

# 纺织服装周刊

中国纺织工业联合会会刊 国际标准刊号：ISSN 1674-196X 国内统一刊号：CN11-5472/TS

2018.06.11 | 第21期 | 总第885期



P24

瞄准蓝海市场，  
这艘“童泰之舟”不简单

**官方网站**

**微信公众号**

**电子杂志**

**微博**

**手机报**

《纺织服装周刊》  
新媒体全覆盖

提供便捷、及时、  
高效的信息服务

招商热线：010-85872630  
联系人：李江敏

中国纺织工业联合会会刊

纺织服装周刊  
TEXTILE APPAREL WEEKLY

WITNESS  
POWER  
OF  
TA

影响改变认知 服务创造价值

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

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



P10

别让手艺留在过去!

P14

改革开放40年，  
小衣橱体现中国纺织业大变化

6晚11场中国非物质文化遗产服饰秀展现了振兴中国传统工艺、非遗走进美好生活的盛况。



SEPTEMBER  
EDITION  
2018

# 中国国际 服装服饰博览会

# CHINA INTERNATIONAL FASHION FAIR

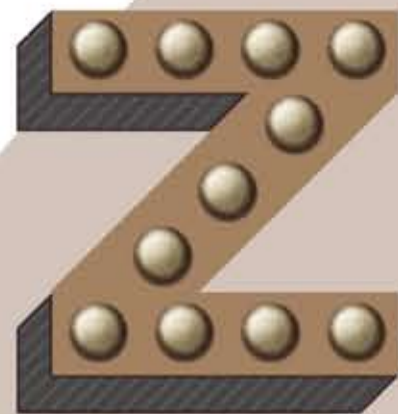
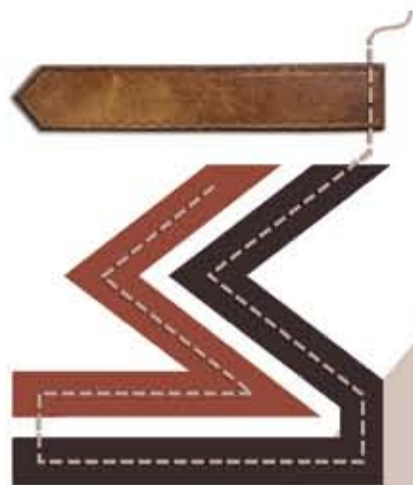


官方微信公众号

咨询热线 010-8522 9370

海外展商热线 (86) 10-6505 4123

主办单位 / 中国服装协会 中国国际贸易中心股份有限公司 中国国际贸易促进委员会纺织行业分会



09/27-29  
2018

国家会展中心[上海]

National Exhibition and  
Convention Center [Shanghai]

[www.chiconline.com.cn](http://www.chiconline.com.cn)



做全球纺织品生意  
上全球纺织网

www.tnc.com.cn

纺织订单 / 在线交易 / 纺织资讯



☎ 热线电话 400-119-0123

浙江中国轻纺城网络有限公司

公司总部: 浙江省绍兴市柯桥区钱陶公路与双渎路交叉口中纺大厦 3F 电话: 0575-89975555  
杭州分公司: 浙江省杭州市文一西路通普路中天 MCC 1 号楼 308 室 电话: 0571-56509977

旗下平台



【扫一扫】关注  
全球纺织网微信公众号



【扫一扫】登陆  
手机版 - 全球纺织网

# 2018 中国绍兴柯桥国际 纺织品博览会(秋季)

KEQIAO TEXTILE EXPO (AUTUMN),  
SHAOXING CHINA



主要展品  
纺织面料  
纺织机械  
纺织辅料(原料)  
家用纺织品  
创意设计

2018.9.19-21

浙江柯桥 中国轻纺城国际会展中心

世界纺织看中国 中国纺织在柯桥

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

主管：中国纺织工业联合会  
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

## 编委会名单

主任 王天凯  
副主任 高 勇 孙瑞哲 徐文英 杨纪朝 夏令敏 陈伟康 王久新

## 委员 (按姓氏笔画排序)

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

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

## 采编中心

主编 刘 嘉  
副主编 郭春花  
主笔 郝 杰  
主任 徐长杰  
资深记者 董笑妍  
编辑/记者 李亚静 袁春妹  
墨 影 余 辉  
武筱婷 徐盼盼  
徐 瑶 廖小萱  
夏小云  
美编 郭 淼  
摄影记者 关云鹤

## 新媒体部

编辑 李江敏  
美编 李举鼎

## 行政管理中心

总监 郭也可(兼)  
办公室  
主任 黄 娜  
副主任 刘 萍  
财务部  
主任 崔淑云  
专员 张 艳

## 热线电话

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

国际标准刊号: ISSN 1674-196X 国内统一刊号: CN11-5472/TS  
广告发布登记许可号: 京东工商广登字20170146号  
本刊广告总代理: 中纺网络信息技术有限公司  
出版发行: 《纺织服装周刊》杂志社  
地址: 北京朝阳区东四环中路39号华业国际中心B座207二层(100025)  
定价: 每期人民币12元  
欧洲合作媒体: [textile](#)  
印度合作媒体: Inside Fashion  
日本合作媒体: 纤维News  
台湾合作媒体: [纺织时报](#)  
承印: 北京中科印刷有限公司  
法律顾问: 大成律师事务所

## 有志者事竟成

6月3日,中方就6月2日至3日进行的中美经贸磋商发表声明说:双方就落实两国在华盛顿的共识,在农业、能源等多个领域进行了良好沟通;为了满足人民群众日益增长的美好生活需求,满足经济高质量发展的要求,中国愿意从包括美国在内的世界各国增加进口,这对两国人民和全世界都有益处;改革开放和扩大内需是中国的国家战略,我们的既定节奏不会变。

确实,我们的节奏是既定的。此前,5月30日召开的国务院常务会议就指出,进一步降低日用消费品进口关税,有利于扩大开放、满足群众需求,倒逼产品提质、产业升级。会议决定从今年7月1日起,将服装鞋帽、厨房和体育健身用品等进口关税平均税率由15.9%降至7.1%;将洗涤用品和护肤、美发等化妆品及部分医药健康类产品进口关税平均税率由8.4%降至2.9%,等等。

较大范围下调日用消费品进口关税,在让消费者受惠、更有获得感的同时,也在促进国内产业竞争力提升。降税一方面降低了进口产品的成本,国际服饰品牌店、SHOWROOM的服装将更加丰富,中国消费者在国内就可以用较为合理的价格买到这些商品;另一方面,改革与开放是相互促进的,理性地看,更大规模的开放,引进包括美国商品和服务在内的举措,更有利于国内竞争市场的形成。“鲶鱼效应”会使国内企业短期内有阵痛,但长远看大有裨益。

没有改革开放,就没有今天的中国。对在改革开放中率先市场化的中国服装业而言,让国产服装品牌与狼共舞,更有助于提升内功。品质是基石,品种是宽度,品牌是旗帜。无论中外,品牌必须是有灵魂有形态的活生生的个体,也是可以让人分辨的标志。对此,一批优秀企业如玛丝菲尔、雅莹、江南布衣、爱慕、李宁等,矢志不渝,锐意进取。“提升国内产业竞争力”,是应对进口竞争的硬道理。

要提升的除了产品、服务之外,还有文化自信。上世纪80年代,在改革开放的热潮下,西方奢侈品牌开始大批进入中国,随后,西方时尚对全球化时代的80后、90后中国也带来很大影响。但是,“中国文化和圣贤教诲犹如汪洋大海般浩瀚渊博,只取一瓢,都够受用一辈子了,何需外求?”无用品牌创始人马可近日在演讲中说,“时尚不应该只是一门被流行趋势和商业巨头掌控的生意,而应该是人类创造力与人性美德相结合的产物,对培养民众良好的品格及人性中的美德有着积极的教育意义。”

有志于变革的人必须完全脱离原有轨道的操控,抱着自信、自立、自主的态度去观看世界、去思考、去行动。“要矢志不移自主创新,坚定创新信心,着力增强自主创新能力。只有自信国家和民族,才能在通往未来的道路上行稳致远。树高叶茂,系于根深。”习近平总书记在两院院士大会上的讲话,说出了所有有志者的心声。

刘萍

# CONTENTS

## 6 资讯 INFOS

探索管理会计信息化建设  
陕西科技大学召开毕业设计作品发布会  
北江纺织首发童装牛仔面料精选 Denim for Kids  
凤凰庄联手新天元 引领行业环保发展

## 8 关注 ATTENTION

解放思想 魅力无限  
别让手工艺留在过去!

## 12 科教 SCIENCE

东华携手商飞,培养民用航空复合材料拔尖人才

## 18 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

校企合作 多方共赢 打造柯桥纺织业最优生态圈  
逆势增长,柯桥时尚创意产业蓬勃向上

## 22 盛泽专版 SHENGZE

精英集聚绸都,共鉴产业未来

## 24 力克时间 LECTRA TIME

瞄准蓝海市场,这艘“童泰之舟”不简单

## 26 行业 INDUSTRY

2018年一季度长丝织造行业经济运行分析发布  
10名决赛入围选手将代表中国赴意  
一切为了中国高定枝繁叶茂

## 30 展会 EXHIBITION

新定位 新高度 新篇章

## 32 一线 FRONTLINE

以智能科技驶入绿色发展快车道  
北京宇田相变调温材料生产基地在沧州开工建设  
丹盛纺织:精心打磨精品

## 36 韩国专版 KOREA

下一个融资成功的典范是谁?

## 42 指数 INDEX

市场营销继续推升 价格小幅上涨



## 11 关注 ATTENTION

### 高科技纺织亲密接触之旅

6月2~3日,2018全国纺织复合人才培养工程高级培训班走进天津工业大学、中国纺织科学研究院纤维新材料分院,邀请业内专家为学员们详细讲解了高性能纤维、纤维及集集体材料、化学仿真技术以及原液着色纤维的相关知识,组织学员实地参观,让学员不仅系统学习了诸多理论知识,还近距离感受了来自纤维的奥秘。



## 14 特别报道 SPECIAL

### 改革开放40年, 小衣橱体现中国纺织业大变化

改革开放40年里,中国纺织工业发生了翻天覆地的变化,从初期布匹限量配给,到掀起乡镇企业开办热潮,到与世界潮流经济接轨,到科技、网络领航发展,再到如今多元化、个性化需求成主流……一系列变革都在国民衣橱中有着显著反映。打开衣橱,让我们从这个视角细细品味改革开放40年。

院校 | INSTITUTION

## 陕西科技大学 召开毕业设计作品发布会

6月1日晚，陕西科技大学服装与服饰设计专业2018毕业设计作品发布会，在西安世纪金花南门店举行。发布会现场呈现的20余个优秀设计系列计200余套作品，为现场观众打造了一场别开生面的视觉盛宴。

发布作品从多层次、多角度展示了本届学子的服装设计水平和群体风貌，既体现了传统与时尚的相互交融，又将成长蜕变凝结于艺术作品中。作品里凝聚着导师们的辛勤汗水，也饱含着学生的巧妙构思与旺盛的艺术创造力。

经过激烈角逐，最终童馨宇的《坐标里的故事》获得毕业设计作品一等奖；王川的《一路山程》和郭文静的《鹤鸣》获得二等奖；黄楚娟的《无形》、张笑颖的《源》、罗延群的《缘木求鱼》获得三等奖。另外，卫书喧的作品《双笙》获最佳创意奖，崔巍的作品《山水共生》获最佳视觉奖；徐刚的作品《幻化》获最佳工艺奖。

2018年，是陕西科技大学60周年校庆，同时也是设计与艺术学院办学30年。30年来，设计与艺术学院从最初的1个工业设计专业，发展到现在的9个本科专业，涵盖设计、美术、传媒三大专业学科。今年1月，学校设计学获批一级学科博士点。

陕西科技大学服装与服饰设计专业经过近18年的发展，逐步根据市场需求，调整专业发展目标，并确立了“立足陕西，服务西部”的专业特色。近几年，分别举办了“校服设计大赛”、“工矿服设计大赛”、“学位服设计大赛”等专业大赛，均收获了较高的社会认可。(秦阳)



展厅内，毕业生为参观者介绍其设计作品。

## 北服艺术设计学院 2018届本科生毕业作品展举办

6月5~9日，北京服装学院艺术设计学院2018届本科生毕业作品展在北京服装学院艺术楼银色大厅举行。

据了解，本次毕业展展出包括环境设计、视觉传达设计、数字媒体艺术、动画四大专业153位同学的560余件作品、课题项目。此次展览是全体师生共同的探索与实践，更是学院四年来积极探索跨专业人才培养和创新学习方式成果汇报。展厅内人潮涌动，毕业生为展位前来来往往的参观者介绍其设计作品，场面十分火爆。

艺术设计学院长期坚持搭建毕业设计展览平台作为对外展示学生设计才能的窗口。对此，北京服装学院艺术设计学院院长常炜表示，一方面希望通过此平台为毕业生创造良好的发展机会；另一方面希望借此打开办学思路，邀请企业、兄弟院校、社会机构参加展览，让社会各界广泛参与到学校教育评价体系中，收获教学质量持续改进的建议和鼓励。此外，毕业设计展的主题虽是设计作品，但是展览本身也是对教育教学研究的探索。

未来，艺术设计学院将用设计的思维与工作方法再次塑造学院本身，以“设计·艺术设计学院”的思路和行动路线，以设计教育者的角色识别当下时代，不断探索基础的、有前瞻性的、务实的人才培养基本命题，融入更多社会力量，助力年轻人创造未来。(陶红)

聚焦 | FOCUS

## 探索管理会计信息化建设

### 纺织行业第一期管理会计沙龙举办



与会代表就行业管理会计信息化进行了深入交流探讨。

近日，由中国总会计师协会纺织分会主办，中国纺织工业企业管理协会总会会计师工作委员会和西安纺织集团有限公司承办的纺织行业第一期管理会计沙龙在古都西安召开，本次沙龙的主题是管理会计的信息化建设。

中国纺织工业联合会副会长、中国纺织工业企业管理协会会长夏令敏，中国总会计师协会副秘书长张成栋，中国纺织工业联合会副秘书长兼中国总会计师协会纺织分会会长叶志民等相关领导，以及来自全国部分高校、社团和纺织企业的总会计师及财务主管人员参加了会议。

会上，夏令敏指出，纺织行业正积极推进智能化建设，以信息化为基础，推进行业两化融合，如服装行业的柔性化生产、个性化定制，棉纺企业的无人值守车间等。但行业还面临很多问题，如缺少行业标准，小企业信息化、智能化的进程差距还很大。如何更有效应用信息化实现供应链管理和科学有效决策是“十三五”期间行业的主要任务。

在讲话中，夏令敏对分会如何发挥作用提出了具体要求：要搭建好平台多交流，促进企业间相互学习和提升；要发挥龙头企业的带头示范作用，龙头骨干企业要敞开胸怀，提供好的经验；要关注中小企业，特别是集群地中小企业财务管理水平的提升；要多组织与其他行业的交流，在人才培养和智力引进方面发挥积极作用。

张成栋介绍了我国管理会计的发展和财政部以及中国总会计师协会推动管理会计的工作情况。他结合制定管理会计职业能力框架和中国总会计师职能定位的研究，谈了自己对总会计师工作的体会和认识，并对总会计师的职业发展提出了建议。

叶志民总结到，本次沙龙交流充分，对全国开展管理会计工作情况有了很好了解，今后将广泛宣传管理会计的意义和作用，提高广大中小企业的意识，积极开展行业培训活动，重点放在产业集聚地，重点开展初、中级管理会计资格培训；积极开展经验交流活动；组织并推广管理会计成功案例等。

在座谈交流环节，与会代表就行业管理会计信息化面临的热点难点问题和企业的经验做法进行了深入交流探讨，发言踊跃，现场气氛热烈。(王青翠)

## 7月起纺织品服装进口关税降低， 带动企业转型升级步伐

5月30日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，决定较大范围内下调日用消费品进口关税，更好满足群众多样化消费需求。会议决定，从今年7月1日起，将服装鞋帽、厨房和体育健身用品等日用消费品的进口关税平均税率由15.9%降至7.1%；将洗衣机、冰箱等家用电器进口关税平均税率由20.5%降至8%；将养殖类、捕捞类水产品和矿泉水等加工食品进口关税平均税率从15.2%降至6.9%；将洗涤用品和护肤、美发等化妆品及部分医药健康类产品进口关税平均税率由8.4%降至2.9%。

随后5月31日，国务院关税税则委员会发布了《关于降低进口日用消费品进口关税的公告》。公告称，降低部分进口日用消费品的最惠国税率，涉及1449个税目，其中与纺织品服装相关的约有430个，占降税目总数的约30%。清单中服装产品的范围和降税幅度整体都比较大。其中，服装大部分产品的关税从16%和14%降到6%，降税幅度超过一半。降税后服装整体进口关税水平已接近欧盟，最惠国进口关税税率远远低于美国。

业内专家表示，如果降低进口税后我国进口服装大幅增加，将会刺激本土品牌参与竞争和学习的积极性。本土品牌在不出国门的前提下有了与世界品牌竞争的舞台，能够积累更多参与市场竞争的经验。因此，从这个角度上说，此次降税具有积极意义。(综编)

公司 | COMPANY

## 北江纺织首发童装牛仔面料精选 Denim for Kids

当前，市场上对于高品质童装服饰产品需求不断增长，从材料、设计到制作的每一个细节都无比重视。为更好地顺应市场趋势，近日，北江纺织正式发布首个专为童装市场打造的牛仔面料精选 Denim for Kids 丹宁倍呵护，推出自然 Natural、安全 Safe、舒适 Comfortable 和保护 Protective 四大系列，减少品牌和零售商在选购时的困扰，全力呵护儿童的服饰安全。

据介绍，北江纺织本次发布的 Denim for Kids Natural 系列从环保着手，全部为新型天然彩棉牛仔面料，其面料上的棕色为棉花自带的天然本色，在后续生产过程中没有经过印染、漂白、着色和染整等工艺，是真正的一款绿色环保面料。

消费者每天着用的衣物，时时都会与肌肤接触，对娇嫩的宝宝而言，安全才是最好的保障。在打造 Denim for Kids Safe 系列时，国内业界首个 bluesign approved 牛仔面料自然是最佳之选。

据悉，bluesign technologies ag 于2000年成立于瑞士，其倡导的 bluesign system 是适合可持续性纺

织品生产的解决方案。它从制造流程开始就清除有害物质，为环保和安全生产设定标准并加以控制。这不仅确保最终纺织产品符合全球极为严苛的消费品安全要求，而且使消费者有信心购买到可持续性产品。

值得强调的是，北江纺织在2016年成为国内牛仔面料行业中首家 bluesign system 成员，并于2018年推出了首批 bluesign approved 牛仔面料，标志着这些产品符合严格的环境、健康和安全系统的准则，使用认可的化学品和原材料。

针织牛仔的柔软透气、灵活舒展及高可塑性，一直为童装品牌所青睐，此次带来的 Comfortable 系列，主打柔和现代的水手风，蓝白间条针织丹宁面料，在小小水手们的身上将海洋风情演绎得淋漓尽致。

压轴上场的 Denim for Kids Protective 面料采用了北江纺织研发的 BLUEFORCE 创新技术，加入超高分子量聚乙烯纤维，高强坚韧，比全棉面料的耐磨性能和强力性能高出一倍以上，但依然保持轻盈舒适，

可以为活跃爱玩的宝宝们提供更好的防护，而又不会添加额外负担。

近年来，孟加拉成衣制造业高速发展，目前已成为仅次于中国的全球第二大成衣出口国。近期，北江纺织还在孟加拉首都达卡成功举办了以“The Denim is Back-New Prosperity New Denim”为主题的2018秋冬牛仔面料新品发布会。

据悉，本次发布会的举办旨在打造一个国际化的行业沟通交流平台与本土化的服务支持方案，为孟加拉市场的品牌和零售商以及成衣加工厂带来更新更快的面料新产品和创新技术，并提供从样品、成品、交付到服务的最佳支持。

从1999年成立至今，北江纺织一直努力为客户带来更新的产品、更好的体验和更多的服务，无论是近期推出的牛仔面料精选 Denim for Kids 丹宁倍呵护，还是2018秋冬牛仔面料新品发布会，无不体现着北江纺织舒适、健康、安全、环保的产品理念和坚持全球布局本土服务的战略目标。(赵国玲)

直击 | DIRECT



本次研讨会引导产业链上下游共塑环保意识，把握未来趋势。

## 凤凰庄联手新天元 引领行业环保发展

近日，在柯桥凤凰庄科创园内，以“环保时代，纺织服装品牌的机遇”为主题的金企鹅第一届研讨会暨新天元第十三届纺研研讨会，引发了产业链上下游的广泛关注。本次活动由浙江凤凰庄纺织品有限公司联合杭州新天元织造有限公司共同主办。

研讨会上，中国纺织工业联合会可持续发展项目主任胡柯华作了“针对国内环保限产政策，纺织产业链要如何应对”的话题分享，剖析了当前国际环保趋势，介绍了化学制品、碳、水、循环四个维度的管理创新，引发与会者的深入思考。

随后，杭州新天元织造有限公司总裁孙伟带来“国际品牌快返实践”的观点分享，他指出，国际快消品牌竞争实质是产业链的竞争，优秀的产业链是品牌争夺的焦点，并倡导企业在环保时代下，发挥优势，抓住趋势，抢占认知，赢得竞争。

新天元副总裁董平则通过生动有趣的现场演绎，为在场嘉宾上了“色纺产业链的基础了解和体验”的难忘一课，让会议现场高潮迭起。

会议最后，浙江凤凰庄纺织品有限公司董事长何锡辉带来“如何持续打造凤凰庄优势”的智性分享。他表示，金企鹅色纺将与新天元展开战略合作，通过强强联合，共塑未来核心优势。

本次研讨会是“凤凰庄”与“新天元”第一次合作举办，希望借此机会加深女装品牌对色纺面料的深层次认知，同时希望携手产业链上下游共同迎接变革带来的挑战与机遇，为纺织服装行业发展做出新的贡献。(张颖文 / 摄)

## 雄安新区中小学学生装（校服） 设计邀请赛开始征稿

日前，由雄安新区中小学学生装（校服）研究中心主办的“雄安新区中小学学生装（校服）设计邀请赛”，面向国内外专业机构和人士发起设计邀请赛，征集遴选全系列设计方案。

本次设计邀请赛方案需涵盖中小學生一年四季着装，包括运动装系列和制服系列，共计4个系列，20套服装。设计方案应主题突出、内涵丰富，充分融合《河北雄安新区规划纲要》中所指出的核心思想，弘扬中华风范，彰显地域文化特色，展现创新风尚。设计元素提炼及款式色彩呈现简约大气，符合新时代青少年形象气质，既要充分考虑地域整体形式美感的统一性，又要兼顾不同校园文化背景的差异化体现。面料、制作工艺力求科技创新、绿色环保以及安全舒适，严格遵照或高于国家相关标准。作品实物要求制作精细、结构完整、配饰齐全、准备充分、表现形式完美。(贺兰)

## 山西省 今年将建设三大纺织业集聚区

日前，山西省经信委发布《山西省纺织工业2018年行动计划》，今年山西省将加快新技术新工艺推广，重点推进10个重点项目建设，培育9户重点企业，建设三大纺织业集聚区，力争全行业实现主营业务收入55亿元。

根据行动计划，今年山西省将推进重大项目建设，做强服装、鞋帽制造业，做大化学纤维制造业，推动实施以自动化、连续化生产为主要内容的技术改造，吸引上下游关联企业入驻，促进集聚发展。同时，积极培育重点企业，力争2018年重点培育的9户企业销售收入占全行业30%以上，加大知名品牌培育，鼓励和引导企业不断完善和创新营销模式。山西省今年将加快实施增品种、提品质、创品牌“三品”专项行动，积极完善市场准入机制，加大技术改造支持力度，推进纺织产业规模化、特色化、品牌化发展。(范林)



中国纺织服装改革开放40年系列报道 **领军40人**

纺织服装周刊·中国纺织 联合报道

# 解放思想 魅力无限

## 回顾富润控股集团改革开放发展之路

富润控股集团党委书记、董事局主席 **赵林中** / 文

改革开放 40 年，造就了中华民族的历史性变化。在这天翻地覆变化的背后，深层次的是解放思想。思想解放既不是我去解放你，也不是你来解放我，而是自我的解放。这种解放所带来的动力、源泉是巨大的、无尽的。



