

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

2020.08.03 | 第28期 | 总第988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: 010-85229373
联系人: 李江敏



纺织服装周刊
TEXTILE APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

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: 刘嘉 010-85229892
● 广告热线: 万喆 010-85229013



中国纺织面料流行趋势发布秀

秀演企业

达利丝绸(浙江)有限公司
江苏青毛纺织股份有限公司
山东如意集团纺织染整有限公司

新嘉坡裕美服饰有限公司
绍兴市柯桥区康华家纺设计有限公司
绍兴市柯桥区金时家纺有限公司



P10

洞见新时尚、新设计、新商业

“2020中国纺织创新年会·设计峰会” 聚焦产业发展新生态

7月16-17日,作为“2020中国纺织创新年会·设计峰会”的系列活动,2021/2022秋冬中国纺织面料流行趋势发布秀在深圳市龙华区大浪时尚小镇举行。



定义未来·寻找引路人

庆祝《纺织服装周刊》创刊20周年

百页特刊 — 全彩100页 回顾往昔 启迪未来

“寻找引路人” — 探访20位行业领袖 指引方向

“强国同行力量” — 集结纺织强国征程20家优秀企业/单位

有奖征文 — “我和周刊的故事”有奖征文



微信二维码

活动热线: 010-85229892/85229379

有料才酷 为你而来

2020中国面料之星用户满意产品调查活动正式启动

“中国面料之星用户满意产品调查活动”已经连续举办9届，是目前行业里较权威、专业、高品质的面料调查活动。以不断满足市场需求为导向，旨在发现、表彰、推广优秀的面料企业，提升新产品竞争力，搭建产业上下游精准对接的专业服务平台。

2020年第十届“中国面料之星用户满意产品调查活动”，面向全国优秀面料企业征集产品，将对参选面料生态环保、科技含量、时尚趋势、工艺创新及市场潜力等方面重点关注。活动报名2020年8月25日截止并将于9月底中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会等行业联展期间举办发布仪式及系列延展活动。

指导单位：中国纺织工业联合会

主办单位：《纺织服装周刊》杂志社

独家冠名单位：长发国际时尚中心

支持单位：华源生态科技有限公司

参评面料邮寄地址：

雷蕾(收) 13810445890

北京市东城区东四西大街46号后楼210《纺织服装周刊》杂志社

备注：因收件场所限制，企业请优先发EMS，其次顺丰，邮寄参评面料谢绝到付，如有到付将不予接收。

参评表申请、系列活动参与、商务合作咨询：

“中国面料之星系列活动”组委会

赵国玲 15068579525/13521507499

详情关注纺织服装周刊官方网站首页

WWW.TAWEEKLY.COM



周刊二维码

关注纺织服装周刊公众号，了解更多

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 翟燕驹

社长 钱晋
常务副社长兼总编辑 徐峰
副社长 刘萍
副总编辑 葛江霞 刘嘉
社长助理 张尚南 赵学君
高级顾问 胡晓玉 赵媛媛

总编助理 万晗 袁春妹

采编中心

主编 郭春花
主笔 郝杰
副主编 徐长杰 徐瑶
墨影
副主任 董笑妍
编辑/记者 李亚静 陶红
余辉 武筱婷
廖小萱 夏小云
徐晶鑫
美编 郭森
资深摄影 关云鹤

新媒体部

主任助理 李江敏
美编 李举鼎

浙江运营中心

总监 赵玲玲
副总监 赵国玲
主任助理 邹莹颖
记者 王利 张颖

热线电话

总编室: 010-85229892 新闻热线: 010-85229379
发行热线: 010-85229023 传真: 010-85229422

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

广告发布登记许可号: 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: 北京市东城区东四西大街46号院(100010)

定价: 每期人民币12元

欧洲合作媒体: [textile.com](#)

印度合作媒体: [Inside Fashion](#)

日本合作媒体: [纤维News](#)

台湾合作媒体: [纺织时报](#)

承印: 北京中科印刷有限公司

法律顾问: 大成律师事务所

全球纺织业新常态

新冠疫情按下了全球产业链反思与重塑的快速键,全球纺织产业随之步入“新常态”。这半年来,中国纺织品服装在国际市场上交出了怎样的答卷,纺织服装企业微观感受又如何?我们又该如何把握这一新常态?

从纺织品服装出口情况来看,有喜有忧,虽逆势增长但压力仍然较大。中国纺联产业经济研究院7月发布的数据显示,在口罩、防护服等相关防疫物资出口大幅提升的带动下,我国纺织品服装出口实现年内首次正增长。2020年1-6月,我国出口纺织品服装1251.9亿美元,同比增长3.2%,增速较上年同期增加5.6个百分点。尽管如此,同样受疫情影响,国际市场整体消费信心持续下降、消费能力下滑明显,对服装等传统消费品的市场需求低迷。也使得今年以来,我国服装类产品出口持续走低。

再从纺织服装企业的微观角度来看,这半年来,企业在内外需市场均受到较大影响,面临挑战。就出口市场而言,自4月中下旬开始,中国纺织服装企业普遍面临海外客户取消订单、要求暂缓交货、打折支付货款等情况。由于目前国外疫情防控形势始终未明显好转,市场需求未能有效改善,中国纺织企业获取新的出口订单难度持续加大,出口规模也出现缩减。

日前,国际纺联副主席、中国纺联会长孙瑞哲在接受国际纺联采访时表示,中国企业面临着三大挑战:发展前景不确定性持续不减;国际纺织服装供应链存在断链、失衡的局面,重塑难度加大;国内外市场需求严重不足,复苏有待时日。

放眼全球纺织产业链,新冠疫情、地缘冲突、气候变化等重大风险点相互激荡,暴露了全球纺织工业对意料之外的供需冲击的脆弱性。品牌/零售商和生产商都意识到必须考虑此类事件的成本,进而调整采购和生产战略,以减少此类意外事件带来的风险。

在7月24日召开的国际纺织制造商联合会董事会视频会议上,与会代表纷纷认为:未来的供应链将不再具有集中性,而是更具区域性。因此,供应链将不再倾向于最优配置,但要更坚固,也更昂贵。

此外,在疫情大流行期间,数字工具和解决方案在消费者和生产商层面的应用得到了提升,大规模定制将发挥更大的作用。因此,未来的纺织供应链将更受需求驱动,这将要求品牌/零售商和生产商互动更加灵活,合作更加紧密和透明。同时,消费者也更加意识到全球供应链中断带来的经济和社会后果,加上气候变化带来的挑战,可持续性在环境和社会问题上的重要性也将越来越大。

在全球纺织产业新常态下,企业的个体经营状况很大程度取决于自身的策略、运营能力和竞争力。正如孙瑞哲所指出的,一些具有核心竞争优势的企业,把握住了疫情防控形势好转后的恢复期,甚至在疫情中就找到了新的市场空间,完全可能领先于宏观经济形势开始向好回升。

风物长宜放眼量,人们对于纺织服装产品的需求将会随着形势好转而逐渐恢复到正常水平,这是全球纺织服装产业发展最根本的影响因素。面对危机,世界纺织服装行业长期向好的总体趋势不会改变,全球深化合作的历史潮流不会改变。

CONTENTS



8 关注 ATTENTION

智造时尚 链动未来

山东绮丽·创谷服装文化创意产业园打造区域时尚新标杆

自新冠疫情爆发以来,针对防护服短缺的严峻形势,方圣时尚科技集团不仅专门立项成立现代化医疗公司,专业生产研发、销售医用、民用卫生防护用品,还依托集团成熟的生产能力和产业链优势,投入600万元改造生产线和升级改造无菌车间,快速转产防护服,充分表现出了一个纺织服装企业应有的责任担当。



10 特别报道 SPECIAL

洞见新时尚、新设计、新商业

“2020中国纺织创新年会·设计峰会”聚焦产业发展新生态

7月15—17日,首届大湾区国际纺织服装服饰博览会登陆深圳。这一现象级联合展会带来的不仅是企业间的商贸交流,还有上到产业发展路径探索、下到企业发展理念展示的丰富活动内容同期呈现,其中就有“2020中国纺织创新年会·设计峰会”、“2020中国服装论坛·大湾区峰会”、“可持续发展专区”、“2020中国可持续时尚周深圳季”、德州恒丰集团联合展团等,展现行业发展全貌,启迪未来之路。

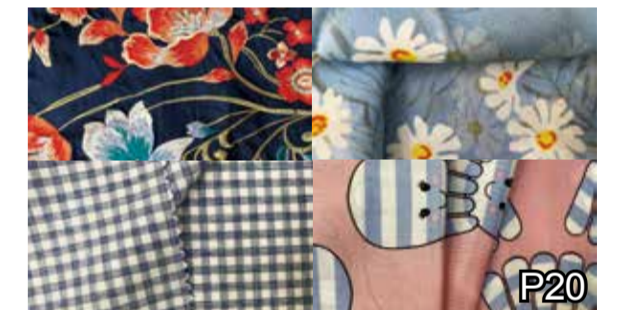
6 资讯 INFOS

满足国际防疫需求,实现出口逆势增长
德州华源:升级产品服务理念,亮相大湾区面料展



16 柯桥·中国轻纺城专版

引领国际纺都,演绎时尚“布凡”
“布”满全球脚步不停,产业互联信心不减
“纺城云商”计划发布,开启线上拓市新篇章



20 面料 INDUSTRY

有料才酷 为你而来



22 一线 FRONTLINE

时尚梦工厂,探索制造企业变革
金昌宇恒:优势产品开路,打造国际知名品牌

26 指数 INDEX

夏日淡季营销平淡 价格小幅下跌

满足国际防疫需求，实现出口逆势增长

中国纺联产业经济研究院_陈小倩 / 文

2020年以来，随着新冠肺炎疫情在全球的扩散及其影响加重，全球经济不断下滑，国际贸易和投资大幅缩减，我国出口贸易也下滑明显。根据海关数据显示，2020年1—6月，我国出口贸易额达10987.5亿美元，同比下降6.2%。

但面对疫情，作为防疫物资生产大国，我国口罩、防护服等重点医疗物资生产能力快速恢复，在全力保障国内疫情防控所需的同时，也为全球疫情防控送去来自中国制造的出口支援。在口罩、防护服等相关防疫物资出口大幅提升的带动下，我国纺织品服装出口实现年内首次正增长。据我国海关快报数据显示，1—6月，我国出口纺织品服装1251.9亿美元，同比增长3.2%，增速较上年同期增加5.6个百分点。

全球疫情之下，凸显中国担当

据《抗击新冠肺炎疫情的中国行动》白皮书数据，3月1日至5月31日，我国向全球200个国家和地区出口口罩706亿只。

从出口重点市场来看，目前，欧盟、美国、日本

对我国口罩等防疫物资进口依赖度明显提升。据欧盟统计局数据显示，2020年1—4月，欧盟27国从我国进口口罩47.6亿欧元，同比增长11.8倍；据美国海关、日本财务省数据资料显示，2020年1—5月，美国、日本分别从我国进口口罩55.9亿美元、2678.4亿日元，分别同比增长4.7倍、1.6倍，我国占美国、日本口罩进口市场份额分别为89.2%和93.9%。

服装出口需求低迷，未改下滑势头

尽管纺织品在口罩等相关防疫物资出口激增的带动下，出口增长较快，但受疫情影响，国际市场整体消费信心持续下降、消费能力下滑明显，对服装等传统消费品的市场需求低迷。也使得今年以来，我国服装类产品出口持续走低。据海关数据，2020年1—6月，我国服装出口额达510.8亿美元，同比下降19.4%，下降势头仍旧延续。

我国服装产品重点出口市场全线下滑。2020年1—5月，我国对美国服装出口同比下降34.49%，对欧盟出口下降17.06%，对日本出口下降9.28%，对一带一路沿线国家的出口也下降20.27%。

未来防疫物资出口增速或回调

预计口罩、防护服等防疫产品在未来一段时间内出口增速或将回调。

以欧盟为例，今年3月份，受疫情蔓延影响，欧盟为确保有充足的口罩等个人防护用品供应，发布了相关出口禁令。5月26日，欧盟正式取消对个人防护用品出口禁令。这给中国释放了相关信号——欧盟对口罩等防疫物资的需求量在逐步下降。据此，以欧盟为主要市场的防疫物资生产企业或需适当降低产能，相关防疫物资出口企业需进一步关注欧盟市场需求走势，做好应对准备。

与此同时，服装类产品的国际市场消费十分低迷，未来我国服装类商品出口压力仍然较大。

据统计，1—5月，美国服装服饰零售额同比下降47.8%；欧盟5月纺织服装零售额同比下降27.1%。

整体来看，年内我国纺织品服装整体出口压力仍然较大。

德州华源：升级产品服务理念，亮相大湾区面辅料展

本刊记者_万晗



德州华源在展会上备受关注。

7月15—17日，大湾区国际纺织面料及辅料博览会在深圳举办，作为后疫情时代一场效率与效益并存的“及时雨”，展会为整个行业和市场释放出积极信号。其中，德州华源生态科技有限公司用差异化的产品、升级版的精准服务、快速的市场反应能力成为了本届展会上备受关注的纱线供应商之一，其展位吸引了行业领导、知名设计师、新兴品牌负责人等大量参观者前来。

