

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

2018.04.02 | 第12期 | 总第876期



官方网站

微信公众号

电子杂志

微博

手机报

《纺织服装周刊》
新媒体全覆盖

提供便捷、及时、
高效的信息服务

招商热线: 010-85872630
联系人: 李江敏

中国纺织工业联合会会刊

纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY

WITNESS
POWER OF
TA

影响改变认知 服务创造价值

《纺织服装周刊》官方网站: www.taweekly.com

新闻热线: 刘茜 010-85872640 广告热线: 万晴 010-85872646

东方时尚中心 | 劉薇

P8

链接时尚、商业与未来

P28

盛虹·中国纤维流行趋势 2018/2019 发布 10 大类纤维上榜

图为中国国际时装周(2018/2019秋冬系列)上,东方时尚中心·刘薇专场发布。

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

周刊+



微信·公众平台



花椒直播



今日头条



一点资讯



天天快报



新浪看点

· 行业信息+

不断更新的行业信息库——借助新媒体平台，传播频率从每周延伸到每天每时，深度展现一个行业的产经脉络，形成了强大影响力。

· 媒体平台+

全媒体平台同步传播——平面期刊《纺织服装周刊》，官方网站www.taweekly.com，拥有10万+用户的微信订阅号“纺织服装周刊”、“TA潮报”，VIVA电子杂志，同步更新于今日头条、一点资讯等平台，全新登陆映客、花椒等直播平台。

· 服务价值+

呈现三大维度的服务产品——可以定制的行业传播解决方案、立足企业实际需求的活动推广、实现有效营销的新媒体整合传播。

《纺织服装周刊》官方网站: www.taweekly.com

新闻热线: 刘嘉 010-85872640

新媒体热线: 李江敏 010-85872630

广告热线: 万晗 010-85872646

发行热线: 章简 010-85872699





微信号: tachaobao



微信号: fzfzzk

潮报

他的时尚，她的时尚，TA的时尚，关于时尚的新潮播报尽在**TA潮报**
接地气的时尚产业新闻，本土原创的设计推广平台
《纺织服装周刊》(TAweekly)出品，行业品质，精良之作

www.taweekly.com



纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

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

编委会名单

主任 王天凯

副主任 高 勇 孙瑞哲 徐文英 杨纪朝 夏令敏 陈伟康 王久新

委员（按姓氏笔画排序）

王加毅 王树田 叶志民 叶体亚 冯国平 朱北娜 乔艳津 许吉祥 孙晓音 孙淮滨 李进才
李陵申 李斌红 杨永元 杨兆华 杨 峻 陈大鹏 陈志华 张庆辉 张慧琴 郑伟良 倪阳生
袁红萍 徐迎新 钱 晋 徐 峰 梁 勇 黄淑媛 彭燕丽 端小平 翟燕狗

社长 钱 晋
常务副社长兼总编辑 徐 峰
副社长 刘 萍
高级顾问 胡晓玉
副总编辑 赵媛媛 葛江霞
社长助理 赵学君

采编中心

主编 刘 嘉
副主编 郭春花
主笔 郝 杰
副主任 徐长杰
资深记者 董笑妍
编辑/记者 李亚静 袁春妹

墨 影 余 辉
武筱婷 徐盼盼
徐 瑶 廖小萱
夏小云
美编 郭 森
摄影记者 关云鹤

新媒体部

编辑 李江敏
美编 李举鼎

行政管理中心

总监 郭也可(兼)

办公室
主任 黄 娜
副主任 刘 萍

财务部

主任 崔淑云
专员 张 艳

产业服务中心

总监 李晓慧
副总监 吕 杨
主任 李 芳 罗欣桐
项目主管 毕子健 赵大伟

品牌推广中心

总监 郭也可
副总监 刘 妍 孙 洁
主任助理 王振宇

市场运营中心

总监 万 略
副总监 章 简
主任 沈 静 010-85872653
媒介主管 雷 蕾 010-85872143
客户经理 张灼瑄 010-85872668

绍兴专刊部

主任 赵玲玲
副主任 赵国玲
主任助理 邬莹颖
记者 王 利

热线电话

总 编 室: 010-85872680 新闻热线: 010-85872640
发行热线: 010-85872668 传 真: 010-85872601

国际标准刊号: ISSN 1674-196X 国内统一刊号: CN11-5472/TS

广告发布登记许可号: 京东工商广登字20170146号

本刊广告总代理: 中纺网络信息技术有限公司

出版发行: 《纺织服装周刊》杂志社

地址: 北京朝阳区东四环中路39号华业国际中心 B 座207二层(100025)

定价: 每期人民币12元

欧洲合作媒体: 

印度合作媒体: Inside Fashion

日本合作媒体: 纤维News

台湾合作媒体: 

承印: 北京中科印刷有限公司

法律顾问: 大成律师事务所

春天的脚步

进入3月,北方气温先冷后暖。随着一个急速升温过程的到来,迎春、山桃、玉兰、连翘、樱花……这些原本应该次第开放的春花,几乎在一夜间同时绽放,竞相吐蕊。

这个春天来得晚、来得急;这个春天,中国纺织行业践行“科技、时尚、绿色”发展的步伐却显得格外稳健、扎实。

先说科技。3月23日,国家科学技术奖励工作办公室发布第89号公告,2018年度国家科学技术奖提名工作已结束,根据《国家科学技术奖励条例实施细则》的规定,对形式审查合格的2018年度国家自然科学奖项目269项、技术发明奖通用项目240项以及科学技术进步奖通用项目763项予以受理。

《纺织服装周刊》记者通过梳理之后发现,在这些受理的项目中,涉及纺织业的共有19项。其中,15个项目为中国纺织工业联合会提名,其余4个纺织相关项目的提名单位分别是上海市、浙江省、中国石油和化学工业联合会。

再说时尚。刚刚落下帷幕的2018/19秋冬中国国际时装周以近百场时尚活动和强力“链接”的姿态,在这个百花齐放的春天里,让顶级时尚走进了千家万户。本届时装周在秉承以往定位和宗旨的基础上,又从三个方面强化了“链接”的力量:时尚与商业的链接、时尚与跨界艺术的链接、时尚与整个纺织服装产业链的链接。

本届时装周,主办方联手中国百货商业协会,以三里屯太古里和老佛爷百货等著名商圈作为时尚发布场地,链接时尚与商业,将时尚设计辐射至社会的方方面面,让更多的消费者感受时尚的魅力;联手北京杜莎夫人蜡像馆、北京民生现代美术馆,链接多样艺术形态,进一步丰富“大时尚”内涵;将美棉、旭化成等纤维、面料上游企业,以及中国百货商业协会等商业机构接入时装周,贯通产业链上下游,让时尚有了“从产业链源头到消费者心田”的活水。

说到绿色环保,今年中纺联春季调研中,广东西樵牛仔面料企业发出的声音,生动体现了中国纺织企业坚持绿色环保、走可持续发展道路的决心和自信——“环保风暴不仅没有把我们压垮,反而让我们扬眉吐气!”

提及牛仔面料,绕不开绿色环保话题。调研组在与西樵镇两家企业以及当地政府相关负责人的座谈与交流中发现,得益于当地政府前瞻性政策的贯彻和持续落实,当地规范化管理的纺织企业在“环保风暴”中受到的不是冲击而是洗礼,直呼“扬眉吐气”。

早在2007年,西樵镇就已经实施“三统一”工程,纺织企业统一工业用水、蒸汽、污水处理,保证了当地牛仔产业链的持续、健康发展。谈及牛仔面料生产过程中的生态环保问题,企业代表用“扬眉吐气”来形容企业当下的感受。正是因为多年前坚持环保转型,才能在近年来的“环保风暴”中脱颖而出。“环保风暴”对行业来说是一次全面洗牌,对不达标的企业来说是重大的打击,但对于规范、标准的企业来说则是一次机遇。

科技、时尚、绿色,这是中国纺织行业在新时代的新定位,在全面贯彻落实党的十九大精神的第一个春天里,中国纺织行业正在用脚踏实地的行动,朝着纺织强国目标大踏步迈进!

赵媛媛

CONTENTS

目录

6 资讯 INFOS

无界时代的源力觉醒!

分享化纤尖端技术成果 共推行业高质量发展

12 关注 ATTENTION

新消费 新模式 新思维

16 特别报道 SPECIAL

多项指标增速高于全国 智能制造全面升级

创新步伐从未停歇

政府、协会、企业共推产业高质量发展

24 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

“纺城有家”智慧党建 APP 打造市场党建新平台

28 行业 INDUSTRY

盛虹·中国纤维流行趋势2018/2019发布 10大类纤维上榜

35 展会 EXHIBITION

探究意大利品质真相



8 关注 ATTENTION

链接时尚、商业与未来

中国国际时装周 2018/2019 秋冬系列大幕开启

3月25日~4月1日,中国国际时装周2018/2019秋冬系列在北京华彩上演。本季时装周期间举办了近百场时尚活动,精彩纷呈。行至今日的中国国际时装周,呈现形式上更加多元化。从参与的设计师和品牌来看,更多知名的、有影响力的设计师出现在时装周的舞台,并且持续发布,既推动了中国设计师队伍的发展,也将影响全社会的时尚风潮走向。



2018中国绍兴柯桥 国际纺织品面辅料博览会(春季)

KEQIAO TEXTILE EXPO (SPRING), SHAOXING CHINA

日期
/
5.6-8

展址
/
浙江柯桥
中国轻纺城
国际会展中心

主要展品
/
纺织面料(辅料)
家用纺织品
创意设计

世界纺织看中国 中国纺织在柯桥

展会热线: 0575-84135583 81181395 81181389 www.ctcte.com



聚焦 | FOCUS

无界时代的源力觉醒！

链尚·2018 中国服装论坛在京举办

本刊记者 _ 刘嘉

3月29 ~ 30日,由中国服装协会主办的链尚·2018中国服装论坛在京举办。本届论坛以“无界：创新的空间和逻辑”为主题，集聚零售、商业、品牌、制造、艺术等多领域的专业人士，交流新发现、沟通新思想、碰撞新认知，为品牌的发展注入新动能。中国纺织工业联合会会长、中国服装协会会长孙瑞哲，中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会常务副会长陈大鹏等行业领导，以及来自白领时装、链尚网、安正时尚集团、歌力思服饰、晨风集团、领秀服饰、思凡时尚等时尚品牌和企业的负责人，以及来自辽宁、山东等行业协会的负责人等出席论坛。

孙瑞哲在致辞中围绕“实现行业发展的‘再定义、再平衡与再创新’”进行了观点发布。再定义，打破印象锁定，实现产业定位的“再定义”——科技、时尚、绿色；再平衡，从行业发展来看，以供需结构的再平衡、区域发展的再平衡、产业收益的再平衡，“满足人民对美好生活的新期待”，实现“高质量发展”；再创新，“时尚是永恒重生的新”，突破自身产业边界、实现价值延伸、提升空间与时间意义上的“再创新”。

中国服装论坛主席团轮值主席、北京白领时装有限公司董事长苗鸿冰围绕“新时代、新品牌、新零售”发布年度观点。在他看来,2017年大环境悄然变化,顾客需求彻底改变了,市场竞争更加激烈。

台湾科技大学信息管理系特聘教授卢希鹏带来“秘密——随经济：C2B 逆商业时代”的分享。他说，如果是大家都知道的事，那么就是1到n的推广，从0到1的创新是因为看到了别人没有看到的秘密。随经济，就是看到大家没看到的秘密，未来的经济将由弱连结主导。

链尚网创始人兼董事长、POS FASHION 集团CEO及创始人赵俊浩在发言中说：“新零售、消费升级、互联网科技,三个热门词汇一直围绕着我们。其实,科技只是加快了轮回的速度,并没有改变世界,让我们回到同样的点,做同样的事情。”

清华大学美术学院设计战略与原型创新研究所所长柳冠中围绕“重塑价值的良方”展开发言，他认为，设计是从解决问题的本质入手，而不是从造型入手。创风格，是画不出来的，是对结构、材料、工艺的实验、优化做出来的。中国方案的工业设计，提倡使用而不



时尚品牌领袖、行业精英与学者在会上探讨交流了中国时尚行业未来的发展方向。

是鼓励占有，需求是 want，而不是 need。艾康尼斯大中华区董事总经理许培锋在发言中说，无界限 IP 时代到来，中国改变世界，世界在为中国改变。现今，好的 IP 选择不是太多，而是太少。不管背后的股东怎么换，消费者永远面对的是 IP 传导的精神和价值。

北京大学中国职业研究所所长陈宇在现场说，“我们要在无界中找到界限，在悖论中找到创新的机会。回过头看多远，未来就能看到多远。”

本届论坛还围绕“无界体验：创意与技术融合”、“无界品牌”、“无界设计”、“无界人生”呈现了精彩观点。两天时间里，时尚品牌领袖、行业精英与学者在中国服装论坛这块思想宝地上探讨交流了中国时尚行业未来的发展方向。

中国聚乳酸产业创新发展联盟启动

3月15日，中国聚乳酸产业创新发展联盟启动仪式在国家会展中心（上海）举行。该联盟由中国化学纤维工业协会生物基化学纤维及原料专业委员会、福建创业联盟企业管理有限公司共同发起组建。

会上，与会嘉宾就聚乳酸相关产业政策、产业链发展现状、如何突破核心关键技术瓶颈、商业模式、未来发展趋势，以及聚乳酸产业创新发展联盟成立的意义、对产业链的影响、如何推广等业内人士关注的问题展开探讨。

据了解，截至3月10日，中国聚乳酸产业创

新发展联盟筹备组已收到全国超过30家企业的加盟申请。未来三年，中国聚乳酸产业创新发展联盟将实现三大目标，首先，2018年实现产业资源的充分集聚，生物专用改性衣膜规模占领西北市场；聚乳酸特种纤维真正挑战传统化纤，聚乳酸超速纺织工艺基本成熟。其次,2019年使全国合作形成示范，形成聚乳酸产业集群整体解决方案、聚乳酸全产业链整体解决方案、聚乳酸区域合作整体解决方案、聚乳酸全周期联合金融解决方案。第三，到2020年形成全球影响力，完成国际技术合作体系建设，正式成立聚乳酸产业国际联盟。（郭春花）

高档生态苎麻面料生产线升级改造工程通过专家论证

3月21日，湖南华升株洲雪松有限公司承担的《高档生态时尚苎麻面料生产线升级改造工程可行性研究报告（调整方案）》通过了湖南省经信委组织的专家论证。

专家组听取了项目的详细汇报，审阅了有关文件资料，经质询和讨论，一致认为该项目符合国家产业政策和企业发展方向，规划采用的技术

先进，拥有多项自主知识产权，产业链技术与装备先进，产品方案合理，市场前景广阔。湖南华升集团总经理杨洁介绍了公司“两主一培育”的发展战略，表示公司将按照专家组的建议完善项目建设方案，抓紧项目实施，争取早日达产达效，为集团公司主业转型升级作出贡献。（通讯员 _ 申香英）

现场 | SCENE

分享化纤尖端技术成果 共推行业高质量发展

本刊记者 _ 郭春花

当前，纤维材料已成为全球发展最快和最活跃的科学技术领域之一,《“十三五”国家重点研讨计划专项》在纺织领域共支持15个项目，其中化纤领域重点基础材料技术提升与产业化，是推动高性能复合材料、先进结构材料、新型功能材料、绿色纤维材料发展的重要举措。

3月15日，由中国纺织工业联合会科技发展部和中国化学纤维工业协会共同主办的化纤领域重点基础材料技术提升与产业化交流研讨会在国家会展中心（上海）召开。中国纺织工业联合会副会长李陵申，国家科技部高新司调研员李志农，国家科技部高技术中心处长蒋志君、相关负责人熊森，中国工程院院士蒋士成等领导出席了交流研讨会。

蒋士成在致辞中表示，十九大报告提出，创新是引领发展的第一动力，是建设现代化经济体系的战略支撑。行业要瞄准世界科技前沿，强化基础研究，实现前瞻性基础研究、引领性原创成果重大突破，要加

强应用基础研究，拓展实施国家重大科技项目，突出关键共性技术、前沿引领技术、现代工程技术、颠覆性技术创新。希望通过此次交流会共享行业专项成果，共同推进化纤行业高质量发展。

李陵申在会上也表示，纤维材料的差别化、功能化等高科技为人们生活带来了日新月异的变化，当前中国纺织的定位是“科技、时尚、绿色”，而纤维材料将在科技和绿色方面发挥举足轻重的作用，可以说，纤维材料的研究将有力推动纺织工业的全面健康发展。

会上，来自高校、科研院所、企业的专家围绕“再生聚酯纤维高效制备技术”、“高品质阻燃纤维及制品



会议分享了化纤领域尖端技术最新发展情况。

关键技术”、“聚酯、聚酰胺纤维柔性化高效制备技术”、“高品质聚乳酸纤维及其纺织品规模化制备与应用”、“高性能聚酯与聚酰胺66工业丝制备技术”、“生物基聚酯、聚酰胺高效聚合纺丝技术”、“高品质原液着色纤维开发及应用”等项目进行了成果分享。

公司 | COMPANY

COTTON USA 携手知名设计师发布 2018/19 秋冬牛仔新品

3月28日，美国国际棉花协会（CCI）携手东西方两位牛仔设计大师陈闻和Adriano Goldschmied，在中国国际时装周期间于北京饭店金色大厅举办了2018/19秋冬牛仔时尚发布会。

发布会上的服装采用COTTON USA的认证企业恒亮纺织有限公司的针织牛仔面料和广东前进牛仔布有限公司的梭织牛仔面料，结合Solucell Air专利创新技术，同时在面料和成衣设计中融入中国的传统苗绣艺术。发布会通过“生活遇见艺术”、“东方遇见西方”、“科技遇见时尚”三个系列，诠释出牛仔时尚的激情与灵感。

本次时装发布通过东西方牛仔设计大师的创造力，把中国民族传统文化融入国际时尚，将东西方的传统文化融为一体，完美地体现了当棉花创新遇见牛仔时尚、当东西方文化相遇和碰撞后激发出的时尚新亮点，是国际国内领军企业和东西方设计师之间的“牛仔之约”。（郝杰 文 / 摄）



CCI携手东西方两位牛仔设计师发布了牛仔新品服装。

苏丝股份荣获“农业产业化省级重点龙头企业”称号

日前，江苏苏丝丝绸股份有限公司被江苏省农业委员会授予了“农业产业化省级重点龙头企业”称号，这标志着该公司贸工农一体化的生产经营又迈上了一个新台阶。

近年来,苏丝从发展蚕桑基地着手,通过“公司+农户”的合作形式,在解决公司原料供应问题,增加企业经济效益的同时,也给蚕农带来了实惠,实现了农企双赢。

为形成农企双赢的长效机制，苏丝在发展蚕桑基地，保障原料供给的同时，不断加大技术改造和新产品开发的力度，提高了桑蚕原料的综合利用率、蚕丝产品的附加值和经济效益。

近年来，苏丝共开发、研制成功桑蚕产业的新产品和科技成果近百项，其中有4项被评为国家级新产品，10多项新产品填补了国内科技空白。（通讯员 _ 徐军）

直击 | DIRECT

陕西纺织前2月工业总产值增长9%

3月23日，陕西省纺织行业协会2018年第一次会长办公会扩大会议在宝鸡市眉县召开，会议交流了一季度生产经营情况，对协会2018年工作提出建议和意见。会议增补咸阳新兴纺织工业园和陕西秦源纺织有限公司为常务副会长单位，增补西北二棉实业有限公司、宝鸡得力隆纺织有限公司、西安欧雅服饰有限公司为副会长单位。

今年1 ~ 2月，陕西省纺织行业工业总产值同比增长9.0%，较去年同期提高2.7个百分点，占全省比重的1.6%。纺织主要产品产量两升两降，其中纱产量4.84万吨，较去年同期下降2.4%；布产量18433.80万米，比去年同期增长8.20%；服装产量384.60万件，比去年同期增长14.6%；化学纤维产量2226吨，比去年下降33.40%。

在交流了今年一季度的工作后，与会代表普遍反映，目前用工成本大幅增加，招工较为困难，技术人员流失较为普遍；中小企业融资难问题难以解决；棉花配额政策严重制约陕西纺织高端产品的发展等。

陕西省纺织行业协会会长田福海等领导一致认为，只有创新才能让传统行业焕发出新活力。陕西纺织一定要走专精特新道路，以发展功能性纺织品为方向，充分发挥科研院所的创新作用，做到产学研用相结合，努力把陕西建成高新功能性纺织品的研发和生产基地。

（严家民）

卜公茶皂素再获百万保险护航

近来，由上海金堂轻纺新材料科技有限公司生产的卜公茶皂素相继通过了江苏东渡纺织集团有限公司、孚日集团股份有限公司等多项实践应用鉴定及理论推导。作为印染前处理助剂，卜公茶皂素以其在节能减排、提质增效、简化工艺过程、改善印染效果等方面的突出作用，日前通过了长安责任保险股份有限公司认可，获得了投保百万的“产品质量保证保险”。

长安责任保险股份有限公司是根据国务院“大力发展责任保险”的要求，由住房和城乡建设部牵头、十部委共同支持组建成立。上海金堂轻纺新材料科技有限公司总经理张志君表示，印染企业购买公司卜公茶皂素产品，严格按照工艺生产流程执行，如在生产中因产品质量问题未能有效达到节能减排效果或产品质量不稳定，出现氧化破洞的，可获得100万元商业险。

此次商业保险的通过，不仅解决了长期困扰整个产业发展的“安全”问题，而且对未来纺织印染行业在产品质量、生产工艺、节能减排等方面具有本质性的改变，同时也进一步促进了科技成果转化成为实用商业产品的进程，对我国经济社会可持续发展和生态文明建设具有重要意义。

（赵国玲）



链接 时尚、商业与未来

中国国际时装周 2018/2019 秋冬系列大幕开启

本刊记者 刘嘉 吕杨 刘妍 王振宇 / 文 关云鹤 / 摄

3月25日~4月1日，中国国际时装周 2018/2019 秋冬系列在北京华彩上演。本季时装周期间举办了近百场时尚活动，精彩纷呈。合作伙伴也再次扩容，除了 751 D·PARK、北京饭店金色大厅外，还增添了三里屯太古里、老佛爷百货等著名商圈以及北京杜莎夫人蜡像馆、北京民生现代美术馆等艺术圣地。

行至今日的中国国际时装周，呈现形式上已更为多元化，除了新品发布之外，更以多样的时尚活动形式表达着时尚态度，满足着不同时尚要素对于时装周的要求。从参与的设计师和品牌来看，更多知名的、有影响力的设计师出现在时装周的舞台，并且持续发布，这是对全国时尚进行引领很重要的一个方面，既推动了中国设计师队伍的发展，也将影响全社会的时尚风潮走向。

在这里，我们欣喜于年轻梦想的绽放；在这里，我们感动于自我超越的勇气和执着；在这里，我们见证着大国文化的智慧；在这里，我们致敬于坚守不变的初心。

DAY 1



汉帛奖： 用“传承·匠新”助力青年设计师

3月25日，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、原会长杜钰洲，工信部消费品工业司司长高延敏，国家发改委产业司副巡视员李忠娟，中国纺织工业联合会副会长陈大鹏，中国服装设计师协会主席张庆辉，中国商业联合会副会长王耀，汉帛服饰集团董事长张列军等嘉宾与数百名观众在北京饭店金色大厅一同见证了“汉帛奖”第26届中国国际青年设计师作品大赛决赛及颁奖典礼，由此开启了中国国际时装周 2018/2019 秋冬系列时尚大幕。

本届大赛以“传承·匠新”为主题，共有来自海内外的25名选手从初赛中脱颖而出在此进行展示。最终中国选手曾成凭借作品《匠意》斩获金奖。曾成在接受《纺织服装周刊》记者采访时表示，作品的灵感来源于建筑工地的钢架，通过十余次手针来展示其服装肌理的立体感，让中世纪的元素与现代时尚进行碰撞，从而达到设计师的自我预期。

中国选手陈丹琪和西班牙选手 Laura Nunez del Arco 荣获银奖；中国选手杨镇源和盛倩摘得铜奖。值得关注的是，今年大赛特别设置了网络人气奖，因为对于设计来说，人气同样占据着重要地位，中国选手罗蒙蒙摘得最强网络人气大奖，企业认定奖由李华雪获得。

Cabbeen·卡宾： 让时尚“更上一层楼”

Cabbeen 的秀无疑是记者当天最期待的一场秀。之所以这么说，是因为20周年庆典之后每个人都在问 Cabbeen 创始人兼艺术总监卡宾先生一个问题：“下一场发布会，打算怎么做？”灵感早在卡宾先生的心中孕育，至受邀为世界顶级跑车品牌迈凯伦新车型设计汽车内饰时，答案更加明朗。于是，有了“CHINAGRAM！”，有了新一季的“Cabbeen 梦工厂”。

随着手机按键音响起，Z字形铁架楼梯上走出的首位模特犹如你我身边的年轻人——低头玩着手机似乎是他们的招牌动作，但胸前的“希望”二字，带出有些青涩味道的校园复古系列。

第二单元的“HighLevel 胶囊”系列复古感迈向进阶和成熟，宽大的慢跑裤、带帽衫图案简约的 Tee、Oversize 衬衫配合了叠穿方式令人耳目一新。

DOUBLOVE： 如何精致优雅地年轻起来？

3月25日，雅莹集团旗下年轻高端品牌 DOUBLOVE 贝爱以“遇见”为主题，在时装周新场地三里屯太古里橙色大厅展示了品牌升级后全新的多元化浪漫主义风貌。这一系列分为精致美学、优雅职场和高街时尚三个章节，共有超过40套的不同造型，主打产品为连衣裙。

