

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

2022.06.20 | 第22期 | 总第1078期

RIFA 日发纺机
 纺纱 / 加捻 / 织造 / 非织造系统



▲ 气动倍捻机

客服专线 **400-999-8008**
 网址 www.rifatm.com



P22
 于都模式：弘扬长征精神，
 服装产业集聚再出发

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 010-85229395
 ● 广告热线：万晗 010-85229892



6月11-16日，第九届红棉国际时装周 × 云尚周在广州红棉中大门举行。

P10
众音则强 众行则远



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

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.TAWEEKLY.COM



周刊二维码

关注纺织服装周刊公众号，了解更多

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

轻纺城好面料专区

- 汇聚纺城好面料，放心采，轻松卖 -

- 实力厂商
- 优选面料
- 一手货源
- 海量现货
- 上万款精品面料已入驻



扫码下载全球纺织网APP
直达好面料



全球纺织网
www.tnc.com.cn

热线电话 400-119-0123

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
副主任 董笑妍
编辑/记者 李亚静 陶红
余辉 夏小云
廖小萱
美编 郭淼

融媒体中心

总监 墨影
资深摄影 关云鹤
美编 李举鼎
编辑/记者 许依莉

市场发展中心

总监 万晗(兼)
副总监 章简
媒介主管 雷蕾
客户经理 张灼瑄
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*

加速复苏！中国纺联秋季联展将于8月启航
5月全国纺织品服装出口好于预期，同比增长20.4%
阻燃纤维关键共性技术将获工业化突破

07

关注 *Attention*

国资委党委第六巡视组巡视中国纺联党委工作动员会召开

08

话题 *Topic*

新生活方式掀热潮，全民露营你准备好了吗？

10

特别报道 *Special*

众音则强 众行则远
棉纺龙头企业和衷共济谋发展
6个集群、72家企业，道出了印染业的哪些期许？

14

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

党建引领 品牌赋能 共谱纺城新篇
关于纺织品专业市场贸易模式创新发展探究

18

针织 *Industry*

以产业生态竞争化解外部不确定性

20

市场 *Market*

两大时尚IP华丽共振

22

集群 *Cluster*

于都模式：弘扬长征精神，服装产业集群再出发

24

一线 *Frontline*

长岭纺电：打造特色质量控制体系

25

指数 *Index*

夏市营销继续回缩 价格指数小幅下跌
原油价格不断上涨，化纤指数小幅回升

每周随笔

过好年中这道坎

仿佛一下惊觉，2022已经过半！年中回首，短短6个月却称得上是跌宕起伏，有欢愉有低谷更有期盼，意味悠长。

回想新春伊始，纺织行业便来了个“开门红”——首次在前2个月出口金额突破500亿美元，同比增长8.8%，出口规模创历史同期新高。前2月纺织行业工业增加值也在上年同期较高增速的基础上仍实现一定增长，同比增长6.7%。

但3月份以来，疫情反复以及俄乌冲突等影响之下，成本上涨、物流不畅、需求不足等多方压力突如其来。不仅涉疫地区纺企和专业市场先后停工停市，原料入库、产品出库均有延误，造成订单流失、合同违约等问题，上游配套依赖于江浙沪地区的其他纺织企业也受到一定程度影响。

不过，大多数企业没有选择躺平。得益于4月底以来国家出台的一揽子稳经济稳外贸政策落地，以及国内疫情形势好转，全国物流运输和供应链得到较好修复，5月国民经济整体呈现恢复势头。

5月份我国纺织品服装出口表现好于预期。当月，全国纺织品服装出口292.3亿美元，同比增长20.4%（以人民币计同比增长18.6%），环比增长23.9%。1—5月的出口数据是1250.7亿美元，同比增长11.2%。

国内销售也现复苏：中国纺联流通分会景气监测结果显示，5月，全国纺织服装专业市场景气继续回暖，管理者景气、商户景气均回升至50以上。

其实，疫情影响是短期的，而行业调整优胜劣汰则是必然的过程。很多企业在这场考验中积极自救苦练内功，如销售途径多样化，狠抓经营管理，提高设备数字化、智能化水平，节能降耗，加强对海外客户的跟踪和服务等等，同时更加关注资金链的安全，趋利避害，防范经营风险。

时间进入6月，复工复产的热潮鼓舞人心，6月10日，柯桥纺博会率先揭幕，为行业展会重启开了个好头。

6月11日起，持续六天的红棉国际时装周在广州焕新登场，线下原创品牌秀盛况再现，美好生活的场景回归令人振奋。

6月13日，让人翘首以盼的行业大展也重磅官宣——2022中国纺联秋季联展将再度重启，8月29日与大家相聚。

这不仅是沉寂数月后广大参展企业和展商、观众们殷切期盼的欢聚，更将重振全行业信心，加速推进上下游企业协同复工复产。尽最大的努力把疫情耽误的时间、造成的损失抢回来！这是大家共同的心声。

如今正是三夏时节，农人们忙着抢收抢种，与时间赛跑。在当前疫情防控形势向好、国内经济加速复苏发展的关键时期，行业企业也要抓紧“抢收抢种”，把损失抢回来，过好年中这道坎，为全年任务的完成打下重要基础。

刘萍

View point / 本周看点

数据显示，今年5月份我国外贸出口3082.5亿美元，同比增长16.9%，比4月份3.9%的出口增速高13个百分点。

——经济日报

工信部日前发布《2021年度中小企业发展环境评估报告》，通过对36个重点城市的市场环境、融资环境等进行评估显示，中小企业发展环境整体得到明显改善。

——工信部

国家统计局6月10日发布数据，5月份全国居民消费价格指数（CPI）同比上涨2.1%，涨幅与上月相同；环比由上月上涨0.4%转为下降0.2%。

——国家统计局

5月中国中小企业发展指数为88.2，环比微降0.1，降幅较4月有所收窄。随着各项助企纾困政策效果释放，中小企业生产经营正逐步好转。

——中国中小企业协会

近年来，我国应对气候变化各项工作取得积极进展。2021年，全国单位GDP二氧化碳排放同比下降3.8%，比2005年下降50.3%。

——生态环境部



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

Focus / 聚焦

加速复苏! 中国纺联秋季联展将于8月启航

在当前疫情防控形势不断向好、国内经济加速复苏发展的关键时期,纺织行业年度盛会——2022中国纺联秋季联展将再度重启,集结中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会、中国国际服装服饰博览会(秋季)、中国国际纺织纱线(秋冬)展览会和中国国际针织(秋冬)博览会四大专业展会于8月29—31日在国家会展中心(上海)联袂盛装亮相。

这不仅是沉寂数月后广大参展企业和展商、观众们殷切期盼的欢聚,更是行业企业展实力、拓市场、寻商机的重要商贸交流对接平台,将为产业经济的全面复苏回暖注入一剂“强心针”,重振全行业信心加速推进上下游企业协同复工复产,尽最大的努力把疫情耽误的时间、造成的损失抢回来,以实际行动奋力谱写新征程道路上的纺织服装新篇章。

从2020年至今,跌宕起伏的疫情持续考验着我国纺织服装产业链供应链的韧性。尤其是3月以来,国内疫情的多点散发之势让不少纺织服装企业生产运营面临巨大的考验。而痛定思变之下,调整优化供应链布局,构建真正有竞争力的产业链优势,确保纺织服装产业供应链的安全稳定运行,已成为大家的一致共识。

此时,四展同期同地的同频联动无疑将为行业的双重提供源源不断的新动力与新势能,促进产业链上下游企业的对接交流与融通创新,推动形成协同、高效、顺畅的产业链供应链,强劲发展韧性与抗风险能力,最终实现上下游企业的共生共赢。从纺织面料及辅料、服装服饰,到纱线、针织,纺织行业的新产品、新技术、新趋势都汇聚于此,四展戮力同心,共同彰显中国纺织服装产业的坚实力量。

同时,各展都将举办一系列丰富多元的活动,通过流行趋势发布、论坛沙龙、新品发布会、直播逛展、优质评选等形式,全力输出价值信息,助力行业明势前行。

“金九银十”素来是纺织服装贸易的旺季,尤其是在本土疫情防控形势日趋平稳的情况下,行业企业正加紧恢复往日的生产经营水平,于8月底启航的2022中国纺联秋季联展自然就成为企业全力以“复”抢抓“金九银十”商贸先机的不二之选。

数字科技赋能商贸,四展将升级数字化服务,实现线上线下双轨联动,以数字科技整合全渠道行业资源,助力参展企业与专业观众在展会期间高效对接。同时,海量专业观众与渠道资源将汇聚现场,一系列商贸活动及定制化的精准商贸服务也将释放行业积压的大量需求,再度激发市场活力。

“好事尽从难处得,辉煌总自磨砺出。”尽管当前我国经济发展环境的复杂性、严峻性、不确定性在上升,但办法总比困难多。面对前期的承压而行,已有不少企业索性抓紧时机改造生产流程、推动数字化转型,不断创新打磨“内功”提升自身竞争力。而中国纺联联展也将一如既往地为企业搭台服务,引导帮助企业把握内外贸一体化发展契机,于危机中育先机,于变局中开新局,从而更好地推动国内外市场对接,逐步形成国内国际“双循环”新格局。

聚商机、强信心、链未来,中国纺联秋季联展将凝聚行业人的聚合之力,笃行创新、砥砺前行,与大家相约国家会展中心(上海)。(综编)



会议现场。

国资委党委第六巡视组巡视中国纺联党委工作动员会召开

根据国资委党委和巡视工作领导小组的统一部署,近日,国资委党委第六巡视组巡视中国纺织工业联合会党委工作动员会召开。

会上,国资委党委第六巡视组组长刘华昕作了动员讲话,通报本轮巡视的任务安排、监督重点,并就配合做好巡视工作、严明纪律作风提出要求。中国纺织工业联合会会长、党委副书记孙瑞哲作表态讲话。

国资委党委第六巡视组部分成员,中国纺织工业联合会党政领导班子成员出席会议,党委委员、纪委委员、各部门主要负责人和各协会、学会、企事业单位的主要领导列席会议。

刘华昕指出,党的十八大以来,习近平总书记多次对行业协会等社会组织改革发展和党的建设发表重要论述,作出一系列重要指示批示,为新时代行业协会等社会组织改革发展和党的建设指明了方向、提供了根本遵循。国资委党委对直管协会党组织开展政治巡视,主要目的就是贯彻落实习近平总书记重要讲话和指示批示精神,聚焦直管协会党的领导、党的建设,从政治上深入查找和推动解决直管协会存在的主要矛盾、深层次问题,促进直管协会更好服务国家、服务社会、服务行业。巡视组将按照国资委党委部署要求,全面贯彻巡视工作方针,紧盯被巡视党组织党的领导、党的建设,紧盯全面从严治党阶段性特征,紧盯领导班子和关键少数,紧盯人民群众反映的突出问题,重点围绕坚持和加强党的领导,贯彻落实党的理论路线方针政策党中央重大决策部署情况,贯彻落实全面从严治党战略部署情况,落实新时代党的组织路线情况,落实巡视整改情况开展监督检查。

刘华昕强调,国资委党委高度重视对直管协会的巡视,将对直管协会巡视作为一届任期内巡视全覆盖任务的重要组成部分,5月30日专门召开会议对本轮巡视工作进行集中动员部署。被巡视单位领导班子和广大党员领导干部,要认真贯彻国资委党委和巡视工作领导小组工作要求,积极支持配合巡视工作,确保巡视任务取得实效。一要强化政治责任,以此次巡视为契机,主动查摆、系统梳理本单位存在的问题和不足,深入剖析原因,实事求是向巡视组反映情况。二要强化协调配合,召开专题会议,研究部署配合巡视工作的具体安排,加强与巡视组的协作配合,积极提供已有监督成果。配合做好个别谈话、

座谈调研、延伸了解等工作。三要强化疫情防控,增强防范意识,严格落实疫情防控常态化要求,统筹处理好巡视工作与疫情防控的关系,把疫情防控贯穿巡视工作全过程。四要强化纪律要求,严格落实中央八项规定及其实施细则精神,按照规定标准接待、保障巡视工作。

孙瑞哲表示,中国纺织工业联合会党委高度重视此次巡视工作,党委和全体党员干部将在认真配合巡视工作开展的基础上,切实做到以下三点:一是深化认识,强化政治责任感与历史使命感。围绕中心、服务大局,从“两个维护”的高度,通过巡视工作提高政治站位和政治觉悟;从拒腐防变、防范化解风险的高度,通过巡视监督加强党风廉政建设;从不忘产业报国初心、牢记强国富民使命的高度,通过巡视整改提高服务行业能力和水平。二是全力配合,增强组织纪律性和工作自觉性。增强自觉接受巡视监督的政治意识,不遗余力支持、全力以赴保障巡视组工作的开展,高质量完成这次巡视任务。三是求真务实,保障巡视高标准与发展高质量。以此次巡视为新起点,以巡视强党建,以巡视抓作风,以巡视促业务,推动各项工作再上新台阶。

国资委党委巡视组将在中国纺织工业联合会工作一个月左右。巡视期间设专门值班电话:13520382697,每天受理电话的时间为8:00—18:00;邮政信箱:北京市西城区宣武门西大街26号国资委党委第六巡视组。同时设置了电子邮箱:gzwxsz6@sasac.gov.cn,在中国纺织工业联合会人保大厦办公区八层和九层客梯电梯间设置了联系信箱。巡视组受理信访时间截止到2022年7月1日。根据巡视工作条例规定,国资委党委巡视组主要受理反映中国纺织工业联合会党委领导班子及其成员、下一级主要负责人和重要岗位领导干部问题的来信来电来访,重点是关于违反政治纪律、组织纪律、廉洁纪律、群众纪律、工作纪律和生活纪律等方面的举报和反映。其他不属于巡视受理范围的信访问题,将按规定由被巡视单位和有关部门认真处理。(综编) □

