

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

2024.09.09 | 第34期 | 总第1186期





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竞争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.....



推动纺织服装工业数据全面采集

- ◇咨询诊断
- ◇数据平台建设
- ◇云 ERP/ERP
- ◇农云智慧商贸

推进纺织工业数据分类分级传输交互

- ◇数据分类分级
- ◇标准建设
- ◇工业互联网标识解析二级节点

协同推进纺织服装大中小企业应用、发展

- ◇纺织云超
- ◇中纺云课堂

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

(以上数据来源于企业)



中国国际纺织机械展览会
暨ITMA亚洲展览会

新加坡2025

2025年10月28 - 31日
新加坡博览中心

www.citmesingapore.com



纺织技术平台 推动区域发展

运用已被证实的业务平台
推动您的区域增长

60,000m²
展览总面积

600
家参展商

30,000
位专业观众



了解更多

在2024年11月12日之前取得您合意的产品区域位置。立即申请!

主办单位	承办单位	协办单位	支持单位	举办国家	联系我们

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 淼 余 晖

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

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:

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

光影再现, 涌动新生
上半年我国纺织行业国际市场竞争力总体保持稳定

08 关注 Attention

以“家企工融”促家企共荣

10 特别报道 Special

金秋沪上, 四展争妍!
以商贸盛宴开启新一程
心怀期待与信任, 共赴下一场山海!
抢滩“金九银十”, 为决战“全年红”添把火
高口碑收获业界一致肯定



16 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

兵法制胜, 锦囊妙计助企破局
华之瑞纺织: 守业路上的传承与创新
中国轻纺城精品面料展团“点亮”2024 intertextile 秋冬面料展

20 纺机 Industry

让科技创新转化为变现能力

22 集群 Cluster

推动区域品牌协同发展
创意袜品广受关注
达方服饰: 即墨童装之光的崛起与创新
前颜服饰: 以原创和供应链成就传奇

24 一线 Frontline

凌迪 Style3D: 以惊人革新之速, 带你尽览数字时尚未来
鹰游新立成: 特宽幅绒毛面料尽显尊贵与高雅
永荣股份: 将绿色设计、功能融合进行到底

26 指数 Index

淡季尾市销售回升 价格指数环比微升



袁春妹
《纺织服装周刊》副总编辑

OVERSEAS INVESTMENT 不出海, 就出局

很难想象, 2020 年之前还毫无名气的希音公司, 在 2023 年的估值就达到了 1000 亿美元; 同样让人震惊的是拼多多, 在 2023 年 11 月 29 日市值首次超越了阿里巴巴; 同一年, 字节跳动以约 1100 亿美元的收入超过了腾讯……闪闪发光的数据, 超越同类大牛公司的本领, 在让人羡慕的同时, 也吸引了很多企业研究、效仿他们的成功模式, 并将焦点锁定在了他们积极的出海布局上。

说到出海, 今年以来笔者陆续从部分接触到的企业那里感受到, 大家对于出海的关注度明显高于以往。有刚刚着手出海的企业, 期待能够通过一些行业协会背书的海外活动拓展外销; 有些企业则是在千方百计挖掘外贸人才、寻找海外代理等。交流中, 这些企业大都把出海作为“逃离”当前国内市场超级“内卷”状况的手段, 其中也不乏企业是为了规避欧美等国家和地区对中国制造设置的贸易壁垒。

有人甚至提出: 不出海, 就得出局!

看得出, 当前企业对于“出海”这件事很迫切、很着急, 然而, 笔者却没听到几个企业拿得出有“章法”的出海策略。

出海不易! 即便只是围绕业内绝大多数企业的出海目标——增加海外业务这个维度来说, 也并不简单。

有些外贸企业、外贸人的经验, 可能值得着急“走出去”的企业静下心来认真思考一下。

比如, “出海新人”们是否把这项工作作为了企业的“一把手工程”? 这个答案直接影响企业能否成功出海。因为, 目前大多数企业都希望于在海外延续自己的业绩上扬, 是带着迎接鲜花和掌声的美好预期出发的, 但现实状况大概率会是, 企业在出海的前几年里要持续投入但业绩却不能快速增长。有专业人士分析, 一个实力较强的企业, 大约要用十年时间才能实现企业海外收入占比达到 30%, 在出海的前三年将这个数据设定在 5%—10% 都算是乐观预期。所以, 出海需要决策者作为支撑。

此前, 笔者也听一些行业企业提到, 出海的策略是“平替大牌”。大家也深知大牌平替的基础是低价, 但前提却是高质。很多企业都曾抱怨, 即便是比肩国际水平的国产设备, 在海外也会被低看一等, 对于产品价格的话语权很弱。如今, 这样的状况可能仍将延续, 要出海, 我们可能要把低价高质作为自己的标配, 企业需要有这样的心理准备。

有些企业, 做海外市场的模式就是照搬国内, 且这样的企业可能不在少数。但面对不同地域、不同文化、不同理念, 我们又如何靠着不变应万变?

虽然有人说不出海就出局, 其实前提还得看大家肯为出海作出怎样的努力, 毕竟, 从没有人说过出海等于不出局。

View point / 产经看点

今年以来, 我国采取一系列政策措施大力支持民间投资发展, 推动民营企业参与基础设施等重大项目建设, 总投资超过 5 万亿元。

——国家发展改革委

数据显示, 上半年科创板研发投入再创新高, 累计投入超 780 亿元, 同比增长约 10%。

——经济日报

国家外汇管理局最新数据显示, 7 月, 我国国际收支货物和服务贸易进出口规模 42352 亿元, 同比增长 12%, 顺差 2933 亿元, 创 2023 年以来月度新高。

——人民网

今年 8 月份, 我国仓储指数为 50.2%, 较上月回升 3.7 个百分点, 重回扩张区间; 我国物流业景气指数为 51.5%, 环比回升 0.5 个百分点。

——中国物流与采购联合会

国家统计局服务业调查中心、中国物流与采购联合会 8 月 31 日发布数据, 今年 8 月份, 中国制造业采购经理指数 (PMI) 为 49.1%, 比上月下降 0.3 个百分点。

——新华网



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

光影再现，涌动新生

第五届中国纺织摄影艺术大展举办

8月27—29日, 2024中国纺织工业联合会秋季联展在国家会展中心(上海)举行。作为展会的多元组成部分, “致敬新中国75周年第五届中国纺织摄影艺术大展”同期展出。中国纺织摄影艺术大展是中国纺织摄影协会的全国性品牌展览和届别展, 每两年举办一次。展览以“推动文艺创作, 反映时代精神”为核心, 展示中国纺织摄影人为歌颂时代进步、反映行业发展、升华艺术理念所演绎的优秀摄影创作。

本次展览由中国纺织摄影协会主办, 自2024年3月开始, 进行了为期4个月的征稿。大展分为“涌动新生”纺织服装行业单元“无主题艺术单元”“短视频单元”三大类别, 收到全国摄影爱好者1200余件投稿作品, 经专家评审最终120件作品入围本次大展。

开展期间, 摄影展区的观众络绎不绝, 纷纷拍下吸引自己的影像“历史时刻”, 透过平面、光影流转、写实的记录与艺术的创作在镜头中融合, 让观众看到了社会发展的过去、现在和未来。中国纺联原会长杜钰洲, 秘书长夏令敏, 纪委书记王久新, 副会长徐迎新、阎岩、梁鹏程, 党委办公室纪委办公室主任周腊权, 中国纺织摄影协会会长、达利丝绸(浙江)有限公司董事长林平, 当代摄影艺术家、摄影协会原副会长钱晋, 摄影协会副会长王水元等领导嘉宾来到摄影现场参观。

与当代普遍印象中的先锋艺术展不同, 中国纺织摄影艺术大展承担更多的是纺织服装行业反映时代发展、弘扬核心价值观的使命。自创立以来, 艺术大展通过镜头, 展示了众多生动细腻且令人记忆深刻的行业变迁瞬间,



相关领导和专家来到摄影现场参观。

摄影家着力于每一个不同角度呈现变化过程, 以艺术浸润引领当代纺织人时刻回溯过去、展望未来。

本届大展以精细的划分和向外的积极拓展提升了“量”, 以更符合当代年轻人审美的欣赏方式和节奏创新涌动提“质”。行业单元涌现出多幅体现新质生产力赋能纺织服装产业高质量发展的作品; 特别开设的艺术单元以无主题的大格局, 为摄影作品“留白”, 促成了更多“妙境”, 直面当代互联网争文化高地的挑战, 调动一切可融合的力量为年轻观众打开参与的内容渠道。(钟方)

2024 中国纺织品服装贸易展览会(洛杉矶)举办

8月13—14日, 由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与法兰克福展览(北美)有限公司联合主办的2024中国纺织品服装贸易展览会(洛杉矶)暨洛杉矶Texworld 服装面料展(Texworld Los Angeles)和洛杉矶国际服装采购展(Apparel Sourcing Los Angeles)(以下简称洛杉矶展), 在美国洛杉矶加利福尼亚市场中心(CMC)举办。

本次洛杉矶展吸引了来自12个国家和地区近百家企业的积极参与。在这些参展商中, 超过半数的企业持可持续和绿色环保认证, 展现出他们对环保的承诺。同时, 大多数的展商也有能力承接小批量订单, 体现了他们对市场需求的灵活响应。

买家方面, 本次展会吸引了包括Disney, Guess, Brooks Running, Fabletics, Deckers Brands, Shein等知名品牌在内的1000余名观众到场参观洽谈。

洛杉矶展举办地CMC汇集了近千家时尚品牌样板间、时尚活动、创意办公室, 涵盖了服装、配饰等多个领域, 辐射整个美西市场。本次展会吸引了来自世界各地的时尚与纺织专业人士共聚一堂, 共同探索前沿的创新技术与趋势。由美国领先趋势预测公司Doneger TOBE精心策划的趋势区更是成为了焦点, 展示了即将引领25/26秋冬潮流的色彩与面料辅料、服装服饰。展会期间以环保、可持续、供应链、趋势预测等主题, 特别设立了十余场论坛活动, 特别是以“面料的未来: 可持续性技术的交汇”为主题的论坛, 更是吸引了众多参与者, 突显了业界对可持续实践的日益重视。

据了解, 下一届洛杉矶展将于2025年7月29—31日, 和7月22—24日举办的北美东海岸最大纺织服装面料展——纽约展进行联动, 构建横跨美国东西海岸的纺织服装贸易交流平台, 助力企业开拓北美市场。(尹悦)

后浪时尚总部基地产业会客厅对外开放

9月2日, 后浪时尚总部基地产业会客厅开放盛典在湖南省株洲市举行。开放仪式上, 以素白、她之蝶为代表的株洲头部服饰企业签署了入园协议, 正式入驻后浪时尚总部基地, 产业集群效应开始凸显。

后浪时尚总部基地位于株洲市芦淞区江渌路, 由中国500强、省属千亿国企湖南建投旗下企业湖南建投地产集团, 联合厦门展洋产城投资有限公司及株洲服饰产业联合会共同打造。

据了解, 项目开工建设以来, 受到了服饰产业及社会各界的广泛关注, 项目6万平方米叠级艺术台地景观、1万平方米城市级秀前广场、8000平方米云顶公园、300米时尚潮流云商街、3万平方米仓储物流配套等恢宏手笔和超前的规划理念赢得各方赞誉, 已建成的产业会客厅高度还原了设计方案, 它的完美开放为产业注入了澎湃动力。

在产业资源与产业生态搭建上, 后浪时尚总部基地同样也在提前布局, 除了项目已经签约的十一家合作资源外, 本次开放仪式上还链入了新的合作伙伴与资源, 如天安骏业集团(深圳智慧运营)、中湘智建、美象信息、蓝色时空等, 并与国内最大的时尚产业综合体运营商——设界科技集团合作发布了《光年计划》, 共同为株洲青年设计师打造孵化平台。

开放仪式在礼炮齐鸣中圆满礼成, 后浪时尚总部基地产业会客厅正式对外开放, 代表株洲服饰产业面向世界时尚发出邀请。(吕杨)

上半年我国纺织行业国际市场竞争力总体保持稳定

今年以来, 我国纺织行业面临的外部形势较为复杂, 海外市场需求疲弱、国际贸易摩擦加剧等风险因素带动行业国际贸易环境不稳定不确定因素明显增多。但受益于行业自身体系完备、高效协同的产业优势及全球领先的制造优势, 行业国际市场竞争力持续释放, 上半年我国纺织品服装在美国、欧盟进口市场中所占份额小幅提升, 在日本进口市场中所占份额微降。

美国商务部纺织品服装办公室(OTEXA)数据显示, 上半年美国自全球进口纺织品服装金额共计493.5亿美元, 同比减少3.6%, 其中自我我国进口金额为111.3亿美元, 同比减少1.6%, 我国在美进口市场占比为22.6%, 较上年同期提高0.5个百分点。主要进口来源国中, 自越南、印度、巴基斯坦、土耳其进口纺织品服装所占市场份额均较上年同期有所提升, 上半年美国自上述国家进口纺织品服装金额分别为72亿美元、48亿美元、18.4亿美元和12.1亿美元, 在美进口市场份额分别为14.6%、9.7%、3.7%和2.5%, 较上年同期分别提高0.4、0.6、0.1和0.1个百分点。但自孟加拉国、印度尼西亚纺织品服装进口所占市场份额有所下滑, 上半年孟加拉国在美进口市场份额下降0.6个百分点至7.1%, 印度尼西亚在美进口市场份额下降0.2个百分点至4.5%。

从美国自全球主要市场进口的纺织服装大产品的市场份额变化来看, 我国面料、纺织制成品以及按原料划分的化纤制品在美进口市场竞争力较好, 上半年美国自我我国进口上述产品所占市场份额分别为17.8%、37.3%和29.8%, 较上年同期分别提高1.8、0.3和0.6个百分点, 稳居第一; 我国服装在美进口市场竞争力保持稳定, 上半年我国所占进口市场份额为19.1%, 与上年同期持平。但受所谓“涉疆法案”影响, 我国棉制品、纱线产品市场份额虽同比提高, 但不及印度、土耳其, 均位列第二。上半年

我国棉制品在美进口市场份额为13.8%, 同期印度占比上升至15.4%; 我国纱线在美进口市场份额占比为12.2%, 同期土耳其占比上升至13.7%。印度羊毛制品超过我国成为在美第一大进口国, 上半年美国自印度进口羊毛制品所占份额为16.7%, 较上年同期提高1个百分点, 高于我国所占份额0.2个百分点。

