

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

2022.04.18 | 第14期 | 总第1070期



P16
纺城门市蝶变记



P22
让世界感受
中国碳纤维的魅力!



新闻热线: 刘嘉 010-85229395
广告热线: 万略 010-85229892



P10
减少“碳足迹”，从纺织源头做起!

在推进“双碳”的进程中，纤维纱线领域涌现出一大批领军企业。图为永荣锦江工人正在对绿色纤维丝饼进行质检。

P08
三大省份重拳推动纺织业发展

·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推广、实现有效营销的新媒体整合传播。

(以上数据来源于企业)

《纺织服装周刊》官方网站:www.taweekly.com

新闻热线:郭春花 010-85229379 新媒体热线:刘嘉 010-85229395

广告热线:万晗 010-85229892 发行热线:章简 010-85229023



周刊官微



TA潮报



科技创星 布凡时尚

2022中国面料之星用户满意产品 调查活动正式启动

“中国面料之星活动”自2011年来已连续举办11届,由中国纺织工业联合会指导、《纺织服装周刊》杂志社主办。其宗旨是发现、表彰、推广优秀的面料产品及企业,搭建产业上下游对接的专业平台。

本次活动将于2022年8月29日,在上海中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会首日举办发布仪式。

新增亮点:

“中国面料之星俱乐部”全面启动,会员优享最新流行趋势、面料采购信息、直面对接服装品牌;1场论坛、2场线下对接会,资源精准对接。

奖项设立:

创新开发奖、图纹色彩奖、时尚风格奖、市场价值奖、设计服务奖

商务合作咨询:

万晗 13466301578

“中国面料之星系列活动”组委会:

赵国玲: 15068579525 雷蕾: 13810445890

面料参评样品邮寄地址:

北京市东城区东四西大街46号(100010) 雷蕾收

备注:因收件场所限制,仅限顺丰快递,邮寄参评面料谢绝到付,如有到付将不予接收

详情关注纺织服装周刊官方网站首页

WWW.TAWECKLY.COM



周刊二维码

关注纺织服装周刊公众号,了解更多

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

社长 徐峰
总编辑 刘萍
副社长 葛江霞 刘嘉
社长助理 张尚南
副总编辑 袁春妹 万晗
高级顾问 胡晓玉

采编中心

主编 郭春花
主笔 郝杰
副主编 徐长杰 墨影
副主任 董笑妍
编辑/记者 李亚静 陶红
余辉 夏小云
廖小萱 许依莉
美编 郭淼

新媒体部

资深摄影 关云鹤
美编 李举鼎

市场发展中心

总监 万晗(兼)
副总监 章简
媒介主管 雷蕾
客户经理 张灼垣
武筱婷

品牌推广中心

总监 吕杨
副总监 罗欣桐
主任 王振宇
执行专员 裴鑫榕

浙江运营中心

总监 赵玲玲
副总监 赵国玲
副主任 邬莹颖
主任助理 王利
记者 林晨莉

行政管理中心

总监 崔淑云
办公室
主任 黄娜
副主任 刘萍
财务部
主任 崔淑云(兼)
专员 张艳

热线电话

总编室: 010-85229395 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

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

日本合作媒体:纤维News

印度合作媒体:Inside Fashion

欧洲合作媒体:Textile

台湾地区合作媒体:Textile

承印:北京晟德印刷有限公司

本刊声明

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

目录 CONTENTS

- 06 资讯 *Infos*
拓展合作领域,推进全球非织造布产业繁荣发展!
《纺织可持续未来材料白皮书》向行业征集论文
与纺织协同布局,加快发展高性能纤维
三家化纤企业入选江苏省智能制造示范工厂名单
“劲”心守“沪”,助力上海核酸采样“大白”!

- 08 关注 *Attention*
重拳推动纺织业发展!三大省份出台措施明确目标

- 09 科教 *Science*
推动设立有特色、有吸引力的专项基金

- 10 话题 *Topic*
减少“碳足迹”,从纺织源头做起!

- 12 特别报道 *Special*
出口额同比增长 8.9%
十四五开局良好,未来压力和风险增加
行业开局平稳,市场需求相对稳定

- 16 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*
水韵纺都建设下 纺城市蝶变记
做一个深耕行业的纺织“学院派”!
校企深度合作,助推设计人才培养

- 20 丝绸 *Industry*
唐琳连任中国丝绸协会会长

- 21 一线 *Frontline*
千禧氨纶持续发力高性能、差异化!
让世界感受中国碳纤维的魅力!

- 24 观察 *Observation*
用什么激活武汉千亿服装产业集群?

- 25 指数 *Index*
春市营销弱势震荡 价格指数环比小跌
旺季不旺 “50 指数”小幅下跌

每周随笔

节节攀高

“企业的发展,如果用竹子的成长做比喻的话,克服萧条,就好比造出一个像竹子那样的‘节’来。”看着摇曳在春风中焕然新绿的小竹林,日本企业家稻盛和夫的话忽然在脑海里浮现。

三四月本是服装行业春夏上新的季节,也是北京、上海时装周的传统发布节点,但这一轮疫情打乱了一切。从上新、订货、补货到促销、清仓,一轮又一轮循环,服装行业极强的季节性决定了当中的某个节点一旦脱节,将可能造成对整个季度,甚至对品牌长远发展的损害。

三月以来国内新冠疫情多点散发,受其影响,深圳、广州、杭州的服装市场先后出现延期开市、暂停营业,直接影响到企业新一季产品推广和整年的订单情况。店面不能正常营业导致客流量下降;国际物流运输成本和周期受到影响;销售周期缩短,线下活动停滞更是增大了库存压力,而贷款、房租、人工成本则依旧在支出,该如何应对?对于店铺来说,零售重心的转移、线上商城的完善、直播电商的加码,乃至于发售地的迅速变更等等,都是应对此番疫情的急招儿。

一家杭州女装公司加快了从传统电商平台转轨直播电商,销售矩阵包括抖音、快手、淘宝直播、唯品会、视频号等,其在抖音的销售额每月为1亿多元,高峰时能做到2亿元。还有的品牌把发布会走秀这部分的预算拿一些出来,投在社交媒体上去做更多的内容曝光和引流。许多团队强化了思考、学习,借机做一番整理和归纳,将从前设想过的品牌的新调整方向和未来的新计划提上日程。

还有人更为关注行业风向随大环境的改变而变化:人们现在对衣物的思考已经发生微妙的变化了吗?生活方式会否再次引导消费观念和消费新热点?比如2020年后户外服装迎来了爆发,下一步,功能性服饰会爆吗?服装会开启从装饰物向耐用品的转变吗?一位25岁的消费者表示:“这次疫情让我感受到了精致生活的重要性。居家类衣服、家具和生活方式类产品会成为我之后购买的重点。”

更深的思考聚焦于企业本身。不确定性时代,前景越是不明朗,越是要回到经营的原点和基本原则。也许,困难重重的当下正是全力开发新产品的机会,是让全体员工去体验销售是什么的时刻,是坚定“只有依靠专业,才有生存之路”信念之时,是构建企业内部良好人际关系的绝佳时机,也是削减成本增强企业体质的好机会。企业和个人一样,把逆境作为动力,才能实现更大的飞跃。只要朝着再次腾飞的方向,持续不断地付出努力,就一定能够拥抱未来。

大环境好的时候,企业只是一味地成长,没有“节”,长成了单调脆弱的竹子。但是由于克服了一次次困难考验,就形成了许多的“节”,这种“节”才是使企业再次成长的支撑,并能使企业的结构变得强固而坚韧吧。

刘萍

View point / 本周看点

2022年3月份,全国居民消费价格同比上涨1.5%。其中,城市上涨1.6%,农村上涨1.2%;食品价格下降1.5%,非食品价格上涨2.2%;消费品价格上涨1.7%,服务价格上涨1.1%。1—3月平均,全国居民消费价格比上年同期上涨1.1%。

——国家统计局

海关总署4月12日发布,海南自由贸易港宣布建设4年来,外贸增速明显快于全国水平。据海关统计,海南外贸进出口值从2017年的702.8亿元,增长到2021年的1476.8亿元,年均增长20.4%,年均增速快于全国11.5个百分点,高居全国第二。

——央视网

中国央行4月11日公布数据显示,一季度人民币贷款增加8.34万亿元,同比多增6636亿元。分部门看,住户贷款增加1.26万亿元;企(事)业单位贷款增加7.08万亿元;非银行业金融机构贷款减少81亿元。3月份,人民币贷款增加3.13万亿元,同比多增3951亿元。

——中国经济网

国务院新闻办4月12日举行政策例行吹风会,财政部有关负责人介绍了加快政府债券发行使用的有关情况。截至3月末,去年12月提前下达的1.46万亿元专项债券额度,大部分已发行完毕。今年将安排地方政府专项债券共3.65万亿元,重点用于交通基础设施、能源、农林水利等9大领域。

——央视新闻



纺织服装周刊
微信订阅号



纺织服装周刊
微信视频号



TA 潮报
微信订阅号



纺织机械
微信订阅号



纺织服装周刊
今日头条号



纺织服装周刊
网易号



纺织服装周刊
新浪微博

Scene / 现场

拓展合作领域，推进全球非织造布产业繁荣发展！

中美欧行业协会召开三方视频会议

清晰的非织造布海关编码分类，统一的非织造布统计名词，有利于各个国家和地区的行业数据统计，同时也有利于全球行业发展情况交流。

为协调并统一关于非织造布海关编码分类和统计名词的立场，4月7日，中国产业用纺织品行业协会（CNITA）、欧洲非织造布协会（EDANA）、美国非织造布协会（INDA）共同就此召开视频会议，并交流了中国、欧洲、北美的非织造布行业情况。中国纺织工业联合会副会长李陵申，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会（简称纺织贸促会）常务副会长梁鹏程，中国产业用纺织品行业协会（简称中产协）会长李桂梅，中产协副会长段守江、季建兵，纺织贸促会副秘书长沈楨，欧洲非织造布协会总经理 Pierre Wiertz、市场分析与经济事务总监 Jacques Prigneaux，美国非织造布协会会长 Dave Rousse、运营总监 Tony Fragnito、市场信息与经济研究总监 Brad Kalil，以及纺织贸促会展览二部、中产协国际交流部负责人参加了会议。

李陵申在会议致辞中指出，中产协与 EDANA、INDA 通过多年的务实友好合作，在展会、论坛等重要活动，以及关乎行业发展的重要事项上取得了丰硕成果，为非织造布行业的持续健康发展提供了专业、创新服务和坚强、有力保障。他希望三方协会继续保持良好的合作关系，拓展合作领域，共同推进全球非织造布产业繁荣发展。

Pierre 和 Dave 一致表示，中产协为非织造布这个快速发展行业持续提供的服务是卓有成效的，体现了中产协的重要价值。与中产协成为合作伙伴后，在多方面的交流合作都取得了积极效果。

梁鹏程介绍了将于9月举办的第十六届中国国际产业用纺织品及非织造布展览会的筹备情况，希望与 EDANA、INDA 深入合作，共同为行业创造优质的交流、展示和商务合作平台。



中美欧行业协会为协调并统一非织造布海关编码分类和统计名词召开视频会议。

在行业情况交流环节，李桂梅指出，中国非织造布行业已开始从产量增长模式，转向专注于产品品质提升和应用领域拓展的模式，行业今后将在原材料创新、绿色制造、智能制造、环境友好产品开发、应用创新等方面重点着力。在现有的合作基础上，她希望三方以后在科技、标准和宣传等方面开展更多的实质性合作。

随后，Jacques 和 Brad 也分别简要介绍了欧洲和北美的非织造布产业发展情况。关于非织造布海关编码分类及其中的措辞修正，Jacques 提出了建议。Brad 表示，INDA 愿意同中产协 and EDANA 一起，共同推进此事的进展，争取为非织造布国际贸易达成一个清晰的海关编码分类。

季建兵介绍了近年来中产协建议海关新增税码发挥的积极作用，对 EDANA 提出的修订建议，他代表中产协给出了建设性意见和具体、合理的修订思路。（中国产业用纺织品行业协会）

Direct / 直击

《纺织可持续未来材料白皮书》向行业征集论文

为推动中国纺织工业未来材料的可持续探索、对话和应用，2021年中国纺织工业联合会社会责任推广委员会启动首期“可持续未来材料”开源项目，重点开展纺织可持续未来材料的探索性研究并编撰《纺织可持续未来材料白皮书》。近日，《纺织可持续未来材料白皮书》面向全纺织行业研究人员和从业人员征集论文。征文活动以“鼓励行业开展学术研究、深化环保设计水平、推动绿色技术发展、指引行业变革方向”为宗旨，旨在通过集思广益，激发纺织产业链各利益相关方对可持续材料的科学思考，反映行业各企事业单位及院校对纺织行业材料可持续发展的观点和趋势，探讨纺织行业未来产业材料的可持续发展趋势以及技术革新的思路方向。

据了解，本次征集的论文需基于一定的科学基础与技术可行性，重点围绕绿色可持续纺织材料的发展方向，预测未来（10年以后）纺织领域中具备大规模产业化应用前景的可持续材料，该类材料对生态、生物以及环境的负面影响可降低到最小化，并从绿色、时尚与科技三个维度同步对该类材料展开论述。论文要突出创新性、前瞻性和专业性，具有应用价值和理论价值，能全面反映该学科及相关领域的发展状况，对行业管理、决策具有参考作用。论文征集截止时间于2022年7月30日，投稿邮箱为tech@ctic.org.cn。（综编）

石化化工“十四五”指导意见提出与纺织协同布局，加快发展高性能纤维

石化化工是纺织化纤的上游及相关产业，其发展状况对纺织化纤行业发展有重要影响。4月7日，工业和信息化部、国家发展和改革委员会、科学技术部、生态环境部、应急管理部、国家能源局六个部委联合发布《关于“十四五”推动石化化工行业高质量发展的指导意见》。《意见》要求与纺织业协同布局，加快发展高性能纤维。

在完善创新机制方面，《意见》提出支持企业牵头组建产业技术创新联盟、上下游合作机制等协同创新组织，创建高端聚烯烃、高性能工程塑料、高性能膜材料、生物医用材料、二氧化碳捕集利用等领域创新中心，强化国家新材料生产应用示范、测试评价、试验检测等平台作用，推进催化材料、过程强化、高分子材料结构表征及加工应用技术与装备等共性技术创新。

在优化调整产业布局方面，《意见》提出，引导园区内企业循环生产、产业耦合发展，鼓励化工园区区间错位、差异化发展，与冶金、建材、纺织、电子等行业协同布局。

针对加快绿色低碳发展，《意见》要求积极发展生物化工，鼓励基于生物资源，发展生物质利用、生物炼制所需酶种，推广新型生物菌种；强化生物基大宗化学品与现有化工材料产业链衔接，开发生态环境友好的生物基材料，实现对传统石油基产品的部分替代。（郝杰）

Focus / 聚焦

三家化纤企业入选江苏省智能制造示范工厂名单

本刊记者_郭春花

4月6日，江苏省工信厅发布的2022年江苏省智能制造示范工厂名单公示结束，盛虹集团旗下两家省级智能制造示范工厂——江苏港虹纤维有限公司的功能改性聚酯长丝智能工厂和江苏斯尔邦石化有限公司的醇基多联产智能工厂，以及恒力石化旗下江苏恒科新材料有限公司功能性聚酯纤维智能工厂位列其中，彰显化纤行业大力推动智能化发展，驱动化纤产业实现新一轮升级和高质量的实力。

近年来，盛虹集团坚持高质量智能化发展道路，不断提升智能化生产水平，加上此前江苏国望高科纤维有限公司的功能性聚酯纤维智能工厂，盛虹旗下省级智能制造示范工厂达到3家。