Direct / 直击

5月全国纺织品服装出口好于预期,同比增长20.4%

根据海关总署统计快讯,今年1—5月,全国纺织品服装出口1250.7亿美元,同比增长11.2%(以人民币计同比增长9.1%)。其中,纺织品出口628.5亿美元,同比增长12.1%(以人民币计同比增长10%);服装出口622.2亿美元,同比增长10.2%(以人民币计同比增长8.1%)。

得益于4月底以来国家出台的一揽子稳经济稳外贸政策落地,以及国内疫情形势好转,全国物流运输和供应链得到较好修复,5月份我国纺织品服装出口表现好于预期。5月当月,全国纺织品服装出口292.3亿美元,同比增长20.4%(以人民币计同比增长18.6%),环比增长23.9%。其中,纺织品出口140.3亿美元,同比增长15.8%(以人民币计同比增长14%),环比增长14.4%。服装出口152亿美元,同比增长24.9%(以人民币计同比增长23.1%),环比增长34.2%。

今年以来,我国进出口贸易实现稳定增长,外贸保稳提质的基础继续巩固。5月当月,全国货物出口同比增长16.9%,服装增速超过全国货物出口平均水平8个百分点。5月25日,国务院召开全国稳住经济大盘电视电话会议,6月8日,国常会议部署进一步稳外贸稳外资举措,提升对外开放水平。随着国内相关政策的落地实施将为行业外贸发展提供有利支撑。

展望国际方面,行业面临的外贸形势仍然复杂严峻。4月份以来,联合国、世贸组织(WTO)、IMF均下调对2022年全球经济增长的预期。与此同时,今年以来东南亚和南亚国家纺织供应链持续恢复,对欧美等市场出口增长迅速。预计下半年,我行业出口贸易仍将面临较大竞争压力和不确定因素。(王海)

阻燃纤维关键共性技术将获工业化突破

国家先进功能纤维创新中心阻燃纤维中试基地将投入使用

6月9日,国家先进功能纤维创新中心中试基地一期阻燃纤维中试线进入联调联试的最后阶段,预计6月底正式投入使用。

国家先进功能纤维创新中心是全国第13家、全国第1家由民营企业牵头组建的国家级创新中心,围绕功能纤维新材料、高端用纤维材料及纺织品、前沿纤维新材料等方向进行前沿性攻关。目前已经搭建起重点实验室、中试基地和国家级纺织品检测中心为支撑的技术创新供给体系。

一件创新性产品往往需要经过实验室研发、小试、中试、工业化量产几个阶段,“中试”是非常关键的阶段,往往被称为创新的“死亡之谷”。中试基地作为创新中心重要组成部分,处于世界领先水平。投入使用后,将解决创新中心功能纤维、高端用纤维、前沿纤维等技术研发、试验中的堵点难点,为推动创新中心的关键技术从实验室走向工业化量产提供重要平台支撑。

此次即将投入使用的为中试基地一期阻燃纤维中试线。该项目自2021年3月正式按下“启动键”,虽然全程经历疫情,但项目组创新工作方式方法,打好疫情防控“组合拳”,跑出了建设“加速度”。(邓青)



创新中心中试基地。



新生活方式掀热潮，全民露营你准备好了吗？

本刊记者_董笑妍

当下，人们“逃离城市”的户外生活再次发生了新的改变，诗和远方都“搁浅”在疫情之下，于是造就了对于城市露营的强势聚焦。随后，这股风潮席卷全国：重庆的营地逐水而居，北京的近郊与公园都是好去处，西安人则把帐篷搭在了山坡上……相比于国外倾向于户外运动的野外露营（Camping），国内这次兴起的是更倾向于一种生活方式的精致露营（Glamping）。



露营兴起，利好纺织行业

“我家在杭州，现在只要是周末天气好，整个钱塘江两岸只要允许搭帐篷的草坪，基本上没有落脚点了，早上9点多大家就开始占位置。”一位新晋露营爱好者有一丝抱怨，好位置一票难求。

据文化和旅游部数据中心测算显示，今年五一和端午假期的一大特征是，远郊游变成了近郊游，民宿度假、郊野露营成为市场主流；“飞猪”五一露营订单量环比上月增长超350%，露营消费群体中，80后亲子人群和90后年轻用户占比近9成；小红书也发布数据，“露营”搜索量已经连续三年大幅增长，今年的搜索量更是同比增长了746%。

露营这个新全民生活方式已经火出圈了，对于纺织行业来说无疑是利好消息！帐篷、天幕、睡袋、吊床、露营桌椅……露营装备中有着丰富多彩的纺织产品。在露营地，你能看到众多国内优质品牌，如黑鹿的方形天幕搭成的客厅，探路者帐篷支在正中，一家人坐在挪客的露营椅上，三夫户外的地垫上铺满零食……

近年来，本土露营相关企业的业绩突出。据中国产业用纺织品行业协会发布的《2021年中国产业用纺织品行业经济运行分析》显示，2021年，海外市场对我国毡布/帐篷的需求旺盛，出口额达44亿美元，同比增长49.6%。近期，协会发布的《2022年一季度产业用纺织品行业运行简况》中，2022年一季度，我国篷、帆布行业发展势头良好，规模以上企业的营业收入和利润总额，分别同比增长20.4%和37.2%，其中，5.5%的利润率为行业最高水平，毡布/帐篷产品的出口额达到13.7亿美元，同比增长31.7%。

阿里提供的数据也显示，淘宝天猫平台上露营相关商品今年4月的成交量同比增长超200%，尤其是“精致露营”带动了天幕等新式露营装备同比增长高达20多倍。

游客忙着搭帐篷，企业忙着赶订单

“精致露营”新生活方式的兴起，不仅利好户外品牌们，整个露营产业链也正迎来供需两旺的行情。

让我们聚焦上游面料生产企业。“他们忙着搭帐篷看星星，我们忙着做帐篷面料赶订单。”今年第一季度的户外市场整体行情，让吴江五洲橡塑有限公司总经理梅志龙倍感振奋。五洲橡塑是一家知名后整理纺织企业，主要生产宽幅面料、帐篷面料、雨衣面料等产品，面料的高附加值深受国内外客户的青睐。

今年开春后，帐篷用功能性面料的需求再次迎来明显抬升，现在公司的每条生产线都在满负荷运转。“近几年来户外面料势头大好，今年更是节节攀升，具体表现为需求量很大，各家纺织企业都在抓紧生产，以跟上客户下订单的进度，我们公司也不例外，节假日、周末都不停工。”梅志龙说。

“现在朋友圈里不是在露营，就是在去露营的路上。”宁波鄞州皓野露营休闲用品有限公司负责人苏省超在谈到公司运营时如是说。2009年成立的皓野露营，主营帐篷、充气垫、睡袋等各类面料，十多年来见证了我国露营产业的逐步变强，“尤其是近几年，对帐篷、地垫的需求量暴增，我们的订单早已排满，现在正紧急联系上游企业加大原料进货，以备今年夏天可以预见的销售旺季。”

在热火朝天赶订单之余，投身市场多年的纺织企业们，都保持着清醒的头脑和长远的规划。“如今井喷式的露营需求带动的是较为粗放的发展，但用不了多长时间，大家对露营装备的需求就会不满足于入门级产品，会对功能性提出更高要求，研发投入才是未来竞争的主战场。”梅志龙表示。

看懂这一点的本土纺织企业很多，位于柯桥的浙江西大门新材料股份有限公司就在近期设立了“耐老化野营帐篷面料研发项目”，该项目要求研发一种适合户外使用的新型野营帐篷面料，具有较高的耐紫外线、耐酸碱、耐臭氧等耐老化性能。据介绍，公司已决定在PVC色母粒制造过程中添加弹性柔软剂，使PVC色母粒不仅具有其原本的性能，还增加了弹性，从根本上解决产品的耐候性问题，从而增加公司新品种，提高产品附加值。

专业户外面料企业乘风而上，其他纺织企业也以敏锐眼光看准商机入局。新申集团作为一家集亚麻研发设计、生产服务于一体的大型集团化企业，在2019年也推出了自己的帐篷面料。“目前，该类面料主要分为纯亚麻和麻棉混纺两大系列。”新申集团办公室主任沈智慧向记者介绍说，相较于市面上主流的棉帆布、化纤面料，经过新申集团特有防水涂层处理的帐篷面料，更加天然环保，且亚麻自带抑菌与抗紫外线等功能，也为新申帐篷面料带来独特卖点，可充分满足休闲帐篷通风、舒适、健康、轻量便携、耐脏耐磨等产品要求。

纺织工人的忙碌身影、纺织机械的不停运转、纺企老板的自信话语，无不带来了疫情之下别样的生动场景，露营产业的火爆可见一斑。



露营热造就了纺织企业在疫情下别样的繁忙场景。



新申集团以创新面料入局露营产业。

露营不是短期泡沫，有望长期增长

而在下游的露营产品生产企业中，这种热度还要加个“更”字。在浙江泰普森实业集团有限公司的生产车间里，从五金加工、面料缝制，到喷涂、安装，数十条帐篷生产线马力全开。公司帐篷事业部总经理庞坤告诉记者，受益于露营产业的快速增长，目前公司的订单已排到明年。“现在每天大概会生产6000顶帐篷，原本这个行业有淡旺季，但如今一整年生产都非常繁忙。”庞坤表示。

这波全民露营热甚至改变了公司的前景规划。“根据新形势，我们开始将更多的精力放在国内市场，企业旗下品牌‘我飞’的影响力也在日益扩大。从最初内贸占比不到10%到去年的20%，如今占比仍在扩大，公司真正实现了‘两条腿’走路。”庞坤说。

枞阳县森林雨具有限责任公司也凭借敏锐的市场嗅觉，赶上了露营产业崛起的“东风”。在车间内，工人们正在赶制一批帐篷，公司负责人王胜利行走其间，时不时检查一下机器参数、指导一下技术。据王胜利介绍，2021年底，公司又新增了帐篷架生产的一整套设备，生产的帐篷不仅供给国内市场还远销海外。如今，作为一家乡镇企业，森林雨具年产值已达8000万元，2022年产值预计将达1个亿以上。

全民露营之下，户外大品牌们更是迎来了大涨。“牧高笛”在露营帐篷方面持续发力，业绩飙升，2021年实现营业收入9.23亿元，同比增长43.64%，其中，帐篷及装备产品占公司营收总额84%；另一个本土户外头部品牌“探路者”2021年也实现营收12.43亿元，同比增长36.23%，此外，2022年第一季度探路者营收约为2.12亿元，同比增长14.42%，5月6日，探路者在投资者互动平台上表示，随着露营市场的兴起，公司整个户外业务将受益；5月6日，“三夫户外”在接受机构调研时也表示，五一小长假期间，公司很多门店的露营产品销售额都呈现出3倍以上的增长……

“露营并不是一个短期泡沫。”KOLON SPORT可隆体育（中国）有限公司总裁顾珊珊说。露营之所以能够迅速发展起来，一方面在于，疫情限制了人们的活动范围，使这种新的户外方式被广泛认同；另一方面，是对于露营这种相对低频的消费场景而言，公园、近郊露营降低了消费门槛，更利于商家未来做大市场。“在露营文化和露营装备的双重发展下，露营在中国会变得常态化，并成为一种大家喜欢和向往的生活方式。”

如今，KOLON SPORT基于新的消费诉求，已经开发出非常全面及专业的露营线产品，如感性精致的ODUMAK小木屋棉帐、追求舒适化的SUPER PALACE隧道帐，以及露营桌椅、睡袋等等。

如今的“露营热”已经从一二线城市下沉到了三四线乃至乡镇，影响范围之广、时间之长已然实现“破圈”。相信在本土纺织企业产品、设计、技术的多重支撑下，本土露营装备将占据主流市场，实现长期稳定增长。TA

众音则强 众行则远

本刊记者_徐长杰 陶红 通讯员_丁思佳 李鹏飞

当前,我国经济社会发展面临的环境正在发生深度变化。习近平总书记在博鳌亚洲论坛2022年年会上指出,当下,世界之变、时代之变、历史之变正以前所未有的方式展开,给人类提出了必须严肃对待的挑战。中共中央政治局4月29日会议指出,新冠肺炎疫情和乌克兰危机导致风险挑战增多,我国经济发展环境的复杂性、严峻性、不确定性上升,稳增长、稳就业、稳物价面临新的挑战。疫情要防住、经济要稳住、发展要安全,是党中央的明确要求。

近期,中国纺联围绕疫情影响对近500家重点纺织企业以及东

部15个产业集群、中西部13个产业园区进行了调查,结果显示企业复工复产稳步推进。在调研的过程中也发现,企业对下半年市场预期普遍持谨慎乐观态度;当前各地应对疫情带来的困难采取了多种切实有效的措施,物流保障、供应链保障正在逐步恢复中。

当下,为提振信心,把脉发展,有效帮助企业应对形势变化,中国纺联已采取各种形式与产业集群和纺织企业共同分析研判当前行业问题,谋划后续举措。而无论是产业集群还是企业代表,都知无不言、言无不尽地分享各自经验,并为产业的健康、可持续发展提出宝贵建议。



棉纺龙头企业 和衷共济谋发展

6月7日,中国棉纺织行业协会组织召开了企业家线上恳谈会,工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼、一级巡视员曹学军,纺织处处长于琨、副处长纵瑞龙;中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、副会长端木小平;中国棉纺织行业协会党支部书记、监事长朱北娜,会长董奎勇等领导出席会议。同时,会议还邀请了福建新华源、金轮针布、南通双弘、黑牡丹纺织、鲁泰纺织、德州恒丰、华孚时尚、新疆中泰、山东魏桥、银河纺织、无锡一棉等企业代表参与交流。