日本海关数据显示, 上半年日本自全球进口纺织品服装金额约152.9亿美元, 同比增长4.7%, 其中自我我国进口金额77亿美元, 同比增长1.4%, 我国在日本进口市场份额为50.4%, 较上年同期小幅下降1.7个百分点。在上年同期较低基数作用下, 日本自主要市场纺织品服装进口规模呈现普涨态势, 其中自越南、柬埔寨进口金额及市场份额上升较快。上半年日本自越南进口纺织品服装金额24.1亿美元, 同比增长11.3%, 越南在日本进口市场份额较上年同期上升0.9个百分点至15.7%; 自柬埔寨进口纺织品服装金额6.1亿美元, 同比增长20.9%, 柬埔寨在日本进口市场份额较上年同期提高0.5个百分点至4%。

欧盟统计局数据显示, 1—5月欧盟27国自欧盟外进口纺织品服装金额共计507.4亿美元, 同比减少5.1%, 其中自我我国进口金额为137.8亿美元, 同比减少4.5%, 我国在欧盟自盟外进口市场占比为27.1%, 较上年同期小幅增长0.2个百分点。欧盟自其他主要新兴市场纺织品服装进口金额普遍有所缩减, 1—5月自孟加拉国、土耳其、印度、印度尼西亚纺织品服装进口额同比分别减少5%、7.9%、5.6%和12.5%, 上述四国在欧盟自盟外进口市场占比分别为16.8%、12.5%、6.6%和1.1%, 其中土耳其、印度和印度尼西亚市场份额较上年同期分别下滑0.4、0.1和0.1个百分点, 孟加拉国市场份额与上年同期持平。(牛爽欣)



绍兴柯桥
国际纺博会
THE 26TH KEQIAO International
Textile Expo



ufi
Approved
International
Event

第26届中国绍兴柯桥国际纺织品博览会(秋季)

THE 26TH KEQIAO TEXTILE EXPO (AUTUMN), SHAOXING CHINA

2024.10.24-26

绍兴国际会展中心

(柯桥客运中心旁)

相约纺博 共享商机

纺织面料(辅料)、家用纺织品、创意设计
展会热线: 0575-81181389 85520065

以“家企工融”促家企共荣

纺织服装行业“家庭友好企业(FFF)”项目首期成果发布

■ 本刊记者_云娟娟 罗欣桐

新质生产力不仅需要科技创新带来的硬实力,也需要通过改善生产环境,构建包容和谐企业文化的软实力。8月28日,2024 intertextile 秋冬展期间,建设家庭友好的纺织服装企业(FFF)专题活动在上海国家会展中心隆重举行。由中国纺织工业联合会主办的本次活动,对建设家庭友好的纺织服装企业(FFF)试点项目(2022—2024)进行了总结并发布了一系列重要成果。本次活动由中国纺联社会责任办公室首席研究员梁晓晖主持。

从家庭出发,向新质未来迈进

何为“家庭友好”?建设“家庭友好的纺织企业”试点项目是由中国纺联在联合国儿童基金会“家庭友好工作场所框架”下发起,获得联合国儿童基金会驻华办事处、中华全国总工会的大力支持。项目由中国纺联社责办牵头,聚焦企业家庭友好政策的建立和完善,旨在在纺织业内构建更包容的职业环境,强化员工归属感、幸福感和成就感,进而提升行业整体竞争力,驱动行业向高质量、可持续发展迈进。

本次活动不仅总结了首期项目成果,发布了行业《纺织行业构建家庭友好工作场所实施指南(试用版)》(以下简称“《实施指南》”),更标志着第二期项目的正式启动,是中国纺联深化社会责任实践、全力保障劳动者权益的又一里程碑,展现了纺织业的时代责任感与历史使命。

中国纺织工业联合会副会长阎岩表示,纺织业作为传统支柱产业,对经济发展、国际收支平衡、文化认同等方面发挥关键作用,同时创造超2000万就业机会,特别是女性从业者占比超60%,为行业注入巾帼力量。然而,行业面临人才短缺与人口负增长挑战。为此,中国纺织工业联合会提出建设家庭友好型企业倡议,旨在提升人才能力、激发创新活力,并响应国家生育友好政策,以推动行业高质量可持续发展和社会和谐。

联合国儿童基金会驻华办事处合作与创新处处长艾德美(Derval Usher)表示,自2019年起,中国纺联与联合国儿童基金会紧密合作,致力于推动家庭友好型工作场所建设,并于2022年签订正式工作计划。此计划在中国纺联会员企业供应链中试点,涵盖工厂实践、行业指导及宣传倡导,旨在利用商业力量助力父母平衡工作与育儿。她在发言中还特别强调了儿童早期发展的重要性,倡导性别平等及尊重工人权利,期待通过分享经验,推动家庭友好政策的倡导、推广。

中华全国总工会一级巡视员王双清通过视频全面阐述了工会在推动家庭友好型纺织服装



FFF项目为纺织服装行业带来良好而深远的影响。

企业建设中的积极作用,他指出工会自2021年积极投身建设,编制指导手册,2023年联合多部门开展典型案例征集活动,推出了100个家庭友好型工作场所典范。他表示鉴于纺织业人才短缺,特别是女职工就业压力,推广家庭友好项目迫在眉睫。

从企业深植,让试点成果遍地开花

在当今全球纺织业加速转型与升级浪潮中,企业作为推动行业进步的重要力量,其根基的稳固与创新的深度直接关系到整个行业的未来走向。2023年以来,H&M、PUMA、爱慕、LINDEX、安踏、adidas等多家知名品牌,与其供应链企业参与了试点项目,这些试点项目的花朵正逐渐绽放。

中国纺联社责办国际项目总监郑剑作试点工作报告,并正式发布《实施指南》。她表示,自2023年起,项目组采用“点面结合”模式,深入国内纺织服装重镇,调研34家供应链企业,问卷覆盖900余名员工,精准把脉行业,编纂《实施指南》,力推工作场所家庭友好政策。至2024年8月,11家试点企业已完成制度革新,如强化带薪产假等法定福利落实,构建家庭友好管理体系,促进员工权益与企业可持续发展并进。

现场,11家试点企业获颁项目证书。重庆红果服饰、安踏体育、申洲国际、上海京嵘科技4家第一期试点企业代表作成果分享。常熟市波司登进出口有限公司可持续发展经理沈安然代表第二批企业启动第二期项目。

以人为本为源,共创全球纺织新明天

在嘉宾分享环节,联合国儿童基金会驻华办事处营养师官毕重军、香港莉迪斯(香港)有限公司上海代表处可持续发展区域经理周美琴、苏州美山子制衣有限公司(爱慕子公司)人力行政总监黄丽、全总行业工会纺织工作部

部长赵武、中国纺联FFF项目特邀培训师孙莹分别作为工会、品牌方及FFF项目代表以及行业专家,围绕当前紧迫的社会需求与企业现状,深入探讨了如何通过合作与创新,推动家庭友好政策在纺织行业的落地与实施。代表们就中国纺织行业家庭友好企业构建议题形成以下核心共识:

一、趋势紧迫性与社会责任:企业需积极承担社会责任,帮助员工实现工作责任与家庭责任的平衡。

二、品牌引领与项目合作:领导品牌应积极推动供应链企业参与FFF并提供必要支持。

三、发挥工会核心角色:工会通过政策制定、执行及资源整合,确保家庭友好理念在企业内部落地生根。

四、员工关怀与政策支持:针对工人工作时长、家庭责任重的问题,应制定一系列员工关怀措施,同时政府应出台更多支持政策。

五、人力资源的可持续性:通过塑造企业文化、提供职业规划等方式吸引并留住年轻员工。

六、资源整合与数字化转型:鼓励企业充分利用外部资源,如全国总工会等机构支持。同时,也指出了数字化转型在提升服务质量和效率方面的关键作用。

七、持续努力与深入交流:各方代表表示将继续努力,深化合作与交流,共同推动家庭友好理念的普及与深化。

阎岩对活动进行总结,她围绕“价值传递、投资未来、积极行动”三大核心点,描绘了中国纺织服装行业的未来愿景与责任担当。针对价值传递,FFF项目作为行业典范,不仅满足市场需求,更致力于向全社会传递正面价值;谈及投资未来,不仅仅是金钱的注入,更是时间、精力、爱心与智慧的全方位投入;关于积极行动,要树立远大理想,勇于改变现状,通过实际行动为社会带来积极影响。ITA

意大利 纺织机械工业

塑造 未来

ITMA ASIA + CITME 2024
Shanghai, China. 14-18 October 2024



madeinitaly.gov.it



Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation



ITALIAN TRADE AGENCY



ITALIAN TEXTILE MACHINERY

intertextile
SHANGHAI apparel fabrics

CHIC

yarnexpo

PH
FABRIC

金秋沪上，四展争妍！

中国纺联秋季联展开拓行业市场新场景新赛道

■ 本刊记者_徐长杰 董笑妍 王利 陶红 李亚静

8月29日，为期三天的2024中国纺联秋季联展在国家会展中心（上海）落下帷幕。作为全球纺织产业链中绝无仅有的展会联合舰队，中国纺联秋季联展强企云集、精锐集结。产业链上最具“头部效应”的纺织企业、时尚品牌、产业集群和专业市场齐聚一堂，同台争妍，集中展示了纺织行业的强大实力和无限潜力。

展会现场，人潮涌动，热闹非凡。随处可见“采”“供”双方积极交流洽谈的繁忙景象，商贸洽谈区更是座无虚席。这三天的盛况，如同一幅绚丽的画卷，展现出纺织服装行业新市场、新场景、新赛道的无限可能。

2024 intertextile 秋冬面辅料展：

以商贸盛宴开启新一程

三十年携手，汇聚行业磅礴力量。8月29日，2024intertextile 中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会圆满落幕。从新的合作模式激发商贸合作新机遇，到前沿的技术应用引领产业升级新风尚；从精准对接市场需求、拓展全球销售版图，到强化品牌形象、提升市场竞争力；展会现场处处洋溢着商贸的繁荣与活力，参展商与采购商纷至沓来，洽谈合作、共谋发展……在这里，我们不仅感受到了市场的强劲脉动，更见证了商贸机遇的多样性与参展效果的卓越性，为纺织行业的高质量发展注入了强劲动力。

展品·专精特新 创新无界，“织”梦未来

三天时间，2024intertextile 秋冬面辅料展再掀产品创新、产业迭代的浪潮。9大展馆、24万平方米展览面积、15大展区、39个细分品类、26个国家和地区……近4000家参展商纷纷亮相“杀手锏”，通过新产品、新技术、新场景、新应用，实力演绎“专”“精”“特”“新”，向来自上百个国家和地区的专业观众展示最新研究成果和未来趋势。

作为当下炙手可热的新赛道，“AI+”成为此次展会上最吸睛的技术，吸引无数消费者驻足询问。达利丝绸（浙江）有限公司展示了达利丝绸AI图形生成系统，消费者可根据需求输入关键词，系统自动生成设计图。此外，公司还聚焦新材料、新丝绸、新风尚，展示了纯植物染新宋锦、彩苎等系列环保面料。

华孚时尚股份有限公司也将AI技术融入流行趋势，在展位上搭建了数字屏互动区，将趋势色彩直接应用于AI模特，生成多样化、个性化的秋冬服饰，让消费者直接看到产品效果。

浙江凯喜雅国际股份有限公司展示了自主研发Innosilk®丝蛋白分子链多维空间技术，让丝绸全面进入可机洗时代。该技术可做到“50<2”的洗护率，实现了真丝面料可机洗，既机洗50次后的损伤小于

普通面料清洗2次的效果。

江苏华佳丝绸股份有限公司则唱响绿色发展主旋律，此次展会展示了可循环真丝、抗皱真丝、真丝交织面料新品，可循环真丝其生产过程更注重生态平衡和资源循环利用，减少了对环境的影响。

成立于1985年的嵊州雅戈尔毛纺织有限公司，此次展示了天然植物染面料、可机洗衬衫面料、抗皱西服面料等绿色功能产品，以及雅尔丝尼、雅尔舒尼、羊毛大提花等雅致生活系列产品。

现货快反一直是盛泽紫晶花擅长的专业领域，此次参展重点展示了以材料创新为主的冲锋衣面料，成功打造出“冲锋衣面料现货基地”。企业从纤维源头尝试创新，将多重面料进行多层复合，实现冲锋衣面料透两个“气”——湿气和空气，从而赋予面料多重功能。

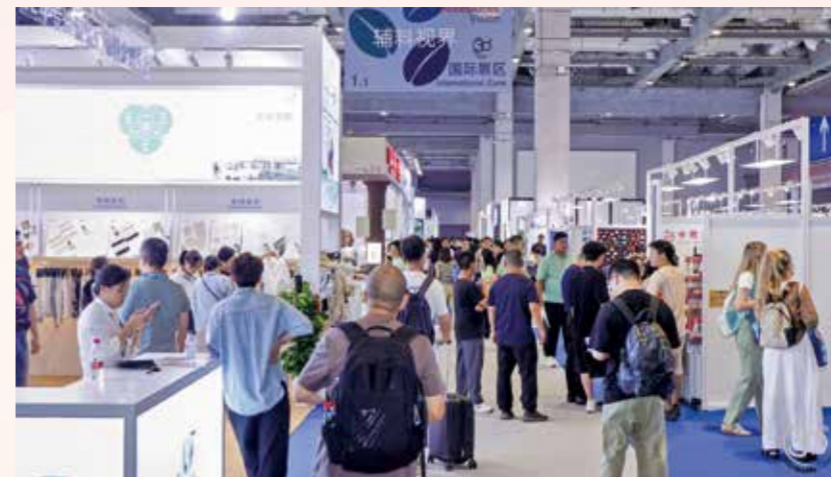
展商·有口皆碑 撬动需求，速递全球

三天时间，2024intertextile 秋冬面辅料展以高规格、定制化的会展服务再获如潮好评。“每一年都参展”“每年两次，连续十年只参加intertextile面辅料展”“人气爆棚”“很多专业观众，现场扫码选购样卡的人很多”……参展商以展会为“根据地”，将展品“一站式”速递全球，一次又一次地巩固了品牌地位，深化了市场布局。

作为集面料研发、生产、销售、供应链管理、面料成衣企划为一体的供应商，大树纺织科技有限公司展示了最新的醋酸针织成衣系列与极致天然系列，展位人气爆棚，收获了一众国内外客户的青睐。

“我们展示了家纺、兰时、长赢、素商、北陆、再生、新品七大纺织系列产品，三天时间展位人流不间断，感谢主办方的严密组织，我们能够高效展示产品并与目标客户建立紧密联系。”恒力集团如是说。

山东岱银纺织集团展示了全新升级的八大系列产品，收获了广大客户的一致好评，吸引了众多高质量的专业观众，同时收到了不少采



2024 intertextile 面辅料展迎来商贸盛景。

购商的新需求，这为企业后续的产品研发指明了新方向。

广东前进牛仔布有限公司在展位打造了“多元燃动”主题陈列，引起了广泛关注。值得一提的是，“坚持绿色可持续发展 引领牛仔产业新时尚”的理念与主办方推动行业绿色可持续发展方面的行动不谋而合。