这场发布不仅“遇见”甜蜜与爱，还与“星”光有约，邀请了去年首次登上维密舞台的法籍华裔模特 Estelle Chen，超模裴蓓、王新宇出场走秀。

作为雅莹集团旗下品牌，DOUBLOVE 定位于年轻高端群体的意向十分明确。如今，年轻化成为越来越多服饰品牌的转型方向。那么，雅莹的 DOUBLOVE 的特别之处又在哪里呢？

区别于其它品牌以酷炫元素和宽大廓形来体现年轻化，DOUBLOVE 从情感年轻化的需求入手，选择以“爱”这个情感诉求为切入点，从而打动年轻女性消费者。

2018年是 DOUBLOVE 品牌的第十个年头，本次发布秀还发布了最新的品牌识别体系。DOUBLOVE 是原 Double Love 升级后的品牌识别，由知名视觉设计师孙浚良以爱的进化论为名，导入新锐视觉设计概念。

随着消费趋势日益个性化和多元化，已经没有一个品牌能够覆盖所有市场，而 DOUBLOVE 正成为雅莹集团布下的一盘大棋。



第三组复古未来系列的灵感来自影片《Aliens》以及相关旧海报：最简单的 Logo 图案 T 恤、黑白头巾配饰，整体较为洗练的搭配中，深浓的绿色带出 Vintage 审美。

设计师将 Cabbeen 每年必不可少的运动感基因汇聚于第四单元，呼应了即将于今年6月举行的世界杯：红蓝白的撞色优雅而充满活力，无袖带帽衫，很短的运动短裤和长裤叠穿，碰撞出有趣的新风潮。

DAY 2



Fashion Union 尚坤塬： 三国设计师同台潮爆时装周

在尚坤塬国际设计师作品联合发布会上，来自中国、泰国、韩国的四个国际设计师品牌时尚力量大迸发，作品潮爆眼球，连那些只买国际奢侈大牌的“时装精”也纷纷被圈粉。

毛宝宝 (Chicco Mao), CHICCO MAO 品牌创始人，他的作品深受 Angelababy、刘诗诗、赵丽颖、刘涛、孙俪等一线明星喜爱。这次走秀，他的作品将西方与东方审美完美融合，兼具实穿与时髦双重特性，切割、图腾与未来感等设计元素充满挣脱束缚的前卫能量感。

PHOEBE MINLI，曾服务于多家知名女装品牌，任职设计总监，游学欧洲多年，深受欧洲艺术文化和时尚美学的影响。这次走秀作品秉持倾听都市女性的自由灵魂之声的情怀与态度，出色的细节设计和面料设计，流露着个性又富有内涵的独立自主穿衣哲学。

泰国品牌 sculpture 创始人兼设计师 EK Thongprasert，毕业于欧洲著名的高等院校安特卫普皇家艺术学院，曾获得 UPR 时尚奖、Louis 奖等时尚界奖项。因学建筑出身，他的作品中经常可见到建筑学的痕迹，并造就了建筑感剪裁的极高品牌辨识度。

韩国品牌 SWBD 品牌创始人 Dongho Ha，致力于融合不同风格间的差异，在他的设计中，性别与年龄不再是区分消费者的界限，这种跨性别的设计舒适自然而有腔调。

Grace Chen： 摩登时代，极致工艺

首登中国国际时装周舞台的 Grace Chen 陈野槐，其实是位十分成熟的设计师。从创立设计师品牌 Grace Chen 起，陈野槐就只做定制，往来她高级定制沙龙的商政名流不胜枚举，甚至有很多“不能说”的客人。

本季时装周上，永不受限的 Grace Chen 不拘泥于一贯的优雅设计风格，展示了“摩登时代”下的全新女性形象。“摩登时代”的视觉灵感来自于二战时期的军舰形象，在 Grace Chen 标志性的女性魅力上增加坚毅潇洒的军装风格。整个系列所展现出的“当代精神”是运动、休闲、个性、多变的。通过这场发布，Grace Chen 想要告诉现代女性，如何通过时尚去驾驭这个时代。

品牌的核心工艺——编织，每一季都会不断创新。本季同样不负所望，设计师在柔软面料上编织出菱形、格子、条纹等几何线条，形成极具辨识度的视觉语言，接着把整个编织好的面料图案再进行解构，完美演绎人体黄金比例。

同时，格外吸睛的还有新开发的“神秘的手撕马毛”工艺——在通透硬挺的马毛上手工撕扯，制造出光影重合的效果。丝丝入扣的致密，营造未来感的张力，虚实结合，刚柔相济。



DAY 2

EVE CINA：
如梦画作，描绘匠心绣梦

用霓裳诉说艺术风情，用时尚絮语描绘匠心，依文·中国手工坊 & 承兴国际集团携手艺术家崔自默、左晋共同呈现了“真爱无边·绣梦如画”2018 EVE CINA 主题发布。

本次发布的 35 套秋冬款时装由设计师从世界艺术大师崔自默、左晋笔下的山海、草木中寻找灵感，跟随四季的更迭，捕捉独特的意境。

裙裾间至臻至美的刺绣，皆出自大山深处的贫困绣娘之手。在现场 T 台上，绣娘的歌声、一针一线的缝制，是流淌在骨子里的技艺传承，更是对美的世代信仰。十多年来，从大山到都市，从北京到伦敦，让世界看见中国手工之美、让匠人生活富足是依文的“绣梦”。

依文集团董事长、依文·中国手工坊创始人夏华说，依文集团以博大的公益情怀创立了依文·中国手工坊，十多年来，通过设立绣娘工作室、建设手工艺博物馆、打造高端手工艺体验之旅、建立手工纹样数据库等方式，搭建起传承中国传统手工艺文化的平台。

通过供应链解决方案和“互联网+”的发展模式，依文·中国手工坊提炼出宝贵的中国文饰及传统工艺数据库，用时尚和现代商业的方式改变着一代匠人的命运，既响应了中央号召实现精准扶贫，又让中国工匠精神得以代代相传。

DAY 3

LE LUPERCUS·王临 & 海翎：优雅要从娃娃抓起

提起童装，你会想到什么，卡通图案？萌萌的风格？不全面，其实宝宝也可以很优雅。

3 月 27 日，中国国际时装周上一个自称“绅童”装的品牌登陆时装周舞台，这就是 LE LUPERCUS，它背后是两位设计师王临、海翎。

双面呢小大衣是本场童装秀的主打，内搭套装小西服，或精致的小连衣裙，原来小宝宝也能如此优雅。设计师说，音乐家德彪西的交响乐史诗《牧神午后》是本场秀的灵感来源。大衣、西装、毛衣、针织衫等童装必备的单品都有涉及。

优质的羊绒、羊毛面料，将焦糖色、褐灰色、燕麦色等经典大地色系巧妙融合，在延续了经典法式、意式服装精髓的同时，以基本款的英伦大衣为蓝本加以延伸和修改，着重于细节与剪裁工艺的精致处理，衍生出多种变化以适应儿童穿着。每一件服装，既有维多利亚式的高贵奢华，又不乏学院派的优雅内敛，用贴近大自然的典雅色系和简约纯美的高贵气息，给穿着者、观看者以享受，充分发掘出衣着服饰中蕴藏的童真与浪漫。

LE LUPERCUS 总设计师王临是吉林省知名服装设计师，多年的国外学习生活经历赋予了她相当敏锐的时尚嗅觉和独到的时尚见解；2015 年，青年设计师海翎的加入，为产品中经典的欧式设计风格注入了生动、精致的细节表现，也宣告了 LE LUPERCUS 的正式创立。

龙剪风·刘江宏：
这一天，龙卷风再度来袭

“墨象”是此次发布会的主题，也是龙剪风男装风格的灵魂展现。此次作品发布，设计风格横跨了传统和现代，灵感源自于中国美学和中华传统，并把这些元素通过江南腔调特有的行云流水的设计感表达出来。

刘江宏，中国十佳时装设计师，这一次，他作为常熟男装设计师品牌代表，再度携男装品牌龙剪风来到中国国际时装周。刘江宏说，这场发布会演绎了创新中国风，希望表现出代表着中国腔调的男装设计风格。

刘江宏喜欢江南文化气息，特别是江南的水的感觉，此次发布，在廓形剪裁上有创新变化，工艺上将时尚元素结合传统文化，展现飘逸的、中国风的气质，剪裁中国时尚之风。

除了服装之外，本场秀的另一看点是模特，被称为第一代男模、模特教父的王一鸣与刘凤成、赵京南、郭洪庆、姚阳、李昊男、臧振学等中国五代男模共同演绎，让大家看到了几代名模同台的精彩瞬间。

藝江南：
他们个个都是好卖家！

3 月 27 日晚，北京饭店，60 套服装来自 5 位设计师。常熟服装城和常熟市服装设计师协会在时装周上推出了“藝江南”常熟服装设计师 2018 秋冬联合发布会。参加本场发布会共 5 个品牌：归心、方言、天蝎五号、花开嫣然、徐一涵。每人 12 套，对他们来说，很少，但是很重。他们每人的年销量都得用数字后面的许多个“0”来体现，12 套，对于他们只是展示。

此次归心时装发布的作品，将东方之魂融入西方剪裁，成就在时尚都市中行者的独特风格。天然面料真丝与丝麻，恰到好处地呈现画境般的山水自然。

方言男装是一个初创型品牌，定位于小众群体，以“方言”一词来表达服装设计不同的创作形式，抛去浮夸的表现符号，留存内敛的服装结构来呈现当代中国男性的韵与味。

天蝎五号拥有一支强大的优秀设计师和专业技术师团队，将艺术与生活融合成最大的市场效益。“时尚，是一种信仰！”是天蝎五号永恒的追求。

花开嫣然原创集成生活馆，以衣道（设计师集成）为主媒介，融合新中式、新江南、新禅意、新商务、新休闲、新时尚等系列原创设计师产品，集合了一群热爱生活、热爱事业生活的志同道合者。

2016 年，徐子豪在品牌服装市场经过 20 年沉淀之后，决定以中国人名字来命名原创设计师品牌“徐一涵”。他希望通过自身对中国文字文化的理解，用不同方式手法表现出来并与当下流行服装完美结合。

DAY 4

东方时尚日：让设计师得到全方位服务



3 月 28 日，由东方时尚中心策划主办的“东方时尚日”流行趋势发布主题系列发布活动，在 751D·PARK 第一车间隆重举行。作为中国国际时装周上首个由时尚创意产业园区发起的时尚日活动，“东方时尚日”在本季时装周上受到了极高的关注，也成为了国内时尚产业集团、创意产业园区服务设计师创业及扶持时尚品牌发展的经典案例。

现场，中国纺织工业联合会副会长夏令敏，中国服装设计师协会主席张庆辉，中国服装协会副会长周一奇，青岛中纺亿联时尚产业投资集团董事长刘强，东方宾利文化传媒公司董事长姚戈，“金顶奖”获得者、东方时尚中心入园设计师刘薇，北京时尚秀场科技股份有限公司董事长王耀东共同上台启动了“东方时尚日”。

作为早在 2015 年便签约入驻东方时尚中心的“金顶奖”设计师，刘薇本次发布用多种元素诠释了海洋时尚的大型时装发布会“向海而生”。从海洋精灵、海洋活力、海洋女神、海洋回归四大系列 70 套服装着手，采用纯净的蓝色和永恒的黑白系列搭配，精选具有吸湿排汗、防日晒、防汗渍水渍、防紫外线等最新研发的科技功能性面料，在设计上用轻快运动、亲肤舒适、

简约自然的廓形风格，揭示滨海休闲、亲海度假时尚新生活理念。

东方时尚中心旗下签约设计师席小晶携品牌 Girs'c 前来，本次发布的主题是“commeaudery——胶片记忆”，讲述的是以奥黛丽·赫本为缪斯的一个人物系列主题。本场发布会共展示了 93 件单品，共计 50 套成衣，共分为丁香花园 Lilac garden、永恒影像 Timeless film、独自旅行 Solo travel 以及晚宴手记 Gala dinner events 四大系列。

杨晶晶 & 孙婷联手带来的“冰岛之晨 (Morning Iceland)”主题发布让许多的人眼前一亮。本次发布的 50 套服装重新定义了独立女性坚定自己生活、注重自己外表的特性，其实穿性十分突出。据设计师介绍，极夜中的 Vik 小镇、晨曦中的辛格韦德利国家公园、日出中的黄金圈、清晨的黑沙滩仿佛将人们带到冰岛的极昼与极夜之间。这四大系列不仅在材质和色彩上更追求贴近、尊重自然，也在设计感、解构和舒适上彰显着设计者的个性喜好。



九五丝御·邓兆萍：打入时装骨髓的科技

当中国时装一再弥合与国际时装周水准的差距，并异军突起式地跃然领先之时，我们逐渐走出审美或审丑的领域，开始注重服装本身的生命力。有人选择跨界融合，有人借助互联网思维，而邓兆萍，坚持将科技打入服装骨髓。

3 月 28 日，北京饭店，高科技材料聚酰亚胺·PI 时尚应用主要推广者、中国最佳女装设计师邓兆萍再次带来以时尚源头材料科技创新为核心的时装发布会。与去年相似，她携聚酰亚胺联盟成员企业联合发布，继续对这一科技含量超高的材料加以时尚的解读，并以“GRAVITATION”为名。

本次发布会展示的 30 余套新品服装，呈现出来自高科技材料聚酰亚胺开发的新品类的多样性，双面呢、人造皮革、全新毛衣系列齐登陆。设计师天马行空的思维模式发挥到极致，皮革与双面呢相互结合、棉服与皮革的结构混搭，不同性质材料的搭配充满张力，刚中柔外，大气实用，截然不同的面料品类交融互通，用流行拼接的手法打造了一场时尚、科技含量极高、风格大气又接地气的发布。

邓兆萍联手的联盟企业有：卡蔓国际、宁波纬一长毛绒有限公司、无锡双达毛绒制品有限公司、广州臻格文化发展有限公司等多家创新伙伴，以及 HEAVENDEER、TOP BEAUTY、WANTZZ、伊伦帽艺、东莞市睿邦纺织科技股份有限公司、大朗毛织产品研发中心、广州市纺织服装职业学校等志同道合的单位，戮力同心。[1]



“转型升级市场行”系列报道之五

新消费 新模式 新思维

中国纺织工业联合会流通分会研究咨询部 / 供稿

随着我国居民收入结构、就业结构、供给动力结构的进一步改善和国民消费进入稳健快速增长区间，随着传统制造业转型升级取得阶段性成果和个性化时代的全面开启，我国消费领域面临新的供给和新的需求，将产生与传统消费不同的质量、结构、规模和速度，中国经济全面进入新消费时代。

新消费时代是我国社会和经济主要矛盾转化的必然结果。消费质量日益提高、消费结构逐渐改善、消费规模不断扩张、消费占比稳步增加，消费将成为带动国民经济稳健发展的重要引擎，成为满足人民日益增长的美好生活需要的核心路径。

解读新消费

新消费是人、货、场的全面升级，不仅带来量的全方位增加，更是消费内容、内涵的升级，是一个质的跨越。新消费人群、消费能力和消费理念带来“人”的分层化；新消费需求使“货”更为丰富、个性化；新消费渠道及消费场景则带来了“场”的百花齐放。新消费是消费环境、消费生态的大变革。

新消费人群。主要指主力消费人群结构的变化，以 80 后、90 后、00 后为代表的数以亿计的新生代逐渐成为新时代消费的主力人群，直接带来了新消费；互联网给他们带来了更开阔的视野、更成熟的认知，这一代人的鲜明特征包括爱展示、健康、快乐自我、爱享受、追求品质、高效生活、爱尝鲜挑战、标新立异。此外，单身群体、女性群体、老年人群体、熬夜群体、粉丝群体等分别也形成了具有一定市场规模的消费人群，他们各自具有特定的消费特征，从而产生了单身经济、她经济、银发经济、猫头鹰经济、粉丝经济等。

新消费能力。主要指消费水平的提高，它是形成新消费的基础支撑。随着社会经济、文明的不断发展和进步，人们生活水平日益提高；城镇化步伐的加快，进一步促进全民可支配收入不断增加，人们从基础的温饱、物质产品需求上升到精神、发展和服务需求，这些使他们有意愿、有能力实现更多的消费期待。据相关数据显示，“十三五”期间我国进入中高收入阶段，将有 3 亿左右的人口成为中等收入群体，他们是推动新消费的重要力量。

新消费理念。不仅仅是年轻一代，无论男女老少，当下几乎实现了全民消费理念的提升，这是促成新消费的巨大推动力。新时代的人们，消费心态越来越开放和包容，买什么、怎么买，他们都有自己的主张，敢于积极通过消费彰显自身的追求、爱好、审美和生活方式，愿意为珍惜自己、做更好的自己而消费。消费理念上，重体验、服务、便利性、快捷性、舒适度、个性化、文化价值认同及产品品质、性价比、多样性、安全性、时尚性，轻炫耀、产品价格、品牌忠诚度。他们还普遍重视消费选择，诸如对消费领域的选择、对商品和服务品种的选择、对消费时机的选择等。

新消费需求。在不断增强的消费能力和开放的消费理念下，消费需求在广度和深度上全面大爆发，消费增量、存量及内涵都实现了大升级。除了传统的衣食住行外，计算机、教育文化、旅游度假、休闲娱乐、医疗保健等方面衍生出了信息消费、服务消费、文化消费、旅游消费、时尚消费、品质消费、绿色环保消费等；即使同一领域的消费，需求也更为丰富。同时，消费需求越来越细分，市场小众化、传播社群化，如“二次元”、

“三次元”带来的虚拟消费和现实消费，消费者为培养自身爱好带来的兴趣消费、为缓解焦虑带来的焦虑消费，信息技术时代所带来的智能产品消费等，每个领域都形成了规模化的消费市场。开放的消费理念，还打破了传统的消费界限，如化妆品不再是女性的专属，养生保健品也不再是老年人的独享。麦肯锡在一份研究报告中指出，未来 15 年，中国将贡献全球消费增量的 30%；到 2030 年，“可选品”和“次必需品”的支出将持续显著增加。

新消费渠道。消费渠道的“新”，不仅体现在网络购物，更大的突破还在于线上线下融合所创造出的新的购物方式，购买便利化，如线上下单、线下提货；线下体验、线上买货；线上私人订制、智能购物等。消费渠道不再是单纯的商品流通功能，它成为消费者购物体验的重要一环，尝试与消费者开展更多、更深入的交流。

新消费场景。消费渠道的丰富构建了多元化、多样化的购物场景，也使消费者行为特征越来越分散，单一营销平台对消费者的特征把握越来越弱。新消费场景一方面来自于营销创新，更多来自于先进信息技术赋能，给了创新消费场景的无穷想象力，并使之成为可能。消费场景既成为一种营销手段，也是为消费者所提供的服务，是满足新消费的关键要素。

新消费打破了时间、空间、主体、内容的界限和约束，孕育着庞大的潜力需求市场，而它们又都隐藏在分层的人群、小众的市场、个性化的需求、便利化的购买以及由消费者构建的社群关系之中；形成了消费者参与商品设计、制造的新产业模式，既创造了新的商业动能，也带来了商业本质的回归，即产品服务于“人”的需求，它使整个商业体系正在掀起一场创新革命。



新消费是人、货、场的全面升级，不仅带来量的全方位增加，更是消费内容、内涵的升级，是一个质的跨越。



新消费带来了商业新模式遍地开花，其中，围绕提升效率、深耕市场的模式变革是重中之重。

开创新模式

新消费带来了各种商业模式的创新；书店不再是单纯的卖书场所，还可以有咖啡、照相馆、花卉、服饰，成为一个“文化综合体”，比如“言几又”；白酒原来也可以小清新、简单纯粹忆青春，比如“江小白”；公共出行终于可以实现“随叫随到”，比如滴滴打车、共享单车；纺织服装专业市场不再是“批发”代名词，也可以做零售、开展专业中高端商贸对接，比如广州红棉国际时装城 HIVE-Showroom……新消费带来了商业新模式遍地开花，其中，围绕提升效率、深耕市场的模式变革是重中之重。

通过线上线下融合重组供应链。过去不起眼的夫妻店、便利店、社区店近年来成了商业的“香饽饽”，线上线下企业纷纷以它们为桥梁，来获取最靠近终端消费者的窗口，并借助智能技术，获取关于消费者的全系列数据，以实现 C2M 的战略设想，天猫小店、盒马鲜生、京东便利店及 7FRESH 生鲜超市、唯品会线下“不时尚未来馆”服装快闪店等一系列新物种迅速诞生。传统服装企业如海澜之家与京东、腾讯、美团外卖深度合作，上线海澜优选生活馆微商城，酝酿为客户提供“一小时送达”服务。纺织服装专业市场积极尝试智慧商城建设，同时在设计、生产、面料等环节开展针对性的线上线下资源整合，如空中濮院、该呀、衣联网。

通过精选模式精准产品供应。近年来，无论线上还是线下，都集中发力于“精选模式”。如蘑菇街、小红书、网易严选、每日优鲜、苏鲜生精品超市、京东旗舰店等。纺织服装专业市场的实践也很多，如各大专业市场都在大力引进集合店入驻，另外还有义乌汇、火狐狸等。其中，义乌汇是浙江义乌小商品城精选整合场内的商品，以“义乌汇”为店名入驻全国其他专业市场；火狐狸连锁超市是东北区域分布范围较广的商业业态，主要是从专业市场精选服装产品，以超市业态服务于城乡中低端批发需求。

通过渠道下沉和全球化提高市场占有率。二三四线城市近年来普遍被寄予厚望，积极行动者包括优衣库、茵曼、朗姿等。一方面源自于一二线城市商业地产市场趋于饱和，商业地产的增量机遇在二三四线城市更具有客观的发展空间；另一方

面是“全民消费”带来的新需求。资深媒体人罗振宇认为，中国二三四线城市有最大潜力，这些潜力包括人口及其消费喜好，最好的证明就是能否孕育出知名的公司、知名的品牌，而 2017 年很多闻名全国的企业如韩都衣舍、永辉超市、三只松鼠等，都来自于二三线城市；这些城市互联网、高铁、高速公路等基础设施快速发展，进一步为他们的崛起提供了基础和快车道。拓展国际市场、内外贸一体化也是业界共识。2017 年“双 11”，天猫首次出海，做了 10 个国家和地区的全球包邮；2018 年 2 月 7 日，辽宁海城西柳服装市场在蒙古国建立的首家国外分市场正式开业运营。

通过零售推进渠道扁平化。这一商业新探索，对于素以“批发”为特征的专业市场而言，具有更加深刻的战略意义。纺织服装专业市场的零售模式主要有两种：其一是一批以采购专业市场商品为货源、自建零售销售渠道的专业贸易商。如“货郎先生”是从浙江义乌小商品城诞生的一种零售形态，产品主要是来自专业市场的小商品，重点通过直营和联营开拓市场，或以集合店模式入驻城乡中低端超市，或在集散地型专业市场开设“货郎先生”集合店，主攻零售。类似模式的还有长春地区专业市场中兴起的“千衣百惠”品牌集合店。二是专业市场作为主体直接渗透零售市场，如专业市场不断调整批零比例，零售成为专业市场引流、提升销售额的重要手段；广州白马服装市场、常熟天虹服装城、北京五方天雅等市场则通过整合场内品牌资源直接在购物中心开设集合店。

商业创新是多样化、全方位的，其中还包括营销创新、产品创新、组织管理创新等，这些创新的共性，大多都是运用了颠覆、跨界、复合的理念和元素，以现代信息技术为通用工具。它们致力于实现的，是要建立消费驱动模式，扩大有效供给；通过技术赋能，补齐短板，提升效率，实现高质量发展；通过融合、协同、共享共赢，增强核心竞争力。它们瞄准的，不仅是已经迸发的消费需求，更是要挖掘出那些潜藏着的、看不见的需求市场。与此同时，这些创新也是需求的创造者，同步激发消费者生发更多的诉求。商业中最大的利润蛋糕获得者，往往就来自这些开创者们。

挑战新思维

新消费时代，涌现出了一个个成功而经典的新商业模式，或对传统的优化，或对传统的替代；它带来了更多的机遇，也带来了更激烈的竞争。纺织服装专业市场该何去何从？诚然，每个企业都有各自的一套商业哲学，新消费带给我们的思维挑战却不可小觑，以下八组关键词，或是我们领会新思维的钥匙。

1、无界与精准。新消费时代的典型特征是消费人群、渠道、场景无界。无界使我们再次获得了无穷的市场空间和机遇，也带来了商业的细分，使每一个分市场趋于小众。细分化要求商业必须做到更加精准，包括精准的企业战略定位、目标客户群体定位、产品定位、渠道定位、市场营销定位等，用最迅捷的方式、把最优的产品组合通过最佳的场景送达消费者。

2、创新与专业。企业在日常的运营管理中需要运用更强的创新能力与专业能力，来应对纷繁复杂的市场竞争和消费需求，比如宣传推广将成为表达真诚、情感、个性、价值观以及与消费者产生共鸣的纽带，而沉默或无效的吆喝都会被瞬间淹没；设计不再只是停留在生产环节，大到市场建筑、商铺形态、场内业态布局、服装商品，小到会员卡、休息区的座椅都可能将变得要有设计感，设计成为了一种商业思维。纷繁复杂经常同时带来了许多的表象和假象，用专业的思维进行创新，也要成为一种娴熟的技能，不让创新变成盲从和武断。