赵林中

我亲历了改革开放 40 年，也算得上是这 40 年的见证人。回顾我们富润控股集团走过的路，体会到思想解放的魅力。

### 从思想上解放自己

富润控股集团前身是国营诸暨针织厂，创建于上世纪 80 年代改革开放的初期。上江东的一个小弄堂里，几台台胞捐赠的二手大圆机和县工业局拨给的 10 万元资金，是针织厂的全部家当。1986 年，组织上派我到诸暨针织厂，那时的针织厂设备陈旧，产品落后，困难重重。乘着改革开放的春风，凭着“饿煞不如犯法”的诸暨“木佬”的勇气，我们开始了改革发展的征程。但那时，国有企业的条条框框很多，做起事来难免缩手缩脚，正如冯根生老前辈说的是该出手时难出手。以我在二轻系统工作的经验来看，如果不从思想上解放自己，没有一点改革精神，是难以突出重围的。

说到解放思想，当时国有企业有三句话，我却打了个个颠倒。一句是“职工的事再大都是小事，企业的事再小都是大事。”听听很好，但我有点不大认同，我提出“职工的事，再小也是大事；企业的事，是小事就是大事，是小事就是小事。”一句是“企业得大头，集体得中头，个人得小头。”我听听口号也蛮有理，但看看针织厂的境况，另外算了笔账，变成“个人得大头，集体得中头，国家得小头。”

2003 年我参加全国人代会，有位国家领导人到浙江代表团参加审议，我汇报时也说了这句话。当时代表们和在场的领导都吃了一惊，会场中“嗡”的一声，笑开和议论开了，心想，这个赵林中怎么可以这么说。这时领导发话了，你们先别忙，听林中同志讲。我打了个比方：把三者利益分配关

系以百分制计，国家得 32%，集体得 33%，个人得 35%，我们是国有企业，那集体的 33% 也是国家的，总共加起来国家还是得 65%。国有企业太“死”了，应该向个人倾斜点，把他们的积极性调动起来，这样国家才能真正得大头。听完我的解释，只听领导说：林中同志，这笔账算得好！

还有一句话也被倒了过来，平常说“大河有水小河满，大河无水小河干”，我说是“小河有水大河满，小河无水大河干”。这些在当时听起来有点“反动”的话，如果没有一种宽松的政治环境，也是不敢说的，实际上就是一种改革的理念。通过改革，针织厂止住了亏损，有了利润。后来成立了诸暨的第二家中外合资企业，还买了当时诸暨最高档的皇冠小汽车。

### 从客观实际出发寻找发展路径

进入 90 年代初期，一度人们思想彷徨，改革陷入迷惘。这时，邓小平同志发表了著名的南方谈话，提出三个“有利于”、鼓励敢试敢闯、不争论，这些惊世骇俗的论断，体现出小平同志解放思想的强大勇气，从而开启了改革开放新的伟大航程。真是一个春天的故事！我清楚地记得，在石子岭用仓库改造的老办公室里，我们针织厂的党员干部自带凳子，济济一堂学习讲话，感到心里一下子亮堂了。

这个时候，诸暨已经有了民营企业，我就想既然承包制不再新鲜，那要不改为“公私合营”，介于承包制和股份制的技改参股模式，让车间主任也有点资产。比如，车间里国有资产有 100 万，你拿出几万、几十万元钱投进来，模拟股份制运行。车间有了利润，就按照比例来分红，亏损也按比例承担。这样车间主任就有了压力，也有了积极性。“公私合营”当时是不允许的，我们是不争论、不声不响地搞。好在效果不错，因为国有资产增值了。

从 1992 年开始，在市委市政府的统一安排下，我们急风暴雨式地承接合并了 20 多家企业。这些企业在当时的情况看应该都存在这样那样的困难，比方说基本上属于劳动密集型的，职工多，历史负担重。我们承接后，状况有了一些改观，平稳过渡，关键就是转变思想，转换机制。因为我们自身也没有什么品牌优势和资金实力，只有从机制、管理、文化方面做些文章，去拉动。

1996 年集团党委把多年来围绕思想政治工作的一系列做法进行总结整理，形成《经常性思想政治工作条例》，内容涵盖党建群团、职工生产劳动、工作学习、家庭生活等 8 个方面，共 60 项具体规定，真正做到了职工冷暖有人问，急难有人帮，生老病死有人管，呼声建议有人听，成绩进步有人赞，歪风邪气有人抓，好人好事有人夸，员工亲切地称它为《六十条》。《条例》制订 20 多年来，已经八次修订，1996 年同步成立的“困



通过深化改革，富润控股集团获得了大发展，为当地经济建设和社会发展做出了贡献。

“亲历改革开放40年，我切身感到解放思想，黄金万两；解放思想，魅力无限。站在新的时期、新的起点上，我们要不断学习，不断解放思想，做永久本分和谐的企业。”

难职工基金会”累计捐款 12 万多人次，救助困难职工 13000 多人次，补助资金达 1800 余万元……

1994 年我们成立了股份公司，经过三年运行，1997 年 6 月成为诸暨市第一家上市公司。上市了，压力也不轻，股民的钱也不是那么好用的。我当时说，只能高兴三秒钟。如果按当时的体制和我们的管理格局，如果机制不转换，仍然可能会是国有企业的样子。于是我们参照上市公司的模式搞“模拟股份制”。即把生产单位模拟成一个股份公司，国有资产、上市公司占一部分股份，骨干拿出一部分钱，共同买新的设备搞技改，我们叫“技改参股”。

在此尝试的基础上，2003 年开始，全面进行体制提升，内部自己称作“新体制”，有些学者称为“新国企”。放手建立激励、约束机制，持续激发企业的自主技术创新能力和品牌开发能力。这就是在改制条件尚不十分成熟的情况下，我们提出的“国有牌子不倒，机制必改”，契合党的十六大和十六届三中全会提出的“投资主体多元化，使股份制成为公有制的主要实现形式”。虽然仍有少数企业还存在困难，但总体上说效果和后劲还是比较好的。所以我也常说，解放思想不是主观臆想、奇思怪想，更不是胡思乱想，而是要从客观实际出发，解决问题，找到适合自己的路径。同时还要辩证对待，如发展是硬道理，但硬发展就不一定有道理。

### 顺势而为 借势借力推进改革

上世纪 90 年代末，全国范围推行国有企业改制，当地政府也多次下达限期改制的指令，但由于集团的特殊历史和现状（兼并企业基础参差不齐，职工多，冗员更多等等），我们确立了“软着陆，缓转弯”的指导思想，内部单位自身有积极性的，按照“统一政策，分类实施”的原则，可按规范先行实施“三彻底”的改制；国有、集体企业职工身份置换，走在产权置换之前，平稳过渡，时间换空间，充分考虑职工或管理团队对改革的认识程度、接受能力，渐序推进改革，迈小步，不停步。一切从实际出发，怎么有利于企业的稳定发展，怎么有利于解放生产力就怎么做。顺势而为，借势借力推进改革。由于集团历史包袱重，有效资产有限，产业又多为传统的商业、纺织业，市场竞争力弱，不找到某个结合点，是难以完成“三彻底”的企业改制的。

2006 年当地政府实施旧城改造，涉及到集团绝大部分商业企业，我们提出“结合旧城拆迁改造实施商业企业改制方案”，于 2007 年 8 月完成了商业企业的“三彻底”企业改制；2010 年初当地政府把集团化肥厂区拆迁、绢纺厂区整体搬迁列为重点工作，我们向市政府提出了结合拆迁安置整体推进集团改制的建设，最后由产权持有单位市国有资产监督管理委员会制订了《富润控股集团有限公司改制方案》，直至 2011 年 12 月 22 日完成集团改制。

在改制过程中我们自觉接受当地党委、政府领导，管理团队清晰自己的界址，“不越位，不缺位”。产权制度改革，尤其是集团本级产权制度改革是改革的深水区，“自改自”是大忌。因此，集团党委和

董事局始终把自己置身于坚决服从市委、市政府决策精神，按照市里的步骤推进和实施改革的对象位置。集团每一阶段的改革，都经市委常委扩大会议和市政府常务会议决策，都由分管副市长任组长的改制领导小组到集团组织指导。“统一政策，分类实施，分步推进”的改制原则和“先身份置换，后产权置换”，“先商业，后工业，再集团”的改制进程，“有力推进，平稳规范，务求完胜”的改制总体要求都是市里决策、确定的。基本顺利地完成了改制，归功于市委市政府的正确领导。

在改制过程中，我们严格遵循规范，阳光操作是改制过程中最大的政治。认真学习、领会国家和各级地方政府的国有资产监督管理政策法规，严格按改制规范，包括由改制企业国有产权持有单位制订改制方案，清产核资、财务审计、资产评估、专家评审、交易管理、依法保护债权人利益，维护职工合法权益等实施改制。特别是改革成果由全体职工共享方面，凡涉及职工利益的遵循“有政策的严格按政策办，可这可那的往职工有利方面靠”原则，充分保障职工的合法权益，在拟接盘公司的股份设置中充分吸收职工的自愿平等的参与，对职工参股数量原则上不设上限，机会均等体现对职工最重要的公平。

因为规范、公开、公平，改制工作心顺、气正，获得绝大部分职工的拥护、支持，不但顺利平稳地推进了改制，而且改制始终经得起历史的检验。2011 年 12 月 22 日，以完成改制资产分割和从国有独资工商注册变更为由职工和管理团队持股的诸暨惠风投资有限公司、市国资办分别占股 81%、19% 的有限责任公司为标志，富润控股集团完成了“双置换”、“三彻底”要求的企业改制。虽然改制成国有资本参股企业了，但我们党委始终坚定“不管牌子怎么换，体制怎么改，机制怎么变，党组织的战斗力和战斗力不能削弱，依靠职工办企业和办好企业让职工有个依靠的思想不能变”的理念。

由于历史和体制的原因，虽然我们在经济总量、利税等方面难以与优秀的民营企业相比，但回首富润的 30 多年，通过深化改革，使这个地方小国有企业在特定的背景下，不但没有湮灭，还获得了一定的发展，为当地的经济建设和社会发展做出了一定的贡献，比如 1999 年在政府缺乏建设资金的情况下，把配股资金全部投入诸东公路，实实在在地改善了沿线镇乡的交通和环境。

亲历改革开放 40 年，我切身感到解放思想，黄金万两；解放思想，魅力无限。站在新的时期、新的起点上，我们要不断学习，不断解放思想，就象我前些年说的，不但要开放，而且要放开，当然是在三个“有利于”和我们集团提倡的“忠诚于党的事业，忠诚于国有资产，忠诚于富润的事业，办事认真，处事公正，经营廉正，艰苦勤奋”前提下的解放思想。改革发展是永恒的主题，解放思想未有穷期，富润的改革稳定任重而道远。在新一轮思想解放、改革开放的大背景下，我们要按照党的十九大精神和习近平总书记中国特色社会主义新时代的要求，做永久本分和谐的企业。TA



6晚11场中国非物质文化遗产服饰秀展现了振兴中国传统工艺、非遗走进美好生活的盛况。

# 别让手艺留在过去!

## 2018中国非物质文化遗产服饰秀在恭王府开幕

本刊记者\_徐长杰

“锦绣中华——中国非物质文化遗产服饰秀”是极具中国特色、中国风格的纺织染绣类非遗活动，多项国家级非物质文化遗产与现代服饰时尚融合，呈现传统工艺的精湛绝妙和创意设计的奇思妙想。

6月4日晚，2018“锦绣中华——中国非物质文化遗产服饰秀”系列活动在北京恭王府博物馆隆重开幕。文化和旅游部党组成员、副部长项兆伦，文化和旅游部非物质文化遗产司司长陈通，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、党委副书记陈伟康、副会长徐迎新、孙淮滨，工业和信息化部消费品工业司副司长曹学军，恭王府博物馆馆长孙旭光、党委书记杨建昆、副馆长陈晓文、彭伟，北京服装学院党委书记马胜杰、副校长贾荣林，中央民族大学民族服饰研究所所长祁春英等领导出席开幕式。

开幕式上，国家级非遗苏绣代表性传承人姚惠芬、国家级非遗苗绣代表性传承人张桂英、国家级非遗黄梅挑花代表性传承人石九梅、国家级非遗苗族蜡染代表性传承人杨芳、国家级非遗荣昌夏布代表性传承人李俭康、国家级非遗湘西苗画代表性传承人梁德颂在现场与中央电视台主持人李思思互动访谈，讲述如何保护和传承中国非物质文化遗产，将古老的非遗之美，结合当下时代的摩登艺术，在探索美的田野上深耕。来自贵州岩寨村的绣娘龙大芬动情讲述了自己和苗绣保护传承之间的故事。

项兆伦击鼓宣布2018“锦绣中华——中国非物质文化遗产服饰秀”开幕。随后，伴随着苗族古歌《春之歌》的动人旋律，上半场，“艺针忆绣——非遗服饰秀”的模特们身着华服，款款而出。下半场，在古筝琴派传人任景利精彩演绎的《良宵引》

中，“白鹭为霜——非遗服饰秀”闪亮登场。之后，中国社会科学院荣誉学部委员刘魁立现场讲解了中国人的时间制度——二十四节气，本场秀的设计师赵卉洲、郭瑞萍则为观众分享了设计理念。

记者了解到，此次活动在2018中国“文化和自然遗产日”到来之际召开，为的是深入贯彻落实国务院办公厅转发的《文化部、工业和信息化部、财政部〈中国传统工艺振兴计划〉》精神，更好地让非物质文化遗产走进现代生活。在文化和旅游部非物质文化遗产司的支持下，经过前期筹备，由文化部恭王府博物馆牵头，联合中国纺织工业联合会非遗办公室、北京服装学院、中国国际时装周组委会、中央民族大学民族服饰研究所等单位，于6月4~9日，在恭王府推出2018“锦绣中华——中国非物质文化遗产服饰秀”系列活动。

### 6晚11场服饰秀 展现非遗走进美好生活

6月4~9日，11场以中国非物质文化遗产为主题的服饰秀展演，选取非遗在现代服饰中的应用实例，展现振兴中国传统工艺、非遗走进美好生活的盛况。分别为：“艺针忆绣——非遗服饰秀”，“白鹭为霜——非遗服饰秀”，“苗净千寻——非遗服饰秀”，“布衣经纶——非遗服饰秀”，“云想衣裳——非遗服饰秀”，“木真湘韵——非遗服饰秀”，“采蓝之忆——非遗服饰秀”，“挑绣之韵——非遗服饰秀”，“流光溢彩——非遗服饰秀”，

“苎梦东方——非遗服饰秀”，以及一场非遗跨界音乐剧《白蛇惊变》服饰秀。

北京服装学院、东华大学、武汉纺织大学、上海大学等高校，国内知名设计师赵卉洲、张义超、郭瑞萍、杨洁、成昊等，联袂艺之卉、木真了、度兮、曦秀、DRita等多家服饰设计品牌团队，共同以设计的力量保护中国传统手工艺。二十四节气、苗绣、蜡染、亮布、挑花、手推绣、青瓷、京绣、荣昌夏布等多项国家级非物质文化遗产代表性项目与现代服饰设计时尚融合，为观众呈现中国非物质文化遗产的创意秀场。

### “锦绣中华” 振兴传统工艺的生动案例

恭王府博物馆作为国家非物质文化遗产展示保护基地，承担着国家非物质文化遗产展示和保护的工作职能。2017年“文化和自然遗产日”期间，首届“锦绣中华——中国非物质文化遗产服饰秀”活动成功举办，获得强烈社会反响。项兆伦要求“总结经验、完善机制，把非遗服饰秀办成权威、专业、有国际影响，对振兴中国传统工艺有示范引领作用的平台”。

2017年10月，文化部批复在恭王府成立“锦绣中华——中国非物质文化遗产服饰秀系列活动组委会”。在一定意义上说，它是我国非遗保护工作优秀实践成果中的一处缩影，也是振兴传统工艺的生动案例。TA



此次纺织高训班课程重点向学员介绍了高科技纤维的开发情况。



天津工业大学“中空纤维膜材料与膜过程实验室”负责人向学员介绍膜科学与技术的应用成果。

# 高科技纺织亲密接触之旅

## 纺织高训班走进天工大、中纺院纤维新材料分院

本刊记者\_郭春花 文/摄

6月2~3日，2018全国纺织复合人才培养工程高级培训班（简称纺织高训班）走进天津工业大学、中国纺织科学研究院纤维新材料分院，邀请业内专家为学员们详细讲解了高性能纤维、纤维及集集体材料、化学仿真技术以及原液着色纤维的相关知识，组织学员参观了天津工业大学“中空纤维膜材料与膜过程实验室”、“先进纺织复合材料实验室”及中国纺织科学研究院纤维新材料产业化技术研发基地，让学员不仅系统学习了诸多理论知识，还近距离感受到了来自纤维的奥秘。此次纺织高训班由中国化学纤维工业协会副会长王玉萍主持。

### 理论讲解 博得满堂彩

北京化工大学碳纤维及复合材料研究所所长、国家碳纤维工程技术研究中心主任徐樑华系统梳理了高性能纤维的主要种类、结构性能以及制造工艺，同时介绍了各类高性能纤维的国内外发展情况，并用具体的应用案例说明了高性能纤维的巨大发展空间。徐樑华同时也指出高性能纤维在品类、质量稳定性、成本、应用水平等方面还存在一定挑战，未来高性能纤维行业要解决认识和理念问题，搭建好研究平台，实现协同创新。

天津工业大学副校长程博闻介绍，纤维及其集集体直接一步法制备技术是产业用纺织品重要生产技术，在国内外得到了快速发展；纺粘和熔喷非织造材料生产技术正在向宽幅化、复合化、高速化、组合与集成化方向发展，应用领域不断拓展；闪蒸法非织造材料生产技术已经建立了中试生产线，未来两三年内有望实现工业化生产；溶喷法纳微纤维技术生产效率高，规模化生产技术前景较好；静电纺丝法是制备纳米纤维的有效方法，纳米纤维的宏量制备技术已经取得突破，需要进一步解决纳米纤维产品的均匀性和应用领域的针对性。

长久以来，人们对“服装设计”概念仅仅停留在款式上，而极少有设计师会想到，一旦与科技结合，衣服的功能就不仅是御寒和美观。科技和服装设计相遇，会碰撞出什么火花？此次培训课上，香港理工大学纺织及制衣学系副教授李鹏介绍了其

最新承担的纺织品远红外项目，并介绍了物理结构对纺织品性能的影响等内容，还通过分析大众消费者的心理，向学员介绍了功能性纤维应用设计的探索之路：“我们做实验的方法依然是用设计的方法，先有了产品定位，才去找技术和科学。别人是科技用设计来包装，我们是设计用科技来包装。”课堂上，李鹏诙谐幽默的讲解博得了满堂喝彩。

中国纺织科学研究院有限公司副院长李鑫向学员介绍了原液着色纤维的相关知识。他指出我国制造业当前亟需实现三个深刻的转变：由引进技术为主向自主创新转变、由单项技术产品攻关向全要素集聚的产业链转变、由单一企业局部创新环境改善向营造产业跨界协同创新环境转变。我国原液着色产业的发展思路应当从产业技术创新链和创新体系总体规划；要突破关键核心技术，建立质量控制体系，树立高端产品形象；要实现原液着色+功能，柔性制造实现小批量、多品种的制造和应用；要建设面向中小企业的产业技术创新公共服务平台，建立数据库、交易平台等实现原液着色产业商业模式的创新。

### 实地参观 与高科技亲密接触

天津工业大学是我国最早开展纺织高等教育的学府之一，拥有“中空纤维膜材料与膜过程”省部级国家重点实验室，及“中空纤维膜材料与膜过程实验室”、“先进纤维与储能技术实验室”、“先进纺织复合材料实验室”等省部级重点实验室，初步形成了“先进纺织复合材料”、“膜分离技术”、“特种纤维与产业用纺织品”、“纤维界面处理技术”等特色科研优势，构建了以能源材料、生物技术、海洋化工、数字化纺织、功能服装、纳米材料与技术、生态与环境等方向为重点的支撑领域。多项科研成果应用于“神舟”系列飞船、“嫦娥奔月”工程、水处理技术、新材料开发等国家战略性新兴产业和国防高科技产业。

在天津工业大学“中空纤维膜材料与膜过程实验



学员们在参观中国纺织科学研究院纤维新材料产业化技术研发基地。

室”，学员们参观了膜科学与技术在水污资源化等领域的实际应用成果；在“先进纺织复合材料实验室”，学员们近距离触摸到了高科技纤维在国防军工、航空航天领域带来的神奇。

中国纺织科学研究院纤维新材料分院依托中国纺织科学研究院雄厚的技术积累和人才优势，在天津武清建成纤维新材料产业化技术研发基地。基地致力于解决化纤行业的技术难题，突破关键技术瓶颈，同时为企业提供技术服务和技术支持。

在基地，学员们参观了差别化聚酯连续聚合纺丝产业化柔性示范线（年产2000吨）、聚酰胺切片生产线（年产4500吨）、短纤后纺加工试验线、双向拉伸膜试验平台、熔喷中试试验线、聚乙烯湿法纺丝试验线、海藻纤维生产线等。

基地建有聚合物合成与改性、溶液纺丝、熔融纺丝、功能膜加工、功能母粒制备等小试、中试试验线及分析检测实验室，形成了一个集应用基础研究、工艺技术研究、设备开发与集成、工程化配套于一体的完整体系。

经过三次培训，学员们互相增进了了解，并在本次课堂上选出了班委成员。班委们依次上台进行了就职宣讲，并表示要积极带领各位同学努力学习，不辜负老师和同学的期望。之后，学员们进行了交流，介绍了各自的企业产品和需求。大家表示，通过高训班学到了新知识，结交了新朋友，不论是对自身提升还是企业发展，纺织高训班都功不可没。TA

# 东华携手商飞， 培养民用航空复合材料拔尖人才

实习记者\_陶红

日前，纺织之光科技教育基金会秘书长张翠竹、中国纺织服装教育学会秘书长劳斌一行，赴东华大学对“纺织之光”2017年度中国纺织工业联合会教师奖、学生奖及教育教学成果奖项目进行回访考察。在东华大学，张翠竹一行与东华大学有关领导、获奖教师和学生进行了座谈。本刊记者还对2017年度教育教学成果一等奖项目完成人孙宝忠教授进行了采访。



东华大学获奖代表座谈会现场。

**成果名称：**民用航空复合材料拔尖创新人才实验班——一种突出知识型实践能力培养的复合型拔尖人才培养模式创新  
**成果完成人：**孙宝忠、韩哲宇、黄朝阳、余木火、潘利剑、孙泽玉、魏毅、朱妹、刘夏慧  
**成果完成单位：**东华大学  
**所获奖项：**“纺织之光”2017年度中国纺织工业联合会纺织教育教学成果一等奖

民用航空复合材料由于跨学科、跨专业和突出工程能力的特点，其发展对研究者的实践能力、解决问题能力和创造力提出更高要求，同时对人才知识储备自动升级的要求也大大提高。

为了适应民用航空复合材料发展需求，东华大学于2012年批文成立二级机构“民用航空复合材料东华大学协同创新中心”（以下简称“协同创新中心”）。中国商飞落户上海后，协同创新中心在与东华大学教务处、中国商飞等多次沟通后，决定在优质资源的基础上建立民用航空复合材料拔尖创新人才实验班（以下简称“实验班”），以更好地为商飞和民用航空复合材料服务。通过搭建实践平台，引进商飞工程师指导学生实践及组队参加科创杯赛，改善拔尖创新人才培养效果。经过四年的实践，形成了一套拔尖人才选拔、教学体系，同时培养了一支教学队伍，并开始逐步建立教材体系。该项目荣获“纺织之光”2017年度中国纺织工业联合会纺织教育教学成果一等奖。