差异化精品精准对接市场需求

德州华源作为国内知名的差异化纱线精品基地，

近年来以“不走寻常路”的产品思路为引领，开发出了备受市场认可的多样化产品系列。本届展会上，德州华源特别推出了手感滑爽、悬垂性好、性价比高的卡摩纺高支Modal纱线；色彩丰富、色牢度高的兰精Modal color系列纱线产品；而Eco Magic纤维素系列纱线则以低碳环保、快速反应的产品理念，满足了消费者对于可持续理念的需求。

受疫情影响，市场对于健康纺织品的需求大幅增长，德州华源还带来了二醋酸系列、海藻纤维系列、超级抗菌系列、植物染系列、美肤绒系列、再生涤系列、可降解涤纶等多种健康概念的差异化纤维产品。德州华源常务副总经理李玉斌介绍说：“我们希望通过本届展会找到更多重研发、求创新、可以联合产业链做开发的客户。”

创新驱动产品升级，量化供应保证服务

企业只有把握行业需求大势，不断提升产品才能赢得市场。德州华源在保证产品差异化的基础上，

研判时尚走势，重点打造了升级版产品系列，赢得市场好评。

李玉斌告诉记者：“受疫情影响，客户增加了很多衍生需求，要求我们不断做好技术升级和产品升级。本次展出的很多产品都是我们的升级产品，避开了常规竞争，采用高支、环保等材料提升产品的附加值和竞争力。比如我们推出的木代尔TOP纱线系列，其优点一是无斑点纱线具有长丝般的滑爽和布面效果，二是木代尔臻柔系列具有羊绒般的手感，此外还有更加环保的木代尔pure系列。”

与往年大量以一对一的定制开发不同，今年德州华源更加重视量化储备供应。李玉斌介绍：“通过采用‘订单+备货模式’，德州华源充分对接品牌需求，围绕用户偏好，对差异化产品进行系列化、批量化处理，从而提升了德州华源的快速反应能力，保证了在市场低迷情况下，研发生产销售的高度协同。”

对于参加本届展会，李玉斌说：“具有功能性的纱线产品大受欢迎，也验证了我们前期的判断，德州华源的多个产品供不应求。未来我们会继续关注国内市场的变化趋势，守正创新，寻找志同道合的产业链合作企业，围绕创新产品的流行趋势，紧抓纱线产品的时尚度，去除主观理念，深挖客户需求，不断研发更多更畅销的纱线产品。”



国家先进功能纤维创新中心
National Advanced Functional Fiber Innovation Center





园区深度行

园区档案

名称：山东绮丽·创谷服装文化创意产业园

区域：山东省莒县

建设时间：2016年

特色：站在时尚浪潮之巅，
打造区域时尚产业集群



绮丽·创谷服装文化创意产业园非常注重设计与研发服务，并一直整合设计师、设计平台资源，以便更好地为入驻品牌提供设计服务。

智造时尚 链动未来

山东绮丽·创谷服装文化创意产业园打造区域时尚新标杆

本刊记者_吕杨

近日，中国纺织工业企业管理协会副会长王进军一行来到山东绮丽·创谷服装文化创意产业园考察。走进园区，山东凯文国际时装有限公司往日热闹的女装生产线上正在紧锣密鼓地生产着防护服。其实早在今年2月，方圣时尚科技集团旗下山东凯文国际时装有限公司就被央视各频道相继报道，聚焦其复工复产转产防护服情况。

自新冠疫情爆发以来，针对防护服短缺的严峻形势，方圣时尚科技集团不仅专门立项成立现代化医疗公司，专业生产研发、销售医用、民用卫生防护用品，还依托集团成熟的生产能力和产业链优势，投入600万元改造生产线和升级改造无菌车间，快速转产防护服，充分表现出了一个纺织服装企业应有的责任担当。

王进军表示：“在当前的环境下，纺织服装产业作为市场化程度较高的产业，也促成其在各细分领域有着较高的产业集聚。产业园区作为产业集聚的承载者，它的每一次创新实践都是纺织服装产业结构调整及转型升级的具体体现。在数字化、智能化日益发展的今天，产业园区的功能和价值也被重新定位，山东绮丽·创谷服装文化创意产业园正是带着这样的思考，在不断地前行着。”

“聚合+孵化”打造时尚新平台

莒县历史悠久，曾是春秋时期莒国都城所在地，“勿忘在莒”的典故就出于此。莒文化与齐文化、鲁文化并称山东三大文化。建立产业园是提升城市文化软实力的有效途径，对文化、产业、区域经济的推动有重大意义。绮丽·创谷服装文化创意产业园作为齐鲁文化时尚创意平台，以齐鲁时尚产业链为实战基础，汇聚时尚产品研发精英，整合政府、企业、高校、协会、市场等各方资源，以吸引自主品牌创造和企业孵化为发展目标，以提供产品设计、技术创新、品牌营销、电子商务等多功能服务为纽带，打造集创意、艺术、文化、展示、旅游、体验、加工生产于一体的中国自主服装品牌文化创意平台。

该项目由方圣时尚科技集团旗下北京东方绮丽服装服饰有限责任公司投资建设，与山东省日照市莒县人民政府共同合作。园区总规划建设面积30余万平方米，占地约400亩，总投资达12.3亿元。项目一期主要为产业配套设施建设，依托服装时尚产业，以品牌建设、文化创意、时尚培训、互联网+、高科技、新兴

旅游为核心，集总部基地、智能物流、智能制造、商业配套、文化传播、招商引资于一体。目前，园区已被列为山东省新旧动能转换重点项目、山东省重点文化产业扶持项目。

园区二期则是打造“时尚培训产业、时尚设计产业、文化创意产业、智能物流产业、智能制造产业、旅游产业”六位一体的时尚文化创意产业集群。董事长王涛表示：园区注重高端技术研发中心的打造，引进国际化人才，以设计和品牌为核心力量，以创新为第一动力，打造区域设计中心，带动整个区域时尚设计水平的提升，争做时尚文化产业的引领者。

2018年3月，山东凯文国际时装有限公司绮丽·创谷服装文化创意产业园荣获“2017年中国纺织服装行业十大产业园区”；2018年11月荣获“全国纺织产业转移试点园区”称号。未来，公司将进一步加大品牌建设力度，实现“集团品牌化、品牌集团化”，为中国服装产业转型升级和建设时尚品牌强国贡献自己的力量。

“莒县位于山东省东南、日照市西部。东临日照东港区、五莲县，西界沂水县、沂南县，北接诸城市，南毗莒南县。莒县历史悠久，是千年古县、省级历史文化名城、文化强省建设先进县。境内有火车站，距日照机场仅1个小时车程，距日照港仅1.5小时车程，交通物流便捷，高速公路通达率很高，适合投资或企业落户。”山东莒县经济开发区管委会副主任朱新鹏对园区未来的发展充满信心。



“在危机中，活下去是关键，而能够活下去的重要出路就是模式创新，包括业务模式、商业模式、运营管理模式以及工作模式创新。”

——方圣时尚科技集团董事长王涛



“设计+研发”解决产业痛点

山东作为全国纺织服装大省，拥有纺纱、织造、服装、产业用、家纺、印染、化纤、纺机等纺织产业链上所有细分产业门类的完整产业链。但众所周知，山东省产业链的聚合程度不够、终端产品的品牌效应缺乏一直是行业的痛点和努力方向，也是绮丽·创谷服装文化创意产业园建立的初衷。

王涛向记者表示：“山东纺织业在塑造纺织大省的同时也在向服装大省迈进，需要越来越多的人站出来，这样才能带动或者影响整个产业朝着品牌大省的方向去发展，从而带动产业的快速转型。现在山东的服装产业面临着产业链需要打通、设计研发需要顺利落地、生产配套需要高效匹配的新局面，这不仅是很多企业的痛点，更是全行业的痛点。我们希望以设计和技术研发为核心价值，在此基础上提供完整供应链的智能制造、智能物流服务，实现高端女装等品牌的一站式服务。”

据王涛介绍，方圣时尚集团旗下拥有皮尔·卡丹等特色服装品牌，目前在全国共有近600家专卖店，公司门店主要分布在全国一、二、三线城市主要核心商场及经济繁华区地铺。

在王涛的园区规划中，产业园内的设计与研发服务是重中之重，因此绮丽·创谷一直在马不停蹄地整合设计师、设计平台资源，将来为更多入驻的品牌提供设计服务，同时与山东以及全国的专业院校建立产学研合作关系，定向培养行业优秀设计人才、品牌人才等。

“我认为人才引进很重要，更重要的是培养，未来绮丽·创谷不仅要孵化人才，让他们根植于这片产业，更要孵化品牌，成为高端女装的一站式服务基地，为有理想但缺乏支撑的创业者和品牌企业提供最优质的资源及服务，从服务转向孵化，帮助他们实现各自的品牌梦。”王涛说。

据了解，绮丽·创谷设有研发中心及技术中心。研发中心以吸引自主品牌创造和品牌孵化为发展目标，提供产品设计、技术创新、品牌营销、电子商务等多功能服务，打造一个研发、加工生产于一体的中国自主服装品牌文化创意平台；技术中心设有完善的CAD服装设计系统，拥有国际标准化服装生产流水线84条，年产各类服装1000余万件（套），是国内外著名服装品牌的OEM、ODM战略合作伙伴的最佳选择。

“责任+担当”阻击疫情兼济天下

今年年初，和很多忙碌了一年的企业老板一样，王涛安排好的春节假期因为疫情被打乱了。国内疫情爆发后，他迅速改变计划，一边紧急安排从国外采购防疫物资支援抗疫一线，一边安排企业复工复产转产。针对国内防护服短缺的严峻形势，王涛带领集团各公司快速反应，不仅专门立项成立山东方圣医疗器械科技有限公司，专业生产研发、生产、销售医用、民用卫生防护用品，还依托集团成熟的生产能力和产业链优势，投资600万元改造6条生产线，快速转产防护服，表现了出了企业担当。2月13日，国务院应对新冠肺炎疫情

疫情联防联控机制医疗物资保障组向各省、自治区、直辖市及计划单列市工业和信息化主管部门下发《关于请保障隔离衣、手术衣生产企业复工复产的通知》，要求抓紧组织本地区隔离衣、手术衣企业尽快复工复产。在列出的10家隔离衣重点企业名单中，方圣时尚科技集团旗下山东凯文国际时装有限公司名列其中。央视《新闻联播》、《新闻天下》纷纷报道北京方圣时尚科技集团及旗下山东凯文国际时装有限公司转产增产防护服的新闻，引起了社会广泛关注。

这次疫情导致的重大外部危机和十多年前的非典一样，其影响极其严重。面对巨大的不确定性，也许很多企业无所适从，方圣却在危机中探索出了实现增长的行动方案。

“在困难时期对企业来说，首当其冲的是社会责任。”王涛说，直到2月28日，方圣集团才发出第一批防护服市场订单，之前生产的全部捐赠了。3月初，一部分生产线开始转产时装，没多久，3月中旬国际疫情爆发后又转而生产防疫物资。

企业需要认真研判疫情对经济与产业的直接影响，研判资本市场、消费需求、进出口状况等变化，进行适当的战略决策、生产经营调整、人力资源、资本策略等应对，消除或降低疫情危机所带来的威胁和损失，先生存后发展。

如今，在园区内的山东凯文国际时装有限公司里，往日热闹的女装生产线上依旧在紧锣密鼓地生产着防护服。

王涛深信：“在危机中，活下去是关键，而能够活下去的重要出路就是模式创新，包括业务模式、商业模式、运营管理模式以及工作模式创新。”

“智能+制造”数据驱动创造可量化价值

园区通过汇聚产业要素资源，推动产业链与供应链升级的脚步从未停歇。未来，园区将联手数制科技，建立“凯文智创工厂”，以数据采集、数据监控/预警、数据应用的全流程数据驱动智慧工厂，在提升园区核心价值及政府影响力的同时，更符合国家“新基建”政策方向，利用提升企业数字化智能化能力达到降本增效的完美局面。

据了解，数制科技是一家专注纺织的智能制造服务商。通过云计算、大数据、物联网、人工智能等技术，赋能纺织企业管理与生产过程数据的智能化应用，帮助企业提高效率，降低成本，创造可量化的价值，实现以数据实时驱动企业生产运营与决策。

数制科技CEO王江表示，生产端的效率提升和降本增效依赖于数字化的精细管理，对执行层数据全面、准确、实时的采集和存储，基于大数据和人工智能的深度分析和优化，中台层将成为行业新的管理基石，软硬件结合、质优价廉的一站式解决方案才是未来产业互联网发展的方向。“此次与园区的深度合作，是基于云计算+AI人工智能+5G技术，提升生产过程反馈、执行的实时性，帮助企业以技术赋能提升工厂生产效率；结合智能硬件的软硬融合方案，提升信息化落地效率，形成企业数字资产积累，构建数字化决策体系，逐渐降低对人为经验的依赖；同时和小米合作打造标签识别、工业手机等智能硬件，降低企业成本，加速形成生产信息流环路。一期将以大数据管理中心为主，裁床、吊挂等硬件设备复用建设，结合其他设备联动调试，搭建初步的服装智能工厂雏形；二期建设全流程追溯、智能排产智能应用，完成数字化及智能化，建设为相对成熟的服装智能化工厂，打造智能化园区标杆。”

