

# 纺织服装周刊

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

2020.01.06 | 第01期 | 总第961期



P18  
2019 稳中向好显韧劲  
2020 砥砺前行再出发

中国纺织工业联合会会刊  
**纺织服装周刊**  
TEXTILE APPAREL WEEKLY

**影响改变认知  
服务创造价值**

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com  
新闻热线：刘嘉 010-85229892  
广告热线：万喆 010-85229013



P14

**坚持需求牵引与技术支持  
打造军民两用产业新体系**

2019中国纺织军民两用技术发展大会期间，与会嘉宾在产品展示区参观。关云鹤 摄



### 营业时间

周一至周五: 8:00 — 18:00  
周六至周日: 8:00 — 20:00  
地址: 广州市环市西路184号

# HONGMIAN

纺织服装周刊

KAPOK INT'L FASHION CITY  
红棉国际时装城



[www.hongmian.com](http://www.hongmian.com)  
[weibo.com/hongmiancn](http://weibo.com/hongmiancn)

世界纺织看中国 中国纺织在柯桥

# 2020

5.6-8

浙江绍兴国际会展中心



KEQIAO TEXTILE EXPO (SPRING),  
SHAOXING CHINA

## 中国绍兴柯桥国际 纺织品面辅料博览会（春季）



主要展品：纺织面料(辅料)、家用纺织品、创意设计

展会热线：0575-84135583 81181389

纺织服装周刊

# 纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

主管：中国纺织工业联合会  
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

## 编委会名单

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

## 委员 (按姓氏笔画排序)

王加毅 王树田 叶志民 叶体亚 冯国平 朱北娜 乔艳津 许吉祥 孙晓音 孙淮滨 李进才  
李陵申 李斌红 杨永元 杨兆华 杨峻 陈大鹏 陈志华 张庆辉 张慧琴 郑伟良 倪阳生  
袁红萍 徐迎新 钱晋 徐峰 梁勇 黄淑媛 彭燕丽 端小平 翟燕驹

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

总编助理 万晗 袁春妹

## 采编中心

主编 郭春花  
主笔 郝杰  
副主编 徐长杰 徐瑶  
墨影  
副主任 董笑妍  
编辑/记者 李亚静 陶红  
余辉 武筱婷  
徐盼盼 廖小童  
夏小云 徐晶鑫

## 类编

郭森

## 资深摄影

关云鹤

## 新媒体部

主任助理 李江敏

美编 李举鼎

## 行政管理中心

总监 郭也可(兼)

## 办公室

主任 黄娜

副主任 刘萍

## 财务部

主任 崔淑云

专员 张艳

## 产业服务中心

总监 吕杨

## 品牌推广中心

总监 郭也可(兼)

副总监 罗欣桐

主任 王振宇

## 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 张灼章

## 浙江运营中心

总监 赵玲玲

副总监 赵国玲

主任助理 邹莹颖

记者 王利 张颖

## 热线电话

总编室: 010-85229892 新闻热线: 010-85229379

发行热线: 010-85229023 传真: 010-85229422

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

广告发布登记许可号: 京东工商广登字20170146号

本刊广告总代理: 中纺网络信息技术有限责任公司

出版发行: 《纺织服装周刊》杂志社

地址: 北京市东城区东四大街46号院(100010)

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

## 道阻且长, 行则将至

日前, 笔者在江苏张家港出差, 路上问出租车司机生意如何, 司机回答说现在不好做, 打车的人减少了很多。为什么呢? 经济不好, 周边一些企业停了, 流动人口减少, 生意不好做了。

出租车生意的好坏从一个侧面也反映出经济的状况。

前期举行的中央经济工作会议这样定调, 当前世界经济增长持续放缓, 仍处在国际金融危机后的深度调整期, 世界大变局加速演变的特征更趋明显, “三期叠加”影响持续深化, 经济下行压力加大。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲分析行业时认为, 全球动荡源和风险点显著增多, 世界经济仍处在深度调整期, 近期中美贸易谈判虽取得阶段性成果, 但不可控、不确定因素依然存在。过去一年, 我国纺织行业运行压力持续加大。

深度调整、不确定因素、压力加大, 这是当前形势的几个特征。大环境不佳, 企业经营困难也属自然。

不过坦率地讲, 多年来行业的发展一直都是在风雨中前行, 每年都有新的情况出现, 但从没有阻挡行业变大变强的步伐。

表面上看, 传统服装出口下降, 国内市场销售增速放缓, 行业呈现低速增长态势。在中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇看来, 不能因为行业低速增长而得出行业不行的结论, 要看到行业结构调整在加快。

优势企业已经开始在布局未来。

冬至刚过, 鲁泰集团染整车间内一片繁忙, 新招聘的142名员工正在现代化的生产线上实习。这些新员工将作为业务骨干充实到功能性面料智慧生态园区项目中。据介绍, 鲁泰正在建设的功能性面料智慧生态园区项目, 产品可用于高端户外用品, 将打破美国戈尔公司在戈尔特斯类面料方面的垄断, 目前公司已与多家高端品牌建立了战略合作。通过实施该项目, 鲁泰计划五年内实现“再造一个鲁泰”的目标。

内蒙古鹿王羊绒有限公司2019年出口逆势增长, 出口欧美羊绒衫180万件, 较上年增加9%。鹿王的做法是实施全球化产业布局, 紧紧抓住“一带一路”建设的历史机遇, 既加大引进来的力度, 又加快走出去的速度, 从引进海外资源谋发展, 到以产品出海、产业出海、品牌出海形成了发展的强大动力, 点亮鹿王羊绒产业高质量发展之路。

传统的产业要生产创新性的产品, 就要用创新的方式进行生产和管理。武汉裕大华纺织服装集团有限公司已拥有全国首创的10万锭全流程智能纺纱生产线, 经过智能化改造后的裕大华, 万锭纺纱生产线用工已从55人减少到15人, 大幅提升了生产效率, 降低了运营成本, 实现了产品质量可追溯。

寒冷中, 新的一年悄然来临, 经历过无数风雨的中国纺织业已成为世界纺织强国。站在新的起点上, 中国纺织业必将秉承“科技、时尚、绿色”的产业新定位, 实现高质量发展。冬天到了, 春天还会远吗? 借用孙瑞哲会长新年给行业的寄语: 道阻且长, 行则将至。

郭生

## 迁址公告

自即日起, 《纺织服装周刊》杂志社办公地点迁至北京市东城区东四西大街46号院。

我们将以此次搬迁为一个新的起点, 进一步提高行业服务水平, 继续加强自身队伍建设, 为纺织服装行业发展做出应有贡献。再次感谢读者朋友们对《纺织服装周刊》杂志社长期以来的支持!

特此公告。

《纺织服装周刊》杂志社  
2020年1月1日

广告

HAPPY NEW YEAR

流行趋势的发布地、创意灵感的探索地、时尚生活的体验地

- 东方时尚·黄盒子美术馆 西海岸艺术美学发生地
- 古镇口大学城之芯 十万科研人才汇聚
- 50米亲海 大珠山4A景区内海军公园、西海岸中央公园旁
- 大师工作室·全海景星级酒店

风自东方来, 唤醒海居梦。

东方时尚中心  
智慧型·全体验时尚创意产业生态园  
艺术 + 时尚 + 科技  
ART AND FASHION TECHNOLOGY

VIPLINE 8111 6789 项目地址// 青岛西海岸新区海军路1000号(海军公园旁)  
0532 预售证号: 青商注字(青商注16)第090号

纺织服装周刊



高勇

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长

## 加快调整步伐， 实现高质量发展

2019年是新中国成立70周年，也是全面建成小康社会关键之年。2020年，我们将迎来全面建成小康社会和“十三五”规划收官之年。在过去的一年里，在国内外风险挑战明显增多、纺织行业下行压力有所加大的复杂局面下，经过全行业的努力拼搏，整体上保持了平稳发展的态势。

从国际贸易来看，2019年是最具戏剧化的一年，变化最大。中美贸易谈判起伏不定，贸易政策也在不断改变，导致出口数据起伏变化。2019年是“十三五”的第四年，也是纺织工业连续四年低速增长，行业呈现“几家欢喜几家愁”的局面。化纤行业由于产业集中度不断提高，行业龙头企业大多表现不错，特别是涤纶长丝、锦纶长丝、粘胶短纤的产量保持较高增长；新溶剂法纤维素纤维实现国产化突破，产业化规模不断加大。产业用纺织品行业继续保持高于其他行业的增速；一直以来，全球纤维加工量维持3%左右的增速，近两年来，我国纤维加工量增长开始低于3%，明显呈现低速增长态势。

从整体上看，行业发展中结构调整步伐加快，一是产业结构调整加快，体现在产业用成为行业发展新增长极。二是产品结构调整加快，新型纤维发展成亮点。比如，碳纤维T700、T800实现了批量生产，T1000也实现突破。威海拓展、中复神鹰已经投产建设万吨级碳纤维生产基地。三是区域结构调整加快，随着“一带一路”建设的实施，纺织业“走出去”在国际市场主动布局步伐加快，国内产能向中西部转移呈现增速。河南省的“巧媳妇”工程进展火热，陕西“三秦巧媳”也开始布局，云南、广西、江西、宁夏等地纺织产业扶贫、精准扶贫方兴未艾。

传统服装出口下降，国内市场销售增速放缓，必然影响到产业链上游的纺纱、织布。受成本要素的影响，出口服装订单向海外低成本地区转移，而印染色织面料却保持增长，这种结构调整是正常的。未来新型纤维、高档面料还会进一步拓展国际空间。因此，不能因为行业低速增长而得出行业不好的结论，要看到行业结构调整在加快。

近年来，我国纺织业对外投资呈现多区域、多行业和多形式加速推进的态势，纺织骨干企业主动进行国际布局的意识不断增强。据不完全统计，目前我国纺织业对外投资存量超过100亿美元，实际金额要更多。要注意的是，纺织业海外布局是产业发展的必然趋势，但上百亿美元的投资金额相对中国纺织业的庞大规模来说比例并不大，大量的产能还是要满足国内的需求，因此，产业转移更多的应该是从国内发达地区向中西部转移，这是中国区域发展不平衡特点决定的。

2020年将迎来纺织“十三五”和建设纺织强国的收官之年，

面对国内外形势的不确定性，行业依然会保持平稳发展，呈现低速增长态势，或许比2019年更加困难。这就要求行业根据“科技、时尚、绿色”定位的要求，继续加大结构调整力度。

目前，中国纺织工业联合会已经在着手进行“十四五”规划的准备工作中，对于趋势的分析应重点考虑两个市场的反映。其一是国际市场。自1978年改革开放以来，我国纺织业出口增长，到2011年加入WTO后，出口呈现飞跃式发展，到四五年前，出口增幅下跌，而近几年开始负增长。然而，从四十年来全球纺织服装需求来看，始终保持着3%左右的增长。过去中国百分之十几的增长，是我们抢占其他国家的份额，而今，包括越南、印度、孟加拉等在内的东南亚国家、非洲国家以及南亚国家，开始逐步挤占中国在美国、日本、欧洲的市场份额。当前的国际市场变化是经济规律和市场本身所起的作用，中美贸易摩擦只是一个诱因，从中国出口市场下降情况来看，我们对美国出口的下降幅度还不及欧盟和日本。

针对国内市场，“十五”和“十一五”期间我国社会消费品零售总额每年增速都超过15%，“十二五”超过9%，到“十三五”最低达每年5.8%的增长，在国家政策推动下有了8%的增长。但纺织品服装增长只有3%，且得益于网购21%的增长。对于国内市场消费，行业企业也需要冷静地分析，需要对社会发展的不同阶段有清晰的认知。目前，社会经济已经到达一个新的水平，在中国14亿人口中，有超过4亿人口达到了中等消费水平，其中有1.5亿人达到了发达国家消费水平，消费需求发生了明显的变化，剩下的低收入群体理论上讲未来有着巨大的市场需求，但如何更快地提升这部分群体的消费能力是一个重要课题。

日前举行的中央经济工作会议提出2020年做好稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险、保稳定工作，特别提出“要完善产权制度和要素市场化配置，健全支持民营经济发展的法治环境，完善中小企业发展的政策体系”。中央还专门出台文件支持民营企业改革发展，提出一系列有分量的政策措施，力求为民营企业营造更好的发展环境。这一系列举措对行业发展构成利好，也为我们做好2020年行业工作增加了信心。

《建设纺织强国纲要(2011—2020年)》和纺织工业“十三五”发展规划中提到，计划到2020年基本建成纺织强国。当前，从具体指标来看，除部分指标稍落后于世界先进水平外，绝大多数指标已接近甚至领先于世界先进水平，我国纺织制造强国的地位已经确立。面对即将到来的“十四五”，行业将在新的历史条件、新的时代、新的发展阶段实现纺织工业的高质量发展。



孙瑞哲

中国纺织工业联合会会长

## 牢记强国富民使命， 开启行业发展新篇章

律回春晖渐，万象始更新。在刚刚过去的2019年，中国纺织人主动适应国内外风险挑战明显上升的复杂局面，坚定信心，在行业高质量发展之路上奋力前行，为我国经济的平稳发展做出了重要贡献。在此，我谨代表中国纺织工业联合会，向所有纺织工作者与关心纺织行业发展的社会各界朋友，致以诚挚的问候和美好的祝愿！

2019年是新中国成立70周年，行业发展的不平凡可以用三个关键词概括。

**一是重构。**这一年，全球力量对比加速演变，新兴市场国家和地区群体性崛起；贸易规则加速调整，全球区域和双边贸易协定快速发展；数字技术的颠覆式创新不断涌现，行业生产模式、商业模式正在重塑。行业既迎来发展机遇，也经受前所未有的转型考验。

**二是承压。**这一年，我国纺织行业运行压力持续加大，1—10月，规模以上纺织企业工业增加值同比增长2.4%；实现营业收入40271.04亿元，同比增长0.2%；全国限额以上服装鞋帽、针纺织品类商品零售额为10624亿元，同比增长2.8%。出口、投资、利润降幅持续扩大，1—10月，我国纺织品服装出口金额为2323.1亿美元，同比下降2.2%；固定资产投资完成额同比下降7.0%；规模以上3.4万户纺织企业实现利润总额2323.1亿元，同比减少8.7%。行业需推进供给侧结构性改革，优化发展动能，克服下行压力，在“稳增长、稳预期”中继续发挥积极作用。

**三是担当。**这一年，国际贸易持续低迷，据WTO预测，2019年全球贸易增速1.2%。行业顶住压力，积极开拓多元市场，在稳外贸中发挥了建设性作用。1—10月，纺织行业净创汇占到全国的62.1%；对“一带一路”沿线国家、非洲的纺织品服装出口额分别增长1.3%和6.6%。行业围绕全面建成小康社会总要求，深入开展产业扶贫，加快绿色制造技术的创新与产业化应用，为打好三大攻坚战做出了重要贡献。

前景无限光明，道路并不平坦。国际市场，全球动荡源和风险点显著增多，世界经济仍处于深度调整期，近期中美贸易谈判虽取得阶段性成果，但不可控、不确定因素依然存在。国内市场，行业供需结构存在一定程度的错位，部分制造环节产能相对过剩，新材料研发、时尚设计、品牌建设等技术密集、知识密集环节发展有待加强；产业区域发展不平衡问题依然存在，优势互补、区域联动、协同发展的产业布局亟待形成；部分行业发展与资源环境约束的矛盾依然突出，行业需要在全球应对气候变化的行动中发挥更加积极的作用。

尽管环境更趋复杂，但行业发展仍处于重要的战略机遇期。中国纺织工业已形成全球最大最完备的产业体系，国民经济的支柱产业、重要的民生产业、创造国际竞争新优势产业的地位更加突出。整体看，中国纺织工业绝大多数指标均已达到甚至领先于世界先进水平，《建设纺织强国纲要(2011—2020年)》规划的纺织强国目标已基本实现。

日渐开放的对外格局、超大规模的内需市场、庞大的人力资本和人才资源为行业高质量发展提供了有力支撑，这对今后一个时期实现中国纺织服装产业从优秀到卓越的迈进具有重要作用。

展望未来，重任在肩。2020年是全面建成小康社会和“十三五”规划的收官之年，纺织行业作为国民经济的重要组成部分，肩负着义不容辞的光荣使命。新的一年，纺织行业将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻落实中央经济工作会议精神，坚定不移推进新发展理念，围绕供给侧结构性改革和高质量发展，集中精力办好好自己的事情。尤其是要落实好“科技、时尚、绿色”的产业新定位，加快行业的转型升级和高质量发展。

**一是强化创新驱动，赋能产业发展新动力。**聚焦关键共性技术、前沿引领技术，不断深化行业技术创新、产品创新和模式创新。建立健全产学研用相结合的产业创新体系，大力推进纤维材料、绿色工艺、装备等的研发与产业化应用，提升企业创新能力。积极发展智能制造和工业互联网，推动5G、AI、区块链等技术与制造环节深度融合，提升劳动生产率与柔性制造水平。加快构建适应新技术经济范式的产业组织体系，打破阻碍要素流动的壁垒和障碍，充分激活行业发展潜能。打造一批自主创新能力、品牌知名度、资源整合能力达到或接近世界水平的领军型企业，以及一批细分行业的“隐形冠军”企业。

**二是完善产业布局，推进产业集约化发展。**行业要以更高质量、更高效建立全球比较优势，探索整合社会资源和举全行业之力的新型“举国体制”。一是大力发展平台经济。引导企业、区域、行业各类平台的建设，借助市场、资本、文化、责任等要素，充分发挥平台的资源集聚和整合作用；完善公共服务平台建设，推进大中小企业融通发展。二是完善产业集群建设。对接国家区域发展战略，围绕重点区域，突出地方特色，汇聚优势资源，打造国家级纺织服装战略性新兴产业基地和世界先进纺织服装产业集群；围绕智能制造、个性化定制等行业新模式，发现与培育具有时代性、前瞻性、引领性的新兴产业集群。

**三是以开放为动能，拓展行业发展新空间。**当前，中国正推动新一轮改革开放，行业应抓住机遇，在开放中不断增强发展新动能、增创竞争新优势。一方面，加强与国外机构与企业在研发、技术、设计、品牌、资本、人才等领域的深度合作。另一方面，积极构建全球化生产研发营销体系，推动企业在更大范围内整合资源、链接市场、树立品牌，并在走出去的过程中，平衡好走出去的节奏与力度，防止产业空心化。

道阻且长，行则将至。2020年是充满希望和挑战的一年，新的一年开启新的希望，新的征程承载新的梦想。希望广大纺织行业工作者，不忘产业报国初心，牢记强国富民使命，不驰于空想，不骛于虚声，以求真务实的精神、奋发有为的姿态，直面挑战，开启行业发展新篇章。



## 首届“军服文化创意设计大赛”颁奖典礼在京举行

本刊记者\_徐长杰

2019年12月19日晚，以“盛世华彩 荣耀青春”为主题的首届“军服文化创意设计大赛”颁奖典礼在北京举办。本届大赛由军事科学院系统工程研究院指导、中国纺织工业联合会主办、东方时尚中心承办。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、会长孙瑞哲、纪委书记王久新、副会长李陵申，东方时尚中心董事长刘强、执行董事王林、总经理王耀东，军事科学院系统工程研究院和军需工程技术研究所相关领导，以及中国工程院院士、国内知名高校和企业相关领导与参赛代表等200余名嘉宾出席了颁奖典礼。

本次大赛是首个以弘扬军旅文化、探索纺织新材料、新工艺应用为内容的全国性赛事。大赛自8月30日正式启动以来，得到了国内40余家知名设计类高校与企业的积极响应和精心筹划，历时近四个月，汇聚优秀作品317幅，并于10月27日完成了作品入围评审工作，于12月15日完成了决赛评审工作。

通过专家评审团公平、公正、严格、专业的评审，最终审议确定总决赛的金奖、银奖、铜奖、优秀奖等奖项，以及优秀指导老师奖、优秀组织奖和科技创新奖等团体奖项。大赛专家评审团由来自行业、色彩、文化、设计、军方等各领域资深专家组成；各

参赛单位高质量的作品得到了评审专家及嘉宾的高度肯定。

首届“军服文化创意设计大赛”为定向邀请赛事，是纺织工业从军用科技研发到军民协同创新的成果。不仅可以助推纺织新材料、新技术和新产品在军工领域的应用，更能深度推动纺织工业与国防军工领域更大范围、更高层次、更深程度的融合发展，让更多的创意设计人才、创新型企业参与进来，通过设计的力量，让根植文化深处的创意融进军服设计，体现出中国的军旅文化与创意，打造军民两用纺织服装科技合作、人才交流及军旅文化推广的合作平台。

## 国家冬季运动服装装备研发中心成立

2019年12月30日，国家体育总局冬季运动管理中心与北京服装学院共建“国家冬季运动服装装备研发中心”的签约暨揭牌仪式在北京服装学院举行。国家体育总局冬季运动管理中心主任、党委书记倪会忠，副主任洪平，北京服装学院党委书记马胜杰、党委副书记倪赛力、副校长詹炳宏，以及相关部门和师生代表出席。

该研发中心的成立是为了响应习近平总书记关于“高质量筹办2022年北京冬奥会，全力做好各项筹办工作，特别是要做好备战工作，加快冰雪运动普及和提高，努力举办一届精彩、非凡、卓越的奥运盛会”的指示。北京服装学院携手国家体育总局冬季运动管理中心，将共同做好2022年冬奥会国家队科技保障服务工作，双方就促进冬季运动竞技体育与大众冰雪服装与装备研发等任务开展合作。一方面，扎实做好训练备战的服装与装备服务保障工作；另一方面，助推群众性冰雪运动的发展。