## 理论结合实际，完善人才培养体系

实验班立足复合材料专业学科发展的实际，引入了纺织、材料、机械和化工等专业，结合中国商飞民用航空复合材料的需求，充分探索出一种突出知识型实践能力培养的复合型拔尖人才培养模式。东华大学纺织学院教授、该项目完成人孙宝忠介绍道，该实验班强调理论和实践的结合，形成了系统的教学体系，组建了多学科、高水平、宽领域的教学队伍，并通过选拔人才知识的相互学习、复合知识的集中学习和多级创新体系的训练，将基础知识、实践知识和研究型课题及各种科技活动紧密结合，推动拔尖人才的培养。

在师资建设方面，实验班不断健全师资队伍，在学科交叉、协同创新的基础上，做到跨学院、跨学校、跨国界。强化师德建设和提高教师水平，加强对青年教师的培养，鼓励教师在承担、完成科研项目时同时注重将科研成果及时转化为教学内容，使学生能掌握最新的科研发展。同时，重视高端人才在教学中的带动作用，利用协同创新中心汇聚人才的优势，先后邀请中国科学院、中航商飞、上海千人等科研院所专家学者以及美国高校教授等为实验班学生讲课。此外，实验班还将课堂教学延伸至产业第一线，聘请工程师及相关专业技术人员参与指导学生实践教学。

在人才培养体系方面，遵循民用航空复合材料学科的一般规律，从产业需求角度出发，选拔不同学科和学院的学生进行培养，根据学生特点，组织师资编写了适用于实验班学生使用的相关教材，并为其量身定制和调整培养计划。在强调复合材料基础知识的基础上，突出不同专业背景学生的特长，提升不同学科背景学生对复合材料学科的认识。深入推行“寓教于研”的拔尖人才培养模式，建立健全准研究生制本科生培养模式，重视创新实验和创新实践在学习中的作用，建设“学生创意

车间”，通过贴近业内龙头企业的实践活动、课题研究、自主创意实践及各类技术竞赛等活动，提升学生对所学知识的掌握和应用，加深学生对复合材料相关基础知识的认知，培养、挖掘民用航空科技创新人才。经过长时间运行，实验班初步形成了“86221”的人才培养方案，形成了学校、上海市和全国性活动的三级创新训练体系。

经过四年的建设和实践，该项目的相关成果已经得到中国商飞和部分兄弟院校的认可，这种突出知识型实践能力培养的复合型拔尖人才的教学理念和实践，对复合材料教学改革起到了示范作用；这种以人才培养为核心、以协同创新中心为试验田，进行多层次、多方位的教学改革实践以及相关成果推广，对复合材料相关专业人才培养具有良好的借鉴作用。

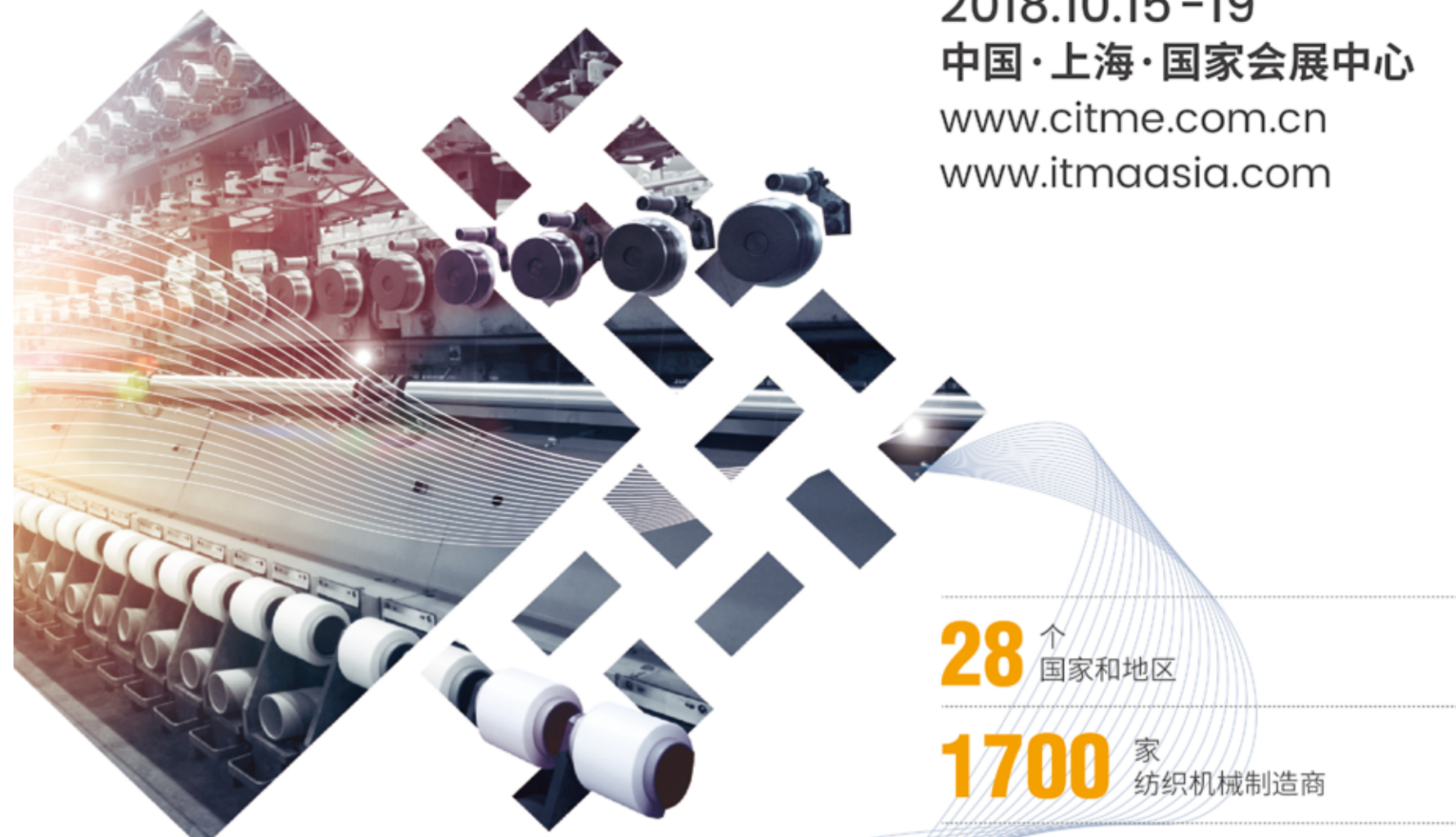
## 多层次训练，培养复合型拔尖人才

经过教学模式和方法的改革、创新，学生的综合素质得到了有效提升。在已经毕业的学生中，考研、出国、就业都呈现良好的态势。在2012级硕士研究生推免过程中，很多名校对实验班学生的复合材料实践课程认同度极高。以首届实验班为例，30名同学中，30%的学生获得推免资格并被复旦、交大、浙大、同济、西安交大等著名高校录取；有近37%的学生免试直升本校；3人被国外大学录取；多名学生被航空复合材料相关企业录用。

在谈到实验班如何针对性培养学生实践能力时，孙宝忠表示，在学校层面，增强校内课外科技实践活动，组织学生参与中国商飞组织的大型实践课程；在上海市层面，组织学生参加上海市复合材料学会、上海市复合材料联盟、中国复合材料学会等单位组织的学术会议和各类创新实践类会议，参与上海大学生国家级课外科技创新项目；在全国范围内，组织学生参加SAMPE复合材料学生竞赛、Honda节能竞技大赛等专业赛事。通过学校、上海市和全国性活动，形成三级创新训练体系，以此培养、提高学生的实践能力和创新能力。

实验班多学科交叉、多学院参与的人才培养体系，实现了“突出知识型实践能力培养的复合型拔尖人才”高水平教育理念；突出了知识型实践能力的培养和多层次的训练，建立了包含知识型课程、拓展型实践和研究型课题的多层次培养体系；组建了以协同创新中心复合材料方面的教师为主，协同校内不同学院、国内其他高校、国际高校教师及相关行业企业家和工程师的教学团队，实现了知识、实践、工程和前沿科技的无缝连接教育。

创新的教学模式和丰富多样的教学方法，获得了上海交大、同济大学、中原工学院、河北科技大学、上海工程技术大学、青岛大学等兄弟院校的认可，并借鉴运用到其相关的教学中。孙宝忠表示，未来实验班将会不断完善人才选拔机制，完善人才培养体系，同时加强学生思想道德建设，将实验班文化精神代代相传。ITMA

 2018.10.15-19  
 中国·上海·国家会展中心  
[www.citme.com.cn](http://www.citme.com.cn)  
[www.itmaasia.com](http://www.itmaasia.com)
28<sup>个</sup> 国家和地区1700<sup>家</sup> 纺织机械制造商170000<sup>平米</sup> 解决方案与技术装备

# 商业平台 引领亚洲

- ★ 业界产品技术荟萃
- ★ 纺织智造解决方案

- ★ 现场机械运行展示
- ★ 行业未来发展方向

 2018年10月1日前  
 完成购票  
 享受优惠

**中国纺织机械协会 (CTMA)**  
**北京泰格斯特国际展览展示有限公司**

 Tel +86 10 58222055/58221299/58221099  
 Email [ctma@ctma.net](mailto:ctma@ctma.net) [itmaasiacitme@bjitme.com](mailto:itmaasiacitme@bjitme.com)  
 Fax +86 10 58221466  
 Add 100028 中国北京市朝阳区曙光西里甲1号东域大厦(第三置业)B座2501室

主办单位

中国国际贸易促进委员会  
纺织行业分会

中国纺织机械协会

中国国际展览中心  
集团公司欧洲纺织机械  
制造商委员会北京泰格斯特国际展览  
展示有限公司

ITMA Services N.V.



日本纤维机械协会



微信公众号



# 改革开放 40 年， 小衣橱体现中国纺织业大变化

本刊记者 徐长杰

改革开放 40 年里，中国纺织工业发生了翻天覆地的变化，从初期布匹限量配给，到掀起乡镇企业开办热潮，到与世界潮流经济接轨，到科技、网络领航发展，再到如今多元化、个性化需求成主流……一系列变革都在国民衣橱中有着显著反映。打开衣橱，让我们从这个视角细细品味改革开放 40 年。

1980 年代

## 从棉花到化纤 时髦不过“的确良”

如果用服装来形容国人 40 年来的变化，显然，我们已经从单一陈旧步入了光鲜亮丽的时代。

说起改革开放前人们的着装，记者不由得回忆起周恩来总理的一段往事：周总理会见外宾或出国访问时仅有几套衣服可换。1963 年，他出访亚、非、欧十四国时做的法兰绒外衣由于穿着时间太久，表层绒毛被磨掉，袖肘还磨破了一个洞。到了埃及，使馆的同志看到总理换洗的衬衣都大吃一惊，没想到为全国人民操劳的国家总理穿的竟是这样的旧衣服，还不如使馆的普通工作人员穿得好。据说，即使这样的衬衣也是几件中比较好的一件，是总理 1954 年为出席日内瓦会议做的。

周总理节俭的生活作风令人敬佩，但我们从中却也不难看出当时人们在纺织服装方面的贫瘠。

改革开放以前，我国基本处于短缺经济状态，特别是纺织品，一直限量供应。即使步入上世纪 80 年代，大多数人的衣柜里依然很难找出几件像样的衣服，如果要参加一场婚礼，总要跟亲戚或邻里借件好衣服来穿。

一件像样的衣服，代表着一个人的体面、尊严，然而在 40 年前，由于经济条件的落后，人们还很难将更多的金钱与精力投入到衣着上。

如果从光影中搜寻 40 年前的服装记忆，黑白灰绿几乎是人们着装的所

色彩，甚至被外国人形容为“蓝蚂蚁”、“灰蚂蚁”。但说起时髦，80 年代绝对绕不过一个“的确良”。这种现在看来颇为土气、也并不舒适的化纤面料，在当时引领了鲜亮、挺括的服装风潮。一时间，想要洋气点，少不了省吃俭用置办“的确良”。

也正是这种“不用从地里长出来的布”，帮助中国人结束了“大改小、旧翻新，补丁摞补丁”的穿衣日子。

进入 1980 年代，棉花连年增产，涤纶混纺布产量比 1960 年代末增长了 30 多倍，纺织品生产已经能够满足老百姓需要。从 1982 年开始，国家陆续对部分纺织品减收或免收布票，敞开供应，曾经捉襟见肘、无比珍贵的布票一时间“家有余粮”。

改革开放几年后，面对国内城乡纺织品市场连年供大于求的新局面，有媒体写出了题为《还有使用布票的必要吗？》的内参，在取得大量市场一手材料后，提出取消布票。

1983 年 11 月 22 日，国家商业部发出通告，宣布从该年 12 月 1 日起全国临时免收布票、棉絮票，1984 年也不再新印发。通行 30 年的布票终于废止。

穿，不再愁了，棉纺织品、化纤制品的种类样式越来越多。到了 1980 年代中期，风行一时的“的确良”逐渐没落，开始讲究穿得舒适的人们认识到化纤面料不透气、不吸汗的缺点，一统天下的“的确良”衬衫向涤棉、纯棉、绒布格纹衬衫等转变。

而纺织品这一生活必需品供应制度的改变，不仅终结了实行了整整 30 年的凭票买棉布、棉絮的供应制度，也成了改革开放新时期结束“短缺经济”、人民群众过上温饱生活、小康生活最有力的佐证。

在当时，人们结婚时的三大件分别是：自行车、手表和缝纫机。可以看出，纺织品在当时有了充足的供应。

## TIPS

上世纪 80 年代，全国许多省市（首先是浙江、江苏和广东、福建）兴起了“乡镇企业热”。为什么是乡镇企业？首先是投资不多，此外设备技术比较容易解决，当时市场门路较多的小织布厂、小服装厂、小针织厂、小毛巾被单厂等小微纺织服装企业不断崛起。

随后几年间，又是客观经济规律使然，一些乡镇纺织服装企业为求生存发展，自发地向扎堆经营，形成了各具特色的纺织服装产业集群、专业市场。佛山张槎、晋江石狮、东莞虎门、吴江盛泽、海门叠石桥、绍兴柯桥、海宁许村、桐乡濮院、海城西柳、河北清河等纺织服装产业集群、专业市场，在当时相继涌现，并逐步做大做强。

早在上世纪 80 年代前中期，原国家纺织工业部就开始关注这一新事物，并一直给予了正面评价。

——摘自原国家纺织工业部离休老干部陈义方同志《中纺联纺织强国建设大讲堂第九讲——纺织大国崛起历程》讲课稿

1990 年代

## 从保暖到时尚 舶来品垫肩与牛仔风靡一时

随着改革开放的进程，人们的物质生活不断改善、思想逐渐开放，单调的款式已不能满足大家对着装的要求，上世纪八九十年代，喇叭裤、健美裤、蝙蝠衫、连衣裙掀起一阵热浪。1993 年首届中国国际服装服饰博览会举行，国际服装品牌开始进入中国，人们的着装观念进一步多样化、个性化……

踩脚裤让当时的女人们共同“发烧”，凡女性莫不腿一裤，再后来，集贸市场卖菜的大妈和小姑娘们都“踩脚而裤”。

这是新中国第二次大面积流行裤装。如果说上世纪 50 年代的裤装象征妇女解放、男女平等，那么 1990 年代的健美裤，令女性曲线暴露无疑，就是大胆而又彻底地打破了中国人的审美禁忌。

而宽肩膀与厚垫肩可以说是当年和国际接轨的产物。

讲究品位、突出个性的风尚，将服饰带入了 90 年代。开放带来了交流，交流促进了发展，舶来的服装发布会、流行色发布会不断宣示着服饰流行。巴黎时装、米兰服饰、美国牛仔，凡有一国服装流行新潮，很快就会在我国大都市汇融，并演绎成中国的都市时尚。

1980 年到 1997 年间，我国纺织行业发展迅速，棉纺锭由 1780 万锭发展到 4245 万锭，但同时也出现市场竞争过度、产品滞销、企业亏损、开工不足、富余人员多等一系列问题。1992 年起国有纺织企业出现全行业亏损，1996 年时全国国有纺织企业亏损额已达 106 亿元。纺织行业当时的这种困境，引起了全国上下极大关注。

为此，1998 年国务院提出纺织工业压锭调整的任务目标和政策措施，即从当年起，用 3 年左右时间压缩落后棉纺锭 1000 万锭，分流安置下岗职工 120 万人，到 2000 年实现全行业扭亏为盈。事实证明，纺织行业接下来不仅顺利完成压缩落后棉纺锭和分流安置职工任务，还提前一年实现了 3 年脱困目标；1999 年全行业盈利大幅提高，国有企业实现盈利 9.5 亿元，2000 年盈利 69 亿元。

整个 90 年代，“服装市场”和“品牌”这两个影响深远的词汇凸显在人们的服饰追求之路上。从那时起，外国品牌陆续进驻中国市场，从皮尔·卡丹、鳄鱼到耐克、阿迪达斯，即使这些牌子并不是人们记忆中了不起的“国际顶级品牌”，但它们进入中国早，留给国人的印象也是最深刻的。而我们耳熟能详的国产品牌如七匹狼、安踏、庄吉、报喜鸟以及江南布衣等，就是创立于这一时期。

## TIPS

令人颇为遗憾的是，上世纪 90 年代后期，当纺织工业经过改革开放初期新一轮大发展，需要对某些产能和行业结构、产品结构适当作些调整的时候，社会上（学术界，报刊媒体等等）出现了中国纺织工业已成“夕阳工业”的舆论。

纺织系统的业界人士中，也往往由于缺乏对纺织工业全局的了解，而人云亦云地产生了中国纺织工业是否仍是支柱产业，是否已在步一些老牌工业国家纺织业后尘，将逐渐衰退以至沦为“夕阳工业”的疑虑。

但在随后 2000 年至今的十几年间，中国纺织工业出现了新一轮的大发展局面。纺织工业在中国经济、社会发展中的“支柱产业”地位，在总体上更为清楚了，所谓“夕阳工业”云云，实在是过虑了。

——摘自原国家纺织工业部离休老干部陈义方同志《中纺联纺织强国建设大讲堂第九讲——纺织大国崛起历程》讲课稿



上世纪 90 年代的潮流大胆而又彻底地打破了中国人的审美禁忌。

2000年代

# 从线下到线上 国内外大牌争抢“衣橱”

2003年10月，神舟五号飞船载人航天飞行实现了中华民族千年飞天的愿望。

从“神舟五号”到“神舟六号”，全球人见证了中国航天员穿着我国自己研制的航天服上天，不禁对中国纺织科技日新月异的进步叹为观止。然而，这只是一个开始，在接下来的十几年里，纺织更是应用到了航天器电池板以及人造血管等不再限于穿着的众多领域。

在进入2000年这一历史时刻，中国加入了世界贸易组织，WTO为中国纺织进入国际市场打开了一扇大门。十年间，中国纺织服装业一直被冠以中国加入WTO最受益产业的标签，而现实也确实如此。

加入WTO之后，越来越多的国外奢侈品进入国内市场，它们的到来将高端奢侈品的消费概念引入中国，并在很多人心中有了具体的形态。未加入WTO前，我国只是一个服装加工大国。加入WTO后，我国已从一个服装加工大国向服装品牌大国发展，从“中国制造”向“中国创造”改变。

2005年1月1日，主导全球纺织品贸易长达30年之久的配额制度被取消，同时也意味着打开了中国纺织品自由驰骋国际市场的闸门。加入WTO之后，中国经济体制开始全面转型。作为市场化程度最高的行业之一，纺织行业的体制迎来了一次“转轨”。尽管在加入WTO前中国纺织行业已经进行了“压锭分流”，然而企业的市场化经营运作多是发生在加入WTO之后。

有数据显示，2001~2010年间，中国纺织品服装出口从530亿美元增长到2120亿美元，按可比价计算，增长了1.78倍。其中前五年增长1.22倍，后五年在全球金融海啸影响下仍增长了80%。

应该说，纺织产业在加入WTO后的发展，不仅仅是与众多外资品牌的“拼死”竞争，某种程度上说，他们眼下的渠道优势也受益于加入WTO后，外资品牌对国内市场的先期“培育”。

在这一时期，纺织业的渠道模式也开始颠覆以往。

2007年，一种在网上卖衬衫的B2C模式突然走红，一个叫陈年的迅速拷贝，创办了凡客诚品。2010年，凡客卖出了3000万件衬衫，几乎是最大的传统衬衫企业、创建时间超过30年的雅戈尔的5倍多，震惊了中国服装行业。凡客的横空出世不是一个孤立的事件，而是引爆了行业电商时代的到来。

在这一时期，韩都衣舍、裂帛、茵曼等电商品牌相继出现，淘宝、京东、唯品会等电商平台竞相对垒，平台间的厮杀将消费方式引流到了互联网之上，人们在选购衣服时有了更多选择，衣橱也有了全新的体验。



2000年后，我国已从一个服装加工大国向服装品牌大国发展。



这一阶段国人的衣橱已经很难用某一特定词汇来涵盖它的多元了。

2010年代

# 多元化发展 健康与责任是新时代的品味

借用财经作家吴晓波的话形容这十年就是“水大鱼大”，这十年间，中国的经济总量增长了2.5倍，一跃超过了日本，成为世界第二大经济体，急速扩容的经济规模和不断升级的消费能力十分突出。

而此时，人们对纺织服装制品的消费理念不断迭代，曾是中国制造业最大竞争优势的人口红利逐渐消失，这一切都昭示着中国纺织服装产业新一轮变革的开启。

消费升级势不可挡。在这一阶段，我国中产阶级消费群体崛起，衣着消费从满足必需性消费需求转向可选性消费，人们不仅要穿得漂亮，还要穿得健康、环保，绿色消费形成了巨大市场，消费再生纺织品成为一种时尚。

在这几年中，人们的衣橱中除了棉和化纤材质产品，还出现了众多应用新材料、新工艺、新技术的新产品，国产品牌与设计队伍队伍的崛起，让人们的衣橱不仅有了光鲜的外表，更有值得人们追随的文化和内涵。

跨国配置资源也成为这一阶段中国纺织业的新特征。众多纺织服装企业到国外建厂、并购奢侈品牌，中国设计师不断走向国际舞台……中国纺织服装行业在这一时期开始彰显出纺织强国的自信与能力，而这些无不在国人的衣橱中显示出来。

智能制造是这一阶段产业升级所呈现出的又一特征。

多年以来，西装曾是大规模、标准化生产的典范模式，一件西装的渠道成本占到了售价的四成以上。2013年左右，服装行业库存加大、门店关闭、电商冲击等消息不绝于耳，然而红领创办的一家“魔幻工厂”用定制化思路再造了西装业，满足了人们衣橱个性化的需求。

可以说，这一阶段国人的衣橱已经很难用某一特定词汇来涵盖它的多元了，中国纺织产业无论从规模、质量还是设计、文化等诸多方面，都有着可圈可点的新亮点，而这些新的变化，无不源于消费升级下，人们对美好生活的向往与追求。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲对这一阶段的纺织行业发展总结了三个新变化：消费需求多元、创新迭代加快、智能深度融入。对此他提出，中国纺织工业需要以产品开发与科技创新为重点，塑造中国纺织工业的“新定位”，即把行业打造成为创新驱动的科技产业、责任导向的绿色产业和文化引领的时尚产业。科技产业、绿色产业、时尚产业成为纺织行业的新标签，让社会对行业产生新认知。

纺织新定位下，国人的衣橱又将发生哪些变化？毋庸置疑，下一个十年，国人的衣橱仍将会在纺织人的努力与推动下，为我们实现更多的梦想与期待！TA

## TIPS

最近的几年间，在全国人口占全球19%左右的情况下，中国纺织工业的经济总量在全球占比55%以上。2015年棉型纱产量3538万吨、棉型织物产量893亿米，其全球占比都在55%以上；更具可比性的“纺织产业纤维加工量”，从1978年的276万吨（全球占比10%），逐步发展到2000年的1360万吨（全球占比25%）、2010年的4130万吨（全球占比51%）、2015年的5300万吨（全球占比55%以上）。

进入改革开放新时期的四十年间，中共中央、国务院又先后作出加快发展纺织工业的一系列“顶层设计”：引进设备、技术加速纺织工业现代化进程；抓住经济全球化的历史性机遇，用好国内国际“两种资源、两个市场”，扩大纺织品服装出口；将服装工业从轻工业系统划归纺织工业部管理，振兴服装工业；改革外贸管理体制，支持纺织企业自营出口，直接面向国际市场……