3、技术与产品。技术既是产生新消费的驱动因素，也是商业寻求出路的动能，满足新消费、提升效率与效益的利器；它还将全面升级整个商业公共基础设施便捷化、数据化、智能化，引发裂变、衍生出更多创新、高效的商业形态；链接、整合分散的消费者信息，使企业获得完整的消费者画像。新消费使商业回归产品本质，使产品与消费者产生直接、贴心、无界的关联，如消费者参与商品的设计生产、企业与消费者进行多场景交流互动等；产品要足够的“好”，包括丰富的选择性、较高的性价比，良好的产品形象、品质和产品价值等。所有的产品最终都可归结为服务，物质的产品本身，也是服务的一种载体。

4、效率与效益。二者是企业追求的永恒指标，当下表现得更为迫切。与过去不同的是，它们也日渐成为了消费者衡量自身消费满意度的关键要素，比如消费者愿意为更快的速度买单、为乐活自己而买单、为获得最佳体验而在选货上花费大量的时间。消费者重视企业所带来的服务，但仍然也在意产品或服务本身的实际功效，在意价格溢价的合理性和必要性。企业在运营管理及决策过程中，必须对效率与效益进行双重考虑。



商业与消费者之间不再是赤裸裸的交易关系，而将是相互的关注与尊重。



技术既是产生新消费的驱动因素，也是商业寻求出路的动能。

5、存量与增量。增流量，更要保存量，这是众多商业精英尤为强调的一点。当消费在方方面面都变得无界的时候，消费者的时间被高度碎片化，对某一种产品的关注集中度减弱，每个单一流量入口所产生的综合效益也下降，企业流量变现成本上升。因此，在应用全渠道增加流量的同时，一定要紧紧把握好已获得的用户，并使其价值最大化，包括提高客流量的转化率、客单价、复购率，由单品效应促进更丰富的品类消费等。

6、跨界与融合。柯达、诺基亚的衰败，给了人们沉重的反省，原来，即使你已经在专业能力上超越所有对手，时代的趋势潮流，仍可以将你大浪淘沙。与时俱进，是每个商业体必须达到的必要条件。它意味着，每个商业主体要根据不同时期的趋势，进行恰当的融合，包括内部之间的融合，更重要的是外部与外部的融合，即跨界协作。专业市场与百货商场在零售市场同分羹、线上与线下双轨并行、中心城区专业市场的搬迁，都是各自在跨界与融合中博弈的结果。

7、坚持与改变。新消费使商业回归于以人为本，因此，它需要更多的匠人，秉持初心、坚持专业，用匠功作出更多的匠品，中华传统“工匠精神”在此时弥足珍贵。同时，新消费带来的理念、需求的变化，要求商业也必须做出及时而有效的改变。这个过程中，一定要保持冷静的思考，分清形势的表里。一些共享单车由于过度投放遭到了局部地区的“禁止令”；部分专业市场大手笔硬件升级却使其成为了“空中楼阁”。“试错”是必要的，然举大事必慎其始终。

8、关注与尊重。企业，要以你的消费者和员工为本。以消费者为本，就是所有商业活动行为，都应围绕消费者作为一个“人”，在不同阶段、不同时期、不同期望下产生的全方位需求；从人作为一个有灵性的动物的角度，来重构商业体系，体验、场景、生活馆都是有益的探索。商业与消费者之间不再是赤裸裸的交易关系，而将是相互的关注与尊重，消费者成为商业的裁判。同时还要以员工为本——如科学的薪酬体系、培训体系，为员工提供良好的职业规划、企业文化等。实现新消费需要更多的头脑风暴、凝练更多的创意智慧，“基层首创”将是企业的一笔宝贵的无形资产。

在中国特色社会主义新时代，我国社会主要矛盾转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾，经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。新消费体现了消费增长速度及质量的提升，是人民美好生活需要的最直接的表达，将带动相关产业、基础设施及公共服务的升级，因此它也是解决主要矛盾、实现高质量发展的重要方向和目标，是建设现代化经济体系的新动能之一。新消费，是等待的满足，是未来的见证。**TVA**

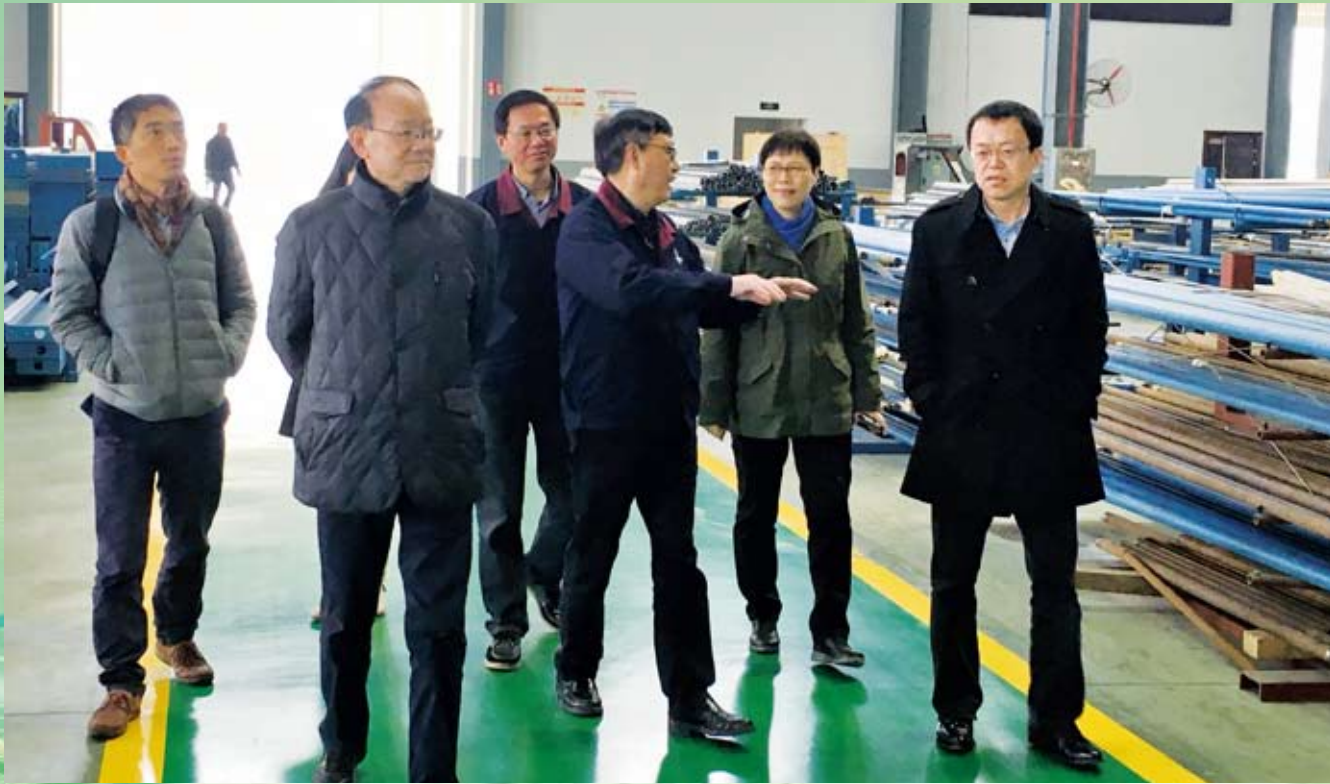
TAIPEI INNOVATIVE TEXTILE APPLICATION SHOW 2018台北纺织展 OCTOBER 16-18



台北纺织展(Taipei Innovative Textile Application Show, TITAS)是台湾纺拓会于1997年开办的纺织专业展。本展以永续环保、智慧纺品及机能应用为三大诉求，汇集纤维、纱线、布料、成衣及辅料、配件等产品共同展出，是台湾创新纺织品的展示平台。为促进两岸纺织企业之交流与合作，纺拓会于2004年与TITAS展同期同地开办“海峡两岸纺织展”，以利两岸纺织企业经由TITAS平台，进行更密切的贸易、投资及策略联盟合作。2018年“台北纺织展”暨“海峡两岸纺织展”订于10月16-18日于台北南港展览馆隆重登场，预估三天展期将有来自全球40个以上国家与地区超过3万人次的专业买家到场参观。



中国纺织工业联合会开启 2018 春季大调研 (三)



高勇一行深入了解湖南纺织产业发展情况。

湖南调研组

组长：
中国纺织工业联合会
党委书记兼秘书长
高勇

多项指标增速高于全国
智能制造全面升级

通讯员 _ 高华斌 文 / 摄

3月17~21日,中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇,副会长李陵申,副秘书长、科技发展部主任彭燕丽,中国麻纺织行业协会会长董春兴等对湖南省纺织行业发展情况进行了调研。此次湖南调研共行经岳阳、益阳、长沙、邵阳等4个地市,深入华容、益阳、沅江等3个产业园区,先后走访、座谈了16家企业,比较系统、全面地了解了湖南纺织的发展现状和存在问题。

2017年,湖南省纺织在“稳增长”、“强制造”等方面下功夫、抓管理,各项工作取得了不少新成绩,产业发展迈上新台阶。2017年湖南纺织规模以上企业552家,工业增加值同比增长7.5%,高出全国纺织工业2.7个百分点,产销率97.7%。重点行业实现全面发展,子行业中增加值和主营业务收入同比全部实现增长。其中,产业用纺织、化纤、服装服饰、棉纺、家纺和麻纺增加值增速分别为25.5%、24.3%、10.3%、8.5%、4.2%和3%;产业用纺织、化纤、棉纺、服装服饰、家纺和麻纺主营业务收入分别同比增长27.7%、20.9%、15.3%、11.5%、5.1%和4.9%。

全省纺织工业产品实现出口115.4亿元,同比增长17%,出口额占全省工业产品出口总额比重7.4%。其中服装及衣着附件出口98.93亿元,产品出口额居全省第1位,同比增长29%,增速居全省第10位;纺织纱线、织物及制品出口25.54亿元,产品出口额居全省第13位,同比增长15.3%,增速居全省第15位。

岳阳：
智能制造助力行业升级

华容县位于岳阳市西北端,是湖南省传统的产棉区,从上世纪70年代中期以来,棉花种植面积常年稳定在45万亩左右,年产皮棉5万吨。目前全县有纺织企业79家,规上企业37家,拥有环锭纺98万锭,转杯纺5280头,织机1215台。

3月17日,调研组一行在岳阳地区进行座谈。湖南华升集团有限公司党委书记、董事长刘政及下属湖南华升洞庭麻业有限公司等子公司负责人分别介绍了各自企业情况及未来发展方向。华升集团现主要生产经营苧麻、亚麻、大麻纺织品及麻棉服装系产品,未来将对苧麻种植、绿色制造、智能化生产等方面的创新开发进行重点关注。面对当前原料短缺、装备更新慢、市场销售拓展难等问题,华升集团将建立新材料产业园区,计划投资10.6亿元建设年产18000吨水刺非织造布生产线。

在华容县走访期间,调研组参观了湖南福尔康医用卫生材料股份有限公司的纯棉水刺非织造布生产线、脱脂棉生产工艺和棉文化博物馆。董事长柳庆新谈道,公司创建了中国首家棉文化博览园,由“三馆二园一路”组成,即棉文化博物馆、福文化馆、棉纺先驱黄道婆艺术馆,棉花先驱张寿碑林园、车钻山遗址纺织模拟园及棉文化之路。建筑面积达2万平方米,馆藏物品3万多件。通过每年举办棉文化节、福文化节,使上下游客户和企业员工增强了信心。公司将棉文化打造成产业文化

典范,将福文化打造成企业文化精神信仰之魂。

座谈会上,湖南科创纺织股份有限公司负责人卢四清谈道,科创纺织是一家集自动化、数字化、智能化于一体的高技术型纺织企业,纱线年生产能力15000吨,其产品采用紧密、赛络超柔等先进工艺,定位为“高档低支”,主打“牛仔竹节线”市场。

湖南科力嘉纺织股份有限公司负责人蔡先彪说,科力嘉采用国际先进的清梳联、转杯纺、精梳机等新工艺技术和装备,具有机电一体化、自动化智能化程度高、用工少、生产效率高、节能环保等特点。

湖南新美佳婴童服饰制造有限公司罗强毅介绍,公司投资全自动智能生产线设备9条及各类电脑设备500多台,年产婴儿鞋350万双以上。公司经过多年打拼已经成功打造了“爱婴童”、“微威熊”、“代代富贵”、“旭博士”等四个品牌,其中“爱婴童”品牌已经获得湖南省著名商标,产品销售网点遍布全国80多个大中城市的3000多家母婴连锁超市,产品供不应求。

宝力纺织负责人付劲松介绍,公司主要生产印花毛巾,主要客户在海外。2017年实现销售2亿元。近年来,企业在逐步做大,客户资源稳定,现在开发了南美、非洲市场,实现了全年满负荷生产。下一步,他想把产业链向上游延伸,保证供应面料的质量。

益阳：
坚持科技创新 促进行业发展

3月18日,调研组前往湖南益阳调研,并与当地政府和企业进行了座谈,就人才培养、劳动力成本、装备升级等方面进行了交流和探讨。

湖南鑫海股份有限公司董事长刘放军介绍,鑫海股份是一家专业致力于通用材料高性能化和复合新材料绳网研究开发、生产销售的高新技术企业。公司注重科技引导,强化创新驱动,2017年销售收入达59100万元。2018年企业将本着“调结构、稳增长、促发展”的经营理念,大力发展深海养殖网箱;力争中标承建海洋牧场;全力打造星海运动精品。

湖南瑞亚高科集团主要经营以竹、麻、棉为原料的机织、针织等产品。2017年公司实现产值5.6亿元,完成销售收入4.5亿元,实现利润2000多万元,上缴税收1500多万元。2018年企业将开发非织造医卫用产品。

湖南莎丽林业股份有限公司是具有近百年历史的林业制品企业,主要以竹和苧麻纤维为原料,开发新型林业,拥有省级生态纺织品工业设计中心等。公司董事长李丽莎介绍了企业的成功经验:传承百年品牌,弘扬企业文化,投资800余万元、历时三年建成了湖南达人纺织工业博物馆;创新消费理念,开发健康产品;校企合作创新,引领设计潮流;建立完整产业链,跨界整合资源。

长沙：
服装、家纺企业实力不俗 华升欲借智能化转型

3月19日,调研组在长沙宁乡调研产业用、服装、家纺等企业,并与湖南省经信委进行交流座谈。

在湖南康程护理用品有限公司,调研组参观了专业生产婴儿纸尿裤、纸尿片等婴儿健康护理产品应用研究实验室,并就提升产品质量、完善婴儿护理产品的标准,呼吁政府部门加大市场监管力度、提升国产品牌影响力等问题进行了探讨。

在与圣得西服饰、梦洁家纺、忘不了等企业座谈时,调研组就企业文化建设、智能制造提质增效等有关问题进行了交流。

梦洁家纺工会主席漆鸿杰对公司家纺智能化情况进行了介绍。他说,公司先后投资3.5亿元对生产基地进行了智能化改造,生产效率提升了20%,停工待料率降低50%。

3月20日,调研组一行与中国工程院院士俞建勇以及长沙市人民政府等地方领导和企业家代表300余人共同参加“湖南省机器人产业集聚区产业链新项目启动暨湖南中南智能装备有限公司智能制造合作推介会”。会上,湖南华升集团有限公司控股子公司——湖南中南智能装备有限公司正式挂牌。

高勇在致辞中指出,当今纺织行业正在向智能化、数字化、绿色化等方向发展,智能制造技术的发展为建设纺织强国提供了强有力的科技支撑,是提高产品质量稳定性和劳动生产率的重要手段。协会也将在推进智能化纺织装备的研发和应用、建设纺织行业智能制造示范企业、搭建纺织行业智能制造公共服务平台、成为纺织行业智能制造专业人才的“黄埔军校”四方面展开深度合作。高勇希望“中南智能”能立足在纺织智能制造领域进行科技创新,提供全面智能化制造解决方案,共同推动纺织行业发展。据悉,中南智能将以非织造布智能生产示范线建设入手在纺织行业推广。

会上,各位领导为湖南中南智能装备有限公司揭牌,并见证了中南智能与中纺联、天鼎丰等单位的合作项目签约。

邵阳：
化纤、染整、非织设备各显身手

3月21日,调研组一行在邵阳纺机进行调研。这也是此次中纺联湖南调研的最后一站。近年来,邵阳纺机在化纤、染整设备等方面获得了长足进步,并牢牢掌握了市场。据了解,企业今年的市场订单非常饱满。

调研组参观了邵阳纺机的新、旧厂区。在听取邵阳纺机有关负责人对企业发展情况汇报后,高勇提出邵阳纺机今后还应该人才队伍梯队建设、提高劳动生产率等方面下功夫,在不减人的基础上把市场进一步做大。



孙瑞哲一行走访企业，了解企业产品开发情况。

广东调研组

组长：
中国纺织工业联合会会长
孙瑞哲

创新步伐从未停歇

本刊记者 _ 刘嘉 文 / 摄

3月20～22日，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲率领中国印染行业协会、中国服装协会、国家纺织产品开发中心、中国纺织信息中心等单位负责人组成调研组，深入虎门、西樵、沙溪等地，围绕消费升级、品牌发展、业态和渠道变化等新趋势、新特点，以及节能环保、绿色制造技术与园区建设等热点问题展开调研。

虎门：

从“纺织服装、无限荣光”，到“产城融合、永续辉煌”

3月20日下午，调研组沿着虎门镇新近开通的滨海大道，前往万科云城和以纯集团总部。这条滨海大道刚刚于去年11月开通，南北走向贯通整个虎门，最宽处双向14车道，与环莞快速二期（虎门段）构成了“一条大道通南北，一条快速连八方”的新图景，一举激活了虎门镇交通路网。

“产城升级，初显成效。”据虎门镇委书记叶孔新介绍说，得益于产城升级成效，虎门城市内生能力不断增强，为新一轮发展集聚了新动能。当前，滨海湾新区的规划建设，为虎门新一轮发展带来难得历史机遇。两条主干路网的建成，既架起了交通网，又形成了经济带，串联起虎门近年来建设的以纯集团总部、万科云城等重大项目。

经由滨海大道，调研组一行走进万科云城，这里的沙盘向人们展示了一个产城融合发展的示范。其中，万科创意时尚公社以服装产业为主导，由销售云、品牌云、设计云、供应链云、教育云等五大云端组成，万科云城大街定位为国内首个云直播产业品牌大街，重点引入线上淘宝系网红运营机构，虎门本土及周边快时尚服装企业及万科C端资源，二者共同打造服装产业快时尚载体。

提及虎门的快时尚，自然绕不开以纯，调研组一行抵达以纯集团时，正值该品牌的2018年秋冬新品订货会，公司楼下的来往行人与大巴车证明了虎门“快时尚”的人气。位于三层的展厅陈设着新一季产品，品类丰富，款式设计也更具时尚感。据介绍，目前以纯每个季度研发数千个新款推向市场，包括休闲、商务、童装等系列产品，以纯优质、平价、时尚的穿衣文化，深受全球消费者认可。

虎门服装服饰业是快速的，是务实的，同时也是诗意的。在东莞市依卓服装有限公司，调研组走进了该公司总部展示的生活方式店“所在”，从产品到陈列再到管理都体现“自然”的概念和主题。

该企业的品牌意澳以设计见长，从自然和生活中汲取灵感，原木、绿植、金属框架以及家居装饰的大店陈列，与品牌倡导的悠闲自在相呼应。而在花园式办公区，每间办公室都有着独特名称——董事长的“光合作用”，总经理的“阳光地带”，设计部是“春暖花开”，平面设计部门是“界里界外”，打版部门是“巧夺天工”，财务部“静水流深”。依卓服装有限公司总经理陈卓表示，“与自然共生”是意澳的品牌主张，公司经营理念是在提供就业机会的同时，也提供一个展现自身价值、实现个人梦想的平台。

对于虎门纺织服装业，孙瑞哲给予评价说，虎门是中国纺织服装业的缩影，虎门产业走过的四个阶段，代表了整个行业的发展历程：

一是“三来一补，产业起步”，虎门依靠比邻香港的区位优势，纺织服装产业得以起步发展；二是“纺织服装，无限荣光”，这一阶段持续了20年，虎门市场繁荣，举办虎门服交会，引领时尚；三是“两化融合，引领潮流”，虎门在实体经济面临国际金融危机和线上销售的双重冲击之下，产业运营模式发生了改变，两化融合走在前列，将电子商务引入市场，引领了潮流；四是“产城融合，永续辉煌”，当前虎门正提前布局，推进城市提升，推动产业高质量发展。

改革开放40年来，虎门服装业从没有停止过创新的步伐，如今的城市升级、产城融合，让虎门服装服饰业孕育新业态，驶入快车道。

西樵：

“环保风暴”中的“扬眉吐气”

3月21日，调研组走进广东西樵，重点考察了致兴纺织、立笙纺织两家主攻牛仔面料的纺织企业。

提及牛仔，绕不开的是绿色环保话题，在与两家企业负责人及西樵镇党委书记黄颂华、镇长关海权的座谈与交流中，调研组发现：得益于当地政府前瞻性政策的贯彻和持续落实，当地规范化管理的纺织企业在“环保风暴”中反而直呼“扬眉吐气”，对2018年信心倍增。

一走进佛山市立笙纺织有限公司，调研组成员们便被一面荣誉墙所吸引，中国流行面料吊牌、广东省优势传统产业转型升级示范企业、佛山市南海区科技进步奖、佛山市科学技术奖励、超1000万元纳税大户等奖状、牌匾证明了立笙纺织“具社会责任、勇于创新、技术领先、充满活力”的发展特点，获得海内外知名服装品牌企业的认可，成为了LEVI'S、DIESEL、G-STAR、H&M、NEXT、OCHIRLY等諸多知名企业的合作伙伴。

据介绍，立笙推出了专利产品机织仿针织牛仔面料，以更舒适柔软的性能受到市场欢迎。对于环保压力，立笙纺织集团负责人韩莹表示，早在2007年，西樵镇就为纺织企业提供统一工业用水、统一供应蒸汽、统一污水处理的“三统一”工程，保证了产业链的持续、健康发展。

而在致兴纺织，谈及生态环保问题时，该公司董事总经理方军用“扬眉吐气”来形容致兴纺织在当下的感受。据介绍，早在七八年前，致兴纺织就开始坚持做环保转型，从而在近年来的“环保风暴”之下脱颖而出。

方军表示，环保风暴对行业来说是一次全面洗牌，对不达标的企业来

说是重大的打击，但对于规范、标准的企业来说则是一次机遇。

一直以来致兴纺织坚持以环保为己任，调研组走访看到，不论是零排放设备液氨丝光机的引入，还是使用Recover再生棉纱推出无需染色的循环再生系列面料，都让致兴的牛仔面料在品质及健康舒适性上更具优势，得到了更大的生存空间。

对于西樵纺织业的成就，孙瑞哲评价说，西樵是现代纺织发源地之一，是改革开放的先行者，在国内纺织业具有影响力，到今天，西樵在行业中依然不可或缺，依然是一面旗帜。

对于西樵纺织业的未来，孙瑞哲指出，要聚焦“一体两翼”，即经济社会发展与产业和市场同步发展。政府层面来看，西樵纺织业在当地税收贡献中占比为11%，发展产业、振兴实体经济应当成为西樵坚定不移的政策导向；行业层面来看，中纺联将为行业创造更好的外部条件，倡导科学开展环境保护监督管理，兼顾污染防治攻坚与产业高质量发展；市场层面来看，西樵要抓住城市功能转变的机遇，为中心城市的转移承接而时刻准备着。

随着市场竞争从无序迈入有序，优秀的企业将更多地脱颖而出，因此，西樵纺织业要关注细分领域的“巨人”，培养一批能够占有重要市场份额、有能力形成趋势导向的优秀企业。

当环保治理叠加细分领域“冠军”，西樵纺织业的倍增效应将更加令人期待。

沙溪：

拥有产业工人，实体经济才有实力

3月21日，调研组走进广东沙溪。沙溪镇的转型成效和人才发展问题都引起了调研组的关注。

2017年以来，沙溪镇服装产业发展总体保持平稳向好态势，作为沙溪经济发展和税收收入的重要稳定器的作用依然突出。同时，服装印花作为配套行业，在沙溪取得较大发展。

据沙溪镇党委副书记、镇长邹小龙介绍，沙溪镇持续推动以服装产业为基础的特色小镇建设，并以“特色的资源注入，特色的时尚表达，特色的建筑形态”的三个特色为发展思路。

此行，调研组走访了多家企业，这些企业各有专长，各具特点：新顺印花绣花有限公司具有很强的研发能力，在成衣印花产品开发和工艺技术领域有所建树；金鹰皇制衣厂用机器替代车花，提升制造效率；霞湖世家推出T恤单品类品牌乔治汤米，主推“50次机洗领不变形”和单价39.9元的性价比卖点；通伟服装有限公司在追求品质制造的同时，还关注社会责任，采用导入了CSC9000T中国纺织服装企业社会责任管理体系。

但与此同时，调研组在走访中发现，“人才短缺”、“用工短缺”是不少当地企业的当务之急，面临着诸如招工不满、高级人才流失等问题。对此，孙瑞哲指出，产业升级首当其冲的是人才观的改变，要通过人的价值创造，由“以人才为成本”实现“以人才为资本”的转换。人才层次方面，既要有高精尖人才，也要盘活人才存量。拥有产业工人，实体经济才有实力。