会上，洪平、詹炳宏代表双方签署合作框架协议，倪会忠、马胜杰为研发中心揭牌。马胜杰在致辞中重点介绍了北京服装学院服务国家战略与服务历届奥运会方面的工作。他表示北服将集全校之力做好科技助力冬奥服务保障工作，特别是“冬季运动与训练比赛高性能服装研发关键技术”项目获批科技部国家重点研发计划“科技冬奥”专项，北服正在联合全球视野内的优势资源，服务国家集训队的服装装备研发。



与会领导为“国家冬季运动服装装备研发中心”揭牌。

研发中心针对冬奥会训练和比赛的复杂气候环境条件，基于“人体-服装-环境”系统，研发适应中国运动员体型特征与生理特性的竞速与技巧类分项项目比赛服装，开发适用于冬季项目训练与比赛的减阻、防护、热湿舒适高性能服装，致力于跨学科建成集冬季项目训练与比赛服装材料选型、功能设计、样衣制作、工效分析于一体的国际先进产学研平台，并已助力中国冰雪2018-2019、2019-2020两个赛季多支国家集训队服装与装备研发。(刘萍)

## 陕西省纺织工程学会举行会员代表大会

陕西省纺织工程学会第13次会员代表大会近日在西安工程大学隆重召开，来自全省纺织行业的领导和嘉宾53人参加会议。会议特聘中国工程院院士姚穆、上届理事长顾宪祥担任名誉理事长，西安工程大学副校长李鹏飞当选为第13届理事会理事长。

李鹏飞表示，当选第13届理事会理事长，深感责任重大，将在陕西省科协的领导下，在上届

理事会工作基础上，团结带领全体理事，不忘纺织初心，牢记发展使命，讲好纺织故事，为陕西纺织业的发展做出新贡献。

陕西省纺织工程学会在第12届理事会的领导下，作为团结全省纺织科技人员的社会组织，以经济建设为中心，积极传播科技知识，加强技术教育和培训，为全省纺织工业的发展做出了贡献。(秦阳)

## 绿色时尚 唤醒共创

设界 2019 年度时尚盛典 (柯桥) 举行

在循环经济可持续发展的时尚大趋势下，艺术创意有着不可或缺的设计本质。近日，以“绿色时尚，唤醒共创”为主题的设界2019年度时尚盛典(柯桥)在长发商业中心圆满落幕，本次活动由柯桥设界时尚产业服务平台、POP全球趋势携手长发国际时尚中心联合举办。

中国时装设计最高奖“金顶奖”获得者刘薇、长发国际时尚中心常务副总经理蔡满以及“设界”时尚产业设计共享赋能空间联合创始人张巍等时尚机构、企业代表、地方相关部门负责人等百余人参会，嘉宾们畅所欲言，纷纷为时尚产业发展带来自己的真知灼见。

张巍表示，设界协同POP趋势、优料宝、时创教育等服务设计平台，深耕产业服务，链接优质资源，沉淀产业基础，立足上海服务长三角，服务时尚产业，助力其创新发展。砥砺前行，不忘初心，设界将会始终专注于为原创赋能，做好推动时尚产业升级转型的专业服务平台。

现场，POP FASHION 全球时尚趋势首席专家曲丹丹，为POP趋势最新发布莫比乌斯—2021SS主题趋势展望进行深度解析，贴合市场，拆解主题，针对消费者动态和行业趋势等系列内容进行了数据分析和资讯共享。

绿色时尚、可持续设计已经成为当下众多服装品牌产品设计的的首选。现场，刘薇携《那山·那海·那时光》环保装置艺术作品展重磅亮相，并就本次作品展的创作理念和未来时尚的发展方向进行深度解读。据了解，本次展出作品紧紧围绕可持续循环再利用的主题展开，所有材质源于服装设计后的剩余面料，旨在用艺术的语言让人们思考在物质过剩的时代，如何用更环保的方式创作。展出作品无论在色彩搭配、艺术呈现还是廓形结构等方面都给人带来了极大震撼。

作为以“设计”为杠杆撬动当地产业资源能量的公共服务平台体系，设界已成功落地8个不同主题的产业集群空间，柯桥·设界作为赋能时尚服务平台，开创了一个设计面向市场、链接产业的新商业模式，推进产业链上下游资源整合和优化升级，形成健康、可持续的纺织服装融合发展生态圈，以时尚引领激发柯桥时尚产业的创新潜力和市场活力，助力柯桥面料时尚产业发展。(赵国玲)

# 2020内蒙呼和浩特塔拉 骑士服时尚 设计大赛

## 骑乐

大赛主题

个人信仰与民族文化意识的共荣是骑士精神的特质，用时尚的态度、创意的勇气驰骋在设计“辽阔草原”。

乐：可作马术的韵律之术，亦可表达骑士驭马的愉悦之心。

骑士服作为内蒙马文化一个必不可少的组成部分，承担了内蒙古民族文化和马文化展示和输出的重要责任。

作品征集

2020.1.2

2020.4.1

截稿(寄到日期)

专家初评

2020.4.9

入围作品公示

2020.4.10

决赛成衣制作

2020.4.11

2020.5月上旬

总决赛暨颁奖典礼

2020.5月中旬

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

呼和浩特

### 赛事资讯请关注

《纺织服装周刊》官网：<http://www.taweekly.com/>

中国纺织经济信息网：<http://www.ctei.cn/>

《纺织服装周刊》官方微信：fzfzkk

咨询电话：王振宇 010-85229653；裴先生010-85229657；

快递地址：北京市东城区东四西大街46号院《纺织服装周刊》杂志社 大赛组委会

王振宇 收 电话：18600345956

邮编：100010

纺织服装周刊

# 切实提高党务工作者业务素质和综合能力

## 中纺联党委在枣庄举办 2019 年度党务工作者培训班

本刊记者\_郭春花 / 文 吴未寒 / 摄

为推动“不忘初心、牢记使命”主题教育“回头看”工作落到实处，在持续推进巡视整改工作的基础上，积极宣传贯彻党的十九届四中全会精神，进一步加强中国纺织工业联合会基层党组织标准化、规范化建设，切实提高党务工作者业务素质和综合能力，中纺联党委分别于 2019 年 12 月 11—13 日、12 月 18—20 日分两批在枣庄举办了共计 70 余人参加的 2019 年度党务工作者培训班，重点从政治理论、素质提升、业务技能、党规党纪等方面对参训人员加强党性、提升党务工作水平进行教育培训。

培训采取实地参观纪念馆、集中授课与个人自学相结合、党务知识测验与交流分享讨论相结合、党务学习与行业企业调研相结合的方式。

### 推动党建工作再上新台阶

培训首日，中纺联党务工作者们一到枣庄，便马不停蹄地参观了铁道游击队纪念馆和台儿庄大战纪念馆。在铁道游击队纪念馆，伴随着《弹起我心爱的土琵琶》等熟悉的歌曲，党务工作者们全面了解了铁道游击队在中国共产党领导下依靠群众开展游击战术，英勇壮烈地抵抗日本侵略者的革命历程。在台儿庄大战纪念馆，党务工作者们跟随讲解员，通过观看大量史料，了解了那段可歌可泣的历史，无数爱国将士为抵御外侮，前赴后继、浴血奋战，用巨大的牺牲换取了中国抗战的重大胜利。通过两场参观，党务工作者们追寻烈士足迹，缅怀革命先烈，接受了一次刻骨铭心的爱国主义教育洗礼，坚定了不忘初心、复兴中华的使命责任。

中国纺织工业联合会党委书记高勇、党委副书记陈伟康分别在两批培训班上做了开班动员。两位书记在讲话中一致强调了开展此次培训的重要意义，要求党务工作者们在三天培训中认真学习，并积极的在基层党建工作中学以致用，切实推动中纺联基层党建工作更上一个台阶。

培训期间，党务工作者们首先学习贯彻十九届四中全会精神，聆听了《国家治理现代化专题讲座》之“新时代推进国家治理现代化的重大意义”讲座；围绕贯彻落实《中国共产党支部工作条例（试行）》，先后学习了《全面提高新时代党支部建设质量学习专题讲座》之“新时代党支部工作的八大基本任务”、“新时代党支部的工作机制”、“新时代党支部的组织生活”和“新时代党支部委员会建设”等专题辅导讲座。

在学习辅导讲座之后，为提高党务工作者的实际工作技能，培训班在组织学员集中自学由国资委协会党建局主编的《国资委行业协会党支部标准化、规范化建设工作手册》和党务工作权威教程《新时代基层党组织工作怎么做》两本培训教材的基础上，专门针对基层党组织党建工作的重点方面组织了“操作示范”的观摩学习，包括《基层党组织“三会一课”示范》、《基层党组织组织生活会、民主评议党员示范》、《一次规范的党支部换届选举》、《入党》和《接收预备党员支



第二批学员参观铁道游击队纪念馆。



第一批学员在台儿庄大战纪念馆合影。

部大会示范演练》等内容，对基层党支部开展组织生活、组织建设、发展党员等重要工作的实际操作流程和工作标准进行了培训。

培训期间，培训班为保证学习教育效果，还结合“不忘初心、牢记使命”主题教育，组织学员分段观看了《见证初心和使命的“十一书”》视频，通过 11 位共产党人用生命和鲜血铸就信念与忠诚的感人故事，深深感悟老一辈革命家践行初心使命的坚定与执着，为党务工作者们上了一堂不忘初心、铭记历史，传承红色基因、增强党性修养的党课。

在第一批学员培训过程中，正值 12 月 13 日第六个纪念南京大屠杀死难者国家公祭日，培训学员牢记历史、勿忘国耻，在当天培训正式开始之前，集体肃立，共同为 30 万死难同胞默哀一分钟。

集中学习之余，培训班还组织党务工作者们进行了小测验和分组讨论，通过这种形式加深学员对学习内容的记忆掌握，并对学员们平时在党务工作中积累的实际问题开展经验交流、答疑解惑。对此，党务工作者们纷纷表示受益匪浅，对于提高自身的党务工作水平和综合业务能力具有较强的指导意义。

最后，培训班还结合行业工作和行业党建，组织学员到位于枣庄的有关纺织生产企业一线进行参观学习，并组织观看了受邀参加新中国 70 周年阅兵典礼的两位行业企业代表——全国优秀党务工作者周海江、优秀共产党员张国良的先进事迹视频。

### 建设提升良好工作环境

陈伟康在两期培训班的总结中讲到，培训班通过大量辅导报告、现场做测试题、集体自学、专题辅导、分组讨论交流等，使大家做到有思考，认真努力下功夫，党务基本知识有了极大的提高，培训班达到了预期的目的。

新时代，党的工作必须要把政治建设放在首位。中纺联党委作为党的一级组织，要坚持通过党的工作，加强中纺联党员领导干部和党员队伍建设，积极营造中纺联干事担当作为、善于作为的浓厚氛围，建设提升中纺联良好的工作环境。

陈伟康对党务工作人员也提出了要求：一是要建立并不断提升做好党务工作的光荣感，建立自信；二是要加强学习，进入角色，高质量做好工作；三是党建工作要规范、细致、务实、有效率；四是要与时俱进，创新做工作。他特别讲到，只要有认真做好工作的态度，有实事求是做实事的思想，有党员的政治定力和意识，有不断调整提升自己的觉悟，就会不断增强、提升党建工作的水平和质量。至此，中纺联党委 2019 年党务工作者培训班顺利完成各项培训任务，圆满结束。TA



中国国际纺织机械展览会  
暨ITMA亚洲展览会  
ITMA ASIA + CITME 2020

## 商业平台 引领亚洲

2020.10.15 - 19

国家会展中心 中国·上海

- 中国纺织机械协会是本展会受理中国大陆地区展商报名申请的机构
- 本展会在中国大陆地区没有其他任何形式的销售代理或渠道

线上报名开始日期：2019年6月28日

报名详情请登录：[www.citme.com.cn](http://www.citme.com.cn) | [www.itmaasia.com](http://www.itmaasia.com)

### 联系方式：

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

电话：+86 10 5822 0799/5822 0599/5822 1499  
传真：+86 10 5822 1466  
电子邮箱：[ctma@ctma.net](mailto:ctma@ctma.net)/[itmaasiacitme1@bjitme.com](mailto:itmaasiacitme1@bjitme.com)

### 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

### 承办单位



北京泰格斯特  
国际展览展示  
有限公司

### 协办单位



ITMA Services N.V.

### 合作协会



日本纤维  
机械协会

[www.itmaasia.com](http://www.itmaasia.com)  
[www.citme.com.cn](http://www.citme.com.cn)



纺织服装周刊



高校教授、企业大咖、行业专家学者共聚一堂，围绕中华传统服饰文化与现代时尚文化的融合创新展开探讨。



# 盛世华服 耀彩万年

新华服发展高峰论坛·首届“万年贡”杯新华服设计大赛启动暨产业推介会举办

本刊记者\_邬莹颖 文/摄

着我华夏衣裳，兴我礼仪之邦。服装是一个民族的象征，中国有礼仪之大，故称夏，有服章之美，谓之华。中国上下五千年的文化博大精深，积淀了丰厚的服装服饰文化。为弘扬中华深厚底蕴和礼仪，传递中国人勇于追求梦想、建设美好家园、热爱美好生活的时代特质，2019年12月16日，新华服发展高峰论坛·首届“万年贡”杯新华服设计大赛启动暨纺织服装产业推介会活动在江西万年举行。

本次活动由中华炎黄文化研究会华服工作委员会、万年贡集团有限公司、万年县轻纺行业协会主办。第十一届全国政协提案委员会副主任、中国轻工业联合会原会长步正发，中国纺织工业联合会原副会长、中国针织工业协会原会长杨纪朝，中华炎黄文化研究会常务副会长常文光，公安边防总局原副局长、少将张崇德，中国皮革协会秘书长卞晓云等领导嘉宾出席本次活动。

高校教授、企业大咖、行业专家学者共聚一堂，围绕中华传统服饰文化与现代时尚文化的融合创新、江西省上饶市万年县服饰产业发展的新机遇、新华服趋势和特色、如何建设新华服文化产业基地、如何推动三化融合的产业落地万年建言献策，打造一场思想交流的盛宴。

## 高端视点 紧跟高质量发展步伐

万年县委书记吴树俭在致辞时介绍称，万年地处江西省东北部、鄱阳湖东南岸，全县辖6乡6镇，国土面积1140.76平方公里，是世界稻作文化发源地、中国贡米之乡、中国优质淡水珍珠之乡。新华服设计是文化创意产业，在进入“微利”时代的今天，传统纺织服装产业比任何时候都更需要文化创意产业的支撑，也比任何时候都更能成为文化创意提供广阔舞台。万年县一定会以本次活动为契机，推动两大产业相辅相成、相得益彰。

常文光致辞表示，近几年汉服的新热潮让我们看到华服复兴的更多可能，但华服本身华美绚丽的设定造成服装的局限性。如何设计出更日常、更实用的华服，让华服真正走进生活，是接下来大家需要努力研究并探索的。想要弘扬中华传统服饰文化，需要研究当今

消费时尚，在中华民族实现复兴梦的征途上推动中华传统文化服饰与各种文明的交流和借鉴，与时代风尚的结合、传承与创新，以时代之美、精益之美、自信之美传递优秀文化，用新华服引领时代潮流，实现中国梦。

杨纪朝表示，近年来，国际贸易环境的变化，贸易摩擦的加剧，保护主义、单边主义的抬头，使我国纺织服装业面临极大的成本和市场压力。我国经济近年来的快速发展倒逼纺织服装业面临产业转移与升级的决策临界点，万年抓住这一机遇，成为承接东部纺织服装产业梯度转移的对接点。对于万年来讲，不是简单的把别的地方的产能平移过来，而是按照十九大指出的高质量发展要求，把纺织行业的新定位“科技、时尚、绿色”贯穿在产业发展中，把传统的纺织服装产业与文化、时尚传承结合起来，用创新发展的思路引领产业。这次活动对华服概念的探索，体现万年县政府对现代纺织行业的深刻理解和认识，对高质量发展的具体贯彻。

## 优势互补 打造可持续产业链

近年来，万年县抢抓产业转移和转型升级发展机遇，大力发展现代纺织等三大产业，加快推进纺织企业集聚集群发展，目前已基本形成了化纤、织造、印染、服装、箱包、制伞和家纺为一体的较为完整的产业链。

在2019万年县招商引资“百日行动”纺织服装产业推介会上，万年县政协副主席彭勇介绍，万年县在行业支持、区位优势、政策推动下，产业规模越来越大、产业链条越来越全、行业标杆越来越多，且呈现院士工作站多、创新创业平台多、知识产权成果多的特色。为继续促进纺织服装产业健康发展，万年县委、县政府将全力构建“你投资我服务、你发财我发展、你诚信我担当、你先赚我后赢”的新型政企关系，重点围绕“科技、时尚、绿色”发展核心，优化放管服改革，细化产业定位、加深产业与文化融合，按中央供给侧改革要求，抢抓有利时机，以文化赋能产业，奋力开启万年纺织服装产业下一个“金色十年”。

现场举行了纺织服装产业落地万年县签约仪式，

金利来（中国）皮具投资有限公司的万年国际轻纺城项目、厦门乾德纺织有限公司的纺织生产项目、上海旺堡服饰有限公司的高档内衣生产项目等16个项目，共计98.7亿元的投资将花落万年。

会上，杨纪朝与江西省工信厅纺织处处长陈军为江西昌硕户外休闲用品有限公司颁发“江西省纺织工业协会常务副会长单位”牌匾。

## 融合创新 引领华服新潮流

当天下午举行了以“中华传统服饰文化与现代时尚文化的融合创新”为主题的新华服发展高峰论坛。

中国社会科学院古代史研究所研究员、中国服饰文化研究院副院长赵连赏，就中国古代服装的本源相关话题展开探讨。

就华服和现代生活的接轨，与当前服装设计、标准的结合话题，中国美术学院教授吴海燕发表了自己的观点，并结合自己的服装设计实践阐述了华服发展的要旨所在。

外交场合对服装的需求是什么？在一个外交官眼中，华服作为正式场合的礼仪服装应该有怎样的精神底蕴和外在的表现？外交部原驻苏里南共和国大使张晋雄结合外交案例和亲身体会提出了服装礼仪的思考。

产业结合、抓住机遇，如何从实业角度有责任感地体现华服文化自信？中华炎黄文化研究会华服工作委员会秘书长、江西昌硕户外休闲用品有限公司徐仿以一个企业经营者的责任观和着眼长远的发展视角，阐述了抓住行业“科技、时尚、绿色”的时代发展新机遇，将新华服与产业创新融合在一起，推动产业进入高质量发展的新阶段。

中华炎黄文化研究会华服工作委员会揭牌仪式和首届“万年贡”杯新华服设计大赛启动仪式同期举行。据悉，首届“万年贡”杯新华服设计大赛以新华服在时代背景下需要不断创新，形成个性、定制、多样化的华服特色探索为背景，参赛对象主要面对高校学生及新锐设计师，男装、女装、童装等品类均可参赛，以打造华服正装新形象、新视觉、新标准为目标。大赛决赛暂定于2020年10月举行。TA

# 三刊联动

覆盖全产业链

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

与纺织服装周刊杂志社合作  
一次获得多重行业关注！



中国纺织机械协会会刊

中国家用纺织品行业协会会刊

中国纺织工业联合会会刊



纺织机械微信



纺织服装周刊微信



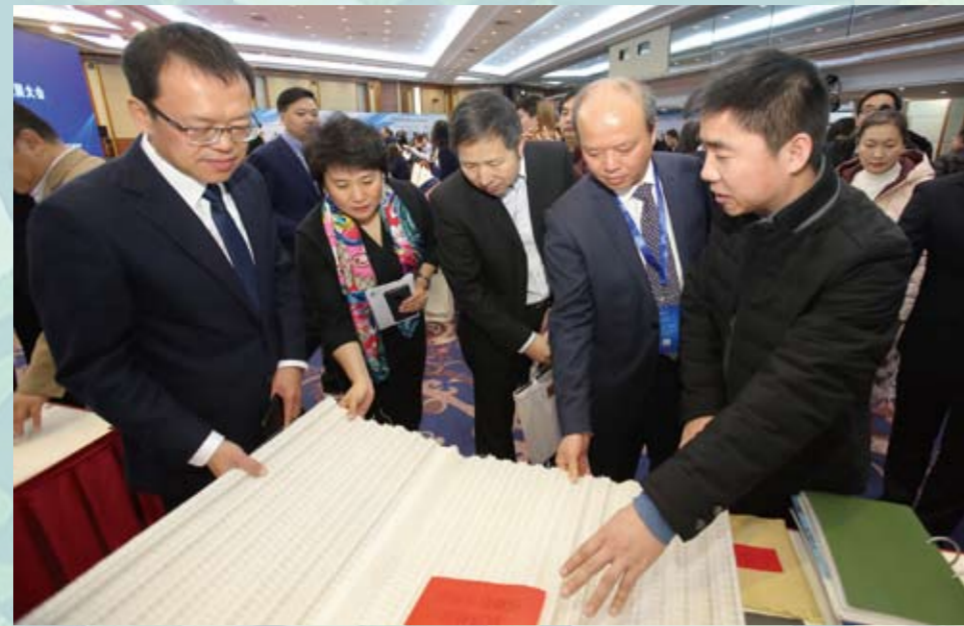
家纺时代微信

新闻热线：刘嘉 010-85229892 新媒体热线：李江敏 010-85229737 广告热线：万晗 010-85229013 发行热线：章简 010-85229023