在中共中央、国务院高度重视下，中国纺织工业在“前30年”，发挥社会主义的制度优势，办成了许多大事，奠定了“纺织大国崛起”的雄厚基础。接着在“后40年”，抓住改革开放和经济全球化的有利条件，以更为广阔的视野，更有力度的战略决策，推动纺织工业加速发展，形成了“纺织强国在望”的新局面。

——摘自原国家纺织工业部离休老干部陈义方同志《中纺联纺织强国建设大讲堂第九讲——纺织大国崛起历程》讲课稿



人们的衣橱中除了棉和化纤材质产品，还出现了众多应用新材料、新工艺、新技术的新产品。



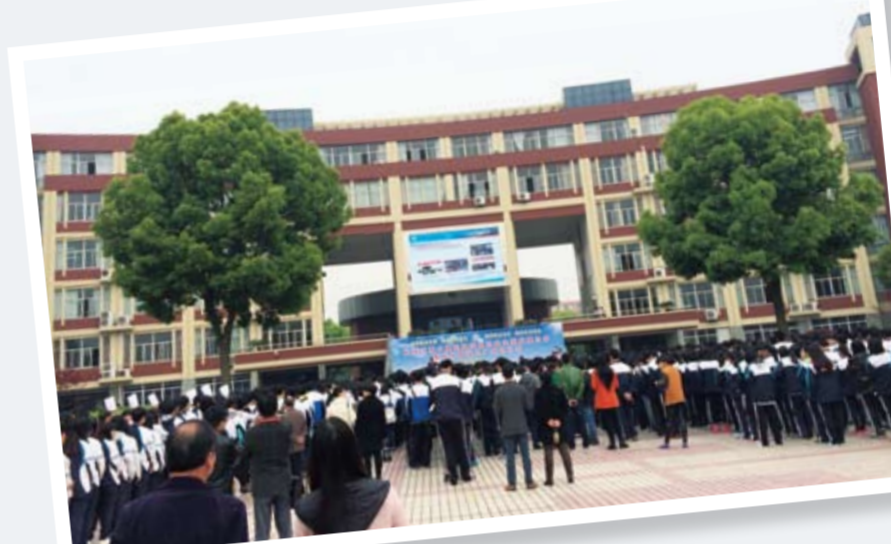
网络平台间的厮杀将消费方式引流到了互联网之上。

## TIPS

在中国已经发展成为世界第二大经济体的新情况下，纺织工业仍然是中国国民经济最重要的组成部分之一。纺织工业规模以上企业数，从2000年的1.94万家（在全国工业中占比11.9%）发展到2010年的5.4万家（占全国工业的12%）。

在“全面小康”建设中，中国纺织工业成功地担负起“保障和改善全国近十四亿人口衣被消费”的重任，并将中国社会的衣被消费，提升到与欧洲一些发达国家比肩的水平。由此，纺织工业在中国社会“全面小康”建设中的主力军作用，实实在在，再也清楚不过了。

——摘自原国家纺织工业部离休老干部陈义方同志《中纺联纺织强国建设大讲堂第九讲——纺织大国崛起历程》讲课稿



校企合作深入推进，为柯桥纺织行业健康发展注入活力。

## 校企合作 多方共赢 打造柯桥纺织业最优生态圈

本刊记者 王利

近年来，柯桥牢牢把握“绍兴大城市建设的排头兵、接轨沪杭都市圈的桥头堡”的战略定位，积极打造“5+3+4”现代产业体系，融杭步伐不断加快。在这样的背景下，柯桥纺织业坚持以供给侧结构性改革为主线，重抓产业提升，再造市场优势，全力推动经济高质量发展，而校企合作在其中发挥着不可替代的作用。



当前，柯桥正处在转型升级的关键期、创业创新的黄金期，对科技创新、人才培养等方面有极大的需求。特别是作为柯桥经济发展支柱性产业的纺织行业，随着转型升级的不断推进，整个行业以提升发展质量和效益为中心，对人才的需求极为迫切。

为牢固树立人才强企鲜明导向，打造纺织业最优生态圈，释放创新活力，再造市场优势，柯桥依托自身优势，不断推动校企合作深度融合。众所周知，校企合作不仅是把学校丰富的科技成果和优秀的人才资源转化为柯桥经济发展的优势，还能为企业创新发展和柯桥现代化建设提供强有力的智力支持，最终形成科技创新、技术成果转化、人才培育等工作良性循环，构建起企业、学校、学生三方共赢的人才培养模式，为柯桥纺织业高质量发展注入强劲动能。

### 全面合作 开启人才交替培养新模式

作为纺织行业电子商务平台“领头羊”，浙江中国轻纺城网络有限公司建立的全球纺织网、网上轻纺城集纺织行业资讯、贸易信息数据库、产品及企业大全、网上纺织品交易、公共信息化服务于一身，对于电商人才的培养及运用有着独特的模式。近年来，该公司不断加强周边高校的合作力度，以开放包容的胸襟为中国轻纺城培养电商人才，展现出厚重的社会责任感。

记者了解到，该公司去年与柯桥区职业教育中心签署全面校企合作协议，制定出携手共进的目标及规划。公司在该校设立了工作室，搭建高技能人才研修平台，公司 CEO 韩冲被聘为柯桥区职教中心发展顾问，而职教中心老师（柯桥区电子商务协会秘书长）金巨灿则被聘请为该公司顾问，为企业职工提供培训。

“我们与职教中心的合作方式非常多样，如开展现代学徒制，采用在校学习和企业实践教学相结合的方式，互设实训基地，为学生提供校内外技能提升的机会；建立企业干部职工和学校教师双向培训制度，学校教师走进企业授课、参与实践，企业高管走进学校传授经验。”韩冲介绍道。

今年4月，该公司迎来了首批现代学徒制下的“徒弟”，10多名柯桥区职教中心2016级电商班学生走进全球纺织网，与员工结对成师徒，学习电商实战经验。结对的师徒们在公司开展了为期十余天的一对一教学实践，内容涉及客户服务、网站运营、移动端运营、市场推广、行政人事管理等多个方面。

韩冲介绍，公司除了与职教中心有着密切合作，也与越秀外国语学院保持着项目制合作，同时还加入工业职业技术学院培训企业联盟等。他表示，未来会把与职教中心合作的模式向更多院校推行，加强校企间人才培养与交流，让更多学生到企业见习成长，为柯桥及周边纺织企业源源不断地输送“纺织+电商”复合型人才，为纺织行业转型升级尽绵薄之力。

### 深度融合 促进企业高质量发展

当下，“科技、时尚、绿色”已成为纺织行业新的标签与定位，而要朝这一方向努力迈进，人才是关键。校企合作实现了学校与企业信息、资源共享，让学校师生的最新理论与企业实践有机结合，让企业的设备、技术实现优势互补。对纺织企业而言，不仅节约了大量成本，还能保持与时俱进的蓬勃生机。

浙江红绿蓝纺织印染有限公司作为“国家数码印花产品开发基地”，集多项印染行业先进成果和各类行业奖项于一身，2017年单是出口额便超一亿美元，在柯桥纺织行业的知名度和影响力有目共睹。公司副总经理黄新明坦言，取得这样的成绩与公司合作共赢、重视人才、强化社会责任的文化理念分不开，校企合作便是推动公司研发创新的重要动能。

推出“九分色”网印数码印花技术、攻克“阿拉伯黑”的染色难题，这两项先进成果先后获得中国纺织工业联合会科学技术奖二等奖，不仅推动红绿蓝的印

染水平再上新台阶，也为整个行业的创新发展增添了助力。值得一提的是，这两个项目都是红绿蓝与绍兴文理学院纺织服装学院合作的成果。

“‘九分色’数码印花技术是将色浆调制制成九种颜色，印花产品上的各种颜色都可由这九种颜色混合而成，既避免了传统的印花技术多次污染和原料浪费的问题，又保持了传统印花的饱和度和渗透度及色牢度。而‘特黑’技术，使公司能够生产出L值小于10的‘阿拉伯黑’染色面料，打破了国外企业对此类产品的技术垄断。”黄新明说道。

其实，红绿蓝的校企合作远不止于工艺项目，该公司冠名赞助的“红绿蓝杯”中国高校纺织品设计大赛已连续举办九届，面向全国纺织高校学生征集作品参赛，对获奖作品的设计者和优秀指导教师给予奖励，旨在打造中国纺织品设计开发教学与学术交流平台，展示中国纺织高等教育本科教学成果和课程设计、毕业设计等相关实践环节教学水平，提升中国纺织品设计与新产品开发水平，发掘和推荐优秀纺织品设计开发人才，促进中国纺织高等教育与纺织生产贸易企业的产、学、研密切合作。

此外，红绿蓝每年都会给本地及周边高校学生提供实习岗位，帮助学生们提前适应社会。黄新明表示，未来红绿蓝还将继续冠名赞助“红绿蓝杯”，同时加强与绍兴文理学院等高校的合作，强化社会责任，推动校企深度融合，让红绿蓝在高质量发展道路上的步伐更加稳健。

### 携手共进 助推教育行业永葆活力

对于学校而言，校企合作无疑为教育行业发展带来了一片春天，有利于了解企业反馈与需要，结合市场导向，有针对性地培养人才。同时，企业出资设立的一些科研项目，让学生参与其中，更能培养学生的创新思维、研发能力。

浙江工业大学之江学院作为柯桥本地院校，与当地纺织企业、协会等合作甚多，并成立了纺织环保工艺研发中心、浙港创新时装研发中心、iDesign色彩研究中心等，专门对接与当地纺织企业的合作，为企业提供工艺技术及原创设计，也让学生在校内就能得到社会锻炼，真正实现产教融合。如中国轻纺城跨境电商产业、中国轻纺城转移印花协会、布婷纺织、飞达印花科技等均是他们的长期合作伙伴。

之江学院设计学院副院长郑德均对校企合作感触颇深。“学校经常会举办各类专场对接会、研讨会，邀请知名教授、品牌时装设计师、成功企业家等为学生授课，同时从大二开始鼓励学生走进企业，多措并举，使学生更加明确未来方向。”而作为iDesign色彩研究中心主任，郑德均除了组织本校学生融入校企合作科研项目，还会为其它高校学生提供实习机会，为教育行业发展奉献力量。

柯桥区职教中心的学生沈园，主修纺织技术与营销专业，她将于明年毕业，目前在iDesign色彩研究中心实习。“之所以能够静下心来工作，主要得益于我曾经通过校企合作参加过纺织企业集训，切身体验到严格的生产纪律、一丝不苟的技术要求，学习到了认真负责的工作态度；另外，能在iDesign色彩研究中心实习，于我而言是难得的机会，不仅可以学到很多纺织相关知识，使理论与实践结合，还能从郑老师身上学到刻苦钻研的学者精神，为以后正式工作打下坚实基础。”沈园说道。

设立基地、学徒制、项目合作、订单培养……越来越多的合作方式链接起了产业与院校，而正是这些实力企业与智慧校园的强强联合，才让柯桥纺织业不断掀开新篇章，同时也推动着纺织行业的科技、时尚、绿色发展不断向前。TA

### 后记

“又是一年毕业季，几多欢喜几多愁。”当一部分学生还在彷徨时，另一部分人已经找到工作，并很快融入岗位。在采访中，很多纺织相关企业负责人均表示，更愿意优先招聘通过校企合作平台培养的大学生，他们在校期间与企业的实习互动经历，比起一般渠道招聘的大学生更为目标明确、心境成熟。

因此，与其心浮气躁，不如练好“内功”，大学生在校期间一定要树立正确价值观、明白自身优势，积极参与各类实践活动，与时俱进，让青春不留遗憾。



纺城有家  
共铸梦想

欢迎关注“纺城有家”官方微信平台，您将获取柯桥中国轻纺城更多资讯。

# 逆势增长，柯桥时尚创意产业蓬勃向上

## 中国·柯桥时尚指数 2018 第一季度分析报告发布

绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会 / 供稿

2018 年第一季度，受到季节性波动因素影响，柯桥时尚指数下跌至 129.13 点，环比下跌 13.26%；但是，在剔除季节性影响因素后，与 2017 年第一季度相比，今年第一季度的柯桥时尚指数同比大涨 12.05%。这表明，总体上，柯桥时尚纺织业的发展情况依旧良好。

中国·柯桥时尚指数走势



### 时尚创意指数逆势增长

时尚创意指数通过新花型推出数、时尚设计人才数、创意产品成交数量和创意产业数量的综合加权得到，让人客观直观地了解柯桥时尚纺织业的创意企业发展现状。

2018 年第一季度，柯桥时尚创意指数突破一季度周期性下跌的魔咒，逆势上涨，报收于 136.89 点，较上季度环比微涨约 0.61%。与 2017 年第一季度相比，同比大涨 21.83 个百分点，涨幅为 18.98%。这表明，柯桥时尚纺织业的创意企业正在蓬勃发展，态势良好。

时尚创意指数走势



### 新花型推出数指数再创新高

2018 年第一季度，“新花型推出数”指数再创历史新高，报收于 174.91 点，较上一季度环比上涨 13.49%；与 2017 年第一季度相比，同比暴涨 47.31 个百分点，涨幅高达 37.08%。这表明，广大创意企业的研发热情正在不断被激发，柯桥时尚纺织业的创意企业活力不减。同时，“新花型推出数”指数对时尚创意总指数上涨的贡献率也高达 60.92%，是推动总指数逆势上涨的主要因素。

新花型推出数指数走势



### 1. 时尚设计人才指数稳步上涨

“时尚人才数”指数今年年初继续保持良好的上升势头。2018 年第一季度的“时尚人才数”指数增长为 119.59 点，环比上涨 2.33 个百分点。与 2017 年同期相比，柯桥区新增时尚设计从业人员 229 人，“时尚人才数”指数同比上涨 5.69%。这表明，柯桥时尚纺织业的就业氛围良好，可以源源不断地吸引时尚人才加入。

### 2. 创意产品成交指数止跌回暖

“创意产品成交”指数在 2018 年第一季度终止了 4 连跌的颓势，小幅回涨 2.16 个百分点，报收于 106.03 点，环比上涨 2.07%。这预示着，创意产品销售的周期性调整可能即将结束，“寒冬”即将过去，“春天”即将到来。但是，与 2017 年第一季度相比，“创意产品成交”指数仍同比下跌约 8.55%，说明创意产品市场目前还处于不温不火的状态。

创意产品成交数指数走势



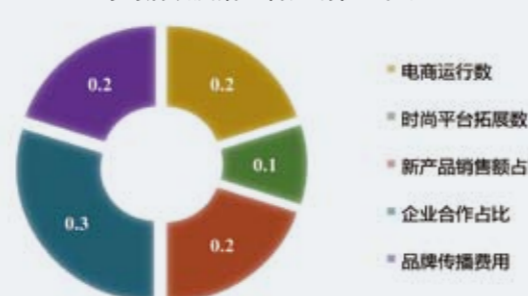
### 3. 创意企业数量指数高位回调

2018 年第一季度，“创意企业数量”指数回落到 130.96 点，环比下降 13.82%；但与历史数据相比，“创意企业数量”指数仍属于高位运行，较 2017 年第一季度同比大涨约 26.15%。细节方面，由于入驻柯桥区的创意企业数量持续增加，使得“入驻创意园企业数”指数持续走高，上涨到了 161.91 点，环比增长 11.98 个百分点，同比大涨 34.56%；而新引入企业的速度较上一季度却有所放缓，使得“引进创意园企业数”分类指数下跌到了 100.00 点，环比大跌 35.05%，这是拖累“创意企业数量”指数回落的主要原因。但是，与去年同期相比，“引进创意园企业数”分类指数仍同比增长 12.70 个百分点，说明创意企业的总体引入情况依旧良好。

### 时尚活跃度指数同比显著上涨

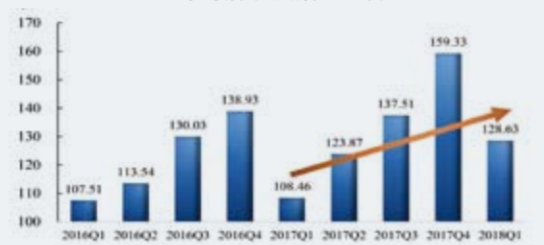
时尚活跃度是维持一个区域时尚生命力与产品创新力的基础，时尚活跃度指数专注于品牌的市场表现，从新产品销售额占比、时尚平台拓展数、品牌的传播费用、电商运行数和企业合作占比这五个维度，反映柯桥纺织时尚行业在创建企业品牌、创新运行模式等方面的创造能力和创意思维活跃程度。

时尚活跃度指数各类别权重占比



2018 年第一季度，柯桥时尚活跃度指数受到季节性因素影响，收报于 128.63 点，环比下跌 19.27%；但是，与去年同期相比，柯桥时尚活跃度指数仍大涨 20.17 个百分点，涨幅高达 18.60%，涨势显著。这表明，排除季节性影响因素后，柯桥纺织时尚行业的活跃程度正在稳步上升，时尚企业的市场活力正在不断被激发。

时尚活跃度指数走势



### 1. 新产品销售额占比波动上涨

“新产品销售额占比”指数展现了柯桥纺织产品的创新研发力度，是反映柯桥时尚活跃度的关键指标。2018 年第一季度，“新产品销售额占比”指数上升为 115.20 点，环比上涨 6.07%，同比大涨 14.70 个百分点，涨势喜人。根据现有指数数据的拟合结果显示，“新产品销售额占比”指数在经历一个波峰和一个波谷之后，正处在强势上升的阶段。这表明，随着柯桥时尚纺织业研发力度的不断加大，研发出来的时尚新产品正越来越受到市场的欢迎。

新产品销售额占比指数变化及其趋势



### 2. 时尚平台拓展指数走势平稳

“时尚平台拓展”指数 2018 年第一季度收报于 104.29 点，环比微跌 1.90 个百分点，较去年一季度同比微涨 1.39%。在过去一年中，“时尚平台拓展”指数全年波动不超过 5 个百分点，走势日趋平稳。这表明，柯桥纺织时尚业的产业链和产业生态系统已经趋于完善，实现“时尚柯桥、印象柯桥、幸福柯桥”的宏伟蓝图已指日可待。

### 3. 品牌传播费用指数回归均线

品牌传播是企业打响知名度，塑造品牌价值的主要途径。“品牌传播费用”指数用于反映企业打造品牌的力度，是柯桥时尚活跃度指数的有机组成部分。2018 年第一季度，“品牌传播费用”指数降低为 124.46 点，环比下跌 18.00%，同比上涨 16.21 个百分点，与历史平均水平 126.41 点相近。由于一季度没有大型的展览会或相关活动，所以企业的品牌宣传费用在一季度已经回归正常水平。

### 4. 电商运行指数周期下跌调整

“电商运行数”指数的走势呈现明显的周期性特点：每年一季度是新周期的开始；四季度是一个周期的结束；在每个周期中，都是低开高走的趋势。2016 年一季度到四季度是指数运行的第一个周期，指数从 100.66 点发展到 214.68 点，涨幅高达 113.27%；2017 年一季度是第二个周期的开始，所以指数先下

跌调整到了 122.53 点，环比减少 42.93%；随后，在 2017 年四季度，周期结束时，大幅上涨到 319.10 点，涨幅为 160.43%。

2018 年一季度，指数又进入新一轮的周期，所以“电商运行数”指数又进行了回调，报收于 190.04 点，环比减少 40.44%。与前两年相比，今年指数的周期性起点更高（较去年同比增长 55.10%），这将进一步推动指数值的上涨。根据历史数据预测，今年四季度指数值将涨到 400 点以上。这些迹象表明，柯桥的电商产业正在迅速成长，正在成为柯桥经济转型的新引擎和时尚柯桥的新业态。

电商运行指数及其分类指数走势对比



从细分指标指数来看，“电商企业数”指数稳步上升，2018 年第一季度增长到 116.54 点，环比微涨 0.60%，同比上涨 3.88 个百分点；“电商销售额”指数也出现周期性调整，2018 年第一季度下跌为 255.22 点，环比下降 48.89%，是造成“电商运行数”指数周期性回调的主要原因。

### 5. 企业合作占比指数小幅下跌

“企业合作占比”指数包含两个分类指标指数（即“品牌产品销售量占比”指数和“品牌企业占比”指数），用于反映品牌企业对柯桥时尚纺织产品的认可程度。2018 年第一季度，“企业合作占比”指数报收于 107.53 点，环比微跌 1.67%；“品牌产品销售量占比”指数下跌于 109.84 点，环比下降 1.90 个百分点；“品牌企业占比”指数微跌于 104.59 点，环比减少 1.64%。“品牌产品销售量占比”指数和“品牌企业占比”指数的双双下跌，导致了“企业合作占比”指数最终的小幅下跌。但和去年同期相比，“企业合作占比”指数仍小幅上涨（约 1.07%）。这表明，总体而言，柯桥时尚产品仍在不断被认可。

### 时尚推广度指数周期性下跌

柯桥时尚推广度指数从国际交流合作、企业参展情况、外商驻点情况等方面反映柯桥政府和企业对时尚产业的推广力度。

2018 年第一季度，柯桥时尚推广度指数延续每年一季度下跌的历史趋势，周期性下跌为 126.49 点，环比下降 19.09%；但是，与去年同期相比，柯桥时尚推广度指数仍同比上涨 17.22 个百分点。这表明，总体而言，柯桥政府和企业对时尚产业的推广力度仍在不断加大。

### 1. 国际交流合作指数震荡加剧

“国际交流合作次数”指数自 2017 年第一季度以来，震荡幅度显著加大。2016 年，指数的上下震荡幅度为 33.33%；而到了 2017 年，指数的震荡幅度加剧到了 66.67%。2018 年第一季度，指数处在指数震荡下行的末期，报收于 116.67 点，环比下降 30.00%，同比上涨 16.67 个百分点，表明柯桥时尚纺织业的对外交流活跃度中有升，国际交流合作仍十分紧密。

国际交流合作次数指数走势



### 2. 外商驻点指数高位小幅调整

“外商驻点数量变化”指数通过办事处个数、注册公司数、人次等指标反映柯桥时尚市场的外商入驻情况。2018 年第一季度，该指数值为 149.13 点，环比下跌 9.65%，但同比大涨 36.11 个百分点。但与历史数据相比，今年一季度的“外商驻点数量变化”指数仍处高位，超过平均水平 25% 以上。这表明，外商仍比较青睐柯桥的时尚市场，这也为柯桥时尚的进一步国际化奠定了良好的基础。

从细分指标指数来看，“办事处个数”指数稳步上升，2018 年第一季度增长到 117.26 点，环比微涨 0.40 个百分点，同比上涨 2.07%；“注册公司数”指数增长较快，报收于 141.67 点，环比上升 1.85 个百分点，同比大涨 15.91%；外籍人口入境“人次”指数有所回落，下跌至 182.78 点，同比下降 21.79%，是影响“外商驻点数量变化”指数小幅调整的主要原因。

### 3. 企业参展次数指数周期下行

“企业参展次数”指数由“本地参展次数”指数和“外出参展次数”指数组成，反映了企业对外宣传推广的主观能动性，是柯桥时尚推广度指数的重要组成部分。“企业参展次数”指数的周期性变化显著，2018 年第一季度周期性下行至 125.00 点，较上一季度环比下降 11.76%，但较去年同期同比上涨 7.14%。这表明，企业对外宣传推广的意愿在一定程度上还是提升了。

细分指标指数方面，虽然“本地参展次数”指数和“外出参展次数”指数均出现了不同程度的下跌，但由于“外出参展次数”指数的跌幅更大，使得“本地参展次数”指数首次超过“外出参展次数”指数，两者分别报收于 133.33 点和 116.67 点。

### 时尚评价指数季节性回落

柯桥时尚评价指数是通过问卷调查的方式向有代表性的一定数量商户、企业营销经理人和业内专家进行调查，通过编制评价打分表，从柯桥纺织品的受欢迎程度、流行度、时尚度、创意度、时尚引领度、软实力提升方式的变化情况、区域品牌对外宣传情况等多个方面来综合评价柯桥纺织业和纺织品的时尚度。