山东省莒县人民政府副县长尹进华也表示：“中国经济进入转型期，纺织服装行业也面临转型。以文化为底蕴，以产业为基础，以转型为契机的大背景下，莒县各级政府将提供更加高效的服务，创造更加宽松的营商环境，为园区的发展做出更大贡献。该项目不仅仅是山东绮丽·创谷服装文化创意产业园的一次再发展，更是对服装产业与区域经济的一次拉动。”

7月15—17日，首届大湾区国际纺织服装服饰博览会登陆深圳。这一现象级联合展会带来的不仅是企业间的商贸交流，还有上到产业发展路径探索、下到企业发展理念展示的丰富活动内容同期呈现，其中就有“2020中国纺织创新年会·设计峰会”、“2020中国服装论坛·大湾区峰会”、“可持续发展专区”、“2020中国可持续时尚周深圳季”、德州恒丰集团联合展团等，展现行业发展全貌，启迪未来之路。



本届设计峰会展开了对产业发展“新时尚”、产品创意“新设计”、产业振兴“新商业”的探讨与交流。

洞见新时尚、新设计、新商业

“2020中国纺织创新年会·设计峰会”聚焦产业发展新生态

本刊记者_邬莹颖 通讯员_覃晓

2020年已过半，伴随着我国疫情防控取得战略成果，生产秩序基本恢复，内需市场逐步回暖，产业主要经济指标出现边际改善。然而，行业发展依然面临诸多严峻挑战。创新求变、适者生存，成为企业积累发展资本、创造竞争优势的“标配”动作。惟有理清发展趋势，找对路径，才能与外部的不确定性展开智慧博弈，获得发展的确定性。

7月16—17日，“新时尚·新设计·新商业——2020中国纺织创新年会·设计峰会”于深圳市龙华区大浪时尚小镇举行。设计峰会以主题大会、先锋论坛、趋势发布、专题研修、创意对接、时尚考察等多元化活动，围绕会议主题展开了对产业发展“新时尚”、产品创意“新设计”、产业振兴“新商业”的探讨与交流。

本届设计峰会由中国纺织工业联合会、深圳市龙华区人民政府主办，中国纺织信息中心、中国服装协会、国家纺织产品开发中心、深圳大浪时尚小镇建设管理中心联合承办。

解读新语境之下的产业新生态

本届峰会期间，主题大会及先锋论坛以宏观局势、顶层规划及专业践行的视角，展望了中国时尚产业的发展趋势与创新路径。

主题大会上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，深圳市龙华区委常委、常务副区长张纳沙等领导在对大浪时尚小镇的高速发展及其世界级时尚产业集群的目标定位给予高度评价的同时，还就当前国家及行业创新设计政策、产业发展趋势等内容进行了解读。主题大会由中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏主持。

“新时代之下，新时尚呈现出从生活到生产的逆向串联、从消耗到绿色的加速转变、从个体到群体的深度融合的突出特征；新设计体现出设计是生产力、设计的质朴性和设计的协同性等突出特征；新商业则呈现出从O2O到OAO、从店铺驱动到数据驱动、从业内零售到去边界零售的突出特征。”孙瑞哲在“新时尚·新设计·新商业——中国纺织服装产业发展的新生态”主旨报告中，对新时尚、新设计、新商业在纺织服装产业语境中所呈现的新特征进行了深度阐释，同时，剖析了当下与未来产业发展需要重点把握的四个关系。

他强调，基于产业出现的新特征，需要运用全球化的视野，扎根中国本土消费市场，理清发展趋势，制定针对性、关联性的发展策略，重点把握好四个内在的发展关系，即分与合——分工与协同的关系、旧与新——传承与超越的关系、轻与重——工具与目标的关系、利与义——发展与责任的关系。

张纳沙则指出，大浪时尚小镇作为深圳市龙华区六大重点片区之一，累计完成投资超百亿元，引进品牌企业500多家，先后荣获“全国时尚服饰产业知名品牌示范区”等5项国家级荣誉，是深圳市的一张绚丽名片，是中国服装行业发展的一面旗帜。未来，小镇将以建设世界级时尚产业集群为目标，突出创意设计能力，着力打造“两区三中心”，即时尚企业总部集聚区、时尚创意人才集聚区、时尚创新中心、时尚发布中心和时尚消费中心。

大会还特邀了深圳市服装行业协会会长潘明，杭州万事利丝绸文化股份有限公司董事长李建华，杭州意丰服饰有限公司董事长、伊芙丽品牌创始人钱晓韵分别从产业链的不同视角畅谈疫情影响之下优化中国时尚产业生态体系的路径和方法。在先锋论坛中，还邀请了国内外知名技术创新企业、设计创意机构、品牌代表，从“价值驱动力、绿色竞争力、数字增长力”三大议题切入，关注文化自信回归与消费品质提升，聚焦可持续新时尚与设计发展范式，探讨万物互联商贸与智慧时尚融合。

大力推动行业工业设计发展

主题大会上还举行了2020中国纺织行业工业设计中心授牌仪式、2018首批行业工业设计中心复核企业授牌仪式，通过评定及复核的28家行业工业设计中心/设计企业获得殊荣。

“中国纺织工业作为国际比较分析中居世界领先的制造业，提高行业整体工业设计水平与设计竞争力已成为当前紧迫的任务。”在同期举行的“2020年工业设计与知识产权保护专题研修班”上，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指出了促进纺织产业工业设计发展的必要性，并强调在“科技、时尚、绿色”价值导向的中国纺织产业高质量发展过程中，工业设计必将成为纺织强国建设不可或缺的重要支撑。

此外，来自中国纺织信息中心、中国流行色协会、深圳市创意设计知识产权促进会以及2018-2020年中国纺织行业工业设计中心的专家与企业代表，在研修班上围绕纺织服装工业设计发展的引导思想、思维模式、创新实践，以及基于知识产权法律的原创保护等议题，就如何构建行业工业设计的竞争力体系展开了分享与探讨。

智能，创造无限可能

主题大会的“时尚产业人工智能创新研究成果展示”环节中，短短不到5分钟的视频展示了中国纺织信息中心与大浪时尚小镇建设管理中心合作共建“粤港澳大湾区时尚产业人工智能创新研究院”的智慧成果，同时也展示了人工智能、虚拟现实、大数据等信息技术为时尚产业未来创造的无限可能。

据了解，该项目自2019年开展，按照时尚产业价值链的构成，从智慧时尚预测、智慧时尚设计、智慧时尚发布和智慧时尚营销等维度，开展了一系列的人工智能创新应用研究，经过一年的努力取得了一定的成果。

产业互联，共克时艰

7月16日，2020第三次国家纺织产品开发基地成员日活动在深圳市龙华区大浪时尚小镇举行，国家纺织产品开发中心主任李斌红带领70余名基地企业高层管理人员、产品开发人员及设计人员参加了此次活动。活动以参观、交流的形式，对梵思诺集团、INPARK时尚文化产业园和爱特爱集团进行实地走访，通过产业链上下游深度沟通交流，捕捉品牌设计需求，

在新设计、新技术、新资源和新商机维度拓展融合创新模式。

“即便疫情的肆虐使得2020年极为艰难，但我们始终坚信纺织行业不仅能够凭借出色的创造力和创新力渡过危机，甚至还会变得更加强大。”在同日举行的“丝路柯桥·布满全球”——走进深圳中国流行面料产品与深圳服装品牌精准对接会上，中国纺织信息中心副主任李波说。本次活动集结了来自浙江绍兴柯桥等地的40余家优秀面料企业和近百家深圳、虎门服装品牌企业及服装设计师进行点对点、面对面的专场对接，会上同时还举行了“产业互联·共克时艰”启动仪式。

深圳市龙华区大浪时尚小镇党委副书记、大浪时尚小镇建设管理中心主任曹宇昕在会上指出，本次对接会搭建了一个柯桥纺织面料企业与深圳服装品牌无缝对接的高效平台，未来两大纺织产业集群将更加密切地合作，将协同创新推向纵深，实现合作共赢。

中国轻纺城党工委副书记、轻纺城建管委副主任钱苗娣则表示，绍兴与深圳两地在提升发展纺织和创意产业等各方面的合作有着广泛的基础和巨大的潜力，此次的对接交流，将为两地的纺织服装和创意企业的合作与发展提供更多机会。

潮流气象定格时尚瞬间

作为此次峰会系列化活动的重磅环节，2021/2022秋冬中国纺织面料流行趋势发布秀以趋势核心概念“蓄势”为引领，以“轻行世界”、“原生空间”、“愈幻乐园”、“智玩国度”四大主题华美呈现了一幅未来秋冬时尚季简约、积极、智能、环保的潮流画像。

此次发布秀，所选用面料来自达利丝绸（浙江）有限公司、江苏丹毛纺织股份有限公司、山东如意毛纺服装集团股份有限公司等10家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及中国流行面料入围企业。在中国纺织面料流行趋势系统化专业研究成果的指引下，面料从图案色彩、肌理质地、风格工艺、功能特色、可持续特性等多个维度充分诠释了未来秋冬流行趋势。

优秀纺织企业与著名服装设计师武学凯、安博、李坤、张阿妮、顾林、苏醒在流行趋势引导下的强强联合，带来了一场前瞻中国时尚产业明年秋冬发展方向的饕餮盛宴。



2020 中国服装论坛·大湾区峰会现场。

揭示服装行业的风口机遇

“2020 中国服装论坛·大湾区峰会”打造中国的世界品牌

本刊记者_董笑妍 李亚静

新竞争已经悄然打响，谁能从中脱颖而出？至关重要的“品牌力”如何打造？中国服装品牌又该如何将重点从战术转移至战略，让品牌力成为推动企业永续发展的核心力？7月15日，在中国经济的未来焦点——粤港澳大湾区，“2020 中国服装论坛·大湾区峰会”以“创建中国的世界级品牌”为主旨，集结尖峰智慧，深剖品牌之力。

本次峰会由中国服装协会主办，北京盛世嘉年国际文化发展有限公司承办，深圳前海衣桥实业有限公司联合承办，粤港澳大湾区时尚产业联合会（香港）、深圳市时尚设计师协会支持。出席活动的领导和嘉宾有：中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏，中服协秘书长焦培，中服协副会长、深圳歌力思服饰股份有限公司董事长夏国新，中服协副会长、艺之卉时尚集团董事长周胜，以及地方有关领导、企业家及媒体代表。

把握时代资源，中国服装品牌在此腾飞

当今中国服装市场拥有“天时、地利、人和”，全球经济环境、国家政策支持、市场发展需求、行业基础储备，无不指向世界品牌的诞生。但知道不等于掌控，看到不等于用到，如何充分调动政策、经济、城市、时尚资源，为冲击全球市场储能，要看品牌的战略眼界与实际能力。

会上，陈大鹏在开幕词中首先就新一轮的科技革命和产业革命、中国走向强盛的趋势以及全球人类文明的创新这三大当下百年未有之变局的体现进行了诠释，同时，围绕“创建中国的世界级品牌”主题分享了在当下历史进程中，纺织服装产业的三大重要特点：首先是持续旺盛的创新能力，正在不断改变着产业的形态；其次是文化创造力全面提升，蕴藏着特有的精神价值与文化意识，赋予了产业全新的内涵；第三是中国服装产业要对全球服装产业的商业文明创新作出贡献，作为已经占据全球服装产量一半的国家，中国在新的发展时期必定、必须要成为全球服装产业责任发展、可持续发展的坚定推动者和践行者。

陈大鹏谈到，未来在于我们的选择和行动，也在于不是能真正拥抱新技术、新消费、新组织的变革，与时俱进超越原有的增长模式和管理模式，以文化自信和历史自觉担当起产业报国的责任和使命。不忘本来，吸纳外来，构建未来，在这样一个非常特殊的历史背景下，共同为中国诞生世界级服装品牌群体、文化创造力产业的升级发展、强国建设共同努力。

看懂了消费者，你就看懂了自己的品牌

打造世界级品牌并非一味追求国际化语境，中国服装产业也有着基于本土市场的自身发展特征，消费者需求才是品牌赖以生存的根基。中国服装产业发展的扁平化，已经到了需要品牌零距离“临摹”消费者的程度，用设计感受生活，多维度切入市场，看懂了消费者你就看懂了自己的品牌。

峰会的“主题对话”环节中，多位行业先锋人士围坐一堂，以自身多年经验为蓝本，聚焦“创意开源化：用设计感受生活”和“消费多元化：创造消费与生活的切面”主题，展开充分对话，让在座嘉宾从中汲取到宝贵经验。

在“创意开源化：用设计感受生活”主题对话中，5位嘉宾围绕创意多元化以及设计与生活的关系等话题展开对话。

生活在左品牌创始人林栖认为，针对未来趋势，小众品牌将会是领跑者，将会影响整个时代。而如何能够让品牌呈现独特性或是让每个用户通过品牌呈现自身魅力，中国品牌还在摸索中。

对于设计的开源化，W.RONG 品牌创始人王长荣认为，未来需求一定不是统一的标准化，因此作为新一批设计师，怎样从新角度去设计和定位，才是最值得思考的。

谈到原创及联名的现象，Vmajor 品牌创始人兼设计师朱威特表示，首先做好自己最原创的设计，至于风格，规划这些其实更偏向于媒体导向；关于联名首先要搞清楚大家的初衷都是想打造最优化的效果，手段可以用，但是要品牌的内核愿景，只有这样才不会“雷声大雨点小”。