此次入选2021年江苏省智能制造示范工厂的江苏港虹纤维有限公司，是专注于差别化功能性纤维研发、生产与销售的高新技术企业，其功能改性聚酯长丝智能工厂于2021年12月建设完成。

港虹纤维结合现有装备及技术部署“智能制造”战略规划，成立专业自动化开发团队，利用MES、5G、人工智能、智能制造等技术，实现了对生产数据自动采集分析、全方位监控和订单全程追踪管理。建立设备管理系统，实现设备故障在线诊断、故障修复及预测维护。

通过智能工厂建设，实现了人机互动，提高了工作效率，使单位运营成本降低31.2%；通过外观检测装置等智能设备的运用，使产品不良品率降低20%。

江苏斯尔邦石化有限公司的醇基多联产智能工厂，以数字化、智能化、

精细化、可视化为目标，建设基于生产智能的管理指挥、监控、管理体系，实现对整个工厂的集中控制、监视、操作和管理。

斯尔邦石化的生产装置均配备智能仪表，通过Modbus RTU通信，实现从订单下达到产品生产过程的全方位跟踪，为企业生产和经营管理提供统一的数据平台，优化生产管控机制。通过PI实时数据库系统，采集所有生产装置的生产工艺数据，对全厂的生产管理过程进行实时监视、调度、工艺分析和生产统计。

通过智能工厂建设，斯尔邦石化的生产、检测设备智能化率超过95%，用工减少20%以上，产品合格率达到100%。

恒力集团旗下恒科新材料功能性聚酯纤维智能工厂配备全流程自动化设备，通过建立DeltaV-DCS集散控制系统、ERP、MES等相关信息系统，采集各项生产数据，实现生产设备运行状态实时监控、故障报警和诊断分析，恒科新材料还建立起工厂级工业互联网，实现设备联网率100%。智能工厂通过智能化设备、软件级基础网络的系统集成与互联互通，达到了全流程集中管控、智能生产的目的，实现了原料、设备和人力效率的最大化。

近年来，公司抢抓“智能+”“互联网+”新机遇，以数据为基础不断改善企业内部运营、产品研发和生产制造，打造了多个智能工厂、智能车间。未来，恒力石化还将继续加大研发投入，持续深化绿色制造、智能制造改革，以科技创新为桥梁，不断驱动行业革新，助推行业发展。

Brand / 品牌

“劲”心守“沪”，助力上海核酸采样“大白”！

劲霸集团捐赠2000件紧急研发的“天使战甲”

4月1日，劲霸集团通过民建上海市委、共青团上海市委、上海市青少年发展基金会捐赠近45万元防疫物资，在此次捐赠物资中，除了劲霸集团旗下大健康品牌劲心劲意欧标N95口罩、隔离衣、隔离面罩等专业防疫设备，还包括了2000件特殊的防疫装备——“天使战甲”。

一线防疫工作中，核酸采样人员无疑是最辛苦的人之一，采样期间医护人员需要使用到试咽纸、采样试管、手套、消毒液、试管袋等各类医护用品。碰到移动采样需求时，为了不耽误采集进度，他们则在自己身上挂上各种袋子装纳这些物品，这也给原本繁重的工作量增添了很大难度。

晋江抗疫指挥部的晋江市医院总务科副科长苏晓静带着这样的难题，通过晋江卫健委联系到福建省重点医疗物资生产企业——劲霸集团旗下大健康品牌劲心劲意，提出是否可以做一件可以容纳各类核酸采样物品的马甲。劲心劲意当即召集劲霸男装版型师、生产技术伙伴协同研发，同时开始供应链、生产加工的准备。

“天使战甲”既涉及到服装结构工艺，又有医护工作场景的特殊功能性需求，需要专业医护和服装设计师、版型师、工艺师等综合协同才能完成。为了快速让产品落地交付使用，劲心劲意抽调5位年轻的技术骨干组成技术攻关小组。仅仅用了2个小时，第1件成品就已手工打样完成，被苏晓静带回指挥部给大家试用。之后，通过2次快速测试、改良优化，“天使战甲”从工艺和服装的结构上，从成本到工艺的复杂程度都减少了一半，如能容纳更大体积的酒精消毒瓶，容纳各种物品的



劲霸集团组成生产突击队支援“天使战甲”生产，全力保障供给。

口袋位置更便于存放拿取，将原本的服装立体袋工艺改成简单的平面打褶工艺，领口、侧身的处理更方便穿着活动、脱卸等，大大提升了穿着使用的功能便捷性、舒适度和生产效能。

为了能够提升产能，保障抗疫防疫急需，劲霸集团决定停掉2条劲霸男装服装生产线，调动2个精品班组，调集有着丰富男装经验的版型师、技术工人等30名青年员工组成生产突击队，并入劲心劲意生产线，支援“天使战甲”生产，全力保障供给。

4月1日晚，捐赠的首批400件核酸采样马甲日夜兼程，从福建送达上海。第二批1600件马甲也于4月7日上午抵达仓库。另外，英林心慈善基金会上海站也采购了100件“天使战甲”，现已送达普陀区长风街道一线人员手中，一线的社卫工作人员表示很实用、很需要。（朱青林）

重拳推动纺织业发展！三大省份出台措施明确目标

■ 本刊记者_郭春花

近日，安徽省印发了《安徽省“十四五”纺织工业发展规划》，山东省出台了《山东省“三个十大”2022年行动计划》，江西省提出了《2022年江西省纺织服装产业链长制工作要点》，三省明确了各省发展纺织业的近期和远期规划，以及利好纺织业稳中求进、高质量发展的多项措施。本刊重点解读三省文件的重要精神，为行业企业提供参考。

安徽 //

印发“十四五”发展规划，做大做强纺织业

近日，安徽省经济和信息化厅印发了《安徽省“十四五”纺织工业发展规划》（以下简称《规划》）。《规划》提出，到2025年安徽省纺织制造业智能化水平进一步提升，创意设计能力进一步加强，科技创新能力进一步增强，自主品牌建设取得突破，工业互联网平台初具规模。基本形成全国知名的纺织服装创意设计中心、纺织行业智能制造示范基地，打造全国纺织服装发展重要增长极。《规划》在纺织业、服装服饰业、化学纤维制造业三个领域提出了重点发展任务。

《规划》还提出了具体的实施路径。一是实施创意设计提升工程，推动设计时尚化。提升产品开发能力，建设一批高层次企业创新设计载体，打造一批服装创新设计公共服务平台。二是实施科技创新工程，推进创新协同化。加快高科技新产品研发，着力突破一批行业关键共性技术，培育新的增长点。三是实施自主品牌培育工程，推进品牌知名。加强自主品牌培育，加快推进标准建设，大力提升产品质量。四是实施产业链融通工程，推进资源平台化。统筹推进纺织行业工业互联网基础设施体系建设，加快产业数字化，嵌入长三角工业互联网共建共用。五是实施数字赋能升级工程，推动生产智能化。加快智能制造升级，加快行业新模式推广，加快发展服务型制造。六是实施绿色发展战略工程，推进产品高端化。积极推进纺织绿色制造，加快淘汰落后产能，鼓励企业创建绿色工厂。七是实施行业规模壮大工程，推进产业集群化。培育壮大龙头企业，支持龙头骨干企业上市，坚持产业链招商，推动产业集聚化发展。

山东 //

现代轻工纺织产业列入“十强”产业

近日，山东省出台了《山东省“三个十大”2022年行动计划》。山东现代轻工纺织产业2021年规模以上企业营业收入达到1.8万亿元，占全省规模以上工业的17.6%，产业基础好、规模大，是山东优势支柱产业和重要的民生产业，在国内具有较高的知名度和影响力。

据山东省工业和信息化厅副厅长焉杰介绍，按照省委、省政府部署安排，山东省工信厅编制了《现代轻工纺织产业2022年行动计划》，今年将重点抓好“开展产业链供应链优化升级行动，开展科技研发创新提速行动，开展智能化绿色化转型行动，开展稳市场扩消费行动，开展产业集群升级行动，开展人才强企行动”六大行动，推动现代轻工纺织产业体系建设，不断优化产业供给，更好满足人民群众对美好生活的需要。

同时，还将建立完善现代轻工纺织产业工作协调推进机制，进一步优化发展环境，加大政策供给力度，强化金融保险支持，提升贸易便利化水平，加快培育综合实力全国领先的千亿级企业1家、百亿级企业20家以上，努力打造全国具有较高区域影响力的集群品牌40个、具有较高行业影响力的企业品牌200个、具有较高市场美誉度的终端消费品牌500个，奋力实现综合竞争力持续增强、创新能力持续提升、品牌化程度持续提高、产业生态持续完善的发展目标。

江西 //

完善产业链条，做大产业规模

江西省日前印发《2022年江西省纺织服装产业链长制工作要点》，再次明确2022年纺织产业发展目标，提出要完善产业链条，做大产业规模，提升发展质量。

在产业发展目标方面，2022年，江西省将力争实现规模以上企业突破1600户，营业收入2200亿元，利润160亿元，继续扩大产业规模；共青城市、青山湖区规模以上企业营业收入力争突破300亿元，德安县、于都县、万年县力争突破200亿元，9大产业集群纺织经济总量占江西省比重70%以上，壮大产业集群；行业新增10个以上江西名牌产品、2个以上智能制造标杆企业（车间），完成10个智能工厂建设及20条以上生产线的智能化改造，提升发展质量。

在具体工作任务方面，包括八个方面内容。一是强化创新引领；二是加快数字赋能；三是坚持绿色发展；四是完善产业生态；五是推进品牌建设；六是壮大骨干企业；七是加强人才保障；八是举办对接活动。

此外，今年以来，江西省密集出台了《江西省重点产业链强链延链补链重点方向汇编》、《江西省推动产业链长制深入实施工作机制》、《江西省制造业基础再造行动计划（2022-2025年）》等一系列重要政策，进一步巩固江西纺织服装等产业竞争优势。

从区域来看，中部地区承东启西、连贯南北，江西省位于长江以南地区，北接长江经济带，东接长三角、海峡西岸经济区，南连珠三角大湾区，中间与武汉、长沙共建“中三角”。数据显示，江西省经济增速多年位居全国前列。今年的江西省政府工作报告显示，2021年江西经济增长稳定恢复，预计地区生产总值达2.95万亿元，增长8.8%。2021年江西重点工业产业营业收入实现较快增长，仅纺织产业营业收入预计超1000亿元。

江西省工信厅相关负责人表示，链长制等一系列重要政策的出台，正在不断放大江西省纺织等特色产业的竞争优势，助力规模以上工业增加值增速继续保持全国第一方阵。TA

纺织之光科技教育基金会第三届理事会第八次会议提出：

推动设立有特色、有吸引力的专项基金

本刊记者_郝杰

3月25日，纺织之光科技教育基金会第三届理事会第八次会议以通讯会形式召开。纺织之光科技教育基金会（以下简称“纺织之光基金会”）理事会审议并通过了纺织之光基金会2021年工作总结报告、财务决算报告和理财总结报告，及2022年工作计划、预算计划和理财计划报告。

2021年纺织之光基金会收到捐赠总计1648.28万元，其中捐赠货币资金1197.49万元，捐赠物资价值450.79万元。实际支出1552.76万元，持续资助并重点开展“纺织之光”中国纺联科技奖、教育奖、纺织教育教学成果奖、针织内衣创新贡献奖，全国纺织行业劳动技能竞赛、职业技能竞赛等奖励项目及“纺织之光”应用基础研究、重点科技成果推广，“纺织之光·爱益行”等行业公益慈善活动。

2021年度，纺织之光基金会加强科学管理，确保公益项目规范运作，参加民政部对社会组织五年一次的等级评估，获评3A级社会组织。制定纺织之光基金会五年发展规划实施方案，开展应用基础研究项目十年评估工作，并积极参与疫情防控、乡村振兴等社会慈善活动。

2021年末，民政部决定对全国先进社会组织进行表彰，纺织之光科技教育基金会、中国产业用纺织品行业协会等281个社会团体、社会服务机构和基金会获得“全国先进社会组织”称号。

为做好2022年纺织之光基金会全年工作安排，基金会秘书处充分征求相关项目承担单位意见，全面分析基金会发展面临的形势，坚持稳中求进，确定2022年基金会预算计划，本年度预算总收入1641万元，比上年有所减少，本年度预算总支出1632.2万元，比上年实际支出增加79.4万元。支出增加主要原因是上年疫情影响，部分公益项目计划没有开展，在本年度继续列支。在确保公益活动支出占上年净资产比例超过8%、确保管理费用占全年总支出比例不高于12%前提下，以收支基本平衡、略有盈余为基准，继续支持“纺织之光”科技教育奖励项目、应用基础研究、成果推广、“纺织之光·爱益行”、“纺织之光论坛”等行业公益慈善项目的立项实施。

2022年是纺织之光基金会开展纺织行业科技教育奖励公益活动25周年，基金会提出以纺织行业科技教育公益事业发展为中心，汇聚更多的行业慈善资源，建立行业慈善公益平台，完善《基金会五年发展规划》，规范管理，提升服务能力，有效发挥行业慈善公益组织作用，重点做好以下工作：一是依据纺织行业“十四五”规划和慈善事业发展规划，结合基金会行业发展，完善中期发展规划；二是提高服务理事治理能力；三是研究探索扩大筹款新途径，推动设立有特色、有吸引力的专项基金；四是以提升项目绩效为目标，支持开展行业科教公益项目；五是围绕“纺织之光科技教育基金会支持行业科技教育奖励25周年”，开展系列宣传活动；六是不断加强秘书处团队科学化、专业化能力建设。

纺织之光基金会理事长叶志民表示，2022年，基金会将继续支持行业科教公益事业，同时，要优化各个公益项目运行模式，把每一分钱用好。此外，要利用各种机会，让行业了解、认识并支持基金会。基金会将继续坚持初心和使命，与各方携手合作，重点加强专项基金的设立。努力将“纺织之光”打造成为爱心企业家的交流平台、纺织行业慈善平台。TA



2021年度纺织之光科技教育基金会捐赠人名单

（备注：截至2021/12/31）

现金捐赠 - 非限定性*	
捐款单位/个人	金额(元)
中国家用纺织品行业协会	1000000
常州旭荣针织印染有限公司	500000
马金星先生	50000
纺织行业职业技能鉴定指导中心	50000
现金捐赠 - 限定性*	
捐款单位/个人	金额(元)
郑敏泰先生	9000000
常州市桑麻教育基金会	880000
上海设界商务信息咨询有限公司	275000
杭州中服科创研究院有限公司	80000
江苏富之岛美安纺织品科技有限公司	70000
浙江金佰利环境科技有限公司	30000
苏州市四纺科技有限公司	20000
无锡市金太阳新纺织机配套有限公司	20000
浙江引春机械有限公司	20000
物资捐赠	
捐物单位	公允价值(元)
安莉芳集团/深圳市心衣公益基金会	3001103
内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司	240000
华歌尔(中国)时装有限公司	209215
江阴市红柳被单厂有限公司	200000
浙江凌龙智尚科技股份有限公司	189470
河北国欣纯棉家纺有限公司	139600
中国产业用纺织品行业协会	120000
内蒙古沃尔绒业有限公司	102600
无锡万斯家居科技股份有限公司	82900
苏州波力斯医疗科技有限公司	78000
江苏爱伦家纺有限公司	66800
重庆市茧丝绸行业协会及其部分会员单位	26400
佛山中纺联检验技术服务有限公司	24125
中国纺织机械协会	17340
北京新越公益基金会	10400

*非限定性(无限定用途)/ *限定性(有限定用途)

纺织之光科技教育基金会简介

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会”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2021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1632项、优秀教师和学生4381名、优秀教学成果奖2167项、针织内衣创新贡献奖127项、应用基础研究73项、科技成果推广339项、全国纺织行业技术能手313名、技能人才培养突出贡献16人及33家获奖单位。