面对市场复杂多变需做长期应对准备

端木小平在会上表示,一季度纺织行业整体运行尚可,生产、销售、出口等均有所增长。4—5月,行业遇到销售遇阻、物流不畅、订单下滑、信心受挫,以及新疆棉等一系列问题,经营风险增大,不确定因素增多。虽然面临诸多困难,但很多企业迎难而上,通过尝试多种途径苦练内功,如销售途径多样化,狠抓经营管理,提高设备数字化、信息化、智能化水平,让节能降耗水平更上一

台阶,加强对海外客户的跟踪和服务等等,同时更加关注资金链的安全问题,趋利避害,防范经营风险。希望在线的企业家能分享更多的真知灼见、好经验、好做法。只有倒闭的企业,没有倒闭的行业,让我们共同努力,行稳致远,共同建设“科技、时尚、绿色”的新纺织。

会议还介绍了当前棉纺织行业运行情况和面临形势。总体来看,棉纺织行业纺纱及织布装备逐步向自动化、智能化和绿色化方向发展。生产效率不断提升,纱、布产量基本稳定。2022年1—4月,设备利用率下降,纱产量处于负增长状态;销售量萎缩,同比降幅明显;内外棉价差波动剧烈,5月份以来平均倒挂5200元/吨左右。企业复工复产方面,6月1日调研显示明显有好转,产能利用率逐步提升,56.5%的企业开机率在90%以上,较5月18日调研增加11.5个百分点。

参会企业还就1—5月企业经营情况、遇到的困难和采取的应对措施、对于第三季度的市场预期、对产业政策的诉求和建议等内容进行发言,主要观点如下:

今年前五个月,多数企业各项产销数据同比均有所下滑。受疫情影响,内外需求疲软,消费端购买力下降,内销和外贸市场订单均有所下滑。同时,物流受阻,产销不平衡,库存压力加大,资金链压力加大。虽然遇到较大困难,但企业为保就业、保障职工生活,都在坚持生产。

企业盈利水平普遍下降。原辅材料价格普遍上涨,特别是今年棉花价格比去年同期涨幅60%以上,产品价格向产业链下游传导受阻,终端无法接受,各项要素成本增加(疫情防控成本、运输成本、单位产量人工成本、能源成本、管理费用等),挤压了企业的利润空间。

企业家们普遍认为,市场恢复还需要一定的时间,需要做好较为长期的应对准备。

当然,企业在面对疫情冲击的情况下也总结出了有效的举措:如应对疫情,要提高企业的应急处置反应能力,保障职工健康安全,疫情期间采取三就原则(就地生产、就地就餐、就地住宿),最大限度减少疫情影响;狠抓销售,主动出击,让利不让市场,订单应接尽接,满足生产需要;产品创新,瞄准市场高地与细分市场,加强供应链研发合作,并加强知识产权建设与保护;积极调整产品结构,开发差别化、高值低耗产品;技术改造立足长远,不断进行设备技改,推进企业智能化改造,全面提升企业信息化、智能化水平等。

与此同时,他们也提出了相关的建议,如建议地方政府对疫情科学研判,精准施策。在疫情反复突发的影响下,防止一刀切,保障物流畅通,保证企业正常开工;加快各项稳经济政策落地,让优惠政策真正落到企业。向传统制造业加大政策倾斜力度,加大疫情期间有关减税降费、缓缴社保费等政策减免力度,降低电价等要素价格,减少企业成本;从保障产业链供应链安全的高度,采取更加灵活有效的举措,保障棉花、非棉纤维的供给与匹配,实现原料的稳定与安全;棉花配额应倾向于有出口资质的企业,改变一般贸易配额分配偏少,加工贸易配额使用方式又受到限制的困局,希望分配规则有所调整;受疫情影响,原料进口及国际快递物流效率低,时间长,希望能尽快改善;鼓励消费,建议出台纺织品服装消费鼓励政策,从消费者层面引导新疆棉制品等产品消费等。

更大力度促进内需,更有目的地努力

聆听了企业家们的经验和建议后朱北娜表示,对企业家们在当前的困难中,坚毅不拔、苦练内功的坚守精神非常钦佩。希望政府对棉纺织行业在推进智能化技术改造等方面加大支持力度,进一步推进棉花配额的市场化,保持行业的国际竞争力,推进行业高质量发展的进程。

何亚琼在讲话中指出,棉纺织行业是稳就业、稳外贸、保民生、保稳定的关键行业,党中央、国务院高度重视棉纺织行业发展。今年以来,原材料价格上涨、国内外需求不足、各地疫情散发等多重压力,给我国棉纺织行业稳定发展带来更大不确定性和挑战。要正视困难,更要坚定信心、迎难而上、积极应对。他表示,要深入贯彻习近平总书记重要指示精神,认真落实党中央、国务院决策部署,以深化供给侧结构性改革为主线,提升棉纺织行业智能化绿色化发展水平,推进纺织产业链上下游协同创新,增强棉制品质量品牌竞争力,推动

要有更落地的政策与更市场化的措施,并要更大力度促进内需,进行更有目的的努力。

棉纺织行业高质量发展。

曹学军在讲话中表示,当前行业困难既有短期疫情影响,也有行业结构性因素,原料价格处于高位,后道需求不足,各项成本高企,产业链开工率、产销率、利润率都出现下降。疫情影响是短期的,行业调整优胜劣汰是必然的过程。5月国务院出台了稳增长33条,国办也出台了推动外贸保稳提质的意见,相信随着政策的落地实施,行业的发展环境将有所改善。中国的经济长期向好的基本面没有改变,将支撑纺织的稳定发展。

中国产业链的优势一直存在,行业抗风险、抗冲击的韧性依然较强,我们还是要坚定发展的信心。下一步要继续加快推进行业的高质量发展,提升棉纺织行业智能化、绿色化水平。推动产业链协同创新,支持企业高端化多元化发展,拓展产业新领域新市场,提高棉制品的市场竞争力。

孙瑞哲在总结时指出,作为纺织工业的最传统领域、标志性构成,棉纺织既是基础性和支撑型行业,也是引领性和战略型力量。行业发展与国计民生高度关联,在纺织服装行业中具有特殊重要性。如果说纺织工业是中国现代工业的母亲行业,棉纺织行业则是中国纺织工业的母亲行业。我国棉制纺织品及服装出口占到全行业的1/4左右,棉纺织行业的发展受到全球关注,在大国博弈不断深化的背景下,棉纺织行业也因此被推到了风口浪尖,成为国际地缘政治的重要战场。

对于行业今后的发展,孙瑞哲提出,要有更落地的政策与更市场化的措施,并要更大力度促进内需,进行更有目的的努力。首先要有效推动各项政策的落地,让优惠政策切实落到企业,特别是对就业、出口优势明显的代表性行业,应该进行有针对性的政策支持。其次,协调相关部门,建议在棉花配额发放、进口、流通等环节采用更加市场化的措施,保障供应链高效运行;三是更大力度地鼓励内需,建议采用财政补贴、税收优惠、专项信贷优化升级我国棉纺织产业链,促进纺织品服装特别是新疆棉制品的消费;四是进行更有目的的努力,练内功、再布局,建议“有实力向上游走、有耐心向下游走、有胆量跨界走、看不清跟紧走”。

最后,他引用当代诗人左河水七绝诗《咏棉花》——“不恋虚名列夏花,洁身碧野布云霞。寒来舍子图宏志,飞雪冰冬暖万家”,鼓励棉纺织产业在新的时代背景下,继续坚守坚忍不拔的献身精神与思想抱负。

会议还举行了“2022金轮·棉纺织行业高质量发展全国行调研活动”签约仪式,金轮将配合中国棉纺织行业协会走进全国主要棉纺织地区和企业,就行业的下一步高质量发展方向和路径开展深入的调查研究,并进行梳理、总结,向全行业推广先进做法与经验。

本次企业家恳谈会形式新、效果实,既汇聚了应对困难的一些先进做法,也提出了行业的切实诉求,更坚定了企业的发展信心。中国纺联及中棉行协将继续积极反映企业诉求,为行业高质量发展创造更好环境。





6个集群、72家企业，道出了印染业的哪些期许？

2022年以来，国际环境复杂严峻，国内疫情持续多发，我国经济下行压力加大，部分经济指标增速放缓。4月份，全国规模以上工业增加值同比下降2.9%，环比下降7.08%，服务业生产指数同比下降6.1%，社会消费品零售总额同比下降11.1%。印染行业经济运行逐步承压，企业生产经营过程中面临诸多困难和问题。

5月16—20日，中国印染行业协会对会员企业和重点产业集群展开调研，从复工复产情况、生产经营状况、存在的困难问题以及政策诉求等方面，了解企业实际运行情况，分析发现行业发展中的问题，及时将了解的情况通过中国纺联相关部门，向国家发展改革委等政府部门反映，以期为企业谋求更多的政策支持，帮助企业尽快恢复正常生产秩序。

本次调研共收到6个重点印染产业集群和72家印染及上下游相关企业的反馈，经汇总分析，形成报告。

产能利用率水平整体偏低

通过对重点印染产业集群行业协会调研，了解各集群内企业的整体情况。参与调研的地方行业协会有：广东省纺织协会、湖北省纺织协会及荆州市纺织印染行业协会、绍兴市柯桥区印染工业协会、宁波市纺织行业协会、晋江市染整行业协会和石狮市染整同业公会。

参与调研的企业地域分布广，基本覆盖了印染产能集中的地区，行业代表性较强。调研企业主要分布在浙江省的杭州市、湖州市、宁波市、绍兴市、桐乡市和诸暨市；江苏省的苏州市、江



阴市、南通市、盐城市和宜兴市；福建省的泉州市、福州市；山东省的滨州市、青岛市、淄博市、潍坊市、烟台市；广东省的广州市、汕头市和佛山市。以上东部沿海五省参与调研的企业数量占本次调研企业的87.5%。此外，上海市，安徽省宣城市、芜湖市，四川省南充市、遂宁市、绵阳市，山西省永济市及河北省宁晋县的部分企业也参与了本次调研。

今年以来，受疫情影响，山东、浙江、江苏、上海、福建等省市的部分印染企业经历了阶段性的停工停产，在当地疫情形势缓和后，企业已陆续恢复正常生产。从调研情况看，目前行业未有大面积停工停产现象，除几家因搬迁或主营业务变更而停产的企业外，其他企业均维持正常生产经营活动。

当前，尽管受访企业在国内疫情基本得到控制的形势下已逐步复工复产，但企业产能利用率水平整体偏低。从地方行业协会了解到，柯桥区目前开工率仅有50%—60%，宁波市72家印染企业平均开工率约60%，晋江市印染企业整体产能利用率较正常水平下降了20%，石狮市印染企业近期开工率平均在75%左右，荆州市纺织印染企业产能利用率相对较高，维持在80%左右。72家受访企业中有38家反映了企业的产能利用率情况，其中，约1/4的企业当前的生产情况良好，产能利用率超过90%，约1/10的企业受订单不足等因素影响，产能利用率低于六成。

大多数企业表示国际动荡形势及全国疫情防控政策对企业生产经营产生了不利影响，企业营业收入明显减少，运营成本显著增加，盈利水平有不同程度的下滑。尤其是进入二季度以来，正值传统旺季的印染企业订单却明显下滑，内外销市场持续低迷。仅少数企业得益于上年三、四季度积累的订单及加工费的上漲，今年一季度营业收入和利润同比小幅增长，但这些企业对今年二、三季度的生产和财务数据持悲观态度。37.7%的受访企业提到了订单不足、订单转移等问题，并表达了对后续订单不确定性的担忧。参与本次调研的企业多是行业中的优势企业，这些企业目前的生产经营情况尚且如此，其它众多企业的生产和经营情况恐更加不容乐观。

受访企业中95%以上是加工型企业，疫情引发的蝴蝶效应对加工型和自营型企业均有不同程度的影响。例如，以品牌营销为主的福建某印染企业，1—4月订单较为饱满，主要经济指标均维持在正常区间，但5月份以来，下游品牌企业和成衣厂商因疫情影响开始减少订单、转移订单或谨慎下单，导致该企业5月份

“疫情影响下，人们对作为可选消费品的纺织品服装类产品消费意愿明显不足，终端消费疲软也是造成印染企业订单不足的主要原因。”



的订单量下降了20%。若该情况持续发生，预计6—7月份该企业产能利用率只能达到70%。

成本上涨进一步挤压利润

生产成本大幅增加，企业利润受到挤压。一是天然气、蒸汽、电力等能源价格涨幅较大。国家统计局数据显示，2022年一季度国内能源价格同比上涨12.2%，从调研情况来看，绍兴市柯桥区纺织印染企业4月份蒸汽价格环比上涨20%以上，电费平均上涨14%；苏州市吴江区印染企业3月份蒸汽价格环比上涨5%，4月份持平，5月份环比上涨10%；宁波纺织印染企业蒸汽价格、电费上涨20%以上；汉川纺织企业实际电费较2021年11月已上涨近35%。能源是印染企业的重要生产要素，对印染企业的综合成本影响较大，能源价格大幅上涨使印染企业在成本端承受较大压力。

原材料价格明显上涨。今年以来，受国际动荡局势及美国对我国新疆棉制裁等因素影响，上游原材料价格上调明显，棉纱、染料及部分基础化工原料价格涨幅已接近30%，其中液碱价格上涨70%，美棉价格上涨20%。

物流成本大幅增加。今年以来，浙江杭州、绍兴，江苏苏州，山东滨州，福建晋江，广东佛山、东莞等印染企业集中地区出现散发疫情，地方政府加强防疫措施，致使交通物流受阻，企业交货周期延长。3月份开始的上海疫情，使多地企业的物流、货物出港受到影响。物流不畅、物流成本增加给企业正常经营造成困扰。