实际上，当地已意识到并正视这一问题，为此，调研组还走访了此行唯一的一所纺织服装院校——沙溪纺织服装学院。据介绍，为破解产业人才供应问题，沙溪镇与中山职业技术学院于2013年合作共建了沙溪纺织服装学院。据该学院院长刘周海介绍，该学院有意识地开展校企合作，形成了以学生技能培养为主的现代学徒制，引入邱伟等设计名师开设工作室，积极与服装企业合作开展职业技能培训项目。目前该校在校生505人，毕业生就业率达100%，并且大部分是本地就业。

除了人才问题，在座谈中，邹小龙表示，当前沙溪纺织服装业还面临着品牌影响力有限、制造企业议价能力不高、刚性成本不断上升、企业利

润空间被压缩、特色小镇建设存在土地资源制约等风险和隐患。对此，沙溪镇将主动加入粤港澳大湾区的产业链分工，迎接大湾区中心城市资本和产业梯度转移；重新梳理沙溪服装发展，进行再思考；加快城市更新步伐，推动特色小镇建设。

那么，从行业角度来看，站在新的历史方位上，如何实现符合沙溪特色、充分发挥沙溪优势资源的高质量发展？孙瑞哲指出，应重点做好三个融合：

一是科技与时尚的融合：一方面要以技术提升来克服劳动力短缺造成的问题；另一方面，随着制造与品牌之间纽带关系越来越紧密，制造企业也要瞄准终端，主动设计研发；此外，要通过院校的平台注入更多外部的时尚大师资源。

二是两化融合：近年来中国服装行业缔造了诸多新的互联网商业模式，而沙溪也应充分融入，把新的互联网经济、新的现代化手段与生产经营方式进行融合。

三是产城融合：产业布局与城市发展做统筹打算，为对当地经济和产业转型做出贡献的企业提供人才安居、人才创业的优惠政策。

本次调研的最后一站来到了位于番禺的比音勒芬服饰股份有限公司。比音勒芬以“生活高尔夫”为品牌理念，在十五年的发展中，抓住了中高端休闲运动兴起的风口，于2016年成功上市，成为“高尔夫服饰第一股”。2018年，比音勒芬开始了对消费升级的新思索和新行动。

对于比音勒芬，孙瑞哲说，打造世界级的中国品牌，中国服装业责任在肩，比音勒芬可以成为创造世界级品牌的第一批“国家队”成员。当前值得思考的是，除了保留服装产品原有的功能属性之外，要跨出服装本身，打破同质化，要把趣味、知识、社交化集于一身。

几天来，本次广东调研组收获了行业人对2018年的信心和期待。一路走来，消费升级、文化自信、协同创新、智能制造、绿色发展、两化融合、产城融合、高质量发展、世界级产业集群等等关键词汇集成了行业发展的新方向、新目标、新任务。正如孙瑞哲在本次调研中强调的，“与人为善者美，人事和谐者强，融合发。展者能，上下同欲者胜”，科技、时尚、绿色的纺织强国值得期待。



杨纪朝、夏令敏带队调研江西纺织服装企业。



江西联合调研组

组长：
中国纺织工业联合会副会长
杨纪朝、夏令敏

政府、协会、企业共推产业 高质量发展

通讯员 梁龙 文 / 摄

3月9～10日，中国纺织工业联合会副会长杨纪朝、夏令敏，副秘书长兼行业发展部主任李进才，信息统计部主任翟燕驹，产业集群工作委员会秘书长邢国蕾，中国纺织建设规划院副院长刘彦威，中国针织工业协会副会长赵洪等两队调研组汇集江西，就江西省纺织工业整体运行情况、产业转移和布局、节能环保和绿色制造、信息化应用和智能制造以及沿“长江经济带”发展等问题，重点对南昌市青山湖区、新余市的产业集群和企业等进行了走访调研。

正如全国两会上，习近平总书记参加内蒙古代表团审议谈经济转型升级时所说：“如果思维方式还停留在过去的老套路上，不仅难有出路，还会坐失良机。”作为长江经济带上重要的省份，江西纺织服装产业早已做好准备，转变思维，开始朝着“科技、时尚、绿色”的纺织新定位加速转型。

加快智能制造 打响“青山湖针织服装”区域品牌

调研组第一站来到了江西极具代表性，也是“中国针织服装名城”、“国家外贸转型升级专业型示范基地”的南昌青山湖区。青山湖区针织服装企业主要以出口代工为主，代工的品牌基本涵盖了全球所有一线服装品牌服饰，产品远销欧美、中东、南非、朝鲜、俄罗斯等世界各地，产品出口量占总产量95%以上，出口货值占江西省比重近50%，是江西省针织服装产业版图中的“龙头老大”。

目前，全区现有针织服装企业2000余家，就业人员6万人。其中规模以上企业174家，占全区规上工业企业总数的66%。2017年，全区针织服装产业总产值达到363.6亿元，年生产各类针织服装8亿件。

通过走访企业、召开座谈会，调研组发现以下几大亮点：一是政府重视。南昌市青山湖区区委书记熊运浪表示，为了实现针织服装产业的转型升级，区委、区政府高度重视，通过强配套、搭平台、补链条、优服务等一系列措施有力推动了产业由“加工、低端、低附加值”向“品牌、高端、高附加值”迈进。青山湖区还专门成立了青山湖区纺织服装行业协会。通过服务平台，政府将积极为园区企业发展加快现代化物流建设；加大专业人才的培训，解决人才缺乏的瓶颈；完善金融机构对企业的金融服务，解决融资难贷款贵的问题；建立产品质量检测机构，组建针织服装产品质量检测监督机构，全力为企业的转型发展“浇水施肥”。

二是产业配套完善。3月9日，国家纺织面料馆江西分馆正式揭牌。江西分馆设在南昌轻纺城内，目前已有100余家纺织服装面料企业入驻，展出各类纺织面料2000余款，同时开通了中纺通线上平台，可为入驻企业进行线上品牌宣

传与推广。作为国家级公共服务平台，江西分馆的建成、开馆将辐射江西全省乃至整个中部地区纺织服装、面料企业，满足企业面料和针织服装产品检验检测需求，助推优化青山湖针织服装产业结构调整和升级，增强针织服装产业在中部地区乃至全国的竞争力和可持续发展。

三是信息化应用加快。随着“互联网+”时代的来临，青山湖区抓紧产业对接，大力推进电子商务平台建设，除了引进江西优晟世界品牌服装电子商务产业园等一大批品牌企业，还积极支持骨干企业建设以商品交易为核心、现代物流为支撑、金融及信息等配套服务为保障的服装行业电子商务平台，重点打造好叫号电商产业园等服务平台。

四是品牌意识觉醒。转型升级对青山湖区来说，最大的掣肘不是技术，也不是质量，而是品牌。多以加工贴牌为主的青山湖区针织服装企业，长期以来处于“上无自主品牌和核心技术，下无独立营销渠道”的尴尬地位。因此，品牌成为转型的关键。

五是智能制造加速推进。随着人工等多项成本的增长，为了减少企业成本压力，提升效率，智能制造在越来越多的服装企业被应用。特别是在青山湖区，企业多以贴牌加工为主，用工量更大，为此不少企业都开始使用吊挂和自动缝制系统，平车基本上也采用了自动剪线装置。

六是研发设计助力产业时尚转型。品牌的缺失和设计研发的滞后，一直是青山湖区针织服装产业的短板。产业转型，时尚先行。所以，园区花重金打造了针织服装出口生产基地及服装文化创意研发基地——博涵服装创意研发中心。目前，中心已部分竣工投产，可实现年产值8亿元、税收1000万元、

解决就业500人。

“青山湖区聚集了大量的针织服装企业，这次走访调研，很高兴能到在当地政府的大力支持和引导下，在企业的自主创新下，无论是产业还是企业发展都提升很快，转型明显加速，前景可期。特别是很多企业在智能化、设计研发和互联网应用方面，和国内一流的大企业没有什么区别，这为整个青山湖区针织服装产业的转型发展奠定了坚实基础。”夏令敏在接受当地电视台采访时表示，“希望今后当地各级政府还要一如既往地加大支持力度，让新技术改造传统产业；同时，企业也要加大创新和研发力度，努力适应新消费模式，走高质量发展之路。中纺联也将进一步深化服务，精准对接，全力支持青山湖区的转型发展。”

在随后召开的青山湖区针织服装产业发展座谈会上，听取有关部门、协会组织和企业的发言后，调研组发现，青山湖区针织服装产业主要存在以下几个问题：一是由于缺少有效的监管和检测，产品因质量不合格影响出口的问题屡见不鲜，反复修改给企业增加了很大的成本压力；二是招工难，甚至还出现了企业之间互相“挖人”现象，导致员工工资高涨；三是小微企业贷款难融资贵；四是员工的普遍素质偏低，有待加强技术培训；五是企业智能化设备应用还不够普及，两化融合水平较低；六是品牌意识不够，产业附加值较低。

针对以上问题，杨纪朝表示，要想实现高质量发展，企业必须要向前走，加快走，瞄准智能化、信息化，加大科技、研发和管理方面的投入。特别是要注重绿色发展，企业要看得远，才能走得稳。同时，政府、协会、企业也应三方联动，加强协同合作，共同推进产业可持续发展。

“当前，中小企业正面临着艰难的爬坡过程，一定要坚持住，以创新为支撑，以智能化、信息化为平台，加快转型。”夏令敏表示，“品牌不是所有企业都可以想做就做的，需要一个很长的文化沉淀和时间积累，大企业可以带头。而像青山湖区这样的产业集群，可以学习先进经验，把代工做成品牌，这同样也是一种竞争力。在这方面，我们一定要自信。”

以文化为内涵 支撑企业品牌发展

2017年，新余市纺织规上企业有46家，主营业务收入53.37亿元，同比下降12%；实现利税2.8亿元，同比下降13.4%。作为以苎麻为特色的产业，近年来，受技术水平、设备以及原料萎缩等限制，行业发展受到了很大制约。目前，只有“恩达”是中国驰名商标，雨兰、华腾、远东都只是省著名商标；服装企业仍停留在贴牌加工阶段。

为了深挖企业的品牌文化，江西蓝天宇家纺用品有限公司以中国传统文化为基调，用经典美学的设计理念把古朴、自然与传统文化诗意般景致融入面料设计之中，实现了家纺品牌的创新发展。与此同时，企业还加大市场布局，实现了线上线下并举，直营与加盟并行的营销体系，目前已在全国二十八省市开设专卖店，成为天猫、京东等电商平台主力推广品牌。

“今年我们计划在全国新增店面两三百家，销售在2017年的基础上翻一番。”蓝天宇家纺用品有限公司副董事长、总经理万桂兰介绍。

新余麻纺源远流长，早在蒹葭苍苍、白露为霜的诗经年代，新余人就开始了苎麻耕种、手工织布，而夏布工艺被誉为“纺织品活化石”。如今，新余麻纺从产业结构到生产规模都有了质的飞跃，基本形成了原料—辅料—纺织—印染—成品加工一体化完整产业链，产业规模不断做大，产业聚集效应明显，具有明显的竞争优势。

以龙头为引领，位于“中国夏布之乡”分宜县的江西恩达麻世纪科技股份有限公司，是苎麻产业的龙头企业，拥有集原料、脱胶、纱线、织造、印染、家纺品及成衣为一体的较为完善的时尚产业链。

“为了把苎麻做成真正的科技、时尚、绿色产业，今年我们刚自主研发出了无化学成分添加的全生物酶脱胶，这个技术目前正在申报国家专利。”恩达麻世纪董事长邱新海表示，为了更好地传承和创新中国夏布文化，恩达兼收并蓄各种纤维之所长，去年推出了青花瓷四件套，一个月就卖掉了10万件。此外，他们还积极开发夏绣、夏书、夏画、夏布墙布及麻艺等旅游产品，让夏布文化走进大众生活。

分宜种植苎麻历史悠久，是我国苎麻纺织名城。为了实现苎麻产业的可持续发展，目前分宜正着手打造总规划面积2.94平方公里、总投资30亿元以上的“麻纺+”时尚特色小镇，是国内首个集产、城、人、文于一体，孵化、金融、电商、仓储、交易功能齐备的专业麻纺城，建成后将成为中国（江西）国际麻纺博览会“永不闭会的会馆”。

“我们已经成功举办五届中国（江西）国际麻纺博览会，分宜苎麻这个城市品牌正不断在擦亮。借助这个平台，我们正在筹建融合传统麻纺产业与现代时尚、生态、文化、旅游相结合的全国首个‘麻纺+’时尚特色小镇，希望以此来吸引更多的苎麻乃至麻纺企业落户到我们这里，同时我们还将配套一系列的亚麻等原材料交易市场，以此来合力推进麻纺产业可持续发展。”分宜县委书记李逸翔表示，苎麻产业作为分宜的传统支柱产业，必须要举全县之力，做大做强。特别是要做精做细，把苎麻产业发展成为全县的民生产业、品牌产业。

一花独放不是春，百花齐放春满园。的确，光靠一两个龙头企业的引领，还不足以带动一个产业的集群发展。为此，分宜县开始转变思维，科学统筹，要下大力气把苎麻产业做起来。首先，他们从种植开始，精心培育苎麻优质种子，计划2018年种植面积达到1万亩。同时，制定出台了一系列的种植扶持政策，以精准扶贫为指导，让麻农富起来。其次，对苎麻产业进行精加工，提升产品的附加值。此外，引导苎麻企业做大品牌，以品牌带动产业发展。为此，分宜特成立了双林夏布基地。

此外，分宜县大力扶持卫星厂，借力龙头企业的品牌影响力，为大企业贴牌加工，让工厂走进农户。这样不仅在一定程度上减轻了企业的成本，还相应增加了农民的收入。而随着尚林制衣的产业落地，不仅带动了分宜智能制造的快速发展，还为解决当地农民就近就业创造了机会，解决了留守儿童问题。

针对以上调研情况，杨纪朝高度评价和肯定了新余市、分宜县各级政府对苎麻产业的发展和支持。杨纪朝表示，当前，制约苎麻产业发展最大的难题就是原料的萎缩和技术、设备的相对落后以及终端产品的缺失，要想实现产业的可持续发展，必须要科学统筹，下大力气攻坚克难，千万不可盲目贪快。

“集群产业的创新发展，离不开当地政府的大力支持，今后中纺联也将加大服务和咨询力度，全力支持分宜苎麻产业做大做强。”夏令敏表示，当前国内纺织服装产业集群也面临着一系列新的挑战，如经济全球化与区域生产片断化带来的挑战；消费升级和市场变化带来的挑战以及集群发展路径依赖和政策依赖带来的诸多挑战，分宜县必须要因地制宜，找准定位，走特色化发展之路。

山东调研组

组长：
中国纺织工业联合会副会长
陈大鹏

行业新旧动能转换持续推进

3月20～23日，中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会常务副会长陈大鹏，中国纺织建设规划院院长冯德虎，中国服装设计师协会主席张庆辉，中国纺织工业联合会社会责任办公室主任、中国纺织信息中心副主任阎岩，中国服装协会品牌发展部副主任李雪菲等组成的调研组对山东烟台、青岛、济南等地纺织服装行业在科技、时尚和责任发展方面的创新举措等进行了深入调研。



陈大鹏一行深入了解山东纺织服装企业的创新举措。

致力创新迎接变革时代

近年来，山东省纺织服装行业经济运行稳中有进，始终是山东工业经济稳定发展的重要支撑力量之一。2017年，山东省纺织服装行业继续推进供给侧结构性改革，加快推进新旧动能转换，大力实施创新驱动战略，不断深化品牌建设，持续强化生态责任，在向科技、时尚、绿色产业转型升级发展过程中涌现了一批优秀的代表性企业和案例。

3月20日，调研组一行走访了舒朗、明远家纺和泰和新材等3家烟台企业，并在烟台召开座谈会，与舒朗、明远家纺、泰和新材、南山纺织服饰、旗源、华润锦纶、圣豪家纺、北方家纺等当地重点企业，以及烟台市纺织服装行业协会、莱阳轻工联合会等进行了交流。

作为中国本土优秀的服装品牌，舒朗以市场化为导向，快速应对市场变化，融合新技术、新商业模式、新业态推动产业改造升级发展，在多品牌战略推动下，根植于中国优秀生活美学和服饰文化理念，构建起品牌核心竞争力，甚至成功“走出去”纵横国际市场，为行业作出了典范。舒朗董事长吴健民认为，时尚不应是“一枝独秀”，而是需要更多的差异化、风格化的品牌的参与，从而发挥有差异化的创新，并认为未来服装品牌企业发展的走势应该是“商品化”的品牌企业规模越来越大，“风格化”的品牌企业（小众品牌、设计师品牌）越来越多，通过不同模式的互补融合，才能实现良好的产业生态。

明远家纺将企业定位为国际化供应链管理企业，通过国际化供应链的建设，实现了在欧洲、美国、澳大利亚等主要出口市场的稳定增长。同时，企业回归产品本身，通过生产线智能化改造、市场导向的产品创新研发，以高品质的产品制造打响了企业品牌，受到了国内、国际市场的认可。明远家纺董事长陈义忠表示，未来企业将继续在产品创新研发、品牌建设等方面发力，大力发展大家居睡眠产业。

作为中国芳纶事业的开拓者，泰和新材氨纶、芳纶生产技术已经达到国内领先、国际先进水平。公司通过大力实施创新驱动发展战略，构建以市场为导向、以效益为中心、产学研用相结合的紧密型技术创新体系，完善技术创新平台，建设新型研发机构。在公司纤维业务基础上，向上发展芳纶原料，向下发展芳纶纸、浆粕、捻线、机织布、浸胶绳等深加工产品，辐射带动产品下游应用。

座谈会上，陈大鹏对当地企业提出的发展中遇到的具体问题进行了交流和探讨。他表示，目前纺织服装行业已经走到了一个以创新为主题的变革时代，而“变”的核心应该围绕产品创新进行。他鼓励企业通过技术、模式创新谋求发展，提升行业自信，迎接变革。

江苏调研组

组长：
中国纺织工业联合会副会长
杨兆华

升级发展模式
顺应消费新需求

本刊记者 葛江霞 文/摄

随着电子商务、移动支付等引领世界潮流，传统消费升级、新型消费快速兴起，线上零售高速增长，消费升级已经成为拉动经济增长三驾马车的主力。2018中国纺织企业如何以消费洞察为起点，升级发展模式，顺应消费升级新需求？带着这些问题，3月19～22日，中国纺织工业联合会副会长杨兆华、中国流行色协会会长朱莎、中纺联产业经济研究院常务副院长华珊、中国丝绸协会常务副会长钱有清、中纺联品牌工作办公室副主任屈飞一行奔赴常熟、南通、余杭等地展开了调研。



杨兆华一行组织当地企业召开座谈会。

常熟服装城：在消费升级下让品牌发力

连续九届举办全国服装设计大赛，让常熟服装城这个中国最大的服装服饰专业市场在全国服装市场中独树一帜，已经成为国家八部委批准的市场采购贸易方式试点单位、江苏省首批生产性服务业集聚示范区。2017年实现销售1489.18亿元，出口额近13亿美元。服装城联动产业链上下游数万家企业，是一个成熟的超千亿规模的服装服饰产业集群。

淅淅沥沥的小雨中，调研组走进了常熟服装城新打造的、初具规模的云裳小镇。在江南时尚创意园，这个占地2.8万平方米的园区全部由老厂房改造而成，已经吸引20多家设计类企业入驻，这里正在成为一个为服装城配套的研发设计中心。来到莫城电商产业园，据了解，这里已经有48家电商为主的企业入驻，是服装城着力打造的电商园区。时尚、专业的酷派摄影基地则令调研组大开眼界，互联网传播时代，产品的视觉图片化传播需求让专业摄影成为配套服务的重要组成部分。

区别于传统专业市场的印象，所见所闻都是全新的发展理念。常熟服装城管委会主任万晓军介绍说：“我们依托江南时尚设计院、莫城电商园、智敏智能工厂、酷派摄影基地、‘第一楼’等产业链资源，着力打造一批设计师孵化平台，把云裳小镇打造成中国服装产业新制造示范基地，在引领常熟服装产业生产方式转型的同时，更好地配套服装城众市场的品类多样化、高端化、品牌化发展趋势。”据了解，常熟服装城还将重点加快智敏智能综合体的建设，2018年建成3.0自动化、信息化、精益化示范基地，2万平方米厂房设7条柔性快反智能生产线和3条个性定制智能生产线。

在常熟服装城管委会举行的座谈会上，万晓军介绍了常熟服装城下一步发展思路：常熟服装城将进一步集聚市场，精准定位，加大对“区域品牌、市场品牌和商户品牌”的支持力度，服务品牌建设，突破压力，奋发进取，打造常熟区域内纺织服装品牌，不断提升和增强常熟纺织服装发展实力与发展动力。接下来将在重塑市场格局、聚焦产业短板、数字化市场打造、厚植产业优势四个层面发力。

杨兆华表示，消费者过去盲目追求品牌，现在变为追求个性化高品质产品。企业过去习惯于产品思维，现在则要洞察消费需求。供需错配导致产品库存严重，供给侧结构性改革就是要求我们一切从消费需要来调整发展。品牌创建是一个系统性工程，常熟服装城接下来要突出男装的特色优势，着力打造区域品牌，同时也要有计划地培育和推出企业品牌。

南通：家纺新渠道的春天来了

消费升级把我们带入新消费时代。品牌该如何培育，床品企业的商业模式该怎样变革？3月20日，调研组深入南通通州区、海门市，就以上问题进行了专题调研。

在中国，说到床上用品产业，几乎没有人不知道南通，这里是全国最大的床品集散地。南通家纺城、叠石桥家纺城，这两只龙头拉动了通州、海门千亿级的家纺产业集群。据有关人士保守估计，南通出产的床品全国占有率达50%以上。目前通州地区有规模以上企业349家，2017年实现规模工业产值488.6亿元，出口额60多亿元。

“从经济形势来看我们感觉2017年开始止跌回稳，2018开市以来南通家纺城市场的房租节节攀升，已经翻两番。工业用地价格大幅增长，前所未有。家纺城的物流快速平均80万件/天，4年前这个数字不超过30万件/天。”南通家纺城管委会党工委书记、管委会主任邵爱军在座谈会上用几个数据清晰地描绘出当下通州家纺产业的生机与活力。

可喜的是，通州家纺城培育的一个新引擎开始发力：2015年底，南通家纺城规划建立了微供市场，立足消费升级，为线上线下的社群营销提供个性化、高品质的货源。发展两年来，已快速集聚商户520家，2017年交易量超60亿元，未来两年有望突破100亿元。这种基于新消费、新零售的全新B2B渠道，带动周边创业就业人群近20万人。渠道，有力地撬动了家纺产业的转型升级。

在座谈听取了各方面情况后，杨兆华代表调研组进行了总结。“应该看到，企业品牌发展不足是我们的短板。打造区域品牌，要有企业品牌来支撑，终端品牌、制造品牌、区域品牌怎么布局，品牌培育的第一梯队、第二梯队怎么推动，政府要高度重视。”

海门拥有全球最大家纺市场——叠石桥国际家纺城。“我们的品牌提升有问题，叠石桥家纺城市场占有率在全国排名第一，可让人心痛的是叠石桥当地却没有叫得响的国内知名品牌。”3月20日下午，调研组赶到海门市进行调研座谈，刚一落座，海门工业园区管委会主任王帆便开始自曝“家丑”，他认为叠石桥家纺城的转型升级已经刻不容缓。

叠石桥家纺人其实已经明显感受到，市场繁荣的背后也存在很大的忧患：小企业挣扎在生死线上；2018年出口形势不乐观；生产要素成本增长很快，劳动力成本和原料成本都增长10%以上……转型升级已迫在眉睫。

座谈中，各单位负责人围绕加大市场质量抽检及监管力度，提升产品质量；加强床品团体标准建设，净化品牌培养环境；积极拓展微供渠道；走出去拓展海外市场；升级市场服务功能等方面进行了交流。

杨兆华听完情况介绍，建议叠石桥家纺利用世界通商商会的资源，把海外买家召回来，把企业的经销商资源整合起来，建立市场自己的数据库，用大数据来实现市场功能的精准匹配。他强调说，叠石桥缺少行业叫得响的内销品牌，品牌的培育要加强。创品牌，要多管齐下。他建议家纺企业市场开拓方面不要太保守，要在谨慎的基础上敢于突破传统渠道，围绕新的消费需求去尝试新渠道，微供、电商多渠道发展。TA



会议总结了中国轻纺城市场 2017 年度党群工作，部署了 2018 年工作。

“纺城有家”智慧党建 APP 打造市场党建新平台

2018 年中国轻纺城市场党群工作会议在柯桥召开

本刊记者 _ 郭莹颖 文 / 摄



3 月 23 日，2018 年中国轻纺城市场党群工作会议在柯桥召开，会议总结中国轻纺城市场 2017 年度党群工作，部署 2018 年工作，同时举行了“纺城有家”智慧党建 APP 启动仪式。

中国轻纺城建设管理委员会（以下简称“中国轻纺城建管委”）党委书记、主任沈关祥，柯桥区委组织部副部长周欢芬，中国轻纺城开发经营集团公司党委书记王征宇，柯桥区总工会副主席李维康，共青团柯桥区委副书记钱婧冰，柯桥区妇联副主席张玲，十五纪检组组长胡成江等领导及中国轻纺城股份公司党委、中国轻纺城开发集团公司党委、会展办党支部、直属公司党支部主要负责人，两大公司下属各公司党组织主要负责人，市场党委全体委员、下属各支部书记、党务工作者（党建指导员）及受表彰的先进个人和先进集体代表共计 110 余人参加本次会议。会议由中国轻纺城建管委党工委副书记、副主任徐海芳主持。