双日时装株式会社也表示：“intertextile 面辅料展还是如往届一样人气爆棚！令我们感到惊喜的是，明显感觉本届展会的欧美观众数量要远超预期，现场扫码选购样卡的人也众多。”

今年是intertextile 面辅料展办展三十周年，也是世家宝Scabal NV/SA与展会结缘的二十周年。公司表示，每届展会都是一场行业盛宴，他们很珍惜每一次与客户、同行面对面交流的机会，希望展会越办越好。

观众·收“货”满满 把脉市场，前瞻航向

三天时间，intertextile 秋冬面辅料展成为全球纺织供应商、设计师、品牌商以及零售商寻找新机遇、建立新合作的黄金窗口。在这个24万平方米展览面积的全产业链旗舰商贸平台上，来自上百个国家和地区的专业观众穿梭其中，积极地探讨合作契机。让我们来听听专业观众怎么说。

俄罗斯服装工厂采购商说，我对石家庄常山恒新纺织展位上展示的石墨烯工装和衬衫非常感兴趣，此次来展会主要就是找寻功能性面料辅料，开展第一天就直接前往功能性面料展区参观，目前已经搜寻到好多款心仪的产品，期待后续开展深度合作。

荷兰Nooteboom Textile 采购代表说，我主要来看新产品、新技术，展会展览面积大、展商全面，连展会地图服务手册也更加清晰明了，展会的服务也越来越贴心，无论是寻找供应商还是餐饮交通指示都特别清晰方便。

孟加拉国采购商代表说，中国有最大的纺织市场、最全的产业链和产品，intertextile 面辅料展就是最新产品的“阅兵场”，我每年都会来参观，每次都能找到目标产品。

印度采购商说，我基本上每次都来参观intertextile 面辅料展，已经可以进行简单的中文沟通，展会的面料产品品类非常广泛，各种需求都可以被满足，展期三天时间，远远逛不够。

来自广东的服装设计师刘小姐说，市场多变，趋势一定要跟上，我很喜欢intertextile 面辅料展的流行趋势展位，每次都要过来观看。另外，海外展位也是每年必打卡的地点。

来自柯桥的陈先生说，每次intertextile 面辅料展都是老朋友的聚会，无论市场行情如何，相交十几年的同行朋友聚在一起，谈谈消费趋势、市场动向、研发心得等，都是很难得的交流机会。

对接·高质高效 定制商贸，精准匹配

三天时间，intertextile 秋冬面辅料展以专场定制形式，高频率开展不同主题的商贸专场对接会，商贸热浪此起彼伏。电商品牌专场、功能性运动装专场、时尚女装品牌专场、南美采购专场、新中式品牌专场、大牌运动专场火热上演，以优质的资源、精准的匹配再掀合作热潮。

本次南美买家团由来自玻利维亚、秘鲁、阿根廷三国的20余位南美买家组成。

玻利维亚买家表示，我们非常看重中国的纺织服装企业，此行是我们第一次来中国采购，毫不犹豫就选择了intertextile 面辅料展这一专业的展会平台，现场接触到了很多优质的中国供应商。对于我们来说，面临的难题是如何选择到合适的供应商，于是参加了商贸对接会，主办方帮我们匹配到了合适的展商，直接提高了对接效率。

秘鲁买家表示，这展会真是又大又专业，多亏了展览这座桥梁，我们才能踏上中国的土地，体验了上海的美食盛宴和迷人风光。而且，还结识了好多热情、专业的供应商朋友，感觉就像找到了宝藏一样。

参与对接的参展商也表示，一对一的精准对接服务能高效率链接到买家，也有助于企业进一步打开南美市场，对接会结束后我们又相约在展位进行深入沟通，合作的可能性很大。

此外，电商供应链商贸对接专场、新中式品牌商贸对接专场、国际运动品牌采购对接专场、功能性运动装商贸对接专场、时尚女装品牌商贸对接专场等丰富活动也带来了一场商贸盛宴。

组团·商机涌动 澎湃力量，订单如潮

三天时间，intertextile 秋冬面辅料展联动全球市场采购需求，激活贸易“新蓝海”。

来自意大利、俄罗斯、阿根廷、玻利维亚、秘鲁、韩国、日本、新加坡、印度、泰国、越南、缅甸、伊朗、中国香港、中国台湾等十多个国家和地区的专业品牌买家团如约而至；来自法国、意大利、日本、英国、马来西亚、缅甸、越南、乌兹别克斯坦、俄罗斯等国际商协会的买家团千里奔赴；国内百余个纺织服装行业协会、专业市场、产业集群组成千人采购团纷纷到场，让“金九银十”的旺季在这片充满无限商机的“沃土”上结出累累硕果。

本届展会期间，越南纺织与服装协会共组织了近20家企业到现场采购参观，协会副主席Luu Tien Chung表示：“如今全球纺织业与中国纺织产业链链接密切，intertextile 面辅料展资源集中，国际化程度高，是最合适的采购平台。”Luu Tien Chung提到，近年来，越南服装企业不断提高生产效率，提升可持续性发展和材料创新能力，智能工厂等基础设施建设投入力度也在加大。今年越南纺织品出口总额预计将比去年增长约10%。越南和中国比邻而居，纺织产业链上下游企业，包括运输业在内的诸多商贸合作已经有了很好的合作根基。目前，越南已与多国签署了十余份自由贸易协定，包括《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)、《越南-东盟自由贸易协定》(EVFTA)、《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)等，其纺织品逐步在多国实现“零关税”出口。未来，越南纺织与服装协会也将帮助更多越南服装企业与中国纺织企业开展更多商贸合作，更好地推动两国业界交流互鉴，机遇共享。

时代如炬，前程似锦。站在新的历史起点上，intertextile 面辅料展将继续秉承初心，不断创新与突破，以更加专业的服务、更加创新的展品、更加高效的对接机制，为全球纺织业同仁提供更加广阔的交流空间与合作机遇。



CHIC2024 (秋季)人潮涌动。

CHIC2024 (秋季)：

心怀期待与信任，共赴下一场山海！

三日展会，让你我共鉴，人流如涓滴，在这里汇集成海，掀起了行业的浪潮。这是一场绵延三十余载的时尚之约。CHIC 每每与行业携手，呈现产品之精髓、技术之尖端、趋势之引领、文化之韵味，以贸易之翼，让行业梦想在金秋璀璨绽放。

CHIC2024(秋季)以“服装产业供应链创新集成平台”为展会坐标，在5.3万平方米的展域内，织就了一幅汇聚八方风华的行业锦绣画卷。821家企业、20余个产业集群/市场组团亮相，共启新篇。

期间，20场商贸对接会(CHIC MATCHING)激发合作火花，商业论坛(CHIC TALK)深度探查行业脉搏，2024中国服装采购商创新峰会(秋)探讨新消费趋势深远影响，品牌发布秀(CHIC SHOW)时尚璀璨，CHIC AWARD 颁奖盛典见证荣耀，“碰碰沙龙”灵感迸发，共同成就行业巅峰之会。

九大展区，跨界与细分共存

三大展馆内，CHIC 匠心独运，策划九大创新展区，打破传统界限，跨界融合与细分领域并存，凝聚了对产业未来的前瞻思考与深刻洞察。

自北馆而入，“CHIC 之选” CHIC SELECTED 作为展会门户，彰显国家品牌力量。国风、定制、运动、羊绒、羽绒、男装等企业重装上阵、交相辉映，自成一方天地；深服人工智能、COLORO 流行色讲坛、可持续创新专区，分别指向中国服装产业“科技、时尚、绿色”



发展方向，共筑“CHIC 之选”的名副其实。

2.1 馆以其丰富多元、琳琅满目成为另一焦点。“户外运动”展区展现科技与服饰的完美融合，从源头纱线开始的科技注入，成就了以先进功能性著称的中国运动服市场，其中三门展馆更是以“十件冲锋衣，六件三门造”的豪迈气概，震撼全场。

“非凡牛仔”展区汇聚新塘、均安两大优势集群，依托完善产业链，在环保、工艺、设计上不断攀登新高峰。

“优质全品”展区则主打一个“人无我有，人有我优”，辽宁展馆厚积薄发，荔秀展馆设计突围，各品类服饰为客户提供全包式商品解决方案。

徜徉于“时尚定制”展区，不由让人惊叹展商对一针一线的“较真”，杉杉、东企等代表性品牌彰显“品质中国”的魅力。

“极致单品”展区用“慢”心态应对快时代，成就单品之巅，美杜莎、今时秀、杰尼雅皆以超大展位尽展单品气魄。

“数智协同”展区则是产业的未来，AI 技术贯穿建模、渲染、绣花、照明等环节，让智能制造无处不在。

3 馆与美同行，“设计新势力”展区内创意犹如繁星点点，照亮中国服装品牌的时尚征途，设计师们以天马行空的想象，将创意化为风格迥异的服装，却无一不精准捕捉未来时尚消费增长点，引领着时尚潮流的新方向。

“配饰鞋包”展区是这场时尚盛宴中丰富多彩的续章，每一件配饰、每一款鞋包，都为时尚爱好者们提供了无限的选择与搭配可能，与服装相得益彰，共同编织出一个绚烂多彩的时尚宇宙。

商贸之桥，CHIC 之魂

商贸之桥，CHIC 之魂，于上海再度璀璨启幕，织就一片行业巅峰的商贸华锦。三天时间，积累的市场需求伴随庞大的人流，宛若江潮澎湃。此情此景，不仅点燃了人们对未来服装行业的无限遐想与坚定信念，更将 CHIC 商贸强大的吸引力与长远影响，展现得淋漓尽致，令人心驰神往。

在商贸对接区，多场精心策划的商贸对接会如火如荼，CHIC 精

准配对的买家团与展商之间不断碰撞出商机的璀璨火花。这里，快时尚的风尚引领、男女女装的时尚交汇、休闲运动的活力展现、潮流品牌的独特魅力，以及线上品牌的创新突破、海外品牌的国际视野、跨境电商的多元融合，共同织就了一幅无限联通的商贸画卷。

关于“想要与得到”的故事持续在不同商贸洽谈室、不同时间段上演。怀揣着真挚采购需求而来的专业买家们，总能发现自己最心仪的供应商及产品。

专注户外运动产品的加拿大 M.O.D.A.folio Int.Inc 公司采购经理 Andrei Razvan Coltea 本是带着采购户外运动服的需求而来，在与前来商贸对接区的展商交流、看样中，被产品中中国文化的创新应用打动了，而他最关注的环境友好与设计领域，展商们也纷纷给出了不同角度的产品与制造支持。其中，一家专注羊绒制品的企业，不仅成衣上的印花令他非常感兴趣，纤维柔顺的手感也让他萌生了想要把这些先进材料用到自家产品的念头。这是他第二次来到展会，依旧感叹 CHIC 规模之大、展商之多，并表示：“商贸服务已经非常好了，给我很大帮助，下次来我得预约一名专业‘导游’带我逛展，因为现场真的太大了。”

“我们主要想来认识全国优秀的供应商，目前展会商贸对接非常精准，沟通下来合作意向也很好。”国内知名连锁品牌采购负责人对本届商贸活动的效果表示满意，除了计划中的产品和供应商顺利链接外，各个展区产品更加丰富、全面，功能升级的运动类产品令人惊喜。“作为面向国内年轻消费群体的品牌，我们必须把握这一市场变化与生活方式的变革，让产品与时俱进，紧跟乃至引领潮流。”

而在展会现场，开放式策展、多屏互动、在线直播、展位走秀……越来越多的参展商正以更加开放的态度寻求实质性的合作。巴鲁特展位内，销售人员以强大设计团队、丰富现货面料和快速翻单能力为卖点，竭力吸引采购商的目光，现场咨询者甚众。蔻牌同样表现出色，氛围异常热烈，众多观众慕名而来，工作人员忙得不可开交，有的甚至同时与数位客户洽谈合作事宜。虹软科技专注于 AI 技术，其“残缺人台一键复原”“商品平铺图一键上身”等智能展示直击观众心弦，甚至吸引了周边展位的参展商前来一探究竟。而到了闭馆时分，麦伦针织的展位上仍聚集着大量采购商，他们依依不舍，这一切皆因该企业带来的科技感十足的运动文胸、瑜伽服、健身裤等爆款产品太过吸引人，意向订单纷至沓来，为展会增添了一抹亮丽色彩。

每一届 CHIC 总有在面料、技术、设计、应用场景等不同维度创新突破的产品引起万众瞩目，突出性价比的产品层出不穷，让专业买家打破了原先的采购需求、为之驻足驻足。有不少极具前瞻趋势预见性的服饰供应商、设计师品牌，用带来的创意服饰单品让买家们大开眼界、引发思考——我们是不是也可以考虑这一细分市场？下一季的整体商品策划方向、采购方向是不是可以加入这一新场景趋势？

ELLE ACTIVE 设计总监不仅在商贸洽谈区聊到几家“情投意合”的帽饰供应商，在展馆中也被一些冲锋衣与运动内衣“硬控”住了。负责人说：“我们今年主力计划就是延展户外休闲产品线，除了想要增加帽子外，也希望加入既可以户外运动，又能够日常生活穿着的产品。现场看到很多新型冲锋衣，颜色更加亮眼、大胆，符合我们定位的 35+ 女性喜好。”

定位 25—40 岁中高端人群的茶茉巷女装集合店负责人寻找羽绒服、牛仔、毛衣等单品而来，在对商贸的落地性认可的同时，他更感慨厂家在研发阶段的超群实力。他评价道：“展会上一些工厂做的

CHIC2024 (秋季)展

不仅展现了服装人忙碌而充实的身影，更预示着整个行业还将迎来新一轮的腾飞与辉煌。



CHIC 商贸洽谈火热。

产品品质放在市场很能打，比如有的大衣厂家几十年、几代人专注做这一类产品，非常极致，这在其他展会平台上很难遇见。”

此外，CHIC2024 (秋季) 对入场接待、逛展引导、现场一对一商贸对接服务等进行全方位升级，以科学系统的展区划分与动线设计，让观众逛展更高效。这次更是升级小程序功能，展商可将小程序当作自家线上商城，上传产品与服务业务，详细写清企业强项；买家可在小程序看到展商信息，一键收藏。

“前段时间接触使用小程序时就觉得这样的软件配套升级非常不错，让我们更好地与展商交流。” SOULKISS 品牌供应经理说，“这两天接触、收集了很多实力强劲、小而美的供应商，有做与品牌调性、设计理念高度匹配的极致单品的，也有可以和我们目前产品形成互补的。”

HERLAND 的设计师们也表示：“我们参观 CHIC 很多届了，主办方每次都会提前和我们沟通商贸需求，了解我们采购订货的要求，推荐优质的供应链企业，让我们在展前就有了非常清晰的参观计划，这么多年 HERLAND 在 CHIC 的陪伴下有了很大的提升。”