在谈到审美多元化时，DAMO WANG 品牌联合创始人王炫昌说，这是一个很好的话题，也是困惑设计师群体很久的问题，但透过现象看本质，设计师在引导审美多元的链条中处在最前端，下一个环节则是由时尚媒体或意见领袖将这些好的设计挑出来，推荐给需要的人。未来，只要这个链条能达到良性闭合，相信困惑将迎刃而解。

谈及设计与文化的关系，TTF 国际珠宝创始人兼董事长吴峰华说，一种文化想要引领世界潮流，需要满足三个条件：第一，是否能提出新的艺术指引，即开创新性；第二，文化中是否有哲学性的指引；第三，由文化引领的生活方式，是否能让人们愿意吸收学习。中国文化、中国哲学将成为中国服装产业区别于其他服装文化的重要指引。

在“消费多元化：创造消费与生活的切面”主题对话中，诸位嘉宾则就时代背景下，消费与生活的交汇点进行剖析。

深圳万旗服饰有限公司执行董事兼总经理韩志强表示，这场疫情所带来的冲击从行业长远发展来说是利大于弊，疫情将优化整个行业运营模式，调整品牌的产品组合结构。

华润置地商业总部数字创新部副总经理黄靖钦则分析说，疫情期间越来越多的消费者开始关注健康，这就要求企业未来对产品的流程化管控要更加严格，同时，所有环节都需要实现信息化，以适应新形势。因此企业下一步应着重精细化运营。

深圳歌力思服饰股份有限公司董事长夏国新则谈到，疫情为歌力思敲响了警钟，要更重视线上运营，如今，歌力思在积极思考如何进行企业的数字化转型提升。

艺之卉时尚集团董事长周胜也认为，未来营销的概念会拓展，原有的理解会随着数字化发展而具有新的维度和含义，中国服装企业要深度剖析这个问题。

谈到获客成本问题，深圳市云创服装设计有限公司 CEO 王柳翠说，经过一番调查，他发现疫情期间线下获客成本不断增大，线上获客成本反而在降低。从而引发他的一些思考：第一，要重新考虑与用户的接触点；第二，要更重视社群化或与用户有情感关联的社交关系的构建；第三，要打造具有凝聚力的产品，更重视与生活方式有关的产品。

本次峰会的举办，体现了中国服装论坛二十五年如一日的坚持，践行着论坛“创建中国的世界级品牌”的行业愿景，为中国服装产业从“中国制造”向“中国品牌”的迈进积蓄了能量。

权威分析局势，助力服装企业找准机遇

在峰会的“主题演讲”环节，来自国家战略研究、市场规划投资、企业架构搭建、数码科技研发等领域的权威人士聚焦“品牌全球化：撬动湾区新经济”和“商业数字化：用科技理解市场”两大主题。

在“品牌全球化：撬动湾区新经济”主题中，华东师范大学亚欧商学院中方院长、国家品牌战略研究中心主任何佳讯从国家层面展开解读，提出做世界级品牌必须要有影响全世界的价值，中国服装品牌未来的两个重心战略是文化和科技。

产业互联网投资家联盟理事长、达晨财智主管合伙人傅忠红则认为，疫情让产业升级到了一个临界点，加剧了产业洗牌。未来的趋势无疑在两方面：产业素质和效益提升。

提高产业素质第一要牢记创业初心，第二是聚焦目标客户群，第三是洞察用户新需求。效率提升的重要抓手是产业的数字化提升、新技术的应用、模式的优化、营销的创新等。

未来的世界是科技的世界，抛弃科技就是弃权竞争。在“商业数字化：用科技理解市场”主题中，有赞新零售学院负责人、零售门店私域流量循环体系搭建专家闫冬分享了自己的观点。疫情之下，很多服装品牌实现了逆势增长，这得益于渠道的数字化进程，他从消费者支付方式、消费习惯、导购身份的转换，短视频、直播、社群营销的崛起等方面分析得出结论，最好的客户管理工具就是微信，此外，对国内服装品牌来说，小程序商城则是未来最好的品牌官网。

杭州览众数据科技有限公司联合创始人兼 COO 吴贻则表示，如今，中国在很多领域已经领先于全世界，尤其是消费领域，这意味着中国服装行业所面对的问题需要自己想办法。对此可具体从两个纬度分析，一是市场度和经典度，二是计划性和快反能力。

市场上的每个品牌在这两个维度上的分布都各不相同，这意味着品牌所定位的客群以及所采用商业策略存在差异，品牌的最终目标就是去寻找适合各自纬度的经营方法。

践行可持续发展，为产业复苏添动力

中国纺联社责办 / 供稿

2020 大湾区纺博会期间，由中国纺织工业联合会社会责任办公室主办，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国纺织信息中心支持的“可持续发展专区”以及“2020 中国可持续时尚周深圳季”，以“绿色 × 时尚 × 科技”的主题，为行业逆势发展提振了信心。

受疫情影响，可持续时尚周通过“中国青年设计师衣再造作品静态展”、“可持续影院”等形式传达了可持续设计的声音。可持续发展专区还设有“纺织之光绿色技术成果 GreenHUB 展示”以及“可持续发展主题开放式分享日”活动。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、会长孙瑞哲，中国纺联市场部主任、中国国际贸促会纺织行业分会常务副会长梁鹏程，中国纺联生产力促进部主任、中国纺织信息中心主任乔艳津，中国国际贸促会纺织行业分会副会长林云峰，国家纺织产品开发中心主任李斌红等莅临展区参观，中国纺联社会责任办公室主任阎岩向嘉宾介绍了展区的设计理念和活动安排。中国纺联社会责任办公室副主任兼可持续发展项目主任胡柯华主持现场活动。

使命担当：可持续发展彰显行业责任

2020 年，人们开始密切关注身体健康和环境健康。孙瑞哲在 2019 年西班牙马德里举办的联合国气候变化大会 COP25 上指出，“全球治理层面，气候变化是迄今为止人类面临的持续时间最长、波及范围最广、负面效应最大、影响最为深远的全球性挑战。”由此，在后疫情时代，重建环境与经济的平衡关系变得至关重要。作为全球化程度最高产业之一的纺织服装产业，也正面临着深刻调整，以可持续发展促进产业绿色复苏成为时代必然。

阎岩介绍到，可持续发展是全球大势，如今产业链所有环节都在思考如何可持续发展。中国纺联社会责任办公室多年来通过坚持在展会开设可持续发展专区、举办各具特色的主题活动，引导可持续发展理念在纺织服装产业链传播。

胡柯华表示，面对当前严峻的公共健康危机，可通过展会强化可持续设计、绿色创新技术与可持续产品在产业可持续目标实现中的有效供给，启发可持续创新思路并探索绿色复苏的新机遇，提振中国产业信心，持续发展。

兰精集团北亚区可持续发展经理刘爽表示：“从市场来讲，在使用环保可再生纤维方面，欧美起步很早，国内品牌近年来也越来越重视，今年更是加速了这一进程。兰精集团是可持续发展的践行者和引领者，疫情之下，兰精集团很快就在欧洲成立了合资口罩厂，现在不仅能够为成人而且可以为儿童提供口罩防护。”

美欣达印染科技集团副总经理刘艳梅表示，美欣达从选择绿色原料到绿色生产，再到废水处理等诸多方面，充分与中国纺联社责办、产业链环保可持续企业合作，承担着企业的社会责任。



展会期间，可持续时尚大咖分享了各自对可持续理念的理解。

绿色科技：展示可持续发展成果

市场导向的绿色创新将成为行业转型升级的决定性因素。可持续时尚周 2020 深圳季特别展示了 2014—2019 年度 10 项纺织之光绿色技术成果及其绿色绩效。

中国纺联社会责任办公室与纺织之光科技教育基金会于 2014—2019 年度“纺织之光”纺织行业新技术（成果）推广项目汇编（中国纺织工业联合会科技发展部编制）的 728 项行业技术进行了近 6 个月的更新调查，这些技术大部分曾获得中国纺联科技进步奖或得到相关专业协会的推荐。此次对纺织之光重点科技成果推广项目的推广和应用情况调查，重点在于评估推广和应用的实施效果，以及在可持续发展方面的绿色效益。

展会期间，中国纺联社责办、世界自然基金会 WWF、汇丰银行 HSBC 联合发起绿色创新社群 GreenHUB，所有技术成果均通过“绿色创新社群 GreenHUB”的形式进行现场和线上展示，以此加速中小企业的绿色创新技术的识别、采用及转化，增强绿色技术在时尚产业绿色转型的产业协作。在未来 5 年，将吸引全球与可持续发展相关的技术、设备、解决方案和项目工具，通过社群方式加以筛选、推广和应用。

共享交流：传递可持续发展理念

展会上举办的“可持续发展主题开放式分享日”活动推进了可持续理念交流与传递。阎岩表示，本次展会中，可持续标签随处可见，通过开设可持续发展主题开放日活动，分享产业链可持续发展经验，将有利于可持续理念的传导，对行业协同发展起到了很好的示范作用。

活动期间，主办方邀请到 6 位可持续时尚大咖进行分享并同步直播，吸引了众多行业人士驻足聆听。其中，汇美集团茵蔓副总裁曲晶传达了“爱人、爱家、爱自然”的品牌理念，以及茵蔓对环保的坚持与企业责任感，重点从旧衣回收、社群教育、环保艺术展三大实践方向进行了介绍。

Creative Fiber 联合创始人兼 CEO 许英华则切合当下热点，从品牌理念、产品设计、公益联名活动等方面展开品牌案例的分享，形象生动地向大家阐述了疫情时代下如何用可持续理念去赋能品牌。

新天元色纺副总裁董平认为，真正的可持续不仅仅是产品，更是商业上的可持续。新天元为了“让可持续的服装下沉到普通消费者的衣柜”，不断进行产品创新与“零染”技术的研发，在提高质量的同时，实现了环境绩效层面的改善。

此外，展会期间“可持续发展专区”设立了“中国青年设计师衣再造作品”巡回展深圳站，静态展作品为“衣再造竞赛 COP25 大秀”展示的 30 件再造衣作品，源于中国纺联社会责任办公室、中国绿色碳汇基金会时尚气候创新专项基金、劲霸男装 2019 年 10 月联合发起的“衣再造竞赛”，曾亮相西班牙首都马德里 COP25 联合国气候变化大会。

展会虽已落下帷幕，但可持续发展带给行业的信心还将延续。

新看点新价值，尽在恒丰纺织精品

本刊记者_赵国玲

作为全国棉纺织行业百强前十、化纤短纤混纺纱行业领军企业，7 月 15—17 日，德州恒丰集团携 40 余家理事单位重磅登陆 2020 年大湾区国际纺织纱线博览会，联袂推出新特纤维、植物染色、特种工艺纱线等系列产品，一经亮相便引发多方关注。



展会期间，恒丰集团推出的铜纤维系列纱线受到专业观众的青睐。

深谋远虑：重磅新品顺应市场所需

疫情影响下，人们的健康环保意识不断增强，抗菌纤维的生产以及相关纺织服装产品成为一个重要的产业领域。恒丰集团理事单位德州悦丰纺织科技有限公司把握住市场对纺织品绿色、健康的要求和抗菌抑菌纤维的需求，积极与上游客户共同开发出系列抗菌纱线品种。

展会期间，恒丰集团推出了铜纤维系列纱线，经权威机构测试，聚酯铜纤维对金黄色葡萄球菌、肺炎杆菌、白色念珠菌、大肠杆菌的抗菌效果显著，抗菌率达 99%。据了解，目前，德州悦丰纺织科技与下游客户已合作开发出了铜纤维抗菌袜、铜纤维保健内裤、保暖内衣、床上抗菌四件套、抗菌枕套等铜纤维抗菌成品，并在市场广泛推广。疫情期间，部分用户又开发出铜纤维抗菌口罩，充分发挥铜纤维的优点，拓展了铜纤维的应用领域。

在世界纺织行业追求绿色发展的新时代，植物染色系列纱线产品以其种植有机、制造有机、穿用有机、降解有机，满足了人们崇尚自然、回归自然的绿色需求。本届展会，德州恒丰集团主推的植物染色产品色泽自然，色牢度达到四级，具备高安全性，生态环保，保持了植物染色的纯粹性。其中，固色剂、柔软剂等助剂全部是纯植物提取，不含任何合成化学物质，中等色深的纱线和面料具备抗病毒、抗细菌、防霉等功能，深色面料具备防螨、抗过敏、抗炎功能。目前恒丰集团植物染色已与爱慕等知名品牌达成合作关系，广泛应用于童装、内衣裤、床品、毛巾、袜子等领域，未来，恒丰集团将打造以植物染色为主的童装、内衣系列产品基地。

据了解，植物染色系列是恒丰集团推进中国传统染色技术向工业化生产转化的重大突破。6 月 24 日，山东锦润嘉植物染色科技有限公司植物染色纤维项目一期年产 1500 吨工程建设完毕，开始试生产首单为 10 吨的染色订单，该项目主攻植物染色新工艺、新技术，全部达产后预计可年产植物染纤维 3000 吨，实现销售收入 2.4 亿元。

“绿色是永续发展的必要条件。”这是锦润嘉公司践行的发展理念。根据恒丰集团发展战略规划，拟将锦润嘉植物染色项目扩展为一个带动一二三产业融合的全产业链项目。从植物种植、植物染料提取到产业终端品牌三方面着手发展建设，努力成为纺织产业可持续发展的推动力量，预计在终端可形成 1000 亿元的市场规模。