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

纺织服装周刊

GROUP COOPERATION



与会领导嘉宾在产品展示区参观。

# 坚持需求牵引与技术支撑 打造军民两用产业新体系

## 2019 中国纺织军民两用技术发展大会召开

本刊记者\_徐盼盼/文 关云鹤/摄

为了深入贯彻国家军民融合发展战略，构建纺织行业与军方需求单位的高层次交流合作平台，推动纺织行业与国防军工的深度融合，加强纺织行业科技创新能力建设，推广纺织行业军民两用技术和产品，2019年12月20日，“2019中国纺织军民两用技术发展大会（第309场中国工程科技论坛）”在北京隆重召开。本次会议由中国工程院、中国纺织工业联合会主办，中国工程院环境与轻纺工程学部、中国纺织军民融合工作委员会、中国产业用纺织品行业协会、东华大学、上海大学承办，中国产业用纺织品行业协会特种纺织品分会、北京邦维高科特种纺织品有限责任公司、泉州迈特富纺织科技有限公司、江门市新会区工业用布厂有限公司、中纺亿联时尚产业投资集团协办。

中国工程院院士孙晋良、俞建勇、蒋士成、王玉忠、陈文兴，中国工程院环境与轻纺工程学部办公室主任王小文，中国科学院院士朱美芳，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长、中国纺织军民融合工作委员会主任高勇，中国纺织工业联合会纪委书记王久新，中国纺织工业联合会副会长、中国纺织军民融合工作委员会副主任、中国产业用纺织

品行业协会会长李陵申，工业和信息化部材料司原副司长常国武，国家发展和改革委员会产业司轻纺处处长李平，军事科学院军需工程技术研究所所长绳以健，军事科学院防化研究院总体研究所所长赵晨光，以及来自军委装备发展部、各军兵种和各军工集团的代表，相关协会、高校、科研院所、检测机构、企事业单位和媒体代表共计500余人参加了会议。会议由孙晋良、俞建勇、陈文兴、朱美芳及中国纺织工业联合会副秘书长、科技发展部主任彭燕丽分别主持。



“纺织军民两用技术是具有军事价值、商业用途和产业化发展潜力的技术。大力促进纺织军民两用技术的发展，不仅对军用纺织品研发、生产和国防现代化建设起到促进作用，也为我国纺织科技进步营造了良好生态环境。”

# 立足产业高度，透视未来方向

2019中国纺织军民两用技术发展大会是纺织产业相关领域总结历年发展、梳理未来方向的重要阵地，在本届大会上，有关领导分别就中国纺织军民两用前沿技术、指导思想、合作构架、阶段成果等发表了重要观点，成为该产业未来发展的指导性意见。

## 高屋建瓴绘蓝图，脚踏实地谋发展

会上，王小文指出，改革开放40多年来，中国已成为世界最大的纺织品生产国、消费国和出口国。近年来，纺织工业和纺织科技均取得快速发展，纳米技术、激光技术、信息技术、智能制造等新兴技术，与纺织产业日益融合，古老的产业不断迸发新的活力和魅力，特别是一系列先进纺织新材料在安全防护、高端装备、先进制造等领域有了更广阔的应用前景。她指出，为构建纺织行业和军需单位的高层交流与合作，推动纺织军民两用技术发展，促进纺织行业高质量发展，召开纺织军民两用技术发展大会（第309场中国工程科技论坛）意义重大。希望以此次大会为契机，立足中国纺织军民两用技术，在科技研发、学术交流、人才培养、产业创新等方面，推动纺织行业与国防军工的深度融合。

高勇在致辞中指出，军民两用技术是具有军事价值、商业用途和产业化发展潜力的技术。发展军民两用技术一直是各国国防科技政策的重要内容，也是我国富国强军的一项重要战略措施。纺织军民两用技术发展不仅对军用纺织品研发、生产和国防现代化建设起到了促进作用，也为我国纺织科技进步营造了良好生态环境。

当前，推动军民两用技术发展被纳入了不同层级的战略规划、课题研究和政策制度中。他讲到，从纺织层面讲军民两用技术发展，就是按照军用、民用的需求和标准，将纺织技术、产品、应用等统筹兼顾，让军工和民用相互补充，

高效率地实现纺织行业资源的最优配置。在我军现役装备的物资中，有上万种与纺织品有关，我国纺织军民两用技术经过多年发展，形成了强大的研发、创新能力，积累了大量符合军民需求和标准的科技成果。同时，涵盖行业组织、高校、科研院所、检测机构、骨干企业和需方单位的高水平纺织军工技术配套体系也已基本形成，与军用纺织品相关的研发机构也正在积极整合，将更多高精尖的军用技术向民用转化。将来新型纤维复合材料及特种加工技术依然是纺织军民两用技术发展的重要方向。

高勇表示，近年来，纺织行业聚焦“科技、时尚、绿色”理念，其中纺织军民两用技术转化工作也正逐步向全面、协调、可持续方向发展。今后，中国纺织工业联合会将会在现有成果的基础上，立足军用、民用市场，强化顶层设计和创新驱动，围绕军民两用技术创新，通过实地调研，汇聚各方意见，向相关政府部门提出政策建议。同时运用市场机制集聚纺织行业优质资源，开展军民两用关键共性技术、核心技术攻关，通过提升自主创新能力，实现军民两用技术长足发展；坚持需求牵引与技术支撑，从军用、民用需求出发，构建多层次合作平台，有效促进军民两用技术研发和成果转化；做好技术管理和积累，完善军民两用标准制定，通过军民两用技术的示范应用和高科技纺织品的持续有效供给，为纺织产业发展提供强有力的技术支撑。

## 与时俱进做工作，总结经验促前行

李陵申作“中国纺织行业军民融合工作总结”，他首先介绍了中国纺织行业军民两用技术发展概况。目前，纤维新材料的多功能性和多样性得到了较大提升，纺织行业基本构建了品种齐全、性能优良、技术先进的纤维材料研发、生产平台，可满足战略武器和装备等军工需求，为军工系统和国防建设提供重要支持和保障；涌现了一批纺织军民两用技术相关的骨干企业、高校和科研机构，积累了大量创新性、实用性兼具的符合军民需求的科技成果；纺织军民两用技术和成果标准化建设取得了一定成效，建立了纺织领域国家军用标准数据库，完成了多项相关标准研究类课题，促进了军民两用标准的互融互通工作。

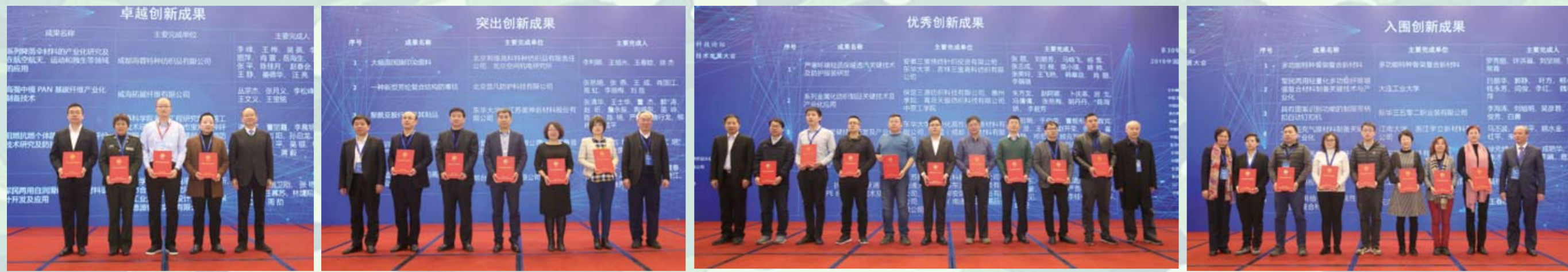
李陵申还对2019年纺织军民两用技术工作进行了梳理。2019年，为做好顶层设计和组织保障，编制了《中国纺织行业军民技术发展指导意见》；为促进更多优秀纺织技术和产品应用到军事领域，编写了《2019纺织军民两用技术和产品目录》，并推荐给相关需求单位；开展军民两用

专项对接交流，构建多层次合作平台；推进纺织军民两用重大专项和开展纺织军民两用专题调研，为制定相关规划和政策提供借鉴与参考；另外，在推动纺织军民两用标准体系建设、搭建军民两用交流与展示平台、设立纺织军民融合发展基金、开展纺织行业军民两用技术创新成果评选等方面也做了大量工作，有效地推动了纺织军民两用技术的发展。

李陵申指出，现阶段，我国军民两用技术发展还面临顶层谋划不够、军民供需“家底”不清、信息共享不足、关键两用技术协同创新能力不强、创新资源分散、专业创新人才缺失等问题。未来，纺织军民两用技术工作需从完善纺织军民两用发展需求生成机制、整合纺织行业军民两用创新资源、推进纺织军民两用科技专项、推动纺织标准的军民两用、开展纺织军民两用示范园区和示范企业建设等方面重点开展。

最后，他建议，逐步放宽国防装备和后勤保障采购体系，激发“民参军”积极性；建立高层次的行业需求生成机制，推动军地双方创新资源共享；建立军民一体化知识产权管理体制机制，保护企业合法权益；建立国家专项基金，支持高性能纤维和小品种特种纤维的开发和应用；建立军、民研究机构合作机制，促进资源共享、优势互补。





首届“军服文化创意设计大赛”颁奖。

## 交流技术、彰显趋势， 科技赋能军民两用

本届大会聚焦纺织军民两用技术现状和发展，邀请了中国工程院院士和军事高校、军工集团、军需单位、科研院所的专家学者，共同展示了最新纺织军民两用的技术和成果，为行业搭建了沟通信息、展示成果、寻求合作的平台，有效推动了纺织军民两用技术的创新发展。

### 从纤维入手，赋予产业创新基因

从纤维层面赋予纺织品特殊性能，是从根源上解决军民两用纺织品特殊需求的重要方法，大会上，多位技术骨干、院校教授就此呈现了团队多年来在这一领域的研发成果。

中国兵器工业集团第五三研究所总工程师魏化震作了“碳纤维和先进复合材料在军民领域的应用及协同创新发展”报告，他围绕碳纤维及先进复合材料技术在军民领域的应用、碳纤维及复合材料技术军民协同创新发展等内容作了详细介绍。复合材料具有高比强度、高比模量，应用于军、民装备可以显著减轻重量、提高机动性、节省能源，而其中碳纤维复合材料是最佳选择。在军民两用形势下，民营、民口企业进入军工成为热潮，尤其是新材料行业中的碳纤维及复合材料领域，成为进入军工的热点领域。他提醒民营企业将新材料技术用于国防军工，应是有序竞争、协同创新、优势互补的，而不是鱼龙混杂的无序竞争，不应“一窝蜂”式的打乱仗。目前，我国碳纤维等高级纤维发展迅速，取得重大进展，但仍未完全实现自主保障，行业应有清醒的认识，应尽快实现“从有到优”。

空军工程大学副教授白二雷作了“纤维材料的工程应用及其研究展望”报告，他从纤维的种类切入，介绍了目前纤维材料在工程建设中的应用。据介绍，将纤维按特定方向和位置分布于水泥浆、砂浆或混凝土中，或随机均匀地掺入水泥浆、砂浆或混凝土中所形成的复合材料，是混凝土改性的重要手段。随后他对纤维材料发展进行了展望，行业要重视新型绿色环保高性能纤维材料的研制，纤维复合材料的制备及其改性，纤维材料在土木、航空等各领域的应用也需要进一步推广。

北方材料科学与工程研究院科技委员会委员、研究员级高级工程师



从纤维入手赋能军民两用纺织品。

师高永忠作“高性能纤维在陆军装备防护上的应用研究”报告，他讲到，新时期作战条件下要求陆军装备具备高防护、轻量化、隐身化、信息化、高可靠、低成本等特征，高性能纤维及其复合材料在装甲防护、人体防护、机动隐身及主动防护中有着广泛应用。针对高性能纤维的发展，他提出了加强基础研究、强化批量生产过程的技术研究、重视新型纤维研发、重视纤维应用配套装备研制等建议。

中国工程院院士、四川大学教授王玉忠作了“功能纺织品的发展及其军事应用”报告，他对阻燃性纺织品、超双疏纤维及制品，抗菌、防霉、防螨、防蚊虫、抗紫外线纺织品，导电纤维及制品、安防用纺织品以及其他新型纤维制品和智能纺织品的发展现状作了详细介绍，指出具有高附加值的功能纺织品在军事领域具有广泛的应用前景。他认为，研究开发集多功能于一身的功能纺织品既具有挑战性又具有极大的实际需求，需要产学研用协同创新。功能纺织品在军工方面的应用拓展，需要调研军事需求，以军需为导向，从基础研究到技术开发，创造出新型功能纺织品。

### 做实用、适用装备， 强化我国军事力量

强大的军事力量依靠英明的领导、严明的军纪、顽强的意志，同样依靠有力的装备支撑，如何用最先进的技术武装士兵，成为了专家学者热烈探讨的又一重要论题。

单兵综合系统专家顾问组成员孙晓棕作了“单兵装备对纺织与被装的挑战”报告，他从战争形态、单兵装备、纺织与被装三个角度进行了详细分析。他表示，军服的演变与作战形态的发展密不可分，从早期的标志识别功能军服，到如今的野外伪装功能军服，无不与单兵作战形态的改变相适应。纺织技术和服装设计制作技术正着力在一件或几件军服上实现防护的复杂功能，取得了可喜的成绩。然而，面对信息战场单兵职任务的细化分工，单兵服装既要突出职能任务的针对性，更要思考信息化作战形态对纺织和被装技术提出的挑战，如运用纱线织布、成衣制作、能量收集、电能转换与管理等技术，将衣物摩擦、肢体运动、体外温差、足底压力等人体散失的能量收集起来，集零散为集中、集小能为可用能，为单兵信息化与智能化建设提供新型能量支持，从而提升单兵野外耐久力和持续作战能力。

武汉纺织大学技术研究院常务副院长王栋作“智能可穿戴技术的发展以及军事应用价值”报告。智能可穿戴技术是一种将科技功能整合至日常随身物品中进行智能化设计，开发出符合用户需求的穿戴设备的技术，该技术融合了纺织、电子、传感、通信、机械、软件、控制、工业设计等多学科领域，广泛应用于健康保健、运动健身、智慧医疗、安全防范和军事领域。智能可穿戴市场将逐步由北美洲向亚洲与大洋洲转移，且中国将成为智能可穿戴技术发展的主要市场。未来，全球智能可穿戴技术的主要应用领域仍是健康保健与运动健身，但其在军事领域的应用将逐年增长，且前景巨大。模块化军服用、多功能智能军服用、一体化纤维基军服用是军用智能可穿戴技术未来发展方向。

陆军工程大学教授吕绪良作了关于“伪装防护器材的技术与发展”的报告，他从伪装的定义、原因等角度分析了伪装的重要性，围绕伪装防护器材分类、伪装防护器材相关技术、伪装网研究现状、伪装防护器材的发展趋势作了详细介绍，他表示经过几十年的发展和一代又一代人的努力，目前我国军用伪装网的水平与世界军事强国几乎相当，居于世界先进水平。

降落伞主要由柔性织物制成，依靠相对于空气运动充气展开的可展式动力实现减速，广泛应用于国防科学领域。中航工业航空救生装备有限公司研究员王璐作了“军用飞机降落伞与纺织材料”的报告，他从降落伞的功用、纺织材料在军用飞机降落伞的应用情况、军用飞机降落伞国内外现状及发展趋势、军用飞机降落伞未来发展对纺织材料的要求等方面作了详细介绍，并表示，降落伞发展与纺织材料性能密切相关，而相关纺织材料的发展，又是以降落伞不断提高要求为前提，两者相辅相成。其中，救生伞、阻力伞是降落伞产品的重要代表，要求较高、需求迫切，若纺织材料技术在此方面实现提升，则可以更迅速地在降落伞领域全面推广。

### 面向未来， 技术力量不容忽视

军民两用技术不仅要解决当下问题，更要前瞻未来需求，技术领域的专家们从未忽视这一问题，不仅在武装未来军队上专心研发，甚至将课题延伸至宇宙。

际华集团股份有限公司系统工程中心（研究总院）信息化总监申晓卫作“基于太赫兹成像人体精确测量在军需装备领域的应用”报告，他围绕军事需求痛点、国内外研究现状、关于太赫兹波、太赫兹人体参数测量仪的应用等内容进行了详细介绍。据悉，为了确保士兵的安全和战斗力，美军将根据人体尺寸数据库，对人体尺寸变化和形态变化对士兵穿着、携带、飞行、驾驶工作的影响进行研究，从而保证未来10到15年内供应服装的合体率达到90%，而防护装具要达到98%。太赫兹是电磁波领域最后一块“处女地”，由于太赫兹波在电磁波谱中所处的特殊位置，与其他波段的辐射相比，具有许多独特的优点。与微波、毫米波相比，太赫兹的频率很高，所以其空间分辨率也很高。而太赫兹人体参数测量仪的应用，有利于个人被装按需精确申领，主要解决服装“穿不完”、“不够穿”、“不适体”的问题，是对传统实物保障业务流程的颠覆。采用虚拟货币个人账户方式，按需精确申领，集中筹措配送，余额只可结转不得提现，达到了精准供应、减少成本、节约军费的目的，使被装管理保障工作变得科学化、人性化。

军事科学院防化研究院总体研究所所长赵晨光作了“未来核生化威胁及对纺织材料的需求”的报告，他围绕核生化威胁形势、防化科研对纺织材料和技术的需求进行了详细分析，表示革命性纤维与织物产品的国防需求十分广泛，特别是在单兵一体化防护服装上，既要在纤维材料上进行不断创新，满足超轻量化、强耐腐蚀、强力阻燃、极高强度等功能要求，又要将纤维和纱线与集成电路等集成在一起，创造仿生纤维、光电纤维、电子纱线，成为全新的人机接口，为发展下一代智能军服、智能防护服提供重要基础和设计可能。

国防科技大学教授王应德作了“纤维织物在空间碎片防护中的应用”报告，空间碎片围绕地球以7.8km/s的速度转动，形成了一个类似小行星带的地球外层空间碎片带，分布在距地面200千米、人类使用最频繁的低地轨道。如何面对空间碎片是人类迫切需要面对的问题，而织物在空间治理与保护方面的应用有着先天优势，纤维在空间碎片治理和空间碎片防护方面大有可为，期待行业的共同努力。

此外，大会还公布了由军事科学院系统工程研究院指导，中国纺织工业联合会主办，东方时尚中心承办的首届“军服文化创意设计大赛”参赛作品成绩，共决出军服色彩设计模块金奖1个、银奖2个、铜奖3个及优秀奖9个；功能性款式设计模块金、银、铜奖各1个及优秀奖2个，以及优秀指导老师奖、优秀组织奖、科技创新奖、团体荣誉奖、参赛选手荣誉奖等。

《2019中国纺织行业军民两用技术和产品目录》和“2019年度中国纺织工业联合会纺织行业军民两用技术创新成果”也在本届大会上发布。目录将定期更新并向国家部委、军需单位、军工企业和行业内重点企业开放，对促进纺织军民两用技术、产品创新和产业链协作，促进先进纺织科技和产品服务国防军队建设，推动纺织行业的高质量发展具有重要作用。“纺织军民两用技术创新成果”设卓越创新成果、突出创新成果和优秀创新成果，对创新成果的主要完成单位及完成人颁发荣誉证书并对卓越和突出创新成果给予资金支持。此项活动为军民两用技术创新成果的展示交流搭建了平台，对促进军民科技协同创新、发掘优秀军民两用技术、推进军民两用技术创新成果转化应用、推动纺织行业技术进步有着重要意义。ITA



大会现场设置了产品展示区。



2019年，柯桥纺织产业取得显著发展成效，2020年仍将砥砺前行，奋力打造新时期国际纺织之都。

## 2019 稳中向好显韧劲 2020 砥砺前行再出发

本刊记者\_王利

近日，由国家语言资源监测与研究“汉语盘点2019”揭晓仪式主办、商务印书馆、人民网等联合主办的“汉语盘点2019”“难”“贸易摩擦”分别当选年度国内字、国内词、国际字、国际词。同时，“爱”“稳”“融”“创”“减”成为国内候选字前五位，这五个最热国内字不仅描述了中国视野下的社会变迁和世间万象，也正是2019年纺城柯桥发展的真实写照。

2019年，中国轻纺城建设管理委员会在柯桥区委、区政府的正确领导下，围绕新时期国际纺织之都建设目标，加快推进中国轻纺城转型升级步伐，全面提升市场国际化、时尚化、智慧化水平，中国轻纺城市场保持了稳定向好的发展态势。2019年，中国轻纺城市场群实现成交额2000.3亿元，同比增长10.61%，其中面料市场成交额1379.17亿元，同比增长13.61%，钱清原料市场成交额621.13亿元，同比增长4.5%。同时，轻纺城网上市场实现交易额526.59亿元，同比增长25.26%。

### NO.1 爱 “不忘初心、牢记使命”提升纺城凝聚力

2019年是新中国成立70周年，全国上下涌动着爱国、爱党、爱民，以及爱岗敬业、乐于助人的红色暖流，全党上下积极开展“不忘初心、牢记使命”主题教育。

中国轻纺城党工委积极召开中国轻纺城“不忘初心、牢记使命”主题教育部署会议，高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜，紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围，以高度的政治责任感和良好的精神状态，扎扎实实做好各项工作，推动中国轻纺城主题教育高起点启动、高标准开展、高质量推进。