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

落实双碳，行业在行动 系列报道·纤维篇

减少“碳足迹”，从纺织源头做起！

本刊记者_王利

万物得其本者生，百事得其道者成。当前国际形势纷繁复杂，世界经济不确定性加剧，但全球绿色低碳发展的大势不可逆转。随着“碳达峰、碳中和”呼声在全球范围内持续升温，在我国纺织强国目标基本实现的新发展阶段，纺织服装行业以绿色、低碳、循环为特征的新经济形态加速形成。

问渠那得清如许？为有源头活水来。纤维纱线领域作为整个纺织服装行业的源头，正加快探索以绿色材料、清洁生产、绿色认证、循环发展等为核心的绿色制造体系，致力于从源头树立绿色低碳发展“风向标”，减少向下游的碳足迹输出，发挥“杠杆效应”，推动纺织全产业链的绿色转型。

在推进“碳达峰、碳中和”进程中，纤维纱线领域涌现出福建永荣锦江、德州华源、唐山三友、青岛邦特等一大批领军企业。这些企业有的通过智能制造和光伏发电，降低能耗、提高生产效率，有的通过研发生产天然植物可降解、循环再生纤维、原液着色纤维等新技术、新材料，减少污染、赋能大健康，有的通过参与“30·60中国时尚品牌气候创新行动碳中和加速计划”，携手产业链下游伙伴，共赢绿色未来。

绿色材料，减少向下游碳足迹输出

绿色发展，材料先行。从纺织源头为地球减负，探索可持续发展新路径是行业企业的明智之举。在“科技、时尚、绿色”成为纺织行业新定位的背景下，许多纤维纱线企业开始向绿色新材料领域寻求突破，从产品生命周期的初始，为行业带来更多可持续、低碳的纺织材料选择。

作为再生纤维素纤维领域的领军企业之一，唐山三友集团兴达化纤有限公司一贯主张绿色发展、循环经济，形成低碳、减碳绿色产品结构体系。如：环保粘胶 EcoTang® 与未达到 EUBAT 技术的粘胶纤维相比每公斤可节约用水 24L，降低碳排放 2.89KG；再生纤维 ReVisco™ 以回收的废旧纺织品和木浆粕为原料，实现废旧棉纺织品循环利用；唐丝® 彩纤通过纺前注入技术，将纤维素纤维与环保颜料有机结合，减少后期染整工序，使用一公斤唐丝® 彩纤可降

低水约 100L，降低碳排放 4.23KG。此外，三友化纤还开发了竹炭纤维、抗菌纤维、远红外纤维等功能性新材料纤维。

为积极贯彻“双碳”目标，今年，德州华源生态科技有限公司针对色纺纱板块创新推出“新序十二色”，结合流行趋势，每个月呈现与节气相关联的颜色，输出传统文化，让客户体验色彩焕新所带来的愉悦感。“新序十二色”在配色方式及生产方式上，聚焦节能降耗，结合来自原料端的绝对优势，使用绿色环保材料，比如再生涤纶、再生纤维素纤维、可降解纤维等，对婴童、内衣，可以用植物染色来实现，将节能减排进一步做深做广，在响应双碳目标上又迈进一大步。

当下，绿色环保纺织材料已经成为行业发展新趋势。作为国内前沿的功能性纤维创新企业，青岛邦特生态纺织科技有限公司在创立之初，就秉持着绿色环保理念，采用纯天然原材料，以植物创新力量，打造 Naturefi® 植物原纤维平台。该公司推出的冰薄荷纤维、暖姜纤维、天茶纤维、板蓝根纤维等植物纤维，智能调温系列、发热保暖系列、冰凉触感系列等功能性产品，以及生物再生技术、气凝胶技术等创新突破，在国内乃至国外市场都有着较大的影响力。

当“双碳”目标有了时间表，企业可持续发展也有了明确的方向。过去的一年，面对严峻的国内外形势，许多坚持绿色发展主线的企业都取得显著成效。2021年，福建永荣锦江股份有限公司原液着色纤维销量增长超 20%，再生纤维销量增长超 300%，功能性纤维销量增长超 15%；2021年，德州华源推出了再生黏胶、零碳纤维、可降解纤维等可持续原料产品，打造了植物染叶色木语™、碳足迹可测算 CarbonStar™ 等绿色差异化纱线品牌，该公司纱线产量、出口创汇均创历史新高，并实现产销平衡。

行业领军企业正加快探索以绿色材料、清洁生产、绿色认证、循环发展等为核心的绿色制造体系。

绿色生产，打造环保智能示范工厂

在纺织产业链各环节，清洁绿色生产不仅是企业实现节能减排的现实需要，也是全面落实科学发展、可持续发展的必由之路。许多纤维纱线企业持续推进清洁生产、节能降耗，从设备、工艺、产品、管理等环节入手，提高资源利用效率，并通过数字赋能，提升工厂智能化程度，扎实推进绿色制造体系建设。

2020年6月，永荣锦江首个可再生能源试点——8兆瓦屋顶分布式光伏发电项目，在锦江工厂成功并网发电。目前，一期项目已建成，每年可提供可再生能源约 800 万千瓦时，相当于年节约标准煤 2520 吨，减少二氧化碳排放 6000 吨，减少二氧化硫排放 3.76 吨。并网运行以来，系统运营效率高达 85%。二期项目 12 万平方米的厂房屋顶安装光伏项目正在筹备中，预计 2022 年 8 月并网发电，年发电量 2925 万度，相当于年节约标准煤 9213.8 吨，减少二氧化碳排放 21900 吨，减少二氧化硫排放 13.72 吨。

除了通过光伏发电节能降耗，永荣锦江还从设备更新、技术改造、仓储物流环节零排放、雨水回收等多方面下功夫，并从运营、消费端探索减碳减排新路径，持续推进锦康纱、锦生纱、锦逸纱“三根纱”的研发创新，倡导实施绿色生产和绿色生活方式，向社会提供绿色产品和高品质服务。该公司的再生锦纶纤维颠覆了传统纤维原料来源，整理利用废弃资源，制造出与原生纤维相差无几的新型纤维，实现绿色、低碳、循环与高利用率的统一。

为积极推动“碳达峰、碳中和”落到实处，德州华源选定子工厂作为绿色先行示范工厂，设定了减碳蓝图，率先购买了绿电，签署了 SBTi 科学碳目标倡议。此外，德州华源在建的智能化高性能纤维高端定制生产线项目，规划建设全省纺织行业唯一的三层智能化、数字化“灯塔”工厂，将高性能新材料、高端装备、信息技术、互联网+、大数据等重点发展领域相结合，致力于通过数字化管理、智能化生产、精益化运营，实现企业节能降碳、清洁生产，打造中国纺织行业差异化纱线智能低碳制造的示范企业。

对于节能降耗，三友化纤从水、电、汽全方位入手，已经形成完整体系。一方面，开展实施酸性废水回收再利用、F2 水深度利用、冷凝水回收再利用等技术研究，实现水资源的循环再利用，大幅降低水资源消耗；另一方面，通过研究纺丝切断机倒换周期、酸站离心泵变频控制、空气悬浮离心机推广等应用等，降低企业用电消耗；研究实施低品质余热再利用技术、烘干机效能提升、高效降膜蒸发工艺等，推动企业蒸汽消耗量的降低；同时，组织开展缩短黄化周期时间、精炼机效能提升、打包机提产提效等项目研发，不断提升单线产能，降低单位能耗。

在推动“碳达峰、碳中和”行动过程中，不可避免地增加了企业的运营成本，但许多企业通过产品研发、节能降耗、提高生产效率等创新举措，在化解成本的同时推动企业可持续发展更上一层楼。

循环体系，构建产业链绿色生态圈

独行者速，众行者远。推动“碳达峰、碳中和”目标不是纺织产业链上的某个环节、某个企业能达成的，需要产业链上下游紧密协作，努力实现从原料到产品全过程的无污染绿色发展，建立从源头到末端产业链绿色循环生态圈。

正如德州华源常务副总李玉斌所言，推动“碳达峰、碳中和”不是一个企业的投资行为，需要整个供应链的合作参与，公司希望与上下游合作伙伴一道践行绿色纺织，创建美好家园。为此，2021 年德州华源积极参与中国纺联“气候创新 2030 行动”承诺和“30·60 中国纺织服装碳中和加速行动”，并联合中国纺联社责办、爱慕、兰精以及供应链企业，开展莫代尔服装 LCA 碳排放测算，全面测算每道工序的碳排放，在消费端展示碳排放量，推动了莫代尔碳足迹产品上市，在行业内起到了良好的示范作用。

在绿色低碳发展的道路上，德州华源并不孤单，越来越多的企业朝着共同目标不懈努力。青岛邦特总经理山传雷认为，实现“碳达峰、碳中和”，不仅要做好节能减排的“减法”，也要做好清洁能源的“加法”，以生态圈理念、产业链思维推动绿色低碳发展。因此，邦特纤维从产品来源到产品输出，通过技术的创新、再生资源的利用减少资源浪费，运用新技术、新组合缩短生产周期，稳定产品质量，加强产业链的协同合作，推动纺织产业链绿色可持续发展。

作为首批加入“30·60 中国纺织服装碳中和加速行动”的企业之一，三友化纤目前已完成了双碳目标制定：到 2030 年单位产品实现碳减排 30%，到 2055 年实现碳中和；发布了企业首个《可持续发展报告》，并计划后续按年度进行《可持续发展报告》的编写与公布，开展纺织品全生命周期测评工作，完成了 EcoTang® 产品的生命周期评估（LCA），披露了 EcoTang® 碳足迹信息。该公司副总经理张东斌表示，未来，公司将加大与国内国外品牌的合作，从两头逐渐向中间聚拢，推进透明、低碳、可持续的产业链建设，引领绿色消费新趋势。

“公司严控原料入口，坚持负责任的采购政策，全面审核森林产业链和浆粕供应链，提高零碳浆粕和废旧纺织品浆粕的使用比例，不仅实现区域内原材料循环，还与产业链合作伙伴一起积极推进废旧棉纺织品在纺织行业的循环。同时，依托三友集团区域循环经济体系，实现了物质的闭环利用和能量的多级利用。如：利用集团产业网优势，将其他子公司生产的 NaOH 通过管道直接运输至公司，从而减少运输产生的碳排放。”张东斌说道。

从政策顶层设计到行业企业落地规划布局，中国“双碳时代”正式开启，赋予纺织行业企业发展新内涵、新挑战、新机遇。作为纺织源头的纤维纱线领域已经吹响了推动全面绿色转型的“冲锋号”，越来越多的企业以实际行动践行双碳目标，致力于携手产业链伙伴，围绕价值链的各个环节提出柔性解决方案，共同打造可持续发展闭环经济，开创低碳零碳纺织新时代。[1]



出口额同比增长 8.9%

2022 年 1—2 月我国纺织品服装出口重点市场盘点

■ 中国纺联产业经济研究院_陆健 刘欣 / 文

2022 年 1—2 月，尽管面对海运运费飙升、原材料价格上涨等不利因素，但美欧、东南亚等国家和地区对我国纺织服装产品需求仍在增加，我国纺织品服装出口继续保持增长态势，出口额达 502.0 亿美元，同比增长 8.9%，创历年同期最高纪录。

从产业链角度看，我国纺织行业大部分品类产品出口仍保持较高增速。如我国纺织原料产品化学纤维出口增长 27.7%，纺织纱线、织物以及服装分别增长 41.5%、34.4% 和 24.0%。但涉及防疫的口罩、无纺布、防护服等产品出口继续快速下降，前 2 个月分别下滑了 68.8%、20.8% 和 77.9%；窗帘和地毯产品出口也略有下滑，前 2 个月分别下降 6.3% 和 0.2%。

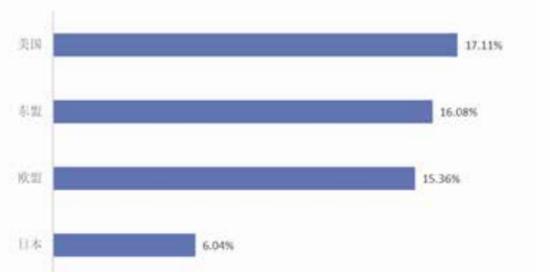
2022 年 1—2 月我国纺织产业链主要商品出口表

产品名称	2022 年 1—2 月出口额 (亿美元)	同比增长 (%)	2021 年全年增速 (%)
化学纤维	18.0	27.7	45.4
纺织纱线、织物及制品	247.4	11.9	-5.6
纺织纱线	25.9	32.1	41.5
纺织织物	119.9	24.4	34.4
纺织制品	101.6	-3.5	-31.4
口罩	9.5	-68.8	-75.9
无纺布	6.5	-20.8	-10.0
绳、索、缆	1.6	12.0	24.9
地毯	5.7	-0.2	26.5
床上用品	8.9	1.7	31.1
窗帘	5.3	-6.3	28.1
服装及衣着附件	254.6	6.1	24.0
针织服装及附件	131.9	18.2	39.1
梭织服装及附件	111.4	13.0	12.8
防护服	1.6	-77.9	-80.1
纺织机械	8.6	7.2	5.7

数据来源：中国海关月报

从出口重点市场来看，美国、东盟、欧盟和日本市场占我国纺织品服装出口市场的前四位，这四大市场纺织品服装出口额占同期我国对全球出口总额的 54.6%。

2022 年 1—2 月重点市场占我国纺织品服装对全球出口的比重



数据来源：中国纺织工业联合会产业经济研究院测算

美国市场：今年以来，美国对我国纺织品服装进口需求仍较旺盛。据我国海关数据，1—2 月，我国对美国出口纺织品服装 85.9 亿美元，同比增长 3.5%，稳占我国纺织品服装出口第一市场地位。其中，我国对美出口最多的是纺织制品和服装。美国是我国第一大纺织制品出口市场以及第一大服装出口市场。今年 1—2 月，我国对美出口纺织制品 23.8 亿美元，同比增长 5.7%；出口服装 59.2 亿美元，同比增长 2.6%。

东盟市场：近年来，东盟对我国纺织服装整个产业链的产品需求较强，去年已超过欧盟成为我国纺织品服装出口的第二大市场，今年前 2 个月仍稳居第二的位置，并保持较快的增势水平。1—2 月，我国对东盟出口纺织品服装 80.7 亿美元，同比增长 21.8%。从纺织重点品类来看，东盟市场目前是我国纱线出口第一大市场、织物出口第一大市场、制品出口第二大市场、服装出口第四大市场。1—2 月，我国对东盟出口纱线 5.3 亿美元，同比增长 38.7%；出口织物 38.0 亿美元，同比增长 20.9%；出口制品 16.1 亿美元，同比增长 6.9%；出口服装 21.2 亿美元，同比增长 33.5%。这在一定程度上也反映了东盟纺织产业链在逐步恢复。

欧盟市场：现阶段，欧盟市场是我国纱线、织物、制品出口的第三大市场 and 服装出口的第二大市场。1—2 月，我国纺织品服装出口欧盟 77.1 亿美元，同比增长 5.0%。其中，对欧盟出口纱线 2.3 亿美元，同比增长 53.9%；出口织物 9.2 亿美元，同比增长 82.0%；制品出口欧盟 15.9 亿美元，同比下降 26.1%；出口服装 49.6 亿美元，同比增长 9.5%。

日本市场：近年来，日本纺织服装市场消费增长缓慢，对我国纺织服装产品进口需求乏力，在我国纺织品服装出口比重中逐年下降，现阶段是我国纺织品服装出口第四大市场。1—2 月，我国纺织品服装出口日本 30.3 亿美元，同比下降 11.8%，主要以服装和纺织制品出口为重点。其中，出口服装 22.2 亿美元，同比下降 10.5%；出口纺织制品 7.0 亿美元，同比下降 18.8%。