苦练内功：企业发展具备有力支撑

机遇与危机并存，面对疫情冲击造成的众多不利因素，恒丰集团化危为机，积极发挥自身优势，采取众多举措，在创新研发工艺、开发系列新品的同时，将修炼企业内功、提升精益生产放在了首位，以实际行动为行业高质量、可持续发展助力。

上半年，恒丰集团启动了纺纱质量管控数字化试点总结暨推广工作，为集团内部管理提供了有效信息化工具，可谓提质增效。尤其是在恒丰集团 2020 年工作主题的指导下，各单位成绩斐然，硕果累累。

其中，恒丰集团在“2019 年棉纺织行业营业收入排名”中，位列百强榜第 7 位；理事单位宁夏恒丰瑞斯特的“差别化高端纺纱”项目获得自治区“智能工厂认定”；山东恒丰新型纱线及面料创新中心荣获“2020 年度市级专家服务基地”荣誉；陵县恒丰纺织的“相变储能装饰布的研制与开发”项目荣获山东省企业优秀创新成果二等奖，“可充磁保健功能面料的研制与开发”项目获德州市科技进步奖二等奖……这些荣誉不仅充分彰显了恒丰集团在生产研发方面的创新实力和内生动力，也充分体现了疫情当下恒丰集团的创新活力与责任担当。

如今，恒丰集团主营业务涉及新型纱线面料研发、生产（特种纤维、特殊工艺纺纱、色纺、卡摩纺、涡流纺、气流纺、服装面料、大提花家纺面料、羊绒纱）、纺织贸易（原料、纱线、坯布）、仓储物流、产融互动、管理咨询等多个板块，总规模为 320 万纱锭、2000 台喷气织机、23 条服装生产线、8 条羊绒精纺线，产品畅销长三角、珠三角等广大区域，并出口至海外市场。

汇聚人心：行稳致远合力决胜未来

2013 年 4 月，恒丰集团在宁夏开工建厂，开启了西部发展之路。7 年来，恒丰集团响应国家“一带一路”倡议、“产业扶贫”号召，先后在宁夏、新疆、四川、云南、广西建设了 17 家生产企业，安置就业员工 11900 人。其中精准扶贫企业 4 家，安置贫困建档立卡户 1354 人，带领困难群众走上了持续脱贫小康之路。

6 月 8 日，习近平总书记在宁夏红寺堡考察脱贫攻坚工作时，走进恒丰集团理事单位——吴忠兴民纺织员工刘治海和海小荣的家，当听到刘治海说他俩每月开 6000 多元的工资时，总书记高兴地说：“好日子还在后头呢！”

据介绍，吴忠兴民纺织是德州恒丰集团精准扶贫项目之一，自 2013 年在宁夏吴忠市投资建厂以来，先后投资开工了 10 家新型纺织工厂，总规模达到了 70 万纱锭、700 台织机、7 条服装生产线、22404 平方米仓储面积，已经为 5300 多人创造了就业岗位，每月发放员工工资达 1600 万元，有效改善了当地员工的生活消费水平。

此外，恒丰集团在物流领域也进行了产业链的拓宽。今年 4 月份，理事单位德州恒达供应链管理有限公司顺利开业，据了解，该公司由德州仁和恒丰集团、德州恒诚事业部、德州蓝途物流有限公司共同出资组建，是一家集运输业、仓储业、货代业、信息业和服务业等于一体的复合型现代物流企业，项目全部达产后预计年营业额达 12 亿元，可提供就业岗位 500 余个。

当前市场环境下，唯有迎难而上、合作共赢，才能应对各种风险与挑战。德州恒丰集团 2020 年的工作主题为：团结协作、攻坚克难、创新创造、共赢发展。2020 年上半年，恒丰集团也通过种种举措践行了这一主题。TA



时尚创意产业作为柯桥重点发展的五大产业之一，在“最多跑一次”改革引领下，已成为柯桥经济持续健康发展的新增长极。

最多跑一次 跑出新高度 时尚篇

引领国际纺都，演绎时尚“布凡”

本刊记者_ 邬莹颖

柯桥中国轻纺城拥有纺织产业链最完整、纺织产能最大、专业市场最大三个“全国之最”，时尚、创新的脉搏在这里跳动。近年来，柯桥本土优秀品牌面料企业发展势头强劲，助力柯桥纺织产业从传统的贴牌加工向发展自主品牌和“微笑曲线”两端转移。时尚创意产业作为柯桥重点发展的五大千亿产业之一，在“最多跑一次”改革引领下，已成为柯桥经济持续健康发展的新增长极。



近日，一场“柯桥优选·直播计划”活动让人们们对柯桥纺织的时尚发展有了更多期待。活动甄选了金晟纺织、吉麻良丝、三川纺织等10家优质面料企业，以直播带货、线上互动、回放观看等形式，实现设计师、服装品牌与柯桥面料企业“零距离”对接，体现了柯桥纺织科技、时尚、绿色的蓬勃之势。

在这次疫情的影响下，工业互联网发挥了助力柯桥企业时尚转型的作用。一方面，通过便捷的线上互动，打通了供应链内部信息数据的流通，增加了企业间连接的广度，强化了纺织企业供应链掌控力，企业能够通过上下游需求变化精准开展采购、组织生产，降本增效。另一方面，互联网使传统的供应链编织成一张“供应网”，时尚企业可以获取更多原材料信息并拓展销售范围，降低供应链断裂风险，企业之间可以实现快速供需匹配，建立更多元的供应关系。

一直以来，柯桥纺织都不缺生产制造能力，但缺少具有引领时尚产业的创意灵感。结合“最多跑一次”改革，柯桥正以“一块布”的优势加速推进从“世界面料集散地”到“全球时尚策源地”的进程，持续推进“丝路柯桥、布满全球”和“月月有会展、天天秀时尚”两大行动计划，实现“柯桥面料卖全球，纺都时尚遍世界”。

设计兴市场，引航流行趋势

近年来，为大力发展时尚产业，柯桥搭建各类平台，引进国内外设计机构及人才，积极推进纺织工业创意设计基地建设，目前已形成了“一核，两中心”布局，即以创意大厦、轻纺城创意园、中纺大厦、中纺国际时尚中心等为主体，“设计+产业”、“设计+互联网”、“设计+发布”等为内容的纺织工业创意设计核心区。同时，打造了以蓝印时尚小镇为主体的染整艺术中心和以绍兴纺织装备特色产业基地为主体的纺织装备设计创新中心。

在这样的时尚氛围下，柯桥纺织企业也积极把握经济新常态和发展新趋势，来增加消费者的参与感，获取更多的品牌效益粉丝。在今年的天猫超级品类日—T恤专场活动中，浙江懿纱纺织科技有限公司以“超级面料专家”的身份，首次在C端平台为消费者带来三醋酸面料全链条的解读。

据悉，懿纱纺织此次联合“太平鸟”，推出三醋酸黑科技T恤，通过采用万姿科技三醋酸面料的AIR COOL丝滑凉爽系列，将功能面料与时尚艺术完美结合，赋予T恤全新的生命力。结合新的营销模式，公司企划总监孙磊表示，“2B到2C让我们学会了站在消费者角度设计产品，以三醋酸面料的销售为例，之前主要针对线下高级女装品牌进行销售，传递的是流行度、高级感、品质性，而线上销售，突出了抗皱、吸湿、排汗等功能性卖点，来满足消费者在夏天因高温对凉感科技面料服装的需求。目前我们也在为不同场景、不同穿搭、不同季节的服装需求设计更多时尚样衣。”

随着“面料变成衣”的创新营销理念深入人心，在2019年，中国轻纺城还依托于浙江工业大学之江学院等高校资源，正式组建“中国轻纺城时尚模特队”，定期在轻纺城南大门广场、轻纺城展示中心及各主要市场大厅、通道进行走秀，为经营户开展新产品发布、品牌展示等活动提供有力支持，进一步加大了“面料变成衣，模特来展示”的宣传力度。接下来，还将继续整合现有市场闲置场地、空置营业房等资源，引入时尚创意设计区、精品展示区和个性化定制区，为经营户提供更多创意设计服务。

原创护市场，领跑品质时代

今年以来，柯桥区围绕“六稳”、“六保”加强金融服务实体经济，积极引导企业通过知识产权质押融资赋能，为市场主体发展注入强劲动力。复工复产以来，柯桥区梳理出拥有专利、商标、版权等自主知识产权的柯桥企业270家，并对融资需求强烈的企业会同银行逐一走访，开展精准对接，量身定制知识产权质押融资方案，通过简化手续，实现质押零次跑，形成了以“银行贷款+政府风险池基金+财政补贴”为特点的知识产权质押“柯桥模式”，并按照发放贷款同期银行基准利率的50%予以补贴，最高贴息总额可达30万元。数据显示，今年1—5月，柯桥区知识产权质押融资额达5.761亿元，较去年全年增长78.4%，占全市84.3%，在浙江省各市区市中排名第三。

知识产权质押融资的持续推进，也体现了柯桥对原创保护的力度之大。瓦栏作为国内知名印花设计服务互联网平台，自2012年建站以来，顺应“数码印花、互联网技术、共享经济”的发展趋势，实现纺织面料花型图案的设计、存储、交易、版权登记等全生命周期的数字化、在线化、智能化、一体化。

依托柯桥纺织产业集聚地的优势，瓦栏让原创花型设计赋能时尚产业腾



飞。今年4月26日是第20个世界知识产权日，瓦栏为此开展了为期一周的2020瓦栏版权周活动。“瓦栏本质上是一个版权交易平台。版权保护是线上花型交易和柯桥时尚创意产业的痛点、难点，从2017年开始，公司推出了从确权到维权的一站式专业版权保护服务。我们有专业的版权服务队伍和线上版权服务平台，客户可以线上申请区块链证书、版权登记证书，还有4家专业律师事务所跟我们合作，提供专业的版权诉讼服务，目前服务客户已经覆盖到22个省市。”瓦栏总经理黎春芳表示。

瓦栏对于版权的重视和保护，成为柯桥区花样版权保护工作的一个缩影。目前，中国轻纺城内拥有7个花样版权登记管理保护受理点，并形成了行政保护、司法保护、仲裁保护、自律保护“四位一体”的保护体系，筑起了市场花样版权保护的“防护墙”。去年以来，柯桥区花样办积极与国家、省版权主管部门沟通，建立了纺织面料花样数据库，开发新的花样图形匹配甄别系统。今年进一步创新“最多跑一次”改革，推出免费登记政策，对住所地在柯桥区范围内的企业和个体工商户实施花样版权登记全额补贴政策，申请人无须事先缴纳申请费用，大大增加原创花型申请数量，为时尚创意产业保驾护航。

人才强市场，优化产业环境

人才二字，寥寥五画，却是一座城市竞争之本、转型之要、动力之源。近年来，柯桥以“全面对标未来科技城、建设全省人才新高地、打造人才生态最优区”为目标，深入实施“人才强区”战略，在人才引育、平台建设、政策扶持、服务保障、机制优化上全线发力，以前所未有的力度招才引智，人才工作呈现高质量发展的良好局面。

数据显示，去年，柯桥区引进欧洲创意设计人才37名、时尚品牌31个、创意企业33家，纺织工业创意设计基地的企业设计研发等服务型营业额2.93亿元，带动服务对象企业形成346.5亿元销售，同比增长15.49%。此外，金顶奖设计师、中国美术学院教授吴海燕与中国轻纺城建设管理委员会签订了在柯桥建设“国际时尚研究院”的战略合作协议，构建了时尚新生态。

日前，柯桥区首批“经纬计划”设计人才参评申报开始，作为今年柯桥区推出的创意设计人才评选活动，“经纬计划”旨在深入实施人才强区和创新驱动战略，鼓励更多高端创意设计人才引领时尚产业高质量发展。

据悉，“经纬计划”入选人才在柯桥区创业创新，将享受创业创新两大类扶持政策。创业类主要是支持人才在项目启动、贷款贴息、场地租赁、引才补助、业绩奖励等五方面；创新类主要是对引进“经纬计划”人才的企业进行引才奖励、薪酬补贴、房租补助。按照创业A类、创业B类、创新A类、创新B类分别给予最高100万元、60万元、60万元、30万元资助，资助时间最长为3年。

栽好梧桐树，引得凤来栖。为进一步优化营商环境，柯桥区牢牢抓住“最多跑一次”改革的“牛鼻子”，以深化“三服务”活动为载体，通过“政企面对面”等形式，切实加强政府服务、强化金融保障、减轻企业负担，让良好的投资环境成为众多优质项目、高端人才落户柯桥的“强磁场”。如今的柯桥，已经日益成为孵化梦想的空间、时尚蜕变的舞台、创造机遇的场域，承载着无数人对美好生活的向往。TA



中国轻纺城集团

股票代码：600790

打造新时期
国际纺织之都

欢迎关注柯桥中国轻纺城官方微信平台，您将获取更多资讯。

“布”满全球脚步不停， 产业互联信心不减

中国轻纺城展团纽约国际服装面料展“云端”助力稳外贸

本刊记者_ 郭莹颖 文 / 摄

今年因新冠肺炎疫情的影响，导致众多线下展会无法如期举办，企业“走出去”也受到较大影响。为了帮助广大外贸企业开拓美国市场，柯桥区人民政府充分发挥往年中国轻纺城与纽约展合作的坚实基础优势，举办2020浙江（绍兴柯桥）网上出口交易会暨中国轻纺城展团纽约国际服装面料展，展会以数字平台线上展会的形式开展。据统计，本次轻纺城展团40家企业通过文字、视频交流方式共完成采购商对接655次，意向客户寄样69个。