此外，中国轻纺城市场党委紧扣“党建强、发展强”，以“纺城有家”为平台，强党建聚人心，以“先锋力量”为引领，谋发展促转型，为市场经营户提供温暖有爱、红色港湾，为打造新时期国际纺织之都凝心聚力。

### NO.2 稳 提升市场环境 保持市场稳定繁荣

2019年世界多变，波澜起伏，中国轻纺城处变不惊、稳中求进应对各项挑战，稳就业、稳金融、稳外贸、稳预期，任尔东南西北风，我自岿然不动，市场经济保持稳定繁荣，营商环境有效提升。

市场环境保持稳定繁荣。国际面料采购中心招商隆市、各大专业市场续租稳商、市场环境综合治理、安全稳定有序可控等工作均有效推进，广大经营户安心主业，市场保持了稳定运行态势。同时积极开展印染企业、贸易公司、外商等招商座谈会，着力吸引更多国内外知名纺织企业、生产商和贸易商入驻。

市场环境有效提升。加强对市场区域物流、交通的管理，全面启用八区市场南侧的联托受理点，并对受理点进出通道进行了专项整治，确保进出畅通，目前已进入长效化管理阶段。积极谋划物流基地外迁，目前中国轻纺城现代物流城已启动规划前期工作。

### NO.3 融 大开放促大发展 大格局迎大变局

产城融合、融杭接沪、融入长三角、融入大湾区、融入国际纺织时尚潮流、融入“一带一路”倡议……“融”是2019年柯桥纺织业走向世界和高质量发展的创新之路。

对外开放全面拓展。实施“丝路柯桥·布满全球”行动，扩大轻纺城的“朋友圈”。面向国内，通过“杭州·绍兴周”、“宁波·绍兴周”，深入融杭联甬，通过“深圳·绍兴周”、“北京·绍兴周”等与诸多一线城市品牌接轨。面向国际，积极搭建对外服务平台，通过“政企联动、抱团参展”新模式，融入“一带一路”倡议，累计组织200余家优秀轻纺城企业“走出去”拓展海内外市场。海关最新统计数据 displays, 2019年1—11月份，市场外贸出口实绩企业1979家，出口额306.2亿元，同比增长18.33%。

专业展会、高端会议成效明显。成功举办第二届世界布商大会，同期举行第15届亚洲纺织会议、“中国轻纺城杯”2019全球时装设计精英挑战赛、全球纺织产业国际合作高峰论坛、“一带一路”纺织合作论坛等18场活动。围绕“月月有会展”，成功举办春秋纺博会、春秋两季窗帘布艺展、坯布纺织新材料展等12场纺织类专业展，累计吸引境内外采购商近30万人次，推动产城融合，融入纺织新时代大格局。

### NO.4 创 趋势引领 实现“天天秀时尚”

近年来，柯桥大力实施传统产业改造提升和新兴产业培育发展“双轮驱动”，通过时尚创意和科技创新，自我升级，激发柯桥纺织新活力。

围绕“天天时尚”年度计划，成功举办趋势提案、品牌发布、时尚沙龙、论坛讲座、设计培训、设计大赛等各类时尚活动65场次。加快推进“中欧时尚梦工厂”发展，目前已入驻近40家欧洲时尚企业，二期项目——欧洲时尚定制城及欧洲蓝网络直播基地也将于近期启动。

围绕“国际性纺织创新中心”的总体目标，柯桥区正着力打造“一核、两中心”发展格局，时尚创意产业取得显著发展成效。据统计，截至2019年12月，基地拥有工业设计类企业152家。2019年，基地的企业设计研发等服务型营业额2.93亿元，同比增长11.47%，带动服务对象企业形成346.5亿元销售，同比增长15.49%。

### NO.5 减 以“最多跑一次”改革理念 减流程提效率

2019年，柯桥区政府改善营商环境，着力减轻企业税负，营造公平竞争氛围，让市场主体轻装上阵，通过业务流程的重构，尽可能减少中间环节，用政府权力的“减法”换取企业和社会活力的“加法”。

“最多跑一次”优化市场工作稳步推进。围绕“五个一流”和“五大工程”的目标任务，聚焦聚力抓落实，拓宽云集路市场区域段，有效改善市场环境；整合完善“有布”APP，不断推进市场信息化建设；推行市场停车“无感支付”、物业收费“零跑腿”、营业房转让审批“最多跑一次”等服务。

以“三服务”为导向，中国轻纺城建设管理委员会由管理向服务转型，全面打造了面向经营户的“一站式”高效服务平台，优化经营环境，提升经营户办事体验和效率。



### 2020： 全力打造新时期国际纺织之都

2020年，是中国轻纺城转型升级行动收官之年。根据柯桥区委、区政府的统一部署，轻纺城建管委将全力打造“交易环境一流、开放水平一流、智慧应用一流、时尚氛围一流、文化融合一流”的新时期国际纺织之都。

**市场主体升级，推进市场环境改善。**推进市场功能优化，以国际面料采购中心、柯北服装家纺市场等新建市场为重点，着力打造轻纺城标志性综合体市场。完善市场物流配套，加快现有仓储物流设施的智能化改造升级。提升市场整体形象，按照“服务市场发展、展示纺城形象”理念，完善展示中心功能，提升市场档次和品质。

**扩大对外开放，提升市场影响力。**加快市场走出去，承办第三届世界布商大会，为柯桥联通世界搭建平台，推进“丝路柯桥·布满全球”行动。提升市场话语权，积极推动“月月有会展”计划，深化“龙头展+产业展”互补模式，做大做强纺博会，其他产业展、消费展共同发展。增强市场集聚力，制定科学的招商方案，与“一带一路”沿线国家相关机构建立合作关系，设立海外纺织服装展销中心。

**强化时尚引领，推动市场时尚创新发展。**支持中欧时尚梦工厂项目发展，发挥创意产业助推作用，积极引进培育设计人才、机构和品牌。实施“天天秀时尚”活动计划，高质量高标准举办柯桥时尚周，力争全年举办时尚活动45场次以上。营造时尚创意氛围，整合市场空置营业房等资源，引入时尚创意设计区、精品展示区和个性化定制区，在市场开展“时尚轻纺城”试点，力争2020年基本建成“时尚市场”。

**线上线下联动，促进市场交易变革。**做强“网上轻纺城”，力争轻纺城网上交易额实现600亿元。建设“智慧市场”，推进市场5G信号全覆盖，建立“纺织产业大数据中心”，形成“中国轻纺城经济运行云图”。强化智能管理市场，完善集24小时预警管家自助服务、“四联三防”、矛盾纠纷多元调解、综治指挥室、消防安全体验于一体的市场智慧综合治理中心，建立轻纺城市场“诚信管理云平台”。

**增强服务意识，优化市场营商环境。**加强统筹协调联动，确保《轻纺城转型升级三年行动方案》各项目标任务顺利完成。提高办事效率，全面下沉市场监管、税务、司法等审批服务，提供“一站式”高效服务，确保经营户办事“最多跑一次”。加强花样版权保护，加大对侵权行为的打击力度，推动市场主体创新发展。提升服务水平，以“三服务”活动为契机，提升服务市场、服务经营户的能力和水平。TA



纺织服装周刊



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。



柯桥纺织指数有效开展采集、交流工作。

## 柯桥纺织指数“引航” 产业进入新佳境

本刊记者\_张颖

在中国纺织服装产业的崛起壮大中，柯桥作为有着深厚产业积淀的纺织产业集群地，载满了创新变革之举，发挥了标杆引领之范。早在2007年，柯桥发布国内首个纺织品指数——中国·柯桥纺织指数（以下简称“柯桥纺织指数”）；2016年，指数体系中又新增中国·柯桥时尚指数，成为全国纺织首个时尚指数。

十余年来，柯桥纺织指数覆盖纺织品研发、生产、市场、销售及推广等产业链各个环节，建立起映射全国乃至全球纺织品与纺织产业发展现状的一个立体、多维度、综合性的指数体系，成为纺织市场的“晴雨表”和行业“风向标”。

2019年，柯桥纺织指数在中国轻纺城建设管理委员会的统筹部署下，不忘初心、精益求精，数据编制的科学性、规范性进一步提升，品牌影响力持续扩大，在纺织市场和行业的“导航”作用愈发凸显，为中国纺织产业发展进入新佳境贡献了柯桥智慧与经验。

### 科学编制，发挥产业大数据效力

柯桥纺织指数是由中华人民共和国商务部和绍兴市柯桥区人民政府联合编制发布的国内首个纺织品指数，内容包括纺织品价格指数、纺织品景气指数和纺织品外贸指数，是反映中国轻纺城市场及绍兴轻纺产业发展状况的一个完整指数体系。柯桥时尚指数由时尚创意指数、时尚活跃度指数、时尚推广度指数以及时尚评价指数四部分组成，融合了文化创意、科技创新、互联网大数据等多方面内容，对柯桥从纺织之都向时尚之都转型跃升具有重要的推动作用。

本着坚持为广大轻纺城市场商户和纺织企业服务的宗旨，柯桥纺织指数十一年磨一剑，不断完善数据采集体系，强化编制发布机制，发挥产业大数据效力，为全国乃至全球纺织生产商、采购商、市场经营户提供全面准确及时的市场信息。

2019年以来，柯桥纺织指数在加强指数信息获取的及时性、便捷性与实用性方面优化精进。柯桥指数团队通过对轻纺城市场的近千户采集点商户进行深入走访，对市场217家采集点和350种采集代表品完成替换，使得指数采集点在市场中的分布更加合理，指数采集样品也更加符合纺织行业发展趋势。据了解，指数现有市场采集点979家，生产外贸企业55家。

与此同时，面对复杂多变的国际形势，与时俱进、开拓进取的柯桥纺织指数及时调整外贸数据基数，对历年的外贸采集数据、采集企业、采集样品进行全面梳理，剔除不符合采集要求的企业和产品，并从柯桥近万家

外贸企业中精选65家外贸企业作为候选企业。

真实有效的数据是反映科学准确的行业动态、提供迅速及时的预警预测的基石。为保证指数采集数据过程的有效性，柯桥纺织指数持续强化数据抽查职责，在已建立的“采集组长自查、指导员巡查、指数办抽查”的“三查”机制的基础上，完善查验对象、查验内容、查验人员、查验时间等方面规定，将职责落实到人。

### 深化品牌，推动纺城高质量转型

如今，在柯桥主干道金柯桥大道、轻纺城市场区、轻纺城展示中心以及中央商务区部分写字楼内的电子显示屏、触摸屏上，都能看到柯桥纺织指数不定期滚动播放。作为中国轻纺城对外宣传的一张“金名片”，柯桥纺织指数在长期的实践过程中不断深化自身品牌影响力，引导产业转型升级，推动纺织行业驶入高质量发展“轨道”。

“2019年，柯桥纺织指数充分利用中英文网站、微信公众号、短信彩信、信息专刊、轻纺论坛按时准确发布指数信息，为纺城商户及专业市场提供第一手市场信息。”柯桥纺织指数办公室相关负责人表示，2019年全年，共发布“中国·柯桥纺织指数”纺织品价格指数48期，纺织品景气指数11期，纺织品外贸指数11期，发布“中国·柯桥时尚指数”4期。

广而全的发布渠道，专而精的数据评析，柯桥纺织指数在行业内已形成极高的品牌影响力，吸引了越来越多的机构前来纺城交流学习。今年，广州市统计局、绍兴市教育局等机构与柯桥指数办进行深入互动，在不断提升柯桥指数影响力的同时，也为指数进一步创新发展带来思路启迪。

此外，柯桥纺织指数积极探索产学研合作机制，充分利用高校优质的教育资源与研发实力，提高指数编制工作的科学性与权威性，进而扩大指数的品牌效应。据悉，自2009年起，柯桥纺织指数编制办公室就牵手浙江工商大学建立浙江工商大学国家特色专业（统计学）实习研究基地。2019年暑假，浙江工商大学统计与数学学院13名实习生来到纺城，围绕“中美贸易摩擦对柯桥纺织行业影响”这一主题开展“2019年度中国·柯桥纺织指数”调查问卷暑期社会实践活动。调研结合市场经营者、管理者们的具体情况和实际需求，提出了应对贸易争端的建议和策略，为市场经营户破局贸易摩擦提供了可借鉴的方向。

当前，柯桥正奋力争当“融杭接沪示范区”，打造新时期“国际纺织之都”。在此背景下，柯桥纺织指数将围绕中国轻纺城提升发展的战略规划，着力丰富指数的内涵与外延，让更具价值的指数助力柯桥打造集群升级新模式和发展新名片。[文]

### 聚焦

## 布局2020 携手共赢未来

### 2020中国轻纺城布艺嘉年华盛典（第五届）圆满举办

本刊记者\_王利文/摄

又到一年收官时，2019年窗帘布艺行业的企业家都过得还好吗？近日，以“携手共赢·领航未来”为主题的2020中国轻纺城布艺嘉年华盛典（第五届）圆满举办。来自杭绍嘉三地，以及北京、厦门、武汉等地的窗帘布艺行业上下游企业代表、专家等700余人齐聚一堂，回顾2019年行业发展历程，携手共赢行业未来。

活动由杭绍嘉品牌布艺联盟、绍兴市柯桥区中国轻纺城窗帘布艺协会、绍兴市柯桥区中国轻纺城温岭商会联合举办。同期还配套举行了“布局2020”家装布艺趋势论坛。中国家用纺织品行业协会布艺专业委员会副秘书长郭亮，中国轻纺城建设管理委员会党工委委员、柯桥区中国轻纺城创意产业服务中心主任徐舒等领导嘉宾出席论坛，百余名业内人士共聚一堂，探讨2020窗帘布艺行业转型升级和发展趋势。

回首2019年，窗帘布艺行业有人风生水起，有人唉声叹气。那么，2020年如何在严峻的外部形势下走出市场经济低迷的雾霾？面对一些实体店关闭、转让的现状，如何通过新思路、新理念、新模式，顺时应势谱新篇？

论坛现场，厦门大学经济学院经济研究所教授、《中国经济问题》编辑部主任宋涛，泛家装行业知名专家、中产联盟分会秘书长唐人，资深电商及IP运营管理专家沐风，北京人扑时代网络科技有限公司总经理刘俊哲，分别围绕“中国当前宏观经济与金融形势分析”、“泛家装行业家居软装发展趋势分析”、“在快速发展的全球网红经济中打造自己的品牌价值”、“2020软装行业将迎来‘破坏



百余名窗帘布艺行业代表共聚一堂，探索未来发展方向。

性创新”4个主题，为杭绍嘉窗帘布艺行业未来发展提供趋势指引。

中国轻纺城温岭商会会长、中国轻纺城窗帘布艺协会会长赵云富表示，2019年通过积极开展内部活动和有效搭建交流平台、进一步加强自身建设、坚持举办春秋两季柯桥窗帘布艺展三方面工作，商会、协会的建设发展取得新的突破。2020年，行业仍将挑战与机遇并存，我们要适应新形势、新要求，整合行业内资源抱团发展，构建杭绍嘉融合发展大格局。

## 手绘，让“柯桥设计”更出彩

春江花韵、夏墨水乡、秋江芦荻、冬雪踏梅……一件件富含诗情画意的手绘礼服在绍兴彩色棉纺织科技有限公司“彩绘坊”团队的精心打磨下逐步成型。“礼服上展现的四季图案均为设计师手绘，具有飘逸、灵动的美感。”彩色棉设计总监金艳丽表示，这些礼服是为公司2020春季新品发布会准备的，届时将呈现48套手绘礼服的创意性与艺术性，为柯桥原创花型设计增添新的时尚渲染力。

手绘是艺术与技术灵感结合，将手绘运用于纺织领域，有助于提升纺织品的附加值和竞争力。作为一家知名的大型综合性花型设计企业，彩色棉在十六年的面料和花型设计经验基础上，积极探索设计范围，创新性将手绘元素融入花型设计，令纺织品具有欣赏价值、实用价值和独特性，满足了一部分追求个性和品位的消费者需求。

“画笔直接在丝巾上、服装上作画，不仅需要长年积累的绘画功底，还需对面料特性、颜料比例的把控力。”金艳丽说，公司的手绘师都是拥有十余年绘画功底的老画家，画的图案生动流畅，同时手绘颜料根据面料和图案的色彩精心调配，与面料结合后融合性好，具有手感柔软、透气性佳的特点，且水洗不会掉色。



手绘设计师正在服装上作画。

据了解，彩色棉手绘产品经过公司十余年的培育发展，已从原先的手绘围巾延伸至汉服、礼服、旗袍、羽绒服、职业装等领域，并在此基础上不断丰富高端个性化定制内涵。如将具有柯桥特色的小桥流水图案或是带有企业文化属性的元素融入手绘创作，并以文化礼盒的形式输出，获得了不少企业、机构的青睐。

坚持走自己的原创路线一直是彩色棉立足市场的利器。目前，该公司在原创手绘领域的业务基本保持了每年20%—30%的增长速度。此外，在花型设计开发方面，彩色棉从面料底布研发、花型设计、分色制版到成品工艺的产业链出发，不断引领花型开发流行趋势，以个性鲜明的“柯桥设计”激发传统纺织新活力。（张颖文/摄）

## 全球纺织网电商服务 加快智慧市场建设

近日，由浙江中国轻纺城集团股份有限公司旗下全球纺织网主办的电商服务进市场活动在中国轻纺城东市场成功举办。本次活动提供为经营户现场代开网上商铺、现场代拍服装面料、现场代客找布找样以及2020年电商服务进市场新规划预告等服务。零距离服务市场经营户，助力经营户网上平台建设，进一步提升整个中国轻纺城实体市场的电商氛围与水平。

绍兴马纺织品有限公司作为全球纺织网的会员企业，主营人丝、人棉、麻等女装面料，出口日本、欧美等国家和地区。总经理赵红华表示，全球纺织网帮助商铺进行代运营服务，有专业团队装修、操作、推广和运营，让他们有更多时间专注于工厂运营上，公司也因此收获不少订单。

据悉，全球纺织网自2016年开始，率先在北联市场设立电商服务中心，目前在东市场也已设立站点，专业配置面料、窗帘成品等专业纺织类摄影棚，负责为市场商户提供电商规划、建站开商铺、商铺优化、推广引流、运营打理、电商培训咨询等一系列服务。

在此背景下展开的“电商服务进市场”主题活动，多年来持续为市场经营户提供各类市场服务及培训活动，同时不断征求经营户意见，改进活动形式和内容，通过多样化的智慧服务加速与轻纺城实体市场的融合发展。（邹莹颖）

纺织服装周刊





2019年以来,大唐袜业创新服务体系不断完善,产业活力持续迸发。



## 持续创新,迸发产业活力

周旦 李伯俭 / 文

2019年以来,诸暨市积极贯彻落实浙江省委、省政府决策部署,深入实施数字经济“一号工程”,全面推进产业数字化、数字产业化、政府服务在线化、社会治理智慧化进程,全力构建传统动能与数字经济新动能双向融合提升创新区,打造浙江省传统产业数字化转型县域样板。不仅针对袜业等传统行业提供配套转型扶持政策,同时成立市数字经济发展领导小组和6个专项工作组,建立完善相关工作机制,部署实施专项行动,规划明确发展方向与实施路径。据悉,2019年前10个月,诸暨市完成企业“上云”突破6500家、实现网络零售额154.1亿元,前9个月新增工业机器人335台,均提前完成年度目标任务。此外,一批数字赋能平台和数字化集群加速形成。

“大唐袜机响,天下一双袜”,大唐街道作为中国袜业之乡,袜业产业是大唐重要的支柱产业、富民产业,30多年来,不仅带动了当地经济的飞速发展,更成为“国际袜都”,引领全球袜业产业发展。2019年以来,大唐袜业在党委政府的大力引导支持下,产品创新力度不断加强,数字化、智能化改造提升工作卓有成效,创新服务体系不断完善,产业活力持续迸发。

### 打造明星产品,转变发展思路

在第十四届中国·大唐国际袜业博览会开幕式上,胡润百富董事长胡润亲自发布了《2019胡润全球袜业企业创新百强榜》,诸暨有26家袜企登上该榜。这些企业在品牌传播创新、产品创新、技术创新、渠道创新以及企业管理创新等维度持续发力,成为行业发展领头羊。

近日,浙江东方缘针织有限公司工厂旗舰店内,一款名叫“37°C暖暖裤”的裤袜成了店里的明星产品,天气渐冷,不少客户慕名前来购买这款“过冬神器”。据该公司副总经理黄旭兵介绍,该款裤袜采用了最新的“摇粒技术”,这项技术可以让袜身拥有更好的防风性,而最里层添加的羊绒成分,可以让人穿进去的时

候没有冰冷感,从而达到“秒热+5°C”的感觉。近几年,东方缘先后推出过热巴裤、小V腿、菠萝袜、可乐袜等多款明星产品,极受市场追捧。

其实,在2007年以前,东方缘是一家从事外贸加工的袜企,当年的销售额约1亿元;2008年,公司砍掉外贸业务,转型做内销,这一年虽然只完成了7000万元左右的销售额,但利润却增长了。转型后的东方缘每年都投入巨资在产品研发上。

2019年3月,东方缘正式启动袜业工业旅游项目,利用数字技术打造从原材料生产、制造工艺展示到成品包装一体的袜业文化博物馆,将企业生产、销售和旅游紧密融合,达到优化产业链的效果,到目前,已接待游客5万多名。