徐海芳宣读了《关于表彰 2017 年度轻纺城建管委系统党群工作先进集体和个人的决定》、《关于表彰 2017 年度“市场好支部”的决定》和《关于表彰 2017 年度“市场好党员”的决定》。

会议对获得“省级巾帼文明岗”、“五星级基层党组织”、“优秀基层党组织”、“市场好支部代表”、“市场好党员代表”、“工会积极分子”、“优秀青年志愿者代表”、“优秀妇女工作者”的个人和集体进行了表彰。

进展：

继往开来强化党建工作

沈关祥表示，2017 年，中国轻纺城市场党群工作以创新的思维、发展的眼光、包容的姿态，以推进党建服务标准化和党建工作科学化、常态化为抓手，不断增强市场党群工作的共建意识和品牌意识。

2017 年，伴随着市场党群工作的不断推进，中国轻纺城市场党委发布了全国首个专业市场党建地方标准——《专业市场党建工作规范》；坏布市场吴江正旗隆纺织有限公司门市部获得 2017 年度“浙江省巾帼文明岗”称号；中国轻纺城市场党委、凤凰庄党总支获得区级“五星级基层党组织”称号；中国轻纺城建管委系统工会获得 2017 年度系统工会重点工作考核一等奖；中国轻纺城集团股份公司获得“2017 年度先进职工之家”称号；安徽商会党支部陈良根获得区级“百名好党员”称号；机关支部沈晓莉、沈力、胡吉鸿获得区级“优秀共产党员”称号；中国轻纺城建管委张静获得区级“工会积极分子”称号。

沈关祥强调，2018 年，中国轻纺城市场党群工作主要任务是：以正确的政治方向引领市场发展，深刻认识党建工作对传统市场转型升级的重要性，紧扣市场发展主题，坚定市场发展信心，全面提振市场全体党员干部、广大经营户的精气神，狠抓工作落实，走出一条“党建强市场强”的示范之路，为建设“国际、时尚、智慧、高端”的现代化轻纺城和柯桥“两个高水平”建设提供坚强保证。抓好 2018 年轻纺城市场党群工作，首要任务是要明确 2018 年市场发展定位和工作重点。根据柯桥区委经济工作会议和区政府一届三次全体扩大会议精神，2018 年中国轻纺城建设集中体现在“一个目标”和“十项重点工作”上。

一个目标：力争轻纺城市场群成交额增长 9% 以上，总额达到 1780 亿元，其中面料市场增长 10% 以上，总额达到 1200 亿元；轻纺城网上交易额增长 25% 以上，总额达到 380 亿元。

十项重点工作：推进轻纺城转型升级工程项目建设；致力建设“时尚创意谷”；承办“世界布商大会”；举办“月月有会展、天天可时尚”相关活动；开展“丝路柯桥·布满全球”活动；做强做大“网上轻纺城”；大力提升市场商户层次；持续推进市场环境整治工作；开展基层社会治理南线示范带轻纺城培育工作；发挥市场龙头引领作用。

亮点：

“纺城有家”智慧党建 APP 正式上线

在“纺城有家”智慧党建 APP 启动仪式上，中国轻纺城建管委党工委宣布全面启动使用“纺城有家”智慧党建 APP，利用互联网技术将党组织管理、党员管理、党务管理、学习教育、年度考核等元素全面整合，便捷党员业务操作、提升党务工作效率，实现党建智慧化管理。

党的“十九大”报告提出了全面提升基层党组织组织力的战略部署，这是对党的基层组织建设提出的新目标、新定位和新举措，也为开展市场党建工作指明了方向，增添了动力。今年，柯桥区结合实际提出了“绍兴大城市建设的新高地、接轨杭州都市区的桥头堡”的战略定位，明确了柯桥“市场 + 产业 + 城市”的独特发展优势，面对这些新情况新形势，今年的市场党群工作就更加需要根植于轻纺城，贴近于经营户，任务更重，要求更高。

目前，中国轻纺城市场党委下属共有 34 个党组织，其中商会单建党组织 13 个，联合商会党组织 1 个，市场网格党组织 11 个，国贸区企业党组织 5 个，托管党组织 4 个，登记在册党员 939 名。信息化是时代潮流，信息技术具有传播快、影响广、容量大、交互强等优势，应用信息技术装备机关党建，特别是强化党支部工作，破解党建难题，势在必行、大有可为。

据了解，“纺城有家”智慧党建 APP 分为纺城概况、活动签到、学习中心、业务办理四大板块。在纺城概况板块，开设纺城地图、纺城概况、纺城动感、纺城故事、纺城之歌专栏，帮助党员全方位、多角度地了解“纺城有家”这一纺城人共同的精神家园；在活动签到板块，为党员提供个性化服务，成为“看得见的机关党建”，促进互相学习、互相借鉴、共同提高；在学习中心板块，通过学习资料和视频学习，为支部和党员提供及时、丰富的学习资源，满足个性化学习需求；在业务办理板块，设置了入党申请、组织关系转接、缴纳党费、党员发展等栏目，提供在线信息查询。通过大数据分析，实现对党建工作信息化管理。

中国轻纺城建管委党工委将根据“纺城有家”智慧党建 APP 实际运行情况，不断调整完善，逐步形成党建大数据，既可实时查询，又能统计分析，整体展现党建的真实情况，实现党建状态即时评估、党建责任追溯监督、党建过程痕迹管理、党建作用鲜活可视，使之成为党建工作的重要宣传窗口，成为中国轻纺城市场党建工作的有效载体。

TIPS

“红布商”指数考评

让“软”任务变成“硬”指标

为了严格规范党内组织生活，切实加强党员教育、管理工作，中国轻纺城市场“红布商”指数考评细则（意见征求意见稿）日前推出，以“红布商”指数为标尺，用分数“丈量”先进性，建立中国轻纺城“红布商”指数考评管理信息库，实行信息化管理，设立“基本指数”、“先锋指数”、“诚信指数”、“创新指数”、“反向指数”、“归零指数”六方面内容。

“红布商”指数考评实行百分制，根据得分评选出星级党员，根据数据的整合分析，加强市场党员管理，提高管理效能。据了解，该考评制度以每年的 1 月至 12 月为一个积分周期，新一轮积分周期开始时，上一年度积分自动清零，历史积分自动保存在相关年份数据库中，作为历史存档以备党组织和党员查询。

“红布商”指数考评管理旨在以教育实践活动为契机，切实履行党员职责，充分展示党员干部的先进性和纯洁性。



纺城有家
共铸梦想

欢迎关注“纺城有家”官方微信平台，您将获取柯桥中国轻纺城更多资讯。



中国轻纺城巴基斯坦面料展为企业开拓海外市场带来更多商机。

中国轻纺城走进巴基斯坦 吹响“丝路柯桥”行动号角

本刊记者_邬莹颖 通讯员_滕玉芳

近年来,柯桥区紧抓“一带一路”建设契机,在“行销天下”办展理念的引导下,致力于在“一带一路”沿线国家举办纺博会,为纺织企业开发海外市场带来更多便捷与商机,提升“丝路柯桥·布满全球”的知名度,打响“柯桥·中国轻纺城”区域品牌。

卡拉奇时间3月27日,巴基斯坦纺织服装领域最大展会——巴基斯坦亚洲纺织机械及亚洲服装面料展(Textile Asia)在卡拉奇展览中心盛大开幕。中国轻纺城巴基斯坦面料展以展中展的形式亮相,正式开启“丝路柯桥”2018首个海外展会活动。

在开幕式上,巴基斯坦商务副秘书长 Mohammad Younus Dagha 与来自巴基斯坦商务厅、巴基斯坦成衣协会的领导到场,浙江省商务厅对外贸易发展处副处长李杨受邀出席并上台致辞,全球纺织网、网上轻纺城 CEO 韩冲与众多领导嘉宾为开幕式剪彩。

开幕式后,与会领导共同参观了整个会场,并就展会的规模及后续展会活动开展事宜进行了介绍和探讨。

中国轻纺城巴基斯坦面料展:聚天时地利人和

巴基斯坦亚洲纺织机械及亚洲服装面料展展出面积18000多平方米,参展国家27个,到场客商约30000人次,有300多家巴基斯坦国内以及国外的展商参展,展品范围涵盖各类服装、纱线、面料、辅料、家用纺织品、纺织机械、服装机械、CAD等。

本次自办展利用了巴基斯坦亚洲纺织机械及亚洲服装面料展的既有平台,展区位于五号展馆的中心地带,占地约800多平方米,分为特装展区和标摊展区,绍兴全莱针织、绍兴花儿纺织、绍兴久岸纺织等几十



家柯桥企业参加,设有中国轻纺城形象展示区、全球纺织网形象展示区,精选千余款轻纺城时尚创意面料、优质现货面料,结合全球纺织网等纺织电商平台,全面展示时尚纺城、智慧纺城品牌形象。

本次自办展在展会中吸引了大量来自全球各地的采购商到场咨询。展会首日,整个轻纺城展区接待客流超3000人次。据悉,本次展团作为柯桥中国轻纺城代表,利用此次参展契机,与巴基斯坦当地政府部门积极协商和中国轻纺城的合作落地事宜,为轻纺城企业搭建更广阔更稳定的合作平台。

早在展会开幕前一日,韩冲携团队进行了巴基斯坦纺织面料市场的考察活动,就当地市场的畅销面料、价格行情等方面进行了一系列的实地考察,相信此举对于后续进军巴基斯坦面料市场会有更好的帮助。

“丝路柯桥”布展行动:打响中国轻纺城区域品牌

近年来,柯桥区紧抓“一带一路”建设契机,在“行销天下”办展理念的引导下,争取在“一带一路”沿线国家举办纺博会,着力提升“丝路柯桥·布满全球”的知名度,打响“柯桥·中国轻纺城”区域品牌。主要按照“东”、“西”两个维度开拓市场:向“西”主要面向欧美发达国家,力争在美国纽约、拉斯维加斯,法国巴黎等国际知名面料展中尝试建立“柯桥馆”;向“东”主要是面向“一带一路”沿线国家,对那些人口基数大、服装加工集聚、会展市场体系不成熟的国家地区,独自开办中国轻纺城国际面料展。去年首次独立尝试在缅甸仰光举办中国国际面料展,打通了贸易渠道,成效显著,1~2月份对缅甸出口同比增长56.16%。

根据数据显示,柯桥区对东盟、中东欧等“一带一路”沿线主要国家和地区贸易额保持年均10%以上的增速。特别是今年1~2月柯桥区累计自营出口131.2亿元,同比增长45.56%,其中2月单月增长174.26%。

今年,全球纺织网已成功举办如越南对接会、孟加拉参展、巴基斯坦参展等多个海外贸易对接活动。对于参展的企业而言,这样的海外对接活动,不仅有机会享受“一带一路”相关政策补贴,更是一个良好的海外市场开拓平台,帮助企业快速了解当地市场,打开产品销路。

接下来,为积极融入“一带一路”建设,柯桥区将持续开启“丝路柯桥”之行系列活动,组织迈阿密展、拉斯维加斯展、埃塞俄比亚展等组团参展活动,为纺织企业开发海外市场带来更多便捷与商机。[TA]

聚焦

加强党建标准化工作培训 提升党建水平



标准化试点培训进一步提升党建服务与管理标准化、规范化水平。

2017年,中国轻纺城建设管理委员会发布了全国首个专业市场党建地方标准——《专业市场党建工作规范》,贴近市场实际,具有柯桥特色,系统规范、操作性强,为柯桥区专业市场党建工作提供了规范的参照标准。

近日,中国轻纺城建设管理委员会举办了“纺城有家”市场党建服务综合标准化试点培训。中国计量大学老师朱培武进行授课,市场党委全体委员、下属各支部书记、党务工作者(党建指导员)参加了培训。

全体参会人员就“开展党建标准化工作的目的”、“标准体系编制”、“重点标准介绍”、“标准实施与评价”和“后期项目验收准备”等专题内容进行了集中学习。各位学员在学习中专心听讲,认真记录,培训取得了良好的效果。培训旨在充分发挥党组织在专业市场发展中的政治核心和政治引领作用,以提升组织力为重点,突出政治功能,立足市场,全面推进转型升级和持续繁荣,以更高的要求、更优的品质服务市场、服务经营户,形成一套与专业市场生产经营管理相适应的党建工作运行机制,实现“党建强、市场强”。(邬莹颖 文/摄)

3月设计交流周 暨“彩色橡”流行趋势沙龙及静态展启幕

作为柯桥区“天天时尚”系列配套活动,近日,由绍兴市柯桥区中国轻纺城创意产业服务中心主办,绍兴彩色橡纺织科技有限公司承办,绍兴市柯桥区职业教育中心协办的,3月设计交流周暨“彩色橡”新品家纺布艺、手绘面料流行趋势沙龙及静态展在绍兴市柯桥区职业教育中心温情启幕。

本次活动以设计沙龙、流行趋势发布为主线,以校企合作成果展为出发点,集中展示了绍兴彩色橡纺织科技有限公司、绍兴市柯桥区职业教育中心花样专业毕业生原创设计作品。

该活动的举办,一方面为中国轻纺城纺织印花面料企业培养、推荐了众多优秀花型设计人才,为柯桥时尚产业集聚人才力量;另一方面也为新秀设计人才提供了就业和展示才能的机会,为优秀设计人才设计成果转化落地,适应市场需求创造了条件。

据介绍,本次活动设计开发的纺织新品具有浓郁的生活气息和现代时尚特征,通过流行色彩与主题花型的应用结合,辅以高像素技术提高产品品质,在丰富新潮纺织品花样数据库与实现产业化生产应用的同时,也有效提高了在纺织品印花、提花、绣花、植绒等工艺技术方面的精准度和开发效率。此外,活动还吸引了众多下游用户的企业负责人到场参观。(赵国玲 张颖 文/摄)



活动展示了企业和毕业生的原创设计作品。



纺城商户积极参与2018年科技服务进市场活动。

今年首场科技服务进市场活动 启动

3月23日,“2018科技服务进市场——科技助力新思路,市场开拓新理念”活动在中国轻纺城天汇·窗帘窗纱市场开启。本次活动由柯桥区科学技术局、柯桥区职业教育中心主办,全球纺织网、网上轻纺城、柯桥区科技大市场、柯桥区中国轻纺城新的社会阶层人士联谊会共同承办,旨在为轻纺城市场的广大商户提供电商、设计、商标、检测等方面的交流服务,为市场商户解决经营难题,促进市场有序发展。

为进一步完善服务体系,科技大市场集合科技中介(法务、财务、电商、检测、金融、设计、科技、商标)等服务机构,为市场商户提供现场咨询服务,有效解决商户经营中碰到的难点、痛点问题。“柯桥区科技大市场举办科技服务进市场活动已经连续两年,之前在北联市场以及北市场开展集‘展示、交易、共享、服务、交流’五大功能为一体的科技交易交流服务,效果不错,所以今年的进市场服务活动我们继续进行。”本次活动相关负责人说道。

记者在现场了解到,活动期间主办方还开启了两场培训活动,主题为“品牌的创建和保护策略”、“浅析互联网对纺织行业发展的影响”,让广大商户对商标保护、电商平台的有效运用有更深入的了解。许多商户负责人积极参与,表示这样的活动不仅能解决自己实际经营中碰到的各种问题,还能有效打开自己的思路,扩大自己的眼界,希望市场里多举办这样的活动。(实习记者_张颖 文/摄)

献血车进市场活动 获多方积极参与

3月27日,2018首场献血车进市场活动在中国轻纺城东市场举行。本次活动以“红色行动·让爱流动”为主题,由中国轻纺城建设管理委员会、中共中国轻纺城市场委员会、中国轻纺城集团股份有限公司等主办,中国轻纺城市场党委下属东市场网格党支部、中国轻纺城集团股份有限公司东市场分公司等共同协办。

当天上午9时许,志愿者们进入东市场、联合市场等附近市场逐一宣传。一会儿,便有市场管理员、经营户、职工、保安以及来往商客等陆续赶往献血处,咨询处、填表处、登记处、检查处等都人潮涌动,参与者热情高涨。

绍兴市中心血站献血服务科科长兼主治医师鲍红日表示,中国轻纺城市场的大部分人都是充满爱心的,但平时工作太忙,很少有时间专门去献血,献血车进市场给大家提供了一个便捷的平台,也点燃了大家心中的公益激情。献血车进市场活动已连续举行多年,每次都能得到大家的积极响应,而他们这一举动或许将在不经意间拯救另一个生命。

“无偿献血不仅能帮助他人,也有利于自己的身体健康,同时也是用自己的爱心为家人和自己储存一份安全保障。”一位献血者的朴实话语道尽献血的意义。众多献血者都表示,非常感谢献血活动能进入市场,在不影响工作的情况下也能传递爱心,拓展生命价值。(王利)

盛虹·中国纤维流行趋势 2018/2019 发布 10 大类纤维上榜

实习记者 _ 陶红 / 文 郭春花 / 摄

3月14日，由国家工信部消费品工业司、中国化学纤维工业协会、东华大学、国家纺织化纤产品开发中心联合主办，江苏国望高科纤维有限公司协办的盛虹·中国纤维流行趋势 2018/2019 发布会在国家会展中心(上海)举行。本届发布会以“交融与飞越”为主题,分为“纤·生态律动”、“纤·科技跃升”、“纤·匠心品牌”、“纤·智创工程”4个篇章，发布了2018/2019 十大流行纤维。

篇章1 纤·生态律动

绿色生态，时尚律动。环境关乎民生，环保成就时尚，如今的时尚是主动承担社会责任，为环保代言。中国纤维从消耗环境到与环境和谐发展，奏响从原料到产品的“绿色纤维”交响乐。

生物基纤维

推荐理由：采用清洁生产技术或先进的生物聚合技术，实现可再生基因在纤维载体上延续，引领绿色消费。

具体品种：
1. 新溶剂法再生纤维素纤维
发布企业：保定天鹅新型纤维制造有限公司、中纺院绿色纤维股份公司、山东英利实业有限公司
发布品牌：元丝、希赛尔、瑛赛尔
性能及制品特点：生物基、绿色环保，可生物降解；纤维干、湿强度高，吸湿性强，透气性好，亲肤舒适；可染性好，易上色，耐水洗，色牢度优良；织物手感滑爽，类似真丝，原纤化后达到仿桃皮绒效果；织物后处理及洗涤尺寸稳定，免烫易打理。

2. 生物基聚酰胺 56 纤维

发布企业：凯赛生物产业有限公司
发布品牌：泰纶
性能及制品特点：易加工，熔点接近聚酯，可进行共聚、共混和双螺杆复合纺丝，熔体流动性优良，特别适合纺制超细旦纤维；吸湿性优良、柔韧性好、耐低温性能好；易染色，上色速度快，色牢度高，不易褪色；本质阻燃。

循环再生无染聚酯纤维

推荐理由：以废旧纺织品及聚酯废品为原料，充分利用废旧资源中的颜色，结合纺前着色技术，实现高值化开发和纤维到纤维、面料到面料的闭环循环。应用领域拓展到服装、家纺等领域。
具体品种：化学法循环再生无染聚酯纤维
发布企业：浙江绿宇环保股份有限公司、浙江佳人新材料有限公司
发布品牌：绿宇环保、佳人
性能及制品特点：使用原液着色技术，绿色环保，无二次污染；色彩持久，色牢度高；纤维品质高，可部分代替原生纤维。

篇章2 纤·科技跃升

科技为本，产业跃升。科技创造时尚，在时尚中彰显科技之美。中国纤维科技不断跃升，打造新产品，创造新未来。

新型生态催化聚酯纤维

推荐理由：在大容量聚合工艺及装置的基础上，采用新型生态催化剂，印染织造过程中无重金属析出，绿色环保、安全。特别适用于内衣、婴幼儿服装领域的应用。

具体品种：
1. 钛系聚酯纤维
发布企业：盛虹集团江苏国望高科纤维有限公司、浙江恒逸石化有限公司、中国石化仪征化纤有限责任公司
发布品牌：盛虹、逸钛康、怡然
2. 皮芯复合钛系聚酯纤维
发布企业：江苏江南高纤股份有限公司
发布品牌：牛头牌

石墨烯改性功能纤维

推荐理由：将利用生物质原料或石墨制备出单层率高、片层厚度小的石墨烯，通过共混或共聚与各类化纤复合，制备出高分散、高取向的石墨烯复合功能性纤维，实现低温远红外、抑菌、防紫外、抗静电等复合功能一体化。石墨烯改性功能纤维的规模化生产，带动了石墨烯在高端健康纺织品领域的商业化应用。
性能及制品特点：抗紫外；低温远红外，促进微循环；抑菌防螨，自洁养肤；抗静电，有利于皮肤生物电平衡；通过凝聚相阻燃机理，石墨烯可在纤维基体表面形成致密的保护炭层，隔绝热量、气体，实现阻燃效果。

具体品种：
1. 石墨烯（生物质）改性聚乳酸纤维
发布企业：济南圣泉集团股份有限公司
发布品牌：内暖
2. 石墨烯改性聚酰胺 6 纤维
发布企业：南通强生石墨烯科技有限公司、常州恒利宝纳米新材料科技有限公司
发布品牌：凯瑞纳、希纳斯



篇章4 纤·智创工程

智慧中国，创新发展。作为《中国制造 2025》技术路线的关键战略材料，高性能纤维是国民经济和国防建设的强大支撑力量，也是全球材料领域竞相发展的重点。

高性能碳纤维

推荐理由：碳纤维是与国家安全和国民经济密切相关的战略性新兴产业，是“中国制造 2025”新材料中高性能复合材料的重要支撑。中国碳纤维企业十年磨一剑，或自主创新攻克干喷湿纺等核心关键技术打破国外垄断；或引进消化再吸收，实现产品的规模化与低成本化；或面向军工应用专业开发，对军工领域进行稳定、持续供货；最终均实现良性发展，为我国战略装备提供支撑。

发布企业：中复神鹰碳纤维有限责任公司、威海拓展纤维有限公司、江苏恒神股份有限公司
发布品牌：SYT49、拓展、恒神

具体品种：
1. 碳纤维 GQ4522（高强）
性能及制品特点：碳纤维具有轴向强度和模量高，密度低，热膨胀系数小等众多优点，被称为“新材料之王”；其复合材料以其轻质高强、耐高温、抗腐蚀、热力学性能优良等特点广泛用作结构材料。

2. 碳纤维 QZ5526（高强中模）

性能及制品特点：碳纤维 QZ5526 其拉伸强度较碳纤维 GQ4522 提升了 20%，模量提升了 28%，实现从高强标模碳纤维到高强中模碳纤维的产品升级。作为复合材料具备质量轻、强度高、弹性模量高的特点，可比传统铝合金结构减重 30%，对武器装备性能提升贡献巨大；作为功能材料耐高温、耐烧蚀。

高性能对位芳纶

推荐理由：突破高强高模对位芳纶原料制备及存放，高均匀、稳定化纺丝、耐苛刻环境装备及产业化关键技术，打破了高端应用长期受制于国外的情况，对提升我国国际竞争力具有里程碑意义。产品在光缆增强材料、轮胎帘子布、防护材料、运动器材、交通等领域得到应用，并逐步向其它高端应用领域延伸。

具体品种：高强高模对位芳纶
发布企业：烟台泰和新材料股份有限公司
发布品牌：泰普龙
性能及制品特点：碳高强度、碳高模量、碳高热稳定性。

高性能超高分子量聚乙烯纤维

推荐理由：采用新型环保溶剂，实现新型干法纺

丝技术及装备的国产化，工艺流程缩短，纺丝温度降低，节能超过 30%；产品克服了常规超高分子量聚乙烯纤维耐热性差、易蠕变等缺点，并结合原液着色技术解决染色难的问题，拓宽应用范围。

具体品种：耐热抗蠕变原液着色超高分子量聚乙烯纤维
发布企业：江苏神鹤科技发展有限公司
发布品牌：神鹤
性能及制品特点：原液着色，无需印染后处理，颜色丰富，绿色环保；耐热性好，抗蠕变。

高性能聚酰亚胺纤维

推荐理由：创新性采用聚酰亚胺共聚加共混的纺丝原料，使用大规模针尖阵列静电纺丝技术、热溶法造孔及隔膜增强技术，开发纳米级聚酰亚胺纤维及其电池隔膜，实现规模化、均匀化、稳定化生产。

具体品种：纳米级聚酰亚胺纤维
发布企业：长春高琦聚酰亚胺材料有限公司、江西先材纳米纤维科技有限公司
发布品牌：轶纶、先材
性能及制品特点：耐高低温，耐老化，属高耐（电）压材料。**ITV**

篇章3 纤·匠心品牌

传承匠心，铸就品牌。中国纤维以极致、专注、创新的“匠心精神”精雕细琢，保证每一批、每一束、每一根纤维的品质，树立我国化纤业“以质取胜、科技领先”的良好国际形象，推动中国产品向中国品牌转变。

抗变形纤维

推荐理由：针对纤维及织物变形机理和特点，从分子结构、纤维成分上进行设计，采用同质异构、双组分、合股等手段调控纤维结构，满足纤维抗皱、抗拉、抗压等性能，改进优化或简化工艺，提高织物保形效果。产品体系从聚酯拓展到聚丙烯腈，满足不同领域应用要求。