这些订单的签订，不仅仅是商贸流通的象征，更是行业凝聚士气、蓄势待发的有力证明。CHIC2024 (秋季) 展不仅展现了服装人忙碌而充实的身影，更预示着整个行业还将迎来新一轮的腾飞与辉煌。

一众活动，成就行业瞭望台

CHIC 平台之力在于集势、互通、共商未来，服装人山海相赴成就行业气势磅礴，展位搭建商贸洽谈谈就贸易盛况，而绵延三日的各类论坛、峰会、秀场等活动则在指明行业未来。

位于 2.1 馆的论坛发布区，进行着一番思潮与商贸共舞之美。2024 中国服装采购商创新峰会(秋)成功吸引全渠道瞩目与热议，小红书、抖音直播、SHEIN 轮番带来独到洞察，各地集合店、买手店也呈上对零售模式的大胆探索。2024 三门冲锋衣产业论坛精彩推介一展地方实力，点燃场内热情，成就商贸佳话，更是共探冲锋衣产业的未来可能。除此之外，牛仔、皮草、AI、供应链各品类、各方向逐一登场，成就资源多联互动。

品牌发布秀(CHIC SHOW) 矗立于北馆的“战略重地”，每当音乐响起，就是人群聚集之时，不论是三门冲锋衣精品大秀、越影 FASHION SHOW 还是本朝日品牌发布会、CHIC AWARD 颁奖典礼，均收获了业内最炙热的目光。在这片创意与潮流碰撞的舞台上，每一个细节都精心雕琢，展现 CHIC 参展品牌最深层的理念与最前瞻的设计。

“碰碰沙龙” 碰出火花、碰撞未来。14 场专题演讲，从开馆到闭馆，场场爆满，每每拖堂。作为一个开放空间，“碰碰沙龙”也带来了更多开放课题，时尚自不必说，科幻亦可前来；你有户外与生活，我有国粹与营销；京东前来宣讲，抖音与小红书不甘落后，真可谓繁花纷坠，落地生根，种种巧思最终在这里转化为行业实践、市场卖点，成就 CHIC 全链条全生态资源共享之实。

当复杂的形势考验着每一位服装人，一幕幕生动的画面在 CHIC 上演，服装行业的勇气与韧性在每一场活动、每一笔订单中充分展现。满怀期待与信任，服装人纷至沓来，以饱满的热情共聚展会，将对未来的信念凝聚成团结的力量。

2024 yarnexpo 秋冬纱线展：

抢滩“金九银十”，为决战“全年红”添把火

8月沪上，秋风送爽。乘“金九银十”之风，8月29日，为期三天的2024中国国际纺织纱线（秋冬）展览会在国家会展中心（上海）圆满收官。全球聚焦这场盛会，寻找纺织行业发展新机遇与乘风破浪新航向。

科技之火，点燃创新引擎

从棉麻毛丝到纺织新材料，从单一组分到多组分，从常规产品到多功能叠加……yarnexpo 秋冬纱线展现场，新技术、新材料、新产品持续涌现，高性价比、多功能、高性能、智能化、绿色化的新产品竞相争艳，以高品质供给创造多元化需求。许多展商积极开展自主性、原创性、引领性的科技攻关，以科技之火点燃下游创新引擎，加快形成纺织新质生产力。

在浙江兴发化纤集团有限公司展位上，绿色再生系列、多功能系列、高性能系列三大类差别化产品是本次展会展示重点。“兴发集团旗下绍兴诚邦高新纤维有限公司致力于成为高品质和差别化纤维专家的标杆企业。目前，功能性及其他差异化产品占比达40%，再生系列达20%，并逐步扩大比例。”兴发化纤集团办公室主任叶丽花说道。

兴发化纤集团带来的抗菌防透纱、异性截面纤维、可降解涤纶、抗菌涤纶丝、海岛丝等功能性、环保性产品深受下游客户青睐。其中，护肤防透纱通过特殊的截面设计，将高纯度二氧化钛超纯光材质加入其中，赋予纤维高抗UV和高防透视功效，并解决了织造伤针问题；抗菌涤纶丝经特殊的纺丝工艺在纺丝生产中添加银、锌、铜等抗菌材料，使纤维具有抗菌功能，此类纱线织物能对人体提供有效防护，穿着更舒适，并具有持久的抗菌功效。

绿色之火，照亮可持续之路

绿色星火，汇聚燎原。随着绿色发展成为全球共识，绿色低碳、资源循环型的制造体系加快形成，越来越多的纤维纱线企业将“绿色基因”融入企业血液，并携手产业链共创绿色未来，以燎原之势，开启可持续发展新篇章。

作为工信部“第五批国家级绿色工厂”，恒申控股集团有限公司积极推进ESG实践，推动企业绿色低碳升级。本次展会，恒申集团



纱线展盛况掠影。

携手恒申新材联合展出，带来低碳环保的“申态”系列、全天候多维度适用的“无限”系列、仿生的“自然”系列三大产品体系，引发下游客户广泛关注。

本次展会现场，恒申集团展出了多种环保锦纶产品，包括低碳Ecolactam®锦纶，与常规锦纶6纤维相比，碳足迹减少70%，致力于减少尼龙产业链碳排放；再生锦纶，每吨锦纶6再生切片生产的FDY锦纶丝的碳排放量比同规格的原生锦纶丝减少了10.18吨CO₂当量，实现总体减排78.91%；原液着色锦纶，使下游面料无需染色，节能减排环保，绿色低碳。

新乡化纤股份有限公司也通过健康“菌”守护、环保“瑞”风尚、多彩“氨”生活、创新“鹭”时尚等板块，涵盖了环保、功能、时尚、可持续等多个领域。菌草纤维、首赛尔纤维、瑞赛尔纤维作为本届展会亮点吸引许多采购商驻足咨询。据了解，菌草纤维具有天然抗菌、抗病毒性，不添加任何化学抗菌剂，绿色环保，安全健康，可以广泛应用于成衣、家纺、户外用品、婴童用品等领域，其制成的衣物可自然降解，分解后对环境无任何污染。

值得关注的是，新乡化纤首次携包含子公司在内的九家产业链合作伙伴以展团形式亮相展会，共同呈现“一站式”绿色解决方案。总经理李玉栋表示，新乡化纤开辟了“以草代木”绿色供给新路径，2025年1月菌草纤维2万吨生产线将正式投运，希望通过展会平台深入了解客户需求，与上下游产业链伙伴共话循环时尚，共推可持续发展。

商贸之火，提振市场信心

展会商贸效果如何，参展商和采购商最有话语权。yarnexpo 秋冬纱线展现场，无论是各大展位还是贵宾买家区、论坛区，放眼望去，处处都是人头攒动，热闹非凡。

对于福建金源纺织有限公司来说，参加纱线展是企业每年拓展市场的重要渠道。金源纺织虽然展位不大，但前来洽谈的客户却络绎不绝。“此次展会主推金丝纱、银丝纱等花式纱线以及石墨烯纱线。”金源纺织销售人员陈宇含介绍，金丝纱、银丝纱用于女装针织面料，所做的服装等面料，在不同光线环境下，呈现丰富多彩的效果，广受美日韩等客户青睐。

观众中，一位纱线展资深的贵宾买家在纱线的海洋里流连忘返，她表示，纱线展的专业性和国际化对于公司业务拓展给与了很大帮助，连续多年参观展会每次都有新的收获；作为贸易代理经销商，福建省中绵纺织负责人此次来展会主要是找棉纱相关的原料企业以及寻找意向客户，希望通过增加纱线类别来扩充业务增长点；绍兴标点纺织科技股份有限公司研发生产毛绒一体结构面料，总经理刘娜对聚乳酸、莱赛尔混纺产品非常感兴趣，希望寻找更多绿色、健康的天然原料，用于下一季新材料研发。

展会现场专属商贸对接会、贵宾买家洽谈区等服务，为展商和专业买家提供精准商贸对接平台。恒申集团、华峰化学、永荣锦江三家企业参与了主办方安排的精准对接，与功能性品牌UTO悠途实现面对面深入交流。

新材料、新技术、新产品、新理念、新模式在这里交汇，更多展商向新向质而行，多元活动引领行业趋势，从2024 yarnexpo 秋冬纱线展传递出科技创新、绿色低碳的蓬勃发展态势，将为下游企业转型升级提供新引擎、注入新动能，吹响纺织行业奋战“全年红”的攻坚号角。



PH Value 秋冬针织展好评如潮。

2024 PH Value 秋冬针织展：

高口碑收获业界一致肯定

8月29日，在参展商与观众们的依依惜别中，2024国际针织（秋冬）博览会落下帷幕。十多年来已经成为针织行业人老友相聚、新朋结识的重要能量场域的PH Value 秋冬针织展，这一次，依旧以高口碑反馈、高商贸成效、高活动声浪赢得业界肯定。

创新展品赢得良好反馈

2024 PH Value 秋冬针织展共计1.4万平方米展示空间，集中展出了针织衫/羊绒衫/羊毛衫、针织时装、内衣、家居服、泳装、袜品、休闲运动服饰以及功能性针织产品等丰富多元品类。200余参展企业带来的海量创新展品，不仅让专业观众们在逛展时目不暇接，就连同台竞技的参展商们也纷纷感慨各家的针织产品越来越让人“眼前一亮”。来自参展商与买家们对展品的高口碑反馈，无疑充分肯定了这一届各大参展商全新推出的创新产品的“含金量”。

广东·普宁内衣品牌新力量展区，涵盖文胸、女士内裤、男士内裤、儿童内裤、打底衫、家居服/睡衣、织带等多元品类的普宁优势展商组团登场。其中，恒研盛制衣厂带来的无痕无感、久穿不卷边的“冰丝安全裤”，99.9%抑菌的多功能“无忧安全裤”，杰联内衣巴巴主推的暖呼呼、奶油磨毛羊绒感内裤，六棵橙云感柔软、舒适抗菌、排汗透气的儿童内裤等产品以丰富功能性与性价比赢得买家青睐。

清河羊绒集群展区内，专注国产绵羊绒25年的皇太极就通过国内领先的专利技术产品赢得了现场买家的一致好评，不少买家直接手机下单来表达对这一创新产品的喜爱与看好。皇太极现场工作人员介绍：“玫瑰代表爱情，艾草寓意健康，我们把玫瑰与艾草制成纤维织进帽子里，无需添加任何化学成分，即可赋予帽子以香氛、抗菌等功能。加上我们从产品源头开始生产、把控，能够确保产品品质。所以，自正式推出这一系列以来，产品已经在全国很多市场销售，客户反馈也都不错。”

专业服务促成高商贸成效

历届展会以来，作为针织行业的专业、权威展会平台，PH Value 一直通过持续积累的口碑影响力，与不断优化的专业服务，吸引全球针织行业人汇聚现场，促成一场场商贸成交落地。2024 PH Value 秋冬针织展上，海内外百余个国家和地区的专业买家自发赶来，更有趣趣安娜、HLA PLUS、无印良品、高岛屋、NICOLE ZHAO、HONMA、D家、TRICK COO、TRIP&CO、猫人、SHEIN、安莉芳、海澜优选等海量大牌专业买家应邀携需求到场。短短三天，发生在展会现场与商贸洽谈区域的商贸故事不断更新上演。

一位正在寻找简约而不简单的高端针织套头衫供应商的买家，一眼看中了上海千墨纺织科技有限公司展位上的一款羊绒时装的针型花型，但在因其色彩、版型设计与自身定位不符而不得不放弃时，了解

到其需求的千墨负责人二话不说将他带去了不远处的“同行”深圳心明羊绒服饰有限公司展位，为双方促成见面后才“功成身退”。

同样抱着“对接客户、跟同行学习和交流”目的前来2024 PH Value 秋冬针织展的辽宁保利袜业进出口有限公司，不仅成功解锁了不少新的客人，收获了订单，也从同行展示的产品中看到了更多关于材料应用和时尚趋势的信息，坚定了企业走差异化路线的决心，“有差异化，产品才能有竞争力。我们这次带来的针对欧洲和北美市场研发的仿貂绒节日款袜子，就非常受国外市场买家的喜爱。”

此外，商贸洽谈区更是以前期需求沟通、现场精准匹配的优势，成为商贸成交的高频发生地。受邀前来的买家们纷纷感慨“推介展商高度契合”、“产品功能与创新超出预期”、“节省了大量时间与精力”。

精心企划收获高活动声浪

2024 PH Value 秋冬针织展现场，共计八场精心企划的活动精彩上演，现场喝彩声浪巨大、热烈探讨不断。

展会首日，“大唐袜艺馆开馆仪式暨中国袜品流行趋势发布秀”、“2024 濮院时尚产业招商推介会暨濮院优选发布秀”、“潮品中国行·上海站”、“清河羊绒品牌推介新品发布会”、“青山湖现代针织产业推介会暨‘青山湖T恤’流行趋势发布秀”五场不同主题的发布会，轮番向我们展现了各个针织产业集群地在集群优势品类上的进一步升级，以及锐意进取、勇争潮头的决心与行动力。“融合向新 聚力向上 POP 设界时尚新质生产力发布会”则通过极具原创设计魅力的产品秀演，展现了以POP设界为代表的优质全产业链生态服务平台，对产业新质生产力的提升与突破具有重要意义。

展会次日，两场干货满满的论坛重磅登场，将展商及专业观众都吸引到现场围观。“PH Value 针织潮流趋势论坛·洞察新势力”，通过2025中国针织纱线流行趋势解读、针织设计发展趋势及创新应用场景分析、针织“爆品”打造的成功秘诀探索以及设计开发关键点的拆解，助力更多人了解当下针织潮流新趋势、洞察针织市场新势力，从而以更优化的产业逻辑与先进的产业方式引领针织时尚发展，以社会需求指引针织产业持续创新。

“PH Value 针织技术趋势论坛·引领新格局”则带来2025中国针织产品流行趋势解读、无锡四棉2025年度新品发布、广东星钰新品发布以及针织纱线流行趋势及数字面料技术应用等精彩环节内容，精准捕捉当代消费者对针织产品日益增长的多元化需求，传递以消费需求促进产业创新、以科技创新引领消费升级的产业发展与产品开发理念。

2024 PH Value 秋冬针织展在高潮中闭幕，三天时间对于全行业人来说不仅仅是短暂的“相聚派对”，更是现场“看对眼”的新朋友们携手书写故事新篇的起点。TA



柯桥纺企将兵法精髓融入企业运营的每一个环节。

柯桥纺企以兵法为鉴，将各种‘锦囊妙计’灵活运用于研发、生产、销售各个环节，在逆境中稳住阵脚，在挑战中实现突破与飞跃。

先人一步：瞄准市场真风口

“天下武功，唯快不破。”在竞争激烈的纺织行业中，“快”也是制胜的关键要素。“快”不仅是一种生产速度与交货周期缩短上的追求，更是战略上的智慧与决策上的果敢，以迅雷不及掩耳之势抢占市场风口。