作为2019年袜博会的一个参观亮点,东方缘在展会期间接待观众近千人,其中还包含了每日从宁波、上海等地发车的旅客,直接带来了10多万元的零售订单。“袜博会这批观众在实体店购买后,复购率更高,通过口碑传递,观众及其亲友可以在我们的微信商场内再次购买。”黄旭兵说。

### 抢占数字经济高地

2019年2月,浙江省诸暨市出台《数字经济五年倍增计划》,全面实施数字经济“一号工程”,以袜业、珍珠、铜加工三大传统产业数字化建设突破为主线,推进装备自动化、生产智能化、管理信息化、市场网络化,一场以数字化为形式、技术为手段、经济转型升级为目标的变革悄然上演,一批数字化改造工程加速集聚。

在浙江秀欣科技有限公司的车间里,一个工人只需要骑着电动车来回穿梭就可以管120台袜机,看到哪台机器出现红灯警示,立刻骑过去解决掉。公司总经理何朝阳说,通过智能化改造,该企业的用工量减少80%,产能提升20%。2019年以来,诸暨市制订了袜业数字化改造的实施方案、行动计划和扶持政策,配套

开展数字经济专项行动,引进培育了10家专攻袜业数字化改造的工程服务公司,全面推进袜业智能化、数字化改造诊断咨询活动,推动一批袜业龙头骨干企业实施数字化改造,像秀欣科技这样的数字化车间将越来越多。

记者了解到,近日浙江凯利利科技有限公司完成了数字化车间改造任务。“现在,订单能通过ERP系统发指令下达到袜机上安排生产,实现特定款式袜子订单生产过程实时管理,可提高生产效率60%以上;该ERP系统还能对车间设备运行情况进行“诊断和追踪”,准确辨别并记录不同厂家设备之间运行效能、故障发生率等。”公司相关负责人蒋和群介绍,出现了哪些故障、同一种故障出现的频次等都有精确数据,便于及时维修改进,可将原料损耗降低四成以上。

数字化车间改造完成后,ERP系统还能掌握袜子次品损耗、不同订单工期安排情况。公司在不久前袜博会上签订的100多万双袜子订单正在通过数字化车间抓紧生产,整个生产计划已经排到了2020年上半年。

以数字化驱动技术创新和设备升级,提高生产效率和市场竞争力,这些企业不仅仅是众多拥抱数字风口、追逐数字红利企业的样本,更是近年来大唐街道数字经济发展的缩影。

### 完善“一站式”服务

大唐是蜚声中外的“中国袜业之乡”、“国际袜都”,在整个袜业界,素有“大唐袜机响,天下一双袜”的说法。在2019年袜博会上,大唐袜业再一次惊艳亮相,胡润研究院发布2019诸暨袜业区域品牌价值达1100亿元。想要在国际市场上保持长期的领先,在日新月异的袜业行业,唯创新是不竭的动力。

大唐袜业创新服务综合体是诸暨市、大唐街道两级为袜业产业提档升级打造的“心脏”和“发动机”,自2018年2月被列入全省首批产业创新服务综合体创建单位以来,紧紧围绕大唐袜业产业传统动能修复和新动能培育这一主线,着力补齐创新要素短板,集聚创新资源,突出企业创新主体地位,强化政府作用,着力打造全省产业创新服务综合体建设标杆,助推大唐袜业转型升级,实现了袜业产业高质量发展。

大唐袜业创新服务综合体建筑面积3.25万平方米,按照政府支持平台、

平台服务企业、企业自主创新的思路,组建了包含浙江纺织袜业研究院、世界袜业设计中心、袜业大数据中心、品牌保护提升服务中心、外经外贸服务中心、高层次人才服务中心、科技大市场大唐分中心、金融服务中心、产品展示中心、新零售中心、产业研究中心在内的11个创新服务功能体,为袜业产业集群以及广大袜业相关企业提供检验检测、计量测试、创意设计、商标品牌培育、应对贸易壁垒、标准制定、认证咨询、人员培训、风险预警、金融服务、技术咨询、企业孵化、创新科技成果转化等“一站式”服务。

大唐袜业创新服务综合体通过帮助企业攻克制约产业发展的核心关键技术,补齐产业创新发展短板,实现了线上线下市场“珠联璧合”,为大唐袜业产业集群提供了全链式产业创新服务。为破解传统袜业“产业大而不强,产量多而不精”等发展瓶颈,聘请了姚穆、庞国芳两位院士担纲顾问,设立由王训该院士领衔的院士专家工作站,联合西安工程大学、华东理工大学、浙江农林大学等27所高校院所,共建产学研协同创新中心,围绕新装备、新材料、新工艺、新产品等方面进行科研攻关。目前已累计服务企业超千家,转化科技成果127项,协助技术开发37项,联合开展省级以上科技项目研究21项。特别是推进了国内首台(套)织翻缝检智能一体机、全自动袜子包装机、3D彩色袜子图案打印机等一批先进袜业设备的研发推广,并联合中国针织工业协会、西安工程大学等多个机构定期举办中国“大唐杯”袜业设计大赛等时尚活动,引领全球袜业时尚的风向标。

### 启动大唐袜业智能产业园项目

2019年12月29日下午,由诸暨市大唐街道主导实施,骏宏集团投资开发运营的大唐袜业智能产业园展示中心开放仪式隆重举行。大唐街道党工委副书记、办事处主任何军,浙江骏宏集团有限公司总经理徐军宏,诸暨大联袜业小镇投资有限公司董事长兼总经理阮峰等领导以及近百家袜企代表参加仪式。

大唐袜业智能产业园坐落于袜业小镇的智造硅谷核心区,占地面积约326亩,建筑面积约56万平方米。园区集智慧工厂、研发中心、数字仓储、创意服务业总部等功能为一体,旨在孵化企业、服务企业,帮助中小企业解决土地、厂房、研发等要素的制约,为企业提供集聚平台,助推企业成为经营企业、创新企业、数字企业。

据了解,大唐袜业智能产业园通过规划“两轴”、“六区”,构建符合产业发展趋势、适应产业大融合、具有高度完备产业链体系的综合高效智慧型产业社区。“两轴”包含产业形象文化轴与产业发展迭变轴。产业形象文化轴是整个园区规划的核心和灵魂所在,是园区产业文化和品牌价值的综合展示场所;产业发展迭变轴,东起园区生产主入口,贯穿标准厂房区、定制厂房区、数字厂房区等,体现大唐袜业产业由产业聚合到技术革新、产业升级的迭变过程。“六区”即标准厂房区、员工生活区、总部办公区、城市舞台区、数字厂房区、定制厂房区。

大唐袜业智能产业园区位优势明显,占据袜业小镇的门户位置,是大唐街道主动融入杭州都市圈的桥头堡。“大唐袜业智能产业园项目的启动,标志着袜业小镇智造硅谷建设进入实质性阶段。在各级党委政府的支持下与骏宏集团的精心经营下,大唐袜业智能产业园必将培育出一大批优秀的企业和创客,成为大唐袜业腾飞的下一个风口,为袜业数字化转型发展注入新的助推力量。”大唐街道党工委副书记、办事处主任何军对大唐袜业智能产业园的未来满怀信心。TA





此次提案会让创意思考翻新迭代。

# 众筹时尚智慧，众创流行趋势

## 时尚燃点·2021 春夏中国女装面料流行趋势提案会举行

任萌萌 / 文

燃点,指引物质燃烧的重要临界值,若对时尚而言,应是怎样?时尚燃点·2021 春夏中国女装面料流行趋势提案会带来了清晰的答案。该提案会于 2019 年 12 月 20 日在浙江柯桥举办,从问道流行趋势的初衷与目标,到落地时尚价值的方法与意义,一步步引爆时尚燃点,这是怎样的过程?我们以流行趋势为引领,一览其中精彩。

此次提案会以专业为内核,以产品为本质,由中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心、浙江省绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办,中国女装面料流行趋势研究院、中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟、柯桥时尚同盟承办。纺织精英、趋势专家、跨界达人、知名设计师和以趋势联盟企业为主的纺织企业代表等多维智慧力量,还有大数据技术专家、柯桥当地纺织服装行业代表以及影响力媒体记者等逾百人参加此次提案会,众筹时尚智慧,众创流行趋势。

### 众神时代： 智囊共聚，主题分享勾勒春夏时尚韵致

中国纺织服装行业已然进入众神时代,多家知名品牌强势进入,本土创意新贵不断涌现,潮流沉浮中的纺织行业如何应对?聚焦女性时尚,此次提案会的主题分享让创意思考翻新迭代。

**借风口辨机遇：**巨量引擎商业产品市场推广高级经理李春柳作为“短视频风口下的时尚产业新机遇”的主题分享。新媒体社交工具不断涌现,抖音成为搅动时尚、超强带货的一个重要渠道,李春柳结合端口流量数据、有效运营案例、消费特质分析等专业内容,系列化分享了关于时尚产业新机遇的思考。人群的精准化运营是影响营销价值的关键,李春柳表示,我们正处在一个全新的时代,有着全新的媒体和全新的用户触达方式,借力抖音这样的平台,打造爆款将成为可能。结合陆仙人、

雪梨等营销实例,李春柳进一步分析了从初阶到高阶的营销推广路径,“分为五个步骤:选品、选达人、脚本测试、大 V 收割、持续的投放。”

**从客户看产品：**东格质造创始人、东宙时尚学院首席学术官徐卫东作为“客户和客户的产品时代”的主题分享。结合多年的行业从业经验以及近期走访纺织面料企业、服装设计公司的实践所得,徐卫东发现“中国的纺织企业守着金山银山在发愁”,他从 7 个方面剖析了行业创新发展、激发潜能的思考,“其实你的客户非常厉害”,他指出,不仅要了解客户所需还要了解其产品怎样应用,而现在很多企业却并不清楚这些,“这就意味着你不知道你的竞争对手是谁,意味着你有很多机会消失了。”徐卫东认为,纺织面料企业利润增长的第一桶金就蕴藏在自己的客户中,深度分析客户,准确管理客户需求,不断优化客户层,才能在未来机遇丰厚的中国市场斩获更多收益。

**以国潮启新思：**金顶奖设计师、中国服装设计师协会副主席曾凤飞作为“中国传统元素在现代服饰设计中的时尚魅力”的主题分享。在中国国际时装周大放异彩的国潮设计中,曾凤飞的作品颇受关注,此次提案会,他带来了丰富的设计思考,结合中国传统文化对色彩的定义与延伸,融通多年来在中国少数民族地区采风的第一手素材与资料,他将图案、技艺维度的创意设计充分沁染中国文化,以其作品《山哈》为例,其用色丰富,以“天玄地黄”为本,彰显蕴藏万物生机的张力;纹样幻化多姿,有着耐人寻味的故事,因其借鉴了苗族服饰图案对生活的多样表达,对刺绣、盘扣等传统技艺有更加创新的演绎。

**就营销论创意：**知名品牌专家、乌丫联合 CEO 周龙作为“从做产品到营销,一个有趣的灵魂”的主题分享。立足当前的年轻文化怎样将纺织服装“玩”得更有趣?周龙的分享恰恰以此击中年轻群体的兴趣神经。“我们在做乌丫的时候,出发点跟原来做品牌的思路是不一样的,”他介绍道,“我们强调真实、有趣,中间加了‘向由

两个字。”针对春夏季时尚,周龙分享了乌丫品牌指向“时髦大姐”的一系列趣味设计,如“我很穷”系列男装、“天下第一美”女装和“我想和你滚床单”睡衣营销主题,让与会者耳目一新,原来有趣的品牌可以这样牵动大众注意力。

**看趋势定方向：**中国纺织信息中心流行趋势部创意总监曹潇文作为“2021SS 中国纺织面料流行趋势”的主题分享。从专业层面分析当前纺织行业时尚变迁,全面覆盖消费人群分析、品牌案例解构、市场数据排列和流行色彩把脉等维度,此次提案会的 2021 春夏中国纺织面料流行趋势主题分享从更广阔的时尚背景,理顺指向清晰的潮流逻辑。曹潇文指出,对目标消费群体画像,在 X 世代、千禧一代、Z 世代主导之下,需要纺织服装行业的开发者们“不要尝试了解他们,而是成为他们”。她表示,在当前这样一个高品牌消费的阶段,面对庞大的市场需求、新消费群体,需要从“后奢侈时代”和“系统时代”两个逻辑维度去考虑创新与发展。

### 升维互动： 科技力量能为时尚创意带来多少惊喜?

科技力量与时尚创意携手将会绽放怎样的精彩?此次提案会巧妙设计了这样一个互动环节:以 AI 色彩分析工具为核心,采用现场互动方式,呈现 AI 工具的色彩洞察力和趋势指引性——AI 遇见 Color 的时尚洞察力,与科幻小说《三体》所提的“降维打击”不同,此次提案会要让创意思维以流行趋势专业内容为引领,升级思考维度,植入大数据智能力量,让与会者的灵动头脑获得科技加持,激发更广阔的创意思考。

时尚领域最能出新的色彩,让大数据智能力量与流行趋势预测共舞,让创意借力专为时尚产业定制研究的大数据智能系统,寥若晨星的将不再是融通市场与文化的好创意。此次提案会不仅投票众筹色彩观点,还在最后众创出大家眼中的流行色,同时流行趋势专家现场对票选色结合最新秀场信息进行分析解答,从时尚趣味到专业深度,让大家在升维互动中发现更多。

### 碰撞燃点： 开发共享集中对话，总有一个思考出乎意料

当创意被无限激发,有效梳理思路则意义更为重大,此次提案会以时尚对话汇总所有启迪与思考,在一个更大的格局中充分思考与碰撞,于对话之间,于无形之中斩获时尚的深层智慧。时尚背后有故事,围绕新时代女性的生活方式展开话题讨



论,邀请不同领域精英女性嘉宾深入展开讨论,分享女性社会角色及消费方式的转变,解析这些变化给时尚设计和新品开发带来的挑战和影响。

此环节由“时尚背后的秘密”创始人、主理人刘佩芳担纲主持,与江苏丹毛纺织股份有限公司研发经理俞金陵、服装品牌 ALICELEE 设计师李坤、瑞丽杂志文化发展有限公司广告营销事业部副总经理谈韵旋、小黑裙瑜伽创始人 & CEO 顾春共论女性时尚,从生活方式、消费理念到关注热点、时尚预期等,多层次探讨互动,针对当代女性的生活状态、时尚特质、消费特征和未来发展等特定视角延伸开来,推动设计师、纺织研发人员、行业媒体、跨界达人等智慧力量充分互动讨论,打造切实众筹众创的灵动空间。

时尚燃点,此次提案会只是一个引燃的开始,如孕育精华的“炼丹炉”,可以包罗流行趋势的众多思考与追问,聚焦一个方向,让女性时尚因此释放更强能量,为中国女装面料流行趋势提案会锤炼精华成果。后续在中国纺织面料流行趋势研究与发布体系之中还将有更多延伸,燃动更多精彩,让我们共同期待。TA

广告



## 江门市新会区工业用布厂有限公司

江门市新会区工业用布厂有限公司是中国纺织化纤过滤材料科研基地,拥有六十多年历史,产品畅销国内外,是一家以过滤材料及工业鞋材为主的军民两用的集科研与生产为一体的科创性纺织企业。

公司专业从事纺织业多年,已成为一家从纺丝、织造、后整理到后加工一条龙生产的企业。公司位于江门市新开公路主干道,交通方便,占地100余亩,拥有现代化标准厂房及先进生产研发设备,专门研制厚重织物、防穿刺织物等,现有员工300多人,年产过滤材料700多万平方米、鞋用防穿刺高强度机织布200万米,丙纶长丝2500吨、膜元件30万套。



全国劳动模范钟瑞福同志为提供  
更好的产品在保养设备

**企业目标**  
运用现代科学技术和高效的管理方法,为中国过滤材料工业的发展,满足各行业过滤材料的切实需要做贡献。

**企业方针**  
提高全员素质,开拓两个市场;加强质量意识,创建驰名品牌。

**经营理念**  
用优良的产品、无可挑剔的服务、合理的价格做您的坚实后盾。

**质量承诺**  
不合格原料不投产;不合格半成品不转序;不合格产品不出厂。

**服务保障**  
售前服务到售后服务都配备专业的队伍,务求让客户得到称心满意的服务。



ISO质量管理体系认证



欢迎扫码了解更多

地址:广东省江门市新会区新开公路李苑路段 邮政编码:529162

电话:(0750)6803150 6802778 6803751 传真:(0750)6803238

网址:WWW.FILTERFABRIC.COM.CN E-MAIL:GDPXHICF@163.COM

纺织服装周刊



2019年牛牌纺机抢抓机遇，逆势前行。

# 牛牌纺机：抓住30年未遇之良机

本刊记者\_墨影

“2019年牛牌纺机遇到了30年未有的机遇！出乎我们的预料！”江苏牛牌纺织机械有限公司董事长刘群信告诉记者。在行业企业普遍感觉到市场寒意的2019年，为何牛牌纺机能够逆势前行？在与刘群信的交流中，记者得到了答案。

## 搭乘产业升级东风

在刘群信看来，牛牌纺机取得可圈可点的业绩主要得益于纺织产业转型升级步伐加快，织造企业对于设备的功能、性能要求与过去有了明显的区别，对设备高速、高效、省人工等方面的迫切需求已经成为行业的普遍状态。

此外，产业转移带来的新增产能也是牛牌纺机今年销售的增长点。“嘉兴、吴江、湖州等地的纺织企业在向苏北、安徽等地的转移过程中也在原有规模上增加了不少机台。”刘群信补充道。

加之，近两年很多客户车间的设备也都到了更新换代的周期，这自然也成为了牛牌纺机不可多得的良机。刘群信特别提到，在这一轮的设备更新中，由于产业集群的环保要求及客户企业所受到的市场波动影响，企业并非简单的同型号机器置换，而是倾向更高端的机型。一直坚持走品质路线的牛牌纺机，对产品的不断改进恰好满足了客户的诉求。

这从牛牌纺机的畅销产品中可见一斑。据刘群信介绍，整体来看，高速型凸轮开口和电子多臂目前最受欢迎。

“NPW408D高速凸轮开口是目前的畅销款，我们目前的产能甚至有点跟不上。”刘群信说，近两年，他明显感觉到选择这一机型的高端客户多了。市场上，日本津田驹、丰田及国内浙江引春、青岛海佳机械等基本都是配牛牌的开口装置。江苏恒力集团已经拥有

该机6000余台。

同时，纺织品的多样化也导致电子多臂的需求快速增长。牛牌纺机的电子多臂性能可以完全替代进口，可为用户有效节能降耗、提升效率、节省人工，因此成为了不少客户的选择。

## 冷静应对市场起伏

“您认为牛牌当前的市场机遇可以持续多久？”记者问。

“高端市场肯定还会持续的，因为现在客户追求高性能产品的趋势是不会改变的。”在刘群信看来，高端市场的良好局面应该会持续略长时间，但低端市场会受到一些影响，当下已经有不少从吴江、湖州迁出的工厂，由于只注重规模未注重装备功能、性能，企业举步维艰。目前越来越多企业意识到，要么不上，要上就上高端设备，既满足产能的需求，又能提升织物品质。

针对当前热议的中美贸易摩擦的影响，刘群信似乎并不在意。他认为，全球的消费需求市场并未发生变化，中美贸易摩擦是国家间竞争的必然现象，未来会成为常态，我们必须要有足够的心理准备，苦练内功、精益求精。与其过多顾虑，不如行动起来强大自己，否则机会稍纵即逝，只能无奈错过。

在刘群信看来，牛牌纺机可以提升的空间还很大，未来会将更多的精力放在精益求精、提升品质、降低成本等方面。其实，现在牛牌纺机的很多想法与做法已经走在不少企业前面，比如机构改革、技术创新、管理革新等。据了解，牛牌纺机现在将四大产品系列分为凸轮开口事业部、多臂开口事业部、提花开口事业部、综框器材事业部，独立核算，推行权力下放、责任落地、利益共享，将公司利益与员工利益挂钩，

调动员工工作积极性。

企业管理一直是牛牌纺机的重要工作，近年来，他们也形成了相对固定有效的方法。“第一季度评选先进的优秀工匠，督促员工精雕细琢；第二季度的主题是创新，动员全体员工提出合理化建议，经过数据化统计，评比‘创新能手’；第三季度抓培训，加强员工的技能素养培训，鼓励员工参加学习，提高自身素质，评选成长达人；第四季度开展质量活动，多维度促进品质的提升，评选‘质量标兵’的同时对合作伙伴（供方）进行同步评价。”刘群信详细说道，在这样有重点、有节奏的循环中，牛牌纺机逐步推进全方位的发展。

## 补齐短板再谋提升

尽管当前牛牌纺机没有特别大的改革，但“小改小动”却让整个企业充满着生机。他们思考更多的是如何把产品做到极致，把成本控制到极致，把效率提升到极致。“例如我们现在部分供货不足，但我们并未直接扩大产能，而是围绕管理效率做文章。现在我们7分15秒生产一台开口装置，是否可以做到6分30秒？”在保障产品质量的前提下，提高单位时间产量是刘群信思考更多的，他认为现在牛牌纺机至少还有30%的可提高空间。