纽约时间7月21日（北京时间7月22日），为期5天的展会盛大开幕，这是一场跨越12个时区的线上展会，也是一场中美双方对疫情环境开启的全新商贸合作。展会由柯桥区人民政府主办，绍兴市柯桥区商务局承办，并得到了中国国际贸易促进委员会纺织行业分会的大力支持。

在柯桥区行政中心举办的“柯桥—北京—纽约”视频连线开幕式上，中国纺织工业联合会副会长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会会长徐迎新，法兰克福展览美国公司首席执行官Konstantin，法兰克福展会总监Jennifer等嘉宾通过视频连线方式出席，柯桥区区长赵如浪、区政府办主任章金尧、区商务局局长谭科，中国轻纺城建设管理委员会主任冯华林，浙江中国轻纺城集团股份有限公司董事长葛梅荣等领导嘉宾及20多家参展企业代表出席。

跨越12个时区线上对接，新维度互联互通

美国是柯桥重要的出口市场之一，2019年全区实现对美出口额46.6亿元。而纽约国际服装面料展一直是柯桥企业参加的热门展会，也是柯桥区重点组展的十大境外展会之一。多年来，一批又一批的柯桥面料通过这个平台走进美国，畅销美国。

本次线上展，柯桥区政府与中国国际贸易促进会纺织行业分会通力合作，积极组织40家企业组团参展，千余家美方采购商参与对接。

开幕式上，赵如浪表示，近年来柯桥锚定“开放、时尚、智慧、高端”的发展方向，正在打造新时期国际纺织之都。向内，持续建设国际一流市场，打通产业链、优化供应链、做强价值链，提升产品竞争力，促进贸易便利化。对外，组织开展“丝路柯桥·布满全球”行动，在意大利米兰开设了轻纺城首个海外面料展示馆，先后组团参加美国纽约、法国巴黎、拉斯维加斯MAGIC等国际一流服装面料大展，连续两年成功举办世界布商大会，持续提升柯桥纺织品的知名度、影响力，推动了柯桥纺织品贸易的“买全球、卖全球”。

徐迎新在致辞中表示，新冠肺炎疫情打乱了今年正常的全球行业交流及供应链运行，但是纺织服装产业不仅在保障全球抗疫过程中发挥着重要作用，也是保障民生，疫后恢复重启经济的重要动力之一。疫情阻断了面对面的交流，但现代网络技术使我们能克服困难，保持互联互通，



展会开幕式现场。

始终在一起为行业的明天共同努力。本届线上展会平台构架先进，充分考虑了美国市场及买家的采购习惯与需求，专业性及行业属性突出，从前期登录情况看，这个平台受到了业界专业人士的认可，也是我们拓展展会服务新维度的尝试。

Konstantin表示，相信此次活动将给双方纺织品贸易注入新活力，助力中美双方企业在优良的贸易环境下大步向前迈进，促成更多的纺织贸易往来。

随后，赵如浪与浙江大树纺织科技、绍兴芊之秋纺织、绍兴希源纺织、浙江莉莎贝拉纺织服饰等企业代表共同在现场开启启动仪式。

在危机中育新机，于变局中开新局

本次展会持续5天，展会全程采用在线对接形式举办，以直播互动、视频对话、一对一聊天对话框、名片在线交换等多种形式来展现。据悉，为提升对接效率，中美双方在展前积极筹备，通过展商登记上传企业信息和主营产品方向，进行精准的采购商匹配推送。此外，全球纺织网还通过国际站开设直播窗口，绍兴朗亿进出口有限公司、绍兴奥坤纺织服饰有限公司、绍兴飞美针纺服饰有限公司、绍兴步步纺织有限公司等众多展商面向海外采购商进行直播展销。

浙江大树纺织科技有限公司主营各类女装印花、时装面料，出口欧美、澳洲、东南亚、中东地区，年出口额6000多万美元，不仅与古木夕羊、秋水伊人等国内知名女装品牌有合作，还长期为国际知名品牌阿玛尼、芭蒂娜、GUESS、ZARA等品牌商提供面料。公司负责人赵晓晓表示，这是公司第一次尝试云展会，效果比预期好，目前已经有10多个客户在调研了。“在客人无法现场感受面料手感、风格的情况下，我们对面料的理解和把握就非常重要了，部分面料我们也进行了样衣的展示，更能体现面料的成衣效果，这也一直是公司一直在尝试的。”

绍兴步步纺织有限公司此次参展也收到了20多个意向客户抛来的“橄榄枝”，销售总监徐丽丽介绍，公司主要生产各类绣花、印花工艺的面料，作为生产厂家，这也是公司的竞争优势。“这次线上参展其实我们也是带着试水的心态来的，云对接会是行业的趋势，后期公司在产品开发和整理上会做得更加细化，方便客户在与我们沟通时对产品有更全面的认识。”

此次云上展，既是开拓办展服务模式的一次大胆创新，也是重塑对外贸易格局的一次有益探索，更是在“在危机中育新机，于变局中开新局”的一次具体实践。在未来，会有更多类似的互利发展“公约数”，能够画出更大合作共赢的“同心圆”。柯桥将进一步优化政府服务、健全公共配套、创新贸易模式，为深化双方经贸交流，打造最优营商环境。[A]

聚焦

“纺城云商”计划发布，开启线上拓市新篇章

本刊记者_ 张颖 通讯员_ 滕玉芳

面对疫情冲击、行情低迷，如何突破困局、寻求新路径是摆在众多纺织企业面前的一道难题。7月25日，一场“纺城云商”计划发布会在柯桥举行，为纺城企业在后疫情时代开拓商贸渠道、提升竞争实力带来思路启迪。此外，围绕“直播”“跨境电商”等当下热门话题展开的主题分享也同期举行。

本次活动由柯桥区商务局、浙江中国轻纺城集团股份有限公司主办，网上轻纺城、中国轻纺城跨境电商公共服务中心、柯桥区电子商务促进会承办，阿里巴巴全球速卖通支持。柯桥区商务局局长谭科、副局长徐建忠，中国轻纺城建设管理委员会副主任沈玉祥，浙江中国轻纺城集团股份有限公司副总经理王百通，柯桥区电子商务促进会会长、全球纺织网、网上轻纺城CEO韩冲，中国轻纺城跨境电商公共服务中心、各商协会、各大市场公司主要负责人以及两百余家柯桥纺织企业等领导嘉宾出席。

会上，谭科致辞表示，柯桥纺织业在内贸稳定发展的情况下，近期外贸方面迎来“逆市上扬”。6月份柯桥区进出口总值77.89亿元，同比增长7%，环比增长66.82%。其中，外贸出口达76.02亿元，同比增长8.21%，环比增长68.79%。这是疫情发生以来，柯桥外贸出口月度增长率首次实现正增长。他相信，让柯桥企业融入到“纺城云商”计划中来，将进一步借助“云”

的力量助力企业拓展国内乃至跨境电商业务，在疫情之下获得新的发展。

王百通表示，2020上半年是所有纺城人迎接挑战、经受考验、努力克服困难的半年，同样也是满怀憧憬、充满希望、拓展营销渠道最努力的半年。上半年轻纺城集团持续推出了云展会、云直播、云对接、云发布等多系列“零”接触的高效对接和沟通服务，同时为轻纺城商户提供电商培训、采购信息推送、商铺开通优惠服务等系列活动。以上举措为此次“纺城云商”计划的推出打下了坚实基础。

现场，“纺城云商”计划正式启动。该计划致力于培养一批中国轻纺城电商种子用户，协助纺城商户转型升级，更快更好地将面料进行大范围、精准地推送和营销。计划涵盖开通基础版网上商铺、门市全景及产品拍摄、供应链金融服务、参加电商知识培训、参加纺织采供对接活动、每天推送采购信息、参加门市直播与云展、跨境电



“纺城云商”计划启动现场。

商配套服务八大核心服务。

此外，为给从事跨境电商的柯桥纺企带来更新更便捷的服务支撑，柯桥区商务局与阿里巴巴全球速卖通签署合作协议。发布会还邀请到直播、跨境电商等相关领域的专家围绕纺服新电商发展趋势、企业跨境出海、线上拓市等话题进行分享交流。

本次活动将进一步推进柯桥纺织企业加码“云”布局，借助电子商务向全国乃至全球覆盖，让线上拓市拥有无限可能。可以预见的是，随着“纺城云商”计划的推进以及跨境电商服务配套的进一步完善，后疫情时代的柯桥纺织企业将迎来崭新的明天。

加快人才建设 赋能产业升级

近日，在浙江省人才工作年度述职评议考核中，柯桥区获评优秀。据悉，柯桥区已7次荣膺全省人才工作目标责任制考核优秀单位，在全省各区县市中位居前列。

近年来，柯桥区抢抓长三角人才一体化发展机遇，围绕“全面对标未来科技城、打造人才生态最优区”目标，聚焦制造业发展“步鱼计划”，着力集聚人才、做优服务、擦亮品牌，为传统产业、区域经济高质量发展提供了强有力的智力支持和人才保障。截至目前，柯桥全区已累计引进省级以上高层次人才169人，总量居全市第一、全省前列。

纺织业是柯桥的传统产业、优势产业，柯桥在打造新时期“国际纺织之都”的进程中，大力发展时尚创意产业、加快“时尚柯桥”建设，全面启动柯桥区纺织工业设计基地建设，大力推进印染制造业智能化、数字化转型等都离不开高端设计、时尚创意、高级技术等方面的机构、团队和人才。柯桥通过不断创新人才引育机制，以赛引才、以会引才、以站引才、以金引才，围绕“5+3+4”产业发展体系，实现人才数量与质量的同步提升，为传统产业转型升级，实现区域经济高质量发展注入源源不断的创新动能。（张颖）

“英吉利印染” 入选工信部工业数据应用试点

近日，工业和信息化部发布了开展工业数据分类分级应用试点的通知和试点企业名单。其中纺织行业共有9家企业入选，柯桥“英吉利印染”榜上有名。据了解，工信部于今年3月印发了《工业数据分类分级指南（试行）》，旨在指导企业提升工业数据管理能力，促进工业数据的使用、流动与共享，释放数据潜在价值，赋能制造业高质量发展。

绍兴英吉利印染有限公司生产规模并不大，但企业一直在积极探索智能印染道路。此次“英吉利印染”公司入选的项目，是由“数制科技”研发并在“英吉利印染”全面上线的“BinMade 纺织工业互联网平台”。这个被称为纺织大脑的“工业互联网平台”让“英吉利印染”的整个生产流程真正实现数字化。据悉，该平台具备全天候监测、数字化驱动、精细化生产的功能，还有着大数据沉淀与自学形成智能优化建议功能，全面打通了ERP、MES等设备系统的信息孤岛，具有“智能监控”“智能排产”“智慧能源”等新一代技术。据测算，一个年产值在2亿—5亿元的纺织印染企业，通过智能管理系统提升效率降低成本，每年可直接增加效益500万—800万元。

作为信息技术与制造业深度融合的产物，互联化、智能化、平台化生产将不断迎来高光时刻，助力柯桥印染向着“绿色高端、世界领先”迈进。（张颖）



长发国际·2020 中国面料之星
参评企业产品系列报道 (三)



有料才酷 为你而来

本刊记者_雷蕾 / 文 关云鹤 / 摄

长发国际·2020 中国面料之星用户满意产品调查活动是由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办，长发国际时尚中心独家冠名，华源生态科技有限公司支持的最具影响力的全国性面料调查活动，自6月下旬启动以来，已陆续收到全国各大面料企业的参评产品。

为进一步发现、推广优秀面料企业，切实搭建产业上下游精准对接的专业服务平台，不断满足市场需求，活动组委会将根据参评企业提交面料信息表完善程度、参评产品市场迎合度等标准，经初步筛选，借助《纺织服装周刊》杂志、官微、官网等载体进行免费推广报道。

本期向大家介绍广州市长浩纺织科技有限公司、绍兴市晶远花型设计有限公司、湖州润源丝织有限公司、盛意成石墨烯科技(苏州)有限公司、浙江省绍兴市柯桥区米尚纺织品有限公司、吴江市晨龙新升纺织品有限公司、石狮市聚丰源贸易有限公司、绍兴影响力进出口有限公司带来的最新面料产品。这些面料涵盖了男装、女装、休闲装、家居服、童装等领域，在现有织染工艺的基础上进行了多种创新，尤其是一些新材料的应用，使得产品形成了鲜明的风格特点，在舒适性、功能性及时尚环保等方面得到了进一步的提升。

广州市长浩纺织科技有限公司



面料名称:莫代尔梦丝弹力平纹布
原料成分:莫代尔 82.9% 梦丝 17.1%
产品特点:本产品采用莫代尔与聚酯材料交织，天然、环保、健康;如同亲肤护肤贴身的“面膜”。此面料有垂感、不鼓包、不变形、不散边，真正实现随心裁。
应用领域:女装、内衣、家居服、童装



面料名称:丝芙平纹
原料成分:棉 73.5% 索罗娜 26.5%
产品特点:本产品采用棉与SORONA交织，天然、可再生，具有持久弹性、卓越回复性。
应用领域:女装、内衣、家居服、童装