时尚评价指数走势



2018 年第一季度，柯桥时尚评价指数受到季节性因素影响，回落到了 115.28 点，较上一季度环比下跌 13.73%，较去年同期下跌 25.20%。虽然时尚评价指数自 2017 年以来便持续下降，但仍高于基点 100.00 点，说明业内各界对柯桥纺织业和纺织品的时尚度总体还比较满意。TA



此次布商大会力争为纺织行业搭建一个“打通上下游、连接产业链”的全新交流平台。

# 精英集聚绸都，共鉴产业未来

## 2018 中国（盛泽）布商大会精彩落幕

通讯员 范明娟

汇聚行业热点问题，探讨盛泽纺织未来，2018 中国（盛泽）布商大会呈现了聚酯涤纶——长丝织造高峰论坛、新技术·新趋势——纺织品前沿技术研讨会、产业链上下游对接会等众多精彩内容，点明了行业“从速度到温度”的转变趋势。



张建华

近日，又一全国性的纺织盛会发轫于绸都盛泽。5月30~31日，2018 中国（盛泽）布商大会在盛泽东方纺织城举行。来自国内纺织产业上下游的行业专家、高校学者、知名纺企负责人等数百人聚集于此，共襄盛举，详细剖析纺织市场宏观及细微变化，并深入探究目前市场焦点问题，共谋纺织产业发展与变革之路。

### 产业风向在变，盛泽纺织也要变

此次布商大会由盛泽镇人民政府与中国东方丝绸市场管委会主办，中国绸都网承办，以“链接产业链、共创新时代”为主题，“聚新、聚焦、聚智、聚财”，力争为纺织行业搭建一个“打通上下游、连接产业链”的全新交流平台。

吴江高新区管委会副主任、盛泽镇党委副书记、中国东方丝绸市场管委会主任张建华，中国东方丝绸市场管理办公室主任胡伟彪，中国东方丝绸市场管理办公室副主任陆子平等领导，以及碧辟（中国）、恒力集团、盛虹集团、鹰翔集团、新民化纤、福华织造、新风鸣集团、桐昆集团、华峰集团、晓星氨纶、震纶棉纺、远大集团等 200 多家纺织产业上下游企业及期货公司代表到场参会。

张建华在致辞中表示，当前盛泽纺织产业正在以“绿色环保、时尚创新、云领未来”为目标，积极打造可持续发展的纺织产业，加快促进纺织产业结构调整，推动盛泽纺织产业提档升级，树立领衔高端的行业地位。希望与会纺织企业率先垂范，树立新发展理念，坚持创新驱动，培育新动能、挖掘增长新空间，坚定不移加快高质量发展，盛泽纺织产业集群也将与各方一起为纺织服装产业的可持续发展贡献自己的力量。

他指出，虽然目前的市场整体环境利好，但应该看到新常态下的纺织行业发展环境正在发生深刻变化，不仅产业“环境”变了，产业的“风向”也变了。站上“千亿产业”的新起点后，盛泽纺织企业必须由高速增长阶段转向高质量发展阶段。

### 共话长丝织造现状与未来

随后，布商大会的第一场活动“聚酯涤纶——长丝织造高峰论坛”正式开始，来自宏观经济、聚酯原料、长丝织造及面料营销等方面的大咖们，从不同角度解读了纺织市场的现状及未来发展趋势，阐释了行业“从速度到温度”的转变，为大家带来了一场智慧的碰撞与思想的盛宴。

场智慧的碰撞与思想的盛宴。

其中，天祥集团中国市场事业部总经理、东华大学研究生导师王建平在题为《宏观经济环境与中国纺织业现状及发展趋势》的演讲中提出，在当前形势下，中国传统的经济增长方式面临挑战，要加快技术创新的步伐来为经济增长方式的改变提供足够的支撑。

内需和外贸市场同步有回暖迹象，纺织整个产业链也全面偏暖，在会上，弘则经济研究所首席分析师戚明之作了题为《新供需格局下 PTA 及聚酯市场行情将如何演变？》的演讲，他表示，从统计学以及领先指标观察，未来一至两个季度有可能进入国外纺织品去成品库存的周期。

今年以来，织造及聚酯目前运行情况仍然良好，库存压力不大，开工率仍然维持在历史高点，但下半年有见顶的可能。对于下游织造市场后半年的走势，中国绸都网副总经理沈剑在《“烂布”还会有春天吗？》的演讲中指出，下半年预计将有 12 万台喷水织机新产能投入市场，市场或将面临产能过剩的局面，但是环保整顿仍在持续，外地织厂日子也不“如意”，织造市场的幸福或许是短暂的。

苏州鸣珮新材料总经理刘宁在《针织行业发展现状及前景分析》的演讲中表示，针织纺织品服装出口远高于进口，顺差明显，表明我国针织品在国际市场上竞争力较强，但是随着企业人工成本提高，原材料价格上涨，针织行业正面临着日益严峻的市场竞争环境。要解决这些问题，企业必须加快信息化建设，引进先进的生产管理理念和方法。

而随着消费升级和 90 后群体成为市场消费主力，消费理念在改变，对传统纺织行业的要求也在改变，所以新形势下，传统专业市场转型势在必行。在会上，上海工程技术大学服装学院硕士研究生导师、吴江盛伟紫荆花纺织有限公司董事长周建春在《盛泽纺织市场现状及交易模式发展趋势思考》的演讲中结合实际案例指出，新形势下，市场真正需要的是质量稳定的现货面料供应商。对于服装厂而言，需要寻找靠谱的现货面料供应商，对于面料商而言，如何将面料以现货的形式快速卖出是挑战最大的问题，也是面料企业需要解决的根本问题。

### 产业绽放新活力

“纺织名城”不仅在于企业之多，产量之大，产业之集聚，更关乎产业话语之权重，领产业科技之风口，执产品集散之牛耳。早在 10 年前，“盛泽指数”就作为我国首个丝绸化纤指数对外发布，被称为世界纺织行业“晴雨表”，越来越受到行业的重视，同时也为企业的经营决策提供了重要参考。

为了表彰多年来一直默默付出、积极配合指数工作的企业，大会还举行了“中国盛泽丝绸化纤指数优质采价单位”授牌仪式，吴江市文教牛津布厂、嘉兴市新业达织造有限公司等 20 家优秀的样本企业被授予“中国盛泽丝绸化纤指数优质采价单位”荣誉称号。

近年来，盛泽更是通过拥抱新技术、新理念，让纺织等传统制造业“老树发新芽”，绽放新活力，“互联网+纺织”成为



牵引产业转型升级的新动力。在大会上，中国绸都网与 50 家本地优秀企业达成了战略合作供应链联盟。

### 看清未来，才能赢得未来

31 日的布商大会上，第二场主题活动“新技术·新趋势”——纺织品前沿技术研讨会继续呈现了 6 场大咖带来的市场深度分析，此外还有在现场全天举行的产业链上下游对接会，丰富着大会内涵。

在题为《环保型、功能性针织面料的开发暨世界针织面料发展新趋势》的演讲中，卡尔迈耶研究部项目经理唐文明首先介绍了当前经编纺织品的发展新方向。他表示，目前针织行业在纺织产业中的发展势头显而易见，针织具有能耗低、产量大、消耗原料多等特点，正符合了国家绿色可持续发展的大趋势，在纺织行业提档升级的关键时刻，针织产业尤其是高档经编产业拥有较大发展空间。

东华大学纺织工程学科教授、研究生导师李毓陵在《户外、功能面料的开发和市场开拓》的主题演讲中指出，国内呈现原料充足、生产高效、市场需求相对不足的总体情况，消费者已经开始了第三次消费升级。随后，李毓陵讲述了纺织市场新常态下企业的发展道路，从节能、减耗、增效等方面分析如何稳定现有市场份额，再从流行趋势、领域规划等方面阐述了如何扩展未来市场份额，受到了与会企业的一致好评。

在会上，东华大学材料科学与工程学院副研究员、博士生导师陈龙发表了题为《化学纤维的研发现状及发展趋势》的演讲。他从德国、美国、日本等国角度分析了全球纤维材料发展战略，也向与会听众介绍了化纤“十三五”规划 4 大重大工程，强调如今纤维的成分由单一向复合发展、简单向多重构筑方向发展。

随着生活水平与消费理念的提高，资源节约、环境友好型的产品越来越受到消费者的青睐，在主题为《环保督察对纺织业的影响分析及法律法规简析》的演讲中，天祥集团绿色环境部资深环保顾问仇彬鸿说道，节约低碳、绿色环保已经成为消费者购买产品时的考虑因素之一，如何才能提升纺织品的环境价值成为众多纺织企业关注的焦点。

要做到环保生产就要了解国家现行环保要求，苏州中纺联检验技术服务有限公司副总经理王楷艳带来了《您不得不了解的纺织品国家强制性标准》精彩分享。王楷艳表示，GB 18401-2010 标准适用于在我国境内生产、销售的服用、装饰用和家用纺织产品；GB 31701-2015《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》适用于在我国境内销售的婴幼儿及儿童纺织产品，其中产品又分为婴幼儿纺织产品、直接接触皮肤的纺织产品、非直接接触皮肤的纺织产品等。

最后，中国纺织信息中心流行趋势部高级研究员曹潇文带来了《2019/2020 女装面料流行预测及产品开发方向》。曹潇文表示，如今进入时尚生活方式的时代，品牌正在试图包揽生活的全部，消费者的焦点不再是单一的产品，而是从实用性转向情感效应，关注健康生活，因此面料趋向于舒适、高弹、哑光或者微光质感，丝绒、亚麻、针织等都有着诱人的需求量。

而同期举行的产业链上下游对接会也吸引了众多参与者的目光，除了思想交流外，布商大会也为与会者带来了切实的产品交流机会。TA



大会阐释了行业“从速度到温度”的转变，为大家带来了一场智慧的碰撞与思想的盛宴。

丝绸  
古镇

纺织  
名城

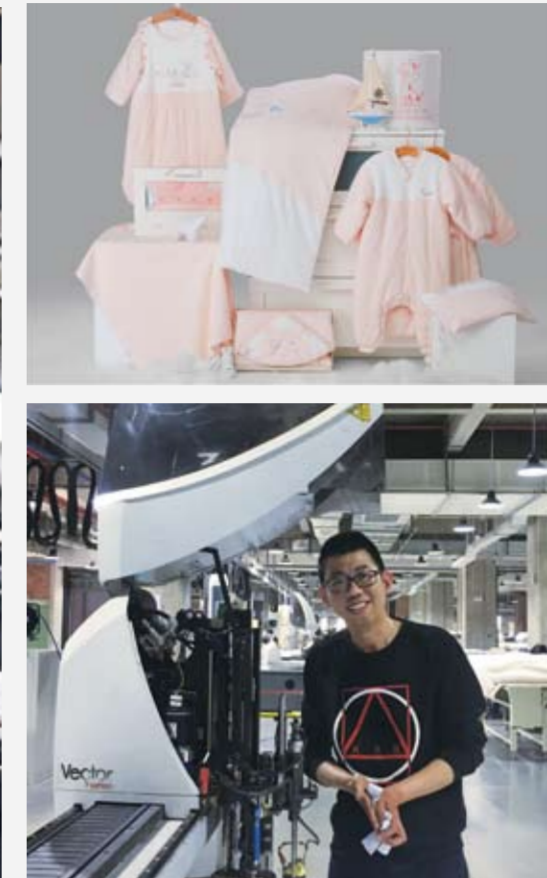
面料  
之都



童泰产业园内标志性建筑“童泰方舟计划”。



力克自动化裁剪设备。



常伟

## 关于力克

力克致力于拥有前瞻思维的时尚服装、汽车内饰和家具公司开发他们所需的领先技术。通过推动这些行业的数字化转型，力克从设计到生产全方位地赋能品牌商和制造商，助力他们在市场中稳操胜券。力克成立于1973年，如今在全球共有32家子公司，为世界100多个国家的客户服务。力克拥有1650多名员工，2017年营业收入为3.13亿美元。公司的股票在泛欧证交所上市交易。

欲了解更多信息，请关注力克公司官方微信：Lectra 力克，或访问网站 <http://www.lectra.cn>

# LECTRA

工业智能 启赋智造未来

## 瞄准蓝海市场，这艘“童泰之舟”不简单

本刊记者 \_ 李江敏



李江敏

二孩政策的放开、儿童数量的增长、消费理念的升级以及婴幼儿童装价格的上涨正带动着童装市场的扩容，因此，童装市场被誉为服装产业的最后一块蓝海。在这片“茫茫大海”中，有赚得“盆满钵满”的企业，也有昙花一现形同“鸡肋”的企业。而对于一个已耕耘30余载的婴幼儿服装企业来说，不管外面风浪有多大，童泰都只认真做好属于自己的那份坚守。

### 探索、创新、坚持的品牌之路

童泰婴幼儿服饰有限公司自1986年创立以来，一直以“关心孩子，创造未来”为经营理念，以“真诚与爱”为核心文化，始终专注于婴童行业。公司占地400多亩，建筑面积达35万平方米，注册资金2亿2660万，拥有员工5300多名，年生产服装3000多万件套，包含服饰鞋帽、哺乳、洗护、纸尿裤等四大系列2700多个品种，年产值达6亿元以上。

当记者走入童泰产业园内，最先映入眼帘的就是标志性建筑“童泰方舟计划”，因其顶部设计为船体造型，故此命名。据了解，“童泰方舟计划”借鉴于《创世纪》中承载人类文明延续的“诺亚方舟”故事。据童泰婴幼儿服饰有限公司总经理李双锐介绍，此建筑不仅在造型上追求一种独特的艺术美，在内涵上更寓意着童泰对希望、生命、美好和博爱的追求。

童泰产业园内环境洁净优雅，布局大方得体。所有建筑清一色红砖灰缝，给人以古朴自然之感。全厂动力设备燃料采用管道式天然气，绿色环保。厂区内建有童泰花园，山植树、鲜花与护厂小渠的流水翠竹遥相呼应，形成了一座美丽的花园式企业。童泰婴幼儿服饰有限公司董事长耿华彬也常同员工们说，如果每个人是美的，那么社会就是美的；如果每个建筑是美的，那么城市就是美的，童泰方舟诠释的正是童泰的包容与爱。

童泰拥有遍布全国的销售网络，并在马来西亚建立了覆盖东南亚的销售中心。企业通过了ISO9001质量管理体系认证和ISO14001环境管理体系认证，产品先后荣获“大连国际服装节金奖”、“河北省名牌产品”、“河北省著名商标”等荣誉称号。“我们做童装，安全是基础，为了孩子能穿得放心，公司建立了完善的研发团队，并在意大利米兰、日本东京、法国巴黎建立

了研发中心，意在为产品注入国际时尚元素。”李双锐说道。

此外，童泰致力于打造花园式绿色工厂，能源供应采用天然气和太阳能，并建有完善的污水处理系统，生活污水处理后用于冲刷、养鱼、浇花、景观绿化等，实现无污染、零排放，具备了对PH值、甲醛含量及色牢度等重要指标的检验能力，生产硬件达到国际领先水平。近年来，童泰对生产设备不断进行升级，拥有17万平米的生产车间和6万平米的物流中心及库房。其中，最引人注目的是引进了法国力克自动排版及裁剪系统设备。

### 力克助力智能化进程，赢得发展主动权

对于童泰如此浪漫、美好的一个婴幼儿服饰品牌来说，其走过的并非一条浪漫之路。“婴幼儿服饰不同于普通服装，面料精度要求更高。”李双锐说，对于像童泰这样正在寻求转型崛起的企业而言，生产环节必须要足够快速和灵活，才能保持低成本和质量标准。因此，在裁剪室里发生的一切将决定企业的盈亏。

力克结合服饰行业专业的知识、精益的方法和最先进的技术，帮助童泰精进裁剪环节。“力克的设备给我的感受有三点，一是质量好、耐用、噪音小、故障率低；二是裁剪速度快、精度高、省料；三是操作流程简单，和传统的手工操作对比，员工更省力、效率更高。”李双锐说，力克设备的引进帮助童泰解决了最基本也是最重要的效率问题和精度问题。

追溯起来，童泰与力克的第一次“邂逅”是在2006年初，童泰采购的第一台力克自动裁床，代表了童泰裁剪车间由传统手工模式向自动化裁剪模式的过渡，使得裁片的精准度和裁剪的速度得到很大的提升，也让童泰成为当地行业内第一家使用自动化裁剪设备的工厂。十余年间，随着业务的不断发展，童泰已陆续采购了十四台力克自动裁床。力克现场服务主管常伟说：“为童泰公司裁剪设备做服务以来，从安装、培训，到维护、修理，力克公司自始至终不放弃对每位客户的关心和关怀，能够及时地为客户解决生产中遇到的问题。”

李双锐也表示，之所以十余年间都选择力克的设备，正是基于对力克这种客户服务意识的认可。“我们认为，机器的维护和修理应该交给专业的人去做，这样公司才能更专注于生产等环节。我们自使用第一台力克的设备以来，就没有更换其他品牌的想法，并且始终使用力克的维护服务和原厂耗材。对童泰来说，我们信任原厂质量和力克的服务，最关键的是不能因小失大。”

据悉，童泰和力克还于2017年签订了一项新的服务合约——Power V3，这项合约的目的是让童泰降低设备的停机率和停机时间。据常伟介绍，以往很多客户会忽略对设备的日常维护和保养，但Power

V3合约对客户设备出现的故障和停机率做实时监控，在设备存在隐患时，机器会自动生成状态报告，并用书面或邮件的方式告知客户。设备需要维护时，力克服务上海热线中心会提前给客户工厂送出维护套装，并与客户沟通设备维护和套装更换的时间。降低客户设备停机率和停机时间是力克公司Power V3给客户带来的最大价值。

“童泰目前在硬件方面，包括厂房和设备，在这个领域里都是一流的。但在软件方面，特别是精益生产和数据化管理上，还需要与国际接轨，继续提升。从第一台自动裁床到今天的十四台，只是童泰迈向智能化所走的第一步，要想企业做得更好，必须要有智能化发展的布局，能与力克这样的一流企业合作，我对未来还是充满信心的。”李双锐说。

### 匠心前行，把未来装在心里

优秀的企业不仅拥有先进的技术、严格的生产工序、优秀的人才，更有完善的福利体系、健全的管理制度、丰富的企业文化。

在童泰方舟一楼大厅，有一面高35米、宽15米的中国北方最大的植物墙，这既是一道亮丽的风景，也是生产车间的天然氧吧。生产车间每层都设有两个共享空间，世界名曲循环播放，员工可以在这里欣赏山石、流水，也可以阅读、喝咖啡。童泰餐厅，装饰风格高雅，餐具款式简洁，食物丰富多样。此外，童泰的室内外游泳池、空中花园、健身房、电影院等服务设施也同时向员工开放。从幼儿园到高中的高标准童泰国际学校即将建成，规划中的“鼎泰书院”七座高档精美的住宅楼即将拔地而起，这些都代表着企业对员工无微不至的关怀。

在员工培育方面，童泰不仅注重对本土员工的培养，更从多方面吸纳高端人才，健全公司人才结构，包括管理、市场营销、技术等各个方面具有特殊技能的人。定期安排设计人员到广州、深圳、上海、香港等各大城市参加产品博览会，到意大利、法国、日本、韩国等国家进行市场考察，不断提升业务水平，以确保产品在市场上引领潮流。

在文化建设方面，公司建有完善的文化中心，购置了高标准的电影放映设备，定期播放世界级影片；公司亦有《童泰报》，报纸连载《细说老子》、《白话四书五经》、《图解圣经》等中西方文化内容；定期安排各种学习和培训活动，努力把中西方优秀文化渗透到企业员工的心灵之中。公司有很多元老级员工，自建厂之初到公司工作，一直到现在，任劳任怨、不离不弃，童泰的员工都说，是因为企业文化滋润了他们的心灵。

可以说，童泰不单单是一个企业，更像是一艘承载了所有人梦想种子的方舟，这艘“童泰之舟”需要每一个童泰人在自己的内心孵化、成型、打磨。至于未来，相信时间可以验证！



力克中国  
官方微信

# 2018 年一季度 长丝织造行业经济运行分析发布

中国长丝织造协会 \_ 常梦佳

“中国经济今年实现了良好开局。”英国路透社与美国彭博社的一致判断反映了海外媒体的心声。报道引用中国国家统计局公布的数据：今年一季度中国国内生产总值(GDP)同比增长6.8%，环比增长1.4%。英国BBC为中国经济增速点赞，称其“好于预期”，表现出这个世界第二大经济体的韧性。在美国高高举起的贸易战“大棒”之下，中国一季度经济数据让惴惴不安的世界安了心。外媒齐呼，贸易战难不倒中国。2018年一季度我国长丝织造行业具体分析如下：

## 一、生产稳步增长

据各集群地区统计，2018年1~3月，盛泽、龙湖、泗阳、平望、柯桥五地化纤长丝织造物产量累计为47.99亿米，同比增长1.97%。去年同期，以上五集群地区的化纤长丝织造物产量为46.98亿米，2018年一季度产量较去年同期增多1.01亿米。由于全行业正面临一次规模较大的产业转移，一些新建集群正在建设中，预计全年全行业产量将稳步增长。

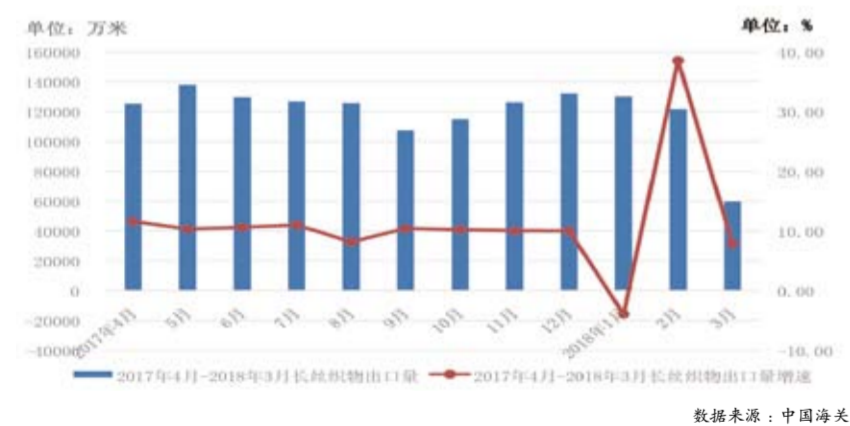
## 二、出口竞争依然激烈

由于全球经济弱势，国际市场需求不足、中国传统竞争优势进一步弱化、贸易摩擦有所加剧等因素导致国际贸易形势欠佳，但纺织品市场表现不错。2018年1~3月我国纺织品出口贸易额为272.06亿美元，同比增长11.03%。其中，纺织物累计出口额81.47亿美元，同比增长7.18%；实际出口数量65.87亿米，同比增长2.67%；出口平均价格为1.24美元/米，同比增长5.08%，呈现出量价齐增的状态，行业经济表现出巨大活力。

### (一) 长丝织造出口数量增长

据中国海关数据统计，2018年1~3月我国化纤长丝织造物累计出口31.12亿米，同比增长7.82%，增速较去年同期增长了13.08个百分点。

图1 2017年4月至2018年3月我国化纤长丝织造物出口量情况



### (二) 锦纶织物出口价格下跌

据中国海关数据统计，2018年1~3月，我国化纤长丝织造物出口平均价格为0.92美元/米，同比增长2.22%；其中涤纶长丝织造物出口价格为0.92美元/米，同比增长6.98%。锦纶长丝织造物出口价格下降幅度较大，同比下降12.78%。

### (三) 进口量降价增

据中国海关数据统计，2018年1~3月，我国纺织物累计进口6.96亿美元，同比增长4.74%，其中长丝织造物累计进口3.19亿美元，同比增长0.98%。锦纶长丝织造物累计进口1.02亿美元，同比增长1.43%；涤纶长丝织造物累计进口1.45亿美元，同比增长0.75%。长丝织造物进口平均价格为1.77美元/米，同比增长12.03%，较2017年3月进口平均价格提升了0.19美元/米。

### (四) 国际市场竞争激烈

2018年1~3月，我国化纤长丝织造物主要贸易地区表面稳定但实际暗流涌动。我国对缅甸出口长丝织造物数量同比增长69.3%，但价格出现少许下降；对尼日利亚

出口长丝织造物累计出口数量仅比去年同期增长5.05%；对巴西、印度尼西亚、孟加拉国以及阿联酋出口均为量价齐增，其中对巴西出口增幅最大，对巴西累计出口长丝织造物金额1.08亿美元，同比增长51.9%，累计出口数量1.43亿米，同比增长28.77%。