位于联合市场的绍兴瓯越纺织有限公司专注于印花面料的研发与生产十余年，拥有自主开发产品能力，也配备现代化的加工工厂，在春、夏季印花面料领域，积累了深厚的行业经验与口碑。

“潮流具有时效性，需要走在市场前面。”这是瓯越纺织负责人王叶琼常挂在嘴边的一句话，也是瓯越纺织的核心经营理念。在瞬息万变的时尚界，潮流如潮水般来去匆匆，因此，瓯越纺织在面料开发之前，总是先进行详尽的信息收集与分析，确保每一步都走得稳健而有力。同时将客户细分为不同的群体，深入研究他们的偏好与标准，以此为基础进行定向开发，力求每一款面料都能精准触达目标客户的心。

以今年流行的铜钱草亮丝和蝴蝶元素为例，早在去年11月，瓯越纺织就通过与设计师的紧密沟通，预见到了这一趋势的兴起。于是，公司迅速行动起来，组织研发团队投入到新面料的开发中。为了让花型更加立体、仿真，瓯越纺织及时更新了花型设计软件，引入了先进的3D、5D印花技术。这些技术的应用，极大地提升了面料的视觉效果，赋予了产品更强的市场竞争力和更高的附加值。

“我们与众多设计师、服装品牌建立了长期稳定的合作关系，频繁互动与高度的黏性让我们能够第一时间获取到最新的设计趋势和灵感，同时根据设计师的反馈不断调整测试产品。”王叶琼说道。

在风云变幻的市场竞技场上，唯有以雷霆万钧之势，用速度超越速度，方能捕捉每一个先机，任何瞬间的松懈都可能让发展的黄金机遇擦肩而过。因此，保持高度的警觉与不懈的进取，是通往成功不可或缺的密钥。

知己知彼：把握趋势精准定位

在瞬息万变的商业世界中，“知己知彼，百战不殆”不仅是古老兵法的精髓，更是现代企业发展的金科玉律。企业若想在激烈的市场竞争中立于不败之地，便要深刻理解并践行这一法则。立足企业自身的发展现状与独特定位，把握行业趋势与洞悉市场动态，才能确保航船不偏离时代的航道，稳健驶向成功的彼岸。

作为羽绒服面料领域的探索者，剑桥纺织已深耕此领域超过十年之久，岁月沉淀下的不仅是技术的精进与品质的卓越，更是对市场趋势的敏锐洞察与深刻理解。“我们清楚知道自己的产品适合怎样的客户，企业生产适合什么样的订单。”公司负责人于薇说道。剑桥纺织秉持着明确的战略定位与对目标客户群体的精准把握，专注于羽绒服面料的深入探索与创新，始终践行着“专精于一”的发展模式。

在对自身企业足够了解的基础上，剑桥纺织又将视野转向市场，积极了解市场需求。据于薇介绍，剑桥纺织构建了一个上下游的合作生态，会实时与设计师、服装品牌等进行信息交互。在主动通过广泛收集来自市场、国际论坛及国外设计网站的前沿趋势信息的同时，走进品牌，主动与其交流，提供设计方向，共同探索面料设计的新思路，在灵感碰撞中让每一件产品都能成为消费者心仪之选。



此外，想客户之所想，想客户所未想，剑桥纺织把握主动，积极引导着市场的消费走向。下半年，剑桥纺织推出了三大全新面料系列——“原野”、“都市风情”与“自然环保”，每一系列都承载着对消费者多元化需求的深刻洞察与精心回应。从户外探险的激情与挑战，到都市生活的优雅与时尚，再到对绿色可持续发展的不懈追求，剑桥纺织不断进行产品挖掘延伸，拓宽羽绒服面料的传统应用边界，引领时尚与舒适的全新维度。

每一次市场的波动，都是对企业智慧与勇气的考验；每一次战略的调整，都是检验其战略眼光与应变能力的试金石。柯桥纺企以兵法为鉴，灵活运用各种“锦囊妙计”，在逆境中稳住阵脚，在挑战中实现突破与飞跃，柯桥纺企正迈着坚实的步伐，在商海中开辟着各具特色的康庄大道。TA

兵法制胜，锦囊妙计助企破局

本刊记者_边吉洁 文/摄

商场如战场，波谲云诡，跌宕起伏，每一个决策的涟漪都可能掀起行业巨浪，每一个战略的选择都紧密关联着企业的生死存亡。在这片没有硝烟却暗流涌动的战场上，企业都在风浪中寻求机遇、规避风险，在逆境中破局重生、抢占市场先机。

兵法为王者师，正如古代将领依靠兵法智慧克制敌手，柯桥纺企也深谙此道，灵活运用各种“锦囊妙计”，将其精髓融入企业运营的每一个环节。在柯桥这片纺织业的沃土上，以创新为刃，切割市场蓝海；以高效的生产管理为盾，坚守自己的市场份额；以精准的销售渠道为帆，助力企业驶向更广阔的天地。《纺织服装周刊》记者走进中国轻纺城市场，揭密柯桥纺企在复杂多变的商业浪潮中稳步前行、持续领先的制胜策略。



另辟蹊径：打造差异化模式

在竞争激烈的现货交易市场中，绍兴恒迈纺织品有限公司以其独到的市场洞察力和前瞻性的战略思维，毅然选择了一条不同寻常的道路——深耕订单化生产模式，成功打造了差异化竞争优势。这一决策不仅有效缓解了恒迈纺织在传统现货交易模式下沉重的库存压力，更促使企业在面料研发与创新上不断突破。

据介绍，恒迈纺织作为专业的高档针织与绒布面料供应商，其产品品类丰富，广泛覆盖各类市场，远销孟加拉、阿根廷及南美等多个国家和地区，赢得了国内外客户的信赖与认可。面对市场同质化竞争的严峻挑战，公司总经理金峰深谙“创新是引领发展的第一动力”的道理，决定通过订单化生产模式，专注于个性化定制，以满足客户日益增长的多元化、高品质需求。

“订单化生产模式极大地增强了我们的灵活性，使我们能够敏锐捕捉市场动态，迅速灵活调整生产策略。尤为关键的是，这种模式使我们能够直接对接客户需求，确保面料研发的方向更加精准，避免了盲目开发，实现了产品精准定位，也提升了生产效率。”金峰强调。为了避免简单面料被轻易模仿的困境，恒迈纺织在面料创新上狠下功夫，不断尝试新的组织法、探索独特的面料风格，力求每一款面料都能成为市场上的独一无二之作。

今年，恒迈纺织更是将目光投向了户外功能性面料这一领

域，重磅推出了一系列创新产品。这些户外功能性面料，不仅在舒适度、耐用性上达到了前所未有的高度，更融入了防水、透气、防晒、抗寒等多重功能，完美适应户外复杂多变的环境需求。通过采用先进的纺织技术与环保材料，恒迈纺织的户外功能性面料在确保卓越性能的同时，也兼顾了环保与可持续发展的理念。

金峰表示：“未来，恒迈纺织将继续坚持订单化生产模式，加大在面料研发上的投入，不断推出更多具有差异化竞争优势的产品，为全球客户提供更加优质、个性化的服务体验。”随着户外运动的兴起和消费者对高品质生活的追求，恒迈纺织的户外功能性面料无疑将迎来更加广阔的发展空间。

在当今这个日新月异的行业中，每一家纺织企业都在寻求突破与超越，以期脱颖而出。面对同质化日益严重的市场现状，另辟蹊径，打造差异化产品，是对未来市场趋势的敏锐洞察与精准把握，也是企业生存与发展

华之瑞纺织： 守业路上的传承与创新

■ 本刊记者_周榆清 文/摄

20世纪80年代初，柯桥大力发展以纺织、印染为主体的乡镇轻纺工业，沿河两岸、石桥凳旁，一个个操着浓厚绍普口音的小船户们，做起了外地商贾的纺织生意，卖布一时间成了当地人的首选职业，其中就有徐瑞娟夫妇的身影。

自1988年起步，绍兴市华之瑞纺织有限公司已深耕中国轻纺城市场36年。在见证市场一路成长与蜕变的同时，公司也实现了从单一产品到涤纶、人棉、TR、小香风、国风、户外面料等多元化品类面料的跨越，以其卓越的售后服务赢得了市场的认可。2017年，女儿徐碧瑶（现公司总经理）从父辈手里接过接力棒，秉承了对品质的不懈追求和对客户需求的深刻洞察。无论是原材料的选购、生产加工，还是最终的包装与发货，华之瑞纺织始终如一，严格把控每个环节，确保每一款面料都能满足甚至超越客户的期望。这份对品质的执着追求，正是华之瑞纺织代表的一众柯桥老牌面料企业能够在市场上立足的根本。

打造“胖东来式”面料现货超市

买西瓜配勺子，买榴莲送口香糖，果切打上数字方便顾客按照水果甜度的顺序食用……号称“服务业天花板”的胖东来，其服务范围之广、服务颗粒度之细、服务体验之好，堪称“变态级别”。而这极致的服务，正是胖东来在差异化竞争中独树一帜的关键所在。

在华之瑞纺织超7000平方米的仓库，公司近80款产品，每一款都常年备有30—40万米的现货坯布。“以往的市场环境下，产品生产出来便能迅速售罄。然而，随着实体市场向电商直播的转变，消费者对于网络购物的态度发生了变化，尤其是面对预售商品时，他们的购买热情往往会有所减退。因此，我们的服装客户更倾向于选择那些能够提供现货、缩短交货期的供应商。这对我们来说，意味着必须实现高效率的快速反应机制，以满足市场需求。”徐碧瑶介绍道，华之瑞纺织坚持现货当天下单、当天出货，产品现货全、速度快，拥有大型商超般的优势，为客户提供了广泛的选择和极大的便利性。

凭借多年积累的行业经验和强大的产品流通能力，秉持“用户思维”，华之瑞纺织将售后服务打造成公司的另一大亮点。无条件退货，面料损耗问题可以通过协商解决，力求最大程度减少资源浪费……华之瑞纺织深入理解客户的需求，帮客户算好了一笔账，也



徐碧瑶（左一）在为客户介绍产品。

算到了客户的心坎里。

随着创新难度加大，产品之间的差异性也被逐渐抹平，服务便成为了企业实现差异化的关键战场。销售过程作为一个由无限细节构成的生态，每一个接触点都可能是服务的关键所在，集中资源于“服务创新”，企业的发展潜力也将无限广阔。

以传承之力铸就特色品牌

有的品牌专注细分赛道，有的品牌依靠高性价比赢得市场，还有一些品牌则通过多元化产品线来扩大影响力……由于处于产业链的中间环节，打造面料品牌往往被认为是件难事，怎么走出一条适合自己的品牌发展之路，更是每个面料企业需要深思的课题。

2008年，“华之瑞”正式成为注册商标，这在当时柯桥一众面料企业中并不常见。“‘华之瑞’比我的年龄都要大，是我父母创业之初就使用的名字。把它注册成商标也是希望这个名字能够留存下来，让老客户找得到‘门’。”徐碧瑶回忆说，公司主要面向终端市场，自己接手后，父母就退居幕后，专注于新产品开发和维系老客户，而年轻一代则负责拓展新客户，分工明确，形成了“守”与“攻”的良性互动。

品牌注册只是第一步。近年来，徐碧瑶积极引入数字化管理软件提升公司流水线运作效率，并开始有意识地开拓网络平台引流客户。在她的朋友圈，常常可以看到华之瑞纺织上新产品、参会参展、直播讲解、仓库直拍等最新动态，通过平台的窗口作用，拓宽了销售渠道，让更多客户了解到华之瑞纺织的产品与服务。此外，公司不仅仅提供面料，更通过打版成衣为客户提供参考，这种“一站式”的服务模式，让客户在选购面料的同时，也能直观感受到成衣的效果。

传承不仅是企业与品牌的延续，更是一代代人相传的责任与使命，徐碧瑶深谙此理。面对数字化浪潮，她表示，华之瑞纺织将持续推进数字化转型，整合线上线下资源，以创新驱动服务升级，不断为客户提供更加卓越的产品和服务。她的目标是建立一个以传承为精神核心的企业，让品牌在时光的洗礼下愈发璀璨，实现长远的可持续发展。这种对传统的尊重与对未来的拥抱，正是华之瑞纺织不断前行的动力源泉。TA

Focus / 聚焦

中国轻纺城精品面料展团 “点亮”2024 intertextile 秋冬面辅料展

8月27—29日，中国轻纺城集团精品面料展团以全新形象精彩亮相2024中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会，集结同怡针织、永伦科技、如尊纺织、客尚纺织、老鲍纺织、苏翰针织、博赢纺织等纺城优质企业，携高品质纺织面料产品强势来袭，向全球展示了柯桥纺织产业集群的独特魅力。

据了解，此次轻纺城展团参展的展品种类多样、质量上乘，从棉麻丝毛到创新材料，从单一组分到复合混纺，从传统面料到功能性“黑科技”，从素色面料到印花、绣花、提花等后整理工艺，以及毛绒、羽绒等面料均展现了参展企业的强大实力，吸引了来自全球各地的采购商，共探市场潮流趋势，共话行业发展风向。

展会期间，前来参观、洽谈的观众络绎不绝。首次以组团形式来到 intertextile 面辅料展，客尚纺织总经理王云华对本次参展体验好评连连，开展首日，公司的7位业务员就接待了多批客户，其中还包括来自3个不同省份的设计师；在博赢纺织的展位前，牛仔刺绣面料展品独特的设计吸引了众多设计师、服装厂和二批客户的眼光，据了解，博赢纺织在此次展会上不仅带来了秋冬系列的产品，还有专为2025春夏推出的新款式……现场交流氛围热烈，组团参展企业纷纷表示，在展会期间与多家客户达成初步合作意向，收到大量剪样需求，更有现场直接达成订单的情况。

为了让更多的观众能够近距离感受到展区的魅力，展会现场还以“直播探店”的形式带领无法亲临现场的观众“云”逛展会，线上线下一手抓，让观众更直观地了解中国轻纺城集团精品面料展团企业的



轻纺城展团吸引了来自全球各地的采购商。

产品和服务。

当前，中国轻纺城集团以市场主业为基石，以纺织产业链多元拓展为助力，围绕建设现代化纺织产业体系，深化划行规市、促进业态重塑、推动“展市融合”。今年以来，中国轻纺城集团多次组团“走出去”参展，不仅增强了中国轻纺城的品牌影响力，更落地实效，为越来越多的纺城企业带来更多实质性贸易订单，也将进一步促进产业链联动互通，提升柯桥面料的国际影响力，切实帮助中国轻纺城市场经营户打通产业资源的供需精准对接渠道，为柯桥纺织产业高质量发展、打造纺织业世界级先进制造集群蓄势赋能。