印度市场：印度在去年高增长基数、今年消费需求仍较乏力等因素的综合作用下，对我国纺织品服装进口成下滑态势。今年 1—2 月，我国纺织品服装出口印度 8.6 亿美元，同比下降 11.2%。印度对我国纺织产业链上的大多品类产品均有较大需求，但受疫情冲击，今年前 2 个月我国纱线、织物及服装出口印度均有所下降，仅纺织制品出口有所增长。1—2 月，我国对印度出口纱线 1.6 亿美元，同比下降 23.0%；出口织物 3.4 亿美元，同比下降 11.4%；出口制品 2.3 亿美元，同比增长 0.9%；出口服装 1.4 亿美元，同比下降 12.6%。

俄罗斯市场：受疫情影响，近年俄罗斯消费明显放缓，对我国服装产品进口需求下滑较快，但对其他纺织产品需求仍保持一定增势。整体来看，今年 1—2 月，我国对俄罗斯出口纺织品服装 9.4 亿美元，同比下降 17.8%。其中，对俄罗斯出口服装 4.7 亿美元，同比下降 40.7%；出口纱线 0.4 亿美元，同比增长 85.3%；出口织物 2.4 亿美元，同比增长 49.9%；出口制品 1.9 亿美元，同比增长 14.6%。

十四五开局良好，未来压力和风险增加

中国化纤行业 2021 年运行分析与 2022 年展望

■ 中国化学纤维工业协会 / 供稿

2021 年，我国化纤行业进入后疫情时代的恢复阶段，整体表现出价格涨、利润增、库存稳的局面，实现了“十四五”良好开局。但随着 2020 年低基数效应逐渐减弱，行业增长势头逐渐放缓，主要经济运行指标增速呈现明显的“前高后低”走势。2022 年，国内消费依然面临诸多困难，但我国经济韧性强、长期向好的基本面不会改变。展望全年，化纤行业运行压力和风险增加。化纤企业要把握科技创新发展机遇，继续加强自主创新，增强企业核心竞争力，同时也要坚持走绿色可持续发展之路。

一、2021 年化纤行业运行基本情况

(一) 生产情况：2021 年化纤产量 6524 万吨，同比增长 8.29%。其中，除粘胶长丝、腈纶产量分别同比减少 2.42%、11.87% 外，其他主要产品的产量均实现正增长，尤其是涤纶长丝同比增长 10.77%、氨纶同比增长 10.08%。

2021 年中国化纤产量完成情况

产品名称	2021 年产量 (万吨)	同比
化学纤维	6524	8.29%
其中：粘胶纤维	403.1	1.93%
短纤	387	2.12%
长丝	16.1	-2.42%
涤纶	5363	8.94%
短纤	1077	2.23%
长丝	4286	10.77%
锦纶	415	8.00%
腈纶	48.5	-11.87%
维纶	8.7	4.44%
丙纶	42.8	3.83%
氨纶	86.8	10.08%

注：涤纶短纤中包含部分再生涤纶短纤；涤纶长丝中包含部分加弹产品。

资料来源：中国化学纤维工业协会

(二) 进出口情况：2021 年，化纤行业国际贸易基本恢复正常，化纤产品进、出口数量均呈增长态势。化纤进口量为 83.45 万吨，同比增加 9.92%，但与 2019 年相比仍减少 9.10%。除涤纶短纤进口量同比减少 12.68% 外，其他主要产品的进口量均同比增加。化纤出口量为 519.91 万吨，同比增加 11.55%，已经恢复到疫情前 2019 年的水平。其中，除粘胶短纤、腈纶出口量分别同比减少 13.16%、26.98% 外，其他主要产品的出口量均实现正增长。

(三) 市场情况：2021 年，在成本支撑和需求向好的逻辑下，化纤市场总体价格重心恢复至疫情前的水平。涤纶方面，虽然市场价格呈震荡上行趋势，但涨幅不及原料，12 月末相比年初，原料 PTA 涨幅为 34%，涤纶长丝 (POY) 和涤纶短纤涨幅分别为 21% 和 17%；锦纶方面，12 月末相比年初，原料 CPL 涨幅为 22%，锦纶 (POY) 涨幅为 18%；粘胶短纤方面，市场价格 3 月初达到峰值，之后回落明显，至 9 月下旬下探到约 11800 元 / 吨，基本回落至年初水平，四季度虽小幅上涨但很快回落，至 12 月底价格基本维持在 12000 元 / 吨的水平；氨纶方面，市场价格涨幅最为明显，40D 产品由年初的 39000 元 / 吨快速上涨至 3 月初的 65000 元 / 吨，再上涨至 8 月初的 80000 元 / 吨，之后虽稍有回落，但整体仍保持在 75000 元 / 吨左右。

氨纶涨幅明显主要有两方面原因。从成本端来看，PTMEG 是氨纶的最主要原料，约占氨纶原料用量的 80%。其原料 BDO 的另一个应用领域 PBAT (一种可降解材料) 在“限塑令”政策利好下需求大幅增长，导致

BDO 价格暴涨，进而推动 PTMEG、氨纶价格上涨。从需求端来看，随着氨纶行业的技术进步和产品开发，氨纶已不仅仅是一种弹性材料，其还可以带来面料风格的改变，应用场景和用量大幅增加。受疫情影响，居家服、运动服、弹力面料、医用氨纶等需求增加，并且部分面料中氨纶含量比例提高，氨纶已从纺织产品中的“味精”变成了一种主要原料。

(四) 运行质效：2021 年化纤行业经济效益同比大幅增加。国家统计局数据显示，化纤行业营业收入首次跨入万亿元级别，为 10262.83 亿元，同比增加 27.83%；实现利润总额 628.9 亿元，同比大增 149.19%，化纤行业贡献了纺织全行业近 25% 的利润；行业亏损面为 17.3%，较 2020 年收窄 11.42 个百分点，亏损企业亏损额同比减少 8.84%。

化纤行业利润总额增速居纺织全产业链之首，两年平均增速达到 45.5%，明显高于疫情前水平。分行业来看，涤纶和氨纶行业分别贡献了化纤利润总额的 40% 和 22%。此外，碳纤维行业经过十几年的积淀，2021 年国产碳纤维产销量突破万吨，全行业实现赢利。

2021 年化纤行业运行情况逐步修复，运行质量指标较 2020 年明显好转。盈利能力有较大提升，营业收入利润率为 6.13%，同比增加 2.83 个百分点，为 2008 年经济危机以来的第二高点；发展能力提振，营业收入增长率同比增长 38.24 个百分点；营运能力较 2020 年同期有所改善，除产成品周转率同比微降外，应收账款周转率、流动资产周转率及总资产周转率均同比有所提升；三费比例均同比下降，其中管理费用同比下降 0.31 个百分点。

(五) 固定资产投资：企业效益情况好转带动投资信心逐步恢复。根据国家统计局数据，2021 年化纤行业固定资产投资额同比增加 31.8%。行业企业积极围绕技术装备升级、延伸产业链条和区域布局调整开展投资活动，固定资产投资额两年平均增速 3.1%，投资规模已超过疫情前水平。

二、2022 年化纤行业运行展望

2022 年，全球经济增长预期放缓，国际政经格局加速演变，外需增长或将放缓，国内消费恢复也依然面临诸多困难，经济下行压力增大，但我国经济韧性强、长期向好的基本面不会改变。

一季度，化纤行业运行已经遭遇了重重困难。受新冠肺炎疫情影响，化纤产业集聚地局部物流受阻，下游需求低迷，叠加国际油价持续走高，化纤成本居高不下，且难以顺利向下游传导，化纤行业开工率有所下降，经济效益大幅缩水。

展望全年，化纤行业运行压力和风险增加。从供应端来看，随着产业一体化程度的提升，为消化炼化产能的增长，下游配套项目继续大幅扩产，因此原料和化纤依然处于产能扩张期；从终端市场来看，我国纺织品服装市场预期降低，内销整体可能保持低速平稳增长，外需在“弱需求、高基数、订单外流”的因素影响下，增速将逐渐回落。因此，2022 年化纤行业供需格局预期转弱，同时能耗“双控”或将长期存在，行业整体开工率预计基本维持或略走低。原油的宽幅震荡和走势的不确定性，将增加化纤市场风险。此外，2021 年的高基数对 2022 年化纤行业各项指标增速有抑制效应。

2022 年是贯彻落实“十四五”规划的重要一年，伴随着政策面的调整与经济结构的转变，科技创新对经济的贡献度将逐步提升，“专精特新”也将快速发展。化纤企业要把握这一发展机遇，继续加强自主创新，增强企业核心竞争力。同时，化纤企业也要坚持走绿色可持续发展之路，大力推进节能降碳技术推广应用，积极推动清洁生产改造，广泛开展绿色工厂、绿色产品、绿色供应链建设，加强废旧资源综合利用，加快低碳转型与产业发展相互促进、深度融合。

行业开局平稳，市场需求相对稳定

2022 年长丝织造行业生产经营情况调研

■ 中国长丝织造协会_贾慧莹 / 文

中国长丝织造协会近期对重点会员企业开展了 2022 年度春季线上生产经营情况调查，调查结果显示 2022 年长丝织造行业开局平稳，企业总体信心谨慎乐观，市场需求相对稳定，原料价格高企、运营成本增加成为影响企业经营的主要因素。具体情况如下：

一、受访企业基本情况

本次接受调查的企业主要集中在江苏、浙江地区，占总数的 82%，其余受访企业主要分布在福建、湖北、山东、河南、上海和安徽等地，基本覆盖了我国长丝织造产业集聚地。从细分领域看，受访企业的主营业务产品主要集中在功能性面料，防寒服、户外运动服面料，休闲装面料，仿真丝面料，里料，遮光布、窗帘布，产业用面料，床品面料，部分企业主营产品还包括绒布、衬布、箱包布、工装面料等。受访企业中，73% 以内销为主，27% 以出口为主。

二、受访企业当前运行情况

(一) 行业平稳开局：2022 年以来，行业平稳开局。从企业当前的产能利用率来看，45% 的受访企业已经满负荷生产，40% 的受访企业产能恢复至 80% 以上，13% 的企业产能利用率在 50%—80%，有 1 家受访企业因疫情影响开机率不足 50%。从员工到岗率来看，45% 的受访企业表示员工全部到岗，49% 的受访企业员工到岗率高于 80%，其余企业员工到岗率在 60%—80%，复工复产势头良好。

受访企业对前 2 个月经营状况满意度相对较高，6% 的企业认为当前的经营状况非常好，36% 的企业认为经营情况比较好，51% 的企业认为经营情况一般，7% 的企业认为经营情况非常差。

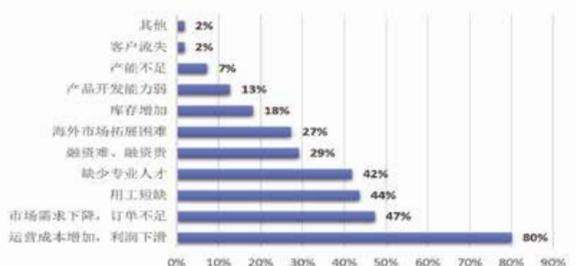
(二) 市场需求相对稳定：对于企业在手订单的情况，7% 的企业表示在手订单可以支持 3 个月以上的生产，接近 70% 的企业订单可以支持 3 个月以内的生产，近 1/4 的企业订单可以支持 1 个月以内的生产。

从企业当前库存情况来看，受访企业中，库存小于 1 个月的企业比重为 27%，多为订单型生产企业；56% 的企业表示目前库存存在 1—3 个月，11% 的企业处于 3 个月以上的库存高位，近 5% 的受访企业库存已超 5 个月，其生产产品以仿真丝面料、箱包布为主。

从企业对当前主营产品价格评估来看，49% 的企业认为现在价格正常或略有盈余；42% 的企业认为价格偏低，基本无盈利空间；9% 的企业认为现在价格理想。

(三) 企业面临的风险及挑战：当前企业经营过程中面临的最主要困难是运营成本增加、利润下滑，集中度高达 80%；超过 40% 的企业反映存在市场需求下降、用工短缺、缺少专业人才的问题，近三成企业还存在融资难、融资贵和海外市场拓展困难的情况。

受访企业目前生产经营中面临的主要问题



数据来源：中国长丝织造协会

从企业面临的外部挑战来看，原材料价格大幅波动是困扰受访企业的最大问题，其他困扰因素包括全球需求下降、行业过度竞争、招工困难和全球政治经济形势的不确定性等。

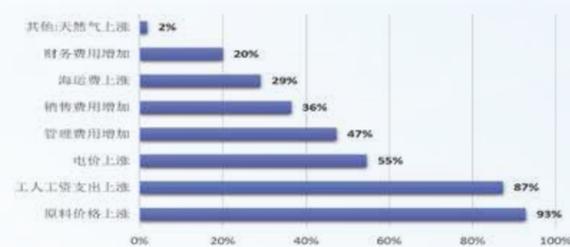
三、受访企业对 2022 年的研判

通过调查企业 2021 年全年销售收入情况得知，近八成受访企业销售收入与上年同期持平或同比增长，同比增长 20% 以上的企业占受访企业总数的比重为 27%，需要注意的是有 11% 的受访企业 2021 年销售收入同比减少 20% 以上。

通过调查企业 2021 年全年销售成本情况得知，93% 的受访企业营业成本与上年同期持平或同比增长，24% 的受访企业反映 2021 年全年营业成本同比增长 20% 以上。

通过调查影响企业营业成本的因素可知，原材料价格上涨和人工工资支出上涨是最主要原因，其次为企业三费增加、海运费增加和电价上涨等。

受访企业 2021 年营业成本增加的原因



数据来源：中国长丝织造协会

通过调查企业 2021 年内销订单情况得知，受访企业中内销订单与上年同期持平或同比增长的企业比重达 84%，订单量同比增长 20% 以上的企业占比达 27%，内需市场稳定恢复。

通过调查企业出口订单得知，2021 年出口订单与上年同期持平或同比增长的企业比重为 62%，有 22% 的企业出口订单量同比减少 20% 以内，16% 的企业出口订单减少 20% 以上。据企业反映，出口订单减少的原因主要是全球需求不足、新增订单减少，以及海运费暴涨、发货受阻。

结合 2021 年全年和 2022 年 1—2 月的生产经营情况，受访企业对 2022 年全年订单和销售收入情况做了预测。从订单预测来看，35% 的受访企业认为 2022 年订单会出现不同程度的增长，40% 的受访企业认为 2022 年订单将与去年持平，25% 的受访企业认为订单量将减少。从销售收入预测来看，有 44% 的受访企业认为 2022 年销售收入将出现增长，36% 的受访企业认为与去年持平，20% 的受访企业认为销售收入将出现小幅下滑。

四、总结和建议

需要注意的是，近一段时期，国际疫情仍在持续蔓延，我国国内疫情呈现多点反弹趋势。受国内疫情影响，有企业出现暂停生产的情况，预计对一季度行业整体运行会有一定程度的影响，行业全年“稳增长”仍面临一些不确定因素。受全球政治经济形势的影响，当前外部环境依然复杂严峻，国际石油价格达到新高位，企业面临着物流成本居高不下、原材料价格高企和人民币汇率坚挺等多重挑战。预计今年成本压力将持续下去，行业仍将承压前行。

面对复杂环境和激烈竞争，长丝织造行业企业需坚定发展信心，加强科技创新和产品开发，推动数字化改造和绿色生产，积极挖掘新需求、开发新产品、拓展新应用，实现行业高质量发展。TA

中国纺织服装大数据中心

中国纺织服装大数据中心是由中国纺织工业联合会主持，中国纺织工业联合会信息化部负责组织推进，中纺网络信息技术有限责任公司作为主要承建与实施单位的全国纺织行业数据汇聚、共享、应用平台。