据美国商务部纺织服装办公室数据显示，2018年1~3月，美国从全球进口长丝织造物总金额同比下降0.67%，其中家用服饰类织造物同比下降9.89%，产业用类织造物同比增加2.16%。

从美国的家用服饰类织造物市场来看，2018年1~3月，美国从全球的进口量同比下降17.83%。其中，从中国的进口量同比下降17.84%，中国占据其市场份额61.95%，比2017年全年市场份额下降0.66个百分点。

2018年1~3月，美国从全球进口产业用类织造物数量同比下降4.41%，其中，从中国进口产业用类织造物同比增长11.06%，较2017年全年增速下降11.43个百分点，市场份额也从2017年全年的18.24%减少至2018年一季度的18.09%。

数据表明，我国在高附加值领域产品升级有所提高。据长丝织造行业2018年春季调查问卷显示，62.79%的企业工人工资较去年上涨10%，人工成本提升，再加上原料涨价，环保力度加大，染厂整改，导致印染成本增加，我国中低端产品的竞争优势提升空间已十分有限。

## 三、内销市场回暖

从东方丝绸市场的表现来看，2018年3月成为一个明显的转折点，经历了3月份的低迷，4月景气指数的恢复指明市场销售大幅回升，经历波动后市场信心重燃。2018年1~4月，我国化纤长丝面料价格指数呈现上扬状态，市场回暖。

根据长丝织造行业2018年春季调查问卷显示，分别有83.33%和94.29%的企业认为2018年原料价格和印染成本高于2017年，生产成本进一步提高，导致80%的企业认为产品价格会相应上涨。数据显示，休闲装面料、女装面料和羽绒服面料全年价格稳定，仿真丝面料和商务装面料在一段时间内表现不佳外，其余均处于较为稳定的价格高位。

此外，数据显示，2017年1月至2018年4月我国羽绒服面料、商务装面料以及仿真丝系列面料价格经历了较为明显的波动，2018年4月的价格基本达到近16个月的最高点。原料价格的上涨促使面料价格同步上涨，2017年企业库存基本完全消耗，再加之2017年的行业整改，低小散企业已经关停，新的集群地区还未完全建成，供给出现短暂时不足，预计2018年面料价格将继续呈现上涨态势。

## 四、原料价格稳步上涨

资料显示，布伦特原油价格从2017年6月50.96美元/桶的低价飙升至2018年4月的74.44美元/桶。原油价格的上涨为我国化纤长丝原料价格提供有力支撑，锦纶FDY价格上涨较为明显。此外，织造行情看涨也拉动化纤长丝价格进一步上涨。

## 五、行业经济向好

据国家统计局统计，2018年1~3月，我国规模以上化纤织造加工业主营业务收入累计为239.58亿元，同比增长11.82%，增速较去年同期提高了2.81个百分点；利润总额累计为7.24亿元，同比增长16.39%，增速较去年同期提高了6.48个百分点；利润率为3.02%，较去年同期下降了1.69个百分点。

2018年1~3月，我国化纤织造加工业三费增长率缓慢放缓，主营业务收入增速和利润总额增速虽然放缓幅度较大，但仍保持正增长，利润率较2017年有所下降，但较为稳定。

长丝织造行业2018年春季调查问卷结果显示，52.94%的企业认为2018年的国际市场与2017年持平，26.47%的企业认为好于2017年。58.33%的企业认为2018年我国国内市场将好于2017年，企业信心较高。预计2018年我国长丝织造行业会有较好的发展。TA

PARIS  
SEPT. 19 - 21 | 2018

NEW SHOW  
DAYS  
WEDNESDAY  
to FRIDAY

PREMIÈREVISION<sup>PV</sup>

CLOUD OF FASHION

品锐至尚



YARNS | FABRICS | LEATHER  
DESIGNS | ACCESSORIES | MANUFACTURING

PARC DES EXPOSITIONS, PARIS NORD VILLEPINTE

A°19 W°20



意大利“金剪刀”裁缝师大奖赛中国选拔赛复赛揭晓，更是一次中意技术、经验与精神的交流。（左图为10名决赛入围选手与领导嘉宾合影。）



# 10名决赛入围选手将代表中国赴意

## 意大利“金剪刀”裁缝师大奖赛中国选拔赛复赛揭晓

本刊记者\_董笑妍 文/摄

6月3日,为期三天的Forbici D'ORO意大利“金剪刀”裁缝师大奖赛中国选拔赛复赛在北京圆满结束,最终来自全国20个省市和地区的30名入围选手中,评选出了10名决赛入围选手。

不久后,这10名选手将赴意大利参加大奖赛决赛,并将获得由意大利国家裁缝师学会颁发的“一级裁缝师”荣誉证书,决赛总成绩排名第一的选手还将获得由意大利国家裁缝师学会颁发的“金剪刀”大奖。

### 国际裁缝界的“奥斯卡”奖

据悉,Forbici D'ORO意大利“金剪刀”裁缝师大奖赛,由有着400多年历史的意大利国家裁缝师学会于1953年创立,大赛以其专业高度和严苛的考评规则,发现和培养了众多享誉世界的著名裁缝师,在国际上享有裁缝界的“奥斯卡”之美誉。

本届Forbici D'ORO意大利“金剪刀”裁缝师大奖赛中国选拔赛由中国服装设计师协会、意大利国家裁缝师学会、北京莱德艺创国际文化发展有限公司联合主办,是本届大赛首次登陆中国,也开启了在意大利以外国家举办的先河,意义非凡。

复赛现场,意大利国家裁缝师学会秘书长Di Rienzo Sebastiano,意大利金剪刀裁缝师大奖赛组委会主任Raffaele Antonelli,意大利国家裁缝师学会顾问Daniele Piscioneri,中国服装设计师协会专职副主席杨健,中国服装设计师协会副主席、北京尼太格皮草时装有限公司董事长兼艺术总监张志峰,中国服装设计师协会技术委员会主任委员、东华大学博士生导师张文斌,中国服装设计师协会培训中心顾问乔宝琴;北京莱德艺创国际文化发展有限公司创始人刘欢欢,艺术总监、联合创始人宗蒙生等领导与嘉宾共同见证了决赛入围选手的诞生。

### 两国技艺文化的交流

6月1~3日,30名复赛入围选手齐聚北京,经过模特试衣、成衣修正、评委一对一面试、成衣走秀、综合评选等数个环节,过五关斩六将,角逐决赛名额。

### Forbici D'ORO 意大利“金剪刀”裁缝师大奖赛决赛入围选手名单

姓名	单位	职务
赵帅彬	个人工作室	技术总监
王 媛	陕西服装工程学院	教师
叶 艳	北京致尚时装有限公司	工艺师
邓 秀	上海鑫展实业有限公司	工艺师
常卫民	西藏职业技术学院	教师
龚志坤	威海裁缝服饰有限公司	技术总监
张金柱	北京金玉茉莉服饰有限公司	技术总监
毕锦培	成都卡尔洛服装有限公司	技术总监
王丽霞	邢台职业技术学院	教师
张春海	武汉设计工程学院	教师

(按参赛选手比赛号码排序)

在比赛过程中,选手们要运用传统手工艺完成一套男西装样板及成衣的制作,并由Di Rienzo Sebastiano、Raffaele Antonelli、Daniele Piscioneri、张文斌、宗蒙生等5位中意两国专家组成的复赛评审团,依据选手完成的样板及成衣效果,对其造型表现力、手工技艺、创造力、严谨性以及完成度等进行综合评判得出最后评分结果。

Di Rienzo Sebastiano一直以来对中国选手的技艺水平都给予了充分肯定:“在初评、复赛的长期接触中,中国裁缝师给我留下了非常深刻的印象,尤其是现在入围的30位选手的努力与匠心让我很感动。其实,中国选手的技术水平已经与世界比肩,在大赛过程中,他们收获更多的是视野与经验。意大利国家裁缝师学会在中国举行选拔赛,与其说是筛选不如说是来进行经验交流。”

“本届大奖赛中国选拔赛能在短短的时间内立项、号召到来自全国20个省市和地区的裁缝师精英,有赖于各主办单位以及全国裁缝界的支持与信任。”杨健表示,复赛的角逐并不是结果,而只是一个开始。“一方面,10位决赛入围选手即将代表中国赶赴意大利参加总决赛;另一方面,30位复赛选手都将是国际裁缝界的火种,希望大家把在大赛中学习到的技艺、经验与精神,带到日常企业工作、教学实践中。”

“用两年多的时间与意大利国家裁缝师学会进行磨合、协商,最终得以将大奖赛引入中国,是基于对产业的情怀,希望能尽自己的一份努力。”刘欢欢在接受

记者采访时表示,在与意大利国家裁缝师学会的交流过程中,她深刻地感受到了他们数百年来对裁缝事业抱有的爱与激情,正是这种内在精神动力让意大利服饰名扬天下,中国服装业在商业化快速发展的同时也应该抱持这种情怀。

### 在比赛中开拓视野、学习成长

“作为一项享誉国际的、专注于男士西装的大奖赛,其专业度与影响力非同一般。”张文斌表示,“意大利西装素以兼具精细工艺与时尚风格著称,本届大赛不仅考校了选手的缝制技艺,更是通过一对一面试等环节,考察了大家的综合素质、逻辑思维、理解能力和版型敏感度等。”

决赛入围选手西藏职业技术学院教师常卫民在赛后对记者说,自己曾参加过国内多项著名赛事,但本届大奖赛的专业性还是让他深深触动。

他表示:“大赛表面上强调的是缝制技艺,实际上考察的是工匠精神,在与各位意大利大师面对面交流的过程中,我潜移默化地学习到了很多,也希望自己在意大利参赛过程中,能吸收意大利的高定技术带回中国。”

决赛入围选手北京金玉茉莉服饰有限公司技术总监张金柱也表示,能将自己20多年来的职业积累在大赛中淋漓尽致地展现出来,并获得决赛资格,感到既惊喜又满意,非常感谢大赛主办方给予裁缝师们这样的机会,自己必将不负众望、竭尽全力。ITA

# 一切为了中国高定枝繁叶茂

## 亚洲高级定制公会落户中国

本刊记者\_李江敏

6月2日,亚洲高级定制公会(Asian Couture Federation,简称ACF)在北京市密云区古北水镇举行落户合作签约仪式,宣布正式进驻中国。此次活动由玫瑰坊、中海地产集团有限公司主办,密云区经济开发区协办。当天,由中国高定设计师郭培及日本国宝级高定设计师桂由美(YumiKatsura)所带来的动静态展演别开生面,艺惊四座。

高级定制历史可追溯到19世纪,已成为时尚行业内具有深厚文化底蕴和手工精神的独特产业。发展至今,在机器生产已得到全面普及的大环境下,高级定制仍致力于传统手工艺传承,成为传统工艺和现代创新结合的一门完美艺术,同时更带给顾客一种尊贵的服务体验。

### 走向世界舞台中央,开创高端精致时代

亚洲高级定制公会(ACF)成立于2013年,短短5年就成为亚洲乃至世界时尚界极具影响力的公会之一。本次落户合作签约仪式,标志着亚洲高级定制公会和中国之间将展开一系列积极合作,建立更加紧密的关系,并在世界舞台上,携手推动和培育顶尖高级定制和设计人才。本次签约同时旨在体现“北京2016-2030年总体规划”,将北京建设成为重要文化中心,充分运用中国悠久而璀璨的文化遗产,以此开创新的高端精致文化时代。

亚洲高级定制公会创始主席Frank Cintamani在致辞中表示,亚洲高级定制公会的宗旨是在国际舞台上,代表并积极推广亚洲最优秀的高级定制时装人才。中国在艺术创造方面有着崇高地位和悠久的历史,数千年来,凭借着在杰出工艺和创造上的良好口碑,为全球艺术创作发展做出巨大贡献。中国设计师郭培所展示的无与伦比的“极乐岛”系列就是中国艺术的最好呈现。本次合作备忘录的签署能得到地方政府的支持,也见证了亚洲高级定制公会的不断进步,为未来合作奠定了坚实的基础。

作为本次活动的东道主之一,北京市密云区区长潘临珠表示,密云区位于中国首都北京的东北部,境内有闻名海内外的司马台长城,有涵养首都生命之水的密云水库,生态环境无出其右,历史文化悠久丰厚。此次亚洲高级定制公会与密云的牵手,可谓是时尚与传统、经济与文化、创新与发展的融合。中国改革开放40年来,与国际的交流日益广泛、深入。ACF入驻密云,必将形成强有力的行业号召,让中国在传承历史文化中更好地融入时尚世界,形成专业引领、佳作辈出的创新氛围。此外,密云将会积极协助ACF构建中国时尚设计师与国际大师之间交流的桥梁,为他们提供一个充满创意与人类智慧的崭新空间,促进时尚、创造、销售、研发为一体的交流和分享。并将通过与ACF的密切合作,突出“文创、设计、时尚”的核心理念,服务北京“全国文化中心”功能,推动中国原创设计和时尚产业蓬勃发展。

作为亚洲高定文化的推动者,ACF一直致力于激励、支持并促进亚洲最高水平高级时装设计师走向世界。入驻密云后,计划陆续举办时装周、进行以时尚教育为核心的研讨等时尚与文化的分享,将高定背后的内涵和手工精神根植于这片土地,唤醒每个人心中的原创意识。



亚洲高级定制公会(ACF)落户中国合作签约仪式现场。

### 高定邂逅艺术灵感,优雅梦境即刻开启

此次,亚洲高级定制公会(ACF)的两位卓越高定设计师会员——巴黎高定公会唯一一位邀请的中国高定设计师郭培及日本极具标志性的国宝级高定设计师桂由美(YumiKatsura)莅临现场,诠释真正的高定精神。

作为亚洲高定设计领域的领军人物,郭培将她2018年最新发布的“极乐岛”系列在国内首次展出。展览现场犹如一个奇幻的艺术空间,带领观众穿越到一座如梦似幻的秘密岛屿。火焰百合、兰花等稀有名贵的繁花,附着着“根”蔓延伸展,悬浮在空中,在静谧的黑色空间中,与服装呼应,将不为人知的、却也是最纯粹的美好分享给每一个人。

据悉,该系列意在呈现郭培深藏于心底的乐园,她将自己的奇思妙想寄托于花朵之中,贯穿起整个系列,从剪裁到廓形、从配饰到刺绣蕴藏了十几种花的姿态。而新颖的面料和源于自然的材质也是本系列的一大亮点,华丽的刺绣与衰草相得益彰,精美的手工装缀点缀天然宝石和水晶,原始中透露出不经意的华美。

郭培在接受本刊记者采访时表示,高级定制是不断追求质的过程。服装的质是一种格调,如果一件衣服没有格调就失去了价值。高级定制必须别具格调,只有走在时尚最前沿,与国际发展同步,才能在众多成衣中脱颖而出。精益求精,才能打造专属个人的尊贵。“亚洲高级定制公会正式落户中国,不仅能够非常好地带动中国高级定制事业的发展,而且也为中国高级定制设计师走向国际提供了指引方向,更有利于向世界呈现更精彩的中国文化、设计和创造。”郭培说。

桂由美(YumiKatsura)则跨界见证了ACF这一历史时刻。62年来,她创造着婚纱领域的优雅与永恒,将日式花纹与和服的经典工艺友禅染(yuzen)、绞染(shibori)等融入时装,让她在世界高定领域中占据独特的位置。此次活动中,她带来了2018年在巴黎最新发布的“超越东西方”系列,成为全场焦点。该系列选择日本葛饰北斋、法国莫奈、梵高等人画作元素进行融合和创作,将浪花、樱花、富士山及相扑元素与礼服的面料、轮廓相呼应,让名画中所记录的经典美丽瞬间,以另一种姿态穿越到观众眼前。ITA



经过多年砥砺前行，宁波纺织展始终坚持共享共赢，凭借自己的特色优势，号召力不言而喻。

# 新定位 新高度 新篇章

## 2018 宁波国际纺织面料辅料纱线制衣工业展举行

本刊记者 赵国玲 文 / 摄

作为一个具有创新精神和行业责任感的专业展会，宁波纺织展已成为众多企业了解行业动态、展示最新产品、获取创新灵感、寻求商贸对接的有效平台。

悉数春夏秋冬，就属五月最美。五月的宁波温和而不平淡，热烈而不拘束。近日，由宁波市服装协会、宁波东博展览有限公司共同举办，众多知名行业协会及媒体支持的 2018 第十六届宁波国际纺织面料辅料纱线制衣工业展（以下简称“宁波纺织展”）在宁波国际会展中心举行。

### 展会全新定位 成绩再创新高

宁波作为长三角南翼的经济中心和制造业中心，服装纺织产业源远流长，基础雄厚，商贸交流活跃，市场机遇众多。为更好地发挥宁波产业基础及地域优势，更好地为纺织服装行业精英创造价值，本届展会主办方将“科技、时尚、绿色”作为全新定位，旨在助推纺织产业升级，促进行业高质量发展。

作为专业化、品牌化和最具潜力的纺织行业盛会，宁波纺织展已成为众多企业了解行业动态、展示最新产品、获取创新灵感、寻求商贸对接的有效平台。据悉，本届纺织展主办方从参展商、采购商、配套活动、服务模式等多方面升级，在原有配置的基础上，在科技范、时尚度、绿色环保、趋势引领等方面再度提升，全方位展现宁波纺织展的办展新主张。

据介绍，为更好地满足客户需求，充分挖掘商贸机遇，本届纺织展通过与国内权威行业协会、媒体机构互动合作，展会期间还举办了“优质供应商大型外贸服装企业工厂行”、“服装精益化生产与管理主题演讲”、“智能设备的应用与未来讲座”等重要活动。

值得一提的是，为顺应行业发展大势，促进展会提档升级，本届纺织展主办方立足产业链动，特设纺织面料辅料纱线、服装智能化缝制设备、服装贴牌 OEM&ODM 代工三大展区，共吸引包括常州沃丰、长

乐新雅博、伽瑞印染、绍兴花香、酷艺纺织等在内的 500 余家国内外优秀展商携十余万款新品亮相，整个展览面积达 22000 平方米，展会规模、企业质量、参展新品数量等均创历史新高。

### 时尚原创新品 引来多方聚焦

随着市场经济的发展、消费需求的升级，原创设计的需求量与日俱增，作为服装设计的物质基础，原创时尚面料的价值愈发凸显。据悉，本届宁波纺织展共有 10 万余款时尚精品面料亮相。

绍兴花香纺织品有限公司经营各类数码印花和麂皮绒面料，此次以崭新面貌参加宁波纺织展。本次参展，该公司主打原创数码烫金和空气麂皮绒印花面料。“两款面料均为公司原创产品，在色彩鲜艳度、面料垂感及立体感方面更强，风格也更加多样，目前主要服务于中高端客户，市场反馈良好。”公司相关负责人李丹丹说道。

消费者的理性及个性化需求，催生了越来越多的原创设计，想要在一众同行中脱颖而出，原创是大方向。“本次参展公司主推原创针织印花面料，在花型设计及面料底布开发上，全部由公司独立完成，开发的丝棉、丝麻、真丝底布产品，更是获得了众多中高端客户的青睐。”展会现场，绍兴伽瑞印染有限公司相关负责人金铨表示，面料创新的真正基因就是原创，未来企业必须要注重原创力量的培养。

### 共享荣耀时刻 2019 携手再出发

经过多年砥砺前行，宁波纺织展始终坚持共享共赢，凭借自己的特色优势，在行业内号召力不言而喻，不仅获得了沃丰、花香、蕾梦纺织等一批“铁粉”的

持续推崇，还吸引着众多“新面孔”的不断加入。

作为宁波纺织展的忠实粉丝，绍兴蕾梦纺织品有限公司主营蕾梦面料，前几届展会都有不小的收获。据介绍，本届展会上主推轻薄时尚春夏面料，在色系开发上主要以绿色为主，底布开发上主打时尚环保风，根据当前流行元素，在底布的基础上加入一些亮色系，使得产品更加通透，表现效果更好。“由于产品有一定技术门槛，对设备及染色工艺要求较高，目前产量较低，主要服务中高端客户。”展位负责人说。

宁波纺织展的影响力和知名度不断提升，不仅得益于自身专业化、品牌化程度的提升，忠实粉丝的支持、新面孔的持续加入，也提供了源源不断的动力。

首次参展的众恒染整、酷艺纺织、协鑫纺织等企业纷纷携系列新品亮相，把宁波纺织展作为提升公司知名度和推广公司新品的有效平台。“宁波本地服装企业资源丰富，潜在客户众多，我们对宁波纺织展一直有关心，本次参展携带了系列天丝、有机棉、麻类等最新针织牛仔面料和靛蓝纱，希望借助展会更好地推广新品。”江苏众恒染整有限公司相关负责人刘佳兴表示。

作为一个具有创新精神的专业展会，宁波纺织展与时俱进，转型发展，积极为参展商、采购商创造高效、便捷的商贸对接交流平台；作为一个具有行业责任感的专业展会，宁波纺织展与广大参展商、采购商相互扶持，携手并进，共同打造符合本土特色的行业风向标。

新定位、新高度、新篇章，未来宁波纺织展将以本届展会成功举办为契机，以推动行业高质量发展为己任，以联动产业链条、打造一站式服务平台为方向，以塑造品牌价值、满足客商需求，不断创造商贸价值为终极目标，全力打造更有深度与价值的专业平台。TA

TEXWORLD  
USA

apparel sourcing

hometextiles  
sourcing



中国纺织品服装贸易展览会(纽约)  
CHINA TEXTILE & APPAREL TRADE SHOW (New York)

美国东海岸专业的  
面料、服装和家用纺织品  
国际采购展览会

2018 年 7 月 23-25 日  
2019 年 1 月 21-23 日  
贾维茨会展中心·纽约

CHINA TEXTILE  
& APPAREL  
TRADE SHOW  
(New York)

主办单位：  
中国国际贸易促进委员会纺织行业分会  
法兰克福展览（美国）公司

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

北京市朝阳区朝阳门北大街 18 号

电话：86-010-85229632 85229376

传真：86-010-85229295

邮箱：qxw@ccpittex.com sunpeining@ccpittex.com



www.usfair.com.cn



messe frankfurt

# 恒天立信： 以智能科技驶入绿色发展快车道

本刊记者\_李芳 实习记者\_陶红



当前，面临全球经济弱复苏、市场需求动力不足、资源环境要素制约和环保压力增大等问题，印染行业转型升级进程进一步加快。染整是纺织产业的重要环节，同时也是附加值最高的板块。除了依靠技术进步、管理创新，印染行业从只注重加工生产，向前端设计研发、后端市场营销终端控制延伸，更加注重绿色产业链的发展和价值链的创新。

成立于1963年的恒天立信集团，是一家专业从事高端染整机械设备研发、生产、销售和服务的高新技术企业，也是纺织染整设备领域当之无愧的引领者。目前，恒天立信集团已发展成国内品种最多、规格最全的染整机械制造厂商，其染整设备板块品牌包括立信、立信门富士、纱力拉、特恩、高乐、立信水务和德国门富士，集合所有品牌为客户提供包含前处理、染色及后整理的“一站式”设备方案及服务。基于不断地科技创新，公司的产品技术始终保持业内领先水平。

“2017年公司整体的运营状态呈上升趋势，整体收入为34亿港元，税前盈利为3.5亿港元，海外收入超过55%。创新科技、团队合作以及在服务领域专注为客户解难攻关，都是恒天立信集团取得领先地位的关键。”在中国纺织信息中心组织的“2017中国纺织工业联合会产品开发贡献奖”获奖企业调研中，恒天立信集团首席执行官助理黄俊华向记者介绍了企业运营态势。

## 突破性技术创新，引领绿色生产

近年来，恒天立信集团不断加大研发投入，通过新产品开发和现有产品改造，在节能降耗、绿色环保方面取得了诸多技术突破。如SYN8高温气流染色机、SUPERWIN筒子纱高温染色机及DYECOWIN高温染色机，均取得专业技术鉴定，在各染色领域处于行业水平顶端。其中，2016年成功研发的DYECOWIN高温染色机的产品技术已经达到国际领先水平。