国风为钥， 开启产业创新发展之门

近日，由清华大学中意设计创新基地与绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会联合主办的“爱尚中国风”经纬计划服装设计师联展在绍兴柯桥中意未来时尚馆举行。

展览现场精选了三位柯桥“经纬大师”冯三三、白文晗和宋祖耀的代表作品。他们在国风时尚领域有着卓越的表现，通过深入挖掘民间的文化瑰宝，巧妙地将中华文化的深厚底蕴与现代服装设计相结合，在国内外时装周上展现了中华文化的独特魅力，赢得了广泛赞誉。

“爱尚中国风——国风时尚与可持续发展”学术交流沙龙活动同期举行。与会者就国风时尚的含义、新中式服装设计研发的方向、纺织产品与国风时尚的关联以及国风时尚的可持续发展等话题进行了深入交流。企业家纷纷表示，国风时尚不仅能推动纺织时尚产业品牌化发展，活化非物质文化遗产，提高品牌核心竞争力，更将促进地域特色产业的发展，增强国际文化交流，促进产业链协同发展。据了解，本次展览将持续至9月15日。

作为清华大学中意基地与柯桥区合作共建中意未来时尚创新中心的年度规划展览之一，“爱尚中国风”经纬计划服装设计师联展肩负着重要的使命，不仅为观众呈现了一场精彩绝伦的视觉盛宴，同时也深化了对国风时尚与可持续发展理念融合路径的探讨。展览将通过展示优秀设计师的创新作品，推动柯桥纺织与时尚产业的人才聚集和创意发展，同时传承和弘扬中华优秀传统文化。

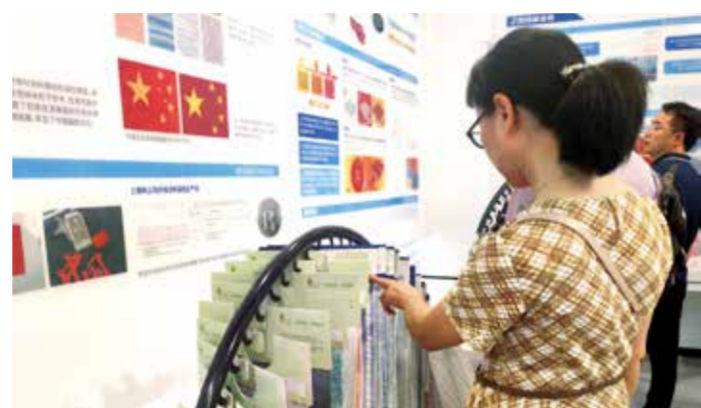
浙江省纺织面料设计师 职业技能竞赛于柯桥举行

近日，浙江省纺织面料设计师职业技能竞赛在柯桥区职教中心开赛。来自省内的13支队伍共计53名设计师齐聚一堂，展开激烈角逐，在面料设计领域实现创新与突破，充分展示了各自的专业素养。

本次竞赛以“国风流韵·整合重塑”为主题，分为实践操作和理论考试两部分。在实践操作考试中，设计师们需要在限定的时间内，依据既定主题，巧妙融合传统国风元素与现代时尚元素，进行创新性的设计和重塑，制作出独具匠心的面料设计电子作品。此外，选手们还需对自身的设计理念和灵感来源进行深度解读，全面展示作品的创意内涵和创作深度。

纺织印染是柯桥的支柱产业，面料设计又是纺织品设计中最重要的一环，是纺织印染行业转型升级、高质量发展中需要重点关注的内容。近年来，柯桥坚持人才强区、创新强区首位战略，强化“人才首位”理念，充分发挥“市场+产业+科创”三大优势，积极推动纺织面料设计人才培养与产业发展接轨，致力于为面料设计师提供更广阔的发展天地，将持续为柯桥纺织产业注入源源不断的动力。

（本版整理_周榆清）



科技大会持续锁定行业发展诉求。

让科技创新转化为变现能力

中国纺织机械行业科技大会引发关键思考

■ 本刊记者_夏小云

科技是第一生产力，是驱动产业全要素、全场景革命性突破的关键力量。为实现纺织行业高质量发展需求，推动纺机行业科技进步，8月30日，中国纺织机械行业科技大会暨第二十六届中国纺织工程学会纺机器材专业委员会三次会议在武汉召开。会议聚焦深层产业生态，汇聚多方资源，交流创新实践路径，以科技创新为引擎，探索产业升级新模式、新方向。

以新质生产力重启关键引擎

“今年以来，纺织行业运行整体呈现企稳向好态势，主要指标同比均有所改善。”中国纺织工业联合会副会长徐迎新在会议上表示。

据介绍，今年1—7月全国纺织品服装出口总额超过1700亿美元，同比增长1.3%，纺织产业链竞争力持续释放。另外，投资信心有所增强，投资增速保持较快增长。上半年，纺织、服装以及化纤产业固定资产投资完成额同比分别增长了14.3%、14%和6.4%。

徐迎新指出，当前，行业正在以新质生产力赋能现代化产业体系建设，纺织机械行业作为纺织产业体系中稳定发展的基石和科技创新的关键引擎，直接关系全局。

谈及科技创新和发展新质生产力，他表示，首先要把握住数字新机遇，强化创新引擎。在新一轮科技革命背景下，深度融合、应用人工智能、大数据、云计算等新一代技术，推动纺织行业加快高端化、智能化、绿色化发展。其次，激发纺机企业活力，增强创新动力。企业要重视基础研究和前沿技术的开发，扩大前瞻性研发投入，加强融合创新，进一步布局未来技术创新路线，抢占国际纺织装备技术制高点，构建国际供应链的话语权。其次要强化知识产权意识，完善创新生态。在纺机协会引导下，行业形成遵守知识产权法律要求的行动自觉，研究建立行业信用体系，将知识产权保护作为评价企业社会信用的一个重要方面。再者要重视人才培养，激活创新资源，构建以产业为支撑、企业为平台、院校为载体的人才培养体系，全方位培养、用好人才创新。

中国纺织机械协会会长顾平表示，在当前形势下，行业面临着诸多机遇与挑战。全球经济增速放缓，去全球化特征显现，同时科技进步加速和消费者需求变化，使得纺织行业正在经历深刻变革和产业升级。在这样的背景下，科技大会持续锁定行业发展诉求，汇集加速行业创新发展的部分资源，以期更好地引导、推动行业企业的创新发展。他表示，纺织机械作为纺织行业转型升级、高质量发展的重要生产力载体和支撑，希望在科技创新的引领和纺织变革的相互作用下，为纺织行业的高端化、智能化、绿色化、融合化发展贡献智慧与力量。

多维探索发展路径

当今世界，新一轮科技革命和产业变革正在重塑全球秩序和发展格局。如何从当前的终端需求、产业政策和产业发展大势中寻找装备技术发展的路径？

中国工程院院士、武汉纺织大学校长徐卫林围绕纤维材料发展推动纺纱、织造、染色及其装备进步几方面分享了纤维与纺织加工的技术进步对纺织装备提出的新要求。

围绕纤维材料发展与纺纱及其装备技术的进步，他着重分析了重聚纺、柔洁纺、嵌入纺、紧密纺、赛络纺、扭空纺等纺纱工艺的关键技术，还分享了玄武岩纤维、石英纤维、碳化硅纤维、氧化铝纤维等新型纤维的特点以及高端应用情况。

谈及纤维材料发展与织造及其装备技术的进步，他以喷水织机为例，详细讲解了机织曲面成型技术、高厚2.5D机织成型技术、高性能无机纤维针织技术等。

对于纤维材料发展推动染色及其装备技术进步，他介绍了乙醇无盐少水染色技术及装备，纱线在线染色技术及装备，并提出炫染染色新方法。徐卫林在发言中强调，装备技术创新一定要与材料、工艺创新结合起来。

中国工程院院士、东华大学机械工程学院教授、东华大学纺织科

技创新中心主任孙以泽从新质生产力概述、纺织装备现状与发展、纺织装备创新路径以及高端纺织装备中的新质生产力四个方面讲述了新质生产力赋能纺织装备产业发展。

他分别对纺纱、织造、印染、化纤及非织造布和鞋服等装备技术现状以及国内外案例进行了介绍。并指出，纺织装备将持续向绿色环保、数字化、智能化、差异化、高速超长超宽大容量等方向发展。装备制造商要与用户、系统供应商和科研机构实现更加紧密的合作。

对于战略性新材料装备，他认为碳化硅纤维装备、氧化铝纤维制备装备、三维编织和机织装备等都值得大家关注。纺织装备创新需要从技术创新和机制创新等方面着手，推动关键专用基础件创新，短流程、高效率创新，以及纺织专用设备和智能机器人等技术创新，促进产业链深度融合，共创纺织装备高端化、智能化、绿色化创新发展新突破，促进纺织装备高质量发展。

以创新增强核心竞争力

《纺织机械行业“十四五”发展指导性意见》为行业指明了发展方向，提供了支撑保障。未来“十五五”期间，行业将进一步提高纺织机械与纺织品加工的核心竞争力，提高纺织生产过程附加值和产品质量，扩大纺织装备应用领域。

会上，中国纺织机械协会副会长侯曦对纺织机械相关的国家政策进行了解读，并对纺机科技创新现状和未来趋势作了分享。据介绍，纺织机械行业“十四五”科技攻关项目共60项，其中50项进展顺利，2项已完成，进展缓慢8项，调整1项，新增3项；纺织机械行业“十四五”先进适用技术推广项目共50项，其中49项在用企业示范应用效果好，新增2项。

围绕纺织装备重点工程，侯曦分别对纺织绿色生产、纺织智能加工、高技术纺织品、纺机企业智造升级、纺织机械标准体系等方面重点工程进行了介绍。包括纺织绿色生产装备重点工程方面的大容量莱赛尔纤维成套装备、涤纶机织物与针织物连续染色生产线、废旧聚酯纺织品化学法连续再生成套装备。纺织智能加工装备重点工程方面的高速喷气织机、籽棉异性纤维分拣机，还有基于make Twin的加弹机数字孪生运维管控系统开发、纱线生产关键工序质量在线检测传感器及系统应用、染整生产关键工序质量在线检测传感器及系统应用等。高技术纺织品装备重点工程方面的大丝束高性能碳纤维成套装备及产业化应用，满锭子变轨交联三维编织机、碳纤维织物大断面多空腔异型拉挤设备、高速碳纤维多轴向经编技术及装备，三维内环柱面编织机等。在纺机企业智造升级重点工程方面，他介绍了智能制造工厂分级建设包括基础级智能工厂、先进级智能工厂、卓越级智能工厂、领航级智能工厂四个级别，并以20个智能工厂场景阐述了纺织机械智能工厂解决方案。此外，纺织机械标准体系重点工程也取得一定成果，将建成纺织行业首个智能制造标准试验验证公共服务平台。未来在该平台的基础上，建立纺织行业的智能制造公共服务平台。

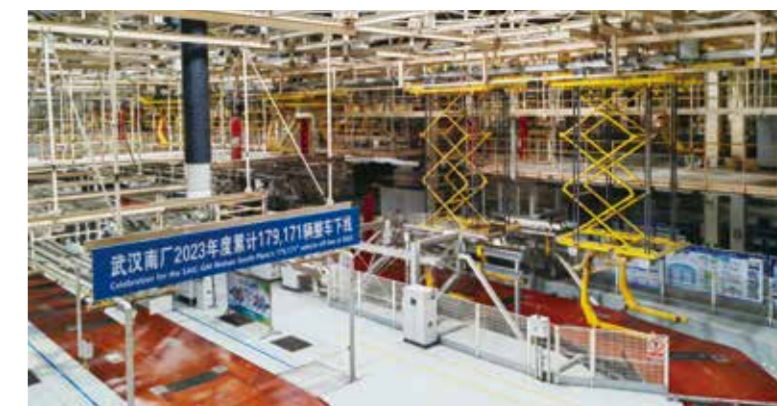
侯曦表示，未来纺机行业在绿色化发展方面将主要攻关废旧纺织品回收再利用成套装备、喷染印花一次成型成套设备、针织物长车连续染色生产线等绿色生产装备。在智能化方面，主要攻关长丝高速卷绕头、短流程纺纱装备等智能纺织装备、化纤检测装备、织物检测装备等纺织智能检测装备，以及纺织专用机器人等。在高端化发展方面，则将围绕三维编织装备和三维机织装备等工业织材装备进行拓展。

纺织机械在科技创新的引领

和纺织变革的相互作用下，

正为纺织行业的高端化、智能化、绿色化、

融合化发展贡献智慧与力量。



众多纺机项目稳步推进。

发挥平台价值，促纺机器材高质发展

中国纺织工程学会纺机器材专业委员会充分利用各种平台和资源，组织企业学习交流，引导企业学习标准、规范生产，积极创新，在促进纺织器材的高质量发展中发挥了重要作用。

中国纺织机械协会总工程师、中国纺织工程学会纺机器材专业委员会秘书长李雪清总结了纺机器材专业委员会的相关工作。首先，完善组织机构与委员服务工作。秘书处加强组织工作，完成委员增补，据介绍，目前中国纺机器材专业委员会共有149名委员，为行业提供了良好的人才保障。

其次，深入行业研究与规划。积极配合相关部门，关注行业动态，完成《纺织机械行业十四五》发展指导性意见中期评估，着手“十五五”发展指导性意见的前期重点项目推进工作，参与进出口关税调整并提供建议。

第三，持续加强学术交流。围绕制造技术等主题组织会议，推广新工艺和先进装备。组织了多次国际、国内学术交流，以及出国考察、展会参观及行业技术论坛等。

第四，广泛调研、搭建平台。吸纳高校学科带头人和行业专家，搭建与其他协会的交流平台，每年调研企业，如开展智能制造进园区活动。另外组织设计大赛与举荐人才，举办第三届“汇川杯”纺织智能设计大奖赛，奖励中青年科技人才并推荐各类奖项候选人。

据了解，未来，纺机器材专业委员会将继续搭建学术交流平台，为行业技术进步和社会科技发展做出更大贡献。围绕纺织机械“十四五”期间发展重点任务，针对纺织机械行业问题，重点开展交流合作、深入研究、新技术应用、智能制造及组织活动等工作，以推动行业发展。

北京众仁智杰科技发展有限公司总经理刘广喜介绍了纺织数字化制造公共服务平台。据了解，平台将集结以数字孪生3D可视化为主要工作的智能制造系统研发队伍，以专业、务实、商务的模式支持平台运行，配合合纵联横的各团队，进行技术层面的深入合作，依托平台，为行业的数字化制造发展做出贡献。