具体品种：
1. 阳涤高弹复合聚酯纤维
发布企业：盛虹集团江苏国望高科纤维有限公司
发布品牌：舞虹弹
性能及制品特点：弹性持久，双色效果，悬垂性好，尺寸稳定性好，手感滑爽。
2. 细旦多孔蓬松聚酯纤维
发布企业：桐昆集团浙江恒腾差别化纤维有限公司
发布品牌：桐昆
性能及制品特点：超细、柔软、蓬松回弹性好，吸湿透气，色泽温润。

3. 高弹性模量聚丙烯腈纤维
发布企业：吉林奇峰化纤股份有限公司
发布品牌：华绒
性能及制品特点：膨松柔软，手感滑爽，回弹性好，抗起球、抗静电。

差别化再生纤维素纤维

推荐理由：易纺再生纤维素纤维面向专业化定制服务，创造需求，通过整合产业链资源和技术，提升纤维品质，并带动下游纺纱、织布效率提高，实现纱线、面料品质整体提升。
具体品种：
1. 易纺再生纤维素纤维
发布企业：赛得利
发布品牌：BV 系列再生纤维素纤维
性能及制品特点：适合高纺速，纺纱织布效率高，断头少，提升产量；纱线强度高，可生产高支纱面料；面料手感柔软，质感光滑，褶皱回复率好；布面染色稳定，色度一致；面料水洗后尺寸稳定性好，不易变形。
2. 异形超短再生纤维素纤维
发布企业：唐山三友集团兴达化纤有限公司、山东银鹰化纤有限公司
发布品牌：三友、云鹰
性能及制品特点：分散性好，导湿性能优越，环保无污染，比木浆纤维素略长，长度适宜，弥补了无纺布中常用材料的短板。





第二十届江苏国际服装节将打造品牌传播的时尚盛典，产业升级的成长丰碑，凝聚企业家创新的精神家园。

开启第三个金色十年

第二十届江苏国际服装节将于 9 月举行

本刊记者 _ 刘嘉

3 月 14 日,中纺联春季联展之际,第二十届江苏国际服装节暨第五届江苏(盛泽)纺织品博览会新闻发布会在国家会展中心(上海)隆重举行。据悉,第二十届江苏国际服装节即将于 9 月 7 ~ 9 日举行,第五届江苏(盛泽)纺织品博览会将于 10 月 16 ~ 18 日举行,本次新闻发布会对两项活动的筹备情况进行了介绍。

此外,本次活动上,江苏国际服装节相关活动的组织单位和海安县人民政府、常州普嘉服饰科技有限公司、青岛海尔洗衣机有限公司签订了合作协议。

二十载盛会托举纺织第一大省

活动现场,高朋满座。中国纺织工业联合会副会长夏令敏,江苏省人民政府副秘书长王志忠,江苏省经济和信息化委员会副主任祁彪,江苏国际服装节组委会副主任兼秘书长、江苏省纺织工业协会会长谢明,江苏省经济和信息化委员会消费品工业处处长俞兵华,江苏国际服装节组委会办公室主任、江苏省纺织工业协会副会长兼秘书长韩平,江苏国际服装节组委会办公室副主任、江苏省服装协会会长郁冰,吴江区委常委、吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记、中国东方丝绸市场党工委书记范建龙,吴江高新区管委会副主任、盛泽镇党委副书记、中国东方丝绸市场管委会主任张建华等领导和嘉宾,江苏省内外纺织服装品牌企业、产业集群地和纺织服装协会代表,以及来自全国的 30 多家新闻媒体应邀出席了发布会。

创办于上世纪末的江苏国际服装节,今年进入第二十个年头。二十年来,江苏成长为中国纺织业第一大省,涌现了一大批在全国具有影响力的大企业、大品牌、知名企业家、知名设计师。江苏国际服装节也成长为江苏省的品牌展会、中国纺织行业的十大展会之一。

“二十年来,服装节为江苏纺织服装产业培育了一批又一批享誉国内外的自主品牌,打造了一批又一批高水平的产业集群,吸引了一批又一批引领时尚潮流和行业发展的优秀人才,为推动纺织服装产业迈向中高端不断注入新的活力。”在本次新闻发布会上,王志忠对江苏纺织业的发展、江苏国际服装节的成长予以了很高评价,并向各界宾朋发出了邀请——共同期待第二十届江苏国际服装节的胜利召开,共同期待开启更富活力的第三个“金色十年”。

新一届服装节将聚焦高质量发展

发布会现场,夏令敏指出,成绩的取得离不开企业家的努力、离不开行业的正确引导,也离不开江苏省各级政府、行业组织对纺织服装产业给予的高度重视和大力支持。近年来,江苏国际服装节规模不断扩大,时尚创意不断提升,参展品牌层次明显提高,国际化氛围愈加浓厚,已经成为全国区域性纺织服装专业展

会中的高水平展会之一,成为汇聚资讯、技术、产品的最佳渠道、展现产业创新的年度盛典。

此外,他还衷心希望第二十届江苏国际服装节成为品牌传播的时尚盛典,产业升级的成长丰碑,凝聚企业家创新的精神家园。

谢明表示,第二十届江苏国际服装节筹备工作已经全面展开,将深入研究纺织服装行业和经济发展的最新趋势,继续提高办展水平,力争迈上新台阶。她介绍说,第二十届江苏国际服装节以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,将继续深化“品牌江苏、时尚江苏”主题,突出自主品牌、时尚引领、创新发展、智能装备、互联网营销;进一步深化国际交流合作,探索产业全球布局,紧跟世界时尚潮流,提升江苏国际服装节的档次和影响力。紧紧围绕高质量发展要求,谋划江苏纺织未来发展的思路 and 战略,推动江苏省纺织服装行业供给侧结构性改革向纵深发展,努力打造具有国际竞争力的纺织服装先进制造业基地和时尚产业基地。

据介绍,第二十届江苏国际服装节将继续由江苏省人民政府主办,中国纺织工业联合会、中国国际贸易促进委员会纺织分会协办,支持单位为国家工业和信息化部,江苏省经济和信息化委员会、江苏省纺织工业协会承办。届时,服装节将由“第二十届中国江苏国际服装·家纺·面料博览会”、“2018 江苏时尚创意周”和“系列活动”三大部分组成。

绸都盛泽为江苏纺织增光添彩

作为江苏纺织行业乃至全国纺织工业中重要的产业集群,“丝绸古镇、纺织名城、面料之都”盛泽即将迎来江苏(盛泽)纺织品博览会的第五次绽放。据介绍,本届盛泽纺博会将于 10 月 16 ~ 18 日举行,坚持“搭平台、优服务、拓商机、促交易”的办展定位,致力于扩大盛泽纺织产业集群品牌影响力和展示“中国面料看盛泽”的源动力。

与上届纺博会相比,本届盛泽纺博会将呈现六大特点:一是展区划分更精准,搭建全产业链展贸大平台;二是展会供应商资源更立体丰富,采购商质量再提升;三是新纤维、新材料集中展示,传递行业“智造”新趋势;四是商贸对接、头脑风暴,配套活动精彩纷呈;五是精细服务再升级,“保姆式”服务打造展会新形象;六是“互联网+展会”,打造永不落幕的网上盛泽纺博会。

在随后的签约环节,江苏省纺织工业协会副会长兼秘书长韩平,江苏省服装协会副会长兼秘书长顾晓文,江苏省服装设计师协会副会长兼秘书长龚慧娟,海安县委常委、副县长卢忠平,常州普嘉服饰科技有限公司总经理范俊好,青岛海尔洗衣机有限公司洗护生态总经理张涛上台签约。 **IT**

创融未来 价值服务

2018 中国时尚商业零售创融大会在沪举行

3 月 14 日,由中国服装协会主办,中国时尚商业零售促进联盟承办,长园和鹰智能科技有限公司协办的“创融未来·价值服务”2018 中国时尚商业零售创融大会在上海国家会展中心成功召开。

中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会常务副会长陈大鹏,中国服装产业经济研究所副所长董嘉鹏,中国服装协会副秘书长、上海办主任檀安慈,长园和鹰智能科技有限公司董事长尹智勇与来自全国地方协(商)会、服装企业的近 500 位来宾,在大会上围绕未来商业零售、消费场景、品牌重塑、智能制造、智慧物流发展态势进行了深度交流。本次大会由东华大学教授、中国服装设计师协会副主席卞向阳主持。

会上,陈大鹏表示,作为一个基础消费型产业,中国服装行业多年来总体保持了平稳态势,2017 年向好的趋势尤其明显,在全面贯彻十九大精神的开局之年,2018 年服装产业的运行质效将进一步提高,科技赋能、文化自信将为新一轮的行业增长提供源源不断的创新力和竞争力。

围绕“织今融未”,董嘉鹏表示,从宏观经济上看,中国已步入消费主导的经济发展阶段,人均 GDP 已达 8000 多美元,其中服务业占 GDP 比重已超过 50%,消费增速已超过固定资产投资增速。当下,需求韧性持续,供给产能出清,正在为新一轮产能扩张蓄积能量。

大会特别邀请了山东省青岛市即墨区人民政府副区长毕安传,他提出,消费需求多元化、区域竞争同质化、产业联动分离化、创新驱动软化对服装行业的研发生产、转型升级带来了障碍,但是,纺织服装产业如果能够把控业态创新、模式创新这一抓手,与“互联网+”、大数据、智能应用等新技术结合,将会走出一条新的商业之路。



科技赋能、文化自信将为新一轮的服装行业增长提供源源不断的创新力和竞争力。

本次大会上,尹智勇展示了现阶段长园和鹰在“互联网+”、服装科技创新和智能制造、智慧门店、智慧物流等方面的最新成果,既有高层建筑的顶层架构研究,也有具体的装备技术和柔性制造落地方案,诠释了“创融未来·价值服务”这一大会主题。

自 2017 年 5 月创建以来,创融会走过了全国 7 个省市,参与企业家达 3000 余人,得到了产业集群的大力支持。在大会上,檀安慈对 2017 中国时尚商业与创融会做了简要回顾,并就 2018 创融会的架构重建、价值服务进行了探讨。

他提出了对创融会的四点思考。首先,中国服装市场有充足的资源与规模,市场空间永远存在;其次,新零售的本质是两个字——效率,未来服装零售的主题是追赶用户、满足需求;再次,服装行业的新机遇至少有两种,一种是做新的连接器,比如,发挥零售与品牌及产业集群的连接作用,另一种是维持一个独立的小生态,即从消费者的需求出发,做满足个性化需求的品牌及产品;最后,中国正在启动一次全新的全球化进程,中国的服装产业将运用自己的独特优势,充分发挥兼具效率和弹性的供应链网络。(刘嘉) **IT**

量品：开启 C2M 模式，用定制重构服装行业



量品以 C2M 模式打开了规模化服装定制市场。

“对于一个量品城市合伙人来说,达到月均订单 800 单,一年就能有 100 多万的收入。”在 CHIC2018(春季)上,量品招商总监左敏对前来咨询的人介绍道,而此前,量品构建的 C2M 模式,经过两年创业,资本市场估值已经达到了 10 亿元。

“我们的产品线简单明了,就是纯棉免烫的衬衫和裤子。我们采用的是上门定制服务模式,一人一版,既快捷又合体。这也是量品的使命——让人人尽享个性化定制的高品质生活。”量品创始人虞黎达指出,个性化定制要达到品牌、工厂、城市代理商的三方共赢,最关键的是要解决规模化问题。

量品以 C2M 模式打开了规模化服装定制市场。C2M, Customer-to-Manufactory(顾客对工厂),顾名思义,是把消费者和制造商直接连接起来,去掉库存、物流、分销等中间环节和成本,让用户以低价购买到高品质产品。

量品体系中有三个核心角色:消费者、量体师和制造商。其流程是,消费者通过微信后台下单,量体师上门量体,数据通过量品 ERP 系统直达工厂,工厂生产出产品后,直接发货给消费者。

服装定制商业化的主要矛盾是个性化和规模化的矛盾。个性化,就是要在生产端一人一版进行生产,这对于传统大规模流水线而言是个巨大挑战。

量品所做的最大创新就是对供应链的研发,目标是解决单件衬衫制造效率的问题,量品研发的 C2M 柔性化供应链 IT 系统,解决了单个用户数据在生产端个性化生产的问题。在这套 IT 系统的支持下,随着单量的增加,个性化制造可以完全融入规模化流水线作业,并达到更高的效率与更高的品质。

目前,量品已经建立了两个衬衫工厂、一个裤装工厂,无论产品还是工艺,都越来越符合用户的需求。

量品模式,大幅度提高了效率,并节省了大量仓储、物流成本,使顾客可以用更低的价格买到更优质的产品。同时,让整个产业链条上的价值分配更合理。

在量品模式下,从品牌到用户只有一级代理,量体师作为核心成员可以获得 30% 的收益,而这个比例不会随着规模的扩大而降低。

据介绍,量品模式受到了许多创业者的追捧,不到两年时间,就在全中国 80 多个城市发展了近 100 名城市合伙人。随着业务模式的成熟,量品正在扩大规模,2018 年计划新布局 133 座城市,增加 239 位合伙人。(潘潘) **IT**

重建纺织时尚新风貌！

2019 春夏中国纺织面料流行趋势精彩发布

任萌萌 彭丽桦 / 文

3月14日，2019 春夏中国纺织面料流行趋势发布静态展在2018中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会上专业亮相，数百款中国流行面料精品被专业排布，在融合了新装饰艺术设计巧思的展位空间里，以“重建”为核心概念，创新演绎未来中国纺织时尚。这不仅仅是一个展示的区域，既是人们率先了解流行趋势的必到之地，更成为了企业之间深入交流合作的媒介。

此次趋势发布由中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心主办，中国流行面料工程、COLORO™ 支持，国家纺织产品开发基地、中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟、中国流行面料技术创新联盟、中国时尚同盟、中国纺织服装品牌园、WGSN 战略合作。

四大趋势主题发布 贯通全球趋势精髓

此次流行趋势分为“创世者、理想国、人类纪、轻文明”四大主题发布。优选包括趋势联盟企业在内的国家纺织产品开发基地企业、中国流行面料入围企业选送的数百款面料精品，对应色彩、图案、材质、功能等特色进行专业搭配，在国家会展中心（上海）的三大趋势发布区针对性、系列化呈现中国流行面料的创新成果和最新流行趋势，彰显“生活方式时代物质世界与文化世界都被重建，最终情感与共鸣、同理心与道德消费成为价值链核心竞争力”的趋势精髓。

参观后，与会的很多国内外企业代表人士都表示，这里是了解公司展品与流行趋势是否吻合的重要参照，得益于展会的合理规划和清晰展示，企业从中汲取到更多新品开发思路。

“可持续时尚”首次亮相 展示中国纺织面料绿色实力

时尚概念区内，以“Sustainable Fashion”文字为主体的可持续面料标签，精致而醒目。这是首次亮相的“可持续时尚”展区。



流行面料展区成为设计师的必到之地。

据了解，这一展区汇集了来自中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟企业、国家纺织产品开发基地企业、中国流行面料入围企业在内的近50余家优秀面料企业的百余块面料精品，以“科技、时尚、绿色”之名，吹响了中国流行面料向绿色生态可持续发展进军的嘹亮号角。

“可持续时尚”展示的面料，无论从色彩还是工艺上来看，可以说生态理念始终贯穿其中。据悉，这些面料一方面注重对再生棉、有机棉、原液着色涤纶、原液着色锦纶、生物基纤维等生态环保纤维的科学运用，材料性能体现突出，能够集成所用材料的优点，最大限度地提升产品在环保风格、功能、品质上的价值；另一方面注重在纺、织、染、整等任一环节中对生态环保工艺技术的合理运用，如天然染料染色、无盐无碱染色、无氟防水整理、C6防水整理等的使用，工艺突出，技术稳定，能够突出产品的环保特性。此外，可持续时尚面料通过对色彩的变幻，高支纱、强捻纱、花式纱等纱线的使用，大提花、小提花、变化组织等织造和丝光后整理等工艺的设计，

以优异的性能和时尚的外观充分展现了中国纺织面料的绿色时尚创新实力。

人工智能助力 一键链动全球时尚

在全球规模最大的面辅料展上，2019 春夏中国纺织面料流行趋势发布从内容传达、重点解析和商务应用等多维度着重发力，汇聚了行业专家、企业代表和科学技术等多维力量，共同解构趋势内涵，建构发展思路，创新“重建”时尚思维。

值得一提的是，3月13日，Fabrics China 掌上趋势的“2019 春夏”内容正式上线，从移动端开启了智能看展入口。在展会现场趋势发布区扫码或 Fabrics China 微信公号内“流行面料”栏目即可找到入口，以最新流行趋势为探索逻辑，可以自由链接巴黎、纽约、米兰、伦敦四大国际时装周，超1500个知名服装品牌、30万张以上的服装秀场图片、10万款以上的中国流行面料图文信息。在中国纺织信息中心和国家纺织产品开发中心采用码隆人工智能 Product AI 和大数据分析技术打造的这个智能看展体系中，趋势内容可以专业关联服装款式与优秀面料，并实现产品信息的随时收藏，还可以在收藏页面对已挑选面料进行优中选优；同时，在 Fabrics China 掌上趋势大数据分析功能的支撑下，还可以通过关注 Fabrics China 微信公号实时查询展会上所有应用者的意向面料排行情况。**TA**



紡織 TAIWAN TEXTILE MONTHLY 月刊

亚洲专业之中文纺织杂志

纺拓会出版之《纺织月刊》，1996年创刊，目前已成为亚洲专业之中文纺织杂志，订阅厂商遍布亚洲市场，包括中国、越南、印尼及泰国等。

提供即时丰富的纺织资讯

纺织月刊内容提供即时丰富的纺织资讯，内容如“专家论坛”、“专题报导”、“纺织讲座”、“纺织统计”、“设计研发”、“流行时尚”、“产业动态”及“国际大展”等，协助您掌握全球纺织产业及市场的新脉动，领先一步与世界接轨。

订阅《纺织月刊》，立即享有产销资讯电子报服务！

《纺织月刊》订户除拥有每月出版之纺织月刊外，更可免费拥有每日发布之产销资讯电子报服务，内容涵跨国内、外纺织产业之经贸政策、法令规章、产业资讯、品牌动态等计16种资讯，协助您掌握产业趋势。

《纺织月刊》每期精选报导内容并刊登月刊官网，欢迎上网浏览！

如果您欲了解月刊内容与订购方式，欢迎您前往官网（<http://monthly.textiles.org.tw/>）查阅各期菁华文章，更欢迎您加入订阅！

《纺织月刊》研讨会或发表会规划服务

《纺织月刊》可依个别厂商需求，规划办理品牌、市场、产品、技术、环保等专题研讨会或产品发表会，邀请相关专家暨厂商参加，并将活动内容摘要报导于纺织月刊，以协助业者寻求商机、开拓市场。





中国纺织工业联合会春季联展“2017 中国纺织服装行业年度精锐榜颁奖典礼”上，圣和圣韩国馆荣获“十大创新市场”称号。



圣和圣韩国馆：为实现中国纺织服装产业梦想蓄力

本刊记者 吕杨

3月14日，中国纺织工业联合会春季联展“2017 中国纺织服装行业年度精锐榜颁奖典礼”上，圣和圣韩国馆荣获“十大创新市场”称号。作为活动的支持单位，圣和圣韩国馆与来自全国各地的优秀纺织服装行业代表，共同探讨了先进企业的经营之道，交流了行业快速发展的经验，为实现“科技、时尚、绿色”的中国纺织服装产业梦想积蓄更多能量。

活动现场，圣和圣韩国馆董事长助理、副总经理张丽伟作了主题为“圣和圣·2018 中韩时尚文化交流”的演讲，与大家梳理了圣和圣韩国馆历来的发展历程，分享了中韩时尚交流的广阔前景。

圣和圣韩国馆模式的成功在于买手店的竞争力以及产品本身的时尚设计。圣和圣韩国馆属国内最早运作韩国文化商业主题并一直持续至今的样本，它作为中韩服饰品牌与文化交流的桥梁，一直引领着时尚风向。在现场嘉宾和观众的见证下，圣和圣韩国馆还与《纺织服装周刊》杂志社签署了未来共同发展的战略合作协议。

用服务带来创新

圣和圣韩国馆地处上海七浦路商圈，毗邻外滩和浦东两大国际金融中心，坐拥南京路、四川北路、不夜城三大市级商圈，消费潜力巨大。对于周边全是服装批发业态、商业体量近2万平方米的商场来说，靠什么才能在七浦路商圈找到立足之地，分享商圈内每日十多万客流量的消费潜力？圣和圣的发展历程给出了答案。

2009年开业的圣和圣韩国馆抓住了韩国文化在中国又一次流行的机会，与韩国最好的商业管理团队强

强联手，并于2014年8月重装亮相，让顾客仿佛置身于韩国东大门。

2017年10月1日，首届圣和圣嘉年华在上海展览中心举行，致力于推动独立设计师潮流文化，着力打造上海第一个时尚原创潮流时装嘉年华。

中国服装设计师协会副主席杨健曾表示：“圣和圣嘉年华已然成为了一个沟通高校与企业、设计师、买手间联系的支点。圣和圣韩国馆平台的搭建旨在架起连接高校与企业，以及企业与企业间沟通互信的关系杠杆，从而在彼此的博弈中，激发高校活力和创造力、企业间竞争优势集聚力。”此举无疑对传统专业市场的转型创新提供了强有力的参考与借鉴。

专做“小而美”，助力青年梦

“圣和圣韩国馆一直是专业韩国服装批发兼零售的购物中心，至今仍坚持走‘小而美’的精品化路线。圣和圣韩国馆内拥有众多韩国独立设计师品牌和国内知名独立设计师品牌，采用韩式装修风格及特色化运营管理体系，为顾客带来了纯正韩国商品和服务。”张丽伟表示，圣和圣韩国馆主要以年轻、追求时尚的都市白领女性为主力客群。

圣和圣韩国馆董事长江杰这些年一直强调，圣和圣韩国馆内不止是服装，美妆、鞋、包、饰品、咖啡店等也一应俱全，更是给怀揣梦想的年轻人提供服务的孵化平台。

2017年10月，独立于原有的商管团队之外，圣和圣韩国馆成立了自己的品牌运营团队，开始独立运作集合品牌。针对三四线城市输出了第一个重点项目

A'SHSTORY 设计师品牌集合店，此项目位于山东“北大门”滨州市的中心地带购物中心，立志于将韩国东大门时尚和上海时尚同步到三四线城市。集合店面积达500多平方米，集衣服、饰品、配饰、鞋包、咖啡等于一体，开业四个月就实现了盈利，并一直保持稳步增长和领先地位。

一切从客户角度出发

“没有高度的文化自信，就没有中华民族的伟大复兴。”十九大将文化自信提到了国家建设的高度，可见文化价值的重要性。服装是有着极强文化属性的行业，文化是服装强国建设的重要内容，服饰文化也是国家文化建设的重要组成部分。

圣和圣韩国馆不仅把韩国优秀设计师品牌引进中国，还立志于搭建中韩服饰沟通的平台，让中国服装产业文化走出国门。

张丽伟说：“从一开始单纯的商场，到中韩服装品牌的联合创新，到今天获得‘十大创新市场’荣誉的肯定，再到未来着手筹办的买手联盟和概念快闪店，圣和圣团队将在今后更加突出自主品牌、时尚创意和中韩服饰文化交流。”

越来越多的中国企业希望摆脱以往的粗放扩张的观感，为消费者树立精致、会玩、立体的品牌形象，相比成本高、风险大的实体店，快闪店无疑更安全、更适合成为成长型品牌的试金石，张丽伟如是说。

据了解，未来圣和圣韩国馆将联手《纺织服装周刊》，在市场双向互动、中韩文化交流、商贸对接领域积极合作开拓。**TA**

2018 中纺联春季联展

探究意大利品质真相

走进意大利米兰纺织展 (Milano Unica) 上海展

本刊记者 徐长杰

3月14~16日，2018中纺联春季联展如期在国家会展中心（上海）举办。意大利米兰纺织展(Milano Unica)已是第13年组团来参展了，记者有幸专访到Milano Unica 主席 Ercole Botto Poala、意大利对外贸易委员会上海办事处负责人 Massimiliano Tremittera 以及 Milano Unica 展会总经理 Massimo Mosiello，请他们谈谈这一届展会与往年相比有何不同。

Milano Unica 发出“拯救地球”环保呼声

“中国作为意大利面料第一出口国，2017年的增长率超过12%。在2017年的11个月中，几乎所有细分市场对中国的出口额都实现了两位数的增长。2017年3月参观上一届上海Milano Unica的主要人士和优质客户，以及2017年2月Milano Unica的中国买家参加人数增加了19.6%，表明中国对高品质产品的兴趣日益高涨。”Ercole Botto Poala 开门见山地对对中国市场非常有信心。

Massimiliano Tremittera 补充道：“在短暂的平静过后，中国消费者重新回归高端奢侈品市场，重燃对这一市场的兴趣。去年的增长率那么高，主要有年轻消费者（如千禧一代）的加持，占市场需求的30%。他们拥有更高的消费能力，充分了解时尚趋势并越来越注重个性化。意大利对外贸易委员会也在关注中国消费市场的变化以及意大利企业所面对的机遇。”

Massimo Mosiello 则向记者详细介绍了本届展会的情况。据了解，今年共有44家企业在上海Milano Unica 展馆展出他们的2019春夏系列。对于中国市场，Milano Unica 每次在开展前都会做充分的准备——过去，中国消费者倾向于传统面料，但是近几年来，色彩丰富、鲜亮或是偏运动和休闲风格的面料更受青睐。