“立信DYECOWIN高温染色机在智能化控制、节能降耗、绿色环保等方面取得了四大突破。传统设计是其中一项重要突破，以提升处染化纤的生产效能方向，配合先进的科研技术，大大降低染色浴比，提升产能效率，已获得5项专利设计授权；突破传统长缸大浴比设计限制，满载机浴比低至1:5；突破传统的无提升滚筒设计，克服织物运行过程中易缠绕滚筒的弊端，同时避免了因喷嘴与滚筒参数设定不匹配引致布面斑点；突破性独特设计的方形导布管，有效消除色折痕。”黄俊华介绍道。

DYECOWIN高温染色机在为客户提高生产效率的同时，也为染整行业带来了新的标准。据悉，DYECOWIN高温染色机的耗水量为传统高温染色机耗水量的40%~50%，相应的印染废水排放量减少40%~50%，大大减少了废水对环境的污染。此外，DYECOWIN高温染色机与其他传统高温染色机相比可节电30%以上，与其他传统溢流染色机相比节省助剂（盐、碱）40%，节省蒸汽约50%。

黄俊华说：“目前DYECOWIN高温染色机在市场上受到普遍欢迎，不但在实际生产上达到了设计标准，应用情况也极为理想，而且销售地区除大中华区外还开展了全球销售。”

## 前瞻性战略，完善研发体系

我国纺织机械行业发展起步较晚，行业的技术水平相比国外先进水平有较大的差距。为缩小与国外主要竞争对手的技术差距，恒天立信集团早在十几年前就确立了产品市场前瞻性战略，不断研发出具有领先技术的新产品，并以此来积极引导用户进行产能升级，进而推动行业的转型升级。

恒天立信研发部经理王智山介绍道，公司2007年与香港科技大学合作成立“恒天立信先进材料及工序研发院”、2008年与香港大学成立“立信先进机械系统研究中心”，并且连续十余年资助及督导各大学毕业生的设计项目。在支持大学研发工作的同时，恒天立信集团也得到各大学的技术支持，当中包括香港大学、香港城市大学及香港理工大学，研究范畴大致围绕织物的烘干、预缩、材料应用及机械系统设计等方面，大部分研发成果最后产生的知识产权都归企业拥有。

为进一步吸引人才进行研究、开发创新，恒天立信集团还建立了完善的人才培养激励制度。至今已培养及协助超过30位参加香港工程师学会A计划培训的同事取得专业资格。同时，立信公司还实行工程师内部评级制，将内部职称与薪酬等级挂钩，鼓励研发人员不断提高理论知识和技术水平，积极参加公司评级。

“‘诚信为主，科技为用，客户为本’是恒天立信集团的经营理念。为人才提供稳定和安全的工作环境、合理的薪酬架构，用人为才的思想、健康的企业文化是恒天立信集团保持凝聚力的重要因素。”黄俊华如是说。

## 推进智能制造，打造循环经济新模式

2017年11月，恒天立信受国家工信部委托，承担智能化染整项目研发，打造业内第一家智能制造和无人化操作的绿色生产线。

黄俊华介绍，截至目前，恒天立信集团生产的自动化染色设备DYECOWIN高温染色机已在现场安装，其配备自动操作工作门，已经通过调试全面投入生产。中央注料系统，包括自动液态助剂分配系统、粉状染料溶解及分配系统和自动立体染料仓与称重系统也已进入正式生产使用阶段。车间其他的自动化装备亦在调试中，其中负责车间运输的各式AGV小车，正在试运行各种不同负重、路线以及操作流程。其他处理布匹加工的装备部件包括定型机废气处理设备也陆续建成并开展调试及实验的工作，预计在不久的将来即可投入生产并进行验收。项目至今已申请专利27项，其中19项为发明专利。

“这一项目的打造，旨在完善自动化设备、智能化系统和数字化数据的应用，促进印染行业真正实现绿色环保高效的生产，改变传统印染行业高耗能、高排放、高污染的形象。”黄俊华说道。

黄俊华还向记者透露，2018年，恒天立信集团将以染整车间无人化及远程运维系统，配合生产过程，以物流全部自动化、智能化为发展目标，继续发挥创新科技、团队合作及服务领域的优势，致力为客户提供一站式解决方案，打造高效环保的智能绿色工厂，不断向环保产业迈进，力求打造循环经济基地的商业模式。TA



恒天立信工厂工艺应用中心。



# 北京宇田相变调温材料生产基地 在沧州开工建设

本刊记者\_郝杰 文/摄

6月6日，正值芒种时节，这是蕴藏着耕耘与希望的季节，由北京宇田相变储能科技有限公司投资建设的相变储能（调温）材料生产基地在河北省国家级沧州临港经济技术开发区隆重奠基。这也是目前世界上规模最大、生产品种最全的相变储能材料生产基地，预示着我国相变储能材料产业开始扬帆起航。

中国投资协会项目投融资专业委员会秘书长陈灵然，沧州临港经济技术开发区党组书记路世彤、开发区管委会副主任于增舟、开发区招商局副局长庞毅，北京宇田相变储能科技有限公司总经理、河北吴宇新能源科技有限公司董事长杜兔平等有关领导，以及相变储能上下游产业链相关企业、施工建设单位的代表参加开工仪式。

## 相变材料“落户”沧州，促进新能源产业发展

据了解，相变材料兼具纳米材料、复合材料、智能材料的属性，是世界上为数不多的集多种属性和功能于一体的新型复合材料，是我国重点发展和大力支持战略性新兴产业。该种材料可以感知温度，通过在某个温度段储存能量和释放能量来实现既定温度和能量调控。植入相变材料的物体可以感知环境和自身温度的变化，自动把温度调节到预先设定的合理区间，在航天军工、可再生能源、新能源汽车、工业节能、电能替代、绿色建筑及智能穿戴等产业中具有广泛应用性。

据预测，相变材料作为纺织品功能性添加剂，每10亿元产值可带动纺织品中间产业链增加100亿元产值，进而促进纺织品终端消费额增加500亿元。每年相变智能调温穿戴将为1亿人提供舒适的人体温度，将大大促进人类健康，提高生活指数。

河北吴宇新能源科技有限公司是北京宇田相变储能科技有限公司全资子公司，生产基地占地47亩，建设投资1.4亿元，主要生产不同温度段的相变储能材料和不同型号的相变储能单元。项目达产后，可实现年产值20亿元，利税6亿元。

于增舟在致辞中表示，沧州临港经济技术开发区成立于2003年，历经15年的发展，获得了“国家级经济技术开发区”、“国家循环化改造示范试点园区”、“国家新型工业化产业示范基地”、“全国大气环境预警体系试点”等国家级称号。开发区以大型石油化工、煤化工、氯碱化工、合成材料、新型涂料、生物医药、化工物流等产业为主，是渤海新区的核心产业聚集区，更是承接京津产业转移的首选之地。吴宇公司项目的建设，填补了开发区在相变储能领域的空白，对

加快开发区产业集聚、促进新能源产业的发展起到积极的作用。他承诺，开发区将切实做好项目的协调服务，全面优化施工环境，努力帮助解决项目建设中遇到的实际困难和问题，确保工程顺利进行，按期竣工。

## 多方合力，助力相变储能产业做大做强

杜兔平介绍道，新材料是世界各国必争的高技术产业，国家发展改革委、国家能源局等五部门曾联合发布了《关于促进储能技术与产业发展的指导意见》，提出大力发展储能技术和储能产业，明确要求加快储能技术研发和应用。北京宇田相变储能科技有限公司作为国家级和中关村双高新技术企业，一直从事相变储能技术的开发，积极推进多学科和跨行业的综合性研发，三十多位科研人员历时六年，创造性地解决了多项行业技术难题。目前已取得几十项发明和实用新型专利，牵头和参与制订多项国家、行业及团体标准，相关产品均已获得行业权威检验机构的检测认证。临港开发区生产基地的建设，必将加快相变储能材料的产业化进程，为满足人们对高质量生活的需要、为国家环保事业做出贡献。他呼吁相变储能产业链企业加强合作，来临港经济技术开发区投资，建设中国相变储能产业集聚地，一起把相变储能产业做大做强。

陈灵然与杜兔平相识很久，也共同见证了北京宇田一步一个台阶的发展历程，看到宇田人历时6年的艰辛付出终于有了突破性的成果，她兴奋她表示，随着《中国制造2025》的实施、《可再生能源发展“十三五”规划》的推进，储能新材料作为国家重点专项规划，其发展步伐明显提速。吴宇项目的建设，必将在国内掀起储能材料发展的热潮，这一造福人类的美好事业必将有更好的前景。她还表示，中国投资协会将一如既往地支持基地建设，努力解决发展中遇到的资金问题。

广州天思品汇实业有限公司是一家以快时尚为经营模式，专业生产中高档高弹女裤的专业公司。目前公司年产高弹女裤1000万条，产值超过8亿元。随着人们的消费升级，纺织服装市场对功能性、智能性、高科技性的产品需求越来越旺盛。公司利用北京宇田相变储能科技有限公司生产的相变调温材料，开发出具有科技感和实用性的智能调温弹力裤，在市场上取得了很好的反响。董事长石学正预测，智能调温弹力裤在未来1~3年内会有爆发式增长。他表示，为应对未来的市场需求，缩短智能调温弹力裤的供货周期，公司计划在临港经济技术开发区投资建设配套的功能性服装整理加工厂，与吴宇新能源携手实现共赢，早日为百姓提供更多更好的智能调温穿戴产品。TA

# 丹盛纺织：精心打磨精品

本刊记者\_李芳



丹盛公司加大科技投入，并积极借助院校等外部力量，实行强强联合，确保新品研发的实效性及连续性。

从一家国企改制组建而来的丹阳市丹盛纺织有限公司，依然保留着国企的优良传统——全员持股，最大化的为员工谋福利，提升员工的幸福指数。更为值得肯定的是，伴随着时代发展的脚步，丹盛公司全员奋力拼搏、开拓创新，使得企业在管理水平、装备水平、新技术应用、新产品开发能力和经济效益等方面都取得了显著成效。

目前丹盛公司有紧密赛络纺为主的环锭纺5万锭，产品主要以中高档多纤维多品种混纺纱、中高档多纤维多组分交织系列和高难特色产品为主，较好地发挥现有先进设备优势和特有的长丝设备优势，适应小批量、快节奏的市场变化。2017年完成销售收入2.75亿元，实现利税913万元。

在中国纺织信息中心组织的“2017中国纺织工业联合会产品开发贡献奖”获奖企业调研中，丹盛公司总经理周利军告诉记者，多年来公司始终把加速技术改造和新品开发作为提升产品档次、提高经济效益的重点工作。每年投入资金2000万元以上用于技术改造和新品研发，确保生产设备科技领先，产品研发高效

等国内外先进设备。

“丹盛公司在加大科技投入、加速新品研发的同时，积极借助院校等外部力量，实行强强联合，确保新品研发的时效性和连续性。”周利军表示，丹盛公司近年来自主研发的“短纤与长丝包缠纱生产梦幻条格面料”、“再生涤纶长丝与莫代尔交织面料”等多只多纤维交织高档面料，其科技含量、工艺水平和品质档次均处于国际、国内先进水平。

目前丹盛公司已拥有自主研发授权专利7件，受理产品9件，20余件新品曾入围“中国流行面料”和江苏省高新技术产品。值得一提的是，丹盛公司自主研发并主导编纂了《粘胶纤维纱线与涤纶长丝交织本色布的国家行业标准》。

科技与研发上持续稳定的投入为丹盛公司的发展积蓄了力量，目前丹盛公司生产工序实现了无卷、无结、无梭和精梳化，多年来产销率一直保持在99%以上，产品远销美国、欧盟、加拿大、日本以及东南亚各国和地区。

所有的技术创新都是研发团队一点点“磨”出来的。

有序。据了解，目前丹盛公司纺纱生产线主要拥有瑞士立达精梳机、德国特吕茨勒并条机、意大利萨维奥、日本村田自动络筒机、粗纱机、紧密纺细纱机等国内外先进设备；织部拥有日本丰田JAT-810等喷气织机216台；前织主要引进了瑞士自动穿经机、日本产村田整浆并、德国祖客浆纱机、国产浆纱机

记者了解到，为了使一款产品达到预期效果，研发团队不分昼夜，反复试验，不仅在纤维纱线等原料上创新应用，也通过不断打磨机器，将机器性能发挥到最大化。

“我们的发展理念是‘不贪大，但求强，不图全，但求精’。”周利军强调，多年来，丹盛公司始终坚定这一理念，为此，公司进行了资源有效整合，以提高企业竞争力。首先是对主要生产线进行整合，淘汰504台国产有梭织机，全部更新改造为日本丰田JAT-710、JAT-810先进喷气织机；其次，彻底淘汰人工穿综，全部使用智能化穿经机，完成三厂合一，全部迁移到开发区集中生产；最后，淘汰停产800锭气流纺，纺部全部以赛络紧密纺为主。通过系列整合，生产效率、品质档次、综合竞争力明显提升，大大降低了用工成本。

周利军表示，“不贪大，但求强，不图全，但求精”是丹盛坚定不移的发展理念，“打造品牌，做出特色，争创高效”是丹盛的一贯目标，未来丹盛公司将着力提升创新能力，进一步做精做优丹盛品牌，积极争创国家驰名商标，为经济建设持续稳健发展夯实基础。TA



## 庄琚 2019 时尚面料静态沙龙举办

实习记者\_张颖 / 文 赵国玲 / 摄



现场极具设计感的真丝小黑裙尤为吸引人。

近日，在柯桥创意大厦时尚@家内，一场创意而时尚的静态沙龙，为面料设计企业、设计师及相关业内人士呈上了丰盛的灵感大餐。据了解，本次活动作为柯桥区“天天时尚”系列配套活动，由绍兴市柯桥庄琚纺织有限公司主办，名为“《设计空间》庄琚2019时尚面料静态沙龙”。

伴随着悠扬的音乐，穿梭于真丝礼服、复古围巾、珠宝首饰之间，一种优雅时尚感油然而生。随着人们生活品质的不断提高，舒适的面料体验感和时尚搭配显得尤为重要。庄琚纺织设计的2019时尚真丝面料，通过高定晚礼服，搭配围巾和配套珠宝首饰，立体丰富地演绎出面料的舒适与性感。

据庄琚纺织设计总监苏醒介绍，2019春夏女装面

料系列游走品牌经典轮廓记忆，“在小黑裙真丝面料中加入了金属丝，使面料具有金属质地，看起来中性、英气，具有经典的轮廓感。”苏醒边讲边给记者展示。

值得一提的是，在本次静态展中，还融入诸多“动漫”元素，动漫靠枕、抱枕、手帕，让人仿佛置身动漫展。“纺织品开发品类很多，动漫元素的加入，通过不同造型和面料的结合，让动漫形象更加鲜活，也让纺织品在不同的领域发挥作用。”苏醒表示未来公司将结合童装，延伸纺织品的开发。

此外，为了带给参与客户更多时尚启发，此次还设置了定制珠宝首饰的配套展出，让时尚迸发出更多可能性。除了静态展外，结合珠宝的服饰搭配沙龙将活动推向了高潮。

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



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



## 下一个融资成功的典范是谁？



多元化和全球化的运营，是融资发展的大方向。

吸纳大量海外资本是韩国时尚企业梦寐以求的事情，其中，LVMH 集团对 Gentle Monster 的投资，以及欧莱雅集团对 Nanda 的合并收购都是成功的案例。曾经，Gentle Monster 和 Nanda 都并非韩国时尚界的大品牌，但由于海外资金、资源的大量进入，如今品牌实力、影响力都已经有了质的飞跃。

最近，资本市场都在密切关注拥有创意实力的小型时尚企业，这里所说的投资并不局限于收购股票等行为，而是包括了引流丰富物质、人力资源的多元合作，甚至有些企业借助融资实现了产品内容和商业模式的二次开发。全球化妆品企业欧莱雅为了进入亚洲市场，获得千禧一代消费者的青睐，投资 4000 亿韩元收购了拥有化妆品牌 3CE 的 Nanda 公司的股份。LVMH 集团正在帮助准备进军欧洲市场的 Gentle Monster 进行企划与投资孵化。

企业之间存在着各种合作形式的认知差异，但是却一致认同进行多元化和全球化的运营，是融资发展的大方向。这些融资企业在各自的目标市场中，确立了自己更高的产品地位，获得了更高的增长率和利润率，再加上新的产业项目发挥自身的成长潜力，高质量的融资前景被看好，其中的代表企业就有 N-LINE 和 bugunfnc 等以网络经营起步的女性时尚企业。

### 打破空间限制的企业力量

N-LINE 今年预备在美国纳斯达克上市。N-LINE 提出的公司核心价值是依靠内需拉动的成长潜力，以及作为跨境电商领军者在中国市场积累的知名度和竞争力。

首先在韩国国内，通过公司网上旗舰店 (NANING9.com) 推动线上销售，同时，线下实体店也保持着月均销售额两亿韩元以上的记录。今年 9 月，公司会通过旗下品牌集合店 NEUF HOTEL 推出化妆品系列，另一方面，还会推进家居设计 (包括：面料、室内装修、家具等) 的产品范围。去年，公司通过与天猫、唯品会和衣恋集团的合作，在中国市场实现了 130 亿韩元的销售额。

N-LINE 线上业务总负责人刘志云说：“公司以超过 130 万名会员的数据为基础，进行科学的大数据预测。我们致力于提高自身的管理体系、降低生产成本，以维持稳定的产品质量，提高消费者满意度，最终达到与平台的双赢结果。” N-LINE 去年创下了 1041 亿韩元的销售业绩，营业利润达 88 亿韩元，并创下了短期纯利润达 66 亿韩元的记录，销售业绩同比增长 17.1%，营业利润增加了 4 亿韩元。

### 用数字化经营预测市场风险

BuGunFNC 公司因为运营女性时尚商城 imvely 和化妆品品牌 VELYVELY 而拥有强大粉丝基础，已将业务范围成功扩展至化妆品领域，这与 Nanda 的发展轨迹类似。所以，看中公司在中国市场的影响力以及公司高达 30% 盈利率的投资者们，纷纷表示有与 VELYVELY 品牌的合作兴趣。

VELYVELY 品牌去年对功能性基础化妆品的投资取得了成功，今年要大力促进营销网络的成长。今年 1 ~ 4 月品牌的销售额同比增长了 60%，在韩国国内则入驻了 Olive Young 网上平台，3 月，以中国韩都衣舍为渠道，在天猫国际开设了 imvely 和 VELYVELY 品牌馆。

BuGunFNC 公司代表朴俊成说：“我们认为超越简单的融资，共享经营理念的合作关系更能提高企业的价值。Nanda 的先例对我们来说是很好的启发。”

在产品拓展和渠道扩张的基础上，以网络起步的新兴势力受到资本市场青睐的另一个理由是，拥有可以进行预测和控制的管理体系。刘志云说：“以客户数据为基础的信息化管理能够将运营风险降至最低，这大大提高了企业在投资者眼中的价值。”

目前，韩国国内的现有时尚企业中，还有 Gentle Monster 和潮牌 VIVA STUDIO 也进入了化妆品市场。

Gentle Monster 的化妆品品牌是 Tamburins，其位于新沙洞林荫路的旗舰店的装饰风格与 Gentle Monster 卖场一样，能令人联想到美术馆，同时，品牌官网也全面推出品牌形象、海报和视频等，以替代冗长的产品说明。

VIVA STUDIO 公司代表李英民说：“时尚品牌的优势在于形象醒目、颇具价值感，虽然才上市两年，但预计今年 VIVA STUDIO 公司的独立运营品牌 Abib 将轻松创下 100 亿韩元的销售业绩。”

### 本土企业的全球化品牌运作系统

值得注意的是，运营着女性时尚集合店 TWEE 的 TNJ 正在利用管理理念吸引投资。TNJ 最近发行了 50 亿韩元的公司债券转让给 IBK，从而维持资金流动性。

TNJ 代表李基贤表示：“TNJ 的企业价值在于可进行国际化经营的管理系统。”七匹狼集团、衣恋集团之所以愿意与 TNJ 合资成为中国业务法人，就是因为他们认为 TWEE 在韩国国内创立的零售商业模式也适用于中国市场。

李基贤说：“韩国东大门拥有 1.5 万家服装制造、运营相关企业，可以通过这些企业确保当地产品的多样性、周转性和物流速度。卖场与消费者之间的无障碍互动，就是我们的竞争力。”

Anderssonbell 品牌对韩国国内及海外资本都有着很大吸引力。据悉，不只是中国资本，韩国国内投资企业也在不断与 Anderssonbell 进行投资交涉。这主要是因为 Anderssonbell 在品牌化运作方面有自己的秘诀。

Anderssonbell 不只是潮牌，还代表了当代年轻人的风貌。品牌一开始就瞄准了全球市场，在营造品牌形象上毫不吝啬投资，邀请了国际奢侈品品牌代言人为其代言，在欧洲拍摄海报，一系列行为与其他品牌拉开了差距。



往届展会现场。



## 个性化时尚齐聚一堂

### 新锐 (创意) 设计师独立品牌展 6 月举行

最近零售市场正忙于寻找新的时尚产品领域，以求在吸引年轻消费者的同时，打造个性化定位。

6 月 20 ~ 21 日将在韩国首尔 SETEC 广场举办的韩国“新锐 (创意) 设计师独立品牌展”将能满足这些买家的需求。届时会有 200 多个韩国新锐设计品牌参展，展开活跃的商贸对接。

预计将有包括韩国商场、购物中心、品牌集合店、电商领域的 2000 多名海内外买家前来参观，并将达成 2000 多项入驻、合资、订货合作，买家将来自中国、日本、印度等多个国家。

去年举行的新锐 (创意) 设计师独立品牌展取得了达成合作 2129 项、拉动内需 17 亿韩元、达成出

口 117 万美元的丰硕成果，开拓了韩国新锐设计师品牌的销路。

特别是女装品牌 cahiers 现场就与中国买家签订了协议；男装品牌 ZISZAS 收到了海外线上购物商城 Fromzero、FDU、Annie women Online、Control Clothier 的入驻邀请；DAHAM 品牌被中国线上商城淘宝、KING'S FLELD 等邀请入驻，并与印度买家现场签订协议；女装品牌 Balcony 不仅受邀入驻韩国国内多个大型商场，还与来自中国武汉、北京及日本涩谷的买家进行了密切商谈。

以施华洛世奇水晶为原料的珠宝品牌 MATIAS 在上届展会上展示了时尚口罩品牌 LeMaska，也赢

得了中国、日本、美国以及东南亚等国家和地区买家的瞩目。

每次都来参观的集合店卖家表示：“新锐 (创意) 设计师独立品牌展可以推进有效的商业衔接，竞争力强的单品在展会上备受瞩目。”

首次前来的印度客户表示：“我们很关注韩流时尚，所以来参观新锐 (创意) 设计师独立品牌展。琳琅满目的商品十分引人注目，我们计划与其中几个品牌达成协议并长期合作。”

另外，本届品牌展还邀请了中国网红在品牌展首日进行实时直播，这对宣传展会和品牌都有实际好处。同时，展会还将组织每日下午 2 点和 4 点的两次参展品牌时装周。

## TNJ 的第二轮跨国运营正在进行时



TWEE 店内实景。

随着品牌化的增强，以及 B2B 业务的进展，TNJ 将迈入第二轮国际化运营阶段。该公司现在正在和女性时尚集合店 TWEE 一起运营男士集合店 Tomy Vehicle、生活方式店 MINT B'LOCK 以及牛仔品牌 Te Stone。

TNJ 正在拓展 TWEE 品牌的中国市场，与国际品牌的海外营销方式一样，公司将在购物中心开设旗舰店，提升品牌定位。据此看来，TWEE 入驻中国香港、中国台湾等大城市购物中心时，其卖场位置也将与 H&M、无印良品、IT 品牌同区。

今年 6 月，公司还将在中国上海开设位于中国的 10 号店，并于 9 月入驻当地购物中心。

同时，其在过去两年间与衣恋集团合资运营的 JV 将面临结构升级改造，TNJ 专注于产品开发，衣恋集团则以当地零售渠道为基础，确保品牌入驻当地购物中心。

TNJ 公司表示，公司战略是在一线城市开设旗舰店，发挥 showroom 的作用，在二三线城市则通过地区经销商建立直营旗舰店。“旗舰店 + showroom”的模式今年 3 月在日本已经首次启动，得到当地零售商的一致响应。