中国纺织服装大数据中心架构：在北京设立全国中心，在重点省份设立省级中心和地级市中心，在重点产业集群设立数据平台。

中国纺织服装大数据中心功能：为政府宏观决策、区域经济发展、企业生产经营以及国际贸易竞争竞争力提升等提供数据支撑。

●数据采集和整合 ●数据存储和计算 ●数据分析和挖掘 ●数据展示和应用

数据平台建设、云 ERP/ERP、MES、纺织工业数据、相关政府部门统计数据、进出口数据、产业集群数据、纺织服装上市公司数据、电商数据、……



充分发挥中国纺织服装大数据中心的平台作用，推动纺织服装行业数据汇聚，促进产业链、供应链数据融合，形成产业集群、省市、全行业基础大数据库，为政府、产业集群、纺织服装行业、企业提供数据分析、数据大屏展示、数据平台建设、解决方案推广、产融合作、供需对接等服务。

商务合作：
中国纺织工业联合会信息化部

王先生 010-85229046 13811957097
宋女士 010-85229513 13683184867
吴女士 010-85229541 13910583128



中国轻纺城进一步营造良好的营商环境，以市场带动城市发展。

水韵纺都建设下 纺城市蝶变记

■ 本刊记者_ 邬莹颖 文 / 摄

择一叶画舫，从柯岩风景区镜湖码头出发，古运河的悠悠历史，瓜渚湖的清新明媚，大小坂湖的意气风发……柯桥古镇和中国轻纺城古今交汇，江南水乡的婉约和时尚在这里相遇。

中国轻纺城作为柯桥区经济高质量发展的主阵地、领头羊，2022年高标准建设“水韵纺都”城乡风貌样板区，全力打造柯桥城市新地标。一方面围绕功能优化，加强对传统市场的改造，创新发展，进一步营造良好的营商环境；另一方面，做好产城协同文章，以市场带动城市的发展，提升“国际纺都”功能品质。

今年也是中国轻纺城冠名“中国”的30周年，从“河边布街”到“世界布市”，从“铺天盖地”到“顶天立地”，从“一块布”到“国际纺都”，一直以来，柯桥让世界看到了发展速度和改革力度。

在这个过程中，门市作为中国轻纺城实体市场的主要交易场所，是市场发展的最直观表现，它的每一次迭代进化都紧跟时代发展的步伐和市场的转型升级。而近年来，随着电子商务的迅速发展、人们消费方式的改变、新零售市场变化等各种因素，再加上疫情反复的影响，纺织企业在线下的布局要如何调整，什么样的销售模式更适合纺企的持续发展，已经成为当下亟待解决的难题。

《纺织服装周刊》记者在走访市场时发现，快闪、跨界、共享、新概念……竞争白热化的市场环境下，倒逼着纺织

企业进行迭代升级。过程中，有企业逆势而上，也有企业铩羽而归。

提供场景等良好体验 实体门店优化做精

“过去很多纺织企业会用门市铺店的方式去占市场，即在好几个市场都开设门市，但现在越来越多的企业会更加理性地去优化、做精线下布局。”绍兴璞兴纺织负责人许静萍表示。

今年，在联合市场外围，璞兴纺织推出了一家灵感快闪店，从服装款式到面料材质，从店铺装修到陈列方式，都个性十足，也让人看到了面料品牌年轻化的升级战役。店铺以绿色为主基调，以疫情常态化的背景下的“绿码通行”为美好寓意，由多个迷你空间组成，代表了不同的核心内容产品，通过“人生不易、卖布卖艺”、“拒绝焦绿、永若少年”等诙谐的口号标语，将生活化动态化的场景直观地展示在品牌的体现上，但同时又与其他产品空间紧密关联，引导采购商认识到公司的产品特色，进而传达“就做不同”的店铺理念。

“门市作为中国轻纺城实体市场的主要交易场所，是市场发展的最直观表现，它的每一次迭代进化都紧跟时代发展的步伐和市场的转型升级。”

随着越来越多的年轻人成为采购主力军，视觉效果对于实体门市的重要性日益凸显。许静萍介绍，店铺整体装修完成其实只花了2天时间，这种二次元、色系搭配、3D立体化设计的表达方式，都是年轻人的专属元素，把核心产品的描述、品牌价值的赋能以卡哇伊的形式展现给他们。“体验感是现在实体门市的核心竞争力之一，店铺更要着力在场景、产品、搭配、服务等各方面提供良好的体验，丰富和提升门店的功能。”

与传统的门市只是基于产品销售，从既有给定的面料产品出发，结合采购商需求形成商品组合相比，以璞兴灵感快闪店为代表的新兴门市开始了“以场为始”的新型商品规划模式，对采销模式也点出了新的发展方向：传统采销模式可以向“买手制”转型，实现“场景化”商品规划。

这种情况不是个例，走在中国轻纺城市场内，不难发现如今的门市装修，工作室风格布置已然成为新风尚，精致时尚的橱窗内展示着最新一季面料制成的成衣。新的市场环境下，实体门市进行集约化提升，不在规模上做文章，而在内涵上下工夫的新突破。在市场规模上，突破“小而全”的经营方式，集中在品牌面料上做强、做专，实现品牌面料商的专业化、主体性。

拓展新的销售时空 线上线下融合发展

“看得见、摸得着”让实体门店更容易得到客户的信任和认可，但诸多不便也真实存在。而线上销售在便利、低价的同时，其渠道费用不断上涨、流量不可控的问题也给门店商家带来巨大压力。怎样才能吸引顾客来消费，或者说怎么才能把店里的产品卖出去？

之前一直在坯布市场从事坯布生意的林宏彬，一年半之前在中国轻纺城服装服饰市场租下场地开始了童装线上直播事业。旗下服装品牌“衣零衣柒”是国内第一家支持置换模式的童装品牌，据悉，消费者可用其他品牌的旧衣物置换该品牌服装，公司同时会将这些置换的旧衣捐赠给山区孩子，消费者在关注品牌公众号和搜索小程序后，还可全程查看自己的衣物去向。

林宏彬介绍，自己之所以转战线上直播，一方面是为了公益事业，另一方面是由于疫情反复和消费群体的转变。童装这一细分消费领域十分适用于消费者画像发展的趋势，因此企业通过直播的形式，可将线上直接转变为购物转化、产品宣发、企业传播的一体化渠道。

“这件衣服的面料都经过抗菌处理，可以保证水洗100次抑菌率仍可达99%。无论是款式还有颜色都十分适合春夏季节。来，3、2、1，上链接！目前还有20件，大家抓紧下单。”在公司直播现场可以看到，林宏彬作为主播正卖力介绍手上的产品，现场工作人员对接下来要上镜的产品进行梳理准备，并同步回复线上客户留言。

对于线上直播的布局，讲究的也是中长期的发展。除了重要的服务渠道之外，实体门店仍然是与客户沟通以及品牌产品渗透的重要环节。如今，越来越多的柯桥纺企都在拓展自己的线上经营能力，引流、转化的方式虽然改变了，但是产品与营销的思路可以一脉相承。

线下实体门店不仅可以完成销售，而且可以为线上拓展培育和积累宝贵的私域流量。以衣零衣柒为例，除了在平时的节假日假期注重线下引流，专注线上直播，品牌还会通过朋友圈、社群维护和宣传新品及直播活动，针对私域流量开启全员营销，并逐渐搭建起全渠道立体销售模式。这也是柯桥纺织企业在积极探索的销售渠道之一，但在这背后，如何运用好私域流量、完善销售人员的培训及业绩考核机制，让线上线下融合之路更有基础、有潜力、有前途，值得深思。

坚守与创新并重 提升品牌文化价值

近年来，柯桥纺织企业不断向电商领域渗透的表现之一就是接到了大量来自网店包括网红的订单。在“全面拼价格、大多没利润”的线上销售格局下，一些网红、服装博主开始通过贸易商联系到服装工厂定制产品，希望靠原创设计提升品牌文化价值。

纺织行业的未来肯定不是拼低价。位于东市场鬃旺纺织的负责人刘驿认为，现在的行业竞争，是谁能以产品为核心，把营销、品牌、服务等各个环节做好，谁就能坚持到最后。鬃旺纺织作为一家新兴面料品牌企业，以新疆棉为原料，主打各类年轻化、中高端的时装面料。在今年公司甫一成立，就建立以创新为本的品牌运营模式。在介绍中记者了解到，鬃旺纺织业绩提升的原因是该公司在品牌年轻化、全渠道推广、数字化运营等方面进行了持续创新。

刘驿也提出，创新的同时还不能“忘本”，提升产品价值是门市的立身之本。虽然“鬃旺”是一个年轻的面料品牌，但公司的人才团队都是“久经沙场”的老将，他们深知在拼销量的同时，也要注意提升商品的质量、增加原创设计、坚守品牌文化理念，才能最终实现品牌的崛起。“很多品牌成功的重要因素之一就是专注和坚持，从供应链到文化以及传播，长期以来坚持自己的风格。品牌价值的建立与发展能够强化产品与消费者之间的链接，提升企业核心竞争力，促进品牌的长久可持续发展，最终实现从量变走向质变。”

纵观如今的中国轻纺城，实体门市仍然具有不可替代的优势。实体门市的转型靠的不只是紧跟时代潮流的创新，还有对品牌文化、品牌价值理念的坚守，无论何时，回归产品本身才能让一个企业在变化多端的市场中站稳脚跟。

未来已来，前景可期。纺城市将中国轻纺城串珠成链，从“花开几朵”到“百花齐放”，从“星星之火”到“燎原之势”，承载着柯桥纺织人对美好生活的向往，一路铿锵前行，奔向春意盎然的诗和远方。TA



CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP



中国轻纺城集团
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP
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。

“圆梦三十年 最美纺城人”系列报道 ⑤

做一个深耕行业的纺织“学院派”！

专访浙江东进新材料有限公司董事长陈明贤

■ 本刊记者_王利



陈明贤

1992年，正值轻纺城冠名“国字号”的那一年，24岁的年轻小伙子陈明贤以敏锐的洞察力看到了柯桥纺织的发展潜力，果断放弃教师的铁饭碗，投身纺织行业。经历了帮人看门市部，自己开门市部、开纺织厂的探索过程，陈明贤打拼出了属于自己的一片天地。后来，为摆脱同质化竞争，陈明贤决定整合纺织全产业链，打造涵盖原料、织造、印染、后整的“超级工厂”，以差异化、

功能化求生存，浙江东进新材料有限公司由此不断发展壮大。

时光流转，初心不变。2022年，中国轻纺城冠名“中国”30周年之际，陈明贤也已深耕纺织行业30周年，从教师到商人，他始终保持着当初的“学院派”风格，把经营纺织企业看作是商业模式和工艺品制造的创新结合，以做学术的态度做产品，以负责任的态度谋发展，敢于接受变革带来的阵痛和市场带来的洗礼，与时俱进、创新求变，带领东进新材料一路乘风破浪，走出一条高端化、数字化、绿色化的高质量发展之路。

“三链”融通，创造整体柔性解决方案

纺织产业是柯桥的传统产业、主导产业、优势产业和富民产业，地位毋庸置疑。在陈明贤看来，30余年来，随着中国轻纺城的发展跃升，柯桥纺织行业企业大致经历了1.0、2.0、3.0三个时期的转型升级发展。1.0阶段，工厂生产什么，贸易企业和市场经营户卖什么；2.0阶段，客户需要什么，工厂生产什么；3.0阶段，为客户创造柔性化服务价值链。

“随着轻纺城先发性和规模化优势逐步释放殆尽，转型升级对于柯桥纺织行业企业而言势在必行。目前，一部分敢于壮士断腕的企业已走在前列，步入3.0阶段，一部分企业仍处于1.0到2.0阶段。而东进新材料从2013年正式投产起，就致力于探索新的商业模式，目前已处于3.0到4.0交互融合的时代。为成就一块‘好面料’，我们围绕打通产业链、提高创新链、提升价值链‘三链融通’下工夫，希望为客户创造一体化柔性解决方案。”陈明贤说道。

据了解，东进新材料主营户外运动功能性面料，是拥有加弹、织造、染整、复合一条龙的生产型企业。陈明贤表示，东进新材料之所以整合与面料紧密相关的各个生产环节，打通垂直产业链条，不仅是为了降低成本，更主要的是对产品质量的把控，同时使产品研发也更加精准、及时，最终提升企业的整体竞争力。

为提升创新链，东进新材料每年投入研发创新的费用上千万，拥有近30人的研发团队，每个季度都会推出上百款新品。去年开始，东进新材料与浙江理工大学教授团队合作成立了教育教学基地，正围绕“防水透湿”这一项目，展开深入细分研究，致力于通过产学研合作，转化更多科研成果。

多年来，东进新材料以“三品”战略为重点，随着产业链的完善和创新链的提高，价值链也得以提升，已成为“Jack Wolfskin”

“Patagonia”“Lafuma”“Aigle”“Stone Island”等众多知名户外运动品牌的指定面料供应商，在功能性面料领域拥有较高的话语权和知名度。

“两化”融合，打造绿色智能示范园区

有人说，从前是工业化和信息化融合，现在是绿色化与数字化融合，新的两化融合是时代进步过程中的迭代升级。对此，陈明贤深表认同，大胆践行绿色化和数字化的深度融合，全力提升东进新材料产业链各环节的绿色化、数字化水平，着力打造绿色智能示范园区。

为践行可持续发展，东进新材料围绕着绿色材料、节能减排、绿色生产、循环发展的全产业链绿色制造体系正在逐步形成，积极响应“碳达峰、碳中和”号召。一方面，公司所需的尼龙和高端锦纶等主要原料，约20%采用再生纤维，助剂染料全都通过“蓝标”检测。另一方面，在所有工厂屋顶安装了太阳能光伏板，每年利用光伏发电可节省5%以上的用电，进一步实现节能降耗、绿色发展。

在新一轮科技革命和产业变革的大背景下，数字化转型是传统产业转型升级的必然之路。“数字化转型不是一蹴而就的事，不可能短期看到效益，需要循序渐进、长远布局。我们专门成立了信息部，聘请高技术人才，先从采集各部门、各环节的数据着手，再探索将指令和需求转化为IT语言，未来数字化供应链体系建成后将打通信息孤岛，实现车间设备与信息化调度、监控、管理系统的一体化和多部门、多系统的数据交互，以及接单、下单、采购、生产、入库、发货、物流等环节数据的动态实时查询展示和有机联动。”陈明贤说道。

成功往往垂青敢于第一个吃螃蟹的人。多年来，东进新材料勇立柯桥纺织转型突围的潮头，争当示范表率，先后入选工信部第二批“专精特新”小巨人企业名单、首批纺织行业“专精特新”中小企业名单，并荣获优秀成长型企业、浙江省科技型中小企业、国家高新技术企业、省级“绿色低碳”工厂认定。

陈明贤表示，东进新材料将紧紧围绕打通产业链、提高创新链、提升价值链“三链融通”和绿色化、数字化新“两化融合”练好内功，提升公司创新研发能力和综合竞争实力，打造高质量发展体系，力争在新一轮国际竞争中抓住先机，抢占未来发展制高点。TA



东进新材料大胆践行绿色化和数字化的深度融合，着力打造绿色智能示范园区。

Focus / 聚焦

校企深度合作，助推设计人才培养

为推进校企合作走深走实，近日，柯桥区职业教育中心时尚创意学院19级现代学徒优秀学员设计作品颁奖仪式暨20级花样专业现代学徒开班仪式在柯桥区职教中心举行。

当天，柯桥区职教中心校长钟健康、区职教中心副校长沈春红、区职教中心时创学院院长吴华军、区职教中心时创学院副院长倪燕，绍兴彩色棉纺织科技有限公司董事长盛素英以及花样设计系学生到场参会。