绍兴市晶远花型设计有限公司



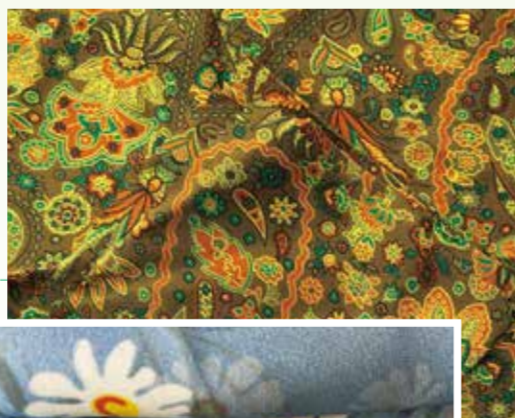
面料名称:浅墨入画
原料成分:涤纶 100%
产品特点:亚光仿真丝雪纺、数码印花工艺，浅灰紫色系作为基调，复古花卉搭配白色、靛蓝、咖啡色，枝叶阴影。
应用领域:女装、内衣、家居服



面料名称:仙莹
原料成分:棉 80% 人造丝 20%
产品特点:60支纯棉贡缎面料、刺绣工艺。
应用领域:女装、内衣、家居服

湖州润源丝织有限公司

面料名称:金峰玉露
原料成分:丝 20% 竹 80%
产品特点:丝与竹纤维的混纺纱，使其既具有竹纤维的天然抗菌、抑菌功效，又不失丝绸华贵、舒适性能，具有丝绸般的光泽和极佳的悬垂感、飘逸感。
应用领域:男装、女装、休闲装



面料名称:贝尔蒂丝
原料成分:丝 92% 氨纶 8%
产品特点:面料采用现在新型的弹力双乔结，具有良好的抗皱性能、悬垂性，并加入了一定的氨纶，具有一定的弹力。
应用领域:男装、女装、童装



盛意成石墨烯科技(苏州)有限公司



面料名称:菊花金服石墨烯尼龙
原料成分:锦纶 93% 石墨烯改性锦纶 7%
产品特点:含有7%的石墨烯改性锦纶，具有保暖、抗静电、抗菌除螨、远红外的功能，属于功能性面料。添加烫金工艺菊花膜、石墨烯高密度尼龙格子叠加高科技烫金膜，印花绚丽、时尚。
应用领域:男装、女装、休闲装、童装



面料名称:反光花100D雪纺
原料成分:涤纶 100%
产品特点:具有较高的强度与弹性恢复能力，坚固耐用、抗皱免烫、不变形。耐热性能好、具有热塑性。反光滚涂印花工艺面料时尚、炫酷。
应用领域:女装

浙江省绍兴市柯桥区米尚纺织品有限公司

面料名称:8901#
原料成分:棉 65% 锦 35%
产品特点:采用日本原坯高密定织，空气洗工艺处理手感，面料蓬松柔软又兼具骨感，手感舒适。
应用领域:男装、女装、休闲装、童装



面料名称:8191#
原料成分:锦 49% 棉 51%
产品特点:面料采用特殊工艺处理，布面纹理清晰、富有光泽感、手感细腻、风格明显，大牌原版面料定制，紧跟时尚潮流。
应用领域:男装、女装、休闲装、童装



吴江市晨龙新升纺织品有限公司



面料名称:线条结构
原料成分:涤纶 100%
产品特点:环保染色、保留涤纶纤维柔和的光泽，吸湿快干型面料，有着聚酯纤维的低调光泽、抗皱性好、线条变化明暗清晰、易洗涤、透气性好、穿着舒适。
应用领域:男装、女装、休闲装

面料名称:青绿纹
原料成分:涤纶 100%
产品特点:双色深浅交替、柔软麂皮的观感、手感舒适、颜色丰富、优良的耐皱性。面料弹性更佳、易洗快干、耐晒能力好，不怕霉菌、虫蛀。
应用领域:男装、女装、休闲装



石狮市聚丰源贸易有限公司



面料名称:超奥棉四面弹
原料成分:棉 18% 涤 77% 氨纶 5%
产品特点:Supercool纤维与棉混纺，运用紧密工艺、生物酶处理、后道再加吸湿排汗处理，增加穿着的舒适性。
应用领域:男装、女装、休闲装、童装



面料名称:太空漫步
原料成分:棉 77.6% 涤 16.3% 氨纶 6.1%
产品特点:JC40S为紧赛纺棉纱，面料纯棉加氨纶，中间为单丝，后整烧毛工艺，特殊助剂处理，布面光洁、抗起球起毛马丁代尔4级。
应用领域:休闲装

绍兴影响力进出口有限公司



面料名称:全棉贡缎
原料成分:棉 100%
产品特点:高支高密透气性强，透气环保。
应用领域:女装、内衣、家居服、童装



面料名称:ECO印花
原料成分:ECO100%
产品特点:面料透气性极好，属于再生资源。
应用领域:女装、内衣、家居服、童装

本栏目刊登企业为经活动组委会初选适合报道的企业，与是否获奖无关。最终获奖名单由赛事评审委员会最终裁定，并于9月在中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会现场举办发布仪式。

时尚梦工厂，探索制造企业变革

访海天材料科技股份有限公司董事长王启明

本刊记者_郝杰



王启明

今年以来，新冠肺炎疫情给包括纺织业在内的中国制造业带来严重冲击，不少企业纷纷走上“云”端，主动拥抱互联网，实现智能制造。从战略角度看，这既是非常时期的突围之举，也是后疫情时期工业数字化转型的必然趋势。今年的《政府工作报告》也提出，要推动制造业升级和新兴产业发展；发展工业互联网，推进智能制造。

实际上，位于福建泉州的海天材料科技股份有限公司早在多年前就开启了智能制造的尝试，其精心打造的泉州时尚梦工厂自2016年作为国家工信部智能制造试点示范项目已有4年时间，业界对这一项目也颇为关注。目前进展如何？试点效果是否达到

预期？最近记者连线了海天材料科技股份有限公司董事长王启明，就有关问题进行了专访。

解决制造端与终端的长期痛点

TAweekly: 我们知道您几年前就在着手打造时尚梦工厂，做这个项目的初衷是什么？

王启明: 进入21世纪，特别是最近十年，我国消费端和需求侧发生了深刻的变革，购物方式也已经从传统实体店向网络电商转移。面对这一系列变化，制造端和供给侧必须做出相应变革，目前品牌企业普遍存在的存货困境、制造企业低利润率两大困境都是制造端和供给侧没有做出相应反应的结果。打造时尚梦工厂的初衷就是希望通过在制造端和供给侧做一些调整变革以适应这种变化，以期解决上述两大困境。

TAweekly: 这是一个怎样的工厂？和传统工厂比较有哪些不同，有哪些调整和变革？

王启明: 首先时尚梦工厂是工厂，是制造端范畴的实体经济，我们的调整和变革主要围绕三个方面进行：一是在供应模式上从按订单供应向定制供应转变；二是在生产模式上从大规模生产向柔性生产转变；三是在供给的内容上从一般功能性产品向绿色可持续功能性产品方向转变。

三大模式变革与众不同

TAweekly: 请您具体介绍一下上述三个方面，定制供应是怎样的模式？

王启明: 传统订单供应模式有两个严重缺陷：一是外贸企业和品牌企业给制造企业发出的订单本身具有很大的盲目性，这是导致有些品牌企业有大量存货的主要原因；二是制造企业只是被动按订单生产，在和品牌、外贸企业的价格谈判中不仅失去了话语权，长期如此也使自己丧失了产品开发能力和市场感知能力，让制造企业变成了低价值经济群体。

定制供应模式就是消费者或者产品的最终付费者直接和制造企业沟通后形成订单，最终制造企业形成“所产即所销”的产品供应模式，这种模式能很好地解决上述两个问题，也可以称之为精准供应模式。

TAweekly: 这种定制供应模式并不鲜见，但定制服务目前有两个难题：

一是获单成本高；二是定制订单碎片化、单件衣服成本高。时尚梦工厂是如何应对这些问题的？

王启明: 你说得非常对，针对你说的这两个难点我们采取的策略是情况、分阶段应对。短期内我们把主要注意力放在与三类客户的合作上：一是团体定制；二是线上平台类企业，实现“轻定制”目标，如必要、码尚等；三是和品牌企业通过数据共享、“拉式补货”模式实现精准供应，即将品牌企业下达的订单变小，首批少量生产上线试销，快速捕捉需求变化。

TAweekly: 前面您说了供应模式变革，下面请您介绍一下生产模式又作了怎样的变革？

王启明: 我们在打造柔性化生产线，不仅对部分现有服装生产流水线进行了柔性化调整，还在2018年和日本重机及其相关系统合作开发商签订了战略合作伙伴关系共同开发，目前第一条生产线已经在时尚梦工厂投入运营。

为了配合成衣柔性化生产，我们在面料染整环节也对现有的部分生产线进行了柔性化和“拉式补货”模式的调整和改造。

TAweekly: 那么时尚梦工厂在产品上有何与众不同的地方？

王启明: 概括来讲就是“绿色环保、健康向上”，这一直是我们的基础理念。同时为了进一步适应时代需要，从2019年开始我们在产品开发上进一步加大了绿色环保、循环可持续材料的使用和产品开发力度。包括加大瓶片循环利用纤维、生物基纤维（如 Sorona、Lyocell 等）、原液着色纤维的使用和开发力度，加大数码印花面料的开发力度等。这不仅是社会责任问题，也是企业实现可持续发展的需求，是大势所趋。

牵引海天材料转型升级方向

TAweekly: 请问时尚梦工厂和海天材料之间是个什么关系？

王启明: 概括来讲，时尚梦工厂是海天材料科技公司转型升级的牵引方向，海天材料是时尚梦工厂的核心竞争能力所在。

海天材料作为以面料产品为主的中间产品提供商，通过25年的发展积累了一定的核心能力和品牌影响力，但中间产品对市场的感知能力不够，这也极大地制约了海天材料的发展壮大，所以打造时尚梦工厂的一个重要目的就是要将海天材料市场感知能力短板补上，持续提高海天材料在材料应用上的洞察能力、在面料产品上的开发创新能力，同时反过来不断夯实时尚梦工厂在市场竞争时的产品核心能力。

TAweekly: 最后，我们想了解一下时尚梦工厂或者海天材料在产品开发和创新方面会有哪些动作？

王启明: 我们已和一些长期合作伙伴包括杜邦、东丽、爱普森以及国内的一些原材料和设备龙头企业达成共识，准备在海天现有产业基础上构建一个系统的纺织面料产品“从0到1”的创新实验基地，这也获得了福建省政府相关部门的支持，我们将在此基础上打造福建省纺织服装创新基地。TA



三刊联动

覆盖全产业链

纺织服装周刊杂志社旗下三大刊物《纺织服装周刊》、《纺织机械》、《家纺时代》，从纤维纱线到纺机设备，从纺染织印到服装家纺，全面覆盖纺织行业读者用户群。

与纺织服装周刊杂志社合作
一次获得多重行业关注！



中国纺织机械协会会刊

中国家用纺织品行业协会会刊

中国纺织工业联合会会刊



纺织机械微信



纺织服装周刊微信



家纺时代微信

新闻热线：刘嘉 010-85229892 新媒体热线：李江敏 010-85229737 广告热线：万喆 010-85229013 发行热线：章苒 010-85229023

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

GROUP COOPERATION



金昌宇恒公司镍网产品。

金昌宇恒： 优势产品开路，打造国际知名品牌

王浩 / 文

纵观全球每年的各大时装周，从来都不乏由时尚印花、扎染和渐变元素打造的最新流行服饰。近日，有业内人士分析认为，在经历了新冠疫情之后，颠覆传统视觉感官、充满正能量的艺术印花势必成为后疫情时代消费者持续的偏爱，甚至会再次风靡整个纺织行业。

不过，在这种百花争艳的大潮流下，企图靠沾沾“花”边就获取高额回报的时代似乎已成过去。企业要想在激烈的市场竞争中抢得先机，就必须在自己的印花面料中亮出看家本领，让产品在工艺技术上无出其右，才能在竞争中占据优势地位。

提档升级打破技术垄断

“在纺织印染行业，制约印花面料质量乃至市场竞争力的关键，很大程度上在于印花技术装备，而作为印花机核心部件的镍网，其质量以及技术创新程度的高低，是印染及印花技术核心中的核心。”甘肃省金昌市宇恒镍网股份有限公司（以下简称“金昌宇恒”）董事长朱金法在接受记者采访时这样谈道。

说起镍网，普通消费者也许并不了解。“服饰花纹以及窗帘、墙纸、床品、陶瓷、蜡染、高档地毯甚至钞票等的色彩图案都离不开印花镍网。”金昌宇恒总经理毛明介绍道，我国是印花镍网的最大生产国，产量占世界市场的3/4以上，出口量约占30%。

朱金法还表示，尽管我国是印花镍网生产大国，但过去我国只能生产低端的低目数镍网，高端的产品一直被国外企业所垄断，我国的印染、印花、面料以及服装产业一定程度上都受到了制约。

“高端产品缺乏严重拖累我国镍网行业乃至纺织产业的提档升级，要想提高全行业的国际市场竞争能力，就必须在印花镍网这一核心产品上实现技术突破，打破国外产品垄断。”在公司成立初期，朱金法就下定了这样的决心。