融通资源，协同共进

为了让科研院所及相关机构的创新成果更好地在纺机行业释放价值，主办方特邀了多所专业高校以及科研机构专家、行业优秀企业代表进行信息分享。

武汉纺织大学机械工程与自动化学院院长余联庆分享了武汉纺织大学机械工程与自动化学院科研成果；浙江理工大学新昌技术创新研究院院长胡旭东介绍了浙江省现代纺织技术创新中心—纺织智能制造的实践；天津工业大学纺织机械设计系系主任李新荣介绍了纺织装备公共设计平台—纺织数字化制造公共服务子平台相关情况；东华大学机械工程学院副院长周其洪分享了如何聚焦行业特色一体推进学院教育科技人才工作的相关信息；上工富怡智能制造（天津）有限公司副总经理王俊玲分享了富怡“4436”模式下的数字化转型总体架构和思路。

以科技创新为引，以增强行业发展内力为目标，中国纺织机械行业科技大会与第二十六届中国纺织工程学会纺机器材专业委员会三次会议的联动举办，通过众多行业创新资源的集结，为行业企业的创新发展之路提供了有益支撑。TA

推动区域品牌协同发展

清河羊绒品牌集中亮相 PH Value 秋冬针织展

■ 本刊记者_徐长杰

在 2024 中国国际针织（秋冬）博览会上，清河羊绒产业集群携衣尚、新华、皇太极、九爵、娜玮琦、匹润、俨选等品牌集中亮相，并举行新品发布推介。中国纺织工业联合会秘书长夏令敏等领导嘉宾出席活动。

此次清河羊绒品牌集中参展，展示了清河羊绒的强大产业实力和丰富多彩的产品，推动了清河羊绒区域品牌的协同发展。清河是全国最大的羊绒加工集散地、羊绒纺纱基地和全国重要的羊绒制品产销基地，年产销无毛绒 8000 余吨，占全国的 65%、世界的 50%；年纺纱 9000 余吨，各类面料 400 多万米；各类羊绒服饰 3600 多万件，占全国总量的 20%。羊绒纱线、羊绒衫、大衣、披肩等各类制品的产销能力不仅位居全国前列，更远销意大利、英国、法国、美国、日本、韩国等 30 多个国家和地区，多家企业进入国际一线品牌供应链，成为国际优质羊绒原料供应基地。2023 年，清河实现营业收入 422 亿元，年出口额超 29.8 亿元，较上年增长 11.2%。

清河县人民政府县长闫恒卓指出，清河人把不依山、不靠海、不养羊的平原县城，发展

成为了全国最大的羊绒原料加工基地、羊绒纺纱基地，成为了享誉全球的“中国羊绒之都”和“中国羊绒纺织名城”。他表示，今年 9 月 20—22 日，清河县还将隆重举办第 31 届中国·清河国际羊绒及绒毛制品交易会暨第二届针织电商大会，并盛情邀请全国各产业集群、电商平台、带货达人、采购商及媒体近距离感受清河羊绒。

中国针织工业协会会长林云峰致辞表示，清河羊绒产业历经 40 余年深耕，实现了从原料分梳向纺纱和制成品的转型升级，成为全国最大的羊绒加工集散地、羊绒纺纱基地和全国重要的羊绒制品产销基地。近年来，在协同制造链、供应链、价值链和创新链的基础上，清河羊绒以科技、文化、绿色生产力为内容，不断拓宽价值容量、加深品牌影响；从抓住电商发展机遇，到大力推动产业两化融合，再到深度实施自主品牌建设工程、推动“清河羊绒”成为国家地理标志证明商标，走出了一条制造智能化、产品四季化、设计原创化、渠道多元化的具有清河特色的高质量发展之路。

清河县羊绒产业发展服务中心主任郑春雨



清河羊绒精彩相展会。

介绍，即将举办的第 31 届中国·清河国际羊绒及绒毛制品交易会将呈现三大亮点：一是展位设计新颖，引领时尚潮流。展会将集中展示羊绒羊毛服饰新品和行业最新成果。二是精英大咖云集，共享产业未来。展会期间将举办第八届全国毛纺行业科技大会。三是高端商贸对接，拓展合作空间。展会将力邀全国羊绒羊毛产业集群、知名羊绒企业负责人、专业买手以及各大电商平台、私域电商卖家等参会，促进供需双方精准对接。

推介会上，还举行了以“多彩羊绒”和“运动向未来”为主题的联合秀，展示了清河羊绒在原创设计和新品研发、新材料应用等方面取得的丰硕成果。TA

创意袜品广受关注

小北河惊艳 PH Value 秋冬针织展

■ 本刊记者_徐长杰

8 月 27—29 日，2024 中国纺联秋季联展在国家会展中心（上海）盛大开幕。其中，2024 中国国际针织（秋冬）博览会期间，小北河袜业产业集群携 10 家杰出袜企盛装亮相，共同编织一场关于时尚与舒适的袜品盛宴。

小北河袜业产业集群的参展企业阵容中，有 8 家深耕国内市场的企业与 2 家远销海外的出口先锋并肩出征，共同展现小北河袜业的强大实力与创新魅力。

参展企业精心筹备，带来了涵盖广泛、风格多样的袜子系列，包括但不限于经典舒适的各式棉袜、专为儿童设计的萌趣童袜、轻盈便捷的船袜、温暖细腻的羊毛袜，以及融入时尚元素的饰品袜等，全方位满足不同消费者的个性化需求。这些产品不仅以多样化的款式引领潮流趋势，更以其亲民的价格与卓越的品质赢得了市场的广泛赞誉，充分彰显了小北河袜业产业集群在成本控制、工艺创新及品质保证上的卓越能力。

小北河镇党委书记王树生在接受《纺织服装周刊》记者采访时表示，截至今年 7 月，小北河袜业产业实现产值 21 亿元，预计全年实



小北河袜品在展会上广受好评。

现 35 亿元，预计同比增长 9.4%。上半年直接出口实现 2300 万元，预计全年直接出口实现 5000 万元，预计同比增长 28.9%。

记者了解到，历时 40 多年发展的辽阳·小北河袜业，现有袜业企业 226 家，电脑织机 2.3 万台，安排就业 2.2 万余人；年产袜子 25 亿双，产值近 35 亿元。棉袜产量仅次于吉林省辽源市居全国第二位，产业整体规模位居全国第四位。

小北河袜业如今也开始通过线上渠道进行销售。“现在线上销售额在 5000 万元左右，比例不是很大，今后将重点布局电商领域，积极开拓国内外市场。”王树生表示，目前小北河袜

业企业中小微居多，但这是一个富民产业，政府也在积极培育，“我们计划在未来 3—5 年，从产值上力争达到百亿。”

王树生认为，小北河将在存量基础上深挖企业潜力，在提升品质上下功夫，品质、品牌的提升需要企业管理水平的提升，这是小北河挺进百亿级俱乐部的根本所在。

据了解，为进一步发挥小北河袜业产业集聚效应，引领产业高质量发展，小北河镇规划建设了东北轻工业产业基地。目前，已封顶 27 栋厂房，建设面积达 32 万平方米，可容纳 300 余家袜企，已有 126 家袜企入园。不仅如此，小北河镇还高标准配备了污水处理厂，为产业延链补链提供充分保障。

对此王树生表示，为逐步完善袜业产业链条，小北河将优先围绕色纱企业进行招商，他们将利用现有产业优势和基础，吸引浙江、山东高端色纱供应商在小北河投资建厂、设立销售网点，丰富袜企原料供应。同时，积极招引域外知名袜企、上下游产业链规上企业，逐步形成龙头企业示范引领作用，引导小规模企业向规上发展。TA



达方服饰：即墨童装之光的崛起与创新

■ 本刊记者_云娟娟

即墨作为“童装名城”，孕育了无数童装品牌的辉煌。青岛达方服饰有限公司正是童装新星之一。凭借卓越经营智慧和敏锐市场洞察力，达方服饰在即墨童装市场的浩瀚蓝海中破浪前行，成为引领潮流的佼佼者。

品牌重塑，助达方起航

达方服饰创始人樊庆兵告诉记者，公司 2009 年成立，原本从女装起家，后跨界深耕童装市场。初期，公司专注于外贸童装，从小订单、二手单起步，通过不懈努力和持续参展，品牌知名度迅速提升，逐渐吸引了大量一手订单，这为达方服饰快速发展奠定坚实基础。

面对市场风云变幻，樊庆兵意识到，做品牌才是企业的最终出路，于是凭借战略眼光，公司成功收购了德国知名童装品牌 DU4，并进行了全方位品牌重塑与升级。DU4 产品线覆盖 11 岁以内儿童，以高品质梭织外套为核心竞争力，凭借独特设计理念和卓越功能性，迅速在市场中脱颖而出。

广泛赞誉的背后，离不开其卓越设计与生产能力。达方服饰拥有一支超 20 人的专业设计

和技术团队，同时，采取设计自主开发、与优质工厂紧密合作模式，实现了从创意到产品无缝对接。DU4 各生产工厂作为关键基地，以其高效生产和灵活订单处理能力，为公司快速发展提供了有力保障。

销售模式上，达方服饰实现了线上线下全渠道融合。公司不仅积极尝试实体店经营，还采用授权模式向合作伙伴提供授权，同时依托私域平台及直播电商，与主播、辛选等紧密合作，构建起了多元化客户群体，销售额逐年攀升。目前，年合作客户数量超过 2000 家，其中直播电商客户占比显著，年合作数量上千家。这一庞大客户网络不仅彰显了达方服饰的强劲竞争力，更彰显了其供应链管理方面的卓越优势。

创新供应链，快反赢朝夕

供应链方面，樊庆兵称，公司采取双轨并行模式，既与反应灵敏的中小型工厂合作，灵活应对订单变动，又携手合作大批量生产的大型工厂，以保持产能稳定。同时，达方服饰早在 2017 年便引入 ERP 系统，构建了从厂家到终端零售的完整数据链，为公司精准决策提供



达方服饰多管齐下迎未来。

了有力支持。针对库存痛点，达方服饰的“小单快反”模式能确保梭织外套约 15 天交货、针织类 3—5 天交货。同时，公司根据销售数据得知精准多次反单补货会大大降低库存压力。樊庆兵表示，以首单 1000 件为例，不补货售罄率约为 50%。而多次精准反单补货后，售罄率则大幅提升，部分爆款反单十多次后，基本可实现微库存，这大大降低了经营风险。

对于目前的成绩与荣誉，樊庆兵深感自豪，更感谢即墨服装市场的引导和大力支持。展望未来，达方服饰将以更加稳健的步伐，继续在童装行业中前行，走出即墨乃至全国童装发展的新潮流新未来。TA

前颜服饰：以原创和供应链成就传奇

■ 本刊记者_云娟娟

即墨，作为国家级“针织名城”和全国卫衣生产基地，名企云集。位于即墨服装市场的青岛前颜服饰有限公司便是其中的佼佼者。它由一对具有 22 年服装行业经验的夫妻创立，从进货卖货起步，后凭借独特原创设计和强大供应链优势，发展成为了集设计、生产、销售于一体，年出货量超 100 万件的综合性品牌。那前颜服饰成功背后有何秘诀？

原创设计，铸就品牌之魂

前颜服饰创始人于基伟及其妻子入行逾 20 年，原先只是进货卖货，后来意识到自主品牌的重要性，于是创立“前颜”，踏上品牌化征程。于基伟深知原创设计对品牌的重要性。因此，自品牌创立起，就投入大量资源用于设计研发。公司组建了一支由资深设计师构成的团队，既紧跟国际潮流，又深挖本土文化元素。

前颜服饰精准锚定 20 至 40 岁消费群体，以时尚潮牌为风格，从以针织为主拓展至梭织，针织与梭织比例达 1:1，实现了产品多元化。公司每年推出上百款新品，不仅畅销国内，还成功打入国际市场。除了设计创新，前颜服饰也

始终重视品控，不管是面料选择与定制，还是生产过程每个环节，都致力达到外贸品质标准，这也为前颜服饰赢得了良好口碑和忠诚度。

此外，为保持设计的原创性和独特性，前颜服饰构建了严格的知识产权保护体系，通过注册商标、申请专利等手段，有效捍卫了品牌设计成果和市场地位。同时，品牌积极与国内外知名设计师、时尚机构合作，为品牌持续注入更多创新活力。

高效供应链，赋能品牌发展

供应链管理方面，前颜服饰同样表现出色。品牌坚持自己设计、自己生产，从面料研发、采购到成品制作，实现全程把控，确保了产品品质和独特性。针对不同类型产品，公司还采取了多地布局策略。这种布局不仅充分利用了资源优势，也提高了生产效率和产品质量。为实现柔性供应链，前颜服饰将订单分散给 50—60 家配套工厂，通过外协合作和灵活用工，提高了生产效率和反应速度。部分产品如针织短袖 1—2 天可出货，满足了市场快速变化需求。此外，前颜还高度重视与纤维供应商合作，积



前颜服饰持续加码品牌化发展。

极开展面料研发，持续提高产品技术含量与附加值。

在市场布局方面，于基伟表示，前颜服饰已在全国建立了广泛的代理商网络。销售渠道以二级代理商为主，同时涉足服装批发、商超专卖及线上供货。这种代理和销售模式有助于拓展市场、分散风险，并为代理商创造更多机遇。

于基伟强调，品牌化道路并非一帆风顺，目前公司也面临着品牌宣传力度不足、市场认可度待提升以及人才流失等问题。未来，将继续深化品牌化建设，计划走品牌加盟路线，通过增加加盟商比例和拓展销售渠道，进一步提升品牌影响力，为消费者带来更多高品质、时尚潮流的服装。TA

凌迪 Style3D：以惊人革新之速，带你尽览数字时尚未来！

■ 本刊记者_董笑妍

2024 中国纺联秋季联展盛会上，记者再度邂逅了凌迪 Style3D，也再次被这家企业所震撼。

踏入展位前，记者还担心其展品或与今年春季联展上无异，难以捕捉新意。然而，当踏入这精心布局的展位，目睹那琳琅满目的新品后，记者顿感释然——这无疑是一家屹立于时代潮头的创新型科技企业。

一键，为创意加速

本次展会上，Style3D 展位以独树一帜的蓝白科技感色调设计、创新的 AI+3D 技术产品以及广泛的应用案例带来了全新震撼。

展位内依然是人头攒动、一派盛况，每项产品前都围拢着众多专业人士，聚精会神地聆听着工作人员的细致讲解。

Style3D 的数字技术已渗透至服装设计的每一个细微环节，从最初的构思、制版、样衣，到搭配、企划，乃至产品展示与 VR 店铺的沉浸式体验，无不彰显其技术的深邃与广度。此次探访，记者尤为关注这家企业在短短半年间所做出的更新与创造。