会上，沈春红做了现代学徒工作部署，钟健康发表讲话，盛素英为获奖学生颁发了奖状和奖品。

据了解，本次奖励新设立的奖项主要从花样的实用性、素材应用的广泛度、市场需求度等方面对学生的设计作品进行评分，鼓励学生创作符合市场流行趋势和应用性强的作品。此次共颁发一等奖一名（800元奖金+画册），二等奖2名（500元奖金+图册），三等奖3名（200元现金+图册）以及优秀奖5名。

“设置奖学金主要是为了鼓励学生创作。”盛素英告诉记者，学生们在学校里学的大多是理论知识，到了企业后，他们慢慢从实战中积累经验，把创意落地，并开始有能力独立设计作品。学生参与企业实训，不仅有利于提高技能水平，适应市场需求，实现高端就业，同时对企业人才储备、服务市场、满足社会专才需求，以及促进本土设计师的培养、集聚人才力量具有重要意义。

目前，中国轻纺城周边的纺织面料企业在花样设计人才的缺口仍然显著。倪燕表示，学生在企业中所学的知识与技能更能迎合市场、行业和需求，实训结束后，这批职校生会直接进入中国轻纺城的纺织面料企业实习。奖项的设置，有助于提高学生就业信心，激发他们的创作热情，驱动学生坚持从事花样设计工作，形成人才培养与市场需求的良性循环。

据了解，今年是继2021年校企合作现代学徒制实训结束后的第二



会议现场。

年实训，校外基地在3、4月已经有序分批安排学生进入彩色棉纺织。企业会派出几位具有实战经验的老师，每名老师约带10名学生进行精准的教学互动和学习。实训后，学生的认知和技能都得到了提升，成为能够独立设计作品的实战“选手”。

“在新形势下，开展现代学徒是深化职业教育人才培养模式改革。”钟健康在仪式上发言并表达了殷切希望，并鼓励参加此次现代学徒班的学生严格要求自己，认真学习专业知识，增强实践技能，养成良好的职业素养，努力成长为受企业欢迎的高端技能型人才。

后期，彩色棉纺织还将对学生进行行业流行趋势、纺织品的文化需求、美术功底、软件应用、印染技术、面料知识等方面的能力提升。据了解，绍兴彩色棉纺织科技有限公司是一家大型综合性花型设计企业，是柯桥区中国轻纺城家纺设计师协会会长单位，该公司有着20年的面料和花型设计经验，深厚的设计功底，先进的设计理念，善于把握时尚的流行趋势，在带动中国轻纺城花样设计产业的发展方面发挥着重要作用。（林晨莉）

构筑数字防疫屏障 纺城核酸检测登记系统上线

为统筹推进疫情防控和繁荣发展，近期，面对全国各地疫情反复的严峻形势，中国轻纺城集团旗下全球纺织网，开发并推出经营户核酸检测登记系统，以数字化赋能常态化防疫工作，推动数字市场建设落到实处。

据了解，该系统主要功能是为经营户核酸检测报告进行登记，网上轻纺城APP上开通经营户核酸检测截图上传功能，市管通APP中开发了市场巡查员的督查功能，PC端开发了统一的后台管理和数据统计功能，形成市场管理闭环。目前，已有上万余家经营户上传登记，进一步完善市场疫情防控体系，切实做到疫情防控工作精细化、便捷化、高效化。

中国轻纺城集团相关负责人表示，当前各地疫情出现“倒春寒”，防疫工作对数字市场建设提出了更高的要求。下一步，轻纺城集团将在旗下各大市场持续推广经营户核酸检测登记系统，鼓励更多的经营户上传登记，创新市场管理模式，提升市场管理效率，为疫情防控提供有力支撑，为市场繁荣发展构筑保护屏障。（王利）

柯桥两家印染企业入选 浙江省2021年度节水标杆单位

近日，浙江省2021年度节水标杆单位出炉，柯桥两家印染企业——宝纺印染、华越印染榜上有名。昔日“用水大户”摇身一变成“节水大户”，荣誉的背后是柯桥区对印染行业清洁生产和节水型企业创建的不断深入。

近年来，宝纺印染围绕绿色可持续发展，从精细化管理、技术改进、设备改造等全方位入手，推出一系列创新举措。据了解，设备节能改造后，一台设备的产量是原来的4倍，但是用水量只有原来的1.5倍。为了创建绿色环保数字智能工厂，宝纺印染一方面推进设备数字化改造和智能化升级，另一方面部署工艺流程MES系统全生产覆盖，配合ERP系统，实现资源整合优化、提高效率，同时构建全流程工艺能耗采集数据分析协同管控系统，优化生产工艺和促进节能减排。

目前，柯桥区印染企业已实现节水型企业创建全覆盖，并涌现出了宝纺印染、华越印染等节水标杆企业，节水型企业创建成效显著。瞄准“绿色高端、世界领先”目标，近年来，柯桥印染行业通过集聚升级、数字化、智能化改造，积极推进“智慧大脑”创建，让数据参与价值创造，在保证产品质量的同时找到最佳用水量，让生产用水变得更科学，探索出低碳节水发展新路径。（王利）

唐琳连任中国丝绸协会会长

中国丝绸协会第八届会员代表大会召开

■ 中国丝绸协会 / 供稿

4月8日，中国丝绸协会第八届会员代表大会在北京召开。鉴于当前国内疫情防控复杂形势，经民政部批准，大会以视频连线方式召开，在北京设置主会场，会员代表以线上视频连线方式参会。

中国纺织工业联合会副会长杨兆华、第七届中国丝绸协会名誉会长杨永元，中国恒天集团派驻董事、第七届中国丝绸协会会长唐琳，中国纺织工业联合会纪委副书记、人力资源部主任孙晓音，中国丝绸工业有限公司副总经理李欣，第七届中国丝绸协会秘书长刘文全，中国纺织工业联合会人力资源部人事处副处长江海华等领导出席现场会议。各省市会员代表及丝绸杂志社、金蚕网等相关媒体共500人参加线上会议。会议由中国丝绸协会党支部书记、第七届常务副会长钱有清主持。

发布工作报告，充分发挥协会职能作用

杨兆华表示，近年来，我国纺织行业始终坚持党建引领，在科技、时尚、绿色等方面取得积极进展，无论是发展规模还是综合实力都得到了巨大进步，成为我国居世界前列的五大产业之一。当前，百年变局与世纪疫情相互叠加，世界进入了新的动荡变革期。面对新的发展形势，纺织行业必须要增强风险意识，把握好发展的窗口期、战略机遇期，才能赢得发展的主动权，推动中国经济爬坡过坎，向高质量不断迈进。希望中国丝绸协会新一届理事会不忘初心使命，认真履职尽责，充分发挥协会职能作用。同时，也希望各会员单位在丝绸协会新一届理事会的领导下，一如既往地积极参与、全力支持协会的各项工作开展，为共同开创我国丝绸行业高质量发展新局面，做出新的更大的贡献。

会上，唐琳作《中国丝绸协会第七届理事会工作报告》，围绕过去五年行业发展取得成效、协会主要开展工作情况、下一届理事会工作建议等三个方面作中国丝绸协会第七届理事会工作报告。报告从深入开展调查研究，引导行业稳定发展；扎实推进标准化工作，推动产业技术进步；强化自主品牌建设，提升产业竞争实力；打造专业展会平台，大力拓展内外市场；建立常态化交流机制，扩大对外开放合作；加强协会自身建设，提升综合服务水平等六个方面回顾了四年来理事会工作。

另外，唐琳还对下一届理事会提出了建议：一是全面加强党的领导，推动党建工作取得新成效；二是全面落实国家政策规划，打造高质量发展新引擎；三是全面实施创新驱动战略，壮大产业发展新动能；四是全面构建新发展格局，培植产业竞争新优势；五是全面优化协会服务功能，开创行业工作新局面。

刘文全介绍全国茧丝绸行业发展情况，回顾了“十三五”行业发展取得的成效，以及2021年行业经济运行情况。他从国际、国内及行业等三个方面对2022年行业发展趋势进行展望和预判。鉴于目前国内外疫情防控复杂形势，预计2022年上半年丝绸行业经济下行压力较大，下半年有望得到逐步改善。全年主要丝绸产品产量稳中有升，丝绸内销市场逐步回暖，丝绸商品出口延续小幅增长态势，行业主要经济指标逐步回归中低速增长区间。2022年行业工作总基调重点是保生产、稳市场、去库存、防风险。

新一届理事会产生，将共推行业实现更高质量发展

钱有清作《中国丝绸协会第七届理事会财务报告》。刘文全作《关于中国丝绸协会章程（草案）修改情况的说明》。中国丝绸协会产业发



大会通过选举产生了中国丝绸协会第八届理事会及第一届监事会。

展部主任柳恩见介绍《关于中国丝绸协会资产管理暂行办法及会费管理暂行办法的说明》。全体参会代表在线表决通过工作报告、财务报告、章程（草案）、资产管理暂行办法、会费管理办法、代表产生办法、选举办法及总监票人、监票人、计票人名单等。杨爱萍宣读《中国丝绸协会会费标准（草案）》和《关于中国丝绸协会第八届理事会候选人及第一届监事会候选人有关情况的说明》。

孙晓音宣读《关于推荐中国丝绸协会领导人选的函》。江海华作为总监票人介绍投票注意事项。全体参会代表在线投票选举第八届理事会理事、常务理事、负责人及第一届监事会监事、监事长，并对会费标准（草案）进行投票表决。之后，总监票人江海华宣布中国丝绸协会第八届理事会在线选举计票结果。

大会通过选举产生了中国丝绸协会第八届理事会及第一届监事会。唐琳当选为新一届理事会会长，马挺春、马品德、王正喜、王春花、王晓辉、关天计、李欣、杨伟、吴金良、张劲松、张国强、陈鲁、金耀、周文峰、周国建、凌兰芳、屠红燕、储呈平、赖以军当选为副会长，刘文全当选秘书长。钱有清、兰树思、陈国强、陈祥平、傅雅琴当选第一届监事会监事，钱有清当选为监事长。

同时，会议还聘请杨永元为第八届理事会名誉会长，兰树思、刘长瑰、吴金根、陈国强、陈祥平、林平、郑桂泉、柯惠琪、夏庆友、徐伟民、傅和平、傅雅琴、樊迅为特邀副会长。

刘文全宣读《关于推荐第八届中国丝绸协会副秘书长人选的议案》，推荐杨爱萍、柳恩见作为中国丝绸协会副秘书长人选。议案经全体参会代表表决获得通过。

新当选监事长钱有清表示，成立监事会是国家实行业协会脱钩改革后、进一步探索完善协会治理结构的重要举措。作为协会第一届监事长和党支部书记向大会表态，将带领全体监事不断创新监督思路，完善监督办法，为促进新时代行业高质量发展作出新的贡献。

新当选理事会会长唐琳对代表们再次推选他为新一届会长表示感谢，他指出，未来五年国内茧丝绸行业既处在爬坡过坎、跨越赶超的承压前时期，又处在战略机遇叠加、优势集聚的窗口期，行业协会工作仍然任重道远。为此，新一届协会理事会工作将始终坚持“三个必须”：必须准确研判大势，稳中求进实现新作为；必须牢记初心使命，开创协会工作新局面；必须加强自身建设，汇聚产业发展新动能。理事会将与全体会员一起团结一致、努力奋斗，推动新时代我国茧丝绸行业取得更高质量发展。TA

千禧氨纶持续发力高性能、差异化！

云上纤维之路千禧论“弹”系列活动举办

■ 宁翠娟 / 文

3月29日晚，由中国化学纤维工业协会联合华峰化学股份有限公司主办的云上纤维之路千禧论“弹”系列活动第三场——对话科技冬奥专场在纤维新视界直播间成功举办。此次活动聚焦冬奥科技，邀请到国家冬季运动服装装备研发中心主任、北京服装学院教授刘莉，广东德润纺织有限公司总经理胡德芳，华峰化学股份有限公司纤维研究院研发工程师张经瀚一起畅谈纤维科技如何助力高性能运动服装，线上观看量超1万次。活动由中国化学纤维工业协会副秘书长、市场推广部主任靳高岭主持。

科技赋能竞技运动纺织品

科技不仅能让运动员提高备战训练水平，更能在赛场上获得事半功倍的效果。在刚刚过去的北京冬奥会上，纺织科技发挥了重要作用。刘莉表示，基于国家重点研发计划“科技冬奥”重点专项“冬季运动与训练比赛高性能服装研发关键技术”项目，由北京服装学院牵头，联合6所高校、4家企业开展技术攻关，主要解决“快、护、暖、美”四个关键技术问题，实现竞速类项目服装、防护材料及装备、耐低温保障材料和服装技巧类项目服装四类产品创新。

据介绍，“快”针对的是短道速滑、高山滑雪等竞速类项目比赛服的综合减阻问题。通过参考中国运动员体型特征、训练及比赛环境等，运用流体动力学仿真技术构建三维空气动力学模型，科研团队设计减阻服装结构110余种，通过1000小时以上的风洞综合验证，定制符合中国运动员体型和技战术特点的“最佳运动姿态”比赛服。在这个过程中，科研团队将风洞引入竞技类比赛服研发，形成了系统化的研发思路。

“护”涉及训练比赛过程中服装装备的保护性能。如短道速滑比赛服采用复合纱线技术，将两种性能的纱线复合，使得所织造的面料超强、超韧、超弹，具备防切割性能，面料防切割等级满足国际滑冰联盟（ISU）要求。

“暖”是冬季项目的普遍需求。科研团队从新型保暖纤维研发、智能加热材料和技术两方面入手，突破了传统纤维直径难以细化的瓶颈，研发出独特的仿鹅绒微纳米分形结构，实现轻质保暖；研发了“堡垒”的综合保暖系统羽绒服，通过智能主动加热技术，实现高效保暖。

“美”主要涉及技巧类项目比赛。如花样滑冰项目探索并融合多种服装高级定制元素，形成了适合中国的花样滑冰比赛服装设计定制体系，提升了艺术表现力，充分展现了国家形象。

“在北京冬奥会上，我们的研究成果被中国短道速滑队等9支队伍应用，助力中国队在多个项目上实现突破，取得更好成绩。未来，在新规则、新标准的要求下，竞技运动纺织品的面料研发将有更多的提升空间，希望能够与上游纤维企业在材料创新方面有更多的合作。”刘莉表示。



华峰在氨纶领域有着深厚的产业基础及强大的研发能力。

千禧氨纶助力高性能运动服装

北京冬奥会的成功举办为提升中国冰雪运动服装装备奠定了有利契机，未来，包括纤维材料在内的科技创新将是冰雪运动服装装备产业高质量发展的关键环节。

华峰化学股份有限公司在氨纶领域有着深厚的产业基础及强大的研发能力，深耕氨纶的功能性、差异化。针对高性能运动服装的需求，张经瀚重点介绍了华峰化学在高弹氨纶、酸性可染氨纶、抗菌氨纶、舒适氨纶、吸湿快干氨纶上的研发成果。千禧®高弹氨纶力学性能较普通氨纶进一步提升，可赋予服装面料更优异的拉伸和弹性；千禧®酸性可染氨纶酸性染料上染率高、色牢度高，且定型温度低，节能降耗；千禧®抗菌氨纶在聚合物中引入广谱活性抗菌成分，使氨纶乃至成品面料具有持久的抗菌效果；千禧®舒适氨纶具有高伸长、低模量、高弹性回复率，能够降低运动时面料的紧绷感；千禧®吸湿快干氨纶通过化学接枝改性等，可明显增加服装面料的吸湿快干性能，且具有耐水洗性能。

张经瀚说道，为满足运动服装更高的要求，华峰化学将进行更多的探索：一是综合减阻，从织物结构、表面肌理、服装设计等方面提升，可推广至游泳、骑行等其他运动；二是液体氨纶，在360度全方位都具有良好的延伸性，不限制自由的运动；三是防寒保暖，传统的防寒服采用加热片保暖，沉重不易穿着，可研发发热保暖的内衣材料。

各方畅谈产业链创新

访谈环节，嘉宾们针对冬奥运动纺织品联合开发过程及成果、纤维端如何在产业价值链中实现业务驱动、千禧®氨纶创新技术等进行了分享。

刘莉表示，冬奥竞技运动纺织品的研发要以实际应用为导向，“科技冬奥”重点专项不但技术创新难度大，而且综合要求非常高，从研发到应用，每一个环节都要与合作伙伴进行大量的沟通，我们也是与时间赛跑，一刻也不能松懈。谈及未来的研发计划，她说道，增强冬季项目装备研发深度，向夏季项目关键技术延展，持续提升关键项目装备性能，进一步实现专业体育装备“中国造”。此外，我们也希望将竞技体育装备科技推广至大众体育，并做好科普工作。

胡德芳介绍，2019年10月，德润纺织正式参与国家重点研发计划“科技冬奥”专项“冬季运动与训练比赛高性能服装研发关键技术”项目，与多家单位联合研究、制作更具科技含量的比赛服装。例如，短道速滑服防切割面料的印花过程，既要特别注意布面平整度、颜色鲜艳度、得色深度，图案线条精细度，花型对位准确度，渐变色自然过渡效果以及颜色牢度，还要保证不损失面料的弹性和防切割性能。德润纺织反复试验，最终采用特殊的处理工艺达到印制要求。此外，针对流行纤维如何顺利走进下游乃至终端市场，他表示，功能性纤维对于提升服装面料的研发水平有着重要作用，希望产业链上下游的企业、高校以及科研机构之间能够多沟通，共同开发出更多更好的纤维材料，助力服装性能升级。

针对纤维端如何在产业价值链中实现业务驱动，张经瀚认为，一是控制成本，在服装面料的研发中，纤维材料能够在保证性能的情况下降低成本，将极具竞争优势；二是保证原料稳定供应，一旦纤维材料被下游乃至终端市场应用，那么产量与质量都必须跟上；三是持续提升，要以终端需求为导向，研发和改进纤维性能，并配合营销宣传，传递纤维科技价值。TA



张国良

让世界感受中国碳纤维的魅力!