综合生产成本大幅上涨迫使印染企业上调加工费，但考虑到下游客户的承受度，加工费上调幅度不及成本涨幅，企业利润空间受到挤压。

内需疲软导致订单不足

从调研情况看，受访企业普遍反映一季度订单相对充足，生产形势基本良好，营收和利润都有改善。印染行业一季度经济运行也反映了这一情况，国家统计局数据显示，一季度规模以上印染企业营业收入同比增长16.86%，利润总额同比增长43.28%。但进入4月份以后，多数企业面临订单不足的困境，当前的产能利用率普遍维持在六、七成，部分企业只有五成左右，企业经营效益有所下滑，部分企业甚至出现亏损情况。4月份以来，国内疫情形势严峻，很多外贸单无法顺利出货，难以保证交货周期，很大程度上影响到客户的下单意愿，国内订单有向东南亚地区转移的趋势。同时，疫情影响下，人们对作为可选消费品的纺织品服装类产品消费意愿明显不足，国家统计局数据显示，1—4月，限额以上服装鞋帽、针纺织品商品零售额同比下降6%，连续2个月处于负增长状态，内销市场终端消费疲软也是造成印染企业订单不足的主要原因。

招工用工难，高素质人才缺乏。近年来，随着我国人口红利逐渐消退，企业用工成本明显上升，在招工用工留工方面的压力也有所加大。一方面，印染行业作为传统制造业，对年轻一代的吸引力不够，很多80后90后不愿到印染企业工作，尤其是中部地区的县域企业，印染企业一线员工老龄化趋势逐渐显现。另一方面，纺织印染领域的博士、硕士等专业技术人才、行业高级技术人才等难以长期留在企业，技术人才短缺是印染企业面临的共同问题。

企业政策诉求和建议

各地政府部门对疫情防控政策进一步精细化，在做好疫情防控的同时，确保物流畅通，保障产业链、供应链安全稳定；政府相关部门建立大宗原材料保供稳价机制；建立煤炭保供机制和保供预案，稳定煤炭价格，确保蒸汽、天然气等能源稳定供应及价格合理，防止垄断，为工业企业提供良好的生产基础；政府加大对实体经济的支持力度，放宽对传统行业的金融信贷条件，切实降低企业的融资成本；落实减免税收政策，对有困难的企业继续实施缓交社保政策等；各地政府根据实际情况出台促消费扩内需稳增长的相关政策，有效激活内需市场活力，发挥消费对经济增长的拉动作用；政府设立专项资金，支持企业技术研发和转型升级；加强人力资源建设，政府、社会、学校和企业协同开展纺织复合人才培育，推动行业持续高质量发展。TA



党建引领是全力凝聚轻纺城新一轮发展的强大合力。



现场举行了表彰仪式。



会前参观学习。

党建引领 品牌赋能 共谱纺城新篇

中国轻纺城党建工作会议暨“七一”表彰大会召开

■ 本刊记者_ 邬莹颖

中国轻纺城多年来的基层党建实践表明，哪里有典型，哪里有榜样，哪里就有新气象。坚持典型引路，就要把品牌理念引入党建工作，形成示范效应，发挥引领作用，这是被实践检验的有效途径。中国轻纺城打造特色基层党建品牌，通过部署“党建引领、品牌赋能”活动，做实“中国轻纺城红色根脉宣讲团”等活动，让党建活动有阵地、工作有力量。

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想、中央和省市区党建工作系列会议精神，深化和传承习近平总书记考察中国轻纺城指示批示精神，推动“纺城有家”党建品牌建设，努力以高质量党建引领高质量发展，为加快打造现代化“国际纺都、杭绍星城”提供坚强保障，以优异的成绩迎接党的二十大胜利召开，6月10日，中国轻纺城党建工作会议暨“七一”表彰大会召开。

柯桥区委常委、中国轻纺城党委书记袁笑文，委班子成员出席本次会议。轻纺城股份公司党委、轻纺市场派出所党支部、直属公司党支部主要负责人，轻纺城股份公司党委下属各公司党组织主要负责人，市场党委下属各支部书记、党建指导员，受表彰的单位和个人，中国轻纺城红色根脉宣讲团代表等100余人参会。会议由中国轻纺城党工委副书记、轻纺城建管委主任王峻峰主持。

会前参观学习 走进现场，走进支部

与以往不同的是，此次活动通过现场观摩、经验交流、召开会议等方式，让基层党组织通过现场看、现场悟、现场学，履行好“第一责任”，带领大家扛起主责、抓好主业、当好主角，全面推动基层党建重点任务落地见效。

在会议正式开始前，参会人员实地学习参观了中国轻纺城创意产业基地党支部、中国轻纺城安徽商会党支部、中国轻纺城福建商会党支部“党建引领、品牌赋能”创建情况，详细了解党组织在功能发挥、抓党建促发展等方面的经验做法，多角度、深层次体会基层党建工作的重要性，推动基层党建工作再上新台阶。并观看中国轻纺城红色根脉宣讲团宣讲视频《传承习总书记批示精神，守护红色根脉》。

举行表彰仪式 不忘初心，牢记使命

为了表彰先进，鼓舞士气，进一步激励各类党群先进不忘初心、牢记使命、忠诚履职、砥砺奋斗，为推进中国轻纺城全面从严治党向纵深发展作出新的更大贡献，中国轻纺城党工委副书记、轻纺城建管委副主任钱苗娣宣读《关于表彰2021年度党群工作先进集体和个人的决定》、《关于表彰2021年度“市场好支部”“市场好党员”的决定》。大会还举行了颁奖典礼。

部署“党建引领、品牌赋能”活动 布行天下，纺城有家

为了巩固党史学习教育实践活动成果，不断深化“纺城有家”市场党建品牌，传承红色基因，会议宣布将努力打造一批彰显中国轻纺城市场特色的红色品牌矩阵，充分发挥党建品牌的集群效应。

在发布《“布行天下 纺城有家”“党建引领、品牌赋能”活动》视频后，钱苗娣部署了中国轻纺城“党建引领、品牌赋能”活动安排。围绕党建品牌建设“抓什么、怎么抓”问题，立足两新党建工作中心任务、品牌现实基础和创新潜力，抓培育、树标杆、促提升，培育一批具有鲜明时代特征、被党员会员商户广泛认可、具有强烈感召力的党建示范品牌，使全体纺城人追求自身富裕的同时，以产业报国为价值取向，争做有责任、有情怀、有自信的纺织人，争当“最美奋斗者”、“共富先行者”。

中国轻纺城创意产业基地党支部、中国轻纺城集团股份公司党委、中国轻纺城福建商会党支部、浙江懿纱纺织科技有限公司党支部有关负责人分别上台作交流发言。

“中国轻纺城红色根脉宣讲团”成立 传承红色基因，全面开展红色宣讲

现场还举行了“中国轻纺城红色根脉宣讲团”授旗仪式，袁笑文为宣讲团授旗。据悉，为庆祝中国共产党二十大胜利召开，深



现场成立“中国轻纺城红色根脉宣讲团”。

入学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，推动党史学习教育常态化长效化，中国轻纺城成立了由委领导班子成员领衔，委相关科室成员和委系统干部职工代表、《纺织服装周刊》记者等42人组成的“中国轻纺城红色根脉宣讲团”，重点围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想开展宣讲，着力讲好党的先进理论、党史、国史、形势政策等内容。

宣讲团传承红色基因，届时将全面开展红色宣讲，常态化走进市场、走进商会、走进企业、走进网络、走进青年，围绕党的理论、党史国史、形势政策等，开展宣讲交流，激励和引领广大市场经营户增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，坚定不移“跟党走创业”，为打造现代化“国际纺都、杭绍星城”发挥思想引领作用。

提出明确要求 以“领跑竞跑”的奋进姿态，加速市场转型

袁笑文在讲话中表示，过去一年，是极其不平凡的一年，面对复杂严峻的国内外形势特别是新冠肺炎疫情全球大流行造成的冲击，我们在区委区政府的坚强领导下，克难攻坚、积极作为，以“领跑竞跑”的奋进姿态，加快推进中国轻纺城转型升级工作，轻纺城市场保持了持续向好的发展态势，跑出了高质量发展的“加速度”。

在这样的形势下，中国轻纺城党工委也以创新的思维、发展的眼光、包容的姿态，从“四学模式”点亮党史学习教育、“共建共荣”夯实党建组织基础、“领跑竞跑”提升干部工作作风等方面不断推进市场党建工作的标准化、科学化和常态化建设。

袁笑文强调，2022年，中国共产党将召开第二十次全国代表大会。我们要紧扣守好“红色根脉”这一灵魂主线，坚决把习近平总书记对中国轻纺城的殷切嘱托转化为高质量发展的奋进动力。要重点做好坚守“两个维护”政治忠诚、打造特色基层党建品牌、推进党建工作数智进程、纺城实事促进共同富裕等四方面工作，以党员初心、以实际行动践行庄严承诺。

2022年是党的二十大召开之年，是“十四五”规划重点推进之年，也是中国轻纺城冠名“中国”的30周年，更是“国际纺都、杭绍星城”建设新征程起步之年。今年，中国轻纺城围绕“国际纺都、杭绍星城”战略定位，重点在系统谋划、扩大开放、深化改革、优化服务、积极招引、统筹协调等方面下功夫，切实发挥好轻纺城作为全区经济高质量发展的主阵地、领头雁的作用，努力为率先高质量发展建设共同富裕示范先行区提供更好的发展平台。这其中，党建引领作为全力凝聚轻纺城新一轮发展强大合力，让中国轻纺城既有家的温暖，又有国的担当，以坚持敬业、奉献、责任担当的精神，大胆探索大型专业市场服务型党建工作新模式，着力打造市场提升发展的“红色引擎”。

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。



关于纺织品专业市场贸易模式创新发展探究

基于中国轻纺城市场的调研报告

■ 浙江中国轻纺城集团股份有限公司_王百通 / 文

中国轻纺城市场作为国际性的纺织品专业市场，在贸易发展过程中，市场经营户的经营形势形成了多元化的发展模式，在轻纺城不断建设现代专业市场的过程中，进一步促进轻纺城贸易模式升级，推动市场贸易向现代化、高端化发展，着力为市场贸易发展搭建高效平台，以贸易发展促进市场提升。

中国轻纺城作为绍兴市柯桥区经济发展中最大的特色和优势，在促进区域产业发展、城市建设乃至区域经济社会各项事业发展的进程中，都发挥了举足轻重的作用，历经多年提升发展，尤其是进入新世纪以来，轻纺城市场的综合实力得到了极大提升，已成为全球性的纺织品集散中心，全球每年有1/4的化纤面料在此成交，全国近1/2的纺织企业与其建立了产销关系，市场成交额连续30年位居全国同类专业市场之首。近年来，随着轻纺城现代专业市场体系的不断建立完善，市场交易不断活跃繁荣，市场经营模式和贸易发展方式越来越呈现出多元化发展态势。笔者认为，关注轻纺城市场贸易发展模式，探索市场贸易的创新发展途径，加快市场贸易模式与国际贸易模式接轨，是促进中国轻纺城市场繁荣，推动持续发展的重要内容。

一、中国轻纺城市场贸易模式概况

在不断建设中国轻纺城现代专业市场的过程中，市场贸易模式逐步实现了由传统商铺式交易向“商铺+商务楼+商务服务”同步发展的局面，中国轻纺城已经成为集产品交易、信息集聚和相关服务配套的专业场所，是现代服务业和城市区域繁荣的龙头。轻纺城市场广大经营户和贸易公司从原来的仅关注商贸流通环节向全面整合流通商贸、信息集聚、技术研发各个环节转变。随着市场贸易的不断繁荣，许多原来的中小经营户不断做大做强，其营销渠道不断拓展，经营模式日益创新丰富，而许多普通经营户也不断完善自身的经营情况。应该说，中国轻纺城市场创新经营模式日益多元，其对产业的作用也日益增强。笔者经过多方调研，总结整理了轻纺城市场的贸易模式，能够基本体现轻纺城市场的经营特点：

（一）现代化贸易模式

目前，轻纺城有各类从事纺织品内外贸的贸易公司有1万多家，其经营模式大致可分为自营出口、外贸代理、内贸分销、工贸结合、科贸结合、科工贸一体等几种模式。



1. 自营出口型贸易公司。目前，轻纺城市场每年平均约有出口实绩型贸易公司（企业）2000家，其主要经营模式为通过公司拥有自营出口权，直接开展对外贸易，该类型外贸公司近年来外贸出口额逾100亿元，年均增幅在10%以上，经营规模比较稳定。其经营特点是利用自营出口权和国际营销渠道，结合区域内广大中小纺织企业产品，较大批量地进行纺织品出口。但此类型公司的利润率相对较低，以跑量和获得退税为主要盈利手段。

2. 外贸代理型贸易公司。外贸代理是纺织品对外贸易中的重要形式，主要是为生产型企业推销产品和开拓市场，负责外贸出口过程中的各类手续业务，外贸公司本身不承担盈亏风险，但也没有价格等贸易成交主动权。目前轻纺城市场中以外贸代理为主的贸易公司较为成熟的也比较多，他们的经营范围已经不仅局限于绍兴本地。其经营特点是通过为广大纺织企业提供外贸渠道及业务服务，收取佣金和相关费用，一般公司规模较小。值得注意的是，随着工贸结合的发展，许多该类型公司也逐步发展成为工贸结合的企业。

3. 内贸分销型贸易公司。目前，轻纺城贸易公司中约有三分之二从事内贸销售，近年来由于国际形势变化，部分外贸公司中兼营内贸的也比较多。其中有部分企业在纺织品内贸领域发展加快、实力较强。其经营特点是以中国轻纺城一级市场为立足点，面向全国纺织服装企业和服装集群进行分销，具有较强的产品定价权和广泛的营销渠道，其产品利润相对较高，但由于竞争激烈，销售量上较外贸公司小。