今年Milano Unica 的主题不仅仅局限于时尚，而是强调环保这一全球关注的主题，坚持可持续发展。为此，本届主题定为“拯救地球”，呼吁大家更多关注环保事业。Massimo Mosiello 强调：“Milano Unica 的面料一直以来都遵从可持续发展的原则，所以我们这次的主题专注于行业和环保的密切关系。”

用面料诠释“意大利品质”

从文艺复兴时代开始，意大利就一直被看作是智慧文明生活的天堂，集众多优点于一身。对于时尚的服装界来说，“意大利”这三个字更重要，意大利的颜色、意大利的设计、意大利的手工艺制作工艺和品质……而这一切的源头，就是意大利面料。

Bonotto 公司是赫赫有名的高端工艺面料生产商，生产的面料以精纺毛织为主，有许多独特的工艺技术，如silk protein finishing(丝绸蛋白类涂饰),enzyme treatment(酶处理)和 carbon-diamond brushing (碳金刚石刷涂)等。此外，Bonotto 还会采用许多传统的面料纺织手法，制作各类复古风格的面料。Bonotto 秉持“Slow Plant”的理念，放弃了工业化的低成本、标准化制作方式。所有的生产机器都是手工操作，摒弃自动化生产。

帅气的第四代掌门人 Lorenzo Bonotto 迫不及待地拿出 Oversize 格子面料与我们分享。这款面料有着超大格子，且色彩艳丽，碰触面料时他强调“不是平的”，我们能感受到柔和触感的肌理效果；他们还带来高级提花面料，色彩绚烂，让人仿佛能闻到意大利南部阳光热情的气息，最难能可贵的是这些提花面料都是可再生利用的环保面料，售价在22~23欧元/米。吉芬·玛丝菲尔等国内耳熟能详的品牌均是他们的客户，Bonotto 表示，中国的许多高端品牌需要“意大利制造”的品质保证，对此价格他们都能接受。更让他对中国市场充满信心的是，在面料展的第二天，共有94个客户下单，其中不乏新客户，所以对于Milano Unica 来说，来中国参展是很有必要的。

接着，记者又来到 Subalpino 展位，Subalpino 源于阿尔卑斯山脚下的面料世家 Lanificio Subalpino，一直以生产最纯净的羊毛面料而闻名于世，持有自14世纪以来意大利最好的 Biella 羊毛纱线，格纹面料、有机处理的羊毛以及泡泡纱等，梭织西装及衬衫面料更是成为 Lanificio Subalpino 的强项，深受 Prada、Hermes、Ermenegildo Zegna 等知名品牌设计师的喜爱。

随后，Ercole Botto Poala 带领记者来到了创立于1865年的 Reda 公司，这是他



本届展会上，Milano Unica 又一次将代表着意大利设计精髓的面料产品带到了中国。

自己的公司，举贤不避亲，他介绍了一款蓝色小格子男士衬衫面料。这款羊毛材质的面料，被处理得非常细腻、轻薄、柔软，还不易皱，可以机洗，非常实用，充分体现了意大利面料对精工细做的追求，对传统的尊重和对时尚的创新诠释。目前 Zegna、Brooks Brothers 等公司已在用，不知道此次会结缘哪家中国男装品牌。

看到 Vitale Barberis Canonico 品牌下1663字样，你就会觉得这又是一家有故事的企业。的确，VBC(Vitale Barberis Canonico) 始创于1663年，目前年产高级精纺面料超过1000万米，有四、五千个品种和颜色，为目前意大利高档毛类面料品牌产销量之最。生产原料全部采用澳大利亚羊毛制成，生产的面料普遍为100~150支纱，最为极致的是，该企业可以生产300支纱，是给LV专供的。企业最擅长的精纺100~150支纱，用于制作高端职业装和商务套装，以经典庄重的设计风格闻名世界，这也是中国市场大量使用的。公司 CEO Messandro Barberis Lanonico 此次也是亲自挂帅，可见对中国市场的重视，他说目前他们的中国客户有维克多·雅艾尔、报喜鸟、萨巴蒂尼等。**TA**

后记

中国市场的发展和成熟速度让人惊叹，在中国的亮相非常重要

3月16日，第13届Milano Unica 上海展闭幕。参展商的满意度，尤其是对已在展会上订单的客户满意度，是肯定Milano Unica 作为高端纺织企业在中国市场发展过程的促进者的主要数据。

“中国市场的发展和成熟速度总是让人惊叹。看到业内人士专业知识的增长，研究品味、传播知识并展示能让他们感到钦佩并唤起情感的产品，实在令人兴奋。对于44家参展商而言，这一届的上海展办得非常成功，所有公司都代表了意大利纺织行业的核心，并均在持续增长的市场上找到了巨大的商机。”Milano Unica 主席，同时也是参展商的 Ercole Botto Poala 如此说道。

“在中国的亮相非常重要，对监测流行趋势具有战略意义。我们将于9月在中纺联秋季联展中再次亮相。关于社会流行趋势，我借此机会通知大家，2019/2020 年秋冬季国际新趋势将于3月28日在米兰推出。”Milano Unica 总经理 Massimo Mosiello 总结道。

2018 中纺联春季联展



纺织未来展吸引众多观众驻足。

洞悉未来 寻找发展新路径

2018 太极石·纺织未来展整合资源推动行业发展

3月14～16日，“2018太极石·纺织未来展”在中国国际服装服饰博览会（春季）、中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会上精彩亮相。这场展中展由中国纺织工业联合会生产力促进部、中国纺织信息中心主办，获得中国服装协会、展荟管理咨询（上海）有限公司等支持。未来展一经亮相，除了展品、技术、嘉宾演讲引人注目外，其“洞悉未来”的展会主题，引起了业界的探讨与深思。

中国纺织工业联合会生产力促进部主任、中国纺织信息中心主任乔艳津表示：“未来展就是要洞悉产业未来，我们希望通过本次活动引导行业发现创新产品并指导企业找到更多的发展路径，从本质上提高全行业创新能力、提高产业溢价能力、提高行业价值链竞争优势、提高企业品牌竞争力、提高企业治理环保问题能力、提高产品附加值、提高中国纺织服装整体竞争力。”

本次未来展参展单位有太极石股份有限公司、上海赛特丝绸进出口有限公司、锡莱亚太拉斯（深圳）有限公司、ISPO、WGSN、COLORO、中国流行面料吊牌示范单位等。尽管是首次设展，但从本次展会的参与企业名录中，不难发现“纺织未来展”的门槛之高之严。

“我们选择的合作伙伴，必定是环保健康的守护者，先进科技的实践者，未来价值的代表者，供应链资源的整合者。纺织未来是创新驱动的科技未来，也是引领潮流的高质量高品质未来，亦是绿色为导向的健康未来。因此，在入选企业的邀请和挑选中，我们本着立足全局发展，立足行业实际，围绕产业转型发展，不断深化专业领域，以科技为导向，以质量效益为准绳，以促进行业健康快速发展为标准进行推进。”中国纺织信息中心副主任李波说道。

未来展首次举办就获得了行业的高度认可、企业的大力支持及专业观众的赞许。太极石股份有限公司总经理王荣华说：“科技创新无疑是企业生存和发展的根本理念，纺织大健康产业是未来功能性纤维发展的新风口，它代表着绿色、健康、科技与时尚融合的时代发展需求，是继IT之后的第五波财富浪潮。我认为未来的纺织品，一是具有功能性，二是智能化，当人们使用纺织品时，能随时感知并自觉践行健康的生活方式。”

2018太极石·纺织未来展在科技和融合的层面上也区别于普通专业展示，它有效整合了行业优势资源和服务平台，帮助产业链上下游企业搭建了产品、技术、趋势、咨询等体系化展示空间。不仅从内容上拓展了中国国际服装服饰博览会、中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会的覆盖领域，而且弥补了现阶段展览中由于企业所处产业链位置和生产产品差异而导致的产业链展示不相容的缺陷。（王利 文 / 摄）

品必选：投你所爱，让资源共享

在刚刚落幕的CHIC2018上，以大数据为驱动的智能制造新零售CBM平台品必选（I NEED）可谓引来无数目光，其拥有独家专利的面料和原创设计的服装一亮相就吸引了众多专业人士的目光，在3天的展会上收获满满。

青岛盛雅祺纺织科技有限公司总经理姜露表示：“品必选不是传统意义上的线上采购，而是一种投资行为，投资者根据自己的判断，理性选择投资的款式和投资的数量，与平台和其他投资者共享粉丝，所投资的产品将在平台上进行预售和零售，优化从生产者到消费者的路径，让价值点和需求点进行自动、点对点的匹配，从而实现趋于零库存，无折扣，销售几何增长，为具有共同价值观的投资者创造良性的平台环境，投资者与平台（平台即生产者）共同获得回报。”

据姜露介绍，品必选是基于大数据的平台化生产型企业，拥有15年纤维科技研发经验，愿与具有共同价值观的人共享资源，将产品、渠道和资源金融化，让投资者获得应有的回报，为消费者提供惊喜服务。

品必选品牌以童装、家居服为主，遵循健康、舒适、美观的基调，为客户提供优质的产品。投资数量每款30件起，线上拼单，每款数量达到500件或以上，开始生产，同时向C端客户进行预售，生产周期2周。投资者的投资回报为预售价的15%。平台将每两个月上新一次，进行新一轮投资。

《纺织服装周刊》记者在采访中了解到，作为联润翔（青岛）纺织科技有限公司的全资子公司青岛盛雅祺纺织科技有限公司的品牌，品必选拥有智能秒干、接触冷感、吸湿发热等一系列独家专利面料，在本次展会上大放异彩。未来公司还将开展强有力的品牌推广，以与儿童机构合作、携手媒体、赞助活动等方式，使功能性服装的品牌定位更加深入人心。（吕杨 文 / 摄）



品必选当前主要为客户提供童装、家居服。

撬动千亿级市场 南通微供市场引领产业转型升级

仅仅两三年时间，南通微供市场不断焕发新的活力，从几十家企业发展到了几百家，并实现了60亿元销售额。2018中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会期间，南通微供市场在微供展区举办了一场别具一格的媒体见面会。江苏凯瑞家纺科技有限公司与杜邦公司签订战略合作协议，并进行了授牌仪式，预示着企业将应用杜邦最新材料。

近几年南通微供市场的产品发生了巨大变化，设计感更强，质量更优，微供市场借助产业优势，开创新零售模式，实现小规模、多品种供货，满足了消费者多元化消费需求。强大的产业支柱与新的商业零售模式嫁接，将会有无限广阔的市场前景，对行业转型升级以及消费升级方面也有重大的意义。

南通家纺城微供市场已经为产业转型提供了一种新的“微供模式”。随着高科技、优秀设计资源以及资本的进入，微供市场这种看似微小却充满着爆发力的革新，也许有望扭转传统家纺模式，撬动南通家纺千亿级市场，从而带来整个家纺产业的大升级。（罗欣桐）

2018 中纺联春季联展

雅赛尔：一种纤维 无限可能

3月14～16日，在2018年中国国际纺织纱线（春夏）展览会5.1-H102展位，铺着洁白餐布的西式长桌一字排开，桌上香气扑鼻的鲜花、精美考究的烛台、玲珑剔透的高脚杯，再加上线条优美的刀叉，让人恍惚进入一家高档的西餐厅，不同的是，观众看到的一顿纤维大餐，餐盘、酒杯中装满了五颜六色的纤维，就连甜筒也是纤维的。

这些就是宜宾丝丽雅集团携手战略合作伙伴共同打造的“雅赛尔生态系”纤维。丝丽雅展位负责人介绍，雅赛尔追求的正是自然与生态，打造的是与饮食一样安全可靠的纤维，基于这样的考虑，设计师为观众呈现了一场纤维大餐。记者注意到，坚持绿色创新的丝丽雅，今年展位以可持续发展的“雅赛尔生态系”为主题，突出天然与合作，与战略合作伙伴一同展现雅赛尔的全产业链，从纤维素纤维原料、纤维、纱线、面料再到成品，100%纯木浆，100%可降解，从每一个细节诠释“雅赛尔生态系”的真正内涵。

展会期间，丝丽雅还携手雅士德纱线、三川纺织、泊尚家纺、仟色家纺等共同打造了四场名为“多彩与共享”的时尚主题走秀。一种纤维，四大领域，七十件作品，共同演绎了雅赛尔“高强超柔、如丝如绒”的纤维魅力。

为践行国家提出的绿色发展理念，丝丽雅除了在展会上全面展示“雅赛尔生态系”纤维，还积极加入到再生纤维素纤维行业绿色发展联盟中，旨在与行业协会及其他成员单位共同打造互相促进的绿色发展公共平台，最大程度减少再生纤维素纤维生产及生命周期对环境的影响。

据丝丽雅股份公司总经理李蓉玲介绍，随着社会的发展，人们越来越崇尚自然、绿色、健康的生活方式，作为纤维行业“中国智造”先行者之一，丝丽雅也紧跟时代发展要求，不断创新，并以打造更舒适的生活环境、更健康的生活体验为目的，遵循自然的最高法则，“源于自然、归于自然”的强力生物基纤维雅赛尔便由此而诞生。

对自然保持尊重的雅赛尔纤维，不仅通过了Oeko-Tex Standard 100环保认证，获得FSC全球森林管理产销监管链认证，而且可以节约染色成本5%～15%，让生活更加安全健康。值得一提的是，雅赛尔纤维作为新型“高强低伸”的强力



雅赛尔追求自然与生态，打造的是与饮食一样安全可靠的纤维。

生物基纤维，还可以为客户带来全新的使用价值，其中纤维强度较常规纤维提升30%～40%，纱线强度提升10%～25%，收缩率偏小3%～5%，使制成品具有手感柔软、保形性好、抗起毛起球、染色鲜艳亮丽等优点。

据悉，接下来丝丽雅将继续主动出击、拥抱产业链，逐步打造以雅赛尔纤维为中心的可持续发展共享平台，同时发挥匠心精神，挖掘雅赛尔的更多可能，在可持续发展的道路上继续前进，力争从纺织源头引领绿色低碳的消费需求，更好地满足和创造消费需求，为人民美好生活的需求提供更多的纤维方案。（郭春花 文 / 摄）

纤维素纤维面料2019春夏流行趋势发布



纤维素纤维的应用让服装更加时尚和舒适。

众分享了纤维素纤维面料2019春夏流行趋势的运动休闲、摩登都市、优雅居家、悦动节拍四大主题。

运动休闲：指在运动之后走出健身房或者运动场所时穿着的一些服装，体现了日常运动的生活状态，服装的时尚性和流行性是运动休闲服装的标志性属性。纤维素纤维面料飘逸、流动、顺滑，加上颜色多彩及色块拼接的突破，将增添更多的休闲感和时尚性。

摩登都市：随着时代变化，消费者对正装的要求不再是板正，柔顺和轻盈成了他们的追求。工装转向了优雅、轻盈、流动，富有魅力。纤维素纤维以其更流畅、更舒适进入了工装面料的世界。由于这种纤维的使用，男性化的女士套装更具魅力和女人味，灵活流畅的面料展现了曲线美。通勤风格相比正装更随意，但又比休闲装更正式，它们不仅在职场上能游刃有余地展现白领女性在办公室的魅力，也满足了她们在上班前、下班后以及平日社交场合的穿着需求。

在这个主题里，纤维素纤维与棉、毛、涤纶

通过弹性设计以及中色、暖色调的搭配，诠释了都市、时尚的生活气息。

优雅居家：2019年，居家外穿将是个趋势，把居家服装慢慢过渡到相对比较休闲、更有格调的服装类型，户外穿着，既让自己感觉舒适，也能体现出既优雅又有格调，居家外穿将带来全新的感受。纤维素纤维的流动性、顺滑性以及靓丽的色彩，正好弥补了原来以棉纤维为主面料的不足。

在这个主题中，纤维素纤维通过与不同的纤维混纺，与不同特性的纱线交织，大大改善了居家服的时尚感，带来了全新的舒适享受。

悦动节拍：彰显个性主张、冲破沉闷和循规蹈矩，是现代人在紧张、快节奏生活中的释放。巴黎世家和Gucci各种混搭，越来越受到年轻人的追捧，主流时尚也开始接受了这种多彩百搭的风格。

在这个主题中，印花、提花、蕾丝、平纹针织面料、颜色复合在一起。纤维素纤维与其他纤维如棉、羊毛、亚麻、聚酯混合带来了不同肌理叠加的效果，不同的材料碰撞也带来了全新的色彩可能。（郭春花 文 / 摄）

2018 中纺联春季联展

未来已来, 石墨烯改性纤维联盟频传捷报



展会上, 石墨烯改性纤维联盟成员单位展出了最新产品。

3月14日, 2018 中国国际纺织纱线(春夏)展览会上, 由中国石墨烯改性纤维及应用开发产业发展联盟(以下简称“联盟”)和中国化学纤维工业协会联合主办、济南圣泉集团股份有限公司承办的“未来·已来”生物质石墨烯改性纤维创新应用及成果发布会成为关注焦点。

中国纺织工业联合会副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申, 中国工程院院士蒋士成, 中国化学纤维工业协会副会长王玉萍, 东华

大学研究院副院长王华平, 联盟理事长、圣泉集团董事长唐一林, 联盟秘书长、圣泉集团总裁唐地源以及联盟会员单位和参展企业代表近400人参加了当天的发布会。

本次发布会的主题为“未来已来”。随着人们生活水平和健康意识的逐年提高, 功能性纤维材料及纺织服装产品渐渐成为拉动中国纺织服装销售增长的重要支撑。以石墨烯材料为载体开发新型功能性纺织品, 已成为石墨烯应用开发的亮点。唐地源介绍道, 联盟至今已汇聚了120多家成员单位, 通过各成员之间的联络沟通、商讨交流, 积极开展项目合作、技术研究, 大大加快了生物质石墨烯改性纤维的创新研发和应用进程。联盟理事长单位圣泉集团, 进一步成功研发出石墨烯导电纤维和石墨烯恒温蓄热导电纤维, 并将在工业防护抗静电功能纺织品、体育运动服饰等领域实现更多石墨烯改性纤维应用拓展。

同时, 唐地源还向记者介绍, 圣泉集团和香港理工大学、北京服装学院等知名高等院校合作, 成立石墨烯高性能服饰研发中心, 强强联合, 重磅打造出“Yorro Tang”品牌, 专注于人类未来生活方式的研究, 以互联网、智能化为依托, 研发满足人们日益增长的物质需求和精神需求的科技化、功能化、时尚化、未来化功能产品, 并借

势2022年北京冬奥会带动的运动产业发展契机, 以健康机能运动服装及装备为切入点, 努力提升中国纺织在国际上的话语权。

发布会上, 圣泉集团发布了“babawo”社交电商平台。据记者了解, 该平台专注于童装垂直采购领域的供应链深度整合, 为品牌商、终端商、采购商及大宗订单用户提供推广整合、一手批发、低价采购、物流配送、差异化定制、保姆式服务等行业需求解决方案。

由联盟和中国化学纤维工业协会联合主办、圣泉集团承办的“未来·已来”对话中国石墨烯改性纤维及应用开发产业发展联盟论坛也在当天举办。圣泉集团、魏桥集团、上海德福伦、北京服装学院、青岛雪达集团、诸城裕民针织、山东超越纺织、浙江芬利林业等联盟成员单位就最新石墨烯改性纤维创新应用成果及新的研究方向、联盟未来发展建议等问题进行了深度探讨交流。

据悉, 本次联盟展位聚集了济南圣泉集团、青岛雪达集团、浙江斯坦格运动护具科技有限公司、浙江芬莉林业有限公司、山东超越纺织有限公司、诸城裕民针织有限公司、上海吉美嘉服饰发展有限公司、汕头明达纺织有限公司、常熟任阳天逸无纺制品厂、烟台康康纺织科技有限公司和北京服装学院等多家成员单位。(郭春花) 

利剑之心 逐鹿中原

江苏箭鹿 2019 春夏新品亮相

“从我当选人大代表之日起, 我的内心就充满着强烈的光荣感、使命感和责任感。”十三届全国人大代表, 江苏箭鹿毛纺股份有限公司织造车间三班值班长高苏娟对当选代表非常激动。这也让江苏箭鹿再一次进入记者的视线。

近日, 江苏箭鹿毛纺股份有限公司常务副总经理姜爱娟向《纺织服装周刊》记者介绍了江苏箭鹿2019春夏纱线新品。本次新品共分为: 朴素之美、波西米亚—局部镂空、我们爱绿色和感性科技四大系列。其中, 朴素之美通过简约的纱线打造朴素的感觉, 充分展现材质本身的价值和低调的风格; 波西米亚—局部镂空则利用针织组织特性, 打造虚线镂空或大面积纱线缺失效果, 优雅之外增添了不对称和张扬的美感; 我们爱绿色主打环保主题, 用再生的纤维素纤维创造环保绿色系列; 感性科技系列则是将羊毛与丝混纺做成内衣风格的产品, 透明而性感、优雅而精致, 为的是致敬每一位女性。

据姜爱娟介绍, 江苏箭鹿集团始建于1985年, 是国家大型精毛纺企业、国家高新技术企业、国内重合同守信用企业, 拥有先进的纺织服装生产线。目前, 集团拥有员工3000多人, 总资产10亿元, 是一家集毛条、毛纱、羊毛衫、面料、服装研发、销售、制造、服务为一体的纺织服装集团, 具有年产精纺呢绒1000万米、毛条5000吨、纱线3000吨、羊毛衫100万件、各种服装150万套的生产能力, 是公安部、解放军总后勤部、国家税务总局等十多个部委制服和制服面料定点生产企业, 同时外贸产品主要出口英国、德国、意大利、

美国等。

值得一提的是, 在企业发展壮大过程中, 箭鹿集团积极开展党群工作, 紧密围绕企业生产建设创造性开展工作, 形成奋发向上的良好氛围。“同时箭鹿尽心尽力地履行社会责任, 把带领全体员工走共同富裕道路作为目标, 并积极支持慈善事业发展, 扶助弱势群体。在企业发展进程中, 集团十分重视军民共建工作, 积极接纳和安置退伍转业军人。”姜爱娟如是说。

此外, 近年来箭鹿十分注重环境保护, 节能减排工作取得了重大成果, 早在2008年集团就投资3000多万元建设污水处理场, 并积极实施中水回用工程, 实现污水、废气零排放。

姜爱娟表示, 未来箭鹿集团将坚持实施品牌战略和市场竞争战略两大工程, 在自主研发能力不断加强的同时, 积极开拓国内外市场, 开发新领域, 坚持自主创新, 不断提升竞争能力。(吕杨) 



江苏箭鹿发布2019春夏新品。

2018 中国服装经济论坛
探讨新时代下的服装业

近日, “2018 中国服装经济论坛”在国家会展中心(上海)举办。本次论坛由中国服装协会主办, 中国服装协会产业经济研究所承办, 广州胜宏衬布有限公司和江苏晟宏生态纺织科技有限公司协办。中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会常务副会长陈大鹏, 中国纺织工业联合会副会长孙淮滨, 工业与信息化部消费品工业司纺织处处长曹庭瑞, 优他国际品牌投资管理有限公司总裁杨大筠, 中国服装协会产业经济研究所所长陈国强、副所长董嘉鹏, 东华大学教授卞向阳, 广州市胜宏衬布有限公司董事长高强, 以及各地服装商协会领导、企业界人士近200人参加了论坛。

陈大鹏发布了《2017~2018 中国服装行业发展报告》, 通过对行业运行数据的客观解读, 深入剖析了2017年服装行业经济运行特点。他指出: “从总体上看, 2017 中国服装行业实现了平稳良性的发展, 可以用8个字来概括2017 年中国服装业的发展状况: 稳中向好, 稳中提质。”

曹庭瑞深入解读了2018 年我国服装产业相关政策要点, 基于国家经济发展战略, 阐明国家振兴实体经济的决心与重大举措。孙淮滨发表《构建新时代中国服装产业经济增长新动力》的主题演讲, 针对全新的发展环境, 阐述中国服装行业新机遇与挑战, 提出新时代产业经济增长的新动力。

整场论坛内容充实, 观点新颖, 让业界更有效地把握产业内涵式发展的核心, 为行业深度调整指明方向与路径, 从而促进行业企业高质量发展。(赵国玲)

“大浪杯”中国女装设计大赛
再次扬帆启航

大赛正式启幕, 将注重设计人才的发现和培育。

深圳市龙华区政协副主席、大浪时尚小镇建设工作领导小组执行副组长仙新民等领导

和嘉宾出席了此次活动。据悉, 2018 届“大浪杯”仍将聚集业内首屈一指的权威评委队伍, 奖金累计金额达61万元, 其中金奖20万元, 获奖者还有机会前往英国中央圣马丁设计学院深造。

本届“大浪杯”依然注重设计创意人才的发现和培育, 根据大浪时尚小镇搭建时尚文化创意产业服务平台、培育时尚文化创意人才、提升深圳时尚文化创意产业水平、带动时尚文化创意产业转型升级的要求, 覆盖国内外多元化设计类选手。(董笑妍)

3月15日, 2018 “大浪杯”中国女装设计大赛新闻发布会在国家会展中心1号馆CHIC TALK区举行, 标志着以“潮系@东方”为主题的2018 “大浪杯”中国女装设计大赛正式拉开帷幕。

中国纺织工业联合会副会长杨纪朝, 中国服装协会专职副会长周一奇, 中共龙华区委常委、区政府常务副区长张纳沙, 深

从“研发、技术”领头羊化身“科技控”

