸易商对坯布价格上涨有一定的抵触情绪，且订单量也有下降，因此6月化纤类产品景气指数下降。

3. 海运费一天一个价，外贸出口受影响。近几个月，受红海局势持续、“抢出口”、船东提价等一系列事件影响，海运价格持续走高。海运出口市场价格波动频繁，几乎每日不同。由于舱位及集装箱资源极度紧张，货代公司向航运公司预订的舱位频繁遭遇取消，导致供应链稳定性大打折扣。外贸企业因此面临严峻挑战，货物积压成常态，交货延误风险急剧上升。受海运费波动幅度大的影响，6月化纤类产品景气指数下降。

影响丝绸产品景气指数走势的因素分析

6月，丝绸类产品景气指数略有下降，较上月跌了0.29点，收在102.66点。从蚕茧丝绸产品二级景气数据分析，6月总体成交气氛较5月持平，但二级指标进货成本、销售总量、产品库存、盈利变化、企业融资、货款拖欠、店员工资、运输成本、产品创新9类指标下降，其余指标保持稳定。同比数据来看，今年6月的市场行情较去年同期均有上涨，所有指标均上升。主要原因是今年经济整体恢复，纺织市场需求增加。

图3 盛泽市场蚕茧丝绸类景气指数走势图



1. 受天气影响，蚕茧质量下滑。广西地区是蚕茧养殖的重要地区，6月处于春夏茧上市时期，但期间暴雨不断，蚕茧上市质量下滑。同时收购价格也同步下调，部分缫丝企业停收。加上进入6月中旬，夏季气温逐渐升高，蚕茧质量继续转差。

2. 下游企业刚需拿货，生丝交易一般。6月整体保持淡季态势，工厂对原料备货基本以刚需拿货为主。下游织造工厂方面，常规绸缎面料继续呈现内外销淡季特征，提花织物的内销拿货也较前期有所放缓。

后市预测

综合来看，受传统淡季影响，6月市场整体下降。而后进入7月，淡季氛围将逐渐深入，市场整体需求还将下降。因此预计7月市场行情将有明显下滑，市场景气指数较6月有所下降。TA

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：沈佳羽

电话：13962558524



纺织之光 同行 微生活
扫描二维码 立即下载推广APP



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、技能人才培养突出贡献奖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