“梧桐凤必至，花香蝶自来”，逐渐强大的牛牌纺机正在吸引越来越多的认同者。

“即使现在一台订单都没有，也不要怪市场，一定要从自身找原因。”刘群信一直都保持着积极的心态，他认为没有落后的市场，只有落后的思想。阶段性的变化是正常的，任何一个行业都不可能直线上升，当下管好自己最重要，认真钻研别人的强项、补齐自己的短板，满足客户的需求，就一定可以活下去！

# 贝斯特：匠心逆战颓市

本刊记者\_袁春妹

2019年二季度以来，纺机市场的低迷对于贝斯特机械制造有限公司而言感悟如众，且还需面对低价竞争的局面，企业倍感压力。不过，这样的市场状况并没有让贝斯特的团队灰心，而是迎战颓势，用更具实力的产品、更精准的服务参与竞争，赢得客户。

## 品质品牌推“中国造”

2019年中秋节前后，贝斯特一直处于非常忙碌的状态。一方面，海外市场交货频繁，很多服务人员一直驻守海外客户企业，进行设备的安装调试；另一方面，工厂内的生产也在紧锣密鼓地进行，为赶客户订单节假日无休。几乎每天都有满载设备的卡车从贝斯特厂区发出，其中海外订单占了大半。

自2015年贝斯特开始主动进行海外市场布局以来，其海外市场业务一直呈现快速增长的态势，连年业绩翻番。2019年至今，虽然国内市场表现欠佳，但贝斯特的海外市场业务却仍旧保持增长状态。据悉，2019年一开年，企业便陆续参加了孟加拉、巴基斯坦、印尼等海外展会，借助展会推广品牌，新订单接洽不断的同时，海外老客户的翻单率也在增长。

“前两年集落长车开始备受国内客户青睐，贝斯特便采用新产品技术国内外同步推广的策略，基于企业产品的良好可靠性和稳定性，贝斯特集落长车几乎是国内外市场订单同步进行的状态。从前两年的BS580-1200锭半数空集落长车，到去年新推出的BS589M型超长紧密纺细纱机，均在海外市场表现良好，让我们看到了中国以外的市场对于新产品技术的接受能力和发展潜力。”该公司副总经理褚学东表示，包括乌兹别克斯坦在内，贝斯特正逐步拓展“一带一路”沿线国家和地区的市场。

聚焦海外市场虽然只有短短四五年的时间，但贝斯特硬是凭着自己的产品技术很快在海外站稳脚跟，树立起良好的品牌形象。正因海外市场的良性增长，让贝斯特有能力更好地缓解国内市场竞争的压力。贝斯特用海外客户竖起的大拇指，构筑起了自己在海外市场的影响力和战斗力。

## 心无旁骛做“好产品”

相对于稳步向好的海外市场，近几个月，国内市场的表现着实让负责市场的褚学东倍感压力。“几次到手的订单被低价撬走，让我们着实看清了国内市场竞争的残酷性。”褚学东说。虽然也会懊恼订单的流失，但贝斯特却并未选择与人“血战”到底，而是用更加理性的方式活出自己的精彩。

“若竞争照此下去，我想谁都不会成为真正的‘赢家’。企业的良性运营必然需要一定的利润作为支撑，对于任何一个民营企业来说，这一点毋庸置疑。不仅如此，对于设备本身而言，物美价廉就是一个悖论，没有合理的成本投入是很难做出好产品的。”褚学东坦言。

“做好产品”是贝斯特多年来秉持的经营理念，融入了工匠精神的产品研发和生产，更是让贝斯特拥有了大批忠实的客户群，在这些客户心中，贝斯特的产品和技术正如贝斯特人的品格一样，绝对值得信赖。

为了做好产品，贝斯特从研发着手，每一次技术创新无不经过周密的客户调研，而后便是对订单管理、精益设计、生产管控、安装调试乃至售后服务等方面进行细致入微的全流程把控，借以保证贝斯特交付客户的设备可以呈现出最佳的运转状态。

贝斯特将设备品质视为生命，也因这样的投入收获了很多“幸运”。记者曾见一客户在考察贝斯特设备时，随手将一枚硬币竖着放在贝斯特正在运行的设备上，以验证其高速运转下的震动情况，最终的结果是客户非常满意地签单了。

从客户终端需求，贝斯特做得也非常好。从锁定客户自动化提升和效率提高的细纱长车研发，到关注客户差异化生产的差别化细纱机产品，再到为方便客户快捷生产而设计的创新结构设计……贝斯特一路针对需求分析进行产品技术的创新，如今该企业的相关技术已被国内外同业者争相研究效仿。

市场是每个企业的关注点，贝斯特虽深感压力巨大，但仍旧“活得”理性、认真，相对于短暂的市场收益，好产品、好技术为企业带来的财富、意义和价值远非赢得一个低价订单可比。贝斯特觉得当下很难，但傲娇的“他”仍将做好产品视为自己的执念，唯坚持，方见初心。



贝斯特用更具实力的产品、更精准的服务参与竞争，赢得客户。



## 产品推介：

### BS589系列细纱机

贝斯特BS589系列机型是基于BS562系列细纱机成熟技术研发的，在更大程度上适应棉纺企业对超长设备的需求。该系列机型锭数最多可达1824锭，设备具有稳定可靠、占地面积少、用工大幅减少、单锭能耗低、纺纱留头率高、断头少、落纱时间短以及生产效率显著提高等特点和优势。与此同时，还能降低细络联的投资成本，落纱工的劳动强度也可大幅降低，用户在控制、加湿、设备维护以及相应管理方面的成本也得到有效降低。

BS589系列细纱机钢板的升降、牵伸罗拉、锭子等各个单元采用独立驱动技术，使得纺纱条件实现理想化状态成为可能，数字化控制可实现纺纱工艺参数的最优化，纱线的成纱质量能得到进一步提高，产品档次和附加值同步提升。

BS589系列细纱机除融入超长设备的设计技术之外，精准设计、精确定位、精细安装的设计理念亦在贝斯特的超长机架及集落设计中得到充分体现，贝斯特设备的可靠性及其对高速的适应性，从其稳固的机架设计便可见一斑。流畅快捷的自动落纱、头尾双吸棉、电子牵伸、电子加捻、单锭监测系统、断电保护、精准计数等先进技术的运用，使用户的工艺翻改更快捷，车间管理、生产效率、产品质量实现大幅提升，设备的稳定性、可靠性、运行效率大幅提高，比肩国际先进水平。

该系列机型可使用户万锭用工减少至15人左右，与短车相比，每年每万锭可减少人工成本30余万元，其单锭能耗较常规产品可节约10%。

纺织服装周刊



杭州纺博会通过打造纺织服装行业生态圈的全新模式，共谋行业新发展。

# 共谋行业新发展

## 第23届中国（杭州）国际纺织服装供应链博览会举办

本刊记者\_赵国玲 文 / 摄

2019年12月18—20日，为期3天的第23届中国（杭州）国际纺织服装供应链博览会（以下简称：杭州纺博会）在杭州国际博览中心精彩上演。期间，还举办了第二届杭州女装大会暨2019杭州女装商会年会。

据了解，本届展会由杭州女装商会主办，旨在依托杭州得天独厚的产业优势，为优质的服饰品牌和产业链企业搭建全渠道、多元化、精准化的推广合作平台，以实现产业上下游企业的有效联动，通过打造纺织服装行业生态圈的全新模式，共谋行业新发展。

### 定位精准 参展热度依然不减

当下，中国纺织工业已经进入高质量发展的新时代，随着产品迭代和消费升级，需求多元化、专业化、精细化等特性越发明显，为此，本届展会展区划分及展品设置方面下足功夫。据了解，在展区设置上，本届展会特设精品面料展区、流行纱线展区、服装贴牌展区、原创设计展区等，进行精准细分。在展品陈列上，品类也更加丰富，涵盖各类流行纺织面料、时尚辅料、功能纤维纱线、ODM、OEM、原创服饰设计等，以求最大程度提升供需双方的同频共振。

杭州纺博会创立至今，已走过了19个年头，并发展成为华东地区特色鲜明的纺织服装供应链博览会。据统计，本届展会展览面积达15000平方米，共设展位500余个，参展企业300多家，杭州中海印染、杭州新生印染、杭州集美印染、齐鲁成衣帮、大新布业、河北新大东、广州云泽等知名企业悉数参展。

值得一提的是，自举办以来，杭州纺博会已累积国内外合作品牌5000多家，服装外贸公司20000多家，大中型商场超市600多家。展会现场人声鼎沸，数千家优质采购商齐聚展会，与参展企业面对面精准对接，尽显杭州纺博会在商贸成效、产业对接、技术交流等方面的专业化和落地性。

### 多元绽放 精彩活动引关注

面对产业转移、贸易摩擦等众多不确定性因素，2019年对于众多纺织服装企业来说是“艰难、迷茫”的一年，这一年对行业企业来说，是挑战更是难得的发展机遇。本届展会，主办方立足“科技、时尚、绿色”的行业发展新定位，结合行业趋势、产业特色、展会发展、企业诉求等内容同期还举办了第二届杭州女装大会暨2019杭州女装商会年会、好订单网第50届服装订单洽谈会、好订单网第

5届服装现货定制洽谈会、齐鲁成衣帮订单对接会等系列多元活动，全方位赋能产业升级、展会价值和服务成效。

其中，第二届杭州女装大会以“共融 科技驱动 用户为王”为主题，邀请众多行业专家、一线品牌掌舵人、杭州女装知名品牌代表等300多人出席大会，围绕“数据驱动赋能服装智造”、“新时代下重构品牌价值链”、“消费变革的机遇与挑战”等话题进行深入阐释。现场还诚邀杭州纺博会部分参展企业参加，共同促进行业交流、商贸合作、产业互联，引发多方聚焦。

### 持续引领 逆势突围共成长

产品是核心，市场是王道，面对复杂多变的市场行情，参展双方的供需诉求，本届展会主办方不断进行布局调整，大力推进纺织产业的时尚化、创意化、品牌化，积极引导企业展现科技、时尚、绿色新品。

无锡爱博纺织服饰有限公司是一家集服装品牌开发、生产于一体的专业化的中型服装企业，致力于打造国内服装品牌T恤快速智造供应商，首次参展便以特装展位亮相，凭借新颖的产品、独具个性的服饰款式，一经亮相便引起专业观众的极大关注。

作为品牌服饰面料供应商，大新布业对杭州纺博会关注已久，本次参展以环保、健康、安全为主题，携系列生态环保型新型面料重磅亮相。据了解，此次展出的面料，在染色性能、使用性能、抑菌性能以及手感、外观等方面相比传统面料都有突出表现。

绍兴天连纺织有限公司本次参展以罗缎色织棉、锦麻交织提花弹力面料为主，据了解，该公司有1000台进口喷气织机，常年以定织新型花型为主，有3000多种花型供客户挑选。值得一提的是，为更好地呈现产品特色，该公司还定期开发各种系列成衣供客户挑选。此外，广东万图腾纺织、苏州巨春纺织、杭州快可数码等企业也携系列新品强势参展。

“展会的价值不单单在于为参展企业提供产品展示和商贸交易的平台，更要通过展会，让企业能够更清晰地了解行业现状、未来的发展方向以及下一步的发力点。”正如本届展会负责人陈杰所说，经过多年积淀与成长，杭州纺博会已然成为行业风向标和洞悉行业发展新趋势的专业性展会，相信本届展会必将在促进产业提升、带动品牌发展、共振产业上下游，推动企业高质量发展等方面发挥重要作用。TA



古典音乐的独特魅力与隆庆祥品牌的的个性气质不谋而合。

# 艺术共通，用音乐传递品牌追求

## 隆庆祥 2020 新年音乐会如期而至

田雨 / 文

2019年12月28日，隆庆祥2020新年音乐会于北京国家大剧院再奏华彩乐章。这是百年高端定制品牌隆庆祥与会员们携手共启的第七个新年，以音乐为连接，传递百年匠心力量，用感恩之心奏响了2020开年最激动人心的音乐盛宴。

### 音乐点亮梦想，万千心愿温暖延续

多年来，隆庆祥通过筑梦行动的开展为新年音乐会注入更多温暖底色，借助新年音乐会的仪式开启音乐追梦之旅。在全国最顶级的音乐殿堂接受世界经典音乐的熏陶，与大师零距离，在潜移默化中提升大人及孩子的音乐素养，探索艺术潜能。

温暖的灯光，顶尖的演奏阵容，震撼的视听效果，东西方多元素音乐的碰撞与交融，都与隆庆祥融汇中西剪裁之长的定制理念交相呼应，相得益彰。让亲临现场的VIP客户与怀揣音乐梦想的孩子们共赴一场直击心灵的音乐狂欢。

古典音乐艺术的独特魅力与隆庆祥品牌个性中所蕴含的“优雅”与“经典”气质不谋而合，多年来，隆庆祥始终坚持以品牌之力传承经典艺术，借音乐之势推动中国文化艺术事业的发展与繁荣，积极履行企业社会责任，打造有温度的品牌形象。

### 聆听世界歌剧瑰宝，共启新年祥瑞

一首气势磅礴的《威风堂堂进行曲》拉开晚会的序幕，激昂的乐曲迅速点燃在场观众的热情，让观众大呼过瘾。余音未绝，一首《引子与回旋随想曲》又接连奏响，音调时而柔美多情、时而忧郁悲伤、时而铿锵有力，层次丰富，一次次将音乐会推向高潮。

随后，一首首耳熟能详的经典曲目在耳畔回响，层层递进，为观众们描绘了一幅鲜明的音乐画卷，赢得现场社会各界人士的广泛认可与好评。隆庆祥会员刘先生表示：“能够和大家共度这个美妙的音乐之夜，我倍感荣幸。很多细节都能感受到隆庆祥的贴心与用心，希望明年还能继续相约。”

对艺术的经典缔造和永恒追求，早已深深根植于隆庆祥的品牌基因。新年即启，隆庆祥将继续助力文化艺术事业的发展，为中国消费者带来更加多元化、多角度的品牌体验，将品牌营销提升到新的高度，与消费者达成更深层次的共鸣。



隆庆祥 2020 新年音乐会现场。



### 用手艺丈量时代体温，用匠心开创辉煌未来

中国传统服饰从原始社会、商周、春秋战国再到明清以及近代，都以鲜明特色为世间所瞩目。服饰的演变不止留下了文化的沉淀，更为我们记录下每个时代的风骨与温度。从掩形御寒到修身塑形再到彰显个性与态度，中国服饰以一种特殊的语言，传承着一个民族的时代审美与精神力量。

从产品到艺术的升华，隆庆祥始终坚持将私人定制艺术做到极致。以感恩客户之心，为客户带来高品质体验的同时，借艺术无言的力量，把品牌一脉相承的匠心精神传递给每一位客户。

四百多年深耕细作，隆庆祥始终坚持单人单版、单版单裁、手工量体、手工剪裁、手工缝制，层层工序皆由手工打造。精工细作的理念从勤劳而聪慧的匠人们手中诞生，在一器一物间诠释锲而不舍的工匠精神，一裁一缝，用针线感受生命冷暖，用手艺丈量时代体温。

作为中国传统文化的守护者与传承者，隆庆祥愿以服饰为源，将开放包容的民族精神礼传天下，在传承中贯通古今，在创新中融汇中西，一步一脚印稳步朝着“多元化”、“年轻化”的方向发展，让非遗品牌焕发新活力。TA

纺织服装周刊

高效率 低能耗 零排放

# 印染废水治理启用“深井”模式

本刊记者\_郝杰

这是一口特殊的“深井”，全密封、直径3.8米、深度100米，由指宽度、20毫米厚的钢板制成；这也是一口神奇的“深井”，废水进去，清水流出，使纺织印染废水处理真正实现高效率、低能耗、零排放。创造这一“神奇”的，正是国家高新技术企业浙江金佰利环境科技有限公司。

近日，中国纺织工业联合会与广东省纺织工程学会在广州举行的印染废水减排节能新技术交流会上，一项“高效率、低能耗深井曝气活性污泥法废水处理技术”引起与会科研单位和纺织印染界的高度关注，纷纷联系接洽。

在2019年11月举行的该技术项目评审会上，这项创新技术受到了中国工程院院士张杰、中国纺织工程学会首席专家王智、东华大学教授奚旦立等水环境工程或印染资深专家组成的专家组的高度评价，认为该技术应用于纺织印染废水处理效果显著，充分体现了深井曝气“氧利用率及动力效率高、系统运行稳定、操作简单、省地节能、运行成本低、几乎无维修”的技术特点，具有创新性、合理性与安全性，处于国际先进水平，并建议可进入纺织印染废水处理首选推荐技术运营推广目录。

据相关统计，纺织印染废水一直在我国工业排放中占有较大比重，每年废水排放量20多亿吨，占国家废水排放量的11%。随着环保政策的趋严，不少印染企业正面临生死考验，纺织印染废水治理成为行业能否可持续发展的关键。

## 利润不能被废水处理吃掉

是什么样的高技术让这项创新成果引起业内关注？据浙江金佰利环境科技有限公司董事长谢家海介绍，印染废水在工艺上难点主要有两个：一是纺织印染废水中有机物浓度高且成分复杂，去除难度大，不得不采用冗长的工艺路线，处理设施占地面积大、建设费用高；二是纺织印染废水处理中，药剂使用量大、能耗大、污泥产生量多，处理运行成本高。在纺织印染废水处理领域，生化法应用最为广泛。生化法的原理是利用微生物作用使污水中有机物降解、吸附而去除，就像是“蚯蚓吃泥土一样把污染物吃掉”。但在生化法的好氧处理中，在有机浓度不变的情况下，生化能力很大程度上取决于废水中氧的转移利用率，低效

的氧转移利用率，需要更大的生化好氧处理设施以及更高的能耗。生化法普通活性污泥技术存在着氧转移利用率低、运行成本高、耐冲击负荷弱、占地面积大、污泥产生量多、管理复杂、受气温变化影响明显、容易产生污泥膨胀、维修成本高等诸多问题。因此开发一种高效率、低能耗的纺织印染废水处理技术成为当今废水治理关注的课题，而深井曝气这项技术的研发和应用，适应了废水处理的需要。

“纺织印染企业的应得利润不能被废水处理吃掉”，从2006年开始，浙江金佰利环境科技有限公司就开始进行了深井曝气技术的深入研究，创新了曝气装置并在应用中进行了实践。经过多年研究与应用实践，创新改良了深井曝气技术，在提高氧利用率的基础上降低能耗，有效地解决了传统曝气技术存在的诸多问题。

深井曝气技术处理纺织印染废水有哪些优点？谢家海告诉记者，首先提高了氧转移利用率，深曝井的深度大，井内的高静水压力使得氧的传质推动力大，与常规曝气技术气泡和液体接触时间15秒相比，深曝井中的气液接触时间可达200秒，故而大大提高了氧利用率；其次，深井曝气技术由于传氧效率高，且可以在井内维持浓度高达10mg/L的MLVSS，同时由于井内的液体循环速度高、紊流度高，能使生物固体和有机质间有效地混合传质，从而使得深井曝气技术去除有机物的能力明显强于普通曝气技术；第三，运行成本低，深井曝气技术处理废水所需功率消耗比普通曝气技术可降低50%以上，污泥产生量是普通曝气技术的1/2-1/3，不仅污泥消化池体积小，处置费用也低，后期也无需经常进行维修保养；第四，占地面积小，深井曝气处理废水是在一个垂直的地下曝气池中进行，可省去预沉池，污泥处置装置体积减少，好氧生化段占地面积是普通曝气池的1/10；第五，深曝井能承受较高的冲击负荷，由于深曝井内混合液浓度很高且氧饱和和浓度大，进入深曝井内废水中的有

机物能被微生物迅速降解；第六，深曝井一般建设在地表以下，具有较好的保温作用，即使在严冬深曝井内也能保持微生物生存的适宜温度，使处理效果不受外界气温变化而影响，处理效果稳定；第八，系统运行后，微生物会在井壁表面形成一层磷脂膜，可起到保护外筒的腐蚀作用，理论寿命可达100年。

## 上百家企业尝到甜头

金佰利的深井曝气废水处理技术一经推出，就得到了纺织印染界的积极响应。江苏盛虹集团、德林染整、铭德纺织、隆成纺印、黑牡丹印染，浙江海神印染、北海印花、大和印染、华都纺印、新澳股份、富胜达染整、奇秀印花、嘉盛染整、四川川棉、印尼肯德尔纺织印染等国内外上百家纺织印染企业纷纷合作，用深井曝气技术处理废水，极大降低了运行成本及处理效果，并节约了用地。

苏州铭德纺织品有限公司是一家从事高档织物面料后整理加工的企业。每天产生废水总量为7000吨，工程改造前纳管排放指标3750吨/日，按外排费6.5元/吨计算，年外排费约为800万元。工程改造后增设深曝井一口，纳管外排量减少约2000吨，年节省外排费约430万元。药剂成本比原来（2.8元/吨）降低60%，年节省药剂费用约400万元。污泥产生量降至7吨/天，年减少污泥处置费约210万元。

“深井曝气”技术让众多纺织印染企业尝到了甜头，他们找到了一条低成本高效率处理废水的新途径。对于金佰利来说，也因技术研发投入取得了经济与社会效益的双丰收。

在谢家海看来，金佰利的创新实践是在开辟绿色天地，是在积累“功德”，金佰利的技术能得到广大企业的认可，就是金佰利以“德”示天下。“用科技来改善环境，这是金佰利前进的方向，所有一切就为那一湾清澈的水。”