专访中复神鹰碳纤维股份有限公司董事长张国良

■ 本刊记者_郭春花

4月6日,中复神鹰碳纤维股份有限公司(股票代码:688295)以线上线下相结合的方式举行了上市敲锣仪式,成功在上海证券交易所科创板挂牌上市,成为中国建材集团旗下第一家科创板上市公司,也是科创板第一家碳纤维上市公司。为让社会大众全面了解中复神鹰的发展情况,中国纺织工业联合会会刊《纺织服装周刊》专访了中复神鹰董事长张国良,深度回顾中复神鹰自成立以来的成长之路,并展望其未来发展。



股票简称:中复神鹰
股票代码:688295

中复神鹰成功在上海证券交易所科创板挂牌上市。

从0到1 立志造出中国人自己的碳纤维

碳纤维进入张国良的视野是在2005年3月,当时身为全国人大代表的张国良到北京参加全国两会。会议期间,他从几位材料专家那里了解到碳纤维在国内发展的现状,而那时他对碳纤维一无所知,也就在那时,他才了解到碳纤维是国家安全、武器装备急需的关键战略物资,掌握这项技术的少数国家长期实行技术封锁和垄断,导致碳纤维在我国市场始终供不应求,严重影响了国家的经济建设和国防发展。

两会之后,一向对技术攻关超级感兴趣的张国良萌生了投身碳纤维产业化之路的想法,作为一名企业家,他想通过自己的努力改变我国在这一领域受制于人的局面。2005年9月29日,碳纤维项目正式立项,张国良将此称之为“九二九工程”。既没有设备参考,也没有相关资料,同时又面临国外的技术封锁,对于碳纤维行业几乎一无所知。“作为一各企业家,要有敢于冒风险为国家分忧的责任心!哪怕倾家荡产,也要造出中国人自己的碳纤维!”张国良斩钉截铁地说。他几乎查遍了有关碳纤维的所有信息,记下3000多名主要工艺数据,每天读书十几个小时,中科院山西煤炭化学研究所教授贺福编著的专业书籍成为了他最初攻关路上的指路明灯。他也几乎找遍了国内所有研究过、试验过、接触过碳纤维的人,认真调研、虚心求教。

之后,在连云港郊外一片长满芦苇的盐碱滩上,碳纤维攻关的厂房建设和设备安装与调试,几乎在以超常规的速度和时间进行着赛跑。为早日生产出合格的原丝,全套的设备、几万张图纸,从设计、制造到安装调试,都是在张国良的领导下完成。全线开车调试时,张国良和技术人员、工人们一起在生产线上连续吃住74天,解决了数不清的大小问题,终于生产出了合格的原丝。

“做科技创新,一定要具备两个素质。一是要有广泛的知识,二是要有吃苦耐劳的精神。”多年过去,回忆起当时的艰辛,张国良特别感慨,“要想做出创新,就必须坚守,碰到困难,一定要想办法迈过去,一定要勤奋。”



获国家科技一等奖荣誉 推动行业实质性进步

随着生产线规模不断扩大,技术成熟度不断提升,2007年,第一批碳纤维成功生产。同时,中国建材集团董事长宋志平也恰好到了连云港。两人一拍即合。2007年10月30日,中国建材集团旗下的中国复合材料集团有限公司投资入股,中复神鹰碳纤维有限责任公司成立,碳纤维事业从此走上了全新的发展轨道。2009年,采用湿法纺丝工艺的千吨T300级碳纤维生产线建设成功并实现稳定生产。2010年,1000吨T300级碳纤维规模化生产,打破了发达国家对国内碳纤维市场的长期垄断,荣获中国纺织工业联合会科学技术一等奖。

随着碳纤维技术的进步,张国良敏锐地意识到,发展干喷湿纺技术是今后碳纤维的主流。他果断吹响了向T700、T800以上级碳纤维进军的号角。

为了尽快突破这一瓶颈,张国良再度挂帅出征。“中国的新材料要想打一场翻身仗,想在碳纤维产业化的道路上取得关键性突破,除了自主创新之外,没有别的路径可走!”“我们的创新是要敢于集成创新、敢于跳出书本去创新、敢于从实践中创新。”张国良认为,在科学的道路上,有时候就是要打破常规,突破习惯性思维另辟蹊径,说不定就能找到光明的前景。

又经过了3年多的艰苦摸索和实验,中复神鹰立足自主创新,自主研发了PAN纤维快速均质预氧化、碳化集成技术,首次构建了具有自主知识产权的干喷湿纺千吨级高强/百吨级中模碳纤维产业化生产体系,成为我国首个、世界第三个攻克干喷湿纺工艺难题的企业,填补了国内以干喷湿纺工艺为代表的高性能碳纤维生产技术的空白,打破了国外巨头在中国市场的长期垄断。2016年,“千吨级干喷湿纺高性能碳纤维产业化关键技术及自主装备”获评中国纺织工业联合会科学技术一等奖。2018年1月,“干喷湿纺千吨级高强/百吨级中模碳纤维产业化关键技术及应用”项目荣获2017年度国家科技进步一等奖,这也是我国碳纤维行业所获得的最高奖项。

之后,张国良也丝毫没有放松技术攻关的脚步,而是在此基础上带领企业对T800级碳纤维制备工艺的系统进行优化提升,历时两年,率先在国内实现了干喷湿纺T1000级超高强度碳纤维工程化,提升了我国碳纤维行业整体技术水平。2019年10月,“T1000级超高强度碳纤维百吨级工程化关键技术”项目顺利通过国家级鉴定,该技术已达到国际先进水平,是国产碳纤维行业的一个重要进步,对于推动整个碳纤维行业的发展具有重要意义。

高歌猛进 替代进口迈出重要一步

中复神鹰碳纤维产业十多年的发展,也正是国产碳纤维产业整体突破“从无到有”阶段,产业化不断开花结果,一路高歌猛进,一步步打破世界碳纤维市场竞争格局的十多年,给中国碳纤维行业发展注入了坚定信心,提升了我国碳纤维行业整体技术水平。

对于中复神鹰以及国产碳纤维当前的成就,张国良认为,虽然目前取得了一定成就,但从技术上讲,我国碳纤维产业包括中复神鹰未来还有很大的发展空间。作为国家战略性材料,碳纤维的应用领域非常广,很多行业也都引入了碳纤维,未来发展前景十分宽广。张国良也看到了行业面临的这个问题,他认为行业未来需要做两件事,第一是随着技术发展成熟,行业应快速扩大生产能力,满足国内外市场需求;第二是加大力度研究更高质量的碳纤维。“从理论上讲,目前我国的碳纤维材料在功能上、性能上,只发挥出理论水平的4%,未来还有很大研究空间。”张国良说。

2019年,中复神鹰碳纤维公司做出重要战略布局,“年产2万吨高性能碳纤维及配套原丝项目”落户西宁。2021年,万吨碳纤维生产基地成功投产,并入选2021年度央企十大超级工程。项目首次实现了单线年产3000吨高性能碳纤维生产线设计和高端成套技术自主可控。

“我们在高原上建设这样大规模的产业化项目,在国际上完全没有可参考的东西,完全要靠自己研究、设计。”张国良表示,“西宁项目的生产设备和技术,我把它定义为‘第三代碳纤维制备技术’。西宁项目并不是连云港生产线的简单复制,而是瞄准‘高品质、低成本、更大规模化’的目标来建设。”据了解,西宁项目预计将于本月全部建成,并陆续投产。该项目的投产,将加快我国高端应用市场的碳纤维国产化替代进程,实现国产化碳纤维供应链的安全可控,进一步提升国产碳纤维的国际竞争力。

继成为万吨碳纤维规模化布局之后,中复神鹰继续推动碳纤维在高端新产品、新技术和高端应用上的战略布局。2021年,中复神鹰“碳纤维航空应用研发及制造”项目落户上海临港新片区,并开工建设。2022年,连云港中复神鹰高性能碳纤维项目入选江苏省重大项目。

如今,中复神鹰已成为集碳纤维及复合材料研发、生产、销售为一体的国家级高新技术企业,产能规模位居国内前列。2020年,中复神鹰碳纤维产量3777.21吨,占国内总碳纤维产量的比例达20.98%,在国内碳纤维产量中名列第二位;2020年度国内碳纤维总消费量达4.88万吨,公司2020年碳纤维国内销量3625.28吨,市场占有率达7.43%。公司产能及产销量水平均居于国内碳纤维企业前列。

产品方面,中复神鹰涵盖了高强型、高强中模型、高强高模型等碳纤维产品,已基本实现对行业龙头日本东丽的主要碳纤维产品的对标,主要碳纤维产品型号包括SYT45S、SYT49S、SYT55S、SYT65和SYM40等,产品在航空航天、风电叶片、体育休闲、压力容器、碳/碳复合材料、交通建设等领域广泛应用。

技术方面,中复神鹰已形成覆盖大容量聚合与均质化原液制备技术,高强/中模碳纤维原丝干喷湿纺关键技术,聚丙烯腈纤维快速均质预氧化、碳化集成技术,干喷湿纺千吨级高强/百吨级中模碳纤维产业化生产体系构建技术等四个大类的技术体系;已拥有核心技术相关的67项专利,包括发明专利26项,实用新型专利41项。在现有技术体系框架下,公司将持续通过自主研发提升技术水平、保证持续技术创新能力、完善技术体系。



瞄准“三更”核心 打造世界一流碳纤维企业

2021年6月底,中复神鹰向上海证券交易所递交了科创板IPO招股说明书(申报稿),进入排队上市序列,并于当年12月顺利过会。

近年来,随着光伏、氢能、风电等领域碳纤维需求的急剧增加,碳纤维需求量快速增长,供不应求。特别是2021年以来,碳纤维普遍涨价30%—40%,行业全面盈利,进入全新发展阶段。在这样的形势下,中复神鹰登陆资本市场,补充资本“血液”,结合公司资源优势,力争打造世界一流的碳纤维企业。

对于中复神鹰未来碳纤维产业的长期战略,张国良也有着较为明确的思路,要积极发扬十年磨一剑的精神,紧紧把握住国产碳纤维及复合材料快速发展的新历史机遇,把握好“更低成本、更大规模化、更高稳定性”这几大核心要素,不断提高市场占有率,继续攀登国产碳纤维产业化的新高峰。

“公司将持续保持国内碳纤维行业领先优势,依靠良好的外部市场环境,以‘创新、融合、奋进、责任’为核心价值,以‘让世界感受碳纤维力量’为使命,不断进行技术创新、扩展生产规模、开拓新市场,努力发展成为航空航天领域的主力供应商,成为压力容器、碳/碳复材和轨道交通等工业高端领域的最大供应商,让企业规模跻身世界碳纤维前列。”张国良自信地说。TA

用什么激活 武汉千亿服装产业集群？

■ 毛立辉 / 文

作为最早在国内市场亮出“汉派服装”区域品牌大旗的武汉服装制造业，在城市的创新改造中，陆续退出武汉中心城区，向城市周边转移，先后有1000多家中小服装企业落户到了武汉近郊黄陂辖区。

千余家企业生存现状

集聚在黄陂区的千余家服装企业，占地面积6000余亩，吸引从业人员70000余人，是湖北省规模最大的服装产业集群。

在市场需求倍增、各地制造业蓬勃发展的当下，黄陂本可成为优秀“汉派服装”生产、营销集散地，成为湖北千亿服装产业重要板块，但事实是，受营商环境的影响，落户黄陂的服装企业因缺乏政府的支持和行业组织的领导，既不能抱团取暖、相互支撑互为产业链，又无法传承汉派服装精神加大市场的拓展，既无力引进数字技术发展智能制造，更无力承接海内外服装市场日益增多的订单，众多落户黄陂的服装企业正陷入困境。许多看好黄陂地理位置，原想落户武汉的纺织服装制造企业，纷纷望而却步。

纺织服装作为现代都市型时尚产业新体系的重要引擎，是满足美好生活需要的重要支撑。湖北是我国重要的纺织原料生产大省和纺织服装生产、出口贸易的重要基地，纺织服装制造能力曾名列前茅。武汉作为国内重要的服装市场制高点，曾涌现了一大批在市场上享有声誉的女装企业，并成为年产女装过亿件、女装产销量全国最大的地域。中国女装60强企业，武汉曾占有9席之地。

例如，从武汉江汉经济开发区迁至黄陂的武汉爱帝集团，在黄陂建起了30万平方米的纺织服装生产车间，是湖北目前最先进的国家级服装生产、设计、营销两化融合示范企业。落户黄陂的华一兄弟集团所属四家女装企业，曾以产值超10亿元、拥有数十个女装品牌、产品销往全国各地而名声在外。

产业集群正面临新的危机

黄陂虽提供了区内最大的产业用地，引进了一大批服装加工企业，但因缺乏服务管理，导致企业长期维持低端产品加工的习惯难以成长。因缺少创新引导政策扶持，辖区的企业在产业技术升级、经营模式转换的变革中不知所措，大批传统经营模式受阻的服装企业，产品库存巨增、销售回款滞后、流动资金缺乏，面对新的挑战如何实现创新发展，众多企业束手无策。

据调查，2021年被省经信厅列为“湖北省重点成长型产业集群”榜首的武汉市黄陂区服装产业集群，如今企业各自为战，基本处于无组织状态，进规企业不足30家，上报产值不足百亿。企业的经营发展困难无人研究，产业规划布局无人研究指导，企业发展需要的新工艺技术、经营理念、行业信息，没有交流的平台与氛围，如何提升产业集群加工能力、产业链水平，更缺乏专业指导和引领。望着线上市场热火朝天的直播带货模式，有企业试水后不适应，只能守着仓库里的产品叹气，而面对市场的服装订单，这些有制造能力但缺少流动资金的企业又不敢承接……