如今，金昌宇恒正在将这一目标一步步变为现实。“公司先后引进了国际顶尖的技术研发人员，投资成立了宇恒镍网技术研发中心，有计划分步骤地吸纳机械、化工、自动化、计算机等专业人才及行业高端人才，

组建研发项目科技攻关小组，精心打造研发创新团队，在专业新型印花镍网技术方面开展技术攻关，进一步拓宽和开发了一批镍网生产新工艺、新产品，使得产品技术含量和附加值都得到大幅提高。”朱金法介绍。

金昌宇恒作为国家重点高新技术企业，一贯坚持科技创新，加大研发投入力度。据介绍，公司每年研发投入费用投入800万元，截至目前，公司已累计获得专利21项，其中发明专利4项，承担完成了新型环保镍网脱网新技术等重大省级科研项目。目前，公司生产规模大幅提高，尤其是特宽幅高目数圆筒印花镍网技术达到国际领先水平，填补了国内空白。

领军榜样尽显行业责任

“虽然我国的镍网产量和销量均在国内外市场占有率有绝对优势，但大部分镍网厂家主要以生产低目数窄幅镍网为主，产品质量不高、市场竞争力不强、生产企业也参差不齐，远远不能满足纺织印染行业的市场需求。”毛明谈道。

“经过不断创新打破国外技术垄断后，如今的金昌宇恒在国内外市场有明显竞争优势，公司生产的产品已占国内20%以上、国际10%以上的份额，主要生产高目数、高开孔率的新型圆筒印花镍网产品，不仅技术成熟，而且无论是产品质量还是技术指标，都达到甚至超过了国际知名品牌的同类产品。”毛明介绍道，“公司的镍网阳极采用的是更适合高精印花需求的网孔排列方式，原料采用德国新型合金材料，委托国外技术领先合金加工企业定制，这在国内、国际市场均处于领先水平，并达到国家级优质产品标准。”

目前，在印花镍网生产领域，金昌宇恒可以说是当之无愧的领军企业。近年来，公司先后被中国印染行业协会授予“全国新型印花镍网研发中心(基地)”“中国印染行业协会常务理事和副会长单位”“中国纺织行业人才建设优秀单位”等称号，荣获国家科技进步三等奖等多项荣誉，公司董事长朱金法更是连续多年被推选为中国纺织机械协会镍网分会会长。

谈及未来竞争，朱金法表示，企业间真正的竞争是产品质量的竞争，而非价格竞争，竞争的实质是在保证产

品质量的前提下为客户提供具有更高性价比的产品。

同时，朱金法突破了“同行是冤家”的传统观念，在他眼中，只有竞争没有竞争者。作为领军企业带头人，朱金法一直力求用承担行业责任的理念将镍网企业团结起来。

立足镍都谋求更高发展

很多企业在发展过程中，都选择了南下东进，以谋求更贴近国内外市场，但是金昌宇恒却反其道而行之，把公司选址定在甘肃金昌经济技术开发区（以下简称“金昌经开区”）。这一选择其实有朱金法自己的小九九。

“公司选择金昌经开区主要是利用金川镍资源的优势，进行镍金属的深加工，专业生产圆筒印花镍网。”朱金法谈道，“金昌是著名的镍都，在原材料方面以及技术装备方面，都具备得天独厚的优势。”

目前，公司已通过ISO14001环境标准体系认证、清洁生产体系认证及安全生产标准化管理体系认证，拥有“特宽幅印花镍网的生产工艺及电镀槽设备”“制镍网阴极管”“用于印花镍网的电源”等国家级发明及实用新型专利。

在朱金法的精心策划下，金昌宇恒不仅收购整合了江阴市天宇镍网公司和金昌硕华咨询等单位，还与甘肃金川集团公司签订长期战略合作协议，吸收了甘肃水泥集团、华龙证券等国有大中型企业参股、控股和员工参股等先进运营模式，成立了股份公司，并正在着手企业上市工作。

在“立足镍都，面向全国，瞄准国际市场”的经营战略下，目前公司合计规模达到200万只镍网，产品规格齐全，产品市场遍及全国各纺织印染基地，并出口到欧盟和东南亚等30多个国家和地区，已在瑞士设立欧洲销售总部，在美国设立北美销售总部，在新加坡设立东南亚销售总部，在巴西设立南美销售总部，并与国内外多个行业重点展会保持密切合作。

“我们的目标是，争取在几年内使公司产品在国际市场占有率达到55%以上，产值达到10亿元、创汇1亿美金、实现利税1亿元、用镍1万吨，真正把宇恒镍网打造成为国际知名品牌。”朱金法说道。TA

提升企业运营竞争力

订单全生态 管理系统 创 | 新 | 未 | 来

痛点
问题

订单准交率低

生产周期长

接单没竞争力

库存高

现金流紧张

生产过程不可控

订单全生态管理系统系中科院广电所与中纺网络联合开发，以 TOC 理论 + 人工智能技术为支撑，以提升订单准交、快交为目标，通过智能化的生产运营计划管理，帮助制造企业“打破数据孤岛、提供优化决策、促进业务协同、确保交期可控、加快反应速度、提升竞争能力、打造竞争优势、驱动业绩提升”，充分满足制造企业多品种、小批量、并行化、柔性生产的需要。

咨询电话：

13811957097 / 13717562390 / 13426020214

邮箱：

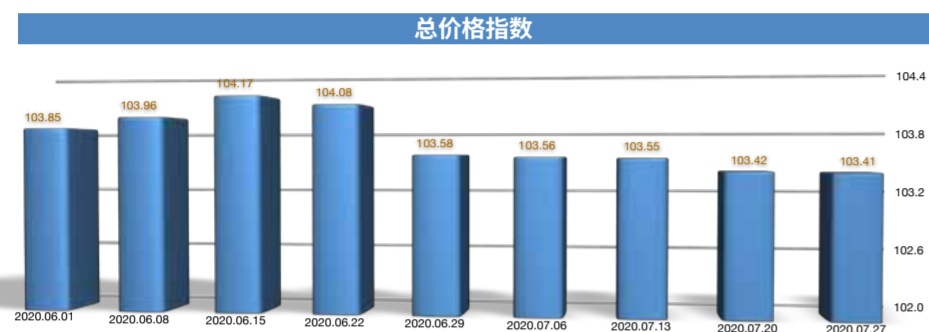
wangzg@cntac.org.cn / xuewy@cntac.org.cn / zhanghn@cntac.org.cn



夏日淡季营销平淡 价格微幅下跌

20200727 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20200727 期纺织品价格指数收报于 103.41 点，环比下跌 0.01%，较年初下跌 1.65%，同比下跌 2.00%。



近期，中国轻纺城夏日淡季营销平淡，其中：原料市场量小幅下跌，坯布市场量环比小升，服装面料市场布匹量小幅下跌，家纺类产品成交均价环比持平，辅料行情环比小跌。

原料价格小幅下跌，涤纶环比下跌，纯棉纱价格稳中回缩

据监测，本期原料价格指数收报于 76.55 点，环比下跌 0.10%，较年初下跌 5.78%，同比下跌 7.76%。

聚酯行情多显震荡，涤纶行情环比下跌。本期涤纶原料价格指数环比下跌，华东地区 PTA 现货主流 3495—3500 元/吨，MEG 主流 3555 元/吨左右，聚酯切片市场报价环比下跌，江浙地区半光切片现金或三月承兑 4450 元/吨左右。萧绍地区涤纶长丝价格涨跌互现，部分品种价格基本稳定，POY 报价环比涨幅在 15—30 元/吨，DTY 价格环比涨幅在 150 元/吨左右，FDY 价格环比持平。公共卫生事件的影响进一步加剧了市场对原油需求前景的担忧，叠加中美关系影响，国际原油价格出现回落。终端依旧处于淡季，并且下游涤纶长丝以及切片利润陷入亏损。在纺织淡季背景下，织机开机率只降不升，导致涤纶库存不断积累，在供需压力之下，预计 POY 上行力度较为有限。

近期涤纶短纤价格环比下跌，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 5270 元/吨，跌幅在 75—85 元/吨，成交价重心环比下跌。近期纯涤纱市场报价环比下跌，32S 纯涤纱报 9300 元/吨左右，报价环比下跌 50 元/吨；45S 纯涤纱报 10500 元/吨左右，报价环比下跌 200 元/吨。

纯棉纱价格稳中回缩，人棉纱价格稳中回缩。近期，整个产业链正处于传统淡季，纺企接单仍然没有起色。萧绍地区纯棉纱市场报价基本稳定，局部稳中回缩，成交仍显清淡。纯棉纱报价继续小幅下跌，多款纯棉纱价格稳中有跌，库存高企。据反映，近期纯棉纱线订单寥寥，企业库存不断攀升。因此，近期纯棉纱线或仍将低位运行，厂家去库存是主流。

近期，粘胶短纤原料价格稳中局部下跌，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 8350—8380 元/吨，价格环比跌幅在 150—220 元/吨。人棉纱价格局部稳中回缩，30S 人棉纱价格报 11850—11900 元/吨，价格环比跌幅在 120—150 元/吨；40S 人棉纱报 13000 元/吨左右，价格环比下跌 100 元/吨左右；人棉纱行情环比下跌，价格仍然以低迷为主。

坯布行情环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 120.72 点，环比上涨 0.37%，较年初上涨 0.70%，同比上涨 1.12%。

本期坯布类价格指数呈小幅上涨走势。近期，市场营销环比回升，坯布厂家订单环比小增，坯布价格小幅上涨。其中：混纺纤维坯布行情环比回升，价格指数呈小幅上涨走势，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价环比回升；化学纤维坯布现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈小幅上涨走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶约坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交均价环比回升，拉动坯布类总体价格指数小幅上涨。但天然纤维坯布营销环比回缩，价格指数呈微幅下跌走势，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环比回缩。

服装面料销售环比回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于 116.51 点，环比下跌 0.11%，较年初下跌 0.59%，

同比下跌 0.33%。

本期服装面料类价格指数小幅下跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，大众面料价格环比下跌，跑量产品销量环比下降。服装面料现货成交和订单发货环比回落，价格环比小跌。其中：纯棉面料、涤棉面料、涤锦面料、粘胶面料、麻粘面料成交量不等量下跌，拉动服装面料类总体价格指数小幅下跌。

家纺市场营销平淡，价格指数环比持平

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.91 点，环比持平，较年初上涨 0.44%，同比下跌 0.16%。

本期家纺类价格指数环比持平。近期，轻纺城家纺市场营销平淡，价格环比持平。创新色洋花型面料现货成交量和订单发送量环比小增，兼具时尚元素创意产品现货成交和订单发货环比小增。其中：窗纱类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈小幅上涨走势；窗帘类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈微幅上涨走势；床上用品类现货成交和订单发货继续回缩，价格指数呈小幅下跌走势；日用家纺类现货成交和订单发货继续回缩，价格指数呈小幅下跌走势，致使家纺类总体价格指数环比持平。

市场行情环比回落，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 128.63 点，环比下跌 0.36%，较年初下跌 2.38%，同比下跌 2.00%。

本期服饰辅料类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回落，因下游企业备货环比下降，现货成交和订单发货呈现环比回落走势。花边类行情环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；带类行情继续回缩，价格指数呈小幅下跌走势；服装里料类行情环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；衬料类行情继续回缩，价格指数呈微幅下跌走势，拉动辅料类总体价格指数小幅下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。面对目前复杂的国际形势和激烈的市场竞争，萧绍地区印染企业纷纷采取一些染费优惠政策，争取更多客户，巩固与客户间的关系，挺过淡季。新冠肺炎疫情对整个经济体系带来的破坏力难以想象，部分外贸企业及时转变运营思路，积极拓市，争夺内需市场。因夏日淡季深入，服装行业订单不足，下游需求逐步下降，部分服装厂家布匹采购继续回缩。后市夏季面料供给环比回缩，夏季面料现货成交环比下降，秋季面料采购局部显现不足，织造企业开机率逐步下降，印染企业产出锐减，南北客商认购踊跃度将震荡小跌，市场行情走势局部偏淡，整体市场成交将呈现震荡小跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

中文网址：http://www.kqindex.cn/ 英文网址：http://en.kqindex.cn/

电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

周刊+

· 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”，同步更新于今日头条、一点资讯等平台。

· 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 010-85229892

新媒体热线：李江敏 010-85229373

广告热线：万晗 010-85229013

发行热线：章简 010-85229023





T 纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

纺织之光科技教育基金会是在1996年设立的“钱之光科技教育基金”的基础上，由一批拥有高度使命感和责任感，愿为中国纺织行业科教进步作贡献的优秀纺织企事业单位和个人捐赠资金成立的。2008年5月在民政部登记注册成为全国纺织行业性基金会，注册资金2000万元。

截至2019年底，纺织之光科技教育基金会已支持表彰奖励纺织科技奖1473项、优秀教师和学生4028名、优秀教学成果奖1555项、针织内衣创新贡献奖111项、应用基础研究55项、科技成果推广292项、全国纺织行业技术能手259名、技能人才培养突出贡献奖16人及28家获奖单位。

自1997年至今，科技教育公益活动支出9000余万元，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：科技进步 人才成长 产业升级



纺织之光科技推广
云平台微信



纺织之光科技推广
云平台网站