TNJ 公司代表李基贤说：“我们的商品策划、流通网络、运营结构都在全球市场得到了印证。在中国，我们将与衣恋集团合作，来创造自己的可持续发展品牌价值。”最近，公司获得了 IBK 投资银行的 50 亿韩元基金，以强化公司运营。

在东南亚市场，TNJ 公司以新加坡为中心，扩大了品牌化投资。继去年 3 月在马来西亚吉隆坡开设了东南亚 1 号店后，今年 2 月又在新加坡开了新店。新加坡 1 号店位于购物胜地奥孔德大街，规模为 450 平方米，这个购物中心里的亚洲时尚品牌只有优衣库和 TWEE。2 号店选址在裕廊东的综合购物中心，今后公司还计划与东南亚人气市场 K-Beauty contents 合作。

公司在韩国国内流通网络的战略也和海外统一。目前，公司运营着 40 个直营店，正在推进占地 230 平方米女性产品卖场，以及占地 330 平方米的男女综合卖场等大型直营店战略。预计今年在韩国国内销售额将达 500 亿韩元。

李基贤表示：“我们突破韩国商业模式，将卖场发展为兼具 showroom 和品牌运作的巨型卖场，旨在打造真正的全球商业平台。”



远东集团（远东新世纪、远传电信）获赠“企业社会责任奖”首奖，董事长徐旭东（右）接受颁奖。



大爱感恩科技获赠杰出方案“环境友善类-中小企业”类奖及“社企之星”奖两个奖项，董事长黄华德（右）接受颁奖。

## 远东新世纪、大爱感恩科技 获得企业社会责任奖

台湾《纺织月刊》/ 供稿

于 2005 年首创,今年已迈入第 14 届的《远见杂志》企业社会责任奖是全球华人媒体最早推动的 CSR (Corporate Social Responsibility) 评选,亦是台湾最具公信力的 CSR 奖项之一。远见 CSR 奖举办十多年来,每年评选出绩效优异的企业,公开颁奖表扬,也见证了台湾纺织企业履行社会责任的进步。

为表扬此届的获奖企业,远见杂志于 5 月 2 日在香格里拉台北远东国际大饭店举行颁奖典礼,此届企业社会责任奖共 138 家企业报名,多达 219 件产品参赛,最终 33 件产品获奖,获奖率为 15%。此次除启动“年度大调查”与“杰出方案”双轨评选,同时增加“第一届《远见杂志》社会企业奖-社企之星”,有 60 家企业参与角逐;并增设“中小企业特别奖”,鼓励经营卓越的中小企业。

典礼开场,由远见天下文化事业群创办人高希均致辞。他指出,企业有好几座山要爬,爬到第一座利润之山,企业长期获利就已经不容易了,但如果企业能负起社会责任,那就是爬到第二座社会责任之山,而第三座山,就是所谓的永续之山,这三座山缺一不可,每座都十足重要。三座山必须搭一座桥,就是舍得之桥、开放之桥,这也是远见当初创办 CSR 奖项,今年又加入“第一届远见社企之星”奖项的原因。

台湾董事学会理事长,也是评审团召集人之一的许士军教授也在致辞时强调,这次得奖的企业,都是经过长年累月的努

力,才能得到此次的奖项;这次得奖企业有三个特点,首先,企业都很重视 CSR,且都是由最高层主管推动,才可能落实到企业每个“DNA”中。第二,这些企业都有专门的部门推动 CSR。第三,这些公司都以 CSR 为创新,为企业带来新的业务发展,并与本业连结,这是未来趋势,也是企业做 CSR 该努力的目标,而非“做 CSR 都是所谓的善事或是多余的开销”,为企业未来做 CSR 的方向给予参考。

此届 CSR 年度大调查,远东集团荣获两个奖项,旗下远东新世纪的永续绩效卓越,再度获得“CSR 年度大调查-传统产业组首奖”;另一关系企业远传电信也蝉联“服务业组楷模奖”。此外,纺织业界大爱感恩科技以友善环境、绿色经济唯一获得 CSR 杰出方案(环境友善组中小企业特别奖)类类,及“远见社企之星”奖共两个奖项,则是难得案例。

### CSR 奖评选标准与时俱进

历时半年,《远见杂志》的 CSR 奖才得以公布,今年角逐奖项的企业亦不少,评审们以以下项目作为评选标准。

### 年度大调查环境、社会与公司治理需面面俱到

分析评审们对于“年度大调查”企业的讨论焦点,包含:ESG (环境、社会、公司治理) 三方面完整度、是否主动跟上国际要求、是否能融入商业营运策略,以及是否能提出 CSR 对企业营运有正向贡献等。“年度大调查”共有 10 家企业获奖。

### 杰出方案响应现今社会重大问题

在“杰出方案”项目方面,4 组共选出 15 项获奖方案。评审挑选出的得奖方案(幸福企业组、环境友善组、教育推广组、公益推动组),大多响应了现今社会的重大问题。

### 评选与时俱进推出“三新措施”

《远见杂志》归纳该届办法与过去不同之处,一是“新荣耀”,为鼓舞绩效优异企业持续精益求精,以及挖掘更多后起之秀,凡连续蝉联“年度大调查”首奖 3 次的企业,将名列年度荣誉榜,在接下来的三届,无须参加年度大调查评选;此届仅台达电子进入荣誉榜。第二项是“新鼓励”,经此届评审认可后,弹性增加中小企业特别奖,鼓励规模不大、资源不多的企业也能遵循 CSR 法则。第三,就是推出“新奖项”:第一届《远见杂志》社会企业奖-社企之星。

### 首届社企之星多达 60 家企业热情参与

社会企业(Social Enterprise)以解决社会问题为出发点,从事商业运作,既可以自给自足,又达到社会公益目的。身为媒体平台,《远见杂志》搭起推广社企的桥梁,藉由开办奖项挖掘出社企典范。

评选条件包括财务指标,必须有超过 50% 的收入来自一般商业营运所得,具自给自足能力;强调营运绩效,具体解决了哪些社会问题;同时盘点社会企业

的设立宗旨,要能结合商业价值与社会价值,而非股东的最大利益。首届《远见杂志》社企之星奖参与企业高达 60 家,十分踊跃。

### 远东新世纪以环境保护、循环经济获 CSR 首奖

远东新世纪以具体行动落实企业永续发展的绩效,获得 2018 年《远见杂志》CSR 企业社会责任奖“CSR 大调查-传统产业组首奖”。远东新世纪曾于 2016 年获得同奖项首奖、于 2017 年获得楷模奖,为 CSR 奖项常胜军,非常关注 CSR 各项议题,卓越表现备受外界肯定。

5 月 2 日的颁奖典礼上,由远东集团董事长徐旭东代表公司接受颁奖并担任论坛演讲嘉宾,分享企业如何以创新研发技术发展绿色商品,创造获利的同时,积极响应联合国永续发展目标(SDGs),达到社会及环境共荣共存。

远东新世纪荣获此届远见 CSR 奖首奖,获奖亮点为:具体制订“永续策略蓝图”,研发前瞻永续的绿色产品,提供循环回收、减少能源耗用的绿色解决方案。例如 2016 年推出由海洋废弃宝特瓶再制而成的海洋回收纱;2017 年领先业界发展多项无氟化(PFC-Free)产品;发行全台首档第三方认证的绿色债等。

该公司设立有 CSR 委员会,以董事会为最高层级,共有 154 位横跨各单位的委员负责推动各项永续项目,并定期向董事会沟通执行绩效。为使 CSR 委员了解当前最新永续发展趋势,凝聚各单位永续意识以制定“永续策略蓝图”,2017 年于台湾及大陆举办 5 场活动,总计 165 位同仁参与。会后发布 CSR 行动方案,并将公司永续策略与联合国永续发展目标(SDGs)接轨,以具体行动落实企业永续发展。

远东新世纪绿色产品研发实力强,2017 年绿色产品营收占比 26%。最新代表作包括:2017 年领先业界推出一系列无氟化(PFC-Free)解决方案,在维持产品效能的前提下,进一步消除氟化物(PFC)污染及对人类健康的危害,以及运用领先全球的聚酯合成与回收再制核心技术,将海洋废弃宝特瓶回收再制成为“海洋回收纱”,提供给 adidas 制成运动鞋。至 2017 年,adidas 销售 100 万双海洋回收纱制成的运动鞋,持续响应循环经济。

为降低气候变迁带来的风险、减缓公司营运对环境产生的冲击,远东新世纪与某大学产业永续发展中心合作建设“企业气候风险调适应变系统”,透过系统分析气候条件,实时启动紧急应变程序以预防天灾造成厂区损失。

远东新发行全台第一档经外部查证的绿色债券,总计新台币 30 亿元,该资金分别应用于回收再生酯粒、新批次聚酯生产、第二套无水染色设备及绿建筑项目等绿色投资案;编列新台币 20 亿元节能特别预算及新台币 10 亿元环保预算,通过持续研发绿色制程并采用创新节能设备,提供循环回收、减少资源耗用的绿色解决方案,达到同步提升资源使用效率及减缓环境破坏的目标。

远东新世纪企业社会责任绩效屡获国内外专业机构肯定,2017 年获福布斯杂志(Forbes)全球 500 大最佳雇主殊荣,入选国际永续指数 MSCI 全球永续指数及 FTSE4Good 新兴市场指数成份股等。除了远见杂志 CSR 企业社会责任奖之外,多次蝉联“台湾企业永续奖”及“天下企业公民奖”等大奖,并获台湾证券交易举办公司治理评选前 5% 企业,永续绩效有目共睹。

对于未来企业社会责任更进一步的推动与执行,徐旭东指出,远东集团对 CSR 的精神,就是“取之于社会、回馈社会”。过去 50 多年,已投入上千亿元台币在 CSR 上,其实想法很简单,就是取之于社会、用之于社会,多年来持续推动,希望朝对社会正面影响更大、更多的方向迈进,并赞助相关研究。近期远东集团非常关注台湾老龄化议题,发表相关白皮书,引起热烈回响,展现企业推动 CSR 对社会的影响力。

### 大爱感恩科技对环境友善 荣获中小企业特别奖及社企之星奖

《远见杂志》倡导 CSR 奖今年迈入第 14 年,在社会企业渐成气候之际,2018 年呼应社会共好精神,更创办首届“远见社企之星”,挖掘杰出社企典范,寻找稳健经营的社企之星,作为各领域学习标杆。首届《远见杂志》社企之星奖,参与企业数高达 60 家,十分踊跃,获奖率为 13.3%;大爱感恩科技亦名列受表扬的 8 家受奖厂商之一。主办单位《远见杂志》表示,企业胜出很简单,各家均是台湾 CSR 界的超级英雄。

大爱感恩科技以“回收再回收(Recycle to Recycle, R2R)点废成金项目-

2018 第 14 届《远见杂志》CSR 奖暨第一届社企之星奖获奖企业名单

类别	组别	奖项	企业名称
年度大调查	年度荣誉榜		台达电子
	传统产业	首奖	远东新世纪
		楷模奖	欧莱德
	电子科技制造业	首奖	友达光电
		楷模奖	研华科技、联华电子
	金融业	首奖	玉山金控
		楷模奖	国泰金控
	服务业	首奖	信义房屋
		楷模奖	台湾大哥大、远传电信
	杰出方案	幸福企业	首奖
楷模奖			友达光电、玉山金控、鸿海科技集团
环境友善		首奖	国泰世华商业银行
		楷模奖	友达光电、信义房屋
中小企业		首奖	大爱感恩科技
		楷模奖	中国信托金控
教育推广		首奖	玉山金控、台湾雀巢
		楷模奖	中国信托金控
公益推动		首奖	中华电信、星展银行
		中小企业	磊山保险经纪人
社企之星	大爱感恩科技、里仁事业、若水国际、第一社会企业、绿藤生物科技、慕瀾、邻乡良食、茧裹公平贸易		

数据来源:远见杂志 备注:得奖企业顺序除首奖外,均依企业笔画排序。

循环经济的落实,要求产品设计从“摇篮到摇篮”,提升到“循环到循环”,回收废弃宝特瓶再利用,又可将环保毛毯的废弃边角料,再利用开发为新产品。实践循环经济,将减废与环保结合,荣获杰出方案类中小企业特别奖,成为 33 个获奖者之一。在获奖率 15%,以及在众多大企业角逐下,实属不易。

致力与地球共生息,用心耕耘环保纺织品的大爱感恩科技,曾获选为 2011 年度第七届《远见杂志》企业社会责任奖—公益推动类首奖。大爱感恩科技以“续物命、造福慧”为本,为台湾第一家环保社会公益企业,将企业社会责任彻底融入企业经营模式,深获评审一致认同。

大爱感恩科技公司成立于 2008 年,秉持“大爱众生,感恩大地”的精神,初期致力开发以宝特瓶回收再利用的环保科技,从倡导环保到实业家的爱心接力、到再回馈社会的故事,期盼成为抛砖引玉的先锋,带动更多有心投入环保的企业与团体,善尽社会企业责任。

地球生态环境的破坏及气候变迁异常,使得越来越多人重视节能减排及环境永续发展的议题。因此,近年来,社会创新领域着重于推广“绿色能源共享”、“循环经济”、“绿色产品/服务”等议题,环保绿能产业逐渐成为发展主流。

大爱感恩科技创立十年以来,努力于环保绿色研发设计、绿色供应链、绿色品牌,且不断精益求精,实践循环经济,藉由改变思想将减废与环保结合,并落实在人们的日常生活当中。

大爱感恩科技利用回收废弃宝特瓶制成环保“心”品,如今环保毛毯的废弃边角料,都能循环再利用,不但减废,还能赈灾、救人,扩大爱与善的绿色永续循环,是循环经济的最好体现。大爱感恩科技用心研发回收回收、循环回收技术,对环境永续发展不遗余力,足为中小企业关心环境永续之楷模。

CSR 预见“含金量”深耕永续创商机

综观近年全球 CSR 趋势,永续发展已不只是口号,而是有明确目标,并具体链接潜在商机,迈向“有价”、甚至能“含金”的未来。

联合国 2015 年制定出 17 项永续发展目标 (SDGs) 作为全球截至 2030 年的主轴。欧美政府陆续成立 SDGs 专责单位推动。

SDGs 一方面是全球趋势,另一方面也是未来商机所在。根据全球非营利组织“商业暨永续发展委员会”2017 年发布的《更好的企业带来更美好的世界 (Better Business, Better World)》报告书,2030 年全球每年将有 12 兆美元营收及 3.8 亿就业机会与永续目标有关。

今年《远见杂志》CSR 参赛者亦呈现此现象,多家企业均主动提出对应 SDGs 的 CSR 策略。可预见未来将有更多 SDGs 相关方案出炉,对商业活动带来影响。

放眼下一步,《远见杂志》CSR 奖持续追求创新突破,促进台湾 CSR 向前的长远责任,始终不变。TA

(数据来源:远见杂志、远东新世纪公司及大爱感恩科技公司网站。图片来源:远见杂志。台湾纺拓会整理编辑。)



亚洲专业之中文纺织杂志

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

提供即时丰富的纺织资讯

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

订阅《纺织月刊》,立即享有产销资讯电子报服务!

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

《纺织月刊》每期精选报导内容并刊登月刊官网,欢迎上网浏览!

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

《纺织月刊》研讨会或发表会规划服务

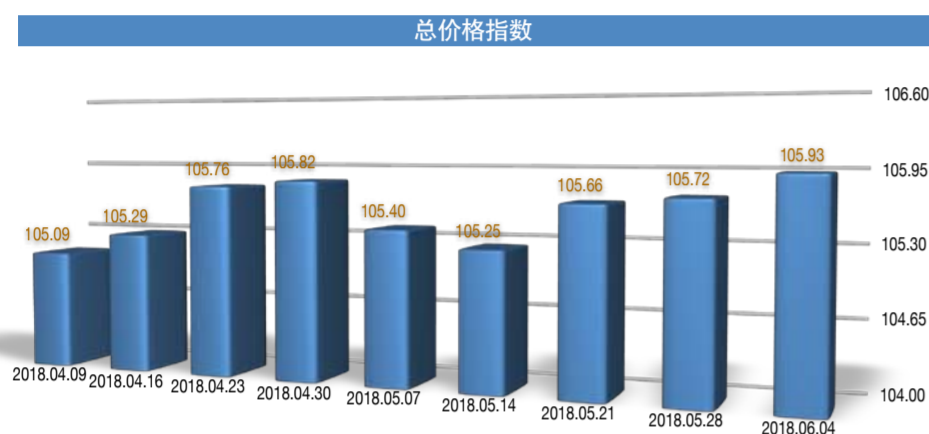
《纺织月刊》可依个别厂商需求,规划办理品牌、市场、产品、技术、环保等专题研讨会或产品发表会,邀请相关专家暨厂商参加,并将活动内容摘要报导于纺织月刊,以协助业者寻求商机、开拓市场。



# 市场营销继续推升 价格小幅上涨

## 20180604 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20180604 期纺织品价格指数收报于 105.93 点，环比上涨 0.20%，较年初下跌 0.06%，同比上涨 0.69%。



据统计月报显示：2018 年 5 月份中国轻纺城纺织品市场成交量为 63533 万米，环比上涨 3.94%，同比上涨 13.68%；1 ~ 5 月份累计总成交量 262690 万米，同比上涨 9.09%。5 月份中国轻纺城纺织品市场成交额为 1011105 万元，环比上涨 4.49%，同比上涨 17.37%；1 ~ 5 月份累计总成交额 4208215 万元，同比上涨 13.11%。

近期，中国轻纺城市场营销继续推升，其中原料市场行情小幅上涨，坯布市场微幅推升，服装面料市场布匹价量小幅回升，家纺类面料成交价量小幅下跌，辅料行情小幅回落。

### 原料行情小幅上涨，涤纶小幅下跌，纯棉纱行情继续上涨

据监测，本期原料价格指数收报于 84.11 点，环比上涨 0.12%，较年初上涨 1.25%，同比上涨 2.11%。

**聚酯原料价格震荡下行，涤纶行情小幅下跌。**本期涤纶原料价格指数小幅下跌。上游聚酯原料价格震荡下行为主，近期华东地区 PTA 现货主流 5700 ~ 5735 元 / 吨，MEG 主流 6900 ~ 7050 元 / 吨，聚酯切片市场报价局部下跌，聚酯切片江浙地区半光切片现金或三月承兑 7600 ~ 7650 元 / 吨。萧绍地区涤纶长丝成交局部下跌，FDY 厂家报价局部下跌，大有光丝价局部下跌，细旦丝价局部下跌。DTY 成交略稳，产销不足，价格基本稳定，局部小幅下跌，优惠走货有所增加。近期涤纶短纤价格稳中局部小跌，江浙地区 1.4D × 38MM 主流现 8850 ~ 8875 元 / 吨；纯涤纱市场价格基本稳定，局部小幅下跌，江浙地区 32S 主流在 14400 元 / 吨左右，50S 主流 17400 元 / 吨左右。

**纯棉纱行情继续推升，人棉纱价格稳中上涨。**棉花市场在期货大涨的行情下，棉商报价都较为谨慎，报价一直偏高掌握，令下游大部分纺纱厂难以承受，持观望态度较多。在这种行情下带动国储棉加价幅度也上了一个新台阶，上调约 300 元 / 吨，而且是百分百成交。上游原料上涨带动纱线价格上涨，好多厂商已经陆续发出涨价通知，原来未执行完的合同按原价执行，没签合同的订单一律从新核价。据反馈，涨价后的纺企销售量稍有减弱，毕竟下游坯布厂的涨价速度和幅度不及上游企业，另外目前坯布市场成交走货量不是很大，局部性已显示淡季景象，所以面对纱线价格不稳，采购热情有所降低。萧绍地区纯棉纱市场报价稳中继续上涨；棉纱个别品种价格略有上涨；粘胶短纤价格走势稳中坚挺上涨，进入上升通道，目前整体产销势头向好，预计价格维持稳步上探趋势。人棉纱 10S、30S 较为走俏，价格走势稳中上涨。

### 坯布行情微势推升，价格指数微幅上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 118.60 点，环比上涨 0.01%，较年初下跌 0.06%，同比上涨 1.20%。

本期坯布类价格指数呈微幅上涨走势。目前新款坯布成交较多，夏季坯布成交增加，秋季坯布下单较多。其中混纺纤维坯布需求环比推升，价格指数呈一定幅度上涨走势，T/C 涤棉纱卡坯布、T/C 涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比推升；天然纤维坯布需求环比回升，价格指数呈小幅上涨走势，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升，拉动坯布类总体价格指数微幅上涨。

### 服装面料环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.31 点，环比上涨 0.42%，较年初下跌 0.71%，同比下跌 0.11%。

服装面料类价格指数小幅上涨，近期，轻纺城传统面料市场营销环比回升，至目前因创新面料下游需求环比回升，夏季创意产品现货成交和订单发货环比回升，秋季产品局部下单增加，部分布业公司和规模性经营商户成交环比回升，新风格产品价格环比上涨。纯棉面料、涤纶面料、涤粘面料、粘胶面料、粘毛面料、锦棉面料、麻粘面料成交价量不等量上涨。近期，轻纺城市场夏季纯棉面料现货上市量环比增加，成交批次环比增长，连日销量环比推升，创新面料成交价量呈小幅上涨走势。秋季纯棉面料下单局部增加，目前织造生产或加工企业产出环比增长，从近期销售情况来看，成交环比推升，有部分批次价格环比上涨。

### 家纺营销环比回落，价格指数小幅下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.62 点，环比下跌 0.16%，较年初下跌 1.05%，同比下跌 0.80%。


本期家纺类价格指数小幅下跌，近期轻纺城家纺市场营销环比回落，大众色洋花型产品现货成交逐日回缩，订单发送量环比下降。日用家纺成交明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；窗纱现货成交和订单发货环比回落，小批量多品种色洋花型成交环比下降，中批量成交局部回缩，较大批量成交局部亦有小跌，价格指数呈小幅下跌走势；床上用品成交局部下降，价格指数微幅下跌，拉动家纺类总体价格指数小幅下跌。

### 市场需求环比回缩，辅料指数小幅下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 132.27 点，环比下跌 0.74%，较年初上涨 1.28%，同比上涨 0.73%。

本期服饰辅料类价格指数小幅下跌，近期轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回缩，至目前现货成交和订单发货环比下降。线绳类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；衬料类成交继续回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；带类行情环比回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；服装里料类成交环比回落，价格指数呈小幅下跌走势，拉动辅料类总体价格指数小幅下跌。

### 后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。随着服饰生产企业和二级市场采购的逐日增加，新款面料上市品种继续增加，创新创意产品价格呈小幅上行走势。预计后市轻纺城将在新一轮行情的推动下，总体纺织品价格指数将会呈现震荡小升走势。 

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



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

截至2017年底，已表彰奖励纺织科技奖1273项、优秀教师和学生共计3674名、优秀教学成果奖1114项、针织内衣创新贡献奖91项、应用基础研究48项、科技成果推广146项、全国纺织行业技术能手175名、技能人才培养突出贡献奖16人及23家获奖单位。自1997年至今用于公益活动支出约7000万元，对促进纺织科技教育事业发展起到了积极的推动作用。

**宗旨** 推进纺织工业科技进步 人才成长和产业升级 建设现代化纺织强国



“纺织之光”  
科技推广云平台二维码

[www.fzjfh.com](http://www.fzjfh.com)

(上述内容及数据由纺织之光科技教育基金会提供)



# 选择宏业 选择放心

## 国家功能性差别化纤维纱线产品开发基地

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

### 主打产品：

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

高档差别化纱线针织面料、高支高密针织面料、针织制衣。

高性能阻燃纱线、色纺（半精纺）纱线、高档牛仔OE纱、针织用OE纱。

### 营销承诺：

质量放心、交期放心、服务放心

### 企业文化：

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

### 经营理念：

诚信、合作、互惠、共赢

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

### 愿景：

打造民族知名品牌。

## 齐鲁宏业纺织集团有限公司

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