4. 工贸结合型贸易公司。轻纺城许多发展较早、实力较强的经营户和贸易公司，在贸易领域获得成功，为进一步掌握产品定价权，增加利润增长点，开始逐步涉足生产制造环节，建立生产型企业。此类企业在轻纺城贸易公司中约占30%左右，其中较有代表性的有彩虹庄、永盛工贸等企业。同时，轻纺城周边的纺织企业为拓展营销渠道，也依托轻纺城市场建立起自己的贸易公司。工贸结合型贸易公司的经营特点是企业的贸易与生产互为促进，利润链条延伸提高企业盈利能力。

5. 科工贸结合型贸易公司。随着纺织贸易的不断发展，轻纺城市场中出现了一批具有新特点的贸易公司，即以贸易为基础，分别向纺织品的上下游延伸，形成“设计研发+市场贸易+工业生产+品牌”的涵盖较长产业链的特有的纺织品营销模式，目前市场中此类公司约有1000家左右。其经营特点是与当前工业产品产业链环节细分密切相关的，他们通过控制具有核心竞争力的设计研发环节，依托自身品牌影响，大幅提高产品附加值。

（二）传统市场贸易模式

随着纺织品经营的日益繁荣及宏观营销模式不断发展，传统商铺式经营户的数量也不断增加，近年来，传统市场区的经营户基本

稳定在25000家左右，其经营理念和经营模式也在不断提升和完善，创新经营意识逐步增强，传统市场中的商铺经营模式也呈现出不同的发展类型。

1. 工厂直销型商铺。传统市场商铺中约有10%为中小纺织企业在市场中设立的营销窗口，此类商铺在很大程度上承担企业的销售任务，其产品档次较高，品类也较为丰富，其商铺主要集中在东市场、联合市场、东升路市场。该类企业大多来自绍兴、嘉兴、吴江，但近年来广东、福建中小企业入驻数量增加较明显。

2. 个体经营型商铺。轻纺城商铺中个体经营商铺占绝大多数，其经营者主要是来自本地及国内其他纺织集群的个体经营户，近10年以来，外地经营户增加明显，尤其在2018年之后，国内部分市场由于经营调整或行业不景气，外地经营户在商会的带动下，涌入速度加快。目前，轻纺城市场外地经营户比例已约占55%左右。随着经营理念更新及新生代经营户群体的壮大，许多传统商铺经营户已经不满足于原有的坐等采购商上门的经营，而是积极想办法拓展营销，吸引采购商。

3. 零散经营型商铺。目前，轻纺城中还存在少数零散性、流动性较高的商铺经营模式，其经营者大多是初涉纺织品经营和实力较弱的经营户，主要集中在东门市场、六、七、八区等老旧市场，其特点体现在合租商铺、零散出货、经营地点变动频繁，同时，其经营的稳定性和诚信度等方面也存在一定问题。

二、关于推动纺织品专业市场贸易模式创新发展的思考

中国轻纺城市场企业及经营户由于经营场所高度集中，产品品类十分丰富，为市场经营的创新和不断发展提供了有利条件。中国轻纺城在目前的经营基础上，着力通过以培育重点骨干经营户、知名纺织品牌为核心，以政府扶持、协会引导、典型带动、市场调节为途径，进一步扩大贸易公司规模，提升经营户经营实力，提高产品档次，延伸产业链条，从而加快推动区域纺织产业转型升级。

（一）发挥三大优势，助推贸易模式升级。

1. 发挥“产业+市场”联动优势，提升市场贸易集群化水平。轻纺城市场是基于绍兴纺织产业而发展起来的，同时，轻纺城的发展壮大也助推了产业的升级。经过近30年的发展，中国轻纺城市场形成了纺织产业与市场联动发展的互补优势，依托这一优势，大力提升市场贸易的集群化水平，是轻纺城加快贸易模式升级的重要途径。在提升市场贸易水平的过程中，轻纺城市场要进一步完善业态、丰富经营品类，集聚产品、信息、资金、人才，借助纺织产业转型升级，利用生产企业的技术升级、淘汰落后产能，加快市场贸易走高端化、差异化、功能化的多元之路，促进纺织品贸易向高档次、高质量、多元化方向发展。同时，利用市场贸易方式的不断升级，促进区域纺织产业加快结构调整、转变增长方式，从而实现纺织产业与市场贸易协同发展。

2. 发挥“内贸+外贸”营销优势，提升市场贸易国际化水平。轻纺城作为国内最具影响力的纺织品市场，内外贸都保持了高速发展。在加快市场内外贸发展过程中，既要注重保持国内贸易的领先地位，更要充分发挥外贸的引领优势。要从品牌输出、营销创新、渠道拓展、风险防控等多个方面提高市场贸易的国际化水平。注重拓展国外新兴纺织品市场，加快集聚境内外优秀经销商和权威办事机构，继续深入实施国际化战略“走出去”，加快设立轻纺城境外展贸中心、时尚发布中心、设计研发中心，将中国轻纺城的影响力不断向外拓展和渗透。要进一步鼓励外贸企业注重商务创新，构筑境外营销网络，前伸国际信息触角。充分利用中国轻纺城的资源优势，减少中间环节、降低结算风险、提高信息精确度和时效性、提升企业快速反应能力。

3. 发挥“传统交易+电子商务”互动优势，提升市场贸易现代化水平。中国轻纺城在巩固发展实体市场经营的同时，也全力发展线上市场，全力打造“全球纺织网”、“网上轻纺城”B2B线上纺织平台。要充分发挥线上平台打破传统贸易时空限制的优势，大力集聚供应商、采购商资源，



中国轻纺城不断提升国际国内影响力、集聚全球纺织元素。

形成轻纺城线上线下融合发展。要着力鼓励经营户，尤其是传统型的经营户加快转变观念、创新发展，利用先进的营销手段加强经营水平提升。鼓励经营户，尤其是新生代经营户积极利用网店、直播等新兴营销手段，加快提升市场贸易水平、扩大贸易规模。

（二）发展“三创”模式，引领贸易模式创新。

1. 鼓励技术创新，提升贸易竞争力。轻纺城市场将进一步为商户搭建一流的技术创新平台，利用地方产业集群优势和市场集聚优势，丰富区域内供应链环节，加强与国内外纺织专业机构的合作，加快构筑起纺织产学研战略联盟，形成广泛的良性动态产业链。同时，加快推进纺织面料新技术、新标准研发，鼓励有实力的市场企业建立独立的技术研发中心，集中力量突破一批关键技术。加快科技成果转化，帮助将新技术尽快运用到企业生产环节。力争通过技术水平的提升，提高产品的竞争力，从而增强轻纺城市场总体的竞争能力。

2. 加强品牌创建，提升贸易影响力。进一步加强引导商户加大品牌创建力度，以品牌提升产品附加值，力争推出更多举措，鼓励市场企业和商户建设企业品牌和产品品牌，变贴牌为创牌，变“仿造”为创造。搭建更多品牌对接平台，加强轻纺城的知名面料品牌与国内外知名服装品牌对接，加快轻纺城面料品牌进入国际市场速度。同时，进一步加强品牌保护工作，完善关于纺织品知识产权保护的各项内容，强化政府、行业、商户三级联动的品牌保护机制，确保轻纺城的品牌影响力不断提升。

3. 开展时尚创造，提升贸易持续发展力。进一步推进轻纺城纺织创意产业发展，将时尚创意这一具有高知识性、高附加值、高融合性的经济形态与轻纺城贸易模式相融合，全力引导具有一定实力的市场商户顺应国内外创意产业发展趋势，用创意提升自身企业的核心竞争力。鼓励市场商户由单纯贸易向研发与贸易结合的一体化转变，进一步加强引进和培育纺织创意机构和设计师，为市场贸易企业搭建更广阔的时尚创意发展平台，通过时尚创意与市场贸易的良性互动，促进轻纺城贸易的持续发展。

（三）完善三项保障，推进贸易模式发展。

1. 优化发展环境，鼓励创新发展。进一步加强中国轻纺城传统市场区整体规划提升，加快推进老旧市场、配套设施的改造及完善，进一步完善轻纺城传统市场区商铺经营的环境。增强政府服务力度，通过政策引导等手段，鼓励经营户尝试更多发展途径。加强对轻纺城中小经营户的培训教育，搭建更多适合其拓展营销和提升理念的平台。

2. 培育龙头商户，增强典型带动。扶持一批具有创新意识和开拓精神的优秀经营户，增强实力经营户的带动作用，鼓励实力经营户通过技术、管理、品牌等方面的提升，增强自身综合竞争力。同时，以龙头商户为带动，加快扶持中小经营户创新发展、快速发展，争取形成少数龙头商户带动大量中小经营户进行阶梯状发展的新局面。

3. 加强政策引导，促进持续发展。中国轻纺城作为柯桥区纺织产业以及城市发展的重要内容，市场内广大经营户的稳健经营和持续发展是根基所在。因此，注重政策引导，强化政府服务，为经营户提供良好的发展空间，是维护轻纺城持续繁荣稳定的重要保障，也是中国轻纺城不断提升国际国内影响力、集聚全球纺织元素的重要支撑。TA

以产业生态竞争力化解外部不确定性

中国针织工业协会七届四次常务理事扩大会凝聚力量求破局

本刊记者_徐长杰

当前,受国内疫情多点复发、俄乌冲突加剧全球局势动荡等多重因素冲击,我国经济下行压力加大。在此关键时点,我们需要厘清行业发展形势,正确认识我国针织产业的竞争优势,坚定发展信心,坚持“科技、时尚、绿色”的产业定位,沉着应对,在危机中育先机、于变局中开新局,凝心聚力推动行业高质量发展。6月10日,中国针织工业协会第七届第四次常务理事扩大会在线上召开。

中国针织工业协会会长林云峰,副会长兼秘书长翟静,党支部副书记何华勤,总工程师林光兴,中国针织工业协会副会长、上海嘉麟杰纺织品股份有限公司总裁杨世滨等领导和嘉宾以及中国针织工业协会的会员单位、产业集群及媒体代表等200余人参加了本次会议。中国针织工业协会副会长张希成主持会议。

以科技服务促行业提升

翟静在会上发言时指出,年初至今,受新冠疫情反复及全球地缘政治的影响,世界经济深陷动荡。中国纺织产业也面临着供应链不畅、成本剧增以及市场消费萎缩等困难与挑战。当下,行业要从技术创新中求生存,深入思考选择正确的战略定位,在中央政府提振经济、促进消费的政策指导下,凝聚信心、共渡难关。

会上,林云峰做了题为《危机中育先机,变局中开新局》的中国针织工业协会工作报告。他表示,今年1—4月,我国针织行业规模以上企业实现营业收入同比增长8.68%,增速较一季度降低3.58个百分点。针织物企业营业收入同比增长12.13%,针织服装企业营业收入同比增长6.70%。但与此同时,纺织原料大幅上涨,物流受阻,终端产品价格传导不畅,针织行业规模以上企业营业成本同比增长10.03%,利润同比下降6.48%。

同时,在需求收缩、供给冲击下,4、5月份企业经营压力明显增大。1—4月针织行业规模以上企业产成品周转率为14.83次/年,同比下降6.49%。三项费用占比为7.57%,同比下降0.44个百分点。



与会领导及工作人员合影。

林云峰强调,尽管当前面临诸多困难,但中国经济长期向好的基本面没有变,纺织行业的竞争力没有变。面对疫情影响和外部冲击的压力,更需要企业、政府上下同心,积极应对。

越是困难的时候,越需要行业协会、企业、上下游产业链、供应链团结协作,协同攻坚。希望大家通过创新驱动,以产业生态的竞争力化解外部环境的不确定性,实现行业健康可持续发展,以优异的成绩迎接党的二十大召开。

随后,中国针织工业协会副秘书长、科技部主任李红从三个方面介绍了中国针协重点科技服务项目情况:

一是强化科技创新,构建服务平台。中国针协组织成立了中国针织产品创新研发联盟,首个任务是粘胶长丝针织产品的开发及应用。自2016年开始举办的中国功能性针织产品流行趋势活动,每届活动都会推出不同主题,以成品与面料相结合的方式集中展示最新科技成果。在科技推广方面,持续举办全国针织科技大会、CKIA云课堂、短纤纱经编产品研讨会、花式纱线产业发展论坛、泳装产业发展高峰论坛等多项活动。

二是加强标准建设,引领产业升级。全国纺织标准化技术委员会针织品分技术委员会已制修订国标21项,行标108项。运动服装分技术委员会已制修订国标5项,行标7项。中国针织工业协会标准化技术委员会已发布团体标准8项。2022年,中国针协标委会将继续加强标准体系建设,加强对消费模式、产业提升等领域标准研究,加强对智能制造、绿色制造等领域标准研究等工作。

三是协助项目申报,共促行业进步。2022年,中国针协秘书处将继续协助企业做好中国纺织工业联合会科学技术奖、中国纺织工业联合会针织内衣创新贡献奖的申报,为会员单位代理作品著作权登记,协助中国纺联军民融合办公室开展体能训练服的招投标工作,推荐单项冠军企业/产品、专精特新中小企业等。

数字化引领下的供应链将垂直一体化

杨世滨以《后疫情时期企业的生存与发展》为题,并结合嘉麟杰发展实际,从可持续发展下的嘉麟杰、数字化升级中的嘉麟杰、疫情之下企业应对之策、对未来企业运营发展的判断四个维度进行了分享和探讨。