在创意设计领域，Style3D 更上一层楼，推出了“AI+ 设计”的 Style 3D iCreate。这款系统最令人瞩目的功能，莫过于它能以服装的线稿为蓝本，瞬间生成如同真实照片般的上身效果图，极大地加速了设计师的灵感实现过程，使他们能够迅速生成并修改自己的创意。此外，Style3D iCreate 还实现了“以文生款”（将脑海中的创意直接转化为可视化设计）与“以款生款”（基于既有款式生成更多相似设计）的神奇功能。

智能，贯穿生产周期

而 Style3D 在面料数字化方面的造诣，同样令人叹为观止。通过对面料各项数据的精准采集，Style3D 可使面料企业轻松在线生成该面料的款式图，如今，这一技术又被进一步升级与优化。一方面，只需扫描面料样卡上的二维码，即可获取该面料的详尽信息，包括 3D 预览、所有已生成的效果图，以及实



Style3D 展位人头攒动。

正是这样的自我革新让 Style3D 成为了数字化‘全链路时尚行业解决方案’的引领者。

时米数、位置等仓储数据，真正实现了从创意到生成的数字化无缝对接；另一方面，Style3D 还开放了更多款式资源，并应用在 Style3D iCreate 上，让“AI 面料试衣”的无限可能触手可及。

在样衣制作环节，Style3D 推出了革命性的“样品开发生命周期管理”系统。该系统通过样衣上的二维码，详细记录了样衣从板房诞生到最终入库、展示的每一个环节。一键扫码即可查阅其研发历程、评审意见等信息，实现了样衣的线上可视化管理。

尤为值得一提的是首次亮相的“Style Knit 针织数字化研发系统”。该系统实现了与电脑横机的直连。设计师只需在电脑上完成款式设计，即可直接产出针织衣片。

展位负责人自豪地介绍，在部分款式上，Style Knit 针织数字化研发系统能将针织服装从设计到成衣的时间缩短至惊人的 100 分钟，并支持 95% 的电脑横机设备。此外，它还具备款式快速搭配、面料图案设计、针法廓型轻松编辑等功能，做到了针织设计与生产的无缝对接。对于海外针织贸易而言，相比一次次寄送样衣，逼真的 3D 效果展示更是极大地降低了双方的沟通成本。

在最终呈现环节，Style3D MixMatch 跨平台 3D 服装实时搭配软件也迎来了全面升级。新增的可选姿势、丰富配饰、更新场景以及更逼真的模特形象，为企业的产品展示增添了无限魅力。同时，AI+ 营销环节的 Style3D iWish 技术也实现了效果的大幅提升，它以更

低的成本、更快的速度生成了近真人模特形象，为企业的营销活动注入了新的活力。

此次秋季联展上，Style3D 以其日新月异的技术创新和不断突破的产品迭代，赢得了众多企业的青睐与赞誉。正是这样的自我革新让 Style3D 成为了数字化“全链路时尚行业解决方案”的引领者。

联动，未来精彩继续

除了多彩产品展示外，Style3D 数字化公开课今年依旧火热。在展位上，公司邀请了 PPS、雅泽纺织和潘申洪等企业专家及行业大咖进行精彩演讲，探讨数字化在服装行业的应用，吸引了众多参会者驻足聆听。

现场，浙江凌迪数字科技 Style3D 还与苏州诺睿科技进行了战略合作签约，诺睿科技凭借专业的纺织 ERP 系统诺睿“智纺云”，已为超过 1000 家纺织生产型企业提供优质服务。此次 Style3D 与诺睿科技的强强联合，将助力 AI+3D 数字研发体系与企业管理的纺织 ERP 系统之间的互通融合，加速服装行业的研发与管理流程优化，为纺织服装企业构筑起更为高效、敏捷的业务发展模式，赋能企业在全竞争中获得更大的竞争优势与可持续发展能力。

虽然本届展会已圆满收官，但关于时尚及数字化的精彩还将继续。作为服装 3D 数字化领域的领军者，Style3D 将始终致力于推动纺织服装行业的数字化转型与智能化升级，将先进的研发成果全面融入产业链条，链接产业上下游企业，实现全链条的数字化赋能。TA

鹰游新立成：特宽幅绒毛面料尽显尊贵与高雅

■ 本刊记者_郭春花

8 月 27—29 日，为期三天的 2024 中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会在国家会展中心（上海）盛大举行。本次展会吸引了来自全球 26 个国家和地区的近 4000 家参展商，连云港鹰游新立成纺织科技有限公司作为其中的佼佼者，携其创新技术和产品惊艳亮相，成为展会上一大亮点。

相比往届，鹰游新立成此次展位面积更大更宽阔。步入展位，踏着柔软的毛绒地毯，首先看到的是“超宽幅面料（4.2 米素色、3.5 米印花）”“全系列精品毛绒十七万生产基地”的广告标语，一排排一列列特宽幅绒毛面料犹如一幅壮阔的画卷徐徐展开，给人一种奢华尊享、温暖优雅的感觉。

展位上人头攒动，专业观众纷纷驻足，对各种绒毛面料表示出浓厚的兴趣。公司总工程师孙素梅介绍，此次展会，鹰游新立成重点展出了特宽幅绒类织物，即 4.2 米特宽幅素色面料、3.5 米特宽幅印花面料等特宽幅产品。据了解，鹰游新立成依托母公司连云港鹰游纺机集团有限公司在设备开发方面的优势与多年毛绒



鹰游新立成展位上人头攒动。

产品的生产经验，经过充分的市场调研与组织论证，对特宽幅绒类面料进行了立项攻关，最终形成了目前 4.2 米特宽幅素色面料及 3.5 米特宽幅印花面料的生产能力。这类特宽幅产品，填补了 2.8 米以上特宽幅涤纶针织绒布空白，面料可裁剪利用率提高 10% 以上，生产效率提升 80% 以上。经过攻关，公司生产的特宽幅产品质量稳定，产品种类丰富，此次展会一经展出，就广受好评，不断接收到客户的垂询与洽谈。

此外，此次展会上，鹰游新立成还展出了 3D 提花系列、超仿真动物毛皮系列、超级花雕

永荣股份：将绿色设计、功能融合进行到底

■ 杨平 / 文

作为中国民用锦纶技术的龙头企业，福建永荣锦江股份有限公司今年再度与中国国际面料设计大赛携手，设置了“锦纶（永荣锦江）产品开发应用奖”，以创新为引擎，深度挖掘锦纶在面料开发中的多元潜力，开启了锦纶面料创新设计的精彩篇章。

在近日举办的 2024 中国国际面料设计大赛颁奖典礼上，来自 6 家优秀纺织企业的特色产品分别获得了锦纶纤维环保产品开发创新奖、锦纶纤维科技产品开发创新奖以及锦纶纤维风格产品开发创新奖。这些获奖产品不仅彰显了锦纶企业在科技、时尚与绿色融合方面的显著进步，更为行业树立了新的标杆。

高端锦纶赋能面料升级

近年来，围绕健康舒适、个性化定制、低碳环保等趋势，高端差异化锦纶产品开发比重持续提升。本届获奖的锦纶产品设计更加以人为本、以消费者为中心，混纺交织产品实现了纤维优势互补，更加体现出产品的生态属性和商业价值，也为锦纶产品开辟出更为广阔的应用前景。

无论是在绿色设计还是功能技术等方面，本届获奖产品的锦纶应用较往年又上了一个新台阶。如海宁源茂针织股份有限公司研发的再

生抗紫外线产品，采用永荣股份的全消光再生锦纶与再生氨纶交织，使产品保留了各自纤维的优点，赋予面料弹力舒适、吸湿透气的特点，实现更为持久长效的抗紫外线效果。山东鲁联新材料有限公司采用了亲肤锦康纱®与氨纶丝机器包缠而成的复合弹力纱线，结合色织工艺和面料松式后整理加工技术，使面料具有了高弹性及弹力恢复性特点。为了更好地推广获奖产品，8 月 27—29 日，公司还在中国纺联秋季联展的 8.2-E85 永荣股份展位上，特设了获奖产品展示区。

强强联合助力行业可持续发展

凭借卓越的性能和丰富的应用，锦纶纤维逐渐成为消费者信赖的优质材料。多年来，永荣股份瞄准高端化、智能化、绿色化方向，以创新为核心驱动力，深耕差异化、功能性、可持续性锦纶产品的开发，以产学研协同创新、产业链上下游合作等方式不断增强竞争力，走出了一条新质发展之路。

本届展会期间，永荣股份再度带来了主推的高精尖差异化锦纶产品——功能性系列锦康纱®、高端差异化系列锦逸纱®、低碳环保系列锦生纱®，为客户提供了优质原料解决方案。尤为引人注目的是，永荣股份与大赛共同打造



获奖产品在展位上展出。

的纺织化纤行业虚拟数字人“RONG”也惊艳亮相永荣股份展位，她身着采用“锦康纱®”“锦逸纱®”“锦生纱®”设计的多款服装，为大家带来了一场身临其境的元宇宙时尚大秀。当下，锦纶的应用已经渗透到服装的多个细分领域。从传统的内衣、瑜伽服到针织衫、衬衫、外套，“永荣锦江高精尖产品数字发布秀”通过立体化展示永荣股份特色锦纶纤维的应用成果，直观呈现了锦纶产品的多功能性和多场景适用性。

未来，永荣股份将进一步加强与大赛在纤维应用、面料设计、品牌建设等方面的合作，以更具差异化的产品开发和推广，为行业 and 消费者创造更多价值。TA

淡季尾市销售回升 价格指数环比微升

20240902 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20240902 期纺织品价格指数收报于 104.88 点，环比上涨 0.02%，较年初下跌 0.25%，同比下跌 1.28%。



中国轻纺城淡季尾市销售回升，其中：原料市场量价环比回升，坯布市场价明显上涨，服装面料市场布匹价量环比回缩，家纺类产品成交量环比微升，辅料量明显回升。

原料行情环比上涨，涤纶环比下跌，粘胶类环比推升

据监测，本期原料价格指数收报于 82.32 点，环比上涨 0.16%，较年初上涨 0.35%，同比下跌 1.25%。

聚酯原料涨跌互现，涤纶行情环比下跌。本期涤纶原料价格指数环比下跌。近期华东地区 PTA 现货主流 5312 元/吨，环比下跌 37 元/吨；MEG 主流 4792.5 元/吨，环比上涨 155 元/吨；聚酯切片市场报价基本稳定，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6650 元/吨，环比持平。萧绍地区涤纶长丝成交环比回缩，价格稳中回软，POY 报价 7990 元/吨，环比下跌 10 元/吨；FDY 报价 9140 元/吨，环比持平；DTY 报价 9330 元/吨，环比下跌 10 元/吨。部分聚酯工厂涤纶长丝价格基本稳定，局部稳中下跌，市场成交环比下降，订单环比回缩，常规品种出货量下降，贸易公司目前打样较多，开发方向主要以多种纤维、差异化产品，涤纶长丝需求继续下降，织造印染企业开工率仍显不足。

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 7380 元/吨，环比上涨 70 元/吨。江浙地区涤纶短纤市场价格环比上涨，实单成交局部回升，下游采购环比增加，市场交易气氛局部回升。纯涤纱市场报价稳跌互现，32S 纯涤纱报 11800 元/吨左右，环比持平；45S 纯涤纱报 12900 元/吨左右，环比下跌 100 元/吨。

粘胶短纤价格环比上涨，纯棉纱市场价稳量跌。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 13600 元/吨左右，环比上涨 100 元/吨。近期已到淡季尾市，下游需求端局部回升，粘胶短纤成交环比增加，工厂低价惜售情绪浓郁，市场价格环比上涨，厂商报盘环比推升。终端需求局部回升，下游人棉纱厂开机率环比回升，人棉纱价格基本稳定。30S 人棉纱价格报 17170 元/吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 18400 元/吨左右，环比持平。

近期，萧绍地区纯棉纱市场成交环比下跌，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。现货成交相对一般，纯棉纱市场因下游订单相对不足，成交环比出现回缩走势，从品种表现来看，前期成交较好的气流纺棉纱近日成交有所走淡。纱厂开工有回升迹象，纺企原材料采购仍以逢低刚需补库为主，市场信心仍不足。

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 1.06%，较年初下跌 0.98%，同比下跌 2.38%。

近期，坯布市场营销环比回升，连日成交呈现环比上涨走势，坯布厂家订单环比增加，坯布量价环比上涨。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货明

显回升，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶约坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交量明显回升；混纺纤维坯布行情环比推升，T/C 涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场量价环比上涨，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 116.22 点，环比下跌 0.61%，较年初下跌 0.20%，同比下跌 0.89%。

本期服装面料类价格指数环比下跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，最近已是淡季尾市，夏季面料补货继续回缩，秋冬季面料下单环比下降，对口客商入市认购逐日回缩，服装面料价格指数环比下跌。其中：涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、粘胶面料、粘毛面料成交量不等量下跌，拉动服装面料价格指数环比下跌。

家纺市场略显回升，价格指数环比微涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.06 点，环比上涨 0.03%，较年初下跌 0.79%，同比下跌 0.95%。

本期家纺类价格指数环比微涨。近期，家纺市场行情略显回升，整体市场价格环比微涨。其中：日用家纺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；窗纱类现货成交和订单发货环比回升，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。

市场行情明显回升，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 131.05 点，环比上涨 2.37%，较年初下跌 0.44%，同比下跌 1.27%。

本期服饰辅料类价格指数环比上涨。近期，市场成交明显回升，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比上行，价格指数环比上涨。衬料类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；带类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类行情环比回升，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。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。后市整个内销市场营销将环比小增，外贸市场也将局部小增，尤以秋冬面料订单仍将继续增加，销售将继续推升，秋冬面料需求仍将有所增加。因“金九”时节，市场行情将有所改善，因此后市创新面料价格维持震荡上行的可能性依然较大。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



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纺织科技奖1781项、优秀教师和学生4735名、优秀教学成果3120项、针织科技创新贡献成果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单位43家、个人16人。

自1997年至今，科技教育公益活动支出超2亿元，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



中国国际纺织机械展览会
暨ITMA亚洲展览会
ITMA ASIA + CITME 2024

商业平台 引领亚洲

2024.10.14 - 18

国家会展中心 中国·上海

10月13日前完成
观众在线预登记
享受6折优惠



扫码立刻完成
观众预登记



更多参观详情, 请咨询

北京泰格斯特国际展览展示有限公司

电话:+86 10 85229831 / 58221177-617 / 58221177-609 / 85229646 / 58221177-614

邮箱:itmaasiacitme@bjitme.com



官方网站

www.citme.com.cn
www.itmaasia.com

主办单位



中国国际
贸易促进委员会
纺织行业分会



中国纺织
机械协会



中国国际
展览中心
集团有限公司



欧洲纺织
机械制造商
委员会

承办单位



北京泰格斯特
国际展览展示
有限公司

协办单位



ITMA Services

合作协会



日本纤维
机械协会