浙江金佰利环境科技有限公司在提高氧转移利用率的基础上降低能耗，有效地解决了传统曝气技术存在的诸多问题。

# 纺织服装周刊

## TEXTILE APPAREL WEEKLY

### 周刊+

## · 行业信息+

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

## · 媒体平台+

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

## · 服务价值+

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

《纺织服装周刊》官方网站：www.taweekly.com

新闻热线：刘嘉 010-85229892

新媒体热线：李江敏 010-85229373

广告热线：万晗 010-85229013

发行热线：章简 010-85229023



纺织服装周刊



长发国际时尚中心依托长三角时尚前沿产业优势，呈现柯桥纺织全新活力，一年多来做了很多有益的探索。

# 以时尚之名， 搭建长三角创新服务平台

## 2019 长发国际时尚年会举行

本刊记者\_ 邬莹颖 文 / 摄

近年来，柯桥以构建新时期“国际纺织之都”为目标，在长三角一体化发展的新坐标系中，积极推进产业高质量发展，区域产业的集约化程度快速提升，区域产业科技创新能力不断增强，区域产业可持续发展水平显著提升。依托长三角时尚前沿产业优势，借助中国轻纺城千万级流量打造时尚新地标，长发国际时尚中心将成为柯桥纺织业的又一张时尚新名片。

2019年12月27日，2019 长发国际时尚年会在柯桥长发国际时尚中心举行。本次活动由中国纺织工业联合会流通分会指导，长发国际时尚中心、CFU 创意时尚联盟联合主办，上海设界商务信息咨询有限公司、全球集采中心、大师工作室协办。

《纺织服装周刊》杂志社常务副社长兼总编辑徐峰，中国纺织工业联合会流通分会秘书长王水元，长发国际时尚中心常务副总经理蔡满、运营总监柏森等领导嘉宾以及来自全国各地纺织服装企业、品牌代表、专业采购商等 150 余人参加本次活动。

### 扎根柯桥，深度整合时尚与产业

徐峰表示，近年来，柯桥以构建新时期“国际纺织之都”为目标，在长三角一体化发展的新坐标系中，积极推进产业高质量发展。长发国际时尚中心位于柯桥优势地带，依托长三角时尚前沿产业优势，借助中国轻纺城的千万级流量打造时尚新地标，联动时尚创意与本土优势特色，呈现柯桥纺织全新活力，赋能产业升级，一年多来做了很多有益的探索。

中纺联流通分会一直对长发的成长十分关注，作为中纺联会刊的《纺织服装周刊》与长发国际时尚中心的产业合作也打开新局面，为行业上下游对接注入了新的活力。今后，面对环境的快速变化，我们也将继续对模式、市场、政策的新发展保持高度敏感，致力于服务行业创新，促进长发国际时尚中心更快成长，助推柯桥纺织转型升级。

蔡满表示，2019 年，长发国际时尚中心完成了从时尚设计到纺织服装产业链生态闭环赋能时尚产业的阶段性目标。长发国际时尚中心作为纺织服装

展贸综合体，在整体布局上提供了一个集展示、办公、交易为一体的线下物理空间，实现了为中国优秀的设计师、有原创能力的 ODM 企业、有研发及快反能力的面料商和下游品牌企业 / 渠道商提供精准对接的服务。下一阶段，长发将吸引更多的优质力量，垂直化整合优质“智造”资源，集结国内顶尖供给侧集群，倾力聚拢国内外大型网络零售平台，形成全球时尚品牌采购需求集群，建立“柯桥·长发时尚闭环生态圈”。

柏森作“进场—2019：长发 2019 年度运营成果”报告，她介绍到，这一年里，长发共举办产业大型专场活动 20 场、趋势论坛 / 行业培训 / 专家讲座共 44 场、CFU 创意时尚联盟活动 7 场、商家活动 26 场、服装供应链采购对接会 8 场，通过全球集采中心对接会促成合同金额近 1700 万元，活动涉及纺织服装上下游产业链 7000 余人次，为柯桥时尚产业带来锐意新动能。会期中还举行了长三角纺织服装产业创新服务平台授牌仪式、长发国际时尚中心铭牌揭幕仪式、2019 长发优秀入驻商家颁奖仪式、2019 年度合作伙伴颁奖仪式等。

### 以时尚之名，呼应时代之变

蔡满作“共建—2020：长发 2020 年度运营新主张”报告，他介绍了长发国际时尚中心 2020 年赋能共建的顶层战略思想。2020 年，长发国际时尚中心当秉承“共建”中心主轴，加强区域性产业聚合竞争力、再造纺织产业新优势，更高水平当好纺织产业发展的展贸服务综合体“排头兵”。

东华大学研究生导师江霞作了主题为“面料商如

何同步品牌快反”的演讲，她表示，当前环境下品牌及市场客户的战略要点主要体现在按需生产、按销生产和快速加单。面料企业可从减少库存，抓住最新流行趋势，打造柔性供应链，做快反订单模式入手，提升核心竞争力。

在“共建面料源起的快反全链路”大师论坛环节，东华大学研究生导师江霞、阿里巴巴商学院供应链专家陈建志、长发国际时尚中心常务副总经理蔡满、南京苏尧制衣有限公司总经理徐竹贤、大师工作室联合创始人蔡佩桦围绕“时尚全链路倒逼面料需求”，带来头脑风暴。

海纳百川、有容乃大，以包容的心态和精神去接纳，用创新的思维和目光求突破，潜心沉淀、厚积薄发。如今的长发国际时尚中心已经构建完成了多元化的产业环境，引进趋势综合服务体“设界”为入驻商户赋能，引进“全球集采中心”为上下游企业进行交易撮合，引进“大师工作室”集聚资深的设计力量。同时，还创办 CFU 创意时尚联盟，将产业优质的产、学、研机构聚合融合汇。

蔡满在接受本刊记者采访时表示，由长发商业中心更名为长发国际时尚中心，是里程碑式的成长。之前的长发商业中心是一种定义，更偏向商业。而未来长发国际时尚中心将围绕长三角地区更高质量一体化发展的内涵和要求，从纺织服装产业和时尚产业的方向出发，加强战略协同、深化专题合作、创新合作机制，用自有的优质产能为周边城市的时尚产业做配套服务，同时将优秀的设计师产品和创新理念融入到柯桥的企业与品牌中，深入挖掘、通力协作，共同创造时尚产业更加广阔的蓝海。[A]

# 聚爱而来 与美同行

## “非常美”无障碍服装发布会彰显大爱无疆

本刊记者\_ 吕杨

2019 年 12 月 22 日，由中国残联、北京市残联共同指导，北京服装学院主办，北京服装学院无障碍服装研究中心、北京市肢残人协会承办的“非常美”无障碍服装发布会在北京服装学院创新园 1 号秀场隆重举行。来自北京各高校、助残社会各界的各界代表、时尚领域专家学者、媒体记者以及残疾人亲朋好友共计 400 余人到场观摩。

本次发布会是在 2019 年 3 月和 5 月两场获得巨大社会反响的“非常美”轮椅模特服装秀系列展演活动的基础上举办的，旨在进一步诠释“无障碍服装”的概念和意义，全面展示无障碍服装的研发成果，充分展现新时代残疾人对美好幸福生活的向往。同时，这也是北京服装学院和残疾人专门协会发挥专业优势，积极响应落实近期发布的《北京市进一步促进无障碍环境建设 2019—2021 年行动方案》，推动无障碍事业发展的实践举措。可以说，此次“非常美”无障碍服装发布会演绎了一场熨贴温暖的时尚设计变革。

### 打造满足多样需求的“非常美”

如今，中国时尚产业崛起，拥有产品远销全球的国际设计师、全球最大奢侈品消费市场，遗憾的是属于中国残疾人的服装却处于缺席状态。这看似普通的话题，其中却蕴含着“人文”与“技术”双重学问。对此，北京服装学院无障碍服装研究中心的开发团队倾注了大量心力进行研究。

北京服装学院无障碍服装研究中心主任王琪表示，从 2008 年北京残奥会“非常美”康健服装展演，到 2019 年“非常美”无障碍服装，北服人一直在传承着、不断深化着“非常美”。

衣者如人，千人千面。王琪强调，服装的通用设计要建立在“千人千面”的基础上，既要满足不同个体的需求，也要有适应群体性功能、特点的定位。为解决残疾人、行动不便的老年人在生活中服装穿着的不同需要，此次发布的产品着眼于功能性、便利性的提升：轮椅快穿裤，通过版型的研发设计结合柔软耐用的面料，满足残疾人舒适温暖与快速穿脱的需求，并将口袋位置调整到裤腿，便于久坐人们使用；前短后长、袖口耐磨的上衣，便于操作轮椅、使用拐杖，延长衣服使用寿命；L 型自发热羽绒服，采用三片式结构，分体设计更符合残疾人朋友的服饰。

“越是残疾，越要美丽。”中国残联主席张海迪的话一直激励着残障群体和北服人，他们将一起努力，在无障碍服装研制方面做出“中国特色”、“中国品牌”和“中国方案”。

### “美好生活”方阵服装亮相

近 3 个月密而不发，再度亮相的“非常美”，绽放出更加闪亮夺目的光彩。此次发布的服装包括北服无障碍服装研究中心的最新成果、中心研发的新中国成立 70 周年群众游行方阵服装，以及残疾人设计师、北京市劳模丁宝明，时装设计师兰玉，北京



“非常美”无障碍服装发布会演绎了一场熨贴温暖的时尚设计变革。

服装学院教师郭瑞萍，北京工业大学艺术设计学院服装与服饰设计系教师王文娟、Lynn Gong 设计师、博士龚琳，CHAU-RISING 洲升品牌创始人刘超颖、SHINE LI 帽饰设计师品牌创始人李姗 7 位设计师的设计作品。其中群众游行方阵中的轮椅残疾人服装，就是由北服无障碍服装研究中心承担量体、设计及制作的无障碍轮椅夹克。该设计充分考虑轮椅使用者的体型特征和运动习惯，对袖部、肩部、腹部都做了特殊的设计，穿起来更加舒适，发布会上有 6 套系列服装亮相。

7 位优秀设计师的加入为此次无障碍服装发布融入了更多时尚元素，在兼顾功能性与便利性的同时，设计师们从时装语言出发，以个性化的时尚角度与鲜明的时尚态度赋予无障碍服装“非常”的美学特质。此次发布的服装涵盖了正装、运动、休闲、礼服等，通过针织、梭织面料的结合、精心剪裁与版型设计，增强服装的便捷性与舒适性。

出席此次活动的剪纸艺术家、无臂设计师夏虹表示，十分感谢能够参与此次活动，可以让更多的人感受到残疾人模特在灯光闪亮的舞台上绽放出不同个性、气质和自信。

时装设计师兰玉在接受采访时表示，作为一名设计师很荣幸能够参与此项目，无障碍服装从体型特征、运动原理、障碍点与着装需求出发，保持着以需求为导向、创新为引领的设计理念，在功能与艺术间穿梭。

### 非常美系列活动主题曲首次曝光

“风中自信舞，尊严树丰碑，不畏人间多坎坷，笑容暖心扉。”在演出开始之前，由中国康复研究

中心音乐治疗师、录音师宋宜川，北京服装学院教师宋继红，学生徐子超、梁馨茹共同演唱了此次活动的主题曲《非常美》。

主题曲由骆燕填词，满萍谱曲，以轻快昂扬的优美曲调，展现了轮椅上追梦人的自信与美丽，积极温暖的歌词则抒发了残疾人对美好生活的向往与期盼，描绘出一幅残健融合、平等共享、怡心怡情、汇爱如流的幸福和美的生活画卷。

### “非常美”无障爱使者联盟正式成立

梦想照进现实，现实感动人心。“非常美”轮椅模特服装秀活动一直以来深受社会各界的喜爱，通过此次发布，激发活力、挖掘人才、聚集队伍、孵化品牌。当然成绩的取得离不开专业团队的全力打造，离不开设计大师们的精雕细琢，更离不开爱心企业的无私支持。活动现场，残疾人模特、企业代表、设计师代表秉承着“平等、融合、共享”的理念，共同见证了“非常美”无障爱使者联盟的成立。未来，联盟将在市残联及各界领导的指导下，通过北京市肢残人协会轮椅模特队等载体，招募和吸纳团体会员、个人会员及社会力量，逐步将联盟打造成专业化的文化传播、产品发布、品牌展演、社会交流的媒介与平台。

王琪还表示，目前北服无障碍服装研究中心已搭建起无障碍服装技术研究、产品开发、生产应用的综合平台。未来，中心会将“非常美”无障碍服装发布会打造成为无障碍服装研究发布平台、特殊群体需求信息的采集平台和残疾人展现自信美丽的发声平台，提升社会对肢残人士的关注、帮助肢残人士重塑美丽与自信的人生。[A]

## 展现风采，捕获商机

为助力台湾服饰业积极拓展市场，台湾纺织拓会于2019年11月27-29日“FASHION SOURCE 2019 深圳国际服装供应链博览会”期间举办了动态秀及联合推广活动，展示台湾服饰设计者推出的2020春夏系列作品。“FASHION SOURCE”是重要的服装供应链博览会之一，台湾服饰设计者借此平台抢先捕获商机。

此次联合推广专区共展出13个品牌，其中包括高林文创基金会与台湾纺织拓会合作推出的“重缝计划”和设计师合作品牌、新锐男装品牌等，以半开放式展示空间传递时尚美学与可持续发展相结合的品牌形象与设计实力。



### 参展品牌一览

#### 徐明美 May Hsu

由设计师徐明美推出的同名品牌 May Hsu 创立于2014年，主要针对独立、知性、不喜张扬的现代女性。May Hsu 的服装即为艺术的载体，让自我得以随心喜好地 dress up and down。

#### 高林文创基金会 KAULIN FOUNDATION

高林文创基金会成立于2014年，鉴于快速时尚对环境造成污染，秉持着企业社会责任，推动了“重缝计划”，透过缝纫机研发，用废弃物、纺织库存布、瑕疵品、样布、二手回收物等材料，重新缝制或升级再造新物品，创造资源的再生价值。“重缝计划”以可持续发展为主轴，结合产业既有资源，通过产业实务讲座、设计实作课程，一方面善用时尚产业的剩余资源，为生态环保尽力；另一方面建立既可以挑战设计局限、又创造设计附加价值的创作模式。

#### 廖怡宁 12:21 shi er dian shi yi

该品牌借产品版型结构变化将布料运用到极致，搭配高林特种机台，使布料利用率达到97.4%，仅剩余2.6%的废弃布料，减少服装在裁剪时的浪费。

#### 田野间再生设计工作室 REstore

REstore 是延伸的再生概念品牌，该品牌的再生概念服饰除了扣子、扣环等配饰外，100%由纺织剩料制成，希望让每一位消费者透过品牌的设计更时尚有型。

#### Petite Mode 小孩设计工坊

花在午夜绽放，闪着隐约的光芒，层次丰富的法式刺绣搭配裤耳特种车缝设计的背带，独树一帜，一个包包3种用法，白天、夜晚各有风情。

#### 林麓国际设计有限公司 Adam Lin

Adam Lin 将生活品味与时尚高雅融入服装，以慢时尚的角度将当代元素与艺术展现串连至生活的细节末节中，运用“创新”重新演绎“经典”。

#### 木匠的家 The Carpenter's House

“环保、时尚、公益”是品牌的核心价值。在“木匠的家”公益二手店，每月都可以收到大量的旧衣物，团队结合设计师与裁缝，教导当地妇女进行再生设计，创造一系列的永续设计商品，创造更多就业机会，用产品利润支持弱势群体。

#### 大吉林设计行 RIN

1+1+1=1：重新新。主打概念：穿上你的裤子将你用过的三件衣服组合成一件全新的衣服。解构裤子，使其变成领子和衬衫的其他细节。

#### 何柔颖 seams catalytic

简约中带着不修边幅的未完成感，随性、宽松的线条中带出个人风格。利落的线条延伸至裤管的波浪，让人在行走中增添一份自信。

#### 陈华珠 JOCELYN CHEN

品牌设计师试图探索一种能融合纺织品和时尚设计的全方位创意整合。显示拷克机的特殊车缝具备开发新型织品线材及布料结构的潜力，创造出的新面料非常适用于流行时装或装饰艺术。

#### 富铎服饰有限公司 NOEND

洒落在玻璃窗的阳光点亮了高楼，并在地板上形成阴影。透过混搭搭配正装与休闲服的策略，融入美学的氛围，将带有粗糙感的街头风格进行转化。

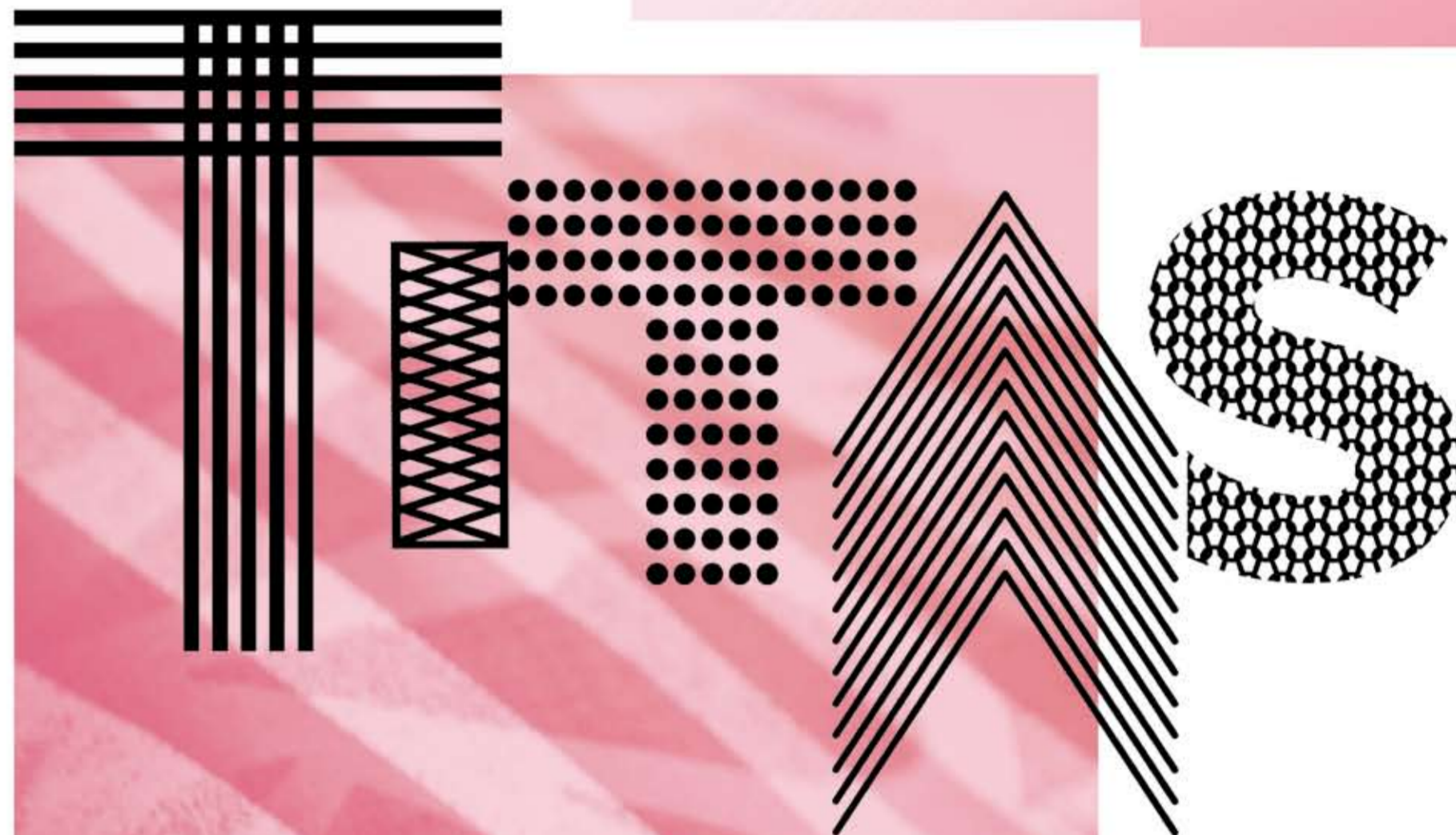
#### 詹宗佑 TSUNG YU CHAN

产品版型宽松、线条舒适，细节上运用强烈对比色，运动感设计结合高林特种车缝技术，创作出运动休闲感与独特性兼具的街头时装风格。

#### 温莎蒂

创立于1979年的温莎蒂，以精简、优雅的线条为出发点，追求一种圆融与完美的流行诠释，2020春夏推出四大系列：自然韵律、雪绒花、艺术秘境、摩登幻象。TA

TAIPEI INNOVATIVE  
TEXTILE APPLICATION SHOW  
2020台北纺织展  
OCTOBER 6 - 8



TAIPEI NANGANG  
EXHIBITION CENTER  
台北南港展览馆1馆

赞助机关 Sponsoring Authority



主办单位 Organizers



纺织服装周刊

# 最畅销品牌出炉， 逆市上扬凭借什么？

## 《Fashion Insight》发布 2019 年韩国服装销售额 TOP15 榜单

近期，《Fashion Insight》综合韩国服装品牌在综合市场支配力、盈利能力、商业稳定性及风险管理能力、应对市场环境变化的商业模式创新性等方面的表现，评选出 2019 年韩国零售市场销售 15 强品牌榜单。2019 年，这些品牌积极进行商业模式创新、产品创新，在韩国服装行业创造出一个个成功案例。