诺仪明确针织智能制造未来方向

3月13~15日, 2019SS Spinexpo (第31届上海国际流行时尚纱线展览会) 在上海世博展览馆举行。在以“研发、技术”闻名业界的上海诺仪服饰设计有限公司展位上, 来自海内外的专业买家络绎不绝, 在感受诺仪高品质时尚产品的同时, 更为吸引他们的则是该公司重磅推出的针织数字化模拟服务系统的实操展示。

一直以来, 诺仪以针织服装产业链运营为宗旨, 以针织服装设计、花型研发、针织技术为核心。随着国产面辅料产品迅速发展, 尤其是高端市场产品的发展越发成熟, 设计品位出众、制作工艺精良的匠心产品引起海内外买家的广泛瞩目。2016年5月, 诺仪时装技术中心应运而生。该中心的成立标志着上海诺仪服饰有限公司在成为中国针织服装行业最具资源整合能力、原创设计能力和品牌策划能力的领先公司的目标上更进一步。

在针织服装行业, 无论是纱线企业、贸易公司、设计师, 亦或是品牌商都会被一些问题所困扰, 例如如何准确呈现产品创意理念? 如何进行环节间的有效沟通? 如何提升打样效率? 对于诺仪这样向数字模拟化模式的科技型企业逐步转变的公司而言, 在诺仪时装技术中心负责人秦婉瑜看来, 这并不是对于以往的颠覆, 反而是为顺畅打通针织产业链条的有效促进。“总结诺仪对于业界多年的服务经验, 我们发现很多针织领域的企业在设计研发方面投资巨大, 损耗也居高不下, 这无形中对于企业未来的发展平添了无形的障碍。为了适应时尚市场的需求, 诺仪时装技术中心开发了数字化模拟服务系统, 为上下游客户提供从设计到模拟再到打样生产一条龙的高效率低成本解决方案。通过该系统, 我们可以进行纱线扫描, 轻松模拟出上千种不同原料、不同针型的织片效果; 也可通过操作, 对于原料色彩进行模拟呈现, 并自动提供出所需要的色号, 直接指导客户进行纱线的染色; 还可以模拟出针织花型效果, 不用编织即可呈现出成品效果, 让客户有更为立体

的感受; 也可以给提花或者嵌花图案做配色等一系列辅助设计生产的工作; 更可以利用成衣款式的3D模拟技术, 让客户不用多次打样就能直观感受到最终成衣的效果。”秦婉瑜说道。

据介绍, 该系统是诺仪技术团队将数据库与日本岛精强大的软件系统相结合后打造的云端大数据平台, 未来公司将依据不同等级的客户会员分类, 对其进行开放共享。通过这个强大的数字模拟系统, 使用者可将生产数据发到工厂, 工厂照单生产, 按数据说话, 不再存在沟通困难, 进而打样通过率将大为提升, 成衣周期也就大大缩短。

在秦婉瑜看来, 针织领域的科技智能化就是要通过生产一体化, 减少中间环节损耗, 保证各节点之间的沟通的准确、顺畅。“我们就是要勇于打破原传统模式, 进一步提升产品的上新速度。此外, 我们还要通过智能化的手段, 让消费者得到更加具备品质感、时尚感的‘中国智造’。”据悉, 诺仪还将通过专利技术对于科技智能化加以保护、推广, 预计将有8项花型专利以及1项技术专利于今年上半年通过审批。提供“新方法、新思路”, 诺仪的“针织产业链科技控”新面貌值得期待。(郭春花) 



展会上, 诺仪推出了针织数字化模拟服务系统的实操展示。

海科纤维新品震撼上市

本刊记者_赵国玲 文/摄



石墨烯云绒优异的升温特性，引发与会嘉宾关注。

3月的富春江畔，莺飞草长，天清气朗。在这里，杭州海科纤维有限公司新品发布会隆重举行，最新产品石墨烯云绒震撼上市。

杭州海科纤维有限公司董事长王建立、总经理李军，台湾先进机能纺织联盟旗下祥大科技股份有限公司蔡崇斌、上海谦懋纺织科技王帅栋及水星家纺、海澜之家、凯燕服饰、华兴羽绒、紫音服饰、棉之初、康浩家纺等知名企业代表，海科云绒的20余家战略合作代理商以及知名行业媒体代表等百余

人齐聚富阳，共同见证石墨烯云绒这一新产品的发布。

“石墨烯云绒作为一种全新的高科技新纤维，由杭州海科纤维有限公司和相关合作单位紧密配合，在原有产品云绒的基础上进行延伸优化，历时一年潜心研发而成。”王建立在致辞中表示，当前纺织行业只有从原材料着手开发新型功能性纤维，才能再度让行业发生彻底革新。

据了解，杭州海科纤维有限公司是一家专业从事涤纶短纤生产的科技创新型公司。目前，公司拥有自主品牌及多项专利技术，2条科技领先的涤纶短纤生产线，总计年产8万吨，单线产能位于行业前列。

特别值得一提的是，其开发的云绒产品是一款超细、超柔、螺旋立体卷曲新纤维产品，在保持细

旦纤维“滑爽糯”手感的同时，还兼备了无以伦比的持久抛弹性能，是羽绒的最佳替代品。

发布会现场，蔡崇斌详细介绍了石墨烯的起源和各项特性，通过深入浅出的讲解，不仅让大家对石墨烯的特性有了深入认识，而且对石墨烯下一步在纺织服装等方面的应用也有了更多了解。

全新高科技新纤维石墨烯云绒具有哪些功能和特性呢？海科纤维生产工艺主管孙秀在发布会现场进行了详尽介绍，并现场演示了石墨烯云绒的模拟光照升温实验。现场很多与会代表积极参与，亲眼见证了其优异性能。

李军在接受记者采访时表示，石墨烯云绒在海科云绒具备的舒适、抛弹、耐水洗等特性的基础上，增加了高发热、远红外、蓄热保健、抗菌抑螨等优异功能，让云绒的综合性能有极大飞跃，为下游服装、家纺行业的大范围应用提供了更多可能性。

发布会同期，还举办了云绒战略合作商授牌仪式、云绒战略合作商闭门会议。

与会嘉宾纷纷对石墨烯云绒产品产生了浓厚兴趣。相信未来的石墨烯云绒产品必将有力助推我国新型纤维产业链的融合发展，为推进我国纺织行业转型升级发挥更大的作用。作为一家绿色纤维生产企业，未来的海科纤维必将在精细化、集约化生产、在承担社会责任，打造生态纺织强国的道路上创造更多辉煌，书写更多传奇。[TA]

聚焦新时代，启航新征程

第十六届宁波国际纺织面料辅料纱线及制衣工业展将于5月举办

实习记者_张颖

第十六届宁波国际纺织面料辅料纱线及制衣工业展将于5月24~26日在宁波国际会展中心隆重举行。本届展会由宁波服装协会与宁波东博展览有限公司共同举办，将以“科技、时尚、绿色”的新定位促进行业高质量发展。

据介绍，本届展会展出面积将达2.2万平方米，通过纺织面料、辅料、纱线三展联展的形式呈现，展出范围涵盖纺织面料、服装辅料、家用纺织品、纱线、辅助设备等产业上下游产品。

宁波服装纺织产业源远流长，基础雄厚，商贸交流活跃，市场机遇众多。届时，来自各地区的纺织服装行业精英将汇聚于此，并与服装贴牌加工、智能缝制设备展形成联动之势，共振产业上下游。

与此同时，主办方还将组织参展面料企业与宁波大型服装企业举行精准对接大型工厂行活动，为本次展会增添异彩。

宁波作为长三角南翼的经济中心和制造业中心，现已成为中国最大的服装生产基地和中国服装品牌、出口服装品牌最多的城市，汇集针织服装、童装、休闲装、西装、女装、衬衫、职业装、羊绒服装等庞大的服装产业群，每年对纺织面料辅料纱线的需求超过350亿元。

据悉，历届展会上都汇聚了纺织行业最新流行面料、流行趋势及制衣技术最



本届展会将以“科技、时尚、绿色”的新定位来促进行业高质量发展。

新设备，是纺织服装企业了解行业动态，获取创新灵感的最佳采购和交流平台。目前已成功举办十五届，在浙江同类展会中拥有较高的知名度和影响力。据统计，上届展会共有来自海内外的300余家优秀展商参展，展出面积达1.5万平方米，客流量超1.3万人次，现场成交额数千万。

经过多年的积淀与发展，第十六届宁波国际纺织面料辅料纱线及制衣工业展的展会功能得到不断充实与完善，不仅为海内外纺织服装企业上下游客户搭建了一个良好的商贸交流平台，同时也对

纺织服装行业发展与进步发挥了越来越重要的推动作用。

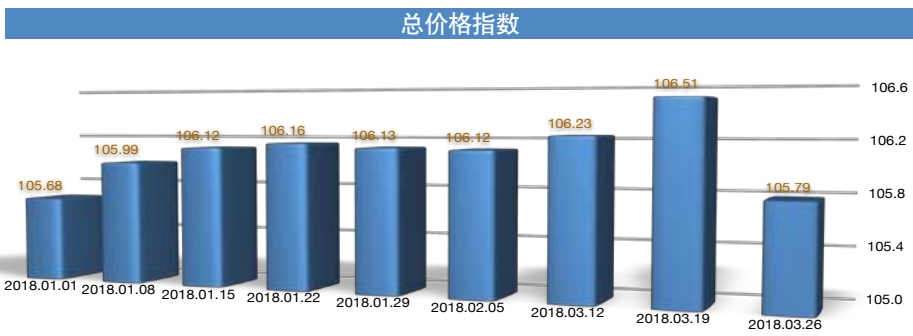
据了解，本次展会将以一种全新的方式向广大商户诠释浙江地区纺织业的专业性和权威性。众多知名纺企、时尚名牌将集聚于此，展现出以精准定位和风格新品不断升级的消费生活新主张。此外，一系列务实举措将对展贸对接服务和参展观展体验进行全面升级。

新时代，新征程。未来，宁波国际纺织面料辅料纱线及制衣工业展将运用卓越的行业资源和多年运作纺织展的丰富经验，立足宁波，面向华东，打造更有深度与价值的时代平台。[TA]

春市营销震荡回缩 价格小幅下跌

20180326 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20180326期纺织品价格指数收报于105.79点，环比下跌0.68%，较年初下跌0.19%，同比持平。



近期，中国轻纺城春市营销震荡回缩，其中原料市场行情小幅上涨，坯布市场价量明显下跌，服装面料市场布匹价量小幅下跌，家纺类面料成交价量小幅上涨，辅料行情小幅下跌。

原料行情小幅上涨，涤纶小幅上涨、纯棉纱价局部略涨

据监测，本期原料价格指数收报于83.53点，环比上涨0.11%，较年初上涨0.55%，同比上涨0.69%。

聚酯原料价格多显震荡，涤纶行情小幅上涨。本期涤纶原料价格指数小幅上涨。上游聚酯原料价格多显震荡，现华东地区PTA现货主流5660~5670元/吨，MEG主流6800~7000元/吨，聚酯切片市场报价多显震荡，聚酯切片江浙地区半光切片现金或三月承兑7750~7850元/吨。萧绍地区直纺大厂FDY150D/96F主流中心9300元/吨，FDY200D/96F主流9200元/吨，大有光丝价环比上涨，FDY75D/36F主流10250元/吨，FDY300D/96F主流9300元/吨；细旦丝价稳中上涨，FDY68D/24F主流10550元/吨，FDY75D/36F主流10050元/吨。DTY成交小增，价格稳中上涨，萧绍DTY150D/48F主流10350元/吨，DTY75D/36F主流成交价12200元/吨，DTY300D/96F主流价10050元/吨，DTY多孔丝价稳中上涨。近期涤纶短纤交投气氛尚可，成交重心止跌，预计短期内呈稳中偏强态势整理。江浙1.4D直纺涤纶短纤主流报价8750~9050元/吨出厂，相对主流商谈或在8700~8900元/吨出厂。纯涤纱出货相对有限，价格稳中整理，江浙地区32S主流在13685元/吨左右，50S主流17000元/吨左右，市场交投观望整理。

纯棉纱价局部略涨，人棉纱价延续稳态。近期纯棉纱市场多感平淡，在棉花缺少动力下，成交平平，价格平稳，萧绍地区纯棉纱市场多显观望，报价多稳，局部略涨，绍兴钱清市场21S普梳纱主流22080元/吨，21S高配纱主流价22675元/吨，32S普梳纱主流23080元/吨，32S高配纱主流26350元/吨，40S高配纱主流价24675元/吨，40S精梳纱主流26450~26500元/吨，气流纺市场基本不足，10S气流纺主流14450元/吨；纯棉纱市场总体行情以观望为主。目前大家普遍认为市场较平淡，难以出现往年旺季订单供不应求情况，厂家心态仍以随产随销，尽量出货为主。粘胶短纤价格主流厂家报价继续维稳，中端保持14800~14900元/吨，高端15100~15200元/吨，成交情况表现平平。粘胶短纤表现疲软初显，国内外溶解浆价格重心惯性上探，粘胶厂家现金流面临加大亏损。人棉纱价格延续稳态，整体销路一般。萧山产环锭纺30S报价19200~19500元/吨。

坯布行情继续回落，价格指数明显下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于117.22点，环比下跌2.72%，较年初下跌1.22%，同比下跌1.97%。

本期坯布类价格指数呈明显下跌走势。近期，坯布市场行情环比回缩，至目前订单数量继续下降。近期市场春季坯布下单局部显现不足，夏季坯布订单相对有限，部分坯布企业产出环比下降，因下游实际需求局部显现不足，部分坯布销售环比下降。其中混纺纤维坯布需求明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，T/C涤棉纱卡坯布、T/C涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量明显下降；天然纤维坯布需求明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，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下单明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势，春夏季涤纶纱坯布、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下跌，拉动坯布类总体价格指数明显下跌。

服装面料环比回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于117.91点，环比下跌0.37%，较年初下跌0.20%，同比上涨0.27%。

服装面料类价格指数小幅下跌，近期，轻纺城传统面料市场营销环比回落，至目前因春夏季大众面料下游需求显现不足，跑量产品现货成交和订单发货环比下降，一些中小经营商户成交多显不足，大众面料价格环比下跌。纯棉面料、涤纶面料、涤毛面料、涤氨面料、粘胶面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉面料成交价量不等量下跌。近期，轻纺城市场春季纯棉面料挂样上上品种仍相对较多，因下游需求不足，春季纯棉面料织造生产或加工企业产出环比下降，实际成交批次环比回落，部分中小经营门市大众产品成交环比下降，跑量面料局部成交下降。

家纺营销环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于102.53点，环比上涨0.10%，较年初下跌0.17%，同比上涨0.83%。

本期家纺类价格指数小幅上涨，近期轻纺城家纺市场营销环比增加，创新创意色泽花型产品现货成交逐日推升，订单发送量环比增长。日用家纺成交环比推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；床上用品成交环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；窗帘布成交环比推升，涤纶有光FDY提花印花窗帘布、半光FDY提花印花窗帘布、DTY提花窗帘布、(FDY+DTY)印花窗帘布成交环比推升，价格指数小幅上涨，拉动家纺类总体价格指数小幅上涨。但窗纱现货成交和订单发货环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势，相对制约了家纺类总体价格指数的上涨幅度。

市场需求环比回落，辅料指数小幅下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于131.07点，环比下跌0.70%，较年初上涨0.36%，同比上涨0.98%。

本期服饰辅料价格指数小幅下跌，近期轻纺城传统市场营销环比回缩，服饰辅料行情逐日回缩，至目前现货成交和订单发货有所下降。衬料类成交环比下降，价格指数跌幅相对较大；花边类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；服装里料类成交继续下降，价格指数呈小幅下跌走势，拉动服饰辅料总类价格指数小幅下跌。但带类行情明显攀升，价格指数涨幅相对较大；绳线类行情环比回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，相对制约了辅料类总体价格指数的下跌幅度。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡回升走势，因部分贸易商和织造厂家内需外贸订单有所增加，后市春夏季面料现货成交和订单发货局部增加，织造企业开机率继续增加，印染企业产出继续增长，预计创新创意产品认购踊跃度将环比增加，整体市场成交将呈现震荡回升走势。[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：尉铁男 传真：0575-84785651

内销需求强劲 化纤指数强势上涨

2018 年 3 月 19 ~ 23 日商务部中国·盛泽丝绸化纤指数一周点评

据对 350 家被采价单位反馈的数据监测分析，本周商务部中国·盛泽丝绸化纤指数全线上调。其中，化纤总指数收盘于 101.30 点，与上周相比上涨了 0.32 点；化纤面料价格指数小幅走高，收盘于 98.74 点，与上周相比上涨了 0.19 点；化学纤维价格止跌反弹，收盘于 105.17 点，与上周相比上涨了 0.37 点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数也小幅上涨，收盘于 105.01 点，与上周相比上涨了 0.11 点。

图1 化纤类产品价格指数走势



化纤面料市场行情分析

从商务部盛泽化纤指数可以看出，本周化纤面料价格指数小幅走高，收盘于 98.74 点，与上周相比上涨了 0.19 点。从中国绸都网监测的样本企业看出，本周盛泽市场交投气氛较好，局部产品供不应求，市场库存下降幅度较大。

里料方面，本周里料市场成交表现较好，销量小幅攀升，价格总体维持前期。具体来看，涤塔夫系列成交集中在 210T 和 290T，基于下游市场对后市预期，市场囤货操作比较频繁，厂家多排队交货；轻盈纺系列价格维持前期，其中 230T 轻盈纺表现较好；半弹春亚纺成交价格与前期相差不大，其中 190T 半弹春亚纺报价在 1.65 元 / 米左右；针织网眼里料表现尚可，价格大致走稳；提花里料在市场继续走畅，其中阳离子提花以其多样性和时尚感受到了下游客商的青睐，用于休闲服、中高档服装和箱包，多销往海宁、常熟等地。

面料方面，本周面料市场成交主要集中在仿真丝面料，市场供需偏紧，部分规格产品开始出现缺货现象，如 300D 雪纺绉、100D 雪纺、50D 缎面雪纺、30D 顺纤绉等，不少厂家均表示排队拿货，现款交易，价格多维持上周；涤塔夫中超细纤维涤塔夫成为一大亮点，该面料以 FDY20D 为原料，按 400T 规格在喷水织机上织造而成，市场走货较好；仿记忆面料在市场也成交表现较好，成交集中在 75D、100D 斜纹仿记忆，下游多用于风衣等；牛津布系列中，长丝牛津布需求较为强劲，下游采购多用于箱包等；双面绒系列中，一款超细纤维双面绒需求较为突出，该款锦涤纤维双面绒光泽柔和，质地柔软细腻，具有良好的吸湿和散湿性，去污力强，易洗涤，方便打理。根据它的特性，厂家可将它制作成浴袍、浴巾、毛巾、眼镜布等；桃皮绒、鹿皮绒等常规产品在市场买气一般，下游打样、试样，下单量不大，价格也多维持春节后报价。

从商务部盛泽指数可以看出，目前市场景气度继续回升，下游采购意向好于前期，厂家出货顺畅，库存进一步走低，现盛泽地区坯布库存在 25 天左右；厂家生产积极性较好，喷水、喷气织机开机率维持在 9 成左右。随着传统小旺季“金三银四”的到来，不少市场人士对后市行情看好，市场信心增强，后市轻薄型面料在市场需求或将进一步扩大，再加上上游原料价格小幅拉涨，预计下周面料市场成交将量价齐升。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格止跌反弹，收盘于 105.17 点，与上周相比上涨了 0.37 点。本周在中东地缘风险忧虑持续，且美国 EIA 原油库存意外下降等多方利好助力的提振下，国际原油期货价格呈现稳步攀升之势，至后半周略有承压，出现下降。截至周四，纽约原油 5 月期货收于 64.30 美元 / 桶；布伦特 5 月期货收于 68.91 美元 / 桶。PX 方面，本周 PX 市场行情呈现区间盘整，价格重心略有上调；亚洲 PX 价格涨至 936 美元 / 吨 FOB 韩国和 955 美元 / 吨 CFR 中国；欧洲 PX 涨至 856 美元 / 吨 FOB 鹿特丹。

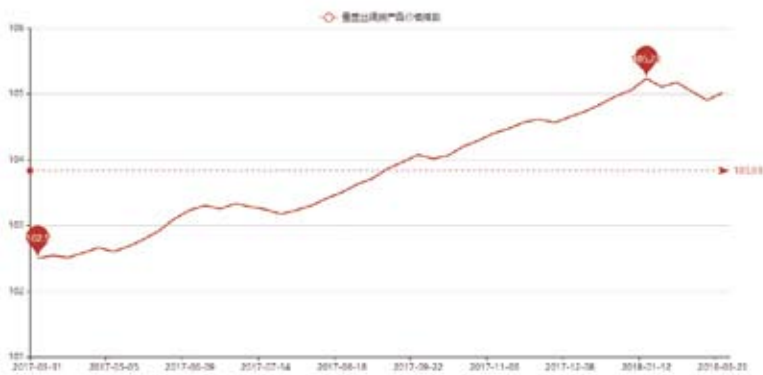
PTA 方面，在期货面走弱等因素的压制下，本周 PTA 现货市场行情偏弱运行，价格整体重心略有回落；其中内盘市场报价下行至 5640 ~ 5690 元 / 吨左右，成交商谈略降至 5610 ~ 5640 元 / 吨左右。本周，乙二醇市场行情波动较大，周一，乙二醇电子盘一度涨停，但随后在多重利空打压下，后劲不足；截至周五，其中内盘价格集中在 6920 ~ 6950 元 / 吨。

涤纶长丝方面，在国际油价持续发力以及乙二醇涨停等利好因素的提振下，本周涤纶长丝市场行情稳步攀升，价格重心不断走高；截至周五，其中 POY 150D/144F 主流厂家报价上涨至 8850 元 / 吨，较上周上涨了 150 元 / 吨；而 FDY 75D/36F 产品报价则上升 100 元 / 吨至 10200 元 / 吨。切片方面，本周江浙地区半光切片市场行情窄幅整理，部分工厂切片库存略高，下游采购气氛仍较为平淡；截至周五，主流厂家现款报盘价格集中在 7800 ~ 7900 元 / 吨，实单商谈价格在 7750 ~ 7800 元 / 吨（现款）或略偏下。

蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数也小幅上涨，收盘于 105.01 点，与上周相比上涨了 0.11 点。

图2 蚕茧丝绸类产品价格指数走势



由于下游需求良好，今年的纺企春节假期短于往年，年后生产企业开工率较高，因此纺织开工均有所提前。春节后缫丝企业产销率较高，销售顺畅。部分绸厂备货至 3 月底 4 月份，部分企业随用随买。近期成交率的下降较节前的下降而言，意味着厂丝在新茧季开始前的出货更为积极。对于纺织企业下游，春节过后规模绸厂绸缎产销率较上月又有明显提升、库存下降，其实春节过后部分绸缎品种价格已上调，说明市场接受度良好，需求良好。TA



指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：http://index.168tex.com/ 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通同行 做生意
扫描二维码 即刻下载纺织通APP



T 纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

纺织之光科技教育基金会是在1997年建立的“钱之光科技教育基金”基础上，2008年7月由中国纺织工业联合会为发起人，在民政部登记的社团法人。主要奖励为纺织行业科技进步做出突出贡献的单位和个人，以及纺织教育战线上的优秀教师和学生，支持开展重大纺织应用基础科学研究和科技成果推广项目。

截至2017年底，已表彰奖励纺织科技奖1273项、优秀教师和学生共计3674名、优秀教学成果奖1114项、针织内衣创新贡献奖91项、应用基础研究48项、科技成果推广128项、全国纺织行业技术能手175名、技能人才培养突出贡献奖16人及23家获奖单位。自1997年至今用于公益活动支出约7000万元，对促进纺织科技教育事业发展起到了积极的推动作用。

宗旨 推进纺织工业科技进步 人才成长和产业升级 建设现代化纺织强国



www.fzjjh.com

(上述内容及数据由纺织之光科技教育基金会提供)



“纺织之光”
科技推广云平台二维码



选择宏业 选择放心

国家功能性差别化纤维纱线产品开发基地

ISO9001质量管理体系ISO14001环境管理体系认证、CU有机棉认证、BCI会员企业
纯棉针织系列纱线连续被中国棉纺织行业协会和中国针织行业协会评为“用户信得过优等产品”

主打产品：

羊毛、羊绒、亚麻、绢丝等纯纺或混纺纱线。其中：毛类产品有羊毛、兔毛、羊绒、驼绒、牛绒等，可与天丝、木代尔、棉、腈纶、锦纶等各种高档、新型纤维（含中长纤维）任意比例混纺，纱支最细可纺到140 Nm；雪花纱、聚成纺（多彩花式纱）。

高档差别化纱线针织面料、高支高密针织面料、针织制衣。

高性能阻燃纱线、色纺（半精纺）纱线、高档牛仔OE纱、针织用OE纱。

营销承诺：

质量放心、交期放心、服务放心

企业文化：

“三老四严”的工作作风，勇于拼搏的敬业精神，做精、做专、做强的发展理念，顾客至上的服务意识

经营理念：

诚信、合作、互惠、共赢

我们秉承“以客户为中心”的服务理念，以“与客户共同创造价值”为宗旨，竭尽一切可能，真诚为您服务。

愿景：

打造民族知名品牌。

齐鲁宏业纺织集团有限公司

地址：山东省济南市商河县商中路26号 | 邮编：251600 | 网址：www.hongyegroup.cn | E-mail：qlhyjt@163.com
电话：0531-84880488 84817188 | 传真：0531-84880469、84888668