他介绍,为实现高质量发展,近年来,嘉麟杰在人才建设、精益管理、产品研发、绿色低碳等方面持续发力,走出了一条可持续健康发展之路。特别是在数字化转型方面,嘉麟杰先后就ERP订单管理系统、织造MES管理系统、LAWER全自动投料系统、SEDO全自动染缸控制系统、自动化立体仓库、小工具等进行了数字化应用和升级,走在行业前列。他表示,目前数字化升级面临的主要问题有:智能化排产和智能化配方。他强调,加强数字化升级,是企业降低劳动强度,实现钝化技术、柔性化生产,适应小批量、多品种、快交货的市场需求的重要支撑。

谈到疫情之下企业的应对之策,他以嘉麟杰为例进行了分享。在积极抗疫的同时,2020年嘉麟杰快速转产,并成为上海市卫健委系统第一大供应商,上海市公共卫生物资储备生产单位。其中,为上海医疗系统提供的隔离服占整个上海市的30%。经过一系列有力措施,三年来,嘉麟杰不仅实现了与外贸订单互相快速切换,确保企业正常有序运营,更在取得良好社会效益的同时,也为企业创造了良好的经济效益。

针对未来企业运营发展,他强调,当前行业形势稳中有进,行业、企业一定要认清形势,坚定信心,保持定力。其中,一次分配,要坚持效率优先;二次分配,要坚持公平为主。面对全球化的“去全球化”、实体经济成为“奢侈品”的新变化,数字化引领下的供应链将垂直一体化。此外,各行业对薪酬认知也将趋同。

会上,张希成还就协会增补会员等情况进行了通报。TA

·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



本次会议有8个地方集群的代表线上参会。

纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY



周刊官微



TA潮报



两大时尚 IP 华丽共振

第九届红棉国际时装周在红棉中大门焕新登场

■ 本刊记者_罗欣桐

6月11日，第九届红棉国际时装周 × 云尚周盛大启幕。本届时装周新启广州红棉中大门为主会场，融合国际潮流、原创设计、数字化营销等多元时尚要素，焕新打造一个格局更高、影响力更大的时尚产业平台。

本届时装周由中国纺织工业联合会、中国纺联流通分会、中国服装协会、中国服装设计师协会指导，广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会主办，红棉国际时装周组委会、广州红棉中大门、广州红棉国际时装城、广州十三行诚大时装周广场共同承办，广东国际时尚艺术研究院、广东省时尚服饰产业经济研究院、广州市服装制版技术学会协办，广州市海珠区科技工业商务和信息化局、广州市海珠区新港街道办事处、广州市海珠区新的社会阶层人士联谊会、POP服装趋势支持举办。

中国纺织工业联合会副会长、流通分会会长夏令敏，中国纺织建设规划院院长冯德虎，中国服装协会常务副会长杨金纯，中国纺联流通分会副会长徐建华、秘书长王永元；广州市商务局副局长林国强，海珠区委常委、统战部部长王福军，海珠区委常委、常务副区长、新港街道党工委书记傅晓初，广州市商务局商贸处处长杨淑仪、市场处处长李恩泉，海珠区发改局局长李满红，新港街道办事处主任朱泰，凤阳街道党工委书记杨科，凤阳街道办事处主任张玮；广东省服装服饰行业协会会长卜晓强、执行会长刘岳屏，广东省服装设计师协会专职执行副会长王珈、荣誉会长丁宁，广州工业经济联合会、广州市企业联合会、广州市企业家协会会长王泽新；广州专业市场商会秘书长李英，广东省服装服饰行业协会首席数据官文丹枫，广东省时尚服饰产业经济研究院联席院长李征坤；中国服装设计“金顶奖”获得者邓兆萍，



“中国服装设计师协会大湾区新锐设计师联盟”正式落户红棉中大门。

中国十佳时装设计师金德、林姿含、林进亮，广州市服装制版技术学会荣誉会长曹青华，国家服装高级技师、硕士研究生谢耀荣，正高级工艺美术师、国家一级高级技师周国屏；广州国际轻纺城董事长郑凯，广州白马服装市场总经理黄秋权，广州智诚实业有限公司副总经理张志芬，深圳红棉资本有限公司总经理田高翔，广州市诚大置业有限公司总经理连健文，广州市红棉国际时装城副总经理卢浩江，十三行市场副总经理蔡春平；广州红棉中大门董事长阳兵、董事张海城、执行总经理杨志雄、副总经理陈广宇、红棉中大门韩国时装城负责人李修奉等领导嘉宾参加了活动。

刘岳屏在致辞中表示，升级改造后的红棉中大门将更好地承载红棉国际时装周的无限创意，更加有助于原创品牌的商贸对接、行业互动，推动中国时尚产业高质量发展。国际发布中心盛装亮相、本届时装周盛



首届 PARKING LOT 广州红棉中大门男装订货展同期举办。

大开幕，不仅是红棉中大门、红棉国际时装城在创新发展上的努力探索，也是提振行业信心的重要举措。

夏令敏在致辞中表示，疫情使产业发展压力骤增，面对外部不稳定因素，首先，行业企业应该坚定发展信心，信心来源于党的坚强领导，也来自行业发展的坚实基础，也来自强大的市场需求潜力和行业上下地的不懈努力。第二，中国纺织服装产业是世界领先的产业，科技、时尚、绿色为目标的高质量发展是新世纪以来产业始终坚持的发展方向，如何加快产业数字化发展并转化为竞争力，是产业处于领先的关键。第三，坚持上下游、区域、企业之间，在困难时期进一步合作共赢、协同发展，让大企业更强、让中小企业活力更旺。相信在红棉国际时装周等行业力量的共同努力下，广东纺织服装产业将为全行业发展、地方经济发展作出更大贡献。

国际风尚、云秀场、潮牌男装 showroom、跨界联乘……线上线下共享“宝藏”时装周

本届时装周以“境心相遇 未来已来”为主题，融合国际潮流、趋势发布、原创设计、流行面料、品牌展贸、数字化营销等丰富时尚元素；线下以“科技+时尚”的红棉中大门国际时尚发布中心为主场，线上则以抖音、快手等20+直播平台矩阵打造“云秀场”，深度释放“时装周 x 云尚周”时尚势能。

6天的官方日程中，不仅有新锐服装品牌首发当季新品，更有流行面料品牌与原创设计师联乘发布。永隆世家·鸿虹-TEX、逆写、ACE、朗风 Design x 云泽-TEX、YuTong x Chilly Sweet Pie、LIDISHA 丽迪莎、QINGMU、德强-TEX、PINPINPLUS 等酷感秀场一一解锁。精品面料与先锋创意无缝链接，流行色、新材质、新工艺、新科技、新趋势、新爆款等元素纷呈涌动，全方位展示着这个“宝藏”时装周的深厚实力。

与此同时，首届 PARKING LOT 广州红棉中大门男装订货展也同场举办。红棉中大门联动 B 端力量，集结全国供应链资源，为全国采购商提供便捷的一站式男装订货服务。首届订货展集结了个性潮牌男装、设计师品牌、创意研发品牌等100+精英供应商，超10000+秋冬新款，包括男装上衣、裤装、鞋包、饰品全品类覆盖，倾力打造全新潮流男装订货展 IP。

新锐设计师联盟、品牌先锋、精工匠人……为行业强势导入可持续创新动能

红棉中大门致力于纺织服装产业的高质量发展，以科技、绿色、时尚为导向。设有“一基地三中心”包括轻纺总部基地、T11 服装设计师品牌中心、纺织服装设计制版中心、供应链电子商务中心。通过应用新技术，拓展新渠道，打造新平台，引领纺织服装时尚化创新模式，构建国际时尚发布中心，打造“纺织服装时尚生态港”。

经中国服装设计师协会研究、同意，“中国服装设计师协会大湾区新锐设计师联盟”正式落户红棉中大门。开幕式上，双方举行了隆重的揭牌仪式。未来，依托双方的资源优势和市场影响力，将为新锐设计师打造更优质的发展平台，进一步推动中国时装产业的发展。

作为本土原创力量的摇篮，红棉国际时装周的行业影响力也持续发酵。Pinpinplus、君秀服饰、朗风、万佳隆、云泽纺织、德强纺织、宇桐纺织、尚纶纺织、恒荣纺织、卡朋纺织、LIDISHA 丽迪莎、永隆世家·鸿虹纺织品12家品牌官宣加入时装周组委会，为时装周的可持续发展注入更多新鲜活力。

此外，备受瞩目的“精匠奖”、“金棉花奖”也重磅揭晓。红棉中大门一直关注服装制版师的职业成长与价值提升，旨在通过“精匠奖”的颁发鼓励和表彰一批技术过硬、审美时尚的优秀服装制版师，弘扬工匠精神。经专家评审团评定，张爱民、张龙炎、刘国荣、张帆、廖济中、王泰乐、方镜期获得最终7强席位，摘得大奖。

持续涌现的新锐品牌为行业注入更充沛的时尚活力，“金棉花奖”的颁发旨在发掘更多具有潮流引导力的先锋力量。逆写、朗风、ACE、云泽纺织、宇桐纺织、德强纺织、Pinpinplus、Chilly Sweet Pie、LIDISHA 丽迪莎、QINGMU、永隆世家·鸿虹纺织品11家品牌凭借出色的市场表现摘得“金棉花奖”。

顶级秀场华丽首启 国际设计师携手演绎科技未来

由 SLING STONE, JTK ZHENG, UNIX T 三个国际设计师品牌联袂打造的开幕大秀震撼登场。时装、科技、城市等多维元素在同一空间交织互联，现场观众立即被带进一个虚实奇幻的全息现场。

韩国设计师 PARK JONG CHUL 执掌的男装品牌 SLING STONE 长期与韩国明星合作，他深谙男装之道，其炉火纯青的创造力不仅保留了经典男装的纯度，又能通过衣身、肩线、袖笼、腰际的捏褶等细微变化，演绎身体与衣料之间的无限风格可能。

UNIX T 本季以“沙丘”为视觉灵感，设计师杨宇通过流线型轮廓、人体工学设计和新材料等标志性元素表达，触发一场融合了现代主义、流行文化和科幻美学的时空之旅。

JTK ZHENG 设计师郑韬热衷于打破传统男装的保守沉闷，本季发布延续了品牌“无国界、无性别、无局限”的理念，追求“严谨的趣味性”，强调品牌擅长的切割细节与裁剪手法，以超现实主义解构与众不同的风格体系。

舞台创意与服装设计的灵感碰撞，与“境心相遇 未来已来”的时装周主题完美契合。本次开幕大秀也是红棉中大门国际时尚发布中心完成改造后的首次启用。震撼的灯光视觉效果，国际顶级的场地设备，将为更多品牌打造更具可塑性与创造性的秀场场景。

“时装周 × 中大门”时尚 IP 华丽共振 加速广东时尚产业升级转型

本届“时装周 × 云尚周”在红棉中大门焕新登场，无论是场地硬件、活动规模，还是品牌参与度、行业影响力等全面升级。经过9届的倾力打造，红棉国际时装周的颠覆创新不断升级，“时装周 x 云尚周”已成长为本土数字化时尚商贸模式的典型。

未来，红棉国际时装周与 PARKING LOT 广州红棉中大门男装订货展两个时尚 IP 的梦幻联动，势必为广东时尚产业聚合更多优势资源，加快形成具有广东特色、国际影响、时代活力的时尚产业生态，引领广东时尚产业加速升级转型。TA

“十四五” 集群启程
 策划：《纺织服装周刊》
 协办：中国纺联产业集群工作委员会

第五次全国纺织集群试点复查深度行系列报道 12

于都模式：弘扬长征精神，服装产业集群再出发

本刊记者_吕杨



“十四五”期间，于都将依托特色产业和专业市场，围绕千亿级纺织服装产业集群目标，逐步增强区域品牌集成创新能力。

近年来，江西省高度重视纺织服装产业的发展，把握产业区域结构调整的历史机遇，充分发挥比较优势，不断补链、强链、固链，产业结构持续优化。江西赣州市于都县，这个曾经的红军长征出发地，如今通过将纺织服装产业列为首位产业，狠抓做优平台、招大引强、强链补链、培育品牌等工作，实现了突出智能制造和全产业链发展的新模式，成功打造了中国品牌服装制造名城，实现了超速高质量崛起，并形成了“于都模式”。

江西是唯一同时毗邻粤港澳大湾区、长三角经济区和海西经济区的省份，是先进制造资源、高端品牌资源、广阔市场资源的连接枢纽，是行业实现高质量发展的价值洼地，前景开拓未来可期。2016年初，于都县委、县政府顺应沿海产业向内地转移趋势，结合本地纺织服装产业发展基础，将纺织服装产业定位为首位产业，并在发展思路根据制造业高质量发展要求，推动县内纺织服装产业实施智能化改造，大力提升行业“两化融合”水平，促使行业实现良好发展。

近年来，于都在江西省委、省政府，赣州市委、市政府的坚强领导下，始终咬定纺织服装首位产业不放松，紧紧围绕赣州纺织服装产业带整体规划目标，坚持“集群发展、创新发展、绿色发展”理念，按照“定规划、建平台、育龙头、补链条、抓创新、引人才、优环境、强保障”思路，全力推进纺织服装产业集群发展，呈现蓬勃发展新态势。

“十三五”以来，于都加快纺织服装产业承接、招大引强，实现产业规模化集聚，形成了产业发展的“于都速度”。赢家、日播、汇美等知名企业先后入驻，一批自主品牌企业应运而生，北陆服饰成功挂牌“新三板”。至2022年，于都各类纺织服装企业3000余家，比2015年增长超3倍，其中规模以上企业121家，比2015年增长2.9倍，占全县规模以上工业企业的比重从2015年的38.6%提高到2020年的61.8%。“十三五”期间，于都纺织服装产业规模以上企业营业收入和利润总额年均分别增长11.3%和7.1%，2021年1—12月，规模以上企业114家；全行业工业总产值达602.32亿元，同比增长15.95%；规模以上企业实现营业收入159.60亿元，同比增长26.52%；规模以上企业利润总额10.55亿元，同比增长16.37%。占全国规模以上服装企业营收总额的比重为0.89%，相比2018年的0.48%有了显著增长，与全国示范性服装产业集群相比排名中等居前；2021年，于都纺织服