### TIME：强化品牌理念，推动线上线下同步发展

THEHANDSOME 时尚集团旗下女装品牌 TIME，坚持高贵的品牌形象和产品定位，一直是柔美女性的心中首选。作为百货商场中销售额唯一保持在 2000 亿韩元的女装品牌，TIME 在无折扣销售政策之下，实现了营业利润的最大化。

2019 年，TIME 线上门店的销售情况同样十分乐观，通过对线上门店持续的投资支持，TIME 成为集团电商平台“THEHANDSOME.com”的主要盈利部分。

截至 2019 年第三季度，THEHANDSOME 时尚集团的销售总额为 6116 亿韩元，达到 2018 年全年销售额的 80%，同比增长 18%，预计全年销售额将突破 9000 亿韩元。

### STUDIO TOMBOY：占领休闲服饰市场，向男装领域进发

2019 年，品牌 STUDIO TOMBOY 在不景气的市场环境下，实现了业绩的逆势增长，还将产品线拓展到休闲男装领域。

“年轻”和“阳刚”是 STUDIO TOMBOY 品牌 2019 年最具代表性的关键词。为迎合年轻消费者的消费需求，品牌采用了饥饿营销方式，通过社交平台的互动，取得了推广成功。基于线上和线下的全渠道推广，品牌所在 S.I.VILLAGE(新世界国际网购平台)的线上门店销售额也得以不断攀升。

值得关注的是，STUDIO TOMBOY 初次发布男装便成为热点话题，2019 年 10 月，品牌推出的男装系列 Men's Line，在 16 个主要百货商场开设了快闪店，反响超乎预期。

### SHESMISS：强化电商渠道，塑造新潮雅致品牌形象

2019 年，品牌 SHESMISS 深度强化了女装品牌的高端系列，重塑了体现精致生活方式的休闲系列和商务系列。

值得关注的是，品牌邀请了韩惠珍作为品牌代言人，突出展现了品牌新潮雅致的形象。此外，2019 年品牌扩大了直营店、百货商场、奥特莱斯等渠道的门店面积，同时，加强了线上渠道建设，实现了网络销售额占比达 7.2% 的成绩。



### FILA：借 BTS 偶像旋风，掀起时尚巨浪

2019 年第三季度，斐乐韩国累计实现销售额 4496 亿韩元，同比增长 22.3%，营业利润为 818 亿韩元，同比增长 96%，保持着稳定的增长趋势，包括 FILA 副线品牌在内，预计 2019 年全年销售额有望达到 7000 亿韩元，在韩国市场拔得头筹。

值得一提的是，FILA 选定全球人气偶像 BTS (防弹少年团) 为品牌代言，2020 年将向美洲、欧洲、亚洲等全球市场展开推广攻势。BTS (防弹少年团) 和 FILA 计划拍摄品牌广告，通过与全球粉丝互动的品牌推广项目“One World, One FILA”，强化品牌的全球化定位。



### SIEG：成功升级为新一代商务休闲男装品牌

作为韩国具有代表性的休闲男装品牌，SIEG 通过品牌的自我提升，进化成为一个商务休闲男装品牌，改写了品牌在男装领域的历史。2019 年初，SIEG 对品牌进行了全方位重塑，在巩固现有客户群的同时，推出了适合千禧一代等多年龄层消费群体的产品，在激烈的市场竞争中大大提升了竞争力。

本赛季的 GERMAN ORIGIN 系列，以更稳重简约的风格，展现如德国男性般刚毅的完美主义与信赖感。品牌十分注重产品材质与设计，力求做出独一无二的设计产品，这些成为 SIEG 品牌赖以成长的重要基础。

### Top 10：凭借横扫市场的时尚单品晋升国民品牌

Top 10 是 2019 年最受大众欢迎的国民品牌。2019 年夏天，“韩日贸易摩擦”成为社会热点话题，随着国民抵制日货的热情高涨，本土品牌 Top10 赢得了消费者的青睐。

2019 年 7 月，从发行韩国光复 100 周年纪念 T 恤开始，先后推出了国民羽绒服、国民棉服、国民保暖内衣等国民商品。凭借强大的社交推广和口碑营销，棉服、羊羔绒夹克、羽绒服、保暖内衣等产品在国民标签的加持下，2019 年 9 - 11 月，Top10 全国 320 家卖场的销售额达到 3250 亿韩元，同比增长超过 60%。

### andar：通过品牌哲学和文化，深耕运动休闲市场

品牌 andar 以 2015 年的 8.9 亿韩元为起点，年销售额先后实现了 68 亿韩元、180 亿韩元、400 亿韩元，2019 年更是以 800 亿韩元引领着韩国运动休闲市场。Y Zone 无缝打底裤、合成打底裤等，从材质、功能到设计的细节都备受消费者的青睐。Andar2019 年强化了全国百货商场门店、免税店、奥特莱斯门店等 32 个实体店建设，拓宽了与消费者的接触面，将线下服务作为重要推广策略。

andar2020 年 1 月将在江南站开设 990 平方米的普拉提主题卖场，并在三清洞开设第一家旗舰店。不止是服装产品的体验，andar 更注重打造蕴含品牌哲学的场景，实现交互体验的社区空间，呈现品牌的特色文化。

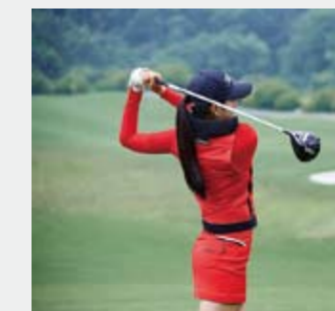
### Discovery expedition：打破惯例，开拓泛户外市场蓝海

2019 年，Discovery expedition 实现销售额 3600 亿韩元，同比增长 11%，产品涵盖了生活方式全品类，成功引领整个户外用品消费市场。

2012 年以来，Discovery 打破了“户外品牌 = 登山装备”的传统认知，融合功能性和时尚休闲的消费需求，开拓了泛户外生活方式这一重要市场。尤其是老爹鞋、羊羔绒夹克，接连的单品爆款备受市场青睐。其中，老爹鞋累计销量 17 万双，10 月份销量同比增长超过 500%。秋季的羊羔绒夹克现已售出 30 万件，预计销售额将突破 500 亿韩元。



### Titleist：冠军喜爱的高尔夫球运动品牌



兼顾运动功能性和时尚设计感，是 Titleist 品牌的核心竞争力，Titleist 引领了高尔夫球运动服装消费的增长。近年来随着 85 - 90 后年轻高尔夫球手数量的增长，稳定了高尔夫球运动服装需求的涨势。

另外，邀请高尔夫球选手参与品牌企划和产品开发的过程，在设计上提升了产品在运动场景下的功能性。通过这些举措，品牌强化了各产品线的研发目标和功能特性，展示了多元化的产品风格。

### acme de la vie：时尚黑马快速成长为主流品牌

acme de la vie 是韩国主流时尚品牌，2017 年推出的 acme de la vie，在韩国拥有众多明星艺人拥趸，在中国也成为市场宠儿。基于强大的粉丝效应，2019 年初，acme de la vie 入驻了乐天免税店，月均销售额达 30 亿韩元，成为销售明星，现已入驻新世界、新罗、杜塔、现代等韩国 11 家主要免税店，全年销售额有望达到 750 亿韩元，达到上年同期的 15 倍。

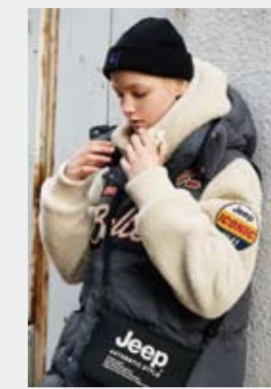
为实现品牌的国际化，acme de la vie2020 年初将重点开拓中国市场，据悉 2019 年初 acme de la vie 已与中国公司 BONDSTREET 合作签约，目前在大连筹建开业的 5 家实体店进展顺利。

### MLB：风靡亚洲，掀起时尚风潮

MLB 是 2019 年服装市场最受推崇的休闲装品牌。MLB 的人气起源于帽子，2019 年，因 BIG BALL CHUNKY 老爹鞋、BOA 羊羔绒夹克、短款大衣三款单品爆款引发的蝴蝶效应，MLB 成为潮流代名词。经由 MLB 巨大而醒目的 LOGO 装饰，BIG BALL CHUNKY 老爹鞋更加与众不同，预计会创造销售 100 万双的新纪录。

在全年优异的销售业绩中，免税店成为 MLB 销售额的重要保障。MLB 于 2017 年入驻免税店以来，每年的销售额都有突飞猛进的增长，2017 年销售额为 600 亿韩元，2019 年第 3 季度已达到 2000 亿韩元，全年销售额有望达到 3000 亿韩元。从韩国免税店掀起的 MLB 热潮风靡中国，在线上 and 实体店都引起了强烈反响。

### Jeep：成功开拓青年文化新体裁



2019 年，JEEP 成功实施全品类的品牌战略，紧抓品牌的销量扩张和形象推广。Jeep 推出鞋履系列，并积极进行市场开拓，品牌旗下老爹鞋 Tank Cherokee 上市仅三周，就在各大主流电商平台销售一空，至今仍然炙手可热。2019 年，JEEP 的鞋履产品销售有望突破 10 万双。

这一年，JEEP 着力开拓青年市场领域，以夸张的 OVERSIZE、粗犷风格、新潮的细节、流行的配色、大胆的设计，成功吸引了新一代消费群体，2019 年销售额有望达到 1100 亿韩元。

### O.I.O.I：女性街头最强者

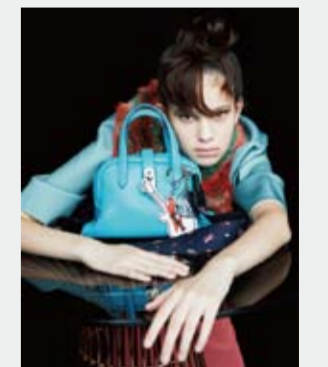
2019 年，O.I.O.I 品牌预计实现 250 亿韩元销售额，营业利润率有望达到 36%。

这一年，O.I.O.I 强化了网上门店和应用程序的渠道营销。根据新一代消费者的网购习惯制定营销策略，O.I.O.I 的线上销售额成功增长 400%。随着 MUSINSA 和首尔商店两个电商平台的销售增长，线上销售额的比重也提升了 5%。此外，品牌在海外市场的表现良好，例如，2019 年第三季度，在日本的销售增加了 185%，线上免税店的销售增长超过 4 倍。

凭借独特的商品企划和理念创新，O.I.O.I 形成了独具一格的特色和竞争力。品牌鲜明的定位、不断求新的设计、独到的色彩搭配成为吸引消费者的杀手锏。

### Vunque：做潮流包袋引领者

品牌 Vunque 的 Toque 包，自推出以来迅速成为市场热销产品。Toque 包外形独特、尺寸和色彩多样，目前已售出 3 万多件，积累了大量拥趸，甚至出现了收集每一色款 Toque 包的狂热粉丝。另外，品牌推出的 Halfmoon 包、Occam 包、Perfec 包、Mafia 包等系列产品颇受市场欢迎，引领了包袋的新潮流。



Vunque 品牌成立初期，便在网上采用 VWD (Vunque Wednesday Drop 星期三销售策略)，品牌仅在每星期三上午开放 Vunque 自营电商网站的顾客下单预订，借此反而赢得了更大的影响力。

### elcanto：通过多元销售渠道，再现往昔辉煌

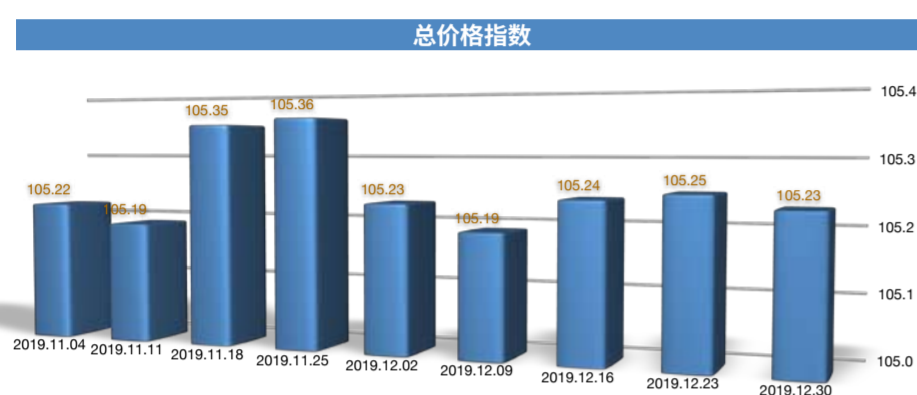
延续了往年荣光，elcanto2019 年销售额同比增长 15%，达到 980 亿韩元，有望突破千亿元的销售规模。

elcanto 取得这样的销售佳绩，得益于实体销售渠道的多元化、线上渠道销售占比的提升，以及研发部门根据市场反馈所做出的快速反应。2019 年，elcanto 的线下实体店拓展到 171 家，通过电商平台、购物中心、专卖店、电视直销等销售渠道，成功将线上销售比重提高到 15%。这家拥有 52 年历史的经典品牌，凭借更具年轻设计感的产品，获得年轻消费群体的青睐。[74]

# 冬市销售环比回缩 价格微幅下跌

## 20191230 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20191230 期纺织业价格指数收报于 105.23 点，环比下跌 0.02%，较 2019 年初下跌 0.72%，同比下跌 1.06%。



近期，中国轻纺城冬市营销环比回缩，其中：原料市场价格小幅下跌，坯布市场价格环比小跌，服装面料市场布匹价量小幅推升，家纺类产品成交量环比微跌，辅料行情小幅下跌。

### 原料价量小幅下跌，涤纶环比小涨、纯棉纱行情环比回缩

据监测，本期原料价格指数收报于 81.42 点，环比下跌 0.13%，较 2019 年初下跌 4.17%，同比下跌 4.38%。

**聚酯行情多显震荡，涤纶行情环比小涨。**本期涤纶原料价格指数小幅上涨。上游聚酯原料行情多显震荡，近期华东地区 PTA 现货主流 4850—4870 元/吨，MEG 主流 4980—5095 元/吨，聚酯切片市场报价多显震荡，江浙地区半光切片现金或三月承兑 6275—6300 元/吨。萧绍地区涤丝市场行情局部企稳，厂家报价基本稳定，局部小涨，POY 价格环比小涨，涨幅在 50 元/吨左右，FDY、DTY 报价环比持平。上游原料市场对涤纶长丝价格形成一定支撑，但市场成交积极性有所下调，交投气氛一般。临近年底，纺织企业接单生产，谨慎采购为主，当前产品库存仍位于高位。预计短期内涤纶长丝市场价格存在震荡走弱的可能性较大。

近期涤纶短纤价格环比下跌，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 7030 元/吨。涤纶短纤行情偏弱，年前各厂去库存压力大，补库普遍不够积极。近期纯涤纱市场报价稳跌互现，32S 纯涤纱报 11300 元/吨左右，价格基本稳定；45S 纯涤纱报 12300 元/吨左右，下跌 100 元/吨左右。

**纯棉纱行情环比回缩，人棉纱价格仍有下跌。**临近年底，江浙一带及冀鲁地区织厂、纱厂放假氛围较为浓郁，各厂资金压力增大，大多急于去库存，纯棉纱线总体稳中偏弱。萧绍地区纯棉纱市场总体不太乐观，成交气氛平淡，小单走货为主，以普梳纱为主，报价基本稳定，局部稳中下跌。纯棉纱行情总体不足，因下游订单不佳，织厂信心不大，商家心态难改平淡谨慎。最近棉花稳中坚持，但明显动作有限，而纱厂在近期多有库存，基本出货回笼资金为主。

近期粘胶短纤市场价格环比下跌，目前粘胶短纤 1.5D×38mm 中端实际中心价为 9420 元/吨左右，价格再创新低。粘胶短纤销售气氛下降，市场多显观望心态。人棉纱市场整体销售平淡，行情以观望为主，纱厂以出货为主，价格稳中整理，大单成交价多有优惠。

### 坯布行情环比回缩，价格指数环比小跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 119.69 点，环比下跌 0.47%，较 2019 年初上涨 1.05%，同比上涨 0.85%。

本期坯布类价格指数呈环比小跌走势。临近年底，纺织企业逐渐开启收尾工作，虽有些许出货，但整体相对偏淡，订单跟进情况有所减少。当前江浙织机综合开机率下降，市场后续订单跟进力度不足。纺织行业整体形势不佳，企业资金链非常紧张，尤其临近年关，多数企业为了回笼资金都在降价去库存。近期，因市场营销多显偏淡，坯布厂家订单环比下降，冬季坯布下单环比下降，春季订单环比显示不足，实际成交环比下降，坯布价格环比小跌。其中：混纺纤维坯布行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势，T/C 涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场量价环比回落；天然纤维坯布需求环比回缩，价格指数呈微幅下跌走势，纯棉纱坯布、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微跌，拉动坯布类总体价格指数环比小跌。

### 服装面料销售环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.38 点，环比上涨 0.26%，较 2019 年初上涨 0.51%，同比下跌 0.03%。

本期服装面料类价格指数小幅上涨。轻纺城传统市场冬季加厚型面料成交回缩，春季面料挂样上市花式品种相对较多，梭织、喷织与针织面料互动，质优创意面料亮点持续，连日销量多显震荡上行格局。随着年终的临近，部分规模性经营门市成交有所增长，春季面料现货价格基本稳定，部分优质创意品种订单价格小幅上扬。其中：纯棉面料、涤棉面料、涤毛面料、粘胶面料、麻粘面料成交量不等量上涨，拉动服装面料类总体价格指数小幅上涨。

### 家纺营销环比回缩，价格指数环比微跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.54 点，环比下跌 0.04%，较 2019 年初下跌 0.51%，同比下跌 0.67%。

本期家纺类价格指数环比微跌。近期，轻纺城家纺市场销售局部显现不足，价格环比微跌。至目前，轻纺城家纺市场营销滞畅互现，大众色洋花型面料订单发送量环比回缩，跑量产品现货成交和订单发货环比下降。其中：日用家纺类成交环比回落，价格指数呈小幅下跌走势；窗帘类现货成交和订单发货环比回落，价格指数呈微幅下跌走势；床上用品类成交环比回缩，价格指数呈微幅下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比微跌。

### 市场行情环比回落，辅料指数小幅下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 131.36 点，环比下跌 0.27%，较 2019 年初下跌 0.85%，同比下跌 0.51%。

本期服饰辅料类价格指数小幅下跌。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回落，至目前下游企业备货局部下降，现货成交和订单发货呈现环比下跌走势。线绳类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；服装里料类成交明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；带类行情环比回缩，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跌走势，因行情不景气，因货气氛不足，许多面料商存在观望心理，因货谨慎。农历年终已为期不远，销售局部回缩，市场需求量环比下降。大众面料供给有所下降，市场营销震荡小跌。因厂家库存普遍都高，销量下降，资金更是很紧张。在织造市场下单数量减少、后劲不足的情况下，市场或将呈现局部下行走势。后市冬季面料成交环比下降，春季面料下单相对有限，织造企业开机率局部显现不足，印染企业产出局部小跌，预计传统市场成交将震荡回缩，整体市场成交将呈现震荡小跌走势。■

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

提升企业运营竞争力

# 订单全生态

# 管理系统

创 | 新 | 未 | 来

痛点  
问题

订单准交率低

生产周期长

接单没竞争力

库存高

现金流紧张

生产过程不可控

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

咨询电话：

13811957097 / 13717562390 / 13426020214

邮箱：

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



纺织服装周刊

# T A W E E K L Y

微信号: fzfzzk



纺织服装周刊

周刊典藏

时尚评论

大咖来做客

品牌故事

## 纺织头条

**看** 产业实时资讯, **观** 流行趋势分析  
**听** 行业精英箴言, **查** 企业动态百科

**关注** 《纺织服装周刊》微信,  
**你就是行业大咖!**



纺织服装周刊





# T 纺织之光科技教育基金会

## Textile Vision Science & Education Foundation

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

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

自1997年至今，科技教育公益活动支出9000余万元，对促进纺织科技教育事业发展起到了积极的推动作用。

**宗旨 科技进步 人才成长 产业升级**



纺织之光科技推广  
云平台微信



纺织之光科技推广  
云平台网站

纺织服装周刊



# 精锐十年 岁末绽放

## 2019中国纺织服装行业年度精锐榜发布仪式

主办单位:《纺织服装周刊》杂志社

支持单位:长发国际时尚中心

在岁末年初之际,本刊以媒体的视角回望行业发展轨迹,连续第十年发布“中国纺织服装行业年度精锐榜”,并在十年之际,隆重推出年度“科技驱动榜样”、“时尚引领榜样”、“可持续发展榜样”,与“十大新闻事件、十大年度人物、十大创新企业、十大优势品牌、十大特色集群、十大产业园区(平台)、十大活力市场、十大装备先锋”榜单共同发布。

在这份榜单中,不乏务实创新的科技先锋,不乏敢为人先的时尚榜样,不乏带领行业可持续发展的磅礴力量,在他们的引领下,中国纺织业正在迎来一个更美好的明天。

2020年3月11日,在上海开幕的中纺联春季五展上举办隆重的发布仪式。届时所有代表单位将在中国纺织工业联合会领导、展会重要嘉宾、权威媒体面前共享荣耀时刻。

3月11日 上海国家会展中心  
让我们共同见证

更多详情请关注《纺织服装周刊》官微、官网  
欢迎致电

85229013/9892/9489

寻找榜样力量  
荣耀终归这里

纺织服装周刊