陷入困境的黄陂服装企业，面对国家推动制造业高质量发展的机遇，面对服装市场不断提升的需求，正面临新的危机。位于武汉蔡甸

区的武汉猫人时尚集团，2022年服饰销售经营目标要在上年65亿元的基础上增长到100亿，这家一直在全国各地寻求相关服装产品制造商的企业集团，对近在眼前的黄陂服装企业却难入法眼。位于武汉东西湖区的著名男装生产企业武汉精益集团，三十年如一日为金利来等多个国际品牌加工产品，如今众多男装品牌寻求与精益集团加工合作，精益集团也急需摆脱场地限制扩大生产规模，而相邻30公里的黄陂区虽有强大的服装加工能力，却因众多企业状态不佳，从未引起精益集团的关注。

如何激活企业的产能优势？

如果继续放任辖区服装企业自生自灭，黄陂服装产业集群将面临进一步的式微，千亿级服装产业制造能力也将成为巨大的浪费。

那么，如何助企纾困，激活辖区千余家服装企业的产能？通过加大产业集聚和创新发展的力度，是否能吸引有意以武汉为中心创建产品制造基地的海内外服装企业落户黄陂？如何将黄陂这个拥有千亿级服装产业资源的板块构建出来，使黄陂毗邻武汉的优势得以充分发挥？

建议一：效仿河南、福建、深圳等的产业集群地，以强烈的责任感和服务意识，从抓服装产业集群整体发展规划入手，组织行业专家，对辖区服装行业现状开展调查，摸清产业存量和企业存在的问题，科学制定推动黄陂服装产业创新发展的整体发展规划，寻找构建黄陂千亿级服装产业集群切实可行政策、策略和措施，让辖区内企业看到发展机遇和方向，让有意落户黄陂的企业了解政策和发展环境，工作形成合力，并积极组织产业发展规划的实施，推动黄陂服装产业集群步入高起点、高速度、高质量发展轨道，早日呈现时尚产业聚集地风采。

建议二：当地政府能主导创建并领导黄陂服装行业协会组织，聘请懂行业、善管理、有责任感的协会专职人员，与政府下派协会挂职工作的干部一起，将黄陂区的服装企业组织起来，利用行业组织引导企业自律发展，共同面对和解决企业创新发展中的问题。例如给予政策扶持，利用协会资源，引进有意向到黄陂区落户的产业资源，聘请行业专家指导服装企业的建设、技术培训、市场经营等工作。

建议三：当地政府能采取选派机关干部到相关企业建立联系点、担任“第一书记”的扶贫帮困方式，帮助企业制定脱困目标，与企业共商脱困振兴经济的措施；政府能出台减税、贷款等助企纾困的政策，鼓励支持服装企业开展经营自救、创新发展，以政府补贴方式鼓励企业到国际博览会、国际时装周，展示企业实力、招商引资扩大经营贸易范围；政府能与专业机构合作，对辖区服装企业开展电商经营给予专业培训和指导，帮助企业科学创建线上经营模式，解决库存产品、回笼资金问题，督促企业走出困境；政府能充分发挥龙头企业带动作用，制定配套进规优惠政策，鼓励企业做大做强；政府能出面加大对辖区服装产业的宣传推广和招商引资，吸引更多投资机构，用高科技数字技术，将黄陂服装产业集群打造成海内外服装贴牌加工智能制造基地。

相信，如果能如此，重构武汉千亿级服装产业板块，前景可期！**TA**

春市营销弱势震荡 价格指数环比小跌

20220411 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220411期纺织品价格指数收报于108.12点，环比下跌0.10%，较年初上涨0.48%，同比上涨0.28%。



近期，中国轻纺城春市营销弱势震荡，其中：原料市场价量环比微跌，坯布市场价量小幅下跌，服装面料市场布匹价量环比小跌，家纺类产品成交价量环比持平，辅料价量环比推升。

原料价量环比微跌，涤纶、纯棉纱环比下跌

据监测，本期原料价格指数收报于90.31点，环比下跌0.03%，较年初上涨1.96%，同比上涨3.08%。

聚酯原料环比回缩，涤纶价格环比下跌。本期涤纶原料价格指数环比下跌，华东地区PTA现货主流6195元/吨，环比上涨115元/吨左右；MEG主流4995元/吨，环比下跌55元/吨左右；聚酯切片市场报价基本稳定，江浙地区半光切片现金或三月承兑7225元/吨左右，环比持平。近期，萧绍地区涤纶长丝价格环比小跌，POY报价7800元/吨，环比下跌100元/吨左右；DTY报价9400元/吨，环比下跌100元/吨左右；FDY报价8850元/吨，环比下跌50元/吨左右。市场对疫情抑制需求的担忧仍存，短期长三角部分地区物流依然受阻，需求端表现依然羸弱。PTA受本身供应偏紧及成本支撑，仍然体现较强的抗跌性；MEG相对更为疲弱，不过成本支撑下跌幅也较为有限。聚酯涤纶价格依然弱势震荡下滑，建议关注行业减产情况。

近期，涤纶短纤价格先涨后跌，江浙1.4D×38MM直纺涤纶短纤中心价在7750元/吨，本周涨后下跌50元/吨左右。纯涤纱市场报价环比下跌，32S纯涤纱报12870元/吨左右，环比下跌80元/吨；45S纯涤纱报14000元/吨左右，环比下跌100元/吨左右。

纯棉纱价格环比下跌，人棉纱价格稳跌互现。近期，萧绍地区纯棉纱市场报价环比下跌。气流纺10S纯棉纱报价16540元/吨，环比下跌60元/吨；普梳32S纯棉纱报价28600元/吨，环比下跌185元/吨；精梳40S纯棉纱报价32160元/吨，环比下跌140元/吨。纯棉纱行情继续下跌，纺企、贸易商仍以降价走货为主，库存压力仍有增加。下游需求仍显弱势，厂商信心依然疲弱。

近期，粘胶短纤原料价格环比上涨，粘胶短纤1.5D×38MM中端实际中心价为14050元/吨左右，环比上涨300元/吨。受供应链滞塞，运费成本提高所致，粘胶短纤化纤厂价格普涨，但下游交投意愿不强，报价存在一定的商谈空间。目前，由于疫情还在多点散发阶段，因此市场心态谨慎。30S人棉纱价格报17850元/吨左右，环比下跌10元/吨；40S人棉纱报19000元/吨左右，环比持平。

坯布行情震荡回缩，价格指数环比微跌

据监测，本期坯布价格指数收报于121.31点，环比下跌0.08%，较年初下跌0.18%，同比下跌1.89%。

近期，市场营销震荡回缩，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单环比下降，坯布价量环比下跌。其中：混纺纤维坯布行情明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势，T/C涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比回缩；天然纤维坯布需求环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势，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，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

服装面料环比回缩，价格指数环比小跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于116.49点，环比下跌0.21%，较年初下跌0.12%，同比下跌0.41%。

本期服装面料类价格指数环比小跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，连日成交环比小跌。大众面料市场成交环比下降，春季大众面料现货成交和订单发货环比回缩，夏季跑量产品现货成交和订单发货环比下降，价格小幅下跌。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、涤粘面料、粘胶面料、锦纶面料、锦棉面料、麻粘面料成交价量不等量下跌，拉动服装面料价格指数小幅下跌。

家纺市场滞畅互现，价格指数基本稳定

据监测，本期家纺类价格指数收报于101.83点，环比持平，较年初下跌0.03%，同比下跌0.24%。

本期家纺类价格指数环比持平。近期，轻纺城家纺市场营销滞畅互现，价格基本稳定，创新色洋花型面料和兼具时尚元素的创意产品现货成交和订单发货环比小升；但大众色洋花型面料现货成交量和订单发送量继续回缩，跑量产品现货成交和订单发货仍有下跌，价格指数环比持平。其中：窗纱类现货成交和订单发货环比回升，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小升，价格指数呈小幅下跌走势；床上用品类现货成交和订单发货环比下降，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环比下降，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。

市场行情环比推升，辅料指数环比上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于133.03点，环比上涨0.73%，较年初上涨1.77%，同比上涨0.92%。

本期服饰辅料类价格指数环比上涨。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比推升，因下游企业备货环比增加，市场成交逐日小增，现货成交和订单发货呈现环比推升走势，价格环比上涨。线绳类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；衬料类行情环比推升，价格指数呈小幅上涨走势；花边类行情略推升，价格指数呈小幅上涨走势，拉动辅料类总体价格指数环比上涨。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡小跌走势。因部分贸易商和织造厂家大众产品订单有所回缩，后市春夏季面料供给有所下降，国内新冠疫情多点散发，导致市场需求疲软。国外疫情形势依然严峻，外贸订单多显不足。预计大众产品认购踊跃度将环比下降，整体市场成交将呈震荡小跌走势。**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

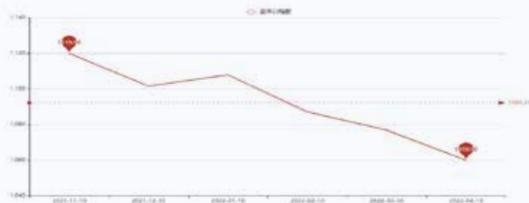
旺季不旺 “50 指数” 小幅下跌

2022 年 3 月份商务部中国·盛泽丝绸化纤指数“50 指数”述评

盛泽“50 指数”从时序上反映了盛泽地区纺织产业发展的总体状况。从某种意义上讲，也反映了企业的景气状况。它是以盛泽地区生产规模最大或者较大的 50 家丝绸化纤企业的净现金流为依据，按月度统计发布。盛泽“50 指数”反映了盛泽地区主要企业的经营效益波动情况，在一定程度上反映了企业竞争能力的变化。盛泽“50 指数”采用定基指数法，即以 2007 年 8 月为基准期，从纵向的角度提供一个标杆，为企业和市场研究人员提供一个参考基准。

据国家商务部中国·盛泽丝绸化纤指数（下称“盛泽指数”）监测数据显示：2022 年 3 月份，盛泽“50 指数”小幅下跌，收于 1059.99 点，与上月相比下降了 16.89 点，跌幅为 1.59%。

图1 盛泽市场“50指数”走势图



影响“50 指数”走势的因素分析

1. 旺季不旺，市场订单下达不足。进入3月，由于疫情影响所谓“金三”并没有如期到来，市场订单下达缓慢，很多织造厂进入减产停工状态，与以往3月不同，市场缺乏热销面料，春夏面料没有很好的销路。加上疫情反复，需求下降，所以3月订单情况并不理想。

2. 疫情反复，开机率持续下滑。时隔一个月，疫情再次来袭，相比上次此次更为严重，由于很多工人来自江浙交界处，疫情封控工人难以到岗，织造厂家开机率也随之下降，加上订单情况不佳，不少厂家在清明节之前就早早放假。

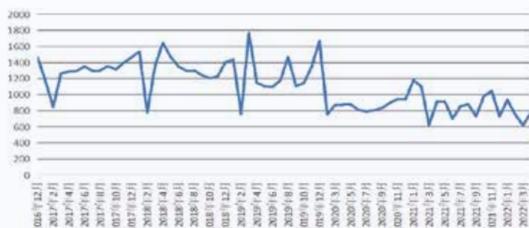
3. 涤纶价格上涨，面料价格难涨。俄乌冲突导致油价一路飞涨，涤纶价格也随之跟涨，但由于下游织造市场行情不佳，需求不足的情况下，客户要求反跌不涨。很明显，对于纺织老板而言，面料价格的跌速明显高于原料价格，企业利润明显收缩。

“50 企业”分项指标变化趋势分析

平均销售总额、平均销售重量、平均原材料购入金额、平均总工资四类曲线图均为“50 企业”分项指标综合变化趋势，曲线仅反映盛泽地区主要企业的经营效益波动情况，在一定程度上反映了企业竞争能力的变化。

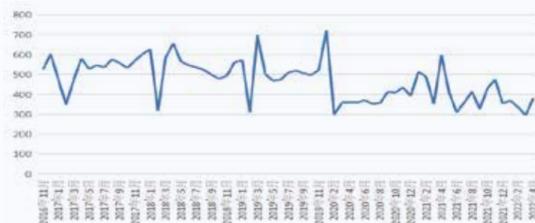
平均销售总额显示“50 企业”销售量以及产品价格变化。分析可见，3月“50 企业”平均销售总额收于768.089点，与2月份相比上涨了150.0794点，涨幅为24.25%。进入3月，市场陆续从放假的状态中调整过来，虽然订单情况不及往年，但是刚开工是接单生产的最佳时期，加上3月本就是旺季，因此平均销售总额要高于2月份。

图2 盛泽市场平均销售总额走势图



平均销售重量显示“50 企业”销售布匹、原料的数量，进而显示市场活跃度。分析可见，3月份“50 企业”平均销售重量收于381.0208点，与2月相比上涨了86.1472点，涨幅约为29.21%。虽然3月的平均销售重量指标有所上涨，但是与往年旺季行情相比，今年表现较为“寒碜”。目前市场大环境交易环境不佳，面料走货缓慢。但因俄乌冲突，油价飞速上涨，刺激了纺织老板囤货心理，因此3月份的平均销售重量要高于2月份。

图3 盛泽市场平均销售重量走势图



平均原材料购入金额显示当月企业采购情况以及生产积极性。分析可见，3月份“50 企业”平均原材料购入金额与2月相比有所上涨，收于598.8522点，上涨了54.4736点，涨幅为10.01%。3月，俄乌冲突影响下，原油价格一飞冲天，原料价格随之跟涨，刺激了下游纺织老板囤货，但由于市场行情不佳，所以也并没有大量购入，因此3月份的平均原材料购入要稍高于2月份。

从平均总工资曲线走势图可见，3月份“50 企业”平均总工资较2月份稍有上涨，收于1184584.12点，上涨了33775.8976点，涨幅为2.93%。进入3月，织造厂家基本开始正常生产，开始正常发放员工工资，但由于市场行情不佳，开机率难以提升，因此3月平均总工资稍高于2月。

图4 盛泽市场平均总工资走势图



后市预测

总体来看，3月市场并没有迎来所谓的旺季，多数是因为受疫情影响。3月中旬疫情爆发严重，需求急剧下降，工厂减产停工，市场缺乏热销产品。原本应该接单接到手软的“金三”并没有大批订单的下达，旺季不旺市场缺乏信心。不过虽然“金三”不旺，但只要需求存在就会有订单下达，相信只要疫情好转，自然会迎来好的行情。预计4月“50 指数”将会有所回升。IT

中国绸都网

指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：<http://index.168tex.com/> 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通同行 做生意
扫二维 码 刷下 能 能 通 APP



河南二纺机股份有限公司

HENAN NO.2 TEXTILE MACHINERY CO.,LTD

信阳锭子 半个世纪的荣耀

传统尖锥型锭胆结构锭子

D1200系列

YD3000系列

YD4000系列

YD4212 YD4300专纺粗支纱锭子

新型平锭底结构锭子

YD5000系列

YD6100系列

YHP-6800系列（进口锭胆）

YD8100双阻尼结构锭胆锭子

（信阳-NASA锭胆）

长换油周期锭子

全系列铝套管锭子

集体落纱配用铝套管锭子

集体落纱改造配用锭子

进口细纱机配用锭子

配用各类夹纱器的铝套管锭子

加装特殊的密封结构



全系列高品质锭子产品



地址：河南省信阳市工区路1号

电话：（0376）6596161

传真：（0376）6596553

邮编：464000

<http://www.hnefj.com>

E-mail: hnefj@126.com



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2021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1632项、优秀教师和学生4381名、优秀教学成果奖2167项、针织内衣创新贡献奖127项、应用基础研究73项、科技成果推广339项、全国纺织行业技术能手313名、技能人才培育突出贡献奖16人及33家获奖单位。

自1997年至今，科技教育公益活动支出超1亿元，对促进纺织科技教育事业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
微信公众号



纺织之光科技推广
云平台网站

(以上数据由基金会提供)