装集群产值更是突破600亿元，比2015年增长40.05%。

于都纺织服装产业之所以近年来取得了这些可喜的成绩，离不开各级政府对于产业的重视，于都通过选择走产业集群发展的道路，明确了纺织服装为首位产业，提出了搭平台、强招商、优服务的工作思路，走出了一条于都服装成长新路。

围绕“制造”核心做强产业链

一直以来，于都纺织服装产业始终围绕“制造”这一核心，基础优势不断增强、制造水平不断提高、制造优势日益彰显。一方面，娜尔思、珂莱蒂尔、哥弟、达衣岩、初语、生活在左等200余个国内知名品牌云集于都，龙头企业和品牌效应显现，形成了于都纺织服装产业的集聚效应并带动当地企业整体制造水平提升；另一方面，一批中小企业聚焦优势领域快速发展，女装、童装、运动休闲、牛仔等产品品类不断丰富，小单快反的弹性制造供应能力持续增强。同时，于都服装产业持续优化工艺流程，在整个服装制造流程上不断采用较为先进的技术工艺，产品的优质制造水平稳步提高。智能制造取得新进展，以赢家时装、汇美脉动为代表的企业积极拓展智能生产线，生产效率和质量显著提高。

特别值得一提的是，“十三五”以来，随着规模不断扩大，于都龙头企业不断增多，2018—2020年全县纺织服装业规模以上企业分别为55家、76家、97家，占全县规模以上工业企业比重分别是47.8%、55.9%、61.8%。赢家服饰、广州汇美集团、深圳华丝服装、上海日播时尚集团等一大批企业纷纷入驻于都，这些企业已然成为于都纺织服装业的龙头企业和重要税收来源，对整个行业的税收有着举足轻重的影响。

近年来，于都对于产业的转型升级明显在提速，行业影响力已逐步突显。但产业在快速发展阶段总会遇到各种困难。面对这些问题，于都县委、县政府始终相信，纺织服装制造环节承载着产业的定力、蕴藏着产业的活力，是产业基础创新的主体和核心，更是产业价值实现的中枢和关键，是困难也是机遇。特别是在产业发生巨变的互联网新时代，制造不仅在消费感知基础上为产品创新、柔性化供给、支撑终端品牌发展注入能量之源，更是在积极适应消费、市场链接方式和商业逻辑，逐步推动产业向服务形态转变，为渠道创新和商业模式创新拓展更多新可能和新空间。

于都深知产业人才才是最核心的竞争力。为提高工作效率，改善产品质量，服装设备和技术升级已是大势所趋，对服装实用型、技能型人才的需求越来越多。大量从产品设计到产品制作加工的各个环节各个层次的技术人才，尤其是一线机器操作技能型人才成为企业最迫切的需要。占地118亩的于都服装学院2018年9月已完成建设并开学，同时采取与其他院校合作办学的方式培养人才。此外，于都与众多高等院校、协会机构合作，建设纺织服装产业发展平台载体。2021年，更是与武汉纺织大学合作成立了于都牛仔产业研究院。

可以说，于都近几年的快速发展，源于产业基础扎实、政府对

产业的高度重视，同时企业家对于于都的发展很有信心，未来发展潜力巨大。

政府搭台，让政策落到实处

日前，国家发展改革委印发《2021年国务院关于新时代支持革命老区振兴发展的意见（政策期2021—2030年）》、《赣州革命老区高质量发展示范区建设方案》。江西省也印发了《2022年江西省纺织服装产业链链长制工作要求》。于都深知，产业集群的发展离不开当地政府的大力扶持。一系列的政策落地无疑是产业发展的重中之重。

据了解，“十四五”期间，于都将继续推进服务改革，加强政府对纺织服装产业发展的指引和领导作用；发挥于都纺织服装产业发展中心等政府相关部门及行业协会职能，强化规划引导和综合管理，推动技术创新、产能升级、公共服务平台等重点建设项目落地实施；改革资源配置机制，全面引导社会资源向创新集聚；提高资源配置效率，形成政府引导作用与市场决定性作用有机结合的创新驱动。

具体而言，于都将以创意产业建设为目标，构建创新创业平台，集聚国内外战略软资源，不断提升ODM企业比例，持续提高设计能力，使之成为增强于都纺织服装产业的发展能级。基于产品开发实际需要，于都首先鼓励企业通过股权、产品系列研发等形式与国内外知名设计机构建立稳定的合作关系，快速提升企业设计水平；第二，设立新锐设计师空间，鼓励设计师在于都设立工作室，支持企业设立设计中心；第三，于都还将继续搭建时尚发布平台，定期举办中外知名设计师、服装品牌趋势发布，在合适时间举办时尚节；第四，于都将构建“设计产业链云平台”，为设计师链接市场和供应链，实现无缝紧密对接服务，推进设计成果转化；同时梳理行业企业设计需求，在前期培育基础上，引进10—15家国内外优质创意设计平台，引进100名省十佳、全国十佳以及金顶奖等不同级别设计师。

构建时尚生态新体系

如今，全球产业格局面临深刻调整，产业链、供应链更新区域化、资源化，新技术、新产业、新业态加快迭代，绿色低碳成为刚性要求。“十四五”期间，于都将坚持创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，以现代前瞻的时尚产业发展趋势为引领，以两化融合的现代制造体系为基础，以具有持续创新发展能力的制造品牌为主体，集聚融合国内外高端制造资源，打造具有联动协同创新效应的新生态，形成新时代富有独特价值和竞争力的纺织服装制造“于都模式”，将实施六大行动、二十项工程，在优质制造、产业链提升、人才厚度提升、现代时尚园建设、品牌孵化、可持续发展六大方面精准发力；同时，依托特色产业和专业市场，围绕千亿级纺织服装产业集群目标，发挥政府、行业及企业主体力量，整合优势资源，构建区域品牌发展服务体系，增强区域品牌集成创新能力。力争在“十四五”末把于都建设成为“世界级现代纺织服装高端优质制造高地”和“全国纺织服装产业智能制造示范区”。TA

“于都模式”成果斐然

影响更广：成功举办第二届中国（赣州）纺织服装产业博览会（举办10场大型活动，吸引100余家主流媒体关注，258家企业洽谈合作，达成近100亿元订单金额）、中国服装论坛高端制造与设计协同创新峰会，组团参展中国国际服装服饰博览会春季展及秋季展、大湾区国际服装服饰博览会等国内外知名展会，行业内优质资源不断汇聚，产业影响力和美誉度不断提升。

链条更全：纺织服装十大平台已建成运营，FDC时尚产业综合体、红星面辅料商城投入使用，北京服装学院（于都）培训中心、武汉纺织大学于都牛仔产业研究院、省级检测中心已建成运营，江西卫棉纺织、星途科技公司等重点项目竣工投产，产业链条不断补强固延。

品牌更优：先后引进赢家服饰、上海日播、兴雪莱、安踏等一批品牌企业，培育发展了莱素、仔衣库、歌润达等一批本土品牌企业。2021年全县拥有纺织服装品牌306个，先后荣获“中国品牌服装制造名城”“中国服装优质制造创新示范基地”等诸多称号。

势头更强：2021年引进纺织服装项目42个，签约金额78.2亿元，现全县纺织服装企业3000余家，其中规模以上企业121家；全行业工业总产值达602亿元；被评为“国家纺织服装外贸转型升级基地”。

于都“十四五”目标

科技创新方面：培育3—5家省级以上企业技术中心或省级工业设计中心，规模以上企业研发投入强度达到0.6%以上，重点企业达到1.5%以上。

智能制造方面：“十四五”期间，继续推进两化深度融合，持续提升纺织服装产业信息化水平，扩大自动化设备使用范围，80%以上企业完成数字化转型，培育10—15家智能制造示范企业，逐步形成涵盖测体、设计、加工、检测、仓储、物流、客户服务等全流程的自动化、智能化集成管理体系。

品牌发展方面：立足“双循环”发展格局，不断强化产品品质，丰富产品品类，加快品牌建设，培育一批竞争优势明显的优质制造企业和15—20家市场认可度高、美誉度好的自主品牌企业，区域品牌影响力持续提升。

绿色发展方面：全面推行生命周期绿色管理，全力打造10家绿色工厂，倡导绿色供应链和循环再利用体系建设，推出更多绿色纺织服装产品。安全生产和职业健康管理水平进一步提高，支持重点企业发布年度社会责任报告。

专精特新，向窄而宽

系列报道 ②

长岭纺电：打造特色质量控制体系

本刊记者_袁春妹 通讯员_陈荣辉



王华

近年来，陕西长岭纺织机电科技有限公司紧抓住国外纺织订单回流和国内纺织产业向中西部转移的市场机遇，扎实推进管理提升，通过对技术方向、应用领域及相关系列化产品的梳理分析，明确企业“十四五”技术发展方向，积极开展管理、产品和服务等一系列创新活动，打造独具长岭特色的纺织领域“全产业链质量控制专家”形象。本期，我们对话陕西长岭纺织机电科技有限公司总经理王华，听他谈谈企业的“专精特新”发展。

TAweekly：企业今年以来的总体运营情况如何？

王华：目前，纺织仪器产品订单平稳，公司按照正常节奏安排生产；电子清纱器、细纱机单锭监控系统等配套主机产品订单饱满，公司上下加班加点赶生产保交付；喷气织机产品连续几年一直保持较快增长。

TAweekly：“专精特新”对企业意味着什么？

王华：作为纺织行业第一批“专精特新”企业、陕西省“专精特新”企业和陕西省制造业单项冠军企业，长岭纺电始终专注纺织电子仪器和纺织装备技术研发，以创新为驱动，着力打造引领行业发展的新标杆。目前，企业已在纺织材料质量检测、纺织过程质量控制、智能化纺织装备研发等领域突破了多项关键技术，在提升现有产品品质的同时，也推出了多项具有较高性价比、填补国内空白的新产品，在推进纺织电子产品行业新标准建立的同时，不断引领纺织电子产品向高精尖方向发展。

TAweekly：对于“专精特新”企业的政策扶持，公司有何感受？

王华：作为“专精特新”企业一员，我们得到了政府在融资、创新项目建设等方面给予的政策支持。我们牢牢抓住国家棉花质量检验体制改革机遇，充分依托国家相关政策，持续加大研发创新，开发了很多高新技术产品。

我们期待有关部门制定更多切实可行的政策，支持纺织高端仪器国产化，加快实现我国纺织检测仪器研发由跟跑到领跑的历史跨越。

TAweekly：围绕“专精特新”的能力提升，企业做了哪些努力？

王华：长岭纺电深耕纺织电子仪器和纺织装备技术研发数十载，近年来，更是围绕三条主线打造精品工程：一是纺织检测仪器整体解决方案，从纤维、纱线到织物；二是提供纺纱全流程在线质量控制系统，包括前纺纤维清除、梳棉过程棉结与短绒检测、并条机自调匀整功能优化、自络电子清纱器异纤检测与稳定性、喷气织机节能、自动验布机织物适应性等，以纺织流程为主线，为用户提供系统化检测方案，逐步形成企业自身乃至国家级的测试数据质量标准。在新产品研发及技术管理工作中创新思维，激发创新活力，提升产品研发效率，为用户提供高性价比的产品，逐步从单一产品销售向系统化成套设备供应商转变。TA

2021年，长岭纺电编制完成《长岭纺电“十四五发展规划”》，明确了公司“3+4+N”的技术发展方向。同时，尝试打破以产品组配置研发资源模式，从技术应用的维度再分配研发资源，提高了资源利用率，改进了研发流程，提升了研发效率。我们按工艺流程将目前的产品归纳为纤维测试及检测、纱线检测、布面检测及织造类主机四大类系列产品，各板块不再走孤立的产品发展路线，通过智能网络及数据分析加强上下道流程的联系，为用户提供从原料检测、纱线检测到布面检测的全流程检测系统。同时将织造类

主机项目与全流程质量检测仪器进行结合，形成数据系统闭环，由此形成长岭纺电特有的全流程解决方案及较鲜明的技术特点，打造出了独具长岭特色的纺织领域“全产业链质量控制专家”。

TAweekly：企业的“专精特新”定位，带来了怎样的市场效应和客户反馈？

王华：面对当前国内外日益激烈的市场竞争，长岭纺电依靠创新的技术开发管理，在产品创新中广泛采用电子、光电、计算机及软件等相关技术，使产品集机、电、光、气、计算机技术于一体，同时利用长岭纺电的技术积累，持续进行产品创新，从而把握住了市场先机。目前长岭纺电几大类主导产品的国内市场占有率逐年攀升，不仅取得了良好的经济效益和社会效益，同时还获得国家项目资金支持，这些成绩的取得均得益于企业坚持不懈的技术创新。

TAweekly：哪些因素让企业坚定了“专精特新”发展之路？

王华：当前愈发苛刻的贸易环境，加快了行业淘汰落后产能的速度。随着国家“一带一路”倡议的深入，纺织业寻找价值洼地，产能逐步向中西部战略转移，且随着行业升级换代和技术进步，智能化、自动化、网络化、绿色生产趋势明显。

长岭纺电牢牢把握产业发展大势，坚持走精品发展道路，以“发展高端智能装备”为目标，推出了多款纺织自动化新产品，如：高精度实验室仪器、高效智能喷气织机、光电自动化验布机等，通过持续的产品革新和服务创新，成为了国内领先的全流程纺织智能化仪器设备供应商，相关产品技术达到国内领先水平，企业技术创新能力和品牌影响力始终保持行业领先地位。

TAweekly：面对未来，企业将着力推进哪些工作？

王华：我们将依托长岭纺电近40年的技术积累，多渠道集中优势资源，攻关一批关键技术：棉纤维检测仪器的自动化、纱线检测仪器的智能化、纺织品检测仪器的多样化、并条机自调匀整功能优化、自络电子清纱器异纤检测与稳定性、喷气织机节能、自动验布机织物适应性等，以纺织流程为主线，为用户提供系统化检测方案，逐步形成企业自身乃至国家级的测试数据质量标准。在新产品研发及技术管理工作中创新思维，激发创新活力，提升产品研发效率，为用户提供高性价比的产品，逐步从单一产品销售向系统化成套设备供应商转变。TA

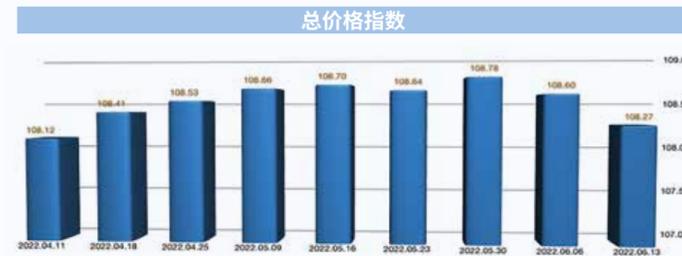


长岭纺电正着力打造独具特色的纺织领域“全产业链质量控制专家”形象。

夏市营销继续回缩 价格指数小幅下跌

20220613 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20220613期纺织品价格指数收报于108.27点，环比下跌0.30%，较年初上涨0.62%，同比上涨0.97%。



2022年1—5月，中国轻纺城面料市场实现成交额772.59亿元，同比上升1.02%；网上市场实现成交额317.83亿元，同比增长33.65%。

近期，中国轻纺城夏市营销继续回缩，其中：原料市场价量环比上涨，坯布市场价量明显回缩，服装面料市场布匹价量环比下跌，家纺类产品成交价量环比下跌，辅料价量环比上涨。

原料价量环比上涨，涤纶环比上涨，纯棉纱涨跌互现

据监测，本期原料价格指数收报于89.87点，环比上涨0.17%，较年初上涨1.47%，同比上涨3.04%。

聚酯原料环比推升，涤纶价格环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比上涨，华东地区PTA现货主流7750元/吨，环比上涨905元/吨左右；MEG主流5120元/吨，环比上涨200元/吨左右；聚酯切片市场报价环比上涨，江浙地区半光切片现金或三月承兑8575元/吨左右，环比上涨725元/吨。近期，萧绍地区涤纶长丝价格环比上涨，POY报价9200元/吨，环比上涨630元/吨左右；DTY报价10500元/吨，环比上涨550元/吨左右；FDY报价10150元/吨，环比上涨550元/吨左右。国内疫情逐渐缓解，随着产销好转，聚酯产品价格均有所提升，但聚酯需求始终处于强预期弱现实的状态，需求恢复速度不及预期，且即将进入行业淡季，预期订单偏空，产品库存偏高，下游压力较大。

近期，涤纶短纤价格环比上涨，江浙1.4D×38MM直纺涤纶短纤中心价在9125元/吨，环比上涨725元/吨。纯涤纱市场报价环比上涨，32S纯涤纱报13180元/吨左右，环比上涨480元/吨；45S纯涤纱报14500元/吨左右，环比上涨400元/吨。

纯棉纱价格涨跌互现，人棉纱价格稳涨互现。近期，萧绍地区纯棉纱市场报价涨跌互现，销售局部仍显不足。气流纺10S纯棉纱报价17100元/吨，环比上涨100元/吨；普梳32S纯棉纱报价28050元/吨，环比下跌150元/吨；精梳40S纯棉纱报价31500元/吨，环比下跌220元/吨。国内疫情形势不断向好，棉纱内需阶段性好转，但是出口订单仍然受限于新疆棉禁令，不能自由发挥。

近期，粘胶短纤原料价格环比上涨，粘胶短纤1.5D×38MM中端实际中心价在15350元/吨左右，环比上涨100元/吨。人棉纱价格稳涨互现，30S人棉纱价格报18520元/吨左右，环比上涨40元/吨；40S人棉纱报19800元/吨左右，环比持平。

坯布行情明显回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于122.04点，环比下跌1.05%，较年初上涨0.42%，同比上涨0.39%。

近期，市场营销明显回缩，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单逐日回缩，坯布价量环比下跌。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶约坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比回缩；混纺纤维坯布行情环比回缩，价格指数呈环比下跌走势，T/C涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、涤

粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比回缩，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

服装面料继续回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期服装面料价格指数收报于116.77点，环比下跌0.31%，较年初上涨0.12%，同比上涨0.02%。

本期服装面料类价格指数环比下跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售继续回缩，连日成交环比下降。端午小长假后至今，对客商入市认购环比下降，大众面料市场成交继续回缩，夏季大众面料现货成交和订单发货环比下降，秋季跑量产品现货成交和订单发货继续下滑，价格环比下跌。其中：纯棉面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、粘胶面料、锦纶面料成交价量不等量下跌，拉动服装面料价格指数环比下跌。

家纺市场继续回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于101.62点，环比下跌0.38%，较年初下跌0.24%，同比下跌0.29%。

本期家纺类价格指数环比下跌。近期，轻纺城家纺市场营销继续回缩，价格环比下跌，大众色洋花型面料现货成交量和订单发货量继续回缩，跑量产品现货成交和订单发货继续下降，价格指数环比下跌。其中：床上用品类现货成交和订单发货明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势；日用家纺类现货成交和订单发货继续下降，价格指数呈一定幅度下跌走势；窗纱类现货成交和订单发货环比下降，价格指数呈一定幅度下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比下跌。

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136.44点，环比上涨0.84%，较年初上涨4.38%，同比上涨3.65%。

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继续推升，因下游企业备货环比增加，市场成交逐日推升，现货成交和订单发货呈现环比增长走势，价格指数环比上涨。服装里料类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；花边类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；线绳类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；带类行情环比推升，价格指数呈环比上涨走势，拉动辅料类总体价格指数环比上涨。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因夏日淡季临近，国内市场需求偏淡，部分贸易商和织造厂家大众产品订单仍显不足，后市夏季面料供给继续回缩，夏季大众面料现货成交和订单发货局部下降，秋季跑量产品订单发货局部显现不足，下游服装生产企业、家纺生产企业订单逐步减少，纺织品市场观望情绪较浓，整体市场成交将呈现环比小跌走势。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

原油价格不断上涨，化纤指数小幅回升

2022年6月6日—10日商务部“中国·盛泽丝绸化纤指数”一周点评

据对350家被采价单位反馈的数据监测分析，本周商务部中国·盛泽丝绸化纤指数小幅上升。其中，化纤总指数收盘于101.77点，与上周相比上升了0.33点；化纤面料价格指数小幅上升，收盘于102.07点，与上周相比上升了0.09点；化学纤维价格指数小幅上升，收盘于111.07点，与上周相比上升了0.68点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅回落，收盘于105.73点，与上周相比下降了0.13点。

图1 盛泽市场化纤类产品价格指数



化纤面料市场行情分析

本周化纤面料价格指数小幅上升，收盘于102.07点，与上周相比上升了0.09点。

里料方面，本周成交量与上周相比基本持平，从里料常规平纹织物市场价格走势看，具有代表性的170T涤塔夫和170T半弹春夏纺价格分别为1.25元/米、1.40元/米，维持上周价位水平。而五枚缎、色丁价格走势呈现出“稳中有升”行情，主要是受涤纶有光FDY丝价格的上行拉动。仿塔夫价格与上周相比持平。喷水美丽绸、舒美绸、斜纹绸在本周内成交量有不同程度的降幅。提花里料类尤其是黑丝布在本周内销量尚可，多为来自海宁地区的客商入市购买，主要用于箱包等生产所需。

特丽纶布料在本周的市场成交量出现上升，主要是目前用于浴帘布、绣花窗帘对其的需求有升。针织经编网眼布市场销量出现小升行情，而价格走势平稳。其中，“吸湿排汗网眼布”以其靓丽迷人的外观吸引了众多客商的驻足，据介绍，吸湿排汗网眼布之所以被客商相中，除外观新颖与功能多样外，其次在于此面料集功能性与时尚性于一体，穿着面广也能适合不同体型的人享用。目前喷水织造的里料产销率略显不平，但是坯布库存压力上升，今年社会存量与去年同期相比略高一些。估计下周里料市场还将以弱市调整行情为主。

本周，坯布成交量与上周相比持平，市场呈小批发交易格局。从市场交易动态显示：T400面料市场成交最为活跃，织造厂家逐渐呈现产销两旺，还有DTY50D系列高弹春夏纺系列销量提增。涤纶丝交织“塔丝隆”系列面料在本周销售份额有所扩大，塔丝隆174T、178T价格与上周相比均为平稳。

喷气面料的市场前期一直热销，在本周个别品种销售出现缓慢，而喷气织造弹力面料占很大比率。其中，一款锦棉弹力横条布已成为面料市场亮点，该产品原料规格为锦纶FDY丝70D*全棉纱60s+锦纶FDY丝70D+氨纶40D，成分及含量为N70、C27、P3，在喷气织机上应用提条组织交织而成。其白坯门幅为148cm，重量为110g/m²，该面料不仅具有锦纶织物抗皱性与悬垂性，而且兼具棉织物的舒适性与透气性，此外，还兼具氨纶纤维的弹性功能，适宜制成休闲西服、茄克衫、时令套装、衬衫等，深受下游服装企业青睐。针织经编面料的荧光布、金丝绒等近来市场出货频繁，经编海岛麂皮绒继续保持良好销售状态，而梭织麂皮绒销量不大。长丝牛津布是市场上最受关注产品之一，织造厂家特色箱包生意旺盛。另外，涤锦棉三合一开始有人问津，但是交易量尚未展开。目前T8、酷丝棉、仿记忆等面料市场开始动销。预计下周整个休闲面料销量会继续上升，随着涤纶丝价格连续上涨，接下来，面里料整体价位将有盘升趋势。

从商务部盛泽指数可以看出，下游织造企业开机率震荡上升。近期

原料价格上涨，走货有好转，故开机率升至66.5%。5月底订单开始发货，坯布走货有好转，因此坯布库存下降至34.5天左右。

化纤原料市场行情分析

本周化学纤维价格指数小幅上升，收盘于111.07点，与上周相比上升了0.68点。

图2 盛泽市场化学纤维价格指数



本周，国际油价持续上涨，至6月9日才略有回落。美国能源信息局8日的数据显示，上周美国商业原油库存虽然环比增加，但是车用汽油库存总量却减少了80万桶，显示美国汽油需求仍在上升。当前国际原油市场处于紧平衡状态，助推油价上行。截至6月9日，国际油价小幅下跌，美油7月合约跌0.58%，报121.40美元/桶。

PTA方面，本周PTA价格直线走高。周初，受国际石油供需紧张且用油旺季到来，PTA跟随国际原油上升连续上涨。预计PTA市场或继续震荡上升，未来PTA价格需持续关注原油动态。

乙二醇方面，本周乙二醇价格先跌后涨，在原油的带动下，乙二醇价格持续走高，但乙二醇整体基本面偏弱，因此未来走势相对看空。

涤纶长丝方面，节后成本端继续发力，涤纶长丝跟随原料涨势，然现金流亏损程度加重，成本压力下涤纶长丝仍有上调的预期。下游用户目前原料库存充足，刚需补货为主，涤纶长丝产销继续下降。

开工率方面，PTA平均开工率在74.4%，较上周上涨了7.3%；实时开工率在70.2%，实时有效开工率在71.7%。聚酯方面，聚酯平均负荷为84.3%，较上周回升0.3%。织造方面，端午节后，前期放假工厂负荷逐步提升，但市场缺乏订单及利润支撑，故开工率上升空间不大。近期织造开机率与上周相比上涨0.5%，在66.5%左右。

产销方面，本周高成本推动涤纶价格陆续上调，下游厂家在买涨情绪引导下，节后进行集中补仓，聚酯产销有所提升，产销平均在8成左右。

库存方面，根据绸都网统计数据来看，现如今聚酯市场整体库存集中在23—26天；具体产品方面，POY库存至22—28天，FDY库存至18—25天左右，而DTY库存则至21—24天左右。

蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅回落，收盘于105.73点，与上周相比下降了0.13点。本周高品质生丝整体价格有所升高，成交量一般。随着上海疫情缓解，市场信心有所回升，下游采购在一定程度上有所增加，但新内销订单仍没有明显起色。TA

中国绸都网

指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：<http://index.168tex.com/> 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通用行 微生堂
扫描二维码下载APP



纺织之光科技教育基金会
Textile Vision Science & Education Foundation

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

截至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起到了积极的推动作用。

宗旨 科技进步 人才成长 产业升级



纺织之光
微信公众号



纺织之光科技推广
云平台网站

中国纤维
流行趋势
CHINA FIBERS
FASHION TRENDS

桐昆·中国纤维流行趋势

TONGKUN·CHINA FIBERS FASHION TRENDS

2023/2024

产品征集开始啦!

The product declaration has begun

主办单位：中国化学纤维工业协会、东华大学、中国棉纺织行业协会

中国纤维流行趋势始终贯彻“创新、绿色、低碳、环保”的活动宗旨，遵循创新、协调、绿色、开放、共享五大理念，致力于将中国纤维品牌建设和新产品市场推广工作推向新阶段，打造联合上下游的全行业风向标。



扫描二维码
下载附件申报表

申报截止日期：2022年8月15日
联系方式：中国化学纤维工业协会
市场推广部联系人：王永生 靳昕怡
手机：17710368286 15811208850
邮箱：ccfa_ft@vip.sina.com
地址：北京市朝阳区朝阳门北大街18号

2023-2024